

从纪录片《远方的家·一带一路》看汉语国际推广

李 影

贵州大学国际教育学院 贵州贵阳 550025

摘要: 文章在回顾电视纪录片《远方的家·“一带一路”》报道内容的基础上,总结了节目中与汉语教育教学相关的内容及其为汉语国际教育推广带来的启示。

关键词: 纪录片;《远方的家·一带一路》;汉语国际推广

On the international promotion of Chinese language from the documentary “Home Far Away · One Belt and One Road”

Ying Li

School of International Education, Guizhou University, Guiyang, Guizhou, 550025

Abstract: On the basis of reviewing the contents of the TV documentary “Home Far Away · ‘One Belt and One Road’”, this paper summarizes the contents related to Chinese education and teaching in the program and its enlightenment for the promotion of Chinese international education.

Keywords: Documentary; “Home Far Away · One Belt and One Road”; International Promotion of Chinese Language

2013年9月和10月中国国家主席习近平分别在哈萨克斯坦和印度尼西亚提出建设“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的合作倡议,得到了世界的广泛关注和支持,同时也面临着诸多挑战。随着“一带一路”倡议建设的不断推进,语言在其中的重要作用日益凸显,“一带一路”需要语言铺路(李宇明,2015)。沿线国家对于汉语学习和应用的需求正在不断扩大,作为中央电视台中文国际频道(CCTV4)《远方的家》栏目推出的一档日播电视节目,《远方的家·一带一路》(以下简称《一带一路》)在报道“一带一路”沿线国家参与相关

基金项目: 2020年国家社会科学基金重大课题《面向新疆义务教育的语言资源数据库建设及应用研究》(20&ZD293); 2021年国际中文教育研究课题青年项目“《国际中文教育中文水平等级标准》与《现代汉语八百词》词类比较研究”(编号:21YH73D); 2020年贵州大学文科研究青年项目“汉语拒绝中的传信表达形式研究”(编号:GDQN2020024)。

作者简介: 李影(1982-),女,满族,辽宁辽阳人,贵州大学国际教育学院讲师,博士,主要研究方向为对外汉语教学、汉语句法。

建设情况的同时,也注意到了语言在其中发挥的重要作用,不仅让观众看到了沿线国家汉语学习、应用的实际情况,同时也了解了目的地国家主要的汉语需求并为其未来的发展方向带来了启示。

一、节目概况

1. 总体介绍

《一带一路》是中国中央电视台中文国际频道《远方的家》栏目组推出的第八部大型纪录片。该系列纪录片继承了栏目一贯特点,即以出镜记者(即主持人)行走体验的方式展开,将宏大的叙事主题通过一个个具体的故事和真实的人物呈现出来,拉近了观众与节目的距离,降低了陌生感。同时,相较于前七部主要以中国国内为主的节目内容,《一带一路》是真正第一次走出了国门,以“沟通中外、连接世界”为使命,将中国“互利、发展、和平、共赢”的理念传递给采访目的地国家的民众和海内外的观众,突出了“一带一路”着力打造命运共同体、责任共同体和利益共同体的时代目标。随着节目的不断更新,其受众群体也主要从中国国内观众及海内外华人华侨扩展到了其他对中国文化以及“一带一路”倡议建设感兴趣的国际友好人士。

从2016年8月29日至2019年6月14日,中央电视台中文国际频道《一带一路》系列节目共播出了510集,其中第1-38集主要介绍了中国古代海上丝绸之路主要节点的“前世今生”,例如,节目从海上丝绸之路的起点之一浙江宁波开始,首先回顾了其作为海上丝绸之路起点的辉煌历史,接着由出境记者带领着观众实地探访了货物吞吐量居世界第一的舟山港;从节目第39集开始,栏目组主要采访报道了中国以外的“一带一路”沿线国家,共涉及亚洲、欧洲、非洲、南美洲的49个国家,约占节目总数的91.6%。具体统计见表1。

