

北京大学对外汉语教育学院 主办

《汉语教学学刊》编委会 编

汉语教学学刊

第 5 辑



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

汉语教学学刊

第 5 辑

主编 李晓琪



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

汉语教学学刊. 第5辑/李晓琪主编. ---北京:北京大学出版社, 2009. 12
ISBN 978-7-301-16456-3

I. 汉… II. 李… III. 对外汉语教学-丛刊 IV. H195-55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 224517 号

书 名: 汉语教学学刊·第5辑

著作责任者: 李晓琪 主编

责任编辑: 沈 岚

标准书号: ISBN 978-7-301-16456-3/H·2400

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电子邮箱: zpup@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752028

出版部 62754962

印 刷 者: 北京飞达印刷有限责任公司

经 销 者: 新华书店

730 毫米×980 毫米 16 开本 21.75 印张 350 千字

2009 年 12 月第 1 版 2009 年 12 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究 举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

目 录

汉语国际传播:全球语言视角·····	吴英成	林惜莱	1
走向世界的汉语所面临的若干战略问题思考 ·····	张西平		16
续谈汉语国际推广			
——“词汇带路”的策略 ·····	郑定欧		26
《欧洲语言共同参考框架》下的法国汉语教学 ·····	张 丽		35
探讨二语习得中第一语言迁移的条件 ·····	袁博平		50
外国学生副词“再”习得顺序研究 ·····	丁崇明		63
表“尽数完成”义“过来”的语法化及其在对外汉语教学中的应用			
··· 兼论语法化与对外汉语教学的结合 ·····	董淑慧		81
“看/瞧+把+NP+(给)+V+De”再论 ·····	崔显军		91
“我唱歌给你听”句式中动词语义分析 ·····	张世涛		116
汉语语块研究述评 ·····	钱旭菁		123
日本汉字和中国汉字			
——兼论日本学生对汉字字形的困惑 ·····	古川 裕		136
日本初级汉语学习者中文汉字认知模式初探			
··· 兼谈汉字对日本人汉语习得的影响 ·····	赵延风		147
激活效应:汉字词对汉语词汇学习的影响·····	张 雁		162
对外汉语书面词汇教学要从汉字抓起			
——基于汉语字与词对比数据的一项研究 ·····	郭曙纶		176
离合词教学的理论与实践刍议 ·····	王海峰		187
语言练习设计的认知因素分析 ·····	徐子亮		201

