

跨文化视角下英语教材中华文化内容的设计*

郭宝仙 隋湘虹

摘要 跨文化交际中普遍存在文化折扣现象,分析我国英语教材与英语世界中中华文化内容的异同对英语教材设计有积极意义。本研究运用语料库研究和文本分析法,比较高中英语教材和国际英语语料库对有代表性的26个中华文化关键词在内容、呈现方式和内涵认识等方面关注的异同。研究发现,两者对中华文化的关注情况大体一致,即对其中11%的文化关键词关注度都较高,而对73%的文化关键词关注度较低;我们引以为豪的一些中华文化在英语教材中未出现,但其在英语世界有较高的关注度,然而其中华文化内涵并不显著。教材和语料库对中华文化都以单独呈现为主,与其他文化共现为辅,语料库比教材更多地采用共现方式;两者对个别中华文化内涵的认识比较接近,对有些文化的内涵理解差异较大或异同兼有。研究建议,英语教材中华文化内容的选择应注意结合双向需求,选择能体现中华优秀传统文化的发展变化和具有普遍意义的成分,文化内容的呈现应尽量体现局内人、局外人等多种视角。

关键词 高中英语教材; NOW语料库; 文化关键词; 跨文化交际

作者简介 郭宝仙/华东师范大学教育学部教授(上海 200062)

隋湘虹/南京航空航天大学苏州附属中学教师(苏州 215021)

一、问题的提出

随着经济的全球化和信息交流网络化,英语作为国际交流中使用最为广泛的语言之一,其本质和功能发生了很大变化,已成为不同国家和民族用以表述不同文化的交流媒介。借鉴有关国际通用语习得特征的描述^[1],英语作为外语的学习由此发生以下变化:学习者不需要内化英语本族语者的文化常模(规范);英语不属于哪个国家;英语学习的目的是使学习者能够向其他人表达其观点和文化。在此背景下,英语学习中英语与其本土文化之间的关系已经发生变化^[2],这时交际双方不再需要依赖英语国家的文化进行沟通,交流内容也不限于科技知识,还包括双方的文化实践和价值观念。这要求我国的英语教育调整目标定位,加强中华文化的输入与学习^[3],这在我国高中和义务教育

* 本文系上海市哲学社会科学规划一般项目“新时代中学英语教科书中国文化内容重构研究”(项目编号:2019BY019)的研究成果。

阶段的英语课程标准中都有体现。这两份课标都将文化意识作为英语核心素养之一,指出文化意识是“对中外文化的理解和对优秀文化的认同,是学生在全球化背景下表现出的跨文化认知、态度和行为取向”^[4]。课标规定的文化意识目标是“获得文化知识,理解文化内涵,比较文化异同,汲取文化精华,形成正确的价值观,坚定文化自信,形成自尊、自信、自强的良好品格,具备一定的跨文化沟通和传播中华文化的能力”^[5]。教材是课程的主要载体,如何设计英语教材,培养学生跨文化沟通和传播中华文化的能力也成为当前的热点话题。

用英语传播中华文化,其实质是一种跨文化交际活动。由于交际双方文化背景的差异,跨文化交际中普遍存在着信息表达的价值耗损现象,即文化折扣(Cultural Discount)^[6]。因此,教材中华文化内容的设计不仅要考虑我们想要传播什么、用什么方式传播,还需考虑受众的文化背景和对中华文化的已有认知。然而,已有研究大多是对教材文化内容的静态分析,少有研究从跨文化视角探讨教材中华文化内容的设计。分析英语教材与英语世界在中华文化内容、呈现方式、内涵认识等方面关注的异同,无疑能为教材中华文化内容的设计提供有价值的参考与借鉴,从而更好地助力我国学生中华文化跨文化传播能力的发展。本研究旨在回答三个问题:英语教材与英语世界关注的中华文化内容有何异同?两者对中华文化的呈现方式有何异同?两者对中华文化内涵的认识有何异同?

