

探秘商周古城炭河里

随着1500多件青铜器、玉器等文物陆续出土，一座商周时期的古城惊艳现世。一件件珍贵文物，带着岁月的痕迹和神秘的气息，让考古界不断为之沸腾。

“考古发掘显示，炭河里可能是商周时期的一座古城。疑似宫殿建筑的地基和柱洞，以及城墙和护城河遗迹的发现，使得一些学者推测这是强大方国的某个都城或军事要塞。然而，由于缺乏直接的文献记载，这座古城的真实身份和历史地位仍是一个待解之谜。”

“这些青铜器的出土，为研究古代生活提供了珍贵的实物资料，也蕴含着古代文明的奥秘和智慧，更为世人开启了一段探索未知历史的旅程。”

四羊方尊，如璀璨星辰，作为中华文明标志之一光耀世界；人面方鼎，似神秘钥匙，开启三千年古代方国之门……大量商周时期青铜器，如繁星般次第出土于以湖南省宁乡市炭河里为中心的沩水流域。不胜枚举的文物重器，造型之奇妙，纹饰之精美，相比中原地区出土的青铜器毫不逊色，进一步打破了“青铜文化不过长江”的传统论断。

在中国悠久的历史长河中，青铜器作为商周时代的重要文化遗产，一直以来都是研究中国古代文明不可或缺的实物资料。在被岁月轻纱所覆盖的古老遗址炭河里，不仅封存着商周时期南方青铜文化的精髓，更是艺术与历史的雄浑交响，现代与传统的完美融合。

小镇传奇 青铜之光 岁月之华

86年前的春天，湖南宁乡黄材镇的转耳仑半山腰上，姜家三兄弟前来垦荒栽种红薯，一锄头挖下去，触动了岁月深处的“隐秘机关”。

那是一尊古老的青铜器，尽管遍布着斑驳的泥土，但雄浑庄重的造型，精细雕刻的花纹，眼神中透露出威严和神秘的四只羊，在鼎器上栩栩如生。这件承载着千年历史的艺术瑰宝，之后被命名为“四羊方尊”。

21载光阴流转，1959年秋，黄材镇一位村民在参与修建水库时，偶然发现一件金属器物，在那个火炼钢铁的时期，他把这件金属器物卖给了废品回收站。湖南省博物馆派员到废品回收站挑选文物的师傅，敏锐地注意到这个已被“肢解”成十多块的金物件，将其拼凑组合，独特的人面纹方鼎赫然出现在人们的眼前。这堆差点被扔进熔炉的物件，是目前全国发现的唯一一件以人面为主要纹饰的方鼎。

来自黄材镇的“青铜故事”层层叠加，这个小镇的传奇色彩愈发浓烈。

盛满了千余件玉器的兽面纹提梁卣，是宁乡黄材镇一村民在炭河里边洗菜时发现的；被考古界尊为“甗王”的兽面纹巨甗，由4个学生在黄材镇炭河里附近的沩水河游泳时发现；商代酒器“癸举提梁卣”，是一个村民在沩水流域偶然寻获……

随着1500多件青铜器、玉器等陆续出土，一座商周时期的古城惊艳现世。一件件珍贵文物，带着岁月的痕迹和神秘的气息，让考古界不断为之沸腾。

“每每凝视着这些文物，仿佛历史的画卷在眼前徐徐展开。”长沙市文物考古研究所炭河里工作站副站长喻立新说。

从1976年的小面积试发掘，到1994年重新勘探，2001年国家文物局批准进行试挖掘，再到2004年的大面积发掘，和至今仍不断深化的考古研究，炭河里遗址逐步向世人揭开神秘的面纱。

400多件商周青铜器，是中国商周青铜器中的珍品，被考古界统称为“宁乡青铜器群”；伴随青铜器的发现，商周时期的大型宫殿建筑基址和城墙出土，成为研究南方地区西周时期社会生产、经济生活、社会组织结构的鲜活史料；大量西周古墓葬出土，推动了先秦江南地方史结构体系的重构。

千古谜题 时光封印 奥秘待解

“地上古建湮灭，地下气象万千”。炭河里遗址自发现以来，便深受考古学



家和国际学界的关注。

“在中国近两千年的青铜文明发展过程中，黄河流域的中原地区始终是政治、经济、文化的中心所在地，考古学上甚至有‘商周文化不过长江’的说法，但是为什么在宁乡出土这么多罕见的精美青铜器？它的主人是谁？是外来种族还是本地人？这些问题深深吸引着我。”宁乡市炭河里遗址管理处副主任黄奎说。

炭河里青铜器一直是学界热议的话题。一方面，有专家认为这些青铜器是本地文化的产物，与古代三苗文明有千丝万缕的联系，这一立场基于青铜器鲜明的地方特色和别出心裁的创新工艺。另一方面，亦有学者认为这些青铜器可能是由北方的商朝贵族或南迁的中原人带来的，这一观点主要基于部分青铜器与中原地区的青铜器在造型和纹饰上的相似性。

很多考古学者每每说起炭河里遗址，总是无法抑制兴奋的心情——在3000年前，近20平方公里的黄材盆地内，炭河里遗址的城址面积达到0.23平方公里，城市规模和人口数量堪称巨大；城址四面夯筑城墙，内外护城河等一应俱全，可见城址经过了精心选址和建设；城内宫殿坐北朝南，排列有序，已知单体宫殿最长达42米，并且出现了双排柱回廊，可见宫殿规模宏伟；遗址周围还发现了大量的贵族古墓群，足见这一地域在当年人文之繁盛……

“考古发掘显示，炭河里可能是商周时期的一座古城。疑似宫殿建筑的地基和柱洞，以及城墙和护城河遗迹的发现，使得一些学者推测这是强大方国的某个都城或军事要塞。然而，由于缺乏直接的文献记载，这座古城的真实身份和历史地位仍是一个待解之谜。”宁乡市炭河里遗址管理处主任张亚光说。

史地位仍是一个待解之谜。”宁乡市炭河里遗址管理处主任张亚光说。

“三千年前，在这个地域集中出现了这么灿烂的青铜文明，太不可思议了！”2023年11月12日，德国汉堡品牌应用科学大学教授、艺术史学者、汉堡艺术之家馆长克洛蒂·米维斯前来炭河里遗址交流考察时感慨不已，“要组织中西方青铜文化展，和相同历史时期世界文化的对比专题展览，加强文化交流的深度和广度。”

“这些青铜器的出土，为研究古代生活提供了珍贵的实物资料，也蕴含着古代文明的奥秘和智慧，更为世人开启了一段探索未知历史的旅程。”湖南大学岳麓书院教授向桃初说。

时代华章 人文鼎盛 一脉相承

7000年聚居史、3000年建城史；治邑于三国，建县于北宋……数千年的时空更迭，为宁乡这座千年古邑创造了无数文化记忆。面对前人留下的文化遗产，经济上已经位列全国“百强县”的宁乡市，从政府到学界、民间，都在积极保护、发掘炭河里遗址和青铜文化的人文价值，孜孜以求对其“保值”“增值”。

走进国家二级博物馆炭河里青铜博物馆，便似踏入3000年前商周时代的历史画卷。采用先进的声、光、电控制技术，配套大量的标本、图片、文字资料印证，展陈浓缩了炭河里文化和青铜文化发展与演变历程，构成了实景与虚景辉映、历史与现实融合的历史文化课堂。

越来越多的游客慕名而来，不仅为

了欣赏那些静默千年的青铜器，更为了体验那份跨越时空的文化对话。

炭河里青铜考古体验中心建成运营的2020年，就接待研学团队超过50万人次。为做好接待和后勤保障等工作，炭河里遗址管理处联合当地镇、村，整合了黄材村40余户脱贫户房屋资源，以“村集体+公司+农户”的创新模式，打造了一个拥有房间200余间、床位1000余个的特殊营地，为研学学生提供食宿服务，文旅经济规模呈现水涨船高之势。

同年，四羊方尊出土点遗址建成，并移交当地管理，使四羊方尊遗址、龙泉漂流等串联成一条精品乡村游线路，此案例被湖南省文物局作为保护利用典型经验向全省推广。

2022年7月至10月，“国宝回家——宁乡首届青铜文化艺术节”在炭河里景区举办，鼎王人面纹方鼎、饕王象纹大铜铙、甗王兽面纹铜甗等20余件宁乡出土的一级文物，首次集结回甗，在炭河里青铜博物馆展出。展览依托5G云网底座，结合XR空间计算能力、数字化展示“四羊方尊”等国宝文物。与此同时，宁乡市开展青铜文物展、文创产品博览会、农产品展销会、泼水节、音乐会等九大活动，最大限度发挥“文化搭台、经济唱戏”的效果，共吸引游客27.4万人次，带动旅游收入2.94亿元，同比分别增长4.2倍、6.4倍。

今年国庆长假期间，在“炭河千古情”大剧院内，2000余个座位座无虚席，一场接一场的视觉盛宴轮番上演，让游客大饱眼福。“换上古装游走在景区，沉浸式感受西周王朝灿烂的历史文化，仿佛穿越了时空。”来自武汉的张先生意犹未尽。

乘着炭河里青铜文化和遗址声名鹊起之势，根据炭河里文化元素创作的《炭河千古情》大型歌舞剧，多次刷新湖南省大型室内旅游演出场次、观众数量的纪录，门票销售达5亿余元。与炭河里遗址与青铜文化“串珠成链”，周边有被誉为“汤泉沸玉”的亚洲著名高温复合温泉——灰汤，中国佛教南禅五大宗之一沩仰宗的起源地——密印寺以及现代科技主题文化乐园“方特东方神画”等，共同成为湖南文旅经济的“名片”和“拳头产品”之一。

3000年前，宁乡先民或礼乐于群山之间、或宴享于沩水之滨，文化繁盛之群，跃然扑面。如今，在炭河里遗址的周边，现代繁荣的经济社会形态与古老的遗迹和谐共存，文化旅游业焕发勃勃生机。

今年9月，湖南师范大学与宁乡市炭河里遗址管理处正式签约，双方在学术研究、人才培养、博物馆展览、活动宣传、志愿服务、文化产品六大方面开展合作。“随着一大批青年学者的加入，校地合作将更好地弘扬和发展中华优秀传统文化，加强青年传统文化教育，促进博物馆社会教育与研究的发展。”张亚光说。

“先祖在广袤的楚地大地撒播精益铸造的种子，如今也孕育着楚地儿女矢志不渝追寻‘先进制造之光’，用接续奋斗回应最古老的期盼。”宁乡市工业和信息化局党组书记、局长张毅说。

近年来，宁乡新增百亿级企业4家，总数达5家，全部为民营企业；新增国家级专精特新“小巨人”企业25家，总数达26家……“三链两群”现代化产业格局加速形成，新动能不断积蓄。

徜徉在炭河古城，编钟古乐、诗礼古风，传递着来自遥远时代的文明气息。如今，时代的浪潮与古老文化完美融合，文化根脉正源源不断为现代发展注入生机与活力。

“宁乡将文化遗产保护开发与利用作为文化事业发展的重中之重，积极探索‘文化和科技’‘文化和旅游’的有机融合，做好创新、增值文章。宁乡将持续擦亮‘把周末交给宁乡’文旅品牌，助推炭河里文化在新时代焕发更加绚丽的光彩。”宁乡经开区党工委书记、宁乡市委书记张作林说。

据《瞭望》新闻周刊 记者 陈俊 苏晓洲 谢樱 白田田

“李子柒归来”

对视听内容国际传播的三重启示

李子柒回来了。停更三年后，她连发三条视频，依旧是传统文化、田园生活、诗意栖居、自我呈现，满满的“柒式”治愈风，让网友直呼“久违了”。

而在海外平台，李子柒长期蝉联YouTube中国自媒体博主订阅量榜首，停更期间，粉丝量一度不降反增。此次回归，更是引得世界各地网友纷纷点赞和留言支持，涨粉百万。

“阔别多日，归来仍是顶流”。李子柒在海外的影响，不禁引发了有关中国视听内容国际传播的相关讨论。李子柒和她的生活纪实短视频，成为向世界讲好中国故事、传播中华文化的一个重要IP，“李子柒”现象也为我国改善国际传播工作提供了有益启示。

深化好意：基于共识和共同愿景的“存量改善”

以视听为媒讲好中国故事，建构好中国话语、中国叙事，既需要“增量供给”，即给观众提供新信息、新符号、新叙事、新形象，革新认知；“存量改善”也很重要，即从海外观众对中国的既有认知中好的一面寻求再加深和突破。尤其在外部“变、乱、战”交织的严峻形势下，试图刷新认知很难进一步到位。因此，视听内容国际传播不一定都要讲“硬核”叙事，不一定要去刻意刷黑科技、工程基建等硬实力发展成就，不一定要去推介中国方案、中国模式，基于共识和共同愿景的“存量改善”也是一种更可行的路径。

李子柒的短视频呈现了乡野气息与传统古风交织下的中式田园生活景观，营造了颇具东方韵味的生活美学。从2016年初短视频开始，李子柒就秉持“回归自然、表达生活”的理念，将中国传统农耕文明与中华美学气质融入于平常的饮食起居间，浪漫和诗意跃然屏幕。李子柒的家乡如同一处远离喧嚣与现实的世外桃源。她在视频里也极少使用电子设备和家用电器，亦没有复杂的工具，做饭使用农村烧柴火干草的土灶，晾晒烘干于自然风和阳光……回归自然和传统，在返璞归真中营造出田园生活的恬淡，用共通的情感唤起观众共鸣。

李子柒YouTube频道下的板块分为适时而食、饮食以节、花开有声以及春夏秋冬四季卷等，将节气、时令等传统中国元素与日常生活结合，“采菊东篱下，悠然见南山”式的东方田园生活，顺应天时、师法自然、天人合一、平和持中的生存哲学和生命境界，反映了古老而传统的东方智慧，符合许多海外人士对中国文化的认知和想象，这也是他们认为中国文化博大精深的原因。李子柒在片中展现的生活图景和生活哲学也契合了当前对物质主义、消费主义、虚拟主义的反思浪潮，以及崇尚节俭、环保、人与自然和谐共生的全球愿景。而关于中国传统非遗工艺与技能的亲身实践和传播，为李子柒形象赋能的同时也让中国传统文化收获更多拥趸。

至于有些人担心的这样是否会中国形象“盆景化”，是否加重对传统中国的“刻板印象”，在笔者看来，李子柒展示的恰恰是中国文化中本真的一面，中国人精神性的一面。比起显在的符号传播，文化价值的传播才是更深厚持久的。

提供价值：“以人为本”与国际传播的有机连接

国际传播一定程度上是基于人、面向人的传播。我国文艺创作“以人民为中心”的人本理念也值得在国际传播向的视听创作中被贯彻。以人为本，在传播端就是以观众为本，核心是要把观众的注意力成本转化为价值回报。

国际传播中，视听产品通常能提供的价值分为三个方面：一是认知和教育价值，二是情感和情绪价值，三是审美和娱乐价值。国际传播不能总想着实现什么传播目的，而要多从观众价值角度考虑，他们能获得什么价值。

对比常规的田园生活类短视频，李子柒的作品更强调审美性，以美感代替“爽感”，制作精致，风格清新，构图干净，没有花哨的滤镜和包装，为观众带来了高格调的视听审美享受。

无解说甚至鲜少有人物对话，也是李子柒短视频的一大风格。在呈现美食或工艺制作过程时，通常仅以简洁的字幕概括出操作要领，几乎无同期人声解释，连锅碗瓢盆的碰撞声、流水声、风声也是轻盈细腻的。配乐则以悠扬古朴的纯音乐为主，作品空间安静“达”，让观众得以静下心来，慢慢欣赏。仅有的人声只是李子柒与奶奶或来访村民的三两句话，于国内观众，一句四川口音的“吃饭咯”，让乡野之味深深拂入心，农家气息扑面而来；于海外观众，即使没有翻译，这种幽默剧形式的视频也不影响理解，减少了认知过程中的语言障碍，让他们全身心沉浸在作品呈现的艺术乡野和中华优秀传统文化场域中。

情绪价值的获取是当今观众短视频消费的一项核心需求。李子柒更注重凸显生活的劳动之美、细节之美，她置身其中，赋予平淡无奇的衣食住行一种仪式感，向人们展示出一幅享受内心平和、岁月静好的慢生活图景，让身处加速社会中的海内外青年看到了一种与众不同的生活方式，从而萌生出对诗意地栖居的向往与憧憬。观众在此过程中获得了情绪价值，心灵也“被治愈”。这种满足感和获得感在YouTube平台网友对李子柒的视频评价中可见一斑。

协同主体：团结“朋友圈”，鼓励“从我出发”的个体叙事

在推动“国际传播格局重构”的国家战略要求下，国际传播的主体重构是应有之义。国际传播不只是主流媒体的任务，而是需要多主体协同完成的事业；探索政府引领和全媒体传播有机结合的有效机制，团结“朋友圈”，让更多海内外的民间力量参与进来，尤其发挥KOL的号召力，调动年轻人尤其是“Z世代”群体的积极性，鼓励更多“从我出发”的个体叙事，主体互动、视角互补，以个体亲和力实现传播影响力。

李子柒的短视频就带有很强的个性化表达风格，唯美亲和，爱意满满，容易让人产生共鸣和共情，很契合讲究情感传播、为用户带来情绪价值的网络平台。“仙女姐姐+邻家女孩”的人设组合让李子柒形象具备“反差萌”的特点，纯真而不做作，在逆境中的坚强和坚守让她获得了更多人的认可。作品成为作者个性与人格的反映，人的IP与作品IP高度同构。而当观众被作者的个性和人格感染，用户粘性和忠诚度无疑是更高的，由此成就了“阔别多日，归来仍是顶流”的传奇。

李子柒几乎凭一己之力创造了一个跨越国界、语言和文化的全球传播现象。当今，世界青年一代正在通过短视频等视听新形式分享彼此的文化生活，表达自己旁观的态度，期待有更多的“李子柒”用朴素真挚的个人表达促进跨文化沟通，讲述中国故事，传播中华文化，为民心相通注入人文暖流。

摘自《文汇报》 记者 韩飞

