

外语市场价值论

熊金才 陆魁秋 著

IV

暨南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

外语市场价值论/熊金才 陆魁秋著.
—广州:暨南大学出版社,2000.8
ISBN 7-81029-989-1

I. 外… II. ①熊… ②陆… III. 外语-应用语言学-研究 IV. H3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 40338 号

外语市场价值论

熊金才 陆魁秋 著

暨南大学出版社出版发行

(510632 广州·石牌)

暨南大学出版社照排中心排版

中国人民解放军第四二三二工厂印刷

新华书店经销

850×1168 毫米 32 开本 印张 8.375 210 千字

2000 年 8 月第 1 版 2000 年 8 月第 1 次印刷

印数 1-1000 册

定价:21.00 元

前 言

1992 年秋，笔者在阅读著名社会语言学家祝婉瑾教授的《社会语言学概论》时，幸遇有关外语市场价值的一段论述，并产生浓厚的兴趣，迄今已有近 8 年时光。

在这 8 年艰苦的学习与研究中，我们遇到了从事语言学学习与研究以来少有的困难与曲折，致使本书延宕至今，且深感其中仍有诸多不足之处有待完善。

首先，无论是在语言经济学研究领域还是在社会语言学研究领域，外语市场价值的研究都属前沿课题，能见到的参考资料极为有限。因此，对于我们来说，这是一个全新的研究领域，一切都需从头做起。工作进展之艰辛、缓慢，可想而知。

其次，外语市场价值的研究是一项涉及语言学、教育学、政治学、经济学、市场学、文化学、历史学、信息学、统计学等多门学科的研究工作。其涉及的学科之多、内容之广使我们原有的一点有限知识捉襟见肘。为弥补这一缺陷，我们不得不翻阅数百本书籍、杂志，学习现代语言学理论，研究各种外语教学方法，进行大量的市场调查、实证研究和个案分析，力求使本书的内容翔实、论证充分、数据可靠。

最后，外语的市场价值研究涵盖多个语种，包括英语、日语、汉语、法语、俄语、德语等。要熟悉这么多语言的历史、现状并预测其未来，远非我们的能力所及。

然而，也正是由于本书的研究涉及多领域、多学科、多语种，才赋予它以多重研究意义。它不仅有助于拓宽和加深语言经济学研究的范畴和内涵，为国内学者进一步开展这一课题的研究提供坚实的基础和理论框架，具有积极的理论研究意义；同时，这一课题的研究还具有广泛的应用价值。它有助于我们从宏观的角度、多维的视角去考察我们所学外语价值的高低、前景的好坏。

不仅如此，外语市场价值研究的各种数据还是制定外语教育政策的依据，是目前我国高校正在进行的外语教育改革的有益参考。这是因为外语的市场价值能够最快捷地提供市场经济对外语人才的需求信息，真实地反映出外语专业设置、课程结构、教材建设及人才培养规格等方面是否符合市场经济的需要，使外语教育更好地为社会发展与跨文化交际服务。

深信我们所从事的是一项有意义的研究工作，是值得语言学界进行深入探讨的。倘若本书在这方面能够起到抛砖引玉的作用，促进外语市场价值研究的深入，推动语言经济学研究的进一步开展，我们将倍感欣慰。在此，我们向所有在本书撰写过程中给予我们帮助的同行、学者致以诚挚的谢意。

