

# 大学英语中的跨文化 教学研究

---

◎ 主编 张喜华 郭平建 谢职安



北京交通大学出版社  
<http://www.bjup.com.cn>

# 大学英语中的跨文化 教学研究

主编 张喜华 郭平建 谢职安

北京交通大学出版社  
· 北京 ·

## 内 容 简 介

外语能力培养与跨文化能力培养的有机融合是新时代外语教育的重要特征。本书汇集了北京高校的大学英语教师结合国家需求、人才培养需求和教学实践等开展相关研究所得成果,对于充分挖掘大学英语教育丰富的人文内涵、探索大学英语教学中的跨文化能力提升的新途径具有一定借鉴意义。

版权所有,侵权必究。

### 图书在版编目(CIP)数据

大学英语中的跨文化教学研究 / 张喜华, 郭平建, 谢职安主编.  
—北京: 北京交通大学出版社, 2019.5  
ISBN 978-7-5121-3927-5

I. ① 大… II. ① 张… ② 郭… ③ 谢… III. ① 英语—教学研究—高等学校 IV. ① H319.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 099991 号

### 大学英语中的跨文化教学研究

DAXUE YINGYU ZHONG DE KUAWENHUA JIAOXUE YANJIU

---

策划编辑: 陈建峰 责任编辑: 许啸东  
出版发行: 北京交通大学出版社 电话: 010-51686414 <http://www.bjtu.com.cn>  
地 址: 北京市海淀区高粱桥斜街 44 号 邮编: 100044  
印 刷 者: 艺堂印刷(天津)有限公司  
经 销: 全国新华书店  
开 本: 148 mm×210 mm 印张: 8.75 字数: 252 千字  
版 次: 2019 年 5 月第 1 版 2019 年 5 月第 1 次印刷  
书 号: ISBN 978-7-5121-3927-5/H·500  
印 数: 1~1 000 册 定价: 45.00 元

---

本书如有质量问题, 请向北京交通大学出版社质监组反映。  
投诉电话: 010-51686043, 51686008; E-mail: [press@bjtu.edu.cn](mailto:press@bjtu.edu.cn)。

此为试读, 需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

# 前 言

国之交在于民相亲，民相亲则离不开有效的跨文化沟通。要提升国家的国际影响力，文化的自觉与自信是根本，在“讲好中国故事，传播好中国声音”的过程中铸就中国文化的软实力和竞争力。新的发展时期中国需要大量具有中国情怀和国际视野的跨文化人才。教育部在新一轮外语教学改革中把高校学生跨文化能力的培养提升到了一个新的高度，并将跨文化教育作为高等教育的核心内容之一。外语能力培养与跨文化能力培养的有机融合是新时代外语教育的重要特征，由此培养出来的人才既具有中国情怀和文化自信，又具有国际视野和较强的跨文化沟通能力，他们将成为中国文化走出去、参与全球治理、促进文明交流互鉴、推动人类命运共同建设的重要力量。

为了全面贯彻党的教育方针，进一步深化大学英语教学改革，提高教学质量，根据《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020年）》和《教育部关于全面提高高等教育质量的若干意见》等文件的精神，教育部大学外语教学指导委员会在总结大学英语课程建设和教学改革经验的基础上，制订了《大学英语教学指南》。《大学英语教学指南》对大学英语课程的定位与性质、课程设置、评价与测试、教学方法与教学手段、教学资源等提出了明确的要求，将大学英语的教学目标定为“培养学生的英语应用能力、增强跨文化交际意识和交际能力，同时发展自主学习能力，提高综合文化素养，使他们在学习、生活、社会交往和未来工作中能够有效地使用英语，满足国家、社会、学校和个人发展的需要”。

