

用短视频助力中华文化国际传播

——以李子柒短视频为例

张 颖 梁 虹

【摘 要】网络红人李子柒拍摄的一系列短视频受到国外观众的热捧，在国外取得了良好的传播效果，使很多国外观众认识、了解、喜欢上中华文化。本文从短视频自身的优势谈起，分析李子柒短视频在海外走红的原因，探讨李子柒短视频的成功输出对中华文化传播的启示，以期为传统文化的国际传播提供借鉴和参考。

【关键词】短视频；中华文化；国际传播；李子柒

一、引言

李子柒是自媒体时代的网红代表，知名的美食视频博主，她拍摄了一系列与中华传统文化相关的短视频并发布在国内外平台上，圈粉无数。在国外视频网站YouTube上，她的订阅者达一千多万，每条视频的平均播放量不低于200万次，创造了国外传播奇迹。这些短视频有效地推动了中华传统文化的国际传播，为海外观众打开了一扇了解中华传统文化的窗口。

二、李子柒短视频传播的优势分析

当今，在快节奏的生活方式下，信息的接收越来越碎片化，观看短视频

成了网络时代人们生活的一部分。随着移动互联网技术和短视频平台的发展壮大,短视频的制作和传播门槛降低,每个人都可以是拍摄、分享原创视频的导演。

短视频优势明显,它以影像的方式讲述故事,声画结合、直观生动,突破了时间、空间的限制,比起单一的文字介绍或单纯的声音输出,短视频更能引起人们的兴趣。相较影视剧而言,短视频时长较短、形式灵活、内容多样、互动性强,传播和接收的速度快捷,符合人们碎片化观影的需求,更易于被受众接受和转发。

李子柒拍摄的短视频以中华优秀传统文化为依托,短小有趣、观赏性强,易于引起观众的观影兴趣。短视频的弹幕互动和留言互动则增加了观众的参与感,使短视频成为文化传播的有效方式。

三、李子柒短视频在国外走红的原因

李子柒短视频在国外引起广泛关注,是中华文化对外传播的典范,其走红的原因有来自人类社会的共鸣,也有对不同民族、不同国家个性的好奇。笔者尝试分析其短视频受到国外观众追捧的原因,大致如下:

1.李子柒短视频呈现出“亲近自然、回归原始”的生活状态,引发了现代人返璞归真的情感共鸣,符合现代人尤其是都市人对田园牧歌式生活的渴望。

短视频中,李子柒穿着朴素,在四川绵阳的农村和奶奶相依为命,随着四季的更迭流转适时而作,过着简单纯朴的农家生活,远离了喧嚣的城市、钢筋水泥的建筑。她们的生活环境像陶渊明笔下的世外桃源,充满了诗情画意,闲适安静。李子柒播种插秧、劈柴做饭,使用原始食材和工具,享受朴实的慢生活。她偶尔和奶奶的几句对话,闯入镜头的家猫家狗,都散发出恬静怡然的生活气息。

在充满竞争与压力的现代社会,人们劳碌奔波、依赖现代科技的快节奏生活,给人们的身心健康带来了很大压力,而李子柒的视频却如一股清流,洗去人们心中的浮躁,带来淡然与超脱。来自国外的评论中,谈论最多的是从李子柒视频中得到解压、放松和精神治愈。短视频满足了人们对古风田

园生活的憧憬,充满了治愈、慰藉的力量,传达了回归纯朴生活的理念,引发国内外观众对“什么才是生活”的反思。这种超然世外的洒脱,远离世间复杂和纷扰的心境,在人群中产生了共鸣。党的十八大明确指出“倡导人类命运共同体意识”,尽管各个国家各个民族的文化有差异,但创造生态、环保、美好、舒适的生活是人类共同的追求,人与自然和谐共生是人类社会的共同愿望。

2.李子柒短视频的内容与中华优秀传统文化有关,涵盖衣、食、住、行多个方面,展现出中华优秀传统文化之美,满足了国外观众对神秘东方国家的“猎奇”心理。

短视频以中国传统美食和传统手工艺的制作为主。民以食为天,饮食文化是一个国家具有传承性的符号,中华美食丰富讲究、享誉世界,是中华文化的代表。李子柒用古法工序制作美食,如手工拉面、麻婆豆腐、果酱、牛肉酱、桃花酒、枇杷酒等,让国外观众了解中国传统的饮食文化,并将李子柒誉为“东方美食生活家”。传统手工艺方面,她展示了做竹床、沙发、文房四宝、蚕丝被、蜀绣等技艺,展现了中国劳动人民的智慧和工艺。短视频中呈现的生活对外国人来说是陌生而神秘的,是他们固有认知之外的内容,激发了众多外国观众对中华优秀传统文化的兴趣和热爱。

