

美国高校中华文化传播活动的调查与思考

田 艳, 陈 森, 杜怡芬

中央民族大学国际教育学院, 北京

收稿日期: 2023年8月3日; 录用日期: 2023年8月31日; 发布日期: 2023年9月7日

摘要

中华文化海外传播活动是一种跨文化传播行为。美国是全球汉语教学水平较高、文化活动开展规模较为广泛的国家, 高校作为美国开展文化传播活动的主体, 日益成为宣传中国文化的重要平台。目前相关研究多针对某一特定区域展开, 一些研究文化传播活动样本量也较少。本研究首先收集2016~2022年36所美国高校近300场中华文化传播活动记录, 并对样本按照形式和周期进行分类统计和总体分析; 随后, 通过访谈调查法和个案分析法, 对美国文化活动传播较好的D大学进行个案调查。在此基础上, 从活动的系列性、多元性、创新性三个层面对美国高校中华文化传播活动进行特色分析。最后, 有针对性地提出了思考和建议。

关键词

中华文化传播活动, 美国高校, 汉语教学, 国际中文教育

Investigation and Reflection on Chinese Culture Communication Activities in American Universities

Yan Tian, Sen Chen, Yifen Du

School of International Education, Minzu University of China, Beijing

Received: Aug. 3rd, 2023; accepted: Aug. 31st, 2023; published: Sep. 7th, 2023

Abstract

The overseas communication of Chinese culture is a kind of intercultural communication behavior. The United States is a country with a higher level of Chinese language teaching and a wider scale of cultural activities. As the main body of cultural communication activities in the United States, colleges and universities have increasingly become an important platform for promoting

Chinese culture. At present, most relevant studies are either carried out in a specific region, and the sample size of cultural communication activities is also small. Firstly, this paper collects nearly 300 records of Chinese culture communication activities in 36 American universities from 2016 to 2022 by combining investigation and interview, and makes classified statistics and overall analysis of the collected samples according to form and cycle. Then, through the method of interview survey and case analysis, case investigation is carried out on D university in the United States with better cultural activities. On this basis, the paper analyzes the characteristics of Chinese culture communication activities in American universities from three aspects: seriality, pluralism and innovation. Finally, put forward the thinking and suggestions.

Keywords

Chinese Cultural Communication Activities, American Colleges and Universities, Chinese Language Teaching, International Chinese Education

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

跨文化传播是指来自不同文化背景的个人、组织、国家之间的交流[1]，是多主体共生共融的跨文化传播行为，是特定文化情境中的社会文化过程。随着中国综合国力的增强以及国际影响力的扩大，世界范围内开展汉语教学和中华文化传播活动的高校越来越多。高校作为美国开展文化传播活动的主体，在文化传播活动领域中扮演着倡导者、引领者、创新者的角色。各州高校结合当地特色，根据师资情况，开展多样化的中国文化活动。活动受到了美国汉语学习者的欢迎，取得了良好的传播效果，为美国的汉语教学发展、中华文化推广和中美跨文化交流提供了更广阔的空间。

近年来，针对美国中华文化传播活动的研究不断增加。在中国知网上，以“篇名”作为检索条件，输入关键词“美国文化活动”，检索出近5年与本文主题相关的13条。从传播主体来看，以孔子学院为主体的研究占84%，如付洁萍[2]、王丹和梁宇[3]等，而非孔子学院的相关研究较少；从传播内容来看，主要研究中华文化传播活动的现状、问题以及传播形式，如李万青[4]，谷甲斌[5]等。从研究方法来看，主要采用个案研究、理论分析等方法，而运用访谈和调查相结合方法较少；从样本数量看，针对某区域或者某高校文化活动的调查分析居多，如李梦珂[6]，针对较大样本数量的文化传播活动案例进行研究的较少。从活动时间来看，现有研究收集的样本多为2020年以前，其后的研究较少。

