

中国生态故事的跨文化认知运输与文化距离调适

刘嘉琪 吴 蒙

摘要:全球认知博弈持续加剧,对外讲好中国生态故事已成为重大国际传播战略议题。研究以我国主流媒体于 X 平台发布的 21,687 条生态推文为样本,建构多层级认知运输策略体系,探究不同文化距离情境下该框架对国际传播效能的影响机制。结果表明:浅层信息富集度、中层意象清晰度策略能够正向提升国际传播效能,深层价值多样性策略则易产生消极作用;文化距离作为认知运输“路程”变量,对国际传播效能呈倒 U 型影响,并对各层级策略效果产生差异化调节作用。研究结论可为主流媒体优化跨文化生态传播叙事提供理论参考。

关键词:中国生态故事;认知运输;文化距离;主流媒体;国际传播

中图分类号:G206 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2026)05-0069-12

基金项目:中国社会科学院智库基础研究项目(ZKJC261814)

生态议题跨越国家、种族与地域边界,是全人类共同面临的发展挑战与时代命题。中国生态故事具备突破政治叙事框架、引发全球共鸣的特质,为我国推进国际传播战略提供重要契机。纵观我国主流媒体的国际生态传播实践,尽管内容创作与技术应用已取得长足进步,但文化距离催生的认知壁垒仍持续制约传播效能,“文化折扣”问题屡见不鲜。

“叙事即旅行”^[1]。认知运输(cognitive transportation)作为经典叙事说服机制,为破解上述困境提供了理论视角。该理论将媒介视作“交通工具”,主张叙事能够引导受众脱离现实场域、进入故事构筑的全新认知场域,进而受到故事蕴含的认知观念与价值内涵影响^[2]。依托该理论,有望阐释中国生态故事如何在有限信息中展开叙事并形成说服力,以及如何引导跨文化受众感知、理解、认同故事背后的丰富意蕴,最终抵达共识。但当前学界尚未明确:主流媒体应当如何构建契合海外用户认知规律的认知运输策略?在认知运输过程中,文化距离与国际传播效能之间存在何种关联?应当如何调适叙事策略,才能实现国际传播效能的最大化?厘清上述问题,是推动中国生态叙事跨越认知疆界、转化为国际公共话语的关键所在。有鉴于此,本研究以 X 平台中主流媒体发布的生态推文为样本,探明中国生态故事认知运输策略的构成及其跨文化传播机制,并将文化距离纳入研究框架,解构其在认知运输过程中的影响作用,为加强我国国际生态传播能力提供参考。

一、研究综述与假设提出

(一)叙事驱动的跨文化“旅行”与认知运输体验

运输(transportation)指事物从一个地方到另一个地方的各类运动形式^[3]。这一概念源自芝加哥传播学派学者查尔斯·库利提出的“传播是思想的交通运输”观点。在传播运输观中,语言、文字、信息等记录手段均被赋予运输属性,为后续叙事运输理论的诞生奠定了思想基础。1993年,心理学家理查德·格里格正式将“运输”引入叙事领域,用以描述受众的沉浸式叙事体验过程^{[4]10}。认知运输,作为叙事运输理论的重要组成,生动揭示了受众接收故事的心理认知机制:当故事的叙事内容充

分激活个体认知资源,受众将进入认知沉浸状态,产生怀疑悬置(suspension of disbelief)的心理特征,暂时搁置现实层面的怀疑与批判思维,沉浸式进入叙事建构的虚拟认知场域。在此过程中,受众聚焦故事情节、角色行为与场景叙事,依托文本逻辑开展记忆加工、逻辑推理与情境想象等系列认知活动,最终实现自身认知结构、价值态度与行为意向的系统性调整。

叙事是触发认知运输体验的前提,能够建构独立于现实的“认知世界”;而认知运输则打通了现实世界与叙事世界的认知通道,促使跨地域、跨文化受众形成“深度卷入”的认知运输体验。在这种心理沉浸状态下,个体自我认知边界趋于弱化,得以跳出固有视角重新审视外部世界,在异质叙事价值与原有认知体系之间搭载全新的意义联结。既有研究证实,高运输属性的叙事内容可有效削弱受众对陌生文化的天然排斥,激发跨文化认知参与^[5-7],进而推动受众态度转变与传播行为生成^[8-10]。

随着计算传播学发展,学者们不断探索认知运输体验这一内隐心理变量的量化路径,普遍选取外显传播行为作为代理指标,检验不同叙事特征的运输效应。例如,张楠等基于环境传播场景,以转发、评论行为作为运输体验的观测变量,验证了文本框架、情感强度等叙事要素对跨文化受众的触发差异^[11];李光辉等聚焦短视频叙事形态,将情节完整性、角色辨识度、内容逼真度等叙事属性纳入变量体系,证实叙事运输在叙事特征与传播效果间的中介作用^[12]。但迄今,鲜有研究面向国际舆论场,检视中国生态故事叙事策略的跨文化传播有效性。先前研究虽关注到文化差异导致的故事解码偏差^[13],但文化距离影响认知运输过程的内在机理与作用路径仍待探明。基于此,本研究立足主流媒体叙事生产,以外显国际传播效能表征跨文化受众的内隐认知运输体验水平,揭示中国生态故事的认知运输机制及文化距离的影响规律,以期在叙事运输理论谱系中形成新的知识增量。

(二)中国生态故事认知运输策略的分层图景及传播效能

认知运输体验的生成不是一蹴而就的,而是循序渐进的认知加工过程,整体遵循“浅层信息感知—中层意象感受—深层价值感悟”的层级跃迁规律^[9,14]。基于个体认知决策的层级特征,本研究从故事创作端出发,将能够激活受众认知运输体验的叙事设计界定为“认知运输策略”。结合已有研究探索分层分析框架,将不同层级认知运输体验的触发条件,转化为可观测的计算叙事学特征,提炼形成由表及里、由浅入深的认知运输潜力结构,为中国生态故事的科学化叙事建构提供学理支撑。

