

# 多维连接与共情传播:《哪吒之魔童闹海》 国际传播效果研究\*

汪科言\*\* 卢美艳\*\*\*

**【摘要】**本研究基于受众视角,以电影《哪吒之魔童闹海》在海外平台上的国际影评文本为研究对象,结合内容分析与文本挖掘,从认知、情感、行为三维度剖析其国际传播效果。研究发现,认知层面,海外观众聚焦影片叙事核心与中国文化符号,多模态符号创新助力中国传统文化全球化转译;情感层面,共同情感与角色塑造引发多维连接;行为层面,受众表现出显著的推荐意愿及对语言适配性的需求。

**【关键词】**国际传播 受众视角 《哪吒之魔童闹海》 多维连接 共情传播

## 一、引言

《哪吒之魔童闹海》(简称《哪吒2》)自2025年1月29日上映以来,迅速成为现象级影片,更一举登顶全球动画电影票房冠军宝座。目前,《哪吒2》已成功登陆北美、大洋洲及东南亚等地区<sup>①</sup>。此外,其全球累计票房已冲入前五<sup>②</sup>。

受众反馈是衡量传播效果的核心指标。现代传播理论认为,受众不仅是信息接收者,更是具有能动性的二次传播主体。这种互动性使国际传播研究能够以受众为中心,可通过分析其认知、情感态度和行为变化,评估国际传播的实际影响力。特别是在跨文化传播语境下,受众的反馈机制和再传播行为往往成为衡量国际传播效能的关键维度。<sup>③</sup>张伶俐等从媒介逻辑的认知、情感以及意动三维度探讨了《哪吒2》如何有效提高了中华优秀传统文化的国际传播效能<sup>④</sup>。鉴于此,以《哪吒2》为个案,从受众视角系统性地评估中国动画电影的国际传播效能,探寻在国际社交媒体平台传播中国动画电影的可行性路径,具有一定的研究价值和现实意义。本研究采集了“互联网电影资料库”(IMdb)平台截至2025年3月17日的所有英文影评作为研究对象。经数据清洗

---

\* 本文系国家自然科学基金重大项目“铸牢中华民族共同体意识的传播策略研究”(22&ZD313)的阶段性研究成果。

\*\* 汪科言,硕士在读,杭州师范大学英语笔译硕士。研究方向:翻译与传播。

\*\*\* 卢美艳,博士,杭州师范大学外国语学院副教授。研究方向:话语分析与国际传播。

① 李倩薇,卢宥伊,董小红.《哪吒2》冲入全球票房榜前五 海外热潮持续升温 [EB/OL]. (2025-03-15) [2025-03-17]. <https://www.news.cn/fortune/20250315/13be52d23b7f41e39280ae237d14e17b/c.html>.

② 佚名.全球票房影史榜 [EB/OL]. [2025-03-17]. [https://piaofang.maoyan.com/i/globalBox/historyRank?utm\\_source=baidu\\_global\\_box\\_search](https://piaofang.maoyan.com/i/globalBox/historyRank?utm_source=baidu_global_box_search).

③ 周翔,丁敏玲.信息生态视角下我国对外传播中网络用户的核心生态位问题 [J]. 对外传播, 2018(11): 49.

④ 张伶俐,王奕懿.“哪吒”出海:中华优秀传统文化国际传播的动画电影进路 [J]. 中国编辑, 2025(4): 106.

与筛选,共获得有效评论文本901条,使用数据分析软件进行数据处理和编码后,基于罗莹、刘冰等构建的网络信息传播效果研究框架<sup>①</sup>,通过内容分析与文本挖掘相结合的方法,系统考察受众在传播过程中的认知符号识别、情感态度表达及行为意向呈现。

