

## 准确辩证地看待和实施“双减”政策下的英语教学改革

英语教育的价值不仅仅是为了交流、获取信息,还对人的智力发展、较早融入国际社会、对多元文化的理解包容等都有积极的促进作用。

文 | 陆建非

10月6日,中国驻美国大使秦刚应邀在线出席由美国美亚学会和金沙集团合作举办的旅游和人文交流论坛开幕式并发表主旨演讲。他结合“人民至上、生命至上”“逆行者”“躺平”“凡尔赛”“饭圈”“内卷”“双减”这7个当下中国流行的热词,给与会者简要讲述了中国正在发生的精彩故事,引起中外舆论的热议。“双减”位列其中,可见此词的火爆程度。

“双减”(double reduction)就是要减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担,目的是让教育回归本真目的,孩子要在学校里德智体美劳全面发展,使成长比成功更重要,不能让资本操作教育。

### 为何要“双减”?如何理解“双减”?

眼下这些问题持续升温。我认为“双减”的真正目的是:使教育回归公益的本真和育人的真谛;“双减”是一个耗时费力的系统工程,不可能一蹴而就;“双减”抓住了“课堂教学质量”这个根本,教师的第一战场是课堂,教好书是师者之天职;“双减”推进了人的全面发展,使“五育并举”变得可能,激励学生锻造确定的能力,以应对不确定的世界;“双减”之后学生需要高质量的家长陪伴,课后服务急需转轨,培训机构改弦更张。

### 外语学习的价值体现

马克思说过:“外国语是人生斗争的一种武器。”外语的学习教育在中国共产党诞生和发展过程中如影随形,善始善终,发挥着奇特而关键的作用。早期马克思主义文献译介是促成建党初心的一个重要原因,译介者不但成功地把马克思主义带到了中国,而且也淬炼自己成为马克思主义的信仰者、传播者、实践者。

1920年9月28日,上海《民国日报》登出《外国语学社招生广告》,事实上就是宣告中国共产党发起组创办的第一所培养革命干部并冠名外国语的学校问世。中国共产主义者要研习马克思主义经典原著,保持与共产国际及各国共产党的直接联系,掌握外语,特别是俄语,必不可少。外国语学社既是社会主义青年团的大本营,又是联系国际共产主义运动的一座桥梁,在我党的历史上具有重要地位。从1921年春季开始,学员们分批赴俄学习。中共第一批苏俄留学生主要来自外国语学社,刘少奇、任弼时、汪寿华、罗亦农、肖劲光、曹靖华等都是从这儿走出,踏上了赴俄的留学之路。正是学社打下的坚实基础,使得这些革命者的日后事业厚积薄发,大放异彩。

中国英语教育始于19世纪初在中国的英国传教士,中国

人自己的英语教育则一般以1862年京师同文馆的成立为开端。到1903年,我国大中学校开始普遍开设外语课。新中国成立后,于1964年制定了《外语教育七年规划纲要》,首次在我国正式文件中提出英语为我国学校教育的第一外语。

21世纪伊始,随着北京申奥成功、中国加入世贸组织、上海申办世博会,国人学英语的第三次高潮已到来。中国目前至少有两亿人在学英语,以同一母语和同一文化背景学习同一外语而论,可谓人类外语学习史上之最。

我国改革开放取得了辉煌成就,其中英语普及教育的作用不可小觑。拥抱地球,且不失民族特色融入世界,我们更需要外语的助力。

能否成为世界英语教学强国,离不开经济背景。面对有声音认为不应投入精力在英语上,我认为不智。《2012年美国中央情报局世界实情书》讲到,英语技能与人均出口产值呈正相关。提升英语熟练程度,被视为出口强国的必要前提。中国是外贸出口大国,40年改革开放成果的取得很大部分靠的是人口红利,其次是外贸红利。如果把外贸红利得益于英语这个重要事实否认掉,不符合历史事实。从世界银行和国际金融公司的商业经营难度指数中发现,在英语不是官方语言的国家里,英语熟练程度越高,商业经营越容易。各项分析都指向一个结论:能有效使用英语,是经济全球化和个人发展的要求。

