

International Communication Capacity of Universities: Innovative Perspectives and Enhancement Strategies

Zhao Suli¹, Chen Yu²,

1. Academy of Contemporary China and World Studies, Xicheng District, Beijing, 100037
2. School of Art and Communication, Fujian Polytechnic Normal University, Fuqing, Fujian 350300

Abstract

Under the backdrop of ongoing Centennial Changes in the world landscape, China's integration into the global community and development of international relations under new circumstances require not only government-led diplomacy but also enhanced emphasis on public diplomacy. As a crucial force in public diplomacy, universities play multiple roles in international communication - serving as content providers, talent incubators, process facilitators, and effectiveness amplifiers - leveraging their abundant resources. International communication, functioning as the core vehicle for universities to conduct public diplomacy, proves pivotal to its success. This paper explores universities' unique advantages in international communication, including their concentration of top-tier talents and innovative ideas, their role as platforms for cultural exchanges between China and foreign countries, and their position as hubs for Generation Z youth. By analyzing the current status of international communication efforts in Chinese universities, the study proposes innovative pathways to enhance their global communication capabilities. These include strengthening strategic awareness, increasing resource investment, streamlining foreign affairs management procedures, establishing incentive mechanisms, and leveraging AI and big data technologies, all aimed at better serving national public diplomacy objectives.

Keywords: international communication; public diplomacy; innovative approaches

高校国际传播力：创新视角与提升路径

赵苏丽¹，陈瑜²，

1. 当代中国与世界研究院，北京 100037

2. 福建技术师范学院艺术与传媒学院，福建福清 350300

【摘要】在世界百年变局持续演进的背景下，中国要融入世界、发展新形势下的国家关系，不仅需要发挥政府外交的作用，还需重视公共外交。高校作为公共外交中的重要力量，凭借丰富的资源，在国际传播中扮演着内容提供者、人才培养者、过程推动者和效果提升者的多重角色。国际传播作为高校开展公共外交的核心载体，是其成败的关键因素。本文探讨了高校在国际传播中的独特优势，如高端人才和先进思想的聚集、中外人文交流的基地和“Z世代”青年的集合地。通过分析国内高校国际传播工作现状，提出了增强战略意识、加大资源投入、简化外事管理程序、建立激励机制以及利用人工智能和大数据技术等创新路径，以提升高校的国际传播力，服务国家公共外交。

关键词：国际传播；公共外交；创新路径

一、引言

在全球化时代背景下，高校作为国际交流与合作的重要平台，其国际传播力对提升国家软实力和 cultural 影响力具有显著作用。习近平总书记指出：“讲好中国故事，不仅中央的同志要讲，而且各级领导干部都要讲；不仅宣传部门要讲、媒体要讲，而且实际工作部门都要讲、各条战线都要讲”。¹近年来，高校在利用国际传播开展公共外交方面进行了有益的探索和实践，逐步建立了提升高校全球形象和声誉的传播体系和路径，在讲好中国故事、传播好中国声音方面发挥了重要作用。

高校作为承担高等教育任务的机构，不仅拥有学术水平高、国际交往能力强的高层次人才，还拥有较大规模的国际学生和校友群体。在多层次的国际交往中，高校利用国际论坛、国际主流媒体等多渠道平台发声，增进国际学术交流的同时，

¹ 习近平：《论党的宣传思想工作》，第 122 页，中央文献出版社 2020 年版。

引导“Z世代”青年学生形成客观理性的中国观。通过与合作伙伴的交流互动，拓展海外人脉关系，高校通过“借嘴传声”扩大了传播范围，提升了传播效果，较好地实现了提高中国知名度、美誉度和认同度的公共外交目标。

当前，中国高校在国际传播方面虽取得一定成就，但与西方传统高等教育强国相比，仍存在传播能力不强、国际话语权不足等问题。²提升高校国际传播力的策略包括加强顶层设计，明确传播目标与路径；优化传播内容，提高学术研究的国际影响力；拓展传播渠道，利用新媒体平台增强传播效果；培养具有国际视野的人才，加强跨文化交流能力。研究路径上，应注重实证分析与案例研究，结合国内外成功经验，探索适合中国高校的国际传播模式。³

本文通过分析中国高校在国际传播中独特优势、现状及不足，探讨创新路径，以期提升高校国际传播力，服务国家公共外交，塑造更加积极的中国国家形象。通过对这些问题的研究，本文旨在为中国高校提升国际传播力提供建议。

