



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การศึกษาประยุกต์วีดีโอสั้น ๆ ในประเภทการท่องเที่ยว
ในการศึกษาวัฒนธรรมจีนนานาชาติ

RESEARCH ON THE APPLICATION OF TOURISM SHORT VIDEO IN
INTERNATIONAL CHINESE CULTURE EDUCATION

旅游类短视频在国际中文文化教育中的应用研究

WANG TIANZE
(王天泽)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสอนภาษาจีน)

วิทยาลัยจีนศึกษา มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การศึกษาประยุกต์วิดีโอสั้น ๆ ในประเภทการท่องเที่ยวในการศึกษาวัฒนธรรมจีนนานาชาติ
RESEARCH ON THE APPLICATION OF TOURISM SHORT VIDEO IN
INTERNATIONAL CHINESE CULTURE EDUCATION
旅游类短视频在国际中文文化教育中的应用研究

WANG TIANZE (王天泽)

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสอนภาษาจีน)
สอบวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2566



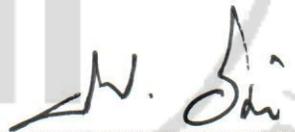
อาจารย์ ดร. หทัย แซ่เจี๋ย
ประธานกรรมการสอบ



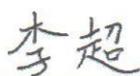
Prof. Dr. Xie Renmin
อาจารย์ที่ปรึกษา



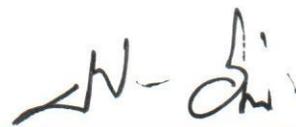
Prof. Dr. Xie Renmin
กรรมการสอบ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เชนศ อิมสำราญ
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(การสอนภาษาจีน)



Prof. Dr. Li Chao
กรรมการสอบ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เชนศ อิมสำราญ
คณบดีวิทยาลัยจีนศึกษา

RESEARCH ON THE APPLICATION OF TOURISM SHORT VIDEO IN INTERNATIONAL CHINESE CULTURE EDUCATION

Wang Tianze

Master of Arts (Teaching Chinese)

Thesis Advisor: Prof. Dr. Xie Renmin

ABSTRACT

In today 's rapid development of science and technology, multimedia technology with the rapid development of the Internet, is applied to all areas of life and work, so the multimedia application in teaching is a conventional teaching method. In today 's society, one of the main means for people to maintain information resources is video materials in the form of a variety of media collections. Among them, short video has become the main carrier for people to obtain and disseminate information in the current period due to its short and convenient, high information integration, easy acceptance by the audience, and high communication efficiency. Tourism short video materials have played a good role in spreading regional culture through real and intuitive images and practical and reliable information, and have effectively displayed the development and changes of customs, things, characters and historical development in specific regions.

In the international Chinese culture teaching activities, the application of tourism short video can stimulate students ' interest in learning and improve teaching efficiency. It has gradually been accepted by learners and used as one of the important teaching resources. However, when using tourism short video, there are many considerations, such as what factors to consider when selecting content, role positioning and specific application methods in cultural teaching activities. Therefore, based on HSK4, this paper analyzes the application of tourism short video in international Chinese culture education, hoping to provide reference for relevant researchers.

This paper is divided into four chapters. The first chapter mainly expounds the concept of tourism short video and the theoretical basis applied to international Chinese culture education, including : input hypothesis theory, multimodal theory, second language acquisition theory ; the second chapter mainly focuses on the analysis of tourism short video teaching materials, analyzes the development trend of tourism short video, classifies the content, and clarifies the classification of tourism short video materials in cultural teaching, and summarizes the main advantages and characteristics of tourism short video in cultural teaching. The third chapter mainly applies tourism short video to the teaching design of international Chinese intermediate culture course, clarifies the problems, and designs teaching ideas and teaching plans. The fourth chapter summarizes the remarkable characteristics of tourism short video

and the problems encountered in teaching design, and puts forward suggestions and limitations on the application of tourism short video to international Chinese culture education. The results show that the application of tourism short video has a positive role in promoting international Chinese culture teaching activities and can effectively improve students' self-study ability.

Keywords: International Chinese, Cultural education, Tourism short video, Instruction



旅游类短视频在国际中文文化教育中的应用研究

王天泽

文学硕士学位（汉语教学）

指导教师：谢仁敏 教授

摘要

在科学技术迅猛发展的今天，随着互联网的飞速发展，多媒体技术已经在生活的各个领域被广泛使用，因此，在教学活动中发挥多媒体作用已然变成一种非常常规的教学手段。当今社会，人们维护信息资源的主要手段之一就是多种媒体集合形式的视频素材，其中，短视频以简短便利、信息集成度高、易于受众接受、传播效率高、优质等特点，成为当下时期人们获取和传播信息的主要载体，而旅游短视频素材通过真实直观的图像和实用可靠的信息，在传播地区文化方面发挥了良好作用，对特定地区的习俗、事物、人物的发展变化以及历史发展进行有效展示。

在国际中文文化教学活动中，旅游类短视频的应用可激发学生学习兴趣，提升教学效率，已逐渐被学习者接受并作为重要教学资源之一。然而，在使用旅游短视频时，有许多考虑因素，例如在选择内容时要考虑哪些因素、在文化教学活动中的角色定位和具体应用方式等等，因此，本文基于 HSK 标准教程 4 分析旅游类短视频在国际中文文化教育中的应用，望给予相关研究者提供参考。

本文共分为四章。第一章主要阐述旅游类短视频概念以及应用于国际中文文化教育的理论基础，包括：输入假说理论、多模态理论、第二语言习得理论；第二章主要围绕游类短视频教学素材进行分析，对旅游类短视频的发展态势进行分析、内容进行分类，并明确在文化教学当中旅游类短视频素材的分类，对旅游类短视频在文化教学方面的主要优势和特点进行总结；第三章主要是应用旅游类短视频进行国际中文中级文化课的教学设计，明确问题，设计教学思路和教学方案；第四章结合旅游类短视频的显著特点和教学设计中遇到的问题进行总结，对将旅游类短视频应用到国际中文文化教育提出建议与局限。结果表明，应用旅游类短视频对开展国际中文文化教学活动具有积极推进作用，并能有效提升学生的自学能力。

关键词：国际中文 文化教育 旅游类短视频 教学

目 录

ABSTRACT	I
摘 要	III
目 录	IV
绪 论	1
第一章 旅游类短视频的定义及应用于国际中文文化教育的理论基础	9
第一节 短视频和旅游类短视频的定义	9
第二节 旅游类短视频应用于国际中文文化教育的理论基础	10
第二章 旅游类短视频教学素材分析	13
第一节 旅游类短视频的现状分析	13
第二节 旅游类短视频中的文化教学素材分类	14
第三节 旅游类短视频在文化教学方面的优势	18
第三章 旅游类短视频在国际中文中级文化课中进行教学应用研究	20
第一节 旅游类短视频应用于国际中文文化课教学的可行性调查与分析	20
第二节 旅游类短视频应用于课堂教学的问题	26
第三节 短视频应用于国际中文文化教学的基本原则	31
第三节 旅游类短视频应用于国际中文中级文化课的教学设计	33
第四章 旅游类短视频应用于国际中文文化教育的启示与局限	38
第一节 旅游类短视频应用于国际中文文化教育的启示	38
第二节 旅游类短视频应用于国际中文文化教育的局限	39
第三节 持续改进国际中文文化教育效果的思考	40
结 语	43
致 谢	44
参考文献	45
附 录	48
论文发表同意书	50

绪论

一、问题的提出

1. 短视频在促进教学活动中具有极强的推进作用。

新媒体技术的出现促使“说+写”的训练效率极大的提升，人们可以跨越时地限制，进行异地交流、对话，也能实现人机对话训练。使人们在学习语言的过程中可以利用虚拟的教学空间进行更精确的技能训练，从而提高语言学习的效率和效果。随着5G时代的到来，移动互联网设备加速普及，互联网体验逐步提升，短视频平台得到了大力发展，并以其丰富的内容和优秀的传播效果，逐渐占据语音和图文的表达方式。借助新媒体技术工具和短视频资源，教育者和学习者在信息化的环境下教育和学习方式都发生了根本性的改变。

2. 短视频平台成为推动地域文化传播的重要渠道。

随着大众对短视频模式的接受程度不断提高，市场涌现出各类短视频APP，其中，抖音平台发展最为迅速，相比之下拥有较高的访问量和社会影响力。据《2021 抖音数据报告》显示，2021 年全国博物馆相关视频播放 380 亿次；豫剧、越剧、黄梅戏、秦腔等地方传统戏剧获赞由 7000 余万至 5000 万不等；乡村相关视频获赞超 24 亿次，使乡村成为抖音中的热门旅游地。这些都是依托短视频平台实现地域文化输出的实际案例，在此背景下，如何利用旅游类短视频促进中国文化传播，值得关注和思考。

二、研究目标与研究意义

1. 研究目的

(1) 围绕旅游类短视频融入教学活动的主题，进一步探索创新国际中文教学的新模式，着重提高汉语学习趣味性。

(2) 通过将旅游类短视频应用于教学活动中，使学习者对汉语词汇和课文的理解得到提升。

(3) 探究旅游类短视频教学对于提高学生的中国文化理解能力的作用。

(4) 把对外汉语课本中涉及到抽象的文化直观的展现在学生面前，助推中华文化传播。

(5) 促进汉语教学模式的多样化与现代化。

2. 研究意义

(1) 理论意义。有利于在输入假说理论指导下，进一步丰富多模态理论、碎片化学习理论、移动学习理论等相关理论研究内涵，并提供相关例证。

(2) 实践意义。将旅游类短视频应用于对外汉语教学中,推动对外汉语教学方式多样化。针对学习者,利于直观感受地域文化特点,帮助提升理解能力和交际能力。针对教学者,利于提升教学效率,具有重要的实践意义。

三、国内外研究综述

近 10 年,短视频平台在多个国家逐渐兴起,并深入人们生活,社会各行业也逐渐重视短视频这种新型载体,其中也包括教学活动,国内外相继开始研究将短视频融入教学活动当中。以下是通过国内外网站书籍等渠道查找的相关文献,对旅游类短视频的研究方面、短视频在国际中文教育应用方面、短视频在国际中文文化教育应用方面以及旅游类短视频在国际中文教育应用方面的研究进行总结归纳。

1. 旅游类短视频的研究情况

国外方面,旅游类短视频方面研究还处于较为早期阶段,主要集中于互联网对于打造地域文化品牌方面。Andy Ann 在“Marketing Trends for 2015”(2015)中指出,在移动互联网时代,通过搭建场景,以讲故事的形式将产品集成到视频中,将是未来人们获取信息的最重要方式,可触化视频将会成为各家商业创意性营销的重要手段。Li 等《Impact of Short Food Videos on the Tourist Destination Image—Take Chengdu as an Example》(2020)采用内容分析法,通过收集数据分析美食类别的短视频对四川成都的城市旅游整体形象的影响,并发现整体形象能够增强产生游客的行为意向。^[1]

国内方面,专门研究旅游类短视频总体发展状况的文章较少,但随着该类短视频影响力的提升,其依旧存在很大的发展空间。孙健《浅论移动短视频社交应用的传播方式及对受众接受度的影响——以抖音短视频为例》(2018)认为随着抖音用户量的激增以及受众需求的细化,抖音已经得到了社会的认可,而抖音平台中的短视频与旅游文化产业的合作会在未来产生巨大的社会效益。^[2]张通勇、甘清、昌蕾《旅游类短视频发展现状及创新模式》(2020)认为目前无论是 UGC 还是 PGC 旅游类短视频,都存在着严重同质化的问题,而 PGC 旅游类短视频将会是旅游类短视频发展的关键,并将呈现出创作形式多元化与内容垂直化的发展趋势。^[3]

[1] Yi Li, Xiuxiu Xu, Bo Song, and Hong He. Impact of Short Food Videos on the Tourist Destination Image—Take Chengdu as an Example[J]. Sustainability, 2020(12), 6739.

[2] 孙健. 浅论移动短视频社交应用的传播方式及对受众接受度的影响——以抖音短视频为例[J]. 新闻研究导刊, 2018, 9(14): 154-155.

[3] 张通勇, 甘清, 昌蕾. 旅游类短视频发展现状及创新模式[J]. 中国报业, 2020(04): 18-19.

关于文化传播功能，文献研究表明，学术界尚未具体研究旅游类短视频的文化传播功能等相关问题，学者大都集中以传播地域文化与中国传统文化的作用与影响中短视频的作用发挥方面进行分析。方欣、张冠文《短视频 APP 中地域文化传播的负面效应》（2018）从文化和受众角度出发，认为现代媒介所提供的跨时空文化感知方式，在丰富地域文化传播形式的同时，也体现了传统文化亚文化化的趋势。^[4]刘浦《短视频自媒体对中西文化传播的影响——以李子柒短视频为例》（2020）以李子柒创作者为研究对象，认为重点在乡村旅游方面的短视频传播文化的成功之处在于借助先进的传播渠道化解了文化传播的隔阂，凭借通俗易懂的视频内容对真实的中国文化进行传播。^[5]尹如月的《网红 IP 短视频的文化价值诉求与传播策略探析》（2020）以李子柒创作网络视频内容为研究对象，从文化诉求与传播模式的角度认为，李子柒在以乡村旅游为重点的短视频中发挥了较好的文化价值诉求与传播影响力，增强了我国文化的传播，促进了了民族文化认同感和自信心。

2. 短视频应用于国际中文教育的研究情况

国外方面，关于短视频在教学活动中的应用的理论相对较少，在近几年才收到了广泛关注。最早提出短视频教学法的是 Xiuli Gou 《Production and Application on English Micro Video Teaching Resources》（2015）中提出将微型视频作为一种新型的教学资源，适应了语言教学的实际需求，可以帮助学习者理解和解决问题，提高教学质量。同时，作者进一步介绍了有关英语微型视频资源在制作和使用中的原理、工具以及流程和应用策略等。Yong Hang Ren（2016）探索了微视频作为教学资源的产生过程和视频素材的选择方式，指出要基于建构主义理论、微观学习理论、视听教育理论和目标导向理论来选择短视频素材，以达到开发微观视频教学资源的更好效果。特别指出的是，关于使用短视频进行第二语言教学的最具代表性的研究是 Masruddin（2018），其通过开展小组练习得出结论，在对开展第二语言教学活动使融入短视频，发现学生的口语水平得到了显著增强。

国内方面，随着我国智能手机以及移动互联网的普及和完善，短视频已成为人们日常生活中的重要元素，而“短视频”这一新型媒介既具备传统多媒体教学资源的优点，也有使教学时间更高效和受众认可度高等优点。陕西教育学院的白爱娃《短视频材料在英语听力教学中的有效应用》（2011）中将短视频带

[4] 方欣,张冠文. (2018). 短视频 APP 中地域文化传播的负面效应[J]. 现代视听, 2018(07): 29-32.

