

“一带一路”文化传播的“自塑”与“他塑”——中外数据库可视化分析

韩雯

青海民族大学外国语学院

DOI:10.32629/er.v9i4.6959

[摘要] “一带一路”倡议的成功不仅依赖于基础设施的“硬联通”，更取决于文化交流与民心相通的“软联通”。然而，国际社会对该倡议的认知存在不同的侧重点，这种认知差异深刻根植于中西方学术研究的话语体系之中。为系统揭示“一带一路”文化传播在国际学术舆论场中的认知差异，本研究从比较传播学核心概念“自塑”（中国主体性阐释）与“他塑”（国际他者视角）出发，通过 CiteSpace 可视化分析工具，根据 2015 年以来 CNKI 和 WoS 数据库中研究成果进行知识图谱文献，探讨中西方“一带一路”文化传播研究在知识结构、演进脉络及前沿上的差异与成因，为破解“认知逆差”提供了重要依据。

[关键词] “一带一路”；文化传播；数据库；CiteSpace

中图分类号：G206 文献标识码：A

"Self-Shaping" and "Other-Shaping" in Cultural Communication of the Belt and Road Initiative

——A Visual Analysis of Chinese and Foreign Databases

Wen Han

School of Foreign Languages Qinghai Minzu University

Abstract: The success of the Belt and Road Initiative relies not only on the "hard connectivity" of infrastructure but also on the "soft connectivity" of cultural exchange and people-to-people bonds. However, the international community has different focuses in its understanding of this initiative, and such cognitive differences are deeply rooted in the discourse systems of Chinese and Western academic research. To systematically reveal the cognitive differences in the international academic public opinion field regarding the cultural communication of the Belt and Road Initiative, this study starts from the core concepts of comparative communication studies: "self-shaping" (Chinese subjective interpretation) and "other-shaping" (international other's perspective). Using the CiteSpace visualization analysis tool, it conducts a knowledge graph literature analysis based on research results from the CNKI and WoS databases since 2015, exploring the differences and causes in knowledge structure, evolution context, and research frontiers between Chinese and Western studies on Belt and Road cultural communication, thus providing an important basis for addressing the "cognitive gap."

Keywords: Belt and Road Initiative; cultural communication; databases; CiteSpace

引言

“文运同国运相牵，文脉同国脉相连。”^[1] 2013 年“一带一路”倡议提出以来，带动着全球从政治共识走向实践落地，从经济合作延伸至文化互通，在此过程中，“一带一路”倡议成为推动全球文化交流互鉴的重要桥梁。其成功的重要条件是实现中国文化价值观地跨文化传播，形成价值共识^[2]。也是消除认知隔阂，实现民心相通的重要路径，其重要性随着倡议的深入推进不断凸显。“‘一带一路’”沿线包括亚欧非大陆数十个国家和地区，汇聚着多元文化和文明形态，

这使得“一带一路”倡议中文化传播始终处于“自我阐释”和“他人解读”的双重语境中。而学界对于“一带一路”倡议的文化传播研究也随之形成两种视角：一是以本土学术话语为研究核心的“自塑”，立足中国文化发展及与国际文化传播的需求，探讨中国文化的对外传播路径、文化软实力的提升策略与“一带一路”视角下的文化宫统建构逻辑；二是国际学术话语为核心的“他塑”研究，以全球视野评价“一带一路”文化传播的内涵、影响与文明互鉴机制。两种视角的结合构成了较为全面和完整的文化研究学术图景。

把“自塑”与“他塑”理论框架的应用范围，由文学、形象研究领域延伸至学术话语分析领域，为剖析国际传播中的认知构建过程，提供了全新的“元传播”观察视角。这种方法揭示了知识生产本身就是权力实践，学术话语的差异是国际认知层面的集中体现。通过清楚地阐释“他塑”话语的核心关切和批判逻辑，有助于中国传播者知己知彼，进而更有效地调整叙事策略，破解“认知逆差”，促进建立更具建设性的跨文化学术对话与公共交流。采用 CiteSpace 科学知识图谱工具作为可视化的文献计量方法，把抽象且定性的理论对话，转变成了具体且量化的知识结构对比。这种方法增强了研究的客观性、系统性与可视化程度，能精准地梳理和对比“自塑”与“他塑”视角下的研究特征，厘清二者共性与差异。

