

ICSLA

International Communication Studies in Literature and Art

ICSLA, Vol. 1, No. 2, 2025, pp.211-225.

Print ISSN: 3079-2711; Online ISSN: 3104-5081

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

DOI: <https://doi.org/10.64058/ICSLA.25.2.04>



主体、过程与效果:

翻译传播学视角下的粤剧海外传播路径研究

郭妙盈 (Guo Miaoying), 李奕旌 (Li Yijing), 陆志军 (Lu Zhijun)

摘要: 粤剧作为中国传统戏曲的重要组成部分, 是我国最早走向海外的剧种, 粤剧的海外传播承担着向世界传播优秀中华传统文化的使命。本文以吴赞等学者的翻译传播学理论为框架, 分析粤剧海外传播的主体、过程和效果, 探讨粤剧海外传播的媒介、受众接受度和满意度, 以提升粤剧在海外的传播成效, 加深国际社会对粤剧文化的理解与认同, 增强其国际影响力, 实现真正的“文化走出去”。

关键词: 粤剧; 翻译传播学; 海外传播; 传播路径

作者简介: 郭妙盈, 广东工业大学外国语学院本科生, 研究方向: 国际传播、翻译传播学。电邮: guomiaoying@mails.gdut.edu.cn。李奕旌, 广东工业大学外国语学院本科生, 研究方向: 翻译传播学。电邮: liyijing2@mails.gdut.edu.cn。陆志军 (通讯作者), 广东工业大学外国语学院副教授, 研究方向: 理论语言学、翻译传播学。电邮: luzhijun@gdut.edu.cn。

Title: Research on the Overseas Dissemination of Cantonese Operas from the Perspective of Translation-Communication Studies

Abstract: As a significant component of traditional Chinese opera, Cantonese opera is the earliest type of Chinese opera to go overseas, and the overseas dissemination of Cantonese opera bears the mission of spreading the excellent traditional Chinese culture to the world. This paper takes the translation-communication theory of Wu Yun and other scholars as a framework to

analyze the subject, process and effect of Cantonese opera's overseas communication, and explores the media channels, audience acceptance, and satisfaction in the international spread of Cantonese opera. The purpose is to enhance the effectiveness of Cantonese opera communication overseas, deepen the understanding and recognition of Cantonese opera culture in the international community, strengthen its international influence, and achieve a true "cultural outreach".

Keywords: Cantonese opera; Translation-communication studies; Overseas dissemination; Dissemination path

Author Biography: Guo Miaoying, Undergraduate student at the School of Foreign Languages, Guangdong University of technology, Research direction: international communication and translation communication. E-mail: guomiaoying@mails.gdut.edu.cn. Li Yijing, Undergraduate student of School of Foreign Languages, Guangdong University of technology, Research direction: Translation and communication. E-mail: liyijing2@mails.gdut.edu.cn. Lu Zhijun (Corresponding author), Associate professor at the School of Foreign Languages, Guangdong University of Technology, Research interests: Theoretical linguistics, translation and communication. E-mail: luzhijun@gdut.edu.cn.

前言

粤剧作为中国传统戏曲的重要剧种。从初始的民间音乐发展为如今的南方第一大戏种，粤剧经历了五百余年繁衍流变。粤剧的海外传播承担着向世界传播优秀中华文化的使命。然而，受限于独特的方言表达、相关背景文化缺失及译介阻碍等问题，粤剧在海外长期面临传播阻力，导致其在发展过程中缺乏充分积累，主要局限于部分华人社区及南洋地区的传承与表演活动。与此同时，学界对粤剧翻译与传播的研究亦未给予足够关注，缺乏系统而深入的探讨。

从现有研究来看，国内外学界对粤剧的关注多集中于其历史渊源、表演形式、音乐美学以及传承与传播。根据陈凝（2005, p.15）考证，粤剧大约于十九世纪中叶前开始向海外传播，迄今已逾170年。董迎春（2011, p.146）提出粤剧传播的重要动力源于粤剧文化认同与当代文化需求的契合。罗丽（2011, p.12）则强调了粤剧在中华文化的海外传播中担任着重要角色。此外，曾衍文、李燕霞（2020, p.61）从文化生态学的角度出发，探讨粤剧的传播在海外适应不同文化环境的具体方式，而杨浩然、张映先（2021）以《牡丹亭一梦》译本为例，研究了粤剧对外翻译如何适应不同的文化环境，以及翻译活动在粤剧文化传播和海外接受中的作用。黄映雪、曾衍文（2019）结合“一带一路”倡议，分析粤剧在国际传播中面临的挑战与机遇，进一步提出“译+释”的外宣翻译策略。

国外学者亦对海外华人聚居区的粤剧传播有所关注。波多野太郎（1979）通过采用收集资料、实地访问、观看演出等多种方式对粤剧的历史渊源进行梳理，并分析粤剧的艺术特征。Rao（2018）则通过收集地图与票据等史料，揭示了19世纪末至20世纪初粤剧院在加拿大华人社区中的核心作用。

然而，当前的研究仍存在不足。一方面，国内研究多聚焦于粤剧艺术的表演形式，也有部分文献探讨粤剧的海外翻译与传播策略，但对翻译传播策略及其实际效果的分析较为薄弱，缺乏系统的理论框架，难以全面评估粤剧的国际接受度与影响力。另一方面，国外研究则侧重于粤剧传播的特定区域，忽略了文化背景的多样性，导致粤剧海外传播的研究背景较为片面。

翻译传播学是翻译学理论领域上的一种跨学科理论，是一种全新的学科研究范畴（张生祥，2013, p.116）。其起源可以追溯到 20 世纪 20 年代美国著名传播学家 Shannon 和 Weaver 提出的“香农——韦弗模式”与 Lasswell 的“五 W 模式”。随着社会现象日趋复杂，单一学科的研究成果已经无法满足对社会现象的解释，学者们开始从传播学的角度来研究翻译过程中的信息传递，翻译传播学应运而生。尹飞舟与余承法（2020）系统梳理了翻译传播学的理论，提出翻译传播活动涵盖传播者、译者、信息、媒介、受众、效果六大要素，并强调译者在翻译传播过程中的重要性，为该领域研究开辟了新路径。

