

· 中亚汉语国际教育研究丛书 ·



# 国际理解视域下的 文化传播理论与实践

—— 以中亚孔子学院为例

李建军 郭卫东 邓新 刘成 梁云 等著

南开大学出版社

中亚汉语国际教育研究丛书

# 国际理解视域下的 文化传播理论与实践

——以中亚孔子学院为例

李建军 郭卫东 邓新 刘成 梁云 等著

南开大学出版社

天津

## 图书在版编目(CIP)数据

国际理解视域下的文化传播理论与实践：以中亚孔子学院为例 / 李建军等著. —天津：南开大学出版社，2019.5

(中亚汉语国际教育研究丛书)

ISBN 978-7-310-05448-0

I. ①国… II. ①李… III. ①中华文化—文化传播—国际交流—研究 IV. ①G125

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 192763 号

## 版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人：刘运峰

地址：天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码：300071

营销部电话：(022)23508339 23500755

营销部传真：(022)23508542 邮购部电话：(022)23502200

\*

北京建宏印刷有限公司印刷

全国各地新华书店经销

\*

2019 年 5 月第 1 版 2019 年 5 月第 1 次印刷

165×235 毫米 16 开本 20.5 印张 2 插页 310 千字

定价：78.00 元

如遇图书印装质量问题，请与本社营销部联系调换，电话：(022)23507125

本书系新疆维吾尔自治区文科基地重大招标项目“吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦孔子学院情感传播研究”(XJEDU040716A01)、新疆维吾尔自治区高校科研计划项目“塔吉克斯坦孔子学院文化交流力研究”(XJEDU2017RS044)的资助成果。

## 丛书序言

语言和文化不可分离，二者相互依存，相互影响。在全球化背景下，世界各国政府都非常重视国际语言与文化交流，随着中国国际地位的日益提升，中华文化的影响力和辐射力也日益增强。目前全世界约有 5000 万人正在将汉语作为第二语言来学习。不断升温的“汉语热”表明汉语作为一种世界语言和商业语言的重要性正在增加，中国文化的价值愈发凸显，这就给汉语国际教育提供了广阔的舞台。汉语国际教育已成为国家提升软实力、实现中华民族伟大复兴的中国梦重大方略的组成部分。中国与中亚毗邻，地区贸易频繁，中国在中亚汉语国际教育方面具有独特的地域和人文优势，本书就是在此宏观背景下构思和撰写的。

中亚汉语国际教育研究中心是我国新疆维吾尔自治区普通高等学校人文社会科学重点研究基地，现有专兼职研究人员 35 人，其中教授 20 人，博士 10 人，依托中亚 3 所孔子学院、8 个孔子课堂和 1 所汉语中心。中亚汉语国际教育研究中心基于中亚五国的国情特点，以中亚汉语国际教育研究中心为依托，以国家政策和发展战略为导向，以加强我国与中亚五国的文化交流为己任，以中亚汉语国际教育为抓手，以汉语教学、中华文化传播研究为突破口，充分利用我国新疆地区地缘优势和学术优势，搭建我国与中亚五国文化交流的平台，促进我国与中亚国家在文化、教育、科学研究等方面的深入交流与合作，夯实和奠定中亚汉语国际教育中心在中亚汉语国际教育研究领域的学术领先地位。

“中亚汉语国际教育研究丛书”以每年一辑的方式出版，内容涵盖汉语教学与文化传播两个研究方向，其中汉语教学研究包括：（1）中亚语言国情研究；（2）对外汉语人才培养体系研究；（3）中亚汉语国际教育特色研究；（4）华人教育研究。文化传播研究包括：（1）中华文化中亚传播策

