

叙事说服理论视域下中国电影跨文化传播研究 ——以《流浪地球2》为例

刘林瀚

(香港恒生大学, 香港 999077)

【摘要】 尽管叙事说服理论在单一语境下已被证明有效,但在跨文化传播中,它面临着独特的挑战,例如文化背景差异和文化折扣。本研究将叙事说服理论与近期中国科幻电影《流浪地球2》的案例研究相结合,考察该电影在跨文化传播过程中展现的叙事说服机制及传播效果。研究发现,相较于早期的中国科幻电影,本片在海外实现了具有高度影响力的传播。同时,其叙事通过融入中华传统元素和出色的视觉效果,有效增强了对国际观众的说服效果,从而重塑了观众对中国科幻电影的认知。在理论上,这为叙事说服理论提供了一个跨文化的阐释框架;在实践中,为中国电影乃至更广泛的全球南方电影未来的海外传播策略提供了指导。

【关键词】 叙事说服理论; 中国电影; 跨文化传播; 《流浪地球2》; 科幻电影; 文化折扣; 集体主义; 家国情怀

Narrative Persuasion Theory and Intercultural Communication of Chinese Cinema: A Case Study of The Wandering Earth II LIU Linhan

(LIU Linhan The Hang Seng University of Hong Kong, Hong Kong, China)

[Abstract] Although narrative persuasion theory has proven effective in single-context settings, it faces unique challenges in intercultural communication, such as cultural background differences and cultural discount. This study combines narrative persuasion theory with a case study of the recent Chinese science fiction film The Wandering Earth II to examine the narrative persuasion mechanisms and communication effects demonstrated by the film in its intercultural communication process. The findings indicate that, compared to earlier Chinese science fiction films, this film achieved highly influential communication overseas. Meanwhile, its narrative effectively enhanced persuasion among international audiences by integrating traditional Chinese elements and outstanding visual effects, thereby reshaping audiences' perceptions of Chinese science fiction films. Theoretically, this provides an intercultural interpretive framework for narrative persuasion theory; practically, it offers guidance for the future overseas communication strategies of Chinese cinema and broader Global South films.

[Keywords] narrative persuasion theory; Chinese cinema; intercultural communication; The Wandering Earth II; science fiction film; cultural discount; collectivism; homeland sentiment

一、引言

叙事是人类传播的基本组成部分。纵观历史,无论是在人际传播还是大众传播中,人类都娴熟地运

用讲故事的方式向受众传达他们的观点、思想和情感。叙事既是内容的载体，也是一种说服的手段。长期以来，叙事一直被认为是改变态度和行为的强大工具^[1]。如今，电影——作为一种全球化的大众媒介和叙事载体——也已成为人类传播和说服的重要工具。叙事的定义性特征之一可能是对一个人物或多个角色的描绘，这些人物是故事展开和传达其主题精华的焦点^{[2][3]}。电影制作者构建连贯的叙事来说服观众，而观众则随之在情感上投入到这些故事中，改变他们的态度和行为，从而实现说服。正如拉尔森所言：说服是一种涉及两人或多人之间象征性交流的活动，旨在改变接受者的态度、信念和/或行为^[4]。过去的研究表明，特定主题（如环境）的电影在说服活动中扮演着重要角色。然而，电影在跨文化传播中的说服力仍有待探索。

当前，随着跨文化和人际交往日益频繁，叙事说服理论在人际和跨文化传播中发挥着重要作用。叙事说服理论由Green & Brock（2000）系统提出，其核心在于“叙事如何在不引发抵触的情况下改变观众的信念、态度和行为”^[5]。该理论认为，观众在接触信息或故事时会遇到抵触心理。然而，当观众沉浸在连贯的情节中并与角色产生认同时，抵触心理会减少，而对信息的接受度则会增加。此外，该理论指出了观众通过叙事改变其信念、态度和行为三个关键机制：代入、认同和有益身心的媒介体验^[6]。代入描述的是一种沉浸于故事世界，同时以旁观者视角观察故事的心理状态^[5]；认同则发生在受众在接受说服过程中，移情于叙事角色的观点，真实地体验到角色的想法和感受，从而激发并实现这种联系感的过程^[7]。有益身心的媒介体验（也被理解为自我超越体验）是说服受众的另一个关键机制，大量研究表明其在人类说服活动中的重要作用，例如可以带来更强的亲社会行为动机^[8]，更高的政治参与度^[9]，以及更普遍的联结感^[10]。

