

汉语国际传播与 国际汉语教学研究

上

Chinese Language Globalization and Pedagogy

——第九届国际汉语教学学术研讨会论文集

◎ 吴应辉 牟 岭 / 主编



中央民族大学出版社
China Minzu University Press

汉语国际传播与 国际汉语教学研究 ①

Chinese Language Globalization and Pedagogy

——第九届国际汉语教学学术研讨会论文集

吴应辉 牟 岭 / 主编



中央民族大学出版社
China Minzu University Press

图书在版编目 (CIP) 数据

汉语国际传播与国际汉语教学研究: 全 2 册/吴应辉、
牟岭主编. —北京: 中央民族大学出版社, 2011. 7

ISBN 978-7-5660-0018-7

I. ①汉… II. ①吴…②牟 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 (2011) 第 104094 号

汉语国际传播与国际汉语教学研究

——第九届国际汉语教学学术研讨会论文集

主 编	吴应辉 牟 岭
责任编辑	方 圆
封面设计	布拉格
出 版 者	中央民族大学出版社 北京市海淀区中关村南大街 27 号 邮编:100081
电 话	68472815(发行部) 传真:68932751(发行部) 68932218(总编室) 68932447(办公室)
发 行 者	全国各地新华书店
印 刷 厂	北京宏伟双华印刷有限公司
开 本	787×1092(毫米) 1/16 印张:62
字 数	1950 千字
版 次	2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5660-0018-7
定 价	158.00 元(上下)

版权所有 翻印必究

《汉语国际传播与国际汉语教学研究》序

学术研究既根植于现实，又应努力为现实服务。在汉语加快走向世界，汉语教学主体从中国国内转移到世界各地的今天，把研究重点从传统的对外汉语教学转为面向世界各地的国际汉语教学，显得十分迫切。鉴于目前汉语国际传播理论仍严重滞后于实践的现状，开展汉语国际传播研究不仅具有重要的现实意义和学术价值，而且也是业内同仁的责任所在。

学术会议应该反映学术研究的前沿动态，引领学术研究的未来走向。第九届国际汉语教学学术研讨会把会议主题确定为“汉语国际传播与国际汉语教学”，充分体现了此次会议的前沿性，并寄托了主办者对未来学术研究走向的期待。对外汉语教学、国际汉语教学及汉语国际传播之间的关系是一个值得探讨的问题。“对外汉语教学”反映的是在中国对外国留学生进行的汉语教学，隐含教师是中国人、学生是外国人之意，因而用其指称中国以外地方的汉语教学就不太合适。因为在世界各国的非汉语环境下，当本土化汉语教师承担汉语教学工作时，这一术语可能令人啼笑皆非；而当中国教师在其他国家从事汉语教学时，学生是本国人，老师却成了外国人，更是无法采用“对外汉语教学”这一术语。以“国际汉语教学”作为汉语教学学科的名称则更为恰当，这一名称不仅能够涵盖和反映当前和今后相当长一个时期内世界各地汉语教学实践的实际情况，而且可以拓展学科发展的空间。在这一学科内部，又包括“对外汉语教学”和“汉语国际传播”两大部分。需要特别指出，对外汉语教学不仅是国际汉语教学的两大组成部分之一，也是国际汉语教学的前身，后者是前者的继承和发展，另一组成部分“汉语国际传播研究”则涵盖了汉语走向世界相关的各种宏观和微观问题。^①可以预

^① 吴应辉：国际汉语教学学科建设与汉语国际传播研究探讨，《语言文字应用》，2010；（3），第39页。

见，随着中国经济的飞速发展，以及世界各地汉语学习热情的持续高涨，汉语国际传播将成为国际汉语教学学科未来发展的主流方向。我们衷心地希望有更多的同行与时俱进，投身到国际汉语教学研究中来。

