

浅析中国孔子学院的文化传播—以文化活动为主

权珺廷*

目 录

- 一、引言
- 二、文献回顾
- 三、研究对象及研究方法
- 四、孔子学院的文化活动现状与特点
- 五、如何提升孔子学院文化活动的传播效果
- 六、结论

一、引言

随着中国经济持续迅猛的发展，国际交流也日益广泛，中国的国际地位不断提升，“汉语热”正在全球范围内迅速升温。面对世界范围内汉语学习的巨大要求，在2003年《汉语桥工程》（2003-2007）颁布之后，“汉语国际推广”被正式确认并全面采纳和实施。2005年7月，首届世界汉语大会在北京召开，汉语国际推广被正式纳入国家战略发展规划框架，成为中国外交和外宣的重要组成部分¹⁾。孔子学院（Confucius Institute）是在借鉴德国的歌德学院、法国的法语联盟、英国的英国文化院、西班牙的塞万提斯学院等机构推广本国语言和文化经验的基础上，致力于适应世界各国（地区）人民对汉语学习的需要，增进世界各国（地区）人民对中国语言文化的了解，加强中国与世界各国教育文化交流合作，发展中国与外国的友好关系，促进世界多元文化发展，构建和谐世

* 北京大学 新闻与传播学院 博士研究生 hjcles@naver.com

1) 宁继鸣：〈汉语国际推广：关于孔子学院的经济分析与建议〉，山东大学，博士论文，2006年。

界为宗旨的非营利性公益机构²⁾。孔子学院从2004年11月在首尔成立世界第一所孔子学院起，截至2009年12月，在全球88个国家和地区已经启动建设了282所孔子学院和272个孔子课堂。目前，还有50个国家的160多个教育机构提出申办孔子学院。注册学生已经达到23万多人，同比增加10万人；开设汉语课程8000多班次，同比增长2000班次；举办各类文化活动6600多场次，参加人数260多万人³⁾。大多数的孔子学院立足于学校，但它的传播对象不仅仅是面向学生的，尤其是从孔子学院所组织的文化活动看，已经走进当地社区、当地社会了。因此，本研究将以2008年第三届孔子学院大会交流材料和2009年第四届孔子学院大会交流材料作为主要分析对象，借鉴拉斯韦尔的5W传播模式分析目前孔子学院的文化活动，提出一些提高文化传播效果的思考，为今后的发展作参考。

二、文献回顾

通过万方数据库以“孔子学院”为标题搜索发表时间为2000年1月至2010年6月的文章，共查询到91篇学术论文，其中博士论文1篇、硕士论文7篇，电子期刊论文83篇。经过对其内容的分析，文章主要探讨的内容可以归纳为以下几点；一、孔子学院的现状及发展历程。二、创办及运用过程中的问题及对策。三、中国高校与孔子学院之间的合作模式。四、以具体的孔子学院为例探讨在孔子学院内的对外汉语教学、教师培训等活动。五、从文化传播、文化外交、软实力等角度探讨孔子学院的作用。六、孔子学院与其他国家类似机构的比较等。文章关于内容方面探讨性、经验性的内容较多，以传播学相关理论为基础的文章或关于具体文化活动的内容分析及活动评估的文章很少。

以孔子学院为主题的比较深入探讨的文章有宁继鸣的《汉语国际推广：关于

2) 中国国家汉办：〈孔子学院章程〉，http://www.hanban.edu.cn/kzxy_list.php?itid=xyzc。

3) 刘延东：〈在第四届孔子学院大会开幕式上的主旨讲话〉，2009年12月。

孔子学院的经济分析与建议》⁴⁾。他从政治经济学的角度,对语言推广进行收益分析,得出语言推广可为一国带来巨大的政治、经济和文化收益,因此汉语国际推广具有非常重要的理论和现实意义,然后分析了语言推广的公共产品性质,根据公共产品供给理论,从不同层面分析得出加强汉语推广是政府义不容辞的结论。最后探讨了孔子学院设立主体层面的契约建设,对合作建设模式下的契约建设和特许经营设立模式下的契约建设给出了原则性建议。