二、高校国际传播的独特优势

高校在开展外宣活动中具有独特的优势，不仅因为其是高端人才和先进思想的聚集地，还因为其是开展人文交流活动的重要基地和“Z世代”青年的集合地。通过多渠道、多主体和全方位的国际传播，高校展示了丰富多彩、生动立体的中国形象，发挥了其独特的优势。

（一）高端人才与先进思想的聚集地

高校拥有资深的学术权威、青年拔尖人才等顶尖研究力量，具有多学科交叉的综合研究优势，并且有深厚的知识积累和资料积累。这些优势使高校具备进行长期持续研究的能力和条件。高校能够向政府和企业提供有针对性、前瞻性的咨询报告和决策方案，为塑造国家形象和提升国际话语权提供智力支持。此外，高校作为相对独立的第三方，其学理逻辑和论证更加客观，决策建议相对公平，对国际传播问题的判断更具公信力。由于政治色彩较淡，高校的传播更容易被国际

² 李敏,何佳文.发展传播学视域下高校国际传播理念及策略创新[J].浙江大学学报:人文社会科学版, 2022, 52(5):9.

³ 北京师范大学中国海外网络传播力课题组,方增泉,祁雪晶,等.新时代我国“双一流”高校国际传播的创新路径[J].对外传播, 2023(3):56-58.

受众接受，能够通过人文交流和学术交流等途径补充和缓冲官方话语体系的不足，增强国际传播效果。

（二）中外人文交流的重要基地

高校承担着人才培养、社会服务和跨文化交流等多重职能，在中外人文交流中发挥着独特的重要作用。中国高校通过“请进来”和“走出去”的方式，将传统文化与现代文明衔接起来，成为传播文明、交流学术、推进合作的人文交流基地。例如，复旦大学创办的“金砖国家暑期班（夏令营）”，围绕“金砖合作与全球治理”和“中国政治与外交”主题设计课程，吸引了来自巴西、俄罗斯、印度和南非等金砖国家的优秀青年学生参加，夯实了金砖合作的民众基础。北京大学燕京学堂开设的“转型中的中国”“中国艺术史”等特色课程，深化了学生对中国文化的理解和体验。同时，高校通过举办学术研讨会、接待外国学者，打造了一批引才引智示范基地，其举办的各类“中外大学生互访、交流项目”和“世界大学生体育运动会”“中美青年创客大赛”等活动，成为人文交流实践的重要组成部分。

（三）“Z世代”青年的集合地

“Z世代”（1995至2010年间出生的群体）正逐步成为各国社会的未来中坚力量。目前，高校在校学生以“Z世代”青年为主，年龄最大的一批“Z世代”青年正走出校园，迈向社会。处于价值观念形成的重要窗口期的“Z世代”通过整合不同学科力量，积极引导理解认识和认识不同文化的共性和差异，加深对历史和现状的客观公正认识，越来越多的“Z世代”成为知华、友华力量。此外，高校还拥有数量庞大的留学生交流队伍。目前，来华留学生中超过一半来自“一带一路”沿线国家，⁴这不仅为推进我国与有关国家在各领域的合作培养了大批人才，而且为巩固中外传统友谊打下了坚实的人脉基础。通过这些方式，高校在国际传播中发挥了不可替代的重要作用。

三、中国高校国际传播工作现状

⁴ 《一张越织越密的教育交流合作网》，《光明日报》，2023年10月21日 04版。

（一）高校积极参与国际交流，丰富公共外交手段

在全面深化对外开放的新形势下，中国高校积极履行跨文化交流职能，通过对外合作办学、举办国际学术会议、开展联合研究等方式进行国际交流，取得了一定的传播效果。具体表现如下：

首先，高校通过各种国际平台宣传和阐释中国主张、中国智慧和中國方案。例如，清华大学主办的世界和平论坛和中国人民大学主办的“新时代的中国与世界”国际研讨会，增进了与会外国政要和学者对中国发展模式及全球治理理念的了解。

其次，高校在推动人文交流和民心相通方面取得了显著成效。清华大学苏世民学院、北京大学燕京学堂和中国人民大学丝路学院等吸引全球优秀青年来华学习，培养了一批沟通中国和世界的人才。北京师范大学主办的“看中国·外国青年影像计划”活动，通过邀请外国青年拍摄影像作品，将他们感受到的中国文化传播到世界各地，实现了文化交流和沟通。

