

河北省社会科学基金项目

# 汉字审美与文化传播

王悦欣 著



人民教育出版社

# 汉字审美与文化传播

王悦欣



人民教育出版社

责任编辑:姜 玮

图书在版编目(CIP)数据

汉字审美与文化传播/王悦欣 著. —北京:人民出版社,2015.3

ISBN 978-7-01-014635-5

I. ①汉… II. ①王… III. ①汉字-审美文化-研究 IV. ①H12

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 052486 号

汉字审美与文化传播

HANZI SHENMEI YU WENHUA CHUANBO

王悦欣 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京中科印刷有限公司印刷 新华书店经销

2015 年 3 月第 1 版 2015 年 3 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:18.75

字数:297 千字

ISBN 978-7-01-014635-5 定价:46.00 元

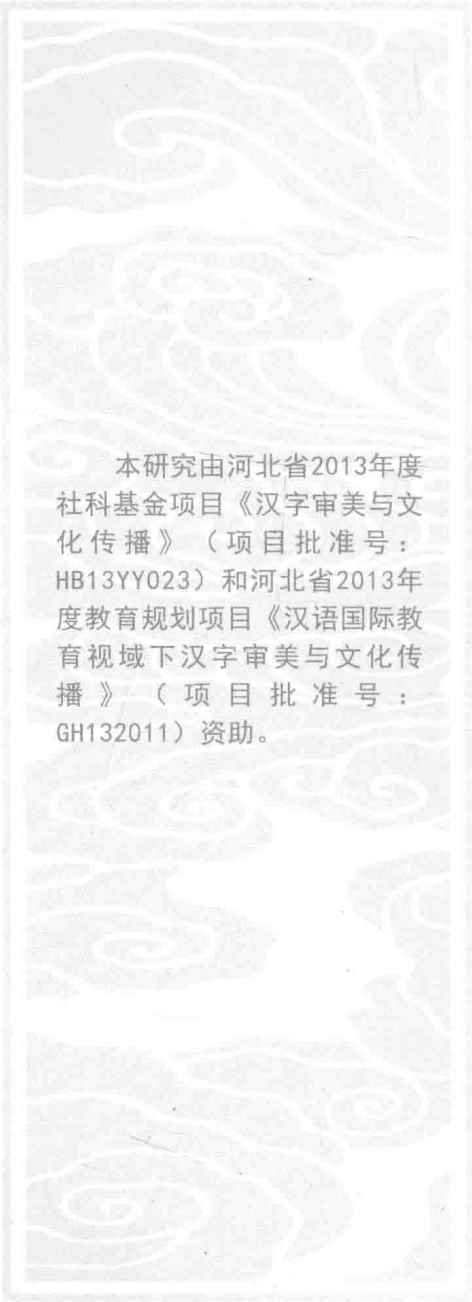
邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042



本研究由河北省2013年度  
社科基金项目《汉字审美与文  
化传播》（项目批准号：  
HB13YY023）和河北省2013年  
度教育规划项目《汉语国际教  
育视域下汉字审美与文化传  
播》（项目批准号：  
GH132011）资助。

## 前 言

文化是一种资源。1905年，德国社会学家马克斯·韦伯在其出版的《新教伦理与资本主义精神》<sup>①</sup>一书中探讨了基督教新教伦理与资本主义制度之间的内在联系。尽管马克斯·韦伯的观点未必正确，然而，他的研究视角本身却给了我们一个重大的启发：看不见、摸不着的文化也是一种资源，而且是一种取之不尽、用之不竭的资源。

过去，我们曾有过一种错误的认识，以为西方的科学与技术先进，其美学与艺术也一定比我们高明。因而便毫无保留地放弃了我们古老的艺术传统，邯郸学步似地跟在别人后面亦步亦趋。结果非但没有赶上西方人的艺术水准，反而将自己原有的宝贵经验也丢失了。因此，在21世纪的今天，我们应该总结经验教训，回到中国传统的审美文化中汲取营养。

