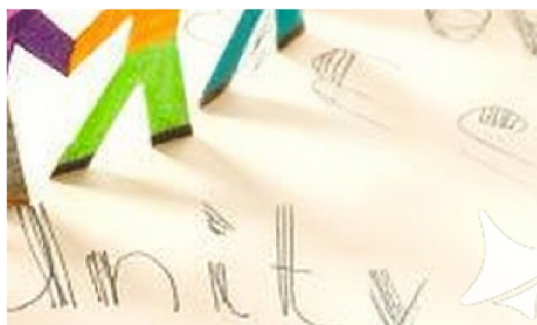


第8卷 第6期

总第84期

2025.06



文化多样性 与社会融合

CULTURAL DIVERSITY
AND SOCIAL INTEGRATION

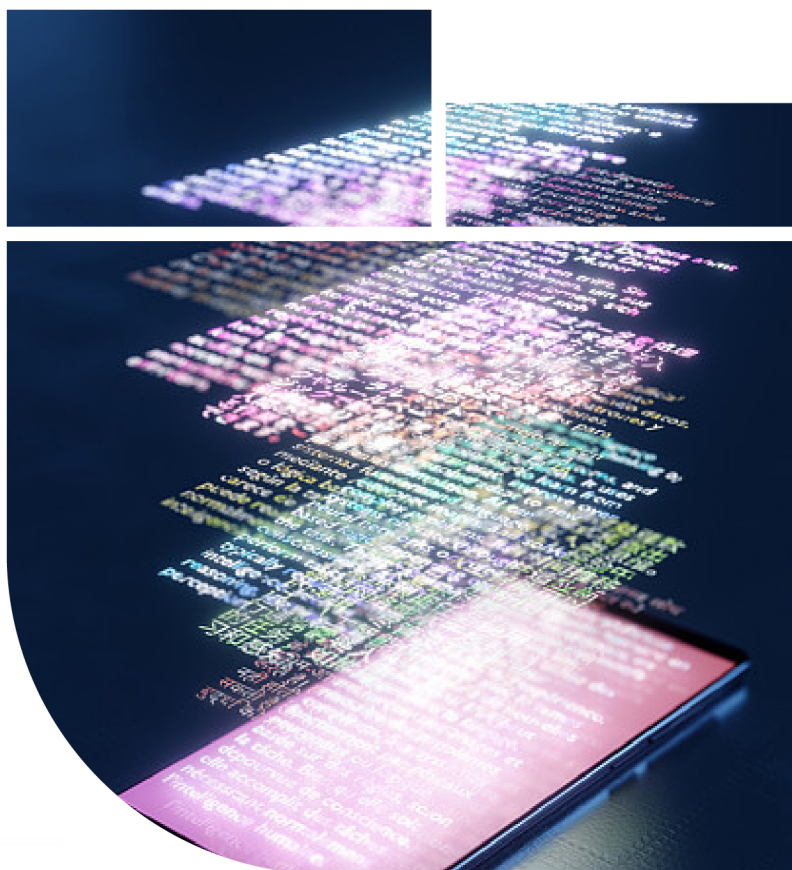


STAR SOURCE PUBLISHING
香港星源出版社

第8卷 第6期 总第84期

文化多样性与社会融合

CULTURAL DIVERSITY AND SOCIAL INTEGRATION



出版社信息

主管：香港星源出版社

主办单位：香港星源出版社

主编：李嘉荣

执行主编：周沐辰

社内编辑：

李晓珺 何语彤 宋哲尧 刘芮涵

宋靖 吴子骁 周若溪 蔡俊熙

郭云菲 叶馨尹 周桐 贾一凡

吴哲昊 沈岚 林昊恩 赵晗奕

金艾琳 陆韵泽

网址：<https://hksspub.com/>

电话：+852 6855 8145

邮箱：hksspub2022@163.com

刊期：月刊

STAR SOURCE PUBLISHING
香港星源出版社



3334 6595

目 录 CONTENTS

全球视野下的影像共情机制：文化差异与情感传递研究	苏宛清	001
“他者”的镜像：跨文化影片中的社会想象与共生伦理	林澜	006
媒介记忆与文化伤痕：后殖民叙事中的影像修复实践	方子钰	015
数字时代的叙事权力：算法推荐中的文化表征与观众塑形	贺霖川	023
跨文化语境下的灾难影像与社会情感政治	姚伊宁	029
影像中的“身份拼贴”：多文化社会的视觉再造与社会重构	陈可昕	038
从文化再现到社会共情：国际纪录片的伦理转向	张葭	044
全球电影节中的文化流通机制：影像政治与“软实力”重构	沈以恒	057
AI 叙事生成与文化伦理界限：技术社会中的影像创造者角色	杜芷熙	064
跨文化传播的社会心理机制：受众解读与文化再语义化	李晨奕	070
都市影像与移民叙事：全球城市中的文化适应经验	高颂然	077
视觉文化与社会性别：跨文化电影中的女性视角革新	蔡心茹	085
集体记忆与民族影像：从历史重述到文化疗愈	王以恬	093
数字社群与文化归属：虚拟空间中的跨文化身份建构	刘嘉彦	100
文化焦虑与影像转译：跨语境传播中的误读与共情	梁柏汶	107
从“文化翻译”到“文化再造”：跨文化语境中好莱坞电影中的中国形象重构研	李思言	115
后真相时代的视觉叙事：影像真实性的伦理与政治边界	程若潼	119