随着学科的发展，众多学者对翻译传播学的理论架构进行了探索与完善。吴贇、林轶（2023）从翻译传播的概念、功用和研究主题三个方面阐述了翻译传播学的基本理论和发展必要性，强调翻译传播在调和主体间关系、服务国家外译事业、回应媒介革新和拓展翻译理论体系等方面的重要价值，凸显其对国际交流与文化输出的深远意义。

近年来，随着“中华文化走出去”战略推动、中外文化交流深入以及全球化进程的加速，粤剧的海外传播也迎来新的发展机遇。通过跨文化合作与数字化传播等方式，粤剧逐步开拓海外市场，吸引更多海外观众，并在国际舞台上塑造鲜明的文化特色，进一步推动中华优秀传统文化的传播与弘扬。在此背景下，本文基于吴贇、林轶（2023）的翻译传播学视角，探讨粤剧海外传播的多元主体、传播媒介、受众和效果，旨在为粤剧在国际舞台上的推广和传播提供有力支持与建议。

一、粤剧海外传播的行为主体研究

根据吴贇、林轶（2023, p.36），翻译传播的主体既包括译者，也包括引发者、执行者和接受者。其中，译者是翻译传播主体的重要组成部分。此外，翻译传播行为作用于“交际”时，行动主体包含信息的发出者、译者和受众三类。粤剧海外传播的行为主体分为国家和政府以及海外剧团和华人两大类，这些主体兼顾信息的发出者、译者和受众三重角色，在粤剧海外传播中发挥各自的能动性。再者，现代媒介环境中的翻译传播行为始终处于双向的互动交流中，故而主体的角色呈现出互相交替、牵引的景象。

（一）国家和政府

粤剧在国家层面的海外传播是以国家和政府为主体。张建秀（2023, p.40）指出，国家和政府主导的粤剧出访体现出一定的象征性意义。粤剧在海外传播中充当国家文化交流使者，代表国家文化形象，多以文化外交活动的形式在海外传播。20 世纪五六十年代，以国家名义赴海外访问演出和粤剧电影的海外展演是粤剧在此传播阶段的主要传播方式。例如，1961 年，广东粤剧院代表中国粤剧团远赴越南进行访问演出。胡志明主席亲临现场观看了演出，并且授予了剧团的主要成员们一级劳动勋章（中国粤剧网）。

改革开放后二十年，以国家传播为主体的粤剧海外传播以地方剧团到海外演出、粤剧电影、文化交流活动等形式为主，呈现出双向传播的特点，从单向流动的线性传播模式转向双向流动的控制论传播模式。这种模式包含两层双向流动：一是国内与国外的流动，二是内地与港澳地区的流动。

图 1 表明，20 世纪 80 年代，以国家传播为行为主体的粤剧海外传播在内地与港澳地区是相互的、双向的，在传播的过程中互相牵引，经过信息授受，处于双向流动的互动与联系当中。

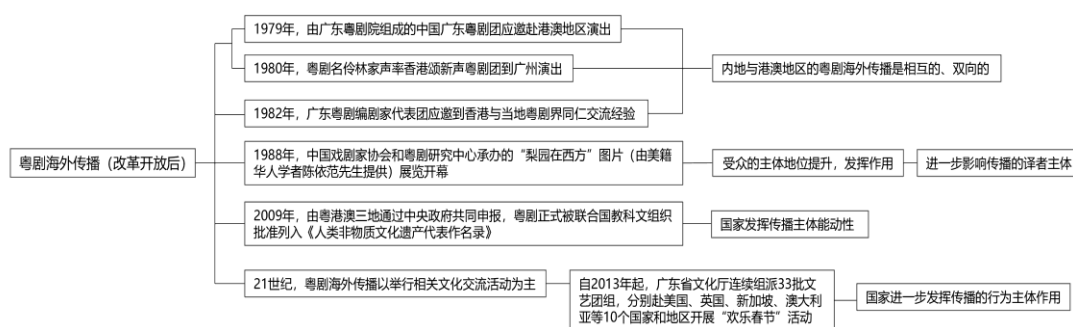


图 1 改革开放后粤剧海外传播（以国家传播为主体）的主要历程

Figure 1 Main process of overseas communication of Cantonese opera (mainly national communication) after the reform and opening up

此外，作为受众的美籍华人学者陈依范主动提供粤剧的传播资料，与国家和政府相关部门合作举行文化交流活动（中国粤剧网），可见受众的主体地位在传播的互动中得到提升，从能动性参与转换为能动性传播，受众将其在传播过程的作用发挥到极致，转而影响传播的译者主体。2009 年，粤剧的申遗成功，有助于国家发挥传播主体能动性，促进粤剧的海外传播稳步发展。此后，粤剧海外传播的文化交流活动尤为兴盛，国家进一步发挥行为主体作用，推动粤剧的海外传播。

（二）海外剧团和华人

粤剧起源于岭南地区，但随着华人的迁移，它迅速向海外扩散，形成了在海外发展的独特现象。粤剧为海外地区的华人族群提供了关键的精神依托，他们通过对“粤剧”这一共同文化符号的传承与发扬，完成了其民族身份的建构与文化认同的深化（Deng & Zhang, 2025, p.103）。于是，粤剧艺人纷纷采取组织戏班、建立社团、经营戏院以及开设教学馆等方式，积极在当地推广和传播粤剧文化。海外华侨、华人和赴海外演出的粤剧戏团组成了粤剧海外传播中的民间传播主体，推动粤剧的海外传播。

由图 2 所示，以民间传播为主体的粤剧海外传播分为三个阶段：早期传播主要依附于华人戏班的海外演出，受二战影响曾一度衰落；中国改革开放后，粤剧作为文化交流的一部分，传播至全球多个国家和地区；21 世纪以来，现代媒体的发展进一步助力于粤剧的海外传播，使其受众变得更加多元化。

