



## 孔子学院的改善途径\*

戴蓉<sup>1</sup>

### 摘要

在整体战略方面，孔子学院应该提高战略高度，整合海外语言文化推广力量，在全球范围内合理布局，构建文化交流平台。在具体的举措上，应该考虑积极引进市场竞争机制，鼓励各方面力量参与建设；开辟培养汉语教师的新途径；与时俱进地利用高科技来传播汉语和中国文化；加强对孔子学院的管理，对国内合作高校的选择和对国外承办方的监督、评估和契约建设。在相关研究方面，应设立专门的研究机构，开展语言文化推广调查和国别及受众心理研究。

**关键词：**孔子学院、制度建设、专门研究

### 前言

2004年11月21日，中国海外第一所孔子学院在韩国首尔成立，由中国教育部部长周济亲自挂牌。2004年11月，中美在美国马里兰大学签署协议，双方共同建设美国第一所孔子学院——马里兰大学孔子学院。2005年2月，欧洲首个孔子学院——斯德哥尔摩孔子学院在瑞典斯德哥尔摩大学成立。截至2009年11月，全球已建立282所孔子学院和272个孔子课堂，共计554所，分布在88个国家（地区）。其中，亚洲27国70所，非洲15国21所，欧洲29国94所，美洲11国87所，大洋洲2国10所。孔子课堂设在28国（缅甸、马里、巴哈马、突尼斯只有孔子课堂，没有孔子学院）共272个，其中，亚洲10国27个，非洲4国4个，欧洲7国34个，美洲6国205个，大洋洲1国2个。孔子学院遍地开花飞速发展，并得到了国际舆论的多方面肯定。《纽约时报》

2006年1月11日刊登了题为《中国的又一热门出口品：汉语》的评论，引用专家的话说：“中国当局正在利用汉语文化来创建一个更加温暖和更加积极的中国形象。”2006年3月，美国《新闻周刊》将孔子作为封面，指出中国正在向世界推崇古代先哲提出的“和合”思想。<sup>2</sup>《华尔街日报》2006年9月1日发表的《汉语推广热全球》一文指出，“中国政府的汉语推广战略的高明之处在于：推广教育和语言有助于加深外部世界对国家的了解，是扩大一国影响力的最有效途径；战舰能让别国人民暂时臣服，而让他们理解你的语言却能使大家成为朋友。这个主意真的很高明！”英国《经济学家》杂志评论指出“孔子学院的意义犹如法语联盟、德国的歌德学院和英国文化协会。孔子学院发展迅猛，其他任何一个国际机构都不曾取得如此辉煌的成绩。”德语区汉语教学协进会会长柯彼得说：“孔子学院的发展令人欣喜。使外国汉学家们一生的梦想变成了现实。”<sup>3</sup>中国教育部

部长周济指出：“孔子学院已经获得国际社会广泛认可，不仅将它作为学习汉语的场所，而且把它作为近距离了解当代中国信息的窗口，作为与中国进行教育、文化、经济、贸易等交流合作的平台”。<sup>4</sup>孔子学院作为中国代表性的语言文化推广机构，从诞生之初就吸引了全球的目光并获得了初步的认可和好评。

汉语和中国文化的传播具有独特的优势，而目前海外多数孔子学院采取的总部与申办方合作的模式实现了中外教育资源的整合、优化配置和扩张，具有明显的优势，再加上强大的官方背景和良好的营利预期，孔子学院可谓潜力巨大。然而，随着孔子学院的发展壮大，面临的挑战也日益增多，其中有来自国际社会的“中国威胁论”，也有中国软实力欠缺的问题和孔子学院自身的风险和弊端，孔子学院的可持续发展仍需要多方面的努力。孔子学院的优化改进途径可归结为以下几个方面：

## I. 孔子学院的整体战略

孔子学院是中国代表性的语言文化推广机构，孔子学院的成立和运行，正好是推行中国和平发展战略，整合中国语言文化推广力量，构建全方位文化交流平台的大好时机。

### 1. 提高战略高度

研究西方发达国家语言文化推广的成功经验，可以发现这些国家都把本民族语言文化的推广纳入国家的整体战略。而在中国，语言文化推广并未与经济高速发展、国际地位大幅提升的步伐相适应。中国汉语国际推广领导小组办公室（简称“汉办”）主任许琳曾经指出汉语国际推广的战略地位不够明确，“没有被提到应有的战略高度，没有成为国家外交和外宣工作的有机组成部分，也没有作为‘走出去’战略的重要内容进行总体规划与实施”。<sup>5</sup>中国走的是和平发展的道路，和平发展的一个重要内容就是扩大中国的软实力，充分利用中国悠久的历史和文化资源，向世界展示中国文化的智慧和

