

基于泰国不同受众群体对中国认知差异的跨文化传播研究

张胜男, 蒋 雪, 刘培梦, 杨睿佳

云南大学外国语学院, 云南 昆明

收稿日期: 2025年4月22日; 录用日期: 2025年5月22日; 发布日期: 2025年5月30日

摘 要

随着全球化进程的深化与文化传播渠道的多元化, 中国与泰国的文化交流逐渐突破传统官方主导模式, 呈现出多主体参与的特征, 而留学生在其中扮演重要且独特的传播角色。本研究采用问卷调查, 通过描述性统计分析, 并应用受众分层理论, 揭示不同群体对获取中国文化的信息路径分化及认知差异, 并以此为依据, 为在泰中国留学生进行文化输出提出可行性建议。

关键词

中泰文化交流, 跨文化传播, 在泰中国留学生群体, 受众分层

A Cross-Cultural Communication Study of Differences in Perceptions of China among Different Groups in Thailand

Shengnan Zhang, Xue Jiang, Peimeng Liu, Ruijia Yang

School of Foreign Languages, Yunnan University, Kunming Yunnan

Received: Apr. 22nd, 2025; accepted: May 22nd, 2025; published: May 30th, 2025

Abstract

With the deepening of globalization and the diversification of cultural communication channels, cultural exchanges between China and Thailand have gradually broken through the traditional official-dominated model and shown the characteristics of multi-subject participation, in which overseas students play an important and unique role. This study uses a questionnaire survey, descriptive statistical analysis, and the application of audience stratification theory to reveal the differentiation

文章引用: 张胜男, 蒋雪, 刘培梦, 杨睿佳. 基于泰国不同受众群体对中国认知差异的跨文化传播研究[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(5): 900-911. DOI: 10.12677/jc.2025.135133

of information paths for different groups to obtain Chinese culture and cognitive differences. Based on this, it provides feasible suggestions for cultural export for Chinese students studying in Thailand.

Keywords

China-Thai Cultural Exchange, Cross-Cultural Communication, Chinese Students Studying in Thailand, Audience Stratification

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

“知识沟”(Knowledge Gap)理论由 Tichenor、Donohue 和 Olien 于 1970 年在《大众传播流动和知识差别的增长》一文中首次系统提出,指出社会经济地位较高的群体往往比弱势群体更快获取信息,导致两类群体间的知识差异随时间扩大,除了接触媒介和经济条件外,Tichenor 认为,还有其它是造成“知识沟”扩大的原因,例如,传播技能上的差异,受教育程度高的人具有较强的理解能力和较大的阅读量,这有助于他们对公共事务或科学知识的获取;或是社会交往方面的差异,“教育通常意味着日常行动圈子较大,参与更多的社会团体,人际交往更多,由此扩大了与他人讨论公共事务话题的机会”。社交活动越活跃,交往的范围越广,获得的知识信息就越多、越快。由此可见,教育程度直接影响跨文化认知的广度和深度。此外,本研究进一步引入霍尔(Stuart Hall)的编码/解码理论,分析泰国受众对中国文化符号的解码过程,揭示文化传播中的不对称性与误解可能。霍尔认为,信息传播不仅仅是单向的编码与解码过程,受众的解码方式可能包括主导式、协商式或对立式,这为解读泰国学生群体与非学生群体对中国认知的差异提供了理论工具。随着 21 世纪国际关系格局的调整与文化软实力竞争的加剧,传统以政府为主导的文化传播范式逐渐转向多元主体协同参与的复合型模式,在中泰国际传播主体多元化的历史进程中,在泰中国留学生群体作为新兴的非官方主体,正逐步建构起独特的文化中介角色。基于此,本文将聚焦与在泰中国留学生接触紧密的泰国学生群体与泰国非学生群体,对不同传播受众群体进行分层研究,通过数据分析,提出针对不同受众群体的文化输出建议,以期发挥好在泰中国留学生的互联网传播优势,助力中国文化海外高质量输出。

2. 在泰中国留学生文化输出优势与挑战

全球化背景下,文化传播主体从单一的国家行为主体逐步扩展至企业、社会组织及个体公民。在中泰文化交流领域,传统的政府间合作(如“中泰一家亲”系列活动)与旅游经济驱动模式,正在被社交媒体赋能的个体传播者重构,跨文化传播已成为国际教育研究的核心议题。与此同时,泰国作为“一带一路”倡议的重要合作伙伴,其文化场域为中国留学生的跨文化互动提供了独特空间,在跨文化传播过程中,在泰中国留学生有其独特的优势同时也面临着诸多挑战。

(一) 文化输出优势: 数字媒介与双重身份的优势

在许多研究中,留学生被看作是离散群体的一个类型,他们在异国需要处理来自陌生文化的压力,在社会文化适应和心理适应上作出自我调整。留学生通过媒介使用,与母国及留学国当地族群建立社会连接,这是他们融入新环境、维持旧联系的重要方式之一[1]。新媒体的兴起为这一过程提供了更多可能

