



MMS

Modern Media Studies

MMS, Vol. 2, No. 1, 2026, pp.46-54.

Print ISSN: 3078-3151; Online ISSN: 3104-5049

Journal homepage: <https://www.mmsjournal.com>

DOI: <https://doi.org/10.64058/mms260105ccngs>



新国潮的跨文化传播：

动画电影在来华俄罗斯留学生中的传播效能研究

孙 荣 (Sun Rong)，张 男 (Zhang Nan)，孙 澳 (Sun Ao)

摘要：本研究以“新国潮”动画电影为跨文化传播样本，聚焦《哪吒 2》《浪浪山的小妖怪》与《白蛇：缘起》三部典型文本，以来华俄罗斯留学生为受众对象，系统探究其传播效能。研究采用质性方法，通过深度访谈考察受众对影片中传统文化符号与现代价值观的“解码”机制。研究发现，新国潮电影的传播效能呈现显著分层：以视觉奇观与普世情感为载体的“低语境”内容最易引发共鸣，构成传播的“情感接口”；依托高浓度文史知识与文化隐喻的“高语境”内容则面临明显的“文化折扣”，形成“认知隔膜”；而电影对传统元素的现代性转译，成为激发青年受众“协商式解码”与深度文化对话的关键。基于此，本研究构建了“情感连接—认知隔膜—意义协商”三维效能分析模型，旨在为国产电影内容的国际化传播提供理论参照与实践启示。

关键词：新国潮动画电影；跨文化传播；传播效能；来华俄罗斯留学生

作者简介：孙荣，广州新华学院讲师/广州大学人文学院博士研究生，研究方向：国际中文教育，语言与文化。电邮：nancysun2012@163.com。张男（通讯作者），广州大学人文学院博士研究生/武昌工学院讲师，研究方向：华文教育，国际中文教学。电邮：1226480736@qq.com。孙澳，东莞实验中学教师，研究方向：语文教育。电邮：964190154@qq.com。

Title: Cross-cultural Communication of New Guochao: A Study on the Communication Effectiveness of Animated Films among Russian Students in China

Abstract: This study examines the cross-cultural communication of New Guochao animated films, focusing on three representative works: *Ne Zha 2*, *The Little Monsters of Langlang Mountain*, and *White Snake: Origin*. Targeting Russian students in China, the research systematically investigates their reception dynamics. Employing qualitative methods, in-depth interviews were conducted to analyze how audiences decode traditional cultural symbols and modern values within these films. The findings reveal distinct hierarchical patterns in communication effectiveness: “low-context” content, featuring visual spectacles and universal emotions is most effectively resonates, forming an “emotional interface”; “high-context” content rich in historical and cultural metaphors encounters significant “cultural discount”, creating “cognitive barriers”; meanwhile, the modern reinterpretation of traditional elements becomes pivotal for stimulating young audiences’ “negotiated decoding” and deep cultural dialogue. Building on this, the study develops a three-dimensional efficacy model of “emotional connection—cognitive barriers—meaning negotiation”, aiming to provide theoretical frameworks and practical insights for internationalizing Chinese film content.

Keywords: New Guochao Animation Films; Cross-cultural Communication; Communication Effectiveness; Russian International Students in China

Author Biographies: Sun Rong, Lecturer, Guangzhou Xinhua University, and Ed.D. candidate, Guangzhou University. Research interests: International Chinese Language Education, Language and Culture. E-mail: nancysun2012@163.com. Zhang Nan (Corresponding Author), Ed.D. candidate, at the School of Humanities, Guangzhou University, and Lecturer, Wuchang Institute of Technology. Research interests: Overseas Chinese Education, International Chinese Teaching. E-mail: 1226480736@qq.com. Sun Ao, Chinese Teacher, Dongguan Experimental Middle School. Research interests: Chinese Language Education, Language and Culture. E-mail: 964190154@qq.com.

