

# 跨媒介叙事视域下中国地方戏曲文化的 对外传播之路探索

庄严

四川外国语大学 英语学院, 重庆 400031

DOI: 10.61369/VDE.2025180017

**摘 要 :** 在全球化背景下, 中国地方戏曲文化作为中华优秀传统文化的重要载体, 其对外传播是提升国家文化软实力的关键举措, 然而传统传播模式受渠道、内容、文化差异等因素制约, 难以满足国际传播需求, 跨媒介叙事以多媒介协同构建故事世界为核心, 为地方戏曲文化对外传播提供了新路径, 基于此本文将分析跨媒介叙事视域下地方戏曲文化对外传播的优势以及中国地方戏曲文化对外传播的现状、困境, 对其传播路径展开深入探讨, 为地方戏曲文化全球化传播提供理论与实践参考。

**关 键 词 :** 跨媒介叙事; 地方戏曲; 对外传播; 传统文化; 表演; 受众

## Exploration of the International Communication Path of Chinese Local Opera Culture from the Perspective of Transmedia Storytelling

Zhuang Yan

School of English Studies, Sichuan International Studies University, Chongqing 400031

**Abstract :** Against the backdrop of globalization, as an important carrier of China's excellent traditional culture, the international communication of Chinese local opera culture is a key measure to enhance the country's cultural soft power. However, the traditional communication model is restricted by factors such as channels, content, and cultural differences, making it difficult to meet the needs of international communication. Transmedia storytelling, which centers on the collaborative construction of a story world through multiple media, provides a new path for the international communication of local opera culture. Based on this, this paper will analyze the advantages of international communication of local opera culture from the perspective of transmedia storytelling, as well as the current situation and predicaments of the international communication of Chinese local opera culture, and conduct in-depth discussions on its communication paths, so as to provide theoretical and practical references for the global communication of local opera culture.

**Keywords :** transmedia storytelling; local opera; international communication; traditional culture; performance; audience

### 引言

中国地方戏曲文化历经千年积淀, 形成了昆曲、川剧、京剧、越剧等300多个剧种, 每种剧种都承载着地域文化基因与民族情感, 传统传播模式中, 地方戏曲多依赖海外舞台演出、文化节参展等线下形式, 传播范围有限, 互联网传播也多为零散的视频上传, 缺乏系统性<sup>[1]</sup>, 作为一种新兴的叙事方式, 跨媒介叙事打破了传统单一媒介的限制, 强调文化可以利用多种传播方式或者平台构建完整故事, 将这一理念应用于地方戏曲传播, 可整合影视、游戏、新媒体等多元媒介, 以沉浸式、互动性体验打破文化隔阂, 推动地方戏曲从小众欣赏走向国际共鸣。

### 一、跨媒介叙事视域下地方戏曲文化对外传播的优势

#### (一) 打破单一媒介局限, 实现文化传播的多维度覆盖

跨媒介叙事围绕整合多种媒介形态, 如文字、影像、音频、

数字交互媒介等, 为地方戏曲文化对外传播构建起多维度、立体化的传播网络, 彻底打破传统单一媒介的传播局限, 在此基础上, 可将地方戏曲文化拆解为适配不同媒介的内容模块, 每种模块对应不同的受众接触场景, 能够精准触达海外不同群体的媒介

使用习惯,实现“全场景覆盖”<sup>[2]</sup>;同时跨媒介叙事可利用不同媒介的特性,完整呈现地方戏曲文化的多元内涵,地方戏曲文化包含舞台表演、服饰道具、音乐唱腔、故事内核、民俗背景等多层面内容,基于跨媒介视域下,可以利用数字交互媒介拆解服饰道具的细节并标注文化符号<sup>[3]</sup>,利用音频媒介解析唱腔的音乐结构,利用文字媒介梳理故事背后的历史民俗。

