

数智时代中国国际传播学自主知识体系的构建： 以三种宏观理论范式为框架

王晓虹¹, 刘海贵¹, 柳 珊²

(1. 复旦大学新闻学院; 2. 同济大学艺术与传媒学院)

摘要:在数字技术迅速发展、全球化深度调整与国际舆论博弈日趋激烈的背景下,西方国际传播理论难以有效解释中国的实践路径,构建具有中国特色的国际传播学自主知识体系成为紧迫任务。突破传统的全球主义与国家主义二元框架,回应数字时代非国家传播主体崛起等国际传播实践的新现实,提出全球主义、国家主义、后民族主义三元宏观理论范式:全球主义理论范式主张多元共存的全球化,通过打通中西方的意义空间,充分尊重不同国家的文化差异,强调建立平等的、去中心化的世界传播新秩序;国家主义理论范式主张维护国家主权,倡导自主建设国际传播基础设施,强调在舆论战中保持对抗意识和阵地意识;后民族主义理论范式强调非国家主体的参与,尤其重视个体在国际传播实践中的重要性,主张个体的自由选择和自我表现是未来中国国际传播的主要动力来源。基于对三类范式的梳理与比较,进一步构建一个包含历史演进、传播主体、内容叙事、渠道战略与受众效果五维度自主知识体系架构,该架构以宏观理论范式为引领,实现了理论思辨与实践导向的有机结合,也为分析复杂多变的国际传播现象提供了理论工具。通过这一体系性建构,以期为中国国际传播理论创新提供学理支撑。

关键词:国际传播学;自主知识体系;全球主义;国家主义;后民族主义

习近平总书记指出,“加快构建中国特色哲学社会科学,归根结底是建构中国自主的知识体系。要以中国为观照、以时代为观照,立足中国实际,解决中国问题,不断推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,不断推进知识创新、理论创新、方法创新,使中国特色哲学社会科学真正屹立于世界学术之林。”^[1]党的二十大报告进一步明确要“加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系,培育壮大哲学社会科学人才队伍。加强全媒体传播体系建设,塑造主流舆论新格局。”^{[2]43-44}“加

强国际传播能力建设,全面提升国际传播效能,形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。”^{[2]46}通过前瞻性布局与持续深耕,我国国际传播实践取得显著成效,全媒体传播格局初步形成,中国故事的声量日益增强,不过国际传播的精准度、叙事的共鸣度与国际话语权的实质提升之间仍存在一定落差。这一实践困境揭示出支撑我国国际传播实践的核心理论体系尚显薄弱,现有知识体系在解释数字时代新型传播实践、应对激烈国际舆论博弈时仍显乏力。构建扎根中国实践的国际传播学自主知识

引用本文:王晓虹,刘海贵,柳珊.数智时代中国国际传播学自主知识体系的构建:以三种宏观理论范式为框架[J].河海大学学报(哲学社会科学版),2025,27(5):148-158.

基金项目:国家广电总局部级社科研究项目(GD2339);上海市哲学社会科学规划项目(2023BXW001);复旦大学新闻学院科研创新项目经费支持

作者简介:王晓虹(1984—),女,助理研究员,博士,主要从事媒介文化与国际传播研究。E-mail:reabeacca@126.com

体系,是打破西方话语垄断、服务国家战略需求、回应数字时代变革的必然选择,更是提升我国国际传播效能、赢得长远战略主动的迫切之需。这一体系建构,既是新时代坚持和发展中国特色社会主义的时代使命,亦是中国道路的实践必然^[3]。

目前国际传播学自主知识体系构建的研究主要集中于规范性探讨,聚焦于该体系“应当如何构建”的问题。姬德强提出国际传播学自主知识体系建设应着重关注学术史及其知识社会学逻辑、独立构建新的规范性理论两方面^[4];胡正荣强调我国国际传播自主知识体系的建设需要遵循知识生产的基本规律^[5];张晶晶等则指出要在立足实际语境的情况下发掘自主知识价值^[6];张楠等认为目前中国国际传播学自主知识体系建设呈现复杂性、辩证性与文明性的新趋势与新特征^[7],为此要从“全球南方”视角进行审视,以增强其在全球传播与知识生产中的话语权,进而为改善国际舆论格局提供新路径。总体而言,上述研究为我国国际传播学自主知识体系的建构提供了有益的方向性指导,勾勒出建设的总体性原则与方向,然而尚未对支撑该体系的宏观理论范式展开深入探讨。

宏观理论范式是知识体系的重要组成部分,对国际传播学自主知识体系建设具有重要意义:第一,宏观理论范式的构建为国际传播学知识体系建设提供了系统性框架。构建宏观理论范式能够整合我国的国际传播经验,定位新媒体环境下国际传播实践的突围路径,为我国国际传播实践提供宏观理论指导。第二,宏观理论范式为国际传播学知识体系的构建提供了概念要素。范式演绎过程中产生的原创概念能突破西方中心主义的认知窠臼,为我国国际传播学贡献具有中国特色的概念要素。第三,国际传播学宏观理论范式的构建是自主知识体系建设的重要任务,其不仅是学术自觉的体现,更为打破西方话语霸权、服务国家战略需求、推动全球传播秩序变革提供了系统性理论框架。鉴于宏观理论范式构成了我国国际传播学科的理论框架基础,其清晰界定是推动本学科知识体系走向成熟的核心前提,为此,本研究旨在实现以下目标:首先,系统构建一个由全球主义、国

