

以李子柒段视频为例探讨传统华族的文化传播

阳 扬

西北大学现代学院 陕西西安 710130

摘 要: 近几年,在世界范围内宣传中国传统文化,提升国家文化软实力已经成为现代化中国发展的重要内容之一,而在全新的短视频领域中,李子柒所制作的视频内容和主题受到了全世界人们的关注和重视,为世界打开了中国文化窗口,成为了我国文化跨越传播与宣传的重要案例之一。本文首先详细分析了传统华族文化传播概论以及实际作用,并且结合李子柒段视频内容,总结出李子柒段视频特点和传统华族文化传播策略。

关键词: 文化传播;传播主题;传播理念;视频场景

Taking Li Ziqi's video as an example, this paper discusses the cultural transmission of traditional Chinese

Yang Yang

College of modern science, Northwestern University, Xi'an, Shaanxi 710130

Abstract: in recent years, it has become one of the important contents of the development of modern China to publicize Chinese traditional culture and improve the soft power of national culture around the world. In the new short video field, the video content and theme produced by Li Ziqi have attracted the attention and attention of people all over the world, opened a window of Chinese culture for the world, and become one of the important cases of the cross-cultural communication and publicity of our country. Firstly, this paper analyzes the introduction and practical role of traditional Chinese culture communication in detail, and summarizes the characteristics of Li Ziqi video and the communication strategies of traditional Chinese culture combined with the content of Li Ziqi video.

Keywords: cultural communication; Communication theme; Communication concept; Video scene

李子柒是我国古代风格类的短视频原创者,她的视频以乡村田园、传统美食以及技术工艺等向世界范围内传输中国传统文化的魅力,我目前我国文化传输的成功案例之一,所以想要有效开展传统文化的现代化传播,应以她的短视频内容、主题等研究出在新媒体时代背景下,中国传统文化的宣传技术手段和营销策略。

1 传统华族文化传播概论

民族文化在传播过程中,经常作为两种不同类型的概念使用,一般情况下,民族文化主要指一种科学与知识的分支,是民族文化传播过程中并不明确却经常使用的词汇,而另一种情况,民族文化则指的是一种研究现状。直观的说,民族文化传播模式所研究的领域和范围是民族科学、文化科学以及传播科学的共同结构体系,所以民族文化传播作为传播学分支结构,其主要强调以传播理论知识作为出发点,并且结合民族文化内部框架

的文化传播现状。

2 李子柒段视频内容

2.1 传播主题

李子柒短视频在主题立意方面上主要以淳朴的乡村生活作为核心因素,并且视频内容主要划分为古代饮食、朝花夕拾以及非物质文化遗产等三个管理区域和板块,其中古代饮食、朝花夕拾两个板块主要表现出古代或者传统美食的制作流程,而非物质文化遗产则围绕着我国传统生产制作工艺。比如:蜀绣、文房四宝的制作等^[1]。

与大多数文化短视频具有明显区别,李子柒短视频整体拍摄时间的跨度较长,并且视频拍摄内容的细节控制水平高。而在美食制作方面上,李子柒的视频制作主要以实物源头开始进行制作和拍摄。比如:制作酱油时需要从种植黄豆开始,而烤制面包或者糕点,则从烘烤窑开始。同时实际开展产品拍摄时,其传播主题同样以

传统文化作为基础条件, 比如: 实际拍摄蜀绣作品时, 她曾经向非物质文化遗产的传承人学习蜀绣刺绣方式, 并且从零开始学习刺绣技术方式。

2.2 传播理念

第一, 李子柒短视频在制作和编写过程中, 还展现出我国率直的生活模式, 用户通过观看她的视频内容, 勾起了用户思乡情绪。而在视频传播理念上, 她的视频内容时刻传递者宁静、淡然的生活理念, 而在现代化城市建设过程中, 社会大众逐渐忘却了回忆中的家乡, 而李子柒视频中所展现的舒适且单谈的生活, 正式对自然、对传统的一种推崇与向往, 在她视频中, 农家劳作并不代表着落后生活状态, 更多的则是一种雅致生活态度。

