

短视频视域下培养大学生文化外宣能力的高校英语实践教学研究

毕琳娜*, 丁 燕

内蒙古科技大学 内蒙古包头

【摘要】中华优秀传统文化是中华民族的根基，也是中华民族自信的源泉。在全球化背景下，以短视频为主要媒介的文化交流与互动越来越频繁。本研究选取两个教学班的非英语专业大一本本科生作为研究对象，通过访谈、问卷调查、课堂实践等方法，描述教师在英语实践教学中所设计并完成的较为可行的英语实践教学流程，分析学生对中国优秀传统文化及文化外宣精神内涵的了解程度，现有教材、考试和英语学习与文化外宣能力之间的关系以及教师从短视频制作角度出发锻炼大学生实践能力并培养其文化外宣能力所做的尝试、已取得的成绩和所面临的困难，总结出较为科学系统的实践教学方法，肯定教师在学生英语实践中的指导作用，强调学生在实践中提高文化外宣能力的主观能动性，旨在实现师生能够互相配合制作高质量的英语配音、汉英双语字幕文化外宣类短视频，以实践促教促学，增强学生的文化传播责任感，提升大学生的文化自信，提高大学生的文化外宣能力。

【关键词】短视频；英语实践教学；文化外宣能力

【基金项目】2024 年度内蒙古自治区教育科学“十四五”规划课题，项目编号：NGJGH2024402

【收稿日期】2025 年 6 月 6 日

【出刊日期】2025 年 7 月 5 日

【DOI】10.12208/j.ije.20250260

Research on cultivating college students' cultural promotion capacity through practical English teaching in the context of short videos

Linna Bi*, Yan Ding

Inner Mongolia University of Science & Technology, Kundulun District, Baotou, Inner Mongolia

【Abstract】 Excellent traditional Chinese culture serves as the foundation of the Chinese nation and the source of its cultural confidence. Against the backdrop of globalization, cultural exchange and interaction via short videos as the primary medium have become increasingly frequent. This study selects two classes of non-English major freshmen as research subjects. Through methods such as interviews, questionnaire surveys, and classroom practice, it outlines a feasible English practical teaching process designed and implemented by instructors. The study analyzes students' understanding of China's excellent traditional culture and the essence of cultural promotion, examines the relationship between existing teaching materials, examinations, and English learning with the capacity for cultural promotion, and explores instructors' attempts to enhance students' practical skills and cultivate their cultural promotion abilities through short video production—along with the achievements made and challenges faced. The research summarizes a relatively scientific and systematic practical teaching methodology, affirming the guiding role of instructors in students' English practice while emphasizing students' subjective initiative in improving their cultural promotion capabilities through practice. The goal is to foster collaboration between instructors and students in producing high-quality short videos for cultural promotion, featuring English voiceovers and bilingual subtitles (Chinese-English), thereby promoting both teaching and learning through practice. This approach aims to strengthen students' sense of responsibility in cultural communication, boost their cultural confidence, and enhance their capacity for cultural promotion.

【Keywords】 Short video; Practical English teaching; Cultural promotion capacity

*通讯作者：毕琳娜

2021年5月,习总书记在主持十九届中央政治局第三十次集体学习时强调:“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”^[1]。2022年10月,习总书记在二十大报告中提出,全面建设社会主义现代化国家,必须坚持中国特色社会主义文化发展道路,推进文化自信自强,激发全民族文化创新创造活力,铸就社会主义文化新辉煌^[2]。2023年3月,第十届中国网络视听大会发布的《2023中国网络视听发展研究报告》显示,我国网络视听用户规模达10.40亿,成为第一大互联网应用,短视频已经深度嵌入网民生活^[3]。

国外学者斯图亚特·霍尔指出“指出:“人们运用符号传播信息的过程中实际上也同样实现了对受传者意识形态的重新架构”^[4]。麦克卢汉在其著作《理解媒介》中提出“媒介即讯息”理论,只有通过媒介,人们才能进行与媒介相关的交际或其它社会行为^[5]。扬·阿斯曼提出,“文化记忆”是指通过文化形式或文化符号得以保存和传承的记忆,其借助媒介得以呈现、传承,实现了时间和空间维度上的跨越,强调历史的纵深,在历时性上实现共享^[6]。国内学者聂小雪指出,依据我国《新课标教学开展的相关标准》可知,新媒体环境下,高校英语教学改革工作的实施,要求教师要敢于突破传统教学方法的禁锢,并充分借助网络资源、视频等现代化资源,实行更高效的教学方法^[7]。戴骅莹指出,将视频字幕翻译成外语,添加恰当的外语字幕,能够帮助海外用户理解视频内容所蕴含的文化和社会背景信息^[8]。