最后，高校积极宣介我国教育发展理念及哲学社会科学、自然科学领域的优秀成果，展示并提升中国高等教育的国际形象。这不仅有助于提高中国高校的国际知名度，也促进了全球学术界对中国教育和科研水平的认可。

（二）高校建设专业化智库，为国际传播提供发声渠道

高校智库作为较早进行国际交流的组织，通过非正式访问、国际会议、邀请或互派国外智库和大学的研究员、客座教授等方式开展交流合作，拓展国际视野和学术网络。⁵

首先，高校智库打造高端交流传播平台，服务国家总体外交战略。例如，北京大学国家发展研究院牵头组织的“中美经济二轨对话”和“中美健康二轨对话”，为两国政界、商界和学术界人士提供了深入坦诚对话的机会。清华大学气候变化与可持续发展研究院主办的“巴黎协定之友”高层对话会，增进了多国气候官员和专家对中国气候治理政策的了解。

其次，高校智库积极拓展国际社交媒体传播渠道，通过短视频、播客等扩大

⁵ 《高校智库建设的优势、困境和机制保障》，民航新兴智库网站，http://att.caacnews.com.cn/zkzj/L/liyanhua/201706/t20170609_1475.html，2021年6月8日。

智库产品的传播范围。复旦大学中国研究院制作的政论节目《这就是中国》在 YouTube 上获得了平均每集超过 10 万次的播放量，被国家广播电视总局评定为“2020 年度优秀海外传播作品”。⁶中国人民大学重阳金融研究院和清华大学战略与安全研究中心等也在各大海外社交平台搭建了新媒体矩阵，紧跟国际传播趋势。

此外，高校智库还积极拓展交流网络，与国外高校智库建立合作交流机制。2018 年，中国人民大学倡议并推动成立的世界大学智库联盟，集合了数十所世界一流高校，为中外高校智库合作提供了新的平台。⁷

（三）高校创新后备人才培养模式，推进国际传播理论研究

在创新人才培养模式方面，中国高校积累了丰富的经验。首先，清华大学、北京大学和北京外国语大学等高校在政府主管部门的指导下，与官方媒体共同培养学生，新华社等官方媒体直接参与人才培养方案的制定和实施，从而解决了教育与媒体实际工作相脱节的长期困扰。⁸这一举措有效提升了学生的实际操作能力和国际传播素养。其次，北外和上外等高校建立了“外语+新闻”的特色教学模式，培养了兼具语言能力和新闻专业知识的复合型人才。这种模式不仅提升了学生的国际传播能力，也为中国在国际传播领域培养了大批高素质人才。

此外，高校凭借多学科交叉、资料积累充分、师资力量雄厚等优势，在理论及应用研究方面取得了显著成果。高校还开展了前瞻性话语创新攻关研究，为当前国际涉华热点议题提供了更响亮的“专业声音”。例如，2019 年国家社科基金年度项目中，国际传播类重点项目均由高校研究队伍承担，⁹这充分体现了高校在国际传播理论研究中的重要地位。

通过以上举措，中国高校在国际传播方面取得了显著成效，不仅丰富了公共

⁶ 《〈这就是中国〉被广电总局评定为 2020 年度优秀海外传播作品》，观察者网，https://www.guancha.cn/politics/2021_03_01_582685.shtml，2021 年 3 月 1 日。

⁷ 《世界大学智库联盟在中国人民大学宣布成立》，人大国发院官方微信公众号，<http://mp.weixin.qq.com/s/1XGJ48UpJyv7uuWqA0xoQ>，2018 年 3 月 25 日。

⁸ 王菲：《我国国际传播人才培养的经验、问题与路径》，《今传媒》，2013 年第 4 期，第 49-50 页。

⁹ 《完整名单 | 2019 年国家社科基金项目立项公示》，澎湃网，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_3768145，2019 年 6 月 25 日。

外交手段，还提升了中国的国际形象和影响力。然而，在面对国际传播新形势新挑战时，高校仍需不断创新和发展，以更好地服务国家战略需求。

四、高校在国际传播中面临的现实困境与不足

虽然高校在国际传播方面具有一定优势，但许多高校在国际传播中仍面临一系列挑战和不足，特别是在战略意识、资源投入、文化融通、外事管理和激励机制方面存在明显的不足。

（一）国际传播战略意识的不足

高校在国际传播中的战略意识较弱，未能充分认识到国际传播在服务国家外交和提升中国文化软实力方面的重要性。许多高校在取得良好办学成果的同时，却未能有效开展对外宣介工作，导致办学成果与国际影响力的提升相割裂。一些高校甚至出现“国内传播热火朝天，海外传播无人问津”的现象。海外社交平台账号建设不完善、不系统，关注度与活跃度普遍低迷，甚至未进行官方认证，¹⁰严重影响了国际传播效果。

