

基于文化维度与语境理论的中国故事跨文化传播策略研究

全继刚, 许子言

浙江越秀外国语学院应用外语学院, 浙江 绍兴

收稿日期: 2025年12月22日; 录用日期: 2026年1月20日; 发布日期: 2026年2月3日

摘 要

中国故事的国际传播效果常受制于深层的文化差异。为系统解析并回应这一挑战, 本研究创新性地整合了霍夫斯泰德的文化维度理论与霍尔的高低语境理论, 构建了一个“价值观念 - 传播符号”双维分析框架。该框架旨在超越单一理论视角, 从价值逻辑与信息编码双重层面, 诊断中国故事在跨文化传播中面临的结构性适配困境。研究通过构建覆盖八国的“国别化语言数据库”与实施跨文化控制实验进行实证检验。结果表明, 中国故事在西方文化中遭遇的接受障碍, 本质上是“集体主义 - 高语境”叙事同“个人主义 - 低语境”解码习惯之间的系统性错位; 叙事策略与目标受众文化坐标(维度与语境)的匹配度, 显著正向影响传播的认知、情感与行为效果。基于此, 本研究提出一个系统化的优化策略体系, 主张从“单向输出”转向“双向精准适配”, 即在精准文化诊断的基础上, 实施叙事逻辑分层、传播符号平衡、体系支撑协同与技术平台赋能的复合策略。本研究的理论贡献在于推动了跨文化传播理论的整合与应用深化, 实践意义则为提升中国故事国际传播的精准性、亲和性与实效性提供了具操作性的路径参考。

关键词

跨文化传播, 中国故事, 霍夫斯泰德文化维度, 高低语境理论, 叙事策略, 文化适配

A Study on Cross-Cultural Communication Strategies for Chinese Stories Based on Cultural Dimensions and Context Theory

Jigang Quan, Ziyang Xu

School of Applied Foreign Languages, Zhejiang Yuexiu University, Shaoxing Zhejiang

Received: December 22, 2025; accepted: January 20, 2026; published: February 3, 2026

文章引用: 全继刚, 许子言. 基于文化维度与语境理论的中国故事跨文化传播策略研究[J]. 现代语言学, 2026, 14(2): 190-199. DOI: 10.12677/ml.2026.142130

Abstract

The effectiveness of international communication of Chinese stories is often constrained by profound cultural differences. To systematically analyze and address this challenge, this study innovatively integrates Hofstede's Cultural Dimensions Theory and Hall's High-/Low-Context Theory, constructing a dual-dimensional "Values-Symbols" analytical framework. This framework aims to transcend a single theoretical perspective, diagnosing the structural adaptation dilemmas faced by Chinese stories in cross-cultural communication from both the level of value logic and information encoding. The research conducts empirical tests by building a "Country-Specific Language Database" covering eight nations and implementing cross-cultural controlled experiments. The results indicate that the reception barriers Chinese stories encounter in Western cultures are essentially a systematic mismatch between the "Collectivism-High Context" narrative and the "Individualism-Low Context" decoding habits. The degree of alignment between narrative strategies and the target audience's cultural coordinates (dimensions and context) significantly and positively affects cognitive, affective, and behavioral outcomes. Based on this, the study proposes a systematic optimization strategy framework, advocating a shift from "one-way output" to "two-way precision adaptation". This involves implementing a composite strategy of layered narrative logic, balanced communication symbols, synergistic systemic support, and technology platform empowerment, all based on precise cultural diagnosis. The theoretical contribution of this study lies in promoting the integration and applied deepening of cross-cultural communication theory, while its practical significance is to provide an actionable path reference for enhancing the precision, affinity, and effectiveness of the international communication of Chinese stories.

Keywords

Cross-Cultural Communication, Chinese Stories, Hofstede's Cultural Dimensions, High-/Low-Context Theory, Narrative Strategy, Cultural Adaptation

Copyright © 2026 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

国家形象国际传播是各国提升文化软实力、深度参与全球治理的战略路径[1]。讲好中国故事,不仅是传递价值、展现成就的使命所系,更是促进文明互鉴、塑造国家形象的关键之举[2]。然而,中国故事的对外传播长期面临文化折扣的严峻挑战,其根源在于跨文化适配性的缺失。需要明确的是,西方并非均质化的个人主义/低语境集合,中国也非单一的集体主义/高语境文化,二者内部均存在显著的亚文化差异、代际认知分化(如西方 Z 世代对集体协作的认同提升、中国年轻群体对个性化表达的追求),且低语境文化中视觉化、隐含性的高语境传播趋势日益明显。诸如人类命运共同体理念被误读为地缘政治扩张、脱贫攻坚的集体主义叙事难以引发部分个人主义文化受众共鸣等现象,均揭示了传播内容、风格与渠道未能有效契合目标受众文化语境及内部差异的深层困境[3]。因此,系统探究中国故事国际传播的跨文化适应性,已成为一项兼具理论紧迫性与实践重要性的课题。