[5] 刘浦. 短视频自媒体对中西文化传播的影响——以李子柒短视频为例[J]. 新闻研究导刊, 2022, 11(01): 221-223.

入英语听力课堂，创新听力教学形式。通过对教学进行一系列的探索，作者指出短视频具有时间短、时效性强、信息新的特点。学生观看短视频的过程是其理解信息与建构信息的过程，此过程对于提高学生的听说能力有着积极的促进作用，并且开拓了学生们社会文化知识视野。实践证明学生的积极性和主动性被高度调动，听力课堂变得轻松、高效。^[6]随着学者们对在教学使用短视频等形式的高度关注，研究者普遍认为短视频作为新兴的信息教学手段，不但提省了学习效率，同时，更改善了老师日常的教学效果。

在短视频引入语言教学应用方面，张建国《短视频融入大学英语听说教学的应用研究》（2020）中通过针对大学英语听说教学中短视频的应用进行探析，指出短视频作为新型教学形式，可以为学生提供自主、便捷的学习空间与途径。^[7]常晓雪的《小学语文识字“抖音短视频”在教学中的利弊探析》（2020）认为，短视频对于促进学生识字，增加学生多样化学习方式以及提高小学生学习的积极性具有非常重要的促进作用。^[8]

短视频虽然呈现出的教学效果较好，但部分学者也指出在国际中文教育教学中运用短视频应该注意的问题，其最有代表性的是孟竹在《新媒体视角下自媒体教育探究——以短视频为媒介的对外汉语教学为例》（2020）中认为目前在知识的主动获取、丰富和拓展等方面使用短视频已经是一种较为普遍的手段，但是将其完全应用于教育存在困难，比如教师无法很好的把控教学，短视频平台推送的视频良莠不齐，教学质量堪忧，因此这些困难还需要进一步克服。^[9]

3. 短视频应用于国际中文文化教育的研究情况

国外方面，关于短视频在国际中文文化教育的应用研究相对较少。Oubibi Mohamed 在《Advances in Research on Technological, Pedagogical, Didactically, and Social Competencies of Preservice TCFL Teachers》（2022）中提到，汉语的学习正在逐渐受到各国学生的重视，国际中文教育是传播中华文化、促进文化交流的重要环节。针对在职国际中文教育教师，建立基于 Moso Teach (MT) 和 RainClassroom (RC) 智能教学工具的教与学设计策略。^[10] Zhong, W 在《Traditional Culture Teaching in Chinese Education Under Internet Thinking. Advances in Intelligent Systems and Computing Volume 1088》

[6] 白爱娃. 短视频材料在英语听力教学中的有效应用[J]. 才智, 2011(04):139-140.

[7] 张建国. 短视频融入大学英语听说教学的应用研究[J]. 海外英语, 2020(15):79-80.

[8] 常晓雪. 小学语文识字“抖音短视频”在教学中的利弊探析[J]. 才智, 2022(01):164.

[9] 孟竹. 新媒体视角下自媒体教育探究——以短视频为媒介的对外汉语教学为例[J]. 传媒论坛, 2022(08):195+161.

[10] Oubibi Mohamed. Advances in Research on Technological, Pedagogical, Didactical, and Social Competencies of Preservice TCFL Teachers[J]. Sustainability, 2022(01):204-205.

(2020)中提到,在互联网背景下的中国文化教学,可以采用互联网技术,为文化教学添砖加瓦。^[11]

国内方面,学界普遍认为短视频在国际中文文化教育中发挥着重要作用,张亚楠《对外汉语中的中华传统文化传播》(2019)从国际中文教学中中国传统文化的传播内容、形式及受众这三个方面进行分析,提出了运营机制、监督机制及激励机制这三类跨文化传播的有效机制,并指出在文化传播过程中,传播者必须选择通俗化的媒介,除了利用期刊、校园广播等媒体进行宣传之外,还可以借用网络新媒体这类的在线平台资源进行传播。^[12]北京外国语大学赵萌在其硕士论文《跨文化类短视频在当代中国社会生活专题课的教学实践——以匈牙利埃格尔多博中学为例》(2019)中指出,短视频可以使学生对当代中国社会生活的了解进一步加深,促进国际中文教育文化教学,特别是针对民俗文化方面的教学。^[13]李靖在《新媒体形势下网络短视频在对外汉语文化教学中的应用》(2020)中对如何将网络短视频这种娱乐形式作为教学辅助工具应用在文化教学中进行了初步探究,致力于在国际中文文化教学中融入网络短视频这一新兴事物,为国际中文教学带来活力与生机。^[14]倪晓丰,王立军《探究新媒体与对外汉语教学中文化教学的融合》(2020)指出新媒体的发展给国际中文文化教学带来了丰富的课程资源和体验,让留学生更深刻地理解中国文化并解决过去教学中存在的问题。^[15]

4. 旅游类短视频应用于国际中文文化教育的研究情况

国外方面,笔者依托 Google Scholar、Scopus 和 EBSCO 这几个比较权威的网站上查找相关文献,以本篇文章的关键词“Tourism Short Video”+“International Chinese”进行检索,发现所有的外文网站上均没有与之相关的外文文献。笔者认为,短视频兴起时间较短,而将短视频应用在国际中文教育的研究目前还不完善,还没有激起他们从学术角度去专门探讨旅游类别短视频应用于国际中文文化教育的兴趣。

国内方面,旅游类短视频正处在发展上升期,旅游类短视频应用于国际中

[11] Zhong, W. Traditional Culture Teaching in Chinese Education Under Internet Thinking[J]. Advances in Intelligent Systems and Computing Volume 1088, 2022: 343-350.

[12] 张亚楠. 对外汉语中的中华传统文化传播[J]. 区域治理, 2019(3): 248-250.

[13] 赵萌. 跨文化类短视频在当代中国社会生活专题课的教学实践[D]. 北京外国语大学, 2019.

[14] 李靖. 新媒体形势下网络短视频在对外汉语文化教学中的应用[J]. 辽宁工业大学学报(社会科学版), 2020, 22(05): 140-142.

[15] 倪晓丰, 王立军. 探究新媒体与对外汉语教学中文化教学的融合[J]. 汉江师范学院学报, 2020(03): 115-120.

文教育的研究与生活、美食、娱乐等短视频大类相比较少，主要是从短视频的文化传播功能在国际中文教育中的应用进行了探讨。杨紫霞《“中国风”网络视频在汉语国际教育中的应用探析》(2020)认为李子柒短视频体现出了国际中文教学中的 i+1、个性化、题材内容适度性等原则，如果将李子柒短视频运用在国际中文教育中具有重要意义，但其只是提出了个人的初步想法，没有做到深入的论证分析。但李子柒短视频内容主要侧重于中国美食、工艺和服饰等传统文化缺少地域文化相关内容的体现。上海师范大学汤莲在其硕士论文《中华文化元素短视频在初级读写课教学中的影响研究——以意大利佛罗伦萨中文学校为例》(2021)将意大利佛罗伦萨中文学校作为案例，重点关注短视频的各种类型，通过反洗比对各种不同类型的短视频素材，将初级读写课的教学资源确定为中华文化元素短视频，并且按照问卷调查结果和在意大利佛罗伦萨中文学校任教的汉语教师提出的建议，结合笔者在该校进行的初级汉语读写课的学实践经历，对于在初级读写课上是否使用含中华文化元素短视频辅助教学及其教学效果进行了实证对比。^[16]可见，在国际中文教育中运用短视频的文化传播功能，具有可实施性，可操作性。但从总体上来讲还处于探索阶段。大多数研究停留在分析其优势及教学的注意事项，并注意到其文化教学的价值，缺少将旅游类短视频应用到国际中文教育中的实证研究。

综上所述，短视频作为一种全新的媒介形式，将其融入国际中文教育进行具体应有具有明显的优势，其中，旅游类短视频不仅具有生活、搞笑、美食等其他类型短视频的画面的动态性、原创性及创意性，而且在传播速度和效果上也远超其他类型的短视频，在有效的应用于国际中文文化教学的前提下，可以很好的推动中国传统文化的传播。就国内外现有的相关成果可以得出，对短视频资源应用于教学方面的有关研究还相对匮乏，目前，主要研究是促进学生汉语能力提升和跨文化交际类方面。在将旅游类短视频应用于对国际中文文化教育方面，研究成果更是罕见。互联网信息技术的发展和进步进一步开拓了国际中文教学的发展和创新的可行性，在国际中文文化教学中应用旅游类短视频，对实践价值和研究具有重要意义。在国际中文文化教学中运用旅游类短视频对提高教学质量、促进中华文化传播具有积极作用。旅游类短视频在促进国际中文文化教学中的作用和影响还有待进一步的探索，鉴于将旅游类短视频融入国际中文文化教学方面的有关研究发展还并不充分，所以本文在总结前人现有理论的同时，结合自己在教学中应用旅游类短视频的实践经验，对在国际中文文

[16] 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——以意大利佛罗伦萨中文学校为例[D]. 上海师范大学, 2021.

化教学中运用旅游类短视频的作用及其具体应用进行了探讨。

四、研究思路与研究内容

1. 研究思路

深入了解旅游类短视频的发展现状，对各大短视频平台中的旅游类相关短视频素材进行分类，明确将旅游类短视频素材应用于国际中文文化教育中的特点和优势，找出缺点和不足，选取合适的短视频素材进行中级汉语综合课教学设计，最后，提出建议与局限。

2. 研究内容

(1) 综述旅游类短视频在国际中文文化教育的研究情况。目前，国内外关于旅游类短视频融入国际中文文化教育的研究发展还不够充分，通过文献查找的形式，整理汇总有关研究情况。

(2) 如何选择合适的旅游类短视频素材。旅游类短视频主要包括旅游打卡类和旅游宣传类两种，各类平台随处可见，但不能抓来就用，根据旅游类短视频中的文化素材进行分类，汇集成小型素材库。

(3) 旅游类短视频应用于国际中文文化教学的操作性。通过进行旅游类短视频应用于国际中文文化课的教学设计，开展教学实践。

五、研究方法和创新点

1. 研究方法

(1) 文献分析法。利用知网等在线图书馆搜索各种相关论文、期刊、专著和其他文献。充分利用，根据需要将其整合并分类为适合自己研究和使用的材料。

(2) 归纳总结法。对目前国际中文教育教学活动中的视频素材的选取以及使用进行研究，总结当前视频材料选择的局限性和一些问题，进而引出在教学活动中运用特定类型短视频的优势。

(3) 案例分析法。以抖音平台中播放量较大的视频创作者为对象，总结归纳出有利于传播的旅游类短视频形式和内容，为今后收集和制作教学素材提供启示。

2. 创新点

(1) 在研究语料上，将旅游类短视频内容视为自然而真实的资源库，并将其作为在国际中文教育中的一种辅助教学工具及手段，探索地域文化在使用短视频形式传播时对文化教学的影响。

(2) 在研究素材选择上，采用抖音 APP 以及“抖音”海外版—Tik Tok 短视频平台中获 10 万赞以上的旅游类短视频，确保素材内容优质、传播性强、大众认可度高。同时筛选传播范围小但制作质量较高的旅游短视频，以保证素材选取的覆盖范围广泛。

(3) 在研究方法上，将旅游类短视频内容结合 HSK 标准课程知识点进行整合，对典型的教学视频进行示例。



第一章 旅游类短视频的定义及应用于国际中文文化教育的理论基础

第一节 短视频和旅游类短视频的定义

一、短视频的定义

随着数字媒体技术的不断发展，智能手机早已成为大众生活的必备物品，借助智能手机作为媒介而形成的新的传播方式也为大众的生活提供了巨大的便利。跟随这种发展趋势，在 2015 年左右，短视频平台在万众瞩目下应时而生，最先掀起热潮的是抖音和快手两大短视频巨头，彼时短视频的发展还不够成熟，学界并不能为其作出统一且准确的定义，但我们确定的是，短视频的“短”是相较于长视频的“长”而存在的。对于其字面意思的剖析可以从两方面来认定，时间长度与空间灵活度。一方面，时间上来看，早期抖音短视频的需要在 1 分钟之内播放完成，现在虽有所延长，但大多不会超过 5 分钟。时间短是其最重要的特点之一，这也成就了其碎片化、亮点密集和节奏快的优势。另一方面，短视频通常需要借助智能手机作为媒介，只要有互联网的存在，就可以随时随地的进行视频的发布及观看，所以它在空间上也具有传统媒体不具备的灵活性。

二、旅游类短视频的定义

从传统媒体到如今的互联网媒体，计算机技术的出现大力推动了人类在获取信息方面的前进历程。现今社会下，网络媒介已经能够时时刻刻深入到人们的日常生活中，时空的界限逐渐模糊，人们对于信息的敏感性也达到了空前的地步。

跟随媒介环境的不断变化，短视频平台大肆扩张，其中各种类型的账号如雨后春笋般涌现，不可否认，旅游类短视频是其中的佼佼者。曾经，人们想要获取旅游地域或人文相关信息的途径十分有限，如书本、电视栏目、纪录片等等，无一例外，都是一味地接受信息的单向线性传播模式。而如今，众多短视频平台中出现了很多旅游类自媒体账号，自媒体成为旅游信息传播的重要纽带。传统的旅游人文信息的传播在于地域空间本身，而旅游类短视频则加入了叙事功能。每一个旅游类短视频博主都拥有对事物审美和判断的能力，他们对于不同的旅游信息和地域文化将有自己的捕捉力和关注点，所以博主们在进行短视频的拍摄和编辑时一定会将自己的主观意愿代入其中，将有限的景观内容

赋予自己的叙事理解，从而使这些景观和文化不再冰冷，实现新的自我价值。尤其对于地域形象的塑造，旅游类短视频可以抢得热点，如2023年初火热的各省市“文旅局长宣传本地文化”的案例，在抖音上形成了热门话题，通过对短视频的点赞、转发、分享将各省市的地域形象借势打造出去，打破广大受众对城市的刻板印象，吸引到了大量新的受众群体和资本支持。

由于旅游类短视频在学界仍属于新事物，并不能对其准确定义，为了方便讨论研究，本文将旅游类短视频定义为以短视频的形式呈现旅游目的地丰富的自然和文化资源，并在短视频平台上发布的视频作品。