跨文化教育影像的社会启蒙功能：视觉叙事与价值共建	邱慕晴	127
“全球南方”的影像自述：文化不平等与再叙事权的争	韩语晨	135
未来记忆与文化融合：科幻影视中的人类共同体想象	唐书然	143

从“文化翻译”到“文化再造”：跨文化语境中好莱坞电影中的中国形象重构研究

李 思 言

(北京 北京外国语大学 100089)

摘要：

在全球传播背景下，好莱坞电影对中国文化形象的呈现已从“文化翻译”逐步转向“文化再造”。本文以跨文化传播理论为基础，结合东方主义、文化翻译与身份建构等理论视角，梳理了好莱坞中国形象叙事的历史演变，并选取《花木兰》、《功夫熊猫》系列和《长城》等代表性影片为案例，探讨其对中国文化元素的重构逻辑。研究发现，好莱坞在叙事实践中常以符号化、类型化手法处理中国元素，形成一定程度的文化扁平化与语境剥离。同时，通过分析观众反馈，发现中国形象的接受呈现出多元化趋势，观众对“被代表”身份存在协商与回应。研究进一步指出，中国影视作品正在从模仿向主动构建文化叙事转型，尝试以本土视角参与全球文化表达。本文旨在揭示好莱坞叙事机制中潜在的文化权力逻辑，并为中国文化“走出去”战略提供传播路径参考。

关键词：跨文化传播、文化翻译、文化再造、文化代表性、中国形象

一、引言：当中国文化被“翻译”成全球商品

1.1 跨文化传播的当代表征

随着全球文化交流的加速，西方主流电影，在全球文化传播体系中扮演着重要角色。与此同时，中国作为世界第二大电影市场，其文化元素正被频繁嵌入国际影视语境，成为可被消费的“文化商品”。在这种语境中，中国文化不仅作为叙事素材进入全球视野，更以一种被“编码”的方式接受再诠释，反映出跨文化传播中复杂的权力结构与认知机制。

1.2 中国形象的“全球化重塑”问题

近年来，从《花木兰》到《功夫熊猫》，中国文化元素在好莱坞电影中频繁出现。然而，这种表面上的文化接纳，往往隐藏着对中国形象的重构与异化。一方面，部分作品通过视觉符号展现中华文化的魅力，另一方面，也不可忽视其中的文化片面化、标签化与他者化倾向。中国形象在全球叙事体系中如何被塑造、表达和接受，已成为跨文化传播研究的关键议题。

1.3 “文化翻译”困境与“文化再造”提出背景

传统的“文化翻译”理论主要强调文化在语言与意义层面的互通与适配，但在高度商业化与政治化的跨国媒体环境中，这种“翻译”往往不止于语言层面的转换，更涉及文化意图、叙事主导权与身份建构。当“文化翻译”无法准确传达原生文化语境时，便转向“文化再造”，即在原文化基础上进行符号重构和叙事再塑。这一过程不仅反映了传播主体的话语主导地位，也揭示了文化身份在全球叙事结构中的权力边

