



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของจีนที่สะท้อนในหนังสือเรียนภาษาจีน
นานาชาติจากมุมมองการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม : กรณีศึกษา
หนังสือเรียน “DEVELOPING CHINESE”

AN ANALYSIS OF THE IMAGE OF CHINA IN THE INTERNATIONAL
CHINESE TEXTBOOKS FROM THE PERSPECTIVE OF
CROSS-CULTURAL COMMUNICATION : A CASE STUDY
OF THE “DEVELOPING CHINESE” TEXTBOOKS

跨文化交流视角下国际中文教育教材中中国形象
分析——以《发展汉语》为例

ZHANG MANFENG
(张满峰)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสอนภาษาจีน)

วิทยาลัยจีนศึกษา มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

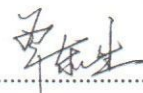
การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของจีนที่สะท้อนในหนังสือเรียนภาษาจีนนานาชาติจากมุมมอง
การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม : กรณีศึกษาหนังสือเรียน “DEVELOPING CHINESE”
AN ANALYSIS OF THE IMAGE OF CHINA IN THE INTERNATIONAL
CHINESE TEXTBOOKS FROM THE PERSPECTIVE OF
CROSS-CULTURAL COMMUNICATION : A CASE STUDY
OF THE “DEVELOPING CHINESE” TEXTBOOKS
跨文化交流视角下国际中文教育教材中中国形象
分析——以《发展汉语》为例

ZHANG MANFENG (张满峰)

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสอนภาษาจีน)
สอบวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2566



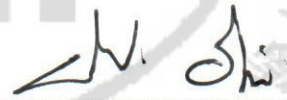
อาจารย์ ดร. หทัย แซ่เจี๋ย
ประธานกรรมการสอบ



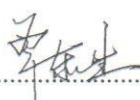
Assoc. Prof. Dr. Qin Dongsheng
อาจารย์ที่ปรึกษา



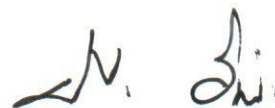
Prof. Dr. Li Chao
กรรมการสอบ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธเนศ อิ่มสำราญ
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(การสอนภาษาจีน)



Assoc. Prof. Dr. Qin Dongsheng
กรรมการสอบ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธเนศ อิ่มสำราญ
คณบดีวิทยาลัยจีนศึกษา

**AN ANALYSIS OF THE IMAGE OF CHINA IN THE INTERNATIONAL
CHINESE TEXTBOOKS FROM THE PERSPECTIVE OF
CROSS-CULTURAL COMMUNICATION : A CASE STUDY
OF THE “DEVELOPING CHINESE” TEXTBOOKS**

Zhang Manfeng

Master of Arts (Teaching Chinese)

Thesis Advisor: Assoc. Prof. Dr. Qin Dongsheng

ABSTRACT

Taking the "Developing Chinese" comprehensive series textbooks as an example and focusing on the study of China's international image, this paper adopts comparative analysis, literature research, and other relevant methods to analyze the process of self-construction of China's image in the textbooks and factors affecting the perception of national image, ultimately exploring what kind of national image should be constructed in international Chinese education.

The analysis process of this paper is mainly divided into four parts. The first part introduces the connotation of national image and analyzes the characteristics of China's image presented in the "Developing Chinese" series textbooks. Based on this, the relationship between the textbook, cultural factors, and national image communication is analyzed. The second part is a horizontal comparison of the characteristics of national image construction in other international Chinese education textbooks. The third part mainly focuses on the study of the perception of China's image in the textbook. The factors influencing China's "national image" in the textbook are sorted out, the participation and influence of the textbook in the process of China's image communication and cognition are explored, and the factors affecting cognition are discussed. The limitations of the textbook in national image perception are discovered. The fourth part analyzes the above issues and proposes its own thinking results and suggestions.

The study found that the factors of China's image presented in the "Developing Chinese" series textbooks are different at different stages. From the elementary to the advanced level, the categories, dimensions, and quantities of the presentation gradually increase, and the depth and breadth also gradually strengthen. The national image dimension in the textbook is implicit and more reflected in the subtle influence on the receiver, so attention should be paid to the impact of communication channels on the effect. As the main media of communication, textbooks play a very important role in cultural communication and national image communication. However, there are also many problems that restrict the important role of textbooks in communication. Therefore, the author proposes his own thinking: 1. The purpose of international Chinese education is to cultivate learners' ability to master the deep meaning of

Chinese, understand Chinese values and thinking, and truly understand the profoundness of Chinese culture and the unique charm of Chinese art. 2. Whether in the formulation of textbooks or in the communication of national image through textbooks, we must adhere to China's dominant position and actively play our advantages. 3. In the actual use of textbooks, we should pay attention to the cognitive misconceptions of the "other". Therefore, the author proposes two concepts and methods that can be used in national image shaping: "foreign Confucianism and internal law" and "cultural transformation". It is hoped that in the future, theories such as sociology and psychology can be introduced to further explore national image issues in international Chinese education.

Keywords: International Chinese education, Textbook, Developing Chinese, China's image



跨文化交流视角下国际中文教育教材中中国形象 分析——以《发展汉语》为例

张满峰

文学硕士学位（汉语教学）

指导教师：覃东升 副教授

摘要

本文以《发展汉语》综合系列教材为例，以对中国国际形象的研究为切入点，采用比较分析，文献研究等相关方法展开分析。以期对教材中中国形象自我构建的过程和影响国家形象认知的因素有所研究，最终通过研究探讨国际中文教育的目的，应该构建什么样的中国国家形象。

本文的分析过程主要分为五个部分。第一部分是先给出国家形象的内涵，开始分析《发展汉语》综合系列教材国家形象的展示特征。并据此分析教材和文化因素和国家形象传播之间的关系。第二部分是横向对比其他的国际中文教育教材关于“国家形象”塑造的特点。第三部分主要是对教材中中国形象认知的研究。梳理了教材中关于影响中国“国家形象”的因素，探究了教材在中国形象传播过程中的参与影响认知的传播途径，探讨了影响认知的因素。由此发现了教材在国家形象认知中的局限性。第四、五两部分是对上述问题进行分析，并提出自己的思考结果，提出建议。

研究发现，《发展汉语》系列教材在不同阶段展现的中国形象因素是有所不同的。从初级到高级展示类别、展示维度和数量上逐渐递增，深度和广度上也逐渐加强。教材中的国家形象维度是隐性的，更多体现在对接受者潜移默化的影响，应该注意传播途径对效果的影响。而教材作为主要传播媒介，在文化传播和国家形象传播中的处于非常重要的地位。但是也有很多问题制约教材在传播中发挥重要作用。所以笔者提出了自己的思考：1. 国际中文教育的宗旨在于培养学习者能够掌握汉语的深层含义，理解中国人的价值观和思维方式，真正领悟中国文化的博大精深和中国艺术的独特魅力。2. 无论是在教材的制定中，还是在教材对国家形象的传播中，都要坚持中国主导地位不动摇，主动发挥主体优势。3. 在教材的实际使用中要注意“他者”的认知误区。由此笔者提出了建议，在国家形象塑造中可以采用的“外儒内法”和“转文化”两种理念与方法。希望在未来可以引入社会学和心理学等理论，进一步的探究国际中文教育中的国家形象问题。

关键词：国际中文教育 教材 《发展汉语》 中国形象

目 录

ABSTRACT	I
摘要	III
目录	IV
绪论	1
第一章 《发展汉语》教材中国国家形象分析	10
第一节 中国国家形象的内涵	10
第二节 《发展汉语》的中国形象呈现维度分析	14
第三节 《发展汉语》的中国国家形象的呈现方式分析	22
第四节 《发展汉语》的中国国家形象的态度倾向分析	26
第二章 《发展汉语》与其他中文教材中“中国形象”塑造的对比分析	31
第一节 国内通用型国际中文教材“中国形象”塑造的分析	31
第二节 海外本土化国际汉语教材“中国形象”塑造的分析	35
第三节 《发展汉语》和国内通用型国际中文教材对比分析	37
第四节 《发展汉语》和《中文听说读写》教材的对比	39
第三章 影响国际中文教材中国形象认知的因素分析	45
第一节 《发展汉语》教材对国家形象的自塑	45
第二节 影响国家形象的认知的传播途径	48
第三节 影响学习者对中国国家形象认知的因素	52
第四章 国际中文教育教材中“中国形象”的局限与对策	56
第一节 《发展汉语》教材体现的“国家形象”的局限	56
第二节 现有国际中文教材中“中国形象”塑造的问题	58
第三节 国际中文教育教材体现“国家形象”的局限	60
第四节 构建国际中文教育教材中“中国形象”的方法对策	62
第五章 对国际中文教育教材中“中国形象”建构的思考	65
第一节 关于国际中文教育目的的探讨	65
第二节 关于国际中文教育教材中中国形象设计的思考	66
第三节 构建国际中文教育教材中“中国形象”的理念	69
结语	74
致谢	76
参考文献	77
论文发表同意书	80

绪论

一、研究缘起与背景

后疫情时代形势下，各行各业都面临着洗牌。这恰恰也是反思我们国际中文教育“教什么？为什么教？”的一个绝佳机会。而语言是文化的载体，在笔者看来，成功学习汉语并不是国际中文教育的终极目标，其核心目的在于利用汉语作为桥梁，将中国文化传播到世界各地。因此，推动国际中文教育事业的根本目的在于传播中国文化，而不仅仅是汉语的学习。笔者通过对文献调查发现，大多的研究都是从技术实施层面去研究国际中文教育教学和文化的相对关系的，在汉语教学中也不注重从传播者和接受者两个方面的思维视角出发来进行对外汉语传播。所以笔者有了想法，试图从中华文化传播的角度重新审视国际中文教育。

笔者认为汉语国际教育不能偏离两个任务：汉语知识教育和中华文化传播，二者不可偏废。那么要达成这个任务，一方面需要语言教学，一方面也需要跨文化传播。而语言与文化是密切相关的，语言是文化的载体，是人们了解文化的重要工具。语言与文化的交叉，决定了无论是在国际中文教育中，还是在中华文化的传播中，都是不能把汉语教学和文化传播分割的，教授语言就是在传播文化。而语言教学最重要的载体工具就是教材。因此通过国际中文教育教材进行文化传播自然就成为重要途径。

但是中国文化涵盖面极广、形式和内涵丰富多样，短时间内不易于整体了解和认识，那怎么让学习者接受并认可呢？汉语国际教育的使命在于传播汉语和中国文化，而汉语教材是学习者最直接接触到了解中国的工具。因此，国际汉语教材中的“中国形象”是一个非常重要的研究方向。作为主要用于国际中文教学使用的工具，教材必须具备明确的导向性，尤其需要关注中国的形象呈现。

综上，本文选取经典的国际中文教育教材《发展汉语》为研究对象。《发展汉语》是由北京语言大学出版社出版的汉语教材，全套教材一共有 28 册，涵盖了初、中、高三个层级和综合、听力、口语、阅读、写作五个系列。整套教材不仅呈现了完整系统的语言知识和语言技能训练，同时也反映了当代中国的社会生活和历史文化。中国国内的高校广泛采用国际中文教育教材，这是目前海外中文教材中销售量最大、最具代表性的综合性教材之一。这套教材是由一线教师编写的，它包含了更多贴近学生实际情况的内容，能够捕捉到一些被忽略的问题，因此在教学和学习中更为便利。因此，我们选择该教材作为我们的研

究样本。本文主要针对其中的中、高级综合和阅读教材进行分析，从其中体现的中国形象入手，进而分析其如何在文化传播中起作用，同时结合实际情况分析如何提升汉语学习者的中国文化认知程度。

二、研究目的与意义

本研究从新的角度探讨如何提升中国形象在国际传播中的认可度，为改善其国际认知和接受度提供了新思路。具体意义有：

第一，现实意义。其一，在丰富国际汉语教材建设理论方面，应引起教材编写者对中国国家形象的关注。在编写教材时，应注意构建积极正面的“中国形象”，使中国形象在对外汉语教材这一平台上得到更好的呈现，并提高其国际认可度。其二，在教材使用过程中，应更好地引导外国学生客观深入地了解中国、认识中国，接受和热爱中华文化，从而促进学生对汉语知识的理解和掌握。这也可以影响外国汉语学习者对中国的国家形象有一个真实积极的认知，并增加他们了解中国的意愿。

第二，理论意义。一方面，中国国家形象认知研究有助于探索有效的文化传播方式。中华文化的广泛传播与推广为海外人士开辟了直接、快速认知中国、了解中国的渠道，因而也深刻影响了国际社会对中国国家形象的认知。另一方面，汉语教材是汉语学习者们了解中国面貌的主要窗口。汉语接受者借助汉语教材这个工具，成为中华文化传播过程中主要接收者，通过对他们中国国家形象认知研究，能获得相对客观、数据与结果，更有利于我们充分利用这些信息审视对外汉语教育，改进文化传播方式。借助国际汉语教材，这种温和的、无声的传播方式，可以塑造积极的中国形象，传达中国文化的内涵，展示中国精神，从而实现国家形象的重建和构建。

因此，笔者从教材中的中国国家形象探究入手。进而充分分析汉语国际传播对国家形象的建设意义，探索如何更好地传播汉语。探索建构中华文化传播体系的新途径，从呈现了什么样的国家形象的特征进而探究如何呈现国家形象，应该呈现什么样的国家形象，希望可以为塑造一个可信、可爱、可敬的中国国家形象贡献自己的一份力量。

三、研究综述

本文主要从《发展汉语》系列教材中的中国国家形象研究，其他对外汉语教材中的中国国家形象研究，以及汉语接受者中国国家形象认知研究等三个方面进行文献综述。

（一）《发展汉语》教材的中国形象研究概况

发展汉语系列教材使用面广，与之相关的期刊和论文很多，且研究方向也有多个维度。但主要是集中在词汇、语法等方面。本文主要关注涉及其和国家形象的塑造和认知相关的研究。目前和《发展汉语》教材中国形象相关的研究主要有以下成果。

（1）《发展汉语》中的中国国家形象的单独分析研究

荆绘锦（2018）针对《发展汉语》系列高级综合和阅读教材中的中国形象，从政治和科技形象、道德品质和社会生活、传统观念和历史文化形象等方面进行了分析，并就教材对中国形象的展示成功与不足之处进行了总结，提出了相关思考。提出国际中文教育教材具有一定的局限性，教材版本更新缓慢，且没有展示中国真实的情况。吴子薇（2019）通过研究《发展汉语》高级阅读教材上下两册的选材主题、态度取向、国际关系框架的选择分析教材所塑造中国国家形象的情况，以汉语国际教育和中国国家形象的塑造传播的结合为视角，对七大维度的国家形象进行了概述。总结了《发展汉语》高级阅读教材的成功之处和不足之处。认为教材要全面展示中国形象的多样性；要规避可能引起误解和加深刻板印象的负面形象；要适当去除陈旧过时的内容；还要精选外国人优秀视角下的中国形象。

（2）《发展汉语》与其他教材中的国家形象进行对比分析

杨星（2019）的研究主要针对《发展汉语》和《中文听说读写》两套教材，分析了教材中国国家形象修辞的分布情况、特征以及对国家形象的塑造，并比较两套教材的共性和差异，解释了原因。研究表明，利用国家形象修辞可以有效地构建国家形象，因此在编写汉语教材时应该注意对国家形象的建构。孙美红（2021）的研究选择了《发展汉语》和《博雅汉语》这两套中级教材作为研究对象，并从国家形象类别、国家形象呈现方式和国家形象时代倾向性三个方面对两套教材中的国家形象进行了比较和分析。孙美红发现，这两本教材在展示中国的文化、社会和地理形象方面都非常重视，尤其注重塑造和呈现中国文化的形象。然而，她还发现这两本教材存在一些相同的问题，比如国家形象方面的覆盖不够全面，传统与现代中国形象的呈现比例失衡等。因此，她建议在对外汉语教材的编写中，应该全面考虑国家形象的展示，兼顾传统与

当代、文化与现代化等多个方面的特点，从而塑造一个更为真实、多元、积极的中国形象。闫子彤（2021）则是以三部初级汉语教材为研究对象，从文化、社会、经济、地理四个基本维度归纳概括出中国形象的框架特点，发现这三部初级汉语教材在国家形象建构内容均以文化为主导、以发展中国为中心，教材中国家形象的建构更注重展现中国发展的新气象，文本大多取材于中国民众和外国留学生在中国的日常生活。提出国家形象的建构始终是一个动态、不断前进的过程，我们应该积极“自塑”形象，而建构这一形象的具体策略也是随着不同新渠道的出现不断发展、不断突破。

（二）其他对外汉语教材中的中国国家形象建构研究

（1）教材的编排与选择分析研究

如赵宇佩（2016）的研究对象是概况类汉语教材。该研究对三本教材在塑造中国形象方面采用的不同路径进行了分析，主要从教材的编排和措辞两个方面入手。研究发现，这些教材存在国家形象塑造方式单一、语言表述不当等问题。为了解决这些问题，应该采取平衡和全面的原则，多种声音来描述中国的国情。也有对教材的具体内容进行分析。如秦惠兰（2012）以课文《钱包被小偷偷走了》为例，指出目前的国际汉语教材的课文中存在很多问题，对中国国家形象的塑造造成了不利影响。因此，教材中应呈现出友好、善良、热爱和平、反对战争的“中国国家形象”，避免不良的“中国印象”形成。她还认为以往教材和教学内容只注重语言的结构与功能，忽视教学内容文化性的倾向。对国家形象的自塑提出建议和思考。这也是相关研究中做多的。如刘熠辉（2021）创建中国形象语料库，以此来透视对外汉语教材中的中国形象，据此发现教材中可改进之处，全面系统地把中国介绍给世界。

（2）不同教材的对比分析研究

研究对象选择上，选取的对外汉语教材种类十分丰富，不仅包括具有代表性的综合类教材，国情类、文化类教材等也有涉及。这里前人有多本教材之间的综合对比研究，也有单套/本教材甚至单篇选文的深入研究。此外，还有针对对外汉语教材的对比研究，例如《新实用汉语课本》、《博雅汉语》系列、《中文听说读写》、《发展汉语》系列和《汉语教程》等五种教材，是经常出现在论文研究中的。例如，魏然（2017）对比分析了《新实用汉语课本》和《中文听说读写》两本教材中的课文，从“国家形象的维度选择”、“态度倾向”、“内容材料选择”、“国际关系框架”、“干预”等五个角度，比较和分析了它们的“国家形象”语篇结构，并探讨了相应的建议。李园园（2019）的研究对经典英语教材《新概念英语》和对外汉语教材《博雅汉语》在国家形象维度和态度倾向方

面进行了对比研究。研究结果显示，后者在国家形象维度的负向态度倾向上比前者要大。因此建议，对外汉语教材应具有针对性，以正向态度为主，有意识地对负向态度倾向进行消解，以提升国家形象的积极性和吸引力。这个研究也体现了海外教材和中国经典教材的对比分析。姚子慧（2021）对比了《发展汉语》和《博雅汉语》系列教材，王英心（2019）进行了同类型汉语教材之间的对比研究，选择了《新实用汉语课本》的文化模块及《汉语教程》的成语俗语部分进行分析。彭增安（2015）的研究通过对我国出版的四千多部国际汉语教材进行穷尽式分析，并自建语料库，发现教材中对于中国独生子女的描写往往呈现出负面和消极的形象，从而可能对外国学习者对中国独生子女的认知产生一定的影响。这是对中国形象的某一维度的分析研究。

（3）教材的多学科视角分析研究

对外汉语教材中国家形象建构的研究方法上表现出多学科性，多种学科的理论视角和研究方法被应用到研究中来。在宋瑞亚（2019）的研究中，运用了多模态话语分析理论，探究了《汉语教程》和《中文听说读写》两部教材中多模态符号对国家形象的塑造，并比较分析了两部教材的话语特点，揭示了教材话语主体的意识形态和立场。在张小婷（2020）的研究中，她运用了拉斯韦尔的“5W”模式和叙事范式理论，结合社会语言学视角，分析了两套国际中文教育教材中中国文化形象建设的传播内容、传播载体、传播受众和传播效果。教材中所呈现的中国文化形象并不充分，而且这些形象常常陈旧过时，缺乏现代优秀的文化形象。

（4）教材的中国形象塑造作用研究

最后，这里重点要提到在国际中文教育教材中对中国形象塑造策略的研究。对中国形象塑造策略的分析具有统领全局、建言献策的作用。吴平（2013）进行了对教材与国家形象之间关系的研究，并分析了国际汉语教材编写的困难之处。他认为教材编写应该运用文化策略、和而不同策略、合作策略和顺序策略来塑造积极的国家形象。他强调了“对外汉语教材应该通过对中国人、事、物的立体、全方位、有血有肉的展现来塑造中国形象”的重要性。宋璟瑶（2020）认为对外汉语教材中有意识地进行国家形象建构时口语类教材语言上应有时代性，应遵循真实性、多样性、发展性等原则。李梦瑶（2021）主张，在编写文化读本时，应保持客观平和的态度对待历史成就，并采用多种形式丰富内容、多角度展示形象、精选内容，以简明易懂的方式开发教材，吸引学习者的注意。研究人员提出的塑造原则和策略，对于编写国际中文教材的人们来说，具有极高的参考价值，可以帮助他们理清思路，同时也能够通过国际

中文教育来传播中国的形象和文化。

总的来说，对于对外汉语教材中的中国形象建构的研究，学者们的研究对象十分丰富，研究视角和方法也呈现出多学科性的特点。这些学术研究主要从特定类型或单一教材的视角入手，分析了教材在编排、内容选择、话语修辞策略等方面，旨在揭示教材塑造国家形象的优劣之处，并提出相关建议。然而，对于海外教材和中国教材的对比研究仍然存在一定欠缺。虽然学者们提出了许多关于如何改进国际中文教育教材的建议，如增加时代性和多维度展示形象等，但这些建议几乎每篇研究论文都会提到，缺乏具有开创性的、能够使中国国家形象更进一步传播的方法和结论。因此，我们需要进一步深入研究，提出更为创新的建议，以促进中国形象在国际中文教育教材中的有效传播。

（三）汉语接受者中国国家形象认知研究

笔者梳理了中国知网上关于汉语接受者中国国家形象认知的相关研究，主要由国际汉语言学习人员角度入手，以留学生、华裔和非华裔汉语学习者为例研究其中国形象认知。研究对象大致分为以下三种类别：

（1）以来华留学生作为主要研究对象

例如鲁芮（2021）运用内容分析方法，对 77 篇东南亚留学生在来华前后对“中国形象”的认知文章进行比较分析。该研究从政治、经济、文化、社会、生态文明和国民六个宏观维度出发，分析留学生对中国形象的评价。结果显示，在来华前，留学生对中国形象的评价较为消极，但在来华后，他们的评价逐渐趋于积极。教育背景、信息获取途径、跨文化交际能力和个人经历等因素是影响留学生认知变化的主要因素。这一研究结果为了解国际学生对中国的认知变化提供了有价值的实证研究，同时也为留学生教育和对外宣传提供了重要的参考。

（2）以不同国家的本土汉语学习者作为主要研究对象

赵雅斐（2021）通过对马来西亚非华裔中文学习者的调查，发现中文学习对非华裔群体中国形象认知的作用还很有限，该群体认识中国的主要渠道还集中在本国媒体、华人社群以及中国产品等。

王鑫（2021）针对肯尼亚汉语学习者开展了研究，探讨了其对中国形象的文化认知渠道、认知程度及认知倾向。结果显示，大众媒体和文化课是学生了解中国形象最重要的两个来源。王鑫建议在文化传播方面，应该加强政治、经济和产业方面的友好交流，积极推行文化外交，拓展新的、适合当代中国的文化传播方式，并打造符合当代中国特点的全新文化符号。在文化教学方面，应该注重学生需求，根据不同学生的文化背景、认知特点等设计教学内容，并采

