

研究論文

# 「桃花源」與「伊甸園」： 李子柒視頻的跨文化解讀

普非拉、林升棟

## 摘要

本文運用文本分析的方法，對李子柒視頻在微博和 YouTube 上的中英文網路熱門評論進行了分析和比較。研究發現，中國觀眾以接近視頻生產者編碼的方式解碼視頻，呈現出「桃花源」式的意義解讀；西方觀眾通過協商式解碼，呈現出「伊甸園」式的意義解讀，兩種解讀依據的闡釋框架根植於中西方各自的文化傳統。李子柒視頻的海外成功並不是單向強制的「文化輸出」或「文化帝國主義」，成功的全球影像歸咎於多元解讀的開放性。本研究或有助於回應中國文化對外傳播面臨的「新文化帝國主義」的質疑，更有助於反思中國文化對外傳播的效果預期。和而不同的內容解讀與文化間相互欣賞、相互理解、互相尊重的傳播格局，應是文化間傳播的追求與目標。曖昧性資源的深入挖掘應是開顯文化間溝通可能性的有效途徑。

關鍵詞：李子柒、編碼/解碼、文化輸出、文化帝國主義

普非拉，中國人民大學新聞學院傳播系博士生。研究興趣：文化間傳播、廣告學。電郵地址：pfl0825@163.com

林升棟（通訊作者），中國人民大學新聞學院廣告與傳媒經濟系教授。研究興趣：文化心理學、廣告學。電郵地址：linshengdong@ruc.edu.cn

論文投稿日期：2020年6月19日。論文接受日期：2021年4月13日。

---

Research Article

## ***The Peach Blossom Spring and The Garden of Eden: Cross-Cultural Readings of Li Ziqi's Videos***

Feila PU, Shengdong LIN

---

### **Abstract**

This study uses textual analysis to analyze and compare online comments in Chinese and English Li Ziqi's videos shown on Weibo and YouTube. The findings demonstrated that Chinese audiences decoded videos in ways similar to the encoding of the video producers, such as a "Peach Blossom Spring" interpretation, whereas Western audiences presented a "Garden of Eden" interpretation through negotiated decoding. The frameworks of both interpretations were rooted in their respective cultural traditions. The overseas success of Li Ziqi's videos was not because of a one-way compulsory cultural export or cultural imperialism. Their successful global image may be attributed to the openness of multiple interpretations. The findings of this study may help scholars respond to the "new cultural imperialism" faced by the cross-cultural communication of Chinese culture, as well as reflect on the expected effects of the international communication of Chinese culture. Harmonious but diverse content readings and communication patterns of mutual appreciation, mutual understanding, and mutual respect between cultures should be the goal of

---

Feila PU (Ph. D. student). Department of Communication, School of Journalism and Communication, Renmin University of China. Research interests: inter-cultural communication, advertising.

Shengdong LIN (Professor, corresponding author). Department of Advertising and Media Economics, School of Journalism and Communication, Renmin University of China. Research interests: cultural psychology, advertising.

*The Peach Blossom Spring and The Garden of Eden*

intercultural communication. The deep exploration of ambiguous resources could be an effective way to determine the possibility of cross-cultural communication.

**Keywords:** Li Ziqi, encoding/decoding, culture export, cultural imperialism

**Citation of this article:** Pu, F., & Lin, S. (2022). *The Peach Blossom Spring and The Garden of Eden: Cross-cultural readings of Li Ziqi's videos. Communication and Society, 60*, 91–121.

## 研究動機與目的

2019年12月4日，一條關於「李子柒視頻海外成功是不是文化輸出？」的話題在微博上引發熱議。短時間內，相關話題閱讀次數達到8.9億人次，討論達10.7萬次。<sup>1</sup>中國各大媒體和專家學者也參與到這一話題的討論，<sup>2</sup>李子柒一時成為「文化輸出」的代名詞。李子柒在社交媒體中對自己的定位是「東方美食生活家」，她曾在採訪中說，拍攝視頻是為了讓城裡人知道食物從哪裡來，原生態的生活是怎樣的，估計她自己也不曾琢磨過「文化輸出」的問題(李俐，2019)，而「文化輸出」不過是李子柒在海外獲得成功後在中國被貼上的標籤。李子柒現象也引起了西方學者的注意。他們認為，中國主流媒體對李子柒等視頻博主的讚譽傳遞了一個政治信號，即中國政府正在收編(co-opt)這些在海外成功的網路名人，從而服務於中國的國際政治目的，將中國的文化、價值觀輸出到全世界(Li, 2020)。長期以來，孔子學院、「TikTok」等文化媒介產品的海外活動都面臨過類似的質疑。

從統計資料看，李子柒確實在海外取得了巨大成功。擁有2,066萬微博粉絲的李子柒，自2017年8月24日首次登陸YouTube以來，其頻道已擁有739萬訂閱用戶，所發佈視頻共獲得9.6億次觀看，綜合影響力中國區第一。<sup>3</sup>但李子柒的視頻內容並不是根據海外觀眾的文化背景和接受心理量身定做，而是將統一製作的相同內容分發到中國和海外各大社交媒體和視頻平台。這就為李子柒刻意或專門進行「文化輸出」的標籤提出了疑問。特別是有學者指出關於李子柒「文化走出去」的諸多討論實際上包含民族中心主義(ethnocentrism)的色彩(姬德強，2020)，使我們意識到這些海外受眾視角缺席的討論與同樣缺少受眾研究證據的西方學者質疑所得出的李子柒視頻「文化輸出」的結論可能有待商榷。事實上，正如我們後文將要提及的，中國和西方的討論都受到了「文化帝國主義」這一理論範式的影響。

如果不從受眾視角考察海外觀眾對李子柒視頻的解碼及其所生成的意義，特別是關於「文化」的理解，我們不能確定海外觀眾是否像中國讀者所預期的那樣理解李子柒視頻，或者他們只是一種對域外影像的獵奇，或是利用李子柒的故事編織自己的文化想像。如果我們對視頻中文化的理解不同，「文化輸出」自然就無從談起。因此，經驗地考

察海外受眾如何觀看和解碼李子柒視頻，而不僅注重視頻內容本身的分析(任孟山、李呈野，2020；曾一果、時靜，2020)，才是回答這個問題的有效途徑。從海外受眾角度看外國人為什麼喜歡李子柒，對於中國如何進行對外傳播，以及對外傳播要達到什麼樣的效果，會有更深刻的認識與指導意義。

隨著經濟和文化產業的發展，中國正從全球影像「進口國」向「出口國」轉變。電影、紀錄片、電視劇、網路文學、網路視頻等紛紛登陸各大國際平台，接觸不同文化的受眾，對「文化輸出」的討論正在持續增加。例如YouTube上的中國網劇的研究(何曉燕，2018)，以及網路玄幻小說在海外的傳播的研究(邱凌、韓婕，2017)等。雖然已有學者注意到受眾研究在文化輸出研究中的重要性，但以往研究受制於研究對象相對有限的海外影響力，從受眾視角的關照較少，因而未能深入海外受眾的理解和想像中。李子柒視頻在YouTube上的成功以及大量評論，則為我們提供了一個難得的、了解海外受眾視角的研究機會。

本文從受眾視角出發，對李子柒視頻的中英文網路熱門評論進行分析和比較，深入挖掘中西方觀眾對李子柒視頻的意義解讀以及根植於各自文化傳統的闡釋框架，在新的社會/歷史/文化語境中驗證「積極受眾論」的有效性。在此基礎上，本文通過回答「李子柒視頻海外成功是不是文化輸出？」這一問題，對中國文化對外傳播實踐中「文化輸出」的效果預期和目標設定方式進行了反思。同時，本文將「曖昧」的概念引入跨文化傳播，嘗試為文化間溝通打開更多可能。中國的對外傳播理念，旨在通過彼此的交流，在國家間打造相互欣賞、相互理解和相互尊重的人文格局。這種雙向互動、包容互鑒、開放自信的交流，應如何在傳播內容的理解上達成「和而不同」，正是本文所要探討的問題。

## 文獻綜述

### 文化帝國主義

文化帝國主義(cultural imperialism)是由Schiller(1976)首先明確定義的概念。由於包含多種理論取向，文化帝國主義應被視作一種研究範式而不是某個單一理論。例如制度和技術層面的理論、比較市場

《傳播與社會學刊》，(總)第60期(2022)

優勢理論、媒介帝國主義理論等(Boyd-Barrett, 2015)。但一般而言，文化帝國主義範式共同承認以下命題，即國際傳播中國家間存在「中心/邊緣」的等級關係，這種等級關係會造成傳播載體、媒介產業模式、媒介價值觀、媒介內容等的單向流動(彭侃, 2014)。「邊緣」國家在持續消費「中心」國家的媒介產品時也接受隱含其中的文化和價值觀，而傳統民族文化則逐漸被同化(湯林森, 1999)。進入網路和社交媒體時代，有學者提出「平台帝國主義」(platform imperialism)的概念，認為文化帝國主義被數位媒介平台所更新，形成對世界安全、個人隱私等更具破壞性的形式(Jin, 2019)。有研究者聚焦於特定跨文化文本。例如Dorfman和Mattelart(1975)對迪士尼動畫背後美國文化產品帝國主義本質的揭示。《達拉斯》(Dallas)在歐洲的風靡也被認為是美國文化帝國主義的象徵，有學者號召歐洲電視劇製作者抵抗電視美國化的趨勢(利博斯、利維斯通, 2001)。新媒體語境下，對全球最大音樂流媒體平台Spotify的研究表明，英美歌手和英語歌曲在全球音樂分發系統中佔據文化和語言霸權地位(Demont-Heinrich, 2019)。

