

“一带一路”：汉语国际教育可持续发展新战略^①

吴英成^②

[摘要] 本文从个人长期从事汉语国际教育工作的亲身经历着眼,探讨中国从“请进来”(世界加工厂)至“走出去”(“一带一路”倡议)的长期国家发展战略。中国重登世界舞台后,广设孔子学院,积极推动汉语走向全球化。以汉语三大同心圆为视角,论述汉语国际教育30年的发展进程,并提出汉语国际教育发展可持续性的新战略。

[关键词] “一带一路”;全球语言;汉语三大同心圆;汉语国际教育

Belt and Road Initiative: The New Strategy for

Sustainable Growth in TCIL

GOH Yeng Seng

[Abstract] The reemergence of China as a political and economic power on the world stage has affected the globalization of Mandarin. With the setting up of Confucius Institutes around the world, Mandarin has increasingly become widespread. As the demand for Mandarin instruction continues to rise in the twenty-first century, there is a shift from the *Qingjinlai* “come on in” era to the *Zouchuqu* “venture out” era, and correspondingly, the transformation from Teaching Chinese as a foreign language (TCFL) to Teaching Chinese as an international language (TCIL). The paper discusses the historical development of TCIL and proposes a new strategy for sustainable growth in TCIL.

[Key words] Belt and Road Initiative; Global language; The three concentric circles of Mandarin users; Teaching Chinese as an international language

一、绪 言

汉语国际教育的历史发展进程漫长,我有幸在世界汉语教学学会成立的那一年,即

^① 学科技术应用等。

1987年,加入创始会员的行列。当年我才28岁,第一次从新加坡兴冲冲地飞到北京西三旗参加第二届国际汉语教学讨论会,朱德熙、周祖谋等北京国际汉语教学研究会的老前辈

我一直坚守汉语国际教育岗位,近年来对中国国家主席习近平提出的“一带一路”倡议深感兴趣。4年前我为南洋理工大学国立教育学院“国际汉语教学硕士课程”开设“汉语国

际化”课程,为“一带一路”沿线国家培养国际汉语教师。2015年,我作为“汉语国际教育国际论坛”的发起人,在马来西亚吉隆坡主持了“汉语国际教育国际论坛”的开幕式,为“汉语国际教育国际论坛”的成立奠定了基础。

2016年,我作为“汉语国际教育国际论坛”的发起人,在马来西亚吉隆坡主持了“汉语国际教育国际论坛”的开幕式,为“汉语国际教育国际论坛”的成立奠定了基础。

2017年,我作为“汉语国际教育国际论坛”的发起人,在马来西亚吉隆坡主持了“汉语国际教育国际论坛”的开幕式,为“汉语国际教育国际论坛”的成立奠定了基础。

身为“一带一路”中转站新加坡的华人,对中国重登世界舞台倍感雀跃。2018年6月12

日,新加坡李显龙总理发表演讲之际,在演讲中提及“中国始终是东盟国家的好朋友、好邻居、好伙伴”,领导人发言在世界舞台发生的重要事件中扮演无可否认的关键角色。

二、汉语成为全球语言

1. 全球语言的定义

克里斯蒂尔(Crystal, 1997/2008)认为:“一个国家的语言是否能够成为全球语言,与该语言内在的结构性质、词汇量大小、是否曾为伟大文学作品的书写工具、是否曾与伟大的文化或宗教联结都无必然关系。”英语是当今的全球语言,但从以英语为母语的使用者人数来看,只有美国、英国、澳大利亚、新西兰、加拿大等国,总人数没有中国的庞大,可见是否成为全球语言与该语言母语使用者人数的多寡也没有太大的关系。

人类历史的无数次证明,唯有具有强大的政治、经济和军事影响力,这个国家的语言才有可能成为全球通用语。希腊语、拉丁语、古汉语和西班牙语曾在不同的历史时期,分别从母国传播到周边地区,凭借的就是强大的政治、经济、军事实力。在过去的一个多世纪,英语也基于同样的原因在全球迅速传播。随着19世纪英国的对外军事扩张与殖民统治,英语传遍世界各地,加上20世纪美国崛起并在“二战”后成为超级强国,使得英语进一步提升为全球语言。

换句话说,汉语是否能成为全球语言,与语言本体没有太大的关系,更重要的是用户的使用、经济、军事等非语言因素。如今许多外国留学生到中国学习汉语,目的并不是要成

三、汉语国际教育与时并进

中国“一带一路”国际化发展倡议,将为汉语国际教育可持续发展带来新机遇。随着中国与“一带一路”沿线的欧亚周边国家的经济合作不断深化,不可避免地必定会涉及语言互通问题,对各行业人才的需求也更高:“既需要行业的专业技术人才,也需要复合型的管理人才,既需要人才从中国走出去,也需要加强海外市场的国际人才及当地人才吸引”[1]。培养国际汉语教育人才,是“一带一路”倡议下中国对外汉语教育发展的必然选择,也是国际汉语教育发展的必然趋势。

我们应该借鉴美国快餐业者肯德基采用的“全球本土化”策略,例如:中国的肯德基早餐套餐与美国不同,特别推出“皮蛋瘦肉粥+油条”套餐,以满足中国人的早餐饮食习惯。倘若国际汉语教学界无法从外语学习者的角度出发,汉语国际化推进的速度必然延缓,因此,国际汉语教材应尽快朝本土化、语别化、国别化、族别化的方向前进。

内圈的汉语教学界,大多主张只能用汉语教外国人,反对双语并用教学法。由于“二(外语)一定有一(汉语)”,“(外语)必然影响二”(汉语)因此我国实际真正的二语/外语教学必须采用汉外双语法,不仅教外国学生第二个语言(汉语),同时还训练学生掌握汉外+外汉的双语互通能力。以我作为新加坡华校生学习英语的经历为例,英语是我的二语,汉语是我的母语,我一生的奋斗目标就是如何学好英语,而我个人所犯的英语偏误其实大多来自无意识的汉语迁移,这个亲身经验让我了解双语互通的必要性。

四、汉语国际教育可持续发展新战略

1. 打造在线平台作为全球教室

随着移动互联网高速发展和智能手机普及,在线教育迅速走向个性化、开放化、碎片化,三课数字化推动力正在世界各地广为流行。国际汉语教育界应顺势而为,打造在线平台作为全球教室,利用前沿信息通信技术与教育产业开展深度结合,让汉语学习者随时随地进行自主自理的学习,开启数字化教育新篇章。古德温(Goodwin, 2015)指出:“全球最大的出租车公司 Uber,本身没有车辆;全球最受欢迎的社群媒体 Facebook,本身不创造内容;全球最大的零售商 Alibaba,本身没有存货;全球最大的住房供应商 Airbnb,本身没有房地产。”换句话说,汽车与出行、出版与媒体、消费与零售、旅游与饭店等产业已经被科技创新颠覆。未来只要在线课程发展完善,下个阶段的汉语国际教育也必将遭受“创造性创新”的全面冲击。

2. 设置满足“一带一路”建设需求的专业汉语课程

倘若要向外圈教外国人汉语,就必须满足他们的本土化需求。由于中国企业“走出去”的过程中,尤其需要专业领域的人才,因此,国际汉语教学不能仅仅让学生掌握日常所需的不负责任的语言沟通技能,还必须开设专业行业汉语课程,依据金融、科技、文通、运输等不同

产业设计相应的课程,而本土化教材的研发、语言服务业的发展都是下一轮教育需关注的重点领域。

随着中国转变为超级外交大国战略,汉语国际教育工作者应该不负时代,借力借力,顺势而起,承担国际汉语教学使命,推进本土化、语感化、重感化、系列化在线教育平台,加速汉语国际化的进程。

参考文献

- [1] 邓小平. 在武昌、深圳、珠海、上海等地的谈话要点[C]. 邓小平文选(第三卷). 北京:人民出版社,1993.
- [2] 李广宇,吕文博,李超.“一带一路”2.0:市场化运作扬帆起航[J]. 麦肯锡季刊,2017(2).
- [3] 吴昊斌. 汉语国际传播:新加坡视角[M]. 北京:商务印书馆,2016.
- [4] 吴昊斌,林惜乘. 汉语国际传播:全球语言视角[J]. 汉语教学季刊,2009(5).
- [5] 习近平. 习近平谈治国理政[M]. 北京:外文出版社,2014.
- [6] CRYSTAL D. English as a global language[M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1997/2003.
- [7] YENG-SENG GOH. Challenges of the rise of global Mandarin[J]. Journal of the Chinese Language Teachers Association, 1999, 34, 3: 11-18.
- [8] YENG-SENG GOH. Teaching Chinese as an international language: a Singapore perspective[M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2017.
- [9] GOODWIN T. The battle is for the customer interface[EB/OL]. TechCrunch, 2015-03-04.
- [10] MCAFEE A, BRYNJOLFSSON E. Machine, platform, crowd; harnessing our digital future[M]. New York and London, W. W. Norton & Company, 2017. [中文译本:安德鲁·麦卡菲,弗雷德·布