

孔子学院对汉语作为多元文化元素的推广作用

Стаття присвячена вивченню впливу відмінностей лексичних, фонетичних, граматичних структур на спосіб мислення. Автор розглядає зв'язок мислення і рівня розуміння, а також тлумачення отриманого повідомлення. В результаті освітньо-культурної діяльності інститутів Конфуція були виявлені способи уникнення міжкультурних конфліктів.

Ключові слова: лексикологія, фонологія, граматики, семантика, тлумачення, міжкультурна комунікація.

Статья посвящена изучению влияния различных лексических, фонетических, грамматических структур на способ мышления. Автор рассматривает связь мышления и уровня понимания, а также толкования полученного сообщения. В результате образовательно-культурной деятельности институтов Конфуция были выявлены способы избегания межкультурных конфликтов.

Ключевые слова: лексикология, фонология, грамматика, семантика, толкование, межкультурная коммуникация.

The article is devoted to the study of the influence of lexical, phonetic, grammatical differences on the way of thinking. The author examines the connection between thinking and understanding, as well as the interpretation of the message received. Ways of avoiding intercultural conflicts that were discovered during the process of conducting educational and cultural activities of the Confucius Institutes were outlined.

Key words: lexicology, phonology, grammar, semantics, interpretation, intercultural communication.

孔子学院是中国教育近些年来走出去的典型，已在外国形成了自己鲜明的品牌特点，在中国综合实力迅速发展的背景下，孔子学院无疑为“中国热”注入了鲜明的文化色彩。作为中国综合外交的一种形式，孔子学院不仅仅在新中国成立后在文化上首开“东学西渐”的先河，也在努力尝试以加强文化交往的方式协调中国对外交往中软硬实力的关系。本文以孔子学院为研究对象，以汉语言、文化推广策略及目标为依据，通过分析孔子学院的发展战略、现状及效果三个方面，探索汉语及中国文化推广今后的发展道路及发展方向。

[关键词] 孔子学院；软实力；中国文化推广；效果

（一）软实力的战略意义及孔子学院的战略意义

1.“软实力”（soft power），对这一观念，中国学者所受的影响主要来自于萨缪尔·亨廷顿（Samuel P. Huntington）以及约瑟夫·奈（Joseph Nye）。其中，塞缪尔·亨廷顿在其著作《文化的重要作用-价值观如何影响人类进步》及《文明的冲突与世界秩序的重建》中分别提出了未来的世界国际冲突的根源主要是文化的而不是意识形态的和经济的，全球政治的主要冲突将在不同文明的国家和集团之间进行。文明的差异将是诱发冲突的根本原因。在此背景下，约瑟夫·奈则成为最早提出“软实力”概念的学者并在其著作中指出了文化因素对一国经济与社会发展所起的重要作用。使得以文明冲突为主的视角逐渐取代了国际政治研究中的政治冲突研究。他明确指出“文化软实力是指文化对他国及他国的吸引力”¹⁴“当一个国家的文化涵括普世价值观，其政策亦推行其他

国家认同的价值和利益，那么由于建立了吸引力和责任感相连的关系，该国如愿以偿的可能性就得以增加。”²事实上阐明了软实力是一种可以使国家采取非强力手段达到目的的能力。目前对于软实力国内学术界还没有形成统一认识，但就现存的三种观点来看，其中任何一种都将“文化实力”视为软实力中重要的组成部分。而胡锦涛同志在中共十七大报告中则明确提出“要坚持社会主义先进文化前进方向，兴起社会主义文化建设新高潮，激发全民族文化创造活力，提高国家文化软实力。”³由此正式将软实力建设上升到了国家战略高度，并以此作为理论依据，明确了软实力作为国家综合实力对内提高民族凝聚力，对外提供国际影响的双重作用。作为这种影响力的承载者、践行者，孔子学院在文化外交、文化传播、文化自信的重建等三个方面都具有重要的战略意义。

（二）开展文化外交

文化外交是一国政府以文化手段服务于政治目的外交活动，近年来随着全球化的不断深入，大众媒体及网络媒体的日益兴起，面对于民众日益直接的沟通，文化外交在提升中国“软实力”的过程中占据了日益重要的位置。而随着中国综合国力的增长，国际影响力不断上升，伴随着我国和以和平崛起为指导思想的战略发展意图，中国政府需要在世界范围内推广独特的和平发展观，争取更多的国际话语权，也需要以文化外交作为辅助手段化解矛盾纷争，并以此达到提高中国国家形象与国际地位的目的。孔子学院以其特有的构成形式以及活动方式，可在以下两点配合国家战略的发展。

