

跨文化视域下中国经典影视作品的叙事方法研究

——以1986版电视剧《西游记》为例

夏天乐 黄腾海 常昕*

北京印刷学院 北京 102600

【摘要】：跨文化传播是中华文化出海、构建国际话语权的关键路径，本文以1986版《西游记》为研究对象，探究跨文化视域下中国经典影视作品的叙事方法。该叙事兼具高语境文化特质与跨文化适配性，降低了认知门槛，在海外实现一定传播效果，但也因中西方价值观差异、文化符号解码偏差出现理解参差、共情传播断裂的问题。研究表明，中国经典影视海外传播需以事实分享奠定认知、价值共通构建认同、平台建设掌握主动权，打造双层叙事结构，实施差异化转译策略，构建自主传播矩阵，从文化转译走向文化共生，为中华文化载体海外传播提供实践路径。

【关键词】：跨文化传播；1986版《西游记》；文化符号；叙事学

DOI:10.12417/3041-0630.26.07.034

当下，跨文化传播已超越单纯的信息流动，成为关乎国家文化软实力与国际话语权构建的战略性议题。党的十八大以来，习近平总书记多次强调要“讲好中国故事，传播好中国声音”^[1]，这为学界指明了研究方向，如何让承载着深厚文化基因的中国经典叙事，跨越语言与价值观的藩篱，为世界所理解、所认同、所共鸣。然而，现实中的跨文化传播往往面临“文化折扣”的困境。以中国古典文学“四大名著”为代表的文化IP，其影视改编作品在海外传播时，常因高语境文化符号、东方伦理价值观以及复杂的叙事逻辑，遭遇解码偏差与共情断裂。1986版电视剧《西游记》，作为几代中国人的集体记忆与文化图腾，在走向世界过程中，其呈现的团结协作的集体主义精神与部分海外受众基于个人英雄主义所形成的“反体制英雄”解读之间，形成了鲜明的认知反差。因文化土壤不同而导致的理解参差，并非是《西游记》IP独有的遭遇，从更广视角上来看这属于中国经典影视作品在跨文化传播中面临的普遍性困境。

基于此，本研究选择跨文化传播这一核心视域，聚焦中国经典影视作品的叙事方法。笔者之所以选择这一主题，源于对两个层面问题的深切关怀：一是实践层面，跨文化传播作品应当在保持中华文化主体性的同时，摆脱“主我”的叙事视角，实现有效的跨文化对话；二是理论层面，新闻传播学领域对“四大名著”影视改编的跨文化传播研究相对薄弱，现有成果多集中于文学文本分析或跨媒介再生产，缺乏从叙事学与传播学交叉视角，对影视作品如何通过符号重构与价值对接实现传播效果优化的系统性探究。因此，本研究既是对国家文化战略的学

术回应，也是对现有研究空白的自觉填补。

1 1986版电视剧《西游记》传播历程及平台反馈

党的十八大以来，习近平总书记在不同场合和会议上多次强调中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉，揭示了中华优秀传统文化与人的全面发展在价值、理论和实践等向度上所具有的高度契合性。86版《西游记》首播后不久便远销新加坡、泰国、韩国等国，奏响了国产剧海外征程的序曲。^[2]1989年1月，该剧在日本播出，受到高度肯定。1990年前后，该剧进入越南，此后几乎每年重播。^[3]1993年，该剧在泰国第七频道首播。2014年5月，该剧在缅甸私营天网电视台（Skynet）9频道播出。^[4]缅甸媒体调查显示，该剧在缅甸受众中认知度高达100%，81%的人看过3遍以上，42%的人是在了解原著前提下观看，48%因该剧转向关注原著。^[5]南亚市场的突破发生在2016年。尼泊尔语配音版《西游记》开播，首集收视率达到45%，创下当地新纪录。非洲市场的开拓始于2010年，该剧陆续出口至加纳、坦桑尼亚等国家，在加纳热播期间，许多加纳人学会了“师傅”“悟空”等汉语词汇。2024年，受游戏《黑神话：悟空》全球走红带动。英文字幕版吸引了来自捷克、坦桑尼亚、越南等世界各地网友的评论。^[4]