从以往相关研究可知:首先,虽然投放于各种新媒体平台的文化外宣类短视频广泛存在,但英语配音、汉英双语字幕语短视频占比少数。第二,高质量的双语文化外宣类短视频主要由企业专业团队投放于其在移动互联网平台上运营的微信公众号和视频号,高校并不是利用短视频进行文化外宣的主要阵地,这说明高校师生的汉英语言技能和新媒体技术实践能力没有得到足够重视和充分利用。第三,已有的高校英语实践教学改革局限于教师对现有新媒体平台、网络资源及短视频的使用,而不是引导学生进行双语短视频制作相关实践活动,这说明高校英语实践教学现状是师生均缺乏实践。

1 调查问卷统计及分析

陈雪提到,文化是无形的,但可以借助具体的媒介为载体,以文化符号的形式表现出来^[9]。为充分了解短视频视域下培养大学生文化外宣能力对大

学生来说是否具有重要意义,在大学英语教学中是否具有较高的可行性,本课题使用问卷星设计了一份与本课题研究内容高度契合的调查问卷,选取24级机械专业两个班、24级土木两个班的本科生以及其他对本课题感兴趣并积极参与答卷的本科生作为研究对象,最终回收有效问卷201份。

本课题通过访谈确定大学生在文化外宣、英语学习、短视频实践方面感兴趣的主要问题,通过调查问卷了解大学生对中国传统文化及文化外宣精神内涵的认知和态度、文化外宣能力和英语学习及考试的关系以及在短视频实践与英语学习过程中所面临的困难和挑战,在英语课堂中设计“家乡”、“年味儿”为主题的短视频实践与展播活动,指导学生参加词汇、阅读、翻译、短视频制作等各类文化传播大赛,旨在形成以短视频实践为媒介提升大学生文化外宣能力的英语实践教学方法,培养和提高大学生的文化外宣能力,为高校英语实践教学提供有益的参考。

与对中国传统文化及文化外宣的精神内涵的认知和态度这一话题相关的问题共有7个。根据调查结果,首先,绝大多数受访者(97.01%)支持在英语课堂上引入中国传统文化相关实践活动,认为其文化底蕴深厚,值得继承和发扬。这表明受访者普遍对中国传统文化的重视程度较高。第二,大多数受访者对文化外宣的认知处于“了解一些”的阶段,占比达到70.15%。这表明受访者对文化外宣的整体认知水平较为一般,尚未达到深刻理解的程度。第三,大多数受访者(81.59%)表示喜欢观看汉英双语字幕、英语配音的文化外宣类短视频。这表明该视频形式在传播文化外宣内容方面是有效的。第四,受访者认为观看文化外宣类短视频最可能引发的行为是“参观相关文化活动”,占比为29.85%,紧随其后的是“到访某地”,占比27.86%。这表明观众对文化活动的参与意愿较强,可能是因为短视频能够有效激发他们的兴趣与好奇心。第五,在推荐传播中华优秀传统文化的英文版短视频时,51.74%的受访者选择“中华田园风(李子柒)”。这显示出主播在受访者中的广泛认可和影响力影响着受访者的推荐意向,美食文化在传播中华文化中具有重要性。第六,受访者认为,最受外国汉语学习者欢迎的中华文化元素是中国传统节日,占比32.34%,其次是中国功夫,占比28.36%。节日和功夫这两项文化元素更容易引起学习者的兴趣,可能是因为它们具有较强的视觉和参与性,能够带来丰富的文化体验。第七,视频媒体被认为是用英语传播中华文化最有效的途径,得到了57.21%