现有研究为理解此问题提供了两类经典理论视角,但传统应用中常存在将文化均质化的倾向。霍夫斯泰德的文化维度理论从价值观念层面,通过个人主义/集体主义、权力距离等六个维度,系统解析文化深层结构差异[4],但需注意的是,同一文化内部的亚文化群体(如西方的环保亚文化、中国的 Z 世代青年

文化)在维度得分上存在显著差异;爱德华·霍尔的高低语境理论则从信息编码方式切入,区分了高语境(依赖情境、隐含信息)与低语境(依赖明确语言、直接表达)的文化传播风格[5]。二者分别从“价值观念”与“传播符号”两个层面为跨文化分析提供了工具。然而,既有研究多局限于运用单一理论框架,且较少结合智能算法介导的传播新场景[6],未能将价值维度、传播风格维度与数字传播技术特征进行有机整合,导致对跨文化传播复杂性的解释力不足,也未能构建起系统性的文化适配策略框架[7]。在实践层面,尽管“讲好中国故事”已成共识,但“重内容输出、轻语境适配”的问题依然突出,叙事风格、内容表达与渠道选择往往与目标受众的文化习惯存在错位[8]。

鉴于此,本文认为,突破当前研究与实践瓶颈的关键,在于实现霍夫斯泰德文化维度理论与霍尔高低语境理论的整合运用。单一维度分析难以全面捕捉跨文化传播中价值冲突与符号误读交互作用的复杂机制。因此,本研究的核心目的在于:构建一个“价值观念-传播符号”双维整合的分析框架,以此系统探究中国故事国际传播的跨文化适应性,并致力于解答以下三个核心问题:第一,文化价值维度差异与高低语境差异如何共同制约中国故事的传播效果?第二,基于上述双维框架,在叙事策略、表达风格与传播渠道上应如何进行针对性适配?第三,针对不同文化维度与语境特征的具体组合,优化策略应有怎样的差异化侧重?

为回答这些问题,本研究将遵循“理论整合框架构建-实证效果验证-系统策略提出”的逻辑路径展开。通过理论融合与实证分析,旨在为中国故事的国际传播提供一个更具解释力与操作性的跨文化适配方案,从而推动中国文化从“走出去”到“走进来”的深度转型。

2. 理论框架的整合与构建

为系统解析并回应中国故事在国际传播中面临的跨文化适配挑战,本研究选择并整合了霍夫斯泰德的文化维度理论与爱德华·霍尔的高低语境理论。这两大理论分别从文化价值的深层结构差异与信息传播的表层符号风格切入,共同构成了一个能够对跨文化传播实践进行多层次、系统性分析的整合性框架。

2.1. 霍夫斯泰德文化维度理论:价值观念的结构性差异

霍夫斯泰德的文化维度理论为理解不同社会在价值观念与行为模式上的系统性差异提供了经典框架,但需注意其维度划分是宏观层面的趋势性归纳,而非绝对化标签。同一文化内部,亚文化群体(如西方的环保亚文化、中国的国潮亚文化)、代际群体(如数字原住民与传统群体)在维度分值上存在显著波动。该理论通过个人主义/集体主义、权力距离等六个核心维度,将抽象的文化价值观转化为可量化、可比较的分析坐标,同时需结合文化内部异质性进行动态解读[9]。在国际传播领域,其核心价值在于为传播者预判目标受众的文化心理偏向提供了重要依据。例如,个人主义/集体主义维度直接揭示了中西叙事传统的根本分野:中国故事惯于在“家-国-天下”的集体框架中展开,而欧美叙事则更聚焦于个体的独立与成就[10]。Schwartz 与 Bardi 的最新研究进一步指出,全球化背景下个体主义与集体主义的边界正逐渐模糊,部分西方青年群体开始关注集体责任与共同体价值,这为叙事策略的灵活适配提供了新的理论依据[11]。若忽视这一维度差异,旨在凝聚集体认同的中国叙事很可能在个人主义文化中遭遇“情感疏离”或“意义误读”。因此,该理论从价值接受的深层心理层面,指明了传播内容进行文化适配的基本方向。