大学英语教育是高等学校人文教育的一部分，兼有工具性和人

文性双重性质。就其人文性而言，大学英语教育的重要任务之一是进行跨文化教育。语言是文化的载体，同时也是文化的组成部分，学生学习和应用英语这一交流工具的目的是了解国内外的社会与文化，增进对不同文化的理解，形成正确的文化态度，培养跨文化交际意识和能力。因此，大学英语教育工作者要充分挖掘大学英语教育丰富的人文内涵，实现工具性和人文性的有机统一。为践行《大学英语教学指南》精神，北京高校大学英语教育发展中心以课堂教学为抓手，以“跨文化”为关键词，从教师和学生两个层面开展工作，提升学生的跨文化交流能力。

随着全球化进程的不断推进，跨文化能力已成为从事各行各业的人们必不可少的基本素养。学生作为传播中国文化的主体，提升其跨文化能力，可以让中国更好地了解世界，让世界更好地了解中国。同时，跨文化能力的培养是高校人才培养的重点之一，无论什么专业，人文素养不可忽略。大学英语课堂是培养跨文化人才的主阵地，如何在大学英语课堂中培养学生的跨文化交际能力和跨文化交流敏感性，这是大学英语教师一直在思考和探索的问题。为此，北京高校的大学英语教师结合国家需求、人才培养需求和教学实践，积极开展相关研究并撰写论文，探索大学英语教学中的跨文化能力提升途径。

为了服务首都国际交往功能的建设，培养对外传播创新人才，全面提升学生的跨文化能力，北京高校大学英语教育发展中心还举办了首届“外教社杯”北京高校学生跨文化能力大赛，检验与促进大学英语教育中的跨文化教学效果。此次活动本着以赛促学、以赛促建、以赛促教的原则，旨在丰富学生的文化知识、开阔学生的文化视野、增强学生的团队合作意识，为其开启全新的跨文化学习体验之旅，也为跨文化教学提供指导和实践平台。北京高校大学英语教育发展中心通过大赛营造的跨文化学习氛围，构建了一个受学生欢迎的跨文化学习大环境，增强了学生的跨文化意识，以及从文化差异角度分析问题和解决问题的能力，为满足国家和社会对具有跨

文化沟通能力及中国情怀和国际视野的外语人才需求做出了应有的贡献。

大学英语与跨文化能力培养的有机融合是新时代大学英语教育的重要特征，我们要服务于国家战略目标，培养出更多具有文化自觉和文化自信的青年才子，为促进不同国家间的文化融通、民心相通做出新的贡献，努力实现“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同”的跨文化交流理想境界。

本书是北京市社科基金项目“新形势下大学英语教学中的思想政治教育创新研究”（编号：17KDB027）的阶段性成果，是“大学英语与核心价值观的融合教育研究”（KJRH17A001）的部分研究成果，是北京高校大学英语教育发展中心部分研究成果。本书的出版得到了“大学英语教育发展中心专项经费（11110003）”的资助，在此表示感谢。

北京高校大学英语教育发展中心

张喜华

2019年5月15日

# 目 录

“一带一路”背景下中国传统节日翻译及对外传播研究 ——以《中国日报》对端午节的报道为例……李向民 晏笑莹	1
大学英语课堂中跨文化交际学习环境的构建 ——建构主义视角……薛凤敏	15
ESP 视域下大学英语教学与跨文化意识培养……张春玲	24
跨文化交际能力培养 ——以非言语交际教学为例……马 岩	33
跨文化交际视角下大学英语课堂渗透中国文化的教学 实践与反思……田 甜	41
关注文化冲突，提高跨文化交际能力 ——以电影《刮痧》为例……彭 慧	51
试论大学英语教学中的跨文化交际……王 科	59
探析中英茶文化比较与英语教学……白 鹤	67
对比中西方文化内涵，提升大学英语学生跨文化 交际能力……张红冰	74
浅谈以电影为主题的大学英语跨文化教学及跨文化 交际能力的培养……迟晓宇	84
谈图式理论在大学英语听力教学中对跨文化交际 能力培养的启示……江玉清	93
中华传统文化的认知与传承：基于北京生源大学生的 实证研究……邹丽玲 龚文静	101

