

当代汉语国际传播的有效途径研究

何干俊

(中南民族大学 文学与新闻传播学院,湖北 武汉 430074)

摘要:如何逐步拓展当代汉语国际传播途径,是进一步推动汉语国际化进程所需要认真探讨的问题。以当代汉语为对象,以多学科交叉为视角,结合汉语国际传播的相关实践,有针对性地提出了促进当代汉语国际传播的实施途径。

关键词:当代汉语;有效途径;语言传播

中图分类号:H0

文献标识码:A

文章编号:1672-433X(2018)05-0154-04

放眼全球,汉语国际传播的技术与理念已发生了巨大的变化。从长远看,当代汉语传播要真正超越原有的地域和空间靠什么?当然是靠有效途径。有鉴于此,笔者从客观事实出发,在对当代汉语国际传播的内涵及状况分析的基础上,主要探讨4方面的问题:一是当代汉语国际传播中需处理好的几个关系。二是西方语言对外传播的实效分析。三是影响当代汉语国际传播的主要因素。四是推进当代汉语国际传播的有效途径。

一、当代汉语国际传播中需处理好的几个关系

汉语在国际上的传播与其它语言的对外传播既有相似之处,又存在着不同于其它语言对外传播的显著特点。从当今汉语在国外传播所呈现出来的问题和困难来看,要想真正把汉语的国际传播落到实处,应该认真面对以下几个方面关系并加以妥善处理。

(一)激发汉语学习热情,处理好普及与提高的关系。

为推动当代汉语向更广大的人群传播,在普及与提高的关系上,必须立足以推进汉语的进一步普及为出发点,在普及中求提高,以提高带动普及。尤其在面临西方强势语言挑战的背景下,打破汉语学习费时费力的成见,明确大众化与普及化的发展方向,让多数的人愿意花费很多的精力和时间去学习汉语,这对加快汉语国际传播有着重要的现实意义。因为越来越多的人对掌握好汉语树立起信心,汉语学习的人数也将随之出现井喷式增长。

值得注意的是,普及汉语并不等于过分地强调

基础。要做到真正了解中华文化的魅力,能够运用汉语来从事贸易工作,仅仅懂得汉语的日常会话是远远不够的,还必须具备综合运用汉语的能力。也就是说,在普及汉语的基础上,还必须大力促进汉语水平的提高。只有这样,才能使汉语在全球范围内的传播得到良性循环发展,提高也才能得到可靠的保证。

(二)丰富汉语习得理论,处理好传者与受众的关系。

当代汉语的国际传播是在一定的社会关系和人际关系中进行,并不是通常所认为的只是语言的平面扩散。具有主观能动性和创造性思维的受众本身,构成了传播的主体,对信息拥有巨大的否决权和选择权,而传播目的最终要靠受众去实现,传播效果最终也是从受众身上体现出来。因此,为了实现汉语国际传播效果的最优化,就需要精心设计,不但要了解对外汉语教学的规律,更需要把受众放到首位,以受众需求为导向,注意受众的心理活动、学习动机,关注受众的生活节奏和个性特征。也就是说,所有汉语对外传播的活动都应该尽可能地围绕受众的想法和需求去组织安排,以满足受众的期待心理。

然而,从接受状况来看,当前汉语对外传播的信息无论在内容还是形式上均与海外受众的现实需求差距很大,造成这种现象的原因有几点:一是忽略研究受众的语言态度、语言情感、语言诉求,对他们的知识结构、年龄层次缺少可靠的数据分析。二是“三教”问题,即教师、教材、教学法问题日益突出,它们不是孤立存在的,而是互相纠结在一起,成为急

收稿日期:2018-01-11

作者简介:何干俊,男,中南民族大学副教授,主要研究汉语国际传播。

需突破的瓶颈。三是评估手段、课程模式尚不完善,有效资源开发不足,走自主内涵式发展道路面临许多困难。

“以受众为本位”的观念符合世界范围内传播观念发展的规律,在推动汉语国际化进程中发挥了独特的作用。如果缺乏对受众的认真分析就盲目地进行汉语传播,效果势必不会理想。因此,在当前激烈的语言竞争中,如何有效地吸引更多受众,如何尽量地满足最大多数受众的需求,如何向最大多数受众提供更多的信息,成为当今促进汉语对外传播向纵深发展的关键环节。

