

# “一带一路”倡议下语言传播国际化 人才培养模式及路径探析 ——以播音主持艺术专业为例

李 斌

**摘 要：**“一带一路”作为我国新时期对外开放的重要倡议，为沿线国家和地区的经济文化发展带来诸多机遇，同时也对国际化人才培养提出了更高的要求。反观我国语言人才培养现状，存在数量庞大质量不高、非通用语人才稀缺、培养模式单一及语种布局失衡等诸多问题。因此，传媒类院校作为培养语言传播人才的重要基地，需要作出全新调整。其中，播音主持艺术专业内涵紧扣“语言传播”，外延涉及“大众传播”和“口语传播”，在培养语言传播国际化人才方面发挥着重要作用。语言传播国际化人才培养亟需注重多维创新：培养目的与时俱进，从“语言传播”到“文化交流”；培养手段丰富多元，从“语言技能”到“语言技能+”；培养方向灵活务实，从“中国话语”到“因地制宜”。

**关键词：**“一带一路”；语言传播；人才培养

**作者简介：**李 斌，男，讲师，博士研究生。（浙江传媒学院 播音主持艺术学院，浙江 杭州，310018）

**中图分类号：**H0-4      **文献标识码：**A      **文章编号：**2096-8418 (2020) 06-0125-05

## 一、“一带一路”语言人才培养现状分析

随着我国“一带一路”倡议的不断深入和发展，沿线国家在政治、经济、科技、教育等诸多领域开展了深入交流与合作。为顺应形势并谋求发展，沿线国家高度重视人才培养，尤其是语言人才培养。《光明日报》有文章指出：传播推动共建“一带一路”向高质量发展转变离不开坚实过硬的语言服务能力。<sup>[1]</sup>国家信息中心发布2017年《“一带一路”大数据报告》也强调了语言人才的培养，认为当前国内“一带一路”语言人才培养开始起步，但规模还不能满足需求；建议启动国家“一带一路”语言能力建设工程，加强统筹规划、强化人才培养。<sup>[2]</sup>具体来看，当前“一带一路”语言人才培养存在如下问题：

### （一）人才培养数量急剧增长，实际水平堪忧

2013年，国家发改委联合外交部及商务部发布《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》，其中一个重要指向就是要继续扩大中国与沿线国家相互间留学生规模，深化开展教育合作，中国每年为沿线国家提供10000个政府奖学金名额，致力于加强沿线国家间人才建设与交流合作。在中国国家政策的大力鼓励以及沿线国家对于“一带一路”倡议高度评价的背景下，大量留学生来中国留学。据2017年《“一带一路”大数据报告》统计，全年共有48.92万名外国留学生来中国进行高等教育学习与深造，连续两年增幅都达到10%以上。数据还显示，“一带一路”沿线国家留学生人数为31.72万人，占比达到64.85%，增幅达11.58%，高于各国平均增速。

从数据来看，来中国学习的留学生数量增长迅速，但语言人才质量不高。以“汉语听说能力”为

例,大部分留学生只能达到汉语初级水平,能够双语交流的留学生少之又少。笔者曾发起调查问卷,对天津、浙江、北京 6 所高校 107 位留学生的汉语语言水平展开调研,结果显示,仅 15 名留学生能够用汉语与中国人进行正常沟通,26 名留学生能够基本对话,40 名留学生能说一些简单的中国话。由此可见,语言人才培养结果并不乐观,亟需通过一系列措施进行调整。

### (二) 非通用语人才资源稀缺,语种布局失衡

“国家外语人才资源库”高校外语专业招生情况统计表明,目前我国“一带一路”建设面临的一个突出问题就是小语种人才的极度匮乏。“一带一路”沿线国家的官方语言近 60 种,而我国近三年来高校外语专业招生的语种只覆盖其中的三分之一。已经在高校设置专业的 20 个小语种中,10 个语种的在读学生数量不到 100 人,波斯语、土耳其语和斯瓦西里语 3 个语种的在读人数均在 50—100 人之间,希腊语、希伯来语、孟加拉语等 8 个语种的在读人数均不足 50 人。由此可见,小语种语言人才资源稀缺,不能满足“一带一路”沿线国家发展之需求。

### (三) 语言人才培养模式单一,内涵有待挖掘

来中国学习语言的留学生数量不断增加,国内大部分高校对于留学生的培养模式却较为单一。以“语言生”为例,大多数院校以培养其汉语语言技能为主,忽略了语言的文化传播功能,未能在人才培养过程中加大文化类课程的比重。以河南大学国际汉学院官网公布的留学生(语言生)课程为例,大部分课程内容都围绕汉语口语、阅读、听力、写作等,与中国文化有关的课程占比较小。语言是文化传播的工具,结合文化背景和具体语境的语言学习才能有效实现传播功能。