1. 浅层认知运输策略:信息感知与注意力捕获

浅层认知运输对应个体信息加工的初始感知阶段,主要解决“能否看懂故事”的基础问题。该层级叙事策略需以提升跨文化受众的认知触达效率为导向,通过信息的高效传递和注意力的快速捕获,为后续认知深化提供前置条件。立足故事创作端,在有限的信息容量中铺展完整清晰的叙事线索,能够保障海外用户对内容进行有效编码、加工,使其快速建立初始认知框架^[10]。高信息富集度策略是适配该阶段受众认知需求的代表性策略,也是决定受众能否顺利进入运输状态的先决因素^[2]。该策略强调通过搭建完备的信息供给体系,详细呈现背景、主体、细节等叙事要素,支撑受众完成对内容的初次解码。已有研究证实,信息含量充足^[15]、论证流畅^[16]、故事情节完整^[17]等与信息富集度内涵相符的文本特征,能够提升故事可理解性,降低受众认知加工阻力。在跨文化传播场景下,语言隔阂与文化差异本就增加了海外受众的解码门槛。若故事情节信息缺失,受众不得不自主推导叙事留白之处,可能会造成对直观内容的记忆失真或扭曲现象^[18],认知运输便难以发生。反之,合理提升信息富集度能够优化受众认知流畅性,为后续卷入奠定基础。由此可推断,优化中国生态故事的信息富集度,可能会强化受众认知运输体验,提升国际传播效能。据此提出假设:

H1a:中国生态故事的信息富集度对国际传播效能具有显著正向影响

2. 中层认知运输策略:意象感受与故事代入

中层认知运输依托受众的心理模拟与情境沉浸式代入形成,主要解决“能否身临其境、代入故事”的体验建构问题。该层级叙事策略需借助具象化意象符号、精细化场景描摹和隐喻表达手法,将

抽象的生态文明理念转化为可感知的叙事图景,引导受众完成从被动信息接收到主动想象性参与的认知升级^[19]。落实到故事创作层面,叙事意象、场景呈现与感官符号的具象化程度,可用意象清晰度表征。高意象清晰度策略是促成该阶段受众认知运输体验的重要手段,亦是“运输—意象”理论模型重点阐释的前因变量^[20]。清晰的叙事意象能够调动受众多感官认知资源,促使其在心理层面复刻叙事情境,通过想象性体验完成角色共情与场景沉浸,进而形成稳定的内容认知与情感态度^[21]。相关文献印证:高生动性的意象叙事能弱化跨文化认知壁垒,提升海外受众参与意愿^[22];自然景观、生态治理实践、生命共同体隐喻等本土意象,可为中国生态叙事的意象建构提供内容支撑^[23]。可见,优质的意象表达能帮助异文化受众跳出自身认知局限,透过“角色”深化认知、获取意义^[24]。据此推论,提升中国生态故事意象清晰度可助推认知运输生成,改善国际传播效能。故而提出假设:

H1b:中国生态故事的意象清晰度对国际传播效能具有显著正向影响

3. 深层认知运输策略:价值感悟与意义建构

深层认知运输作用于个体认知加工的终端环节,主要解决“能否认同故事承载的生态价值”的跨文化价值共识问题。对应的叙事策略常以价值传导与意义共鸣为核心,致力于推动受众从故事沉浸转向理念内化,达成叙事说服的终极目标。置于故事创作层面,价值多样性可用来评估叙事文本内嵌生态文明价值理念的丰富程度。值得注意的是,围绕该指标形成的叙事策略可能存在“双刃剑”风险。适度多元的价值创造能够拓宽意义共鸣边界,契合不同受众的价值诉求,增强叙事说服力与故事接受度。但在跨文化语境中,价值多样性并非越高越好,过度堆砌的价值表达反而会抑制认知运输效果:其一,稀释核心价值内涵,降低运输效率。多重价值并行易分散受众注意力,弱化关键理念传递强度。研究指出,即便中国故事传递的精神内涵(如团队合作、拼搏精神、公平竞赛)能激发认同,但过度多样化会导致叙事焦点模糊,降低可信度^[22]。其二,激化跨文化价值分歧。在国家发展、身份认同等敏感议题下,过量、泛化的价值植入易被异文化受众误读为意识形态输出,扭曲叙事本意、加剧文化对立,阻碍全球生态共识构建^[25]。有学者强调,价值表达需平衡“立场坚定性”与“受众接受度”,避免因意识形态分歧引发认知防御^[23]。其三,加重受众认知负荷,诱发心理抵触。价值理念的复杂交织会提升内容解码门槛,导致海外受众消耗额外认知资源,容易引发认知过载、加工流畅度下降等问题,最终产生叙事排斥心态^[16]。综上,价值多样性既可能强化认知运输效果,也可能阻碍中华生态文明理念的跨文化落地。据此提出探索性研究问题:

RQ1:中国生态故事的价值多样性对国际传播效能存在何种影响?