用灵活多样的教学方法。此研究为国际中文教育提供了有益的建议，可以帮助教师更好地了解和满足学生的需求，提高教学效果。

（3）以不同国家的民众作为主要研究对象

王祖嫒（2022）的研究旨在探讨中文传播和中国国家形象认知之间的相关性。研究采用东南亚五国民众作为研究对象，进行了实证探索。研究结果表明，中文的国际传播效果与受众对中国形象的认知呈现出正相关关系，同时研究还总结了中文国际传播对受众中国形象认知的影响途径。在此基础上归纳了中文国际传播的四大软实力功能：符号功能、交际功能、身份建构功能和思维功能。苏菲（2022）对新冠疫情背景下新加坡民众对中国国家形象各方面的了解和认知情况展开研究，发现新加坡民众对中国整体形象认知总体良好，其中对中国经济形象的认知评价最高。还发现新加坡华人的语言文化传承不仅对新加坡的汉语传播具有重要的意义，同时对中国国家形象在新加坡的塑造也有积极的影响，要重视华裔群体传播语言文化的重要作用。

综合所述，笔者发现汉语学习者对中国国家形象的认知主要具有以下几个特点：首先，在各国汉语学习者的认知来源中，课堂教学是他们了解中国形象的主要途径，通过教师的讲授和教材的阅读等方式获取与中国相关的信息，从而形成对中国形象的认知。其次，新媒体是学习者了解中国形象的重要来源，除此之外，通过与中国人接触、阅读报纸、书籍等方式也对构建他们对中国的认知有重要作用。第三，汉语学习者对中国的认知中，经济形象和文化形象是最为重要的两个方面。经济形象的整体评价最高，文化形象紧随其后，两者之间的评价差距较小，且这两个方面的认知相对较为稳定。这些发现对于进一步加强中国国家形象建设和推进国际中文教育的发展具有一定的启示作用。

总体来看，以往的研究取得了丰硕的成就。第一，对不同汉语教材中展现的国家形象进行比较研究，基本涵盖了现行的主流教材，研究对象丰富，研究方法和研究视角也众多，横向分析为建构国家形象的要素类别提供参考依据。第二，研究者更倾向于研究汉语教材中文本内容及文化元素展现的个别方面的国家形象，例如教材中人物形象的设计研究和学习者对教材的认知研究等。第三，研究对象集中，对个别国家的中国形象认知研究比较深入。可见近些年来国际汉语教材的研究数量日渐增多，涉及的领域也不断增加，但是关于中国国家形象建构方面仍有较大的研究空间。第一，国家形象对比研究特别是教材中的国家形象对比，横向分析、浅层次研究较多，缺少对专一系列教材国家形象的深入分析。第二，对教材中体现的国家形象研究多关注细节、单一方面研究较多，缺少对教材、教学、文化因素、中国形象等综合性的研究，特别是关于

教材和中国形象认知的关系的研究更少。因此，本文立足在前人的研究成果之下，选择了《发展汉语》作为研究入手点进行纵向研究，从教材中塑造的中国国家形象维度展开分析，希望可以为国际汉语教材编写者和使用者提供一些参考。

四、研究内容与研究方法

（一）研究内容

本文通过对《发展汉语》系列教材中的中国形象的构建和认知的分析，总结和归纳出本教材在中国形象的构建和认知方面的优点与不足。并以此为基础，本文以重新审视教材中国家形象的构建过程。并从促进中华文化传播的角度进一步分析中国形象的认知和国际中文教学的相关性。本文旨在为汉语学习者提供更为准确、快速、直接的中国形象观，以在语言文化传播过程中更好地塑造可信、可爱、可敬的中国形象。

（二）试图解决的问题

本文拟通过对《发展汉语》系列教材中的中国形象的构建和认知的分析，对以下问题进行探讨并尝试提出解决对策和改进建议：

1. 笔者本文旨在强调在尊重、理解、认可、接受中国优秀国家形象的基础上，才能真正感受到中国文化的魅力。
2. 对外汉语教育的最终目标是让学习者客观地理解、认可中国人的价值观和思维方式。
3. 在此基础上，本文探讨了如何构建中华文化传播体系的新方法。

（三）采用的研究方法

文献研究法： 利用现代信息渠道，借鉴前人的研究成果，对相关文献资料进行整合分析，通过归纳、分析等方法进行梳理，以收集、整理和提炼本选题的相关研究成果，为研究的顺利开展提供支持。

统计分析法： 本文通过统计相关系列教材中的文化因素部分进行分类，并分析其中国形象。通过对比、教材的结构编排、题材选取、文化因素的呈现方式等方面进行多角度地分析。

比较分析法： 比较不同教材之间的相同与差异，比较不同专家学者对中国传统文化教学的看法与对策，从中找出相对应的改进方法。

访谈法： 为了保证所得到的观点和结论的科学性，笔者采用了访谈法。通过对部分教师和学生的访谈，可以更好地了解他们对教材中中国形象的认知情况和使用情况。通过对学生的访谈，可以从学习者的角度了解教材中的中国形

象对学生的认知是否产生了影响，以及它如何影响了学生的认知。这种方法能够更加全面地了解教材对学生的教育效果。对于教师的访谈，可以了解教师在课堂上的真实情况，从而为进一步完善教材中中国形象的呈现方式进行一些思考。通过这种方式，可以更好地了解教材在教学实践中的具体使用情况，为提高教材的质量提供参考意见。

观察法：观察法是一种利用对研究对象和现象的观察来获得资料的科学研究方法。本论文中，笔者通过教学活动直接观察部分学校中文教学现状，收集了一手资料。通过亲身体验，了解到文化传播的现状及其中存在的问题，为研究国家形象和对外汉语教学的关系提供现实资料。



第一章 《发展汉语》教材中国国家形象分析

第一节 中国国家形象的内涵

一、中国国家形象的含意

中国国家形象是一个复杂的概念，在研究中需要对其定义和内涵进行明确。早期的国家形象研究较少直接对“中国形象”进行阐述，多数研究以“国家形象”作为研究核心。目前肯尼斯·艾瓦特·博尔丁^[1]所使用的“National Image”一词与中文的“国家形象”最为接近，他认为“国家形象指的是一个国家对自己的评价与其他国家评价的结合，是一个国家全部信息通过输入和输出后反馈形成的结果，是一个框架明确的资本信息。”而国内许多学者对“国家形象”的界定也不同，如管文虎在1999年的《国家形象论》中将国家形象界定为：“国家形象是一个综合体，它是国家的外部公众和内部公众对国家本身、国家行为、国家的各项活动及其成果所给予的总体评价和认定”。^[2]徐小鸽认为：“国家形象是指一个国家在国际新闻流动中所形成的形象，或者说是指一国在他国新闻媒介的新闻和言论报道中所呈现的形象……国际新闻流动是形成国家形象的主要因素。”^[3]刘继南认为：“国家形象是指一国在其他国家人们心目中的综合评价和印象，主要体现在别国的大众传播媒介上。”^[4]杨伟芬（2000）国家形象的定义是：“国家的国际形象是国际社会公众对一国行为相对稳定的总体评价。”她认为：“通过连续的有选择的信息传递和有意识的舆论引导，彼此远离的各国公众才对有关国家逐步形成了一些总体概念——一国的国际形象，而一旦这种印象形成，就会成为一种思维定势，后续的信息都会在这种思维定势影响下被筛选、被删改……”^[5]张昆、徐琼认为，“国家形象是国家物质力量和精神力量的综合表现，是国家最重要的无形资产，也是国家立足于国际舞台的重要实力来源”，其构成要素包括“物质要素、制度要素和精神要素三个层面”。^[6]其他的定义散见于各种不同的著作当中，也都表达了类似的意思。

[1] Kenneth E Boulding: (1959). National image and international systems. *Journal of Conflict Resolution*, 3(2), 122.

[2] 管文虎. (1999). 国家形象论. 成都: 电子科技大学出版社.

[3] 徐小鸽. (1996). 国际新闻传播中的国家形象问题. *新闻与传播研究* (02).

[4] 刘继南主编. (1999) 大众传播与国际关系. 北京: 北京广播学院出版社.

[5] 杨伟芬 (2000). 渗透与互动—广播电视与国际关系. 北京广播学院出版社, 25.

[6] 张昆 & 徐琼. (2007). 国家形象刍议. *国际新闻界* (03), 11-16.

综合考察学者们对于国家形象的定义，可以归纳出这样几点：第一，都承认国家形象的研究对象是“主权国家”或者说是近代“民族国家”的形象；第二，离开了外部环境，国家形象的传播就无从谈起。也就是说，大家都承认国家形象的外向性，国家形象是在全球化国际背景下讨论的一个概念；第三，国家形象是国家综合国力的反映，并构成了综合国力的一个部分。

国家形象的界定有多种视角和方式，反映了其在不同的时代、不同的国家、不同的制度和政策条件下，必然会有不同的表现形式。对于国家形象的划分，学者们的看法也各有不同。孙有中认为“国家形象可从政治、经济、社会、文化、地理等方面进行划分，构成国家的全貌。”^[7] 李卫东和张昆认为：“从构成要素、国家功能和行业领域等多个视角，将国家形象划分开来。国家形象可以分为主权形象、领土形象、政府形象、人口形象以及企业形象等几个要素”^[8]。国家形象可以从政治、经济和文化等方面分类，这些形象都具有代表国家承担职能的特点。在领域性方面，国家形象在不同的国民经济行业中有着不同的体现。

中国的国家形象是一种多维的观念，是一种包括政治，经济，社会，文化在内的多层面的统一体，反映了一个民族的整体力量和在世界上的影响。在中国的国家形象中，有一些特点非常明显，比如历史悠久、文化底蕴深厚、经济发展迅速、政治稳定、国际影响力不断扩大等。这些特点共同构成了中国的国家形象，为世界所熟知。

首先，中国的国家形象具有复杂性。它由许多不同的子系统组成，包括政治、经济、文化等多个方面。每个子系统都会对整个中国形象系统的特征和属性产生影响。此外，中国形象还会经历不同等级的变形，进一步增加了其复杂程度。

其次，中国的国家形象是具有主观性的。这种主观性意味着不同的人对中国的国家形象可能会有不同的看法和认知，这可能导致同一事物在不同人心中产生形象差异。因此，在信息传播下展示的中国形象与真实的国家形象不一定一致。

最后，中国的国家形象具有动态历史性。国家形象存在于人的意识之中，关于某一概念的理解是积累模式。新的中国形象是在旧的中国形象的基础上形成的，因此新的中国形象总是受到旧形象的影响。这表明中国形象具有一定的历史延续性。

[7] 孙有中. (2002). 国家形象的内涵及其功能. 国际论坛(03), 14-21.

[8] 李卫东 & 张昆. (2016). 国家形象评估理论初探. 中州学刊(01), 161-165.

从整个世界对中国的评估来看，那就是中国的崛起已经是一个共识。尽管中国的发展受到了更多人的认同，但部分西方世界国家仍然对中国的发展抱着一种质疑的眼光，甚至有攻击中国的言论。因此，中国的国家形象定位正在调整中，并呈现出多向度、全球化的时代特点。

习近平总书记强调要注重塑造中国作为“一只和平的、可亲的、文明的狮子”^[9]的国家形象。他还提出了“四个大国形象”的战略定位，“包括展示中国历史底蕴深厚、各民族多元一体、文化多样和谐的文明大国形象；政治清明、经济发展、文化繁荣、社会稳定、山河秀美的东方大国形象；坚持和平发展、促进共同发展、为人类做出贡献的负责任大国形象；对外更加开放、更加具有亲和力、充满希望、活力的社会主义大国形象。”^[10]

综上所述，中国的国家形象是一个综合性的概念，具有复杂性、主观性和动态历史性。中国正在全球范围内塑造其国家形象，以展示其综合实力和国际影响力，不断调整和完善其国家形象定位，以反映其作为一个大国的身份和地位。中国必须充分认识国家形象在国际社会中的重要性，注重改善国际形象，提高国际声誉，以吸引更多国际合作伙伴，增强国家的综合实力。理解和塑造中国形象是一个长期而复杂的过程，需要全社会的共同努力。“国际中文教材中国形象”研究是“中国形象”研究领域的一个分支，它涉及到认知语言学、语用学、修辞学等多个语言研究领域。由于其广阔的视野和丰富的研究方法，这一领域具有广泛的发展空间和机遇。

二、教材中国家形象的分类

针对国家形象要素的分类标准，目前尚未形成权威性的一致分类。故本文以孙有中^[11]对国家形象要素的梳理和苏新春^[12]对国际汉语教材课文中的形象分类为依据，通过对《发展汉语》教材的详细解读以及对相关文献的查阅，我们将《发展汉语》教材内容对我国国家形象做出的描述分为以下八类：

经济形象，《发展汉语》教材从经济制度、经济水平和金融证券三个角度出发，通过教材中的部分阅读材料对中国国家经济形象做出了描写，学习《发展教材》的学生可通过阅读教材中的相关材料粗略了解中国经济形象。

[9] 习近平 (2014-03-29). 在中法建交五十周年纪念大会上的讲话. 人民日报, 002.

[10] . (2020). 习近平关于讲好中国故事重要论述摘编. 党的文献(01), 3-11.

[11] 孙有中. (2002). 国家形象的内涵及其功能. 国际论坛(03), 14-21.

[12] 苏新春, 唐师瑶, 周娟 & 王玉刚. (2011). 话题分析模块及七套海外汉语教材的话题分析. 江西科技师范学院学报(06), 58-65.

4 政治形象，自改革开放以来，中国在国际上的政治形象始终是由中国共产党领导的无产阶级组成的社会主义国家，通过学习《发展汉语》教材中的部分内容，学生可了解中国政治形象下的权力机关、政治制度以及外交关系。

社会形象，《发展汉语》教材对我国社会形象的描写，通过教材中人物的生活方式、社会服务和人际交往可以看出，此类描写是教材中出现较多的内容之一，方便教材使用者更直观地感受到我国的社会形象。

文化形象，中国有着上千年的历史，其蕴含的深厚文化底蕴仅通过一本教材是不足以体现的。因此，《发展汉语》仅能在阅读内容中通过描写人物的语言文字、饮食、服饰、风俗习惯、传统节日和相关器物来帮助教材使用者对中国文化形象有一个大概认识，并不能直观地让其感受中国文化的博大精深。

地理形象，《发展汉语》教材中有着相关的中国地图描写来加深教材使用者对中国地理形象的印象，除此之外，教材的部分内容还对我国的人文地理及旅游地理进行了简单描述。相较于文化形象，《发展汉语》的教材使用者理解中国的地理形象会相对容易些。

教育形象，教育形象会受到人主观因素的影响，因此《发展汉语》并不能帮助教材使用者完全体会到中国的教育形象，他们会根据自己所受到的汉语教育对真正的中国教育进行猜测。

科技形象，《发展汉语》作为长时间使用的教材，并不能够把中国最新的科技发展情况记录在内，这就导致教材使用者只能通过相关新闻体会我国的科技形象，仅通过《发展汉语》只会使其对我国的科技形象的印象停留在几年前，无法形成正确的理解。

人物形象，《发展汉语》作为我国长期使用的对外汉语教材，记载了相当一部分对中国乃至全世界有着重要贡献的伟人，例如袁隆平，袁隆平院士对全世界的农业都有着相当大的贡献。其他地区的汉语学习者可通过对此等伟人的相关了解来加深对我国的人物形象的了解。

第二节 《发展汉语》的中国形象呈现维度分析

教材与中国形象传播之间有着密切而复杂的联系，所以要在实践中不断完善和创新我们的教材。而在《发展汉语》系列综合教材中是如何体现教材和中国国家形象之间的关系，本节主要分析这一问题。关于《发展汉语》系列综合教材的国家形象的具体展示的内容，可以参考教材和前辈的研究^[13]，本文就不再赘述，为方便读者，会有部分内容以注释方式呈现。本文是把《发展汉语》系列初中高三个级别的国家形象特征放在一起分析，希冀从中获得启发。

一、《发展汉语·初级综合》的国家形象的呈现维度分析

《发展汉语·初级综合》教材以培养学习者听说读写四项基本技能为目标，以情景交际为主线，以话题为载体，以任务为驱动，在内容选择上注重反映中国当代社会的各个方面，展现了中国的国家形象。作为对外汉语教材，不仅要传授语言知识和技能，还要传递文化信息和价值观念，从而影响学习者对中国的认知和评价。笔者总结发现，《发展汉语·初级综合》教材主要从文化、社会、经济、地理四个基本维度，展现了其国家形象建构方面的特征。

（一）从文化基本维度来看《发展汉语·初级综合（第二版）》教材在语言文化、饮食文化、传统艺术、节日民俗等方面展现了中国的国家形象特征。

在语言文化方面，教材通过介绍汉字的起源和演变以及成语和谚语的含义和用法，展现了中国语言的历史深度和文化内涵。如在下册第4课课文“我和中国有个约会”中的马丁选择学习汉语，而且汉语进步快，说得越来越好，他身边的家人和朋友都喜欢中国，表达了他对汉语的热爱之情。下册的小文章解释了“入乡随俗”、“此地无银三百两”、“塞翁失马”等常用成语，展现了词语的丰富意义和背后的典故。

在饮食文化方面，教材通过介绍中国各地的特色美食和饮食习惯，展现了中国饮食的多样性和地域性。如在上册第9课、第12课和第13课中均提到了饮茶；在第17课中提到了非常具有代表性的饮食“饺子”。下册第4课课文“我和中国有个约会”是一个德国人的自述，提到了中国的特色菜品“宫保鸡丁”、“麻婆豆腐”，对中国菜表达了喜爱之情，从侧面展现了中国菜品的美味。饮食习俗方面，第3课课文“卖辣椒的女孩儿”提到了上海人和四川人的饮食地域

[13] 如荆绘锦（2018）对《发展汉语》系列中级和高级综合、阅读教材中包含国家形象的展示进行了具体统计。闫子彤（2021）是对《发展汉语》初级综合中的国家形象展示进行了详细统计。孙美红（2021）在文章中对《发展汉语》中级综合中的国家形象要素进行了统计。

特色，上海人喜欢吃甜的，四川人喜欢吃辣的，这是因为中国幅员辽阔，不同地域有着不同的饮食爱好和习惯风味，这篇文章提及了比较典型的上海人的口味和四川人的口味。

在传统艺术方面，教材通过介绍中国的书法、绘画、音乐、戏剧等艺术形式，展现了中国艺术的独特性和创造性。如在下册的第4课中提到“唐装”，体现了中国的服饰的特色。还讲到中国功夫和成龙参演的电影。在第9课还提到中国音乐有一种特殊的感觉，展现了丰富多彩的中国特色文艺。

在节日民俗方面，教材通过介绍中国的春节、元宵节、端午节、中秋节等传统节日及其相关的习俗和活动，展现了中国节日的丰富性和神秘性。初级下册第8课的课后练习短文中提到了中国的传统节日——中秋节，中国人有吃月饼和赏月的习俗。课本讲述了后羿射日、嫦娥奔月、愚公移山这三个中国古代神话传说，神话传说是民众早期幻想性作品，展现了民众对认知自然的积极需求，不同地方的神话反映了不同地方人类文明的开端和源流，影响着后来的文学和艺术作品，中国神话有着独特的中国特色。这些文化基本维度所展现的国家形象特征，既体现了中国文化的传统与现代、本土与国际、多元与统一等特点，也反映了对外汉语教材在文化传播上所追求的开放与包容、交流与合作、互鉴与共享等理念。

（二）从社会基本维度来看教材在生活方式、日常交际、价值观念等方面展现了中国的国家形象特征。

在生活方式方面，教材通过介绍中国人的居住环境、工作安排、休闲娱乐等方面的情况，展现了中国人的生活多姿多彩和充满活力。如在上册第11课课后练习中通过同学们的对话回答了“周末干什么”这一问题，有人在宿舍上网，有人学习中国画，有人在家看书听音乐，有人去超市买东西，有人在家收拾房间、吃饭聊天。

在日常交际方面，教材通过介绍中国人的称呼礼仪、问候用语、感谢道歉等方面的用法，展现了中国人的交际热情和礼貌周到。如上册第25课课文“我听不懂他们说的话”中，提到外国人来中国方面，主要讲述了外国人来中国后的基本生活情况、与中国朋友的相处情况等，提到外国人常常听不懂中国话，尤其是当中国人语速太快的时候。下册第1课课文“入乡随俗”讲述外国人来中国半年多了，已经渐渐习惯这里的生活，刚开始不习惯早睡和寒暄方式，因为“中国人见面不是问好，而是问一些奇怪的问题”，之后他渐渐习惯了这种打招呼的方式。

在价值观念方面，教材通过介绍中国人对家庭、友情、爱情等方面的看法和态度，展现了中国人的价值取向和情感表达。如在下册中第 9 课课文“爱的教育”传递出善良友爱的美德。第 16 课课文“把表拨快三分钟”反映了中国人守时、珍惜时间的价值观念。第 18 课课后练习“助人是快乐，受助是幸福”传达了助人为乐的价值观念，让人感到温暖与幸福。第 21 课课文“愚公移山”给我们传达了“不管多么困难的事，只要有毅力，坚持到底就能成功”这一观念。这些社会基本维度所展现的国家形象特征，既体现了中国社会的变化与发展、进步与创新、稳定与和谐等特点，也反映了对外汉语教材在社会传达上所追求的真实与客观、平等与尊重、理解与包容等理念。

（三）从经济基本维度来看，教材在通讯、外卖、交通等方面展现了中国的国家形象特征。

在通讯方面，教材通过介绍中国的手机、网络、微信等方面的情况，展现了中国的通讯发达和便捷。在初级下册第 14 课和第 18 课涉及到买东西和网上缴费的问题，在中国人的现实生活中，缴费的方式早已发生了改变，大部分的缴费都可以进行网上缴费。这也是中国社会生活方式的进步。

在外卖方面，教材通过介绍中国的外卖平台、菜品种类、支付方式等方面的情况，展现了中国的外卖丰富和方便。在初级上册第 20 课中，“外卖”也反映出在中国生活的便利。在第 21 课中，课文也反映出了中国人现在消费观念的转变，“AA 制”“打包”等已经成为人们日常的生活习惯，节约粮食的意识也潜移默化地影响了中国人的消费观念。在交通方面，教材通过介绍中国的公共汽车、地铁、高铁等方面的情况，展现了中国的交通先进和快速。这些经济基本维度所展现的国家形象特征，既体现了中国经济的增长与繁荣、创新与领先、开放与共享等特点，也反映了对外汉语教材在经济传递上所追求的实用与贴近、多元与选择、互利与共赢等理念。

4. 从地理基本维度来看《发展汉语·初级综合（第二版）》教材在人口、城市建设、环境保护、气候多变、旅游资源等方面展现了中国的国家形象特征。

在人口方面，教材下册第 13 课的课后练习“世界变小了”中通过介绍中国是世界上人口最多的国家，有着多种民族和语言，展现了中国的人口众多和多样化。在城市建设方面，教材通过介绍中国的北京^[14]、上海、广州等大城市以及其它中小城市的发展情况，展现了中国的城市现代化和多层次。

在环境保护方面，教材在下册第 23 课课文“我的低碳生活”通过讲述“我”的低碳生活，传达出勤俭节约的价值观念和保护环境先进理念。通过介

[14] 初级下册第 15 课课后练习提到北京是国际化城市，很多国际友人在此工作生活。

绍中国的绿色发展理念、生态文明建设、节能减排等方面的举措，展现了中国的环境责任和担当。在气候多变方面，教材通过介绍中国的四季分明、南北差异、地域特色等方面的特点，展现了中国的气候复杂和多样变化。上册第 23 课的课文“中国的冬天突然变冷了”讲述了今年冬天中国下了四场大雪，气温非常低。对话练习也提及了今天很冷，因为以前的这个时候是不冷不热的。

在旅游资源方面，教材通过介绍中国的自然风光、历史文化、民俗风情等方面的魅力，展现了中国的旅游丰富和吸引力。上册第 10 课课文中介绍了城市西边的一个公园，即北京西山公园，有山有水有树，风景漂亮，空气新鲜，每天都有人去那儿爬山。在下册第 25 课课后练习中讲述了孩子去西藏旅游的故事。这些地理基本维度所展现的国家形象特征，既体现了中国地理的广阔与辽远、独特与美丽、神奇与奇妙等特点，也反映了对外汉语教材在地理传播上所追求的全面与深入、生动与形象、欣赏与尊重等理念。

根据上述分析，可以看出，《发展汉语·初级综合》教材在国家形象建构方面，从文化、社会、经济、地理四个基本维度展现了中国的国家形象特征，并且在每个维度中都体现了一定的理念和价值取向。这些特征和理念，既符合中国的实际情况和发展趋势，也符合对外汉语教学的目标和要求。因此，我认为该教材在国家形象建构方面是成功和有效的，能够帮助学习者更好地了解 and 认识中国，增进与中国的交流与合作。

