

从本土到全球：地域非遗绘本跨文化传播的路径探索与实践

邓洁 张议芬 张莹颖 林立

黑龙江外国语学院 艺术学院 黑龙江哈尔滨 150025

摘要：在全球化深入推进与文化多样性保护需求凸显的背景下，地域非物质文化遗产作为民族文化基因的载体，跨文化传播是其传承发展的重要路径。绘本凭借图文共生优势，突破语言壁垒，兼具艺术性与传播性，为地域非遗文化表达提供理想载体，为地域非遗依托绘本实现本土到全球传播转化提供理论与实践支撑，助力其跨文化活态传承，推动中华文化与世界文明深度对话。

关键词：非物质文化遗产；绘本创作；跨文化传播；文化传承

一、研究目的与意义

（一）选题背景

全球化浪潮中，各国文化加速碰撞交融。非物质文化遗产作为各民族地域的独特文化标识，承载深厚历史底蕴、艺术魅力与先辈智慧，既迎来广阔传播机遇，也面临严峻传承挑战。国际交流日益频繁，让京剧、剪纸等非遗项目得以走向世界，引发海外对中国传统文化的关注；但现代化推进与外来文化冲击，压缩了非遗生存空间，导致传承断层、部分技艺濒临失传。

在此形势下，亟需探寻高效传播方式守护非遗。绘本以图文结合为核心，兼具直观性、趣味性与易读性，深受各年龄段读者喜爱，在儿童教育中作用突出，既能生动叙事，又能借画面传递丰富文化信息。将地域非遗与绘本结合，可打破语言文化壁垒、吸引广泛受众，为非遗传承发展开辟新路径。

（二）选题目的与意义

本研究旨在探寻地域非遗绘本的跨文化传播路径，通过案例分析与文献研究，挖掘其全球传播的有效策略。该研究对非遗保护传承意义重大：以绘本形式助力年轻一代了解地域非遗、激发文化热爱，为传承培育后备力量；借助跨文化传播扩大非遗影响力，增进文化互信、助力世界文化多样性发展。同时，也为文化产业提供新思路，推动文创繁荣与经济效益提升。

二、本土遗产：核心概念阐释

（一）绘本的概念与特点

绘本是以图画为核心、文字为辅助的图书类型，核心是通过图文有机互动讲述故事、传递知识与价值观，二者互补映衬，而非简单叠加。

形象性是其突出特点，图画以直观视觉呈现内容，助力低龄儿童及语言理解能力有限者轻松阅读，如《猜猜我有多爱你》，借角色互动画面让读者直观感受母子深情。

趣味性是吸引读者的关键，多以夸张幽默画风和趣味情节激发阅读兴趣，如《大卫，不可以》，通过大卫的搞怪行为，让孩子在欢笑中习得生活规则。

故事性亦不可或缺，绘本以叙事为载体，将多元内容融入情节，引发读者共鸣，如《小王子》以星际冒险为主线，探讨爱与责任等深刻主题，适配各年龄段读者。

（二）在文化传播中的独特优势

绘本在文化传播中具备显著优势，首要在于跨越语言障碍。图画作为全球通用视觉语言，可让不同语言背景的读者通过画面理解核心内容，实现文化传递。日本绘本大师宫西达也的作品风靡全球，其画面所承载的日本文化元素与情感，即便不懂日语也能被读者感知。

绘本受众广泛，不受年龄、文化背景限制。对儿童而言，它是认知世界、学习知识的工具；对成年人，其艺术魅力与深刻内涵可引发情感共鸣与思考，如几米绘本以细腻情感和哲理文字，深受成年读者喜爱，助力文化传播。