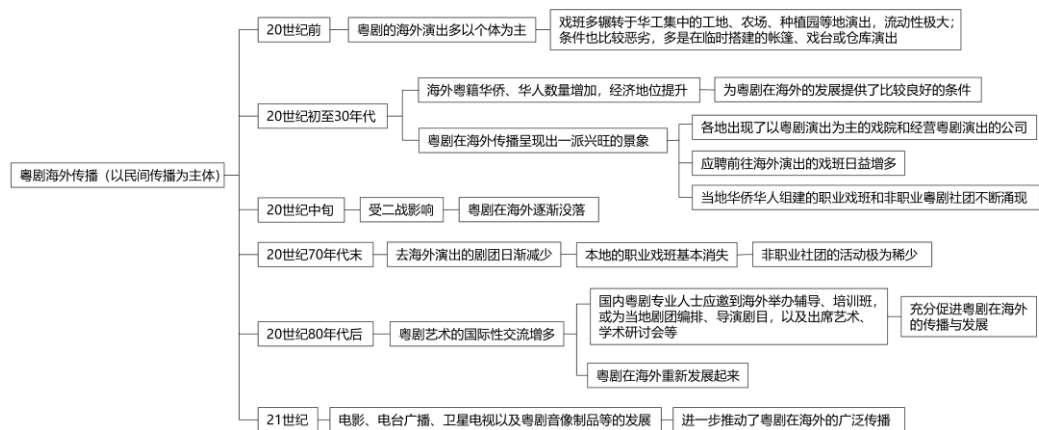


图 2 粤剧海外传播（以民间传播为主体）的主要历程
Figure 2 Main process of overseas communication of Cantonese opera (mainly folk communication)

由海外华人、华侨和赴海外演出的剧团主导的民间传播最先以信息的发出者、译者的角色向海外群众传播粤剧，利用海外华人、华侨的影响力进一步推动粤剧的海外传播，提高海外受众对粤剧的认同感。当受众的认同感达到一定程度后，海外地区涌现了大批的职业与非职业粤剧社团，吸引海外华人和本土居民加入到粤剧社团，主体角色拓展至受众群体，发挥受众的主体作用，通过反馈和宣传等手段进一步增加粤剧对海外群众的吸引力。

如表 1 所示，东南亚、美洲、澳洲和欧洲均有多个粤剧社团活跃，这些海外粤剧社团积极参与粤剧及粤剧文化的推广，使粤剧得以在海外传播开来（黄静珊、罗丽，2019, p.214-220）。

海外地区	主要的粤剧社团
东南亚	新加坡八和会馆、马来西亚八和会馆、敦煌剧坊、露雳慈善社、吉隆坡南海会馆粤剧曲艺部、伟新声粤剧团、统一粤剧团
美洲	鸿福堂、杨海城粤剧学院、中国音乐剧社、美洲八和粤剧协进会、纽约八和会馆、振华声艺术研究社、白雪梅粤剧艺术学院、黎佩仪剧艺学院、巴拿马知音乐社
澳洲	侨青社粤剧团、冈州粤剧曲艺社、义擎天粤剧团
欧洲	欧洲粤剧研究会联合总会、侨声剧艺社、丹麦华人长春会粤剧曲艺组、英国华人粤剧曲艺研究会、兆风粤剧曲艺社、共和协会曲艺组、湘云艺苑

表 1 海外地区的主要粤剧社团
Table 1 Main Cantonese opera clubs in overseas regions

二、粤剧海外传播的过程研究

吴赞、林轶（2023, p.37）指出，翻译传播过程是“自我”信息通过译者作为中介到达“他者”的过程，进而对他者产生认知与情感影响。过程研究涵盖媒介分析、受众分析与效果分析等要素，旨在研究媒介、受众与效果三者如何共同塑造翻译传播的整体动态过程。媒介分析侧重考察媒介要

素如何影响翻译传播过程的受众、效果及媒介本身。受众分析则探讨受众要素如何影响翻译传播过程中媒介、效果及其自身。效果分析关注翻译外部因素如何影响信息流动与传递效果。

（一）粤剧海外传播过程的媒介分析

Schramm (1982) 将媒介定义为“插入传播过程的中介”，其主要功能是扩大和延伸信息传送的时间和空间。作为翻译传播过程的重要要素，媒介分析有利于深入研究翻译传播过程中的译者动机、译本内容及风格、译者/受众的自我形象、媒介压力和约束等。容世诚 (2006) 认为，戏曲所依附的物质形式可分为戏台、图书、唱片。随着时代发展，粤剧传播的媒介开始从物质媒介转向多媒体媒介。本小节将分析粤剧海外传播过程中涉及的舞台演出、网站等媒介及其相应的典型案例。

1. 舞台演出

舞台演出是当前戏曲传播的重要媒介，也是原始、传统的物质媒介，体现了戏曲在演出场所进行现场传播的行为（孙佳希，2021, p.81）。舞台演出的传播特征包括现场性、活态性和复合性，常与电影、电视等其他媒介形式相结合。同时，舞台演出涉及口头、文本、表演和展示等多重传播形式，展现出高度的综合性。

粤剧的海外演出主要面向华人华侨群体，且多在华人社区进行。然而，不同国家和城市间的观众构成存在差异，例如在欧美地区，非华人观众的比例相对较高。2017 年广州粤剧院赴美国演出，给当地观众带来了《睿王与庄妃》《钟馗》等经典粤剧表演。同年 2 月，该剧团在英国伦敦等城市进行了精彩的演出；4 月，再赴美国演出，并且在当地举办了粤剧的相关主题讲座（中国粤视网，2020 年 2 月 14 日）。

从以上例子中可以看出，广州粤剧院在粤剧海外传播过程中充当信息发出者和译者的双重角色，不仅对粤剧的海外传播现状的认知十分到位，还对译者的自我形象理解透彻，并且结合自身的粤剧海外传播动机进行传播策略的调整——增加粤剧主题讲座等传播形式，这也体现了舞台演出传播与其他媒介相结合的特点，以便受众更易理解粤剧传达的内容和精神。值得注意的是，广州粤剧院运用舞台演出、文本、讲座等多种媒介进行粤剧的海外传播，在一定程度上弥补了舞台演出媒介的局限性，打破舞台演出传播的约束，将更大地发挥传播作用，提高传播效果。

2. 网站

互联网作为现代传播媒介的核心组成部分，已然成为当代信息传播的主力平台。通过动态文本、图像、音频与视频等多模态复合材料，互联网使受众得以通过多感官途径对信息进行多维理解，进而形成多种媒介融合的融媒体生态。吴赞、孙萌 (2023, p.69) 指出，融媒体依托互联网技术，具备多样化的传播渠道、广泛的受众覆盖及强互动性的诸多优势。戏曲借助相关网站进行翻译传播，体现了其传播方式的多元化与可视化。然而，互联网传播对译者的要求不仅限于文本翻译，还需关注传播效果及最终目的语受众的接受程度。