徐丽华⁵⁾(2008)、何懿,杜莹⁶⁾(2008)、刘立恒(2007)等在文章中对孔子学院所的现状以及存在的问题、对策等方面进行了探讨。其中刘立恒⁷⁾(2007)在文章中探讨的孔子学院所存在的问题与对策较全面,他把问题归纳为:一、统一的战略思考与实施阶段的“各自为政”。二、教学质量高要求与统一教材和教学大纲的缺失。三、生源剧增与师资力量的极度匮乏。四、和平崛起的大国形象与“文化入侵”说的负面影响。五、“硬实力”的突现与“软实力”的赤字。六、“引进来”之慢与“走出去”之快。然后他在不同的层面提出自己的看法:1.在理念制度层面,提高大学的资质审核与评估标准。2.在管理环节层面,尽快组织制定统一的音像、图书等教材。3.在实施主体层面,大力推动国际合作办学模式的对接与创新。4.在队伍建设层面,全方位大力推进人才培养与选拔。5.在整体策略层面,高度重视和发展发展中国家的经济与文化援助。6.在实施进程层面,注重汲取发达国家语言传播的先进经验。

许琦红⁸⁾(2008)和周志刚,乔章凤⁹⁾(2008)探讨了关于中国高校与海外孔子

-
- 4) 宁继鸣:〈汉语国际推广:关于孔子学院的经济分析与建议〉,山东大学,博士论文,2006年。
- 5) 徐丽华:〈孔子学院的发展现状、问题及趋势〉,《浙江师范大学学报》,2008年第5期,第25-31页。
- 6) 何懿,杜莹:〈孔子学院创办和发展中存在的问题及对策〉,《中国成人教育》,2008年12月,第26-27页。
- 7) 刘立恒:〈中外合作创建孔子学院的问题与对策〉,《沈阳师范大学学报》,2007年3月,第145-147页。
- 8) 许琦红:〈关于孔子学院与国内高校的思考—以国内高校设立中外合作孔子学院为视角〉,《北京电力高等专科学校学报》,2008年9期,第124-128页。
- 9) 周志刚,乔章凤:〈海外孔子学院合作办学模式探析〉,《江苏高教》,2008年5期,第

学院之间的合作模式。海外孔子学院可采用总部直接投资、总部与国外机构合作、总部授权特许经营三种形式设立。现阶段主要以总部与国外机构合作办学模式建设孔子学院。根据国外合作机构的特点再可以分为中外高等学校合作、中外高校联合跨国企业合作、外国政府与中国高校合作、外国社团机构与中国高校合作等四种类型。周志刚等(2008)对这四种类型进行了评析。许琦红主要探讨了孔子学院与中国高校的共性、互补性,并且阐述了国内高校设立中外合作孔子学院应注意的问题。还有关于具体的孔子学院的个案分析的文章。钟英华在文章中讨论了非洲孔子学院建设中的几个问题¹⁰⁾,张学增¹¹⁾(2008)分析了纽伦堡-爱尔兰根孔子学院基本特点及其面临的主要问题,时贵仁¹²⁾(2008)在美国文化氛围中的孔子学院一文中谈到美国民众对中国文化需求、孔子学院的活动内容以及发展前景等。

还有从文化传播、文化外交、软实力等角度探讨孔子学院的作用及影响力的文章。柯克、李周¹³⁾(2010)在把孔子学院汉语文化传播的功能分为社会沟通功能、文化价值功能、文化软实力提升功能。段奕¹⁴⁾(2008)在“硬实力—软实力理论框架下的语言—文化”一文中以硬实力、软实力理论为基础,阐述了语言、文化推广的国际形势和介绍孔子学院的教育工作。吴瑛(2009)¹⁵⁾从文化对外传播的角度,从传播环境、传播者、传播内容、媒介、接收者、传播效果等方面比较耶稣会与孔子学院的文化传播。利用孔子学院的传播平台探讨具体文化活动的研究的有‘基于孔子学院模式的武术文化国际传播研究-以韩国为例’¹⁶⁾。他