近年来，关于视听艺术作品叙事说服机制的研究进入了一个新阶段。Appel, M.（2022）通过实验研究了叙事广告中的情感抵触现象，发现叙事广告比非叙事广告更容易引发情感抵触，但叙事广告通过积极效应保留了说服力^[11]。McCormack, C. M., et al.（2021）确定了环境主题电影中叙事说服的三个主要路径，指出增强叙事沉浸感、塑造可认同的角色以及引发自我超越体验，可以有效提升环境电影的说服力^[6]。Chen, M., et al.（2023）深入研究了叙事中观众与角色的相似性如何影响说服结果，发现观众与角色的相似性显著增强了认同感和自我参照，但未能直接转化为态度和行为上的改变^[12]。这些研究通过深入考察不同视听艺术形式中的叙事说服路径及潜在机制，极大地丰富了该领域。

然而，尽管叙事说服理论在单一语境下已被证明有效，但在跨文化传播中，它面临着独特的挑战。跨文化交流中的文化差异可能导致观众对电影产生文化上的误读，从而导致文化折扣。因此，有必要将叙事说服理论与中国电影的跨文化传播相结合，考察其在海外的说服效果。关于中国电影的跨文化传播，近年来中国学者对此问题进行了研究并取得了丰硕成果。王玉波（2018）在研究电影海外传播效果时指出，研究电影跨文化传播除了考虑地域性问题外，还应“超越追踪资金流动的规则，强调电影制作、发行、放映和接受过程中的语境、文本、互文性和潜文本”^[13]。单波（2022）在第二届紫金传媒论坛上指出，应从我与他的传播实践出发，面对主体间传播的不确定性，反思文化适应过程中群体间接触的他者化，超越跨文化对话中语言间的传播差异，反思文化间权力支配关系，恢复跨文化传播的竞争性与互惠性^[14]。北京师范大学黄会林教授最新发布的《2023 中国电影国际传播年度报告》指出，目前全球最受

欢迎的中国电影仍然是情节剧和新主流电影，同时中国电影应把握在国际市场上的二次传播主动权^[15]。Xu & Zhao (2023) 从减少文化折扣和叙事等方面阐述了中国电影的海外传播，认为通过中国与“一带一路”国家合拍片的创意方式，可以减少“文化折扣”，增强叙事内容的共通性和理解力^[16]。曹岩和李晓(2024) 从生态价值和中外科幻电影的符码转换角度研究了跨文化共情，指出从生物领域与符号领域之间的折叠转换和符号转码关系入手，是理解科幻电影与跨文化传播的具体途径之一^[17]。

新大众文化的国际化始于电影产业^[18]。电影的出现及其作为大众文化产品的流行，推动了世界各国，特别是全球南方国家与全球北方国家之间的文化交流与合作。然而，显而易见的是，这种合作机制和文化流动过程是不平等、不平衡的。利用殖民时期奠定的基础和强大的信息基础设施，北方国家不断地将电影等文化产品输送到南方国家。虽然这种传播机制丰富了南方人口的精神生活，但同时也作为一种霸权形式，逐渐侵蚀着南方的文化产业。近年来，随着全球化的深入以及以中国、韩国、日本为代表的东亚国家融入全球文化生产体系，这种由北向南的文化输出路径已被改变。作为全球文化领域的新兴力量，东亚国家近年来为世界舞台贡献了源源不断的文化作品，尤其是在影视方面——例如韩剧和众多中国电影作品。作为大众文化生产的重要形式，电影在全球文化流通中扮演着重要角色。包括东亚国家在内的全球南方国家，利用北方国家的电子平台等信息基础设施，将其电影产品发行到世界各地。这不仅活跃了全球文化市场，也放大了南方国家的文化声音。这些电影主要反映了其创作者所代表的价值观和生活方式，将南方国家的文化形象投射到世界舞台上。科幻电影是众多类型电影中的一种。美国著名科幻作家赫伯特·W·弗兰克认为，“科幻电影描绘了发生在一个虚构但理论上可能存在的模式世界中的戏剧性事件”^[19]。《流浪地球2》是近年来中国著名的科幻电影，也被视为中国科幻电影的代表作。电影《流浪地球2》改编自中国作家刘慈欣的同名科幻小说，讲述了年轻人奋起抵抗拯救地球的故事。然而，在世界科幻电影的舞台上，美国科幻电影占据着垄断地位。例如，《美国队长》系列电影在其跨文化传播过程中，向世界展示了经典的美国个人英雄主义，也输出了美国的英雄文化。由于美国好莱坞科幻电影的强大影响力，大多数海外观众对中国科幻电影并不熟悉，甚至对其存在刻板印象。因此，对这一问题的研究具有一定的现实意义。近年来，随着《流浪地球》系列电影的热映，它也向世界电影观众展示了中国科幻电影的色彩。

