

【文化专论】

## 孔子学院的发展历程与文化意蕴

洪晓楠 林丹

(大连理工大学 人文与社会科学学部 辽宁 大连 116024)

**摘要** 自2004年第一所孔子学院在韩国成立开始,中国已经在世界各地先后成立了数百所孔子学院。孔子学院的建立,使中华文化近距离地走到了世界面前,使各国人民在自己国家就可以“零距离”地接触和学习到原汁原味的中华文化。孔子学院是在受到世界其它国家设立的驻外文化机构的启发,借鉴国外有关机构推广本民族语言经验的基础上设立的,这样可以扬弃国际上已有的语言文化推广机构的管理机制和传播战略,突显出孔子学院的中国特色。同时,孔子学院的建立有利于促进中华文化与世界各国文化的交流与融合,有助于提升中国国家文化软实力,成为推广中国文化及国学的全球文化品牌。

**关键词** 孔子学院;文化软实力;文化意蕴

**中图分类号** G12 **文献标识码** A **文章编号** 1673-7725(2011)05-0030-12

**收稿日期** 2011-08-09

**基金项目** 本文系2009年度国家社会科学基金项目“提高国家文化软实力的哲学研究”(项目编号:09BZX003)、“教育部新世纪优秀人才支持计划”阶段性成果(项目编号:NCET-07-0129)。

**作者简介** 洪晓楠(1963-),男,安徽桐城人,教授,主要从事哲学基础理论、文化哲学、科学技术哲学和当代西方思潮及其影响研究。林丹(1982-),女,辽宁大连人,讲师,主要从事当代西方思潮及其影响研究。

语言的交流承载着文化的交融,中国欲弘扬中华文化的良好形象、传达和平发展的科学理念,就需要让世界了解汉语、让世界说汉语。为增进各国人民对中国语言文化的理解、为各国学习者提供优良方便的学习环境,中国开始在有需要有条件的地方通过多种方式合作成立以汉语教学和汉文化传播为内容的孔子学院。至今为止,已经在世界各地先后成立了数百所孔子学院。孔子学院的建立,使中华文化近距离地走到了西方人面前,使各国人民在自己国家就可以“零距离”地接触和

学习到原汁原味的中华文化。孔子学院是在受到世界其它国家设立的驻外文化机构的启发,借鉴国外有关机构推广本民族语言经验的基础上设立的,这样可以学习借鉴国际上已有的语言文化推广机构的管理机制和传播战略,突显出孔子学院的中国特色。同时,孔子学院的建立有利于促进中华文化与世界各国文化的交流与融合,有助于提升中国国家文化软实力,成为推广中国文化及国学的全球文化品牌。

## 一、孔子学院的发展状况

中国经济快速发展,学习汉语和了解中国文化成为世界各国各地人民的迫切要求,面对世界范围汉语学习的巨大需求和国际语言推广的激烈竞争,中国政府审时度势,从2004年开始在海外设立孔子学院(Confucius Institute,又称孔子学堂)。孔子学院并非一般意义上的大学,而是一个非营利性的教育和文化交流的社会公益机构,目的是推广汉语和传播中国文化与国学,一般设在国外的大学和研究院之类的教育机构。自2004年11月21日全球第一所“孔子学院”在韩国首尔挂牌,截至2011年8月,全球已建立338所孔子学院和276个孔子课堂,共计614所,分布在94个国家(地区)。孔子学院设在90国共338所,其中,亚洲30国93所,非洲16国24所,欧洲31国106所,美洲11国103所,大洋洲2国12所。孔子课堂设在28国共276个,其中,亚洲10国27个,非洲4国4个,欧洲7国38个,美洲6国205个,大洋洲1国2个。目前,仍有50多个国家的近300所机构提出开办申请。差不多不到4天世界上就会多1所孔子学院或孔子课堂。

孔子学院主要开展汉语教学和中外文化等方面的交流与合作,主要提供的服务包括:开展汉语教学;培训汉语教师,提供汉语教学资源;开展汉语考试和汉语教师资格认证;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等。经过6年多的发展,遍布于海外的孔子学院已成为各国人民学习中国语言、了解中国文化的一个重要窗口。作为汉语教育推广、中国文化和国学传播的最前沿、最方便的平台,孔子学院最重要的任务是介绍中国文化和历史。孔子学院致力于满足世界各国各地人民对汉语学习的需要,以增进世界各国各地区人民对中国语言及中华文化的了解,加强中国与世界各国教育、文化的交流与合作,发展中国与外国的友好关系,促进世界多元文化发展。孔子学院向世界展示中国是一个推崇文化、追求和平发展的国家,有助于推动中外文化的交流与融合,建设一个持久和平、共同繁荣的和谐世界。世界各地的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。在已开设的孔子学院中,亚洲、欧洲和美洲是孔子学院分布最密集的地区。

在亚洲,学习汉语的热潮可以用“喷涌”来形容,其中以泰国、日本和韩国开办的孔子学院数量和招生规模最大。泰国孔子学院的发展是近年来孔子学院项目的一大亮点,发展规模和速度都呈快速上升趋势。早在19世纪50年代以前,泰国政府对全国的华校进行严厉管制,“直到1992年,泰国内阁会议正式通过教育部呈请放宽华文教育政策的提案”,<sup>[1]</sup>泰国教育部才开始放宽汉语教学的种种限制。2006年泰国《促进汉语教学,增强国家竞争力的战略规划》国策出台后,2007年泰国公主诗琳通亲身参与支持汉语教学,掀起了泰国全国学习汉语的热潮。自2006年8月泰国第一家孔子学院——孔敬大学孔子学院正式揭牌成立以来,孔子学院如雨后春笋般在泰国中部、北部、南部和东北部生根发芽,目前泰国“开设汉语课程的国立学校达到500多所,学习汉语的学生人数超过20万人”。<sup>[2]</sup>孔子学院成为师资培训基地、汉语教学中心、文化交流窗口和中泰友谊摇篮。由于泰国华人众多,加之中泰两国经贸往来频繁,因此,泰国人把学习汉语当作求职的重要工具,学习者覆盖小学、中学、大学、硕士阶段,社会各种职业的人都参加汉语学习,甚至泰国朱拉隆功大学孔子学院将汉语培训班开进了泰国王宫,王宫各部门的负责人都成为孔子学院的学员,足见泰国人对汉语学习的热情。目前,日本与中国的贸易额已经超过日本与美国的贸易额,有三万多家日本企业在中国投资。随着经济贸易的增长,文化交流也随之提升。日本国内学习汉语的人多达200万左右,汉语成为仅次于英语的第二大外语。日本人对汉语的认知度和学习能力都非常强,日本孔子学院不仅教授汉语,而且在中日文化交流、中国化文化的深入研究上都做了积极探索。正是由于占有广大的市场,日本设立的18所孔子学院,也都根据自身优势和当地环境,在经济、商业、贸易上的汉语培训独树一帜,开展了丰富多彩的教学和文化活动,吸引了不同年龄、不同背景的学员。立命馆大学孔子学院不仅开设面向社会的一般汉语讲座,而且注重举办一些高层次的讲座,介绍中国的文化和经济,除此之外,还开设“旅游中文”、入门