魅力。毋庸置疑，汉语和中国文化的推广是扩大中国软实力的一个有效途径。孔子学院是中国代表性的语言文化推广机构，如何从国家的战略高度来看待孔子学院的成立和发展，扶持孔子学院，加大投入，使孔子学院服务于国家现阶段的整体外交政策及利益诉求，就成了新形势下国家发展的重要课题。

追溯发达国家的语言文化推广历史，不难发现其语言文化推广与殖民地的历史紧密相连。例如英语得以推广的根本动因是英国早期的海外扩张政策。英国作为早期的殖民国家对英语的推广有着得天独厚的优势，殖民扩张成为其推广英语和传播英国文化的重要途径。英语的早期扩张和英语在国际上已有的地位为当时英国文化委员会的成立和之后的良好运行奠定了基础。西方强势语言文化的推广，从某种意义上来说，对世界语言文化生态的恶化负有责任。中国主张和平发展，为世界的文化多样性作贡献，因此无法认同和借鉴殖民主义式的语言文化推广。孔子学院的发展必须站在国家战略的高度，积极发挥以“和而不同”为主要价值取向的传统文化的优势，并添加新时代的活力与内涵，不断提升中国的软实力，增强中国的国际影响力和竞争力。也唯有如此，才能消除国际社会对中国“文化扩张”和“中国威胁论”的疑虑和恐惧。

### 2. 整合语言文化力量

中国的语言文化推广已经有50多年的历史，但是一直有推广机构分工不明确，职能不清晰的问题存在。教育部、国家汉办、侨办、文化部等部委在汉语和中国文化的推广工作存在相互重叠的部分，使得在实际的推广过程中，往往出现各部委资源浪费、职权不清的现象，出现问题难以有效地协调和落实责任，这无疑大大增加了语言文化的推广成本。因此，在组织体系上，应由一个国家主管部门统一制定发展规划，整合海外语言文化推广力量，避免功能重叠，在国家统一的语言文化推广政策的指引下，建立起以孔子学院为主，分工明确、各

有侧重、互相协调的语言文化推广体系。

### 3. 精心布局孔子学院

孔子学院是中国软实力战略发展的一部分，因此孔子学院应该围绕着国家的和平发展这个总的战略布局，在全球合理布局。为国家在全球的发展服务，为国家在全球的利益服务，这是布局孔子学院的基本出发点。在实际设立孔子学院的问题上，必须更多地从国家的整体安排和国家的实际发展需要，而不能仅将对方的需求作为设立孔子学院的主要动因。了解国家在全球的战略，才能更好地发展孔子学院的软实力作用。从初期的高速发展到精心布局，这是孔子学院发展的必由之路。

### 4. 构建文化交流平台

目前很多合作办学的孔子学院，从形式上看只是外国大学中汉学系或者中文系的一个部分，但孔子学院不是单纯的语言学校，而是代表中国的语言文化推广机构。孔子学院以汉语推广入手，但孔子学院肩负的重任决不止教授汉语这么简单，按照斯德哥尔摩孔子学院理事长，复旦大学国际文化交流学院院长朱永生教授的话来说，孔子学院是一座“加深中国与外国相互理解和沟通的文化驿站和桥梁。”<sup>6</sup>文化的传播和交流必须占有较大比重，才能发挥其战略作用。歌德学院最初也是个语言学校，但从20世纪50年代开始，这种情况就发生了改变。歌德学院成了一个真正的文化交流中心，全部活动三分之一是教语言，三分之一是提供关于德国的资料，三分之一是文化交流。<sup>7</sup>法国也十分注重法语的国际传播，但从20世纪80年代以来，法国一改过去偏重语言教学的做法，把重点转移到科技合作交流上面。“因为在文化与科学结合的智力时代，只有国际科技合作才能在竞争中不致被淘汰。与此同时法国还注重在海外培养文化亲信，以此寻求外国人对自已的了解”。<sup>8</sup>目前，孔子学院初期的工作重心无疑是在语言推广上，但长远目标仍是中国文化的传播。

