

短视频创新：国际中文教育中华文化传播新路径

刘淑君*

四川大学 四川成都 610000

摘要：短视频的迅速发展是当今世界发展趋势的必然结果，短视频不仅打破了如报纸期刊、电视广播等传统媒介的局限性，更具有轻快便捷的特点，能够在当今“注意力为王”的社交时代抓住受众的碎片时间。而将短视频运用到国际中文教育的教学实践也是如今十分火热的新渠道和新方法，“短视频+中国文化”、“短视频+汉语教学”新模式的实践也产出许多研究结果。针对这样的新思路，本文将给出在汉语教学中，运用短视频形式进行中华文化传播创新的构想。

关键词：国际中文教育；中华文化传播；短视频

引言

国际中文教育事业与中华文化传播息息相关，面对如今现代科技快速发展带来的形势，国际中文教育更应当充分利用线上教学积累的经验和方法，通过短视频形式充实汉语课堂，促进汉语教学和文化传播。

一、国际中文教育形势与机遇

在2020年之前，国际中文教育以线下的面对面教学形式占主导，每年会有无数的汉语教师和志愿者前往海外进行实地的汉语教学，同时也有世界各地的留学生来到中国高校学习深造。但由于客观原因，使国内汉语教师及志愿者前往海外进行教学的难度加大，在这样的情况下，国际中文教育开始转变教学模式和方法，积极探索并建设线上教学形式和方法，进入了线上线上混合教学模式。学生可以通过孔子学院、孔子课堂等形式进行面对面的线下学习，也可以选择不同的在线教学平台进行远程虚拟课堂学习。

其中，线上教学模式虽起步较晚，但发展极为迅速，积累了大量的教学技术、教学模式、师资力量和教学资源。为了满足不同国家学生不同的学习习惯和特点，汉语教师充分运用钉钉、超星、WeLink、Zoom、雨课堂、腾讯会议等软件。为了更好地避免线上教学相对枯燥无味的特点，教师也同样在提升自己的教学技能，成为更加全方位的技术性人才，不仅要熟练使用各类软件与学生进行沟通并展开教学，更要运用更多有趣的技术形式来提高课堂的趣味性和直观性。更有大量的在线教学平台如雨后春笋般出现，这都为国际中文教学创造了很好的

发展环境和氛围。

与此同时，很多社交软件也开始发挥重要作用，如在Wechat, Tik Tok, YouTube, Instagram, Bilibili等软件当中，出现许多旨在展现中国文化、汉语趣味教学等相关内容的账号和视频，既有官方账号，更有大量民间私人账号以更加贴合生活的新鲜视角呈现不一样的中国。

综上所述，在国际中文教育领域，线上、线下两种教学模式具有相当的重要程度，网络上除了大型线上教学机构平台之外，在社交媒体上开始涌现很多以文化传播、中文学习为目标的视频账号，在碎片化的时间中为国际中文教育提供了更多的机会，我们应当抓住这个机遇，优化创新短视频形式与内容，利用短视频形式更好辅助线上线下汉语教学、并推进中华文化传播。

二、短视频在国际中文教育中华文化传播的优势

1. 满足碎片化学习习惯

在当今快节奏的现代生活中，人们的时间愈发呈现出碎片化的特征。国际中文教育的受众群体广泛，涵盖了不同年龄、职业、地域的人群，他们在忙碌的日常中往往难以抽出大块连续的时间用于学习中文与深入了解中华文化。短视频凭借其时长通常在几分钟甚至几十秒的特性，完美适配了这种碎片化的生活节奏。

2. 迎合多元文化背景偏好

国际中文教育面向全球各个国家与地区，受众具有极为多元的文化背景，其对中华文化的兴趣点与认知需求自然各不相同。短视频内容丰富多彩，形式更是五花八门，能够全方位、多层次地迎合不同受众的个性化偏好。

从地域维度来看，亚洲地区的学习者因与中国地缘

相近、文化交流频繁,对中国的传统节日如春节、中秋节等民俗文化展现出浓厚兴趣,相关短视频如介绍春节贴春联、包饺子,中秋节赏月、吃月饼习俗由来与庆祝方式的内容,在亚洲国家受众中点击率颇高;而欧美地区学习者则更倾向于中国的哲学思想、科技创新成果,像解读《论语》经典语句蕴含哲理、展示中国5G技术应用场景的短视频,能有效吸引他们深入探究。

3.突破地域、时间限制

互联网早已打破了传统意义上的时间地域限制,可国际中文教育线上教学模式还是会受到时间和地域的影响,由于师生之间存在有时差和网络信号等客观障碍,汉语教学更多采用直播、录播或录播直播相结合的方式。而短视频形式以其数量大、渠道多、时间短的特点,让国际中文教育实现了真正意义上的全球化。

短视频面向的受众更广,所有使用社交媒体、视频应用的人都可能随时随地刷到与国际中文教育相关的短视频内容,成为中文学习的潜在学习者。接着大数据会为其推送更多更有针对性的视频,学习者会逐渐对中国文化产生更大的兴趣,运用日常碎片化的时间,了解到最基础的中文词句和文化知识,为系统的中文学习起到铺垫和推动作用。

三、短视频在国际中文教育中中华文化传播的不足

1.内容深度不足

尽管当前短视频在国际中文教育领域为中华文化传播带来诸多活力,但部分短视频在内容深度挖掘方面存在显著欠缺。以一些介绍中国旅游景点的短视频为例,往往只是聚焦于景点的外观风貌,如展示长城的雄伟壮丽,镜头多停留于绵延的城墙、烽火台的外观,简单提及游客熙攘、景色壮美,但没有任何文化层面上的重点。

此类浮于表面的内容,难以满足国际受众尤其是对中华文化怀有浓厚探索欲、期望深入了解的群体需求。对于渴望探究中国文化精髓的学习者而言,这般浅尝辄止的介绍无法为他们提供足够的知识养分,难以支撑其构建起对中华文化全面且深入的认知架构,在一定程度上限制了中华文化通过短视频这一媒介的深度传播效能。

2.创新性欠缺

在竞争激烈的短视频市场,创新性是脱颖而出的关键,然而当下部分国际中文教育相关的短视频在形式上,同质化现象颇为严重,大量短视频采用单一的讲解模式,画面单调、缺乏变化,极易让受众产生视觉疲劳。例如众多语言教学类短视频,仅是教师在固定场景下机械讲

解词汇、语法,背景布置千篇一律,毫无特色亮点。

在内容创意与互动环节设计上,同样乏善可陈。多数短视频缺乏与受众的有效互动,未能充分利用短视频平台的互动功能激发受众参与热情。很少设置提问、挑战、投票等环节引导受众留言评论、分享观点,使得受众始终处于被动观看状态,难以全身心融入学习情境。

四、短视频在国际中文教育中中华文化传播的创新与优化

1.建立中国文化的特色IP

特色IP在此处指的是,具有中国特色和代表性的卡通动画人物,熊猫作为一种很有代表性的形象便是很好的例证。同时,利用人工智能(AI)、虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术等现代技术为特色IP增加科技感和新鲜感,增强学生的沉浸式体验。我们在视频中的形象可以采取虚拟形象的方法来增加视频的科技感和互动感,或者通过大数据调查的方法让国外网友们选择自己最喜欢并熟悉的中国形象,最重要的是一定要使视频形象展现一种轻松、非官方、偏娱乐的风格。

2.降低短视频中语言内容数量和难度

由于短视频是对正式的汉语课堂教学起到辅助作用,使学生在课下闲暇时间中刷短视频时,可以轻松愉快地看完该系列视频的内容,不会因教学内容过多过难、或教学目的过于明显而引起学生的厌烦情绪。

语言内容的选择上不可过于中规中矩,《国际中文教育中文水平等级标准》中的词汇或语法仅作为参考,我们可以更多从趣味、新奇和实用的角度去选择,比如我们可以从“儿化词”的角度入手,选择儿化前后词义发生变化的词汇,结合具体的情景,以幽默的方式去展现二者的不同。

此处我们可以借鉴在YouTube和Tik Tok上十分热门的一个教授西班牙的IP,其创作者的课程ins为officialgregthelizard,课程tiktok账号为@leumas.ogaitnas。他的视频中是一只蓝色的科密特蛙手偶,手偶的拿着一根尺子,会在读句子时边说边指向对应的单词。视频的长度多在1分钟左右,内容多是按照一句英语一句西班牙的形式教一些十分日常的句子。

由于手偶的形象十分可爱诙谐,并且会根据句子做出相应的口型变化,根据句子的内容选择不同的语气,所以在观看时会感觉十分轻松愉悦,不由自主地想要张口说一说。虽然仅通过这些视频并不能系统地掌握西班牙语,但是它却可以很好地激发学生的学习兴趣 and 热情、

或者潜移默化地进行课下的语音发音练习。

3. 细化短视频类别、突出中国文化内容

除了汉语词句教学类的短视频外,可以用更多视觉影像的形式来介绍汉字或其他方面的中国文化内容。这一方法,李子柒在YouTube上的订阅量刷新吉尼斯世界纪录、在国际社交平台上走红的事例给予了我们很好的建议。李子柒的视频内容多数没有大量的语言或文字表述,更多在展现山间田园风光,展示笔墨纸砚、豆腐、酱油等传统制作工艺的全部过程。这样的表达可以大大降低语言壁垒带来的影响,减轻学生畏难情绪或学习压力。观看者通过美好祥和的画面,自己来感受和体悟视频背后的深意。这种方法在国际中文教育中也可以发挥极大的作用,我们可以就某一个词或文化现象,展开1-2分钟的视频画面阐述,尽可能减少语言表达。但此法对视频的趣味性要求较高,需要制作者有较高的画面制作技术和巧妙的构思设想。

综上所述,在国际中文教育领域,我们可以在短视频形式之下,细化视频内容和类型,更加注重轻松愉悦的视频氛围,发挥线上教学技术和资源,更好地进行汉语教学和中华文化传播。

总结

国际中文教育绝不能舍弃积累起的线上教学技术和资源,而应当实现线上线下相结合的新模式。利用好已有经验,并借助短视频的形式来更好地辅助汉语教学、推动中国文化的国际传播。只有这样,国际中文教育和中华文化国际传播事业才能够在当今世界格局中讲好中国故事,传播好中国声音。

参考文献

[1] 许威.外国人在华自媒体短视频及其对于对外汉

语教学的启示[D].西北大学,2020.DOI:10.27405/d.cnki.gxbdu.2020.002246.

[2] 李书涵.跨文化视角下短视频在对外汉语教学中的应用[D].中南民族大学,2021.DOI:10.27710/d.cnki.gznm.2021.000631.

[3] 郑慧.基于在华外国人自媒体短视频的中国文化传播研究[D].渤海大学,2021.DOI:10.27190/d.cnki.gjzsc.2021.000662.

[4] 汤莲.中华文化元素短视频在初级读写课教学中的影响研究[D].上海师范大学,2021.DOI:10.27312/d.cnki.gshsu.2021.001851.

[5] 于冬妮.初级汉语教学短视频创制与国际推广的研究[D].吉林外国语大学,2021.DOI:10.27833/d.cnki.gjlhw.2021.000012.

[6] 陈彦彤,陈珈禾.“短视频+中国文化”模式在汉语作为第二语言教学中的应用研究——以短视频IP话匣子CCC为例[J].汉字文化,2022(06):73-76.DOI:10.14014/j.cnki.cn11-2597/g2.2022.06.054.

[7] 吴应辉.国际中文教育新动态、新领域与新方法[J].河南大学学报(社会科学版),2022,62(02):103-110+155.DOI:10.15991/j.cnki.411028.2022.02.012.

[8] 李宝贵,刘家宁.新时代国际中文教育的转型向度、现实挑战及因应对策[J].世界汉语教学,2021,35(01):3-13.DOI:10.13724/j.cnki.ctiw.2021.01.001.

[9] 潘皓,王悦来.短视频叙事与中华文化国际传播——以YouTube平台李子柒短视频为例[J].中国电视,2020(10):90-93.

[10] 包萨仁娜,张毓强.国际传播新征程:增强中华文明传播力影响力的时代议题[J].对外传播,2022(11):63-67.