性,根据肖珺和胡文韬在《新媒体跨文化传播的难点及其理论回应》所提出的观点可见,优势群体倾向于利用互联网来加强和巩固现有的网络联系,而弱势群体则更多地借助互联网来拓宽自己的社会网络,而非仅仅依赖于面对面的交流。社交网络规模的扩大又会增加跨文化交际量,并能显著影响跨文化交流主体的文化契合度[2]。留学生群体作为数字时代新兴的强大力量,具有利用互联网进行跨文化传播的巨大优势。在“一带一路”倡议与中泰人文交流深化的背景下,在泰中国留学生群体正逐步成为文化传播的重要载体。

首先是在泰中国留学生身处互联网技术高度渗透的全球化语境下,其文化传播实践天然携带着数字化基因与跨平台优势。他们熟练穿梭于微信、微博等中国本土社交媒体与 LINE、Facebook、Instagram、TikTok 等泰国主流信息场域之间,能够依据不同平台的算法逻辑与受众特征灵活调整传播策略,实现文化内容的精准触达。例如,通过表情包、网络流行语等轻量化载体解构文化隔阂,他们在表达中巧妙植入中国元素,遵循碎片化时代的传播规律,助力中国文化的特色表达。这种技术优势更体现在数据驱动的内容共创中——在泰留学生通过评论区互动实时感知泰国网民的认知盲区,进而以问答科普、趣味挑战等形式进行对中国文化误读进行纠正,使文化传播从单向灌输转向双向对话。与此同时,他们往往以“文化转译者”身份对传统符号进行年轻化重构,如将京剧脸谱融入泰式插画、用电子音乐改编民谣小调,此类跨界创新不仅激活了文化记忆的现代表达,更借助算法推荐机制形成裂变式传播,在东南亚青年社群中培育出对中国文化的“数字亲近感”。这种基于互联网生态的传播实践,既突破了物理空间的限制,又以高黏性的交互体验重塑了文化认同的生成路径,成为新时代讲好中国故事的创新样本。

其次是在泰中国留学生作为文化传播的天然桥梁,其双重文化身份赋予了他们独特的跨文化沟通优势。他们既了解中国传统价值观、习俗与当代社会动态,又因留学而浸润于泰国社会,对当地文化语境、语言习惯及社交模式有着深刻理解。这种双重视角使他们在传播中国文化时能够超越单向输出的局限,转而以更具共鸣的方式实现文化对话。例如,通过日常交往中的茶道展示、节庆习俗的适时讲解,或是社交媒体上融合中泰元素的创意内容,他们既能提炼中国文化的内核,又能灵活调整表达策略以适应泰国受众的认知框架。这种文化转译能力不仅有助于打破刻板印象,更在潜移默化中培育了泰国社会对中国文化的亲近感。与此同时,他们在促进中泰青年群体互动时,往往自发扮演着文化调解者的角色,既助力泰国同窗打破对中国符号的扁平化认知,也通过对比反思加深自身对中华文明特质的领悟,从而形成文化认同的良性循环。这种双向赋能的传播模式,正逐步构建起跨越国界的文化理解网络,为“中泰一家亲”的民间外交注入了鲜活的时代内涵。

(二) 文化输出挑战: 能力不足与结构性障碍

在其诸多优势之下,在泰中国留学生当前的文化实践也呈现出表层化、碎片化等特征,且由于自身文化转译能力不足,在泰中国留学生的文化传播效能未能充分释放。

在泰中国留学生文化输出表层化主要体现在,当前传播实践过度依赖显性文化符号,形成“传统元素扎堆、现代价值缺位”的结构性失衡。饮食文化(如火锅、月饼)、传统节日(春节、中秋节)及戏曲书法等艺术形式占据主流叙事,而中国当代经济发展(中国品牌、中国制造)、国际传播路径创新(一带一路)等现代文化形象鲜少被提及。这种对“文化中国”的片面呈现,导致泰国受众的认知固化为“历史的中国”,而难以感知当代中国的发展活力与文化创新。而在泰中国留学生传播中国文化的碎片化困境,则体现在数字媒介生态与传统文化系统性特质之间的冲突。社交平台的传播机制会天然解构文化整体性,例如,TikTok 黄金七秒定律迫使创作者将书院讲学压缩成飞花令片段,将二十四节气简化为汉服变装卡点视频。这种去语境化的传播模式导致文化元素沦为孤立符号,无法形成对文化的系统认知,只能抓住碎片化符号对中国文化进行刻板拼凑,极大地削弱了中国文化的自身韵味和魅力。