1. 掌握国际交流中的话语权：软实力在文化外交中的主要现象形式是对话语权掌握。语言具有明显的自我中心特性，“唯语言才使人能够成为那样一个作为人而存在的生命体。作为说话者，人才是人”⁴不同语言的不同特性势必

影响思维的形式。话语权所表达的在场、身份和立场则构成了自身特殊的社会实践。在使用同一种语言但不同的文化之间，话语权的争夺从从思维模式的分歧降低到内容的分歧。汉语作为中国的官方语言，它的推广对中国在国际交流中话语权的掌握具有重要的影响。孔子学院的建立显著拓展了汉语的发展空间、发展方式和发展途径。随着汉语学习者的逐渐增多，外交环境得到显著的改善，伴随汉语言和中国文化的传播，中国的综合国力也得到更大范围更深层次的认可。在由西方为主导的全球化背景下，孔子学院是争取文化多元化的重要一环，是中国展示文化存在的重要方式，通过这种对积极主动的自我表达，有效狙击海外文化对中国文化的他者言说。

2. 柔性塑造国家形象：有效的宣传，通常以潜移默化的形式存在，让被宣传者在无意识的情况下接受宣传内容，从而达到宣传的目的。长期以来，相当一部分西方的媒体在国际及国内事务中刻意曲解中国政府政策，歪曲中国形象，面对于此，中国政府通常予以坚决回应，但这种以官方应对民间媒体的方式，刚性有余，柔性不足，从而形成一种政府代言民意的刻板印象。随着中国的崛起，过于强硬缺少柔韧度的刻板印象不仅增加中国发展的战略风险，也不符合中国文化中和衷共济的哲学思想。而孔子学院则立足于中国的传统文化，透过与海外媒体保持良好的合作，借助与文化本身的渗透性和扩散性，构建出更为柔和的大国形象。

（三）促进东西方文明对话

以儒家文化为代表的中国文化源远流长，在今天，中国有责任为世界文化的多元化作出自己的贡献。当前，在世界范围内，中国价值观少有呈现，以中国为主导出产的涉及中国文化和历史的产品较为有限，和强势的语言文化英文相比，汉语文化还处于弱势地位。单一文化的霸权地位，并不能为世

界文化发展带来长久的动力，多种文化的共同繁荣方可为人类文明进步提供更广阔的空间。

英文作为强势语言，将其所属的英语言文化同样推向强势，虽就文化自身而言，并无优劣之分。但这种一家独大的局面却的确造就了世界文化传播格局中的不对称性。为改变这种状况，中国通过建立孔子学院的方式在全球推广汉语教学和文化交流，既体现出一国文化外交的必要，也在客观为世界文化多样性和促进不同文化之间的交流做出了自己的贡献。同时，孔子学院以联合所在地教育机构联合办学的方式，充分体现出对当地法律、文化及习俗的尊重，最大限度的避免形成“中国文化侵略”现象，并以融入当地社区为形式增加当地多元文化的活力。

孔子学院以促进世界多元文化发展、构建和谐世界为宗旨，推动中西方文化交流，并以发掘中国传统文化内含，丰富中国文化表现形式为己任，在将汉语文明传向世界的同时，也以世界的视角不断审视与完善中国文化本身。

（四）提高本民族文化自信

语言是通向文化核心的钥匙，它能够保持国家和民族的身份，具有强烈的象征性，是一种核心符号，具有凝聚力（第 15 页）。通过提高中国文化的影响力来提升民族文化的自信，是国家“软实力”的另一项核心内容。文化的自信作为一种历史现象，是近代中西方文化冲突下的必然。近代以来，中国的知识分子不断探索和构建“中体西用”的思想体系，以谋求中国文化和中国社会的现实出路。文化的自信也是文化传播的基础，是正确认识人类其他文化的保障。当今世界，强势国家通过文化渗透的方式对非强势国家的文化传统和文化独立性造成侵蚀。当代中国社会中出现对西方文化的崇拜与对民族文化淡漠，将强势文化的价值观作为判断标准等现象，反映出中国人在思想和信

念上受到的冲击。面对西方文化长期的强势输出，最好的防范方式是加强本土文化的自觉性与自信心。孔子学院开启了“东学西渐”之风气，以启发世界对中国文化的需求来促进文化的自觉维护；通过提高本土文化的地位和影响力来加强文化的自信心；以提高中国文化的地位来促进中华民族对本土文化的热爱。这是一种双向循环的影响模式，是一种通过文化的对外交流来促进文化内部传播的模式，这种模式又进一步影响文化的外部交流和可持续发展，为中国文化参与多元文化竞争提供保障。