中国典籍的译介与对外传播路径		
——以《中庸》两个英译本为例	赵常玲 王佩玉	111
基于项目学习的主题导引式学习活动 in 英语		
教学中的实施	韩晓美	122
好莱坞动画电影中的中国元素		
——以《功夫熊猫》为例	赵晓茹	131
中西方餐桌礼仪文化对比	蒋晓娟	140
基于 CBI 教学理念的双重文化介入		
——以中央美术学院选修课“中国色彩的文化 内涵和外延”的教学内容为例	邓小燕	147
大学英语教学中批判性文化意识的培养		
——以“小文化”为导入	王景云	157
高校应该如何弘扬中国文化	储春艳 孙淑玲	166
浅谈高校学生文化自信的养成教育		
——以涉外旅游文化课程为例	刘卫红	174
浅谈汉语习语翻译中的文化削弱现象对大学英语		
教学的启示	黄海华	184
中国传统文化与高职学前综合英语教学融合的探索应用		
.....	王瑞云	191
英国游学背景下中英文化交流的个案研究	马 杰	198
基于语言景观研究的项目式学习模式探索	郑 涛	204
论大学英语演讲课程中的任务型合作互助学习		
教学设计	张 新	211
论学习共同体在中国学校的应用	郁 震	217
商务英语专业“3+2”中高职衔接考核方案研究	张 竞	225

对国内大型英语考试写作部分阅卷信度的分析 .....	郁 震	230
公示语翻译研究综述 .....	田志远	242
非英语专业师范生英语自我概念影响		
因素分析 .....	高 华 肖斌斌	250
关于新时代大学英语教学中跨文化传播能力培养的		
几点思考 .....	马诗远 陈 珂	261

# “一带一路”背景下中国传统节日翻译 及对外传播研究<sup>①</sup>

——以《中国日报》对端午节的报道为例

李向民<sup>②</sup> 晏笑莹<sup>③</sup>

**摘 要：**在“一带一路”倡议提出后，中国与世界各国的联系进一步加深，如何对外传播中国优秀文化，树立当代社会主义文化自信这一议题备受关注。本文以此为出发点，通过对2014—2018五年内《中国日报》(*China Daily*)对端午节的相关报道进行研究，得出了以下结论：中国传统节日名称翻译应该以归化策略为主，和中国传统节日相关的民俗文化翻译应以异化策略为主。中国媒体在对中国传统节日进行报道时，应关注节日所涉及的传统风俗习惯、消息来源的广泛性及文化的传承和传播问题。

**关键词：**中国传统节日 翻译策略 对外传播 端午节

随着“一带一路”倡议的提出，中国与世界各国的合作和联系日益紧密，2017年5月，“一带一路”国际合作高峰论坛在北京举行，世界各国把更多的目光聚焦在中国。当前，中国经济迅速发展，已经成为世界第二大经济体。但是，在“一带一路”倡议的背景下，

---

① 基金项目：北京市社会科学基金项目“新形势下大学英语教学中的思想政治教育创新研究”（项目编号：17KDB027）。

② 李向民，北京第二外国语学院教师。

③ 晏笑莹，北京第二外国语学院研究生。

中国面临着由经济大国向文化强国的转变（范周等，2016），因而要求加强文化软实力建设，提升中国在世界范围内的话语权，增强中国文化在世界新格局的影响力。

中国传统节日是中国传统文化的典型代表，源远流长，代表着中国传统文化的勃勃生机和丰厚的历史底蕴。然而，近年来我国传统节日面临着国外节日带来的巨大挑战，一些“洋节日”已经成为中国节日体系的一部分，中国传统文化在世界范围内影响力下降（张勃，2015），因此，增强中国传统节日的建设及对外传播具有十分重要的意义。本文将以前端午节为例，研究中国传统节日的英译及中国媒体在对中国传统节日进行报道及对外传播中存在的不足之处，以期能够对中国传统节日翻译及对外传播有所助益。