在泰中国留学生作为文化传播主体,其自身能力不足则体现在难以将中国文化符号、价值理念有效

转译为符合泰国文化认知框架的表达形式。这种转译能力方面的不足，并非属于单纯的语言翻译问题，而是涉及文化符号解码、意义再生产与本土化适配的系统性挑战。首先，文化符号解码要求传播者具备理解文化象征深层逻辑的能力。当中国留学生向泰国受众展示水墨画的“留白”技法时，不能仅仅解释为绘画技巧，而需揭示其背后“虚实相生”的道家哲学体系。这种解码过程类似于破译文化密码——必须穿透表面的符号形态，理解其承载的千年文化积淀。现实中，留学生往往止步于物理符号的视觉描述，导致泰国观众只见“空白的画纸”，难悟“意境的留白”。其次，意义再生产强调文化内涵的重构转化。以“梅兰竹菊”为例，四君子在中国文化中是人格品德的象征体系，其意义网络联结着《论语》的比德传统与文人画的抒情系统。在泰国语境中进行传播时，需要将这些植物从儒家道德框架中解离，转而关联泰国文化中的神圣符号(如莲花与佛教、椰树与农耕文明)。好比将中文诗歌翻译成泰语时，不能仅追求字面对应，而需重建符合当地认知的意象图谱。最后，本土化适配要求建立文化对接的转换机制。中泰文化分属高语境与中语境传播系统：中国文化的含蓄表达(如用“折柳”表离别)需要转换为泰国更直白的叙事方式(如用“撒花仪式”传递祝福)。这本质上是通过建立“文化转码器”，将抽象价值具象为可操作的传播策略。例如用泰国民众熟悉的“行善积德”观念诠释儒家“仁爱”思想，既坚持核心价值，又匹配接收方的解码习惯。这三个环节的系统性断裂，导致当下传播实践中出现符号的“空转”现象：泰国受众看到熊猫图案时，只能识别其作为动物的初级符号(能指)，却难以链接到中国“和合文化”的深层意涵(所指)，更无法激活阴阳哲学的终极密码。究其根本，是传播者未能构建跨文化对话的“第三空间”，即不同文化之间进行对话和融合的中介区域，此时文化传播便会退化为符号的物理位移而非意义的有机再生。这种转译困境不仅削弱传播效能，更可能反向强化文化刻板印象，成为阻碍中泰文明深层对话的关键壁垒[3]。只有当文化传播突破简单的符号搬运，在解码-重构-适配的动态过程中实现意义再生，才能打破“熟悉的陌生化”困境，真正架起文明互鉴的桥梁。

目前，大多数留学生出国前的准备主要集中在语言能力和专业知识上，而对跨文化传播能力的培养关注不足。留学期间，学校或使领馆组织的文化活动往往重形式轻内容，缺乏对留学生跨文化传播角色的明确定位和有针对性的能力建设。此外，由于西方国家在国际传媒格局中长期占据主导，导致中国文化传播的编码和解码常常出现不对称的问题，以至于中国频频被标签化甚至污名化[4]。这种大环境也造成了在泰中国留学生在跨文化传播时的困境。针对以上种种困境，一方面在泰中国留学生可以加强专业知识的学习，如比较中泰文化概念的异同，建立文化概念的对应关系图谱，另一方面，有关组织和部门也可协同发力，如建立“导师-伙伴-社群”的支持网络，通过建立泰国导师指导、中泰学生伙伴结对和留学生文化传播社群，构建多层次的能力提升体系。

因此，在泰中国留学生在传播中国文化时兼具独特优势与多重挑战。下文将以与其接触频繁的泰国学生群体和非学生群体作为研究对象，调研不同受众群体对中国了解渠道、中国整体认知、中国传统文化、中国文学作品及中国大学知晓维度的差异性，为在泰中国留学生探索分层化、精准化的文化传播路径提出建议。

3. 跨文化传播视域下泰国受众分析

本研究选取在泰中国留学生学习生活的区域——玛希隆大学，随机对 106 名泰国人进行问卷调研，并通过 SPSS 对问卷数据进行分析，运用科学归纳与逻辑推演的研究范式，将数据整理分类为以下五个方面。

(一) 不同受众群体了解中国的渠道差异性

表 1 是关于学生群体与非学生群体选取了解中国的途径方面显现出明显的差异，通过交叉分析发现，学生与非学生群体在途径选择上呈现系统性割裂，反映出年龄、教育背景与社会角色是影响信息渠道选

择的重要社会因素。

Table 1. Analysis of differences in channels for understanding China between student and non-student groups
表 1. 学生与非学生群体了解中国的渠道差异分析

题目	名称	请问您现在的身份是否为学生(%)		χ^2	p
		是	否		
官方媒体	未选中	39 (59.09)	35 (87.50)	9.538	0.002**
	选中	27 (40.91)	5 (12.50)		
社交媒体	未选中	4 (6.06)	28 (70.00)	48.313	0.000**
	选中	62 (93.94)	12 (30.00)		
学校	未选中	29 (43.94)	37 (92.50)	24.996	0.000**
	选中	37 (56.06)	3 (7.50)		
有关中国的活动	未选中	46 (69.70)	37 (92.50)	7.622	0.006**
	选中	20 (30.30)	3 (7.50)		
中国人	未选中	32 (48.48)	9 (22.50)	7.090	0.008**
	选中	34 (51.52)	31 (77.50)		
其他	未选中	66 (100.00)	39 (97.50)	1.666	0.197
	选中	0 (0.00)	1 (2.50)		

注：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ 。

从年龄来看，学生与非学生群体的媒体使用习惯存在明显的代际差异。学生群体对社交媒体的依赖显著更高(93.94%, $p < 0.01$)，而非学生群体更倾向于传统渠道(如官方媒体)或人际互动(如“中国人”渠道，77.50%)。这种分化的背后可能与年龄相关的媒介适应性有关：学生作为年轻一代，成长于数字时代，更习惯通过社交媒体获取即时、多元的信息；而非学生群体年龄较长，社交媒体的使用门槛或习惯差异使其更依赖官方媒体或现实人际网络。

