

# 需求分析理论视域下的MBA“影视欣赏”课程设置

——以安徽工商管理学院为例

陆厚祥<sup>1,2</sup>

(1.安徽农业大学外国语学院,合肥 230036;2.安徽工商管理学院,合肥 230052)

**摘要:**针对影视欣赏课的研究,学界多以本科生为研究对象,探讨其在英语教学中的地位和作用,以及如何提高其教学质量和效果,重点聚焦“怎么教”的问题。为了解决“教什么”的难题,以MBA学生为研究对象,探讨他们对影视欣赏课程的需求情况,研究表明,为加强对美国文化的了解,70%以上的MBA受试者迫切希望每月能在电影院观看一部配有中英文字幕、以故事情节见长的美国喜剧片。此外,研究结果还揭示:由于在不同班级、年龄段、性别、受教育程度、英语水平的受试者间存不同程度的差异,因此,在开课前需要做需求分析。

**关键词:**影视欣赏;MBA;需求分析;课程设置

**中图分类号:**G642.3;H319 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-1883(2017)02-0119-07

## On MBA's Course of *Film and TV Appreciation* from the Perspective of Needs Analysis: a case study on Anhui Institute of Business Administration

LU Hou-xiang<sup>1,2</sup>

(1. School of Foreign Languages, Anhui Agricultural University, Hefei 230036, China;

2. Anhui Institute of Business Administration, Hefei 230052, China)

**Abstract:** Taking undergraduates as their subjects, scholars mainly focus on how to teach Film and TV Appreciation, how to improve its teaching quality, and its role in English teaching while this study concentrates on what to teach by analyzing MBA Candidates' needs of it. Results show that more than 70% subjects ardently expect the chance to watch an American comedy with both Chinese and English scripts, which is famous for its story, in the cinema so as to better their understanding of American culture. In addition, the results also reveal that there are some differences between or among subjects of different classes, age groups, sexes, educational backgrounds, and English levels, which explains the necessity of conducting needs analysis before each course.

**Keywords:** *Film and TV Appreciation*; MBA; needs analysis; curriculum

### 0 引言

现代信息技术的迭代更新为影视欣赏课程的开设提供了技术基础,大学英语课程教学要求、全国普通高等学校公共艺术课程指导方案的颁布实施为其成为现实给予了政策保障,MOOC、翻转课堂的推广应用为其成为高等教育课程体系一部分提供了助推剂。围绕这门课程,学界主要从教学法角度进行系统研究。他们重点关注影视欣赏课程在大学英语课程体系中的地位 and 作用<sup>[1]</sup>及其在听说<sup>[2]</sup>、英美文学<sup>[3]</sup>、词汇习得<sup>[4]</sup>、跨文化交际<sup>[5]</sup>等教学方面的

独特优势。还有学者从多模态话语分析<sup>[6]</sup>、输入理论<sup>[7]</sup>、主题内容型教学<sup>[8]</sup>等角度,研究了影视欣赏课的教学方法。

这些研究深化了学界对影视欣赏课程在英语教学中的理解,对提升其教学效果、促进教学质量提高等方面均有积极影响。但是,它们的研究对象均为在校专科生或本科生,且主要集中探讨其在大学英语、英语专业课程体系中的重要作用以及“如何教”等问题上,并没有涉及“教什么”这一前提性问题。

另外,虽然学生均非常希望学校能开设影视欣赏类课程<sup>[9]</sup>,但是这类课程的实际教学效果却与学

收稿日期:2016-09-29

基金项目:安徽省高等学校省级质量工程教学研究一般项目(2016jyxm0119);安徽农业大学2014年重点质量工程项目(校教字(2014)32号)。

作者简介:陆厚祥(1974—),男,安徽明光人,讲师,研究方向:应用语言学、语用学。

生的预期有很大距离<sup>[6]</sup>,原因“在于缺少一种合适的教学方法来指导教学”<sup>[8]</sup>。这一说法似乎与学界如此重视影视欣赏课程教学法研究相契合。

但是,由于授课对象在性格、动机、天资、年龄、学习风格、社会阅历、家庭背景等方面均存在不同程度的差异,对他们的系统需求分析是开设影视欣赏课程的首要环节,其分析结果不仅可以解决“如何教”的问题,还可以直接回答“教什么”的问题,其分析结果不仅是保证课程教学质量的前提条件,也是体现教材校本特色的必要条件。所以,对影视欣赏课程授课对象的系统研究才显得尤为重要。

