

谁在关注中国？关注什么？

——国际传播学界中国研究图景及思考

王大可 张如研 李本乾

摘要:在全球学术格局变革背景下,国际传播学界对中国的关注模式是理解传播学知识体系演变的关键。基于 Web of Science 核心数据库 2004—2024 年间 1426 篇关于中国的研究文献,采用 CiteSpace 可视化分析法构建了“谁在关注中国”和“关注什么”的双维度分析框架,分析显示国际传播学界对中国的关注呈三阶段演进态势:从初始探索期(2004—2008)的西方中心比较框架,到稳步发展期(2009—2015)的数字生态关注,再到快速提升期(2016—2024)的理论创新尝试。研究主体形成以美英澳为主导,亚太地区积极参与的多层次知识生产网络,反映了全球知识生产权力结构由“单中心”向“多中心”转型。研究议题从传统文化政治领域向数字传播领域转向,主要聚焦社交媒体、政治传播与文化软实力三大主题,研究方法日益多元化,体现了计算传播学对传统研究范式的挑战与重构。

关键词:国际传播学界;中国传播学;知识图谱;学术计量分析;传播学国际化

中图分类号:G206 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2025)06-0016-16

基金项目:国家社会科学基金重大招标项目(21&ZD325)

在历史的长河中,中国与世界的关系经历了从封闭到开放、从单向影响到双向互动的深刻变革。正如历史学家张振鹄所言“世界进入中国,使中国进入世界不可避免”^[1],这一论断不仅揭示近代以来中国社会发展的外部动力,也预示全球化背景下中国与世界紧密相连的必然趋势。在这一进程中,国际传播学界对中国的研究兴趣日益浓厚,成为推动中国传播学学科发展的重要外部力量。

自 20 世纪七八十年代起,随着国际学术交流的日益频繁,传播学先驱如施拉姆等学者便敏锐地洞察到社会主义中国传播经验的独特价值,将其置于“传播与发展”的宏大框架中进行深入探索。这一时期的努力不仅奠定了国际传播学界研究中国的基础,也预示着中国传播现象将成为全球学术视野中不可或缺的一部分。进入 21 世纪后,中国传播学研究搭乘国际化的快车,获得前所未有的发展动力。本文的初步统计显示,国际主流传播学期刊中关于中国的研究论文数量在过去 20 年增长了约 4 倍,中国已成为国际传播学界关注的重点区域之一。这一学术现象不仅反映中国传播实践的全球影响力提升,也预示全球传播学知识体系正经历着重要的范式转变——在认识论上从西方中心主义“转向学术路径的多样性,以扩展全球范围内基本理论、方法和概念的包容性”^[2]。

在传播学国际化研究领域,不少学者已对中国传播学“走出去”的成就和挑战进行了系统探讨。张国良认为,正是由于展开了“卓有成效的国际化和国际传播实践”,中国传播学才“显著地提升了自身的国际影响力和国际竞争力”。^[3]朱鸿军等基于对新闻传播学者国际发表状况的实证研究,分析了中国传播学者在国际舞台上的表现及其对高等教育国际化的促进作用。^[4]这些研究为理解中国传播学的国际影响提供了重要视角。

然而,在肯定中国传播学国际化成就的同时,我们也应看到,当前的研究多聚焦中国传播学如何“走出去”及其在国际舞台上的表现,而对于国际传播学界如何“走进来”,即他们如何关注中国、关

注什么,以及这些关注如何影响中国传播学的发展等问题,尚缺乏全面而深入的探讨。

事实上,正如福柯所揭示的“权力和知识是直接相互连带的”^[5],国际传播学界对中国的研究兴趣并不仅仅是中立的学术选择,而更应被看成全球学术权力网络中的知识构建过程。鉴于此,本研究试图立足于跨文化传播学和知识社会学的理论视角,将国际传播学界对中国的关注视为一种“他者视野中的知识建构”^[6]过程,通过系统考察“谁在研究中国”和“研究中国的哪些方面”,揭示国际传播学界对华研究的知识图谱与演变轨迹。这一分析不仅有助于把握国际传播学界对中国研究的客观现状,也能揭示这一知识生产过程背后的认识论演变,为中国传播学研究的国际化进程探索提供新的视角与思路。

一、数据与方法

本研究旨在系统考察国际传播学界中国研究的现状与发展趋势,采用 CiteSpace 6.3 R1 作为核心分析工具,研究数据则来自科学引文索引数据库(Web of Science Core Collection),其检索策略如下:首先,以“China”或“Chinese”作为主题词(Topic),将研究领域限定在传播学(Communication)范畴;其次,为确保研究聚焦于“外部视角”对中国的关注,本研究在数据筛选过程中剔除来自中国大陆机构的研究成果,但保留中国学者在海外机构发表的研究,以及港澳台地区学者的相关研究。最后,选取学术论文(Article)和综述(Review Article)两种文献类型,排除会议论文、书评等非核心学术成果,并将语言范围设定为英语(English)。考虑到2000年之前相关研究较为零散,研究团队将时间跨度确定为2004年至2024年(检索截止时间为2024年12月31日)。通过多轮筛选与人工编码,最终确定1426篇有效文献样本作为本研究的核心数据集。

进而,本研究构建“谁在关注中国”和“关注什么”的双维度分析框架(见表1)。在“谁在关注中国”维度,通过合作网络分析和突现度分析方法,考察机构分布、作者群体及国家地区分布特征,揭示研究主体的构成与互动模式;在“关注什么”维度,运用共词分析、聚类分析和时序演变分析方法,探讨研究主题、理论视角和方法范式,以展现国际传播学界中国研究的主题脉络与理论创新。

表1 国际传播学界中国研究的分析框架和维度

研究维度	分析对象	分析方法	分析目标
谁在关注中国	文献数量、机构分布、作者群体、国家地区	描述性统计分析、合作网络分析、突现度分析	呈现国际传播学界中国研究的发展趋势、机构布局与学者网络
关注什么	研究主题、理论视角、方法范式	共词分析、聚类分析、时序演变分析	展现国际传播学界中国研究的主题演进与理论创新

二、谁在关注中国

(一) 总体趋势

由图1可知,在2004年至2024年间,国际传播学界中国研究呈现出明显的阶段性增长特征,可以划分为三个主要阶段。

第一阶段(2004—2008年)是起步探索期,年均发文量维持在40篇以下,研究主题相对单一,多聚焦于中国传统媒体发展和新闻自由等议题。2008年北京奥运会作为这一阶段的重要转折点,成为国际传播学界关注中国的催化剂,引发对中国国家形象塑造、媒体报道框架和公共外交策略的热烈讨论。如图1所示,2008年之后的发文量呈现逐步上升趋势。这一时期的研究特点是“比较视角为主”,多数研究将中国作为跨国比较研究的案例之一,试图理解中西媒体系统的差异性。从库恩的范