一、引言

2017 年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于实施中华优秀传统文化传承发展的意见》（以下简称《意见》），该《意见》强调了中华优秀传统文化的传承与发展的重要性，并提出了具体的国际传播策略和目标。意见明确指出，要通过加强“一带一路”沿线国家文化交流合作，推动中华优秀传统文化的国际传播，积极参与世界文化的对话交流，讲好中国故事、传播好中国声音、阐释好中国特色、展示好中国形象，全面提升中华文化的国际影响力。这一政策导向为中华文化“走出去”提供了根本遵循，也为影视文化产品的跨文化传播赋予了时代使命。

文化传播的核心内涵包含双重维度：其一为精神层面的理念传递，即通过文化交流活动向世界

阐释中华民族的传统思想与价值观念；其二为物质层面的产品流通，即依托国际贸易实现文化产品与服务的跨境输出。电影作为兼具精神属性与产业属性的文化载体，天然契合文化传播的双重需求，既是文化内容的具象化表达，也是文化传播的重要媒介，理应成为中华文化国际传播的核心力量。而“一带一路”倡议作为兼具经济属性与文化属性的国家级战略，不仅为中国电影海外传播搭建了政策桥梁，更推动中国电影成为跨文化对话中“中国形象”的鲜活代言。

在全球化与本土化的张力交织中，中国电影正经历一场以“新国潮”为核心的美学革新与实践转型。新国潮动画电影并非对传统文化符号的简单复刻，而是借助现代视听技术，结合青年价值观，对中华优秀传统文化进行创造性转化和创新性发展的文化实践。从《哪吒2》以“我命由我不由天”重塑传统神话精神内核，到《白蛇：缘起》（以下简称《白蛇》）将古典爱情转化为全新爱情体验的视觉呈现；从《浪浪山的小妖怪》（以下简称《小妖怪》）与《西游记》叙事间隙融入当代职场人的生存焦虑与人文关怀。此类作品不仅在国内市场取得票房与口碑的双重优异成绩，更标志着一种新型的、兼具文化辨识度与时代共鸣感的“中国性”正逐渐形成。

然而，当这些承载着鲜明“中国性”的文化产品跨越国界，其传播效能究竟如何？他们能否在异质文化语境中实现情感共鸣与意义互通？为深入探究上述问题，本研究选取了一个兼具战略重要性与学术独特性的视角：以来华俄罗斯留学生为研究对象。选择这一群体，主要基于以下三重考量：

第一，战略关联性，在中俄新时代全面战略协作伙伴关系的推动下，以及“一带一路”倡议与“欧亚经济联盟”对接的深入实施，两国人文交流得到了稳定的政策支持和框架保障。第二，文化间性特质，俄罗斯身处东西方文明交汇处，其文化与中国“相近又相异”，能精准呈现跨文化传播中的“共鸣点”与“障碍点”。第三，“桥梁群体”属性。来华留学生是关键群体，既具备一定的中国文化接触与汉语能力，又保留本土文化根基，是文化传播中主动的“解码者”与潜在的“二次传播者”，是中华文化在俄罗斯实现深度传播的“种子群体”。因此，本研究旨在通过质性方法，系统分析新国潮动画电影在这一关键群体中的传播效能，为中国影视内容的跨文化叙事创新与精准传播提供学术支撑。

二、文献综述

（一）新国潮电影：概念内涵、实践路径与文化逻辑

“新国潮”作为新时代中华文化的创新呈现形态，涵盖物质消费与精神表达双重层面（付茜茜，2023, p.121），其核心是依托现代潮流审美与数字媒介技术，对中华优秀传统文化进行传承与创新，其本质是“国”之精髓与“潮”之形式的有机融合。它们在类型化叙事、市场化运作等方面实现了有机融合，有效实现了主流价值观与审美取向的统一（陶洋、李彩霞，2025, p.57），这一文化趋势并非传统文化符号的表层堆砌，而是通过“传统+现代”的语境交融，实现传统文化基因的时代化表达，既契合Z世代的审美取向，亦彰显新时代之文化自信。

新国潮动画电影作为这一趋势在动画领域的具象实践，具有鲜明的核心特质：在创作逻辑上，坚守民族文化内核与主体性，以东方古典美学、写意精神与人文底蕴为叙事根基；在表达策略上，通过陌生化、年轻态与潮流性三重创新，实现传统文本的当代转译，如《哪吒2》对神话的精神重构、《白蛇》对爱情的探讨；在受众连接上，精准把握Z世代“数字原住民”（蔡骐，刘嘉佳，

2023, p. 142) 的媒介使用习惯与情感需求, 以当代生活场景映射传统价值(曾一果, 梁思璇, 2024, p. 22), 通过情感共鸣实现文化认同的构建; 在产业上, 它依托成熟的电影工业体系, 构建具有市场号召力、“中国性”的文化产品。