2.2. 霍尔高低语境理论:信息风格互补

相较于霍夫斯泰德对价值观念的侧重,爱德华·霍尔的高低语境理论则从信息编码与解码的符号过程入手,揭示了文化在传播风格上的根本不同。高语境文化(如中国、日本)的信息传递高度依赖共享的情境、非言语线索和隐含的意义,传播风格讲求含蓄与留白;而低语境文化(如美国、德国)则倾向于依赖清

晰、明确、直白的语言编码,追求信息的高透明度与低冗余度。这一差异对中国故事的对外传播构成了直接而具体的挑战:富含隐喻、象征和“言外之意”的高语境表达,在低语境受众的解码过程中极易出现“意义流失”甚至“意义扭曲”。因此,霍尔理论从信息传递的符号与风格层面,为调整传播的表达方式、修辞策略与信息密度提供了关键视角[12]。

2.3. “价值 - 信息” 双维整合分析框架的构建

尽管上述两大理论均具启发性,但单一理论视角难以充分解释跨文化传播中价值冲突与符号误读交织的复杂机制。霍夫斯泰德理论长于诊断价值观层面的接受障碍,但对具体的话语表达风格缺乏精细化的指导;霍尔理论精于分析符号传播的风格错位,却未能深入阐释风格偏好背后的价值根源。二者的分离,易导致策略建议的片面化。

鉴于此,本研究主张将两大理论进行互补性整合,构建一个“价值观念 - 传播符号”双维分析框架(见图 1 所示)。其整合逻辑在于:文化价值观(霍夫斯泰德维度)作为深层结构,塑造了受众对叙事主题、角色关系和道德逻辑的偏好;而传播符号风格(霍尔语境类型)作为表层表征,决定了信息编码的显隐程度与解读方式。二者相互作用,共同影响传播效果。例如,高权力距离的文化价值观(偏好权威叙事)常与高语境的传播风格(依赖隐含符号)相耦合,但部分亚文化群体(如中国 Z 世代网民)呈现出高语境表达 + 低权力距离认知的混合特征,更倾向于通过幽默化、解构式的高语境符号进行平等对话;而低权力距离价值观(偏好平等对话)则常与低语境风格(依赖显性信息)相伴生,但西方视觉文化的兴起使得部分低语境文化群体(如美国青少年)对富含视觉符号的高语境表达接受度显著提升。这一整合框架超越了单一维度分析的局限,能够更系统地揭示诸如中国故事为何在西方既可能遭遇价值观抵触(如集体叙事),又同时面临理解困难(如隐喻表达)的双重困境。

基于此框架,传播策略的适配不再是单一的价值修正或风格转换,而是一个基于目标文化在“价值维度 - 语境类型”坐标上的精准定位,对叙事结构、符号修辞、媒介渠道进行系统性调适的动态过程。本研究的后续实证分析与策略探讨,均将在此整合性理论框架的指导下展开。

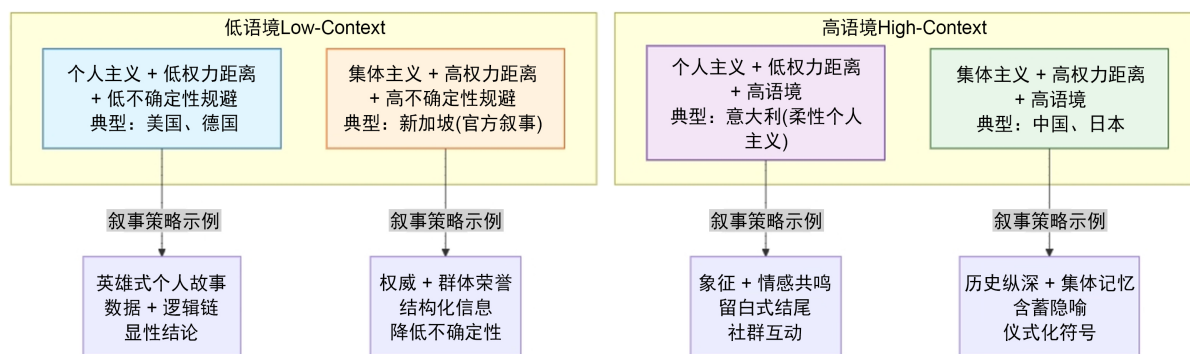


Figure 1. The “value concepts-communication symbols” dual-dimensional integration matrix

