

创作式学习视角下英语文化短视频的跨文化交流价值探索

刘蕊嘉, 林怀瑾

北京信息科技大学外国语学院, 北京

收稿日期: 2025年9月24日; 录用日期: 2025年10月27日; 发布日期: 2025年11月6日

摘要

随着数字媒介技术的迅猛发展, 短视频已成为跨文化传播的新兴主力军。本文从“创作式学习”的理论视角出发, 以中国社交媒体平台上由用户创作的英语文化短视频为研究对象, 探讨其在新媒介语境下所蕴含的跨文化交流价值。论文首先梳理了创作式学习与跨文化交流的理论内涵, 进而分析英语文化短视频在内容生产、传播模式与受众接受上的特征。研究认为, 此类短视频以其创作主体的多元化、内容叙事的具身化、传播过程的互动性, 有效地打破了传统跨文化交流中的刻板印象与权力结构, 构建了一种“具身参与”式的文化理解新模式。它们不仅是语言学习的工具, 更是文化认同建构、文化差异协商的实践场域, 为全球化时代的跨文化交流提供了平民化、情感化和高效化的新路径。最后, 本文也对其面临的挑战进行了反思, 并展望了其未来的发展路径。

关键词

创作式学习, 跨文化交流, 英语短视频, 文化认同, 数字媒介

Exploration of the Cross-Cultural Communication Value of English Cultural Short Videos from the Perspective of Creative Learning

Ruija Liu, Huaijin Lin

School of Foreign Languages, Beijing Information Science & Technology University, Beijing

Abstract

With the rapid development of digital media technology, short videos have become a new main force in cross-cultural communication. From the theoretical perspective of “creative learning”, this article takes English cultural short videos created by users on Chinese social media platforms as the research object, and explores their cross-cultural communication value in the context of new media. First, the paper sorts out the theoretical connotations of creative learning and cross-cultural communication, and then analyzes the characteristics of English cultural short videos in terms of content production, communication mode and audience acceptance. The study holds that, with the diversification of their creators, the embodiment of content narration and the interactivity of the communication process, such short videos effectively break the stereotypes and power structures in traditional cross-cultural communication, and construct a new “embodied participation” mode of cultural understanding. They are not only tools for language learning, but also practical fields for cultural identity construction and cultural difference negotiation, providing a civilian-oriented, emotional and efficient new path for cross-cultural communication in the era of globalization. Finally, the paper also reflects on the challenges it faces and looks forward to its future development path.

Keywords

Creative Learning, Cross-Cultural Communication, English Short Videos, Cultural Identity, Digital Media

Copyright © 2025 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

全球化与数字化的交织并进,深刻地重塑了文化交流的图景。以传统的媒体为主导的跨文化传播模式,正日益受到来自民间、自下而上的新媒体实践的挑战。其中,短视频凭借其短小精悍、直观生动、社交属性强的特点,异军突起,成为当代青年群体获取信息、认知世界、进行文化交流的重要窗口。

在中国,由用户主导的英语文化短视频内容创作浪潮正在兴起。众多创作者,包括学生、海外华人、外语爱好者乃至普通民众,开始主动使用英语这一全球性语言作为工具,创作并发布大量以中国文化、中外文化对比、日常生活分享为主题的短视频。这一现象超越了单纯的语言教学或娱乐消遣,构成了一种独特的文化实践。它为何发生?其背后的传播机制为何?更重要的是,它对于促进有效的跨文化交流具有何种价值?这些正是本研究所要核心探讨的问题。

“创作式学习”理论为解读这一现象提供了有力的理论框架。该理论认为,最深层次的学习并非源于被动的接收,而是源于主动的创造与分享过程。将这一视角引入跨文化交流研究,意味着我们关注的焦点从“传播了什么文化内容”转向了“文化如何通过创造性的实践被理解、诠释和传播”。基于此,本研究旨在深入探索:在创作式学习的视角下,中国创作者生产的英语文化短视频,如何通过其独特的创作与传播过程,实现并提升了其跨文化交流的价值。