(三)文化距离:中国生态故事的认知运输“路程”

认知运输效果的强弱不仅取决于叙事质量,还与受众自身属性密切相关^[2]。对海外受众而言,其与中国生态故事之间的“距离”是影响认知运输顺利推进的结构性变量。文化距离,作为衡量不同国家居民在价值观念、宗教信仰、思维方式、风俗习惯等方面文化差异程度的构念,其内含的认知异质性贯穿中国故事跨文化传播全流程,深刻影响着国际传播效能^[26]。

1. 文化距离对国际传播效能的直接作用

文化距离在国际传播中呈现出鲜明的作用张力,学界将其概括为“国家文化距离悖论”^[27]。一方面,过大的文化距离会触发“文化折扣”,形成认知摩擦,降低传播效能^[28]。另一方面,基于文化接近性理论的逆向研究表明,适度的文化差异能唤起受众的异域想象与认知好奇,使文化距离与传播效能呈倒U型关系,即适度距离下受众的关注度与接受度最高。回归本文研究语境,主流媒体如何调和与文化独特性与全球普适性、破解文化距离悖论,成为提升中国生态故事国际传播效能的关键。据此提出假设:

H2:受众与中国的文化距离,对中国生态故事的国际传播效能存在显著倒U型影响,即适度文化距离下国际传播效能达到峰值,文化距离过近或过远均会导致国际传播效能降低

2. 文化距离对国际传播效能的调节作用

霍夫斯泰德文化维度理论将“不确定性规避”(uncertainty avoidance)作为评估两国文化距离的核心维度,用于刻画特定文化群体对“不确定性”与“模糊情境”的平均容忍程度:高不确定性规避群体偏好逻辑清晰、信息完整、规则明确的内容以消除模糊性;低不确定性规避群体则更能容忍模糊表达,对非结构化信息适应性更强。这种底层认知差异,会影响不同文化距离受众对中国生态故事内不确定性信息的加工偏好,进而调节三层认知运输策略的作用强度。

浅层信息富集度策略依靠完备的叙事背景与细节补充,降低受众信息接收阶段的模糊感;中层意象清晰度策略借助具象符号与场景描摹,减少受众心理模拟过程中的解读偏差。两类策略对国际传播效能的正向增益,建立在叙事特征匹配受众不确定性规避需求的基础之上。但随着文化距离扩大,传受双方的供需契合度可能被打破:一方面,文化距离越大,传播方越容易误判受众的信息偏好,如误将高不确定性规避群体对清晰叙事的需求,等同于对冗余信息的接纳;另一方面,即便传受双方原本的不确定性规避倾向差异有限,文化隔阂也会放大二者分歧。同一套叙事信息量与意象符号,海外受众可能会因文化陌生感额外产生认知负荷,甚至出现解读歧义。如“梯田”意象,在本土语境中代表人与自然和谐共生,西方受众却易误解为人类改造、征服自然。此类认知偏差会造成信息富集度、意象清晰策略与受众心理预期错位,原本用以简化认知加工的细节与画面,在跨文化语境下反而成为新的模糊来源,难以转化为认知运输动力,最终削弱二者对国际传播效能的正向作用^[29]。

深层价值多样性策略与前两层策略存在差异。该策略通过嵌入多维度抽象的生态价值观,客观上造成受众意义建构焦点弥散,天然与人们规避不确定性的心理诉求相冲突。但文化距离的存在反而能够缓和这一矛盾。心理学研究表明,当认知对象与自身文化差异较大时,个体认知加工模式会从依赖具体经验解读转向依赖抽象心理建构^[30]。这意味着,对华文化距离较高的海外受众因缺少本土参照体系来对标故事中的生态价值,可能会将异文化价值默认为“抽象化存在”。在此前提下,价值多样性衍生的不确定性不易引发强烈抵触。受众抽象认知模式所具备的包容特质,既可能缓冲价值多样性潜在的负面抑制效应、弱化价值模糊带来的传播阻力,也可能释放多元价值表达的传播优势、强化其正向赋能效果。综合上述分析,提出假设:

H3a: 浅层认知运输中,受众与中国的文化距离对“信息富集度与国际传播效能间的关系”产生负向调节作用

H3b: 中层认知运输中,受众与中国的文化距离对“意象清晰度与国际传播效能间的关系”产生负向调节作用

H3c: 深层认知运输中,受众与中国的文化距离对“价值多样性与国际传播效能间的关系”产生正向调节作用

基于上述假设与问题,构建理论模型,见图1。

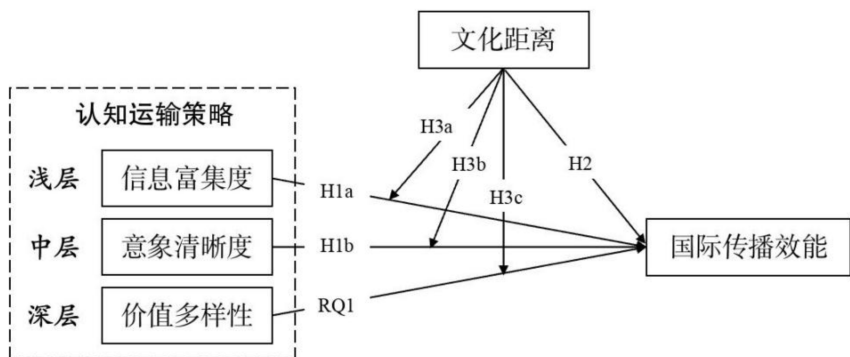


图1 理论模型图

二、实证研究设计

(一) 研究样本

国际传播实践中,主流媒体机构“借船出海”,在海外社交平台形成具有广泛影响力的账号矩阵。研究选取新华社、《人民日报》、中央广播电视总台、中国新闻社、《光明日报》、《中国日报》、中国网、澎湃新闻八大头部主流媒体运营的19个X平台官方矩阵账号为研究样本,包含@XHNews、@XinhuaChinese、@XinhuaTravel、@XHscitech、@PDChina、@PDChinese、@PDChinaLife、@PDChinaScience、@PDChinaBusiness、@globaltimesnews、@CGTNOfficial、@CGTNRadio、@CNS1952、@Echinanews、@ChinaDaily、@Guangming_Daily、@chinaorgcn、@thepapercn、@SixthTone。样本涵盖国家级通讯社、中央广电机构、中央外宣媒体与重点地方对外传播平台,兼顾综合资讯、细分垂类、多语种及繁体账号,能够立体化反映我国主流媒体对外叙事实践,避免单一媒体、单一账号带来的样本偏差。

