

多模态视角下的文化传播策略与效果研究

——以《孙膑兵法》对外翻译传播为例

杨瑞华, 郎芷奕, 李静茹, 徐雅文, 刘性峰*

南京理工大学外国语学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年11月12日; 录用日期: 2025年12月16日; 发布日期: 2025年12月29日

摘要

本研究以《孙膑兵法》对外传播为案例, 探讨多模态策略在传统文化跨文化传播中的效能与优化路径。整合多模态话语分析与霍尔高/低语境理论, 构建高语境文化传播模型, 并通过短视频平台数据验证。理论层面建立文化、语境、意义、形式、媒体五维分析框架, 针对“桂陵之战”开发包含原文、白话译文、英文翻译、多模态解读和战术可视化分析的五维对照表, 为高语境文化传播提供方法论支持。实证研究发现: 视觉模态表现最佳(60% A类评价), 证实视觉符号的跨文化优势; 亚洲高语境受众理解度显著高于欧美低语境受众, 支持霍尔文化距离理论。受众最需求“详细解释”(33.8%)和“交互链接”(33.5%), 而冗余图像(38.89%)和复杂语言(33.33%)为主要减分项。研究提出建立“文化语境诊断先行”原则, 构建分层编码体系, 对低语境受众实施明确性、可视化、逻辑性适配策略。本研究为多模态与跨文化理论整合提供实证支持, 为高语境文化传播困境提供解决方案, 推动中华文化高质量走出去。

关键词

《孙膑兵法》, 多模态叙事, 跨文化传播, 短视频效果分析, 受众分析

Research on Cultural Communication Strategies and Effectiveness from a Multimodal Perspective

—Taking the Overseas Translation and Dissemination of *Sun Bin's Art of War*

Ruihua Yang, Zhiyi Lang, Jingru Li, Yawen Xu, Xingfeng Liu*

*通讯作者。

School of Foreign Studies, Nanjing University of Science and Technology, Nanjing Jiangsu

Received: November 12, 2025; accepted: December 16, 2025; published: December 29, 2025

Abstract

This study examines the efficacy and optimization of multimodal strategies in cross-cultural communication of traditional culture, using the international dissemination of *Sun Bin's Art of War* as a case study. By integrating multimodal discourse analysis with Hall's high/low-context theory, we develop a high-context cultural communication model validated through short-form video platform data. Theoretically, a five-dimensional analytical framework (culture, context, meaning, form, and medium) was established. For the "Battle of Guiling" case, a five-dimensional comparison table was created, containing original text, vernacular translation, English translation, multimodal interpretation, and tactical visualization, providing methodological support for high-context cultural communication. Empirical findings show the visual modality performed best (60% Grade A evaluations), confirming the cross-cultural advantage of visual symbols. Asian high-context audiences demonstrated significantly higher comprehension than European and American low-context audiences, supporting Hall's cultural distance theory. Audience feedback prioritized "detailed explanations" (33.8%) and "interactive links" (33.5%), while redundant imagery (38.89%) and complex language (33.33%) were identified as major drawbacks. The study proposes a "Culture-First Diagnostic Principle," a layered encoding system, and adaptation strategies emphasizing clarity, visualization, and logic for low-context audiences. This research provides empirical support for integrating multimodal and cross-cultural theories, offers solutions to high-context communication challenges, and facilitates the global dissemination of Chinese culture.

Keywords

Sun Bin's Art of War, Multimodal Narrative, Cross-Cultural Communication, Short-form Video Effect Analysis, Audience Analysis

Copyright © 2025 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

1.1. 研究现状

《孙膑兵法》作为中国古代军事思想的经典代表，不仅具有深厚的文化底蕴和哲学内涵，其文本中蕴含的策略思维与行动逻辑也成为跨文化理解的难点与重点。当前，中华优秀传统文化的对外传播正面临数字化转型与全球化传播的双重机遇与挑战。随着 TikTok、YouTube、抖音等短视频平台的兴起，文化传播方式已从传统的文本翻译主导，转向多模态、沉浸式、互动性的综合叙事。

现有研究虽已关注到短视频在文化传播中的潜力，如《典籍里的中国》抖音号的成功案例，但多集中于现象描述或单一平台分析，缺乏对多模态策略系统性构建与传播效果的实证检验。特别是在兵法类典籍，尤其是对《孙膑兵法》的对外翻译及传播研究这类高度抽象的文化经典领域，如何通过视听模态有效转化其战略思想，并实现跨文化共鸣，仍是当前研究的薄弱环节。

1.2. 研究对象

本研究以《孙膑兵法》的对外翻译与传播为核心研究对象，重点考察其在短视频平台(如微信公众号、抖音等)中的多模态呈现方式与跨文化传播效果。研究对象具体包括《孙膑兵法》相关短视频的内容形态(如动态视觉还原、双语字幕、文化注释、背景音乐等)、受众群体特征(包括年龄、地域、文化背景、互动行为等)，以及不同平台算法机制对内容分发与传播效果的影响。

