

# “一带一路”地区语言服务业发展中的翻译硕士人才培养<sup>i</sup>

王伟<sup>1</sup> 董元兴<sup>2</sup>

中国地质大学（武汉）

## THE TRAINING OF MTI IN THE DEVELOPMENT OF LANGUAGE SERVICES IN THE “BELT AND ROAD” AREAS<sup>i</sup>

WANG Wei<sup>1</sup>, DONG Yuanxing<sup>2</sup>

China University of Geosciences (Wuhan)

**Abstract:** The industry of language services in the “Belt and Road” areas is developing rapidly, marked by a great increase in “export-oriented” services mainly in the non-common languages and supported by new technology. Meanwhile, the industry of language services in these areas is still confronted with some problems, such as the imbalance of regional development, the lack of variety in service types and languages, and the shortage of high-level language service personnel.

---

<sup>i</sup> 本文受以下项目基金资助：①中国地质大学（武汉）研究生教育教学改革研究重点项目“本地化视域下中国地质大学（武汉）研究生院网站英译的多维重构”（编号：YJG2020105）；②中国教育部中外语言交流合作中心国别中文教育研究项目“COVID-19疫情背景下保加利亚中文教育现状及对策”（编号：21YHGB1120）

*This paper is part of the research findings of ① “Multi-dimensional reconstruction of the C-E translation of graduate school website in China University of Geosciences (CUG) from the perspective of localization”, a key project funded by CUG and ② “Current Situation and Countermeasures of Chinese Education in Bulgaria under the Background of COVID-19 Epidemic”, a country-specific Chinese education research project funded by the Center for Language Education and Cooperation of the Ministry of Education of China*

<sup>1</sup> 王伟，女，中国地质大学（武汉）外国语学院副教授，研究方向为口笔译、第二语言习得。电子邮箱：wwang@cug.edu.cn

WANG Wei: Associate Professor at the School of Foreign Languages of China University of Geosciences. Her research focuses on translation and second-language acquisition. Email: wwang@cug.edu.cn

<sup>2</sup> 董元兴，男，中国地质大学（武汉）外国语学院教授，研究领域为翻译研究、国别研究、外语教育。邮箱：dongyuanxing@cug.edu.cn

DONG Yuanxing: Full Professor at the School of Foreign Languages of China University of Geosciences. His research focuses on country-specific studies, translation and foreign language education. Email: dongyuanxing@cug.edu.cn

Under such circumstances, the objectives of training Masters of Translation and Interpreting (MTI) in China should be adjusted to more comprehensive training programs. In addition, the education of MTI in non-common languages should be developed, and universities and enterprises should cooperate to provide platforms for students to master new technology of language services.

**Keywords:** “Belt and Road” Initiative; industry of language services; training of MTI in China

## 引言

2013年9月和10月中国国家主席习近平在出访中亚和东南亚国家期间分别提出了共建“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”（简称“一带一路”）这一重大倡议。丝绸之路经济带分为三条线：起于中国，途径中亚、俄罗斯至欧洲（波罗的海）；从中国经中亚、西亚至波斯湾、地中海；从中国至东南亚、南亚、印度洋。21世纪海上丝绸之路分为两条线：从中国沿海港口穿过南海至印度洋，然后延伸到欧洲；从中国沿海港口穿过南海至南太平洋。“一带一路”沿线国家及地区涉及到的官方语言和国家通用语将近50种（邢欣，邓新，2016），因此，要做到“政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通”，克服国家甚至民族之间的语言障碍成为这五通的前提条件，语言服务的提高与完善迫在眉睫，这也为翻译硕士人才培养提出了更高的挑战与要求。

