

学校编码: 10384
学号: 26520131151347

分类号____密级____
UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

佛教在华传播对汉语国际推广的启示

The Enlightenment of Spread of Buddhism in
China to the International Promotion of Chinese

曾丽萍

指导教师姓名: 王丹红 副教授

专 业 名 称: 汉语国际教育硕士

论文提交日期: 2015 年 5 月

论文答辩时间: 2015 年 5 月

学位授予日期: 2015 年 6 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2015 年 5 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘 要

随着我国经济、社会发展和国际地位的日益提升，全球“汉语热”近年来不断升温，汉语国际推广已成为国家提高文化软实力、树立良好的国际形象以及推动世界和平发展的重要战略举措之一。但随着汉语国际推广工作的开展，在取得一定成绩的同时各类问题也日益凸显，适当借鉴他者跨文化传播的经验，可为解决汉语国际推广工作当前困境、更好地推广中国语言文化提供新思路。

佛教在两千多年的传播历史中积累了丰富的传播经验，其成功和不足之处都值得借鉴学习。本文从跨文化传播与传播学理论的角度对佛教在华传播历程进行梳理和总结，认为佛教在传播内容上始终与时俱进，传播主体多种多样且总体素质较高，基于受众的不同阶层采用了不同的传播方式，面对文化冲突采取了有效的传播策略，传播渠道丰富多彩且紧跟时代步伐。

通过提炼佛教在华传播具有普遍应用价值的部分，结合当前汉语国际推广的现状及存在的问题，本文认为在传播内容上汉语国际推广首先要取中国语言文化之精华，并推广具有时代性的内容，在传播主体上要“外树形象，内强素质”，同时发挥民间文化平台和外国本土汉语教师的力量，尊重受众并进行有针对性的传播；借鉴佛教的传播策略，本文提出汉语国际推广可采用和平尊重的合作模式、因时制宜应变性、因地制宜本土化、通俗易懂和争取官方支持的策略；在当今形势下本文认为应学习佛教多元化的传播渠道，拓宽汉语国际推广新途径，并提出了一些紧贴时代新形势、较为创新的建议。

关键词：佛教传播；汉语国际推广；启示

Abstract

With the increasing development of China's economy, society and international status, the global Chinese fever rises in recent years. The international promotion of Chinese has become an important way to improve the soft power and to establish a good international image, and can promote the world peace and development. But with the development of the promotion, although some achievements have been made, problems also appears, we need benefit from other cross-cultural case experience properly, to solve the current problems, and provide new ideas for the Chinese international promotion work.

Buddhism has accumulated rich experience in the dissemination of nearly two thousand years of history, its success and failures both worth learning. By reviewing and summary of communication of Buddhism in China from the perspective of cross cultural communication, we can find that the content of Buddhism always keep pace with the times, communicators varied and the overall quality is high, the communication mode based on different audience and different classes, in the face of cultural conflict, communicators chose effective strategy, the communication channel is rich and change with the times.

By refining the value of Buddhism communication experience, combining the current situation of Chinese international promotion and existing problems, this paper argues that the international promotion of Chinese firstly should spread the essence of Chinese culture, cultivate excellent teachers and folk organization, develop local teachers to teach Chinese, respect audience and use targeted dissemination. This paper also proposes the international promotion of Chinese should adopt peaceful cooperation mode, change the communication strategy over time, use localization strategy, user-friendly communication strategy and strive for official support strategy; Under today's situation this paper opines that we should learn from communication channel diversification by Buddhism, work out some new promotion ways. This paper put forward some suggestions which are close to the new situation and innovative.

Keywords: The communication of Buddhism; The international promotion of Chinese; Enlightenment.

目 录

摘 要.....	I
目 录.....	III
第一章 绪论	1
第一节 选题缘由及研究意义.....	1
第二节 国内外研究综述.....	4
第三节 研究重难点与方法.....	12
第二章 佛教在华传播历史经验对汉语国际推广的借鉴	15
第一节 佛教传播历史.....	15
第二节 汉语国际推广历史与当前现状分析.....	20
第三节 汉语国际推广与佛教传播之比较与经验教训.....	25
第三章 对传播内容与传播主体及受众的启示	29
第一节 取之精华 与时俱进.....	29
第二节 传播者的文化素养与多样化要求.....	33
第三节 以受众为中心的针对性传播.....	37
第四章 对汉语国际推广传播策略的启示	43
第一节 佛教在华传播的策略应用与效果.....	43
第二节 借鉴佛教传播经验的汉语国际推广策略.....	50
第五章 对汉语国际推广传播渠道的启示	63
第一节 佛教多元传播渠道对汉语国际推广的启发.....	63
第二节 当前形势下的汉语国际推广途径拓展.....	70
第六章 结论	79
参考文献	81
致谢	87
附录：作者在校期间发表的论文	91

