中国大众文化在北美的传播

张博扬
全南国立大学，韩国 ·光州 61186

摘要：中国大众文化作为中华文明的重要组成部分。北美作为世界文化交融的核心地区，不仅是中国产品和资本的重要市场，也是中国文化传播、碰撞与融合的前沿阵地。中国大众文化包括中餐、功夫、影视、音乐、网络文化、服饰等多元内容，这些元素通过移民、媒体、互联网、文化活动等渠道进入北美。本文聚焦于中国大众文化在北美的传播过程，梳理其早期借助华工、唐人街、中餐等媒介的初步传播，到近代华语电影、TikTok 等新兴平台的崛起。文章特别关注传播背后的政治环境、文化态度及北美主流社会的接受度，同时，本文思考中国大众文化在北美地区未来的传播走向。

关键词：文化传播；软实力；中国大众文化

The Dissemination of Chinese Popular Culture in North America

Zhang Boyang
Chonnam National University, South Korea Gwangju 61186

Abstract: As an important component of Chinese civilization, Chinese popular culture has gradually moved beyond national borders with the acceleration of globalization and has become an important force in international cultural exchange. As a core region of global cultural convergence, North America is not only an important market for Chinese products and capital but also a frontline for the dissemination, collision, and integration of Chinese culture. Chinese popular culture encompasses diverse content, including Chinese cuisine, kung fu, film and television, music, internet culture, and clothing. These elements have entered North America through channels such as immigration, media, the internet, and cultural activities. This paper focuses on the dissemination process of Chinese popular culture in North America, reviewing its initial spread facilitated by Chinese laborers, Chinatowns, and Chinese cuisine, and then the rise of modern Chinese-language cinema and emerging platforms such as TikTok. The article pays particular attention to the political environment and cultural attitudes underlying this dissemination, as well as its acceptance by mainstream North American society. At the same time, it considers the future trajectory of the dissemination of Chinese popular culture in North America.

Keywords: Cultural dissemination; Soft power; Chinese popular culture

0 引言

科举制度背景下弘扬和发展的中国文化是以贵族阶级思想意识、伦理道德为准则的“贵族文化”代表。相对于以皇室、士大夫、文人阶层为代表的贵族文化，大众文化主要指的是由普通百姓所创造、传承和参与的文化形态。它是一种更接地气、更生活化的文化表现形式，虽然不一定像贵族文化那样有系统性的文字记载，但却影响了中华文化的基础和延续。本文所讨论的大众文化是指由普通百姓创造和传承的、以民间艺术、风俗、口头文学和传统技艺为主要内容的文化形态，与精英阶层的贵族文化相对。

具体包括口头文学，如民间故事、神话传说、评书、鼓词等；民间艺术，如剪纸、年画、刺绣、泥塑、皮影戏、舞龙舞狮、灯会、庙会等传统活动；民间戏剧与曲艺；风俗信仰；民间音乐；生活习惯与传统技艺，如饮食习惯、农耕文化中的农谚、历法、民间医药、传统工艺等。

中国古代大众文化在北美的传播始于华人移民的社区传承，逐渐通过节庆活动、民间艺术、教育推广和新媒体等渠道进入主流社会，成为中美文化交流的重要载体。虽然贵族文化（如儒家思想、古典诗词、书画等）在学术界传播较多，但大众文化凭借其通俗性、趣味性和视觉表现力，在北美的民间、社区、文化节日乃至主流社会中也得到了广泛传播和接受。

1 中华大众文化在北美的传播

1.1 早期传播——以移民为核心，唐人街为主要载体

古代大众文化传播通常是通过人口迁徙实现，中华大众文化在北美的早期传播同样是以华人移民为核心，唐人街作为主要载体。关于华裔“移民”美洲最早记录出现在 1785 年，美国人奥多奈尔招募的 32 名印度以及 4 名中国水手乘着美国商船“帕拉斯号”抵达马里兰州，但没有资料显示他们在美国定居。因此，美国华裔移民只能追溯到 1820 年左右。从 1820 年代到 1840 年代末的中国移民以男性为主，数量较少。由于移民地区只有少数的中国女性，很多移民选择与当地的欧洲移民的女性后裔结婚。移民更多的是被当地同化，没有形成广泛的中华大众文化影响。19 世纪清朝中后期，中华大众文化通过移民社区的节庆、信仰、民间艺术等方式传入，并以粤港地区的民俗为主要代表。

