

国际视野下影视IP的跨文化传播策略与影响力研究

栾冰洁, 张路亚

河北美术学院影视艺术学院, 河北 石家庄

收稿日期: 2024年8月16日; 录用日期: 2024年9月19日; 发布日期: 2024年9月27日

摘要

随着数字技术的飞速发展, 跨文化传播的渠道日益多元化, 社交媒体、流媒体平台等新兴媒介为影视IP的全球化传播提供了前所未有的机遇与挑战。本研究聚焦于国际视野下影视IP的跨文化传播策略与影响力, 深入剖析了影视IP在全球化背景下的传播路径与效果。通过系统性分析, 揭示了传播策略在跨越文化障碍、促进文化认同中的关键作用, 评估了影视IP跨文化传播对目标市场文化生态、经济效益及社会文化环境的深远影响。

关键词

影视IP, 跨文化传播, 传播策略, 影响力

Research on the Cross-Cultural Communication Strategy and Influence of Film and Television IP from an International Perspective

Bingjie Luan, Luya Zhang

School of Film and Television Arts, Hebei Academy of Fine Arts, Shijiazhuang Hebei

Received: Aug. 16th, 2024; accepted: Sep. 19th, 2024; published: Sep. 27th, 2024

Abstract

With the rapid development of digital technology, the channels of cross-cultural communication are becoming increasingly diversified, and emerging media such as social media and streaming platforms

have provided unprecedented opportunities and challenges for the global communication of film and television IP. This study focuses on the cross-cultural communication strategy and influence of film and television IP from an international perspective, and deeply analyzes the communication path and effect of film and television IP in the context of globalization. Through systematic analysis, it reveals the key role of communication strategy in crossing cultural barriers and promoting cultural identity, and evaluates the far-reaching impact of cross-cultural communication of film and television IP on the cultural ecology, economic benefits and social and cultural environment of the target market.

Keywords

Film and Television IP, Cross-Cultural Communication, Communication Strategy, Influence

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在全球化浪潮的推动下, 影视 IP 作为文化输出的先锋力量, 其跨文化传播策略与影响力成为学术界关注的焦点。这一领域的研究不仅关乎文化多样性的展现与融合, 更触及到文化软实力构建、文化产业国际化发展等深层次议题。现有的研究成果主要聚焦于影视 IP 如何在尊重本土文化的基础上, 进行创新性的国际化改编, 以更贴近目标受众的叙事方式和审美偏好, 增强文化认同感和市场吸引力。影视 IP 作为富含文化意蕴与创意价值的作品集合, 其跨文化传播不仅是对本土文化的输出, 也是对不同文化元素的吸收与再创造。这一过程中, 传播策略的选择与实施至关重要, 它决定了影视 IP 能否跨越文化鸿沟, 实现有效沟通与共鸣。本研究旨在深入剖析影视 IP 跨文化传播的内在机制与外部影响, 通过系统性分析传播策略的制定与执行, 评估其对目标市场文化认同、经济效益及社会文化环境等多方面的综合影响, 不仅有助于丰富文化传播理论, 也为影视产业在全球范围内的可持续发展提供策略指导与实践参考。

2. 跨文化传播理论及应用分析

2.1. 文化适应理论

文化适应理论[1]是指人们在与不同的文化环境接触时, 会逐渐适应并接受新的文化, 并在此过程中发生心理和行为上的变化。这一理论主要揭示了人们对于新的文化环境的适应性和接受性, 并对我们理解跨文化交流和多样性具有重要的启示和指导作用。文化适应理论是研究个体或群体在不同文化环境中如何调整自身以适应新文化的理论体系。该理论强调, 文化适应是一个动态且复杂的过程, 涉及心理、行为及认知等多层面的变化。在影视 IP 的跨文化传播中, 文化适应理论尤为重要, 因为它要求传播者深刻理解目标文化, 精准把握受众心理, 从而在内容创作、传播策略上做出适应性调整。

2.2. 文化接近性理论

文化接近性理论[2]是跨文化传播研究中的重要基石, 它深刻揭示了受众在接受外来文化产品时的心理倾向。该理论认为, 由于受众对本地文化、语言、习俗的熟悉与认同, 更倾向于接受与这些元素接近的媒体内容。在影视 IP 的跨文化传播中, 文化接近性理论显得尤为重要。它要求传播者深入了解目标市场的文化背景, 精心挑选与受众生活贴近、价值观共通的内容元素, 以增强作品的亲和力和吸引力。通

