

孔子学院的媒介属性及其文化传播策略研究

阳璨

湖南大学，湖南省长沙市，410082

摘要：孔子学院是以教授汉语和传播中国文化为宗旨的非营利性公益机构。它是海外推广汉语的基地，也是中外文化交流的桥梁。同时，孔子学院也是促进全球多元文化发展，构建和谐世界的平台。从传播学视角来看，孔子学院的“桥梁”、“平台”作用说明孔子学院在实现中国文化对外传播方面已经有举足轻重的地位，是中国文化传播的重要媒介。

关键词：孔子学院 媒介 传播策略

中图分类号：G2 **文献标识码：**A

一、孔子学院的文化传播概况

孔子学院是以教授汉语和传播中国文化为宗旨的非营利性公益机构。它是海外推广汉语的基地，也是中外文化交流的桥梁。同时，孔子学院也是促进全球多元文化发展，构建和谐世界的平台。从 2004 年 11 月 21 日全球第一所孔子学院正式挂牌成立依赖，十多年的发展使得孔子学院已经作为一个闪亮的品牌在世界各国落地生根。

孔子学院的主要职能之一是开展汉语教学。语言是文化传播的工具也是文化的载体，在汉语教学工作稳定发展后，中国文化的传播开始成为孔子学院海外事业的着力点。“从语言入手，用文化交融”¹是孔子学院目前文化传播的基本策略。在统筹安排上，孔子学院总部鼓励并支持海外各孔子学院设立“中国文化体验中心”与“三巡”展演，包括文艺巡演、文化巡演和教材巡演。此外，“汉语桥”系列活动及“孔子学院日”也有力提升了孔子学院在全球的知名度，塑造了很好的媒介形象。

除了孔子学院总部统筹安排的大型活动，全球各地的孔子学院也正视文化差异，充分尊重当地人们在生活习惯、思维方式以及价值理念上的不同，因地制宜地根据当地综合环境开展形式内容更加灵活的文化活动，包括传授中国文化知识和传统技艺的各类体验课程、中国传统节日庆祝活动以及跨文化技能培训等等。孔子学院的跨文化传播作为连接中国与当地文化的纽带，一直发挥着良好的“媒介”作用。

二、作为媒介的孔子学院

传播学视角下的媒介形式主要是以报刊、广播、电视以及互联网为主的大众媒介。其功能包括监视，向受众提供并告知新闻；联系，对周围环境信息进行选择和解释；传承社会文化，将信息、价值观和规范在社会成员中不断传递；娱乐，帮助人们调节身心。

与一般的大众传媒组织相比，孔子学院的机构性质、宗旨以及主要职能完全不同。但作为非营利性语言教育机构，孔子学院以语言及中国文化为传播内容，为不同文化形态间的交流、融合提供平台，推动了人们对不同文化的认知，也由此发挥了与大众媒介相似的社会功能。

1、传播汉语与中国文化

孔子学院在海外传播汉语与中国文化的实践具有深刻的跨文化印记，孔院以开门办学为原则，无门槛地面向社会招收学员。只要学生对汉语或中国文化感兴趣，就能在孔院学习。其次，孔院向所有学员及来访者提供中国教育信息，包括学术交流、奖学金申请以及留学中国的政策。当地居民除了从外媒上了解中国面貌，还可以通过孔院这一现实存在来了解当代

¹ 宁继明.孔子学院发展研究报告[M], 北京: 商务印书馆, 2016

中国。

2、阐释文化理念并告知信息

孔子学院介绍当代中国的主要内容就包括对中国经济文化政策的解读和告知。孔院理解主旨演讲大会中都包含了对中国近期发展情况和主要方针政策的解读，这些信息也通过网络、电视和报刊进行了转载。在孔院与当地高校的合作中，也常有各类讲座、研讨会对中国进行全方位介绍，内容涵盖中国政治发展情况、城市化进程、人口老龄化、中国梦和一带一路等政策和话题。孔子学院总部积极倡导孔院的产业化运作，海外各孔院与当地企业的合作也实现了长远的经济效益。

