



厦门大学海外教育学院
厦门大学海外华文教育研究所
厦门大学汉语国际推广南方基地

2013年

国际汉语学报

Journal of International Chinese Studies

第4卷

第2辑



学林出版社
Academia Press

2013年

国际汉语学报

Journal of International Chinese Studies

第4卷 第2辑

郑通涛 主编



学林出版社
Academia Press

图书在版编目(CIP)数据

国际汉语学报. 第4卷. 第2辑/郑通涛主编. —上海: 学林出版社, 2013. 12

ISBN 978-7-5486-0586-7

I. ①国… II. ①郑… III. ①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 264170 号



国际汉语学报

第4卷第2辑



主 编——郑通涛
执行编委——方环海
执行编辑——张 茜
责任编辑——李晓梅
封面设计——魏 来

出 版——上海世纪出版股份有限公司学林出版社
地 址: 上海钦州南路 81 号 电话/传真: 64515005
发 行——上海世纪出版股份有限公司发行中心
地 址: 上海福建中路 193 号 网址: www.ewen.cc
排 版——南京展望文化发展有限公司
印 刷——常熟市东张印刷有限公司
开 本——787×1092 1/16
印 张——17.25
字 数——40 万
版 次——2013 年 12 月第 1 版
2013 年 12 月第 1 次印刷
书 号——ISBN 978-7-5486-0586-7/H·41
定 价——48.00 元

(如发生印刷、装订质量问题,读者可向工厂调换。)

Journal of International Chinese Studies

《国际汉语学报》编辑部

主 编 郑通涛

编辑部主任 方环海

编 委(以拼音为序)

常大群 陈荣岚 陈燕秋 方环海

方丽娜 耿 虎 李如龙 连志丹

刘 莹 卢 伟 施仲谋 王 虹

张 群 郑通涛

目 录

汉语国际推广与文化传播的协同创新	陈荣岚	1
法国 DCL 语言能力证书考试	罗 莲 白乐桑	17
处理汉语兼类词的再思考		
——基于《汉语水平词汇和文字等级大纲》兼类词的统计与分析	徐 峰	27
从言说动词看计算机语义知识库建设的瓶颈	赵 旭 刘振平	49
计算机辅助语言教学及其在中文课堂的应用:回顾与展望	鄢 秀 王红华	59
汉英事态范畴的类型学比较	税昌锡	69
汉英动物名称语义色彩对比研究	张江丽	80
汉语“心”和泰语“caj”的语义概念之对比分析	Pattra Pichetsilpa	89
汉语结果补语“好”与韩国语辅助动词“noh-ta”之关联性探讨	Lim So Jeong	98
从认知角度对比汉语“在 NV 下”与马来语表原因义的“atas”(“上”)之来源	区淑仪	108
情状副词的性质和范围	史金生 胡晓萍	118
副词“真心”新探	王 倩 马贝加	126
清中叶以来北京话“敢 X”类语气副词的更替	蒋 遐	139
对外汉语教材的副词注释模式初论		
——以“都”、“就”、“从来”、“往往”为例	林文琪	147
“得”的话语功能及其虚化轨迹	叶 双	156
“在+处所+VP 着”动态论元结构的最终形成		
——兼论构式与动词的论元互动规则	雍 茜	163
基于语义框架的“动词语+的”结构指人时的对立歧义条件探讨	双文庭	172
框式结构“拿 A 当 B”试析	吴继峰	179

“单音动词+向”中“向”的语法化及其性质	马梅玉	186
现代汉语“就是”的辐射状语义范畴构拟研究	郝瑜鑫	193
2001—2010 年对外汉语教学研究方法及趋势分析	刘 弘 金 丹	202
国外第二语言课堂语用教学研究述评	张梅一	213
越南学生汉语趋向补语偏误中母语负迁移的体现	LUU Hon Vu	222
留学生汉语口语自我修正策略实证调查研究	汤桂珍	228
基于深度访谈法的中国语言生活研究	崔 乐 于根元	242
公文语体的对称之美	金 欣	256
华语融汇与文化交流的桥梁		
——《全球华语词典》述评	方环海 刘黛茜 王仲男	261