社交媒体成为受众互动和二次创作的空间。抖音（海外版TikTok）上，英文配音版《西游记》引发网友热议，意义的新阐释与儿时记忆符号相联结，构成该版走红的情境与记忆基础。^[4]2024年8月，国产游戏《黑神话：悟空》全球走红，在YouTube上，带有双语字幕的86版《西游记》观看量已近400

作者简介：夏天乐（2002.8），女，北京印刷学院新闻传播学院，新闻传播学硕士在读。

黄腾海（2001.1），男，北京印刷学院新闻传播学院，新闻传播学硕士在读。

通讯作者：常昕（1982.10），女，教授，博士学位，北京印刷学院新闻传播学院副院长，研究方向主要是大众文化研究、数字媒介、阅读。

万,热度最高的评论均表示“是因为《黑神话:悟空》而来的”。^[6]

2 跨文化视域下《西游记》影视叙事的困境

86版《西游记》在跨文化传播领域,其所运用的是典型的高语境文化叙事技巧,大量信息存在于文化背景、潜台词和非语言符号中。在文化全球化的宏大图景中,中国经典影视作品作为民族文化记忆的活态载体与美学实践的结晶,其跨文化传播旅程远非简单的符号迁徙或意义转译,而是一场充满张力与悖论的文化实践。

2.1 高语境叙事与跨文化传播的先天张力

跨文化传播领域主要探讨全球不同文化体系,彼此间共通与互异的文化内涵,同时透过传播的机制降低文化冲突,并建构分享意义的管道。

克瓦西·维雷杜(Kwasi Wiredu)认为,人类种族通过语言而生存,也正是人类生存中的语言共性让跨文化传播成为可能。^[7]然而,语言上的沟通是跨文化传播的前提,在跨文化传播研究领域,不同国家所具有的不同文化底蕴,其在传播过程中所具有的高低语境转化导致文化折扣以及可能会产生的文化冲突成为横亘在跨文化传播研究中的根本性难题。中华优秀传统文化的传播基底源于儒、道、释传统,强调万物互联、阴阳平衡。叙事传播强调高语境与辩证法,更加看待事物注重背景、关系和脉络以及倾向于在矛盾中寻求统一与和谐。这种高语境的叙事特性,决定了86版《西游记》在跨文化传播伊始便面临着与低语境文化受众之间的结构性沟通障碍。

2.2 共享性中华价值观与异文化解码的认知冲突

在中国的文化语境中,86版《西游记》所承载的是本土共享价值观,即“共享性中华价值观”^[7],在86版《西游记》的传播过程中,欧美地区所具有的“不共享价值观”阻碍了西游记在欧美的传播广度及深度。外国的价值观与中国本土的价值观有冲突而不被欧美民众所接受,例如美国的个人英雄主义价值观和中国主流社会的集体主义价值观是冲突的。86版《西游记》其本土价值所宣扬的是团结协作的集体主义精神,是中华民族对“和而不同”与集体力量的推崇。

基于文化土壤的不同,中国与欧美地区价值观的“底层代码”上存在着根本性的差异。以共享性中华核心价值观进行传播的影视作品,会受到其他国家受众的“抗拒性认同”^[7]。86版《西游记》中对于“大闹天宫”的编码核心是具有多层文化符号,其编码意图是对不合理等级制度的反抗。海外受众并没有中华优秀传统文化下的儒道教文化符码,当该影片承载中国特定时代精神的编码文本进入欧洲文化场域时,国外受众会依照其特有的文化背景如个人英雄主义来进行解码,从而产生明

显的理解参差和文化误读。

2.3 符号断裂与文化折扣下的共情阻滞

“当我们的内心被激发了,我们的头脑就改变了”,多学科的情感转向(affective turn)思潮显示认知与情感紧密关联,挑战了传统研究领域情感边缘化的状况。“正如情感转向所表明的那样,对民主生活愿景的承诺必须意味着承认情感的核心和不可避免的位置。”吴飞和傅正科提出新的公共交往理论假设,强调共情在其中的重要性。^[8]86版《西游记》在对外传播的英译版本中,受众拥有的价值观是具有隔阂的,导致传播效果中的文化折扣现象凸显。

