

# The Overseas Communication of Chinese Civilization in the Age of Social Media: The Role, Challenges of Facebook Platform and Optimization of Cross-Cultural Communication Mechanisms

Gu Li Chaoqun Shen\* Xiang Chen<sup>2</sup>

School of Art and Media, Shanghai Shanda University, Shanghai, 201209, China

## Abstract

This study examines the role and strategies of overseas social media in enhancing the communication power of Chinese civilization, with a focus on Facebook. By integrating Hofstede's Cultural Dimensions Theory, the research analyzes the mechanisms and optimization pathways of cross-cultural communication. The findings reveal that effective communication of Chinese civilization on Facebook requires a deep understanding of the cultural psychology of target audiences and the adoption of differentiated strategies. Hofstede's six cultural dimensions provide a framework for content localization. Successful cases often employ a "collaboration between official and civil sources" strategy, a "dual coding of symbols and emotions" approach, and a "platform algorithm adaptation combined with community operations" tactic. This research offers theoretical and practical insights into the overseas dissemination of Chinese civilization, highlighting the significance of social media as a space for cultural dialogue and calling for further research to track technological advancements and evolving practices.

## Keywords

Chinese civilization; Social media; Facebook; Hofstede

## 社交媒体时代的中华文明海外传播：脸书平台的作用、挑战与跨文化传播机制的优化

李古 沈超群\* 陈湘

上海杉达学院艺术与传媒学院，中国·上海 201209

## 摘要

本研究以Facebook平台为例，探讨海外社交媒体在增强中华文明传播力中的作用与策略。通过整合霍夫斯泰德文化维度理论，研究分析了跨文化传播的机制与优化路径。研究发现，中华文明在Facebook上的有效传播需基于对目标受众文化心理的深入理解，采用差异化的传播策略。霍夫斯泰德理论的六个文化维度为内容本地化提供了框架，实践表明，成功的传播案例往往采用“官方与民间协同”的信源策略、“符号与情感并重”的信息编码方式，以及“算法适配与社群运营结合”的渠道策略。本研究为中华文明的海外传播提供了理论参考与实践指引，强调社交媒体作为文化对话场域的重要性，并指出后续研究需持续跟踪技术变革与传播实践的新发展。

## 关键词

中华文明；社交媒体；脸书；霍夫斯泰德理论

## 1 引言

中华文化是世界上最悠久和丰富的文化之一，具有深

厚的历史积淀和文化遗产。然而，随着全球化的趋势加速推进，必须强化对外中华文明传播力、影响力，让中华文明得以在国际间更加发光。因此，如何利用国际社交媒体平台，增强中华文化传播力，显得尤为重要。

【基金项目】2024年度教育部人文社会科学研究规划基金项目《中国大陆形象在台湾地区社交媒体传播研究》（项目编号：24YJAZH122）。

【作者简介】李古（1981-），女，中国辽宁人，硕士，初级，从事传媒管理等研究。

社交媒体已成为21世纪最具影响力的信息传播载体，其中Facebook作为全球用户规模最大的社交平台之一，在塑造国际舆论、影响公众认知方面具有不可替代的作用。相较于传统媒体，社交媒体的互动性、即时性与去中心化特征，使其成为跨文化传播的高效渠道。然而，由于Facebook的算法机制、用户群体及内容监管体系深受西方价值观影响，

中国在该平台上的形象塑造面临诸多挑战。研究 Facebook 上的中国形象传播策略,不仅有助于优化中华文明的海外传播效果,也能为中国在国际舆论场中争取更大的话语权提供理论支持。

从现实需求来看,中国在国际舞台上的崛起伴随着复杂的舆论环境,在此背景下,如何通过 Facebook 等社交媒体主动构建真实、全面、积极的中国形象,成为提升国家软实力和化解国际误解的关键。