式理论看,这一阶段的研究仍处于传统西方中心主义范式之内,中国传播现象被视为需要通过西方标准来解读的“特例”。

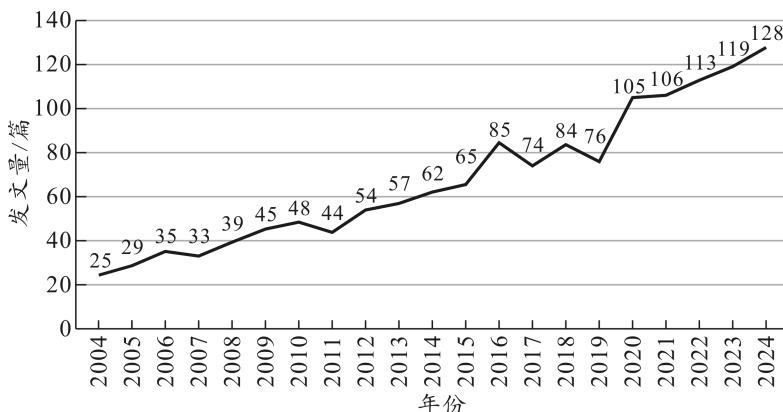


图1 国际传播学界中国研究文献年份分布

第二阶段(2009—2015年)是稳步发展期,年度发文章量从45篇增长至65篇,年均增长率约为6.7%。这一阶段的关键转折点是2009年新浪微博和2011年微信的相继推出,这些中国本土社交媒体平台的迅速崛起引发国际学界的广泛关注。这一阶段的研究焦点从传统媒体转向数字媒体领域,形成以网络公共领域、在线话语权力和社交媒体用户行为为核心的研究集群。

第三阶段(2016—2024年)是快速提升期,除2017年和2019年小幅度回落外,整体呈现加速增长态势。这一阶段的三个关键转折点推动了研究热度的持续攀升:首先,2017年中国发布《新一代人工智能发展规划》,将人工智能上升为国家战略,催生对中国数字技术治理模式和技术话语权的深入探讨;其次,2018—2019年中美贸易摩擦加剧,带动对中国国际传播策略和全球传播影响力的研究热潮;最显著的是2020年新冠疫情暴发,促使国际学界聚焦中国危机传播、健康传播和数字治理模式,如图1所示,2020—2024年间,年度发文章量连年突破100篇,并呈现稳步上升趋势,2024年达到历史最高点128篇。这一阶段的研究特点是“深度与广度并重”,不仅深入探究中国特色传播现象,还将其置于全球传播格局变革的宏观框架中考察。

进一步分析,这种阶段性演进不仅反映中国在全球传播格局中地位的变化,也体现国际传播学研究范式的转型,可以归因于多方面因素的共同作用。

首先,全球传播学研究范式的转型为对华研究提供了新的理论空间。随着去西方中心主义思潮的兴起,国际传播学界开始重视非西方传播实践的理论价值,这种认识论层面的转向使中国传播现象获得了更多理论关注。^[7]

其次,中国在数字传播领域的创新实践引发国际传播学界的持续关注。从2009年的微博到2011年的微信,再到2016年直播平台的兴起和2018年短视频应用的全球扩张,中国数字传播生态的独特发展路径不断催生新的研究议题。尤其是2020年后,中国在人工智能、元宇宙等新兴技术领域的应用探索,进一步拓宽国际传播学界的研究边界。

最后,方法论层面的革新为国际传播学界的中国研究提供了新的分析工具。大数据分析、计算传播学等新兴方法在2016年后的广泛应用,使得研究者能够更系统地分析中国传播现象的复杂性。

(二) 研究学者分析

社会网络分析结果显示,2004—2024年间国际传播学界对华研究形成了一个由900多个学者节点构成的学术网络(见图2)。该网络呈现出显著的“多中心、松散化”特征,网络密度较低($Density = 0.005$),反映出对华传播研究尚处于分散化发展阶段,学者间的学术协作未形成高度密集的集群。

通过中心性指标分析,研究识别出一批具有重要学术影响力的核心学者。以 Michael, Keane 为代表的高产学者群体不仅在数量上领先,更重要的是其研究对理论创新与方法突破产生了实质性影响。譬如,Michael, Keane 在文化产业与数字创意产业研究领域构建具有原创性的“数字帝国”分析框架,其 2018 年发表的“A Digital Empire in the Making: China’s Outbound Digital Platforms”以历史视角和政治经济学分析方法,重新诠释了中国数字平台的国际化经营战略,为理解“数字中国”的崛起提供了独特的学术视角。^[8]

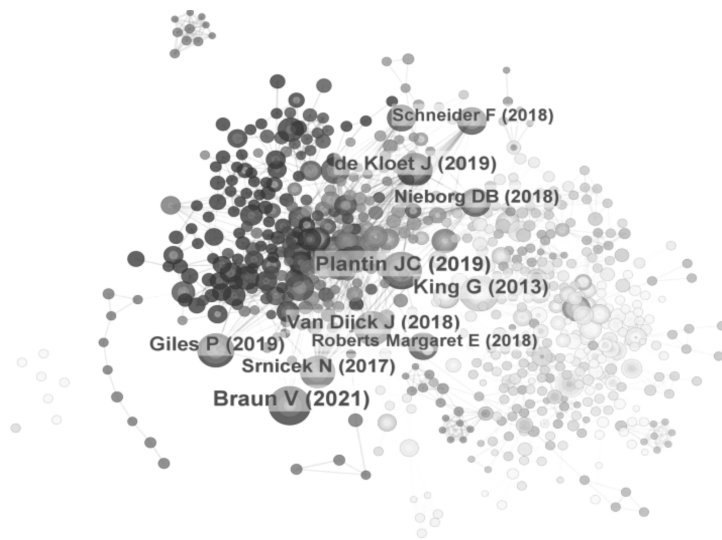


图 2 国际传播学界中国研究学者共现图谱

Wallis 在传播技术与性别政治研究方面开辟了新路径,其发表的“Mobile Phones without Guarantees: The Promises of Technology and the Contingencies of Culture”探究了移动技术如何在中国特定文化语境中被重新定义与应用,为传播技术研究提供了文化批判的新维度。^[9]而 Yuan 则在网络传播研究领域做出了方法论创新,较早将语义网络分析引入中国社交媒体研究,其发表的“‘Privacy’ in Semantic Networks on Chinese Social Media: The Case of Sina Weibo”通过计算传播学方法揭示了中国语境下隐私概念的独特建构方式。^[10]

此外,通过共著关系分析,研究发现国际传播学界已经形成了若干具有显著特征的研究协作模式。譬如,Agur 等形成围绕数字化转型背景下香港媒体系统变迁研究的稳定合作团队,采用制度分析与比较研究方法,构建了“媒体捕获”(media capture)的理论模型。^[11]Chan 主导的研究团队则聚焦性、亲密关系与数字技术交互,通过中美传播实践比较,提出了“亲密关系的数字化重构”理论框架。^[12]

根据科学知识社会学理论,“科学知识的逻辑性增长是特殊形式的社会共同体利用思想创新的结果”,而“科学的发展离不开科学家及科学群体特定兴趣和意志的驱动”^[13]。在这个意义上,这些合作网络的出现,既反映了研究问题复杂性对多元专业背景的客观需求,也体现了全球化背景下跨文化、跨机构合作日益增强的趋势。

(三) 国家/地区分析

从国家合作网络分析的角度分析,可以发现 2004—2024 年间共有 70 个国家和地区参与对华传播研究,形成以英语国家为主导、亚洲国家积极参与、欧洲国家稳步推进的研究网络(见图 3)。图中节点大小反映发文量,节点间连线表示合作关系。

