

中国文化在尼日利亚的传播现状——以纳姆迪·阿奇克韦大学孔子学院为例
THE CURRENT STATUS OF THE DISSEMINATION OF CHINESE CULTURE IN NIGERIA: A
CASE STUDY OF THE NNAMDI AZIKIWE UNIVERSITY CONFUCIUS INSTITUTE

MICHAEL PRAISE CHINECHEREM

Department of Chinese Language & Literature, Xiamen University, China.

Email: michaelpraise31@gmail.com

摘要

随着“一带一路”倡议的推进以及中尼关系的持续发展，中国文化在尼日利亚受到越来越多学习者的关注。孔子学院作为汉语教学和文化交流的重要平台，为尼日利亚学生接触中国语言与文化提供了现实途径。本文以纳姆迪·阿奇克韦大学孔子学院为个案，基于文化传播理论和拉斯韦尔 5W 传播模式，采用问卷调查、访谈和参与式观察相结合的方法，考察该孔子学院在中国文化传播中的传播主体、传播内容、传播渠道、传播受众和传播效果。

研究共回收学生有效问卷 115 份、教师有效问卷 10 份，并对 4 名教师及孔子学院中方院长进行访谈。研究发现，学生整体上对中国文化和文化活动持积极态度，尤其对中国节日、饮食文化、传统音乐舞蹈及互动体验类活动兴趣较高；汉语课程、文化活动和社交媒体是学生接触中国文化的主要渠道。教师普遍在语言教学中融入文化内容，并认为文化教学有助于提升学生的汉语学习兴趣和跨文化理解能力。与此同时，文化传播仍受到师资不足、教学任务繁重、设备与活动资源有限、宣传渠道单一、学生流动性较大以及部分文化内容理解难度较高等因素制约。

基于上述发现，本文建议孔子学院进一步优化文化课程内容，提高文化活动的常态化和包容性，加强线上线下宣传，深化中国文化与尼日利亚本土文化的互动融合，并改善师资与基础设施条件，以提升中国文化在尼日利亚传播的实际效果。

关键词：中国文化；尼日利亚；孔子学院；文化传播；文化活动。

Abstract

With the advancement of the Belt and Road Initiative and the sustained development of China-Nigeria relations, Chinese culture has attracted increasing attention among learners in Nigeria. As an important platform for Chinese language education and cultural exchange, the Confucius Institute provides Nigerian students with practical access to Chinese language and culture. Taking the Confucius Institute at Nnamdi Azikiwe University as a case study, this paper draws on cultural dissemination theory and Lasswell's 5W model to examine the communicator, content, channels, audience, and effects of Chinese cultural dissemination.

The study adopts questionnaires, interviews, and participant observation. A total of 115 valid student questionnaires and 10 valid teacher questionnaires were collected, and interviews were conducted with four teachers and the Chinese director of the Confucius Institute. The findings show that students generally hold positive attitudes toward Chinese culture and cultural activities, especially Chinese festivals, food culture, traditional music and dance, and experiential activities. Chinese language courses, cultural activities, and social media constitute major channels through which students encounter Chinese culture. Teachers commonly integrate cultural elements into language teaching and regard cultural instruction as helpful for improving students' motivation and intercultural understanding. However, cultural dissemination is still constrained by insufficient teaching staff, heavy teaching workloads, limited facilities and activity resources, insufficient publicity, high student mobility, and the difficulty of understanding certain cultural topics.

The paper therefore suggests optimizing cultural course content, increasing the regularity and inclusiveness of cultural activities, strengthening online and offline publicity, deepening the interaction between Chinese culture and Nigerian local culture, and improving teaching resources and infrastructure so as to enhance the effectiveness of Chinese cultural dissemination in Nigeria.

Keywords: Chinese culture; Nigeria; Confucius Institute; cultural dissemination; cultural activities.

1.0 研究背景

随着国际交流的不断加深，文化在国家间互动中的作用日益凸显。相较于单纯的经济往来，文化交流在增进相互理解、塑造国家形象方面具有更为深远的意义。在此背景下，中国文化伴随国家综合实力的提升逐渐走向世界，并成为国际社会认识中国的重要途径之一。近年来，中国与尼日利亚在政治、经

济和文化等领域的交往日益密切，尤其是在“一带一路”倡议的推动下，为中华文化在尼日利亚的传播提供了良好平台，也不断提升了尼日利亚社会对中国文化的兴趣与关注。

在这一背景下，孔子学院作为中国政府推动设立的非营利性教育机构，在中外文化交流中发挥着桥梁作用。孔子学院不仅是汉语教学的重要平台，也是中国文化对外传播的重要阵地。语言教学在其中具有基础性地位，因为语言本身就是文化的重要载体。在教学实践中，通过词汇、语法、文化主题课程以及对语言背后风俗习惯与思维方式的引导，学习者不仅掌握了语言工具，也逐渐理解并接受了与语言相伴随的中国文化。

根据 2023 年的相关数据，孔子学院已在全球 160 个国家和地区建立了 496 所孔子学院和 757 个孔子课堂，每年开设约 4 万门中文课程，注册学员超过 100 万人，并举办 1500 余场学术交流活动，参与人数接近 20 万人次。

在尼日利亚，孔子学院的发展亦初具规模。纳姆迪·阿奇克韦大学孔子学院（以下简称“韦大孔院”）自 2008 年成立以来，逐步发展成为中国在尼日利亚推广汉语和中国文化的重要平台。该孔子学院通过系统的汉语课程培养了大量本土汉语学习者，并通过文化活动、汉语桥比赛、书法课程和太极教学等形式，将中国传统文化融入教学过程之中，增强了尼日利亚学生对中国文化的兴趣与认同。

然而，尽管孔子学院在推动中国教育与文化交流方面取得了一定成效，中国文化在尼日利亚的传播仍面临诸多现实挑战。因此，有必要进一步探讨中国文化在尼日利亚的传播现状，尤其是以纳姆迪·阿奇克韦大学孔子学院为案例开展深入分析，以期对孔子学院优化文化推广策略提供具有针对性的建议，并在一定程度上填补相关研究领域的空白。

