



讲好中国故事 需要更多“李子柒”

日出而作，日落而息；三月桃花开，采来桃花酿成酒；五月樱桃季，酿樱桃酒、摆樱桃酱、烘樱桃干；骑马入林、田里插秧，下荷塘采莲挖藕；从手工造纸，养蚕缫丝，再到制作各种家居物件……90后美食博主李子柒的视频多以中国传统乡村生活及其中独特的物产为中心，既有着不食人间烟火的唯美氛围，又充满着恬淡静美的田园气息。

李子柒的走红，并非一夜之间。在短短数年内，她通过视频展现充满美感的生活方式，让“粉丝”从最早的古风爱好者一路扩展到更广阔的人群，甚至被大量海外网友津津乐道，这为我们理解近年来频频出现的文化“出圈”“出海”现象、了解网络时代背景下的传统文化传播方式，颇具参考价值。

传统文化元素激发受众热情
『滤镜』争议之下

点开李子柒的微博，几乎每条视频都有几千万次的点击。一条11分钟的《笔墨纸砚，中国的文房四宝！》就有超过1.1亿次的观看数。点开一看，从炼烟、和料、制作、晾干、描金，衣饰古朴的李子柒没有一句台词，却将制墨工艺“娓娓道来”……

李子柒的视频作品，围绕美食、家居、传统手工艺等主题，用四季轮转的物候变化、应季应景的巧思细节，为观者徐徐展开一幅“采菊东篱下，悠然见南山”的诗意生活场景，扩展了古风美食短视频的内容和表现手法，激发了众多海内外粉丝对中国传统文化的热情。

李子柒拥有微博粉丝超2000万，抖音粉丝超3000万，在海外社交网站上坐拥700万全球粉丝，这一数据甚至超过了多家外国重量级媒体，许多海外网友用本国文字留言，一抒对这位“东方美食生活家”的喜爱之情。

在北京大学中文系教授张颐武看来，李子柒视频让外界看到了中国年轻人生活方式中别有趣味的一面，对于增进世界对中国的理解、破除刻板印象有积极意义，而这种大众文化传播方式更有着独特优势。

李子柒的走红，也引发了一些质疑。有人认为她关于中国乡村生活的复现加了“滤镜”，太不真实；也有人说她的视频肤浅简单、深度不够，承担不起文化输出的夸赞；还有人认为她过于偏重展现中国的乡土生活，缺乏对中国现实的更为丰富的呈现……种种争议，其实传递着新流行文化现象与传统文化认同的碰撞。

文化学者贾静楠认为，李子柒视频美化了中国农村生活，并不能代表全部农村，但其中的劳作和生活方式、饮食服饰、手工艺品等内容，传递出中国传统文化和审美意蕴，田园牧歌式的影像满足了国内外一些观众对于传统中国的想象，说明中国文化可以创新手段发扬光大。

田园慢生活背后 守候与温情尤为打动人心

李子柒成为视频博主，源自2015年。为了陪伴年迈的奶奶，她结束了城市的漂泊生活，回乡创业。为了给自己的网店增加销量，李子柒自拍自演了一系列美食视频，由于画面唯美清新，开始获得广泛关注。

能够从众多视频博主中脱颖而出，应该说李子柒确有其独到之处，比如，她用自制酱油烹制一桌美食，从清明时节播种黄豆开始，历经采摘、拣选、制酱、滴滤、提纯、熬煮等一系列步骤，才最终完成，不过十来分钟的视频，拍摄的时间线却跨越两年。

不止于此，随手就用棕叶编只篮子盛放樱桃，养蚕为奶奶做蚕丝被，用吃剩的葡萄皮为自己染一件轻纱薄裙，将捕获的小龙虾中还没长出大钳子的扔回池塘……在田园慢生活背后，李子柒的视频中也有勤劳惜物、尊老爱老、敬畏自然等传统美德的细腻流淌。

