

# “公共外交资源库”的个案研究

苏杨钦 王福

(广州涉外经济职业技术学院 广东 广州 510540)

**[摘要]** 本文以“双高建设”为背景，以“时代梦想”大学生创业团队为主角，在第一指导老师等带领下，围绕“公共外交资源库（基于AI+MR+5G技术）”创业项目进行个案研究，重点分析了资源库编写、资源库传播、资源库应用、研究结论等环节，并得出了个案性、专业性结论。

**[关键词]** 公共外交资源库；资源库编写；资源库传播；资源库应用；研究结论

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.03.2133

线下业态的路越走越窄？“公共外交”的线上之路能否有优良的效果？课题组在创业团队“时代梦想”的运作下，圆满完成了研究任务，其过程令人难以忘怀。

## 一、资源库编写

课题组进行资料收集、遴选、编写时，面临的困难很严峻；虽然走到田间地头接地气的调研受到的束缚很多，但凭借课题组以前的积累，科学、系统、客观、权威的一手资料和特色鲜明的实践经验不少。

比如：为了准确地翻译，我们参考了如下资源库（表1）：

表1 参考的翻译术语库列举

中文名	网址
中国特色话语对外翻译标准术语库	http://210.72.20.108/index/index.jsp
中国思想文化术语库	https://www.chinesethought.cn/phone/
中国核心词汇	https://www.cnkeywords.net/index
联合国术语库	https://unterm.un.org/UNTERM/portal/welcome
术语在线	http://termonline.cn/index.htm
中国规范术语	http://shuyu.cnki.net/index.aspx
语料库	http://yulk.org/
医学英语在线翻译词典	http://www.letpub.com.cn/index.php?page=med_english
BCC 汉语语料库	http://bcc.blcu.edu.cn/

不仅如此，我们还通过语言类、传媒类、教育类、经贸商管类、医学类、计算机类学生运用《经济人》《自然》《科学》《柳叶刀》等顶级核心期刊和“峰领”“公共外交”“译匠”“可可英语”等微信公众号及APP进行专业的术语采集、甄别。

参考的这些资料，有的是从西班牙语、葡语、德语、法语、意大利语、挪威语、日语等译成英语，再从英语到中文进行互译，如人名、地名等，这样就解决了语言的差异问题；有的资料在不同的区域、国别的文化心理认同度不一，这给我们的分析、逐句比较、确认带来不少瓶颈，我们甚至采用了动物神经语言翻译器、脑科学翻译器等基于5G+MR（虚拟现实与增强现实的混合）+AI等技术的工具，最终解决了专业文化的差异问题。

课题组一同学说：“商贸科技翻译让我见证了物质世界的发达，语言文学翻译让我体验了人类精神世界的现状，虽然与哲学、法学的语言思维不同”。

## 二、资源库传播

站在语言类创新创业教育的角度，好的资源库需要好的营销传播途径、商业化转化方法。因此，团队不仅强化营销传播的4Ps、4Cs、4Rs、客户关系管理ABC作业法（二八原则）、KPI绩效考核等知识外，还系统强化工商管理知识（决策与用

表2 《商业计划书》打磨

事项	重点内容
产品概述	主营业务、延伸业务、特色概述（知识产权的保护）
团队建设	组织结构、成员优势、管理方法
商业模式	主要是顾客定位、营销方式、利润价值等核心竞争力的体现
财务分析	主要是资产负债表、现金流量表、利润分配表
风险与对策	产品或企业生命周期的不同阶段的内外部风险及对策分析
可持续发展与多元化	落地化、深耕内涵、规模扩大、转型升级、产品迭代、创新发展
市场调研	文献阅读、接地气的调研等全程的定量、定性分析
佐证材料	随时实事求是地准备、更新

人、生产品质系统、国内外营销系统、人事财务后勤综合行政管理系统）等。比如，在黄国祥落地公司“广州新泽语言翻译服务有限公司”的帮助下，围绕《商业计划书》，我们着重从八个方面进行打磨（表2）：

再比如：远在波兰的陈泳瑜同学引用陈彦老师的话说“蒸汽机外表澎湃，是我们国家外交形象、国际话语体系的体现；内燃机自觉增压，是我们国内人民坚守社会主义核心价值观、坚持集体奋斗的体现”，“这不仅是互文的修辞手法，也是我们课题组战略特色的表达”。