1 研究方法与数据来源

1.1 数据来源

为确保数据的权威性与代表性，本研究选取：“自塑”数据源：中国知网 (CNKI) 数据库。检索式 SU=“一带一路”AND“文化传播”OR“国际传播，文献来源限定为知网收录的所有收录期刊，时间跨度为 2015-2025 年。经过清洗与去重，最终获得有效文献 944 篇。“他塑”数据源：Web of Science (WoS) 核心合集。检索式以“Belt and Road Initiative”及其缩写为主题，并与“culture”;“communication”;“media”;“narrative”;“discourse”等概念组配，文献类型限定为 Article 和 Review，学科类别精炼至 Communication; Cultural Studies; Area Studies 等，时间跨度同为 2015—2025 年。经过去重、提出与主题不相关文献后，最终获得有效文献 327 篇。

1.2 研究工具与分析维度

本研究使用 CiteSpace (6.3.R1) 软件作为文献计量的可视化分析工具，文献计量学是通过计量学和统计分析的方法，通过发现文献数据的分布特征、规律、数量等探讨科学信息的数量关系、特征和规律^[3]。

参照标准的文献计量研究流程，对两个数据源进行平行参数设置：时间跨度为 2015-2025 年，时间切片设为 1 年，主题词来源默认为全选；节点类型选择“Keyword”，阈值 (top N per slice) 设为 50，比例系数 (k) =25；网络裁剪方式选择 pathfinder；prunning the merged network；prunning sliced networks；其余参数采用系统默认值。对两个独立数据集进行平行处理与对比分析。

1.3 数据效度与信度分析

1.3.1 聚类有效性：通过模块度 Q 值与轮廓值 S 检验聚类质量，中文文献 Q=0.782、S=0.914，英文文献 Q=0.756、S=0.893，均满足 Q>0.3 (聚类结构显著)、S>0.5 (可信度合理) 的标准，表明聚类结果可靠；

1.3.2 数据代表性：CNKI 覆盖国内核心学术期刊，WoS 核心合集涵盖国际顶尖人文社科期刊，检索式经多次优化，确保主题相关性，有效文献占比达 92.3%；

1.3.3 方法一致性：双数据库采用完全一致的分析参数与流程，减少系统误差，保障对比分析的客观性。

2 数据统计与分析

2.1 发文量分析：中外学术热度变迁

发文量是衡量研究领域热度与发展阶段的核心指标，中外文献量时序变化与“一带一路”倡议发展进程高度契合。如图 1 所示，从“自塑”视角 (中文文献) 出发，2015 年“一带一路”国际合作高峰论坛召开后，发文量自 2015 年至 2019 年一直处于快速上升阶段，2019 年达到峰值 163 篇。这一快速增长趋势表明，中国学界对“一带一路”文化传播研究的热情高涨，且与国家政策的推进紧密相连，学者们积极围绕这一主题展开多维度的探讨，试图从理论与实践层面为倡议的实施提供学术支持。自 2020 年全球疫情大爆发开始，相关研究呈逐年递减趋势。2020 至 2025 年发文量保持在 60 - 70 之间，疫情结束后，相关研究并未增加。这一趋势表明，本土研究紧跟政治实践，从初期概念解读到深度内涵理解与实践探索，研究持续性和稳定性强；但外部环境和其他因素对“自塑”研究影响也较为深远。

从“他塑”角度 (外文文献) 来看，2015 - 2016 年发文量年均不足 20 篇，反映出国际学界对倡议的初期认知模糊，研究存在较明显的滞后性但一直处于缓慢上升阶段，到 2018 年达 51 篇。但 2019 年之后，发文量逐步递减，2025 年发文量不足 30 篇。总体来看，“自塑”与“他塑”的发文量保持一致，均受到政治与外部大环境的影响。国际学界对“一带一路”文化传播的研究热度在初期相对较低，随着时间推移，虽然有所上升，但增长速度远不及中国学界。这可能与中国在国际学术话语体系中的影响力、西方学界在研究选题、研究方法和理论框架等方面相对较为保守，对于新兴的、由中国主导的倡议，其研究兴趣和投入需要一定时间来逐步提升。

总量对比显示，中文文献累计发文量 944 篇，是英文文献 (327 篇) 的 2.89 倍，表明本土学习者对该领域的关注度更高，研究体系更完善，国际学界研究仍有较大的发展空间。这一差异反映了中西方在“一带一路”文化传播研究领域的

