



JICS

Journal of Integrated Cultural Studies

JICS Vol. 1, No. 1, 2026, pp.104-114.

Print ISSN: 3105-840X; Online ISSN: 3105-8418

Journal homepage: <https://www.icsjournal.com>

DOI: <https://doi.org/10.64058/JICS.26.1.10>



新世纪粤港澳俗文学跨媒介传播与接受研究

骆江瑜 (Luo Jiangyu) , 凌逾 (Ling Yu)

摘要: 粤港澳俗文学在新世纪进入了新的发展形态, 在跨媒介传播、民间传播和国际传播这三个传播语境进行了升级与创新, 实现了俗文学在当下的有效传播。粤港澳俗文学不断向电视、手机、电脑以及各类移动终端等传播渠道迁移, 最终形成了如今多屏并存、融媒发展的跨媒介传播格局。在民间传播中, 俗文学致力于唤起共鸣、增强互动、取悦大众, 在国潮化传统俗文学的同时以新的媒体语言和创作方式再造新世纪的对话与存在逻辑。粤港澳俗文学的特殊性还在于依托广州、香港和澳门等重要城市, 扩大文化产业输出, “借船出海”, 助推中国俗文学“走出去”。

关键词: 粤港澳; 俗文学; 传播; 跨媒介; 文化出海

作者简介: 骆江瑜, 暨南大学博士后, 研究方向为中国现当代文学。电邮: 807089837@qq.com。凌逾 (通讯作者), 华南师范大学二级教授, 研究方向为跨界文学研究。电邮: lingyu08@163.com。

Title: Study on the Dissemination and Reception of Popular Literature in Guangdong, Hong Kong and Macao in the 21st Century

Abstract: In the 21st century, Cantonese, Hong Kong and Macao popular literature has entered into a new form of development, and has been upgraded and innovated in the three communication contexts of cross-media communication, folk communication and international communication, so as to realize the effective dissemination of popular literature in the present time. Cantonese, Hong Kong and

Macao popular literature have continuously migrated to television, cell phones, computers and various types of mobile terminals, ultimately forming the present cross-media communication pattern of multi-screen coexistence and integrated media development. In folklore dissemination, popular literature is committed to evoking resonance, enhancing interaction, and pleasing the public, and recreating the logic of dialogue and existence in the new century with new media languages and creative methods while nationalizing traditional popular literature. The specificity of popular literature in Guangdong, Hong Kong and Macao also lies in the fact that it relies on important cities such as Guangzhou, Hong Kong and Macao to expand the export of cultural industries, “borrowing the ship to go to sea”, and boosting the “going out” of Chinese popular literature.

Keywords: Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area; Popular Literature; Dissemination; Transmedia; Culture Goes to Sea

Author Biographies: **Luo Jiangyu**, Postdoctoral Fellow at the College of Liberal Arts, Jinan University, specializing in Chinese Modern and Contemporary Literature. E-mail: 807089837@qq.com. **Ling Yu** (Corresponding author), Second-grade Professor, South China Normal University, specializing in cross-border literary studies. E-mail: lingyu08@163.com.

中国俗文学由来已久，绵延不绝，最早可追溯至先秦。但是俗文学作为一个学科概念则萌芽于“五四”新文化运动，至今不过百年。一般而言，俗文学与雅文学相对，泛指传统戏曲、说唱、小说、民间文学等，但两者并不是二元对立的观念。俗文学中孕育着雅文学发展的新变，又有可能作为雅文学传播的方式和形态而存在。如果从传播学、媒介学角度来观照俗文学，或许可以用两个 S 来概括，也即 Story 和 Show。前者指向文本叙事，立足纸质媒介，包括文本本身所呈现的人物、角色、情节。后者指向媒介空间，包括艺人、观众、表演、演出空间。这也使得俗文学研究大致分为两个方向。一个是文本性、文学性研究，包括抢救口传文学，收集文献资料。这是俗文学学术研究的主流。当前有中山大学黄仕忠的“海外藏珍稀戏曲俗曲文献荟萃与研究”和广州大学纪德君的“中国历代说唱文艺研究资料整理与数据库建设”两个国家社会科学基金项目对粤港澳俗文学进行抢救性整理。另一个则是俗文学的传播与接受研究，真正全力投入这一领域尤其是当代俗文学传播的优秀学者和高质量的学术著作较为寥寥。

粤港澳俗文学种类繁多，有白话小说（话本小说、拟话本小说、章回小说）、南音、南戏、粤剧、粤曲、粤讴、咸水歌、木鱼书、潮州歌、广东的挥春、香港地区的民间传说、澳门地区的土生民间文学、哪吒传说等不同形态。借助数字时代之风、深厚的群众基础和中西交流之便，粤港澳俗文学得以广泛传播，成为重要的区域性俗文学之一。

