

中国式现代化的国际叙事：视角选择与媒介呈现

——以“China Travel”海外出圈为例

马 忠 杨 曼

摘 要：视角是讲好中国故事的重要切入。中国式现代化作为全球关切的重要议题，其国际叙事实践呈现出“由内向外”和“由外向内”两种视角。“China Travel”作为国际社交媒体平台的现象级案例，凸显了中国式现代化国际叙事在跨文化传播中的巨大潜力。基于梵·迪克的话语分析框架，对“China Travel”视频进行解析发现，叙事主题在他者视角下呈现出对中国式现代化“现代性”和“中国式”的双重认知；叙述表达体现了语义规约与认知再现的共同作用；叙事策略表现出求新、求实、求真的显著特征。为进一步提升中国式现代化国际叙事的传播效能，应构建基于他者认知的共识性叙事框架，引入他者参与的国际化叙事主体，拓展他者互动的数字化叙事空间，激活他者共鸣的体验性叙事情节，以推动中国式现代化国际叙事的传播与认同。

关键词：中国式现代化；国际叙事；视角选择；媒介呈现；China Travel

中图分类号：D64；G206 **文献标识码：**A **文章编号：**1003-0751(2025)07-0168-09

紧扣国际关切、讲好中国故事，是构建中国叙事体系的时代要求。中国式现代化作为全球关注的重要议题，伴随着文化交流和媒介平台的持续扩展，迎来了数字化传播的新机遇。2024年，海外博主通过对中国旅游体验的叙事构建，在国际社交媒体平台掀起“China Travel”话语热潮。截至2024年10月，TikTok和YouTube平台共有近10万博主推出超过1.182亿个“China Travel”词条视频。在异质文化吸引和平台算法逻辑的双重驱动下，海外博主的叙事焦点从最初的美食文化、景点观光、城市建设等旅行见闻，逐步延伸至科技发展、社会治理、文明包容等投射中国式现代化内涵的深层领域，激发起国际受众从怀疑好奇到理解认同的复杂情感嬗变，带来了中国式现代化国际叙事的“破圈”与“重塑”。对此，

叙事视角是重要的研究切入。视角承载着叙事者的心理描述，影响着叙事内容的呈现方式、认知框架和情感反应。在跨文化传播语境中，海外视角为中国式现代化国际叙事提供了更多元的解读框架，使叙事超越了单向信息传播，成为全球观众集体感知与互动的沉淀。因此，有必要探讨中国式现代化在全球语境的他者铺陈，以期探索突破跨文化传播障碍，弥合中西方叙事的跨文化语境差异，为推动中国式现代化国际叙事受众抵达提供新的启示。

一、中国式现代化国际叙事的视角比较

视角是故事叙述者所处的立场和眼光，在叙事理论中位于枢纽地位。视角错综复杂地联结着“谁

收稿日期：2025-04-29

基金项目：国家社会科学基金专项项目“全媒体时代马克思主义意识形态话语传播力研究”(2022LJRC01)；教育部高校思政课教师研究专项重大项目“研究生思政课建设存在的问题及对策研究”(22JDSZKZ11)。

作者简介：马忠，男，西安交通大学马克思主义学院教授、博士生导师(陕西西安 710000)。杨曼，女，西安交通大学马克思主义学院博士生(陕西西安 710000)，安康学院马克思主义学院副教授(陕西安康 725000)。

在看”“看到什么”“看者和被看者的态度如何”等系列要素,决定着要给读者何种“召唤视野”和观览“文化扇面”的基本问题^[1]。总的来看,中国式现代化国际叙事呈现由内向外和由外向内两种视角,二者各有侧重、互为补充,深入比较两种视角的叙事特征及对受众的认知影响,对构建中国叙事体系具有重要意义。

1. 由内向外的视角

由内向外的视角类似于“内聚焦”,热奈特认为“第一人称”的叙述者更“天经地义地”有权以自己的名义发声^[2]。因此,由内向外的视角是国际叙事中的首要选择。具体到中国式现代化国际叙事的语境中,就是以中国为叙述主体,基于中国文化底蕴、国情基础及实践经验,向国际社会讲述中国式现代化的故事。

视角始终嵌于特定的文化语境。叙述者所处的文化背景与价值立场决定了其观察的立足点,由此限定所能看到的内容与意义。质言之,不同视角会强调或弱化特定的意义维度,进而赋予故事独特的文化意涵。例如,“他杀死了敌人”与“敌人被他消灭”虽在事实层面意义相同,但隐含了不同的情感倾向和立场预设。可见,同一客观事实会因叙述主体视角差异而生成不同的意义阐释与话语建构。对此,萨义德就强调叙述东方的人必须以东方为坐标定位,通过叙述角度、文本结构、意象与母题等多重因素,深入发掘并准确表达东方的内涵,最终要“表述东方或代表东方说话”^{[3]27}。正因如此,中国式现代化国际叙事必须坚持从中国立场出发,传播中国思想、中国智慧、中国方案。

中国古语有言,“君子务本,本立而道生”,这与由内向外视角的运用高度契合。不少学者从中国传统文化资源中汲取营养,探索中国故事的本土叙事范式。如吴宗杰等结合民族志书写和历史叙事方法,主张从中国历史传统中激活本土文化表述语言^[4]。杨义认为中国的各种叙事形式“都是从深厚的中国文化土壤中获得它们的特质和神韵的”^[5]。由此可见,由内向外视角能够传达中国独特的价值理念和情感追求。现代化并非普遍性存在,而是特定历史境遇条件下的人活动的产物^[6]。因此,中国式现代化国际叙事必须从中国文化原点出发,在历史纵深处挖掘独特的文化传统、独特的历史命运、独特的基本国情,推动国际社会的理解与认同。

