BTS 联合国演讲的全球裂变：社交媒体赋能与文化外交的多维传播效应

摘要：BTS 联合国演讲传播裂变具多层次、跨平台全球扩散特征。核心是音乐文化与社会议题融合，突破传统传播边界。通过聚焦“疫情下青年成长困境”，将社会议题融入音乐，依托联合国 YouTube 直播形成核心传播源，粉丝自发翻译和 UGC 活动实现二次传播。跨文化适配方面，构建多模态传播矩阵利用粉丝社群裂变机制，重构地缘文化身份。传播效果上，数字媒介实现信息扩散、社会动员、文化赋能，完成政治话语娱乐化转译、激活青年公共参与、韩流价值升级。该案例启示，文化全球化裂变需构建“政治-艺术-技术-社群”传播生态，打破圈层，激活粉丝动能，实现文化符号扩散。

关键词：传播裂变，文化外交

1. 引言

BTS 联合国演讲（图 1）的传播裂变过程展现了文化符号与国际公共事务深度融合的典范效应。该组合自 2018 年起连续参与联合国大会，其中 2021 年以韩国总统文化特使身份出席第 76 届联大的表现尤为关键。演讲内容紧扣全球疫情背景下青年群体的现实困境，通过""欢迎的一代""叙事框架重构社会认知。成员们以疫苗接种者身份现身说法，将防疫行为转化为集体责任伦理，同时通过《Permission to Dance》的音乐演绎，将严肃议题转化为具象化的艺术表达，实现理性诉求与感性触达的平衡。这种策略使演讲内容在 138 个国家/地区的社交媒体形成跨文化共振，演讲内容在全球范围内引发了广泛的社交媒体讨论，尤其是在 Twitter 等平台上，单日产生了大量相关讨论。并且韩国政府授予的“未来世代总统特使”身份，使 BTS 获得国际政治场域的通行证。这种

官方背书与组合在 Billboard、Spotify 等商业榜单的统治地位形成互文，其演讲片段被哈佛肯尼迪学院纳入公共外交研究案例，同时被《经济学人》解读为""新文化外交范式""。这种跨界融合打破了传统公共演讲的传播边界，使内容渗透至文娱、政治、学术等多重话语体系。这种裂变效应验证了偶像经济与全球治理议题的耦合可能，为跨国文化资本的公共价值转化提供了可复制的路径模型。本文将系统性对其进行案例分析

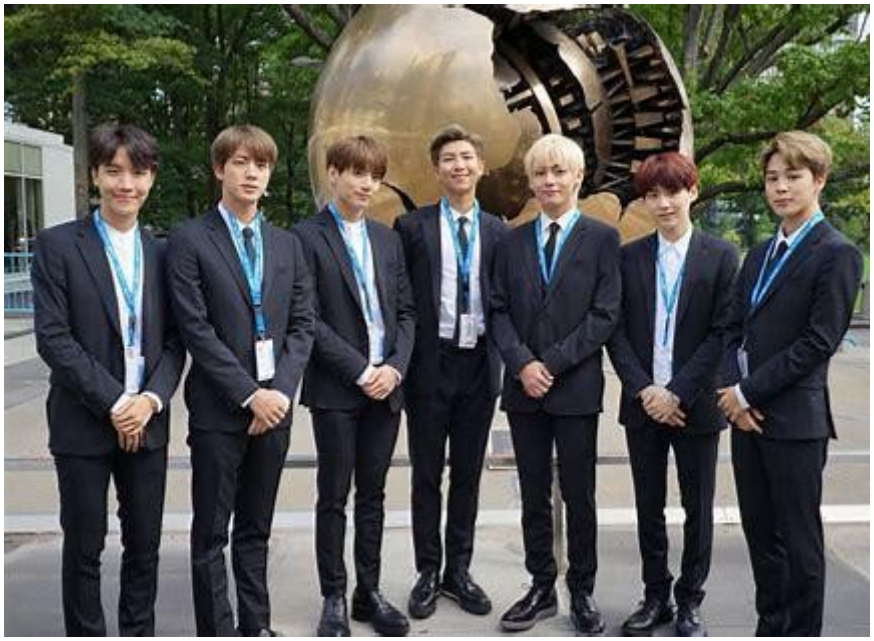


图 1 BTS 联合国演讲

2.传播裂变策略与创新

BTS 联合国演讲的传播裂变策略呈现多层次、跨平台的全球性扩散特征，其核心在于将音乐文化与社会议题深度融合，并通过数字媒介实现圈层突破。

BTS 在 2021 年联合国大会演讲中，重点聚焦“疫情下青年成长困境”这一具有全球共鸣的议题。通过成员亲身讲述疫情期间的困惑与希望，将疫苗支持、代际对话等具象化内容融入音乐作品《Permission to Dance》中。这种将娱乐内容与可持续发展目标结合的策略，既符合联合国倡导方向，又突破传统偶