翻开中国审美文化的历史，我们随处可以看到一种感性与理性浑然一体、和谐统一的文化类型。无论是商代的青铜器、汉代的画像石、唐代的三彩陶，还是元代的青花瓷；无论是春秋的诗经、战国的楚辞、汉代的辞赋，还是唐诗、宋词、元曲、明清小说；无论是那远播西方的“四大发明”，还是那百读不厌的《红楼梦》……中国文化中最具有价值、最为不朽的部分都集中在感性与理性的结合处。这里有取之不尽的宝藏，这里有用之不竭的源泉，这里有承前启后的可能，这里有返本开新的动力。正是这些部分使中国成为一个名副其实的工艺大国、艺术大国、审美大国。对于这一资源的开发与利用，

---

<sup>①</sup> [德] 韦伯：《新教伦理与资本主义精神》，陕西师范大学出版社2007年版。

可以使古老的东方文化展现新的魅力，可以使民族性与世界性得到高度的统一。

一个自立的民族应该有一个完整自觉的文化体系，在这个文化体系里，潜含着一个民族跳动的血脉。语言是文化体系的一部分，是人们交际的工具，而文字是记录语言的。汉字是中华民族的文化精粹，也是中华文化的重要载体。它博大精深、意蕴丰富，以表述准确、灵动、深邃而饮誉世界，汉字有形、声、义集约之利，不少字的识读是在一瞥之间，这更是任何拼音文字难以与之媲美的。英国《新科技》原主编麦克·普鲁斯经过研究世界主要文字之后得出结论说：“汉字将成为声控计算机的第一语言”、“总有一天，全世界的人们，将必修汉语。”中国人说话用汉语，写字用汉字，几千年来中华民族可歌可泣的历史画面，光辉灿烂的科学文化，沧海桑田的历史变迁，全由汉字记录着，中华民族的历史离不开汉字。

世界上称得上古老文字的不止汉字一种，如古埃及文字、古苏美尔文字和巴比伦文字，大浪淘沙，这三种文字早已消亡。古老文字中能够一直延续下来，没有中断，直到今天仍然在使用的，汉字独一无二、举世无双。著名语言学家吕叔湘先生把世界上现有的文字分为三大类：一种是音素文字（alphabetic），一种是音节字母文字（syllabic），第三种是语素文字（logographic）。第一种文字系统以音素（元音、辅音）为单位，如罗马字、希腊字母等。第二种以音节为单位，如日语平假名和片假名、朝语字母等。第三种是汉字，以语素或词为单位。汉字是中国人民的独特创造，是最富于艺术魅力和审美情趣的载体，是当今世界比较发达和完美的文字。

在人类文明史上，汉字是最神奇的。汉字是一幅画，因为它象形，它以高简古奇的形态，画龙点睛的笔触，寓“神”于“形”的方法，把那个时代的文明特征储存于点、划结构的文字创造之中，通过它能穿越千百年的时空隧道，走进那个时代，使人如临其境，如见其形，如闻其声。汉字是一首诗，每个汉字都是在一定的时空背景下，将一个或若干个形象的意蕴，通过直接、间接或模糊的逻辑组构起来，显现出画意诗情。鲁迅先生说：汉字有三美：意美以感心，一也；音美以感耳，二也；形美以感目，三也<sup>①</sup>。尤其是它的形

<sup>①</sup> 鲁迅：《汉文字史纲要》，人民文学出版社1957年版。

体美，除了象形，主要符合了形式美的一些规律，如和谐、平衡、对称等等。所以，汉字可以以书法作为表达情感的载体，可以“以手写心”，用汉字直接表达情感。汉字作为记录中华民族思维方式的符号，是中国传统文化的活化石。一位学者在20世纪80年代初说过这样一番话：每一个方块汉字，无不具有图画般的美感，人体般的自然匀称，神奇般的科学组合，梦幻般的想象与创造，真是瑰丽无比；美则美矣，却难学、难用，为难了中华千千万万学子！一说美，二说难，被描述得栩栩如生。<sup>①</sup>因此，作为中国文化系统中的美学元素，汉字之美，最为神奇。