本研究将研究时段设定为党的二十大召开后一整年(2022年10月至2023年10月)。政策层面,党的二十大报告在“推动构建人类命运共同体”框架下,明确强化国际生态合作与全球环境治理的话语权重,提出“推动建设一个清洁美丽的世界”^[31]倡议,标志着中国生态议题传播进入以“国际合作、多边议程”为核心的“外向型叙事”新阶段。在此阶段,我国主流媒体逐步启动“全球生态文明故事”专题传播,X平台账号矩阵布局进一步完善,为研究提供了较为理想的观测场景。从传播周期看,一年时长完整覆盖政策发布、舆论发酵、议题扩散与公众反馈的全传播链条,可系统追踪生态叙事从政策理念向海外舆论沉淀的全过程。考虑到社交媒体推文的点赞、转发、评论等互动行为大多在发布168小时(7天)后趋于稳定^[32],为尽量降低推文发布时间差异对传播效果指标造成的潜在干扰,本研究于2024年4月利用Python程序自动采集上述账号在研究时段内发布的生态推文及受众互动数据。经数据清洗后,最终获得21,687条有效推文。其中,参与互动的受众地理分布广泛,覆盖全球154个国家与地区,遍及亚洲、欧洲、美洲、非洲、大洋洲。海外用户主要来自美国(14.42%)、印度(6.16%)、巴基斯坦(5.78%)、巴西(5.23%)、马来西亚(4.24%)、尼日利亚(3.76%)、墨西哥(3.71%)、英国(3.53%)、法国(3.51%)、日本(2.79%)等国家,具有良好的跨文化分析价值。

(二) 变量测量

1. 因变量:国际传播效能

X平台公开的点赞、评论、转发数量,可从“结果”视角为国际传播效能的量化提供可观测指标。参考相关研究,以个体认知努力程度及互动价值为依据,设置由低到高的差异化权重^[33]。其中,点赞为低卷入行为,仅需单次点击即可完成,是最直接、简单的态度反馈。个体几乎无需消耗认知资源,仅以“评估者”身份单向表达对中国生态故事的肯定,行为停留在信息消费层面,传播贡献度相对较低。评论为中卷入行为,个体以“建言者”身份主动表达观点,需投入比点赞更多的认知成本参与讨论。该行为能促成双向对话,超越单纯信息消费,为原始故事增添新见解,因此属于中等卷入层级。转发则集成了点赞与评论两类行为特征:个体既可直接转发原帖完成肯定态度的传递,也可附加个人评述实现二次创作。此时转发者不再是被动信息接收方,而是以“代言者”身份向自身社交圈推介背书,为中国生态故事赋予信任价值与裂变传播能力,因此该行为被划分为最高卷入层级。相较于沉默,任何层次的卷入,均标志着跨文化传播目标的达成。本文以2:4:5为权重对三类指标进行加权计算,构建“质”“量”并重的国际传播效能评价标准^[34]。计算公式为:

$$\text{国际传播效能} = 2 \times \text{点赞数} + 4 \times \text{评论数} + 5 \times \text{转发数}$$

2. 自变量:认知运输策略

信息富集度。为构建涵盖信息容量、密度及广度的综合性指标,采用三类语料库语言学特征进行测算。一是内容承载量。参考既有研究以文本长度衡量信息容量的操作范式^[35],以推文字符长度表征信息输出强度,反映中国生态故事承载的事实与知识体量。二是语义复杂度。依托哈尔滨工

业大学停用词表过滤无实际语义的结构性虚词,统计高信息价值的实词、复杂词占比,以此刻画实体内容密度^[36]。三是词汇丰富性。计算不重复词汇数与总词汇数的比值,评估词汇多样性与语义延展广度^[37]。对三类特征进行主成分分析,提取共性成分并标准化处理,最终合成信息富集度指标。

意象清晰度。结合机器测量与人工编码,对文本中的视觉意象和隐喻意象进行测算。一方面,基于中文情感词汇本体库,自动识别视觉特征词汇(形容词、副词等)与隐喻特征词汇(成语、俗语等),并计算其文本占比^[38]。另一方面,采用内容分析法提炼生态故事中的意象要素,由4名传播学硕士生开展背对背编码,人工归纳景物、动物、植物等具体视觉意象,以及拟人、互动、第三方叙事等隐喻意象^[39],并统计意象词汇文本占比。将两组指标纳入主成分分析,经标准化合成意象清晰度指标。

价值多样性。基于信息论香农熵原理测量:首先,价值观提取。通过LDA模型聚类主题并结合困惑度确定最优主题数,同时利用人工预编码数据集训练BERT模型,实现推文自动化分类,经多重验证校准后,凝练出六类中华生态文明价值观,即“天人合一”的生态信仰观、“中庸”的生态发展观、“仁爱”的人文生态关怀观、“和而不同”的生态交往观、“勤劳”的生态建设观、“家庭团聚”的生态家庭观(即以中华民族传统“家文化”为纽带,将“团圆是福”的人类共识延伸至自然界,串联起小家安、家国兴与全球共生的中国式生态价值逻辑)^[39];其次,价值熵计算。对每条推文中价值观分布进行熵值测算,以此衡量价值观分布均匀性。公式为 $H = - \sum (P_i \times \ln P_i)$, P_i 为第*i*类价值观出现频率。

3. 调节变量:文化距离

文化距离以单条推文中互动粉丝的国别分布为基础构建。在操作中,结合粉丝主页地域标识、互动文本地域线索识别其所属国家信息;依托霍夫斯泰德文化维度数据库^[40]计算各国与中国的文化指数差值,采用标准化欧式距离转化,得到单一国家对华文化距离;以单条推文内各国互动粉丝人数占比为权重加权汇总,形成推文层面的综合文化距离^[41]。为剔除无效账号干扰,样本仅选取产生主动互动行为的活跃粉丝。