中国大众文化真正传入北美是随着大批华人移民潮和一系列历史事件发生的。从 1848 年加州淘金热开始，大量广东、福建等地的中国劳工来到美国西部。接着 1860 年代美国太平洋铁路建设，华工集中参与铁路建设，在旧金山、温哥华等地定居，建立“唐人街”。1868 年美国和清政府签订《中美天津条约续增条约》，其第五条款规定华裔愿常住美国或入美国籍，皆须听其自由不得禁阻。1871 年，在洛杉矶的华人有 19 名华裔人士被屠杀。1877 年美国加州经济转入低迷，出现第一次排华浪潮。1880 年美国与清廷签订《中美续修条约》，其第一条规定限制华裔到美的人数和年限。1882 年，美国通过《排华法案》禁止中国移民。许多西部州也开始生效了一些有种族歧视的法律，使得中国和日本移民很难拥有自己的土地或者找到工作。这些法律直到 1950 年代民权运动开始时才被废止。

旧金山的唐人街是北美最大的唐人街之一，是墨西哥以北最古老的唐人街。在 1850 年到 1900 年，唐人街成为早期中国移民进入美国的入口。唐人街作为早期传播的主要载体，有以下三种主要传播途径：一是通过唐人街社区节庆活动，如春节庙会、舞龙舞狮成为唐人街的标志性活动，不仅维系华人身份认同，也吸引了大量非华裔民众参与。二是通过信仰祭拜文化，中国大众民间信仰和艺术风格也被带到北美，华人庙宇建筑、神像、风水观念等体现出传统信仰在美洲大陆的延续。三是家庭与社群的方式实现文化传承，家庭中口耳相传的故事、节日习俗、手工艺制作持续影响着下一代华裔，也开始为周边群体所熟悉。这种以社区为单位的文化传播虽具有封闭性，但为后期更大范围的交流奠定了基础。

综上所述，中华文化在北美的早期传播中，首先，主要呈现局域形特点，以移民为中心。唐人街作为重要文化载体，使中国的节庆、戏曲、宗教在北美生根发芽。其次，美国的发展需求，为中华大众文化在美洲的传播提供了契机。中国劳工将春节、舞狮、粤剧、民间信仰带入北美。再次，由于早起移民大多来自于晚清时期的粤港地区，早期传播中，这些移民所携带的文化内容大多是清代中晚期民间文化的延续，并以粤港地区的民俗为主要代表。

1.2 近代传播——基于权力关系的文化传播

中华文化在北美的近代传播是在早期移民社区传播基础上继续延伸的，但是不同的是这个时期的国际环境处在变换时期，中美关系发生改变，直接影响中国移民在美国的生存环境。华人移民生存环境和身份的转变直接影响中华大众文化在北美的传播范围和传播效果。基于政治上权力关系的变化，中华大众文化在北美的传播伴随着美国三大移华人民热潮展开推进。

日本偷袭美国珍珠港之后，中美成为对抗日本的战友。罗斯福总统在 1943 年 12 月 17 日废除了排华法案。结束了长达 60 年的合法的种族主义和种族歧视，但这并不意味着中国移民立刻被社会所接受。在排华法案被废除与战争新娘法都生效之后，中国文化开始真正渗入美国并被美国同化。单民族的社区开始向一个充满家庭和孩子的社区转型，中国移民可以合法地成为公民，拥有财产。

第二波华裔移民出现在二战后 50 年代至 70 年代。美国移民法在 1952 年和 1965 年两次修正后，大幅增加了对来自亚洲的移民的配额。此时华裔移民主要来自香港和台湾。民国政府迁往台湾后，在台湾实施动员戡乱及戒严等政策严格限制人民迁徙自由。如无留学、商务、或探亲等必要理由，要出台湾十分困难。因为 1971 年以前美国的外交政策，移民法中分配予“中国”的配额实际上被来自台湾的移民使用。同时香港被视为英国的建制属地拥有独立配额。台湾政府退出联合国以及 1979 年与美国断交等国际事件，引发了一波自台湾移民美国的移民潮。