像团体的传播边界，使其更加具有社会意义和国际影响力。

同时，依托联合国官方 YouTube 直播，首播 5 小时内即吸引 600 万观看，形成核心传播源，通过粉丝自发翻译覆盖 35 种语言版本，形成了病毒传播效应。并且粉丝群体通过“疫苗认证”挑战活动形成二次传播，用户生成内容（UGC）在 TikTok 平台产生超百万条响应视频。这种“偶像示范-粉丝响应-平台扩散”的三级传播链条，使公共卫生倡导转化为青年文化运动，韩国总统文在寅将其定义为“数字时代文化外交范本”。

BTS 通过持续三次联合国演讲（2018、2020、2021），逐步完成从文化表演者到青年意见领袖的身份转型。

3.跨文化适配

BTS 在联合国大会的演讲及表演活动形成了显著的传播裂变效应，主要体现在以下跨文化适配策略中。

从多模态传播矩阵构建的角度，在第 76 届联合国大会期间，BTS 通过现场演讲、新曲《Permission to Dance》的联合国总部实景拍摄 MV、社交媒体直播三轨并行的方式，实现内容的多维度输出。演讲视频嵌入疫苗接种倡导、青年群体疫情生存状态等全球性议题，MV 融合多国舞者编舞，形成跨文化符号体系。该组合采用韩英双语演讲（部分平台配备中文字幕），配合联合国官方 YouTube 频道直播，实现机构媒体与社交平台的内容共振。

从粉丝社群裂变机制的角度，粉丝自发在推特发起 VaccineSelfie 话题，上传接种证明与抗疫感悟，24 小时内相关推文突破 200 万条，形成「偶像倡议-粉丝响应-二次传播」的闭环。这种情感动员使严肃的公共议题转化为青年亚文化实践，推动内容渗透至非韩流受众圈层。

从地缘文化身份重构的角度，作为韩国总统特使，BTS 在联合国场景中巧妙平衡国家代言人与全球青年领袖的双重身份。演讲既强调“COVID 迷失一代”的普世困境，又通过韩服元素、KPOP 舞蹈语汇保留文化特异性。这种“去地域化”表达策略使其在西方主流媒体获得超 20 万次报道引用，同时被东亚媒体解读为软实力外交典范，实现文化资本向政治话语的转化。

4.传播效果与评估

从可供性理论视角分析，BTS 在联合国演讲的传播裂变体现了数字媒介环境对信息扩散、社会动员及文化赋能的三大核心效能。

首先，YouTube 的全球实时直播功能突破了地理限制，使得联合国大会演讲这一传统政治场景的严肃内容，通过音乐表演的软性表达转化为可被社交媒体裂变的娱乐化内容。数据显示，演讲及《Permission to Dance》MV 在五小时内突破 600 万次观看，印证了视频流媒体技术支持下的即时传播力。Twitter 热搜榜机制则通过话题标签聚合功能，使 BTSatUNGA 等标签占据全球热搜前 20 中的 9 席，形成算法助推的二次传播节点。

其次，粉丝群体（ARMY）利用社交媒体的交互特性，将官方议程转化为自发性社会行动，将偶像的公共卫生倡导转化为具象的社群参与行为。这种基于情感认同的数字化动员，突破了传统国际组织单向倡导的局限性。

第三，韩国政府通过“总统特使”制度创新，将偶像团体纳入外交事务的正式程序。这一策略巧妙利用联合国平台的制度权威性，使 BTS 的演讲获得国际政治场域的合法性背书。与此同时，联合国机构主动适配青年文化传播规律，选择在 YouTube、Twitter 等 Z 世代聚集平台进行议程设置，实现了严肃政治议题与流行文化符号的互嵌。这种双向制度调适使单次演讲事件产生了持续的文

化赋权效应，后续数据显示相关视频成为联合国频道年度最高播放量内容之一。

传播效果评估显示，该事件创造了三重突破：在传播维度实现政治话语的娱乐化转译，在社会维度激活青年群体的公共参与，在文化维度完成韩流从商业符号到价值载体的升级。这种传播裂变本质上是数字时代媒介生态、粉丝文化与国际政治规则协同进化的产物。

5.经验与启示

BTS 联合国演讲的传播裂变展现了文化内容全球化传播的范式。此案例表明，文化内容的全球化裂变需构建“政治-艺术-技术-社群”四位一体的传播生态，通过议程设置打破圈层壁垒，借助数字平台激活粉丝动能，最终实现文化符号的指数级扩散。BTS 的联合国实践揭示了新时代文化影响力的三重转型：从娱乐符号到价值传递者，从粉丝经济到公民参与，从区域流行到全球治理参与。其核心启示在于：当代流行文化可通过真实性叙事、艺术创新与社会责任相结合，构建跨越代际、国别的对话网络，为应对气候变化、教育不平等、心理健康等全球挑战提供新型解决方案框架。这一模式对文化创作者、政策制定者及国际组织均有重要参考价值，提示我们重新评估艺术在公共领域中的战略地位。