Contents

Chapter1 Introduction	1
Section1 The background and significance of the research.....	1
Section2 Research review.....	4
Section3 Heavy difficulty and methodology of the research.....	12
Chapter2 Buddhism spread experience enlighten the international promotion of Chinese	15
Section1 Buddhism spread history.....	15
Section2 Current situation analysis of Chinese international promotion.....	20
Section3 The comparison and experience of the spread of the Chinese and Buddhism.....	25
Chapter3 Enlightenment on the dissemination content, the communicator and the audience	29
Section1 Spreading the essence of Chinese culture and keep pace with the times.....	29
Section2 Communicators' requirements and diversification.....	33
Section3 Put the audience in center: country specific and targeted communication.....	37
Chapter4 Enlightenment on the communication strategy	43
Section1 Strategy and application effect of the spread of Buddhism in China.....	43
Section2 Learn from the strategy of Buddhism spread experience.....	50
Chapter5 Enlightenment on the communication channels	63
Section1 Learn from the multiple communication channels of Buddhism experience	63
Section2 New ways of international promotion of Chinese under the new situation.....	70
Chapter6 Conclusion	79
References	81
Acknowledge	87
Appendix	91

第一章 绪论

第一节 选题缘由及研究意义

（一）选题缘由

首先，汉语国际推广是提升我国文化软实力的战略性国家政策。伴随着经济全球化和政治格局多极化，国际间的文化交流日趋频繁，文化作为一种“和平”柔性外交，影响力已逐渐显现。1990年约瑟夫·奈提出“国家软实力主要来自文化、政治价值观和外交政策”^①，文化软实力是其中最重要的组成部分。21世纪是信息时代的到来，是一个文化比任何时候都更重要的时期，各国纷纷把提升文化软实力作为国家综合国力竞争的重点战略，如1998年韩国金大中总统提出了“文化立国”的发展战略；德国不仅将文化积极运用于外交领域，且通过对二战历史进行真诚忏悔和反省，赢得了国际社会的原谅和好感；美国更是通过好莱坞电影、流行音乐等文化软因素大力宣扬着个人英雄主义、“民主、自由”的美国精神和“美国梦”。

同西方发达国家相比，中国具有丰富的文化资源优势，但却是一个文化软实力小国。下表是英国《单片眼镜》发布的2014年世界30个国家软实力最新排名：

表 1：2014 年全球软实力国家排行榜

2014/2015 MONOCLE 全球軟實力國家排行榜			
1	USA 美國	16	Norway
2	Germany 德國	17	Finland
3	UK 英國	18	Belgium
4	Japan 日本	19	China (better than 2013/2014) 中國
5	France 法國	20	Austria
6	Australia 澳大利亞	21	Ireland
7	Swiss 瑞士	22	Brazil
8	Sweden 瑞典	23	Singapore 新加坡
9	Danish 丹麥	24	Portugal
10	Canada 加拿大	25	Poland
11	Spain 西班牙	26	Turkey
12	Italy 義大利	27	Mexico
13	Holland 荷蘭	28	Greece
14	New Zealand 紐西蘭	29	Russia
15	Korea 韓國	30	Argentina

^①[美]约瑟夫·奈. 软实力——世界政坛成功之道[M]. 北京:东方出版社, 2005:2-11.

资料来源:《单片眼镜》:2014年全球软实力国家排行榜. <http://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2014-15/>.