一、跨媒介传播：多屏共存的新媒体传播格局

从媒介的发展演变来看，俗文学的传播整体上经历了口语传播、文字传播、印刷传播、大众传播四个阶段。但是媒介的发展演变并不存在着截然的、绝对的进化论意义上的阶序之分，而是彼此共存，多元发展，良性竞争。正如武新军所言，“传播受制于外部环境，受制于传播媒介，进行文学跨媒介传播史研究，必须梳理不同时期各传播媒介的具体状况、相互关系及其历史变化，厘清不同时期出版、报刊、剧场、书场、影院、录音、摄像、广播、电视、网络的整体状况”（武新军，2023）。

报刊在上世纪是俗文学主要的传播媒介之一，时常刊登广东戏文、木鱼书、南音、龙舟歌、潮州歌等民间唱本。香港是报业重镇，1938年8月13日，《华侨日报》在第3张第1页刊载了“今乐府”的创刊号，发表电台播音曲目、曲词、曲谱。1941年1月4日，戴望舒在香港《星岛日报》创办“俗文学”周刊，刊载了一批说唱文学研究文章，带动了香港地区说唱文学的研究。随后，香港的俗文学从报纸副刊走向独立报刊，迎来了升格。《真栏日报》《娱乐之音》《银灯日报》以报道粤剧或歌坛动态为主，常刊登全套粤剧剧本，并为之叙录，在五、六十年代销量颇高。在内地，《大晚报·火炬通俗文学》《大晚报·通俗文学》《神州日报·俗文学》《中央日报·俗文学》《华北日报·俗文学》等都是上世纪名盛一时的俗文学周刊。谭达先曾对1957-1964年间的《羊城晚报》副刊做过辑录，发现其中有不少曲艺文章。一方面，报刊上刊载的俗文学文章“不仅仅是单纯意义上的文献史料的堆积、翻印，更大程度上是文献研究者对俗文学的一种学术态度、一种研究方式，在辑录、刊刻的过程中，往往伴随着他们大量的梳理、辩驳、考证，时时会有辑录刊刻者的灼见真知”（周忠元，2012，p.34）。另一方面，大众通过报纸获得俗文学的演出讯息，学习相关知识，提高审美素养，还能在收听电台节目或收看电视节目时，根据报纸唱词逐字学习。这是俗文化从俗走向雅的重要路径。

进入新世纪后，粤港澳地区已经没有专门的“俗文学”报刊，相关副刊也十分稀少，仅有香港的《大公报》《文汇报》两份大报一直坚持着戏曲副刊。“剧艺园”副刊停刊后，《大公报》将戏曲、话剧、美术、舞蹈、音乐等内容合并到“文化”“艺粹”副刊中，打造泛文学、泛文化板块。《文汇报》的戏曲副刊几未中断，先后有“戏曲天地”“戏曲”，每周刊出，另外在“艺粹”“跃动都市”“文化视野”“知史知天下”“中文星级学堂”等副刊中，也能看到《文汇报》对戏曲的专题报道。《文汇报》戏曲副刊的主编先后有吴绮雯、叶卫青等人，刊载时间也经历了周二到周日的变化。在戏曲衰落的时代背景之下，《文汇报》戏曲副刊一直坚持报道粤剧、京剧、昆曲等地方剧种。在《文汇报》的“戏曲”副刊中，有一位专栏作家不可忽视。叶世雄，香港大学文学硕士，曾任香港艺术发展局评审员和艺评员（戏曲）、民政事务局粤剧发展咨询委员会成员及表演艺术委员会成员，现任香港电台第五台节目总监。叶世雄的文章最初没有专栏名字，后来才以“戏曲视窗”的专栏名固定在“戏曲”副刊的左上角，这也能说明《文汇报》不断增强俗文学雅的一面，使得“戏曲”呈现雅俗互渗的版面生态。文学出身的叶世雄更注重在专栏中传授粤剧粤曲等剧种的理论知识，并以简洁有趣的艺评文字为香港市民进行普及，为剧迷、戏迷、戏曲研究者的进一步提升夯实理论基础。《反指和反线》《什么是彩唱？》《戏曲和表演程序》《贺绿汀谈戏曲改革之一》等

文都以丰富的知识储备、精湛的业务水平、晓畅平实的语言、亲切自然的文风将戏曲的音乐体式、唱腔唱调、器乐知识、改革转型等内容揉碎掰开讲给读者听。戏曲批评专家以研究的眼光来审视戏曲，在报纸媒介公开发表意见，进行价值评估、艺术判断、解读诠释，其评论也会影响戏曲艺术作品传播。往往是获得批评家好评的作品更会引起读者的关注，从而进一步促进戏曲艺术的传播。由此可知，除了文艺资讯的新闻价值外，《大公报》《文汇报》的戏曲副刊既有文化传承价值，也有美育熏陶价值。此外，《大公报》《文汇报》积极对京剧、昆剧、川剧、越剧等地方剧种进行报道与追踪，以文化促进认同。