家主义与后民族主义构成的国际传播学宏观理论范式框架;其次,深入辨析三类范式在内涵特征、适用场景、理论主题等方面的差异;最后,整合提出一个包含历史演进、传播主体、内容叙事、渠道战略、受众效果5个维度的自主知识体系架构,以期为相关研究与实践提供系统性的理论支持。全球主义、国家主义、后民族主义三元宏观理论范式框架,为理解我国国际传播实践提供了更全面、更具解释力的理论视角;借助五维度自主知识体系架构,实现了我国国际传播学宏观范式与具体研究的有机衔接;通过明确不同范式下各类传播主体的角色定位与行动逻辑,为构建多元协同的国际传播格局、更好地向世界讲好中国故事、传播好中国声音提供了理论依据和实践路径。

一、我国国际传播学宏观理论范式的三元框架

一般而言,国际传播学的宏观理论长期为全球主义与国家主义的二元框架所主导^[8]。然而,数字时代的到来催生了大量前所未有的传播现象,使得这一二元框架在面对中国当下的国际传播实践时解释力不足,为此必须回归我国国际传播的实践场域,对其宏观理论范式进行系统性审视及完善。

本研究建构国际传播学宏观理论范式的过程,立足于“实然”的研究取向:回溯中国国际传播的丰富实践,既能看到在核心利益舆论交锋中逐渐成熟的国家主义策略,也能观察到在“一带一路”倡议中逐渐成形的全球主义逻辑,但更为关键的是,TikTok出海、网红跨文化传播等由非国家行为主体驱动的实践已无法被原有的二元框架所充分解释。因此,面对数字时代我国国际传播的新现象,提出“后民族主义”这一新的宏观理论范式,以解释非国家行为主体驱动的跨国传播现象。与此同时,基于中国传播实践现况,对既有的全球主义与国家主义两种理论范式进行系统性重梳与再界定,明晰其在中国语境下的独特内涵与演进逻辑。三种宏观理论范式是因时因地制宜的动态主导关系,而非僵化的历史替代关系。在不同的历史时期、面对不同的议题和场景,某一种范式会上

升为主导模式,而其他范式提供辅助支撑。如,在推动“一带一路”建设和跨国经贸合作时,全球主义理论范式成为主旋律;在 TikTok 出海、中国网红吸引海外粉丝等场景下,后民族主义理论范式表现得最为活跃。这种主导范式的动态切换,正体现了中国国际传播策略的复杂性和灵活性。

1. 全球主义理论范式

一直以来,美西方借助全球化背景和消费主义观念在世界范围内大力推广资本主义制度和意识形态。在国际传播领域,美西方的全球主义理论范式承载的主要任务是将全球化思想作为推广其经济策略和意识形态的手段,通过经济手段创造高度相似的消费需求,以达到意识形态融合的最终目的。可以说,美西方的国际传播全球化范式是一种“替代”模式,其推崇单一标准,企图用一种强势文化替代其他文化,用一种意识形态替代其他意识形态。

我国国际传播全球主义理论范式则明显区别于西方。与欧洲历史中形成的排他的“民族-国家”观念不同,我国国际传播全球主义理论范式的逻辑起点是“建立平等、共存的多元主体”,其价值观深受“平等”“互助”等民族意识影响,意在寻求和谐共处的世界秩序。基于此,我国国际传播全球主义理论范式的价值观是在平等互助的基础上建立“去中心化”的共同体,即在尊重各国主权的基础上,通过区域合作推动区域团结与区域发展,以提升各自在国际事务中的影响力和话语权。习近平总书记所提出的“构建人类命运共同体”这一重要理念就是从上述“尊重他国主权”和“多元共存”的角度重新认识主权国家作用,旨在构建公正、平等、包容的全球秩序^[9]。

2. 国家主义理论范式

在世界范围内,冲突视角是理解国际传播国家主义理论范式的重要维度^[10]。随着中国持续成为世界经济增长的重要动力源,美西方在政治上对华实施抵制政策、在经济上转向贸易保护、在技术上展开科技封锁,这一背景下,国家主义理论范式逐渐代替全球主义理论范式而成了全球国际传播领域的主流范式。美西方的国家主义理论范式以强现实主义理论为哲学

基础,逻辑起点是将国际关系视为适者生存的零和游戏,将国际传播视为博弈手段,在这样的认知逻辑中,国际传播领域被视为以冲突为主题的零和游戏,是大国博弈的斗争场域。

与西方逻辑不同,我国国际传播国家主义理论范式的逻辑起点是“民族国家的自治”。该范式强调通过国际传播,维护国家的自主权和文化独立性,核心在于运用对外传播手段,增强社群成员的集体认同感和民族凝聚力,从而支持国家的自主管理和主权自决^[11]。该范式强调国家在国际体系中作为独立主体的地位,将此视为在全球化背景下回应外部挑战的核心站位。更为重要的是,该范式主张通过对外传播手段,确保国家内政不受外部势力干涉,从而实现国家的自主决策和独立治理。需要说明的是,本研究所使用的“国家主义”概念与西方政治哲学中侧重于描述国家权力结构的“国家主义”概念有所不同,本研究的“国家主义”特指国际传播研究中以民族国家为分析单元的理论范式,旨在客观描述民族国家作为核心行为主体,维护国家主权、构建国际认同、开展国际传播的实践逻辑。