32-35页。

- 10) 钟英华:〈非洲孔子学院建设中的几个基本问题〉,《云南师范大学学报》,2009年1月,第37-40页。
- 11) 张学增:〈纽伦堡-爱尔兰根孔子学院基本特点及其面临的主要问题探析〉,《云南师范大学学报》,2008年1月,第89-92页。
- 12) 时贵仁:〈美国文化氛围中的孔子学院〉,《侨园》,2008年4期,第30-31页。
- 13) 柯可,李周:〈汉语文化传播与孔子学院建设〉,《文化的对话》,北京大学出版社,2010年,第135-136页。
- 14) 段奕:〈硬实力—软实力理论框架下的语言—文化国际推广与孔子学院〉,《复旦教育论坛》,2008年第6卷第2期,第48-51页。
- 15) 吴瑛:《文化对外传播理论与战略》,上海交通大学出版社,2009年。

认为孔子学院在运作中需要更多的中国文化符号的支撑，武术文化可以作为中国文化符号的醒目招牌。

目前关于文化活动的主要研究对象可以分为乡村文化活动、社区文化活动和校园文化活动。文章主要分析总结目前的文化活动现状以及建议今后的发展措施等。关于文化指标方面任珺在文章中把文化指标的重要性描述为“文化指标被成功的运用于描述文化艺术活动的开展、公民的文化素养及文化需求状况；甚至对文化政策、文化产业的发展也进行了观察、监测、评估，为国家文化政策的长期试试，为特定决策的制定提供了判断的标尺。¹⁷⁾”他为了政府主办、资助的重大文化节庆活动提出了两种参考测评指标。一是台湾文化指标（TWC I）。该文化指标架构包括，创造力、文化积累、可亲性、多元共存等四大核心价值以及经济效益与培力效益。二是深圳市公共文化服务体系建设指标，第一阶段形成发展规模、政府投入、社会参与等三个维度42个指标，第二阶段在第一阶段基础上运作机制和公众满意度等共34个指标。他强调文化对社会、经济乃至市民日常生活的作用如何评估，文化政策实施的效果如何衡量，文化活动的举办是否达到预期成效，市民文化权力实现程度如何判断，都需要我们在文化评估测量体系中，对文化指标作动态指数分析。¹⁸⁾

三、研究对象及研究方法

本文以2008年第三届孔子学院大会交流材料和2009年第四届孔子学院大会交流材料为主要分析对象，每所孔子学院提交的资料内容包括以下几个部分构

16) 朴一哲，杜舒书：〈基于孔子学院模式的武术文化国际传播研究-以韩国为例〉，《沈阳体育学院学报》，2010年2月，第125-128页。

17) 任珺：〈文化指标：从理论背景到指标模型设计〉，《中国公共文化服务发展报告(2009)》，社会科学文献出版社，2009年9月，第313页。

18) 任珺：〈文化指标：从理论背景到指标模型设计〉，《中国公共文化服务发展报告(2009)》，社会科学文献出版社，2009年9月，第312页。

成；孔子学院的概况、组织和管理机构、教学活动、文化与其他活动、发展目标与计划、相关评价及媒体对孔子学院的报道、孔子学院的特色、建设经验、存在问题和有关建议、联系方式等的。本文选取其中的‘文化与其他活动’方面的文本分析。每所孔子学院所进行的文化活动类型、规模、参加人数、举行次数等不同，难以用一个分类标准分析。因此，本文援用文献分析借以描述孔子学院所组织的文化活动的现状并归纳、总结其成果。

