

跨媒介叙事视角下影视文化的跨文化传播机制与路径研究

刘依萌 李 佳 付晓昀

吉林动画学院, 吉林 长春 130000

摘 要: 在媒介融合与数字叙事快速发展的背景下, 跨媒介叙事成为当下影视文化传播创新发展的重要理论支撑与实践范式, 有效推动文化传播形式的多元化升级。本文以跨媒介叙事为研究视角, 系统梳理影视文化传播的内在运行逻辑, 剖析影视叙事、媒介联动、符号转译与受众运营的传播机制。结合当下影视传播发展现状, 从分层叙事、矩阵搭建、符号优化、精准运营、品牌赋能维度, 完善影视文化传播的优化路径, 助力提升影视文化传播质量与文化浸润效能。

关键词: 跨媒介叙事; 影视文化; 跨文化传播; 传播机制

DOI: 10.64649/yh.shfzykcx.issn3078-8994.202609030

0 引言

媒介融合的纵深发展重塑了全球文化传播生态, 为影视跨国传播提供了技术支撑。对外传播民族文化、促进文明互鉴、建构国家形象, 都可将影视作为重要载体, 它有直观视听叙事与共通情感表达的属性。影视文化高质量跨文化传播有了全新范式, 也就是跨媒介叙事, 它打破单一传播局限, 采用多媒介联动叙事与大众参与传播的模式。

1 跨媒介叙事与影视跨文化传播的适配性逻辑

1.1 跨媒介叙事的核心内涵与特征

跨媒介叙事和单纯把内容搬运到多个媒介的做法不同, 属于成体系、立体化的叙事生产与传播模式, 这类模式的核心特征可归纳为三点: 一是叙事整体性, 各类媒介载体都围绕同一个核心IP与价值内核开展叙事, 不同平台的内容互为补充, 不会出现设定冲突, 可共同搭建完整的故事宇宙, 不需要重复传播单一内容; 二是媒介差异性, 影视长视频、短视频、图文、互动游戏、衍生周边等不同媒介的传播特性都能得到适配, 对应输出差异化的叙事内容, 贴合不同使用场景, 匹配不同受众群体的内容接收习惯; 三是受众参与性, 传统影视单向传播的固定模式被打破, 受众可参与二次创作、话题互动、内容改编等活动, 主动延伸叙事边界, 推动叙事内容完成动态更新与自发传播^[1]。

1.2 跨媒介叙事与影视跨文化传播的适配价值

跨文化传播的主要挑战来自不同地区文化语境、价值理念与审美体系带来的传播隔阂, 跨媒介叙事可有效化解这类障碍, 提升整体传播效果。其一, 跨媒介叙事具备多符号转译优势, 依托语言、视觉、听觉、行为符号相互补充, 弥补单一影视叙事表达上的不足, 借助影视画面、短视频解读、图文背景介绍等形式,

降低受众理解难度, 完成文化符号的精准传递。其二, 跨媒介叙事拥有全场景扩散能力, 突破传统影视固定观看场景的约束, 兼顾大屏观影、移动端碎片化阅读、社交互动等多元场景, 适配受众媒介使用习惯, 拓宽内容传播范围。其三, 跨媒介叙事支持受众互动共生, 受众不再单纯接收信息, 可借助社交平台开展二次创作与圈层分享, 推动影视文化持续渗透, 减少传播过程中的文化折扣。

2 跨媒介叙事视角下影视文化跨文化传播的核心机制

依托跨媒介叙事的传播逻辑, 影视文化跨文化传播形成了以叙事赋能为核心、符号转译为载体、场景扩散为路径、受众互动为动力的四维联动传播机制, 各机制相互协同、有机融合, 构成影视跨文化传播机制。

2.1 叙事赋能机制: 分层叙事消解文化认知壁垒

叙事是影视文化传播的内核, 跨媒介叙事采用核心叙事固化、延伸叙事适配的分层模式, 适配不同受众的认知语境。IP核心剧情与价值主旨保持稳定, 守住本土文化内核, 保障传播过程中的文化主体性; 延伸叙事依托各类媒介开展适配化调整, 贴合受众审美认知。核心叙事重点挖掘普世价值, 以亲情、成长、坚守这类共通情感弱化文化隔阂。例如《我的阿勒泰》聚焦普通人日常生活, 依靠人与自然和谐共生的温情内核打动受众, 形成广泛文化共情。延伸叙事借助短视频解读、衍生内容、配音改编等方式, 通俗阐释地域习俗与特色文化, 帮助受众读懂故事背后蕴藏的文化内涵, 降低理解门槛。