Contents

The Collaborative Innovation of International Promotion of Chinese Language and Cultural Heritage and Culture Communication	CHEN Ronglan	1
An Introduction to DCL in France: Diploma of Competence in Language	LUO Lian & JoëlBellassen	17
Rethinking Trans-classed Words in Chinese-Based on A Quantitative Survey of <i>Vocabulary Outline for HSK</i>	XU Feng	27
The Choke Point of Setting up Computer Semantic Knowledge Database from Speech-act Verb	ZHAO Xu & LIU Zhenping	49
A Review of Computer Assisted Language Learning and Its Application in Chinese Classrooms	YAN Xiu & WANG Honghua	59
A Typological Comparison of Event-state Category between Chinese and English	SHUI Changxi	69
The Comparasion of the Animal Names Semantic Field in Chinese and English	ZHANG Jiangli	80
The Concepts of “心” in Chinese and/CAJ/in Thai	Pattra Pichetsilpa	89
A Study on the Relationship between Chinese Resultative Complement “Hao” and Korean Auxiliary Verb “noh-ta”	Lim So Jeong	98
The Comparative Study on The Derivation between <i>zai NV xia</i> (在 NV 下) in Mandarin Chinese and <i>atas</i> in Malay from A Cognitive Perspective	AU Su Yee	108
On The Nature and Scope of Manner Adverbs	SHI Jinsheng & HU Xiaoping	118
The New Discussion on The Adverb “ <i>ZhenXin</i> (真心)” ...	WANG Qian & MA Beijia	126
The Alternation of Modal Adverbs ‘Gan X’ in Beijing Dialect Since		

the Middle Qing Dynasty	JIANG Xia	139
The Analysis of Chinese Adverbs' Annotation Mode of Chinese Teaching Materials	LIN Wenqi	147
The Discourse Functions of <i>de</i> and Its Evolution toward Functional Usage	YE Shuang	156
The Final Realization of The Flexible Argument Structure for “ <i>zai</i> +location+VP <i>zhe</i> ” — The Discussion of The Interaction between Argument Roles of Construction and Its Verbs	YONG Qian	163
Semantic Frame-based Exploration of The Conditions for The Contrastive Polysemy of The Chinese “VP + 的” Structure with A Reference of Humans	SHUANG Wenting	172
Analysis of Frame Construction — “ <i>na</i> (拿) <i>A dang</i> (当) <i>B</i> ”	WU Jifeng	179
On The Grammaticalization of “ <i>Wang</i> (往)” in “A Monosyllabic Verb + <i>Wang</i> (往)” and Its Character	MA Meiyu	186
Reconstruction of Radial Category of Semantic Relevances of <i>Jiushi</i> (就是)	HAO Yuxin	193
The Development of TCSOL Research Methodology from 2001 to 2010	LIU Hong & JIN Dan	202
A Review of Pragmatics in Second Language Teaching Overseas	ZHANG Meiyi	213
The Reflection of Negative Transfer of Mother Tongue in Vietnamese Students' Chinese Directional Complement Mistakes	LUU Hon Vu	222
A Study of Oral Self-repair Strategies by Learners of Chinese as A Foreign Language	TANG Guizhen	228
Chinese Language Situation Study Based on In-depth Interview	CUI Le & YU Genyuan	242
The Beauty of Symmetry of The Official Document Style	JIN Xin	256
A Review on The Dictionary of Global Chinese	FANG Huanhai & LIU Daixi & WANG Zhongnan	261

汉语国际推广与文化遗产传播的协同创新

陈荣岚*

摘要: 文章主要阐述实施文化遗产与文化传播协同创新之必要性与可行性,并在分析汉语与中华文化遗产与传播的历史、现状与发展趋势的基础上,针对汉语国际推广和孔子学院建设中面临的相关问题,提出文化遗产与文化传播协同创新的发展思路及相关措施。

关键词: 国际推广 文化遗产 文化传播 协同创新

一、实施文化遗产与文化传播协同创新之必要性与可行性

21 世纪是世界各国“软实力”较量的时代,也就是以文化力量为中心的时代。在这个时代,独创的、传统的、与自然协调的人文力量将更加受到世界各国的青睐。文化遗产与文化传播创新是新世纪中国和平发展的文化战略,中华文化不仅是中国的,也应该“走出去”而成为全人类的和全世界的。

文化不仅需要积淀,还需要振兴,更需要创新。只有创新,文化才有持久的生命力;只有传播,文化才能有影响力;有影响力的文化,是国之强大持续的力量。文化遗产与文化传播的创新也必将为汉语国际推广和中华文化走向世界打开更多思路与途径。

文化遗产与文化传播的创新既要植根于历史,继承和弘扬优秀文化传统,也要与时俱进,赋予传统文化以时代内涵,使其更好与当代社会相适应、与现代文明相协调。中华文化要想继续发挥对世界的影响力,就必须对传统的文化资源进行再开发,并在与外来文化的碰撞、交流、融合中,赋予其更多的特色与内涵,创造出与时代发展相适应的新文化。

目前我国文化建设和国际传播的创新力量总体上说还是各自为政,创新资源分散重复,创新效率不高。文化遗产与文化传播尚不能很好地跟日新月异的科技创新有机结合起来,新兴的文化创意产业起步较晚,明显滞后。由于还缺乏营造协同创新文化环境所需的科学有效的组织管理体系、人事管理制度、人才引进与培养机制、创新能力评价机制以及学科交叉融合的资源配置等,难以形成各类创新要素和资源的有机整合汇聚,文化遗产与文化传播的自主创新能力不高。为此,急需突破制约自主创新能力的机制体制障碍,加大力度破解开展协同创新的制约因素,促进社会各类创新力量的协同创新,大力提升国家文化

* 陈荣岚,男,博士,厦门大学海外教育学院教授,研究方向为对外汉语教学、华侨华人与华文教育、国际关系与文化传播。邮箱:rlchen@xmu.edu.cn.