3. 后民族主义理论范式

伴随社交网络的崛起,国际传播的主体发生深刻嬗变,非国家行为主体迅速崛起,成为国际传播的新兴中坚力量。同时,国际传播实践逐渐呈现去中心化与网络化等特征,传播不再只是国家之间的“外交辞令”,更体现为个体之间的跨境交流、企业品牌的全球营销、社群的跨国连接等。这种“自下而上”传播实践的动力、逻辑和效果往往无法被全球主义理论范式或国家主义理论范式所完全涵盖。更为重要的是,国际传播主体的身份认同越来越显著地趋向流动性与多元化,数字时代个体的身份认同不再单一地绑定于民族国家,人们可同时归属于多个基于兴趣、职业、价值观、生活方式等形成的社群,这种“后民族”的身份认同状态直接影响了信息的跨国界接收、解读和传播等行为。

一般而言,“后民族”一词被用来表示民族国家、民族认同和民族情感走向衰退,民族精神日渐销蚀的时代特征,“后民族主义”是对民族

主义的超越,强调“个人主义”价值革命,主张个人的自由选择和自我表现,在这一过程中,“民族国家”概念被不断解构,民族国家的相关理念、价值、情感和制度走向瓦解^[12]。因此,基于上述“后民族”概念,本研究提出了国际传播学的后民族主义理论范式,其强调“个体、企业、组织”等非国家主体在国际传播实践中的重要作用,超越了以民族国家作为传播主体的刻板视阈,将个体、企业、组织的跨国交往实践纳入国际传播的考察视野,并在此基础上建立一整套以个体实践为核心的国际传播理念、规范和机制。后民族主义理论范式是对当下我国国际传播实践深刻变革的理论回应,具有坚实的现实基础和实践价值,提供了一个超越国家主义和全球主义二元对立的分析视角。

我国国际传播学后民族主义理论范式的诞生基于国际传播的社会化进程、数字技术的推进和国家的对外传播战略需求。随着国际传播的社会化进程,国际传播的关注对象逐渐从国家层面的宏观视角转移到个体层面的微观视角,传播者与接受者建立了一种相互交流的对话关系,增强了国际传播的个人接近性。此外,全球通信技术孕育了超越国界的网络飞地,个体、企业等非国家主体成为国际传播的网络活跃分子,网络社群成员借助数字技术深度介入多个社群,打破了由国籍构成的身份壁垒,形成了由兴趣、价值观、生活习惯等构成的社群。与此同时,国家的对外传播战略需求也要求纳入多元主体力量,如为展示真实、立体、全面的中国形象,需要国内多元传播主体的共同参与,以形成复合多元的行动系统并最大化整合潜在的传播力量。在学理层面,跨国界交往理论^[13]则为国际传播学后民族主义理论范式提供了理论基础:基于多元主体实践和信息多向流动,全球

传播理念已经超越了单一国家逻辑,网络社区中的个体潜入、穿梭、游离在不同群体之间,在全球网络社区中,个体交往成为核心现象,其围绕观念、兴趣、宗教等议题进行信息交换、意义生产和价值交往。循着这一理论视角,我国国际传播学后民族主义理论范式聚焦考察来自不同文化的人群在跨文化交往中进行信息交换、意义生产、价值观念锚定的机制,以及从个体微观交往维度确定国际传播的策略。

二、我国国际传播学宏观理论范式的四维比较

国际传播学宏观理论范式的主要内容涉及多个维度,需从适用场景、理论主题、核心概念和主要观点等方面全面比较全球主义、国家主义和后民族主义三种宏观理论范式的差异(表1)。

1. 适用场景

(1)全球主义理论范式:文化对话和经济合作

全球主义理论范式主张以“多元共存的现代化”替代一元现代化,通过区域的平等合作推动国际传播秩序的转型。这种范式适用于文化对话、经济合作等强调平等互利的国际传播场景,具体包括:随着全球化进程加速,经济、文化交往频繁,我国国际传播实践强调创造“共通的意义空间”,为深化经济交往提供了舆论环境。与此同时,中国提出“人类命运共同体”理念,倡导多中心区域化,反对西方一元现代化霸权,为中国的和平发展创造了有利条件。

需要说明的是,全球主义理论范式的界定以“主导性”为原则,而非“排他性”,即在现实场景中,该范式会与其他范式以混合形式出现。如,“一带一路”倡议的国际传播就体现了全球主义理论范式与国家主义理论范式形成了有机

表 1 我国国际传播学宏观理论范式比较

范式	使用场景	理论主题	核心概念	主要观点
全球主义理论范式	文化对话和经济合作	超越西方现代性观念	共通的意义空间、多中心区域化、新世界主义	平等和去中心化
国家主义理论范式	政治危机与文化挑战	发出中国声音、让世界了解中国、提升国际话语权	中国价值观传播、去自我东方化	维护国家主权
后民族主义理论范式	非国家行为的国际传播	跨文化人际传播、企业跨国传播、微小叙事	人类中心主义、社会化转型	非国家主体的国际传播实践

融合:一方面,倡议强调共商共建共享的全球治理理念,体现了对多元文明的尊重;另一方面,传播实践又以基础设施联通为核心建设成果,彰显中国对“一带一路”共建国家的实际贡献,诠释“共商共建共享”理念的生动叙事。这种“国家主导的多元合作”模式,成功将中国的发展诉求转化为促进区域互联互通与共同繁荣的实践,从而在目标与结果上实现了国家利益与区域利益的协调统一。

(2) 国家主义理论范式:政治危机与文化挑战

国家主义理论范式强调保持意识形态安全底线,构建与国家实力相匹配的国际传播能力,其适用场景主要包括:一是国家政治主权受到威胁的危机场景。当国家领土、政治独立受到威胁时,国际传播承担着进行舆论斗争、凝聚共识的关键任务。在此类场景中,国际传播以捍卫国家核心利益为根本目标,通过采取强有力的舆论动员与话语斗争策略,旨在争取国际社会支持、凝聚国内共识,以应对严峻的外部挑战。二是国家文化主权受到挑战的场景。文化主权的核心在于掌握话语权与叙事权,在此类场景中,国际传播的根本任务是抵御外部文化渗透与价值体系冲击,通过主动设置议程、阐释核心理念,以有效应对西方媒体的污名化报道,巩固国家的文化安全与意识形态安全。

