

外语专业学生讲好中国故事的路径研究

——以“我向世界说中国”中英双语短视频为例

杨 峥, 王政钦, 高子蓓, 柳叶子, 伊家武

大连外国语大学英语学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2024年1月30日; 录用日期: 2024年3月27日; 发布日期: 2024年4月2日

摘 要

在中国文化国际传播的过程中,短视频日益成为重要的传播媒介,外语专业学生正在日益成为传播主体。相关领域的研究中更多地关注传播理论分析,缺乏基于大学生群体传播实践效果的分析与经验总结。本文以大连外国语大学英语学院某中国文化双语视频宣传团队为个案研究对象,通过访谈与问卷相结合的方式评估其系列视频的受认可度。调查结果发现该团队视频的受众认可度较高,并在视频主题选择、形式与内容设计等方面详细讨论了现状与改进空间。研究基于多主体参与的传播格局现实,丰富了对大学生群体参与文化国际传播的路径与效果探究,具有一定的现实意义。

关键词

中国文化, 国际传播, 大学生, 效果探究, 个案研究

A Study on the Ways for Students of Foreign Languages to Tell Chinese Stories Effectively

—A Case Study of Bilingual Short Videos in “Telling the World about China”

Zheng Yang, Zhengqin Wang, Ziqian Gao, Yezi Liu, Jiawu Yi

School of English Studies, Dalian University of Foreign Languages, Dalian Liaoning

Received: Jan. 30th, 2024; accepted: Mar. 27th, 2024; published: Apr. 2nd, 2024

Abstract

In the process of international communication of Chinese culture, short videos are increasingly becoming crucial media, and foreign language major students are emerging as key communicators.

文章引用: 杨峥, 王政钦, 高子蓓, 柳叶子, 伊家武. 外语专业学生讲好中国故事的路径研究[J]. 新闻传播科学, 2024, 12(2): 211-217. DOI: 10.12677/jc.2024.122034

Existing research in this field tends to focus more on communication theory analysis, lacking in-depth analysis and experiential summaries based on communication practices and effectiveness among university students. This paper takes a bilingual video promotion team from the English School of Dalian University of Foreign Languages as a case study, using a combination of interviews and questionnaires to assess the acceptance of their video series. The survey results reveal a high level of audience approval for the team's videos, and detailed discussions on the current situation and improvement spaces in aspects such as video theme selection, form, and content design. Grounded in the reality of a multi-subject participation communication pattern, this research enriches the exploration of the paths and effects of university students participating in cultural international communication, carrying practical significance.

Keywords

Chinese Culture, International Communication, University Students, Effectiveness Exploration, Case Study

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

党的二十大报告指出，要加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事，传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象[1]。随着我国综合国力和国际地位不断提升，构建好与之相匹配的国际传播能力及体系无疑是当前的重要任务。然而，当前我国在构建国际传播体系与塑造国家形象的过程中面临着西方舆论的攻击、围堵，甚至是“妖魔化”宣传。青少年在讲述中国故事中具有传播优势，是参与中国文化国际传播，讲好中国故事的重要力量。其中，外语专业学生是参与中国文化国际传播的生力军。

因此，探索外语专业学生进行中国文化国际传播的有效路径成为本文关注的焦点。本文希望从受众视角出发，通过对本团体制作的中国文化双语宣传短视频作品的效果评估和受众建议分析，探究外语专业学生以双语短视频形式进行中国文化宣传的有效路径，并提供相关经验，建议与参考。

2. 文献综述

中国的文化国际传播有着悠久历史。学者漆亚林指出(2023)，诸多对外交流的重大历史事件都影响着各国人民对古代中国的认知与判断，塑造着中国的国际影响力。如今，在新的时代背景下，我国的文化传播探索与国家形象建构也收获了一定的成效。中国在国际舆论场中的传播声量渐长，传播手段与策略亦在延续传统模式的同时探索多元协同参与的软传播，开辟新局[2]。然而，当前中国文化的对外传播存在着一些不足。学者黄会林在《坚守民族文化本性创造不可替代的“第三极文化”——提高中国文化国际传播能力的必要性与迫切性》(2012)中指出，在经济全球化的今天，中国文化对外传播水平与中国的经济发展水平极不相称。中国文化在世界范围内的影响力亟待加强[3]。文希在《从“跨”到“转”：中国文化对外传播的创新路径探析》(2023)中强调，传统的跨文化是以西方文明为中心，为西方文化的全球性扩张服务的，在新的时代背景下要探索创新路径，从而破除文化壁垒，讲好中国故事[4]。