第二, 在视频传播和内容编写过程中, 李子柒与家里人的相处模式同样打动了用户柔软内心, 完美展现出我国传统文化中对于孝道的深度理解, 视频中每日她都要为婆婆制作精巧的美食, 此种温情的视频内容在全球范围内掀起重视民族文化, 重视孝道的风潮, 同样这份真挚情感打破了文化隔阂, 唤起了全球人民对家的思念与对美好真挚感情的向往^[2]。

3 李子柒短视频特点

3.1 传统文化连接

在视频制作过程中, 文化是符号的母体结构, 而符号则是文化的外部表现技术手段, 为此李子柒在短视频制作中利用蒙太奇拍摄技术手段将视频内容进行合理拼接处理, 同时将自然环境、景物、动物以及植物等转化为文化符号。而视频的制作环节上, 蒙太奇技术手段最大的使用效果则将视频中所展现不同文化符号相互连接。比如: 以视频语言作为实际案例, 其中视频中所出现的方言同样能够作为传播传统文化的重要符号之一, 视频中李子柒通过与婆婆吃饭时的语言对话, 在干活时的交流等镜头相互拼接, 利用方言将当地人与人之间的情谊展现, 让语言的感染力大幅度提升, 进一步通过中国传统文化为用户展现出淳朴且优先的乡村生活。

3.2 建立超真实环境

李子柒所制作的短视频中所展现的文化符号均来源于其自身的日常生活, 因此视频中无论是自然环境、植物以及动物等都成为了弘扬传统文化的符号和因素之一, 对于与观看用户来说, 以上食品材料由于均出现在其日常生活中, 所以会让用户产生一种熟悉感。

多种文化的镜头下不断拼接, 会形成一个个视频场景, 用户在观看时自然会受到视频中所展现的饮食与文化的影响, 有效将用户个人情感与实际经验相互碰撞,

让用户与视频内容产生更多的情感共鸣, 引导用户发送弹幕或者转发等互动行为, 此种现状对于传统文化的宣传起到了重要作用, 让受众在直接体验的真实生活与符号组成的概念化的想象空间进行切换, 同时也形成了基于短视频的虚拟意义社群^[3]。

3.3 重视符号消费

传统文化在宣传过程中, 如果依靠短视频进行系统传播能够为现代化艺术内容开辟全新的发展环境, 所以通过文化符号的镜头连接, 李子柒短视频能够在其内容中完美呈现出传统美食, 为用户了解传统文化提供了一定发展契机, 而符号消费同样能够展现出视频内容价值的展现。从本质上来说, 用户在观看视频时, 视频中所展现的视觉浅层感知能够实现符号的视觉消费, 除此之外用户通过自身以外的其他文化符号开展意义搭建, 可以完成精神文化的生产与传播。所以视频制作过程中, 需要通过文化符号的交流完成传统文化的分享, 有效构建出传统文化宣传和交流的社群, 在社群中完成对身份符号的基础认知, 完成自我的存在价值。

在视频制作过程中, 李子柒的生活经常与鲜花为伴, 并且将自然田园风光作为核心衬托, 同时在视频内容的规划上, 将动物与人物作为点缀, 通过人与人之间的交流, 展现出我国传统文化以及山川河流的和谐发展。

而进一步展示美食制作环节, 并且视频内容与家人的共享让食物已经超越了本身的价值, 更多地涵盖了食物制作过程的精致与亲力亲为、享用食物的美好氛围等要素。这为忙于工作, 为生计所累, 无暇顾及自然与生活最原始、最质朴的美的千千万万大众提供了一个生活艺术审美空间, 唤起了受众进入短视频所构建的“超真实”情境的欲望, 为受众在沉浸各种符号搭建的短视频情境当中进行自我价值实现提供了前提^[4]。