由于本书涉及知识面广、内容多，加之作者水平有限，书中缺点不足之处敬请同仁、专家批评指正，以便我们在今后的研究中不断充实提高。

编 者

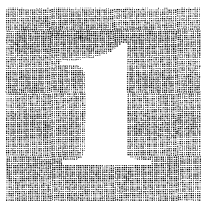
2000年5月于汕头大学

目 录

前 言	(1)
第一章 外语的市场价值述评	(1)
第一节 外语的市场价值释义	(1)
第二节 影响外语市场价值的因素分析	(3)
第三节 研究外语市场价值的意义	(11)
第二章 美语市场价值的科学技术基础	(18)
第一节 科技进步与语言发展	(18)
第二节 科技强国与语言强势	(24)
第三节 美国英语的未来展望	(28)
第三章 中国经济发展与世界汉语热	(32)
第一节 中国经济发展现状分析	(32)
第二节 世界汉语热的兴起	(35)
第三节 汉语的外语市场价值对外语教学的启示	(42)
第四章 文化交流与语言传播	(45)
第一节 美国文化国际化对美音市场价值的影响	(45)
第二节 美国文化国际化对口语语码市场价值的作用	(54)
第三节 非语言代码与跨文化交际	(58)
第五章 政治扩张与语言扩散	(73)
第一节 英美政治扩张与英语世界语	(73)

第二节	法兰西帝国与法语盛世	(80)
第六章	外语市场价值与外语教学	(93)
第一节	外语市场价值与外语专业设置	(93)
第二节	外语市场价值与外语专业课程设置	(98)
第七章	外语市场价值与外语教材建设	(107)
第一节	外语教材编写的市场价值依据	(107)
第二节	外语教材质量测评指标体系及方法	(113)
第三节	外语教材修订的社会语言学理论依据	(125)
第八章	外语市场价值与外语人才培养规格	(131)
第一节	外语人才培养规格的市场价值依据	(131)
第二节	外语教学实践与工作能力培养	(144)
第三节	主体文化与交际能力	(152)
第九章	美国英语与英国英语市场价值调查分析	(161)
第一节	美国英语与英国英语歧异述评	(161)
第二节	美国英语与英国英语市场价值调查报告	(229)
第三节	美国国际化对英语市场价值的影响	(240)
主要参考文献		(251)

第



章

外语的市场价值述评

第一节 外语的市场价值释义

外语的市场价值 (the market value of foreign languages), 即外语的社会、经济效益 (social and economic benefit)。从语言经济学 (economics of language) 的角度看, 外语不论语种大小, 也不论其通用程度如何, 只要能够在国际交往及国际经济技术合作中起到沟通作用, 为使用者的社会经济利益服务, 便可体现其市场价值。

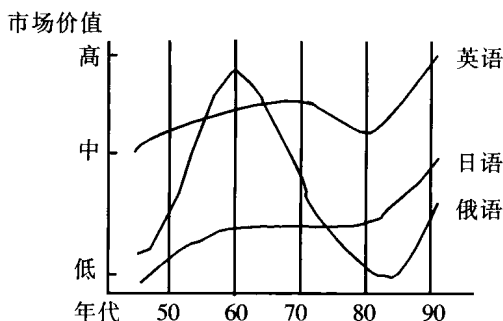
外语的市场价值呈动态变化。这种动态变化是由国际经济、政治、文化、科技交流与合作等因素引起的供求关系的变化而决定的。当代国际政治格局的变化, 科学技术的进步, 国际经济技术、文化交流与合作的发展及某些地区一体化趋势的不断深化, 各国之间的相互依赖进一步加强, 交往日益频繁, 外语的市场价值总体呈上升趋势, 这一特征在发展中国家尤为明显。譬如, 在

我国，改革开放政策的实施，许多领域，如外贸、旅游、技术合作、外资引进等，都需要外语作媒介。因此，同我国经济发展联系密切的一些国家的语言在中国的市场价值大增，如英语、日语、德语等。与此同时，中国经济的迅速发展给世界各国展示了同中国进行交流与合作的光明前景，庞大的极具潜力的中国市场预示着汉语将成为“挣钱的语言”，因而汉语也受到越来越多国家的重视。自 80 年代以来，汉语的外语市场价值便与日俱增，许多国家出现了汉语热并呈现出持续升温的势头。与之相反，随着前苏联的解体，俄罗斯的国际政治地位下降，经济衰退，致使俄语的外语市场价值呈现出明显的下跌之势。