从上表可看出中国的软实力排名虽有所进步,但经济总量已跃居世界第二的中国,软实力依然与经济的迅猛发展形成强烈反差,仅仅位列第19位。汉语国际推广作为一项提升我国文化软实力的语言政策,现已越来越受到国家的重视,2005年首届世界汉语大会的召开,标志着“汉语国际推广”作为一项战略性的国家政策全面实施^①。通过汉语国际推广来提高自身的文化软实力而跻身于世界强国之列,是中国未来发展不可逆转之势。

其次,语言文化的国际推广是一种全球趋势。语言是文化软实力的重要组成部分,一种语言的传播范围大小与该国的综合国力的强弱、国家形象的提升紧密相联。正因如此,西方发达国家早已预见到语言推广的重要性,都把本民族的语言国际推广政策纳入到国家发展的战略体系中。英国1934年创办专责推广英语和创办教育的文化协会;德国1951年设立歌德学院,承担着德语的推广和文化宣传活动;西班牙1991年成立塞万提斯学院传播西班牙语文化;法国有法语联盟(创建于1883年),每任总统都自动成为其名誉主席。而我国的语言推广机构才刚起步不久,当看到美剧、欧美奢侈品、韩剧和日本动漫等文化产品充斥着中国文化市场时,不得不意识到这就是语言文化传播的潜力所在。

再次,汉语国际推广顺应了国际社会对汉语的实际需求。随着中国在世界经济中的快速融合和大步前进,汉语作为重要商业语言的实用和潜在价值将不断提升。中国的汉语国际推广,不仅促进了各国人民和中国人民在经济商贸、学术等领域的交流,同时也加速了国际之间的文化渗透与融合,增进了国与国、民族与民族之间的理解与宽容,促进了世界多元文化的共同发展,有益于人类的和平与发展。和谐世界的共建需要中国,需要汉语,汉语国际推广是一种客观的必然。

最后,汉语国际推广是树立良好国家形象的重要方式。伴随着中国经济的腾飞和汉语的国际传播,一些西方国家利用所掌握的国际舆论优势大肆兜售“中国威胁论”,孔子学院的官方背景被误解为中国进行意识形态侵略和进行政治宣传的工具,认为对外汉语教学是对学生的“赤化教育”^②,近些年来美国、瑞典等地的一些孔子学院和孔子课堂也被迫关闭。因此汉语国际推广的重要目的之一就是消除其他国家对中国误读和偏见,向世界阐述中国的想法,让世界听懂中国的声音,让世界人民知道中

^① 卞宇. 浅谈新形势下汉语国际推广过程中的策略[J]. 课程教育研究:新教师教学, 2013, (12).

^② 陈雅莉, 邱新有. 孔子学院的西渐之道——佛教与基督教东传的启示[J]. 江西师范大学学报, 2011, 44,(4):45-48.

国文化并非是一种侵略性文化，使不同民族、不同信仰的人民加深对中国文化以及国情的了解，塑造良好的国际形象，为中国的“和平发展”创造有利的国际环境。

基于以上时代背景，要顺利开展汉语国际推广工作就需制定合理的语言推广政策。史海钩沉，从他者跨文化传播的经验教训中寻找可借鉴的方式方法，便可博采众长，扬长避短。那么中国的语言文化如何以更恰当的方式进行国际传播呢？笔者把目光投向世界文化传播史上的一个独特现象——印度佛教成功传入中国。

佛教发源于公元前6世纪的古印度，由乔达摩·悉达多所创，释迦牟尼是后人对他的尊称。佛教约在两汉之际传入中国，是中国历史上首次传入的外来文化。在历经数千年的发展后，佛教渐与中国文化相融合，广泛渗入到中国社会生活的各个方面，成为中国传统文化中不可或缺的部分。古代中国的文化、经济、社会乃至政治等各领域都受到佛教传播的影响，其中对中国文化影响的范围之广、历史之长、浸透之深，是任何一种外来文化所不能及的。佛教传入后促成了汉语四声的发现和众多文学新理论的诞生，对中国文人的思想心态甚至生活方式产生了深刻的影响。同是外来的宗教文化，基督教和伊斯兰教则一直未能被中国传统文化广泛接纳和吸收。在相对保守的古代中国，佛教能成功传入中国并与中国文化融会贯通，既是外来文化与中国本土文化交流融合的经典案例，也堪称世界跨文化交流史上的一个成功典范。

佛教在中国的传播已有两千多年的历史，经历了各个朝代反复起落的时期，在与中国文化的碰撞中既有适应与融合，也有冲突甚至是传播活动的中断，因此经历相当丰富。鉴之，佛教的在华传播可以为当今汉语国际推广工作提供重要参考。