2. 由外向内的视角

由外向内的视角是从外部审视并叙事的他者视

角。他者与差异密切相关,“一种差异似乎吸引着其他差异——合起来就构成一个他者的‘景观’”^{[7]234}。因此,将他者视角运用至中国式现代化国际叙事,本质是在他者感知中国式现代化表征差异中展开叙事。

由于跨文化语境存在诸多差异,从受众角度进行“编码”调整的由外向内视角是国际传播的重要路径。语境是由认识客体与主体交互构成的整体,其内涵经历了由“词和句的关联”到“确定文本意义的环境”转变,主要包括“情景语境”“文化语境”“社会语境”等^[8]。其中,文化语境的不对称是跨文化叙事的最大障碍。现代语言学认为,语言符号与所指事物并无直接联系,唯有人脑中的概念或思想作为中介,才能将二者匹配并赋予具体意义^[9]。然而,不同文化中即便表面相同或相似的事物,所承载的意义也存在巨大差异。例如,中国文化语境下“高山流水”并非指山水景致,而是表达知己难求的意象,体现出中国知音文化情结。在西方文化语境中,斯宾塞·约翰逊畅销书《谁动了我的奶酪》中,“奶酪”超越食物的字面含义,意指心理目标、生活资源和幸福源泉。因此,由外向内的他者视角可以降低故事讲述者与听者的文化语境视域之差,避免由文化语境不对称而造成的意义理解偏差。

然而,文化表征差异也潜藏着负面作用,“是各种消极情感、分裂、对‘他者’的敌意和侵犯的场所”^{[7]241}。萨义德指出,传统东方学将文化差异视作区隔“自我”与“他者”的边界,并作为促使西方以知识支配“控制”“容纳”“统治”东方的推动力^{[3]61}。在此意义上,“他者”建构并非客观描述,而是政治化的现实再现,“其结构扩大了熟悉的东西(欧洲或西方、‘我们’)与陌生的东西(东方、‘他们’)之间的差异”^{[3]56}。在萨义德看来,外部凝视的叙事不可避免地渗透着话语权力的不对称。一方面,它为西方理解东方提供了框架,使东方成为西方认识自我的参照系;另一方面,它将多元复杂的东方经验简化为刻板印象,从而巩固西方的文化霸权。因此,由外向内的他者视角体现出了弥合文化语境差异的积极作用,但同时我们也需警惕可能由此引发的话语权力失衡,唯有在动态平衡与意义协商中才能实现跨文化有效传播。

3. 两种视角的比较

现代化是人类文明发展的共同主题。随着中国在世界范围内影响力日益增强,中西方互动日趋多元复杂。在此背景下,中国式现代化国际叙事迫切

需要在立体多维视角下开拓新路径,实现叙事范式从“解释中国”向“对话世界”转型。为此,需厘清中国式现代化国际叙事上述两种视角的异同。

从理论层面看,叙事视角密切关涉叙事主体的价值立场和文化身份,决定着故事讲述了谁的历史、代表谁的利益发声,牵涉话语权与意识形态的深层问题。因此,由内向外的视角是中国式现代化国际叙事中不可或缺的维度,对外主动发声已成为构建中国叙事体系的理论自觉。但从现实层面看,内部视角的传播范式难以穿透西方受众的认知屏障,客观上出现了“讲了不少、听者不多”的困境。特别是当西方话语体系占主导地位时,“真实的中国”在跨文化传播链路中往往被过滤或偏移。一方面,基于本土文化逻辑和内部叙事惯性,叙事传播因语境不对称易出现意义断层与误读,传播效能受到制约。另一方面,单一讲述主体容易忽视多元受众的文化背景,使国际叙事陷入自说自话的窘境,从而造成“我们想说”与“世界想听”之间的视角错位,难以满足国际受众了解中国真实面貌的需求。在中国与世界深度交往的时代背景下,纯粹以“我”为主的传播是一种遮蔽^[10]。因此,突破单一视角的局限,探索更具开放性与互动性的叙事角度与视野,以增强中国式现代化国际叙事传播效能,已成为迫切需要。

相较而言,从外向内视角的叙事体现出更重要的当代价值。一是能有效提升叙事与目标受众的文化语境适配度。讲述者和受众的视域重合度越高,故事意义传达就越精准。由外向内视角凭借文化语境贴近性的先天优势,能够弥补内部视角的跨文化阐释不足。二是有助于提高叙事的可信性与可读性。叙事理论认为,外部观察者的视角具有较强的逼真性和客观性^[11]。而且,外部观察者对故事全貌尚存空白和疑问,这种信息缺失所形成的悬念能够吸引受众积极参与故事阐释过程。历史实践证明,由外向内的视角不仅可以使中国叙事嵌入全球视野,还能够将其推向多元文化对话场域,促进文明交流互鉴。因此,推动国际叙事视角的多元发展,重视国际视域下的叙事互动,已成为国际传播的重要方向。

总之,当前中国式现代化国际叙事已在学理层面引发广泛讨论,但既往研究多侧重于由内向外的宏大话语建构与主题倡议,未能充分关注外部视角的故事切入路径。在全球叙事不断走向跨民族、跨文化深度交融的背景下,推动不带偏见的国际化叙事已成为现实所需。“不管是肯定它还是否定它,