略及机制研究；（2）中华文化与中亚文化比较研究；（3）中亚孔子学院文化教学与传播研究。“中亚汉语国际教育研究丛书”力求体现前瞻性、全局性和现实性等特点，突出问题导向，以研究回答中国语言、中华文化如何走出去，如何走进中亚等重大现实问题为选题方向，所展示成果力求体现原创性和高水平，体现特色，突出创新。丛书在选题要求上，首先立足于两个平台：一是要站在跨学科平台上去思考问题，推进学科的交叉融合，协同创新，力求实现语言学、教育学、文化学、传播学、心理学、历史学等学科之间的渗透和共振。二是要站在国际高等教育和文化发展的平台上去思考语言教学和文化传播问题，去思考人才培养目标、课程体系、教学方法、教学模式和文化传播方式，推进改革和创新。其次，强化实践取向，改变过去研究中存在的“重理论、轻实践”现象，从“象牙塔”走向大地、走向田野，从一般性理论建构走向政策咨询与对策研究。总之，就是“立足中亚，辐射周边”，注重现实性、针对性，使研究及成果转化应用“跟得上、贴得紧、能管用”，努力成为服务中亚研究的基地，切实发挥思想库、智囊团和动力源的作用。

中亚汉语国际教育研究中心将以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领，聚焦国际学术前沿，拓展研究领域，突出特色优势，凝练科研方向，力争产出一批具有重要社会影响和学术价值的标志性成果是中亚汉语国际教育研究中心的战略目标和任务。中亚汉语国际教育研究中心将通过高水平成果的出版更好地为学校国际化战略服务，为自治区的社会发展服务，为国家汉语国际推广和中华文化传播服务，为提升国家形象和软实力服务，力争把中亚汉语国际教育中心打造成为中亚汉语国际教育领域国家新型智库的“担当者”、中华文化中亚传播的“谋划者”和国家语言战略与语言安全的“建言者”，为我国“一带一路”倡议和“丝绸之路经济带”新疆核心区建设而砥砺前行。

新疆师范大学

2018年12月

# 目 录

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| 第一章 中华文化对外传播的缘起及阐释 .....            | 1   |
| 一、对外文化传播研究现状述评 .....                | 1   |
| 二、对外文化传播研究的意义与价值 .....              | 6   |
| 三、对外文化传播研究的主要内容、基本思路和方法 .....       | 7   |
| 四、对外文化传播的主要观点 .....                 | 10  |
| 第二章 国际理解的视域与框架 .....                | 22  |
| 一、国际理解的内涵、特点及原则 .....               | 23  |
| 二、国际理解的学科维度 .....                   | 32  |
| 三、国际理解的意义及实践价值 .....                | 45  |
| 四、国际理解与孔子学院文化传播 .....               | 50  |
| 第三章 孔子学院文化传播方式的创新 .....             | 57  |
| 一、传播形式的传统的“二分法”和“五分法” .....         | 57  |
| 二、传播形式的新“二分法” .....                 | 59  |
| 三、新传播形式的特点 .....                    | 61  |
| 四、三种对立统一的传播形式 .....                 | 64  |
| 第四章 国际理解视域下的中亚孔子学院中华文化传播态势与构想 ..... | 98  |
| 一、中亚孔子学院中华文化传播的态势 .....             | 98  |
| 二、国际理解视域下的中亚孔子学院文化传播优选方向 .....      | 104 |
| 三、国际理解视域下的中亚孔子学院中华文化内容传播 .....      | 114 |
| 第五章 塔吉克斯坦国立民族大学孔子学院文化传播实践 .....     | 132 |
| 一、塔民大孔子学院建设与国际理解理念构建新契合 .....       | 132 |
| 二、塔民大孔子学院文化传播新思路 .....              | 141 |
| 三、塔民大孔子学院文化传播新模式 .....              | 153 |
| 四、构建孔子学院文化传播可持续发展道路新探索 .....        | 166 |