第三波华裔移民出现在 1980 年代以后。中国大陆移民越来越多，导致给予“中国”的年度移民配额快速用罄开始排期的情形。这群新华裔移民倾向集中在市郊地区，远离市区的唐人街，并以说普通话及写简体汉字为主。在台湾裔美国人的请愿下，美国国务院始修改法律，自 1982 年起给与出生在“台湾”的移民独立配额。由于 1980 年代

末期实施台湾民主化，本土台湾人移民自由获得保障。且按照“美国宪法第十四修正案”和 1898 年美国最高法庭对“美国诉黄金德案”的判决，任何在美国出生的华裔皆是美国公民。归入美国籍时，移民并不需要放弃原有的国籍。在此基础上移民美国人数增加。

这一时期的主要传播途径和方式有以下形式：

（1）华人社区的内部传承与唐人街文化传播。唐人街作为核心文化空间延续中华传统节庆、信仰、语言教育与饮食文化；成为中华文化的实物符号空间（庙宇、牌楼、灯笼、对联、茶楼等）。

（2）华文学校与社区组织。

（3）华文媒体传播。

（4）教育与学术传播初步展开。大学设立“中国研究”项目；中美建交后（1979），开始小规模学者互访与文化交流。

（5）文化交流团体与展演。1972 年尼克松访华后，“乒乓外交”开启中美文化互动先声；部分中国艺术团体、文物展览开始进入北美博物馆巡展。

在这一时期，中国大陆、台湾以及香港的文化输出中，20 世纪 50 年代到 70 年代，以台湾为主导的文化输出为主。冷战时期，台湾在外交上积极输出传统文化，以争夺“中华文化正统性”；在美国设立文化中心、资助中文学校、举办“中华文化展”等活动；同时台湾电视剧、电影、图书进入北美华人社区。

80 年代，是香港影视与流行文化的强势输出的时代。香港功夫电影风靡北美，带动“中国武术”“东方神秘主义”概念传播；TVB 剧集通过录像带在北美唐人街广泛流通；这一时期形成娱乐文化的“半官方”传播网络。这一时期中国大陆对外文化传播尚处萌芽期。由于“文革”及中美尚未建交，大陆文化传播有限；1970 年代末改革开放初期，开始小规模派遣艺术团体、交流学者、展览出访。

1.3 当代传播

随着中国大陆经济发展和日渐提升的国际话语权，以及全球化和多元文化主义的发展，为中华大众文化在北美营造了更好的传播环境。如北美多个城市的“中国新年庆典”已成为城市文化活动的一部分，政府和主流媒体纷纷参与报道。舞龙舞狮、包饺子、写春联、挂灯笼等传统活动被视为有趣的“文化体验”，拉近了东西方之间的距离。同时官方为文化传播提供更多渠道，孔子学院、中学中文课程、大学东亚研究课程普遍加入了民俗文化内容。博物馆、艺术展常举办中国剪纸、年画、泥塑等展览。媒体与数字平台的发展为文化传播提供了更大的助力，如抖音、YouTube、Netflix 等平台使中国民间文化故事以短视频、纪录片等形式走向世界。

近年来，中华大众文化在北美的传播呈现出多元化、系统化和跨文化融合的趋势。不仅在华人社区中得以传承，也逐渐走进主流社会的公共文化空间、教育系统与媒体传播平台。主要体现在节庆文化的广泛传播、民间艺术与非物质文化遗产的展演与教学、大众文化在教育体系中的融入、网络与新媒体平台的助力传播以及跨文化融合与本土化发展。

