

“离岸”的节日：海外华人短视频中的节庆记忆、 身份认同与文化传播

◆ 徐碧鸿 苏俊斌*

摘要 中国传统节庆活动既呈现着地域特色的文化价值，也蕴含着中华民族乃至全人类的共同价值。作为中国传统节庆活动的“离岸”参与者，海外华人是处于祖籍国和东道国两种文化之间的“中间人”，短视频平台则为这个“中间人”群体提供了“数字记忆场”。本文对海外华人分享在国内抖音平台上的 150 个传统节日类短视频进行了内容分析和批评话语分析，发现传统节日短视频不仅以符号形式塑造着海外华人作为中华民族共同体成员的身份意识，同时还使中国节庆文化超出了民族疆界而产生了“去民族化”效果。海外华人作为文化中间人，在节日记忆生成和流转的过程中加强了与祖籍国的情感联结，也促进了中华文化在其他文化情境里的传播。作为文化的短视频传播和作为传播的节庆仪式，通过广泛吸纳平台用户参与节日记忆的再生产，同时产生了塑造民族身份认同和跨民族文化交融的效果。

关键词 短视频；海外华人；节日记忆；互动仪式链

* 徐碧鸿，厦门大学新闻传播学院 2022 级本科生。

苏俊斌，厦门大学新闻传播学院副教授。

“Offshore” Festivals: Festive Memory, Identity Construction, and Cultural Transmission in Overseas Chinese Short Videos

Bihong Xu, Junbin Su

Abstract Chinese traditional festive activities embody both regional and universal cultural values. Overseas Chinese, as “offshore” participants, act as intermediaries between their ancestral homeland and host countries. Digital short video platforms offer these individuals a “digital memory space” to share localized festive activities recorded offline. This study employs content and critical discourse analysis on 150 traditional festival short videos posted by overseas Chinese on Douyin. Findings indicate that these videos symbolically construct the identity of overseas Chinese as members of the Chinese national community and generate a “de-ethnicization” effect, allowing Chinese festive culture to transcend ethnic boundaries. In their role as cultural intermediaries, overseas Chinese strengthen their emotional connections with their homeland by producing and circulating festive memories, while simultaneously promoting Chinese culture across diverse cultural contexts. Ultimately, these short videos facilitate national identity construction and foster cross-ethnic cultural integration.

Keywords short videos, overseas Chinese, festive memory, interaction ritual chain

一、引言

中国传统节日不仅蕴藏着深厚的文化积淀、历史传承与民族精神特质，更构成了联结过去与现代、维系民族情感与身份认同的重要纽带。扬·阿斯曼(Jan Assmann)在《文化记忆：早期高级文化中的文字、回忆和政治身份》中提出的“文化记忆”理论，将集体记忆划分为日常记忆与节日记忆，阐释了传统节日作为文化记忆载体的重要性。传统节日通过仪式这一核心组织形式，在时间与空间上构建起群体凝聚力，从而塑造并巩固了内部成员的文化认同。与此同时，这些节日所承载的记忆，通过典籍、教材及大众媒介得以传递和沉淀，逐渐演化为中华民族共享的情感体验和认知原型。

随着数字媒介技术的推进，传统节日的记忆载体正经历转型升级，短视频在社交平台上成为一种新型的媒介记忆实践。媒介记忆学者阿米特·平切夫斯基(Amit Pinchevski)从本体论、理论性及拓扑学三个维度揭示了数字技术对记忆存储与传播逻辑的变革，提出数字记忆具有超链接特性，使得记忆文档能够在多个网络空间之间相互链接与读取。用户通过短视频记录并再现节日仪式，不仅丰富了传统节日的叙事维度，更在时间与空间的再造中构建了全新的仪式场域和意义网络，为传统文化在数字语境下增添了创新性发展路径。

当前，诸如“抖音”之类的社交短视频平台，为传统节日的传播与共享提供了多元主体参与的数字生态。截至2025年3月，抖音月活跃用户已达10.01亿，抖音成为研究数字文化记忆的重要平台^①。在这一平台上，海外华人群体作为中外文化流动的“中间人”，正发挥着日益重要的作用。随着国家话语权和文化自信的不断增强，海外华人不仅在春节、中秋节等传统节日期间发布以中国元素为主的短视频，还融合居住国的文化观察视角，创造出独具跨文化特征的媒介文化景观。这种以数字短视频为载体的跨国文化传播实践，不仅推动了中华优秀传统文化的国际传播，也为数字时代文化记忆的生成与演变提供了新的研究维度。

^① TechWeb. 报告：抖音月活用户破10亿 人均每天刷抖音超1.5小时 [EB/OL]. (2025-05-01) [2025-08-15]. <https://finance.sina.com.cn/tech/roll/2025-05-01/doc-incuzkhe9577029.shtml?froms=ggmp>.

