

李子柒跨文化传播的媒介形象建构： 基于外媒报道的批评话语分析

张左静，孙祎璐，施乐怡，王常昱，江锦怡，乔媛

(安徽师范大学，安徽 芜湖 241000)

摘要：李子柒视频的海外走红为中国文化“走出去”提供了典型案例。本研究以截至2025年全球主流媒体关于李子柒视频的162篇报道为语料，从中挑选31篇核心文本作为研究样本，综合运用AntConc词频分析、USAS语义标注工具，从批评话语分析视角考察外媒的话语建构逻辑。研究发现：(1)在文本层面，高频词汇与语义场显示外媒报道以文化传播、乡村生活与商业价值为主，情感倾向整体偏向正面与中性；(2)在话语实践层面，外媒构建了文化审美、文化交流与商业借鉴三大主导叙事框架；(3)在社会实践层面，去政治化、生活化的个体叙事有效消解了跨文化传播的意识形态隔阂，推动了中国文化“走出去”。上述结果印证了以去政治化，生活化的个体叙事推动中国文化“走出去”的有效性，为中国文化国际传播提供了实践参考和重要启示。

关键词：李子柒；跨文化传播；批判话语分析；叙事框架；传播效果

基金项目：安徽师范大学创新创业训练计划项目国家级(202510370369)

DOI: doi.org/10.70693/rwsk.v2i7.581

引言

近年来，为展现真实、立体、全面的中国形象，我国持续加强国际传播能力建设，着力讲好中国故事。在此背景下，李子柒的视频通过对传统田园生活的具象化呈现与非遗文化的生活化表达，成为中国文化海外传播的经典样本，也为国际主流媒体解读中国文化与乡村发展提供了重要切入点。外媒围绕李子柒展开的相关报道，由此构成海外受众认知中国乡村与传统文化的关键话语载体。系统分析外媒如何报道李子柒、揭示其话语建构逻辑与意识形态倾向，对讲好中国故事具有重要的理论与现实意义。

李子柒现象作为近年来中国文化“走出去”的典型案例，已引发学界广泛关注。现有研究主要围绕传播策略、传播效果与国家形象建构等维度展开，普遍认为其个人化、生活化的表达有效降低了文化折扣，唤起了跨文化共通的“乡愁”情感^[1-3]。在传播效果层面，童清艳与赵倩蓓^[4]基于数据验证了情感价值与文化接近性的作用。另有研究从受众接受视角切入，Stepchenkova等人^[5]发现国内外观众在真实性认证上存在差异，国际观众更倾向于通过“他者化”和“存在真实性”来认证李子柒，而国内观众则更依赖“传统化”和“怀旧情感”；Whyke等人^[6]则指出，李子柒在YouTube上构建了“表演式”与“真实”并存的东方女性形象，被国际观众类比为“花木兰”。与此同时，部分研究持批判视角，认为这类“情感化呈现”可能遮蔽中国乡村发展的现实复杂性^[7-8]。

当前，多数研究聚焦视频内容本身或受众接受层面，相对忽视了外国媒体在跨文化传播中的关键中介作用。虽有研究^[9]提及外媒评论，但多停留在现象描述层面，缺乏运用系统的批判性话语分析方法，深入揭示外媒报道中话语建构逻辑与认知偏向及其与传播效果之间的内在关联。

为此，本研究以全球主流媒体关于李子柒视频的报道为研究对象，借助费尔克劳夫提出的批评话语分析三维框架，对外媒报道的主题分布、文本特征、情感倾向与叙事框架展开系统分析，揭示外媒对中国文化内容的话语