当然,该范式也存在一定的交叉现象,如TikTok的全球传播过程就展现了国家主义理论范式与后民族主义理论范式的复杂互动。作为源自中国的应用,TikTok需要遵守国内的内容监管要求,维护我国根本立场,但平台上跨国界个体用户创作的内容又呈现出明显的后民族主义理论范式特征,这种“国家监管框架下的个体自由表达”在保证国家文化和意识形态安全的前提下致力于促进个体之间的跨文化交流。

(3) 后民族主义理论范式:非国家行为的国际传播

后民族主义理论范式以非国家主体的跨国传播实践为主,适用于个体、企业、非政府组织的国际传播场景,具体而言:一是以社交媒体、短视频平台为核心的国际传播场景;二是基于兴趣、文化等形成的网络社群的国际传播场景;

三是适用于民间外交、企业品牌出海、非政府组织海外实践、网红跨文化传播等场景。

后民族主义理论范式也存在范式交叉现象,如孔子学院的海外实践就体现了后民族主义理论范式与全球主义理论范式两种范式的协同效应。在官方话语框架下,孔子学院致力于推动中华文明的对外交流,促进不同文化多元共存,而具体的教学活动则依赖于师生之间的人际互动,这种国家文化传播和民间人际交流的重叠场景为国际传播的交叉范式提供了实践路径。

2. 理论主题

(1) 全球主义理论范式:超越西方的现代性观念

如何在全球化传播过程中维持不同文化的独立性和传承性,这是我国全球主义理论范式的关键命题,该命题指向了全球化和多元性之间的矛盾,也是中国国际传播学全球主义理论范式亟待解决的核心命题。

针对如何协调全球化与多元性这一核心命题,中西方的全球主义理论范式呈现截然不同的思路:西方全球主义理论学者主张西方精英阶层拥有“超级知识”,他们坚持西方精英依靠现代科学的支持,拥有足够的知识,可以告诉穷人什么是他们想要的。在这一思想指导下,西方全球主义理念主张用西方的现代性去替代其他类型的现代性,这种全球化带来的结果是“一元的现代化”。与之形成鲜明对比,中国的全球主义理念明确主张“以多中心区域化替代一元现代化”,即通过形成多中心的区域合作网络,减少西方资本主义霸权干涉,避免资本主义“一元现代化”导致的全球不平等。我国国际传播全球化理念设想一种普遍的现代化替代方案,旨在实现全球的公平发展和国际关系的民主化,从理念上讲,这种构想的底线“不是以一种制度代替另一种制度,不是以一种文明代替另一种文明”^[14],而是实现“多元共存”的去中心化的现代化。

(2) 国家主义理论范式:发出中国声音、让世界了解中国、提升国际话语权

国家主义理论范式作为我国的主流范式,在发展过程中形成了3个核心理论主题,分别

对应不同的历史阶段。

第一个理论主题是如何让全世界听到中国的声音,这一阶段遵循的是谋求国家和民族之独立逻辑。该主题背后蕴含的价值观念为:社会主义革命和建设时期以国家利益为本位,采取各种宣传手段激发国际社会和国内民众的支持,以谋求革命战争的胜利和自主发展的机会。这一阶段,国际传播的核心目标在于凝聚国内共识、争取国际同情与支持,并有效驳斥不实信息,瓦解负面舆论攻势。

第二个理论命题是如何在融入全球体系的同时让世界了解中国。这一阶段国家主义理论范式的核心目标是在改革开放进程中,既坚守国家立场又适应国际传播规律,通过创新叙事体系,向世界说明中国、让世界了解中国。该阶段国家主义理论范式的核心要义主要体现在两方面:就指导思想而言,对外宣传要坚守国家立场;就具体策略而言,所有国际传播活动都服务于两大国家需求——为改革开放创造良好国际舆论环境,并为中国经济发展吸引外资。

第三个理论命题是提升对外传播能力,形成同我国综合国力相适应的国际话语权。随着中美贸易的冲突加剧及美西方媒体的舆论攻击,我国主流媒体积极维护国家立场。出于维护国家主权、意识形态独立及持续发展的需要,国家主义理论范式秉持的价值观念是将国际传播视为维护国家自强的重要手段,坚持以我为主,不断提升对外传播能力,构建与我国综合国力相匹配的国际话语权。

(3)后民族主义理论范式:跨文化人际传播、企业跨国传播、微小叙事

后民族主义理论范式对应于数字传播时代,在近20年的发展过程中形成了以下理论主题:

一是跨文化视域下人际传播理论和机制。该理论主题旨在揭示跨文化人际交流机制的复杂性和多层次性,分析感觉、知觉、表象等传播要素,探索从人内传播到大众传播的转变,以及从均质文化到异质文化的传播范式转换^[15]。与此同时,论述跨文化交际能力、评估跨文化交流的效度等。

二是以企业、非营利组织为主体的跨国传

播机制。这一理论主题聚焦如何增强中国企业和非营利组织在全球语境中的传播效果和影响力,探讨企业在国际舆论中的作用,剖析企业在中国公共外交中的角色及企业建构国家形象的方式与途径;考察央企海外传播的发展现状和内在传播逻辑,探讨如何通过故事化和视频化的方式减少信息解码过程中的价值损耗,提高央企信息的传播效率;探讨企业海外目标受众的心理特征,分析传播内容与海外受众接受心理相匹配的方式;研究国际组织建立国际话语权的策略等。