从产业与传播视角来看, 新国潮动画电影已为中国电影产业注入新动力, 其“国本位、新形象、潮品质”的发展路径, 既推动了民族文化的现代化转型, 也为文化“走出去”积累了内容基础。但现有研究仍存在明显局限: 多数成果聚焦国内市场的创作策略与本土认同, 对新国潮动画电影的跨文化适配性、异质受众接受规律缺乏深入探讨, 尤其缺乏针对“一带一路”沿线国家受众的实证分析, 难以回应“文化如何精准走出去”的实践需求。

(二) 中国影视文化在俄罗斯的传播研究

新国潮动画电影的跨文化传播潜力, 需要结合具体国家的传播实践进行检验。俄罗斯作为“一带一路”沿线核心国家与中国重要文化协作伙伴, 其影视传播实践为探究新国潮的跨文化效能提供了典型场景。

现有研究表明, 中国影视在俄罗斯的传播已形成“政策协同、多渠道覆盖”的成熟格局: 宏观层面, “一带一路”倡议与“欧亚经济联盟”的对接, 为文化传播提供了顶层保障; 中俄电影节、莫斯科国际电影节等平台成为文化交流的核心载体。微观层面, 传播路径呈现“大众传播与专业传播”的双轨特征, 大众层面依托俄罗斯网络电视运营商SPB TV、网络新媒体(如“kinopoisk.ru”“kino mail.ru”“VseDoramy.ru”等网站)平台实现广泛覆盖(焦悦梅, 2019, p. 49), 专业层面则通过高校汉学专业的影视课程深化文化理解。从传播效果来看, 中国电影凭借鲜明的民族风格与先进的制作技术, 已吸引部分俄罗斯受众关注(吕丽, 2022, p. 39), 其中“动作”类型优势下降, “动画”类型的影响力正逐步提升, 而中俄合拍作品的接受度相对更高(唐媛媛, 孙楠, 2024, p. 16)。

中国电影在俄罗斯的传播仍面临两大核心问题: 其一, 文化折扣现象显著。由于中俄在语境文化、思维方式、审美取向等方面的差异, 部分承载高浓度文化符号的内容容易出现理解障碍。这一概念由柯林·霍斯金斯(Colin Hoskins)与罗尔夫·米尔苏斯(Rolf Mirus)提出(考林·霍斯金斯, 2024), 指导异质文化受众在接受不熟悉的文化产品时, 因语言、文化背景、历史传统差异导致兴趣与理解能力下降。其二, 现有研究存在明显缺口: 一方面, 受众研究偏向俄罗斯本土大众, 对来华俄罗斯留学生这一“中介群体”的关注完全缺位, 而该群体兼具中俄双重文化背景, 其接受情况直接影响跨文化传播的深度; 另一方面, 传播效能评估以量化宏观数据为主(如播放次数、渠道数量、类型偏好等), 缺乏对受众“情感共鸣、认知理解、价值认同”的层级化微观分析, 难以精准判断文化传播的实际落地效果。这两大缺口, 正是本研究的核心切入点。

三、研究设计与方法

本研究选取了13名来自广州某高校的俄罗斯留学生(其中男生3名, 女生10名)作为研究对象。这些留学生均具备中高级汉语水平, 且都观看过上述四部电影。作为“文化的边缘人”, 他们能够提供更具反思性的洞察。本研究的样本量符合质性研究“小样本、深挖掘”的样本规模原则。通过对这13名受访者进行深度访谈, 以实现信息饱和, 从而为后续构建“传播效能模型”提供充足的实证支撑。

本研究采用质性研究方法，秉持“半结构化深度访谈、弹性追问、聚焦个体体验”的原则（陈向明，2000）来收集数据。访谈提纲涵盖观影动机、文化符号辨识、情感共鸣点、意义理解障碍以及对中国印象变迁等维度。对访谈转录文本进行主题分析，通过开放式编码、轴心编码和选择性编码等步骤，提炼出核心主题，并构建理论模型。

四、研究发现：解码的层级、协商与裂痕

受访者对新国潮动画电影的“解码”过程并非均质化地接受或拒斥，而是一个呈现清晰层级的动态协商过程。其解码效能与三个关键维度密切相关：文化符号的语境浓度、叙事内核的普世性程度，以及传统元素现代转译的清晰度。研究发现可归纳为以下三个核心主题。