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 第六章 吉尔吉斯斯坦奥什国立大学孔子学院文化传播实践 ..... | 178 |
| 一、奥什国立大学孔子学院文化传播理念塑造 .....       | 179 |
| 二、奥什国立大学孔子学院“情感传播”轨迹 .....       | 188 |
| 三、构建研究型孔子学院的探索 .....             | 206 |
| 四、打造奥什孔子学院文化传播绩效评估体系 .....       | 210 |
| 第七章 吉尔吉斯斯坦国立民族大学孔子学院文化传播实践 ..... | 214 |
| 一、吉民大孔子学院文化传播新动向 .....           | 214 |
| 二、吉民大孔子学院文化传播师资保障 .....          | 230 |
| 三、吉民大孔子学院文化传播新实践 .....           | 253 |
| 四、吉民大孔子学院汉语水平考试突破瓶颈 .....        | 268 |
| 五、吉民大孔子学院孔子课堂文化传播新探究 .....       | 276 |
| 六、创建中亚孔子学院综合文化交流平台新实践 .....      | 290 |
| 参考文献 .....                       | 306 |
| 后 记 .....                        | 318 |



# 第一章 中华文化对外传播的缘起及阐释

推动中华文化走出去，扩大中国文化开放水平，更好地发挥以文化人、以文促情、以文建信的重要作用，增强中国与中亚的人文交流，发挥中亚孔子学院文化传播的作用是党的十九大“一带一路”倡议题中应有之义，是伟大时代所赋予当下中国和中国人的重要使命和责任担当。

## 一、对外文化传播研究现状述评

文化不仅在确定国家对外传播战略方面起着重要作用，而且对海外传播的手段、方式和风格产生着巨大的影响。目前，对本课题，国内外学者尚缺乏全面系统的研究。本课题所依托的文化学、传播学等日益成为显学，无论是对文化概念、范畴、形态、本质、变迁规律等方面的研究，还是对传播类型、传播模式、传播形式、传播者、传播媒介、传播材料和内容、受众、传播效果、传播的应用、媒介法规与伦理、传播主要流派和代表人物、传播学研究方法等诸角度的研究，国内外的成果喜人，《中国社会科学》《现代传播》《新华文摘》《中国社会科学文摘》《中国人民大学复印报刊资料》等纷纷予以登载和转引，一批颇有分量的文化传播学、跨文化心理学、文化社会心理学、跨文化交际学、跨文化形象学、社会文化学（领域文化学）、公共外交学等方面论著相继问世。但从总体来看，目前学术界以本课题作为话题，采用多学科融合的角度，科学、客观、全面地梳理并阐述中华文化如何走向中亚、走进中亚，中亚孔子学院如何进行文化传播等重大和前瞻性命题的研究还较少，国别、区域化实证性的著述成果偏少，学术的富矿仍急需挖掘。与本课题相关的成果主要有以下几个方面。

## （一）国外研究

### 1. 关于传播学理论和体系方面的研究

“传播学之父”威尔伯·施拉姆在《大众传播学》以及《大众传播的过程与效果》等书中，从大众传播学的发展、大众传播的结构与作用、大众传播的控制与支持、传播过程、大众传播的内容、大众传播的受众、大众传播的效果和大众传播的责任八个方面建构了大众传播学的学科体系，创立了大众传播模式。把大众传播的研究领域细分为控制研究、媒介研究、内容研究、受众研究和效果研究，这一划分与哈罗德·拉斯韦尔的传播 5 个 W 模式中的五要素一一对应。梅尔文·德弗勒和桑德拉·鲍尔-洛基奇在《大众传播学绪论》一书中强调大众传播研究需要回答“社会是怎样影响大众媒介的”“大众传播是如何发生的，与人际传播有何不同”“接触大众传媒对人们有何作用”三个问题。基模理论、沉默的螺旋、第三人效果，议程设置、培养理论，使用与满足理论分别从社会心理取向、信息环境取向和受众使用与依赖取向研究大众传播。当然还有政治经济学学派、文化研究学派和法兰克福学派等观察国际传播创立的各种宏观理论以及传播与学习、思维方式、价值观等国际传播的微观理论。在跨文化交际中，则形成了意义协调理论、语言代码理论、面子协商理论、谈话制约理论、期望违背理论、焦虑/不确定理论、交际适应理论、跨文化调适理论、文化身份理论、身份协商理论、身份管理理论、共文化/文化共存理论。