作者简介：张左静（2005—），女，本科生，英语师范专业；

孙祎璐（2004—），女，本科生，英语师范专业；

施乐怡（2005—），女，本科生，英语师范专业；

王常昱（2004—），女，本科生，英语师范专业；

江锦怡（2005—），女，本科生，网络与新媒体专业；

乔媛（1981—），女，博士，副教授，研究方向为比较文学与跨文化研究、翻译研究。

通讯作者：张左静

建构逻辑与认知偏向，为中国文化更好地“走出去”、提升文化传播效果提供实证依据与实践启示。

1 理论框架

批评话语分析 (Critical Discourse Analysis, CDA) 旨在通过分析语言使用来揭示语言、权力与意识形态之间的辩证关系^[10]。该方法认为，话语不仅是社会现实的反映，也参与建构社会现实。在跨文化传播研究中，CDA 被广泛用于解码媒体文本中隐藏的价值观、刻板印象与话语策略。费尔克劳夫提出的三维分析框架为话语分析提供了系统的方法论：文本层面关注词汇、语法、句式等语言形式；话语实践层面关注文本的生产、分配与消费过程；社会实践层面将话语置于更广阔的社会文化语境中，分析其与意识形态、权力关系的互动。然而，传统 CDA 在定量分析方面存在不足，主观性较强。为此，近年来学者将语料库语言学方法引入 CDA，通过大规模语料的高频词、搭配、情感标注等量化分析，增强研究的客观性与说服力^[11-12]。基于此，本研究将语料库方法与 Fairclough 三维框架深度融合：以 AntConc 的高频词和搭配分析支撑“文本层面”的客观描述，以 USAS 语义与情感标注辅助剖析“话语实践”层面的叙事框架，最终结合跨文化语境揭示“社会实践”层面的意识形态偏向。

2 研究设计

本研究的方法论路径，与近年来将批判性话语分析与语料库语言学方法相结合的前沿探索相契合^[13]。这种定量与定性结合的多维分析，能够有效弱化纯文本阐释的主观性，借助量化数据揭示外媒话语的建构逻辑与传播模式。

2.1 语料库建立与描述

本研究收集了来自 BBC、CNN、《卫报》《纽约时报》等国际主流媒体，德国《明镜周刊》、西班牙《世界报》、马来西亚《星报》等区域影响力媒体的报道，共计 162 篇，时间范围为李子柒相关视频的传播周期，语言类型为英语，以 Li Ziqi、Chinese food culture、rural life in China 等为关键词进行全文检索，并以完整报道为单位进行储存和分析，语料中排除了与李子柒主题无关的冗余内容，共保留有效分析语料 162 条。为保证分析的聚焦性与代表性，本研究采用分层抽样法，依据报道来源、发布时间与主题类型，从 162 条有效报道中筛选出 31 篇核心文本作为最终分析语料。经 AntConc 工具统计，样本语料总形符数 (Tokens) 为 35093 词，类符数 (Types) 为 5291 词。语料预处理环节包括去除网页标签、非正文信息与重复文本，并对文本进行人工校对以及统一编码与格式标准化处理，以消除格式干扰，确保后续分析的准确性。同时，选取李子柒 YouTube 平台播放量超 500 万的 15 条视频作为参照语料，用于对比报道内容与视频原始内容的差异。语料库的具体信息如表 1：

表 1 语料库范围

库容	外媒李子柒主题报道语料库
报道数量	162
分析样本数量	31
参考视频数量	15

2.2 分析方法与工具

- 1) 定量分析：使用 AntConc 等进行高频词、搭配、主题词分析，量化呈现外媒报道的话语特征与情感倾向。
- 2) 定性分析：基于 CDA (批判性话语分析) 原则，对典型文本进行深度话语分析，基于语料库发现的异常点进行深度的文本阐释。
- 3) 语义场与情感极性标注：为系统考察外媒报道中的情感表达特征，本研究引入适用于英文文本的情感词典体系，对语料中的情感词汇进行标注与统计分析。借助 AntConc 软件对语料库进行批量检索，提取包含情感色彩的词汇及其上下文索引行，整理为 Excel 文档以便后续量化统计。考虑到部分具有文化特殊性、政治指向性或网络新兴情感表达未被通用词典覆盖，研究在自动标注基础上辅以人工复核，对词典条目进行适当扩充与修正，使情感识别更贴合本研究的文本语境。