西方都是中国现代性自我确认的他者。”^[12]这就要求我们正视并重视外部视角,关注在全球语境下叙事文本如何实现不同视角间的“相互打开”。

二、中国式现代化国际叙事的媒介呈现

长期以来,中国故事国际传播呈现出全球舞台的“广场效应”与圈层传播的“小剧场效果”双重镜像特征^[13]。2024年,随着中国“72/144小时过境免签”政策覆盖范围持续扩大,国际社交媒体平台上掀起到中国旅游、讲中国故事的舆论浪潮。带有“China Travel”标签的系列视频将中国式现代化的生动故事推向全球视野。从叙事效果来看,“China Travel”的他者叙事突破了个人叙事偏见、历史语境缺席、政治归因等叙事困境,用“不可思议的中国”(Incredible China)、“真实的中国”(Real China)等形象标签重塑了国际社会对中国的想象和认知,实现了中国式现代化国际叙事的破域与融合。对此,通过“观看次数”指标排序从YouTube网站选取前100个代表性视频为研究样本,借用梵·迪克的话语分析框架,从叙事主题、叙事表达、叙事策略维度解析,以回应国际受众关切的跨文化传播新路径。

1. 基于他者视角的叙事主题

主题是文本内容和意义的重要特征,由命题群在宏观规则下组合而成,旨在凸显话语的要点和主旨。就文本所承载的意义,“是语言使用者在阐释的过程中赋予文本的,具有认知的特征”^[14]³⁶。对于同一客观世界,不同叙述者所见不同、所叙有异。样本视频中的他者叙事呈现出对中国式现代化从“现代性”到“中国式”的双重感知,涵盖科技发展、城市建设、社会治理、文明包容等丰富内涵,描绘出中国式现代化的生动图景。

第一,样本视频的叙事命题涵盖“所见”与“所感”,体现他者视角下对中国式现代化“现代性”特征的多维认知。“现代化”是描述人类社会在近期发展进程中急剧转变的总动态^[15]。样本视频共解析出44个叙事命题群(详见表1),均指涉上述“现代性”特征的具体表现。在高频出现的10个叙事命题中,聚焦视觉呈现和突出感官感知的命题各占一半:庞大基础设施建设(59次)、自然景观(47次)、城市规划建设(42次)、繁华街景(34次)、高密度商业区(30次)聚焦于视觉呈现;清洁与有序(42次)、饮食文化(41次)、开放友好社会氛围(39次)、

公共交通(36次)、社会稳定与安全保障(27次)突出感官感知。其中出现频次最高的感官叙事命题是“清洁与有序”。多数海外博主惊讶于中国在高速现代化进程中仍保持城市环境清洁有序,打破了现代化必然伴随环境嘈杂与管理失序的刻板印象。例如,有位美国博主提到,“到达北京后的第一个感受是,这么大的城市却非常安静。走在主干道上,大多数的汽车都是电动车,可以在路边讲话而不会被噪声干扰。这里的安静与宁静让我感到惊讶,加之满眼绿色植物,真是太美了”;有位澳大利亚博主表示“即使正常交谈,我也觉得像在大喊,因为所有人都非常安静、非常有礼貌。最让我惊讶的是,这里的电动摩托车几乎无声,直到快撞上你才察觉”。上述叙事命题描绘出对中国社会“现代性”特征的认知图景,从视觉到感官层面展现出海外博主对中国现代化社会的多维感知。

第二,样本视频围绕中国独特国情展开叙事,凸显他者对中国式现代化的“中国式”特征的深刻印象。党的二十大报告指出,中国式现代化“既有各国现代化的共同特征,更有基于自己国情的中国特色”^[16]。“人口规模巨大”是中国式现代化首要且直观的“硬特征”^[17],与此相关的主题在样本视频

中出现频率最高,占37.58%。海外博主在叙事中普遍展现出强烈的情绪张力。例如,视频标题中多次使用“longest(最长的)”“most(最多的)”“best(最好的)”“super(超级的)”等表示最高级的词汇,以及“incredible(难以置信)”“amazing(惊人)”“crazy(疯狂)”“shocking(震惊)”等情感强烈的语词。这两类词汇分别出现35次和21次。同时,惊讶和喜悦等表情符号出现10次,惊叹号出现13次。大多数视频封面都配有创作者露出惊讶表情的照片。上述语言与视觉元素强化了这些叙事作品对中国式现代化“硬特征”的情绪渲染。也有海外博主开始关注到中国式现代化的共同富裕内涵等“软特征”。有位美国博主在浙江省宁波市的乡村探访视频中表示,中国正通过“乡村振兴”计划提升农村生活水平,致力于实现不让任何人陷入贫困的目标。相较而言,他者对共同富裕、人与自然和谐共生等“软特征”的感知不如对人口规模巨大等“硬特征”的感知强烈。一方面,由于中西方历史文化观念不同,叙事的他者对于这些“软特征”还存在认知差异^[18];另一方面,这些中国式现代化的“软特征”往往是作为过程而存在,昭示出我国现代化建设久久为功的努力方向,短暂旅游者对此感受不深。