建设和对外传播的整体创新能力和竞争实力。

创新是一个民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力。当今世界,创新已成为经济社会发展的主要驱动力和国家竞争力的核心要素。为此,我们应面向文化强国建设和汉语与中华文化世界传播的重大战略需求,有效整合高校人文社会科学的学科和人才优势,推动与科研院所、行业产业以及境外高校、研究机构等开展协同研究,构建多学科交叉研究平台,探索建立文化传承与文化传播的创新机制和模式。通过建立协同创新的战略联盟,更好汇聚在文化传承与文化传播创新领域中的人才、资本、信息、技术等优质资源,促进内部资源和外部创新力量的有机融合,通过强强合作而形成合力,协同探索优秀传统文化的现代传承样式和解读方式,推动战略性新兴产业加快发展。加强文化对外表达和传播能力建设,从文化传播的理论与文化创意产品开发两个层面,创新我国对外文化传播的理念,运用国际受众容易理解和接受的传播规则,培育独立于目前占主导地位的西方传媒之外的、具有国际影响力的文化传播机制、模式和产品,形成有说服力、感染力、亲和力的国际文化传播话语体系,为汉语国际推广和孔子学院可持续发展提供更好的服务和有力支撑,加快中华文化走向世界。

目前我国已经具备了提升自主创新能力的客观条件和开展协同创新的可行性。主要体现在:一是国外技术储备急于获得新市场,为我们进行必要的技术引进和主动选择创造了条件,使我国的自主创新有可能站在较高的起点上,并支付较低的成本;二是国内人才和科技储备已有相当基础,高校、研究院和企业的研发能力都有了明显增强;三是国内外文化市场和海外孔子学院的迫切需求为文化传承与文化传播的协同创新提供了广阔的空间;四是我国公共财政实力大大增强,可为协同创新提供财力上的保障;五是国家关于深化教育、科技、文化体制改革和支持自主创新的一系列举措,也为建立协同创新的机制体制提供了政策和制度上的保障;六是随着我国对外开放和国际合作交流的拓展和深化,为海外创新人才的引进和组建协同创新的领军人才与团队提供了良好的平台。

二、文化传承与文化传播的历史、现状与发展趋势

从世界历史的范围来考察,作为世界文明重要组成部分的中华优秀传统文化从来都是令人向往的。翻开中外文化交流的历史画卷,早在汉代张骞便曾出使西域,开辟了与西域三十六国的文化交流与商贸往来;唐代更是中国历史上最为开放的一个朝代。陆地与海上丝绸之路的畅通,鉴真东渡传法,玄奘西行取经,唐代文化的魅力以及对待外来文化的博大胸襟,使其在中外文化交流中大放异彩。盛唐时期的中国当之无愧成为东西方文化交流的中心和最强大的国家;明代郑和下西洋时间之长、规模之大、范围之广在历史上是空前的,不仅达到了当时世界航海事业的顶峰,而且对发展中国与海外各国的联系,向海外诸国传播先进的中华文明,促进东西方文明间的交流做出了巨大的贡献。古“丝绸之路”虽然已经成为历史,但它却开启了中国乃至人类历史上东西方文明的碰撞与交汇的先河,促进了中华文化大力向前发展,也为当今中华文化传承创新和世界传播提供了丰富的资源和历史的借鉴。

21 世纪的时代主题,无论是西方还是东方都毫无例外地是现代化。但是伴随着现代工

业文明带来了巨大物质财富的同时,一些难于克服的弊病和缺陷也日益凸显出来,人们的社会生活正面临着过度的物质化、功利化以及精神荒芜等问题。在经历了种种曲折和迷误之后,理性的烛照终于使现代人发现,现代化的进程不仅是物质文明的高度发达,它还要有精神文化的相应建构。因此,西方学者在展望和设计“后工业社会”的时候,往往会从以中国传统文化为主的东方文明中寻找警策和启迪。西方世界对中国传统文化现代意义的推崇有其内在历史必然性,因为中华文化的许多精华,例如“天人合一、天人和諧”的人文精神,“修身养性,重德贵和”的道德精神等,无疑能为现代人走出自我心性的迷失提供多方面的理性启迪。中国儒学具有浓厚的以“万物一体”、“万物和諧”为核心的“共生”思想。由此出发,人与人之间,人与自然之间,都要和諧相处、共生共存。这种万物和諧共生的思想,对于处在“生态”和“环境”危机的现代社会来说,无疑是一种有效的方剂。可见,中华优秀传统文化的价值不仅仅是属于本民族的,它应当同时也是属于世界的和全人类的。