2.3 分析步骤

本研究的分析过程分为三个阶段，层层递进地展开对外媒报道的系统研究：

第一阶段为语料库量化分析与特征识别阶段。本阶段的核心任务是系统挖掘外媒报道的文本表层特征，定位话语焦点与情感倾向。具体分析焦点包含三个层面：一是高频词汇与搭配；二是报道主题的分类特征；三是情感倾向的量化差异。在具体操作上，首先使用 AntConc 对预处理后的语料进行词频、搭配与索引分析，提取核心关键词与典型语境，明确外媒报道的话语焦点；其次采用人工分类结合词频聚类的方法，将报道划分为文化传播、乡村生活等主题，统计不同地域媒体的主题倾向；最后运用 USAS 语义标注工具对语料进行情感语义域标注，通过 Excel 统计正面、负面、中性情感占比，对比报道的情感差异。

第二阶段为批判性话语深度与逻辑阐释阶段。本阶段的核心任务是解析外媒报道的话语实践逻辑，挖掘文本背后的认知建构与意识形态倾向。分析焦点主要围绕两个层面展开：一是叙事框架的差异；二是文化符号的解读与重构路径。具体操作上，首先基于量化结果筛选典型文本，结合费尔克拉夫三维框架，分析“文化审美框架”“文化交流框架”“商业借鉴框架”等叙事逻辑的建构方式；其次归纳分析不同的叙事框架对中国文化传播的影响趋向。

第三阶段为社会语境关联与传播影响批判阶段。本阶段的核心任务是基于话语分析结果中不同的叙事框架，揭示报道传播效果差异带来的启示。分析焦点包含三个层面：一是报道差异形成的多重动因；二是对中国文化海外形象建构的双重影响；三是叙事框架特征、成因及影响分析。在具体操作上，首先结合文化背景、意识形态、商业传播逻辑，分析媒体报道差异的核心成因；其次评估外媒差异化报道对中国文化海外形象的正向赋能与消极影响，归纳短视频形式的传播路径对中国文化“走出去”的启示。

3 结果与讨论

本研究以截至 2025 年全球主流媒体关于李子柒视频的 162 篇报道为研究语料，通过选取其中较具代表性的 31 篇外媒报道作为后续研究样本，进行基于批评话语分析视角，对外媒报道的主题分布、文本特征、情感倾向与叙事框架进行系统分析，揭示外媒对中国文化内容的话语建构逻辑与认知偏向，为中国文化的海外传播实践提供实证支撑与学理参考。

3.1 外媒报道的主题与文本特征

从主题分布来看，外媒对李子柒视频的报道可归纳为文化传播、乡村生活、商业价值与政治关联四类。其中，文化传播相关内容占比最高，报道多围绕东方美学表达、传统技艺呈现与农耕文化展示展开；政治关联类议题虽有涉及，但整体占比不高，仅少数媒体将视频的海外传播与文化传播策略进行有限关联；商业价值议题聚焦 IP 运营模式与全球传播影响力；乡村生活议题则围绕田园场景的审美价值与文化意涵展开讨论。整体而言，外媒对李子柒视频的报道以文化解读与价值分析为主，政治话语与争议性表述并未占据主流。

表 2 外媒报道的高频词频次与相对频率（每万词）统计表（以 31 篇报道为样本进行统计）

序号	高频词	频次	相对频率（每万词）
1	Chinese	550	156.7
2	video	363	103.4
3	life	156	44.5
4	rural	142	40.5
5	youtube	122	34.8
6	media	103	29.4
7	traditional	83	23.7
8	people	81	23.1
9	content	80	22.8
10	culture	80	22.8

借助 AntConc 词频分析工具对 31 篇文本进行统计，外媒报道中的核心高频词依次为：Chinese (550)、video (363)、life (156)、rural (142)、youtube (122)、media (103)、traditional (83)、people (81)、content (80)、culture (80)，上述词汇高度集中于中国、乡村、文化、传统、媒体与政府六大核心议题。词汇搭配特征显示，外媒在描述中国乡村文化与传统内容时，更侧重审美呈现与文化价值讨论；尽管 government 一词仍有出现，但相关表述频次有限，并未形成大规模的批判倾向，整体话语氛围偏向温和理性。