及中级汉语课程,举办中文演讲比赛、海外咨询留学会、汉语教师短期培训等活动;爱知大学紧邻丰田公司总部所在的丰田市,其孔子学院主要面向企业员工;樱美林大学孔子学院注重自身的可持续发展,开办了汉语学历教育特别课程,学生在孔子学院学习一年后,成绩合格的可直接进入樱美林大学二年级学习或转入合作学校留学生的汉语专业;北陆大学除了专业汉语教育外,所有在校学生的第二外语现在一律是汉语,北陆大学孔子学院除了负责本校3000多名学生的汉语必修课教学外,还辐射本地区的中小学,积极向石川县内高中派遣中文教师,协助当地高中开设汉语课程;等等。随着中韩交流的日益频繁、经济贸易的需求以及作为学生就业的工具,汉语已经成为韩国学生外语学习的重要选择。在韩国,包括三星、LG、SK在内的几十家著名企业都非常重视员工的汉语能力。韩国也“汉风”劲吹,汉语学习的人数超过100万,现在已有一百五十多所大学开设了汉语课程,韩国教育部还计划在全国中小学也普遍开设汉语课。现在,对于一些韩国人来说,汉语已经成为需要掌握的第二外语。与韩国国内汉语学习人数增加相同,韩国的孔子学院数量也在快速上升,目前在韩国共有16所孔子学院。许多汉语学习者学成之后又成为汉语教师,到韩国中小学担任教职,进而引起了学汉语人数在韩国呈几何级数增长的发展态势。

欧洲地区孔子学院的分布比较密集,其中,俄罗斯、德国、英国和法国数量最多。早在2006年,俄罗斯已有50余个汉语教学点,其中开设汉语专业或公共汉语课的高校有30余所。近年来,俄罗斯出现的汉语热,俄罗斯远东国立大学孔子学院、莫斯科国立大学孔子学院、国立人文大学孔子学院等孔子学院在传播汉语文化之外,还立足当地,成为当地各领域与中国展开商贸合作及交流的平台。德国约150所中小学开设了汉语选修课程或者汉语兴趣班,50多所国立名牌大学开设了汉语专业。法国110所大学开设了汉语课程,中小学学习汉语的人数正以每年30%的速度增长。法国总统希拉克提出,学习中文是对未来的一个极佳选择。英国到2010年6月已与中方合作设立12所孔子学院,各学院立足汉语教学和中国文化推介,注重办出特色:伦敦商务孔子学院是全球第一所

商务孔子学院,教学对象是英国商界和其他领域的社会名流;伦敦中医孔子学院是全球第一所中医孔子学院,以讲授中医课程为特色;爱丁堡大学孔子学院则侧重于介绍中国文化。受地理和历史等因素的影响,比利时人非常重视语言学习,一般人都掌握两到三门语言。不过,汉语教育的全面升温却是近几年的事。2003年前,比利时开设汉学专业的大专院校仅2所,开设夜校课程的也不过4所,学生230多人。但仅仅两年之后,不但又有2所大专院校开设了汉语专业,开设夜校的院校也增加到20所,学生人数则猛增至1100多人。在欧洲开办孔子学院的意义,不仅在于汉语和中华文化的传播,更在于让欧洲人了解中国,并在了解基础上与中国展开互动,增进关系,加深彼此的沟通,在更大程度上实现共鸣。

美洲地区的孔子学院主要分布在美国、加拿大、墨西哥。截至2010年6月,美国的孔子学院已达60家。在美国,美国开设汉语课的中小学从2004年的200余所增加到2009年的4000多所,学习汉语的中学生从2万人增加到16万人,是5年前的8倍。美国的50个州有40多个都提出了建孔子学院的要求。美国孔子学院的儿童汉语教学具有特色,美国不存在将英语作为外语的情况,因此在选择什么语言作为第一或第二外语的时候,一部分美国家长看到了中国发展的潜力,并鼓励美国儿童参加汉语培训。此外,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、黄河教育文化频道向美洲试播。每天播出节目总时长24小时,覆盖美国、加拿大和拉美地区。“节目进入美国400多所大学、7000多所中学和50多家城市有线电视网,受众人数约有1500万。”[3]其主要栏目包括《魔力课堂》、《宝宝学汉语》、《普通话正音》、《中国故事》、《新闻天天讲》等。电视孔子学院具有生动形象、观众喜爱、易于普及、传播及时快速等特点,按照语言学习规律,通过生动丰富的电视语言,寓教于乐,可以使观众轻松学汉语快乐看中国。电视孔子学院与世界各地面授孔子学院相辅相成,形成电视、广播、网络三位一体的汉语教学传播方式,可以快速推动全球汉语学习和中国文化传播。位于加拿大温哥华市中心的BCIT孔子学院以“贴近

市场、因应需求、面向主流”为办学特色,培训中文教师,并在旅游、能源、环保、体育等领域为专业人员提供汉语、中国市场、对华商贸实务等全方位培训。在南美洲,巴西、阿根廷、秘鲁、智利等国也已经逐步地将中国语言文化教学列入了大学课程甚至学位课程。例如,秘鲁的“Juan23”学校规定中文是全校 3000 名学生的必修课;并且,阿根廷的布宜诺斯艾利斯大学中文课程首次招生时,设 50 个名额,却有 800 人报名。

在非洲,学汉语、用汉语渐成风尚,汉语教育成为中非合作的一项重要内容。肯尼亚内罗毕大学孔子学院不仅成立了汉语角、汉语剧社、汉语俱乐部,还在筹建汉学研究中心。孔子学院的课吸引了越来越多的肯尼亚学生,正式注册的学生限额是 25 人,但来上课的学生每次都有五六十人,孔子学院的影响力已经突破了内罗毕大学的围墙。利比里亚大学学生自发成立的汉语协会致函中国驻利大使,表达了学习中国语言和文化,更多地了解中国的强烈愿望,并代表 3000 余名校友请求中国政府在利尽快设立孔子学院。在阿尔及利亚,很多青少年已坚持数年自发地寻找学习场所,聘请中国在阿公司的工作人员自编教材、授课,强烈希望在阿建设孔子学院,为他们提供更好的学习汉语的条件。在大洋洲,澳大利亚西澳大学孔子学院通过设立“孔子学院基金”,这样一方面推广汉语,一方面也开拓了慈善事业。孔子学院不仅成为汉语学习的网络中心基地,也成为深化中外教育合作与交流的平台,更加成为推动中国与世界经济文化交流的桥梁。世界各国不仅把孔子学院作为学习汉语的场所,而且作为近距离了解当代中国的窗口,作为与中国进行教育、文化、经济、贸易等交流合作平台。总之,孔子学院已经发展成为国际汉语教育与推广的重要品牌、中外教育文化友好交往的合作平台。