外语的市场价值研究是语言经济学领域的前沿课题，其研究内容涉及第二语言（外语）人力资本（human capital）的各种因素。如外语的价值（value）和效用（utility），费用（cost）和效益（benefit），外语学习的投资费用（the cost of the investment）和学成语言后的“投资预期效益”（the anticipated benefits of the investment），决定外语市场价值的供求法则（the law of supply and demand）等。它从不同的角度对影响外语市场价值的政治、经济、科技、文化等因素进行研究和分析，谋求建立科学的外语市场价值测评指标体系，进而探讨外语市场价值与外语教育管理与决策各个环节的关系。如外语市场价值与外语专业设置的关系；外语市场价值与外语课程设置的关系；外语的市场价值与外语教材建设的关系；外语的市场价值与外语人才培养规格等等。对这些关系的研究有助于提高外语专业设置和课程设置的科学性，推进外语教材建设的健康发展，促使外语人才培养在规格上更好地满足社会需求和经济发展的需要，并有助于外语学习者和有关部门从宏观的角度去考察某一语言外语市场价值的高低、前景如何，从而作为外语学习者选择语种和专业方向及有关部门制定外语教育政策的依据，因而具有极为广泛的应用价值。

第二节 影响外语市场价值的因素分析

同商品的市场价值一样，外语的市场价值同样是由供求关系所决定的。当外语使用者供不应求时，该语种的市场价值就高。譬如，50年代，由于我国同前苏联的特殊政治、经济及技术合作关系，俄语是当时市场价值最高的外语，曾一度成为外语学习的主流，而日语、英语因市场疲软，市场价值低。60年代，中苏关系恶化，经济技术合作破裂，中苏贸易额大幅下降，俄语的市场价值急剧下跌。70年代，“文革”兴起，中国掀起了反洋奴哲学，反“崇洋媚外”、反外语学习的风潮。一时间，“我是中国人，何必学外文，不学A、B、C、D、E，同样做中国人”的口号遍及全国，几乎所有的外语在中国都失去了市场。80年代末，中国实行改革开放，中美关系、中日关系正常化，中美、中日在经济技术各领域的合作迅速发展，国家对英语、日语专业人才的需求量大增，英语、日语的市场价值大幅飚升。90年代初，前苏联解体，中俄关系有所改善，中俄边贸异常活跃，俄语人才再次走俏，中国又掀起了一股新的学习俄语的热潮。50-90年代，英语、日语、俄语在中国市场的市场价值波动可用下图来表示：



50-90年代，英语、日语、俄语市场价值动态变化曲线图

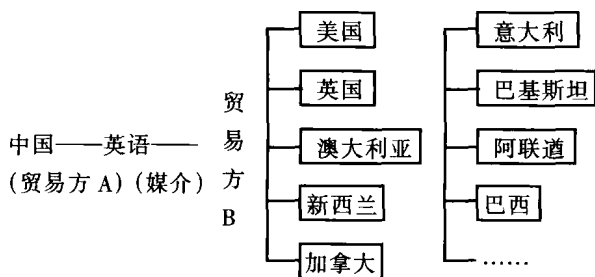
外语的市场价值波动是由供求关系决定的，而供求关系的变化又和目的语（target language）国家的经济实力、科学技术发展水平、国际政治地位及文化交流与合作的范围及走向等因素有关。

一、经济实力对外语市场价值的影响

经济实力对外语市场价值的影响最为直接，最为明显。这里的经济实力是指操某种语言的国家或地区的经济实力。衡量一个国家经济实力的主要指标包括：1) 人均国民生产总值；2) 对外贸易总额；3) 对外直接投资；4) 经济增长率；5) 失业率。具有较雄厚经济实力的国家或地区的标准语（standard variety）比经济实力弱的国家或地区的标准语的市场更为广阔，价值更高。这是因为，一个国家或地区的经济实力愈强，其在国际经济中的影响就愈大，进行经济技术合作的区域就更加广阔，该国家或地区语言的流通面自然就更宽广，其价值得以实现的机会相对较多。例如，随着日本经济实力的膨胀，美国人称日语为“挣钱的语言”（money language）。因为，日、美在经济技术领域的合作极为密切，美国人以日语为第二语言（second language）的人数剧增。以日语为第一外语的美国人在工种选择，工作机会及工作待遇等方面都占有很大优势。80年代以来，我国粤语的声望大增，这与粤语地区经济实力的增强不无关系。