同时，现有的国际舆论形势也使中华文化正确且有效的传播成为必要。2020年，新冠疫情的爆发，为对中国虎视眈眈的境外势力提供了抹黑中国的机会，这场中西方意识形态对立的舆论战愈演愈烈。境外势力对中国的抹黑不仅严重影响了我国的国际形象，更助长了我国内部反动势力的气焰，给谋求煽动

国家分裂的犯罪分子提供了里应外合的可乘之机。敌对国家政客及媒体对我国现状的歪曲、诋毁，在一定程度上使外国民众产生误解，甚至影响到了中外文化的友好交流。于是，向世界还原最真实的中国，刻不容缓。王灵玲、冯昊艳、贾茹在《“一带一路”背景下中国文化对外传播策略》(2021)中指出，我国对外宣传交流借助孔子学院、融合中国文化特色的活动等媒介展开[5]。郭正荣、郭海威(2023)认为，新时代语境下，要探索“共塑”的传播格局，推进多元协同参与。而在传播内容方面，既要重视历史悠久的中华优秀传统文化，亦大力传播蕴含时代特色的当代中国文化[6]。

在如今的时代背景与传播格局之下，讲好中国故事，要坚持系统观念，引领青年积极锤炼讲好中国故事的能力，从而构建中华文明“大传播”体系[7]。本文以大连外国语大学英语学院“我向世界说中国”中英双语视频宣传团队为个案，对该团队制作的中国文化宣传视频进行效果与建议层面的受众调查，以期评估其宣传效果，从而进一步探索外语专业学生群体参与中国文化国际传播的路径与方法。

3. 研究方法

3.1. 研究设计

本研究采用定性和定量相结合的研究方法。通过半结构化访谈和调查问卷相结合的方式进行数据收集与分析。问卷旨在从国内层面收集反馈与建议，访谈则侧重于了解视频在外国受众中的反响。

在半结构化访谈部分，设置 8 个访谈问题。问题包括开放式的询问，以便针对受访者回答展开深入探讨。在问卷部分，共包括两个问卷。第一个问卷主题为“关于‘我向世界说中国’系列中英双语视频的观众评估调查”。该问卷共设问题 8 道，其中第 3~8 题为打分题，以 1~5 分为打分范围。第二个问卷主题为“关于中国文化宣传的短视频受众意见调查”。该问卷同样设问题 8 道，第 2~7 题分别从观看兴趣、观看频率、视频时长、主题安排与内容设计等几个方面切入，询问受众意见，第 8 题为开放式问题，旨在收集外语专业学生的建议与看法。

3.2. 调查对象

访谈环节：通过实地采访与网络选取的方式确定了 8 名分别来自英国，孟加拉国，印度，阿根廷，美国，塞尔维亚，对中国文化国际传播关注度高、收看本宣传团队视频较多的外国友人。问卷环节：面向大连外国语大学英语专业师生发放问卷。

3.3. 数据采集方式

访谈在完全自愿的前提下进行，并以录音的方式对访谈结果进行了实时记录。问卷结果方面：第一个问卷以各题平均分作为结果的量化呈现，第二个问卷则以饼状图的形式呈现了各题统计结果的百分比。

4. 结果分析

4.1. 个案访谈部分实录与分析

采访者：在观看这些中英双语视频后，您对中国文化有什么新的认识或体会？有没有什么方面能够激发您的兴趣？

受访者 1：通过观看这些视频，我对中国文化有了更深入的了解。我发现中国有丰富的历史和传统，以及独特的价值观念。我特别被中国的艺术和哲学所吸引，比如中国的绘画和书法艺术，以及道家和儒家的思想。