过运用文化接近性策略, 影视 IP 能够跨越文化障碍, 实现更有效的传播与共鸣, 促进不同文化间的交流与融合。

3. 影视 IP 跨文化传播策略分析

3.1. 影视 IP 跨文化传播的本土化策略

影视 IP 跨文化传播的本土化策略要求深入调研目标市场的文化背景、价值观、审美偏好及消费习惯。^[3]这一步骤是后续所有定制化措施的基础, 确保所有调整都能精准对接市场需求。例如, 对于注重家庭观念的亚洲市场, 影视 IP 在情节设置上可能会更多地强调家庭团聚、亲情温暖等元素。内容层面的本土化是核心, 包括对故事情节、角色设定、台词对话等方面的调整, 以符合目标市场的文化认知和审美标准^[4]。例如, 在改编经典影视 IP 时, 可能会根据当地历史、传说或流行文化元素进行创造性融入, 使作品更加贴近当地观众的生活和情感体验。营销与宣传的本土化同样重要。这包括采用本土语言进行广告宣传、利用本土明星或网红进行代言推广、以及参与当地的文化节庆活动等, 能够有效提升影视 IP 在目标市场的知名度和影响力, 促进观众的情感共鸣和购票意愿。

3.2. 影视 IP 跨文化传播的营销策略

影视 IP 跨文化传播的营销策略需基于深入的市场调研, 明确目标市场的文化特征、观众偏好及消费行为^[5]。通过数据分析与趋势预测, 为后续的营销决策提供科学依据。在此基础上, 精准定位目标受众群体, 制定差异化的营销策略, 以满足不同文化背景下观众的需求。创新传播手段是营销策略的关键。充分利用互联网与社交媒体平台, 通过预告片发布、话题讨论、线上互动等方式, 提升影视 IP 的曝光度与讨论热度。例如, 利用微博、抖音等平台的广泛影响力, 发布创意短视频、幕后花絮等内容, 吸引观众关注并引发话题讨论。同时, 结合线下活动如首映礼、粉丝见面会等, 进一步拉近与观众的距离, 增强品牌忠诚度。跨界合作也是营销策略的重要组成部分。通过与知名品牌、艺术家或其他文化产品的联动, 实现资源共享与优势互补, 共同提升品牌影响力与市场竞争力。如与时尚品牌合作推出联名款商品, 或邀请知名歌手为电影创作主题曲等, 均能有效拓宽传播渠道并吸引更多潜在观众。

3.3. 影视 IP 跨文化传播的跨国合作策略

影视 IP 跨文化传播策略中的跨国合作策略, 是全球化背景下影视产业深化国际合作、拓宽市场边界的重要途径。通过与国际知名制片公司、导演、演员等合作, 影视 IP 能够引入先进的制作技术、丰富的创作经验和广泛的国际市场网络, 提升作品的艺术品质和市场竞争力。例如, 中美合拍的《长城》便融合了东西方文化元素, 借助好莱坞的工业体系与中国的文化底蕴, 实现了票房与口碑的双丰收。跨国合作促进了文化理解与互鉴。在合作过程中, 不同文化背景下的创作者们通过沟通与协作, 深化了对彼此文化的认识与理解, 从而在作品中展现出更为多元和包容的文化视角^[6]。这种文化互鉴不仅丰富了影视作品的内涵, 也为全球观众提供了更加广阔的视野和深刻的思考。通过与国外合作伙伴的共同努力, 影视 IP 能够突破地域限制, 进入更广阔的国际市场, 吸引更多海外观众的关注与喜爱^[7]。国际市场的成功反馈也将进一步推动国内影视产业的升级与发展, 形成良性循环。

4. 影视 IP 跨文化传播影响力分析

4.1. 影视 IP 跨文化传播能够打破地域与文化界限

影视作为直观而生动的艺术形式, 具有跨越语言障碍的能力。通过视觉、听觉等多元感官的刺激, 观众能够跨越地域限制, 直接感受到来自不同文化背景的故事与情感。这种直观的体验方式, 使得影视