图 1. “价值观念 - 传播符号” 双维整合矩阵

3. 中西文化差异对中国故事国际传播的双重制约

以霍夫斯泰德维度为核心的深层价值观念差异,与以霍尔语境理论为核心的表层传播符号差异,二者相互交织,共同构成了传播实践中的主要障碍。但必须强调,这种差异并非绝对的二元对立,无论是西方文化内部(如美国的个人主义中存在社区互助的集体倾向、北欧的低语境文化中保留着传统仪式化的高语境表达),还是中国文化内部(如年轻群体更偏好直白化表达、部分亚文化圈层的符号体系具有强语境

特征), 均存在丰富的内部异质性, 且受数字传播影响, 高低语境传播风格呈现相互渗透趋势。

3.1. 价值维度差异导致叙事逻辑与情感共鸣的疏离

霍夫斯泰德的六个文化维度揭示了中西受众在评判故事意义、角色动机与道德逻辑时的系统性偏差, 使基于中国价值内核的叙事易在西方遭遇意义过滤或情感抵触。一是集体主义与个人主义的根本分野构成核心冲突。中国故事擅长在“家-国-天下”的宏大框架中彰显集体价值与命运共同体理念, 但中国内部的代际差异显著: Z世代青年更倾向于将集体价值与个体成长相结合, 对小切口、大情怀的叙事接受度更高; 而个人主义文化(如欧美)内部同样存在差异, 北欧国家的个人主义更强调平等与关怀, 与美国竞争型个人主义对叙事的需求截然不同, 这使得同一集体叙事在不同西方亚文化群体中可能产生差异化的传播效果。二是高权力距离与低权力距离的叙事权威差异影响可信度构建。中国官方叙事中常见的权威宣告与历史定调风格, 契合高权力距离文化对等级与权威的默认。然而, 在低权力距离文化中, 此种风格易被解读为缺乏对话性与透明度, 削弱了信息的可信度与亲和力。三是不确定性规避倾向的强弱塑造了对叙事结构的偏好。中国的中高不确定性规避文化倾向于在叙事中提供明确的道德因果和秩序闭环, 以给予确定感。相反, 低不确定性规避的西方受众更青睐开放式结局、道德模糊与多义性讨论, 对过于清晰的“说教式”结构反而可能产生抗拒。其他维度的复合影响进一步细化挑战。在男性化/女性化维度上, 中国叙事对成就、竞争与英雄主义的强调, 在偏女性化文化(如北欧)中可能被视为缺乏情感温度与人际关怀。在长期/短期导向上, 中国故事善于展现厚积薄发的历史纵深, 而短期导向文化更追求即时反馈与节奏明快, 导致《琅琊榜》等剧集在国际传播中常需进行节奏压缩。在放纵/克制维度上, 中国叙事中对欲望与情感的道德规训与克制表达, 可能与高放纵文化中追求即时体验与情感释放的期待相左。

3.2. 高低语境差异导致符号编码与意义解码的错位

在价值冲突之下, 霍尔的高低语境理论进一步揭示了传播实践中具体的符号性障碍, 即中国高语境的信息编码方式与西方低语境的信息解码习惯之间存在结构性矛盾。一是高语境隐喻在低语境传播中的“意义流失”。中国故事富含依赖文化共识的隐喻、象征与言外之意(如“鱼水情深”、“黛玉葬花”)。当这些高语境符号进入低语境传播环境时, 其深层文化寓意与情感负载极易在解码过程中流失。例如, 春节年兽传说背后的驱邪祈福内涵, 或《红楼梦》中复杂的家族政治隐喻, 若无显性解释, 很难被低语境受众准确捕捉。二是低语境受众对直白信息的需求与中国叙事含蓄性的矛盾。低语境文化要求信息清晰、直接、冗余度低。而中国传统的叙事美学讲究含蓄、留白与意在言外。这种矛盾在数字传播环境下进一步凸显, 算法推荐的个性化分发可能加剧符号误读的圈层化[13], 不仅导致理解障碍, 更可能形成认知隔阂。如“龙”在中国文化中的祥瑞象征在西方常被简化为邪恶图腾。传统艺术形式(如京剧脸谱)的象征系统, 若无适配转化, 也难以实现有效传播。

3.3. 理论框架下的案例启示与适配方向

上述双重制约并非孤立存在, 而是相互强化。例如, 一个集体主义价值的故事(价值层面)若同时采用高语境的含蓄表达(符号层面), 其在个人主义-低语境文化中面临的接受壁垒将被倍增。反之, 成功的跨文化传播案例往往体现了对双重制约的协同克服。以《功夫熊猫》为例, 其成功的关键在于进行了精准的双维适配: 在价值维度上, 它以阿宝的个人成长与自我实现(个人主义核心)为主线, 巧妙融入了功夫、师徒等东方集体主义文化元素, 实现了价值逻辑的转换; 在符号维度上, 它采用了清晰直白的低语境叙事语言, 并将“气”、“功夫”等高语境文化概念进行视觉化、动作化的显性表达, 降低了解码难度。这一案例表明, 有效的跨文化传播并非简单的内容翻译, 而是基于目标文化坐标, 在叙事逻辑、符号体系