Duhalde et al. (2019) 在香港地区的《南华早报》(South China Morning Post) 官方网站发布一篇题为“粤剧的表演艺术”(Cantonese performing art) 的互动文章，以时间线的方式将粤剧的发展一步步向受众展示，条理清晰，趣味十足，体现了其对粤剧海外传播的译者动机十分清晰。同时，该文章的文本翻译到位。例如，文章开头介绍粤剧可能源于宋朝的北方剧种，受昆曲影响，有“粤昆”之称，将“粤昆”译作“Yuet Kuk”，用音译法生动形象地向受众传达了“粤昆”的含义，便于读者理解。这说明其能够准确把握粤剧海外传播的译者自我形象和受众作为跨文接收者的自我形象把握准确。

此外，该文章充分利用互联网媒介的多模态特性，结合图片、视频及互动模块设计来呈现出粤剧的主要表演形式。红船既是粤剧戏班远赴海外演出的交通工具，又是粤剧文化传播的重要载体。该文章在介绍粤剧的红船文化时，以“图片+互动”的方式让受众了解到红船的由来、结构和功能以及其承载粤剧海外传播的责任和精神。如图 3 所示，受众在浏览该文章时按照网页左上角的提示进行互动，该网站的页面会根据指示由外而内地向受众介绍红船的外观和内部结构。这提高了文章的阅读趣味性，打破了传统媒介的约束，更大程度地提高了传播效果。

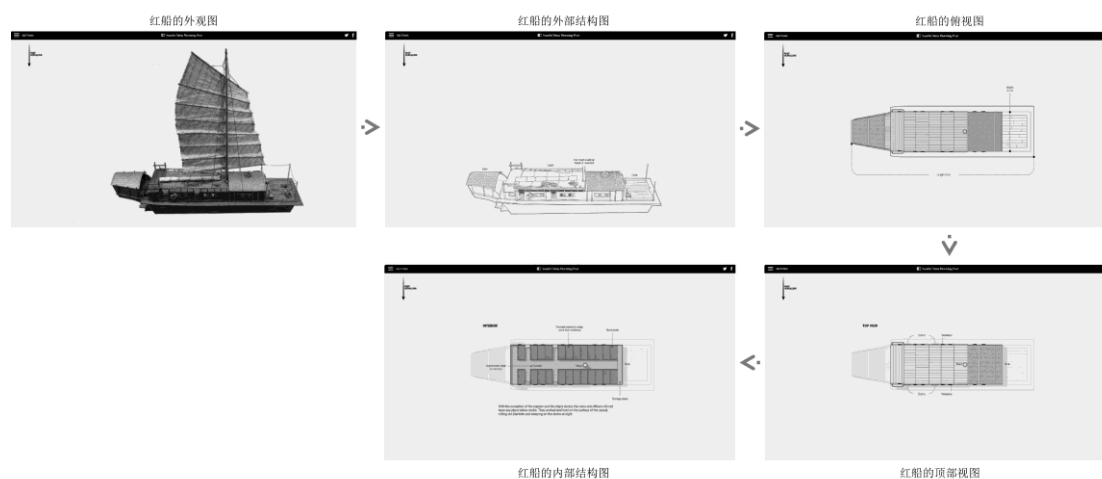


图 3 红船的外观图、结构图（引自 Duhalde et al. 2019）

Figure 3 The appearance and structure of the red ship (from Duhalde et al. 2019)

（二）粤剧海外传播过程的受众分析

受众是传播过程中不可忽视的关键要素。根据吴贇、孙萌（2023, p.62），“受众是一种能动的因素，如果没有受众的积极参与，作者、作品不能构成完整的概念。”受众的参与行为主要体现在对作品的接受与评价，将有效的反馈信息传达至传播行为主体，从而影响传播主体对传播内容和方式的选择，甚至进一步影响作品的传播效果。在翻译传播过程中，受众受目的语语言和文化的影响做出对应翻译传播内容的选择，并影响翻译传播过程受众所在的社会群体以达到文化规训。

二战后，由于受到电影等多种媒介手段的流行以及新一代华人对中华文化认同感降低，粤剧进入低谷时期。为此，海外粤剧积极拓展受众群体，努力实现从传统华人向外籍人员的转变，其中包括演员构成的多元化以及观众群体的国际化。粤剧通过这种跨文化的演出尝试来寻求新的艺术生命力和更广泛的文化认同，从而为粤剧的海外传播注入新的活力。

根据沈有珠（2015, p.92）考证，20 世纪 40 年代，马来西亚籍剧作家钟莉莉女士用英文编写了《龙凤配》（Battle of Dragon & Phoenix），标志着英语粤剧登上戏剧舞台。另外，2002 年新加坡敦煌剧坊用英语排演了粤剧《清宫遗恨》（Intrigues in the Qing Imperial Court）。该剧目的参演者均为海外粤剧爱好者，他们在念白和演唱中采用了英语。

上述例子表明，海外的粤剧传播者主动选用外籍人员作为演员、选用英语进行粤剧改编，体现了受众在传播媒介和内容的选择作用，拓宽了海外粤剧传播的媒介。海外的粤剧受众不仅是华人，更是母语非粤语的外籍人员，在粤剧的海外传播过程中以自身的语言文化反作用于粤剧，并且为粤

剧的翻译传播提供一定的指导。敦煌剧坊排演英语粤剧受到热烈欢迎，说明粤剧的翻译传播行为达到了一定效果，吸引更多非粤籍华人、外籍人员对粤剧艺术的兴趣。此外，用英语演出粤剧，不仅是粤剧的海外翻译传播站在受众层面展开综合的传播过程，更是创新了粤剧文化艺术的传播形式，扩大了粤剧在海外的影响力。

（三）粤剧海外传播过程的效果分析

吴贇与林轶（2023, p.38）提出，翻译传播过程中的效果分析应聚焦于“非翻译”因素如何在不同层面上影响信息的流动与传递效果，以及其对他者认知和情感的影响。由于翻译传播过程的研究涵盖了传播过程的起源、动机、影响因素及其效果，针对翻译传播过程的效果分析应着重考察主体、媒介、受众和效果等要素如何影响翻译传播过程中的传播效果。