本次会议虽为中美两国高校联合举办，但参会代表来自 11 个国家和地区，充分反映了会议的国际性，这对大会的主题也是一个很好的诠释。参加本次会议的代表主要是汉语教学领域的专家、一线教师和在读博士生，这充分保证了本次大会的专业性和学术水平。本次会议分设“汉语国际传播方略”、“汉语国际传播标准、机制、历史发展及学科建设”、“汉语本体与汉语教学及习得研究”、“国际汉语教材开发与使用”、“国际汉语师资培养与培训”及“现代教育技术在国际汉语教学中的应用与研究”六个专题，充分体现了主办者大力倡导的国际化理念，我们期待着本次大会对这些议题的讨论能够对汉语教学业内人士未来的学术研究有所启发。

大会共收到参会代表提交的论文 140 余篇，大会组委会组织专业人士对全部论文进行了匿名评审。根据评审结果，除个别作者明确表示不收入论文集外，现将通过评审的其余 95 篇论文结集出版。本论文集美方编委俞志强、印京华、何文潮、李爱民，国内编委刘玉屏、王维、曾立英、陈作宏、李朝辉、田艳、孙晓明、江傲霜、央青、冯凌宇、罗莲、王萍丽、赵永红、白玉陈为本论文集的审稿和编辑做出了贡献。副主编刘玉屏和俞志强作为论文集的常务编辑，出版社的戴佩丽老师作为责任编辑，为论文集的顺利出版付出了大量心血。我们对上述各位的辛勤劳动表示衷心的感谢！

中央民族大学 吴应辉
耶鲁大学 牟 岭
2011 年 5 月 27 日

目 录



上 卷

汉语国际传播理论与实践

孔子学院与文化外交	戴 蓉(3)
An Inquiry into Program Designs of MA Programs in Teaching Chinese to Speakers of Other Languages in Hong Kong Universities	Han Xuan(16)
中文易化·中文升级·中文是交换万国语文的媒介	戚桐欣(25)
汉语国际传播推广的语言政治学方略研究	王振顶(32)
在华美国夏威夷大学汉语班的调查报告	吴成年(44)
传播学相关理论在汉语国际教育中的应用	谢小丽(56)
“对外汉语教学”向“国际汉语教学”转变问题初探	印京华(66)
中亚汉语传播与教材问题	赵永红(76)

海外汉语教学

基于任务教学法的非目的语环境汉语中高级教学研究	樊小玲(89)
印尼苏北棉兰华语学习者学习动机调查分析	柯理静(102)
日本小学低年级汉语教学方法的改善	柳素子(111)
印尼儿童汉语教学情况初探	罗爱瑾(122)
中文领航项目课程设置问题初探	熊 文 何文潮(129)
跨语境汉语的组词断句教学：观念与策略	周勤如(136)

促进学习的汉语评估的核心策略·····	祝新华(146)
---------------------	----------

汉语作为第二语言教学法

针对成人初级汉语课的任务型教学设计与实施·····	韩瑞芳(161)
论对外汉语有效教学的十大要素·····	黄晓颖(174)
对外汉语课堂话语语境探析·····	李云霞(184)
基于任务教学法的话剧演出替代汉语口语课常规测试的 可行性探讨·····	柳岳梅(193)
论美国在华短期汉语项目对明德汉语教学模式的 改进·····	娄开阳 杨太康(202)
Teacher, Coach or Co-player: What is the Instructor's Role in Second Language Socialization? ·····	Nan Meng(212)
中文教师如何提高课堂提问质量·····	曲 铮(223)
“长城汉语”视听说教学模式的课堂实践·····	阮 静(233)
依于戏、游于艺·····	萧惠帆(240)
试论汉语教材及教学法创新的国际化趋势·····	袁 礼(249)
Situated Learning Identifying Oneself with A Domain Community during Study Abroad ·····	Zeng Zhini(257)
交际法策略探讨·····	周祖炎(273)

语言要素教学

被动句和反被动句在汉语教学中的运用·····	高 钱(285)
A Query and Analysis System for Chinese Radical, Component, and Character ·····	Hsueh-Chih Chen、Li-Yun Chang、 Yu-Chi Lin、Shu、Ping Chang、Yao-Ting Sung、Kuo-En Chang (292)
Changes in Learning Strategies and Effectiveness after Adopting “Computer Chinese” ·····	何文潮(301)
基于语素意识的中高级词汇教学及教材编写·····	贾鸿杰 贾鸿丽(312)