二、《发展汉语·中级综合》的国家形象的呈现维度分析

本文按照国家形象维度将课文中涉及到的国家形象要素进行了分类，并计算了各类要素在上下册教材中出现的数量和比例；其次根据各类要素所反映出来的内容和特点，对其进行了具体的评价。笔者发现《发展汉语·中级综合》上下册在呈现中国国家形象时有以下特点：

1. 整体上具有当代性和积极性。该教材主要反映了中国当代社会生活和文化特色，展示了中国社会经济发展取得的成就以及人民生活水平提高带来的变化。同时也突出了中国政府在公共服务、环境保护等方面所做出的努力以及人民在跨文化交流、慈善公益等方面所表现出来的积极态度。

2. 在国家形象维度上有所拓展但不够平衡。该教材涵盖了除政治外的其他国家形象维度，其中社会、国民、文化三个维度占据较大比重，而经济、地理、教育、科技、体育四个维度则相对较少。此外，在各个维度内部也存在着偏重或忽略某些方面或层面的问题。

3. 在课文安排上有所创新但不够多样。该教材采用了多种题材类型（如记

叙文、议论文等)以及多种表达方式(如对话、短信等),使课文更加贴近实际生活并增加学习者兴趣。但是,在选取课题时也有着过于简单或刻板化等问题^[15]。

下面我们将对各个维度内部的内容和特点进行具体分析。

1. 社会维度是课文中出现最多的国家形象要素。主要涉及了生活方式和人际交往方面的内容,这些要素主要反映了中国当代社会生活和文化特色,如城市建设、交通运输、公共服务、环境保护、饮食习惯、节日庆祝、婚恋观念等。例如在中级下册第4课《桑兰的微笑》和第9课《李连杰和他的“壹基金”》,第七课《彩票》都涉及了社会公共服务方面的内容。其他如《租房只要一个条件》《“SOHO一族”的快乐和烦恼》《绿色屋顶》讲述了社会中人们的居住方式、工作方式和生活方式。第1课中的烤肉串儿、茉莉花茶;第5课中的包子,第13课中的饺子,这些都是中国的代表性美食。第2课《房租只要一个条件》讲述了作者帮助朋友租房子,租房的要求有基础设施齐全,交通便利,购物方便、环境优美等,还要考虑到学区房、湖景房等因素,但是朋友却希望房子附近有图书馆,给孩子营造一个良好的学习环境。中级下册第15课中涉及“嫁鸡随鸡,嫁狗随狗。”“一个巴掌拍不响。”“少年夫妻老来伴。”“丁是丁,卯是卯。”“无规矩不成方圆。”等等都是日常生活中使用到的,这类“中国故事”代表了中国人实践经验的总结,传统观念的特征。这些要素展示了中国社会经济发展取得的成就以及人民生活水平提高带来的变化。

2. 人物维度是课文中出现次多的国家形象要素。人物类涉及很少著名人物但多普通人物。如中级上册第4课《最认真的快递员》则是从我们目前社会新出现的一个社会群体快递员为焦点。文章通过讲述懂得感恩、待人宽厚、对工作认真的一个平凡的快递员,来教会我们如何尊重别人从而赢得成功的励志故事。这些反映了中国人务实、本分的优秀道德品质,正显示了良好的国人形象。第十四课《梦里有你》多年未见的老朋友突然造访,主人以为有事相求而有些不快,但是得知是因为做梦怕朋友得了重病,感受到友情的珍贵。《最认真的快递员》表现了快递员认真、严谨的工作作风;《最好的教育》体现了王强坚强不屈、勤劳认真、老实又有责任心的普通人的形象;《从“鸡毛换糖”到“世界超市”》一文不仅体现了义乌人民不断奋斗,吃苦耐劳的精神,也通过描写普通人的奋斗史,侧面展示中国经济的发展。主要反映了中国人民在跨文化交流、慈善公益、创业创新等方面所表现出来的积极态度和行为。如在下册第四

[15] 如中级上册第12课《让拇指说话》中的操作手机进行短信文字沟通。现在已经很少使用。

课《桑兰的微笑》中有这样的表述：她每年都要跟着中国青少年发展基金会到贫穷地区，去帮助那里的孩子们。第七课《彩票》叙说了改革开放以来，彩票兴起，有的人买彩票为了开心，有的人为了收藏，有的人因为彩票改变了命运，彩票的钱还可以进行城市福利设施建设，造福社会。第八课《燕子买房记》介绍了外地人在北京买房遇到的困难和各种选择的问题，同样折射出我国目前的买房热的真实形象。

3. 文化维度是课文中出现较多的国家形象要素，除了学术思想外，其他小类都有涉及。主要内容包括饮食、风俗习惯、价值观念、跨文化交流、文学艺术等。例如，中级上册在第1课《北京的四季》中就描述了北京特色饮食：烤肉、烤鸭、包子、饺子等美食以及湖南菜等地方菜系。第7课《我在中国学“大方”》里讲述了作者在中国生活时对中国人“大方”的态度和思想感到惊讶，并适应了这种风格。其中的“1314257”的数字谐音梗，意思是“一生一世爱我妻”。第8课《天使之笔》的主题是一个年轻的英国人学习汉语时遇到的挑战和乐趣，通过学习汉语，他逐渐了解了中国传统文化和现代文化的语言、艺术、思想、信仰等方面的特征和价值。下册第1课《吃面的“学问”》、《喝啤酒的学问》、《宫保鸡丁的做法》、《少吃可以多活》属于饮食和健康的范围，我国饮食文化博大精深、源远流长，这充分展示了我国多彩的国家形象，塑造了一个富有饮食特色的中国形象。第十五课《俺爹俺娘》讲述作者父母从最初的疏远到最后相亲相爱的故事。折射的是我国的传统美德一孝。在向外国学生介绍中国文化的魅力和独特之处，并激发他们对汉语和中国文化的兴趣。学生们可以了解汉语的语言特点和学习汉语的挑战，同时了解中国的传统文化和现代文化，体验文化交流的乐趣。

4. 地理维度是主要包括了自然气候、城市、人文地理差异和旅游名胜，这些要素主要反映了中国地理环境和自然资源的特点和优势。如在下册中第6课中提及中国南方城市浙江、江苏、江西、安徽等地；在第7课和第13课中还提及了一些北方城市河北、内蒙古等。其中包括南、北方城市、少数民族自治区等，以及关于少数民族人口的内容。在这部分内容中，关于“北京”的内容介绍最多。

5. 其他类别如教育类介绍了中国家长对子女教育方式和学校生活。如中级上册第三课《我和父亲的战争》介绍了我和父亲从小到大不同的年龄段发生的矛盾，我也从误解父亲到体谅父亲，明白父亲对我的爱。折射出我们以孝为传统的传统美德及和谐、包容的道德形象。下册第十一课《代沟》文章写出，在东京，年长者吃面与年轻人吃面不同的习惯而产生对于的代沟现象，在不同的方

面,老少的价值观念,行为做法都有许多不同。双方都应该理解宽容,摆脱“代沟”的苦恼。

经济类反映区域经济发展和企业发展。例如在中级下册第6课《从“鸡毛换糖”到“世界超市”》中讲述了城市义乌如何从普通县城变成义乌世界小商品之都的过程。同时,随着中国经济不断发展,改革开放逐步加深,对外贸易也随着“一带一路”等政策逐步走向世界。科技类所占比例很小。只在中级上册第12课《让拇指说话》讲述的是拇指被人们用来操作手机进行文字沟通。其中提到了时间12月31日23点30分,这充分体现出了中国人守时的时间观念。下册第12课《错觉》,普及了对于日常生活中,月亮距离地球的远近,是因为有不同的感官而产生的错觉。普及了学生生活中常见的知识。

总体来看,这套教材在国家形象塑造方面具有以下特点:(1)以社会、文化、国民三个维度为主体,突出了中国当代社会生活和文化特色以及人民积极向上的精神风貌;(2)以地理、教育、科技、等维度为辅助,展示了中国地理环境和自然资源的优势以及教育科技体育等领域的发展水平;(3)以经济、政治两个维度为补充,展示了中国经济发展水平和质量以及对外经济交流与合作情况。

三、《发展汉语·高级综合》的国家形象的呈现维度分析

《发展汉语·高级综合》两册课文从政治、社会、文化、经济、地理、教育和国民七个维度展示了中国的国家形象。其中,《发展汉语·高级综合》(上)主要介绍了中国人的性格和价值观念,反映了国民形象;《发展汉语·高级综合》(下)主要介绍了中国的文艺作品和历史人物,反映了文化形象。两册课文都没有涉及中国的经济和教育形象。

1. 在政治方面,两册课文对中国的政治形象涉及较少,只有几篇课文介绍了中国的社会法律法规和国家相关政策,这些内容与留学生生活密切相关,既有客观呈现也有主观反思。例如,高级下册第4课《司徒雷登》讲述一位外国人在华生活、工作,对中美关系产生的巨大影响,反映了中国长期以来和谐发展的政治观念。第15课《廖承志致蒋经国先生信》讲述坚定的家国立场。上册第9课《高薪养廉和缘木求鱼》讲述反腐败斗争,通过正反辩证说明“廉洁”不是“养”出来的,而是治理出来的。高薪养廉,其实只是缘木求鱼。只有使法律完善、公正,才会使人有所畏惧,才能提醒官员们依法办事。体现中国共产党新时代全面从严治党的方略。第十三课《跨越时空的相见》描写了一个美国上校在战争前后对战争截然不同的态度,折射出我国和平发展、健康发

展的发展理。

2. 在社会方面，两册课文展示了现代中国人的多样生活方式和社会服务，并反映了一些当代中国面临的社会问题。这些内容体现了一个欣欣向荣发展变化中的新时代中国社会形象。如在高级上册第 6 课《网络时代的爱情》展示当代年轻人网络人际交往的特点。第 2 课《起名字》反映出父母对下一代的期望，同时展现出中国传统文化对名字用字的影响。下册第 1 课《尊重知识尊重人才》通过介绍我国综合国力与知识分子的政策的关系及邓小平的“尊重知识，尊重人才”的重要思想的提出与实施方针折射出我国各行各业重视教育的发展理念。第 3 课《三个丽友》展示了新时代女性的新面貌，以及新中国男女平等的政策。

3. 在文化方面，《发展汉语·高级综合》（上）选取了一些富有特色的题材来突出汉语的语言文化，在增加学习趣味性和难度上起到重要作用。《发展汉语·高级综合》（下）选取了一些具有代表性的题材来突出文艺和历史方面，在塑造国家形象上起到重要作用。如在高级下册第 6 课《白鹤梁古水文题刻》表现了中国传统文艺中的题刻展示出古代人民的智慧。第 7 课《琴弦上的“蝴蝶”》由中国传统文学作品“梁祝”改编而成的小提琴协奏曲在世界演出时取得了成功。第 13 课《居贤遗作》侧面讲述了中国传统文艺中的核雕艺术，体现出手作人精益求精的匠人精神。第 12 课《庄子的寓言》和第 9 课《康熙皇帝》介绍了中国历史中的哲学家和著名皇帝。高级上册第 15 课《论语》通过讲述孔子与其弟子的交往，体现了儒家思想的核心。两册课文都回顾了从中国从古代到近代再到当代的历史事件和建筑风格，在呈现一个历史悠久繁荣昌盛美好未来的国家形象上也发挥作用。

4. 在地理方面，《发展汉语·高级综合》（上）没有涉及任何与地理相关的题材，《发展汉语·高级综合》（下）选取了一些自然地理、人文地理、旅游地理和环境保护等题材。如在下册第 11 课《气候变化—人类面临的挑战》通过描写全球变暖，和气候改变对动物和植物的影响，是我们来认识到全球变暖的影响，我们应该改变我们的生活方式，拯救地球从我做起，通过对环境的描写正面呈现了中国面临环境保护的挑战和应对措施。构建了一个旅游资源丰富且有着强烈环保意识的国家形象。

5. 在国民方面，《发展汉语·高级综合》（上）选取了一些与中国人的性格、价值观、生活习惯、思维方式等相关的题材，展示了一个多元化、开放化、现代化的中国人形象。如高级上册中的《享受旅行》《提醒》体现出中国人对生活的态度，《我的第一份工作》《一辆自行车》表现了中国人性格中的优点

和缺点。第7课《北京人与上海人》运用南北对比的方式，讲述两座城市的故事，呈现地域文化差异特征。下册第十课《看不见的“邮”戏规则》，目前职场交流依赖电邮，在文章中作者列举邮件给我们带来的便利的例子，来说明掌握先进的电邮功能的重要性，间接反映了我国的经济发展状况，展示一个先进的国家形象，激发学生好奇心。《发展汉语·高级综合》（下）选取了一些与中国人的文化素养、艺术创造、历史贡献等相关的题材，展示了一个有着深厚文化底蕴和创新精神的中国人形象。

总之，两册课文从不同角度展示了中国的国家形象，但也存在一些不足之处，比如对经济和教育方面涉及较少，对社会问题处理较为表面等。这些都需要在今后的教材编写中加以改进和完善的国家形象。在国民方面，《发展汉语·高级综合》（上）选取了一些与中国人的性格、价值观、生活习惯、思维方式等相关的题材，展示了一个多元化、开放化、现代化的中国人形象。《发展汉语·高级综合》（下）选取了一些与中国人的文化素养、艺术创造、历史贡献等相关的题材，展示了一个有着深厚文化底蕴和创新精神的中国人形象。

《发展汉语·高级综合》教材是一套针对高级汉语学习者的综合教材，它以国家形象为主线，展示了一个现代化进程中的新时代中国。它涵盖了社会、法律、政策、生活、服务、问题等方面的内容，反映了中国在各个领域的积极进取和历史文化。它也传达了中国国民价值观，既有普世价值观，如赠人玫瑰手有余香、爱能造就奇迹等，也有中国特色的价值观，如知足常乐、雷锋精神、谦虚做人等，构建了一个文明公正、有素质有品德的国民形象。它运用了汉字、成语、谚语等语言文化元素，并结合了艺术作品、文艺形式、历史人物等文化背景元素，使教材更加丰富和生动。不仅有助于提高学习者的汉语水平，还能够增强学习者对中国社会和文化的认知和认同。

第三节 《发展汉语》的中国国家形象的呈现方式分析

教材中中国国家形象的呈现方式是具有主观性的，主要通过课文、生词、语法、练习等呈现。通过对初中高三个阶段教材的整体分析发现课文部分呈现的国家形象最多，其次是练习类和生词类，最后是语法部分呈现最少。

一、《发展汉语·初级综合》的国家形象的呈现方式分析

(一) 课文

初级综合教材课文中的国家形象展示相对于语法、练习和生词等几个方面是最多的。在上下两册的 55 篇课文中，几乎篇篇都对中国国家形象有着不同维度的展示。国家形象展示的维度主要涵盖了地理/旅游、风俗/传统节日、交通等，在艺术、军事、宗教等方面毫无涉及。在地理/旅游类型中，重心在于突出中国古老的有特色的建筑、首都北京的发展、北京的旅游景点、北京人的生活、季节、胡同的来源、优秀文化的保护等方面；在风俗/传统节日类型中，主要集中于中国盛大节日，比如，春节、端午节、中秋节等内容；在交通语义类型中，重点涵盖了日常出行的交通工具和当今中国的交通状况；在社会语义类型中，着重包含了如何适应中国人的习惯、打招呼的方式以及人际交往等内容；在文化类型方面，涵盖了中国历史名人故事、汉民族语言的特点等内容。

(二) 生词

初级综合教材生词中的国家形象展示较少，下册比上册要多一些，有些课的生词的语义和国家形象都没有关系。国家形象展示的内容涵盖了文学/文化、地理/旅游、著名人物、风俗/传统节日等内容，在科学/科技、军事、宗教等方面毫无涉及，这些方面与课文的分布类似。在地理/旅游这类型上，教材重点介绍中国名胜古迹、中国著名高校、中国名山、传统建筑等内容；在文学/文化类型中，主要展示中国传统节日、“文房四宝”和中国传统剧种、中国寓言神话、传说人物、典型人物精神、著名作家作品和中国人民传统美德等内容；在交通语义类型中，着重介绍关乎中国不同时期使用的交通工具、交通工具的演变等内容；在社会语义类型中，主要涵盖对普通人的称呼、交往方式、不同地方差异等内容；在饮食这一类型中，则重在介绍中国节日美食、饮食习惯等内容。

(三) 语法

初级综合教材中语法中呈现的国家形象内容展示是最少的。在文学/文化、地理/旅游、风俗/传统节日、交通、饮食诸维度呈现较多，在军事、宗教等方面毫无涉及，这方面与课文和生词的呈现类似。地理/旅游部分占据主要。集中体现在，有详细介绍北京香山、其他名胜古迹等展示中国地大物博的国家形象修辞；在饮食类型中，介绍中国地方特色菜、南北不同饮食等内容；在政治这一类型中，重点涵盖了中国发达城市的制度、历史重大事件、法律与保护环境等内容；以及其他有关中国节假日一票难求的状况和曾经的南方水灾情况、插队、电视栏目和日常天气状况内容。

（四）练习

《发展汉语》在初级阶段练习中，国家形象修辞主要涵盖了文学/文化、社会生活、旅游/地理等方面。在社会生活方面，集中体现在诸如留学生对中国的认识、中国高校、来中国旅游的注意事项、中国人的生活和北京人民的锻炼身体方式，包括传统武术——太极拳等这些内容；在地理/旅游类型中，涵盖了著名景点的起源、北京气候，全球气候状况、中关村的优势、胡同的保护等内容。

二、《发展汉语·中级综合》的国家形象的呈现方式分析

（一）课文

课文展现了中国丰富多彩的国家形象。这些形象包括经济、社会、文化、地理、教育、科技和人物等八类要素，涵盖面较广。尤其是文化、社会和人物类的出现频率较高。在社会/文化中，描述了中国古代历史遗迹社稷坛及其渊源、五行、黄土等特殊意义，同时也涉及到地理方面；在政治类型中，介绍了中国台湾和大陆的关系问题，以及政府制定的与中国政治经济情况相关的政策；在文化类型中，重点介绍了中国古代历史、中西文化交流以及由现状引发的思考，还包括中国传统服饰的变化等内容。此外，还有关于中国国宝大熊猫以及熊猫的使者形象的国家形象展示。

（二）生词

生词类中的国家形象要素主要涵盖了文化类、社会类、地理类、历史著名人物、交往方式等方面。其中，文化类、社会类的出现频次较多。没有涉及教育类和人物类。文学/文化类型包括了中国特有的历史文化词汇、茶文化、京剧代表人、汉语特有的表达方式、非物质文化遗产和历史上对现今影响深远的制度。在中国地理类型方面，主要涵盖了北京古老建筑物、长城等内容。交往方面主要有关于中国人惯用的谦辞敬语等内容。历史著名人物类型中，突出中国先贤的形象以及对现今的重要影响力。

（三）语法

语法部分所涉及的国家形象要素包含了政治、社会、文化、地理、教育、人物、其他类，但无涉科技类内容。其中，文化类和社会类居多。经济类型主要体现了中国经济的发展和繁荣；文化类型主要包括“北京”英文表达的来源、中国人的礼仪等；政治类型中，主要包含科举制度的影响、中国的变化、改革开放、中国的社会保障、中外友好交流、中国的法律等内容；此外还有中国交通、中国人的称呼、中国人的爱好和平追求、中国人的乐善好施的美德、

节日、美德、个性、独生子女现象、地理风景、民族等内容。

（四）练习

练习中的国家形象要素包含了经济、政治、社会、文化、地理、教育、科技、人物、其他类 8 类，所涉及的类别亦广，但主要以文化类、社会类、地理类内容为主。在文化类型中，主要集中体现在汉语特有的比喻词、中国著名作家作品、古诗词、传统道德等内容；在科技这一类型中，主要包括科学技术发展的同时带来的弊端等内容；在政治类型中，主要涉及中国改革开放地成果和影响、中国政治中心和其变化等内容；在交通类型中，主要介绍中国企业分布、中国大城市现状、铁路干线等内容。

根据上述分析，可知：《发展汉语·中级综合》教材在呈现中国的国家形象方面，主要通过课文部分进行展现。主要涉及了七大类国家形象要素，包括经济、社会、文化、地理、教育、科技和人物等，呈现较为全面。虽然教材体例各部分呈现的国家形象要素在数量和比例上有所差异，但在生词、课文、语法和练习四部分中，均注重对文化形象的呈现。

三、《发展汉语·高级综合》的国家形象的呈现方式分析

（一）课文

在《发展汉语》高级综合课文部分，体现的国家形象展示在上下册的分布不完全均衡，下册体现的内容更为丰富。主要涉及文学/文化、教育、政治等维度。具体而言，在文学/文化类型中，集中体现在中国人命名、中国当代作家、成语故事、中国文化、平等重要性以及和平倡导等方面；在教育类型中，主要包括不同时代学生对专业看法的变化、代沟、西部教育问题等内容；在政治类型中，则主要关注对廉洁的态度、贪污现象、法律和社会制度等议题。总的来说，这些内容在语义类型上偏重于文学/文化。

（二）生词

《发展汉语》在高级综合生词部分，国家形象的呈现主要展示了文化/文学、地理/旅游、教育/校园生活这几方面。文化/文学集中包括有关中国的成语、俗语、名言、文化词、方言词、字母词、比喻词、贬义词、汉语成语故事、四大名著、中国人性格特点等内容，此外还包括政治词汇、宗教人物等内容。

（三）语法

《发展汉语》在高级综合语法部分中，国家形象的呈现主要展示了文化/文学、节日、经济、交通、体育等方面。有关文化/文学这部分，主要从中国人共

同的梦想、典型作家作品等内容来体现；经济主要集中在：关于中国公职人员的薪资、中国与发达国家的差距、农民生活水平等方面；此外还有中国传统节日、习俗、中国水资源和环境状况、世界著名建筑、中美留学、中国歌手、地理、气候、医疗、体育、出生率、离婚率、医药、环保、交通出行等内容。总之，主要集中在地理和文化这两个维度。

（四）练习

《发展汉语》在高级综合练习部分，国家形象修辞主要涵盖了经济、政治、地理/旅游、文化、饮食、体育、等内容。在政治这一类型中，主要体现在：政府职责、规章制度、公民应尽义务、对妇女的看法、中国解放、中国见闻、改革开放的影响、行业的规章制度、人民生活质量的提高等层面；经济类型主要有经济政策、从事的工作、人民生活水平、失业后状态等内容；此外还有中国人的美德、中国人婚姻观、人物精神、“非典”、电脑的普及、医疗、“非典”等内容。

第四节 《发展汉语》的中国国家形象的态度倾向分析

对于国家形象的态度倾向是指在教材文本选择与写作中所反映的关于中国国家形象价值取向的态度倾向。笔者把教科书上关于中国国家形象的评价分为正面评价、中性评价和负面评价三个方面。正面的文章，往往强调中国社会积极乐观的一面，对中国表示赞赏，甚至是赞美的态度倾向。反观“负面”的文本，对中国发展中出现的“反面”问题给予了更多的重视，与正面的“褒奖”方式有所不同，更多的是对“反面”的质疑、批评和贬损，旨在揭露世界和社会上的敏感和阴暗面。而中性评价则是课文体现的形象没有显著的抑扬倾向。

教材的主导倾向会影响学生学习汉语的兴趣。正向的态度则有助于国家形象的建构，反之则不利，同时也不利于汉语的国际推广，这与国家利益需求和国际形象相违背。当然正向亦有程度之别：如果积极的态度是主导因素，中性态度也参与其中，那么结果将显示出明显的积极意义；如果中性的态度是主导因素，积极态度也参与其中，那么结果也将显示出温和的积极意义。但是，应该注意的是，态度的倾向程度不一定是正向的就一定会给受众形成对中国的积极印象，为了最大限度地使对国际中文教材对使用者的价值取向产生预期的效果，不仅要引导态度的正负取向，它还需要其他策略的合作，国家形象维度的选择和材料的内容也很重要。

《发展汉语》初中高三个阶段的综合系列教材共有 115 篇课文。其中有明显态度倾向的课文有 100 余篇。整体上教材在塑造中国形象时，呈现出正向主导，中向为辅的态度倾向。

