

国际中文教育背景下中华文化国际传播定位

段建顺

(四川大学文学与新闻学院 四川 成都 610225)

[摘要]语言与文化是相辅相成的,语言是文化的一部分,而文化又依赖于语言进行传播,语言是文化最有效的承载工具。而文化又无所不包,涵盖各个方面,在中文国际教育背景,语言与文化的关系是怎么样的?应该传播那一些文化?这些问题都有赖于机构的定位与学生的目标。

[关键词]文化;传播;传播方式

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.08.1053

一、引言

文化传播,又称为文化扩散,指的是从一个地区传到另一个地区,或者从一个群体传到另一个群体。从这个定义来看,中华文化国际传播指的就是将中华文化传到中国以外的地区,中国人以外的群体。中国作为一个大国,中华文明作为一个历史最悠久的文明之一,中国文化被传播到其他地区、其他群体是一个自然而然的过程。现在,语言合作中心(前汉办)正在通过合作办学的方式,在世界各国开设孔子学院,孔子学堂满足各国人民学习汉语的需求;中国的大学也在走向国际化,越来越多的学生来中国留学;同时各种线上、线下中文培训公司也逐渐兴起。这些都说明中文正在为越来越多的人学习。而语言与文化是密不可分的,在教授语言的过程中,必然涉及该语言对应的文化。因此在进行中文教授的过程中,必然要进行中华文化的传播。不管是有意识的传播还是无意识的传播。我们需要的一个问题就是,在国际中文教育背景下的中华文化传播需要传播哪些文化。

二、文化定义

现代汉语词典对于“文化”一词的解释为:人类在社会历史发展过程中所创造的物质和精神财富的总和。持这一观点的学者,如于靖(1987)《文化概念研究》,将文化划分为三个层次。第一层次是物质文化,这一层次包括人类创造的各种有形的物质。第二个层次主要是各种规则制度等,包括政治经济制度,法律,人际关系,习惯行为等。第三个层次是心理层次,包括思维方、价值观念、道德情操、宗教信仰等。^[1]《国际汉语教师标准》的模块二:文化与交际中,对教师应掌握的中国文化做了如下五个细分:1.中国历史文化基本知识。2.中国主要哲学思想与宗教文化的基本知识。3.中国文学与艺术的基本知识。4.中国民俗文化的基本知识。5.中国国情的基本知识。《国际汉语教师标准》中这五个细分的文化板块是我们传播中华文化的几个方面,并且几乎涵盖了有关文化定义的全部三个层次。

三、现有中华文化国际传播方式

郑金洲在《教育文化学》将文化传播定义为:人类文化由文化源地向外辐射传播或由一个社会群体向另一群体的散布过程,可分为直接传播和间接传播。前者通常由具备文化的人们通过商队、军队等途径直接传播某种精神或物质方面的文化内容,如新的农艺技术和发明创造等;后者表现出一种比较复杂的文化扩散营力,主要指某一社会群体借用外来文化特征中的原理,进行文明创造活动的一种刺激传播。^[2]高增霞认为中华文化传播是一个客观进程,是中国走向世界的必然结果。同时中华文化传播也是一个自为的进程,即自觉地推广的过程。^[3]我们以下所说的中华文化传播指的是自觉地推广的过程。

目前中华文化传播方式按传播主体的性质可以分为两大类:官方传播和非官方传播。

官方传播方式:

A. 媒体传播。媒体传播通常包括电视,广播,报纸以及各种新媒体。广播电视比较有代表性的比如目前中央电

台的国际频道CGTN,这类传播方式的优点是:可传播的文化种类比较多,涵盖内容广泛,并且可全时段传播。而缺点就是:由于各种原因,官方媒体在国外观众当中的可信度、权威性比较低。报纸比较有代表性的有中国日报、人民日报英文版等,这类传播方式的优点是:内容实时更新,具有时效性,有利于国外受众了解当下中国正在发生什么,了解中国时下的文化。而缺点就是:因为这个报纸行业都受到新兴媒体的冲击,报纸受众在逐渐减少,而且年轻一代看报纸的人数更是偏低。官方各机构开设的社交媒体账号,比如中国驻各国大使馆在当地所开始的社交媒体账号,又比如最近为大家熟知的外交部发言人以个人名义开始的社交媒体账号。这类传播方式的优点是:与时俱进,利用科技力量为文化传播事业做贡献。缺点是:社交媒体掌握在某些私人公司手中,会存在被限流的情况。

