

► 李子建、李貴生、陳曙光 主編 ◀

語言、文化與教育

中國傳統智慧與當代價值的
對話與轉化



中華書局

□ 責任編輯：吳黎純
□ 裝幀設計：高林
□ 排版：楊舜君
□ 印務：劉漢舉
梁潔瑩

語言、文化與教育： 中國傳統智慧與當代價值的對話與轉化

□
主編

李子建 李貴生 陳曙光

□
出版

中華教育

中華書局（香港）有限公司

香港北角英皇道 499 號北角工業大廈 1 樓 B 室
電話：(852) 2137 2338 傳真：(852) 2713 8202
電子郵件：info@chunghwabook.com.hk
網址：http://www.chunghwabook.com.hk

□
發行

香港聯合書刊物流有限公司

香港新界荃灣德士古道 220 - 248 號

荃灣工業中心 16 樓

電話：(852) 2150 2100 傳真：(852) 2407 3062
電子郵件：info@suplogistics.com.hk

□
版次

2026 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

© 2026 中華教育 中華書局（香港）有限公司

□
規格

16 開 (260 mm × 187 mm)

□
ISBN

978-988-8958-30-6

自媒體時代下中國傳統文化的跨文化傳播與教學應用——以 YouTube 平台「李子柒」短視頻為例

肖 好 梁慧敏 香港理工大學

摘 要

本研究以 YouTube 平台「李子柒」短視頻為例，探討自媒體時代中國傳統文化的跨文化傳播與教學應用。研究採用視頻內容分析法，總結了李子柒短視頻的主題、畫面、音樂等要素，並結合數據分析法，運用 Python 抓取 20 個樣本視頻的 6000 條評論，通過情感分析與詞頻分析技術，揭示海外受眾的情感傾向與關注焦點。數據結果顯示，83.3% 的評論表達了明顯的積極情感傾向。對高頻詞進一步分類分析後，本研究發現短視頻為提升文化傳播效能，應以情感共鳴為切入、降低語言隔閡、塑造個人形象，建立與受眾的情感連接，並運用技術手段優化視聽體驗。敘事上可採用微觀視角，增強海外受眾的參與感，實現文化內涵的潛移默化傳播。同時，應挖掘傳統文化的當代價值，通過生動故事展現文化特色，提升認同度與接受度。此外，本文提出自媒體技術賦能國際中文傳統文化教學的應用，包括教學資源的開發與利用，以及基於短視頻的教學模式。

◆ ◆ ◆ 關鍵詞 ◆ ◆ ◆

中國傳統文化、跨文化傳播、國際中文教學、短視頻、李子柒

一、引言

中國始終倡導和平發展、合作共贏的國際交往原則（潘皓、王悅來，2020）。而在國際局勢逆全球化的形勢下，中國如何運用傳統文化的智慧去改善全球面臨的環境破壞、動盪加劇等問題，有效傳播友好合作、互利共贏的觀念，成為重要議題。

隨着新媒體技術的增強，對外信息傳播和文化交流有了新的變革，為中國優秀文化的對外傳播提供了新機遇。當前，社交方式已超越了讀圖模式而進入了碎片化的個體影像化模式。在自媒體時代下，李子柒以日常的田園生活為主題錄製視頻，並發佈於 YouTube 等社交平台，成功吸引了全球觀眾的關注。李子柒自 2019 年在 YouTube 平台嶄露頭角，於 2021 年 2 月創下「YouTube 中文頻道最多訂閱量」的吉尼斯世界紀錄。截至 2025 年 2 月，李子柒在 YouTube 頻道有約 2630 萬訂閱者，131 個視頻，總播放量超過 32.6 億次，位居 YouTube 中文頻道第一，超越 CNN、BBC 等國際主流媒體。中國人民日報、央視新聞等紛紛稱其為「講好中國故事、傳播中國聲音、展現中國風貌」的成功案例。有研究者認為，「李子柒」短視頻用中國傳統田園牧歌式審美意象，啟動了人類共通的關於精神家園的價值信仰，使得來自他者的生命體悟能夠轉變為一種「我們」共通的人類命運共同體之體驗（張文娟、李智，2022）。

在上述背景下，本研究以 YouTube 平台「李子柒」短視頻為例，探討自媒體時代下中國傳統文化的跨文化傳播與教學應用。通過對李子柒短視頻的系統分析，我們希望揭示自媒體時代中國傳統文化傳播的新特徵與新趨勢，為更有效地利用自媒體平台進行文化傳播提供實證依據與理論指導，同時為傳統文化教學創新提供思路。這一研究不僅有助於增強中國文化的國際影響力，還為全球文化交流與合作開闢了新的視野和途徑。

