“国际中文日”品牌设计和传播策略研究

张 鹏

摘 要: 世界语言日是全球语言生态的重要景观,“国际中文日”是新兴世界语言日之一。在品牌营销学、文化记忆理论以及语言传播混合模式的理论指导下,比较借鉴世界其他语言日经验做法,深化对“国际中文日”的名称、性质宗旨、法律地位、活动模式、运作机制的顶层设计,同时通过设计徽标、确定主题、强化节点、丰富项目、完善体系等传播策略,可加快打造“国际中文日”知名品牌,有效提升庆祝活动吸引力和影响力,有力助推中外语言文化交流和世界多元文明互鉴。

关键词: 世界语言日;“国际中文日”;品牌设计;传播策略
中图分类号:H09 **文献标识码:**A **文章编号:**1004-9142(2024)04-0200-09

一、引言

世界语言日是全球语言生态的重要景观,也是各国语言国际传播和语言竞争的重要途径。在中国国际影响力显著提升、中文吸引力不断上升的大背景下,2020 年中国教育部中外语言交流合作中心(以下简称“语合中心”)首次倡议并开始于每年“谷雨日”组织举办 “国际中文日”纪念活动。五年来,“国际中文日”异军突起,快速成长为中国语言文化走向世界的重要平台,仅前三届“国际中文日”就吸引全球 150 多个国家、1.5 亿人次参与各类活动。①

但是,“国际中文日”创办时间尚短,其内涵宗旨、活动内容、运作机制、举办模式、参与主体、推广载体等均有较大提升和拓展空间。同时,当前世界语言日种类繁多、竞争激烈,导致“人们诉苦的原因是

作者简介:张鹏,大连大学外国语学院副教授。

基金项目:本文系教育部中外语言交流合作中心 2022 年国际中文教育研究课题一般项目“‘国际中文日’品牌设计和传播策略研究”(22YH96C)、辽宁省教育科学“十四五”规划 2022 年度课题“依托教育部国别和区域研究中心推动新文科建设和复合型人才培养研究”(JG22DB043)和 2023 年度大连大学科研平台校内基金项目“面向中西语言学会通的《文心雕龙》语言思想研究”(202301ZD03)阶段性成果。

① 数据来源:https://mp.weixin.qq.com/s/mMhjCiL0pGxLWy16aWgozg,共赴中文盛宴、共促文明对话。

节日太多”,所以“再也领略不到真正的节庆了”。[①] 此外,世界百年未有之大变局加速演进,中国、中文所处国际环境趋于复杂,也对深入开展“国际中文日”活动构成了挑战。

深化顶层设计,优化传播策略,做大做强“国际中文日”品牌,对加快中文走向世界、提升中华文明传播力影响力,以及推进中外人文交流、深化世界多元文明互鉴具有重要的现实意义。

二、世界语言日实践概况和研究概要

(一)世界语言日实践概况

20 世纪中叶以来,伴随着国家/民族语言意识觉醒,有些国家开始探索在本国设立语言日以促进国家/民族团结,同时推动设立庆祝本国语言的世界日以促进本国语言文化全球传播。其中,韩国的“韩文日”(1945 年)、印度的“印地语日”(1953 年)、泰国的“泰语日”(1999 年)等,是各国较早设立语言日的案例;法语国家及地区国际组织(OIF)1990 年宣布以每年 3 月 20 日为“法语日”并进行庆祝,是较早设立世界语言日的案例。

进入 21 世纪以来,联合国陆续采取的三大行动直接推动了世界语言日的蓬勃发展。第一,由孟加拉国倡议纪念的“国际母语日”于 1999 年获得联合国教科文组织(UNESCO)大会批准,自 2000 年以来每年 2 月 21 日在世界各地庆祝,促进了全球性母语保护热潮。如,德国德语协会 2001 年即在国内发起庆祝“德语日”。第二,2010 年联合国全球传播部(UNDGC)宣布为联合国 6 种官方语言(阿拉伯语、中文、英语、法语、俄语、西班牙语)设立“联合国语言日”,自此基于特定语言的世界语言日开始受到更多关注。第三,2017 年第 71 届联合国大会提出,在为 6 种官方语言设立联合国语言日的同时,也支持为世界其他各种语言设立世界语言日,并鼓励包括 UNESCO 在内的联合国各机构积极参与。[②] 统计显示,截至目前全球主要有 10 个世界语言日,按照官方机构设立时间排序详见表 1。

表 1　世界语言日及相关情况列表[③]