二、研究设计

(一) 研究方法

在语言的诸因素中,词汇最能反映一个民族的文化^[7],文化关键词与社会文化生活密切相关,蕴含着丰富的社会文化信息,是文化发展的缩影。随着语料库语言学的发展,基于语料库的文化关键词研究成为分析文化关键词在某一语言社团、阶层或国家的使用和意义变化的重要手段。本文选择代表性的中华文化关键词,运用语料库研究和文本分析方法,对英语教材与国际英语语料库中的中华文化内容进行比较研究,分析其异同以及对教材编写和教学的启示意义。这里的“中华文化关键词”指英语文本中所包含的,表达中华文化知识经验、世界观念、哲学思想、信仰、价值观念以及名物、社会生活、习俗和行为方式的词语^[8]。借鉴已有研究,我们将中华文化分为中华文化产物、中华文化实践、中华文化观念、中华文化社群、中华文化人物、中华文化信息六类。

研究采用定量与定性相结合的方法,首先对文化关键词在英语教材和语料库中出现的频率、呈现方式和搭配等进行定量统计,然后对相关内容进行定性分析。

(二) 研究对象

本研究中的语料库包括两方面,一是研究者自建的人民教育出版社高中英语教材(以下简称“人教版”)语料库,二是研究选取的国际英语语料库 NOW

语料库 (News on Web Corpus)。NOW 语料库由美国杨百翰大学 (Brigham Young University) 的马克·戴维斯 (Mark Davis) 教授开发,以 20 个国家的网络、报纸新闻为数据来源,共有 129 亿词,涵盖社会各方面的资讯。该语料库实时更新,每月增长约 1.8—2 亿词,有利于了解英语国家的最新动态和关注热点,因而它被认为是目前世界上最大最好的网络英语新闻语料库之一。

目前,依据《义务教育课程标准(2022 年版)》的小学和初中教材仍在编写过程中,故本研究选取基于《普通高中英语课程标准(2017 年版 2020 年修订)》理念编写的高中英语教材进行分析。在通过教育部审核的多个版本高中英语教材中,人教版教材中有关中华文化的核心阅读语篇最多,而且这些语篇在整套教材的核心阅读语篇中所占比例最高,在整套教材中的分布最广^[9]。因此,本研究选取 2019 年 4 月出版的人教版高中英语教材作为分析对象。该套教材分为必修、选择性必修和选修,必修教材是基础性课程,能够帮助学生达成英语学科核心素养最基本的要求。本研究选择必修的三册教材进行分析,每册教材都包括五个单元和配套的学生练习手册。

《你好,中国(英语版)》是由中国国家广电总局主办、中国国际广播电台策划实施的大型多媒体系列文化项目,该节目选取 100 个代表中国传统文化精髓的汉语词汇,从不同侧面反映中华文化,帮助国外民众了解中国和中华文化。

为了确保研究所选取的文化关键词的典型性和代表性,本研究比较了该项目中的 100 个文化关键词和人教版必修教材中提取到的 133 个文化关键词,选择两者重合的关键词及在教材中未出现但 NOW 语料库中高频出现的词作为研究对象。

三、研究结果

(一) 关注的中华文化内容

文化关键词出现的频率是关注度的直接体现^[10],文化关键词的词频越高,说明人们对其重视程度越高。本研究通过比较中华文化关键词在高中英语教材和国际英语语料库的词频,分析两者对中华文化关注度的异同。

1. 英语教材与语料库中共有的文化关键词的关注情况

表 1、表 2 列出了教材和语料库共有的 26 个文化关键词及其词频,这些词分别属于文化产物(18 个)、文化观念(1 个)、文化人物(1 个)和文化信息(6 个)等类别,不涉及文化实践和文化社群两类。这说明教材和语料库对文化产物最为重视,其次为文化信息,对其他类别的文化重视程度不高。这或许是因为文化产物和文化信息是各类文化中容易被感知的部分。

从表 1 可见,18 个文化产物类关键词在教材中出现频率最高的依次是“长城”“茶”“春节”,三者的词频比较接近,其他关键词频率都较低。多数文化产物类关键词在 NOW 语料库中出现频率也不高,其中频率最高的三个关键词依次为“茶”“风筝”“灯笼”,而“茶”的频率远远高于其他关键词;“长城”的频率在语料库中排名第四,说明相对而言,英语世界对其也有一定关注度。