## 二、西方国家的驻外文化机构的启示

全球化进程的加快,使世界各国越来越重视文化传播,向国外推广本国语言也已经成为文化传播的重要手段。为了保护本民族的语言,抵制英语霸权对本民族语言文化安全的威胁,世界各国纷纷成立了带有官方或半官方性质的语言推广机构。从世界范围来看,德国、法国、英国等在国外开

设的语言教学机构已发展了多年。法国的法语联盟、德国的歌德学院、西班牙的塞万提斯学院、英国的英国文化协会、日本的日本学研究中心等文化机构,经过多则百年少则十几年的发展,在保护本民族语言安全,推广本国文化上取得了一定的成就。

法语联盟(Alliance Française)创建于 1883 年,是目前世界上最大的文化机构。法语联盟是一个非盈利性的组织,旨在传播法国语言及法国文化,每一任法国都自动成为其名誉主席。法语联盟以其各级法语课程的高质量闻名于世,拥有 1100 多个机构,分布于 130 个国家和地区,学员多达 4 万名。所有的法语中心都坚持采用不同的形式介绍法国文化,并致力于与所在国开展文化交流。法语中心制定的办学章程须得到法国法语联盟的认可,法国法语联盟则监督法语中心执行,如理事会的工作不取报酬,不介入当地的政治、宗教和种族争议等条款。法语中心的课程与正式大学不同,它通常由法国派遣的校长安排设置。为使每位学生按照最适合自己的计划和时间来安排学习,法语联盟设有强化班、泛读班、白天班或晚上班、平日班或周末班;除普通法语课程以外,还向学生开设各类兴趣小组,例如:语法、语音、文化、文学、法国电视五台 TV5、对话、歌曲等);除了安排法语课程,法语联盟还为其学生和法语群体及法国迷提供各种不同类型的服务。法语联盟的独特之处在于它的使命是在法语教学的同时,开发学生对全世界讲法语地区文化的兴趣。这两种基本使命与当地文化的推广相结合,促成了一项“文化交流”计划。在法语联盟网络内实施该项计划,目标是呈现当代法国和法语国家的文化形象:丰富多彩,扩大对话和交流。如今的法语联盟在中国拥有超过 21500 名学生,每年学生数量以 15% 的速度递增。在中国的法语联盟以推广法国语言和法语文化,促进中国与法语国家之间的文化、知识和艺术交流为使命。

德国歌德学院成立于 1951 年,总部设在,它是德意志联邦共和国在世界范围内积极从事文化活动的文化代表机构,在全球 82 个国家有 134 所歌德学院和 200 多个考试和语言中心,在德国国内也有 13 家歌德学院。歌德学院的资金大部分由德国政府提供,其每年 2.78 亿的预算主要来自外



交部和联邦新闻局拨款。每创建一所新的学院,从盖房子到组织教学都需亲历亲为。每个国家的歌德学院都是独立法人,在外国雇佣员工,雇员在一个地区一般工作4至6年。歌德学院是一个由歌德学院、歌德中心、文化机构、阅览室、语言学习及考试中心等构成的网络,主要介绍有关德国文化、社会以及政治生活等方面的信息,展现出一个丰富多彩的德国国家形象。歌德学院的工作是合作与交流,同时也是公共以及私人文化机构、德国各联邦州和经济团体的合作伙伴,对于所有从事与德国和德语工作相关的人们来说,歌德学院是他们的服务者和合作者。歌德学院的课程一般分为标准常规课程、假期课程、各类考前培训班、青少年课程以及企业和个人定制课程,此外还有在线远程教育课程。大多数课程的长度是每期2个月,学员可以根据自身的德语水平和时间选择相应的课程。

西班牙塞万提斯学院(Instituto Cervantes)创办于1991年,是以西班牙文豪、名著《堂吉珂德》的作者塞万提斯的名字命名,其宗旨是与以西班牙语为官方语言的二十几个国家合作,共同推动全世界西班牙语的教学和西班牙其他官方语言的教学,传播西班牙语文化。塞万提斯学院是一个非盈利性官方机构,在30多个非西班牙语国家设有机构,分院遍及世界各大洲。塞万提斯中心开设四个等级的西班牙语课程,此外,还开设专业课程和自学教室。塞万提斯中心组织有关西班牙和拉丁美洲的文化活动,包括展览、讲座、圆桌会议、文学交流会、音乐表演、戏剧表演和研讨会等。为了能够随时更新知识及教学方法,塞万提斯中心每年都组织8000余名来自公立或私立教学机构的老师参加培训班和研讨会。

英国文化协会于1934年成立于英国,致力于促进英国文化、教育、国际关系之拓展和交流,在全球109个国家、两百多座城市设有分部,1943年起在中国大陆、台湾及香港陆续成立办事处,提供英式英语教学、英国期刊、留学情报以及各领域消息、免费咨询等服务,并与外交机构建有合作计划。

日本在北京建立的日本学研究中心,成立于1985年9月,是国家教育部与日本国际交流基金为促进两国教育文化交流而共同创建的,目的在

于培养中国现代化建设所需要的高层次日语教育和日本学研究方面的专门人才,同时,为全日的日本学研究界提供研究和交流的环境。北京日本学研究中心是全国中外合作办学的典范,其独具特色之处是:“中日联合培养,共同管理合作”。日本学研究中心基本上都是独立建设,所有的设施、教材甚至是教授都是日方提供和派遣。

