

汉语国际推广研究述评

苑 源

贵州大学 贵州 贵阳 550025

摘要：在“汉语热”的世界潮流下，汉语国际推广作为战略性的命题应运而生，如何使中国文化又好又快地走向世界，是汉语国际推广研究的重要目的。

关键词：汉语国际推广、中国文化

引言：如何突破意识形态和社会制度的差异，扭转当今的不利舆情，突破海外民众对我国的刻板印象，使中华文化屹立于世界文化之林，向世界宣传中国文化，讲好中国故事，需要我们从不同的角度和层面对汉语国际推广的研究成果进行分析。本文旨在梳理汉语国际推广的现状，以及不同视阈下的研究成果，以期对今后的研究有所帮助，综合把握今后的发展道路。

1、汉语国际推广概述

（1）汉语国际推广战略地位的确立

国家汉办在 2003—2007 年的工作规划中提出的“向世界推广汉语，增进世界各国对中国的了解，扩大中国在世界的影响”标志着汉语国际推广成为一项综合性的事业。

[1]2005 年 7 月，许琳在首届世界汉语大会上提到：“中国汉语国际推广事业迎来了新的春天。”[2]表明了汉语国际推广真正地成为了一项战略性的国家政策。[3]

（2）我国进行汉语国际推广的途径

自 2004 年成立第一所孔子学院以来，孔子学院一直坚持以提高人们对中国语言文化的认识，发展中国与外国的友好关系，促进世界文化多样性的发展，为构建和谐世界做出奉献为主旨。[4]吕金薇指出，中国实施汉语国际推广战略的方式和形式主要包括“孔子学院”、“世界汉语大会”等十个方面，汉语国际推广的路径已出现多元化趋向。[5]但周汶霏、宁继鸣认为，孔子学院是具有官方色彩的语言与文化推广机构。[6]2020 年 7 月，孔子学院转由中国国际中文教育基金会全面负责运转，由于机制和运行模式的转变，基金会不仅可以做到满足“民间亲和力”的诉求，更重要的是其将充分发挥民间多条渠道集资的优势，吸引各方力量积极参与建设孔子学院，为我国的汉语国际推广提供更加强大而有力的平台支撑。

2、不同视阈下的汉语国际推广研究成果

（1）“对外汉语教学”背景下的汉语国际推广研究
面对“汉语热”现象，许嘉琳指出，真正的“汉语热”

还没到来。[7]刁世兰则认为，“汉语热”并非已经“热遍”全球，而是出现了冷热不均的局面。其中，汉语主要是以汉语为母语的使用者，而以英语作为第二语言的使用者大大超过了以英语为母语的数。[8]这就使英语在第二教学的学科建设中有丰富经验。无论是从语言学的角度，还是从国家战略的角度，我们都应认真总结汉语作为第二语言教学的历史和经验，这是我们在汉语国际推广过程中必须做的基础研究工作。[9]王建勤认为应当制订出面向世界范围内汉语学习、教学和相对应的评估规范，建立起标准的兼容机制与竞争机制。[9]郑定欧表示，突破“教师荒”和“教材荒”的硬瓶颈，关键在于处理好教师把教学内容复杂化和模糊化的问题。[11]

（2）“三教”问题下的汉语国际推广

首先，基于“师资匮乏”，刁世兰表示，政府部门管理混乱、应对措施不力、无法满足国际汉语教师的需求，是国内专业人士无法走出去、海外汉语教师短缺的主要原因。陈惠则从法律和制度的角度入手，进行了汉语国际推广教师权利内容和实现途径的研究。[12]

其次，基于“教材”问题，许琳指出，师资短缺、教材质量不高、缺乏针对性，无法满足世界各国汉语教学的需要，是制约汉语国际推广的瓶颈。应把握好改革传统的教材编写模式和研发体系，主要是要利用现代教育技术开发网络和多媒体教材；广泛吸取世界内以汉语为非母语学习的汉语教材编写模式和经验，研发出针对性、适应性强的本土化汉语教材；加大应用型、普适性教材的开发力度；更新符合当今中国文化内涵和价值观的教材。[13]。刘涛认为，汉语国际推广教材的出版应考虑积极迎合市场的需求，加强优化出版的体系从而助力汉语国际推广的长远发展。[14]