为深入考察《流浪地球2》在跨文化传播框架下的叙事说服与美学表达，本研究采用质性研究范式，具体通过两种方法进行分析：一是对电影的文本内容进行细致解读，分析其叙事结构和视听语言如何共同传递文化价值观，基于叙事说服理论考察电影如何运用“代入机制”让观众沉浸于其故事世界，并进一步探讨电影的多线叙事结构如何视觉化呈现“集体主义”这一核心文化理念；二是对从专业电影评论平台（如IMDb）和社交媒体平台（如YouTube）获取的海外观众公开评论进行话语分析，旨在识别跨文化受众对电影美学和中国文化的接受、误读、共鸣与争议，从而更好地审视电影跨文化对话的有效性与边界。通过将内部文本美学分析与外部话语效果分析进行交叉验证，力求更好地揭示《流浪地球2》实现跨文化叙事说服与美学对话的内在机制和具体路径。

二、《流浪地球2》跨文化传播效果分析

为了评估《流浪地球2》在跨文化语境中的说服效果，本研究利用IMDb和YouTube作为平台，深

入考察了电影在海外市场的客观票房表现以及国际观众的主观评分和评论。IMDb 主要用于观察海外票房表现、国际观众的主观评分以及部分观众评论。YouTube 则作为考察海外观众对电影主观评价的主要平台。研究结果显示,《流浪地球2》在其逆流过程中受到了全球多个国家和地区的热烈反响。这种反响不仅体现在客观的票房数据上,也体现在评分和评论中。

对《流浪地球2》海外票房表现的分析显示,海外票房最高的地区和国家是中国香港,其次是澳大利亚和英国。相反,海外票房最低的国家主要集中在东地区。这种差异可能归因于这些地区华裔人口的比例差异。“族裔景观”概念可以解释这一现象。族裔景观指的是携带自身文化的人群从一个地理区域迁移到另一个地理区域^[18]。香港与中国大陆一水之隔,同属一个中国,文化背景和文化亲缘性极为相似。同时,近年来,越来越多的大陆人选择到香港学习、工作和生活。这种潜移默化的影响也使香港观众接触到大陆的影视文化。与此同时,英国和澳大利亚也表现出异常高的票房回报,这一现象与当地华人社区的影响密不可分。英国和澳大利亚是中国年轻学生选择出国留学,尤其是攻读硕士学位的热门目的地。根据英国(2024)和澳大利亚(2024)的官方数据,中国是两国最大的国际学生生源国,远超其他国家^{[20][21]}。这些数字凸显了这些国家对中国年轻人的强大吸引力。值得注意的是,文化交流并非单向过程。文化在双向间潜移默化地流动。在留学东道国期间,中国学生受到当地文化的影响,但同时也将中国优秀的文化元素介绍给这些社会。这最终在文化交流中为双方创造了互利共赢的局面。然而,资本主义全球化发展的不平衡与不公正也导致了文化全球化的不平衡与不公正。历史上,作为全球北方国家,英国和澳大利亚利用其在全球南方资本扩张时期建立的固有优势,大量输出其文化产品,形成了一种间接的文化殖民。新自由主义全球化的过程本身充满动态性,表现为资本逻辑与领土逻辑的交织与矛盾^[22]。在这种不公正的文化流动中,众多全球南方国家逐渐在全球文化市场中失语。然而,近年来,全球南方中部分东亚国家的经济和文化崛起,逐渐扭转了东亚国家在这种文化流动中的劣势地位。以韩国的 K-POP 和中国的电影文化为例。这两种文化产品都在这种逆流中展现出强大的生命力和吸引力。东亚文化出口正日益渗透到包括美国、英国和澳大利亚在内的北半球市场,并受到热烈欢迎。这种逆流趋势与全球化以及东亚国家经济和政治地位的崛起密不可分。东亚国家在这种流动中展现出一种独特的全球南方文化魅力,这是许多北方国家此前未曾接触过的。以《流浪地球》为代表的中国科幻小说正将独特的精神价值投射到世界舞台,成为外国观众超越西方刻板印象和文化想象来理解中国的重要渠道^[22]。与香港、英国和澳大利亚的观众不同,《流浪地球2》在中东国家反响平平。这可能源于当地华人数量相对较少、中国与中东国家经贸往来不够频繁,以及双方之间的文化隔阂。