表1 《一带一路》报道涉及国家地区统计

大洲或区域	国家总数	具体国家
亚洲	19	中国、新加坡、印度尼西亚、马来西亚、柬埔寨、老挝、缅甸、菲律宾、巴基斯坦、孟加拉国、斯里兰卡、尼泊尔、伊朗、阿联酋、塔吉克斯坦、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、阿塞拜疆、格鲁吉亚
横跨欧亚	1	土耳其
欧洲	18	白俄罗斯、德国、荷兰、比利时、波兰、塞尔维亚、保加利亚、罗马尼亚、奥地利、匈牙利、捷克、俄罗斯、希腊、意大利、乌克兰、瑞士、法国、西班牙
非洲	9	肯尼亚、坦桑尼亚、埃塞俄比亚、科特迪瓦、南非、赞比亚、阿尔及利亚、摩洛哥、尼日利亚
南美洲	3	智利、厄瓜多尔、秘鲁

根据表1,这些报道中涉及的亚洲国家和欧洲国家最多,分别为19个和18个,这与古代丝绸之路主要涉及的路线和范围是一致的。此外,栏目还对横跨欧亚的国家——土耳其,特别是其第一大城市伊斯坦布尔进行了详细报道(如节目第147集)。伊斯坦布尔横跨欧亚大陆,是中国古代丝绸之路的西端终点。《一带一路》的采访报道为伊斯坦布尔当地民众和节目观众的心中勾勒出了两地交流的历史画面,为新时期“一带一路”倡议的建设构建了共同且和谐的背景基础。非洲和南美洲采访报道涉及的国家虽然分别仅有9个和3个,但是报道在追溯这些国家同中国的交往历史的同时,都凸显了当前其在“一带一路”建设中的重要地位,反映了整个节目对于“一带一路”倡议合作发展的精准定位,特别是对南美三个国家智利、厄瓜多尔、秘鲁的走访,更是凸显了新时期“一带一路”倡议的广阔视野,也让海内外观众了解到早在100多年前,中国就与遥远的美洲国家建立了密切的联系,拉近了节目观众与当地民众的距离。

2. 特色内容

节目整体围绕“一带一路”五通建设,即政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通等主题展开,内容主要可分为四大类,包括:国内建设成就、援外建设、中外交往历史和现阶段的经济文化交流合作情况、自然风光和乡土习俗探索。从内容看,节目选题已超出了旅游节目的范畴,涵盖实地探访目的地国家的中资企业、旅居当地的华侨华人工作生活学习情况、中国开展的医疗援助、采访双方政要学者有关“一带一路”倡议的发展愿景,等等,其中实地探访目的地国家的中资企业是该系列节目的重要环节。根据对报道内容的分析可知,节目对所到访的49个沿线国家的报道都涉及了对当地中资企业的采访,这些企业涉及领域不仅包括路桥、电站、港口码头、机场等基础设施建设,而且还包括矿产开发、航空、通信、客车制造、物流运输、银行金融、农业、旅游等诸多领域,例如,第86集栏目组在巴基斯坦卡拉奇对国航营业部的探访;第245集对白俄罗斯中白工业园的报道;第267集出境记者拜访在德国北威州的中资企业,等等。这些中资企业打破了沿线国家对华人主要从事小商品贸易或餐饮行业的固有印象,凸显了经济在“一带一路”建设中的重要地位;同时,节目还非常注重了解在这些中资企业中工作的当地员工的工作生活情况以及中资企业在当地开展的公益事业,如第175集介绍了在肯尼亚的中资企业对所在社区小学的援助、第293集报道了在塞尔维亚的中资企业与当地大学开展校企合作的情况、第480集介绍了在赞比亚中企为当地居民打水并解决饮用水问题等。这些内容说明中国提出推进的“一带一路”倡议虽然以经济建设合作为主导,但是中资企业在民心相通上也发挥了重要的作用,它们是目的地国家民众了解中国,理解“一带一路”倡议的重要窗口,同时也为沿线国家人民积极参与“一带一路”建设提供了平台。