但是，有些课文中是正向态度，但并未给学习者留下正面的印象，甚至还会造成负面的影响。如中级上册第三课《我和父亲的“战争”》“我”想去外地上大学，父亲让我读本地的大学，最后“我”去了本地的大学。大多数学习者认为“我”应该坚持自己的想法，不能因为父亲的看法而改变自己。同时觉得中国父母喜欢干涉孩子，中国的孩子不自由。第五课《最好的教育》考上大学的王强因为家里穷把上学的机会让给了弟弟，和亲戚去大城市打工。课文中主要想呈现中国人孔融让梨、懂事谦让的精神。但是现代学生认为，他不会这么做，不会为了别人放弃属于自己的机会，并产生了中国人做事没有原则，逻辑不清晰的想法。第六课《电梯里的 1 分 27 秒》使人觉得中国人虚伪、不真诚，认为中国人的行为可能带有目的性。第十课《给咖啡加点儿盐》课文认为这是幸福的爱情。但是给教材使用者留下了中国人是非不分的印象。也有些课文在塑造中国形象时，却引发了留学生的误解。如中级下册第十三课《你是家养的还是野生的》著名的外企人力资源主管每年都要去民营企业应聘，当老板们邀请他前来工作后，他满意而归，说明他自己依然保持野生的状态。课文想要说明保持野生状态的必要性，但是这种证明形式引起了学生的不满。认为主管去别的公司应聘，是对现在工作的公司不忠诚，对要去应聘的公司也不诚实，是不诚信的体现。中级下册第十五课《俺爹俺娘》课文内容容易让读者形成对中国婚姻负面的印象。如在结婚前双方并不知道互相长什么样子，两年后两人才开始说话，对此有点让人无法想象；丈夫脾气倔，爱吵人，打了妻子两巴掌，容易使人认为中国男人有暴力倾向；妻子喝煤油，认为她不爱惜自己的生命；娘说“没想过离婚，嫁鸡随鸡，嫁狗随狗，女人都是这样”。

另外，课文持负向态度的观点，学生有的却比较认同。如中级下册《故事二则》中的第二个故事中作者认为减法生活会减掉了亲情、爱情和友情。但是学生并不认可这样的看法，相反，觉得在当今复杂的社会，减法生活会让我们生活得更自然、真实。高级上册中的课文《孤独的晚餐》《一辆自行车》《高薪养廉与缘木求鱼》《科技时代人们的时间》。虽说是负向态度，但给人真实的感觉，如科技的快速发展，给人们的时间观带来的变化，任何国家的人都会有这种感觉。还有现代社会的节奏越来越快，连吃饭都成了交易的场所，导致人们内心深深的孤独感。《一辆自行车》选取了人性的缺点——偷窃，虽然这是不好的方面，但是因为小说的体裁，可以削弱这种负面印象。《高薪养廉与缘木求

鱼》虽然讲的是中国官员的腐败现象，但同时塑造了一个不避讳、不含糊、积极寻求解决问题的中国形象。《气候变化——人类面临的挑战》虽然课文中讲了很多破坏环境的问题，呈现出负向态度，但是由于这是全世界都面临的情况，即共识问题，这样题材的课文不会引起太多负面影响。

整体来看，《发展汉语》初中高三个阶段的综合教材倾向塑造以正向态度为主的国家形象，但是在呈现负向态度的课文中，作者的观点值得商榷。教材中呈现的态度倾向与教材使用者的认知方向不一定成正比，使用者的接受和认可程度受到不同因素的影响。在呈现出正向、中向的课文中有些篇目会出现负向的误读，对中国国家形象的塑造产生不良影响。课文中呈现出负向的态度，由于文化差异等因素，教材使用者反而或许会认同，在一定程度上削弱了负面倾向，而且还会塑造一个真实自然的国家形象。整体上教材的呈现态度客观中立，但是在涉及中国文化优美性和博大精深性方面表现出积极的态度，同时也呈现出对现实问题的关注和引导学生积极思考的态度。这样的态度倾向有利于提升学生对中国的文化认知和对汉语学习的兴趣。

小结

国家形象构建是一种主动地向外界展示自己的特点、优势和价值的行为，它是一种重要的文化传播策略，也是一种有效的国际交流方式。在我们对《发展汉语》系列综合教材的国家形象总结分析后，可以确定教材在传授汉语知识和技能的同时，也承担了向外界展示中国形象的任务。

一、《发展汉语》教材中国形象塑造的优点

第一，塑造的中国国家形象具备多元化特征，涵盖了历史、文化、社会、经济等多个方面。教材中选取了各种类型的文章，如新闻报道、评论文章、小说节选、诗歌等，反映了中国的政治制度、社会问题、民俗风情、文化传统等内容。教材不仅介绍了中国的古代历史和现代发展，还展示了中国的地理风貌和民族多样性。通过这些文章，学习者可以从不同角度和层面了解中国。

第二，用客观公正的态度取向展现真实中国，不回避存在的问题和挑战。教材中不仅有赞扬中国的文章，也有批评和反思中国的文章。由衷地赞美人类历史上的伟大人物，如白求恩、达尔文和诺贝尔等人；并客观地描绘现实生活中一般人物以及古今中外的人民的行为。在面对问题时，客观地承认自己存在的局限性，同时也充分展示我国人民所具有的良好品质。这样做不仅可以促进

个人和社会的进步，而且还有助于打破国际上对中国人形象的刻板印象。

第三，国际意识、跨文化意识强烈，注重与其他国家和文化的对比和交流。教材中有很多涉及国际关系和跨文化交流的话题和内容。教材中选取了多篇环保主题的课文，如《世界地球日》《太空垃圾》《什么是低碳生活》等，它们从国际视角展现了中国在环保领域的成就和挑战；教材也有一些课文通过对比研究来揭示中国与西方国家在某些方面的异同和不足，如《中国的私立教育》；教材还有一些课文介绍了中国人物在国际舞台上的作用和影响，如《杂交水稻之父—袁隆平》。此外，教材还涉及了一些跨文化交际的话题，如《给你点儿颜色看看》和《我已经祈祷过了》，它们分别说明了颜色词汇在中西方语境中的不同寓意和矿难现场牧师拒绝重复祈祷的小故事。这些具有跨文化视角的内容既丰富了教材中单一的中国视角，也拓展了学习者对世界和其他文化的见识。

第四，《发展汉语》系列教材在选择中国形象内容时也考虑到了学习者水平提升过程中所需知识量增加以及兴趣变化情况，并由浅入深地安排相关内容。例如，在初级阶段，《发展汉语》初级综合上下两册主要介绍基本生活常识以及日常交际话题；在中级阶段，《发展汉语》中级综合上下两册开始引入社会现象以及人物传记等内容；在高级阶段，《发展汉语》高级综合上下两册则涉及更深层次的文化思考以及国际视野等内容。通过这样的安排，教材不仅能满足学习者不同阶段的学习需求，也能激发学习者对中国形象的兴趣和好奇心。

二、《发展汉语》教材中国形象塑造的不足之处

首先，教材过分强调传统文化而忽视现代文化的多样性和活力。例如，教材中有很多关于中国历史、文学、艺术、哲学等方面的课文，但很少涉及到中国当代社会的变化、发展和问题。这样可能会给学习者造成一种印象，即中国是一个停留在过去的国家，没有与时俱进的创新和活力。而事实上，中国是一个正在快速发展和变化的国家，有着丰富多彩的现代文化和社会生活。教材应该兼顾传统和现代，让学习者了解一个真实、全面、立体的中国形象。

其次，教材缺乏对中国地域差异和民族多样性的充分体现，没有反映出中国作为一个统一多元国家的特色。例如，教材中有很多关于北京、上海等大城市或者汉族地区的课文，但很少涉及到西藏、新疆等少数民族地区或者云南、广西等边疆地区。这样可能会给学习者造成一种印象，即中国是一个单一、同质、平坦的国家，没有多样性和复杂性。而事实上，中国是一个拥有 56 个民族、五大宗教、34 个省份以及各种方言和风俗习惯的国家。教材应该反映出中

国的地域差异和民族多样性，让学习者了解一个统一而又多元的中国形象。

再次，教材缺乏对学习者的兴趣和需要了解的话题和内容的考虑，没有充分利用教材作为对外传播中国形象的平台。例如，教材中很少涉及到中国人民日常生活中遇到或关心或讨论或争议或困惑或喜欢或厌恶等方面内容。这样可能会给学习者造成一种印象：即只要知道了官方数据就知道了真正意义上“真实”的信息；只要知道了“正确”的答案就不需要再去探索其他可能性；只要知道了“主流”的观点就不需要再去理解其他角度；只要知道了“优秀”的事例就不需要再去关注其他现象；只要知道了“正式”的语言就不需要再去学习其他表达方式……而事实上，在任何一个国家里都存在着各种各样不同层次不同领域不同角度不同风格甚至相互矛盾相互冲突相互影响相互融合相互转换的话题和内容。这些话题和内容可能更能引起学习者的兴趣和好奇，也更能帮助学习者了解中国人民的思想、情感、价值观、生活方式等方面。教材应该考虑到学习者的需求和兴趣，选择一些有趣、有用、有争议、有挑战、有启发性的话题和内容，让学习者了解一个真实而又多样的中国形象。

最后，一些教材中的内容陈旧，风格单一。例如，有一篇课文介绍了二十年前中国人用拇指发短信的现象，这在当时是一种创新，但现在已经被智能手机取代了。这样的内容不仅不能体现中国科技的进步，反而会给学习者留下落后的印象。相比之下，中国在人工智能、5G 芯片、航空航天技术、电子支付等方面都取得了世界领先的成就，这些才是值得展示和宣传的中国科技形象。教材应该更新和选择一些能反映中国从“制造”到“智造”的转变和引领力的内容。此外，教材中的文本风格也比较单调和统一，缺乏多样性、实用性和趣味性。文本风格不仅影响着课文的呈现效果和“中国形象”的塑造效果，也影响着学习者的学习兴趣和接受效果。教材中只包含有限的文本体裁和风格，这可能会导致学习者感到审美疲劳，甚至失去学习的动力。为了激发学习者的学习热情和兴趣，教材应该采用多样化和丰富化的文本风格，并且选择一些具有实用价值、趣味性、挑战性和启发性的文本类型。采用这种方式不仅能够提高学习者的学习成效，还可以增强他们的学习动力和学习兴趣。事实上，中国是一个拥有着丰富而又独特的当代文化表现形式和风格的国家。教材应该更新内容，多样化风格，让学习者了解一个创新而又时尚的中国形象。

第二章 《发展汉语》与其他中文教材中“中国形象”塑造的对比分析

第一节 国内通用型国际中文教材“中国形象”塑造的分析

通用型教材是为特定教学目标和某一类教学对象编写的教材。这些教材的使用对象可以是儿童或青壮年、也可以是学生或社会人士、也许有的人有很高的学历等，也包括不同学习阶段的语言学习者。通用型中文教材适应范围广泛，适合不同的人群学习。当前，国际上普遍还是以通用型中文教材为中文教材，比较常见的有《发展汉语》《博雅汉语》和《体验汉语》等。为了纵向与横向对比，本文在分析《发展汉语》不同阶段的“国家形象”后，从横向的角度分析国内通用教材中塑造“国家形象”的方式。主要从国家形象的呈现维度、呈现方式和态度倾向三个角度展开分析。

一、“国家形象”的呈现维度

通过总结前辈的研究成果和对国内部分通用型教材^[16]的整理学习，笔者主要有以下发现

（一）整体上来看，国内通用型国际中文教材在谈及中国时涉及了社会、政治、经济、文化、科技、地理、教育、人物八个维度。

文化和社会维度占比较大，内容丰富。教材中所涵盖的中国文化内容十分丰富，语言文字如谐音、成语、汉字、普通话、方言等；节日习俗如中秋节、植树节、春节、元宵、端午等；文艺作品如中国画、戏剧、书法、诗歌、相声、电影等；文艺人物如贾岛、王洛宾、鲁迅、巴金、老舍、金庸、齐白石、梅兰芳等；文化产物如太极剑、秧歌舞、酒、烤鸭、茶等；中国历史如鸦片战争、文化大革命、康熙皇帝、武则天、贞观之治等；思想观念如儒释道观念、丁克思想等；其他多元文化如迷信、少数民族、文化对比等；国民性格如男性、父亲、爷爷等的典型性格等。总的来说，教材在文化方面呈现了文化繁荣、和谐多样的形象。教材社会维度内容大多基于当代社会，反映了人们社会生活的方方面面，构建了立体真实的中国人民生活情境，既包括人们的日常生活方式，如生活习惯、消费习惯、生活方式等；也包括社会出现的新变化，如交通、网络通讯方式的改变等；还包括多种社会问题，如人口问题、婚姻家庭问题、教育问题、妇女问题等。此外，还涉及中国现代体育运动、法律司法情

[16] 主要涉及到《博雅汉语》《新实用汉语课本》《成功之路》《体验汉语》等教材中。

况等。总的来说，呈现出了中国社会和谐、人民团结、在不足中发展的形象。

经济和地理维度也占有一定比例。国际中文教材中所涵盖的经济内容，大致包括个人经济、企业经济和经济国情三类。个人经济包括打工、买房、银行业务、工作就业等；企业经济包括企业经营过程中的谈判、招聘、广告等各类活动；经济国情则包含宏观上的经济介绍，展现了中国经济的迅猛发展，如共同富裕、工业化、现代化等，也呈现了存在的问题如城乡差距、地区差距、能源问题等。地理维度则大致包括自然地理及人文地理。自然地理呈现了中国气候多样、地形复杂的特点；人文地理则展现了中国的迷人风景及悠久历史积淀，如北京、西安、哈尔滨等地的城市风貌，以及中国特色建筑、名胜古迹等。总的来说，教材塑造了稳定发展、渐进复兴的经济形象，以及地域辽阔、山河秀美的地理形象。

科技、教育和政治维度占比较少，政治维度占比最低。表现出了对外汉语教材对中国文化的重视，如《新实用汉语课本》前言中提到语言教材应能够帮助学习者了解目的语的文化和社会。

（二）具体到不同的教材中，与总体中国形象维度分布基本一致，笔者所见到的对国际中文教材在各自的中国形象内容分布上，基本均呈现出了以文化和社会维度为主，经济和地理维度次之，政治、科技和教育相对较少的特点。尤其是文化维度，在多部教材中均占比最高。大多数教材的文化维度多于社会维度，如在《博雅汉语》《新实用汉语课本》《成功之路》《体验汉语》等教材中均为文化维度占比高于社会维度。说明对外汉语教材在展示中国形象时，多数以文化内容为主，社会维度虽同样是占比较高的一类，但多数情况下不会超过文化维度。而政治维度有的教材甚至并未涉及，如《新实用汉语课本》。

另外，对于同一中国形象维度，不同教材在具体内容选择上存在差异。以文化维度为例，多数教材都十分注重介绍中国饮食，尤其是中国菜，如西红柿炒鸡蛋、烤鸭等，塑造了中国饮食种类丰富、味道可口的形象。但更多的是差异，例如多数教材在介绍中国音乐时都侧重于各类传统戏剧尤其是京剧的介绍，而《发展》则介绍了中国现代音乐，如《梁祝》等交响乐。又如在谈及思想观念时《新实用汉语课本》相对较侧重于容易引起学习者误解的思想观念，如其中的重男轻女；而《博雅汉语》和《成功之路》则大多是基于传统儒家思想进行的延伸，如《博雅汉语》中的天人合一、本末之别、含蓄、传承、道德，《成功之路》中的谦虚、经世致用、包容性、安贫乐道等。

（三）具体到不同学习阶段，无论哪个阶段，文化都是教材展现中国形象的主要维度，由初级到高级文化占比先降后升，初级阶段文化维度占比相对较高。在初级阶段中国形象的文化维度多数集中在语言文字和文化产物方面，大多通过对话的形式，介绍了中国语言文字的特点，以及各类具有中国特色的文化产物，主要包括中国菜、中医、功夫等，其内容大多属于当代中国社会生活中“活”的文化习俗。中级阶段多数集中在思想观念和国民性格方面，思想观念方面主要包括传统的天人合一等思想，及存在争议的“面子”观念等；国民性格则介绍了中国人性格中的幽默感及男性性格特点等。高级阶段多数集中在语言文字、中国历史和思想观念方面，语言文字主要包括各类成语俗语，如塞翁失马、聚沙成塔等，中国历史则包括贞观之治、封建皇帝等内容，思想观念则可概括为儒家传统观念的现代表现等。初级到高级不同学习阶段文化维度的侧重点并不相同，初级阶段多为实体文化产物介绍，中级和高级则向思想观念、性格等延伸，并使学习者逐渐接触到部分古代传统文化。

社会维度占比均仅次于文化维度，各个阶段在社会维度的塑造均基于现代社会，初级阶段内容多为现代社会人际交往方式，对中国形象塑造并不明显；中高级阶段延伸至现代社会的变化及存在的问题，社会稳定、人民团结等形象逐渐凸显出来。初级阶段中国形象的社会维度多数集中在人际交往方面，如收送礼物、问好、打招呼等，此外还简要谈及现代中国在人口、婚姻家庭、教育、妇女等方面的问题。中级阶段多数集中在对人口和婚姻家庭问题的谈论上，如空巢家庭、独生子女等。高级阶段内容分布较为广泛，涵盖生活方式、人际交往、交通、人口、婚姻家庭、教育等多种内容。

地理和经济维度也占有一定的比重，比较而言，初级和高级阶段的经济维度占比相对较低，中级阶段的地理维度占比相对较低。中级阶段在八个中国形象维度的分布更加均衡，初级阶段的维度分布差异较大。例如北京作为中国首都，在各个阶段均有所涉及；初级、中级阶段在对中国自然地理的介绍上，大多是一些常识性的介绍，如国土面积、气候、黄河等，以帮助学习者对中国有一个更形象的认识，高级阶段则涉及更多特殊的、不常见的自然地理现象，如戈壁、海市蜃楼、塔里木河等。

总的来说，国内通用型国际中文教材在国家形象的塑造上，做到由点及面、由浅入深、循序渐进。初级阶段内容大多基于日常生活，具体可感；中高级阶段思维形式、价值观念、意识形态内容有所增加，对于一些热点及容易引起争议的问题也有着一定程度的讨论与解释，总体上展现出中国友好、开放、进步、文明、历史悠久的形象。各维度的具体形象，又各自有所侧重。文化维

度塑造了文化繁荣、和谐多样的形象；社会维度塑造了社会和谐、人民团结、在不足中发展的形象；经济维度塑造了稳定发展、渐进复兴的形象；地理维度塑造了地域辽阔、山河秀美的形象；科技维度塑造了迅速进步、注重应用的形象；政治维度塑造了政治稳定、民主进步的形象。

二、“国家形象”的呈现方式

各套国内通用型国际中文教材的编写体例中普遍包含课文、生词、练习（注释、语音、语法、练习）等几部分。其中，练习和课文部分所包含的中国形象元素比例最高，且占据了相当大的比重。无论是哪一套教材，课文和练习中所包含的中国形象元素的呈现比例都很高。

从课文部分中分析，教材涵盖了八个国家形象元素维度，其中文化和地理方面的内容出现的频率最高，数量也较大。课文是教材中最重要的部分，也是教学中的重点讲解内容。教师会在课堂上花费大量时间讲解课文，因为课文中包含了大量的词汇、语法和日常用语，同时也为学习者提供了一个交际环境，让他们更好地感受语用知识。因此，学习者的绝大部分注意力和精力都会放在课文的学习和消化上。中国形象元素通常会首先在课文中出现，学习者会更深刻地记住它们。根据学习者的访谈，我们可以发现，他们对课文的内容印象非常深刻。访谈对象所提到的故事和成语等，大多数都是课文中的内容。因此，课文部分所呈现的中国形象元素会让学习者更容易地记住它们。

教材中的练习部分通常占据很大篇幅，这是因为只有经过反复操练才能巩固记忆。在本研究的教材中，练习部分同样占据了相当大的比重，而且其中超过一半的内容都涉及到中国形象元素。为了帮助学习者更好地记忆，教材中不断重复出现中国形象元素。此外，练习部分所采用的方式也非常多样，通过不同的方式进行练习可以让学习者更容易地掌握该元素，同时也能更全面、立体地了解元素背后的内容和故事。

三、“国家形象”的态度倾向

在国内通用型国际中文教材中，关于国家形象的主题篇目呈现出正向主导的态度倾向，旨在构建一个积极的中国形象，以引导读者对中国有一个正面的认知。整个教材总体上展现了积极的态度倾向。只有极个别情况呈现负倾向，在个别教材中，负向态度较多。如《博雅汉语》（中级冲刺篇1）第二课副课文《马先生其人》讲述了一个没有时间观念的人物形象。第三课主课文和副课文对比香港和北京的环境，得出两者在不同时期各自的缺点。第七课副课文《差

不多先生传》课文讲了一个差不多先生的人生秉持“不管什么事，差不多就行了”的观念，导致自己死去的人物形象。这些负向的课文对国家印象的形成造成不良影响，不利于对中国国家正面形象的建构。

在不同的学习阶段中，中国形象的维度、涉及面和积极/消极态度的比例存在明显差异。这表明在国际中文教材的“国家形象”塑造中，教材编辑有意塑造正面的“中国形象”，但是缺少一些理论和实践的指导，所以表现出来的“中国形象”就比较统一，也可以说是单一。

综上所述，在国内通用型国际中文教材中的“中国形象”塑造中，“中国形象”的各维度均有所体现，以文化和社会展示最多；同时“中国形象”因素贯穿教材的各部分，以课文和练习中体现最多；教材已经有意识的主动去构建一个正向的“中国形象”。

第二节 海外本土化国际汉语教材“中国形象”塑造的分析

随着学习者的文化背景、所在地区、能力水平和学习目标的多元化，编写本土化的汉语教材成为越来越重要的课题。近年来，也不断涌现了适应不同文化特点的本土化汉语教材，以更好地满足学习者的需求。海外本土化汉语教材近年来呈现出如下发展迅猛，现在有多达 46 种媒介语的中文教材，但是以初级阶段的教材为主。其中比较有影响力的有《中文听说读写》《环球汉语》《通向中国》等，但是海外本土化的教材大多是盛行于某一国，本文仅就笔者接触到《中文听说读写》为例，对其中“中国形象”的塑造特点进行分析。

一、“国家形象”的呈现维度

（一）总体而言，海外本土化的国际汉语教材涉及到中国的文化、地理、社会、经济、教育、国民形象等八个基本方面。大多数教材中，社会生活类话题所占比例最高。“这些教材通过“说故事”的方式，以具体的叙述形式，描绘了中国人的日常生活，如饮食、起居、人际交往、就医、城市交通等，展示了真实、立体的中国人民的生活场景。这种日常生活形态发挥了隐形的政治功能，演变成建构中国形象的基本元素，产生一种带有情感倾向与政治判断的中国形象。”^[17]文化类话题在海外本土化的国际汉语教材中所占比例仅次于社会生活类，同时地理、经济和教育维度也得到了一定的关注。尽管在教育与环保

[17] 陈林侠. (2013). 大众叙事媒介构建国家形象:从特征、论证到文化逻辑. 中州学刊 (10), 84-90.