谈对外汉语教材的可操作性

- 对教材编写原则及课程规范化的思考 蔡云凌 209

对外汉语师资培训教材分析及编写

- 原则刍议 杨德峰 刘 芬 李 占 217

试论中级汉语教学中的形成性测评

- 以精读课教学为例 罗青松 226

- 中级语法选修课“学习档案”测量法之试验与思考 徐晶凝 236

- 从听力测验的题型效应看对外汉语听力教学 赵琪凤 249

- HSK 初中等考生来源及海外考试分析 李 航 257

- 网络环境下的汉语学习策略研究 卢 伟 282

- 汉语网络教学的优势与不足 梁 源 曾斯楷 292

- 跨文化交际和对外汉语教学 祁 峰 301

确立对外汉语“教学学术”地位

- 对外汉语教育学科建设一个亟待解决的问题 张 园 309

附录

- 世界汉语教学学会会长陆俭明教授致辞 316

- 兄弟院校代表吴勇毅教授致辞 319

- 北京大学对外汉语教育学院院长李晓琪教授致辞 321

- ABSTRACTS 323

- 《汉语教学学刊》稿件体例 336

CONTENTS

The Spread of Mandarin: A Global Perspective	<i>Goh Yeng Seng & Lim Seok Lai</i>	1
Reflections on Some Strategic Issues Facing World Chinese	<i>Zhang Xiping</i>	16
Enhancing Lexis-led Approach — Again on International Promotion of Chinese Language	<i>Zheng Dingou</i>	26
The Chinese Language Teaching in France: The Practice of the New Standards of the CEFRL in the Chinese Language Teaching	<i>Zhang Li</i>	35
On Conditions of First Language Transfer in Second Language Acquisition	<i>Yuan Boping</i>	50
L2 Acquisition Sequence of the Adverb Zai (“再”)	<i>Ding Chongming</i>	63
Guolai (“过来”) to mean “completion”: Grammaticalization and Application in TCSL	<i>Dong Shuhui</i>	81
On the Chinese Pattern “Kan/Qiao+Ba+NP+ (Gei)+V+De”	<i>Cui Xianjun</i>	91
A Semantic Analysis of Verbs in the Structure “我唱歌 给你听” (<i>I Sing a Song for You</i>)	<i>Zhang Shitao</i>	116
Chunks in Chinese: State of the Art	<i>Qian Xujing</i>	123
Chinese Characters in Japan and in China —— Three Different Forms	<i>Furukawa Yutaka</i>	136

On the Cognitive Model of Primary Japanese-speaking Learners on Chinese Character——A Study of the Impact of Chinese Hanzi and Japanese Kanji on Japanese Learners' Acquisition of Chinese	<i>Zhao Yanfeng</i>	147
Effect of Activation; the Influence of Hanzi Ci on Korean-speaking Learners' Acquisition of Chinese Vocabulary	<i>Zhang Yan</i>	162
Chinese Character Teaching in Teaching Chinese as a Foreign Language——A Research Based on Statistical Comparisons Between Chinese Characters and Words	<i>Guo Shulun</i>	176
The Nature and Teaching of Separable Words of Chinese ——A Preliminary Proposal	<i>Wang Haifeng</i>	187
Cognitive Factor Analysis of Language Exercise Design	<i>Xu Ziliang</i>	201
The Operationality of Chinese Teaching Material ——On Textbook Compilation and Curriculum Standardization	<i>Cai Yunling</i>	209
Analysis of the Training Textbooks and Discussion of Compilation Principles	<i>Yang Defeng & Liu Fen & Li Zhan</i>	217
On Formative Assessment of Intermediate Chinese Teaching	<i>Luo Qingsong</i>	226
Reflections on Portfolios as Alternative Assessment in intermediate Grammar Course	<i>Xu Jingning</i>	236
The Effect of Listening Comprehension Question Types on Chinese Listening Teaching	<i>Zhao Qifeng</i>	249
Analysis of Candidates' Origin and Overseas Examination in the Elementary and Intermediate HSK Test	<i>Li Hang</i>	257
A Study of Online Chinese Learning Strategies	<i>Lu Wei</i>	282

Advantages and Limitations of Web-based Chinese Teaching	<i>Liang Yuan & Zeng Sikai</i>	292
Cross-Cultural Communication and Teaching Chinese as a Foreign Language	<i>Qi Feng</i>	301
On the Scholarship of Teaching----An Urgent Problem to Be Solved for the Academic Status of Teaching Chinese as a Foreign Language	<i>Zhang Yuan</i>	309
APPENDIX		316
ABSTRACTS		323
Stylistic Rules and Layout of <i>Journal of Chinese Language Studies</i>		336

汉语国际传播:全球语言视角^{*}

吴英成 林惜莱

提 要 随着中国、印度、拉丁美洲、波斯湾产油国等地经济的飞速崛起,世界语言板块正开始一场巨大的重组。继英语之后,汉语与其竞争对手西班牙语、印地语、乌尔都语、阿拉伯语一起争夺第二大全球语言地位。由于发展势头强劲,汉语在这场争取成为第二个全球语言竞争中最有实力。汉语的国际传播在中国内部确立“和平发展”战略后也得到进一步加强,该战略强调“软实力”,近年来又参照英国文化协会、歌德学院及法语联盟的模式建立孔子学院,这个规模呈倍数发展的组织,既定目标是“传播中国语言文化、支持当地汉语教学”。本论文从全球语言视角阐述汉语的国际传播及其相关问题。

关键词 语言传播 全球语言 语言竞争 汉语三大同心圈 国际汉语教学

○ 引 言

克里斯特尔(Crystal 1997: 7)认为:“一个国家的语言是否能成为全球语言,与该语言内在的结构性质、词汇量大小、是否曾为伟大文学作品的书写工具、是否曾与伟大的文化或宗教联结都无关联”,甚至与该语言母语使用者人数的多寡都没有太大的关系。

