

中介论视角下大学生用英语“讲好中国故事”能力培养模式研究

赵欣, 张楷婕

内蒙古工业大学 内蒙古呼和浩特

【摘要】本研究以内蒙古地区某高校 161 名大学生为研究对象, 采用问卷与半结构式访谈, 调查大学生对于中国故事的认知、大学生用英语“讲好中国故事”目前存在的主要问题及其影响因素, 结果表明①大学生对中国文化故事较为熟悉, 对于“讲好中国故事”有着浓厚兴趣, 也有向世界传播中华文化的使命感与责任; ②大学生“讲好中国故事”面临的主要问题是英语语言能力薄弱、叙事能力不足、中介资源匮乏以及自身信心不足; ③从影响因素来看, 主要体现在文化知识、语言能力、受众意识、中介资源四个方面。最后, 基于中介理论, 本研究从事物中介、他者中介与自我话语中介三方面, 为大学生用英语“讲好中国故事”能力培养模式提供了几点建议。

【关键词】中介理论; 大学生; 讲好中国故事; 中华文化传播能力

【基金项目】内蒙古自治区社会科学基金 2024 年度外语专项项目 (项目编号: 2024WY21): 《中介论视角下大学生用英语“讲好中国故事”能力培养模式研究》

【收稿日期】2024 年 12 月 20 日

【出刊日期】2025 年 1 月 21 日

【DOI】10.12208/j.ije.20250022

On the model of cultivating university students' ability of "Telling China's stories well" in English from the perspective of mediation theory

Xin Zhao, Kaijie Zhang

Inner Mongolia University of Technology, Huhhot, Inner Mongolia

【Abstract】This study took 161 students from a university in Inner Mongolia Autonomous Region as research subjects and employed the questionnaire and semi-structured interview to investigate their cognition of Chinese stories, the primary challenges they currently face in "telling China's stories well" in English, and the influencing factors. The results indicate that: ① university students are relatively familiar with Chinese cultural stories and have a keen interest in "telling China's stories well," along with a strong sense of mission and responsibility to introduce Chinese culture to the world; ② the main challenges faced by university students in "telling China's stories well" include weak English language proficiency, inadequate narrative skills, a lack of mediation resources, and insufficient self-confidence; ③ in terms of influencing factors, these are mainly reflected in four aspects: cultural knowledge, language ability, audience awareness, and mediation resources. Finally, based on the mediation theory, this study offers some practical suggestions for the model of cultivating university students' ability to "tell China's stories well" in English from three perspectives: object mediation, other-mediation, and self-discourse mediation.

【Keywords】Mediation Theory; University students; Telling China's stories well; Competency of introducing Chinese culture

1 引言

“讲好中国故事, 传播好中国声音, 展示真实、立体、全面的中国, 是加强我国国际传播能力建设的重要任务” (习近平, 2021) [1]。在这一时代背景下, 培养大学生的中华文化传播能力成为高校外语教育的一个新使命。当代大学生, 具有较好的外语基础, 了解中国的本土文化, 必然要承担起向世界传播中华文化的历

史使命与责任, 成为提升中国文化国际影响力的主流力量。因此, 如何帮助大学生提升中华文化传播能力, 参与传播中华文化实践, 是外语教育研究者及高校外语教师面临的新课题。

用英语“讲好中国故事”是培养大学生中华文化传播能力的路径之一。近年来, 有关“讲好中国故事”的研究层出不穷, 诸多学者 (邓建国、黄依婷, 2023 [2];

杨乘虎、高云, 2018^[3]; 胡正荣、李涵舒, 2021^[4]) 从理论视角探讨“中国故事”“中国好故事”的内涵及“讲好中国故事”的宏观路径, 提出一些讲好中国故事的实施方向。外语界也有学者通过教学实践考察大学英语课程“讲好中国故事”的现状(常海潮, 2021)^[5], 并从整体课程设计(孙曙光, 2023)^[6]、受众意识培养(崔琳琳, 2023)^[7]、参与课程的大学生能力发展过程(杨华、李莉文, 2023)^[8]几方面, 展现培养大学生中华文化传播能力的实践探索。可见, 众多学者更多从大学英语课程教学的视角, 探究如何培养大学生讲好中国故事, 进一步传播中国文化。然而, 学生英语叙事能力的培养不仅仅取决于大学英语课程教学活动, 学生个体活动的中介作用也不容忽视, 学生需要在课堂之外的学习生活情境及实践中获取媒介, 不断促进其思维认知发展以及“讲好中国故事”的能力。

基于此, 本课题旨在调查大学生用英语“讲好中国故事”目前存在的主要问题及其影响因素, 借助中介理论, 将宏观的校园文化环境与微观的课堂环境结合, 构建大学生用英语“讲好中国故事”能力培养模式, 以提高大学生中华文化英语传播能力和中华文化国际影响力。本研究拟回答的研究问题为:

1) 大学生对于中国故事的认知及对“讲好中国故事”的态度?