报刊退场后，新世纪俗文学的传播媒介主要是屏幕。在所有的俗文学中，戏曲受众最广，也最受电影电视的青睐。戏曲电影在新中国成立后迎来了一个小高峰。20世纪末，随着电视机普及率的提高，大量戏曲电视剧、戏曲晚会、戏曲节目涌现。地方专业戏曲频道也在21世纪初逐渐成立。2006年，广东电视台岭南戏曲频道开播，播放内容包括粤剧、潮剧、山歌剧、汉剧、采茶戏、雷剧，以及广东特色的话剧、杂技、曲艺、音乐（如流行歌曲）等。为了丰富节目形态，岭南戏曲频道将岭南文化的宣传与推广也纳入其中。互联网技术的成熟使得俗文学门户网站涌现。手机普及和移动通信技术提高后，俗文学传播渠道从电视荧屏、电脑大屏逐渐转向手机屏幕。各新媒体账号一一涌现，有“粤韵流传”“戏说粤韵”等微信公众号、“香港粤剧艺术团”“一桌两椅慈善基金”等脸书账号、“粤剧迷”APP。传统大报《大公报》《文汇报》也以免费电子报、APP客户端的形式进行“纸端”到“指端”的媒介升级。不同的媒介拓宽了俗文学的传播渠道，建立趣缘空间，也促使粤港澳俗文学要适配相应的媒体属性调整自己的表现形式。

当前的新媒介环境正逐渐从UGC（User-generated Content 用户生产内容）进阶到PGC（Professionally-generated Content 专业生产内容）。新媒体传播主体分为职业传播主体和非职业传播主体。前者有曾小敏、陈艺鹏、谢晓莹等从艺者和广东粤剧艺术博物馆、香港粤剧艺术团等官方机构。职业传播主体聚焦各自的粤剧、粤曲等专业领域，运用短视频思维，撷选经典唱段、幕后花絮、排练片段等内容制作成切片，并将一些轻量化、趣味性的戏曲教学素材输出为短视频模式。以账号“粤剧曾小敏”为例，全网最热门的视频即“大广东请求出战！《原神》×曾小敏「神女劈观」真·粤剧版”¹，在B站上点击量近500万。游戏与戏曲相融合。曾小敏以其深厚的粤剧功底和独特的艺术风格，将《原神》中“神女劈观”这一剧情片段以粤剧的形式重新呈现给观众，并通过独特的唱腔、身段和表情等赋予游戏角色新的魅力。职业传播主体往往与背后的专业机构密不可分，“粤剧曾小敏”就与广东粤剧院相关。“机构赋权”下，职业传播主体以专业性、代表性、自觉性形成了新的传播体系。非职业传播主体有“九月江寻千”“广府Fun享会”“这是中国的From China”等自媒体账号。非职业力量融合UGC与PGC，以PUGC（Professional user-generated Content）的形式参与到俗文学传播中。他们与官方协同配合，借助网络形成俗文学的复合式传播格局，进一步扩大传播半径，形成传播矩阵，为大众提供更为多元的文化选择。但是，当前还没有专门的非职业传播主体聚焦粤港澳俗文学，更多是在宣传中国传统文化的大背景下提及粤剧粤曲等代

¹ 曾小敏（2022-01-14）：“大广东请求出战！《原神》×曾小敏「神女劈观」真·粤剧版”，哔哩哔哩，<https://www.bilibili.com/video/av295650119/>

表性俗文学。

另外，在诸多媒介“你方唱罢我登场”的变奏曲中，香港还坚持着广播媒介。香港第五电台“戏曲天地”的听众规模一直很大。“梨园多声道”“名编剧家叶绍德纪念特辑”等特色节目层出不穷。戏曲电台既强化了戏曲作为音景的叙事功能，又契合港人快节奏的生活状态，很适合作为背景音在日常生活中出现。第五电台不断求变，频频邀请戏曲人入驻，积极引导用户丰富戏曲的内容呈现和表演形式，完成了旧媒介在新世纪的转型。

信息技术的爆炸性发展使得传统俗文学在新世纪逐渐向电视、手机、电脑以及各类移动终端等传播渠道迁移，最终形成了如今多屏并存、融媒发展的新媒体传播格局。不同媒介垂直分布、交叉互补，形成了多元化的文化选择。需要指出，俗文学的跨媒介传播一方面是不断升级，适应时代，用新的媒介“记录”俗文学，另一方面也是回归民间，“再造”俗文学，借助大众媒介和文化工业推动俗文学传播，拓展出新的文学维度。