### 一、语言服务的基本概念

2010年，第一届中国国际语言服务行业大会召开，“语言服务”这一概念首次在行业协会主办的会议上提出。2012年，屈哨兵通过对语言服务概念系统的全面分析，将这一概念分为狭义和广义。狭义的语言服务常指语言翻译服务；广义的语言服务则是指所有以语言作为工具或项目内容而开展的服务。屈哨兵将语言服务分为四类，即：语言翻译服务、语言教育服务、语言支持服务、特定行业领域中的语言服务。2018年，屈哨兵进一步完善了语言服务的概念，认为语言服务是指“是指国家或者其他团体与个人以语言文字作为资源手段为社会团体各种单元及个体提供帮助与支持的各种活动”（2018，p.155），不再提狭义的语言服务概念并界定了不同层面的语言服务者。说明随着全球化和通讯信息技术的快速发展以及本地化行业的兴起，语言服务的内涵及外延也发生了变化。袁军（2014，p.18）对语言服务的概念进行了发展，他认为语言服务的宗旨在于帮助人们解决语际信息交流中出现的语言障碍。袁军还进一步细化了概念的内涵，认为语言的服务活动是通过三个方面实现的：1）提供直接的语言信息转换服务及产品；2）提供有助于转换语言信息的技术、工具、知识、技能等，协助人们完成语言信息的转换

处理；3）通过提供前两者，帮助人们解决语际信息、交流中出现的语言障碍。因此，当前的语言服务密切依托于信息技术，其外延也有所变化，主要包括翻译服务、本地化服务、技术文档写作服务、翻译技术服务、语言咨询服务等。

## 二、“一带一路”语言服务业发展现状

近年来，“一带一路”语言服务发展迅速，主要体现在以新技术为依托的“外向输出”语言服务和非通用语语言服务上。

### 1. 语言服务市场稳定发展

2019年，全球语言服务市场规模为496亿美元，首次接近500亿美元，较2018年增长30.8亿美元，增速达6.62%（Donald, 2020）。此外，位列全球前100的语言服务企业增速达20.08%。2009年至2019年，全球语言服务行业年均增长率为7.76%（Donald, Pielmeier & Lommel, 2021）。但是受新冠疫情的影响，全球语言服务行业产值在2020年有所下降，2021年缓慢上升，到2022年预计达到548亿至577美元之间（Donald, 2020）。2019年，中国约有72,495家语言服务及相关服务企业，行业创造产值约384亿元，年均增长3.2%。2020年中国语言服务产值预估为366.25亿元，因疫情影响预计同比下降4.67%（中国翻译协会等，2021）。

在全球大环境以及国家相关政策的影响下，“一带一路”语言服务业发展稳定。根据近10年来《中国语言服务业发展报告》（中国翻译研究院等，2015；2017；中国翻译协会等，2021）和《中国翻译服务业调研报告》（中国翻译研究院等，2015）对中国语言服务企业进行的调查，本研究对中国“一带一路”地区语言服务企业进行了数据分析。2011年位于该地区的语言服务企业超过全国同类企业的三分之一。2013年底，“一带一路”地区翻译服务企业已经接近全国同类企业的一半，占46.55%，并且这项数据近年来稳中有升。在服务范围上也从以前单一的口笔译服务扩大到“文档排版”、“相关服务咨询”、“语言服务人才培养”、“本地化服务”、“字幕和配音”、“机器编辑/译后编辑”、“技术写作”、“翻译工具和软件开发”等。作为一项新兴的服务业，中国语言服务业为“一带一路”沿线国家提供的业务已经具有相当的规模。

### 2. “外向输出”型语言服务进一步增加

2000年，“走出去”战略在中国全国人大九届三次会议期间正式提出。2014年，习近平在中央外事工作会议上指出要提升中国软实力，讲好中国故事，做好对外宣传。中国“外向输出”型语言服务进一步

增加。2011年，“中译外”在翻译市场中第一次超过“外译中”翻译总量。截止2013年底，中国大陆地区有64%的翻译服务企业“中译外”业务量占总量的一半及以上（中国翻译研究院等，2015）。2016年，在受调查的423家企业中，明确表示有中译外业务的有418家，其中有66.5%的企业中译外业务占总业务比例的50%（中国翻译研究院等，2017）。

