

“中美文化交流咖啡室”：  
文化教学在网络平台上的实践与思考<sup>1</sup>  
(China-USA Culture Exchange Café Practice and reflections  
on teaching culture on the web)

姜松

(Song, Jiang)

夏威夷大学

(University of Hawaii at Manoa)

sjiang@hawaii.edu

**摘要：**近年来，文化的导入正在成为第二语言教学研究所关注的课题。有关第二语言文化教学的研究显示第二语言文化的导入对于学习者在目的语环境中能否成功地完成交际任务起着至关重要的作用。对于第二语言教育者来说，语言课程上文化导入的最大挑战在于如何为学习者在母语文化和目的语文化之间建立起沟通的桥梁，如何有效地突破第二语言交际中存在的文化屏障。网络语言教学的成熟和完善使传统的课堂得到了前所未有的延伸，也为第二语言的文化教学提供了新的可能。本文通过对夏威夷大学研发的中美文化网络对话平台“中美文化交流咖啡室”的概括介绍和试用结果分析，展示“咖啡室”为文化教学设计的一系列中美学生网上互动任务，如文化词汇系联、完成句子、情境应对、真实语言材料的研习和反思，自由论坛等，阐明网络平台在文化教学中所发挥的搭建桥梁和突破屏障的作用，探讨试用过程中出现的问题和改进措施。本文认为网络平台上的文化互动不仅能够使中美英汉两种语言的学习者通过网上任务的完成，分享、反思和深化对彼此文化的理解，提高目的语的表达与交际能力，而且能够实现语言及文字能力的共同提高。

**Abstract:** In recent years, the integration of the teaching of culture into the practice of teaching language has received increasing attention. Research on teaching second language and culture has shown that the integration of culture into study of the second language can provide critical support for learners' successful completion of communicative tasks in the target language environment. For second language educators, the most challenging aspect of integrating culture in language courses lies in how to effectively overcome culturally based barriers to communication and build communicative bridges spanning the cultural gap between their

---

<sup>1</sup> 本文初稿曾于 2010 年 6 月在“第六届国际汉语电脑教学研讨会”上报告，对与会者的反馈意见特此致谢。感谢匿名评审专家提出的建设性修改意见。感谢王海丹老师和唐润（Stephen Tschudi）老师为本文提供学生交流的原始资料，感谢他们通读本文初稿和修改稿并提出修改建议。

learners and speakers of the target language. As the Internet comes of age, the capabilities of the traditional classroom are being extended and expanded into the online universe, offering unprecedented possibilities for the teaching of the culture of second languages. This paper offers an overview and analysis of trial results using a web-based platform for intercultural dialogue developed at the University of Hawaii, the “China-USA Business Café.” The Café features a series of online interactive tasks designed to teach culture to Chinese and American business students, including word association, sentence completion, situational response, comparison of and reflection on authentic materials, and free discussion forums. Assessment performed on trial implementation of these tasks shows that this web-based teaching platform can help remove cultural barriers and bridge the cultural gap, while at the same time pointing to needed improvements in the design of the exchange. This paper finds that through completion of culturally focused interactive tasks followed by reflection and discussion in the web-based intercultural exchange described, Chinese and American learners can not only deepen mutual understanding but also enhance their interpretive and expressive abilities in each other’s target language.

**关键词：**文化教学，跨文化交际，第二语言教学，网络平台

**Keywords:** Teaching culture, intercultural communication, second language teaching, web-based platform

## 1. 第二语言教学中文化的导入

文化的界定一直是学界富有争议的问题。早在十九世纪末，英国人类学家 Edward B. Tylor (1871) 就曾给文化做出了一个极为宽泛的定义：“文化是一个复杂的整体，它包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及作为一个社会成员的个人所获得的能力与习惯。”进入二十世纪以来，关于文化的命题及其作用成为诸多社会科学关注的焦点。人类学家、社会学家、语言学家以及语言教育家都试图从各自学科的角度对文化及其作用做出适应于其需要的定义和解释。语言教育家 Brooks (1968) 将宽泛的文化概念具体定位在下列五个方面：人的生长、人的完善、文学与艺术、生活模式、和生命之道的总和。从语言教学的角度，Brooks 认为，作为生活模式的文化与语言教学有着最直接的关联。他把生活模式定义为在典型的生活情景中人们特有的符合社会团体所期许的思维、信仰、语言以及相应的一系列的行为方式。语言教育家 Kramsch (1998) 进一步阐述了语言与文化密不可分的关联，她把语言与文化的关系表述为：语言表达文化现实；语言体现文化现实；语言象征文化现实。Lange (1998) 从外语教学的角度更明确地提出文化是语言的一部分，语言也是文化的一部分。