（二）资源投入不足

高校在国际传播中的人力、物力和财力投入不足，导致国际传播能力的提升受限。尽管一些高校在国内取得了良好的办学成果，但在国际传播方面的投入明显不足，未能形成有效的国际传播机制和平台，影响了高校在国际上的形象和影响力。

（三）文化融通能力的缺乏

高校在国际传播中未能充分融通中外文化，灵活展现中国故事及其背后的思想和精神力量。许多高校的国际传播内容缺乏文化深度和广度，未能有效传达中国文化的精髓和价值观，导致国际受众对中国故事的理解和认同度较低。

¹⁰ 中国网：《〈2020 中国大学海外网络传播力建设报告〉发布》，http://edu.china.com.cn/2021-01/04/content_77076579.htm，2021年6月9日。

（四）外事管理程序繁琐

高校学者在对外交流中面临繁琐的外事管理程序，参加国际会议需要按要求准备并提交审批材料，审批流程缓慢且存在是否可获批的不确定性。这些繁琐的程序在一定程度上影响了高校学者对外交流的积极性，限制了他们参与国际传播活动的机会和效果。

（五）缺乏政策导向和激励机制

高校缺乏鼓励学者对外发声的政策导向和激励机制。现有的考核与评选体系中缺少与国际发声相关的指标，核心期刊上发表的论文数量仍是高校评定学者职称和绩效的最基础标准。这种单一的科研评价机制影响了高校学者参与国际传播的积极性，使得学者们在国际传播中缺乏动力和热情。

总的来说，要提升高校的国际传播力，需要从多个方面入手，全面改善现有的不足和挑战，确保高校在国际传播中发挥更大的作用和影响力。通过强化战略意识、增加资源投入、提高文化融通能力、简化外事管理程序以及建立有效的政策导向和激励机制，高校可以更好地服务国家外交，提升中国文化软实力和国际影响力。

五、提升高校国际传播力的创新路径

发挥高校在国际传播中的作用，不仅能讲好中国故事、传播好中国声音，还能展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力和中华文化影响力，实现公共外交成果的具象化。

（一）健全人才选拔和考核机制，强化国际传播人才队伍建设

高校应改革和完善国际传播人才培养机制，建立科学合理的人才选拔和考核体系，使国际传播工作与学者的职称晋升相关联，从而充分调动学者服务国际传

播事业的积极性。¹¹

将学者在国际媒体上的发声、获得的相关奖项以及撰写的国际媒体文章纳入学术考核范畴，通过制定详细的考核标准，明确学者在国际传播中的具体贡献，如在国际权威媒体上发表文章、参与国际会议并发表演讲、获得国际传播相关奖项等。此外，设立“年度公共外交贡献奖”和“国际交流计划”等奖项，鼓励学者积极参与国际传播。这些奖项可以包括物质奖励和精神奖励，如奖金、荣誉称号、出国研修机会等，以激励学者积极参与国际传播工作。

同时，与国内相关部门对接，研究简化学者对外发声的审批流程，为其开展国际传播工作提供便利。这可以通过建立快速审批通道，减少不必要的审批环节，提高审批效率，保障学者能够及时参与国际传播活动。

（二）加强国际传播理论研究，创新对外话语体系

高校应积极设置或参与国际传播理论相关课题项目，指导学者在新形势下开展研究，提升国际传播理论研究水平。

鼓励学者探索不同文化圈间可交流的话题，利用新平台和新机制衔接公共外交新话语，组织跨文化交流研讨会，邀请国内外专家学者共同探讨国际传播中的热点话题，促进学术交流与合作。支持学者创新对外宣传方法，积极申报和参与国家重点科研项目，推动国际传播理论建设，同时提供资金和政策支持。这可以通过设立专项科研基金，鼓励学者开展国际传播相关研究，提供政策支持，如减免相关税费、提供科研设备和资源等。

此外，积极对接国际权威媒体，为学者发布研究成果和对外发声提供官方支持，建立与国际媒体的合作机制，定期向国际媒体提供学者的研究成果和新闻稿，组织国际媒体见面会，促进学者与国际媒体的交流与合作。

（三）完善新媒体布局，提升国际传播能力

网络平台的发展改变了人们的社交方式和生活方式。高校应尽快完善海外新媒体布局，以适应新时代国际传播的需求。

¹¹ 吴君静.媒介融合趋势下地方高校国际传播人才培养需求探究[J].特区经济, 2019.DOI:CNKI:SUN:TAJJ.0.2019-04-042.