2. 研究设计

2.1. 研究对象

本文以美国高校中华文化传播活动为研究对象。针对美国高校官方媒体发布的信息以及国内外相关媒体的报道等，对美国高校中华文化传播活动进行调查统计。截至2022年12月，本文共收集到2016~2022年36所美国高校287场中华文化传播活动记录。

2.2. 研究问题

基于上述研究背景，本文主要提出以下研究问题：

- 1) 美国高校中华文化活动的总体传播情况如何?
- 2) 美国高校中华文化传播活动有何特色和借鉴之处?
- 3) 未来美国高校中华文化传播活动应如何开展?

2.3. 研究方法

主要采用内容分析法、访谈调查法、个案分析法和数据统计法对美国高校文化传播活动的具体情况展开分析。

内容分析法。通过对美国中华文化传播活动的总体情况(内容、形式等)进行调查整理和分析。在此基础上,归纳出美国中华文化传播活动的总体传播情况和特色,并提出未来展望。

访谈调查法。为了解美国高校中华文化传播活动的举办过程及背后更真实的情况,本文选取对美国不同高校的文化活动组织者进行访谈。在美国D大学的个案调查中,受访者为拥有5年教龄的汉语教师1位;在最后的建议和思考部分,我们访谈了在美国其他几所高校任教的汉语教师和文化活动组织者3位。

个案分析法。以美国开展中华文化传播取得良好效果的D大学作为个案,提炼出该大学中华文化传播活动的类型和特色。

数据统计法。选取2016~2022年美国36所院校高校的中华文化传播活动进行统计分析。按照活动呈现形式划分为中华文化体验活动、中华文化展览活动、语言文化赛事活动、文艺演出活动、专题讲座活动。以活动周期为依据,划分为定期性和临时性活动。

3. 美国高校中华文化传播活动情况调查分析

本文针对美国高校官方媒体发布的信息以及国内外相关媒体的报道,对美国高校中华文化传播活动活动进行调查统计。共收集美国36所高等院校在2016年4月至2022年2月期间举办的287场文化活动(不完全统计),平均每所高校举办文化传播活动8场。从活动院校的分布区域来看,这些院校基本分布为:美国东北地区12所、中部地区8所、西北地区8所、西南地区6所。具体分布状况见表1。¹

Table 1. Distribution of Chinese cultural communication activities in American universities

表 1. 美国中华文化传播活动举办高校的分布情况

地区	高校(所)	分布情况				
西北地区	8	犹他州 (2)	华盛顿州 (3)	蒙大拿州 (2)	明尼苏达州 (1)	
东北地区	12	纽约州 (3)	宾夕法尼亚州 (2)	新泽西州 (2)	马萨诸塞州 (4)	康涅狄格州 (1)
中部地区	8	俄亥俄州 (2)	密歇根州 (4)	密苏里州 (1)	堪萨斯州 (1)	
西南地区	6	俄勒冈州 (1)	亚利桑那州 (1)	加利福尼亚州 (1)	德克萨斯州 (1)	夏威夷州 (2)

由上表可见,本文所收集的举办中华文化传播活动的美国高校覆盖范围较为广泛。关于美国高校文化传播的活动类型,业界诸多学者的划分依据不尽相同。本文以“活动呈现形式”与“活动周期”为依据归类划分。

3.1. 按照活动呈现形式划分

陈涛、央青[7]按照活动交流的形式将传播活动归为表演、语言角、讲座、展览、联欢会、比赛6种,

¹本文所统计的数据截至日期均为2022年12月。

李万青以呈现文化定义的形式将活动划分为物质文化活动、行为制度文化活动、精神文化活动3种。结合以上学者的归纳方式,参考此次样本信息的覆盖类别,我们根据样本数据中文化活动的共同特征将其分成以下5种类型²:

1) 中华文化体验活动。指参与者亲身体验文化活动,近距离感受文化魅力。文化体验活动依照内容又可分为:传统节日体验活动、传统技艺体验活动、传统饮食体验活动、传统健身体验活动。节日文化体验活动主要涉及春节、中秋节、端午节等习俗体验;传统技艺体验活动涉及中国传统乐器、篆刻、书法、绘画等中国非物质文化遗产;传统饮食体验活动如包饺子、包粽子、茶艺等;传统健身体验活动如太极拳、气功、五禽戏、八段锦等。

2) 中华文化展览活动。通过展览会的形式举办,主要运用实物作品、利用有限的时空,展示文化的丰富性,为观展者提供了认识中国的机会。这类活动又可分为:传统文化用品展览、当代艺术作品展览、新时期中国形象展览。传统文化用品展览涵盖中医药、茶、书法、国画、文物、图书、版画、工艺品、服饰、剪纸等传统工艺;当代艺术作品展览包括当代文学、绘画、音乐、电影等;新时期中国形象展览包括“一带一路”倡议主题、改革开放40周年主题、当代发展成就主题、国家形象主题、中外友谊等。在本文的样本中,有关中华文化展览类的活动数量占比较多,且富有特色,如布莱恩特大学举办的“海上丝绸之路之旅”文化展览、田纳西大学举办的“第五届亚洲文化节展览”等。

3) 语言文化赛事活动。这类活动以比赛形式呈现,参与者通过参加比赛来完成文化交流和体验。这类活动一般分为综合比赛和单项比赛。综合比赛如“汉语桥”等,单项类比赛又可分为语言单项和艺术单项。在我们收集到的样本中,美国高校语言单项比赛占比较多,如定期举办的汉语演讲、朗诵、歌曲、汉字听写、作文等比赛。此外,艺术单项比赛类别也十分丰富,如中国书法、绘画、摄影、摄像、影视配音等比赛。

4) 文艺演出活动。这类活动是文化工作者以表演形式进行展示,以达到文化传播的目的。文艺演出主要有演奏、戏曲、歌曲晚会、武术、舞龙、舞狮表演等。演出的时间也多选取传统节日、当地传统节庆和纪念日、周年庆祝、中外建交等节点。

5) 专题讲座活动。这类活动以邀请学者专家进行座谈的方式,向受众讲授或培训相关知识,可分为文化专题讲座、中国现状专题讲座、中外关系讲座和文化分享讲座。文化专题讲座一般涵盖中国历史、哲学思想、少数民族文化、地理、服饰、建筑、中医药、戏曲、珠算等;中国现状讲座主题包括中国当代诗歌、文学、体育、法律、教育、经济、政策、商业环境等;中外关系讲座包括“一带一路”与孔子学院所在国家或地区发展关系,中国与孔子学院所在国家或地区关系、移民历史等;而文化分享讲座则主要包括汉语学习、教学、教师培训等。

本文对上述5大类传播活动进行了数据统计,详见表2。

Table 2. Distribution of Chinese cultural activities in American colleges and universities
表2. 美国高校中华文化活动类别分布

序号	活动名称	具体活动类别	举办场次
1	中国文化体验	节日、技艺、饮食、健身、夏令营	57
2	中华文化展览	文化用品、艺术作品、中国形象	36
3	语言文化赛事	综合类赛事、单项类赛事	20
4	文艺演出活动	文化演出	65
5	专题讲座活动	文化专题、中国现状、中外关系、培训教育	109
总计			287

² 文化活动分类的依据:由于文化活动内容有交叉,因此本文按照独立的文化活动场次进行分类统计。

3.2. 按照活动周期划分

根据统计时间段内活动举办的频率和周期，我们将活动分为定期性活动和临时性活动。

1) 定期性文化活动

定期性文化活动是指长期在固定时间内进行、具有周期性的文化活动。活动通常以一年为一个周期，特殊活动则以一个月为一个周期。在本研究样本所统计的 287 场文化活动数据中，定期活动共 231 场，所占比例高达 80.5%。