基于语言与文化的密切关联，Krasner（1999）对语言能力进行了重新的界定，指出语法形式和它的实际应用反映了一个社会的文化价值。语法形式与结构上的能力并不代表语言的实际应用能力。实现成功的语言交际必须要与恰当的文化行为联系起来。九十年代中期，美国外语教学协会（ACTFL）在其主持制定的外语教学国家标准中，提出在外语教学课程中增加文化导入的要求，并把文化教学（cultures）与语言的交流（communication）、联系（connections）、对比（comparisons）和团体运用（communities）并列为国家外语教育的五大目标。这一标准将语言课程中文化教学的目标确定为通过语言的学习，使学生掌握和理解这一语言所处的文化。这样的目标打破了以往以语法形式为主体的语言教学模式，将文化提升到了与语法形式同等重要的高度，并重新定义了衡量学习者是否掌握所学语言的标准，即语言学习者只有掌握语言所处的文化才能真正掌握这门语言（American Council on the Teaching of Foreign Languages, 1996）。

在 ACTFL 外语教学国家标准的倡导下，语言教育者开始关注在语言教学中进行文化导入的问题，开始尝试将文化内容整合到语言教学的课程设计和活动安排之中。但在具体的教学实践中，作为一个新的教学目标，文化教学还存在着许多需要完善的地方。Yu（2009）对七部当前流行的初级汉语课本的文化部分进行了分析。分析结果表明尽管这些课本对文化都有不同程度的涉及，但总体上文化在课本中仍然处于附加的“注释”地位，还远没有成为教学的核心要素。这样的现状说明，文化教学依然是汉语教学中的一个薄弱环节。我们认为语言教学中文化导入的最大的挑战在于如何发现隐藏在语法形式背后的关乎交际成败的文化内容，以显性的形式将这些文化内容呈现给学生。这一挑战对于正值发展中的汉语教学来说更显得尤为突出。如何在语言教学中实现形式与文化的结合是文化教学成功与否的关键。Kramersch（1993）认为在进行文化导入的过程中，外语教育者不应将带有自己主观判断的目的语文化简单地输入给学生，而应将语言课堂变成由学习者自主感知、探索、发现、反思目的语与母语文化异同的开放的园地。网络技术在语言教学上的完善使传统的语言课堂得到了前所未有的延伸，也为实现 Kramersch 所倡导的文化教学原则提供了新的可能。

## 2. *Cultura*: 网络文化教学的模式

在众多网络文化教学的研究与实践中，美国麻省理工学院和法国 L'I Institut National de Télécommunications 共同研发的 *Cultura* 跨文化交际项目（Furstenberg, G., Levet, S., English, K. & Maillet, K., 2001）为网络平台上的文化教学提供了一个值得借鉴的样本。*Cultura* 是一个为在美国学习法语和在法国学习英语的学生建立的跨文化网络交际平台，目的是通过美国与法国学生完成网上任务型互动活动，发现、感受、理解和反思母语和所学目的语的异同，实现对目的语文化态度、思想信仰、交际方式和世界观的深入了解。借用 *Cultura* 大纲中的表述，“*Cultura* 旨在帮助学生获取另一双眼睛，通过这双别人的眼睛来看待宇宙世界。”在这一平台上，美国和法国学生主要通过张贴、阅读、评价、讨论等方式来完成由媒体文字、图片、电影、语言现象为基础而设计的文化教学任务。

文化对比是 *Cultura* 中各种任务的设计核心。*Cultura* 的研发者认为一种语法形式的文化涵义只有在它与另一种文化发生碰撞时才能得到充分的彰显。对比是揭示文化内涵的有效方法。通过网络平台, *Cultura* 将来自于不同文化的同类资料, 包括报纸广告、图片、系联词语等以对比排列的方式呈现给学生, 从而突出隐性的文化内容, 加速学习者对不同文化间异同的感知。

*Cultura* 另一个富有特色的设计是为学生搭建起一个各自用母语来充分表达思想的平台, 提供给学生一个直接接触交流对象用母语所作的张贴, 即自己所学目的语的张贴的机会。也就是说, 美国学生用英文, 法国学生用法文来张贴, 然后阅读彼此的张贴并进行讨论, 讨论中依旧遵循各自使用母语的原则。这样设计的一个优势在于网络平台上出现的所有张贴的语言都处于母语水平, 从而保证了作为真实阅读材料的张贴的语言质量, 弥补了学生由目的语水平不足而造成的表达困难, 也避免了以目的语交流的学习模式中常见的中介语误导问题。