二、汉语在节目中的介绍

虽然“一带一路”五通建设没有明确提及语言在其中的作用,但是通过五通建设所涵盖的内容可以看到语言是推进架通“一带一路”不可或缺的道路和桥梁。在《一带一路》系列节目中,有关中文的内容主要包括四个方面:对汉语、华文教育教学情况的直接介绍;依托文化交流增加中文被认识学习的机会;探寻目的地国家的中文标识、中文广告、中文刊物书籍等;通过会中文的目的地国家向导或者企业员工的真实故事凸显中文的作用。

1. 有关汉语学习的直接报道

《一带一路》系列节目有关汉语(包括华文)的介绍不少,在400多集节目中(不含中国)有至少55集直接提到了“一带一路”沿线国家民众以及当地华侨华人子弟的汉语教学或学习情况,包括对当地孔子学院、孔子课堂、大学中文专业、各类华文学校以及语言学校的实地探访、对当地学生参加汉语桥比赛的报道等,例如,节目组第50集到访了位于印尼首都雅加达的阿拉扎大学孔子学院、94集到访了斯里兰卡达卡大学孔子学院、95集到访了位于达卡的孔子课堂、第299集到访了保加利亚索菲亚大学孔子学院等;第151集、180集分别介绍了伊朗和缅甸学生参加汉语桥比赛的情况。此外,通过节目还可以看到,由于“一带一路”建设的推进,中资企业走出去的步伐越来越快,为当地提供了大量就业机会,在当地掀起了学习汉语的热潮,例如,第63集节目组走进印尼奥比岛的中资企业,了解当地员工学习汉语情况;第297集报道了在塞尔维亚的中资企业邀请贝尔格莱德汉语学院老师帮助培训当地员工汉语。同时,越来的越多的工作机会也为当地已有的华文学校带来了复兴华文教育的契机,例如节目第98集对柬埔寨华文学校教学情况的报道。

2. 依托文化交流增加中文推广机会

《一带一路》系列节目在叙述时遵循的一般思路是:先挖掘中国与目的地国家在历史上合作交流的成功事例,唤起两国民众在历史文化上的共同记忆,打下相互理解的基础,再从历史延伸到当代,以目的地国家具体人物的真实故事串联起“一带一路”倡议的宏大主题。在这一过程中,时常可以看到汉语汉字的身影。例如,节目第55集介绍了印尼“郑和节”以及由当地华人修建的“三保宫”,在两国这样的文化互通中,汉语汉字的作用不容小觑;第167集出镜记者观看了中肯两国运动员的武术表演以及当地歌手演唱中文歌曲的表演;第347集介绍了奥地利音乐家与中国的情缘;第396集介绍了在罗马的中国话剧实验室;第432集走访了法国巴黎华人电台,等等。

三、节目相关介绍对于汉语国际推广的启示

虽然距离《一带一路》特别节目播出结束,已经过去了三年,但是通过对节目的回顾可以看到,其中很多内容对于当下国际汉语教育的发展仍然具有启发借鉴意义。

1. 继续发挥孔子学院、孔子课堂以及当地华文学校、中文学校的桥梁作用

栏目组对走访国家的孔子学院、孔子课堂、当地大中小学以及幼儿园中文学习情况进行了大量报道。通过这些实地探访可以看到,汉语培训学习机构为当地民众认识了解中国打开了一扇窗户,同时“一带一路”倡议的推进也给这些机构带来了新的发展机遇,例如栏目第450集、451集探访了在厄瓜多尔的中国语学校及学生,对于汉语学习在拉丁美洲国家的发展情况有了一定的了解。可以看出,如何乘着“一带一路”倡议建设这股东风顺势而起,架好夯实国与国之间交流理解合作的桥梁,是这些机构亟待解决的重要问题,特别是在后疫情时代,线下教育受阻的情况下,根据学生需求开展高质量的线上教育教学势必成为新的发展趋势。同时,栏目组对于亚洲、欧洲一些国家当地华文学校、面向华人子弟的中文和双语学校的走访表明,这些学校不仅满足了当地华人华侨子弟的中文学习需求,同时也为华人华侨与当地民众交流架起了桥梁,它们的持续良性发展不仅对当地华人华侨的语言文化保持传承意义重大,而且也为汉语汉文化的海外传播提供了便捷的平台。