本文以2008年第三届孔子学院大会交流材料和2009年第四届孔子学院大会交流材料为主要分析对象探讨以下几个内容：1.世界各国孔子学院的文化活动现状；2.世界各国孔子学院的文化活动特点；3.提升孔子学院文化活动传播效果的思考并提出一些为今后发展方向的建议。

四、孔子学院的文化活动现状与特点

将中国文化的精髓展示给世界人民是孔子学院的一个重要任务。孔子学院章程和孔子学堂协议的业务范围也明确标记了关于文化活动的有关项目。即，提供中国教育、文化等信息咨询；开展中外语言文化交流活动¹⁹⁾；开展汉语教学、文化活动和其他与汉语及中国文化有关的竞赛；组织当地中小学生来华夏(冬)令营²⁰⁾等。根据第四届孔子学院大会上的报告，由各国孔子学院举办的各类文化活动达6600多场次，参加人数260多万；派出40多支师生小分队，同270多所孔子学院联合开展中华文化巡讲、巡演、巡展活动，产生了良好社会影响²¹⁾。孔子学院所开发和组织的一批有特色的文化活动对学生们和社区居民来说，是非常重要的接触中国文化、了解中国文化的机会。因而世界各国的孔子学院的主要文化活动具有重要的意义。

19) 中国国家汉办：〈孔子学院章程〉，http://www.hanban.org/kzxy_list.php?itid=xyzc。

20) 中国国家汉办：〈孔子学堂协议〉，http://www.hanban.org/kzxy_content.php?article_id=5129。

21) 刘延东：〈在第四届孔子学院大会开幕式上的主旨讲话〉，2009年12月11日。

目前孔子学院总部大力推动各类文化体验活动，本文以孔子学院章程中的职责为标准把文化活动分为讲座类、展览类、演出类、竞赛类和体验类。目前在进行的各类具体文化活动归纳为以下几个方面：

第一类、讲座类。这类文化活动是比较普遍进行的文化活动之一。由专家或学者，通过讲课或讲座的方式介绍中国文化各方面，可以用汉语或当地的语言进行。讲座的形式可以是单场讲座、也可以是系列讲座。讲座内容非常广泛，例如，中国文化概况、中国教育、孔夫子文化、京剧、书法、美食、中国旅游、民间艺术、方言等。有时候也可以进行相关的表演。讲座的成功与否视乎受众者人数多少，交流气氛是否和谐等。

第二类、展览类。展览是指陈列物品并于特定时间内供人参观的集会。目前在孔子学院组织的展览有教学书展、国际图书展、中国书法作品展、中国风土人情摄影展、经济发展的优秀影视展、迎奥运的北京摄影展、剪纸艺术展和文化艺术书展等。这类文化活动几乎没有组织者与参加者之间的互动，除了参观人数的统计以外比较难以了解其传播效果。

第三类、演出类。演出类的文化活动，因为其具有视觉的感知，已经成为最典型的中国文化传播方式。由于在强调传达的动作，因此不局限于任何特定的媒介或型式。这类文化活动主要传播者是受邀请的中国各种艺术团或表演团。表演内容包括中国民俗艺术的表演，茶艺表演、民俗服装表演、音乐演奏、中国传统舞蹈、戏剧、武术表演、中国杂技、腰鼓表演、放鞭炮、狮子舞、扇子舞、舞龙、中国汉字书法表演、中国厨艺展示、昆曲、古琴音乐会、文艺演出、皮影木偶演出等。表演类的文化活动中，中国传统音乐和少数民族舞蹈占多数。艺术团的一次出行需要比较大的投入，近几年普遍采用巡演的的方式组织相关活动。

第四类、体验类。体验类文化活动指的是不只是观看中国文化展览或表演，而是自己亲自去经历、体验。这是孔子学院和孔子学堂每年所举行的活动中比较受学生的欢迎的活动，因此其影响力和传播意义更为广大。这类活动有彩墨画、戏偶、艺影、绘制奥运图标、长拳法、孔子杯足球赛、制作装饰品、