1.3. 研究方法

本研究采用定性与定量相结合的多方法融合研究策略。基本步骤如下：多模态话语分析法。分析相关视频样本($n \geq 50$)进行视觉、听觉、语言等多模态符号的拆解与意义解读；开展质性研究。根据多模态理论及样本经验自制视频《孙膑兵法·擒庞涓》；收集受众画像与互动数据(如点赞、问卷调查等)；分析完善，并尝试构建传统文化对外传播的效果评估模型。

2. 理论模型构建

本研究以《孙膑兵法》中“桂陵之战”这一经典战例的多模态对外翻译与传播为核心研究对象，旨在构建一个有机融合多模态话语分析与霍尔跨文化传播理论的联合理论框架。该模型旨在系统性地阐释中国古代兵学智慧在全球化语境下的传播机制、接受路径与转化效能，为中华优秀传统文化“走出去”提供可复用的方法论支撑。

2.1. 多模态话语分析框架的构建与应用

多模态话语分析理论为我们解析《孙膑兵法》的传播提供了由宏观到微观、从文化语境到具体媒介的多层次分析框架。本研究基于张德禄等人的理论体系[1]，结合“桂陵之战”这一具体案例，从以下五个核心层面展开深度剖析：

文化层面：这是多模态交流意义生成的最深层根基。本研究聚焦于中国古代兵学文化体系，特意选取了相较于《孙子兵法》国际知名度较低、但战术思想极具特色的《孙膑兵法》作为研究对象。在文化传播过程中，我们注重意识形态的安全性与话语权的主动性，旨在向世界传播具有普世价值(如智慧、谋略、人道主义)的东方兵学智慧。结合当前国际地缘政治格局复杂多变、地区冲突频发的现实背景，传播“声东击西”等中国古典军事哲学具有极其重要的现实意义与时代价值。

语境层面：即话语产生的具体环境。基于“桂陵之战”的历史背景与“围魏救赵”的叙事内核，我们构建了包含“原文(文言文) - 白话文 - 英文翻译 - 多模态符号解读 - 战术策略可视化分析”的五维翻译对照表，并据此制作了一部时长约 6 分钟的趣味科普视频。在语言风格上，我们摒弃了严肃的学术腔调，采用活泼且契合“Z”世代语境的叙事风格，有效降低了受众的理解门槛，增强了内容的亲和力与传播力。

意义层面：《孙膑兵法》的翻译与传播其意义是多重的。它不仅填补了因该兵法失传千年直至 1972 年银雀山汉墓出土才重见天日而造成的学术与传播空白，更是一次理论应用的创新——将多模态翻译模型首次系统性地引入中国古代兵学文化的对外传播实践中。其最终意义在于促使国际受众超越“奇谋巧计”的表层理解，深入认知其中蕴含的系统性战略思想(如“必攻不守”、“势”的营造与转化)，从而促进文明间的互鉴。

形式层面：我们采用了多元化的意义表现形式。在文本上，首创了《孙膑兵法·擒庞涓》关键术语的“五维对照表”；在动态媒介上，制作了“桂陵之战”视频，通过 AE 动画技术将抽象的“批亢捣虚”、“攻其必救”等策略进行可视化呈现，使古老智慧变得生动可感。

媒体层面：在媒介选择与运用上，我们实施了精细化策略。在非语言模态，视频中运用 AE 制作动态箭头模拟行军路线，使用金属音效与鼓点渲染战场氛围。在传播渠道上，构建了多平台传播矩阵，内容不仅涵盖核心动画视频[2]，还延伸至兵学知识科普、现代中国国防成就等关联话题，旨在打造立体的“中国兵学文化”品牌，增强用户粘性。

2.2. 跨文化传播理论模型的整合与策略制定

本研究深度整合了爱德华·霍尔的跨文化传播理论，其核心在于：一切沟通都依赖于语境，而文化背景决定了人们对“语境”的依赖程度，由此产生了高语境与低语境传播的差异。

在向全球传播源自中国高语境文化的兵学思想时，我们充分考虑了目标受众的文化背景差异。对于同属东亚文化圈、深受儒家思想影响的日本、韩国等地区，其共享的高语境传播模式使得他们对“避实就虚”、“兵不厌诈”等含蓄、重意会的概念具有较高的文化接受度和心领神会的能力，传播阻力相对较小。反之，对于美国、德国等典型低语境文化国家，其沟通方式强调直接、明确和低依赖性，二者间的文化距离较大。