序号	名称	具体日期 及文化内涵	主推国家 相关组织	官方语言 国家数量	全球使 用人数
1	联合国阿拉伯语日 世界阿拉伯语日	12 月 18 日 1973 年阿语被列为联合国官方语言纪念日	阿拉伯国家 LAS	26 个	4. 22 亿
2	联合国中文日 国际中文日	谷雨日 中国文字始祖仓颉纪念日	中国 CLEC	2 个	15 亿
3	联合国英文日	4 月 23 日 英国剧作家莎士比亚诞辰和逝世纪念日	英国 /	59 个	16 亿
4	联合国法语日 国际法语日	3 月 20 日 法语国家及地区国际组织(OIF)成立纪念日	法国 OIF	29 个	3. 21 亿
5	联合国俄语日 世界俄语日	6 月 6 日 俄罗斯诗人普希金诞辰纪念日	俄罗斯 /	15 个	2. 58 亿
6	联合国西班牙语日	4 月 23 日 西班牙作家塞万提斯逝世纪念日	西班牙 IC	21 个	4. 7 亿

① 莫娜·奥祖夫:《革命节日》,刘北成译,商务印书馆 2021 年版。

② 数据来源:https://www. un. org/zh/ga/71/res/all1. shtml,使用多种语文。

③ 据联合国官网、联合国教科文组织官网相关决议,以及母语国及其相关组织语言日庆祝活动的官方信息、数据综合整理。

续表

序号	名称	具体日期 及文化内涵	主推国家 相关组织	官方语言 国家数量	全球使 用人数
7	世界罗姆语日	11 月 5 日 纪念 2009 年 11 月 5 日罗姆语标准化和规范化国际讨论会成功闭幕	克罗地亚 IRU	/	550 万-1000 万
8	世界葡萄牙语日	5 月 5 日 葡语国家共同体(CPLP)成立纪念日	葡萄牙 CPLP	9 个	2.65 亿
9	世界斯瓦希里语日	7 月 7 日 纪念 1954 年 7 月 7 日坦桑尼亚宣布斯语是民族解放重要工具	坦桑尼亚 EAC	3 个	2 亿
10	世界印地语日	1 月 10 日 纪念印地语在联合国大会被首次使用	印度 /	2 个	8 亿

“联合国语言日”与“世界语言日”既有密切联系又有一定差别。前者由 UNDGC 宣布,专为 6 种联合国官方语言设立,主要在联合国系统内部进行庆祝;后者由 UNESCO 宣布或由特定语言的主要拥有国推动设置并庆祝。其中,UNESCO 宣布的世界语言日除前期已有的阿语、葡语、罗姆语和斯瓦西里语外,2022 年执行局同意确定每年 6 月 6 日为“世界俄语日”,建议第 42 届大会宣布;[①]由主拥国推动设置的世界语言日除英语外,其他 5 种联合国语言均有相应的庆祝活动,2006 年时任印度总理曼莫汉·辛格(Manmohan Singh)也宣布 1 月 10 日为“世界印地语日”并开始举行纪念活动。此外,UNESCO 曾于 2008 年推出以保护土著语言为主题的“国际语言年”[②],欧盟随后实施“欧洲语言年”[③],中国、美国、法国、俄罗斯等国曾推出本国语言年或互办语言年,也助推了世界语言日的发展。主拥国或联合国等有关国家、国际组织发起并纪念各自语言日,通常每年设立一个主题,以文学、诗歌、书画、音乐、戏剧为载体,通过演讲、朗诵、展览、演奏、表演等形式开展丰富多彩的语言文化活动,有些国家领导人会在语言日当天发表致辞并参与活动,旨在促进特定语言及其文化的国际传播和全球体验,推动世界语言文化的交流互鉴和多样性发展。

(二)世界语言日研究概要

与内容丰富的实践相比,国内外关于语言日、中文日、母语日、语言年等虽有大量的新闻报道、综合介绍或相关专家观点,但其学术研究显得薄弱和滞后。国际母语日研究主要集中在以“保护世界各国人民使用的所有语言”为出发点探究国际母语日的历史起源、发展进程和性质宗旨[④],也有不少大学、教育机构的会议报告[⑤],或权威学术、教育网站发布相关领域专家的核心观点等。[⑥] 国际语言年的研究则以国际母语日为基础,对 UNESCO 在促进使用多种语言、保护濒危语言以及支持与传统生态知识和环

① 数据来源:https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381037_chi,宣布“世界俄文日”。

