

孔子学院：中国文化“走出去”的成功范例

——访国务院参事、国家汉办主任、孔子学院总部总干事许琳

本刊记者 刘汉俊 翁淮南

当今世界，恐怕没有哪一所学校享受过如此高规格的礼遇：截至今年10月底，中国的党和国家领导人上百次地出席孔子学院活动，中共中央政治局9位常委都到过孔子学院指导工作。胡锦涛主席16次到孔子学院考察工作和看望学习中国文化的外国学生。外国100多位政要，如俄罗斯总理普京、英国王储查尔斯、比利时首相范龙佩、巴西总统罗塞夫、美国前总统老布什等，多次出席孔子学院活动。

作为开展汉语教学、传播中国文化的全球品牌，“孔子学院”一词写进了十七届六中全会《决定》，成为近日海内外媒体关注的一个热点。孔子学院在国外的发展战略，被不少专家认为是中国文化“走出去”的成功范例和有效模式。在很多国家和地区，孔子学院成为精英们议论的话题，也成为受普通民众青睐的跨国教育机构和学习中国文化的窗口。通过孔子学院这个平台，中国文化在国际教育文化交流中发挥着独特的、无可替代的作用，在世界文化舞台上展现熠熠光辉，为人类文明发展作出不可或缺的贡献。

在十七届六中全会召开之际，我们专程来到坐落于北京市西城区

德胜门外大街的国家汉办/孔子学院总部，就中国文化如何“走出去”、如何扩大中华文化国际影响力等相关问题，采访了国务院参事、国家汉办主任、孔子学院总部总干事许琳。

“孔子”走出去：中国文化当自觉

采访全球孔子学院的“掌门人”真不容易。许琳是个空中飞人，每年 365 天，很多时间都在世界各地飞来飞去。她说自己恨不得变成一个高超的蜘蛛人，在全球把孔子学院织成密密的传播中国文化的大网。许琳从 2004 年底从教育部岗位到任国家汉办，便全身心投入了这项激情燃烧的事业：“当今世界正处在大发展大变革大调整时期，送孔子‘走出去’，增强国家文化软实力和中华文化国际影响力，是我们的使命。”

忙碌成为她的工作常态。国家汉办对外需要服务和管理全球所有孔子学院和孔子课堂，联络我驻外各使领馆；对内要协调 10 多个部委、各省教育厅（委）及各院校。每年选派管理上万名教师和志愿者，接待 2 万多名外国来宾，承担着繁重的人文外交和外宣任务。她曾经在不到 30 个小时内，在美国和中国之间走了个来回。仅仅 7 年，这一“激情燃烧的事业”让她早生华发，疲惫并亢奋着。

但“激情燃烧的事业”始终给许琳以激情。在她和她的团队的推动下，自 2004 年 11 月全球首家孔子学院在韩国成立以来，中国已在占世界人口 86% 的 105 个国家建立了 350 多所孔子学院和 500 个中小学孔子课堂，35 个国家和地区已将汉语教学纳入本国国民教育体系。在美国，2010 年公立学校开设汉语课的大中小学超过 5000 所，学汉

语人数达到 20 万，相当于 5 年前的 3 倍。英国 5200 多所中小学开设汉语课；法国中小学学汉语人数连年增长 40%；德国学汉语人数在 5 年内增长了 10 倍。

不仅如此，还有美洲、非洲、欧洲等地区的 76 个国家 400 多个机构强烈要求申办孔子学院。因为“你要证明你们大学国际化，就应有孔子学院，这是个面子。”

面前的许琳，激情似火，坚毅刚强。敏锐的思维、清晰的思路、前瞻型的眼光，干练麻利的作风，唯美求精的意识，被她肩负的使命感、责任感燃烧得噼啪作响。每次在外国演讲，她都会用独特方式讲述中国故事。她每年应邀在美国汉语大会发表演讲，有一次，25 分钟的演讲，全场掌声竟响起 27 次。外国人都说，从她身上看到了中国文化的形象。

许琳也因此在中外文化交流舞台赢得了声望，不少国际组织与机构的精英人士把结识这位孔子学院“掌门人”视为荣幸。英国著名的四十八家集团俱乐部头面人物纷纷和许琳交朋友。如今，在这个俱乐部高层人员聚会中，大家很习惯会说几句汉语“您好”“您吃了吗”“晚安”。能说几句汉语，成为他们的文化时尚，也成为这些精英们身份的象征。

“在世界舞台上传播，是我们的文化自觉和文化自信，更是我们义不容辞的责任和使命。”许琳如是说。

“孔子”穿洋装：中国文化当自信

“探索创新中国文化‘走出去’模式，带领团队跳出传统对外汉语教学的圈子，大胆走中外合作办学之路，把孔子学院办到了外国大学里，

一头‘扎进主流’，这是一种文化自信。”许琳说，这种创新，首先来自理念上的全球化和国际化。

产品的畅销，来自品名的创立和品牌的推广战略。许琳说，“最初在构建汉办发展战略时，明确提出首先要有一个具有中国风格，并能为世界接受的好名字。”

