

浅析自媒体商业运营下的中韩文化交流

——以多位抖音博主为例

王若馨

延边大学 吉林延边 133002

摘要: 顺应大时代浪潮, 自媒体短视频逐渐成为学习与生活中不可忽视的文化传播与交流的途径。虽然抖音、YouTube等自媒体应用主要功能都为社交娱乐, 但其中的文化交流ID正在潜移默化的影响着关注中韩文化交流的人们。大数据时代背景下, 中韩文化的短视频文化交流, 也在自媒体运营的浪潮中逐渐兴起, 收获大量对于中韩文化关注的粉丝, 博主们通过短视频中的文化碰撞, 博取大众的关注外, 同时利用一定的短视频商业化途径, 进而获取海外商品的宣发、推广以及成为带货的中间商。这不仅是文化间的碰撞, 同时以国内视野来看满足大众娱乐需求, 刺激市场消费力, 利于文化的输出; 以国外视角来看, 刺激了优秀海外文化输入, 对韩国这样依赖海外市场的国家来说, 是拓宽中国市场的机遇, 来缓解国内疫情压力下的经济萎缩状况。中韩文化交流自媒体的运营, 不仅仅是文化层面上的, 更是一种以文化交流为基石引申出来的新型商业模式。

关键词: 自媒体运营; 中韩文化交流; 短视频博主

一、中韩两国自媒体文化抖音输出的主要方式

自从自媒体文化出现到如今的盛行局面, 中韩两国都分别通过自己国家本土化的方式来接受自媒体文化由新事物到如今人人皆知的状态。自媒体的文化交流则为文化输出与引入的一个媒介。中韩两国地理位置相近, 韩国在古代时作为中国的附庸国, 同时也是由于现代经济更是对于中国的消费者的依赖, 所以对于中国文化的求知欲甚高; 同时由于90年代末韩流文化逐渐进入大众视野后, 中国的很多年轻人对于韩国文化也兴趣颇深。中韩文化虽然有很多大同小异之处但细细了解发现, 其中的文化差异尽显时代的痕迹。

以抖音博主为例进行分析并分类, 发现致力于中韩文化交流的自媒体运营短视频博主的视频类型不同, 其ID下运营的短视频主题也有所不同。可以换个方式来说, 中韩两国自媒体文化输出的方式是多元化的。

1. 以中韩异国恋情侣等为代表的记录生活故事类

这类短视频是基于跨国婚恋、跨国探亲等前提下, 在两人或是家庭中由于文化差异发生的各种让人觉得有趣的故事; 分享同一事件在两国人的角度出发理解的结果不同的小故事; 以及两国产品的好物推荐有时也内含其中。通过这样跨国婚恋为代表的故事性短视频自媒体, 满足观看者对于这样跨国婚恋生活状态的好奇心和求知欲, 同时也可以让观看者感受到两国除了“大家”在“小家”上的交流也十分密切不失違和感。

在文化交流方面此类短视频做到从故事、人设、热

门话题等多个角度来吸引观看者, 同时在运营的角度潜移默化的插入两国的毫无商品, 通过接广告进行视频推广还有视频带货的方式既做到了带给观看者愉悦感, 同时也通过运营让消费者对于两国产品有所了解, 推动韩国产品在中国的市场也促进中国品牌在海外打开知名度, 不失为一个双赢的短视频运营方式。

自媒体在文化层面的输出在某种层面上服务两国的于经济与政治, 此类输出方式让观看者拥有沉浸式体验两国文化的感受, 所以在占比居高, 反响较大。但也有些弊端, 有一些未结婚的跨国情侣感情存在不稳定的情况, 同时拍摄内容也有一定的故事局限性, 文化交流中会有迎合资本的趋势。

2. 以本地留学生为代表的文化分享推广类

留学生作为文化交流的主力军在短视频自媒体的交流领域占比也很高, 但与上一类故事性的视频相比, 留学生主要以文化分享为主, 缺少故事性, 更多是对于中韩两国的风土人情的适当拍摄。但有的留学生会利用语言与文化现状的“东风”编一些有趣又有些令人上头的段子。同时分享着在自己所留学的国家的所见所闻, 自然而然的会吸引一批对两国文化感兴趣的观众。