目前美国高校定期性文化活动主要分为年节性活动和非年节性活动。年节性活动主要包括中华传统民俗节日和国际中文日等活动。以威廉玛丽大学 2016~2022 年举办的活动为例，该校每年会定期举办“春节庆典”。非年节性活动则是不以节日为主导的活动类型，不过依然是按照固定的周期开展活动，如美国卫斯理安学院每年举办的“健康博览活动”。

我们对美国高校中一些有特色的定期性文化活动进行了梳理，详见表 3。

Table 3. Regular cultural activities in American colleges and universities

表 3. 部分美国高校定期性文化活动情况举隅

序号	活动分类	活动名称	高校名称(部分举例)
1	年节性活动	中秋文化活动	夏威夷(玛诺亚)大学
2	年节性活动	国际中文节活动	威廉玛丽大学
3	年节性活动	春节庆典活动	肯塔基大学
4	非年节性活动	中西音乐会	阿尔弗莱德大学
5	非年节性活动	“健康博览”活动	美国卫斯理安学院
6	非年节性活动	中国城市研究作家讲座	韦伯斯特大学

2) 临时性文化活动

临时性文化活动是指由高校依照教学需求，不定期或临时举办的文化传播活动。在本研究的数据样本中，临时活动共 56 例，占比 19.5%。不过临时活动内容的丰富程度远高于定期性活动，既包含传统文化又包含现代文化。传统文化活动如犹他大学孔院举办的“文房四宝”体验活动、托列多大学孔院的麻将体验等；现代文化活动如韦伯斯特大学孔院举办的作家见面会、美国卫斯理安学院孔院举办的“健康行”等。部分美国高校开展的临时性文化活动见表 4。

Table 4. Transient cultural activities in American colleges and universities

表 4. 美国高校临时性文化活动情况举隅

序号	活动类别	活动名称	高校名称
1	现代文化	布莱顿高中台湾交通专题讲座	犹他大学
2	现代文化	《欲望共和国》观影讨论会	韦伯斯特大学
3	现代文化	麦克尔·布纪念音乐会	美国瓦尔普莱索大学
4	传统文化	“在老子思想中寻求抗疫之道”讲座	威廉玛丽大学
5	传统文化	“中国传统之夜”夏令营	肯塔基大学
6	传统文化	世界太极日活动	阿尔弗莱德大学

4. 美国高校文化传播活动个案分析——以 D 大学为例

在拥有相对广泛数据的基础上，为了更加深入了解美国高校文化活动举办的真实情况，我们采用访

谈调查和个案分析的方法，就中华文化传播活动的具体组织与开展情况，对美国 D 大学进行了调查。

4.1. D 大学总体概况

D 大学建于 1892 年，是位于美国东部的一所公立研究型大学，共有 100 多个专业。该校致力于学生的多样化培养以及全球化发展，曾被“美国新闻与世界报道”(U.S. News)列入最好的大学名单之一。

D 大学十分重视中文项目及中华文化传播活动的开展，也为活动提供了强有力的支持。近年来，该校在汉语教学、文化活动、汉语师资培训、HSK (汉语水平考试)组织、中美文化交流等方面取得了较好的成绩，形成了较为典型的活动特色。

4.2. 受访者情况分析

受访者 M 老师的专业背景为汉语国际教育，自 2017 年起担任 D 大学的汉语教师，教龄 5 年。除参与汉语教学外，M 老师 5 年来在 D 大学组织策划、亲身参与了一系列卓有成效的中华文化传播活动，对 D 大学的中华文化传播活动有着较为深入的了解和认识。本文对 M 老师组织参与策划的中华文化传播活动进行了调研，并根据调研情况对 D 大学的文化活动特色进行了提炼。

