

面向“一带一路”茶贸易文化交流需求下的 外语人才培养策略

刘建华

(安阳师范学院外国语学院,河南 安阳 455002)

摘要:在外语人才培养上,不仅需要使这些人才熟练掌握沿线国家的语言,还能契合各国所处的不同文化圈来助力茶叶贸易的开展。由此,在对外语人才的培养模式上,需要重视提升他们对中国茶文化的理解程度。具体的外语人才培养策略包括:设计符合茶叶贸易文化交流需求的人才培养计划、尝试与茶叶贸易企业间开展订单式外语人才培养、在职教理念下对高校现有实训资源进行有效整合、在订单式人才培养基础上突出企业员工培训职能。

关键词:一带一路;外语人才;茶贸易;策略

随着“一带一路”战略的提出,推动我国茶叶贸易的发展构成了其中重要的商贸项目,随之而来的则是对外语人才的极大需求。考察陆地古丝绸之路的沿线国家可知,他们分属于不同的文化圈,如伊斯兰文化圈、欧罗巴文化圈。这就决定了在外语人才培养上,不仅需要使这些人才熟练掌握沿线国家的语言,还能契合各国所处的不同文化圈来助力茶叶贸易的开展。而且,在现代贸易中存在着十分丰富的文化内涵,商品的文化内涵不仅能够提升其在市场上的识别度,还能为商品品牌的塑造起到舆论支撑作用。这又意味着,在对外语人才的培养模式上,需要重视提升他们对中国茶文化的理解程度,并能与贸易国文化相契合的状态下很好的传递商贸信息。为此,这就构成了本文立论的出发点。为了本文主题的

讨论更为具体,这里选取针对欧罗巴沿线国家进行茶叶贸易的外语人才培养作为考察对象。

1 外语人才培养的目标定位

从本文开篇之处可以知晓,外语人才的培养目标可定位于以下三个方面:

1.1 熟练掌握贸易国的语言文化

毫无疑问,这是外语人才培养的基本要求。从历史角度可知,我国茶叶是由波斯商人转售给欧罗巴国家的,其中英国在16世纪便引进了中国茶叶制品,并成为贵族所喜爱的饮品。这就意味着,在对外语人才进行培

基金项目:河南省科技计划项目 河南融入国家“一带一路”发展战略外语人才培养策略研究(项目编号:162400410013)

作者简介:刘建华(1980-),男,河南安阳人,硕士,讲师,从事外语教学研究和英美文学文化研究。

界,出口他国,在国际竞争中获取更大的经济效益,就必须先解决茶行业人才短缺问题,重点培养专业人才。”显而易见,天福企业意识到了人才的重要性,为了培养出更适合企业发展所需要的专业人才,天福集团建立了世界第一所与茶文化相关的学院——天福茶职业技术学院,这所学院位于福建漳浦县,占地约1100亩,资金投入约达2亿元人民币。自2007年起,这所学校开始正式进行招生,主要设置五个专业,分别是茶叶加工技术专业、市场营销专业,这一专业主攻于茶叶经营方向、食品加工技术专业,这一专业主要是对茶叶的应用进行研究、茶叶文化专业、旅游管理专业,这一专业主要是针对茶叶观光方向。这所学院除了重点向学生讲授茶叶方面的专业知识,还注重培养学生的实践能力,天福集团在学院对面建立了大型的加工基地,让学生可以直接进厂实习,将理论知识与实践充分结合,力求为茶行业培养更多理论基础扎实、实践操作能力强的专业性人才。不得不说,天福集团的这一举措是具有远见卓识的,对专业化人才的培养和企业的发展壮大提供了强有力的人力资源管理保障。