文化传播既然是孔子学院的重要使命，那么孔子学院在实际的推广过程中应该介绍哪些文化内容，如何介绍？一是传统和现代的问题，中国要向世界全方位展示优秀的历史文化与当代文化成果——既要挖掘传统文化的生命力，也要介绍现代文明的繁荣与创新。传统文化的介绍包括名胜古迹、习俗礼仪、审美观念、传统节日等等。介绍传统是为了让受众更准确地理解现代，这是一个重要的立足点。而世界关注中国，希望更多地了解中国，当然有其现实的考虑，因此现代的中国也是必须要向世界展示的内容，孔子学院要反映中国的繁荣与进步，向世界展示一个发展、开放、传统文化和现代文明并存的全新的中国。要走汇集传统文化和现代文明之路，题材丰富、技法创新、风格新颖、内涵深刻的当代优秀文艺作品，电影、舞蹈、音乐、体育、服饰文化等都可以作为传播的内容。这一点，韩国文化产业的成功经验值得借鉴。韩国在国家文化发展中明确提出将传统文化产业化发展作为重要战略，在“文化立国”的国策中，挖掘出了传统文化的精髓，并把传统的文化背景融入到现代生活中，掀起了具有韩国特色的“韩流”风潮。二是局部和整体的问题，中华文化以汉民族文化为主体，同时又包含50多个少数民族的文化。尽可能地选择不同时间、空间跨度，不同民族之间的文化现象进行介绍，尽量减少受众对中国文化的偏见和误解。三是文化心理处理的问题，既要避免民族虚无主义，也要避免文化沙文主义，将客观的文化内容以一种合适的角度进行阐释才是合理的选择。

## II. 孔子学院的具体举措

在具体建设孔子学院的实践中，应该考虑积极引进市场竞争机制，鼓励各方面力量参与建设；开辟培养汉语教师的新途径；与时俱进地利用高科技来传播汉语和中国文化；加强对孔子学院的管理，主要是对国内合作高校的选

择和对国外承办方的监督、评估和契约建设。

### 1. 积极引进市场竞争机制，鼓励各方面力量参与建设

许琳曾指出，语言文化的国际推广不是单纯的教育，语言文化在国际推广的时候就是一种产品，应该以产业来运作，这样才有出路。例如，对外汉语教材的编写就可以引进市场竞争机制，实行招投标制度，力图提高编写的质量和效益，在发行上则采取打通海外出版发行渠道，鼓励国内出版机构与外国知名出版公司联手开拓海外市场，建立海外教材销售代理人网络的做法。另外，还可以采取有效措施，吸引国内外企业、社会机构积极参与汉语国际推广网站的建设，通过国际招投标方式，委托国内外著名企业或机构承担重点网站、重大项目的开发。<sup>9</sup>

### 2. 开辟培养汉语教师的新途径

在克服师资短缺的问题上，除了加快培养一大批优秀的专职对外汉语教师和志愿者，还要借鉴其他国家语言文化推广机构的经验，尽可能培养所在国的本土汉语教师，使汉语和中国文化传播真正实现可持续发展。应该考虑培养汉语师资的新途径：招收各国热爱中国文化、有较好汉语基础并有志于汉语教学的学生，于中国国内的高校进行定向培养。重点培养他们的汉语基本功，如准确无误的发音，规范的汉字书写，基本的汉语语法和功能以及汉语教学的常用技巧。这些学生将来回到自己的国家就是很好的初级汉语教师。培养对象国的优秀汉语教师才能保持汉语师资的可持续发展。

### 3. 利用高科技来传播汉语和中国文化

孔子学院的汉语教学和文化传播不仅是面对面的，还可以借助多媒体和网络这些技术手段来进行，传播到世界各地。2005年6月中国网（China.org.cn）的对外文化专题网站——网上孔子学院正式建立，除英文版，还设立了法文、德文、阿拉伯文等六个文版，仅汉语教学内容就涵盖了情景对话、生词表、唐诗赏析、成语故事等诸多栏目，以丰富、实用的内容赢

得了海外用户的高点击率。汉语国际推广门户网站“汉语学习网”（chinesestudying.com）也在积极的建设之中。另外，还可以通过电视的国际频道增播汉语教学和中国文化推介内容，同时大力发展中文全球广播系统等等，构建多种载体并存的全球孔子学院网络平台。

### 4. 加强对孔子学院的管理

如何对中外合作的孔子学院实施有效的组织管理，避免其风险和问题的出现是个值得探讨的问题。首先是对国内合作方的甄选，孔子学院章程中第17-20条规定了孔子学院外方申办及设置的相关条件<sup>10</sup>，但是并没有对国内合作方提出明确的要求。选择国内高校合作方时，应该选择有国外合作办学项目，设有对外汉语教学和中国文化相关专业并具有稳定的对外汉语师资队伍的高校进行合作。可以从高校对汉语师资的培养和培训、各类汉语教材的编写、语言和文化课程的设置、汉语水平考试的试题研发等项目进行检测和评估，根据高校在相关项目中的组织能力、创新能力、科研能力、教学能力来确定其实际能力或水平，择优选取。