此外, *Cultura* 还实现了 Krash 所提出的文化教学应该遵循由学习者自主发现和感知的教学原则。*Cultura* 中的交流任务是遵循构建教学法的原则而设计的。这些任务并不以单纯的文化输入为目的, 而是通过对包含文化焦点的文字、图片、电影等材料的观察、比较和分析, 启发学生自行发现、归纳、生成出应该理解和掌握的文化现象, 并通过对比、反思和讨论使之转化为目的语文化系统的一部分。这种教学方式避免了传统课堂上对外语文化的机械输入, 使学生在完成以发现和领悟文化内涵为目的的网络任务过程中, 自主生成和构建属于自己的目的语文化系统。

### 3. “中美文化交流咖啡室”的设计与试用

借鉴 *Cultura* 的成功经验, 夏威夷大学于 2008 年初启动了“中美文化交流咖啡室”的项目开发, 旨在推动汉语文化教学在网络上的实践。研发工作由本校东亚系王海丹、唐润 (Stephen Tschudi) 和笔者共同担当。建立这一网络咖啡室的目标是探索中文第二语言文化教学在网络平台的实践方法、使学生通过参与网站的任务型活动, 在中美文化互动, 母语文化反思, 及中英语言习得等方面取得成果。

#### 3.1 “中美文化交流咖啡室”的主体活动

“中美文化交流咖啡室”采纳 *Cultura* 的教学模式, 立足于通过探索和发现实现跨文化学习的设计原则, 把文化学习在网络平台上的实现过程具体划分为以下五个步骤: 接触文化素材, 张贴个人回应, 观察与分析、交流与讨论、以及自我反思。

“中美文化交流咖啡室”选用了由夏威夷大学国家外语资源中心 (National Foreign Language Resource Center) 开发的 BRIX 外语教学网络系统作为技术平台。在“咖啡室”主体内容的设计上, 为配合通过探索发现文化的教学原则, 结合实施效果和技术的可行性, 我们选取了以下几种任务类型作为“咖啡室”的主体活动:

1) 文化词语联想、2) 完成句子、3) 情境应对、4) 真实语言材料的研究和反思、5) 语言诊所、以及 6) 自由论坛。各项活动的设计思想和主要内容如下：

### 1) 文化词语联想

文化词汇联想是一种能迅速揭示文化差异的有效方法。不同文化背景的人为同一提示词所提供的不同的关联词能够反映出个人及其所处的文化社团对提示词所代表的概念在认知和理解上的差别。这一部分的任务是请学生先看由网站提供的提示词，然后在每个提示词下写出至少五个由提示词引发的、在学生头脑中即刻出现的系联词。这一任务有中文和英文两个版本。同一个提示词概念分别用中英两种文字表述。中国学生使用中文版本、美国学生使用英文版本。例如，中文版的提示词包括：关系、礼节、送礼、上司、上级、老板、同事、关系网、朋友、同学、地位；对应的英文版为：relationships, etiquette, gift-giving, supervisor, boss, colleague, network, friend, schoolmate, classmate, status. 网站对中国和美国学生提交的关联词按出现频率进行统计，并以列表形式提交给学生，作为下一步双方交流讨论的基础。

### 2) 完成句子

这一部分的任务是由“咖啡室”提供启发式的未完成的句子，要求学生为每个未完成的句子用三种不同的内容来补齐。每一种回答都需要学生根据自己的真实想法得出。这一任务同样也由中英文两个版本组成，分别服务于中国和美国学生。例如，中文版本的句子提示包括：(a) 怎么样才算一个成功的人？我觉得…… (b) 一个理想的工作应该是…… (c) 我给礼物的目的是…… (d) 谈自己看法的时候，重要的是……；对应的英文版本为：(a) A successful person is one who... (b) A good job is one that... (c) The reason I give gifts is... (d) When giving your own opinion, it is important to...。网站对中国和美国学生提交回答进行统计和整理，并将结果反馈给学生，作为双方下一步交流讨论的材料。

### 3) 情景应对

这一部分的任务是以论坛讨论的形式进行的。教师给出一个情景任务，要求中美学生分别作出回应，提供解决问题的具体方法。这一任务也是由中英文两个版本组成。例如，在“送礼物”这一主题下，教师提出下面一个情景，要求学生按自己的想法提出应对。中英文版的情景提示如图一所示。



<p>唐老师 University of Hawaii</p> 	<p>2009-02-10 09:47:00 你是一个中型公司的办公室职员。春节快到了。请你说一说你会给谁准备礼物，准备什么样的礼物，给每个人礼物的时候说些什么话（或在每个人的卡片上写什么）。</p>
<p>王老师 University of Hawaii</p> 	<p>2009-01-26 10:28:00 You are an office worker in a medium-sized company in California. It's getting towards Christmastime. Tell us what gifts you have chosen to buy, to whom you are going to give them, and what you will say to each person when you present your gift (or maybe what you will write on the card).</p>