* 本论文曾以汉语与英语于世界汉语教学学会主办的“国际汉语教学新趋势:高层系列讲座——庆祝世界汉语教学学会成立二十周年”(2007年12月18—20日)、中山大学(高雄)中文系主办的“中文系专题演讲”(2008年6月2日)、香港教育学院多元社会语文教育研究中心主办的“香港教育学院圆桌研讨会:英语与本地语言在学校课程中的各种角色”(2008年6月21日)、新加坡媒体学院主办的“新加坡华语媒体学术研讨会:新加坡华语媒体从业员的立足点”(2008年7月4日)、香港大学教育学院“中文课程校外考试委员专题演讲”(2008年11月21日)宣读。本论文撰写期间承蒙江静芳、罗庆铭、Vinita Vaish、Julian Karl Wheatley(魏久安)、黄志远、杨延宁、杨荣华等惠赐意见,谨此致谢。

人类历史曾无数次证明,唯有具备强大的政治、军事或经济影响力,一种语言才能成为世界性的交际媒介。例如,希腊语、拉丁语、汉语和西班牙语曾在不同历史时期分别从母国远播到周边地区,所凭借的就是强大的政治、军事及经济实力。在过去一个多世纪,英语也基于同样的原因在全球迅速发展。随着19世纪英国对外军事扩张与殖民统治,英语遍布全球;加上20世纪美国崛起并在二战后成为超级大国,使得英语进一步提升为全球语言。

21世纪之始,中国经过30年的改革开放再度崛起,成为世界经济重要引擎之一,不仅在政治、经济上,同时也从语言层面影响全球。汉语既是中国内地与台湾认可的官方语言,也是海外华人的通用语,正逐渐对英语一枝独秀的局面形成挑战,成为第二个最有潜力取得全球性地位的国际语言。本论文将从全球语言视角论述汉语的国际传播。

一 中国崛起的冲击

20世纪80年代,在经历各种政治斗争、社会动荡和经济停顿之后,中国政府开始进行重大的政策调整,国家发展重心转向经济建设。随后的三十年间,借助全球化的推动,中国经济乘势而起,创造了令世人瞩目的经济奇迹。到2007年,中国的国民生产总值(GDP)超过三万亿美元,成为继美国、日本、德国之后的世界第四大经济体。美国卡内基国际和平基金会经济师盖保德(Albert Keidel)在近期的报告预测(法新社、彭博资讯2008年7月10日报道):受强大的内需带动,中国经济将在2035年超越美国;到了2050年中国的GDP将达到82万亿美元,而美国则为44万亿美元,中国将一跃成为世界第一大经济体。

过去30年间,中国经济的快速发展已然成为推动世界经济和贸易增长的火车头之一。如果说上世纪闭关自守的中国是“潜龙勿用”力不足飞,那么今天改革开放的中国经济已逐步走向“飞龙在天”,尤其是在2008年发生全球金融海啸后,欧美自由资本主义备受道德质疑,这促使发展经验不同的中国能在国际组织发挥更大的影响力,并在利用中国外汇盈余加快全球经济复苏的同时,让汉语国际传播再度迎来新机遇。

在国际贸易、全球化市场雏形渐显之时,中国把握良机,实行改革开放,吸引外国制造商来华投资建厂。低廉的劳动成本使外资蜂拥而入,中国凭借

外国的雄厚资金、先进技术和本国充裕的人力资本,迅速成为“世界工厂”。如今随着全球经济衰退,坐拥 13 亿人口的中国正积极扩大内需市场,逐渐蜕变成一个庞大的世界消费市场,并在世界政治经济舞台更主动地尽国际成员的义务。

在积累一段时间的经济成果之后,中国开始从资本、技术输入国,转型为经济输出国,进一步加强自己的世界影响力。近年来,由于中国在海外投资的规模和范围日渐扩大,人民币汇率走势升降对全球宏观经济影响力也大增。