浓缩在视频之中的守候与温情，在崇尚高效、便捷的现代生活方式面前，让观者对于中国传统文化中顺应自然规律、追求平静恬淡的美学追求以及人与人、



突破文化藩篱 多元交流有助增进理解

曾几何时，我们走进电影院，沉醉于西方电影工业的宏大制作和超级英雄，而西方人却走进孔子学院学习汉语、中医药知识……文化在传播中不断碰撞。不经意间，一些民间元素却以我们不曾预料的方式在海外风靡一时。随着信息技术的发展，社交媒体也成为对外文化传播的新渠道，通过生动丰富、具有现场感的介绍，“润物细无声”地日益凸显出文化对外传播的正面效果。

“李子柒的视频以民间的方式实现了文化传播，这种从人们的心理需求与日常体验出发的交流，往往能取得意想不到的传播效果。”上海交通大学媒体与传播学院副院长李康化认为，这也为传统文化的推广提供了有益范本，既尊重受众的欣赏习惯，推出高品质的产品，也用专业的技术挖掘传统文化中能够引发共情的一面。“中华文化的全球传播，要进行分层传播，精准触达目标受众的心理需求。”

能够印证上述传播方式效力的例证还有不少。2014年，一名外国网友披露自己连续半年在“Wuxia World”（武侠世界）的网站上追完15部中国网络仙侠小说的心路历程，引发了广泛的关注和讨论，令人意想不到的的是，中国网络仙侠小说的“出海”，给大批18—25岁的外国人普及了数量可观的中国传统文化。

再比如，在欧洲、北美、南美、东南亚等50多个国家和地区推出的游戏《王者荣耀》海外版（AOV），通过吕布、貂蝉、赵云、牛魔王、孙悟空等代表中国传统文化文化的形象，使许多海外玩家对中国传统历史文化产生了浓厚兴趣。腾讯公司副总裁、天美工作室群总裁姚晓光认为：“互联网等新技术为传统文化提供了广阔的展示平台，为传统文化带来了更丰富的活化手段，更加促进了文

化传播方式的演进。”

此外，一些制作精良的综艺、电影、电视剧等也在海外引发观看热潮，这些都是人们乐于接纳的文化传播方式，尽管民间化、娱乐化，却有着不可忽视的文化传播潜力。

相比孔子学院式底蕴深厚、科教书级的文化传播，影视作品、动漫作品、网络文学以及网红经济背景下的短视频作品等等这些更接地气、更贴近日常且带有传统印记的文化传播方式，是值得进一步深耕的领域。正如媒体评论李子柒的视频“没有一个字夸中国好，但她却讲好了中国文化，讲好了中国故事”。用不拘一格的眼光，看待流行文化传播方式与中国传统文化内涵之间的互动关系，实则有利于我们突破文化的藩篱，在多元交流中与世界增进理解，让传统文化的传播更加别有趣味。

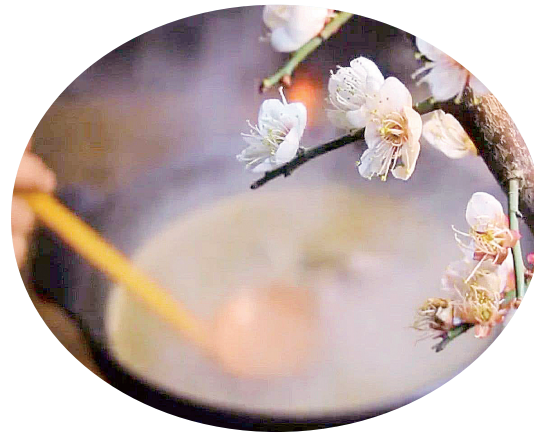
（本版编辑综合）

文化也能别有趣



浓郁的中国风，田园牧歌式的生活，让李子柒在海外外圈粉无数，也激起了许多国家的人们对中华传统文

编者按：一场关于『李子柒是不是文化输出』的热烈讨论。李子柒是谁？究竟有何特质，能够跨越文化差异，吸引来自海内外网友的海量关注？近年来文化频频『出海』的现象，又可以引发我们怎样的思考，为我们带来哪些启发？本期我们一起来看看如何利用多样化的传播形态弘扬中华优秀传统文化。