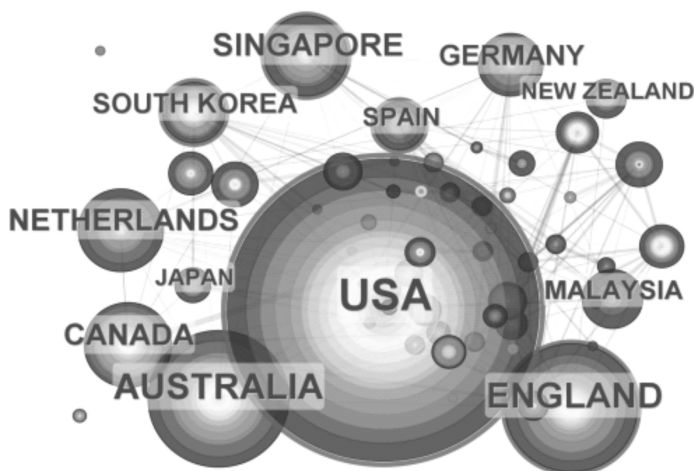


图 3 国际传播学界中国研究高产国家分布图谱

从图 3 的空间布局可见,美国位于网络绝对中心位置,节点体积远超其他国家,直观反映其以 1050 篇发文量在对华传播研究中的主导地位。围绕美国形成第一圈层的是澳大利亚(252 篇)和英国(230 篇),三国之间形成了紧密的学术合作网络。新加坡、韩国、日本等亚洲国家分散分布在美国节点周围,表明亚太学者较多通过与合作参与对华研究。而欧洲国家如德国、荷兰、西班牙等同样与美国保持连接,节点中等,表明其研究活跃度正在提升,但尚未形成像美英澳那样的紧密联盟。

Top 10 Countries with the Strongest Citation Bursts

Countries	Year	Strength	Begin	End	2005 - 2024
AUSTRALIA	2006	3.65	2011	2012	
SOUTH KOREA	2006	2.61	2014	2016	
DENMARK	2015	2.5	2015	2021	
CANADA	2005	2.6	2019	2020	
SWITZERLAND	2011	3.07	2020	2022	
NEW ZEALAND	2008	2.37	2020	2020	
GERMANY	2006	2.66	2022	2024	
MALAYSIA	2012	6.89	2023	2024	
NETHERLANDS	2005	4.52	2023	2024	
RUSSIA	2016	2.39	2023	2024	

图 4 国际传播中国研究 Top10 突现国家

图 4 的突现度分析进一步量化这种演变趋势。从时间轴来看,2011—2012 年间以澳大利亚(突现强度 3.65)为首的第一波研究热潮、2020—2022 年间以瑞士(突现强度 3.07)为代表的第二波热潮以及 2023—2024 年间以马来西亚(突现强度 6.89)和荷兰(突现强度 4.52)为代表的第三波热潮。特别值得注意的是,马来西亚作为发展中国家,突现强度高达 6.89,远超其他国家,在很大程度上预

示着表明“全球南方”视角正成为对华传播研究的新兴力量。

结合图 3 和图 4 的分析可以发现,国际传播学界对华研究呈现“中心—边缘”的结构性特征,但这种格局正在经历从“单中心”向“多中心”的转变,即美国虽然仍处于绝对中心位置,但亚洲和欧洲国家正形成区域性研究中心。

(四) 研究机构分布

对机构合作网络的分析揭示了国际传播学界对华研究的机构分布格局与合作态势。如图 5 所示,形成了以美国高校为核心、以亚太地区高校为重要支点的多层次研究网络。从图 5 的空间布局可见,美国加州大学系统、得克萨斯大学系统等美国高校集群占据网络中心位置,节点体积大且连线密集,形成对华传播研究的核心知识生产区域。这种聚集态势反映了美国高等教育系统在传播学学科建设和研究资源配置上的系统性优势。

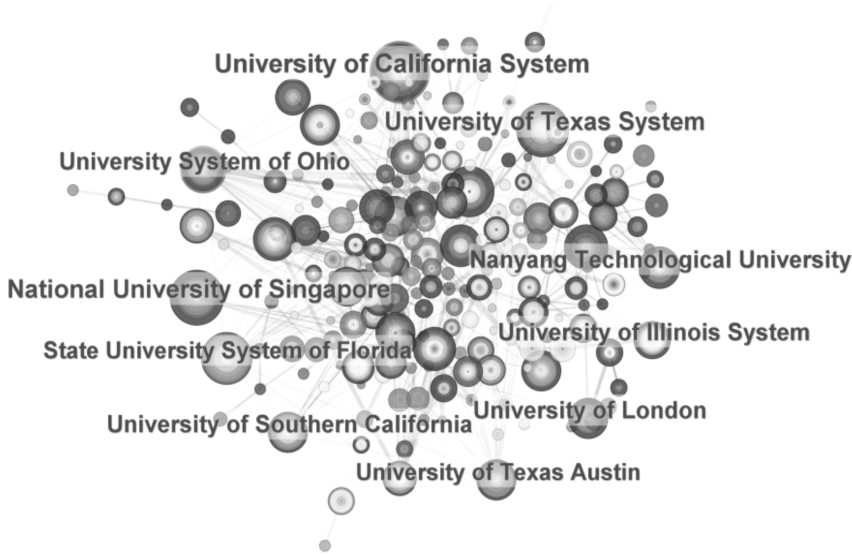


图 5 国际传播学界中国研究机构共现图谱

图 5 中的新加坡国立大学和南洋理工大学形成一个具有显著影响力的亚洲研究集群,这两所机构的节点大小分别位列全球第二(54 篇)和第四(42 篇),与美国高校系统有多条连线,展现其作为连接东西方传播研究的桥梁作用。

表 2 中的突现机构数据进一步量化了各机构的研究影响力及其时间分布。从表中可见,排名前十的机构中美国占据 7 席,新加坡 2 席,英国 1 席,凸显美国在对华传播研究中的主导地位。

表 2 国际传播界中国研究 Top10 突现机构

排序	机构英文名称	机构中文名称	发文量	所属国家
1	University of California System	加州大学系统	56	美国
2	National University of Singapore	新加坡国立大学	54	新加坡
3	University of Texas System	得克萨斯大学系统	52	美国
4	Nanyang Technological University	南洋理工大学	42	新加坡
5	University System of Ohio	俄亥俄大学系统	41	美国
6	University of Southern California	南加州大学	40	美国

续表				
排序	机构英文名称	机构中文名称	发文量	所属国家
7	University of Illinois System	伊利诺伊大学系统	39	美国
8	University of London	伦敦大学	38	英国
9	University of Texas at Austin	得克萨斯大学奥斯汀分校	37	美国
10	State University System of Florida	佛罗里达州立大学系统	36	美国

机构合作网络的结构特征揭示三个显著趋势:首先,美国高校系统间存在紧密的合作关联,形成知识生产的国家级网络。这点在图 5 中表现为美国高校节点间的密集连线,尤其是加州大学系统与得克萨斯大学系统之间的多重连接。其次,亚太地区高校与美国机构建立了有效的研究纽带,促进了跨文化视角的融合,这体现在新加坡国立大学和美国高校之间的多条连线上。最后,欧洲研究机构的参与进一步丰富研究的理论视角和方法范式,如图 5 中伦敦大学(38 篇)的较大节点及其与美国和亚洲机构的连接。

