

# 中国电影在俄罗斯的银幕形象建构与受众接受研究(2000~2024)

## ——基于KinoPoisk的实证分析

孙 宁

吉林大学外国语言文学学院, 吉林 长春

收稿日期: 2026年1月2日; 录用日期: 2026年1月26日; 发布日期: 2026年2月4日

### 摘 要

近年来, 中国电影在俄罗斯的传播与接受逐渐成为跨文化研究领域一个值得关注的课题。为考察中国电影在国际市场的实际传播效果, 本研究聚焦于海外受众的反响。研究选取2000年至2024年间在俄罗斯院线公映并获得一定关注的中国电影作为样本, 依托俄罗斯电影数据库KinoPoisk, 采用大数据挖掘与情感分析技术进行数据采集与分析。基于研究发现, 论文从叙事策略、传播路径及产业协作三个维度, 尝试提出有助于提升中国电影在俄罗斯传播效果的对策建议。

### 关键词

中国电影, 俄罗斯, 银幕形象, 受众接受, KinoPoisk

# Chinese Films in Russia: Screen Image Building and Audience Reception (2000~2024)

## —An Empirical Analysis Based on KinoPoisk

Ning Sun

School of Foreign Languages and Cultures, Jilin University, Changchun Jilin

Received: January 2, 2026; accepted: January 26, 2026; published: February 4, 2026

### Abstract

In recent years, the dissemination and reception of Chinese films in Russia have garnered increasing

attention within cross-cultural research. To examine the actual communicative impact of Chinese films in the international market, this study focuses on feedback from overseas audiences. It selects Chinese films released in Russian theaters between 2000 and 2024 that have attracted a certain level of attention as research samples. By utilizing data from the Russian film database KinoPoisk, the research employs big data mining and sentiment analysis techniques for data collection and examination. Drawing on the findings, this paper attempts to propose recommendations from three perspectives-narrative strategies, dissemination pathways, and industrial collaboration-aimed at enhancing the communicative effectiveness of Chinese films in Russia.

## Keywords

Chinese Films, Russia, Screen Image, Audience Reception, KinoPoisk

Copyright © 2026 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. 研究背景及研究对象

电影作为具有影响力的文化载体，在推动国际间相互理解与塑造国家形象方面扮演着积极角色。因此，探讨中国电影在俄罗斯的传播与接受状况，不仅具有学术价值，也具备明确的现实意义。

当前，在文化全球化与多元文化交织的背景下，中国电影在俄罗斯的传播仍须面对文化差异与理解隔阂等挑战。因而，系统回顾中国电影在俄传播历程，并深入解析俄罗斯受众的接受心理及其评价机制，对于推动中国电影实现从“走出去”到“被认可”的转变，具有重要的参考意义。

本研究以 2000 年至 2024 年间在俄罗斯影院上映、电影节展映或通过流媒体传播，并在 KinoPoisk 上拥有一定评分与评论的中国电影为研究对象，主要探讨以下问题：

- 1) 这些电影建构了怎样的中国形象？这一形象在过去二十四年间发生了怎样的变化？
- 2) 俄罗斯观众如何接受这些形象？其评价反馈呈现哪些特征？
- 3) 基于上述发现，如何优化中国电影对俄传播策略，以增强其文化接受度？

## 2. 研究设计及数据采集

本研究采用混合研究方法，结合定量数据分析与定性文本解读，具体流程如下：

### 2.1. 数据来源

本研究以俄罗斯具有较高权威性的电影数据库——KinoPoisk (<http://www.kinopoisk.ru/>)——作为主要数据来源。该网站是俄罗斯最具影响力的电影资讯与评分平台之一，汇集了海量用户评价与专业影评，已成为研究俄语区电影接受行为的重要数据源。