## 二、认知:故事内核共享与多模态呈现解码中国符号

认知层面效果指外部信息作用于受众知觉和记忆系统引发的知识增量与结构变化。作为传播效果的基础层面,它反映受众对信息的初始解码反应。<sup>②</sup>

通过VOSviewer整理,基于影评文本进行高频词及词对间共现关系提取,对语义网络可视化后进行分析,从中发现语义高频词包括“电影(movie)”“故事(story)”等,通过这一词频现象可以发现,海外观众对《哪吒2》在认知层面的解码很大一部分集中于其叙事框架及结构的构建。与以上高频关键词形成共现关系的次关键词出现了“体验(experience)”“深度(depth)”“曲折(twist)”等词汇,海外观众对《哪吒2》的关注重点之一在于影片所呈现的具有情感共鸣价值的叙事内容。深层次的心理联结正是影片实现跨文化传播效果的重要基础,而《哪吒2》凭借其富有深度的故事内核引发广泛讨论,譬如“如果说动画为这部电影注入了生机,那么《哪吒2》的故事情节就是影片的灵魂所在”。文本挖掘结果显示,叙事符号在海外影评中呈现出高频分布特征,这一数据印证了其作为“超文本”在国际传播中的核心作用。当叙事符号同时具备结构层面的普适性范式、主题表达的开放包容性、角色塑造的共情穿透力特质时,就能在跨文化语境中实现“意义再生产”的传播效果。

除了叙事符号,“音乐(music)”“场景(scene)”“特效(effect)”等也是共现频繁的主要关键词,从中能够看出,多模态符号协同运作,通过视觉符号的数字化重构,能够将中华美学的写意精神转化,结合听觉符号的融合创新,有利于传统音乐文化的现代性表述。<sup>③</sup>在影评文本中我们能够看到海外观众提及中国传统乐器以及人类非物质文化遗产蒙古族“呼麦”为影片整体氛围带来了提升,如“电影的配乐将中国传统乐器,如琵琶、古筝和唢呐,与气势磅礴的管弦乐编曲相融合……蒙古族呼麦的加入增添了一种萦绕心头、神秘莫测的韵味,加深了影片的神话氛围。这部电影的配乐不只是背景音乐,从激烈的战斗场面到宁静而充满情感的时刻,它让每个场景都鲜活了起来……”<sup>④</sup>,这种听觉符号的融合创新得到了海外观众的肯定。在当代动画技术的加持下,影片精良的画面表现已成为向海外观众展现中国传统文化魅力的重要载体,海外观众在评论中普遍表达了对以下方面的赞赏:现代动画技术与中国传统美学元素的创新性融合、通过数字化手段对传统文化意象进行的可视化重构,如“中国传统元素,比如阴阳的象征意义以及以龙为灵感的设计,都被天衣无缝地融入其中,既展现了文

① 罗莹,刘冰.网络信息传播效果研究[J].情报科学,2009,27(10):1487-1491.

② 罗莹,刘冰.网络信息传播效果研究[J].情报科学,2009,27(10):1489.

③ 张伶俐,王奕懿.“哪吒”出海:中华优秀传统文化国际传播的动画电影进路[J].中国编辑,2025(4):103.

④ Cindy L. 影评文本[EB/OL].(2025-03-03)[2025-03-13].[https://www.rottentomatoes.com/m/ne\\_zha\\_ii/reviews?type=user](https://www.rottentomatoes.com/m/ne_zha_ii/reviews?type=user).

化自豪感，又实现了美学上的创新”<sup>①</sup>。再如“他的设计灵感源自中国民间传说，融合了关羽和吕布的元素……这部电影还富含丰富的文化元素，从三星堆文物等古代遗迹，到战国时期的长矛以及唐代的铠甲，不一而足”<sup>②</sup>，印证了技术媒介的叙事潜能，实现了本土文化符号的全球化意义生产。

“中国的（Chinese）”在影评文本中的词频显示海外观众通过《哪吒2》主动解读出了显著的国别标识。深入挖掘显示，影片的创作背景及内容元素引发了海外观众的高度关注与共识。值得注意的是，国别符号与文化符号呈现出明显的共现特征，如“中国的（Chinese）”与“神话（mythology）”的关联组合。依托哪吒这一经典神话形象，海外观众在影评中主要从四个维度展开解读：中国传统文化符号的识别；中国古代神话的现代表达；中国传统文化元素的创新运用；中国情感价值观的呈现。如“这部电影颠覆了传统神话中哪吒的形象，但同时保留了传统文化的精神内核”；“它无疑点燃了我对中国神话的兴趣，让我一头扎进了对其大量的研究中”。<sup>③</sup>海外观众一方面表示了他们对中国传统文化符号的解读，另一方面，在表达观影热情的同时，明确指出对影片文化背景的深入理解能够显著提升观赏体验。这类兼具情感认同与认知需求的评论在样本中呈现出明显的聚集特征，反映出跨文化传播中“情感共鸣”与“文化认知”的双重诉求。