1847 年，首批“契约华工”在古巴登岸，他们在当地进行组织粤剧演出、创立剧院等一系列传播活动，深受华人追捧。这表明，契约华工作为早期粤剧海外传播的主体，在主体层面影响粤剧的传播效果，发挥传播主体的主动性以保证一定的传播效果。

20 世纪初，古巴的粤剧剧团开始招收当地的本土民众来学习粤剧，并多次在古巴多个省份进行巡演，广受欢迎。古巴的粤剧剧团将外籍人员引入粤剧的对外传播过程当中，扩大了粤剧的传播主体范围。在该传播过程中，外籍人员充当了媒介和受众的双重角色，在媒介层面拓宽了粤剧的海外传播主体，在受众层面增加了粤剧海外传播的反馈渠道，不仅在一定程度上经历了对粤剧及其文化的认知、接受过程，并在演出粤剧时逐步形成热爱，体现了粤剧海外传播的效果。

20 世纪 20 年代后期，由于受到了电影业的冲击和政治因素的影响，粤剧迅速衰落，失业的粤剧演员数量激增。许多资深的粤剧演员不得不远走海外以寻求新的出路。在此阶段，粤剧的海外传播主体层面发生了变化。粤剧演员从海外的华人、华侨转变为国内著名歌伶，不仅以专业的表演一举造就粤剧在古巴及美洲地区红火的局面，更是以深厚的粤剧底蕴满足了粤籍侨胞的看戏需求，乃至吸引当地外籍人员对粤剧产生兴趣进而了解粤剧及其文化，在这一过程中粤剧的海外传播呈现出强大的传播效果。

三、粤剧海外传播的效果研究

翻译传播效果研究聚焦于目标受众在认知、情感和行为层面的变化，以及这些变化所引发的一切影响与结果的综合评估，包括受众对传播主体及其传递信息的接收和满意程度等（吴贇、林轶，2023, p.37）。效果研究需要加强对传统译学中处于次要地位的“受众”的关注。此外，媒介能够影响传播的方式和效率，因此媒介研究也是翻译传播效果研究的组成部分。本小节将从媒介效果、受众接受度效果和受众满意度效果三个方面分析粤剧的海外传播效果。

（一）媒介效果

媒介是影响传播方式和效率的重要因素。粤剧的海外传播过程所依附的媒介有舞台演出、文本、唱片等传统物质媒介，也有电影、网站等现代多媒体媒介。我们依据相关文献整理出表 2，分析不同媒介对粤剧海外传播的存在形态、生产制作方式、观演关系、传播模式和受众感知途径所产生的不同影响情况。

媒介	存在形态	生产制作	观演关系	传播模式	感知途径
舞台演出	演员演出	实时、可变	互动、集体	单一、集体	视觉、听觉
文本	图文叙述	重复、固定	单向、个体	复合、个人	视觉
网站	网页信息	重复、可变	互动、集体	复合、集体	视觉、听觉
电影	胶卷记录	重复、固定	单向、个体	复合、集体	视觉、听觉
唱片	唱片录制	重复、固定	单向、个体	复合、个人	听觉

表 2 粤剧海外传播的主要媒介

Table 2 The main media for the overseas communication of Cantonese opera

由表 2 可知，物质媒介的介入改变了粤剧在舞台上现场实时演出的灵活性以及观演两者之间的互动，转为文字、图案的平面表达，大大限制了读者的观赏体验，从而对粤剧的传播造成一定阻碍。而网站、电影作为现代媒介改变了物质媒介的局限，电影综合了舞台演出、唱片和文本等物质媒介的特点，但并无法将其他物质媒介各自的特点很好地发挥出来，此外还具有时空限制、无互动等局限。对比之下，网站显得更加灵活，既很好地综合了舞台演出、电影、唱片、文本等物质媒介地特点，又具有一定的互动性，时空不受限制，同时让受众可以在私密空间进行浏览，又可以通过论坛等与公众进行讨论。

随着科技的发展，短视频平台取代传统的物质媒介成为艺术传播的新兴媒介。作为流媒体的主导者，短视频平台能够为用户提供良好的体验，比传统媒介更具优势（Evens et al., 2023）。因此粤剧也可借助短视频平台进行海外传播，尤其是抖音、哔哩哔哩、TikTok、YouTube 等知名度高的短视频平台。不少官方或个人在平台发布与粤剧相关的视频，例如，YouTube 平台上的广东电视纪实频道发布的“粤唱粤好戏”栏目，作为中国面向海外的唯一一档粤剧栏目，自创建以来共发布 316 个视频，共有 21 万次观看记录，其中该栏目收录的视频最高播放量高达 43 万，可见该粤剧栏目深受粤港澳观众及海外华人的欢迎。

（二）受众接收度效果

依据吴贇、林轶（2023, p.37），“接收度是‘量’的概念，反映信息的传播范围。”受众作为影响传播效果的重要因素之一，与地域差异、社会文化、历史背景等群体特性有密不可分的关联。粤剧的流行区域主要集中在使用粤方言的地区，包括中国广东省的中部、西部和西南部，广西壮族自治区的东南部，以及部分海外华人社区。

粤剧的海外传播主要流行于海外新老唐人街，即粤籍华人聚居地，比如：越南、新加坡、马来西亚、印度尼西亚、缅甸、柬埔寨、菲律宾、美国、加拿大、墨西哥、巴西、秘鲁、英国、法国、德国、瑞士、意大利、荷兰、比利时、奥地利、瑞典、丹麦、埃及、澳大利亚、新西兰等地。粤剧的传播范围十分广阔，涵盖了东南亚、美洲、欧洲、澳洲、非洲等地区，可见其在海外的受欢迎程度之高。