B. 举办、参与国际性活动会议或论坛,比如2008年的奥运会,2010年的世博会向世界展现了一个全新的中国。在2017年的达沃斯会议习主席的讲话就很好的传播了中华文化。一带一路高峰论坛,极为有效的向世界传递了中国的合作理念,阐释了中国的政策方针。这类传播的方式优点就是:可以比较全面的展示中华文化,让国外民众亲身体验、感受中国文化的各个方面。

C. 教育,比如接受海外留学,交换生项目,孔子学院等。教育算是比较高效的传播方式,能够留学或者参加交换生项目等的学生,大部分属于当地社会的高知分子,这些人回国后,讲述中国的亲身经历和文化,可信度高,能够比较实在的影响当地人。同时因为这些人当地社群有比较大的影响,他们能将在中国学到的知识、理念,用于帮助当地社会的发展,在这个过程中就自然而然地将中国的文化传播到了当地,可以说是一个双赢的结果。

非官方传播机构:

A. 各种民间文化艺术协会,比如中国人民对外文化协会。这些协会通过文化交流的形成,既引进外国文化,又传播中国文化,同时在交流的过程中,碰撞出新的火花。

B. 营利性的国际文化传播公司,教育公司以及旅游公司。这些公司虽然以盈利为目的,但是为了能够给公司带来效益,这些公司必然以具有特色的文化产品传播给客户。

C. 私人博主。比较具有代表性中国的就是李子柒,她的视频最大的特点之一就是全程几乎没有语言。比较具有代表性的国外博主有郭杰瑞,曹操等。这类传播就是陆俭明老师提到的比较理想的中华文化传播方式——外国学者学好中文后向自己所在国家传播中华文化。

国际中文教育背景下中华文化国际传播属于教育传播中的一个小的分支,应有自己的定位,传播内容,传播方式都应有自己的目标。

现在我们看看孔子学院官方网站对孔子学院的定位。

“孔子学院是中外合作建立的非营利性教育机构,致力于适应世界各国(地区)人民对汉语学习的需要,增进世界各国(地区)人民对中国语言文化的了解,加强中国与世界各

国教育文化交流合作，……促进世界多元文化发展……。孔子学院开展汉语教学和中外教育、文化等方面的交流与合作。所提供的服务包括：开展汉语教学……提供中国教育、文化等信息咨询；开展中外语言文化交流活动。各地孔子学院充分利用自身优势，开展丰富多彩的教学和文化活动，逐步形成了各具特色的办学模式，成为各国学习汉语语言文化、了解当代中国的重要场所，受到当地社会各界的热烈欢迎。”^[4]从这一段我们可以看出孔子学院有以下两个定位：汉语教育，文化传播与交流。语言教学与文化之间的关系究竟应该是怎样的，目前学界还没有一致看法。比如，陆俭明（2015）在《汉语国际教育与中华文化国际传播》中讨论了汉语国际教育的核心任务，文化教学在汉语教学中应占有什么地位等问题。他认为汉语国际教育的核心认为是汉语言文字教学。中华文化的有效传播是非常重要的一个方面，最有效的方式之一是，由学好汉语的外国学者来向他们自己国家的人民来介绍中国文化。^[5]刘纪新（2014）在《在语言学桎梏中的汉语国际推广事业》中认为目前汉语国际教育推广事业中重语言，轻文化的现状亟待改变。他认为需要在学科建设中多注重文化，在志愿者和教师选拔中加大文化比重，在科研中更多的注重文化方面的研究。^[6]我认同陆简明老师的汉语国际教育事业应以教授汉语言文字为根本任务。语言教学涵盖了听说读写四个基本技能，而熟练的掌握好这四个技能都与语言对应的文化密不可分。因此文化只是语言教学中的一部分，在语言教学的背景下，文化是为语言服务的，是为了使学习者能够顺利进行交际而选择性的对文化进行教学。

四、中文国际教育背景下中华文化国际传播方式

（一）专门开设文化课

这类文化课涵盖文化的各个方面，比如中国概况，少数民族文化等。所教授学生的汉语水平各个阶段的都有。对初级、中级学生的文化教学主要采用的是英语。个人认为英文讲授汉语文化的这种方式有助于学生了解中国文化，但是效果不佳，学生了解的知识一些文化事实，对背后的逻辑、思想却是知之甚少，而且用英语讲授中国文化违背了用汉语去承载中华文化的原则，这在某些方面来说是在传播英语而不是汉语。对于高级水平的学生，专门的文化课有利于学生更进一步的了解承载汉语的中华文化，同时有利于促进汉语的表达与交流。因此，这种专门开设的文化课，在中高级阶段开始教授专门的文化是一种更为合适。