4.3. D 大学中华文化传播活动的个案分析

根据受访者 M 老师所提供的活动具体信息，本文按照活动的内容和形式对 D 大学近 5 年的文化传播活动进行了分析。

第一，语言文化系列活动。语言文化系列活动是指将语言和文化相结合的系列性、定期性的活动。D 大学曾连续 5 年举办中文演讲比赛、“汉字酷”识字大赛、中文小品大赛系列活动。M 老师表示：“语言文化传播活动不但为广大美国大学生展现中文水平提供了舞台，也为激发学生学习中文、了解中国文化提供了宝贵的机会，利于学生在参与中更好地学习汉语并加深对中华文化的认知。语言文化系列活动的开展有利于形成品牌、扩大活动影响力。”

第二，传统节日演出活动。传统节日演出活动是指在中国传统节日当天举办的文艺演出活动，具有举办规模大、文化内容丰富、参与人数多、受众范围广等特点。D 大学每年都会举办新春晚会以及中秋晚会。学校邀请不同的演出团体为广大师生民众进行公开表演，同时会发动学校学生积极参与互动。M 老师认为：“除 D 大学的学生外，当地的社会民众也会前来观看此类演出活动。我们学校的这类活动反响不错，疫情之前的 2019 年中秋节晚会就吸引了 600 余人参加。”此类活动能够使美国学生和民众沉浸式地感受中国的节日气氛，加深对中国传统节日的了解。

第三，精品创新文化活动。精品创新活动是 D 大学所举办的具有创新性、代表性的文化活动。M 老师说：“D 大学 2020 年举办了视频配音表演活动。活动中，学生为《叶问》等中文经典影片中三分钟左右的小片段进行配音表演，非常有趣。以电影作为文化传播的载体举办活动，易于学习者接受。学生首先观看整部电影，再参与配音活动，这增加了活动的体验性和互动性。”此外，M 老师还多次带领美国学生到中国进行文化参观体验活动，每次活动为期两周。“这种近距离的中国文化体验活动能够让学生真正亲身感受当代中国的文化，对中国文化产生浓厚的兴趣，降低文化心理距离。”

第四，校园特色文化活动。校园特色文化是指为服务于学校的办学理念而举办的独具特色的文化活动。D 大学为了鼓励学生去中国留学，举办了多场“冰淇淋社交活动”，即邀请在中国留学过的学生向即将准备去中国留学的学生做经验分享。由于活动是在吃冰淇淋这样轻松愉快的氛围中进行，主办方将其命名为“冰淇淋社交活动”。此外，D 大学还定期举办“中美文化对比活动”，如将美国的万圣节和中国的中元节放在一起进行文化内涵的对比，让中美学生以聊天的方式对两种节日进行讨论。上述活动以一种更为符合美国本土文化特征的方式进行中华文化的传播。

5. 美国高校中华文化传播活动特色分析

在对美国高校中华文化传播活动进行了较为广泛的分类统计并对美国 D 大学文化传播活动进行个案分析后，我们从活动的系列性、多元性、创新性三个层面对美国高校中华文化传播活动进行特色分析，以揭示其深层特点。

5.1. 系列活动，打造文化活动品牌

美国高校在多年的文化活动实践中积极举办持续性的系列活动，在这一过程中，积累了较为成熟的品牌活动运作经验，逐步打造出了一批具有影响力和辐射力的文化品牌。

通过对美国 36 所高校的文化活动数量进行统计，我们发现，文化传播活动举办数量排名前列的学校均以举办持续性、系列性的活动为其重要的活动形式。比如，威廉玛丽大学在 6 年期间举办的中华文化传播专题活动共 73 例，仅“庆新春”系列性活动就多达 16 场，占比 22%；美国 D 大学也连续多年举办“汉字酷”识字大赛。