傳統上，西方國家(特別是美國)被認為是文化帝國主義範式下的「中心國家」，而中國則被認為是「邊緣國家」，文化產品也多從西方國家向中國輸入。但隨著近年來中國國際影響力的提升，有學者開始將文化帝國主義範式運用到對中國國際文化傳播的分析中。Sparks(2019)認為中國是「正在崛起的文化帝國主義國家」(emerging cultural imperialist)。他認為，雖然目前中國在文化產品的全球接受上尚未取得重大進展，例如在本土取得成功的中國電影並未在國際市場上複製這些成功，但太極、中餐、功夫等文化在國際上已經影響了相當數量的個體，從長期看中國具有很大潛力。如前文所述，孔子學院、中國在非洲的文化活動等長期受到「文化殖民」的質疑，「TikTok」等中國媒介產品的全球流行也引起一些國家的干預。

「文化輸出」則最早是由蔡元培在1921年提出。蔡元培(1984)認為「以西方文化輸入東方」與「以東方文化傳佈西方」是現代的重要問題，西方文化的輸入東方各國「各方都很盡力」，而中國學說向西方的輸出還「不足以表示東方文化真相於歐美人」。1934年柏林中國美術展就被比喻為中國文化的一次西征。隨著中國經濟的快速發展，中西方資訊

文化流動不平衡再次引起關注，「文化輸出」也被再次提及。季羨林就提出，中國應當從「文化拿來主義」向「文化送出主義」轉變。特別在今日讀圖時代，應該充分利用現代技術，傳播具有深厚中國文化魅力的作品（王嶽川，2011）。其他中國學者也多主張利用多種傳播內容和方式，主動對外輸出中國文化（周宇豪，2013；徐鍵，2017）。

「文化輸出」在學術上尚沒有廣泛接受的定義，但根據一些中國學者的說法，文化輸出是指「一個國家為了達到某種目的，主動而有意識地將其傳統的價值觀傳播或強加給其他國家的過程」（徐鍵，2017）。研究中，「文化輸出」被同時用來描述美國和中國的國際文化活動。因此，我們不難發現，「文化輸出」與「文化帝國主義」共用了「中心/邊緣」等級關係、文化資訊不平衡流動、一種文化對另一種文化的滲透和同化等假設。只不過西方學者將中國放在「中心/邊緣」範式的「中心」加以考察，認為中國是「正在崛起的文化帝國主義國家」。而中國學者在接受該範式的同時，則將中國置於「邊緣」地位，認為在不平衡的總體格局下，應當主動輸出中國文化。

總的來說，中國學者對「文化輸出」的討論，雖然有中國的特殊視角，但仍然是文化帝國主義範式下進行的，「文化輸出」這一概念也暗含了該範式單向性和強制性的國際傳播格局想像。同樣在文化帝國主義視角的影響下，中國對外傳播中國文化也常引起西方學者「新文化帝國主義」的質疑。因此，對「李子柒視頻海外成功是不是文化輸出？」問題的回答不僅有利於考察這些質疑的確實性，也有利於反思中國的對外傳播應該達到什麼樣的效果。實際上，文化研究學派的「積極受眾」研究，已經對文化帝國主義範式提出挑戰，並為文化帝國主義的成立條件提供了可供驗證的標準。

## 積極受眾論

積極受眾論 (active audience) 是在斯圖亞特·霍爾 (Stuart Hall) 「編碼/解碼」模式影響下形成的一種理論。該理論指出，文化產品跨文化接受的真實情況要比文化帝國主義的假設複雜得多。受眾並不是文化帝國主義範式下面對輸入文本應聲而倒的靶子，而是可以採取主導



《傳播與社會學刊》，(總)第60期(2022)

式、協商式和對抗式的不同解碼模式對文本意義進行解讀的積極受眾。按照霍爾的觀點，由於任何社會文化都具有不同程度的封閉性，因此都有一套主導的文化秩序。這種「主導」是一種「被挑選出來的解讀方案」，它顯示為一系列的意義、實踐和信仰。主導的文化秩序提供了一套解碼的演示規則 (performative rules)。在主導式解碼中，受眾按照資訊被編碼的參照符碼將資訊解碼，完全在主導符碼範圍內操作。在協商式解碼中，受眾充分理解什麼已被界定為主導的，但在情境與局部中制定自己的闡釋框架。在對抗式解碼中，受眾以自己選擇的符碼將資訊非總體化，以便在某一個參照框架中將資訊再次總體化，從而可能以一種全然不同的方式解讀資訊 (Hall, 2006)。這種編碼、解碼間的差異不是個人的、不可預計的，而是編碼者和解碼者在不同社會文化結構下的不同養成 (陳力丹、林羽豐，2014)。不同的社會文化結構塑造了不同的闡釋框架。

大衛·莫利 (David Morley) 在此基礎上採用受眾民族誌的方法，對三種解碼立場進行了驗證，由此形成積極受眾論 (Morley, 1980)。在網路和社交媒體時代，受眾主動性的改變主要體現在主動選擇、主動參與方面 (楊光宗、劉鈺婧，2017)，僅就受眾解碼的主動性看，積極受眾論的基本理論可能依然適用。然而，網路時代的積極受眾研究在方法上面臨挑戰。受眾研究作為利用受眾民族誌方法捕獲瑣碎個人經驗的研究，與網路的個人化使用之間存在矛盾，研究者很難像以往觀察家庭電視觀看那樣觀察和訪談受眾對網路內容的使用與意義解讀 (Livingstone, 2004)。網路和社交媒體語境要求研究者對受眾研究的方法進行調適。隨著全球化的推進，「編碼/解碼」模式及其指導下的積極受眾論被引入到文化產品的跨文化接受研究領域。在大眾媒體時代，受眾民族誌仍然是研究受眾接受和解碼跨文化文本的主要方法。許多跨文化接受的經驗研究已經表明，文本意義是在觀眾與文本的互動協商中形成的，本國受眾的解碼方式一般被認為與生產者的編碼方式相同或接近 (利貝斯、凱茨，2003；Ang, 1985；Morley, 1980；Radway, 1991)。利貝斯 (Liebes) 和凱茨 (Katz) 對1978–1991年間哥倫比亞廣播公司的熱播劇《達拉斯》的跨文化解讀研究就是其中的經典案例。



利貝斯和凱茨(2003)發現,《達拉斯》與聖經的開篇之作《創世紀》之間存在諸多相似之處,來自其他文化的觀眾當然很少能按照美國觀眾的方式解讀出這些深層的文化意涵,但他們將脫胎於《聖經》母本的故事與自己文化的現實生活進行比較,用自己的方式解讀影像的意義,產生千差萬別的想像,也捲入到故事中。在中國的語境下,陳霖、李霽(2010)對熱播美劇《緋聞少女》(Gossip Girl)中美粉絲劇情討論帖進行了比較,發現由於該劇與美國亞文化結合緊密,中國粉絲在解讀劇情時移入本土文化觀念,重構符合自己文化思維的劇情來解決劇中矛盾。李麗穎(2009)對美劇《六人行》(Friends)的大學生觀眾進行焦點小組訪談,發現中國大學生在解讀該劇時更多參照自身社會文化背景,對劇情進行協商式解讀。除了實證範式的研究,解釋範式也被引入到跨文化受眾解讀的研究中。實證範式試圖尋找跨文化傳播的普遍規則,而解釋範式則關注意義及其生成過程。正如法國漢學家朱利安(Francois Jullien)所認為的,我們不是要通過確定客體來認識事物,而是要意識到事物內在性的根源,也即事物之「理」(朱利安,2004)。費孝通(2007:25)所運用的「一圈圈推出去的波紋」與「一捆一捆紮清楚的柴」就很好地捕捉了中西方差序格局與團體格局的文化之「理」。循著這一思路,林升棟、王婷婷(2021)通過96部全球電影的中英文簡介對比,發現中文讀者對全球影像呈現出「社會定義的個人及其命運」的在地想像,而英文讀者則呈現出「自主性的個人及其行動」的在地想像。

按照利貝斯和凱茨(2003)的觀點,文化帝國主義理論的基本觀點是否成立,需要證實以下幾點。一是文化產品中是否包含旨在為輸出國的某些利益服務的資訊;二是文化產品生產者的編碼和接受者的解碼方式是否相同;三是文化產品的內容是不是被接受者不加批判地接受並滲透到接受者自身的文化中。由此可見,將全球流行的影像貼上文化帝國主義標籤,跟證明它就是文化帝國主義並不是一回事,對李子柒視頻「文化輸出」的判斷必須深入到受眾的意義解讀和闡釋框架中去。