孔子学院是在受到世界其它国家设立的驻外文化机构的启发,借鉴国外有关机构推广本民族语言经验的基础上设立的,这样可以扬弃国际上已有的语言文化推广机构的管理机制和传播战略,突显出孔子学院的中国特色。首先,孔子学院力图吸收和借鉴这些机构的成功经验,形成语言教学和文化传播的双重功能,并且更加倾向于后者。换句话说,语言教学实际上变成了文化交流的一种手段。西方国家的驻外文化机构的语言文化推广机构在性质上大多属于半官方机构,或具有政府背景,他们将保护和传播本国语言文化看作是国家文化安全和发展战略的一部分。例如,“歌德学院原称德国学院,建立之初分科学部和应用部,这两个部门分别从事德国文化的研究和推广工作,在科学部对德国文化、艺术、哲学等学科研究的基础上,应用部负责将这些文化成果向国外推广”。<sup>[4]</sup>歌德学院的成立与两次世界大战后德国期望改变自身的国际形象的目标有关,而其发展又符合德国的国家发展战略,重点将文化传播的目标国锁定在与德国利益密切相关的国家。二次大战结束不久,德国对外文化政策核心任务是文化自我宣传,树立文化国家的形象,淡化战争印象。歌德学院的建立服务于这一国家政策,目标非常明确,那就是“改善德国在国际上的形象及使德国国民获得统一的文化认同意识”。<sup>[5]</sup>作为德国国家对外文化政策工作的重要执行者,其核心任务是推广德语,弘扬德国文化,全方位地展示德国形象,以平等对话为前提进行文化交流,歌德学院的发展历程与德国国家命运密不可分,为国家的利益服务,为整个国家外交形势服务,带有浓郁的官方色彩。从孔子学院的章程来看,孔子学院明确提出“为发展中国与世界各国的友好关系,增进世界各国人民对中国语言文化的理解,为各国汉语学习者提供方便、优良的学习条件,中国国家对外汉语教学领导小组办公室将在世界上有需求、有条

件的若干国家建设以开展汉语教学为主要活动内容的‘孔子学院’,并在中国北京设立‘孔子学院总部’。”<sup>[6]</sup>孔子学院可以吸取歌德学院的传播经验,变全面辐射式的文化传播为主要针对战略重点国家的传播战略。孔子学院的开办采取外方申请,汉办批准的方式,当前孔子学院的建设已从注重量的扩张到注重质的提高阶段,如何根据国家发展战略有选择地选取中国文化需要重点传播的国家,控制其他地区孔子学院的数量已成为需要考虑的问题。

其次,绝大多数的孔子学院都采取了中外合作办学的模式,中方主要负责派遣教师、赠送教材,学院的硬件设施和主要师资都是依靠当地合作者的原有条件。此前,德国“歌德学院”、法国“法语联盟”及西班牙“塞万提斯学院”等都是由本国政府全面投资在国外兴建场地并派出教师,向全球推广自己的语言,以提升本国语言在世界的影响力。法语联盟年度经费约6亿美元,政府拨款约占25%;歌德学院年度经费约4亿美元,主要为政府和公共基金投入;英国文化协会年度经费约6亿美元,主要为政府拨款;西班牙塞万提斯学院年度经费约0.8亿美元,完全由国家拨款;日本在日语的推广上也很有下力气,截至2001年,日本政府累计拨款已达1062亿日元。尽管效果明显,但投入大,周期长,在这一点上,老牌国家感觉到了压力。据了解,歌德学院、法语联盟、塞万提斯学院,都曾派人到北京的孔子学院总部或到各国的孔子学院向中国学习经验。

最后,孔子学院给各国合作方提供一个从事中国语言和文化教学的平台,至于具体教学形式和内容,完全由各个学校与中方合作大学商议,根据自己的情况进行。因为“文化既有其民族性,又有时代性。一个民族自己创造文化,并不断发展,成为传统文化,这是文化的民族性。一个民族创造了文化,同时在发展过程中它又必然接受别的民族的文化,要进行文化交流,这就是文化的时代性。民族性与时代性有矛盾,但又统一,缺一不可。”<sup>[7]</sup>通过这样一个具有中国特色的文化传播过程,能为中外文化在未来的某种冲突寻找和谐沟通的办法。让我们学会从自身的观点和角度来看待其他国家的人民和其他的国家文化的存在,同时也承认其他国家的人民和国家也有从其他的

观点和角度来看待我们和其他世界上不同东西的权利。根据中国国情和改革开放的成功经验,“汉办”在海外推广中华传统文化走出了一条新路,结果反而成为各国学习和改革的样本。随着孔子学院影响力的提升,日本、韩国、印度等国家也纷纷效仿,开始计划筹建语言文化传播机构。日本首相安倍已宣布在本土之外建100所日语中心;韩国文化观光部提出要建100所传播韩语的“世宗学院”,首先就要选择在中国落地;俄罗斯一直计划推广俄语的普希金学院,以此来展现俄语和俄罗斯的魅力;印度则在倡导发展“甘地学院”促进印度文化的国际化。

### 三、孔子学院的文化意蕴

历史证明,文化也是一种力量,而且这种力量绝不逊于政治、经济或军事力量。孔子是中国传统文化的代表人物,选择以伟大的思想家和教育家孔子命名,并且作为汉语教学品牌可以被视为中国传统文化复兴的标志。孔子学说传到西方始于400多年前意大利传教士把记录孔子言行的《论语》一书译成拉丁文带到欧洲,如今,孔子学说已经走向五大洲,各国孔子学院的建立,正是秉承孔子“四海之内皆兄弟”、“和为贵”、“和而不同”以及“君子以文会友,以友辅仁”等理念的现实实践。孔子学院作为中国文化传播的一个重要的“象征”,将孔子思想推向世界,不仅能够帮助各国人民了解中华文化,同时,也促进中华文化走向世界。孔子是中国古代“和”文明的推崇者,他主张“和谐”、“和睦”、“和平”,强调“和合之境”、“和而不同”,这正是中国外交所奉行的“和而不同”的哲学基础。孔子学院的可持续发展正是“和谐世界”思想的现实实践。孔子学院承载着向全世界传播中国优秀文化、促进全球多元文化的发展、为自身的可持续发展及构建和谐世界贡献力量的民族使命。

(一)有利于促进中华文化与世界各国文化的交流与融合

新世纪以来,随着中国对外开放的进一步扩大、经济的持续快速发展,中国国际地位不断提高,国际交往日益广泛。在这种情况下,世界各国对中国政治、经济的兴趣必然扩展到文化的兴趣,必然要对中国语言的学习问题提出迫切的要求。学习汉语,作为了解中国和中华文化的重要载体

以及与中国交往的重要工具,其实用价值和文化价值正在不断提升,越来越受到外国政府、教育机构、企业和广大民众的重视。在许多国家,学习汉语已经成为把握机会、掌控未来的必然选择。美国亚洲协会2005年写了一个报告,叫做《扩大美国的中文教学》。这个报告提出学习中文、学习汉语,涉及到美国的国家安全,并且提出到2015年,希望美国的高中生有5%要学汉语的目标。类似这样的,像加拿大、德国、澳大利亚、日本、韩国、泰国等等国家都已经把汉语作为大学生的选修的外语课程之一。这就充分说明了全世界掀起了这样的“中国热”,也就掀起了“汉语热”。在这种迫切需求之下,中国如何帮助这些国家,使汉语教学能够健康、迅速地发展起来,应当说,这是对世界文化、世界文明的一种贡献,是一种服务,是我们对世界多元文明的一种贡献,对世界各国友谊沟通和理解提供一种服务。在经济因素带动下走热的商贸汉语交流需求,出现“汉语热”,孔子学院也得以立足海外,孔子学院也是“汉语热”全球升温的一个结果。孔子学院是各国人民接触中国文化的一道大门,增进各国人民对中国的了解,加强各国人民与中国及全球华人的联系,成为21世纪协调和促进各种中国活动的国际中心。