3.2 基于 USAS 的语义场与情感倾向分析

本研究采用 USAS 语义标注系统，结合核心高频词的分布特征与文本语义，对外媒报道的情感倾向进行量化

与质性结合分析。结果显示，外媒报道整体以正面与中性情感为主，负面情感占比较低，态度整体温和且理性。

经 Excel 数据透视表对语义领域标签进行频次统计，剔除无实质意义的功能词标签后，筛选出高频核心标签。结果显示，外媒报道中 O4.2+（褒义判断）、A3+（正向存在）、Z2（地理名称）等标签占比突出，其中 O4.2+ 与 A3+ 合计占比超 22%，构成报道的核心语义场。

表 3 核心语义场与情感极性分布情况表

排名	核心语义标签	出现频次	占比	标签含义
1	O4.2+（褒义判断）	86	12.30%	对乡村风光、生活的美学肯定
2	A3+（正向存在）	72	10.30%	对李子柒生活状态的积极评价
3	Z2（地理名称）	59	8.40%	关联中国地域文化标识
4	F4（农耕生产）	47	6.70%	强调传统农业与手工劳动
5	E3+（平和情绪）	41	5.80%	塑造“远离喧嚣”的精神状态

从语义功能来看，高频标签可分为两类：一类是反映报道事实焦点的标签，以 Z2（地理名称）、F4（农耕生产）为代表，锚定视频的“中国乡村”叙事背景与乡土文化内容；另一类是体现报道情感倾向的标签，以 O4.2+（褒义判断）、A3+（正向存在）、E3+（平和情绪）为代表，集中呈现对视频美学价值与生活状态的积极评价与认同。

正面情感表达主要围绕 culture、traditional 等词汇展开，报道普遍认可视频所呈现的东方美学价值、视觉呈现水准与跨文化传播意义，肯定其以生活化方式展示中国传统文化，为海外受众提供了更为温和、鲜活的文化认知渠道。中性情感以 Chinese、media、rural 为核心表述，内容以事实陈述、现象介绍、模式梳理为主，客观呈现视频内容、传播数据与行业影响，不带有明显立场偏向与价值评判。负面情感占比有限，主要集中在对田园场景理想化呈现的温和讨论，仅少量报道提及内容呈现与现实乡村存在一定差异，并未出现大规模质疑、强烈批判与系统性否定，也未形成对立性话语。

由此可见，外媒报道的情感倾向与高频词使用高度耦合：聚焦文化本体、审美表达与传统价值的表述占据主导，负面表述与批判性立场则为局部、零星现象，反映出多数外媒对李子柒视频持认可、中立或温和探讨的理性态度，印证了该个体叙事模式是中国文化海外传播的可行路径，更易获得海外受众的接受与认同。

3.3 叙事框架特征、成因及影响

外媒在报道中形成了较为稳定的叙事框架，主要以文化审美框架、文化交流框架、商业借鉴框架为主导，整体呈现出以欣赏、对话与经验借鉴为核心的话语取向，清晰呈现了国际媒体对中国生活化文化传播内容的认知逻辑与价值判断。依据 Fairclough 批评话语分析的文本层面分析方法，本研究从外媒报道中筛选出 6 句具有代表性的英文原句，从词汇选择、句法结构、语义指向等维度展开话语分析，揭示不同叙事框架的建构方式与话语意图。

文化审美框架是外媒使用最广泛的叙事视角。报道将李子柒视频视为东方田园生活与传统工艺美学的典型载体，重点关注画面质感、生活仪式感与传统技艺的视觉化表达，肯定其以舒缓、细腻的叙事将农耕劳作、手工制作、节气饮食等日常场景转化为具有普适性的美学符号，突出内容的治愈性与文化感染力。这一框架以审美体验为中介，弱化了文化差异与意识形态隔阂，更容易实现跨文化的情感共鸣。外媒报道指出：“*She is known for calming videos of her bucolic life in southwestern China’s Sichuan province.*” 句中 *calming* 与 *bucolic* 两个情感形容词高度正面化，将乡村生活赋予宁静、诗意的审美属性，在词汇层面完成对中国乡村的理想化建构；陈述句的客观表述方式弱化主观评判色彩，使审美评价更具自然性与说服力。另一则报道提到：“*The slow and unhurried pace of everything she did coupled with the meticulous filming and production turned her not just into a huge influencer.*” 句中 *slow and unhurried pace* 与 *meticulous filming* 形成双重褒扬，前者指向生活方式的审美价值，后者指向媒介生产的专业品质，并列句式强化了“美学价值—制作水准—国际影响力”的逻辑链条，使文化审美框架获得稳定的话语支撑。《纽约时报》评价：“*She has been dubbed the ‘Quarantine Queen’, offering a dreamy escape, and a lesson in self-reliance.*” 以 *dreamy escape* 这一隐喻性表达，将视频定位为现代社会的精神避难所，在词汇层面赋予其超越文化边界的心理治愈功能，有效弱化意识形态差异，实现跨文化情感共鸣。