## (二) 降低文化认知门槛,增强海外受众的文化认同感

地方戏曲文化因承载着中国独特的语言体系、民俗习惯与审美范式,在对外传播中常面临“文化折扣”问题,海外受众因缺乏文化背景知识难以产生共鸣,而基于跨媒介叙事,地方戏曲文化对外传播可借助本土化适配与互动式体验,降低文化认知门槛,逐步建立海外受众的文化认同感<sup>[4]</sup>,一方面,跨媒介叙事可针对不同国家的受众,对地方戏曲文化的语言与符号进行“转译”,帮助海外受众跨越语言与文化符号的障碍,建立基础认知;另一方面,地方戏曲的传统叙事多遵循中国古典文学的线性结构,且蕴含大量隐喻、留白等东方叙事手法,国外受众理解起来较为困难,而采用问题前置的叙事方式,先呈现戏曲中的核心冲突,再回溯故事背景,助海外受众理解“留白”“意境”等审美理念,减少文化隔阂<sup>[5]</sup>。

## (三) 强化文化 IP 属性,提升地方戏曲文化的商业转化能力

跨媒介叙事可整合多媒介资源,强化地方戏曲文化的 IP 属性,提升其商业转化潜力,具体而言从 IP 内容开发维度来看,跨媒介叙事可将地方戏曲的核心元素,如经典角色、标志性故事、独特美学等提炼为 IP 符号<sup>[6]</sup>,再围绕 IP 开发多品类衍生内容与产品,比如以地方戏曲经典角色为核心,开发动漫 IP、影视 IP、文学 IP,为地方戏曲文化带来资金支持与传播渠道,扩大 IP 知名度,实现“文化传播+商业收益”的双赢。

# 二、中国地方戏曲文化对外传播的现状与困境

## (一) 内容吸引力不足,文化传播特质较低

传统地方戏曲的内容形态虽承载着深厚文化内涵,但与海外受众熟悉的现代文化形态存在差异,且缺乏对现代社会议题的回应,导致内容吸引力不足,同时内容创作多依赖传统戏曲从业者,缺乏与媒介创作者、文化创意者的跨界合作,难以突破传统思维局限,难以产生兼具戏曲文化内核与现代传播特质的创新内容<sup>[7]</sup>,此外内容呈现未充分考虑海外受众的文化认知水平,对戏曲文化中的核心符号缺乏针对性解读,直接以传统形态呈现,导致海外受众难以理解其文化内涵。

## (二) 价值观念不同,地方戏曲文化传播范围有限

地方戏曲文化承载着中国传统价值观念,而海外文化更强调个人主义、自由表达、多元价值,这种价值观念差异易导致海外受众对戏曲内容中的价值表达产生理解偏差甚至抵触,例如戏曲中常见的“牺牲个人成全集体”的剧情设定,在强调个人主义的文化语境中可能难以被理解<sup>[8]</sup>,同时地方戏曲文化中的大量文化符号在海外受众认知体系中缺乏对应参照,形成符号认知壁垒,每种文化符号均承载着特定的文化内涵,但其内涵仅在中华文化语

境中具有共识,在海外文化语境中缺乏对应的意义关联。

## (三) 传播渠道单一,未形成跨媒介协同传播矩阵

现有传播仍以“线下演出+传统线上平台”为主,缺乏对新兴媒介渠道的整合利用,比如线下演出受限于物理空间与成本,仅能覆盖少数海外城市与小众受众;传统线上平台虽突破地域限制,但内容形态单一,且未适配新兴媒介渠道的传播特性,难以吸引习惯使用新兴媒介的年轻受众。

# 三、跨媒介叙事视域下地方戏曲文化对外传播的实践路径

## (一) 借助戏曲文化叙事细节,筛选传播价值点

借助统一叙事锚点与科学媒介分工,将分散的文化资源与媒介资源转化为协同发力的传播合力,可以有效避免资源浪费与叙事碎片化,提高地方戏曲文化的传播效益<sup>[9]</sup>,首先从叙事核心提炼维度来看,需明确地方戏曲文化的核心叙事要素,为跨媒介叙事提供统一锚点,核心叙事要素是贯穿所有媒介内容的文化内核,需具备文化辨识度与跨媒介适配性双重特征,比如可以系统梳理地方戏曲的文化资源,包括剧目故事、表演技艺、服饰道具、音乐唱腔、民俗背景等,然后筛选具有普适性与感染力的文化价值点,排除过于小众或难以翻译的文化细节,并将筛选后的文化价值转化为具象化的叙事符号,以此避免不同媒介内容出现叙事偏差。

其次需根据不同媒介的特性与传播场景,明确各媒介的叙事功能与内容模块,为海外受众提供理解戏曲文化的认知基础,比如可以利用短视频呈现技艺动作细节,帮助海外受众建立直观文化认知<sup>[10]</sup>;最后需建立媒介间的内容联动机制,如在影像内容中提示受众阅读文字内容以深入理解文化内涵,在文字内容中嵌入音频或视频链接以丰富体验,在线下体验中引导受众关注线上媒介账号以持续获取内容,形成有效的传播链条。

## (二) 丰富和扩展内容表达,提升地方戏的文化表现力

丰富和扩展内容表达可以让地方戏曲文化在跨媒介叙事中既保留独特性,又能被海外受众感知与认同,避免因内容陈旧或表达单一导致文化表现力弱化,其一需对地方戏曲文化进行分层解构,将其拆解出核心价值层、文化符号层、历史语境层,确保每个层面的文化内涵都能被精准识别,并将解构后的文化内涵与海外受众的认知体系建立关联,避免因价值差异导致理解障碍<sup>[11]</sup>,让地方戏曲的文化内涵从抽象概念转化为更具感知和共鸣的内容,大幅提升文化表现力的深度与感染力。

其二戏曲文化应当突破单一形态复刻的局限,使表达内容既保留传统基因,又符合海外受众的审美习惯,强化文化表现力的适配性<sup>[12]</sup>,比如可将戏曲唱腔与海外流行音乐风格结合,保留唱腔韵味的同时调整节奏与编曲,让听觉体验更易被接受,同时可以根据不同媒介特性创新内容表达形式,构建戏曲虚拟场景,让受众借助 VR 设备“置身”戏曲表演场景,从多视角感受戏曲美学;其三应当对比参照需关联海外受众熟悉的文化符号,如将戏曲脸谱与西方戏剧面具对比,帮助受众建立认知关联。

### （三）加强国际多平台合作，实现全球化覆盖

跨媒介叙事视域下，加强国际多平台合作是突破文化壁垒与渠道限制，实现地方戏曲文化的全球化覆盖，首先需要筛选文化传播型主体，如海外博物馆、美术馆、文化中心、非遗保护机构等，这类主体具备公信力与文化传播资源，可承担戏曲文化的公益传播职能，如举办展览、演出、工作坊等活动，帮助戏曲文化进入海外主流文化视野<sup>[13]</sup>；其次需对接渠道覆盖型主体，如海外主流媒介平台、社交媒体账号、内容分发网络等，这类主体具备广泛的渠道覆盖与受众资源，可承担戏曲文化的规模化传播职能，如围绕平台推荐、内容定制、话题运营等方式，将戏曲内容精准触达目标受众。

最后需联合内容创作型主体，如海外动画公司、影视制作团队、游戏开发商、设计工作室等，这类主体具备专业的内容创作与IP开发能力，可承担戏曲文化的本土化改编职能，如将戏曲元素融入动画、影视、游戏、文创产品等，让戏曲文化以更贴近海外受众审美的形式呈现，以此形成传播声势，提升戏曲文化的全球影响力<sup>[14]</sup>。