近代以来直到今天,中华文化的发展趋势可以简单地概括为打开大门和走向世界。打开大门,是在保持自己民族优良传统的同时,吸取世界上其他民族创造的优秀文明成果;走向世界,是带着自己民族的优秀传统,融入世界文明的潮流之中。然而,在国际文化交流日益活跃的今天,与经济实力相比,我国的文化软实力发展还相对缓慢。牛津大学教授雷蒙·道森在《中国变色龙:欧洲中国文明观之分析》一书中,曾详尽而具体地介绍了西方对中国的种种看法,并总结说:在西方人的眼中,中国的形象似乎在两个极端间变化;或者是理想的王国,或者是停滞与落后的象征。中国时而被描绘为富裕的、先进的、聪明的、美好的、强大的与诚实的,时而被描绘为贫穷的、落后的、愚蠢的、丑陋的、脆弱的和狡诈的。对于中国的发展和进步,现在世界上仍然有种种不同的声音,其中尤以西方国家的“中国威胁论”为代表,这些不客观甚至带有敌意的报道和评论,严重损害了中国的国家形象。如何才能在海外树立一个正面的中国形象;如何才能让国际社会了解一个真实、客观的中国;如何从不同角度、不同层面,将中华文化的各构成要素,与古老中国、现代中国与未来中国三者结合在一起,构建既有历史传承,又有现代感与亲和力的中国形象?这些都是当前中国文化遗产创新与世界传播所面临的关键议题。

中国作为一个有着五千年历史的文明古国,拥有极其丰富的文化资源,在全球文明交流和碰撞中具有独特的潜在优势,尤其是改革开放以来,中国的发展进步更是举世瞩目。中国的和平崛起和中国特色社会主义的发展道路,向世界充分展示了中华文化的独特魅力,又赋予其新的时代内涵,成为当今国际社会关注的焦点。然而,在当前的国际文化传播中,西方经济强国尤其是美国,仍然支配了全球以信息或影视为载体的文化产品的输出。全世界的文化产品中,欧美占有量达86%以上,而发展中国家文化产品占有量却只有百分之几,从而形成一种“话语霸权”,一些弱势民族的文化正面临被淹没的危机,一些国家的文化独立与文化主权面临更为严峻的挑战。据统计,世界上华文讯息占整体讯息的流通量数目还很少,英文讯息已占了80%,华文讯息大概只占0.4%。这种状况与中国占世界人口近五分之一、居住在海外的华侨华人约5000万的全球人口格局是极不相称的,也与中国目前已成为世界经济大国和亚洲经济强国,经济总量排在世界第二名的国际地位不相适应。

很长一个时期以来,我们并没有有效地将丰富的文化资源优势转化为对外文化传播的

优势。我国对外文化传播的严重赤字和人超,反映了国家文化软实力本身,包括对外文化传播的能力还不够强大。中国文化向世界的传播以及对世界的影响力,与中国文化本身的内涵和魅力相比,还相差甚远。许多外国人对当代中国的印象除了长城,可能还有大熊猫和中国功夫,但这远远不是中国文化的全部。相比之下,泰塔尼克号沉没了逾百年,但它的主题歌传遍世界,《泰坦尼克》影片的收入更是超过了当年日本汽车工业一年的产值。从某种程度上说,中国人对外国文化的了解要比外国人对中国文化的了解多得多,像米老鼠、唐老鸭、麦当劳、可口可乐、纳斯达克、比尔·盖茨、美国在线、迈克·乔丹、乔布斯……这些象征美国的词儿,对许多人来说并不陌生。

中国虽是文化资源大国,但同时又是对外文化产业和文化产品生产的弱国,在文化产品贸易上存在着严重的入超。究其原因,在于我们尚缺乏将中华文化丰富的资源优势转化为对外文化传播优势的战略平台和体制机制。各国现代化的实践表明,对文化传统和历史经验的珍视,是一个国家或民族能否在现代化潮流中生存和健康发展的重要标尺。各个民族、各种文化都应该从其传统中找到某些能够贡献于全球社会的资源。就中国现实的国情和文化传统的特质而言,既不能把文化传统笼统地视为现代化的阻碍,也不能把现代化视为以现代性彻底取代传统的过程,而是要努力呈现传统文化的价值。重中之重,就是通过弘扬文化传统,精心培育适应现代社会的新的文化本位和民族精神,焕发中华民族的凝聚力、意志力和生命力。

文化是综合国力的重要组成部分,综合国力的竞争也已经以“文化力”为焦点。中国文化要保持民族文化的特质和独立性,把优秀的文化价值传播到世界各地,就必须制定文化建设与文化传播的战略。这一方面是为了应对文化的全球化和同质化,另一方面也是中国文化发展的内在需要。因此,必须加强文化传承创新研究,制定出一套既能推进本国民族文化建设,又能与外来文化互相作用的文化战略。经济上的崛起不是一个国家崛起的全部,文化的复兴才是崛起之路上最本质的力量。中华文化的复兴不仅依赖于中国经济的进一步繁荣,中国社会的长期稳定、和谐与可持续发展,也有赖于中国建立基础深厚、高瞻远瞩的文化传播战略与巧妙得宜的传播策略。越过跨文化障碍,加强中外文化交流,是时代的一个重大命题。