（二）研究目的与意义

汉语国际推广作为一项“国家的、民族的事业”已被纳入国家的发展战略之中，但汉语国际推广之路并非一帆风顺，而是愈加艰难，一系列主客观问题和瓶颈也接踵而至，因此借鉴其他语言文化推广(传播)的经验和教训可为汉语国际推广过程中遇到的困境提供解决和参考的思路，使语言推广的规划更加合理。

佛教在中国两千多年的传播史是一部冲突与融合相交错并存的跨文化传播史，并最终实现了佛教文化与中国传统文化双重增值的传播效果。鉴古知今，可以从中得到许多有益的启发；展望未来，在全球化的今天不同文化之间的交流与碰撞愈加频繁，迫切需要跨文化传播的方式方法指导，以发掘文化间的契合点与沟通要素，推广中国语言文化。佛教在华传播所遇到的问题，都是跨文化传播过程中普遍存在的问题。研

究作为外来文化的佛教在中国的传播及其本土化进程,有助于从新的视角去寻找当今汉语国际推广的困境所在,探索出中国汉语国际推广的新路径,进一步优化推广策略和渠道,提升推广效果,从而为汉语国际推广工作的开展建言献策,以此促进推广工作的不断进步与完善。从这个意义上说,本文选题无疑具有十分重要的现实意义和实践意义。

从深度上本文将深挖佛教在华传播成功原因及经验教训,梳理汉语国际推广当前困境,从中发现两者在跨文化传播中的相似之处并从中借鉴;从广度上本文将紧贴时代背景,从多方面为汉语国际推广未来的实施道路,提出更具新意且又有实践价值的可操作性建议。

第二节 国内外研究综述

(一) 佛教在华传播国外研究

佛教作为世界三大宗教之一,佛学研究是一门世界性的学术研究活动,且涵盖了人文科学和自然科学中的众多领域。

1、欧美佛学研究

佛教传至欧美距今约 170 多年,但对佛教的研究早于佛教的传播,欧美学术界对佛教传播的研究成果非常丰硕,其中美国是西方佛学研究的中心,不少著名西方汉学家和学者对中国佛教的研究作出了极大努力,对我国的佛学研究大有裨益。

欧美学者热衷于研究隋唐时期的佛教传播,其中对禅宗的研究最为热门。美国资深佛教学家威斯坦因教授(Weinstein)曾出版《Buddhism under the T'ang》(1987)描绘隋唐时期的各大佛教宗派;Penkower, Linda L.的《T'ien-t'ai during the T'ang Dynasty: Chan-jan and the Sinification of Buddhism》(1993)阐述了唐朝天台宗的演进过程;1997 年美国青年佛教学者 John Kieschnick 发表《The Eminent Monk: Buddhist Ideals in Medieval Chinese Hagiography》(1997),以梁、唐、宋三部《高僧传》等资料描述不同类型高僧各自的宗教生活与日常生活,对后来佛教研究者了解当时中国僧人的生活实态具有重要的参考价值。

德国学者杜默林(Heinrich Dumoulin)是禅宗研究的代表人物之一,发表有《Zen Buddhism in the 20th Century》(1992)一书,论述了禅宗思想与西方思想的共通之处,该书被欧美学界奉为禅学研究的经典;20 世纪 50 年代后,宣传自我精神扩张与解脱

的佛教禅学研究开始风靡欧美，学者们除运用弗洛伊德、荣格、阿德勒的心理分析和精神分析心理学理论阐释禅定之学外，也从医学、社会学、思想史、比较神学等各个方面、不同角度对禅宗学说进行比附、穿凿、分析，使之与西方当代哲学史的非理性主义、直觉主义相结合，如 James S P. 的《Zen Buddhism and Environmental Ethics》（2005）和 William D. McIntosh 的《East Meets West: Parallels Between Zen Buddhism and Social Psychology》（1997）都创造性地认为禅宗和社会学或心理学有共通之处，探讨了禅宗哲学和实证的社会心理之间的关系；Robson J 发表在《哈佛亚洲学报》上的《Formation and Fabrication in the History and Historiography of Chan Buddhism》（2011）详细阐述了禅宗形成和发展的历史过程；Heesoon Bai 和 Avraham Cohen 的《Zen and the Art of Storytelling》（2014）提出了禅宗故事对道德教育的益处，目前欧美学界对禅宗的研究角度已非常之多。