二、文献综述

（一）短视频平台上的跨文化传播

随着数字新媒体的发展，文化传播的边界从民族国家扩展到了网络社会。短视频作为一种虚拟社交网络平台，逐渐成为跨文化交流的重要工具^①。国内自媒体工作者利用短视频成功向海外传播中华文化；而海外创作者以富有实地感的叙事方式向世界讲述中国文化故事，构建立体生动的中国形象。

已有研究探讨了“他者”视角下的短视频传播，着重研究在华外籍人士通过Bilibili、YouTube等平台进行短视频互动的过程。这些创作者关注中国社会的发展变化和中国文化的独特魅力，并以自己的母文化为载体进行比较，提供不同于国内视角的文化解读。但拥有跨文化身份与“他者”视角的主体不仅限于在华外国人，法国社会学家皮埃尔·布尔迪厄(Pierre Bourdieu)最先提出了“文化中间人”的概念，他认为文化中间人“从事的职业是提供符号与服务，并且工作涉及呈现与再呈现”^②。在新媒体时代，“文化中间人”的角色发生了显著变化。在短视频平台上，海外华人热衷于呈现不同文化价值观，推动文化消费^③，是上述所界定的“文化中间人”。同时，海外华人既保留了中国人的文化血统，又受到长期居住国家文化的浸染，具有多重文化身份，其发布内容具有显著的跨文化特征。

短视频平台上的海外华人与记忆的跨文化生产之间有着密切联系，这反映在他们通过视频分享异国生活和文化碰撞的过程中。这些短视频具有价值层面的多样性与复杂性，并在全球化背景下不断被重塑和丰富。

^① DI Y N, LIU X K, LI J N, et al. Cross-cultural communication on social media: review from the perspective of cultural psychology and neuroscience[J]. *Frontiers in psychology*, 2022(13): n.p. DOI: 10.3389/fpsyg.2022.858900.

^② BOURDIEU P. *Distinction: a social critique of the judgement of taste*[M]. Cambridge, US: Harvard University Press, 1984: 315.

^③ 林晓颖. 抖音中的在非华人：文化中间人的角色扮演[J]. 青年记者, 2020(27):39-40.

(二) 仪式观与互动仪式链

仪式是人类社会中独特的历史文化现象，仪式、传播和文化在本质上是互通的。詹姆斯·W. 凯瑞(James W. Carey)提出了传播的仪式观，强调传播作为文化共享的过程，具有社会意识凝聚功能^①，为传播研究开辟了新的视野。在“传播即文化”的仪式观下，已有研究着眼于共同的场域，在某一传播活动中寻求对行为的理解。在传播活动的选择上，许多研究将目光投向传统节日，把节日视作由丰富文化表征构成的文化“文本”。荷兰文化史学家约翰·赫伊津哈(John Huizinga)认为，节日和仪式同等重要。从节日角度看，仪式只是其内容和形式，是可观察的一系列文化程序^②。

当前，数字化发展推动传统节日跨越原有的地域界限，不可避免地迈入戴维·哈维(David Harvey)所描述的时空压缩之境^③。短视频作为新的传播手段，为传统节日的诠释与传播提供了空间载体，推动节日文化在数字空间中流转和更新。短视频中，节日的庆祝不再局限于特定的时间和地点，而是成为一种全球性的文化共享仪式。

在短视频场域下，“仪式”具备了社交互动层面的意义。欧文·戈夫曼(Erving Goffman)提出了“互动仪式”概念，认为仪式赋予参与者符号身份并制约他们的行为^④。美国社会学家兰德尔·柯林斯(Randall Collins)进一步提出了互动仪式链理论，认为社会互动不仅仅是个体之间的简单交流，还是一系列仪式化的行为和情感体验的连续链^⑤，从而揭示了情感、认同和仪式性互动在社交互动层面的关键作用。

随着互联网时代的到来和社交媒体的发展，互动仪式链中“身体共在”的要素被重新解构，物理意义上的“在场”越来越多地被虚拟空间取代^⑥。参与互动仪式的个体将文字、声音、图像等符号作为虚拟化身，在互动过程中实现了非肉身的群体聚集。短视

^① 凯瑞. 作为文化的传播：“媒介与社会”论文集[M]. 丁未, 译. 修订版. 北京: 中国人民大学出版社, 2019: 86.

^② HUIZINGA J. *Homo ludens; a study of the play-element in culture*[M]. Boston, US: Beacon Press, 1955.

^③ HARVEY D. *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*[M]. Oxford, UK: Blackwell, 1989.

^④ 戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯钢, 译. 北京: 北京大学出版社, 2008: 17-18.

^⑤ 柯林斯. 互动仪式链[M]. 林聚任, 王鹏, 宋丽君, 译. 北京: 商务印书馆, 2009: 40.

^⑥ 潘曙雅, 张煜祺. 虚拟在场: 网络粉丝社群的互动仪式链[J]. 国际新闻界, 2014, 36(9):35-46.

频的互动传播机制主要由视频触达、行为触发、情绪触动三个维度构建；弹幕、评论等用户互动行为促进了群体性仪式的形成。这些互动不仅影响社群认同的形成，还通过情感能量的传递，推动群体成员形成情感联结与文化认同。

（三）短视频与认同构建

互动仪式的结果体现为对群体符号的维护和道德感的产生，模仿的仪式成为聚焦群体情感的载体。特希·兰塔能(Terhi Rantanen)的《媒介与全球化》(*The Media and Globalization*)引入了一种“全球媒介志”的方法论，认为媒介全球化有力推动了国族认同的强化。^① 短视频具有视听结合的媒介特性，有利于在更广阔空间内实现情感记忆的扩散与共享。已有研究将“洋网红”发布的短视频作为研究对象，探讨在华外国人构建互动仪式链的生产机制，而同样拥有“他者”身份的海外华人发布的短视频却较少受到关注。这类短视频同样体现了以情感能量驱动群体团结的特征，在互动仪式中完成群体内的相互理解与情感生产。因此，运用互动仪式链理论研究海外华人发布的传统节日类短视频，有利于揭示全球化背景下节日记忆的跨文化生产与流动机制，同时为海外华人的跨文化实践提供新的观察视角。

基于文献回顾，本文在海外华人发布的传统节日类短视频的基础上，提出以下研究问题。

RQ1：这些短视频呈现怎样的特点？

RQ2：它们如何综合情感、记忆、媒介等因素，推动海外华人节日记忆的跨文化生产与流动？

RQ3：上述过程在塑造海外华人的身份认同中扮演怎样的角色？

三、研究方法

（一）研究对象

本文选取抖音平台上海外华人发布的传统节日类短视频作为研究对象，将“传统

^① RANTANEN T. *The media and globalization*[M]. London, UK: SAGE Publications, 2005.