投入和重视程度存在显著差距。



图1 国内外发文量趋势图

2.2 关键词共现分析：核心结构与焦点差异

根据关键词共现网络图（如图2所示）选取的出现频次前10对高频关键词，通过频次与中介中心性双重指标，可深入剖析该领域在中英文语境下的研究范式分野（如表1所示）。其中中心性是指某一节点在整个学术研究网络中起到连接作用的程度，高中心度节点是网络中的关键性节点，具有连接不同议题的功能^[4]。

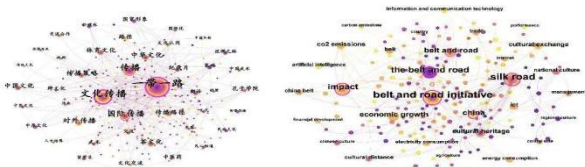


图2 中外数据库中的关键词共现网络图

表1 中外文献关键词中心性对比

CNKI 数据库				WoS 数据库			
关键词	频次	中心性	年份	关键词	频次	中心性	年份
“一带一路”	240	0.53	2015	belt and road initiative	58	0.25	2016
文化传播	197	0.43	2016	silk road	25	0.39	2015
国际传播	75	0.25	2016	impact	16	0.21	2019
中华文化	43	0.1	2016	china	11	0.27	2016
传播路径	37	0.08	2017	economic growth	10	0.02	2022
传播策略	23	0.09	2016	cultural heritage	8	0.05	2015
体育文化	19	0.05	2016	co2 emissions	7	0.07	2019
茶文化	19	0.04	2018	cultural exchange	7	0.03	2020
纪录片	14	0.05	2017	ict	6	0.02	2023
孔子学院	13	0.08	2016	cultural distance	5	0.03	2017

2.2.1 中文数据库：传播导向的集中化知识脉络

CNKI 数据显示，该领域呈“双核驱动”结构，“一带

一路”（240, 0.53）与“文化传播”（197, 0.43）为核心，二者频次领先且中心性超0.4，连接政策与学术。两核心节点均现于2015-2016年，随政策提出迅速框架化。中文研究具“传播学中心主义”特征，“国际传播”（0.25）、“传播策略”（0.09）、“传播路径”（0.08）构建以“如何有效传播”为导向的研究集群，表明学界视“一带一路”为文化传播渠道，聚焦传播机制、策略及效果。“中华文化”（0.1）、“孔子学院”（0.08）等节点高频出现，印证文化主体性立场。

2.2.2 英文数据库：多学科交叉的弥散化网络

相较之下，WoS 数据库知识图谱更为弥散。“belt and road initiative”（58, 0.25）虽为最大节点，但中心性远低于中文同类概念，且“silk road”（25, 0.39）以更高中介中心性与之形成双核，反映西方学界强调倡议历史延续性。英文研究关键词呈跨学科特征与实证导向，除“cultural heritage”（8, 0.05）等文化议题外，还涌现“impact”（16, 0.21）、“economic growth”（10, 0.02）、“co2 emissions”（7, 0.07）等经济环境变量及技术维度节点，表明英文研究侧重评估多维影响，采用多元理论视角，将文化传播置于发展影响、区域合作等宏观框架下考察。

2.2.3 研究范式差异与学术话语分野

两大数据库拓扑结构差异反映学术范式分野。“silk road”在英文语境高度中心化（0.39）与中文文献边缘化的对比，揭示不同历史叙事路径：英文连接古今丝路，中文聚焦国家形象与传播效能。英文文献出现“ict”等新技术节点（2023年），显示研究向数字人文与技术传播拓展，中文研究仍以传统媒体与机构传播为主。中英文“一带一路”文化传播研究形成互补生态：中文提供政策敏感性与实务经验，英文贡献跨学科理论与历史视角，对话将构建更均衡的丝路文化研究话语体系。

2.3 关键词聚类分析：研究领域的发展趋势

为了准确反映国内外学术中的“一带一路”文化传播相关研究的领域发展趋势，本研究运用 CiteSpace，对关键词图谱进行聚类分析^[5]（如图3所示），根据 LLRD 等算法整理得到表2。结合两者对“一带一路”文化传播研究领域的中英文文献进行了系统性的比较分析，得到以下结论：