从教育背景来看，信息获取路径的差异与学术环境密切相关。学生群体的渠道选择显示出强烈的“教育关联性”，例如学校(56.06%)成为重要信息来源，而非学生因脱离教育体系，这类渠道的使用率大幅降低(7.50%)。这一现象反映了教育场景对信息整合方式的塑造作用：学生通过课程、学术活动接收系统化知识，而非学生更多依赖碎片化渠道(如人际交流)。同时，非学生群体在“中国人”渠道上的高选择率(77.50%)暗示其更倾向通过实践经验或社会网络获取信息，这种差异可能与教育背景塑造的信息筛选能力与信任倾向有关。

从社会角色来看，职业状态与社交网络的重心差异显著影响了渠道选择。非学生群体因进入职场或承担家庭责任，社交圈更广泛且实用导向，因此更依赖人际渠道(如“中国人”)和官方媒体。而学生群体的社交网络多局限于同辈和学校环境，时间灵活性高，故更倾向通过社交媒体或学校组织的活动获取信息。此外，非学生群体在“有关中国的活动”中参与度较低，可能因时间碎片化或责任增加导致参与机会减少，而学生因在校身份更容易接触相关活动。这种分化体现了社会角色对信息需求和渠道的双重影响。

(二) 不同受众群体对中国整体认知情况差异

表 2 则采用独立样本 t 检验，系统比对学生与非学生群体在有关中国认知维度上的差异情况，具体

涵盖多个领域，如中国政策、经济发展、教育体系等核心国情要素的认知准确度，以及对中泰双边关系期待值、合作领域倾向性等态度指标。

Table 2. Comparison of overall perception of China between student and non-student groups
表 2. 学生与非学生群体对中国的整体认知情况对比

题目	请问您现在的身份是否为学生(平均值 ± 标准差)		t	p
	是(n = 66)	否(n = 40)		
3、请问您对中国的了解程度处于以下哪个阶段	2.52 ± 0.88	2.70 ± 0.88	-1.046	0.298
6、请问您对“一带一路”的了解程度有多少	4.24 ± 1.08	3.52 ± 1.15	3.226	0.002**
7、请问您是否认同中国在疫情期间对国际社会做出了很大的贡献	1.73 ± 0.90	2.38 ± 0.84	-3.744	0.000**
8、请问您认为“一带一路”对泰国的影响程度为	2.29 ± 0.94	2.88 ± 0.46	-4.284	0.000**
9、请问您是否期待中泰铁路的建成	1.83 ± 1.25	2.58 ± 0.81	-3.704	0.000**
17、您认为中国的贫富差距状况如何	2.20 ± 1.17	2.80 ± 0.91	-2.792	0.006**
18、您认为中国的基础设施建设处于哪种程度	2.18 ± 1.09	3.13 ± 1.60	-3.284	0.002**
19、您认为中国的教育氛围如何	2.76 ± 0.72	2.85 ± 0.77	-0.622	0.535

注：*p < 0.05，**p < 0.01。

数据表明，学生与非学生群体对中国政策的理解和态度存在显著分化。学生群体凭借教育体系的系统性学习，对“一带一路”等宏观政策的机制性内容掌握更为深入(p = 0.002)，但其在接触国际媒体过程中形成的批判性视角，使得他们对中国发展的评价相对审慎，尤其对中泰合作项目的期待值明显低于非学生群体(p < 0.001)，呈现出“高知低认同”的矛盾现象。而非学生群体虽缺乏政策细节认知，却可能通过参与经贸合作、基建项目等实际经验，更关注合作带来的就业机会与收入提升，从而表现出更强的支持倾向。非学生群体的认知模式具有鲜明的实践特征。例如，参与中资项目的从业者通过工作接触，普遍认可中国技术的实效性，但对教育体系等非直接接触领域仍受刻板印象影响。这种差异揭示出，当认知来源于职业实践时，个体会更重视可量化的现实利益，而对抽象社会议题的判断易受外部信息干扰。

值得注意的是，两类群体对中国教育竞争强度的认知高度趋同，这主要源于泰国媒体长期使用“高压”“内卷”等标签化叙事。即便中国教育模式已呈现多元化发展，媒体仍倾向于突出极端案例(如“高考工厂”)，导致受众群体形成超越现实的刻板印象。这一现象折射出跨国媒体在文化传播中的强大建构力，这也对跨文化传播者提出了更好的要求，在文化传播中需加强本土化、多维度的信息供给，以消解认知偏差带来的负面影响。

(三) 不同受众群体对中国传统文化知晓维度差异

表 3 则基于卡方检验对比学生与非学生群体在中国传统文化项目上的认知差异。在武术、书法、戏曲、中医、传统节日、传统手工艺、传统乐器七个项目中，学生群体选中比例显著高于非学生群体。但在“不了解中国传统文化”选项上，非学生群体则显著高于学生群体。