表1 YouTube平台播放量前100“China Travel”视频叙事主题

中国式现代化特征	叙事主题群组	出现频次	出现频率
人口规模巨大	人口密度(规模)、经济带(区)、高密度商业区、庞大基础设施建设、城市规划建设、繁华街景、公共交通	283	37.58%
全体人民共同富裕	多元产业、农业发展、地方经济、乡村生活、移民搬迁、制造业、乡村振兴	50	6.64%
物质文明和精神文明相协调	传统建筑、饮食文化、文化活动、文化设施、文物保护、公共服务、社区生活、人文关怀、现代科技、文化产业、文化遗产、清洁与有序、传统文化、志愿服务	248	32.93%
人与自然和谐共生	绿色交通、城市绿化、环保政策、自然景观、生态理念、环保设计、生态旅游、独特地貌、清洁能源、宜居环境	126	26.73%
走和平发展道路	国际贸易、多元文化、国际合作、社会稳定与安全保障、开放包容社会氛围	106	14.08%

注:有些视频涉及的叙事主题不止一个。

2. 基于他者视角的叙事表达

标题是叙事文本的纲要性概述,也是表达和暗示主题的主要载体,确定着向读者传达文本意义的总体倾向。相较而言,自我叙事更聚焦于“有”,他者叙事则通过删减、隐去等方法聚焦于“无”。

一是,在语义规则引导下,常以疑问句作标题展开叙事,通过省略答案来引发讨论和传播。在样本视频中,此类标题在观看、评论和点赞数等互动交流方面均展现了较好的传播效果(详见表2),体现出对受众观看期待的召唤功能。即在留白空间吸引下,召唤受众在弹幕、评论等区域补齐故事,拓展视

频中故事的表意空间,这种信息流已成为国际传播中不容忽视的声音。

表2 YouTube播放量前100“China Travel”视频中问句标题

标题	观看次数	评论数	点赞数
How Chinese Girls Treats an Indian?	3971612	4210	85998
How is Village life in China?	3686732	3947	65131
Why you shouldn't travel China?	1493774	1677	26391
Why people don't travel to China?	1284413	1552	25472
So, Is This The Rural China They Wanted To Hide?	1161081	5028	29294
How Dangerous Is China At Night?	541646	1976	13333

二是,在认知再现作用下,标题删减指向受众的预设立场。正如普林斯指出的,叙述者预设的基本前提是“他的受众知道(或本应知道)预设了什么”^[19]。在样本视频中,删减的预设立场折射出西方社会对中国现代化发展的深层误解。如视频《Why you shouldn't travel China?》(为什么你不应该去中国旅行?)删减了西方社会的预设立场“你不应该去中国旅行”。这种错误认知源于美国国务院2023年发布的对华旅行警告,其中将赴中国内地旅游列为第三级高风险,与前往以色列战区的风险等级相同。然而,海外博主到访中国的亲身体验却与西方政府和媒体渲染的氛围截然不同。在样本视频中,他者视角对中国社会的稳定与安全保障强调多达27次。

3. 基于他者视角的叙事策略

叙事策略指故事讲述的方法和技巧,旨在增强叙事可信度和吸引力。萨宾认为“不是任何事实的组合都能讲述出一个合适的或者可以接受的故事”^[20]。可见,策略运用在叙事中尤为重要。与自我叙事常求全、求深、求精不同,样本视频中的他者叙事更注重求新、求实、求真。

一是基于比较叙事的求新策略。在全球化背景下,国际受众对异质文化的好奇愈发强烈。在样本视频中,标题直接强调差异的占比33%,且几乎所有内容均涉及不同层面的差异比较。比较叙事主要从三个维度展开:一是具体国家与中国的对比,如《AMERICANS IN CHINA》(美国人在中国),此类比较出现频率最高,达17次;二是想象的中国与现实中国的对比,如《China is NOT What I Expected...》(中国不是我想象的那样……),此类出现9次;三是媒体报道的中国与博主亲身体验的中国对比,如《The Media Doesn't Want You To See THIS in China!》(媒体不想让你看到中国的这面),出现7次。这些比较叙事通过强调差异,激发国际受众的兴趣和讨论。

二是基于细节叙事的求实策略。细节是提升叙事可信度的重要因素。在样本视频中,重庆市作为高流量热点城市共出现10次。通过重庆市在建设规划、交通设计和文化生活等方面的细节描绘,他者叙事构建出现实中的“赛博城市”形象。如视频《You won't believe what I found in Chongqing, China》(你不敢相信我在重庆发现了什么)记录了重庆广场下方约50米处另有一片功能完备的地面空间,展示了城市建设中垂直拓展的特色,反映了中国

式现代化进程中因地制宜的发展策略;视频《The city that you'll need 3D map》(需要3D地图的城市)呈现了重庆市立体化的道路系统及穿楼而过的轨道交通细节,展现了中国式现代化应对人口规模挑战的多维交通设计。在细节叙事中,海外博主将“赛博城市”的抽象概念具体化,吸引了大量海外游客前往体验。

三是基于客观叙事的求真策略。叙事学认为,在真相的遮蔽与揭示之间推动叙事进程,能够激发受众的惊愕感,从而产生“弹性的快感”。在揭示真相过程中,叙事话语常通过精确的数字进行暗示。正如梵迪克所言,“很少有其他修辞策略能比这种数字游戏更能使人相信其真实性”^{[14]91}。在样本视频中,标题引用具体数据以增强叙事真实感和提升可信度的现象共出现22次。例如,《I visited 8 Chinese factories in 8 days... MIND-BLOWING》(我在8天内参观了8家中国工厂……令人震撼),《24 Hours in Xi'an, CHINA》(在中国西安的24小时),《Travelling in world's fastest Bullet train in China | 1200kms in 3.5 hours》(乘坐世界上最快的中国高铁旅行1200公里仅需3.5小时)等,均采用此类叙事策略,以精确数据强化受众对叙事真实性的感知。