中国剪纸折纸、做灯笼、写春联、帐篷、傣族舞蹈、做中国灯笼、做春卷、包饺子、使用筷子、吃月饼等。在传统节日组织一些跟节日有关的活动，可以制造更浓厚的中国文化气氛，形成更好的传播效果。每年节日举办的庆祝活动能够帮助本地区民众切实体验并欣赏中华文明与文化。中国文化中主要庆祝的节日有：春节、元宵节、五四青年节、六一儿童节、中秋节、清明节等。儿童节和七夕也组织一些相关活动。此外，孔子学院还举办了各类中国文化周和一些慈善活动，例如，四川地震慈善捐款音乐会和义卖活动。还有一些户外体验活动，比如说孔子学院总部每年组织外国学生参加夏（冬）令营活动。让外国学生更了解中国，体验中国文化。这类文化活动的优点是可以让当地的华人参与，跟当地人互相认识、互相交流，也可以进一步加强社会民众对中国及其历史和文化的更广泛的了解，可以说，这些体验类活动是从更深层次来了解中国与中国文化。这些体验文化过程中反映比较好的内容可以作为学习课程。赴中国亲身体验的代表性活动有夏令营、秋令营、中国文化社团、北京文化旅游等。

第五类、比赛类。比赛类的文化活动也是孔子学院几乎都每年组织的活动之一。是参与率比较高，投入比较大的文化活动项目。有些活动提供各种奖学金或奖品，吸引了广大优秀学生的关注和参与。比赛类型也很丰富，例如，写汉字比赛、朗诵比赛、普通话朗诵大会、汉语桥中文比赛、网络知识竞赛、中国知识竞赛、摄影比赛、辩论比赛、歌吟比赛、围棋象棋比赛等。比赛类的活动可以根据当地的汉语和中国文化的普及情况适当安排不同层次的、不同类型的比赛。

通过孔子学院交流资料的分析可以发现以下几个特点：

从传播者的角度看，逐渐形成多样化的传播者。初期进行小规模的文化活动时，中国文化活动的主要传播者是中国派遣的汉语老师。随着文化活动的多样化、大型化，各种领域的专家和艺术团、表演团等有关团体的参与越来越多，而且逐渐形成了由当地华人与留学生来组成的志愿者。尤其是欧美国家的文化活动中，当地华人和留学生以志愿者的身份积极参加、贡献也较大。据中

国教育部统计表明中国海外留学生已经达到22.9万名，由他们来传播中国文化也是很好的传播渠道。

从传播内容的角度看，逐渐走进当地化的传播内容。不同地区、不同国家进行的文化活动存在一些不同。目前所进行的各种文化活动也可能会反映当地对中国文化的需求和理解。不同地区的文化底蕴不同，他们对他文化了解和感兴趣的地方也不同。欧洲地区比较关注活跃的‘文化活动’体验活动，比如用墨水和毛笔写字画画、中医养生等活动。中医、武术不仅为外国人所青睐，而且已成为好莱坞展现中国图像的重要元素²²⁾。但对他们来说新鲜的体验方式不一定适合于韩国、日本等亚洲国家。亚洲地区比较关注的学生的各种文化比赛，可以带动学生对汉语学习的积极性。不同的地区可以采用不同的文化活动来吸引当地民众。可以首先了解不同文化区域的需求，然后调整推广传播内容。亚洲地区都有着中国文化的底子，比较容易接受中国文化，但相对来说对中国文化的新鲜感比较淡薄，所以需要进行一些更深层次的文化活动，才能引起大家的关注。各所孔子学院要逐渐找出当地需要的、受欢迎的文化活动和活动形式。另外一个特点是，目前的活动传统文化的色彩较浓厚，不管是讲座、展览、表演还是体验类的文化活动，一般都是属于中国传统文化，比较少涉及到现代中国文化的新面貌，因此，了解中国现代社会与文化发展现状还是有点难度的。很多外国人想知道的是现代发展中的中国和中国文化，尤其是商业人士，在这方面的需求比较明显。所以我们需要在介绍现代中国文化方面继续努力。过分强调中国传统文化的话，会使之逐渐消失吸引力和新鲜感。