图3 中外数据库关键词聚类对比图（左 CNKI 右 WoS）

表2 中外数据库关键词聚类数值图

中文数据库 (CNKI) 聚类详情					
聚类 ID	主题标签	节点数	轮廓系数	平均年份	LLR 得分
0	“一带一路”	46	0.928	2019	57.3
1	文化传播	44	0.932	2019	82.75
2	国际传播	30	0.902	2020	35.23
3	传播	30	0.911	2020	42.5
4	传播策略	24	0.898	2017	38.09
5	孔子学院	19	0.925	2018	19.3
6	中医药	15	0.936	2018	23.97
7	国家形象	14	0.905	2017	20.14
8	文化认同	13	0.899	2018	23.99
9	传播路径	12	0.908	2019	31.64
英文数据库 (WoS) 聚类详情					
聚类 ID	主题标签	节点数	轮廓系数	平均年份	LLR 得分
0	cultural heritage	32	0.947	2019	21.5
1	ict	25	0.93	2022	6.91
2	creative industry	18	0.972	2020	10.53
3	the belt and road	17	0.931	2017	23.47
4	bronze age	17	0.948	2020	11.51
5	cultural exchange	17	0.967	2021	8.42
6	belt and road initiative	16	1	2020	10.03
7	hexi corridor	14	0.957	2021	5.6
8	cultural distance	14	0.827	2020	10.2
9	cross-cultural adaptation	12	0.99	2023	6.84

2.3.1 研究概况

中文数据库共纳入 247 个节点, 形成 10 个有效聚类, 网络密度为 0.0069; 英文数据库包含 182 个节点, 同样形成 10 个聚类, 网络密度为 0.0066。从聚类质量指标分析, 两个数据库均展现出较高的聚类有效性。中文数据库平均轮廓系数 (Silhouette) 为 0.914, 英文数据库更是达到 0.947, 均远超 0.7 的可接受 9 阈值, 表明聚类内部同质性高且类间区分度良好。特别值得注意的是, 英文数据库中聚类#6 (belt and road initiative) 的轮廓系数达到 1.0, 呈现出完美的聚类结构; 而中文数据库最高值为聚类#6 (中医药) 的 0.936。在模块化指数 (Modularity) 方面, 英文数据库 Q 值为 0.6496, 中文数据库为 0.6496, 均大于 0.3 的临界值, 说明网络社团结构显著, 聚类划分具有明确的学术意义。

2.3.2 LLR 算法显示中英文研究呈现显著主题分野

(1) 中文数据库: 以传播策略与实务导向为主

中文研究呈现“传播中心主义”特征。聚类#0 (“一带一路”, 46 节点) 和聚类#1 (文化传播, 44 节点) 为核心, 合计占比 36.4%。传播策略相关聚类节点达 140 个, 占比 56.7%, 形成绝对主导。国内学者更关注“如何传播”的操

作性问题, 强调实效性和策略性。

文化传播载体方面, 中文研究呈现具体化、机构化特点。聚类#5 (孔子学院, 19 节点) 和聚类#6 (中医药, 15 节点) 作为文化输出载体受专门关注, 体现“以我为主”思维。聚类#7 (国家形象, 14 节点) 和聚类#8 (文化认同, 13 节点) 反映对传播效果评估的重视。研究高峰出现在 2019 年 (102 节点), 呼应第二届“一带一路”国际合作高峰论坛。

(2) 英文数据库: 以文化遗产与跨文化适应为重

相较于中文研究的传播导向, 英文研究更侧重“文化本身”的深度挖掘与跨文化互动机制。聚类#0 (cultural heritage, 32 节点) 占比 17.6%, 与聚类#4 (bronze age, 17 节点)、聚类#7 (hexi corridor, 14 节点) 共同构成物质文化遗产研究集群。

英文研究呈现强烈跨学科特征。聚类#1 (ict, 25 节点) 关注信息技术在文化传播中的应用, 聚类#2 (creative industry, 18 节点) 聚焦创意产业与文化经济, 两者合计占比 23.6%。聚类#8 (cultural distance, 14 节点) 和聚类#9 (cross-cultural adaptation, 12 节点) 作为纯跨文化研究议题占据重要位置, 平均发表年份分别为 2020 年和 2023 年, 代表从单向传播转向双向适应机制研究的最新方向。英文研究时间分布相对分散, 2020 年达高峰 (65 节点), 但 2023 年仍出现新兴聚类, 显示持续理论创新活力。