在这一方面，英语的市场价值是最好的例证。由于以美国为首的英语国家，如加拿大、英国、澳大利亚、新西兰等在世界经济中的实力地位，英语事实上已成为一种世界通用语言（universal language），被遍及世界各地数以亿计的人以各种方式运用于不同场合，成为不同国家与民族之间的共同语言和国际交流的有效工具。如今，英语早已成为各种国际会议、国际传播、世界贸

易中的通用语言，也是国际航空和机场标识（airport marker）的通用语言。在中国，英语的地位和作用已为国人所瞩目，全国上下有数以亿计的人正在学习英语。在我国的对外经济贸易中，往往不是以汉语，而是以英语为媒介，如下图所示：



二、国际政治地位对外语市场价值的影响

国际政治地位对外语市场价值的影响是指操某种语言的国家或地区在国际政治事务中的影响力和决策力对其语言市场价值的影响。一般说来，在国际政治中影响大的国家，其语言的应用面就广，市场价值相对较高。美国英语（American English）从独立到发展及其日渐扩大的影响同英国英语（British English）日渐缩小的影响就极好地论证了这一点。虽然语言学界关于美国英语之争仍未停息，但美国英语日渐扩展的影响已为人们所共识。众多的书籍都已冠上美国英语的头衔，如《现代美国口语》、《当代美国口语》、《美国口语教程》、《美国新风情英语》、《美国英语情景会话》、《当代美国英语大辞典》、《当代美国英语常用词词典》等等，都深刻地反映了美国在国际政治中的地位对其语言扩散的作用。

目前,美国是世界上惟一的超级大国。美国英语在世界的影响已远远超过英国英语,占据上风。笔者在对美式英语与英式英语中 130 例通用同义语码 (code) 市场价值的调查中发现:美式语码的平均占市率为 0.691 (69.11%), 英式语码的平均占市率为 0.309 (30.89%)。其中,美式语码在日本的占市率为 86.92%, 在泰国的占市率为 73.75%, 在中国大陆的占市率为 70.81%, 在澳门的占市率为 60.07%, 在新加坡的占市率为 54%。从英语的前途来看,美国英语将保持着强劲的独立趋势,在整个英语世界中独领风骚,并影响着世界各地英语变体 (English variations) 的变化。

展顾历史,我们会发现:英语、法语、拉丁语的市场价值波动无一不与相关国家的国际政治地位的变化密切相关。18 世纪以前,由于古罗马帝国的影响,拉丁语一直是主要的国际语言。1806 年,随着神圣罗马帝国的解体,法兰西帝国突起,法语的市场价值便与日俱增,并在此后的两个多世纪里高居榜首。20 世纪,随着美国的崛起及美国国际政治地位的上升,英语的市场价值也迅速上升并超过法语而跃居第一。

三、科技水平对外语市场价值的影响

科学技术发展水平作为决定一个国家国际竞争力的最主要因素,已成为决定外语市场价值的关键指标。这一指标的核心要素包括:1) 教育指数;2) 人力资本;3) 研发投入;4) 高新技术领先指标;5) 产业结构状况等。一个国家科学技术水平越高,其语言载体流通的范畴就越广,市场价值就越高。这是因为由科学技术研究所产生的新技术、新发明、新创造,必然要求有与之相适应的新词语来表达。因此,20 世纪以来,以美国为首的英语国家在科学技术领域的突飞猛进,使英语中有关科学技术的新

词语如雨后春笋，相继涌现，如：lasercomp（电脑激光照排）、fax（传真电报）、laser printer（激光打印机）、camcorder（手提摄像机）、flat - screen television（液晶显示超薄电视机）、transistor radio（半导体收音机）、clock - radio（钟控收音机）、immersion heater（浸没式热水器）、hovercraft（气垫船）、bullet train（高速火车）、container ship（集装箱船）、mini - car（微型汽车）、instant coffee（速溶咖啡）等等，都是近几十年来英语中出现的新词语。

