

李子柒复出现象下中华文化国际传播的叙事策略与价值启示研究

刘倍贝

广东外语外贸大学, 广东 广州 510000

DOI: 10.61369/RTED.2026100042

摘 要 : 在中华文化国际传播由官方主导向多元主体协同转型的背景下, 民间个体 IP 成为最具亲和力的非官方传播载体。本文以李子柒 2024 年 11 月复出为切口, 结合其停更前后的海外传播表现, 运用个案研究与文本分析方法, 从日常生活叙事、文化符号转译与情感共鸣三个维度解析其叙事策略, 并考察复出后叙事的延续与再适应, 进而提炼对中华文化国际传播的价值启示。研究认为, 李子柒的成功源于以生活经验承载中华文化、以非遗符号降低文化折扣、以人类共通情感消解意识形态隔阂; 其经验表明, 培育润物无声式的民间叙事主体、推动传统文化的创造性转化、善用平台与技术建立长效机制, 是提升中华文化国际传播效能的可行路径。

关 键 词 : 中华文化国际传播; 李子柒; 叙事策略; 短视频; 文化符号

Research on Narrative Strategies and Value Enlightenment of Chinese Cultural International Communication Under the Revival Phenomenon of Li Ziqi

Liu Beibei

Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, Guangdong 510000

Abstract : Against the backdrop of the transformation of Chinese cultural international communication from official dominance to multi-subject collaboration, private individual IPs have become the most approachable non-official communication carriers. Taking Li Ziqi's comeback in November 2024 as the entry point, this paper adopts case study and text analysis methods to analyze her narrative strategies from three dimensions: daily life narration, cultural symbol translation and emotional resonance, by comparing her overseas communication performance before and after the suspension of her works. It further explores the continuity and readaptation of her narrative logic after the comeback and summarizes valuable enlightenment for the international communication of Chinese culture. The research finds that Li Ziqi's success lies in interpreting Chinese culture through daily life experience, reducing cultural discount with intangible cultural heritage symbols, and eliminating ideological barriers with universal human emotions. Her practical experience proves that cultivating subtle and influential private narrative subjects, promoting the creative transformation of traditional culture, and building a long-term communication mechanism by making full use of online platforms and digital technologies are feasible paths to improve the effectiveness of Chinese cultural international communication.

Keywords : international communication of Chinese culture; Li Ziqi; narrative strategy; short video; cultural symbols

引言

讲好中国故事、提升国家文化软实力, 已成为新时代中华文化国际传播的核心命题。约瑟夫·奈指出, 软实力的根基在于文化、价值观与政策的吸引力, 其作用方式是令人心向往之而非强制^[1]。这意味着, 文化的国际传播不能止于音量的放大, 更在于能否赢得他者发自内心的理解与认同。然而长期以来, 中华文化“走出去”较多依赖官方话语与机构渠道, 存在传播主体相对单一、自我中心倾向明显、易遭遇文化折扣等问题^[2]。在此背景下, 以短视频为媒介的民间个体传播, 凭借其去政治化的日常质感与情感亲和力, 日益凸显出独特价值。

从理论上看, 跨文化传播的核心难题, 在于如何跨越价值观、历史与语言差异所造成的理解隔阂。传播学的高低语境、文化维度等经典理论均揭示, 文化差异越大, 传播过程中的意义损耗便越严重。而短视频以其视听一体、情感先行的特质, 恰好为跨越这一隔阂提

供了新的可能。它在相当程度上绕开了对抽象语言的依赖，转而诉诸人类共通的感官经验与情感结构。李子柒的实践，正是这一可能性的生动注脚。

李子柒以田园生活短视频在海外平台收获千万级订阅，被视为个性文化 IP 与中国自媒体对外传播的标志性案例^[9]。2021 年她一度停更，又于 2024 年 11 月复出并迅速重回全球舆论中心，为观察个体 IP 驱动的跨文化传播提供了一个难得的、近乎自然实验的样本。然而，既有研究多聚焦于其首次走红的现象成因，而对中断后复出这一时间维度下叙事策略尚缺乏系统讨论。本文采用个案研究与文本分析相结合的方法，以这一复出现象为切口，追问其叙事策略包含哪些核心维度？复出后又有何延续与调整？进而能为中华文化国际传播提供哪些可迁移的启示？厘清这些问题，既有助于深化个体 IP 驱动的跨文化传播研究，把以往多为现象成因的静态分析推进到时间维度的动态考察，也可为中华文化借船出海提供可操作的经验参照。