二、民间性传播：再造俗文学的对话与存在逻辑

俗文学的英文学名为 Pop Literature。但是在海外，中国俗文学的概念有所转移，常被视作通俗文学，并被翻译为 Chinese Popular Literature，有时还与流行文学放在同一个学术谱系中。德国汉学家顾彬就将金庸的小说视作俗文学。俗文学不是一个清晰透明的能指。与其一直追问本体论问题，俗文学是什么？不如思考俗文学是怎么样的？无论是 Pop Literature 还是 Popular Literature，其实都昭示着俗文学的通俗性、流行性、娱乐性和民间性。直到今天，香港在天后诞、北帝诞期间依旧会演出神功戏，酬神娱人，澳门仍葆有“民众在公园、街头自发形成的粤语小曲演习风气”（戴定澄，2022，p.308）。它的“民间性”决定了俗文学以另一套文学话语系统展开自己独特的叙事或抒情。从民间立场、民间心理观照、反观作为大众文学的俗文学，就能发现它本身就充满主客体的交融与对话。

俗文学的广泛传播需要借助民间大众，而这又离不开媒介的深度参与。俗文学传播从田间庙会、勾栏瓦舍，逐步发展到高台广场、戏园茶楼、宫廷典制，又登上银幕、走入荧屏、显于指端。如果说从前俗文学得以飞入寻常百姓家背后的存在逻辑是物质匮乏时代俗文学作为消遣娱乐重要途径的不可代替性，那么在新世纪“娱乐至死”的大环境中，俗文学则需要文化娱乐工业对其再造激活。新世纪的媒介环境以网络化、社交化与移动化为主要特征。在传播场域从纸媒转移到网媒的过程中，俗文学不再局限于传统俗文学的抢救和保护，而是致力于唤起共鸣、取悦大众，使其成为亚文化的一支。南音《客途秋恨》经由港剧港影风靡一时，广府名曲《彩云追月》经由抖音火爆全网等例证都说明了这一点。

香港文化工业（Culture Industry）发达，也推动了粤港澳俗文学进入到文化产业中，抓住新世纪民众的文化需求。电视戏曲栏目最主要的两种形式是剧场演出资讯、转播和戏曲综艺栏目。前者有岭南戏曲频道的《梨园花讯》等，后者更能昭示粤港澳俗文学的民间性。广东的戏曲综艺节目有广东南方卫视的《阿湘讲戏》、广州电视台的《南国红豆》等，有着向香港综艺取经的痕迹。粤剧演员李池湘主持《阿湘讲戏》有笑有泪。“粤剧欢乐大猜想”是《南国红豆》的娱乐板块，通过竞赛向观众传授粤剧知识。广东戏曲综艺节目不同于 CCTV 11“跟我学”的严肃专业，也不同于香港综艺的无厘头，而是积极在专业和娱乐之间寻求平

衡点。香港在新世纪依旧靠着影视剧的改编再造让民间传说得以焕发活力。《齐天大圣孙悟空》《牛郎织女》《封神榜》等电视剧都携带着香港深刻的文化印记，既坚守中国传统道德观念，又富有新时代锐意进取的狮子山精神，并不是“文化工业”的机械复制。

立足民间性传播的文化工业催生了文化产业链，同时，文化产业链的存在又反过来推动了粤港澳俗文学的民间性传播。文化产业链可看作是围绕某一种文化产品生产的上下游各个环节相互依存相互作用的链条关系（何群，2006，p.24）。上游核心产品正是粤港澳俗文学以及由此形成的文化价值认同，中游配套产品是围绕上游核心产品而推出的电视、电影、游戏甚至是短视频等，下游衍生产品则有服装、视频、玩具、文创等一系列产品。近年来，潮汕原创音乐从潮剧、潮曲、畚歌汲取灵感，蓬勃发展，大有走向全国之势。相关商家利用 NFT 等区块链技术，将潮汕音乐元素转化为独特的数字艺术品，供人们收藏和交易。以潮州歌谣为创作灵感的绘本《潮汕童谣》设色温馨，充满童趣，并根据绘本内容衍生出抱枕、手表、拼图等文化产品。粤港澳俗文学正是沿着文化产业链在民间进一步传播，不断扩大传播半径，辐射开来。