二、文獻綜述與研究內容

（一）文化的定義與分類

文化的概念界定始終是學術界關注的重要議題，其以內涵的廣泛性和複雜性，構成了一個包羅萬象的系統。英國人類學家泰勒（Tylor）在其經典著作《原始文化》（*Primitive Culture*, 1871）中首次從民族志視角對文化進行了系統性定義，他認為文化是包含知識、信仰、藝術、道德、法律、習俗以及社會成員所具備的其他才能與習慣的複合體。隨着學術研究的深入，美國人類學家克羅伯（Kroeber）與克拉克洪（Kluckhohn）在《文化：概念與定義的批判性回顧》（*Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*, 1952）中，對文化概念進行了全面梳理，將其歸納為描述性、歷史性、規範性、心理性、結構性和遺傳性六大類別。在此基礎上，他們提出了一個綜合性的文化定義，認為文化是由顯型與隱型行為模式構成的系統，這些模式通過符號傳遞得以習得與傳承，既是人類活動的產物，也是進一步發展的基礎條件。這一定義因其學術權威性與理論完整性，在文化研究領域產生了深遠影響（劉雪，2006）。與此同時，我國學者如梁啟超、梁漱溟、潘光旦、費孝通等也對文化進行了深入探討，形成了具有本土特色的理論觀點。

在文化分類研究領域，國內外學者基於不同視角提出了多元化的分類框架。國內學者從文化反映的事物性質出發，將其劃分為倫理道德、科學技術、管理、思想哲學、歷史以及藝術體育六大類別（劉雪，2006）。跨文化交際研究則呈現出多維度的分類方式，其中牛新生（2002）提出的物質文化、精神文化、社會文化、行為文化與觀念文化五分法，以及美國人類學家霍爾（Hall）的公開文化與隱蔽文化理論都具有重要影響。霍爾在《無聲的語言》（*The Silent Language*, 1959）中指出，文化存在於顯性與隱性兩個層次，這一觀點被顧嘉祖（2002）進一步闡釋為可觀察的物質文化層面與深層的軟文化層面，後者也指精神文化。

第二語言教學領域對文化分類的研究則更具針對性。奧斯華爾特（Oswalt）提出的大文化與小文化分類法，將文學、藝術、歷史、哲學等歸入大文化範疇，而將社會習俗與生活方式等納入小文化領域（劉雪，2006）。北京語言文化大學張占一（1990）提出的知識文化與交際文化分類法，則從跨文化交際的角度，將不影響信息傳遞的文化因素界定為知識文化，將直接影響信息準確傳遞的文化因素歸為交際文化。董明（2007）進一步指出交際文化概念的重要性，體現了文化研究在語言教學中的實踐價值。

（二）跨文化傳播的模式

文化不僅是特定群體的身份標識，更是人類社會互動與交流的核心構成要素。在此語境下，跨文化傳播作為一種重要的社會機制，在促進多元文化間的理解、對話與融合過程中發揮着重要作用。美國傳播學奠基人拉斯韋爾（Lasswell）在其 1948 年提出的 5W 理論中，從傳播者、傳播內容、傳播媒介、傳播對象以及傳播效果五個維度構建了傳播研究的基本模型（圖 1），為跨文化傳播理論的發展提供了重要支撐。然而，伴隨全球化進程的深入推進，跨文化傳播逐漸成為國際社會的主要傳播形態，傳統的線性傳播模式在應對日益複雜的傳播環境時顯現出局限性。此外，霍爾（Hall）在《超越文化》（*Beyond Culture*, 1976）提出的高語境與低語境文化理論為跨文化傳播研究注入了新的活力。霍爾認為高語境文化中的信息傳遞更多依賴於非語言符號和共用的文化背景，顯性編碼的信息較少，這種含蓄的交流方式更注重「情境」而非「內容」本身。

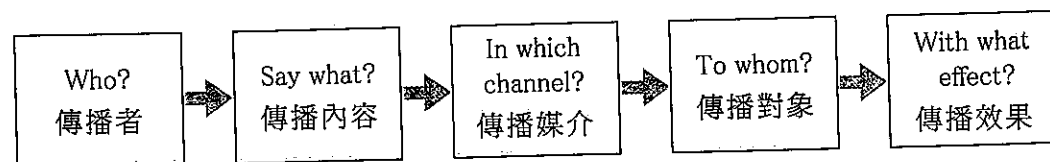


圖 1 拉斯韋爾 5W 傳播模型

在此背景下，關世杰教授（2011）對拉斯韋爾的 5W 模型進行了創新性擴展，提出了 7W 跨文化傳播理論範式。這一模型在原有基礎上增加了「編碼」與

「解碼」兩個關鍵維度，突出強調了文化差異對信息傳遞過程的影響。西南大學何曉燕在其博士論文中進一步深化了這一理論，提出了文化跨疆界傳播的三種主要模式：以傳播者為主導的單向傳播、以接收方為主導的逆向傳播以及雙方互動的雙向傳播（何曉燕，2012）。基於上述理論，當前國際傳播格局中，西方發達國家憑藉其強大的媒體資源和話語權優勢，對發展中國家的文化輸出形成了顯著的不對稱態勢。因此，中國的跨文化傳播仍然處於以接收方為主導的逆向傳播，即面臨着「逆流而上」的艱巨挑戰（齊元皎，2020）。作為傳播主體，中國若想將自身優秀文化有效傳播至全球，尤其是歐美國家，需要以感官體驗為切入點，通過視覺、聽覺等直觀方式吸引受眾，在此基礎上逐步融入深層次的文化內涵，使西方受眾在潛移默化中接受中國的價值觀與文化理念。

