



◀ 电视剧《破冰行动》在非洲播出时的海报。
▼ 电视剧《三十而已》在非洲播出时的海报。



华音环洋

《西游记》中，孙悟空给朱紫国国王慧丝诊脉，一张口是地道的斯瓦希里语；《欢乐颂》里，5个女孩说着豪萨语演绎共同成长的故事；《花千骨》中，女主角用法语讲出经典台词……现在，越来越多中国影视剧被译制成非洲本地语言节目，走进非洲千家万户。

给这些影视剧配音的，是一群来自非洲的配音演员。在位于北京的四达时代译制配音中心，他们用极具表现力和感染力的声音，把中国故事传播到万里之外的非洲……

打通语言关卡

宝拉就是这些配音演员之一。在非洲播出的法语版《媳妇的美好时代》《花千骨》，都有她的声音“出镜”。宝拉来自加蓬，一个位于非洲中西海岸的国家。她已经在非洲生活了13年，从北京科技大学毕业后不久，便开始从事配音工作。“一开始是做物流工作，因为我会说法语、英语和中文，公司同事就问我能不能尝试做做配音工作。我很愿意，从此就开始做配音演员了。”宝拉说。

刚开始配音的时候，宝拉也面临很多挑战。比如，有的剧中人物的台词只有一个词，法语配音却需要用很长的句子来表达。宝拉说，这时候她会更加深入地理解前后意思，换一种表达，尽量缩短法语台词。

在四达时代，和宝拉一起从事配音工作的非洲配音演员有20多名。四达时

代副总裁郭子琪介绍说：“我们在2011年成立了译制配音中心，经过多年发展，现在已经实现了英语、法语、葡萄牙语、斯瓦希里语、豪萨语、祖鲁语和约鲁巴语等11个语种的母语配音。”

听得懂，才会愿意看。从玄幻《三生三世十里桃花》到古装谋略《琅琊榜》，从年代剧《芝麻胡同》到现代都市剧《三十而已》，从纪录片《舌尖上的中国》到动画片《熊出没》，这些中国影视作品在非洲广受欢迎。

“谢谢中国影视剧频道，我外婆特别爱看家庭剧。”“古代中国真美啊，像仙境一样。”“《芝麻胡同》是我看过最好看的电视剧。”尼日利亚、坦桑尼亚等国的观众纷纷在社交媒体上留言表达喜爱。

“通过配音，非洲观众能够看懂中国影视剧，也是以另一种方式认识中国。”郭子琪说。

寻找非洲“好声音”

与宝拉一样，来自坦桑尼亚的亚历克斯也是一名配音演员。他参与了电视剧《鸡毛飞上天》《扶摇》《仙剑奇侠传》斯瓦希里语版的配音工作。与宝拉不同的是，亚历克斯是从2017年第二届斯瓦希里语配音大赛中脱颖而出的选手，因而获得了来中国工作的机会。

亚历克斯清楚地记得当时参赛的情形。“有几千名排队报名。我没有学过配音，但梦想成为一名主持人，在朋友的鼓励下报名参赛了。”亚历克斯说，赛前他做了充分准备，包括学习配音知识，在视频网站上向专业人士学习配音，也做了很多练习。经过初赛、区域赛、全国决赛层层选拔，亚历克斯最终进入全国十强，获得第四名。

2018年2月，亚历克斯来到中国，成为一名正式配音演员。“在中国工作3年多，我学会了很多配音技巧，现在可以说是一名专业配音演员了。”亚历克斯说。亚历克斯还参与了多档斯瓦希里语节目的录制，一步步实现主持人梦。

亚历克斯参与配音的影视剧大多在四达时代斯瓦希里语频道播出。自2014年8月开通以来，该频道在非洲的收视效果颇佳。

“我们刚开始做译制配音的时候，是先从非洲官方语言英语、法语着手的。”郭子琪介绍说，不久他们便发现

很多非洲人并不会讲，也听不懂官方语言，还是习惯用本地语。“本地语配音才能打通与非洲广大民众沟通的最后一公里。”