领域，教材编者对其重视程度不够，但他们却是一个完整、立体的中国不可或缺的一部分，也是中国不断发展的重要基础。此外，旅游类话题也占有一定比例，在中国旅行，对于欣赏到一个美好的中国有着十分关键作用。在汉语教学的同时，在汉语教学内容的安排上，融入中国的历史文化景观，自然风光，民间风俗，营造一种轻松，探索的气氛，让外国学生从他们自己的旅行经历中，了解中国的故事。这种方式更有利于学习者接受，也更能够塑造中国的形象。

（二）在初级阶段，海外本土化的汉语教材大量展示了中国的“国家形象”。从学生的角度来看，当学生初次接触目的语教材时，由于缺乏目的语社会环境的熏陶，这种“首因效应”可能有利于学生从多个方面、多个角度全面了解目的语以及目的语文化，从而更好地认识中国，并促进对汉语的学习。这也解释了为什么在以欧美国家为语境的汉语教材中，初级阶段更多的国家形象展示，而中级阶段则较少。

二、“国家形象”的呈现方式

海外本土化国际中文教材中的“中国形象”也是通过课文、生词、语法、练习等呈现的。在海外本土化的汉语教材中，课文中所含“中国形象”元素比例最高，分布较多的领域包括地理/旅游、文学/文化、教育/校园生活、家庭、风俗和饮食等。课文是一篇文章的核心，它集合了生词和语法点，并且对于初中级汉语学生来说，掌握课文要义，并整体感知国家形象可能更容易被学生所接受。在语法点方面，教材会略举一两个例子来说明，更多的内容则是通过英语释义或重点介绍汉语语法和英语语法的异同来进行讲解。在练习中，“国家形象”展示仅次于课文，说明国外教材在练习方面也注重使用“国家形象”，帮助学习者记忆、理解该元素。

三、“国家形象”的态度倾向

从总体上看，海外本土国际中文教材在塑造中国的“国家形象”方面，主要表现出正面和中性态度，负面态度较少，具有客观反映中国现实的特点，能够为良好的中国形象建设提供有益帮助。另外，对于各种主题，积极、中性、消极的看法所占的比重也各有差异，表现出如下特点：

（一）在政治、经济和文化等相关维度上，教科书以积极的倾向态度居多。这几个维度既描绘了中国迅速发展的政治与经济，又展现了中国古代的传统文化，旨在刻画出一个开放包容、文明、发展的中国形象。

（二）社会生活、教育类话题以中性态度为主，正面话语态度略高于负

面。今天，这个世界对中国还是不够了解。中国已不再是西方想象中的那个“神秘而落后”的国家，而是一个充满活力、创新和机遇的现代化大国。编者精妙地将注意力聚焦于中国社会生活，展现出中国社会快速发展的成就，呈现出非同凡响的建设成果。为了不过度修正，教材并没有回避中国社会生活中存在的各种问题。

（三）环境、旅游类的话语态度在教材中以正面态度为主。中国在面对环境问题时，采取了一系列环保节能措施，例如超市不再提供免费塑料袋，办公场所的空调温度也被规定为节能标准。教材致力于向读者推荐各地的著名景点和美丽景观，以展示中国的文化和自然之美。

整体来看，海外本土国际中文教材在中国“国家形象”的塑造上，体现了塑造“国家形象”的各维度，但更注重社会生活维度的展示。因此“国家形象”多在课文中呈现。体现的“中国形象”以中性倾向为主，较客观的反应中国的现实。

第三节《发展汉语》和国内通用型国际中文教材对比分析

一、教材呈现“国家形象”维度的对比

（一）“国家形象”维度呈现相同之处

1. 根据前文《发展汉语》中国家形象的分析和对国内通用型国际中文教材的分析，可以发现教材均涉及了社会、文化、地理、教育、科技、人物等八个国家形象类别，对国家形象各维度各有不同的呈现。

2. 教材都注重对文化、社会和地理三方面形象的展示。《发展汉语》呈现最多的是文化形象，其次是社会形象和地理形象。国内其他通用型教材呈现最多的也是文化形象，其次是地理形象和社会形象。教材对经济、政治、教育和科技四个形象维度等其他方面的展示则相对较少。教材往往未能充分呈现中国在经济、政治、教育和科技领域的形象，这一点常常被忽略。

（二）“国家形象”维度呈现不同之处

1. 在教材中，对于中国的社会形象和地理形象的呈现程度有所不同。《发展汉语》系列教材更加注重对中国社会形象的描绘，而其他通用型教材则更加重视对中国地理形象的展现。

2. 相较于《发展汉语》，国内其他通用型教材在各类国家形象的呈现比例差异上更为明显。《发展汉语》全方位、多角度呈现了中国的国家形象，国内其他通用型教材尤为重视对文化形象的呈现。

经过对比分析,可以发现,在教材呈现中国国家形象时,通常都会着重展示中国的文化、社会和地理形象,这有助于汉语学习者在学习过程中更好地了解中国文化,社会生活,自然景观等。但是也发现教科书对中国政治,经济,教育,科技等各领域的展示并不理想,因此,我们需要对中国的国家形象的呈现进行更为合理和均衡的选取。而且,各种教科书中的国家形象元素在数量、种类等方面都有很大的差别,表现出了自己的特色。

二、教材“国家形象”呈现方式的对比

根据前面统计和分析,《发展汉语》和国内其他通用型教材在国家形象的呈现方式上既有相同之处,又有所差异。

(一)“国家形象”呈现方式的相同之处

教教材中呈现的国家形象要素数量和比例存在差异。通常来说,课文部分是教材中展示国家形象要素最多的地方,其中文化、社会和地理形象居多。但是,在教材的语法部分中,国家形象要素的呈现比例较低,可能因为语法部分更注重语法规则和句型结构的呈现。

(二)“国家形象”呈现方式的不同之处

1. 在《发展汉语》中练习部分的国家形象要素占比要高于生词部分,国内其他通用型教材则与之相反,生词部分的占比要高于练习部分。

2. 与相比于《发展汉语》,国内其他通用型教材在呈现国家形象要素时分布更加不均衡。教材的各个部分所包含的国家形象要素数量和比例存在明显不同,其中,课文部分比重很大,而语法部分比重相对要低一些。

针对教材在国家形象呈现方式上的差异,本文通过对比分析,发现差异主要是由于以下原因:(1)在课文部分的设计上,《发展汉语》中、高级阶段共计60篇课文。《博雅汉语》中高级阶段共有72篇课文。教材质量的好坏与所选课文的内容直接相关,因此,在国家形象的建设中,两套教材都以课文为主要呈现形式,这对学生的学习效果有着深远的影响。但是《发展汉语》的课文数量不如《博雅汉语》多,课文部分所涉及的国家形象因素也相应较少。(2)在词语部分的教学环节设计上,国内其他通用型教材特别是《博雅汉语》尤其强调了对单词的学习,在生词的章节中,不但有中文和英语的解释,而且还包括了许多例子和“同义词识别”的内容。而《发展汉语》则只有英文释义,缺乏例句的展示。

通过上述比较和分析,我们可以得出以下结论:首先,课文部分是《发展汉语》和国内其他通用型教材展示国家形象的重点;其次,由于教材文体选择

的不同，一些教材的课文和生词部分所包含的国家形象要素数量明显比《发展汉语》更多。

三、教材体现“国家形象”的态度倾向的对比

通过以上的研究，可以看出，无论是《发展汉语》还是其它通用型中文教科书，总体上都表现出一种积极的态度倾向主导、中向的态度倾向辅助的价值倾向。

在《发展汉语》的中级和高级阶段，总体上表现出积极的一面，中性的一面，但是有时积极的一面也会产生消极的影响，一些消极的一面，通过编辑的运用，可以消除消极的讯息，展现出一个更真实、更自然的中国形象。目前，我国其它通用型教科书的高年级都表现出了积极的态度，但也出现了消极文本占据较大比例的情况，其中有一小部分消极文本被编者采取了一些积极的对策，比如：正反对比、共同话题等进行了缓解。此外，高年级的学习者还能从不同的角度去认识中国，这就会从某种意义上减弱消极的作用。可是，大多数的消极文本却会让海外学习者产生不好的感觉。

通过比较，我们可以看出《发展汉语》在教材中更多地关注国家形象积极一面的呈现，而呈现消极的一面则相对减少。汉语教学的教学内容应以整体积极、正面的态度为宜。不过，在具体的表现方法上，又会有所差异，比如，积极的方向为主，辅助的方向为辅，会表现出更多的积极趋势；而以中向为主，辅以积极态度，亦能起到“润物细无声”的效果，因此，最好的汉语教科书的文本，要么是对事情的客观描述，要么是对事情的积极剖析，再加上一些开放型的题目，让学生表达自己的观点，从而降低人们对中国的固有看法。

第四节《发展汉语》和《中文听说读写》教材的对比

因对海外的本土化教材接触较少，仅就《中文听说读写》教材为例。同时，中外教材编写思维和背景不同，所以在分析上和上文的国内通用型教材略有不同。

一、教材呈现“国家形象”维度的对比

（一）相同之处

中外汉语教材在塑造国家形象方面存在差异。在政治形象方面，两套教材都有涉及，我们发现教材中对此的涉及非常有限，尤其是在初级阶段，几乎没

有任何体现。而两套教材中，相关内容只在中级阶段才得到一定程度的涉及。在经济形象方面，中外教材差异不大。在社会形象方面，中外教材侧重点不同，但都涉及中国人的生活、沟通、娱乐方式、社会面貌和人际交往。在文化和地理形象方面，两套教材都着墨最多。在文化方面，两种教材都注重强调中国的文学和传统文化，而在地理方面，无论是人文、自然、旅游地理还是环境保护，中外汉语教材都有所涉及。

需要指出的是，政治形象在教材中的体现相对较少，可能与教材编者认为的汉语教学的初衷有关，即主要是为了帮助外国人掌握汉语语言和文化，而非宣传中国的政治主张。此外，中外汉语教材在呈现社会形象时也存在一定的主观性和片面性，因此在使用教材时应当注意对多样性和客观性的尊重。

（二）不同之处

1. 中外汉语教材在塑造政治形象方面存在差异。国内汉语教材塑造的政治形象是以自我为中心的形象，而国外教材中塑造的中国政治形象则是以他者的视角为主的形象。《发展汉语》注重政治形象的各个方面，如领导人、法律、政策、军事、政府组织等，把中国的政治形象一览无余地呈现在学习者面前，体现了一种自我塑造形象。而国外教材则更多地通过课文等方式进行表现，涉及的中国政治主要是基本制度和政策等方面，只是浅尝辄止地提到“他者”，呈现了一种“蜻蜓点水式”的表面呈现，塑造出“他者形象”的中国政治形象。对于国内教材而言，其自我形象的塑造可能更强烈一些，因为教材的编写目标是帮助外国人了解和学习中国的语言和文化，同时也希望通过教材向外界展示中国的政治形象。而国外教材则更注重在语言学习的同时，向外国人介绍中国的基本制度和政策等方面的信息，以增强他们对中国的了解和认识。无论是自我形象还是他者形象，对于中国来说，都是一种塑造和表达自身形象的方式。

2. 就经济形象而言，国内教材直接在教材各个板块中塑造经济形象。从而将其植入学生的思想中。而通过一些课后阅读材料，供受众自选，这是海外教材塑造经济形象的方式。《发展汉语》教材所呈现出的中国经济发展、基础设施、经贸等方面的内容，都呈现出一定的规律和系统性，有些话题的标题就可以直接揭示出相关内容，而在语法和练习部分也有意识地突出了中国经济方面的特点。例如《发展汉语》中级第九课《“高新养廉”与“缘木求鱼”》，其课文就直接表明了中国的经济制度和现阶段中国的经济水平，生词中也是特意解释与经济关联的词语，比如经纶济世、经济腾飞、国富民安、欣欣向荣、民不聊生等有褒有贬。与此形成鲜明对比的是，《中文听说读写》只有到了中级阶段，才注重中国的经济形象，并且主要是在习题和课外阅读资料中使用，使用的语

言也是英文。这可能编书的指导原则有关，对于对中国经济感兴趣的学生，他们可以通过自己的方式来进行自我的解读，而不必通过课本来进行“潜移默化”的解读。

3. 在社会形象方面，中外教材呈现的重点不同。《发展汉语》教材更注重展示社会服务、生活方式^[18]、人际交往和性别平等等方面的内容。相比之下，教材《中文》则更侧重于适应中国社会，特别是针对欧美地区广大学生升学考试或出国留学的需求，其内容更注重展示中国的生活方式、娱乐方式、交通和通讯、交际方式、交际礼仪以及文化等方面的内容，以便学生能够更好地融入中国社会。

4. 中外教材在文化形象的呈现上存在一些差异，不论是在教材体例各部分还是各等级学习阶段，这种差异都是显而易见的。国内教材更注重介绍中国的文学艺术和中医药，尤其是对文艺方面进行了深入的阐述，编者用了大量篇幅介绍中国文学、艺术的成就、经典、影响和特色。美国的教材对中国文学艺术只是草草带过，而中国的教材则更加注重介绍中国的语言文字、生活习俗、饮食偏好、历史沿革，这样更能满足实际需求，也更加中立。除此之外，美国的教材还探讨了中国的大众传媒，而中国的教材则很少提及这方面的内容。《发展汉语》的重点在于塑造中国文化的方方面面，包括饮食、习俗、服饰、节日、历史等文化层面。海外教材致力于打造中华文化的多维立体景象，注重突显语言文字、饮食、习俗、文艺、中医药、传媒、跨文化交流等文化元素，更加注重表达意思相似但表述方式截然不同的中文句子。

5. 在地理形象方面，中国汉语教材更加侧重介绍中国物产丰富而又吸引大众的旅游资源，而海外汉语教材则更注重探讨环保这一全球共性问题。《发展汉语》通过全方位展示中国的自然、人文、旅游和环保形象，致力于呈现一个完整的中国形象；而海外汉语教材则更喜欢呈现中国自然地理和旅游地理形象。此外，作者还发现，《发展汉语》全套教材对于地理形象的展示，更倾向于展示中国主流城市如北京、上海等和著名景点如长城、颐和园、天坛、故宫和泰山等。这种偏好可能与教材的编写者和使用者有关，因为北京是中国的政治经济中心，而《发展汉语》的出版社位于北京语言大学。此外，和中国其他城市相比，北京、上海等大城市拥有更多的留学生，这一现象可能会对中国的国家形象的展示产生影响。相比之下，海外汉语教材在呈现中国地理形象时更注重与西方（或美国）文化的区别，或许采取这种方式可以更有效地推广另一种文化给受众。

[18] 娱乐、就诊、社交、出行、计量、居住、消费方式、家庭生活、普通癖好等。

我们可以发现，国家形象维度的选择、教材编写者的选取以及政策导向之间有着密不可分的联系。换句话说，如果我们选择介绍中国的文学艺术、历史文化和旅游资源，那么我们就是在展示一个独特、文明、优秀、充满魅力的中国形象，这种“润物细无声”的方式将会影响学习者，使他们形成一个积极的、良好的中国印象。

二、教材“国家形象”的呈现方式的对比

教材《发展汉语》和《中文听说读写》在形式上有相似之处，它们都采用了课文、生词、语法、练习这样的排列方式。

《发展汉语》中的国家形象展示在教材的课文、生词、语法和练习这四个方面得到了很好的平衡。中国教材在编排方面非常注重形象的展示平衡性，每一个例句、每一个词语都可能潜在地传递和塑造着中国的形象，因此每一个与国家形象相关的练习或者课文内容都是受众认识和感知中国的一扇窗口，无论是一个简单的词语还是一个复杂的长句或一篇课文，编者都通过言语活动在传递、诉说、维护或改变中国的形象。在《中文听说读写》教材中，国家形象展示的分布不均，这一现象在课文、生词、语法和练习这四块中都能体现出来。可以看出国外教材在编排体例方面更加注重在课文部分展示中国的国家形象。

在《发展汉语》教材中，随着教材等级的提高，展示的国家形象也越来越多。相比初级教材，中级教材中展示的国家形象更为明显。我们认为这种差异的成因在于汉语教材的难度会随着学生汉语水平的提升而不断增加。随着学生不断接收更多的知识，他们的需求也会不断提高，不仅希望学习基本的汉语知识和技能，还对汉语及其文化的其他方面产生了浓厚的兴趣，例如中国的政策、经济、社会和风俗习惯等等。因此，国家形象的展示可以满足学生不同层次的需求。简言之，教师通过教材这个平台向学生传授汉语知识，同时也传递中国文化。随着学生等级的提高，他们对知识的容纳能力也随之增强，这也是为什么初级汉语教材中的国家形象修辞相对较少的原因。在《中文听说读写》这本教材中，初级阶段大量运用了国家形象修辞。从学生的角度来看，当学生初次接触目的语教材时，由于没有接触到目的语的社会环境，他们对目的语的了解是相对较少的。因此，在这种情况下，通过大量运用国家形象修辞，学生可以全方位、多角度地了解目的语文化，同时也能更好地认识中国，从而推动汉语学习的进展。笔者认为这也就是在以欧美为使用语境的汉语教材中，初级阶段展示的国家形象比中级阶段多的原因。

三、教材体现“国家形象”的态度倾向的对比

通过对比《发展汉语》和《中文听说读写》两本教材中的课文内容，可以发现它们在涉及“中国形象”方面的文章较为客观中立。这表明中外教材在树立“中国形象”方面都比较客观。不过，在情感引导方面，海外教材相对更加积极客观，即它们更注重引导学生持积极态度，而不是消极态度。

在涉及“中国形象”方面的课文中，《发展汉语》教材选取了最多反映积极态度的文章。很多课文的选材都倾向于积极向上、充满正能量的内容，其中有一些反映了美好和睦的家庭关系，有些则展现了中国独特的饮食文化，还有一些则呈现了中国经济飞速发展和人民生活水平显著提升的情况。相对于《发展汉语》中分布在各个维度的积极态度的篇目，国外的中文教科书，正面的看法更多是以文化为主，包括了中国传统的思想、饮食和艺术等几个方面。

此外，中外教材中也有一些表现中国形象消极面的内容，提及了中国的假冒产品、交通拥堵以及阅读危机等问题。这些内容真实地反映了中国目前所处的现实，尽管中国的经济、科学技术都取得了长足的发展，但是仍然存在着许多亟待解决的问题，与我们所期待的“大国形象”相比，尚有一定的差距。把这样的东西放进教科书里，开诚布公地讨论这样的主题，其实是一个民族日益自信的表现，它没有刻意隐瞒或夸张。但在教科书中，消极的姿态若占了一大部分，将会严重地阻碍我国“中国形象”的塑造。因此，在课文中涉及负面问题时，应注意控制比例和篇幅，以确保整体课程的基调积极向上的。这将有利于在教材中建构积极正面的“中国形象”。

小结

本章主要是对国内通用型中文教材和海外本土国际中文教材的关于“中国形象”塑造的一些分析。主要从呈现“国家形象”的维度特征、呈现的方式、倾向性等三个方面整体分析，发现中文教材在国家维度展现上，无论中外教材均有所展示，就是分布不均衡政治、教育、科技相关形象展示较少。呈现方式上中外教材差距不大，只是具体内容的呈现方式上不同；中外教材都以展示正向和中性的“中国形象”倾向为主，国内通用型教材以正向的“国家形象”展示为主，海外本土化教材以中性的展示为主。但是都有负面的形象展示，不利于构建积极正面的“中国形象”。

为了使国际中文教材更好地体现中国的国家形象，教材应该注重科技和教育等方面的内容，以展示中国的实际发展情况。随着中国科技和教育的迅速发展

展，教材中应该更加关注这些方面，政治和体育等领域的表现也需要得到关注。这不仅可以丰富教材内容，还可以更好地展示中国的全貌，增强海外中文学习者对中国的认知和了解。因此，国际中文教材需要更加细致地分析国内外民众对中国的认知和评价，注重涵盖多个维度的内容，以形成更加真实全面的国家形象。



第三章 影响国际中文教材中国形象认知的因素分析

国际中文教材中国家形象认知正是教材体现的国家这个客体在认知者头脑中进行信息加工的过程。在这过程中，由于认知主体、认知情境的不同，同一国家客体也会产生不同的形象认知结果。

在本文中，“国家形象的认知”指的是学习者对于教材所呈现的“中国形象”所形成的理解和印象。当学习者接收到教材中有关中国的信息时，他们会将这些信息与自己已有的知识和经验相结合，进行加工、分类、归纳和推理等一系列认知过程，从而逐步形成对于中国国家形象的认知和印象。这些认知和印象是阶段性的，逐渐建立和完善，最终形成一个比较稳定的认知结构。举例来说，泰国学习者通过接受教材中的信息，结合其已有的知识和经验，逐渐形成了对于中国国家形象的认知和印象，这些印象会影响他们对于中国的看法和态度。在这一过程中影响“国家形象的认知”的主要有三个方面：一是学习者自身已有的经验、知识结构、文化背景；二是获取信息的途径；三是教材所呈现的国家形象。

第一节 《发展汉语》教材对国家形象的自塑

一、教材构建国家形象的主要角度

1. 从文本内容的角度，通过对教材中涉及中国历史、政治、经济、文化等方面的文章进行分类和统计，分析教材所呈现的中国国家形象的主题和特点。在教材中，历史文章着重强调了中国悠久的历史和文化遗产，通过对中国历史上的伟大成就和传统文化的阐述，呈现出中国国家形象的历史底蕴和文化自信。政治文章则经常强调中国政府的领导力和稳定性，强调中国政府对国家和人民的责任感，通过这种方式呈现出中国国家形象的政治稳定和领导力。综合来看，教材中呈现的中国国家形象主要包括历史底蕴、文化自信、政治稳定和领导力等方面的主题和特点。

2. 从话语策略的角度，通过对教材中使用的正面评价、对比对照、引用权威等话语手段进行归纳和评价，分析教材所传递的中国国家形象的态度和立场。教材中的文章强调了中国在经济方面取得的巨大成就，通过正面评价的方式强调中国的经济实力，呈现出中国国家形象的经济强大和自信。同时，一些历史和文化文章采用了对比对照的策略，与西方国家的历史和文化进行对比，从而呈现出中国国家形象的独特性和与众不同的文化魅力。综合来看，教材中

传递的中国国家形象主要表现出对中国的自信和自豪，以及对中国文化和价值观的强烈认同。

3. 从符号学的角度，通过对教材中使用的具有象征意义的视觉符号（如国旗、领导人等）和声音符号（如语言表述、音乐效果等）进行解读和解构，分析教材所建构的中国国家形象的内涵和情感。教材中使用了具有象征意义的视觉符号和声音符号，从而建构出中国国家形象的内涵和情感。例如，使用国旗和领导人等具有象征意义的视觉符号，强调中国国家的统一和领导力，呈现出中国国家形象的统一性和稳定性。同时，语言表述和音乐效果等声音符号也被广泛应用，通过声音的感染力传达中国国家形象的情感和文化氛围。综合来看，教材中建构的中国国家形象主要包括统一性、稳定性和文化氛围等方面的内涵和情感。

4. 从文化差异的角度，通过对比教材中涉及中国和其他国家或地区的文化现象和价值观，分析教材所展示的中国国家形象的特色和差异。教材中通过对比中国和其他国家或地区的文化现象和价值观，展示了中国国家形象的特色和差异。例如，在教材中可能对比中国的家庭观念和西方国家的家庭观念，突出中国文化中强调家庭的重要性和亲情的价值。另一个例子是通过对比中国的传统节日和西方的节日，凸显中国文化中丰富多彩的传统和重视家族团聚的价值观。这些对比帮助揭示了中国国家形象的独特文化特色和与其他国家或地区的差异。

5. 从汉语学习者的角度出发，通过收集和分析学习者的反馈，来了解教材中所呈现的中国国家形象对他们的认知和评价，并进一步探讨教材中中国国家形象的塑造效果和影响。学习者的反馈可能包括对教材中中国文化和历史的兴趣程度、对中国国家形象的印象和认同感等方面的反馈。例如，一些学习者可能因为教材中生动的描绘和丰富的文化内容而对中国国家形象产生浓厚的兴趣和积极评价。另一方面，学习者的反馈还可以揭示教材中中国国家形象的塑造效果和影响，例如教材中是否能够激发学习者对中国文化的探索欲望，以及教材中中国国家形象是否能够促进学习者对汉语学习的积极性。

6. 从时代变迁的角度，通过追溯教材中中国国家形象的历史演变和发展趋势，分析教材所反映的中国国家形象的时代性和前瞻性。通过追溯教材中中国国家形象的历史演变和发展趋势，可以分析教材所反映的中国国家形象的时代性和前瞻性。例如，教材可能通过对比不同历史时期的中国国家形象，展示中国在不同时期的变革和发展。另一个例子是教材可能关注当前中国的科技创新和经济发展，强调中国国家形象的现代化和前瞻性。教材可能突出中国在科

技、经济和环境领域的进步，以及在国际舞台上的积极参与和影响力的提升。通过这种方式，教材反映了中国国家形象的时代性和未来发展的前瞻性，为学习者提供了一个全面了解当代中国的视角。

二、《发展汉语》教材国家形象的自塑

1. 主题选择与分布是国家形象自塑的重要方面，它反映了教材编者对中国的认识和评价，以及对外界的期待和诉求。《发展汉语》教材中共有 100 多篇选文，涉及中国社会、政治、经济、文化等各个领域。从数量上看，文化类选文最多，占总数的三分之一；其次是社会类选文，占总数的四分之一；再次是地理类选文，占总数的六分之一；最后是政治经济类选文。从比例上看，《发展汉语》教材更多地展示了中国的文化魅力和社会风貌，而较少地涉及中国的政治现状和经济发展。从内容上看，《发展汉语》教材中的选文既有反映中国历史传统和民族特色的，也有反映中国现代变革和国际交流的等等。这些选文构成了一个多元而丰富的中国形象。