2. 理论特点

2.1. 创作式学习理论的主要特点

创作性学习是形象思维起主导作用的一种学习活动[1]创作性学习与传统“灌输式”学习相比, 其特点显著: [2] [3]

1. 主体性: 学习者从被动的消费者转变为主动的创造者, 学习动机由外部驱动转为内在兴趣驱动。
2. 实践性: 学习嵌入在具体的创作实践中, 如制作视频、创作艺术品等, 强调“在做中学”。
3. 社交性: 创作成果通常用于分享与交流, 学习者通过社群反馈进行反思与改进, 学习过程具有社会协商的属性。

2.2. 跨文化交流在短视频时代的新内涵

跨文化交流不仅仅是指不同文化之间的翻译, 更是对不同文化的深层理解和尊重, 在短视频时代, 其内涵得以拓展:

1. 传播主体平民化: 交流不再仅是媒体或文化精英的责任, 每个个体都可以成为文化的传播节点。
2. 传播内容生活化: 交流内容从宏大的、官方的文化叙事, 转向日常的、琐碎的生活实践(如“吃什么”、“怎么购物”), 这种日常化叙事更具接近性和亲和力。
3. 传播模式互动化: 评论、点赞、转发、合拍等功能使得交流从单向传播变为多向、即时的对话与互动, 文化交流成为一个动态的、共同建构的过程[4]。

创作式学习理论与新媒体时代的跨文化交流存在高度的内涵契合。二者都强调主体的能动性、过程的实践性。因此, 用创作式学习的镜头来审视英语文化短视频现象, 能够深刻揭示其如何通过“创作”这一行为本身, 深化对自我文化的理解, 并促成更有效的跨文化对话。

典型案例可见“Li Ziqi”及同期抖音“Chinese Break fast”话题: 普遍创作者通过生活化日常(做早餐、腌腊肉)获得亿级互动量, 并在评论区与全球观众就食材、器具、节气知识展开多向补充, 验证了“平民 - 生活 - 互动”三维扩展的现实效力。

3. 英语文化短视频的创作特征

在中国的短视频平台上, 比如抖音、B 站、小红书等, 英语文化短视频已自成体系。从其创作特征来看, 它完美地诠释了一场大规模的、公众参与的创作式学习实践。

1. 创作主体的多元性[5]: 创作者并非局限于职业媒体人, 可以是一个留学生、一个在华外国人、一个中国文化爱好者。他们使用第一人称视角, 从“我”的亲身经历和感受出发, 讲述文化故事。这种基于真实个人体验的叙事, 极大的增强了内容的可信度与亲和力, 使观众产生强烈的“共情”与“身份代入”, 仿佛置身参与文化体验。非职业媒体人同样可成为跨文化叙事节点。初中英语教师龙瑾(“龙叔叔讲英语”)在抖音发布课堂互动视频, 单条播放 1.6 亿次, 获赞 368 万(Douyin, 2024), 其“教师 - 学生”真实关系强化了文本可信度。

2. 内容制作的探究性[6]: 为了用英语准确地介绍一个中国文化概念(如“内卷”、“烟火气”), 创作者必须进行大量的资料查阅、理解消化和语言转换工作。这本质上是一个探究式学习和不同文化转译的过程。他们需要找到相关文化受众能够理解的类比、比喻和解释, 这迫使创作者超越表面现象, 思考文化差异的深层根源。抖音创作者@乔伯伯英语 用伦敦腔英语演绎《出师表》, 他将“先帝创业未半而中道崩殒”翻译为“The late emperor passed away before completing his mission to restore the Han Dynasty”, 既传达原文庄重惋惜, 又突出使命感。这需要对古典文学和英语表达都有深厚理解。