### 2.2. 样本筛选

为确保研究样本兼具影响力与可分析性，设定如下筛选标准：

1) 影片制片方须为中国，或为中外合拍片。本文的国产片指的是在俄罗斯影评网站 KinoPoisk 上只标记为 Китай 的影片。

2) 在 2000 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期间，在俄罗斯有公开上映、展映纪录或可通过合法流媒体平台观看。

3) 在 KinoPoisk 网站上的评分人数不低于 500 人, 以确保影片具备一定的受众关注度。

通过上述标准, 初步筛选出 67 部有效样本影片, 结合影片的票房表现、艺术影响力与类型代表性, 最终选取 15 部影片作为核心分析样本, 将其划分为三个历史阶段进行纵向比较。

## 2.3. 分析方法

1) **文本分析:** 对核心样本影片的叙事主题、人物设定、视觉符号与文化元素进行定性分析, 以解读其建构的中国形象。

2) **接受分析:** 针对核心样本影片下的俄语用户评论进行采集、翻译与编码。首先进行情感极性分析, 再通过主题编码提取观众讨论的关键范畴, 以分析其接受效果。

## 2.4. 研究样本的局限性说明

需要指出, KinoPoisk 用户多为俄罗斯年轻、城市、受过教育的电影爱好者, 其观点未必能完全代表全体俄罗斯观众。

## 3. 数据的呈现

### 3.1. 中国电影在俄建构形象的嬗变(2000~2024)

通过对样本影片的文本分析, 我们发现中国电影在俄建构的形象呈现出清晰的三个阶段演变轨迹。

#### 1) 第一阶段(2000~2012): “传奇中国”的形象主导

本阶段的代表影片为《英雄》(2002, 评分 7.9)、《十二生肖》(2012, 票房 941 万美元)和《霍元甲》(2006, 评分 8.11)。这些作品通过高度风格化的武侠叙事, 构建了一个充满东方哲学意蕴与视觉奇观的“传奇中国”。《英雄》以恢弘的视觉美学传递“天下”观念, 构建了一个色彩鲜明、秩序森严的古典中国; 《霍元甲》则从武术哲学层面, 阐释了从个人之勇到“止戈为武”的精神升华。即便如《十二生肖》这样设定在现代的作品, 其核心仍是“侠客”精神的现代表达。整体来看, 此阶段的中国形象呈现为高度类型化、奇观化、并与现代生活保持一定距离[1]。

#### 2) 第二阶段(2013~2019): “多元探索的现代中国”

随着文化交流深入, 中国电影在俄传播进入多元探索期。代表影片如《中国合伙人》(2013, 评分 7.2)、《流浪地球》(2019, 票房 597 万美元)和《战火中的芭蕾》(2015)、《战狼 2》(2017, 评分 5.9)。《中国合伙人》首次向俄罗斯观众集中展现改革开放后中国青年的创业历程, 充分构建一个充满机遇与变革的现代中国形象。《流浪地球》作为中国科幻电影的代表, 以宏大特效和“带着家园流浪”的设定, 展现出中国电影工业的进步与集体主义情怀。合拍片《战火中的芭蕾》则从共同历史记忆出发, 构建出一个情感细腻的、与俄罗斯共享二战记忆的中国形象。

与此同时, 《战狼 2》试图通过个人英雄主义叙事塑造一个“崛起中大国”形象, 但其直白的表达方式在俄罗斯引发了较大的文化折扣。文化折扣现象在此类强调民族主义的影片中表现尤为明显, 其叙事方式与情感逻辑与俄罗斯观众的期待视野存在落差: 俄罗斯观众能够接受一个“科技强大、文化深厚、共同奋斗”的中国, 而对“个人英雄主义、叙事直白”的表达方式抱有疑虑。这种错位表明, 中国电影在传播的道路上, 不仅需要题材的多元化, 更需要叙事策略的转型。