2. 内容呈现与表达是国家形象自塑的核心方面，它决定了教材中所传递的信息和意义，以及所产生的影响和效果。《发展汉语》教材中选文所呈现与表达的内容主要有两个方面：一是中国价值观、理念和立场；二是话语方式和策略。在第一个方面，《发展汉语》教材中选文所传递的中国价值观、理念和立场主要有以下几点：坚持走自己选择的道路、积极参与国际事务、尊重多样性、弘扬优秀传统文化、追求创新进步、倡导共同发展。在第二个方面，《发展汉语》教材中选文所采用的话语方式和策略主要有以下几种：客观陈述、引用权威、比较对比、举例说明、讲述故事。

3. 形式设计与安排是国家形象自塑的外在方面，它影响了教材中所呈现内容的表现力和吸引力，以及所激发读者兴趣和好奇心。《发展汉语》教材中选文在形式设计与安排上主要考虑了以下几个因素：体裁、结构、风格、顺序。在体裁方面，《发展汉语》教材中选文涵盖了记叙文、说明文、议论文、应用文等多种类型，并根据不同级别学习者适当调整难易程度。在结构方面，《发展汉语》教材中选文大多遵循了逻辑性和连贯性的原则，有明确的主题句、支持句和结尾句，也有适当的过渡词和连接词。在风格方面，《发展汉语》教材中选文力求做到语言准确、生动、简洁，既有正式的学术论述，也有轻松的日常对话。在顺序方面，《发展汉语》教材中选文按照由浅入深、由易到难、由具体到抽象、由熟悉到陌生等原则进行了有序的编排，以便于学习者逐步提高汉语水平和了解中国情况。

通过以上三个方面的分析，我们可以看出，《发展汉语》教材中中国形象自塑具有以下几个特点：多元而丰富、积极而自信、开放而包容、传统而创新、合作而共赢。这些特点不仅体现了中国作为一个历史悠久、文化灿烂、发展迅速、责任重大的国家所具有的魅力和力量，也表达了中国与世界各国友好交流、共同进步、共享未来的愿望和目标。《发展汉语》教材中中国形象自塑是一种有效的文化传播策略，它不仅有利于提高对外汉语教学质量和效果，也有助于增进世界各国人民对中国认识和理解。

三、由自塑到他塑

国家形象的另一种塑造方式便是他塑。他塑指的是由其他媒体或组织作为主体，对我国相关情况做出评价。《发展汉语》作为我国对外汉语学习的主要教材，在教材的制订中并不可能出现国家形象“他塑”的情况。但是当教材在国外其他地区进行发售、使用之后，教材的内容很容易被课程讲解教师进行讲解，结合当地的其他认知传播途径，会对中国国家形象造成“他塑”。我们可以采取一系列措施来应对和管理。例如我们可以通过加强师资培训、促进跨文化交流、参与国际媒体合作以及建立反馈机制等措施，可以有效管理教材在国外使用中可能引发的“他塑”问题，促进正确、全面地传递中国国家形象。这有助于维护中国的形象和增强国际社会对中国的了解和认同。

第二节 影响国家形象的认知的传播途径

国际中文教育教材中的国家形象由自塑到他塑的过程中，必然要经过特定的途径去传播，认知途径对其有着重大的影响。本节将从以下三方面探讨国际中文教育教材作为跨文化传播媒介在传播中国国家形象方面所采用或可借鉴的其他途径或方式。本文旨在指出在我们力所能及的范围内，探讨还有哪些可以成为影响教材中国家形象传播的途径，至于不同途径是怎么具体影响教材中中国国家形象的传播的，并非本文要展示的，就不展开论述了。

一、教材作为跨文化传播媒介在传播中的优势与特点

国际中文教育教材是一种专门针对外国学习者设计和编写的用于教授汉语语言和文化知识的教学资源。它不仅是一种语言工具，也是一种文化载体，可以在汉语学习过程中向外国学习者展示中国社会、历史、风俗、价值观等方面的信息，从而影响他们对中国及其人民的认知和评价。

作为一种跨文化传播媒介，国际中文教育教材在传播中国国家形象方面具有以下优势与特点：

（一）针对性强。国际中文教育教材根据不同地区、年龄段、水平阶段和学习目标等因素，选择合适的主题、内容、形式和方法来呈现中国社会现实和民族特色，满足外国学习者不同层次和方面的需求。

（二）系统性强。国际中文教育教材按照一定的编写原则和规范，从词汇、语法、句型到话题、情景、功能等各个层面，构建了一个完整而丰富的汉语语言体系，并通过各种练习和活动来巩固和检测外国学习者所学内容。

（三）互动性强。国际中文教育教材通过设置各种任务型或项目型活动，鼓励外国学习者主动参与汉语交流与实践，并利用网络平台或其他辅助资源来拓展他们对中国社会生活及其变化发展等方面的了解。

（四）多样性强。国际中文教育教材不仅包含了文字、图片、音频等多种表现形式，还涵盖了政治经济、历史地理、科技环境等多个领域，并反映了中国各地区各民族各阶层各时期各风格等多元化特征。

二、教材在传播中可借鉴的其他途径或方式

要充分利用受众对国家形象构建的积极影响。要关注教材使用者的汉语水平，汉语水平有所提高，进而将会收听中文广播、收看中文电视、电影、直播、浏览中文网站。他们所接受到的这些媒体传播的信息，并对该信息有所评判有所了解，而这些信息将会潜移默化地影响他们。国家形象的传播和构建离不开一定的手段和媒介，倘若能知己知彼，充分了解并熟知教材使用者的媒介接受程度和喜好程度，那必然会收到良好的效果。此外，日常交际和人际传播也是教材使用者获取信息的重要途径。大多数对中国的看法和评价，甚至是一些“刻板印象”，多是通过和中国的第一次近距离接触时获得的。比如他们在和中国旅游者交流的过程中，发现其热情大方还很诚恳，那他可能因此会觉得中国大多数人都是平易近人的，容易相处的。基于此，我们可能要不断三省吾身，保持教材使用者的积极、良性评价，这有益于塑造国家正面形象。

（一）政府主导的公共外交。是指政府通过官方渠道和非官方渠道，向外国公众展示一个国家的政治、经济、社会、文化等各个方面的情况，以提升该国在国际社会中的地位和影响力。例如，中国政府通过举办各种高层论坛、峰会、展览等活动，向世界介绍中国发展成就和未来愿景；通过建立孔子学院等机构，推广汉语教学和文化交流；通过支持各种人道主义援助和合作项目，展现中国负责任大国形象。自改革开放以来，我国在国际社会上做出不少的大型

事件，而这些事件也从侧面传递了我国的国家形象。例如 1950 年我国组织的抗美援朝战争，这场战争打败了当时号称不败神话的美国军队，极大地提高了我国的国际影响力，也让其他国家深刻的感受到了中国人民志愿军的战斗力，传递给他们中国军队战无不胜的国家形象，使其不敢轻易挑起与我国的战争。从近些年来看，我国的空间站，玉兔号月球探测车等，也向世界展示了我国的科技水平，极大提高了我国相关的国际形象。

（二）民间组织和个人参与的民间传播。是指非政府组织或个人通过各种方式与外国公众进行沟通 and 互动，以增进相互了解和信任，并促进双方在不同领域的合作。例如，中国民间组织和个人通过参加各种文化节、艺术节、体育赛事等活动，向外界展示中国多元化的文化风貌；通过开展各种志愿者服务、友好城市交流、留学生联谊等活动，向外界传递中国友好与包容的社会氛围；通过利用社交媒体、网络平台等工具，向外界分享中国日常生活和个人感受。除中国民间进行相关分享口诉之外，其他国家地区也有大量来华旅游、学习地群众，而这些人返回家乡之后，也是我国国家形象认知传播地途径之一。他们之中或者由老师，或者有学生，或者由记者，而他们的出现也将会给当地向往中国文化地居民提供一条了解中国的渠道，而这些人的亲身经历也会影响我国国家形象在他国居民身上的传播。

（三）媒体机构和专业人士提供的媒介传播。是指利用新闻媒体或其他信息传播渠道，向外国公众提供一个国家相关事务或事件的报道或评论，并试图影响他们对该国及其相关问题的认知和态度。例如，中国媒体机构如新华社、中央电视台等，在全球范围内设立分支机构，并采用多语言多平台多形式来报道中国及其相关事务；中国专业人士如学者、记者、作家等，在各种场合发表演讲或撰写文章，并从不同角度分析解读中国及其相关问题。

以上三种途径或方式都可以与国际中文教育教材相互补充或借鉴，在传播中国国家形象方面发挥积极作用。

三、不同途径或方式在传播中国国家形象方面的影响

传播中国国家形象的途径或方式有很多，如政府宣传、媒体报道、文化交流、社交网络等。这些途径或方式在传播中国国家形象方面所呈现或产生的异同与影响如下：

（一）政府宣传

政府宣传是指政府机构通过各种渠道向国内外公众展示和介绍一个国家的基本情况、发展成就、政策主张等，以提升该国的知名度和美誉度。政府宣传

在传播中国国家形象方面具有权威性、系统性和规范性，能够向外界传递一个统一而清晰的中国形象。但是，政府宣传也可能存在过于正面、单一、刻板等问题，导致外界对中国缺乏真实感和亲近感。教材的编写可以充分借鉴政府官方渠道和非官方渠道的展示方式。教材可以通过详细介绍中国的政治、经济、社会和文化等方面，突出中国的发展成就、未来愿景和国际合作，以提升中国在国际社会中的地位和影响力。同时，可以引入具有代表性的国际活动、重大事件等，如抗美援朝战争、空间探索等，展示中国的勇敢和科技实力，增强国家形象的积极性和国际吸引力。

（二）媒体报道

媒体报道是指各种新闻媒体通过文字、图片、视频等方式对一个国家的社会经济文化等方面进行报道和评论，以反映该国的现状和动态。媒体报道在传播中国国家形象方面具有及时性、多样性和开放性，能够展示一个真实而生动的中国。但是，媒体报道也可能存在偏见、误解、歪曲等问题，导致外界对中国产生负面或错误的印象。媒体作为人民掌握信息的管理组织，也是国家形象传播的主力军。每个国家的媒体都是以其国家本身作为主体，所以也就导致不同国家的媒体对于中国国家形象的传播也各有不同。教材可以借鉴新闻媒体的报道方式和分析评论的方法。引入中国媒体机构的相关报道、专家学者的观点和分析，使学习者能够从多个角度了解中国国家形象和相关问题。同时，教材可以引导学习者主动参与媒体评论和讨论，培养他们对国际事务的关注和独立思考能力。

（三）文化交流

文化交流是指不同国家之间通过语言教育、艺术表演、学术研究等方式进行文化沟通和互动，以增进相互了解和尊重。文化交流在传播中国国家形象方面具有深入性、互动性和参与性，能够促进外界对中国产生积极而主动的兴趣和态度。但是，文化交流也可能存在难度大、范围小、效果慢等问题，导致外界对中国缺乏全面和深刻的认识。教材可以加入丰富的文化元素和个人故事，以呈现中国多元化的文化风貌和友好社会氛围。可以通过引入志愿者服务、友好城市交流、留学生交流等案例和活动，让学习者了解中国人民的热情好客和包容性。此外，教材可以鼓励学习者通过社交媒体、网络平台等渠道分享自己对中国的感受和亲身经历，加强与国外公众的互动和理解。

（四）社交网络

社交网络是指利用互联网平台进行信息分享和人际联系的一种新型社会关系网络，如微博、微信、抖音等。社交网络在传播中国国家形象方面具有便捷

性、创新性和趣味性，能够吸引外界对中国更多地关注和讨论。但是，社交网络也可能存在虚假、片面、负面等问题，导致外界对中国产生误导或误解。在科技高速发展的今天，网络传播绝对是当下最高效的传播手段，互联网技术的发展让那些即使远隔万水千山他国居民，也可随时了解我国的相关资讯。网络传播主要分为两种渠道，一是网络网站信息展示，二是官方账号及网友的相关发言。网站信息展示是基于网络搜索引擎而传递给网民的相关信息，例如我国的百度，欧美国家的谷歌等，都是基于网络搜索引擎而建立的信息展示网站，在其他国家地区的汉语学习者当中，有很大一部分会通过信息展示网站来查找中国的相关信息，来帮助他们更好的了解中国，但与其他国家媒体一样，他国的相关信息展示网站也是由他国政府进行监管的，所以这些网站所展示的关于中国的信息的真实性还有待考证。在现如今，大多数国家的公民都会拥有智能手机与自己的网络社交账号，这就可以实现他们远隔万里的相关交流，有很多中国居民都有他国网友，和平友善的中国公民也很乐意向这些外国友人分享关于自己国家的相关情况，而由中国公民本人传递出来的真实信息，往往能最真实的树立起外国人严重的中国国家形象。

综上所述，不同途径或方式在传播中国国家形象方面所呈现或产生的异同与影响是多方面的，需要根据不同的目标、对象和场合进行选择和调整，以实现最佳的传播效果。

第三节 影响学习者对中国国家形象认知的因素

在本研究中，教材所呈现的国家形象是客体展示给主体（即学习者）的。但教材在编写完成后，其内容已经相对的固定，即在此过程中客体情况已经固定。那么在认知国家形象的过程中，学习者个人情况和由教材到学习者的不同途径，就成为影响认知的重要因素。

一、个人因素分析

个人因素是指影响学习者对于中国国家形象认知效果和传播效果的个人特征、经历和态度等方面的因素。笔者总结个人因素主要包括以下几个方面：

1. 学习者的年龄、性别、教育程度、收入水平等基本信息。这些信息反映了学习者的社会地位、文化背景和生活经验等，可能影响他们对中国国家形象的兴趣、了解和评价。一般来说，年轻、女性、受教育程度高、收入水平高的学习者更可能对中国国家形象感兴趣和了解，并且持有较为积极和开放的态度。

度。

2. 学习者的国际新闻接触率。国际新闻接触率是指学习者通过各种媒体渠道获取国际新闻信息的频率和时长。国际新闻接触率反映了学习者对外部世界的关注程度和视野广度，可能影响他们对中国国家形象的认知水平和多样性。一般来说，国际新闻接触率高的学习者更可能对中国国家形象有较为全面和深刻的认知，并且能够从不同角度和层面理解中国。

3. 学习者的文化交流经历。文化交流经历是指学习者与不同文化背景的人进行沟通 and 互动的次数和质量。文化交流经历反映了学习者对异质文化的认识和接受程度，可能影响他们对中国国家形象的感情和态度。一般来说，文化交流经历丰富的学习者更可能对中国国家形象有较为友好和尊重的感情和态度，并且能够建立起一定的信任和亲近感。

4. 学习者的内容元素喜好度。内容元素喜好度是指学习者对于不同类型、风格和主题的传播内容的偏好程度。内容元素喜好度反映了学习者对于传播信息的选择和评价标准，可能影响他们对中国国家形象的关注点和印象形成。一般来说，内容元素喜好度与传播信息相匹配的学习者更可能对中国国家形象产生较为积极和持久的关注和印象，并且能够提高传播效果。

二、社会因素分析

社会因素是指影响学习者对于中国国家形象认知效果和传播效果的社会环境、群体关系和公共舆论等方面的因素。笔者总结社会因素主要包括以下几个方面：

1. 学习者所处的政治、经济、文化等社会环境。这些社会环境反映了学习者所生活的社会现实和价值观念，可能影响他们对中国国家形象的认知框架和评价标准。一般来说，与中国有较为密切和友好的政治、经济、文化关系的社会环境中的学习者更可能对中国国家形象有较为客观和公正的认知框架和评价标准，并且能够减少偏见和误解。

2. 学习者所属的社会群体和参照群体。这些社会群体和参照群体反映了学习者所接受的社会化影响和归属感，可能影响他们对中国国家形象的认知倾向和态度形成。一般来说，与中国有较为相似或亲近的文化、宗教、民族等特征的社会群体和参照群体中的学习者更可能对中国国家形象有较为正向或中立的认知倾向和态度形成，并且能够增强自我认同感。

3. 学习者所面对的公共舆论和媒介报道。这些公共舆论和媒介报道反映了学习者所受到的社会压力和信息影响，可能影响他们对中国国家形象的认知选

择和态度改变。一般来说，对中国有较为负面或偏颇的公共舆论和媒介报道中的学习者更可能对中国国家形象有较为消极或抵触的认知选择和态度改变，并且能够降低传播效果。

三、文化因素分析

文化因素是指影响学习者对于中国国家形象认知效果和传播效果的文化差异、文化适应和文化交流等方面的因素。笔者总结文化因素主要包括以下几个方面：

1. 学习者与中国之间的文化距离。文化距离是指两种或多种文化之间在语言、宗教、价值观、行为规范等方面的差异程度。文化距离反映了学习者与中国之间的认知障碍和沟通难度，可能影响他们对中国国家形象的理解和接受程度。一般来说，与中国有较大文化距离的学习者更可能对中国国家形象有较低的理解和接受程度，并且需要更多的时间和努力来适应和学习中国文化。

2. 学习者的文化适应能力。文化适应能力是指学习者在面对不同文化环境时，能够调整自己的思维方式、行为方式和情感状态，以达到与新文化相协调的能力。学习者的文化适应能力反映了他们对中国国家形象的认知灵活性和态度开放性。这种能力可能会对他们对中国国家形象的认知变化和态度转变产生影响。一般来说，具有较高文化适应能力的学习者更可能对中国国家形象有较快和较积极的认知变化和态度转变，并且能够减少文化冲突和矛盾。

3. 学习者与中国之间的文化交流质量。文化交流质量是指学习者与中国之间在传播内容、传播方式、传播效果等方面的匹配程度和满意程度。文化交流质量反映了学习者与中国之间的认知互动和情感互动，这可能会影响他们对中国国家形象的认知深度和态度强度。一般来说，具有较高文化交流质量的学习者更可能对中国国家形象有较深和较强的认知深度和态度强度，并且能够建立起较好的信任关系和友谊关系。

小结

本章主要从教材中的国家形象自塑入手，分析了连接教材构架的国家形象和教材接受者接收到的国家形象，这两者之间的传播路径和影响因素。从三个方面对影响“国家形象”认知的因素进行阐述。

讨论了国际中文教育教材作为跨文化传播媒介在传播中国国家形象方面的优势和特点，以及可采用或可借鉴的其他途径或方式。

分析了影响中国国家形象认知的因素，包括不同途径或方式在传播中国国家形象方面的影响，以及影响学习者对中国国家形象认知和传播效果的因素，包括个人因素、社会因素和文化因素。

通过对本章的研究，并知晓了影响国家形象认知的相关因素。国际中文教育教材作为跨文化传播媒介在传播中国国家形象方面具有独特的优势和特点，同时也存在一些局限和问题。那么，我们如何解决：在国际中文教育教材中更全面、准确地呈现中国的形象，同时充分考虑不同的受众和不同的文化背景，提高教材的传播效果和学习者的认知效果，进而提高国际社会对中国的认知和理解等这些问题呢？将在下一章进行论述。



第四章 国际中文教育教材中“中国形象”的局限与对策

第一节 《发展汉语》教材体现的“国家形象”的局限

国家形象受到多方面因素的影响，不仅需要看国家本身的实力，还需要在意他国对本国的态度。结合《发展汉语》教材来看，我们可以将《发展汉语》教材所体现的影响中国国家形象的因素分为以下四类。

一、不同的社会环境下产生的不同认知

各个国家都有着各自的文化遗产及教育理念，且所处的国际阵营也都是不一致的，这就导致很多地区的群众并不能对我国的文化理念有着透彻的理解，进而对我国的国家形象产生误解。这种情况的出现绝大部分是因为当地汉语学习者的认知与《发展汉语》教材中所传递的认知有所差异而导致的，而这些认知差异也就导致他们对中国国家形象的误解。举个最基本的例子，我国传承下来的古诗词文化在国人眼中是磅礴大气、唯美动人的，而在大部分西方国家的汉语学习者眼里，他们并不能体会到这其中的韵味，如：床前明月光，疑是地上霜，这样的诗句充分体现了月光透过窗户洒在地下的美丽景色，进而引起诗人遐想，但在大多数西方群众眼中，会认为只是月光洒在了地上，并不能体会到其中的美感，也无法引发他们进一步的联想。这类诗句就如同《发展汉语》教材中介绍的一些我国的文化传统，尽管在我国公民眼中是文化瑰宝，但是无法引起其他国家汉语学习者的共鸣，反而会造成他们的误解，对我国的国家形象产生不必要的误会。再比如我国引以为傲的中医药文化，中医药文化是中华优秀传统文化之一，其历史源远流长，国际传播形式多样。如《人类卫生健康共同体背景下的中医药文化国际传播》^[19]一文中所写出，中医药文化曾为东亚、东南亚等国家的人民带去福祉，是世界传统医药的瑰宝。但是在以美国为代表的西方国家，大多数人并不认同中医，他们无法理解中医的针灸、刮痧等技术，甚至出现过在美华人为儿童进行刮痧而被指控虐待儿童的情况，这便是双方社会文化环境不同所导致的认知差异，而这种认知差严重影响到其他国家居民眼中的中国国家形象。

[19] 任孟山&王琳. (2021). 人类卫生健康共同体背景下的中医药文化国际传播. 传媒(19), 71-73.