（一）以普世叙事与视觉奇观作为情感接口

研究发现，影片中基于人类共通情感的叙事内核与具有强视觉吸引力的美学奇观，最易跨越文化边界，实现高效传播。这部分“低语境”内容构成了传播的“情感接口”，能迅速建立受众的心理连接与初始理解。

在对《哪吒》的讨论中，主人公“反抗命运、追寻自我”的核心精神，以及关于家庭、友谊的普世主题，被几乎所有受访者精准捕捉并产生强烈共鸣。尽管对其神话设定（如“魔丸”与“灵珠”）的理解有限，但“我命由我不由天”所承载的个体主义精神，被学生们自然地类比于俄罗斯文化中“个人对抗体系”的英雄叙事。学生A表示：“这很像我们的英雄故事，不想被安排，要自己选择道路。”这表明，高度抽象化的普世价值观（如对自由的追求、对亲情与友情的珍视）几乎不产生文化折扣，能直接引发“主导式解码”。

同时，影片中高度风格化的视觉呈现成为重要的吸引力来源。学生们多次提及《哪吒》中“打斗场景非常精彩”“颜色和光很特别”，以及《白蛇》中“风景非常漂亮”、“服饰和发型非常美”。这种对“视觉奇观”的欣赏，是一种基于美学本能的接纳，它绕过了复杂的文化认知，直接作用于感官。例如，学生C在谈论《白蛇》中的场景时，将电影画面与自身旅游经历相联系：“我很喜欢他们在船上唱歌的场景……这样的风景就是中国的风景，很像阳朔……电影里如果有鸬鹚，就跟阳朔一样了。”由此可见，东方美学意象已然成为一种有效的国际语言，它能唤醒受众潜藏的文化记忆，引发情感共鸣，为更深层次的意义传递筑牢根基。

（二）高语境文化符号导致认知壁垒

与普世内容形成鲜明对照的，是那些深深扎根于中国特定历史、文学与哲学传统的“高语境”文化符号。这类内容筑起了传播中的主要“认知壁垒”，致使受访者出现理解难题、意义缺失或需进行额外的意义磋商。

这一现象在《小妖怪》的讨论中尤为明显。尽管所有学生都能理解“小人物努力工作”的表层故事，但对其作为《西游记》后现代解构的深层寓意，如对职场生态、社会规则的隐喻及中国式处世智慧，则普遍未能完全领会。当访谈者引导思考“孙悟空所赠猴毛代表机会”这一象征时，学生的回应多停留在情节表面。更重要的是，故事结尾所蕴含的讽刺与温情并存的中国式智慧（孙悟空识破谎言却施以慈悲），并未被完全感知。学生F的困惑颇具代表性：“为什么吃小孩的妖怪能得到

机会，英雄却没有？……我不喜欢这个结局。”这恰恰反映出其对故事批判性内核和复杂价值取向的理解存在偏差。

在《白蛇》涉及文化背景的讨论中，认知壁垒同样显著。学生们对“道教与佛教的区别”“佛塔的宗教意涵”“阴阳哲学”等概念表现出明显的陌生感。尽管访谈者根据学生已学习大量背景补充讲解（如讲解泰山封禅、中医理论），但学生反馈显示，这些知识更多是作为“新鲜信息”被零散接收，而非能有机融入其影片叙事理解的认知框架。例如，在讨论影片中的“葫芦”和“铃铛”时，学生仅将其视为有趣的中国式“道具”，对其在中国文化中作为“法器”或“祈福之物”的象征意义缺乏深层理解。

（三）意义协商：传统符号的现代转译与青年价值观

研究发现，传播效能最高的区域，并非纯粹的普世内容或纯粹的传统内容，而是位于二者交叠地带的“意义协商场”。在此场域中，电影对传统文化符号进行了成功的现代转译，并注入了鲜明的当代青年价值观，从而激发了受众主动的、批判性的“协商式解码”。