在全球化时代,语言文化传播显然具有特殊的重要意义,因为语言文化信息背后隐含的是意识形态和价值观,这正是“软实力”的核心,在国家竞争中发挥着重要作用。因此,提升中国语言文化对外传播的能力和 international 影响力,不仅是中国和平发展的重要内容,也是中国和平发展的必要手段。

从人类社会发展的历史看,在一个民族对人类文明发展产生较大影响的时候,其语言文化大多会在国际间比较流行。在东方历史上,中国盛唐时期,汉字文化在周边国家曾相当流行。在西方历史上,17世纪之前,拉丁语是欧洲各国交流的主要语言。17~19世纪,随着启蒙运动的兴起,代表着当时先进的文化思想,标志着优雅时尚的社交和生活方式的法语取代拉丁语成为签订国际公约和进行国际交流的语言。19世纪末20世纪初,英语开始逐步随着先进的工业化浪潮和最新的科技进步,特别是信息化的发展,日益成为国际交流的重要工具。

历史表明,语言作为国际交流的一种工具,它的地位不是固有的,而是由该种语言所代表的文化的吸引力和生产力的先进性及其在世界的影响力来决定的,因此它是该民族语言国家实力和地位的一种标志,也反映了世界各国对这个国家未来的预期。

20 世纪以来,世界上有过两次的“汉语热”。第一次是在 20 世纪 70 年代,由于中美关系缓和,中国恢复联合国席位,在美国兴起了学习汉语的热潮,进而影响带动了整个西方世界的“汉语热”。但由于当时中国的政治、经济影响力尚小,那股“汉语热”没能持久延续下来。到了 20 世纪 80 年代初,日本成为经济大国,“汉语热”于是被“日语热”所取代。第二次是在 20 世纪 90 年代至今,由于日本经济不景气,而中国改革开放,经济腾飞,国力崛起,世界上再度兴起“汉语热”,至今方兴未艾。总之,“汉语热”兴起的一个重要背景就是,世界对中国未来发展的预期越来越好。世界对汉语不断增长的需求构成了汉语和中华文化国际传播的强大动力,形成了汉语国际推广的难得机遇期。

为满足世界范围内日益增长的对汉语学习的需求,2004 年国务院批准实施“汉语桥”工程五年行动计划,这是中国政府第一次制定并实施系统、创新、面向世界的推广汉语计划。“汉语桥”工程旨在向世界推广汉语,弘扬中华文化,增进世界各国对中国的了解和友谊,促进世界和平与发展。“汉语桥”工程的基本建设涵盖以下主要内容:

1. 加强学科理论研究,促进国内外对外汉语教学跟进现代信息技术,不断完善和深化学科建设。以现代科学观念从整体上提升对外汉语教学学科的理论水平和教学水平,为汉语教学及其推广奠定坚实的学科理论基础。

2. 加强对外汉语教学的信息化建设,借助现代科技手段,建设多种资源数据库,搭建信息互通平台,为国内外使用者提供丰富及时的信息服务,使对外汉语教学的研究成果和各方面信息得到及时传递,促进汉语教学资源的构建和合理配置。

3. 充分借鉴当代科研成果,利用最新技术手段,开展八个方面的学科理论研究:

- (1) 开展以实用汉语为主攻目标的对外汉语教学模式的创新研究。

- (2) 以面向汉语的实际应用为基本导向,吸收心理学、教育学、计算机科学等学科的理论与方法,构建对外汉语教学科学理论体系。

- (3) 开展第二语言认知理论研究,从内在认知机制上探索汉语的学习规律、方式、途径和过程,提高教学水平和学习效率。

- (4) 开展外国人汉字认知的理论与应用研究,从理论和实践两方面探索符合第二语言教学特点的汉字教学法。

- (5) 开展基于现代技术的对外汉语教材编写的理论研究,采用人工智能技术,开发高智能化的多媒体教材、网络课件以及教材编写软件。

- (6) 开展基于数字化技术的汉语水平测试研究,建设 HSK 题库,开发 HSK 计算机自适应考试系统,满足外国人获取不同等级水平证书的需要。

- (7) 开展跨文化语言交际研究,开发汉语交际多媒体素材库,为教材编写、课堂教学、语言测试提供科学依据和实用素材。

- (8) 开展现代教学技术应用研究,建设对外汉语教学资源库,全面构建数字化对外汉语教学的平台。

2006年国务院办公厅转发的教育部等十一部委《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，阐明了汉语国际推广工作的重要性和紧迫性，进一步提出了汉语加快走向世界的指导思想、总体规划及政策措施，强调了对外汉语教学理念的“六个转变”：