表 1 文化产物类关键词的词频比较

分类	文化关键词	教材	NOW 语料库
建筑	长城	0.14	0.99
	故宫	0.03	0.41
艺术	书法	0.07	0.74
	京剧	0.01	0.04
	风筝	0.01	1.88
	剪纸	0.01	0.04
	灯笼	0.02	1.82
	瓷器	0.01	0.00
	兵马俑	0.04	0.06
	毛笔	0.01	0.00
饮食	茶	0.11	31.74
	火锅	0.01	0.16
节日基本信息	中秋节	0.03	0.35
	春节	0.10	0.35
	端午节	0.02	0.09
	清明节	0.01	0.02
语言文字	汉字	0.07	0.18
文学(小说)	《西游记》	0.01	0.06

从表 2 可知,在文化观念、文化人物、文化信息三类共计 8 个关键词中,“孔子”在教材和语料库中的词频都比较高,“龙”在语料库中的词频高于教材;“泰山”在教材中出现频率较高,其他关键词出现频率较低;在语料库中“北京”词频很高,其次为“龙”,其余的关键词频率都较低。由此可见,语料库和教材都重视“孔子”,教材比语料库更重视“泰山”,语料库中则更重视“北京”。

表 2 文化观念、文化人物和文化信息类关键词的词频比较

类别		文化关键词	教材	NOW 语料库
一级类别	二级类别			
文化观念	象征意义	龙	0.01	12.72
文化人物	杰出人物	孔子	0.12	0.56
文化信息	地理	泰山	0.07	0.00
		西湖	0.02	0.11

续表

类别		文化关键词	教材	NOW 语料库
一级类别	二级类别			
		北京	0.02	39.45
		西安	0.02	0.34
		敦煌	0.01	0.05
	动植物	熊猫	0.03	3.00

比较表 1、表 2 中的信息可以发现,教材和语料库对中华文化关键词所关注的不同之处在于教材比较关注“春节”“泰山”,而语料库比较关注“龙”“北京”;相同之处表现在两者都关注“茶”“长城”“孔子”三个关键词,且对剩余 19 个关键词的关注度都较低。由此可知,国内外对 26 个文化关键词中的 22 个的关注度大体一致,仅对 4 个词的关注度有差异(见表 3)。

表 3 文化关键词在人教版教材和 NOW 语料库中词频比较

类别	两者不一致		两者一致	
	教材较重视	NOW 语料库较重视	均较高	均较低
文化产物	春节		茶、长城	故宫、书法、京剧、剪纸、瓷器、京剧、瓷器、兵马俑、毛笔、火锅、中秋节、端午节、清明节、汉字、《西游记》
文化观念		龙		
文化人物			孔子	
文化信息	泰山	北京	/	西湖、西安、敦煌、熊猫

需要说明的是,语料库中“龙”的词频是“dragon”“loong”“Chinese dragon”三词之和,但只有最后一个词才是中国传统文化意义上“龙”的内涵,而该词在语料库中的词频几乎为零,这说明具有中国传统文化意义的“中国龙”在国外的关注度还有待于进一步求证。

2. 语料库中出现频率较高,但未在英语教材中出现的文化关键词

《你好,中国(英文版)》的 100 个文化关键词中有 41 个在教材中未出现,但在语料库中出现。为了进一步了解英语世界受众所感兴趣的中华文化,对这些关键词进行检索发现,其中有 12 个词的每百万词频 >0.5 ,说明它们在英语世界有一定的影响力。这些词是印刷、丝绸、指南针、四合院、豆腐、壁画、功夫、凤、竹、玉、礼、红娘,但进一步检索这些词的搭配词发现,它们与中华文化的关联不大。

(二) 中华文化的呈现方式

文化内容可以采用共现和独现两种呈现方式,前者即呈现多个国别文化或多个社会文化背景之间的共性或差异,体现交际者对文化联系的认识;后者即仅呈现一个国别文化或一个社会文化背景。例如,如果整个阅读课文均围绕美国旧金山的多元文化展开,属于文化独现;如果文中联系到我国的云南,介绍那里的多元文化情况,就采用了文化共现的方式。分析发现,文化关键词在教材和语料库中都以独现为主(在所有关键词中分别占 77% 和 67%),与其他文化共现为辅,语料库比教材更多地采用文化共现方式。

1. 文化共现的情况

语料库和教材对茶、书法和中秋节都采用了共现的方式。关于“书法”,教材中共现的是英语书写体系,语料库中则提到了伊斯兰和日本的书法;关于“茶”,教材中共现的是俄罗斯的茶壶“samovar”和“咖啡”,语料库中共现的是“咖啡”;关于“中秋节”,教材将埃及、欧洲国家庆祝丰收节的方式与中国的中秋节进行对比,语料库中则提到了国外唐人街庆祝中秋节的习俗。可见,两者的视角有一致之处,也有互补之处。