2. “中文+职业教育”专门汉语人才的培养

节目对中资企业的大篇幅报道凸显了经济建设、经济合作在“一带一路”倡议中的核心地位。根据栏目记者的实地走访,这些中资企业一般采用属地化管理,为当地带来了大量的就业机会,在这一过程中,言语交流成为不可或缺的环节。根据报道,除了对汉语翻译人员的旺盛需求外,中资企业还需要大量属地专业技术人员和一线员工,这些人员在接受相关技术培训时,通常也需要与工作相关的专业技术汉语的加持。目前已有研究注意到了专门性汉语人才在“一带一路”建设中的重要意义和实际存在的巨大人才缺口,提出依据语言用途,分级、分类开展汉语教学的主张(邢欣、宫媛2020),“中文+职业教育”正在成为汉语国际教育研究和发展的方向,国内不少高校,尤其是理工科、医科为主的院校也正在开展这方面的教学研究和课程建设,而国外也有一些中资企业开启了与当地中文学习机构合作培训员工的尝试。

3. 后疫情时代国际中文教育的推广

2020年伊始,突如其来的新冠疫情,打乱了世界各国发展合作的节奏,为主要面向外国留学生的汉语国际教育带来了新挑战。《一带一路》系列节目虽然拍摄于疫情之前,但是其对目的地国家的深入走访体验为观众客观呈现出了“一带一路”建设背景下海外中文教育发展以及中文人才需求的真实情况。这对后疫情时代的国际

汉语教育教学仍然具有启示作用,例如,通过节目走访可以看出,除了中资企业提供的就业机会所带来的新一波汉语热外,中医中药、中国武术、陶瓷艺术、中国音乐、茶文化等的海外传播,也为国际汉语教学,特别是其中的文化能力教学提供了新思路,例如,在文化教学中注意不再以单向输出为主,而是有目的、有计划地融入语言学习元素,激发学生进一步学习汉语的兴趣。

四、结束语

《远方的家·一带一路》系列节目通过出境记者的行走、体验、发现,拉近了节目观众与目的地国家的距离,通过个体故事呈现“一带一路”倡议建设影响的报道叙事风格,使得国家层面的合作交流更接地气,不再显得遥不可及。同时,通过这些具体人物的小故事,节目也让观众看到了汉语在其中发挥的重要作用以及给当事人带来的更多选择机会,这在一定程度上起到了助力推广国际汉语教学的作用。节目播出至今虽然已经过去了三年多的时间,但是通过回顾这些生动的节目内容,国际汉语教育教学研究者仍然能够从其呈现的真实事例和中资企业的成功经验中受到启发,着力培养符合“一带一

路”建设需要的专门性汉语人才。

参考文献:

- [1]陈力丹.“一带一路”下跨文化传播的几个面向[J].江西师范大学学报(哲学社会科学版),2016(1).
- [2]陈亮.“一带一路”背景下的跨文化传播——以央视纪录片《远方的家》之《一带一路》系列为例[J].新闻战线,2018.11(下).
- [3]冯海燕,赵云.建构命运共同体——《远方的家·一带一路》跨文化传播策略[J].电视研究,2019(4).
- [4]李宇明.“一带一路”需要语言铺路[J].人民日报,2015.9.22
- [5]邢欣,宫媛.“一带一路”倡议下的汉语国际化人才培养模式的转型和发展[J].世界汉语教学,2020(1).
- [6]张兵娟,崔莹莹.中国国家形象的传播与命运共同体建构——以《远方的家》一带一路特别节目之东南亚地区系列节目为例[J].教育传媒研究,2021(3).
- [7]朱晓彧,徐阳.讲好中国故事 塑造国家形象——以《远方的家·一带一路》为例[J].中国电视,2018(11).