（五）孔子学院的发展现状

孔子学院创办于 2004 年，有教育部直属的事业单位“国家汉办”（Han Ban）与国外大学和机构合作建立，性质为非盈利性教育机构，也是中国目前唯一的官方汉语推广部门。

孔子学院与其他汉语教学机构的比较

中国最早的对外汉语教学始于 1950 年 7 月，由清华大学举办的“东欧交换生中国语文专修班”（第 3 页）（**换本参考书**）在孔子学院创办之前，中国的汉语推广以汉语教学为主，（Teaching of Chinese as a Second Language），以北京语言大学和各地区外语专业院校为主的教学模式。通过培养对外汉语教师，和面对外国留学生的汉语课程，让外国人掌握汉语。其开设的学历教育和短期汉语强化课程为非汉语国家的学习者提供了学习汉语的广泛平台。在高校以外，还有以社会力量为主的市场化汉语推广机构，如“中文时代”“新东方”“大汉风华”等汉语学校，加之分布在海外的诸多“华文教育”机构，对于这些机构，由于缺乏统一的资格认证和监管，导致在师资、教材、和教学方法等方面缺乏有效保障。同时以盈利为目的的教学导向，使汉语学习多表现为一种短期的应用培训。（**使汉语教学工具化，内容功利化，形式简单化。**）

与此不同，孔子学院以汉语教学为平台，通过学习汉语将中华文化向世界推广的机构。文化是语言的背景，（文化是语言的内容）对语言的产生及表达具有支配作用，对外汉语教学不仅是对语言的学习和使用，更是对支配语言的文化和文化心理的掌握。孔子学院以学习语言和语言背后的文化为主旨，面向社会各界人士开展汉语教学、培训汉语教师、开展汉语考试和汉语教师资格认证、提供文化咨询、开展文化交流活动。同时，孔子学院也作为提升国家形象的宣传机构，是发展国家软实力战略的具体实施。通过以高校为基地的办学模式，孔子学院在短期内扩展至世界各地。

孔子学院与其他国家文化宣传机构的比较

孔子学院的全球分布

截止至 2010 年 1 月，中国在全球 85 个国家共创办了 332 所孔子学院。目前，孔子学院在全球的布局已经基本形成，在不断的探索中与地方文化结合，推出了一系列因地制宜的汉语课程和文化交流活动。在全球 332 所孔子学院，以亚洲、欧洲和北美洲的分布最为密集，其中以韩国、日本和泰国开办的孔子学院规模最大。

1. 亚洲：韩国是历史上儒家思想最早传入的国家，自 1993 年开展汉语水平考试以来，目前在韩国接受正规汉语教育的人数已经达到 20 万，提供汉语作为第二外语的高校在 2009 年达到 631 所。韩国共有 19 家孔子学院。日本，作为另一深受中国传统文化影响的国家，孔子学院的发展同样具有特色。由于文字的相近性，日本人对汉语的学习能力较强。以北京大学为合作院校的 18 所日本孔子学院，在中国文化的深度传播方面进行了积极的尝试，例如：日本早稻田大学孔子学院定期开设中国历史、中国文化、哲学等课程，同时与中国大学开展多项合作研究。文化的同源性和地缘优势，使孔子学院在亚

洲的发展优于其他地区，密切的经贸往来也是促进文化学习的重要因素。

2. 欧洲：俄罗斯的孔子学院在欧洲规模和数量最大，自 2007 年 2 月，第一所俄罗斯孔子学院在圣彼得堡大学成立以来，目前已经发展到 14 所。俄罗斯孔子学院对商务汉语的需求较高，很多年轻人将汉语作为就业技能之一。在德国、法国和英国的孔子学院，由于受到本国语言政策的限制，开展的难度较大。欧洲一些国家考虑孔子学院会产生中国意识形态的渗透，通过不断沟通与了解，目前发展现状良好。伦敦商学院与清华大学合作，与 2006 年 10 月创办了全球第一所商务孔子学院“Confucius Institute For Business London”，主要以商务人士为对象开展教学。2008 年 2 月伦敦南岸大学与黑龙江中医药大学合作成立全球第一家中医孔子学院“Confucius Institute For Traditional Chinese Medicine, London”。再发货汉语学习的热情最高，法国汉语学习的热情最高，法国教育部已经批准部分中小学开设汉语课程，选修的人数达到 1.6 万人，已有 15 所法国大学开设中文专业（第 41 页）。