针对此类文化差异，我们在对“桂陵之战”内容进行跨文化编码时，制定了清晰的策略：对低语境受众(如英语国家)，主动采用低语境适配策略。在翻译上，提供清晰、直白的解释，例如将“围魏救赵”不仅直译为“Saving Zhao By Besieging Wei”，更补充其核心策略释义“feigning an attack on Pingling to confuse the enemy, using small forces in Huantu to stir things up”。在视频表达上，配合明确的视觉箭头、逻辑清晰的战术分解图和直接的情感表达，显著降低其理解门槛，有效提升了跨文化传播的效能。

3. 目标受众分析与研究策略设计

3.1. 受众分析

3.1.1. 目标群体选择

桂陵之战知识视频属于知识科普类内容[3]，目标用户群体定位为年龄分布于 18~30 岁之间、具备较强信息吸收与处理能力、拥有大学本科及以上学历，并常居于一线或新一线城市的受众，最好为在中外籍人员。此类用户对中华文化兴趣浓厚且接受度较高，有利于构建清晰的用户画像，从而实现精准内容传播与有效反馈回收。

3.1.2. 两大平台用户画像分析

针对视频主要投放的两个平台，我们开展了系统的用户画像分析，具体数据如表 1 所示：

Table 1. User portraits and behavioral characteristics of the two major video platforms in 2024
表 1. 2024 年两大视频平台用户画像与行为特征

平台	主要用户年龄	内容倾向	男女比例	城市分布
抖音	18~35 岁	娱乐、美食、穿搭、知识	1:1.222	一线及新一线
微信视频号	26~40 岁	美食、科普、娱乐	4:6	一线及新一线

从用户结构来看，微信视频号和抖音两大平台均以年轻用户为主，该群体具有知识吸收速度快、内容需求多元、对高质量视频接受度高等特点。在地域分布上，用户多集中于一线及新一线城市，这些地区英语使用普及率较高、国际化氛围浓厚、外籍人员含量较高，有利于内容的广泛传播与跨文化互动。

3.2. 研究策略设计

3.2.1. 前期投放

为了获得我们所建立模型的传播效果，我们为了提高视频的播放率，在视频制作过程中，我们采用多模态翻译模型增强我们视频的可读性。

以视觉模态分析为例：在视觉模态分析中，我们重点考察视频中表情符号的趣味性、色彩对比的鲜明度以及符号指引的清晰性。例如，视频中将“主讲人”形象设计为流行的“猫 meme”形象，以吸引年轻受众关注；在讲述桂陵之战时，采用冷色调表现战争的肃杀氛围，明色调突显孙膑的明智，并通过明暗对比刻画庞涓被孙膑智取的情节，以色彩引导观众的情感体验。此外，运用 AE 动画技术插入箭头等符号，直观展示庞涓与孙膑军队的行军路线，增强战争局面的可视化与观众理解。

3.2.2. 数据收集

基于目标群体与平台选择，我们将重点收集微信视频号和抖音上《孙膑兵法》相关视频的样本数据。样本容量需满足 $n \geq 50$ ，以确保统计普遍性。数据收集内容包括：点赞量、转发量、观看量，以及用户在视频最后设计的问卷调查中的回答。

3.2.3. 方法总结

在目标受众分析与研究策略设计中，我们强调“内容分析 - 情感分析 - 调查问卷”三维框架：不仅需明确目标受众，保障视频内容的质量与传播效率，还需对视频传递的价值观与情感进行深入分析，并借助多模态话语分析实现充分表达。在数据整理阶段，需对所选模型(如多模态话语分析、跨文化传播理论模型)进行评估，并通过用户访谈获取足量样本，支撑研究的有效性与推广性。

4. 传播效果分析模型

在对我们制作的视频样本的研究中，为评估《孙膑兵法》这一中国传统兵学文化的对外传播效果，我们邀请了来自不同国家与地区的观众填写了相应的调查问卷，以此收集了重要的支撑数据。基于这些数据，我们将通过量化与可视化分析，构建一个传统文化对外传播效果的评估模型[4]。