“一带一路”建设以来，“外向输出型”语言服务业务日益增多，随着对“一带一路”海外地区投资的不断增长，涉及到贸易、科技、文化等领域的对外翻译量大增，尤其是行业语言服务供不应求，例如：石油企业的“国际化战略”、“亚投行”多边谈判、上海自贸区建设、中国高铁出海等重点项目的实施都需要高质量的“外向输出型”语言服务。同时，“一带一路”也是中国文化全球自信的表现。疫情期间，一些语言服务企业运用丰富的中国医学翻译经验，将机器翻译与线上人工协作翻译相结合，在为海外市场提供高质量的应急语言服务和远程语言服务的同时，也极大提升了中医国际传播能力。针对“一带一路”核心区的文化、文学及重要文献等的对外传播不仅加强了国际社会对中国的了解，而且也巩固了中国的对外话语权。

### 3. 以非通用语种语言服务为核心

国际知名语言服务行业市场调查公司 Common Sense Advisory (CSA) 将2009年到2016年不同语言在全球网络经济活动中使用份额增长比例分为四个阶梯。第一阶梯所列的五种语言分别为葡萄牙语、简体中文、西班牙语、意大利语和阿拉伯语，全部为“一带一路”地区所使用的语言，它们在2016年使用份额绝对增长率分别为10.0%、7.4%、6.3%、5.6%和3.6%。而第二阶梯所列的七种语言分别为印地语、印度尼西亚语、匈牙利语、希腊语、繁体中文、捷克语和波斯语，同样也全部为“一带一路”地区所使用语言，且多数为非通用语种。它们在2016年使用份额绝对增长率分别为68.2%、12.4%、8.3%、8.0%、6.1%、5.6%和5.0%（Sargent, 2016）。根据中国翻译协会等单位（2021）统计，截止到2020年，中国翻译业务占比为10%以上的语种已经从英、日、德、法、俄、意、西班牙语扩大到一些“一带一路”沿线国家的非通用语种，例如：朝鲜语、阿拉伯语、泰语、葡萄牙语、越南语、波兰语、白俄罗斯语、希腊语、土耳其语、蒙古语、缅甸语、印尼语、菲力宾语、马来语（按业务大小排列）。从上述数据可以看出，在快速发展的网络经济活动中，“一带一路”地区的非通用语种使用率不断提高，要想在“一带一路”地区稳定地发展经济，促进文化交流，就必须重视加强以非通用语种为核心的语言服务。

#### 4. 以新技术为依托, 语言本地化服务需求强劲

随着云计算、大数据和移动网络通讯技术的飞跃发展以及“互联网+”概念不断深入各语言服务企业, 越来越多的“一带一路”地区企业将先进的自然语言处理技术如机器翻译、神经网络、语义检索、语音识别等与人工翻译相结合, 以保证语言服务的质量和效率。技术型语言服务公司大大超过非技术型的公司。《2020中国语言服务行业发展报告》(中国翻译协会等, 2021)显示, 国内翻译服务企业广泛使用TRADOS、SDLX和Wordfast等翻译辅助软件, 36.8%的语言服务提供商和11.6%的语言服务从业者经常使用机器翻译, 这一数据基本上与国际语言服务运作保持一致。根据CSA对115位语言服务商首席执行官的调查, 在针对终端客户的语言服务项目中, 使用机器翻译的比例从2019年的13%上升到2020年的24%(Donald, 2021)。从大数据可以看出, 要想在语言服务业占得一席之地, 必须依托先进技术。

同时, 根据CSA的调查(DePalma, 2016), 在母语为非英语的国家, 75%的购买者愿意选择印有自己母语的产品。最愿意使用自己母语为产品说明文本或用户界面文字等进行消费活动的前10个国家分别为: 巴西、中国、埃及、法国、德国、印度尼西亚、日本、俄国、西班牙和土耳其。中国位居第二, 因此, 我国对国外企业、品牌、网页和多媒体的翻译和本地化服务的需求强劲, 尤其是“一带一路”核心区多为我国少数民族地区, 他们具有自己独特的语言和文化, 更希望将产品内的文本和用户界面文字转换为自己的语言, 同时, 也希望文字转换符合当地文化和消费习惯, 这在很大程度上依赖于可以进行本地化服务的计算机软件和技术。