从传播媒介的角度看，逐渐形成更为专业化的传播媒介。各所孔子学院跟中国的合作伙伴在一起逐渐积累了经验，积极担任文化活动的主办者、组织者。所组织的活动的规模越来越大，内容越来越丰富。各类文化表演团体也积极组织一些巡讲、巡演、巡展的活动。

从传播受众的角度看，逐渐形成大众化的传播受众。孔子学院的设立初期，主要传播对象为大学生，但目前进行的很多文化活动是面向于当地社区居

22) 吴瑛：《文化对外传播理论与战略》，上海交通大学出版社，2009年，第167页。

民、当地社会人士和中小学生等。这意味着孔子学院的文化传播范围更为广大。孔子学院虽然立足于当地大学里，但它的文化传播已经面向社会发展，其传播对象为社会各成员。除了个别的文化活动以外很多文化活动较难界定明确的传播对象。

从传播效果的角度看，需要重视实际的传播效果。目前文化活动的成功与否比较重视文化活动种类和参加人数等，很少用系统的方式评估具体传播效果。还需要建立更系统化的评估体系。

五、如何提升孔子学院文化活动的传播效果

孔子学院具有文化宣传功能，又具有文化空间的功能。为了促进孔子学院文化活动的更好的推广与发展，提出以下几点建议。

第一、建立文化活动评估体系。孔子学院具有文化宣传功能，又具有文化空间的功能。有效的检测和评估体系，分析、比较、测量不同受传国孔子学院的传播效果已成为一项迫切的课题。从目前的孔子学院的活动来看，评估内容可以从汉语传播和文化传播两方面展开。每一所孔子学院的年度报告中关于文化活动的內容只包括汉语和文化交流推广活动和相关媒体对孔子学院的报道。不同的孔子学院其叙述方式有所不同，每所篇幅、内容有差异，因此很难以了解活动的具体传播对象、传播内容以及传播效果等。具体的文化由文化概念、文化活动、文化产品构成的。因为文化概念体现了对一个国家的文化与国情整体性的理解。“文化的标准不是只指那些单纯的文化活动或文化产品本身，而是指建立在这些具体的文化内容之上的文化概念”²³⁾。不同文化活动需要归纳具体活动类型（传播内容）、活动内容（传播形式）、主要参加者以及人数（传播者）、媒体报道（传播效果）。目前虽然组织了很多种类的活动，但其活动的

23) 齐德立：《AP中文的原则与实践》，南加州中文学校联合会 AP中文与春季教学研究會，2005年。

中心理念以及目的,不是很明确。进行的多样的文化活动与产品是否有文化概念值得思考。将来的发展方向应该是让社区住民多参与文化活动,以及常规项目的运作,组织社团,专业表演与展览,地区住民的创作活动等。成功地承办文化活动关键因素在于当地社区成员的接近性、宣传与推销活动、关注会员制度及生员增长、有关机构之间的合作关系等。

第二、提升当地华人和留学生的文化素质,建立文化活动志愿者体系。文化活动的很多方面依赖于人际传播。文化活动规模较小时,由派遣的老师或志愿者来负责进行文化活动。人际传播区别于组织传播模式,具有交流自由、互动性强的特点。人际传播效果受个人性格、态度、表情等因素影响较大²⁴⁾。当地的华人和留学生长期滞留当地社会,通过他们的积极参与可以解决活动氛围不够活泼,舆论动员环境还未形成等问题,有利于社区凝聚力的形成。而且在传播效果,经济效益方面都会得到好的结果。但如果缺乏专业性的成员负责文化活动,反而会对于文化传播造成消极的影响,所以我们可以与当地的大使馆或有关部门合作,定期开设针对当地华人和留学生的中国文化培训。