海外观众影评文本所表现出的叙事符号认知很大程度上表现出《哪吒2》所实现的国际传播效果，表现出动画助力中华优秀传统文化国际传播的话语建构的潜力，其中多模态符号转译有助于突破表层符号输出的局限，转向深层的文化对话，但也提醒我们：避免因过度依赖文化前置知识造成传播损耗，以实现更加优异的国际传播效果。《哪吒2》通过成功的中国古代神话现代化改编，将情感内核置换为符合现代价值观的表达形式，以此使古老叙事与当代生活产生了情感的共振。<sup>④</sup>

### 三、情感：跨文化转译、叙事适配与技术加持促成正向积极评价

情感态度层面效果是指在信息传播认知层面的基础上信息通过对受众主观观念或价值体系的影响而引起情绪或感情的变化，在网络信息传播整体效果发挥中起着承上启下作用，既是对认知层面效果的反映，又是行为层面效果的直接动因。根据网络信息传播效果评价模型，理解度和赞同度是用于衡量受众对接收信息所产生的情感态度效果的重要指标，主要体现在受众的评论中所反映的支持与反对数据中。<sup>⑤</sup>

本研究通过文本大数据挖掘分析平台 DiVoMiner 提供的内容编码功能对《哪吒2》

① DORIS Y. 影评文本 [EB/OL]. (2025-02-14) [2025-03-13]. [https://www.rottentomatoes.com/m/ne\\_zha\\_ii/reviewstype=user](https://www.rottentomatoes.com/m/ne_zha_ii/reviewstype=user).

② jettyroy. Ne Zha 2: A Visually Stunning and Thematically Rich Masterpiece - Spoiler Review [EB/OL]. (2025-03-09) [2025-3-13]. [https://www.imdb.com/title/tt34956443/review/rw10366252/?ref\\_=tturv\\_124](https://www.imdb.com/title/tt34956443/review/rw10366252/?ref_=tturv_124).

③ diemenghappy. Ne Zha 2: A Spectacular Leap in Chinese Animation [EB/OL]. (2025-02-22) [2025-03-13]. [https://www.imdb.com/title/tt34956443/review/rw10338501/?ref\\_=tturv\\_136](https://www.imdb.com/title/tt34956443/review/rw10338501/?ref_=tturv_136).

④ 张伶俐，王奕懿。“哪吒”出海：中华优秀传统文化国际传播的动画电影进路 [J]. 中国编辑，2025 (4): 101.

⑤ 罗莹，刘冰. 网络信息传播效果研究 [J]. 情报科学，2009，27 (10): 1490.

影评评论文本进行了情感表现的人工编码，所得到的结果如下：在所有影评网站的有效评论文本中积极评论占比 92.3%，中性情感占 3.4%，消极情感占 4.3%，其中表现出情感共鸣的评论文本占比 16.3%，从中我们能够看出海外观众对于《哪吒 2》影片持高度认可态度。

分析评论文本中的情感态度类词汇分布能够更加有效地反映出网友的情感倾向，<sup>①</sup>经过整理，“令人满意 (good)”“最好 (best)”等表现积极情感态度词汇排名靠前。进一步对文本内容进行发掘，观众反馈主要聚焦于两大维度：其一，对制作团队专业水准的高度认可；其二，对影片基于中国传统神话进行现代化改编的艺术呈现给予充分肯定。

有超过 15% 的海外观众在影评内容中表现出了对电影情节内容的情感共鸣，包括但不限于电影所表现的幽默感以及为内容所触动的落泪感受，关键词包括“大笑 (laugh)”“感动 (touched)”“落泪 (tears/cry)”，如“一个感人至深的故事！我在看的时候时而大笑时而落泪”<sup>②</sup>；再如，“它包含了各种情感，而且这些情感都让人觉得真切，并非只是为了遵循电影制作的一般套路而拼凑起来的”<sup>③</sup>，说明其表达出的情感内核，一定程度上影响了海外观众对其的接受程度，进而通过该框架实现隐喻化的文化传播。《哪吒 2》通过文化基因转译保持传统稳定性，借助叙事适配实现传播穿透力，运用多层隐喻系统完成价值编码，最终形成传统与现代、本土与全球、理性与感性的动态平衡传播体系，其实现的文化传播既能够保持基因纯度，又表现出了非常强大的当代传播效力与活力；同时从另一方面也说明，《哪吒 2》所采用的运动捕捉与表情识别技术构建情感表达的算法模型，在一定程度上实现角色情感表现的生理真实性，结合其情感冲突与转折作为叙事动力，通过情节张力引导受众的情绪流动，使受众的情感体验在有限的时长内得到最大化满足。<sup>④</sup>