从理论价值而言,本研究将从传播学和文化研究的多学科视角,探讨跨文化传播理论的应用、社交媒体传播机制的影响、国家形象构建的叙事策略等。

## 2 脸书平台的价值与中华文明海外传播研究的意义

国内聚焦中华文明的传播有三个基本研究方向。一,探讨中国文化传播在现代化和全球化背景下的趋势和挑战。如王匀、叶斌等的研究聚焦中国传统文化在现代化和全球化的影响下的深刻变革和创新。社交媒体的兴起为中国文化传播提供了更多的机会,也为中国文化的国际传播提供了新的途径<sup>[1]</sup>;二,探讨中华文明的文化符号。如刘柏豪、叶青等的研究聚焦从社交媒体平台的中国文化元素和符号,加强中国文化的传承和推广<sup>[2]</sup>;三,探讨中国文化在社群媒体上的传播和影响。如迟明阳、孙明霞等的研究聚焦为社群媒体为中国文化的传播提供了更加开放和自由的平台,并且有助于增强中国文化的全球影响力<sup>[3]</sup>。脸书在全球拥有庞大的用户群体。根据 Facebook 的官方数据,截止 2024 年 Facebook 的全球月活跃用户数已达 30.7 亿,是全球网络人口的将近 60%。脸书的一大特点是用户分享。针对该功能的研究可以为中华文化的海外传播提供重要的数据平台。并依托大数据分析新方法梳理传播脉络和背后的信息节点分布特点与内隐关联性。

从 citespace 检索自 2018 至今有关新媒体及中华文明的核心论文,如图 1,其峰值在 2023 年的 25 篇,整体呈现增加趋势,证明随着新媒体发展,越来越多学者开始关心相关议题。国外研究 Facebook 与 TikTok 的论文也有许多,主要有两大类。一,透过大数据与社群的媒体分析。如英国牛津大学学者 Ralph Schroeder 等研究 Twitter、维基百科和 Facebook 的分析,还包括对搜索引擎和智能手机使用的分析。其研究聚焦在“数字媒体”下,强调大数据发现如何对传播研究中的现有理论和发现做出贡献,开发关于数字数据来源及其与相关媒体的关系的分析框架<sup>[4]</sup>。二,阅听人参与的访谈性研究。比如英国曼彻斯特大学学者 Thorsten Hennig-Thurau、美国西北大学学者 Edward C. Malthouseon 的相关研究。其内容主要是在 Facebook、YouTube、Google 和 Twitter 等新媒体渠道,使阅听者扮演更积极的参与者角色,通过新的适应性战略为增长提供了充足的机会,主要介绍新媒体对阅听人关系影响的“新弹球框架”,并确定在社群媒体领域讨论文化现象的关联性<sup>[5]</sup>。其他小分类也很多,