持续性、系列性活动的成功举办往往也会推动活动向规模化发展。一旦活动形成规模，其主办单位往往也不就再局限于某一单一的组织或群体，而采取联合举办的形式，从而形成了区域化的特色和优势。这也会间接促进活动参与人数的增加，活动的持续时间也会相应变长。比如威廉玛丽大学在成功举办本校的庆新春系列活动后，又先后在 2015 年与克里斯托弗海港大学、中国政法大学联合举办这类活动，2016 年该活动的参与人数达 6000 余人，形成了较大规模。目前该校已经将庆新春等活动主题打造为该校的文化品牌活动。

5.2. 多元活动，呈现立体文化圈层

美国高校的中华文化传播活动内容和元素丰富，既有表层文化的活动，又有深层文化的活动；既包含中国传统文化活动，又包含中国当代文化活动。呈现出了立体的文化圈层。

从文化层次上看，文化可以分为表层文化、中层文化和深层文化。表层文化即有形的物质文化，美国高校举办表层文化传播活动的数量众多，如阿拉巴马农工大学“旗袍秀”；中层文化即包含中国的社会制度及社会关系等，这类活动如美国特洛伊大学“学民俗、庆新春”活动；深层文化指精神文化或观念文化，这类活动如威廉玛丽大学举办的“天人合一”思想讲座。

从文化时间纵轴来看，文化可以分为传统文化和当代文化。中华文化既包含优秀的传统文化，也包含与时俱进的现当代文化，将博大精深的传统文化和开放创新的现代文化结合起来，有助于各国各区域的受众更加全面地了解中国文化。因此，在举办中华文化活动时，应创新传统文化的传播内容，将鲜活的当代文化融入其中。美国高校在推广中国文化的过程中，不仅注重传统文化，而且重视现当代中国的方方面面。如韦伯斯特大学举办的“中国当代城市研究作家”系列讲座，讲述了中国人民的便捷生活、当代中国城市的发展和生态能源等话题；太平洋路德大学和华盛顿州立大学联合举办的“第 26 届 ACPSS 国际会议——21 世纪博弈中崛起的中国”活动，展示了新时代中国的国际形象和社会面貌。

5.3. 创新活动，内容形式与时俱进

美国高校的中华文化传播活动随时间迭代更新，日益呈现出与时俱进的特点。当前中华文化传播活动的创新性主要体现在文化内容和形式的创新上。

文化活动内容的创新主要表现在活动的主题与时代紧密结合，紧扣社会时事。如威廉玛丽大学举办的“在老子思想中寻求抗疫之道”线上专题讲座，将疫情当下的时代特征与中国传统哲学思想融合在一起。犹他州立大学放映的纪录片电影《76》，以新冠疫情爆发早期为背景，展现了中国在疫情来袭时所

做的斗争与人类韧性，并就此话题对中国人的集体主义精神进行了讨论。

文化活动形式的创新主要体现在活动与当代技术的融合，最为明显的是活动比赛形式的更新。目前短视频在文化活动中的影响力越来越大，这一媒介能以不同以往的方式来重新诠释传统文化，由于具有趣味性和创新性，因此可以在短时间内进行高速传播。以阿尔弗莱德大学为例，该所大学在 2020 年举办的国际中文日微视频大赛形式新颖，获得了良好的反响。

6. 思考与建议

6.1. 增加美国文化活动的本土化特色

文化传播活动要有明确的“本土意识”^[8]。为了将中华文化传播活动成功融入美国的文化和社会，避免出现“水土不服”的现象。“在寻找中美文化契合点的基础上，应根据美国的本土特点进行语言和文化的推广工作。”在美国名校工作了近 20 年的 L 老师这么认为。具体来说，要做到以下两点：

一是要注重活动内容的本土化。在活动中适当融入本地文化，根据当地民众的需求，细分受众市场。当然，美国地域辽阔，社会文化多元，各地区均有不同的发展特色，因此地区间的差异较大。在访谈中，在美国学习工作近十年的 S 大学的 Z 老师也提到了这一点。因此，文化活动体现美国地域文化特色也是凸显本土化的重要方面。