第二节 旅游类短视频应用于国际中文文化教育的理论基础

一、旅游类短视频素材选择理论——输入假说理论

美国语言学家克拉申认为，学习与习得是人类掌握语言的两种方式。学习是一种有意识的自主性行为，第二语言学习者需要通过一些语法规则和标准语的学习掌握语言。习得则是将第二语言学习者置身于一个语言环境中，像儿童掌握母语一样掌握语言。掌握语言的核心是可理解的语言输入信息，克拉申就此提出了著名的“ $i+1$ ”原则，其中“ i ”代表了学习者自身现有的语言水平，“ $i+1$ ”代表了语言输入的信息及资料应比学习者自身现有的语言水平略高，“ $i+1$ ”的输入并不需要人们故意地去提供，只要习得者能理解输入，而他又有足够的量时，就自动地提供了这种输入。

学者克拉申的“ $i+1$ ”原理为短视频素材的选择提供了理论依据。在“ $i+1$ ”原则中，“ i ”表示学习者当前的知识水平，“ 1 ”表示学习器当前知识水平与下一水平之间的差距。克拉申认为，语言信息的输入既不能对应于当前的 i 级，也不能远高于当前的水平。因此，在实际教学和视频选择过程中，教师应该能够因材施教，化繁为简，在课堂上循序渐进。

二、视频素材融入文化教学理论——多模态理论

多模态理论是指涉及多种模态包括视觉、听觉、触觉等的理论，可以融入到国际中文文化教育的教学研究中，提升国际中文文化教育教学质量。

利用图像符号直观呈现国际中文文化教学内容。图像符号教学包含图片与视频，此种方式可以更加形象地为学生提供教学内容，学生通过视觉、听觉等方式观察思考从而获得知识。大部分学生在初次接触第二语言时，需要通过看图说话的方式循序渐进的了解，图像符号教学的方式能够将难以理解的名词、

动词、量词直观展现出来。例如在对泰国学生进行汉语量词教学时，可使用泰国学生熟悉的四面佛图像为例，“一尊佛像”，解释“尊”的实际含义，其作为动词表示敬重，作为量词则特指形容塑像。同时可以通过旅游类短视频接入中国的佛像文化，引入寺庙含义，“一座寺庙”，解释“座”的含义，其作为名词表示座位、位置，作为量词时则特指形容较大固定的物体。教师可通过图像视频符号为学生创造语境，让学生理解思考并举一反三，讲述生活中能够使用到此种量词的物品。

对于中文文化教学而言，规范与准确是十分必要的，教师需要做到“具体问题具体分析”，利用多模态理论进行教学内容语境还原，配合多媒体教学方法，引入旅游类短视频，时间可控制在3分钟，将语境中的精华语言内容传授给学生，并要求学生按照该短视频拍摄符合本国语境的语言作业，学生既有接受知识的过程，又在完成作业时加深对知识的理解，还原真实场景能够提升课堂的趣味性，全方位调动学生的学习能力。

三、视频素材融入课堂教学理论——第二语言习得理论

学者克拉申认为，在学习第二语言的方面，“习得”的重要性要远大于“学习”，二者相比，“习得”为主，“学习”为辅，想要运用第二语言进行生活化的使用及交际，必须要依靠“习得”实现。

第二语言习得理论可以融入到国际中文文化教育中，以下将从两方面进行探讨。第一，学生需要接受理解中国的文化。教师在课堂教学过程中，要将理论于实践相结合，为学生创建可习得中国文化的环境，保障语言学习与文化习得共同作用。第二，兴趣教学模式。从学生乐趣入手，通过了解二语习得理论可以看出学生最容易接受和理解的内容是阅读，而最有价值和最容易理解的输出是交流和对话。因此，在国际中文文化教学中，教师应注重激发学生的学习兴趣，使他们能够积极、独立地参与教师设计的各种活动，以提高课堂教学效率，实现预期的教学目标。

对于当前的国际中文文化教学，教师必须做好以下几点。首先，为了避免课堂上过度的词汇、句子和语法训练，我们应该尽量设计实用、新颖和有趣的课堂活动。这不仅可以激发学生学习汉语的热情，也有助于他们在研究中产生自信心。其次，在第二语言习得理论的影响下，教师应采用与现实生活相关的短视频教材，使学生能够在深入研究和实际应用中掌握这些教材。同时，有必要将中国短视频内容与本地短视频内容相结合，增加双语教学的内容和时间。此外，教师的教学经验和综合素质也会影响双语教学的实践教学效率。因此，

教师应始终保持学习敏感性，不断提高自身的教学效率和质量。



第二章 旅游类短视频教学素材分析

第一节 旅游类短视频的现状分析

相比于图文的传统形式，短视频拥有轻量化、信息多、表现力强、简单直接等优势，通过占用受众的碎片时间，利用弹幕、评论区、点赞分享加强互动形式，使短视频具备了高效传播的能力，极大地增加了其影响力。

一、短视频的发展态势

根据中国互联网路信息中心发布的《第 51 次中国互联网络发展状况统计报告》中指出，中国网民规模成稳步增长态势，截至 2022 年 12 月，中国网民规模已经达到 10.67 亿，手机网民规模达到了 10.65 亿，网民使用手机应用互联网的比例高达 99.8%，短视频用户较 2021 年 12 月增长 7770 万，成为网络视频用户最强增长点，其用户规模仅次于即时通讯，可见短视频影响力之大。短视频作为互联网内容传播，伴随着网红经济的出现，视频行业陆续涌现出一大批优质的 UGC 内容制作者，各大网络公司纷纷入局短视频行业。直至 2017 年，短视频行业竞争进入白热化阶段，视频作者也多数向 PGC 进行专业运作。短视频利用短小精悍的内容，占用用户大量碎片时间，逐渐形成了时间粘性强、平均年龄低的忠实用户群体。目前，中国发展较为成熟的短视频平台主要是抖音和快手，牢牢占据了市场龙头地位，但其本质核心基本相似，大多都还是定位在生活分享和社交户主的泛娱乐领域。

二、旅游类短视频的兴起

相较于长视频，短视频以其“短、频、快”的优势迅速占领了图像信息传播市场，短时间内将文字、声音、影像信息融合，能够满足用户对于快速获取信息的需求。短视频种类繁多，可以针对不同的用户人群做到精准投放，填补其生活中的碎片化时间，利用多模态感知的方式在短时间内从视觉、听觉上刺激用户大脑，用户可以对获取到的信息进行评论、转发、分享、弹幕回复等操作，实时在短视频中进行交互活动，满足其社交需求。《短视频与城市形象研究白皮书》（2018）总结了短视频的九大种类，^[17] 其中，旅游类短视频成为短视频领域中的重要部分之一，目前旅游类短视频涉及领域包含旅游景区、历史景

[17] 清华大学城市品牌研究室. 短视频与城市形象研究白皮书[EB/OL].
https://www.sohu.com/a/254628329_152615, 2018-09-18.

点、地方特色饮食、地域文化等，以上内容能够使用户产生旅游意向，实现不同地区旅游信息的高效传播。

旅游类短视频的兴起仰赖于信息传播方式的变化及用户的行为需求变化，以下将从两方面解释成因。一方面，旅游类短视频拥有社会传播价值及商业传播价值。社会传播价值体现在解决社会问题，缓解社会压力方面。曾有研究表明，现今社会部分青少年存在青春期心理问题，旅游类短视频可以为青少年创造轻松的治疗环境，使其放松身心，减轻青少年的心理压力。旅游类短视频的商业传播价值则体现在为文旅行业及广告业所带来的积极影响。文旅行业及广告行业的宣传已从传统的线性传播向双向互动传播转变，普通的图像及长视频方式难以激起用户的兴趣，而旅游类短视频拥有传播速度快、受众范围广、占用时间短的优势，结合其生动的呈现方式，以用户为中心进行 UGC 模式的信息产出，每一个参与者将成为信息传播的重要节点，提高用户在传播过程中的参与体验感，最大化挖掘其商业传播价值。

另一方面，旅游类短视频的传播模式能够以用户为中心实现 UGC 模式的产出。基于用户的行为研究发现，旅游类短视频的传播模式能够在短时间激发用户的使用兴趣，短视频信息展示能够对消费者感知质量产生影响。在用户体验感方面，旅游类短视频相较于传统旅游纪录片能够更深层次对用户人际交往、旅游意愿产生影响，用户可以跟随短视频博主的角度进行第一人称视角漫游，通过博主旅行故事的记录与分享迅速了解旅游地域的亮点，关注其营销价值及形象价值。以一点向多点进行面层次传播，引导参与用户成为传播链条中的重要节点，承上启下，突出用户对内容及宣传的导向作用。

第二节 旅游类短视频中的文化教学素材分类

在当前的教学活动中，可以使用不同类型的短视频素材，主要应用的类型有生活类、美食类、文旅类等素材。其中，旅游类短视频采用影像媒介的纪实手法，从多个角度观察和描述了社会环境、自然环境和人类生存之间的关系。真实地记录人类生活，具有描绘现实的本质，以及确保材料真实性的语言。在教学过程中使用旅游短视频，不仅可以丰富教学内容，还可以提高口语水平。旅游类短视频文化教学素材主要分为以下几类。

一、地理类素材

地理类素材的旅游类短视频主要内容为描述地理事物时间和空间关系，主要涵盖文博馆院、寺庙观堂、旅游度假区、自然保护区、主题公园、森林公园、地质公园、游乐园、动物园、植物园及具有特色的城市街道、建筑等。旅游类短视频中的地理类素材表现形式包括两种，一是景区推广，基本由官方进行宣传，详细介绍地理位置、地区特色、人文景观等内容，能够使学习者深入了解景区各项知识内容，但为了打造城市形象，推广具有地方特色的文化旅游资源。如“南昌城市宣传片”，这些风景和城市景观宣传片通常都画面精美、全面详细，但它们往往不能给人留下深刻印象，导致与观众有距离感，缺乏代入感，学习者的兴趣也很弱。二是网红打卡，旅游景点打卡是旅游类短视频最为常见的形式之一，主要打卡地点为网红景点或风景建筑，各类视频除打卡地点外，拍摄剧情及拍摄形式都大同小异，相似度高，易于模仿，如“浙江百丈漈风景区一漈瀑布”等。一般来说，年轻人会根据自己的喜好选择城市，并掌握他们认为独特的景观和城市体验。尽管这种新的视角不一定非常全面，但它往往可以激发学习者的认同和共鸣。

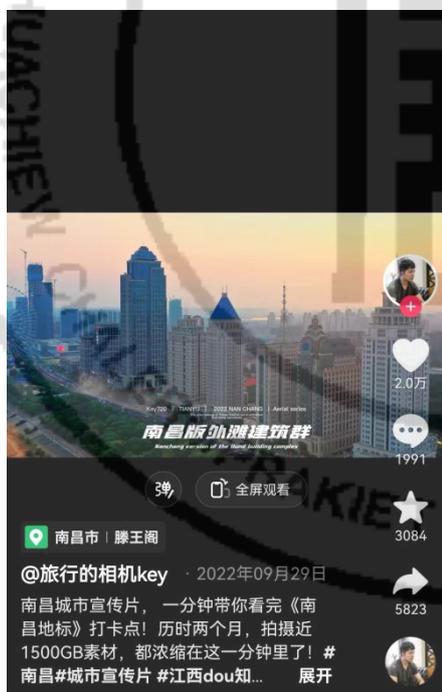


图 2-1 南昌城市宣传片

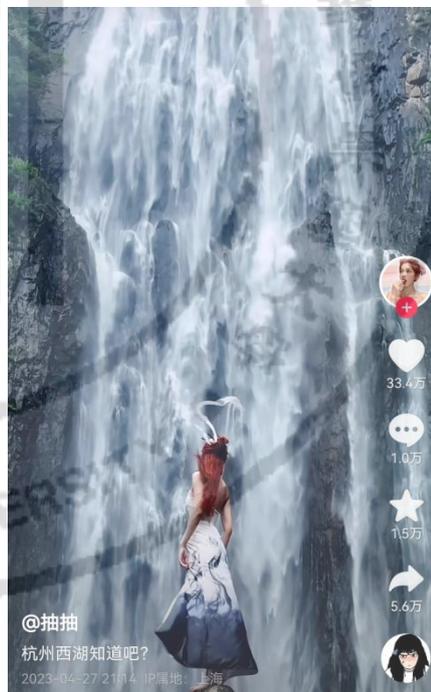


图 2-2 百丈漈风景区一漈瀑布

由于地理类素材具有趣味化的特点，因此，教师可以在新课程的介绍过程中，通过引入有趣的短视频，结合课堂知识，快速提升学生的学习兴趣 and 动力，也可以快速切换到对中国区域知识的解读，这增加了课堂的吸引力。

二、人文类素材

人文是人民传承文化中最贴切身心和生活的一种文化，在进行劳动、日常生活、传统节日、社会活动时都会产生相应的人文习惯。人文类素材的旅游短视频在文化教学中有助于帮助学习者了解中国各地的风俗习惯，内容主要包括各地区民众的日常生活、生产和风尚习俗等情况，涵盖生存方式、方言、艺术、家族架构、社会组织、生产民俗、人生礼俗等多个方面，多以个人创作者实时记录为主要表现形式。

公众广泛创作的旅游短视频更容易使人接受，创作者通常在拍摄日常生活时融入人文元素，将本地习俗以从微观角度以个人视角进行展现。例如，在国内顶流短视频平台“抖音”中，彝族女孩“琳三妹”是拥有 300 万粉丝的创作者，其将本地区文化以展现没事和进行日常工作相互融合。这种以生活为导向的视角可以使学习者更直观地与当地日常生活的细节互动，为个人实践和理解节省时间。



图 2-3 彝族女孩“琳三妹”

三、历史类素材

旅游景点的本质在于对当地历史和文化的再现。不同地区旅游景点的文化意义可以为游客带来更多创新的旅游体验。旅游短视频历史素材主要围绕历史遗迹和历史事实创作。在互联网时代，旅游短视频利用流量渠道为城市和农村创造了一个又一个的旅游空间。创作者、受众以及参与者汇聚在此进行空间时间，实现将旅游影响依托短视频进入大众媒体影响中的私人场景。以城市文化来说，各地城市都有自己的历史文化，甚至在城市内部也会有不同的历史故事，如“北京故宫千龙吐水”、“哈尔滨索菲亚教堂”等，经过由古至今的故事脉络，结合实际遗迹进行讲解，有利于学习者纵向了解某一地区的发展变化和文化形成原因，在好奇心与求知欲的驱使下，提高对地域文化的理解力。



