

国潮文化与全球认同：中国元素在国际交流中的融合与创新

朱耀祥 郭惠

山东石油化工学院

DOI:10.12238/er.v7i12.5651

摘要：随着中国综合国力的不断提高，中国优秀传统文化在全球化交流中形成了以“国潮文化”为代表的文化潮流。在过去，国际对于中国优秀传统文化的理解仅限于传统媒介及相关人文书籍，从而导致了中国文化对外传播不足，文化传播路径不符合发展潮流及国际上存在对中国文化偏见等一系列的问题，这些问题造成了如文化差异、文化偏见、文化歧视等现象。为此，本文拟采用：功能分析法、文献计量法，跨学科研究法进行研究。为应对上述问题，本文提出应加强中国文化对外传播顶层设计，摒弃传播公式化思维，创新对外传播形式等方法，以包容性的态度促进跨文化对话，以期能够促进中国优秀传统文化的对外传播及发展为目的，最终大力推动全球文化多样性共荣继续向好的发展。

关键词：国潮文化；跨文化交际；对外传播

中图分类号：G12 **文献标识码：**A

National Tide Culture and Global Identity: the Integration and Innovation of Chinese Elements in International Exchanges

Yaoliang Zhu, Hui Guo

Shandong Institute of Petroleum and Chemical Technology

Abstract: With the continuous improvement of China's comprehensive national strength, China's excellent traditional culture has formed a cultural trend represented by China-Chic culture in the global exchange. In the past, the international understanding of China's excellent traditional culture was limited to traditional media and related humanistic books, which led to insufficient dissemination of Chinese culture to the outside world, cultural dissemination paths that did not conform to the development trend, and a series of problems such as international bias against Chinese culture. These problems have caused phenomena such as cultural differences, cultural biases, and cultural discrimination. Therefore, this article intends to use functional analysis method, bibliometric method, and interdisciplinary research method for research. To solve the above problems, this article believes that it is necessary to strengthen the top-level design of Chinese culture's external communication, abandon formulaic thinking in communication, and innovate forms and methods of external communication. The purpose is to promote cross-cultural dialogue with an inclusive attitude, the expectation of promoting the dissemination and development of China's excellent traditional culture to the outside world, and finally promote the continued positive development of global cultural diversity.

Keywords: National culture; Cross-cultural communication; External communication

引言

（一）国家政策对国潮文化的引领性作用

2022年8月16日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《“十四五”文化发展规划》，强调文化建设要通过推动文化和科技深度融合，强化文化赋能，提升文化创新创造活力，以实现2035年建成文化强国的发展目标，同时也为国潮文化的发展提供了长远规划和方向，奠定了“国潮文化”

发展的基本基调。

在依托“一带一路”建设基础上，中国与各国深化合作与交流，以“全要素合作”促进人类命运共同体的发展，寻求人类共识，构建共同的文化价值，又为“国潮文化”的发展提供了现实途径。

（二）国潮文化概述

“国潮文化”作为中国传统文化与现代创新精神的结合，

其中蕴含的当代中国价值观念正伴随着全球化的推进，与世界文化深入交流并创新融合，促进中国与世界的发展。“国潮文化”通过新媒体将中国元素以创新的形式呈现给世界，促进了文化的相互理解和全球认同。

然而，“国潮文化”在走向国际的过程中也面临着如何在保持文化特色的同时实现创新，如何在全球范围内建立起正面的文化形象，以及如何在不同文化间的交流与碰撞中寻求平衡的问题。本研究应用应用语言学，跨文化交际学的知识探讨“国潮文化”在全球认同中的作用机制，分析其在国际交流中的融合与创新路径，为中国文化的全球传播提供策略和思路。

一、跨文化交际理论概述

（一）跨文化交际

跨文化交际（Intercultural Communication）是指来自不同文化背景的人们在交流过程中，通过语言和非语言的方式，理解和适应彼此的文化差异，以实现有效沟通和交流的能力的学科。有效的跨文化交际能够促进不同文化之间的理解和尊重，减少误解和冲突，增进相互之间的合作与和谐。

本文运用跨文化交际的理论中的哈尔和霍夫斯泰德的洋葱模型（Hall and Hofstede's Onion Model）、跨文化能力模型（Intercultural Competence Model）和交际适应理论（Communication Accommodation Theory），以探讨中西方文化的差异、思维差异、行为差异、价值差异及底层逻辑，分析“国潮文化”在全球范围内的传播机制，评估其对提升中国文化全球认同感的贡献。

本文通过跨文化交际的相关理论，为“国潮文化”对外传播的相关实践举措提供理论依据，为理论研究提供正确的理论指导。通过分析“国潮文化”对外传播的价值观层面，文化交流层面，分析背后的跨文化交际内涵，探讨背后的实际意义。