3. 北美洲：北美洲的孔子学院集中分布在美国、加拿大和墨西哥。美国拥有全球最多的 81 家孔子学院，这也许借助了美国的教育思想：让人可能多的人受到尽可能多的教育（第 54 页）。2006 年 5 月 25 日，全球第一家从事汉语网络汉语教学的孔子学院在密西根州大学成立（第 75 页）。中国第一家电视孔子学院“黄河电视孔子学院”于 2008 年 12 月 18 日开播，该台通过美国斯科拉卫星教育电视网、中国电视长城平台向每周试播，节目覆盖美国、加拿大和拉美地区，拥有注册学院 310 万人。

（六）孔子学院的影响模式和效果分析

孔子学院作为以汉语教学和传播中国教育文化的教育机构，并不是真正意义上的语言学校。与“The British Council”和“Alliance France”等历史悠久的外语

教学机构相比，更多的是作为中国文化面向全球文化传播的载体和文化展示的场所，进行的是一种“非强势文化”的跨文化传播活动。

美国文化学家爱德华·霍尔在《无声的语言》一书中，首次提出“跨文化传播”的概念，指来自不同文化体系的国家、组织及个人之间进行的信息传播与文化交流活动。并在人际传播、组织传播和国家传播三个层面对款文化传播的途径和意义进行阐述（第 47 页）。本文通过分析孔子学院的业务范围和传播方式，探讨汉语言文化全球传播的模式和特点。

表 2 孔子学院的汉语言文化推广模式

服务范围	传播模式
汉语教学	课堂、网络授课，出版教材、学术交流、汉语研究基地
教师培训	汉语国际教学硕士学位、教师交流、奖学金、国际汉语教师标准，种子教师，非英语语种外语培训
教师资格认证	汉语教学能力证书
汉语考试	商务汉语考试、中小学生汉语考试、新汉语水平考试
教育和文化咨询	《孔子学院》期刊、聘任顾问、提供支持 与协助
文化交流	中国文化展、汉语比赛、夏令营、文艺演出、全球理事会年会

资料来源：www.hanban.edu.cn 2014-06-30

1. 多级组织间的文化交流

汉语言文化国际推广中最大的难题是教师以第二外语教学。针对这一特点，孔子学院形成了以中国汉语教师为主，同时进行国外汉语教师培养的双向培养模式。国家汉办设立“汉语国际推广狮子非英语语种培训项目”，为教师提供小语种培训，设立奖学金，鼓励海外人士来中国学习，**并在2012年推出孔院核心教师计划**，解决小语种汉语推广师资不足的问题。目前中国有106所大学和18所中学接受留学申请。孔子学院还配合所在国家的需要，提供文化咨询和协助，针对需求开展商务、旅游、医学等专业汉语教学。联合当地民间团体和中国商社，开展文化交流活动，资助文化团体出访。让不同组织在交流中产生文化影响。孔子学院自身也通过创办刊物、出版教材、制作影视作品的方式，利用大众传播媒介提高影响力，形成以孔子学院为载体，多级组织共同运作的文化推广方式。

2. 营造文化环境

中国文化特有的“博大精深”是跨文化推广中的另一难题。人类学家 Edward.T.Hall 认为，中国文化属于“高语境”文化，在传播中更多依赖环境和非语言的交流（第74页）。在“低语境”文化中，例如美国，德国，人们多以口语来传递信息，直接而明确，而中国文化多以感悟的方式来传递和理解信息。针对这些特点，孔子学院通过写书法、过春节、联系武术等方式，再现文化场景，是学习者在文化体验的过程中加深对文化环境的了解。同时开展多项文化交流活动，以“汉语比赛”“夏令营”“中国历史文化展”“网络中国体验”等方式，营造出浓厚的中国文化氛围，让国外的学习者以近距离和“浸泡”的方式走进文化环境。

3. 注重和谐人际关系

西方文化强调果断，东方文化注重和谐一致（第102页）。为减少跨文化

交流中的文化冲突，孔子学院在文化推广中提倡和谐发展原则。不仅在名称上体现以儒家思想为主导价值观念，合作办学的模式也体现了尊重不同国家本土文化，促进人类文化和谐发展的目标定位。孔子学院在文化传播中，积极发挥人际关系的影响，在中国政府的支持下，委派官员定期出访，与当地政府建立友谊，提高孔子学院的社会地位，使孔子学院的文化交流具有外交性质。任命所在大学校长为孔子学院的外方院长，每年举办“孔子学院全球大会”和若干地区性会议。通过与所在国政府和大学的沟通，将人际关系作为一种交流的自觉性和灵活性发挥作用。