4.1. 质性分析

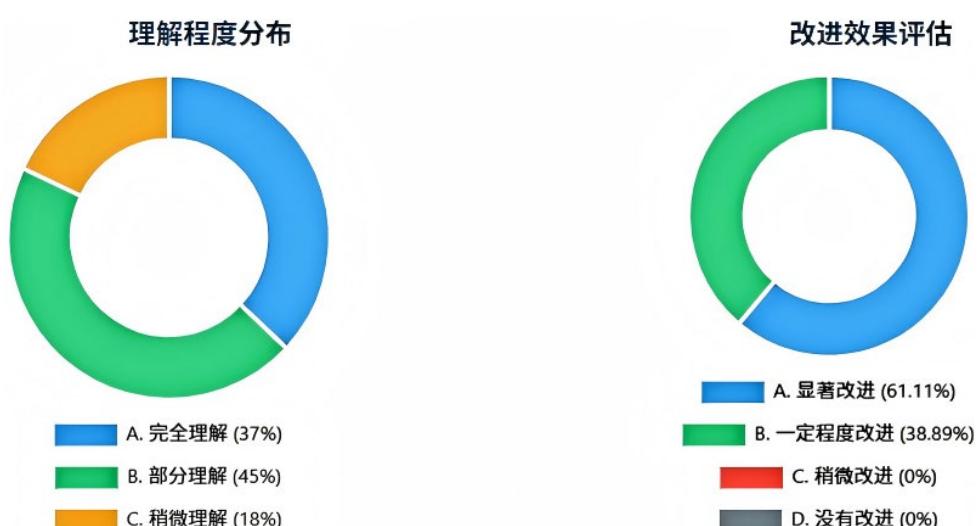


Figure 1. Dual-ring comparison chart of comprehension level and improvement effect

图 1. 理解度 - 改进效果双环对比图

在进行质性分析的过程中，我们着重从两个维度评估传播效果：观众对《孙膑兵法》故事内容的核心思想与历史逻辑的理解程度；多模态元素在提升信息接收效率和激发观看兴趣方面的作用[5]。图1展示了受访者对内容理解程度的自我评估统计分布，为后续深入分析提供了直观的数据基础：

理解程度分布的分析表明近半数观众对内容有一定理解，但并未完全掌握。这反映出内容在表达清晰性、叙事逻辑或文化适配性方面仍存在提升空间。此外，部分受众由于文化差异、信息密度较高或表达方式不够贴近，在理解上仍存在一定障碍；改进效果评估的分析显示多模态传播方式在提升信息理解效率和观众兴趣方面效果显著。

由此可见，多模态传播策略成功激活了受众兴趣与理解效率，验证了视觉化、叙事化等多元符号系统在跨文化传播中的价值，尤其有助于复杂文化内容的接受与沉浸。但是，文化差异与表达方式仍是关键挑战。18%的“稍微理解”占比提醒需关注文化适配问题，例如通过本地化语言调整、案例类比或语境铺垫等方式增强跨文化共鸣。

4.2. 针对多模态元素的反馈分析

基于上述分析我们对多模态元素进行深入分析，从翻译、语言、图像和音效四个维度收集数据，以评估哪种元素在观众理解内容过程中起主要作用。下方柱形图2直观地展示了各元素对内容理解的帮助程度：

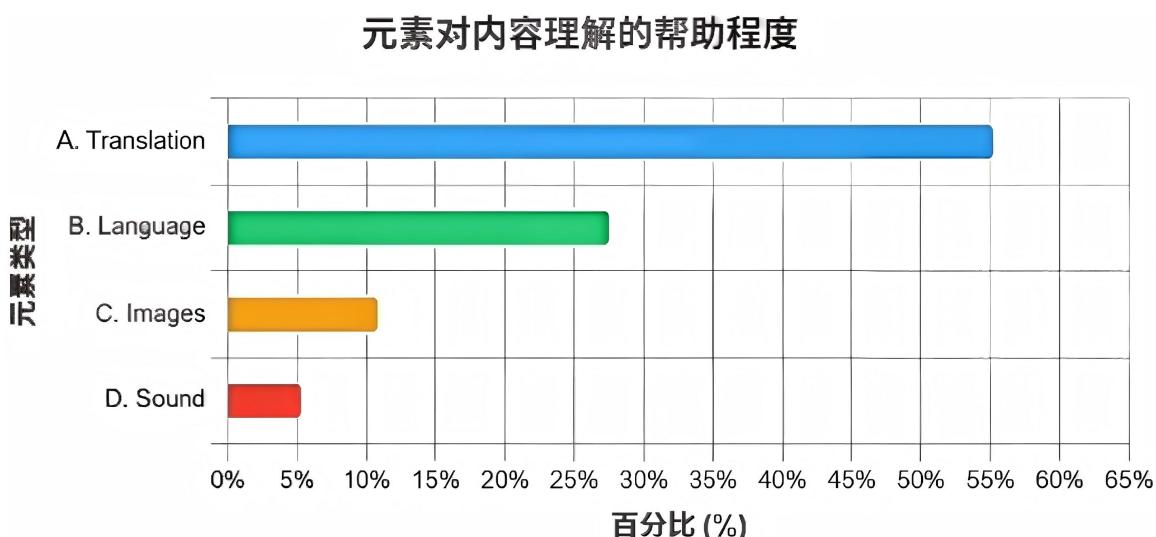


Figure 2. The degree to which elements contribute to the understanding of content
图2. 元素对内容理解的帮助程度