(三)促进异文化沟通,处理好文化传播与不同文化互动的关系。

当代汉语国际传播的过程,也是中华文化的传播过程。在全球化时代,传播中华文化不以取代或刻意排斥对象国文化为目的,更不以战争为文化传播通道,而必须在“和而不同”的原则下,怀着开放和包容性的态度,通过不同文化体系之间的和谐对话,寻求多元文化的良性互动。

中华文化走向世界并不只是简单的文化输出。“由于不同的文化底蕴、不同的文化环境以及不同的文化价值观,产生了许多不同的文化选择。”^[1]因此,从客观的立场出发,消除不同文化差异带来的负面效果和错误信息,把我们民族优秀的文化要素以更恰当的方式传播出去,将成为突破中华文化传播瓶颈的重中之重。

加强中西互动是非常必要的。西方国家在文化对外传播方面起步比较早,并且形成了一套较为完整的理论体系,值得我们借鉴。其经验主要有三个方面。

一是进行顶层设计,规划语言传播战略。不少西方国家将本国语言的全球化发展纳入到国家战略层面,鼓励本国语言走向国门,走向世界,以实现把本国文化传递到其他国家的内在认同目标。(1)制定语言传播政策。如英国于 1954 年出台了《德罗赫达报告》,该报告被认为是英国政府推动英语对外传播的国家政策,以此为标志,英语在全球范围内的推广被正式列入英国文化战略和外交战略的整体框架之中。(2)设立语言推广机构。如创建于 1883 年的法语联盟,是受到法国外交部资助的推动法语对外传播的运作机构,亦被视为法语推广政策的重要执行者。经过百余年的发展,如今已在包括几乎所有非洲国家在内的 138 个国家和地区建立了 1140 多个培训机构,成为当今世界上知名度极高、影响力

极大的教育品牌。(3)开发语言测试。如英国、德国、西班牙分别有 IELTS、DSH、DELE,而美国、法国则分别有 TOEFL 和 TCF。这些国际语言测试,以突出交际性、实用性为特色,被视为促使国外不同领域、不同肤色、不同信仰的受试者融入目的语国家文化的强有力工具。(4)尊重语言多样性。如被视为“单语制国家”^[2]的法国,为了使法语在全球范围内的推广能真正走向成功,从法律和制度上采取积极措施,其中包括对欧盟新成员国官员进行免费的法语培训。但作为欧盟创始国之一,法国也同样在全世界倡导多语制,改变了第二次世界大战以前所推崇的独尊法语的策略。

二是资助体系完善,语言传播推动力强。一些西方国家尽管社会环境各不相同,但在以提供经济资助来推动本国语言向全球传播方面,却表现出高度的一致性,其多种渠道的融资格局被视为筹集语言对外传播所需经费的经典模式,包括政府拨款,企业与社会团体捐献、大学赞助等。

三是依靠现代信息技术,语言传播手段高效。进入网络时代以来,西方一些发达国家将语言对外传播与以互联网为代表的“第四媒介”有机地结合起来,从而使本国语言在世界范围内的传播场域发生了质的转变。(1)开发网站。以美国为例,它通过依靠对数字化工具的使用,提高英语网站的社会化程度,把呈现形式更为丰富的英语的触角伸向了世界各个角落。这种超越时空的传播方式和传播体验,辅之以网络的超链接和互动技术,增强了受众对英语的理解和感受能力,使英语得到了更快地传播。(2)丰富网上资源。如仅占世界总人口 1% 的法国,十分重视运用数字化工具进行法语资源开发,将法语词典搬到了网上,并对音视文本进行精准投放和推送。这些经过不断充实和完善的资源,内容精当,覆盖面广,与时俱进,既有实效性又有针对性,对网站功能的发挥起到了积极的推动作用。(3)发展远程教育。在美国怀俄明州,有 350 多位全部经过政府教育资质认证的专职英语教师,以及 700 多名经过认证的兼职英语教师,通过网络平台开发出出色的英语对外教学课程。这种在信息技术发展驱动下面向境外的远程教育,不但支持从任何顺序开始进行学习,而且辐射面广,成本低,有效解决了师资短缺、受众分散的问题,为那些有意但不可能到母语国接受语言教育的人们提供了学习平台和机会。

二、影响当代汉语国际传播的主要因素

当代汉语的对外传播并非只是一个纯粹的自然

过程,而是显示出复杂的轨迹。考察当代汉语对外传播的发展进程,分析其在世界范围内的传播状况,发现蕴藏在传播途径背后的内在推动力量很多,其中最值得关注的来源于以下三个方面。