综合图 5 和表 2 的分析可见,国际传播学界对华研究的机构分布呈现“层级化、网络化、特色化”的格局。美国高校系统的主导地位凸显西方传播学知识体系的制度化优势;亚太地区研究机构的崛起,则为对华传播研究注入了更多本土化的理解视角;不同区域机构间的协作网络,则促进理论视角和研究方法的跨文化融合。

(五) 被引期刊分布

为了揭示国际传播学界在中国研究领域的知识引用网络,本研究运用 CiteSpace 对被引期刊进行共现分析。表 3 呈现被引频次最高的十大期刊及其分布特征,这一分布不仅反映核心知识来源,也展示学术社群的引用偏好和知识基础结构。

表 3 共被引期刊 Top10

排序	期刊英文名称	期刊中文名称	被引频次
1	J COMMUN(Journal of Communication)	传播学杂志	567
2	NEW MEDIA SOC(New Media & Society)	新媒体与社会	536
3	INT J COMMUN-US(International Journal of Communication)	国际传播杂志	513
4	MEDIA CULT SOC(Media ,Culture & Society)	媒体、文化与社会	429
5	CHIN J COMMUN(Chinese Journal of Communication)	中国传播学杂志	361
6	INFORM COMMUN SOC(Information ,Communication & Society)	信息、传播与社会	314
7	COMMUN RES(Communication Research)	传播研究	277
8	ASIAN J COMMUN(Asian Journal of Communication)	亚洲传播杂志	266
9	CHINA QUART(China Quarterly)	中国季刊	263
10	J MASS COMMUN Q(Journalism & Mass Communication Quarterly)	新闻与大众传播季刊	227

从表 3 可见,引用格局呈现出三个明显的层次结构。第一梯队由《传播学杂志》(*Journal of Communication* ,567 次)、《新媒体与社会》(*New Media & Society* ,536 次)和《国际传播杂志》(*International Journal of Communication* ,513 次)构成,这三本期刊的高引用频次凸显它们在国际传播学中国研究领域的核心地位。

第二梯队包括《媒体、文化与社会》(*Media, Culture & Society*, 429 次)、《中国传播学杂志》(*Chinese Journal of Communication*, 361 次)和《信息、传播与社会》(*Information, Communication & Society*, 314 次),这些期刊引用频次在 300~450 之间,显示文化研究视角和中国本土研究视角的重要补充作用。尤为突出的是,创立于 2008 年的《中国传播学杂志》已跻身引用第五位,以 361 次的引用频次超过了多本历史悠久的传统期刊。

第三梯队包括《传播研究》(*Communication Research*, 277 次)、《亚洲传播杂志》(*Asian Journal of Communication*, 266 次)、《中国季刊》(*China Quarterly*, 263 次)和《新闻与大众传播季刊》(*Journalism & Mass Communication Quarterly*, 227 次),这些期刊引用频次在 200~300 之间,构成了对华传播研究的重要补充知识来源。

从地域分布来看,表 3 中以北美出版的期刊占据主导地位,但《中国传播学杂志》《亚洲传播杂志》和《中国季刊》等区域性期刊的入榜,展现知识来源的地域多元化趋势。

通过对表 4 的纵向分析可以发现,传统综合性传播学期刊如《传播学杂志》《传播研究》虽然保持高引用率,但新兴数字媒体与社会研究期刊如《新媒体与社会》《信息、传播与社会》的快速崛起,反映研究兴趣从大众传播向数字传播的转移。

三、关注什么

(一) 关键词共现分析

为揭示国际传播学界中国研究的核心主题及其关联网,本研究通过 CiteSpace 进行关键词共现分析。如图 6 所示,图谱中包含 568 个关键词节点,形成一个以“social media”“media”和“internet”为核心的复杂知识网络。图中节点大小表示关键词出现频次,节点间连线反映共现关系,节点位置分布反映出时间的演变规律,而节点字体大小则体现其中介中心性强弱。

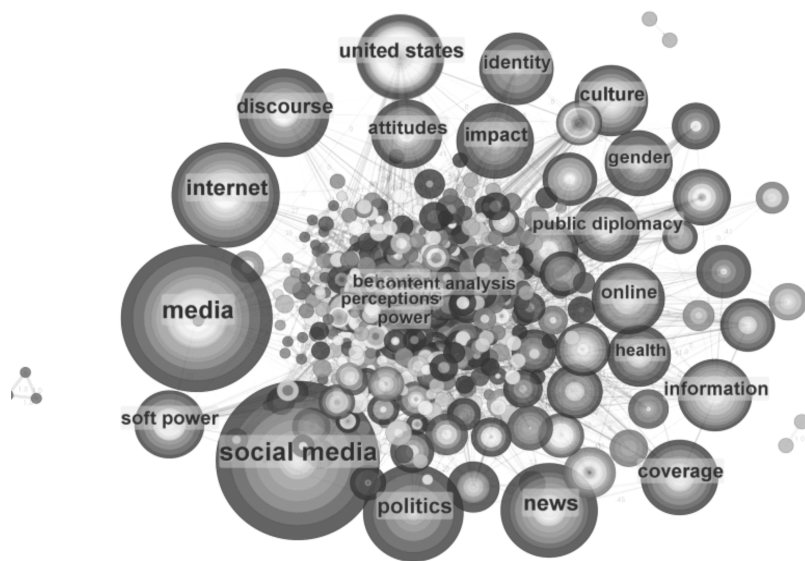


图 6 国际传播学界中国研究高频关键词共现图谱

从图 6 的空间布局来看,形成了以“social media”为核心节点的复杂网络结构,其节点体积远超其他关键词,与图谱中几乎所有主要关键词都有直接连接,展现社交媒体研究在对华传播研究中的核心地位。围绕这一中心,形成了四个主要的研究主题领域:以“media”和“internet”为核心的传统媒体与网络研究;“politics”“news”和“discourse”为代表的政治传播研究;以“culture”“identity”和“gen-

der”为特征的文化认同研究;以“soft power”和“public diplomacy”为焦点的国际传播研究。不同的概念群落代表了不同的知识谱系,它们各自形成了理解中国传播现象的特定逻辑。特别是政治传播研究与文化认同研究呈现出相对独立的发展路径,反映了两种不同解读中国传播的知识谱系:一种侧重权力与制度,另一种侧重文化与认同。

表 4 进一步量化了关键词出现频次及其中心性,为理解研究主题提供了数据基础。

表 4 国际传播学界中国研究 Top20 高频关键词

排序	关键词	词频	中心性	排序	关键词	词频	中心性
1	social media	245	0.02	11	information	54	0.08
2	media	215	0.05	12	online	54	0.06
3	internet	115	0.07	13	attitudes	53	0.07
4	news	105	0.03	14	identity	53	0.04
5	politics	92	0.01	15	soft power	49	0.03
6	discourse	78	0.05	16	public diplomacy	48	0.04
7	united states	77	0.13	17	behavior	45	0.10
8	coverage	60	0.03	18	gender	43	0.05
9	impact	59	0.04	19	content analysis	41	0.05
10	culture	58	0.07	20	health	35	0.02