图 2-4 故宫千龙吐水



图 2-5 索菲亚教堂

总的来说，视频叙事的时代已经由互联网正式开启，大众媒体控制的传播垄断机制已经逐步被打破。以日常生活、民俗和自然景观的传播为主要内容的旅游类短视频，已然成为一种新的文化传播载体逐渐成熟。依托新的结构，旅游类短视频围绕历史、地理、人文等素材进行重新整合构建，将有形的物理空间转移至无形的媒介空间当中，在经历了观看者的二次实践后，再返还至媒介空间，应用于教学活动中，致使学生进一步形成有关于当地的全新的地域认同。旅游类短视频的产生特点是具有更强的构建新的地域认同的权利，这远远

优于传统的大众媒体形象制作。旅游类短视频在对媒体空间再现的同时加强运用视频的叙事形式，将历史、地理、人文等文化元素进行编排和组合，从而打破原有的固定文化和旅游标签。学生对中国文化地域的认知不是被动地接受传媒信息的结果，而是积极建构个体认知的结果。

第三节 旅游类短视频在文化教学方面的优势

一、更新频率高,适用于文化教学

现代教育改革重点之一为互联网+教育，因此，国际中文教师在教学过程中运用互联网等创新性较强的辅助教学工具，调动学生参与课堂教学积极性，更能让学生理解文化内容。短视频是蓬勃发展信息技术下的产物，具有较强时效性，每日都会根据用户兴趣爱好推送热点咨询，使人们信息交互需求得到满足。在国际中文文化教育中应用短视频能为文化教育提供全新教学思路，便于留学生高效理解和学习汉语。短视频最显著的特征即更新速度快，也是适用于文化教学优势之一。例如抖音短视频平台中某位外国博主，粉丝近千万，其账号主要记录在中国生活点滴，视频主题多为中华文化。该博主在抖音账号发布上百种体验中国职业视频，例如他在2021年是11月23日更新体验共享单车管理员职业视频后，于同月26日发布体验环卫工人视频，平均每2至3日更新一次，体现短视频时效性特征。留学生易于接受此类更新速度较快的短视频，有利于学习中华文化，应用文化教学可有效激发学生学习兴趣，提升教学效率。

二、生动形象，吸引学生兴趣

短视频特征之一即生动形象，趣味性强。学习者对短视频喜爱程度与视频内容趣味性与否息息相关。当前很多短视频集动画、声音等于一体，使欣赏者产生身临其境般。与此同时，短视频作为信息技术背景下的新兴产物，和文字资料相比更具有生动性，更能激发学生探究知识欲望。如果国际中文文化教师仅借助文字资料或教材为学生讲述中华文化，不可避免略显枯燥沉闷。引入短视频可调动学生参与积极性，留学生们因短视频中非语言交际可高效理解其中呈现内容。建构主义强调以生为本，鼓励学生主动探究和发现知识以及主动建构所学知识意义，以其生动形象的内容进一步增加课堂气氛的活跃度，学生的注意力得到吸引，学习效率得到提升。

三、耳濡目染，文化接受性强

经济全球化持续加深也使文化软实力成为衡量一个国家综合国力重要参考指标。蓬勃发展的经济社会必然结果为文化传播，彰显国家综合国力增强。我国对文化传播重要性给予高度重视，传播媒介作为展现国家良好形象的重要方式，留学生是直接感悟中华文化以及践行跨文化主要群体。在国家中华文化教育中应用短视频可让学生在耳濡目染环境中接受中华文化。留学生运用短视频学习汉语文化可发挥正迁移作用，有利于弘扬中国优秀文化与塑造中国形象，增强本民族自豪感。



第三章 旅游类短视频在国际中文中级文化课中进行教学研究

第一节 旅游类短视频应用于国际中文文化课教学的可行性调查与分析

一、调查分析的准备工作的

1. 调查对象

调查对象范围选定为在泰国工作的国际中文教师。由于教师在开展教学活动时，所教授对象存在年龄、年级、所用教材、汉语基础水平等差异，因此，为保证调查结果的有效性，将以教授具备 HSK3 级水平的汉语学生的教师为对象开展调查活动。筛选原因为，此类教师所教学生具有一定汉语基础，对中国文化具备完整的认知能力，在开展教学活动时视频素材的选择范围更加广泛。

2. 调查目的

本文的调查问卷（见附录）目的有以下方面：1. 在使用旅游类短视频开展国际中文文化教学活动时说教授学生的接受程度；2. 对此前运用旅游类短视频开展国际中文文化教学活动情况进行了解；3. 教师在选择旅游类短视频素材时的类别偏好；4. 所使用的旅游类短视频素材的语料难度以及课堂上学生理解程度；5. 了解旅游类短视频素材对于教学活动的效果，以及在实际应用中存在的问题。6. 希望本次调查能够针对旅游类短视频素材应用于国际中文文化教学给出合理的使用建议，从而提升学习者效率，为教学者提供更广阔的教学思路。

二、问卷调查过程

1. 设计调查问卷

本次调查问卷共计 10 题，其中，6 道单选题、4 道多选题，题目设计分为三个部分，第一部分对在课堂教学中使用旅游类短视频的基本情况进行了了解；第二部分对在课堂教学中应用旅游类短视频的经验调查；第三步是旅游类短视频应用于课堂教学时存在的不足以及意见建议。

本次调查问卷共发放 40 份，最终得到的有效回收 40 份。

2. 调查问卷的发放和回收

本次调查问卷采用电子形式，通过问卷星平台生成有效链接，再将链接转至微信群发送给调研对象，填写提交后，平台自动接收并显示统计结果。

三、调查问卷数据分析

1. 课堂教学中使用旅游类短视频的基本情况

调查问卷第 1-3 题分别了解了教授范围、使用情况、素材获取情况等。

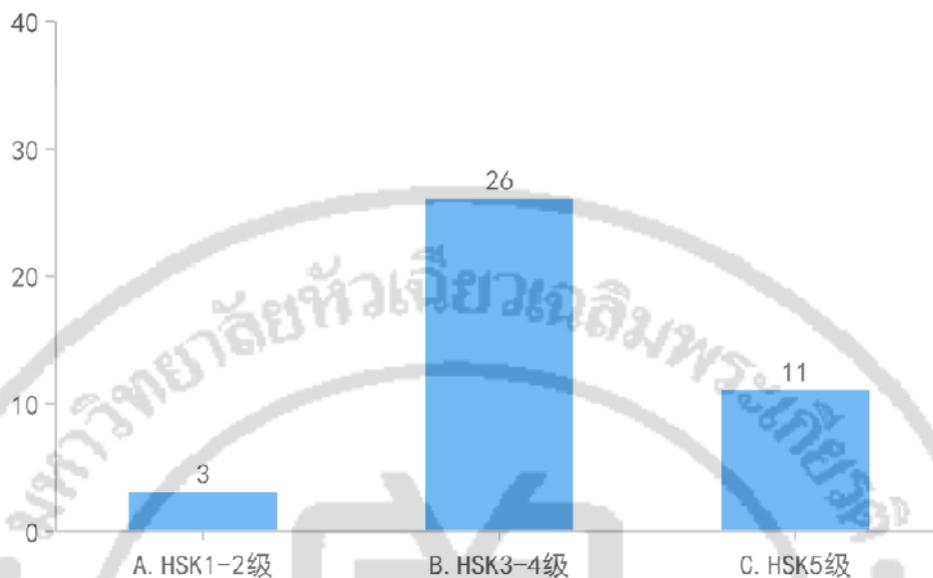


图 3-1 所教授学生的汉语水平

如图 3-1 所示：参加问卷调查的 40 名教师中，有 3 名教师所教授的学生汉语程度为 HSK1-2 级，占比 7.5%；有 26 名所教授的学生汉语程度在 HSK3-4 级，占比 65%；有 11 名所教授的学生为 HSK5 级，占比 27.5%。由此可见，所调查的教师所教授的学生普遍具有一定的汉语水平。



图 3-2 在开展教学活动时是否使用过旅游类短视频素材

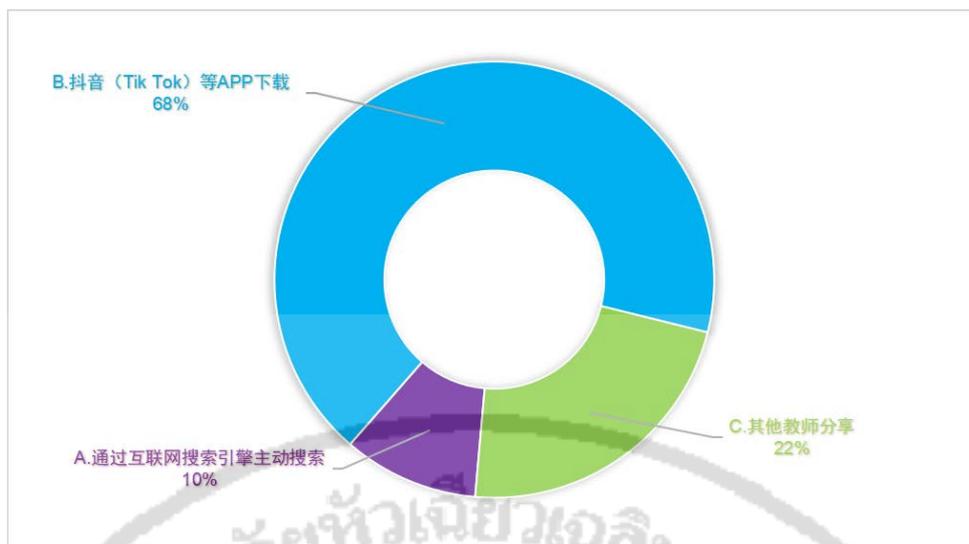


图 3-3 您所使用的旅游类短视频素材主要来源

如图 3-2，参与问卷调查的教师在开展教学活动时全部使用过旅游类短视频素材。如图 3-3，有 10%的教师素材来源于互联网搜索引擎主动搜索；68%的教师素材来源于抖音（Tik Tok）等 APP 下载；22%的教师素材来源于其他教师分享。

这说明旅游类短视频应用于课堂教学已基本被接受，素材获取渠道主要集中在抖音等热门 APP 下载。

2. 旅游类短视频应用于课堂教学的经验分析

问卷 4-6 题主要调查了教师在使用素材时的偏好类型。

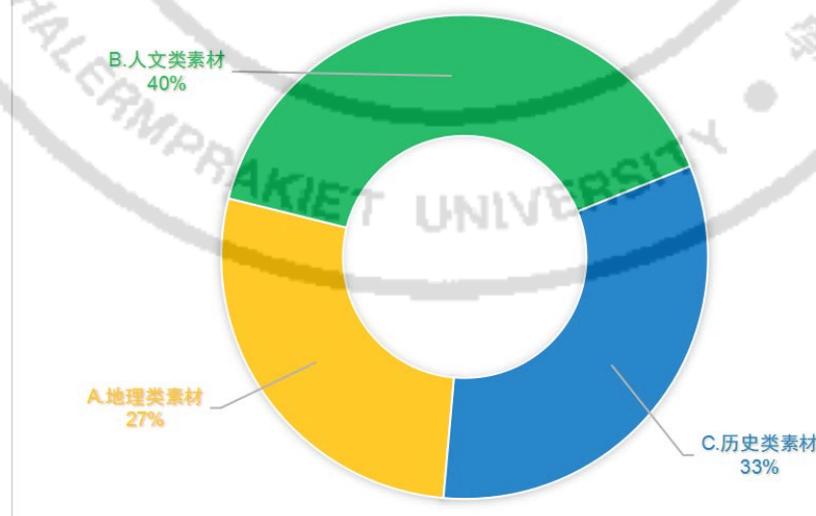


图 3-4 在开展教学活动时更倾向于使用旅游类短视频中的哪种文化素材

旅游类短视频中类的各类文化素材，在课堂教学中使用较为平均。如图 3-4 我们可以看出，地理素材占比 27%，人文类素材占比 40%，历史类素材占比 33%。



图 3-5 在使用视频素材时，是否会进行前期剪辑处理

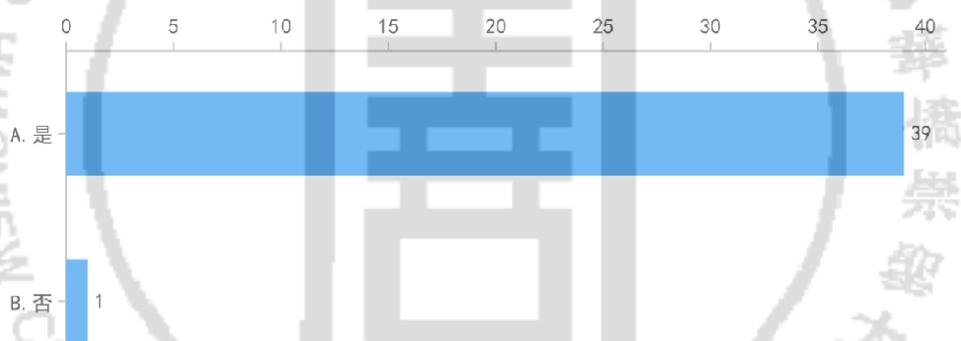


图 3-6 您认为利用旅游类短视频素材开展教学活动，对文化教学是否有帮助

如图 3-5，超过 55% 的教师没有对素材进行前期剪辑处理，多数教师将旅游类短视频素材直接使用，只有 45% 的教师会根据授课内容进行剪辑创作。如图 3-6，97.5% 的教师认为在教学活动中运用旅游类短视频素材对文化教学有帮助，证明运用旅游类短视频对课堂教学效果有一定的提升。

3. 旅游类短视频应用于课堂教学时存在的不足

问卷 7-10 题为多选题，主要调查旅游类短视频应用于教学活动存在的优势、不足以及意见建议。

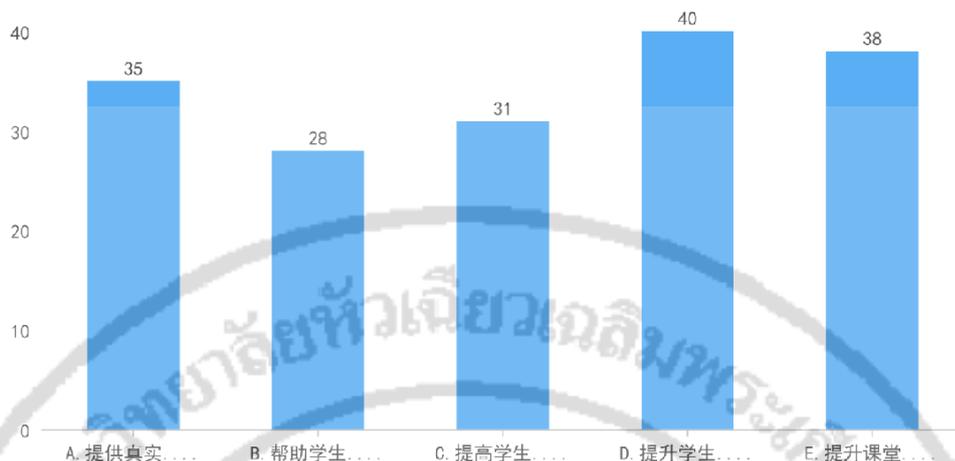


图 3-7 您认为使用旅游类短视频开展国际中文文化教学的优势有哪些

如图 3-7，可以直观看出提升学生学习兴趣是使用旅游类短视频开展国际中文文化教学的主要优势，比例达到 100%，此外，有 35 名教师认为可以提供真实的语言环境，帮助学生理解生词和语法，占比 87.5%；有 28 名教师认为可以帮助学生了解中国文化，占比 70%；有 31 名教师认为可以提高学生汉语视听说能力，占比 77.5%；有 38 名教师认为提升课堂教学效果，占比 95%。