此外，绘本易激发情感共鸣。凭借精彩故事与动人画面，触动读者内心，使其对传递的文化产生认同。中

基金课题：本文系2025年度黑龙江省大学生创新创业训练计划国家级一般项目立项项目：绘里乡韵—地域文化童游记（编号：202513296068）的研究成果。

国绘本《团圆》以春节团聚故事传递家庭观念，国内外读者均能被亲情打动，进而理解中国传统文化与价值观。

三、迈向全球：跨文化传播的机遇与挑战

（一）全球化与文化交流的推动

全球化加速背景下，各国联系愈发紧密，文化交流日趋频繁，为地域非物质文化遗产（以下简称“地域非遗”）绘本的跨文化传播提供了广阔平台。国际书展作为全球出版业与文化交流的核心盛会，汇聚了世界各地的出版商、作者、插画师及读者，是重要传播载体。被誉为“世界出版人的奥运会”的法兰克福书展，内容涵盖各类书籍，其中不乏承载地域文化特色的非遗绘本。这些绘本借此平台面向全球受众展示，吸引国际出版商关注，获得海外出版发行的契机，进而在国际市场崭露头角，助力跨文化理解与交流。

除国际书展外，各类国际文化交流活动亦为地域非遗绘本传播赋能。文化节、艺术展览等活动集结全球文化艺术作品，为非遗绘本搭建了展示舞台。例如，中国“欢乐春节”系列活动在全球多地开展，特设非遗文化展示环节，相关绘本借此向世界彰显中国传统文化魅力。这些活动让各国人士得以近距离接触、欣赏地域非遗绘本，感受其独特文化内涵与艺术风格，进一步推动其全球传播。

（二）数字技术与新媒体的助力

数字技术与新媒体的迅猛发展，为地域非遗绘本跨文化传播注入新活力，带来前所未有的机遇。传播渠道上，线上绘本阅读平台的兴起大幅拓宽了传播范围，打破时间与空间桎梏，读者依托互联网即可随时随地阅读。Kindle、掌阅等知名数字阅读平台，在丰富电子书资源的同时引入大量绘本内容，其中便包含诸多地域非遗绘本，助力其触达全球读者，突破传统纸质绘本的地域局限。

新媒体更赋予地域非遗绘本创新传播形式。短视频平台的普及为其宣传推广开辟新路径，创作者可将绘本精彩内容制成短视频，凭借生动画面、趣味音效与简洁解说吸引受众。以抖音为例，众多文化创作者发布非遗绘本相关短视频，解读其中非遗项目、创作背景与文化内涵，引发海量用户关注点赞，部分视频播放量达数百万次，显著提升绘本知名度与影响力。此外，Facebook、Twitter等社交媒体亦是重要传播阵地，创作者可分享绘本创作过程、精彩片段与读者反馈，与全球读者互动，进一步放大传播效果。

（三）文化差异带来的理解障碍

不同文化背景下，人们对地域非遗的内涵与价值观理解存在显著差异，这为地域非遗绘本跨文化传播带来了一定阻碍。以中国传统节气文化为例，其承载着丰富的哲学思想、农耕智慧与民俗风情，是中华优秀传统文化的重要组成部分。但在西方文化语境中，因缺乏对中国传统农耕文明的认知，西方受众对节气文化的理解多停留在表面。当此类主题绘本传入西方，读者往往难以洞悉节气与农耕、自然的深层关联，更难领会其中“天人合一”的哲学内核。比如绘本中描绘的立春迎春仪式，西方读者可能仅将其视作有趣的民俗，无法深入理解背后祈求丰收、顺应自然的文化寓意。

文化差异还体现在对色彩、图案等视觉元素的象征解读上。在中国文化中，红色代表喜庆、吉祥，常用于节日与重要场合；而在部分西方文化中，红色却关联危险、警示之意。当地域非遗绘本用红色烘托喜庆氛围时，可能引发西方读者的认知偏差。类似地，中国非遗中的龙纹图案，在中国文化中是吉祥、权威的象征，在西方文化中却常被解读为邪恶、凶猛的形象。这种视觉符号的文化解读差异，会影响西方读者对绘本内容的准确理解，进而削弱跨文化传播效果。

（四）传播渠道与市场推广难题

地域非遗绘本在国际市场还面临传播渠道受限的问题。相较于国际知名绘本品牌，其缺乏成熟的国际发行网络，国外书店选品更偏好知名度高、销路好的绘本，导致其上架难度大；即便上架，也因缺乏有效推广难以吸引读者。例如小型出版机构受资金、资源制约，无力与国际大出版商抗衡，无法将绘本广泛铺向海外书店、图书馆等场景。