尽管海外观众对《哪吒 2》的影片技术层面的画面细节和打斗场面都给出了非常高的评价，但也存在着少数批评的声音：部分观众因未观影系列作品导致剧情体验割裂，或由于语言障碍难以理解剧情，如“但就我个人而言，这部电影有点难以理解，主要是因为我没看过第一部，不太了解这个故事，而且我也不懂普通话……”<sup>⑤</sup>；部分观众指出影片情节存在硬伤，如存在英雄主义套路、情节生硬、反转突兀、笑话低俗等问题；部分观众指出整体叙事仍然以男性为主导的父子关系为中心，女性角色缺乏独立性和深度，如“这部电影在某些方面对角色的塑造仍流于表面。尽管殷夫人被塑

① 辛静，叶倩倩. 国际社交媒体平台中国文化跨文化传播的分析与反思——以 YouTube 李子柒的视频评论为例 [J]. 新闻与写作, 2020 (3): 20.

② Aileen. 影评文本 [EB/OL]. (2025-02-15) [2025-03-13]. [https://www.rottentomatoes.com/m/ne\\_zha\\_ii/reviews?type=user](https://www.rottentomatoes.com/m/ne_zha_ii/reviews?type=user).

③ Robert G. 影评文本 [EB/OL]. (2025-03-17) [2025-03-23]. [https://www.rottentomatoes.com/m/ne\\_zha\\_ii/reviews?type=user](https://www.rottentomatoes.com/m/ne_zha_ii/reviews?type=user).

④ 张伶俐，王奕懿. “哪吒”出海：中华优秀传统文化国际传播的动画电影进路 [J]. 中国编辑, 2025 (4): 102.

⑤ cinemapersonified. Decent Movie [EB/OL]. (2025-03-02) [2025-03-23]. [https://www.imdb.com/title/tt34956443/review/rw10353689/?ref\\_=tturv\\_61](https://www.imdb.com/title/tt34956443/review/rw10353689/?ref_=tturv_61).

造成了一位女将军，但她的关键时刻依然围绕着母性的牺牲展开，而像石矶娘娘这样的女性角色则被简化为‘痴迷于外貌的胖女人’这类刻板的标签”；另外，也存在极少数观众仅仅宣泄个人观影感受的短评，如“差的（bad）”“失望（disappoint）”等。<sup>①</sup>

#### 四、行为：积极的双向交流意愿

受众行为是指受众之间、受众与传媒机构及其媒介产品之间的互动和交流情况，包括推荐度和参与度，参与度主要表现为转发、评论与点赞等。<sup>②</sup>在对影评文本的分析中，可见网络受众主要在评论文本中体现出行为趋向，也不乏对国际传播提出的相关建议。

##### 1. 推荐他人观看或再观看

在本研究采集到的所有影评文本中，超过50%的海外观众表现出了推荐他人观看以及再观看的行为，并认为《哪吒2》远超个人预期，将《哪吒2》形容为“必看电影（must-see movie）”或“非常推荐（highly recommended）”。2月已有影评：“我的五六个人朋友都推荐我去看《哪吒2》。起初，我不太想去，但他们跟我说如果不去看我肯定会后悔的……看完之后，我也向七八个朋友推荐了这部电影”，这类评论比比皆是。海外上映数天内，海外受众已自发地在熟人圈层内对《哪吒2》进行了宣传，并进一步进行传播。经过一段时间的发酵之后，海外观众在网络平台所发表的影评文本已经开始发挥其传播效力，另一名海外观众在3月发表影评：“看了许多热烈的好评，我当时就想它不可能有那么好。说实话，看完这部作品后，我完全被震撼到了”，这进一步凸显了受众在网络传播过程中扮演的重要角色，他们经由影评关注到了《哪吒2》这部电影，并作为下一个传播基点发布自己的影评，进一步吸引受众观影。