基于“教学法”问题，金立鑫指出，目前汉语作为第二语言的教学尚未建立起自己的教学法理论。[15]依托于网络时代发展的现代教育技术和建设各类语言资料数据库成为当今教学法研究的重点，这些研究不但会改革传统教学方式，也为汉语国际推广提供了全新的广阔舞台。在新技术的推动下，汉语国际推广更应扎实建构教学法理论，尽快形成拥有汉语特色和中国文化特征的教学法体系。[16]着力解决

“三教”问题,对致力于汉语国际推广的基础性研究是不可动摇的旗帜,如何形成有中国特色的对汉语教学理论体系是汉语国际推广需要不断突破的第一道关口。

(三) “跨文化传播”视阈下的汉语国际推广研究

汉语国际推广不光是单纯的进行第二语言教学的问题,更是一个进行跨文化传播的问题。朱瑞平表示,在对外汉语教学中应当建立关于文化教学的大纲。如果曾经仅只把汉语国际推广作为纯粹的对外汉语教学,停留在把汉语学习者“请进来”的状态的话,那么现在的汉语国际推广是我们把汉语和中国文化推广到世界的主动出击。^[17] 元华认为,要想使汉语和中国文化“走出去”,首先需要树立起文化差异的观念和跨文化交际的意识,突破文化定型观念,削弱跨文化交际的壁垒和障碍,要将文化依附转变为文化交融。^[18] 太琼娥指出,汉语国际传播正从传播中华文化向传播当代中华文明转变。^[19] 但唐智芳认为,中华文化的跨文化传播可能并非我们想象的乐观,由于意识形态和社会制度的原因,以及一些西方媒体歪曲事实的报道,使许多海外人民无法了解当今真实的中国。我们应当保持自信与自省,着力培养对外汉语教师和海外汉语学习者的跨文化交流意识,努力克服文化定型。^[20] 我们应当将优秀传统文化同符合当代特征的中国精神结合起来,充分利用表层文化驱动深层文化。在汉语国际推广中,除了要有中国符号、中国文化元素,也要掌握受众群体的审美情趣、价值观念、心理特点,在实现推广目的的前提下,尽可能的了解受众者的兴趣和需求,由浅入深、由外及里的进行文化推广。

(4) “语言经济学”视角下的汉语国际推广

在以经济合作和发展为前提条件下,汉语国际推广既可以推动世界各国文化之间的交流,也可以为各国经济贸易往来提供更多的机遇。胡仁友指出,孔子学院的建设不仅为我国和世界提供了大量的就业机会,创造了巨大的商业价值,而且在培养对外汉语教师及专业人才的过程中,对师资、教材、教学设备的硬性需求必然会推动汉语文化产业的发展。^[21] 姜红认为,一种语言被广泛的学习和使用代表着该语言输出的国家在国际舞台上会拥有更多的话语权,这也会降低该国与外国间的交易成本,从而推动国家在经济上的进一步发展。^[22] 刁世兰指出,外国人对学习汉语热情高涨,受经济利益驱使,但对中国文化的精髓却漠不关心。王雯婧阐述了汉语国际推广中的盈利性教育具有准公共产品的性质,符合经济学原则。她还提出,要以市场运作为切入点,积极带动国内外各方力量,大力发展商业性海外华人推广机构,参与汉语推广。^[23] 贾晶通过对孔子学院进行经济学分析,认为有些汉语推广机构尚且无法承担新态势下的汉语国际推广任务,应该以提高效能、降低成本为重点,着力探索投资、合作模式可行的推广机构模式。^[24] 褚鑫认为,目前我国的语言产业忽略了汉语文化产业的发展。国家应当从制定语言产业的国家战略;加强信息技术与语言产业的融合;