### 1 需求分析理论

自外语需求分析概念的首次提出<sup>[10]</sup>以及旨在发现目标情境需求程序的研发成功<sup>[11]</sup>,需求分析就成为开设任何课程的必备步骤<sup>[12]</sup>,并在外语教学中得到了广泛应用<sup>[13]</sup>。但是,针对影视欣赏课程,学界主要研究兴趣在于教学方法的探讨,而疏于对授课对象的持续关注。

特殊的办学定位和教育培养模式决定安徽工商管理学院在生源方面与国内同类院校之间存在着明显差异。因此,只有通过影视欣赏课程授课对象的动态需求分析,授课教师才能洞察他们的语言需求,并将这些需求按重要性排序<sup>[14]</sup>,授课教师才能知晓影视欣赏课程“是什么”和“怎样教学”<sup>[15]</sup>,授课教师才能明确课程的教学内容、设计、实施和评估手段<sup>[16]</sup>。

但是,由于受情感、认知和社会因素的影响,授课对象的主观需求往往因人而异,与其客观缺乏有别,与课程设计者、管理者以及教师的期望不同<sup>[17]</sup>。因此,需求分析须在影视欣赏课程教学的各个阶段进行,以使教学产出既能满足社会的目标需求,又能满足学生的主观需求。

## 2 研究设计

### 2.1 调查对象

本研究采用整群随机抽样的方法,调查了安徽工商管理学院2014级C1班、C4班和C5班,共90名受试者,占年度班级总数的42.86%(3/7),占学院当年招生人数的38.22%(86/225)。

本调查共发放问卷90份,有效问卷86份,占95.56%。数据统计分析程序是:首先按照先后顺序,分别赋排序题3、2、1分,然后计算出各项得分占该项3分总和的比例,最后,统计单项选择题的频数以及百分比。

## 2.2 研究问题

本研究拟回答以下2个问题:

- 1.MBA学生对影视欣赏课程的需求是什么?
- 2.不同性别、年龄、学历、英语水平、班级等因素是否会影响受试者对影视欣赏课程的需求?

## 2.3 工具与步骤

在文献研究以及结构性访谈基础上设计了问卷试用版,主要内容包括受试者一般情况、动因分析和学习需求分析等三个方面,共13个问题,包括6道单项选择题(性别、英语水平、年龄、学历、开课态度、每月观影频数),7道三级排序题(选修目的、类型、产地、字幕、元素、观影方式、了解资讯渠道)。为检测其信度、效度,在同年级C6班进行了预实验。在此基础上,整合试用版问卷,以供研究使用。

调查前,调查员用中文向受试者说明此次问卷调查的目的、意义、答题方式以及注意事项等。调查中,不容许受试者相互交流。调查没有时间限制,做完即可交表。调查后,调查员即初步检查、编码问卷,剔除无效问卷,算出有效问卷率。

## 3 结果与讨论

### 3.1 需求分析

1. 基本情况分析涵盖性别、年龄、学历、英语水平,统计结果见表1。

表1 受试者基本情况

基本情况	第一选择	第二选择	第三选择	第四选择	第五选择	第六选择
性别	男(75.58%, 65/86)	女(24.43%, 21/86)				
英语水平	NONE76.74%, 66/86)	CET4(22.09%, 19/86)	CET6(1.16%, 1/86)			
年龄	36~40 (26.74%, 23/86)	31~35 (23.26%, 20/86)	21~30 (23.26%, 20/86)	41~45 (22.09%, 19/86)	46~50 (1.16%, 1/86)	≥51 (1.16%, 1/86)
学历	本科(55.81%, 48/86)	专科(39.53%, 34/86)	研究生(4.65%, 4/86)			

表1显示:(1)男性(75.58%, 65/86)<sup>①</sup>及31~45岁(72.09%, 62/86)的受试者占多数,且各年龄段上的受试者分布较均匀,提示他们中的大部分都有一定的工作经验、社会阅历和职位级别;(2)虽然本科及以上学历受试占60.47%(52/86),但他们的英语水平普遍不高,大学英语四、六级(CET4、6)通过率仅为23.26%(20/86),与文献调查结果一致<sup>[9]</sup>。这可能与我国从1987年才开始正式实施这一考试,而1985年以前出生的受试占76.74%(66/86)有关联。