基於文獻探討,我們提出本文的核心研究問題:中西方觀眾對李子柒視頻產生了怎樣的意義解讀?兩種文化的意義解讀是否相同?意

《傳播與社會學刊》，(總)第60期(2022)

義解讀依據的闡釋框架是怎樣的？李子柒視頻的海外成功是不是一次「文化輸出」？

## 研究方法

本文擬採用文本分析的方法，對李子柒在中國和海外主要視頻發佈平台上觀眾的中英文熱門評論進行分析，由此挖掘中西方觀眾對李子柒視頻的意義解讀。「人是懸在由他自己所編織的意義之網中的動物」(格爾茨，1999：5)。觀看數、點讚數等量化資料雖可為視頻受歡迎程度和評論認同狀況提供參照，但並不能深入到不同文化受眾通過觀看產生的意義世界中。大眾媒體時代，受眾解碼研究多採用參與式觀察與焦點小組的方法。但研究者的介入可能導致被試將自己置於批評者的角色而非普通觀眾，從而影響受眾對影像真實的解碼過程和意義理解(湯林森，1999)。

視頻社交媒體及其網路評論的出現為我們提供了一個較為「自然」的觀察和分析受眾意義解讀的研究材料，也適應了網路媒介個人化使用與受眾民族誌「介入式」觀察之間的矛盾。因此我們採用文本分析這種「非介入式」方法，對李子柒視頻的網路熱門評論進行文本分析。利用文本分析方法對網路視頻評論進行研究常被研究者採用(杜丹，2016)。網路評論零散細碎，但熱門評論作為觀眾在自然狀態下的表達，且獲得一定數量的點讚，說明這些評論切中了較多觀眾的心理，引起共鳴，能夠在一定程度上反映觀眾對視頻的理解。

本文選擇李子柒視頻的中英文熱門網路評論作為研究對象。選取的中文評論樣本來自微博(<https://weibo.com/u/2970452952>)，英文評論樣本來自YouTube(<https://www.youtube.com/c/cnliziqi>)。選擇這兩個平台作為樣本來源綜合考慮了李子柒在該平台的關注數、播放量、評論數等情況。如表一所示，雖然李子柒在微博的關注數不及抖音，但微博在評論數量和品質上有明顯優勢，且視頻更為完整；YouTube是李子柒在海外的最主要視頻發佈管道，各項資料均超過其他海外平台。

表一 李子柒在部分社交和視頻平台關注數情況

英文網路平台			中文網路平台		
平台名稱	用戶名稱	關注數	平台名稱	用戶名稱	關注數
YouTube	@李子柒 Liziqi	739.0 萬	微博	@李子柒	2,066.5 萬
Facebook	@cnliziqi	287.0 萬	抖音頭條	@李子柒	2,991.3 萬
Twitter	@cnliziqi	0.9 萬	嗶哩嗶哩	@李子柒	254.6 萬

註：資料統計時間為2019年12月7日

截至2019年10月8日，@李子柒 Liziqi 在 YouTube 平台共發佈 94 條視頻，@李子柒在微博平台共發佈 133 條視頻，其中完全重合視頻共 92 對。本文以 92 對視頻為樣本，微博選擇「按熱度」評論排序方式，YouTube 選擇「Top comments」評論排序方式，分別使用爬蟲工具抓取所有點讚數不少於 1 的評論，收集時間為 2019 年 10 月 8 日至 10 月 9 日。共獲得微博評論 26,251 條，YouTube 評論 18,582 條。由於 YouTube 不標示評論用戶的所在地區，本研究按照評論用戶名是否出現漢字等非英文字元、評論內容是否英文以及英文表達是否流暢三條規則對所獲得的 YouTube 評論進行逐一篩選。剔除非英文評論和非歐美用戶評論後，獲得 YouTube 評論 11,639 條。

結合初步的內容分析和詞頻分析，我們對中英文評論逐條、反覆閱讀，歸納出四個可比較的主題。在行文中，同一主題下所有的評論相互勾聯成一個整體語境，避免單個評論的孤證，同時讓中英文面對面，結合視頻內容和中西方各自的社會/歷史/文化背景對評論文本展開分析。在進行具體評論文本分析時，我們借鑒詮釋學的方法。按照詮釋學的觀點，研究者在解讀材料時必然帶有自身的偏見或前見，但理解之所以可能也正在於這種偏見或前見。詮釋學的方法要求我們在理解評論文本時，通過深入學習語言文化、閱讀經典文本等方式，增加有利的前見、排除不利的前見，從而獲得更深入的理解與闡釋。此外，我們不忽視或排除同一文化中偶然出現的異質性個案，而是努力給出包容性的解釋。

《傳播與社會學刊》，(總)第60期(2022)

## 研究發現

通過對李子柒視頻熱門評論初步的內容分析，我們發現中西方觀眾對李子柒視頻的解讀既存在文化群體內部的差異，也存在中西方文化群體間的差異。在文化群體內部，中國觀眾包含大量參照式解讀和少量批評式解讀，這符合既有跨文化文本在本國受眾中的解碼研究。但在西方觀眾的評論中，我們則發現了一些異質性個案需要指出。例如，熟悉中國文化的西方觀眾的解讀貼近中國文化的意涵，並作為跨文化傳播的「橋接人群」，參與到李子柒視頻這一跨文化產品的「馴化」中。「馴化」(domestication)是Gurevitch、Levy和Roeh(1991)從生物學引入新聞學研究的一個概念，主要指在國際新聞的報導中，新聞記者在外國新聞報導與本國觀眾的歷史、文化、政治、社會等方面創造出意義上的關聯，使其更有吸引力、更容易理解。對於西方觀眾而言，李子柒視頻作為「發生在遠方的故事」，其中某些情節有時難以理解，這些較為熟悉中國文化的西方觀眾就起到了馴化或解釋的作用。

在中西文化群體之間，雖然中英文評論都主要圍繞李子柒本人、李子柒的生活、觀眾的生活、觀眾觀看感受、視頻製作等主題展開評論，但具體解讀方式又有很大不同。在形容李子柒時，英文評論使用「feminine」(女性氣質)、「disciplined」(自律)、「talented」(多才)、「skillful」(熟練)、「hardworking」(努力)、「independent」(獨立)等詞，而中文評論則使用「無所不能」、「麻利乾淨」、「勤勞勇敢」來形容她。在描述她本人及生活之地時，英文評論認為她像「Disney princess」(迪士尼公主)、「forest spirit」(森林精靈)、「forest goddess」(森林女神)，生活在「Garden of Eden」(伊甸園)、「paradise」(天堂)或「a faraway land」(遙遠之地)。中文評論則認為她像「仙女」，生活在「桃花源」、「世外桃源」、「仙境」，類似的形容出現在許多評論中，在這裡不一一列舉。中西方觀眾在撰寫評論時運用各自文化中最熟悉的意象。按照霍爾的理論，中西方觀眾都採用熟悉的符碼展開協商性解碼。

本文將「生活」這一主題作為考察的中心。按照格伯納(George Gerbner)的說法，「如果想要研究電視的影響，不應該問人們關於電視

的問題，應該讓他們談一談生活」(Liebes & Katz, 1986)。「生活」是李子柒對自己視頻的定位，也是中英文評論中除「李子柒」、「視頻」以及「she」、「her」等人稱代詞外詞頻最高的實詞(中文「生活」共出現1,263次；英文「life」共出現1,928次)，說明「生活」是中西方觀眾討論最多的主題。將「生活」置於考察的中心，有助於勾連其他各類主題的評論和解讀，發現觀眾是如何利用李子柒視頻中呈現出的生活方式來討論他們自己的生活。關於「生活」的評論可歸納為以下三個方面：(1) 現代社會快節奏的生活與視頻中呈現的鄉村慢生活；(2) 城市群體生活與鄉村獨處生活；(3) 遠離自然的生活與親近自然的生活，其中「自然」包括物質性自然和象徵性自然。必須注意的是，由於同一主題的評論數量很多，為了避免結果呈現時的「失焦」，以下對評論的直接引用只呈現典型的非同質個案。

### 慢節奏的生活：跳脫環境 vs 放慢節奏

李子柒視頻所呈現的鄉村生活相對於觀眾(無論中國觀眾還是西方觀眾)所身處的現代快節奏的城市生活是「慢」的。她的大多數「美食」類視頻，以採摘新鮮食材開始，中間穿插四川自然風光遠景延時攝影，接著拍攝食材的加工、烹飪過程，最後以與「婆婆」一起吃飯的畫面結束(此時多已是傍晚)。所呈現的「慢」節奏生活與觀眾身處的現代「快」節奏生活形成鮮明對比。「慢節奏生活」是李子柒視頻的主導符碼之一。我們首先呈現有代表性的中文評論：

@周杰倫-Concert：現在的生活節奏太快了，悶得讓人喘不過氣來，你過著的慢慢悠悠的田園生活應該令無數人嚮往吧，希望我也能找到我的那份寧靜。(獲得6,445讚)