从汉语量词的体验性基础看量词的习得与教学·····	姜 松(322)
A Misleading Rule in Teaching Chinese Grammar: The Object of the bǎConstruction Must be Definite ·····	John Yu(332)
谈汉语量词重叠“AA式”的教学问题·····	李艳(340)
Synchronized Listening and Speaking to Reading, Typing, Writing and Translating Chinese Characters-A Short-Cut Approach to Learning Chinese Hanzi ···	Meiru Liu、Lina Lu(351)
外国学生汉字构形意识培养方式探析·····	刘谦功(363)
解汉字“难学”百年之谜,创汉字“易学”最终方法·····	欧阳贵林(371)
“吐字归音”在高级水平留学生韵母正音中的应用·····	任前方(383)
论对外汉语词汇教学中的近义词辨析·····	王淑华 杨仁君(393)
儿童识字过程对汉字教学的启示·····	卫 斓(405)
汉语教学视角下的《通用汉言之法》·····	岳 岚(413)
二语习得者的语素构词意识及其教学策略·····	曾立英(422)
利用汉字表意性能解决留学生独立应对阅读词汇量不足问题 及教学设计研究·····	张孟晋(429)
对外汉语的缩略语教学探讨·····	张小平 刘慧芳(443)
以跨文化交际为目标的对外汉语修辞教学·····	周 莹(452)

汉语国际传播理论与实践

孔子学院与文化外交

戴 蓉
复旦大学

内容提要：文化外交已日益成为一国经济外交、政治外交之外的重要补充，世界各国纷纷依靠文化手段来开展国际间的公共活动，达成对外战略意图。世界知名语言文化推广机构如英国文化委员会、法语联盟、歌德学院等，在各自的文化外交实践中起到了巨大的推动作用。

随着中国经济的快速发展和国际地位的上升，“汉语热”在全球迅速形成，中国语言文化推广机构——孔子学院诞生了。孔子学院在世界范围内“全面开花”，其积极意义得到了国际主流舆论的充分肯定，标志着汉语国际教育与中国文化外交的兴起。

关 键 词：孔子学院；文化外交

Confucius Institutes and Culture Diplomacy

Rong Dai
Fudan University

Abstract: The audience of Confucius Institutes include overseas Chinese and of non-Chinese cultural circles. The value of Confucius Institutes lies in the name of Confucius, the essence of Chinese culture and the significant meaning of transformation. This paper discusses the advantages and disadvantages of Confucius Institutes, as well as some of its practical problems in terms of finance and teaching staff.

汉语国际传播与国际汉语教学研究

Key words: Culture diplomacy; Culture diplomacy

一、孔子学院的文化外交运作

(一) 孔子学院的受众分析

1. 孔子学院的传播对象

(1) 海外华侨华人

根据中国新闻社课题组今天发表的《二〇〇八年世界华商发展报告》称,在海外,有 4800 万华侨华人分布在世界各地,主要在东南亚,其次是美洲和欧洲。华文和中华文化教育具有团结海外华侨华人,培养他们对中华文化认同感的作用。成功教育培养出来的华侨华人,不仅是将来海外华人世界的栋梁,同时也将是致力于中外亲善的桥梁式人物和支持中国改革开放与经济发展的中坚力量。

(2) 汉字文化圈的民众

汉字文化圈^①在地理上可以称为东亚文化圈,在文化上称为儒家文化圈。以汉字为载体的中国文化的对外传播,最早是出自于中国封建王朝普及华夏文化的需要和周边国家加强自身统治的需要。汉字和华夏文化在周边国家广泛传播,对长期接受汉字文化影响的国家,如朝鲜、韩国、日本、越南等国的社会和文化产生了不可磨灭的重要作用。汉字和华夏文化的影响和作用使得当今的汉语和中国文化的传播具有较好的基础,有一定的亲近感。

(3) 非汉字文化圈的民众

非汉字文化圈的民众对汉语和中国文化较为陌生,就汉语本身而言,对于以字母文字为母语的外国人来说,学习起来有相当的难度。由于历史不同,发展途径不同,这些国家在经济、政治制度、价值观念和