IP 成为了一种无国界的文化传播媒介, 让世界各地的观众得以共享人类共同的精神财富。影视 IP 跨文化传播在内容上往往融合了多种文化元素, 形成了独特的文化杂糅现象。这种文化杂糅不仅丰富了影视作品的内涵与表现形式, 也促进了不同文化之间的交流与理解。例如, 许多国际合拍的影视作品在保留各自文化特色的同时, 也巧妙地融入了其他文化的元素与符号, 形成了全新的文化景观。如中美合拍的《长城》不仅汇聚了两国顶尖的制作团队和演员阵容, 还巧妙地将中国文化元素与好莱坞叙事风格相结合, 为全球观众呈现了一部具有独特魅力的影片。这种跨国合作不仅促进了文化上的交流与融合, 还通过商业上的成功推动了影视产业的国际化进程。这种文化上的交流与融合, 有助于消除文化隔阂与偏见, 增进全球观众对不同文化的尊重与欣赏。

4.2. 影视 IP 跨文化传播提升国家文化软实力

影视 IP 作为文化产品的重要组成部分, 具有高度的情感共鸣性和文化传播力。通过影视作品的全球传播, 不同国家和地区的观众能够直观感受到源自特定国家的文化魅力、历史传承和价值观念。这种跨文化的交流不仅丰富了全球文化的多样性, 也增强了国家文化的国际影响力, 提升了国家文化软实力。影视 IP 跨文化传播有助于塑造和传播国家形象。优秀的影视作品往往能够展现一个国家的独特风貌、社会现实和人文精神, 从而在全球范围内塑造和传播积极、正面的国家形象。例如, 近年来中国影视 IP 如《山海情》《长安三万里》等在海外的成功传播, 不仅让海外观众更加了解中国的社会现实和传统文化, 也提升了中国的国家形象和文化软实力。通过影视 IP 的跨文化传播, 可以推动文化产业的国际化发展, 吸引更多的国际资本和人才, 促进文化产业的创新和繁荣。这不仅有助于提升国家文化的整体实力, 也为国家经济的发展注入了新的动力。

4.3. 影视 IP 跨文化传播促进影视产业国际合作与共赢

影视 IP 作为文化交流的桥梁, 促进了不同国家和地区之间的理解和尊重。通过影视作品的全球传播, 各国观众能够跨越地域和文化的界限, 共享优秀影视作品带来的艺术享受和情感共鸣。这种文化交流不仅加深了各国人民之间的友谊, 也为影视产业的国际合作奠定了坚实的基础。影视 IP 跨文化传播推动了影视产业的国际合作项目。在全球化背景下, 越来越多的影视制作公司选择跨国合作, 共同开发具有全球影响力的影视作品。这种合作模式不仅能够整合各国优秀的创意资源、制作技术和市场渠道, 还能够降低制作成本、分散市场风险, 实现资源共享和优势互补。通过国际合作, 各国影视产业能够共同开拓全球市场, 实现经济效益和社会效益的双丰收, 还能够促进各国影视产业之间的学习和交流, 推动技术创新和产业升级, 提升整个行业的竞争力和发展水平。这种共赢发展的局面, 为影视产业的可持续发展注入了新的动力和活力。

5. 影视 IP 跨文化传播面临的挑战

5.1. 语言与文化的差异性：跨文化传播的隐形壁垒

在影视作品的跨文化传播中, 语言与文化的差异性构成了最为直接且深刻的障碍。语言是文化的载体, 不同语言体系中的词汇、语法结构和表达习惯, 往往蕴含着各自独特的文化内涵和思维方式。即便是最精妙的翻译, 也难以完全捕捉到原作中所有细微的文化意象和情感色彩。如中文中的成语、歇后语, 或是英文中的俚语、双关语, 这些富含文化背景的语言元素, 在翻译过程中往往难以找到完全对等的表达, 导致观众在理解上产生偏差或缺失。文化背景的不同也影响着观众对影视作品的解读。一部以特定历史事件或社会现象为背景的影片, 在源文化中是共鸣强烈的叙事, 但在目标文化中可能因缺乏相应的历史记忆或文化背景而显得陌生甚至难以理解。

5.2. 文化敏感性与接受度：尊重与适应的双重考验

跨文化传播不仅仅是信息的传递，更是文化的交流与碰撞。在这一过程中，文化敏感性和观众接受度成为衡量传播效果的重要标尺。不同文化背景下的观众，其审美偏好、价值观念乃至道德标准都可能大相径庭。影视作品在跨文化传播时，必须谨慎处理可能引发争议或不适的内容，尤其是涉及宗教、历史、性别、种族等敏感话题时，更应注重文化的尊重与理解。以《卧虎藏龙》为例，这部融合了武侠、爱情与哲学思考的电影，在国际上获得了巨大成功。其成功之处在于，它巧妙地跨越了东西方文化的界限，既展现了中华武术的魅力，又通过人物间的情感纠葛探讨了普遍的人性主题，使得不同文化背景的观众都能找到共鸣点。

