

复刻浪漫中国

酷飒十足的武术招式，搭配丝滑惊艳的特效变装，上一秒还是平平无奇的小青年，下一秒就变成大家熟悉的英雄人物——总台龙年春晚节目《山河诗长安》中，表演者朱铁雄的一段11秒的国风变装燃炸全场。从孙悟空到哪吒，从二郎神到“常山赵子龙”，朱铁雄用特效变装的形式，展现国风人物的中国式热血和浪漫。这些被网友称为国风变装的“天花板”作品，“每次看都一身鸡皮疙瘩”，累计收获超亿点赞。

在短视频平台上，像朱铁雄一样备受关注的传统文化内容创作者，还有“全网不敢催更”的@山白、@李意纯、@江寻千、@彭南科、@彭传明、@南翔等，观察这些博主可以发现，他们视频主题的共同点无一不是“复刻浪漫中国”，产量极少，点赞极高，涨粉极多，成就了非常惊艳的数据。

江寻千在沙漠“打铁花”的视频中，铁花绽放之时，观众在弹幕中或引诗词相应和，或表达对传统文化传承的关注，或感叹人类文明的魅力，全网播放量超过2亿次，“铁花易逝，但人情长存”，深度的情感共鸣，解锁了新的流量密码，打开了更为旷达的心灵空间。

“人群聚集瞩目是传承的关键，在今天，我们称之为‘流量’，毋庸置疑，短视频和直播平台就是当下拥有最大流量的‘舞台’。从传播角度讲，这个‘舞台’，传统文化不容错过。”中国社会科学院新闻与传播研究所所长、中国社会科学院大学新闻传播学院院长胡正荣说。他认为，传统文化所固守的是内核中蕴含的民族精神、价值与身份标记，而非单纯的外在形式，文化延绵需要主动拥抱时代，不断与新事物交融。尤其是在全球化的今天，传统文化需要具备当代性和世界性，用历史元素服务当下与未来，才能成为人类共有的记忆而源远流长。

会是新的流量密码吗



图片说明：@山白 @朱铁雄 @江寻千 @李意纯

故事里的双向奔赴

一条5分58秒的视频可以还原一件传统物件的“一生”。在视频中，博主“山白”伴着鸟鸣、虫鸣割漆，在雨水滴落的屋檐下制作徽墨，炼烟、取烟，在春去秋来中等待洗烟，在蝉鸣声中打墨、挂胶、描金上蜡，历经500天。去年4月起，33岁的向清标在平台账号“山白”上发布系列视频，记录中国传统手工艺，他负责拍摄，23岁的侄子向宏俊出镜。其中，这条短视频《“一两黄金一两墨”古法徽墨制作》发布后立刻火了。抖音播放量破3.7亿，点赞量超1000万。网友们惊叹于徽墨“落纸如漆，经久不褪，纸笔不胶，丰肌腻理”的特性，累计评论近55万条。近一年时间，“山白”共发布了38个作品，吸引了990多万粉丝，获赞6500多万。夏布、油纸伞、龙泉印泥、白棉纸等传统文化技艺在“山白”的网络空间中焕发生机。

“用创作追寻和复刻传统手艺，让他们被赋予价值，从而更好地得到保护、流传下去。”这是向清标叔侄的初心。为了还原器物制作的古法，他反复查证每一个工艺步骤，数十本工具书翻来覆去地看，《天工开物》他翻了上百遍。而向宏俊则要反复尝试每一个制作的细节，手要使多大劲，什么样的环

境最适宜，都要一次次试演。在他们的视频里，时间的流逝、乡野的静谧，和古法的精湛、匠人的精神巧妙相融。

平台上，像@山白一样备受关注的传统文化内容创作者，还有不少，比如，复刻出滚灯、火草衣、夏代绿松石铜甲等传统物件的@李意纯，亲自上阵体验打铁花、做鱼灯绒花的@江寻千（九月），在短片剧情中融入京剧、舞狮、甲冑等国风元素的@朱铁雄，编蓑衣、酿果酒的@彭南科……截至2023年6月，抖音“乡村守护人”已吸引30余万名抖音用户参与互动，累计带动乡村优质内容传播超3900亿次。

华侨大学新闻与传播学院教授刘文辉认为，传统文化得以传承的必要条件之一就是拥有一定规模的受众群体，关键在于持续收获新的认同群体。中国互联网络信息中心发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年6月，我国网民规模达10.79亿人，短视频用户规模达10.26亿人。面对如此丰富的受众宝矿，刘文辉表示：“传统文化类短视频将传统价值观寄托于每一则生动的故事里，在这样的‘对话’中拉近了与年轻观众的心理距离，实现传统文化的‘软着陆’，频频与年轻群体实现双向奔赴。”

心心相通的文化记忆

传统文化何以能通过短视频实现“以文化人”？刘文辉分析，短视频的普及，改变了传统文化的审美主体，呈现出大众性的特点。创作者围绕这一特点，打造出具有文化记忆的作品内容，将传统文化的精神内核，以耳熟能详的故事融入大众化的体验之中，确保创作者对传统文化的编码与用户对其的转码相一致，在最广泛的范围内引起用户的共鸣。