这些研究结论进一步强化了我们的一个共识,即语言及语言教育不能独善其身,一定与经济、政治、教育、文化等领域的发展密切相关。这个经济维度解释了现阶段我国的英语水平和趋势。

我认为,政府要营造宽松的语言环境。尤其在上海这样的国际大都市,要向全球城市的方向发展,多种语言需共存共享。要成为真正的文化大国,不仅在于母语文化的博大厚实,更在于母语及文化的开放和包容。

英语学习的价值是由其语言使用的国际性而客观体现的。今天把英语作为母语的人约有4亿,据估算,跨入新世纪时全世界英语学习者至少达10亿人,全球约有五分之一的人具有不同程度的英语交际能力,世上约有三分之一的人经常观看用英语播出的电视节目,70%~80%的网站使用的是英语,输入全球计算机网络的经贸信息有80%是以英语显示的。欧洲自由贸易协会最终决定以英语作为其工作语言,尽管它的6个成员国无一把英语当作本国官方语言。英语语言国际性的客观事实已被广泛认可,并成为人们学习英语的主要理由。尤其在经济全球化驱动下,跨国度、跨民族、跨文化交际变得平常和必需,掌握一门共

同语言成为当代人的必要素养。

### 把握英语学习的关键点

学习英语并非是熟识一套外语语言知识,而是练就一种外语能力,以期实现顺畅、得体、愉悦、有效的跨文化交际。英语学习效果不尽如人意,原因是多重的。语言学家乔姆斯基指出,人类先天语言能力是生物遗传的结果,语言学的本质是认知心理学,而且最终是生物学的一个部分。作为言语获得基础的这种天生机制在后天必须及时地暴露在语言的反复刺激下才会被激活,而这个关键时段就在青春期之前。据科学实验证明,人的大脑中有个“布罗卡斯区”专门负责语言功能,幼儿3至12岁期间学习语言直接储存在此区域内,12岁之后学习语言,语言信息就无法直接储存到布罗卡斯区,只能存到记忆区,使用语言时,布罗卡斯区必须和记忆区进行联系。布罗卡斯区在人的幼年时期发展得非常灵敏,但随着年龄的增长,该区的灵敏性渐呈下降趋势,所以3到12岁期间尤其是前半段,常被人们认为是学习语言的黄金时期。打通布罗卡斯区是学习语言的“捷径”,但走捷径并不轻松。真正要让孩子把英语作为第二母语,形成母语思维必须得有科学的方法和大强度、高频率、持续的刺激,真正作用于布罗卡斯区,形成母语思维,因此,决不能把母语的学习方法和外语的学习方法完全割裂开。

我认为,目前学校教育要求的英语词汇量不是太多了,而是太少了。到高考时还只有3000个左右的词汇量。如果要成为一个可以用英语进行交流的人,学生至少需要达到6000个以上的词汇量。如果再做学术研究,那到研究生阶段要达到10000个以上的词汇量。

我国高考对英语词汇的要求总体偏少,最高要求仅为3500个词。而且,现在还有部分省市打算减少高考英语词汇。但事实上,适度足量的英语词汇是顺畅有效交际的必要前提。青少年的记忆储存空间特别大,只要有良好的语言学习环境和科学的词汇学习方法,较大幅度地扩大高中英语词汇量是可行的。在“知识爆炸”的信息化时代,我认为至少要有8000个单词才算初步具备专业学习和应用能力。

其实,低龄化的现象是自觉或不自觉地受到了布罗卡斯理论的泛化影响,低龄并非越小越好,也有个适宜的低龄。说到家长走入应试化的误区,这是难免的,几乎无人能独善其身,不受到现行教育体制的影响和传统教育观念的熏陶。在全球化的背景下,很多家长认为学习掌握英语是一种出人头地的门路,拿着这块敲门砖,可跻身精英社会,这是目前普遍存在的误导理念。

实际上,布罗卡斯区的打通不是一朝一夕的事,无论是学母语还是学外语,都不是一件轻松的事。据权威统计,真正能实现无障碍地跨文化交际者只占学习者的5%左右。我国的优质教育资源既匮乏又不均衡,竞争异常激烈,家长抱着跟风从众、不能输在起跑线的心态让孩子尽可能早地学习英语,但绝大多数家长不懂外语,缺少时间督促孩子的学习,缺乏帮助孩子巩固和强化课堂外英语的学习。不同于母语,外语的语义场非常有限,一旦没有持续的强化和刺激,外语学习就不会获得好的效果。

