

文化传播视角下的大学英语课程改革

曹鑫

(长安大学外语学院, 陕西 西安 710061)

摘要: 传统的大学英语课程主要以教授英语听说读写译技能为主, 授课过程主要是西方文化的输入过程, 这种教学方式已不能适应 21 世纪中国现实的国情。本文旨在探讨在全球一体化和世界政治经济格局复杂多变的今天, 调整大学英语课程的授课思路, 培养学生跨文化交际能力和对外传播中华优秀传统文化的能力必要性和策略。

关键词: 中国文化; 大学英语; 课程改革

文化软实力是一个国家或地区文化的吸引力、凝聚力和影响力的综合体。21 世纪, 我国经济总量已跃居世界第二位, 商贸、科技、工业、农业、交通、医疗等领域均取得了长足发展, 国家硬实力取得了举世瞩目的成就, 但是中国文化软实力有待加强, 中国文化需进一步输出, 文化感召力需提升。

一、西方文化对内传播与中国文化对外传播的现状

(一) 西方文化对内传播

中国文化源远流长, 自古就对人类的进步和世界文化的发展产生了深远的影响。然而, 随着工业革命的发展, 西方经济推动了西方文明在全世界范围内的传播。20 世纪六七十年代, 第三次科技革命, 即信息革命开始, 计算机技术等新兴技术给世界经济带来了新的机遇和挑战。西方各国经济突飞猛进, 西方文化特别是英美文化对中国的影响日益加深。本世纪初, 互联网技术逐步普及, 以美国文化为代表的西方文化在全球造成巨大影响。不可否认, 美国文化已经影响了中国人, 特别是青少年生活的方方面面。美国文化对中国的饮食、影视、服饰时尚、价值观和婚姻等产生了诸多影响。在餐饮方面, 美国的知名餐饮连锁店遍布中国一二线城市大城市, 必胜客、肯德基、麦当劳、星巴克等吸引了大量的年轻顾客; 在影视方面, 影院里好莱坞大片占据了相当大份额的票房, 如 Mission Impossible、Fast and Furious、The Avengers 票房一路飙升; 热门美剧 Friends、Desperate Housewives、The Big Bang Theory 深受中国年轻影迷喜爱; 在服装时尚方面, 街头随处可见身穿欧美品牌服饰的青少年, 他们崇尚欧美现代前卫的服装风格, 热捧欧美的化妆品、喜欢纹身染发等。许多年轻人热衷庆祝西方节日, 如圣诞节、情人节等。

(二) 中国文化的对外传播

近年来, 在互联网技术的不断完善和普及下, 中国文化的对外传播有所增加。中国在国际上的影响力也随着中国成功举办了

奥运会、世博会, 神州载人飞船圆满完成任务等成绩在全球范围内扩大。据统计, 目前世界上有一百多个国家开设了中文教学, 如英美的幼儿园、南非的中小学、欧美一些国家的大学选修课, 中文都成为重要的教育, 大受欢迎。孔子学院也已在世界众多国家(地区)扎地生根。中文汉字、中国文化正以它的独特魅力和博大精深走入各国的家庭和学校, 成为世界性的文化新潮流。但是, 总体而言, 中国文化对外传播的总量和影响力是还不够充分, 受众仍不够广, 有待进一步加强。

中国幅员辽阔, 地大物博, 在中国人引以为傲的饮食领域, 我们根据地域和烹饪特色不同著称的八大菜系, 美食中讲究的“色、香、味、意、形、养”“南米北面”等概念在国外鲜有人知。许多外国人知道中国美食众多, 但他们能够说出名字的美食数量甚少, 缺乏对中国各菜系名菜的了解, 一些人仅仅知道饺子, 但对其背后的历史文化习俗等背景知识完全没有概念。中国在餐饮礼仪中也有诸多讲究, 比如座次安排、点菜的规则、敬酒的习惯、饮食禁忌等, 都蕴含着深刻的中国文化。

在影视领域, 中国电影在改革开放之后在品质和数量上都有了飞跃, 许多优秀电影作品也陆续登上了国际荧屏。以张艺谋的电影为例, 影片《红高粱》《秋菊打官司》《活着》等先后斩获国际大奖, 值得国人骄傲, 但总体出口量相对较小。近些年, 一些新兴导演的作品如《战狼》《唐人街探案》《我和我的家乡》等陆续出口国外, 受到外国观众的喜爱, 国产影片出口量也有所增加。但相对目前国内的百亿票房, 我国影片出口量还显得不够充分, 影片出口依然任重道远。我们仍需让优秀的国产影片走向国门、走向世界, 使之成为中外文化交流的重要桥梁。通过电影进一步彰显中国精神、中国力量, 通过电影体现中国价值、中国美学, 提升中国电影在世界电影格局中的影响力, 从而进一步提升中国在世界上的话语权和影响力。

二、扩大中国文化传播力的原因

提高中国的国际地位, 一方面要进一步加强中国经济科技军事等综合实力, 另一方面要提高中国文化国际影响力, 在文化传播方面增强中国文化的正向传播, 使具有中国特色的文化元素向国外流动。中国日益增强的经济实力会为当代中国文化发展奠定坚实有力的基础, 有助于中国文化的广泛传播, 扩大在世界上的影响。只有推动文化平等交流, 把世界文化介绍给中国, 把中国文化介绍给世界, 才能促进彼此的了解。当世界其他国家越来越多的人