第一，在时间层面上，这类短视频把过去与现在相连，将过往的经验与记忆以短视频的形式记录下来，在当下不断触动大众的情绪，并引导大家重新关注传统文化。从2022年11月开始，博主李意纯在视频中先后成功复刻出滚灯、火草衣等颇具传统意蕴的物件。其中被誉为“灯中之王”滚灯的视频，获赞超240万。有网友留言：“小时候年前挂各式各样的灯笼！过完大年，就可以把灯笼拿回家了，好怀念那时候的过年！”

博主“南翔不爱吃饭”花一年时间复刻《红楼梦》中的冷香丸，也通过制作“红楼梦美食”“失传名菜”“御制名菜”系列，让更多人潜移默化地了解到中国美食文化的博大精深。

@山白相继复刻了湘西传统“马儿板凳”松木椅子、千年前的古老口红“朱砂口脂”、“一两黄金，一两泥”的八宝印泥，有着纸中“活化石”之称的汉皮纸等传统物件。在一条点赞量高达420万的视频中，叔侄俩还原了千年前油纸伞的制作过程。向宏俊用不同颜色的丝线在伞骨、撑骨间穿线，总计3000多针。看完后，有人“很神奇地心静了下来”，更多人被老祖宗的智慧震撼，他们将古法制作的器物看作“中国奢侈品”，并感慨，“我们的文化和历史就是这样传承下来的吧，很难不为我们的祖先骄傲”。

第二，在社会层面上，这类短视频的叙事与当下大众的共同经历相结合，构造出一个具有共同经验的意义空间，并通过角色、情节等来影响大众的情绪，达到共情效果。比如朱铁雄的视频，以“遇到困难一放弃一解决困难一实现变装”的线条来呈现。在《好彩无借力，何以落九天》一集中，主人公因不想当“没人看的里子”而放弃敲鼓，后又为传承舞狮文化而回归敲鼓，最终实现舞狮变装。也正是因为主人公坚持做热爱的事情，使网友也将“我”投射到短视频的内容之中，激发情感共鸣。“我喜欢低开高走的剧情，非常燃。生活中大多数人都是普通人，我经历了很多事情，知道大家内心追求的是什麼，希望得到怎样的慰藉和触动，我在跟观众共情，其实是在跟自己共情。”朱铁雄坦言。

从曾经“一枝独秀”的李子柒到如今逐渐形成的全新“传统文化宇宙”，这群年轻的创作者正在用对传统文化的热情，打动另一群年轻人。让我们期待，他们在深刻理解中国传统文化和大众情绪的基础上持续做创新，不断提升内容的专业性和独特性，让观众观赏美丽、体验惊喜，继而推动传统文化热从线上延展到线下、延展到更多人的日常生活中。

构建诗意的共情空间 他们做对了什么

今古互通、悠远深长的共情空间。“这些短视频往往从当下人们普遍困惑、广泛关注的问题中寻找选题，如‘情路走了怎么办’‘当你无可奈何时怎么办’等，再从传统文化中寻找切合的人、事、物，例如苏东坡的故事、李白的诗歌、庄子的言行等来探讨这些问题。于是，这些短视频就能切中当下人们的普遍困惑和人生的根本问题，使其创作直击现代人的灵魂，具备最大公约数，广泛吸引受众。”

不仅仅是借助根植于受众心中的文化记忆产生深刻的情感共鸣，张志坚还进一步建议，短视频创作可借助传统文化在大众心中具有的超越性情感动力和扎实深刻的认知基础，挖掘其中所蕴含的认知认同、情感情绪、集体记忆等，与当下大众的生存状态、生活境遇和思想观念等建立连接。

启示二，静水深流：触动对世界和人生的沉思。

张志坚说，有些传统文化短视频与多数短视频颇有不同：布景非常简洁，就是一个素颜的人坐在那里娓娓道来，一条视频长达七八分钟，没有上头的音乐，没有绚丽的画面，没有刺激的内容。它们凭什么吸引受众，并赢得广泛青睐？

“这些短视频的一个突出特点是有一种‘静气’，营造一种‘沉思’的氛围，独具魅力。”张志坚认为，具体体现在内容取向上。它往往选择人生深层问题进行探

讨，如“我们到底要怎么活”“要‘正确’还是要‘快乐’”等，使其比多数短视频要“深一度”。而其深度思考又有扎实的内容支撑。例如不少关于苏东坡的系列短视频，创作者不仅阅读了苏东坡的作品、相关的研究专著，还对苏东坡家族的族谱、涉及的城市历史等进行细致梳理。在此基础上，再精选苏东坡经历的某些片段来讲人生哲理，如通过苏东坡被流放的遭遇来讲“活着到底为了什么”这一问题。