三是超越国家主义的微小叙事研究。这一理论主题旨在探讨国际传播微小叙事的价值、意义和实践方式,特别是分析“中国经验”的话语表达,剖析社会体验感的微观呈现方式;考察国际传播的多元化小叙事能力,分析小叙事的具体内涵,剖析日常小叙事在国际传播中的优势和价值;在心理层面解析跨文化连接方式,探讨跨文化传播从宏大叙事向微观层面的转变方式并分析讲好中国故事的议题特征,剖析打造动态连贯叙事的方式等。

3. 核心概念

(1)全球主义理论范式:共通的意义空间、多中心区域化、新世界主义

基于上述理论主题,我国国际传播学全球主义理论范式产生了以下核心概念:

“共通的意义空间”概念由金天栋等提出,通过追溯古希腊“至善”幸福生活和《诗经》中“乐土”和“大同”世界的内涵,锚定中西方对理想社会的共通价值观和对掌权者的相似要求,主张应充分挖掘中西方的共同价值观,以打通中西方的意义空间,建立共通的价值观念^[16]。

“多中心区域化”由殷之光提出,强调中国的国际传播全球主义理论范式应区别于西方的全球主义理念,力图实现“不同社会制度、意识形态、历史文化、发展水平”的主权国家在“国际事务中利益共生、权利共享、责任共担”的秩序理想^[17]。

“新世界主义”概念由邵鹏等提出^[18]^[17],其与哲学的世界主义理念有显著区别。哲学的世界主义理念源自古希腊斯多葛学派,旨在构建一个超越国别、文化和种族的世界共同体,这一

理念具有强烈的一元论倾向^[19]。而中国的“新世界主义”源于我国“天下大同”的思想传统,主张世界各国共同建构一个和谐包容、开放合作、共生共荣、共赢共享、和平发展的新世界。围绕新世界主义的概念主张,邵鹏等又提出了“一心五体”的新世界主义认识体系,“一心”即以“同心打造人类命运共同体”为核心理念与基本价值,“五体”则是新世界主义在政治、经济、文化、历史、地理5个层面的战略选择^{[18]37}。

(2)国家主义理论范式:中国价值观传播、去自我东方化

国家主义理论范式的理论主题在学术探讨中得以不断深化,并最终具象化为若干关键概念,锚定该范式的论域:

“中国价值观传播”概念由项久雨等提出,主张我国的国际传播应集中传播社会主义核心价值观、中华文化精髓及共同价值的中国理解等方面^[20]。通过推广这些价值观,以提升国家形象、增进国际社会对中国的了解,这是处理国际事务和争端的关键策略。

“去自我东方化”概念由姜飞等提出,旨在应对中国在国际舆论中的弱势地位。该概念强调,因过于接受欧美中心的话语体系,中国没有充分认识到西方文化的复杂性及与中国发展的互动,因此形成了一种自我东方化。“去自我东方化”主张文化自强并不意味着简单地反对或去除西方文化,而是要超越传统的地缘政治视角,真诚展示社会主义的独特文化及发展优势,在讲好中国故事时应避免简单地推广中国模式,而是要以真实、全面的方式与世界进行平等对话^[21]。

(3)后民族主义理论范式:人类中心主义、社会化转型

为回应后民族主义理论范式的理论主题,我国国际传播的后民族主义理论范式逐步凝练出一系列核心概念,深刻阐述了其价值内涵:

“人类中心主义”这一概念由国际传播学者罗伯特·福特纳提出,他认为在国际传播中,除了国家,人是另一个核心。人不仅仅作为国际政治和商业宣传的目标,个人也拥有传播的权利,即世界公民身份,这种传播权包括获取信息与自由表达的权利,是在国际关系中影响信

息流动的重要原则^[22]。

“社会化转型”这一概念由李智等提出^[23]。该概念强调在社交媒体时代,国际传播实际上是一种跨国的人际互动,人际互动与其说形成了国际关系,不如说建立了跨国人际联系。国际传播的社会化本质是一个人性化的过程,从这一角度来看,国际传播的发展趋势更倾向于社会化转变,这种转变体现在传播内容上,是将关注点从国家及超国家机构的高级政治问题转向涉及个人和全人类的话题,如气候变化、环境保护、健康、移民和跨国犯罪等。

4. 主要观点

(1)全球主义理论范式:平等、去中心化

我国国际传播学全球主义理论范式的核心观念是在平等互助的基础上,寻求建立和谐共处、去中心化的世界传播新秩序,旨在通过全球传播手段打通中西方的意义空间,充分尊重不同国家的文化差异,建立平等、去中心化的世界传播新秩序。中国的国际传播学全球主义理论范式主张多元全球化,其目的不是让中国成为中心,而是建立多中心格局,破除孵化新型霸权的可能。

(2)国家主义理论范式:维护国家主权

我国国际传播学国家主义理论范式的核心观点,在于维护一个涵盖政治独立与文化安全的国家主权:一方面,维护政治主权,捍卫国家的政治独立与安全稳定。通过设置舆论防线、批驳错误言论、宣示政策立场等方式,在国际舆论场中坚定地维护国家政治合法性与制度自主权。另一方面,维护文化主权,掌握本国文化的话语权与叙事权。主动构建基于自身价值、历史逻辑与发展实践的话语叙事,在全球文化交流中确立自身文化的主体性。