^① 汉字文化圈。汉字文化圈具体指汉字的诞生地中国以及周边的越南、朝鲜半岛、日本等地区。这些地域历史上完全使用或与本国固有文字混合使用汉字,古代官方及知识分子多使用文言文(日本、越南、韩国/朝鲜称之为“汉文”)作为书面语言,受儒家思想影响深,国民中信仰佛教者众,历史上或现在以汉字作为传播语言和文化载体。以汉字为传意媒介,以儒家为思想伦理基础,以律令制为法政体制,以大乘佛教为宗教信仰等作为共同的价值标准——这是日本学者西嶋定生(1919—1988)给出的“汉字文化圈”的构成要素。这一看法大体符合历史实际。

文化传统上，都与中国迥然不同。相当一部分民众对国际事务知之甚少，受媒体对中国不实报道中负面因素的影响，再加上中国以往对外宣传力量的薄弱和方法的不得当，以致许多人对社会主义中国 60 多年的历史发展和当前的实际情况存在不同程度的误解和偏见。美国教授麦克·尼克斯基曾说：“对许多美国人来说，现在中国在他们头脑中的形象仍旧与几百年前的相差无几——一个由皇帝统治的，人们还穿着传统服装的农耕社会。这一观点常表现在美国电视里播放的一些电视节目和影片中。时至今日，仍有较多的美国人不了解当今中国经济建设的成就及中国在教育、商业和国际关系方面经历了长期的封闭后实施的改革开放政策，也不了解中国大城市附近的经济开发区。更令人遗憾的是，许多美国人不知道有北京和上海这样的国际化大城市。”张桂珍（2006：188）。

2. 孔子学院的受众需求

受众对一种语言和文化的需求，反映了该语言和文化本身的内涵价值。孔子学院受众对汉语和中国文化的需求，归结起来主要体现在以下三个方面：

（1）文化传承的需求

文化传承的需求和乡土情结是海外华侨华人学习华文和中华文化的根本动力。海外华侨华人由于与居住地的社会制度、文化背景、教育基础、思想意识和生活习惯存在差异，基于种族和对中华文化的认同，远在异国他乡的他们希望保持中华民族文化的基本属性和地位，始终与祖国保持一种绵延不断、血浓于水的关系，同时了解中国新时期的经济发展、文化创新和崭新的社会风貌。不仅如此，老一代的华侨华人还希望通过华语和中华文化的教育使自己的子女保持民族特性，并使他们在现代社会中更具竞争力。

（2）经济发展的需求

语言文化传播的根本动因在于价值，有价值的语言和文化，才会被其他民族学习和使用。李宇明（2007）。经济价值是语言文化传播的重要动因，经济需求林林总总体现在社会生活中的商贸、求职、旅游等方面。随着中国改革开放的深化，国民经济的飞速发展以及在世界贸易、科技、教育中的作用越来越大，中国的发展获得了世界的广泛关注，越来越多

人在经济生活中需要用到汉语，在经济建设中需要通晓汉语和中国文化来拓宽交往渠道。汉语势必会给学习者带来更多的就业机会和商业机会，实用价值和潜在价值不断提升。2008年在中国举办的北京奥运会和2010年在上海举办的世博会进一步提升了汉语和中国文化的经济价值。经济发展的需求是中国的语言文化得以广泛、深入推广的重要支撑。

（3）政治交流的需求

语言文化传播的另一个重要意义就是外交需要。如今，中国不仅同所有在国际事务中举足轻重的大国建立了建设性的合作关系，而且在几乎所有的全球性多边国际机构中都占有一席之地，中国的国际地位空前提高。越来越多的国家希望与中国增进互信，扩大共识，寻求稳定的外交关系，谋求共同的战略利益。以语言文化交流为切入点的伙伴关系具有坚实的民间基础。学习汉语、了解中国文化成为一种中外合作与交流的契机，良好的文化关系可以引申至政治、经济领域，从而提升国家间关系，把伙伴关系推向新高。