三、基于他者视角的中国式现代化国际叙事提升路径

如前所述,中国式现代化国际叙事多采用由内向外的视角。通过对“China Travel”视频的实证分析可以发现,他者叙事在跨文化交流背景下具有重要意义。为此,中国式现代化的国际叙事应构建自我和他者互为补充的叙事格局,在流动的视角中呈现中国式现代化的多维度样态。

1. 构建他者认知的共识性叙事框架

共识性叙事框架是指于共识中展开叙事,促进不同群体的对话交流,实现增进理解、减少对抗。哈贝马斯认为,“真正的共识绝不会否定差异,取消多元性,而是要在多元的价值领域内,对话语论证的形式规则达成主体间认识的合理的一致”^[21]。“合理的一致”意味着需明确差异边界,在符合共同认知的界限内搭建对话平台,从而使共识成为可能。事实是共识形成的起点。一方面,作为客观的、可观察的存在,事实层面的叙事更容易展开对话。另一方面,若缺乏事实共识的支撑,共识也容易滑入“后真相”陷阱^[22]。“China Travel”系列视频在海外出

圈,正是沿着“论迹不论心”的共识性框架,突破他者叙事惯有的政治归因框架,以事实结果为导向,激发出国际受众广泛参与的舆论格局。其叙事重在呈现基础设施、日常生活等可观察的事实结果和行为,规避了“如何实现”和“为何如此”等价值观分歧和意识形态选边站问题,为国际受众留出对话交流的空间。例如,涉疆问题长期以来是国际舆论关注的焦点,乌鲁木齐市也成为“China Travel”视频中的高流量地点。在海外博主的新疆旅游叙事中,他们主要围绕城市街景、购物体验、自然风光等可观察事实展开。这种叙事框架既不消解差异,也不直接诉诸价值认同,而是通过事实来寻找可对话的空间,促进对中国式现代化的理解和认同,并为全球语境下的多元对话提供了有益参考。

基于上述考虑,中国式现代化的他者叙事应在共识性叙事框架中积极开拓可对话空间。一是以回应共同议题为内涵。气候变化、贫困治理、可持续发展等早已超越国家边界,成为全球性议题。中国式现代化的国际叙事应围绕上述议题强化合作实践,促进在事实层面实现真相互通、利益互惠。二是以尊重价值差异为外延。“和而不同”“天下大同”是中华民族深刻的文明基因。作为一种文明的打开方式,中国式现代化具有独特的文明视野、文明理念、文明实践^[23]。通过以文明交流超越文明隔阂、文明互鉴超越文明冲突、文明包容超越文明优越,构建共同实现世界现代化的叙事蓝图,促进价值层面的信任建立和意义分享。例如,作为开启“中国科幻电影元年”的现象级电影,《流浪地球2》在“事实—价值”共识的叙事框架中实现意义融通,在海外取得票房和口碑双丰收。影片采取在典型“末日困境”中叙事的方式,塑造了人类共同危机的事实共识。尽管是虚构叙事,但影片融汇了几千年的中华文明史、“愚公移山”的现代精神和自主现代化、工业化道路的“中国方案”^[24]。这种叙事主线呈现出多元文明样态,获得了国际社会的广泛认可和强烈反响。

2. 引入他者参与的国际化叙事主体

国际化叙事主体是指在全球语境中参与叙事的多元主体,既包括各国政府、外交机构、官方媒体等国家行为体,也包括社会公众、网络用户等非国家行为体。随着互联网在交流情感、寻求归属、建构意义等方面作用的凸显,叙事主体的传统地域身份逐渐让位于虚拟身份。在国际关系和媒介环境变动耦合作用下,国际化叙事主体不仅表现在地理位置上的

跨国别流动,也体现为角色身份的频繁转换,由此催生了虚拟主体的兴起。虚拟主体,即匿名性、跨地域性的个人、群体、IP 账号等,是现实主体的虚拟在场^[25]。“China Travel”系列视频海外出圈,展现了国际化主体共叙共建的新图景。在此语境中的他者呈现出流动性特征。从位置流动性来看,样本视频的叙事主体来自美国、印度、英国、德国、加拿大等21个国家和地区,形成以中国为目的地的跨境流动网络,成为全球语境下中国式现代化复调叙事的重要节点。从信息流动性来看,传播方向不再是单向度地从传者到受众,而是呈现中心化、去中心化与再中心化并存的复杂格局。虚拟主体在社交媒体平台大量涌现,在巨量算力支撑下众多流动节点实时互动,形成众声喧哗的局面。在“China Travel”词条营造的“虚拟社区”中,国际化叙事主体平等对话、分享情感,形成了向真实中国接近的心理空间,突破了长期以来西方主流媒体营造的心理戒备和区隔。由此可见,国际化叙事主体的广泛参与使中国式现代化的国际传播从单信息源转向泛信息源,建构了多对多的平行链接,更符合数字时代的传播需求和受众期待。但也需警惕由此可能引发的大众话语危机,防止“乌合之众”“幻影公众”等现象出现。