2. 动因分析包括受试者对开设该课程的态度以及他们的选修目的。排在开课态度前三位的分

别是很有必要(40.70%, 35/86), 比较有必要(30.23%, 26/86)和无所谓(25.58%, 22/86); 选修最主要目的是了解文化(58.14%, 150/258), 其次是放松自我(40.31%, 104/258), 再次是学习语言(33.72%, 87/258)。这样的选修目的可能与学院开放性、草根性和区域性的办学定位, 企业为主、行政事业单位为辅的学生来源, 学知识、交朋友的学习目的等因素有关。因此, 基于语言与文化之间的水乳交融关系, 课堂教学可以考虑以文化专题学习为形式, 以语言学习为手段, 组织受试体验、品味不同文化的精髓。

3. 学习需求分析包括电影类型、原产国、字幕、元素、观影方式、观影频率和了解电影资讯渠道, 调查结果见表2。

表2 学习需求分析结果

学习需求	第一选择	第二选择	第三选择
类型	喜剧(31.40%, 81/258)	动作(27.91%, 72/258)	科幻(24.81%, 64/258)
产地	美国(81.01%, 209/258)	中国(56.20%, 145/258)	韩国和英国(10.47%, 27/258)
字幕	中英文(73.64%, 190/258)	英文(36.43%, 94/258)	中文(71.32%, 184/258)
元素	故事情节(59.30%, 153/258)	电影主题(29.84%, 77/258)	画面质量(26.36%, 68/258)
方式	电影院(91.47%, 236/258)	电视(43.02%, 111/258)	电脑(38.76%, 100/258)
频率	1(43.02%, 37/86)	2(25.58%, 22/86)	3(10.47%, 9/86)
渠道	网络(79.07%, 204/258)	手机(32.56%, 84/258)	电视(24.81%, 64/258)

1) 在通过网络了解相关电影资讯的基础上, 绝大多数受试者希望每月能在电影院观看一部以故事情节见长、带有中英文字幕的美国喜剧电影; 其次是以手机为了解电影资讯媒体, 在电视上欣赏2部主题鲜明的中国功夫片; 再次是以电视为知晓资讯渠道, 在电脑上观看3部画面质量上乘、带有中文字幕的韩国或英国科幻片。因此, 在多媒体教室进行影视欣赏课程教学具有现实可行性。另外, 受试者每月观影频率对影视欣赏课程的课时设置、教学进度安排、教学内容遴选等方面均具有很高参考价值。

2) 受试有看重的电影元素与选修目的之间存在很大差异, 他们把文化(17.05%, 44/258)排在第5位, 而语言(5.81%, 15/258)则位列第8。因此, 为了使此门课程教学效果名副其实, 实现使学生从“看明白”, 到“听明白”, 再到“跟着说”的飞跃, 完成输入、输出的完美结合, 做到“学之者不如好之者、好

之者不如乐之者”的华丽羽化, 授课教师须做到课前明确教学目标、严格筛选影片, 课中深入解读片中典型文化现象、科学设计各种行之有效的教学环节, 课后要求学生反复观看影片、并做到适度拓展。

3) 虽然受试者了解电影资讯的主要渠道不是电影院广告(21.71%, 56/258), 但是去电影院看电影却是他们的首选。这对电影业的广告宣传以及授课教师及时了解电影资讯, 选择受试喜欢的电影均有启示。

## 3.2 影响因素

### 3.2.1 性别对学习需求的影响

在CET4通过率上, 男性比女性(14.29%, 3/21)高10.33%, 与女性更有语言天赋的传统观点相左。在年龄上, 男性与总体一致, 而女性则主要集中在21~40岁之间, 各年龄段差异均在10%左右。在21~30岁年龄段上, 女性比男性(18.46%, 12/65)高19.64%, 而在36岁及以上年龄段上, 男性比女性(42.86%, 9/21)高10.99%。因此, 女性比男性更年轻。

在开课认识上, 认为很有必要的男性最多(44.62%, 29/65), 其次是无所谓(29.23%, 19/65), 再次是比较有必要(23.08%, 15/65); 而认为比较有必要的女性最多(52.38%, 11/21), 其次才是很有必要(28.57%, 6/21), 再次是无所谓(14.29%, 3/21)。女性最主要的选修目的是放松自我, 组间差异高达23.81%。