节日”限定为春节和中秋节，有以下两个原因。第一，春节于 2024 年申遗成功，成为全球共庆的节日。第二，春节和中秋节作为中国最重要的两大传统节日，传递出“家”“团圆”等文化寓意。因此，本文认为，春节和中秋节是海外华人对曾经生长其中的文化的代表性记忆载体，关于这两大节日的短视频能作为研究节庆记忆的样本。在抖音平台上，本文以“#华人 #春节”“#华人 #中秋节”为关键词进行搜索，选取每组标签下所有点赞量过千的视频，经过人工筛选，剔除可信性较小的样本，保留明显与春节、中秋节相关且由华人博主（非营销号）发布的短视频共计 150 条进行研究。

（二）研究方法

本文以内容分析法和诺曼·费尔克拉夫（Norman Fairclough）的批评话语分析法为主要研究方法，同时对短视频评论进行文本分析，以回答研究问题。

1. 内容分析法

内容分析法是一种对于传播内容进行客观、系统和定量描述的研究方法。本文对 150 条样本短视频从主题、形式等多个维度进行编码，并在此基础上分析其表征内容所传递的深层意义。为了确保研究结果的可信性，研究作者使用 DiVoMiner 平台对样本进行了信度测试。两位编码员随机抽取 30 个样本进行独立编码，计算得出斯科特系数为 0.80，表明编码员之间的信度良好，确保了编码结果科学而可靠。

2. 批评话语分析法

费尔克拉夫在《语言与社会变迁》（*Discourse and Social Change*）中提出了批评话语分析的三维分析框架，构建了“文本”“话语实践”“社会实践”话语三维模型。^① 费尔克拉夫强调的“文本”指涉任何书写的或口头表达的产物，为了能够涵盖话语的符号形态，影像也可以延伸为“文本”。^② 现有研究多运用批评话语分析法分析新闻语篇、谈话文本，而随着新媒体的发展，集多种模态话语于一身的短视频成为批评话语分析的新兴研究方向。对短视频进行批评话语分析既能挖掘生产者有意识的创作意图，又能窥见其背后的社会文化实践。此外，批评话语分析法为研究节日仪式提供了思路，有助于确立“社会关

^① 费尔克拉夫.语言与社会变迁[M].殷晓蓉,译.北京:华夏出版社,2003.

^② 肖珺.多模态话语分析：理论模型及其对新媒体跨文化传播研究的方法论意义[J].武汉大学学报（人文科学版），2017，70(6):126-134.

系”，构建“社会身份”^①，从而深入剖析节日仪式中的语言使用和符号意义。

本文根据点赞量高低对 150 条短视频进行排序，筛选出 30 条点赞量最高的短视频，基于费尔克拉夫的话语三维模型进行批评话语分析，从文本、话语实践、社会实践维度展开研究（见图 1）。

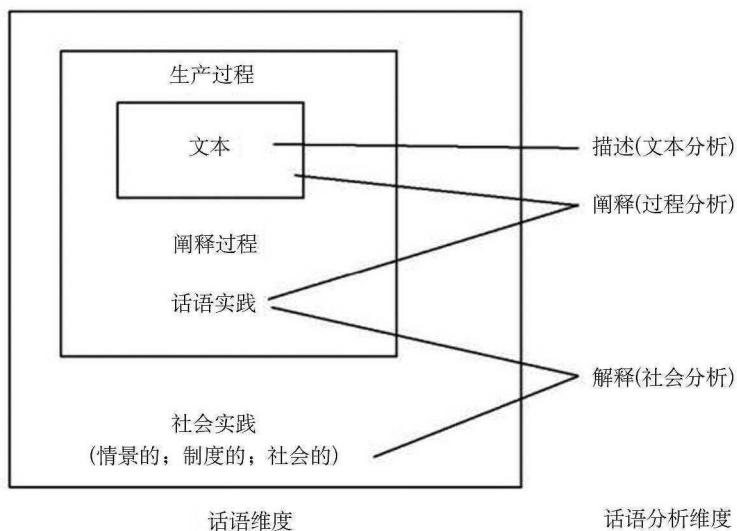


图 1 费尔克拉夫的话语三维模型图示

3. 文本分析法

文本主要指由一定的符号或符码组成的信息结构体，其语义反映出人的特定立场、观点、价值和利益。配合批评话语分析，本文对于按点赞量筛选出的 30 条短视频的评论区进行深层挖掘，意在从传播效果层面探讨短视频形成互动仪式链的作用机制。

^① 庄琴芳.福柯后现代语境观与中国话语建构[J].外语学刊,2007(5):94-96.