此外，粤港澳大湾区俗文学充分利用新媒体技术，创新传播策略，将俗文学转化为表演艺术和娱乐审美活动，用文字、图片、视频、装置等多种形式增强互动，传播俗文学。“感受性关系的信息层次”（王天恩，2024）吸引了一大批年轻观众。南方报业传媒集团创办了“科技+艺术”人工智能品牌云图里（Wonderina）。2018年，云图里就为《机器人奇遇记之绘梦机器人》（To be Wonder）提供了技术支持。机器人 Hopper 根据经典粤曲《顺流逆流》，通过 AI 算法将听觉转换为视觉，二次创作出一幅新的艺术画作¹。深圳舞剧《咏春》通过数字人“厘厘”和真人演员的跨界表演重讲咏春故事，用 AI 技术展现俗文学魅力。广东粤剧院打破次元壁，与网游《剑网3》跨界合作，完成新编粤剧《决战天策府》。4K 粤剧电影《白蛇传·情》得到诸多年轻观众的自发宣传，打破戏曲电影最高票房纪录。无论是《白蛇传·情》，还是《渔国夫人》，广东粤剧电影大多围绕传统故事展开。而香港粤剧故事的创作就更为前卫先锋，与时代精神相契合，富有科幻气息。《粤剧特朗普》²大胆解构政治，诙谐幽默，切中香港文化市场的痛点，“满足好多后俊生仔睇粤剧的愿望，仲有啲老人家都好钟意睇，讲起就由头笑到尾”。《开心穿粤》是一个穿越故事，在粤剧中加入科技元素，用香港首个人工智能程序操作的机械人带领市民感受戏曲特有的表演美学。香港西九龙戏曲中心也致力于打造科幻感、沉浸式的观剧体验，融合饮茶、看戏、拍照于一体。数智化的转变进一步突破了原有的传播格局。在此生态中，香港市民能够依据现实场景，与西九龙戏曲中心构建起一种独特的生成式互动传播模式。俗文学既可以是审美的，也可以是感官的，是社交的。新媒体技术下俗文学表现形式的创新带来了粤港澳俗文学史上一次重心下沉，深度下沉到民间。除了文本以外，技术、表演、环境、文创等都成为民众茶余饭后的话题。数字机器对现实的复现与虚拟场景的创造意味着俗文学呈现出新的表现形态。俗文学的自我革新与主体反思缩短了大众与俗文学之间的审美距离。不少非粤语地区的年轻人也积

¹ 张素芹 (2020-06-24) : “为不划龙舟的端午‘加戏’, ‘粽情音粤’助力广州演艺复苏”, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1670376581553818517&wfr=spider&for=pc>.

² 2024年11月, 特朗普宣布再次当选总统后, 2025年《粤剧特朗普》的门票火速售罄, 在香港的新光戏院已经一票难求。

极讨论俗文学的文学表达和美感情趣。经新媒体技术创新融合的俗文学，本质上是为了寻找传统的俗文学在新世纪的新的时代记忆与生成方式，进而构建俗文学的未来形态，最终达成俗文学与时代的互动与共生。它既是为年轻人与传统俗文学之间搭建了一座桥梁，也促使年轻人在欣赏、感受、互动中不自觉地对俗文学进行另一种意义上的传承与复兴。

俗文学来自民间，也走向民间。粤港澳俗文学推广机构不仅通过建设艺术馆、举办艺术节、编写资料图书、俗文学进校园、惠民演出等一系列举措为大众提供更加丰富、多样化的内容和服务，还通过改编重写经典俗文学、创新再造俗文学节目、开设传习所、增强表演互动等措施吸引潜在受众群体，变单向传播为双向对话，扩大俗文学的民间影响力。一方面，俗文学借助数字人文和 AI 技术极大地丰富了观看体验和交互感知，从俗走向潮；另一方面，俗文学从俗走向雅，通过雅化的方式走向舞台、校园，予人审美熏陶。无论以哪种方式，俗文学在变潮、变雅的同时，都以新的媒体语言和创作方式再造新世纪的对话与存在逻辑。

三、国际化传播：区域性文学“借船出海”的文化实践

粤港澳俗文学作为区域性文学正建立在地域相邻、民俗相近、人缘相亲、语言相通、文化同源的基础上。这一前置条件使得粤港澳“9+2”个城市的俗文学得以作为一个整体存在。同时，粤港澳俗文学的特殊性还在于依托广州“海上丝绸之路”重要城市、香港“中外文化艺术交流中心”和澳门“中华文化主流、多元文化共存的交流合作基地”的高层次平台，扩大文化产业输出，“借船出海”，助推中国俗文学“走出去”。以戏曲、说唱等为例，鲜明的地域性使得它们更多在本地发展流播。作为区域性的文学形态，非华人圈、非粤语地区的人民对于粤港澳俗文学存在一定的理解偏差。如何让粤港澳俗文学走出大湾区，得以“破圈”“出海”一直是亟待解决的重要问题。

首先是综合国力的提高为文化自信提供了坚实的物质基础。以传统戏曲的传播接受为例，18 世纪末，广州十三行和香港的外销画及西方画中就有许多戏曲、说唱的演出场景。19 世纪 50 年代，当粤剧跟随华人淘金者们漂洋过海抵达美国时，在非华人观众眼中，粤剧表演者“用锣和铜鼓制造出的连续不断的噪音十分刺耳”，“听上去让人想立刻离场”（Judy Yung, 2006, pp.28-30）。1930 年，梅兰芳访美，在一定程度上改变了西方对东方戏曲的误解。进入新世纪后，拥有五千年文脉的中国赢得了越来越多的国际尊重。这使得俗文学的国际传播成为可能。纪录片《百年粤韵》正是在大国崛起的背景下立足国际视野讲述粤剧如何从佛山走向珠三角，再走向海外。同时，不少华侨华人逐渐坚定文化自信，越来越敢于展示中国文化，宣传俗文学。他们身着传统服装在海外街头演奏广东音乐，表演粤曲粤剧，输出粤港澳俗文学，并以此为荣。同时也有许多海外观众围观欣赏，甚至录制视频，上传到社交软件中，进一步扩大了粤港澳俗文学的国际影响力。这也会推动学界和民间进一步重视对俗文学文献的收集与整理，尤其是那些流落海外的俗文学文献。