中文評論中，「我」因為感受到「現在的生活節奏太快了，悶得讓人喘不過氣來」或「大城市的快節奏而匆匆奔波，有時候連飯都吃不好，覺都不安穩」或「在這個快節奏的現代」等，而發出「你過著的慢慢悠悠的田園生活應該令無數人嚮往吧」、「好喜歡這樣的生活，自己種吃

《傳播與社會學刊》，(總)第60期(2022)

的，住在山水裡面」和「嚮往你優雅閒適的生活環境！過得無憂無慮，自由自在！」的感歎。而「找到我的那份寧靜」、「超想回鄉下」、「找到一片自己的小天地」成為中國觀眾給出的通向「慢節奏生活」的途徑。通過文本細讀可以發現，中文評論語境中，生活之於「我」是相對獨立的，因為我被拋在這個「快節奏的現代」，被「大城市的快節奏」裹挾而「悶得喘不過氣」。給定的、外在於「我」的「生活環境」決定了「快節奏的生活」，那麼通往「慢節奏生活」的途徑是「超想回鄉下」這種跳出原本的生活環境或「找一份寧靜」、「找到一片自己的小天地」這種創造屬於自己的一個小環境。

西方觀眾同樣識別出李子柒視頻呈現的「慢節奏生活」，但卻從中解讀出不同的意義。我們呈現有代表性的英文評論如下：

@Artful Flower: My days have been filled with stress and anxiety. Your videos remind me to slow down and appreciate the things that are already available to us in nature and enjoy the time as it slowly inches by each day. (獲得494讚)

(作者翻譯：我的日子充滿了壓力和焦慮。你的視頻提醒我放慢腳步，感激自然中已經存在的事物，並享受每一天慢慢流動的時光。)

西方觀眾同樣面對「快節奏」的現代生活問題，「我的日子充滿了壓力和焦慮」、「當生活變得忙碌」、「技術使生活變得越來越快」。而西方觀眾的解讀，不是跳出或逃離現在的「生活環境」，而是主動讓生活慢下來 (slow down/takes things slow)。西方觀眾認為李子柒的視頻提醒了他們去對生活作出一些改變。可以說，在西方觀眾看來，「生活」是「我」過出來的，而不是中文評論中外在於「我」的，因此我可以主動讓生活慢下來，去「關注你所做的一切」，去「體會自然界中已經存在的事物」，從而「活在當下」(live in the moment)，回到一種「原初設定的生活節奏」(the pace of daily life human beings were built for)，並與周圍的事物重新建立一種連接。

我們可以明顯地發現中西方觀眾將李子柒視頻與他們自己的文化傳統和生活經驗相參照來協商意義。



## 獨處的生活：衝破「塵網」vs 整全「意義」

人是一種社會動物，現代社會更是將脫離社會而單獨生存變得幾無可能。但對中國人來說傳統的鄉土生活和「採菊東籬下，悠然見南山」的隱士生活始終是中國人內心難以割捨的情結。歷代文人遭逢仕途不順或天下動亂，便會動起隱居鄉村的念頭，「出世」實際上成為了與中國人「入世」相調和的一種性格（莊祖鯤，2009）。李子柒視頻運用多種元素呈現一種隱逸生活（周潔，2019），這種相對獨處的生活與中西方觀眾的現代群體生活形成強烈反差。遭遇「現代」的中國人對此形成了自己的想像。

@是小番茄哇：每次看你的視頻，就會讓我想起高中學的那篇課文《桃花源記》，而且總是可以神奇地讓我暫時忘記現實的煩惱。超羨慕這種無拘無束不與世俗爭名逐利的生活。（獲得1,166讚）

中文評論中，觀眾通過現實生活與視頻中生活的對比、兒時生活的回憶等，表達了想要擺脫「流言蜚語」、「壓力」、「人情」、「套路」、「名利」這些人情社會關係以及「是非」、「對錯」等道德要求的願望，追求「無拘無束」、「無憂無慮」、「自由自在」、「閒適寧靜」的生活狀態，社會生活充滿人情和道德的要求，「我」在社會中、群體中獲得的同時也被它所牽絆。中國觀眾想要掙脫人情和道德的束縛，追求自然、自由和自在的天性。這與陶淵明「少無適俗韻，性本愛丘山。誤落塵網中，一去三十年。羈鳥戀舊林，池魚思故淵。開荒南野際，守拙歸園田」的詩句體現了一致的追求。

而英文評論中，西方觀眾對這些體現中國人對理想社會嚮往的意象有了很不一樣的解讀和想像。西方觀眾同樣識別出視頻中蘊含的鄉村/傳統與現實生活中城市/現代兩種生活方式間的差異。英文評論將城市生活或社會生活與「快節奏」、「壓力」、「物質沉迷」、「無意義」等聯繫在一起。李子柒「from scratch」（從零開始）製作一切東西的生活在英文評論中被反覆強調，因為城市生活沒有給人們發揮這樣的才能提供足夠的空間（City life doesn't leave much room for real talents）。而鄉村生活則與「充實」、「本質」、「有意義」聯繫在一起。



《傳播與社會學刊》，(總)第60期(2022)

@Larimar Sky: She chose to work super hard to give us a glimpse of something truly fulfilling and substantial. She is showing us that life doesn't have to be fast, convenient and full stress and addictions for so little meaning. I love the beauty and realism that these videos bring. (獲得148讚)

(作者翻譯：她選擇了非常努力地工作，使我們瞥見真正充實而本質的事物。她向我們展示了生活並不需要那麼快節奏、方便、充滿壓力、為一點點意義而上癮。我喜歡這些視頻帶來的美麗和真實感。)

在西方觀眾的解讀中，城市生活給人們提供的「方便」(convenient)、「現成」(Everything is already prepared for us)起到了負面的作用，人們在享受「方便」和「現成」的同時損失了展露個人才能、充實生活意義的機會。而李子柒的鄉村生活則可以更充實、更貼近生活的本質，個人自身完整的意義也得以保留。正如盧梭所認為的，人創造的社會文明束縛了人的自然天性，文明人為了適應社會、適應他人而喪失了自我和自由(魯樞元、馬治軍，2011)。

### 物質自然：和諧共生的自然 vs 需要保護的客體

「親近自然」是李子柒視頻主要運用的符碼之一。在佔大多數的美食類視頻中，整支視頻通常以「採摘食材—製作美食—品嚐美食」為主體結構，場景之間有自然風景作為過渡。在中文評論中，中國觀眾表達對「大自然的饋贈」的感恩，在中國觀眾看來，自然與人的生命密切連接，李子柒的生活方式保持了與自然的和諧關係。

@做個廢柴還要浪：用了好幾個小時把你所有的視頻都看完，好喜歡這種古風古韻的美食視頻，所有食材都取源於天地萬物。(獲得591讚)

中國觀眾還以視頻中出現的「物」為線索，將視頻中的器皿、工具與親身體驗勾連，展開自己的生活回憶。這可能是由於對視頻中「物」

「桃花源」與「伊甸園」

層面的符號擁有更多直接體驗和感受的中國觀眾，不須經歷一個分析的過程。而西方觀眾則驚詫於視頻中出現的「物」，他們很容易注意到器物的質地、材料等，認為李子柒使用的「木製的碗」、「石砌的灶」是環保生活方式的象徵，而自己應該向她的生活方式學習。

@Lmystery Dmystery: There is something so beautiful about the way she cooks. The wooden utensils and bowls she uses, the clear running water, the fire for cooking, the fresh ingredients she harvests herself; they are all so pure and natural and authentic. (獲得 1,050 讚)

(作者翻譯：她的烹飪方式真是太美了。她使用的木製器皿和碗、清澈的流水、做飯的火、她自己收穫的新鮮食材；它們都如此純粹、自然、真實。)

在英文評論中，觀眾認為她採摘的新鮮食材「純粹、自然、真實」(pure and natural and authentic)。還有人注意到她只從每朵玫瑰上摘下一片花瓣而不是將整朵摘下後取下所有花瓣 (only takes a single petal from each rose)。認為她沒有浪費任何東西 (nothing is wasted)，而我們應該高效利用自然資源 (use it efficiently)。「This is how humans should live with nature...as guardian」(這就是人類應該如何與大自然一起生活……作為守護者)，從這句中我們可以很好地體會西方觀眾對李子柒親近自然行為的想像，即如守護者一般保護自然，此時的自然作為與人相對的客體出現。還有西方觀眾借著評論發出「阻止氣候變暖和污染」(We must stop global warming and pollution)的倡議。按照 Kluckhohns 和 Strodbeck 的理論，不同於中國文化「人與自然和諧相處」的自然觀，西方文化的自然觀是「人征服自然」，即不斷「人化自然」，將自然置於人類的控制之下 (Samovar, Porter, & McDaniel, 2010, pp. 210–212)。無論是「破壞」或「保護」自然，人與自然兩分的基本取向是不變的。

象徵自然：可以歸隱的對象 vs 平衡「技術世界」的療法

李子柒「親近自然」的生活被中西方觀眾認為是具有象徵性的。從中文評論中，本文歸納出兩個主要方向。首先，在中國觀眾看來，自

《傳播與社會學刊》，(總)第60期(2022)

然/鄉村是可以歸隱的。很多中文評論表達了對鄉村生活的嚮往，想要「找個安靜的院子」。在一個高讚評論中，評論者認為功成名就後的「歸田卸甲」是最幸福的。也有很多中文評論認為「現代社會我們多數人沒法有你視頻中的這種詩畫般愜意的生活」，但是視頻中的「隱者風範」也在該評論中得到了確認。如同另一個評論所說：「子柒的作品，美不勝收。細品時，有一種『我觀卿在幕前，你替我守田園』的無限美感」。生活在城市的現代中國人即使「回不去」，也在心中保留自然/鄉村這一可以歸隱的「理想鄉」。

其次，中國觀眾借李子柒視頻親近自然的生活展開對平淡境界的想像和追求。有評論直接談及從視頻中體會到「平淡、淡泊」的意境。有評論列舉生活中的平淡事或是兒時生活的細節，感歎「江湖快意，人生過癮，不過如此而已」。還有評論講到李子柒的視頻讓他們想到了一些文學作品，例如汪曾祺的《故鄉的食物》與沈復的《浮生六記》，講的多是平常日子、平淡生活。《道德經》言：「五色令人目盲，五音令人耳聾，五味令人口爽。」繽紛色彩、嘈雜音調、豐盛食物令人感官失靈，平淡自然才能體察出生活之味。中國觀眾通過觀看李子柒的視頻跳脫現實，體會平淡的境界。

同樣是親近自然的鄉村生活，我們從英文評論中卻發現了很不一樣的想像。如果說中文評論的想像是「以歸隱和平淡來跳脫現實生活」，那麼從英文評論中我們則可以偵查出「以自然和鄉村來平衡技術世界」的想像。英文評論中也有一些「歸隱」的評論，例如：

@sailorginger: Watching her videos, no joke, makes me want to go live on a farm in the middle of nowhere and learn from someone how to live off the land make things for yourself like she does. This is the way humans are meant to live, creating art and living so closely with nature, utilizing it while respecting it. (獲得4,746讚)

(作者翻譯：看著她的視頻，不開玩笑，讓我想住在一個茫茫荒野中的農場裡，向某人學習如何在這片土地上生活，像她一樣自己造東西。這是人類注定要過的生活，創造藝術而且與自然如此緊密地生活，在尊重的同時利用自然。)

「桃花源」與「伊甸園」

評論者看到李子柒住在農村、自己造東西後，也想像她一樣「找一個農場住下」，但是這種「歸隱」與中國觀眾跳脫現實生活體會平淡境界的想像不同，他想到重新與自然建立一種「尊重的同時利用自然」的關係。在這類評論中，西方觀眾多使用「我們」(we/us/humans)而中國觀眾則多使用「我」，是個人的歸隱。這與梭羅《瓦爾登湖》的「歸隱」是暗合的。梭羅走進瓦爾登湖畔的山林中，並不是像陶淵明那樣獨自脫離「塵網」，而是為了證明和宣導自己的生活方式，甚至是為了取得向現代社會控訴的證據(魯樞元、馬治軍，2011)。為什麼需要這種西方意義上的「歸隱」，為什麼同樣的鄉村「風景」給了中西方觀眾如此不同的想像，我們仔細查看了其他關涉人與自然關係的英文評論。

我們發現，西方觀眾認為李子柒視頻中的生活方式與現代西方或工業技術的生活方式不同，她的工作方式是「傳統生活與現代生活的平衡」(balance between traditional and modern life)，「我們每個人的內心深處都嚮往這種與自然的連接」(deep down inside each of us longing for these kinds of connection with nature)，但是「現在的人類與自然如此地脫節」(human condition nowadays that is so disconnect with nature)。她的工作方式達到了這種「平衡」和「連接」，為我們提供了「現代社會與傳統生活方式連接何以成為可能」(how modern society can be connected to the old ways of living)。英文評論小心地處理了「自然」與「技術」、「現代生活」與「傳統生活」之間的關係，強調對她的工作方式的採納和宣導可以平衡或救治由於科學、技術、工業等發展而產生的現代/技術世界的種種弊端。

已有很多研究闡發中西方文化中這兩種回歸自然的象徵意義。有學者比較了英國詩人華茲華斯和陶淵明的自然山水詩，認為華茲華斯描繪了一個未受工業文明破壞的「天國」，認為熱愛自然、回歸自然是拯救工業社會弊端的良方。而陶淵明則借山水抒發感情，指向的是淡化人與社會、理想與現實的矛盾，追求一種永恆、自由、和諧的理想境界(程小玲、王智華，2008)。海德格爾區分「本真」與「非本真」兩種「人生在世」的狀態，認為「沉淪」或「非本真狀態」是「人生在世」的必然，而陶淵明則認為有「醒」和「醉」兩類取捨異境的人，「落塵網」也是「誤入」而並非必然。兩人都想返璞歸真，但海德格爾是想超出統治人

《傳播與社會學刊》，(總)第60期(2022)

的物以達到真，而陶淵明是想超出「世俗之塵埃」以反乎真(張世英，1991)。朱利安(2017)在詮釋中西方文化與哲學時指出，語言文化的區隔使得中西方關於「風景」的觀念被建構成兩種平行的可能性。「風景」在歐洲被建構為「自然呈現給一位觀者的大地之局部」，風景是視線從一塊「大地」剪裁出來的。它暗示了站在風景之外的主體用視覺的方式對作為客體之部分的風景的作用。而中國的「山」/「水」，一方是向上延展的山，一方是往下延展的水，相反相應地在兩者的無窮互動中生成萬物而不再需要一個外部的主體以及「呈現於眼前」的風景，沒有「我—主體」立場的個別化，沒有從大地剪裁風景，而是「遊」於山水之間。因此，對中國觀眾來說自然山水是可歸隱的，可以像欣賞水墨畫一樣，體驗主客相融、情景交融的意境(侯凡躍、林升棟、程紅，2018)。

### 「桃花源」與「伊甸園」：中西方觀眾的闡釋框架

桃花源與伊甸園是中西方觀眾在解碼李子柒視頻時直接使用的意象，也是中西方文化中的深層資源。伊甸園出自西方文化的《聖經》傳統，是上帝為人類創造的第一個家園。按照《聖經》的描述，伊甸園有「各樣的樹從地裡長出來，可以悅人的眼目，其上的果子好作食物……有河從伊甸流出來滋潤那園子。」亞當和夏娃居住在伊甸園，直到他們因蛇的誘惑偷食禁果而被上帝逐出伊甸園，從而人類出生就帶有「原罪」，上帝的拯救是人重新回到與上帝共在的超越世界的唯一出路。桃花源則出自東晉詩人陶淵明的《桃花源詩並序》，陶淵明通過「漁人誤入桃花源」的故事，為讀者建構了一個「有良田、美池、桑竹之屬；阡陌交通，雞犬相聞……黃髮垂髫，並怡然自樂」的理想世界。這個故事不僅對中國文化和中國人的心靈影響深遠，還在朝鮮半島、日本等地區廣泛傳佈，對整個東亞文化都產生了很大的影響，有大量以「桃花源」為主題的山水畫作(石守謙，2015)。李澤厚(2014：205)在談及宗教經驗時，認為「中國的山水畫有如西方的十字架」。自然山水給予中國人一種與宗教經驗類似的體驗，但又沒有指向另一個「超越世界」，而是一種「田園懷想」的情懷心境和「超越人世凡俗的超脫感」。也就是

## 「桃花源」與「伊甸園」

說，中國人在構想理想生活時不需要借助一個超越的「理型世界」而是一種安頓於現世的「內在超越」。

如前文所述，通過以「生活」為中心的中英評論的對比和梳理，我們可以發現中英文評論對李子柒生活「桃花源」與「伊甸園」的指稱並非只是名稱上的區別，兩者包含著中西方觀眾對李子柒視頻相同影像內容十分不同的意義解讀。中西方觀眾充分理解了李子柒視頻傳達的「慢節奏」、「獨處」、「親近自然」的主導話語，但都在各自的語言文化下借助不同的闡釋框架對李子柒視頻進行解碼。中國觀眾的闡釋框架來自於「桃花源」的傳統，將李子柒慢節奏的生活解讀為對快節奏現代生活的跳脫；將獨處的生活解讀為對人情、道德束縛的衝破；將親近自然的生活解讀為人與自然和諧相處，面向自然的出世與歸隱，追求平淡的生活境界。中國觀眾通過李子柒視頻想像一個可以逃離現實生活而歸隱之地，遠離現實世界的喧囂和束縛，人情質樸，生活平淡逍遙。正像陶淵明筆下的「桃花源」一樣，敘事中包含了「入世—出世」的轉化。西方觀眾的闡釋框架則來自於「伊甸園」的傳統，將李子柒慢節奏的生活解讀為主動放慢生活節奏；將獨處的生活解讀為對生活本質的追尋和對個人完整意義的整全；將親近自然的生活解讀為對自然環境的保護，重新與自然建立一種連接，從而平衡或治療現代社會「技術世界」對「自然世界」的不斷侵佔。西方觀眾通過李子柒視頻想像一個失去的樂園，以緬懷過去的心情遐想與世界重新「連接」和「共生」，以此作為對技術世界的反抗，高舉自然和生活，作為對「不完整」現實的拯救，想像著回到一種「原初」的狀態。正像人類失去的地上樂園「伊甸園」一樣，敘事中包含著「原初的純潔—人性的墮落—上帝的拯救」。

按照利貝斯和凱茨提出的確定一個文化產品是否屬於「文化帝國主義」的標準，西方觀眾對李子柒視頻的解碼與生產者的編碼方式並非完全相同，也與中國觀眾的解碼方式存在很大差異；西方文化傳統為西方觀眾提供了一套不同的闡釋框架，形成不同的意義解讀，並沒有產生對其文化的滲透；李子柒視頻的生產者也沒有過多考慮「文化輸出」的問題。因此，李子柒視頻在全球的傳播並不能看作是文化帝國主義現象，也並不是具有單向性和強制接受意味的「文化輸出」。雖然「文化



《傳播與社會學刊》，(總)第60期(2022)

輸出」或中國學者積極宣導的「中國文化走出去」(spreading Chinese culture) 源於中國文化對世界有其獨特價值和貢獻的假設 (Sparks, 2019)，但傳播與接受畢竟不是一回事，觀眾在接受文本主導符碼基礎上運用根植於本文化的闡釋框架協商文本意義，通過積極捲入視頻，形成不同的意義解讀和在地想像。這是霍爾「編碼/解碼」理論和積極受眾論給中國對外傳播應該達到什麼樣的效果的啟示。

## 結論與建議

本文以「編碼/解碼」理論及積極受眾論為理論視域，運用文本分析的方法，對中西方觀眾對李子柒視頻的意義解讀、闡釋框架進行了研究和討論，得出了以下發現：首先，中西方觀眾都識別出了李子柒視頻所傳達的「慢節奏」、「獨處」、「親近自然」的主導話語，中國觀眾以接近生產者編碼框架的方式進行解碼，形成了「跳脫快節奏生活，衝破人情道德束縛，與自然和諧相處，走進自然出世歸隱，追求平淡境界」的意義解讀。西方觀眾則運用根源於西方文化的闡釋框架，形成了「放慢生活節奏，整全個人意義，保護自然環境，與自然重建連接，平衡或治療技術世界對自然世界的侵佔」的意義解讀。其次，本研究通過「桃花源」與「伊甸園」故事的回溯，將中西方不同的意義解讀與其勾連起來，指出「桃花源」與「伊甸園」所建構的理想世界及其實現方式是中西方觀眾解碼李子柒視頻的不同闡釋框架。最後，本研究認為，由於西方觀眾的解碼方式與中國觀眾的解碼方式、視頻生產者的編碼框架並不相同，因而並不是一次「文化帝國主義」事件，也不是具有單向性和強制性的「文化輸出」。李子柒視頻植根於中國文化，傳達出中國人共有的一種生活理想，中國觀眾也準確解讀出其中的意義。但李子柒的影像並沒有試圖封閉這種意義，而是形成了一種「虛位以待」的邀請，歡迎不同文化群體的觀眾調動自己的文化和生活經驗積極解讀視頻，形成中西方不同的解讀和想像。

事實上，與李子柒類似的全球範圍流行的影像很多，前文提及的《達拉斯》就是其中一例。作為20世紀80年代美國第一個在海外市場上



與美國本土一樣大獲成功的通俗文化產品(陸曄, 2004),《達拉斯》最初只是一部針對美國觀眾的肥皂劇,該劇在美國高踞收視率榜首後,很快席捲全球90多個國家,引起學術界的關注。最初學者們也將其視之為「文化帝國主義」事件,美國文化資訊在洛杉磯被預先包裝好,然後運往地球上各個文化村,最後在每一個村莊被完整解開。但利貝斯和凱茨(2003)的研究發現,該劇的阿拉伯人和摩洛哥猶太人觀眾、俄羅斯觀眾、美國和以色列觀眾以及日本觀眾對該劇展現出了很不一樣的解讀。一部全球流行的影像在落地過程中產生了不同的想像。《達拉斯》並不是有意設計來為美國的文化輸出服務的,海外受眾的文化語境使得接收者可能採取與編碼者或本土觀眾不同的方式來解碼(莫利、羅賓斯, 2001)。《達拉斯》與李子柒視頻的成功歸咎於它們對多樣解讀的開放性,不同文化群體的觀眾能自由地參與到對影像的積極解讀過程中,並藉此強化了他們對世界和生活的固有認知。

正如目前不同文化間觀眾解讀的比較視角在李子柒視頻研究中的缺場,受眾解讀比較研究的缺席使得對外傳播研究存在遮蔽。我們的研究興趣源自於這一疑問:根植於中國文化的視頻跨越文化邊界在海外取得成功,其中是否包含部分西方學者所質疑的「文化帝國主義」的企圖或部分中國媒體和公眾所期待的「文化輸出」的對外傳播效果。大多數研究專注於從文本視角去解釋「李子柒視頻為何成功」,卻很少有研究去揭示李子柒視頻是如何被海外觀眾解碼,或去驗證海外受眾是否完全按照編碼者賦予的意義去解讀李子柒視頻,而這正是「文化輸出」得以可能的前提。本研究從受眾研究視角出發,發現西方觀眾與中國觀眾運用不同的闡釋框架對李子柒視頻展開意義協商,形成很不一樣的意義解讀,從而再次驗證了「積極受眾」的理論假說。在此基礎上,我們得出李子柒視頻的全球流行並不是「文化帝國主義現象」或「文化輸出」。這為近年來中國文化媒介產品全球流行引發的「文化帝國主義」和「文化殖民」的質疑提供了回應的經驗證據,也為我們重新思考中國對外傳播應該達到什麼樣的效果提供了一個反思的機會。中國的對外傳播實踐應有別於文化帝國主義。宏觀上應該構建文化間相互欣賞、相互理解、相互尊重的傳播格局,而在具體傳播內容的理解上則

《傳播與社會學刊》，（總）第60期（2022）

應達成各美其美、和而不同，不追求將原國文化的涵義不失真、不打折扣地傳遞給目標國，而是允許不同文化群體的受眾對中國文化產品有不同的共鳴，求美存異。

朱利安提出的「曖昧」概念或許可供我們借鑒。不同於一詞多義的「多義性」，「曖昧」是指被語言區隔的兩種可能的情形，但事實上它們是不可分開的，例如「喜極而泣」、「愛恨相交」等狀態，讓人說不出是喜還是憂、是愛還是恨。在言說上，為了避免混淆，朱利安提出的辦法是「趕除多義性，展開曖昧」。盡力說清楚一詞多義的情形，避免傳受雙方的誤解；而那些曖昧性的事物或情況，就應該開採曖昧性（卓立，2018）。李子柒視頻民間主體、商業運作、跨平台的跨文化傳播活動或許正是無意間運用了這種「曖昧性資源」。「慢節奏」、「獨處」、「親近自然」的主導符碼由中西方「桃花源」與「伊甸園」的不同闡釋框架所解碼，卻並不妨礙不同文化觀眾對李子柒視頻的欣賞和喜愛。每個文化的心中都活著一個「李子柒」，儘管她的模樣不盡相同。總之，中國文化的對外傳播實踐，應該走出「文化輸出」的效果觀和目標設定方式，不拘泥於某一文化產品對中國文化表述及海外受眾理解的「絕對準確」，而是追求文化間在交流互動中相互欣賞的傳播效果，允許海外受眾對中國文化的包容性理解和在地化詮釋。其次，在將文化視作一種需要跨越的障礙的同時，也視作一種可供溝通的資源，在中外受眾理解的比較中深入挖掘曖昧性資源，以此開顯文化間溝通的更多可能。最後，應該建立適應和而不同傳播目標的長期、整體、開放的效果評估體系。

本研究也存在一些不足。研究對象上，網路視頻熱門評論雖然具有更加「自然」的優勢，但參與評論的僅是部分觀眾，未評論的觀眾沒有被納入本研究的考察範圍，文化群體中的冷門評論亦未入選；歐美用戶英文評論的篩選包含研究者的主觀判斷而可能存在誤差。研究方法上，本文採用的文本分析法在對評論文本的解釋上存在一定主觀性。未來研究可利用量化方法，提升分析的客觀性。還可將未參與評論的觀眾和冷門評論納入研究範圍，進一步呈現受眾解讀的複雜性和多樣性。另外，由於研究者語言能力限制，本研究僅將中英文評論作為樣本，而李子柒在海外視頻平台還有大量西班牙語、阿拉伯語、俄

語、泰語、越南語等不同語言的評論。未來研究可針對其他語言進行對比分析，揭示不同文化群體對李子柒視頻的解讀，在更廣闊的文化背景中驗證研究的有效性。

## 註釋

- 1 資料截至2019年12月27日。
- 2 例如：辛識平(2019年12月11日)。「辛識平：讀懂「李子柒」此中有真意」。取自人民網，<http://media.people.com.cn/n1/2019/1211/c40606-31500047.html>。
- 3 根據noxinfluencer.com、youtube.com、weibo.com整理，資料截至2019年12月7日。

## 參考文獻

### 中文部分 (Chinese Section)

- 王嶽川(2011)。《文化輸出：王嶽川訪談錄》。北京：北京大學出版社。
- Wang Yuechuan (2011). *Wenhua shuchu: Wang Yuechuan fangtanlu*. Beijing: Beijing daxue chubanshe.
- 石守謙(2015)。《移動的桃花源：東亞世界中的山水畫》。北京：生活·讀書·新知三聯書店。
- Shi Shouqian (2015). *Yidong de taohuayuan: Dongya shijie zhong de shanshui hua*. Beijing: Shenghuo dushu xinzhishi sanlian shudian.
- 朱利安(2004)。《聖人無意——或哲學的他者》(閔素偉譯)。北京：商務印書館。(原書Jullien, F. [1998]. *Un sage est sans idée. Ou l'autre de la philosophie*. Paris: Éditions du Seuil.)
- Zhu Lian (2004). *Shengrenwuyi——Huo zhexue de tazhe* (Yan Suwei, Trans.). Beijing: Shangwu yinshuguan. (Original book: Jullien, F. [1998]. *Un sage est sans idée. Ou l'autre de la philosophie*. Paris: Éditions du Seuil.)
- 朱利安(2017)。《山水之間：生活與理性的未思》(卓立譯)。上海：華東師範大學出版社。(原書Jullien, F. [2014]. *Vivre de paysage ou L'impensé de la Raison*. Paris: Éditions Gallimard.)
- Zhu Lian (2017). *Shanshui zhijian: Shenghuo yu lixing de weisi* (Zhuo Li, Trans.). Shanghai: Huadong shifan daxue chubanshe. (Original book: Jullien, F. [2014]. *Vivre de paysage ou L'impensé de la Raison*. Paris: Éditions Gallimard.)

《傳播與社會學刊》，(總)第60期(2022)

- 任孟山、李呈野(2020)。〈中華文化對外傳播的新時代經驗與可能路徑——李子柒爆紅海外給國際傳播帶來的思考〉。《對外傳播》，第1期，頁16-18。
- Ren Mengshan, Li Chengye (2020). *Zhonghua wenhua duiwai chuanbo de xin shidai jingyan yu keneng lujing*——Li Ziqi baohong haiwai gei guoji chuanbo dailai de sikao. *Duiwai chuanbo*, 1, 16-18.
- 李麗穎(2009)。〈美劇《六人行》的跨文化接受研究——大學生解讀《六人行》案例分析〉。《廣東外語外貿大學學報》，第6期，頁67-71。
- Li Liying (2009). *Meiju Liurenxing de kua wenhua jieshou yanjiu*——Daxuesheng jiedu Liurenxing anli fenxi. *Guangdong waiyu waimao daxue xuebao*, 6, 67-71.
- 李澤厚(2014)。《李澤厚對話集·中國哲學登場》。北京：中華書局。
- Li Zehou (2014). *Li Zehou duihuaji Zhongguo zhexue dengchang*. Beijing: Zhonghua shuju.
- 李俐(2019年12月13日)。〈李子柒給「文化輸出」加註新解〉。上網日期：2019年12月27日，取自中國新聞網，<http://fortune.chinanews.com/cul/2019/12-13/9033170.shtml>。
- Li Li (2019, December 13). Li Ziqi gei “wenhua shuchu” jiazhu xinjie. *Zhongguo xinwen wang*. Retrieved December 27, 2019, from <http://fortune.chinanews.com/cul/2019/12-13/9033170.shtml>.
- 牡丹(2016)。〈鏡像蘇州：市民參與和話語重構——對UGC視頻和網友評論的文本分析〉。《新聞與傳播研究》，第8期，頁88-108。
- Du Dan (2016). *Jingxiang Suzhou: Shimin canyu he huayu chonggou*——Dui UGC shipin he wangyou pinglun de wenben fenxi. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 8, 88-108.
- 邱凌、韓婕(2017)。〈網絡玄幻小說的文化雜糅及跨文化傳播解讀〉。《現代傳播(中國傳媒大學學報)》，第9期，頁96-101。
- Qiu Ling, Han Jie (2017). *Wangluo xuanhuan xiaoshuo de wenhua zarou ji kua wenhua chuanbo jiedu*. *Xiandai chuanbo (Zhongguo chuanmei daxue xuebao)*, 9, 96-101.
- 何曉燕(2018)。〈從點擊的量到傳播的質：中國電視劇海外網絡平台傳播研究〉。《現代傳播(中國傳媒大學學報)》，第6期，頁105-111。
- He Xiaoyan (2018). *Cong dianji de liang dao chuanbo de zhi: Zhongguo dianshiju haiwai wangluo pingtai chuanbo yanjiu*. *Xiandai chuanbo (Zhongguo chuanmei daxue xuebao)*, 6, 105-111.

- 周宇豪 (2013)。〈文化軟實力傳播過程中的輸出性與滲透性研究——以孔子學院為例〉。《現代傳播(中國傳媒大學學報)》，第5期，頁55–61。
- Zhou Yuhao (2013). Wenhua ruan shili chuanbo guocheng zhong de shuchu xing yu shentou xing yanjiu——Yi Kongzixueyuan weili. *Xiandai chuanbo (Zhongguo chuanmei daxue xuebao)*, 5, 55–61.
- 周潔 (2019)。《原生態類美食短視頻中的中國逸文化傳播研究——以「李子柒」短視頻為例》。山東大學新聞傳播學院碩士論文。
- Zhou Jie (2019). *Yuan shengtai lei meishi duan shipin zhong de Zhongguo yi wenhua chuanbo yanjiu——Yi “Li Ziqi” duan shipin weili*. Shandong daxue xinwen chuanbo xueyuan shuoshi lunwen.
- 卓立 (2018)。《暢活存在：進入朱利安的思想》。台北：開學文化。
- Zhuo Li (2018). *Changhuo cunzai: Jinru Zhu Lian de sixiang*. Taipei: Kaixue wenhua.
- 林升棟、王婷婷 (2021)。〈全球影像的在地想像：中英文電影簡介的詮釋學分析〉。《現代傳播(中國傳媒大學學報)》，第1期，頁103–109。
- Lin Shengdong, Wang Tingting (2021). *Quanqiu yingxiang de zaidi xiangxiang: Zhongyingwen dianying jianjie de quanshi xue fenxi*. *Xiandai chuanbo (Zhongguo chuanmei daxue xuebao)*, 1, 103–109.
- 柯利弗德·格爾茨 (1999)。《文化的解釋》(韓莉譯)。南京：譯林出版社。(原書 Geertz, C. [1973]. *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.)
- Kelifude Geerci (1999). *Wenhua de jieshi* (Han Li, Trans.). Nanjing: Yilin chubanshe. (Original book: Geertz, C. [1973]. *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.)
- 侯凡躍、林升棟、程紅 (2018)。〈主客相融與主客相分：一項中國青年人的水墨畫審美實證研究〉。《現代傳播(中國傳媒大學學報)》，第9期，頁99–107。
- Hou Fanyue, Lin Shengdong, Cheng Hong (2018). *Zhuke xiangrong yu zhuke xiangfen: Yixiang Zhongguo qingnianren de shuimo hua shenmei shizheng yanjiu*. *Xiandai chuanbo (Zhongguo chuanmei daxue xuebao)*, 9, 99–107.
- 泰瑪·利貝斯、艾利休·凱茨 (2003)。《意義的輸出：〈達拉斯〉的跨文化解讀》(劉自雄譯)。北京：華夏出版社。(原書 Liebes, T., & Katz, E. [1993]. *The export of meaning: Cross-cultural readings of Dallas*. Oxford: Blackwell.)
- Taima Libeisi, Ailixiu Kaici (2003). *Yiyi de shuchu: “Dalasi” de kua wenhua jiedu* (Liu Zixiong, Trans.). Beijing: Huaxia chubanshe. (Original book: Liebes, T., & Katz, E. [1993]. *The export of meaning: Cross-cultural readings of Dallas*. Oxford: Blackwell.)

