

李子柒视频海外走红怎么看?

“90 后”古风美食播主李子柒最近在海外走红了。这个四川女孩的微博粉丝超 2100 万,抖音粉丝超 3000 万,海外社交媒体上的全球粉丝超 700 万,视频作品经常收获上百万乃至上千万的浏览量。

李子柒的视频为什么能受到全球网友的欢迎?她视频中所展现的生活又是什么样的?如何看待李子柒的走红?

让人看到别有趣的一面

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,开始酿樱桃酒、煨樱桃酱、烘樱桃干;从手工造纸,养蚕缂丝,再到制作各种家居物件……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,充满着浓郁的烟火味道和恬静的田园气息。

李子柒视频走红之后,也招来了一些质疑。有人说她的视频肤浅简单、深度不够,也有人认为她过于偏向展现中国的乡土生活,缺乏对中国现实更为丰富的表现。

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。

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。

“大众文化从感性上会让人形成对一种文化的初步和基本印象,从而更进一步地降低跨文化传播中的折扣,也为更多的高雅文化传播打开了空间,往往能起到事半功倍的效果。”他说。

近年来,随着中国综合实力的增强,越来越多的中国文化吸引着海内外关注的目光:“add oil(加油)”“guanxi(关系)”等中式英语词汇,先后被《牛津英语词典》收录;电影《流浪地球》在北美、澳新票房成绩亮眼,电视剧《陈情令》风靡韩

国、泰国……

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。

发掘中华文化之美

业内人士指出,李子柒视频从专业性上看,甚至不输成熟的工业化纪录片:视频中充满了数天及数季度的跟拍,大量延时拍摄则被运用于展现时节变化之美,此外还有滤镜调色、微距特写,不同场景的中远景切换等技术运用。

据抖音视频相关负责人介绍,我国现在在海外有影响的文化视频作品质量都较高:人物语言和表情自然,镜头运用也恰到好处,例如手工节目有多个短镜头快速剪辑,美食节目会从不同视角拍摄。

“然而不足的是,国外民众

对中华文化的了解大多还停留在功夫、美食、服饰等具象和器物层面,体现中国当代文化特征的文化产品还较少在国外产生较大影响。”中国人民大学国家发展与战略研究院研究员林坚说。

用受众听得懂、感兴趣的方式讲好中国故事

和李子柒一样意外在海外走红的,还有网络文学作家陆琪。

“前几年我突然发现,我写中国人的感情故事,居然在日本火了。”陆琪说,发现自己的作品在海外找到知音后意识到,应该有意地向海外读者讲述当代中国人的生活。

而这种意识透露出的,正是国人愈加强烈的文化自信。

中国文艺评论家协会主席仲呈祥指出,对外文化传播中坚定文化自信,首先要传承好民族传统文化,同时创造具有时代精神的新文化,也要学习

借鉴世界先进文化为我所用。

“我们的故事里是中国上下五千年文明所积累的思想、道德和价值观,如果这些故事得到外国读者的喜欢,就意味着中国文化自然而然地得到了他们的喜欢。”作家唐家三少说。

“文化传播要了解受众需求,不能只考虑‘我有什么’,还要考虑‘他对什么感兴趣’。”张颐武说,“李子柒视频能够吸引人们的强烈兴趣,说明了传播的题材吸引力。”

全国政协委员、京剧名家孙萍曾在欧洲从事长达 20 多年的京剧文化推广。她说,从武戏到文戏,从看热闹到听唱腔,从热衷听快板到要求听慢板,是京剧海外推广的必经之路。“传播的目的在于接受,就得明白当时的观众希望看什么。我们要用别人听得懂的方式讲好中国故事。”

/ 新华社

向世界呈现中国文化之美需要更多李子柒

知名短视频博主李子柒“火”到了国外。她制作的中国传统美食、工艺等内容,不仅在国内拥有大量观众,在海外社交媒体上拥有各国粉丝数量也多达 700 多万。她制作的视频引发广大外国网友对中国文化的浓厚兴趣,成为中国文化对外传播的一个现象级话题。

李子柒的视频之所以能打动人,是因为她用心呈现原汁

原味的中国传统文化和工艺。无论是桃花酒、琵琶酥等美食,还是文房四宝、缂丝、刺绣等工艺,都按照古法流程,一步步精心制作。因为要亲自学习掌握一些工艺过程,一段几分钟的视频常常要拍数月甚至一年。