2.2 符号转译机制: 多模态符号实现文化破壁

开展跨媒介叙事时, 会搭建多模态符号的传播体系, 统筹视觉、听觉、语言、行为四类

符号协同转译,完成文化内涵传递,打破单一影视仅靠视听表达的原有局限。视觉类符号可依托正片、海报、花絮等不同载体,直接展示传统服饰、建筑风貌、礼仪习俗,传递东方美学内涵;民族配乐、特色音效和适配配音作为听觉符号的核心载体,可塑造独特文化标识;字幕、口语改编、配套文化注解属于语言符号范畴,可消除不同受众间的语言障碍;人物演绎属于行为符号范畴,能还原真实的本土生活理念。

2.3 场景扩散机制:全媒介矩阵拓宽传播边界

跨媒介叙事依托不同媒介场景特点,搭建起官方主流传播、社交圈层传播与碎片化大众传播相结合的全场景扩散体系,打破传统荧幕传播的场景约束。主流媒介承担影视正片正式投放任务,搭建权威传播阵地,开展规模化内容传播;社交平台利用短视频片段、幕后花絮、话题活动等轻量化内容,适配碎片化浏览习惯,激发大众传播活力;垂直社群平台面向爱好者群体,开展精准投放,加深受众认知。多种媒介联动形成梯度传播链条,推动内容从上线落地,逐步走向大众扩散与深度认知。该模式不受时间地域约束,适配多元媒介使用习惯,持续扩大影视文化的覆盖范围。

2.4 受众互动机制:参与式传播构建长效共鸣

和传统单向传播模式不同,跨媒介叙事建立了允许受众参与的互动机制,形成传播、反馈、再传播的完整闭环。受众不再是单纯的信息接收方,可借助二次剪辑、剧情解读、话题讨论等形式参与叙事拓展,产出符合自身认知习惯的衍生内容。受众自主创作的内容更符合圈层传播的实际语境,可消解官方传播的疏离感,推动内容自发扩散流转。受众给出的评论、观点类反馈信息,可反向引导创作方调整叙事思路与传播方案,完成传播策略的动态优化。这种双向互动模式跳出了一次性传播的短期限制,形成可不断迭代的传播效果,逐步加深受众对影视内容承载文化的理解,建立长期稳定的文化共鸣^[2]。

3 跨媒介叙事下影视文化跨文化传播的现实困境

跨媒介叙事背景下,国产影视文化在跨文化传播中仍存在多重现实困境。其一,叙事体系失衡,文化表达趋于浅表化,部分作品或是一味迎合海外审美丢失本土特质,或是堆砌文化符号缺少通俗解读,部分IP衍生内容与主线叙事割裂,难以形成传播合力。其二,媒介联动较为碎片化,各类传播平台多为简单搬运内容,缺少差异化内容策划与统一传播规划,官方传播与受众二次创作相互脱节,难以凝聚传

播合力。其三,文化转译存在失真问题,语言、视觉符号转译较为生硬,文化解读内容深度不足,难以唤起海外受众的情感共鸣。

4 跨媒介叙事视角下影视文化跨文化传播的优化路径

4.1 构建分层叙事体系,平衡本土特色与普世表达

要解决叙事浮于表面、内容趋同的问题,需搭建分层的叙事体系,将本土文化独有特质与国际化表达逻辑结合起来。其一,守住文化主体性,把中华优秀传统文化、新时代中国精神作为创作的核心内核,不为迎合海外审美做刻意调整,开发辨识度清晰的国产影视IP,向海外受众传递真实全面的中国形象。开展内容创作时要主动挖掘传统民俗、人文精神与当代社会生活风貌,避免直接输出缺乏内涵的文化符号,增强国产影视的文化底蕴与独特属性。其二,梳理故事中蕴藏的共通情感,以成长、亲情、坚守这类全人类共通的主题搭建叙事框架,把本土文化元素自然融入内容当中,缩小与海外受众的心理距离。适当淡化意识形态层面的差异,突出不同群体共通的人性感知,减少跨文化传播过程中的文化折扣,提高海外受众对内容的接受程度。其三,根据不同媒介的特性划分对应叙事职责,长片完整呈现故事的主线内容,短视频与图文类内容简化剧情脉络、补充相关文化背景说明,衍生短剧与互动类内容匹配海外本土受众的审美偏好,依托多媒介的协同配合优化传播效果,兼顾内容的文化深度与传播覆盖的广度。

4.2 整合媒介传播矩阵,实现全域协同传播

当前媒介存在分散、联动性不足的问题,要解决这类问题需搭建一体化传播矩阵,推动多平台协同运作,先对各类媒介的功能定位做明确划分,海外主流影视平台负责上线正片,短视频社交平台负责制造话题、扩散内容片段。垂直社群侧重深耕粉丝圈层,衍生内容板块负责拓展IP故事线,最终形成功能互补的布局,各平台分工清晰后可避免渠道功能重叠,让不同媒介各担其责、相互配合。IP传播的整体方案要同步制定,统一叙事主线,提前规划各平台的发布节奏,减少内容重复与叙事脱节的情况,项目团队可建立常态化统筹机制,同步更新传播素材^[3]。保证全网内容节奏统一、调性一致,可适当引导海外受众开展二次创作,筛选优质的本土化衍生作品开展官方推介,调动民间传播力量,形成多方联动的传播格局,进一步拓宽影视内容的海外传播覆盖面与大众影响力。