通过数据发现，学生群体对中国传统文化的认知呈现广度优势但深度不足的特点。在武术、传统节日等符号化元素上，学生知晓率显著高于非学生，而对传统手工艺、传统乐器等需深度参与的文化形式，认知比例则较低。非学生群体知晓领域则更偏向于实用——仅传统节日的知晓率只有 30%，但对中医的知晓率却有 55%，这种现象的出现可能与医疗实践需求相关。值得注意的是，非学生群体有 10%明确表示“不了解中国传统文化”，暴露出跨文化传播的结构性断裂。

Table 3. Comparison of knowledge dimensions of Chinese traditional culture between student and non-student groups
表 3. 学生与非学生群体的中国传统文化知晓维度对比

题目	名称	请问您现在的身份是否为学生(%)		χ^2	p
		是	否		
武术	未选中	12 (18.18)	25 (62.50)	21.529	0.000**
	选中	54 (81.82)	15 (37.50)		
书法	未选中	34 (51.52)	34 (85.00)	12.143	0.000**
	选中	32 (48.48)	6 (15.00)		
戏曲	未选中	29 (43.94)	29 (72.50)	8.199	0.004**
	选中	37 (56.06)	11 (27.50)		
陶瓷	未选中	30 (45.45)	24 (60.00)	2.108	0.146
	选中	36 (54.55)	16 (40.00)		
中医	未选中	13 (19.70)	18 (45.00)	7.706	0.006**
	选中	53 (80.30)	22 (55.00)		
传统节日	未选中	9 (13.64)	28 (70.00)	34.822	0.000**
	选中	57 (86.36)	12 (30.00)		
传统手工艺	未选中	41 (62.12)	38 (95.00)	14.182	0.000**
	选中	25 (37.88)	2 (5.00)		
传统乐器	未选中	45 (68.18)	39 (97.50)	13.016	0.000**
	选中	21 (31.82)	1 (2.50)		
不了解中国传统文化	未选中	65 (98.48)	36 (90.00)	3.989	0.046*
	选中	1 (1.52)	4 (10.00)		

注：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ 。

对于高知晓符号，如武术和传统节日的出现，可能是教育场景与流行文化共振的原因。李小龙、成龙电影在泰国年轻群体中的持续影响，叠加学校体育课程引入太极拳、武术社团活动，造成了武术文化符号在学生群体的高知晓。而泰国高校常组织春节联欢会、中秋文化周活动，也让学生有多种途径获取中国节日信息，但在社会场景中，节日元素(如商场春节装饰)因缺乏解释性标签，易被非学生群体忽视；对于中度知晓符号，如戏曲的出现，可能是由于专业性与场景限制，泰国有潮剧、粤剧演出传统，学生通过学术讲座了解其与中国戏曲的渊源，而非学生因语言障碍，比如大多数戏剧是用方言演唱，因而难以接触到戏剧并对其感兴趣；至于低知晓符号，如传统手工艺和传统乐器则可能是因为去功能化导致的认知不足，例如刺绣、木雕等手工艺在现代化进程中失去实用价值，仅通过博物馆展览或学生研学零星传播，非学生群体缺乏接触场景。而古筝、二胡等乐器在泰认知高度依赖小众演出，如中国文旅推广活动，缺乏本土化改编，难以突破文化圈层；而对于无差异领域，如陶瓷($p = 0.146$)，则可能是因为陶瓷作为古代海上丝绸之路的核心商品，中泰有长期瓷器交流沟通历史(如素可泰青瓷)，且现代家居装饰普遍使用陶瓷制品，弱化了代际认知差异。

(四) 不同受众群体对中国文学作品知晓维度差异

表 4 则基于卡方检验对比了学生与非学生群体对中国文学作品的认知差异。学生群体在四大名著、鲁迅作品、武侠小说、网络小说四类作品的知晓率显著高于非学生群体；而在《论语》《孙子兵法》及其

他类别上，两组无显著差异。

Table 4. Comparison of knowledge dimensions of Chinese literary works between student and non-student group
表 4. 学生与非学生群体的中国文学作品知晓维度对比

题目	名称	请问您现在的身份是否为学生(%)		χ^2	p
		是	否		
四大名著	未选中	11 (16.67)	14 (35.00)	4.645	0.031*
	选中	55 (83.33)	26 (65.00)		
论语	未选中	59 (89.39)	38 (95.00)	1.007	0.316
	选中	7 (10.61)	2 (5.00)		
孙子兵法	未选中	63 (95.45)	40 (100.00)	1.871	0.171
	选中	3 (4.55)	0 (0.00)		
鲁迅作品	未选中	59 (89.39)	40 (100.00)	4.542	0.033*
	选中	7 (10.61)	0 (0.00)		
武侠小说	未选中	42 (63.64)	40 (100.00)	18.803	0.000**
	选中	24 (36.36)	0 (0.00)		
网络小说	未选中	36 (54.55)	35 (87.50)	12.230	0.000**
	选中	30 (45.45)	5 (12.50)		
其他	未选中	65 (98.48)	40 (100.00)	0.612	0.434
	选中	1 (1.52)	0 (0.00)		

注：*p < 0.05，**p < 0.01。

通过卡方分析发现，学生群体对中国文学作品的认知呈现结构性优势与年轻化偏好。在经典文学与通俗文学领域，学生知晓率显著高于非学生；而非学生群体则普遍处于认知荒漠状态。这一割裂揭示了文学传播的两种路径依赖：学生通过教育体系和青年亚文化接触文本，而非学生因脱离制度化学习场景及娱乐方式上的代际差异，形成显著认知断层。