显著的主导作用：翻译元素以 55% 的绝对高值遥遥领先，这意味着超过半数的观众认为，内容的翻译质量(如准确性、地道性)是他们能否理解内容的最关键因素。

重要的辅助作用：语言元素(原文的措辞、复杂度或旁白、字幕的清晰度)以 25% 的占比位居第二，其重要性约为翻译的一半，但仍是一个不可忽视的核心因素。

有限的辅助效果：图像和音效的占比相对较低，分别为 10% 和 5%。这表明在本次调查的语境下，视觉和听觉元素更多是起到锦上添花的辅助作用，而非支撑理解的核心支柱。

总结而言，该数据强烈表明，在跨文化传播中，文本信息的准确转换和清晰表达是受众理解的基石，其有效性远高于感官层面的修饰，未来的优化工作应集中精力于提升翻译和脚本质量。

4.3. 元素具体分析

为系统评估并优化我们的对外传播策略,接下来将针对四项关键的多模态元素进行深入的效果分析,下方图3具体呈现了相关的数据统计结果。



Figure 3. Survey on element impressions
图3. 元素印象调查

1. 翻译模态分析

数据显示,翻译模态获得53%的A类评价和38%的B类评价,正面反馈合计91%,表明其在语言转换的专业性和文化适应度方面表现良好。然而,C类和D类评价合计约10%,提示在专业术语的本土化表达、文化隐喻转换等深层传播维度仍存在优化空间。综合分析表明,当前翻译工作已实现基础信息的准确传递,但在情感共鸣与文化共鸣层面尚有提升空间,特别是在保持原文精髓的同时实现地道的本地化表达需要进一步加强。

2. 语境模态分析

语境模态的C类和D类评价合计约13%,显著高于翻译模态,反映出其在语音语调自然度、节奏控制等方面存在明显不足。与翻译模态相比,其A类评价相对较低,说明受众对听觉体验的要求更为严格。进一步观察发现,语音表达在技术层面基本达标,但在艺术传达层面,如情感表现力和叙述流畅度方面仍有欠缺,有必要加强对配音演员表演能力的系统训练。

3. 图像模态分析

图像模态的A类评价达到约60%,为四个模态中的最高值,结合35%的B类评价,满意度合计95%,

表明其视觉传播效果获得了广泛认可。这一结果验证了视觉符号在跨文化传播中的显著优势，能够有效突破语言与文化障碍。基于此，建议在后续内容创作中进一步强化视觉叙事体系，将其确立为跨文化传播的核心载体。

图 1 数据显示，文本翻译是受众理解内容的基石(帮助度 60%)，这确立了其作为信息传递“必要条件”的根本地位——它解决了“懂不懂”的问题。而**图 2** 数据显示，视觉元素获得了最高的满意度(95%)，这确立了其作为传播效果“放大器”的关键角色——它解决了“喜不喜欢”的问题。因此，二者并非矛盾，而是构成了传播链条上不可或缺的两个环节：精准地翻译确保了信息传递的“有效性”(认知层面)，而卓越的视觉体验则极大提升了内容的“吸引力”和“满意度”(情感层面)。优化的方向应是“文本为骨，视觉为魂”，即在保证翻译准确性的基础上，全力强化视觉叙事，以实现从有效理解到深度认同的跨越。

4. 声音模态分析

声音模态的 C 类评价显著偏高(约 15%)，且在四个模态中唯一出现 C 类评价突出的现象，反映出其在艺术表现与用户体验维度存在明显不足。深入分析表明，问题主要集中在音画同步、音量平衡及风格统一性等技术环节。鉴于声音元素对观看沉浸感的关键影响，该环节应作为重点进行优化提升。

4.4. 核心结论

基于对四个内容模态(图像、声音、语言、翻译)的用户评价数据分析，本研究得出以下核心结论：

1. 用户感知的模态差异性特征分析

分析发现，受众对不同内容模态的感知敏感度存在明显差异，具体表现为：图像 > 翻译 ≈ 语言 > 声音。这一现象反映出视觉内容在跨文化传播中具有更高的普适性和接受度，而听觉内容由于涉及更多文化特定元素和技术细节，其质量要求更为严格。这种差异为针对性优化提供了明确方向。

2. 内容优化的针对性方向识别

研究明确了各模态需要改进的具体领域：翻译模态需加强专业术语准确性和文化适配性；语言模态需提升表达的自然度和情感传递效果；声音模态亟待完善技术细节和艺术表现力。这些发现不仅指出了当前内容的不足之处，更为后续的精准优化提供了实证依据。

3. 跨文化传播的实践启示与理论贡献

研究结果证实了“视觉主导、多模态协同”的传播模式在跨文化场景中的有效性，为中华文化内容的国际传播提供了可借鉴的实施路径。从理论层面看，本研究为多模态话语分析理论在跨文化传播领域的应用提供了实证支持，丰富了相关理论研究的方法和视角。