二、教材中部分方面内容编写不充分

《发展汉语》教材中关于我国部分情况的编写不充分，也是导致其他国家汉语学习者对中国国家形象产生误解的重要因素之一。在《发展汉语·中级综合》中有这么一篇文章，题目是《最好的教育》^[20]，该文章讲述的是贫困家庭出身的王强，作为家里的长子，迫于经济条件，无奈将上大学的机会让给了自己的弟弟，自己却选择了打工来供自己的弟弟上大学，王强的父母始终教导他“做事无论大小，都要尽到自己的责任”，王强将此话奉为自己的人生格言，最终走向成功的故事。这篇文章很好的传递了中国人民富有责任心、礼让兄弟、为家庭承担责任的优秀精神，但是其中并未对家庭与社会背景做出充分地描写。与美国励志电影《风雨哈佛路》^[21]的主角不同，王强的弟弟鉴于社会情况、学业情况并不能做到自己边打工边上学，而文章中并未对这一情况做出充分解释，容易让其他国家的汉语学习者对中国普通家庭的经济情况与王强的奉献精神产生误会，进而影响他们眼中的中国国家形象。

三、教材难度过大学生无法正确理解

《发展汉语》教材中一些中文词汇的难度过大，导致外国汉语学习者无法正确理解。按照中文词汇难度等级划分，我国教育部将词汇分为四个等级，分别是甲、乙、丙、丁。其中甲级词汇和乙级词汇被认为是初级词汇，丙级词汇是中级词汇，而丁级词汇则是高级词汇。根据对《发展汉语》教材的相关调查统计，我们发现仅在《发展汉语·中级词汇》（上册）一书中就出现了大量的丙级词和丁级词的，这类中高级词汇的占比达到了百分之三十七，甚至该书中还有着高达百分之二十四占比的超纲词汇。不仅是词汇问题，汉语学习教材的学习方式也与很多国家的教材制导方式有所不同。《发展汉语》一书中的授课方式通常是“先生词、后课文”，且汉语的语法与词汇的编排方法教英文教材而言难度也有很大提高，这种状况的出现就导致其他国家的汉语学习者学习此教材的难度极高，学生们无法正确理解教材中文章的意思，就自然而然无法透彻理解中国国家形象。

[20] 经过访谈调查，该文章在外国中文教育课堂中存在着不被学生理解的现象。

[21] 《风雨哈佛路》(Homeless to Harvard: The Liz Murray Story) 是美国一部催人警醒的励志电影。讲述了一个生长在纽约的女孩莉斯(Liz) 经历人生的艰辛和辛酸，凭借自己的努力，最终走进了哈佛大学的故事¹。影片由 Peter Levi 执导，索拉·伯奇(Thora Birch)、迈克·里雷(Michael Riley) 等主演。

四、教材关于国家形象描写不全面

根据对《发展汉语》教材的调查统计，我们可得出该教材从八个方面对中国国家形象做出了相关介绍，但是仅从八个方面描写并不足以体现出真正的中国国家形象，例如我国的医疗体系、优秀的非遗传统文化、各朝代的光荣历史，都无法在此教材当中体现出来，各国家的汉语学习者通过对《发展汉语》教材的学习，只能从上文所讲的八个方面粗略的了解中国，而其他方面就一无所知，需要他们在教材以外的渠道获取其他的相关信息，但这些渠道并未受到我国的有效监管，极有可能传递给他们不正确的信息，使他们对我国的国家形象产生误解。

第二节 现有国际中文教材中“中国形象”塑造的问题

通过第二章的分析，可以看出，《发展汉语》和国内其他通用型中文教材在展现国家形象方面存在差异，这反映出它们的教学目标、受众群体以及教学内容等方面的差异。而中外中文教材的对比更是让我们清楚明白“我们如何表述自己”以及“别人如何认识我们”。不同国家所编写的中文教材，对于中国形象的描写重点不尽相同。这种差异反映了各国在对待中华文化方面的态度、观念和认识。教材编写者在撰写教材时需要审慎，以避免对中国形象的描述出现偏颇，同时也需要思考如何更好地展现中国形象。也可以发现现有国际中文教材中“中国形象”塑造的问题。

一、维度不均

当前，国际中文教材中普遍存在国家认知形象维度分布不均、国情呈现不足的问题。国内通用型对外汉语教材《发展汉语》之所以成功，是因为其所涉及的国家形象维度相对全面，话题贴近生活，且教材内的语言知识生动、有趣味性。然而，即使如此，教材中仍有某些维度，例如政治、科技、教育等方面的表现，存在极为明显的不平衡问题。据中国外文局当代中国与世界研究院2020年发布的《中国国家形象全球调查报告 2019》，海外民众最期待中国在经济和科技领域发挥更大作用。调查显示，有68%的受访者相信中国在科技创新方面具备强大的能力，而且在海外，高铁仍是被认为是中国最为突出的科技成就之一。自从“科教兴国”战略的实施，中国的教育和科技发展日新月异，因此教材也应该跟随时代潮流不断更新，包括政治、科技、体育、生态等各类课文的比例也应该有所调整，同时对外汉语教材也需要紧跟国际社会的发展趋

势，不仅仅关注传统文化的输出，以更好地响应国际社会的发展要求。

二、文本风格单调

文本的呈现方式有很多种，其中文本风格是课文不可或缺的一部分，也是其重要组成成分之一。学习者对于教材的使用效果以及“中国形象”的呈现效果受到文本风格的多样性、实用性和趣味性的影响，这种影响也与学习者的学习兴趣密切相关。《发展汉语》的选文体裁多样，文本风格也丰富，相比之下，海外中文教材的文本风格单一，缺乏变化，这也是大部分海外本土化国际汉语教材存在的问题之一。如果教材的体裁和风格过于单一，学习者很容易感到疲惫和厌倦，甚至可能会影响他们的学习积极性和接受效果。

三、内容陈旧

就是教材中的部分内容较为陈旧。尤其是《新实用汉语》等，相较另外海外教材，出版时间相对较早。例如《发展汉语》中提到的一些手机操作、用语等，曾经非常流行，但现在已经被人们所遗忘，如今已经过时。传统纸质教材的限制在于它们无法随着时间和需求变化而自我更新，需要经过耗时耗力的修订和再版过程，这使得它们的内容变得相对封闭和过时。由于缺乏畅通的信息反馈机制，学习者往往无法及时将使用体验和效果传达给编者或反馈给出版社。因此，一本教材在数年后可能会失去时效性，其中的某些词汇、课文话题和内容可能已经脱离现实，此外，随着当今世界和中国日新月异的发展速度，教材内容也难以展现最新的“中国形象”。如果教材内容与学习者的实际学习和生活脱节太大，那么可能会导致学习者对其失去兴趣。因此，教材的时效性和实用性是非常重要的，需要不断更新和改进，以更好地满足学习者的需求。

四、缺乏情感连接

国际中文教材在塑造中国形象时，往往缺乏与学习者的情感连接，无法激发学习者的情感共鸣和情感投入。教材内容应该通过引人入胜的故事、鲜活的人物形象、情感化的语言，激发学习者的情感兴趣和情感体验，让学习者能够与中国的文化和价值观产生共鸣。为了增加情感连接，教材可以融入一些感人、励志的真实故事，展示中国人民的智慧和勇气；引入一些具有代表性的中国人物形象，让学习者对这些人物产生情感认同；运用情感化的语言，通过表达情感和情感诉求，拉近学习者与中国的距离。

第三节 国际中文教育教材体现“国家形象”的局限

在汉语流传度覆盖世界的背景下，国际中文教育教材的一系列问题对我国国家形象造成了影响。

一、教材对国家部分形象刻画的局限性

与上文对《发展汉语》教材的描述相近，目前我国的对外汉语教材均存在着对国家部分形象刻画不到位的问题，受限于教材的篇幅、内容、难易程度等因素，导致教材无法对我国的某一部分形象做出完美刻画，例如关于我国的传统节日，如果想要描写中国传统节日，就不能只写节日的日期与相关习俗，而是要写节日的由来，中国的传统文化以及相应的历史人物，这就导致我们无法在有限的教材内充分介绍我国的传统节日。所以国际中文教育教材对于我国部分形象刻画的不充分，是影响其他国家居民对我国国家形象造成误解的主要因素之一。

二、教材的更新不足对“国家形象”的影响

我国现行的大部分国际中文教育教材都是 2014 年之前所发表的，这就导致教材的内容已经无法传递我国当下的国家形象。在 2014 年之前，想要描绘我国的科技腾飞，只能写神州 5 号、天宫一号，但经过了十几年的发展，我国已经可以做到许多之前无法做到的科技创举。2017 年 5 月 23 日，我国蛟龙号载人潜水器在世界最深处下潜，潜航员在水下停留近 9 小时，海底作业时间 3 小时 11 分钟，最大下潜深度 4811 米，实现了我国关于水下研究的又一伟大突破。但是这些最新的科技创举并未在国际中文教育教材中有所体现，无法传递给其他国家地区的居民我国最新的关于科技方面的国家形象。其次从大型国际事件来讲，08 年北京奥运会距 2022 年北京冬奥会已有 14 年之久，这中间关于中国运动员在当年的弱势运动项目的成功突破也未在国际中文教育教材中有所体现，因此，国际中文教育教材的更新不足也对我国的国家形象产生了一定影响。

三、教材针对性不同

从目前主要关注汉语与汉字特色的通用汉语教科书来看，这些教科书更符合当今中国人民的生活与文化，只适当考虑了人们共同的情感与价值取向，有限度地接近于外国学生的生活与民族文化。但是，在编制本土化、国别化的汉语教科书的时候，更多的是从母国的国情、民情、地域等方面来考虑，一般不

会有意识地去塑造“中国形象”，也就是说教材的针对性、编写理念和通用教材是不同的。《发展汉语》一书是一本以功能为导向的教科书，强调功能和结构的有机统一。同时，教材还秉承“汉语国际化”与“体验性”教学的思想，以文本中所蕴含的民族形象为核心，注重对中国文化的认识与理解，从而达到对“中国形象”的认知。

四、教材内容侧重点对“国家形象”的影响

根据对现有国际中文教育教材的调查统计，我们发现每本教材乃至每个章节都会有一项侧重点，而关于侧重点的描写在本就有限的教材内容之中占据了很长的篇幅。侧重点的出现也会对国家形象做出无法避免的影响，因为教材侧重的内容会成为学生长时间看到的内容，会影响他们对于我国国家形象的正确判断。以《发展汉语》教材为例，该教材中多以我国国人善良、有担当、无私奉献的优秀精神作为侧重点，虽能更好的体现出我国国人的优秀品质，但也会传递给他人我国“老好人”的国家形象，进而引发不必要的麻烦。

五、教材未对国家形象进行全方面塑造

现有的国际中文教育教材，因受制于篇幅的影响以及内容侧重点的出现，并不能对我国各方面的国家形象都做到充分描写，这就导致我国的国家形象在对外传递的过程中并不全面，其他国家地区的汉语学习者不能充分了解我国各方面的情况，容易使他们产生误解。教材未对国家形象进行全方面塑造这一问题也是影响国家形象认知的诸多因素之一。

六、文化视角狭窄

当前国际中文教材在塑造中国形象时存在一个突出的问题，即文化视角狭窄。这一问题表现为教材过于偏重传统文化的介绍，而忽略了当代中国的多元文化和现代社会的各个方面。传统文化无疑是中国独特而重要的宝藏，具有悠久的历史 and 深厚的底蕴。然而，仅仅强调传统文化，却无法全面呈现当代中国的多元文化面貌。当代中国是一个充满活力和创造力的国家，拥有丰富多样的文化表达形式。音乐、电影、时尚、体育等领域都展示了中国的现代文化成就。例如，中国电影产业在全球范围内日益崛起，越来越多的中国音乐家和时尚设计师在国际舞台上崭露头角。这些都是展现当代中国形象的重要元素，应该在国际中文教材中得到更多的关注和呈现。国际中文教材应该从更广泛的文化视角出发，涵盖中国的各个方面，包括音乐、电影、时尚、体育等，以便学

习者能够更好地了解和感知中国的当代文化，增加对中国的兴趣和认同感。

第四节 构建国际中文教育教材中“中国形象”的方法对策

一、充分描写教材内容避免国家形象局限性

为解决国际中文教育教材关于我国部分形象描写不到位造成的影响，我们应该从实处出发，对现有国际中文教育教材以及在编教材做出细致统计，逐步分析其内容的描写完善度，对部分国家形象细节描写不到位的教材做出整改，例如，描写科技就应对科技现状、发展方向及重要成就做出全面描写，刻画节日就应该对风俗传统、相关历史及著名人物做出详细介绍，只有充分描写教材内容，为学习者提供与中国文化进行互动的机会，提供学习中国语言的机会，让学习者更深入地体验中国文化。例如，组织学习者参加文化活动、观看中国电影、学习中国歌曲等，使他们在语言学习的同时能够更直观地感受和理解中国的文化内涵，才能避免教材传播中出现的国家形象局限性的问题。

二、及时更新教材内容保证国家先进化形象

鉴于国际中文教育教材内容更新不到位的现状，我们应当大力督促相关组织对现有教材进行更新，国际中文教育教材作为其他国家居民学习中文的首要途径，是最真实的反映我国国家形象的传播途径，也是充分感受我国发展变化的教育手段，因此我国关于国际中文教育教材编写审核的相关部门应加快教材编写的周期，可以通过引入当代中国的文化现象、讲述当代中国人的故事，以及介绍中国在现代社会中的科技创新、环保发展等方面取得的成就，来丰富教材的文化内容。这样不仅可以展示中国的多元文化面貌，也能让国际中文学习者能够直观地感受到中国最新的发展变化以及先进的国家形象，了解当代中国的社会发展和价值观念。

三、根据反应国家形象的时况调整内容侧重

国际中文教育教材作为其他国家地区学习中国语言和感受中国文化的首要途径，其内容的侧重点也应顺应国家发展实时做出改变。在保证国际中文教育教材的内容更新速度之后，内容的侧重点也应相应更新，例如，在我国国际发展有了重大创新，或是实现巨大进步之后，教材就应当侧重描写我国的科技发展现状；与之对应，目前我国对土耳其灾后重建提供了巨大帮助，捐献了大量物资，那教材内容的侧重点就应该转移到我国和平友善的国际形象之上。教

材应与国家重大事件挂钩，使得教材内容与媒体新闻相互衬托，才能使教材的使用者最真切地感受到我国的国家形象。

四、结合当地风土人情对教材内容进行取舍

国际中文教育教材应当根据使用地区的不同而调整相应的内容，如在非洲和巴基斯坦等对中国友好信任的地区，教材就应该以中国的传统文化和优秀品质作为重点，让其更好的感受中国和平友善的国家形象；当教材在欧美等地使用时，内容就应当以中国科技发展现状作为重点，使其明白中国现有的科技水平已经远超过去，不再是他们可以随意打压的时候了。与“因材施教”的理念一致，在不同的国家和地区，所实行的中文教育教材就应该有不同的内容及要点，才能更好的刻画我国的国家形象。

五、培养优秀教师团队，提高教材传播质量

教师在教材传播过程中扮演着重要的角色，他们是教材与学习者之间的桥梁。为了提高教材传播的质量，需要培养一支高素质、专业化的教师团队。教师应接受系统的培训，了解国家形象的重要性以及教材的核心内容。他们需要具备跨文化沟通的能力，能够将教材中的国家形象准确地传递给学习者。此外，教师还应积极参与国际交流活动，不断更新自己的知识和视野，提升教学水平和教材传播效果。

六、加强国际交流与合作，扩大影响力

国际中文教育教材的编写和使用不仅仅是传递国家形象的工具，也是加强国际交流与合作的途径。我国可以与其他国家和地区的教育机构和中文教师开展合作，共同编写教材、开展教学研讨，相互借鉴经验和资源，提高教材质量和传播效果。同时，可以积极参与国际教育展览和交流活动，向外界展示我国优秀的教材和教学成果，增加国家的影响力和吸引力。通过加强国际交流与合作，我国的国家形象将更加全面地展现给世界各地的学习者。

以上六点是关于如何构建国际中文教育教材中“中国形象”的方法和对策。

通过充分描写教材内容避免国家形象局限性，及时更新教材内容保证国家先进化形象，根据反应国家形象的时况调整内容侧重，结合当地风土人情对教材内容进行取舍，培养优秀教师团队提高教材传播质量，以及加强国际交流与合作扩大影响力，我们能够有效地塑造和传播中国的国家形象。

通过这些方法和对策，国际中文教育教材将更加全面、准确地展现中国的科技、文化、历史、风俗等方面的形象。教材内容的完善度将得到提升，学习者能够更加直观地了解中国的发展变化和国家形象，进一步增强对中国的兴趣和了解。

同时，通过及时更新教材内容，我们能够确保教材的时效性，使学习者能够了解到中国最新的科技成就、国际合作等方面的发展，进一步展示中国作为一个先进国家的形象。根据不同地区的需求和特点调整教材内容，能够更好地满足学习者的需求，使他们更加深入地了解中国的文化、价值观和友好形象。培养优秀教师团队是教材传播的关键。通过专业培训和跨文化沟通能力的提升，教师能够更好地传递教材中的国家形象，引导学习者真实地感受和理解中国的文化和精神。加强国际交流与合作能够进一步提高教材的质量和影响力。与其他国家和地区的教育机构和中文教师合作，共同编写教材和开展教学研讨，能够互相借鉴经验和资源，提高教材的质量和适应性。参与国际教育展览和交流活动，能够向世界展示中国的优秀教材和教学成果，扩大国家的影响力和吸引力。

综上所述，通过这些方法和对策的综合应用，我们能够构建出更加全面、准确地展现中国形象的国际中文教育教材，让全球学习者更好地了解和体验中国的文化、科技和友好形象。

第五章 对国际中文教育教材中“中国形象”建构的思考

国际中文教材作为“国家形象”传播的重要载体，通过对《发展汉语》和其他国际中文教材的中国形象塑造的分析，我们知道了影响教材国家形象认知的因素，如何才能更好地建构中国国家形象，教材编写者和教材使用者都需要深入思考。今天的研究者对此提出的对策多是从学习者的角度出发，分析怎么能提升学习者国家形象认知的效果。但笔者认为这治标不治本，本质上我们分析对策应先考虑好我们进行国际中文教育的目的是什么？其次才考虑在外在形式上采用什么样的手段才能更有效果。本章即按照此思路展开分析。

第一节 关于国际中文教育目的的探讨

国际中文教育的发展是近年来中国对外开放政策的重要组成部分，也是推动中国文化在国际社会传播的重要途径。然而，在国际中文教育的发展过程中，我们需要认真思考以下问题：我们在教什么？如何教？为什么教？这些问题的答案不仅关乎国际中文教育的成败，更关系到中国文化的传承和发展。

首先，国际中文教育的目的是什么？笔者同意这一观点：“我们的初级目标应该是把语言教育做好，让学习者掌握流利的汉语表达能力。然而，我们的终极目标是让接受者能够领会汉语言外之意和理解中国人的价值判断与思维方式，真正感受到中国文化的厚重和中国艺术的魅力。”^[22] 毕竟我们汉语教学的最终目标，绝不仅仅是培养一个流利使用汉语的人，而是培养一个对中国有正确认知和了解的“有用人才”。因此，国际中文教育不能仅仅停留在教授语言表达技巧的层面，更需要注重传授中国文化的本质和精髓。

其次，如何教授国际中文教育也是非常关键的问题。要让学生真正学到汉语表达技巧和中国文化知识，我们需要根据不同层次的学生制定不同的教学方案，注重实践操作和情境教学，使学生在语境中更好地理解和运用所学知识。此外，国际中文教育需要加强师资队伍建设，提高教师的语言表达能力和教学水平。

最后，国际中文教育为什么需要传播中国文化？这与中国的国家形象输出密不可分。在国际社会上，中国作为一个拥有悠久历史和文化的国家，其形象输出是不可避免的。而汉语作为中国文化的重要组成部分，其传播也成为了推动中国国家形象的一种方式。因此，在国际中文教育的过程中，我们需要足够

[22] 杨伟达. (2018). 从文化传播的角度看汉语国际教育. 科教文汇(中旬刊)(06), 40-42.

重视中国国家形象的输出。然而，要实现中国国家形象的输出，不能仅仅将国际中文教育局限于教授汉语言和中国文化的表面知识。只有让学生真正理解和认同中国的价值观和思维方式，才能在国际社会中产生深远的影响。因此，在国际中文教育中，应注重传授中国文化的本质和精髓，如中国的传统文化、道德观念、人际关系等，使学生更好地理解中国的价值观，并在自己的生活和工作中融入中国文化的特点。

此外，在国际中文教育中，我们也需要避免泛政治化和意识形态化。汉语和中国文化应该被看作一种文化遗产和普世价值，而非仅仅是某种政治主张或宣传手段。我们需要尊重学生的文化背景和思想观念，注重在学生中培养跨文化交流和理解的能力，以促进国际间的和谐与合作。

总之，国际中文教育不仅是推动汉语言和中国文化在国际社会中传播的重要途径，也是促进国际间交流与理解的桥梁。我们应该在教学内容、教学方法和教学理念等方面做出不断的改进和完善，以提高国际中文教育的质量和影响力，为推动中国文化在全球范围内的传播和推广做出积极的贡献。同时，我们也应该鼓励更多的学生来到中国，深入了解中国的历史、文化和社会发展，以真正感受和理解中国的魅力和特点。这不仅有助于增进中外文化之间的相互了解和沟通，也能够为国际中文教育提供更多的实践机会和体验。

第二节 关于国际中文教育教材中中国形象设计的思考

一、自塑还是他塑？国家形象设计的主体

在国际中文教育教材的中国形象设计中，关键问题之一是形象设计的主体。是由中国自身来自塑，还是由外部他者来进行他塑呢？在我们前面的论述中，已经论述了在教材中关于中国形象的自塑。那么在国际中文教育教材的中国形象设计中，关键问题之一是形象设计的主体。是由中国自身来自塑，还是由外部他者来进行他塑呢？针对这个问题，笔者认为应该由中国自身来作为主体进行中国形象的自塑。正如一位学者所指出的：“作为汉语教学的母语国，我们不能仅仅依赖于对外来模式的借鉴，必须具有国际领先和模式输出意识，必须首先建立自己的有说服力的品牌。为了在汉语教学国际化进程中取得领先地位，我们需要在汉语研究和汉语教学领域占据制高点，掌握制定规则和输出规则的主动权。”^[23] 这需要我们加强对汉语研究和教学的深入探索，提高我们的

[23] 陈荣岚. (2013). 汉语国际推广与文化遗产传播的协同创新. 《国际汉语学报》，(2).

研究水平和教学质量，积极参与国际汉语教学规则的制定和输出工作。因此，只有由中国自身来进行形象的自塑，才能更好地向世界传递中国文化，树立中国良好的形象。

当然现在很多学者认为在国际传播中，一个国家的形象不仅仅是由这个国家本身的经济、政治、文化等方面的因素所决定，也受到外界的评价和认知的影响。因此，对于一个国家而言，既要关注自身的形象建设，又需要考虑外部因素的影响。也就是要充分考虑到汉语学习者的各种因素状态，这在第三章我们也分析过，这些因素确实能对学习者的中国国家形象的认知造成一定的影响，所以就有了针对不同国家，并且根据当地语言文化背景和教学对象需求所编写的汉语教材的国别化教材的说法。笔者认为国别化教材的说法就是一个伪命题。笔者认为，只有中国人编写的符合中国文化背景 and 需求的汉语教材才是国际中文教材，符合国别当地的语言文化背景和教学对象需求的教材，虽然也是用汉语编写，但是那还是汉语教材吗？但是笔者认为在中国国家形象的传播中，传播者应该发挥主导地位，而不是去迎合学习者的需求。要化今天的被动为主动，应该是我们告诉学习者应该学习什么样的汉语，而去编写相应的教材；而不是学习者说我们这样或那样的汉语，我们的教材编写者就去编写相应的教材，这是完全错误的想法。要注意我们是国际中文教育，不是国际中文培训。这是今天我们很多汉语教育的从业者，甚至是国际汉语教育的研究者所搞混的事情。

针对国际中文教育教材中的中国形象设计，需要综合考虑自塑和他塑的因素。但是应该以中国自身为主导塑造符合中国需求的国家形象，更好地把握中国文化和民族精神，从而确保中国形象的准确和精细的呈现。当然也许有的人要说笔者这是“文化中心主义”，但是从古到今，在“万国来朝”的盛唐时代，还是最强大时候的美国，什么时候考虑过在对外的教材中要符合学习者的需求去设计教材，这充分体现了文化自信。因此，笔者认为，塑造国家形象的主体，只能为中国自身主导。虽需关注他塑的因素，但需坚持中国自身主导地位不动摇。

二、树立正确的“文化折扣”观念，教材应用要充分考虑“他者”的认知误区

在上部分中主要分析教材中的中国形象的塑造主体，应该坚持自塑为主。本节主要说的是在教学效果层面不同的文化背景和认知特点会影响人们对于文化的理解和接受程度，一个背景层面，一个是实际操作层面，并不矛盾。

文化折扣是指在跨文化交流中，由于文化差异而产生的误解、偏见、歧视

等问题。在今天，文化交流越来越频繁，不同国家、不同民族之间的交流也越来越密切。文化折扣的概念也越来越受到人们的关注。在国际汉语教育中，如何树立正确的“文化折扣”观念，教材应用要充分考虑“他者”的认知误区，是一个非常重要的问题。

首先，我们需要树立正确的“文化折扣”观念。在国际汉语教育中，我们需要尊重不同文化的差异，理解和包容“他者”的文化，避免产生文化偏见和歧视。在教材实际应用中，我们需要充分考虑学习者的文化背景和认知特点，避免使用过于主观的语言和表述，避免使用过于简单化的文化概念，以免引起学习者的误解和偏见。例如，在教授中国文化的时候，我们需要注意到不同国家、不同民族之间的文化差异。比如，中国人喜欢用红色来表示吉祥和喜庆，但在西方国家，红色却常常被用来表示危险和警告。

其次，我们需要充分考虑“他者”的认知误区。在国际汉语教育中，学习者的文化背景和认知特点是非常重要的。在教材实际应用中，我们需要充分考虑到这点，以免引起学习者的误解和偏见。比如，对于一些西方学习者来说，中国的“面子文化”可能是一个比较难以理解的概念。在这种情况下，我们需要通过举例子、讲故事等方式，让学习者更好地理解这个概念。例如，我们可以讲述一个中国人在面对困难时，为了维护自己的面子，可能会采取一些不同于西方人的行为方式，比如“含蓄”、“委婉”等。通过这种方式，我们可以让学习者更好地理解中国的“面子文化”，从而更好地进行跨文化交流。

此外，在教材实际应用中，我们还需要充分考虑学习者的语言水平和学习需求，根据学习者的实际情况，设计合适的教学内容和教学方法，提高学习者的汉语水平和跨文化交际能力。例如，在教授汉语语法的时候，对于初学者来说，我们需要从简单的语法规则入手，逐步提高难度，让学习者逐步掌握汉语的语法规则。对于高级学习者来说，我们需要更加注重语法的细节和应用，让学习者更好地掌握汉语的语法知识。