佛教在中国的本土化过程也一直是研究的热门领域之一。如荷兰汉学家的许理和（Erik Zürcher）的《The Buddhist Conquest of China》（1959）阐述了佛教传入中国之初如何与中国社会、文化相调适的历史，该书成为佛教研究的必读书籍之一；Westward Dharma 的《Buddhism Beyond Asia》（2002）认为，佛教作为宗教，在亚洲地区的传播比西方国家传播的广，一个重要的原因是亚洲地区的佛教本土化，融入了当地文化当中，佛教如果要在西方国家广泛传播就需要融入当地社会，结合当地的人文艺术，进行本土化的转变；JeeLoo Liu 的《An Introduction to Chinese Philosophy: From Ancient Philosophy to Chinese Buddhism》（2006）阐述佛教在中国的传播过程中如何与中国的哲学相结合过程；

还有学者关注到了佛教与基督教、伊斯兰教的对话及藏传佛教等论题。Masao Abe 的《Buddhist-Christian Dialogue: Past, Present and Future》（1981）谈到了佛教和基督教的交流史和相互影响发展的过程；在中国民间佛教方面，美国学者欧大年（Overmyer, Daniel L.）是中国民间佛教研究的集大成者，其著作《Folk Buddhist Religion》（1976《中国民间宗教教派研究》），再现了从汉代到本 20 世纪上半叶民间教派的发展历史，也显露出他对中国民间佛教独到的观察视角；密歇根大学亚洲语言和文化系的佛学和藏学教授唐纳德·洛佩兹（Donald S. Lopez）主编的《Critical Terms for the Study of Buddhism》（2008）阐述对佛教的一些最新看法，用今天的视角和立场来看佛教的历史、发展和挑战，内容非常新颖，可惜暂未被翻译成中文；汤普森（Laurence Thompson）主编的三卷本《西文世界的中国宗教：英法德文分类书目》收录了现当代

西方学者对中国佛教乃至中国宗教的研究，具有重要的参考意义^①。

2、亚洲佛学研究

在佛教发源地亚洲，日本在佛学研究上的成果颇为突出，近代以来有铃木大拙、中村元、长尾雅人和山田龙城等杰出的研究代表。在当代，日本政府把佛学研究列为国家科研事业之一，培养了横超慧日、木村清孝等佛学大家。其中佛教文献学、禅学、中国佛教研究等在日本是极其重要的研究领域。

日本学者在研究中国佛教方面的成绩非常显著，如望月信亨编撰的《望月佛教大典》（1936）至今仍为最被重视的佛教研究工具书；禅学也是日本佛教研究的热门领域，忽滑谷快天是日本早期禅学的集成者，《禅学思想史》是他禅宗研究成就的代表作，是日本近代以来第一部禅学思想史。由于时代的限制，书中存在一些不足之处，如对禅宗的早期历史和禅宗形成过程没有作出全面客观的评述^②。1978年日本出版了《禅学大辞典》，收词汇三万二千余个，包括印度、中国、朝鲜、日本的禅宗历史、思想、人物、著述等内容，还附有禅宗史迹地图、法系、年表、禅籍分类要览等。世界禅学研究大家 Daisetz Teitaro Suzuki（铃木大拙）的《Essays in Zen Buddhism》（1994）等众多禅学著作编辑与翻译了大量禅宗著作，并在自己论禅的作品中把禅学与科学、神秘主义相联系，从而激起西方世界对禅学的普遍兴趣。

西方的佛学研究促进了亚洲各国的佛教研究，并且随着东西方之间各国学者的学习交流，东方国家的学者都西方留学或自觉吸纳西方的研究方法和成果，使佛学的研究开始变成了全世界的学术界的活动之一。除日本外，韩国、蒙古、老挝、柬埔寨、越南、印度、泰国和斯里兰卡等亚洲国家也有众多学者对佛教进行研究。

（二）佛教在华传播国内研究

中国近现代以来的弘一法师李叔同、季羨林、蒋维乔、南怀瑾和汤用彤等也都是著名的佛学精研大家，他们的研究成果为世人所瞩目，拜读几位大师的佛学论著也为本文的写作提供了深厚的文化知识基础。

在当代期刊文章方面，截至目前，从传播学角度研究佛教的期刊文章在中国知网上可检索到 328 篇，其中与选题相关的文献著作主要从以下三个角度开展研究：

首先，研究佛教传播对中国文、史、哲等学科的启示和影响，总计 107 篇。这类

^① 李四龙. 美国的中国佛教研究[J]. 北京大学学报:哲学社会科学版, 2004, (2):126-132.