(3)后民族主义理论范式:非国家主体的国际传播实践

我国国际传播学后民族主义理论范式的核心观点可归纳为:伴随数字技术的发展和全球化进程的推进,“民族国家”概念被不断解构,个体、企业和其他非国家主体不断崛起,并在国际传播实践中扮演越发重要的角色。后民族主义理论范式强调多元主体的共同参与,尤其重视个体在国际传播实践中的重要性,主张个体

的自由选择和自我表现是未来中国国际传播的核心力量之一。后民族主义理论范式试图确立“个体实践”在国际传播中的核心地位,并尝试以此为中心构建起一套理论框架。

三、宏观理论范式框架下我国国际传播学自主知识体系的构建

通过辨析与比较全球主义理论范式、国家主义理论范式与后民族主义理论范式三种宏观理论范式,可明确中国国际传播实践所依托的基本价值立场与宏观理论视角。然而,一个完整的知识体系不仅需要确立顶层的宏观理论框架,更需将其核心原则贯穿所有维度。为清晰展现宏观理论范式如何作为“框架”,统领整个国际传播学自主知识体系的构建,本研究从历史演进、传播主体、内容叙事、渠道战略、受众认知 5 个核心维度出发,系统性阐释三种宏观理论范式所涵盖的研究议题和研究内容(图 1)。这 5 个维度遵循了国际传播的“生产-效果”这一内在逻辑:从“背景与行动者”到“内容与渠道”,最终抵达“效果与反馈”的经典研究路径,构成了一个分析国际传播实践全过程的完整闭环。通过这一结构化阐释,旨在揭示三大宏观理论范式为中国国际传播学自主知识体系的构建标定逻辑路径的具体机理。

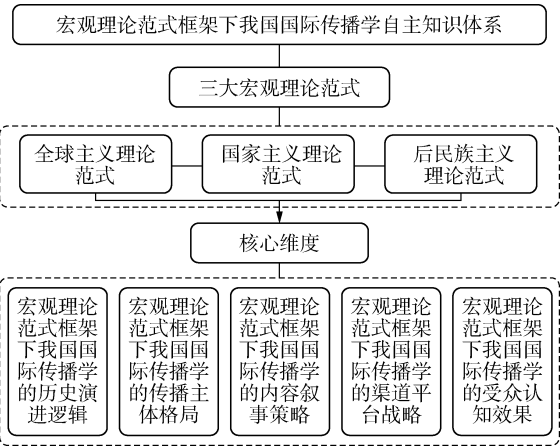


图 1 宏观理论范式框架下我国国际传播学自主知识体系架构

1. 宏观理论范式框架下我国国际传播学的历史演进逻辑

历史演进逻辑旨在追溯不同宏观理论范式下我国国际传播学的实践源头与演进脉络,尝

试回答“中国国际传播学从何而来”这一核心命题。

全球主义理论范式聚焦中国积极融入并参与全球传播秩序的历史演进过程,具体内容包括:第一阶段,1990—2008 年的“融入期”,研究中国如何通过接待外国记者、参与联合国教科文组织辩论、报道北京奥运会等关键历史事件,分析中国融入世界信息秩序的历史进程。第二阶段,2008 年金融危机后,全球主义理论范式聚焦“人类命运共同体”“一带一路”等理念的提出与传播,分析中国如何通过国家领导人出访、官方白皮书、多边平台搭建等路径,积极参与全球传播秩序重塑的历史进程。

国家主义理论范式聚焦国际传播维护主权、争取话语权的斗争史,强调传播作为国家意志工具与战略武器的角色,具体内容包括:一是关键文献与话语分析,系统梳理国家在重大历史节点发布的纲领性对外宣传文件、领导人著作中涉及国际传播或对外传播的相关论述及其核心话语变迁;二是对外宣传机构的沿革与职能分析,研究从中共中央对外宣传办公室等的组建,再到中央广播电视总台等现代国际传播体系的机构沿革与功能定位演变等。

后民族主义理论范式聚焦非国家行为主体的跨国实践的兴起,重点关注数字技术对传播主体的赋能历程:一方面,数字技术赋权与网络平台崛起历程。可研究互联网与移动通信技术如何通过构建全球互联的基础设施,并提供普及化的智能生产工具,从而为个体与企业开展跨国传播奠定物质基础。另一方面,民间传播案例库建设。系统研究现象级的民间传播案例,如中国网文的出海现象、海外留学生及华裔网红的 vlog 创作、中国企业的海外品牌传播与危机公关实践等。

2. 宏观理论范式框架下我国国际传播学的传播主体格局

传播主体格局旨在辨析不同宏观理论范式的核心行动者及其权责关系,系统回应“中国国际传播由谁主导、由谁践行”这一结构性命题。

全球主义理论范式在承认国家主体地位的同时,强调高校、智库、文化机构等各类组织机

构之间的协同合作,具体内容包括开展高校、智库等知识主体参与国际话语建构的路径研究;推进国家文化机构出海传播的案例库建设等。

国家主义理论范式确立国家与官方媒体为主导主体,具体内容包括开展中央政府组织机构、官方媒体在国际传播中的职能配置与协作模式研究;开展国际传播规制与政策体系的演进逻辑研究。

后民族主义理论范式则宣告了个体、企业与社群等非官方主体的崛起:第一,开展网红、文化使者、企业家等民间意见领袖的传播实践分析;第二,开展海外华侨、留学生的跨文化传播实践研究;第三,推进数字平台普通用户的内容创作与跨文化传播机制研究。