② 郑梦娟:《国际语言年活动概况及启示》,《语言与翻译》2009 年第 4 期。

③ 周晓梅:《欧盟“欧洲语言年”行动计划述评》,《中国教师》2009 年第 S1 期。

④ T. AI-Mubarak., “Commemorating the International Mother Language Day: Resisting ‘Banglish’,” *ICR Journal*, vol. 10, no. 1, 2015, pp. 257-260。

⑤ University of Tsukuba (Japan), “Report on the International Mother Language Day Forum,” *Inter Faculty*, vol. 9, no. 1, 2019, pp. 91-120。

⑥ 数据来源: www.abc.net.au/news/2018-02-20/let-children-speak-the-languages-of-their-ancestors/9446860, Cultural heritage is a child's right, so let's celebrate International Mother Language.

境可持续性相关的土著语言等领域开展的广泛工作进行深入探讨。[①] 然而,国际学界鲜有对于具体世界语言日,尤其是“中文日”的学术研究。

国内方面,在中国知网以相关主题词进行篇名检索,共搜到 20 篇相关文章。其中,“国际中文日”1 篇[②],“联合国中文日”4 篇[③],“中文日”1 篇,表 1 所列其他 9 个世界语言日 5 篇,“语言年”9 篇。需要指出的是,多篇文章是对各种语言日活动情况的新闻性描述或介绍,只有 1 篇分析了法国总统马克龙在纪念法语日大会上的讲话,阐释了战争与语言竞争间的相似性以及法国对外推广法语的动机[④],另 2 篇《国际语言年活动概况及启示》[⑤]《试论欧洲语言年的成果及影响》[⑥]也对世界语言日、“国际中文日”研究有一定的启发。此外,还有一些关于“中文日”的其他类型文章,如第十三届全国政协委员戴立益提出《关于设立“世界中文日”的提案》[⑦],联合国中文组前组长何勇提出《推动“联合国中文日”升格为“国际中文日”》[⑧],以及《人民日报海外版》“学中文”版 2020—2023 年连续 4 年在谷雨日前后发表的相关文章[⑨],就设立“国际中文日”及其品牌建设进行呼吁和建言,为本研究的开展起到了重要的推动作用。

总体来看,学界关于“国际中文日”的学术研究尚处于初探期,缺乏深层次、系统性的探究和讨论,也缺乏对其他世界语言日的借鉴和参考。因此,以世界语言日发展为基础,结合“国际中文日”属性及特点,加强“国际中文日”学术研究可抢占世界语言日研究的话语权和制高点。

三、“国际中文日”品牌设计与传播的理论依据

“国际中文日”品牌设计与传播的核心是要打造品牌名望和语言声望。品牌名望是在外力影响下使受众内心产生积极情绪和交流分享的意愿,在声浪中赋予积极的品牌内涵。[⑩] 语言声望与形象密切相关,中文的国际声望规划至关重要。[⑪] “国际中文日”作为语言文化传播的品牌,离不开品牌营销学的理论指导,也同样受到文化记忆理论和语言传播模式的影响。

品牌营销学。品牌是营销学中最重要的范畴,著名广告大师 David Ogilvy[⑫] 于 20 世纪 50 年代首次提出较为科学的品牌概念。国内外学者普遍认为品牌是品牌主自己的产品和服务与竞争者的产品和服务区分开来的各种符号的集合,是一种无形资产。品牌由显性要素和隐性要素构成,前者包括品牌名称、视觉标识,后者包括品牌承诺、品牌个性和品牌体验。品牌已成为品质和文化、物质和精神高度融合的产物,文化在品牌形象塑造过程中起着支撑和催化的作用。[⑬] “国际中文日”作为中文和中华文化传播的重要品牌,需依据该理论设计其各要素,丰富其文化内涵。

---

① J. Blake. “Standard-Setting Instruments Promoting Multilingualism”: Launch of the United Nations International Year of Mother Languages-UNESCO, Paris, February 21, 2008, *International Journal of Cultural Property*, vol. 15, no. 4, 2008, pp. 433-436.