正如克里斯特尔(Crystal 1997:8)在分析英语全球化的过程时指出:“任何一种语言,一旦被这些呈爆炸式增加的国际活动所集中使用,都会突然发现自己拥有一个全球性地位。”在中国经济全球性扩张的同时,汉语也伴随着人员、资本、物资和技术的流动而遍布世界各地。人们依赖汉语所带来的经济利益,进一步提升了汉语在全球的市场价值和国际地位。

中国经济为全球经济增长或复苏提供动力的同时,也为汉语、汉文化的传播奠定坚实的基础。汉语冲破地理屏障,对世界语言板块分布产生重大影响。它逐渐由国家、区域语言发展为国际语言,即将壮大成为继英语之后的又一个全球语言。

二 全球语言的定义

在阐述汉语全球化现象之前,我们应该先为全球语言下明确的定义。要成为全球语言,需要符合以下两个基本条件:

首先,要得到世界各国的官方认可。克里斯特尔(Crystal 1997:2)认为,当一种语言取得一种“每个国家都认可的特殊地位”后,才能成为名符其实的全球语言。要取得这个特殊地位,可以采用两种方式,即将该语言设定为正式的官方语言,或列为学校里优先教授的第二语言。

其次,需要有不断壮大的非母语使用者人数。如前所述,母语使用者的数量并不能成为该语言是否是全球语言的标准。如果以母语使用人数为标准,拉丁语永远也不曾成为国际语言。尽管罗马帝国全盛时期控制了大约 590 万平方公里的土地,是世界古代史上版图最大的国家之一,但真正的罗马城邦人却远远少于他们所征服的人。相反地,虽然把汉语作为母语的人口众多,如果说早在“文革”时期汉语已经是国际性语言,那必定无法得到世界

的认可。

因此,在非母语社群传播的广度与渗透的深度,才能真正体现语言的全球性地位。如果英语仅仅作作为母语使用,它将永远无法企及国际性语言的地位。一种语言作为母语而被广泛使用,即使人数众多也无法成为全球语言。只有当大量非母语使用者出现时,该语言才有权问鼎竞争全球语言的宝座。非母语使用人数是一个相当重要的指标,它能随时反映出全球化语言地位的起落。

三 语言竞争:全球英语对垒全球汉语

确定全球语言的标准之后,我们发现英语早在 20 世纪之初就已走上了全球化的道路。据克里斯特尔(Crystal 1997:5,60)统计,世界上至少有 75 个国家和地区以英语作为第一语言,或官方语言,或学校优先教授的外语。截至 1995 年,全球以英语作为第一语言或第二语言的人数超过了 5.7 亿;以英语作为外语的使用者为 12 至 15 亿,估计可达世界总人口的四分之一,并且这个数字还在稳定增长。

在美国强大的经济实力支持下,20 世纪英语发展取得空前成就,并已经渗透到国际社会的各个领域,包括学术、教育、信息、商业、媒体、娱乐、旅游以及互联网,英语无可争议地成为现今最强势、最具影响力的国际语言。

从母语或外语使用者的人数以及在国际上各官方领域所扮演的角色等方面来看,英语已经不再是一国一地的语言,它是一种世界通用语,也毫无疑问地成为第一个全球性的语言。随着经济全球化进一步加深,加上以英语为主要媒介的互联网、电信科技等的推波助澜,英语作为第二语言和外语的人数会因此继续激增。我们可以预言,在今后相当长的时期,英语的霸主地位将难以动摇。

然而,随着中国经济影响力日增,汉语国际化的脚步随之加速。目前,以汉语作为第二语言和外语的学习者剧增。汉语在众多领域也得到更广泛的使用,尤其是信息技术及大众传媒等领域,汉语扮演着越来越重要的角色。按上节所述标准,汉语的广泛传播预示着 21 世纪另一个全球语言正在崛起。