4.文化资源的整合与传播

作为中国特色的跨文化传播，孔子学院以中国大学为依托，以国外大学为基地的合作办学模式，整合双方大学现有资源。依据大学自身的特点和需要，设计相应的推广项目，将孔子学院作为大学对外学术交流与合作的重要组成部分，同时带动所在地区的国际交流。2009年北京师范大学文学院与美国俄克拉马大学孔子学院合作“中国文学海外传播工程”项目，推出“今日中国文学”英译丛书，同时在美国出版《今日中国文学》英文学术杂志。北京大学、浙江大学、福州大学等多所高校成立了青年汉语家研修基地、国际汉语推广中心和师资培训中心。武汉大学拥有与法国的广泛交流，通过该学校在法语教学上的优势，2006年6月与巴黎狄德罗大学合作创办法国第一所孔子学院，在此基础上，与2009年4月成立“汉语推广教学资源研发基地”目前已和法国、美国 and 韩国进行5个重要汉语推广项目的研发工作。“孔子学院”在资源整合上的创新，为中国高等教育国家化发展进行了积极的尝试。

(七) 对孔子学院热的理性思考

孔子学院创办5年的时间里，从最初宣传中国文化为初中，发展到今天

规模庞大的文化教育和传播机构，仍在摸索中的办学模式对可持续发展提出了挑战。孔子学院应在以下方面进一步探索：

1. 明确目标定位

对孔子学院来说，明确的定位是实现目标的保障，更是减少误解的关键。需要加强对海外众多孔子学院的管理和评估，明确发展目标和风险，控制发展速度，提高质量。目前孔子学院开展的短期语言培训项目在文化教育市场上属于粗放型的低附加值产品，对于提升国家的软实力、促进不同文明体系之间的了解和认同所发挥的作用十分有限。这种将语言教学和文化推广相结合的方式，容易造成目标混乱，阻碍长期发展。在扩张之后的稳步发展阶段，应遵循语言教学和文化推广的规律，有针对性的开展工作，改变目前这种边发展边摸索的现状，提高孔子学院自身的“软实力”。

2. 遵循教育规律

孔子学院所开展的多层次教学模式，在大范围产生社会影响的同时，师资和教材力量凸显薄弱，没有职业汉语教师队伍，在教材和教学方法的研发上投入不足，导致现在很多国家只能作为兴趣类和公益类的文化活动而开展，与所在国家的师资考核体系和课程准入制度有很大的差距。为了使孔子学院被各国教育体系认可并吸收为正规教育内容，需要与不同国家的教育标准为依据，在师资的培养和认证方面实行国际标准，以英国的 IELTS 考试和美国的 TOFEL 考试为借鉴，提高汉语水平考试的权威性，以语言评测的权威性带动文化推广。

3. 加强文化创新

由于汉语教学的起点较低，目前“孔子学院”的教学方法和教材的使用围绕基础汉语和日常生活展开，对中国文化的核心理念和传统文化思想的内涵涉

及较少。以文艺演出和举办文化展览的交流形式，只适用文化推广的初期阶段，对于西方国家长期以：武术、茶、中医等对中国文化的刻板印象并没有明显的改善，而**中国传统文化中精神部分的 和谐 善良 勤勉 体现不足**。应注重挖掘传统文化的内涵，开发出更多具有“中国符号”的文化产品，实现文化消费的多元化，并逐步形成有影响力的品牌。应借鉴美国在文化输出中的经验，以品牌带动文化发展，以文化传播推动文化产业的整体进步。

结语

著名的文化学者 Edwaed.W.Said 说过：“文化成为了一个舞台，各种政治的、意识形态的力量都在这个舞台上较量。文化不但不不是一个文雅平静的领地，它甚至可以成为一个战场，各种力量在上面亮相，互相角逐，中国对“软实力”的需求推动了孔子学院的发展，中国文化独特的魅力吸引了全球的关注。多所孔子学院如何营造出动态的国际文化传播环境，开展高水平文化交流与合作，让孔子学院成为中国思想、学术和教育交流的枢纽，是未来发展的目标。

REFERENCES

1. [美]约瑟夫·奈，吴晓辉、钱程译：《软实力：世界政坛成功之路》，东方出版社 2005 版，第 11 页。
2. [美]约瑟夫·奈，吴晓辉、钱程译：《软实力：世界政坛成功之路》，东方出版社 2005 版，第 11 页。
3. 胡锦涛：《高举中国特色社会主义伟大旗帜为夺取全面建设小康社会新胜利而奋斗——在中国共产党第十七次全国人民代表大会上的报告》，人民出版社 2009 年版，第 33-34 页。
4. [德]海德格尔：《海德格尔选集》，孙周兴选编，上海：上海三联书店，1996 年，第 981 页。

Стаття надійшла до редакції 13.01.2018