与表达风格上进行系统性再创造的适配性转换。这为思考中国故事的优化策略提供了根本方向。

4. 基于国别化数据库的实证检验与发现

为实证检验前文构建的“价值-信息”双维整合框架的有效性, 并为其应用提供数据驱动的策略依据, 本章通过构建国别化语言数据库并实施跨文化控制实验, 系统验证文化维度与语境差异对传播效果的具体影响机制。

4.1. 研究设计与样本选择

为确保研究结论具有广泛的外部效度与充分的统计检验力, 本研究采用“目的性-最大化差异”抽样策略。依据 Hofstede Insights 的全球文化簇划分[14], 并遵循 de Mooi & Hofstede 关于检验文化维度交互效应的建议, 研究刻意在霍尔的高低语境连续体两端, 选取在霍夫斯泰德六个文化维度上分值梯度显著的文化极值国。

具体操作分为两步: 首先, 依据霍尔的高低语境指数将全球主要国家划分为高语境($HC \geq 70$)与低语境($HC \leq 40$)两大群体; 随后, 在每一群体内, 结合霍夫斯泰德六维度分值进行聚类分析, 并兼顾经贸往来密切度、社交媒体渗透率等现实传播因素。最终样本锁定八个国家: 以中国(含 Z 世代亚文化群体)、日本为代表的传统高语境群体, 马来西亚、新加坡为代表的高语境-多元价值群体; 以美国、英国为代表的强势个人主义-低语境群体, 德国为代表的高不确定性规避-低语境群体, 瑞典为代表的柔性个人主义-低语境群体。该样本在文化六维度与语境指数上覆盖了极广区间(如个人主义指数跨度为 6~91), 确保了研究能够在“文化维度-语境类型”双轴上实现最大化的文化离散度, 从而有效检验理论模型在多元文化场景下的解释边界与适用性。

4.2. 国别化语言数据库的构建

为深入分析不同文化背景下涉华话语的叙事结构、情感倾向及其与文化变量的关联, 本研究构建了一个多语种、大规模、经严格信效度检验的国别化语言数据库。

(1) 数据采集与处理。研究抓取了 2020 年至 2024 年间上述八国主流媒体与社交媒体平台涉及中国议题的公开文本, 经去噪、清洗后, 获得 15.2 万条有效语料。通过多语种分词、实体识别与统一化处理, 形成结构化文本数据。

(2) 主题建模与量化分析。采用 BERTopic 模型对语料进行主题建模, 生成 92 个语义连贯的主题簇。在此基础上, 运用多层线性模型, 以国家层面的文化维度得分和语境指数作为层二变量, 以主题簇的情感极性、热度等作为层一变量, 分析文化背景对传播效果的跨层影响。最终构建了“文化维度-话语主题-情感倾向”三元映射的量化数据库。

(3) 信度与效度检验。数据库通过了严格的信效度检验。人工双盲编码的一致性系数(Krippendorff's $\alpha = 0.81$)与内部一致性系数(Cronbach's $\alpha = 0.87$)均达到高标准。模型输出的情感预测值与 YouGov 同期跨国民调数据显著相关($r = 0.77$), 证明了其良好的聚合效度与实证效度。

4.3. 跨文化叙事适配实验及发现

基于数据库的洞察, 本研究进一步设计了跨文化控制实验, 以精确检验叙事策略的文化适配效果。

(1) 实验设计。以乡村振兴为统一主题, 依据理论框架生成四种叙事脚本, 分别对应高语境/集体主义、低语境/集体主义、高语境/个人主义、低语境/个人主义四种类型。通过 TikTok、YouTube、Twitter 平台, 向八国样本受众进行分层随机投放, 并测量其认知(信息准确度)、情感(情感唤醒)与行为(点击、分享率)三个维度的效果。