李子柒用她的视频,让很多只存留在中国人记忆中的非物质文化遗产,生动呈现在人们面前。我们需要对传统文化

进行创新性继承,李子柒做的正是这样的事。

李子柒的视频,没有过多高深讲解,只是通过中国式衣食住行,体现生活之美好和中国传统文化之精致。正因如此,她的作品能跨越地域、超越语言,引发外国观众广泛共鸣。外国网友评论说:“这简直像是在看国家地理+迪士尼+厨神当道”“她正在教我们认识我们所

不了解的中国”。有网友看了她的视频后表示,很想去中国看看。

民族的才是世界的。李子柒的视频对外国观众来说,展现出了浓浓的“中国味”“中国风”,展现了勤劳、朴实、与自然和谐相处这些中国人传统品质,展现了一个美好、亲和的中国形象。李子柒自己或许并没有对外文化传播的本意,但她

不经意成为了这方面的“高手”。

随着中国经济愈加发展,世界各地民众对中国文化的兴趣愈加高涨。以生动的形式呈现优秀的文化,以真实的情感打通各国民众共通的心灵,是最好的对外文化传播。向世界有效地呈现中国文化之美,我们需要更多的李子柒。

/ 新华社

“景德镇时区”吸引越来越多陶艺家



“中午起床,下午处理工作室的琐事,太阳下山后才才是我创作的高峰时段,一直忙到凌晨 1 点左右回家。”44 岁的美国“景漂”拉巴尔这样描述在景德镇的生活节奏。2015 年,拉巴尔来到景德镇开了一间个人工作室;如今,工作室里放满了结合西方创意和东方技艺的陶瓷作品,承载着他这些年“漂”在异国的归属感。

匠从八方来,器成天下走。

“白如玉、明如镜、薄如纸、声如磬”的景德镇陶瓷扬名四海,吸引了一批陶瓷爱好者。其中一部分人像拉巴尔一样,融入了景德镇独有的生活时区。

“景德镇有千年的制陶史,这里的能量与众不同,是热爱陶瓷的人都能懂的一种特殊语言。”拉巴尔告诉记者,他曾在德国等地的陶瓷工厂工作过,来景德镇是因为这里是世界瓷器的发源地,他想来“寻根”。

吕空间是陶溪川文创街区专为“景漂”青年打造的创业平台,免费提供 100 多个店铺位置。申请店铺需要满足一个硬性条件——销售的陶瓷产品必须是原创的。

河北姑娘郭云丽就是其中一位店主,2014 年从江西陶瓷工艺美术职业技术学院雕塑专业毕业后,她留在了景德镇。如今她的店铺常常成为吕空间当季的“销售冠军”,仅今年第三季度的流水就有 80 余万元。

“如果要用词语来形容景德镇的城市气质,我觉得是包容和自由。”郭云丽说,景德镇陶瓷产业体系完备,即使是零起步的“景漂”,也能够方便地购买到瓷土、釉料等原材料,租一台窑炉设备,聘几位老手艺人,就能将脑海中的创意变成现实。“我们只需要专注地创作。有时候脑子里有了好的想法,和朋友探讨一下就到了凌晨。”

所有关于陶瓷的梦想在这里都有可能实现,这让景德镇的“瓷引力”越来越大。据不完全统计,景德镇每年吸引 3 万多名“景漂”来学习交流,其中有 5000 多名“洋景漂”。众多“景漂”的到来,让这座海纳百

川的城市拥有了更大的潜力。

在景德镇三宝国际陶艺村,荷兰陶瓷艺术家婷妮卡刚刚举办完自己的“百展展”。她将身边常见的卷心菜、苦瓜、木质窗棂等元素,融入进 100 件瓷壶作品中,让前来观展的人感到很新鲜。

“在这里做陶瓷是一件非常有趣的事情,我感受到了创作的自由。”婷妮卡说,她将景德镇的青花元素和大自然元素融入作品中,是想让作品拥有本土文化气质。

在距离三宝国际陶艺村不足千米的三宝村马鞍岭村小组,从事陶瓷彩绘创作多年的本土陶艺家欧阳敏正在实地考察,他打算租下这里的一栋民

居并把它打造成属于自己的陶瓷艺术空间。“未来这个空间将集创作、交流、展示等功能于一体,在这里我能更方便地结交更多志同道合的人。”他说。

欧阳敏很看好景德镇已成形的陶瓷文化生态。他对远道而来的朋友最常说的一句话就是“欢迎来到景德镇时区”,然后带着他们在慢生活中“打卡”一个个瓷都“地标”——三宝国际陶艺村、御窑厂遗址、陶溪川等。作为一直坚守在景德镇汲取养分的陶艺家,欧阳敏说,景德镇国家陶瓷文化传承创新试验区建设已经启动,积淀千年的陶瓷文化符号将在这里绽放出更夺目的光彩。

/ 新华社