(一)接受主体的族群背景差异。

作为汉语对外传播的终端,海外汉语受众呈现出年龄、行业、知识水平、经济地位等方面的变化,其中值得高度关注的是划分为华裔和非华裔两大不同的群体。这两类群体不仅在汉语学习动机、学习策略等方面存在着差异,而且感受到的文化冲突以及与媒介的接触频率也迥然不同。

对于华裔群体来说,汉语听力理解和口语表达能力通常较强,语码间的转换较为适应;容易理解和接受汉语文化现象,认为汉语学习有助于文化的传承和发展;汉语学习动机和态度主要来自于家庭环境和父母长辈的影响,而不是更多的源自语言的工具性;喜欢跟认识的同学一起学习汉语,使用汉语的频繁程度较高。从整体状况上来看,华裔群体汉语进步更快,学习效果也普遍优于非华裔群体。

语言的归属感和认同感,既是一种凝结族群的现象,也是一种寻根意义上的文化传承。华裔群体在汉语学习上的主动“回归”,以及通过汉语学习所表现出来的情感上的亲近,既体现了一种文化心理上的趋同行为,也体现了对汉语所承载的文化价值的重视。

(二)传播区域的分化差异。

从世界范围来看,由于不同国家乃至同一国家不同地区的文化深层结构、教育体制、生活方式、民族构成以及对语言传播所持有的态度大相径庭,不同区域汉语对外传播活动的速度和难易程度等不可能完全一样。如来自“汉字文化圈”的日本和韩国的汉语学习者,在汉字识别方面更能分析汉字形、音、义之间的联系,而不会像其它文化圈的学习者那样,认为汉字的笔画和部件难以理解。

因此,如何根据特定区域采取灵活的方式,制定面向国别性、地区性的传播策略,已经成为进一步推动汉语国际传播所迫切需要解决的问题。也就是在这个意义上,李宇明先生指出:要“研究不同区域汉语传播的特点,制定各个区域的汉语传播方略,研制适于不同区域的教学规范及考试标准,编写适应不同区域的教材,建立合适的汉语传播机构等等。”^[3]

(三)教育资源的分布差异。

汉语国际教育资源分布的数量和质量,与汉语对外传播存在着正相关的均衡关系。近年来,在孔

子学院迅速发展的同时,孔子学院空间分布严重不均的格局也凸显出来。北美和欧洲发达国家的孔子学院在布局方面最为集中,不仅建立数量多,而且发展速度快、受关注程度也较高。而在一些欠发达国家和偏僻地区,孔子学院则较为稀缺,没有呈现出“井喷”式地增长。如巴西和印尼是上亿人口的大国,但孔子学院均不到十所。

因此,切实解决好汉语国际教育资源分布与实际需求的偏差,从宏观上整合教育资源配置,注重相互协调发展、相互促进,已经成为进一步提升汉语国际教育质量、促进汉语加快走向世界的关键。

三、加快当代汉语国际传播的有效途径

全球范围内汉语的传播是一个动态的生成系统,是在成功的中国经济的驱动下由诸多合力综合作用的结果。因此,为了提高汉语国际传播成效,就必须充分利用有利条件,努力探索出一条具有自身特色、顺应形势发展客观要求的和平传播之路。具体来说,主要从以下三个方面入手。

(一)努力创造条件,助推汉语进入国民教育体系。

汉语国际传播不仅仅是指由对象国的社会团体或个别人,为满足具有某种特定需求的人群而举办的短期汉语培训活动。这种依靠民间力量而实施的校外汉语教育,尽管一定程度上促进了专门用途汉语的训练与普及,但不可能从更高层面上推动汉语传播向纵深发展。通过加强国家政府间的交流与合作,推动官员高层互访,进而促使汉语逐步融入对象国的国民教育体系,对于提高汉语的社会认同度,以及实现全方位、多层次的主流化传播,有着重要意义。

在基础教育方面,重视学前汉语教学,推动汉语纳入到中小学教学体系中;在高等教育方面,鼓励普通高校开设面向汉语的专科、本科和研究生等不同类型的学分课程,对符合条件者授予相应层次的学位;对暂时没有条件开办汉语专业的高校,则能够把汉语作为公共选修课程来开设,或者经常性地举行汉语讲座和研讨。

