

印度神话题材电影《巴霍巴利王》的跨文化接受研究

张竞元¹, 井兴龙^{2*}

(¹ 天津财经大学 人文学院, 天津 300222; ² 电子科技大学 外国语学院, 四川 成都 611731)

摘要: 本文以印度神话电影《巴霍巴利王》为案例, 通过对比分析各地区票房、电影评分及影评数据, 结合文本细读, 探究影片传播效果和接受程度, 并讨论影片在叙事、视觉与符号层面采用的全球化改编策略。此外, 影片中神话元素的展现体现出一种双重性: 既作为建构印度文化主体性与电影工业自信的方式, 以抵抗西方的文化凝视; 又在一定程度上迎合东方主义对于异域奇观的想象。这种双重性揭示了非西方电影在全球化进程中, 为实现有效跨文化传播所采取的文化内核与表层策略之间的平衡。本研究为理解非西方电影工业的文化输出路径, 以及跨文化接受中的复杂性与矛盾性提供了具体分析。

关键词: 宝莱坞; 印度神话; 跨文化接受; 《巴霍巴利王》

DOI: <https://doi.org/10.71411/xw.2025.v1i1.1170>

A Study on the Cross-Cultural Reception of the Indian Mythological Film *Baahubali*

Zhang Jingyuan¹, Jing Xinglong^{2*}

(¹ Tianjin University of Finance and Economics, School of Liberal Arts, Tianjin 300222, China; ² University of Electronic Science and Technology of China, School of Foreign Languages, Chengdu, Sichuan 611731, China)

Abstract: This study employs the Indian mythological film *Baahubali* as a case study to investigate its cross-cultural communication and reception through a comparative analysis of regional box office performance, film ratings, and audience reviews, integrated with a close reading of the text. It further examines the globalization strategies deployed across narrative, visual, and symbolic dimensions. The representation of mythological elements in the film exhibits a marked duality: on one level, it functions as a vehicle for constructing Indian cultural subjectivity and consolidating the self-confidence of its film industry, thereby resisting the Western cultural gaze; on another, it simultaneously caters to Oriental fantasies of exotic spectacle. This duality reveals the strategic balance between a culturally substantive core and adaptive surface strategies that non-Western films must negotiate to achieve effective cross-cultural communication within the dynamics of globalization. This study offers an analytical framework for understanding the cultural export pathways of non-Western films and sheds light on the complexities and inherent contradictions of cross-cultural reception.

作者简介: 张竞元 (2002-), 女, 硕士, 天津河西, 研究方向: 国际传播、区域国别研究

井兴龙 (2002-), 男, 硕士, 四川成都, 研究方向: 南亚研究、文化研究

通讯作者: 井兴龙, 通讯邮箱: 2017934059@qq.com

Keywords: Bollywood; Indian mythology; Cross-cultural reception; *Baahubali*

引言

作为印度主流电影的代名词，宝莱坞（Bollywood）在世界范围内取得了令人瞩目的成就，并在电影和文化领域呈现出地方与全球之间的复杂互动^[1]。近年来，印度电影凭借其独特的叙事风格与视觉语言，持续推动文化“软实力”输出，其中印度神话题材电影《巴霍巴利王》系列影片资金与技术投入空前，其在国内与国际均反响空前。因此，这部影片已经超越了电影本身的意义，进而成为一种里程碑式的象征^[2]，成为研究跨文化传播现象的典型案列。当前，国内外关于印度电影海外传播的研究多集中于产业分析、叙事比较或文化符号的浅层解读，缺乏跨文化传播数据与文本的实证分析研究。本文通过对该影片在跨文化传播中的量化数据与实证文本进行分析，探讨印度电影在跨文化语境中的传播机制与接受逻辑，也指出其跨文化传播中所面临的矛盾，期望为非西方电影的全球化道路提供一定参考。

1 《巴霍巴利王》跨文化传播数据

1.1 影片介绍

印度电影一直在南亚次大陆顺利地发展，因其固有的国族特色、庞大的观众群、世界之首的高产量以及居高不下的本土市场份额，使其成为好莱坞电影之外的一种重要的民族电影工业的代表，创造了民族电影成功发展的一种路径^[3]。21 世纪以来，印度电影作为在全球电影版图中常居前十大市场之列的重要力量之一，保持了历史优势并呈现出持续上扬的发展势头^[4]。随着《神秘巨星》《摔跤吧！爸爸》等影片纷纷上映，新时期宝莱坞电影获得票房和口碑的双赢^[5]，这类现实题材的影片都属于“北印度电影”。以《摔跤吧！爸爸》为例，在以弱胜强、逆转获胜的情节背后，电影表现出对传统与现代、本土与西方的深刻思考，反复提示着，取胜的关键不在于模仿西方和盲信现代，而在于对印度文化的自信坚持，以及挖掘本土传统资源并将之转化为新的文化优势^[6]。