^② 张子开. 令人遗憾的《中国禅学思想史》[J]. 中国图书评论, 1995, (1):22-23.

文章主要从不同学科和理论等角度,展开关于佛教与文学、哲学、教育学、伦理学等学科的关系进行综合探索,以挖掘佛教传播经验对各学科的启示意义;其中讨论佛教中国化与马克思主义中国化的文章较多。许萍的《佛教中国化对马克思主义中国化的启示》(2014)和王伟《佛教中国化对马克思主义中国化的启示与借鉴》(2012)都认为马克思主义在中国化的过程中应该吸收佛教中国化过程中的正确经验;王涌米《五台山佛教传播对新闻传播学的启示》(2013)认为五台山佛教在传播过程中表现出重要的价值追求和多元化形式对当代新闻报道与传播产生了重要的方法论启示;刘伟《法治本土化的几个问题——佛教在中国的传播对法律移植的启示》(2003)从法律角度出发,认为法律移植与佛教传播都是中国本土文明对外来文明的吸收,结合佛教传播中的经验,他从权威推进、形式要素、现实利益三方面给法治建设提出建议;

其次,对佛教跨文化传播角度进行的研究,中国知网上目前只可搜索到18篇相关研究,此外还有少数专著著作。汤一介教授在《文化的多元共处——“和而不同”的价值资源》(1998)中把佛教的在华传播当做多元文化和谐共处的案例;武汉大学朱丰俊2005年的硕士学位论文《论佛教在古代中国的跨文化传播》在文章中运用理论分析,从跨文化传播角度论述了佛教在华传播中的本土化特征、对中国文化的增值效果及现代意义解读;张晓华《佛教文化传播论》(2006)一书从传播学角度对佛教传教主体的存在形式、文化身份、传教动机及传播方式进行了探索,并阐述了佛教文化的传播对文化选择与社会稳定的启示;

此外还有对佛教本土化的研究。红修平的《从佛教的中国化看基督教在中国的发展》(2006)和罗应光《对佛教、基督教及伊斯兰教在中国传播及其本土化的思考》(2005)的研究皆从佛教本土化角度开始探讨几大宗教在中国的传播,对佛教在异质文化中的传播作出比较深入的研究,但他们均侧重于传播效果的分析,传播的启示性缺乏,且研究的传播学视角不强;作为中国化的佛教——禅宗,也有许多研究者对其影响和启示也开展了各类研究。除大量出版译介外禅宗著作外,还有大批研究论文面世。任继愈《禅宗与中国文化》(1988)认为禅宗在中国哲学史的地位比在佛教中的地位还要高,是中国文化的一个重要组成方面;叶小文在《禅宗的启示》(2004)中指出,禅宗对中国绘画、诗词歌赋和性灵文学都产生了深刻影响。禅宗创造了一个与自然和谐、充满灵性和气韵的空灵意境。禅宗作为历史文化的宝藏,值得后人不断去挖掘和探究。

这些研究成果从宏观和微观,横向和纵向的角度较为全面的论述了佛教在华传播

的过程、策略和影响，为本文的写作提供了详实的资料。

（三）汉语国际推广（传播）研究

1、汉语国际推广（传播）研究综述

标题中含有“汉语国际推广”字样的期刊文献可检索到 163 篇，“汉语国际传播”字样的有 54 篇。

这些期刊资料中有大量关于汉语国际推广的战略与策略研究。许琳的《汉语国际推广的形势和任务》（2007）提出了汉语国际推广工作的六大重点问题——师资、孔子学院、教材建设及汉语考试等问题。该文在宏观上对汉语国际推广政策进行把握，为此后的汉语国际推广研究奠定了理论基础。之后几年的汉语国际推广研究，在研究推广瓶颈和策略选择方面，基本都围绕着以上六个重点问题展开。陈永莉的《试论汉语国际推广的文化战略定位》（2008）是教育部哲学社会科学研究重大课题项目，文章论述了汉语国际推广对中国未来发展产生的积极影响。学者对“汉语热”过于乐观的判断和汉语国际推广宣传的高调也引发了一些不同的声音。金立鑫的《试论汉语国际推广的国家政策和学科策略》（2006）就建议在宣传策略上要低调，并指出在汉语国际推广的同时应重视对汉语自身学科的研究，包括教学法理论和汉语本体的研究；郑定欧在《汉语国际推广三题》（2008）中提出，汉语热仅仅是一种趋向性的表述，在激烈的全球语言市场竞争中，汉语国际推广能否得到可持续性发展，取决于“汉语能否在国际商业市场上拥有不可替代的话语权”^①。这些学者的研究数据来源较为可靠，给本文提供了汉语国际推广的政策、概念等支持。