### 三、“一带一路”语言服务发展所面临的问题

虽然“一带一路”地区语言服务发展迅猛, 但由于地区差异, 仍面临着一些问题。

#### 1. 语言服务业地域发展不均衡

“一带一路”地区语言服务行业主要集中在北京、上海、广东和江苏, 这些省市的语言服务企业占全国总量的64.94%, 而在古代“丝绸之路”和“海上丝绸之路”所涉及到的西北6省(区)、东北3省、西南3省(区)和海南省, 语言服务企业仅占全国总量的13.66%(中国翻译研究院等, 2017)。同时, 高层次的语言服务人才和技术也大多集中在我国东部和南部发达地区, 而我国西北、东北和西南地区语言服务资源则较为分散, 语言服务企业规模较小, 行业效率较低, 语言服务业地域发展严重不均衡。

## 2. 语言服务形式和语种单一，缺乏高层次语言服务人才

目前，我国“一带一路”地区语言服务主要集中在翻译服务和语言咨询服务方面，需要以网络通讯技术为依托的本地化服务、技术文档写作服务等则发展较弱。根据《中国企业“走出去”语言服务需求蓝皮书》（王立非、崔启亮、蒙永业，2016），在被调查的200家企业中有32.4%的企业缺乏语言服务专业人员，很多企业由于缺少相关人才只能将业务限制在翻译服务上，制约了“一带一路”地区语言服务发展。而在语言服务语种方面也较为单一，语种结构不均衡，主要以英语和欧洲的非通用语为主。在“一带一路”核心区，分布着丰富的语言资源，语言文化也呈现出多样化特点，但缺乏非通用语种语言服务人才，造成语言服务语种单一的局面。而随着“一带一路”地区国际化贸易和经济的不断发展，企业对了解国别、区域、领域，掌握新技术的高层次语言服务人才的需求尤为迫切，特别是通晓非通用语的语言服务人才极端缺乏。例如“一带一路”核心区的乌孜别克语、塔塔尔语已成为濒危语言，而这两种语言也是乌兹别克斯坦和俄罗斯鞑靼共和国的官方语言。

## 四、“一带一路”语言服务发展中的翻译硕士人才的培养

自2007年国务院学位委员会批准首批翻译硕士（MTI）试点教学单位以来，截止到2021年11月份，全国翻译硕士人才培养院校已经发展到316所（全国翻译专业学位研究生教育指导委员会，2021），为中国培养了大批翻译人才。但随着国家经济的发展，翻译硕士人才培养也应在改革中顺应人才市场的需要。

### 1. 调整人才培养目标，加强课程设置，培养与语言服务发展接轨的翻译人才

2011年8月，全国翻译专业学位研究生教育指导委员会确定翻译硕士培养目标为“培养德、智、体全面发展、能适应全球经济一体化及提高国家国际竞争力的需要、适应国家社会、经济、文化建设需要的高层次、应用型、专业性口笔译人才。”许多院校根据上述培养目标培养出了许多优秀的翻译人才，但是，单纯的口笔译人才的培养已不能完全满足语言服务业的发展。因此，可考虑重新调整人才培养目标，将语言服务人才的培养纳入培养范围。

同时，由于近年来翻译硕士培养质量良莠不齐，培养单位对语言服务市场的敏感度不够，教学与市场需求脱钩；重理论，轻实践，课程设置多以翻译理论课为主，而不是以培养实践能力为重点；语言服务人才培养理念薄弱，缺乏语言服务相关课程和翻译技术类课程。造成翻译硕士培养难以以职业需求为导向的局面。因此，培养单位在进行课程设置时，不应仅局限于对学生翻译能力的培养，更应充分认识和熟悉当前语

言服务市场发展现状和国家相关政策走向,根据语言服务相关岗位的职业能力要求和翻译技术的发展,调整翻译硕士教学理论、模式、内容和手段,制定适应市场需求的课程,系统培养语言服务的专业化人才,以顺应语言服务业市场的需要。例如,在“走出去”大方针的指导下,增加“中译外”和对中国的译介等课程;根据“一带一路”发展战略,加强学生对“一带一路”沿线国家的文化经济的认识和国别研究,培养学生国际化视野和跨文化交际能力,为“一带一路”地区商贸文化交流提供高质量的语言服务;在“互联网+”的理念下,开设机辅翻译、本地化、自然语言处理等相关课程,为学生顺利走向语言服务市场提供技术知识储备。