- (1) 发展战略从对外汉语教学向汉语国际教育转变。
- (2) 工作重心从国内汉语教学向国际汉语教学转变。
- (3) 推广理念从专业汉语教学向大众化、普及型、应用型转变。
- (4) 推广机制从教育系统内推进向教育系统内外共同推进转变。
- (5) 推广模式向市场化运作转变。

(6) 教学方法向现代信息技术、网络多媒体教学技术转变，充分利用多媒体、网络等多种形式开展汉语教学。要加强网络建设，集成现有的资源，开发出新的平台，使更多学习汉语的人，通过网络来学习，扩大覆盖面。

“汉语桥”工程的实施和对外汉语教学理念的“六个转变”，营造了促进文化传承与文化传播协同创新的环境与氛围，推动了汉语国际推广和海外孔子学院建设的蓬勃发展。

孔子学院的建设是为了适应全球化、开放性、世界多元文化共融这一时代趋势所做出的重要战略选择。自2004年首家孔子学院在韩国成立后，它已在世界各地生根发芽，成为许多爱好中华文化的外国人学习汉语、了解中国和中国文化的平台，成为推动中国与世界语言文化交流的桥梁。借助孔子学院这一平台，从语言文化推广发展到跨文化对话，通过文化的平等消解西方的霸权话语，通过文化的互动交流平衡全球的文化生态，进而在与世界文明的对话中，不断地与时俱进，实现“中国传统文化的现代化”和“中国文化的世界化”。十七届六中全会进一步明确要求加强孔子学院建设，为孔子学院在中华文化走向世界的进程中发挥更大作用指明了方向，提出了新的更高要求。

面对世界上的汉语学习热潮，我们也应冷静思考，汉语和中华文化走向世界果真是一片坦途吗？如果冷静观察和思考，我们就会发现，汉语国际推广之路仍存在着重重障碍。

我们应该实事求是地看到：第一，世界各国对汉语学习的需求迅速增长，增长的速度之快、规模之大、范围之广超乎预料，使得对外汉语教学工作应接不暇、供不应求；第二，汉语在国际上的通行程度还很低，汉语教学的基数小、底子薄，汉语作为外语或第二语言的教学理论和教学模式还很不成熟。世界汉语教学面临的这种状况，说明我国的对外汉语教学工作是在比较低的起点上开始的，又是在高增长和超乎我们现有力量的状态下运行的，尽管其发展空间和潜能是巨大的，但需要我们下大力气，不失时机地解决汉语国际推广遇到的“瓶颈”问题，更好地为世界汉语教学提供优质的服务和有力的支撑，才能使“汉语热”持久地延续下去；第三，汉语和中华文化在走向世界，但在一些国家和地区仍有阻力或波折。孔子学院和汉语教学在美广受欢迎，目前美国48个州已设立81所孔子学院和299个孔子课堂，其中包括斯坦福大学、哥伦比亚大学、芝加哥大学等世界一流名校，成为设立孔子学院和孔子课堂最多的国家，全美孔子学院共开设汉语课程6127班次，注册学生近16万人。但最近美国国务院官员签发的一项公告发往全美孔子学院，该公告规定在美国的所有孔子学院必须申请美国“认证”，成为正式课程的一部分，且禁止中方教师和志愿者在美国中小学的孔子学堂教学。美国各大学校长、学区负责人、孔院师生均对该公告表示强烈反对。

尽管美国国务院后来很快重新发布公告,表示孔子学院合法,不需认证,但是正如国家汉办主任许琳所说的,这一过程表明中美人文交流还要加强。又如,原国新办主任赵启正在两会新闻发布会上曾提及,美国一位资深议员提出,中国在美国有这么多所孔子学院,而美国在中国只有5所文化中心,这就是公共外交的逆差了。为此,赵启正和他讨论了这个问题。赵启正对他说,你没有必要焦虑在美国学汉语的人这么多,中国的小学、中学、大学有2.4亿人在学英语,还需要你在中国建立美国语言学校吗?这位议员回答说,哦,是这样吗?这个例子说明,加强沟通交流,化解一些国家对孔子学院建设发展的疑虑和误解是非常必要的。

汉语和中华文化要真正走向世界,面临的一些问题是值得我们去深思的:

其一,汉语的国际地位和影响力的提高仍任重道远。与英语等强势语言相比,汉语在世界各大语言中仍处于弱势。当今世界最强势的英语,其母语使用人口仅4.56亿,却有10亿左右的人以它为主要外语或第二语言。预计到2050年,世界上将约有三分之一的人口通晓英语。再以法语为例来说,据统计世界上有2亿人说法语,这个数字比起英语、汉语来说并不算高,但在说法语的2亿人口中,只有6000万是法国人,其他则分布在五大洲。