3. 宏观理论范式框架下我国国际传播学的内容叙事策略

内容叙事旨在解析不同宏观理论范式下我国国际传播学的核心叙事策略,通过探究从宏大理念到微观故事的表达方式,回答“中国国际传播学如何讲好中国故事”这一方法论命题。

全球主义理论范式追求价值的普遍可接受性,其叙事核心是关乎人类共同价值的跨文化表达,具体内容包括:开展全球发展、气候变化等议题的“中国方案”叙事研究;开展基于人类共同情感的叙事素材挖掘与叙事研究等。

国家主义理论范式侧重于宏大叙事与国家立场表达,内容囊括开展国家政治理念等核心话语的转译研究、国家重大战略叙事的概念谱系与话语演变研究、国家叙事在不同文化语境中的跨文化表达研究等。

后民族主义理论范式深耕于日常生活与个体经验,其叙事核心是微观叙事与生活叙事,可开展个人经历、品牌故事等微观叙事的内容生产研究,情感叙事与数据叙事的综合运用与叙事研究及日常生活内容的戏剧化表达研究。

4. 宏观理论范式框架下我国国际传播学的渠道平台战略

渠道平台战略旨在厘清不同宏观理论范式所依赖的媒介渠道与平台生态,回应“中国国际传播通过何种路径触达世界”这一实践性命题。

全球主义理论范式秉持开放参与的态度,其战略重点是利用全球性平台进行文明对话,在既有的全球传播体系中扩大中国声量:开展 Facebook、Twitter 等国际社交平台的算法逻辑分析与规则调适研究;开展多边国际传播合作机制与中国话语嵌入策略研究。

国家主义理论范式将渠道视作国家主权的延伸,其战略重点在于掌控主权信息通道,并确保信息基础设施的安全:开展 CGTN、China Daily 等中国官方外宣平台的传播影响力研究;开展中国自主平台的内容生态建设与用户黏性提升策略研究;开展信息基础设施的安全保障与技术自主性研究。

后民族主义理论范式的战略重点在于依托国际社交平台,精心培育社群生态,以实现圈层渗透与精准触达:推进 TikTok、YouTube 等视频社交平台的社群培育与圈层渗透研究;基于社交平台用户数据,构建海外受众兴趣图谱,并以此为核心开展精准触达之传播机制研究。

5. 宏观理论范式框架下我国国际传播学的受众认知效果

受众认知效果旨在剖析不同宏观理论范式下的受众定位及其认知效果,系统回应“中国国际传播最终产生了何种影响与实效”这一效能性命题。

全球主义理论范式的受众观是将受众视为平等的对话者与合作伙伴,即“全球公民”,其效果观重在评估受众的理解度并关注共同价值的塑造:开展“全球公民”身份认同的影响因素与培育路径研究;开展跨文化价值共鸣的形成条件与深化策略研究;开展跨文化共识建构过程中的受众认知效果研究。

国家主义理论范式的受众观是将海外公众视为需要引导的对象,其效果观侧重于评估受众的支持度,最终服务于明确的政治目标:实施不同国家、地区受众对华认知基模与信息接收习惯研究;开展海外精英对华态度形成机制及比较研究;建立海外核心目标受众的精准画像与动态追踪数据库。

后民族主义理论范式的受众观是将受众视为可进行深度互动的“用户”与“粉丝”,其效果观重在分析用户的参与度和共情度:开展海外

社交媒体用户的参与行为图谱分析与共情研究;开展基于兴趣社群的跨文化圈层传播与受众认同研究。

四、结 语

在全球化深度调整、国际舆论博弈加剧的背景下,构建具有中国特色的国际传播学自主知识体系具有相当的紧迫性。基于我国国际传播的历史经验和实践特征,归纳总结并系统分析全球主义、国家主义、后民族主义三种宏观理论范式:全球主义理论范式主张多元全球化,试图通过打通中西方的意义空间,充分尊重不同国家的文化差异,建立平等的、去中心化的世界传播新秩序;国家主义理论范式主张维护国家传播主权,强调传播立场上的互相尊重和平等,并倡导自主建设传播基础设施,同时在舆论战中保持阵地意识;后民族主义理论范式强调多元主体的参与,尤其重视个体在国际传播实践中的重要性,主张个体的自由选择和自我表现是未来中国国际传播的主要动力来源。基于对全球主义、国家主义、后民族主义三种宏观理论范式的比较和分析,从历史演进、传播主体、内容叙事、渠道战略、受众效果5个核心维度提出基于宏观理论范式的中国国际传播学自主知识体系架构。该架构以三大宏观理论范式为统领,贯穿于从历史源流到国际传播实践的全过程:历史演进维度追溯各范式的实践源头与脉络;传播主体维度解析国家、媒体、企业、个体等多元主体的角色协同;内容叙事维度聚焦宏观叙事与微观叙事的话语策略;渠道战略维度统筹自主平台建设与全球平台化传播;受众效果维度聚焦受众认知、情感与行为层面的传播效果评估。

本研究的创新之处有两点:一是突破了国际传播学宏观理论范式的二元框架,提出了更具解释力的三元理论框架,为阐释数字时代复杂多元的国际传播实践提供了更具包容性的理论工具;二是建立了国际传播学宏观理论范式与其具体知识维度之间的逻辑连接,为国际传播学自主知识体系提供了宏观的建构路径,亦为未来中国国际传播学派的形成提供一种可能的研究视角与有益探索。当然,囿于研究视野的局限,所构建的框架在理论范式间的动态转