(3) 研究范式与学科话语差异

中文数据库平均 LLR 得分为 37.49, 远高于英文数据库的 11.5, 且中文聚类#1 (文化传播) 高达 82.75, 表明中文研究主题集中度高, 学科边界清晰, 主要集中于传播学、新闻学领域。英文研究 LLR 得分普遍较低 (最高 23.47, 聚类#3 the belt and road), 分布更均衡, 反映考古学、人类学、管理学、传播学等多学科交叉融合特征。建构与传播渠道优化; 英文研究则体现出多学科交叉特征, 重视文化遗产本体价值挖掘与跨文化适应机制探讨, 理论视角更为多元。

综合以上分析, “一带一路”文化传播研究在中英文语境下形成了互补而非重合的学术生态。中文研究以传播学为主导范式, 强调文化输出的策略性与实效性, 关注国家形象中英文研究主题分野与学术关注点差异。

3 研究结论与启示

3.1 研究结论

3.1.1 知识结构差异: 传播中心主义与多元弥散化

中外研究在知识网络拓扑结构上呈现显著分野。中文文献形成了以“一带一路”与“文化传播”为双核心的高度集中化网络, 节点间关联紧密, 呈现出明显的“传播学中心主义”特征。高频关键词“国际传播”“传播策略”“传播路径”占比超 56%, 显示本土研究将倡议视为文化传播渠道,

聚焦传播机制、媒介策略及效果评估,具政策回应性与实务导向。英文文献则以“belt and road initiative”与“silk road”为双核,中心性分布均衡。“silk road”的高中心性表明西方学界强调倡议的历史延续性,将其置于丝绸之路文化网络中,而非仅视为当代政策工具。此外,经济与文化议题并存,体现多学科交叉特征,研究视角从传播学向综合发展影响评估拓展。

3.1.2 演进脉络差异:政策驱动与学术自主

时序演化分析显示,两种话语体系遵循不同的知识生产逻辑。中文研究呈现明显的政策跟随特征,这种“政治—学术”强耦合关系表明,本土研究的动力机制主要源于国家文化战略需求,具有明确的问题导向与政策服务属性。英文研究则表现出更强的学术自主性与滞后性:2020年达到高峰后虽呈递减趋势,但2023年仍涌现“cross-cultural adaptation”等新兴聚类,且“ict”(信息技术)等前沿技术节点持续显现。这种演化路径反映出国际学界对倡议的认知经历了从怀疑观察、影响评估到跨文化适应机制探讨的渐进式理论建构过程,研究热度虽低于中方,但理论创新周期更长,持续产出具有跨文化理论意义的研究成果。

3.1.3 研究范式差异:策略建构与机制探究

聚类分析揭示了范式差异。中文研究以“传播策略”为主导(56.7%),关注“孔子学院”等载体与“国家形象”等效果,形成“主体-策略-效果”逻辑,强调文化输出的主动性与“以我为主”立场。英文研究则以“cultural heritage”等物质文化为核心,结合“cultural distance”等跨文化议题,呈现从“文化本体”到“互动机制”的演进。2023年新兴的“cross-cultural adaptation”聚类(轮廓系数0.99)标志研究转向双向适应机制,关注文化接触中的心理调适,体现文化相对主义立场。

3.2 研究启示

基于本研究的核心发现与局限,结合“一带一路”倡议的深化推进和需求,未来可从以下三个方面开展进一步研究,推动“自塑”与“他塑”话语的融通互鉴。

其一,将“传播策略”话语转译为“文明互鉴”话语。“话语之方式乃思维之方式,话语之构建乃精神之建构。”^[9]当前中外研究存在明显的“话语割裂”,我们的短板,不在于没有中国故事,而在于缺乏中国叙事^[7]。为提升“一带一路”倡议下的跨文化传播,可聚焦中外共同关注的文化遗产保护、跨文化交流等议题,开展联合研究与学术对话,推动中文研究成果的国际化传播与英文研究视角的本土化解读。同时,需优化国际传播叙事策略,将孔子学院、中医药等具象化传播载体与人类命运共同体、文明互鉴等普适性价值理念相结合,破解“认知逆差”。