还有一类“南印度电影”在印度本土有很大的影响力，这类电影往往场面宏大、歌舞丰富、脑洞大开，《巴霍巴利王》系列就是典型的代表作^[7]。《巴霍巴利王》系列分为上下两部，分别是 2015 年上映的《巴霍巴利王：开端》和 2017 年上映的《巴霍巴利王 2：终结》。《巴霍巴利王：史诗》是为纪念《巴霍巴利王》系列诞生十周年推出的纪念剪辑版，将 2015 年的《巴霍巴利王：开端》与 2017 年的《巴霍巴利王 2：终结》重新剪辑合并为完整史诗篇章，于 2025 年 10 月 31 日在印度和美国上映。影片沿用原系列演员阵容，采用泰卢固语、泰米尔语、印地语及马拉雅拉姆语四语版本制作。导演通过重构叙事结构，将原本两部独立影片整合为连贯的叙事整体。

《巴霍巴利王》系列影片以古印度摩喜施末底王国为背景，讲述了巴霍巴利文武双全且心怀仁善，本是王位最佳人选，却因坚守爱情、品性纯良，遭野心勃勃的弟弟巴拉迪瓦与父亲联手构陷，被太后误赐死。他刚出生的儿子施瓦幸得忠仆保全，在民间山野被抚养成人，天生神力的他自幼执着攀爬高崖，成年后意外拾得母亲信物，才从老臣口中得知自己的身世真相。随后他毅然集结正义力量与受苦百姓，一路披荆斩棘杀入王宫，救出被囚禁二十五年的母亲，亲手终结巴拉迪瓦的残暴统治，重现巴霍巴利家族的无上荣光。

1.2 数据选取

本文统计了目前为止《巴霍巴利王》系列上映三部影片票房数据，分别有印度本土票房、北美票房、国际票房、全球总计票房以及影片制作成本，如表 1 所示。

表1 《巴霍巴利王》系列影片的票房数据

影片	《巴霍巴利王：开端》 (2015 年上映)	《巴霍巴利王 2：终结》 (2017 年上映)	《巴霍巴利王：史诗》 (2025 年上映)
印度票房	5 亿卢比	2018 万美元	103.9 万美元
北美票房	约 5 亿卢比	2200 万美元	/
国际票房	约 60 亿卢比	2.3 亿美元	24.8 万美元
全球票房	65 亿卢比	2.5 亿美元	128.7 万美元
制作成本	17 亿 5 千万卢比	约 4000 万美元	前两部剪辑完成

在影片评价方面，本文选取《巴霍巴利王》在 IMDb 和烂番茄（Rotten Tomatoes）两个平台的评分数据，如表 2 所示。在 IMDb 平台上，三部影片评分均超过 8.0 分，表现优异；在烂番茄平台上，不论是影评人评分还是观众评分也都有出色的表现。值得一提的是，《巴霍巴利王：史诗》在烂番茄平台上的影评人评分更是达到了 100 分满分。为进一步了解西方媒体对该影片的详细评价，本文收集了《纽约时报》（The New York Times）和《综艺》（Variety）两家典型西方媒体对《巴霍巴利王：史诗》的影评全文作为分析对象。

表2 《巴霍巴利王》系列影片的评分数据

影片	《巴霍巴利王：开端》 (2015 年上映)	《巴霍巴利王 2：终结》 (2017 年上映)	《巴霍巴利王：史诗》 (2025 年上映)
IMDb 评分	8.0/10	8.2/10	8.3/10
烂番茄评分 (影评人)	91/100	88/100	100/100
烂番茄评分 (观众)	85/100	86/100	95/100