（二）孔子学院的影响途径

作为中国的语言文化推广机构，孔子学院致力于扩大汉语在世界范围内的普及面，为广大的汉语学习者提供帮助，同时也为世界各国提供了了解中国的窗口，搭建了教育、文化、经济交流的全方位平台。

1. 语言教育途径

孔子学院在全球范围内为所在国提供零距离汉语教学服务，形成了最权威、最系统的海外汉语学习基地。针对世界汉语教学网络化、数字化、信息化的发展趋势，孔子学院开发了基于网络、多媒体、广播电视等平台的各类教学资源，为当地政界、商界、司法界和新闻界等特定客户群提供各种汉语培训。孔子学院还致力于当地汉语机构的教学援助，对当地程度不同的汉语教师进行不同层次的培训，提供汉语作为外语教学能力的资格认证，给各类型中文教育机构和学校推荐优秀的中文教师，并与当地教育机构合作开发适合当地的实用性汉语学习教材，协助当地制定汉语教学大纲和教学方案，组织汉语教学学术研讨会。此外，孔子学院还承担海外的汉语水平考试和汉语能力的认证。孔子学院同时提供留学中国的咨询服务，积极吸纳外国人到中国进行进一步深造，探索中国传统文化的神秘，并在充满活力的当代中国寻求发展机遇。

2. 文化推广途径

孔子学院同时也是各地的“中国文化中心”。各地孔子学院相继开设中国文化课程。例如日本的北陆大学孔子学院就开设了“中国电影鉴赏”、“中国养生”、“中国古诗”、“中国传统乐器”等课程。孔子学院还提供图书资料信息，举办各种学术活动、学术讲座和汉语演讲比赛、作文竞赛。斯德哥尔摩孔子学院推出了受当地市民欢迎的“孔子学院开放日”和“汉语沙龙”活动，邀请中国民俗方面的专家前往斯德哥尔摩开讲座，并和当地的国际问题研究所联合举办了一次题为“中国的发展及其在全球的角色”的高级论坛。法国狄德罗大学孔子学院举办了“中国文化周”活动。文化周期间，除了系列学术讲座外，还举办了“感受中国”文化展，进行了孔子学院学员的书法、绘画、厨艺表演。普里埃大学孔子学院也与当地政府合作举办中国主题博览会，博览会以中国史为主线，展出了中国各主要朝代的青铜器、乐器、绘画、雕塑等。这些活动规模大、内容丰富、形式新颖，为法国人民提供了零距离接触中国文化的好机会。德国纽伦堡——埃尔兰根孔子学院举办了“汉语桥”世界大学生中文比赛德国区预赛、西安皮影木偶戏专场演出、“中国电影之夜”等中国文化宣传活动，并邀请中德专家学者举行了“孔子和儒学”、“中西方文化交流”、“中国宗教”、“中西方医学比较”、“汉语的魅力”、“中国语言文字”、“儒学与中国文化”、“中国历史”等专题讲座。

3. 经济交往途径

孔子学院在传播语言文化的同时，也实现了一定的经济交往。文化传播和经济交流不但不能截然分开，而且是相互依存，相互推动的。法国普瓦提埃大学孔子学院成功地发挥了企业的积极作用。法国普瓦提埃孔子学院是法国普瓦提埃大学、南昌大学和中国的一家大型通讯设备供应商——中兴公司三家合作的。中兴公司深入地参与了孔子学院的建设，在孔子学院中扮演了双重角色。第一，中兴公司把它在西欧的平台搭建在孔子学院上，通过孔子学院培训它的外籍员工、客户和技术人员，让他们学习基本的汉语并了解中国文化。第二，中兴公司在硬件上给了孔子学院很大的支持。中兴公司提供了目前世界上最先进的远程教学设备，以便孔子学院在全欧洲乃至世界的法语区内进行远程汉语教