在这段访谈中，受访者提到通过观看中英双语视频对中国文化有了更深入的了解。他们发现中国有丰富的历史和传统，以及独特的价值观念。受访者特别被中国的艺术和哲学所吸引，包括中国的绘画和书法艺术，以及道家和儒家的思想。这些回答表明通过这些视频，受访者对中国文化的知识得到了扩展，

对中国的历史背景有了一定的了解，并且对中国的艺术和哲学传统表现出浓厚的兴趣。

采访者：这些中英双语视频在传达中国文化方面的有效性如何？您认为它们能够准确地展示中国的价值观、传统和习俗吗？如果有改进的地方，您有什么建议？

受访者 2：视频在传达中国文化方面的有效性：我认为这些视频在讲述中国文化方面非常有效。它们通过生动的图像和描述，向我们充分展示了中国的价值观、传统和习俗。然而，如果能够更注重细节和背景信息，并提供更多的实景镜头画面，可能会让我们更深入地理解中国文化，也更能真实地感受文化的魅力。

在这段访谈中，受访者认为这些中英双语视频在传达中国文化方面非常有效。他们指出这些视频通过生动的图像和生动的描述向观众展示了中国的价值观、传统和习俗。然而，受访者认为如果这些视频能够更注重细节和背景信息，并提供更多的实例和案例，可能会让观众更深入地理解中国文化。这表明在视频制作方面有一些改进的空间，例如增加细节、背景信息和实例，以提供更全面和深入的了解。这样的改进有助于进一步提升这些视频的效果，使其更准确地展示中国的价值观、传统和习俗。

采访者：这些中英双语视频在语言和文化之间的翻译和传达方面如何表现？您认为它们成功地将中文文化概念转化为易于理解的英文表达了吗？如果有需要改进的地方，您有什么建议？

受访者 3：你们(视频制作者)在语言和文化之间的翻译和传达方面做得不错。它们成功地将中文文化概念转化为易于理解的英文表达，并通过口译和字幕等方式帮助我们理解中文的原始含义。但是，有时候一些文化特定的词汇和概念可能需要更详细的解释，以确保我们这些没有充分中国文化背景的人完全理解。

在这段访谈中，受访者认为这些中英双语视频在语言和文化之间的翻译和传达方面做得不错。他们表示这些视频成功地将中文文化概念转化为易于理解的英文表达，并通过口译和字幕等方式帮助他们理解中文的原始含义。然而，受访者指出有时候一些文化特定的词汇和概念可能需要更详细的解释，以确保那些没有充分中国文化背景的人完全理解。

根据受访者的回答，可以得出结论：这些中英双语视频在语言和文化之间的翻译和传达方面表现良好，成功地将中文文化概念转化为易于理解的英文表达。然而，有改进的空间，尤其是在解释文化特定词汇和概念时，提供更详细的解释可以帮助没有充分中国文化背景的观众更好地理解。这样的改进将进一步提高视频的有效性和传达力。

采访者：对于那些对中国文化不太了解的人来说，您认为这些中英双语视频是一个好的起点吗？如果是，您觉得还有哪些其他的主题或方面可以通过类似的视频来介绍给他们？如果不是，您认为还有什么其他的方法可以更好地向他们介绍中国文化？

受访者 4：对于对中国文化不太了解的人来说，这些中英双语视频是一个很好的起点。它们提供了一个简洁而全面的介绍，帮助外国人了解中国的核心文化价值观和传统。除了这些视频，我认为通过参观博物馆、参加文化交流和与中国人交流等方式，也可以更深入地了解 and 体验中国文化。

对于对中国文化不太了解的人来说，这些中英双语视频是一个很好的起点。它们提供了一个简洁而全面的介绍，帮助外国人了解中国的核心文化价值观和传统。这些视频可以涵盖各种主题，以进一步介绍中国文化。例如，可以有视频介绍中国的传统节日、传统音乐和舞蹈、中国的哲学思想以及中国的传统医学等。这些主题将有助于外国人更全面地了解中国文化的不同方面。