对于经典文学，如四大名著，学生可以通过汉语言课程(如朱拉隆功大学《中国文学史》选修课)系统接触，而非学生主要依赖影视改编(如 1986 版《西游记》在泰重播)形成碎片化认知。但非学生仍有较高知晓率，反映经典 IP 的跨代际生命力。对于鲁迅作品，作为中学语文教材常选篇目(如《阿 Q 正传》节选)，其认知高度依赖教育场景，但泰国教学中多侧重语言训练而非思想阐释，导致“学过却无感”的符号化记忆。

而对于通俗文学，如武侠小说，则可能是因为金庸、古龙作品的泰译版则通过 Comic Club 等学生社团传播，并衍生为 Cosplay、手游(如《天涯明月刀》)等亚文化实践，形成封闭的青年文化圈。非学生群体因媒介习惯差异(如更偏好本土电视剧)，难以进入该传播链。至于网络小说则更多依赖 WebNovel 等平台的泰语专区吸引学生群体，尤其是“甜宠”“穿越”等轻量化类型；而非学生因数字阅读能力限制(如习惯纸质书)及算法推送偏年轻化，难以触达相关内容。

值得关注的是，严肃文学与实用性文本的双重冷遇——《论语》《孙子兵法》知晓率均低于 10%，暴露中国思想性作品跨境传播的深层障碍。思想性文本在泰传播呈现“学术化孤岛”状态(仅哲学系课程涉及)，缺乏现代性转化，未与泰国社会治理需求结合(如《论语》孝道思想与泰国家庭观对比研究)以及

载体创新缺失，缺乏商业管理类书籍对《孙子兵法》的实践案例解构(如华为战略分析)，导致非学生群体无接触动机。

(五) 不同受众群体对中国大学知晓维度差异

表 5 对比了学生与非学生群体对中国不同大学知晓度的差异。结果显示，北京大学、香港大学、复旦大学、中国人民大学、北京外国语大学、云南大学的知晓度在学生与非学生之间存在显著差异，其中学生群体对部分高校的认知比例更高。

Table 5. Comparison of knowledge dimensions of Chinese universities between student and non-student groups
表 5. 学生与非学生群体的中国大学知晓维度对比

题目	名称	请问您现在的身份是否为学生(%)		χ^2	p
		是	否		
北京大学	未选中	3 (4.55)	8 (20.00)	6.396	0.011*
	选中	63 (95.45)	32 (80.00)		
清华大学	未选中	40 (60.61)	30 (75.00)	2.301	0.129
	选中	26 (39.39)	10 (25.00)		
香港大学	未选中	26 (39.39)	36 (90.00)	26.271	0.000**
	选中	40 (60.61)	4 (10.00)		
复旦大学	未选中	51 (77.27)	40 (100.00)	10.589	0.001**
	选中	15 (22.73)	0 (0.00)		
中国人民大学	未选中	58 (87.88)	40 (100.00)	5.244	0.022*
	选中	8 (12.12)	0 (0.00)		
北京外国语大学	未选中	48 (72.73)	40 (100.00)	13.140	0.000**
	选中	18 (27.27)	0 (0.00)		
	选中	24 (36.36)	1 (2.50)		
云南大学	未选中	31 (46.97)	36 (90.00)	19.830	0.000**
	选中	35 (53.03)	4 (10.00)		
其它	未选中	65 (98.48)	40 (100.00)	0.612	0.434
	选中	1 (1.52)	0 (0.00)		

注：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ 。

通过卡方检验发现，学生群体对中国大学的认知呈现双轨分层结构：在顶尖综合性大学(北京大学 95.45%)和地域性高校(云南大学 53.03%)的知晓率上显著领先，而非学生群体仅在清华大学等极少数院校上存在微弱认知。这种分化揭示两种传播逻辑——学生通过制度化的留学信息网络获取系统性知识，而非学生依赖偶发性媒体报道形成碎片化印象。

对于顶尖名校，如北京大学(学生 95.45% vs 非学生 80.00%, $p = 0.011$)在学生群体和非学生群体都达到了高知晓度，可能是教育资本竞争与品牌光环效应共同导致，泰国王室成员的留学北大传统(如诗琳通公主)及 QS 排名持续高位，使其成为学生群体的“梦想校”，非学生群体可能通过社交媒体与人际传播了解中国名校。而关于香港大学，则可能是因为香港影视文化，如《无间道》等经典电影的持续输出，叠加港大法学院全球排名优势，吸引泰国法律专业学生关注。

而对于地域性高校,如云南大学,在学生群体有较高知晓度,主要源自云南省得天独厚的区位优势,处于面向南亚东南亚的重要中心位置,因此,云南省大力发展非通用语教学,其中开设泰语专业高校的数量为全国首位,每年赴泰国进行交换的中国留学生为整个东南亚之最。此外,云南大学作为中国-南亚东南亚大学联盟秘书处所在,频繁举办跨境学术论坛(如澜湄青年领袖计划),形成学生圈层传播。且因为云南的地域优势,有许多泰国学生计划来云南留学,自然较为关注云南省内高校。而非学生群体因为缺少升学需求,对地域性高校的关注度普遍缺失。