## 1 研究设计

现有关于中国传统节日翻译的研究并不多，并且多数研究着眼于对中国传统节日和少数民族节日的名称及相关文化负载词（culture-loaded terms）翻译策略的探讨（万永坤，2016），研究方法以举例说明为主，缺乏借助语料库进行的研究。例如：胡晓红等（2017）通过举例的方式提出应该采用阐释解释法把“桃符”翻译成“peachwood charms against evil, which are hung on the door”以便与“春联”进行区分。此外，这些研究止步于此，未能更加深入地对媒体有关节日的对外报道进行探究，找到并弥补其存在的不足之处。鉴于此，本文作者将借助语料库工具，以端午节为例，对中国传统节日翻译及对外传播进行深入探讨。

### 1.1 研究方法

本文采用分层抽样、定性与定量研究相结合的研究方法。

作者选取最近5年（2014—2018）《中国日报》中有关端午节的报道进行分层抽样，每一年随机抽取50篇作为样本，共计250篇。

以这些报道作为语料，作者自建小型语料库，并用 Antconc 3.4.4 对有关端午节的关键词进行检索分析，探讨端午节特色词汇的翻译策略。

## 1.2 研究对象

2014 年至 2018 年间《中国日报》中有关端午节 (Dragon Boat Festival) 的 250 篇报道 (每一年各选取 50 篇)。

## 1.3 研究问题

本文尝试解决以下几个问题：

(1) 当前流行的中国传统节日翻译中采用了何种翻译策略？对今后中国传统节日名称翻译有何启示？

(2) 端午节民俗文化的翻译中采用了何种翻译策略？

(3) 《中国日报》中对端午节的报道呈现出怎样的特点？有哪些需要改进之处？

# 2 结果与分析

## 2.1 中国传统节日名称翻译策略分析

翻译策略，简而言之，就是译者在进行翻译活动时所采用的原则和方式、方法，分为异化 (foreignizing) 和归化 (domesticating) 两种。所谓异化是指译者在进行翻译时，尽量向原文作者靠拢，保留原文的语言特点和风格，在翻译过程中可以保留源语的语言风味 (熊兵, 2014)，而归化是指译者在翻译过程中，以文章接受者为主，尽量采用目标语接受者所习惯的语言表达方式、语言特点和风格等，有利于增强文章的可接受性和传播度。译者在选择不同的翻译策略时，所使用的翻译方法和翻译技巧也有所差别。部分中国传统节日名称的不同译文如表 1 所示。

表 1 部分中国传统节日名称的不同译文

节日名称	译文 1	译文 2	译文 3	译文 4
除夕	New Year's Eve	Spring Festival's Eve	Lunar New Year's Eve	Chuxi Day
春节	Spring Festival	Chinese New Year	Lunar New Year	
元宵节	Lantern Festival	The Festival of Lanterns	Spring Lantern Festival	First Full Moon Festival
清明节	Tomb-sweeping Day	Pure Bright Day	Qingming Festival	Chingming Festival
端午节	Dragon Boat Festival	The Dragon-boat Festival	Double Fifth Festival	Duanwu Festival
七夕节	Double Seventh Festival	China's Valentine's Day	Qixi Festival	Qiqiao Festival
中秋节	Mid-autumn Festival	Chinese Mid-autumn Festival	The August Moon Day	
重阳节	Double Ninth Festival	Chung Yeung Festival		
鬼节(中元节)	Ghost Festival	Hungry Ghost Festival	Zhongyuan Festival	Yulan Festival
腊八节	The Laba Rice Porridge Festival	(The) Laba Festival		
寒食节	Cold Food Festival	Hanshi Festival		

### 2.1.1 异化的翻译策略

如表 1 所示,中国传统节日名称的英文翻译采用了不尽相同的翻译策略。有的译文是通过音译的方法得到的,如“除夕”的译文 4,“清明节”的译文 3 等。译者采用音译的目的是尽量保留汉语里特有的拼音形式,但是这对于以英语为母语的读者而言,其不容易理解也无法知道节日名称的内涵,不利于中国传统节日文化的广泛传播。

