**中国的世界级非遗登上了国际媒体 中式传统西式表达的创新尝试**

2005年,联合国教科文组织正式确定韩国端午祭为“人类口头和非物质文化遗产”,韩国端午祭的“申遗”成功,在我国引发了广泛热烈讨论，在这个时候国人才意识到，有的时候“证明我妈是我妈”也是有必要的，自己知道还得让世界人民都知道，截止2017年6月，包括昆区，京剧，妈祖信俗、雕版印刷、剪纸、书法等在内，中国已有39个项目跻身世界级非物质文化遗产，项目总数位居世界第一，中国国内也刮起了一场“中国非遗，国际传播”的热潮。

**世界上最古老的音乐：泉州南音**

P1蔡雅艺

 2016年，一条名为《世界上最古老的音乐：泉州南音》登上了世界最大的通讯社美联社，超过200家的国际媒体转载和报道了这条来自中国的内容，该视频讲的是从新加坡回来的南音艺人蔡雅艺教授业余爱好者学习南音演唱的故事。故事的“主人公”正是于2009年入选世界级非物质文化遗产名录的泉州南音。而女主人公身份的国际化和中西文化的碰撞成为该视频的看点之一。

**神奇针灸治疗失眠**

P2 Tyler

作为中国传统医学的重要组成部分，2010年，中医针灸入选世界级非物质化名录。2015年一条名为《神奇针灸治疗失眠》的短视频在国内首家针对国际媒体的内容提供平台蓝海云上线，故事中来自美国的Tyler讲述了他在首次尝试针灸后身体上的改变和感受，该故事也成为2015年度蓝海云平台国际媒体主动使用最多的视频之一。故事中tyler面对传统针灸从恐惧、矛盾到惊艳的情绪变化过程也引发了海外观众的共鸣。

**胡同里的皮影酒店**

P3 Shane

皮影戏，又称“影子戏”或“灯影戏”，是一种以兽皮或纸板做成的人物剪影以表演故事的民间戏剧，2011年，皮影戏入选世界级非物质文化遗产名录。2017年，世界最知名的通讯社彭博社播出了一条名为《胡同里的皮影酒店》的短视频，观众们在中美混血男孩Shane的带领下领略了一场在北京胡同与皮影戏的邂逅。截止到目前，已经有超过500家的国际媒体使用报道了该故事。

**中式传统西式表达**

以上三个短视频是国际媒体主动报道的有关中国非遗文化的代表，从以上的故事和国际媒体使用效果来看，他们有着相同的共性。

P4 《胡同里的皮影酒店》截图

首先，风格轻松，主人公年轻化。中西方媒体在媒体属性上的相同并不代表在内容选择上标准的相同，相比于中国媒体“耳鼻喉舌”的定位，西方媒体更注重娱乐大众的效果，这也成为中西方媒体在内容普遍风格上的差异，只有符合西方媒体的制作习惯，内容才会有更多的机会被采用。这三个短视频均选择年轻人群体作为主人公，这就奠定了内容的基调不会沉闷。

P5 《神奇针灸治疗失眠》截图

其次，背景西方化。作为大众传播的受益者和效果的决定者，观众的地位毋庸置疑，如何拉近与西方观众的距离就成为内容可否登上西方媒体的关键所在，以上三个短视频都采用了“讨巧”的方式，三个主人公都有着西方背景和西式思维，这就与海外观众站在同一水平线上，主人公们的所思所想所做映射了海外观众的“主观思维”，让内容更加真实生动，增加了体验的乐趣。

​P6 《世界上最古老的音乐：泉州南音》截图

还有，用讲故事的方式。海外观众对于中国传统文化的兴趣基本来源于感官的好奇，文化的差异性反而成为制约内容深度表达的弊端，讲故事的表达手法不仅符合海外观众长期以来的收看习惯，同样也截取了中国非遗文化中的代表性段落，从引发观众的兴趣入手而培养观众的自学意识，以上三个视频都将故事性放在首位，从环境改变、首次尝试、亲自体验等故事角度出发，向海外观众讲述了主人公们和中国非遗文化在互动中发生的故事。

非物质文化遗产是人类文明的精华集成，这种具有历史深度的文化遗产同时也存在一定的陌生感，对于中国人如此，对于文化背景、教育习惯、生长环境甚至语言不同的外国人更是如此，随着中国文化走出去的步伐越走越快,中国的非遗文化如何让更多的国际媒体报道，让更多的海外观众接受便成为中国内容，国际传于播首先需要考虑的问题，基以上三个视频在国际媒体上的“成功”播出和获得一定的国际传播效果，中式传统西式表达或许可以成为一种有效的解决方法。

 所属项目：非遗系列

 关键词：蓝海云；世界级非物质文化遗产；南音；皮影戏；针灸