在学习需求上, 性别对影视欣赏课程影响的调查结果见表3。

表3 性别对学习需求的影响

学习需求	性别		
	第一选择(男;女)	第二选择(男;女)	第三选择(男;女)
类型	动作(35.90%, 70/195); 喜剧(47.62%, 30/63)	喜剧(31.79%, 62/195); 科幻(25.40%, 16/63)	科幻(28.21%, 55/195) 悬疑(23.81%, 15/63)
产地	美国(80%, 156/195); 85.71%, 54/63)	中国(63.08%, 123/195); 52.38%, 33/63)	其他(10.77%, 21/195); 韩国、 英国和法国(17.46%, 11/63)
字幕	中文(74.87%, 146/195); 中英(85.71%, 54/63)	中英(69.74%, 136/195); 中文(63.49%, 40/63)	英文(32.31%, 63/195); 44.44%, 28/63)
元素	故事情节(54.87%, 107/195); 73.02%, 46/63)	电影主题(30.26%, 59/195); 演员阵容(34.92%, 22/63)	画面质量(26.67%, 52/195); 电影主题(20.63%, 13/63)
方式	电影院(92.82%, 181/195); 96.83%, 61/63)	电视(45.64%, 89/195); 电脑(39.68%, 25/63)	电脑(39.49%, 77/195); 电视(38.10%, 24/63)
频率	一部(44.62%, 29/65); 42.86%, 9/21)	两部(26.15%, 17/65); 19.05%, 4/21)	三部(12.31%, 8/65); 不少于八部(14.29%, 3/21)
渠道	网络(80%, 156/195); 82.54%, 52/63)	手机(34.36%, 67/195); 朋友推荐(30.16%, 19/63)	电视(23.08%, 45/195); 电视和手机(28.57%, 18/63)

由表3可见, 组间差异主要集中在第三选择上。在类型上, 男性是科幻片, 而女性则是悬疑片;

在原产国上,男性是来自其他国家,而女性则分别来自韩国、英国和法国;在每月观影频率上,男性是3部(12.31%,8/65),而女性是不少于8部(14.29%,3/21)。另外,在字幕上,虽然女性与总体结果一致,而男性则最喜欢中文字幕,其次是中英字幕,再次是英文字幕;在元素方面,男性与总体结果一致,而女性首先看重演员阵容,其次才是电影主题。最后,在了解电影资讯渠道上,女性更看重朋友的意见,比男性(20%,39/65)高10.16%,为组间最大差异。

### 3.2.2 年龄对学习需求的影响

因为46岁以上受试者只有2人,不符合统计原则,所以本研究只考虑4个年龄段受试间的异同:21~30岁组(第一组),31~35岁组(第二组),36~40岁组(第三组),41~45岁组(第四组)。

在性别比例上,组间差异不明显,男性受试均占大多数,处于绝对优势地位,且呈现出年龄越大男性比例越高的倾向。这可能与男女社会分工异

同以及职场上女性玻璃屋顶现象有关。在英语水平上,CET4、6通过率与年龄增长呈现负相关关系趋势,即年龄越小,通过率越高;年龄越大,通过率越小。在受教育程度上,组间差异不明显,接受本科以上学历教育的受试比例为56.52%~65%。

在认为开课很有必要或者比较有必要的受试比例上,第三组最高(78.26%,18/23),其次是第一组和第二组(75%,15/20),最低的是第四组(57.89%,11/19),大致表现出英语水平与开课必要性负相关关系。在选修目的上,二、三、四组与总体一致,而第一组则把放松自我排在了第一位,其次是个人兴趣,再次是学习语言,第四才是了解文化。虽然一、二组开课需求相同,年龄差距亦不大,但是他们的选修目的却差异明显。可能的原因是,因为英语程度稍高,所以第一组受试才会把重点放在娱乐休闲以及追求自我兴趣上。