第三、建立文化活动资源数据库。不同的文化活动有不同的组织方式,每一所孔子学院有成功的文化活动组织经验,都可以跟其他孔子学院分享,互相学习。数据库的内容可以包括文化活动从开始到结束的全过程细节安排、主要合作伙伴、志愿者的信息,对不同文化活动的主要参加人员与人数、难点和不足之处、经费、媒体报道、其他相关的活动过程信息等的综合分析。

第四、加强政府部门之间的合作。与当地行政机关、当地大使馆合作。近年来,中国政府也积极统筹规划、整合资源,举办了一系列大型对外文化交流活动,对中华文化在海外地位的提升起到了积极的作用。如:已经落幕的中法文化年活动、在美国举办“中国文化节”、在意大利举办“中国天津周”、在荷兰举办“中国文化艺术节”、举办“中华文化非洲行”、“海湾中国文化周”等大型对外文化交流活动。中国文化国际推广的资源综合运用;和文化部,外交部等有关职能部门积极沟通;充分发挥驻外使馆文化处,中国驻外文化中心等机构的作

24) 吴瑛:《文化对外传播理论与战略》,上海交通大学出版社,2009年,第175页。

用；提前发布有关国内文化艺术团体赴外进行文化交流演出的信息，以便各地孔子学院能够掌握情况，联合行动；有效地利用人力和物力的资源来推广和传播中国文化。

第五、重视传播范围的同时，更重视传播效果。媒体的关注度也是判断传播效果的重要维度之一。目前关于孔子学院报道中占很大比例的是新华社与CCTV等中国的媒体。真正当地媒体的关注、当地社会的关心还有一段距离。我们应该重视当地媒体报道，而不只是报道的数量。

六、结论

孔子学院的主要活动，在初期以汉语教学为主，现在逐渐转移到语言与文化结合的模式。未来孔子学院为了完成社区服务，文化活动的组织和效果更为重要。文化活动的效果与教学效果不同，很难明确地评估，但也是不可缺少的一个环节。孔子学院在海外落地生根后，它的发展一开始只是围绕着大学与大学生，但通过丰富多彩的文化活动，它的影响力和魅力已经逐渐延伸到当地的社区。此时，就有必要对不同国家不同社区的状况进行考察，对其力量源泉——社区居民文化参与情况进行实证分析，以检验其建设成效并提供未来改革与发展的参考策略。孔子学院的很多活动都经过事先策划，对参与群体，规模，影响程度等做好充分评估，充分考虑受众，尽可能扩大影响。进一步组织一些大型的中国文化活动和艺术活动，让孔子学院成为中国文化的品牌，真正达到家喻户晓，是进一步带动中国文化的传播的重要组成部分。

参考文献

- 孔子学院总部编：〈第三届孔子学院大会交流材料 亚洲〉，2008年12月。
- 孔子学院总部编：〈第三届孔子学院大会交流材料 美洲〉，2008年12月。
- 孔子学院总部编：〈第三届孔子学院大会交流材料 非洲〉，2008年12月。
- 孔子学院总部编：〈第三届孔子学院大会交流材料 欧洲〉，2008年12月。
- 孔子学院总部编：〈第三届孔子学院大会交流材料 大洋洲〉，2008年12月。
- 孔子学院总部编：〈第四届孔子学院大会交流材料〉，2009年12月。
- 陈刚华：〈从文化传播角度看孔子学院的意义〉，《学术论坛》，2008年第7期。
- 段奕：〈硬实力—软实力理论框架下的语言—文化国际推广与孔子学院〉，《复旦教育论坛》，2008年第6卷第2期。
- 何懿，杜莹：〈孔子学院创办和发展中存在的问题及对策〉，《中国成人教育》，2008年12月。
- 贾欣岚，张健青：〈建立孔子学院：全球化背景下的文化传播机遇〉，《天津教育》，2010年第2期。
- 柯可，李周：〈汉语文化传播与孔子学院建设〉，《文化的对话》，北京大学出版社，2010年。
- 李景源，陈威：《中国公共文化服务发展报告2009》，社会科学文献出版社，2009年。
- 马健：〈孔子学院：中国与世界全方位的交流平台〉，《国际人才交流》，2006年第10期。
- 宁继鸣：〈汉语国际推广：关于孔子学院的经济分析与建议〉，山东大学，博士论文，2006年。
- 朴一哲，杜舒书：〈基于孔子学院模式的武术文化国际传播研究-以韩国为例〉，《沈阳体育学院学报》，2010年2月。
- 李晓臻：〈汉语国际推广背景下对中国文化海外传播的思考〉，《社科纵横》，2008年12月。
- 刘立恒：〈中外合作创建孔子学院的问题与对策〉，《沈阳师范大学学报》，2007

