

全球化下国家语言推广战略 ——政策、模式与中国的借鉴

◎ 吴 坚 著



科学出版社

全球化下国家语言推广战略

——政策、模式与中国的借鉴

吴 坚 著

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

在全球化进程中,语言不仅仅是国家和民族之间交流和沟通的桥梁,语言的国际化程度更是国家综合实力的体现。世界各国都从战略上高度重视国家语言的对外推广与传播,语言推广与文化传播已成为增强国家文化软实力、提升国际地位的重要战略举措。本书以全球化为背景,以中外国家对外语言推广战略为研究对象,探讨了英国、美国、西班牙、法国、德国、日本、俄罗斯和韩国八个国家的语言推广政策、语言推广机构、语言推广策略以及语言对外推广的特点和成效;重点比较了中外国家语言对外推广的战略,总结了国外语言推广成功的经验;在分析中国汉语国际推广面临的形势与问题的基础上,借鉴国外语言对外推广成功的经验,提出了改善中国汉语国际推广的对策与建议。

本书适用于对外汉语专业的本科生、汉语国际教育专业的研究生、国内外国际汉语教师以及国内外从事国际汉语研究和管理工作的人员。

图书在版编目(CIP)数据

全球化下国家语言推广战略:政策、模式与中国的借鉴/吴坚著. —北京:科学出版社, 2013

ISBN 978-7-03-036572-9

I. ①全… II. ①吴… III. ①语言政策-研究-世界 IV. ①H002

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 018751 号

责任编辑:尚 雁 刘婷婷 罗 吉/责任校对:刘小梅

责任印制:赵德静/封面设计:许 瑞

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

骏杰印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2013年2月第 一 版 开本:B5 (720×1000)

2013年2月第一次印刷 印张:17 1/4

字数:440 000

定价:69.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

作者简介



吴坚，男，汉族，1966年生，海南万宁人。博士，现为华南师范大学国际文化学院研究员、博士生导师，全国比较教育研究会理事，广东省比较教育研究会常务理事，亚洲教育学会会员，日本中京女子大学客座教授，日本名古屋大学高级访问学者。

主要从事国际比较教育、国际汉语教育、高等教育国际化与跨国高等教育、环保教育等领域的研究。曾主持广东省教育科学“十五”、“十一五”规划课题，广东省科技厅“攻关”课题，教育部“留学回国人员科研启动基金”等，现主持国家863计划重大项目子课题、国家国际科技合作专项项目的专题项目等多项研究。著作有《当代高等教育国际化发展》、《面向港澳办学的理论与实践》、《东南亚教育改革与发展》、《粤港澳教师教育研究》等，并在《高等教育研究》、《学术研究》、《中国高教研究》等刊物发表学术论文60多篇。

序

吴坚教授的《全球化下国家语言推广战略——政策、模式与中国的借鉴》是一本讲一些国家如何向世界推广自己民族语言的专著。什么是语言？也许很多人从来没有考虑过这个问题。如果从语言作为一种结构系统的角度来考察，语言是一种符号系统；如果从语言作为一种社会现象来看，语言就是一种社会交际工具。

在当今全球化进程中，语言作为一种社会交际工具，不仅仅是国家和民族之间交流和沟通的桥梁，其国际化程度还是这个国家综合实力的体现。世界上很多国家都从战略的高度重视本国语言的对外推广与传播，本国语言再加上本民族文化的推广与传播，已成为增强国家文化软实力、提升国际地位的重要战略举措。

向世界推广本国语言不仅是增强国家软实力、提升国际地位的重要战略手段，更重要的是以本国语言为载体，向世界传播自己的固有文化和价值观念，使本国文化立足于世界多元文化格局之中。为达此目的，发达国家无不投入巨大的人力、物力和财力以促进本国语言向世界的推广和传播。

该书选取推广本国语言起步较早、成效较好的国家，对其语言推广战略详加剖析，评鹭得失，总结利弊，进行了深入的分析研究，力图为中国汉语国际推广工作提供有益的参考和借鉴。