在孔子学院走向全球的同时,也出现了一些严重的曲解和抵制,一些人提出孔子学院是“中国文化威胁”。有的国家以其固有的意识形态思维审视孔子学院,由于德国本身拥有旨在传播德语、德国文化的歌德学院,英国也在世界各地开设了英国文化协会,法国对法语纯洁性的保护更是落实到了法律中,德国、法国、英国的孔子学院面临着当地语言保护政策和意识形态上的困难。有的国家“称孔子学院为中国文化渗透的‘特洛伊木马’,并且警示西方社会透过文化、经济交流的表面认识孔子学院。”[8]例如,马来西亚是一个主要信奉伊斯兰教的国家,在他们眼中,“孔子学院”的名字听上去更像是一个宗教机构,主要任务是推广以孔子为主要信奉对象的“儒教”,而不仅是汉语。随着孔子学院在全球的快速发展,媒体也出现了反对的声音。《亚洲周刊》形容孔子学院的“大规模繁殖”正反映了“中国海外政策的变迁”。一些媒体则认为,“中国想在国际舞台上匹敌美国”。中国问题研究学者、澳大利亚驻中国前外交官卓斯林在

她的论文《孔子学院:中国软实力》中写道:“孔子学院项目已经不仅仅涉及文化领域,也不仅仅是单纯的学术研究,它的根基在于需要依靠中国政府。往好里说,这会导致学术的失语;往坏处说,这可能会衍生成为一种宣传手段。”[9]这些言论和看法或者是某种有意无意的曲解,或者是对中国文化传播典型的“刻板印象”,从另外的侧面也彰显了走出去的中华文化与当地文化交融之必要和重要。

针对各国意识形态思维的阻碍,孔子学院需要谨防与所在国发生文化冲突,在进行社会推广、参与社会活动、接触当地媒体与政府机构时,改变宣传思维模式,立足于跨文化交流和互动沟通,在寻求所在国人民了解、理解孔子学院宗旨基础上,促进中国文化与所在国文化的融合。中华文化博大精深,底蕴丰厚,魅力无穷,不仅是中国的财富,也是世界的财富。所以,无论从中国对世界贡献的角度,还是从全人类的整体利益来考量,中华文化都应该走出国门,迈向世界。建孔子学院是为了让世界各国共享中国的辉煌的遗产和优秀的成果,并不是为了与西方文化一决雌雄,争长论短。毫无疑问,西方文化有许多优秀的东西值得全人类分享,但同样无可置疑的是,东方文化也有极强的生命力和感召力。正如哲学家查尔斯·泰勒(Charles Taylor)所指出的,“文化的融合在根本上是一种承认的政治。要达致文化的多元融合,需要建立一个重要认同:所有的文化都具有平等的价值。这不能单纯是一种假设、判断、意愿,它要求我们从根本上考察这一认同的有效性,从而承认文化的多样和平等。没有任何一种文化比其他文化更优秀,也不需要把自己的文化标准强加于其他文化。”[10]也只有这样,不同文化才有可能在不断交流和相互影响中获得“和”与发展的机会。孔子学院肩负的使命和责任就是让世界体悟汉语言文化的魅力,了解和认识孔子思想的精髓,让古老而伟大的中华文明为世界多元文化的融合和发展打开新的窗口。事实上,孔子学院在其快速发展过程中,也展现了良好的与当地文化融合发展的可能,不只是在使命目标上,而且在实施过程中体现了多元认同和在地策略。

同时,促进孔子学院的可持续发展,也有助于化解“中国文化威胁论”。孔子学院通过汉语文化



的国际推广,从而创建了一个更加积极、更加和谐的中国国际形象,因此孔子学院的国际化步伐象征着中国文化积极主动“走出去”,而并非“文化侵略”。大量事实证明,孔子学院在国外的诞生与发展,既调动了国内大学的文化资源,也调动了国外的文化资源,使其共同承担起传播中华和谐文化的重任,架起了各国人民了解中国的语言之桥、文化之桥和心灵之桥,为促进中外教育文化交流与合作,增进中国人民与各国人民的了解和友谊,做出重要贡献。因此,孔子学院是顺应历史发展的要求,体现了促进国家和谐、世界和平的精神,是汉语和中华文化走向世界的重要部署之一。“孔子学院”和“孔子课堂”的普及和推广,一方面有利于增进世界人民对中国语言和中国文化的了解,加快中国与世界各国之间友好关系的发展速度;另一方面,借助于此种文化推广模式,越来越多的外国友人纷纷走进“孔子学院”和“孔子课堂”,开始学习汉语和关注中国文化,了解自己一直以来颇有好感的中国文化。孔子学院建立和发展的定位是典型的推广汉语和传播中国文化的教育文化交流机构,通过这个渠道,世界各地的汉语爱好者和学习者能够参与到最为纯正的汉语教学过程中来。现如今“汉语”已经逐渐成为各国喜爱中国文化的人们与中国交往沟通的坚实“桥梁”与“纽带”,因此,孔子学院是跨文化交流的平台,是中外友谊的桥梁,也是推动世界和谐的力量。

## (二)有助于提升中国国家文化软实力

当今信息时代,世界各国之间的政治、经济联系日益密切,频繁,文化交往不断增多,各国对文化传播越来越重视,语言作为文化载体的作用越来越凸现出来,向国外推广本国语言已成为文化传播的重要手段。许多国家甚至已经把通过推广语言传播文化列入了国家战略,变成了一项重要的政府行为。国家汉语推广领导小组办公室主任许琳认为,海外透过汉语学习中国文化、了解当代中国的需求十分迫切。孔子学院已成为体现中国国家文化软实力的最亮牌。无疑,孔子学院的可持续发展是扩大中国国家文化软实力的有效途径,充分利用了中国悠久的文化资源。当前和中国对外贸易“出超”相比,中国的对外文化交流和传播则是严重“入超”,存在“文化赤字”。“以图书为例,多年来我国图书进出口贸易大约是 10:1 的逆差,出口