## 2. 加强非通用语种翻译硕士人才培养,解决语言服务语种单一问题

“一带一路”沿线国家和地区所涉及官方语言达40余种,而目前大陆地区高校所教授的语种仅约20种(人民网数据)。非通用语种语言服务人才极端缺乏,且多集中在我国发达地区,导致“一带一路”西北和西南地区语言服务市场发展瓶颈的出现,不利于这些地区的对外商贸和文化交流。因此,可以考虑加强“一带一路”沿线地区外语语种规划,适当增设非通用语种的翻译硕士点,以解决语言服务语种单一和非通用语种语言服务人才的缺乏问题,解决语言服务市场地域发展不均衡问题的同时,增加非通用语种的人才储备。例如,在东北和新疆地区加强俄语翻译硕士的培养。另外,“一带一路”核心区具有多语言、多样民族的地缘优势,并且,许多少数民族语言正是邻近国家的通用语,属于“跨境语言”,可以充分利用当地语言优势与人才,开展非通用小语种的翻译硕士人才培养,及时提供地域性语言服务。此外,推动“一带一路”沿线各国操母语者的汉语教育也是“一带一路”地区语言服务人才培养的重要组成部分。在加大中国学生非通用语翻译能力培养力度的同时,也应打通“一带一路”沿线国家以非通用语为母语的学生来华攻读翻译硕士学位的渠道,增加翻译硕士培养的多样性。

## 3. 建立校企联合机制,搭建语言服务新技术平台

计算机辅助翻译技术的核心为翻译记忆库、术语库以及流程管理等,而随着互联网和云计算技术的不断成熟,出现了基于互联网的辅助翻译平台,这些都极大提高了翻译效率和语言服务质量。但并非所有学校都具有足够的资金和技术来支撑机辅翻译及本地化等领域的教学和学生实践活动。因此,学校与语言服务企业可以在课程设置、师资队伍建设、实习实践基地建设等方面密切合作,建立校企联合的翻译技术平台,共同开发和应用翻译技术软件、数据库等。企业提供技术与设备,

学校给学生提供机会,以案例库教学和真实项目为驱动,在计算机网络环境下,学生在实践中真正掌握机辅翻译技术,这样既解决了企业人才缺乏问题,又解决了学校在翻译技术设备上的短板。同时,学校可以进一步完善双导师制,聘请企业中熟悉技术和的高级人才为导师,对学生进行共同指导,让学生在掌握相关技术的同时,了解语言服务业的具体情况、不同的岗位分工、可能会出现的实际问题以及解决问题的办法,缩短学生从学校到岗位的距离,有效培养语言服务人才。

## 结语

翻译硕士的培养是“一带一路”地区语言服务业发展的重要支柱,必须通过深入调查,全面了解国内外语言服务业的发展现状,根据行业市场状况,随行就市,有针对性地进行人才培养改革,输出与市场接轨的高水平语言服务人才。另一方面,必须根据地域性语言服务发展的特点,因地制宜,随时调整人才培养方向,为“一带一路”建设提供语言服务便利。只有建立翻译硕士培养多方协调机制和与时俱进的语言服务人才培养机制,才能满足当前“一带一路”事业发展的人才需求。

## 参考文献

[1] Donald, A. D., Pielmeier, H. & Lommel, A. The Language Services Market (2021), <https://insights.csa-research.com/reportaction/305013348/Marketing>, 2021-11-22

[2] Donald, A. D. Sizing the Language Industry During a Pandemic, <https://csa-research.com/Blogs-Events/Blog/Sizing-the-Language-Industry-During-a-Pandemic>, 2020-11-25

[3] Donald, A. D. The Language Sector in Eight Charts, [https://insights.csa-research.com/reportaction/305013239/Toc?SearchTerms=The Language Services Market](https://insights.csa-research.com/reportaction/305013239/Toc?SearchTerms=The+Language+Services+Market), 2021-1-27

[4] DePalma, A. D., & Henderson, S. Consumer language preferences by country, [Title/ConsumerLanguagePreferencesbyCountry/Default.aspx](http://www.consumerlanguagepreferences.com/Default.aspx), 2016-1-29.