此外,寒食节和中秋节有逐词对照翻译得到的译文版本,尽管

其形式与英语国家节日名称相近,但无法让译文接受者准确理解节日名称的含义。例如,寒食节的译文“Cold Food Festival”很容易让外国人误解为其是庆祝“寒冷的食物”的节日。

美国著名学者拉斯维尔曾提出著名的“5W”模式,“5W”构成了传播过程的基本要素,即“who”(谁)、“say what”(说了什么)、“in which channel”(通过某一渠道)、“to whom”(对谁说)、“with what effect”(产生什么效果)(侯斌,2014)。而在翻译活动中,“5W”对应的则是译者、译介内容、译介渠道、译文读者和译介效果(汪庆华,2015)。在“一带一路”背景下,中国文化对外传播的受众应该是世界各国的普通读者,这就要求中国传统节日名称的译文应该便于普通读者的理解与接受,而异化的翻译策略并不有助于这一点。

### 2.1.2 归化的翻译策略

春节的一种译文是“Chinese New Year”,采用了意译的翻译方法,而英美国家元旦的说法是“New Year's Day”,因而该译文符合其接受者的表达习惯,在含义上也易于理解,有利于节日文化的传播和影响力的提升。清明节的译文“Tomb-sweeping Day”类似于“Thanks-giving Day”的语法形式,其翻译过程中译者采用归化的翻译策略,能够让译文接受者知道该节日主要活动和形式等信息。“Lantern Festival”和“Dragon Boat Festival”等基于节日的主要庆祝方式的译文也与美国节日的表达习惯一致,如“Arbor Day”(植树节)。根据上述分析,归化的翻译策略更利于中国传统节日文化的传播。

综上所述,作者认为,在对中国传统节日名称进行翻译时,应该尽量采用归化的翻译策略,让语言表达的特点和风格更加接近目标语国家,同时还可以借助节日的典型形象和庆祝方式来翻译,更容易让译文接受者了解节日的相关信息,从而促进节日文化的传播。黎汝娴(2017)曾提出对贵州少数民族节日名称进行翻译时,可以采用音译加注释的翻译方式,但是,这意味译文接受者无法从音译中获得有效信息,并且很难记住节日的名称。

## 2.2 端午节民俗文化词汇翻译策略分析

在《中国日报》对端午节的报道中，出现了很多与端午节庆祝相关的民俗文化词汇，见表 2。粽子是端午节最具特色的食物，因此本文以粽子为例，在 Antconc 3.4.4 的 concordance 选项中分别输入“zongzi”和“rice dumpling”两种译文进行检索。

表 2 端午节民俗文化词汇的翻译

端午节民俗文化词汇	译文 1	译文 2	译文 3	译文 4
粽子	zongzi	rice dumpling/ball	sticky rice dumpling	glutinous rice dumplings
香包	scented sachets	fragrant sachets		
赛龙舟	dragon boat race			
艾蒿	asiatic wormwood	auspicious leaves	artemisia argyi	Ay Tsao
糖画	sugar painting			
汉服	hanfu	Han costumes		
嗦罗连	suoluolian	lotus-picking		
雄黄酒	realgar wine	xionghuangjiu		
茶蛋	eggs steamed with tea			
旗袍	qipao			
打糕	dagao	glutinous rice cake		
煎堆	jiandui	fried cakes	fried round cake	
咸鸭蛋	salted duck egg			
五彩绳	five-colored threads	colorful string bracelets		
离骚	Li Sao			
白酒	baijiu	Chinese liquor		