但聚焦中华文明的传播力及影响力的论文偏少,这使得本研究更具有实践性和创新价值。

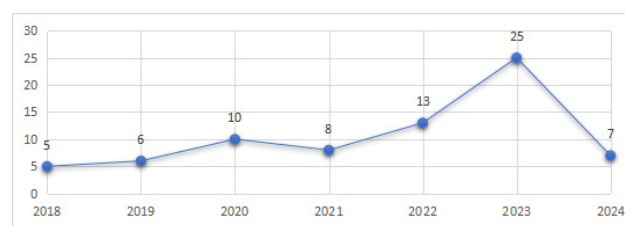


图 1: 新媒体与中华文明中文核心论文数量图

## 3 霍夫斯泰德文化维度理论在中华文明海外传播上的应用

“霍夫斯泰德文化维度理论”(Hofstede's Cultural Dimensions Theory)由荷兰社会心理学家吉尔特·霍夫斯泰德(Geert Hofstede)提出,是跨文化研究领域的经典理论之一。该理论最初基于对 IBM 全球员工的调查,归纳出不同国家和地区的文化差异,并提出了六个核心维度:权力距离(Power Distance, PDI)、个人主义/集体主义(Individualism vs. Collectivism, IDV)、男性化/女性化(Masculinity vs. Femininity, MAS)、不确定性规避(Uncertainty Avoidance, UAI)、长期导向/短期导向(Long-term vs. Short-term Orientation, LTO)、放纵/克制(Indulgence vs. Restraint, IVR)<sup>[6]</sup>。这些维度为分析不同文化背景下的传播行为提供了重要框架,尤其适用于国际传播、社交媒体内容策略等领域。在全球化背景下,海外社交媒体已成为中华文明国际传播的重要阵地。以脸书为例,如何有效塑造中国形象、增强文化传播力,需要深入理解不同文化背景受众的认知特点。霍夫斯泰德文化维度理论为此提供了系统的分析框架,该理论提出的六个文化维度为跨文化传播策略的制定指明了方向<sup>[7]</sup>。

在权力距离维度上,不同社会对权威的接受程度直接影响传播效果。高权力距离社会如中国、马来西亚等更倾向于接受官方机构、专家意见的权威性传播。因此在脸书平台,通过中国文旅部、孔子学院等权威机构的背书能够显著提升内容可信度。相比之下,低权力距离社会如美国、北欧国家更崇尚平等对话,这就要求传播策略需要更“接地气”,采用李子柒式的民间叙事或用户生成内容,以草根身份引发文化认同。

个人主义与集体主义的文化差异同样深刻影响着内容设计策略。在个人主义盛行的欧美社会,强调个人故事和自由表达的微观叙事往往比宏大国家叙事更具传播力。“舌尖上的中国”通过普通人的视角展现中国美食文化,是该类内容的代表。而在东亚这类集体主义社会,更突出团聚、互助,春节类的相关亲情内容更具有代表性。这种差异化应用,能够有效提升文化传播的精准度。

男性化与女性化的社会特征也需纳入传播策略的考量,日本、德国等男性化社会崇尚竞争和成就,适当展示中国在科技、经济领域的成就能引发关注,相反,瑞典、荷兰等女

性化社会更关注生活质量与可持续发展,此时强调中国传统文化中的“天人合一”理念或现代环保实践如碳中和政策,就更容易获得认同。这种基于社会价值取向的内容调适,是跨文化传播成功的关键。

不确定性规避程度的不同也要求差异化的信息呈现方式。面对希腊、俄罗斯等高不确定性规避社会,需要提供清晰、结构化的信息,在解释“和谐”等文化概念时应辅以社区调解制度等具体案例。而在新加坡、丹麦等低不确定性规避社会,则可以发起“中国茶文化”等开放式话题,鼓励用户参与内容共创。这种灵活的信息组织方式能够有效降低文化折扣。

长期导向与短期导向的文化特质影响着价值观传递的重点。中国、韩国等长期导向社会重视传统与持久关系,因此强调丝绸之路历史与“一带一路”现代关联的内容容易引发共鸣。而美国、澳大利亚等短期导向社会更关注即时效果,突出中医在疫情防控中的实际应用就比单纯介绍理论更具说服力。这种价值观传递的侧重点选择,直接影响着文化传播的接受度。

最后,放纵与克制维度的差异决定了传播风格的调整方向。墨西哥、巴西等放纵型社会偏好情感外放的娱乐化内容,中国短视频“科目三”的走红就是例证。而在埃及、巴基斯坦等克制型社会,需避免饮酒、暴露服饰等敏感内容,转而突出对当地宗教文化的尊重。这种本地化策略的调整,是避免文化冲突的必要措施。

霍夫斯泰德文化维度理论的应用实践表明,中华文明在脸书等海外社交媒体的有效传播,必须建立在对目标受众文化特征的深入理解基础上。从李子柒个人叙事的成功到“一带一路”倡议的传播差异,都印证了文化维度理论的实践价值。