孔子是中华文化老祖宗。孔子的学说传到西方，是从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开始的。长期以来，东方文化都是尘封在西方记忆中的异国情调。这种情调里，强调“和为贵”“和而不同”的理念，包含着普世价值，“孔子”符号鲜明，有联想空间。就这样，上至中央领导，下至专家学者，经一年多反复推敲，“孔子学院”应运而生。

正如德国歌德学院、西班牙塞万提斯学院的国际知名度、美誉度得益于歌德、塞万提斯这些闻名世界的文化符号，“孔子学院”这个名字在国际文化交流交融中绽放出的中国文化的辉煌，迅速吸引了世界的目光。不论朝野，不论文化背景如何，人们都对中国文化的核心元素投以应有的注目礼，这是对中国文化的尊重和礼遇。

“孔子学院的发展速度也许比不上雨后春笋，但也可以赶得上雨后蘑菇”，许琳说。孔子学院冲破一些不合时宜、不合国际惯例的传统理念，采取由我方主导、民间运作、中外合作、互利共赢的方式，把影响力从教育机构有效地推向外国主流社会和民间。在各地的孔子学院，按照“五统一”，即统一名称、统一铭牌、统一章程、统一管理、统一考试的方式动作，因地制宜，灵活多样，创造了中外教育文化交

流内生式发展的新模式。

敢于把权力交给外国人，让外国人对孔子学院负起责任，这使外方一开始就能和我方走到一起。如，协议先让外方起草，然后双方共同协商议定。一些孔子学院院长是外方人员，而副院长是中方人员，孔子学院理事会由中外双方共同组成，借用欧盟轮值主席的模式轮流主持工作，实行双理事长制，中方和外方理事轮流做负责人，所有事项由理事会共同研究决定，只要对推动汉语教学和中华文化传播有利，什么事都可以因国制宜、因校制宜，大胆去做。这样外国高校把孔子学院当做自己的事情来办，重视程度和积极性出乎预料，现在名列世界前 200 名的 70 多所外国高校办起了孔子学院。

创新无处不在，在教材与文化读本编写与开发方面，孔子学院总部出版了与 45 种语言对照的核心教材，向 136 个国家配送和销售教材图书 1200 多万册，支持驻各国的孔子学院编写本土化教材，并将 50 种教材动漫化。《孔子学院》8 个语种的中外文对照双月刊自 2009 年发行以来，已进入 102 个国家的高校图书馆。孔子学院总部还组织驻各国孔子学院在当地中小学举办教材巡展 500 多场，目前国外共有 4 万多所大中小学 500 多万人使用汉办统编教材，倾听中国故事。

穿上洋装的“孔子”，既说中文，又说外文，但流淌着中华文化的血液。海外华侨华人把孔子学院看作自己的精神家园，并把它当做子孙后代学习祖国语言文化的重要场所。《中国书画家》、同仁堂、茅台集团、中国银行、CCTV 英西法语频道、《人民画报》等中国文化产品通过孔子学院这个平台，开始进入各国主流社会。

孔子学院模式引起世界政要的认可。英国文化委员会首席执行官马丁、歌德学院主席雷曼等说，“孔子学院模式”仅用短短几年时间，走完了英法德西等国语言推广机构几十年甚至上百年的路，和中国经济发展一样，堪称世界奇迹。美国布鲁斯金学会主席约翰·桑顿说，孔子学院这样坚持办 30 年，世界将会大变样。

美国《纽约时报》、英国《金融时报》、CNN、BBC 等媒体多次评论称，孔子学院在推进世界对中国文化的了解方面很成功，是迄今为止中国出口的一个最好最妙的产品。中国前外交部长李肇星说，孔子学院为未来开展公共外交，奠定了良好民意基础。

发挥人才优势：中国文化当自新

文化需要创新。中国文化“走出去”，需要充分发挥国内国外众多热爱“孔子”的人才优势。

孔子学院致力整合三个方面的人才资源：国际智力资源、国内教师资源和志愿者队伍资源。

充分利用国外资源。孔子学院吸引、汇聚了各国教育、文化界的精英人才。管理与教学团队由中外双方共同组成，外方院长与教师队伍中，有对中国有感情、愿为中国服务的优秀华人，他们占孔子学院院长几乎一半；有对中国感兴趣，知华、亲华的外国人；还有对中国感兴趣，很想了解中国的外国人，其中不乏曾经驻中国的外交官员、著名汉学家等。孔子学院总部专门设立了奖学金，通过走出去、请进来等多种方式，共为 80 多个国家培训教师 10 万人次。这些经过中国文化培训的外国“孔子”，热心中国文化的教育和传播工作，牵线搭桥，

开拓市场，是孔子学院创业发展的一支重要力量。外国“孔子”们本身有精彩故事，也善于讲中国故事，助推了“汉语热”的持续升温发展，让外国人对中国文化多了一份了解和理解。德国哥廷根大学汉学家施耐德通过德国广播电台批驳“中国增加军费必然发动战争”的谬论。美国一所孔子学院一位外国老师讲长征时，通过播放中国电视剧《长征》和《延安颂》，使外国学生增加了对中国革命的兴趣和理解。孔子学院也激活了不少外国汉学家潜能。荷兰莱顿大学教授施舟人等汉学家正在将《五经》翻译成9个语种；美国华盛顿大学康大维教授正在主持翻译《中华文明史》。