除了上述三个词语,教材对敦煌、元宵节、春节等文化关键词也采用了共现的方式:将敦煌莫高窟与美国的盖蒂博物馆相联系;将元宵节与日本的成人礼和巴西的狂欢节相联系;谈到春节时则提到万圣节,用来解释节日习俗会随着时间的推移而发生变化,这两个节日都是如此。语料库则对故宫、龙、风筝、剪纸、端午节等文化关键词采用了共现的方式:与故宫共现的是埃及的墓地、美国的白宫;与龙、风筝、剪纸和端午节共现的分别是印度的大象、不同国家的风筝节、日本的剪纸技艺、加拿大和美国等地的端午节。由此可以了解到,英语国家从故宫的政治功能认识它,在谈论龙、风筝、剪纸和端午节时都不仅会谈论中华文化,还会联系其他国家文化。

2. 文化关键词独现的情况

人教版教材很重视文化内容的独现,且大多以完整语篇的形式呈现,这种方式突出了英语学习中中华文化内容的重要性,有助于加深学生对中华文化的认识与理解。与教材中一样,文化关键词在语料库中也以独现为主,如谈论清明节和京剧时,没有将其与其他国家有相似文化意义的节日或是表演形式进行对比。

(三) 对中华文化内涵的认知

词的意义从与它结伴同现的词中体现^[11],词汇的意义来源于其在文本中的搭配。通过分析单词在使用中的共文及语境,可以研究其意义及文化内涵的解读变化。根据文化关键词搭配的差异,我们可以感知国内外对中华文化的认知差异。语料库数据驱动的词语搭配研究有多种方法,本研究采用计算搭配词的方法^[12],在自建教材语料库和 NOW 语料库中,以文化关键词为节点词进行检索,将跨距界定为-4/+4,即在节点词左右各取 4 个词作为该词的语境,落入跨距内的所有词都被称作节点词的搭配词,按照搭配词出现的频数由

高到低选取 3 个搭配词(剔除冠词、介词等虚词)。结果显示,语料库与教材重合的 26 个词中,“长城”“西湖”“北京”“春节”“汉字”和“《西游记》”在 NOW 语料库中词频过大,并不显示其搭配;“毛笔”除虚词外的搭配词都只出现 1 次,偶然性很大。因此,本研究只分析其余 19 个词的搭配词,从中了解教材与英语世界对中华文化内涵认识的异同。

1. 教材与英语世界认识较接近的文化关键词

表 4 教材与语料库中认识比较接近的文化关键词

文化关键词	教材中搭配	NOW 语料库中搭配
兵马俑 terracotta warriors	Xi'an, statues	China, museum, horses
茶 tea	coffee, teapot, history	cup, party, coffee
火锅 hotpot	food	restaurant, Chinese, chain
清明节 Qingming Festival	/	river, tomb, April

教材和语料库对“兵马俑”“茶”“火锅”“清明节”的认识视角较为一致。表 4 列出了与之相关的搭配词,从中可见,教材和语料库都重视兵马俑的文化价值,将其视为中华优秀文明的标志物之一。教材和语料库都将茶与咖啡相提并论,教材中介绍了俄罗斯的一种茶壶(teapot)及用其煮茶的过程,文末提到“茶发明于中国”,没有提及中国茶文化的其他信息;语料库中提到西方的“茶党”(tea party),与中华文化无关。教材中只有一处提及火锅,称其为一种食物,并未提及火锅文化;语料库中提到火锅是人气极高的中国传统美食,有很多火锅连锁店,说明国内外都将火锅视为一种食物,并非从文化内涵的角度认识它。对于“清明节”,教材未做具体说明,语料库中其搭配词为“river”,更具体地说是 *Along the River in the Qingming Festival*(《清明上河图》),说的是这幅画的艺术价值,与清明节关联度不大,此外还提到清明节在四月,该节日的习俗是扫墓。