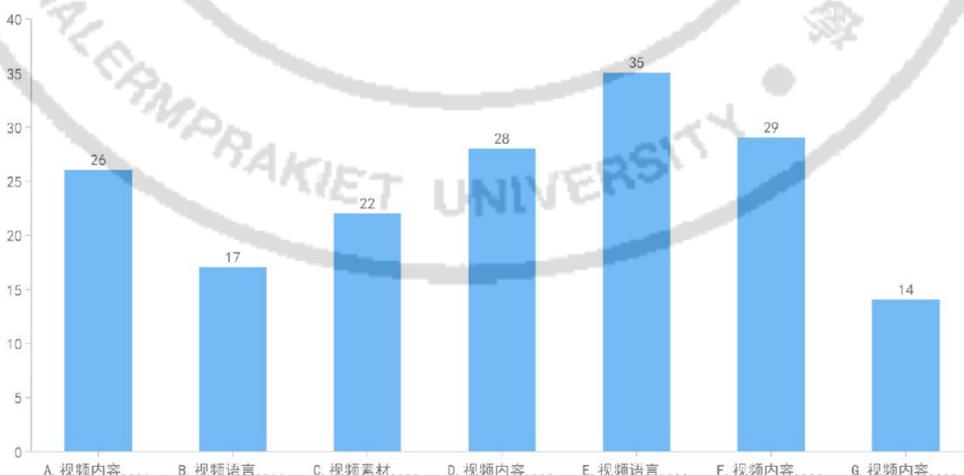


图 3-8 在选择旅游类短视频时更注重哪些因素

如图 3-8，在选择旅游类短视频时教师更加重视视频语言是否标准规范，比例达到 87.5%，此外，视频内容与课堂知识点关联性占比 65%，视频语言难度占比 42.5%，视频素材的趣味性占比 55%，视频内容是否规范得体占比 70%，视频内容是否符合外国学生价值观占比 72.5%，视频内容的时效性占比 35%。

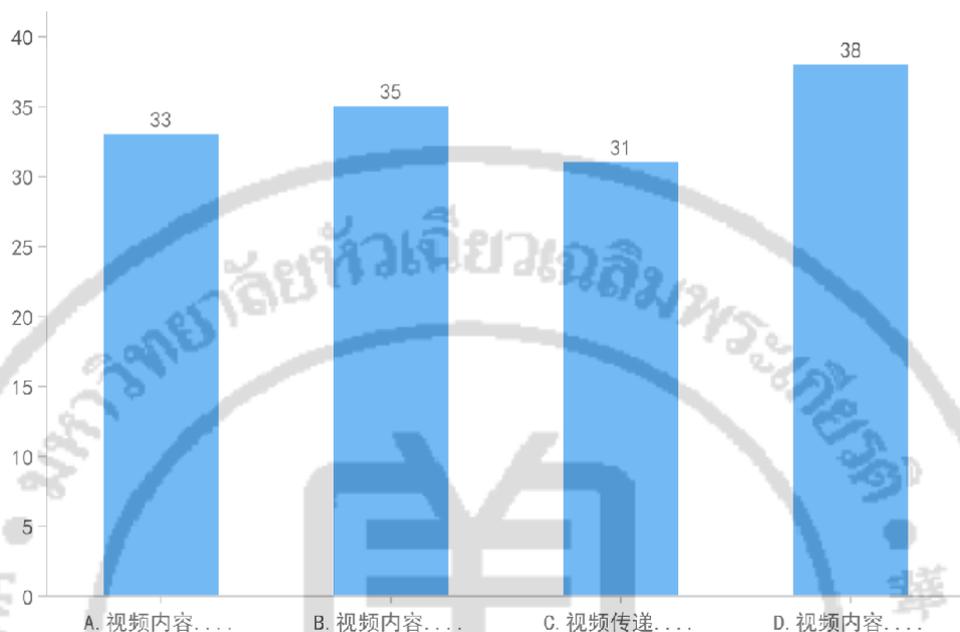


图 3-9 您认为哪些因素会影响旅游类短视频在课堂中的教学效果

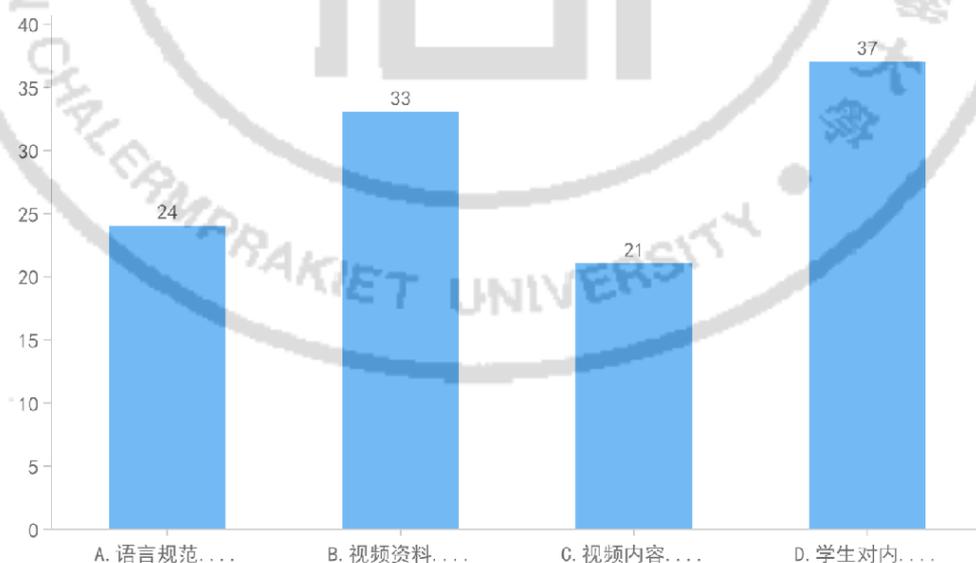


图 3-10 您认为将旅游类短视频应用于国际中文文化教学存在哪些困难

大部分教师认为视频内容质量参差不齐是影响教学效果的主要因素，同时，学生对视频内容理解不到位成为教学中的主要困难。如图 3-9，有 82.5% 的教师认为视频内容娱乐性过强，教学效果不明显会影响教学效果；有 87.5% 的教师认为视频内容分散，知识体系过于碎片化会影响教学效果；有 77.5% 的教师认为视频传递的价值观与学生的价值观冲突会影响教学效果；有 95% 的教师认为视频内容质量参差不齐，教学效果不佳会影响教学效果。如图 3-10，有 60% 的教师认为，存在语言规范性难以把握的困难；有 82.5% 的教师认为，存在视频资料选择有限的困难；有 52.5% 的教师认为，存在视频内容与教学内容关联度不够的困难；有 92.5% 的教师认为，存在学生对内容理解不到位的困难。

第二节 旅游类短视频应用于课堂教学的问题

一、旅游打卡类短视频在地域文化解读上可能出现偏误

短视频的主要是利用人们碎片化时间，向不同的受众提供不同的内容。针对部分低俗内容，尤其是为了吸引眼球、寻求赞扬、鼓励他人，故意拐骗和强行争辩以取悦观众的内容，在某种程度上是一种专注于内容享受的泛娱乐化现象。闫颖慧（2018）研究抖音中存在的语言失范行为，发现其中有很多内容相同、形式各异、同形异义的网络词汇。这些网络生造词包括谐音替代、缩略简称、语义杂糅、拟声词等，与传统汉语教学中接触的词汇或语法规则上不同。

[18]

在介绍此类短视频时，最重要的是要注意传达视频内容的价值观。对于无法分清是非的中学生和高中生来说，教育对于培养他们的独立思考能力和判断是非的能力至关重要。教师在选择此类视频材料时需要充分考虑。以下将从三个方面提出旅游打卡类短视频在地域文化解读中可能出现偏误。

1. 旅游类短视频内容质量参差不齐，缺乏深度

由于短视频的快速发展，许多旅游类短视频在区域文化传播中显示出了优势。同时，内容同质化严重也是旅游类短视频质量参差不齐的一大痛点。通过打开短视频软件，我们可以看到许多劣质文化作品，这些作品对短视频的地域文化分布传播产生了一定的负面影响。从某种意义上说，文化产品良莠不齐是当前旅游类短视频文化传播的一个短板。劣质文化产品往往给人错误的价值观导向，这不应该是地域文化传播过程中的正常现象。此外，这些糟糕的短视频

[18] 闫颖慧. 浅析网络语言反规范现象及思考——以抖音评论中的语言为例[J]. 艺术科技, 2018(06): 291-292.

对人们的文化观念和价值观的影响是极具破坏性的。教师在教授国际中国文化时，应该考虑如何筛选和删除旅游类短视频中的劣质文化产品。

传统教学中，教师使用长视频或新闻图像进行教学，由专业记者和编辑进行审查，对内容的准确性有一定的把握。在现今的自媒体大势发展的时代，每个人都可以成为视频的创作者。由于视频发布者个人素质差异较大，短视频质量参差不齐，人们的视野中出现了大量低质量的短视频信息。例如，在抖音平台上，尽管今天有许多专业媒体因用户数量过多而进入抖音，但大多数短视频消息仍然由非专业人士发布，即用户内容制作。由于非专业人士缺乏专业培训和专业编辑知识，他们发布的短视频质量不高，有时很难辨别真伪。此外，抖音平台上的内容同质化也非常严重。对于特定的文化热点新闻，不同的媒体和个人会争相转发，导致抖音平台上同时出现大量相同或相似的消息，过于频繁的类似信息也会导致观众视觉疲劳，最终对事件本身失去兴趣。由于旅游类短视频的时长有限，博主通常会压缩其中包含的信息。在流量为王的时代，旅游类短视频强调关键信息的收集和传播，使公众能够在尽可能短的时间内获得最有效的信息。这导致许多媒体或个人只显示亮点，而不关注内容背景信息和对文化价值的分析。虽然这种方法尽可能地迎合了现代人的观看习惯，但也消除了旅游类短视频的地域文化深度。此外，这类旅游类短视频的“快餐”特征不利于观众进行深入思考，只能停留在“知识”层面，而不能深入思考地域文化的价值及其对地域形象的影响。

由于短视频平台的大数据计算方法，该平台收集用户行为习惯和偏好等一系列数据，然后为不同的用户精准推送内容。用户沉浸在与自己的情绪和立场相对应的信息中，而没有探索真正的文化内涵。例如，抖音可以分析所有基于大数据的用户的偏好，每个人观看短视频内容、点赞、评论和时间长度，然后根据每个人的偏好分发观众感兴趣的短视频内容。与观众偏好不匹配的内容不会在观众的抖音平台上显示。从长远来看，人们只能看到自己感兴趣且与自己想法一致的视频内容，这会加剧人们对所看到的内容全面的刻板印象，并将他们禁锢在信息茧中。

在挑选用于教学的旅游类短视频时，教师的把控极为重要，教师需要尽量规避短视频平台同质化内容。教师可以根据自己的教学内容选择相关的、高质量的短视频，以提高教学效率。比如教师讲到汉字“黄”时，就可以扩展出汉字中的众多颜色代表字，选择中国旅游类短视频中带有颜色文化的部分进行展示，讲述“黄”色作为文化元素在中国文化中的意义等。教师通过展示优秀的短视频作品，并对其进行专业解读和评价，向学生展示中国文化不仅仅是一种

简单的符号意义形式，而是其背后的文化延伸。

2. 旅游类短视频用户产出模式，易影响青少年价值观

在当今社会，短视频平台非常受欢迎，被年轻学生用作新兴的信息载体。然而，不同质量的短视频包含恶劣和暴力等内容，这些内容可能会影响青少年的价值取向。作为教师，应当注意教学中旅游类短视频的选题，关注其对学生价值观的正向引导。短视频平台作为国际中文教育的素材各有利弊。一方面，短视频丰富了年轻人的日常生活。短视频传输是通过互联网进行的，这使得不同的知识信息都可以在网络上传播，而不受地理限制。此外，由于短视频内容丰富，可以让年轻学生足不出户地接触到不同的世界。例如，借助电子屏幕，来自其他国家的学生也可以在家里了解中国的文化内容，了解中国不同地区的风土人情，使他们对中国文化的理解更加准确，开阔视野，增长见闻。

另一方面，短视频平台用户产出模式的特点使受众极易受到创作者观点的影响。短视频制作者经常使用噱头来吸引更多的注意力，各种噱头所呈现的叙事特征往往体现出对创新性和个性化特征的追求。过于强烈的个性化色彩会使事物偏离实时本身的样子。例如，“由于短视频的时长容量有限，且内容生产者需要在最短时间内抓住用户的注意力，通常被呈现出来的知识需要经过一定的简化加工。”^[19]短视频的内容通常以生动的图像呈现，伴随着音乐、文本和其他效果，能够使观众中对视频内容产生共鸣和认可。当青少年们在面对是非缺乏适当的指导时，他们会容易误入歧途，然而短视频创作者作为信息传播链条的起点，短视频的质量和内容的知识水平和道德能力的影响就会显得至关重要。

在选择旅游类短视频作为国际中文文化教育课程素材时，教师应辨识视频作者，积极屏蔽那些急功近利的低俗幼稚作者，支持三观正确、内容丰富、制作精良的短视频作者。短视频的营销应该基于某些积极的价值观。许多创作者创作短视频的心态是只注重快速成功和立竿见影的结果，这会影响短视频中信息的真实性和准确性，最终影响其商业价值。

旅游类短视频能够以生动形象的方式把枯燥抽象的知识点呈现给学习者，在这个过程中，教师要发挥其主导作用，注意调动学生的积极性，给学生创造尽可能多的参与到教学中的机会，利用短视频，启发学生开动脑筋，思考与视频有关的问题，让学生在视频中寻找答案，积极探索，并且在观看完视频后结合自身情况给出回答。在阿福 Thomas《当德国人和东北人一起旅游》视频中，

[19] 李蕉, 王博伟. 短视频时代思想政治教育的危与机[J]. 思想理论教育, 2020 (6): 76-80.