4.3 优化多模态符号转译,提升跨文化适配精度

做好文化转译能够有效降低跨文化传播障

碍,从语言、视听、运营多方面优化内容本土化处理。第一,改进译制工作,摒弃生硬直译,结合当地语言习惯调整台词,规避文化禁忌,增加必要背景注解,保障含义准确传达。针对不同国家的风俗禁忌、语言逻辑差异进行针对性修改,避免语义偏差与文化误解。第二,优化视听表达,不再简单堆砌传统文化元素,将传统美学融入场景、人物与情节,用画面和音效传递文化内涵,让东方审美以更自然、更细腻的方式被海外受众感知。第三,借助短视频、图文、主创访谈等载体,通俗讲解影片背后的民俗与价值理念,加深海外观众理解。第四,吸纳当地创作、运营人员参与内容打磨,贴合本土传播环境,精准适配海外受众审美偏好,全面提高文化转译的适配质量与落地效果。

4.4 精准分层运营,打破圈层固化构建长效传播生态

面对受众圈层局限、传播热度难以延续的问题,实施精细化受众运营,打造可持续的IP传播体系。一是划分海外受众群体,依据地域、年龄和文化背景,为东亚、欧美、青年小众圈层分别定制内容与传播渠道,逐步打入海外主流受众市场。通过差异化内容投放打破固有传播圈层,改变国产影视局限于华人圈层与东亚圈层的传播现状。二是建立IP长期运维模式,持续推出续集、衍生内容,策划阶段性线上话题与线下文化活动,维持IP长期热度,避免一次性短期流量传播。依托跨媒介持续更新内容,延长影视IP的生命周期与传播时效。三是持续维护海外粉丝社群,开展本土化互动活动,不断沉淀受众,增强用户黏性与文化认同感,推动影视文化实现长期渗透,稳步扩大国产影视

的全球传播力与文化影响力^[4]。

4.5 强化品牌价值赋能,构建文旅融合传播体系

在跨媒介传播格局下,影视出海不仅需要内容与渠道支撑,更需要依托品牌化、融合化传播巩固传播成效,补齐影视文化轻量化、单一化传播短板。一方面,依托优质影视IP打造专属文化品牌,提炼具有代表性的东方文化标签与影视核心精神,统一海外品牌传播形象,改变国产影视零散化、无标识的传播现状,提升国产影视海外辨识度与品牌竞争力。另一方面,推进影视传播与海外文旅、文化展览、国际文化赛事深度融合,依托影视取景地宣传、海外文化巡展、跨国影视交流活动等线下载体,实现线上跨媒介叙事与线下实景传播双向联动^[5]。同时,可联动海外本土文化机构、主流媒体开展合作传播,借助外部权威资源拓宽传播渠道,弱化对外传播的生硬感,以多元化融合传播模式深化海外受众的文化认知,持续放大国产影视文化的海外传播势能与品牌价值。

5 结束语

本文的研究对象为跨媒介叙事范畴内的影视文化传播机制与路径,梳理该领域的传播逻辑,提炼优化策略。实际落地时,可将分层叙事作为基础搭建内容体系,把不同媒介资源整合后形成协同矩阵,持续优化文化符号转译方法,开展精细化受众运营,推进文化品牌价值落地。不同媒介的联动可拓宽叙事空间,丰富文化表达形态,增强受众文化感知,稳步提升影视文化传播效能。

参考文献:

- [1] 杜敏.生成式人工智能赋能文化传播出圈机制与风险治理研究[C]//郑州市社会学学会,中原工学院法学院(知识产权学院).2026年高等教育与社会发展研讨会学科分论坛论文集(上册).2026:224-226.
- [2] 李林樾.智能媒介对跨文化传播格局重塑的机制研究[J].人像摄影,2025,(13):108-109.
- [3] 王佳怡,张拓,庞守贵.跨文化传播中的叙事控制:经济、技术与文化因素的机制性探析[J].东南传播,2025,(11):49-53.
- [4] 郭志强.新媒体生态下数字叙事驱动地方文化传播的创新机制与实践路径研究[J].武汉广播影视,2025,(8):82-84.
- [5] 冯君.新媒体对文化传播力的影响及提升机制研究[J].辽宁工业大学学报(社会科学版),2022,24(2):85-87.

作者简介:刘依萌(1986.06—)女,汉族,吉林人,硕士研究生,副教授,研究方向:视听创作与文化传播。

李佳(1982.10—),女,汉族,吉林人,硕士研究生,副教授,研究方向:视听创作与文化传播、口语传播。

付晓昀(1990.03—),女,汉族,黑龙江人,硕士研究生,讲师,研究方向:视听创作与文化传播。