### 2. 关于传播及文化传播的范式、方法方面的研究

美国伊利诺伊大学教授弗雷德·西伯特、西奥多·彼得森和威尔伯·施拉姆 1956 年出版《报刊的四种理论》，提出传播制度与其社会政治制度是一脉相承的，基本上可以分为四种。即：集权主义理论、自由主义理论、社会责任理论、苏联的共产主义理论。由于此理论给人以“一种制度可以套用一种理论”的错误印象，存在一定的缺陷，1997 年，芬兰学者提出了超越报刊四种理论的“五种范式”：自由主义——多元主义范式、社会责任范式、批判范式、行政管理范式、文化谈判范式。由于在社会科学研究中，不同的研究范式在本体论、认识论、价值论上存在着许多不可通约的差异，一般来讲，我们把大众传播与文化传播研究分为客观经验范式、

诠释经验范式和批判理论范式。

### 3. 关于跨文化传播方式及对中华文化认知方面的研究

美国文化人类学家爱德华·霍尔（Edward Hall）的人际交往的空间距离，伊凡诺夫（Иванов）著的《中亚史纲》、叶罗蒙皮洛夫（М.М.Собномпилова）的《中亚文化遗产》等均为跨文化传播提供了参照。美国学者桑德拉·黑贝尔斯等在《有效沟通》中把沟通分为人际沟通、小组中的沟通和公共场合中的沟通三种形式，指出文化差异造成的跨文化沟通的障碍，并提出改进跨文化传播的技巧。罗杰·费希尔等在《沟通力》一书中强调理性、理解、沟通、可信度、说服、接受是有效处理分歧，消除误解、误读，建立良好人际关系的基本要素。

在谈到中国文化认知和文化传播方式上，美国前国务卿基辛格认为，中国历史上就不爱侵略，而是喜欢“同化”。中国对境外无领土野心，中国共产党也不热衷对外传道。而《远东经济评论》《纽约时报》等报刊出于西方文化中心主义的偏见，指责中国“民族主义”高涨，和所谓“中国欲向海外扩张”，反映出西方学人群体中仍然存在相当程度的文化种族偏见。德国汉学家顾彬在《只有中国人理解中国？》的质疑中，认为“以自我为参照，我是不可能理解我自己的，我只能参照那个不同的东西”。也就是说，他者是认识自我的一面镜子，只有在我与他者的对话情境中，我才能认识我的存在，也只有在对对外文化传播中才能使外国人理解中华文化。在哈萨克斯坦，现在有一个流行的说法：“如果你想离开这个国家，就去学英语；如果你希望留下，那就去学汉语”（Der Spiegel, 2010年10月4日），这是汉语在哈萨克斯坦得到快速传播的有力佐证。如今“学汉语”已成为中华文化传播的一种有效途径，也成为中亚国家一种现实理性的选择。法国前总理拉法兰曾对前驻法大使吴建民说：“21世纪世界需要中国的文化。”弘扬和传播中华文化是化解中国威胁论、中国文化殖民论的一剂良方。

外国学者关于传播学以及文化传播的理论和方法，对中国学界来说，值得借鉴和汲取。但对于中华文化的对外传播的研究，由于受西方话语体系和意识形态的影响，仅可供研究者检视与参考。

## （二）国内研究

### 1. 关于中国对外文化传播战略的相关研究

由于在中国知网等相关数据库未直接查到“中华文化如何走向新疆周边”相关主题的论文，经过努力仅仅搜索到有关“中华文化走出去”方面内容的文章。骆玉安认为，中华文化走出去是指在重要战略机遇期内，通过对外文化宣传、对外文化交流，特别是对外文化贸易等途径，来扩大中华文化的国际影响力，增强文化产业竞争力，塑造中国的文化大国形象，营造中国和平发展的国际环境，进一步提升当代中国的文化软实力。齐勇锋、蒋多在《中国文化走出去战略的内涵和模式探讨》一文中提出：“走出去”战略的本质是在继续吸收外来优秀文化的同时，使文化引进来和走出去紧密结合起来，转变以往吸收多而输出少的局面，形成双向、均衡交流和传播的新格局。范玉刚在《文化“走出去”要有新思维、新视野》一文中强调：中国文化“走出去”面临激烈的国际竞争环境和复杂的国际市场因素。如此严峻的形势和复杂的格局，要求文化“走出去”必须有战略意识和国家意志，并在国家层面做好协调和统筹规划；同时，文化“走出去”要有市场化思维和产业化视野，并以版权输出和高附加值的内容产品为主，拥有版权和高附加值的内容产品的生产是文化“走出去”的核心。当前我国的文化“走出去”实践尚处于初步探索阶段，对其研究还刚刚起步。

