

“融”观中国

新媒视点

用短视频来「书写」

何楚涵

随着技术与媒介的蓬勃发展，我们进入了一个可以用短视频来“书写”的年代。一次大学课堂的线上“云”备课，让我偶然成为一名知识短视频博主。当我把自己讲解历史人物、古典诗词、传统艺术等内容的课堂视频上传至抖音等短视频平台后，没想到平均每条都获得上百万播放量，更没想到一年内能得到全网近800万粉丝的支持。作为一名普通的人民教师和文化普及者，能以这种方式传播中华优秀传统文化，是莫大的幸运。

作为河北大学的一名青年教师，我的“线下”课堂能够得到众多“线上”网友的认可，既意外又欣喜。最初只是想把我在学校开设的《艺术导论》课程上得更生动有趣一些，好让全校来自不同专业的学生们都能听懂，并且喜欢上中国传统艺术。为了验证自己的讲课方式和内容能否被大众接受，我假期期间，注册了一个短视频账号，然后坐在客厅的沙发上，把备课内容录成短视频，剪辑之后发在抖音平台。没想到第一条讲苏轼东坡的短视频，点赞次数就超过了1万次，也正是这1万个暖心网友的鼓励，让我把短视频创作坚持了下来。

创作短视频是一场考验个人心力、体力和承受力的持久战，也是一段教学相长的旅程。过去一年中，我几乎没有在晚上12点前睡过，不是在读书，就是在写文案、剪视频。刚开始，看到数据和反馈很好，有激动得睡不着的时候，也有想把内容做得更完善，焦虑得睡不着的时候。有时面对网友各种评论声音，也会不知所措。现在我的心态是对网友们充满感恩，大家的意见和建议帮我成长了很多。同时，越来越多的关注，也督促着我对内容的创作更加严谨，因为这是一份沉甸甸的信任和责任感。

成为短视频博主后，我才真正发现广大网友对学习传统文化、古典文学的热情如此之高。他们的留言和评论常常给我提供新的选题。一次网友留言说希望听我讲讲唐朝诗人王勃，我就认真研究了王勃的生平和作品，没想到那一期作品在全网播放量竟然超过了1亿次。现在，每天都有上百万人观看我讲解的传统文化短视频内容，这对我来说是一种压力，更是一种动力。

通过短视频，用心讲好内容，让传统文化“活”起来，一直是我努力追求的目标。用讲故事的形式，将传统文化的内容融入历史人物的成长历程中，努力让大家觉得这些古人其实离我们并不远，因为我们的文脉一直在传承。读书也好，看知识类的短视频也好，都是为了活学活用。知识爆炸的信息时代，公众并不缺乏单纯的知识点和信息，大家需要的是能听得懂、记得住、用得上的智慧。而如何把那些中华经典中相对复杂、晦涩的知识，深入浅出地用通俗的语言和大家喜闻乐见的方式表达出来，让博大精深的中华优秀传统文化焕发新的生机，是我们新一代知识人的使命与担当。

短视频以其生动、便捷、强互动性等特点，已成为现代生活方式中非常重要的部分。大众利用碎片化时间来阅读已逐渐成为一种习惯，而用短视频来“书写”，也逐渐成为了大家的主要表达方式之一。它不仅能记录普通人的美好生活，也为大众打开了一个全新的、传播知识的世界。借助这样一种新媒体形式，我个人把“线下”课堂搬到了“线上”，从而有幸参与构建这所没有“围墙”的大学。把课堂教学和文化传播融为一体，这不仅放大了我作为一名普通人民教师的价值，也让我找到了作为一名文化普及工作者的意义。

“读万卷书，行万里路”，作为一名知识短视频博主，未来我也希望有机会走出课堂，多拍一些祖国的大好河山，做一些文旅内容的探索，在历史遗迹和文化名城的现场，为大家讲好中国故事。通过短视频的创作，努力为传播中华优秀传统文化贡献一份微薄之力。

(作者为河北大学艺术学院教师，国学新媒体创作者)

# “国风”传承，打破圈层

——“新媒体与知识传播”系列报道之一

卢泽华 沈与时

一段“打铁花”视频引来千万网友围观，一款“新中式”服装让年轻群体追捧不断，一场古筝直播让全球网友惊叹连连……从

“触网”到“融网”，中国传统文化正在深度拥抱网络，突破传统圈层，在更广阔的领域擦出新火花。



▲ 在福建省福州市罗源县中房镇，支教大学生正在指导小学生学习剪纸。谢贵明摄（人民视觉）

▶ 在贵州省黔西市洪溪镇新桥村，孩子们在练习武术。史开心摄（人民视觉）

## 让甲骨文“活”起来

打开博主李右溪的短视频界面，一串串难以认读的甲骨文“飞”入眼帘。这样的视频也能火？78万粉丝帮她给出肯定的答案。

李右溪曾就读于浙江师范大学汉语言文学专业，主攻方向是甲骨文。回想起2023年2月开通甲骨文自媒体的经历，李右溪感慨颇深：“一开始，我心里也没底，在多数人眼里，甲骨文过于冷门，晦涩难懂，是只能‘躺’在古籍里的文字，让甲骨文‘活’起来，是难以想象的。”

凭着对甲骨文的热爱，李右溪发出了第一条短视频。没想到，隔天一早醒来，消息通知里竟显示获得几千个“赞”。她以为自己还在做梦，不敢相信是真的。趁热打铁，不久后又发出第二条视频，这次更火，收获20多万“赞”。“没想到像甲骨文这样的冷门绝学还有这么多受众，我很意外，这让我对传播甲骨文有了更大的信心。”李右溪说。

李右溪的“意外”有着深厚的粉丝基础。如今，“国风”成网友追捧的新潮流。某视频平台做过统计，创作传统文化相关内容的博主有40多万人，古风民乐、传统工艺、非遗传承等视频受到越来越多人的喜爱。

最近，在北京读本科的王鑫迷上了《长安三万里》《山海经》等影片，“抖音”上的唢呐演奏、打铁花、漆扇制作、核雕工艺等推广非遗的作品，也成为了她的“下饭神器”。“每次看到这些视频，都会感受到中华传统文化的吸引力和生命力，它们这么美、这么有趣，背后还有很多动人的故事，每次浏览，都会有很大收获。”王鑫说。

“国风”视频走红，从线上火到了线下。不久前，江苏苏州的马女士在某社交平台上被“种草”了一款“新中式”穿搭，她刚开始穿着针织毛衣配马面裙出门时还担心会不会有些另类，没想到外面这么穿的人不在少数，很多年轻人甚至穿着汉服逛街。“以前很少有人穿汉服的，现在大街上随处可见，可见汉服是真火啊。”王女士说。

平台数据也验证了这一点。抖音上“新中式”穿搭”相关话题短视频播放量已超过120亿，今年1月，马面裙等汉服品类成交额同比增长超300%……这显示传统文化元素开始被更多人青睐。

## 非遗并不“冷门”

第53次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年12月，中国短视频用户规模为10.53亿人，较2022年12月增长4145万人，占网民整体的96.4%。新媒体丰富多样的表现形式与生动活泼的内容，让很多曾被认为是“冷门”的艺术变成了“热门”。

福建泉州的张奶奶，是一名土生土长的“蟳埔女”，她在当地生活几十年，自去年起突然发现很多人来“簪花围”打卡拍照。一问才知，原来是网上女明星头戴“簪花围”的照片火爆全网，大家纷纷紧跟潮流来当地体验，连带着蟳埔女这种非物质文化遗产也火了。张奶奶表示，自己在这里“簪花围”了一辈子也没见过这么热闹的场面，很开心我们的乡土文化能被更多人知道。

在很多博主看来，要被“更多人知道”，远不只随手拍拍视频、上传平台这么简单，其中还有一个摸索和熟悉的过程。

李右溪在读研究生时，曾做过甲骨文相关公众号，但一直不温不火。毕业一段时间，她就职于一家新媒体公司做互联网运营。借着工作的机会，她开始琢磨新媒体的“正确打开方式”，并试着自己创作视频。

她做甲骨文视频的主要思路是结合趣味故事与热门话题，由浅入深拆解甲骨文，让大家发现原来甲骨文也可以这么有趣。比如，杭州亚运会期间，她做了许多视频来讲解有关运动的字，如“射”“走”“舞”等，获得大量好评。

“我认为国学、非遗等传统文化并不‘冷门’，只是需要被大家发现的窗口，短视频就是一扇不错的窗口。”李右溪向记者分享了一名外卖小哥的私信，说自己因为看了她的短视频，才喜欢上甲骨文，这些视频让他感到甲骨文不再是距离自己很远的冰冷符号。

“运营新媒体，我最大的感受是，新媒体具有传播范围广、开放度高、交互性强等特点，能够更好地促使传统文化的‘破圈’。通过更加生活化接地气的内容拉近了与人民的距离，从而唤起了人们心底对传统文化的热爱。”

## 守住“根脉”才持久

随着互联网上的“国风”“国潮”越来越热，也有部分网友提出了担忧。比如，有些博主发布的内容真假难辨，质量良莠不齐，甚至有鱼目混珠、恶意误导之嫌。而网友们难免有分不清“李逵”和“李鬼”的时候。

“我儿子上小学六年级，有一次，竟然把一首北宋文学家苏轼的诗说成是李白写的，还说是网上的‘老师’教的，我打开视频一看，果然是博主搞错了。那位博主在自己页面上自我介绍‘诗词专家，专攻唐诗二十年’，也不知道是不是真的。”家住河南郑州的林涛表达了自己的担心：“这类视频不仅误导了网友，也影响了传统文化的正常传播。应该请权威部门对网上的国学自媒体清查一下，打击滥竽充数者，不能让来之不易的‘国学热’变了味。”