《哪吒》对“孝道”的重新诠释是典型例证。值得注意的是，受访学生在课堂学习中已接触过《子路负米》这类传统孝道故事。因此，他们在解读哪吒与父母（尤其是父亲李靖）的关系时，能够进行跨文化比较与反思：既能理解“父母牺牲生命保护孩子”的普世情感，又能辨识出东方家庭中内敛、严厉的独特表达。学生们并未全盘接受传统叙事中的“父权”形象，而是结合现代亲子观念进行协商，最终更认同哪吒个体意识的觉醒。同样，《小妖怪》中小猪妖面临的“善良”选择与“职场压力”，使学生能将其投射于自身经验。学生B将小猪妖的处境与“获得尊重”和“照顾家人”的需求相联系，并提及自己辅导妹妹、关怀父母的经历。这表明，现代青年普遍面临的个体尊严、家庭责任与现实压力等议题，成为有效的意义协商桥梁。

此外，电影在视觉层面对传统元素的现代化、潮流化改造，也显著促进了协商。例如，学生E和G对《白蛇》中人物“大眼睛、眼尾上扬”的造型印象深刻，并在访谈者引导下，将其与京剧脸谱的审美传统相联系。这种将古典美学特征转化为时尚视觉符号的实践，有效降低了传统艺术的“年代感”与“疏离感”，使其更容易被青年受众作为“酷”的、有设计感的当代审美元素来接受与欣赏。

通过对访谈资料的深入分析，本研究揭示出新国潮动画电影在来华俄罗斯留学生中的传播效能呈现一个三层动态结构：以普世情感与视觉奇观构成的“情感接口”层，实现了传播的初始吸引与破冰；以高浓度文史知识构成的“认知壁垒”层，标定了文化差异的客观存在与深度理解的挑战；而在二者之间，一个以“传统现代转译”和“青年价值共鸣”为核心的“意义协商场”最为活跃。该场域引导受众从被动的文化符号接收者，转变为主动的意义阐释者与对话者，从而实现最具深度的传播效果。

五、迈向文明互鉴的跨文化传播新路径

在全球化传播与文明交流互鉴的宏观理论视野下，研究不仅印证了经典传播学理论在特定文化语境下的表现，更关键的是，它揭示了新国潮动画作为“文化使者”，在“一带一路”人文交流框架下促进“民心相通”的内在机制。

（一）从文本解码到文明对话的机制阐释

研究为霍尔的“编码—解码”理论及“文化折扣”概念提供了具有时代性的中国案例注解，并将其分析维度从单纯的受众接受，拓展至“跨文明对话的微观实践”实践层面。研究发现，“主导式”“协商式”“对抗式”解码并非静态分布，其动态博弈过程恰恰勾勒出一条“文明互鉴的心理路径”。俄罗斯留学生对“普世价值”的接纳（主导式解码），构成了互鉴的“情感基础”；对高语境内容的困惑与质疑（对抗式解码），标识了文化他者性的客观存在，这本身即深度对话的起点；而最为活跃的“协商式解码”，则生动展现了文明互鉴的核心过程，它是受众基于自身文化前见，对异文化产品进行主动的、批判性的意义重混与价值再释。研究揭示的“意义协商场”是这一过程发生的关键界面，成功的跨文化传播不在于消除差异，而在于营造能让差异被看见、被讨论、并被创造性转化的文本空间。

研究将抽象的“文化折扣”现象操作化为与文本“语境浓度”及“转译效度”相关的可管理变量。纯粹视觉奇观和人类基本情感构成的内容，由于其直接性和普遍性，往往具有较低的“折扣率”；而依赖特定历史知识、文学典故或哲学观念的内容，如《西游记》中的讽喻传统或道教的阴阳思想，属于典型的“高语境”内容，其折扣率较高。更为关键的是，通过“现代性转译”，即将传统文化精髓置于个人成长、家庭伦理、爱情奉献、社会公平等现代性议题框架下进行叙事重构，能够有效降低高语境内容的理解门槛，甚至将潜在的“折扣”点转化为激发兴趣与深度探讨的“文化溢价”。这一发现超越了将文化差异简单视为障碍的悲观论调，指向了一种积极的、建设性的跨文化传播哲学，差异可以被管理，并转化为对话的资源。

（二）模型构建与服务“一带一路”人文交流的传播路径

研究构建面向文明互鉴的“三层动态效能模型”（见图 1）。该模型不仅描述了效能生成的层级，更旨在为以动画电影为媒介，在以俄罗斯为例的“一带一路”沿线国家的青年群体中深化人文交流、促进民心相通，提供一条清晰的实践路径。