其次是分步骤培养异域接受者。国际传播不能简单地进行外宣输出和翻译再现，应当最大限度上吸纳不同文化背景的阅读者，让不了解原本故事的异域读者更好地接受其中的人物和情节。不少俗文学脱胎于民间信仰仪式，烙印着东方的神秘密码。这都为俗文学的国际传播带来了难度。首个多语种粤剧微信公众号“粤韵流传”由广东外语外贸大学开发制作完成。

“粤韵流传”打破方言的限制，使用印尼语、马来语等九种语言进行运营，广泛面向东盟国家和欧美用户。亚洲文化的相似性使得粤港澳俗文学在亚洲尤其是亚洲东部有众多拥趸。而欧美国家则需要更广泛的文化场景中理解俗文学的文学叙事与文化心理。《探宝觅踪——寻找湾区民间文化力量》系列纪录片以文化探寻官的视角展开寻宝探秘故事，深受海外受众欢迎。《澳门日报》与葡萄牙环球传媒集团合作，在葡萄牙《新闻日报》开设“中国文化之窗”专版，用葡语介绍粤港澳俗文学与中国文化，帮助当地民众了解中国文化。

《了不起的非遗》(The Amazing Heritages) 是广东广播电视台对外传播中心策划制作的英语融媒体国际文化节目，并在 YouTube、Facebook 等海外平台同步发行。节目全英文录制，夹杂部分粤语。主持人尽量为广东非遗与西方文化找到缔结点，醒狮是中国版独角兽，粤剧是东方莎剧。一集 25 分钟的视频时长也是 YouTube 用户最喜欢的频道模式。“这是中国的 From China” 同样是一个在外网同步的全英节目。博主身穿中国传统服饰，向世界介绍中国的民俗、传说、文化。节目以“This is China’s XXX” 为开头，一集 4 分钟左右，短小精悍。This is China’s Youshen Culture 介绍了广东的游神文化和相关的民间传说。The Origins of Silk Road 申明了广州是海上丝绸之路南海航线的起点之一。外网点击率最高的 Chinese mythology of the 9 Tailed Fox 让不少海外观众知道九尾狐传说源于中国，而非日韩。在“这是中国的 From China” 的评论区，有部分英文、韩文、孟加拉文的用户会对中国俗文学持怀疑甚至是否定的态度。这些声音往往会得到其他用户的纠正或指责，以跟帖或楼中楼的形式进行批驳甚至是批评。以下是一位名为 sallylisa1940 的读者评论，反映了大部分海外用户对这类文化误读的真实态度：What she said is right, if you feel wrong, you can go to learn Chinese. Do not comment until you have studied or researched. Please disprove the author with evidence. (译文：她所说的是正确的。如果你觉得不对，可以去学习中文。在学习或研究之前，请不要发表评论。请用证据反驳作者。) ¹