## 二、“一带一路”倡议背景下语言传播人才培养的契机与挑战

在当前“一带一路”倡议的背景下,我们应借助中国经济的快速发展,进一步拉动世界各国对汉语学习的需求,推进汉语言文化的对外传播。<sup>[3]</sup>中国传媒大学和浙江传媒学院都开设了有关语言传播的专业,如播音主持艺术、广播电视语言传播、口语传播等。其中,播音主持艺术专业内涵紧扣“广播电视语言传播”,外延涉及“大众传播”和“口语传播”。该专业始终关注文化影响和文化传播。电视节目主持人在节目中通达社情民意,疏导公众情绪,传播先进文化,都将成为一种不可替代不容忽视的文化影响。<sup>[4]</sup>在“一带一路”倡议背景下,播音主持艺术专业应发挥其专业优势,助推语言传播人才的文化传播能力培养。

### (一) 专业优势

播音主持艺术专业紧抓语言功力,其中的“语音发声”“口语表达”等内容能够为语言传播人才培养提供大量的理论基础及实践经验。以中国传媒大学播音主持艺术学院为例,作为培养播音员主持人的基地,该学院曾多次受到孔子学院总部委托,为孔子学院教师及学生进行专业授课,受到广泛好评。播音主持艺术专业依托于广播电视等媒体,可以有效推进文化传播。如湖南卫视推出的文化类节目《汉语桥》将“中国元素”传播到世界的各个角落,引发世界范围的汉语热潮。播音主持艺术专业通过扩大传播主体及创新话语策略等方式,使中国与沿线国家之间的文化传播更加直接更加有效。从语言技巧的训练,到广播电视语言传播的深入挖掘,再到大众口语传播及跨文化国际传播理论与实践的研究拓展,播音主持艺术专业在“一带一路”倡议背景下可谓“大有可为”。

### (二) 专业挑战

“一带一路”倡议为播音主持艺术专业创造了全新的机遇,同时也带来诸多挑战。“一带一路”倡议背景下,播音主持人才培养朝着国际化的方向快速发展,当前播音主持国际化人才培养主要有两种

模式：一是为国内学生开设双语播音主持专业；二是为海外留学生开设播音主持专业方向。这两者都存在突出问题。

### 1. 双语播音人才培养相对落后，无法适应时代需求

当前，中国与国际社会交流愈加广泛，合作不断深化，媒体作为国家软实力传播的重要工具，发挥着关键作用。“双语播音主持”在世界交流中起到积极作用。据不完全统计，我国开设双语播音专业的院校有20多所，其中大部分专业是英汉双语播音专业，还有一些院校开设了其他语言的双语播音。如浙江传媒学院除了英汉双语播音，还开设了法汉双语播音、日汉双语播音专业；大连艺术学院开设了韩语、日语双语播音主持专业；中国传媒大学南广学院开设了西班牙语播音主持专业。这些专业方向为播音主持国际化人才培养提供了丰厚的土壤，为跨国文化交流及传播培育新生力量。然而，“一带一路”倡议对于双语播音主持及语言传播人才的需求，不应局限于英语、日语、法语等热门外语，更应该以市场需求为导向，从实际出发。“一带一路”倡议受到越来越广泛的欢迎，沿线国家与中国各方面的交往更加密切。随着中欧班列、中巴经济走廊、匈塞铁路、中缅油气管道项目、希腊比雷埃夫斯港、赞比亚中国经济贸易合作区等“一带一路”建设的快速推进，小语种人才需求呈井喷态势，各相关语种人才供应纷纷告急。<sup>[5]</sup>因此，国内双语播音专业办学应该紧密结合“一带一路”建设切实所需，充分调研，及时调整，培养具有“语言传播—大众传播—国际传播”交叉能力的高端传媒人才，具备在多种场景进行传播交流的能力，更好地适应“一带一路”沿线国家发展需要。