3、传承中国文化

孔子学院除了面向其他文化背景的民众，为其展示中国文化的多样性外，也为海外华人提供了感受祖国温暖和文化传统的渠道。在社会文化传承方面，孔子学院的文化传播能够促进不同民族的认同，也能促使文化内部对文化的传承与保护。书法、国画、民族乐器和京剧等具有直观吸引力的中国传统文化在国外尤其受欢迎，这种流行甚至能进一步加强国人对传统文化的重视。

4、丰富当地社会文化生活

虽然娱乐消遣并不是孔院活动的主要作用，但客观意义上，孔院满足了当地民众的审美需求，为其创造了许多愉悦的生活片段。首先，孔院设置了趣味性强并且富含教育意义的汉语课程，满足了学员们的兴趣及好奇心。其次，以春节为代表的传统节日活动展示了极具魅力的中国文化，因其特定时间和特定意义，已经成为了部分国家和地区的标志性活动。

三、孔子学院的文化传播策略

总体而言，孔子学院在海外还属于新生事物，整体发展道路依旧布满荆棘。由于孔院主要依赖人际传播，在国外媒体的强势竞争当中并未实现传播渠道的扩展，因此尽管在孔院有长期学习经历的外国学员们普遍对孔院有非常正面的评价，但是孔院在许多地方的知名度依旧不高。加上部分地区对外来文化异常敏感，常常贴以“文化入侵”的标签，孔院的相关新闻报道并未能实现广泛传播。因此在文化传播的目标制定上，孔院不仅要实现“走出去，”还要提高自身环境适应能力，稳健发展。

1、加强传播主体意识

孔子学院要加强传播主体意识，首先需要建立起自己的品牌符号，这包括名称、标志、口号、音乐等要素。扎根于中国文化的鲜明品牌文化符号是受众进行联想与记忆的基础，能在一次又一次的传播过程中拉近与受众之间的距离。许多接触过孔子学院的国外友人并不清楚孔院的具体工作内容，也对孔院的 logo 没有深刻印象，这在人际传播过程中使得孔院失去了许多建立口碑的机会。孔子学院遍布全球，若能打造独具一格的品牌符号，今后在对全球受众的传播中将更能形成共鸣效果。

其次，孔子学院作为传播者并未很好地把自身传播理念以及主体形象刻画出来。孔院作为实体存在与于异国他乡已经迈出了非常艰难的一步，在文化传播过程中更应该积极主动地走出去，而不是等待被了解、被认同。孔院在为广大学员及当地民众服务的过程中提供了非常好的文化知识学习机会，也展现了中国人的友好、真诚及开放包容的姿态。这种美好的形象及对外友好的理念应该作为品牌符号的一部分固定下来，成为孔院的品牌个性。孔院可以记录教师们的故事，用微视频或是亲身讲述的形式向当地民众介绍孔院教职工踏入异国的心情以及如何周围人们的帮助下适应当地文化的心路历程，让更多的当地民众看到教师们真诚友好、勇敢坚强的个性。也可以增强学员对教师们的了解，建立更好的文化沟通关系。

2、培养意见领袖

为得到当地民众的支持与欢迎，孔子学院有时在系列活动中不得不放弃自身特色来迎合

当地民众喜好并获取认同，因为太过强势或另类的存在或许会引起大片的反感。因此对于孔院这样身份有些尴尬的非营利性教育组织来说，口碑宣传是非常稳妥且有效的传播方式。在互联网打破时间空间限制，人人都是自媒体的时代，民众们的个人感受可以通过各种渠道被传播得更远。而且相比于孔院作为外来文化使者自我包装并向外推广的方式来说，口碑传播更能得到当地民众的信任。