#### 3) 第三阶段(2020~2024): “复合中国”的并存: 强国叙事与个体关怀

进入 2020 年代, 在流媒体平台与文化合作机制的推动下, 中国电影在俄罗斯的传播更趋成熟。这一阶段, 中国电影并行塑造着两种核心形象: 一是在全球事务中承担责任的“科技与道义强国”, 二是在社会内部关注个体价值的“温情现代家园”[2]。代表影片如《流浪地球 2》(2023, 评分 6.8)、《热辣滚

烫》(2024, 评分 7.4)和《熊出没·重返地球》(2022, 在俄票房 83.8 万美元)。《流浪地球 2》进一步强化了在全球危机中展现领导力的“大国形象”；《热辣滚烫》则聚焦普通人自我成长, 展现了中国社会对个体幸福的关注；《熊出没》系列则通过家庭、友情等普世价值, 构建了一个温暖、和谐、充满童趣的中国。至此, 中国形象在俄罗斯银幕上完成从单一到立体的嬗变, 大国叙事与小家温情并存, 科技强国与社会关怀共构。

3.2. 俄罗斯受众的接受镜像：基于影评的分析

为进一步了解上述形象建构的实际效果, 本研究对核心样本影片下的 1286 条有效俄语影评进行了情感与主题分析。

1) 情感极性分布(见图 1)

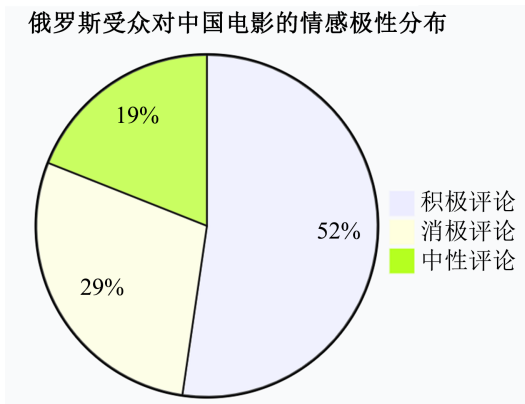


Figure 1. Distribution of Russian audience's emotional polarity toward Chinese films  
图 1. 俄罗斯受众对中国电影的情感极性分布

总体上, 积极评论占 52.3%, 消极评论占 28.7%, 中性评论占比 19.0%, 表明中国电影在俄罗斯整体获得较为积极的评价, 但仍存在近三成的负面反馈, 仍有提升空间。

2) 主题接受分析

对“古老传奇”的怀旧与审视: 观众对《英雄》等影片的视觉美学与武术哲学表示赞赏, 但也有不少评论指出叙事逻辑难以理解, 视其为“文化奇观”[3]。

对“现代崛起”的惊叹与疏离: 《流浪地球》系列在特效与想象力上获赞颇多, 被视为中国电影工业的进步象征。但其中某些集体主义行为逻辑, 部分观众表示难以完全认同。《中国合伙人》因贴近转型期社会现实, 引发俄罗斯观众共鸣。

对“平民叙事”与“合家欢”的普遍共鸣: 此类作品在俄罗斯接受度最高。例如, 《热辣滚烫》中“励志”“意志力”引发共鸣; 《熊出没》系列则因家庭、勇气等普世主题获得喜爱。

理解障碍与“文化折扣”: 消极评论多集中于字幕翻译不清, 历史背景陌生等问题[4][5]。

4. 新世纪中国电影在俄罗斯的发展对策

基于上述发现, 为提升中国电影在俄罗斯的传播效果, 本文提出以下建议:

4.1. 内容策略：深耕文化共鸣，推动叙事升级

1) 从“符号展示”转向“价值共鸣”：减少生硬的文化符号堆砌, 更多挖掘家庭、奋斗、和平等人类共通主题[6], 普遍价值观的传递比特定文化符号的堆砌更具共鸣力。

2) 在宏大叙事中融入个体关怀：在强国叙事中巧妙加入易于共情的个人情感，增强故事的温度与亲和力。

3) 发挥动画与科幻的“跨文化优势”：这两类影片因视听语言普适性强、文化依赖度低，更易被海外观众接受。

#### 4.2. 传播策略：优化渠道与译配，实现精准触达

1) 提升译制质量：建立中外语言专家共同参与的译配流程，确保内容准确、生动地传递。

2) 加强新媒体与线下协同：在 VK、Yandex.Zen 等本土平台加大宣传，结合电影节、文化沙龙等活动，形成立体传播网络。

3) 深化合拍合作：从剧本阶段即考虑双方观众审美，推动从“借船出海”到“联合造船”的转变。

#### 4.3. 产业策略：培育发行网络与本土 IP

1) 培育自主发行能力：支持国内企业在海外设立或合作建立发行机构，逐步掌握市场主动权[7]。

2) 推动 IP 本土化运营：对“熊出没”等已获成功的 IP，可推出俄语主题曲、本土品牌联动等策略，培养稳定受众群体[8]，成功的 IP 本土化运营是建立长期受众黏性的关键。

### 5. 结语

本研究通过实证分析发现，中国电影在俄罗斯过去二十四年的传播历程，呈现出中国国家形象从单一、奇观的“他者”逐渐发展为复杂、立体、可共鸣的“近邻”的演变轨迹[9]。俄罗斯观众既为中国科技崛起与古老文明所吸引，也更易被那些描绘普通人奋斗与情感的故事所打动[10]。

跨文化传播是一场基于平等与尊重的对话。未来的电影传播应在深入理解海外受众文化心理与审美习惯的基础上[11]，讲述既体现中国特色、又关乎人类共同命运的故事。只有这样，中国电影才能真正跨越文化边界，实现从“走出去”到“走进去”的转变[12]，在海外观众心中建构一个更加真实、立体、可接受的中国形象。

### 基金项目

此为 2025~2026 年吉林大学“大学生创新创业训练计划”省级创新项目项目成果，项目名称：“讲好中国故事”背景下中国电影对俄输出的现状与前景分析。

### 参考文献

- [1] 吕丽, 崔艳玲, 于艺. “一带一路”背景下中国电影对俄传播探析[J]. 中国电影市场, 2020(5): 60-63.
- [2] 陈林侠. 从情节开始——中国电影在俄罗斯市场的文化折扣及其竞争力前瞻[J]. 电影新作, 2021(5): 36-44.
- [3] 唐媛媛, 孙楠. 中国电影在俄罗斯的传播现状研究——基于俄影评网站 KinoPoisk 的实证分析[J]. 电影文学, 2024(10): 16-22.
- [4] 贾云鹏, 郭慧妍. “一带一路”背景下中国电影在俄罗斯的传播生态研究——基于俄电影在线社区 KinoPoisk 的实证分析[J]. 科技传播, 2025, 17(19): 171-176.
- [5] 任晟姝. 从丝路之窗到文化介质——以 2024 年共建“一带一路”国家举办的中国电影节为例[J]. 电影评介, 2024(23): 28-34.
- [6] 殷婷婷. 中国电影在俄罗斯的跨文化传播研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 哈尔滨工业大学, 2021.
- [7] 杨思奇. 中国文化对外传播中国国家形象建构研究——以中国电影在俄罗斯的跨文化传播为例[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州大学, 2021.
- [8] 德米特里·卡拉瓦耶夫, 黄小轩. 中俄电影的当下与未来——莫斯科国立电影学院研究员德米特里·卡拉瓦耶夫访谈[J]. 电影评介, 2023(23): 45-48.

- [9] Hofstede, G. (2010) *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. 3rd Edition, McGraw-Hill.
- [10] Barker, C. (2012) *Cultural Studies: Theory and Practice*. 5th Edition, Sage Publications.
- [11] Straubhaar, J.D. (2007) *World Television: From Global to Local*. Sage Publications.  
<https://doi.org/10.4135/9781452204147>
- [12] Shim, D. (2006) Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia. *Media, Culture & Society*, **28**, 25-44.  
<https://doi.org/10.1177/0163443706059278>