4. 跨文化传播视域下在泰中国留学生文化输出策略建议

泰国受众对中国文化的接受呈现显著的群体差异,其根源在于不同群体的信息获取习惯、生活方式及文化认知需求的深层割裂。学生群体作为数字原生代,凭借社交媒体平台的碎片化传播特性,形成了广谱化、娱乐化的信息接收偏好——短视频、网络社群和互动话题使其能够快速触达多元文化内容,但浅层传播也易导致认知片面化。非学生群体则因社会关系网络固化与实用主义倾向,更依赖人际传播的信任背书,认知维度单一却稳定性强。

这一分化要求文化传播者必须摆脱“泛化输出”惯性,针对两类群体的认知框架与媒介接触场景,构建差异化的内容体系与传播路径,而在泰中国留学生的文化中介角色恰可成为连接两端的适配枢纽,因此在泰中国留学生应发挥自身优势,结合泰国受众分层的特征,在跨文化背景中优化文化输出策略。

(一) 构建双轨传播网络:媒介适配与文化转译

在构建双轨传播网络时,可结合受众分层理论,针对学生群体的数字媒介偏好和非学生群体的实用主义倾向,设计差异化内容,例如,针对学生群体依赖社交媒体和制度化学习场景的传播特征,在泰中国留学生可依托短视频平台与校园社团,设计兼具知识性与互动性的文化内容。如将传统节日习俗与流行文化符号(如汉服变装、国风音乐)结合,通过数字化叙事激活年轻群体的文化想象力;同时,依托学校中文角等制度化平台开展深度工作坊,教授传统手工艺制作并阐释其文化意涵。而对于非学生群体,应强化人际传播中的文化转译能力,在参与社区活动时通过实物展示(如中药药材、传统乐器)配合生活化类比,将抽象文化概念转化为可感知的实用经验,并主动对接地方媒体进行本土化故事讲述,突破传统媒介的单向传播局限。该策略通过媒介生态的差异化渗透,既能顺应不同群体的信息解码习惯,又能通过符号转译弥合代际文化认知鸿沟,形成虚实融合的传播闭环。

这种分众化传播模式不仅提升了文化信息的传递效率,更通过媒介属性与受众特质的精准适配,在代际间构建起文化理解的动态桥梁,为长期跨文化对话奠定可持续的互动基础。

(二) 解释政策话语的叙事张力:认知落差与价值对接

在解释政策话语的叙事张力时,可运用知识沟理论,弥合学生群体与非学生群体在政策认知上的差距,通过价值对接实现共鸣。面对学生群体“高认知低认同”的认知矛盾,在泰中国留学生需提升政策话语的转译深度,在中泰青年对话中运用比较分析法,将“一带一路”倡议与泰国东部经济走廊建设进行制度比对分析,同时结合非学生群体关注的就业案例,制作可视化数据图表展现中资企业本地用工率等实证材料。针对不同群体建立“政策-价值-利益”的转译链条:对知识导向的学生群体侧重机制解释,利用学术沙龙探讨合作项目的可持续发展路径;对经验导向的非学生群体则侧重通过工地开放日等活动,邀请参与中泰项目的本地员工分享职业成长故事,实现政策认知的情感锚定。分层叙事策略可通过学术理性与情感共鸣的双向赋能,有效化解认知错位,使政策传播从信息传递升级为价值共建的社会实践。将宏观政策解构为可感可知的微观叙事,不仅能增强不同群体的心理认同,更能催化中泰合作从认知共识向行动协同的质变跃升。

(三) 重构文化认知维度：参与式传播与意义再生产

针对传统文化认知的结构性断裂，需设计阶梯式体验矩阵。面向学生群体开发 AR 数字文物修复等沉浸式项目，在解谜游戏中嵌入传统工艺的工序密码；同时组织跨文化剧本杀，将《孙子兵法》谋略思想转化为商业谈判情景推演。对于非学生群体，可创建“中医文化体验站”，通过脉诊实践衔接阴阳五行理论讲解，并联合本地诊所开展慢性病调理工作坊。

与此同时，在泰中国留学生需掌握文化符号的意义转码技术，例如将二十四节气转化为农业协作时间表，用占城稻引种史佐证中泰农耕文明对话，使传统文化获得当下性阐释。此类实践通过具身化参与激活文化记忆，不仅突破符号化传播的浅层局限，更在跨文化情境中完成传统智慧的创造性转化。这种从“认知输入”到“体验输出”的范式转换，通过文化实践重构主体间性认知框架，使中国传统文化在泰国社会获得具象化的生命力，实现文化资本向关系资本的进阶转化。

(四) 激活文学传播的双向通道：文本转码与场景植入

破解严肃文学跨境传播障碍，需实施文本再生计划。针对学生群体的亚文化特性，例如可以将《论语》箴言转化为社交媒体互动测试，通过 MBTI 人格分类匹配孔子门生思想特质；制作网络文学联动企划，在奇幻小说中植入《山海经》神兽养成系统。对于非学生群体，可开发“有声文学便当”——将《三国演义》典故剪辑为 10 分钟广播剧，在工厂午休时段播放并搭配兵法管理技巧解析。