在国外承办方的选择上，首先是要选择与中国关系友好，有远见卓识和国际化眼光，有汉语项目和资深、富有教学经验的师资队伍。除了学术水平，还要考虑外方院长开展活动的能力和经营管理水平。孔子学院的工作，除了日常教学，还牵涉到组织、宣传、社交，联络等方面的紧密配合，管理者需要有理财、经费开支、开发、创立新项目等方面的技能和头脑。美国俄克拉荷马大学孔子学院的院长可以说是这方面的典范。这位院长谙熟中英文，富有组织能力，擅长课程设置项目。在其组织领导下，俄克拉荷马大学孔子学院组织了两次全州范围的汉语演讲比赛，从中还选拔了两名赴北京参加“汉语桥”大赛的美国学生。举办了两次全州范围的汉语教师培训班，主持了汉语水平考试，组织以全州范围内商业界总裁为对象的，以中国文化、语言、教育、历史、商业等为专题的研讨班。为全州内的30多所中小学寻求合

格的汉语教师，进一步促进当地中小学校学生入学的人数。2002年，全州从幼儿园至高中，只有一个汉语项目。孔子学院成立至今增加到了39所学校，选修汉语课的学生人数猛增到4000人。<sup>11</sup>

在对国外合作方的监督上，孔子学院可通过组织管理制度、财务会计制度和资产管理制度、办事程序等规章管理制度来预防和约束国外合作方的违规行为，同时，必须以孔子学院的使命感和责任感作为支撑，形成一种道德约束力，保证孔子学院的运行不偏离宗旨。孔子学院的设立和运行接受所在国政府及其教育部门的监督，遵守当地法律法规，同时也接受中国国家汉办和孔子学院总部的监督。此外，还应该强化来自报刊杂志、广播电视等新闻媒体的监督，以及来自机构、基金会等捐款者和公众的监督。捐款者和公众的监督可以通过政府部门、评估机构和孔子学院的投诉热线、网站来进行。

在孔子学院的评估上，可以依据以下的标准来进行。第一，是否违背了孔子学院不以营利为目的的原则。在孔子学院营利能力的问题上，要明确的是非营利机构并不是不能营利，而是不以营利为目的。<sup>12</sup>孔子学院的营利能力来源于以下两个方面：提供教学产品以及在组织汉语水平考试和师资能力认定上的垄断性。孔子学院的营利能力在一定程度上起到了保证孔子学院可持续运营的作用，但营利毕竟不是孔子学院的目的，孔子学院的宗旨在于汉语的国际推广和中国文化的传播。因此，首先，要避免走功利性语言推广的思路。借助一定的市场运作方式和市场运作手段，并通过市场化手段使孔子学院发展的费用实现良性循环，但也必须考虑在孔子学院运作过程中市场运作和市场机制的范围和限度问题。经济上的盈利不是孔子学院的主要目标，重要的是语言和文化的传播，是对外战略的实施。其次是防止作为主要管理者的国外承办方在其自身利益的驱动下过度追求经济利益，而使孔子学院偏离推广语

言文化的宗旨。第二，是否通过合理规划使孔子学院的凝聚力和吸引力得以增强，实现孔子学院长期、可持续的发展。孔子学院三方（总部、国内合作方、国外承办方）的契约必须明确三方的出资比例、职能分工、风险分担和利益分配等。

### III. 孔子学院的相关研究

没有调查就没有发言权，调查研究是决策的前提，这也是语言文化推广所必须遵循的原则。为了孔子学院的高效运行和发展壮大，设立专门的研究机构，开展语言文化推广调查，国别及受众心理研究具有重要的意义。

#### 1. 设立专门机构

英国文化委员会、法语联盟和歌德学院都有自己专门的海外推广的政策研究机构，为其语言文化传播提供学术的分析和基本的数据，日本每年都出版专门关于海外语言文化推广的书籍，总结经验，研究问题。而对于汉语和中国文化“走出去”的重大决策，目前中国有关方面仍缺乏理论和学术上的准备，缺乏较为系统的调查和研究。随着孔子学院的迅速增加和发展壮大，这个问题将日益突出。为做好汉语和中国文化的推广，应尽快设立专门的研究机构，对汉语和中国文化的传播进行全面、系统的调查，对重大的政策问题进行深入的理论研究，从而使语言文化推广政策制定得更及时、更合理。这不是某一个科研单位所能承担得了的，而是要由国家有关部门负责统筹规划、领导和支持。在实际研究的过程中，不仅要引进和运用国外语言文化推广的理论和方法，更重要的是要从汉语和中国文化的实际和特点出发，走汉语和中国文化推广的独特之路。