2) 大学生用英语“讲好中国故事”面临的困难和挑战有哪些?

3) 影响大学生用英语“讲好中国故事”的因素有哪些?

2 理论框架

本研究以维果茨基的社会文化中介理论(Mediation Theory)为理论框架(Vygotsky, 1978)^[9]。社会文化理论的学习观主张学习不是一个直接的“刺激-反应”的过程, 而是一个以文化符号为中介调节的过程(毛齐明, 2013)^[10]。也就是说, 学习者需要主动地参与社会文化活动, 在社会互动中, 积极寻找他人、社会文化产物以及自我话语等中介来促进自己的发展。

已有研究表明, 大学生传播中华文化的能力, 并不是英语能力与其他各项能力素养的简单叠加, 而是一个高级心理机能发展过程, 在特定社会文化环境下, 受到课程活动、个体活动的中介作用(杨华、李莉文, 2023)^[8]。可见, 选取故事情节、构建创作故事需要学习者在一定的社会文化环境中, 借助于语言和其他符号系统实现。因此, 大学生“讲好中国故事”能力的发展既是外部环境支持的产物, 也是学习者自身能动性的反映。

基于维果茨基的中介论, 大学生用英语“讲好中国故事”能力的发展是一种置身于学校文化的事物中介、他人中介及自我中介行为, 也就是说在叙事能力培养与发展的过程中, 大学生需要借助事物(如大学英语课程、视频、书籍、课外的文化传播实践经历等)、他人(如教师、同伴)以及自身对故事的展示、修改、反思等中介手段。确切地说, 这不仅仅是一个利用文化符号为中介的过程, 更是一个通过参与社会活动积极寻找中介的过程。

3 研究设计

本研究属于探索性研究, 旨在调查大学生对于中国故事的认知、大学生用英语“讲好中国故事”目前存在的主要问题及其影响因素, 并尝试借助社会文化中介理论, 构建大学生用英语“讲好中国故事”能力的培养模式。

3.1 研究对象

本课题的研究对象选自内蒙古地区某所高校二年级和三年级的本科生, 总计 161 人。其中二年级学生 85 人, 占 52.8%。三年级学生 76 人, 占 47.2%。样本中, 男生 136 人, 占 84.5%, 女生 25 人, 占 15.5%。样本中的学生选自建筑、能动、管理、信息等四个专业。其中, 106 人(占 65.8%)曾有用英语讲述中国故事的经历。

3.2 研究工具

本文采用定量与定性相结合的研究方法, 通过问卷与结构式访谈收集数据。问卷包括个人背景信息与问卷题目。个人背景信息涉及性别、年级、专业和用英语讲述中国故事的经历。问卷题目共 26 个单选题, 采用 5 级量表的形式, 探究调查对象对于中国故事的认知与兴趣、用英语讲述中国故事面临的困难与挑战以及影响因素。

根据题目内容, 选项分为 5 个类别, 即符合程度(非常不符合、不符合、一般、符合、非常符合)与重要程度(非常不重要、不重要、一般、重要、非常重要)。半结构式访谈围绕调查对象对于中国故事的认知与兴趣、“讲好中国故事”的切身感受、存在的问题及建议展开。

3.3 数据收集与分析过程

首先, 研究者在任课班级招募了 3 名访谈对象, 告知其访谈目的以及预期的访谈时间。在征得访谈对象同意后, 安排具体的访谈时间与访谈地点。访谈问题涉及上述的几个方面, 整个访谈过程进行了录音, 访谈时长平均 1 小时左右。访谈结束后, 研究者及其指导

的硕士研究生通过“通义听悟”对数据进行了撰写与整理, 形成访谈数据报告。

然后, 研究者根据访谈结果, 设计了如上所述的调查问卷。问卷通过“问卷星”制作, 在任课老师的帮助下课堂发放, 学生自愿作答, 通过筛选作答时间较短的问卷剔除无效问卷。本量表内部一致性信度 Cronbach's $\alpha = 0.890$, 表明量表信度水平良好。最后, 采用软件 SPSS 27.0 对数据进行描述性数据分析。

4 研究发现

4.1 大学生对中国故事的了解及对讲好中国故事的态度

中国故事的内涵丰富而深刻, 凝聚了中国人民的共同经验与情感, 反映了中华民族的特性、命运与希望。具体来说, 本研究中的中国故事指那些能够代表中国历史、文化、社会、价值观和精神的故事, 包括中国历史故事、文化传统与习俗、民间传说与神话、中国在经济、科技和社会等领域取得的成就以及中国人民在这一过程中的生活和奋斗经历等。结果显示, 总体上, 调查对象对于中国故事较为熟悉, 其中他们最为熟悉的是中国传统文化和习俗故事 ($M=4.03$), 然后是中国历史故事 ($M=3.99$)、中国从传统到现代社会变迁过程中中国人民的生活和奋斗故事 ($M=3.95$)、中国的民间传说和神话故事 ($M=3.9$) 以及中国在科技、经济、社会等领域取得的现代成就故事 ($M=3.67$)。