其次是对汉语国际推广中的对外汉语教学研究，其中对“三教”问题进行研究的数量居多，可检索到上万条搜索结果。李晓琪的《汉语国际推广事业中的教材建设》（2007）、周小兵《汉语国际推广形势下的教材编写与汉语研究》（2007）和郑通涛《以效果为基础的对外汉语国别化教材开发》（2012）等文章都对教材编写与开发提出了新的思路和原则；新的教学理念也是研究热点，赵杨的《“特殊性”与汉语国际推广中的“三教”问题》（2014）就根据后方法理论以全新角度审视教学法，提出“后教学法理论”。

关于汉语国际推广的传播方式和文化传播、对汉语国际推广（传播）的启示等问题的研究近几年有增多的趋势。朱瑞平的《汉语国际推广中的文化问题》（2006）提

^① 郑定欧. 汉语国际推广三题[J]. 汉语学习, 2008, (3):90-97.

出汉语国际推广不仅传播汉语,也是文化的传播,必须考虑选择什么样的文化去传播,以及如何传播;张幼冬的《汉语国际推广背景下的文化传播》(2010)提出了目前文化传播的新形势以及要改进的传播方法和途径;在启示方面,有众多文章关注到了其他国家语言推广机构对我国汉语国际推广的启示,如刘巍、高艳蓉《西方国家语言推广的成功经验及启示》(2010),帅颖、沈壮海《西方国家主要对外文化机构的比较与启示》(2014),刘薇的《美国语言政策及其对中国向国际推广汉语的启示》(2011),其中有多篇文章谈到了法语联盟的传播模式对汉语国际推广的启示:浙江大学吕冬的《法语联盟教学发展对汉语国际教育海外推广的启示》(2012)、外交学院郭大玮的《法语联盟对汉语国际推广的启示》(2010)、对外经济贸易大学许甲男《法国法语国际推广策略研究及启示》(2012)。这类文章主要从其他国家的语言政策和语言推广机构的经验中汲取价值启示,为汉语在全球的推广传播带来新的启发。

2、四大语言推广机构的经验启示

语言文化推广机构是各国语言推广政策的直接实现。孔子学院作为汉语国际推广工作的一张重要名片,从产生至今仅仅走过十余年历程,而西方发达国家的四大语言文化推广机构——英国的文化委员会、法国的法语联盟、德国的歌德学院、西班牙的塞万提斯学院,是目前世界上发展时间较长且比较成熟的语言文化推广机构,在全世界都具有广泛的影响。从四大语言推广机构相关研究的总结中,可得到诸多经验启示。

①提升硬实力,保护民族文化

从传播历史上看,英、法、德、西四国语言文化机构的推广与当时的对外殖民扩张息息相关;而在当代,语言文化推广主要与其相应的综合国力和国际影响力密切相关。孔子学院的顺利开设也正是基于中国硬实力的提升。随着各国综合国力和经济实力的格局变迁,几大主要语言的国际推广工作也并非一帆风顺,出现了彼此间的强弱变化。如在历史早期,法语对英语影响较大,但随着英国殖民帝国的扩张,原本处于强势地位的法语在第一次世界大战后就开始走下坡路,美国日益强大后,英语的全球影响力更加扩大,法语、德语、西班牙语等民族语言均受到强烈冲击,纷纷采取措施保护母语。从中可以看出,综合国力和经济实力对本国语言文化传播具有决定性影响,语言的兴衰与国家硬实力的强弱紧密相连,提升我国硬实力是推广中国语言文化的根本硬道理。同时,汉语国际推广也可从中得到启示:在全球多元文化语境中要守住中国语言文化的根本,面对强势语言的冲击首先要保护本民族语言文化。面对大量外来词汇对汉语本身纯洁性的破坏,有必要向德国、西班牙等国家学习,首先要培养国人

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”.

Fulltexts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.