高昂的推广成本是另一大挑战。国际市场推广需投入巨额资金用于参展、办活动、投广告等，多数创作者和出版机构难以承受。加之绘本市场被知名品牌和畅销书主导，竞争激烈，地域非遗绘本需打造独特营销策略才能突围。如欧美市场的《小熊宝宝》《大卫不可以》等系列，凭借成熟品牌和高认知度占据大量份额，地域非遗绘本想分取市场红利，需付出更多努力与成本。

四、全球视野下的传播路径与策略

（一）挖掘普世价值元素

地域非物质文化遗产中蕴含着丰富的普世价值元素，这些元素是跨越文化差异、引发全球共鸣的关键所在。以《人参娃娃传说》为例，这个故事讲述了施恩不图报

与环环报恩的感人故事，适合儿童理解善良与感恩。将这样的故事改编成绘本时，通过细腻的画面描绘人参娃娃化身正义的化身，传递中华传统美德，能够让全球读者感受到其中的情感力量，引发他们对善良的思考。这种跨越文化的情感共鸣，使得绘本能够在国际上获得广泛的认可和喜爱。

又如东北的民歌《东北风》，具有浓郁的东北地方风味，旋律热情奔放，简单朴实的东北方言配以衬词，表现东北人欢庆胜利、欢庆丰收的喜悦心情。在创作以东北民歌为主题的绘本时，可以描绘大家丰收的场景，让读者从中感受到丰收的喜悦和了解东北民俗。

（二）适应国际受众需求的改编策略

在保留非遗特色的前提下，对绘本的故事、画面、语言进行合理改编，是适配不同年龄段、文化背景受众的关键策略。

针对低龄儿童，绘本需故事浅显有趣、画面色彩明快、形象可爱、语言简洁且富韵律。例如，将中国传统剪纸艺术改编为低龄绘本时，可选取兔子、蝴蝶等简单动物为主角，讲述“小兔子寻友”这类浅显故事；画面以鲜艳色彩和夸张造型凸显剪纸魅力，搭配“小兔子，真可爱，蹦蹦跳跳找朋友”等短句，便于儿童理解接受。

对于大龄儿童及青少年，绘本可采用更复杂有深度的故事、细腻富艺术感的画面、丰富有内涵的语言。以苗族刺绣改编为例，可围绕苗族女孩传承刺绣技艺展开，融入民族历史、文化与传统价值观；画面细致呈现刺绣工艺与精美纹样，文字同步介绍文化背景及纹样寓意，让读者在阅读中深入了解苗族文化。

面向不同文化背景受众，需兼顾文化差异。向西方受众传播中国非遗绘本时，可对春节、中秋节等特色元素添加注释说明；画面上可融合西方绘本写实风格与中国传统绘画的线条、色彩技法，既贴合西方读者视觉习惯，又彰显中式文化魅力。

（三）国际出版合作

与国际知名出版社合作，是地域非遗绘本走向世界的有效路径。这类出版社凭借广泛的发行网络和成熟的营销经验，能助力非遗绘本拓宽国际传播边界，借助其发行渠道，将绘本送入多国书店、图书馆，并通过举办新书发布会、读书分享会，邀请当地文化名人、教育专家参与，精准吸引读者关注；同时依托社交媒体、广告投放等成熟营销策略，让绘本在市场收获良好销量与口碑。

（四）线上传播平台的利用

社交媒体为地域非遗绘本的传播提供了广阔的空间。创作者和出版机构可以在Facebook、Instagram、微博等社交媒体平台上分享绘本的精彩片段、创作过程、背后的文化故事等内容，吸引用户的关注和分享。这种社交媒体上的分享和互动，不仅提升了绘本的知名度，还促进了不同文化之间的交流和理解。