由科学技术发展所产生的新词语在国际经济技术合作与交流中传播到其他国家，也是这些国家在引进这些新技术及由此所产生的应用成果和管理经验时所必须掌握的。譬如，在国际生态学（ecology）会议上，生态学活动家（ecoactivist）和环境保护学家（environmentalist）谈论生态灾难（ecocatastrophe）、ecocide（生态灭绝）和生态危机（ecocrisis），设法解决空气污染（air pollution）、噪音污染（noise pollution）、热污染（thermal pollution）等等。由于保护环境如此重要，不少商品的广告里都标上了不会破坏环境（environmental - friendly）、不会破坏生态平衡（eco - friendly）、不会污染地球（planet - friendly）之类的词。这些新术语便成为当代国际技术合作中最流通的词语。作为合作与交流双方，对这些词语越熟悉，其交流渠道就越通畅。

随着社会的发展，科学技术已成为决定当今世界国家实力的最主要因素。科学技术发展水平也已替代政治地位、经济实力及文化传播等因素，成为决定外语市场价值的第一因素。从中，我们可以清晰地看到：影响外语市场价值诸因素是随着社会发展而不断变化的。同时，我们更应清楚地认识到：中国要进步，中国要提高汉语的外语市场价值，必须大力发展科学技术，优先发展教育。

四、文化交流与合作对外语市场价值的影响

随着国际技术交流与合作的发展,国际间的文化交流与合作也迅速加强,成为语言传播与扩散的有效途径。如文化传播媒介的多元化、人口的国际化及高等教育的国际化等。仅以改革开放以来,中美在文化领域的交流与合作为例:自1985年以来,中国派往美国的留学生达32万之多。据报道,美国阿波罗登月工程高级工程师的1/3,美国硅谷主要技术力量的1/4至1/3是中国人,美国最大的电脑公司IBM2/3的高级工程师是中国人。在美国大学中,从事大学教育与科研的中国人不少,而在中国大学从事教育的美国教育学家队伍也日渐庞大。除此以外,还有形式多样的民间,包括青年学生互访团的来往等。

中美文化交流与合作的迅速发展,使英语与汉语的市场价值剧增。中国的大学生们清晰地看到若熟练地掌握了英语这门外语,不仅是校园里的佼佼者,而且毕业后选择工作时具有更多的机会,除正式的国家部门外,尚可选择合资、独资公司就业。此外,熟练地掌握外语,还可通过TOEFL, GRE, EPT, GMAT等出国考试,获得进一步深造的机会,学习国外的先进科学技术和管理经验,扩大视野,增长见识,从而为以后的发展打下坚实的学术基础和物质基础。

文化交流与合作对外语市场价值的影响不仅体现在外语使用者身上,同时也体现在交流与合作双方的利益上。这是因为,不同的民族拥有不同的文化背景(cultural background)、风俗(customs)和习惯(habits),因此而形成不同的教育模式(mode of education),具有不同的人才培养规格。如中国目前仍以师授学承的传统教育模式为主体,教师是课堂的中心(teacher-centered class),学生的任务是继承与发扬,其培养出的人才一般能够适

合专业性工作的要求，但创新精神不够，知识面较窄，不能够适应时代发展的需要；美国采用的是开放式的教育模式：学生是课堂的主体与中心（student-centered class），教师的作用在于引导，其开设的选修课多、专业课少，培养的学生有创新精神，适应社会变革的能力较强，但从事专业性工作的能力则相对较差。因此，中美文化的交流与合作给双方提供取长补短的机会，为双方文化教育事业的发展创造条件。

五、外语产业、劳务与外语的市场价值

外语产业劳务（language industry）是指经营与外语教学有关的教材、设施等以赚取利润为目的的行业，如制作和发行外语教科书、录音带、教学片及多媒体课件等。技术教育学（technical pedagogy）三大支柱中的硬件（hardware）和软件（software）都是外语产业的范畴。出国培训、咨询、翻译、导游等都属于外语劳务（foreign language service）的范畴。