的图书主要是到一些亚洲国家和我国的港澳台地区,面对欧美的逆差则达 100:1 以上。2004 年,从美国引进图书版权 4068 种,输出 14 种;从英国引进 2030 种,输出 16 种;从日本引进 694 种,输出 22 种。2005 年,对美版权贸易是 4000:24。文艺演出也有类似状况。从 1999 年到 2002 年,仅俄罗斯就有 285 个文艺团体到中国演出,同期中国到俄罗斯演出的文艺团体只有 30 个,相差 10 倍。从 2000 年到 2004 年,中国进口影片 4332 部,而出口影片却屈指可数。美国电影的生产量只占全世界的 5%-6%,但放映时间却占全世界放映总时间的 80%。在语言文化方面,中国和西方的交流也处于严重逆差状态。美国高中有大约 2.4 万人学中文,但学习法语的美国高中学生是 100 多万。美国 3000 多所大学,只有近 800 所开设了汉语课程。英国财政大臣布朗 2003 年来中国时说,英国在继续进口越来越多的家电、服装和其他东西的同时可以用出口一样东西来平衡,这就是英语。英语教学作为一项出口,它的价值在五年里已经从 65 亿英镑增加到了 103 亿英镑,大约占的 1%。”<sup>[11]</sup>“以英语为第一语言并能熟练运用的人已达 4.5 亿,全球 3/4 的邮件用英语书写,80% 的电子信息用英语记录。长此下去,可以预测,汉语将有可能在信息社会失去‘话语权’。”<sup>[12]</sup>鉴于此,中国必须寻找更多代表中国的“文化符号”走向海外,否则,未来只会在文化大融合甚或文化角逐的历程中扮演配角,“文化大繁荣”的愿望终将成为泡影。在这种情况下,我国政府需要高度支持和巨大投入,把孔子学院打造成为中国重点的文化出口产品,尽可能寻求以孔子学院为平台在国际舞台上发出中国的声音,并为提升中国国家文化软实力做出贡献。孔子学院在全世界各国迅速发展,具有中华文化的感召力、意识形态的影响力、政治价值的吸引力,这是提升中国国家文化软实力的一次大好时机。首先,汉语是中国的官方语言,是中国向世界传递信息的最主要的工具,扩大汉语的传播范围、方式和途径,是提高中国在国际交流中的地位的主要途径。中国的声望和地位伴随着语言和文化的传播而不断提升。在经济全球化、政治多极化、文化多元化的大背景下,中国更加需要在国际交往和发展定位中有大国意识,在综合国力不断提高的同时,应该高度重视并适时加快汉语国际化



的推广进程,增强世界对中国的了解、认识与认同,以利于提高国际地位,扩大中国在国际事务中的话语权。其次,孔子学院既能直接也能间接地促进中国的经济发展。一方面,随着孔子学院在世界各国的建立,世界各国对汉语的需求越来越大,这将从对外汉语教师供给、教材以及辅助教学用品等方面形成对外汉语教育产业,从而会给我国带来直接的经济收益,成为拉动中国经济的新增长点。另一方面,伴随着汉语在世界各国的推广,将增进世界各国对中国的了解和理解,在与中国进行经济、贸易、文化的交流和合作过程中增加信任,降低成本,同时进一步扩大各国同中国的交流与合作,这将给中国带来难以估量的间接收益,为我国经济的可持续性发展奠定坚实的基础。再次,汉语的推广对中华文化的传播具有巨大的推动作用。汉语是中华民族文化的最重要的载体,中国人民在继承和发展汉语的过程中,逐步营造出中国传统文化的氛围,这有助于形成中华民族特有的凝聚力和民族精神。孔子学院在推进汉语国际化的过程中必然会伴随着带动中国文化的传播,从而加快京剧、影视剧、文学作品等中华民族的优秀文化走向世界的步伐,满足各国人民对中国文化的向往,同时增强海外华人、华侨的民族自豪感和民族凝聚力。最后,孔子学院以汉语教学为渠道推动中华文化走向世界,让世界各国人民更直接地接触中华文化。有了汉语作为载体,中国的书刊、杂志、影视、网络信息等在世界各国传播与交流将不再举步维艰。

目前孔子学院在国外的发展速度比较快,各地都有比较旺盛地对中国了解的需求,这体现了中国在全球范围内的文化软实力。孔子学院的创办,对于推进中国与世界各国人民之间的相互认识、相互了解起着巨大的作用,有利于世界各国人民客观、全面、正确地认识中国人和中华文化,这也是中国文化软实力体现的一个最好途径。孔子学院的建立不仅可以使中国获得国际声誉,还可以在其他国家的重要地区建立学院交流点,与当地建立良好的关系。从长远来说,这有益于建立和提升中国的软实力。孔子学院在向世界传播中国文化的过程,也是使自身文化的一次发展成熟的过程,这种文化的自我成长是通过自身的发展和与外来文化不断碰撞而得以实现。在不断碰撞的

过程中,通过自觉与不自觉的方式传播自己的文化并受到世界各国文化的影响。在这种双向的文化传播与交融,也有利于提高中国的文化软实力,增强中国在国际上的话语权,有利于中国在推行政策时能够得到世界各国的理解和支持。总之,建立孔子学院将有利于世界了解中国,甚至趋于某种程度的认同,最终达到共同的和谐。

### (三)成为推广中国文化及国学的全球文化品牌

孔子学院是中国迄今为止第一个由众多部门共同打造的全球文化品牌,短短几年即遍布全球五大洲的五百多所孔子学院本身已成为中国文化在海外最闪亮的“名片”。孔子学院能够成为推广中国文化及国学的全球文化品牌,是中国文化自身发展成熟的标志。孔子学院向世界传播的是中国优秀的传统文化,这种文化传播的过程是中国文明流通发展的必要条件,没有这种国际交流的过程,中国几千年的思想与文化就不能达到一种成熟的阶段。因此,孔子学院为中国文化的成长与前进奠定了基础。同时,此种文化传播的方式也为寻求解决未来中外文化外交分歧提供了重要的方法。在语言与文化的双向交流过程中,中国从自身的角度认清世界上其他国家优秀传统文化的存在,同时也承认世界上其他国家从自身角度来区别中国文明与他国文明有具体差异的权利。从而使世界认识中国,使中国融入世界,使中国文化与世界文化和谐发展与繁荣。“孔子学院建设是文明间的对话,体现了文化的民族性与时代性的统一,有助于保持旺盛的文化生命力,促进自身文化建设不断创新和发展。”<sup>[13]</sup>

