

数字文化出海与国家形象建构：短视频的赋能与创新

吴思雨

黑龙江大学 黑龙江 哈尔滨 150000

【摘要】当代媒介环境下，数字文化“出海”已成为提升国家形象和文化软实力的重要途径。本文以知名短视频博主李子柒为例，探讨数字文化出海过程中中国国家形象的建构机制。基于新公共外交、跨文化传播等理论视角，采用个案分析和内容分析方法，对李子柒短视频的传播特征及其在海外受众中的反响进行研究。结果发现：李子柒短视频通过视觉叙事、情感共鸣和传统文化元素的巧妙融合，超越语言障碍，向海外受众传递了诗意田园般的中国形象，丰富了国家形象的内涵。这一草根文化传播实践成为官方对外传播的有益补充，在增进中国国家形象认同方面发挥了独特作用。但同时，个体网红形象在代表国家形象时也存在碎片化和局限性，需要警惕过度猎奇化内容对国家形象可能造成的偏差。本文最后提出，应提升数字内容创作者的审美与文化素养，倡导深度叙事，以推动数字文化出海的可持续发展，讲好中国故事，塑造可信、可爱、可敬的中国形象。

【关键词】数字文化出海；短视频；李子柒；国家形象；公共外交

DOI:10.12417/3041-0630.25.24.077

在全球化与媒介融合的背景下，各国愈发重视通过对外传播来塑造良好的国家形象，提升国际话语权。对外传播，亦称国际传播或外宣，是指一个国家面向海外受众所进行的信息传播活动，涵盖文化传播、公共外交等领域。中国近年来提出“讲好中国故事，传播好中国声音”，努力构建可信、可爱、可敬的国家形象。在这一过程中，数字媒体技术的兴起带来了新的机遇和挑战。短视频、社交媒体平台等数字载体突破了传统传播的时空限制，使普通个体也能成为国家形象传播的参与者。正如约瑟夫·奈所指出的，软实力更多源自民间力量。中国前外交官赵启正也强调，新时代公共外交不再仅是政府主导，各种民间交流形式已成为公共外交的重要组成部分。这意味着，在数字时代，一批活跃于海外社交平台的中国数字内容创作者成为了“民间大使”，通过他们的视听作品向世界传播中国文化与价值。

数字文化出海是指依托数字平台和媒介，将本国的数字文化内容与价值观念传播到海外的过程。近年来，中国数字文化出海呈现蓬勃发展态势，从短视频应用 TikTok 风靡全球，到国产游戏、网络文学、动漫等在海外的走红，都体现出中国文化软实力的提升。在众多数字出海案例中，短视频博主李子柒的成功备受瞩目。李子柒凭借展现中国传统田园生活的短视频内容，在 YouTube 等海外平台收获了上千万粉丝，引发海外网友对中国文化的极大兴趣，被誉为“中国文化走向世界的‘领头雁’”。她的现象反映了草根视听作品在对外传播中的巨大潜力。本文选择李子柒短视频为研究对象，试图回答：李子柒的数字内容是如何跨越语言文化障碍，在全球范围内塑造中国国家形象的？这一现象对我国对外传播战略有何启示？

1 理论基础与文献综述

公共外交是国家面向外国公众塑造形象的重要方式，社交媒体时代下，普通个体已成为公共外交重要主体。奈的软实力理论指出，文化与价值观的吸引力是核心，建构主义传播理论认为国家形象通过传播建构，跨文化传播理论则强调符号翻译与语境转换的重要性。视听媒介凭借直观性优势成为跨文化传播有效载体，张明和吴佳玲研究发现，短视频需“转码”聚焦文化共通内容，这与李子柒无对白影像叙事的做法契合，而情感共鸣则是跨文化传播的核心驱动力，这使得新媒体时代国家形象传播呈现主体多元化、叙事去中心化特征，中国网红出海的影响也因此受到关注。

随着全球社交平台兴起，阿木爷爷、办公室小野等中国网红借船出海，实现国家形象隐性传播。李子柒作为代表性案例，2017年底入驻 YouTube 后，2021年底订阅量达 1640 万，TikTok 粉丝 380 万，2024 年回归后 YouTube 订阅量已升至 2660 万，还获聘非遗推广大使。张举玺、王琪（2021）通过框架分析指出，“公众参与、默片形式、情感连接”是其突出优势，其视频从多维度呈现诗意中国形象，但也提醒网红形象代表国家整体存在提喻局限，需警惕碎片化与负面反噬风险。现有研究普遍认可其让海外受众获得多元中国认知，但也指出其展示的田园生活与中国社会全貌有差距，且曾因商业问题停更引发可持续性讨论。本文将结合最新发展，深入分析李子柒短视频的跨文化传播特点及国家形象建构效应。

2 研究对象与研究方法

本文以李子柒及其短视频作品为核心研究对象，旨在探讨

其作为中国文化出海典型案例的传播机制与效果。研究对象具体包括她自2017年以来发布在YouTube平台上的乡村题材短视频，以及由此产生的海外受众反馈。在研究方法的选取上，本文主要采用质化的内容分析和个案研究法，以跨文化传播与新公共外交理论为框架，对李子柒的视频内容进行观摩分析，并综合文献与媒体报道，对其海外传播现象进行归纳与阐释。

李子柒现象本身构成了中国数字文化出海的一个标志性案例。她自2016年起创作的视频，构建了一个恬静雅致、自给自足的田园世界，被誉为现代版的“桃花源记”。其内容高度聚焦于中华传统美食与手工艺，从酿制桃花酒、手工制作豆腐到纺织染布、制作汉服，生动地复活了古老的生活技艺。在叙事上，视频全程摒弃了解说旁白，纯粹依靠精湛的影像语言与自然环境声（如鸟鸣、风声、灶火声）来营造沉浸式的美学体验，实现了“润物细无声”的文化传递。这种独特的风格使其在海外平台异军突起，不仅创下了YouTube中文频道订阅纪录，获得了吉尼斯世界纪录认证，更引发了全球观众的广泛共鸣与赞誉，评论中充满了“东方魔法”般的惊叹与对中国乡村之美的重新发现。官方媒体如央视、人民日报等也高度评价其“没有一句赞美中国，却很好地弘扬了中华文化”的传播效果。因此，通过对这一典型案例的系统剖析，本研究旨在从李子柒的成功经验中，提炼出对于国家形象塑造与跨文化传播具有启示意义的有效策略。

3 李子柒短视频的跨文化传播特征

李子柒短视频的跨文化传播呈现鲜明特征，核心在于以多元策略突破传播壁垒。其视频几乎摒弃口语对白，凭借画面与环境音效构建类似默片的视觉叙事，通过“转码”弱化语言和特定语境限制，以特写镜头完整呈现料理、手工艺等过程，让不同语言背景的观众无门槛理解，契合跨文化传播的“无语言障碍”需求。内容上，她深挖中华传统文化的符号魅力，将“四艺”、节气习俗、古法技艺等具象与无形的文化元素，融入种植、烹饪、制衣等日常生活场景，如从种辣椒到做冒菜、从砍竹到造纸的完整还原，使文化符号生活化、背景化呈现，海外观众在欣赏内容时自然接受文化熏陶，正如孙佳山研究员所言，以润物细无声的方式满足了海外受众对中国传统文化的好奇心。同时，社交媒体的用户参与机制为传播赋能，其视频在YouTube等平台引发全球观众评论互动，形成跨文化交流社区，观众通过点赞转发、分享感想、模仿创作实现口碑裂变，海外自媒体人的二次创作与BBC、CNN等主流媒体的报道，进一步扩大了影响力，凸显“公众参与”的传播优势，虽存在解读偏差等潜在问题，但整体形成了积极的舆论场。综上，李子柒短视频通过淡化语言藩篱、深植传统文化、借力社交互动的多元策略，实现了文化意涵与传播手段的巧妙结合，既保证了传播广度，又兼具文化深度，其成功关键在于以视觉体验打动人心，让生

活化的文化表达跨越文化界限，为国家形象构建奠定了坚实基础。

4 李子柒短视频与中国国家形象建构

4.1“诗意图”形象的呈现

李子柒的视频为海外受众描绘出一个诗情画意的中国形象。这一形象有别于西方媒体上常见的中国符号（如功夫、长城、熊猫），而是一幅充满东方美学的生活画卷。她影片中的中国是青山绿水环绕的乡土中国、恬静悠然的生活中国。这样的叙事为中国国家形象增添了美丽与温和的维度。很多外国观众过去对中国的印象停留在繁忙的工厂、拥挤的城市或刻板的政治宣传，而李子柒展示的中国则如人间仙境，令人耳目一新。她所传递出的中国形象是文化底蕴深厚且热爱生活的：人们熟练掌握着祖辈流传的技艺，在四季轮回中自足自乐、与自然共处。这种形象契合了中国政府近年来希望塑造的“可信、可爱、可敬”的国家形象，即一个既有深厚文明又充满亲和力与和平发展的中国。李子柒无疑用极具亲和力的方式，将中国之“可爱”展现在世界面前：可爱的风土人情、可爱的传统文化、可爱的家庭关系。通过她的视频，海外观众看到中国人也追求诗意的生活，这缩小了彼此的文化距离，提升了中国形象的好感度。