图 1：中英文情景应对任务截图

教师对中美学生的回答进行归纳和整理后交给学生进行下一步的分析，并要求学生就中美学生看法中有意思、有争议的地方展开开放式的互动讨论。

#### 4) 真实语言材料的研究和反思

这一部分的活动设计是首先选出能体现中美文化差异的图片、广告、电影片段作为讨论提示，要求中美双方的学生对所给材料进行对比学习，然后在论坛中用母语阐述自己的分析理解。接下来阅读其他同学的张贴、找出有争议、有分歧的地方并给予回应。例如，在这一部分中我们设计了一个比较中美招聘广告异同的任务。任务首先要求学生学习和比较两篇真实的中美工作招聘广告，然后按步骤在下面几个论坛中进行探讨。在“语言问题”专栏提出关于中英文招聘广告中的词语、语法、内容等方面的问题，由教师或同学给予解答、在“相似与分歧”专栏中，找出两个广告在格式、内容、招聘条件、语体风格等方面的相同和不同，然后与中美两方同学分享自己的观察和体会。在“讨论与交流”专栏中，中美同学一起讨论为什么这两个广告会存在异同，造成这种异同的深层原因是什么，这些异同反映了中国和美国怎样的社会心态和价值观。

#### 5) 语言诊所

“语言诊所”部分主要是为了帮助中美学生克服在学习文化提示材料过程中遇到的语言难点和理解障碍。这一专栏实际上贯穿在所有的任务型活动之中，可以看成是文化教学中的语言教室。学生在这一专栏中提出语言方面的问题，教师针对学生的问题给予解答，并根据学生的需要提出语言学习的建议。

## 6) 自由论坛

自由论坛是一个开放式的、跨任务型活动的交际平台。它为中美学生提供了一个不局限于某一具体任务，自由交流的场所。在这里，中美学生可以就自己感兴趣的任何有关目的语的问题向目的语文化的“专家”，即自己的跨文化交流对象请教。同时这里也可以作为中美学生的一个交友平台，使学生将跨文化学习延申到个人的生活之中。

### 3.2 “中美文化交流咖啡室”的试用

完成了咖啡室的基础搭建后，于2008年夏季和2009年春季，我们分别进行了两次试用。在2008年夏季学期，7名来自中国中山大学美国工商管理硕士课程、刚刚到达夏威夷大学的中国交换学生和10名夏威夷大学商学院攻读中国方向工商管理硕士学位的美国学生参加了试用。7名中方交换学生的英文能力均通过夏威夷大学国际学生入学最低托福标准。10名美方学生的中文水平，以ACTFL标准划分为三个等级，2名为Advanced，4名为Intermediate High/Mid，4名为Intermediate Low。在2009年春季学期，有18名夏威夷大学中文班的同学作为美方学员参加了试用。18名美方学员的中文水平，以ACTFL标准分为三个等级，5名Advanced to Intermediate High，3名Intermediate Mid，10名为Intermediate Low。15名中方学员为中国天津对外经贸职业学院的大学英语二年学生。他们的专业包括国际贸易、物资流通以及商务英语。中方学员的英文水平均通过中国大学英语四级。

鉴于美方学员的中文水平存在不同等级，“咖啡室”在中文语言能力方面为美国学员设置了三个不同的学习目标。Intermediate Low的学生需要在每个主题单元中学会使用至少十个新词汇，能利用这些新词语以完整句子的方式来比较中美文化之间的相同与不同。Intermediate High/Mid水平的学生需要在每个主题单元中学会使用至少二十个新词汇，并能利用新词语以段落方式表达自己对于中美文化异同的理解和思考。Advanced阶段的学生需要根据自己在这个交流网站中的经验，以段落篇章的方式，对于中美文化现象的不同方面进行比较和分析，根据个人看法阐述导致这些差异的原因，说明自己对现象背后的深层思考。同时能够有意识地运用从“咖啡室”中学到的文化知识来校正自己在目的语环境中的语言行为。

### 3.3 词汇联想的试用结果

词汇联想是试用中相当成功的一项活动。从自己提供的系联词中，中美学生观察到大量的文化现象和观念。他们在对比分析和交流讨论中通过具体例证切实了解到同一词汇在不同文化中可能代表着完全不同的概念、表面对应的一个词可能在中英不同的文化中存在着不同的语义场、中英文母语使用者对同一个词可能会有不同的、甚至截然相反的解读。这些由学生自主发现的文化认知也赋予了他们进一步探究背后成因的动力。

例如在“gift-giving/送礼”的词语联想活动中，学生发掘和获取了中英文词语背后的文化内涵及形成的原因。活动开始，中美学生为每个提示词提交各自独立联想得到的系联词，教师对学生提交的系联词进行统计整理，并以图二的形式提供给学生作为分析的材料。