阿福提到了迁移这个话题，简单说了他家族的搬家历史。两三百年前，他的祖先从德国搬到了苏联，1987年他的爸爸妈妈从苏联搬回了德国，他现在又从德国搬到了中国。他认为一般搬家有三个原因：第一，考虑到别的地方工作机会比较多、工资比较高或是工作变动的的原因；第二，想去天气和气候较好的城市；第三，家庭的原因。阿福搬到中国便是因为第三个原因，为了妻子留在上海。工作、家庭和天气都是日常会聊到的话题，且在HSK3级话题和任务大纲中找到对应内容。教师可以根据视频提到的观点，组织学生讨论自己家里搬家的情况，是否认同阿福说的三个搬家的原因；启发学生思考未来想去哪里工作，会为了工作去到更好的城市吗？会为了妻子或丈夫到对方的城市生活吗？这一做法不仅能够促进他们认真观看视频，调动学生的学习热情，而且对提高学生汉语口语表达能力和自身成就感有一定的作用。

3. 旅游类短视频泛娱乐化严重，应以教学为先，弘扬中华文化

在自媒体短视频文化传播过程中，许多短视频内容呈现出强烈的泛娱乐现象。泛娱乐是指人们在设计和传播短视频时过于关注和体现短视频的娱乐性，这在很大程度上也表明了人们对短视频内容设计的肤浅理解。因此，短视频文化传播的泛娱乐化现象导致了短视频在设计、制作和质量上都存在一定程度的失败。泛娱乐现象的广泛传播、发展和表现，使得自媒体短视频文化无法展现其文化传播的特点和特征。当观众沉浸在夸张搞笑的音效和特效中时，往往很容易忽视视频真正想要表达的话题。一些短视频中隐含的主流价值观教育思想很快淹没在观众的笑声中，破坏了公众对重要话题的深刻思考和探索。为了吸引人们的注意力并获得关注，一些短视频创作者愿意歪曲历史，编造虚假新闻，导致主流媒体的舆论、传播和可信度被边缘化和削弱。在娱乐至死的喧嚣中，每一段视频都是不完整的片段，一些需要认真思考的重要话题很难深入研究。信息的扁平化和娱乐化传播导致公众在虚假的快乐中沉迷，并逐渐失去了深入思考的能力。

旅游类短视频严重的泛娱乐化现象是教师们应当关注的重点，教师教学时应当寓教于乐，引导学生在娱乐情景中了解中华文化。在经济全球化的背景之下，文化成为一个国家综合国力中不可忽视的重要部分。我国早早提出了“文化自信”，尤其是在教学方面，教师应该坚定地走“文化自信”的道路，以弘扬优秀中华文化为己任。在进行国际中文文化教学时，旅游类短视频可以成为输出优秀中国文化的一大介质，对于塑造中国的大国形象，传承中华文化大有裨益。以下将从三方面提出使用建议。第一，讲好中国故事。教师面对众多外国留学生，应当积极为其塑造一个真实的大国背景，在语言的教授中引入中国历

史，挑选合适的正向的旅游短视频进行信息传播。第二，传播中国文化，塑造大国形象。中国在近几十年的不断发展中走到了世界历史舞台最亮眼的位置，学习中文也在世界上成为了一个新的潮流。近年来国际中文文化教育事业正在如火如荼的发展，对外汉语学科体系逐步成熟，所以教师在进行国际中文文化教学时所代表的并不再是自身，而是背后中国的大国形象。当某个人想要学习一门新的语言时，一定会受到该语言文化的影响，想要来到新的语言环境了解该国的语言文化。从此种意义上理解，教师更应该严正自身，因为他们还成为了中国文化传播的桥梁，让外国学子们了解中国文化，喜爱中国文化是国际中文文化教育教师们的责任。第三，紧跟时代步伐，遵循国家政策。旅游类短视频大多以娱乐为主，如何在娱乐的基础之上将中国文化有效传播的先决条件就是跟随国家政策的指引。时代在变化，国家的政策方针也在实时更新，教师们在使用或制作旅游类短视频时一定要把握视频内容所自带的价值观导向，确定其是否适合对外国学子讲授中国的文化和语言知识，在满足教学内容的同时，充分发挥旅游类短视频的优势，调动课堂氛围，寓教于乐，提高授课效率。

二、旅游类短视频缺失文化知识的系统性

虽然旅游类短视频中的文化内容有其自身的主题，但其叙事风格依旧趋向于碎片化，并且系统的知识并不完善。如果在课堂上只播放其中一个短视频，学生只是单纯观看了一个不错的短视频，但可能无法深入了解它们传达的文化内容，也无法真正接触到中国文化的核心内容。相反，如果视频播放过多，很容易浪费时间观看一些无关紧要的情节，这些情节往往会偏离了每节课的教学目标。因此，教师在进行国际中文文化教学时，必须懂得选择地编辑和剪接视频。大多数教师没有正式学习过有关视频编辑的专业知识及培训，这使得他们在使用视频编辑软件时收到一定阻碍，最终对他们的备课时间和上课效率产生很大的影响。针对这一问题，笔者认为，国际中文教师需要对视频编辑技能进行提升，熟练使用 premiere 和 cubas 等软件编辑视频和音频。教师可以利用哔哩哔哩等视频网站，通过收看在线直播课程以及视频编辑课程等提升此项技能。有条件的学校可以组织教师定期开展视频编辑操作有关的课程培训，持续加强实践操作，进一步积累经验。同时，可以借鉴国内外视频资源，在开展实际教学活动中进一步探索符合自身风格的教学方法。选择适合自身教学目标的短视频文化素材，并在课堂上巧妙运用，发挥旅游类短视频在文化教育中的独特作用。同时，自媒体视频本质上是一种具有商业性的文化资产，对文化的解读大多停留在表层文化，很少涉及深层文化。因此，在使用自媒体视频作为国

际中文文化教育素材时，有必要更加重视对深层文化的解读和解释，尤其是对现代中国价值观的深入分析。

第三节 旅游类短视频应用于国际中文文化教学的基本原则

一、针对性原则

在使用旅游类短视频进行国际中文文化教学时，应注重“因材施教”。每一个学生都存在学习能力、接受信息程度等的个体差异，国际学生更是如此，有针对性的进行教学指导才是提高教学效率的出路。教师面对的国际学生有可能来自不同的国家，身处于不同的成长环境，由于文化不同，对于同一事物的理解和学习能力也会有所偏差，所以在备课时，教师应该提前了解每一位同学大致的成长背景，以及其对汉语的掌握程度，结合教材和课程的要求，详细定制课程教案。筛选旅游类短视频素材时更应谨慎，要保持视频内容大方向与所教授课程目标吻合，还要规避一些国际上有所质疑的敏感性问题，选择最适合进行教学的视频资料。虽然大多数旅游类短视频材料都是关于大众熟知的传统文化内容，但也有一些少数民族文化，比如 YouTube 上流行的视频博主李子柒，发布了很多关于中国南方饮食文化的创作视频，许多中国人甚至不了解这些文化知识。因此，此类视频不适合用于教授国际中文教育中的低年级学生。对于以学习汉语为重点的外国低年级学生，教师应选择更受欢迎、解释较少、实用且易于接受的文化教学视频，如茶文化、中医药和武术。对于中国的中级和高级学生来说，具有中级汉语知识的外国学生已经掌握了一定程度的文化知识，在此基础上，教师可以选择在课堂上应用中等难度的文化短视频材料来扩展知识。对于具有高级汉语知识的国际学生来说，他们已经很好地掌握了传统文化知识，并达到了很高的语言交流水平。因此，国际中文文化教育教师在选择视频材料时，可以为高级国际学生渗透少量高级汉语文化知识点，并提高视频材料的深度和广度。因此，在选择旅游类短视频材料时，应着眼于外国学生的特点，尽量在每个阶段以简单明了的方式向学生解释文化知识。

简而言之，在选择旅游类短视频材料作为教材时，要考虑的因素有很多，在实践中，很难选择与教学目标完全匹配的视频材料。在这种情况下，重要的是要明确视频材料在本课程中的作用，在课堂上扮演哪个环节，以及这个环节最重要的是什么。例如，如果视频的作用是导入，那么持续时间和内容是最重要的考虑因素。这样有针对性的决策可以确保旅游类短视频在国际中文文化教育中的有效性。

二、优选性原则

短视频的内涵特点为创作门槛不高，学习一些简单的拍摄及剪辑技巧就可以成为一名短视频博主。同样的，这也会导致短视频平台上的内容质量良莠不齐。所以教师在教学过程中，需要实时把握视频的内容走向以及审美趋势，以自身的判断力优先进行教学资源筛选过滤。例如，短视频“中国风”最近变得非常流行。许多视频博主发布了一些短视频，还原了中国古老的场景和生活方式，但有些为了迎合受众而作出种种表演的假象，与实际的生活并不相符，这一类的短视频既具有迷惑性，容易误导国际学生对农村生活的认知，教师在挑选时更需要谨慎。从内容选择的角度来看，国际中文文化教育教师在选择视频材料时也要注意不要选择容易产生争议的视频。如果需要选择视频，教师应该仔细向学生解释视频中有争议的内容，让学生真正理解不同国家间的文化差异，从而更好地理解中国传统文化知识，并且内容也应该是积极的，避免对学生的学学习产生负面影响。尽管短视频因其丰富有趣的视频创作而广为人知并广受欢迎，但在当前流量盛行的网络时代，许多视频博主都在挑战文化和道德成果，以吸引关注、获得人气和粉丝。这样的短视频不适合文化教育，所以我们在选择传达中国主流文化的旅游类短视频材料时，应选择具有正能量、高视频质量的内容。

在选择视频时，教师也应注意信息的实时更新。应该注意实时关注和了解世界各地的时政新闻，尤其是来自你自己国家和你任教国家的新闻。目前，国外对中国有刻板的看法，我们应该充分利用这些旅游类短视频材料，提高他们对中国现状的了解。我们不仅要关注经典，还有必要从多个角度深入展示中国，使学习者能够从更现代、更全面、更多面的角度了解中国。这种理解不仅与他们的现实生活有了更紧密的联系，而且为文化学习增添了更现代的背景，有助于培养学习者对文化背景的理解。

三、互动性原则

许多教师在使用旅游类短视频材料支持教学时容易出现的问题之一是忽视对内容的解释。教师需要妥善规划演示视频和解释内容之间的关系，最大限度地提高视频教学的有效性。应对于不同的教学目的，应该有针对性的选取短视频资料。一般来说，在播放短视频前，教师应该对其进行解释说明，为何要引入该视频，该视频与课堂所教授内容的关系，以及视频中有可能出现的同学们无法理解的问题等等，预先告知学生视频的重点，方便学生能够及时理解，不至于泛泛而观。做到以上几点，学生们就能够有针对性的观看短视频，不仅能

够实时捕捉到教师所提到的信息，还能加强这些信息与课堂内容的联系，从而有效提高学习效率。教师在观看之前、期间和之后需要使用互动方法进行指导、强调、总结和提问。不同的视频材料可以用来设计不同的启发式问题，并形成不同的启发式连接。同时，在准备上课之前，还需要注意与旅游相关的短视频素材的重点和难点。教师本身必须“见多识广”，这样学生们才能掌握学习过程，从而提高自己的学习能力。

观看视频时，教师要注意学生的观看情况，还要实时为有问题的学生进行解答，通过这种互动不断激发学生的学习兴趣。除了视频介绍和问题介绍的方法外，游戏也可以用来提高学生上课的积极性。在播放视频时，如有必要，教师可以设置一些互动内容，在视频中截取了一些重要的知识点，并对学生进行提问，提醒学生记住重要人物、词汇等。事先做好互动安排，不能强行暂停，这容易打断学生的观看思路。在进行有效的课后互动后，一方面教师可以对学生的性格、学习能力、兴趣爱好有一些把握，方便日后进行点对点针对性教学设计，另一方面，学生也能够参与到学习中，而非一味地接受教师填鸭式的信息传输，通过辩论互动的亲身体验将所学习到的文化知识更好地消化，提高自身在国际中文文化上的学习能力。

第四节 旅游类短视频应用于国际中文中级文化课的教学设计

一、教学思路

文化比较可引领学生形成良好跨文化意识，学生更能在对比中对本国文化与中华文化的异同之处形成清晰认识。相关研究者指出，文化教学主要方式为文化比较，出现在这里的文化比较是教师根据学生国别或洲际区域将其分为不同小组进行讨论，并非教师呈现。文化比较范围可以是学生各自母国多元文化或中外文化对比。以HSK标准教程4为例，教材涵盖任务型与交际法教学理念，每课主题不同，但却涵盖文化模块。同时每课以图文并茂形式介绍一个与所学章节联系紧密中国文化。以第三课为例，此篇课文主题为求职，讲述第一印象与面试着装，文化模块则为学习者呈现传统旗袍与中山装等内容，教师在该章节教学中引入旅游类短视频，引领学生在对比不同文化中形成良好文化意识。留学生汉语水平存在显著差异，由于短视频质量高低不一，受到留学生广泛喜爱的短视频可能无法达到国际中华文化教学要求，较易出现因短视频过于随意而无法正确应用视频资源现象。国际中文教师需重视上述问题，再加上部分短视频平台尚未设定单独文化板块，需用户自主搜索所需内容，导致留学生在使

用短视频平台时因熟练性不足未能准确寻找到相关文化素材视频，影响中文文化学习成效。

二、中级汉语综合课教学设计——《HSK 标准教程 4》

本课以通过 HSK3 级水平测试的中级阶段的汉语留学生为主体进行教学设计，其通常具备相当的汉语基础，能够完成基本的听说写读。教案设计主要选用 HSK4 中第 3 课的第 1 篇对话课文和文化拓展部分进行具体教案设计。

1. 课程类型：国际中文教育中级综合科

2. 教学对象：通过 HSK3 级水平测试的汉语留学生

3. 教学课时：1 课时（每课时 45 分钟）

4. 视频材料：抖音 APP 中关于“汉服”和唐朝文化内容讲解的西安地区旅游视频。

5. 教学内容

学习《HSK 标准课程 4》上册第 3 课《经理对我印象不错》中的第一篇课文，并讲解课后文化部分“中山装和旗袍”。

6. 教学方法

利用多媒体设备和智能手机进行课堂辅助教学，并综合使用多教学法，如：图片释义法、归纳法、操练法等。

7. 教学目标

认知领域	1. 了解和掌握课文 1 中生词的读音、意义和用法，学会区分“及时”和“准时”。 2. 通过对课文的学习能够了解面试着装内容，学会中国正式着装的有关知识 3. 通过对文化拓展部分的学习，了解中国传统服饰“汉服”的有关知识以及唐朝文化。
技术领域	听：能够从老师的输出中听懂词语的意思，并进行交流对话。 说：能够正确掌握词语的用法。 读：自然流畅的朗读课文，并语音语调基本正确。 写：会写重点生词。
情感领域	1. 让学生了解中国服饰以及中国传统服饰，激发学生学习中国文化的浓厚兴趣。