基于数字媒介中人际传播与大众传播互嵌互融的时代境遇,中国式现代化的他者叙事需引入国际化叙事主体的广泛参与。一是引入国际公众参与,拓展叙事广度。随着中国免签“朋友圈”持续扩容,来华旅游的外籍人员显著增加。个体和民间国际传播力量构建的跨文化情感共同体,将推动国际叙事多元主体共同行动的达成^[26]。数据显示,2024年中国共接待入境游客13190万人次,同比增长60.8%^[27]。这有力地推动了中国式现代化的国际叙事从“中国经验”走向“中国体验”,正如有位巴基斯坦博主感叹的,“中国活在2050年”^[28]。二是邀请国际媒体参与,提升叙事深度。国际媒体在中国共产党对外传播历史上发挥了重要作用。1944年中外记者组团赴延安采访,虽然外国记者只有6人,但代表了美联社、合众社、路透社以及《曼彻斯特导报》《纽约时报》《泰晤士报》等西方主流媒体。在中外记者联合推动下,中国共产党突破舆论封锁,向世界展示了真实的延安。当前,应借鉴延安时期经验,有计划、有组织地邀请国际媒体机构人士参与合作叙事。如纪录片《中国脱贫攻坚》,首次以西方视角讲述中国扶贫故事,邀请美国学者罗伯特·劳伦斯·库恩主持并撰稿,由中美团队联合拍摄制作,取

得良好国际反响。2020年,该片荣获有“美国电视界奥斯卡”之称的“泰利奖”铜奖。

3. 拓展他者互动的数字化叙事空间

叙事空间是叙事内容得以展示与传播的媒介环境和文化场域,链接着故事的讲述者和听者,对提升叙事效果具有重要作用。在叙事中,空间不仅指物理上的有形存在,还包括以符号建构起的认知与表征的虚拟空间,构成人们置“身”其中的精神家园^[29]。自人类开始讲故事以来,听众互动始终伴随叙事传播。媒介环境的互动性机制越丰富,受众参与的意愿和行动力越强。媒介技术的演进推动数字化叙事空间由静态平面向动态立体转变,呈现出多模态融合、虚实相融、实时互动、去中心化传播与用户共创等新特征。这不仅拓展了叙事内容的表现维度,也重塑了叙事生成与传播机制,使叙事内容能够在网络环境中持续演化,并通过算法推送实现与受众动态共鸣,从而引发叙事理论与实践的新变革。可以说,数字化技术深度介入叙事过程,赋予叙事前所未有的延展性和生命力。“China Travel”系列视频正是在“在地行走”和“在线互动”双层空间中展开铺陈,推动故事观众从单向观看转向多重体验。尤其是在社交媒体平台的弹幕与评论空间中,叙事得以延展,观众由被动接受者转变成共同建构者。可见,他者互动的数字化叙事空间不仅是传播渠道的拓展,更是叙事方式和受众参与形态的深刻变革,为中国式现代化的他者叙事开辟了全新场域。

基于此,中国式现代化他者叙事空间的拓展需同步推进“借船出海”与“造船出海”。一是依托国际社交媒体平台,扩展即时性叙事空间。以Instagram和Facebook为代表的国际社交媒体平台,凭借其开放性、即时性、广覆盖性,已成为全球公众互动的重要场域。即刻分享、实时互动的特性,不仅有助于增强用户黏性,还可以形成类似“剧场效应”的情感体验,吸引更多国际受众广泛参与,可以有效提升中国式现代化国际叙事的传播效能。二是借助短视频平台,扩展视听叙事空间。在以短视频为核心的传播格局下,TikTok、YouTube Shorts等平台迅速崛起,成为重要叙事场域。数据显示,2023年YouTube Shorts日均观看量达700亿次,展示出强大的传播潜力。平台内嵌的剪辑与特效功能,增强了叙事内容的艺术表现力和吸引力。通过媒介技术的视听修辞,可有效提升中国式现代化理念的能见度和中国文化价值的传播效果^[30]。三是基于现代传播技术,拓展沉浸式叙事空间。数字叙事学认为,叙事的

审美品质在于感性沉浸体验与智性互动体验的有机平衡^[31]。通过云计算、大数据、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术,可以构建高度沉浸的叙事体验,为国际受众提供“在场感”和“亲近感”,在沉浸共享中实现跨文化深度交流。然而,互动叙事创作实践表明,技术与叙事脱节将削弱互动叙事的审美体验。因此,拓展中国式现代化的数字化叙事空间,应坚持技术创新与叙事创意并重,实现技术与叙事的有机融合,以有效提升叙事感染力与跨文化传播实效。

4. 激活他者共鸣的体验性叙事情节

情节是叙事的基本要素,是推动受众理解、情感共鸣和价值认同的关键力量。人类是在“开始”“高峰”“低谷”“结束”事实推动下体验客观世界的事件,并以此方式回忆事件^[32]。体验性叙事情节能够引发受众强烈卷入、触发情感体验,使故事讲述者与听者在共通的情感基础上建立联结。正是这种联结,使故事价值能够穿越时空、历久弥新。随着社交媒体发展,故事的情感召唤力在跨文化交流中的需求愈发迫切。媒介变革极大地降低了信息的传播成本,但信息爆炸也带来了“充足悖论”,受众注意成为稀缺资源。情感恰好具有提高注意力的功能,使受众对信息的关注时间更长、思考程度更深、印象更为持久和深刻^[33]。社交媒体平台中普遍存在“情感软结构”,促使用户形成新的“虚拟共同体”。“China Travel”系列视频从“猎奇叙事”出发,在用户实时反馈、共同建构下逐步转向“共情叙事”。起初,该系列视频以“冒险”“揭秘”为基调,但海外博主在中国的亲身体验并未印证“危险”“秘密”等刻板印象,反而挖掘到人类社会共同的价值情感。中国城市生活的现代便捷、乡村生活的美好恬静以及中国人的友善热情,成为“China Travel”叙事吸引全球受众持续关注、参与的情感核心。因此,中国式现代化的他者叙事应以情感共鸣为纽带,在情感触发中实现“既中国又世界”的叙事目标。