Word Association compiled results: China and US students Spring 2009 n=total number of replies received for the given query (each respondent gave a few replies)	
Query 3: gift-giving n=74	Query 2: 送礼 n=85
birthday (7)	过年过节 (5)
Christmas (7)	过生日 (5)
caring (4)	礼尚往来 (5)
holiday (4)	办事 (4)
love (4)	谋求 (4)
generous (3)	朋友 (3)
thoughtful (3)	友好 (3)
celebration (2)	亲情 (3)
friendship (2)	婚姻财礼 (2)
fun (2)	贿赂 (2)
gratitude (2)	走后门 (2)
happy (2)	选择 (2)
kids (2)	钱 (2)
money (2)	串亲戚
obligation (2)	书
presents (2)	关爱

图 2：中美学生“gift-giving/送礼”词语联想统计结果列表

通过对系联词汇及其出现频率的研读，学生们能快速捕捉到中美双方对提示词理解的共同点和分歧，对形成这些异同的原因进行解读，进而形成新的文化认知。例如美国学生不仅注意到中美系联的共同点：“the top two words associated from the American students were ‘Birthday’ and ‘Christmas’; the top two words associated from the Chinese students were ‘Celebrating the New Year and Holidays’ and ‘Birthday’”，也注意到存在的分歧：“The Chinese students made more associations with seeking help or favors, giving bribes, etc., while the American students made associations with emotion, responsibility, etc.” “Chinese students used 办事 in response to gift giving. The association between gift giving and business seems to be stronger in China.”

中国学生在注意到中美双方系联关系的差异的同时，进一步反思出现差异的原因，调整对自己文化和目的语文化的认知。例如：“在‘送礼’这个问题中，中国人更多的想到的是求人办事，贿赂等，而外国人更多的想到的是感情，责任等。” “中国的学生有很多人写道‘礼尚往来’‘贿赂’‘办事’等这些用钱或礼物的形式收买人内心或用钱来达到自己的目的的词语，而其他国家的学生根本就没有‘贿赂’等这样的词语，都是些‘happy’‘fun’‘thoughtful’这样的词语，这至少说明，起码在美国学生心中，贿赂在自己的国家是很少见的，而我们的同学却能轻而易举的想出这样的词语，证明这种现象在中国很常见！” “这说明中美文化之间的差异往往也取决于社会现状和利益习惯等方面。中国人讲究‘礼尚往来’，也就是说，付出是要有回报的。美国同学们则更注重感情，功利性较小。”



除了获取对词汇联想中提示词的深层理解外，学生们通过中美文化的对比，对目的语的普遍词汇特点也表现出新的认识。例如，在接触美国同学提出的英文系联词过程中，中国同学得出这样的印象：“中文的词义比较单一明确，英文单词有许多都是一词多解。在不同的题中出现相同的单词。而且由于文化的不同，中国同学和美国同学对相同词的理解也不同。”虽然这一中国学生对中文词语同样具有多义性的认识有失偏颇，但可以看出词汇系联任务在启发学生对已经学过的英文词汇的意义进行深层次的探究、了解英文一词多义的现象方面还是发挥了积极的作用，并促使他们寻求进一步的解释。例如在分析“关系”的系联词中，中国同学注意到：“美国同学用 *nature*。我不理解的是，这个词指的是人和自然的关系还是人与人之间很自然和谐的关系？这可能也体现了英文单词一词多解的一方面。”显然，前一位中国同学关于“中文的词义比较单一明确”的结论并不符合汉语词汇的事实，这种错觉的产生可能是因为对母语是中文的中国学生来说，他们对汉语的一词多义现象由于母语的原因本来就不那么敏感，而对由交流对象输入的作为新信息的目的语的一词多义现象则会有比较强的意识。这从一个侧面也说明互动对比对构建目的语的词汇意义系统具有一定的强化作用。另外，中国同学对英文特有的文化历史对美国同学选择系联词的影响也能有所注意：“在‘关系’的系联中，美国同学会联想到 *church* 和 *God*，这说明宗教在他们文化中的重要性。”

另一方面，中国同学提交的较为生僻的系联词也激发了美国同学学习新词语，探究相关文化背景的兴趣，从而起到增加中文词汇量，扩大知识面的效果。例如，“I saw a word ‘脑白金’ in the 送礼 query. I asked my Chinese friend what was that. She told me that is a product which is made in China. It is very famous because of its Advertisement. May be the advertisement already influenced Chinese people. So, they think “送礼”=“脑白金”. Interesting!”