该书作者以敏锐的眼光，站在国家战略的高度，对中外国家的语言推广战略进行了分析比较，着重研究了各个国家的语言推广政策的有效性和成功经验。本着一份爱心与责任感，对中国汉语国际推广工作提出许多有针对性的、合理的建议，相信对中国汉语国际推广事业的发展定会起到很好的促进作用。

该书以全球化为背景，从战略的角度，详尽描述了英国、美国、西班牙、法国、德国、日本、俄罗斯和韩国八个国家的语言推广政策、推广机构、推广策略以及语言对外推广的特点和成效，意在比较中外国家语言对外推广的战略，借鉴国外语言对外推广成功的经验，他山之石，可以攻玉，以便研讨中国汉语国际推广的对策，使汉语更快地走向世界。

语言的推广其实也是一种标准的建立。英国、美国一些英语国家在多年的强势推广下，使英语成了世界公认的国际通用语言，成为当今世界上人们互相沟通与彼此交流信息的工具。在这种态势下，英语国家凭借语言的优势在国际竞争中占尽天时地利。书中所列的西方国家在语言对外推广方面均起步较早，取得了很大的成功，积累了丰富的经验。而后起的俄罗斯、日本和韩国等国家，随着国家

综合实力的增强，也雄心勃勃，把语言推广纳入国家战略，通过不懈的努力也取得了显著的成效，形成一套颇有特色的语言推广战略。对此，我们也应予以关注，并从中吸取有益的经验与教训。

该书的最大亮点，在于揭示出各主要国家语言推广战略的重要特点。比如英国将本国的语言对外推广上升为国家强国战略的组成部分；美国语言推广方式采用多样化与实用化的做法，民间机构在语言对外推广中起到决定性作用；西班牙让非营利机构在语言推广中占主导作用；而法国则借文化多样化来推广法语，通过加大法语功用的宣传力度来提高世界民众对法语的重视，并保持法语在一些国际和地区性组织中的正式语言或工作语言地位。具体做法是，利用考试手段对外推广法语，并从师资和学科建设方面保障对外法语推广的质量。俄罗斯把本土经济和文化的吸引力作为俄语推广的重要基石，利用超越国家的国际组织——国际俄协，大力推广俄语。韩国对外语言推广事业虽起步较晚，但充分发挥了政府主导作用，并让侨民在对外韩国语推广中扮演重要角色。这些都值得我们认真对待，引以为鉴。

从书中不难看出，在本国语言推广的进程中，各国所共同关注的语言教学问题相当一致。概而言之，一是注重对语言教师的培养和培训，严格对待资格认证；二是研究课程开发和教材的编写和出版；三是制定标准化语言考试并严格相关证书的发放；四是资助留学生并设置奖学金。语言推广的主要形式，是开展语言教学。各种语言教学既有共同的规律，又体现出各种语言的不同特点。以上四点体现着共同的规律，也是我们必须遵循的。

现在让我们回到我国的汉语国际推广工作上来。近年来，随着中国经济和对外贸易的迅猛发展，中国的综合国力极大地提高，加之厚重绵长的中华文化的吸引以及新中国来华留学生汉语和中华文化教育六十年来的影响，汉语正加快走向世界的步伐，汉语国际推广与传播获得长足的发展。

2004年，中国借鉴了英国、法国、德国和西班牙等国家设立语言推广机构的经验，开始在海外设立以教授汉语和传播中华文化为宗旨的非营利性教育机构——孔子学院。孔子学院为各国人民学习汉语了解中国提供多种服务，同时它还担负着介绍中国文化的使命。2006年，国务院转发《关于加强汉语国际推广工作的若干意见》，从国家战略的高度对汉语国际推广工作和孔子学院进行总体规划，明确提出了跨越式发展目标、创新体制和机制，成为汉语国际推广改革创新的重要依据。

该书在细致全面介绍国外本国语言推广情况的同时，特别展示了我国近年来在对外汉语教学和海外汉语推广方面取得的成绩。然后将中外国家语言推广战略进行比较，着重从语言国际推广模式、语言国际推广政策、语言国际推广机构、语言国际推广师资、语言国际推广教材诸方面比较相同点与不同点。作者提纲挈