瑞士符号学家弗迪南·德·索绪尔指出,符号是具有任意性的,即能指和所指的联系是任意的。^[9]正因为语言符号具有任意性,在不同文化背景下,东西方文化差异的鸿沟成为跨文化视域下的传播障碍。中国传统文化符号在跨文化语境中产生了“能指”与“所指”的断裂,对于不具备相应文化背景的受众,其深层的文化所指大量流失。从中华文化所具有的高语境转入西方文化的“低语境”,在此过程中西方受众会在解读的过程中造成文化折扣。

在理论层面,既有研究涉及共情传播的概念界定、作用影响、因素模型等方面的探讨。赵建国将“共情传播”界定为“共同或相似情绪、情感的形成过程和传递、扩散过程。”刘海明和宋婷将“共情传播”界定为个体面对群体情绪情景时参与信息接收、感染、表达以及传递分享的行为过程。刘亚娟梳理了学界关于“共情”的概念史,共情传播的应用研究逐渐推进。^[8]剧集通过“九九八十一难”以及西游记剧中人物形象的刻画来展现中华优秀传统文化的“仁义礼智信”,对于“仁”的英译更应该倾向于译为“ren”以彰显中华优秀传统文化的多层文化内涵,而不是在英语语境中是单维度语义对应简单的“benevolence”。“benevolence”仅指向“仁慈、善意、慈善”,海外受众仅能解码出“唐僧很善良”的表层认知,难以关联儒家“仁”的伦理体系,导致编码端的复合文化意义被拆解,解码端只接收碎片化的情感符号。斯图亚特·霍尔在“编码-解码”理论中提出,异文化受众大多停留在对奇观化“能指”的主导-霸权式解码,甚至是对剧情产生误解的对抗式解码,而难以实现制作者所期望的协商式解码从而导致共情传播在受众的个人理解中无法弥合继而断裂。

3 跨文化视域下《西游记》海外传播的叙事方法解构

剧集版《西游记》能在海外传播,究其缘由是人类生存中的语言共性让跨文化传播成为可能。所有的语言在音素的构成上都是相似的,且所有的语言都不仅仅是功能角色,它们所拥有的文化形态使得人类会产生对文字认同的共性。^[7]86版《西游记》在海外传播的过程中注重利用视听媒介的先天优势和翻

译策略的精准适配形成协同效应,使剧集中的图像符号和指示符号被准确解码而无需依赖高度一致的文化背景。

3.1 符号重构:从“文化折扣”到“文化增值”

符号学视角下,文化是由各种符号构成的动态概念系统。汤林森在《文化帝国主义》中将文化定义为“特定语境之下,人们从其种种行动与经验中汲取种种意义”。虽然文化帝国主义的盛行加剧了文化间的疏离与敌视,不同的文化背景和价值观念的形成会导致《西游记》在传播效果层面会在一定程度上产生“文化折扣”,但跨文化传播的研究视角将文化的三次理论分为物质文化、制度文化和观念文化,使得跨文化传播研究视角经历了从帝国主义传播的单向流动向世界范围文化流动的历史转向,这一框架同《西游记》的符号体系相适配,使得传播者和受众开始对世界范围内普遍存在的文化混合、冲突现象有了更深入观察和思考。英文版《西游记》通过翻译方法的多重策略与符号转换,保留文化符号的独特性,避免因强行意译而导致意义流失,令英文版《西游记》在海外的传播既符合剧情发生的古代背景,又不会让观众产生误解,同时还能让他们接触到中国传统文化元素,从而让海外受众达成规划性认同实现“文化增值”。

英文版《西游记》中对于故事人名的符号重构和形象塑造是跨文化传播中最具挑战性的环节之一。从中文到英文的翻译,并不是简单字符上的转码,而是从影视传播的视角通过“事实分享”实现东西方语言符号上的“价值共通”。例如,海外剧集中,“孙悟空”的文化符号转译不再是“Wukong”,而是英文简单的“Monkey”,“猪八戒”在中文版剧集中被悟空称之为“呆子”,文化符号转译时译为“idiot”。唐僧称八戒和沙僧为在英文转译中译为“pigsy”“Sandy”,在英文语境中,“-y”后缀具有明确的呢称化功能,这种文化符号的转译可以在文化传播中消解文化负累。同时,文化转译的过程中,简洁的人物符号会降低海外受众的认知门槛。“Monkey”作为孙悟空的核心译名,直接调用英文世界中已有的“monkey”概念,使拥有不同文化背景的海外受众无需经过复杂的文化转译即可建立对角色的初步认知。跨文化转译没有追求字面对等,而是提取核心功能特征进行意译,转译过程中奠基了英文版《西游记》在海外的叙事情感基础,把可能在转译中产生的“文化折扣”巧妙实现了“文化增值”。