### 3.4 真实语言材料对比分析的试用结果

在真实语言材料的研习和反思部分，来自真实语料的中美招聘广告对比分析也为试用提供了一个成功的案例。

在这项任务中，中国和美国学生通过两份广告的初步对比，都能准确地捕捉到两份广告的不同。中国学生认识到：“中文招聘中有性别、年龄、婚姻状况、身高的限制，而英文招聘中没有。”“中国人要求的外表条件太多了，包括身高婚姻状况、形象好气质佳，而美国招聘广告没有如此的要求，足可见以貌取人这个缺点在中国广泛存在。”“中国的公司大部分都只招收有相关工作经验的，而美国公司则不是，我很惊讶美国公司会给员工专门的培训。”“外国的招聘却更注重个人掌握语言和工作的能力。”美国同学对两份广告的同异也表达了同样的体会：“The first thing that struck me about the Chinese ad was that it was biased in wanting a female secretary, whereas, the USA ad wasn't as specific. I think the US company was trying to avoid being biased in order not to be blamed for ‘sex discrimination,’ since men can be secretaries too.”“The Chinese ad was more concerned about personal qualities, rather than elaborating on the job description.”“Although the USA ad wanted certain job skills,

they were willing to train. However, the Chinese ad wanted a secretary with at least one year of experience.”

在发现异同的基础上，中美同学对造成这些异同的原因展开了进一步的讨论，并认识到造成这种差异的社会基础。例如，中国同学写到：“这种差异是跟各国的国情和传统文化有关的。相对于应聘者远远多于岗位的情况下，中国的招聘可以有挑剔的选择权。而外国的招聘广告明显更加开放。”“在招聘广告上可以看出西方注重实际，而中方注重福利，而造成这种现象的深层原因就是人民的生活水平与上下级关系方面的种种情况。这种现象反映到了中国民众与企业更加注重福利来吸引员工工作，而西方则注重能力与技术来争取员工的加盟。中方更加注重金钱价值观，西方更加注重企业价值观。中方注重自己的实际生活，西方注重企业的发展。”

美国同学也基于自己的文化，提出自己的看法：“I find it interesting that although the students in Tianjin noticed the differences between the job ads regarding personal appearance requirements, none of them mentioned one underlying reason for that difference: namely, that in the United States (and in other industrialized nations) it is illegal to make requirements for job positions that are not related to the job duties themselves. For example, in advertising for a secretary, “Selecting an individual based on outward appearances is foolish and inefficient. Height, appearance, marital status, and age have no correlation with the ability to produce in the workplace. Using such hiring practices is not only discriminatory but could produce disastrous results as choosing ‘beauty’ over ‘brains’ could directly affect the profit level of a company in a negative way.”

论坛的设置也为中美同学之间的直接对话提供了舞台，促使讨论的深入发展。例如，在回应中国同学认为中国众多的人口是造成招聘竞争激烈原因的观点，美国同学将讨论推进到企业自由与社会发展的关系，并对自己的母语文化进行了颇有深度的反思：“I agree with your response that *Cultural* differences were apparent. I think it is interesting that Chinese companies have more freedom to require specific personality traits and physical appearances. It makes me question who is more free to do what. Where we have been restricted, Chinese companies have been given freedom. It seems the meaning of a ‘free country’ is more complex than I once thought. However, in business, sometimes what appears to be ‘free’ is really just a lack of oversight in the regulatory policies of the country. I wonder if this creates problems for different societal groups to find employment, such as older generations or less attractive persons. It would be a shame if all industries employed beautiful dummies (like Hollywood does) rather than a group of skilled workers with various physical characteristics.”

成功有效的跨文化交际不仅依赖于交流者对目的语文化的深刻理解，也在一定程度上取决于交流者对自己母语文化的认知程度，特别是经过对比和反思之后形成的对母语文化的新的认知更能使交流者攫取到那些通常不易察觉到的、蕴于深层的跨文化内涵 (Wang, 2010)。真实语言材料论坛为实现这种跨文化的深层认知提供了可能。从前面所引的两段美国学生的张贴中，可以看出学生对论坛中所涉及的文

化现象的认识经历了一个视角转换的过程：即从基于母语经验的对目的语文化的客观评价到基于目的语文化的对母语文化的主动的重新审视。对母语文化和目的语文化的深入认识甚至全新发现正是在这种视角转换的过程中得以实现的。因此，可以说论坛帮助学生获取了另一双“眼睛”，通过这双别人的“眼睛”他们不仅能够了解目的语文化，也能对自己的母语文化获取新的认识，并在两方面互动的过程中形成对文化的深入理解。

在与英文广告的对比中，中国学生对熟悉的中文应聘广告形成了具有批判性的新的认识，为实现 *Cultura* 模式所提倡的“通过另外一双眼重新认识自我”提供了又一个例证。例如，针对中文广告中的问题，中国学生反思到：“外国的广告相对于求职者较人性化，能让求职者完全了解且明确自己是否合适此职位，非常详细。中国的广告简洁有的地方虽然只是几个字但却完全能表明达意，可有的地方不是很详细，让人觉得模糊。”“美国职场更加重视能力和多国语言能力。在这一方面我觉得中国人应该向美国人学习，为了经济和社会的发展，我们不应该把目光只放在人们的外表，更应该重视一个人为公司创造财富的能力。”“如果每个公司都要求有一年的工作经验，那么刚从大学毕业的大学生如何求职，这是一个很重大的问题，公司企业想着的只是用现成的人才，而不是去好好的培训新人让更多的人有经验起来，我认为这是缺乏社会责任感的表现。我国政府应该想办法改变这种现象。”