领地概括出国外语言推广的成功经验，值得我们参酌。一是强调政府政策制定与全力支持在语言国际推广中的重要性；二是强大的资金支持是语言推广的重要条件；三是重视语言推广机构的建设；四是采用语言推广与文化推广紧密结合的做法；五是师资培养是语言推广的核心工作；六是语言考试是语言国际推广的重要手段。

以此为参照，反思我们汉语国际推广中存在的问题，会使我们十分清醒地看到，汉语国际推广虽成绩显著，局面打开，发展迅速，影响深远，但是我们的汉语国际推广，战略定位似还不够明确，语言教学与文化介绍未能并行发展。汉语作为外语教学自身还存在一些问题，主要表现为师资数量严重不足，教学人员的专业素质尚有待提高；教材的针对性亟需加强，教学方法尚需改进。此三点，正与学界目前所正视并正着力研究的“三教”问题，即教师、教材、教法不谋而合。

作者以一个汉语国际教育工作者的责任心和使命感，面向全局，高屋建瓴，提出对汉语国际推广的对策与建议主要有以下几点：一是把汉语国际推广纳入国家战略体系；二是完善相关政策及其配套方案；三是多渠道筹措汉语国际推广的资金；四是多维度提高对外汉语的教学质量。

该书作者吴坚教授任职于华南师范大学国际文化学院，一直从事对外汉语教学，立足于汉语国际推广的前沿，既熟悉国内的汉语教学情况，对国外的汉语国际推广也十分关心。近年来，在广泛搜集相关材料的基础上，分门别类，旁征博引，深入思考，以事实为依据，研究世界各国对本国语言的推广状况，终成巨帙。全书资料翔实，从各国所推广的语言的历史、特点、发展演变，到如今在世界上的地位，娓娓道来，使读者从中获取了相当多的背景材料。对各国本国语言推广策略评述公允，切中肯綮。有比较，才能有鉴别。我们相信在深入了解了别国本国语言推广的策略与做法之后，以世界的眼光，中国的情怀，定会对我国的汉语国际推广工作大有启迪。

大作杀青，吴坚教授将书稿寄给我，拜读之余，所获良多，感慨系之，略抒愚见，以就正方家。

是为序。

赵金铭

2012年9月10日于北京

前 言

全球化在促进世界各国文明发展的同时，也带来了一些负面的影响。犹如美国当代著名的新闻工作者托马斯·弗里德曼（T. Friedman）在其所著《世界是平的》（*The World is Flat*）一书中分析的那样，整个世界资源在全球化进程中得到了比较高效的配置，各国的经济、社会、文化、教育和卫生等方面也都得到了一次升级的机遇，可正是这种世界发展趋势，使得各种负面效果也开始显现出来。全球化进程实质上是一种不公平的竞争，在全球化进程中，强国将变得更强大，弱国稍有不慎便会被同化得“体无完肤”。在机遇与危机并存的全球化进程中，民族特色如果没能得到正确对待和保护，则会在全球化进程中被冲刷，而作为民族特色标志之一的语言，也正面临着这个问题。

在全球化进程中，各国为了既能扩大自己的影响力，又能将自己的民族特色保护完好，达到国家利益、民族利益的最大化，都不约而同地将目光投向了本国母语的推广上。随着时代的不断变迁，传统意义上的语言效用理论也在不断变化，当今的语言效用早已没有先前的“纯”，语言的功能在传承文明、便利沟通与交流的基础上得到不断拓展。语言功能的多样化为各国扩大国际影响力找到了新途径。语言是资源，是当代科学技术发展的关键要素和最具活力的生长点，是软实力，是新产业、新职业的母机，是民族的血脉和纽带，是国脉之所系。扩大本国语言在海外的影响力，也就是在提高国家的影响力，为本民族的强大和延续增加力量。语言已成为评价一国综合国力的重要指标之一，国强则语言强，国弱则语言弱。语言的影响力和综合国力的提升相互成就、相互促进。由此可见，语言在当今时代的意义非常重大。