在漫长的华夏文明历史发展中，汉字承载着历史、承载着文化、承载着社会发展……首先，作为华夏文化认同的根脉所在，汉字对维护统一起到了不容忽视的强大作用。中国科技史专家李约瑟先生指出：“中国文字在中国的文化发展被地理上的重重障碍所分割的情况下，成为促进中国文化统一的一个多么有力的因素。”<sup>②</sup>汉字是维系中华民族大一统的纽带。其次，汉字链接历史、传播文明，记载了中华民族的辉煌历史，中华儿女的卓越智慧。中国绵延数千年的历史文献记载和中华文明得以完整延续，完全归功于汉字——这一世界上独一无二的文字系统几千年来的一脉相承。记录历史与传播文明是汉字功能的重要体现。再者，汉字具有丰富的文化蕴涵功能，形成了中华民族文化中独特的亮丽风景。汉字以其独特的形音义结构，在其产生之初和演变发展过程中保存了先民生活及思想的点点滴滴。可以说，汉字中所保存的文化有些甚至在文献中也难以找到，从而形成了独特的汉字文化化石。正如国学大师陈寅恪先生曾经说过：“依照今日训诂学之标准，凡解释一字即是作一部文化史。”最后，汉字与中国人的生活息息相关，无处不在的汉字构筑起了中国人的生存空间，从内到外，从生到死，从人工建筑到自然环境，都有汉字的存在。由于汉字独特的书写与认知模式，汉字具备了独特的益智功能，沉浸在汉字世界的中国人的性格、思维方式也受到了汉字潜移默化的影响，造就了汉字与人之间“人如其字，字如其人”的奇妙关联。这也许正是汉字的魅力和品位之美的真谛所在。

① 万应均：《汉字与汉字书写》，《湖南第一师范学院学报》2005年第2期。

② 刘志基：《汉字的功能》，大象出版社2007年版。

随着中国国际地位的提高和影响力的不断扩大,汉语正在走向世界,同时也在展示国家的“软实力”。在世界语言之林中,汉语走向世界具有无与伦比的人口优势。据估计,海内外以汉语为母语的人大约有13亿,是世界上使用人口最多的语言之一。同时,汉语也是联合国的六种工作语言之一。中国经济的加速发展,中国综合国力和国际地位明显提高,使汉语具有重要经济价值。加之中华优秀传统文化的基础、丰富内涵和独特的审美特征,使汉语日渐成为一种世界性的语言。

对于文字学研究,我不是科班出身。但在十余年的对外汉语教学的实践中,不断地对汉字进行研究和推敲,并被汉字文化的无穷魅力深深感染着。有关许多汉字的神秘的传说、有趣的故事,方块字造型的优美形体,以字组词的合理性,笔画结构中丰富的历史文化内涵,给留学生带来了新奇和向往。再加上以前对美学和艺术学研究,使我再也按捺不住想要把它们写下来的欲望。

本书从审美的视角对汉字的历史渊源与演变、汉字的结构特点、汉字的思维模式、汉字的审美韵味和文化内涵、汉字的艺术升华、汉字的装饰和应用、汉字的对外传播、汉字的书写记忆、汉语的影响及走向世界的思考等几个方面作了科学的分析和阐述,试图通过对汉字独有特点的分析,来展示汉字的无穷魅力,揭示汉字所包含的文化内涵和审美意蕴,发掘汉字的巨大潜力和作用。本书从美学的角度体现汉字的文化魅力,让汉字走进建筑、走进风俗、走进装饰、走进装潢、走进饮食,走进生活的方方面面,走向世界的每一个角落。让汉字成为一种高雅的艺术、让汉字成为品牌、让汉字成为中国文化的名片。