数字阅读平台也是地域非遗绘本传播的重要渠道。Kindle、掌阅等数字阅读平台拥有庞大的用户群体，地域非遗绘本在这些平台上发布后，可以触达全球各地的读者。同时，数字阅读平台还提供了用户评价和分享功能，读者可以在阅读后写下自己的感受和体会，并分享到社交媒体上，进一步扩大了绘本的传播范围。

（五）国际书展与文化展览

参加国际书展是展示地域非遗绘本的重要契机。各国出版商、插画师及文化机构在此汇聚，为非遗绘本搭建了优质的展示与交流的平台。

参与文化展览也是传播地域非遗绘本的有效方式。在展览中设置专属展示区，能让观众直观了解绘本内容与特色。同时，邀请绘本创作者与非遗传承人现场讲解演示，分享创作故事与非遗技艺，通过沉浸式互动，加深观众对非遗绘本的兴趣与理解，助力跨文化交流融合。

五、研究方法

（一）文献研究法

系统梳理国内外非遗保护、绘本教育、视觉传播等相关理论，为项目提供理论支撑。

（二）田野调查法

深入黑龙江非遗传承地，收集一手图像、文字与影像资料，确保文化表达的真实性。

（三）跨学科合作法

融合动画、视觉传达、教育技术等多学科力量，实现内容创作与技术应用的协同创新。

六、文献综述

（一）国外研究现状

在国外，对于绘本的研究起步较早，发展较为成熟，涵盖了绘本的艺术风格、教育功能、市场推广等多个方面。在非物质文化遗产保护与传播领域，国际上也有诸多研究成果，强调非遗的文化价值以及在全球化背景下的保护策略。部分研究关注到了文化产品在跨文化传播中的作用，但是将地域非物质文化遗产与绘本相结合进行跨文化传播的研究相对较少。一些欧美国家在绘本创

作中融入本土文化元素，通过国际版权贸易等方式进行传播，但对于如何系统地将地域非遗特色融入绘本并实现有效跨文化传播，尚未形成完善的理论体系。

（二）国内研究现状

国内的相关研究近年来逐渐兴起。在非物质文化遗产传播方面，众多学者探讨了非遗在现代社会的传承困境与创新传播方式，如利用数字化技术、新媒体平台等进行传播。在绘本研究领域，对本土绘本的发展、绘本与儿童教育的关系等研究成果丰硕。对于非遗绘本的研究，主要集中在非遗元素在绘本创作中的应用、非遗绘本对儿童文化教育的意义等方面。然而，在地域非遗绘本跨文化传播路径的研究上仍存在不足，缺乏对传播过程中文化差异、受众需求等关键因素的深入分析，对于如何构建高效的跨文化传播体系尚未展开充分探讨。

结语

本研究探讨地域非物质文化遗产绘本从本土到全球的跨文化传播路径，分析其文化传播优势、本土表达形式，剖析跨文化传播的机遇与挑战，并提出对应传播策略。

地域非遗元素在绘本中呈现多元，借助视觉设计直

观彰显非遗魅力；内容上选取民间传说、技艺传承故事、民俗活动等，深挖地域文化内涵。

全球化文化交流趋势与数字新媒体发展，为地域非遗绘本跨文化传播提供了广阔平台与支撑。但文化差异引发的理解障碍、传播渠道与市场推广难题，也构成显著挑战。对此，可从三方面发力：内容上挖掘普世价值、适配受众需求优化表达；渠道上依托国际出版合作与线上平台扩大影响力；积极参与国际书展、文化展览及合作项目，助推绘本全球传播。

地域非遗绘本的跨文化传播，对非遗传承与文化交流意义深远。它既能培育非遗传承新生力量，让大家了解喜爱非遗，又能促进跨文化理解与尊重，助力世界文化多样性发展，以独特艺术形式为世界文化宝库增色。

参考文献

- [1] 童丽娜. 任重而道远的非物质文化遗产保护[J]. 北方音乐, 2010.
- [2] 刘伟华. 拓展地方文献工作参与非物质文化遗产保护[J]. 图书馆建设, 2010.
- [3] 吴梅红, 姜飞. 西方跨国媒体的文化译转性以及协商路径: 基于外媒中国雇员的访谈[J]. 新闻记者, 2021.