诚然，我们的“公共外交”研究就是要彰显“战略特色”。战略，是一种围绕“核心竞争力”进行资源整合与优化的用宏观指导微观的全局思维；我们的战略特色就在于宏观的理论知识与技术工具、微观的英汉双语转化能力；战略特色的聚焦，使“语言翻译、语言产业、语言服务、语言教育培训”视角中的“民间公共外交”走出了“精神智慧产业、文化传媒产业”（据清华大学魏杰教授的分类）的窠臼，凸显了核心竞争力。

从问卷的设计、线上线下问卷的发放到问卷的收集、问卷的分析，从计划、实施、到控制、评估，我们课题组每个环节尽量做到尽善尽美。最终，我们通过国内的社交通讯平台和短视频、直播平台，通过境外平台，面向国内、东盟、欧盟、非盟、美洲、大洋洲的网络社交群、国际组织网页热线电话、国际邮箱进行线上传播；我们通过境内外的学生、校友、商界学界政界侨界朋友等到图书馆、华文教育机构含国际幼儿园、文化馆、康养医院、国际社区进行摊点或招贴栏等进行线下传播。

课题组吴心瑜同学说“过去讲T型人才、现在讲π型人才，我们在高水平高职学校、高水平专业群的思想指导下，更应该进行学科交叉，更应该德智体美劳育全面复合发展，更应该把家庭教育、学校教育、社会教育统筹融合到涉外教育、国际教育中来；课堂和社会是文科生的实验室，那么天空和宇宙则是理科生的实验室，世界真是丰富多彩呀！”

诚然如此，近两年研究，我们收获不少。

## 三、资源库应用

资源库在涉外康养小镇建设（农耕文化小镇、文旅文明小镇、医药特色小镇、山水田园风光小镇）、国际家庭教育、国际商贸（服务贸易）等方面得到了公益性应用。

如：“线上华文家庭教育”的孵化，在“民胞物与、德业日新、开物成务”的理论基础上，注重“修辞手法、表达方式、主要内容、中心思想等四大文学体裁与四大文章体裁”等知识体系与解题应用。“战略侨学”英语家庭教育的孵化，注重“语音——音符音标拼读汉字文化、词汇、句子、语法、中西方文明等”的“战略应用”（侨胞们在海外，每天积累一点点，从而最终融于英语环境、胜任属地生存环境）。

再如：“国际贸易”的孵化，注重“商道、国际贸易理论与案例、外贸函电与单证、跨境电商实务”等。

这种以侨为桥，构建“语言基础+专业（文学教育、医学商贸经管）创新+国别文明”的“战略体系”是资源库编写、传播、应用的标志。

## 四、研究结论

“时代梦想”大学生创业项目组（课题组）圆满完成了“公共外交资源库”的各项调研、研究任务，并得出了如下结论：

1. 我们努力克服不可抗力的条件，我们能够做成做好事情。
2. 虽然我们是个案研究，但为民间公共外交在特殊时期的发展积累了大学生经验、学院派战略特色经验。
3. 与线下相比，线上研究的条件、效果是越来越好。但前者不可省略（线下的空白点还有很多，说明“民心相通的基础在语言”的任务还很繁重），后者会日益便捷（尽管国内微信传播量比QQ好、抖音活跃度比快手好，尽管国外Skype的及时性比MSN好、线上比线下好，境内外5G传播速度比AI、MR技术更受受众欢迎），虽然这些结论是个案性的、但是专业性的（这与受众的文化程度、专业出身、国际主义有关）。
4. 相关的调研、研究成果，列举如表3：

表3 本课题相关的研究成果列举

成果名称	发表刊物或来源
构建语言类终身创新创业教育体系（论文一篇，7000字）	创业与创新（国际核心，英国）
构建语言类特色化创新创业教育体系（英文，6000字）	科学导报（省级普刊）
《语言服务的战略特色研究》（著作，12万字）	香江出版社（香港重点）
《语言教育的战略应用研究》（著作，12万字）	新南洋出版社（新加坡重点）
《构建语言类特色化创新创业教育体系》（一等奖，全国）	科学导报编辑部（省级普刊）
“创梦世界”外交通（一等奖，校级）	第六届国际“互联网+”大学生创新创业大赛校赛
“侨课科技”（项目创新奖，地级市）	2020年广东省人社厅“众创杯”暨“赢在广州”创新创业大赛
“轻云链居”（三等奖，全国）	2020年工信部暨“移动互联网”全国创新创业大赛