二是要注重活动宣传的本土化。活动宣传内容要贴近当地人的阅读习惯，避免“中式表达”导致的误解和偏差。宣传渠道要与当地接轨，促进不同媒体间的互联互动，实现跨渠道、跨媒介的合作，有效增强文化传播的效果。

6.2. 建立文化活动的传播效果反馈机制

对美国高校中国文化国际传播的效果评估十分必要^[9]。目前在中华文化活动的传播效果方面，尚缺少全面的数据分析和反馈机制。W 大学的 H 老师认为：“在举办文化传播活动时，我们较少有正式的反馈，评估就更谈不上了。这需要在今后的活动中加强。”这种情况在中华文化传播活动中并不少见，举办者往往专注于办好活动本身，而较少对受众实际的体验进行调查和记录。在活动结束后，新闻报道也多为自我夸奖，较少对活动内容进行更深层次的思考。

重视活动的评价可以帮助组织者从受众角度全面、客观地评估文化效果，从而对活动内容进行更新，对活动环节进行调整，避免因为意见缺失使活动缺少弹性与活力。在活动举办的过程中，举办者可以通过提问的意见征询的方式，获取受众在文化活动过程中的即时体验和感受，以便在活动后进行反思。在活动结束后，要建立和启动受众反馈机制。可以向参与者发放反馈调查表，并建立受众数据库。及时分析活动过程中的问题，以便提升今后文化传播活动的质量。

6.3. 借鉴优秀文化传播机构的文化活动

可以积极借鉴其他优秀文化传播机构的经验及其文化活动传播的成功案例，提升美国高校中华文化传播活动的活力。如爱尔兰科克大学孔子学院一直致力于与中国积极开展文化交流与合作，成功地组织了大量的文化交流活动，例如“多彩校园，礼赞祖国”国庆活动、“科克孔院与我”交流会、“夏令营”系列活动等；再如非洲赞比亚大学孔子学院在每年盛大的非洲地区农展会上推介中国经济建设成就和独特的民俗文化。这些活动都是根植于本土文化背景进行的优质活动。可以借鉴这些活动举办的经验，拓展活动举办的思路，寻找中外民众共同关注的问题和兴趣点。

2023 年 7 月 1 日实施的《中华人民共和国对外关系法》明确提出，要大力推进国际传播能力建设，推动世界更好了解和认识中国，促进人类文明交流互鉴。深入分析中华文化传播的重要地区和机构类型，

关注美国高校中华文化传播活动的举办，必将对今后海外中华文化传播活动的开展给予有益的启示。

致 谢

感谢张一平博士对本文写作给予的大力支持。

参考文献

- [1] Hall, E.T. and Hall, M.R. (1987) *Hidden Differences: Doing Business with the Japanese*. Doubleday, New York.
- [2] 付洁萍. 美国 A 大学孔子学院中国文化活动形态描写[D]: [硕士学位论文]. 广州: 华南理工大学, 2018.
- [3] 王丹, 梁宇. 美国孔子学院文化活动研究[J]. 云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版), 2021, 19(2): 10-18.
- [4] 李万青. 孔子学院文化传播活动现状分析与思考[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2017.
- [5] 谷甲斌. 孔子学院文化活动现状及问题与对策[J]. 云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版), 2022, 20(1): 22-30.
- [6] 李梦珂. 美国密苏里大学孔子学院中华文化活动研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海师范大学, 2021.
- [7] 陈涛, 央青. 基于数据库的美国孔子学院文化交流活动分析[J]. 汉语国际传播研究, 2015(1): 147-156+199.
- [8] 王学松. 汉语国际教育语境下的“文化活动”刍议[J]. 云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版), 2014, 12(5): 1-5.
- [9] 李怀亮. 浅析中国文化走出去效果评估体系的构建[J]. 南开学报(哲学社会科学版), 2018(3): 68-75.