2.0 文献综述

围绕中国文化海外传播与孔子学院文化传播的研究，学界已形成较为丰富的成果，研究议题主要集中在传播主体与策略、传播渠道与媒介形态、跨文化传播障碍及传播效果评估等方面（张琼、梁力军，2023；王灵玲、刘乐、时映梅，2021）。但总体而言，针对尼日利亚语境、尤其以孔子学院为核心的系统性、实证性研究仍相对有限（程孟伟，2021；叶文婷，2020）。为明确本文研究定位，现将相关研究梳理如下。

2.1 中国文化海外传播研究

2.1.1 中国文化对外传播策略

关于传播主体构建，部分研究强调应推动政府之外的社会组织、企业与个体参与国际传播，以形成多元主体协同，提升传播灵活性与受众接受度（张琼、梁力军，2023）。同时，也有研究指出政府在政策制定、资源供给与国家文化形象塑造方面仍具有不可替代的作用，能够保障传播的系统性与持续性（王灵玲、刘乐、时映梅，2021）。此外，有学者认为政府引导与民间推动并非对立关系，可通过政策引导促进民间文化传播力量更有针对性地开展工作（徐龙超，2018）。

在“一带一路”背景下，国际合作被普遍视为提升传播嵌入度的重要策略，通过与当地机构、学术组织和媒体建立合作关系，可增强传播的在地化效果（王灵玲、冯昊艳、贾茹，2021）。但也有研究提醒，若过度依赖官方合作渠道，可能引发部分国家或地区的警惕心理，从而影响传播效果，因而政府引导与民间主体活力之间的平衡仍值得进一步讨论（贺琳，2023）。

2.1.2 中国文化对外传播途径

关于传播途径，数字媒体已成为中国文化海外传播的重要渠道。研究发现，媒体平台通过内容呈现与语言表达方式的策略调整，可提升文化信息的可理解性与传播效率（李燕妮，2024）。与此同时，也有研究指出，数字媒体虽能丰富传播形式并增强互动性，但仍可能存在内容深度不足与可持续性存疑的问题（陈平、郭梦垚、高泽，2024）。在新媒体环境下，文化传播也可能出现内容碎片化、系统性理解不足等风险（李嘉铭、潘红艳，2019）。

基于此，部分学者提出数字传播难以完全替代实体文化交流与教育推广，应加强实体文化机构建设并结合本土化策略，使文化传播更深入融入当地社会（刘海燕、刘敏，2020）。与此同时，文化遗产推广在提升国家文化软实力方面具有重要价值，但其传播效果亦可能受到海外受众兴趣差异与文化背景差异的限制（陈平、郭梦垚、高泽，2024；刘海燕、刘敏，2020）。因此，有研究强调文化传播不应仅依赖传统遗产符号，而应结合现代文化符号与受众心理，提升认同与代入感（包霄林、戚鸣，2013）。

2.1.3 中国文化对外传播挑战

关于传播挑战，研究普遍认为中华文化跨媒介叙事虽可拓展传播维度，但仍面临西方文化霸权压力、叙事主体合力不足、叙事内容现代性融入不足与叙事效果不理想等问题（陈盼盼、孙绍勇，2024）。在汉语国际教育领域，学者强调汉语国际教育不仅是语言教学，也承担文化传播使命，但文化传播与语言教育融合仍面临困难，需在创新传播方式与文化适应方面持续探索（黄庆丰，2021；赵歌川，2020）。

在“一带一路”沿线文化传播实践中，文化差异、语言交流困难、人才储备不足及传播主体结构单一等问题也被反复提及（邹蕾，2019）。数字传播虽降低成本并提升速度，但仍受国际版权体系限制与数字化内容建设不足等因素制约（王春林，2014）。此外，跨文化传播中的语言符号差异与信息碎片化易引发信息误读，从而影响传播有效性（隆志秀，2014）。一些研究还指出，中国文化对外传播力整体仍显薄弱，文化传播力提升在现实层面更为紧迫（曹胜强，2014），文化差异亦可能影响海外受众的审美与消费偏好，进而影响文化产品接受度与传播效果（王娟，2013）。

2.2 孔子学院中国文化传播研究

在孔子学院研究方面，相关成果多以具体国家或地区孔子学院为案例，围绕传播内容、传播方式、传播主体与传播效果展开分析，并提出改进建议。例如，有研究关注孔子学院文化传播内容与方式的不足，提出应加强传统文化与现代文化结合、提升活动质量与影响力（钱娜，2023）。也有研究聚焦本土教师课堂文化教学现状，指出其面临文化知识积累不足、教学经验不足、课堂时间有限等问题，并提出提升教师文化素养与改进教学内容形式的建议（别娜吉拉，2022）。

在传播路径与媒介方面，有研究指出中国文化传播主要依托政府倡议、孔子学院、民间商业交流、来华留学生与跨国旅游等多种渠道，其中媒体路径尤为关键，但仍面临语言障碍、文化差异与传播渠道受限等问题（胡戈，2024）。同时，基于“5W”传播模式分析孔子学院文化传播的研究逐渐增多，相关成果指出孔子学院在机构合作与受众覆盖等方面具有优势，但在传播者能力、内容深度、互动性、媒介运用与受众细分等方面仍存在不足，需加强师资培训、提升本土化内容与互动机制，并完善评估体系（罗晒婵，2022）。

此外，针对具体国家或地区孔子学院的研究指出，孔子学院文化传播需因地制宜，增强与受众互动，以促进更自觉的文化认同（刘权、赵洋，2019）。也有研究认为孔子学院文化活动形式虽丰富，但存在专业文化传播者不足、活动深度不够、宣传时效性不足等问题，需加强专业化团队与社交媒体运用（朴圭兑，2019）。在宏观层面，还有研究指出孔子学院在全球化背景下既是文化桥梁，也会受到地缘政治与文化霸权影响，因而需结合所在国国情制定更具本土化的传播策略（陈李戈瑞，2018；郑雨晨，2021）。