有效整合国内教师资源。在教育部、外交部和财政部等部门支持下，目前，全国20多个省（自治区、直辖市）260多所大学和500多所中小学积极参与孔子学院（课堂）建设。孔子学院整合国际国内资源发挥人才聚集效应，组织文艺巡演、名家巡讲和教材巡展“三巡”活动，先后邀请许嘉璐、袁行霈、杜维明、施舟人、马西尼、张信刚、吴建民、舒乙、于丹等200多位知名专家学者，到各国孔子学院开展文化巡讲，传播中国故事，扩大中国文化影响力。2009年至今，组织国内60多所高校90多个师生团队，赴68个国家300多所孔子学院开展文艺巡演1000多场，吸引80余万人观看。今年孔子学院总部开始启动“国际青年声乐家汉语歌唱计划”，让外国歌唱家学唱中国歌剧。

激发志愿者的活力与潜能。孔子学院建设与汉语国际推广事业为国家培养了一大批拥有国际视野、世界胸怀与爱国主义情怀的新型人

才。7年来，一批批有志于中国文化“走出去”事业的汉语教师与志愿者成为中国文化传播的生力军。总部在招聘时要求，志愿者必须具有文学、史学、哲学、经济学方面专业背景。通过集中强化培训，能讲先秦诸子学说、汉唐气象、宋明风韵，还能开办中医、武术、旅游、商务等特色课程，每个人还至少有一门以上包括书法、剪纸、戏剧等方面的绝活。孔子学院总部要求，每一个员工都是“孔子”，每一个“孔子”都是传播中国文化的名片。祖国利益高于一切，身居海外更觉祖国亲。孔子学院中方院长教师几乎放弃了节假日休息，每年超过法定工作时间一倍以上。泰国曼松德皇家师范大学孔子学院原中方院长、天津师大梁德仲教授，身患绝症仍忘我工作，卸任回国一月即不幸辞世。他的泰国学生黄佩端说，他不但给我知识，而且给了我关爱，我觉得他好像是我的爸爸。亚非拉国家的上百所孔子学院，在搞好孔子教学的同时，还积极开展职业培训，为我中资企业在当地招聘雇员创造条件。

走出国门的“孔子”们，拓展了国际视野和世界胸怀，克服了文化差异，学会了贴近外国人思维、习惯和生活的交流方式，增强了爱国主义激情。他们赢得了当地民众的认可和赞扬，被誉为“美丽的中国名片”，“真实的中国读本”和“可爱的民间大使”，有的还获得驻在国总统颁发的勋章。

“孔子”不但要走出去

还要舞翩跹：中国文化当自强

2011年10月1日，美国纽约时代广场。大幅户外显示屏上，水墨动画形象的中国先哲孔子，与熙来攘往的人群融为一体，构成了中国在新世纪的文化图景。

谈起这一细节，许琳说，外国人对中国如何用30年时间走完西方几百年发展路程颇为不解，而中华文化着实给了他们探析中国的新视角。英国有关方面曾在2006年开展的一项调查中得出结论，10年后，今天在校读书的学生，没有任何人可以避免和中国打交道。“这就是孔子学院走出去并展示中华文化魅力的最好理由！”

“孔子”不但要走出去，还要舞翩跹。目前，孔子学院成为公认的中国文化走出去最成功的对外传播模式。不少专家认为，孔子学院的经验值得复制和推广。

面对各国持续升温的孔子热，国家汉办应抢抓机遇，乘势而上。广阔的前景、广阔的舞台，呼唤战略的筹划和战术的推进。对此，许琳有很多新期待：当前从事汉语国际教育和中华文化传播的合格人才匮乏，能否设立国际汉语教育专门学科，推进跨文化交际理论建设？避免中方教师走马灯式流动，能否像歌德学院那样设立专职教学人员？能否在保持核心内容的前提下，开发适应各国文化背景和不同人群、不同层次需要的个性化教材？汉语推广工作需要全社会支持，怎样调动企业等社会力量参与捐资助学的积极性？传播内容上，能否大胆介绍中国特色社会主义道路、中国的社会主义核心价值体系？这需要探索的勇气。如何走中国特色社会主义文化道路，建设社会主义文化强国，中国文化如何走出去，提高影响力？许琳和她的“孔子”们在

思考着、探索着。

采访结束时，我们遇到正在华参加 10 月底举办的第四届“汉语桥”世界中学生中文比赛的保加利亚选手严琳，她熟练地说着汉语：“我可不是来‘打酱油’的哦，请你为我加油吧”。严琳说类似她这样的选手共有 144 名，他们来自全球 43 个国家的 48 支代表队，能秀成语、背古诗、即兴演讲，他们都是孔子学院的外国学生。

http://www.wenming.cn/djw/whdg/whjt/201111/t20111103_374667.shtml