5. 传播模型完善

基于对上述多维度数据的综合分析，实证结果表明本次对外传播活动在整体上达到了预期目标，取得了良好的传播效果。然而，观众反馈数据也揭示出若干可深入优化的环节，为进一步完善多模态翻译理论体系、多模态话语分析框架及跨文化传播模型提供了重要的实证依据[5]。在此基础上，下文将对现有传播模型进行细化调整与系统性优化，以提升其在跨文化语境中的适应性与解释力。

5.1. 模态元素的增减

为系统评估并优化对外传播效能，在本研究面向多地区多国家受众开展的问卷调查中，重点统计了其在文化传播内容中认为应增强与应弱化的构成元素。基于反馈数据，各元素所占比例的分布情况如**图 4** 所示。

5.1.1. 应增加元素分析

调研数据明确显示，在四项待增加的内容元素中，“更详细地解释”与“交互链接”的需求占比最

高且基本持平，共同构成了受众的核心诉求。这表明国际受众在信息获取上呈现出去中心化、追求深度与自主性的明显特征。相比之下，“更生动的动画”需求虽具有一定重要性，但优先级明显低于前两者。

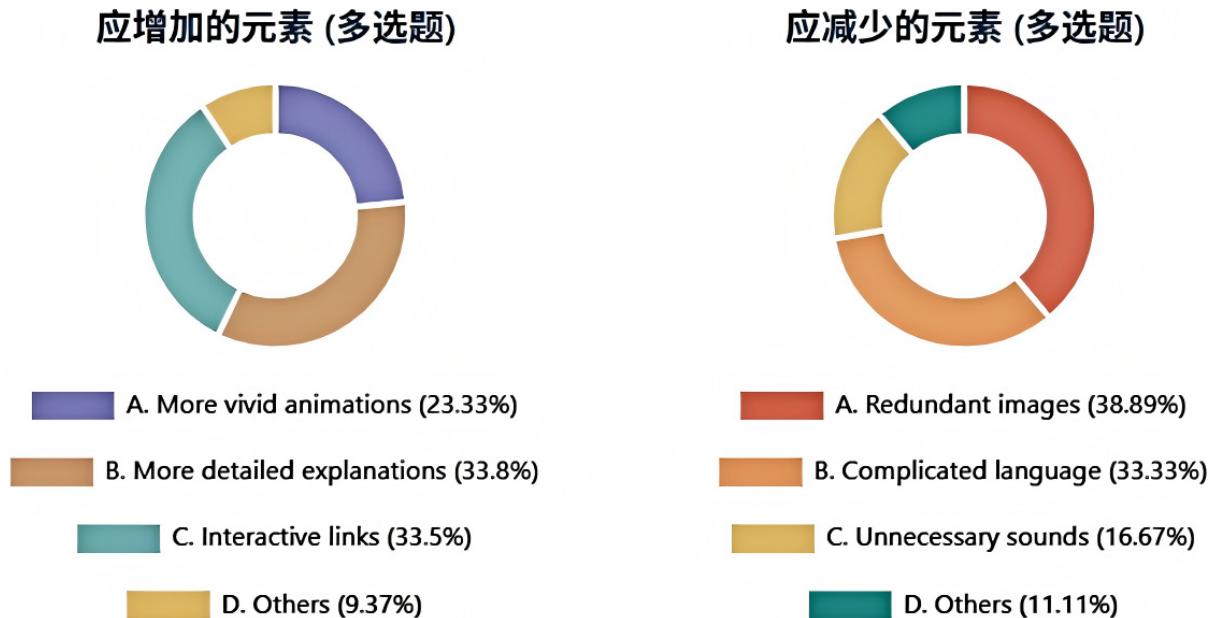


Figure 4. Distribution chart of audience preference analysis
图4. 观众偏好分析分布图

“更详细地解释”需求高达 33.8%，浅层的信息传递已难以满足国际受众的认知需求。现代受众不满足于知晓“是什么”，更希望理解“为什么”——即文化现象背后的历史脉络、哲学基础与社会语境。这要求我们的内容创作必须从简单的“告知”转向深度的“解读”，通过构建完整的知识背景降低文化折扣，提升传播内容的学术厚度与文化纵深感。

“交互链接”的需求高达 33.5% 的比例印证了数字化时代受众信息接收模式的转变——从被动接受转向主动探索。受众期望通过交互链接实现个性化学习路径的选择，通过互动链接模拟战争走向。提供可信的交互链接不仅满足受众的探索欲、参与感，更是建立传播者与受众间信任机制的重要途径，能够有效提升内容的说服力与传播长尾效应。