② 柴如瑾:《设立“国际中文日”展示中文魅力》,《光明日报》2009 年 4 月 20 日。

③ 王春辉:《联合国中文日》,见《语言生活皮书——中国语言生活状况报告(2013)》,商务印书馆 2013 年版。

④ 申华明、杜润昊:《政治演讲中的战争隐喻——以马克龙 2018 年国际法语日演讲为例》,《法语国家与地区研究》2019 年第 3 期。

⑤ 郑梦娟:《国际语言年活动概况及启示》,《语言与翻译》2009 年第 4 期。

⑥ 吴祥云、武咏梅:《试论欧洲语言年的成果及影响》,《昭通师范高等专科学校学报》2011 年第 4 期。

⑦ 数据来源:https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_7581696,关于设立“世界中文日”的提案。

⑧ 何勇:《推动“联合国中文日”升格为“国际中文日”》,见《“国际组织语言政策”多人谈》,《语言战略研究》2022 年第 2 期。

⑨ 张鹏:《精心培育“国际中文日”品牌》,《人民日报》海外版 2022 年 4 月 22 日。

⑩ 李泊霆:《声浪传播:互联网+品牌新思维》,南方日报出版社 2015 年版。

⑪ 王春辉:《历史大变局下的国际中文教育——语言与国家治理的视角》,《云南师范大学学报(哲学社会科学版)》2021 年第 2 期。

⑫ 数据来源:https://markenlexikon.com/texte/ogilvy_the-image-of-the-brand_1955.pdf, THE IMAGE OF THE BRAND-A NEW APPROACH TO CREATIVE OPERATIONS.

⑬ 郭洪、杨勇攀:《品牌营销学》,西南财经大学出版社 2021 年版。

“文化记忆”理论。20 世纪 90 年代,德国埃及学家扬·阿斯曼及其夫人阿莱达·阿斯曼基于法国社会学家莫里斯·哈布瓦赫构建的集体记忆理论,发展形成了文化记忆理论。① 该理论强调“传统经验的‘外部化’和‘客观化’,具有跨越个体生命长度并在民众生活中不断被唤醒、被创新的能动性;强调文化记忆在传承过程中作用于个人、社会和文化的认同本质特性”②。澳大利亚学者 Bennett 等创造性地使用“文化的节日化”概念③,说明节日业已成为文化传播与传承的重要载体。承载文化的节日需要形成文化记忆,文化记忆在传承过程中有属于自己的符号系统和演述方式。“国际中文日”作为重要的语言类节日,需依据该理论优化其符号系统和传播方式,不断强化民众对中文的文化记忆和积极情感。

语言传播混合模式。全球化时代语言传播的混合模式④,是将 Quirk 的语言传播模式⑤、Phillipson 的语言帝国主义、⑥Spolsky 的选择主义⑦融合并衔接,形成的一个综合理论框架,是语言传播政策理论⑧的拓展与延伸。该模式认为“语言传播效果取决于政府的意愿、能力和市场需求的优化组合,政府重在政策引导、语言规划等方面,市场则在开发语言学习需求、提供语言产品等方面发挥独特作用。政府的推动力和市场的拉动力组合形成了语言传播混合模式的类型,依据其力量大小可划分为四种类型,如图 1 所示。从传播效果上看,强推拉模式有来自政府的强有力的推动,又有市场的强大拉力,是语言传播混合模式中的理想模式”。“国际中文日”作为新兴的世界语言日之一,需通过强推拉模式,促进中文全球传播。

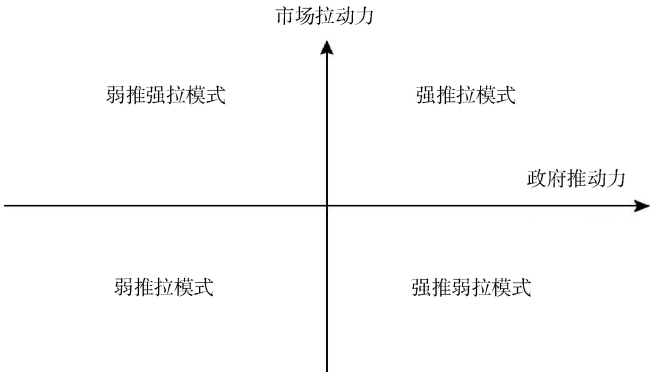


图 1　全球化时代语言传播的混合模式

四、“国际中文日”品牌设计

五年来,“国际中文日”横空出世、后来居上,目前在国际上已颇具影响,同时也需要在上述理论指导下和借鉴其他世界语言日经验做法的基础上,加强自身品牌设计和运作,提升品牌内涵和名望。

(一)更改或优化中文日名称

品牌名称是品牌的显性要素之一⑨,关于“国际中文日”的名称,在实践和理论上存在两个问题。其

① Aleida Assmann, Jan Assmann, *Kultur und Konflikt*, *Aspekte einer Theorie des unkommunikativen Handelns*, Suhrkamp, Frankfurt, 1990.