从频次分布来看,“social media”以 245 次位居榜首,与排名第二的“media”(215 次)构成对华传播研究的主导视角,两者合计占总体关键词频次的约 10%。这一现象在图 6 中表现为这两个关键词节点的突出体积,反映了数字媒体研究在对华传播研究中的主导地位。值得注意的是,“internet”(115 次)作为第三高频关键词,与社交媒体形成互补,共同构建理解中国数字传播生态的基础框架。

通过对图 6 和表 4 的政治传播关键词分析可见,“politics”(92 次)、“news”(105 次)、“united states”(77 次)和“coverage”(60 次)等关键词在图谱中形成一个紧密关联的研究集群,表明政治传播视角在对华研究中的重要性。这些政治传播相关关键词与中心的社交媒体关键词之间存在关联,反映数字媒体与政治传播研究的交叉趋势。

文化与身份研究视角同样是重要的研究主题。关键词“culture”(58 次)、“identity”(53 次)、“gender”(43 次)和“discourse”(78 次)通过密集连线构成紧密关联的知识网络,反映国际传播学界对中国文化传播、身份建构和话语实践的深入探究。值得注意的是,“discourse”作为话语分析的核心概念与“soft power”等国际传播关键词在研究议题上具有理论关联,表明话语构建与软实力建设在研究中的内在联系。这一文化研究集群的存在,体现对中国传播现象的文化维度分析正逐渐形成独立的研究传统。通过强调文化、身份和话语等概念,这一研究集群提供理解中国传播现象的文化解释路径,丰富过去以技术或政治视角为主的研究取向。

从中心性指标来看,表 4 中“united states”(0.13)、“behavior”(0.10)和“information”(0.08)具有最高的中介中心性。这些关键词作为连接不同主题集群的桥梁,在知识网络中发挥着重要的整合作用。“united states”这一概念在网络中的高中心性地位(0.13)反映一种知识生产的地缘政治特征——中国传播现象主要通过与美国的比较框架被理解和解读。这种比较框架的中心地位既反映美国在全球传播学学术生产中的主导地位,也构建一种特定的理解中国的知识路径。

从时间分布来看,图 6 中空间分布的变化揭示了研究主题的演变轨迹。“media”“internet”和“culture”等关键词表明这些是较早期研究关注的传统主题,而“social media”“soft power”和“public

diplomacy”等关键词反映这些主题在 2010 年后的崛起。这种时序演变不仅反映研究兴趣的转移,从福柯的历史分析视角看,也体现不同时期学术关注重点的变化。每个时期的主导概念在一定程度上反映当时理解中国传播现象的主流视角,展现学术关注与历史语境的紧密联系。

(二) 关键词聚类分析

通过 CiteSpace 对关键词进行聚类分析,揭示国际传播学界中国研究的主题群落分布。如图 7 所示,形成 12 个主要聚类,空间分布和连接反映研究主题间的内在关联。图中聚类编号越小表示其规模和影响力越大,聚类之间的空间距离及连线密度则反映研究主题间的关联度。

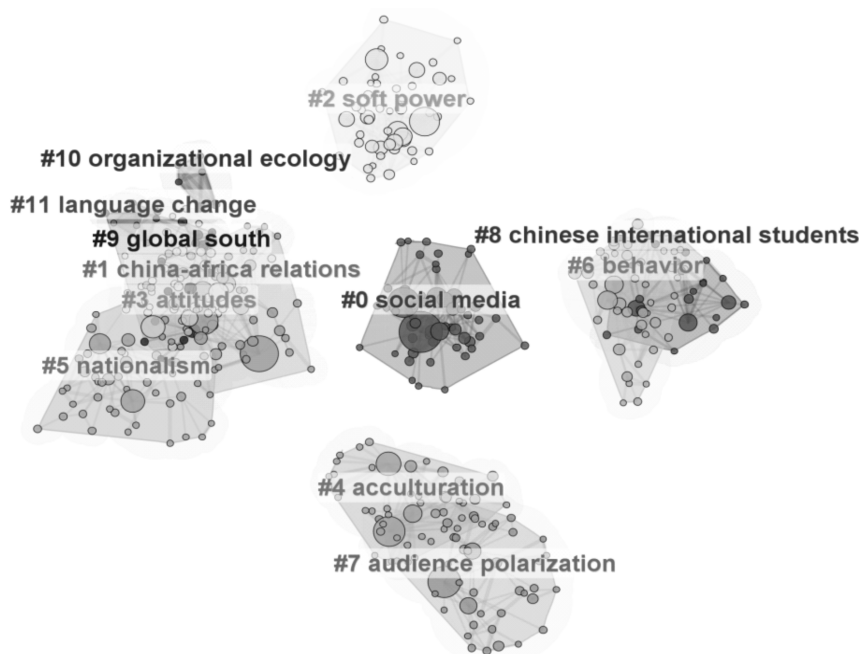


图 7 国际传播学界中国研究关键词聚类图谱

从图 7 的空间布局可见,核心聚类“#0 social media”位于图谱中央位置,集中体现社交媒体研究在对华传播研究中的中心地位。这一聚类规模最大,表明其作为研究枢纽的关键作用。该聚类包含“Internet”“online”“information”等关键词,呈现出从技术平台到信息传播实践的完整研究脉络。特别值得注意的是,该聚类对中国本土社交平台(如微博、微信等)的研究比重显著,表明国际学界对中国特色数字传播生态的专注关注。

围绕中心聚类,图 7 呈现了三个主要研究维度的空间分布:

第一,国际关系维度在图 7 左侧形成明显的研究集群。“#1 china-africa relations”和“#9 global south”两个聚类表明,国际传播学界对中国在全球传播格局中的角色定位和影响力保持持续关注。特别是“#2 soft power”聚类在左上方的显著存在,反映软实力研究作为理解中国国际传播策略的重要理论框架。这些聚类共同表明,中国软实力建设、对非传播战略与全球南方话语构建被视为相互关联的研究议题。

第二,社会文化维度形成多个关联紧密的聚类群组。“#4 acculturation”“#5 nationalism”和“#11 language change”三个聚类揭示文化认同、民族主义情绪和语言演变成成为国际传播学界理解中国社会文化变迁的关键视角。这些聚类共同构成一个研究中国传播现象的社会文化解释框架,关注点从宏观的文化政策到微观的语言实践,展现研究视野的多层次性。特别是“#5 nationalism”聚类,表明数字民族主义已成为理解中国网络空间的重要分析视角。

第三,受众行为维度呈现出对不同群体的关注。“#6 behavior”“#7 audience polarization”和“#8 chinese international students”等聚类关注不同群体在跨文化传播过程中的适应与变迁,体现了研究从宏观制度分析向微观个体体验的拓展。

图7中“#10 organizational ecology”聚类的存在,揭示了组织传播视角在理解中国企业传播实践中的重要性,表明企业在数字环境中的传播策略成为研究热点。

综合图7的聚类分布,国际传播学界对中国的研究已经形成了从宏观国际关系到微观个体行为的完整研究谱系,既关注本土社交媒体平台的特殊性,也注重将中国议题置于全球传播生态的框架下进行考察。

(三) 关键词时间区域分析

通过对关键词时序分布的可视化分析,可清晰呈现国际传播学界中国研究主题的演进轨迹和方法论变迁。如图8所示,这一时序演进图谱将2004—2024年的研究关键词按照出现时间在水平轴上分布,形成了一幅完整的研究主题演化图景。