界。

1.4 研究动因、研究问题与研究路径概述

已有研究多集中于中国元素在海外传播过程中的接受效果与翻译策略，然而，对好莱坞电影中中国形象的“再造机制”缺乏系统化分析，尤其是在理论维度上对“文化翻译”与“文化重构”的关系仍存在阐释空白。论文将采用文本分析与观众接受研究相结合的方法，选取《花木兰》《功夫熊猫》《长城》等代表性影片为分析对象。

二、从“他者”想象到“话语转向”：好莱坞中国叙事的历史演进

2.1 “神秘东方”的诞生：从早期异域奇观到冷战反派

好莱坞对中国的叙事建构最早可追溯至20世纪初，其形象塑造深受“东方主义”影响。早期电影如《上海快车》中，中国被描绘为一个充满奇观、危险与神秘的异域空间。在这一阶段，中国文化常被简化为视觉化的异国符号——龙、古庙、丝绸与功夫，成为好莱坞满足西方观众猎奇心理的“文化风景”。

进入冷战时期，中国形象则逐渐政治化，成为与西方价值对立的意识形态他者。好莱坞在这一阶段将中国角色转化为反派符号，如冷酷的将军、间谍或邪恶势力的代表，强化了“东方威胁”叙事。这种“他者化”过程不仅加剧了文化隔阂，也形成了一套稳定的中国叙事模板，为后续文化“翻译”与“再造”奠

定了基础 [1]。

2.2 市场逻辑驱动下的中国符号再生产

进入 21 世纪,随着中国电影市场的快速崛起,好莱坞逐步调整其文化策略,开始主动引入中国元素,以迎合中国观众和政策审查。这种变化不仅体现在角色设定和演员选择上,更反映在叙事结构与文化植入方式的调整。例如,在《钢铁侠 3》中加入中国角色与拍摄镜头,在《变形金刚 4》中强调中国城市背景与合作形象,均体现出商业资本对中国市场的高度依赖。

然而,这种“市场导向型”的文化符号再生产,更多出于商业妥协而非文化尊重。在不少作品中,中国文化仍被表征为可消费的视觉符号,而非真实的社会与文化语境。符号的重复使用强化了刻板印象,也掩盖了文化的复杂性与多样性,形成了“被驯化”的中国叙事体系 [4]。

2.3 中国观众身份的转变:从被观看者到市场塑造者

传统意义上,中国观众在全球影视传播体系中多为“被观看者”的角色,其文化形象多由西方叙述主导。然而,伴随中国电影市场的扩容与文化产业政策推动,中国观众正逐步转变为具有议价能力的“文化审美共同体”。这种身份转变不仅体现在票房数据对国际大片发行策略的影响上,也体现在观众对本国文化形象的审视和回应上。

观众在社交媒体、豆瓣评分、影评评论等数字平台上主动表达认同与质疑,使中国形象的接受过程不再是单向的文化灌输,而是带有协商与反抗意味的互动过程。

三、“文化翻译”的断裂:好莱坞的中国叙事逻辑解析

3.1 多重转译:语言、符号与身体的再编码

在跨文化传播中,文化内容的翻译远不止语言层面的转换,更涉及价值观、审美与文化习俗的再表达。例如,在《花木兰》中,主角虽然讲着英语,却身着中式盔甲、引用儒家箴言,构成了语言与符号的“异源融合”结构。

此外,演员身体的编码也存在“再语境化”操作。例如,选用华裔演员并非单纯为了文化契合,更多是对“族裔身份”符号化的市场响应。当演员的“中华面孔”成为文化代表的全部依据时,身体也就沦为传播策略中的文化装饰。这种对语言、符号与身体的多重转译,虽提升了文化元素的可识别度,却削弱了其文化深度与表达张力。

3.2 失真的转化:片面采样与文化扁平化

好莱坞对中国文化元素的采纳,常体现为“选择性提取”与“拼贴式复用”,即仅抽取可被视听消费的外在符号,而忽略其背后的文化内涵。以功夫、龙、长城、书法等为代表的文化意象频繁出现在不同类型影片中,但多数仅作为背景元素或视觉特效而存在,缺乏语义层次和历史脉络。