一国语言若能成为国际社会通用的语种，那么该语言母语国的综合国力便不言而喻。在历史上，英语、法语、西班牙语都成为具有国际影响的跨国通用语言，这是其国家军事和经济实力充分提升的结果。反过来看，一种占据强势的语言又恰恰是国家实力最为长久的标记，甚至也是国家本身的标记。基于此认识，现在诸多国家都已开始着手在保证本国国民语言正确使用和传承的基础上向海外推广本国语言的工作。综合国力较强、有远见的国家早已将对外语言的推广作为一项实现本国国家利益的战略来对待并付诸实施。

语言的推广其实也是一种标准的建立。正是在英国、美国这些英语国家的强势推广下，英语成了默认的国际通用语言，成为当今世界人类沟通、信息交流的工具。在这种情况下，英语国家在国际竞争中往往具有先发优势。英国、美国、

法国、德国、西班牙等西方老牌资本主义国家在语言对外推广方面起步较早，取得了巨大的成功，积累了丰富的经验。而作为后起之秀的俄罗斯、日本和韩国等国家，随着国家综合实力的强盛，也把语言推广纳入国家战略，通过不懈的努力取得了显著的成效，形成一套颇有特色的语言推广战略。因此，本书对这八个国家进行了国别研究，详细介绍了各个国家的语言推广战略以及它们取得的成效和经验。

首先，语言作为文化的载体，是文化传统代代相传的重要手段，它的形成与发展受到政治、经济、文化、贸易、宗教信仰和民族传统等诸多因素的影响，尤其是现代语言具有多方面的功能，在一定意义上成为统治者的一种统治工具，与政治、经济、文化交织在一起，相互发生作用。

其次，语言的形成和发展有着其自身的特定规律。各国的原始居民为了维持生存，努力地构建一种可以用声音传递信息的符号，而这种信息表达方式随着生产力的发展，逐渐成为一种具有固定语法规则、固定语意表达、系统化的语言。这种语言诞生之后，便在它特定的社会环境中发展着，并与人类文明交织作用。在漫漫的历史长河中，一国的主导语言是如何诞生及确立的？该国语言又有什么样的特点？有了对一国语言的这种认识，有助于我们深入理解和分析该国的语言推广战略。

再次，语言的成功推广，离不开各国语言推广政策的保障、强大资金的支持、语言推广机构的建立以及各种文化交流活动的积极推动。因此，我们对语言推广战略的研究集中在语言推广政策、语言推广机构以及包括标准化考试、师资培养等在内的语言推广策略方面。

在上述研究的基础上，我们还对每个国家的语言推广战略的特点和成效进行了总结和归纳，力图为中国的汉语国际推广提供借鉴。

最后，中国政府已经将汉语国际推广作为一项“国家的、民族的事业”列入国家发展战略之中，提出了汉语加快走向世界的指导思想、总体规划和政策措施。在这样的政策导向下，进一步加强语言推广政策的研究，特别是对语言推广起步较早的国家的语言推广政策进行评析，将对中国语言文化推广体系的建立起到切实的指导作用。因此，本书最终落到“师夷长技以制夷”的比较研究初衷上，对中国的汉语国际推广战略进行了全面而细致的阐述，并借鉴以上国别研究的成果，针对中国汉语国际推广过程中存在的问题提出建设性的建议。

本书的结构和提要如下：第一章，英国对外语言推广战略。英国的主导语言——英语，是事实上的国际交流语言，由古代从欧洲大陆移民大不列颠岛的盎格鲁、撒克逊和朱特部落的日耳曼人所使用的语言演变而来，并通过英国的殖民活动传播到世界各地。历史上英国出台了六个对英语推广意义非凡的报告，且有一个职责明确的语言推广机构——英国文化委员会，英语环境的全球化使英语具