3.2 价值对接:从“东方伦理”到受众导向

如果说情感内核的转译是86版《西游记》“灵魂”的迁移,那么以受众导向为叙事价值对接则是其“身体”的重塑,二者互为表里,共同构成跨文化传播的完整闭环。为确保源自中国的编码能在全世界受众端顺畅解码,86版《西游记》在其传播过程中改变了传统的以灌输“中华优秀传统文化共享价值观”为基底的传播理念而是将叙事聚焦人类文明共通的文化价值,从

而消弭文化误读的张力。

1979年戴维·阿什德(David L.Altheide)和罗伯特·斯诺(Robert P.Snow)的著作《媒介逻辑》(Media Logic)将媒介逻辑定义为“一种‘看到’和解释社会事务的方式,媒介作为一种形式(form)发挥作用,通过这种形式,事件和思想被解释和行动”。^[10]在跨文化视域下,影视作品中的叙事和原材料会依据特定的国情和制度规范以及技术的操作方式通过特定的媒介逻辑被转化为特定的媒介话语。当越来越多的媒介实践被卷入到传播的过程中时,平台所具备的媒介属性则开始进行“再生产”操作。平台并非中立的传播渠道,而是具有特定内在规则与权力的行动者。但英文版《西游记》摆脱以传统的“东方伦理”为价值导向,拒绝强行给世界受众灌输东方传统文化背景下如源于儒、道、释的东方式传统文化价值观,而是通过配音的“声线贴近”与“情感传递”,使英文版《西游记》在跨文化领域按受众导向随意在国外平台(如You tube等)进行传播,实现文化价值的对接。

如果说翻译解决的是“说什么”的问题,那么配音解决的就是“怎么说”的问题,而“怎么说”在影视传播中往往更为关键。为实现东西方更好的文化价值共通,英文版《西游记》通过使配音演员声线贴近原版配音,令海外受众更能通过声画结合的方式体味原版《西游记》所蕴含的故事内核。例如通过英文版对经典台词的翻译与配音处理,中文版经典台词在转译到英文后也会同样经典,剧集角色中银角大王手拿宝葫芦大喊:“我叫你一声,你敢答应吗?”,在英文版《西游记》中译为“If I call your name,do you dare answer me?”以及女儿国国王的经典剧版台词:“不敢睁眼看我,还说什么四大皆空呢?”译为“Without the courage to open your eyes,have you achieved emptiness?”这两句台词的处理体现了“功能对等”的翻译理念。没有逐字翻译“四大皆空”这一佛教术语,拥有高语境文化背景的中华传统佛教,在直译的过程中会让西方受众产生困惑而递增中西方价值共通的“文化障碍”,而使用“emptiness”这一西方观众相对熟悉的佛教概念进行转译,同时保留了台词的修辞力量女儿国国王的质问中蕴含的情感张力,在英文版中依然清晰可感。

英文版《西游记》在翻译和配音层面,以西方受众的符号系统为参照,对已有画面进行“符号再编码”,以降低接受门槛、提升传播效果。例如将中文的含蓄婉转转化为更直接的表达以及通过配音演员的表演强调情绪的显性表达,强化情感外化并对复杂的因果逻辑进行精简,确保线性叙事清晰使得中西方受众在观看86版《西游记》时,虽处于不同的文化背景,但仍可实现价值对接,产生情感共鸣。即英文版《西游记》在叙事手法上通过“语言替换”而非“文化替换”,使西方受众理解影片内容,西方观众在听到“Monkey”的同时,看到的是

孙悟空身穿明代锁子甲、头戴凤翅紫金冠的完整视觉形象，视觉符号的文化特异性与听觉符号的可接受性形成了互补关系。传统观念常将“受众导向”等同于对源文化的削弱或妥协。但86版英文《西游记》证明，受众导向可以是一种传播策略，而非文化立场。在符号表层进行的适应性调整，恰恰是为了保护文化内核能够被更广泛地接受。