### 2. 关于中华文化对外传播路径和形式的研究

吴卫民、石裕祖认为，政府主导模式、半官半民活动（各种政府扶持的演出活动）、纯粹民间行为、教育渠道等是目前我国实施中国文化走出去的几种有效路径。我们要建立和完善对外文化传播的法律法规；转变思想观念，提高“让中华文化走向世界”的自觉性；突出体制机制改革创新，制定中华民族文化“走出去”发展规划；制定外向型文化交流活动的道德规范与行为准则，以及相应的奖惩办法；大力发展和巩固与周边国家的文化艺术与教育科研合作；经费上对经济欠发达的西部省份予以较大的倾斜；强化和凸显中华民族精神是强化中国文化自身文化话语权的根本所在；加强国际文化人才队伍建设，大力培养善于开拓、营销中国文化的国际文化人才；稳步扎实地推进中国文化走出去的步伐，提高整体水平和综合能力。

马相武认为,中华文化要走出去,必须进行文化创新,文化走出去的内容不能主要靠“国粹”,要让一部分文化创新成为中国自己的“具有国际传染性的学说”,才能达到走出去的目的。中国文化在走出去过程中的最大障碍是汉语,所以汉语能够成为文化走出去的巨大载体和宝藏。另外,还要培养千百万的文化志愿者,在全世界范围内推广汉语,传播中国文化,使他们成为中华文化的流动载体。以上论文虽都涉及中华文化以什么样的文化走出去及如何走出去等命题,且具有真知灼见,但尚不够系统和深入,缺少实证研究。

### 3. 关于中华文化中亚传播理论与实践研究

赵常庆、赵华胜、冯绍雷、杨恕、潘志平、冯玉军、潘光、孙壮志、孙力、吴宏伟、邓浩、石泽、倪建平、赵会荣等专家都从战略和全面合作层面做过相关的研究,具有重要的参考价值。中亚地区位于国际政治舞台的亚欧大陆板块的腹地,历来是各种文化力量竞相角逐的战略要地。中国与这一地区接壤的地理环境决定了中国必然要促进与中亚的人文交流,这具有重要的战略意义。关于中国与中亚五国经济交流方面的研究较多,而文化传播尤其是中亚孔子学院中华文化传播的研究甚少。李建军认为,应加强中国与中亚的文化交流力建构,在文化交流中导力、凝力、张力、生力、助力、升力;毛菊、孟凡丽认为,应在加强政策支持,增强相互了解的平台建设,形成高层次交流与合作机制等方面加大中国与中亚五国教育交流合作力度。

综上所述,目前特别缺乏对中亚孔子学院中华文化传播的系统研究。对中国与世界各国文化传播方略和策略方面的研究,多是以“我”为主,强调中国文化的单向、强势传播和推广,强调意识形态式的灌输,不注重行为体之间的互动,较少顾及文化的双向交流与共享互动,即便是中华文化走出去战略和策略的研究,其理论深度和研究视域仍显不够,多是碎片式的,缺少整合性、系统性和宏观上的理论观照、阐释和实证分析,但以上成果已为本书研究打下了良好基础,提供有效的研究手段和可行的研究路径。

## 二、对外文化传播研究的意义与价值

### （一）理论意义

中国周边的和平稳定发展与“中国梦”的实现密切相关。中国一直遵循“大国是关键、周边是首要、发展中国家是基础、多边是重要舞台”的外交总体布局，现在则更加突出周边外交在中国外交中的重要性。中亚事关中国的地缘和能源战略布局，也是中华文化走出去的主要节点和关键一环。本书既是对中华文化对外传播规律尤其是对中国周边国家文化对外传播规律和传播路径、形式的探索，又是对文化传播学、跨文化心理学、文化社会心理学、跨文化交际学、跨文化形象学、社会文化学、政治学、国际关系学、社会学等理论视域和研究方法的丰富和拓展。仅仅从理论意义上讲，历史学家汤因比就坚称，中华文化将引领世界，中华文明将为未来世界转型和 21 世纪人类社会提供无尽的文化宝藏和思想资源。