就调查对象对讲好中国故事的态度而言, 本研究旨在了解他们对于学习中国故事的的兴趣以及用英语讲述中国故事传播中国文化的态度。结果显示, 学生对于学习中国故事非常感兴趣 ($M=3.97$), 他们愿意尝试用英语向外国朋友介绍中国故事 ($M=3.96$), 愿意积极参与用英语讲述中国故事的相关活动 ($M=3.92$)。他们普遍认为大学生有责任和义务用英语向世界介绍中国故事 ($M=4.39$), 大学生用英语讲述中国故事对于传播中国文化非常重要 ($M=4.44$)。这说明, 大学生对于“讲好中国故事”有着浓厚兴趣, 对于其向世界

传播中华文化的历史使命与责任有着清醒的认知。

4.2 大学生用英语“讲好中国故事”面临的困难和挑战

基于访谈结果, 问卷主要从英语语言能力、中国文化知识储备、叙事能力、中介资源以及心里因素五个方面, 考察调查对象在用英语讲好中国故事的过程中面临的困难和挑战, 要求调查对象在五个维度上, 选择“非常不符合”“不符合”“一般”“符合”“非常符合”。首先, 在中国文化知识储备方面, 问及“不熟悉中国的历史、文化、传统和价值观是主要困难”时, 多数调查对象选择“非常不符合”和“不符合” ($M=2.78$), 他们认为自身“对中国故事的深层含义和文化价值有较深入的理解” ($M=3.75$)。其次, 他们汇报说在用英语讲述中国故事的过程中, “经常遇到词汇和语法上的困难” ($M=3.95$), “难以找到合适的英语表达方式来准确传达中国故事中包含的许多特定文化和历史背景” ($M=3.76$), 可见, 英语语言表达能力薄弱是普遍存在的问题之一。第三, 叙事能力不足, 他们认为自身“缺乏有效的沟通和表达技巧” ($M=3.74$), “不了解外国受众的兴趣点和接受度” ($M=4.19$)。第四, 就能获取的中介资源而言, 回答“能够获取到大量关于中国故事的英文资料”, 多数调查对象选择“非常不符合”和“不符合” ($M=2.54$); 他们声称“难以获得及时具体的反馈来改进自己的讲述方式” ($M=3.57$)。最后, 心理因素也是他们面临的一大问题, 他们普遍“对自己英语语言表达能力缺乏信心” ($M=3.84$)。这说明, 相比于中国文化知识, 学生在语言能力、叙事能力、中介资源及自我评价方面存在的问题更为明显。

4.3 影响大学生用英语讲好中国故事的因素

问卷要求调查对象对影响大学生用英语“讲好中国故事”的因素, 按照“非常不重要”“不重要”“一般”“重要”“非常重要”的等级进行评价, 结果显示, 调查对象在各个维度上的选择都是“非常重要”, 具体数据参见下表 1。

表 1 影响因素的描述性统计 ($n=161$)

因素	均值	极小值	极大值	标准差
对中国文化的了解程度	4.45	1	5	.71
跨文化交际能力	4.41	1	5	.76
英语语言能力	4.32	1	5	.70
在跨文化交流方面接受的教育和培训	4.26	1	5	.78
教育资源	4.22	1	5	.72
个人跨文化交流的实践经历	4.14	1	5	.79
发布个人故事的渠道和平台	4.04	1	5	.82

这也说明,要想讲好中国故事,讲述者首先要对中国文化非常了解(M=4.45),要具备较好的跨文化交流能力(M=4.41)和较强的英语语言表达能力(M=4.32)。同时,个人在跨文化交流方面接受的教育和培训(M=4.26)以及个人跨文化交流的实践经历(M=4.14)也是影响“讲好中国故事”的重要因素。此外,中介教育资源与平台如教材、有关中国故事的英文资料及课程设置和故事发布的渠道等也不容忽视。

5 讨论

根据调查结果,大学生对中国文化故事较为熟悉,对于“讲好中国故事”有着浓厚兴趣,也有向世界传播中华文化的使命感与责任感。这一研究结果与常海潮的研究发现较为一致。常海潮对大学英语课“讲好中国故事”现状进行考察时发现,“师生普遍认同“讲好中国故事”的育人功能,且持有积极情感、良好愿望和正面评价。同时指出大学英语课“讲好中国故事”存在的问题及成因之一是“没有形成用英语‘讲好中国故事’的氛围”(常海潮,2021)^[5]。社会文化中介理论强调个体在社会文化环境中的互动与调节,认为个体的行为、认知和情感受其所处的社会文化环境影响(Vygotsky, 1978)^[9]。因此,构建大学生用英语讲好中国故事的模式,需要关注大学生如何在其所处的社会文化环境中,通过互动与调节,提升其用英语讲好中国故事的能力。