（三）自媒體時代下的跨文化傳播

自媒體時代下，文化傳播的方式發生了顯著變革，沒有恆常的權威，亦沒有恆常的「他者」。傳播不再只是單向撒播，還必須形成對話互動（張文娟、李智，2022）。其中，短視頻憑藉傳播速度快、視聽兼具、互動性強以及低門檻等特點，在全球範圍內迅速普及。國外流行的短視頻平台有 Instagram、YouTube、TikTok 等，國內則有抖音、Bilibili 等。根據 YouTube 首席執行官蘇珊·沃西基（Susan Wojcicki）2018 年提供的數據顯示，YouTube 平台擁有 19 億月度活躍用戶，其用戶每日在電視螢幕上觀看時長達 1.8 億小時（張明、吳佳玲，2020），這充分印證了視頻媒介在國內外網路傳播中的重要地位。

張紅芸（2020）進一步指出，通過有效利用海外社交媒體平台，構建兼具「文化自信」與「價值自信」的自媒體管道，能夠為中國對外宣傳話語體系的建設以及國際信息傳播能力的提升注入新的動力。但要實現理想的傳播效果，仍需注意若干關鍵要素。段鵬和彭晨（2024）強調，在跨文化傳播中，應優先選擇世界共通的主題，以降低文化折扣，尤其是考慮到中國作為高語境文化國家在與西方低語境文化地區交流時，易因歷史、語言等因素產生理解偏差（徐敬宏等，2022）。

在海外社交媒體平台上，李子柒作為一位原創內容創作者，以其鮮明的視

頻風格激發了國際觀眾對中國國家形象和品牌價值的廣泛關注，同時也引發了學術界對其視頻的探討。目前，對李子柒短視頻的研究主要集中在三個層面：一是其視頻傳播的分析，二是其對國家形象塑造的影響，三是其在文化教學上的應用。然而，現有研究更多地聚焦於前兩個方面，且主要圍繞視頻內容展開，對觀眾評論的探討則顯得相對薄弱。鑒於第三個方面的研究較少，而文化教學作為跨文化傳播的重要實踐領域，其研究價值不容忽視，因此本研究將關注這一部分並於下文綜述國際中文文化教學的重要內容。

（四）國際中文文化教學

國際中文教育本質上是跨文化的交流，因此國際中文教育文化教學的獨特性在於文化教學和語言教學的緊密聯繫，並以培養跨文化交際能力為主要目標（祖曉梅，2003；畢繼萬，2009；崔永華，2020）。教育部的《國際中文教育用中國文化國情教學參考框架》（2022，以下簡稱《參考框架》）是國際中文教育領域使用的中國文化和國情教學的參考框架，它為國際中文文化教學提供了可借鑒的教學內容和教學目標。

教學內容方面，《參考框架》從體現文化內容的系統性、中國文化的獨特性、與國際中文教育的相關性和教學可行性的原則出發，內容分為社會生活、傳統文化和當代中國三大板塊。教學目標方面，《參考框架》吸收和借鑒了國內外跨文化交際能力的研究成果，把文化教學目標分解為文化知識、文化理解、跨文化意識、文化態度四個維度，如表1所示。在四個維度中包括了認知、技能和態度三個層次（祖曉梅，2023）。

表1 國際中文文化教學的目標

文化目標	認知目標和情感目標	技能目標
文化知識	識別和了解中國文化和國情的概況和特點	描述文化
文化理解	理解中國文化的多樣性、動態性和觀念內涵	解釋文化
跨文化意識	理解中國文化與其他文化的主要異同	比較文化
文化態度	克服刻板印象和偏見，尊重、移情	評價文化

根據《參考框架》，我們可知傳統文化教學的重要性及目標。然而，當前國際中文傳統文化教學存在兩個顯著局限性：一、內容呈現靜態化。現有教材多採用文字描述與平面插圖，缺乏動態場景構建，難以實現具身情境化學習。第二，跨文化闡釋不足。外國學生對部分中國傳統文化，如「天人合一」等抽象概念理解困難，傳統教學法難以突破符號解碼困境。在技術賦能教育的背景下，學界已開展多種創新嘗試。例如，步延新和孫紅娟（2024）在教授《四合院》一課時，通過實地直播教學，為學生展示四合院場景，將中華優秀傳統文化直觀立體地展現在學習者面前。宋飛和張明瑤（2021）嘗試將線上虛擬現實技術運用於教學中，課堂沉浸感受增強，也提高了教學的互動效果。然而，這些嘗試仍面臨資源開發、成本較高、技術適配性不足等挑戰。

基於上述文獻綜述，本研究將深入探索以下研究內容以補充現時的不足：首先以李子柒短視頻為研究案例，系統剖析自媒體時代中國傳統文化跨文化傳播的成功機制。與既有研究主要聚焦於視頻內容相比，本研究將重點關注受眾評論，通過深入分析評論的情感傾向，進一步驗證李子柒短視頻的傳播效果，而通過分析評論中的關注焦點，揭示傳統文化有效跨文化傳播的特徵。其次，本研究嘗試將上述研究成果與國際中文傳統文化教學實踐相結合，探討其在教學設計與實施中的潛在應用價值，為跨文化傳播與語言教學的融合提供實踐啟示。

三、研究方法

本研究採用混合研究方法，結合定性（qualitative）與定量（quantitative）分析手段，系統探討研究問題。在定性研究層面，主要運用內容分析法，通過梳理相關文獻及視頻內容，總結李子柒短視頻的核心主題與傳播特徵，並將其應用於國際中文文化教學的實踐探索中。在定量研究層面，重點採用數據分析法，對視頻評論進行情感分析與主題挖掘，以揭示受眾的情感傾向與關注焦點，為跨文化傳播效果評估提供數據支撐。下文將詳述評論部分的數據分析步驟。