### （二）实践意义

首先，本书在事关中华文化走出去重大命题中是颇具代表性的研究范例。厘清目前中亚孔子学院中华文化传播的总体状况，能为中国对外文化传播和周边文化传播提供决策咨询和依据。

其次，本书对于促进中国与中亚国家文化交流、加快中国与中亚国家文化发展，打造“丝绸之路经济带”和构建“区域性和谐文化走廊”，共生共赢，具有现实针对性和深远意义。

最后，本书能为中国国际传播能力和中华文化传播“议程设置能力”的提升提供镜鉴和参照；对塑造中国形象，提升中国文化软实力，实现中华民族伟大复兴的中国梦具有重要作用。

### 三、对外文化传播研究的主要内容、基本思路和方法

#### （一）研究的主要内容

本书共分七章。

第一章“中华文化对外传播的缘起及阐释”主要对国内外文化传播研究的现状做了简要述评：国外研究包括传播学理论和体系、传播及文化传播的范式和方法、跨文化传播方式及对中华文化认知方面的研究；国内研究包括中国对外文化传播战略、中华文化对外传播路径和形式、中华文化中亚传播理论与实践的相关研究。同时，揭示了课题研究的理论和实践意义；阐述了课题研究的主要内容、基本思路和以定性研究为主，定性与定量研究相结合的方法；并提出了中华文化对外传播的基本观点。

第二章“国际理解的视域与框架”主要对国际理解的内涵和适应范围、特点、通用原则、学科维度等范畴进行初步的界定和勾勒，并对国际理解的实践价值、国际理解与孔子学院文化传播做出基本阐述。其中，国际理解的学科维度包括：文化学维度、传播学维度、情感社会学维度、公共外交维度。

第三章“孔子学院文化传播方式的创新”，打破了传播形式的传统的“二分法”（亲身传播、大众传播）和“五分法”（人内传播、人际传播、群体传播、组织传播、大众传播）对在场和不在场的分类和细化，构建传播形式的新“二分法”。换一种视角，以辩证统一、比较的思维方式和方法来界定传播形式是一种新的尺度，是对传播方式的新探索，是对传播分类标准的丰富和发展。从传播的行为取向和施力程度不同可将文化传播分为刚性传播与柔性传播，以传播的思维方式和心理取向为尺度可把传播分为理性传播和情感传播，从传播活动的时间持续取向上可以将传播分为韧性传播和间歇传播，从而形成三组辩证统一的传播方式和开放式关联系统，这是新的传播向度和结构形态。该章对三种对立统一的传播形式：刚性传播与柔性传播；理性传播与情感传播；韧性（持续）传播与间歇传播的概念、

特点和传播方式做出判定和阐释。

第四章“国际理解视域下的中亚孔子学院中华文化传播态势与构想”主要阐述了中亚孔子学院中华文化传播的战略优势、战略挑战，国际理解视域下的中亚孔子学院文化传播的六个优选方向，以及中亚孔子学院中华文化内容传播。其中，中亚孔子学院文化传播包含六个优选方向——传播理念：实现由“以我为主”向“主体间性”传播原则的转化；传播内容：实现由中华传统文化传播向中华现代文明传播的转化；传播方式：实现汉语由语言教学向语言与文化教学结合的转变；传播取向：实现由强势话语传播为主向柔性话语传播为主的转化；传播路径：实现由单一平台传播向立体化传播的转化；传播层次：实现由文化软资源向文化软实力的转化。中亚孔子学院中华文化内容传播包括：汉语言传播；丝路文化传播；仁爱思想传播；和合价值观传播；当代中国代表符号传播。