了解中国文化,不再把中国文化看作是神秘莫测的文化,才能增进理解,减少矛盾冲突,构建和谐共同发展的地球村。

2013年,我国提出“一带一路”倡议,已成为当代中国最亮眼的国际合作文化符号,其吸引力辐射一带一路沿线各国,并逐渐影响全世界。中国提出“构建人类命运共同体”的理念也要求中国和世界各国交流互鉴、合作共赢。中国要以开放包容的态度积极吸收接受他国的优秀文化的同时大力推广中国历史悠久的优秀文化传统,让中国文化走出国门,得到世界各国人民的了解、认可甚至是学习和接受。

三、利用大学英语课堂加强中国文化传播力的策略

自中国高等教育实行扩招政策以来,大学生群体不断壮大。据教育部统计数据,2021年,全国各种形式的高等教育在学人数总规模约四千万人。英语作为我国高等教育一门基础课,受众广,课时多,同时英语作为世界最广泛使用的国际通用语言,借助英语这一工具传播中国文化是有效可行的手段之一。

(一) 加强大学英语课程中国文化的输入

中国文化博大精深,优秀的中国文化如中国书画、中华美食、戏曲文化、中医养生、建筑艺术、民俗节日、武术健身、文学艺术作品等都独具中国特色的,这些文化历史悠久,具有典型的中华民族精神标识,贴近人们的日常生活。但遗憾的是许多中国大学生缺乏对中国文化的了解,更不知道如何把相关内容用英语进行准确的表达,向外国人介绍中国文化。以中国汉字书法文化为例,近年来不少外国人开始学习中文。汉字作为中文的基础,学习汉字是学中文不可逾越的一个环节。然而,我国大学生虽然每天都在使用汉字,但是缺少对汉字背景知识和发展历史的了解。许多大学生知道汉字书法有楷书、隶书、篆书、行书、草书等不同字体,但是不会使用 formal script、clerical script、seal script、running script、cursive script 等英文短语来表述,更不知道怎样用英语来描绘各种字体的笔画及特点。所以在大学英语课本的设计上,可以适当加入中文文化相关的内容,让学生在学习英文语言知识的同时也能加深对中国文化的了解,树立文化自信,并学会如何用英语来讲述中国文化,讲好中国故事。

(二) 加强大学英语课程中国文化的输出

当代大学生思维活跃,传统的大学英语授课形式已不能满足学生们的需求。新时代的大学英语课程的授课方式应该与时俱进,倡导以学生为中心的互动式教学方式,让学生能够主动参与其中,增强师生互动和生生互动,让学生把所学的英语知识能够更多的应用于实际生活之中,让英语真正发挥它的工具性功能,以此增强学生的满足感和成就感。众所周知,纪录片《舌尖上的中国》生动地讲述了中国故事,轻松快捷的叙述节奏和精巧细腻的画面,

其大众化的题材,独特的东方视角,介绍了中国人千差万别的饮食习惯和独特的味觉审美,以及上升到生存智慧层面的东方生活价值观,该影片是一场视觉盛宴,深受各地观众喜爱,成为中国文化与国际沟通的有效途径。大学英语教师也可以模仿这一思路,鼓励学生利用新媒体渠道和信息技术设计制作用英语介绍中国文化的微视频,讲述中国的茶文化、饮食文化、民族特色服饰与传统服饰、经典建筑、地方景点、节日习俗、传统手工艺等,让学生在小组活动中共同进行英语学习和中国文化的探索,并在互联网上传播分享中国文化。微视频的拍摄能满足大学生的好奇心,符合青年人特点,顺应时代潮流;摄制内容又与人们日常生活密切相关,让学生产生浓厚兴趣;分享被观众认可还可以使学生产生满足感和喜悦感,进而激发他们的创作欲望和学习兴趣,培养学生的创新精神、团队合作精神和主观能动性。大学英语课也可以让学生进行中国文化短剧的表演或者举办英语中国文化节,让学生在实践中感知中国历史文化底蕴、主动探索中国文化、增强英语翻译、写作、口语等应用水平,推动中国文化走向世界,让世界了解经济发展、文化繁荣、社会稳定、人民团结、山河秀美的中国形象。

总之,我们要科学设计大学英语课程,探索新的符合时代特色的教学模式,提升学生英语实际应用水平,推动中华文化的有效输出,不断扩大中华文化国际影响力,使中华文化软实力与我国国际地位逐步匹配。

参考文献:

- [1] 胡文仲. 跨文化交际概论 [M]. 上海: 外语教学与研究出版社, 1999.
- [2] 张红玲. 跨文化外语教学 [M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2007.
- [3] 张为民, 朱红梅. 大学英语教学中的中国文化 [J]. 清华大学教育研究, 2002 (S1): 34-40.
- [4] 翁义明, 王金平. 英语教学中中国文化输入的必要性及措施 [J]. 内蒙古师范大学学报 (教育科学版), 2012, 25 (06): 131-133.