3. 视频的体验性[6]: 短视频融合了口语、文字、背景音乐、画面剪辑、表演等多种符号资源。创作者可以通过亲身演示、实地拍摄等日常方式, 将抽象的文化知识转化为可感知、可体验的具象内容, 极大地增强了文化传播的沉浸感和感染力。双语短视频栏目《街巷故事 2.0》中, 兰州十一中学的邹友亮和泰国留学生林杰海在中山桥上实地互动, 邹友亮用流利的英文介绍兰州特色, 如“刮碗子”(喝三炮台茶)。这种即兴互动和实地拍摄展现了真实的文化碰撞, 增强了沉浸感。

4. 基于反馈的学习: 短视频平台及时的评论区互动为创作者提供了一个持续的反馈环路。观众的提问、质疑和好奇, 会成为创作者下一期视频的灵感和素材。这种“创作-发布-反馈-调整-再创作”的循环, 使文化内容的准确性和传播有效性在不断迭代中得以提升。小红书博主“Amber2.0 早期以‘变装+口语’内容为主”, 后根据用户反馈和互动, 开创《这个留子能谈吗》系列, 用双语分析相亲嘉宾, 单月涨粉超 35 万。观众的提问和互动直接影响了其内容方向的调整和优化。

4. 跨文化交流价值的核心体现

4.1. 破解文化刻板印象, 展现多元复杂的现代中国形象

长期以来, 西方的中国形象易在“古老神秘”与“威胁论”两种刻板印象间摇摆。官方外宣往往宏大而严肃, 有时难以触达海外普通民众。而英语文化短视频则从个人化、生活化的视角, 呈现了一个立体、复杂、充满烟火气的现代中国。内容涵盖国潮时尚、科技生活、社会热点、青年困惑等, 打破了西方受众对中国的单一僵化认知, 为“中国故事”的叙事增添了丰富而真实的细节[7]。

2025 年 2 月, 英国自媒体人 Josh (“Josh China”) 发布 7 集微纪录片《我在中国送外卖》, 记录无人配送车与 15 分钟社区生活圈, 单集播放 1.2 亿次, 被《卫报》引用为“技术友好体验”例证, 可见生活流叙事可削弱“技术威权”刻板框架(中国日报网, 2025)¹。

4.2. 降低交流门槛, 激发共情与情感连接

短视频的轻量化、趣味化特性, 显著降低了跨文化交流的心理门槛和知识门槛。一个幽默的中外饮食对比视频, 比一本文化研究著作更能吸引普通大众的参与。通过视觉、听觉和故事化的叙事, 短视频能够更快地激发观众情感共鸣。当海外观众看到一个中国家庭忙碌而温馨地准备年夜饭的场景时, 他们所感受到的对家庭团聚的重视, 是一种跨越文化的人类共通情感。这种情感连接是促成积极文化态度的关键基础。跨文化共情遵循着“情感先行”的机制, 在“中美夫妻档”的《中美年夜饭 PK》以分屏对照“12 道中餐/火鸡 + 派”, 辅以双语字幕与罐头笑声, 48 小时获赞 460 万, 英文评论占 42%。饮食与家庭双重通过符号语言压缩文化差异, 使受众在轻量的叙事中完成情绪对接, 验证了“符号-共情-态度”链路的有效性(搜狐, 2025)²。

5. 挑战与反思

尽管潜力巨大, 但当前英语文化短视频的跨文化交流实践仍面临诸多挑战:

1. 内容深度的“浅平化”风险[8]: 短视频的时长限制易导致文化内容被简化、碎片化, 难以传达深层的文化内涵和历史语境, 可能引发新的误解。

比如 2025 年春运短视频仅展示人流而未解释“返乡”背景, 部分海外用户误读为“人口管控”, 提

¹中国日报网. 如何有效破解西方在“中国形象”话语建构中的污名化?