5.3. 市场竞争与版权保护：全球化时代的双刃剑

对于影视 IP 的跨文化传播而言，如何在众多作品中脱颖而出，吸引国际观众的关注，成为了一项艰巨的任务。这要求制作方不仅要具备高质量的内容创作能力，还要深入了解目标市场的文化特点和观众需求，进行精准的市场定位和营销策略。版权保护问题也不容忽视。影视作品的跨国传播涉及复杂的版权交易和法律保护，不同国家和地区的法律体系、版权制度存在差异，给版权保护带来了巨大挑战。

5.4. 技术壁垒与平台限制：跨越数字鸿沟的难题

在数字化时代，技术壁垒和平台限制成为影响影视 IP 跨文化传播的新因素。不同国家和地区的网络环境、技术标准和播放平台存在差异，这可能导致作品在传输过程中遇到技术障碍，影响观众的观看体验。如视频格式的兼容性、网络带宽的限制、播放平台的区域封锁等，都可能成为跨文化传播的绊脚石。

6. 影视 IP 跨文化传播对策

6.1. 加强文化敏感性与适应性

在全球化的今天，影视 IP 的跨文化传播首先需要解决的是文化敏感性和适应性问题。这要求制作方在策划和制作初期就深入研究和理解目标市场的文化背景、价值观念、审美偏好及接受习惯。通过文化敏感性分析，识别并规避可能引发误解或争议的文化元素，确保作品在传播过程中能够顺利跨越文化障碍。文化适应性的调整则体现在具体的创作实践中。在角色设定上，制作方可以深入挖掘目标文化中的典型人物特征，比如将主角塑造为具有当地文化特色的英雄或反派，通过他们的言行举止展现该文化的独特魅力；也可以巧妙融入当地社会现象或热点话题，使作品成为连接观众情感与现实的桥梁。例如，在亚洲市场推出的影视作品中，可以加入对家庭观念、孝道文化的深刻描绘，而在欧美市场，则可能更注重个人英雄主义或自由主义的展现。情节改编方面，制作方需根据目标观众的审美偏好和价值观进行微调。这并不意味着要彻底改变原作的核心精神，而是在保持故事精髓的基础上，调整故事线索的走向、冲突点的设置以及人物关系的构建，使之更加贴近目标市场的文化心理。比如，将原作中激烈的暴力冲突转化为智慧与勇气的较量，或是将爱情故事中的浪漫元素与当地的风俗习惯相结合，都能有效提升作品的吸引力和接受度。至于对白和配乐等细节的调整，更是提升作品文化适应性的点睛之笔。国际版影视作品常常会重新录制或调整配乐，以融入目标市场的音乐元素和风格，从而营造出更加亲切和贴切的观影氛围。例如，为一部面向非洲市场的影片选择充满节奏感的古典音乐，或是为一部面向中东市场的剧集加入悠扬的传统乐器演奏，都能让观众在音符间感受到文化的共鸣与情感交流。

6.2. 强化国际合作与资源共享

通过建立长期稳定的合作关系，与海外影视制作机构、发行商等共同开发具有全球影响力的影视 IP，

不仅可以共享创作资源、降低制作成本,还能拓宽市场渠道,提升作品的国际竞争力。国际合作的具体形式多种多样,包括共同投资、联合制作、版权共享等。多国合拍的电影项目就是国际合作的重要成果之一。这些项目通过整合各国的优势资源,如资金、技术、人才等,共同打造高质量的影视作品。例如,《流浪地球》系列电影的成功,便是中外资本共同投入、共担风险的典范,其宏大的科幻场景和精良的制作水准,正是得益于这种跨国融资的优势。《长城》这部影片便是中美联合制作的杰出代表,它不仅汇集了中美两国的顶尖电影人才,包括张艺谋导演、马特·达蒙等好莱坞巨星,还在制作过程中深度融合了两国的文化元素和技术优势。影片中的特效场面震撼人心,同时融入了中国古代防御工事的独特魅力,展现了东西方文化的碰撞与融合,实现了文化与市场的双重成功。《权力的游戏》等热门美剧在全球范围内的成功,就得益于其版权共享的国际化策略。这些剧集不仅在美国本土取得了巨大成功,还通过全球各地的电视台和网络平台播出,吸引了全球亿万观众的关注。