（一）評論取樣

截至 2025 年 2 月，李子柒在 YouTube 平台已發佈 131 個視頻。為深入分析觀眾對其視頻內容的反饋，本研究採用 YouTube 算法推薦的「熱門視頻」排序機制，選取其頻道中觀看量排名前 20 的視頻作為核心研究樣本。在數據採集方面，我們運用 Python 編程語言，結合 Google 官方提供的 YouTube Data v3 API 接口，對選定視頻的觀眾評論進行系統爬取。

考慮到評論數據體量龐大且受技術條件限制，本研究採用點讚數作為評論篩選標準，因為評論獲得的點讚數越高，表明其社會認同度越高。基於此標準，研究最終採集了每個樣本視頻點讚數排名前 300 的評論（爬取時設定清洗條件，過濾掉純表情、純數字與無效連結的評論），共計 6000 條有效的文字數據。這些評論語種多樣，涵蓋英語、西班牙語、簡體中文和繁體中文等。為確保後續分析的統一性，研究使用 deep-translator 工具將所有非英語評論統一翻譯為英文文本。對於無法直接翻譯的繁體中文評論，我們先採用 zhconv 工具將其轉換為簡體中文，再進行英文翻譯，以確保翻譯的品質和準確性。

（二）數據處理

為了探究海外觀眾對李子柒視頻的情感態度，本研究採用 Hugging Face 平台提供的預訓練語言模型 distilbert-base-uncased-finetuned-sst-2-english 進行情感分析。該模型在保持較高準確率的同時顯著提升了推理速度，是輕量高效的英語情感分析工具。

為了更深入地探討李子柒短視頻的評論特徵，我們還對評論內容進行了主題分析，即用詞頻分析的方法，關注高頻詞的出現規律，以揭示觀眾評論的核心主題。具體操作上，先借助 Python 的自然語言處理庫（NLTK, Natural Language Tool Kit）對評論文本進行預處理，包括分詞、停用詞過濾等，以剔除無實義的常見詞彙。然後通過詞形還原統一詞彙形態，確保統計特徵的一致性。最後使用 wordcloud 工具進行詞頻計算，並生成詞雲圖。

四、李子柒短視頻的內容與跨文化傳播

（一）視頻內容中的傳統文化呈現

李子柒自 1990 年出生於四川綿陽，作為自媒體時代下中國傳統文化傳播的典範，她於 2015 年開始短視頻創作，2017 年將視頻運營拓展至海外。根據數據統計，其所上傳的 100 餘條視頻的累計播放量超過 10 億次，每條視頻的評論均在 1 萬條以上，熱門視頻評論超過 5 萬條。李子柒憑藉卓越的傳播影響力，相繼獲得 YouTube 平台白銀創作者獎、燦金創作者獎，並創下「最多訂閱量的 YouTube 中文頻道」吉尼斯世界紀錄，被國際受眾譽為「東方美食生活家」。

為探究李子柒短視頻成功傳播中國傳統文化的機制，本研究首先對李子柒短視頻的主題進行了整理，發現可分為三大類：飲食類短視頻、純手工藝類短視頻，以及將工藝與飲食相結合的綜合類短視頻。其中，飲食類短視頻佔據了總量的 82%（齊元皎，2020），內容涵蓋了從食材種植、收割、加工到最終成品的完整過程，時間線上還穿插着二十四節氣的變化，展現了中國傳統美食的文化精髓。手工藝視頻則聚焦傳統工藝的傳承與創新，如古法製胭脂、文房四寶製作、漆畫工藝、蠟染技術等非物質文化遺產項目。綜合類視頻則將飲食與手工藝結合，將中國傳統文化呈現得更為立體和豐富。

而在視頻表現手法上，李子柒採用了獨特的視聽語言作為主要敘事方式。作為來自高語境傳播國家的創作者，她幾乎不使用對白和旁白，而是通過精心設計的畫面語言和配樂傳遞信息（張明、吳佳玲，2020）。視頻畫面充滿詩意美感，展現四季流轉的自然景物、田園風光與生活場景。在聲音設計上，她的視頻多選用寧靜悠遠的古風音樂作為背景，輔以流水聲、鳥鳴聲等自然音效，營造出濃郁的東方意境（潘皓、王悅來，2020）。這種視聽語言的運用不僅降低了跨文化傳播中的理解障礙，更構建了一個真實而富有東方魅力的精神世界。張文娟、李智（2022）指出，李子柒短視頻通過中國傳統田園牧歌式的審美意象，成功融通了中西方共通的情感價值，呼應了西方受眾對東方的浪漫想像，在全球範圍內引發了對傳統生活方式的嚮往與共鳴。

總的來說，李子柒短視頻擅長通過故事化表達和審美化呈現傳遞文化內涵。如在展示自製醬油的過程中，從種植黃豆開始，經歷收穫、晾曬到最終釀製，完整記錄每個工序。這種看似平常自然的敘事方式，實則經過精心構思，將清秀女孩與粗重農活、原始材料與精美成品等對立元素巧妙融合，創造出獨特的中國傳統文化藝術效果。