四 汉语国际传播

4.1 以汉语作为外语的学习者人数飞涨

过去 20 年来,国际汉语教学在中国境内和境外都蓬勃发展。1997 年,在中国内地的留学生大约是 4.3 万人,而到了 2005 年,就激增了 3 倍,达到 14 万人。境外的国际汉语教学同样如火如荼。成立于 1987 年的世界汉语教学学会目前有来自 42 个国家的 1135 个注册会员;全球把汉语作为外语的大学生人数,以及参加由中国对外汉语教学领导小组办公室(简称“汉办”)主办的汉语水平考试的考生,同样在过去十年快速增长。可见,国际汉语教学发展势头良好,汉语的国际地位日益提高。

中国和平发展战略的确立为汉语国际化提供了宝贵机遇。从 2004 年起,由汉办推动,在世界各地建立了百所孔子学院。孔子学院的成立在某种程度上参照英国文化协会(British Council)、德国歌德学院(Goethe Institute)以及法语联盟(又称:法国文化协会,Alliance Française)的模式,致力于“传播中国语言文化、支持当地汉语教学”。根据汉办官方网提供的数据,截止 2008 年 6 月,已经在 69 个国家和地区有 238 所孔子学院开班授课。目前并没有官方统计的学生人数,但据窦德龙(2008)统计:至 2007 年年底,全世界 125 所孔子学院共有 4.6 万名海外学生。

世界各国的政府或民间团体也看到了汉语的未来前景,视汉语为带来机遇的语言,开始鼓励本国人民学习汉语。美国官方制定了一系列法案和计划,包括“国家语言旗舰项目”(National Flagship Language Initiative),该项目将汉语列为“急需语言”(critical need language)。2006 年,美国大学理事会(College Board)正式设立 AP 中文课程,将汉语列为美国高中重要的外语课程。除了美国之外,其他国家也有越来越多的学校随即开设汉语课程,汉语热自此席卷全球。据估计,目前全球以汉语作为第二语言 and 外语的学习者已经超过了 4000 万人,到 2010 年,这个数字可能达到 1 亿。

汉语作为外语学习的人数激增与过去十年中国经济飞速增长同步,在印证了克里斯特尔所提出的经济发展带动语言发展的观点。由此可见,语言的强势传播与语言内在特质的关联并不大,因为语言本身的特质不管如何具有美感、文学或文化价值,而愿意花钱、花时间去学习一门外语的人并不多。影

响语言学习的动力更多是外在因素。以汉语的学习为例,目前席卷全球的汉语热多半是由经济因素所驱动,外语学习者之所以选择汉语,无非是为了提升就业的筹码,或在市场竞争中处于更有利的地位。

4.2 汉语信息技术产业的发展

除了国际汉语教学之外,汉语全球化传播也体现在其他领域。比如汉语在传统上由英语主导的信息技术产业中的应用也日渐蓬勃,主要表现为汉语互联网、汉语搜索引擎网站(雅虎、谷歌、蕃薯藤、搜狐、百度等)大量出现,以及包括视窗操作系统和微软文字处理系统在内的各种美国开发的主流软件都配有汉语版本。

汉语信息产业的蓬勃发展,至少说明两个问题。首先,受经济利益驱使,中国市场的吸引力足以使传统上由英语主导的信息产业界开辟新航道,开发原有产品的汉语版以满足中国用户的需求。因此,汉语受中国经济的依托,不再只是单纯的交流媒介,其本身就是一个商机无限的市场,它的市场价值和地位也日渐提升。

其次,计算机与英语之间原有的紧密联系被打破,互联网技术的发展也冲破了地域屏障,汉语连同其他区域语言得以加速发展。其影响是双重的:一方面,对使用汉语的非母语族群来说,汉语信息产业的发展,使人们更方便、更广泛地使用互联网,那些在中国寻找商机的人士可以通过互联网与中方直接沟通,收集第一手资料。在商业竞争日益激烈的今天,熟练掌握商业伙伴的语言,必能取得事半功倍的效果。因此,对汉语课程的需求自然越来越高,无形中对汉语的传播起到积极的作用。另一方面,对快速壮大的海外华人社群而言,汉语互联网科技的发展使海外华人与祖籍地、社群与社群之间的联系更为紧密,成为汉语传播的另一途径。