(2) 主要研究发现。一是主效应验证。叙事脚本与受众文化背景的匹配度, 对信息准确度、情感唤醒和行为互动(CTR)均产生显著正向影响($p < 0.001$), 核心假设得到有力支持。二是关键交互效应。对“个人主义-低语境”受众(如美、英), 采用“线性叙事+个体成就”框架(D脚本)的传播效果最佳, 其CTR显著更高。对高权力距离-高语境受众(如中、日), 适度显性化+保留集体荣誉的叙事(B脚本)在激发情感共鸣上更具优势。不确定性规避维度发挥重要调节作用。对于高不确定性规避文化(如德国), 在叙事中增加背景解释与明确逻辑链, 能显著提升受众的情感唤醒度与理解度。三是渠道与受众代际的交互效应。同一叙事在不同平台、不同代际受众中的效果差异显著。例如, 在TikTok上, 西方Z世代受众对“高语境视觉符号+简洁文字”的叙事接受度极高(CTR达18.7%), 而中老年受众则更依赖显性逻辑链; 中国Z世代在国际平台传播中国故事时, 更倾向于使用“二次元符号+家国情怀”的混合表达, 其分享率显著高于传统官方叙事[15], 这进一步验证了文化内部代际差异对传播策略的差异化需求。

4.4. 实证结论对策略构建的启示

本章的实证结果不仅验证了“价值-信息”双维整合框架的有效性, 也为后续制定精准的优化策略提供了直接、具体的依据: 第一, 证实了针对不同文化维度进行叙事分层的必要性与有效性; 第二, 揭示了高低语境动态平衡策略(如对高不确定性规避文化增加显性信息)的量化收益; 第三, 识别了新加坡这类“高语境-低不确定性规避”的文化特例, 提示策略需兼具普适性与灵活性; 第四, 明确了传播渠道作为调节变量, 要求叙事策略进行相应的平台化适配。这些数据驱动的发现, 共同构成了第五章系统化策略构建的坚实基础。

5. 中国故事国际传播的优化策略体系

基于前文构建的“价值-信息”双维整合框架及实证研究发现, 中国故事的国际化传播需超越零散的经验调整, 构建一个系统化、动态化的策略体系。该体系以精准的文化诊断为前提, 以叙事与符号的协同适配为核心, 以技术体系与关键行动者为支撑, 旨在实现从单向输出到双向适配的范式转变。

5.1. 基于文化坐标的叙事分层与精准设计

优化策略的首要环节是依据目标受众在霍夫斯泰德文化维度与霍尔语境类型坐标上的精准定位, 进行叙事逻辑与主题的差异化设计。一是价值维度导向的叙事调适(操作路径: 文化维度测评→受众细分→脚本定制→效果预演)。第一步, 通过霍夫斯泰德文化维度数据库与目标国亚文化调研, 获取受众在6个维度的精准得分及亚文化特征; 第二步, 按“核心维度+代际+亚文化”进行三维细分(如美国受众分为“高个人主义-低权力距离-青年亚文化”“高个人主义-低权力距离-中老年群体”等); 第三步, 定制差异化脚本: 例如针对“美国青年亚文化(高个人主义-低权力距离-环保倾向)”, 采用“青年创业者的环保实践+个体成长+中国技术支持”的叙事框架, 对话语气采用伙伴式, 避免权威表述; 第四步, 通过小规模预实验(样本量 ≥ 300)检验叙事接受度, 若情感唤醒度 < 0.6 (李克特7点量表)则调整脚本。二是长期/短期与男性化/女性化维度的融合应用。在叙事时间框架上, 对长期导向文化可展现历史的纵深与可持续性; 对短期导向文化则需聚焦当下、凸显即时成效与具体案例。在叙事气质上, 兼顾男性化文化对竞争、成就与英雄叙事的偏好, 以及女性化文化对合作、关怀与生活质量的关注, 形成刚柔并济的叙事光谱。

5.2. 面向语境差异的符号转换与表达平衡

在叙事价值层面适配的基础上, 必须对表达风格进行高低语境的动态平衡, 以解决符号编码与解码的错位。一是高语境向低语境的显性化转换(操作方法: 隐喻拆解→背景补注→逻辑显性→视觉辅助)。第

一步, 拆解高语境符号(如“鱼水情深”)的核心内涵(军民同心、相互依存); 第二步, 补充极简背景说明(如“中国传统文化中, 鱼象征百姓, 水象征军队, 比喻军民相互扶持的关系”), 控制在 30 字以内; 第三步, 构建显性逻辑链(如“军队帮助乡村修路→村民通过电商增收→军民共同发展”); 第四步, 搭配视觉化元素(如修路场景实拍、电商销售数据图)。具体案例: 将“黛玉葬花”的文化意象用于跨文化叙事时, 转换为年轻女性通过守护古籍中的花卉图谱, 传承中国传统园艺技艺的故事, 显性说明花卉图谱承载中国古人的生态智慧, 搭配图谱实拍与园艺实践画面, 避免隐喻模糊。二是低语境向高语境的“符号化”提炼。当面向高语境受众时, 策略的关键在于提炼而非稀释。应保留最具代表性的文化符号(如熊猫、书法), 但简化其过于复杂、依赖特定知识体系的隐喻层级, 将其核心情感或价值(如友好、智慧)与更普世的情感或视觉元素直接关联, 实现文化标识的友好接入。