要培养意见领袖，形成良好的口碑传播可以从孔院日常的教学工作开始。许多孔院与当地高校有一对一合作关系，合作通常由国际事务部门来对接，孔院并没有在高校内部得到广泛认知。因此，孔院可以通过国际事务部门的介绍主动为高校内部与中国有往来的高级领导人员、文化专业相关的教授提供免费中文课程或书法国画兴趣课，此类高级学员有广泛的影响力，素质及受教育水平也相对较高，对中国文化的态度通常更为友好。对他们的课程内容不必安排过多，时间及上课地点也可以灵活调整，主要目的就是为了建立孔院与当地高校之间的实质联系。对孔院教师来说，这也是锻炼语言，了解当地文化的机会。除此以外，孔院的文化活动可以邀请上述高级学员或专业人士参加，如条件具备，还可以组织孔院俱乐部等社群，形成合力。

3、拓展传播渠道

许多孔子学院承担了繁重的课程教学内容，也开展了大量文化活动，但始终处于默默无闻的状态，因为孔院的主要传播渠道是自身官网，将常规信息公布在官网上的传播效果聊胜于无，只作用于孔院内容的信息交流。相较于社交媒体，官网上的信息太过正式呆板，对受众来说有着天然的距离感，尽管这是一种信息传播方式，但它没有针对性，通常也没有二次传播的价值。

社交媒体有互动参与性及自助扩散性，它为人们提供了跨时空交流的平台，也满足了人们表达情绪、建立联系、彰显个性及影响他人的需求。在社交媒体上，人们可以实时分享或转发自己感兴趣、有共鸣的信息，在同类圈子中引发二次或多次转发。孔子学院应充分利用社交媒体的优势，发掘有影响力且善于表达的社交达人，与其开展互动并建立强效联系。在这过程中，孔院也可以得到更多有效的建议和反馈，及时调整活动设置。社交媒体的纳入可以以孔院建立官方 Facebook 或 Instagram 账号的形式，简明扼要地公布活动信息，吸引学员关注，每周发布主题话题的形式引发讨论，也可以以孔院教师个人账号的形式进行分享、转发与孔院有关的正面信息。要实现有效传播，孔院必须走进人群，加入到目标受众最活跃的环境中。

4、维护公共关系

孔子学院的长期发展需要内在需求的支撑，也需要良好的外部环境。公共关系的建立与维护是孔子学院文化传播的重要组成部分。本土化建设是孔子学院可持续发展的基础和动力，构建与当地政府、学校、社区、企业及舆论的良好关系，创造有利的需求环境和舆论环境，是孔子学院实现可持续发展的重要保证。²

欧美地区部分孔院曾多次遭遇停办危机，之所以能够化险为夷，除中国政府的支持外，也和孔院在当地建立的良好关系密不可分。孔院需要争取当地政府及相关职能部门的支持，为孔院工作的开展争取良好的政策环境，也需要为全体教职工的工作、生活提供行政支持。另外，学校、社区、企业与孔院的交流合作也能为孔子学院长远发展创造良好的生存环境，而且通过这些互动，孔院能扩大区域性影响，从而树立可靠的主体形象。孔院可以提供人力、物力，通过参加公益活动、赞助社区或高校活动的形式进行公关传播，也可以在上述以孔院为主的社群中提升影响力。

孔子学院的文化传播事业的建立是一个浩大的系统工程，不仅需要孔子学院总部/国家汉办的整体规划与管理，也需要各个孔子学院因地制宜协作创新，更需要中外方合作伙伴及

² 宁继明.孔子学院发展研究报告[M], 北京: 商务印书馆, 2016

民众共同支持。未来，孔子学院和所在大学或地区的关系将朝着平稳期稳步跨越，孔子学院的文化传播活动更加深入人心，才能真正意义上使孔子学院在推广中文和中国文化方面继续发挥不可替代的作用。

参考文献

- [1] 宁继明.孔子学院发展研究报告[M]，北京：商务印书馆，2016

Media Attributes and Culture Promotion Strategies for Confucius Institutes

Can Yang

Hunan University, Changsha, Hunan, 410082

Abstract: The Confucius Institutes program is an important vehicle for the teaching of Chinese language and dissemination of Chinese culture. Confucius Institutes are the foundation for the overseas promotion of Chinese language and culture, but also provide a window into Chinese society. From the perspective of Communication, working as a bridge or a platform means the Confucius Institutes really matters to the career of Chinese culture promotion.

Keywords: Confucius Institute, Media, Communication Strategies