除了美食和手工制作的内容以外,观众还被其中诸多中国元素的细节吸引:

第一,服饰。李子柒的穿着具有古风气质,如粗布麻衣、亚麻外衣、宽袖衣衫、红色披风等,素净古典,连发型发式也具有复古味道,她几乎不会正面出镜,多是娴静优雅的侧面和背影,展现了东方女子的神秘美和朦胧美。她在视频平台的头像用红色头纱半遮面,有一种“犹抱琵琶半遮面”的含蓄之美,古风古韵,充满了仙气。

第二,声音。短视频以记录的手法捕捉现场同期声,如劳作的声音、溪流鸟鸣声、风声雨声等环境音,配乐多是悠扬的中国特色古调,如中国传统乐器琵琶、箫的伴奏,展现了中国古典音乐的韵味。

第三,语言。视频中李子柒和奶奶偶尔用四川绵阳方言对话,乡音土语原汁原味,充满了亲切感和浓浓的地域色彩,还原了生活本来的面貌。

第四,道具。视频中的道具如中式插花、竹编器具、陶瓷瓶罐、中式

窗户、竹编围墙等，无不古色古香，这些充满中国元素的细节给海外观众留下了深刻的印象，使他们了解到中国乡村的风土民情、物品器皿、生活习惯等。

3.李子柒短视频采用记录的手法，客观真实，说服力强，让人仿佛身临其境。

李子柒短视频不像影视剧里虚拟的故事、编排的剧本和摄影棚中临时搭的景，而是呈现了真实农村的自然景观。视频中的田地、树林、溪流等展示了中国的地理风貌和生活环境，镜头前的李子柒育秧苗、翻土、修剪花草，打虫……认真专注地干着农活。她不仅会种菜、做美食、做家具、做工具，还会做胭脂口红、做文房四宝、染布、织衣、刺绣、养殖、搭屋、建院等，是中国勤劳能干的女性形象。这一切不是摆拍，李子柒有一双因常年劳作而粗糙的手，她熟练的刀功、娴熟的手艺、田间劳作的麻利、手上的老茧都是演不出来的，她呈现的生活状态充满真实感、亲切感，缩短了镜头与观众的距离，让观众有一种身临其境的感觉，多方位感受到客观、真实、立体的中国。

4.李子柒短视频传递了积极向上的价值观念，这些充满正能量的价值观也是被世界各国人民广泛接受与推崇的。

第一，短视频反映出李子柒勤奋努力、吃苦耐劳的精神。一名“90后”中国女性靠自己的双手制作美食和工艺，她吃的用的很多东西都是自己亲手做出来的，甚至做美食的每一道原材料都是自己亲力亲为种的。一衣一饭来之不易，幸福美好的生活靠勤劳踏实的劳作，劳动创造美，李子柒的形象也代表了勤劳的中国人的形象。

第二，短视频反映出中国的家庭观念、孝道文化。视频中李子柒和奶奶生活在一起，孝顺有爱，为奶奶做美食、做棉被，悉心照料老人的生活。这一点与西方家庭文化有较大不同，在西方社会，孩子成年以后与父母关系日渐淡薄，更不用说和祖父母生活在一起了。在一些西方人的观念里，每个人都是独立的个体，与亲人的关系只是生物选择的结果，与中国人相比，西方人在赡养老人方面很不一样。

第三，短视频反映出对劳动的热爱和赞美。心灵手巧的李子柒用心生活，身体力行，享受劳作的过程，感受劳动的乐趣与幸福。中国古话说：

“实践出真知。”而实践也是现代人缺乏的生活经验，劳动应该被尊重、重视和弘扬。

第四，短视频传播了节俭环保的生活理念。李子柒把老宅拆下来的旧木板再次利用，旧石槽刷层桐油变成一个典雅的洗手盆，变废为宝，展现创造之美，传递了节约、环保、循环利用的生活理念。

李子柒的短视频充满了正能量，传递出积极向上、热爱自然、享受生活的态度。她的短视频曾被共青团中央官方微博等众多主流媒体转发，并受到主流媒体如央视新闻、《人民日报》、共青团中央等点名表扬。