“更生动的动画”需求占比(23.33%)，这一数据具有重要战略意义。它表明在“形式创新”与“内容深度”的权衡中，国际受众显露出以内容为本的明确倾向。动画、特效等视觉手段被视为“增值服务”而非“核心需求”，观众并非单纯追求视觉冲击。这提示创作者需避免陷入“过度包装”的误区，坚持内容为王，确保形式创新始终服务于知识传递的有效性。

“其他”方面观众提出如：深化历史知识拓展(如期望在《孙膑兵法》解析中补充战国军事制度、兵器演变等背景)；将视频拆分为3~5个的模块化单元。这一方面呼应了受众对构建系统化知识网络的需求，同时契合微学习理念，优化碎片化时代的认知体验。

综上所述，国际受众对内容优化的期待呈现出显著的“深度化”与“自主化”倾向。传播策略应优先着眼于构建深厚的知识体系和开放的探索环境，将提升信息质量和互动性作为核心优化方向，以此在跨文化对话中建立持久的影响力。

5.1.2. 应减少元素分析

调研数据清晰表明，在四项应减少的内容元素中，冗余图像与复杂语言的负面反馈最为突出，两者合计占比超过 70%，共同构成了当前内容体验的主要减分项。这表明国际受众对于内容的信息纯度与理解效率有着极高要求，任何形式的冗余信息与认知负担都会显著影响传播效果。相比之下，不必要声音与其他建议占比相对较低，但同样指出了具体的优化方向。

“冗余图像”的占比最高(38.89%)，这一定性反馈具有强烈的警示意义。它表明与核心内容关联度弱、存在重复或仅为装饰性的视觉素材，已被受众视为最主要的干扰源这要求我们在内容制作中必须确立每一帧画面都承载信息的原则，对视觉素材进行严格筛选，确保图像与音频、文字解说形成强互补关系，而非无效堆砌。

“复杂语言”的高占比(33.33%)直接反映了跨文化传播中的理解门槛问题。此处的“复杂”体现为翻译字幕或解说词中过度的专业术语、冗长的复合句、缺乏背景解释的文化专有项以及抽象的学术化表达。提醒我们在保证专业性的前提下，采用更简洁的句式结构，对必要的专业术语提供即时、清晰的屏幕注解，用具体案例替代抽象论述[6]。

“不必要声音”(16.67%)的反馈主要针对背景音乐与音效的运用。不当的声效设计，例如背景音乐风格与内容基调不匹配、或使用重复且突兀的音效，会严重破坏观看的沉浸感，甚至引起受众的厌烦情绪。这提示我们，声音设计应始终服务于内容氛围的营造，遵循少而精的原则，确保其与画面、解说和谐统一，共同构建舒适、专注的视听体验。

综上所述，外籍受众对于内容中应减少元素的反馈，清晰地指向了少即是多的传播哲学[7]。当前阶段的优化重点，应优先于形式上的加法创新，转而致力于做减法：即果断削减一切冗余信息。通过净化内容体验、提升信息传递的精准度与效率，是有效提升跨文化传播实效性、建立受众信任的关键一步。

5.2. 跨文化背景语境完善

接下来我们将基于模型理论依据中的霍尔跨文化传播理论，对所收集到的数据进行分析。分析将聚焦于文化距离对理解程度的影响，并结合理论解释数据。

5.2.1. 数据分析

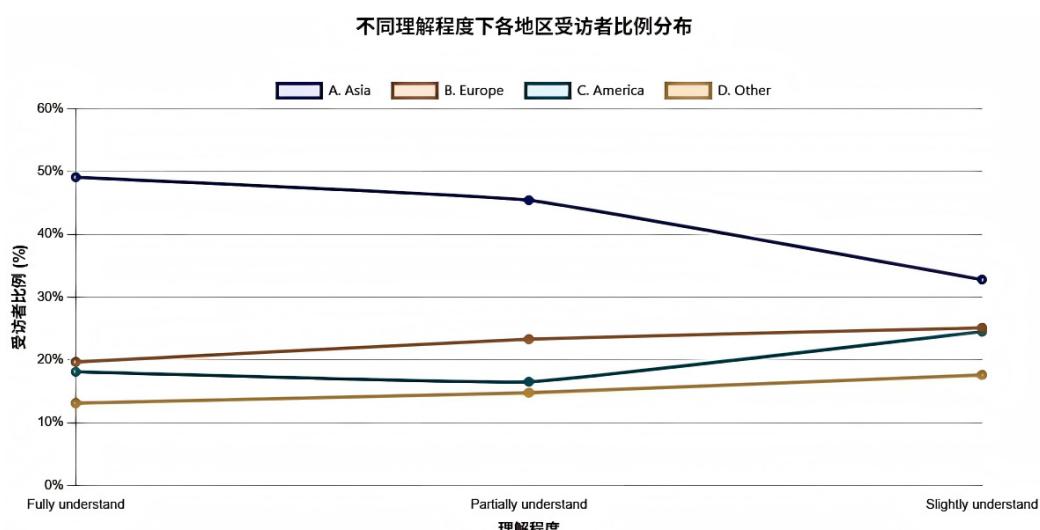


Figure 5. Proportion of respondents from various regions with different levels of understanding and preference
图 5. 不同理解程度喜爱各地区受访者比例

