

Chinese Language Globalization Studies

汉语国际传播 研究



2013年第1辑
(总第4辑)

 商务印书馆

中央民族大学国际教育学院主办

Sponsored and Edited by College of International Education, Minzu University of China

中国知网(CNKI)全文收录

Collected by CNKI

Chinese Language Globalization Studies

汉语国际传播研究

2013 年第 1 辑

(总第 4 辑)

主编 吴应辉

Chief Editor: Wu Yinghui

 商务印书馆
The Commercial Press

2013 年 · 北京

图书在版编目(CIP)数据

汉语国际传播研究. 2013 年, 第 1 辑: 总第 4 辑/吴应辉主编. —北京: 商务印书馆, 2013
ISBN 978-7-100-10048-9

I. ①汉… II. ①吴… III. ①汉语—对外汉语教学—教学研究—文集 IV. ①H195-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 132680 号

所有权利保留。

未经许可, 不得以任何方式使用。

HÀNYŮ GUÓJÌ CHUÁNBŌ YANJIŪ

汉语国际传播研究

2013 年第 1 辑

(总第 4 辑)

吴应辉 主编

商 务 印 书 馆 出 版

(北京王府井大街 36 号 邮政编码 100710)

商 务 印 书 馆 发 行

北京市松源印刷有限公司印刷

ISBN 978-7-100-10048-9

2013 年 12 月第 1 版 开本 787×1092 1/16

2013 年 12 月北京第 1 次印刷 印张 14 1/4

定价: 35.00 元

《汉语国际传播研究》编辑委员会

顾问 陆俭明 赵金铭 李宇明 崔希亮

主编 吴应辉

副主编 刘玉屏 央青

编辑部主任 马秀丽 吴峰

编委 (按姓名汉语拼音排序)

白建华	曹秀玲	陈作宏	邓守信	冯凌宇	冯胜利
郭熙	何文潮	江傲霜	靳洪刚	李朝辉	李泉
李晓琪	刘骏	刘乐宁	娄开阳	孟长勇	孟柱亿
陶红印	田艳	王建勤	王觉非	翁燕珩	吴丽君
吴英成	吴勇毅	姚道中	俞志强	袁博平	曾立英
张博	张和生	张西平	张晓慧	张英	赵永红
周小兵	周质平	周洪波	朱永平		

执行编辑

江傲霜	李朝辉	刘玉屏	马秀丽(英文)
田艳	吴峰	央青	

目 录

汉语国际传播的性质、体系和模式	骆 峰	1
论语言国际传播动因的综合性和复杂性	〔美国〕俞志强	11
泰国汉语快速传播模式对越南汉语传播的启示	〔越南〕陈传俊	17
谈谈 AP 中文测试的文化部分	〔美国〕姚道中	25
试论电脑输入汉字在北美高校汉语教学中的实施原则	〔美国〕冯 禹 杨清钰	33
日本汉语教育疑相析——现实与理论解释	史有为	41
泰国中部高校汉语专业调查报告	〔泰国〕林佳心	55
泰国南部高校汉语专业调查报告	〔泰国〕杜悦莹	65
第二语言纠错反馈研究成果与对外汉语今后研究方向	〔美国〕靳洪刚	72
关于“汉字难学”问题的思考	李 泉	93
试论体验式语言教学的理论与方法	梁 宇	110
初级汉语课堂小组活动有效性研究	毕琦琳 陈作宏	120
初级汉语常用交际图示结构研究——以简单“问路”图式为例	李 玉 姜开阳	131
20 世纪 90 年代以来汉越语言对比研究综述	〔越南〕刘汉武 丁崇明	142
赴泰(菲)汉语教学志愿者培训课程考察探析	江傲霜	147
国际汉语教师入职培训初探	谷 陵	158
在汉语教材文本中构建中国“国家形象”的话语策略	秦惠兰	167
语言交际与非语言交际的融汇与综合——国际汉语课堂教学策略探究	王添森	177
亲疏关系对汉语语用的影响:跨文化视角	李朝辉	185
国际汉语教学中文化词语传播策略的个案分析	赵 明	195
对外国留学生语言实践汇报演出的分析与思考	田 艳 王 伟	203
重视汉字教学——序《汉语国际传播研究理论与方法》	李宇明	213
汉语国际传播研究前景广阔——序《汉语国际传播研究理论与方法》	崔希亮	215