4 跨文化视域下《西游记》海外传播的叙事方法优化

4.1 从事实到价值：以“我们”的视角在情感共振中实现文化认同

86版《西游记》英文版的翻译与配音实践摒弃一味体现“他者”优势，而是遵从事实分享的有效性以及叙事框架是否与全球受众的认知图式形成对接为核心。它不是在“简化”中国故事以向全球传达共享性中华核心价值观，而是在“转译”中国故事，将高度文化特殊性的叙事框架，转化为能够与全球受众既有认知图式形成对接的普世议题。

跨文化作品的根本是在跨文化对话中实现价值的“共创”。YouTube评论区来自捷克、坦桑尼亚、越南等地的网友用英语分享童年记忆：“Priceless childhood memory!still remember the tune of the opening song so well.”“Watched this as a kid in Czech Republic,there were some scary parts.Cool.”当不同文化背景的受众围绕同一作品形成交流空间时，他们并非被动接受作品传递的价值观念，而是在互动对话中共同建构作品的意义。

这种“价值共创”的核心在于，作品提供了一个共享的叙事空间，不同文化背景的受众带入各自的文化经验与情感体验，在对话中形成多元解读，使作品既是中国《西游记》，也

是全球受众共同创造的跨文化文本。实现这一目标的关键，在于通过叙事锚点的普遍性处理降低文化折扣。

4.2 平台建设：打造自主可控的传播路径，在渠道博弈中掌握文化传播的主动权

英文版剧集的线上传播渠道提供了受众接触媒介的通路，但同时在事实分享、情感共鸣和价值共通的层面限制作品的传播。

作为跨文化传播基础设施的外国平台，提供来自他者的算法逻辑与渠道规则，破坏中文改编剧集传播路径的自主可控性，86版《西游记》英文版长期以来仰赖“借船出海”的海外传播模式。为了打破“借船出海”僵局，开创“造船出海”新篇，以剧集86版《西游记》海外传播的为例的跨文化传播自然需要打造自主可控的传播路径，减少对第三方平台的依赖，建设自主平台，同步建立受众数据分析系统，实现从“经验驱动”向“数据驱动”的传播决策转型。

党的二十大报告强调，要“加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象。加强国际传播能力建设，全面提升国际传播效能，形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权”^[11]。随着全球化的深入，文化传播的理念正从“跨文化”向“转文化”演进。“跨文化”强调文化间的差异与跨越，核心是“如何让我更好地被理解”；而“转文化”则强调文化边界的模糊与交融，不同文化元素在碰撞中生成新的文化形态，核心是“如何共同创造与共生”。在这一范式转换下，中国经典影视作品的对外叙事方法也需进行优化，从单纯的“转译”走向更深层次的“共生”。

参考文献：

- [1] 习近平.在主持十九届中央政治局第三十次集体学习的讲话[EB/OL].新华网,2021-06-01.
- [2] 语境迁移与国产剧的海外价值探寻——基于霍尔的跨文化研究视角[J].上海理工大学学报(社会科学版),2013(3).
- [3] 从文化与社会角度看《西游记》对越南观众的吸引力[J].美与时代(城市版),2017(6).
- [4] 《西游记》不止是你我的童年也是很多老外的回忆[EB/OL].长江云,2019-04-16.
- [5] 中国电视剧走出去的效度与对策研究——以86版《西游记》在缅甸的传播为个案[J].传媒,2018(22).
- [6] 《黑神话:悟空》带火《西游记》,海外观看量已近400万[N].新湖南,2024-08-28.
- [7] 单波,肖珺,主编.文化冲突与跨文化传播[M].北京:社会科学文献出版社,2015:10,22,100,2
- [8] 李赛可.“予她同行”:数字共通中的共情传播机制——基于一项女性卫生互助行动的个案研究[J].未来传播,2025,32(06):29-41.
- [9] 王丽霞,从巴赫金的对话理论看文学翻译多元主体间的融合[J].忻州师范学院学报,2017,33(03)
- [10] ALTHEIDE D L,SNOW R P.Media Logic[M].Beverly Hills:Sage,1979.
- [11] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗:在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M].北京:人民出版社,2022:46.