汉语作为母语的使用人口虽然有近11亿,位于世界十大母语使用人口之首,但海外学习汉语的人口总量却相对少得多,据目前的乐观估计也就4000多万。汉语在国际交流中存在着巨大的逆差。以美国为例来说,美国高中有大约2.4万人学中文,但学习法语的美国高中学生是100多万。美国3000多所大学,只有近800所开设了汉语课程。汉语的语言输出与英语的语言输入相差悬殊,跟中国人全民学英语的热情相比,外国人学习汉语的热情还远远落后于我们。

目前全球的“汉语热”并没有使汉语一举成为世界的强势语言,其中一个重要的衡量标志是汉语的国际化程度仍然比较低。汉语在国际社会重要交际领域中的使用仍十分有限。联合国虽然将汉语列为其工作语言之一,但是地区性或国际性的组织、会议正式使用汉语的尚不多见。

从理论上说,中国的经济市场有多大,语言市场就该有多大。但当前的“汉语热”还仅是一种刚刚开始的学习热潮,就中国的发展势头和世界对中国的期望角度来看,目前学习汉语的人数与之还远远不成比例。英语在全世界的普及告诉我们,只有国力的强盛才能有汉语的国际地位。虽然在可预见的未来,随着中国综合国力的发展,世界上学习汉语的人会越来越多,但汉语要真正成为国际上通行的强势语言,还有很长的路要走,还有很多的工作要做,我们不能过于盲目乐观。

其二,中国对外文化传播能力还不够强大。语言本身就是一种文化,同时它又是文化的载体。“汉语热”背后蕴藏的是中华文化的魅力,汉语国际化仅仅依靠语言的推广是远远不够的。当前的“汉语热”在很大程度上也就是中国文化热,反映了外国人对中国文化的好感和憧憬。因此,只有当中国文化的独特魅力及其“软影响”的格局在全球化的背景下得到更充分的展示,“汉语热”才意味着汉语真正赢得了应有的国际化地位。

文化贸易的逆差导致许多外国人对中国的认识仍旧有较大的片面性。中国对外文化传播的严重赤字和人超,反映了我们文化这个软实力本身包括文化对外传播能力还不够强大,缺乏良好的运营模式和国际发行与推广的渠道,现有的供外国人学习的汉语教材缺乏

多元性,传播中华文化力度还很不够,以致不少外国人学了汉语,但对中华文化的内涵知之甚少。对外文化产品还难于进入国外主流文化市场,汉语与中华文化在世界的整体格局中依然处于弱势。

为此,汉语国际推广和海外孔子学院建设既要大力促进汉语的国际化,又要加大中华文化对外传播与交流的力度,精心打造中华民族文化品牌,提高我国文化产业国际竞争力,更好推动中华文化走向世界,使汉语教学超越语言本身,让世界人民从中领略到中华文化的强大生命力,从而在更广阔意义上认识 and 了解当代中国。

其三,汉语在本土遭受冷遇的尴尬困境。当今的“汉语热”多少显得有点“外热内冷”。据媒体报道,在复旦大学举办的一次汉语言文字大赛上,夺得第一名的是留学生队。这一结果让大多数评委大跌眼镜。有学者指出,留学生的获胜说明世界在关注中国,汉语在世界上日益受到重视,而本土学生的失利则说明汉语在本土的前景令人担忧。无独有偶,在上海举行的一次翻译资格考试中,出现了许多让人哭笑不得的答案。参加该项考试的人英语水平应该都很高,但是部分人的汉语水平实在不敢恭维。如有一道汉译英题目要求将“富贵不能淫”译成英文,有人将这句话译成了“Be rich, but not sexy”。试题中还有一个题目是要求将“人之初,性本善”翻译成英文,有的考生的在答案中赫然写着“Since the beginning of human beings, sex is always good.”。类似的难于理喻的幼稚错误还有很多,表明了部分国人汉语母语文化功底的缺失。

中国人学习英语热情如火,却把母语冷落在一旁,以致不少青年学生,被称之为“英语六级,汉语初级”、“能讲一口流利外语,却写不出像样的中文”。在汉语高调向外输出,以发挥中国“软实力”的今天,在本土却陷入了“墙外开花墙内不红”的令人尴尬的困境。

检讨国人汉语功底令人寒心的原因,实在不是三言两语可以概括的。汉语,作为中国人的母语,其立足和生存空间正不断地被“挤兑”。这些年来,在应试教育的指挥棒下,英语的地位在中国被抬高到了无以复加的程度,学好英语成为“21世纪合格人才的基本标准”,升学考试、学术评价、职称评定等都离不开英语。不知何时起,双语幼儿园也遍地开花,而且深受家长欢迎。国人在对待母语教学时,功利地“为考试而教学”,“肢解”语文,注重太多零碎、局部的知识点,致使学生失去对母语的興趣。