基于此,中国式现代化的他者叙事需回归微观层面对人的情感观照,注重展现人的悲欢离合、喜怒哀乐等共通情感体验。一是要讲好个人奋斗故事。自古以来,人本位始终是东西文化的核心,均强调“人是万物的尺度”。差异在于所选“尺子”不同,西方以理性为尺度,中国以身体为尺度^[34]。但共通点在于对情感的强调。梦想与奋斗、成功与挫折、欢笑与泪水是人类共通情感,对个人奋斗故事的共情源于人的本能。同时,个人奋斗是民族奋斗的缩影,

村庄变迁映照时代变迁,讲好个人奋斗故事,应聚焦中国式现代化进程中个体努力带来的成就与喜悦。从个体命运透视时代变迁,既能产生跨文化情感共通性,还能通过个人与国家的“微一宏”关联,营造深层次情感张力,提升叙事吸引力。二是要讲好家庭幸福故事。家庭作为社会的基本单元,具有跨文化的情感联结力。尽管东西方社会的家庭结构与角色认知存在差异,但亲情联结、成长支持等情感需求具有普遍性。西方影片如《当幸福来敲门》《寻梦环游记》亦通过家庭情感叙事打动全球观众。中国传统文化更强调家庭的重要性,并从修身、齐家、治国、平天下的价值序列中连通自我与天下。因此,中国式现代化的他者叙事应注重从父慈、子孝、兄友、弟恭、夫妻互敬的家庭故事出发,折射中国式现代化的独特凝聚力和渊源博大的文化内涵。

结 语

当前,随着全球化纵深发展,国际传播格局正经历系统性重构。习近平总书记强调,对外传播要“在乐于接受和易于理解上下功夫,让更多国外受众听得懂、听得进、听得明白”^[35]。在此背景下,探索具有文化主体性与传播有效性的中国式现代化国际叙事,既是提升国家文化软实力的战略需求,更是对“精心构建对外话语体系”时代命题的响应。然而,全球语境中的中国故事讲述面临着角度和视野困境。尽管中国人讲述中国故事拥有天然优势,但我们容易陷入“讲不好中国故事”的窘境,面临“有理说不出、说了传不开”的难题^[36]。中国式现代化的国际叙事既是文化价值的对外表达,更是文明对话的动态过程,需在立体多维的视角中开拓新路径,达到向内深耕文化主体性、向外推进文明对话性的双重目标,实现叙事范式从“解释中国”向“对话世界”的转型。

随着媒介技术不断发展,“人人都有麦克风”为中国式现代化的国际叙事提供了新的历史机遇。伴随2024年起中国免签政策覆盖范围持续扩大,国际社交媒体平台掀起中国旅游、讲中国故事的舆论热潮。这突破了西方媒体长期以来对中国舆论的封锁,为中国式现代化的国际叙事提供了新的契机。旅游是与现代化进程密切相关的一种生活方式,海外博主的中国旅游叙事涵盖了现代化进程中基础设施建设、城市功能布局、现代科技发展等丰富场景,为中国式现代化的图景叙事提供了新范式。通过对

传播力较强的100个视频解析可以发现:在主题意蕴上,这些他者视角的国际叙事涵盖了对中国式现代化“现代性”与“中国式”的双重维度认知,描绘出现代科技与人文氛围交融的中国式现代化图景;在叙事表达上,这些叙事既遵循互联网视频传播规律,又对长期以来西方媒体对中国渲染的刻板印象形成有力回应;在叙事策略上,这些叙事更注重求新、求实、求真,对国际受众形成了较强的吸引力和说服力。“China Travel”的舆论热潮折射出中国式现代化国际叙事的多维面向,并借助媒介特性和技术赋能获得了良好的再现、创制和传播。基于此,应将他者视角作为中国式现代化国际叙事的重要补充,从多个维度推动叙事创新:一是构建基于他者认知的共识性叙事框架,为跨文化理解奠定基础;二是以更加开放的姿态引入国际化叙事主体,提升国际叙事的有效性;三是拓展数字化互动叙事空间,促进国际受众的主动参与;四是激活引发情感共鸣的体验性叙事情节,使他者在情感融通中感知中国式现代化的内涵与价值。