② 王丹:《传统节日研究的三个维度——基于文化记忆理论的视角》,《中国人民大学学报》2020 年第 1 期。

③ A. Bennett, J., Taylor, I., & Woodward, *The Festivalization of Culture*, Ashgate, Farnham, 2014.

④ 王辉:《语言传播的理论探索》,《语言文字应用》2019 年第 2 期。

⑤ R. Quirk, The Question of Standards in the International Use of English, In *Language Spread and Language Policy: Issues, Implications World English and Case Studies*, Georgetown University Press, Washington, D. C., 1988, pp. 472-473.

⑥ R. Phillipson, *Linguistic Imperialism*, Oxford University Press, Oxford, 1992.

⑦ B. Spolsky, *Language Policy*, Cambridge University Press, Cambridge, 2004.

⑧ U. Ammon, Language-Spread Policy, *Language Problems & Language Planning*, vol. 21, no. 1, 1997, pp. 51-57.

⑨ 郭洪、杨勇攀:《品牌营销学》,西南财经大学出版社 2021 年版。

一,依据联合国大会 2017 年第 71/328 号决议以及随后 UNESCO 的命名惯例,各大语言日前都是冠以“世界”而不是“国际”。而且,“国际”(International)一词突出的是“国家之间”,不具备“世界”(World)一词含有的天下、人类、各国等全球性、普适性含义,2023 年召开的世界中文大会也使用了“世界”而非“国际”。其二,尽管“中文”“汉语”“华语”的英文表述都是“Chinese”,但在中国语境下三者存在一些细微的差别①,汉语重在语言、语种,而中文重在汉字,且国际中文教育的名称亦由“汉语国际教育”及更早的“对外汉语教育”演变而来,世界各大语言日的通常汉译表述一般也都是“X 语日”,而不是“X 文日”。总体看,“世界汉语日”似比“国际中文日”的名称内容更广泛、内涵更丰富,也更具有普适性、更符合国际惯例。因此,可考虑在今后立法、认证以及开展相关活动过程中,将“国际中文日”逐步改为“世界汉语日”,至少可以优化为“世界中文日”。②

(二)突出世界语言文化公共产品属性

品牌以产品为载体,产品是品牌的基础。③ 我国要履行中文“原生地”的责任和义务,力所能及地向国际社会提供语言方面的公共产品,并积极参与全球治理、应对国际语言难题。④ 中国式语言国际传播建构了一种和平发展背景下的合作共存模式⑤,“国际中文日”的性质和宗旨亦是“全球中文学习者、使用者、爱好者和中文教育工作者,体验和亲近中文、中华文化和中国的重要节日”⑥。在全球语言文化碰撞冲突、互学互鉴、交流交融的大背景下,可突出“国际中文日”关于语言文化多样、平等、交互、文明、世界、共同、公共等诉求和主张,以便塑造不同国家、不同受众“我们的中文”的情感认同和文化认同。同时,“国际中文教育是中国为世界各国提供的中文/汉语这一语言公共产品”⑦,可着力强化“国际中文日”的“公共产品”属性,从尊重世界文明多样性和弘扬全人类公共价值角度,凸显促进中外人文交流、增进中外人民友谊的内涵,彰显推进世界多元文明互鉴和构建人类命运共同体的作用,提升品牌的道义制高点。

(三)争取国内、国际合法权威地位

取得国内、国际合法地位,是各类语言日行稳致远的重要支撑。法、韩、印、泰、俄等国通过颁布法令、政令等形式,确立了本国“语言日”的国内合法地位。如,2011 年普希金 212 周年诞辰之际,时任俄罗斯总统签署命令,宣布将每年 6 月 6 日设立为“俄语日”。⑧ 国际上,UNDGC 于 2010 年宣布启动并庆祝联合国 6 种官方语言的联合国语言日;阿语、葡语、罗姆语、斯瓦西里语 4 个世界语言日已获得 UNESCO 官方正式认可。总体看,“国际中文日”在国内、国际的合法性有待加强。在国内,可考虑在国家有关语言、文字、文化等领域相关法律法规之中,以专门条款明确“中文日”“国际中文日”的法律地位;或以国家主席令、国务院总理令,至少以教育部、文旅部、国家语委等相关部门政令方式,宣布设立“中文日”。国际上,按照世界语言日审核程序,可考虑由中国牵头并联合相关国家,共同提出相关议案,加快推动 UNESCO 执行局认可和大会宣布“国际中文日”设立,增强“国际中文日”在国际社会上的合法性和权威性。