然而哪里去找这么多非洲本地语配音人才呢？中国各大外语学院的小语种学生本就稀缺，四达时代只能另辟蹊径。2016年以来，四达时代陆续在坦桑尼亚、尼日利亚、科特迪瓦、南非和莫桑比克等5个国家举办了23场包括斯瓦希里语、豪萨语、法语、祖鲁语、葡萄牙语在内的“中国影视剧配音大赛”，寻找非洲“好声音”。

目前，已有20多名像亚历克斯一样的配音演员通过配音大赛来到北京工作。他们一边从事配音工作，一边学习录音、混音等其他译制配音工作技能。

拉近心与心的距离

“当我回到家乡，走在大街上，会有很多人向我打招呼，就像明星一样。”亚历克斯兴奋地说。亚历克斯虽然目前只会用简单的中文打招呼，但他表示很喜欢中文。“中国是一个很大很大的国家，机会非常多，能学习的东西也很多。”

“我的朋友经常说，你太中国人了。”宝拉哈哈大笑地说。她喜欢吃中国菜，休闲的时候喜欢看书、看电影、K歌，已经完全融入了中国的生活。

这些非洲年轻人很喜欢他们现在的工作。这不仅加深了他们对中国的了解，也让从未来过中国的非洲人看到了中国。

“经常看到有评论说，我喜欢你的节目，我也想学中文，我也想去中国。我就知道我的工作是有意义的。”宝拉说。

除了配音，宝拉目前还主持电视节目。“我的家人会收看我的节目，他们最喜欢的是《最北京》。”她说，父母没有来过中国，他们特别想知道北京哪些地方值得去，可以吃什么、买什么。宝拉最近主持了一档《OH! DRAMA!》的节目，用现场说剧的形式穿插精彩片段，带动观众收看和互动。“中国人的表达比较含蓄，非洲人的思维很直接。我能看懂中文剧，也知道如何跟非洲观众沟通。”宝拉说，最新一期解说的是正在播出的法语配音版电视剧《我的！体育老师》。

用非洲声音讲好中国故事

本报记者 赖睿



▲ 加蓬配音演员、主持人宝拉在录制节目。
(本文配图由四达时代提供)

随着中国援非的“万村通”卫星数字电视项目的实施，越来越多非洲当地人足不出户便能看到外面的世界，看到中国优秀的影视作品。中国和非洲相隔万里，技术与文化却拉近了中非民众心与心的距离。



▲ 以冬奥项目为主题的“冰雪皮影精雕作品”。受访者供图

皮影舞台上演冰雪奇缘

张羽珺 张鹏禹

“象妈妈，冬奥会就要来了，您是体育专家，快跟咱们说说里面都有些什么运动项目啊？”影窗上，一只憨态可掬的企鹅“笨笨”奶声奶气地说。话音未落，旁边的象妈妈就介绍起来：“冬奥会的项目可多呢，你们看！有速度滑冰，还有跳台滑雪、高山滑雪、越野滑雪……”伴随着它的讲述，皮影人物踩着滑板表演起滑雪动作，手持冰球杆打起了冰球，栩栩如生、惟妙惟肖。走到影窗后面，7位“拿线”艺人熟练地操纵着竹签，控制着不同穿着、大小各异的影人，完成了表演。

这是北京龙在天皮影艺术剧院最近创作的一部皮影戏《寻找雪姑娘》的片段“冰雪运动会”。不久前，“冰雪运动会”登上央视戏曲频道，诸多冬奥会项目以皮影的形式呈现在观众面前，让人耳目一新。剧院院长王熙表示：“以前的皮影戏里有打斗动作，也有芭蕾舞，但用皮影表现冬奥运动项目还是第一次，演员们收获了满满的成就感。”

随着2022年北京冬奥会临近，人们对冰雪运动的关注度逐渐提升，北京龙在天皮影艺术剧院探索如何让皮影这种古老的非遗艺术与冬奥题材相结合，以童话故事的形式介绍冬奥会，让更多人了解冬奥、参与冰雪运动。《寻找雪姑娘》就是他们的第一部冬奥题材皮影戏。