从图8的横向时间分布可见,国际传播学界对中国的研究呈现出鲜明的阶段性特征:

第一阶段(2004—2007年)是初始探索阶段。图8显示,早期研究关键词以“culture”“behavior”“self”和“United States”等概念为主,这些关键词体积较小且分布稀疏,反映这一时期研究数量有限且主题分散的特点。通过分析这些早期关键词的连接模式可见,多数研究将中国作为跨国比较研究的案例之一,研究视角多从西方理论框架出发,关注中西文化差异和传播行为对比。

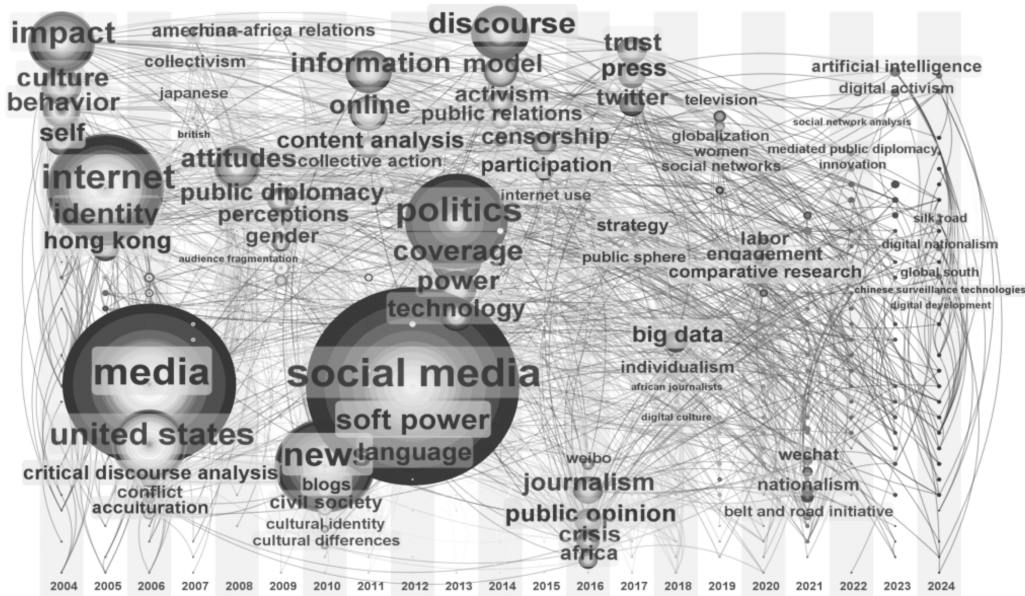


图8 国际传播学界中国研究关键词时间区域图谱

第二阶段(2008—2015年)是稳步发展阶段。图8显示,这一时期的关键词分布明显密集,且形成了初步的主题集群。“news”“politics”“information”等关键词开始凝聚,与早期的“internet”等关键词形成连接,表明数字技术成为理解中国传播格局变化的关键视角。此外,这一时期“public diplomacy”“soft power”和“media system”等关键词的出现,反映研究视角从单一文化领域向政治传播和国际传播的拓展。

第三阶段(2016—2024年)是快速拓展阶段。图8右侧区域节点密度最高,展现研究主题的爆发式增长和多元化趋势。这一时期三个关键特征在图谱中清晰可见:首先,“social media”成为体积

最大的节点,与图谱中几乎所有领域都有连接,体现了社交媒体研究在对华传播研究中的核心地位;其次,专业术语的精细化程度明显提高,从早期的“media”等宽泛概念,发展到“WeChat”“Weibo”“TikTok”等具体平台研究,表明研究对象更加聚焦;最后,图中右侧边缘的“artificial intelligence”“digital activism”和“belt and road initiative”等节点,表明技术前沿与国家战略传播成为最新研究热点。

从研究方法的演变看,图8展示从传统到创新的方法论变迁轨迹。左侧早期的“content analysis”等关键词体现了传统方法的主导地位;中部区域出现的“discourse”等表明批判性方法的引入;而右侧近期的“social networks”“big data”等关键词,则展示数字研究方法的兴起。

通过分析关键词的空间分布模式,图8揭示不同研究领域的演进轨迹:政治传播研究从左侧的“politics”“discourse”发展到右侧的“digital activism”“nationalism”,表明研究视角从传统政治传播向数字政治参与的转变;文化研究从左侧的“culture”“cultural differences”发展到右侧的“cultural identity”“cultural power”,反映从文化对比向文化权力的研究深化;国际传播研究则从中部的“public diplomacy”“soft power”发展到右侧的“belt and road initiative”“global south”,展现从概念讨论到实践分析的研究进阶。

(四) 突现词分析

为探究国际传播学界对中国研究的演进动态和前沿趋势,本研究运用 CiteSpace 的突发性探测(Burst Detection)功能,提取了2004—2024年间最具影响力的18个突现词。如图9所示,这些突现词按时间顺序排列,深色线段表示突现期间,浅色线段表示非突现期间,突现强度则通过数值量化展示。

从图9的时间分布格局来看,国际传播学界对华研究的突现词呈现出明显的阶段性集聚特征。这些突现词不是随机分布,而是在特定时期形成集中爆发,反映了学术关注点的周期性转移。通过对突现词的时序聚集分析,可以识别出三个明显的研究热潮:

第一阶段(2004—2012年)是基础构建期,突现词以方法论和事件驱动型关键词为主。如图9左侧所示,“conflict management”(2004—2010,强度1.48)作为最早的突现词持续了7年之久,反映了早期研究聚焦于中国传播语境下的冲突管理模式。紧随其后的“content analysis”(2010—2014,强度2.31)则体现了方法论构建在早期研究中的重要性。“beijing olympics”和“china rise”两个突现词在2012—2013年短暂而强烈的突现(强度均为1.25),则展现了重大国际事件对研究议程的催化作用。

第二阶段(2013—2019年)是理论深化期,突现词围绕文化软实力与数字平台形成集聚。图9中部显示,这一时期最具代表性的突现词是“soft power”,其突现强度(4.1)为所有突现词中最高,且持续时间较长(2013—2016)。与之同期突现的“discourse analysis”(2013—2016,强度1.48)和稍后的“public diplomacy”(2015—2016,强度1.94)形成了一个相互关联的研究集群,表明国际传播学界对中国软实力建设的深入关注。同时,“hong kong”(2017—2019,强度2.58)和“chinese internet”(2017—2021,强度1.6)的高强度突现,反映了区域传播研究与中国数字生态研究的兴起。

第三阶段(2020至今)是多元拓展期,突现词呈现技术、平台和国际战略多维并进的特征。如图9右侧所示,这一时期的突现词既有技术导向的“artificial intelligence”(2021—2024,强度1.88)和“big data”(2022—2024,强度1.23),也有平台聚焦的“social media”(2022—2024,强度高达3.43),还有国际战略层面的“belt and road initiative”(2021—2024,强度1.84)。特别值得注意的是,方法论层面“comparative research”(2020—2021,强度3.16)和“critical discourse analysis”(2022—2024,强度2.34)的高强度突现,表明研究方法正经历深刻革新。