短视频的浮躁、肤浅一直是其为人诟病的主要缺陷，张志坚坦言，这些优秀作品，启发短视频创作者，可以在传统文化和历史的深空中深入挖掘，将那些有趣的灵魂、有内涵的故事、有共鸣的哲理等呈现出来，引发现代人的深思，让短视频创作也能有一片诗意栖息和哲理沉思的空间。“对人生的诗意沉思是中华文化独特气质和民族性格中的一个重要部分。通过短视频唤醒大众内心深处对世界和人生的沉思，不仅是独辟蹊径的创意，更可能让创作者收获独特的用户黏性和价值，还对建构更多元丰富的短视频内容生态颇有裨益。”

启示三，诗画意境：从传统文化中取意、取法与取象。

张志坚说，展现中华优秀传统文化的“静净”美学，营造出一种诗意境界，让这些传统文化短视频的

韵律与意境，区别于多数短视频。

他进一步阐释，短视频作为一种视听艺术，进行“诗意叙事”的中心命题在于如何将传统文化的古老内容、精神理念和抽象元素，转化为鲜活的视听意象。这就要求创作者善于从传统文化中“取意”，即将传统文化中的“静穆”“奇灵”“和谐”“悠远”等美学理念视觉化、镜头化、场景化。同时要善于“取法”，充分借鉴传统文化“留白”“写意”“静观”“顿悟”等方法，形成独特视听叙事风格、叙事技巧。还要注重“取象”，吸取传统文化中的色彩、音乐、形象等元素，以短视频方式创新性地表现出来。

由此，传统文化的“意”“法”“象”与短视频的拍摄、配乐、特效进行有机结合，既化为可知、可感的视听意象，既有助于以精致、独特的形式吸引受众，也可使其具备审美熏陶、文化传承、价值表达等多重意义。

当前，短视频作品汗牛充栋，但真正能将短视频的特色、优势与优秀传统文化进行有机结合的优秀作品并不多。“发挥好连接现代与传统的功能，从传统文化中汲取营养，建构传统与现代的共情空间，激活人们的集体记忆，展现中华传统审美风范，传承中华文化价值，创作出更有意义、更有意思的短视频作品，这是留给短视频创作者思考的问题，也是其应该担负的使命。”张志坚说。



Lifestyles

琴台

08

成都日报



2024年3月7日 星期四

Z世代出的新考题

“文化的传承离不开青年人，今天的青年人离不开社交平台，尤其是Z世代本就是‘数字原住民’，社交网络就是其日常生活。”中国社会科学院新闻与传播研究所所长、中国社会科学院大学新闻传播学院院长胡正荣说，传统文化不仅要培养传播者，更要培养观众，越来越多的人认知、喜欢和参与才是最好的传承和保护。

2023年，Z世代（注：联合国经济和社会事务部将其界定为出生于1995年至2010年间的一代人）以32.1%的最高比例成为世界人口最多的代际，以Z世代为代表的青少年群体的全球性崛起，成为影响世界发展的重要变量。他们的文化、娱乐、科技、社交生活有着怎样的趋势？电通创意发布的2024Z时代趋势报告中，深入剖析了这一代年轻人的生活态度及其背后的文化推动力，拆解文化、娱乐、科技、情绪、社交与消费六大浪潮趋势。

文化方面，报告认为，Z世代把文化趋势拉回古早年代，用传统国学、乡土气息、童真想象以及复古元素构建记忆里稳定而真实的幸福感。血脉觉醒的Z世代与传统文化双向奔赴，高举“华流才是顶流”的文化认同口号。他们越来越意识到中国传统文化的价值。八段锦、周易、中医等老祖宗文化重新翻红，B站八段锦教学视频的播放量高达1336万。安塞腰鼓进入南京信息工程大学体育选修课，长沙理工大学城南学院也开设了《周易选修课》。

Z世代对文化版权有更强的保护意识。同时，传统中国元素结合现代化艺术演绎的新中式美学重回顶端。国漫《中国奇谭》播放破亿掀起风波，豆瓣9.5的高分更表达出新中式对Z世代有着强大吸引力，《只此青绿》等中式美学作品也席卷年轻世代。小红书“新中式”相关笔记达833万篇，其中中式装修、穿搭与妆容引领新时尚潮流。

今年春节，“新春战袍”马面裙成为节日爆款。全国最大的汉服生产基地曹县1月汉服销售额达9.2亿元；春节期间，马面裙销售额超过了3亿元。服饰是普通人对外表达的一个重要的展示面，它也一直与文化认同、文化自信有着强联系。这几年汉服的快速发展，背后除了整个服装产业的审美、供给的变化，更多的是以Z世代为主力的每一个普通人的选择。据企查查统计，我国现存汉服相关企业5853家。2023年，我国汉服相关企业新增2686家，同比增长355.25%，达近十年增速峰值。汉服要继续出圈，必须要寻找下一个“马面裙”。从设计者、制造商，再到营销方，人们不仅要向老祖宗要素材，还要在新时代找灵感。

随着Z世代正式跃迁为消费市场主力军，未来如何与新生代群体形成更深入的情感共识与消费连接，无疑是市场扩展的关键。共鸣新生代的生活环境、了解他们的独特文化与真实需求，品牌才能够真正走进新生代，这是一道新考题。



在曹县，女主播们身着汉服走秀 图据新华社

作者：继明

本版稿件未经授权严禁转载