表 4: 有关 rural 报道的索引行

1	rose to fame in 2019 with her beguiling videos of idealized	rural	life, steeped in the symbolism of traditional Chinese culture.
2	evoke nostalgia and the peaceful beauty of	rural	life.
3	first to capture global audiences with their idyllic portrayals of	rural	life, paving the way for a new generation of
4	Other fans appreciate Li for her wholehearted embrace of	rural	life, or at least the rural aesthetic .
5	BBC accused Li of idealizing or overly glorifying	rural	life in her videos.
6	praised Li for drawing a positive picture of China's	rural	population (which represents 40 percent of the country's people).

如表 4 所示, *rural* 在索引行中高频与 *idyllic*、*peaceful*、*beguiling* 等积极形容词共现, 且多处于肯定陈述的主语或修饰位置。例如, “*She rose to fame with her beguiling videos of idealized rural life, steeped in the symbolism of traditional Chinese culture*” 一句中, *idealized* 与 *steeped in the symbolism* 将乡村生活本质化为传统文化的审美符号, 而非社会经济议题。即便存在 BBC “*idealizing or overly glorifying*” 的温和批评, 此类话语在全部索引行中占比极低, 未动摇整体审美框架的主导地位。

文化交流框架侧重挖掘视频的跨文化对话意义, 强调生活方式、人与自然共生、家庭伦理等共通性价值。外媒普遍将李子柒的创作视为非说教、非宣传性的民间文化表达, 认可其以个体生活经验搭建东西方理解的桥梁, 使海外观众在轻松的观看体验中形成对中国传统文化的直观、友善认知。这一框架凸显了民间个体创作在跨文化传播中的独特优势, 强调不同文化之间的可沟通性与互鉴性。有学者在报道中评价: “*Li represents a new wave of Chinese soft power in that she's so creative and aesthetically good, and knows how to appeal to a general audience whether they're Chinese or not.*” 句中 *soft power* 为中性学术词汇, 避免政治化解读; *aesthetically good* 与 *appeal to a general audience* 将传播力归因于审美魅力与普适性表达, 在句法上明确排除“官方宣传”的话语建构, 强化民间文化交流的正当性。新华社引用国际评价: “*She is dubbed the 'vlogger who amazes the world with China's countryside life'*”, 以被动语态与权威背书提升话语可信度, *amazes the world* 在词汇层面将个体创作上升为国家文化符号, 凸显民间叙事对国家形象的正向建构作用, 构成文化交流框架的核心话语支撑。

表 5: 有关 cultural 报道的索引行

1	enhance our country's	cultural	soft power," as he said in a speech delivered
2	a debate on Chinese social media: was she an apt	cultural	ambassador?
3	Li is one of China's most successful	cultural	exports, the author wrote.
4	blocked sites as a way to project the country's	cultural	influence.
5	“The foreign	cultural	influence of Li Ziqi's YouTube channel is on

表 5 显示, *cultural* 的搭配集中体现跨文化传播的核心概念: *soft power*、*cultural ambassador*、*cultural exports*、*cultural influence*。这些词汇的选择将李子柒建构为有效的文化中介, 其个人创作被外媒视为比官方机构更具传播力的文化输出方式。例如, “*Li is one of China's most successful cultural exports*” 直接将个体创作者与国家文化软实力挂钩, 体现话语实践层面对“民间文化大使”的高度认同。

商业借鉴框架聚焦内容生产、传播策略与 IP 化运营路径。外媒从国际媒介实践视角出发, 分析短视频形态、视觉化表达、差异化定位与全球化分发逻辑, 将李子柒模式视作传统文化现代化、生活化内容国际化的可借鉴案例。这一框架具有鲜明的实用导向, 关注文化内容如何在保持本土底色的同时适配国际传播规律, 体现出较强的现实参考价值。报道指出: “*She has over 20 million subscribers on her YouTube channel, rising to become the most popular Chinese-language influencer on the platform.*” 句中采用数据化、中性化的媒介术语 *subscribers* 与 *most popular*, 以客观量化方式呈现商业价值, 现在完成时与结果状语结构突出其标杆地位, 为商业借鉴框架提供事实依据。

表 6: 有关 video 报道的索引行

1	China's short-	video	boom has given rise to a large number of
2	She puts a lot of time into each	video	with most taking days to shoot .
3		video	channels depicting rural life are a dime a dozen .
4	Li boasts 27 million subscribers on short-	video	app Douyin and 21 million followers on microblogging platform Weibo.
5	a business which functions like a talent agency for online-	video	platforms.

表 6 的索引行揭示外媒对李子柒商业模式与传播策略的集中关注。*short-video boom*、*video channels*、*subscribers*、*talent agency* 等词汇将李子柒现象置于全球短视频产业的商业逻辑中考察。报道既关注内容生产 (*takes days to shoot*)，也分析其背后的机构运营 (*marketed by Hangzhou Weinian*)，清晰建构出“技术赋能—经济创新—文化传播”的连贯逻辑，为中国文化内容出海提供可复制、可借鉴的实践范式。

与此同时，少数报道呈现出现理性反思话语，构成非主流的补充视角。例如：“*Her videos reveal as much about the day-to-day labor of most Chinese farmers as the Martha Stewart Show does the American working class.*”该句以类比结构与中性词汇 *day-to-day labor* 展开温和批评，指出视频呈现与现实乡村之间存在一定距离，但整体语气克制、立场理性，并未形成批判性话语主导。

上述主流框架的形成受多重因素共同推动。首先，李子柒视频以生活为载体、以审美为核心、去政治化的内容特质，契合国际媒体对温和型文化议题的接受偏好，大幅降低了对抗性解读的空间。其次，全球范围内对慢生活、传统回归与非遗保护的共同关注，使外媒更易从审美共鸣与文化互鉴的立场展开报道。再次，国际媒体对成功文化案例的实用主义取向，推动其从传播运营层面提炼经验，强化了商业借鉴框架的使用。最后，契合跨文化传播中“以小见大”的认知规律，使海外受众与媒体更易接纳贴近生活的个体叙事，而非宏大宣式表达，由此印证了以生活化个体叙事推动中国文化“走出去”的有效性。整体而言，外媒的主流叙事框架对中国文化海外传播以积极影响为主。文化审美与文化交流框架有效提升了中国传统文化的可见度，塑造出温和、诗意、贴近生活的文化形象，有助于打破刻板印象、提升海外受众好感度与接受度。商业借鉴框架则从实践层面肯定了中国生活化文化传播路径的可行性，为更多本土文化内容“走出去”提供了国际视野参照。与此同时，少数报道中仍存在一定的异域化解读倾向，但并未形成主流批判话语，负面影响整体可控，也为未来推动中国文化“走出去”事业进一步增强现实感与多元性提供了反思方向。

3.4 综合讨论

外媒对李子柒视频的报道，并非以偏见与批判为主导，而是以文化欣赏、中立观察与经验借鉴为主要倾向。高频词分布、情感倾向与叙事框架共同表明，外媒对这一个体化、生活化、审美化的文化传播案例整体态度温和正面，批判性解读并未成为主流话语。这一现象说明，以去政治化、生活化、情感化、审美化的方式开展跨文化传播，能够有效降低话语对抗、弱化意识形态偏见，更易被国际社会接受。

从批评话语分析视角来看，外媒通过词汇选择、情感导向与框架设定，对李子柒视频进行了以正面与中性为主的话语建构。这一结果为中国文化海外传播提供了重要启示：坚持个体表达、生活叙事、审美呈现，有助于绕过话语壁垒，实现更自然、更可信、更可持续的文化沟通。