从检索结果可以看出来,《中国日报》对粽子的翻译主要是以异化翻译策略中音译的方法为主,zongzi 出现 355 次, rice dumpling 出现 37 次(其中有 15 次跟在“zongzi”后面进行解释说明),这表明了《中国日报》想通过音译的方法增强我国文化的对外输出能力。另外,在 zongzi 后面大多数都带有同位语对其进行解释,并配有图片,更容易让外国读者理解和传播。在对 zongzi 进行解释的时候,主要分为两种,一种是概括式的简要介绍,如“zongzi, a traditional Chinese food for Dragon Boat Festival”,只表明粽子是端午节的一种传统食物,而另外一种主要是介绍粽子的形状和原料,如“zongzi, a glutinous rice dumpling wrapped in bamboo or reed leaves”,这样的介绍方式能够让外国人知道粽子到底为何物,在脑海中形成更加具体的印象。

再以端午节另一个代表——雄黄酒的翻译为例。《中国日报》中雄黄酒的翻译有两种形式,其中 realgar wine 出现 25 次,xionghuangjiu 出现 3 次,这两种译文的译者均采用了异化的翻译策略,保留了中国文化的特色。但《中国日报》中对雄黄酒的阐释方面却不尽如人意。根据语料库检索的结果,在 realgar wine 后面只有对雄黄酒的原料和寓意(祛病驱邪)进行的解释、说明。在采用异化策略翻译端午节特色饮食时,要注意对文化词汇进行合理的解释,至少要让译文接受者了解这种食物的原料、食用时间和其所代表的文化含义等,这样才能让译文接受者对食物有具体的概念,从而对中国文化有更深层次的理解。在介绍其他民俗文化时,也应该有层次地进行由浅入深的解释、说明。

综上,作者认为在对中国传统节日的民俗文化进行翻译时,应以异化的翻译策略为主,并且在翻译时,要通过注释或解释的形式,向译文接受者介绍该文化元素的基本构成及其背后的历史传统,进而扩大中国传统节日文化的影响力。

中国传统节日的民俗文化是特有的,是经过历史积淀形成的中国印记,翻译时应尽量保留其原始特色。另外,由于有些中国特色

的民俗文化在英语里找不到相对应的词汇，因此形成了“空缺”，无法使用归化的翻译策略。此外，以上两个例子表明，《中国日报》中关于中国传统节日的民俗文化的解释和介绍仍需细化。

## 2.3 《中国日报》对端午节报道的分析

在“一带一路”背景下，中国要加强自身的文化软实力建设，促进优秀文化的对外传播，让世界聆听更多中国的声音，构建新时代的中国形象。所谓的国家形象，就是指国际社会个人群体对某一国家所持有的比较稳定的认识和评价（胡开宝等，2017），塑造国家形象的途径包括自塑和他塑。自塑形象指的就是本国的政府、媒体、机构或者民众所建造的国家形象，他塑形象就是国外的政府、媒体、机构和民众所塑造的本国形象。刘嫦等（2014）指出，自塑是构建国家形象的重要途径，因为他塑形象具有不可控性。要提升本国在国际社会上的话语权，就要通过强化自塑形象来达到既定的目的。因此，为了加强中国传统节日在世界范围内的影响力，就要让国内媒体强化中国传统节日的输出。本文将从报道主题、报道来源和报道基调三个方面对《中国日报》有关端午节的报道进行分析，并给出适当的建议，希望能够提升国内媒体对中国传统节日报道的水平。

### 2.3.1 《中国日报》关于端午节报道主题的分析

从作者收集的 250 篇报道来看，报道主题主要分为以下几大类：有关端午节传统习俗的报道（包括端午节的来历、对屈原的介绍、对赛龙舟和包粽子习俗的介绍），关于交通出行的报道（包括出行的天气及出行高峰等的报道），关于节日旅游消费活动的报道（包括某地在端午节假期迎来游客高峰、人们的消费需求推动新商业模式的出现等），国内庆祝活动的报道（包括官方和民众自发组织的庆祝活动），国外庆祝活动（包括有外国人参加和国外举行的端午节庆祝活动），以及其他（广告或者其他无法归类的消息）。另外，作者认为节日传承和传播是个很关键的报道主题，所以将其单列为一项。《中