目录

英文摘要..... 217

补白

《汉语儿歌挂图》出版 16

中国语文现代化学会汉语国际传播研究分会成立 32

商务印书馆推出《新华成语大词典》 64

北大版《现代汉语》(增订本)出版..... 130

中央民族大学国际教育学院“国际汉语教学”系列著作陆续出版..... 166

2013 年商务印书馆语言学出版基金评审工作启动 184

《漫话中国人》出版..... 214

汉语国际传播的性质、体系和模式*

骆 峰

提 要 汉语国际传播是在国际社会通过中国语言文化学习和交流来进行的一种“文化传播”活动,应构建一种有层级无边界的传播体系,以提高传播效率。目前国家正在努力调整汉语国际传播策略,但定位不够明确、传播模式相对单一的问题依然突出。为了获得更多社会力量的理解和支持,国家应该从社会效益出发,尽快建立多元化的传播模式。

关键词 汉语国际传播;性质;体系;模式

在有关汉语走向世界问题的讨论中,“对外汉语教学”“汉语国际推广”和“汉语国际传播”是三个使用率最高的概念。这三个概念提出的语境不同,传达的理念也不同。有关这三个概念的联系和区别很多文章都做了阐述和讨论,本文不再赘言。我们关注的重点是“汉语国际传播”这个近年来学术界比较认可的概念,本文将就这一概念,从传播战略的角度对汉语国际传播的性质、传播体系、传播模式等问题进行探讨,以期深化对汉语国际传播问题的认识。

一、汉语国际传播的性质

(一)国际传播的内涵

“国际传播”这个概念是由西方学者提出来的,在世界经济趋向于一体化的大背景下,这个概念又扩展为“全球传播”,成为许多领域关注的热点问题。“国际传播”的概念是20世纪80年代引入中国的。国际传播涉及的领域极为广泛,包括政治、经济、法律、文化、教育、传媒和技

[作者简介] 骆 峰,女,博士,中国人民大学文学院副教授,研究方向为理论语言学及应用语言学。

* 本研究获2010年度教育部哲学社会科学重大课题攻关项目“新形势下国家语言文字发展战略研究”(编号:10JZD0043)资助。文章的内容曾于“中国语文现代化学会第十届年会暨首届汉语国际传播学术研讨会”(2012年10月13日—15日,上海同济大学)上报告,与会学者对本文议题的讨论以及吴应辉教授的不吝赐教对本文的修改和完善有很大帮助,特此致谢。

术等领域,不同领域、不同学者对国际传播的理解不尽相同。有的学者理解为国际社会之间的信息传播,有的学者理解为面向国际社会的信息传播。西方学者对“国际传播”这一概念的理解比较宽泛,不仅所有跨越国界的传播都可以列为国际传播,而且国际传播包括了个人、群体和国家等各种形式的信息交流。国内有关国际传播的研究主要是在传播学领域进行的。郭可(2004)将“国际传播”定义为:“主要是指通过大众传播媒体(即国际媒体)并以民族国家和国际组织为主体的跨越民族国家界限的国际信息传播及过程。”该定义将国际传播的主体界定为民族国家和一些有影响力的国际组织,传播对象是跨越民族国家界限的人群,传播的载体是大众传媒,大众传媒承载的信息通常以新闻信息为主。这一定义反映了中国学术界对“国际传播”的一种普遍认识,非常具有中国特色,其局限也显而易见。中国式的“国际传播”比较强调“以民族、国家为主体”,而且主要依靠大众传播手段,在某种意义上,“国际传播”的概念更接近于“国家宣传”或“对外传播”。

近些年来,随着网络技术的发展,跨国媒体的介入以及信息传播的全球化趋势,国际传播模式越来越多元,人们注意到不同领域有不同的利益驱动和传播需求,不同社会层次有不同的传播范围和影响力度,这些变化促使人们重新认识国际传播问题。在此,本文对上述“国际传播”的定义加以修正,我们认为,国际传播是社会群体及成员基于社会利益和群体需要在国际社会中进行的信息传播和交流活动。这一定义包含以下几个方面的内容:(1)以社会利益和群体需要为驱动力的信息传播是国际传播的核心;(2)传播不是信息单一的发送过程,而是包含信息发送和反馈且交互作用的过程;(3)国际传播的主体可以是国家机构、社会组织或个人,个人可以在实现社会利益和群体需要的国际传播中成为信息传播的使者。

从根本上说,国际传播是一种以信息传播为特点的交际活动,传播的内容涉及政治、经济、文化等不同层面,不同的社会需求直接影响到各个层面对传播模式的选择。比如政治层面的国际传播,其传播主体主要是代表国家行使管理职能的政府。各国政府在国际交往中都建有自己的国际传播体系,不但通过大众传媒向外传播信息,还担负着监管舆情和引导传播导向的职责。经济层面的国际传播,其主体通常为经济组织、社会团体和企业。值得注意的是,在全球经济一体化的时代,知识经济和电子信息技术孕育出跨国商业性媒体和信息产业集团,它们凭借雄厚的实力和先进的技术,在国际传播中占据着重要的地位,其影响力不仅体现在经济领域,而且还深入国家乃至国际间的政治生活,在国家对外政治决策过程及国际关系处理等方面的作用日趋明显。文化层面的国际传播是一个国家“软实力”的具体体现,其传播主体可以是国家机构、社会组织或个人,社会的每个成员都既可以是文化的传承者,又可以充当文化的传播者。

总而言之,在复杂的国际社会环境中,国际传播已不仅仅是处理国际事务的一般性的工具或媒介,它作为国际政治斗争的一部分,对国际政治形势和国际关系也会产生重要的影响。从社会发展的角度看,国际传播的主体并非一成不变。随着社会历史条件的变化,信息传播技术的改进和更新,国际传播主体也在由一元(政府主体)向多元(政府、企业、其他社会组织、个人

主体)转变。在当前国际社会环境下,我们不能按照既定模式只看到国际传播中大众传媒在“国家宣传”方面的功用,而忽视跨文化交流中微观层面人际传播的力量。

(二)汉语国际传播的性质

对于“汉语国际传播”,学术界没有一个特别明确的定义,但这个近年来在学术界逐渐得到认可的概念大有取代“对外汉语教学”“汉语国际推广”的趋势。之所以会取代“对外汉语教学”的概念,是因为“汉语国际传播”内涵更丰富,不仅要向国际社会传播汉语,更为重要的是要向国际社会传播中国文化;之所以不再突出“汉语国际推广”,是因为不少学者认为“推广”有单向“推动”之嫌,而“文化”更适合在交流中传播。

汉语国际传播究竟属于什么性质的传播活动,对于这个问题学术界讨论不多,虽有提及也语焉不详。综合各方面的看法,目前对“汉语国际传播”的性质主要有两个方面的理解:一是以“汉语国际化”为核心的语言文化传播,即“语言传播”;二是以提高国家“软实力”为核心的文化传播,即“文化传播”。致力于汉语国际教育的学者更倾向于前一种观点,从“汉语国际化”的角度理解“汉语国际传播”,这一认识实际上是“对外汉语教学”理念的延续,属于汉语言文字的对外传播;侧重于传播战略研究的学者更倾向于将“汉语国际传播”理解为以中国语言文化学习和交流为桥梁的“文化传播”,这一理解将“汉语国际教育”和“中华文化传播”(不囿于汉民族文化)都纳入其中,是一种具有文化战略意义的“国际传播”。

本文比较赞同后一种看法,主张将“汉语国际传播”视为“国际传播”中的一种特殊形式,其性质是文化层面的“国际传播”。一方面,“汉语国际传播”这个概念是在全球经济一体化,国际社会政治、经济、文化各领域的竞争越来越激烈的大环境下提出的,它是“国际传播”在教育、文化领域的具体体现,虽然它是基于语言传授来承载和传播文化信息,“汉语国际教育”是其传播的重要形式,但其性质从根本上说还是“文化传播”。另一方面,语言既是文化的载体,也是文化的一部分。从当前国际形势的发展趋势来看,当今的国际传播“已从简单的对外意识形态的宣传演变为一个国家或文化体系针对另一个国家或文化体系所开展的信息交流活动,其目标是要从信息接收国成为信息输出国,培养其友善态度和合作愿望,并创造一个有利于信息输出国的国际舆论环境,取得最高程度的国际支持与合作”(杨铮,2009)。无论什么层面什么领域的国际传播,从总体上说,都是为了促进各民族文化在撞击中融合、在冲突中发展,汉语国际传播也不例外。“面向国际社会传授汉语”的目的是为了让更多的人了解中国,在跨文化交流中消除国际社会对中国的偏见,增强中国文化的吸引力和国际影响力。因此,我们认为,汉语国际传播是中国社会以汉语言文字走向世界为桥梁在国际社会进行的信息传播和文化交流活动。具体说来,汉语国际传播工作的主要任务是汉语国际教育和中国语言文化的传播,该传播活动对于国家的文化传播战略具有极其重要的意义。

二、汉语国际传播体系

(一)汉语国际传播的对象和范围

汉语国际传播体系是基于传播目标、内容、方式、对象和范围构建的,传播对象和范围的选择对传播体系各层级的定位和资源配置会产生直接的影响。

国家实施汉语国际传播战略有两个目的:一是为了维护世界文明的多样性,促进世界的和平与发展;二是为了提高国家的“软实力”,给中国发展创造所需要的和平稳定的外部环境。(章新胜,2005)这一目标是依托汉语国际化和促进中外文化交流来实现的,汉语国际化可以通过办学兴校等具体工作来实现,而促进中外文化交流却是一项复杂的大工程,其实现途径不仅仅是语言教学。目前汉语国际传播工作主要是以汉语国际化来促进中外文化交流,其工作重心在汉语国际教育,所以汉语国际传播的显性受众是汉语学习者。

长期以来,境外学习汉语和中国文化的人群有两大类:一类是非华裔人士,一类是华人的后代。这两类人群的学习环境和学习目的有很大的差异,习得规律和教学要求也有所不同,由此,在汉语国际教育领域,学术界区分出“对外汉语教学”和“华文教育”两个概念,将“对外汉语教学”看作是中国语言文化的推广工作,将“华文教育”视为关系到海外侨胞的“留根工程”。这样的区分有利于教学和研究,但在实际工作中却很难做到泾渭分明。不少国家和地区进入孔子学院学习的有许多是华人子弟,在华文学校学习的也不乏非华裔人士,在东南亚国家的一些华文学校非华裔学生比例甚至占到了在校生的三成到五成。实际上,从汉语国际传播的性质来看,汉语国际传播的对象应该是世界各国所有对汉语及中国文化有学习需求和了解意愿的人,无论是留学生教育、境外汉语教学,还是华文教育,它们都是汉语国际传播事业的重要组成部分。

汉语国际传播的范围是由国际社会决定的。随着中国国力的增强,中国与世界各国的交流与合作越来越频繁,境外对汉语及中国文化有学习需求和了解意愿的人越来越多。据教育部发布的数据,2011年来华留学生总人数、生源国家和地区数、我国接收留学生单位数及中国政府奖学金生人数四项均创新中国成立以来新高。2011年全年在华学习的外国留学人员总数首次突破29万人,比上一年度增加了10.38%。他们来自194个国家和地区,分布在中国31个省、自治区、直辖市(不含台湾省、香港特别行政区和澳门特别行政区)的660所高等院校、科研院所和其他教学机构。^①与此相应,中国面向世界教授汉语和传播中国文化的非营利性公益机构——孔子学院也在亚洲、欧洲、非洲、美洲和大洋洲的许多国家和地区相继落户。

^① 《中国教育年鉴2011》,引自 <http://studyinchina.moe.edu.cn>,2012年5月18日。

据国家汉办/孔子学院总部发布的数据,在中外双方的共同努力下,截至2011年11月底,中国已在105个国家和地区建立了350多所孔子学院和500个中小学孔子课堂,海外学汉语人数已超过4 000万,其中2011年新建的孔子学院36所、孔子课堂131个,学习汉语的人数增长了39%。^①

从汉语国际传播的对象和范围来看,汉语国际传播工作要面对的是不同国度、不同背景和不同身份的人。在汉语国际传播事务中,要兼顾不同国家和地区的国情和发展状况,满足不同人群对中国语言文化的学习需求,提高汉语国际传播的社会效益,首先要构建一个完善的传播体系。

(二)汉语国际传播体系的建构

从战略的角度看,汉语国际传播是社会组织为主导的基于国家利益和群体需要在国际社会中进行的语言和文化传播活动。由社会组织整体运作的传播活动属于组织传播。组织传播工作的特点就是目标一致,体系性强。要想提高传播能力和工作效率,建立分工明确、科学到位的传播体系就显得十分重要。

依照国际传播体系的常规模式,从传播主体的定位来看,汉语国际传播的传播体系应该是一个包含若干层次的层级系统,这一体系既有自上而下的管理机构,又有能协调合作的职能部门,还有从事具体汉语国际传播工作的单位和个人。具体来说,汉语国际传播体系主要由以下几个部分组成:(1)决策规划层;(2)运营管理层;(3)技术资源层;(4)员工和个体。

我国的汉语国际传播事业是在探索中发展的,目前传播体系的建设还处于发展、完善阶段。从传播效率来看,现有的传播体系有三个问题比较突出:一是决策规划层定位不够明确;二是决策层和运营管理层职责不够分明;三是各部门关系没有完全理顺。这三个问题相互关联,都与国家有关汉语国际传播的战略部署和机构设置密切相关。

决策规划层定位不够明确主要是因为汉语国际传播工作还处于探索阶段,人们对汉语国际传播事业的认识还有待深入。目前中国与汉语国际传播事业密切相关的机构主要有教育部及其所属的国际合作与交流司、教育部事业单位“国家汉办/孔子学院总部”、国务院侨务办公室及所属的文化司,还有文化部的一些机构。根据中国教育部(2012)官网发布的信息,教育部国际合作与交流司的职能表述为:组织指导教育方面的国际合作与交流,拟定出国留学、来华留学、中外合作办学和外籍人员子女学校管理工作的政策;承担教育涉外监管的有关工作;指导驻外使(领)馆教育处(组)的工作;规划、协调和指导汉语国际推广工作,开展与港澳台的教育合作与交流。根据国家汉办(2012)官网发布的信息,国家汉办的职能表述为:拟定汉语国际推广的方针政策和发展规划;支持各国各级各类教育机构开展汉语教学;制定国际汉语教学标

^① 汉语热在全球持续升温 已建立350多所孔子学院和500多个孔子课堂,2011年12月15日《人民日报(海外版)》,第4版。

准,开发和推广汉语教材。根据国务院侨务办公室(2012)官网发布的信息,国务院侨务办公室的职能之一就是指导、推动涉侨宣传、文化交流和华文教育工作。负责这项工作的主要是文化司,文化司下有院校处、华文教育处、华文教育发展中心,其职能是研究推动侨务文化和华文教育工作并提出政策建议;拟定华文教育规划;协助管理直属院校;协助指导有关团体工作。上述三个部门及其机构对汉语国际传播工作都负有决策规划的责任,其中专司其职的是“国家汉办/孔子学院总部”。作为决策规划层的核心力量,“国家汉办/孔子学院总部”肩负汉语国际传播大业的重任,但工作重心主要在孔子学院的建设和发展上。

决策规划层和运营管理层职责不够分明主要是因为我们对于国际传播工作缺乏足够的经验,汉语国际传播体系最初是在行政管理的框架下建构的。新中国的对外汉语教学工作建国初期就已开始,但是以汉语国际传播为战略目标有组织、有计划地建立传播体系的时间并不长。1987年,为了向世界各国提供汉语言文化的教学资源和服务,“国家对外汉语教学领导小组”成立。进入21世纪,决策管理层的工作理念发生变化,2004年,在借鉴英、法、德、西等国推广本民族语言经验的基础上,国家汉办在海外设立了以教授汉语和传播中国文化为宗旨的非营利性公益机构,取名为“孔子学院”。2007年4月孔子学院总部在北京正式揭牌成立,按照《孔子学院章程》的规定,孔子学院总部是全球孔子学院的最高管理机构。

从各种媒介上我们看到国家汉办和孔子学院总部经常并称,比如中国教育部官网机构设置页面显示:教育部直属单位——教育部对外汉语发展中心(国家汉语国际推广小组、孔子学院总部)。在孔子学院总部官网首页显示的是两个徽标,相应的表述为:国家汉办/孔子学院总部。那么这两个机构到底是什么关系呢?它们之间是隶属关系、平行关系,还是交叉关系,一般人很难说清楚。从机构的设置历史来看,孔子学院是由国家汉办创建的;从工作隶属来看,国家汉办与孔子学院总部现在是一个单位,两块牌子,一套人马。随着汉语国际传播工作的发展,“国家汉办/孔子学院总部”的职能开始逐步明确。孔子学院总部的职能表述为:制定孔子学院的有关规章、建设规划和评估标准;审批各地孔子学院的设置;审核批准各地孔子学院的年度项目实施方案和预决算;指导、评估孔子学院办学活动,对孔子学院运行进行质量管理,为各地孔子学院提供教学资源与服务;选派中方院长和教学人员、培训孔子学院管理人员和教师,组织召开孔子学院大会。^①我们认为,尽管孔子学院是汉语国际传播的重要平台,但是孔子学院总部只是全球孔子学院的最高管理机构,作为孔子学院的运营管理层,它不应该与国家汉办并立,更无法取代国家汉办统领汉语国际传播事业。同样国家汉办也不能一直和孔子学院总部联结在一起,而是应该从汉语国际传播事业大局出发,将自己定位在决策规划层,为汉语国际传播事业制定方针、政策和发展规划,对相关领域和部门的工作进行宏观指导和调控。

由于决策规划层定位不够明确,与运营管理层职责不够分明,目前致力于汉语国际传播工作的各个部门的关系就很难理顺。比如教育部负责留学生培养和对外汉语教学工作、国务院

^① 文中有关国家汉办和孔子学院总部职能的资料均来自 <http://www.hanban.edu.cn/>。

侨办负责华文教育和华语传播,文化部有自己专司文化传播的部门,各部门自成系统,资源不容易得到合理的调配和运用。由于整个传播体系主要是通过行政手段实施管理和运作,尽管汉语国际传播包含很广泛的内容,由于没有很好地统筹规划,项目繁多,资源分配却未必合理。最为突出的问题是孔子学院和华文学校都属于汉语国际传播事业的重要平台,但它们的发展并不均衡,孔子学院建设势头很猛,华文学校的发展却存在很多困难。

建立科学有效的传播体系是汉语国际传播事业可持续发展的重要保证。就组织结构来说,汉语国际传播体系是一个层级系统,各层级应该定位明确、各司其职,但是从文化传播的性质和特点来说,每一层级、每一部门、每一个从业人员、甚至每一个国民都是中国语言文化的传播者,不同层级、不同部门、不同从业人员都可以在汉语国际传播事业中进行合作交流。因此,我们认为,汉语国际传播体系是一个有层级无边界的传播体系,不仅各社会机构和相关团体要打破行业壁垒,加强横向联系,为提升中国的“软实力”献策出力;而且每一个社会成员都应该具有民族自豪感和中国语言文化的传播意识,在跨文化交流中成为本民族文化的使者,让世界了解中国。

三、汉语国际传播模式

(一)汉语国际传播的模式及问题

传播是传播者和受众之间的信息流通过程,整个传播活动要受到多种因素的影响和制约。从组织运作来看,目前汉语国际传播是由政府部门主导的跨文化传播,管理模式行政化色彩较浓,而且人力资源不丰富,力量单一;从信息传播的方式来看,汉语国际传播主要是以教学为主,辅以文化活动的人际传播,传播模式以单向为主,双向交流有限;从信息传递的媒介来看,汉语国际传播主要是以语言文字为媒介的直接传播,多介质多平台传播的传播模式还处于开发阶段。

汉语国际传播涉及很多领域,传播效果甚至可以作为一种指标,用以衡量国家在世界体系中的地位和影响力。对汉语国际传播效果产生影响的因素很多,其中直接影响汉语教学质量 and 效果的是教材、教师、教法问题。“三教”问题是汉语国际教育工作的重点,相关研究成果很多,本文不做讨论,我们关注的重点是传播模式的社会效益问题。

从社会效益的角度看,目前的汉语国际传播模式有两个问题比较突出:一是传播目标明确,但工作思路有待进一步清晰;二是工作力度大,但传播模式相对单一。

如前所述,国家实施汉语国际传播战略的目的是为了维护世界文明的多样性,提高国家的“软实力”,给中国发展创造所需要的和平稳定的外部环境。汉语国际传播的战略目标虽然十分明确,但因为经验有限,各个部门的工作思路并不清晰。目前的传播模式,在政策方面采取

的是自上而下的规划理念,在实际运作上采取的是非受众为中心的营销理念,在汉语国际教育的实施上基本上沿袭原有对外汉语教学的思路和方法,在文化传播上实行的是对外宣传策略,多种理念交织似乎并没有把汉语国际传播工作整合为一个富有成效的传播机制。

为了实现汉语国际传播的战略目标,国家投入了大量的人力物力,在全球建立了近千个孔子学院和孔子课堂,努力为世界各国提供汉语言文化的教学资源和服务,最大限度地满足海外汉语学习者的需求。尽管政府主导的传播模式可以集中力量办大事,但是由于不同国家和地区的政府对中国政府的“和平外交”和“文化外交”策略的认知状况不一样,国外个别机构和人士对中国目前的对外宣传和推广模式抱有偏见,对孔子学院的快速发展心存疑虑,甚至出现戒备和抵触心理。不仅如此,由于传播模式相对单一,语言传播与文化传播发展不平衡、汉语国际教育与海外华文教育发展不平衡,社会力量没有充分调动,有效资源开发不足。语言和文化不是普通的知识产品,汉语国际传播工作也不是一场单纯的教学改革运动。在当今复杂的国际环境下,规划和管理层以行政力量自上而下地锐意进取,但提高汉语国际传播的社会效益是一个需要长期努力的过程。

(二)提高汉语国际传播社会效益的对策

汉语国际传播的社会效益是指汉语国际传播工作在国际社会所产生的好的结果和影响,其影响具体表现在公众反映和社会评价体系上。针对汉语国际传播模式的问题,我们提出以下四个对策以提高汉语国际传播的社会效益。

一是理顺工作思路,以文化传播促语言推广。

从实际工作来看,在汉语国际传播事业中,语言教学容易把握,文化传播却不是京剧表演、书法展示、武术训练等活动所能涵盖的。目前汉语国际传播的工作思路基本上是以汉语教学促文化传播,我们认为,从决策和规划这个层面来看,这种工作思路与汉语国际传播的战略目标并不完全一致。

基于以汉语教学促文化传播的思路,我们通常认为汉语国际传播的瓶颈问题是“三教”(教师、教材、教法)问题,这一说法已经成为业界的共识。为此,近年来各级组织和机构在境内境外加大了汉语国际教师的培养和培训,大力开发和推广教学资源,组织研讨如何提高教学质量、改进教学方法。这些工作效果如何,短时间还难以评估,但是很多研究表明,对于汉语国际传播事业来说,在“三教”问题的背后,制约着汉语国际传播事业进一步发展的还有一个更棘手的问题,即“文化传播”问题。从汉语国际教育的角度看,在整个汉语国际传播知识体系里,我们清楚要传授的是汉语,但是对应该传递出的文化信息却没有明确的认识。与此相应,培训教师,文化知识和文化素养的培养是短板;教学资源、文化资源的开发和利用严重不足。不仅如此,如何在教学中将语言和文化教学有机地结合起来也是我们一直要面对的难题。

我们认为,发展汉语国际传播事业必须突破汉语教学与研究的疆域,以文化传播促语言推广。让更多的学者在“大文化”的框架下,利用不同领域的知识,参与到汉语国际传播的研究中

来;让境内境外更多的人士,在不同的平台上成为潜在的汉语国际传播的志愿者,让每一个专门从事汉语国际教育的工作人员成为传播中华文化的使者。

二是调动多方面的社会力量,实现传播模式多元化。

汉语国际传播是一项大工程,它既是抽象意义上的组织传播,又是实实在在的人际传播,国家机构、社会组织和个人都是汉语国际传播的主体。尽管2006年国家汉办就明确提出要转变观念,将汉语国际推广机制从教育系统内推进转向系统内外、政府民间、国内国外共同推进;将推广模式从政府行政主导为主转向政府推动的市场运作,但目前汉语国际传播机制和传播模式基本上是初创时期的情况,国内汉语国际传播的中坚力量依然是学校,许多情况下还是在政府行政主导的模式下集中兵力办大事,根据实际需求灵活机动办实事方面做得还不够。中华文化博大精深,语言文化的学习和传播途径也多种多样。我们不仅要加强国内外各个文化学术团体和教育机构的联系,还要争取社会各界、尤其是企业家们的理解和支持,只有联合一切社会力量,才有助于实现传播模式的多元化,推动汉语国际传播事业的进一步发展。

三是改变传播策略,以审慎务实的态度推进汉语国际传播工作。

与其他一些发达国家对英语、法语、德语、西班牙语、日语等语言进行国际推广相比,汉语国际传播工作起步晚、建设快,无论国内还是国外,民众对相关工作的认识有限,准备不足。汉语国际教育从以往的“请进来”到现在的“走出去”有了很大的变化。“请进来”式的对外汉语教学生源稳定、目标比较明确,但是“走出去”的汉语国际传播却有了许多新的内涵,在对不同国家和地区以及不同人群的学习需求缺乏了解的情况下,过于追求“量”的发展就很难保证“质”的提升,也很难消除歧见者的疑虑。因此,汉语国际传播应该投入力量深入了解不同国家和地区的文化环境、国际语言教育市场和汉语学习的社会需求,利用社会各界的力量和海外丰富的华人资源,因势利导地弘扬中华文化,循序渐进地推进中国语言文化传播,审慎务实地办学,让外国民众逐渐了解和接受多元文化,以利于中国与外方在经济、政治、外交方面的交流与合作。

四是促进“华文教育”的发展,发挥海外华人的汉语国际传播优势。

孔子学院是在海外设立的面向世界教授汉语和传播中国文化的非营利性公益机构,这种中外密切合作的国际化办学模式得到国内外政府和相关部门的大力支持,资金充足,发展迅速。孔子学院的快速发展有助于加强中国与世界各国教育文化交流合作,但同时也给传统的华文教育带来挑战。海外华人学校多是华人自筹资金办学,体制外的华文学校更是面临校舍、资金、师资等各种困难,近年来在北美、西欧,一些移居海外的新移民开始加入华文教育的队伍。随着海外侨胞经济实力的增长,部分海外华校的办学条件得到较大改善,但是整体来看孔子学院与华文学校的资源配置很不平衡,华文教育的发展受到制约。

我们认为,汉语国际传播体系中的决策和规划层应厘清“汉语国际推广”与“华文教育”的关系,明确作为工具需要的汉语推广与作为价值性需要的华文教育的联系和区别;利用中国大陆和港、澳、台及海外华人群体的学术资源,构建适合于新形势下汉语推广和华文教育需要的“中国文化”和“中华文化”知识系统及标准。在大力发展孔子学院的同时,也要加大对华文教

育的支持力度。只有加强与海外各类汉语教学机构及相关社会团体的联系,平衡孔子学院和华文学校的资源配置,调动一切有志于传播中华文化的社会力量,才能更快地让汉语走向世界,推动中国语言文化的传播,促进中华民族在海外的“留根工程”。

四、结语

综上所述,汉语国际传播是中国在国际社会通过中国语言文化学习和交流来进行的一种文化传播活动,既有其他国际传播活动的规律,又有自己的特点。要提高汉语国际传播的效率就要构建一个科学、合理的传播体系,这个传播体系应该有层级无边界,符合文化传播的特点。尽管汉语国际教育为汉语国际传播的重要内容,我们认为,汉语国际传播的终极目标不在汉语国际教育,而在于如何弘扬中国文化、加强国际间的交流与合作,促进世界的和平与发展。我们不仅要研究制约汉语国际教育的瓶颈问题——“三教”问题,而且还要认真思考如何树立良好的国家形象,如何发掘中国文化丰富的内涵,为汉语国际传播创造一个良好的社会环境和文化氛围,通过多元化的传播模式,激发更多的社会力量理解和支持汉语国际传播工作,以提高汉语国际传播的社会效益,促进这一伟大事业蓬勃发展。

参考文献

- 郭 可(2004)《国际传播学导论》,上海:复旦大学出版社。
- 吴应辉(2010)国际汉语教学学科建设及汉语国际传播研究探讨,《语言文字应用》第3期。
- 许 琳(2007)汉语国际推广的形势和任务,《世界汉语教学》第2期。
- 杨 铮(2009)解读当今国际传播的特点与趋势,《新闻爱好者》第1期(上半月)。
- 章新胜(2005)加强汉语的国际传播,促进多样化文化的共同发展,《求是》第16期。

论语言国际传播动因的综合性和复杂性

〔美国〕俞志强

提 要 推动汉语传播的根本动因是什么？对世界上几个语种的分析表明，语言传播的动因可能是多样性的。对汉语而言，本文提出了一个论点：除了中国不断增强的经济这个物质文明基础以外，汉语的传播还需要中国在精神文明方面做出杰出的建树。

关键词 语言传播；经济实力；精神文明

随着汉语在国际上的传播不断深入和扩大，学者们对什么是语言传播的动因这个问题，产生了极大的兴趣。在这里我想先指出一个区别：语言传播与汉语传播有相同也有不同的地方。汉语传播当然是语言传播的一种，但是语言传播包含了其他语言的传播情况，比汉语的传播呈现出更复杂的情况。研究语言的传播会对我们认识汉语的传播有一定的启发性，但是也有一部分情况并不适合汉语的具体实际。我们不能把两者混为一谈。这里我们注重的是语言传播的规律，并不只限于汉语的传播。

任何一种语言以外国语的身份在非母语的地区得到传播，到底是由什么动因促成的？受哪些因素的影响？那些促使语言传播的因素之间有着怎样的关系？这些都是学者们急切想知道的。针对这些问题，有些学者做了一些深入的研究，找到了一些很有启发性的答案。我们所能观察到的结果是：推动语言传播的动因，很难找到一个充分必要条件，也可能不只有一两个动因，而应该是几个综合因素互相制约、互相促进的结果。

我们所看到的文献里，最有深度的当数李宇明的《什么力量在推动语言传播》（2011）和吴应辉的《国家硬实力是语言国际传播的决定性因素》（2011）。受以上学者的启发，我们对问题的研究才算有了一个比较明确的方向，才算有了一个比较正确的方法。但是，我们的研究并没有因此而停止。推进研究的一个重要方法是在他们结论的基础上做进一步的研究。研究的方法之一则是反思。找一些值得推敲的例子，然后进一步补充我们的理论，完善我们的构架，找到问题更深层的内部规律。

〔作者简介〕 俞志强，男，美国华盛顿大学博士，执教于美国纽约城市大学布鲁克学院。主要研究方向为中国语法学、音位学和对外汉语教学法。