4. 控制变量

选取两类控制变量纳入计量模型:一是影响认知运输“路程”的地理距离与制度距离。前者依据受众国家首都与北京的球面距离测算并标准化,数据源自法国国际经济研究中心(CEPII)数据库^[42];后者衡量各国与我国在制度规制、规范及认知层面的差异,数据取自世界银行全球治理指数(WGI)数据库^[43]。二是情感卷入,基于大连理工大学情感本体词典^[38]构建情感向量,综合测算文本情感倾向与强度。各变量描述性统计结果详见表1。

表1 变量描述性统计

变量名称	均值	标准差	最小值	最大值
国际传播效能	138.627	221.751	0.000	8657.000
信息富集度	0.294	0.167	0.000	1.000
意象清晰度	0.333	0.174	0.000	1.000
价值多样性	0.230	0.320	0.000	1.000
文化距离	1.791	0.818	0.000	3.971
地理距离	0.701	0.141	0.000	1.000
制度距离	0.547	0.154	0.000	1.000
情感卷入	0.104	0.077	0.000	1.000

三、实证分析

(一)假设验证

鉴于因变量(国际传播效能)具有非负、正整数及过离散的统计学特征,研究采用负二项回归模型验证上述假设,回归结果如表 2 所示。

表 2 负二项回归模型结果

因变量:国际传播效能	模型 1	模型 2	模型 3
信息富集度	1. 017 *** (0. 040)	1. 145 *** (0. 038)	2. 255 *** (0. 074)
意象清晰度	-0. 184 *** (0. 033)	-0. 175 *** (0. 033)	0. 562 *** (0. 077)
价值多样性	-0. 234 *** (0. 019)	-0. 226 *** (0. 019)	-0. 439 *** (0. 045)
文化距离		1. 446 *** (0. 032)	1. 414 *** (0. 032)
文化距离平方项		-0. 253 *** (0. 006)	-0. 253 *** (0. 006)
信息富集度×文化距离			-0. 080 *** (0. 005)
意象清晰度×文化距离			-0. 051 *** (0. 005)
价值多样性×文化距离			0. 038 *** (0. 007)
地理距离	1. 094 *** (0. 065)	2. 934 *** (0. 085)	2. 860 *** (0. 084)
制度距离	0. 841 *** (0. 060)	2. 173 *** (0. 069)	2. 032 *** (0. 069)
情感卷入	-0. 134 * (0. 079)	-0. 170 ** (0. 076)	-0. 136 * (0. 075)
常量	3. 466 *** (0. 036)	-0. 233 ** (0. 112)	-0. 611 *** (0. 113)
Log likelihood	-126,894. 42	-126,065. 84	-125,858. 11
LR chi ²	3401. 96	5059. 12	5474. 59
Prob>chi ²	0. 000	0. 000	0. 000
Pseudo-R squared	0. 0132	0. 0197	0. 0213

备注:括号内为标准误差,* p<0. 1,** p<0. 05,*** p<0. 01。

模型 1 控制地理距离、制度距离与情感卷入,检验各层级认知运输策略对国际传播效能的主效应,结果均具有显著性。其中,信息富集度与国际传播效能显著正向相关($\beta=1.017, p<0.01$),假设 H1a 成立;价值多样性($\beta=-0.234, p<0.01$)与国际传播效能显著负向相关,RQ1 得以解答。

模型 2 引入文化距离及其平方项,考察非线性影响机制。结果显示,文化距离一次项($\beta=1.446, p<0.01$)与平方项($\beta=-0.253, p<0.01$)均显著,表明文化距离对国际传播效能呈倒 U 型影响:文化距离由小变大时,国际传播效能显著上升;超过阈值后,国际传播效能回落。经二次函数顶点公式测算,文化距离取值约 2.86 时,国际传播效能达到峰值,假设 H2 成立。

模型 3 进一步引入认知运输策略与文化距离的交互项,检验调节作用。结果显示:信息富集度与文化距离交互项显著为负($\beta=-0.080, p<0.01$),说明文化距离显著削弱信息富集度对国际传播效能的正向促进作用,负向调节作用成立,假设 H3a 成立;意象清晰度与文化距离交互项显著为负($\beta=-0.051, p<0.01$),文化距离对二者关系同样起负向调节作用,假设 H3b 成立;价值多样性与文化距离交互项显著为正($\beta=0.038, p<0.01$),说明文化距离会缓解价值多样性对传播效能的负向抑制作用,正向调节效应成立,假设 H3c 成立。

值得注意的是,模型 1 与模型 2 中意象清晰度的系数反映样本平均边际效应,结果显著为负(-0.184、-0.175);纳入交互项后,模型 3 中意象清晰度系数代表文化距离取值为 0 时的条件效应,

系数显著为正(0.562)。这一结果说明,意象清晰度对国际传播效能的影响具备较强情境依赖性,效应方向与大小受到文化距离约束:文化距离越小,意象清晰度对传播效能的正向增益越强;随着文化距离增大,正向效应持续衰减。边际效应测算显示,意象清晰度净效应由正向转为负向的理论临界点为 11.02。只有当文化距离大于该临界值时,意象清晰度才会抑制国际传播效能。本研究文化距离观测区间为[0,3.971],尚未达到该阈值,在样本覆盖的取值范围内,意象清晰度整体能够提升国际传播效能。综合上述条件效应特征,假设 H1b 得到支撑。

(二) 稳健性检验

既有社交媒体实证研究多以点赞、评论、转发综合指标衡量传播效能,但各项指标权重尚未形成统一标准。本研究面向海外社交平台场景,基准模型优先采用国际学者奥利维拉基于 190 名海外传播领域师生与行业专家互动质量调研构建的赋权方案^[34]。为排除权重赋值、模型设定引发的估计偏误,从更换被解释变量测算方式、引入替代计量估计模型两方面开展稳健性检验。其中,稳健性检验 1 参照郑鹏等^[22]国内学者的权重分配思路,将点赞、转发、评论权重调整为 2:3:5,重新测算因变量指标,考察实证结论是否受指标度量尺度影响,以此消除赋权方案设定对回归结果的干扰。稳健性检验 2 将被解释变量进行对数化处理构建对数回归模型,验证变量影响路径不存在模型依赖问题,规避计数模型、数据分布形态的潜在影响。表 3 结果显示,影响因素的作用方向与显著性均未出现实质性改变,研究结论较为稳健。