#### 2. 展开受众研究

在国家财力和人力有限的情况下，中国的语言文化推广应该根据国家利益和不同的地区特点等多方面情况有重点地展开，在这方面要

有基本的设计和规划。因为文化和政治情况的差异,每个国家和中国的国家关系不同,对汉语和中国文化推广的政策也就有所不同。因此,必须对不同国家和地区的汉语及中国文化接受情况和需求进行历史和现实的考察、分析,从而有针对性地制定出推广策略。另外,文化传播是跨民族、地域、种族、社会制度和文化层次的,因此,要扩大文化传播的成效、必须重视文化差异,考虑受众所处的文化背景和文化系统,从受众的立场、观点来推行文化传播。这就要求孔子学院加强对海外受众的心理、习惯和思维特征的研究,以增强针对性。

### 3. 科学设置课程

在具体的课程设置上,要考虑到周边亚洲国家的课程设置体系和欧美国家课程设置的不同,培养汉语研究型人才的课程设置的实用型人才的课程设置的的不同。由于各国国情、经济水平以及风俗习惯,学习目的的不同,在课程设置要追求差异化、科学化、规范化,在此基础上实现技能训练的微化,以期收到良好的授课效果。在教授汉语的过程中,由于汉语固有的语音、文字和语法特点,对于不同国家的留学生来说,学习汉语的难度也不尽相同,习得汉语听、说、读、写能力的速度和先后顺序也会有所差异。例如对于汉字课的设置,初期对于亚洲学生可能相当容易,但对于欧美学生却是不小的难题。因此在不同的授课层次,教学类型上设置课程时应该考虑这些因素,加强相关研究,从而制定出合理、高效的课程设置标准,便于规范和操作。在实用型人才的培养上,要进行汉语课程与专业课程设置的研究,在设计专业课程时,不能只考虑教学内容,要综合考虑学习者对知识结构和能力结构的需求,专业对学生的知识结构和能力结构的要求,社会对所需人才的知识结构和能力结构的要求等。应该从心理学、教育学、语言学等角度进行综合研究,合理配置汉语课程和专业课程,促进汉语学习和专业水平的共同提高。

### 注释\*

\* 中国国家教育部 2010 年度人文社会科学研究一般项目(青年基金项目),编号:10YJC740005。

<sup>1</sup> 复旦大学国际文化交流学院讲师、爱知大学现代中国学部外语嘱托教师。

<sup>2</sup> 网络资料来源:中国侨网

<http://www.hsm.com.cn/news/2006/0713/68/36337.shtml>

<sup>3</sup> 宗焕平《孔子学院的独特影响力》《瞭望》2007 年第 11 期第 96 页

<sup>4</sup> 马健《孔子学院—中国与世界全方位的交流平台》[J]《国际人才交流》2006 年第 10 期第 49 页

<sup>5</sup> 许琳《汉语加快走向世界是件大好事》《语言文字应用》2006 年第 6 期第 9 页

<sup>6</sup> 网络资料来源:中国网

<http://www.china.org.cn/chinese/zhuanli/review/985277.htm>

<sup>7</sup> 网络资料来源:南方周末网站

<http://www.southcn.com/weekend/culture/200705030027.htm>

<sup>8</sup> 刘乃京《文化外交—国家意志的柔性传播》《新视野》2002 年第 3 期第 67 页

<sup>9</sup> 许琳《汉语加快走向世界是件大好事》《语言文字应用》2006 年第 6 期第 11 页

<sup>10</sup> 网络资料来源:汉办网站

[http://www.hanban.edu.cn/cn\\_hanban/kzxy\\_sb1c.php](http://www.hanban.edu.cn/cn_hanban/kzxy_sb1c.php)

<sup>11</sup> 桂明超《一种理想可行的“孔子学院”构架的模式》《云南师范大学学报》2008 年第 1 期第 11 页

<sup>12</sup> 从非营利组织的性质界定来看,判断是否属于非营利组织的根本目标不是营利能力,而是其利润分配是否遵循非利润分配原则。