在学习需求上,年龄对影视欣赏课程影响的调查结果见表4。

表4 年龄对学习需求的影响

学习需求	年龄		
	第一选择(一组;二组;三组;四组)	第二选择(一组;二组;三组;四组)	第三选择(一组;二组;三组;四组)
类型	动作(41.67%,25/60);喜剧(43.33%,26/60);喜剧(47.83%,33/69);动作(28.07%,16/57)	科幻(38.33%,23/60);科幻(30%,18/60);动作(40.58%,28/69);战争(26.32%,15/57)	喜剧和悬疑(31.67%,19/60);悬疑(23.33%,14/60);科幻(34.78%,24/69);剧情(19.30%,11/57)
产地	美国(88.33%,53/60;88.33%,53/60;84.06%,58/69;82.46%,47/57)	中国(53.33%,32/60;55%,33/60;71.01%,49/69;59.65%,34/57)	英国(15%,9/20;15%,9/20);韩国(14.49%,10/69);其他(10.53%,6/57)
字幕	中英文(85%,51/60;81.67%,49/60);中文(72.46%,50/69;82.46%,47/57)	中文(73.33%,44/60;65%,39/60);中文(71.01%,49/69;61.40%,35/57)	英文(33.33%,20/60;45%,27/60);英文(36.23%,25/69;35.09%,20/57)
元素	故事情节(56.67%,34/60;65%,39/60;73.91%,51/69;52.63%,30/57)	画面质量和电影主题(31.67%,19/60);画面质量(30%,18/60);演员阵容(36.23%,25/69);电影主题(43.86%,25/57)	演员阵容(21.67%,13/60);电影主题(28.33%,17/60;23.19%,16/69);画面质量(28.07%,16/57)
方式	电影院(98.33%,59/60;91.67%,55/60;94.20%,65/69;94.74%,54/57)	电脑(45%,27/60);电视(45%,27/60;46.38%,32/69;40.35%,23/57)	电视(36.67%,22/60);电脑(41.67%,25/60;37.68%,26/69;36.84%,21/57)
频率	两部(35%,7/20;40%,8/20);一部(43.48%,10/23;78.95%,15/19)	≥八部(30%,6/20);一部(30%,6/20);三部(21.74%,5/23);两部(21.05%,4/19)	一部(15%,3/20);三部(15%,3/20);四部(17.39%,4/23);0
渠道	网络(88.33%,53/60;93.33%,56/60;73.91%,51/69;73.68%,42/57)	手机(35%,21/60;35%,21/60;42.03%,29/69);朋友推荐(36.84%,21/57)	电影院广告(25%,15/60);朋友推荐(28.33%,17/60);电视(3.33%,23/69);电视和电影院广告(22.81%,13/57)

在类型上,虽然大多数受试者呈现出比较偏爱动作片、喜剧片和科幻片的趋势。但是,组间差异亦较明显,特别是第四组与前三组的差异更显著。从具体数字可以看出前三组受试者间显示出更大的相似性,而第四组则表现出更多的差异性。这是否与年龄有直接关系尚需学界进一步研究证实。此外,受试者对动作片偏爱的调查结果与传统上认为动作片的主要受众是13~35岁男性的观点<sup>[18]</sup>不

一致。在字幕呈现方式上,以36岁为界,形成2个自然群体。第一、二组与总体一致,均最喜欢中英文字幕、其次是中文字幕、再次是英文字幕;第三、四组均最喜欢中文字幕,其次是中英文字幕,再次是英文字幕。在每月观影频率上,一、二、四组表现出随着年龄增长,每月观影频率明显下降的趋势,两次以下的受试比例分别为50%(10/20),70%(14/20)和100%(19/19)。此外,第一组受试每月观影8部

及以上者占30%(6/20)。第三组受试每月观影频率在2次以下的受试比例为52.17%(12/23),在三次、四次的受试比例高达39.13%(9/23),为4组中最高。

### 3.2.3 学历对学习需求影响

由于研究生受试者比例很小(4.65%,4/86),不符合统计原则,所以本专题只考察本科生(55.81%,48/86)(第一组)和大专生(39.53%,34/86)(第二组)间的异同。

在英语水平上,组间差异显著。第一组的CET4、6通过率为39.58%(19/48),而第二组仅为2.94%(1/34),2组相差36.64%。

在学习需求上,学历对《影视欣赏》课程影响的调查结果见表5。

表5 学历对学习需求的影响

需求	学历		
	第一选择(本科生;专科生)	第二选择(本科生;专科生)	第三选择(本科生;专科生)
类型	喜剧片(32.64%,47/144;43.14%,44/102)	动作片(31.94%,46/144;37.25%,38/102)	科幻片(30.56%,44/144;25.49%,26/102)
产地	美国(81.25%,117/144;91.18%,93/102)	中国(61.81%,89/144;59.80%,61/102)	韩国(13.19%,19/144;10.78%,11/102)
字幕	中文和中英(75%,108/144;72.55%,74/102)	英文(36.81%,53/144;36.27%,37/102)	中无(5.56%,8/144;5.56%,8/102)
元素	故事情节(60.42%,87/144;91.76%,63/102)	画面质量(34.03%,49/144;33.33%,45/102)	演员阵容(33.33%,24/144;23.53%,24/102)
方式	电影院(91.67%,132/144;100%,102/102)	电视(42.36%,61/144;44.12%,45/102)	电脑(40.28%,58/144;35.29%,36/102)
频率	一部(43.75%,21/48;41.18%,14/34)	两部(31.25%,15/48;20.59%,7/34)	三部(10.42%,5/48;11.76%,4/34)
渠道	网络(81.25%,117/144;80.39%,82/102)	手机(32.64%,47/144;35.29%,36/102)	朋友推荐(25%,36/144;26.47%,27/102)