（二）視頻評論下的跨文化傳播

1. 情感維度分析

通過對所採集的評論數據進行情感分析，我們發現 83.3% 的評論呈現出顯著的積極情感傾向。具體而言，高頻出現的積極評價詞彙包括「love」「like」「amazing」等，其中具有代表性的評論包括：「I love her so much」「This video reassured and inspired me, thank you」「Gorgeous videos, it is impossible to break away」以及「I just love the relaxing moment of Ziqi's morning」等。這些評論不僅反映出觀眾對視頻內容的普遍認同，更體現出其對所呈現的中國傳統文化元素的積極接納態度。此外，剩餘的 16.7% 中性或消極評論主要聚焦於視頻製作的技術層面（如畫質、剪輯、字幕等），而非對文化內容本身的否定，這一現象進一步佐證了李子柒視頻在跨文化傳播層面的有效性。因此，從視頻評論情感分析的維度來看，視頻成功構建了積極的情感共鳴，為跨文化傳播奠定了良好的基礎。

2. 主題維度分析

為了進一步從評論中獲取觀眾對李子柒視頻的關注焦點，我們對評論中的詞彙進行了詞頻統計，所生成的詞雲圖如圖 2 所示。

基於高頻詞彙，本研究從以下兩個維度展開對李子柒視頻的跨文化傳播分析（註：下文單詞括弧裏的數字為詞頻）：

(1) 多維度情感共振體系的建構

通過對高頻詞彙進行梳理，我們發現積極情感詞彙佔主導，如「love」（1214）、「like」（1222）、「amazing」（346）、「happy」（237）、「peaceful」（197）、「wonderful」（162）、「calm」（97）、「happiness」（94）、「relaxing」（91）等，這

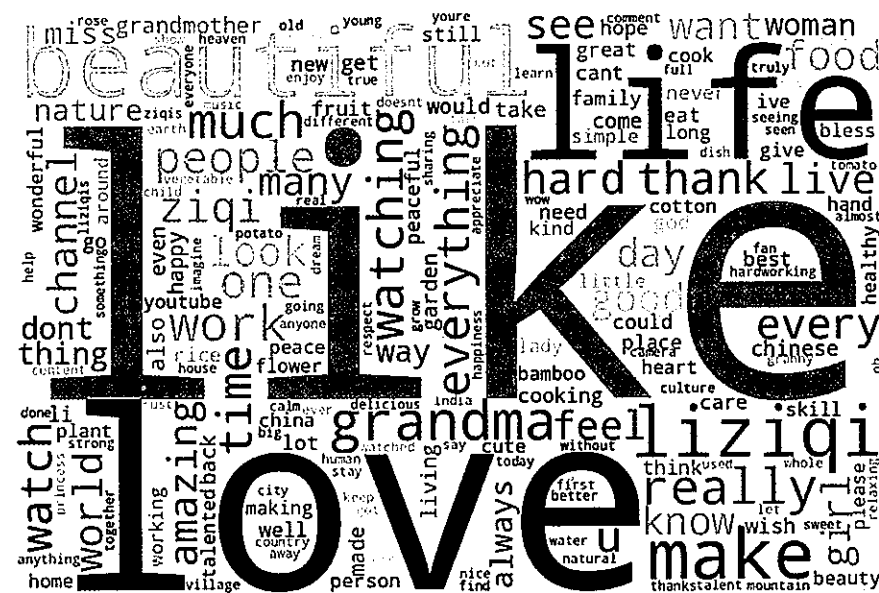


圖 2 評論詞雲圖

些都體現了李子柒視頻在精神層面激發了觀眾的積極情緒。通過對這些詞彙定位到相應的評論中，我們發現李子柒視頻主要是從以下三個方面激發觀眾的情感共鳴：

其一，喚起普世的情感記憶。例如「grandma」（654）、「grandmother」（287）、「family」（162）、「together」（77）、「friend」（57）等關係詞表明視頻啟動了觀眾內心的親情和友情。同時，「childhood」（59）、「kid」（50）、「reminds」（50）等回憶類詞彙的使用，顯示內容喚起了觀眾的集體記憶，如「I miss my childhood, I miss my grandmother and grandfather」。辛靜、葉倩倩（2020）就曾指出親情、友情和愛情是連接海內外網友的紐帶，流淌着真情實感的中國文化故事有利於拉近人與人之間的距離，跨越差異、打破隔閡。

其二，舒緩現代的生活焦慮。李子柒視頻構建了一個「烏托邦世界」，田園生活景色優美，自給自足，高頻詞如「nature」（97）、「village」（88）、「country」（86）、「rural」（58）、「mountain」（86）、「farm」（84）、「heaven」（101）和「paradise」（61）共同描繪了一個遠離都市喧囂的烏托邦世界。生活方式層面，「life」（1104）、「live」（359）、「living」（254）、「lifestyle」（67）和「healthy」（141）

等詞的頻繁出現，反映了觀眾對古樸自然生活方式的認同，為處於快節奏、高壓生活中的觀眾提供了精神慰藉與理想投射。李小華、華凱純（2020）指出，海外觀眾通過李子柒短視頻，在欣賞異域文化的同時，也反思了現代都市中資本與物質對人的異化。這種異托邦空間的營造，不僅補償了人們對美好生活的嚮往，更引發深刻的社會反思，實現了獨特的社會傳播價值。