文化兴亡,匹夫有责!在大力弘扬传统文化的今天,汉字是值得深入和全方位研究的一个很好的立足点和切入点。

# 目 录

绪 论 / 1

## 上 编 汉字审美

第一章 汉字的起源与演变——美的历程 / 15

第一节 汉字起源的神话传说——原始审美的萌动 / 15

第二节 汉字的形体演变——发展之美 / 26

第二章 汉字的形体结构——创造之美 / 46

第一节 象形——真实感的写照 / 46

第二节 指事——高度概括的智慧 / 51

第三节 会意——思维逻辑的创造 / 53

第四节 形声——虚实相生的妙境 / 58

第五节 转注和假借 / 61

第六节 六书没有论及的文字——变体字、合音字、两声字 / 65

第三章 汉字构形的思维模式——思维之美 / 68

第一节 汉字构形的思维模式 / 68

第二节 汉字文化与中国思维的关系 / 74

第三节 汉字的特质与归属问题 / 78

第四章 汉字的象形之美与表达 / 81

第一节 汉字的审美功能 / 81

第二节 汉字从象形到形象 / 96

第三节 汉字视觉形象的艺术化 / 99

## 第五章 汉字的意象美与文化意蕴 / 118

第一节 汉字与中国文化的关系 / 118

第二节 汉字字形的文化映照 / 120

第三节 汉字的文化性格 / 134

第四节 汉字的审美意蕴 / 137

## 第六章 汉字在艺术实践中的升华——书法 / 143

第一节 书法艺术美的基础 / 143

第二节 书法的抒情性和精气神 / 146

# 下 编 汉字的文化传播

## 第七章 中国文化的对外传播 / 157

第一节 中国文化传播概念 / 157

第二节 中华文化对外传播的历史回顾 / 160

第三节 中华文化对外传播的路径 / 161

第四节 促进中华文化国际传播的动因 / 163

第五节 当前中国文化传播的政策与形势 / 166

## 第八章 汉字——传播中国文化的桥梁 / 169

第一节 汉字具有传播文化的代表性 / 169

第二节 汉字文化传播的审美特质 / 171

第三节 对外汉语教学中汉字的教学与文化传播 / 174

## 第九章 世界主要国家语言传播和文化推广策略 / 179

第一节 英国和美国对英语的推广 / 179

第二节 俄语在全世界的传播 / 181

第三节 其他主要国家的语言文化传播策略 / 182

## 第十章 汉字传播中的书写、记忆和教学 / 185

第一节 汉字的书写之美 / 185

第二节 汉字字数变化规律——动静结合 / 188

第三节 记忆汉字的方法 / 191

|      |                           |       |
|------|---------------------------|-------|
| 第四节  | 对外汉字教学                    | / 199 |
| 第十一章 | 汉字的影响与理性思考                | / 205 |
| 第一节  | 汉字对历代少数民族文字的影响            | / 205 |
| 第二节  | 汉字对周边国家的影响                | / 207 |
| 第三节  | 语言资源竞争的加剧与汉语热的兴起          | / 211 |
| 第四节  | 汉语走向世界面临的问题和困难            | / 215 |
| 第五节  | 汉语走向世界的战略与对策              | / 218 |
| 第十二章 | 汉字的当代价值和发展前景              | / 221 |
| 结 语  |                           | / 229 |
| 附录 1 | 常用三千五百汉字                  | / 231 |
| 附录 2 | 最常用 1000 汉字               | / 236 |
| 附录 3 | 汉字零件表                     | / 239 |
| 附录 4 | 信息处理用 GB13000.1 字符集汉字部件规范 | / 241 |
| 附录 5 | 欧阳询的结体三十六法                | / 243 |
| 附录 6 | 容易写错的字                    | / 244 |
| 附录 7 | 容易读错音的字                   | / 247 |
| 附录 8 | 发表的相关论文                   | / 254 |
| 参考文献 |                           | / 285 |
| 后 记  |                           | / 289 |

## 绪 论

### 一、问题的提出

随着中国社会经济的发展，中国已经成为世界第二大经济体，以经济总量为代表的硬实力的提升，使中国成为了世界关注的焦点。全球性的“汉语热”也日渐成为一种世界时尚，不认识方块字似乎就落伍了。2012年，英国、瑞典、爱尔兰等7个国家已经通过颁布政令将汉语教学纳入到国民教育体系中，从而使将汉语纳入国民教育体系的国家增至四十多个，汉语正在成为一门有着世界影响力的语言。对于很多外国朋友而言，中国仍然是一个遥远而神秘的国度，而孔子学院则可以将汉语和中国文化带到他们身边，让外国学生和公众在这样的文化氛围中感受和认知中国。

孔子讲“己所不欲，勿施于人”，在具体的教学中传播的是中国优秀的文化，教育与文化传播是它的本行。中国以往的对外传播是僵化而单向的“外宣”，强调意识形态式的灌输，并不注重行为体之间的互动。随着国家营销理念的转变，目前中国的对外传播呈现出多元化、宽领域、灵活性的特点，已经逐渐摆脱以往的单一模式。对于孔子学院来说，在未来的发展中，需要进一步更新对外传播理念和话语体系，以更加国际化的行为方式传播中国软实力，提升中国国家形象在外国公众心目中的地位。在对外传播中要注重强调中华文化、当地文化以及世界文化的共通性，以外国人听得懂的方式来传播