出人意料的是,《流浪地球2》在韩国观众中的反响平平。根据 IMDb 票房数据,该片在韩国的票房仅为 65785 美元。中国和韩国是彼此重要的经济文化贸易伙伴,两国同属儒家文化圈,自古以来文化交流源远流长。韩国流行文化,尤其是韩剧和 K-POP,在中国拥有巨大的影响力和庞大的粉丝群。然而,《流浪地球2》在韩国的反响平平可能与当时中韩关系的状况密切相关。根据公开资料,《流浪地球2》于 2023 年 5 月 10 日在韩国上映,正值尹锡悦总统执政时期。当时韩国政府对华态度略显强硬,政治因素成为重要影响因素。此外,文化差异也扮演了关键角色。影片呈现了一种植根于中国文化传统的集体主义科幻理念,与韩国观众常接触的美国好莱坞电影的个体主义叙事形成鲜明对比。相比之下,中国科

幻电影《独行月球》在韩国的票房远高于《流浪地球2》，正是因为它与韩国观众更熟悉的个体主义价值观产生了共鸣。基于此，文化差异是评估《流浪地球2》在韩国票房不佳时不容忽视的重要因素。如前所述，中国和韩国是东亚地区重要的文化输出国，在全球文化市场中具有重要影响力。尤其是在北半球国际文化霸权持续主导的背景下，以中韩为代表的南半球文化在世界文化舞台上的凸显更显珍贵。东亚文化在流通过程中长期以来形成了鲜明的地域特色，呈现出区域化趋势。这一趋势主要受经济因素驱动，同时受到政治和文化的影响。其中，经济是主要催化剂，而儒家文化圈、共同的文化背景和语言相似性也扮演着重要角色^[23]。这表明，中韩文化在交流中形成了各自独特的共同特征，预示着东亚流行文化在全球舞台上的崛起。同时，《流浪地球2》在韩国的票房不佳也提醒中国电影工作者在跨文化传播中要审慎考虑文化差异，以提升电影的全球传播效果。

除了票房表现，专业电影平台和社交媒体上的观众评分和评论也是衡量电影传播效果的重要指标，尤其是在跨文化电影传播中。这些指标揭示了海外观众对电影的真实看法，让我们更直观地了解哪些元素最能吸引他们的注意，以及电影所描绘的中国文化的哪些方面最能引起国际观众的共鸣。IMDb 评分显示，《流浪地球2》在海外获得了强烈反响和良好口碑，在平台上获得了 6.7 分的高分。这表明该片在海外具有强大的吸引力，与第一部电影的海外表现（5.2 分）相比，取得了显著进步。这些数据进一步凸显了中国科幻电影在国际市场上的巨大潜力和进步。对观众评论的话语分析显示，观众普遍赞赏电影的视觉效果，尤其是对“太空电梯”片段的描绘。视觉效果是科幻电影中至关重要的表达手段。海外观众对电影特效的赞誉突显了中国在该领域的显著进步，特别是在创意构思和执行方面。通过娴熟的视觉效果，电影在视觉上吸引了观众，展示了其独特之处，并体现了中国科幻电影的独特风格。同时，观众也对电影中所展现的家国情怀表示赞赏。这种情怀长期以来一直是中国电影的一个标志性特征，深深植根于国家的社会结构中，延续了数千年。作为文化传播的载体，电影的主题、基调和细节能够充分表达一个国家和民族的特征与文化。这是电影最引人入胜的方面之一，也是跨文化传播的关键焦点。海外观众对电影中所描绘的家国情怀等中国文化元素的欣赏，可能与近年来中国经济实力的增强和中国文化在海外日益广泛的传播有关。随着中国经济实力的增强及其在国际舞台上话语权的日益凸显，越来越多的外国人士开始认识、接触并欣赏中国。科幻作为一种探讨科技与现代性主题的体裁，与社会如何看待和设想其自身的现代化进程有着内在联系^[22]。通过科幻电影，中国向国际观众展示其现代化进程——这一叙事不仅体现了中国文化的魅力，也体现了中国式现代化的迷人精髓。