(四)坚持中外合作、多元主体运作模式

结合其他世界语言类节日做法,开展“国际中文日”活动宜坚持语言属性,避免中方唱“独角戏”,注重淡化官方色彩,更多调动外方伙伴开展活动的积极性,提升语言传播的市场拉动力。其一,语合中心、

① 陆俭明:《话说汉语走向世界》,商务印书馆 2019 年版。

② 数据来源:https://m. bjnews. com. cn/detail/159049323915488. html,全国政协委员张博:建议设立“世界中文日”。

③ 陆俭明:《话说汉语走向世界》,商务印书馆 2019 年版。

④ 李宇明:《论语言生活的层级》,《语言教学与研究》2012 年第 5 期。

⑤ 王春辉:《中文国际教育与传播的九大问题与思考》,《昆明学院学报》2023 年第 1 期。

⑥ 数据来源:https://mp. weixin. qq. com/s/cf91r6zqA1Abo_WUdTqW6Q,“国际中文日”国际中文教育高端学术论坛成功举办。

⑦ 陆俭明:《新时代国际中文教育理念创新和实践探索的若干思考》,《语言教学与研究》2022 年第 4 期。

⑧ 赵春露:《俄罗斯举行多项活动庆祝“俄语日”》,《世界教育信息》2014 年第 16 期。

中国国际中文教育基金会等专业机构、民间机构，作为联合倡议和实施的主体，突出语言日的社会性、民间性。其二，各国各类中文教育机构、高校中文专业、华文学校、中文教师（教育）协会，以及海外孔子学院、中文工坊等，应该成为各国各地自发自愿举办各类纪念活动的主体，强化语言日的在地性、本土性。其三，驻外机构特别是驻外使领馆、中国文化中心、中资机构等，可适量开展或支持当地机构开展一些活动。通过以上分门别类、因地制宜的举措，逐步完善中外合作、外方为主和官民结合、民间为主的活动模式。

（五）建立统筹支持、多方参与保障机制

语言传播混合模式强调了政府的政策引导和语言规划。“国际中文日”是加快中文走向世界、提升中文国际地位的重要举措，涉及语言、教育、文化、外事、侨务、宣传等多个领域。淡化官方色彩与政府支持，是两个不同层面的问题。可将“国际中文日”作为国家国际传播能力建设重要组成部分，加强顶层设计和战略规划，加大统筹支持和多方联动。其一，就战略支撑而言，将其纳入国家有关发展规划、政策文件，明确为中国语言文化“走出去”重大工程项目。其二，就机制建设而言，建立包括教育部、国家语委、外交部、财政部等部门在内的工作协调机制，统筹支持、多方联动办好“国际中文日”。其三，就经费保障而言，建立健全财政支持为主、多元筹资机制。当前世界语言格局呈现“一超多强”、英语“一语独大”态势，中文作为世界“第二方阵”语言，[①]市场能力薄弱，财政投入支持开展“国际中文日”活动，仍是不可或缺的基本保障。

五、“国际中文日”传播策略

“国际中文日”传播策略研究区别于其品牌设计，更多关注开展纪念和庆祝活动本身，探究如何使“国际中文日”充满魅力并形成文化记忆，提升中文的国际声望。

（一）统一设计使用徽标

视觉标识是品牌的另一显性要素[②]，徽标（logo）是标识独特身份、强化受众印象的重要载体。目前，虽尚未看到其他世界语言日使用固定徽标，但推出具有美学色彩、文化内涵，且易识别、易记忆、易接受的“国际中文日”徽标，并通过全球征集和专家评选的方式确定，将有助于产生受众关于这个节日及中文的定型化效应，从而增强节日的传播力影响力。语合中心及五洲汉风公司已开展“绘·中文日徽标”全球征集活动[③]，统一的“国际中文日”徽标或将很快面世。

（二）精心确定理念主题

作为营销策略的关键要素，定位起着品牌建设的作用，使品牌在大众心目中留下鲜明的印象。[④] 理念是文化、价值和精神层面的标识，长年使用、稳定不变。通过全球征集和专家评选的方式，确立一个既能体现中文独特文化内涵，又能承载世界各国受众普遍期待的简洁流畅、方便流行的词语，作为“国际中文日”秉持的理念或宗旨。主题则可变动不居，每年提前确定，体现语言文化的与时俱进。[⑤] 世界多数语言日有自己的年度主题，如世界法语日 2022 年主题“超越”、2023 年主题“参与”等。“国际中文日”比较注重确定年度主题，2020 年初创时尚无；2021 年主题“中文：创造无限机遇”；2022 年主题“中文：共筑美好未来”，与当年北京冬奥会主题“一起向未来”形成呼应；2023 年主题“中文：增进文明对话”；2024 年主题“中文：架起文明互鉴桥梁”，应是体现“全球文明倡议”的产物。未来的主题可以更简