[5] Sargent, B. B. Digital opportunity: fast-rising languages for 2016. <http://www.common senseadvisory.com/AbstractView/tabid/74/ArticleID/37191>, 2016-3-2.

[6] 全国翻译专业学位研究生教育指导委员会. 全国翻译硕士学位点名录, [Quanguo fanyi zhuan ye xue wei yan ji u sheng jiao yu zhi dao wei yuan hui. Quanguo fanyi shuoshi xue wei dian ming lu,] <https://cnti.gdufs.edu.cn/info/1017/1955.htm>, 2021-11-22



[7] 刘彬. 2016中国语言服务行业发展报告. 光明日报, 2016-12-25 (1). [Liu Bin. 2016 Zhongguo yuyan fuwu xingye fazhan baogao. Guangming ribao, 2016-12-25 (1).]

[8] 屈哨兵. 语言服务的概念系统. 语言文字应用, 2012, 1:44-50. [Qu Shaobing. Yuyan fuwude gainian xitong. Yuyan wenzi yingyong, 2012, 1:44-50.]

[9] 屈哨兵. 我国语言活力和语言服务的观察与思考. 学术研究, 2018, 3:155-160, 178. [Qu Shaobing. Woguo yuyan huoli he yuyan fuwude guancha yu sikao. Xueshu yanjiu, 2018, 3:155-160, 178.]

[10] 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. [Tuidong gongjian sichou zhilu jingjidai he 21 shiji haishang sichou zhilu de yu- anjing yu xingdong.] <http://finance.people.com.cn/n/2015/0328/c1004-26764666.html>, 2016-10-28.

[11] 王立非, 崔启亮, 蒙永业. 中国企业“走出去”语言服务需求蓝皮书. 北京: 对外经济贸易大学出版社, 2016. [Wang Lifei, Cui Qiliang, Meng Yongye. Zhongguo qiye “zouchuqu” yuyan fuwu xuqiu lan pishu. Beijing: Duiwai jingji maoyi daxue chubanshe, 2016.]

[12] 邢欣, 邓新. “一带一路”核心区语言战略构建. 双语教育研究, 2016, 3 (1):1-8. [Xing Xin, Deng Xin. “Yidai yilu” hexinqu yuyan zhanlüe goujian. Shuangyu jiaoyu yanjiu, 2016, 3 (1):1-8.]

[13] “一带一路”大战略带动中国内地小语种热. [“Yidaiyilu” dazhanlüe dai- dong zhongguo neidi xiaoyu zhongre.] <http://politics.people.com.cn/n/2015/0507/c70731-26964820.html>, 2015-05-07

[14] 袁军. 语言服务的概念界定, 中国翻译, 2014, 1:18-22 [Yuan Jun. Yuyan fuwu de gainian jieding, Zhongguo fanyi, 2014, 1:18-22]

[15] 中国翻译协会等. (2021). 2020中国语言服务业发展报告 [Zhongguo fanyi xiehui deng. (2021). 2020 Zhongguo yuyan fuwuye fazhanbaogao]

[16] 中国翻译研究院, 中国翻译协会, 中国翻译行业发展战略研究院. (2015). 2014中国翻译服务业调研报告. 北京: 社科文献出版社 [Zhongguo fanyi yanjiuyuan, Zhongguo fanyi xiehui, Zhongguo fanyi xingye fazhan zhanlüe yanjiuyuan. (2015). 2014 Zhongguo fanyi fuwuye diaoyan baogao. Beijing: Sheke wenxian chubanshe]

[17] 中国翻译研究院, 中国翻译协会. (2017). 2016中国语言服务行业发展报告, 北京: 外文出版社 [Zhongguo fanyi yanjiuyuan, Zhongguo fanyi xie- hui. (2017). 2016 Zhongguo yuyan fuwu xingye fazhan baogao, Beijing: Waiwen chubanshe]