首先，节庆文化的广泛传播。中华传统节日，如春节活动在北美越来越多地以公共庆典的方式举行。其次，民间艺术与非物质文化遗产的展演与教学。中国剪纸、传统乐器（如二胡、古筝）、泥塑、年画、传统服饰等民间技艺，通过社区中心、孔子学院、文化节、市立图书馆、博物馆等渠道进入北美公众视野。华人艺术家、文化传承人、非营利组织也经常组织工作坊、艺术展览，进行互动式教学，使非华裔民众可以“沉浸式”体验中国民间文化。

再次，大众文化在教育体系中的融入。随着北美对亚洲文化的兴趣提升，许多中学、大学开设中文课程、东亚文化课程，在课堂中引入中华民间故事、节日习俗、传统工艺等内容。此类教学使得中华大众文化逐步由边缘走向学术体系内部。再次，借助 YouTube、Netflix、TikTok、Instagram 等新媒体平台，许多关于中国传统节日、饮食文化、民间故事、传统服饰的短视频和纪录片快速传播。

最后，跨文化融合与本土化发展。如“左宗棠鸡”“北京鸭披萨”；古典舞加入 Hip-hop 元素；华裔第二代艺术家将中国民间故事与现代绘本、漫画相结合等，创作具有本土视角的艺术作品。

2 当代中华大众文化在北美传播面临的挑战

尽管中华大众文化在北美的传播随着中国的国际地位和优秀华人的出现，体现出显著的传播效果，但是语言与文化隔阂、符号化与浅表化、代际传承问题以及北美地区地方保护特色显著的政策，都直接干预和影响中华大众文化在北美的传播。

2.1 语言文化隔阂

传统文化难以被非中文背景的观众理解。中英文文化隔阂，不只是语言翻译的问题，而是两种思维方式、交流习惯、社会逻辑的不同。表面上是“说法不一样”，深层是“看世界的方式不一样”[1]。首先，文化价值观不同，中文文化强调集体主义、关系导向、重视和谐与面子。英

语文化更强调个人主义、直接沟通、重视个人意见和权利。其次，社会关系模式不同，中文社会是“熟人社会”，讲关系网，很多话要靠情境理解。英语社会是“契约社会”，讲规则、合同、明确责任。再次，思维习惯不同，中文更强调整体感知。

二是，因为文化差异所以话题内容偏好不同，笑点和幽默也不同。中文幽默偏语言双关、讽刺、冷笑话。英语幽默偏自嘲、黑色幽默、文化典故。很多笑话翻译后，完全不好笑。

三是，语言结构差异，书面表达中，中文强调意境、修辞、对仗、气势。英文则强调逻辑、结构、论证、层层递进。口语表达和场景交流中，中文是高语境语言，依赖背景、关系、语气去理解。英文是低语境语言，依赖字面、直接、精确的表达。

2.2 表浅化与符号化

中华文化在北美的传播，往往陷入一种“文化快餐化”的陷阱——它变成一种被消费、被表演、被装饰的符号，而不是活的思想系统。中华大众文化被简化为表演和装饰，缺乏对其深层意义的认识。

（1）表浅化与符号化的具体表现

民俗形式化。春节、元宵节、中秋节在海外很多时候只停留在放鞭炮、吃饺子、挂灯笼。但背后的文化含义往往被简化甚至完全缺失。这些东西变成一种“可消费的符号”，和真正的文化背景、价值观、历史脉络是脱节的。流行文化碎片化。功夫、武侠、太极、少林、李小龙，作为“东方神秘力量”被包装在好莱坞电影里，常常变成猎奇、酷炫的视觉符号。但少有人真正理解其中的哲学或历史演变。艺术工艺商品化。中国元素被用在时尚、设计、旅游里，比如“中式风格”“青花瓷纹”“中国风旗袍”，更多是为了装饰感、异域感，而不是文化语境。文化工具化，很多北美人学中文主要是出于经济和职业考虑，把中文当作工具性语言，而不是去深入理解中华文化的思维方式和价值体系。

