

从“文化折扣”到“文化增值”： 短视频平台上中国非遗内容的传播策略与启示

陈艺方

(郑州大学, 河南省郑州市, 450001)

摘要: 本文从“文化折扣”理论出发, 分析中国非遗内容在短视频平台上的传播现象。研究发现, 部分非遗内容在海外获得的关注度甚至超过了本土, 实现了从“文化折扣”向“文化增值”的转变。文章以李子柒和传统手工艺短视频为例, 提炼出实现这一转变的三个关键条件, 并据此反思国际中文教育文化课教学中存在的“高语境、高折扣”困境, 提出可借鉴短视频思维设计“低文化折扣”课堂活动的思路, 最后给出了具体的教学案例。

关键词: 文化折扣 文化增值 短视频传播 非物质文化遗产 国际中文教育

中图分类号: G122;H195.3

文献标识码: A

绪论

(一) “文化折扣”理论及其在传统跨文化传播中的困境

跨文化传播的核心挑战之一在于如何有效降低因文化背景差异而产生的信息价值损耗。加拿大传播学者科林·霍斯金斯(Colin Hoskins)与罗尔夫·米鲁斯(Rolf Mirus)于20世纪80年代末提出的“文化折扣”(Cultural Discount)理论, 为理解这一现象提供了经典的理论框架。¹该理论指出, 在特定文化背景下生产的文化产品在移植到其他文化市场时, 其价值会因目标受众对原创文化中的语言、习俗、价值观等元素的陌生而大打折扣。简单来说, 越是“高雅”的、依赖特定语境的文化, 在异质文化圈中遭遇的“折扣”可能就越大。

在传统媒体时代, 这一理论具有强大的说服力。一部在中国市场大获成功的历史题材电视剧, 可能会因为海外观众对相关朝代背景、人物关系、社会礼仪的无知而显得晦涩难懂。这种困境在国际中文教育的文化教学中同样显著, 教师讲解儒家思想、四大发明或传统节日时往往需要耗费大量时间进行背景知识铺垫, 但学习者因缺乏相应文化知识, 理解和接受的效果常常不尽人意, 进而形成了事实上的“教学效果折扣”。因此, 传统的文化传播及教学模式难以实现高效、深入的跨文化沟通。

(二) 短视频时代跨文化传播的新机遇

然而, 随着以TikTok为代表的短视频平台自2010年代末期席卷全球, 一种全新的跨文化传播样本正在逐步形成。短视频因为时长短、节奏快、内容直白, 加上视觉冲击力强、能根据用户兴趣精准推送, 深刻改变了人们制作、分享和获取信息的方式。

首先, 短视频主要是以画面和动作来传递信息, 而非传统意义上理解难度更深的文本信息或口头表达。已有研究表明, 在跨文化能力培养方面, 视觉材料可能比纯文本或口头材料更能帮助学习者理解内容。这是因为, 文本信息和口头语言暗含着一种文化中特定的语法结构和隐喻概念, 学习者需要具备相应的语言基础才能准确解码; 而图像和动态影像则可构成一种更为直观的信息传递方式。它们直接呈现场景、动作、表情、空间关系等可感知的信息,

¹参见 Reasons for the U.S. Dominance of the International Trade in Television Programmes

能够有效降低对特定语言文字的依赖。这样一来，短视频就巧妙地绕过了语言不通导致传播受阻这个难题，使不同文化背景的受众在不完全掌握目标语言的情况下，仍然可以捕捉到大量文化信息，从而为汉语国际教育中的文化教学提供了新的可能路径。

其次，短视频的一大特点在于“短”，即时长通常被限制在 15 秒在 3 分钟之间。这一特点决定了其内容必须高度浓缩、主题高度明确。与纪录片、专题片等长视频的形式不同，短视频没有足够的时间铺陈宏大的故事脉络或复杂的社会背景，因此其制作内容往往会转向专注于呈现一个精彩的瞬间、一项精湛的技艺，或者一个能够快速引发共鸣的情感爆点。这种传播方式在传播学中被称为“去语境化”²，即有意或无意地剥离了文化符号原本赖以生长的深层背景。而这种“去语境化”的做法，恰好避开了跨文化传播中的“文化折扣”问题。短视频通过不展示或少展示这些深层背景，直接呈现人人都能看懂的画面和情感，从而有效降低了文化折扣的发生概率。

再次，传播量较高的短视频往往能够在极短的时间内迅速调动起观众的情感体验。这些内容依赖的并非复杂的文化或知识，而是人类共有的情感反应模式或生理感受。从传播效果来看，这种基于人类共通情感和经验的传播方式，其影响力明显强于传统的、以理性讲解和知识传递为主的传播模式。而后者通常要求受众具备一定的相关知识基础、文化背景或逻辑思考能力，而前者则直接依托于每个人都有的喜怒哀乐、好奇心和放松需求。正因为如此，一条几十秒的短视频，就能让不同国家、不同文化背景的观众同时感到“有趣”或“想吃”，而不需要事先了解任何相关的文化知识。

基于此，大量蕴含中华文化元素的非遗内容在短视频平台获得了现象级的成功，其总播放量已达数百亿次级别。这一现象促使我们重新审视“文化折扣”理论的适用边界，并引出一个核心的研究问题：在短视频这一新的传播时代中，特定类型的文化内容是否不仅能克服“文化折扣”，甚至实现“文化增值”？

二、中国非遗在短视频平台的“破圈”传播

（一）全球短视频平台上的中国非遗热潮

中国非物质文化遗产内容在全球短视频平台上的影响力已不再是零散或个别的现象，而是形成了一股可观的文化传播潮流。据《2022 年非物质文化遗产在海外短视频平台影响力报告》³等多项数据统计，带有中国非遗相关标签的视频在 TikTok 等平台上的累计播放量已超过 308 亿次。其中，若干非遗项目的表现尤为突出。

首先，武术作为最具代表性的中国文化符号之一，相关内容的播放量高达 222 亿次，在各非遗类别中居于首位。这一成绩既得益于成龙、李小龙等国际影星的长期影响，也与“功夫老爹”等民间创作者通过短视频进行的生动展示密切相关。此外，据同一报告统计，以春节为代表的传统节日类视频播放量超过 46 亿次，其喜庆、团圆的节日氛围引发了全球用户的广泛共鸣；以花木兰传说为代表的民间传说类内容播放量超过 27 亿次，迪士尼动画的全球传播为此奠定了坚实的受众基础。与此同时，中医针灸、榫卯、微陶、龙舞、竹编、皮影戏等传统技艺与医药类项目同样获得了大量关注。尽管缺少相关的静态数据，但相关话题在平台上的高频讨论和大量用户生成内容，足以证明其吸引了众多海外观众的目光。

²Hesselgrave, David J., and Edward Rommen. Contextualization: Meanings, Methods, and Models. Baker Book House, 1989.

³文旅产业指数实验室. 2022 年非物质文化遗产在海外短视频平台上的影响力报告 [EB/OL]. (2022-06-08).

以上不仅是社交媒体平台上的流量指标，更清晰地表明：在短视频媒介的催化作用下，那些曾经被视作“曲高和寡”或“难以理解”的中国非遗元素，正以前所未有的广度和速度触达全球受众，并获得了极高的观众参与度。

（二）典型案例深度剖析

单纯的播放量数据并不能完全解释其成功的原因。我们需要深入到具体案例中，剖析这些内容是如何在传播策略上有意或无意地规避了“文化折扣”，从而实现有效触达的。在此，我们选取两种代表性的非遗内容形态进行分析。

1. 以李子柒为代表的田园生活美学

李子柒是全球范围内中国文化传播的一个现象级案例。她的视频内容围绕中国乡村的传统生活方式展开，涵盖农耕、烹饪、手工制作等多个方面。其视频之所以能在几乎没有语言翻译的情况下风靡全球，关键在于成功运用了以下几种策略。

首先，李子柒的视频采用了极致的非语言符号叙事。在她的视频中，人物对话极少，旁白几乎不存在，整个故事完全依赖画面、声音和行动来推进。无论是水稻从插秧到收割的全过程，还是大豆从研磨到酿成酱油的转变，观众仅凭视觉信息就能清晰理解每一个环节。这种叙事方式极大地降低了跨文化理解的门槛，因为观众不需要掌握汉语，甚至不需要阅读字幕，就能跟随镜头完成一次完整的文化体验。与此同时，背景音乐的选择也发挥了重要作用。李子柒的视频多配以悠扬、舒缓的中国风乐曲，这种音乐营造出的宁静、治愈的氛围，本身就是一种跨越文化边界的情感语言。正如有评论指出，她将复杂的文化实践转化为一系列精心编排、富有美感的非语言符号，让观众能够“毫无语言障碍地完成对中国传统文化的欣赏与品鉴”。

其次，李子柒的视频善于诉诸人类共通的情感与向往。表面上，她展示的是中国乡村的日常生活；但深入来看，她的视频实际上构建了一个关于“理想生活”的普世图景。这种回归自然、自给自足、节奏缓慢的田园牧歌式生活，精准地击中了现代都市人群普遍存在的焦虑感和对宁静生活的向往。无论观众来自哪个国家、生活在哪种文化环境之中，只要身处现代城市，就很可能对这种“慢生活”产生情感上的共鸣。换言之，观众在李子柒的视频中看到的不仅仅是一种“中国的”生活，更是一种“理想的”生活。这种情感层面的深度连接，正是她的视频能够突破语言和文化壁垒、获得全球范围广泛认同的核心原因之一。

最后，李子柒的视频注重呈现技艺的过程美学。她的视频通常详细展示某一物品从原材料到成品的完整制作过程：从砍伐竹子到制成竹沙发，从养蚕缫丝到制成蚕丝被，从播种黄豆到手工酿造酱油。这种“从无到有”的创造过程本身就充满了戏剧张力和视觉美感。观众在观看过程中获得的，并不仅仅是对中国传统文化的好奇，更是对人类共通的、运用智慧和双手改造自然的能力的赞叹。这种对精湛技艺的欣赏几乎是与生俱来的，不需要任何文化背景知识作为铺垫。正因如此，即使是一个从未接触过中国文化的海外观众，也能在观看李子柒制作一把竹椅或缝制一件汉服的过程中，感受到专注、耐心与创造力的魅力，从而在不知不觉中完成了对中国传统手工艺文化的接受与认同。

2. 以榫卯、皮影戏为代表的传统手工艺

在短视频平台上，另一类表现突出的中国非遗内容是传统手工艺，如榫卯结构、玉石雕刻、绒花制作、皮影戏表演等。与李子柒视频所呈现的完整生活美学不同，这类视频往往聚焦于某一项具体技艺的微观操作，以更短的时间、更集中的视角展现手工艺的魅力。其跨文化传播的成功，主要得益于以下几种策略。

首先，这类视频将传统手工艺转化为“魔法般”的技艺奇观。视频通常聚焦于手工艺人

令人惊叹的操作过程：一块平平无奇的木头，在工匠手中经过精确的切割、打磨，最终严丝合缝地拼接成复杂的榫卯结构；几根简单的竹棍，在皮影艺人的操控下，就能让皮影在幕布后活灵活现地表演故事。这种“化腐朽为神奇”的技艺展示，为观众提供了一种强烈的视觉奇观体验，令人叹为观止。值得注意的是，这种惊奇感是即时且直接的，观众在看到木头“变”成精美结构、皮影“活”起来的瞬间，大脑会自动产生赞叹与好奇的反应。整个过程几乎不需要任何文化背景知识的辅助，纯粹依靠人类与生俱来的对精妙技艺的感知能力。正因如此，一个完全不了解中国木构建筑传统或皮影戏历史渊源的外国观众，也能被视频中的技艺所震撼。

其次，短视频的微观叙事与感官冲击放大了技艺的精妙之处。短视频平台特有的镜头语言非常适合进行微观层面的细节呈现。镜头可以特写榫卯结构“咔哒”一声完美契合的瞬间，可以放大绒花花瓣上细微的绒毛质感，可以捕捉玉石雕刻时石屑飞溅的动态画面。这些特写镜头将平时肉眼难以注意到的细节放大到屏幕上，让观众清晰地感受到每一刀、每一凿的力度与精度。与此同时，视频中的声音也发挥了重要作用——木头契合时的清脆响声、工具打磨时细密的摩擦声、雕刻时石屑落下的沙沙声，这些听觉元素与细腻的视觉画面相结合，能够给观众带来类似 ASMR 的舒适感和沉浸感。这种纯粹的感官体验，无论是来自哪个国家的观众，都能够毫不费力地接收到，从而形成一种跨越语言边界的“爽点”。

最后，许多手工艺视频采用了“悬念与揭晓”的叙事节奏。这类视频常见的一种结构是：开头展示一块粗糙的原材料，如一块木头、一堆石料、一团蚕丝等，然后快速掠过加工过程，在结尾处展示精美成品的全貌。这种叙事方式在短短一分钟内制造了强烈的悬念和期待感——观众会不由自主地在观看过程中猜想：“这块普通的材料最后会变成什么？”当精美的成品在视频最后一秒揭晓时，观众的期待得到了充分的满足，从而产生巨大的心理愉悦感。这种愉悦感往往会转化为点赞、评论和转发分享的行为冲动。从传播学的角度来看，这种“设置悬念—满足预期”的叙事模式，已经被证明是吸引注意力、激发用户互动的高效策略。传统手工艺短视频巧妙地将这一现代传播技巧与非遗内容相结合，使得古老的文化技艺在短视频平台上获得了新的生命力。

综上所述，无论是李子柒视频所构建的宏大生活美学，还是传统手工艺短视频所呈现的微观技艺奇观，二者在传播层面上都不约而同地遵循了一个共同原则：最大限度地降低对特定文化语境和语言文字的依赖，转而诉诸人类共通的视觉审美、情感体验和对精湛技艺的天然赞叹。这正是它们能够成功超越“文化折扣”困境、实现高效跨文化传播的根本原因所在。

三、从“文化折扣”到“文化增值”的转化机制

上述案例的成功，并不仅仅意味着“减少了文化折扣”。在很多时候，这些中国非遗内容在异域文化中获得关注和赞誉，甚至可能超过了它们在本土文化圈的影响力。这种现象，在这里我们将其称之为“文化增值”。需要说明的是，“文化增值”并非指文化本身发生了质的变化，而是指文化产品在跨文化传播过程中，其被接受的程度、引发的共鸣强度以及获得的符号价值，相比在本土语境中不降反升。这一现象提示我们，文化差异并不必然导致传播效果的减损；在特定条件下，差异本身反而可能成为吸引力的来源。

（一）“文化增值”概念的界定

“文化增值”是相对于“文化折扣”而提出的一个对应性概念。“文化折扣”理论认为，文化产品在进入异域市场时，由于受众不熟悉其语言、历史、社会习俗和价值观等背景，产品的吸引力会相应打折扣。据此逻辑，文化差异越大，折扣幅度就越大。然而，本文所分析的短视频案例却呈现出一种相反的态势：在 TikTok、YouTube 等平台上，大量海外用户不

仅没有因为不熟悉中国传统文化而排斥这些内容,反而表现出极高的兴趣和赞赏。据此,本文提出“文化增值”这一概念,用以指代这样一种现象:某些文化产品在跨文化传播过程中,因其独特性、审美性或技艺性等特质,被异域文化受众赋予了更高的关注度、认同感和符号价值,从而使其传播效果和影响力不小于、甚至超过其在本土语境中的表现。换言之,文化差异在某些条件下不再是障碍,而转化为一种吸引注意力的资源。

(二) “文化增值”的发生条件

实现“文化增值”的关键在于,文化产品中的某些元素所具有的吸引力,足够强大到能够压倒甚至逆转由文化差异带来的陌生感和隔阂感。以上述案例为例进行分析:对于海外观众而言,李子柒视频的价值核心,可能并非“对中国农村生活的纪实性呈现”,而是“对人类理想田园生活的普遍向往”。同样,榫卯视频的魅力来源,并非“中国传统的木工技术体系”这一知识性内容,而是“人类利用智慧与双手创造精妙结构的共通能力”这一超越文化的审美体验。在这里,文化的“特殊性”没有被视为需要克服的障碍,反而转化为一种“独特性”的魅力来源。不同国家的观众群体因为这些内容与自身文化背景不同而感到新鲜、好奇,进而产生探究和欣赏的兴趣。这种“新奇的符号”使得原本可能造成理解困难的文化差异,摇身一变成为吸引眼球的亮点,从而实现了文化产品在跨文化传播中的价值跃升。

短视频媒介本身的特性也为“文化增值”的实现提供了技术性支撑。以李子柒的视频为例,其内容之所以能够在海外产生超过本土的共鸣,很大程度上得益于短视频平台对“视觉奇观”和“情感瞬间”的强化能力。在本土语境中,观众可能会因为熟悉农村生活而对视频内容产生“不过如此”的平淡反应;但在异域观众眼中,那些被镜头精心提炼的插秧、劈竹、煮茶等画面,却因为脱离了日常经验的“麻木效应”而显得格外动人。换言之,短视频通过剪辑、配乐和特写等手法,将中国传统文化中原本分散在日常生活的美学元素加以浓缩和提纯,使其成为一种“超真实”的文化符号。这种符号在本土观众看来或许习以为常,但在异域观众面前却呈现出强烈的陌生化美感,从而实现了价值的跃升。这正是“文化增值”区别于简单“减少折扣”的核心所在:后者只是尽力消除障碍,而前者则主动将差异转化为魅力。

此外,受众的接收心理也在“文化增值”过程中扮演了重要角色。前文所述的榫卯、皮影戏等手工艺视频,之所以能够在海外获得远超预期的关注,与异域受众的“求新求异”心理密切相关。在信息过载的时代,观众对于本文化圈内的常规内容往往产生审美疲劳,而对于来自异文化的、具有鲜明辨识度的内容则保持着较高的好奇心和接纳度。当一块普通的木头在工匠手中变成复杂的榫卯结构时,海外观众感受到的不仅是对技艺本身的赞叹,还有一种“发现新奇事物”的心理满足感。这种满足感会促使他们主动进行点赞、评论、转发等二次传播行为,从而进一步放大文化产品的传播效果。由此可见,“文化增值”的出现不是只靠文化内容本身,而是内容特点、短视频平台的表现方式以及观众心理三方面因素共同促成的。当这几方面相互配合、形成良性互动时,原本可能造成障碍的文化差异,反而变成了吸引观众、推动传播的有利条件。

(三) 短视频的传播方式是“文化增值”的催化剂

如果说上述三个条件主要着眼于内容层面的策略选择,那么短视频平台本身的传播机制,则为“文化增值”的实现提供了强大的技术支撑和传播动能。平台的技术架构和用户生态,与非遗内容形成了良性互动,共同促成了跨文化传播效果的最大化。

首先,短视频平台的算法推荐机制能够有效帮助非遗内容直接触达潜在的兴趣群体。与传统媒体“一对多”的广撒网式传播不同,短视频平台的推荐算法能够根据每个用户的观看

历史、点赞、评论、停留时长等行为数据，分析出其兴趣偏好，进而进行个性化推送。⁴例如，一个对木工或手工制作感兴趣的用戶，即使从未主动搜索过“中国文化”，也可能因为算法识别出他对#craft、#woodworking等话题的关注，而被推荐一则中国的榫卯结构视频。也就是说，在短视频时代，非遗内容不再需要首先通过国家文化频道或官方宣传渠道进行推广，而是可以直接进入全球范围内各个细分兴趣圈层的视野。换言之，算法的精准匹配使得文化传播不再是“把信息推给所有人”，而是“把信息推给最可能喜欢它的人”。这种方式大大提高了传播效率，也使得原本可能因为缺乏宣传渠道而被埋没的非遗内容，有机会在海外找到属于它的观众。

其次，短视频平台的低创作门槛和用戶生成内容生态，为非遗传播提供了丰富、多元的创作主体。与传统的纪录片或电视专题片不同，短视频的制作门槛相对较低，一部智能手机加上基本的剪辑软件，就可以完成一条简单的非遗展示视频。这使得大量非遗传承人、手工艺爱好者、传统文化爱好者，甚至只是偶然记录下相关内容的普通用戶，都能够成为非遗内容的创作者。这些来自民间的内容往往呈现出更加真实、接地气和个性化的视角。例如，一位老手艺人可能并不擅长使用华丽的镜头语言，但他专注雕刻的神情和布满老茧的双手，本身就具有一种打动人心力量。这种真实感和在场感，是经过精心编排和反复打磨的传统宣传片所难以替代的。观众在面对这些个人化的内容时，更容易产生一种“我在亲眼见证一位真实工匠的工作”的代入感，而非“我在观看一部介绍中国文化的宣传片”的距离感。这种心理距离的拉近，同样有助于降低文化差异带来的隔阂。

最后，短视频平台的互动功能鼓励海外用戶对非遗内容进行模仿、评论和二次创作，从而形成文化的交流与融合。以合拍、模仿等功能为代表的互动机制，使得观众不再仅仅是内容的被动接收者，而是可以成为内容的主动参与者和再创造者。例如，一个法国的美食博主可能看到一则兰州拉面的制作视频后，尝试模仿并拍摄自己的拉面制作过程；一个美国的舞蹈爱好者可能看到一段中国民族舞的表演后，发起一次挑战或合拍。这些由海外用戶自发产生的二次创作内容，本身就是跨文化交流的生动体现。它们不再是中国文化单向地向海外输出，而是在异域土壤中得到了新的诠释和生长。观众在观看这些模仿或再创作的内容时，不仅接触到了中国的非遗项目本身，还看到了它如何被另一种文化背景的人所理解和演绎。这种双向乃至多向的文化互动，远比单向的信息传递更能促进不同文化之间的相互理解和尊重。可以说，短视频平台所提供的互动生态，使得非遗内容在传播过程中实现了跨文化交流的再一次跃升——从“被观看”走向“主动参与”，从“被接受”走向“主动再创造”。

综上所述，内容层面的策略设计和平台层面的技术机制相互配合、彼此加强，共同促成了中国非遗内容在短视频平台上从“文化折扣”转向“文化增值”的传播效果。一方面，非遗内容以其普世情感和技艺奇观所产生的强大吸引力，降低了文化差异带来的陌生感，使文化的特殊性转化为吸引异域受众的独特性；另一方面，短视频平台的算法推荐、低制作门槛和互动功能，则最大程度地扩大了这些内容在全球范围内的覆盖范围和用戶参与程度。两者共同作用，使得中国传统文化在数字时代展现出新的传播活力。

四、“低折扣”的国际中文教育文化课堂活动

（一）传统文化教学的困境：高语境与高折扣

长期以来，国际中文教育中的文化教学存在一个普遍问题：过于依赖教材文本和教师的

⁴李昕，黄斌.自媒体短视频传播特点分析[J].今传媒，2019(5).

口头讲解。⁵课程内容往往从一些宏大、抽象的概念入手,例如“儒释道思想”“中国人的家庭观念”“中庸之道”等。这些内容无疑是中华文化的精髓,但它们高度依赖于中国的历史背景和社会环境,学习者如果缺乏相应的知识储备,就很难真正理解。对于中文水平处于初中级阶段、且对中国文化了解不多的外国学生来说,学习这些内容往往感觉隔了一层,教学效果常常事倍功半。结果就是,原本希望传递的文化内涵在传播过程中大打折扣,学习效果也随之降低。学生可能记住了几个概念名词,却难以领会其中的真正含义,更谈不上产生情感上的认同或在生活中加以运用。

这种困境在实际课堂中常常表现为:学生虽然能够复述“仁”“孝”“和”等概念的定义,却很难结合自身经验进行举例或讨论。例如,在讲解“春节”时,教师往往侧重介绍春节的起源、传说和习俗流程,学生听过后留下的印象只是“中国人过年要贴对联、吃饺子、放鞭炮”。但当被问及“你觉得春节对中国人意味着什么”或者“你愿意体验春节的哪些活动”时,学生往往无从作答。究其原因,传统的讲授方式将文化知识当作静态的信息来传递,忽略了文化本身是活生生的、可感知、可参与的生活实践。学习者因为没有获得直接的感官刺激或情感体验,自然难以产生深入的理解和共鸣。

相比之下,前文分析的短视频案例之所以能够成功跨越文化障碍,恰恰是因为它们绕开了抽象的概念讲解,转而从具体、可感、富有情感张力的细节入手。这给国际中文教育的文化教学带来一个重要提醒:如果教学内容的呈现方式始终停留在“讲解文化是什么”的层面,而忽略了“让学生感受文化怎么样”的环节,那么即使选材再精当,也难以避免理解上的损耗。因此,从短视频的传播逻辑中提炼出可供教学借鉴的经验,显得尤为必要。

(二) 借鉴短视频思维,设计“低文化折扣”的教学内容

短视频非遗内容的成功传播,为我们指明了一条“反向”的教学路径:从具体的、可感的、低语境的文化实践入手,激发学习者的直观兴趣和情感共鸣,再逐步引导其探索背后深层的文化价值。这就是“低文化折扣”的教学设计思维。

根据前文提炼的“文化增值”三要素,汉语教师们可以构建一个用于筛选和设计非遗教学内容的操作原则。联合国教科文组织及中国相关机构已为国际中文教育初步筛选了不同层级的非遗项目,但从传播效果的角度,还可以提出以下四点更具操作性的筛选原则。

第一是高视觉冲击力原则。在文化教学中应优先选择那些在视觉上具有美感、奇特性或动态美的内容,因为这类内容不依赖语言就能第一时间抓住学习者的注意力。例如,造型各异的剪纸、行云流水的书法、动作优美的太极拳、色彩丰富的京剧脸谱,都属于这一类型。第二点是过程可展示性原则。那些可以被分解为清晰步骤、适合展示“从无到有”创造过程的项目,如包饺子、泡功夫茶、编中国结、制作灯笼,不仅能满足学习者的好奇心,还提供了亲身模仿和实践的可能性,使学习者从旁观者变为参与者。第三是低语言依赖性原则。在教学初期,应多引入那些主要依靠动作、形态、声音来传递核心信息的项目,例如舞龙舞狮、民族舞蹈、观摩围棋对弈以及二胡、古筝等传统乐器演奏。在这些活动中,语言主要起辅助说明作用,而非理解的先决条件。第四点是普世情感链接原则。将非遗项目与人类共通的情感主题相结合,例如通过端午节的粽子和龙舟讲解家庭团聚与团队协作,通过中秋节的月饼讲述思念与分享的故事。这种情感上的连接,能够有效降低文化隔阂带来的陌生感。

⁵参见郑雅文《体演文化教学法及其在国际中文教育文化教学中的应用》指出,自20世纪80年代以来,文化教学在国际中文教育中逐渐确立核心地位,但在实际教学中仍存在文化界定不清、内容停留表层、方法单一以及评价体系不足等问题。

遵循上述原则，教师可以构建一个由浅入深、由具体到抽象的文化教学体系：首先通过“低折扣”、“人人可参与”的视觉和体验内容抓住学生，再逐步引入相关的词汇、故事和文化解读，从而实现更高效、更有趣的文化教学。

（三）课堂活动设计案例：“用手机拍出你的文化一分钟”

为了将上述理念付诸实践，教师可以设计一个综合性的课堂项目——“用手机拍出你的文化一分钟”。这个活动旨在引导学生从文化知识的被动接收者，转变为运用短视频思维进行跨文化传播的主动创造者，具体内容如下：

【活动目标】

这一活动的目标涵盖四个层面。在认知层面，希望学生能够深化对某一项中国非遗文化的理解。在技能层面，学生将学习使用手机和简单的 AI 工具，策划、拍摄、剪辑并发布一段一分钟的文化短视频。在情感层面，旨在培养学生跨文化同理心，体验作为文化传播者的角色，增强文化自信与交流意愿。在语言层面，学生能够练习与视频主题相关的中文词汇、短句，学习撰写视频标题和简介。

【教学步骤】

第一阶段：策划与准备（2 课时）

概念导入：教师播放几个成功的非遗短视频案例，引导学生讨论“为什么这些视频不需要语言也能看懂？”“它们吸引你的点是什么？”从而引入“低文化折扣”的元素概念。

主题选择：教师提供一个基于上述筛选原则的“非遗项目备选库”，如剪纸、茶艺、书法、包饺子、中国结等，学生以小组为单位选择一个感兴趣的主题进行研究。同时，也鼓励学生选择自己母国的某个文化元素，进行对比和创作，这能极大地激发其内在动机。

故事板设计：各小组讨论并设计自己的一分钟视频故事板。教师引导他们思考：如何用画面讲故事？第一个镜头拍什么才能吸引人？高潮是什么？结尾如何留下深刻印象？

第二阶段：技术指导与拍摄（课外完成，课堂辅导 1 课时）

技术培训：教师专门用一节课介绍几款易于上手的手机视频剪辑 App。更重要的是，引入生成式人工智能工具来辅助创作，AIGC 能极大地降低内容创作的技术门槛。具体可包括：利用剪辑 App 的“自动识别字幕”功能，快速为视频配上中英双语字幕；推荐 AI 文本转语音工具，让学生可以用标准的中文为视频配上简单的旁白；推荐 AI 音乐生成网站，根据视频氛围生成无版权的背景音乐；对于一些难以实拍的场景，可以介绍文生视频工具，让学生输入中文或英文描述，生成补充镜头，激发创作想象力。

拍摄实践：学生利用课余时间，根据故事完成拍摄。教师在此阶段提供线上答疑和指导。

第三阶段：剪辑与发布（课外完成，课堂辅导 1 课时）

后期制作：学生在课堂上进行剪辑，教师巡回指导，帮助解决技术问题。鼓励学生思考背景音乐、镜头节奏、特效等如何服务于文化主题的表达。

模拟发布：完成的视频可以在班级内部的社交媒体群或教学平台上进行“发布”，并要求学生用中文撰写一个吸引人的标题和一段简短的介绍。

第四阶段：展映与评估（2 课时）

作品展映会：举办一场班级“文化短视频电影节”，所有小组的作品进行公开展映。

同行评议与教师反馈：每个视频播放后，由其他同学进行点评，可以设计简单的互评表。教师则提供更专业的纠错反馈。这种反馈不应仅仅局限于语言错误，更应关注跨文化传播效果。例如，教师可以指出：“这个手势在你的文化里是友好的，但在某些文化里可能会引起误解。”或者“你对这个文化符号的呈现，可能会强化某种刻板印象。”这种针对跨文化误

区的反馈，对提升学生的跨文化敏感度至关重要。

总结与反思：活动最后，引导学生反思整个创作过程的收获与挑战，讨论“如何才能更好地用一分钟向世界讲述一个文化故事”。

【资源需求与评估方式】

在硬件方面，学生自备智能手机，其他辅助设备包括但不限于三脚架、补光灯等简易拍摄辅助设备，学校可以按需提供。软件方面，使用免费或教育版的手机视频剪辑 App，以及教师推荐的 AI 工具网站清单。物料方面，根据学生选择的非遗主题，学校需准备相应的道具和材料，如剪纸用的彩纸和剪刀、书法用的笔墨纸砚、茶艺用的茶叶和茶具等。

鉴于目前缺乏专门评估此类教学活动效果的成熟量表，教师需要构建一个多元的、过程性的替代评估体系。该评估应超越传统的语言知识考核，关注学生综合能力的提升。建议从以下五个维度进行评价，每个维度分为优秀、良好、合格、需改进四个等级。

第一是文化内核表达。优秀级别要求视频清晰、准确且有深度地传达文化元素的核心魅力与价值；良好级别为清晰、准确地传达核心信息；合格级别为基本传达但略显肤浅或有偏差；需改进级别为模糊不清或存在严重误解。第二是跨文化吸引力。优秀级别的视频创意十足、叙事流畅，无需额外解释即可被不同文化背景的观众理解和欣赏，实现了“文化增值”；良好级别叙事清晰、大部分易于理解，有效降低了“文化折扣”的影响；合格级别部分内容需额外解释；需改进级别严重依赖特定文化背景。第三是创意与技术呈现。优秀级别要求镜头语言丰富、剪辑节奏精当、创造性地使用 AI 工具；良好级别要求画面清晰稳定、剪辑流畅；合格级别基本合格但存在瑕疵；需改进级别技术问题较多。第四是团队协作与过程参与。优秀级别分工明确、协作高效；良好级别能够有效合作；合格级别基本顺畅但存在分工不均；需改进级别协作问题明显。第五是语言应用（可选）。优秀级别要求中文运用准确、地道、富有表现力；良好级别基本准确；合格级别存在少量错误但不影响理解；需改进级别错误较多。

通过这样一个综合性的项目式学习活动，国际中文教育的文化教学得以从封闭的课堂走向开放的创作实践，从单向的知识灌输走向双向的文化对话。学生不仅学会了关于“中国文化”的知识，更重要的是，他们掌握了在数字时代进行“跨文化沟通”的能力。这一设计也回应了前文的核心观点：当文化内容具备视觉冲击力、过程可展示性和普世情感链接时，即便是复杂深厚的非遗项目，也能够以“低文化折扣”的方式被不同文化背景的学习者所接受和欣赏。而短视频媒介和 AI 工具的引入，则进一步降低了学生参与文化创作与传播的技术门槛，使跨文化交流从理论设想变为可操作的课堂实践。

五、结论与展望

本研究从“文化折扣”这一经典理论出发，观察并分析了中国非物质文化遗产在短视频平台这一新兴媒介上所实现的“文化增值”现象。研究发现，通过依靠普世的审美与情感、呈现精湛的技艺奇观、以及采用去语境化的符号叙事策略，这些原本带有浓厚地域和民族特色的文化内容，成功跨越了语言和文化的障碍，在全球范围内获得了广泛的共鸣与认同。

这一传播实践的成功，为面临“高语境、高折扣”困境的国际中文教育文化教学提供了重要启示。我们应当转变教学思路，借鉴短视频“视觉优先、体验为重、化繁为简”的传播经验，设计更多“低文化折扣”的教学内容和活动。本研究中设计的“用手机拍出你的文化一分钟”课堂活动，正是在这一理念指导下的具体尝试。该活动通过项目式学习，引导学生成为主动的文化创造者和传播者，同时引入生成式人工智能工具，有效降低了技术门槛，使跨文化数字叙事成为一种学生可及的学习体验。

展望未来,这一视角仍有广阔的探索空间。首先,随着人工智能生成内容技术的快速发展,其在辅助语言学习和文化内容创作方面的应用将越来越深入。如何系统地将这些技术融入国际中文教育的课程体系,是一个值得深入研究的问题。其次,如何科学、有效地评估此类新型教学活动对学习者的跨文化理解能力和文化认同的具体提升效果,仍然是一个挑战。开发更加成熟、可靠的评估工具和方法,将是未来研究的重要方向。总之,从“文化折扣”走向“文化增值”的路径转变,不仅是中国文化走向世界的新尝试,也为国际中文教育的创新发展提供了新的思路。拥抱数字媒介,支持学习者主动创作,让每一位中文学习者都成为连接不同文化的桥梁——这或许是当今全球化背景下,国际中文教育所要承担的重要使命。

参考文献

- [1] 霍斯金斯、米鲁斯.文化折扣理论及其在跨文化传播中的应用[J].学术论坛, 2020(1).
- [2] 喻国明.跨文化交流中的三个关键性传播节点——关于减少和消除“文化折扣”的传播学视角[J].新闻与写作, 2020(3): 62-65.
- [3] 张伦、刘金卓、魏庆洋、吴晔.中国网络文学跨文化传播效果研究[J].新闻大学, 2024(4).
- [4] 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).
- [5] 新媒体视野下中国文化走出去的路径思考——以李子柒短视频为例[J].绥化学院学报, 2023(5).
- [6] 短视频的共情叙事与中华文化的对外传播——以李子柒海外走红为例[J].采写编, 2022(1).
- [7] 视听联觉与情感叙事:中国传统音乐短视频的跨文化传播[J].东南传播, 2024(6).
- [8] 非物质文化遗产类短视频的传播策略探析[J].传媒, 2024(5).
- [9] 短视频时代中国文化对外传播特征及优化路径研究——以 TikTok 为例[J].新闻文化建设, 2022(1).
- [10] 中华优秀传统文化国际传播短视频发展策略研究[J].湖南邮电职业技术学院学报, 2022(4).
- [11] Hoskins C, Mirus R. Reasons for the U.S. Dominance of the International Trade in Television Programmes[J].Media Culture & Society, 1988, 10(4):499-504.

From "Cultural Discount" to "Cultural Value-Added": Communication Strategies and Implications of Chinese Intangible Cultural Heritage Content on Short Video Platforms

Yifang Chen

(Zhengzhou University, Zhengzhou / Henan, 450001)

Abstract: Drawing on the theory of "cultural discount," this paper examines the communication of Chinese intangible cultural heritage (ICH) content on short video platforms. The study finds that some ICH content has garnered even greater attention overseas than domestically, achieving a transition from "cultural discount" to "cultural value-added." Taking Li Ziqi's short videos and traditional handicraft videos as examples, the paper identifies three key conditions for realizing this transition. On this basis, it reflects on the "high-context, high-discount" dilemma in culture courses for international Chinese language education, proposes the idea of drawing on short video thinking to design "low-cultural-discount" classroom activities, and concludes with a specific teaching case.

Keywords: cultural discount; cultural value-added; short video communication; intangible cultural heritage; international Chinese language education