四、研究结果

(一) 短视频场域下节日记忆的生产特点

本研究将 150 个有效样本数据进行编码,以描述和分析抖音平台上海外华人发布的传统节日类短视频的传播内容及其特点。

1. 博主特征

将样本中的海外华人博主按居住地区分类,可以发现欧美地区的华人博主占比较大(56%)。这些博主多在账号名称或标签中表明自己的居住地区,如“奔哥在美国”“#恩平人在纽约”等。除欧美外,东南亚地区也有较大规模的华人居住,其祖籍多为福建、广东,他们与当地文化融合程度较高。此外,短视频发布者也有来自非洲、日韩等地区的海外华人,呈现世界范围内的广泛分布。(见图 2)

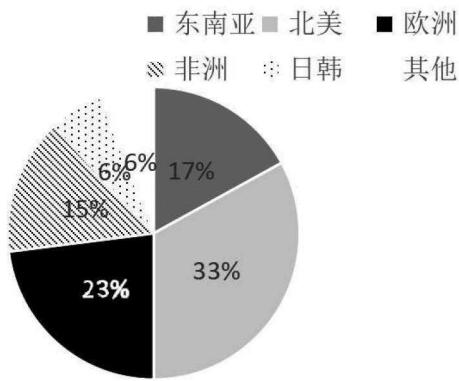


图 2 博主所在地分布

根据抖音平台上的账号信息及视频内容,本文将海外华人博主的身份进行了分类:将没有明确个人身份,且粉丝量超过 1 万的博主统一划分为“网红”;筛选出有明确身份信息的短视频博主,将其划分至“跨国家庭”“留学生”类;将无明显身份信息且粉丝量小于 1 万的博主划分为“素人”;其余如“知识博主”“媒体人”“海外务工华人”等体现身份信息但数量较少的被划分为“其他”类。

抖音平台上发布传统节日类短视频的海外华人以拥有良好粉丝基础的“网红”博

主为主(57%,见图3)。此类博主作为意见领袖,一定程度上提升了话题关注度,在海外华人社区中形成一定影响力。留学生、跨国家庭发布的短视频带有鲜明的跨文化特点,如“给混血孩子进行年俗教育”“带外国同学体验中秋节”等,体现出海外华人对中华文化的传承和传播,有助于构建更加多元、包容的媒介文化景观。

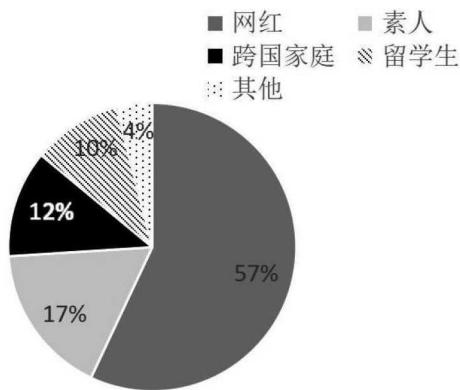


图3 博主身份分类

2. 视频特征

研究发现,不同短视频的主题虽然存在差异,但均体现出带有异国风情的中国传统节日氛围。将样本短视频按叙事主题划分(见图4),可以发现海外华人发布的传统节日类短视频内容以“参加当地庆祝活动”为主(44%),包括由当地华人社团组织的花车游行、中外人士共同参与的节日表演等。博主或出镜介绍自己所处的庆祝活动现场,或以画外音形式解说当地庆祝活动,或拍摄自己参与节目表演的画面,体现中国传统文

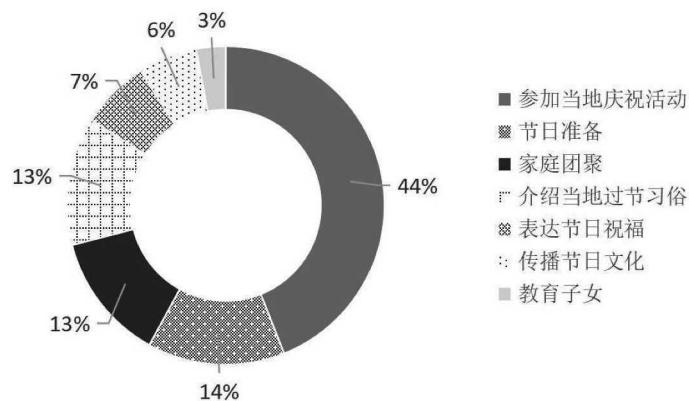


图4 短视频叙事主题分类

化元素与当地景观的碰撞交融。除庆祝活动外，也有短视频记录博主的节日准备（14%），并配有“#仪式感”“#迎接春节到来”等标签；拍摄节日中和家人、朋友或华人老乡团聚的场景（13%）；抒发对祖国的眷恋、思念，或向国内亲朋好友表达节日祝福（7%）。

在海外华人发布的传统节日类短视频中，部分视频介绍了当地人如何庆祝中国传统节日（13%）。春节、中秋节等中国传统节日已经融入不同国家的文化传统，并在一定程度上产生了“变体”，如柬埔寨的“月饼换月糕”、马来西亚的“捞生”等。这种“变体”的产生，一方面是由于海外华人适应了所在国的文化环境，将中国传统节日与当地文化习俗相结合，创造出多元、异质但又相互联系的共享仪式；另一方面说明当地人对中华文化的接纳和融合，使得这些节日在新的文化土壤中生根发芽。

针对短视频的形式，本文从“时长”“字幕”“参与者”等维度对其编码（见表1）。研究发现，超过半数的短视频时长大于60秒（56.0%），大部分视频仅有中文字幕（57.3%），有利于实现与祖籍国信息流通。除少量视频参与者仅为华人外，绝大部分视频中既有华人，又有所在国家的当地居民（77.3%），人们文化背景各异。中外人士共同参与的视频多带有“#全世界都在过中国节”这类标签，表现出丰富的文化体验性质。博主不仅在形式上注重视频的质量和传播效果，更通过中外人士共同参与的视频，将节日记忆“去民族化”，传递出全球共享中华文化的理念，展示了海外华人的文化自信和民族自信。