第五章“塔吉克斯坦国立民族大学孔子学院文化传播实践”简要勾勒了塔吉克斯坦国立民族大学孔子学院的创建和对国际理解的认知过程；突出了秉承宗旨、立足柔性传播的探索与交流之路；提出了打造情感传播为主旨和渠道的特色教学与文化传播模式：真诚相待的个体情感培养方式、细雨润物的集体情感教育方式、相互愉悦的情感共鸣追求方式；推出构建可持续发展的文化传播机制与途径：强化韧性传播，以和谐分工推动工作有序开展，以制度确立保障工作持续开展，以经典塑造带动工作循序渐进。通过柔性传播、情感传播、韧性传播带动孔子学院三位一体的文化传播。

第六章“吉尔吉斯斯坦奥什国立大学孔子学院文化传播实践”共分四部分。第一部分为“奥什国立大学孔子学院文化传播理念塑造”，主要介绍了奥什国立大学孔子学院的建设过程和发展现状，并阐述了奥什国立大学孔子学院发展的核心理念：“仁爱至善”“情感交融”“文化互动”“传承发展”。第二部分为“奥什国立大学孔子学院情感传播轨迹”，论证“情感传播”奠定发展基础：“家访”制度搭建了中吉两国民间文化交流的桥梁，“情感交融”凸显奥什国立大学孔子学院内涵建设，“仁爱”基金传递正能量；阐述了语言教学与文化实践凸显文化互动。第三部分为“构建研究型孔子学院的探索”，简要叙述了吉尔吉斯斯坦研究型孔子学院的建设现状，并提出了研究型孔子学院建设内容和建设目标。第四部分为“打造奥什孔子学



院文化传播绩效评估体系”，推出了“家访”制度效果评估体系：“家访”制度效果评估的目标、指标体系、操作体系；推出了情感传播效果评估体系：情感传播效果评估的目标、指标体系、操作体系。

第七章“吉尔吉斯斯坦国立民族大学孔子学院文化传播实践”共分六部分。第一部分为“吉民大孔子学院文化传播新动向”，梳理了汉语在吉尔吉斯斯坦兴起的原因和汉语教学在吉尔吉斯斯坦的发展轨迹，并对吉尔吉斯国立民族大学孔子学院汉语教育的研究方法和发展模式做了阐述。第二部分为“吉民大孔子学院文化传播师资保障”，主要从师资的整体分布、教学工作开展状况、师资培训、考核与评估、当前存在的问题及深层成因分析等方面展开论述。第三部分为“吉民大孔子学院文化传播新实践”，主要对孔子学院所属教学点汉语教材使用，尤其是对孔子学院教学点中小学汉语教材使用情况做出概述和分析。第四部分为“吉民大孔子学院汉语水平考试突破瓶颈”，主要对吉尔吉斯斯坦汉语水平考试发展、吉民大孔院汉语水平考试发展做出概述，并阐释了吉民大孔院汉语水平考试存在主要问题及对策。第五部分为“吉民大孔子学院孔子课堂文化传播新探究”，主要介绍了吉尔吉斯国立民族大学孔子学院孔子课堂现状，并对中亚孔子课堂质量评估标准展开研究。第六部分为“创建中亚孔子学院综合文化交流平台新实践”，此部分提出中亚孔子学院开展文化传播和交流的必要性和可能性，文化综合平台建设的着眼点与着力点，并归纳出孔子学院开展文化传播的典型经验。

## （二）基本思路和方法

本书以中亚孔子学院中华文化传播为母题，以文化传播学、跨文化心理学、文化社会心理学、跨文化交际学、跨文化形象学、国际关系、社会文化学等相关学科理论为基础，采用综合性的研究方法，重点阐释在国际理解背景下，孔子学院文化传播方式的创新、中亚孔子学院中华文化传播的战略态势、优选方向和相关内容传播，并重点推介了三所中亚孔子学院文化传播典型案例，力求为中华文化走出去，塑造中国形象，提升中国文化软实力服务，努力营造客观友善的国际舆论环境。

本书将采用以定性研究为主，定性与定量研究相结合的方法。注重定