① 李宇明：《全球治理体系改革需要语言助力》，《光明日报》2019 年 7 月 27 日。

② 郭洪、杨勇攀：《品牌营销学》，西南财经大学出版社 2021 年版。

③ 数据来源：https://mp.weixin.qq.com/s/f1O6JzTqmz0AEAsFRG76LA，“绘·中文日徽标”全球征集活动正式启动。

④ Murray, J., Elms, J., & Curran, M., “Examining Empathy and Responsiveness in a High-service Context”, *International Journal of Retail & Distribution Management*, vol. 47, no. 12, 2019, pp. 1364-1378.

⑤ 张鹏：《精心培育“国际中文日”品牌》，《人民日报》海外版 2022 年 4 月 22 日。

洁、更流畅且更适应年轻人的心态和期待,建议提前发布倡议,以便国内外各相关机构尽早了解主题并筹备活动。

(三)持续强化重要节点

“国际中文日”需要形成自己的符号系统和演述方式,形成“文化记忆”。重点打造和强化关键的、突出的、有影响力的环节或项目,塑造受众特定的语言文化期待。其一,长期坚持与联合国、UNESCO 等有关国际组织共同开展纪念活动,彰显语言日的国际合法性和活动公共性。继续推动 UNESCO 本部举办纪念“联合国中文日”活动,联合开展“国际中文日”活动。① 其二,重视各界精英、名人的形象代言。除中文日、英语日、罗姆语日外,表 1 所列其他 7 个世界语言日,均有主要母语国的国家元首、政府首脑出席过语言日庆祝活动。②③ 据此,可邀请中国政要作为国家代表出席“国际中文日”纪念活动并发表致辞,以及邀请语言、文化、艺术、教育、科技乃至影视娱乐等各界名人,作为“国际中文日”的形象代言人,借助名人效应提升节日影响力。其三,探索举办国家级、国际化大型纪念活动,如在“国际中文日”当天举办“世界中文大会”等,借以增强各国中文届人士的互动性和凝聚力。④ 其四,借鉴现代大型国际会展、书展等经验做法,每年优选三两个“主宾国”,每个国家优选一两个大学中文院系专业等作为主办机构,重点合作或支持其开展“国际中文日”活动,打造样板国家和示范院校,充分发挥其示范引领作用。⑤

(四)不断丰富项目矩阵

品牌忠诚是品牌关系的最高境界,而品牌体验则是品牌忠诚的基础。⑥ UNESCO 认为:“以文化活动、读书会、音乐会、艺术展览、讲座、戏剧表演,以及其他展演和活动来庆祝语言日,可增进对所涉语言的认识,展现通用该语言的国家和民族的文化多样性,并有助于加强国际对话与合作。”⑦“国际中文日”当天,讲座、研讨、论坛、朗诵等思想文化类活动固不可少,但书法、茶艺、中医、太极、武术、京剧等感性化体验类特色文化活动更能烘托氛围、吸引受众。此外,语言传播混合模式的理想状态同样需要市场开发语言学习需求,因此,关注大众积极情感,提升市场拉动力,努力将“国际中文日”品牌转换成品牌忠实,⑧还可重点打造三类活动项目:其一,竞赛类活动。通过竞赛吸引受众、培育品牌、扩大影响是语言文化类活动的通行做法,语合中心的“汉语桥”中文比赛(听说为主)、法语联盟的“金羽毛”法语写作大赛有着广泛的国际影响。建议统一设计举办世界性中文作文大赛和书法大赛,激发各国受众积极参与的意识。其二,新技术项目。信息化、数字化、智能化活动项目,既能大幅提升活动覆盖面和影响力,还能有效吸引“α 世代”“Z 世代”参与,因为“青少年是‘网络原住民’、是数字时代的‘弄潮儿’,应为他们搭建更多沟通平台、创造更多合作机会”⑨。其三,当代中国项目。将中国传统与现代相结合、“请进来”与“走出去”相结合、语言文化与社会实践相结合,努力向世界展示真实、生动、立体、全面的中国。