表1 视频形式编码结果

一级类目	二级类目	编码说明	视频数量(条)	占比
视频形式	时长	0—30秒	40	26.7%
		30—60秒	26	17.3%
		60s以上	84	56.0%
	字幕	仅有中文字幕	86	57.3%
		双语字幕	9	6.0%
		无字幕	55	36.7%
	参与者	仅华人	34	22.7%
		不限国家	116	77.3%
	拍摄地点	室内	70	46.7%
		室外	80	53.3%
	叙事声音	博主播报的同期声	90	60.1%
		与传统节日有关的背景音乐	43	28.6%
		仅环境声	17	11.3%

3. 短视频与节日记忆的关联

研究发现,一方面,传统节日类短视频中的中国元素是海外华人节日记忆的载体。节日记忆并非依靠想象而存在,它既依附于作为记忆主体的人,也依附于将记忆具体化的外在客观物。为分析海外华人博主发布的传统节日类短视频如何体现具象化的“文化记忆”,本文在编码时设置“场景中有无汉字”“场景中的中国传统节日习俗”“场景中的中国传统服饰”维度。

短视频场景中出现汉字的视频占样本总数的 86.7%,体现在店铺招牌、街道横幅等处。大部分短视频中出现中国传统服饰,以中式民族服装为主(48.0%),汉服、旗袍、唐装、马面裙多有出现,身着中国传统服饰的不仅有海外华人,更有所在国家的当地居民。而场景中的中国传统节日习俗则更为多样,如放鞭炮(16.0%)、舞龙舞狮(10.0%)等。这些具象化的文化元素是华人节日记忆的现时化,不仅囊括了诸多地方性的文化记忆要素,更喻示着象征华人身份的族群符号在不同文化背景下的流转和融合。

另一方面,短视频场景中的时空切换体现了海外华人节日记忆的流转。海外华人因其特殊的“文化中间人”身份,充当着国内和国际文化场域的中介。本文分别从“中外文化对比”“回忆个人在中国经历/抒发对中国情感的内容”“时空场景切换”等指标对样本进行编码(见表 2),发现绝大多数短视频含有中外文化对比(84.0%),如泰国春节与中国春节“拜神”的文化差异、马来西亚“挂柿子”的文化渊源等。大部分短视频内容涉及发布者回忆在中国的经历,或是抒发对祖籍国的情感(83.3%)。这些博主把自己界定为“漂泊异乡的游子”,并主动与所在地的其他华人一同庆祝中国节日,共话团圆。除此之外,超过半数的视频可以捕捉到从中国到异国的时空场景切换(68.7%),如“怀念小时候在家乡过节”“过中国传统节日是海外华人的云端返乡”等,一定程度上反映了记忆的跨文化流动。

表 2 部分视频内容编码结果

一级类目	编码说明	视频数量(条)	占比
中外文化对比	有	126	84.0%
	无	24	16.0%
回忆个人在中国经历/抒发对中国情感的内容	有	125	83.3%
	无	25	16.7%
时空场景切换	有	103	68.7%
	无	47	31.3%

4. 短视频与博主交互分析

如表 3 所示,以“参加当地庆祝活动”为主题的短视频发布者中,网红博主占比最大,为 43.9%,其次是素人和跨国家庭,分别为 28.8% 和 12.1%。这些庆祝活动以新鲜多元的形式吸引不同个体参与,以热闹欢快的氛围放大了华人对节日的感知和理解。在“节日准备”主题上,网红博主占比同样突出,达到 75.0%。以“家庭团聚”为主题的短视频中,网红和跨国家庭占比相对较高,分别为 55.0% 和 30.0%,博主以温馨的氛围勾勒出“家庭”的重要性,传递“家本位”的民族心理认同。

而“向外国人介绍节日”和“带外国人体验节日”主题则以留学生和其他群体(如知识博主、媒体人)为主要发布者,可见海外留学生群体在传播中国节日文化中扮演着重要角色,在跨文化环境和语境下实现了与国际受众的互动。

表 3 博主身份与视频主题交互

	网红 (个数/占比)	素人 (个数/占比)	跨国家庭 (个数/占比)	留学生 (个数/占比)	其他 (个数/占比)
参加当地庆祝活动	29/43.9%	19/28.8%	8/12.1%	8/12.1%	2/3%
节日准备	15/75.0%	1/5.0%	1/5.0%	1/5.0%	2/10.0%
家庭团聚	11/55.0%	2/10.0%	6/30.0%	1/5.0%	0
介绍当地过节习俗	15/75.0%	3/15.0%	1/5.0%	1/5.0%	0
表达节日祝福/抒发情感	10/90.9%	0	0	1/9.1%	0
向外国人介绍节日	4/57.1%	0	1/14.3%	1/14.3%	1/14.3%
带外国人体验节日	0	0	0	1/50.0%	1/50.0%
其他(如给孩子做年俗教育)	1/25.0%	0	1/25.0%	2/50.0%	0

仪式空间的在场性是回忆得以延续的条件，地点对文化回忆空间建构具有重要意义。不同地区的华人博主在抖音平台上发布的传统节日类短视频中，拍摄场景的选择反映了当地华人群体的文化特色和跨文化体验。