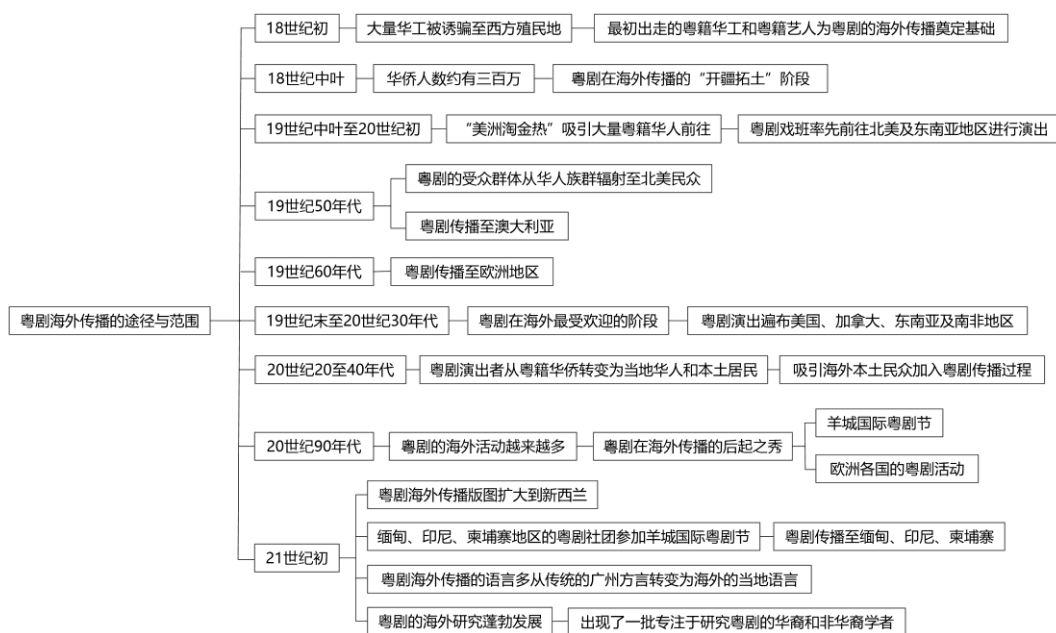


图 4 粤剧海外传播的途径与范围

Figure 4 The channels and scope of overseas communication of Cantonese opera

由图 4 所示，自 18 世纪初起，粤剧随着粤籍华工和艺人的海外迁徙而传播至世界各地，其传播途径与范围经历了从初期的北美和东南亚扩展至澳大利亚、欧洲乃至新西兰、缅甸、印尼和柬埔寨等地，形成了广泛的海外受众群体。粤剧的传播范围在不断扩张，其对应的受众群体也在不断扩大，侧面反映了粤剧海外传播的受众接收度在逐步提高，即粤剧的海外传播效果不断提升。

（三）受众满意度效果

在翻译传播效果层面，吴贇、林轶（2023, p.37）认为：“满意度是‘质’的概念，反映信息的接受、认同程度，是原文本适合性、译本适读性、传播策略适恰性、传播媒介适配性等多种因素作用的总和。”

为了推广粤剧，海外粤剧团体致力于实现粤剧演出语言的多元化，打破语言与文化的限制。他们不仅将粤剧带入社区和学校进行演出，还通过提供当地语言的字幕，使非粤语观众也能理解演出内容。此外，粤剧已经出现了多种语言的演出和演唱版本，包括英语、马来语、法语等，说明粤剧的海外传播充分考虑受众因素的影响，将粤剧的传统传播语言转换为当地受众的语言，增加了译本适读性，同时也体现了传播策略的适恰性。

2009 年粤剧“申遗”成功，体现了受众对粤剧的认同度高，是粤剧海外传播中“质”的飞跃，使得粤剧在世界上的影响力进一步扩大。2019 年，以粤剧为主题的对外文化交流活动，先后在法国巴黎和荷兰鹿特丹进行。这项活动以粤剧申遗成功十周年为契机，汇报粤剧申遗成功十年来在保护、传承、发展等方面取得的丰硕成果，展示粤剧艺术独特的魅力，获得广大侨胞与法国、荷兰朋友的热烈追捧和高度赞赏。

结语

本文基于吴赞等学者提出的翻译传播学理论，从主体、过程和效果三个维度深入研究粤剧海外传播路径与传播策略。研究表明，粤剧的海外传播的行为主体以国家和政府的文化机构、海外剧团等民间组织为主，通过充分发挥主体、译者、受众的主体性，在粤剧的海外表演与文化阐释方面推动了粤剧的有效传播。在过程研究中，媒介、受众与效果三者互相牵引，共同塑造了粤剧在不同文化语境下进行翻译传播活动的整体动态过程，也进一步影响了传播效果。而效果研究中，起重要作用的是媒介与受众，一方面，通过对比分析粤剧海外传播的媒介及其传播方式、效率，得出不同媒介下粤剧的传播效果亦存在差别，另一方面则从受众的接收度与满意度出发，在传播范围的扩张、海外认同的提高等现象中得出粤剧海外传播的效果在不断提升。

然而，粤剧的海外传播过程呈现出明显的阶段性起伏，其传播策略也随着时代背景与文化需求的变化进行调整。从早期依赖华人社群的口传心授，到如今借助数字化平台、跨文化合作等方式，这些策略的演变既是粤剧的传播在逐步适应海外文化生态的体现，也影响了粤剧在国际舞台上的接受度、认同度以及未来发展方向。本研究进一步揭示，翻译与传播研究中各主体在过程与效果维度上的协调互动，有助于为粤剧海外传播提供实践指导，优化传播策略，拓展传播途径。未来，粤剧的海外传播应在延续既有经验的基础上，通过构建更加开放、适配的传播体系，进一步提升传播成效，增强文化输出的系统性与针对性。粤剧海外传播不仅能够提升中华优秀传统文化的国际影响力，亦能促进海外文化对中华文化的接受、认同与融合，实现真正的“文化走出去”。

基金项目：本文系2024年度广东省哲学社会科学规划项目“智媒时代广东非遗文化对外译介与传播策略研究”（项目编号：GD24WZXC01-14）的阶段性成果。

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

ORCID

Guo Miaoying ^{ID} <https://orcid.org/0009-0001-1364-7300>

Li Yijing ^{ID} <https://orcid.org/0009-0005-2366-8462>

Lu Zhijun ^{ID} <https://orcid.org/0000-0003-0449-7213>

References:

波多野太郎、廖枫模（1979）：“粤剧管窥”，《学术研究》（05）：86-95。

[Taro Hatano, Liao Fengmo (1979). “A Glimpse into Cantonese Opera.” *Academic Research* (05):86-95.]