4.2 打破刻板印象与丰富国家形象内涵

李子柒的内容在一定程度上打破了西方受众对中国的某些刻板印象。以往在许多外国人眼里，中国文化等同于京剧、功夫、龙舞等符号化元素，或停留在“世界工厂”的标签上。而李子柒的出现，提供了一个全新视角。正如瞭望周刊指出的，美国年轻人眼中的中国“风景”正在变化——从功夫熊猫、中餐，转向短视频、美食、国潮等当代文化产品。李子柒作为这股新风潮的领军者，她把中国丰富多样的文化生活展现出来，使海外受众认识到：中国不仅有古老的长城和熊猫，还有富有创意的年轻一代，他们热爱自己的传统并能将之融入现代生活。这极大地丰富了中国国家形象的内涵。特别是在美食方面，李子柒视频中的中国美食不再只是“炒饭”“春卷”等西方熟知的中餐，而是覆盖四季节令的多样料理，从火锅、腌制小菜到各类点心，应有尽有。通过美食这一全球通用的语言，她让世界品味到中国文化的多彩与精致。再如服饰和手工艺，她展示汉服、刺绣、编织等，使外国观众了解到中国传统服饰之美和民间匠心。这些新内容有助于纠偏一些西方媒体对中国形象的单一化报道，展示出更立体生动的中国。在国家形象塑造中，传播丰富性是关键之一。李子柒作为个体所呈现的内容固然只是中国的一个切面，但这个切面恰恰是过去国际传播中较为缺失的部分——充满烟火气的日常中国、文化厚重又生活化的中国。这为整体国家形象增添了人文关怀和细节，使“中国”不再只是宏大符号，而是有血有肉、有情感温度的存在。

4.3 民间叙事提升国家软实力

李子柒的成功彰显了民间叙事在提升国家软实力中的独特价值，软实力的核心是通过文化吸引力而非强迫影响他国态度，这与奈的软实力理念高度契合。她的视频无任何官方色彩，却以“无声胜有声”的方式潜移默化传播中华文化价值，让海外观众对中国产生亲近感与向往，这种效果是官方宣传难以直接达成的。在新公共外交视域下，李子柒作为普通中国姑娘，以“行走的国家名片”之姿成为非官方“文化大使”，其走红被视为中国软实力的体现，也让政府愈发重视民间力量在国家形象传播中的作用，印证了公共外交可从“大水漫灌”的官方输出转向“小溪润田”的民间渗透，丰富了我国公共外交的内容与思路。但同时需清醒认识到，李子柒的形象对国家形象具有“双刃剑”效应，网红塑造国家形象本质上是提喻修辞，即用部分代表整体，她视频中呈现的乡村田园风光并非中国全貌，可能让不了解中国的海外受众产生理想化认知，忽视中国社会的复杂性与多样性。更需警惕的是，若出海网红出现负面事件，可能反噬国家形象，尽管李子柒本人形象正面、商业化克制，但并非所有网红都能保持，国内外诸多网红翻车事件已敲响警钟。因此，

官方既要善用民间传播力量，通过指导、交流等方式引导其发挥正面作用，也要加强形象管理与风险防控，避免网红形象的零散性和负面性破坏国家形象的整体性，在享受民间叙事红利的同时，也要加强多元内容供给，以此塑造一个更加真实、立体、全面的国家形象。

5 结论

数字时代中国对外传播带来新机遇，李子柒短视频作为数字文化出海标杆，其成功关键是契合跨文化传播规律：淡化语言藩篱、突出共通情感、以精致视听传递文化价值观，在无声叙事中将中华优秀传统文化融入日常，实现跨文化破圈，有力证实新公共外交下民间创作者可成为亲善大使，草根叙事能增强国家软实力。这启示我们：目前借数字出海推动多元文化的同时需严格把控内容导向；未来应充分依托新技术探索传播新方式，构建“政府主导+民间参与”新格局，高效培养跨文化传播与审美人才。总之，数字文化出海是提升软实力必由之路，借鉴李子柒经验，可让中华文化被全球喜爱，助力塑造正面丰满的国家形象。

参考文献：

- [1] 张举玺,王琪.论新公共外交视域下中国网红对国家形象构建的作用——以 YouTube 平台中国网红李子柒为例[J].新闻与传播评论,2021,74(05):108-120.
- [2] 金悦磊.TikTok、国潮、李子柒、《原神》……它们是如何让美国年轻人破防的[N].瞭望新闻周刊,2021-12-09.
- [3] 叶倩,蓝宇东.融媒体时代短视频中的中国国际形象建构与传播——以第五届“一带一路”百国印记短视频大赛获奖作品为例[J].新闻爱好者,2025,(02):87-89.
- [4] 殷志彭,解学芳.加快推动数字文化出海高质量发展[J].人民论坛,2024,(23):101-105.