（二）跨文化交际中的文化差异与文化适应

依据Berry的文化适应理论：即提出了一个双维度模型，考虑保持传统文化和身份的倾向性，以及与其他民族文化群体交流的倾向性，并形成了四种文化适应策略：整合、同化、分离和边缘化。“国潮文化”作为一种文化现象，它的发展是依托着政治经济的发展，并在其中不断吸收不同的文化，取长补短，交流创新。因此，本文认为在“国潮文化”在国际交流过程中对处于弱势地位的文化存在着整合、同化、分离和边缘化风险，并在交流中产生新的文化趋势。这一点与美国人类学家爱德华·T·霍尔（Edward T. Hall）在他的著作《无声的语言》（The Silent Language）中提出的高语境文化（High-context culture）与低语境文化（Low-context culture）概念相似。中国作为高语境文化国家具有悠久的历史，其文化的传播类型与方式多样。基于此，习近平总书记提出：“在

5000多年文明发展中孕育的中华优秀传统文化，在党和人民伟大斗争中孕育的革命文化和社会主义先进文化，积淀着中华民族最深层的精神追求，代表着中华民族独特的精神标识^[1]。”因此，以“国潮文化”为代表的中国文化，在世界掀起一股‘中国热’，是有其历史规律和现实意义的。

正如习近平总书记所说“不同国家、民族的思想文化各有千秋，只有姹紫嫣红之别，而无高低优劣之分。每个国家、每个民族不分强弱、不分大小，其思想文化都应该得到承认和尊重^[2]。”文化相对主义的理论认为：每个文化都有自己的价值和标准，这些标准和价值是平等的，没有优劣之分，因此在“国潮文化”跨文化传播中，应该尊重每个文化的差异，尊重文化的多样性。

二、国潮文化对外传播现状及挑战

（一）“国潮文化”在国内外市场的表现

党的十八大以来，我国文化产业进入全面创新发展的新阶段。“数字+文化”催生出文化领域的大量新兴业态，博物馆文创产品受到热捧，新文创成为消费新亮点。2023年中国“国潮”经济市场规模达到20517.4亿元，同比增长9.44%，预计到2028年将突破30000亿元。这表明“国潮文化”在国内市场已经形成了庞大的经济规模，并且呈现出稳定的增长趋势。

截至2016年底，我国国际广播电台在海外建有地区总站、驻外记者站等近100个机构和4115个听众俱乐部，汉语覆盖全球98%以上的受众。中华文化影响力日益增强，国家文化软实力得到提升。

（二）“国潮文化”面临的主要挑战

“国潮文化”在实际发展中不可忽视文化差异和文化适应的问题。

文化差异方面：国产大型IP电视剧《甄嬛传》经过翻拍，在海外广受好评。但我们仍可以在美版的《甄嬛传》中，看出中西方的文化差异及其背后不同的文化背景。例如，《甄嬛传》中二十四位嫔妃以及女主角甄嬛的身份“小主”“答应”“贵人”“妃”“贵妃”等。以中国传统的封建礼教，可以清晰地理解其背后的等级划分的不同。而西方的封建王朝对于君主的妾室并未有复杂称谓。例如，在英国，国王的非正式伴侣可能被称为“mistress”，但这并非正式的称谓，也没有相应的社会地位。在法国，国王可能有“maîtresse en chef”（首席情妇），但这更多指的是国王公开的情妇，而非具有法律地位的妾室。在西班牙，贵族可能有“amante”（情人），但这同样不是正式的称谓。

文化适应方面：基于中西方文化背景的不同，美版《甄嬛传》在制作和宣传的过程中，侧重文化适应方面，通过异化与同化的方式，将中国文化的内涵与意象生动形象的表达出来，正确理解中国的相关传统与习俗，达到传播中国文化

的目的。例如,《甄嬛传》中“赏你一丈红”可译为“Enjoy your slow torture to death.”原作中的“一丈红”是指一种可以致死的刑罚,而“torture”为“折磨”,“enjoy”为“享受”这里是体现中国古代君臣之间“雷霆雨露,皆是君恩”的含义,能过更好的帮助观众理解华妃的骄纵与狠毒。“不知道有多少人盯着朕的这张龙椅”可译为“Heaven knows how many people have their eyes fixed on this throne”原作的龙椅并非真的指刻有龙的椅子,而是代指皇位,但西方刻有龙的椅子并未有这层含义,所以选取了有近似含义的皇冠“throne”来与之对应。你说这……这太阳打哪出来了?”译作“And pigs may well fly!”原文想表达对听话者反常行为的惊讶,用“太阳打哪出来了”表现一种反常态、不可思议的感觉,译者选用英语里有近似意思的习语来营造同样的氛围,自然恰当地表达了原作的意思,不让受众失去观赏的兴致。