研究数据验证了高、低语境文化差异是影响跨文化传播效能的决定性因素。如图5所示，亚洲高语境受众对兵学内容的完全理解比例显著高于欧美低语境受众，支持了霍尔的文化距离与理解度负相关理论。同时，低语境适配策略，如提供直白释义和视觉化标注，通过显性化、逻辑化转码能降低解码门槛，有效提升传播效能。

5.2.2. 实践启示与建议

基于上述发现，本研究为中华优秀传统文化(特别是如兵学思想此类高语境文化内容)的对外传播提供以下实践启示：

第一，必须建立“文化语境诊断先行”[8]的传播策略制定原则。在传播活动启动前，应精准识别目标受众的文化语境属性(高/低语境)，避免“一刀切”的传播方式。对高语境受众，可侧重于意蕴和深度的传达；而对低语境受众，则需系统性地进行信息适配。

第二，构建“分层分类、精准施策”的跨文化编码体系。具体而言，对低语境文化受众，应持续深化并优化以“明确性、可视化、逻辑性”为核心的“低语境适配”策略。这不仅包括语言层面的直白翻译与补充解释，更应注重运用信息图、战术分解动画、逻辑流程图等视觉元素，构建多模态、立体化的解读系统，主动为其搭建理解支架。

本研究的价值在于将经典的跨文化传播理论置于具体的中华文化对外传播实践情境中进行了实证检验，不仅验证了霍尔理论的当代适用性，更重要的是为破解高语境文化对外传播的“理解困境”提供了经过数据验证的策略路径与实践案例。

6. 结论与展望

本研究通过《孙膑兵法》在短视频平台上的多模态传播实践，系统探讨了多模态策略在传统文化跨文化传播中的效能与优化路径。研究发现，视觉主导、多模态协同的传播模式在跨文化语境中具有显著优势，其中视觉模态表现最佳(60% A类评价)，证实了视觉符号在突破文化障碍中的重要作用。同时，研究验证了霍尔的高低语境理论，亚洲高语境受众的理解度显著高于欧美低语境受众，文化距离成为影响传播效果的关键因素。受众反馈显示，对“详细解释”和“交互链接”的需求较高，而“冗余图像”和“复杂语言”是主要传播阻力。

然而，本研究也存在一定局限性。首先，研究基于单一案例(《孙膑兵法》)，其结论在其他文化内容中的适用性尚待进一步验证；其次，样本范围主要集中于年轻、高学历群体，未能全面覆盖不同年龄、教育背景的受众；此外，研究主要依赖短视频平台数据，未涉及其他传播渠道的对比分析。

本研究发现，多模态传播策略在降低文化壁垒、提升理解效率方面具有潜力，这可能暗示其在其他高语境文化内容传播中的通用性。未来研究可在中医、戏曲等其他中华文化领域进一步验证该模型的有效性，并拓展至更广泛的受众群体与传播平台，以构建更具普适性的跨文化传播框架。同时，应加强沉浸式、交互式传播方式的探索，推动传统文化从“认知”到“认同”的深层转化。

基金项目

南京理工大学国家级大学生创新创业训练计划立项资助，项目编号为202510288009。

参考文献

- [1] 常州. 多模态话语视角下《黑神话：悟空》的语言景观构建与文化传播研究[J]. 海外英语, 2025(18): 1-6.
- [2] 刘滢. 视觉语法理论下的电影海报多模态话语分析——以电影《山河故人》的海报为例[J]. 今古文创, 2025(39): 94-97+110.

-
- [3] 陈茜茜. 系统功能语法视角下科普视频的多模态话语分析[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海外国语大学, 2024.
 - [4] 王智莉. 基于多模态表达的非遗短视频跨文化传播机制与优化路径[J/OL]. 华夏文化论坛, 1-6.
<https://link.cnki.net/urlid/CN.20251017.1601.009>, 2025-12-18.
 - [5] 詹雯丽, 江文豪. 基于多模态话语分析短视频账号的传统文化传播——以《典籍里的中国》抖音号为例[J]. 新闻世界, 2023(10): 118-120.
 - [6] 张佐成, 陈瑜敏. 多模态话语分析三大理论方法述评[J]. 中国英语教育, 2011(1): 1-10.
 - [7] 邱欣. 跨文化传播视域下 TikTok 中国风短视频多模态话语分析[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2023.
 - [8] 周诗涵, 黄雯. 科普短视频多模态叙事优化策略研究[J]. 科普研究, 2025, 20(2): 81-90, 104.