李子柒是谁？在我看来，她就是余光中，她就是“料理鼠王”，拍得出“乡愁”，做得出“妈妈的味道”。李子柒的成功，在于热爱，爱生活、爱家乡、爱文化。而每一个喜欢她的人，也是因为爱，才懂这个叫李子柒的姑娘。

李子柒是四川绵阳人，我也曾去过一次那里。但就那一次，自己就深深地喜欢上了那里。客观讲，绵阳确实漂亮，如果给全国的城市打分，绵阳一定位居前列，但这绝不是李子柒火的原因。我是走马观花，喜欢那里的江河纵横，喜欢晚上坐在江边喝夜啤酒，喜欢李白故里的文化底蕴，但我成不了李子柒，因为她爱绵阳深入到这里城市乡村的血脉里。因此，我说李子柒就是余光中。诗人余光中把自己炽热的思乡爱国之情写成“乡愁四韵”，将“长江水”、“海棠红”、“雪花白”、“腊梅香”四组意象有机地组织在一起。给我一瓢长江水，给我一张海棠红，给我一片雪花白，给我一朵腊梅香，用近乎白描的写实，写出乡愁的滋味、乡愁的烧痛、乡愁的等待、乡土的芬芳。李子柒虽年纪轻轻，又何尝不是这样？做菜、酿酒、造纸、纳布鞋、做汉妆、编篮子、砌炉灶、盖凉亭，哪一个不是不加修饰的写实？对家乡的爱，对文化的爱，都在一帧一帧的画面里。

出生于1990年的李子柒，打小就和爷爷一起做木工，陪奶奶一起做饭，庄稼成熟时，便下地干活。后来外出打工的她为了陪伴奶奶，放弃了城里的工作。回到乡下后，为了网店的流量，她自导自演的古风美食视频意外地火了。因为她做出了家乡的味道，做出了爱的味道。因此，我说李子柒就是“料理鼠王”。电影《美食总动员》最打动人的一个镜头就是，尖锐刻薄的评论家在吃到小老鼠给他做的普罗旺斯蔬菜时，手上的勺子掉到了地上，时间仿佛在那一刻停止了。镜头一转，是小时候的某一天，他玩得满头大汗，肚子饿得咕咕叫地回到家，妈妈温柔地摸他的头，端给他一盘食物，对他说，饿了，吃吧，吃吧。那就是普罗旺斯蔬菜，妈妈的味道。我们每个人都吃过很多好吃的东西，但任何一种美味的食物都无法替代的，就是妈妈的味道，家的味道，家乡的味道。李子柒的短视频就拍出了家乡的味道，酿酱油、蒸窝头、晒粉条、吊柿饼，每个镜头都那么细致、亲切。我看过她簸箕一次一次颠黄豆的动作，真的很亲切、很感动，这样的农活小时候我也做过。

没有热爱就成不了李子柒。同样，没有热爱也看不懂李子柒。如果说她的作品我们中国人多多少少都会感到熟悉，那外国人呢？完全都是带着好奇就成就了李子柒的海外传播奇迹吗？不是，不是好奇，而是他们看懂了李子柒的热爱，也触动了他们心底里的热爱。这种热爱是相通的，也解释了为何李子柒的很多作品完全没有翻译却依旧不影响这些视频火遍全球。

国之交在于民相亲，民相亲在于心相通。李子柒的视频，没有一个字夸中国好，但她讲好了中国文化，讲好了中国故事。她只是默默地在那里干着农活，偶尔地跟奶奶说几句四川方言，但全世界各地的人，却开始了解“有趣好看”的中国传统文化，并纷纷夸赞中国人的勤奋、聪慧，进而开始喜欢中国人，喜欢这个国家。不得不说，李子柒是个奇迹，一颗平常心做出了国际文化传播的奇迹。

我钦佩这位姑娘。但我也蛮自豪，因为我就是她作品背景里的一个点。从今天起，像李子柒一样热爱生活，活出中国人的精彩和自信。