4.3 大众传媒

4.3.1 汉语电视频道

电视媒体近期的发展在中华语言与文化的传播过程中起着举足轻重的作用。其发展可分为两个阶段。第一阶段始于上世纪90年代,全球汉语频道比如中央电视台、亚洲无线卫星电视台、凤凰卫视中文台、中天电视亚洲台、MTV中文台等大量涌现。这些以中国内地和台湾、香港,即所谓的“大中华地区”为基地的影音媒体,通过通信卫星向全球华人提供了大量高素质的汉语节目,资讯内容涵盖广泛,包括新闻、时事、纪录片,娱乐方面有电影、综艺

及音乐电视。尽管这些中文频道的内容、焦点各有不同,但最终目标只有一个,即放眼世界,针对不同收视族群,提供多元化的汉语电视节目,并凭借大中华地区的软实力跻身国际媒体的行列。

第二个阶段大约开始于 21 世纪初,具体体现在海外各地许多面向当地华人受众区域华文频道,例如:美国的中文电视、中国之星电视台、今日世界电视公司中文频道,澳大利亚的汉语电视台、泰国的中文电视、日本的大富电视等的成立。这些中文频道无一例外地为散居世界各地的海外华人提供服务。

全球及区域中文电视媒体纷纷抢滩华人市场,说明中国开放后,大量涌出的移民导致海外华人社群急剧扩张,市场潜力无限。和互联网一样,中文电视媒体全球化将推进汉语的国际化,从而提升汉语的语言地位。

4.3.2 印刷媒体

海外汉语印刷业的发展可追溯到百年以前。目前仍在出版的印刷媒体有 500 多种,其中日报和周报 100 多种,各类刊物 230 多种。过去十年间,汉语印刷媒体最显著的变化即是出现了相应的网络电子版,使更多的读者能第一时间了解最新资讯,冲破了传统印刷媒体受限于时间和地域的藩篱。如今,互联网上的汉语日报、周报、周刊、或周末版的报纸杂志林林总总,例如:[http://www. people. com. cn](http://www.people.com.cn) (人民网), [http://nanfangdaily. com. cn/southnews/](http://nanfangdaily.com.cn/southnews/) (南方周末), [http://www. zaobao. com](http://www.zaobao.com) (联合早报网), [http://www. yzzk. com](http://www.yzzk.com) (亚洲周刊), 以及 [http://www. chinatimes. com](http://www.chinatimes.com) (中国时报)。值得重视的趋势是,国际重量级的非华文媒体也推出网络华文版,例如:BBC 汉语版([http://www. bbc. co. uk/china/](http://www.bbc.co.uk/china/))、路透社汉语版([http://cn. reuters. com/](http://cn.reuters.com/)),旨在对广大中国境内外的华人展现西方视角。所有这些巨大的变化意味着汉语媒体已在全球初步形成一个跨地域、跨文化的信息平台,这对提升汉语的国际地位,加速全球化传播起到积极作用。

4.4 汉语目前的地位

中国强劲的经济增长与语言教学、信息科技、大众传媒等软实力在全球范围内的传播,让世界感受到了中国的存在。与此同时,汉语快速向世界各地各个领域传播。《新闻周刊》(2005 年 5 月 9 日)与《时代》杂志(2006 年 6 月 19 日)分别专题报道了汉语全球化趋势,并着重讨论掌握汉语的重要性。美国金融投资大师罗杰斯(Jim Rogers)在其新书《中国很牛》(*A Bull in China*)中也告诫读者:“我能给你们的最好建议就是,让你们的子女、孙子都学汉语。

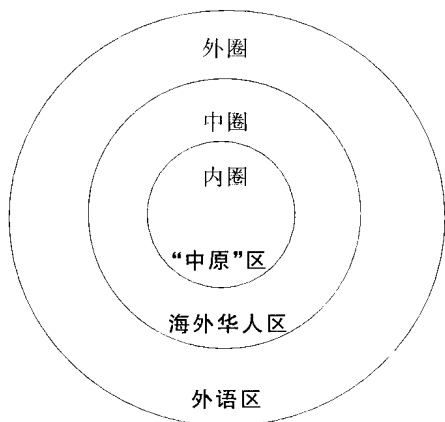
这将是他们一辈子最重要的语言。”