《寻找雪姑娘》中的主要形象包括冰王子和雪姑娘等人物形象，和象妈妈、象哥哥敦敦、企鹅笨笨等动物形象。在迁徙途中，象哥哥敦敦碰到了丢失搭档的冰王子；小企鹅笨笨在离家出走时，遇到了和冰王子走散的雪姑娘。在小动物们的帮助下，冰王子和雪姑娘终于在冰面相遇，原来他们是冬奥会花样滑冰运动员。在欢声笑语中，冰王子和雪姑娘给动物们演示了冰球和冰壶技巧，最后还表演了花样滑冰。

由于涉及多种冰雪运动，传统的皮影戏表演并没有相应的动作程式，创作初期，演员们需要克服对冬奥会运动项目了解较少的短板。为此，他们观看了大量冬季运动会影像资料，总结出各项动作的表演要领，并把每次表演的效果拍摄下来，不断比对改进。

“皮影戏表演时，影人在屏幕上完成的每一次打球、玩冰壶、花样滑冰等动作，都需要后台演员的默契配合。完成抛跳等高难度动作时，每个影人更是需要至少两名演员的配合操纵才能完成。经过3个月的排练，这部戏才打磨成现在这个样子。”王熙介绍说。

为了让皮影舞台上的人物形象亲切动人、贴近青少年观众，《寻找雪姑娘》还特意设计了大象、企鹅等动物形象，在讲述中融入童话情节，上演了一出人与动物的冰雪奇缘。“冰球像是在冰上打曲棍球，要求运动员既要会滑冰，还得会打曲棍球”“你们看，他们拿的冰壶，像不像一个大象棋”……表演中，不乏这类生动通俗的台词，激发观众走近冰雪运动的热情。

除了表演生动，《寻找雪姑娘》的影人形象也可圈可点。作品中冰王子和雪姑娘的造型，设计灵感来自冰上运动“双人花样”滑冰服饰。冰王子的服饰纹样采用“火苗”装束，寓意这项运动活力四射、热情似火；雪姑娘的服饰采用“雪花”装束，寓意晶莹剔透、动感柔美。“这两种图案的纹饰也恰是传统皮影艺术常用的，千年非遗与冰雪运动巧妙融合，相得益彰。”王熙说：“我们还根据本届北京冬奥会跳台滑雪、俯式冰橇、花样滑冰、冰球、冰壶等15种运动项目的动作特点，以北京皮影造型为基础，研发了15件‘冰雪皮影精雕作品’，打造成系列冰雪主题皮影壁灯《冰裳蝶舞》。希望大家能通过皮影戏和这些衍生品艺术感受到传统艺术的现代活力。”

讲述有温度的黄河故事

赵聪

“黄河落天走东海，万里写入胸怀间。”黄河寄寓着中国人瑰丽的想象和深厚的情怀，黄河文化的血脉奔流不息、绵延不绝。近日，由浙江卫视推出、旨在创新挖掘黄河文化的电视节目《奔跑吧·黄河篇》第二季收官。作为国家广电总局2021年重点项目，《奔跑吧·黄河篇》第二季围绕“奔跑吧幸福河”的主题，有机融合趣味性与公益性，多角度讲述有温度的黄河故事，充分展现两岸百姓生活的巨大变化，突出展示近年来黄河沿线在生态、经济、文化、民生等方面取得的成就。

本季节目在主题设计、游戏策划等多方面纵深节目立意，融入地方文化、素人互动、公益活动等元素，拓展节目的内容深度与价值内涵。如第一期节目从山东寿光启程，以“种子是农业的芯片”为题眼，通过错位传声猜方言、竞拍挑战、销售农产品等一系列别出心裁

的游戏，引入当地特色美食、人文风貌和现代化农村建设，揭秘山东寿光农民的科技兴农之路。节目特别邀请了三元朱村老党支部书记王乐义亲自讲述，王乐义说：“我们这个村富了不算富，这个县富了也不算富，全国的农民兄弟都富了，那才叫真正富了。”一番讲述展现了三元朱村人“先富带后富，同奔富裕路”的家国情怀，令人感动。

