

## 中俄合拍影视作品中的文化融合与跨文化传播策略研究

王海燕, 江秋丽\*

新疆大学外国语学院 新疆乌鲁木齐

**【摘要】**在经济全球化和政治多极化的背景下,全球合作不断深化,合拍影视作品也成为重要的文化交流和传播途径。本文立足中俄两国历史发展及合拍影视作品的发展历史、文化产业政策及合拍电影作品现状,选取部分合拍电影作为样本,探讨其在题材、拍摄、宣传等方面的优势及局限性。在此基础上,进一步寻求破解合拍电影困境的方法及途径,研究了多元主体的具体做法,以现有资源为依托,结合两国文化与市场需求进行题材创新,以期提升中俄合拍电影的质量及传播力和影响力。最后展望中俄合拍电影的未来发展,促进两国文化交流与跨文化传播。

**【关键词】**中俄影视;文化交流;跨文化传播;电影产业

**【基金项目】**2025级大学生创新项目(202510755128):中俄合拍影视作品中的文化融合与跨文化传播策略研究

**【收稿日期】**2026年4月19日

**【出刊日期】**2026年5月7日

**【DOI】**10.12208/j.ssr.20260162

### Research on cultural integration and cross-cultural communication strategies in Sino-Russian co-produced films and television works

Haiyan Wang, Qiuli Jiang\*

School of Foreign Languages, Xinjiang University, Urumqi, Xinjiang

**【Abstract】**Against the backdrop of economic globalization and political multipolarity, global cooperation continues to deepen, and co-produced film and television works have become an important avenue for cultural exchange and dissemination. This paper is grounded in the historical development of China and Russia, the evolution of co-produced film and television works, cultural industry policies, and the current state of co-produced films. It selects a number of co-produced films as case studies to explore their strengths and limitations in terms of themes, production, and promotion. On this basis, the paper further seeks methods and pathways to address the challenges faced by co-produced films, examining the specific practices of diverse stakeholders. By leveraging existing resources and integrating the cultural and market demands of both countries, it proposes innovative approaches in thematic development, aiming to enhance the quality, dissemination, and influence of Sino-Russian co-produced films. Finally, the paper looks ahead to the future development of Sino-Russian co-produced films, with the goal of promoting cultural exchange and cross-cultural communication between the two countries.

**【Keywords】**Sino-Russian film and television; Cultural exchange; Cross-cultural communication; Film industry

#### 1 中俄合拍电影的背景与发展史

##### 1.1 两国优势资源互补与合作

俄罗斯电影工业基础好,由于其国土面积辽阔,冬季寒冷漫长及军事装备丰富,尤其在大型战争场面拍摄方面具备优势。同时,俄罗斯融合了东西方文化,艺术包容性强,发展出了独具特色的民族文化与审美观念,其电影的“俄式美学”深受观众喜爱;中国同样

具有丰富文化资源和独特拍摄理念,且中国作为人口大国,对文娱影视作品需求日益增长,中国电影市场庞大且资金雄厚。

##### 1.2 影视全球化与市场经济的推动

全球化,可以说是当代社会生活最重要的特征之一,对于全球化问题的讨论,是当前世界范围内最引人注目的话题之一。随着新世纪的来临,伴随着全球化的

\*通讯作者:江秋丽

经济交往与信息传播的飞速发展,经济全球化、信息全球化的趋势日益加强<sup>[1]</sup>。在影视全球化趋势的推动下,中俄两国电影都面临着好莱坞大片的冲击,产生文化认同的焦虑,经历了从国营制片到市场化、产业化的转变。自1978年起,中国进行改革开放,逐渐建立社会主义市场经济体制,并于2001年加入世界贸易组织(WTO)。在这一年中国启动了院线制改革,通过《关于改革电影发行放映机制的实施细则》打破计划经济模式,推动市场化发展,电影成为“商品”。中国电影市场不断发展,至2024年中国电影市场全年票房冲到425.02亿,观影总人次破10亿,观影总人口达4.3亿<sup>①</sup>,已成为全球第二大电影市场;苏联解体后,其电影产业受到重创,经历了长时间低迷。21世纪后国家扶持电影产业发展,成立俄罗斯国家电影基金会,其电影产量与质量也逐渐回升。中国报告大厅发布的《2025-2030年全球及中国电影行业市场现状调研及发展前景分析报告》指出:2024年俄罗斯电影发行市场规模同比增长19%,达到464亿卢布,全国院线观众人数超过1.27亿人次。这一成绩不仅体现了俄罗斯电影行业的快速调整能力,也展现了本土电影业的强大潜力。中俄合拍影视作品作为两国文化交流的桥梁,数量日渐增多,但与此同时,作品质量参差不齐,亟需深入探讨其文化融合与跨文化传播策略。