首先,基于学生英语语言能力薄弱和中介资源匮乏的现象,一方面为学生提供丰富的英语学习资源,如利用现代科技手段,推荐适合大学生学习英语的AI对话机器人、在线翻译工具等,帮助他们提高英语表达能力;建设英语中国故事库,收集并整理用英语讲述的中国故事,以便大学生在学习英语的同时深入了解中国文化。另一方面为学生搭建实践平台,如定期举办以“讲好中国故事”为主题的英语演讲比赛,鼓励大学生积极参与,锻炼他们的演讲技巧和叙事能力;开展英语角、英语戏剧表演等文化交流活动,为大学生提供用英语交流中国文化的机会。学生借助现代科技手段和资源库,通过积极参与第二语言相关的社会文化活动,提升其用英语讲好中国故事的能力。

其次,调查对象普遍认为他们在用英语讲述中国故事的过程中“不了解外国受众的兴趣点和接受度”,不了解外国受众对中国文化的认知现状、中国文化在外国传播的现状以及不同文化背景下话语表达方式的差异。受众意识是大学生中华文化传播能力的关键要素(崔琳琳,2023)^[7]。基于此,学生可以通过 Coursera、

edX 等平台,选择与国际文化和语言学习相关的在线课程,了解不同文化背景下的沟通方式和叙事技巧,或者加入以英语为交流语言的线上社群,与来自不同国家和文化背景的人交流,拓宽国际视野,了解受众需求。

最后,调查对象普遍认为他们在用英语讲述中国故事的过程中“难以获得及时具体的反馈来改进自己的讲述方式”。解决这一问题,一方面,大学生需要获得外部环境的支持,如寻求专业教师的指导,或者是建立某一平台发布故事,在同伴之间进行互评,探讨和改进如何用英语更有效地讲述中国故事。另一方面,学习者要充分发挥自身的主观能动性,勇于对故事进行展示并对其中的语言进行讨论、讲解、修改,反思自己在创作、修改、展示过程中遇到的困难和挑战,以便及时发现并寻求解决策略。反思作为重要的心理中介工具,与“讲故事能力”的发展阶段存在密切关系(杨华、李莉文,2023)^[8]。他者(教师和同伴)及自我(反思)中介工具的协同作用,促进大学生的故事构思及表达能力。

6 结语

借助社会文化中介理论构建大学生用英语讲好中国故事的模式,需要从提升英语语言能力、增强叙事能力、丰富中介资源和提升文化素养与自信心等方面入手。通过整合教育资源、设计实践活动和提供交流平台等方式,为大学生创造一个有利于用英语讲好中国故事的社会文化环境。基于中介理论培养大学生用英语讲好中国故事的能力,不仅有助于提升学生的语言应用能力和跨文化交流能力,还能增强他们的文化自信和家国情怀。

参考文献

- [1] 习近平:讲好中国故事,传播好中国声音[EB/OL]. Retrieved from <http://www.qstheory.cn/zhuanku/> 2021-06/02/c_1127522386.htm,2021-06-02
- [2] 邓建国、黄依婷.何谓“中国好故事”——基于《第六声》及其新闻报道的分析[J].当代传播,2023,(5):66-71.
- [3] 杨乘虎、高云.何谓中国故事:电影与国家形象建构的观念辨析[J].民族艺术研究,2018,(1):111-120.
- [4] 胡正荣、李涵舒.图景·逻辑·路径:2021年的中国对外传播新变局[J].对外传播,2021,(12):4-7.
- [5] 常海潮.大学英语课讲好中国故事:现状、路径和方法[J].外语电化教学,2021,(5):96-100.

- [6] 孙曙光. 培养大学生中华文化传播能力的实践路径——以“用英语讲中国故事”课程为例[J]. 外语教育研究前沿, 2023,(4):34-40.
- [7] 崔琳琳. 大学生中华文化传播能力的受众意识培养研究[J]. 外语教育研究前沿, 2023,(4):27-33.
- [8] 杨华、李莉文. 大学生中华文化传播能力的发展变化个案研究[J]. 外语教育研究前沿, 2023,(4):20-26.
- [9] Vygotsky, L. S. *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes* [M]. Cambridge: Harvard University Press. 2023.
- [10] 毛齐明. 教师有效学习的机制研究-基于社会文化活动理论的视角[M]. 武汉: 华中师范大学出版社, 2013.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS