

四川地方文化在汉语国际推广中的地位和推广策略研究¹

梁京

【摘要】：近年来，“汉语热”在世界范围内持续升温，成为一个备受关注的国际文化现象。与此同时，中国实施汉语国际推广战略，积极扩大中国文化的国际影响力。四川历史悠久，文化渊源深厚，积累了一大批珍贵的高品位的文化资源，是中华大地上文化资源富集的地区，在汉语国际推广中具有独特的地位和作用。旨在探讨四川如何充分挖掘丰富的地方文化资源，发挥四川的文化资源优势，改进四川地方文化国际推广工作中存在的不足，促进四川的文化强省建设。

【关键词】：汉语国际推广；地方文化；文化强省

【中图分类号】：H0205 **【文献标识码】**：A

汉语国际推广工作作为中国国际战略中的一部分，是传播中国语言、弘扬中华文化、推动中华文化走向世界、树立我国良好国际形象的基础工程。从本质上说，汉语国际推广决不只是推广和传播语言的问题，更重要的应当是以汉语为载体，以教学为媒介，以中华文化为主要内容，把汉语与中华文化一起推向世界。四川是文化资源富集的地区，历史悠久，文化渊源深厚，积累了一大批珍贵的高品质的文化资源。在目前汉语国际推广强劲发展的态势下，充分挖掘四川地方文化资源，对于改进四川文化国际推广工作中存在的不足，大力促进四川的文化建设有着积极的意义。

一、汉语国际传播与推广的意义与四川文化强省建设

从1950年清华大学为第一批东欧国家来华留学生开设汉语课程起，新中国的对外汉语教学事业已经走过了60多年的历程。改革开放以来，随着中国在世界经济、政治地位的提高，世界上掀起了“汉语热”。无论是从历史还是现实来看，汉语国际传播都具有重要的政治和经济意义。

（一）政治意义

1、汉语国际传播有助于维护世界文明的多样性，促进世界的和平与发展

联合国教科文组织在2001年的第31届大会上将5月21日定为“世界文化多样化日”，内容之一就是“提倡在尊重母语的环境下，在所有可能的地方实现各级教育中的语言多样化，鼓励自由学习各种语言。”由此看来，语言作为一种特殊的文化现象，通过语言多样化使文化多样化得以生存和发展已经是世界发展的大势所趋。在世界文化多样化发展的时代，各国都肩负着保存本民族优秀传统文化并将其发扬光大的历史使命，对于中国来说更是如此。因为语言的对外传播不仅是在传播文化，同时也是在传播政治意识形态，接受学习一门语言是在潜移默化地接受一种政治思想，汉语的对外传播因而也具有鲜明的政治意识形态意义，它可以让更多的国外人士认识理解中国的政治意识形态，减少对中国的敌意，从而维护世界意识文化的多样性，维护世界的和平与发展。

基金项目：本文获得四川省教育厅人文社科重点研究基地“地方文化资源保护与开发研究中心”项目资助（项目编号：10DFWH003-3）。

作者简介：梁京（1970-），女，四川隆昌人，成都信息工程学院文化艺术学院，副教授。（成都信息工程学院 文化艺术学院，四川 成都 610225）

2、汉语国际传播有助于提升我国的软实力

21 世纪是软实力竞争的时代，世界上很多国家尤其是发达国家都高度重视文化传播，以此来提升国际形象。推动汉语的国际传播不仅是适应和满足世界各国急速增长的对汉语的需求，也是提升我国软实力的需要。在2006 年召开的全国文代会、作代会上，胡锦涛指出“提升国家软实力是摆在我们面前的一个重大现实课题”，在2007 年召开的十七大上胡锦涛明确提出了“中国文化软实力”的要求。尽管我国软实力在不断增强，但与发达国家相比仍存在一定的差距，通过汉语国际推广战略来实现中国文化强国的诉求，进而改变一个大国文化软实力的缺陷，是中国和平发展的当务之急。

（二）经济意义

2003 年，曾任英国财政大臣的布朗来中国时说，英国在继续进口越来越多的家电、服装和其他物品的同时，可以出口一样东西来取得平衡，就是出口英语（包括英语教学、影像资料等），它的价值在5 年内已从每年65亿英镑增加到1030亿英镑，大约占英国GDP 的1%。英国的经验就是英语产品的研发出口，这是值得借鉴的，做好汉语的国际传播也可以带动相关文化产业和投资贸易的快速发展。

具体而言，汉语国际传播的经济意义体现在以下几个方面：（1）充分利用中国文化资源的优势，大力开发文化产品，如蕴含中国语言文化的动画片、展示各地地方文化的动画片、汉语影视音像等；（2）输出对外汉语专业人才；（3）针对海外学习汉语的热潮，研发制作各级各类汉语教材、汉语词典、名著的翻译等。这些措施都能带来文化上和经济上的双重效益。

（三）促进地方经济发展、文化繁荣的意义

党的十七大发出了“推动社会主义文化大发展大繁荣、兴起社会主义文化建设新高潮”的号召，面对前所未有的文化发展战略机遇，面对新一轮文化发展竞争态势，四川省提出了建设与西部经济发展高地相适应的文化强省战略目标。四川是一个文化大省，有深厚的文化积淀，资源丰富，形态纷呈，既有世界级的文化品牌，又有国内独特的文化资源，为文化强省建设提供绵延不断的养料。在汉语国际传播和推广的背景下，做好四川的汉语国际传播策略，加大对四川地方文化的对外宣传、对外传播，可以有效促进四川文化强省战略的实施，推动四川的文化大发展大繁荣，实现四川的“跨越式发展”。

二、四川地方文化资源在汉语国际传播推广中的优势

四川历史源远流长，地方文化资源十分丰富，4500 年前的宝墩文化使成都平原诞生了早期城市文明，人类活动在四川盆地留下了大量宝贵的精神财富和文化遗产，在汉语国际传播推广方面具有得天独厚的条件和优势。

一是历史文化资源优势。四川历史文化旅游资源有以下几个系列：江源文明水利工程系列，古蜀文明历史古迹遗址系列，秦汉与三国蜀汉历史文物古迹遗址系列，唐宋至明清四川历史文物古迹、遗址、陵寝系列。

二是民俗文化资源优势。传承数千年的民俗民风是蜀文化的有机组成部分。如以川西民居为代表的建筑民居，以川茶、川酒、川菜为代表的饮食，岁时节日民俗有元宵灯会、新春花会、都江堰清明会和放水节、乐山龙舟会、郫县赛歌会、新都桂花会、自贡恐龙灯会等。还有含蓄幽默的四川方言，包含有变脸、踩高跷、翎子功等绝活的川剧等。

三是民族文化资源优势。虽然四川地方文化资源以巴蜀文化为主体，但优势部分则是少数民族文化。四川共有汉、彝、藏、苗、羌、回等15 个少数民族，是全国最大的彝族聚居区和第二大的藏族聚居区，有唯一的藏羌自治州和唯一的羌族自治县，有浓郁的民族风情、绚丽的民族服饰、各式各样的民族建筑、各具特色的民族节日，具有独特的民族文化内涵和审美价值。

四是旅游文化资源优势。四川的旅游资源丰富，总计各种各级文化旅游资源多达 4000 余处，是全国文化旅游资源最多的省份之一。且四川的文化旅游资源类型多种多样，以三星堆遗址、金沙遗址、十二桥商周建筑遗址、商业街战国船棺葬遗址为代表的古蜀文化，以宣汉罗家坝为代表的巴人文化，以武侯祠、庞统祠、富乐山、剑门蜀道为代表的三国文化，以茶马古道和南方丝绸之路为代表的特色文化，以杜甫草堂、望江楼、三苏祠、李白陇西院、郭沫若故居为主要体现的中国诗歌文化，以鹤鸣山、青城山、青羊宫为代表的道教仙游胜地，以峨眉山、文殊院、昭觉寺、安岳石刻等为代表的佛教禅游胜地等，反映出四川博大精深的地方文化旅游资源文脉。

五是宗教文化资源优势。道教是起源于四川的中国本土宗教，成都是道教的起源地，以青城山、青羊宫、鹤鸣山为代表的道教文化旅游资源是本土宗教的重要载体。四川是禅宗神学发展的重要中心，佛教文化资源也极为丰富，著名的寺院有成都的文殊院、昭觉寺、大慈寺、石经寺，新都宝光寺，江油云岩寺等，既是众多佛教徒朝圣拜祖的圣殿，也是值得开发的蜀禅文化旅游资源。

以上这些文化资源地方特色显著，具有浓郁的地方风格，反映了四川人独特的审美观念、精神气质与文化心理，为四川的汉语国际传播推广、文化强省建设提供了良好的基础和条件。

三、四川地方文化如何应对汉语国际推广的要求

（一）推广中存在的问题

汉语国际推广的重要使命是让世界认识和了解中国文化，从而更全面、客观地了解中国。目前，汉语国际推广在国家战略、理论研究和实施等方面还存在着诸多问题，不利于中华文化在世界的广泛传播。

1、汉语国际推广的工作尚未完全铺开

当前，我国政府已将汉语国际推广提到了国家发展战略的高度，但是在贯彻实施上还存在一些问题。在“十一五”期间，四川通过省外国专家局等部门，从全球引入5 万多人次的外国专家、技术人员来川工作、交流，在中西部地区名列前茅。但是四川的对外交流还是非常有限，汉语产业尚未形成，汉语产品出口很少。

2、语言的推广远远大于文化的传播

在当前的汉语国际推广中，语言推广是重点，对中华文化魅力的挖掘相对不够。事实上，汉语的国际推广不仅仅是语言问题，更是一个文化问题。许多人学习汉语是为了了解中国，了解中国的文化。过去相当长的时间内，对外汉语教学主要是把留学生“请进来”，把对外汉语教学作为纯粹的语言教学来处理。现在的汉语国际推广则要主动“走出去”，让世界真正地了解中国，了解中国的历史、中国的文化。

3、对外汉语专业并未形成良性发展势头

为了回应“汉语热”趋势，内地许多高校纷纷建立了对外汉语专业。在四川，有11 所高校开办对外汉语专业，但受诸多条件限制并未形成良性发展势头。有的院校图书资料有限，教学设备简陋，实践和训练根本无法进行；由于地处内陆城市，不少学校尚未开展留学生教育，真正意义上的对外汉语教学实践机会较少。同时由于国家对外汉语教师选拔体制的原因，从事对外汉语教学的该专业毕业生极少。

（二）推广的策略研究

为了配合国家汉语国际推广战略，四川应当通过多层次发掘自身的教育资源、加强对地方文化的保护和开发，不断促进四川地方文化走向世界，助推四川文化强省建设。

1、充分利用各类教育资源

四川有丰富而优质的各类教育资源，在汉语国际推广中，应当多层次充分发掘这些资源。

一是高校资源。四川高校有汉语言文学、中医、武术等富有中国特色的学科，往往为外国留学生所青睐，如四川大学、成都中医药大学、成都体育学院、西南民族大学等都是留学生来川学汉语的首选之地。如何让这些高校在汉语国际推广中不仅教授语言，更要传播中华文化和四川地方文化，是应该充分考虑的问题。

二是中小学教育资源。中小学是汉语国际推广潜在的优质教育资源。近年来，成都已有不少中小学积极开展对外交流合作。如成都石室中学、成都市第七中学、成都棕北中学、绵阳中学等四所学校是“汉语国际推广中学实习基地学校”，其主要任务就是通过各种方式让国际友人对中国文化产生兴趣，从而加深学习汉语的兴趣。

2、加大对外汉语专业的扶持力度

对外汉语是个仅有30 来年历史的新兴学科、新兴专业，需要加强该学科的建设，强化专业培养目标，突出专业特色，优化人才培养质量，使学科可持续发展。要加大投入，为培养合格的对外汉语教师奠定坚实的物质基础。同时，政府要为该专业毕业生走出国门从事对外汉语教学和文化交流创造条件，提供更多的机会。

3、依托文化产业，加大文化产品的输出

汉语国际推广要满足国际市场的需求，离不开靠本身的产业化发展，需要汉语文化产品的开发和输出。要充分认识语言文化产业的广阔发展空间和市场需求，充分利用四川地方文化资源的优势，大力开发带有地方特色的汉语产品，通过文化产业的市场运作，带动文化产品的出口，达到在无形之中传播和推广汉语的目的。

（1）建设具有四川地方特色的汉语教材

对外汉语教材一般会涉及大量有关中国社会、文化、历史的知识，是外国学生在学习汉语的过程熟悉了解中国社会、文化、历史的重要凭借。总体来看，四川高校大多采用的是北京语言大学、北京大学编撰的对外汉语教材，其中的人文地理、风土人情带有明显的北方地域特色，使身处四川的留学生难以理解。可见，具有四川地方特色的本土汉语教材是四川地方文化产品开发的一大空白，值得投入人力、物力、财力来大力研发。

（2）本土化影视作品的文化传播

影视作品具有声像并茂、通俗易懂、形象生动的优势，是信息时代传播地方文化、推广城市形象最为有效的传播工具之一。一部《乔家大院》不仅使人们认识和了解了晋商，也使山西祁县成为旅游热点，极大地丰富和传播了山西的城市旅游形象和文化形象。在借助影视作品推广四川地方文化、提升城市形象的过程中，可选择四川秀美的自然风光、人文历史为背景，通过精心策划和表演，将自然景观、古镇村落、历史遗迹经过艺术加工，变成融人文历史、地理景观、艺术魅力于一体的影视作品，让世界了解四川的文化遗产、民俗风情、历史文化。

（3）借助动漫产业，丰富文化产品的传播形式

成都是国家数字游戏动漫产业基地，有相关企业200 多家，从业人员3 万余人。四川应该充分应用这一优势在数字游戏动漫作品中植入四川地方文化内涵，这不仅能提升游戏动漫的内容品位，还能推广和传播四川地方文化，达到挖掘和传承四川地方文化的目的，也为四川的文化强省建设做出巨大的贡献。

[参考文献]

- [1] 许琳. 汉语国际推广的形势和任务[J]. 世界汉语教学, 2007(2).
- [2] 元华. 汉语国际推广与文化观念的转型[J]. 北京师范大学学报(社会科学版), 2007 (4) .
- [3] 王振顶. 汉语国际传播的政治经济意义分析[J]. 生产力研究, 2007(19).
- [4] 谭继和. 四川文化旅游[J]. 四川省情, 2006(8).
- [5] 邓清南, 许虹, 文全治, 伍星. 四川民俗文化资源的旅游开发[J]. 中国商贸, 2010(12).