在 Twitter、Instagram、Facebook、YouTube 和 WhatsApp 等海外社交媒体平台上开设官方认证账号，发布并更新相关内容。具体措施可以包括制定详细的账号运营计划，明确内容发布的频率和质量要求，确保内容的及时性和准确性。

运营中应关注网络“意见领袖”，与粉丝互动，提升内容的时效性、活跃性和舆论导向性，建立合作关系，共同策划和开展线上活动，通过互动提高内容的影响力和传播效果。策划针对“Z 世代”大学生的专题活动，打造国际交流品牌，统筹权威媒体与新媒体平台，全面讲好中国故事、传播中国声音、阐释中国特色。组织线上线下结合的专题活动，如国际文化交流节、跨国大学生论坛等，吸引“Z 世代”大学生的参与和关注。

鼓励专家学者在维基百科上完善基本信息，创建并维护相关词条链接，组织学术团队定期更新维基百科上的内容，确保信息的准确性和权威性，提高中国高校在国际学术界的知名度和影响力。

利用海外校友资源，与海外公众保持联系，推进中国高校积极主动“展现真实、立体、全面的中国”，营造良好外宣氛围，建立海外校友会，定期举办校友活动，邀请校友分享他们在海外的工作和生活经历，通过校友的口碑宣传提升中国高校的国际形象。

（四）创造国际交流机会，搭建发声平台

高校在国际交流中建立多层次的合作脉络，积极创造机会和搭建平台，为学者对外发声提供支持。

联合相关部门策划或推荐学者、青年领袖参加大型国际活动或会议，通过面对面交流、文对文交流，搭建双边平台，创新外宣工作，定期举办国际学术论坛、国际研讨会等活动，邀请国际知名学者和专家参与，提高活动的国际影响力和学术水平。

在国家相关部门的支持下，结合高校办学特色，集中投入和建设一批国内一流、国际知名的品牌期刊，反映我国科技发展水平和社会文明程度，提升高校的国际影响力和话语权。设立期刊基金，支持品牌期刊的发展，邀请国际知名学者担任期刊编委，提高期刊的学术质量和国际影响力。

以一流期刊促进一流学科建设，提升高校在国际上的学术水平和影响力，制

定学科建设规划，明确学科建设的目标和任务，集中资源支持重点学科的发展，提升学科的国际竞争力和影响力。

通过这些创新路径，高校能够更好地提升国际传播力，发挥在国际传播中的重要作用，向世界展现中国的真实、立体和全面的形象。通过科学合理的人才选拔和考核机制，强化国际传播人才队伍建设；通过加强国际传播理论研究，创新对外话语体系；通过完善新媒体布局，提升国际传播能力；通过创造国际交流机会，搭建发声平台，高校可以有效提升国际传播力，为国家的国际形象和文化软实力做出贡献。

六、结论

高校在国际传播中具有独特的优势，通过整合高端人才、先进思想以及丰富的国际交流资源，逐步建立了提升全球形象和声誉的传播体系。在讲好中国故事、传播中国声音方面，高校利用自身的多层次国际交往平台，发挥了重要作用。然而，为了进一步增强高校的国际传播力，应在现有基础上，结合习近平总书记提出的“各条战线都要讲”的要求，积极探索和实践更多创新性的路径和方法。

高校可以通过创新举措来进一步提升国际传播力，例如建立全球高校联盟，共同推进跨国合作研究和学术交流，形成更为广泛和强大的国际传播网络；利用人工智能和大数据技术，精准分析和预测国际舆论动态，制定更加有效的传播策略；开发多语种在线教育平台，向全球学生开放高质量的中文课程和中国文化课程，进一步扩大中国文化的国际影响力。这些举措不仅有助于高校更加灵活和高效地应对国际传播的挑战，也能够全面提升中国的国际形象和文化软实力，为国家的外交战略和国际传播事业做出更大的贡献。