### 1.3 中俄合拍电影的发展史

中俄合拍的电影是指中俄双方都进行了投入,将两国的资本、人才、市场和资源深度绑定的影视作品。

1.3.1 中俄合拍电影,既是两国政治经济合作的延伸,也是文化领域互鉴的体现。中苏两国的电影交流可以追溯很远。20世纪20年代中期,关于列宁葬礼的纪录影片曾在中国多个城市放映。1949年中华人民共和国的成立,对中苏两国电影人的关系起到决定性作用,它开启了两国电影文化全面合作<sup>[2]</sup>。近年来,随着两国人民物质生活逐渐丰富,更追去精神生活,对高质量文娱作品的需求也大幅增加。基于此,两国展开合作,合拍影视作品的数量显著增加,这些作品不仅在中国和俄罗斯本土上映,还通过国际发行网络进入全球市场,成为中俄文化交流的重要窗口。

### 1.3.2 中俄合拍电影作品

从早期的《红樱桃》《蒙古王》到近年的《战斗民族养成记》《红丝绸》等,合拍作品题材多样,呈现出多元化特征。此外,合拍作品还涉及动画、纪录片等领

域。如历史题材《蒙古王》以成吉思汗的故事为蓝本,融合了中俄哈三国的史诗叙事风格;现代题材《战斗民族养成记》则以轻喜剧形式,探讨了文化差异与融合的当代议题。尽管合拍作品数量攀升,但其质量与市场表现却参差不齐。部分作品如《蒙古王》在艺术上获得认可,曾入围奥斯卡最佳外语片奖;而另一些作品如《龙牌之谜》则因叙事混乱、文化元素生硬拼接而遭遇口碑滑铁卢。这种差异反映了中俄合拍影视在创作与传播过程中面临的挑战:一是文化差异导致的叙事冲突,中俄合拍影视作品在跨文化传播中面临着语言与符号的障碍。例如,俄罗斯观众可能对中国传统文化中的象征(如龙、武术)缺乏深入理解,而中国观众对俄罗斯文学或历史典故也可能感到陌生。同时中俄两国在历史观、审美习惯和价值观上存在显著区别,若处理不当,易造成观众理解障碍;二是市场定位模糊,部分作品试图同时迎合中俄观众,却未能准确把握双方需求,导致传播效果不佳;三是制片机制不协调,中俄两国在电影工业标准、创作流程等方面存在差异,影响了合拍项目的效率与质量;四是宣传营销很难做到位,中俄合拍的作品面向国际市场,很难在各个地区做到有效宣传。

### 1.4 中国文化产业政策

在世界日益需要文化交流的今天,中国高度重视文化制度对国家治理的作用,积极推动文化“走出去”战略,通过一系列政策构建了对外传播的整体制度框架。例如,2009年中共中央办公厅和国务院办公厅印发了《2009—2020年我国重点媒体国际传播能力建设总体规划》,并由中共中央宣传部制定了实施方案。近年来,我国出台了一系列重要文件,如《关于实施中华优秀传统文化发展工程的意见》(2017年),该文件被视为纲领性文件,具有提纲挈领的作用。此外,《“十四五”文化发展规划》提出要面向不同国家和地区,搭建开放包容的文明对话平台,促进文明互学互鉴。这些政策不仅鼓励创作主体探索跨文化叙事,还通过电影节展映、联合制片论坛等方式,搭建了中俄影视合作的平台。

### 2 中俄合拍电影的现状分析

2.1 从电影的故事背景、叙事结构、人物形象、文化符号、核心主题五个方面,探讨中俄合拍电影创作内容的传承、创新与待改进的地方。

#### 2.1.1 故事背景

合拍电影的故事背景常常为“旅途式叙事”,即故

<sup>①</sup> 数据来源:国家电影局

事主角前往另一国并在此结识其他人, 由此展开叙述。“中俄文化虽然迥然不同, 但爱情却是相通的。”<sup>[3]</sup>如电影《战火中的芭蕾》, 主角安德烈作为苏军间谍前往中国东北, 并在那里与女主相识相爱。

### 2.1.2 人物形象

(1) “主角团”往往由中国人和俄罗斯人组成, 两方分别具有鲜明的本国文化特征, 如中国人的温和谦逊与俄罗斯人的理性豪爽, 但他们都具有相同的底色: 善良勇敢与正义。

(2) 但物略显扁平化, 不够多面。人物形象通常过于典型化和平面化, 主角作为正面人物正直无私、英勇无畏, 反派愚蠢凶残, 仅为了凸显“主角光环”和推动剧情发展。