这种“片面采样”造成文化的视觉化、娱乐化和消费化,最终导致文化扁平化。一方面,中国文化被简化为国际观众易于识别的标志物;另一方面,其深层结构、社会价值与文化张力被系统性剥离。

3.3 虚构的“传统”:文化抽离下的形象漂移

当好莱坞在“重构”中国文化形象时,往往不再追求真实再现,而是创造出一种迎合西方审美与意识形态的“伪传统”。这种虚构的传统是经过全球传播逻辑重塑后的“中国”,是一种在文化抽离基础上构建的“幻想中国”(Imagined China)。例如,《长城》中对军队、组织结构与色彩体系的设定,虽然参考了部分历史符号,但整体呈现出强烈的游戏化与舞台感,与真实中国历史经验相去甚远 [2]。

更关键的是,这种文化通过视觉语言建构了一种“可被观看”的中国,强化了文化的异质性与他者性。这一过程中,文化不再是自主讲述的内源性力量,而成为可被剪裁、拼接与消费的他者资源,完成了从“文化翻译”向“文化再造”的过渡。

四、文化“再造”机制剖析:三部代表性影片的文本解构

4.1 案例一:《花木兰》:“文化回馈”的迷思

2020 年迪士尼出品的真人版《花木兰》被视为“回应中国文化”的一次主动尝试,影片在宣传中强调“忠于东方文化传统”,并引入大量中式元素,如孝道、气、祖先崇拜等。但文本分析显示,该片并未实现真正的文化回馈,反而陷入“伪传统”建构与价值观冲突之中。

首先,影片对“气”的强调来自对东方神秘力量的概念化处理,其叙事功能近似西方超级英雄设定,脱离了“气”在中国哲学中与修身、节制、伦理相结合的文化脉络。其次,女权主题的置入并未与儒家背景充分整合,而是借用西式“个体觉醒”框架强行套入传统忠孝伦理,形成语义冲突。此外,尽管使用了中国演员与实景拍摄,但配音语言、价值取向、对敌角色的异化设定,仍体现出美式主流价值的强主导性。

《花木兰》的文化“回馈”更多体现为对中国文化表象的迎合,而非内核的理解与尊重,其“文化再造”本质上是一种商业包装下的文化投射迷思 [1][2]。

4.2 案例二：《功夫熊猫》：动画语境下的东方哲学拼贴

《功夫熊猫》系列是好莱坞较为成功地运用中国元素的影片，其叙事结构借用了中国传统武侠文化与功夫哲学，同时通过幽默、卡通化处理，使之在全球范围获得良好接受度。

影片中“功夫”作为文化核心，被重新编码为一种通俗励志工具，与传统中“技艺+德行”一体的修身路径相悖。其次，对“无为”“心静”“命运”等东方哲学词汇的引入，虽增强了文化氛围感，却多以“功能性语言”服务角色成长，缺乏真实哲学语境支撑。人物设置方面虽参考中国动物形象与寺庙元素，但整体节奏、对白与价值转折仍为美式英雄成长范式。

该系列通过视觉与情节包装塑造出一个“伪中国”空间，即观众可以轻松理解、快速消费的东方奇观版本。其“文化再造”是一种“去深度、再情感化”的处理逻辑，用普世情感稀释文化差异，使之成为“东方可爱”的叙事模板。

4.3 案例三：《长城》：类型片中的文化幻想与审美妥协

由张艺谋执导、环球影业投资的《长城》（2016）是一部典型的中西合拍类型片，影片试图在历史背景、英雄叙事与视觉奇观之间实现文化融合。但从文化再造视角来看，该片呈现出明显的类型片“格式化”与文化意象“失重”。

影片所依托的“长城”作为中华文明象征，被赋予与历史完全脱节的怪兽防御功能，转化为纯粹的视觉奇观符号，丧失了其现实与文化厚度。其次，中方角色虽具形象多样性，但整体功能性强、人物弧光弱，且大多数叙事推动由美籍男主承担，强化了西方“救世主”中心逻辑。