其三，塑造理想的個人形象。李子柒在視頻中塑造了一個美麗又堅強的女性典範形象，這體現在評論中的詞彙如「woman」（309）、「lady」（148）、「talented」（123）、「strong」（99）、「princess」（73）等。她選擇在物欲橫流的時代回歸田園家鄉，贍養祖母，自力更生，善待環境，令許多人「appreciate」（80）、「admire」（70）和「respect」（100）。這種人物形象的塑造，不僅滿足了觀眾對理想形象的期待，也傳遞了一種積極向上的生活態度和價值觀，進一步增強了觀眾對視頻內容的情感認同。

（2）中國傳統文化呈現的有效策略

如前文所述，目前中國文化在國際傳播過程中仍面臨諸多挑戰。然而，「culture」（106）、「chinese」（249）、「china」（154）、「world」（343）等高頻詞彙卻反映了李子柒成功地實現了中國傳統文化的傳播，為文化傳播領域的創新實踐提供了寶貴經驗。通過對高頻詞的梳理，本研究認為李子柒短視頻呈現中國傳統文化時的有效策略有以下三點：

其一，根據霍爾的高低語境文化理論，中國向外傳播中國傳統文化時，需處理好文化的編碼與解碼問題，李子柒的視頻內容以具體實物為載體，巧妙地展示了中國文化的內核。在食物方面，「food」（370）、「rice」（211）、「cotton」（130）、「cooking」（187）、「cook」（137）、「dish」（100）、「delicious」（100）等詞彙的頻繁出現，凸顯了視頻裏中國美食的獨特魅力，同時也傳遞了其中蘊含的文化內涵和情感價值，如家庭團聚和節日慶典等。工藝方面，「skill」（135）、「bamboo」（125）、「hand」（124）、「make」（684）、「working」（140）等詞彙，反映了觀眾對手工製作精妙和工匠精神的感受，激發了他們對中國傳統手工藝的興趣和尊重。

其二，將傳統文化融入進具有美感的畫面及個人形象中，視覺和聽覺上吸引國際觀眾的廣泛關注。李子柒短視頻聚焦中國鄉村生活，展現純手工製作

的食物與服飾，還原傳統田園勞作場景，傳遞了質樸的鄉土氣息。「beautiful」（864）、「amazing」（346）、「wonderful」（162）、「cute」（123）、「music」（89）等詞彙，就體現了國際觀眾對視頻中鄉村美景、李子柒個人形象及古風音樂的讚賞。如評論所說：「You are so beautiful and your place is awesome」。

其三，重構中國傳統文化的當代價值。李子柒視頻將傳統農耕智慧創造性轉化，搭建起傳統文化與現代生態的對話橋樑。「天人合一」的哲學通過古法種植、手工釀造等場景具象化，喚起國際觀眾對「nature」（314）、「natural」（97）、「farm」（84）、「farmer」（77）、「human」（76）、「waste」（52）等生態議題的思考。田園生活的呈現不僅帶來「relaxing」（91）和「peaceful」（197）的觀感，更引發對生活方式的思考，實現了傳統價值與現代訴求的有機融合，為全球生態文明提供東方智慧方案。

綜上所述，基於對李子柒短視頻內容特徵及受眾評論的深入分析，本研究認為自媒體時代下中國傳統文化的有效傳播可以吸收借鑒以下經驗：（1）形式與情感策略：創作者應打破文化差異壁壘，降低文化折扣，注重情感共鳴，通過真摯情感表達拉近與觀眾距離，並提升感官體驗與審美情趣，利用技術進步帶來的視聽優勢吸引受眾；（2）內容與文化策略：短視頻應以細微視角敘事，增強海外受眾參與感，促進中國文化內核的潛移默化傳播，同時注重中華優秀傳統文化的現代價值，通過講好中國故事，呈現傳統智慧，展示文化特色，提升海外市場的文化認同與接受度。

五、自媒體技術賦能國際中文傳統文化教學

前文我們通過對李子柒短視頻的案例分析，系統探討了自媒體時代傳統文化跨文化傳播的有效路徑。這不僅為文化傳播實踐提供了可借鑒的範例，同時也為國際中文教學領域帶來了重要啟示。基於此，本章節將繼續以李子柒短視頻為研究範例，結合國際中文文化教學的內容和目標，深入探討自媒體技術在國際中文傳統文化教學中的具體應用與賦能機制。

（一）教學資源的開發與利用

李子柒短視頻具有豐富的文化內涵和獨特的表現形式，為國際中文教學提供了生動的教學資源。首先，其視頻內容涵蓋了中國傳統文化的多個方面，如飲食、服飾、傳統技藝、節氣節日等，這些內容可以作為文化教學的重要素材，幫助學生了解和認識中國文化的多樣性和獨特性。其次，李子柒視頻具有精美的畫面和靈動的音樂，能夠幫助學生沉浸在視頻敘事中，感受中國傳統文化的魅力，激發他們對中文和中國文化的學習興趣。

然而，直接將這類富含傳統文化內涵的短視頻應用於課堂教學，可能導致教師過度投入於深層文化解讀，進而影響教學效率與效果（梁宇、周沐，2024）。基於此，本研究建議將李子柒短視頻定位為教學輔助資源。鑒於其整合了視覺符號（畫面構圖）、聽覺符號（背景音樂）與語言符號（少量對話及字幕說明）的多模態特徵，建議根據教學需求對視頻內容進行結構化分解為：