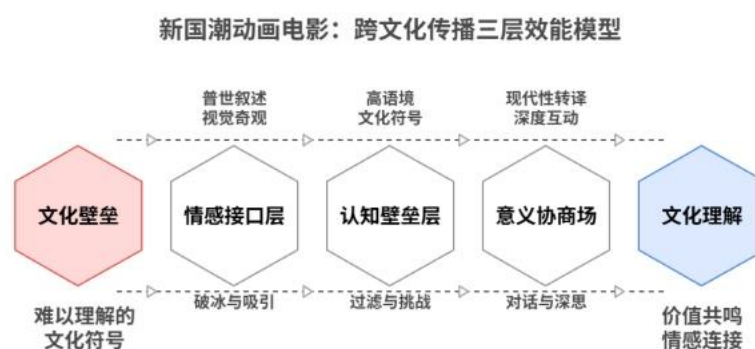


图 1. 跨文化传播三层效能模型

Figure 1. Three-tier effectiveness model of cross-cultural communication

该模型强调以“情感接口层”为起点，以“意义协商”为核心，以价值对话为旨归的螺旋式上升过程。在“一带一路”共商共建共享的原则下，文化传播同样需要遵循“共情、共商、共鸣”的

逻辑。模型的第一层，情感接口旨在通过视觉美学与人类共情达成“共情”，打破坚冰，建立基本的文化好感与亲近感。第二层，认知壁垒的客观存在，要求传播者必须正视并尊重文化差异，这恰恰是开启“共商”的前提，即承认彼此的不同，并愿意为理解这种不同而付出努力。第三层，意义协商场则是“共商”发生的实践场域，也是通向“共鸣”，即对彼此文化内核中精神价值的相互欣赏与理解的关键桥梁。

这一模型对推动中华文化“走出去”具有直接策略启示。第一，在“共情”层面，新国潮作品的海外推广，应首先突出其作为优秀“世界动画”的普世情感与极致视效，弱化其作为陌生“中国产品”的初始距离感，这与《教育部等七部门关于深入推进中华优秀传统文化传承发展 提高全民语言文化素养的意见》¹中“增强中华优秀传统文化的吸引力”的要求高度契合。第二，在“共商”层面，针对高语境文化符号，需创新配套传播手段。例如，结合影片开发面向海外青年的数字博物馆链接、短视频背景解读、互动式文化图谱等，将单向输送转变为双向探究，响应“开发汇聚多语种中国故事系列资源”与“强化数字赋能”的号召。第三，在“共鸣”层面，创作与研究的核心应聚焦于“意义协商场”的构建。这意味着需要深度研究“Z世代”全球青年的价值观公约数，将中华文化中的“仁爱”“自强”“和谐”等思想，转化为关于生态关怀、科技伦理、个体梦想、社会正义的当代故事。服务于“深化交流互鉴”“服务高质量共建‘一带一路’”以及“促进文明交流互鉴”的核心任务。

（三）研究局限与未来展望

本研究聚焦于来华俄罗斯留学生这一“深度接触者”群体，其结论揭示了理想条件下跨文化传播所能达到的深度与复杂机制，但在推广至更广泛的海外大众受众时需保持谨慎。未来研究可在两方向深化：一是开展跨国别比较研究，探究同一影片在中欧等不同“一带一路”区域受众中的解码差异，绘制精细化、区域化的文化接受图谱；二是进行纵向追踪研究，关注受众随着对中国语言文化学习的深入，其解码模式在三层模型中的动态演变轨迹，从而为国际中文教育与文化传播的协同发展提供实证依据。此外，宣发团队在特色化文化空间的首映礼、点映中，取得了较高的媒体和社交平台关注度（周晨，2025，p.65），这对形成电影的长尾效应也至关重要。

新国潮动画电影的跨文化之旅，是一条从视觉惊艳到情感触动，再到价值沉思的“文明互鉴微缩旅程”。它以实际行动证明，承载中华文明基因的当代文化产品，完全有能力在世界文明的百花园中，通过真诚的对话与智慧的转译，实现从“走出去”到“走进去”，直至“共生长”的深刻转变。这不仅是文化产业的成功，更是新时代中国积极参与全球文化对话、推动构建人类命运共同体的一次生动实践。

基金项目：陕西省教育学会 2024 年重点课题“中华优秀传统文化教育与民族精神培育研究”

（SJHZDKT202405-02）；广州新华学院 2025 年科研项目“生成式AI环境下大学生跨文化数字身份生成机制研究”（项目编号：2025KYYBSK03）。

¹ 教育部等七部门关于深入推进中华优秀传统文化传承发展 提高全民语言文化素养的意见 - 中华人民共和国教育部政府门户网站 http://www.moe.gov.cn/srcsite/A19/s7067/202601/t20260115_1426690.html.