表 3 稳健性检验结果

因变量:国际传播效能	稳健性检验 1	稳健性检验 2
信息富集度	2.328*** (0.074)	0.228*** (0.007)
意象清晰度	0.579*** (0.077)	0.038*** (0.009)
价值多样性	-0.438*** (0.045)	-0.273*** (0.029)
文化距离	1.466*** (0.032)	1.140*** (0.026)
文化距离平方项	-0.261*** (0.006)	-0.258*** (0.005)
信息富集度×文化距离	-0.084*** (0.005)	-0.077*** (0.004)
意象清晰度×文化距离	-0.054*** (0.005)	-0.022*** (0.005)
价值多样性×文化距离	0.038*** (0.007)	0.025*** (0.006)
地理距离	2.876*** (0.084)	1.360*** (0.065)
制度距离	2.068*** (0.070)	0.777*** (0.052)
情感卷入	-0.136* (0.077)	-0.144** (0.067)
常量	-0.908*** (0.114)	-0.051 (0.087)
Log likelihood	-122,077.46	—
LR chi ²	5432.68	—
Prob>chi ²	0.000	—
Pseudo-R squared	0.0218	—
R-squared	—	0.1665
Adj R-squared	—	0.1661
F 值	—	393.68
Prob>F	—	0.000

备注:括号内为标准误差,* p<0.1,** p<0.05,*** p<0.01。

四、结论与讨论

国际生态传播是我国对外话语体系建设与国家形象塑造的重点领域,现有研究对主流媒体如何从认知维度讲好中国生态故事关注不足,实践中存在叙事策略同质化、认知博弈低效化等问题。本研究探索性建构多层级认知运输策略框架,通过实证研究揭示其生效机制,厘清文化距离的边界作用,为提升国际传播效能提供理论参考与实践对策。

(一)策略性叙事:中国生态故事的国际传播效能优化路径

研究响应跨文化传播领域对认知机制精细化解析的号召,将认知运输理论置于海外社交媒体语境开展实证检验,提出认知运输策略存在层级差异的观点。所搭建的三层策略框架,将抽象意义上的“营造充满沉浸感的叙事旅行”转化为计算叙事学指标,丰富了认知运输理论的内涵与外延。从生效逻辑来看,认知运输策略的层级递进与海外受众的认知响应进程相吻合:浅层信息富集通过降低解码门槛,触发受众“感知”阶段的初级认知加工;中层意象建构推动受众进入情境“感受”阶段,引发生动的心理联想;深层价值嵌入则强化受众对中华生态文明理念的“感悟”与理解。基于此,认知运输策略可作为跨文化传播中的新型实践工具,助力中国生态故事在清晰有序的框架中高效传播。

操作层面,本研究借助语料库语言学、自然语言处理、情感词汇本体计算等计算传播技术,构建细粒度叙事评估矩阵,并引入信息论香农熵概念对价值多样性进行测算。这些尝试突破了传统叙事研究以定性描述为主、定量分析不足的局限。主流媒体可依托相关指标开展测评,完善信息排布、意象设定与价值嵌入方式,提升结构化生态叙事能力,打造具备认知穿透力的高质量中国生态故事。

(二)认知运输的情境依赖:不同文化距离下的差异化调适

研究发现叙事方式对国际传播效能的影响并非恒定,而是高度依赖受众所处的文化情境。主流媒体应依据文化距离细分受众,定向调适认知运输方案。

第一,对冲信息富集度的“文化衰减效应”,构建高富集、低门槛叙事框架。在注意力稀缺的国际舆论场,浅层信息输出对国际传播效能具有正向作用,是实现中国生态故事“破圈”的关键。主流媒体应当规避笼统叙事,整合关键事实、背景线索、情境提示等有力线索,以高密度内容抢占受众心智,打造中华生态文明的认知入口。譬如仅展示东方白鹳实拍画面,受众难以感知其背后的生态保护价值,补充“全球仅存九千余只,中国湿地保护助其重获家园”的配套说明,可快速完成基础认知铺垫。但文化距离会削弱信息富集度的正向作用,面向文化差异较大的海外群体,需提升叙事表达的国际通用性,减少过度本土性话语,有助于快速确立传播势能。

第二,化解意象清晰度的“文化情境约束”,选用普适性更强、本土特质适度弱化的生态意象素材。意象清晰度的传播效果存在显著文化分野:文化距离较近的受众可借助具象清晰的画面快速完成叙事代入;针对文化距离较大受众,高清晰度意象带来的传播红利会明显收窄,难以充分释放叙事价值。具体原因可能为:其一,海外受众缺少中国本土生态符号对应的文化积淀,解读特色意象需要消耗额外认知资源,削弱沉浸式心理模拟体验。其二,在地化隐喻易导致跨文化解读错位。例如,“竹海”在国内承载着人与自然和谐共生、宜居安适的内涵,但海外受众不存在对应的文化联想,过多使用会加剧心理隔阂。其三,东西方意象叙事逻辑存在分歧,海外受众或许更熟悉母语文化中“个体视角”的意象结构,中国生态故事中“集体视角”“含蓄隐喻”等意象设计,易与其固有认知框架冲突,导致心理模拟中断。对此,主流媒体应挖掘全球共通的生态符号,平衡意象简洁度与清晰度,建立跨文化可理解性前置评估机制,促成不同文化圈层受众的叙事共鸣。