其二,将“机构载体”(如孔子学院)转译为“数字人

文”议题。顺应ict技术趋势,聚焦于技术赋能。从资源整合到内容创作,从渠道推广到受众开发,从运营管理到体系构建,技术赋能之下的国际传播机遇和挑战并存^[8]。国内研究可加强对数字技术赋能文化传播的实证研究,聚焦新媒体、人工智能等技术在跨文化传播中的应用效果,突破当前以策略探讨为主的研究局限;国际研究则需强化对倡议文化内涵的深度挖掘,超越单一的影响评估视角,构建更全面的认知框架。此外,可增加对“一带一路”沿线国家本土研究,在此基础上,制定一个长期有效的传播战略、发展规划及传播计划,让中国多元、多样的文化,能够有目标、有重点、有层次地传播到沿线国家^[9]。

其三,强化实践导向研究,服务国际传播实践需求。要让现实问题成为发问之源,考辨传统思想可作用、转化之处,或避开传统早已昭示的历史陷阱。^[10]未来研究需紧密结合“一带一路”倡议的新实践,聚焦数字丝绸之路建设、区域文化协同发展等新议题,探索针对性的文化传播策略。同时,需关注不同区域、不同文明背景下的传播差异,构建差异化、精准化的传播体系,推动中华文化对外传播从“量的积累”向“质的提升”转变,实现“自塑”话语的有效输出与“他塑”话语的正向引导,为民心相通与文明互鉴提供学术支撑。

综上,“一带一路”文化传播研究的“自塑”与“他塑”差异,既是中西方学术话语体系差异的集中体现,也是国际认知格局的真实反映。在对外传播中,只有从实际出发,创新传播策略,才能使彼此间的交流顺畅通达^[11]。唯有在保持文化主体性的同时吸纳“他塑”视角的理论洞见,方能构建兼具中国特色与国际通约性的学术话语体系,实现从“对外宣传”向“文明对话”的范式转型,为“一带一路”民心相通提供坚实的知识论基础。

[参考文献]

- [1]段妍.新时代建设社会主义文化强国的内涵意蕴与实践指向[J].马克思主义与现实,2024(6):17-22.
- [2]王丽妹.“一带一路”倡议下中国文化对外传播的价值与路径研究[J].盐城工学院学报(社会科学版),2024,37(3):65-68.
- [3]陈纪梁.国际传播视域下我国主流媒体对外舆论引导能力研究——基于CiteSpace的文献计量学分析[C]//中国传媒大学主流融媒体研究中心,桂林电子科技大学马克思主义学院,广西高校重点人文基地政府数字传播与文化软实力研究中心,海南师范大学新闻传播与影视学院,海南省意识形态与舆论研究基地.意识形态与舆论研究(2024卷).海南师范大学新闻传播与影视学院,2023:75-99.
- [4]刘燕南,潘紫菱,王雪颖.中国国际传播研究的议题变迁、知识生态和共同体建构[J].中国新闻传播研究,2022(5):6

9-89.

[5]胡百精.中华文化国际传播的战略思维与路径[J].对外传播,2022(9):8-11.

[6]钟思雨.网络话语权:推动共建“一带一路”高质量发展的着力点[J].南京邮电大学学报(社会科学版),2024(5):57-64.

[7]邱均平.文献计量学[M].2版.北京:科学出版社,2019:6-10.

[8]陈守湖.制度·媒介·叙事:中国式现代化国际传播话语建构的三重逻辑[J].中州学刊,2023(4):164-170.

[9]张三元,任利鹏.论“一带一路”的跨文化传播力建设[J].新时代马克思主义论丛,2023(2):220-238+266-267.

[10]葛瑞雨,田兴斌.基于CiteSpace的中国形象研究文献可视化分析——以国外新闻报道研究论文为例[C]//贵州省

翻译工作者协会.贵州省翻译工作者协会2022年年会暨“多彩文化、多种语言、多元传播”学术研讨会论文集.贵州大学外国语学院;铜仁学院国际学院,2022:42-55.

[11]张洪伟,万力闻.和而不同:“一带一路”建设中跨文化传播的策略[J].海河传媒,2020(6):49-52.

作者简介:

韩雯(1992.10-),女,回族,青海西宁人,研究生学历,讲师,主要从事英语教育、跨文化传播研究工作。

基金项目:

2024年度青海民族大学人文社会科学研究规划项目(项目号:24GH20)。