将孔子学院打造成为推广中国文化及国学的全球文化品牌,以这种方式向各国人民宣传中国的传统文化意义重大。面对持续升温的海外需求,如何在保证数量增长的同时确保质量?这是一个连锁品牌在发展中必须认真考虑的问题,孔子学院当然也不例外。从这个角度来看,孔子学院热正如当前的经济热一样,虽然不需要“急刹车”,但是也许需要“软着陆”。想要把孔子学院打造成国家名片不仅仅靠宣传,更重要的是认真谨慎,精益求精地做好工作。正所谓“满招损,谦受益”,不但宣传在国外建立孔子学院的重大意义,而且要把精力集中在如何把孔子学院办好,让它们内在的为

增进中国与合作共建国的文化交流与往来贡献力量。所谓“静水流深”，踏踏实实的做好学问，认真地传播智慧，则是功德无量的善举。在文化的对外宣传中，应当“始终保持谦虚谨慎，不骄不躁的作风”，防止骄傲自满。对于今后如何进一步推进孔子学院的建设工作，在加大宣传力度，提高认识，全社会形成合力，共同推动的同时，还需要将按照统筹规划，扎实推进的原则，继续加强能力建设，确保孔子学院又快又好健康发展。

另一方面，将孔子学院打造成为推广中国文化及国学的全球文化品牌，必须树立新的汉语国际推广观念，推进品牌文化的内容创新。在推广中国的传统文化之外，中国更应推广当代艺术。万万不要让外国人民觉得中国文化只局限于杂技、熊猫这类肤浅的东西，世界各国人民更多的是想要了解当代中国文化，因此，应当推广中国的流行音乐和电影。外国人民对中国文化有着非常强烈的兴趣，他们希望了解更多。他们对中国传统文化充满好奇，同时，也越来越关注当代中国文化艺术，尤其是当代中国的电影。这种兴趣也体现在其他创作领域，中国造型艺术家得到很高的认可。北京“798”和“草场地”这样具有象征意义的街区也引起外国民众的关切。各国人民都很有兴趣发现中国艺术的新变化，尤其是那些鲜活的艺术，包括戏剧、音乐、歌剧、舞蹈等。中国在传统文化之外，还可以在当代中国文化艺术上做很多推广活动。比如当代中国电影、绘画、侦探和惊险小说等，还有剧团、舞蹈团、音乐家也可以出国演出。希望中国能给世界各国人民带去最新、最有代表意义和创新性的内容，而不仅仅是传统的、像文化遗产一样的节目。创新性是非常重要的，不管是电影、现代音乐或者是舞蹈，中国应当展现出富于创新意义、能体现中国当代艺术的东西。总之，应当把单一的对外汉语教学转变到全方位的汉语国际推广，把推广内容拓展到语言、文化、经贸、旅游等诸多领域，把推广对象扩展到所有想学习汉语言文化、想了解中国的人群，使孔子学院的教学内容和方法更加灵活。

#### 四、发展中存在的问题与展望

从2004年至今，孔子学院经过将近7年的发展，已经在全球形成一定的规模和影响力。孔子学

院在世界各地的迅猛发展充分显示了世界各国人民对学习汉语、了解中国的需求与渴望，但是，当前孔子学院的建设发展过程中也存在着以下问题。

首先，“孔子学院”内涵阐释中的内在张力。孔子在中国是，但是，由于历史文化传统上的差异，孔子创立的学派在海外被称之为“儒教”，也就是说被当成与西方基督教相类似的宗教，这样，在海外，“孔子学院”被一些人当成是中国政府扩展宗教的文化机构，甚至被看成是“文化入侵”、“宗教入侵”。对于这些误解，我们必须化大气力去准确阐释孔子学院的内涵及其功能，从而传播孔子学院的内在文化价值，而不是宗教价值。

其次，由于孔子学院在某些国家发展过快，缺乏准确定位，孔子学院建设面临机制完善、资金投入等问题。比如对各国需求市场的调研不够，建设初期速度过快，分布区域不均匀；中方大学与外方合作办学机构缺乏必要的沟通和协调；组织机构建设还不够完备，没有形成统一的合力；语言教学与文化传播及经济交流等方面的关系尚未理顺，合作项目单一；还有教材不切合当地国家的实际情况；合格师资的大量缺乏；管理者的素质有待提高等。因此要根据国际市场需求确定孔子学院的合理定位，探讨孔子学院的发展规模和教材教师的合理建构，最有效地整合中国的对外汉语教育资源，弥补当今“孔子学院”创建和发展过程中的不足，减少盲目性和合作过程中的被动性，要针对目前存在的问题进行研究，系统、全面地分析和研究并提出切实可行的解决方案和对策。孔子学院的规划和建设应坚持“稳步发展，保证质量”原则。所谓“稳步发展”就是要实事求是，充分考虑到实际的发展环境，对条件不成熟的地区可以放慢发展速度。在稳步铺开实体孔子学院的建设的同时，积极探索新的办学模式，充分利用网络、广播、电视等现代传媒工具，开设网上孔子学院、广播孔子学院、电视孔子学院等，加大汉语国际推广的覆盖面，为国外汉语学习者提供更方便的学习服务。再次，孔子学院需要与社会团体等民间组织协作以促进发展。现在，每成立一家孔子学院，国家会拨款十万美元的启动资金，用作孔子学院的场馆建设与设备购置。但是，这只是按照孔子学院申报项目拨款的运营经费，不包括日常运作资金。这与

发达国家在语言传播上每年动辄十几亿美元的经费投入相比,差距仍然很大。这种经费保障机制的不完善造成一些孔子学院产生了运营上的困难,在很大程度上削弱了文化推广的力度。而且,目前世界各国孔子学院都采用中外双方合作办学的方式,国内一所大学与国外一所大学或者中学联合运作,国外高校派出一名院长,国内高校派出一名副院长和几名汉语教师。虽然许多孔子学院在创办时会举行一个隆重的揭牌仪式,也会在当地媒体上发布招生信息和相关新闻,但除此之外,由于地理环境的不熟悉、中方师资能力的欠缺和难以找到良好的切入点,孔子学院在与当地社区的互动上还相对匮乏。这就使得孔子学院难以融入所在国的文化和社会环境,也难以在更大程度上影响当地社会。西方社会是以家庭为中心的社会,家庭之上的社区成为社会组织结构中的重要单位,市民工作之外的大部分生活和活动都在社区中完成,以社区为基本组织。因此,孔子学院应加强与社区的联系,通过与社区组织、社区成员的互动可以有效地实现文化传播目标。也只有深入到社区内部与市民互动,才能真正影响西方社会,进而深入西方主流社会。同时,在国内,孔子学院的发展也应该得到中央、地方,包括各民主党派、政府和企业、华侨华人和港澳台同胞共同关注与支持,形成合力,共同促进孔子学院的长足发展与进步。我们建议,在未来孔子学院发展的过程中,尽量让孔子学院以非政府组织机构的形式出现,国家汉办在其背后给予一定的指导。在创办新的孔子学院过程中,如果没有特殊的必要,官方人员尽量不要参加剪彩,从而吸收各方力量,充分展示作为非政府组织的孔子学院的职能。如此发展,尽量减少一些西方人不必要的担忧,从而增加孔子学院被各国文化机构、社区的接受度,充分展示中国传统文化的魅力和中国现代文化的活力。