尽管该片在演员构成、拍摄资源与叙事尝试上具备“融合”姿态，但其文化想象更偏向好莱坞工业体系的类型期待，而非真正对中华文化内涵的表达。最终，《长城》所建构的是一个为迎合国际市场而“可被想象”的中国，其文化“再造”更是一种审美妥协下的文化“虚设”。

五、谁在观看谁？——中国形象接收中的权力与情感博弈

5.1 民意回响：社交平台上的多元解读

随着社交媒体的发展，观众不再是“沉默的大多数”，而成为电影意义建构的重要参与者。在豆瓣、知乎、微博等平台上，围绕《花木兰》《长城》等影片的讨论充分体现了对“文化再造”的多元回应。一

方面，有观众肯定影片对中国元素的展现，认为其有助于中国文化“被看见”；另一方面，更多声音集中在对形象“表浅化”“道具化”的批评上，认为这些影像呈现的是“外国人眼中的中国”，而非中国人自身的文化想象[1]。

例如，《花木兰》上映后，豆瓣评分仅5.0，大量评论指出影片虽“用中文名、用中国演员”，却“讲了一个西方价值观主导的故事”，忽略了原型故事的复杂性与历史背景。此外，#花木兰文化挪用#等标签在推特与微博上被广泛转发，反映出全球华人群体对文化被误读的高度敏感性。这些讨论构成了影片传播过程中的“再解码”环节，使得文化接受不再是单一方向的灌输，而成为意见、立场、身份感的多元博弈[5]。

5.2 “被代表”的焦虑与本土身份的再追问

在被他者讲述与被观看的过程中，中国观众不断面临“被代表”的身份困境。这种困境表现为：一方面，希望本国文化能被世界理解与尊重；另一方面，又对“被代表”的方式产生质疑与抵触。这种矛盾感促使观众反思自身文化定位，并提出“谁能代表中国”“谁在讲述中国”的关键问题。

本土观众的“身份觉醒”不仅挑战了西方主导的文化编码逻辑，也倒逼国内创作者进行叙事反思与策略调整。这种反作用力正在重塑全球传播中的文化认知结构，为“从被观看到参与讲述”的话语转向提供现实土壤。

六、从模仿到回应——中国如何讲述自己的全球形象？

6.1 中国叙事出海：从跟随到主动建构

早期中国影视“走出去”往往采取语言翻译、本地发行等形式，较多依附于既有的西方传播体系，内容创作也常以模仿西方主流类型片为主要模式。近年，随着《流浪地球》《哪吒之魔童降世》《万里归途》《三体》等一批作品进入国际视野，中国叙事逐渐摆脱依附状态，呈现出更为主动的文化建构意图。

这一转变体现在三个层面：其一，题材选择上更关注本土经验与民族文化价值；其二，表达方式上注重传统文化元素与现代叙事技术的融合；其三，叙事视角上从“他者凝视”转向“自我凝视”，实现了对文化身份的自我界定与符号重申。

6.2 合拍片的文化博弈与叙事协商

中外合拍片作为中西影视交流的重要形式，其本质是一种多重文化资源与叙事立场的博弈场。近年来，《功夫之王》《长城》等影片试图在内容与资本结构

上实现文化融合，但也暴露出叙事割裂、价值观对冲、受众认知差异等问题。

从叙事协商角度看，合拍片面临的核心挑战在于：如何在保持文化辨识度的同时，兼顾全球观众的审美期待。这需要中方创作者拥有更强的文化主导能力，而非仅作为合作方提供“地理背景”或“文化素材”。当前部分作品在语言混用、角色设定、情节驱动等方面仍表现出“西强中弱”的结构性劣势，说明“合拍”并不意味着“共叙”[3]。

但也有成功经验逐渐显现，如纪录片《万象中国》通过双语表达、叙事平衡与价值共鸣，实现了较高的跨文化接受度[5]。这表明合拍片在经历“形式合作”之后，正逐步进入“语义协商”阶段，为中国叙事参与国际表达提供了一种可行路径。

6.3 面向未来的跨文化叙事伦理与价值导向

在全球媒介融合趋势下，中国影视要实现全球传播的持续性发展，关键不在于追求“被看见”，而在于“如何被理解”。这就需要在跨文化叙事中建立起伦理意识与价值自觉：一方面，尊重文化多样性与全球受众认知差异；另一方面，守住本土价值根基，避免陷入自我他者化与符号迎合。

未来的跨文化叙事应着重发展“共情式传播”与“多语种表达”，即在全球框架中实现情感共鸣与文化平衡。例如，将“儒家仁爱”“天人合一”等传统思想，转化为具有全球语义空间的故事主题，从而在不丧失文化特性的前提下实现国际对话。同时，还需注重媒介技术的创新运用，如动画、短视频、虚拟现实等形式对文化内容的再传播，以适应新一代全球受众的接受方式[4]。

中国要真正走向“文化主讲人”的角色，必须在“输出”与“对话”之间找到价值平衡点，构建一个兼具民族辨识度，又能参与全球语境协商的叙事体系。

七、研究结论与传播启示

7.1 主要研究发现总结

研究发现，好莱坞中国形象经历了从早期的“神秘东方”奇观建构，到当代“全球市场逻辑”主导下的文化重组过程。其“文化翻译”机制多体现为符号提取与语义遮蔽，缺乏真实语境中的价值认知。同时，观众层面对“被代表”的敏感认知逐渐增强，尤其是中国观众在社交平台上积极参与意义协商，凸显身份意识觉醒与文化主体性重建的倾向。面对西方主导的叙事结构，中国影视正逐步实现从模仿到回应的转变，在全球语境中探索更具本土文化逻辑的表达路径。

7.2 对跨文化影视创作的启示

跨文化影视创作应从“外壳化传播”转向“语境内叙事”，不应仅停留在视觉层面的“文化包装”，而应注重文化语义的完整传达和价值观的内在一致性。

其次，应加强故事建构中的文化深度挖掘，提升剧本开发与文化背景研究能力，避免文化拼贴与误读导致的接受障碍。创作者需增强文化敏感性和受众意识，借助“双语表达”“多语种输出”“跨文化创意写作”等方式，实现叙事的全球在地化。只有真正理解受众文化背景、传播媒介特性与价值接受路径，才能形成可持续的跨文化传播影响力。

7.3 对中国文化“走出去”的策略建议

面对国际传播语境，中国应构建多层次、多路径的文化输出战略：一是加强中国故事内容策源能力，围绕国家文化记忆、时代精神、社会情感等构建有温度、有张力的故事原型；二是发展平台传播能力，借助国际合作平台、流媒体渠道与技术创新，将中国文化产品嵌入全球内容生态中；三是重视“人”的力量，推动青年创作者、导演、演员、译者走出去，提升文化产品的情感表达与亲和力。

7.4 研究局限与未来研究展望

本研究以文本分析为主，虽对代表性影片进行了文化机制解析，但在观众数据、跨区域比较与长期追踪研究方面仍有不足。未来可结合跨国受众调研、网络分析等方法，进一步拓展在接受研究与媒介效果层面的实证支撑。此外，还可探索在非英语语境中的中国形象接受状况、中国主导叙事在海外社交媒体平台上的传播效果、以及中外合拍片在不同文化群体中引发的意义协商差异等问题，从而推动跨文化影视研究从文本走向话语、从创作走向传播的综合研究体系。

参考文献：

- [1] 马子涵. 好莱坞电影中的华人形象建构研究——以迪士尼电影《花木兰》为例[J]. 文化学刊, 2022(18):13-16.
- [2] 金天. 中国形象在好莱坞电影中的变迁探究[J]. 艺术科技, 2024(13):178-180.
- [3] 艾格平, 王精诚. 近三十年国内跨文化翻译研究的可视化分析[J]. 品位·经典, 2024(13):62-64.
- [4] 刘子瑜. 视觉传播视域下中国形象跨文化传播的困境与路径创新[J]. 声屏世界, 2025(8):12-14.
- [5] 高姝. 中英双语纪录片《万象中国》的跨文化传播策略研究[J]. 国际传播, 2024(13):54-56.

文化多样性 与社会融合

CULTURAL DIVERSITY
AND SOCIAL INTEGRATION