第三,规避价值多样性的“文化过载风险”,提炼主导性生态价值理念。多重价值嵌入会抑制跨文化传播效果,且该负向影响受文化距离正向调节,在文化相近受众群体中抑制效应更为突出。究其原因,文化同源受众对价值表达的统一性期待更高,多层价值叠加易被判定为内容冗余甚至立场冲突;而文化异质群体,在接触来自遥远“他者”的价值理念时,会展现出更高的开放性,陌生文化带

来的新鲜感能弱化价值抵触心理。据此,价值叙事需结合文化距离动态调整:面向文化距离较小的受众,坚守价值叙事的集中性,提炼最具共鸣力的生态伦理内核,并通过生态治理、国际合作案例强化实质性价值联结;面向文化距离较大的受众,从民生改善、防灾减灾等人类共通议题切入,以鲜活叙事替代说教式价值输出,在求同存异中凝聚全球生态认知共识。

(三)以“2.86文化距离圈”为支点,构建“认知圈层化”国际生态传播体系

传统观点多将文化差异视为跨文化传播的障碍,认为文化距离越小,传播效能越佳,而新近研究表明,适度文化反差能够唤起受众异域好奇,激发深度加工与认知投入。本研究实证结果进一步验证,文化距离与中国生态故事国际传播效能呈倒U型关系。据此可提炼“2.86文化距离圈”传播方案,按照受众文化距离分层设计叙事架构,识别认知运输最优触发区间,为精准化国际传播提供参考。

实践中,主流媒体可将文化距离接近2.86的国家(如秘鲁、匈牙利、比利时等文化差异适中的国家)作为对外传播支点,推动认知运输策略与文化距离调适深度协同。针对该优势区域,可倾斜意象塑造、价值阐释类叙事资源,如联合当地媒体开展生态合作、制作兼具中国特色与全球共鸣的高质量纪录片等,充分释放传播潜力。针对文化距离较大区域,可优先落地高信息富集度内容,依托可视化短视频、成果图解等轻量化素材建立基础认知,循序渐进植入意象叙事与价值表达。针对文化距离较小区域,可挖掘中国生态治理的独特实践,缓解内容同质化带来的审美疲劳。由此突破传统地缘框架,构建基于认知规律的“国际生态伙伴圈”,持续提升我国在全球生态治理中的话语影响力。

未来研究展望:其一,未来研究可采集多垂类故事,验证结论的跨议题普适性。其二,现有研究聚焦X平台用户,后续可拓展至TikTok、Facebook等平台,完善跨平台认知运输策略。其三,后续可结合心理问卷、生理实验等方法,测量跨文化受众的认知运输体验,补充心理机制的微观实证证据,提升理论框架完整性。其四,未来可以进一步拓展数据源,检验结论的外部效果,并通过其他研究补充现有文化距离测算方式可能带来的视野遗漏。

参考文献:

- [1] 陈先红,杜明曦.叙事运输理论:隐喻、模型与运用[J].南昌大学学报(人文社会科学版),2021(4):78-87.
- [2] Green M C, Brock T C. The role of transportation in the persuasiveness of public narratives[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 2000, 79(5):701-721.
- [3] Cooley C. The theory of transportation[J]. Publications of the American Economic Association, 1894, 9(3):13-148.
- [4] Gerrig R J. Experiencing narrative worlds: on the psychological activities of reading[M]. New Haven: Yale University Press, 1993.
- [5] Igartua J J, Cachón-Ramón D. Personal narratives to improve attitudes towards stigmatized immigrants: a parallel-serial mediation model[J]. Group Processes and Intergroup Relations, 2023, 26(1):96-119.
- [6] Moyer-Gusé E. Toward a theory of entertainment persuasion: explaining the persuasive effects of entertainment-education messages[J]. Communication Theory, 2008, 18(3):407-425.
- [7] Oschatz C, Emde-Lachmund K, Klimmt C. The persuasive effect of journalistic storytelling: experiments on the portrayal of exemplars in the news[J]. Journalism and Mass Communication Quarterly, 2021, 98(2):407-427.
- [8] Banerjee S C, Greene K. Role of transportation in the persuasion process: cognitive and affective responses to antidrug narratives[J]. Journal of Health Communication, 2012, 17(5):564-581.
- [9] Shen F, Sheer V C, Li R. Impact of narratives on persuasion in health communication: a meta-analysis[J]. Journal of Advertising, 2015, 44(2):105-113.
- [10] 陈先红,袁文霞.讲好中国共产党故事的短视频叙事效果与提升策略[J].现代出版,2023(4):20-32.
- [11] 张楠,王敬淳,林泽宜.国际社交媒体上中国环境议题的传播策略与效果研究[J].全球传媒学刊,2025(4):133-151.
- [12] 李光辉,邢镭.目的地短视频的故事结构对数字用户参与的影响研究——以长沙抖音短视频为例[J].旅游科