只有大量的记忆输入,才可能实现少量的记忆输出。记忆对英语的学习必不可少,学习外语就是同遗忘作斗争。

### “兴趣”萌发自“习得”

母语和母语文化的退化是“世界现象”,不能只怪英语。我们决不能把学习母语和学习外语割裂开来,甚至对立起来。淡化学习外语的功利性,运用母语“习得”的规律,不断创设各种场景和方式,这是英语教学改革的主攻方向,而且必然是长期的艰辛探索和科学实践。

随着“深度信息化”时代的来临,浅阅读、泛阅读、碎片化阅读的现象越来越严重,人们的逻辑思维、辩证思维等功能退化,再也没有耐心阅读长文章,深入缜密的思考少之又少,这样的学习习惯也会影响英语的学习。

实践证明,如何打通教英语和学英语的屏障、课堂英语和生活英语的藩篱,这是一门大学问,实际上就是要疏通“学得”和“习得”的关系,尽可能在教学英语时,多采用一些“母语习得”的方法和途径,这对于英语的学习是至关重要的。

现在的中小学生在学英语上存在哪些问题?在应试化的背景下,现在的孩子学习英语都是围绕着教学计划以升学考试为目的,并不是出于交流沟通的需要和兴趣使然,这恰恰背离了语言学习的真谛。

从学习方法上看,中高考的英语是选拔的工具,没有任何生活的意义,语言学习中很多随意即兴的交流往往是其魅力所在。“学得”与“习得”是不一样的,“习得”更自然、更生活化、更习俗化,容易吸纳,不易忘记。其实学习语言是为了实现跨文化交际,而实现交际的基础是无障碍的交流能力,需要孩子掌握丰富的词汇量,至少要达到8000个词的标准,而现在的高中生一般词汇量在3500个左右,大学生即使到了毕业的时候能够达到8000个词汇标准的学生也不足一半,在语言沟通方面就存在着不小的阻力。

从思维方式上看,东西方人存在着不小的差异。西方人比较注重逻辑思维,而东方人比较注重辩证思维。学习英语的好处是可以让我们的思维方式更加综合化,既讲辩证又有逻辑性。由于所强调的思维方式不同,东西方人的关注重心也不尽相同。西方人更注重个人的自主作用,而中国人更看重环境对自己的影响,在观察事物的观点上明显不同。在思想方法上,西方人思维比较开放,而中国人比较保守。在写作上外国人关注事情本身,而中国人关注语境。在学习英语的同时,不只是学习语言本身,我们还要了解语言背后的文化差异,彼此借鉴,相互观照的这种人文情怀也十分重要。外语的学习是一种终身的学习,需要不间断地强化,它不只是一种考试的工具,不要过于功利。

学习外语时应该让孩子保持适度的压力感和焦虑感,但要把把握好度,还要注意营造宽松融洽的语言学习环境。如何让孩子和家长正确对待英语,如何在孩子小时候进行有效的英语启蒙,培养他们对语言的兴趣?在学习中会发现女孩的成绩往往要好于男孩,这与我们目前的选拔机制有关系。女孩在语言学习上的天赋其实是优于男孩的,女孩开口说话早,在表达上占优势。

对于语言学习来说,兴趣是最好的老师。有兴趣就会保持

持续的关注度,也不会觉得累。可以采用“以情拴情”的方法提升孩子的学习兴趣,教师的作用时常是隐形的,关键在于要“蹲下来”和孩子对话,与学生保持平等的关系,对学生多采取“隐形”的指导,把课堂还给学生。教师在教学过程中要充分调动自己全身的热情和激情吸引孩子的注意力,故意地关照暂时居后的孩子,经常给予孩子鼓励。我主张,比如作文的批改上要多给孩子提建议,让学生自己修改,教师不要包办或者大量地标红批改,这样无形中会使学生心理产生挫败感,降低英语学习的兴趣。外国教师在作文的批改上顶多提出几条修改意见,首先给予学生肯定。在我们课堂上教师往往不舍得表扬,批评的多。课堂上教师尽量不要评价孩子的对错,多采取“同伴”评价,在现在的竞争关系中,来自学伴的肯定和表扬十分缺少。学生的相互评价有助于在可控状态下营造合理竞争的氛围,效果远远好于教师的评价。在课堂上,要多给孩子展示、“露一手”的机会,如果学生可以用英语表述清楚自己的一件事是很了不起的,长期坚持自我表述对英语的表达帮助很大。