語言符號庫：截取視頻中高頻出現的詞彙片段，如《從一顆黃豆到一滴醬油》中反覆出現的「醬油」「發酵」等專業術語，以及《文房四寶》中的「宣紙」等傳統工藝名詞，構建語言學習素材。這些片段不僅包含目標詞彙，還通過具體語境展示其使用場景，有助於學習者理解詞彙的文化內涵。

文化認知庫：按文化適應理論分級分類視頻中的典型中國文化，構建沉浸式文化場域。例如初級物質文化包括服飾、飲食等，那麼可以截取《年貨小零食》視頻中的傳統糕點。中級行為文化（節慶／禮儀），則可以截取《桃花節》視頻中的祭祖流程。高級精神文化（價值觀），則可以截取李子柒與奶奶交流（孝敬長輩）等。

實踐範例庫：選取工藝類視頻，如《窗花剪紙》中的剪紙技法、《古法造紙》中的造紙工藝等，剪輯製作流程，形成文化體驗與實踐的標準化範例。這些範例不僅展示傳統工藝的完整流程，還包含操作要點與注意事項，為文化實踐教學提供直觀參考。

（二）基於短視頻的教學模式

根據建構主義（constructivism）學習理論、文化認知理論和國際中文教學法，我們嘗試設計了一個從文化導入到深度學習再到互動交流的漸進式教學模式，以幫助教授中國傳統文化。

1. 文化導入

在教學過程中，教師可以先播放李子柒的短視頻，讓學生直觀地感受中國傳統文化的魅力，然後引導學生討論視頻中所展示的文化元素和價值觀，如家庭觀念、自然和諧等。通過這種方式，學生可以在輕鬆愉快的氛圍中了解中國文化，為後續的語言學習打下基礎。例如，在教授中國傳統節日時，可以播放李子柒關於春節的視頻，讓學生觀察視頻中的春節習俗，如掛燈籠、貼春聯、剪紙、插花、吃年夜飯等，這種視聽結合的教學方式不僅能夠有效提升學生的學習興趣，更能幫助學生深入理解中國節日文化的豐富內涵，為後續的文化比較與討論提供素材。

2. 深度學習

在學生建立初步文化認知的基礎上，教師可深度整合視頻內容開展教學活動，具體而言，教師可選取特定視頻片段作為教學素材，引導學生進行觀察與表達，鼓勵其分享對文化現象的見解與感受。同時，可基於視頻內容設計閱讀與寫作任務，使學生在完成任務的過程中實現語言能力的提升。在漢語詞彙教學方面，建議採用沉浸式（immersive）教學策略。例如，當課文涉及春節相關詞彙時，教師可在完成詞彙釋義後，播放李子柒的春節視頻片段，讓學生直觀感受這些詞彙在實際場景中的運用。這種情境化的教學方式有助於學生建立詞彙與語境的關聯，提升其在實際交際中的語言提取與運用能力。

3. 跨文化交流

鑒於李泉、丁秋懷（2017）提出的「國際中文文化教學要強調當代意識和拓展當代視角」，本研究認為跨文化交流部分應該強調中國傳統文化的現代意義。

因此，教師可以組織學生觀看視頻後，與來自不同文化背景的同學進行交流和討論，分享各自對視頻內容的理解和感受。通過這種方式，學生可以提高跨文化交際能力，增進對中國文化的理解和認同。例如，在跨文化交流活動中，可以組織學生觀看李子柒關於中國茶文化的視頻，然後組織學生就各自文化中的茶文化或者類似文化進行交流與比較，探討傳統與現代的融合、本土與全球的互動。這種基於具體文化主題的交流活動，不僅能夠幫助學生認識文化差異，培養文化敏感性，更能提升其在真實語境中的跨文化交際能力，實現語言學習與文化認知的有機統一。

六、結語

本研究以李子柒短視頻為例，探討了自媒體時代中國傳統文化的跨文化傳播與教學應用。研究發現，李子柒短視頻通過獨特的微觀敘事視角、理想的個人形象、普世的主題，有效地將中國傳統文化的精髓傳遞給全球觀眾。其內容在自然、親情、食物等人類共通情感領域引發了強烈共鳴，促進了不同文化間的理解與尊重。李子柒短視頻的成功不僅為後續短視頻的創作與傳播提供了寶貴經驗，更是巧妙地運用東方智慧，回應了目前人類面對的生存命題，例如視頻中展現的自給自足的生活方式、寧靜悠閒的生活節奏，以及與自然和諧共處的理念，為現代人提供了新的生活啟示。因此，其視頻內容與聯合國推動的全球可持續發展目標高度契合，充分展現了中國傳統文化在當代世界的應用潛力和價值。

在教學應用層面，本研究進一步探討了李子柒短視頻在國際中文文化教學中的實踐框架，例如將視頻資源系統化地轉化為「語言符號庫」「文化認知庫」與「實踐範例庫」，以作為教學輔助資源；並提出了一套基於視頻內容的從文化導入，到深入學習，再到跨文化交流的教學模式。

本研究也存在一定的局限性。由於時間限制，未能對李子柒之海量視頻進行全盤分析，此樣本限制可能影響研究結果的全面性。未來研究可以進一步細化李子柒視頻的內容，根據教學需求進行更精準的分類與分析，以更好地滿足實際教學的需要。