学。另外，中兴公司为孔子学院带来了稳定的生源。三方资源互补，实现了共赢。马健（2006）。在泰国，孔敬市是蚕茧丝的主要产地。2006年孔敬大学孔子学院成立后，来自中方合作院校西南大学的中方教师除了中文教学外，还牵线搭桥，利用西南大学设有蚕学和生物技术学院的优势，派出技术人员到泰国帮助指导蚕丝生产。针对泰国汽车和摩托车消费量巨大的市场情况，孔敬大学孔子学院规划在孔敬地区举办中国重庆工业展览，邀请重庆的汽车、摩托车生产厂家展示最新产品，以期打开泰国市场。

（三）孔子学院的品牌价值

1. “孔子”招牌

中国之所以用“孔子”来命名自己的语言文化推广机构，意在借助圣人的声望向世界推广汉语及其背后广博的文化。这一点与“歌德学院”、“塞万提斯学院”等以文化名人的形象来推介本国的语言文化有着异曲同工之妙。用“孔子学院”来为中国的语言文化推广机构命名，具有广泛的国际知名度和对外吸引力，它让抽象的中国文化具体化、人格化、亲切化，使之成为团结世界各地华侨华人和感召世界的伟大象征。其次，“孔子”这一形象不涉及意识形态，不具宣传和官方色彩。“宣传味太浓的传播，必然会使意识形态、价值观念与我们迥然不同的外国受众从心理上加以排斥，难以起到好的效果。”张桂珍（2006：92）。以“孔子”作为形象大使的孔子学院，传播的是语言、知识、文化，容易引起兴趣，易于相互交流、沟通和认同。潜移默化的传播，营造了有利的舆论环境，改善了国际传播的策略。而且，孔子是中国古代文明“和”的推崇者。孔子主张“和谐”、“和睦”、“和平”，强调“和合之境”，“和而不同”。“和而不同”向世界揭示了中国文化外交的深刻内涵，表明了中国倡导在平等、开放、互惠的基础上进行文化对话、文化沟通和文化往来的态度。

2. 文化精品

“文化传播有两个层面：一是借助媒体对外传播，如对外广播、国际卫星电视、海外版报纸等，这是一种单向传播。二是通过各种国际文化活动进行对外传播，如学术交流、艺术交流、海外文化展等，这是交互式的双向传播。”刘乃京（2002）。中国文化博大精深，但文

化外交项目却大多只是单纯的艺术展览或衣食住行等“风俗旅游”，停留在通俗和表面的层面上，与中国日益上升的国际地位不相匹配，这是中国文化外交的一个薄弱之处。而孔子学院将古老而又充满活力的中国展示给世界，是一个通过文化信息与世界进行互动、交流，以期获得国际社会肯定和认同的文化工程。孔子学院是国家主导的大型国际文化交流项目，它提供的文化信息，无论在覆盖面、信息量，还是在影响力上都是空前的。中国文化外交的另一个不足之处是对外文化交流活动过于分散，缺乏有系统、有计划的长期工程。而孔子学院则显示出目标明确、主题鲜明、持续时间长等优势，堪称中国文化外交潜力深厚的精品之作。

3. 转型意义

在全球传媒化的今天，随着信息媒介的普及，传统封闭式的外交已经越来越不适应外交公开、开放的发展趋势，越来越多的广大民众从外交行为的“旁观者”变成了“参与者”，而政府在对外传播中的职能，也正在从一手包揽转换为协调性服务。孔子学院具体的运营是相对独立、因地制宜、灵活多样的。在国家的指导和支持下，以民间机构的身份独立运营，这正是语言文化外交所特有的优势。孔子学院的建立和运营，体现了中国文化外交从行政监管向支持、协调、服务的转型。这种转型有利于改善文化外交的环境，把优秀的文化品牌推向国际市场，从而利用文化“润物细无声”的特点来改善舆论环境，提升国家形象，最终达成成为国家利益服务的目标。

二、孔子学院的优势和劣势

（一）孔子学院的优势

1. 语言文化优势

汉语和中国文化的传播具有独特的优势。首先，汉语具有人口优势，是世界上人口使用最多的语言之一。其次，汉语具有文化优势，汉字是世界上三千多年来唯一独立发展又连续使用至今的方块字，对周边民族和地区的文化发展起到了重要的作用，蕴含着强大的生命力和独特的魅力。同时，汉语还具有不断上升的经济优势，随着中国的发展和国