文化，还要推动学员与中国国内学生的双向交流。这样不仅可以丰富海外孔子学院的教学资源，也会推动中国高校和相关机构的国际化。

2013年12月在北京的国家会议中心举办的一年一度的孔子学院大会开幕式上，中国全国政协外委会副主任、外交与国际关系智库察哈尔学会主席韩方明这样说：“与生硬的经济数字相比，文化具有更浓的亲合力。在新一轮的全面改革进程中，中国要推动与世界的人文交流，增强文化吸引力是重要的方面，有效的途径就是大力推进公共外交，做好对外传播，让世界听懂中国的声音。”语言作为一种重要的文化资源，已成为国际文化竞争的焦点。承载着中华文化博大精深和深厚底蕴的汉语，正以独特的魅力走向世界，汉语作为第二语言教学（也称为“对外汉语教学”）迎来了前所未有的发展的大好春天。第二语言教学既是语言的教学，也是文化传播的重要途径。而汉语教学中汉字的教学一直是许多教师教学中遇到的首要难题，也是许多外国留学生学习汉语的瓶颈，而且中国文化的对外传播也是目前提升我国文化软实力的一项首要任务。本书选择汉字作为文化传播的媒介，基于汉字的结构美、形体美、内涵美，从审美的视角解读汉字，阐释汉字形体构成的形体美的同时，理解和掌握她的美学价值和文化内涵。并通过这样的方式帮助学习汉语的人轻松、愉快地掌握汉字，进而通过汉字来深入了解中国人的哲学观、思维方式和审美情趣。本书不仅为来华留学生提供一本学习汉字的知识性读物，学习汉语知识、了解中国文化，也对中国人了解自己的文化有重要的参考价值。

## 二、概念界定

### 1. 汉字审美

所谓审美，即对美的认识，美的感受，还包括对美的创造与追求，隶属美学的范畴。马克思曾经说过：“对于没有音乐感的耳朵说来，最美的音乐也毫无意义。”<sup>①</sup>生活中到处充满着美，审美也是人的天性，我们要善于发现生活中的美。美，有现实之美与艺术之美。现实美是美的客观存在形式，艺术美则是艺术家对现实生活创造性反映的产物，它蕴涵着现实美，又对现实美

---

<sup>①</sup> 马克思：《1844年经济学—哲学手稿》，人民出版社1979年版。

进行提炼和升华。审美现象作为文化的一个层面，广泛存在于自然界和生活的方方面面，审美与非审美交互渗透。审美形式不是单纯的自然存在，而是人类实践活动和审美活动的创造物。

一谈到美学，我们会想到“崇高”、“优美”、“悲剧”等学术术语，美学有很多大类，像文艺美学、哲学美学等，这些术语是哲学意义上的美学。这里我们讲到的汉字审美，不一定非要套用这些术语，我们可以把汉字字形上表现出来的美的特征，及由此引起的人们情感上的共鸣，称为汉字审美。中国的文字就是这样的一种审美形式，汉字的线条、形体、形状、节奏、平衡与对称，都来自人的创造和物质生活的实践活动，是人们审美活动和审美情感的符号化和形式化。在汉字的发展过程中，人根据自身的需要和美化的形式，通过长期的实践活动和复杂的历史心理过程，积淀了汉字的实用和审美双重价值。

汉字审美功能，就是汉字的美感特征，是汉字在形体上所表现出来的美感特征，以及汉字在运用过程中欣赏者产生的愉快的情感体验。当我们看汉字的时候，我们觉得汉字本身就能说话，每一个汉字都在诉说着一个美丽的童话故事。拼音文字很难给人这样的感觉。

从美学意义上讲，汉字既是主体又是客体。汉字所表现出来的美感特征是客观存在的，不以个人的意志为转移，从这一角度来讲，汉字是主体；从另一角度来讲，汉字是作为审美对象出现的，离不开欣赏者，也就是人的活动，否则，它的美学价值就无从体现，所以，汉字又是审美客体。这两个方面同时来阐释，才能全面领略汉字的审美功能和价值。

