

跨文化视域下中国文化出海的路径研究

——以《哪吒之魔童闹海》为例

高敏

临沂大学, 山东 临沂 276000

DOI:10.61369/HASS.2025030004

摘要：2025年春节贺岁片《哪吒之魔童闹海》在全球热映，实现现象级传播，探索该影片文化出海的路径具有重要意义。从跨文化传播视角分析研究，该片主要从传统文化的原型提取和现代化转译两个方面实现了文化的创新，文化提取方面主要体现在视觉符号、听觉符合和意象符号三个方面；在文化转译方面，影片通过技术驱动文化可视性、情感共鸣引发文化认同，以及母题重构促进价值转码，这三方面促进了传统文化的创造性转化与创新性发展。总之，该片文化、技术与时代深度融合，助力了我国的文化出海，为讲好中国故事、传播中国声音做了一定的贡献。

关键词：《哪吒之魔童闹海》；文化出海；文化传播

Research on the Path of Chinese Culture Going Global from a Cross-Cultural Perspective Take "Nezha: The Demon Child's Rebellion in the Sea" as an example

Gao Min

Linyi University, Linyi, Shandong 276000

Abstract： The 2025 Spring Festival film "Nezha: The Demon Child's Rebellion in the Sea" was a global hit, achieving a phenomenon-level spread. Exploring the path for the film's culture to go global is of great significance. Analyzed and studied from the perspective of cross-cultural communication, this film mainly achieves cultural creation from two aspects: the extraction of prototypes of traditional culture and modern translation. The aspect of cultural extraction is mainly reflected in three aspects: visual symbols, auditory correspondence and image symbols. In terms of cultural translation, the film promotes the creative transformation and innovative development of traditional culture through three aspects: technology-driven cultural visibility, emotional resonance triggering cultural identity, and motif reconstruction facilitating value transcoding. In conclusion, this film deeply integrates culture, technology and the times, facilitating the export of China's culture and making certain contributions to telling China's stories well and spreading China's voice.

Keywords： "Nezha: The Demon Child's Rebellion in the Sea"; culture going global; cultural dissemination

《哪吒之魔童闹海》（以下简称《哪吒2》）的全球热映，引发了中西观众的文化共鸣，是中国优秀传统文化在全球范围内实现跨文化传播的一大成功案例。目前关于《哪吒2》的相关研究，大都集中在传统文化的现代化创新、神话题材影片的研究和数字创新传统文化等方面，但对其因何受到海外受众欢迎的相关研究相对较少，本文将从跨文化传播的视角探讨了其文化创新的实践路径，为“讲好中国故事”提供参考。

一、传统文化的原型提取

中华文化源远流长，博大精深。《哪吒2》中传统文化的呈现俯仰皆是，其成功的关键在于擅长在中国历史长河中提取到文化原型，这主要表现在视觉符号、听觉符号和意象符号三个方面。

视觉符号 影片中的视觉符号涵盖光线、色彩、构图和图案等形式，在《哪吒2》中传统文化的视觉符号主要体现在图案上，尤其是器具和建筑方面。

在器具呈现上，影片中两个呆萌可爱的粗眉结界兽给人留下了深刻印象，其标志性的“大粗眉”和“黄金罩耳”特征是对戴金面罩青铜人头像外貌的直接复刻，其形象“综合了青铜大面具和青铜鹰形铃等多种元素，最明显的表现莫过于它卷卷的鼻子，与青铜鹰形铃的嘴部造型极为相似”^[1]；为哪吒重塑肉身时的七色宝莲，其莲瓣层层叠起是对西汉错金铜博山炉上峰峦叠嶂的原型提取；而天元鼎浑圆鼓腹，其腹部和柱足的设计则直接借鉴了战国青铜墩的球形器身；就连陈塘关士兵的武器也是取材于典型

的战国长戟，矛戈相配合，攻防自如。另外，影片中陈塘关、玉虚宫和东海龙宫等建筑也体现了对传统建筑文化的礼赞，带有蕴含着中国独特的审美。陈塘关城门采用的中国古代最高等级的屋顶形制的重檐庑殿顶，以彰显其重要的战略地位；玉虚宫屋顶的鸱吻设计融合了唐代和宋金时代的建筑特色，将唐代陶鸱尾造型和金代琉璃鸱吻的龙首造型相结合，形成“半龙半鱼”的混合形态，提升玉虚宫的神性特征。