化机制、各维度间的相互作用关系等方面仍有待后续研究深入完善,未来可在以下方面继续深化:一方面是加强对三种宏观理论范式在不同国际传播场景下转换机制的研究,剖析其动态协同与转换的逻辑规律,构建更具解释力的动态理论模型;另一方面是推动更多实证研究,以完善理论框架,通过具体案例研究检验现有理论的有效性,并从中发现新问题,进而推动理论的修正与拓展。

参考文献:

- [1] 习近平在中国人民大学考察时强调 坚持党的领导传承红色基因扎根中国大地 走出一条建设中国特色世界一流大学新路[N]. 人民日报, 2022-04-26(01).
- [2] 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[M]. 北京:人民出版社,2022.
- [3] 黄海,段泽孝. 中国道路的国际传播话语体系构建研究[J]. 河海大学学报(哲学社会科学版), 2019,21(5):15-21.
- [4] 姬德强. 作为国际传播新规范理论的人类命运共同体——兼论国际传播的自主知识体系建设[J]. 新闻与写作,2022(12):12-20.
- [5] 胡正荣. 中国自主国际传播知识体系构建[J]. 新闻与写作,2022(12):1.
- [6] 张晶晶,张昆. 构建中国国际传播自主知识体系的逻辑理路与实践进路[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版), 2025,56(2):19-30.
- [7] 张楠,姜飞. 复杂性、辩证性、文明性:中国国际传播自主知识体系建设新进展与新特征[J]. 全球传媒学刊,2025,12(1):59-77.
- [8] 李智. 国际传播[M]. 北京:中国人民大学出版社,2013:18-20.
- [9] 晏扩明. 人类命运共同体与21世纪马克思主义的发展境遇[J]. 探索,2025(3):1-14.
- [10] 白彦泽,姬德强. 作为冲突的传播:国际传播的内在理路与前沿问题[J]. 新闻界,2022(11):66-76.
- [11] 王晓虹. 国际传播学宏观理论范式流变及本土化思考[J]. 新闻与写作,2022(12):37-44.
- [12] 丛日云,马涛. 迈向后民族主义的西方——后现代主义价值革命视角的考察[J]. 探索与争鸣, 2023(10):55-80.
- [13] 孙嘉明,杨雄. 全球化进程中的跨国界交往现

- 象——试论“海外关系”对本土经济、社会转型的影响[J]. 社会科学,2007(6):140-150.
- [14] 习近平. 习近平著作选读:第二卷[M]. 北京:人民出版社,2023:543.
- [15] 姜飞,毛丽丽. 传播九连环理论假设与国际传播致效可能[J]. 现代传播,2023(7):45-56.
- [16] 金天栋,任晓. “人类命运共同体”国际传播的“共通的意义空间”研究[J]. 社会科学,2021(2):32-46.
- [17] 殷之光. 塑造“新路”——从共同经历出发的国际传播与构建共识的另一种可能[J]. 全球传媒学刊,2023,10(2):31-44.
- [18] 邵鹏,邵培仁. 全球传播愿景:新世界主义媒介理论研究[M]. 杭州:浙江大学出版社,2022.
- [19] 崔保国. “另一个可能的世界”:新世界主义与全球传播秩序再想象[J]. 传媒观察,2023(9):98-101.
- [20] 项久雨,张业振. 关于中国价值观国际传播的若干思考[J]. 马克思主义理论学科研究,2017,3(5):135-145.
- [21] 邹霞,何攀文. 文化传播视域下讲好中国故事刍议[J]. 中国矿业大学学报(社会科学版),2024,26(4):27-36.
- [22] 罗伯特·福特纳. 国际传播:全球都市的历史、冲突及控制[M]. 刘利群,译. 北京:华夏出版社,2000:32.
- [23] 李智,刘萌雪. 新媒体时代国际传播的社会化转型[J]. 对外传播,2019(12):43-44.

Construction of China’s Independent Knowledge System in International Communication Studies: A Framework Based on Three Macro-theoretical Paradigms/ WANG Xiaohong¹, LIU Haigui¹, LIU Shan²(1. School of Journalism, Fudan University; 2. College of Arts & Media, Tongji University)

Abstract: Amidst the rapid development of digital technology, profound adjustments in globalization, and increasingly intense competition in international public opinion, western international communication theories have proven inadequate in effectively explaining China’s practical approaches. Constructing an independent knowledge system with Chinese characteristics has thus become an urgent task for China’s international communication studies. This paper transcends the traditional binary framework of globalism and statism by proposing a tripartite macro-theoretical paradigm comprising globalism, statism, and post-nationalism, responding to new realities in international communication practices, such as the rise of non-state actors in the digital age. The globalism paradigm advocates a pluralistic and coexistent globalization, seeking to bridge meaning systems between China and the West, fully respect cultural differences among nations, and establish an egalitarian and decentralized world communication order; the statism paradigm, emphasizes safeguarding national sovereignty, promotes independent construction of international communication infrastructure, and underscores the importance of maintaining a confrontational awareness in the public opinion warfare; the post-nationalism paradigm focuses on the communication practices of non-state actors and highlights the role of individuals in international communication practices, arguing that individual free choice and self-expression will be the main driving force for China’s international communication in the future. Through a systematic review and comparison of these three paradigms, this paper further constructs an independent knowledge system based on macro-theoretical paradigms, encompassing five dimensions: historical evolution, communication actors, content narratives, channel strategies, and audience effects. This system integrates theoretical speculation with practical orientation, providing an analytical tool for examining complex and dynamic international communication phenomena, aiming to provide theoretical support for advancing innovation in China’s international communication theory.

Key words: international communication studies; independent knowledge system; globalism; statism; post-nationalism