5.3. 语言规划、案例传播与体系支撑

策略的有效实施依赖于精准的语言规划和系统的传播支撑体系。“国别化语言数据库”的构建与运用是实现精准适配的技术基础, 具体实施步骤: ① 数据采集: 每月更新目标国主流媒体、社交媒体涉华议题语料(覆盖 8 国, 每月新增语料 ≥ 5000 条); ② 维度分析: 从语言风格(直白/含蓄)、情感倾向(正面/中性/负面)、热点主题(经济/文化/科技等)、禁忌词汇 4 个维度进行标注; ③ 动态更新: 建立季度更新机制, 同步目标国文化禁忌、舆论热点的变化; ④ 应用输出: 为叙事创作提供《国别语言使用指南》, 明确不同国家的禁用词汇、推荐表达、热点结合方向。例如, 针对新加坡受众, 指南明确避免使用过于抽象的集体主义表述, 推荐结合当地互助文化(gotong royong)进行叙事; 针对瑞典受众, 禁用性别化表述, 推荐突出平等、环保等主题。实施主体: 高校科研团队 + 媒体机构语言实验室。效果评估指标: 数据库语料覆盖率 $\geq 90\%$ (目标国核心媒体)、指南应用后叙事适配度提升 $\geq 30\%$ 。在此基础上, 重大项目的国际传播可作为策略应用的集中试验场。

5.4. 技术赋能与多元行动者网络构建

最后, 需借力数字技术与关键中介, 构建智能化、互动化、网络化的传播新生态。一是智能技术赋能叙事创新。利用 AI、VR/AR 等技术开发多模态叙事产品, 契合数字原住民的信息接收习惯, 实现从被动观看到主动探索的体验升级。智能算法的应用需兼顾文化适配性与伦理规范, 避免算法偏见导致的文化误读, 这要求在技术赋能过程中嵌入文化敏感性评估模块。二是激活文化转译者网络, 具体操作: ① 主体筛选: 筛选三类核心转译者——华侨华人社区领袖(具备本地社会影响力)、海外高校汉学研究者(具备学术公信力)、跨国企业本地高管(具备行业话语权), 建立 1000 人规模的核心转译者库; ② 能力培养: 每年开展 2 次线上培训, 内容包括中国核心价值解读、叙事技巧、文化禁忌规避, 培训后进行考核认证; ③ 平台搭建: 建立转译者协作平台, 提供定制化叙事素材包(含文本、图片、视频模板), 支持转译者根据本地语境二次创作; ④ 激励机制: 对传播效果突出(如内容分享量 ≥ 1 万、正面评论率 $\geq 80\%$)的转译者给予荣誉认证及资源支持。三是深度整合社交文化传播渠道(平台化适配策略: 平台特性分析→内容形态定制→算法优化→效果监测)。第一步, 分析平台特性: TikTok (短视频, 用户平均停留时长 ≤ 15 秒, 偏好强视觉冲击)、YouTube (中长视频, 用户关注深度内容, 偏好逻辑完整)、Instagram (图片 + 短视频, 侧重美学表达); 第二步, 定制内容形态: TikTok 平台采用“3 秒视觉爆点 + 10 秒核心信息 + 2 秒行动引导”的结构(如 3 秒展示中国非遗技艺特写, 10 秒讲解技艺传承故事, 2 秒引导点击了解更多), 嵌入显性逻辑链(如“非遗传承人→技术创新→国际合作”); YouTube 平台制作 5~8 分钟专题视频, 包含“背景介绍 + 故事展开 + 数据支撑 + 专家解读”, 逻辑链完整; Instagram 平台以图文搭配为主, 图片采用中国元素 + 国际审美(如熊猫图案与现代设计结合), 文字说明控制在 100 字以内, 突出情感共鸣; 第三

步, 算法优化: 针对 TikTok 算法偏好, 增加互动型标题(如你知道中国农民如何用电商改变生活吗?), 使用目标国热门标签(如 Sustainable Living); 第四步, 实时监测效果, 若平台 CTR < 8% 则调整内容形态。具体案例: 在 TikTok 发布“中国传统刺绣的现代创新”短视频, 3 秒展示刺绣与时尚服饰结合的特写, 10 秒讲述 95 后刺绣师与国际设计师合作, 将传统技艺融入轻奢品牌, 2 秒引导点击链接查看合作系列, 搭配标签 Chinese Craft Fashion Innovation。