### 2.1.3 文化符号的运用与融合

文化符号是指具有特殊内涵或意义的抽象标示, 是文化独特性的体现和重要载体, 其特征包括高度的抽象性、丰富的象征意义及群体认同性。

### 2.1.4 主题选择的变化

中俄合拍电影在主题选择上, 呈现出从历史的宏大叙事到当代个人关怀的趋势。早期的合拍作品大多是历史战争题材。随着时代的发展, 合拍片的主题开始多元化, 更多地关注个体情感和日常生活。例如, 电影《战斗民族养成记》以当代社会为背景, 通过轻松诙谐的方式展现中俄青年在相处中因文化差异引发的趣事, 反映了当代年轻人的生活态度与价值观念。

## 2.2 电影产业链的合作模式

中俄合拍电影的成功运作, 离不开产业链各环节的紧密协作。电影产业链从上游到下游分为制片、发行和院线三个阶段。其中, 制片决定了影片的内容质量并拥有电影的版权, 发行负责电影的宣传和上映渠道, 发行公司相当于影片的经销商和经纪人。院线连接了电影的生产者和电影的消费者, 负责电影产品最终经济和社会效益的产生<sup>[4]</sup>。

### 2.2.1 制片环节

(1) 在制片环节, 中俄合拍电影主要呈现为政策驱动型与市场驱动型两种模式。

政策驱动型合拍片源于两国政府间的文化合作框架。例如, 于 2025 年 5 月签署的《2030 年前合作拍摄电影的行动计划》, 为未来近十年的合作规划了推动合拍项目、互办电影节展等具体举措<sup>[5]</sup>。在此框架下, 《红丝绸》作为“中俄文化年”的重点项目, 获得了从立项到拍摄的政策支持。市场驱动型合拍片则更多偏向市场需求<sup>[6]</sup>。如《战斗民族养成记》电影版的制作方借助

同名剧积累的 IP 影响力与粉丝基础, 可以达到未映先火的效果, 体现了明确的受众导向。虽然票房远低于预期, 只达到 119.9 万元人民币, 但让中俄合拍更加明确市场驱动型的正确方向。

(2) 在发行环节, 为应对创作理念与文化差异的挑战, 如作品的导向、叙事方式差异和文化符号的处理等, 合拍片通常组建跨国制作团队来保证创作视角的平衡。制作过程也充分利用两国的优势资源, 不仅在两国实地取景, 如《红丝绸》横跨中俄两地拍摄, 更在后期特效等技术领域共同合作, 提升影片的质量和水平。

(3) 在放映环节较为薄弱, 缺乏本地化营销, 预告片焦点和错位, 有时在中国引发情感共鸣的片段, 可能在俄罗斯则无法吸引观众。同时合拍影片在两国的电影院排片率低, 且线上流媒体宣发也较为落后。

## 2.3 受众群体特征

中俄合拍电影的核心受众目前较少, 主要包括两类群体: 一类是对历史战争题材具有深厚情怀的中老年观众, 他们对于两国共同的历史记忆有较强的共鸣<sup>[7]</sup>; 另一类是 18-35 岁的年轻观众, 他们对多元化题材和跨国制作更感兴趣。

### 2.4 中俄合拍电影的局限性

“文化输出在当前严重受阻, 不能简单归咎于文化资源问题, 更和具体行业的经济、文化、人才、制作等实力有密切关系。”<sup>[8]</sup>尽管拥有政策与市场的双重驱动, 中俄合拍电影仍面临着严峻挑战。

#### 2.4.1 题材与叙事同质化严重, 缺乏创新吸引力

中俄合拍片在题材选择上过于依赖历史与战争题材, 导致电影元素高度重合。《战火中的芭蕾》与《红丝绸》都选择了“战争背景下的个人情感”作为叙事主线。虽然情感表达真挚, 但反复使用相近的叙事, 容易使观众产生审美疲劳, 这凸显了中俄电影合拍创新的紧迫性。

#### 2.4.2 文化符号融合的表面化

部分合拍片在文化符号的运用上, 仍停留在简单堆积的层面。如前文提及的《龙牌之谜》, 其将中国“龙王”、茶叶与俄罗斯“彼得大帝”等元素生硬拼接, 没有深度的融合和文化逻辑, 让文化表达浮于表面, 最终导致票房与口碑的双重失利, 成为一次失败的文化传播案例。

#### 2.4.3 市场推广与宣发不足

中俄合拍电影在宣发上往往力度不足、策略单一, 导致其市场影响力不足。例如, 《老哨卡》等影片, 虽然创作视角独特, 但因为宣发预算有限, 最终“静悄悄”