三、《流浪地球2》叙事说服机制分析

叙事说服理论在电影中也得到了充分展现。本文认为，电影合适的跨文化传播路径应为：电影创作者通过创作电影传递情感与思想，辅以恰当的叙事美学技巧，并选择合适的海外传播媒介，对海外受众进行说服与传播，最终使海外受众达成对电影的文化认同。通过有组织、有逻辑的叙事和艺术表现手段，帮助统治者传播自身思想，达到说服大众的效果。因为叙事或故事能够让我们更好地理解真实生活，故事是具体的、动态的、高度情境化的，而抽象的道德理论则不然^[24]。对于电影说服活动而言，不仅需要故事本身保持完整性和贴近现实生活，更重要的是需要运用各种叙事技巧促发代入的实现，同时也要关注观众观影后的反思作用。对于电影说服叙事中的代入，A. Hamby 认为，故事的剧情、人物的刻画以及

真实程度都会影响这一转化过程^[25]。

电影中的说服活动具有其自身特点。在电影的说服活动中，不仅需要创作者在叙事创作中符合叙事说服理论的基本框架，还需要结合实际文化背景对电影的叙事进行创新。Hinyard 和 Kreuter 说：“任何连贯且有条理的故事，都有可识别的开头、中间和结尾，提供关于场景、人物和冲突的信息；提出未解答的问题或未解决的冲突；并提供解决方案。”^[26] 本文认为，电影说服活动的具体路径可描述为：电影创作者在创作过程中将自身情感与思想注入剧本，并在拍摄过程中通过适当的叙事技巧（如倒叙、隐喻蒙太奇等）加以呈现。同时，在后期通过剪辑和特效等手段进行呈现，使观众更具沉浸感。在发行阶段，需要制定合适的发行策略进行影片传播。最终，当电影正式上映时，观众能够在影院氛围的影响下完美理解电影创作者想要传达的思想和情感，并对此进行反馈。

科幻电影的叙事往往建立在宏大的故事背景之上，《流浪地球 2》也不例外。《流浪地球 2》围绕《流浪地球》的前传展开。影片以建造一万座行星发动机的计划为背景，讲述了即将到来的“太阳危机”使世界陷入恐慌的故事。一万座行星发动机的建造正在进行中，人类将面临末日灾难与生命存续的双重挑战。此外，《流浪地球 2》的叙事也融入了一些中国传统文化元素，如家国情怀和集体主义。

为了更好地说服海外观众，电影《流浪地球 2》的创作者在叙事中也加入了一些中国传统文化元素，在丰富电影内容的同时，也增强了对海外观众的说服效果。《流浪地球 2》将电影叙事艺术与中国传统文化元素和中华民族核心价值观相结合，为海外观众带来了不同于美国好莱坞科幻电影的新叙事体验，最终改变大多数海外观众对中国科幻电影的态度，从而实现海外观众对中国电影的文化认同。正如清华大学影视传播研究中心青年学者徐辰所说：电影将中华文化与科幻元素相结合，通过艺术表现手法展现中国人的精神，开创了富有中国文化元素的科幻电影叙事路径^[27]。这一点具体体现在家国情怀和集体主义上。家国情怀是中国传统文化的元素之一，在电影的叙事中也得到了丰富的体现。作为世界上唯一未曾中断的古代文明，中华文明强调国家的基础在于人民，人民与国家一体。电影《流浪地球》中“没有人的文明毫无意义”这句台词贯穿全片。抛弃绝大多数人，让精英担负起延续文明的责任，从来都不是中国人的选项。即使付出更大的代价，也要保证现有文明的完整传承。影片中的“这个小小的白点就是我们的一切”这句话以及启航纪念碑上“为了全人类”的铭文，是家国情怀这一中国传统文化元素的最佳体现。此外，《流浪地球 2》还体现了另一种中国文化元素——集体主义。集体主义也是区分中国科幻电影与美国科幻电影的元素之一。在许多美国科幻电影中，往往强调个人能力和个人英雄的魅力。电影塑造一个让大多数观众信服的超级英雄形象（如美国队长），这与美国的社会环境和历史文化密切相关。但在中国科幻电影的表达中，集体主义精神会更加突出。集体主义是中国众多传统文化符号的重要组成部分。关于集体主义的表述在中国历史和文化中非常常见。正如中国古谚“人心齐，泰山移”所显示的那样，集体主义的重要性。在电影《流浪地球 2》中，用了大量笔墨描绘各国政府如何协商谈判、求同存异、共克时艰。“危难当前，唯有责任”这句台词在中国代表口中出现了两次，前后呼应。在生死原则面前，中国人认为纠结于个体利益的得失毫无意义^[27]。影片中，创作者运用了家国情怀、集体主义等中国传统文化元素，丰富了电影的叙事框架，同时也向世界传播了中国传统文化，进一步提升了电影的说服效果。