加强语言产业相关人才的培养和储备等方面入手,加速推进我国语言产业稳步、快速的步入国际市场。^[25] 纵观世界文化产业发展史,美国的漫威电影;日本的动漫产业;韩国的影视剧和偶像行业无不渗透着国家文化精神的内涵,他们不仅得到了宣传本国语言和价值观的显著成果,而且依托本国语言和文化生的产业经济价值更是不容小觑。中国作为第二大经济体,为汉语国际推广带来了得天独厚的“经济”地位和条件。在汉语国际推广中,如何做到语言、文化与产业的深度融合,创新文化产业发展,驱动汉语文化产业发展从而反哺我国经济发展和文化的传播,仍值得我们思考。

总之,本文试图梳理近年来关于不同视阈下汉语国际推广的研究成果,在前人研究的基础上提出一些有关自己的见解,希望能对未来汉语国际推广的研究有所启发和帮助。

参考文献

- [1] 张幼冬. 汉语国际推广背景下的文化传播 [J]. 现代传播, 2010 (5)
- [2] 许琳. 汉语国际推广的形势和任务 [J]. 世界汉语教学, 2007 (2)
- [3] 吴慧. 汉语国际推广跨学科研究述评 [J]. 海外华文教育, 2012 (3)
- [4] 孔子学院总部 / 国家汉语国际推广领导小组办公室. 关于孔子学院总部 [OL]. 孔子学院总部 / 国家汉语国际推广领导小组办公室官方网站, <http://www.hallball.edu.cn/hb/node-7446.htm>. 2014—09—01.
- [5] 吕金薇. 中国汉语国际推广战略研究 [D]. 哈尔滨师范大学, 2010
- [6] 周汶霏, 宁继鸣. 孔子学院的创新扩散机制分析 [J]. 中国软科学, 2015 (1)
- [7] 许嘉璐. 关于汉语国际教育热点问题的访谈 [J]. 湖北大学学报 (哲学社会科学版), 2011 (4)
- [8] 刁世兰. “汉语热”背后的冷思考 [J]. 学术界, 2012 (5)
- [9] 张西平, 柳若梅. 研究国外语言推广政策, 做好汉语的对外传播, 语言文字应用 [J], 2006 (1)
- [10] 王建勤. 汉语国际推广的语言标准建设与竞争策略 [J]. 语言教学与研究, 2008 (1)
- [11] 郑定欧. 汉语国际推广三题 [J]. 汉语学习, 2008 (3)
- [12] 陈惠. 汉语国际推广教师权利内容及其实现途径研究 [D]. 西南大学, 2009
- [13] 许琳. 汉语加快走向世界是件大好事 [J]. 语言文字应用, 2006
- [14] 刘涛. 21 世纪以来汉语国际推广教材的出版研究 [J]. 出版广角, 2021 (1)
- [15] 金立鑫. 试论汉语国际推广的国家策略和学科策略 [J]. 华东师范大学学报 (哲社版), 2002 (4)
- [16] 包文英. 汉语国际推广研究述评 [J]. 云南师范大学

学报(对外汉语教学与研究版), 2011(1)

[17] 朱瑞平. 汉语国际推广中的文化问题[J]. 语言文字应用, 2006

[18] 元华. 汉语国际推广与文化观念的转型[J]. 北京师范大学学报(社会科学版), 2007(4)

[19] 太琼娥. 汉语国际推广六大转型论析[J]. 云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版), 2009(6)

[20] 唐智芳. 汉语国际推广与中国文化传播[J]. 湖南大学学报(社会科学版), 2013(2)

[21] 胡仁友. 汉语国际推广战略研究[D]. 东北师范大学, 2009

[22] 姜红. 论汉语国际推广的经济价值[J]. 华东经济管

理, 2009(23)

[23] 王雯婧. 基于语言经济学的汉语国际化推广研究[J]. 理论前沿, 2014(12)

[24] 贾晶. 语言经济学及其在中国的发展研究[J]. 经济研究导刊, 2017

[25] 褚鑫. 语言产业经济发展基础及发展建议[J]. 税务与经济, 2020(1)