3.2 天福集团的用人理念

在天福集团的人力资源管理中,坚持以人本思想为中心,认为员工是企业最宝贵的资源,力求为员工提供更为完善的发展空间,强调互相帮扶,共同进步。同时,天福茗茶连锁专卖店还特别注重对新员工的培养,首先让其在各个专卖店进行学习,在实习结束后,进行考核,考核合格才能成为正式员工。所有的正式员工,只要具备大专以上学历都可以进行每年的店长应聘考试,笔试面试后择优录取,内部晋升机制相对比较完善。

3.3 完善薪酬体系、注重激励方式的运用

在企业管理过程中,要想实现人力资源管理的高效配置和合理运用,就必须健全和完善薪酬体系,尤其对于这种以销售形式为主的企业,一定要注重其薪酬制度的完善。首先对于店长而言,要将销售人员的业绩与主管领导的薪酬挂钩,销售人员的销售能力强,业绩多,店长的提成相对也多,这有利于提高店长的工作积极性,在薪酬的激励下,店长会

尽力的鼓励和指导员工如何进行销售,帮助销售人员成长。其次对于销售人员而言,要制定合理的薪酬计算机制,采取基本底薪加业绩提成的方式,同时,还可以设置交通补助、住房补助、岗位津贴、年终奖等等,提高员工的工作动力。除此之外还要注重对激励方式的运用,要根据员工的职业追求和真正需要为员工设计激励途径,使企业所使用的激励方式是员工恰恰需要的。例如有的员工重视自身发展空间,企业就要为其制定职业生涯规划和其发展愿景。而有的员工更为注重公平感,那么企业就需要为其提供公正公开公平的竞争平台。

3.4 疏导销售人员不良情绪,提供心理保障

销售人员为了完成每月的销售业绩,其心理压力非常大。作为企业管理人员如果不能帮助员工将其内心积压的不良情绪疏导出来,为员工解决后顾之忧的话,员工就不能够安心踏实的进行工作,就更别提发挥自己的潜能了。因此,为了疏导员工不良情绪,为员工提供心理保障:首先企业要完善福利制度,为每个入职的员工正常缴纳五险一金,让其能够安心为企业进行工作,不必担心自己一旦遇到问题,没有保障。五险一金在很大程度上犹如一颗“定心丸”,对于员工而言有很大的激励性。其次是要完善休假制度,不仅要保证法定节假日的正常休息,甚至企业还可以根据自身的企业状况带领员工出去旅游度假等,从而满足员工对于休假的心理需要。最后签订劳动合同,当员工入职后,为其签订劳动合同,能够让员工心理觉得踏实,为员工提供心理保障。同时对于企业也是一种约束,企业不得无缘无故辞退员工,这也保证了员工的合法权益。而合同的签订,既能够让觉得自身工作没有保障的员工尽心尽力地为企业进行工作,提高其工作效率,还能够在员工年龄偏大或者能力欠佳被辞退时获得一定的补助费,安抚员工的情绪,为企业树立良好的企业形象。

参考文献

- [1] 王晓欣. 以天福茗茶为例谈茶叶连锁专卖店的人力资源管理策略[J]. 福建茶叶, 2016, 06: 74-75.
- [2] 张雪儿, 朱毓松, 孙威江. 福建茶叶连锁经营的模式研究[J]. 福建茶叶, 2014, 03: 37-40.

养时仍然需要开辟第二语种,无论是以哪个欧罗巴国家语种为第一或第二语种,外语人才都需要熟悉这些国家现代的风土人情,以及在茶文化本土发展后所表现出的国民偏好。因此,这里的重点还应突出“文化”二字。

1.2 对中国茶文化具有一定修养

为茶叶贸易文化交流而培养外语人才,这就需要使这些外语人才具有一定的中国茶文化修养。通过增进他们的茶文化修养,来拓展他们与外方进行交流的文化视野,也能独立担当茶叶国际营销工作。在外贸分工协作的基础上,外语人才应基本掌握中国茶文化所蕴含的思想文化元素,如茶道思想。再者,对当代分散于各地具有代表性的茶行为文化也需要了解。