汉语发展的速度的确惊人。以这个速度持续发展下去,如果中国在国际政治经济等领域都取得强势地位,在可预见的将来,估计汉语会像英语一样成为真正的全球语言。当然,以目前世界经济、政治、人口的发展状况来说,推测汉语将取代英语的重要性或许为时尚早。但可以肯定,汉语绝对有潜力发展成为继英语之后另一个国际强势语言。

五 汉语使用者的三圈理论

汉语纷繁的使用现状可以用卡奇鲁(Kachru 1985,1992)的语言三圈模式进行描述。根据语言在不同国家和地区习得及传播的不同方式,该模型将语言的使用分为三个同心圈,即内圈、中圈及外圈:

图1 汉语三大同心圈



内圈指传统的“中原”地区,包括中国内地与台湾。内圈的特点是汉语不但是官方部门和私人企业的行政、教育、法律、传媒、科技、经济等各领域与正式场合的强势主导语言,同时也是多种语言/方言背景下的国家共同语。尽管香港在1997年已经回归,但考虑到其复杂的社会语言环境、英国殖民地历史,尤其是当前汉语的实际用途,香港目前暂时还不能算作内圈的一部分。

中圈指在不同历史时期由移民所形成的海外华人社群。中圈的特征是多语社会。汉语在中圈从最初阶段就开始成为不同背景移民的共通语,过后又通过民办教育得以传播。由于各海外华人社群在历史发展、汉语教学设置及其同内圈的亲密程度上都不尽相同,因此汉语在各个华人社群中扮演的角

色,汉语使用者对汉语的掌握程度也相应地有所不同。在美国、欧洲、泰国、菲律宾、印尼及其他地区的华人社区中,汉语不是所在地的主导语言,它的使用主要局限在华人家庭和华人社团内部,汉语课程处于主流教育之外,由私人组织设立的华文学校提供,并在课外时间进行。所用教材通常由海外汉语机构提供,内容取材于中国内地或台湾。

但一些在二战以后独立的国家比如新加坡和马来西亚,汉语是华人族群的共同语。汉语教学或由政府部门负责(比如新加坡教育部),或由当地华人社团承办(如马来西亚华校董事联合会总会)。其教学重点主要侧重在中华文化及华族传统价值观的传承,而不在语言技能的掌握。在中圈,新加坡是唯一一个高度重视汉语教学的国家。汉语在新加坡同英语、马来语及淡米尔语一样享有官方语言地位,而且是华族学生长达十到十二年的小学至高中教育的必修科目之一。

外圈是指以汉语作为外语学习的非华人地区,其范围包括日韩、北美、欧洲以及越来越多的将汉语列为大学外语课程的地区。外圈范围的大小可以是一种语言全球地位很好的体现,但是该语言的崛起原因还是要到内圈去寻找。内圈是语言传播的大本营,也是语言传播的源头。语言全球化的程度终究取决于内圈的实力能在多大程度上传播到中圈和外圈。

这种实力主要从军事和经济两个方面得以体现。近十年汉语地位的提升明显是基于中国经济实力的增强。海外华人经济实力的提升有目共睹,汉语中圈已经被广泛认为是一股不可小觑的经济力量。但是,从本质上而言,中圈并不具备在全球范围内提升汉语国际地位的能力。内圈经济实力的增长才是全球汉语地位提升的关键因素。过去二十年间中国经济的高速发展,像一块无法抗拒的磁石吸引着无数以其他语言为母语的人来学习汉语。中国的经济经历了二十多年才走到了今天,这也解释了为什么汉语的全球地位近十年才得以突飞猛进的提升,同时表明汉语作为全球语言仍处在起步阶段,还有更多相关的内部问题亟待解决。

六 名称问题:汉语的定义

一种语言传播到另一国家或地区,与当地语言接触时间久了,通常会形成地域变体以适应与当地人的交流需求。以英语为例,目前已遍及世界各