8. 教学重点难点

(1) 教学重点：掌握课文中语言点的含义及用法，通过对课文内容的学习了解面试着装有关知识。

(2) 教学难点：理解文章内容，并学会区分“及时”和“准时”的区别和用法，且能通过教学对课文内容进行复述，将相关句子运用到实际生活中，提升语言交际能力。

9. 教学过程

教学环节	教学内容
组织教学 (1 分钟)	问候学生并点名了解学生的出勤情况，确保每位学生都能准时进入课堂。
课堂导入 (4 分钟)	抛出问题，询问学生是否参加过面试，让有面试经历的学生分享经验，可以迅速吸引学生注意力，在互动中提高学生学习兴趣与课堂参与度。
学习新课 (30 分钟)	<p>一、生词</p> <p>1. 读音示范 (1) 生词泛读 (2) 学生齐读 (3) 教师点读</p> <p>2. 词义和文章梳理 逐个解析生词，并以例句形式进行讲解</p> <p>二、语法点讲解 解析“及时”和“准时”的意思，讲解两次的相同点和不同点，以例句形式分别进行讲解</p> <p>三、课文朗读 1. 教师泛读 2. 学生齐读 3. 教师点读 4. 角色扮演</p> <p>四、拓展延伸 1. 根据课文内容说明面试中第一印象和面试着装的重要性，由此引入到中国正式着装“中山装”和“旗袍”的讲解，以及中国古代服装“汉服”的有关知识。首先，教师先为学生介绍中山装、旗袍、汉服。其中中山装多在正式场合穿，前身四个口袋代表礼义廉耻，袋盖为倒笔架，具有以文治国深刻含义。门襟五粒纽扣不同于西方的三权分立的立法、行政、考试、司法、监察五权分立；袖口三粒扣表示民权、民族、民生；后背不破缝，表示国家和平统一；衣领为翻领封闭式，彰</p>

教学环节	教学内容
	<p>显严谨治国理念。旗袍，常在正式场合穿；中国旗袍的领式经历交领、矩领、直领、盘领、圆领、立领等变化；旗袍衣襟款式多样；旗袍袖型的款式主要有宽袖型、窄袖型、长袖、中袖、短袖或无袖等，图案丰富。</p> <p>2. 由“中山装”和“旗袍”延伸至中国传统服饰“汉服”。汉服多在休闲场合穿，汉服的领型最典型的是“交领右衽”。左前襟掩向右腋系带，将右襟掩覆于内，称右衽，这和中国历来的“以右为尊”的思想密不可分；布料的染色遵从古制，体现了阴阳五行信仰，有“黑土、白土、赤土、青土、黄土”。汉服的装饰纹样多采用动物、植物和几何纹样，充分显示了汉族人民的勤劳与智慧；汉服的彩制主要有“深衣”制、“上衣下裳”制、“襦裙”制等类型。</p> <p>3. 让学生相互讨论“中国人的衣着打扮有何特征？”“中国人的服装反映哪些文化观念？”“你们国家的服装及其背后的文化理念与中国有何不同之处。”鼓励学生思考，增加课堂互动性。</p> <p>4. 为学生呈现我国旅游类短视频，例如在讲述汉服时，教师推荐抖音西安旅游博主，其中涵盖汉服穿搭以及当地旅游文化，促使学生在了解汉服的同时感悟大唐文化。如视频中主人公身着汉服走过城墙、大雁塔、西安碑林博物馆以及陕西历史博物馆等古色古香场所，踏着细碎，优雅的步伐缓缓路过，油然而生一种穿越历史感。</p> <p>5. 紧接着，教师与留学生分别身穿自己国家的特色服饰，依次走上讲台并运用汉语介绍自己国家特色服装设计理念与穿着现场，教师可鼓励学生对中国特色服饰特征进行归纳总结。同时在小组中讨论比较中国服饰与自己国家服饰及其背后文化观念不同之处。留学生在比较过程中深入理解中国服饰文化，增强学习汉语以及中国文化兴趣并在此基础上锻炼运用汉语比较事物能力。留学生身穿各国特色服饰参加T台走秀，使文化对比真实性得到大幅度增强，最重要将中国文化与语言功能、语言结构相融合。</p>

教学环节	教学内容
归纳总结 (8分钟)	在 PPT 上展示本节课所有学过的词汇和语法点，教师朗读，学生进行跟读
布置作业 (2分钟)	1. 完成课后习题及练习册 2. 复习巩固“及时”和“准时”的用法 3. 给感兴趣的同学推荐优质的唐朝文化视频，也可以让学生在短视频平台搜索自己喜欢的中国古代服饰介绍视频

10. 教学反思

在开展教学活动中使用旅游类短视频辅助教学，加强了不同教学方法的融合，同时，使教学活动更加丰富多彩，进一步增强了学生的注意力。由于上课时间有限，教师要尽最大可能合理的构建课程时间和进度，并安排学生观看视频和练习所需的时间。在收集视频时，需要提前搜索大量的视频素材，因此在备课阶段需要用心准备并耗费大量时间。相对来说，很难每次都找到完全契合课堂目标的短视频，所以，如果个人条件和设备条件都具备的情况下，最好是亲自动手拍摄和制作视频。此外，教师对视频数量要做到严格把控，同时，在实际授课中严格把握课堂节奏，结合实际情况，适时选择旅游类短视频开展教学活动。

第四章 旅游类短视频应用于国际中文文化教育的 启示与局限

笔者将前文教案应用于实际教学中，根据自己的教学实践和学生反馈，总结了旅游类短视频应用于国际中文文化教育的两个启示、三个局限以及三个思考。

第一节 旅游类短视频应用于国际中文文化教育的启示

一、旅游类短视频在国际中文文化教学中具有积极作用

互联网信息技术的迅猛发展对国际中文文化教学的发展和创新产生了深远的影响。旅游类短视频在国际中文文化教育中的应用具有重要的实践价值和研究价值，并且在国际中文文化教育中对提高教学质量、促进中华文化传播具有积极作用。通过一系列教育研究，我们认为短视频具有时间短、时效性强、信息新颖的特点。观看短视频的过程是一个理解和构建信息的过程。这一过程对提高学生的听说技能有着积极的作用，拓宽了他们在社会和文化知识方面的视野。

笔者在讲解旗袍文化时，首先利用 10 分钟的课堂教学时间，通过图片展示以及口述讲解的形式对旗袍的样式和内涵文化进行说明，并在当堂课内对学生提问，多数学生不能完整理解旗袍含义，甚至部分学生对旗袍和其他中国服饰的区分也非常模糊，教学效果并不理想。但在讲解汉服时，笔者利用 4 分钟时间播放了与汉服文化有关的西安地区旅游类短视频，并在视频播放后进行提问，发现学生对汉服的理解和记忆明显高于旗袍，究其原因，笔者认为视频对汉服整体发展历史以及内涵精神做了详细描述，脉络清晰浅显易懂，同时配有精彩的展示画面，使得学生的注意力更加集中，能使学生在短时间内记住更多的文化内容。

由此说明，学生的积极性和主动性得到了有力的调动，教学变得简单高效。鉴于学者们越来越重视短视频在教学中的使用，我们认为，短视频作为一种新的教学方法，不仅能提高学生的学习效率，还能提高教师的教学效率。

二、引导学生合理使用旅游类短视频可有效提升自学能力

在国际中文文化教育中应用短视频可促使学生主动探究，增强自主学习能力。旅游类短视频不仅是课堂教学的延伸，也为学生自主学习提供全新途径。

现今，利用课余时间使用抖音（Tik Tok）等短视频 APP 获取信息已经成为大部分学生的习惯，笔者在开展课堂教学中选用了传播力度较广，点赞量为 30 万的西安地区旅游类短视频，在播放视频时部分学生表示之前已经在短视频 APP 中浏览过此视频，更有学生表示看过西安地区其他文化内容的旅游类短视频，如景区：大雁塔、兵马俑；美食：羊肉泡馍等，笔者认为，这种利用碎片化时间获取信息的行为，进一步丰富了学生对中国文化的理解架构。

学生在教师正式授课之前通过观看旅游类短视频开展个性化学习，课后也可有针对性重复观看，加深对所学知识理解。可以说短视频丰富学生学习途径，为学生学习提供便利，学生学习不再局限于课堂，对增强学生终身学习意识具有重要现实意义。

第二节 旅游类短视频应用于国际中文文化教育的局限

一、受学习者汉语水平影响

旅游类短视频在国际中文文化教育中的使用将受到学生汉语技能的影响。不同汉语技能的学习者接受语言学习的程度各不相同。

笔者在课堂教学中播放旅游类短视频时所选用的素材都为全中文视频，部分汉语基础较差的学生不能完整理解视频含义，为解决此类问题，笔者在课前挑选视频素材时会选择 3-4 个内容相关但难度递增的旅游类短视频，用以满足各类汉语基础学生的学习需求，但在实际教学中连续完整的播放 3-4 个短视频占用课堂时间过长，这就需要笔者前期对所选视频内需要展示的信息进行剪辑编辑，导致备课时间不够充分。

由此可见，对于零基础的学习者来说，难度合理的视频材料较少，教师在课堂上制作短视频材料比在短视频平台上展示视频更方便；对于中级和高级水平的学习者来说，有很多视频可供选择，但应充分考虑筛选。此外，随着可选择视频数量的增加，一些原创材料的筛选和编辑工作量也增加，使得教师难以使用恰当的旅游类短视频进行教学。

二、书面语教学受到一定限制

书面语言教学在开展国际中文文化教学时存在一定的局限性。例如在中高级词汇课中，书面词汇的教学存在一些困难，由于旅游类短视频中显示的日常交流环节所使用的语言主要是口语。因此，可以找到的书面语言教学短视频非常少。从课程类型来看，教师在使用旅游类短视频进行主题教学方面存在一定

的局限性，如阅读和写作课。是否有可能将旅游类短视频教学方法与这类课程相结合，以及未来如何进行，是中高级国际中文文化教育教师迫切需要研究和考虑的问题。

三、旅游类短视频表现形式过于单一

旅游类短视频中的相关视频内容较为单一，主要以景点打卡类视频为主，雷同性也较高，缺乏新意。因为各类短视频平台的传播机制就是鼓励用户对短视频进行模仿制作，靠少数创意者带动话题，从而降低制作门槛，这就导致了大家对同一题材视频的争相模仿，而不愿意花费更多的时间去钻研如何拍出更有新意的短视频，不同用户在同一景点进行打卡拍摄，也能依靠自身流量成为爆款视频。

如笔者前文中提到的浙江省百丈漈风景区，因网红于一漈瀑布前拍摄打卡视频爆火，广大短视频作者纷纷效仿，仅抖音 APP 中打卡视频就多达 495 条，其中，13 条打卡视频点赞量破 10 万，最高点赞量甚至高达 481 万，并在抖音 APP 中搜索“百丈漈”关键词会为用户推荐打卡视频拍摄详细教程，致使视频内容千篇一律。

由此可见，长此以往旅游类短视频就会变得扁平化，只是侧重于某一方面的重复性传播，达不到展现地域文化的效果，会给学习者造成片面的印象，不利于打造立体化、全方位的地域形象。

第三节 持续改进国际中文文化教育效果的思考

一、优化视频选材，加强整合编辑

如前所述，旅游类短视频的质量参差不齐，这就需要教学者提升自身的鉴赏水平和识别能力，确保能够在众多视频素材中优中选优。在选择视频素材时，应该注意以下几点：首先，从视频内容的角度来看，要准确有效地进行文化拓展，就必须充分考虑学生的兴趣和接受程度。其次，从实际开展线下教学活动的角度来看，要贴合教学目标进行视频选择，同时要注意将视频素材和课本知识内容建立联系，避免形成视频素材过渡使用的局面。最后，当涉及到外国自媒体博主在中国的视频时，找着重注意其所制作视频的文化态度和政治正确等问题。某些博主为了谋取私利，在中国社交平台展现出务必热爱中国、尊重中国文化的一面，并大量制作宣传中国文化的各类视频，企图通过这类手段赢取国人好感，从中赚取利益。然而，在外国社交平台上，对中国进行了恶意

诽谤和诋毁。所以，在选择视频时，我们需要避开这种创作者，以传播准确的文化知识为核心要素，为学生提供视频素材，大力打造客观和谐的文化教学氛围。在备课时，教师必须充分考虑本课视频是否需要播放、需要什么类型的视频、如何播放以及播放后要达到什么效果。由于创作者角度不同，会出现对同一文化元素产生不同解读的情况，也会出现利用不同的方式和技巧进行表达。因此，在准备素材是，教师应该加大视频收集的体量，对同一文化元素从多个视频角度进行不同参考，从中选取最适合课堂内容的部分进行编排拼接，并着重围绕固定文化元素深入讲解。这需要教师具备基本的视频编辑技能，例如使用手机或计算机软件进行简单的编辑、添加字幕和特效等等。

二、挖掘深层文化，提高文化素养

旅游类短视频面向大众，其制作目的大都是吸引粉丝，而不是教授文化。因此，与专业文化纪录片相比，旅游类短视频的优势在于简单、清晰和易于理解。然而，这也可能导致其忽视深层价值观的文化问题。与受众所能看到的表面文化相比，深层文化本身并不容易被察觉，尤其是来自国外的自媒体博主，他们对中国主流价值观的理解仍停留在本国的信息差当中。他们中的大多数人通过后来的学习或个人经历来逐步体验并了解中国的价值观，因此，我们可以发现，许多外国在中国的自媒体视频对中国的生活进行叙述，但是，只有极少数能够真正涉及深层次的价值观。价值观作为文化的核心组成部分，在文化教育中不容忽视，因此我们必须在教学中自觉、潜移默化地向学生传授中国主流价值观。这里需要着重强调的是，我们在传达中国价值观的同时，不仅围绕儒家思想，同时也要适应新的时代需求，传达中国当前社会转型所产生的现代价值观。现代价值观是多元而复杂的，它们是一脉相承的，但与传统价值观有很大不同。在教学中，教师也必须注意方法，可以采取体验式的方式，让学生直接接近中国生活，直接体验价值观对中国日常生活的渗透；也可以使用许多媒体资源，注意中外国家的文化比较。高度的语境文化是中国的特点，在交流过程中必须保持含蓄、谦逊，对他人痛点要有所回避，尤其是那些比自己年长和地位更高的人。然而，随着社会的发展，我们也以幽默的口吻提倡“开放”、“自我否定”，教师可以结合课堂的拓展和网络关键词，将其置于汉语的真实交流情境中，让学生感受到这种转变。