有良好的基础,形成一种规模经济。第二章,美国对外语言推广战略。美式英语是美国的国家主导语言,尽管与英式英语渊源颇深,但美式英语作为本土的一种语言准则,显示了美国的国民特性。由于美国综合国力的强盛以及美国众多语言推广机构的努力,美式英语在世界上的影响力超过了其源头英式英语的影响力。第三章,西班牙对外语言推广战略。作为昔日的“海上霸主”,西班牙语的推广有着悠久的历史,而在新 的时代,西班牙语政策注重维护西班牙语在世界的权威形象以及保持西班牙语的纯洁性和准确性,塞万提斯学院在这些方面作出了卓越贡献,成为其最著名的官方语言推广机构。第四章,法国对外语言推广战略。法语的国际推广是从确保法语国内地位开始的,为此,法国政府不断通过各种方式对法语进行保护与海外推广,逐渐将语言推广上升到由国家宪法保护的高度,恢复和提高法语的国际地位。法国对外语言推广工作是一种以官方为主、民间为辅的政策模式,法国保障对外语言推广的政策和措施是全方位的、周密的,有着众多的职能机构保障法语推广,而法语联盟是其中的佼佼者。第五章,德国对外语言推广战略。德国早期的语言推广目的是为了保证海外德国移民获得教育,1932年德国政府将实践部改建成立歌德学院,培养了大批的德语专家。德国的语言推广在每个时期都有国家和政府的支持和运作,政府在其中起着决定性的作用。每一次德国语言推广事业繁荣的背后都伴随着德国政治、经济实力的强大。除了歌德学院等明确的语言培训机构外,德国学术交流中心、德国之声、德国对外关系协会等中介机构也通过各种形式在全世界宣传和推广着德国语言和文化。第六章,日本对外语言推广战略。自欧美前往日本的传教士、学者等最先开始日语的学习和研究,而赴日留学生的到来改变了日本社会。日本在对外推广日语时,非常注重来日留学生和进修生的培训、教材编写以及奖励等项目。1972年成立的国际交流基金会是日本贡献最大的语言推广机构,它是日本外务省管辖的特殊法人机构。第七章,俄罗斯对外语言推广战略。俄罗斯政府注意用法律来保障和推广俄语。俄罗斯联邦承担俄语推广工作机构的管理和组织工作,与苏联时期基本相同,俄语推广机构主要有大学和高校相关科室、“俄罗斯之声”国家广播公司、国际俄协和国立普希金俄语学院。每三年举办一次的“国际中学生俄语奥林匹克竞赛”既是俄语推广工作的显著成果,也起到了向全世界宣传俄语、扩大俄语影响力的作用。俄语现在已经是世界使用范围较广的第三大语言。第八章,韩国对外语言推广战略。韩文本身是独创的,由于其历史的局限性及自身发展条件的特殊性,直到1988年奥运会在韩国成功举办后,韩国政府开始关心、支援和做大规模的韩国语世界化工作,韩国对外语言推广才得到迅速发展。韩国社会诞生了许多配套语言教育单位,同时韩国语教材研究、教学法开发、培养韩国语教师等方面工作都有了质和量的提高,韩国当局也在大学开设韩语教育相关专业,完成了韩国语教育的学术支持,培养了众多具有教学资格的教师力量。在

全国上下一致努力推广下，现在韩语的使用频率已上升到世界排名榜的前 13 名，东南亚国家、东欧以及北美等地区先后刮起一场“韩流”，掀起了学韩语热。第九章，中国对外语言推广战略。该章主要分析了汉语对外推广的背景，探讨了汉语对外推广政策的演变，并指出了中国对外语言推广取得的成就。第十章，中外国家语言推广的比较。该章从语言推广模式、语言推广政策、语言推广机构、语言推广师资培训、语言推广教材等方面对中国和其他典型性国家进行了比较研究，总结了国外语言推广成功的经验。第十一章，汉语国际推广面临的问题与对策。在分析中国汉语国际推广面临的挑战与问题的基础上，借鉴国外语言对外推广的成功经验，提出了改善汉语国际推广的合理性对策与建议，以期推进中国对外语言推广的顺利发展。