如表4所示，北美地区的华人博主发布的短视频中，有16个以当地唐人街为拍摄场景(51.6%)，聚焦由当地华人社团组织的节日庆祝活动；欧洲地区博主多选择当地标志性建筑物为背景(36.8%)，如伦敦特拉法加广场、米兰大教堂等。而在非洲华人博主发布的视频中，8条视频(100%)以中国工厂为场景，记录在非工作的华人员工与当地人的互动，如一起做月饼、吃年夜饭等。在中国“走出去”政策的持续影响下，在非华人数量与日俱增，短视频中鲜活的故事正是“一带一路”倡议的真实写照。除此之外，场景选择还扩展至华人超市、华人寺庙等蕴含中国元素的地点，通过“随拍随分享”的短视频形式赋予空间场所文化内涵与生命力，令实体空间在数字场域中得以延伸和再现，从而让节日记忆的跨文化流动跨越物理界限。

表4 博主居住国所在地与特殊的拍摄场景交互

	东南亚 (个数/占比)	北美(个 数/占比)	欧洲(个 数/占比)	非洲(个 数/占比)	日韩(个 数/占比)	其他(个 数/占比)
当地标志性建筑物	11/19.3%	15/26.3%	21/36.8%	4/7.0%	3/5.3%	3/5.3%
唐人街/华人区/华人 中心	3/9.7%	16/51.6%	4/12.9%	0	5/16.1%	3/9.7%
华人超市	0	11/52.4%	0	5/23.8%	3/14.3%	2/9.5%
中国工厂	0	0	0	8/100%	0	0
华人寺庙	3/60.0%	0	0	0	2/40.0%	0
外国人家中	0	0	1/25.0%	2/50.0%	1/25.0%	0
中式餐厅	1/33.3%	1/33.3%	0	0	0	1/33.3%
大使馆	1/33.3%	0	1/33.3%	1/33.3%	0	0
校园	0	1/100%	0	0	0	0

一方面，这些场景通过把海外华人的节日记忆固化在某一地点，使其得到巩固和证实，让节日仪式在特定象征空间中持久延续；另一方面，不同地区博主的空间选择也可能导致一定的刻板印象，如北美博主倾向于选择唐人街，这可能会让观看者认为节日庆祝是当地华人社区的内部活动，与当地主流社会的互动较少，一定程度上表现出

文化隔阂。

(二) 嵌入互动仪式链的情感扩散

1. 文本维度：共通的互动仪式符号

在短视频场域下，互动仪式链的构建需要借助各种语言符号来实现，而批评话语分析为本研究提供了重要的“解魅”利器。研究聚焦数字空间中海外华人如何通过传统节日类短视频构建互动仪式链，基于费尔克拉夫批评话语分析的“文本”维度，首要探讨短视频中的话语互动。因此，本文从 150 个样本视频中按点赞量高低排序，选取点赞量最高的 30 个视频，提取其标题、介绍、文本内容，借助语料库分析软件 AntConc 3.2.2 进行批评话语分析。

本文选取的短视频时长总和约为 67 分钟，共有 1162 个词语，对身份词汇的整理（见表 5）和检索显示，“中国人”出现次数最多（39 次），其次是“海外华人”（20 次），均为博主对自己的称呼，也有视频用“异客”“游子”等词指代身份。“外国人”一词出现次数同样较多（15 次），一定程度上说明博主将自己与所在国家的本地人区别开，存在“自我”和“他者”意识，对“局外人”设定了界限。研究发现，博主在跨文化环境中看重国家身份构建多于自我身份构建，意识到自己归属于某一群体、地域或文化，并共享某些情感与价值。海外华人在异国他乡寻找和维护自己的文化根基，同时向外界传达了对国家身份的自豪和认同。

在指称他人的词汇中，“家人”“朋友”出现较多，根据视频内容，这些指称既涉及华人博主在国内的亲友，也涉及与他们关系亲密的当地人，反映出海外华人在短视频中有意识地构建和强化与国内外同胞的社会联系，同时促进自身与当地社会的融合。

表 5 身份词汇统计

身份词汇	中国人	海外华人	外国人	福建人/广东人	家人	朋友	游子	异客	同事
出现次数	39	20	15	10	8	6	6	5	4

及物性作为一个语义系统，反映了语言的概念功能，将人们在现实世界中的所见所闻进行划分。根据系统功能语法，及物性将人类经验分为物质、心理、行为、言语、

关系和存在六大过程。^① 根据交际需要、目的、本人主观看法等因素的不同，说话人选择采用不同的过程。本文对目标短视频文本内容进行多次人工标注和定量统计，摘取362个短句进行及物性分析，分布情况详见表6。

表6 及物性过程类型分布

过程类型	频次	频率
物质过程	97	26.8%
心理过程	113	31.2%
关系过程	76	21.0%
行为过程	62	17.1%
言语过程	11	3.0%
存在过程	3	0.8%
总计	362	99.9%

研究发现，在摘取的短视频内容文本短句中，心理过程占比最大(31.2%)。心理过程中高频出现“感受”“回忆”“记得”等动词，描述自己在中国传统节日这个特殊节点上触景生情，或是对家乡文化的深切思念，不仅揭示出个体情感的深度，也体现出互动仪式的生成需要参与者投入情感。例如，“不管身在何处，我永远会记得属于我们的节日，异国他乡的华人们凝聚在一起，这也让我感受到一种民族力量”。此外，体现关系过程的短句同样占比较大(21.0%)。华人博主在视频中有意从“归属”和“识别”两类进行建构，主要表征两方面内容。他们一方面通过表征节日背景和人物身份，突出华人的身份属性和推动中华文化海外传播的愿景；另一方面希望受众识别自己的特殊身份，引发华人同胞情感共鸣。维克多·特纳(Victor Turner)认为，仪式象征符号最简明的特点是浓缩，它以高度浓缩的形式扎根于意义深处并能使情感迅速得到释放。^② 不同节日的归属感和识别方式浓缩在不同元素上，如春节的鞭炮和舞龙舞狮等意象呈现出年味浓郁的媒介景观；而中秋节的吃月饼、赏月等习俗则联结了异乡与家乡，给个

^① HALLIDAY M A K. An introduction to functional grammar[M]. 2nd ed. London, UK: Edward Arnold, 2004: 172.