5. 虽然研究已落下帷幕，但未来的路还很长：学术研究更多地朝应用研究型本科高校、博士科研站高端发展；学术研究

成果商业化转移也要深耕，比如转移到“教育培训行业来”，更好地讲述中国故事、传播中国声音、表达中国文明、树立国际形象。

#### 参考文献

- [1]王福，《语言服务的战略特色研究》[M]，香江出版社，2020.05
- [2]王福，《语言教育的战略应用研究》[M]，新南洋出版社，2021.06
- [3]George Yule.The Study of Language[M].Cambridge University Press, 2010
- [4]Ben Horowitz.The Hard Thing About Hard Things: Building A Business When There Are No Easy Answers[M].Cambridge University Press, 2019
- [5]Ian Ayres.Super Crunchers: Why thinking-by-numbers is the new way to be smart[M], Cambridge University Press, 2019
- [6]Peter Thiel , Blake Masters.Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future[M].Cambridge University Press, 2019

[7]科技部等六部门.关于促进文化和科技深度融合的指导意见.文化产业新视界（微信公众号），2019

#### 作者简介：

苏杨钦，团队负责人，18国际经济与贸易专业高职大三学生。

王福，团队第一指导老师，副教授、博士，研究方向：语言翻译类文化传播研究、语言服务类创新创业教育研究。

基金项目：本文是2020年广东省“攀登计划”省级立项项目【pdjh2020b1390】《“双高建设”中“时代梦想”创业团队“公共外交资源库（基于AI+MR+5G技术）”的个案研究》的研究成果。

（上接第2226页）

不论何时，一支强大的队伍都需要有一个强有力的核心领导者，需要一个优秀的模范典型带头引领，而在思想政治建设中政工师应当充当好这一重要角色，应当主动将这一项光荣使命揽于自身，要做到这一点，政工师首先就需要强化自身政治素养的提升，还要对自身的工作充满信心，要敢于担当，勇于风险，主动请缨，勇往直前，要在各项思想政治教育工作中勇于争先，努力将自身打造成一个单位的学习标杆，用自身的光辉照耀全体人员学习的道路<sup>[7]</sup>。同时，政工师还需要注意运用科学的管理方式，注重对单位先进人物的培养与有意识的培养，在群众中发现先进、培养先进，用群众队伍中脱颖而出的典型来激励更多的人积极参与思想教育，真正的践行深入群众、依靠群众的工作理念。

#### （四）做好工作意识的转变

政工师是单位的一份子，其工作应当有效的融入整个单位的管理之中，而不是独立于其他人员之外，政工师应当充分发挥其工作的特性，利用其与工作人员接触较多的优势，做好全体工作人员的服务者<sup>[8]</sup>。时刻注意去了解工作人员的情绪变化、生活困难等等问题，及时帮助工作人员去化解工作上的困难，将政工师工作融入一线，融入每一位工作人员的工作生活之中，认清自身作为思想政治工作化身的意义，用自身的行动去感染自己的同事们，让全体人员都能感受到党的温暖，提升全体工作人员对思想教育活动的亲切感，让全体工作人员能够真心实意的接受思想政治教育，自觉提升自身的思想政治建设。

#### 四、结束语

政工师应当成为国家机关、企事业单位的灵魂人物，应当承担起整个单位思想政治教育工作的重担，用自身的政治素养与高尚的人格魅力去感染、感化每一个工作人员，在日常的工作生活中努力引导他们自觉向党靠拢，自主提升思想理论的学习意识，帮助他们充分认识思想政治建设对个人、集体、国家的重大意义，让思想政治建设的种子在中国的土地上落地生根，早日结出丰硕的果实，引领中华民族向伟大复兴梦、向高质量发展、向更高层次美好生活迈进！

#### 参考文献

- [1]王莹辉.浅析政工师如何做好新形势下思想政治工作[J].赤子, 2019, 000(011): 11-12.
- [2]张振涛.新形势下政工师做好思想政治工作的策略分析[J].东西南北: 教育, 2019(20): 0011-0011.
- [3]杨瑛.新形势下企业政工师如何做好企业思想政治工作[J].纳税, 2019, 000(034): P.296-296.
- [4]吴艳.做好思想政治工作提高企业政工师自身修养[J].区域治理, 2019, No.253(27): 34-37.
- [5]冯贵山.解析新形势下政工师做好思想政治工作的途径[J].东西南北: 教育, 2019(18): 0195-0195.
- [6]关基活.新形势下企业政工师如何做好企业思想政治工作[J].公关世界, 2020, 000(012): 87-88.
- [7]郭鹏祥.浅谈政工师在思想政治工作中的作用与现实意义[J].商品与质量, 2019, 000(029): 228.
- [8]赵楠楠.企业政工师加强职工思想政治工作的有效方法分析经验分析[J].区域治理, 2018, 000(008): 43.