2.3 尼日利亚孔子学院相关研究

截至2025年，尼日利亚主要设有纳姆迪·阿齐克韦大学孔子学院与拉各斯大学孔子学院两所孔子学院。相较于全球范围孔子学院研究，尼日利亚相关成果仍较为稀少，且不少研究以汉语教学为切入点，文化传播多为附带讨论（周品，2019）。

在现有成果中，程孟伟（2021）以纳姆迪·阿齐克韦大学孔子学院为主要研究对象，通过问卷与访谈调查学生对文化课程、教材内容、教师教学方式及多媒体工具使用等方面的反馈，并梳理学生通过孔子学院、中国影视与中国商品等渠道接受中国文化的情况，较为系统地呈现了学习者文化接受图景（程孟伟，2021）。

叶文婷（2020）关注尼日利亚语境下文化教学与汉语教育融合问题，指出文化教学实践面临体系不完善、缺乏专业文化教师、教材适配性不足与教学环境欠缺等问题，并建议构建系统化文化课程与更具针对性的教学案例（叶文婷，2020）。刘颖（2017）对纳姆迪·阿奇克韦大学中国文化课教学进行实地调查，认为在学生兴趣与基本条件具备的基础上，仍需在课程性质、课时设置、教学目标、教学内容选择与考核方式方面进一步优化（刘颖，2017）。

2.4 文献综述总结

总体而言，关于中国文化海外传播的研究在传播策略、传播途径与传播挑战方面已较为丰富（张琼、梁力军，2023；陈盼盼、孙绍勇，2024）。孔子学院研究也积累了大量案例分析与经验总结，并逐渐引入“5W”模式开展结构化分析（罗晒婵，2022）。但聚焦尼日利亚语境、以孔子学院文化传播为核心，并对传播内容、渠道、受众与效果机制进行系统分析的研究仍明显不足（程孟伟，2021；叶文婷，2020）。因此，本文以纳姆迪·阿齐克韦大学孔子学院为例，在文化传播与跨文化交际相关理论参照下，引入拉斯韦尔“5W”传播模式，从传播者、传播内容、传播渠道、受众与传播效果等维度分析中国文化在尼日利亚的传播现状，以期为孔子学院优化文化传播实践、提升传播实效提供更具针对性的参考。

3.0 理论框架与研究方法

3.1 理论框架

本文在分析中国文化在尼日利亚的传播现状时，主要以文化传播理论与跨文化交际理论为理论基础，并引入拉斯韦尔“5W”传播模式作为具体分析工具，从而对孔子学院文化传播实践进行系统考察。

3.1.1 文化传播理论

文化传播，又称文化扩散，是研究文化在社会中传播、演变及被接受过程的理论体系，关注文化符号在不同社会群体之间的流动方式及其所受的影响因素（武斌，1998）。从本质上看，文化传播是人类社会中普遍存在且不可避免的现象，通过持续的交流与互动，文化得以保存、延续并不断发展。

人类学家萨皮尔指出，几乎所有文化形式和社会行为的表现，都在不同程度上涉及传播过程（郑全全，2017）。季羨林亦强调，文化交流是人类社会发展的重要动力，许多看似日常的文化现象背后，往往蕴含着复杂而深远的交流历史。这一理论视角为理解中国文化在海外传播的必然性与长期性提供了重要依据。

在孔子学院语境下，文化传播并非单向输出，而是通过语言教学、文化活动与社会互动等多种方式，在传播者与受众之间不断发生协商与重构。因而，文化传播理论为本文分析孔子学院如何在尼日利亚社会中推动中国文化传播提供了宏观理论支撑。

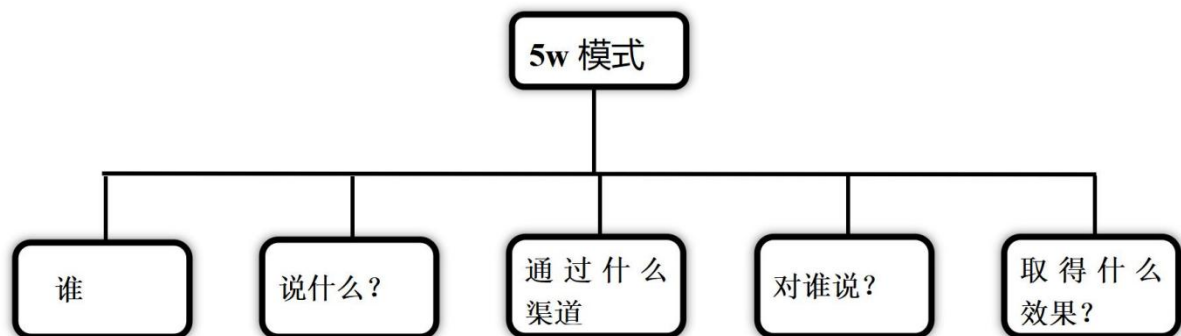
3.1.2 跨文化交际理论

跨文化交际理论由霍尔（Edward T. Hall）于 20 世纪中期提出，主要探讨不同文化背景个体之间如何进行信息交流、理解行为意义并处理文化差异（Hall，1991）。该理论认为，跨文化交际不仅涉及语言层面的交流，还涵盖价值观、思维方式、行为规范等更为深层的文化因素。

Gudykunst（2007）指出，跨文化交际本质上是一个符号交换与意义建构的过程，不同文化背景的交际者需在互动中不断协商，以达成双方能够接受的共同意义。Ting-Toomey（1999）亦强调，跨文化交际的有效性取决于交际双方对文化差异的认知程度及其调整能力。

在中国文化海外传播过程中，跨文化交际理论有助于解释文化接受程度的差异性。尼日利亚学习者在接受中国文化时，不仅受到语言能力的影响，也受到本土文化背景、价值观念及社会环境等因素的制约。因此，将跨文化交际理论引入分析，有助于更深入地理解孔子学院文化传播过程中可能出现的理解偏差与适应问题。

3.1.3 拉斯韦尔“5W”传播模式



拉斯韦尔于 1948 年提出“5W”传播模式，指出任何传播活动都可从五个基本要素进行分析，即“谁传播（Who）—传播什么（What）—通过何种渠道（Which channel）—对谁传播（To whom）—产生何种效果（What effect）”（Lasswell，1948）。