外语产业与外语市场价值的关系是辩证统一的，二者相互制约，相互依赖。一方面，外语的现存市场价值决定着供求关系的变化，吸引着一定数量的人选择某一语言为外语，从而促使外语产业与外语劳务的发展。当外语的市场价值高时，外语产业与劳务的市场就大，发展就快，经营者从中获利的机会就多，反之，则低；另一方面，外语产业及劳务的产生与发展反过来促进外语市场价值的上升。因为，外语产业及劳务在给人们提供便利的学习条件的同时，还通过大量的社会宣传与广告促进外语的传播，加深该外语在人们心目中的印象，由此进一步提高该外语的市场价值。

近年来，随着我国改革开放政策的进一步深化及综合国力的加强，我国在各领域的影响不断提高，对外经济技术合作也迅速

发展，国家对外语人才的需求量越来越大，外语产业与外语劳务发展迅速。它不仅为经营者带来经济利益，也为外语学习者提供了方便，改进了外语学习的方式，推进了外语教学法的改革，加速了外语学习的过程，为外语人才的培养做出了积极的贡献。

六、公民受教育意向与外语的市场价值

公民的受教育意向，即公民对外语语种的选择决策，是由外语的市场价值所决定的。当一种外语的市场价值上升时，便会形成一种有效的诱导机制，诱导着越来越多的社会成员作出与外语的市场价值相吻合的决策，从而获得更多实现所学外语使用价值的市场机会，并促进该语种外语市场价值的上升。

譬如，随着中国同美、加、英、澳等英语国家国际各领域关系的迅速发展，英语与日俱增的市场价值已为越来越多的中国人所认可，英语已成为中国人的第一外语，在大学、中学甚至小学受到前所未有的重视。与之相对应，稳定、持续、快速发展的中国也使广大英语国家的人民越来越清晰地认识到汉语的潜在外语市场价值而对学汉语表现出日益浓厚的兴趣。上述国家的政府有关部门也根据对华关系发展的需要，调整教育政策，提高汉语的外语地位。据了解，自 1988 年以来，澳大利亚政府先后制定了一系列促进规范、系统的中文教育规划。《1988 年高等教育白皮书》认为各州及领地所制定的语言政策中，中文、日文和印尼语应被确定为对澳具有重要的区域性位置的语言，要不遗余力地加以介绍，推广和提高。《全国中文课程规划》还为中小学中文教学拟定了课程大纲，并设计了一整套教学材料。在政府的鼓励和支持下，澳大利亚开设中文课程的大学目前已达 22 所。有人预测，随着中国经济的发展，汉语外语市场价值的提高，中文有望在今后 5 至 10 年内成为澳大利亚的第一外语。

外语的市场价值与公民受教育意向之间的关系是对立统一的关系，既相互依存，又相互对立。当某一语种的外语市场价值上升时，选择该语种作为外语的人数就会增加，但当增加的人数过快，出现供过于求时，则会导致该语言外语市场价值的相对下跌。当一门语种的外语市场价值处于低位，选修人员逐渐减少时，该语种的外语市场价值则会相对上升。掌握外语市场价值与公民受教育意向之间的微妙关系，将有助于社会成员在选择外语语种时做出富有远见的抉择，有益于个人发展并更好地为跨文化交际服务。

第三节 研究外语市场价值的意义

不论是在国内的社会语言学研究领域，还是在外语教育领域，以及近年来欧美等地兴起的研究语言和语言政策的市场价值和人力资源价值的语言经济学领域，外语市场价值都属于前沿课题。对这一课题的研究，有助于拓宽和深化语言学研究的范畴和内涵，具有积极的语言学研究意义。不仅如此，外语市场价值研究还具有多方面的应用价值：它是外语教育与管理部分制定外语教育政策，实施外语教育与管理，进行外语专业改造的依据；是高校确立外语人才培养目标，设置外语课程，建设外语教材及改进外语教学方法的基础。

一、外语市场价值是外语专业设置的依据

根据市场价值规律，高校外语专业的设置必须建立在对该专业市场价值的科学分析与预测的基础上。否则，就会出现供不应求或供过于求的不良现象，造成人才浪费或人才奇缺，影响经济建设和社会发展。近 50 年来我国外语专业设置及外语专业方向