### （四）构建系统化的新媒体传播体系，加大传播力度

在跨媒介叙事体系中，新媒体凭借无边界传播、强互动性、

数据化运营的特性，成为地方戏曲文化对外传播的核心载体，构建系统化的新媒体传播体系，可以实现传播力度与效果的双重提升，一方面短视频平台在各个国家快速发展并得到了广大受众的关注和喜爱，在此基础上，可以利用短视频平台的优势聚焦戏曲文化的“视觉符号层”，如技艺动作片段、服饰纹样特写、唱腔高光时刻，将戏曲角色背后的民俗故事、技艺传承人的成长经历借助15—60秒的短时长内容来快速吸引受众注意力，满足受众深度认知需求<sup>[15]</sup>；另一方面，随着中华文化在国外的关注度越来越高，在推广地方戏曲文化时可以将戏曲文化与海外受众关注的热点话题结合，借势提升传播热度，突出戏曲文化特色，引发受众好奇心，与此同时还可以借助持续互动，让新媒体推广从盲目推广转向精准运营，大幅提升传播力度与效果。

## 四、结语

综上所述，跨媒介叙事为中国地方戏曲文化对外传播提供了“破局之道”。通过构建多媒介协同的叙事体系，地方戏曲可突破传统传播局限，以“创新内容适配文化差异、互动体验深化认同”的方式，向世界展现独特魅力。

## 参考文献

- [1] 黄丽. 新媒体时代地方戏曲文化传播路径研究 [J]. 大观 (论坛), 2025, (03): 81-83.
- [2] 张恺芮. 短视频时代地方戏曲文化的传播与创新——以山东梆子为例 [J]. 喜剧世界 (下半月), 2025, (03): 10-12.
- [3] 刘涛, 邹正洪. 数字人文赋能地方戏曲文化传播策略构建 [J]. 非物质文化遗产研究集刊, 2024, (00): 295-309.
- [4] 林梦锦. 百花齐放的江西地方戏曲文化及其传播对策探析 [J]. 极目, 2024, (06): 22-27.
- [5] 刘雪颖. 新媒体时代地方戏曲文化在青年群体中的传播研究 [D]. 东北财经大学, 2024.
- [6] 李梓睿. 文旅融合背景下地方戏曲的创新发展与传播策略分析——以西安易俗社文化街区为例 [J]. 戏剧之家, 2024, (06): 15-17.
- [7] 谭志坚. “一带一路”视域下地方戏的跨文化传播困境及策略分析 [J]. 戏剧之家, 2023, (12): 18-20.
- [8] 裴玺. 文化自信语境下中国戏剧的对外传播研究——以梅兰芳赴日公演为例 [J]. 四川戏剧, 2022, (11): 45-47.
- [9] 马丽, 周雪飞, 何军. “一带一路”框架下地方戏曲文化传播的路径研究——以桂南采茶戏为例 [J]. 哈尔滨职业技术学院学报, 2022, (06): 126-130.
- [10] 陆张越. 新媒体时代地方戏曲文化传播对策研究——以豫剧为例 [J]. 明日风尚, 2022, (03): 147-150.
- [11] 李梓尧. 中国戏曲对外传播的跨文化障碍与对策 [J]. 青春岁月, 2021, (21): 20-21.
- [12] 尚昱辰. 文化“走出去”背景下的中国戏曲对外传播研究——评《海上丝绸之路上的戏曲传播》[J]. 新闻与写作, 2021, (10): 114.
- [13] 梁方. 中华文化“走出去”战略下的地方戏曲海外传播研究——以“十三五”期间武汉地区为例 [J]. 武汉社会科学, 2021, (02): 116-123.
- [14] 陈帅, 张珂. 新形势下中国文化“走出去”的战略选择——兼谈戏曲文化对外传播 [J]. 人文天下, 2020, (22): 63-65.
- [15] 宋晓荣. 中国戏曲对外传播的策略初探 [J]. 戏剧之家, 2020, (03): 32.