年3月。

刘延东：〈在第四届孔子学院大会开幕式上的主旨讲话〉，2009年12月11日。

时贵仁：〈美国文化氛围中的孔子学院〉，《侨园》，2008年4期。

缪开金：〈中国文化外交研究〉，中共中央党校，博士论文，2006年。

吴瑛：《文化对外传播-理论与战略》，上海交通大学出版社，2009年。

吴瑛：〈对孔子学院中国文化传播战略的反思〉，《学术论坛》，2009年第7期。

任珺：〈文化指标：从理论背景到指标模型设计〉，《中国公共文化服务发展报告（2009）》，社会科学文献出版社，2009年9月。

谢玉玲，赖荣平，谢育颖：〈文化展演设施建设需求评估指标之研究〉，《建筑学报》，2006年12月。

徐丽华：〈孔子学院的发展现状、问题及趋势〉，《浙江师范大学学报》，2008年第5期。

许琦红：〈关于孔子学院与国内高校的思考—以国内高校设立中外合作孔子学院为视角〉，《北京电力高等专科学校学报》，2008年9期。

周志刚，乔章凤：〈海外孔子学院合作办学模式探析〉，《江苏高教》，2008年5期。

张学增：〈纽伦堡-爱尔兰根孔子学院基本特点及其面临的主要问题探析〉，《云南师范大学学报》，2008年1月。

钟英华：〈非洲孔子学院建设中的几个基本问题〉，《云南师范大学学报》，2009年1月。

中国国家汉办：《孔子学院章程》，http://www.hanban.edu.cn/kzxy_list.php?ithd=xyzc。

〈Abstract〉

**A Study for Cultural Communication of Overseas Confucius Institute
— Focus on Cultural Activities**

KWON HYUN JUNG

Every country has certain ways to build up the national images and raise up the cultural communications abilities, like China's Confucius Institute, have aroused widespread interests of the people in the world. The Confucius Institute has become one of the important intermediaries on Chinese language and culture. The overseas Confucius Institute has joined in local communities, held plenty of Chinese cultural activities to organize various cultural activities that achieved exciting results. Through cultural activities for local residents to understand Chinese culture have not only created excellent Chinese language teaching conditions, but also enhanced the close relation between two countries.

Currently, overseas Confucius Institute is taking this mission in various cultural activities. The articles on the Confucius Institute devoted to cultural activities were less to be discussed. In this paper, by methods of contents analysis for "The third Confucius Institute Conference Reference Materials" and "The Fourth Confucius Institute Conference Reference Materials" are relating to culture and cultural activities to reveal the status of overseas Confucius Institute. Finally, some suggestions for the developments of overseas Confucius Institute are being provided.

Key Words : Confucius Institute, Cultural Communication, Cultural Activities, Communication Effects

투 고 일 : 2010. 9. 10. / 심 사 일 : 2010. 9. 20. ~ 2010. 10. 10. / 게재확정일 : 2010. 10. 15.