### 2. 播音主持国际人才培养起步较晚，无法满足实际需要

除了以上提到的国内双语播音主持专业人才培养，面向海外留学生的播音主持国际人才培养则刚刚起步。以浙江传媒学院为例，该校从2014年起在播音主持艺术学院招收坦桑尼亚留学生，目前已有10名毕业生，有37名在校生。该项目系浙江省首批国际化专业重点建设项目，为坦桑尼亚培养了一批具有良好汉语表达能力并能够从事跨文化传播的语言传播人才。在校期间，留学生们除了学习语言技能，还要选修一些与中国文化有关的课程。学校为他们搭建了多个平台，如“中国茶文化摄影大赛”“留学生过大年”“传统服饰文化节”等活动，使他们有更多机会深入接触中国文化。在对第一批毕业生的问卷调查中，100%的留学生认为在浙江传媒学院学习该专业收获很大，其中25%的毕业生在坦桑尼亚教授汉语，16%的毕业生利用双语优势开展中坦贸易，还有一些毕业生在坦桑尼亚从事传媒工作或在当地政府部门任职，少数留在中国读硕士研究生，学习旅游管理及跨文化交流专业等。从数据来看，该模式人才培养水平高、见效快，受到中国及坦桑尼亚的一致肯定。但是，纵观国内开设播音专业的院校，针对留学生开设播音主持专业的寥寥无几，无法满足培养播音主持国际人才的迫切需求。

## 三、“一带一路”倡议背景下语言传播国际化人才培养的创新策略

### （一）从语言传播到文化交流

建设“一带一路”，不仅要研究沿线国家和地区的语言，更要进一步挖掘语言背后的民俗习惯、宗教信仰、历史文化、社会需求等，还要在了解文化的基础上把握其价值观念和思想内核，实现从语言到文化、从文字到思想、从概念到情感的路径演进，实现“一带一路”深层次民心相通。<sup>[6]</sup>“一带一路”倡议背景下的人才培养，首先是培养语言传播者，目的是使其能熟练地运用两种或几种语言适合多种场景的交流沟通；其次是培养文化传播者，要赋予其使命感，使其不仅能够借助语言工具实现信息的即时传递并满足实时互动，更能在不同场景的交流中体现人文关怀及文化内涵。对于语言传播国际化人才来说，亟需体现责任意识和服务意识，一方面要将本土的优秀文化“传出去”，另一方面则要

把沿线国家和地区的经典文化“引进来”，做跨国文化传播的丝路使者。

## （二）从语言技能到“语言技能+”

人才是“一带一路”建设的支点和关键。“一带一路”愿景与目标的实现离不开创新创业人才、国际组织人才、非通用语言人才、华人华侨人才、海外高端人才以及急需领域专业人才等各类人才的支撑和保障。<sup>[7]</sup>因此，“一带一路”倡议背景下人才的培养，除了强调其语言技能，更要强调“语言技能+”，使其成为复合型人才。在人才培养方案中除了设置“语言课程”，还应该安排经济学、教育学、新闻传播学、艺术学等其他课程，使其有所长、有所专，能够为“一带一路”建设贡献智慧和力量。2015年人民网报道的《外国学生，来华学习成时尚》一文中大量案例表明，很多学生来中国不仅渴望学语言、学文化，更渴望学习中国经济以及科技方面的内容。“一带一路”倡议为国际人才交流创造了良好空间，更促进了国际文化融合与深度合作。

## （三）从“中国话语”到因地制宜

长期以来，在中国对外传播的过程中，片面、教条的功能主义传播范式根深蒂固。<sup>[8]</sup>在对外传播的话语策略中，笔者认为应该有以下几个方面的创新。

### 1. 扩大传播主体范围

我们应该大力提倡普通民众作为传播主体，用自身的经历和感受“现身说法”。由国家领导人、政府高级官员和专家学者来讲故事是惯例，普通民众的讲故事可作为有效补充。“一带一路”沿线国家应搭建平台、建立机制，鼓励更多国家和地区的民众用行动来讲故事，促进文化交流。

### 2. 创新传播内容表达

当前我国对外传播的内容包含大量中国式话语，如“讲好中国故事”“传播中国声音”等。“讲故事”的方式可以使表达更加生动形象，不仅要讲中国的故事，也要讲沿线国家和地区的故事，展现“一带一路”大家庭的文化风采。

### 3. 传播方式要灵活多变

“一带一路”倡议背景下，传播方式应该从单向传播转变为多向互动。融媒时代的移动互联网技术愈加发达，一些国内APP如微信和抖音分别推出海外版。这些技术产品使得“一带一路”沿线国家各领域人群沟通更为方便快捷。在“一带一路”建设过程中涉及众多的参与者，他们来自不同的国家、不同的阶层、不同的行业，彼此之间因为共同的目标聚集在一起，为“一带一路”建设共襄盛举。<sup>[9]</sup>微信群组将沿线各国的不同领域人群汇聚在一起，大家即时沟通，多向互动，碰撞智慧，共谋发展。抖音海外版tiktok在国外大获成功，成为倍受欢迎的短视频应用。学者刘天瑞通过数据调研发现，亚洲用户偏好“萌宠小孩”及“生活技巧”类视频，而欧美用户则偏好有关形象和才艺的展示。<sup>[10]</sup>这些为我们研究不同国家的受众心理及用户需求提供了有利条件。“一带一路”倡议背景下，语言传播国际化人才培养要因地制宜，不仅要积极打造“一带一路”传播主体精英，还要培养出符合“一带一路”发展建设所迫切需要的语言传播人才；所培养的人才不仅能积极掌握话语权，还能运用语言传播的专业优势讲好“一带一路”故事，传播沿线国家的优秀文化，同时，在传播方式上还能勇于创新，充分挖掘受众心理及用户意识，高效沟通、多维互动。