的支持。这表明受访者普遍认为视觉和听觉的结合能够更好地吸引受众并传达文化内涵。

与文化外宣能力和英语学习及考试的关系这一话题相关的问题共有 7 个。根据调查结果, 首先, 受访者认为在大学英语课本中接触的中国传统文化相关内容主要集中在“传统节日”(87.06%)、“传统文学”(69.15%)和“农业文化”(36.32%)。这反映出现行教材对中国古典文学、农业传统和历史的重视。第二, 阅读(88.06%)和翻译(77.61%)涉及中国传统文化较多。这说明掌握中国传统文化知识对大学生的英语学习与考试来说有现实意义。第三, 大多数受访者认为英语学习和中华优秀传统文化的传播之间存在密切的关系。这说明英语作为一种语言工具, 被大多数学生视为传播文化的重要方式。第四, 参与者普遍认为在英语课堂中融入文化外宣实践的最大好处是“丰富文化知识”, 这一选项的支持率高达 56.72%。这表明大多数人认为文化知识的丰富和传播是外宣实践的重要价值。第五, 52.74%的受访者认为“把英语单词和传统文化元素进行简单拼接展示”是最受欢迎的中华文化元素入课堂的形式。这表明将语言学习与文化元素结合的方式能够有效吸引学习者的兴趣。第六, 受访者对英语课堂实践形式的偏好主要集中在用英语讲述和表演中华传统文化故事上, 分别占比 45.27%和 41.29%。这表明讲述和表演形式更能吸引参与者的兴趣。第七, 绝大多数学生(65.67%)选择了“中国传统节日与习俗”作为最受欢迎的中华文化元素, 这类型视频能够引发学生的情感共鸣和文化认同。

与在短视频实践及与实践相关的英语学习过程中所遇到的困难及解决办法这一话题相关的问题共有 6 个。根据调查结果, 首先, 受访者对文化外宣类短视频的兴趣主题主要集中在“特色美食”上, 占比达到 36.32%, “名胜古迹”占比为 26.37%。这表明受访者对美食和历史文化的兴趣明显较高。第二, 参与者在制作文化外宣短视频时遇到的主要困难集中在“英语配音”和“剪辑与合成”这两个选项上, 均占据了 26.87%的比例。第三, 在完成字幕稿时, 使用机器翻译并自己校译是最受欢迎的选择, 占比 48.76%, 其次是使用机器翻译, 比例为 25.37%。这表明大多数受访者倾向于结合机器翻译和人工校对的方式进行翻译。第四, 在观看文化外宣类视频时, 绝大多数受访者(57.21%)更关注视频设计和制作的整体效果。第五, 在制作文化外宣类视频时, 绝大多数受访者更加注重视频设计和制作的整体效果, 占比达到 62.69%, 关注视频所反映的文

化内涵的受访者占 32.34%。这可能反映出文化外宣类视频吸引观众的视觉冲击力和专业性被认为是关键因素, 而文化内涵的传递虽然也受到重视, 但重要性不及整体效果。第六, 受访者在观看同学制作的文化外宣类短视频时, 最主要的困难是“听不懂英语配音”, 占比高达 68.66%, 其次是“看不懂英语字幕”, 占比为 19.9%。从这些数据可以看出, 语言障碍是观众在观看短视频时的主要问题。

2 课堂教学实践及结果

章洁指出“依托新媒体技术, 组织更多模拟实践情境的课堂活动和实践活动, 实现学生的自主性学习探究”(章洁, 2023)[10]。设计“宣传我的家乡”这一课堂实践环节, 帮助“文化外宣”概念进课堂、进头脑。在第一实践周期, 即 24-25 秋学期(24 年 11 月至 25 年 1 月), 在班级内进行短视频制作小组的分组和分工, 每个视频小组包含导演 1 人, 文字资料搜集与整理及汉语解说文本的策划撰写 1-2 人, 音视频素材、镜头脚本策划、短视频制作及特效 1-2 人, 翻译及英文字幕 1 人, 英文配音 1 人。一个实践周期内共完成并展播“安徽”(2 个)、“包头”、“赤峰”、“鄂尔多斯”、“贵州”、“邯郸”、“河北”、“黑龙江”、“兰州”、“陇西”、“内蒙古”(2 个)、“青城山”、“山西”、“西安”、“天津”、“云台山”、“云南”、“重庆”共 20 个相关短视频, 内容涵盖当地的地理、历史、人物、传统节日活动、特色非遗、传统工艺、美食、优秀传统文化、旅游、交流、社会及科技进步, 从学生本人的视角完成了对家乡的描述。