---

① 何勇:《推动“联合国中文日”升格为“国际中文日”》,见《“国际组织语言政策”多人谈》,《语言战略研究》2022 年第 2 期。

② 数据来源:https://www.campusfrance.org/en/emmanuel-macron-s-ambition-for-the-french-language-and-multilingualism, EMMANUEL MACRON'S AMBITION FOR THE FRENCH LANGUAGE AND MULTILINGUALISM。

③ 数据来源:https://news.abplive.com/lifestyle/world-hindi-day-2022-know-history-facts-why-it-is-different-from-national-hindi-divas-1505464, World Hindi Day 2022: Know History, Facts & Why It Is Different From National Hindi Divas。

④ 张鹏:《中文搭桥 深化交流》,《人民日报》海外版 2023 年 4 月 21 日。

⑤ 张鹏:《精心培育“国际中文日”品牌》,《人民日报》海外版 2022 年 4 月 22 日。

⑥ 郭洪、杨勇攀:《品牌营销学》,西南财经大学出版社 2021 年版。

⑦ 数据来源:https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381037_chi,宣布“世界俄文日”。

⑧ Laroche, M., Habibi, M. R., Richard, M. O., & Sankaranarayanan, R., “The Effects of Social Media Based Brand Communities on Brand Community Markers, Value Creation Practices, Brand Trust and Brand Loyalty”, *Computers in Human Behavior*, vol. 28, no. 5, 2012, pp. 1755-1767.

⑨ 数据来源:http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/moe_176/202302/t20230213_1044377.html,数字变革与教育未来——在世界数字教育大会上的主旨演讲。

（五）完善中文节日体系

品牌的声浪推动品牌名望。目前，不少国家和地区出现了各种各样纪念或庆祝中文的特殊节点。总结、提升和推进这些实践，有助于完善全球范围内的中文节日体系并形成声浪。其一，“国际中文日”“联合国中文日”各自纪念、并行不悖。其二，配合各国开展“中文日”活动。如由南非政府宣布的每年9月17日的“南非中文日”；①由2022年巴西里约热内卢市议会通过并写入日历的每年9月28日的“中文日”；②2023年9月1日开始庆祝的澳大利亚第一个中文日。③ 其三，配合各国各机构开展“中文周”活动。如新西兰自2014年起已连续8年举办全国性的“中文周”庆祝活动，总理杰辛达·阿德恩出席2022年“中文周”庆祝活动并发表讲话。④ 其四，中国与世界各国互办语言年。21世纪前10年，在UNESCO“国际语言年”推动下，不少国家曾设立语言年并与其他国家互办对方语言年。UNESCO 2022年发布《国际土著语言十年（2022—2032年）》计划，提请世界关注土著语言的严重衰退和加以保护、振兴的迫切需要，⑤为设立和庆祝语言年提供了新的契机。其五，牵头举办世界性语言论坛和活动、建立相关活动机制。可考虑牵头组建“世界语言日联盟”，协调各大语言日母语国政策部门、专业机构、国际组织等，共同研讨和推进世界语言日活动，有效参与和引领全球语言治理。⑥

六、结语

通过系统梳理、比较借鉴他国世界语言日经验做法，同时深入研究“国际中文日”的历史溯源、机制探索、品牌设计和内涵拓展，有助于形成系统完善的“国际中文日”应用性、操作性的活动方案。同时，助推“国际中文日”的机制更加健全、主体更加多元、内容更加丰富、形式更加新颖，成为加快中文走向世界、提升中文国际地位的知名品牌、成为中国由世界语言大国迈向世界语言强国的重要载体，为推进世界多元文明互鉴和构建人类命运共同体作出积极贡献。

（责任编辑：子聿）

① 数据来源：http://www.gov.cn/xinwen/2019-08/06/content_5419327.htm，南非设立中文日。

② 数据来源：http://www.news.cn/world/2022-09/29/c_1129042069.htm，通讯：巴西里约庆首个“中文日”。

③ 数据来源：https://english.news.cn/20230904/525ecf15c6ee41658c01ef85febf83fc/c.html，1st Chinese Language Day launched in Australian capital。

④ 数据来源：https://english.news.cn/20220927/57060a9c30224aafb0c3d259ba7e2bc6/c.html，Chinese language week starts in New Zealand to promote Chinese language learning。

⑤ 数据来源：https://www.unesco.org/zh/articles/jiaokewenzuzhiqingzhuguojituzheyuyanshinian，庆祝“国际土著语言十年”。

⑥ 李宇明：《全球治理体系改革需要语言助力》，《光明日报》2019年7月27日。