一、复出现象与传播表现

停更之前，李子柒已在海外平台积累了逾 1600 万的 YouTube 订阅，并一度刷新最多订阅量中文频道的吉尼斯世界纪录，成为中华文化民间传播的现象级符号^[4]。其影响力早已超出娱乐范畴，被官方媒体视为国家形象柔性建构的正面案例，也成为学界观察中华文化海外接受度的典型样本。

2024 年 11 月 12 日，停更三年的李子柒以两条视频宣告回归。据媒体报道，相关视频在数小时内播放量近 3 亿，复出当日其抖音单日涨粉数百万；而在停更的三年间，其 YouTube 订阅不降反增、累计增长数百万，至复出时已突破 2000 万，长期保持中文创作者订阅量的领先地位^[6]。这一停更不掉粉、归来即顶流的反常表现，恰恰说明其受众黏性并非依附于更新频率与算法推荐，而是建立在持久的文化认同之上。复出当日，包括 BBC 在内的多家外媒持续跟踪报道，海外网友亦在评论区以多种语言表达期待与感动，足见其跨文化影响力之深^[4]。

值得注意的是，复出并非简单的流量重启。停更期间，李子柒走访二十余省、寻访逾百位非遗传承人，复出首条作品即以雕漆隐花漆器技艺为主题，延续并深化了其以传统技艺为内核的创作路径^[6]。这一现象说明，真正穿越时间、跨越文化的并非一时的算法红利，而是其内容所承载的中华优秀传统文化之美^[4]。已有面向 YouTube 受众感知的实证研究亦显示，李子柒的视频在海外观众中有效建构了正面的中国国家形象，其传播效果超越了单纯的个人走红，具备了民间外交的意涵^[7]。与官方传播的宏大叙事相比，李子柒式的民间讲述以去宏大化的微观视角和非官方的真诚姿态，更易突破海外受众固有的心理防御与刻板印象；这种由个体自发完成、却在客观上服务于国家形象建构的传播，构成了新时代中华文化借船出海的重要补充^{[1][9]}。进一步看，复出现象的研究价值还在于，它折射出了中华文化国际传播主体结构的深刻变迁。在国家叙事之外，越来越多兼具专业能力与国际视野的个体，正成长为重要的民间传播力量。李子柒并非孤例，而是这一结构性变迁中最具代表性的符号；深入理解其叙事何以奏效，对于培育更为广泛、健康的民间传播生态，具有重要的标本意义。

二、叙事策略的逻辑解析

（一）日常生活叙事：以“慢生活”建立世界经验

李子柒的叙事以播种、耕作、采集、制作的劳作过程为基本结构，几乎不依赖解说与说教^[2]。无论是手作一桌时令饭菜，还是从一粒种子讲到一件器物，其镜头始终遵循自然时序到成果分享的链条。这种去解说、弱字幕的日常生活叙事，将抽象的文化理念还原为人人可感的衣食住行，使不同语言、不同文化背景的受众都能凭借共通的生活经验进入情境，从而最大限度地降低了语言依赖。

从受众接受心理看，这种叙事往往经历从好奇到沉浸再到认同的递进。异域的田园景观首先唤起好奇，舒缓的劳作节奏继而带来沉浸式体验，对勤勉与美好的共同向往最终促成价值认同。值得注意的是，这种感染力还来自多模态视听语言的协同。自然环境的声响、器物碰撞的真实音效、四季流转的色彩变化，共同构筑出一个沉浸式的感官场域；在这一场域中，文化不是被讲述的，而是被体验的，受众由旁观者转变为沉浸其中的参与者，认同便在潜移默化中悄然发生。陈一指出，其视频以对土地与劳作的呈现完成了一种劳动美学的建构，让被现代生活遮蔽的时间重新可见^[2]。这种叙事并非对乡村的简单复刻，而是经过审美选择的数字田园，以诗化的乡村景象缓解现代性焦虑^[8]。正因如此，海外受众无需拥有文化前置知识即可被吸引，进而完成对中华生活方式的初步认同。

（二）文化符号转译：非遗与节气作为可视化的中华文化语言

如果说日常叙事提供了进入的入口，那么文化符号便构成其内容的灵魂。李子柒将非物质文化遗产、农耕智慧与节气物候等“中华文化语”，转译为可视、可感的影像符号^[5]。短视频由可读向可见的转变，使原本因符号复杂、思想深邃而难以被快速理解的中华文化，得以低门槛地抵达海外受众^[5]。从蜀绣、文房四宝到酿酒制酱、二十四节气，传统技艺与农耕时序在镜头中被重新赋予审美价值与情感能量，那些原本可能被视为边缘的元素，被转化为具有民族象征意义的文化资源^[5]。

这种转译之所以奏效，在于它并不要求受众先行掌握繁复的

文化背景,而是让符号自身在可视化的劳作场景中自我说明。观众即便不了解雕漆隐花的工艺名称,也能从层层髹漆、精心剔刻的画面中直观感受到匠心与时间的重量。正是经由这种看得见的文化,中华文化的他者形象由抽象的概念转为具体可亲的生活实践,进而沉淀为正面的国家形象认知^[7]。覃泳钧亦指出,短视频以其直观、可感的特质,正成为赋能中华优秀传统文化国际传播、乃至助力国际中文教育的重要媒介^[8]。蒋俏蕾据此认为,这种以小见大、以美载道的短视频叙事,正是跨文化传播中讲好中国故事的有效探索^[1]。由此可见,文化符号的有效转译,关键在于符号的奇观化展示,而在于将其嵌入可理解的生活情境,使其携带的文化意涵能够被自然解码,而这正是李子柒区别于其他传播异域风情的短视频的根本所在。

(三) 情感共鸣:以共通价值消解“文化折扣”

李子柒叙事的深层机制在于情感。所谓文化折扣,指文化产品因价值观、历史与语言差异,在跨文化流通中被打折扣的现象。亲情、自然、勤勉以及对美好生活的向往等人类共通价值,超越了具体的意识形态分歧,构成跨文化理解的最大公约数。她为祖母下厨、依四季而作的画面,唤起的是全人类共通的家庭温情与田园想象,这种情感先于认知、直抵人心,因而能够绕开横亘在不同文明之间的话语壁垒。

从传播机制看,情感共鸣的实质是一种共情传播。受众并非被动接收信息,而是在观看中投射自身的情感与记忆,进而与内容建立起深层的心理联结。这种联结一旦形成,便具有较强的稳定性与抗干扰性。这也解释了李子柒何以能够停更不掉粉,因为真正维系其受众的,是情感认同而非信息依赖。正是这种情感的可通约性,使中华文化得以润物无声地被接受,从而显著降低跨文化传播中的文化折扣。海外观众在评论中频繁使用“治愈”“向往”“温暖”等词,正是情感共鸣生效的直接证据^[7]。当然,亦有研究提醒,其田园意象在被全球消费的同时也被商品化,提示我们需审慎对待个体叙事可能存在的浪漫化倾向与表达局限,避免将复杂的乡土中国简化为单一的诗意想象^[8]。

(四) 复出后的延续与再调整

复出之后,李子柒的叙事在变与不变之间保持了张力。不变的是其以传统技艺与田园生活为内核的基本路径,例如首条作品对雕漆隐花漆器的呈现,正是这一路径的延续^[9]。调整之处则在于,停更期间走访各地、寻访非遗传承人的经历,使其创作更自觉地承担起文化传承与转化的使命。她明确表示未来将以传统文化的创新性发展为主,而非停留于个人化的田园展示^[4]。这种从个体生活美学向文化传承自觉的微妙转向提示我们,个体IP的可持续性,最终取决于其能否在保持风格辨识度的同时,不断为内容注入更厚重的文化价值,并将个人叙事升华为对一种文明的深情讲述。换言之,复出后的李子柒,正从一个生活美学的展示者逐步成长为中华文化的自觉传播者;这一身份的跃迁,不仅为其个人IP的长期价值奠定了更坚实的文化根基,也为其他民间传播者提供了重要借鉴。真正具有持久国际影响力的文化IP,必然是个人风格与文化使命的统一体,是小我叙事与大我情怀的有机融合。

三、对中华文化国际传播的价值启示

综观上述三重叙事策略,可以发现其内在逻辑高度一致。均以情感共通为枢纽,将中华文化由难以理解的异国文化转化为可接受的视听内容。日常叙事提供文化内容,符号转译提供视觉语言,情感共鸣提供价值基础,三者层层递进、彼此支撑,共同消解了横亘于跨文化传播中的折扣。基于这一逻辑,本文提出如下启示。

第一,重视并培育民间个体作为柔性传播主体。李子柒的实践表明,自发的民间传播往往比单纯的官方行动更易获得情感认同;应通过平台扶持、版权保护与人才培育等机制,鼓励更多兼具文化底蕴与国际表达能力的个体IP成长,形成官方与民间互补、润物无声的多元传播格局^[9]。在此过程中,既要尊重民间传播者的创作自主性,避免过度干预所带来的宣传感,也要为其提供必要的资源支持与风险保障,使个体表达与国家形象建构形成良性互动。

第二,以可视化降低文化折扣。应推动中华文化由可读向可见、可感转化,借助影像化、生活化、艺术化的表达跨越语言与认知壁垒,让深邃的文化内涵以轻盈的方式抵达受众^[5];同时善用非遗、节气、饮食等具象符号作为文化接口,以小切口承载大主题,避免陷入空泛的概念宣讲。

第三,以创造性转化实现可持续出海。李子柒复出后明确以传统文化的创新性发展而非纯粹商业化为方向,这提示中华文化国际传播应在守正基础上持续创新,推动传统媒体与新兴媒体深度融合,主动寻求中外机构与平台合作,构建多维联动、协同发力的国际传播生态^{[3][4]}。具体而言,可探索将人工智能等新技术引入传统文化的影像化表达,在保持文化本真的前提下提升内容生产效率与传播形态的丰富性,让老技艺借助新工具焕发新的国际传播活力。

第四,善用平台机制与技术手段,建立长效传播机制。中华文化的海外抵达离不开对国际平台算法逻辑与受众偏好的深入研究;应推动内容生产的多语种适配、跨平台分发与数据反馈优化,使优质内容获得可持续的传播动能,而非依赖偶发的爆款。

第五,警惕单一叙事的局限。个体IP的浪漫化表达虽具亲和力,却难以呈现当代中国的多元面向;应鼓励题材与风格的多样化,让世界既看到诗意的田园中国,也看到创新的、现代的、真实的中国^[8]。唯有以多元、立体而真实的叙事矩阵,才能帮助世界形成对中国更为完整而客观的认知。

四、结语

李子柒复出现象再次印证:中华文化的国际传播,最动人的力量往往蕴藏于日常生活与共通情感之中。以个体叙事承载文化、以可视符号降低折扣、以创新转化保持活力、以平台机制实现长效,正是其经验对中华文化国际传播的多重启示。需要指出的是,本文以单一个案为对象,其结论的普适性仍有待更多案例与受众实证研究加以检验;李子柒模式亦非可简单复制的标准答

案，过度依赖个体叙事同样可能带来风险。

展望未来，随着越来越多民间讲述者的涌现与传播技术的迭代升级，中华文化国际传播有望形成官方与民间同频、传统与现代交融、技术与人文并重的崭新格局。李子柒的故事提醒我们，最好的国际传播，往往不是刻意的“说服”，而是真诚的分享。当

文化之美被真实而动人地呈现，理解与认同便会自然生长。在多元主体协同的新格局下，让更多“李子柒式”的民间讲述者生长起来，并在守正创新中不断丰富中国故事的讲法，中华文化方能更加从容、更可持续地出海远航，在与世界的对话中赢得真正的理解与尊重。

参考文献

[1] 蒋俏蕾. 跨文化传播中讲好中国故事的短视频叙事探索——李子柒短视频海外走红的启示 [EB/OL]. 光明网－理论频道, 2021-02-08.

[2] 陈一. 论李子柒视频国际传播中的劳动美学 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2021, 43(8): 70-73.

[3] 廖秉宜, 张晓姚. 中国文化短视频国际传播的创新路径 [J]. 对外传播, 2023, (7): 17-20. DOI: 10.26948/j.cnki.dwcb.2023.07.004.

[4] 韩飞. “李子柒归来”对视听内容国际传播的三重启示 [N]. 文汇报, 2024-11-26.

[5] 覃泳钧. 短视频赋能中华优秀传统文化传播活力 [N]. 中国社会科学报, 2024-12-28.

[6] 黄雅文. 出走三年回归, 大众为何“偏爱”李子柒? [J]. 当代广西, 2024, (22): 37.

[7] Whyke T W, Chen Z T, Lopez-Mugica J. An analysis of cultural dissemination and national image construction in Chinese influencer Li Ziqi's vlogs and its impact on international viewer perceptions on YouTube[J]. The Journal of Chinese Sociology, 2022, 9(1): 14.

[8] Luo X. Performing the digital pastoral: Environmental narrative, cultural nostalgia and commodified rurality in Li Ziqi's videos[J]. Media, Culture & Society, 2026, 48(4): 669-687.

[9] 尹如月. 网红IP短视频的文化价值诉求与传播策略探析——以“李子柒”为例 [J]. 采写编, 2020, (1): 160-161.

[10] Nye J S. Soft Power: The Means to Success in World Politics[M]. New York: PublicAffairs, 2004.