地上映, 没有达到预期宣传效果。

#### 2.4.4 受众定位模糊

由于以上问题的影响, 中俄合拍电影的受众人群目前仍主要集中于对两国历史有情怀的中老年观众、以及对俄罗斯文化有特定兴趣的小众群体。题材的同质化、文化融合的生硬以及宣发的不到位, 使中俄合拍电影市场定位的模糊, 使其很难突破现有的受众圈。

### 3 中俄合拍电影的未来

#### 3.1 现实困境与历史回顾

早期的中俄合拍电影, 更注重政治意义, 题材比较单一, 人物形象塑造脸谱化。21 世纪以来, 在中方一带一路理念的倡议下, 中俄双方加大了合作力度, 2017 年通过签署《中俄电影合拍协议》, 简化审批流程并为电影拍摄提供资金支持。之后中俄双方合拍电影向商业化类型片探索, 2019 年拍摄《战斗民族养成记》聚焦中俄两国的由于文化隔阂而发生的幽默故事, 但俄式幽默与中国观众笑点难以产生共鸣。同时过于追求电影商业化, 使得题材与叙事较为同质化, 缺乏吸引力。

#### 3.2 产业协同与文化交流

在政治、经济、文化、国际战略协作日益紧密的背景下, 中俄两国在电影领域的合作正在不断深化。中俄双方也签署了相关文件——《2030 年前中华人民共和国国家电影局与俄罗斯联邦文化部关于合作拍摄电影的行动计划》来持续推动电影合拍项目的落实, 促进两国间文明的交流与互鉴。中俄合拍电影的合作形式多样, 包括合资、共创剧本、利益关系, 也有一方主动, 另一方协助, 还包括后期合作, 如《猎杀 t34》。同时举办中俄电影节, 建立中俄人文合作委员会电影合作分委会, 都彰显出双方对于文化交流和传播的重视。

但目前来看, 中俄双方合拍电影的普及度不高, 大多数人并未接触过此类电影, 所以中俄合拍电影的未来还任重道远。基于此, 我们需要深入剖析中俄两国的文化内核, 挖掘文化符号, 拍摄出更高质量的电影。

#### 3.3 突破与创新

3.3.1 首先要建立良好稳定的中俄合拍电影的资金供应链, 推进电影相关产业机制的完善, 为中俄合拍电影搭建良平台, 为拍摄出好电影提供强有力支撑。

3.3.2 其次要丰富影片选题, 题材上可以向科幻奇幻、动作冒险和动画等类型探索, 不拘束于战争和爱情, 找到真正可以触动两国观众的情感支点, 发挥出中俄

双方各自拍摄电影的长处, 进行深度融合。

3.3.3 要大力培养电影人才, 提升电影质量, 创作出吸引人的电影。同时中俄合拍电影的剧本也要符合时代需求, 始终践行“以人民为中心”的创作理念, 将好的电影作品呈现给观众。

3.3.4 要利用好新技术与新平台, 通过融媒体加大对于中俄合拍电影的宣传力度, 在虚拟制作、VR 等前沿领域进行合作, 共同探索中俄电影的未来形态。

中俄合拍电影的未来, 机遇远大于挑战。文艺工作者应以尊重为前提, 以故事为核心, 以市场为导向, 克服文化差异的难题, 使中俄合拍电影吸引更多观众, 更好地促进两国文化交流合作, 也能为世界的文化交流和跨文化传播提供新思路。

### 参考文献

- [1] 彭吉象. 全球化语境下的中华民族影视艺术[C]//中国高等院校电影电视学会. 全球化与中国影视的命运——首届中国影视高层论坛论文集. 北京大学, 2001:13-23.
- [2] 中华人民共和国国家电影局, 俄罗斯联邦文化部. 2030 年前合作拍摄电影的行动计划[Z]. 2025-05-08.
- [3] 陈薇伊, 席琰妍. 民族融合背景下的电影题材选择——以中俄合拍影片《陵水谣》为例[J]. 声屏世界, 2023, (19):63-65.
- [4] 文化产业行业研究——电影产业篇[C]//2018 年信托行业研究报告. 百瑞信托研究中心, 2019:2-22.
- [5] 杨柳, 郑驰锦. 合作的果实甜美又珍贵[N]. 环球时报, 2025-09-15(009).
- [6] 环球舆情调查中心. 中国影视作品公众认知与需求调查[R]. 北京: 环球时报社, 2022.
- [7] 陆沁怡, 徐莉莉, 杨柳. 中俄反法西斯影视作品中的美学研究——以《战火中的芭蕾》为例[J]. 今古文创, 2024, (37): 88-91.
- [8] 陈林侠. 跨文化传播与当前境外合拍片的危机[J]. 社会科学, 2009, (07):181-186+192.

版权声明: ©2026 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

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



OPEN ACCESS