5.5. 策略验证与动态优化闭环

前述策略的有效性已为第四章的实证数据所验证。数据显示, 当策略与目标文化“维度-语境”特征高度匹配时, 传播效果获得显著提升。这证明, 优化的核心在于建立“文化诊断-策略设计-效果评估-动态调优”的完整闭环。未来, 应持续利用数据反馈机制, 对策略进行迭代优化, 使中国故事的跨文化传播成为一个具备学习能力和适应能力的智能系统。

6. 结语

本研究基于霍夫斯泰德文化维度理论与霍尔高低语境理论的整合, 构建了“价值观念-传播符号”双维分析框架, 系统审视了中国故事国际传播所面临的深层文化适配挑战。理论梳理表明, 单一维度分析难以充分解释跨文化传播中价值冲突与符号误读交织的复杂机制; 而双维框架的互补性融合, 为诊断传播障碍提供了更全面、更具动态性的视角。通过国别化数据库分析与控制实验, 本研究实证验证了文化维度与语境差异共同制约传播效果的核心假设。研究发现, 中国故事在西方遭遇的接受困境, 本质上是“集体主义-高语境”的叙事逻辑与编码方式, 同“个人主义-低语境”文化的解码习惯与价值偏好之间结构性错位的体现。这一双维制约机制要求传播策略必须进行系统性的协同适配。基于此, 本研究提出了一个包含叙事分层设计、语境动态平衡、体系化支撑与技术赋能的优化策略体系。该体系的核心在于, 从“单向内容输出”转向“双向精准适配”, 即依据目标文化的具体坐标, 对故事的价值内核、表达风格、传播渠道进行一体化调适。实证数据证实, 策略与文化特征的匹配度是提升传播效能的决定性变量。本研究的理论贡献在于, 推动了跨文化传播理论在应用层面的整合与深化, 为理解叙事产品的文化折扣现象提供了一个可操作的分析模型。在实践层面, 研究为中国故事的国际传播提供了从诊断到执行、从内容到渠道的闭环策略思路, 对提升我国国际传播的精准性、亲和性与实效性具有参考价值。

参考文献

- [1] Nye, J.S. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs.
- [2] 中共中央办公厅, 国务院办公厅. 关于加快推进媒体深度融合发展的意见[N]. 人民日报, 2021-09-06(006).
- [3] Bakshy, E. and Messing, S. (2022) Algorithmic Curation and Cross-Cultural Exposure on Social Media. *Science*, **375**, 463-467.
- [4] Hofstede, G., Hofstede, G.J. and Minkov, M. (2010) *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. 3rd Edition, McGraw-Hill.
- [5] Hall, E.T. and Hall, M.R. (1990) *Understanding Cultural Differences: Germans, French, and Americans*. Intercultural Press.
- [6] Kim, S. and Park, H. (2021) Algorithmic Mediation in Cross-Cultural Communication: A Computational Approach. *Journal of Communication*, **71**, 456-478.
- [7] Samovar, L.A., Porter, R.E., McDaniel, E.R., et al. (2017) *Intercultural Communication: Contexts and Identities*. 8th Edition, Cengage Learning.
- [8] Wang, H. (2020) Cross-Cultural Narrative Strategies of Chinese Stories. *Journal of Chinese Cultural Studies*, **37**, 231-248.
- [9] Kim, S. and Zhang, Y. (2023) Narrative Adaptation in Cross-Cultural Digital Communication: A Computational Approach. *International Journal of Intercultural Relations*, **94**, Article 103789.

-
- [10] de Mooij, M. (2014) *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes*. 4th Edition, Sage Publications.
 - [11] Schwartz, S.H. and Bardi, A. (2022) Cultural Value Changes and Their Impact on Cross-Cultural Communication. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, **53**, 321-338.
 - [12] Ting-Toomey, S. (1999) *Communicating across Cultures*. Guilford Press.
 - [13] Van Dijck, J., Poell, T. and de Waal, M. (2022) *The Platform Society 2.0: Public Values in a Digital World*. Oxford University Press.
 - [14] Hofstede Insights (2024) Hofstede Cultural Dimensions Database.
<https://www.hofstede-insights.com/cultural-dimensions/>
 - [15] 邓秀军, 赵悦言. 触达、呈现与交互共创: 智能媒介技术赋能中国文化精准国际传播[J]. 出版广角, 2025(10): 28-35.