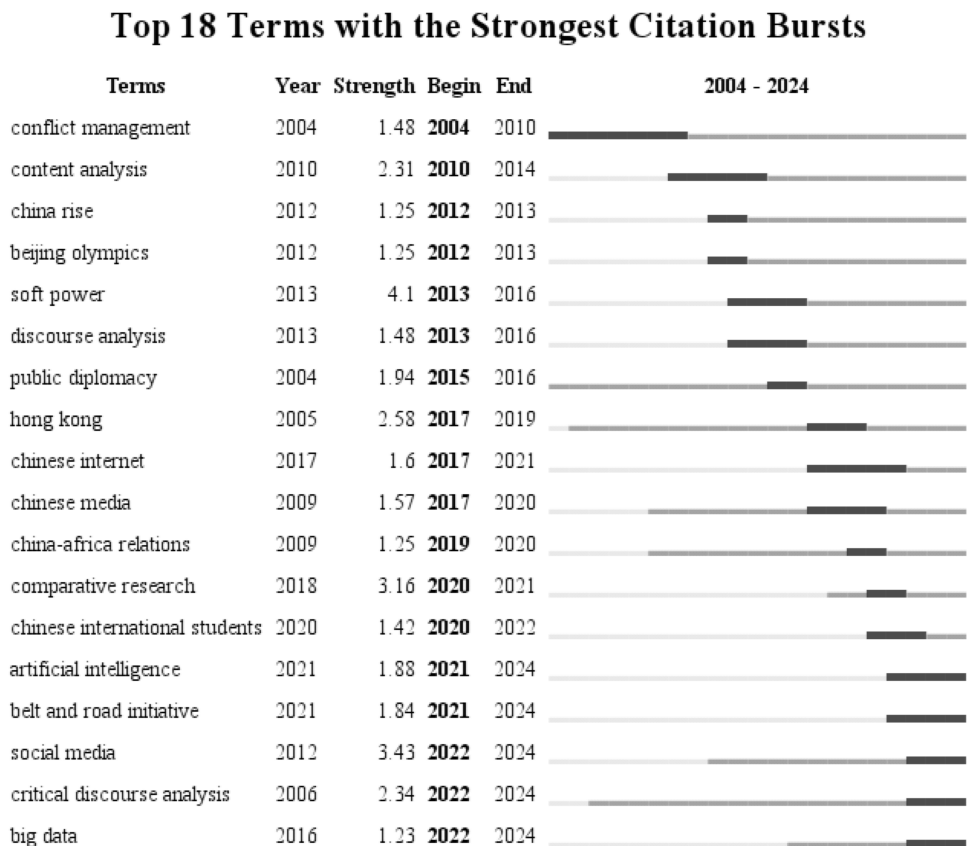


图 9 国际传播学界中国研究图谱

通过分析突现词的内容领域分布,图 9 揭示了研究兴趣从传统媒体向数字平台的转移过程。早期突现词中“media”相关概念占主导,中期“internet”和特定平台研究崛起,而最新的突现词中“social media”和“artificial intelligence”成为关键节点。这种转变不仅反映了中国传播生态自身的数字化转型,也体现了国际传播学研究视角的与时俱进。

从方法论突现词的演化看,图 9 展示了从“content analysis”到“comparative research”再到“critical discourse analysis”的方法论创新轨迹。

值得特别关注的是,国际关系与全球传播视角的突现词在图 9 中展现出明显的周期性特征。从早期的“china rise”,到中期的“public diplomacy”和“soft power”,再到近期的“belt and road initiative”,反映了国际传播学界对中国全球传播战略的持续关注。

(五) 高共引文献分析

共被引文献分析揭示了国际传播学界对华研究的知识基础与理论脉络。文献共被引网络呈现出明显的集群化特征,不同时期的核心文献(以作者姓名+年份标识)形成了多个相互关联的知识社群。

通过对其结构分析可见,形成以 King(2013)、Plantin(2019)和 Braun(2006)为核心的三个主要知识群组。这三个节点不仅体积最大,且位于网络的战略位置,分别代表网络治理研究、平台研究和方法论研究三个核心研究脉络。

进一步分析高共被引文献,可以发现,当前海外学术界对华传播研究的知识基础主要由三个相互关联的理论群组构成:

第一个核心群组是网络治理与表达空间研究,以 King (2013) 和 Roberts (2018) 为代表。King (2013) 位于网络中心位置,与多个研究群组有连接,其研究“*How Censorship in China Allows Government Criticism but Silences Collective Expression*”以 32 次被引频次位居表 3 第三位,开创性地提出了“选择性审查”理论框架,揭示中国网络治理的差异化特征。^[14]这一研究通过大规模实证数据,首次科学地揭示了中国网络监管不是简单地压制政府批评,而是重点限制可能导致集体行动的内容,这一发现颠覆了西方传统对中国相关监管的认知。

第二个核心群组是数字平台与社会变迁研究,以 Plantin (2019)、de Kloet (2019) 和 Nieborg (2018) 为代表。其中,Plantin JC 的研究“*WeChat as Infrastructure: The Techno-nationalist Shaping of Chinese Digital Platforms*”提出“基础设施化”概念,阐释了中国平台如微信如何从应用演变为社会基础设施,这一理论框架超越了单纯的技术视角,将平台发展置于政治经济学框架下考察。^[15]de Kloet 关于中国社会平台化的研究,则从文化研究视角分析了数字技术对社会生活的重构作用。这些研究共同构建了“中国特色平台理论”,为理解中国数字生态提供了更贴切的解释框架。^[16]

第三个核心群组是方法论基础研究,以 Braun (2006) 为核心。在高共被引文献中,Braun 的“*Using Thematic Analysis in Psychology*”以 42 次被引频次位居榜首,表明主题分析法在对华传播研究中的广泛应用。^[17]这一方法论文献与多个实质性研究群组有连接,反映了方法论工具在不同研究领域的跨界应用。值得注意的是,尽管这篇文献并非专门针对中国研究,但其提供的系统化质性分析框架被广泛用于解析中国传播现象中的文化意义和话语结构,体现了方法论工具对理论创新的基础性支持。

此外,从文献共被引分析可识别出两个重要的新兴研究脉络:一是以 Schneider 为代表的数字民族主义研究,这一方向关注数字民族主义与监控资本主义研究之间的理论对话^[18];二是以 Srnicek 和 Van Dijck 为代表的平台资本主义批判研究^[19],这一脉络将中国平台经济发展置于全球平台经济的宏观框架中考察,提供了比较视角。

可以说,国际传播学界对华研究已经形成了以实证研究为基础、多理论视角互补、方法论不断革新的知识体系。这一知识基础既吸收了西方传播学的理论传统,也发展出针对中国情境的独特概念,如“技术民族主义”“选择性审查”和“数字民族主义”等。这些概念不仅丰富了全球传播学的理论词汇,也为理解中国传播现象提供了更为贴切的分析工具。

四、结语与讨论

本研究通过对 Web of Science 数据库 2004—2024 年间 1426 篇国际传播学界中国研究文献的系统分析,勾勒出“谁在关注中国”和“关注什么”这一双重维度的学术图景。