影片中这些对器具造型、图案和建筑风格的文化复刻，让海外受众领略到中国传统青铜文化和建筑之美。

听觉符号 影片中听觉符号具有丰富叙事，影响观众的感知和情感体验的效果。《哪吒2》中的视觉符号主要体现在音效和背景音乐和人物语言等方面。影片中通过呼麦、侗族大歌和唢呐等民族乐器的运用，有助于烘托影片氛围，塑造人物形象。天元鼎出场通过蒙古呼麦的低音吟唱、沉闷哀鸣之音，让人感受天元鼎“炼化生灵”带来的那种压迫性、毁灭性的震撼，为哪吒重塑肉身时的莲花盛开所用乃侗族大歌，通过多层次立体化的听觉效果让观众感受到莲花盛开的整个动态过程及生命的韵律；唢呐是我国代表性的民族管乐器之一，在影片中多有体现，在哪吒的三重蜕变中，：哪吒童年时使用明亮饱满的音调表现孩童的活泼；觉醒时使用高音唢呐，其高亢嘹亮的发音极具穿透力，感染力强，展现其命运不公时的反抗精神；神魔一体时用高低位相交的语调体现其在选择善恶本性时的终极博弈。对此，好莱坞配乐大师汉斯·季默评价道：“他们用唢呐制造了比交响乐更震撼的太空战场景！”

在人物语言运用中，太乙真人那句“你打我噻”将四川方言的降调特征与普通话相结合，形成“川普”独特的抑扬顿挫感，显得非常幽默滑稽；台词中四川方言“胎神”原是形容人行为怪异、神经兮兮，影片中用“胎神”对结界兽打趣，富有浓郁的地域特色与趣味性；这些幽默且充满地域色彩的个性化语言备受观众的喜爱。印证了越是地域的，才越是民族的。

影片通过强化听觉效果优势让海外受众感受到中国多元的民族文化的神奇以及音乐文化的魅力。

意象符号 影片中诸多意象符号包含着如武术、水墨画五行学说和阴阳八卦等传统文化元素。哪吒用扎马步、冲拳、踢腿和云手等武术动作，气韵生动、流畅自然，既体现了哪吒的灵动活泼，又在一招一式中展现中国武术文化的精神；水墨元素如同隐性线索多次进行场景渲染，如陈塘关与无量仙翁的士兵两军作战时，士兵化作水墨笔触阵列，波浪状的攻击轨迹参考了鸟群迁徙的东方韵律，形成“计白当黑”的艺术美学；还有影片中殷夫人为子送别时的场景发生在蜿蜒栈道上，青翠的柳条低垂，暗合传统文化古诗中“折柳送别”的传统意象。在剧中形象塑造上也运用阴阳八卦之说哪吒为火象，需要用离火塑造真身。敖丙为水象，需要用坎水塑造金身。离火和坎水都是八卦中的卦象，离火坎水相互作用，构成《易经》六十四卦中的“水火既济”卦，为哪吒与敖丙水火既济、合力顶开天元鼎埋下伏笔。另外，从性格特征上看四海龙王的设计暗合着《易经》的五行理论，东海龙王正义凛然，符合东方青龙属木；南海龙王脾气暴躁，符合南方朱

雀属火；西海龙王锋利坚韧，符合西方白虎属金；北海龙王阴谋狡诈，符合北方玄武属水。

在美国观众看来，《哪吒2》丰富的中国文化元素增加了他们对中国文化和电影本身的兴趣^[2]。可见，这些极富传统文化韵味的意象符号让影片充满着东方美学神韵，增添了民族独有特色，提升了我国文化出海的底气。

二、传统文化的现代化转译

“文化的创新要适应时代发展需求，推动中华优秀传统文化在与人民需求、时代需要的高度耦合中实现‘创造性转化、创新性发展’”。^[3]从文化传播的角度看，对传统文化的现代化转译主要通过技术驱动、情感共鸣和母题重构等方式，对传统文化符号进行创造性转化，既保留了文化基因内核，又能被海外受众有效地理解和接受。