同时，有许多场景反映了这种叙事说服机制；例如，在“太空电梯”场景中，刘培强、韩朵朵与外国

演员产生了深刻的戏剧冲突；刚登上电梯时，外国演员和刘培强都表达了对韩朵朵的好感；外国演员表示可以牵着她的手，以此显示他的绅士风度以及对即将到来的训练的信心；然而，在电梯上升结束时，外国演员的狼狈模样与之前截然不同，产生了深刻的戏剧冲突和喜剧效果；同时，在太空电梯上升过程中，电影多次呈现电梯上升的远景，并结合出色的特效，使观众在感受震撼的同时解码电影传递的信息；观影后，一些海外观众在 YouTube 上表达了对“太空电梯”场景的震撼。这些场景通过卓越的视听组合，带来强烈的视听冲击，使观众更深入地沉浸于叙事之中，同时与角色产生共情，从而增加说服的可能性。先前的研究已证明视觉和听觉在此过程中的重要性。在太空电梯场景中，电影创作者运用大量特效和适宜的背景音乐，极大地提升了观众的代入感，使其更容易进入电影所描绘的世界，实现更佳的说服效果。此外，在月球危机场景中，张鹏师傅在月球上主动发出信号，召唤全球宇航员响应，协助摧毁月球，这一幕极具感染力。这一幕恰如其分地展现了集体主义精神和中国传统文化中的家国情怀。通过电影镜头，海外观众可以领略中国文化的独特魅力，改变他们对中国电影和中国文化的刻板印象，甚至改变他们未来的行为。叙述完这个场景后，影片转向了张鹏师傅与刘培强之间的师徒互动。在摧毁月球之际，张鹏师傅让同伴向地球传递信息：“地球，这小子在木星边，帮我带句话——师父在月球等他回家。”这一幕将宏大叙事与个体情感完美结合。在宏大叙事背景下，导演敏锐地捕捉到个体的情感世界。电影之前描述了张鹏对刘培强从始至终的呵护，在这一刻，这种呵护到达顶点，最终实现了对海外观众跨文化传播的最佳说服效果。观众对这一场景的情感反应。先前的研究已经证明了这一点的重要性。叙事弧暗含着情感反应的动态变化^[28]，更具体地说，是一种从悲伤到幸福（解脱）的明显转变^[11]。电影中的这一场景完全符合叙事说服理论的机制。导演从夫妻之间的情感入手，表达了危机时刻他们之间的真挚情感，使观众更容易沉浸于现实生活，最终实现情感共鸣。

四、结语

综上所述，本文以中国近期科幻电影代表作《流浪地球2》为研究案例，结合叙事说服理论，深入探讨了电影在跨文化传播过程中的叙事说服机制及其海外说服效果。从说服效果来看，对评论和票房数据的分析显示，该片在海外取得了显著成功，尽管其在中东地区的影响相对较小。同时，部分国际观众对演员的表演表现出信息抵触。从跨文化语境下的叙事说服机制来看，影片巧妙地融入了家国情怀和集体主义等中华传统元素。其出色的视觉效果有效地将国际观众吸引到叙事之中，从而重塑了对中国电影的认识，并提升了说服效果。展望未来，电影制作者应探索其叙事如何通过故事、视觉、声音设计和信息内容的有机结合，引发观众的自我超越感和反思^[6]。

【参考文献】

- [1]Gottschall, J. The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human[M]. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2012.
- [2]de Graaf A, Hoeken H, Sanders J, et al. Identification as a mechanism of narrative persuasion[J]. Communication Research, 2012, 39(6): 802-823.
- [3]Moyer-Gusé E. Toward a theory of entertainment persuasion: Explaining the persuasive effects of entertainment-education messages[J]. Communication Theory, 2008, 18(3): 407-425.