咖啡室中真实语料的使用也在弥补语言学习中课本知识的局限性方面发挥了很大的作用。例如，首次阅读英文广告后，很多中国学生根据自己课本中所学的英文语法得出了这是一篇有英文语法错误的广告，进而动手对英文广告中的用词和语言进行修改。例如“Date Listed: 02-Jun-08 规范的写法应该是 June 8, 2002”、“Skill requirements 应该是 Skills Required”、“Computer use 改为 Computer using”、“Significant of memory 改为 good memory”“‘Experience: Will train’ 应该是 ‘Experience: Have or have not is ok’。”针对这些误解，教师在语法诊所中对中国学生提出的英文语法问题进行解答，并对英文广告特有的语体风格给予了说明。从中国同学对教师讲解的反馈中，可以看到语法诊所的作用和教学效果：“Thank you so much for letting us know the real ad, it’s my first time ever to read the real one, i do benefit a lot from ur responses, it’s a great opportunity for us to learn the native thing.”、“我看到您说明所给出的英文招聘广告是真实准确无误的，感到很诧异，这体现我们缺乏对于书本的知识与实际生活的差异方面的学习。”

#### 4. 对网络平台上文化教学的思考

从前面对中美学生试用结果的分析中，我们可以看出“中美文化交流咖啡室”是引导中英文学习者通过网上互动跨入文化交际殿堂的一个有效平台，是实现 Kramsch 所倡导的“通过探索发现文化”的教学原则的可行途径。

传统课堂上文化的教学常常局限于教师的单一视角的文化输入，缺乏学习者母语文化与目的语文化之间的直接碰撞和交流，而跨文化网络交际平台则将每一个跨文化交际活动的参与者都赋予了文化教师的责任，为交流双方提供了一个从母语为目的语的交流对象身上了解多层次和多视角的目的语文化的机会。

在网络平台上的文化教学也颠覆了教师作为文化权威的传统定位，赋予教师文化交流辅助者的身份，使教师的注意力转移到保证学生顺利沟通、清除理解障碍、协调构建目的语文化系统，促进反思母语文化的任务上。这样的教师定位，给学生在学习中留下了发挥主导作用的空间，使学生不仅成为有效的目的语文化的吸取者，也使他们以母语文化专家的身份在文化交流的过程中承担起输出母语文化的责任。

从网络平台上文化教学的实际效果来看，有的放矢的任务型活动对实现第二语言文化教学的目的起着重要的作用。通过任务型互动活动的完成，中美双方学生的文化意识都得到了深化。学生们在探索、理解和掌握目的语文化知识的同时，也扩展了所学目的语的语言学知识，使得文化知识和语言技能得到同步提高。

中美学生深入的讨论和交流也说明以文化对比为特色的跨文化网络交际有助于揭示文化的差异，精确理解与目的语紧密交织的文化内涵，探索造成差异的社会与文化原因，有助于促进学习者文化解码能力的提高。

咖啡室的设计和试用在显示出潜力的同时，也反映出现存的困难和有待完善之处。

跨语言的母语交际对交流双方目的语的阅读水平具有较高的要求，目的语阅读理解能力的高低直接影响到交流的成败和质量。在我们进行的两次试用中，交流双方目的语水平的差异对交流效果都产生了一定的负面影响。美方学生从初级高到高级等至少三个不同级别的中文水平，造成美方同学在完成中文语言相关活动时无法做到步调一致，无法保证所有同学同时开始深层次的讨论交流。中国学生的英文水平虽然比较整齐，但明显高于美国学生的中文水平，使得中国学生能较好地理解美国学生，而美国学生则对中国学生的理解存在着较多的困难。这一现象给美国同学造成了一定的心理负担。初中级中文水平的美国学生对中国同学中文张贴的不完全理解，也限制了他们对讨论的参与。未来在组织类似的交流时，应当充分考虑参与者的目的语水平，挑选目的语水平相当的对象参加，以避免上述问题，获得更好的交流效果。值得注意的是，在原先的 *Cultura* 英法文化交流模式中，虽然交流双方学生的目的语水平也有所不同，但这一情况并没有对英法学生的交流和互动造成太大的困难，也没有让水平较低的同学感到明显的不胜任。相反交流双方因语言水平不对等而造成的互动与心理困难在中英文化咖啡室的试用中则表现的比较突出。导致这一差异的原因可能是由于法语和英文在类型学上比较接近，语言学上的差别比较小，双方在理解和沟通中遇到的障碍比较少。相反中英文在类型学上的距离比较远，语言学上的共同性相对英法文来说比较少，双方在交流与互动的过程中对阅读