技术驱动文化可视性 数字媒体如电影、游戏等为中国文化的推广提供了新的途径，而技术创新是促进文化传播和保护的关键^[4]。《哪吒2》中多个画面中通过多个特效技术的运用让细节呈现清晰可见。据央视网报道，该影片“，共计2427个镜头，其中特效镜头高达1948个，凝聚了138家国内动画制作公司5年的心血结晶”。^[5]在表现哪吒“穿心咒”发作的场景中，影片精细到汗毛竖起都依稀可见，加之动态水墨渲染引擎技术的运用，用半透明水墨形态呈现哪吒胸腔的心脏和血管，通过由朱砂色向黑灰色的颜色渐变演示血液凝固和器官衰竭，在视觉上更加形象逼真让观众在技术美学中体验视觉盛宴，有海外网友表示动画在视觉效果和打斗编排上令人叹为观止、难以置信。正是通过以上各种技术的灵活应用，实现文化意象的具象化呈现，让文化的可视性成为可能。

情感共鸣引发文化认同 灵魂的碰撞引发情感的共鸣，受众即使文化背景不同，但都有着人类共同的精神追求与情感需求。尤其其中普世价值作为人类文明的共同追求，以及涉及亲情、友情等共通情感皆能震撼心灵，促进文化认同。影片塑造了诸多不同性格的人物形象，如追求公平正义又不失顽皮的哪吒、渴望光明但身处困境的申公豹和为保护孩子牺牲自我的李靖夫妇，这些都是现实生活中无数孩童、成年人及父母的真实写照，类似的身份与经历让受众认识并爱上每一个个性鲜明的人物。亲情的生动演绎更是让不少网友潸然泪下，前中殷夫人与哪吒母子之爱、敖广与敖丙的父子之爱、申公豹与申小豹的兄弟情怀，让大家感受到亲情的温暖和珍贵。来自英国的教师比利表示：“看到电影里哪吒母亲为了救他，毫不犹豫地牺牲自己，我一下子想起了我的妈妈”。^[6]影片将观影乐趣上升至感情认同，跨越文化与国别的障碍与隔阂，通过情感共鸣实现主流价值观念的共同追求，让文化的交流与传播更为流畅。

母题重构促进价值转码 影片中母题的重构包括形象再塑造和主题重新诠释。原著《封神演义》中对哪吒的人物形象描述为“天生丽质眉清目秀、面如傅粉唇红齿白、昂眉宇眼运精光白白胖胖，容颜俊美清秀童面，形似少年仙气逼人”，但影片中的哪

吒是熊猫眼、层次不齐牙齿与随意服饰等的造型，这一反叛型的形象与原著中的形象形成强烈反差，契合了海外观众对反英雄角色的审美偏好，实现了跨文化传播，实现影片人物形象的再塑造。另外，影片还对原著《封神演义》主题进行了全新阐释。在《封神演义》中哪吒因出身奇异和叛逆行为被父亲李靖视为不祥之子，被迫割肉剔骨、断绝亲缘，后以莲花重塑肉身，但最终被李靖的玲珑塔制服，整体体现了父权的专制与冷酷。而影片则淡化了血腥、黑暗等暴力的内容，改为哪吒参加天庭考核以获取琼浆玉露的方式获得重生，用追求美好事物的喜悦颠覆原著中的悲剧基调，实现了对影片情主题及风格的全新演绎。

三、文化出海启示：文化、技术和时代的深度融合

国家领导人强调，“深入挖掘和阐发中华优秀传统文化的精神内涵，探索文化和科技融合的有效机制，实现文化建设数字化赋能、信息化转型，把文化资源优势转化为文化发展优势”^[7]。基于上述文化传播的路径分析，可见当下的文化出海要融合文化、技术、和时代等因素，通过数字赋能文化传播的范式革新、参与式传播驱动文化共创的生态系统，以及延伸产业价值链构建文化传播的全球模式，以创新文化出海之路。

数字赋能文化传播的范式革新 在全球化数字技术革命的背景下，动画艺术正通过数字技术的创造性介入，重塑中华优秀传统文化国际传播的话语体系^[8]。同时数字技术的进步加速了文化符号的流动，在不同文化之间架起沟通的桥梁^[9]。中国文化出海应紧跟时代红利，利用数字技术让文化传播的路径更加多元化。在文化自身的塑造中，利用当今盛行的 AI 技术、虚拟现实技术（VR）和增强现实技术（AR）等手段，让技术与文化相适应，用技术体现文化的精准性与可视性；在文化的传播中，利用网络营销、用户生成内容等手段拓宽文化传播的路径，实现跨媒介传