在第二实践周期, 即 24-25 春学期(25 年 3 月至 5 月)设计“家乡的年味儿”这一课堂实践环节, 进一步巩固“文化外宣”概念进课堂、进头脑。这个实践周期内共完成并展播“安徽”、“赤峰”(3 个)、“包头”、“通辽”、“鄂尔多斯”、“贵州”、“河北”、“河南”、“黑龙江”、“湖北”、“吉林”、“济南”、“江西”(3 个)、“满洲里”、“内蒙”、“宁夏”、“泉州”、“山东”(2 个)、“山西”、“陕西”、“西北”、“新余”共 26 个相关短视频。学生根据要求在寒假期间自行拍摄了素材, 展现了不同地方在过年期间的传统习俗, 展示了各地居民在衣食住行各方面的相同点与不同点。第二轮的视频准备得更充分, 也更具有创新性。学生在第一轮展示中积累了相当多的经验, 在第二轮展示中投入了更多精力, 所选取的展示主题更加丰富且刻意避免了重复主题, 所制作的视频观感更强, 在展示时学生对所展示的内容更感兴趣。

在为期一年的短视频实践过程中, 实验对象取得了黑龙江省翻译大赛优秀奖 1 项、“理解当代中国”短视频铜奖 1 项, “讲好中国故事”翻译热词三等奖 1 项, “融古通今”翻译百科知识竞赛三等奖 1 项、优秀奖 2 项。

总体说来, 大学生制作文化传播类短视频的制作优点包括: 视频素材拍摄于身边的真实环境, 具有鲜明的地域特色; 视频剪辑使用了一定特效, 叙述有一定逻辑, 有些镜头的设计很出彩, 充满了年轻人的设计感和活力; 有些同学的配音非常出众; 每个组都较认真地完成了视频, 每堂课的视频展示给同学们留下了深刻的印象。缺点包括, 画面太糊; 背景音乐声音太大, 听不清楚配音; 字幕字号、行数、对照设计不合理, 观感不好; 中文字幕不简洁, 汉语语法和逻辑有问题, 英文过度依赖机器翻译, 有语病, 存在硬译, 影响观众的理解。

3 结论与建议

为了提升中华文化的对外宣传效果, 应加强文化外宣精神内涵在大学生群体中的宣传和教育工作, 推动英语教科书的改革, 增加中国传统文化的相关内容, 从而增强学生对文化的理解和兴趣, 同时开展用英语表达中国传统文化的训练活动, 可以设计更具吸引力和实用性的实践活动, 提升大学生的兴趣和参与度, 增加英语配音、双语字幕短视频的制作和推广, 在审核后投入到新媒体平台上, 吸引更多广泛的外国观众, 推动青年人主导的文化交流互动, 形成文化外宣的良好效果。

参考文献

- [1] 习总书记.在主持中共中央政治局第三十次集体学习中的讲话 [EB/OL]. (2021-06-01)
https://www.gov.cn/xinwen/2021-06/01/content_5614684.htm.
- [2] 习总书记.高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗: 在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告 [EB/OL]. (2022-10-25)[2024-04-10].https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm.
- [3] 中国日报网.《2023 中国网络视听发展研究报告》发布 [EB/OL].(2023-03-31)[2023-05-01].
<https://sc.chinadaily.com.cn/a/202303/31/WS642636cca3102ada8b2361f4.html>.
- [4] 斯图亚特·霍尔.意识形态与传播理论[M].北京:军事译文出版社,1989.11-24.
- [5] 麦克卢汉.理解媒介[M].河道宽,译.上海:译林出版社,2019.
- [6] 扬·阿斯曼.文化记忆:早期高级文化中的文字、回忆和政治身份[M].金寿福,黄晓晨,译.北京:北京大学出版社,2015.
- [7] 聂小雪.新媒体环境下高校英语教学与改革分析[J].外语翻译,2018,(12):164-175.
- [8] 戴骅莹.我国主流媒体外宣短视频的跨文化传播研究——以 People's Daily, New China TV, CGTN, Sixth Tone 为例[J].今传媒,2004,(6):15.
- [9] 陈雪.短视频中天府文化传播与成都城市形象塑造研究[D].四川:成都大学.2023.
- [10] 章洁.新媒体技术支持下高校英语翻译教学的创新路径探索[J].新媒体应用,2023,(8):170.

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