三、构建教师交流，促进资源共享

笔者发现，大多数教师在课堂上都会选择播放视频，包括长视频资源和一些自媒体视频。在课堂上，不同的教师在讲授同一课程或类似课程时会使用相近的文化元素，可以实现教师互相共享资源，节约备课时间，同时利用更加科学的方法进行备课。然而，似乎许多老师忽视了这一点。“教师很少共享教材，这意味着每一次备课都必须重新开始，实际上这是对教材的巨大浪费。”中国教师不仅要加强沟通，还要和不同国家的教师之间建立密切的联系网络，通过相互之间合作交流，合力探索更加适用于语言文化教学的各类旅游短视频素材，同时，可以根据课程内容共同设计课程计划。



结 语

本文参考了部分以往的研究成果，调查了旅游类短视频在国际中文文化课程中的使用情况。在相关理论的指导下，对旅游类短视频中教育类型的相关视频进行了简要分类，总结了旅游类短视频内容选择的基本原则。在此基础上，对旅游类短视频在国际中文文化教育中级综合课程中的应用教学设计进行了较为详细的阐述，最后对教学进行了反思和总结。

研究表明，旅游类短视频应用于国际中文文化教育的好处主要体现在两个方面。一方面，以旅游类短视频材料作为教学材料，具有不同于传统教育视频材料的优势。首先，从视频内容的角度来看，旅游类短视频具有不同的主题，幽默风趣，栩栩如生，可以为学习者创造一个真实的文化学习环境；其次，从视频语言的角度来看，旅游类短视频语言丰富，适合大多数中国学习者，可以被认为是一个丰富的教育视频库。另一方面，当短视频平台被用作教学辅助工具时，旅游类短视频具有一定的便利性和可用性。从具体操作来看，各种短视频软件功能各异，操作方便。教师可以制作自己的教学视频。同时，学习者可以在课后浏览相关视频，并自己录制短视频。从教师的角度来看，旅游类短视频可以帮助教师解释知识点，提高课堂兴趣，提高教学效率。从学生的角度来看，在国际中文文化教育教学中使用旅游类短视频可以提高学习者的兴趣，提升他们的参与度，从而提高他们使用汉语的综合能力。总之，将旅游类短视频应用于国际中文文化教育课程中，可以有效促进国际中文文化教学方法的多样化。针对于学习者，利于直观感受地域文化特点，帮助提升理解能力和交际能力。针对于教学者，利于提升教学效率，具有重要的实践意义。

致谢

随着毕业论文的完成，两年的研究生生活也即将结束。通过两年的研究生生活不仅是一个学习知识的过程，更使我收获了许多宝贵的经验。在此，我要感谢陪我走过这一段人生重要路程的老师朋友和家人们。

这篇论文是在我的导师谢仁敏老师的指导下完成的，从论文的选题、提纲、初稿和定稿，谢仁敏老师都给予了我最大的指导和帮助。无论是论文的框架还是遣词造句，谢老师都非常认真地帮我修改和指正。

然后我要感谢我的父母，在我最关键的时刻给我提供了支持和鼓励，成为我完成学业的坚强后盾。

最后，还要感谢各位答辩老师在百忙之中抽出时间来评议我的文章，由于本人能力有限，文章中一定还存在着不少的漏洞和不足，望各位老师指正、批评。



参考文献

一、期刊:

- [1] 李战子. 多模式话语的社会符号学分析[J]. 外语研究, 2003(05).
- [2] 朱永生. 多模态话语分析的理论基础与研究方法[J]. 外语学刊, 2007(05).
- [3] 白爱娃. 短视频材料在英语听力教学中的有效应用[J]. 才智, 2011(04): 139-140.
- [4] 魏智慧. 汉语微视频网络教学现状及对策——以6个对外汉语教学网站为例[J]. 语文学刊, 2014(11): 112-114.
- [5] 伍勇, 吴瑞武, 高鑫. 以短视频为基础构建高等数学自主学习模式的实践[J]. 教育教学论坛, 2014(20): 113-115.
- [6] 马景峰. 短视频辅助高职计算机操作演示教学的创新与实践[J]. 当代教育实践与教学研究, 2015(11): 26-27.
- [7] 赵新筠, 周忠强, 吴腊梅, 陈玉. 有机化学实验短视频辅助实验课堂教学研究[J]. 大学化学, 2018(03): 32-35.
- [8] 邓若伊, 余梦珑. 短视频发展的问题、对策与方向[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2018, 39(08): 129-134.
- [9] 孙健. 浅论移动短视频社交应用的传播方式及对受众接受度的影响——以抖音短视频为例[J]. 新闻研究导刊, 2018, 9(14): 154-155.
- [10] 方欣, 张冠文. (2018). 短视频 APP 中地域文化传播的负面效应[J]. 现代视听, 2018(07): 29-32.
- [11] 林样根, 梅国红. 短视频素材在地理课堂教学中的有效运用策略[J]. 地理教学, 2019(11): 43-44.
- [12] 刘滢, 吴潇. 延展性逻辑下网络视频的跨文化传播——基于“歪果仁研究协会”86条视频的实证研究[J]. 新闻与写作, 2019(1): 69-76.
- [13] 张亚楠. 对外汉语中的中华传统文化传播[J]. 区域治理, 2019(3): 248-250.
- [14] 倪晓丰, 王立军. 探究新媒体与对外汉语教学中文化教学的融合[J]. 汉江师范学院学报, 2020(03): 115-120.
- [15] 张建国. 短视频融入大学英语听说教学的应用研究[J]. 海外英语, 2020(15): 79-80.
- [16] 李蕉, 王博伟. 短视频时代思想政治教育的危与机[J]. 思想理论教育, 2020(6): 76-80.

- [18] 吴应辉. 加强教学资源研究, 助力国际中文教育体系和我国国际传播体系建设(代主持人语)[J]. 云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版), 2021, 19(04):1.
- [19] 刘浦. 短视频自媒体对中西文化传播的影响——以李子柒短视频为例[J]. 新闻研究导刊, 2022, 11(01):221-223.
- [20] 李靖. 新媒体形势下网络短视频在对外汉语文化教学中的应用[J]. 辽宁工业大学学报(社会科学版), 2020, 22(05):140-142.
- [21] 张通勇, 甘清, 昌蕾. 旅游类短视频发展现状及创新模式[J]. 中国报业, 2020(04):18-19.
- [22] 常晓雪. 小学语文识字“抖音短视频”在教学中的利弊探析[J]. 才智, 2022(01):164.
- [23] 孟竹. 新媒体视角下自媒体教育探究——以短视频为媒介的对外汉语教学为例[J]. 传媒论坛, 2022(08):195+161.
- [24] 柳紫霞. “中国风”网络视频在汉语国际教育中的应用探析[J]. 文学教育(下), 2020(10):76-77.
- [25] Lumture Bajrami, Merita Ismaili. The Role of Video Materials in EFL Classrooms[J]. Procedia-Social and Behavioral Science, 2016(10): 502-506.
- [26] Nida Mufidah. (2017). The Impact of video-making activities on students' grammar mastery[J]. Journal Tarbiyah, 2017(1): 75-84.
- [27] Oubibi Mohamed. Advances in Research on Technological, Pedagogical, Didactical, and Social Competencies of Preservice TCFL Teachers[J]. Sustainability, 2022(01): 204-205.
- [28] Thomson, A., Bridgstock, R., &Willems, C. “Teachers flipping out” beyond the online lecture: Maximising the educational potential of video[J]. Journal of Learning Design, 2014(7): 67-78.
- [29] Video Display on Consumers' Perceived Quality[J]. Information, 2020, 11(02): 2-15.
- [30] Yi Li, Xiuxiu Xu, Bo Song, and Hong He. Impact of Short Food Videos on the Tourist Destination Image—Take Chengdu as an Example[J]. Sustainability, 2020(12), 6739.

- [31] Zhong, W. Traditional Culture Teaching in Chinese Education Under Internet Thinking[J]. Advances in Intelligent Systems and Computing Volume1088, 2022: 343-350.

二、专著:

- [1] 刘珣. 对外汉语教育学引论[M]. 北京:北京语言大学出版社, 2000:297.
- [2] 陈宏, 吴勇毅. 对外汉语教学课堂教学设计[M]. 北京:华语教学出版社, 2003.
- [3] 詹姆斯·凯瑞. 作为文化的传播[M]. 北京. 华夏出版社, 2005.
- [4] 林丰勋编著. 教育心理学[M]. 济南:山东大学出版社, 2007.
- [5] 崔永华. 对外汉语教学设计导论[M]. 北京:北京语言大学出版社, 2008.
- [6] 丹尼斯·麦奎尔. 大众传播模式论[M]. 2. 上海. 上海译文出版社, 2008.
- [7] 方玲玲. 媒介空间论: 媒介的空间想象力与城市景观[M]. 北京:中国传媒大学出版社, 2011.
- [8] 胡文仲. 跨文化交际学概论[M]. 北京:外语教学与研究出版社, 2014.
- [9] 崔永华, 杨寄洲. 对外汉语课堂教学技巧[M]. 北京:北京语言大学出版社, 2015.
- [10] Barthes, R. Image-Music-Text[M]. Chicago:University of Chicago Press, 1977.

三、学位论文:

- [1] 郑恬静. 微视频教学资源在思想政治课堂教学中的应用研究[D]. 山西师范大学, 2016.
- [2] 赵萌. 跨文化类短视频在当代中国社会生活专题课的教学实践[D]. 北京外国语大学, 2019.
- [3] 彭莹. 微视频在中级汉语教学中的应用[D]. 华中师范大学, 2019.
- [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——以意大利佛罗伦萨中文学校为例[D]. 上海师范大学, 2021.

四、其他:

- [1] 清华大学城市品牌研究室. 短视频与城市形象研究白皮书[EB/OL].
https://www.sohu.com/a/254628329_152615, 2018-09-18.

附录

旅游类短视频应用于国际中文文化课教学的可行性调查

您所任教的学校名称：

单选题：

1. 所教授学生的汉语水平：
 - A. HSK1-2 级
 - B. HSK3-4 级
 - C. HSK5 级
2. 在开展教学活动时是否使用过旅游类短视频素材：
 - A. 是
 - B. 否
3. 您所使用的旅游类短视频素材主要来源：
 - A. 通过互联网搜索引擎主动搜索
 - B. 抖音（Tik Tok）等 APP 下载
 - C. 其他教师分享
4. 在开展教学活动时更倾向于使用旅游类短视频中的哪种文化素材：
 - A. 地理类素材
 - B. 人文类素材
 - C. 历史类素材
5. 在使用视频素材时，是否会进行前期剪辑处理：
 - A. 是
 - B. 否
6. 您认为利用旅游类短视频素材开展教学活动，对文化教学是否有帮助：
 - A. 是
 - B. 否

多选题:

7. 您认为使用旅游类短视频开展国际中文文化教学的优势有哪些:

- A. 提供真实的语言环境, 帮助学生理解生词和语法
- B. 帮助学生了解中国文化
- C. 提高学生汉语视听说能力
- D. 提升学生学习兴趣
- E. 提升课堂教学效果

8. 在选择旅游类短视频时更注重哪些因素:

- A. 视频内容与课堂知识点关联性
- B. 视频语言难度
- C. 视频素材的趣味性
- D. 视频内容是否规范得体
- E. 视频语言是否标准规范
- F. 视频内容是否符合外国学生价值观
- G. 视频内容的时效性

9. 您认为哪些因素会影响旅游类短视频在课堂中的教学效果:

- A. 视频内容娱乐性过强, 教学效果不明显
- B. 视频内容分散, 知识体系过于碎片化
- C. 视频传递的价值观与学生的价值观冲突
- D. 视频内容质量参差不齐, 教学效果不佳

10. 您认为将旅游类短视频应用于国际中文文化教学存在哪些困难:

- A. 语言规范性难以把握
- B. 视频资料选择有限
- C. 视频内容与教学内容关联度不够
- D. 学生对内容理解不到位



หนังสือยินยอมการเผยแพร่ผลงานวิจัย
Letter of Consent for Publication of Research
论文发表同意书

เขียนที่ At 写于 มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

วันที่ Date 日期 เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2566

ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว 姓名 MR. WANG TIANZE รหัสนักศึกษา Student ID 学号 646122-815

ระดับ Level 学位 ปริญญาโท Master's degree 硕士 ปริญญาเอก Ph.D 博士

หลักสูตร Courses 课程 Master of Arts สาขาวิชา Field of Study 专业 Teaching Chinese

คณะ Faculty 学院 College of Chinese Studies Email 电子邮件: tianze1993@foxmail.com

ชื่อเรื่อง Title 论文题目 (ดุซถุณีพนธ์บทสทุลน/วฤถยณพนธ์บทสทุลน/การศฤษาอิสระ 自由研究)

(ชื่อภาษาทฤ) (Thai Title) (泰文题目) การศฤษาประกฤคตฤวฤตโอสัน ๆ ในประกฤทการทองเทฤยวในการศฤษา
วฒนธรรมจฤนนานาชาตฤ

(ชื่อภาษาอังกฤษ) (English Title) (英文题目) RESEARCH ON THE APPLICATION OF TOURISM SHORT
VIDEO IN INTERNATIONAL CHINESE CULTURE EDUCATION

(ชื่อภาษาจฤน) (Chinese Title) (中文题目) 旅游类短视频在国际中文文化教育中的应用
研究

อนุญาต ใหศุนยบรณธสารสนทศ มหาวฤทยาลัยหัวเฉยวเฉลิมประกฤยฤตฤ ประกฤพรงงานวฤจยของข้าพเจ้าสู่
สาธารณธมะ เพื่อบนผลงานทางวฤชาการ ผ่านระบบฐานข้อมูลงานวฤจย ThaiLIS

Permit the Information Center at Huachiew Chalermprakiet University to publish my
research to the public as an academic achievement through the ThaiLIS research database system

我同意將本人論文透過华侨崇圣大学信息中心發表至泰国文献数据库
ThaiLIS

ไม่อนุญาต Not permitted 不同意

ลงชื่อ Sign..... 王天泽 ผู้วิจัย Researcher 作者签名

(MR. WANG TIANZE)