国外的汉语热与国内的汉语冷形成了鲜明的对比,在外国人如此热衷学好汉语的大背景下,国人为何不愿抓住自己的特长努力学好、用好汉语,这既是对母语文化的保护,同时也是对自身情操和文化素养的培养,国人何乐不为?其实在现实背景和市场经济条件下,国人更加清楚地明白学好英语比学好汉语来得更实在。然而,母语和外语孰轻孰重,应有一个明晰的界限。作为中国人,首先应当了解自己的民族文化,学好、用自己的汉语母语。当中国人把目光转向其他语言的时候,其在母语的学习和应用上也应该投入更大的热情,绝不能让自己的母语文化被冷落在一旁。因为只有我们自己真正地让汉语热起来,汉语才能真正地热遍世界,走向世界。语言强大的背后是经济文化的强盛,冷落母语将使我们与世界文化交流融合的大趋势脱节,是得不偿失的。如果说,汉语热成为连接世界与中国的新桥梁,那么当人家架起了桥梁的那一头时,我们这一边的桥墩可千万不能出现裂痕。

美国历史上的“母语危机”值得我们引以为戒。20世纪50年代,前苏联人造卫星上天,

给美国造成巨大震动。当时的美国教育界面对“彼得上天了,约翰怎么办”的严峻形势,提出了对教育现状进行全面改革的主张。“改革”造成的后果是灾难性的。由于只强调把自然科学知识教给学生,而忽略了语文基础知识的学习和基本写作技能的训练,许多学校甚至停止了传统的语法课、文学课、作文课,导致整个美国语文教学质量严重下降,学生语文水平之低,写作能力之差,到了令人难以置信的地步。一场“母语危机”跨时20年,荒废了几代美国人的学业,整个美利坚合众国为此付出了昂贵的代价。但美国人是认真的,也是务实的,提出了“语文教育回归到基础去”,从此美国的母语基础教育水平有了明显提高。

如今,当汉语踌躇满志地出门远行之时,我们是否打算让英语来替我们看守家门呢?毫无疑问,我们理应在世界“汉语热”的同时,也回归自己母语复兴的道路。

其四,汉语尚需通过规范化、标准化达到自我完善。目前中国的大陆、台湾、香港、澳门四地语言文字的使用仍存在着不少差异。鉴于历史与地缘的关系,四地语言文字使用上的差异也体现在海外华人社区的言语里。汉语普通话与方言、繁体字与简体字、汉语拼音与注音字母的相互干扰,不仅给我们自己彼此间的沟通交流带来某些不便,而且也给全世界的汉语学习者增添了许多不必要的负担,不利于汉语在世界的传播和推广。

由于英语与网络语言的“入侵”,汉语的“纯洁性”正经受考验。汉语在历史上数次遭遇外族语言的侵入时,都以其巨大的包容力将他族语言同化。而如今,大量的外语字母词汇直接进入了汉语词汇,不能不引起我们的担忧。鉴于汉语中英文缩略词的使用过度,为了维护母语的纯洁性,国家广电总局曾向央视下发了通知,要求在主持人口播、记者采访和字幕中,不要再使用诸如NBA、GDP、WTO、CPI等外语缩略词。中国翻译协会也提出为了尊重自己的语言,要求制止外来语直接嵌入中文的现象。然而这些要求尚未得到大众的一致支持,再说也不是屏蔽了、制止了,汉语就能纯洁,国人就可以学好汉语了。

当今的年轻一代,在日常语言表达中往往掺杂着大量的网络语言,令人不知所云。今天的我们将以什么流传千载呢?难道是网络语言吗?或许它能够反映当今信息化时代的特色,或许它还具有想象力和创造性,或许它在某种程度上对汉语的丰富和发展也有促进作用,但倘若不加以引导而使之肆意繁衍,则会背离民族的历史和文化传统,破坏祖国语言的纯洁性和严肃性,那将是我们这个时代汉语的悲哀!为此,汉语尚需通过规范化、标准化进一步达到自我完善,这不仅是保持母语纯洁性的需要,也是汉语走向世界的需要。

其五,汉语学习的难度影响到外国人学汉语的热情与兴趣。由于中国语言、历史和文化的独特性,我们和其他国家,尤其是和西方国家在语言文化上存在很多差异,这也对外国人学习汉语和了解中国文化造成了一定的障碍和困难。

汉语在国外的推广存在着不少困难,这一方面是由于汉语自身的特点与学习者母语的差距较大,使得汉语学习有一定的难度,影响到外国人学习汉语的动力和信心;另一方面,由于师资、教材的缺乏以及教学内容和教学模式不能很好适应海外社会的实际需求,也影响到外国人学习汉语的热情和兴趣。

汉语究竟是不是难教难学的语言?汉语作为外语教学的主要难点是什么?如何降低汉语学习的门槛,帮助外国人更快更好地掌握汉语,这是我们在汉语国际推广过程中不得不面对的问题。从语言角度来看,由于汉语是一种缺乏形态变化的语言,语言单位之间的