除了中英双语视频，还有其他方法可以更好地向那些对中国文化不太了解的人介绍。参观博物馆和艺术展览是一种深入了解中国文化的方式，通过展览和文物可以直观地了解中国的历史和文化发展。参与文化交流活动，如汉语角、中国文化节等，可以与中国人互动并深入了解他们的文化习俗和价值观。此外，与中国人交流，通过对话和互动，可以直接体验和了解中国文化。

综上所述，对于对中国文化不太了解的人来说，中英双语视频是一个很好的起点，可以提供简洁而全面的介绍。此外，参观博物馆、参加文化交流活动和与中国人交流等方式也可以帮助他们更深入地了解和体验中国文化。

4.2. 问卷调查结果展示与分析

第一个问卷——“关于‘我向世界说中国’系列中英双语视频的观众评估调查”累计填写人数 145 人，均为有效问卷，即有效问卷 145 份。从参与调查者的年龄来看，年龄为 18~30 岁之间的人群占比最高，达 89.66%；18 岁以下、40~60 岁、60 岁以上分别占比 6.21%、2.07% 和 1.38%。可以看出本调查结果以 18~30 岁的年轻人群体为主，比较契合对本文研究主题受关注度最高的人群(见图 1)。

1、您的年龄是？

收集结果：145 条

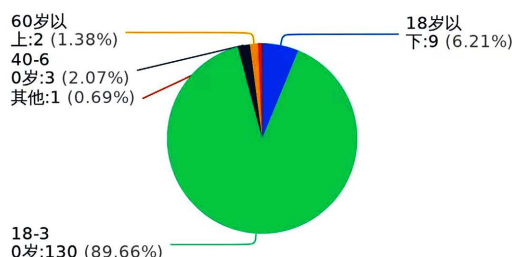


Figure 1. Distribution of survey respondents by age
图 1. 问卷填写者年龄分布图

在本问卷主要问题部分，分别就受众认为的视频合理时长、受众感兴趣的视频主题以及中国文化对外传播视角下主题内容优先级选择三个方面收集到调查结果并进行数据分析。

在视频的合理时长方面，近半数受众(占比 46.21%)认为视频长度应在 1~3 分钟之间，可见受众倾向于接受时间长度适中，既不短于 1 分钟又不长于 3 分钟的视频(见图 2)。

4、您认为视频的合理时长应为

收集结果：145 条

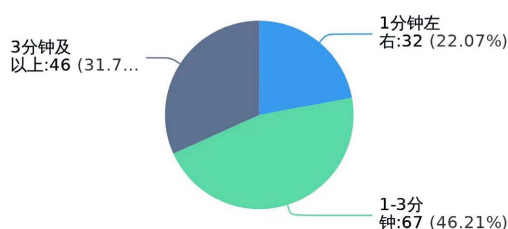


Figure 2. Distribution of chosen durations for reasonable video length
图 2. 视频合理时长选择分布图

在视频主题选择方面，问卷的两个问题分别侧重于调查受众个人兴趣和对中国文化对外传播的视角下主题优先级选择，结果发现，饮食文化一项在两个问题中的占比均为最高，分别占 23.06% 和 19.87%，可

见受众倾向于选择中国饮食文化作为主要的对外传播内容，因此从受众视角来看，在视频内容选择上，可以更多倾向于饮食文化宣传，加强视频内容的国际传播力。其余各项主题中文化差异类选择占比也相对较高，亦可作为内容选择的重要参考。具体各项占比如图所示(见图 3，图 4)。