1.3 理解贸易国所处文化圈特质

理解贸易国所处的文化圈特质,意在于懂得贸易国国民的文化偏好和思维方式。事实上,我国在与欧罗巴国家进行茶叶贸易的同时,包括印度、伊斯兰卡等国家也同样在与其进行茶叶贸易。由此,我国茶叶贸易活动处在国际竞争环境中。因此,通过理解贸易国所处文化圈的特质,便能在国际营销中更能契合当地消费者的需求,而国际营销中的文本信息处理则是外语人才的工作内容。

2 外语人才培养所面临的挑战

从外语人才培养的实践中,可以归纳出以下三类挑战:

2.1 现行外语人才培养计划存在刚性

为茶叶贸易文化交流而培养外语人才,必然需要在教学内容中更多的体现贸易国的茶文化特质,以及他国国民的茶文化偏好和茶行为偏好。然而,现行的外语人才培养计划仍未能做出上述具有指向性的课程设计。以商贸英语专业作为外语人才培养的主要专业类型,其人才培养计划仍然围绕着普通商贸而进行设计,这就使得对“语言文化”的培养存在短板。这里也需要指出,若是单纯为了茶叶贸易的需要而培养外语人才,这将显著增大人才培养的教育成本。

2.2 茶文化的教学资源整合存在不足

若要使外语人才具有一定的中国茶文化修养,那么则需要几个必备的教学资源:第一,茶文化教学师资;第二,茶文化教学文本资料;第三,茶文化教学场地。相对而言,第三种资源在整合中存在着一定的难度。在对外语人才进行茶文化教育时需要遵循知行结合的原则,而“知”可以在课堂教学中来实现,但“行”则在现有的外语人才培养资源中难以获取。后者的资源包括:针对茶文化中行为文化的演示场地、教具,以及学生参与体验的器材等。

2.3 外语人才真实文化体验存在缺失

若要理解贸易国文化圈特质,则需要使学生身处该文化圈在与当地人的人际交往中来实现。但现实却是,在商贸外语教学中主要聘请外籍教师来向学生传递他国文化信息,而这种单向反馈式的文化信息传递,只能使学生获得感性认识。从而,就抑制了外语人才对贸易国文化特质的理解程度。

3 应对挑战的思考

3.1 应对外语人才培养计划刚性的思考

从诸多相关文献中可以感知到,许多作者都未能充分考虑外语人才的培养成本。这里的成本不仅指向人才培养所必要的资金投入,还包括外语人才在面临择业时的机会成本。试想,若是将外语人才拘泥于茶文化贸易领域来进行培养,这不仅将极大的增大人才培养的资金投入,还将显著提升外语人才择业的机会成本。为此,只有在不改变现有人才培养计划的条件下,来进行问题讨论才具有现实意义。为此,这里就涉及到一个双向选择的问题。

3.2 应对教学资源整合存在不足的思考

教学师资可以在本校师资中进行选择或者培养,也可以聘请第三方机构的专家来进行授课,所以这并不存在较大的难度。对于茶文化教学的文本资料,则可以在“干中学”的学习效应下,由教学团队逐步整理和完善,所以也不存在太大的问题。但如何整合场地资源,以及如何将茶文化的行为文化引入到教学中来,则是需要认真思考的难题。在高校二级管理体制下,单纯由外语人才培养部门来整合第三类资源则是不切实际的。

3.3 应对真实文化体验存在缺失的思考

唯有感同身受,才能使外语人才获得理解不同文化圈特质的能力。

显然,这是在高校专业学习中所无法完成的任务。既然在专业学习中无法完成,那么是否可以在实习过程中,或者在正式的工作中来获得这种能力呢。笔者认为,这是可行的。那么问题又出现了,即高校在此应承担怎样的教育职能呢。从外语人才培养反馈中可以得出,高校所承担的职能便是培养学生的文化理解意识。

4 外语人才培养策略

根据以上所述,外语人才培养策略可从以下四个方面来构建:

4.1 设计符合茶叶贸易文化交流需求的人才培养计划

人才培养计划是外语人才培养的纲领性方案,也是使外语人才能够最终胜任茶叶贸易文化交流之需的大纲。现行商贸英语人才培养计划具有通适性的特点,进而需要将人才培养计划在现有的基础上进行具体化和指向化。笔者建议,应增设国外茶文化相关课程,并用他国作者的原文来作为教学文本材料。这样一来,学生在阅读这些材料时不但可以获取国外茶文化知识,也能在阅读中体会他国国民的思维习惯。

4.2 尝试与茶叶贸易企业间开展订单式外语人才培养

在不改变现有人才培养模式的条件下,可以尝试与茶叶对外贸易企业开展订单班合作。通过订单班的设立,学生可以在高年级进入到与茶叶对外贸易的相关领域进行学习,从而就解决了大规模改革人才培养计划所带来的教学冲突。而且,订单班在学生招收上遵循双向选择原则,这样就能合理降低学生未来就业中的机会成本。另外,订单班的设立还可以聘请企业专家前来授课,这就增强了外语人才培养的职业性和时效性。

4.3 在职教育理念下对高校现有实训资源进行有效整合

这里就涉及到不同二级部门之间的合作问题了,且这也需要得到高校管理层的协调。在知行结合原则下来向外语人才传递茶文化知识,关键在于使他们能够基本掌握茶文化中一类或几类行为文化。通过使学生掌握茶文化中的行为文化知识,则可以在对外贸易中以营销者的身份,更好的履行对外翻译的工作。具体的实施办法为,有条件的高校可以借用企业的实训场地,而在一般层面上,则可以采取专设和利用专业实训室。

4.4 在订单式人才培养基础上突出企业员工培训职能

使外语人才能够理解他国茶文化的特质和他国国民的茶文化偏好,则需要突出企业员工的培训职能。对此,高校外语人才教学团队可以与企业人力资源部,就此培养问题进行交流 and 沟通。在措施构建上,可以在顶岗实习期间见习对外茶叶贸易文化交流活动,也可以在正式工作后委派到目标国度进行体验交流。

最后强调,“一带一路”建设为外语人才提供了巨大的就业市场,是外语教育的新契机。然而,国内大部分高校以“语言技能”为主要培养目标的培养模式,远不能适应“一带一路”建设对外语人才的需求。“一带一路”战略下的外语教育应该选择内涵式可持续发展路径,即培养复合应用型外语人才。可通过加强复合型外语师资培养,实行梯度教学,改革课程设置,实行 ESP 教学,开展校内校外校企合作,鼓励双语或多语种学习,强化实习训练等路径,培养复合型外语人才。

5 小结

本文认为,在对外语人才的培养模式上,需要重视提升他们对中国茶文化的理解程度。具体的外语人才培养策略可围绕着:设计符合茶叶贸易文化交流需求的人才培养计划、尝试与茶叶贸易企业间开展订单式外语人才培养、在职教育理念下对高校现有实训资源进行有效整合、在订单式人才培养基础上突出企业员工培训职能等四个方面来展开构建。

参考文献

- [1] 唐胜虹. 一带一路大战略下商务英语专业跨境电子商务人才培养方案的探讨[J]. 教育, 2016(1):305-306.
- [2] 刘海燕. “一带一路”背景下高职院校商务英语专业人才培养研究[J]. 教育科学(全文版), 2016(1):264-265.
- [3] 杨云升. “一带一路”建设与外语人才培养[J]. 海南师范大学学报: 社会科学版, 2015(9):130-134.
- [4] 王艺静. “一带一路”背景下国际化外语人才培养研究[J]. 高教学刊, 2016(9):1-3.
- [5] 陆娟. “一带一路”战略下复合型外语人才培养对策研究[J]. 陕西理工学院学报: 社会科学版, 2016(2):101-104.