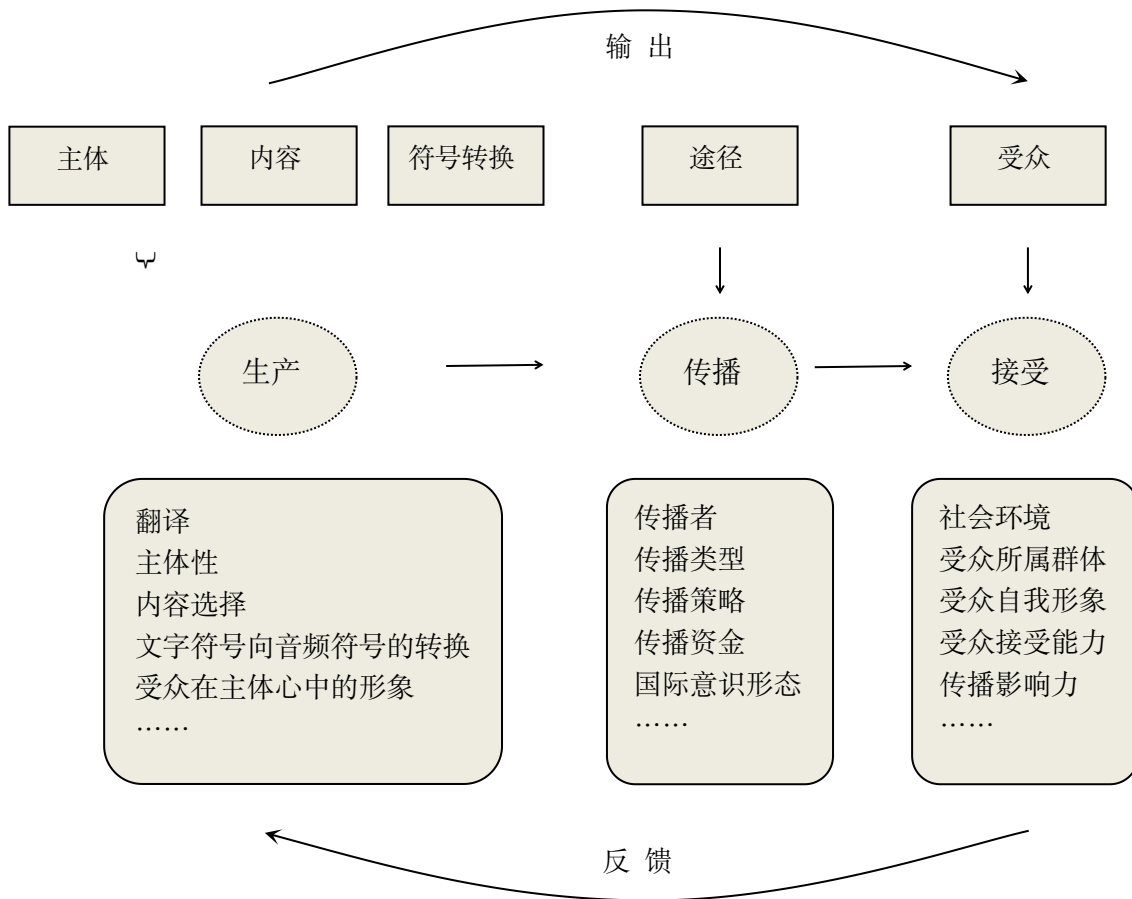
此外，语言差异、媒介差异、文化差异会在传播过程中不可避免地部分改变俗文学的原始面貌。传统说唱是否需要融入西洋乐器？文学翻译要忠于原文还是向异域读者的文化习惯靠拢？带有文化偏见的读者如何理解最真实的中国俗文学？其实超越“道”“技”之争，培养异域接受者只要立足中华文化本位，便是“走出去”的正确实践。

最后要建立系统的粤港澳俗文学国际传播模式。粤港澳俗文学作为整体性概念还十分稚嫩，相关研究刚刚起步，官方与民间机构也十分分散。不少俗文学在海外被包括在其他组织中，如木兰寨粤曲文化传承团体、大温哥华中华文化中心等。这些组织整合了纪念馆的部分功能，在俗文学的传播中确认、巩固文化认同与集体记忆。2024 年，第 3 届粤港澳大湾区文艺合作峰会在深圳举行。峰会发布了《粤港澳大湾区文艺发展指数报告》，这是目前国内首个以指数形式发布的区域文艺发展报告。根据报告可知，俗文学作为民间文艺的重要组成部分，需要政策、财政、产业、科技等全方位的支持，尤其要以香港为传播中心，辐射周边，形成弘扬粤港澳俗文学的合力，单靠民间力量难以走向国际。香港的文学传播起步较早，“而

¹ 这是中国的 From China (2023-06-30) . Top 100 Traditional Culture You Have To Know About China: Hanfu (汉服 clothing of the Ming Dynasty) . YouTube. <https://youtu.be/J1Oc2Db7Krk>.

且辐射影响到广东广西、福建台湾省、东南亚、北美唐人街等海内外区域，形成了特别版图”（凌逾，2020）。

借助传播学理论，我们可以在跨文化语境中尝试建构粤港澳大湾区俗文学国际传播与接受的模式，并根据主体、讯息、媒介、受众四大要素和生产、传播、接受三大环节得到如下关系图。跨文化传播既要考虑文化系统的符号转化，又要考虑国际意识形态的差异，同时还要注意到大众阅读/浏览偏好的转向对于文学的影响，在实践过程中必然面临诸多挑战。卢因认为“把关人”（gatekeeper）对主体信息的传播起着重要作用¹。其实，在新世纪跨文化语境中，创作者、表演者、编辑、译者、出版商、评论家都是其中的“把关人”。他们选择、控制、转化和传播俗文学，甚至连受众都是二次传播的“把关人”。中国俗文学经生产、改编和翻译后，编辑、译者、出版社等决定其是否被允许进入传播渠道，评论家和受众影响其是否继续在传播渠道中流动，又反过来影响俗文学的生产。俗文学得以在输出和反馈中流动、循环起来。



图一：粤港澳大湾区俗文学国际传播与接受模式

Figure 1: International Dissemination and Reception Patterns of Popular Literature in the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area