4 传统华族文化传播策略

4.1 激发群体共鸣

李子柒短视频的成功主要因素则是融合的世界普遍的价值观念。同时利用视频内容以及主题有效展现出人类所认知的共义域。其中该领域作为不同文化交互的交叉点, 能够有效缩短文化之间的距离, 从而形成文化的共振效果。比如: 李子柒短视频在内容编排过程中, 成功打造出一个唯美的乡村形象, 此种形象不仅有效满足用户对于东方古典田园风光的合理想象, 又有效结合现代化社会所缺少的审美意识以及人性关怀, 所以此种想象直接将历史文化与现代化文化相互结合, 成为了现代化用户灵魂的寄托。

除此之外,李子柒视频的制作主要围绕着美食开展,其中最成功的则是使用简单的生活主题与食材激发出国外观众对于中国文化的深层次认知以及情感感知,在视频内容中,她利用古色故乡的生活环境、自给自足的食材并且精巧的烹调技术手段,向用户展现了具有中国传统文化的美食制作流程。所以在视频中,美食不仅是一道菜肴,更是一件艺术品,是对待生活的诚挚态度。

4.2 创新传播模式

在视频制作和传播方式上,李子柒使用了多种类型的传播方式和营销策略,并且在此基础上成功打造出个人IP,致使本人的短视频已经远远超出了短视频博主的一种环境和平台限制,成为了世界范围内,中国传统美食以及文化的传播者,成为了现代化城市慢生活的主要符号之一^[5]。为了完成视频传播的成功,我国文化类的平台博主首先应该积极学习李子柒对于视频制作以及传播方案策略,并且在多个平台建立属于自己的IP账号,以此使用各种类型、环境以及文化的用户,利用各个平台吸引潜在的用户。致使用户在各个平台进行实时更新与推广时,重点关注相关用户食品内容,在日常细节中让中国传统文化影响世界。

同时视频制作过程中,还需要利用抽奖等环节增强用户对于博主的粘性,其中博主不仅可以在线上发布短视频,同样可以尝试在线下开展一系列中国传统文化体验活动。例如汉服体验、毛笔字体验、烹饪体验等,它们都是受人喜欢并能直观让外国友人品味中国文化,体会其博大精深、奥妙无穷的交流手段,此外,这些活动可以补充线上交流的局限性,促进人心之间真诚无距离的交流,以纠正外国人心中对中国的认知偏差,传播提升社会讨论度,扩大粉丝圈层。

然而,在实际生活中,单纯的文化传播活动并不能实现视频博主自身更长远的发展。因此,自媒体博主可以在具有一定影响力时,完善个人IP,形成自己的品牌,走上商业道路,逐渐形成品牌化运营模式,实现例如将“螺蛳粉视频”变成线下人人可以品尝到的“螺蛳粉”的模式,延展消费空间,摆脱单一靠平台流量变现模式。

5 结束语

由此可见,李子柒是传统文化视频以及文化的优秀传播者,她利用高质量拍摄手段和内容,向全世界展现出中国文化所具备的魅力,并且在全世界掀起了中国风、古代风的热潮。她的视频不仅紧紧抓住了中国传统文化的美感,更是使用各种技术手段和平台跨越语言和沟通的障碍,抓住人类对于家乡的情感需求,向用户传递美好的生活思维和意识。

参考文献:

- [1]殷鸣敏.跨文化传播的转向:视频、个体及故事化——以李子柒圈粉海外为例[J].视听,2022(05):161-163.
- [2]王伊蕾,邹甜甜.超文化身份的多模态建构:以李子柒短视频为例[J].北京第二外国语学院学报,2022,44(02):66-78.
- [3]徐敬宏,刘蓓.中国传统文化对外传播的路径探析——以李子柒短视频为例[J].电视研究,2022(04):99-102.
- [4]毛婕灵.论新媒体环境下乡村影像书写方式的创新——以李子柒的视频为例[J].西部广播电视,2022,43(07):5-7.
- [5]张诗雨.人类表演学视阈下的民俗文化视频研究——以李子柒的视频为例[J].民间文化论坛,2022(01):82-92.