播。通过数字赋能，创新文化传播的范式革新，让文化出海更加自信坚定。

参与式传播驱动文化共创的生态系统 数字时代通过参与式传播的生态构建来促进文化传播，是决定传播效果的重要因素。用户生成内容作为参与式传播的核心载体，强调的是一种由普通大众自发构建的网络资源创作与组织模式^[10]。《哪吒2》爆火之后，迅速出现了诸多私域 IP 的生产成果，如日本同人画师将哪吒与《鬼灭之刃》角色结合，过用户生成内容（UGC）的二次创作，让中国文化得到了更多跨文化受众群体的接触与了解。文化出海可以通过用户生成内容的参与式传播构建新媒体国际传播矩阵^[11]，让海外受众参与到文化的传播与构建中，让文化从“走出去”到“走进来”，实现从“文化出海”到“文化共创”的双赢结果。

延伸产业价值链，构建文化出海的全球模式 中华文化“走出去”不应是封闭的过程，而应该是开放的、互动的。我们应该积极与国际文化产业交流合作，让世界更好地了解中华文化。想要继续促进中国文化出海，构建产业生态模式和拓宽国际产业链是必不可少的一步。文化出海要突破单向输出局限，通过“产业+文化”双向轨道或“电影+商业+数字生态”的立体化出海格局，构建新型产业生态模式；另外通过横向产业融合（如将文化与技术、文化与旅游、文化与教育相融合）、纵向产业延伸（如挖掘单一文化 IP 的多元价值、细化市场关注热点）、全球化产业协作（如跨国共创、在地化生产传播）的方式让文化出海的产业价值链得以延伸，让我国文化出海的辐射范围更加广泛，促进中国文化出海的征程。

综上，《哪吒之魔童闹海》通过传统文化的原型提取和现代化转译两个维度实现跨文化传播，进一步印证了“以时代精神激活传统文化生命力”^[12]的深刻内涵，对当下中国文化出海有着很重要启示，只有将文化与技术 and 时代相融合，才能让中国的文化出海更具有生命力与持久性。

参考文献

- [1] 何映宇.《哪吒》中的结界兽从何而来? [J]. 新民周刊, 2025(08): 46-47.
- [2] 白波, 范书晴. 美国观众:《哪吒2》让我们更想了解中国 [N]. 北京日报, 2025-03-03(004).
- [3] 中共中央党史和文献研究院编. 十九大以来重要文献选编(上) [M]. 北京: 中央文献出版社, 2019: 29.
- [4] Wang J. Features of Popularization of Chinese Culture in Digital Media Technology [J]. International Journal of Social Science and Education Research, 2024(09): 28-33.
- [5] 张新新、游恒飞. 文化和科技融合的现象、机制与策略——以动画电影《哪吒之魔童闹海》为例 [J]. 出版广角, 2025, (02): 102-109.
- [6] 子赫. 外国小哥看《哪吒2》哭了: 跨越文化的母爱共鸣 [EB/OL]. <https://mp.weixin.qq.com/s/N-luSxmPtse84f2Qn6ayLQ2025-2-13>.
- [7] 张新新、黄笑语、李志飞等. 由《西游记》到《黑神话: 悟空》: 文化资源优势转化为文化发展优势的现象、机理与策略 [J]. 中国编辑, 2025(03): 53-63.
- [8] 秦琴.《黑神话: 悟空》: 中华文化“走出去”的新范式 [J]. 传媒, 2025 (04): 66-68.
- [9] 张伶俐、王奕懿. “哪吒”出海: 中华优秀传统文化国际传播的动画电影进路 [J]. 中国编辑, 2025.
- [10] 徐勇、武雅利、李东勤、赵涛、焦梦蕾. 用户生成内容研究进展综述 [J]. 现代情报, 2018, 38 (11): 130-135 + 144.
- [11] 王景云. 中华文化国际传播效能的提升之策 [J]. 思想理论教育, 2023(12): 48-54.
- [12] 张丽. 以时代精神激活中华文化生命力 [N]. 人民政协报, 2025-03-17 (012).