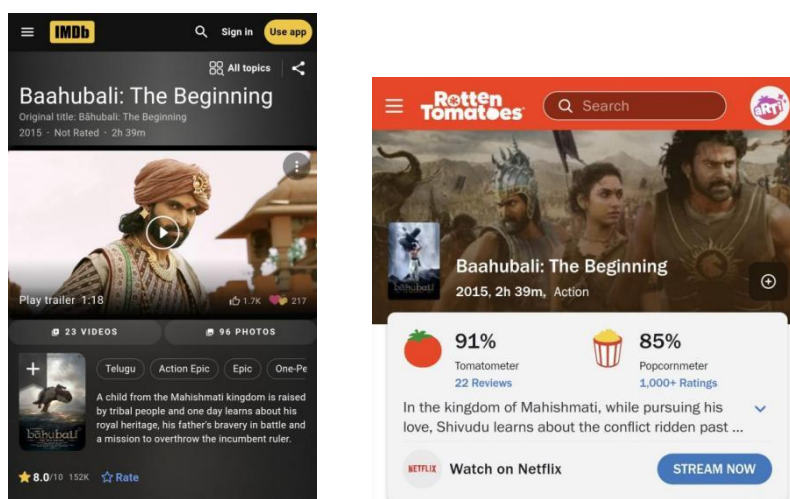


图 1 《巴霍巴利王：开端》在 IMDb 和烂番茄平台上的评分

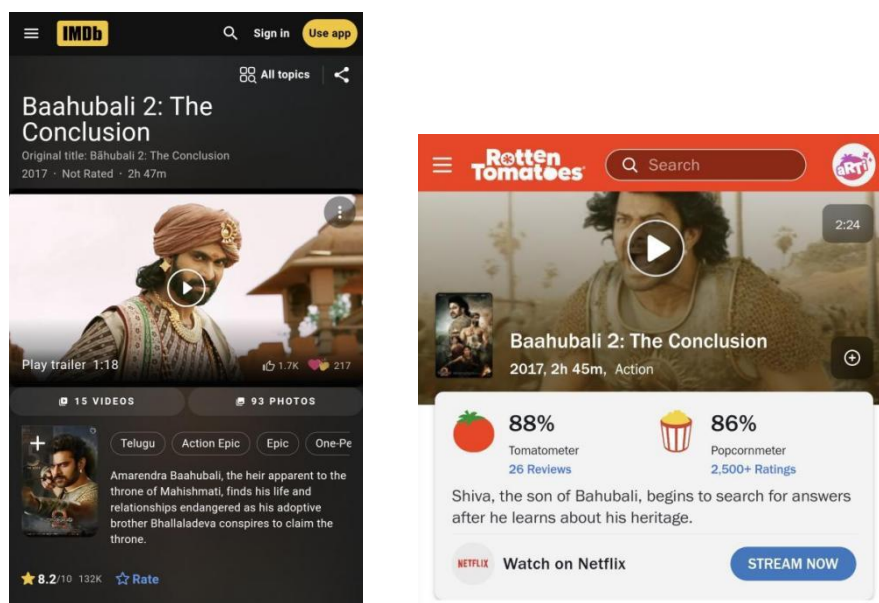


图 2 《巴霍巴利王 2：终结》在 IMDb 和烂番茄平台上的评分

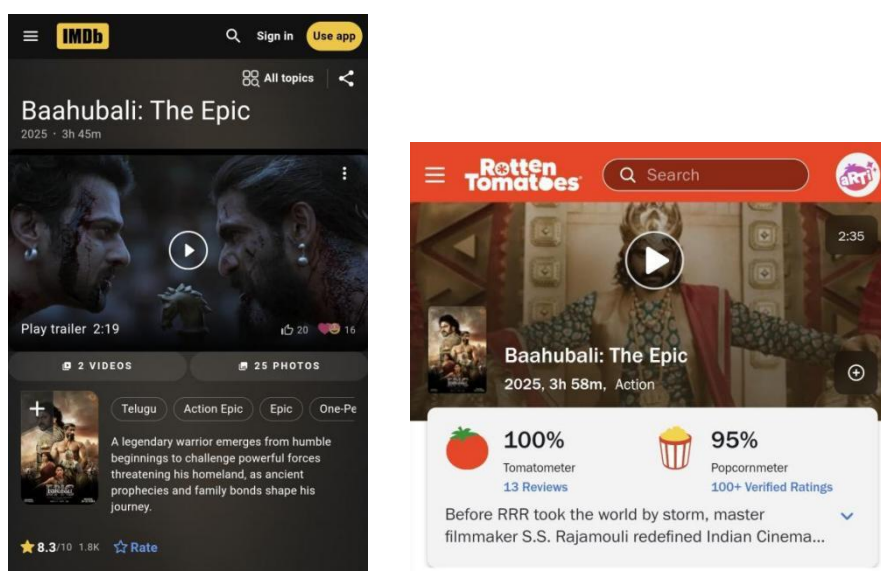


图 3 《巴霍巴利王：史诗》在 IMDb 和烂番茄平台上的评分

在《纽约时报》对《巴霍巴利王：史诗》的影评中，影评人不仅肯定了影片的娱乐价值，更将其置于当下政治语境中进行解读。文中指出，“皇家士兵卡塔帕（萨蒂亚拉吉饰）那致命的忠诚，在我们这个充满政治紧张的时代，显得更具冲击力”，这一表述将角色卡塔帕的绝对忠诚与现实政治的张力相勾连，暗示这种对权力的盲从在当代政治话语下具有一定的警示意义。与此同时，影评提到影片“将他分为上下两部的动作史诗……整合为一部节奏明快、令人尽兴的影片”，点明了导演拉贾穆里将两部作品重构为连贯叙事的成功尝试；而“融合了拉贾穆里的 CGI 特效技艺、场面调度与富有创意的导演表现力”的评价，则进一步揭示了导演在视觉奇观营造与叙事节奏把控上的艺术特质，使得这部重映的史诗作品既以视听盛宴吸引观众，又借角色命运引发对权力与忠诚的深层反思。