参考文献

- [1] 杨义.中国叙事学[M].北京:商务印书馆,2019:216.
- [2] 热奈特.叙事话语·新叙事话语[M].王文融,译.北京:社会科学出版社,1990:136.
- [3] 萨义德.东方学[M].王宇根,译.北京:生活·读书·新知三联书店,2019.
- [4] 吴宗杰,张崇.从《史记》的文化书写探讨“中国故事”的讲述[J].新闻与传播研究,2014(5):5-24.
- [5] 杨义.中国叙事学的文化阐释[J].广东技术师范学院学报,2003(3):27-35.
- [6] 陈曙光.现代化叙事的中国逻辑与范式重构[J].政治学研究,2023(4):100-111.
- [7] 霍尔.表征:文化表象与意指实践[M].徐亮,等译.北京:商务印书馆,2003.
- [8] 郭贵春,等.当代科学哲学的发展趋势[M].北京:经济科学出版社,2009:6.
- [9] 陈开举.文化语境、释义障碍与阐释效度[J].中国社会科学,2023(2):184-203.
- [10] 张毓强,薛宇涵.中国国际传播研究2024:深度交往、平台社会与“共通”可能[J].新闻界,2025(2):84-96.
- [11] 申丹.叙述学与小说文体学研究[M].北京:北京大学出版社,1998:249.
- [12] 周宁.跨文化形象学:思路、出路或末路[J].东南学术,2014(1):83-90.
- [13] 陈先红,汪让.评估·建构·超越:中国故事社交媒体国际传播的效能研究[J].现代传播(中国传媒大学学报),2023(11):55-65.
- [14] 迪克.作为话语的新闻[M].曾庆香,译.北京:华夏出版社,2003.

- [15] 罗荣渠. 现代化理论与历史研究[J]. 历史研究, 1986(3): 19-32.
- [16] 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: 22.
- [17] 中共中央党校(国家行政学院) 科学社会主义教研部. 中国科学社会主义研究报告: 2022[M]. 北京: 人民出版社, 2023: 22.
- [18] 辛鸣. 共同富裕的中国逻辑[J]. 中国社会科学, 2024(1): 4-24.
- [19] 杰拉德·普林斯. 叙事学: 叙事的形式与功能[M]. 徐强, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2013: 44.
- [20] 萨宾. 叙事心理学: 人类行为的故事性[M]. 何吴明, 等译. 北京: 北京师范大学出版社, 2020: 53.
- [21] 哈贝马斯, 哈勒. 作为未来的过去: 与著名哲学家哈贝马斯对话[M]. 章国锋, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 2001: 126.
- [22] 朱春阳. 国家现代化进程中数字沟通与共识构建的中国问题研究[J]. 新闻大学, 2023(11): 63-76.
- [23] 项久雨. 论中国式现代化的文明底蕴[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2024(6): 13-24.
- [24] 张慧瑜. 《流浪地球》: 开启中国电影的全球叙事[J]. 当代电影, 2019(3): 21-24+2.
- [25] 马忠. 思想政治教育话语环境的时代变迁研究[J]. 思想教育研究, 2024(9): 52-60.
- [26] 吕鹏. 出海的网红: 面向 Z 世代的内容生产、情感共同体建构与跨文化传播[J]. 中州学刊, 2025(1): 158-166.
- [27] 国家统计局. 中华人民共和国 2024 年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. (2025-02-28) [2025-04-27]. https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202502/t20250228_1958817.html.
- [28] MAHIPAL S C. Pakistani man scans palm to pay for groceries at Chinese store: 'China living in 2050' [EB/OL]. (2024-10-22) [2025-04-27]. <https://www.hindustantimes.com/trending/pakistani-man-scans-palm-to-pay-for-groceries-at-chinese-store-china-living-in-2050-101729602129196.html>.
- [29] 傅修延. 叙事与听觉空间的生产[J]. 北京师范大学学报(社会科学版), 2020(4): 89-98.
- [30] 姚睿. 系列电影: 中国式现代化的话语创制和文化传播探赜[J]. 中州学刊, 2025(3): 169-176.
- [31] 张新军. 数字时代的叙事学: 玛丽-劳尔·瑞安叙事理论研究[M]. 成都: 四川大学出版社, 2017: 136.
- [32] 拉斯洛. 故事的科学: 叙事心理学导论[M]. 郑剑虹, 等译. 北京: 北京师范大学出版社, 2018: 3.
- [33] 西蒙. 人类活动中的理性[M]. 胡怀国, 等译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2016: 37.
- [34] 赵汀阳. 未来如何最大化? [J]. 生态文明研究, 2024(2): 20-22.
- [35] 习近平. 论党的宣传思想工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2020: 357.
- [36] 刘金海, 刘思敏. 如何讲好中国故事? ——基于研究者方位、取向与方法角度的分析[J]. 人文杂志, 2025(2): 1-11.

International Narration of Chinese Path to Modernization: Perspective Selection and Media Presentation

— Taking “China Travel” Overseas as an Example

Ma Zhong Yang Man

Abstract: Perspective is an important entry point for telling a good Chinese story. As an important issue of global concern, the practice of Chinese modernization in international narrative presents two perspectives: “from the inside out” and “from the outside in”. As a phenomenal case on international social media platforms, “China Travel” highlights the great potential of the international narrative of Chinese modernization in cross-cultural communication. Based on Van Dijk’s discourse analysis framework, the analysis of the video of “China Travel” reveals that the theme of the narrative presents a dual perception of “modernity” and “Chinese style” of Chinese modernization from the perspective of the Other; the narrative expressions embody the joint role of semantic regulation and cognitive reproduction; and the narrative strategy shows the distinctive features of seeking for newness, truth and sincerity. In order to further enhance the communication effectiveness of international narratives of Chinese-style modernization, we should build a consensus narrative framework based on the cognition of others, introduce the international narrative subject of others’ participation, expand the digital narrative space of others’ interaction, and activate the experiential narrative episodes of others’ empathy, so as to promote the dissemination and recognition of international narratives of Chinese-style modernization.

Key words: Chinese modernization; international narrative; perspective selection; media presentation; China Travel

责任编辑: 苇 如