能力与汉字识别与书写的依赖更强。因此在设计中英文化交流活动中必须考虑到中英文的语言特点和交流双方的实际目的语语言能力。

除目的语水平以外，交流双方的年龄、阅历、专业、年级等非语言因素对跨文化交际的深入与否也产生一定的影响。比如，在 2009 春季学期的中美文化咖啡室的试用中，中国方面的学生均为大学本科二年级的学生，且没有人具有海外留学经验。而美方的参与者为大学四年级本科生和硕士研究生，其中很多人具有海外留学的经历，不少人还具有一定的工作经验。此外，双方所学的专业也有很大的不同。这种年龄、阅历与所学专业的不对等为双方的交流设置了一定的心理困难，在一定程度上阻碍了讨论的深入。对比中美双方学生的张贴，不难发现中国学生的张贴比较趋于对表面现象的对比、易于很快得出封闭式的结论，从而快速结束讨论；而美国学生的张贴则比较强于思辨、善于怀疑、长于得出开放式的结论，使讨论有意犹未尽之感。因此未来在挑选中美文化交流的参与者时，为获取最佳的交流效果，一定要充分考虑到交流双方的年龄、阅历、以及专业年级的对等性。

中美双方不同的学期设置、时差等给寻求适合双方的最佳交流时间造成一定的困难。我们进行的这两次试用，都是在中美教师对这一项目的共同兴趣和个人互信基础上进行。而未来，如果将其作为正式的交流项目，则需要得到中美双方学院的积极支持和配合，也需要制定长期的项目规划。中美双方需要对各方面的协调组织，时间的配合、中方教师的培训、学生网站使用培训、以及学生网上活动的质量监控等方面需要给予特别的关注，需要建立一系列具体的实施目标和可行的操作程序。

现有的“中美文化咖啡室”还不是一个能够完全独立的网络文化课程，目前仅仅作为一个文化教学的辅助性工具来使用。将这样一个平台正式课程化还有相当多的工作需要完成。特别是平台中现有的任务型活动的数量还不够多，不能满足一个学期正式课程的需要。未来，咖啡室需要补充更多实用有效的任务型网络活动，在可能的条件下，继续探索和扩充新的任务类型。

虽然本文报告的“中美文化咖啡室”的设计和运行是我们在网络平台上对文化教学进行的一次初步尝试，但试行中的实践经验无疑为近一步的改进提供了建设性的参考意见、为这一模式的完善积累了可资借鉴的材料。这一尝试也展示出了 *Cultura* 原型的推广前景、为这一模式在其他语言文化教学上的应用提供了一个具体的实例。此外，我们的尝试也表明网络平台上的跨文化交流可以为文化教学的研究积累丰富的原始材料，为进一步的理论探索奠定基础。

### 参考文献

American Council on the Teaching of Foreign Languages. (1996). Standards for foreign language learning: preparing for the 21<sup>st</sup> century. Lawrence, KS: Allen Press, Inc.

- Brooks, N. (1968). Teaching culture in the foreign language classroom. *Foreign language Annals*, 1(3), 204-217.
- Furstenberg, G., Levet, S., English, K., and Maillet, K. (2001). Giving a virtual voice to the silent language of culture: The Cultura Project. *Language Learning and Technology* 5(1), 55-100.
- Kramsch, C. (1993). *Context and culture in language teaching*. Oxford: Oxford University Press.
- Kramsch, C. (1998). *Language and culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Krasner, I. (1999). The role of culture in language teaching. *Dialog on Language Instruction*, 13(1-2), 79-88.
- Lange, D. L. (1998). The teaching of culture in foreign language courses. Center for Applied Linguistics, Washington, D.C. ERIC document, ED 433 726 FL 025 983 Available:  
[http://www.eric.ed.gov/ERICDocs/data/ericdocs2sql/content\\_storage\\_01/0000019b/80/15/db/94.pdf](http://www.eric.ed.gov/ERICDocs/data/ericdocs2sql/content_storage_01/0000019b/80/15/db/94.pdf).
- Yu, L. (2009) Where is culture?: Culture instruction and the foreign language textbook. *Journal of the Chinese Language Teachers Association*, 44(3), 73-108.
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, language, art, and custom*. London: John Murray. (Reissued by Cambridge University Press, 2010).
- Wang, H. (2010). Enhancing literacy and deepening understanding: Forum discussion at Online Café Paper presented at the CIBER Business Language Conference, University of Pennsylvania, Philadelphia, Pennsylvania.