该模式为传播研究提供了清晰的分析框架，分别对应传播者分析、传播内容分析、传播媒介分析、受众分析与传播效果分析。尽管后续学者对该模式进行了补充与修订，但其核心结构至今仍具有较强的解释力。

在孔子学院文化传播研究中，已有学者尝试运用“5W”模式对文化活动进行系统分析，认为该模式有助于揭示传播过程中各要素之间的内在关系（罗晒婵，2022）。基于此，本文将“5W”传播模式作为主要分析工具，从传播主体、传播内容、传播渠道、受众特征与传播效果等维度，对纳姆迪·阿奇克韦大学孔子学院中国文化传播实践进行具体分析。

3.2 研究方法

为全面了解中国文化在尼日利亚孔子学院的传播现状，本文采用问卷调查法、访谈法与观察法相结合的研究方法，通过多种数据来源进行交叉验证，以提高研究结论的可靠性。

3.2.1 问卷调查法

本文设计了两份问卷，分别面向孔子学院及中文系学生和教师群体。学生问卷主要用于了解其参与中国文化课程与文化活动的情况、对相关文化内容的认知程度，以及文化活动对其学习和生活产生的影响；教师问卷则侧重调查其在文化教学与文化活动组织中的实际经验、面临的困难及对孔子学院支持机制的需求。通过对问卷数据的统计与分析，评估孔子学院文化教学与文化活动的整体效果。

3.2.2 访谈法

在问卷调查的基础上,本文进一步对孔子学院的中方教师、本土教师以及管理人员进行了半结构化访谈。访谈内容主要围绕文化课程设置、文化活动实施情况及传播效果等方面展开,以弥补问卷调查中难以深入反映的问题。同时,通过对孔子学院负责人进行访谈,从管理与决策层面了解文化传播实践的整体运行情况,从而增强研究的深度与解释力。

3.2.3 观察法

此外,本文结合课堂观察与文化活动观察,对孔子学院日常教学与文化活动开展情况进行记录与分析。笔者曾作为孔子学院学习者参与相关课程与活动,因而能够在研究过程中结合自身学习体验与实际观察,对文化传播过程进行补充说明。这种参与式观察有助于获取第一手资料,从而更全面地呈现孔子学院中国文化传播的实际情境。

4.0 传播现状分析:基于问卷调查的研究结果

本研究以拉斯韦尔“5W”传播模式(Who-What-Which channel-To whom-What effect)为分析框架,对纳姆迪·阿奇克韦大学孔子学院中国文化传播现状进行归纳呈现(Lasswell, 1948)。数据主要来自两份在线问卷:教师问卷共回收 10 份有效样本,学生问卷共回收 115 份有效样本(孔子学院学生与中文系学生数量大体均衡)。以下结果按“传播主体—受众—媒介渠道—传播内容—传播效果”五个维度进行总结。

4.1 Who: 传播主体(传播者)现状

从教师问卷来看,孔子学院文化传播与教学工作主要由公派教师承担,同时也包括本土教师、志愿者教师与院方管理者等。整体师资队伍以青年与中年教师为主,教学经验总体较为稳定,具备较扎实的教学与文化融入基础。

在文化活动组织频率方面,教师反馈显示文化活动整体以“低—中频”开展为主,活动多集中在年度节点性安排,较少形成高频常态化机制。这一特点与后续教师提出的“时间与资源约束”密切相关(详见传播效果部分)。

此外,针对“面向非孔子学院学生的文化活动”,教师中仅部分人参与组织,未参与者的主要原因集中在教学任务与时间安排压力、资源与经费限制,以及活动策划与支持不足等方面。值得注意的是,教师普遍并不担忧“学生参与度不足”会成为阻碍,说明受众参与意愿并非主要问题,限制更多来自运行条件与组织支持层面。

4.2 To whom: 传播受众现状(学生群体画像)

学生问卷显示,孔子学院与中文系的受众总体以青年学习者为主,且女性比例明显更高。受众的学习身份较多元,既包括大学在读学生,也包括部分未进入大学、以语言学习与未来发展为目标的学习者。

在学习经历方面,学生整体汉语水平以中级阶段为主;学习年限多集中在 1-2 年,长期持续学习至较高等级的比例相对较少,体现出一定流动性特征。赴华经历总体有限,多数学生尚未到过中国,这意味着其对中国文化的了解主要依赖在地课程、活动与媒体渠道。

在学习动机上,学生选择汉语学习的理由以职业发展与就业竞争力为主,同时也有相当比例出于对中国文化的兴趣。总体来看,受众的学习目标具有明显的“现实发展导向”,文化兴趣与职业需求相互交织。

4.3 Which channel: 传播媒介与渠道使用情况

从教师视角看,孔子学院开展文化传播最常采用的方式集中在两类:一类是“互动体验式”方法(如现场参与、动手尝试等),另一类是“讲座/演讲式”方法;与此同时,图片视频、实物展示等直观材料也是常见辅助手段。总体体现出教师倾向于通过“可体验、可展示”的方式增强学生感知与参与。

在资源获取方面,教师问卷呈现出高度一致:教师普遍认为文化传播材料获取存在困难,尤其集中在活动组织所需资源与文化展示类材料不足等方面。这一问题也直接影响活动形式的丰富性与组织频次。

从学生视角看,受众初次了解孔子学院的渠道以“熟人/亲友推荐”为主,“学校推荐”次之,而“社交媒体/网络广告”占比较低。这表明孔子学院的传播仍以口碑扩散与校园系统为核心,新媒体触达尚有提升空间。

在“了解中国文化的渠道”上,学生最主要的来源是汉语课堂;此外,社交媒体平台(如短视频与视频网站)也已成为较重要的信息来源。传统媒体、与中国人的接触互动、文化工作坊与竞赛类活动等渠道亦发挥补充作用,但覆盖面相对有限。

4.4 What: 传播内容结构与接受差异

教师问卷显示,孔子学院的课程重心明显以语言教学为核心,文化内容主要通过“语言课中融入文化”与“文化活动”两条路径呈现。教师普遍认同文化内容对语言学习的重要支撑作用,并在课堂中较常融入节日、美食、传统音乐等“具象且易体验”的文化主题。

关于学生在文化理解中遇到的难点,教师侧认为部分文化内容存在理解与接受障碍,其中以历史背景、宗教相关内容的理解难度更为突出;语言习俗与礼仪表达也被提及为需要适应的方面。相对而言,节日文化因直观性更强,理解难度较低。

学生问卷进一步呈现出较清晰的兴趣结构:学生对行为文化与物质文化(如节日、风俗、武术、饮食、服饰等)兴趣与接受度更高;对制度文化与精神文化等相对抽象内容的兴趣与理解度较低;同时,当代中国相关内容因贴近现实与全球传播环境,整体了解度相对较高。整体而言,受众更偏好“可见、可感、可参与”的文化内容形态。

在“理解中国文化的困难”方面,学生反馈主要集中在文化差异、语言障碍、与中国人互动机会有限、学习时间不足等因素;此外,也有部分学生提到文化活动与文化课程数量有限、教材与学习材料不足等问题。这些因素共同影响受众对文化内容的深入理解与稳定参与。

4.5 What effect: 传播效果

从教师视角看,文化活动被认为对学生了解中国文化具有明显促进作用,且普遍能够提升学生参与课堂学习的积极性。教师整体认可文化活动对学生汉语水平提升具有帮助,同时认为节日庆典与亲身体验类活动在传播效果上更为突出,比赛、演出、展览等形式亦具有一定成效。

影响传播效果的关键因素主要体现为结构性约束。教师普遍认为班级规模偏大对教学互动与学习支持形成压力,具体表现为个别关注不足、互动减少、课堂管理难度提升、课程设计难以兼顾差异化需求,以及教学资源与辅助支持不足等。与此同时,教师对文化活动的满意度问题也更多集中在人力、经费与场地等条件限制上。对应的改进建议则集中在:增加资源投入、丰富活动形式、提升互动机会、加强本地化内容融入、扩大活动宣传与覆盖面等。

从学生视角看,多数学生对孔子学院提供的文化资源与活动整体评价较积极,书籍、文化活动、讲座等资源获得较高认可;但在应用程序、电影与视听材料等方面,评价更分散,显示在可及性、推荐方式与多样性方面仍可优化。学生在学习过程中所遇挑战中,“缺乏个性化关注”“文化活动有限”“注册与课程安排延迟”等因素较为突出。

在文化与语言学习关系上,学生反馈显示:对中国文化理解不足可能影响其口语表达、对中国人日常交流习惯的理解、教材理解以及考试表现;同时,也有部分学生认为影响不明显,说明传播效果存在个体差异。

在价值观与行为层面,学生普遍表示学习中国文化后对中国社会、日常生活、历史与现代发展等形成新的理解,并在一定程度上采纳了部分生活习惯与价值取向(例如更重视教育、更强调时间管理、在人际交往中更注重礼貌与尊重等)。多数学生认为学习中国文化有助于其在与中国人交往或工作场景中更有效沟通,并提升了赴华学习或了解中国的意愿。开放性反馈总体肯定文化学习带来的积极变化,同时集中提出希望扩大活动频率与覆盖面、提供更丰富材料与支持、增加沉浸式交流机会等建议。

4.6 韦大孔子学院文化传播的访谈研究

为补充问卷调查结果,本研究对纳姆迪·阿奇克韦大学孔子学院教师及中方院长开展半结构式访谈。访谈旨在从实践层面了解孔子学院文化传播的组织方式、课堂融入路径、媒介使用情况及现实挑战,以增强问卷数据解释力。因研究者不在当地,本次访谈通过线上方式完成,单次约30—45分钟;访谈在征得同意后录音,并围绕“传播者—内容—媒介—受众—效果”主题进行整理归纳。

4.6.1 教师访谈结果

(1) 传播者

受访教师的工作以语言教学与考试培训为主,涵盖HSK综合课、口语课与汉语桥选手训练;中文系教师同时承担中国文化课与论文写作指导。总体来看,文化传播工作多与语言教学、赛事训练及学校节点活动相叠加,教师普遍反映教学任务繁重,使文化活动难以形成稳定高频的常态机制。

(2) 传播内容

教师普遍认可“语言与文化相互支撑”。公派教师多在语言课堂中穿插节日、饮食、习俗等内容,讲授频率往往随课文主题与教学进度变化;在汉语桥备赛阶段,文化讲授更集中、更系统,但受益者主要为经筛选的小规模学生群体。中文系教师则以专门文化课程为主,按学校教学计划系统推进。由此可见,文化传播存在“面向全体学生的嵌入式输入”与“面向竞赛/专业群体的集中式输入”并存的结构特征。

(3) 传播媒介

教师普遍采用视频、图片与少量实物辅助教学,并通过体验式活动增强理解,如美食体验、太极/功

夫练习、歌舞展示等。但多位教师强调网络、电力与设备条件不足，限制了多媒体材料的稳定使用，导致一些文化呈现方式只能在条件允许时开展，难以持续化、规模化实施。

(4) 传播受众

教师观察到学生对饮食体验与节日庆祝类活动热情最高，参与门槛较低、体验感强的形式更易形成传播效果。相对而言，较抽象或需要较高语言基础的内容更难引发持续兴趣。对于如何提升参与度，教师多提到竞赛化机制（如书法、朗诵等）能有效带动参与；同时也指出大班教学、课时紧张、物资匮乏会削弱学生参与感，使参与机会更易集中于积极表现或语言能力较强的学生。

(5) 传播效果

教师整体认可文化活动对激发学习兴趣、促进理解具有积极作用，但效果与学生参与度密切相关：积极参与、语言基础较好的学生受益更明显；而参与较少或学习周期较短的学生更可能停留在“感性观看”层面。此外，教师也提到古诗词等内容跨文化解释难度较高，学生对现代化、趣味性内容的接受更快，提示文化教学需要在内容选择与呈现方式上更贴近受众的理解路径。

4.7 院长访谈结果

院长从管理层面指出，孔子学院工作重心仍以汉语教学为主，教师任务繁重叠加资源不足，使文化活动多集中于春节、汉语桥等关键节点，难以形成持续稳定的文化推广体系。宣传方式以通知与邀请为主，线上传播受平台使用差异及网络条件影响较大；同时出于安全与组织成本考虑，活动多在校园内部开展，校外扩展受限。院长强调，报名需求远超接纳能力，师资、设备、电力与网络等基础条件不足，是制约教学与文化传播进一步提升的关键因素。

4.8 小结

访谈结果与问卷发现相互印证：韦大孔院文化传播在节日、饮食、表演等体验性活动中更易形成可见成效，但总体仍受师资、资源、基础设施与组织条件限制，导致活动呈现“节点化、集中化”特征。文化传播效果存在明显差异性：对高参与度学习者促进更显著，而对参与不足者影响相对有限。基于此，后续“思考与建议”应聚焦课程结构优化、活动可及性提升、传播渠道适配与资源保障机制完善。

5.0 纳姆迪·阿奇克韦大学孔子学院传播中国文化的思考与建议

5.1 对文化传播内容的建议

1. 优化课程结构，提升文化输入的稳定性

访谈显示，文化教学在很大程度上依附语言教材与课堂进度，导致文化输入的连续性与系统性不足。建议在语言课程中设定相对固定的文化模块，将节日、饮食、礼仪等内容以“可持续、可累计”的方式纳入教学节奏，并辅以适合学习者的文化读物与延伸材料，使学生在课外也能持续接触文化内容，避免文化学习完全被教材主题所左右。

5.1.2 提升活动包容性，扩大参与面

部分学生认为文化活动机会有限，且更易向语言能力较强的群体集中。建议在活动设计上降低门槛，通过分层参与、双语引导、体验式环节等方式，使不同语言水平的学习者都能进入文化体验过程，减少“语言水平成为文化参与障碍”的感受。同时，文化活动不宜仅在节日或比赛节点集中，宜形成学期内较稳定的活动节奏，以提升参与机会的公平性与持续性。

2. 强化互动体验与竞赛机制，提高学习有效性

问卷与访谈均表明体验式活动更易激发兴趣。建议在书法、诗歌、礼仪等内容教学中增加实践环节，并通过小型竞赛或作品展示机制带动参与，使学生在准备与呈现过程中完成更深入的理解与记忆巩固。竞赛不必等同于高门槛赛事，可采用班级层面、课堂层面的轻量化形式，强调参与展示而非淘汰。

5.2 对文化传播渠道的建议

1. 加强与本地媒介使用习惯匹配的线上传播

问卷显示学生了解孔院主要依赖熟人推荐，线上渠道影响较弱；院长亦指出宣传以通知为主。建议孔院在更贴近当地学生使用习惯的平台持续发布内容，减少单向“通知式传播”，转向可转发、可参与的内容形态，如活动片段、学生学习故事与短视频内容，以提升触达率与互动性。

2. 借力校园与本地大型活动，扩展线下展示窗口

教师访谈表明迎新、毕业典礼等节点具备高关注度。建议孔院在学校大型活动及本地文化节等场景中增加可互动的中国文化展示（如体验摊位、小型工作坊、节目展示），通过“观看—参与—理解”的路径扩大传播覆盖与记忆点。

3. 深化与本地学校合作，扩大受众基础

访谈提到附属中小学与国际学校活动可成为稳定平台。建议通过校际合作开展面向中小学的文化体验项目，形成更早期、更持续的文化接触链条，并带动家庭与社区对孔院的认知与支持。

5.3 对文化传播主体的建议

1. 5.3.1 缓解供需矛盾，探索多点布局与教学点扩展

报名需求远超接纳能力，导致潜在学习者被动流失。建议在条件允许情况下探索教学点扩展或区域化布局，以分担集中报名压力，并提升文化传播的空间覆盖。

2. 强化本土师资培养与留任机制

访谈反映本土教师短缺与薪资结构相关，且大班教学削弱个体关注与教学质量。建议通过更合理的职业支持与发展路径提升教师岗位吸引力，同时加强对学生的职业引导，使“汉语教学”成为可持续的本土职业选择，从而提升长期供给能力。

5.3 结论

在“一带一路”倡议和中非合作论坛机制的推动下，中尼两国在教育、人文与文化领域的交流不断深化，中国语言与文化在尼日利亚社会中的影响力日益增强。作为中国对外语言文化传播的重要平台，孔子学院在促进汉语教学、传播中国文化以及推动中尼民间交流方面发挥了积极作用。尼日利亚孔子学院的发展，为当地学习者提供了系统接触中国语言与文化的渠道，也为中尼人文交流注入了持续动力。

本文以纳姆迪·阿奇克韦大学孔子学院为研究个案，围绕中国文化在尼日利亚的传播现状展开分析。在梳理中尼文化交流背景及相关研究文献的基础上，发现现有研究对尼日利亚孔子学院文化传播的系统性关注仍相对不足。本文通过问卷调查、深度访谈与参与式观察相结合的方法，从传播主体、传播内容、传播渠道、传播受众及传播效果五个维度，对孔子学院文化传播实践进行了实证分析，弥补了相关研究的不足。

研究表明，纳姆迪·阿奇克韦大学孔子学院在中国文化传播方面已取得一定成效。多数学生通过文化课程和文化活动对中国传统节日、饮食文化、礼仪观念等形成了初步认知与积极态度，部分文化活动在增强学生学习动机、促进跨文化理解方面发挥了重要作用。然而，研究亦揭示出文化活动形式相对单一、教学与活动资源有限、师资压力较大以及受众需求差异明显等现实问题，这在一定程度上制约了文化传播效果的进一步提升。

针对上述问题，本文提出从文化内容、传播渠道与传播主体三个层面优化孔子学院文化传播实践：一是通过优化文化课程设计，增强教学内容的互动性、本土融合性与持续吸引力；二是推动线上与线下传播方式的融合，借助社交媒体拓展文化传播的覆盖面与影响力；三是加大对基础设施和师资队伍的支持力度，强化本土教师培养，并加强与当地高校及文化机构的合作，构建多元文化交流平台。

从理论层面看，本文将拉斯韦尔 5W 传播模式与跨文化交际理论相结合，对孔子学院文化传播过程进行了多维度分析，为中国文化在非洲传播研究提供了新的个案材料与分析视角。从实践层面看，研究结论与建议具有一定的现实指导意义，可为孔子学院在尼日利亚乃至其他非洲国家制定文化传播策略提供参考。

当然，本文仍存在一定局限性，包括研究对象集中于单一孔子学院、样本规模有限以及研究者参与角色可能带来的主观影响等。未来研究可通过扩大研究区域、增强数据的定量分析深度，并引入更多理论框架，进一步深化对中国文化海外传播机制的探讨。

总体而言，在中尼文化交流持续深化的背景下，孔子学院应在尊重本土文化差异的基础上，不断反思和优化文化传播策略，推动中国文化传播由“展示型”向“互动型”和“对话型”转变。本文的研究为实现这一目标提供了初步探索与经验参考。

参考文献

- [1] 陈文力. 中国文化对外传播战略研究[M]. 北京:九州出版社, 2012.
- [2] 真田信治等. 社会语言学概论[M]. 上海:上海译文出版社, 2002.
- [3] 沈磊. 孔子学院与中华文化传播论析[D]. 天津师范大学, 2015.
- [4] 王云泉. 孔子学院海外文化传播模式研究[D]. 江西师范大学, 2011.
- [5] 刘程, 安然. 孔子学院传播研究[M]. 北京:中国社会科学出版社, 2012.
- [6] 孙英春. 跨文化传播学导论[M]. 北京:北京大学出版社, 2008.
- [7] 陈华文. 文化学概论[M]. 上海:上海文艺, 2001.
- [8] 张瑞楠. 摩洛哥哈桑二世大学孔子学院中国文化活动现状调查[D]. 上海外国语大学, 2019.
- [9] 李铭娜, 赵寰宇. “中国梦”指引下的汉语国际推广与文化传播[J]. 长白学刊, 2017(02):151-154.
- [10] 关世杰. 中国跨文化传播研究:十年回顾与反思[J]. 对外大传播, 2006(12):32-36.
- [11] 吴瑛. 对孔子学院中国文化传播战略的反思[J]. 学术论坛, 2009, 32(07):141-145.

- [12] 马国强.孔子学院的文化传播与国际汉语教学[J].林区教学,2014(08):30-31.
- [13] 曾蕊蕊.探析“孔子学院”的文化外交功能[J].文教资料,2010(26):90-92.
- [14] 马梦真.孔子学院文化传播过程中的几个问题及解决方法[J].文学教育(上),2018(07):152-154.
- [15] 刘萌萌.孔子学院文化活动的开展与内容形式创新[D].广西师范大学,2018.
- [16] 邓婕.韩国孔子学院中国文化活动研究[D].北京外国语大学,2019.
- [17] 钱娜(TUMANYAN DIANA).亚美尼亚孔子学院中国文化传播现状研究[D].大连外国语大学,2023.DOI:10.26993/d.cnki.gslyc.2023.000460.
- [18] 别娜吉拉(Abdurasulova Benazir).吉尔吉斯斯坦孔子学院本土教师课堂中国文化教学现状[D].华东师范大学,2022.DOI:10.27149/d.cnki.ghdsu.2022.002981.
- [19] 毛向樱.跨文化传播视域下的孔子学院功能与影响力[J].太原城市职业技术学院学报,2021,(10):205-207.
- [20] 王梅.基于“一带一路”沿线国家孔子学院看中国对外文化传播[D].烟台大学,2021.
- [21] 郑雨晨.美国 D 大学孔子学院文化传播策略研究[D].华南理工大学,2021.
- [22] 胡一凡,陈丽华.中国文化对外传播现状与创新对策研究——以孔子学院为例 130 附录
- [J].文化创新比较研究,2021,5(07):174-176.
- [23] 许颖.浅论孔子学院文化交流传播的双向性[J].常熟理工学院学报,2020,34(06):94-97+104.
- [24] 蒋艺晗.秘鲁天主教大学孔子学院中国文化传播现状研究[D].上海外国语大学,2020.
- [25] 张也.孔子学院跨文化传播的可持续发展研究[J].智库时代,2020,(14):146-147.
- [26] 钟雨帆.捷克帕拉茨基大学孔子学院的中国文化传播现状研究[D].北京外国语大学,2019.
- [27] 刘权,赵洋.非洲孔子学院文化传播实践研究——以喀麦隆雅二大孔院为例[J].楚雄师范学院学报,2019,34(06):75-80.
- [28] 佟迅.基于孔子学院的中华文化海外传播理念创新研究[J].艺术百家,2019,35(06):46-52.
- [29] 马亚男.比什凯克人文大学孔子学院中国文化传播现状分析及策略研究[D].新疆大学,2019.
- [30] 李炜.孔子学院中国影视文化传播现状及对策[J].华中师范大学学报(人文社会科学版),2019,58(03):76-84.
- [31] 王姗姗.孔子学院在中国文化国际传播中的作用和使命探究[J].辽宁师专学报(社会科学版),2019,(02):110-114.
- [32] 李明,孙宏.文化传播视角下孔子学院发展的困境与出路[J].北方经贸,2018,(10):3-4+15.
- [33] 吴友富.对外文化传播与中国国家形象塑造[J].国际观察,2009(01):8-15.
- [34] 吴瑛.孔子学院与中国文化的国际传播[M].浙江:浙江大学出版社,2013.
- [35] 吴瑛.文化对外传播:理论与战略[M].上海交通大学出版社,2009.
- [36] 申小龙.汉语与中国文化[M].上海:复旦大学出版社,2003.
- [37] 梁叶.孔子学院文化活动的开展的现状与反思[J].文学教育,2019(8).
- [38] 王玮琦.“5w”理论视域下的孔子学院文化活动调查研究[D].青岛大学,2019.
- [39] 陈刚华.从文化传播角度看孔子学院的意义[J].学术论坛,2008(7).
- [40] 李岩.传播与文化[M].浙江:浙江大学出版社出版,2009.
- [41] 光明网.孔子学院:让“孔子”走向世界[N].中国新闻,2012-03-28.
- [42] 钟英华.非洲孔子学院建设中的几个基本问题[J].云南师范大学学报,2009(1)
- [43] 王九彤、耿虎.孔子学院文化活动的开展和人才支撑[J].江苏高教,2012(3). 130 附录
- [44] 耿保生.孔子学院文化活动的创新与发展[J].《孔子学院》,2013(5).
- [45] 张会.孔子学院文化活动设计与反思[J].云南师范大学学报,2014(9).
- [46] 马晓乐、宁继鸣.孔子学院的文化功能与社会价值[J].山东社会科学,2015(8).
- [47] 颖新.歌德学院向中国输出什么[J].中国企业家,2009(8).

- [48] 魏艳伶.面向对外汉语教学的文化活动设计探究[J].文教资料,2019(4).
- [49] 庄晓东.文化传播研究在当代中国的意义[J].天津社会科学,2004 年(2).
- [50] 梁叶.孔子学院文化活动的开展的现状与反思[J].文学教育,2019(8).
- [51] 何文竹.泰国孔子学院的发展模式及其优化策略[J].云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版), 2016(14).
- [2025-02-26].
- [52] 武斌.文化传播论——以中华文化在海外的传播来讨论[J].社会科学辑刊,1998(5):41-47
- [53] 郑全全.中国文化对外传播效果研究[D].北京外国语大学,2017.
- [54] 哈罗德·拉斯韦尔布赖森, L.《社会中传播的结构与功能》纽约: 宗教与社会研究所, 1948 第 117 页。
- [55] 沈君瑶 (NELSON CHIGOZIE JULIANA).纳姆迪·阿齐克韦大学孔子学院汉语教学现状调查研究[D].厦门大学,2019.
- [56] 孔子学院总部,国家汉办.国际汉语教学通用课程大纲: International curriculum for Chinese language education[M].北京语言大学出版社,2014.
- [57] 拉斯韦尔何道宽.社会传播的结构与功能: The structure and function of communication in society: 中文·英文(双语版)[M].中国传媒大学出版社,2013.
- [58] Gudykunst, W. B. 跨文化与跨文化交流[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2007.
- [59] 叶文婷 (MARYJANE OGE IFEKPOLUGO).基于调查与访谈的尼日利亚文化教学研究[D].山东大学,2020.
- [60] 刘颖.尼日利亚大学中国文化课教学研究[D].河北师范大学,2017.
- [61] 胡戈 (RAHERIMANJATO HUGO HECTORRA). 中国文化在马达加斯加的传播与接收[D]. 江西师范大学, 2024.
- [62] 罗晒婵. 德国孔子学院文化传播活动现状分析及对策研究[D]. 浙江科技学院, 2022
- [63] 吴婷婷. 摩洛哥阿萨德大学孔子学院中国文化活动传播研究[D]. 江西科技师范大学, 2022. DOI:10.27751/d.cnki.gjxkj.2022.000511.
- [64] 刘权,赵洋. 非洲孔子学院文化传播实践研究——以喀麦隆雅二大孔院为例 [J]. 楚雄师范学院学报, 2019, 34 (06): 75-80.
- [65] 陈曦. “一带一路”背景下孔子课堂文化传播个案研究[D]. 云南师范大学, 2019.
- [66] 朴圭兑 (PARK Gyutae). 韩国湖南大学孔子学院中国文化活动调查研究[D]. 南京大学, 2019.
- [67] 阿帅. 贝宁中国文化传播及其活动现状探讨[D]. 陕西师范大学, 2019.
- [68] 林佳怡. 研究型孔子学院文化传播方式研究[D]. 北京外国语大学, 2018.
- [69] 陈李戈瑞. 孔子学院中国文化传播的现状与出路[D]. 广东外语外贸大学, 2018.
- [70] 郑全全. 中国文化对外传播效果研究[D]. 北京外国语大学, 2017.
- [71] 朱梦菽. 中国文化对外传播效果研究[D]. 北京外国语大学, 2017.
- [72] 成龙 (Mahe,Venance Gaspary). 坦桑尼亚多多马大学孔子学院中国文化传播现状调查[D]. 哈尔滨师范大学, 2017.
- [73] 陈慕桢. 跨文化交际视角下意大利孔子学院文化活动初探[D]. 广州大学, 2016.
- [74] 刘星星. 乌兹别克斯坦孔子学院发展与中国文化传播 [J]. 教育观察(上半月), 2016, 5 (04): 128-129.
- [75] 张琼,梁力军. 国家文化软实力视阈下中国文化国际传播策略探析 [J]. 中北大学学报(社会科学版), 2023, 39 (02): 68-72.

英文参考文献

- [1] Biezynski, B., & Smith, A. (2014). International Curriculum for Chinese Language Education. *BEIJING LANGUAGE AND CULTURE UNIVERSITY PRESS*.
- [2] Cai, Yu, Gong, L., & Xiao, L. (2021). A Study on the Dissemination of National Culture by Chinese Foreign Students in Cross-cultural Exchanges. *Academic Journal of Humanities & Social Sciences*.
- [3] Drew, C. (2023, August 12). 15 Cultural Differences Examples. *Helpful Professor*. <https://helpfulprofessor.com/cultural-differences-examples/>
- [4] Fang, Hui. (2024). An Introduction to the Dissemination of Chinese Culture in

English Teaching in Colleges and Universities. *Journal of Contemporary Educational Research*, 8(1), 116-120.

[5] Fengrong, Jia. (2023). Promoting the International Dissemination of Chinese Culture Through International Chinese Language Education: A Case Study of Chinese-English Idiomatic Equivalence. *Contemporary Social Sciences*, 8(6), 119-140.

[6] King, Kenneth. (2014). China's Higher Education Engagement with Africa: A Different Partnership and Cooperation Model? In *Education, Learning, Training: Critical Issues for Development*, edited by Kenneth King et al., 151–173. Brill.

[7] Mingwan, L. I. (2022). Cross-Cultural Dissemination of Chinese Culture in Western Countries. *Higher Education and Oriental Studies*.
13013