虽然两组受试均最注重故事情节(60.42%,87/144;91.76%,63/102),但在百分比上差异显著。在第二、三元素上,组间差异亦较明显。第一组将画面质量排在第二,而第二组将其排在第五位,两者相差18.34%;第一组将演员阵容排在第三,而第二组将其放在第四位,两者相差11.76%;第二组将了解文化排在第三,而第一组将其排在第六位,两者相差11.03%。在每月观影两部上,两组相差10.66%;在每月观影五部上,两者相差11.76%。

### 3.2.4 英语水平对学习需求的影响

通过CET4、6的受试为第一组,没有通过的为第二组。

在性别上,虽然两组男性均占多数,但第一组比第二组高12.27%。在学历上,第一组本科毕业率比第二组高51.06%,表现出接受过本科教育的

受试比例越高,通过CET4、6比例就越高的倾向。这可能与以前绝大多数本科院校对学生获取学位必须通过CET4考试有硬性规定,而专科院校只关注A、B级考试,对学生的CET4考试不作任何要求有关。

在选修目的上,组间差异体现在二、三目的上。第二组与总体一致,而第一组则分别是个人兴趣和放松自我。尽管第一组受试者没有把学习语言放在前三位,但是出于个人兴趣而对英语国家文化感兴趣,内部动机驱动下语言学习效果可能会更好。

在学习需求上,英语水平对影视欣赏课程影响的调查结果见表6。

表6 英语水平对学习需求的影响

需求	英语水平		
	第一选择(一组;二组)	第二选择(一组;二组)	第三选择(一组;二组)
类型	喜剧(38.33%,23/60;29.29%,58/198)	动作和科幻(36.67%,22/60;25.25%,50/198)	悬疑(25%,15/60;21.21%,42/198)
产地	美国(83.33%,50/60;80.30%,159/198)	中国(65%,39/60;106/198)	日本(15%,9/60;11.62%,23/198)
字幕	中文(80%,48/60;74.24%,147/198)	中英中英(71.67%,43/60;68.69%,136/198)	中文英文(40%,24/60;35.35%,70/198)
元素	故事情节(71.67%,43/60;55.56%,110/198)	演员阵容(36.67%,22/60;36.67%,22/60)	画面质量(35%,21/60;23.74%,47/198)
方式	电影院(95%,57/60;90.40%,179/198)	电视(41.67%,25/60;43.43%,86/198)	电脑(33.33%,20/60;40.40%,80/198)
频率	两部(45%,9/20;45.45%,30/66)	一部一部(35%,7/20;19.70%,13/66)	两部四部(10%,2/20;13.64%,9/66)
渠道	网络(93.33%,56/60;74.75%,148/198)	手机(43.33%,26/60;29.29%,58/198)	电视(20%,12/60;26.26%,52/198)

在类型上,组间相差10%左右,第一组更高。组间最大差异体现在对悬疑片的喜爱程度上,第一组比第二组高出11.36%。在字幕上,第一组最喜欢中文字幕,其次是中英文字幕,再次是英文字幕,而第二组则与总体一致。组间最大区别是在对待中文字幕的态度上,两者相差达11.31%。这可能与第一组的选修目的有关。尽管他们的英语水平相对较高,但尚不足以达到藉此自由、轻松获取信息的程度。因而,母语可能还是了解国外文化的最经济、便捷途径。另外,虽然第二组受试者英语水平较低,但在主观意愿上他们很想通过观看中英文对照的原版电影来提高自己的英语水平。但是,这似乎又与他们把“放松自我”作为选修此门课程第二大目的不太一致。在第二、四元素上,第一组是演员阵容(36.67%,22/60)和电影主题(23.33%,14/60);而第二组则是电影主题(31.82%,63/198),和演

员阵容(22.22%,44/198)。在排序上,相互颠倒;在数字上,差异显著。在每月观影频率上,第一组几乎是第二组的两倍,组间差异明显。第一组情况是两部,占45%;一部,占35%;四部,占10%。这可能与第一组受试平均年龄较轻,事务相对较少,承担的社会、家庭责任相对较少等有关。