目 录

序

前言

第一章 英国对外语言推广战略	1
第一节 英国的国家主导语言.....	1
一、英语的起源.....	1
二、英语发展进程中的暂时性倒退.....	2
三、英语在英国主导地位的确立.....	3
第二节 英国的语言推广政策.....	4
一、英国语言推广政策的历史背景.....	4
二、英国语言推广政策的影响因素.....	5
三、英国语言推广的主要政策.....	7
第三节 英国的语言推广机构	13
一、英国文化委员会的缘起、成立和分布	14
二、英国文化委员会的性质	15
三、英国文化委员会的宗旨、使命及战略目标	17
四、英国文化委员会的组织管理模式	18
五、英国文化委员会的工作内容	18
六、英国文化委员会的活动范围	20
七、英国文化委员会的资金来源与财务运作	21
第四节 英国的语言推广策略	21
一、英语教师的培养及其资格认证	21
二、留学生资助和奖学金的设置	22
三、英语教材的出版和图书服务	23
四、标准化考试和相关证书的发放	24
第五节 英国语言推广的特点及成效	24
一、英国语言推广战略的特点	24
二、英国语言推广的成效	26
第二章 美国对外语言推广战略	28
第一节 美国的国家主导语言	28
一、美式英语的发展历史	28

二、英语在美国主导地位的确立	30
第二节 美国的语言推广政策	32
一、美国语言政策的形成背景	32
二、美国语言政策的演变	33
三、美国的语言推广政策	35
四、美国语言政策发展史上重要的两次语言运动	36
第三节 美国的语言推广机构	38
一、对外英语教师协会	38
二、美国英语项目办公室 (U. S. The Office of English Language Program)	39
第四节 美国语言推广策略	41
一、“托福”考试简介	41
二、“托福”考试的功能	42
三、“托福”考试的有关说明	43
第五节 美国语言推广的特点及成效	45
一、美国语言推广战略的特点	46
二、美国语言推广的成效	47
第三章 西班牙对外语言推广战略	48
第一节 西班牙的国家主导语言	48
一、西班牙语的形成与发展	48
二、西班牙语主导地位的确立	50
第二节 西班牙的语言推广政策	51
一、西班牙的多元语言政策	52
二、西班牙语言政策的主要目的	52
第三节 西班牙的语言推广机构	54
一、塞万提斯学院	54
二、西班牙皇家语言学院	58
三、西班牙国际合作署 (AECID)	59
第四节 西班牙的语言推广策略	61
一、对外西班牙语的师资培养	61
二、对外西班牙语水平考试	63
第五节 西班牙语言推广的特点及成效	64
一、西班牙语言推广战略的特点	64
二、西班牙语言推广的成效	66

第四章 法国对外语言推广战略	68
第一节 法国人挚爱的母语——法语	68
第二节 法国的语言推广政策	70
一、法国对外语言推广政策的历史背景	70
二、法国对外语言推广的政策	72
第三节 法国的语言推广机构	75
一、对外法语推广的官方机构	76
二、对外法语推广的民间机构	78
第四节 法国的语言推广策略	85
一、利用考试手段对外推广法语	85
二、从师资和学科建设方面保障对外法语推广的质量	88
第五节 法国语言推广的特点及成效	90
一、法国语言推广战略的特点	90
二、法国语言推广的成效	91
第五章 德国对外语言推广战略	92
第一节 德语的起源与发展	92
第二节 德国的语言推广政策	94
一、德国语言推广政策的历史背景	94
二、德国语言推广政策的影响因素	95
三、德国语言推广政策的发展历程	96
第三节 德国的语言推广机构	101
一、歌德学院	101
二、德意志学术交流中心	103
三、德国之声	104
四、德国对外关系协会	105
第四节 德国的语言推广策略	106
一、以国家实力为依托	106
二、广泛建立培训机构	107
三、积极利用现代技术和历史文化资源	107
四、实行规范化、人性化制度操作	107
五、积极推动海外学校发展及教师本土化	108
第五节 德国语言推广的特点及成效	108
一、德国语言推广战略的特点	109
二、德国语言推广的成效	109

第六章 日本对外语言推广战略	111
第一节 日本的国家主导语言	111
一、日语的起源	111
二、日语的特点	113
第二节 日本的语言推广政策	115
一、日本对外语言推广的历程	115
二、日本的语言推广政策	118
第三节 日本的语言推广机构	120
一、政府及有关机构	121
二、地方自治团体	122
三、民间团体	122
四、日本国际交流基金会	123
第四节 日本的语言推广策略	127
一、日本语能力测试	127
二、日语对外推广所使用的教材	130
三、设立语言文化传播奖励	130
四、保障师资质量	131
第五节 日本语言推广的特点及成效	132
一、日本语言推广战略的特点	132
二、日本语言推广的成效	133
第七章 俄罗斯对外语言推广战略	135
第一节 俄罗斯的国家主导语言	135
一、俄语的起源	135
二、俄语的特点	136
三、俄语的分布区域	137
第二节 俄罗斯的语言推广政策	137
一、俄罗斯语言推广政策的历史背景	137
二、俄罗斯语言推广政策的影响因素	138
三、俄罗斯的语言推广政策分析	139
第三节 俄罗斯的语言推广机构	141
一、高校的俄语推广工作	141
二、“俄罗斯之声”的俄语推广工作	144
三、国际俄协的俄语推广工作	146
四、普希金学院的俄语推广工作	148

第四节 俄罗斯的语言推广策略	151
一、俄语推广中教师的培养和资格认证	151
二、留学生资助和奖学金设置	152
三、俄语教材的出版和图书服务	153
四、标准化考试和相关证书的发放	153
第五节 俄罗斯语言推广的特点及成效	155
一、俄罗斯语言推广战略的特点	155
二、俄罗斯语言推广的成效	155
第八章 韩国对外语言推广战略	157
第一节 韩国的国家主导语言	157
一、韩语的发展历程	157
二、韩语的特点	158
三、韩国语与朝鲜语之间的异同点	159
四、韩文与汉字之间的关系	160
五、韩国语主导地位的确立	161
第二节 韩国的语言推广政策	162
一、韩国对外语言推广的动因	162
二、韩国对外语言推广政策的演变	164
第三节 韩国的语言推广机构	165
一、韩国文化院	165
二、韩国国际教育振兴院	167
三、韩国海外弘报院	169
四、韩国国际协力团	169
五、韩国学术振兴财团	171
六、韩国国际交流财团	172
七、韩中友好协会	173
第四节 韩国的语言推广策略	174
一、韩国语对外推广师资的培养	174
二、韩国语教学课程的开发	176
三、韩国语教材的出版	177
四、对推广韩国语言文化进行奖励	177
五、充分利用传媒的力量进行宣传	178
六、标准化考试——韩国语能力考试	178
第五节 韩国语言推广的特点及成效	179
一、韩国语言推广战略的特点	180

二、韩国语言推广的成效·····	181
第九章 中国对外语言推广战略 ·····	184
第一节 中国语言对外推广的背景·····	184
一、中国经济和对外贸易的发展·····	184
二、中国综合国力的提高·····	185
三、中华文化的影响·····	186
四、留学生教育的影响·····	187
第二节 中国语言推广政策的演变：中国大陆与中国台湾·····	188
一、中国大陆语言推广政策的演变·····	188
二、中国台湾语言推广政策的演变·····	196
第三节 中国语言对外推广取得的成就·····	199
一、对外汉语学科体系逐渐完善·····	199
二、孔子学院发展迅速·····	200
三、汉语水平考试制度日趋完善·····	201
四、对外汉语教材建设编写大幅度增加·····	201
第十章 中外国家对外语言推广的比较 ·····	203
第一节 中外国家语言推广战略比较·····	203
一、语言推广模式比较·····	203
二、语言推广政策比较·····	208
三、语言推广机构比较·····	212
四、语言推广师资比较·····	216
五、语言推广教材比较·····	223
第二节 国外语言推广的成功经验·····	226
一、完善的语言推广政策是语言推广的重要保障·····	226
二、强大的资金支持是语言推广的重要条件·····	227
三、重视语言推广机构的建设·····	228
四、语言推广与文化推广的紧密结合·····	229
五、师资培养是语言推广的核心工作·····	231
六、语言考试是语言国际推广的重要手段·····	233
第十一章 汉语国际推广面临的问题及对策 ·····	234
第一节 汉语国际推广面临的挑战·····	234
一、中国政府高度重视汉语国际推广工作·····	234
二、“中国威胁论”的制约·····	235
三、中国的软实力较弱·····	236
第二节 汉语国际推广中存在的问题·····	237