《傳播與社會學刊》，(總)第60期(2022)

- 徐鍵(2017)。〈當代中國「國禮」中的政治傳播及文化輸出研究〉。《現代傳播(中國傳媒大學學報)》，第7期，頁165-167。
- Xu Jian (2017). Dangdai Zhongguo "guoli" zhong de zhengzhi chuanbo ji wenhua shuchu yanjiu. *Xiandai chuanbo (Zhongguo chuanmei daxue xuebao)*, 7, 165-167.
- 姬德強(2020)。〈李子柒的回聲室？社交媒體時代跨文化傳播的破界與勘界〉。《新聞與寫作》，第3期，頁10-16。
- Ji Deqiang (2020). Li Ziqi de huishengshi? Shejiao meiti shidai kua wenhua chuanbo de pojie yu kanjie. *Xinwen yu xiezuozuo*, 3, 10-16.
- 莫利、羅賓斯(2001)。《認同的空間：全球媒介、電子世界景觀和文化邊界》(司艷譯)。南京：南京大學出版社。(原書Morley, D., & Robins, K. [1995]. *Spaces of identity: Global media, electronic landscapes and cultural boundaries*. London; New York: Routledge.)
- Moli, Luobinsi (2001). *Rentong de kongjian: Quanguo meijie, dianzi shijie jingguan he wenhua bianjie* (Si Yan, Trans.). Nanjing: Nanjing daxue chubanshe. (Original book: Morley, D., & Robins, K. [1995]. *Spaces of identity: Global media, electronic landscapes and cultural boundaries*. London; New York: Routledge.)
- 陸曄(2004)。〈解讀《達拉斯》：文化帝國主義的尷尬〉。《新聞記者》，第11期，頁11-13。
- Lu Ye (2004). Jiedu *Dalasi*: Wenhua diguo zhuyi de ganga. *Xinwen jizhe*, 11, 11-13.
- 莊祖鯤(2009)。《說禪論道：基督教與儒、釋、道之對話》。北京：世界知識出版社。
- Zhuang Zukun (2009). *Shuochan lundao: Jidujiao yu ru, shi, dao zhi duihua*. Beijing: Shijie zhishi chubanshe.
- 陳霖、李霽(2010)。〈青年亞文化的跨文化解讀——對《緋聞少女》中美粉絲群的比較研究〉。《深圳大學學報(人文社會科學版)》，第5期，頁13-19。
- Chen Lin, Li Ji (2010). Qingnian ya wenhua de kua wenhua jiedu——Dui *Feiwen shaonü* Zhongmei fensiqun de bijiao yanjiu. *Shenzhen daxue xuebao (Renwen shehui kexue ban)*, 5, 13-19.
- 陳力丹、林羽豐(2014)。〈繼承與創新：研讀斯圖亞特·霍爾代表作《編碼/解碼》〉。《新聞與傳播研究》，第8期，頁99-112。
- Chen Lidan, Lin Yufeng (2014). Jicheng yu chuangxin: Yandu Situyate Huoer daibiaozuo *Bianma/jiema*. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 8, 99-112.
- 張世英(1991)。〈海德格爾的形而上學——兼析陶淵明的詩〉。《文史哲》，第2期，頁37-45。



- Zhang Shiyang (1991). Haidegeer de xingershang xue——Jian xi Tao Yuanming de shi. *Wenshizhe*, 2, 37–45.
- 湯林森 (1999)。《文化帝國主義》(馮建三譯)。上海：上海人民出版社。(原書 Tomlinson, J. [1991]. *Cultural imperialism: A critical introduction*. Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press.)
- Tanglinsen (1999). *Wenhua diguo zhuyi* (Feng Jiansan, Trans.). Shanghai: Shanghai renmin chubanshe. (Original book: Tomlinson, J. [1991]. *Cultural imperialism: A critical introduction*. Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press.)
- 費孝通 (2007)。《鄉土中國》。上海：上海世紀出版集團。
- Fei Xiaotong (2007). *Xiangtu Zhongguo*. Shanghai: Shanghai shiji chubanshe.
- 程小玲、王智華 (2008)。〈恬靜悠遠的生態詩——陶淵明、華茲華斯詩歌中的生態思想比較〉。《江西社會科學》，第11期，頁110–112。
- Cheng Xiaoling, Wang Zhihua (2008). Tianjing youyuan de shengtai shi——Tao Yuanming, Huazhihuasi shige zhong de shengtai sixiang bijiao. *Jiangxi shehui kexue*, 11, 110–112.
- 彭侃 (2014)。〈重探傳播學研究中的文化帝國主義理論〉。《新聞春秋》，第3期，頁45–55。
- Peng Kan (2014). Chongtan chuanboxue yanjiu zhong de wenhua diguo zhuyi lilun. *Xinwen chunqiu*, 3, 45–55.
- 曾一果、時靜 (2020)。〈從「情感按摩」到「情感結構」：現代性焦慮下的田園想像——以「李子柒短視頻」為例〉。《福建師範大學學報(哲學社會科學版)》，第2期，頁122–130。
- Zeng Yiguo, Shi Jing (2020). Cong “qinggan anmo” dao “qinggan jiegou”: Xiandaixing jiaolü xia de tianyuan xiangxiang——Yi “Li Ziqi duan shipin” weili. *Fujian shifan daxue xuebao (Zhaxue shehui kexue ban)*, 2, 122–130.
- 塔瑪·利博斯、索尼亞·利維斯通 (2001)。〈歐洲肥皂劇：多元化類型及意義解析〉。《新聞與傳播研究》，第1期，頁69–76。
- Tama Libosi, Suoniya Liweisitong (2001). Ouzhou feizaoku: Duoyuanhua leixing ji yiyi jixi. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 1, 69–76.
- 楊光宗、劉鈺婧 (2017)。〈從「受眾」到「用戶」：歷史、現實與未來〉。《現代傳播(中國傳媒大學學報)》，第7期，頁31–35。
- Yang Guangzong, Liu Yujing (2017). Cong “shouzhong” dao “yonghu”: Lishi, xianshi yu weilai. *Xiandai chuanbo (Zhongguo chuanmei daxue xuebao)*, 7, 31–35.
- 蔡元培 (1984)。〈東西文化結合〉。高平叔(編)，《蔡元培全集(第四卷)》(頁50–52)。北京：中華書局。



《傳播與社會學刊》·(總)第60期(2022)

Cai Yuanpei (1984). Dongxi wenhua jiehe. In Gao Pingshu (Ed.), *Cai Yuanpei quanji (disijuan)* (pp. 50–52). Beijing: Zhonghua shuju.

魯樞元、馬治軍(2011)。  
〈元問題：人與自然——關於陶淵明與盧梭、梭羅的比較陳述〉。  
《文藝研究》，第2期，頁31–39。

Lu Shuyuan, Ma Zhijun (2011). Yuan wenti: Ren yu ziran—Guanyu Tao Yuanming yu Lusuo, Suoluo de bijiao chenshu. *Wenyi yanjiu*, 2, 31–39.

### 英文部分 (English Section)

Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. London, UK: Methuen.

Boyd-Barrett, O. (2015). *Media imperialism*. London, UK: Sage.

Demont-Heinrich, C. (2019). New global music distribution system, same old linguistic hegemony? Analyzing English on Spotify. In O. Boyd-Barrett & T. Mirrlees (Eds.), *Media imperialism: Continuity and change* (pp. 199–212). London, UK: Rowman & Littlefield.

Dorfman, A., & Mattelart, A. (1975). *How to read Donald Duck: Imperialist ideology in the Disney comic*. New York, NY: International General.

Gurevitch, M., Levy, M. R., & Roeh, I. (1991). The global newsroom: Convergences and diversities in the globalization of television news. In P. Dahlgren & C. Sparks (Eds.), *Communication and citizenship: Journalism and the public sphere in the new media age* (pp. 195–216). London and New York: Routledge.

Hall, S. (2006). Encoding/decoding. In M. G. Durham & D. M. Kellner (Eds.), *Media and cultural studies: Keywords* (pp. 163–173). Oxford, UK: Blackwell.

Jin, D. Y. (2019). Facebook's platform imperialism: The economics and geopolitics of social media. In O. Boyd-Barrett & T. Mirrlees (Eds.), *Media imperialism: Continuity and change* (pp. 187–198). London, UK: Rowman & Littlefield.

Li, J. (2020, August 12). *As China's vloggers draw international fans, Beijing sees soft power opportunity*. Retrieved September 11, 2020, from <https://www.voanews.com/east-asia-pacific/voa-news-china/chinas-vloggers-draw-international-fans-beijing-sees-soft-power>.

Liebes, T., & Katz, E. (1986). Patterns of involvement in television fiction: A comparative analysis. *European Journal of Communication*, 1(2), 151–171.

Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences: Or, what is the audience researcher to do in the age of the Internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75–86.

Morley, D. (1980). *The nationwide audience: Structure and decoding*. London, UK: British Film Institute.

「桃花源」與「伊甸園」

- Radway, J. A. (1991). *Reading the romance*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. (2010). *Communication between cultures*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Schiller, H. I. (1976). *Communication and culture domination*. White Plains, NY: International Arts and Sciences Press.
- Sparks, C. (2019). China: An emerging cultural imperialist. In O. Boyd-Barrett & T. Mirrlees (Eds.), *Media imperialism: Continuity and change* (pp. 275–290). London, UK: Rowman & Littlefield.

## 本文引用格式

- 普非拉、林升棟(2022)。「桃花源」與「伊甸園」：李子柒視頻的跨文化解讀。《傳播與社會學刊》，第60期，頁91–121。