当代西方美学思潮中出现了一种叫符号论的美学，其着眼点就是文字符号。但是他的中心论题是：艺术是符号化了的人类情感形式，目的是研究文学艺术的。美国符号论美学家苏珊·朗格（1895—1982）在她的《符号逻辑导论》等著作中，系统地发展了符号论，使符号论美学自成一派。她把符号区分为推理符号和表象符号，前者就是语言符号，后者是研究非语言的符号。符号美学就是研究后者，而我们研究汉字符号的侧重点在前者，而且范围限于汉语符号汉字的审美功能的分析。

## 2. 文化传播

文化传播简单地说就是指人类文化由文化源地向其他地方传播或由一个

社会群体向另一群体的散布过程。文化分为物质文化和精神文化。物质文化传播的特点：物质性、显示性（物质文化一般表现为物质和文化形体，可观察和感知）、可传播性（通过学习和模仿，易于输入和输出，容易传播）、可变性（是表层结构，容易受到各种外来文化因素的影响，具有动态性特征）。我们主要谈一下精神文化的传播。

精神文化传播的特点：通过人们的思想、情感和行为表现出来，通常表现为可意会、不可直接观察的文化特征。是人内在精神活动的外化，表现出一种隐性的、默会知识的传播特点。

默会性。根据英国科学家、哲学家波兰尼的知识分类，精神文化内容中有很有一部分属于波兰尼所说的“隐性知识”。这类知识很难用语言表达出来，正如波兰尼所言，“我们知道的要比能够言传的多。”事实上，人类隐性知识在人之认识的几个层次上都起着主导性、决定性的作用。人类的理解活动实质上就是一个隐性知识发挥作用的过程。“可意会而不可言传性”，并非直接言传所能及。

情境性。由于精神文化很大程度上是一种“缄默”的、默会的知识，因此，精神文化的传播首先要遵循隐性知识的特点，而隐性知识的最典型的特点即“实践性”，尤其需要在特定情境中解决问题。所谓情境性，是指隐性知识的获得总是与一定特定问题或任务情境联系在一起，是对这种特定问题或任务情境的一种直觉综合和把握。从另一方面来说，所要传达的往往是支配人们实际行为的根植于文化传统的“潜规则”，这是显性知识无法表达的。从这个意义上讲，精神文化传播需要具体情境的支撑，还需要和实际问题相联系。

个性化。以默会知识为主的精神文化是主体根据其实践经验而领会和总结出来的，事实上知识、灵感、诀窍、习惯、信念总是以个性化的方式呈现。

精神文化传播的途径，即传播媒介，是介于传播者与受传者之间的，用以负载、传递、延伸、扩大特定符号的物质实体，具有实体性、中介性、负载性和扩张性特点。精神文化的传播也是有条件的，就是要利于受众理解。文化是一种核心理念，即一种精神财富。任何精神财富无法理解便不能被享用，但是理解是一个很复杂的过程，它受信息接受者的愿望、需要、态度及

其他心理因素的影响。贝内特霍夫曼和普莱卡指出“理解十分活跃，它包含学习、更新视角、理解所观察到的现象等许多活动”。

文化传播者应具备的相应的条件，应具备学习能力、传播能力“5W”<sup>①</sup>、组织能力、具有主体性，而且文化传播者也要具有能动性，在传播过程中具备主动性、主导性、创造性和前瞻性等属性。

### 三、文献综述

对于汉字的研究起步很早，早在春秋战国时代甚至更早，人们已经开始探索汉字的结构规律，并逐渐总结出一套分析汉字结构规律的理论。这一理论到了东汉时代，在许慎的《说文解字》中得到了系统全面的阐发。所以有人认为真正的汉字研究应从《说文解字》的编纂算起。新中国成立后特别是改革开放以来，我国的汉字研究无论在广度还是深度上，都是前所未有的。有关这方面的研究著述丰硕，洋洋大观，代表性的有：裘锡圭的《文字学概要》（1990）、高明的《中国古文字学通论》（1996）、廖才高的《汉字的过去与未来》（2005）、王国伦编的《汉字之光》（2003）、梁东汉的《汉字的结构及其流变》（1965）等，都是专门对汉字本体的研究专著，而且这方面的论文也不胜枚举。它们对汉字的产生、发展、演变等方面作了详尽的论述。研究成果集中在这样几个方面：