最后,孔子学院不应仅仅停留在语言教学的层次,而需要提高到文化哲学的层次。目前,孔子学院仅仅还处在汉语、杂技、熊猫和太极拳的阶段,这些当然也是中国文化,但仅仅是“术”,还不是“道”。中华文化传入西方,首先就应当传播其价值理念。让汉语教学走向普及性、多层次、高效益的良性运行轨道,语言文化并举,推广传播中华文化,从而促进经济和其他方面的交流与合作。在加

强文化交流的方面,现在国家儒联就是一个很有意义的团体,它能够把各国的学者聚集在一起讨论中国文化问题,这也是一种很好的形式,这种形式是应当进一步推广。此外,我们应当将优势资源集中到国外,创办综合性大学,资助高端的多学科的国际学术思想交流,输出代表本民族强势文化传统的政治、宗教、经济学、哲学等课程,选派并资助各种渠道的专家学者向海外传播本民族的思想和精神产品方面,从而真正营造出中国在国际交流中的优势竞争文化氛围,极大地增加中华文化的品牌价值。

孔子学院是中华民族的语言和文化第一次大规模主动走出去的创举。孔子学院借助中国经济文化影响的强大趋势,将汉语文化推向世界,从而推动文化全球化中主导地位的形成。通过文化竞争和文化融合,为汉语国际推广工作和人类文化多元化做出了巨大的贡献。孔子学院的发展战略思考应该是综合性的,同时又有基本的主导方向贯穿其中。在整个建设过程中,必须不断解决发展中出现的问题,通过创新手段,不断改善办学效果,稳步推进孔子学院的全球布局,不断拓展孔子学院在海外的可持续发展的空间。

### 参考文献

- [1]冯忠芳,吴应辉.泰国清迈府中小学汉语教学调查研究[J].云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版),2009(4):19-24.
- [2]“提高汉语教学水平培训大会”在曼谷召开[EB/OL].国家汉办网站,http://www.hanban.edu.cn/content.php?id=3881.
- [3]中国第一家电视孔子学院将在美洲试播[EB/OL].中国新闻网,http://news.21cn.com/domestic/shiyong/2008/12/18/5633845.shtml, 2008-12-18.
- [4]张帆,王红梅.文化的力量:德国歌德学院的历史和启示[J].比较教育研究,2006,(11):13-23
- [5]张帆,王红梅.文化的力量:德国歌德学院的历史和启示[J].比较高等教育,2006(8):23-27.
- [6]孔子学院章程[EB/OL].“国家汉语国际推广领导小组办公室”网站,http://www.hanban.org/cn\_hanban/kzxy\_lis.tphp?itdh=xyzc
- [7]季羨林.东学西渐与“东化”[N].光明日报,2004-



12-23.  
 [8]Confucius Institute Report [EB/OL] <http://zsr.info/news/images/stories/uscpnfuciusinstitutereport.pdf>.  
 [9]孔子学院不是“政治工具” [EB/OL].<http://news.eastday.com/w/20071107/u1a3213829.html>.  
 [10]查尔斯·泰勒.承认的政治[Z]. //汪晖,陈燕谷.文化与公共性.北京:生活·读书·新知三联书店,1998.  
 [11]赵启正.中西文化交流严重逆差中国文化要振

兴 [EB/OL]. 人民网, <http://cppcc.paople.com.cn//34961/59086/59089/4183209.html>,2006-03-09.  
 [12] 孔子学院为世界讲述中国 [N]. 环球时报, 2008-01-18.  
 [13]汤哲远.全球化视野下孔子学院建设的时代意蕴[J].北京高等教育(高教版),2007,(Z1).

[责任编辑 李 阳]



地址:河南省郑州市经五路 66 号  
 寻根杂志社 邮政编码:450002  
 电话:(0371)65715409 65732061  
 电子信箱:xungenzazhi@yahoo.com.cn

《寻根》2011 年第 4 期目录

★中国期刊方阵双效期刊  
 ★第三届国家期刊奖提名奖  
 双月刊  
 邮发代号:36-10

■《寻根》是由大象出版社主办的大型文化期刊。16 开,144 页,图文并茂,装帧精美,每双月 10 日出版,全年 6 期 72 元,全国各邮局均可订阅,邮发代号:36-10,您亦可直接汇款至本刊邮购。为答谢读者的厚爱,本刊特推出真情大回报活动:

- 1.凡向本刊邮购 2010 年全年 6 期者,只要您寄 72 元(60 元书款及 12 元挂号邮寄费),可获赠 2009 年《寻根》一套;
- 2.凡向本刊邮购 2011 年《寻根》的读者,可享受 8 折优惠。(优惠价 58 元)

◎特别关注	河南省运台文物经过与现状 .....	卢博文
◎百家纵横	四象的起源 .....	金宇飞
	蒲松龄一生的经济状况 .....	李荣昌
◎东 西 风	狐狸与日本的稻荷神信仰 .....	李玉洁
◎民间习俗	东南沿海地区的五通神信仰 .....	薛理禹
	潮汕民间鸡俗趣谈 .....	黄素龙
◎寻根扫描	传统戏曲服饰艺术漫谈 .....	韩 青 徐 军
	牟氏庄园太师椅 .....	邵 丹 宋魁彦
◎艺文杂谈	“翘辫子”的来历 .....	杨 雪
	“二五眼”探源 .....	周学峰
◎寻根情结	金陵王气的历史回音 .....	蒋少华
	五国城与徽钦二帝死地 .....	张 克 刘 威
◎田野调查	砥柱印象的历史演进 .....	崔建华
	藏族风马旗的精神指向 .....	高 城
◎书影旧踪	张光宇:书衣的“装饰风” .....	凌 夫
◎乡土影像	明清商业名镇荆紫关 .....	徐春燕
	上风上水七鲤镇 .....	朱定榜
◎文化遗产	平遥古城甲天下 .....	王 华
◎姓氏谈	两周人名的五则六避 .....	
	——中国人名发展简史之三 .....	王泉根
	关姓的起源与播迁 .....	陈建魁
	潜姓小考 .....	杜晓波
◎家 族 史	陈家沟陈氏宗族与太极拳 .....	路 丹等
◎移民寻踪	“小云南”考辨 .....	龙 圣
	“潮州人,福建祖” .....	陈友义