參考文獻

- 牛新生（2002）。〈外語教學中的文化教學〉。《寧波大學學報（教育科學版）》，12，頁 80-83。
- 何曉燕（2012）。〈全球化語境下中國電視劇的跨文化傳播研究〉。博士學位論文。中國藝術研究院。
- 宋飛、張明瑤（2021）。〈線上虛擬現實技術在中文教學中的應用〉。《國際中文教育（中英文）》，1，頁 91-100。
- 李小華、華凱純（2020）。〈後現代語境下中國傳統文化傳播新向度——基於李子柒的短視頻分析〉。《中國出版》，22，頁 62-66。
- 李泉、丁秋懷（2017）。〈中國文化與傳播：當代視角與內涵〉。《語言文字應用》，1，頁 117-124。
- 步延新、孫紅娟（2024）。〈實境教學線上上國際中文思政教育中的效應研究〉。《海南師範大學學報（社會科學版）》，3，頁 102-110。
- 辛靜、葉倩倩（2020）。〈國際社交媒體平台中國文化跨文化傳播的分析與反思——以 YouTube 李子柒的視頻評論為例〉。《新聞與寫作》，3，頁 17-23。
- 段鵬、彭晨（2024）。〈數智時代短視頻助力中華文明國際傳播的內在邏輯與創新路徑〉。《中國編輯》，3，頁 4-10。
- 徐敬宏、袁宇航、鞏見坤（2022）。〈中國國際傳播實踐的話語困境與路徑創新：基於文化語境的思考〉。《中國編輯》，7，頁 10-16。
- 祖曉梅（2003）。〈跨文化能力與文化教學的新目標〉。《世界漢語教學》，4，頁 59-66。
- 祖曉梅（2023）。〈文化教學的新理念和新思路——《國際中文教育用中國文化國情教學參考框架》解讀〉。《語言教學與研究》，3，頁 26-35。
- 崔永華（2020）。〈對外漢語教學的目標是培養漢語跨文化交際能力〉。《語言教學與研究》，4，頁 25-36。
- 張文娟、李智（2022）。〈自媒體時代「東方」的主體性在場與東方學話語體系的鬆解——基於李子柒短視頻文化破壁的分析〉。《新聞大學》，11，頁 105-115、121。
- 張占一（1990）。〈試議交際文化和知識文化〉。《語言教學與研究》，3，頁 15-32。
- 張明、吳佳玲（2020）。〈跨文化傳播視角下短視頻如何講好中國故事——以李子柒美食短視頻為例〉。《電視研究》，12，頁 70-73。
- 張紅芸（2020）。〈中國文化對外傳播的實踐經驗和可行路徑——以 YouTube 李子柒短視頻為例〉。《出版廣角》，12，頁 77-79。
- 教育部中外語言交流合作中心（2022）。《國際中文教育用中國文化國情教學參考框架》。北京：華語教學出版社。

- 梁宇、周沐（2024）。〈李子柒文化短視頻評論情感分析對國際中文教學的啟示〉。《海南師範大學學報（社會科學版）》，37（6），頁 56-64。
- 畢繼萬（2009）。《跨文化交際與第二語言教學》。北京：北京語言大學出版社。
- 董明（2007）。〈交際文化與跨文化交際瑣談〉。《語言文字應用》，S1，頁 149-154。
- 齊元皎（2020）。〈新媒體時代自媒體短視頻的跨文化傳播——以網紅李子柒在 YouTube 上的短視頻為例〉。《中國廣播》，6，頁 60-63。
- 劉雪（2006）。〈文化分類問題研究綜述〉。《泰安教育學院學報岱宗學刊》，4，頁 9-11。
- 潘皓、王悅來（2020）。〈短視頻敘事與中華文化國際傳播——以 YouTube 平台李子柒短視頻為例〉。《中國電視》，10，頁 90-93。
- 關世杰（2011）。〈跨文化傳播理論在對外傳播的應用價值——以龍在我國與 dragon 在英美的文化差異為例〉。載於姜加林、于運全（主編）：《建構現代國際傳播體系：「全國第一屆對外傳播理論研討會」論文選》（頁 133-153）。北京：外文出版社。
- 顧嘉祖（2002）。〈從文化結構看跨文化交際研究的重點與難點〉。《外語與外語教學》，1，頁 45-48。
- Hall, E. T. (1959). *The Silent Language*. Doubleday, New York.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. Anchor.
- Kroeber, A. L., & Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. Papers. Peabody Museum of Archaeology & Ethnology, Harvard University.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas* (pp.136-139). New York: Harper & Row.
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom* (Vol. 2). J. Murray.

促進香港中國歷史課堂中非華語學生的價值觀教育

梁佩雲 香港教育大學

摘要

中國歷史課程源遠流長，內容繁複，如何在有限課時向中文水平能力不一的非華語生推廣中華文化，達成教學目標，是教師艱巨的教學挑戰。通過對照兩位初中中史教師相同課題的課堂教學，本文剖析非華語生學習中國歷史的意義，並探討教師在傳揚傳統價值及推廣中華文化的有效方略。

◆◆◆ 關鍵詞 ◆◆◆

非華語、中國歷史、價值觀、中華文化