<https://column.chinadaily.com.cn/a/202501/15/WS6787180da310b59111dadcb4.html>

²搜狐. 跨文化共情: 如何打破文化隔阂的新时代沟通方式?

https://www.sohu.com/a/859273146_121956424

示我们碎片化的呈现可能诱发新误解(中科院心理所, 2024)³。

2. 算法推荐的“信息茧房”效应[9]: 平台算法倾向于将内容推荐给已有相同兴趣的用户, 可能导致视频仅在对外文化已有好感的群体中传播, 难以触达乃至改变那些抱有偏见的群体。

B 站智库(2024)指出, 算法使“已持积极态度”用户接受 90%同类内容, 而“潜在偏见群体”触达率不足 7%, 这限制了跨圈层的说服。

3. 语言能力与跨文化素养的局限: [10]创作者的语言水平和跨文化理解力参差不齐, 不准确的翻译或解释可能造成传播过程中的信息损耗或曲解。因此语言能力仍是精准传播的瓶颈。

6. 结论与展望

本篇文章从创作式学习的理论视角出发, 论证了英语文化短视频作为一种新兴的民众实践, 所具有的独特跨文化交流价值。它不仅仅是一种内容产品, 更是一个动态的、参与式的文化学习与交流过程。通过主动创作, 创作者深化了对本土文化的认知; 通过社交互动, 他们与全球受众共同协商着文化意义, 构建了理解差异的“第三空间”[11]。

展望未来, 为了进一步释放其潜力, 首先需要鼓励更多元、更深入的内容创作, 例如通过系列短视频的形式, 系统性地介绍某一文化主题。其次, 提升创作者的跨文化传播素养关重要, 包括文化知识的准确性、对他者文化的敏感度以及应对争议的能力。最后, 观众也应被培养成为更具批判性的媒介消费者, 能够意识到算法茧房的存在, 并主动寻求多元信息。

英语文化短视频代表了跨文化交流的一种新范式: 它从宏观走向微观, 从单向灌输走向双向互动, 从专业主导走向个体赋能[12]。在创作式学习的框架下, 它证明了交流的真正价值不仅在于“被看到”, 更在于“共同创造”。每一位拿起手机、用英语分享自己文化的中国青年, 都在这个过程中, 既成为了更好的学习者, 也成为了更有效的文化交流者。

致 谢

感谢方元老师辛勤指导!

参考文献

- [1] 燕国材. 创作式学习初探[J]. 江西教育科研, 2004(10): 3-4+24.
- [2] 彭兰. 新媒体传播: 新图景与新机理[J]. 新闻与写作, 2018(7): 5-11.
- [3] 彭兰. “新媒体”概念界定的三条线索[J]. 新闻与传播研究, 2016, 23(3): 120-125.
- [4] 齐伟琴, 张丹丹. 国际交流视角下英语跨文化传播能力的培养路径研究[J]. 国际公关, 2025(4): 32-34.
- [5] 覃斌, 王锦绣. 生成式人工智能重构文旅短视频生产模式: 路径、挑战和对策[J]. 沿海企业与科技, 2025, 30(4): 96-102.
- [6] 凌凯. 新媒体短视频的特征及内容创作研究[J]. 采写编, 2024(10): 101-103.
- [7] 汪妍佳. 新媒体语境下国家形象跨文化传播的研究[J]. 采写编, 2024(4): 81-83.
- [8] 黄婷婷. 新媒体短视频精细化制作的“三促三推”[J]. 记者摇篮, 2025(9): 33-35.
- [9] 张金艳, 刘沅林. 算法推荐技术下短视频“信息茧房”的检视及其法律规制[J]. 学习论坛, 2025(4): 128-136.
- [10] 王标. 英美文学的跨文化交流研究[J]. 中原文学, 2024(19): 57-59.
- [11] 姬德强, 朱泓宇. 传播、服务与治理: 媒体深度融合的三元评价体系[J]. 新闻与写作, 2021(1): 25-31.
- [12] 史安斌, 杨晨曦. 数智时代新世代青年的跨文化传播: 创变、挑战与愿景[J]. 对外传播, 2025(6): 4-8.

³中国科学院心理研究所. 心理所研究提出共情影响因素框架并揭示其在共情提升训练中的应用效果.
https://psych.cas.cn/news/kyjz/202410/t20241021_7405122.html