三、“国潮文化”对外传播的路径分析及案例研究

(一)“国潮文化”对外传播的路径

1.通过媒体与网络平台的传播

短视频以其具有全球领域普遍接受的内容形态兼具分享性与社交性的特点,既将现代场景与中华传统元素相结合,呈现出丰富立体的视听画面,又以多元创新手法诠释古老文明的现代意义。近年来,我国媒体深耕短视频领域,已建设一批官方主流媒体与民间自媒体并行的短视频传播矩阵。新华社、央视总台等主流媒体以及李子柒等自媒体账号的结合,有效填补了中华文化对外传播宏大叙事下个体化叙事的真空,让更多海外用户感受到中华田园之美。^[1]例如:You tube中关于中国对53个国家实行144时免签政策的相关视频及衍生出的“China travel”的热潮。再例如2024年8月《黑神话:悟空》已经跻身于世界佳作的前列,它将中国传统文化的美丽展现的淋漓尽致。

2.通过国际文化交流活动的传播

国潮品牌与国际品牌进行跨界合作。利用国际体育赛事作为展示平台,将中国优秀传统元素与现代化的设计理念相结合并通过与国际品牌的跨界合作,打通国际市场(李宁与NBA球星的联名款),打造来自中国,属于世界的,独一无二的国际化文创产品(如北京冬奥会期间,通过吉祥物“冰墩墩”等文化产品传播中国文化)。

(二)典型案例研究

1.关于中国网络文学的海外传播规模

截至2023年,中国网络文学海外市场规模超过40亿元人民币,显示出强劲的增长势头。海外网络文学用户超过1.5亿人,遍布全球200多个国家和地区。“截至2022年底,中国网文出海译作总量超过50万部,形成15个大类100多个小类^[3]”中国网络文学出海主要地区的前三名分别是

东南亚、北美、欧洲,中国网络文学出海作品题材的前三名依然是古言现言、都市职场、玄幻奇幻。鉴于东南亚历史上存在殖民时期,且殖民国家大多来自欧洲,本研究可基于相似的文化背景(欧美文化)分析,中国网文玄幻奇幻类型与欧美文化中的古神话传说有异曲同工之妙,而中国网文中的古代小说与欧美文化中的封建王朝的传统习俗迥异,这使人们在跨文化交流中基于不同的文化背景而产生文化猎奇的兴趣。我们也不可忽视经济全球化在其中的作用,以各个国家的经济贸易往来为依托,各国在全球化背景下产生的新的生活方式与观念,在全球范围内不断的传播。中国网文的现代言情与都市职场类型恰如其分的反映了当下中国青年的心理和诉求,同时也迎合了世界多数青年的主张。这反映了跨文化能力是依托文化的相似性而开展,同时依托文化的差异性而交流。跨交际适应机制会将伴随着全球化的不断发展而日益完善。

2.关于中国网文的内涵(与西方比较)

依据荷兰社会心理学家吉尔特·霍夫斯泰德(Geert Hofstede)提出的洋葱模型,文化应分为“符号”“英雄”“仪式”“价值观”等层次。中国网文依托“符号”(即不同的语言形式),将不同的文化串联起来。西方文化推崇个人英雄主义,代表人物如罗宾·蜘蛛侠等。而中国网文与中国传统文学的不同之处就在于,网文一般会讲述一个小神功秘籍最终成就自己,拯救天下苍生。通过对“英雄”“仪式”的刻画(即社会活动中模式和程序的固定),反映了文化中的信仰和行为习惯。即中国文化中所蕴含的“拯救苍生”理念,也是霍夫斯泰德主张的集体主义理论的具体体现。这种在现实生活中难以实现的情节能够人物从零开始成长为一代大师的历程,通过不断打怪升级,有异曲同工之妙,可以满足中外国读者的共通需求。很好地满足人类的普遍趣味,与西方文化中的个人英雄主义有异曲同工之妙。^[4]

中国网文依靠题材创新,叙述模式新颖等方式找到全球共同感,实现了跨文化的情感共鸣。^[5]根据艾瑞咨询报告:“海外读者选择阅读中国网络文学,主要是被中国网文新奇的情节所吸引,占比达到56.0%^[6]。”海外网文平台Wuxiaworld在2023年7月17日的流行周榜上,《九星霸体诀》(Nine Star Hegemon Body Art)、《剑道第一仙》(First Immortal of the Sword)均为中国网络文学作品,且都是表现传统中华文化题材的作品^[4]。从主题上看,无论是玄幻、仙侠还是穿越、灵异,往往都与扶弱济贫、伸张正义、沉冤昭雪等联系在一起,该类主题正体现了中国传统文化中的儒道精神,因此使“作品尽显中国风格与中国气派,鲜明地体现了中国的审美旨趣^[7]。”