（二）在汉语教学过程中穿插文化

在教学过程中遇到某个语言点、汉字、主题涉及了中国特有的文化对该部分使用汉语、学生母语或英语进行解释。或是在某个节日，讲解有关节日的文化。这类文化教学与语言教学紧密相关，文化和语言相辅相成。缺点是文化的学习零散、不系统。这种文化传播方式非常适合在入门、初级的学生，一方面可以提高他们学习汉语的兴趣，为进一步的文化学习打下基础。另一方面也可以一定程度上了解中国文化。

（三）文化体验

这类文化传播方式轻理论就，重体验。比较常见的茶文化体验包含了采茶、炒茶、泡茶、品茶各个过程。这类文化有助于亲身感受，有助于提高外国人对中国文化的理解，但相对课堂教学来说更加复杂，对老师的要求更高。这类文化传播方式在适合各个阶段的学生。对于初级水平的学生，可以激发他们对中国文化的热爱；对于中级阶段的学生，能够加深对文化的理解；对于高级阶段的学生，能够使他们更加明白文化现象背后的思想。

五、针对三类学生的中华文化传播

根据学生所在教学机构不同将学习者分为三类：孔子学院学生；中国国内的海外留学生；在私人语言培训机构里的

学生。按学生所属教学机构进行分类是站在文化传播方（供给）的角度，以上三类学生各自所属的机构有自己不同的定位，学生构成也有自己的特点。

（一）针对孔子学院学生的中华文化传播

目标：满足海外学习者汉语学习需要。让世界各国人民了解中国语言文化。

加强中国与世界各国教育文化交流合作。

学生特点：同一个孔子学院（学堂）的学生通常都来自同一个国家，有相同的文化背景，讲同一种母语，并且都对对中国、对汉语有一定兴趣，但是接触中国信息的渠道有限，甚至有一些刻板印象。学生以中小学生的为主，同时也有一部分大学生和一部分已经参加了工作的人。学生学习的目标主要是完成学校的课程，参加了工作的人目标比较分散，最典型的一类目标是汉语学习与工作内容或未来工作机会挂钩，这类通常是要通过考试。

文化传播定位：综合孔子学院的目标和学生的特点，文化传播的目标应该有以下两个：通过文化学习和体验使学生对中国文化，对汉语的兴趣更加浓厚，喜欢上中国文化。增加学习者了解中国信息的渠道，从一定程度上消除以前的刻板印象。因此可以开设专门的文化课，学生汉语水平不高的情况下，用学生母语上文化课也是非常必要的。中国传统节日也是很好传播中国文化的契机。

（二）针对到中国的留学生的中华文化传播

目标：教授汉语满足生活、专业学习需要。专业知识的教学。

学生特点：学生通常来自不同国家，拥有不同的文化背景，母语也不同，可能都会讲一定的英语。来中国留学有的是学习语言，有的是为了拿到专业学位。学生来中国很可能会遭遇文化不适应，经受文化冲突。

文化传播定位：对这类学生文化教学的目标主要是帮助学生了解中国人的行为习惯，认识文化差异，避免文化休克，遵守中国的社会规则，尽快适应在中国的生活。因此教学内容应偏向陆俭明老师所说的饮食文化、习俗文化、体态文化等。并且在易引起误会的地方重点解释。

（三）针对语言培训机构的学生的中华文化传播

目标：满足学生的个性化需求。续费和转介绍。

学生特点：学生学习的目标多种多样，需求因人而异，流动性大，学生占据主动地位。

文化传播定位：对这类学生文化教学的目标是满足学生的个性化需求。因此文化课的形式更多是根据课堂内容及学生提问，老师迅速解答，这对老师提出更大挑战，不仅需要讲知识性的东西，很多时候还需要给出自己的解释和看法，并与学生探讨文化差异。

六、结语

中文国际教育背景下的中华文化国际传播定位取决于教学机构自身的目标定位以及学生特点与需求。

参考文献

- [1] 于靖. 文化概念研究[J]. 哲学动态, 1987(07): 11-14.
- [2] 郑金洲. 教育文化学[M]. 北京市海淀区: 人民教育出版社, 2000.
- [3] 高增霞. 中国国势盛衰与汉语国际化进程[J]. 商丘师范学院学报, 2008(01): 73-76.
- [4] 陆俭明. 汉语国际教育与中国文化国际传播[J]. 同济大学学报(社会科学版), 2015(02): 79-84.
- [5] 刘纪新. 在语言学桎梏中的汉语国际推广事业[J]. 理论月刊, 2014(06): 81-84.

作者简介:

段建顺(1991—), 男, 四川内江人, 四川大学文学与新闻学院硕士研究生, 研究方向: 汉语国际传播。