Chan, M. K. (2005). “Cantonese Opera and the Growth and Spread of Vernacular Written Cantonese in the Twentieth Century.” In Gao Qian(ed), *Proceedings of the Seventeenth North American Conference on Chinese Linguistics (NACCL-17)* (pp. 1-18), The Ohio State University.

陈茂庆（2017）：“粤剧在夏威夷的传播与接受：1879—1929”，《戏曲艺术》（03）：124-129+134。

[Chen Maoqing (2017). “The Dissemination and Acceptance of Cantonese Opera in Hawaii: 1879-1929.” *Chinese Opera Art* (03):124-129+134.]

陈凝（2005）：“粤剧在世界各地的传播和影响”，《南国红豆》（04）：15-19。

[Chen Ning (2005). “The Spread and Influence of Cantonese Opera Around the World.” *Red Beans of the South* (04):15-19.]

Deng, A, Zhang, L (2025). “Generative Logic, Mechanism Construction, and Mutual Learning Among Civilizations: A Multidimensional Study of the China-ASEAN Theatre Community.” *MMS* (01): 93–104.

董迎春（2011）：“古典剧目的现代传播——以粤剧《海棠花》成功演出为例”，《民族文学研究》（06）：141-146。

[Dong Yingchun (2011). “Modern Dissemination of Classical Plays: A Case Study of the Successful Performance of Cantonese Opera ‘Malus spectabilis’.” *Studies in Ethnic Literature* (06): 141-146.]

Duhalde, M., Tian, Y. J. & Wong, D (2019, November 8). “Cantonese Performing Art.” *South China Morning Post*.

Evens, T., Henderickx, A. & Conradie, P (2023). “Technological Affordances of Video Streaming Platforms: Why People Prefer Video Streaming Platforms over Television.” *European Journal of Communication* (01):3-21.

郭庆光（1998）：“传播学的研究对象和基本问题（上）”，《国际新闻界》（02）：41-48。

[Guo Qingguang (1998). “Research Objects and Basic Issues of Communication Studies (Part I).” *International Journal of Communication* (02):41-48.]

黄静珊、罗丽（2019）：《春天里：南国红豆粤韵飞》。广东教育出版社。

[Huang Jingshan, Luo Li (2019). *In Spring: The Red Beans of the South Fly with Cantonese Charm*. Guangdong Education Publishing House.]

黄露（2022）：“‘异乡’与‘故乡’：粤剧在新加坡的传播偏向研究（1842—1912）”，《广西社会科学》（01）：67-73。

[Huang Lu (2022). “‘Foreign Land’ and ‘Hometown’: A Study on the Spread Bias of Cantonese Opera in Singapore (1842-1912).” *Guangxi Social Sciences* (01):67-73.]

黄映雪、曾衍文（2019）：“‘一带一路’背景下粤剧的外宣翻译策略探究”，《四川戏剧》（01）：40-44。

[Huang Yingxue, Zeng Yanwen (2019). “Research on the External Publicity Translation Strategies of Cantonese Opera under the Background of the ‘Belt and Road Initiative’.” *Sichuan Drama* (01):40-44.]

于建刚、焉若文主编（2021）：《戏曲跨文化传播研究文集》。学苑出版社。

[Yu Jiangang, Yan Ruowen (Eds.) (2021). *Research Collection on Cross-Cultural Communication of Traditional Chinese Opera*. The Academy Press.]

凌来芳、张婷婷（2019）：《中国戏曲跨文化传播及外宣翻译研究——以越剧为例》。浙江工商大学出版社。

[Ling Laifang, Zhang Tingting (2019). *Research on Cross-Cultural Communication and External Publicity Translation of Chinese Opera: A Case Study of Yue Opera*. Zhejiang Gongshang University Press.]

刘耀泉、黄滔（1997）：“加拿大温哥华粤剧曲艺社团活动概况”，《南国红豆》（01）：18-19。

[Liu Yaoquan, Huang Tao (1997). “Overview of the Activities of Cantonese Opera and Quyi Societies in Vancouver, Canada.” *Red Beans of the South* (01):18-19.]

罗丽（2011）：“戏曲的跨国传播及其文化角色——以京剧和粤剧为例”，《南国红豆》（01）：11-13。

[Luo Li (2011). “The Transnational Dissemination of Traditional Chinese Opera and Its Cultural Role: A Case Study of Peking Opera and Cantonese Opera.” *Red Beans of the South* (01):11-13.]