四、李子柒短视频对中华文化传播的启示

2019年12月，中国新闻周刊主办“2019年度影响力人物”荣誉盛典，短视频制作者李子柒获得“年度文化传播人物”奖，她的短视频的良好传播效果引起了国外网友对中华文化的关注，在国外好评如潮，引发了外国观众了解、学习中华传统文化的浓厚兴趣。李子柒是中华优秀传统文化的传承者、传播者，她的短视频获得海外观众的喜爱和赞誉，为外国人了解中国打开了一扇窗口。在她的视频中，没有一个字夸中国好，但她讲好了中华文化，讲好了中国故事，传播了中国声音，成为文化输出的重要范例。李子柒的短视频给文化传播带来了诸多启示，在探讨中华文化的国际传播方面值得人们学习、借鉴：

（一）优质的内容是短视频的灵魂

李子柒短视频的题材以博大精深的中华文化为创作源泉，主要涉及我国传统的手工艺和美食制作，扎根文化，弘扬传统，在中华民族的文化宝藏中汲取营养，使视频内容具有中国特色。中国五千年的文明具有取之不尽、用之不竭的文化源泉，视频创作者可以从老祖先的智慧中得到启发，努力挖掘中华文化之美，“取其精华，去其糟粕”，与世界人民分享中国传统的精神文明财富，使中华文化与世界文化互通、对话。

（二）平和朴实的讲述方式易于被观众接受

李子柒视频所传播的中华文化没有高大上的理论，没有空洞的说教，没有浓墨重彩的渲染，只是以一种接地气的方式亲近、平和地记录蕴含在农

食起居中的生活故事，从人们最熟悉的穿衣吃饭入手，讲述方式朴实无华、平易近人，这种方式也是中国人做人做事的风格。与西方彰显个性、展现自我的风格不同，显山露水不是中华民族做事的风格，中国人低调、含蓄、谦虚，李子柒的视频也是如此，娓娓道来、潜移默化、润物无声，不带一条翻译字幕，却不影响它们在海外的传播。

（三）精良的制作是传播的保障

好的内容离不开好的拍摄，好的素材离不开好的包装，高质量的视频创作能反映制作者的热爱与用心，更容易获得观众的尊重和喜欢，让观众获得更好的审美体验，粗制滥造的作品不会引起观众的观看兴趣。

李子柒短视频风格统一、制作精良。她从2016年初开始拍摄短视频，最初制作时，编导、摄像、出演、剪辑等工作都由自己一个人完成，拍一个镜头往往会暂停十几次，视频制作难度大。如拍摄兰州拉面时，李子柒前前后后按了200多次快门，洗了200多次手。后来，有了专业制作团队的加入，更加保证了视频的制作质量。摄制团队拍摄的素材众多，如拍摄“秋千沙发床”那一集，成片近五分钟，但素材量达到2000余条。视频记录的时间跨度大，拍摄一个短视频需要数月甚至数年的时间，丰富的素材保证了短视频的质量。再如拍摄雪景那一集，李子柒在雪地里待了八个多小时，冻到发烧。成片包装精美，镜头丰富，取景、构图、颜色、配乐完美，具有诗情画意，精良的后期制作营造出一种温馨有爱的氛围，呈现出高品质画面。短视频的制作质量是文化输出的外壳包装，执着、热爱与专业成就了短视频的质量，摄像机背后有太多我们看不到的艰辛。

李子柒短视频是中华文化走出去的成功案例，她的短视频可看作中华文化的一个缩影。通过李子柒的短视频，国外观众进一步了解了中国，认识了有关饮食、服饰、手工艺等方面的中华传统文化，让无数海外观众爱上中国。白岩松在《新闻周刊》中评价说：“她不仅吸引中国网友的关注，还走向了世界……如果来自民间并真的走向世界的网红由一个变成几十个、几百个、上千个，那中国故事就真的有得讲了。”

五、结语

自媒体时代,传播格局已发生翻天覆地的变化,每个人都是媒体,中华文化的传播不单依靠政府的宣传,更不只靠某个团体、组织的力量,而是靠每一位受中华文化耳濡目染的中国人,用自己擅长、适合的表达方式,在潜移默化、一言一行中传播中华文化。在中华文化的国际传播过程中,除了需要官方的努力,更要有来自民间的力量,李子柒从娱乐、休闲的角度分享短视频,没有官方传播的政治色彩,拉近了与国外观众的距离,取得了良好的传播效果。我们深信,未来将有更多的“李子柒”在中华文化国际传播的道路上越走越远,自信地传播国家优秀的传统文化,使更多优秀的中华文化走向世界。

◎作者简介:张颖,博士,硕士生导师,四川师范大学文学院副教授;
梁虹,成都理工大学传播科学与艺术学院讲师。