2. 教材与英语世界认识差异较大的文化关键词

表 5 教材与语料库中认识差异较大的文化关键词

文化关键词	教材中搭配	NOW 语料库中搭配
故宫 Imperial Palace/ Imperial City	cultural, sites	Beijing, Japan, ceremony/Hue, former, Beijing
书法 calligraphy	art, Chinese, classic	Chinese, art, painting
风筝 kite	intangible, cultural, heritage	flying, festival, red
剪纸 paper cutting/ paper-cutting	intangible, cultural, heritage	art, Chinese, machines/art, Chinese, technique

续 表

文化关键词	教材中搭配	NOW 语料库中搭配
灯笼 lantern	festival	green, festival, Chinese
端午节 Dragon Boat Festival	dragon-boat	celebrate, three, annual
西安 Xi'an	terracotta army, places	jiaotong, capital, Shanghai
大熊猫 panda	wildlife, protection	giant, Kung Fu
龙 dragon/loong/Chinese dragon	chiwen	ball, quest, age/hsien, lee, minister/ dance, boat, Indian

表 5 列出了教材与语料库中搭配差异较大的文化关键词。有的关键词有多种英语表达,表中列出了每个表达相应的搭配。由表 5 可见,关于“故宫”,教材强调其作为文化遗产的价值。故宫有“Imperial Palace”和“Imperial City”两种常见译法,从词频看,语料库中前者首先用来指中国的故宫,说明其地理位置在北京,而非其文化价值,其次指日本的皇居及其中的“仪式”;后一种表达主要是指越南海港城市顺化(Hue),其次是摩洛哥的前首都(former imperial city)马拉喀什,最后才是指中国的故宫。

关于“书法”,教材和语料库都将其作为中国的一种文化艺术形式。教材介绍了其起源、发展过程等,而语料库在谈论中国书法时将其与中国硬笔书法区分开来(Chinese calligraphy 一般指中国软笔书法),并联系到中国国画(painting)和日本、伊斯兰的书法。

关于“风筝”,教材将其作为一种非物质文化遗产呈现,语料库中则主要谈及放风筝这种休闲娱乐活动和中国及其他国家的风筝节,不涉及文化内涵。其中高频词 red 指英国著名的游戏公司(Red Kite),与风筝的文化意义无关。

关于“剪纸”,教材将其作为一种中国非物质文化遗产,侧重其文化意义。语料库中说明剪纸是中国的一种传统手工艺,强调其技艺,现如今已经用机器批量化生产。

关于“灯笼”,教材中指中国的元宵节,但该词在语料库中首先用来指美国 DC 漫画旗下的超级英雄“绿灯侠”(Green Lantern),其次才是中国的传统节日元宵节、中国挂起的灯笼。此外,语料库中还提到了日本的灯笼,介绍了其材质(paper lantern)。

关于“端午节”,教材中提到了龙舟赛,没有谈及其节日起源和习俗,语料库中则提到除了中国,其他国家的华人也会庆祝端午节,很多国家每年(annual)会举办一次为期三天(three)的龙舟赛。同时语料库也提到了美国和加拿大的端午节,如在渥太华举办的冰上端午节,对中国的端午节只提及了其对中国旅游业的贡献,拉动了 GDP 增长,但并未涉及其文化意义。

关于“西安”,教材着重介绍了其著名景点兵马俑,以此具体说明西安的旅

游价值。语料库中提到的首先是西安交通大学、毕业或任职于该校的知名学者、该校的著名专业、该校开展的研究等,其次与上海相联系,关注西安作为省会城市的功能。

关于“大熊猫”,教材中出现了一处世界自然基金会(WWF)的标志,呼吁保护其他动物,图中含有大熊猫,但内容与大熊猫没有直接关系。在语料库中谈论的大熊猫主要指电影《功夫熊猫》(*Kung Fu Panda*),该片中大熊猫的形象是十分正面的,由此可见影视作品对于传播中国优秀传统文化具有重要意义。

关于“龙”,教材中提到了中式房屋屋脊两端的兽形构件鸱吻(chiwen),指出鸱吻是中国古代神话传说中的神兽,为龙之第九子。龙有“dragon”“loong”“Chinese dragon”三种常见译法,在语料库中只有第三种翻译指的是中国传统文化中的龙,具体指传统舞龙表演和传统龙舟。dragon 主要指日本动漫《龙珠》(*Dragon Ball*)、《勇者斗恶龙》(*Dragon Quest*)及其衍生的游戏产品及美国艺电制作的角色扮演类游戏《龙腾世纪》(*Dragon Age*),上述龙的形象都是负面的。而 Loong 主要出现在人名中,如新加坡总理李显龙(Lee Hsien Loong),与中国龙也无关。

综上,英语世界偏向于从多个国家、不同文化视角呈现书法、风筝、端午节,偏向于从实用、日常娱乐角度认识风筝,而非中华传统文化的角度;对西安的认识偏向于西安交通大学及西安作为省会的政治、经济、文化功能,而非文化特征;涉及大熊猫时主要是谈电影《功夫熊猫》;谈及中国的龙时,主要谈论舞龙表演和赛龙舟,而不是作为中华民族象征的龙。这些都与英语教材、与许多中国人对相关文化的认识视角有较大的差异。

3. 教材与语料库中认识视角异同兼有的关键词

教材与语料库中对部分文化关键词的呈现视角异同兼具,表6列出了这些词的搭配词。

表6 教材与语料库中认识视角异同兼有的文化关键词

文化关键词	教材中搭配	NOW 语料库中搭配
京剧 Beijing Opera/ Peking Opera	intangible, cultural, heritage	Chinese, performer, mask/performance, master, Chinese
瓷器 porcelain	valuable, Ming Dynasty	Chinese, white, tiles
中秋节 Mid-autumn Festival	China, family, gather, moon- cake, moon	Chinese, mooncakes, moon
敦煌 Dunhuang	world, visit, caves	China, academy, caves
泰山 Taishan Mountain/ Mount Tai	cultural, relics, famous	contemplation, Shandong, fasting/ China, building, sunrise
孔子 Confucius	philosopher, education, Ren, moral	institute, Chinese, philosopher

关于“京剧”,教材中以图片的形式呈现,指出其是非物质文化遗产之一,没有给出其他具体信息;语料库中将京剧视为一种极具代表性的中国传统文化,关注京剧的脸谱、表演、表演艺术家等。

关于“瓷器”,教材中作为一种珍贵的艺术品出现,指向其收藏和观赏价值(valuable);在语料库中提到瓷器的原产地在中国,以白色为主,常见的瓷器除了瓷盘,还有瓷砖(tiles),瓷器作为一种艺术品会出现在各大展览中,同时也是一种很有价值的商品,并介绍了其进出口情况。可见,教材中侧重瓷器的艺术和文化价值,英语世界关注中国在瓷器起源和发展中的作用,关注其种类的多样性,既关注其艺术价值,也关注其商业价值。

关于“中秋节”,教材与语料库都指出其是中华传统节日,节日习俗为吃月饼。在语料库中指出中秋节的月亮多为满月(full moon),教材中中秋节的搭配词还有 family、together 等,说明教材除了关注中秋节习俗,还突出其思乡、团圆的文化内涵。

关于“敦煌”,教材重视敦煌莫高窟举世闻名的文化价值和旅游价值;语料库说明了其地理位置,提到了敦煌研究院(Dunhuang Academy 或 Dunhuang Research Academy)和莫高窟(caves),突出敦煌莫高窟丰富的历史和文化价值,说明语料库更关注敦煌研究院在保护和研究莫高窟方面的研究和贡献。

关于“泰山”,教材注重其文化功能和作为世界文化遗产的价值;语料库中与泰山(Taishan mountain 和 Mount Tai)相关的有意义的信息主要交代了泰山的地理位置(China),提到了坐落于泰山的周明堂遗址(building),它是古代帝王巡狩祭祀和诸侯朝见的地方,同时提到了泰山的日出景象(sunrise)。可见语料库中更关注泰山的人文价值与自然景观。

关于“孔子”,教材对孔子的哲学思想和道德观作了详细说明,突出其文化价值和意义;语料库中首先提及孔子学院(institute),其次是作为中国哲学家的孔子,没有涉及孔子的思想。这也反映出英语国家的受众所关注的和中国想要传播的内容之间的差异。

综上所述,英语世界对京剧、瓷器、中秋节、敦煌、泰山比教材的呈现内容和视角更为丰富,而教材中对中秋节的介绍体现了其背后的文化价值观念,教材对孔子的介绍较深入和全面,而语料库中孔子学院这一视角也值得关注。

四、研究结论与建议

(一) 结论

本研究比较了文化关键词在教材和语料库中的词频、呈现方式、搭配,同时也分析了教材中未出现但在语料库中词频较高的关键词的搭配,基于上述分析可以得出以下三方面结论。

1. 对中华文化的关注度及关注的内容

教材和语料库对中华文化的关注情况大体一致,即对其中 3 个(在所有关

键词中占 11%) 中华文化关键词的关注度都较高,而对 19 个(在所有关键词中占 73%) 中华文化关键词的关注度较低。此外,教材还比较关注春节和泰山,语料库则更重视龙和北京。

我们引以为豪的一些中华文化在英语教材中未出现,在英语世界却有较高的关注度,但其中华文化内涵不显著,如印刷、丝绸、指南针、四合院、豆腐、壁画、功夫、凤、竹、玉、礼等。

2. 对中华文化的呈现方式

教材和语料库对中华文化的呈现都以独现为主,与其他文化共现为辅。教材对中华文化多以完整的语篇独现,突出了英语学习中中华文化内容的重要性,有助于培养学生对中华文化的认识与理解。语料库比教材更多地采用共现方式,两者对不同文化关键词的共现,丰富了我们对这些词的文化内涵的理解。语料库对故宫、风筝、剪纸、龙、端午节等文化关键词的共现内容为我国英语教材和教学中中华文化内容的设计提供了新的跨文化视角。

3. 对中华文化内涵的认识

教材与语料库对个别中华文化关键词内涵的认识比较接近,如兵马俑、茶、火锅、清明节;对有些文化关键词内涵的理解差异较大,如故宫、书法、风筝、剪纸、灯笼、端午节、西安、大熊猫、龙;对有些关键词的内涵认知则异同兼有,如京剧、瓷器、中秋节、敦煌、泰山、孔子。后两种情况丰富了我们在教材和教学中设计中华文化内容的视角。

(二) 建议

对教材和语料库中文化内容的比较让我们看到了中华文化的自我认知和他者认知之间的异同,基于前文的基础信息,在我国的英语教材编写和教学中选择和呈现中华文化内容时应注意以下几点。

1. 文化内容的选择注意双向需求相结合

从前文结果可见,无论是英语教材还是英语世界,对多数中华文化的关注度都不太高,两者重视的中华文化有共同之处,也有差异之处。这对我们的启示有两方面:一方面,英语教材中选择中华文化内容时需坚持双向需求相结合的原则。在跨文化交际中,受众是主动、能动的,基于个人的需求和愿望选择被传播的内容,制约着传播的过程^[13]，“一种文化是否被认同取决于对方是否需要,是否是对方所无而又是对方所需,也还有时机、机遇等其他条件”^[14]。中华文化内容的选择既要考虑我国传承和传播中华文化的需要,考虑学生表达自我的需要,也应考虑交际对象的需要。另一方面,不仅要让学生学习我们想要传播的文化内容,还需要学习那些已传播至世界、得到世界关注或好评的中华传统和文化。

2. 选择能体现中华传统文化的发展变化和具有普遍意义的成分

中华文化源远流长,有些已经传播到世界各地并融入当地人们的日常生活中,也有一些在中华文化语境中蕴含中华传统文化内涵的词汇,在英语世界里其中华文化内涵的特点已不显著。因此,我国英语教材和教学中中华文化

内容的设计,需要处理好传统与当代的关系,既要让学生理解中华传统文化的内涵,体会在当代中国人生活、观念中延续的传统文化和习俗,也要让他们了解中华文化在当今的发展和变化,以及当今中国人与时俱进创造的新文化和发展的新观念。

另外,中华优秀传统文化中具有普遍意义的成分更能让学生认识到人类有许多共同的价值观念和追求,这也是跨文化交往的基础。在我国英语教材和教学中选择中华文化内容时,应在考虑内容的典型性、代表性、独特性的基础上,深入挖掘中华文化中具有普遍意义的成分,凸显中华文化的全球意义,寻求与国际受众在价值和情感层面的共通点,帮助学生树立人类命运共同体意识和求同存异、和谐共处、合作共赢的观念。