## 4 中华文明海外传播的新媒体路径

中华文明传播研究多着眼于国内传播路径,聚焦于国家层级的政策推动、教育系统中的课程安排或媒体平台上的传统文化节目等。然而,关于中华文明在海外的传播研究仍属相对薄弱,尤其是在新媒体平台上的实际运作和效果更为稀缺。Facebook作为全球最大社交平台之一,在中文互联网圈中影响力有限,因此较少被纳入国内学者的研究视野。然而,正因其广泛的国际用户基础和高度的互动传播特性,若能深入掌握其平台上的数据与传播路径,有助于丰富中华文明的国际传播研究视角。

此外,Facebook的社群特性、分享机制以及跨文化传播能力,使其成为中华文化传播的重要平台。特别是在全球化背景下,通过平台上多元化的用户互动,可以实现中华文明在不同语境下的本土化诠释和文化再生产,增强文化的传播适应性与感染力。

总之,Facebook作为兼具互动性与全球性的新媒体平台,正成为中华文明“走出去”的新阵地。通过对该平台的

传播机制与用户行为的研究,不仅能验证中华文化的影响力,更可推动其在全球范围内的认同与尊重。这对中华文化的当代表达与全球传播、中华文明在新时代下的国际定位,以及提升国家文化软实力,皆具有深远意义。

## 5 结语

本研究以Facebook平台为例,探讨了海外社交媒体在增强中华文明传播力方面的作用与挑战。通过霍夫斯泰德文化维度理论,研究揭示了跨文化传播的复杂机制及其优化路径。

研究发现,中华文明在Facebook上的有效传播需要建立在深入理解目标受众文化心理特征的基础上,通过差异化的传播策略实现文化共鸣。“霍夫斯泰德理论”的六个文化维度为内容本地化提供了系统框架,实践表明,成功的传播案例往往采用“官方与民间协同”的信源策略、“符号与情感并重”的信息编码方式,以及“算法适配与社群运营结合”的渠道策略。然而,研究也发现当前传播仍面临媒体议程设置、平台算法偏见和文化转译失真等挑战。

未来,随着数字技术的快速发展,中华文明的国际传播需要进一步强化三个方面的建设:一是构建智能化传播体系,利用大数据和人工智能技术实现精准传播;二是完善跨学科研究框架,将传播学理论与计算社会科学方法相结合;三是培养具有国际视野和数字素养的复合型传播人才。

海外社交媒体作为文化对话的重要场域,其意义不仅在于技术层面的信息传递,更在于构建理解与认同的桥梁。本研究为此进程提供了理论参考和实践指引,但数字时代的文化传播仍在快速演进,后续研究需要持续跟踪技术变革与传播实践的新发展。

## 参考文献

- [1] 王匀. 出海自媒体对海外受众中华文化认同的影响研究[D]. 西北民族大学,2022.
- [2] 刘柏豪. 边界消融与情感共鸣: 社交媒体时代中华文化对外传播研究[J]. 声屏世界,2022(06):15-18.
- [3] 迟明阳. 基于社交媒体平台传播中华文化的策略[J]. 视听,2019(01):183-184.
- [4] Lehman-Ludwig, A., Burke, A., Ambler, D. and Schroeder, R. (2023) “Chinese Anti-Westernism on social media”, GLOBAL MEDIA AND CHINA. 8 (2) 119-137.
- [5] Rodríguez-Camacho, J. A., Linder, M., Jütte, D., & Hennig-Thurau, T. (2024). Digital Capital: Importance for Social Status in Contemporary Society and Antecedents of its Accumulation. *Computers in Human Behavior (CHB)*, 159.
- [6] 李娟. 多样性应对: 跨文化传播的底层逻辑与战略选择——兼论霍夫斯泰德文化维度理论的延伸[J]. 现代传播(中国传媒大学学报),2025,47(04):51-60+117.DOI:10.19997/j.cnki.xdcb.2025.04.009.
- [7] 刘雅楠. 跨文化传播视域下中美动画电影价值观比较研究[D]. 华中科技大学,2021.DOI:10.27157/d.cnki.ghzku.2021.001413.