### 3.2.5 班级对学习需求的影响

C5组开课需求最为强烈,其它两组稍弱。虽然

C1和C5组在“比较有必要”上一致(25%,9/36,7/28),但在“很有必要”上差异明显(36.11%,13/36;67.86%,19/28);而C4组则分别是45.45%(10/22)、13.64%(3/22)。因此,C5组最主要的选修目的是学习语言(61.90%,52/84),他们每月观看带有中英文字幕的美英动作电影的次数也最多,而前两组则在字幕、类型、每月观影频率上大致相符,具体调查结果见表7。

表7 班级对需求的影响

需求	班级		
	第一选择(C1;C4;C5)	第二选择(C1;C4;C5)	第三选择(C1;C4;C5)
类型	喜剧(27.78%,30/108;43.94%,29/66);动作(36.90%,31/84)	动作和科幻(22.22%,24/108);动作(25.76%,17/66);科幻(35.71%,30/84)	悬疑、剧情和科教(14.81%,16/108);悬疑(21.21%,14/66);喜剧(26.19%,22/84)
产地	美国(73.15%,79/108;77.27%,51/66;94.05%,79/84)	中国(52.78%,57/108;53.57%,45/84)	韩国(11.11%,12/108);韩国和法国(12.12%,8/66);英国(15.48%,13/84)
字幕	中文(75.93%,82/108;72.72%,48/66);中英(83.33%,70/84)	中英文(70.37%,76/108;66.67%,44/66);中文(64.29%,54/84)	英文(27.78%,30/108;39.39%,26/66);英文(45.24%,38/84)
元素	故事情节(58.33%,63/108;68.15%,45/66;53.57%,45/84)	电影主题(31.48%,34/108);电影主题、演员阵容(30.30%,20/66);画面质量(33.33%,28/84)	画面质量(27.78%,30/108);文化(27.27%,18/66);电影主题和演员阵容(27.38%,23/84)
方式	电影院(87.96%,95/108;90.91%,60/66;96.43%,81/84)	电视(39.81%,43/108;45.45%,30/66;45.24%,38/84)	电脑(35.19%,38/108;42.42%,28/66;40.48%,34/84)
频率	一部(55.56%,20/36;45.45%,10/22);两部(35.71%,10/28)	两部(22.22%,8/36;18.18%,4/22);一部(25%,7/28)	三部(8.33%,3/36;13.64%,3/22);三部(10.71%,3/28)
渠道	网络(74.07%,80/108;81.82%,54/66;83.33%,70/84)	手机(35.19%,38/108);电视(31.82%,21/66);手机(34.52%,29/84)	电视(24.07%,26/108);手机(25.76%,17/66);朋友推荐(28.57%,24/84)

在元素上,虽然三组受试者与总体一样均非常看重电影的故事情节和电影主题,但在顺序上,组间尚有一些差异。C1组与总体完全一致;C4组第二注重电影主题、演员阵容,其次是文化;C5组第二注重画面质量,其次是电影主题和演员阵容。在了解电影资讯次要渠道上,C1组亦与总体相符;C4组的第二渠道是电视,第三渠道是手机;C5组的第二渠道是手机,第三渠道是朋友推荐。

## 4 结语

需求分析是开课前不可或缺的一个重要环节,

它不仅须考虑受试的整体需要,还要关注个体的多样性诉求。本次《影视欣赏》课程设置需求分析问卷调查结果表明,70.93%(61/86)的受试者对开设影视欣赏课程持积极态度;为加强对美国文化的了解,绝大多数受试者希望每月能在电影院观看一部以故事情节见长、附有中英文字幕的美国喜剧电影;性别、年龄、学历、英语水平、班级等影响因素可直接对教学内容的取舍、重难点的把握等方面产生影响。研究结果在某种程度上解决了在影视欣赏课上“教什么”的问题。同时,它也对“怎么教”影视欣赏课程有启发意义。

### 注释:

① 括号内的百分比是排序题该选项得分占3分总和(86×3=258)的比例,余同。

### 参考文献:

- [1] 宋永艳.高等院校开设英语选修课的研究与实践[J].长春师范学院学报(人文社会科学版),2010(4):134-136.
- [2] 沈文,孙琪.论英文影视欣赏与学习者听说能力的提高[J].宜春学院报,2010(7):179-181.
- [3] 张静.大学英语拓展课程中英美文学与影视欣赏结合的新模式[J].语文学刊,2015(1):125-126.
- [4] 赵紫怡.英语专业学生在观看英文电影中的词汇附带习得研究[D].青岛:青岛科技大学,2011.
- [5] 马哲.浅谈英语影视欣赏与跨文化交际能力的提高[J].运城学院学报,2007(25):98-99.
- [6] 周红红,范景红.论多模态话语分析理论视域下的英文影视欣赏课教学[J].北京交通大学学报(社会科学版),2014(13):124-128.
- [7] 刘滇.输入理论对英语影视课的启示[D].青岛:中国海洋大学,2011.