本季《奔跑吧·黄河篇》也在深入“黄河生态经济带”沿线城市的过程中，不断融入了保护地方方言、关注专业技术人员缺口、消除职业教育偏见等现实议题。一方水土培育一地方言，“错位传声猜方言”游戏展现出山东寿光人的憨厚幽默；敲响兰州特色太平鼓，节目用“攒劲”“莎莎”“杂心疼”等方言刻画了兰州人的奔放爽利。在济南，节目通过挖掘机跑跳板、创意烹饪等趣味化的技能比拼，呼吁社会增强对职业教育的关注。

文化只眼

中国原创动画，支撑全球化供给

苗春

11月20日，哔哩哔哩（以下简称B站）举办了2021-2022中国原创动画（以下简称国创）作品发布会，一口气推介了《三体》《雾山五行·犀川幻紫林》《时光代理人》第二季等51部新作，并启动“寻光”计划，挖掘与扶持更多国创作者。尤其鼓舞人心的是，B站副董事长兼首席运营官李旎将2018年为国创提出的口号：MADE FOR CHINA（为中国创作），改为MADE FOR GLOBAL（为全球创作），希望国创能代表中国文化走出去，成为全球流行的文化产品。

国创取得的优异成绩给了B站提出这个新口号的底气。据介绍，4年来，B站共上线430部国创作品，其中178部由B站出品。一系列高质量作品的出现，证明国创已经成为不可忽略的内容新势力。如《时光代理人》通过取材自真实事件的情节，传递中国式的人文关怀，上线

后总播放量超1.8亿，不仅引发国内用户广泛讨论，也吸引了大量海外用户关注，进入海外全球动画排行榜前20名。如今，B站国创作品主题日益多元，吸引了越来越多观众，过去4年里，B站国创作品累计观看人数已突破3.4亿，观看时长突破19.2亿小时，年平均增长率达40%。

通常认为，动画比很多艺术形式更容易突破年龄、种族、语言的隔阂。自2020年至今，B站已有24部作品在海外上线。2021年，美国奈飞、日本索尼等公司首次购买了《天官赐福》《时光代理人》等国创作品版权。

这只是开始。李旎表示，未来，国创将进一步拓宽题材，充分发挥想象力和创造力；真实地表达情感，触达观众心灵；努力提升工业化水平，打造出更多完整和成熟的产品，支撑全球化供给。

公益阅读走进云南小学课堂

张子航

“小妖精学会了立春做春饼，秋天打栗子糕，冬至包饺子……”一双双黝黑的眼睛聚精会神地盯着讲台上正在讲故事的老师，生怕漏掉一个片段。近日，由中信出版社作者、编辑一行5人组成的公益小组来到云南省屏边苗族自治县中信半坡希望小学、元阳县黄毛岭乡大山小学等6所学校，在5天时间里，为孩子们带来了16节生动有趣的“梦想课堂”，课程内容涉及历史、艺术、传统文化、自然科普等。

《骑马看中国》《颜色里的中国画》作者曾孜荣以12幅历史名画中的马为线索，给孩子们讲授了一堂堂妙趣横生的“马背上的艺术课”。他还生动解析了“一马当先”“马失前蹄”“马首是瞻”等和马有关的成语，授课内容集艺术课、历史课以及语文课为一体，受到孩子们喜爱。

教师队伍中，一位叫单琪的老师尤其特殊。出生在云南的她对这片土地有着深厚的感情，她知道这里的孩子们缺少什么、需要什么。在为同学们精心准备的自然科普手工课上，单琪从叶子颜色变化的规律讲起，和同学们一起手工制作叶子书签，带孩子们认识植物，走近自然。单琪说：“希望这次活动能点燃孩子们学习自然知识的热情，从兴趣出发，借助课堂和阅读了解更为广阔的世界。”

今年是中信出版社到云南省偏远地区开展公益活动的第三年。面对孩子们的提问“你们还会再来吗”，参与活动的作者、编辑坚定地说：“一定会再来。”