李右溪对记者表示，自己平日里经常收到网友发来的甲骨文解读文章和视频，很多都是张冠李戴，自己在做短视频的同时，还常常扮演打假者的角色。“网上很多讲甲骨文的信息很离谱，但也收获了大量关注，有时我实在看不下去，会留言批驳。”

如今，随着当下科学技术的飞速发展，人工智能、数字化、VR等技术手段正广泛应用于新媒体运营：3D复原千里江山图、戴上VR眼镜探索三星堆遗址、线上参观“数字敦煌”、AI书法……这些将传统文化与新技术跨界结合的成功案例，使得传统文化焕发着全新的生命力。

专家认为，真正用好这些技术，助力传统文化的传承发展，需要具备一个前提，那就是充分理解中华优秀传统文化的精髓，在清朝、规范的网络环境中进行创新性发展和创造性转化。

“数字技术对于中华优秀传统文化的传播具有‘两面性’。抓好机遇的同时，也要积极面对挑战，让数字技术进一步为中华优秀传统文化的传播‘添砖加瓦’。”中国传媒大学文化产业管理学院副研究员何震认为，要推动数字技术更好地服务于中华优秀传统文化的创新，着重探索中华优秀传统文化的现代意义，坚守中华优秀传统文化的“正道”和“根脉”。

## 岛妹聊事儿

### 天水麻辣烫，能火多久？

袁子涵

别管吃不吃辣，最近你肯定被红彤彤的甘肃天水麻辣烫刷屏了！

洋芋片、丸子、蔬菜搭配上手擀粉，煮熟再浇上油泼辣子，吸溜进嘴里香到上头，嚼着Q弹爽滑……先是看视频，就能随机馋晕一打没吃过的人。有人评论，上次淄博烧烤烤来了全国的游客；这回轮到天水了！

一座地处西北的小城，因为一碗麻辣烫成了“顶流”，是不是有点意外？在岛妹看来，不意外，全凭实力。点开视频，几乎每个天水人都会讲，这儿的美食出了家乡找不着。因为天水麻辣烫的灵魂，是本地特产而成的。甘谷辣椒、麦积花椒、武山粉

条、蔬菜，乃至独特的地域文化，缺一不可。

当然，不只实力，还有态度。都说城市要出圈，主打一个“听劝”，这次天水也做得很好：游客询问有没有“麻辣烫专线”，政府马上安排专车，直达麻辣烫摊位；网友建议要将美食与美景相融合，天水麻辣烫“吃货节”立刻提上日程。当然，也别忘了那位忙到戴上“痛苦面具”的麻辣烫店主，文旅局喊话了以后，也注意上了表情管理。可以说是有求必应，细节满满。

马上就是清明小长假，天水的“泼天富贵”可能就在眼前了。但岛妹也想说一句，之前，有些城市一度爆

火，短时间促进了当地旅游经济飞速发展。然而，如何把这些偶然到来的流量，转化为当地长久的“留量”，成了这些地方共同面对的问题。每个城市都有可能因为某种原因突然成为旅游热门地，而能让火热持续，才考验一座城市的真本事。



观看侠客岛视频 扫描二维码

## 前沿动态

### 中国网络视听用户规模达10.74亿人

据新华社成都电（记者张海磊）作为第十一届中国网络视听大会的重要活动，《中国网络视听发展研究报告（2024）》日前在成都发布。报告显示，截至2023年12月，中国网络视听用户规模达10.74亿人，网民使用率98.3%，网络视听“第一大互联网应用”地位愈加稳固。

报告显示，2023年，包括长视频、短视频、直播、音频等领域在内的网络视听行业市场规模首次突破万亿，达11524.81亿元，以网络视听业务为主营业务的存续企业共有66万余家。截至2023年12月，全网短视频账号总数达15.5亿个，职业主播数量已达1508万人。庞大的从业者体量、可观的市场规模，推动网络视听成为数字经济新质生产力的重要力量。

据介绍，近两年，网络视听用户增量主要来自农村。2022年和2023年，我国农村网络视听用户规模分别达到2.99亿人、3.20亿人，同比增长分别为12.6%、6.8%，增速远高于同期城镇用户。

### 近600栋历史建筑实现“数字孪生”

据新华社哈尔滨电（记者管建涛、董宝森）记者日前从哈尔滨市加强历史文化建筑保护传承专项课题研究工作组获悉，近3年哈尔滨市已完成近600栋重要历史文化建筑的数字化信息采集、测绘建档工作，实现了历史文化建筑的“数字孪生”，为下一步精准保护修缮和活化利用提供重要科学依据。

在数字化信息采集方面，相关专家通过研究文献、对比考证、现场勘查等多种途径对历史文化建筑综合信息进行了全方面梳理、研判，形成了丰富的信息资料库；在测绘建档方面，技术人员通过激光扫描、三维建模等现代技术，完美“复制”历史文化建筑，建立全面的数字化档案，形成数据库。

目前，哈尔滨已对581栋历史文化建筑进行了数据采集、整理，并重新设计历史建筑标志牌、加装二维码阅读功能，方便人们了解历史文化建筑信息和背后故事。