- [8] 尹洪艳.主题式内容型教学在高年级英语专业电影赏析课中的应用[D].长春:东北师范大学,2009.
- [9] 陆厚祥.MBA商务英语需求分析——一项基于安徽某高校的调查[J].安徽农业大学学报(社会科学版),2015(24): 122-127.
- [10] 倪传斌.汉语作为外语的需求分析[M].南京:河海大学出版社,2006:10.
- [11] MUNBY J. Communicative Syllabus Design[M].Cambridge: Cambridge University Press,1978.
- [12] HUTCHINSON T,WATERS A. English for Specific Purposes[M].Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2002:53.
- [13] 束定芳,陈素燕.大学英语教学外语之路——宁波诺丁汉大学“专业导向”英语教学模式的调查[M].上海:上海外语教育出版社,2010:6-7.
- [14] RICHARDS J C, PLATT J, WEBER H. Longman Dictionary of Applied Linguistics[M]. London: Longman, 1985:189.
- [15] DUDLEY-EVANS T, JOHN M J S. Developments in ESP[M].Cambridge: Cambridge University Press, 1998:121.
- [16] 束定芳.外语教学改革:问题与对策[M].上海:上海外语教育出版社,2004:21.
- [17] 严玲.专门用途英语课程建构[M].北京:中国传媒大学出版社,2011:77-107.
- [18] 江铁成.影视赏析[M].合肥:合肥工业大学出版社,2012:75.

(上接第118页)

#### 4.3 加强自适应学习平台资源共享

自适应学习平台与传统学习模式最大的不同点在于平台资源的丰富性及相互交流的便捷性<sup>[6]</sup>。

第一,善于利用教师与学生在过程中积累的宝贵经验和资源。专业课教师拥有丰富的教学经验和大量成熟的教学资源,可以与教育技术管理人员合作开发适合学习平台使用的形式多样的资源呈现。学生作为平台的使用者,可以直接反馈信息,辅助进行资源的改善与再现。第二,善于与其他高校合作,形成有效的资源共享链,共建共享工商管理专业高校联盟资源库。第三,善于引进优秀的外来资源,定期对学习资源的内容和形式进行审核,将陈旧资源删除,及时更新资源。知识资源共享正以前所未有的速度向全社会推进,基于互联网的数字化学习与研究在全球范围内迅速兴起,虽然充满

竞争、个性飞扬,但只有走出孤岛信息局面,在一个协作、交流环境中,才能促进各学科的发展,使学者从中受益。

#### 5 结语

基于互联网+的工商管理专业学生自适应学习平台是一个补充、改革和完善传统课堂的新型学习平台。对于教师和学生来说,全新的教与学模式需要一个适应期。而自适应学习平台有效地应用于教学中,还需要教师、学生在使用过程中不断向开发者进行反馈,从而改进与更新、逐步完善系统。随着高校信息化建设的日益进步,教师和学生信息技术素养的日益提高,基于互联网+信息技术的自适应学习平台必将成为应用型高校培养学生的重要举措和改革方向。

#### 参考文献:

- [1] 傅宝英.简评学生有意义学习的教学策略[J].教育科学研究,2002(5):18-19+23.
- [2] 汪志平.网络环境下交互式学习探讨[J].中国教育信息化,2011(2):14-15.
- [3] 雷霄.大学生学习观念与学习自主性培养[J].外语界,2005(3):68-74.
- [4] 吴庆宪.坚持创新驱动,促进人才培养质量提升——南京航空航天大学本科教学改革的实践成效及人才培养思路[J].南京航空航天大学学报(社会科学版),2012,14(3):8-12.
- [5] 汪琼,费龙.网上教学支撑平台现状分析[J].电化教育研究,2000(8):36-40.
- [6] 武法提.网络课程设计与开发[M].北京:高等教育出版社,2007.
- [7] 闫寒冰,魏飞.远程教学设计[M].上海:华东师范大学出版社,2008.