##### 2. 寻求英文配音和字幕优化

《哪吒2》在海外上映时，采用了普通话原声配以英文字幕的版本，但由于实际进行高语境文本向低语境文本的视听翻译过程中，难以实现文本量的完全对等，譬如海外观众抱怨“台词太多，字幕出现得太快”；再如“对于说英语的人来说，要完全领略剧情和角色的深度有点困难，我不确定是否每个人都能跟得上字幕并完全理解中国的文化背景”；不少海外观众直接提出，“如果它有配音版的话，即使是在美国，也会大获成功的”。由上可知，《哪吒2》虽然得益于自身的品质在海外市场取得了巨大的成功，但仍然能够通过打磨字幕，推出相应的语言配音版本等方法来进一步提升其国际传播效果。

##### 3. 自发地进行对比

影评文本中还包含着较多的海外观众自发对比行为，《哪吒2》的方方面面几乎都被海外观众拿来与国际一流制作进行对比，如“《哪吒2》即便不比迪士尼或皮克斯的

<sup>①</sup> Michael R. 影评文本 [EB/OL]. (2025-03-17) [2025-03-23]. [https://www.rottentomatoes.com/m/ne\\_zha\\_ii/reviews?type=user](https://www.rottentomatoes.com/m/ne_zha_ii/reviews?type=user).

<sup>②</sup> 刘燕南，刘双. 国际传播效果评估指标体系建构：框架、方法与问题 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2018，40（8）：13.

作品更优秀，也至少和它们一样出色。这部影片让我回想起第一次看《海底总动员》和《玩具总动员》时的感受……”，甚至海外观众认为：“（它）值得奥斯卡奖！”海外观众对《哪吒2》的视觉特效与制作水准给予了高度评价，其技术表现力促使他们自发将中国动画作品与国际一流制作进行比较。从积极的影评反馈中可以看出，该片成功提升了海外观众对中国影视工业的认可度，这一现象既体现了我国文化软实力的增强，也展现了文化自信的显著提升。

## 五、结 语

研究显示，在认知层面，《哪吒2》的故事内核共享与多模态符号呈现成功助力“中国”国别符号的解码，并进一步激发了海外观众对中国文化的兴趣；在情感态度层面，《哪吒2》的跨文化转译、叙事适配与技术加持使海外观众的总体评价呈现显著正向倾向；行为层面，海外观众不仅表现出了对影片质量的认可，而且流露出积极的双向交流意愿。由此可见，《哪吒2》不愧为文化传播的一部优秀电影，对其影评文本的剖析对未来中华优秀传统文化出海具有一定的借鉴启示意义。本研究总结出提升中国影视跨文化传播力的三方面路径：其一，在创作阶段引入例如国际文化研究者的“第三视角”，于保持本土文化内核的同时优化叙事逻辑的跨文化适应性，并以“大故事套小故事”的分层叙事和开放式情感触点激发不同文化背景观众的“情感共创”效应；其二，依托鲜明角色塑造与精致传统元素呈现培育趣缘社群<sup>①</sup>，推动用户生成内容（UGC）形成由核心观众带动的新受众增长与互动循环，促进海外文化产业的发展<sup>②</sup>；其三，在机制上优化字幕与多语言配音，结合幕后纪录片、文化解说等衍生内容构建配套传播体系，以降低文化折扣、增强全球受众的文化认同与参与感。

《哪吒2》的国际传播实践成功构建了“技术赋能—文化转译—情感共鸣”的三维传播范式。研究表明，影片通过以下路径实现了跨文化传播突破：首先，以顶尖动画制作技术打造视听奇观，奠定国际市场竞争的硬实力基础；其次，运用多模态符号系统对传统文化进行创新性转译，完成文化符号的现代化表达；最后，通过情感叙事建立深层心理连接，形成跨文化传播的软性纽带。这种立体化传播模式的价值在于：一方面，它超越了简单的文化符号输出，构建起包含技术交流、文化对话和情感互动的复合传播体系；另一方面，它推动中国动画从单向传播向双向互动的范式转型，在互联网时代为全球观众创造了参与中国文化阐释与再创造的话语空间。

① 蔡骥. 网络虚拟社区中的趣缘文化传播 [J]. 新闻与传播研究, 2014, 21 (9): 6.

② 蔡骥. 网络虚拟社区中趣缘文化传播的社会影响 [J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2015, 44 (4): 138.