此外，在泰中国留学生应培养文学转译的创意能力，例如把《天工开物》的技术叙事转化为手工业者技能培训手册，使经典文本在异质文化土壤中萌发新芽。这种去经典化的传播路径通过文化符码的当代重构，使文学遗产突破时间壁垒，转化为可体验、可应用的生活智慧。通过将文学叙事嵌入目标群体的日常生活场景，不仅重塑了文本的接受语境，更以文化解码的在地化实践，在泰国受众的认知图式中培育出中国文学的新型生长点。

(五) 架设教育认知的立体桥梁：在地化叙事与价值共鸣

针对大学认知的双轨分化，需构建“认知增强 - 情感联结 - 价值认同”的传播链路。例如可以利用云南大学的区域枢纽优势，策划“清迈 - 昆明双城记”研学项目，通过对比研究澜湄合作案例，使学术资源转化为可感知的地缘价值。面向学生群体制作“大学与我的故事”系列短片，跟踪拍摄泰国留华毕业生职业发展，突出职业技能迁移的具体路径。在泰中国留学生也需锤炼教育叙事的地缘适配能力，将高校的科研创新转化为解决本地问题的方案包，例如用广西大学的东盟国际语言学习平台解读曼谷方言保护，实现教育认知从符号记忆向价值共鸣的跃迁。这一传播范式通过空间联结与经验证实的双重作用，使高等教育形象突破象牙塔印象，成为推动社会发展的可见力量。

总而言之，针对在泰中国留学生如何有效传播中华文化，实现跨文化转译能力的提升，首要目标就是做到跨文化转译的平衡：既需尊重不同群体媒介解码的认知习惯，又要在文化符号的重构中嵌入本土经验；既要解构抽象概念的传播障碍，又需建构具象实践的认同路径。通过媒介创新、叙事重构、体验升级、文本再生与空间联结的协同作用，使文化传播突破表层认知，形成“传播 - 互动 - 转化 - 共建”的良性循环，最终实现中泰文明对话从信息传递到价值共创的范式转型，为“一带一路”人文交流提供可复制的实践模型。

5. 结论

本研究通过对泰国不同社会群体的认知差异分析，揭示了跨文化传播中受众分层的系统性特征及其对传播效能的深远影响。研究发现，代际间的信息解码逻辑差异深刻塑造了文化认知差异。学生群体依托数字化生态形成广谱化、碎片化的符号记忆，非学生群体则通过日常生活构建实用导向的稳定认知框架，这种结构性分化要求传播策略必须突破同质化输出的传统范式。研究指出，有效的跨文化传播需构

建动态适配机制,在尊重受众认知习惯的基础上,实现文化符号的本土化转译与价值体系的深层对接。在泰中国留学生应着力架设双向对话通道,既通过数字化工具激活学生群体的参与式互动,也借助生活化场景促进非学生群体的亲身体验,从而将文化传播从单向信息传递升级为价值共创的社会实践。这种分层传播模型不仅能够弥合知识鸿沟,更能通过持续的意义再生产,在异质文化土壤中培育出可持续的认知认同,尤其在中泰文化交流的独特语境下,这一传播策略的实践意义更为凸显。作为“一带一路”人文交流的重要支点,中泰两国既有着深厚的历史渊源,又面临文化认知差异的当代挑战。研究提出的分层传播路径,不仅为化解符号解码偏差、促进文化共情提供了可行性方案,更在民间交往层面上拓展了“中泰一家亲”的时代内涵。通过精准化的传播设计与代际适配的互动机制,在泰中国留学生得以充分发挥文化中介的桥梁作用,使中华优秀传统文化既能融入泰国学生群体的数字现代文化,又能契合非学生群体的生活经验网络。这种扎根于本土认知逻辑的传播实践,实际是高校对在泰留学生细雨润无声的思政教育体现,并将推动中泰文明对话从表层符号交换向深层价值互鉴跃迁,为中泰两国注入更具韧性的文化纽带。

基金项目

本文系云南大学 2023 年省级大学生创新创业训练项目“国际传播主体多元化发展探索——以泰国玛希隆大学为例”(项目编号: S202310673215)、云南省高校非通用语人才培养教育联盟 2024 年教育教学改革研究项目“大思政课”视域下中华优秀传统文化融入高校非通用语课程教学实践创新研究(项目编号: FTJG2024-002)成果。

参考文献

- [1] 杨凯,程羽童.中国留学生海外社交媒体使用与国家认同——基于海外中国留学生的实证调查[J].现代传播(中国传媒大学学报),2021,43(9): 151-157.
- [2] 肖珺,胡文韬.新媒体跨文化传播的难点及其理论回应[J].新闻与传播评论,2021,74(1): 107-117.
- [3] 苏美惠.善用第三空间,讲好中国故事——史诗《格萨尔》葛浩文英译本的翻译策略与启示[J].海外英语,2025(2): 45-47.
- [4] 焦玥.霍尔文化理论视域下外国留学生在华社交媒体上的跨文化传播——以抖音账号“老外克里斯”为例[J].传媒,2023(10): 57-60.