努力营造一种英语学习的氛围,把主要的英语国家的地图、报纸、杂志、钱币、邮票、国旗等标志性东西在特定区域内进行展示,让孩子了解西方国家的文化和传统。氛围的营造可以让孩子产生文化的认知感和刺激感,同时还应加入国外的体育活动进行体验。兴趣应是多方位持续性的刺激,当孩子兴趣处于低潮时也不要逼迫他,可以采取适当的放松,等到合适的时机再调动起来。多鼓励孩子体验多重感官的刺激,多看外语的动画片、电影等,能看懂外国的电影是很不简单的,既增添了学习的趣味性,同时还可以锻炼孩子听说读的能力。眼下开展的用英语讲中国故事、中英文辩论、电影双语模仿秀、英语播音秀、演唱中英民俗歌曲等,都是练就语言交际能力的有效载体和形式。

英语教育的价值不仅仅是为了交流、获取信息,还对人的智力发展、较早融入国际社会、对多元文化的理解包容等都有积极的促进作用。

(作者系中国跨文化交际研究会上海分会会长,上海师范大学外国语学院教授)

## “双一流”背景下我国高校国际传播力构建策略探析

高校作为我国国际传播力建设的重要主体之一,在当前我国“走出去”战略中发挥着重要作用。基于传播意识、传播队伍、传播内容和传播媒介四个方面加强高校国际传播力建设的策略,助力高校真正进入国际传播的主阵地、主战场。

文 | 潘聪聪

建设世界一流大学和一流学科即“双一流”已经成为我国发展的重大战略决策,以提升我国高等教育综合实力和国际竞争力。2015年,在国务院发布的《统筹推进世界一流大学和一流学科建设总体方案》中,明确提出“双一流”建设要“切实提高我国高等教育的国际竞争力和话语权,树立中国大学的良好品牌和形象”。随着“双一流”战略的实施,面对新一轮的全球化,海外传播力对大学办学的影响与日俱增。因此,大力推进我国高校的海外传播建设是一项必要且紧迫的任务。

### 高校推进国际传播力建设的战略意义

一是放大“大学声音”,助推中国教育走向世界。近年来的中国大学海外传播力报告均表明,学校综合实力和国际传播力呈现正相关。在高等教育全球化推进进程中,强大的国际传播力可以扩大大学的影响力。推进国际传播力建设有助于我国高校在国际中抢夺高水平师资、优质生源、稳定资助以及推广优秀成果、促进与国外高校的合作交流。因此,定位“双一流”的大学必须树立正确的发展观、业绩观、品牌观,实现综合实力与国际

传播力的“双提升”。

二是贡献“中国智慧”,提升国家文化软实力。高校作为我国文化的重要载体,是国际交流中文化的重要展示窗口,也是国家软实力的重要组成部分,承载着提升我国国际影响力和话语权的重要使命。习近平总书记指出,“传播力决定影响力,话语权决定主导权”。在我国积极推进“双一流”大学建设和努力实现大学第五功能“国际交流与合作”的大背景下,通过海外传播,中国高校也能够凭借自己的经验为世界教育提供“中国方案”与“中国智慧”。

### 我国高校国际传播的问题分析

一是国际传播意识较为淡薄。目前,大部分高校重国内宣传轻国际传播,没有建立起大学品牌形象的国际传播战略布局,国际传播缺乏主动性。由于国际传播意识淡薄,许多高校在将大量精力投入科研教学并且取得系列成果的同时,没有做好对外传播工作,致使办学成果与国际影响力的提升脱节。国际传播是一种极具特殊性的跨地域、跨文化、跨语言传播,在对象、内