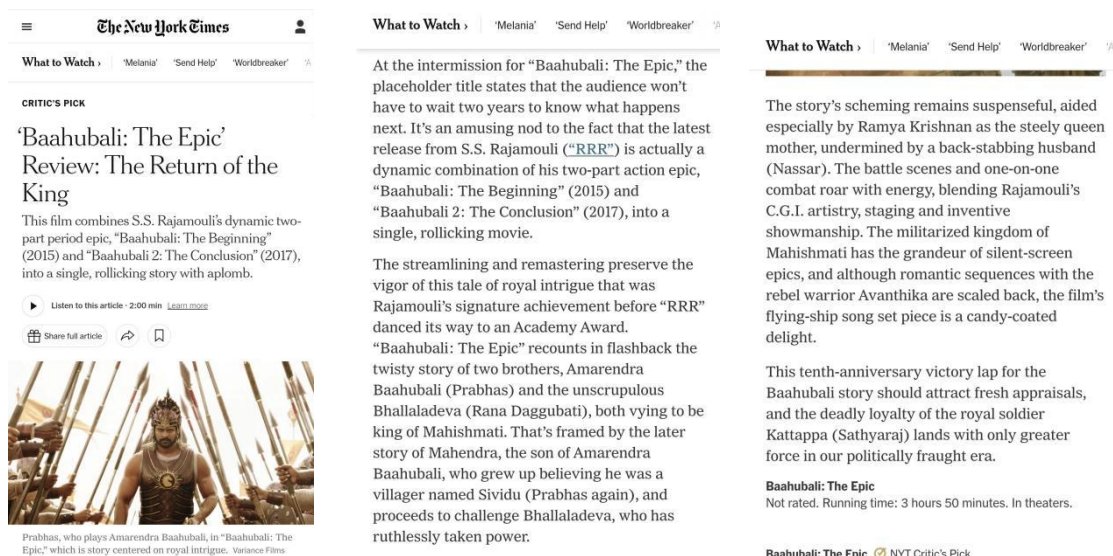


图 4 《纽约时报》(The New York Times) 影评人评论全文

在《综艺》杂志对《巴霍巴利王：史诗》的影评中，影评人不仅肯定了影片的艺术成就，更将其置于印度电影产业发展的宏观语境中进行解读。文中写道：“比生命更宏大，比想象更壮阔”，精准概括了这部近四小时影片的史诗气质；“《巴霍巴利王：史诗》浓缩了 S.S.拉贾穆里那部改变行业格局的动作双部曲《开端》与《终结》的镜头，但保留了导演的创作愿景与令人心跳加速的视觉盛宴”，点明了影片在整合重构中对核心内涵的坚守；而“在它们最初上映时，这些宏大的时代传奇彻底改写了印地语宝莱坞产业，不可逆转地改变了印度主流电影的面貌”，则明确了该系列对印度电影产业的颠覆性影响，揭示其不仅是商业成功，更是推动印度电影走向全球的关键节点，为后续《RRR》的全球成功奠定了基础。

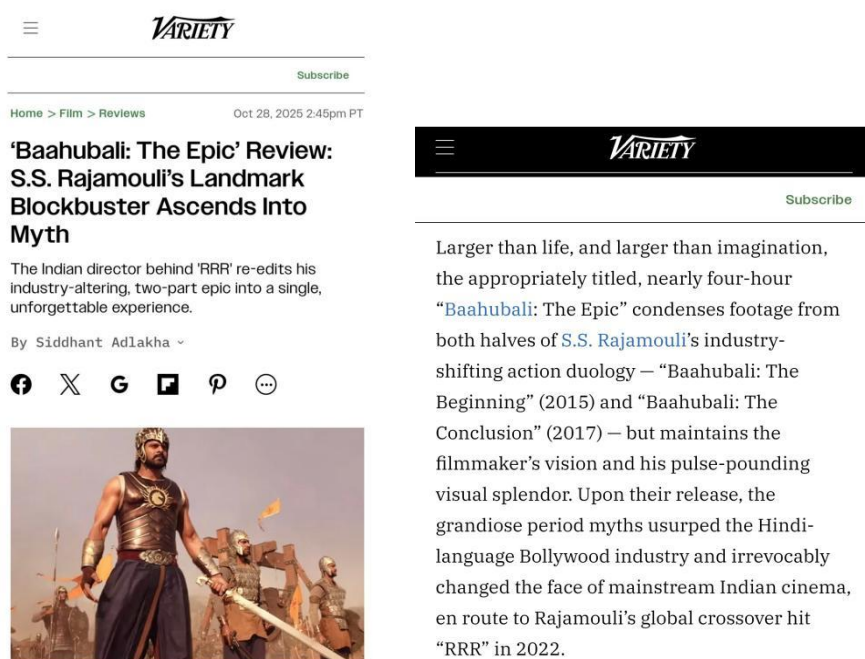


图 5 《综艺》(Variety) 影评人评论全文

1.3 分析与归因

在票房方面,该系列呈现出显著的阶段性差异。首部《巴霍巴利王:开端》(2015)全球票房为 65 亿卢比,其中国际票房占比约 92.3% (约 60 亿卢比),表明该片在印度本土以外的市场获得了广泛接受。第二部《巴霍巴利王 2:终结》(2017)全球票房增至 2.5 亿美元,其中北美票房贡献 2200 万美元,国际票房达 2.3 亿美元,进一步证实该系列在欧美等主流电影市场的渗透力持续增强。然而,第三部《巴霍巴利王:史诗》(2025)的全球票房仅为 128.7 万美元,这一数据显著低于前作,原因是该影片为前两部剪辑而成,并非全新的作品,并且仅在印度和美国上映。系列的重制或汇编版本,因而在院线发行规模、市场定位与观众认知方面与前两部原创作品存在本质差异,导致票房表现不具备直接比较性。

在口碑评价方面,该系列影片在主流评分平台上均维持较高水准,且呈稳步上升趋势。IMDb 评分从 8.0 分(开端)、8.2 分(终结)提升至 8.3 分(史诗),烂番茄影评人评分从 91 分、88 分升至满分 100 分,观众评分也从 85 分、86 分提高至 95 分。这表明该系列在叙事完整性、视觉呈现与文化表达方面持续获得全球观众与专业影评人的认可。特别值得注意的是,《巴霍巴利王:史诗》在烂番茄平台获得影评人满分评价,反映出其在艺术重构、技术修复等方面达到了较高的完成度,引发如《纽约时报》《综艺》等西方主流媒体的良好评述,进一步佐证其在跨文化传播中所获得的专业肯定与接受。

综上所述,《巴霍巴利王》系列在商业表现与艺术评价之间呈现出明显分野:前两部通过高投入与国际化发行策略,成功实现全球票房与口碑的双重增长;而第三部虽在评分体系中达到顶峰,但其票房数据因作品属性与发行策略的不同而显著偏低。这一差异印证了电影产业中作品类型、市场定位与发行渠道对商业回报的关键影响,同时亦说明高质量的内容制作能够在不同文化语境中获得持续稳定的评价认可。

2 《巴霍巴利王》神话叙事策略

2.1 叙事层面

《巴霍巴利王》的叙事改编没有走全部西化或固守传统的极端,其呈现出高度成熟的类型化特征,在借鉴了以美国好莱坞电影为代表的类型化电影叙事手法的同时,也充分保留了印度民族电影的叙事艺术特色^[8]。印度史诗《摩诃婆罗多》《罗摩衍那》中缠绕的宗族纷争、宗教教义阐释,在影片中被提炼为具有跨文化穿透力的核心主题——英雄对正义的坚守、在亲情与使命间的抉择、从无名之辈到族群领袖的身份蜕变。摩晒陀·巴霍巴利的人物成长线具备完整且清晰的叙事结构,依次呈现为弃婴流落民间的初始境遇、历经世俗磨难后觉醒自身身世的转折节点、依托个人勇气与智慧实现阶层与身份的双重逆袭、最终完成族群复仇并加冕称王的结局闭环。这一结构与《狮子王》《指环王》等全球性文本中的英雄旅程形成隐性的叙事呼应,契合跨文化受众对“天命英雄”叙事模型的心理预期,从而降低文化认知门槛,促进异质文化语境下的故事接受。

同时,影片对印度文化中的抽象概念进行了去晦涩化处理。“业报轮回”不再是深奥的宗教教义,而是嵌入反派巴拉迪瓦因贪婪残暴最终自食恶果的情节逻辑中。“法”(Dharma)与“利”(Artha)的辩证关系,则通过巴霍巴利面对强权时不屈从、始终维护民众利益的行为选择得以具象呈现。对于可能造成跨文化理解障碍的细节,如繁复的神祇谱系、特定仪式的象征意涵,影片采取弱化或省略策略,转而强化善必胜恶、因果有报等普世价值共识。这种处理并非文化妥协,而是一种叙事翻译:以世界观众可理解的故事语言,传递印度文化的精神内核,实现本土性与全球性在叙事层面的融合。

2.2 视觉层面

在视听语言层面,《巴霍巴利王》是典型的“视觉奇观式”电影。《巴霍巴利王》获第10届亚洲电影大奖(2016)最佳视觉效果提名,其堪称印度历史上制作费用最高的电影,整体耗资约1.6亿元人民币^[9]。在神话场景的打造上,影片没有局限于印度电影传统的视觉表达,而是主动对接全球奇幻电影的工业标准,始终致力于本土文化景观的深度挖掘与具象化呈现,并将其转化为具备直观感知性的跨文化视听系统。

在动作设计层面,影片融合印度传统卡塔克舞(Kathak)的韵律逻辑与本土武术(如卡拉里帕亚特)的攻防招式,以卡塔克舞灵动的步法节奏、舒展的肢体律动为基底,赋予战斗动作兼具力量感与艺术美感的表达形态。战斗场景则通过兵器交击的写实音效、环境音与地域特色配乐的多维融合构建叙事节奏,既凸显史诗战斗的视听张力,又强化了动作设计的地域艺术辨识度。

在空间场景塑造层面,作为核心叙事空间的摩喜施末底王宫,创作者采用全景镜头与特写镜头的交替切换技法。全景镜头展现建筑的规模形制与整体布局,凸显印度传统建筑的恢弘气势;特写镜头聚焦雕饰繁复的廊柱、色彩厚重的宗教壁画与层次丰富的穹顶结构,细致呈现本土建筑的精巧工艺与文化寓意。

在文化内涵层面,影片将印度十胜节火祭仪式、传统重工刺绣纱丽等标志性文化元素以高饱和度色彩体系与强视觉冲击力的构图策略进行影像化表达。其中,十胜节火祭仪式被具象为正义战胜邪恶的叙事,成为承载印度宗教伦理的视觉载体;提婆犀那等核心女性角色身着重工刺绣纱丽,以繁复的传统纹样与艳丽的色彩搭配,构成地域服饰文化的符号表征,二者均无需依赖语言阐释即可传递核心文化内涵,有效降低跨文化传播中的理解壁垒。

综上所述,影片通过影视技术国际化与叙事内容本土化,使视听呈现既契合全球受众的通用审美认知模式,又深植于印度本土文化根基,最终实现跨文化传播的普适性与地域文化独特性的融合。

2.3 符号层面

首先,影片着力突出承载印度文化核心内涵与信仰体系的符号。例如,主人公巴霍巴利始终佩戴的湿婆神项链、祭祀仪式中频繁出现的林伽(Lingam)等物象,直接指涉印度教的主神崇拜与宗教实践,成为贯穿叙事的信仰符号。主要女性角色身穿的纱丽(Sari)、男性角色的库尔塔(Kurta)与头巾等服饰,则持续传递印度传统服饰文化的视觉特征,成为角色文化身份的外显标识。这些符号并非孤立存在,而是在剧情进程中反复呈现,形成一套具有连贯性的文化符号序列,潜移默化地引导观众感知印度文化的核心。

其次,针对地域性过强、可能阻碍跨文化传播的符号,影片采取了淡化或改编策略。例如,影片对白采用印度主流语言的通用标准形式,核心为泰卢固语,并同步发行印地语等多语言版本,规避各语种内的地方方言变体,以降低本土跨区域理解门槛。全球发行版本辅以英语字幕,适配国际观众。影片中出现的小众部族习俗仪轨,均作为世界观背景元素简略呈现,未展开独立的仪式叙事,仅以场景、服饰等形式点缀,服务于剧情与世界观构建,避免因文化信息过于陌生而导致海外观众产生隔阂。该处理并非消解文化真实性,而是通过筛选与重组文化符号,拓展叙事的传播广度。

最后,影片注重符号在叙事进程中的动态转换。某些符号并非仅作为文化标识静态存在,而是在情节推进中逐渐累积情感与叙事意义,成为推动故事发展与角色塑造的关键要素。例如,巴霍巴利所持的家族宝剑最初是身份与权力的象征,随着剧情展开,它逐渐转化为正义、复仇与传承的叙事载体。提婆犀那的纱丽色彩与纹样亦随其处境与角色成长发生细微变化,视觉化地呼应其心理轨迹与命运转折。这种符号的意义流动,使其在跨文化语境中仍能凭借叙事逻辑与情感张

力被观众理解与共情，而不完全依赖文化背景知识。

综上所述，《巴霍巴利王》通过核心文化符号的强化、地域性符号的淡化以及符号在叙事中的动态转换，构建了一套层次分明、适配多元受众的符号体系。该策略既保持了印度文化的本体特征，又有效降低了跨文化传播中的认知负荷，体现出影片在文化表达与全球传播之间的平衡。

3 西方凝视与东方主义想象

3.1 反抗西方凝视

《巴霍巴利王》中的神话元素，是印度电影工业对西方中心主义凝视的一次隐性反抗。长期以来，全球神话电影的叙事话语权被好莱坞主导，非西方电影在这一类型中常被贴上“模仿者”“边缘产品”的标签，而印度电影更是被固化为低成本、载歌载舞、剧情夸张的刻板印象。《巴霍巴利王》的创作没有陷入对西方电影的跟风模仿，而是扎根于印度本土神话传统与文化记忆。巴霍巴利在瀑布边修行的场景，灵感源自湿婆神在喜马拉雅山苦行的传说，那种与自然相融、历经磨难获得神力的设定，区别于好莱坞电影中的叙事逻辑；宫殿中飞天的雕塑、神灵降下的祝福、英雄与生俱来的神力，这些元素都能在印度教神话、民间传说中找到源头，构建出一套独立于西方话语体系的非西方叙事。

此外，影片以工业化的制作水准呈现这些本土文化元素，用实际创作打破了西方对印度电影工业的偏见。影片的特效团队整合了印度本土技术力量与国际制作经验，花费数年时间打磨神话场景的细节，仅万人大战一场戏就动用了数千群众演员与大量CG特效合成，其制作规模与技术水准丝毫不逊色于同期好莱坞奇幻电影。这种以本土神话为内核、以国际技术为支撑的创作模式，不仅展现了印度电影工业的自主创作能力，更彰显了印度文化的表达自信——它不再需要通过西方的审美标准来证明自身价值，而是以自身的文化逻辑构建神话世界，向全球受众传递印度视角的文化认知，这种对文化主体性的坚守，正是对西方文化霸权的有力反抗。

3.2 迎合东方主义想象

在新自由主义语境下，多产的影视制作传统被看作是本土独创性的典范和经济发展的原动力^[10]。为了降低文化折扣、实现更广泛的受众覆盖，《巴霍巴利王》的神话元素也带有迎合东方主义想象的特质。萨义德（Edward Said）在《东方主义》（Orientalism）中指出，西方世界长期以来将东方建构为“神秘、原始、充满异域风情”的他者，这种认知框架已经内化为西方受众的文化惯性。《巴霍巴利王》精准捕捉到这一传播痛点，对神话元素进行了异域化、奇观化的处理。影片中的宗教仪式被转化为充满视觉冲击的奇幻场景：祭祀时祭司挥舞火焰、口中念诵咒语，圣水洒落瞬间就能治愈伤痛，这种呈现方式弱化了宗教仪式背后的信仰内涵与文化意义，转而强化其神秘莫测的异域特质。巴霍巴利的神力被表现为超自然的东方魔力，他无需经过系统训练就能徒手对抗猛兽、力敌千军，这种与生俱来的神奇力量，恰好契合了西方受众对东方人拥有神秘能力的想象。古代印度的君主制社会被描绘为专制而浪漫的乌托邦，国王拥有至高无上的权力，英雄与公主的爱情充满宿命感与戏剧冲突，这种对社会结构的简化呈现，满足了西方受众对东方封建王朝的猎奇心理。

影片将复杂的印度文化拆解为“神话+歌舞+奇观”的标签化组合，这种处理方式虽然降低了西方受众的理解门槛，却也牺牲了文化的深度与复杂性。那些蕴含在神话元素背后的哲学思辨、宗教教义、社会伦理，都被简化为直观的视觉奇观，成为供西方受众浅层消费的文化符号。从传播策略上看，这种迎合是必要的，它让影片能够顺利进入西方市场，获得商业上的成功。但从文化传播的本质来看，它又带有一定的妥协性，没有真正让西方受众理解印度文化的深层内涵，只是强化了既有的东方主义认知框架，这种为传播而简化的策略，是跨文化传播中难以回避的现实选择。

3.3 双重性的共生逻辑

神话元素的反抗性与迎合性并非相互对立,而是形成了一种表层适配与内核坚守的共生逻辑,这种逻辑背后是印度电影在全球化进程中积累的生存智慧。反抗西方凝视是影片的核心诉求,它关乎文化身份的认同与文化主体性的坚守。在全球文化格局中,非西方电影很容易陷入“要么被西方同化、要么被边缘化”的困境,而《巴霍巴利王》通过奇幻元素扎根本土神话,始终保持着文化的独特性——它的世界有自己的文化源头、价值逻辑与审美标准,这种独特性让它在全球奇幻电影中脱颖而出,也让印度文化能够以独立主体的身份参与跨文化对话,而不是作为西方文化的附属品被接受。

迎合东方主义想象则是影片的现实选择,它关乎传播效果的实现与商业价值的达成。跨文化传播的最大障碍在于文化差异造成的理解隔阂,若一味坚守本土文化的纯粹性,拒绝任何形式的适配,影片很可能陷入“叫好不叫座”的困境,无法实现文化传播的初衷。《巴霍巴利王》的成功之处在于,它没有将迎合视为对文化的背叛,而是将其作为一种传播桥梁——通过满足西方受众的东方主义想象,让影片能够顺利进入西方市场,获得更多的曝光机会;在受众被视觉奇观吸引的同时,再潜移默化地传递印度文化的核心价值。这种表层迎合与内核坚守的平衡,既避免了因过度本土化而导致的传播封闭,也避免了因完全西化而丧失文化身份;既实现了商业上的成功,又完成了文化输出的目标。

从更宏观的视角来看,这种双重性并非《巴霍巴利王》独有的现象,而是非西方电影全球化传播的普遍困境与必然选择。它反映了非西方文化在与西方文化博弈过程中,既想坚守自身主体性、又想实现广泛传播的矛盾心态。《巴霍巴利王》尽力在商业传播与文化表达之间寻找平衡,这种共生逻辑不仅为印度电影的跨文化传播提供了经验,也为其他非西方电影工业的全球化发展提供了借鉴。

4 结语

通过对《巴霍巴利王》跨文化传播数据与文本的实证分析,本文揭示出印度神话题材电影在全球传播中所采取的一种复合型文化策略。这种策略既非单纯的文化根基坚守,也非完全迎合他者期待的自我异化,而是在叙事重构、视觉呈现与符号选择上寻求本土文化内核与全球化表达之间的平衡。影片在印度本土与欧美国际市场的接受效果分析,展示了全球文化交往中“中心”与“边缘”话语权的复杂博弈,非西方电影在全球化传播中难以摆脱“自我言说”与“他者期待”之间的冲突。

印度通过工业与技术自信所展现的文化主体性,客观上构成对西方电影美学与文化霸权的一种回应。然而,其部分被海外市场所热衷的“神话奇观”,又不可避免地落入了东方主义的解读框架。全球化对电影艺术和产业有很大影响,全球化进程中世界的变化为电影提供了许多新的题材^[1]。这种传播与接受之间的张力,恰恰说明非西方文化产品的全球化之路,往往需要在自我表达与他者想象、文化真实性与传播有效性之间做出持续的策略性调适。

本文为观察印度神话题材电影乃至更全球南方文化输出提供了一个案例参考。未来研究可进一步结合受众访谈、媒介话语分析等方法,深入揭示不同地域观众具体的接受心理与意义生产机制,从而在更细致的层面上理解文化传播中的共鸣、误解与创造性表达。在全球化与本土化交融越发紧密的当下,如何讲述既能触动本土情感、又能促成跨文化对话的故事,仍是各国电影人共同面临的持久命题。

参考文献:

- [1] 梁君健,苏筱.从宝莱坞到流媒体:印度电影的“全球在地化”实践[J].当代电影,2022(03):79-87.

-
- [2] 赵可佳.《巴霍巴利王》中印度音乐风情软性与硬性内核差异性的对照分析[J]. 电影评介, 2016(18): 110-112.
- [3] 谭政. 印度电影的海外输出与软实力建构[J]. 电影新作, 2024(06): 81-93.
- [4] 张燕, 林铄冰. 近年来印度电影现状观察[J]. 电影文学, 2025(09): 4-12.
- [5] 赵琼. 新时期宝莱坞电影的跨文化传播[J]. 电影文学, 2020(13): 50-52.
- [6] 陈良栋. 印度电影的反殖民叙事与民族想象[J]. 电影艺术, 2024(03): 136-143.
- [7] 印度票房冠军《巴霍巴利王 2: 终结》定档5月4日预告[J]. 数码影像时代, 2018(05): 107.
- [8] 阮若曦. 论《巴霍巴利王》所呈现的印度神话题材电影之艺术特征[J]. 戏剧之家, 2021(04): 170-171.
- [9] 肖堯. 印度电影中珠宝首饰艺术的装饰美学解读——以《巴霍巴利王》为例[J]. 天工, 2021(03): 29-31.
- [10] 孙林. 现实批判与文化坚守: 印度电影中歌舞元素的叙事研究[J]. 电影文学, 2025(04): 84-88.
- [11] 王静. 南亚移民电影: 女性导演的跨国书写[J]. 世界电影, 2024(02): 49-65.