Conflicts of Interest: The authors declare no conflict of interest.

ORCID

Sun Rong ^{ID} <https://orcid.org/0009-0001-6266-5628>

Zhang Nan ^{ID} <https://orcid.org/0009-0005-0897-4912>

Sun Ao ^{ID} <https://orcid.org/0009-0008-1806-1166>

References

- 蔡骥、刘嘉佳（2023）：“中国Z世代的媒介形象建构及其反思”，《湖南大学学报（社会科学版）》（03）：142-148。
- [Cai Qi, Liu Jiajia (2023). “Media Image Construction and Reflection of Generation Z in China.” *Journal of Hunan University (Social Sciences)* (03):142-148. DOI: <https://doi.org/10.16339/j.cnki.hdxbskb.2023.03.019>.]
- 陈向明（2000）：《质的研究方法与社会科学研究》。教育科学出版社。
- [Chen Xiangming (2000). *Qualitative Research in Social Sciences*. Educational Science Publishing House.]
- 付茜茜（2023）：“新国潮：消费语境下中华传统文化的潮流形态”，《学习与实践》（05）：121-131。
- [Fu Qianqian (2023). “New China-Chic: The Trend Pattern of Chinese Traditional Culture in the Context of Consumption.” *Study and Practice* (05):121-131. DOI: <https://doi.org/10.19624/j.cnki.cn42-1005/c.2023.05.011>.]
- Hoskins, C., McFadyen, S., & Finn, A. (2000). *Global Television and Film: An Introduction to the Economics of the Business*. Canadian Journal of Communication.
- 焦悦梅（2019）：“中国影视在俄罗斯的传播及建议”，《传媒》（07）：49-51。
- [Jiao Yuemei (2019). “The Dissemination and Suggestions of Chinese Films and Television Programs in Russian.” *Media* (07): 49-51.]
- 吕丽（2022）：“文化共生语境下中国电影的俄罗斯传播”，《电影评介》（02）：39-42。
- [Lv Li (2022). “Russian Communication of Chinese Films in the Context of Cultural Symbiosis.” *Film Review* (02): 39-42. DOI: <https://doi.org/10.16583/j.cnki.52-1014/j.2022.02.004>]
- 唐媛媛、孙楠（2024）：“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”，《电影文学》（10）：16-22。
- [Tang Yuanyuan, Sun Nan (2024). “Research on the Current Situation of Chinese Films' Distribution in Russia - Based on Empirical Analysis of the Russian Film Review Website KinoPoisk.” *Movie Literature* (10): 16-22.]
- 陶洋、李彩霞（2025）：“近十年中国主流电影发展与创作特征研究”，《现代传媒研究》（01）：57-64。
- [Tao Yang, Li Caixia (2025): “A Study on the Development and Creative Characteristics of Mainstream Chinese Films in the Past Decade.” *Modern Media Studies* (01): 57-64. DOI: <https://doi.org/10.64058/MMS.25.1.05>.]
- 曾一果、梁思璇（2024）：“再造传统：Z世代的‘新国潮’传播及其文化价值重构”，编辑之友(09):22-30。
- [Zeng Yiguo, Liang Sixuan (2024). “Reinventing Tradition: The Communication of the New ‘China Chic’ and the Reconstruction of Its Cultural Value among Generation Z.” *Editorial Friend* (09): 22-30. DOI: <https://doi.org/10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2024.9.003>.]
- 周晨（2025）：“时光的等待：纪录电影《小园林》的影像力度与传播策略”，《现代传媒研究》（01）：65-71。
- Zhou Chen (2025): “The Waiting of Time: The Impact and Communication Strategy of the Documentary Film *Little Garden*”, *Modern Media Studies* (01): 65-71. DOI: <https://doi.org/10.64058/MMS.25.1.06>.]