有关汉字认知过程的研究。《汉字科学的新发展》（安子介，1988）、《汉字频度统计——速成识读优选表》（贝贵琴、张学涛汇编，1988）、《汉字的视觉识别过程：对形码和音码作用的考察》（谭力海、彭聃龄，1991）、《成人熟练读者的汉字语音加工过程》（舒华、张厚粲，1987）等，结合汉字本身的特点，借助新技术对人脑所受刺激的微观监测，对汉字认知的过程进行细致研究。

---

<sup>①</sup> 美国学者 H. 拉斯维尔于 1948 年在《传播在社会中的结构与功能》论文中首次提出了构成传播过程的五种基本要素，并按照一定结构顺序将它们排列，形成了后来人们称之为“五 W 模式”或“拉斯维尔程式”的过程模式。这五个 W 分别是英语中五个疑问代词的第一个字母，即：Who（谁），Say What（说了什么），In Which Channel（通过什么渠道），To Whom（向谁说），With What Effect（有什么效果）。

有关汉字识别影响因素的研究。《关于汉字识别加工单位的研究》(张武田、冯玲, 1992)、《关于幼儿汉字初识阅读的研究》(彭聃龄, 1990)、《汉字识别中部件的频率效应》(韩布新, 1998)、《汉字加工的基本单元: 来自笔画数效应和部件效应的研究》(彭聃龄、王春茂, 1997), 是有关笔画、部件对汉字识别影响的研究。对语义在汉字识别中的作用的研究有《分类过程中汉字的语义提取》(张积家、张厚粲、彭聃龄, 1990)等。语境对汉字识别作用的研究有《汉字句子语境条件下的单词识别——语境效应的作用点》(朱晓平, 1991)、《关于语境和汉语单字词特征分析之间关系的实验研究》(谭力海、彭聃龄, 1988)等。《汉字字符分工与部件教学》(万业馨, 1999)和《对外汉字教学与小学识字教学》(潘先军, 1999)针对留学生汉字教学给出建议。像这样的文章和著作非常之多, 特别是 20 世纪 90 年代以后, 对外汉语汉字教学成为了研究的热点, 大量的理论专著和识字教材在这个时候产生。其中有影响的理论评论者有徐通锵和潘文国等的“字本位”理论。操作层面的研究有偏误分析、学习策略、教材编写等方面, 也涌现出了大量的研究成果。都是从汉字识别的影响因素, 给留学生汉字教学和学习提出了一些建议。

有关汉字与文化的研究。近年来汉字与文化的研究还提出了汉字研究的很多新课题, 如汉字与汉民族、汉文化、汉字文化圈、汉字与汉语及其方言、汉字与思维方式等。这些著作和论文主要是从汉字本体入手, 分析了汉字中的文化因素, 拓展了汉字研究的空间和范围, 对汉字与文化研究起到推动作用。代表性著作《汉字与文化丛书》(2000), 包括《汉字文化学》(何九盈)、《汉字和文化问题》(周有光)、《甲骨文与商代文化》(赵诚)、《说文解字与中国古代文化》(王宁)等。这套书的重点不在于研究具体汉字构形与中国文化的关系, 而是试图在当代汉字与文化研究的学术背景下, 寻找建立汉字文化学理论框架的途径。另外,《汉字古今谈》(陈炜湛, 1988)和《汉字古今谈续编》(陈炜湛, 1993)、《汉字文化漫笔》(曹先擢, 2009)、《中国汉字文化大观》(何九盈, 2002)、《汉字文化解读》(何金松, 2004)、《汉字与华夏文化》(刘志诚, 1995)、《汉字文化图说》(韩鉴堂, 2005)、《汉字的隐秘世界——汉字民俗史》(陆锡兴, 2003)、《汉字哲学初探》(李敏生, 2000)、《汉字阐释与文化传统》(黄德宽等, 2014)等专著, 通过论述汉字与文化的关系来分析汉