除此之外,在学校汉语教学的课程设置、评估方式、发展方向,以及实践平台、师资队伍、教材建设等方面,也应该适合当地的实际情况,取得对象国的理解、支持,以便使制定出的方案或标准既能顺应对象国的外语教学理念、教育传统、教育制度,又能体现出汉语对外传播的特点。

(二)借助新兴传播媒介,构筑立体化的交互

平台。

在迅猛发展的互联网时代,媒介和汉语国际传播之间的关系开始重构。与口传身授的人际传播相比,作为开放的、社会化的、电子对话式的传播形态,崛起中的新媒介在促使汉语实现对外科学传播、精准传播的同时,还拓展了汉语对外传播的内涵和外延,改变了受众接触和聆听汉语的方式。

比如创建于2009年的“汉语阶梯网”,是由中山大学国际汉语学院所承办的汉语言文化推广网站。该网站以“互动体验,情景教学”理念为引领,设有语音、汉字、文化等五大板块,通过生动的视频、优质的音频、高清的图片和简洁的文字说明相搭配的方式,为任何一位零起点母语为非汉语受众提供丰富的汉语学习资源和文化信息,对促进中外文化的交汇融合、提高受众群的汉语学习兴趣起到了积极的作用。

新媒介与汉语国际传播可以进行多方位、多渠道地有效融合,具体体现在发挥传播方式的整体作用,开办网络汉语对外传播平台,使汉语信息的传播更为直接、真实;依托网络技术的发展,以手机为物质载体,通过手机接受客户端,使汉语对外传播变得更加智能;运用多种手段,注重动画制作,使受众在客观背景下获得强烈的现场感。

新媒介强势介入汉语国际传播,并不是要否定传统的线型传播流程,更不意味着传统媒介的消亡,而是要统一规划,在数字化技术的推动下,通过整合来促进不同类型媒介的协同发展,从而使汉语对外传播能更好地服务于受众,并得到受众的认可接受。

(三)开展丰富多彩的文化交流活动,创造良好的汉语传播氛围。

作为强国战略的重要组成部分,汉语言及中国文化的国际传播相依相伴、互相牵引。因此,为了提

升汉语传播效力,就必须疏通传播渠道,构建一个有层级无边界的语言文化活动体系,自觉利用中国文化的特殊魅力来推动汉语传播到世界各地。如果过分注重汉语结构的传授或者“填鸭式”的课堂教学,忽略了通过文化传播来促进汉语文化层面的学习,就不能获得理想的汉语国际传播效果。

比如由中央音乐学院主办的“孔子学院国际音乐夏令营”中华优秀音乐文化传播活动,自2014年举办以来,受到了美国、加拿大、匈牙利等国众多音乐爱好者的青睐和追捧。此项活动以音乐作为主题和沟通桥梁,通过音乐会、专题讲座、名家工作坊、中国歌曲演唱、中国民乐演奏展示等丰富多彩的形式,主动向世界多方位、多维度地展示中国音乐文化。更多的海外人士也利用“孔子学院国际音乐夏令营”这个平台倾听了来自中国的声音,加深了对丰富与美妙的中国音乐文化的了解和体验。

除了“请进来”之外,在世界多元化的文化背景下,还可走出国门举办更为灵活多样地介绍中国文化的活动,其具体形式主要表现为:组织艺术家和参演团队去对象国进行巡回演出,将中国的价值观念、思维方式和文化理念推介到世界各地;以有关中国文化为主题,开设专门的系列讲座,介绍武术、书法、中医、民间音乐、民族舞蹈、地方戏曲等;打造文化品牌,挖掘传统节日的形式和内涵,重构与创新节日文化,使具有中国传统文化韵味的春节、中秋节等成为连接世界各国人民的文化纽带。

通过开展这样一些传播中华文化的活动,既能展示中华文化的精神、亲和力和审美情趣,让受众直接接触到多维立体的中华文化,又能营造良好的汉语学习氛围,使他们在潜移默化中提升汉语水平,而且对于发挥中华文化跨越国界、超越时空的影响力,也将起到积极的作用。

参考文献:

- [1] 吴健.东方价值:世界文化共享[J].理论导刊,2004(1).
[2] B.斯波斯基.语言政策——社会语言学中的重要论题[M].张治国,译.北京:商务印书馆,2011:66.

- [3] 李宇明.明了各国国情,顺利传播汉语[J].世界汉语教学,2007(3).

(责任编辑 王 平)