## 四、结 语

“一带一路”沿线国家建设发展亟需大量优质的语言文化传播人才，为播音主持艺术专业人才培养提供了创新与发展的契机。在这样的背景下，播音主持艺术专业亟需放眼国际教育，以培养语言传播

国际化人才为目标和方向。当前，国内一些开设播音主持专业的高校已开始积极探索语言传播国际化人才培养的模式和路径。例如，部分院校通过引入国际教学资源共谋人才培养新模式。浙江传媒学院播音主持艺术学院与英国博尔顿大学联合双方优势，合作举办传媒专业硕士学位教育项目。该项目设计了科学的课程体系，如开设《出境报道与主持艺术》《跨文化交流与传播》等，注重“语言传播”及“文化传播”的实践教学，旨在培养具有国际化视野、掌握全媒体传播能力的高级实践型人才。该项目已顺利通过教育部中外合作办学评估，并于2019年迎来首届毕业生。他们活跃在国内外各级媒体及各大企业公司，受到用人方的良好反馈。同时，还有部分院校积极搭建国外实践基地，精准培养学生跨国语境下的语言传播技能。如广西艺术学院着眼于为东盟国家培养语言传播人才，积极开拓ICE TV柬埔寨国家电视台为播音主持专业学生（英汉双语播音）的实践基地，该平台作为国家级主流媒体为学生提供了多维创作及实操空间。学生不仅尝试传统传媒报道模式，更能参与到官方新媒体平台的日常运营中，通过采访、编辑、策划、主持等多种形式提升语言传播业务能力。另外，还有大量高校以项目为驱动，培养优秀的语言传播国际化人才。以广东外语外贸大学为例，该校播音主持专业的学生可以通过学校提供的国际交流项目，通过遴选和考核赴美国弗吉尼亚大学、密苏里大学，英国中央兰开夏大学，澳洲悉尼大学等进行学习和交流，借助项目获取国际教育资源，感知多元文化，并通过学习实践不断提升语言传播能力。

“一带一路”倡议为语言传播国际化人才培养提供了生机勃勃的土壤，其带来的挑战也不容忽视。语言传播国际化人才培养存在起步晚、与实际需求脱轨等问题，在实践中应以语言文化传播人才培养为起点，以符合战略需求人才建设为目标，结合播音主持专业优势，从培养理念、育人方向及教学方法等方面进行多维策略研究，突出“文化交流”“中国话语”“语言技能+”等时代要素，为“一带一路”宏伟蓝图贡献智慧和力量。

#### 参考文献：

- [1] 付卓茗, 王铭玉. 提升语言服务能力, 助推“一带一路”高质量发展 [N]. 光明日报, 2018-11-29.
- [2] 国家信息中心“一带一路”大数据中心. “一带一路”大数据报告(2017) [M]. 北京: 商务印书馆, 307: 15.
- [3] 许瑞娟. “一带一路”视阈下的汉语言文化传播史研究 [J]. 文化与传播, 2016 (6).
- [4] 曾志华. 中国电视节目主持人文化影响力命题的提出及思考 [J]. 现代传播, 2007 (1).
- [5] 罗旭. 莫让小语种人才稀缺影响“一带一路”脚步 [N]. 光明日报, 2017-8-3.
- [6] 梁昊光, 张耀军. “一带一路”语言战略规划与政策实践 [J]. 人民论坛, 2018 (10).
- [7] 周谷平, 阚阅. “一带一路”战略的人才支撑与教育路径 [J]. 教育研究, 2015 (10).
- [8] 田龙过. “一带一路”国际传播中的问题: 理念、心态与话语策略 [J]. 西部学刊, 2018 (6).
- [9] 郝雪. 微信在“一带一路”参与者中的应用 [J]. 现代商业, 2017 (31).
- [10] 刘天瑞. 短视频软件海外受众心理的探究——基于抖音海外版在线评论文本分析 [J]. 传播力研究, 2018 (2).

[责任编辑: 华晓红]