本研究聚焦外媒文字报道文本展开分析，未来研究可进一步结合多模态话语分析，将外媒报道中使用的李子柒视频截图、排版视觉元素纳入考察体系，以更系统地揭示国际媒体的认知规律。该研究可为外语专业教学提供实践参考，在跨文化交际、新闻英语与英语阅读等课程中，可借助外媒涉华报道培养学生批判性解读能力，借鉴生活化审美叙事经验，提升学生跨文化讲述与有效传播能力。

参考文献

- [1] 潘皓,王悦来.短视频叙事与中华文化国际传播:以 YouTube 平台李子柒短视频为例[J].中国电视,2020(10):90-93.
- [2] 张红芸.中国文化对外传播的实践经验和可行路径:以 YouTube 李子柒短视频为例[J].出版广角,2020(12):77-79.
- [3] 简贵灯,周佳琪.制造乡愁:乡村短视频中“拟态家园”的空间转场与符号建构[J].当代电视,2021(12):22-28.

- [4]童清艳,赵倩蓓.短视频用户持续使用意愿影响因素研究:以李子柒系列短视频用户为例[J].新闻与写作,2021(5):54-61.
- [5]STEPCHENKOVA S, KIRILENKO A, YANG J. Capturing differences between culturally dissimilar audiences in the authentication of SMIs who organically promote destinations: the large language model approach[J].*Journal of Destination Marketing & Management*,2025,35:100957.
- [6]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.
- [7]刘朝霞.第四消费时代的现代性反叛与田园想象:以李子柒海外走红为案例的分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42(9):60-67.
- [8]曾一果,时静.从“情感按摩”到“情感结构”:现代性焦虑下的田园想象:以“李子柒短视频”为例[J].福建师范大学学报(哲学社会科学版),2020(2):122-130.
- [9]辛静,叶倩倩.国际社交媒体平台中国文化跨文化传播的分析与反思:以 YouTube 李子柒的视频评论为例[J].新闻与写作,2020(3):17-23.
- [10]FAIRCLOUGH N.*Language and Power*[M].London:Longman,1989.
- [11]BAKER P.A useful methodological synergy? Combining critical discourse analysis and corpus linguistics to examine discourses of refugees and asylum seekers in the UK press[J].*Discourse & Society*,2008,19(3):273-306.
- [12]张睿,王宏俐,闫开伦.批评话语分析视角下德国主流媒体涉华报道研究[J].外语电化教学,2025(6):26-33,104.
- [13]高金萍,王卓.从抗战记忆到和平愿景:抗战文化资源促进中国和平发展理念国际传播的功能与路径考察[J].中国文化研究,2025(4):1-12.

Li Ziqi's Construction of Media Image in Cross-Cultural Communication:

An Analysis of Critical Discourse Based on Foreign Media Reports

Zhang Zuoqing, Sun Yilu, Shi Leyi, Wang Changyu, Jiang Jinyi, Qiao Yuan

(Anhui Normal University, Wuhu, Anhui 241000)

Abstract: The global popularity of Li Ziqi's videos has offered a typical case for Chinese culture to “go global”. Taking 162 reports on Li Ziqi's videos published by mainstream global media by the end of 2025 as the corpus, this study selects 31 core texts as research samples. By comprehensively adopting AntConc for word frequency analysis and the USAS semantic annotation tool, it explores the discursive construction logic of foreign media from the perspective of Critical Discourse Analysis (CDA). The findings are as follows: (1) At the textual level, high-frequency words and semantic fields reveal that foreign media reports mainly center on cultural communication, rural life and commercial value, with an overall positive and neutral emotional tendency; (2) At the discursive practice level, foreign media construct three dominant narrative frameworks: cultural aesthetics, cultural exchange and commercial reference; (3) At the social practice level, depoliticized and life-oriented individual narratives effectively break ideological barriers in cross-cultural communication and facilitate Chinese culture to “go global”. The above findings verify the effectiveness of depoliticized, life-oriented individual narratives in advancing Chinese cultural global outreach, and provide practical references and vital implications for the international communication of Chinese culture.

Keywords: Li Ziqi; cross-cultural communication; Critical Discourse Analysis; narrative framework; communication effect