¹ 美国社会心理学家库尔特·卢因首次提出把关理论。他在《生态心理学》（1943年）和《群体生活中的渠道》（1947年）中指出，把关是指传播者对信息主体的筛选与过滤，把关人是对信息进行过滤和加工的人或组织。

当前网络文学已由“‘网文出海’的‘文学传播链’进入全球泛文娱产业的‘网络文艺传播链’”（张富丽，2023），非物质文化遗产成为海外游客“China Travel”的热门打卡项目。同样是 Pop Literature 的俗文学也在努力突破传统的地域界限，在狭小的粤语文化的围制中挣脱出来，进而克服和突破地方色彩的有限性、局限性，配合国家外宣战略将民族的转化为世界的，形成敞开式的文化形态。当然，粤港澳俗文学的“借船出海”才刚刚起步，依旧面临着经济、技术、文化等方面的种种困难。但是，2024年8月20日，首款以传统俗文学为背景的动作扮演3A游戏《黑神话：悟空》一经发行就掀起现象级热潮，引爆全球市场，频频出圈。这既说明了中国俗文学拥有跨越地域、国界、种族的巨大能量，也在启示着粤港澳俗文学要从生产、传播、接受等环节入手，加快布局海外传播渠道，实现国际传播。

综上，新世纪粤港澳俗文学传播与接受在多重维度中得以展开：数字媒体的复合互渗、区域文学的复合联动、海洋文明的广博盛大、发展开放的国际视野，不断激发新变、新义与新生。虽然当前的粤港澳俗文学仍旧存在着地域发展不平衡、不同种类俗文学接受者迥然、跨媒体传播难度大、人机交互的艺术实践刚刚起步、“借船出海”容易出现文化误读现象等诸多问题，所以，更需要“理解和尊重当地文化，积极促进双方文化的交流与融合，鼓励文化创新，从而更好地适应和融入当地社会”（蔡和存，2025）。随着相关研究和实践的不断深入，相信未来的粤港澳俗文学会拥有越来越多的拥趸。

基金项目：本文系国家社科基金“香港当代报章文艺副刊整理与研究（1949-2022）”（项目编号：22&ZD276）的阶段性研究成果之一。

Conflicts of Interest: The authors declare no conflict of interest.

ORCID

Luo Jiangyu ^{ID} <https://orcid.org/0009-0001-0875-3731>

Ling Yu ^{ID} <https://orcid.org/0009-0007-3112-8284>

References

- 蔡和存（2025）：闽南文化在东南亚地区的传播路径与本土化机制研究——基于海上丝绸之路的文化互动视角，《文艺国际传播研究》（01）：25-39.
- [Cai Hecun (2025). "Research on the Dissemination Path and Localization Mechanism of Minnan Culture in Southeast Asia -- From the Perspective of Cultural Interaction along the Maritime Silk Road". *International Communication Studies in Literature and Art* (01):25-39.]
- 戴定澄（2022）：《澳门城市音乐文化研究》。上海音乐学院出版社。
- [Dai Dingcheng (2022). *Research on Urban Music Culture in Macau*. Shanghai Conservatory of Music Press.]
- 何群（2006）：《文化生产及产品分析》。高等教育出版社。
- [He Qun (2006). *Analysis of Cultural Production and Products*. Higher Education Press.]
- Judy Yung (2006). *San Francisco's Chinatown*. Arcadia Publishing.

凌逾 (2020) : “构建粤港澳大湾区文化想象共同体”, 《粤港澳大湾区文学评论》 (04) : 54-63.

[Ling Yu (2020). “Building a Shared Cultural Imagination for the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area.” *GBA Literary Review* (04): 54-63.]

王天恩 (2024) : “人工智能通用化及其实现途径”, 《中国社会科学》 (03) : 105-124+205.

[Wang Tianen (2024). “The Generalization of Artificial Intelligence and its Implementation Pathways”. *Social Sciences in China* (03):105-124+205.]

武新军 (2023) : “中国当代文学跨媒介传播史料整理问题”, 《文艺争鸣》 (09) : 16-18.

[Wu Xinjun (2023). “Issues in Compiling Archival Materials on Cross-Media Dissemination of Contemporary Chinese Literature”. *Literary and Artistic Debate* (09): 16-18.]

张富丽 (2023) : “从作品出海到生态出海: 中国网络文学国际传播现状”, 《扬子江文学评论》 (02) : 75-81.

[Zhang Fuli (2023). “From Works Going Global to Ecosystems Going Global: The Current State of Chinese Online Literature’s International Dissemination”. *Yangtze Jiang Literary Review* (02): 75-81.]

周忠元 (2012) : 《20 世纪上半叶的俗文学研究》。山东人民出版社。

[Zhou Zhongyuan (2012). *Research on Popular Literature in the First Half of the 20th Century*. Shandong People’s Publishing House.]