5、您认为下列系列主题中最感兴趣的是？

收集结果：145 条

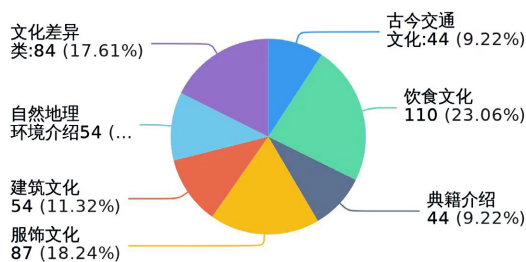


Figure 3. Distribution of chosen interests in video themes

图 3. 视频主题兴趣选择分布图

7、站在中国文化对外传播角度，您认为以下哪些内容优先级较高？

收集结果：145 条

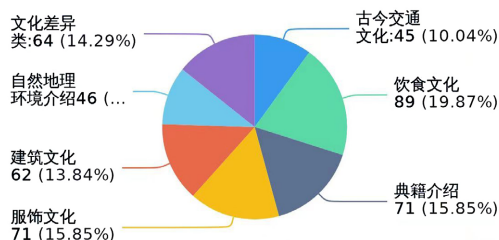


Figure 4. Distribution of chosen priorities for video content

图 4. 视频内容优先级选择分布图

第二个问卷——“关于中国文化宣传的短视频受众意见调查”累计填写人数为 75 人，均为有效问卷，即有效问卷 75 份。从参与调查者的年龄来看，年龄为 18~22 岁之间的人群占比最高，达 54.7%。

在第 3~7 题中，参与调研者为各期视频的打分平均分分别为：第一期视频 - “桥的文化起源” 4.97，第二期视频 - “赵州桥” 4.93 分，第三期视频 - “大连星海湾大桥” 4.87 分，第四期视频 - “港珠澳大桥” 4.91 分，第五期视频 - “东亚文化之都大连” 4.91 分。在第 8 题中，“对该系列视频文化宣传效果的总体评价” 得分为 4.93 分。

5. 结论与展望

问卷结果显示，各期视频所得平均分均较高(除第三期得分为 4.87 分之外，其余各期及总体评价均高于 4.9 分)，反映出团队视频受认可度较高，收获了积极成效。此外，基于受众建议分析，视频长度应在 1~3 分钟之间，视频主题方面中国饮食文化最受欢迎，可作为日后中国文化宣传类视频着重努力的方向。

就研究本身而言,本研究尚存一定的局限性。一方面,本研究对于国内群体与国外受众就不同角度分别进行了定量与定性研究,并未使定量与定性研究产生来自于同一群体的联系性。另一方面,本文中的数据分析主要以百分比、平均分的形式呈现,缺乏对 SPSS 数据分析等更加精确的数据分析模型的应用。

尽管本研究在数据分析模型应用上存在一定的不足,但本研究聚焦于外语专业大学生群体,进行了比较详细的个案分析,并结合国内外受众视角,探究了诸多中国文化国际传播类视频制作过程中应当被进一步关注到的细节,为外语专业学生乃至全体参与到中国文化国际传播中的大学生开展对外文化传播活动提供了一定的实践经验。在今后的研究中,希望更多地开展具有外语类专业与新闻传播类专业优势互补特色的对外传播宣传实践,并更多地基于特定宣传内容开展针对特定人群的分类式受众意见调查,从而丰富实践视角,探索大学生进行中国文化国际传播的有效路径。

参考文献

- [1] 中华人民共和国中央人民政府官网. 习近平: 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]. https://www.gov.cn/gongbao/content/2022/content_5722378.htm, 2024-01-30.
- [2] 漆亚林. 中国国家形象建构的历史进路与路径选择[J]. 人民论坛·学术前沿, 2023(24): 5-14.
- [3] 黄会林. 坚守民族文化本性创造不可替代的“第三极文化”——关于中国文化国际传播力的思考[C]//文化艺术出版社. 第六届世界儒学大会学术论文集. 北京: 文化艺术出版社, 2013: 58-63+12.
- [4] 文希. 从“跨”到“转”: 中国文化对外传播的创新路径探析[J]. 文化与传播, 2023, 12(3): 11-16.
- [5] 王灵玲, 冯昊艳, 贾茹. “一带一路”背景下中国文化对外传播策略[J]. 理论观察, 2021(4): 116-118.
- [6] 胡正荣, 郭海威. 转场与缝合: “一带一路”影像传播与中国国家形象建构研究[J]. 中国电视, 2023(10): 5-12.
- [7] 石雪, 朱国栋. 引领青年讲好“中国故事”, 构建中华文明“大传播”体系[J]. 理论导报, 2023(9): 33-34.