^② TURNER V. The forest of symbols: aspects of Ndembu ritual[M]. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1967.

体以情感归乡的精神慰藉。例如，“我是一个地地道的华人，咱中国人自己的传统是根深蒂固的，春节一定要过，春节是属于每一个中国人的”。

对短视频文本的语言学描写证明,华人博主通过符号建构自己的身份,传递情感与文化认同,引导受众将注意力集中在共同的节日记忆上。这种策略不仅增强了视频内容的吸引力,也为海外华人的文化传承和身份认同提供了支持,通过符号的使用促进互动仪式的生成。

2. 话语实践维度：共享的仪式场域与情感能量

话语实践研究文本的生产、分配与消费,是连接“文本”与“社会实践”的纽带。基于前文分析,海外华人博主通过符号构建起互动仪式,即通过群体聚集、对局外人设限、相互的关注焦点和共享的情感状态这四种要素彼此形成反馈作用。话语实践维度主要探讨文本的使用如何发挥功能,以及互动仪式如何促进情感的共享与扩散。

(1) 以“异”构建仪式场域

在抖音平台的算法机制下,博主通过设置标签将视频内容推送给有共同兴趣或情感的平台用户,不仅增加了短视频流量,也让不同用户聚集在同一场景下。基于内容分析结果,本文爬取了海外华人发布的 150 条传统节日类短视频标签文本,进行词频统计分析,为更加直观地展示分布状况,将高频词绘制了词云图(见图 5)。



图 5 视频标签高频词词云图

博主发布视频时最常使用的标签为“看世界”“海外”，一定程度上表明他们与国内同胞存在差异，在文化呈现和消费中扮演着中间人的角色。借助网络号召力和影响

力,他们向国内用户传播海外文化,一定程度上将自己看作跨文化的媒介,存在对身份中跨文化属性的认同。通过短视频,海外华人与国内观众在同一数字空间内进行互动,这也为海外华人带来创业与自我表达的机会,产生文化消费与经济效益。

从文化间性理论出发,“他异”是跨文化的根本。当“自我”和“他者”相遇产生了关联,人对文化彼岸的好奇就会推动跨文化传播的发生。生活在异国环境中的海外华人或多或少带有当地文化的色彩,博主抓住国内受众对文化彼岸的好奇,通过展示自己的传统节日体验,搭建起跨文化交流的桥梁。他们分享的经历和故事不仅满足了国内观众对异国文化的渴望,也在传统节日这一仪式场域中构建起跨文化的互动网络。

(2)以“同”扩散情感能量

海外华人对于中国传统节日的敏锐感知来源于他们内化于心的文化认同,在传统节日类短视频的生产与传播中,这种认同表现为互动仪式中的情感能量。文本层面的话语分析表明,海外华人在互动仪式中强调自己与国内观众相同的“中国人”身份,渲染自己“独在异乡为异客”的节日情感。

根据互动仪式链理论,柯林斯关注“符号的三层序循环轨迹”:第一层序的符号形成后,参与者在其他互动仪式情境中对符号标志的运用是第二层序的再循环,在此二者基础上,符号的内在化是第三层序循环。传统节日符号具有丰富的象征意义,如阖家团圆、祈愿纳福、辞旧迎新等,这些美好的含义在短视频中以“贴春联”“逛庙会”等具体活动展现并回流到仪式的互动圈中,塑造并加强了发布者的情感共鸣。而第三层序循环属于思维的内部会话,即海外华人自身对传统节日符号增加自我想象及特殊情感。

这样的循环过程也是情感能量的扩散过程,视频发布一段时间后,聚合的情感能量扩大了海外华人群体的影响力,同时增强了互动仪式链参与成员的凝聚力,将认同嵌入情感流转,进行文化传播和身份构建。

3.社会实践维度:共同的仪式信仰与文化传承

社会实践分析是话语三维模型的最外层,对文本和话语实践层面起至关重要的作用,即分析产生的原因。根据詹姆斯·W. 凯瑞的观点,仪式具有召唤聚集的功能,能够将信仰与观念大体相似的个体集合在一起,不断强化符号的象征性,最终建构起共同体意识。

博主“苏珊远嫁不列颠”记录了自己和孩子穿中国传统服饰上街过春节的过程，在视频中自豪地提到“这是我们大中华的马面裙，每一句赞扬都让我沾沾自喜”；博主“哒哒看世界”在中秋来临之际穿上汉服，在德国街头向外国人介绍中秋节的历史，深情地表达“在这一天，中国人都能看到非常圆、非常亮的月亮”。这些例子阐释了不同华人特定的节日记忆，他们通过短视频记录和保存仪式，实现节日时刻在数字空间中的停泊，让节日成为一种可理解、可追溯的具象概念，从而促进记忆的跨文化生产。