有的博主也会针对观众疑惑的问题拍摄文化分享的自媒体视频, 让两国的观众得到求知欲的满足。虽然, 文化分享推广类视频主题明确, 却也存在一定的局限性, 与故事类相比缺少直接交流性与生动性。

留学生是中韩两国文化的桥梁, 同时在运营上也出

现了与第一类故事性自媒体短视频相似的广告推广与带货情况。

3. 以中韩两国热点新闻为主题的新闻报道类

以中韩两国热点新闻为主题的自媒体短视频账号，内容偏官方化、客观化。利用新闻的“口吻”向用户体现着中韩两国的新闻热点以及关注的话题。这样类似的账号不仅在文化交流方面得到体现，在经济与政治的方面也可以了解一二。

以“奋韩热点”的账号为例，最初在韩中文类媒体是以纸质的形式出现，之后逐渐发展出影视媒体和网络媒体。“奋斗在韩国”网站，在韩国的华人的心中是一个社交、办事、了解一手中韩咨询的主要平台，而如今由于抖音短视频平台的兴起，奋韩IP也在抖音平台上吸引大量对于中韩两国热点关注度很高的中韩用户。

对于文化交流层面上有着更官方的口吻进行，并且由于奋韩的收入渠道虽为通过商业广告获取，但对于抖音的账户，奋韩的运营的初衷则是在某种程度上承担社会责任，便民利民，打开文化交流媒介出口，拓宽文化交流方式。

4. 以中韩语言文化交流为主题的语言学习类

中韩语言学习类别的文化交流的自媒体短视频账号形式多样，涉足众多，针对的受众群体也是五花八门，有对于中韩文化略知皮毛的普及和深度普及，也有影视资源改编的趣味性短视频，甚至合拍互动性也不占少数。

语言的交流，站在翻译立场来说是文化交流的基石。语言的相通性对于文化的交流更是具有推波助澜的作用。站在文化的交流角度来看，语言文化交流的运营方式是短视频创作领域的“排头兵”。

但语言学习类短视频的弱点在于，短视频画面的呈现没有其他类型的短视频画面丰富，画面形式由于语言学习的缘故，文字呈现较多，需要发布者精心策划下，调动短视频用户的积极性。

5. 特殊题材类型创意视频

在特殊题材的创意短视频中，不乏一些文化交流的元素，例如韩国街头的照片拍摄，韩国人眼中中国美女，此类个性十足的题材更是层出不穷。此类短视频题材新颖，但局限性较强。

近期抖音短视频出现以利用创意多元的手段进行拍摄的短视频素材，又拍摄情侣照片、比较明星审美差异，中韩语言恶搞式模仿等等。这类题材是中韩文化交流短视频领域的蓝海。对于此种短视频类型，目前还无法界定这样的视频是否只是短效性的活跃，但中韩文化的交

流视频题材也因为注入了特殊的创意短视频自媒体题材而更加能显视中韩文化交流的动力和活力。

二、文化交流自媒体对于中韩两国的影响——政治、经济、文化

进入21世纪以来文化交流已经不仅仅是文化层面的交流，其影响力更是逐步向政治、经济、文化各领域渗透。

自媒体的文化交流方式更是拥有短效性强、普及面广、传播速度快等许多特点。以下分别从政治、经济、文化三个方面对中韩两国文化交流自媒体的影响进行分析。

1. 政治影响

文化交流自媒体的传播与发展对于政治的影响可以从两个角度进行分析。

通过此种文化交流类型短视频的传播，更有利于让两国人民认清当前国际形势和政治大环境。快速反应民情民意，提高政府对国家治理的效率水平。文化软实力决定在国际舞台上的话语权和国际地位，随着短视频文化交流的深入，短视频外交的方式逐渐成为一种新颖且立体两国间甚至世界各国之间多元化的认知交流、文化交流的平台。政治层面通过短视频展现民生等内容，来打破韩国等资本主义社会各国，以及对我国尚有误解的国际社会对我国的刻板印象。通过短视频平台为中韩构建睦邻友好的合作外交关系锦上添花。

以韩国的政治角度来看，两国虽然意识形态不同，但却为了解中国这样的社会主义国家的民生民情提供了便利资源和条件。

2. 经济影响

经济影响更是透过短视频自媒体把两国的文化交流层次，深入到自媒体经济中，抖音短视频有广告收益，流量收入，品牌植入，电商等运营商业模式。对于韩国这样以来海外市场经济模式的国家来讲，是个可贵的契机，来宣传韩国品牌和产品，有助于扩大韩国消费市场。