（2）表浅化与符号化的原因

首先，跨文化传播的选择性不可避免。任何文化进入另一个文化圈时，往往只会被吸收那些“容易理解、容易消费”的部分。复杂的历史、哲学、社会背景不容易传播，只能简化成具体可见的符号。其次，商业化和市场导向难以避免。北美主流社会对外来文化的接受，通常是基于消费主义逻辑，结果导致很多中华文化被包装成商品，而不是作为思想和价值被认真讨论。再次，文化权力关系不对等。在全球话语体系中，西方处于主导地位，非西方文化常被当作“他者”来看待，只是装饰、谈资、奇观，而不是平等的思想交流对象[2]。

由于传播者自身的妥协和接受者的兴趣和耐心有限，中华文化在北美的传播难以深入。很多华裔或中国背景的传播者，为了在北美生存和受欢迎，不得不主动选择那些“容易卖”的部分，迎合西方的期待而牺牲深层的内容。同时北美公众对外国文化的兴趣，往往停留在表面好奇，很少有人真正愿意花时间去读《论语》、理解“中庸”研究中国历史的复杂性。

2.3 代际传承问题

代际传承不仅是“教会孩子中文”，更是让他们认同这个文化，这需要家庭、社区、文化内容和个人兴趣的共同作用。新一代华裔对祖先文化认同感减弱，传承动力不足。

首先，语言流失，缺少情感联结。很多北美出生的华裔二代、三代不会中文，或者只会一些零碎词汇、听不懂复杂表达。家庭内部语言转换为英语，中文逐渐退化成“象征语言”。很多北美出生的华裔不了解中国的历史、近现代变迁、家族的移民故事，对“祖籍”只是一个标签。

其次，文化认同淡化，价值观冲突。年轻一代在学校、朋友圈、社交媒体中主要接受的是北美主流文化，对中华文化的兴趣不大，对春节、清明、中秋这些节日的认同感比不上感恩节、万圣节、圣诞节。

再次，环境同化压力大。在北美，多元文化是一种表面政策，但主流环境还是英语主导、以西方价值为核心。孩子在学校、媒体、社交里接触的大多是主流文化，中文和中华文化在日常中显得边缘化。

2.4 北美地区政策性干预

文化传播力度是国家软实力的体现。所谓软实力，是指通过吸引力而非强制或金钱手段来达成目标的能力。软实力强调国家能够通过其文化吸引力、价值观和国际政策的合法性，在国际舞台上赢得他国认同和支持，是“让别人愿意与你合作”的能力[3]。

软实力的国际竞争逻辑是，在全球传播中，文化产品（如电影、节庆、语言、教育）成为国家品牌的载体；国家间不只是经济和军事竞争，更是文化认同、价值体系的竞争；媒体、外交、教育和文化交流是软实力传播的重要工具。

中华文化在美洲的传播主要途径有三个，一是通过民间交流，二是通过国家形象塑造提升国际认可，三是媒体

平台与网络空间的影响力扩展。这三种传播途径都直接或间接依赖政府间外交关系，且基于软实力的概念，北美地区出于权力竞争，出台地方性保护政策不可避免。因此，现代中华文化在北美的传播已经不仅仅是文化概念和文化交流行为，背后隐含着国际权力竞争。这也是中华文化在北美传播的最大挑战。

3 结论：中华大众文化在北美传播的未来是中美软实力的对决

中华大众文化在美洲的传播前景如何，也是中美两国文化软实实力对决的结果。美国依托于其硬实力，冷战后一直是文化的强势输出国，是软实力强国。因此中华文化在美洲大陆的输出面临极大挑战。但中国政府也愈加重视国家软实力塑造。习近平总书记曾在多个场合强调："增强国家文化软实力，讲好中国故事，传播好中国声音。"这体现了中国对软实力战略的高度重视。

参考文献：

[1] 理查德·E·尼斯贝特（Richard E. Nisbett）《思维的版图：东西方思维方式的差异及其根源》（The Geography of Thought）[M]. 中信出版社，2006.

[2]（美）凯瑟琳·米勒（Katherine Miller）《传播学理论：视角、过程与语境（第 2 版）》[M]. 北京大学出版社，2007.

[3]（美）约瑟夫·奈（Joseph S. Nye）《软实力：权力，从硬实力到软实力》[M]. 中信出版社；上海古籍出版社，2013.

通讯邮箱：boyang618@qq.com