3. 文化内容的呈现体现局内人、局外人等多种视角

跨文化沟通与交流是一个“自我”与“他者”、“言者”与“听者”等各个参与者之间互动的主体间性的过程。“当异质文化互相接触时,会产生局内和局外两种视角。”^[15]本研究的发现印证了这一观点,对同一中华文化内容,教材与英语世界认识的视角、关注的内涵或异同兼有、或有较大差异,仅对少数文化的认识比较接近。基于此,我国英语教材和教学中应尽量以多元视角呈现文化,培养学生开放、包容、平等的文化情感与态度。例如,呈现中国人和外国人视角下的端午节、京剧、中秋节等,让学生分别站在局内人和局外人的视角认识同一文化现象,也可以引导学生站在第三种视角思考,为何国内人和国外人的认识会有差异。

参考文献:

- [1] Smith, L. English as an International Auxiliary Language [J]. RELC Journal, 1976(2): 38-43.
- [2] McKay, S.L. Teaching English as an international language: The Chilean context [J]. ELT Journal, 2003(2): 139-148.
- [3] 文秋芳.在英语通用语背景下重新认识语言与文化的关系[J].外语教学理论与实践,2016(2): 1-6.
- [4] 中华人民共和国教育部.义务教育英语课程标准(2022年版)[S].北京:北京师范大学出版社,2022:5.
- [5] 中华人民共和国教育部.普通高中英语课程标准(2017年版2020年修订)[S].北京:北京师范大学出版社,2020:6.
- [6] 喻国明.跨文化交流中的三个关键性传播节点——关于减少和消除“文化折扣”的传播学视角[J].新闻与写作,2020(3):62-65.
- [7] 胡文仲.跨文化交际面面观[M].北京:外语教学与研究出版社,1999:90.
- [8] 李文中.李文中谈基于语料库的文化表述研究[J].语料库语言学,2015(1):1-11.
- [9] 张琨.高中英语教科书中的国家形象比较研究——以人教版、北师版和外研版为例[J].中小学英语教学与研究,2022(8):2-6.
- [10] 李存颀,潘轶君.基于 NOW 语料库的江苏国际形象传播研究[J].对外传播,2019(12):73-75.
- [11] Firth, J.R. Papers in Linguistics 1934—1951 [M]. London: Oxford University Press, 1957: 12.

- [12] 卫乃兴.基于语料库和语料库驱动的词搭配研究[J].当代语言学,2002(2):101-114.
- [13] Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. Uses and Gratifications Research [J]. The Public Opinion Quarterly, 1973-1974(4): 509-523.
- [14] 李泉.文化内容呈现方式与呈现心态[J].世界汉语教学,2011(3):388-399.
- [15] 陈莹.国际汉语教师培养与培训丛书国际汉语文化与文化教学[M].北京:高等教育出版社, 2013:147.

The Design of Chinese Cultural Content in English Textbooks: An Intercultural Perspective

GUO Baoxian¹ & SUI Xianghong²

(1. Faculty of Education, East China Normal University, Shanghai, 200062, China;

2. Suzhou High School Affiliated to Nanjing University of Aeronautics and Astronautics,
Suzhou, 215021, China)

Abstract: Since cultural discounting is common in intercultural communication, it is of great significance for the design of English textbooks to analyze the similarities and differences of the Chinese cultural content in Chinese English textbooks and the English-speaking world. Through corpus research and text analysis, this study compares word frequency, representation and cultural connotations of 26 representative Chinese cultural keywords in Chinese high school English textbooks and the international English corpus. The study finds that the frequency of the keywords is roughly the same in English textbooks and the corpus, 11% of the keywords with high frequency while 73% with low frequency in both; some keywords that Chinese are proud of don't appear in English textbooks but are of high frequency in corpus, while their connotation are not so closely related to Chinese culture. Both the textbooks and the corpus mainly represent Chinese culture alone, supplemented by co-occurrence with other cultures while the corpus prefers more co-occurrence methods than the textbooks. Furthermore, the textbooks and the corpus have relatively similar perspectives on the connotations of a few Chinese cultural keywords, but their understanding of others is quite different or has both similarities and differences. The research suggests that the selection of Chinese cultural content in English textbooks should pay attention to needs of both sides in communication, select components that can reflect the development and changes of China's excellent traditional culture and have universal significance in the world, and the presentation of cultural content should try to reflect multiple perspectives of people from home and abroad, and both.

Keywords: high school English textbooks; NOW corpus; cultural keywords; intercultural communication

(责任校对:董玥彤)