- [4]Larson C U. Persuasion: Reception and Responsibility[M]. Belmont: Wadsworth Publishing, 1989.
- [5]Green M C, Brock T C. The role of transportation in the persuasiveness of public narratives[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 2000, 79(5): 701-721.
- [6]McCormack C M, Martin J K, Williams K J. The full story: Understanding how films affect environmental change through the lens of narrative persuasion[J]. People and Nature, 2021, 3(6): 1193-1204.
- [7]Cohen J. Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters[J]. Mass Communication & Society, 2001, 4(3): 245-264.
- [8]Raney A A, Janicke S H, Oliver M B, et al. Profiling the audience for self-transcendent media: A national survey[J]. Mass Communication and Society, 2018, 21(3): 296-319.
- [9]Bartsch A, Schneider F M. Entertainment and politics revisited: How non-escapist forms of entertainment can stimulate political interest and information seeking[J]. Journal of Communication, 2014, 64(3): 369-396.
- [10]Oliver M B, Raney A A, Slater M D, et al. Self-transcendent media experiences: Taking meaningful media to a higher level[J]. Journal of Communication, 2018, 68(2): 380-389.
- [11]Appel M. Affective resistance to narrative persuasion[J]. Journal of Business Research, 2022, 149: 850-859.
- [12]Chen M, Dong Y, Wang J. A meta-analysis examining the role of character-recipient similarity in narrative persuasion[J]. Communication Research, 2024, 51(1): 56-82.
- [13]王玉波. 全球语境下中国电影的海外传播——基于跨文化受众的半结构化访谈[J]. 当代电影, 2018(6): 148-152.
- [14]单波. 接受全球化时代跨文化传播的邀请, 摆脱"囚徒困境"和"对虚空言说"[R]. "构建中国特色的传播体系: 东-中-西对话", 第二届紫金传媒论坛暨第五届传媒产业发展论坛, 2022.
- [15]黄会林, 郭欣炜, 蒋正邦. 中国电影海外平台传播效果研究: 2023 年度中国电影国际传播年度报告[J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2024(1): 39-48.
- [16]Xu J, Xu X. 跨文化传播视域下中国电影海外传播策略研究[J]. 电影评介, 2023(7): 1-8.
- [17]曹岩, 李晓. 跨文化情感共情: 中外科幻电影的生态价值与符号转换[J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2024(4): 87-95.
- [18]Thussu D K. International Communication: Continuity and Change[M]. London: Bloomsbury Publishing, 2018.
- [19]Zhu Z, Liu S, Zhang R. 中国科幻电影的文化表达与海外传播[J]. 当代电影, 2023(5): 45-52.
- [20]Higher Education Statistics Agency. Higher education student statistics: UK, 2022/23 - Where students come from and go to study[EB/OL]. (2024-01-25).
<https://www.hesa.ac.uk/news/25-01-2024/sb262-higher-education-student-statistics/location>
- [21]Australian Government Department of Education. International student data: January 2024[EB/OL]. (2024-01-01).
<https://internationaleducation.gov.au/research/international-student-data/Documents/MONTHLY%20SUMMARIES/2024/Jan%202024%20MonthlyInfographic.pdf>
- [22]赵锦, 徐翔. "一带一路"共商共建共享原则下的中国电影海外传播研究[J]. 电影评介, 2023(7): 9-16.
- [23]Jin D Y. Global South Discourse in East Asian Media Studies[M]. New York: Taylor & Francis Group, 2022.
- [24]Rich N. Losing Earth: The Decade We Could Have Stopped Climate Change[M]. London: Pan Macmillan, 2019.
- [25]Hamby A, et al. A conceptual framework of narrative persuasion[J]. Journal of Media Psychology, 2018, 30(3): 113-124.
- [26]Hinyard L J, Kreuter M W. Using narrative communication as a tool for health behavior change: A conceptual, theoretical, and empirical overview[J]. Health Education & Behavior, 2007, 34(5): 777-792.
- [27]徐辰. 基于中华优秀传统文化建构的新时代科幻电影叙事路径探析——以《流浪地球》系列为例[J]. 贵州大学学报 (艺术版), 2024(2): 17-25.
- [28]Appel M, Schreiner C, Haffmans M B, et al. The mediating role of event-congruent emotions in narrative persuasion[J]. Poetics, 2019, 77: 101385.