- 学,2026(14):97-122.
- [13] 马忠,黄静.从“魔童哪吒”到全球符号:中国神话 IP 国际传播的破圈机制研究[J].北京工业大学学报(社会科学版),2025(5):64-76.
- [14] Craik F I,Lockhart R S. Levels of processing:a framework for memory research[J]. Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior,1972,11(6):671-684.
- [15] 胡程远.影响微信短视频传播效果的内容因素——以人民日报微信公众号为例[J].新闻战线,2022(3):88-90.
- [16] 李新月,张妍,练靖雯,等.直觉还是分析:社交媒体用户对失真健康信息的认知加工机制研究[J].情报理论与实践,2026(1):95-105.
- [17] Quesenberry K A,Coolsen M K. Drama goes viral:effects of story development on shares and views of online advertising videos[J]. Journal of Interactive Marketing,2019,48:1-16.
- [18] Magliano J P,Kopp K,Higgs K,et al. Filling in the gaps:memory implications for inferring missing content in graphic narratives[J]. Discourse Processes,2017,54(8):569-582.
- [19] Marra O,Oatley K. The function of fiction is the abstraction and simulation of social experience[J]. Perspectives on Psychological Science,2008,3(3):173-192.
- [20] van Laer T,de Ruyter K,Visconti L M,et al. The extended transportation-imagery model:a meta-analysis of the antecedents and consequences of consumers' narrative transportation [J]. Journal of Consumer Research,2014,40(5):797-817.
- [21] Kaufman G F,Libby L K. Changing beliefs and behavior through experience-taking[J]. Journal of Personality and Social Psychology,2012,103(1):1-19.
- [22] 郑鹏,元敏丽,邓鹏飞.体育赛事国际社交媒体传播的优化策略研究——以冬奥会在 Twitter 平台为例[J]. 旅游论坛,2024(4):56-66.
- [23] 李朝阳,唐依琳.新时代“美丽中国”国家形象建设探析[J]. 思想教育研究,2025(9):62-69.
- [24] Cohen J. Defining identification:a theoretical look at the identification of audiences with media characters [J]. Mass Communication and Society,2001,4(3):245-264.
- [25] Liu J,Zhang L. Affective polarization in online cross-cutting discussions about traditional chinese medicine:national identity's moderation effect [J/OL]. Chinese journal of communication,2025. <https://doi.org/10.1080/17544750.2025.2504367>.
- [26] 曲如晓,曾燕萍.文化多样性影响中国文化产品贸易的实证研究——基于面板 VAR 模型的分析[J].首都师范大学学报(社会科学版),2015(4):57-65.
- [27] Brouthers K D,Brouthers L E. Explaining the national cultural distance paradox[J]. Journal of International Business Studies,2001,32(1):177-189.
- [28] 宣长春,杜璇,经羽伦.多重距离框架下世界各国新闻媒体“一带一路”新闻情感倾向:同质与异质偏好的双重效应(2013—2020年)[J].新闻界,2022(10):52-63.
- [29] Zhang R,Zhang Y. A netnographic study of translanguaging in multilingual game localisation[J/OL]. Journal of Multilingual and Multicultural Development,2025:1-15. <https://doi.org/10.1080/01434632.2025.2525385>.
- [30] Trope Y,Liberman N. Construal-level theory of psychological distance [J]. Psychological Review,2010,117(2):440-463.
- [31] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告 [R/OL]. 2025-10-25. https://www.news.cn/politics/cpc20/2022-10/25/c_1129079429.htm.
- [32] Minot J R,Arnold M V,Alshaabi T,et al. Ratioing the president:an exploration of public engagement with Obama and Trump on Twitter[J/OL]. PLoS ONE,2021,16(4):e0248880. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248880>.
- [33] Gavilanes J M,Flatten T C,Brettel M. Content strategies for digital consumer engagement in social networks:why advertising is an antecedent of engagement[J]. Journal of Advertising,2018,47(1):4-23.
- [34] Oliveira L,Figueira A. Measuring performance and efficiency on social media:a longitudinal study [C]//5th European Conference on Social Media,2018.

- [35] 莫祖英,马费成,罗毅. 微博信息质量评价模型构建研究[J]. 信息资源管理学报,2013(2):12-18.
- [36] 王宇波,谭昭. 微博意见领袖话语传播特征的组间差异研究——基于词汇计量和活跃度的分析[J]. 武汉理工大学学报(社会科学版),2016(5):797-803.
- [37] 张瑛,赵雪. 官方微博与门户网站新闻语体的计量对比分析[J]. 理论与现代化,2014(4):107-111.
- [38] 徐琳宏,林鸿飞,赵晶. 情感语料库的构建和分析[J]. 中文信息学报,2008(1):116-122.
- [39] 刘嘉琪,蒋雯宇,张幢. 新时期我国国际生态传播话语体系创新路径探寻——基于 X 平台的文本挖掘分析[J]. 北京邮电大学学报(社会科学版),2025(1):40-51.
- [40] Hofstede G. Dimension data matrix[DS/OL]. Geert Hofstede(2015-12-08)[2025-11-29]. <https://geerthofstede.com/research-and-vsm/dimension-data-matrix/>.
- [41] 刘颢,孟勇. 制度距离与我国企业海外并购效率[J]. 经济管理,2019(12):22-39.
- [42] CEPII. GeoDist;dist_cepii[DS/OL]. CEPII[2025-09-30]. https://www.cepii.fr/CEPII/en/bdd_modele/bdd_modele_item.asp?id=6.
- [43] World Bank. Worldwide Governance Indicators[DS/OL]. World Bank(2024)[2025-11-29]. <https://www.worldbank.org/en/publication/worldwide-governance-indicators>.

Cross-Cultural Cognitive Transportation of China's Ecological Stories and the Moderation of Cultural Distance

Liu Jiaqi(Chinese Academy of Social Sciences)

Wu Meng(Dalian University of Technology)

Abstract: With the intensification of global cognitive competition, effectively telling China's ecological stories internationally has become a crucial strategic domain. Based on 21,687 ecological tweets released by Chinese mainstream media on Platform X, this study constructs a multi-level cognitive transportation strategy framework and explores its heterogeneous influencing mechanisms for international communication efficiency across diverse cultural distance contexts. The results demonstrate that the shallow-level information enrichment and medium-level image clarity strategies significantly improve international communication efficiency, whereas the deep-level value diversity strategy exerts an inhibitory effect. As the core distance variable of cognitive transportation, cultural distance presents an inverted U-shaped impact on communication efficiency and generates heterogeneous moderating effects on the effectiveness of multi-layered narrative strategies. The findings provide theoretical references for mainstream media to optimize cross-cultural narrative design in ecological international communication.

Key words: China's ecological story; cognitive transportation; cultural distance; mainstream media; international communication

■ 收稿日期:2025-11-19

■ 作者单位:刘嘉琪,中国社会科学院新闻与传播研究所传媒调查中心;北京 100720

吴 蒙,大连理工大学人文学院;辽宁大连 116024

■ 责任编辑:肖劲草