6.3. 利用数字技术拓展传播渠道

随着数字技术的飞速发展,网络视频平台、社交媒体等新媒体渠道已成为影视 IP 跨文化传播的重要阵地。这些平台具有传播速度快、覆盖范围广、互动性强等优势,为影视作品的全球传播提供了广阔的空间。制作方应充分利用这些新媒体渠道,通过投放预告片、花絮、幕后故事等内容,吸引潜在观众的关注,提高作品的曝光度和关注度。利用大数据和人工智能技术,对观众行为进行深入分析,实现精准营销,将作品推送给最有可能感兴趣的观众群体。例如,Netflix 作为全球领先的流媒体平台,其强大的算法推荐系统便是这一趋势的佼佼者。该系统能够深度挖掘用户的观看行为数据,包括观看时长、喜好类型、评分反馈等,通过复杂的算法模型分析,精准描绘出每位用户的个性化兴趣图谱。基于此,Netflix 能够为用户量身定制推荐列表,将那些最符合其口味的影视作品精准推送至眼前。这种个性化的观影体验不仅极大地提升了用户的满意度和忠诚度,还促使更多观众愿意在平台上停留更长时间,探索更多未知的好内容。Netflix 还不断创新营销手段,利用社交媒体等渠道进行病毒式传播。通过与网红、意见领袖等合作,发起话题挑战、观影分享等活动,引导用户自发传播作品信息,形成口碑效应。平台还会根据用户的反馈和互动数据,及时调整营销策略和内容推荐策略,确保始终与市场需求保持高度同步。

6.4. 注重版权保护与合规运营

在跨文化传播过程中,版权保护是保障创作者权益、维护市场秩序的重要环节。制作方应加强与各国版权机构的合作,确保作品在传播过程中的合法性和合规性。建立健全的版权保护机制,明确版权归属和授权范围,避免版权纠纷的发生。要加强对盗版行为的打击力度,通过法律手段维护市场秩序和创作者的合法权益。还应关注各国法律法规的差异性和变化性,及时调整版权保护策略,确保作品在各国市场上的顺利传播。

7. 结语

面对全球化带来的机遇与挑战,影视产业需以更加开放和包容的姿态,积极探索和实践跨文化传播的有效路径。通过深入理解不同文化的独特性和共通性,实施精准的文化适应策略,不仅能减少文化冲突,还能增强作品的国际吸引力。强化国际合作,整合资源,共创精品,是实现影视 IP 全球传播的重要支撑。数字技术的飞速发展为跨文化传播提供了无限可能,影视产业应充分利用这一技术优势,拓宽传播渠道,创新传播方式。完善的版权保护机制将为影视 IP 的跨文化传播保驾护航,确保文化交流的健康、可持续发展。影视 IP 跨文化传播的深入发展,将有力推动全球文化的多元共生与繁荣。

基金项目

2024 年度河北省文化艺术科学规划和旅游项目研究青年项目(项目编号: HB24-QN038)。

参考文献

- [1] 孙淑女. 多学科视角下的跨文化适应理论研究[J]. 浙江学刊, 2018(1): 214-221.
- [2] 韩瑞霞, 张涓珍. 符号嵌入与文本嵌入: 文化接近性理论在城市国际形象传播中的应用与验证[J]. 科学.经济.社会, 2022, 40(6): 12-25.
- [3] 詹慧欣. 跨文化传播视域下中国网络文学 IP 影视改编在美传播研究[J]. 文存阅刊, 2023(11): 67-69.
- [4] 徐婧钰, 陆蔓筠. 基于 IP 改编热的网络文学 IP 影视剧跨媒介叙事考察[J]. 科技传播, 2024, 16(3): 113-116.
- [5] 杨悄涅. 以漫威电影为媒介的跨文化传播分析——暨中国文化“走出去”的策略启示[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2022(14): 172-175.
- [6] 黄宏, 纪莉. 中外影视 IP 全球传播创新路径研究[J]. 传媒论坛, 2023, 6(11): 3-7+29.
- [7] 赵晨帆. 中国新近古装剧在韩国的跨文化传播研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中央民族大学, 2022.