根据韩国KITA资料在kotra韩国海外市场新闻中表示如，中国对韩化妆品2018年的市场需求量为2541美元是与其他日本、法国、美国等国家的需求量相比占绝对的优势。但通过2019年至2020年化妆品进口国的增长率来看，日本的增长率在38.6%，法国增长率为48.6%，美国和英国分别增长了53.3%和116%。而同比下韩国的增长率只有6.6%，抖音这样一个平台是韩国品牌为拓宽中国市场必不可少的一步棋。

同时中国国货的慢慢崛起，也急需打开海外市场，

这对于中国也是一个不可多得的机遇。抖音短视频平台也是向韩国市场,向世界展现中国品牌、中国制造的一个平台。

抖音短视频平台在产品市场方面,通过国内与海外博主的推荐和跨国博主的展示宣传,对中韩两国双方都有一定的积极的推动作用。自2008年以来世界经济危机影响各国,中韩两国在应对经济危机上也一直在采取积极的措施来进行一定的缓解。2013年中国国家主席习近平提出“一带一路”这样的“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的合作倡议。韩国作为规划在“一带一路”战略合作的重要国家,以短视频平台作为“一带一路”两国经济交流的“潜在出口”。抖音短视频无论在中韩两国哪个市场中,都已经形成了一个完整的短视频自媒体产业链,已经成为了一种文化产业经济。

3. 文化影响

文化影响更是无处不在的体现,中韩文化交流类型的自媒体抖音短视频,不仅向中韩两国的人们普及了中韩两国的文化历史,提升两国人民的文化自信。

同时对待外来文化取其精华、去其糟粕,在自媒体短视频这样的大众文化展现双方各自文化文明的闪光点,抖音短视频平台作为一个文化交流与传播的平台,传播大、受众广,以抖音短视频博主“首尔潮人街访”为例,通过向韩国人们展现中华传统文化、大众文化等等,让韩国民众对于中国文化产生兴趣,并得到了初步的了解;通过对韩国人们的提问和采访,让中国网友了解到中韩文化的差异并满足了中国网友们的好奇心,达到了真正的跨文化交流和互动。

以“十月和凡翼”为例,一对中韩异国恋情侣,更加通过生活化抖音短视频片段,传达出中韩文化交流中的趣味,让短视频用户们在刷到后,感受到文化碰撞下的生活感。这样的文化交流类型短视频,在跨国文化交

流中拥有一定的积极作用,推动中韩两国的信息流动,为建设睦邻友好的中韩合作关系提供自媒体的民间支持,有助于年轻一代更快融入全球化趋势,了解中韩两国文化,提升竞争力。

三、结语

在自媒体时代的今天,自媒体短视频的拍摄及传播已经成为中韩文化交流的未来趋势,文化交流已经通过短视频的传播逐渐打破中韩文化跨国的次元壁,通过构建一定完善的自媒体文化交流体系,在新时代的中韩文化交流的平台上,使中韩文化交流在对称输出的情况下,获得积极的政治、经济、文化的积极影响。

同时,中韩双方的抖音用户及博主,在短视频文化交流的基础上,认识到新的短视频商业模式,创作出更多具有创新创意理念的短视频,同时最重要的是,要在尊重双方文化的基础上,实现互利共赢。在世界局势逐渐趋向于多极化的今天,以自媒体运营这样新的形式面对世界文化交流,是一个既新颖又有意义的文化展示途径,充分体现出自媒体短视频领域在尊重文化多样性与差异性的优势条件。

参考文献:

- [1]王宁,邓楠,张静雅,王超.自媒体时代下的文化输入与输出——语言学习浅析[J].国际公关,2020(05)
- [2]唐文歆.自媒体短视频领域内的国际传播分析——以国外博主“韩国东东”为例[J].西部广播电视,2021,42(05)
- [3]孙晓羽.浅析跨境旅居短视频的跨文化传播优势[J].大众文艺,2021(22)
- [4]罗兰秋.短视频在跨文化传播中的应用研究[D].淮北师范大学,2021.
- [5]雷鸣.跨文化传播视角下的“短视频出海”现象研究[D].山东师范大学,2021.