同时，短视频视听结合的特性能够最大限度地营造节日氛围，将中国人熟知的传统节日元素的符号表征通过影像再现，在引发观看者情感共鸣的同时，也为中华文化海外传播提供了契机。中国人过春节强调对红色这一色彩的铺排，很多短视频呈现出红色元素，并以蒙太奇的方式拼贴、聚合，具有高饱和视觉冲击力；关于中秋节的视频则多用中国风背景音乐，如古筝演奏的传统民乐、古诗改编的流行歌曲等，在听觉层面营造浓郁的节日氛围，增强视频的情绪感染力。

(三) 传播效果分析

短视频能促成情感扩散与其交互性密切相关，在传统节日类短视频的评论区内，不乏国内用户或同在海外的华人用户与博主互动，最直观的就是点赞、评论、转发等行为。本文综合以上指标，从点赞量最高的 30 条样本中爬取了 7.2 万余条评论，根据内容侧重点将其分为 5 类，并整理出代表性评论文本(见表 7)。

表 7 具有代表性的 5 类评论

代表性评论文本	类别
节日快乐	表达节日祝福
我也和你一样身在国外，这个视频让我眼眶湿润了，真的好久没回家了	表达相同身份和思乡情感
原来海外春节是这样的，真是全世界都在过中国节，传播中华文化靠你们啦	表达对在海外过中国传统节日的肯定
这种月饼也是我儿时的回忆，很熟悉很亲切的味道，竟然国外也有	引发自己对节日的回忆与共情
特别理解像你这样的海外华人，知道自己的根在哪里，因为谁都是有情感的	表达对海外华人的理解，知道他们心系根源

代表性评论文本内容显示，作为传播媒介的短视频促成了海外华人和国内外用户在传统节日背景下的情感交流和文化传播。观看者肯定博主的华人身份，走入共享的情感空间中，形成虚拟社区，并在社区中表达节日祝福、传递思乡情感、回忆儿时节日体验等。尽管侧重点不同，这些评论都体现出用户发自内心的真情流露，在互动中建构彼此融通的语义范围，从而生成、积累情感能量，再通过新一轮互动仪式促进情感共享与扩散，让拥有相同身份的人群的节日记忆在数字空间内流转。

用户通过评论区这一公共空间，围绕节日记忆这一共同主题展开互动，一定程度上达到了博主预期的传播效果。具体来说，那些说明自己的相同身份、表达思乡情感的评论，体现了用户之间情感共鸣的传导；而肯定全世界都过中国传统节日的评论，则反映出用户对中华文化海外传播的肯定与认同。诸如此类的在线仪式不仅是个体情感的表达，更是群体价值观和文化认同的体现。用户与博主互动的过程，实际上也是参与共同文化仪式的过程，这种仪式增强了社会联系和群体聚合性，同时促进了中华文化的传承和传播。

五、结论与讨论

本研究聚焦数字空间中海外华人利用抖音短视频平台创作和传播传统节日记忆的跨文化实践，旨在通过内容分析与批评话语分析探讨互动仪式链和仪式观在情感扩散及认同建构中的作用。海外华人在社交媒体平台上发布的节日短视频，不仅在华人社群内部强化并传承共同记忆，还突破时空与文化界限，激发国内外观众产生情感共鸣，构建起跨文化的文化纽带。对于国内观众而言，这些视频提供了了解和感受多元文化之窗；而对于海外华人来说，借助短视频传递的节日记忆既是个体情感的表达，也是华人身份认同与文化传承的展示，有效促进了中华文化的全球传播与影响力提升。

研究结果表明，海外华人发布的传统节日短视频在构建互动仪式过程中展示出两条主要脉络：一是情感扩散机制，通过展现节日习俗与家庭团聚等场景，唤起受众共鸣并传播节日记忆中的情感价值；二是认同建构机制，通过呈现中华文化符号、叙述华人故事和展示与当地民众互动的情境，强化了文化认同并推动中华文化在全球范围内的认知扩散。短视频作为媒介，营造了一种“虚拟真实”的情境，使发布者和受众在认同

某一场景与文化符号时达成共识，满足了文化被肯定的需求。平台上具有一定影响力的海外华人意见领袖以情感叙事和跨文化实践增强了群体内的凝聚力，并为华人文化传播赢得更多关注与认可。基于内容分析，本研究还发现，不同地域和身份的华人群体在短视频内容呈现上各有侧重：跨国家庭注重向下一代普及中华传统；留学生倾向于通过跨文化互动传播中华文化；而欧美和非洲华人在节日庆祝活动中则分别展现集体庆典与中外互融发展的特征。

从理论与实践两个层面，本研究拓宽了记忆实践及跨文化传播的研究视域。理论上，本文探讨了海外华人如何在数字空间内通过传统节日的仪式实践构建、共享记忆，与群体共识相互交织维系认同，从而揭示了数字媒介下记忆存续与跨文化传播的新逻辑；实践上，研究指出海外华人短视频在情感表达基础上应进一步诠释节日的深层文化意义，如感恩、团圆、和平与发展等全人类共同价值，以构建人类命运共同体。与此同时，短视频平台应超越“流量思维”局限，重视内容与个体价值，通过“数字记忆场”赋能国际文化传播，推动中华优秀传统文化的“文化出海”。综上所述，海外华人利用短视频平台展现的跨文化节日记忆不仅激发了内部认同和情感扩散，也为全球范围内中华文化的传承与传播提供了积极路径和范式。