从知识社会学视角出发,国际传播学界对中国的关注模式并非仅是纯粹的学术探索,而是嵌入全球知识生产的权力结构之中。美国、英国、澳大利亚为主导的研究网络构成一种“中心—边缘”的知识生产格局,但这种格局正在被亚太地区研究机构的崛起所改变。这一变化不仅是地理分布的重新配置,而且是更深层次地反映全球传播学知识生产权力的重新分配。正如布尔迪厄所分析的学术场域理论,学术权威的建立既依赖于知识积累,也受制于制度资源和话语权力的分配。国际传播学界对华研究的主体多元化,预示传播学知识生产正在从“单极霸权”向“多极共治”转变。

国际传播学界中国研究的主题演变揭示了理论视野的重要转变。早期研究多将中国作为检验西方理论普适性的案例,采用比较研究范式,隐含将西方经验视为标准的认识论前提。而近期的研究,特别是平台化研究领域的崛起,则开始将中国数字实践视为理论创新的源泉,积极构建如“技术民族主义”“选择性审查”等更具针对性的概念。这种从“理论验证”到“理论生成”的转变,在很大程度上,体现了国际传播学界涉华研究中一种重要的认识论转向。

研究主题分析揭示的另一重要趋势是研究方法的多元化与革新。从传统内容分析、比较研究到

语义网络分析、大数据分析的方法演进,体现了计算传播学在对华研究中的兴起。这种方法论革新不仅是技术层面的进步,更代表认识论的深刻变化——从单一视角的质性或量化分析,向融合多种数据源和分析技术的混合方法研究转变。这种方法论转型呼应施拉姆关于传播学作为“交叉学科”的论断,在数字时代获得新的表现形式。不过,与此同时,我们也注重反思大数据方法的局限性:虽然量化分析能够揭示宏观趋势,但可能遮蔽微观层面的复杂性和文化差异的细致入微,未来的研究需要在技术工具的便利性与人文洞察的深刻性之间寻求平衡。

从理论发展的宏观视角看,中国传播学的国际化进程既是对全球传播学知识体系的贡献,也是对传播学本身作为一门学科边界和本质的重新思考。正如本研究揭示的知识图谱所示,国际传播学界对中国的关注已从单纯的“他者研究”向更为复杂的互动对话转变。在这一转变过程中,中国传播学既需要开放包容地吸收全球学术资源,也应当自信地发掘中华文化传统和当代中国实践中的理论洞见。^[20]唯有如此,中国传播学才能在全球传播学知识体系中确立自己的独特位置,为人类传播知识的共同体贡献中国智慧。

参考文献:

- [1] 张振鹏. 近代中国与世界:几个有关问题的考察. 近代史研究,1990,6:121-143.
- [2] 史安斌,郑恩. 全球传播的“南方转向”:理论重构与范式创新. 学习与探索,2024,11:158-166.
- [3] 张国良. 学科发展如何借力国际传播——以中国传播学的国际化历程为例. 新闻大学,2022,5:17-27,117-118.
- [4] 朱鸿军,苗伟山,贾鹤鹏. 人文社会科学的国际发表与我国高等教育国际化——基于对新闻传播学者国际发表状况的实证研究. 新闻记者,2021,12:31-38.
- [5] 福柯. 规训与惩罚. 刘北成,杨远婴译. 北京:三联书店,1999:29.
- [6] 赵旭东. 人类学的时间与他者建构. 读书,2001,7:127-133.
- [7] 张志华. 传播研究的“全球南方”视角. 现代传播(中国传媒大学学报),2017,12:16-19.
- [8] M. Keane. A Digital Empire in the Making: China's Outbound Digital Platforms. International Journal of Communication, 2019,13:4624-4641.
- [9] C. Wallis. Mobile Phones Without Guarantees: The Promises of Technology and the Contingencies of Culture. New Media & Society, 2011,13(3):471-485.
- [10] E. J. Yuan, M. Feng, J. A. Danowski. "Privacy" in Semantic Networks on Chinese Social Media: The Case of Sina Weibo. Journal of Communication, 2013,63(6):1011-1031.
- [11] C. Agur, V. Belair-Gagnon. Media Capture with Chinese Characteristics: Changing Patterns in Hong Kong's News Media System. Journalism, 2018,19(8):1165-1181.
- [12] L. S. Chan. Liberating or Disciplining? A Technofeminist Analysis of the Use of Dating Apps Among Women in Urban China. Communication, Culture & Critique, 2018,11(2):298-314.
- [13] 岳永婕,温婧,欧阳婕等. 新闻传播学科科研人员合作的社会网络分析. 新闻与传播研究,2022,3:54-78,127.
- [14] G. King, J. Pan, M. E. Roberts. How Censorship in China Allows Government Criticism but Silences Collective Expression. American Political Science Review, 2013,107(2):326-343.
- [15] J. -C. Plantin, G. de Seta. WeChat as Infrastructure: The Techno-Nationalist Shaping of Chinese Digital Platforms. Chinese Journal of Communication, 2019,12(3):257-273.
- [16] J. de Kloet, T. Poell, G. Zeng, et al. The Platformization of Chinese Society: Infrastructure, Governance, and Practice. Chinese Journal of Communication, 2019,12(3):249-256.
- [17] V. Braun, V. Clarke. Using Thematic Analysis in Psychology. Qualitative Research in Psychology, 2006,3(2):77-101.
- [18] S. Zuboff. Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization. Journal of Information Technology, 2015,30(1):75-89.
- [19] Van Dijck, J. Lin. Deplatformization, Platform Governance and Global Geopolitics: Interview with Jose van Dijck. Communication and the Public, 2022,7(2):59-66.
- [20] 李彬. 活的学问与死的学问——中国式现代化及其新闻学. 青年记者,2023,13:45-47.

Who Cares about China and What Do They Focus on: The Intellectual Landscape and Critical Reflections on China Studies in International Communication Research

Wang Dake, Zhang Ruyan, Li Benqian (Shanghai Jiao Tong University)

Abstract: Against the backdrop of evolving global academic paradigms, the patterns of international communication academia's engagement with China constitute a crucial perspective for understanding the transformation of communication knowledge systems. This study employs CiteSpace visual analysis tool to examine 1426 China-related research articles indexed in the Web of Science Core Collection from 2004 to 2024, establishing a dual-dimensional analytical framework addressing “who studies China” and “what gets studied”. The analysis reveals a tripartite evolutionary trajectory in international communication scholarship on China: from Western-centric comparative frameworks during the initial exploratory phase (2004—2008), to growing attention to digital ecosystems in the steady development phase (2009—2015), to theoretical innovation attempts in the rapid advancement phase (2016—2024). The research community has formed a multi-layered knowledge production network dominated by the U. S. -U. K. -Australia axis with active Asia-Pacific participation, reflecting the global knowledge production power structure's transition from a “unicentric” to a “polycentric” configuration. Thematic priorities have shifted from traditional cultural-political domains to digital communication spheres, predominantly focusing on social media, political communication, and cultural soft power. Methodological diversification demonstrates computational communication research's challenge and reconstruction of traditional paradigms.

Key words: international communication academia; Chinese communication studies; knowledge mapping; bibliometric analysis; internationalization of communication research

■ 收稿日期: 2025-05-09

■ 作者单位: 王大可, 上海交通大学媒体与传播学院; 上海 200240

张如研, 上海交通大学媒体与传播学院

李本乾, 上海交通大学智能传播研究院

■ 责任编辑: 刘金波