罗丽（2017）：《延展与凝视：粤剧电影发展史述评》。人民出版社。

- [Luo Li (2017). *Extension and Gaze: A Review of the Development History of Cantonese Opera Films*. People's Publishing House.]
- Wah, Y. S (2017). "The Rise of Cantonese Opera." *CHINOPERL* (01):79-81.
- 彭溢威 (1997): "粤剧在欧洲", 《南国红豆》(01): 14-15.
- [Peng Yiwei (1997). "Cantonese Opera in Europe." *Red Beans in the South* (01):14-15.]
- Rao, N. Y (2018). "Inside Chinese Theatre: Cantonese Opera in Canada." *Intersections* (01):81-104.
- 饶韵华 (2021): 《跨洋的粤剧: 北美城市唐人街的中国戏院》。广西师范大学出版社。
- [Rao Yunhua (2021). *Transoceanic Cantonese Opera: Chinese Theaters in Chinatowns of North American Cities*. Guangxi Normal University Press.]
- 容世诚 (2006): 《第三类型接触, 第三类型戏曲: 戏曲唱片与戏曲研究》。华东师范大学出版社。
- [Rong Shicheng (2006). *Contact with the Third Type, the Third Type of Opera: Opera Records and Opera Research*. East China Normal University Press.]
- Schramm, W. L. & Porter, W. E (1982). *Men, Women, Messages, and Media: Understanding Human Communication*.
- 沈有珠 (2015): "当代粤剧海外传播的新变", 《中央戏剧学院学报》(04): 88-97.
- [Shen Youzhu (2015). "New Changes in the Overseas Dissemination of Contemporary Cantonese Opera." *Journal of the Central Academy of Drama* (04):88-97.]
- 孙佳希 (2020): 《戏曲的跨文化传播策略研究》。新华出版社。
- [Sun Jiayi (2020). *Research on Cross-Cultural Communication Strategies of Traditional Chinese Opera*. Xinhua Publishing House.]
- 童妍 (2023): "新媒体视阈下粤剧的海外传播策略初探", 《广东开放大学学报》(04): 43-46.
- [Tong Yan (2023). "A Preliminary Study on the Overseas Dissemination Strategy of Cantonese Opera from the Perspective of New Media." *Journal of Guangdong Open University* (04):43-46.]
- 王沪生 (2015): 《粤剧史话》。社会科学文献出版社。
- [Wang Lusheng (2015). *A History of Cantonese Opera*. Social Sciences Academic Press.]
- Ward, B. E (1979). "Not Merely Players: Drama, Art and Ritual in Traditional China." *Man*: 18-39.
- 温波、肖燕 (2021): "新媒体时代粤剧在抖音短视频平台的传播研究", 《新媒体研究》(23): 48-50.
- [Wen Bo, Xiao Yan (2021). "Research on the Dissemination of Cantonese Opera on Douyin Short Video Platform in the New Media Era." *New Media Research* (23):48-50.]
- 吴晴萍 (2021): "近代古巴华人社区的形成与粤剧的传播", 《佛山科学技术学院学报(社会科学版)》(03): 12-17.
- [Wu Qingping (2021). "The Formation of Modern Chinese Communities in Cuba and the Spread of Cantonese Opera." *Journal of Foshan University (Social Sciences Edition)* (03):12-17.]
- 伍荣仲 (2019): 《粤剧的兴起——二次大战前省港与海外舞台》。香港中华书局。
- [Wu Rongzhong (2019). *The Rise of Cantonese Opera - The Pre-World War II Stage in Hong Kong, Guangdong and Overseas*. Hong Kong Zhonghua Book Company.]
- 吴贇 (2022): "对外翻译传播的内涵属性与实践路径——以中国经验为例", 《英语研究》(02): 35-45.

[Wu Yun (2022). "The Intrinsic Attributes and Practical Paths of Foreign Translation and Communication: A Case Study of Chinese Experience." *English Studies* (02):35-45.]

吴贇、林轶（2023）：“翻译传播学：概念、功用与主题”，《外语界》（06）：32-39。

[Wu Yun, Lin Yi (2023). "Translation and Communication Studies: Concepts, Functions and Themes." *Foreign Languages World* (06):32-39.]

吴贇、孙萌（2023）：“对外翻译中的受众概念与行为机制”，《上海交通大学学报（哲学社会科学版）》（08）：61-72。

[Wu Yun, Sun Meng (2023). "The Concept and Behavioral Mechanism of Audience in Foreign Translation." *Journal of Shanghai Jiao Tong University (Philosophy and Social Sciences Edition)* (08):61-72.]

杨浩然、张映先（2021）：“粤剧英译与文化遗产——以《牡丹亭·惊梦》译本为例”，《海外英语》（07）：172-173+175。

[Yang Haoran, Zhang Yingxian (2021). "The English Translation of Cantonese Opera and Cultural Inheritance: A Case Study of the Translation of 'The Dream of the Peony Pavilion'." *Overseas English* (07):172-173+175.]

Yeung, L. S (2010). *Red Boat Troupes and Cantonese opera*.

尹飞舟、余承法（2020）：“翻译传播学论纲”，《湘潭大学学报（哲学社会科学版）》（05）：170-176。

[Yin Feizhou, Yu Chengfa (2020). "Outline of Translation and Communication Studies." *Journal of Xiangtan University (Philosophy and Social Sciences Edition)* (05):170-176.]

Yung, B (1990). "Cantonese opera: performance as creative process." *Choice Reviews Online* (05):27-2643.

余勇（2015）：“粤剧在世界各地的传播及其文化意义”，《广府文化》（第二辑）。

[Yu Yong (2015). "The Spread of Cantonese Opera Around the World and Its Cultural Significance." *Cantonese Culture (Volume 2)*.]

曾宁、何国佳（1992）：“早期粤剧在何时何地怎样形成”，《南方文坛》（01）：14-20。

[Zeng Ning, He Guojia (1992). "When, Where and How was early Cantonese Opera formed." *Southern Literature Circle* (01):14-20.]

曾衍文、李燕霞（2020）：“文化生态视角下粤剧的海外传播与流变”，《四川戏剧》（03）：59-62。

[Zeng Yanwen, Li Yanxia (2020). "The Overseas Dissemination and Evolution of Cantonese Opera from the Perspective of Cultural Ecology." *Sichuan Drama* (03):59-62.]

张建秀、栾伟霞（2023）：“粤剧海外传播问题与对策研究”，《新闻研究导刊》（13）：41-44。

[Zhang Jianxiu, Luan Weixia (2023). "Research on the Problems and Countermeasures of Overseas Dissemination of Cantonese Opera." *Journal of News Research* (13):41-44.]

张生祥（2013）：“翻译传播学：理论建构与学科空间”，《湛江师范学院学报》（01）：116-120。

[Zhang Shengxiang (2013). "Translation and Communication Studies: Theoretical Construction and Disciplinary Space." *Journal of Zhanjiang Normal University* (01):116-120.]

张亿（2023）：“中国香港粤剧电影的文化循环范式与跨域传播研究”，《电影评介》（13）：7-12。

[Zhang Yi (2023). "Research on the Cultural Cycle Paradigm and Cross-Domain Communication of Cantonese Opera Films in Hong Kong, China." *Film Review* (13):7-12.]

中国粤剧网（2020年2月14日）：《让粤韵唱响欧洲——广东粤剧代表团赴法国、荷兰进行文化交流》。

[China Cantonese Opera Network (February 14, 2020). "Let Cantonese Melodies Resound in Europe - Guangdong Cantonese Opera Delegation Visits France and the Netherlands for Cultural Exchange." URL.]

中国粤剧网, 《中华人民共和国成立后粤剧纪事(1949年10月—2000年)》。

[China Cantonese Opera Network. "Chronicles of Cantonese Opera after the Founding of the People's Republic of China (October 1949-2000)." URL.]

周东颖(2014):“清代末期粤剧的海外传播及其意义”,《音乐传播》(01):104-111。

[Zhou Dongying (2014). "The Overseas Dissemination of Cantonese Opera in the Late Qing Dynasty and Its Significance." *Music Communication* (01):104-111.]