3.中国网络文学的海外传播方式主要包括以下几种:

其一,翻译“出海”:中国网络文学通过线上(在线翻

译、利用人工智能技术进行翻译)线下(专业翻译团队)相结合的方式,将跨文化能力模型运用在网文海外探索中,无论是人工翻译还是AI翻译都将自身的文化意识,文化知识与海外文化相结合,以批判性思维探索中国网文“出海”新模式。

其二,依托海外进行本土化传播:网文出海过程中注意接纳融合西方本土文化,如受到广泛欢迎的《诡秘之主》就使用了西方文学作品中常见的“蒸汽朋克与魔幻”的设定,糅和美国的“克苏鲁(Cthulhu)”文化,打造出一个西方包装的中国故事,这本网络小说在起点国际平台上一经上线就成为全球奇幻题材热度榜首。经典大型IP如:《花木兰》《功夫熊猫》等西方作品那样,用他国文化元素讲本国故事,属于“国潮文化”对外传播的典型案例。

其三,IP改编传播:依据跨文化适应性理论,大型IP作品,依靠情感传递,感性认知以及行为适应,将中国文化创新性的发展,打开了中国优秀传统文化在国际上传播的新途径。从传播的影响来看,阅文IP改编的影视作品如《庆余年》第二季等在海外电视台和主流视频平台播出,圈粉全球。《赘婿》等16部中国网络文学作品被大英图书馆收藏,开创了“中国网络文学走进国际大型图书馆的先河”^[8]。《三生三世十里桃花》“取得亚马逊、Asian Literature畅销榜第三名、Kindle Edition畅销榜的亚洲文学区图书第一名佳绩”^[8]。

网络文学的传播得益于其丰富的想象力和创意,以及与现代生活方式的契合。它为海外读者提供了了解中国当代社会的新视角,并作为国潮文化的重要组成部分,其海外传播不仅促进了中华文化的国际影响力,也展现了中国文化的软实力和创新能力,成为中国文化输出的一个新现象。

四、国潮文化对中国发展及全球发展的作用

(一) 国潮文化对中国发展的影响

以“一带一路”倡议为契机,“国潮文化”随着中欧班列,西部陆海新通道,中老铁路(China-Laos Railway)以及空中丝绸之路在世界范围内传播开来,展示着中国文化的魅力,提升了中国文化的国际影响力和吸引力。“国潮文化”体现了中国经济快速发展和文化自信,在经济全球化中为中国品牌走向世界提供了精神支撑。同时,呼应着人类命运共

同体的理念,以文化多样性共荣促进文化多样性发展。

(二) 国潮文化对全球发展的作用

伴随着文化全球化的不断发展,“国潮文化”作为一种文化现象深入全球化的视野,我们更应在其中保持自身的身份构建,即对本土文化、民族、宗教等多重身份的认同;也应在全球化与本土化(Globalization and localization)的结合中保持自身的文化自觉和文化自信,正确理解文化冲突和文化融合,并在其中深入理解全球公民意识,丰富人类命运共同体内涵。

[参考文献]

- [1]习近平谈治国理政:第2卷[M],外文出版社2017.
- [2]习近平著作选读:第1卷[M].北京:人民出版社,2023:282,230,278,536,254,280,279,35-36,285,280,228
- [3]中国社会科学院文学研究所网络文学发展研究报告课题组.《社科院专刊》2023年4月14日总第640期
- [4]席正,陈志远.中国文化走出去路径研究——基于网络文学海外传播的启示[J].采写编,2024,(02):166-168
- [5]敬鹏林,耿文婷.文学史视角下的中国网络文学走出去[J].出版发行研究,2023,(07):86-92.DOI:10.19393/j.cnki.cn11-1537/g2.2023.07.028
- [6]中国网络文学出海研究报告2020年[C]//艾瑞咨询系列研究报告(2020年第8期),2020:42
- [7]栾荷莎.中国文学海外传播的新进展及启示[N].中国社会科学报,2022-06-13(4)
- [8]欧阳友权.中国网络文学年鉴·2020[M].北京:新华出版社,2021:346

课题项目:

本论文资金支持来源于高校大学生创新项目,项目名称是:“跨文化视域下“国潮”文化对外传播路径及方法研究”。项目编号为DC2024143。

作者简介:

郭惠(1976.4)女,汉族,山东茌平,硕士,讲师,研究方向:英语语言文学。

朱耀祥(2005.7),女,汉族,山东临沂,2023级本科生,研究方向:英语专业。