总之，在国际汉语教育中，树立正确的“文化折扣”观念，教材编写要充分考虑“他者”的认知误区，是非常重要的。只有这样，我们才能更好地促进跨文化交流，增进不同民族之间的了解和友谊，推动世界文化的多元发展。

第三节 构建国际中文教育教材中“中国形象”的理念

一、教材中国家形象的“外儒内法”

中国的崛起已经成为不可忽视的事实。随着中国国际地位的提升，塑造中国形象的重要性也日益凸显。其中，教材作为一种具有物质载体的课程物化形态，具有“外显”形象和“内在”形象构成的一组结构。在当今时代背景下，中文教材应该注重塑造“外儒内法”^[24]的中国形象。这里引用这一历史概念，来强调在教材中建设国家形象的思路的重要性。

（一）内在“法”式表达

1. 塑造文化自信形象，凸显我国文化软实力

中文教材应该展现出对中华文化的深刻理解和准确阐释，树立语言文化自信。同时，中文教材应当在中文作为第二语言教学法理论方面进行创新，以树立教学理论自信。通过这些方式，中文教材可以展现出我国丰富的文化内涵和对教学领域的深刻理解，凸显我国的文化软实力。

2. 打造科技赋能形象，彰显我国国家硬实力

科技是国家发展的重要引擎，同时也是推动中文教材发展与变革的重要力量。为了提升国际中文教育整体服务能力，中文教材的开发应注重基础设施建设和中文教学资源平台的加强。此外，应该加强国际中文在线教学资源的储备和供给，推动教学改革和创新。为了更好地开发和应用资源，现代技术如虚拟现实、增强现实、知识图谱、人工智能、人机交互和区块链等也可以被利用，以丰富资源的形态和功能，并实现对教学应用场景的全面覆盖。通过运用这些技术，我们可以更好地创造出多样化的教学资源，并为学习者提供更丰富、更优质的教学体验。

3. 深化理论框架，拓宽研究视角与方法

为了对“国际中文教材中国形象”进行深入研究，我们需要运用跨学科的方法，融合传播学、形象学、国际关系学、政治学和心理学等多个学科的相关理论。同时，我们还需要参考广泛的与“中国形象”相关的著作和理论，以便更好地理解和分析这一问题。同时，需要拓宽研究视角，探讨不同方面的“中国形象”，包括政治、经济、文化、旅游、法律司法以及少数民族等。此外，对于专门用途中文教材的研究也应予以关注。

[24] 外儒内法是一种中国从汉代到清代长时间内实行的一系列国家政策的内在指导思想。即表面上推崇儒家思想，但是实际操作上依赖法家的思想，往往是儒法结合、儒法互济。政治事功与伦理劝导，是历代统治者稳固其统治的核心手段，也是构成外儒内法这一中华文化的重要成因。

为了全面深入地研究国际中文教材中呈现的中国形象，研究者需要拓宽视野，从不同角度出发，对中国形象进行深入挖掘和分析，包括文化、历史、政治、经济等方面，以获取更加全面、多元的信息。比较研究可以从不同类型、不同课型、不同国家地区的中文教材入手，更全面地掌握在国际中文教材中的中国形象表述。为了创新研究方法，我们需要具备多学科综合视角，采用理论分析和实证分析相结合的方法。

研究国际中文教材中的中国形象，可以运用多种研究方法，例如计量统计、数据库分析、调查访谈等方法，以及对学生学习中文教材后对中国形象的认知进行深入了解和分析。这些方法可以帮助我们更全面、准确地掌握国际中文教材中呈现的中国形象的特点、趋势和影响，以及学习者对于中国形象的认知和接受程度。

因此，我们需要深化理论框架，拓宽研究视角，创新研究方法，以更全面、多元、深入的方式揭示中国形象在国际中文教材中的呈现和影响。

（二）外显“儒”式表达

1. 互鉴与共情的立场

中文教材应该采取互鉴与共情的立场，将中外的共享价值作为叙事内核，强化人文关怀。通过引入比较和对比分析的方法，可以利用共同点来建立共情，同时通过差异的比较来进行互相学习，帮助学习者更好地了解中外文化之间的异同之处，更容易地理解和接受“中国形象”，并解释一些文化上的分歧。除了共同的文化基础，还可以强调中文教材对国际友谊的重视，展现出自信谦逊、和平友善的国际关系。

2. 呈现亲和形象，提高我国国际传播力

中文教材应该在叙事题材、表达内容、话语实践、传播语境、需求关怀和呈现形式等方面注重柔和度和亲和力。多元化的表现形式和主题可以塑造亲和形象，而通过使用优美的语言、优雅的布局和生动的图表，中文教材可以增加吸引力和感染力。此外，中文教材也应当适应当代学生的习惯和心理需求，采用现代化技术手段，如多媒体技术、互联网技术等，打造精美、丰富、易于理解的中文教材形象，从而提高我国在国际上的传播力。在叙事题材、表达内容、话语实践、传播语境、需求关怀、呈现形式等方面应该体现柔和度和亲和力。中文教材可以通过多元化的表现形式和主题，打造亲和形象，通过优美的语言、优雅的布局和生动的图表，使教材更具吸引力和感染力。同时，中文教材也要适应当代学生的习惯和心理需求，使用多媒体技术、互联网技术等现代化技术手段，打造精美、丰富、易于理解的中文教材形象，从而提高我国的国

际传播力。

3. 呈现自信谦逊、和平友善的国际关系

中国是一个有着悠久历史和文化的国家，在国际上应该展示自信和谦逊的形象。教材应该以中国为中心，展示中国在国际社会中所做出的贡献和影响力。同时，也应该充分尊重其他国家和文化的差异性和独特性，通过对话和互动的方式，建立起平等、尊重、友好的国际关系。这种谦逊自信的态度也应该反映在教材的内容和语言中。中文教材在表达内容、话语实践、传播语境等方面，应该体现出自信和谦逊的态度，同时强调和平友善的国际关系，让外国学生能够感受到中国对于世界和平的贡献和愿景。

二、“转文化”与国家形象对外传播的探究

在传统文化传播理论中，不同国家或地区之间的文化传播多被称之为“跨文化”传播，其重点在于文化迁移的动态过程。然而，随着时代的变迁，单纯的文化迁移已经无法满足当今复杂多变的文化交流需求，更为创造性和适应性的“转文化”^[25]传播逐渐兴起并成为主流。

（一）“跨文化”与“转文化”传播的关系

“跨文化”传播是指一种文化传播方式，其最显著的特点在于文化传播的主体是输出文化，而文化接受者则在客观接收的过程中与文化传播主体进行交流，积极参与并对其进行动态的解读和理解。然而，随着文化交流的深入，单纯的文化迁移已经无法满足多元文化交流的需求，更为创造性和适应性的“转文化”传播逐渐兴起并成为主流。相对于“跨文化”传播，“转文化”传播更注重多元文化之间的交流互动，并且在表达多元文化方面更具创造性，以适应受众对文化接受的能力。从理论传承与发展的维度来看，“转文化”传播是对“跨文化”传播的深化和发展，其不仅注重文化的传递，更加注重文化的转化和创新。

（二）“转文化”传播的两个层次

“转文化”的构成可以划分为两个层次：浅层次的“转文化”和深层次的“转文化”。浅层次的“转文化”是指人们在不同文化背景下的价值观、思维方式、行为习惯等文化元素基础上创造的物质层面的外在表现，包括生活用品和生产用品等，具有显性特征。针对浅层文化的“转文化”，传播者可以通过设计和创新来适应目标文化，使得自身产品更具吸引力和市场竞争力。比如，把产

[25] 姚志奋. (2021). 国家形象对外“转文化”传播的理论重构与实践选择——以辜鸿铭与李子柒的文化传播为例. 理论导刊(10), 96-101.

品的包装设计、广告语言和营销策略适应目标文化，就是一种浅层次的“转文化”传播。

而深层次的“转文化”传播则指的是文化内涵和价值观的转化。这种转化是从心理和文化层面进行的，它比浅层次的“转文化”更为深刻和全面。传播者需要深入了解目标受众的文化和社会背景，有针对性地将自己的文化理念和价值观传递给受众，从而使得文化在被传播地得到静态的融合。比如，让受众认同传播者的文化理念，接受它们并加以运用，就是一种深层次的“转文化”传播。

（三）“转文化”传播与国家形象提升的逻辑关系

文化是一种强大的软实力，它对塑造和传达国家形象具有至关重要的影响。而“转文化”传播正是一种有效的方式来提升国家形象。首先，“转文化”传播可以帮助传播者适应和融入目标地域的文化环境，更好地展示自己的文化形象和价值观。其次，通过深层次的“转文化”传播，传播者可以将自己的文化理念和价值观传递给目标受众，进而增强国家形象在受众心中的认同度和美誉度。最后，通过“转文化”传播，可以促进文化的交流和互动，增强国家之间的友好合作关系，进而提升国家形象在国际社会中的地位 and 影响力。

（四）“转文化”传播的意义和价值

“转文化”传播的意义和价值不仅在于推动文化交流和互动，促进文化多样性的发展，还在于增强文化的穿透力和影响力，打破文化壁垒和刻板印象，提升国家形象和国际竞争力。同时，“转文化”传播也是一种践行文化自信的方式，通过适应和创造性表达，展示自己的文化魅力和自信心，提高文化自信和自尊心。

小 结

本章主要探讨了跨文化传播视角下，国际中文教育教材中的“中国形象”建构对策。首先，明确提出国家形象设计的主体应该是自塑，并以中国自塑作为主导。其次，应该树立正确的“文化折扣”观念，充分考虑“他者”的认知误区。最后，明确国际中文教育的目的有两层目标：初级目标应该是把语言教育做好，让学习者掌握流利的汉语表达能力；终极目标在于培养学习者能够掌握汉语的深层含义，理解中国人的价值观和思维方式，真正领悟中国文化的博大精深和中国艺术的独特魅力。在此基础上，提出了构建国际中文教育教材中“中国形象”的理念和方法对策。具体包括教材中国家形象的“外儒内法”、

转文化与国家形象对外传播的探究、充分描写教材内容避免国家形象局限性、以及充分描写教材内容、及时更新教材内容、根据反映国家形象的时况调整内容侧重、结合当地风土人情对教材内容进行取舍等建议。最终目的是通过教材构建积极向上的中国形象，促进国际中文教育的发展。本章主要强调了国际中文教育教材中的中国形象设计需要考虑到文化差异和他者的认知误区，既要树立自信，又要保持谦逊，让更多的人了解和喜爱中国文化，增进不同国家之间的相互理解。



结 语

本文通过分析经典的国际中文教育教材《发展汉语》，探讨了如何从中华文化传播的角度重新审视国际中文教育，以及如何提升中国形象在国际传播中的认可度的问题。并提出具体的汉语教材编写建议，为塑造可信、可爱、可敬的中国国家形象贡献自己的一份力量。

本文主要介绍了关于对外汉语教材中国国家形象的研究，主要对象是《发展汉语》系列综合教材的中国国家形象建构研究。本文以《发展汉语》为基础，对教材中国国家形象的内涵进行了分析。本文分析了《发展汉语》教材的展现国家形象的特点，分析其中国形象。研究发现，在对外汉语教学中，文化因素是不可或缺的重要组成部分。国际中文教育教材在中国文化传播中具有重要的作用。同时教材在塑造国家形象时，采取了不同的路径和策略。教材中的文化因素主要体现在教学层面，国家形象因素主要体现在中国形象传播层面。中国文化传播与中国形象传播是两个相互关联、相互影响的过程，它们共同构成了一个完整而有机的系统，反映了一个国家和民族的精神面貌和价值取向。可见，教材和中国国家形象传播是有着深刻联系的。研究表明，《发展汉语》教材主要通过自我塑造的方式来塑造国家形象，但学习者对教材呈现的国家形象的认知则主要依靠外部塑造的因素。

笔者接着对中外的部分国际中文教材“国家形象”塑造的特点进行了分析，也和《发展汉语》教材进行了横向的对比，发现现行的国际中文教材在中国形象的塑造中存在三个问题：1. 维度不均，2. 文本风格单调，3. 内容陈旧。

在分析了现行的中文教材因素后，笔者又对影响国家形象的其他因素进行了分析。所以笔者分析了由“国家形象”自塑到他塑的认知传播途径，和影响国家形象认知的主要因素。基本理清了教材中中国形象自我构建的过程，和影响国家形象认知的相关因素。这两个问题，达到了预期的目标。但是笔者也发现了无论是《发展汉语》教材还是其他国际中文教材对中国国家形象认知都存在局限性。对此笔者进行了进一步的分析。

基于对《发展汉语》教材分析，和对影响国家形象认知的因素的研究探讨，笔者认为要解决问题，需要先思考本质上的国际中文教育的根本目的。所以笔者进行了相关的思考。第一，国际中文教育的宗旨在于培养学习者能够掌握汉语的深层含义，理解中国人的价值观和思维方式，真正领悟中国文化的博大精深和中国艺术的独特魅力。我们汉语教学的终极目标不仅仅是培养一个流利使用汉语的人，而是培养一个对中国有正确认知和了解的“有用人才”。因

此，国际中文教育不能仅仅停留在教授语言表达技巧的层面，更需要注意传授中国文化的本质和精髓。第二，在教材中塑造国家形象的主体和主导必须是中国自身。并且要以自塑为主。第三，在实际应用过程中，教材应用要充分考虑“他者”的认知误区。在思考后，给出了相应的对策：1. “外儒内法”。对外展现亲和、友善、共情的国家形象；对自身则坚持文化自信，深化理论基础，拓展研究方法，用科技硬实力支撑起文化的软实力。2. 注重“转文化”，文化内涵和价值观的转化在国家形象对外传播中的方法和作用。3. 其他具体的做法。如及时更新教材、调整内容等。

本文主要是依据《发展汉语》综合教材进行相关国家形象的研究，在统计的时候，也会出现一些遗漏，因为没有跟其它的教科书展开仔细地比较，在没有任何参考物的前提下，就进行了评估，这就不可避免地会出现一些偏差，因此，本论文的研究还是有许多缺陷，需要不断地改进。国际中文教育中国家形象的研究是一个漫长的发展历程，未来可以进一步的应用社会学、心理学等理论，引入价值取向判断等方面进行进一步的研究。我们必须要进行深入的思考和完善，才能更符合时代的需求以及学生的需要。

致 谢

两年寒窗，成此一文。此时心中感慨万分。有几分窃喜，如释重负；更多的是感恩，和由此产生的不安——这篇论文能否达到师长的要求、同侪的情谊？此时的我，犹如即将踏入太和殿的使者，小心翼翼地捧上自己的贡品，希望博得君主的赏识。

我最要感谢我的爱人，感谢她对我学习事业的无私支持。她在我最困难的时候毫无怨言地支持我，让我能够完成学业。她的支持和鼓励是我研究生涯中最大的动力源泉。

而在学习上，要感谢覃老师的细心指导。您在忙碌的工作之余总是抽出宝贵的时间指导我们的论文，解答我论文中的疑难问题，帮助我顺利完成了论文研究。

此外，我还要感谢华侨崇圣大学的所有老师和同学，感谢他们在我学习期间给予我的帮助和支持。正是在这里，我才得以有进一步深入学习的机会。开拓自己的学术视野，获得了很多宝贵的经验和知识。

最后，再次向覃老师表达最衷心的感谢，感谢您的悉心指导和帮助，让我能够完成这篇论文。在华侨这段时间的学习生活将永远铭刻在我的心中，我将倍加珍惜。

参考文献

中文著作:

- [1] 管文虎. (1999). 国家形象论. 成都: 电子科技大学出版社.
- [2] 刘继南主编. (1999). 大众传播与国际关系. 北京: 北京广播学院出版社.
- [3] 杨伟芬主编. (2000). 渗透与互动——广播电视与国际关系. 北京: 北京广播学院出版社.
- [4] 刘询. (2000). 对外汉语教育学引论. 北京: 北京语言文化大学出版社.
- [5] 吴献举. (2019). 国家形象跨文化生成与建构研究. 武汉: 华中科技大学出版社.

中文期刊:

- [1] 徐小鸽. (1996). 国际新闻传播中的国家形象问题. 新闻与传播研究(02).
- [2] 孙有中. (2002). 国家形象的内涵及其功能. 国际论坛(03), 14-21.
- [3] 张昆 & 徐琼. (2007). 国家形象刍议. 国际新闻界(03), 11-16.
- [4] 苏新春, 唐师瑶, 周娟 & 王玉刚. (2011). 话题分析模块及七套海外汉语教材的话题分析. 江西科技师范学院学报(06), 58-65.
- [5] 吴平. (2013). 对外汉语教材与国家形象. (eds.) 第二届国际语言传播学前沿论坛论文集(pp. 351-357+460).
- [6] 秦惠兰. (2013). 在汉语教材文本中构建中国“国家形象”的话语策略. 汉语国际传播研究(01), 167-176+222.
- [7] 陈荣岚. (2013). 汉语国际推广与文化传播传播的协同创新. 《国际汉语学报》, (2).
- [8] 习近平. (2014-03-29). 在中法建交五十周年纪念大会上的讲话. 人民日报, 002.
- [9] 彭增安. (2015). 国际汉语教材中的独生子女形象分析. 河南大学学报(社会科学版)(06), 124-130.
- [10] 田鑫. (2016). 试论汉语教学如何更好地为中华文化走出去战略服务——以提升汉语教材中的文化含量为例. 中国文化研究(02), 176-180.
- [11] 李卫东 & 张昆. (2016). 国家形象评估理论初探. 中州学刊(01), 161-165.
- [12] 耿直. (2018). “构建人类命运共同体”对国际汉语教材建设的新挑战. 云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版)(05), 12-17.

- [13] 杨伟达. (2018). 从文化传播的角度看汉语国际教育. 科教文汇(中旬刊)(06), 40-42.
- [14] 戚德祥. (2019). 基于语言与文化传播的国际汉语教材出版研究. 科技与出版(06), 13-17.
- [15] 宋璟瑶. (2020). 高级汉语口语教材中的国家形象建构. 汉语教学学刊(02), 115-132+154-155.
- [16] 张小婷. (2020). 论国际汉语教材中的中国文化形象建设——以“讲好中国故事”为视角. 文化创新比较研究(21), 7-10.
- [17] . (2020). 习近平关于讲好中国故事重要论述摘编. 党的文献(01), 3-11.
- [18] 姚志奋. (2021). 国家形象对外“转文化”传播的理论重构与实践选择——以辜鸿铭与李子柒的文化传播为例. 理论导刊(10), 96-101.
- [19] 任孟山 & 王琳. (2021). 人类卫生健康共同体背景下的中医药文化国际传播. 传媒(19), 71-73.
- [20] 赵雅斐 & 王祖嫫. (2021). 马来西亚非华裔中文学习者的中国形象认知研究. 语言政策与规划研究(01), 75-85+108-109.
- [21] 王馨. (2022). 国际中文教材中国形象研究综述(2012-2021). 内江师范学院学报(09), 72-77.
- [22] 王祖嫫. (2022). 中文国际传播与中国形象认知的相关性研究——来自东南亚五国的实证. 云南师范大学学报(哲学社会科学版)(03), 66-77.

学位论文:

- [1] 刘丹. (2011). 跨文化语境下的国家形象塑造与传播(硕士学位论文, 浙江大学).
- [2] 赵宇佩. (2016). 对外汉语国情教材中的中国形象分析(硕士学位论文, 云南师范大学).
- [3] 魏然. (2017). 对外汉语教材国家形象的话语建构研究(硕士学位论文, 山东大学).
- [4] 荆绘锦. (2018). 对外汉语中、高级综合和阅读教材(发展汉语系列)的中国形象研究(硕士学位论文, 江西师范大学).
- [5] 赵雅斐. (2018). 马来西亚非华裔汉语学习者中国国家形象认知研究(硕士学位论文, 北京外国语大学).
- [6] 王祖嫫. (2018). 东南亚五国汉语传播与中国国家形象认知的相关性研究(博士学位论文, 中央民族大学).

- [7] 李园园. (2019). 中英经典语言教材中的国家形象对比研究(硕士学位论文, 北京外国语大学).
- [8] 杨星. (2019). 中外使用社区汉语教材的“国家形象修辞”对比研究(硕士学位论文, 鲁东大学).
- [9] 宋瑞亚. (2019). 国际汉语教材中国家形象的多模态话语建构研究(硕士学位论文, 中国石油大学(北京)).
- [10] 王英心. (2019). 国际汉语教材中的中国形象元素研究(硕士学位论文, 中央民族大学).
- [11] 吴子薇. (2020). 发展汉语高级阅读教材中的中国国家形象分析(硕士学位论文, 上海财经大学).
- [12] 张小婷. (2020). 国际汉语教材中的中国文化形象建设研究(硕士学位论文, 江西师范大学).
- [13] 李梦瑶. (2021). 外国本科生文化教材中的国家形象构建研究(硕士学位论文, 中央民族大学).
- [14] 闫子彤. (2021). 初级汉语教材中的国家形象建构研究(硕士学位论文, 华东师范大学).
- [15] 孙美红. (2021). 对外汉语中级综合教材中的国家形象研究(硕士学位论文, 青岛大学).
- [16] 姚子慧. (2021). 《发展汉语》与《博雅汉语》中的国家形象对比研究(硕士学位论文, 北京外国语大学).
- [17] 鲁芮. (2021). 中华文化国际传播能力视角下的东南亚留学生来华前后中国形象认知对比分析(硕士学位论文, 云南师范大学).
- [18] 王鑫. (2021). 肯尼亚汉语学习者对中国文化符号的认知研究(硕士学位论文, 山东师范大学).
- [19] 刘熠辉. (2021). 基于语料库的对外汉语教材中国形象研究(硕士学位论文, 北京外国语大学).
- [20] Sitti Holifah(何美珍). (2022). 《发展汉语》与《华语》教材中的“节庆习俗”文化内容编写对比研究(硕士学位论文, 天津师范大学).
- [21] 苏菲. (2022). 新冠疫情背景下新加坡民众的中国国家形象认知调查研究(硕士学位论文, 广西大学).



หนังสือยินยอมการเผยแพร่ผลงานวิจัย
Letter of Consent for Publication of Research
论文发表同意书

เขียนที่ At 写于 มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

วันที่ Date 日期 เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2566

ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว 姓名 MR. ZHANG MANFENG รหัสนักศึกษา Student ID 学号 646066-815

ระดับ Level 学位 ปริญญาโท Master's degree 硕士 ปริญญาเอก Ph.D 博士

หลักสูตร Courses 课程 Master of Arts สาขาวิชา Field of Study 专业 Teaching Chinese

คณะ Faculty 学院 College of Chinese Studies Email 电子邮件: zhangmanfeng02004@126.com

ชื่อเรื่อง Title 论文题目 (ดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/การศึกษานิพนธ์/การศึกษานิพนธ์อิสระ/自由研究)

(ชื่อภาษาไทย) (Thai Title) (泰文题目) การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของจีนที่สะท้อนในหนังสือเรียนภาษาจีน

นานาชาติจากมุมมองการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม : กรณีศึกษาหนังสือเรียน “DEVELOPING CHINESE”

(ชื่อภาษาอังกฤษ) (English Title) (英文题目) AN ANALYSIS OF THE IMAGE OF CHINA IN THE

INTERNATIONAL CHINESE TEXTBOOKS FROM THE PERSPECTIVE OF CROSS-CULTURAL

COMMUNICATION : A CASE STUDY OF THE “DEVELOPING CHINESE” TEXTBOOKS

(ชื่อภาษาจีน) (Chinese Title) (中文题目) 跨文化交流视角下国际中文教育教材中中国

形象分析——以《发展汉语》为例

อนุญาต ให้ศูนย์บรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เผยแพร่งานวิจัยของข้าพเจ้าสู่
สาธารณะ เพื่อเป็นผลงานทางวิชาการ ผ่านระบบฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLIS

Permit the Information Center at Huachiew Chalermprakiet University to publish my
research to the public as an academic achievement through the ThaiLIS research database system

我同意將本人論文透過华侨崇圣大学信息中心發表至泰国文献数据库
ThaiLIS

ไม่อนุญาต Not permitted 不同意

ลงชื่อ Sign..... 张满峰 ผู้วิจัย Researcher 作者签名

(MR. ZHANG MANFENG)