

AIGC赋能中华优秀传统文化短视频传播的路径、困境与优化策略研究

李佳蔓

四川文化艺术学院 数字经济学院, 中国·四川 绵阳 621000

【摘要】随着生成式人工智能(AIGC)技术的迅猛发展,短视频内容创作的底层逻辑正经历着深度变革,为中华优秀传统文化的创新性传承与创造性转化带来前所未有的技术帮助。短视频凭借其便捷、碎片化且强互动的媒介特性,已成为传统文化触达公众特别是Z世代群体的主要途径,而AIGC的深度介入则进一步推动传统文化短视频从制作、显示到传播与接收的全流程变革。该文通过梳理AIGC在帮助中华优秀传统文化短视频传播里的具体实践方式,分析其在内容创作、文化展现、版权难题以及传播成效等领域面临的实际挑战,且从技术融合、深耕内容、规范管理、生态建立四个方面给出改进建议,意在为数字化时代中华优秀传统文化短视频传播提供理论支撑与实际指引。

【关键词】AIGC; 中华优秀传统文化; 短视频; 文化传播; 人机协同

引言

文化构成一个国度或者民族的精神内核与源头。习近平总书记指出,要推动中华优秀传统文化进行创造性转化与创新性发展,不断加强中华文明的国际影响力和传播成效。随着移动互联网的深度普及,短视频成为了网络视听领域里占比最大且发展速率最快的细分领域。《2025年生成式人工智能应用趋势报告》显示,截至2025年6月,中国的生成式人工智能用户数量达5.15亿,普及率为36.5%。在此期间短视频以94.6%的网民渗透率连续八年成为网民使用频次最高的媒介。技术跟媒介的双向融汇,让AIGC结合短视频变成传统文化传播里一条主要的新途径。

AIGC(也就是人工智能生成内容)是一种通过深度学习和机器学习技术,通过对海量数据集开展学习,进一步创作出文本、图片、音频、视频等原创内容的全新创作方式,和UGC以及PGC存在明显差异。以Sora、可灵AI、Vidu、Seedance等为标志的前沿视频生成模型相继问世,短视频制作正由依靠人力为主的时期进入技术引领的全新阶段,人机协同逐步成为网络视听内容创作的新样式。在该背景形势下,全面研究AIGC推动中华优秀传统文化短视频传播的实践模式、遭遇问题以及优化策略,不只是对数智时代如何传递中国故事这一主要课题的理论回应,还具备明显的现实参考意义。

1 AIGC赋能中华优秀传统文化短视频传播的现实路径

1.1 生产路径:全流程智能介入重构内容生产模式

AIGC给传统文化短视频制作带来的支持,并非局限于单一环节,而是全程融入素材收集、文案撰写、影像制作、声音处理、智能编辑等多个方面。在文字创作领域,大型语言模型可帮助开展主题规划、文稿撰写以及字幕编排工作,明显缩减前期筹备所需的时长;于音频创作领域,人工智能作曲与语音合成技艺能够为传统文化素材自动生成背景音乐与解说音轨;在视觉创作范围,文字生成视频和图像生成视频的模型能够把静态的文化要素转变为动态的视听成效。文旅部新闻中心与央视新闻联合发布的短视频《丹青中华|解谜宋朝人的生活密码》,运用AIGC技术同时处理《清明上河图》里的历史文献、考古资料以及图像信息,还通过三维数字技术以动态形式复现这幅传世名画,为观众营造回到大宋的沉浸式观赏体验。这种自动生成结合人工优化的创作模式,明显降低对专业装备和技术人员的依靠,使中小型创作者也能够打造出高品质的传统文化佳作,进一步促进创作能力的普遍普及与释放。

1.2 呈现路径:多模态表达构建沉浸式文化场景

AIGC模型的普遍适用性为创作者建立多方面、多场景的沉浸式文化传播体系提供帮助,促使传统文化传播从被动观看向主动参与转变。通过文本转化为视频、虚拟数字人阐释以及加强现实场景再现等技术手段相融合,顺利把抽象的文化符号转变为直观鲜活的视听体验。中央广播电视总台所推出的豫剧创演节目《相豫》,利用音乐生成技术把当代音乐融入到传统戏曲的唱腔之中,凭借计算机视觉

搭建虚拟舞台,为穆桂英等经典角色塑造出兼具传统韵味与现代美感的造型,顺利吸引不少年轻人关注豫剧文化。比如《解码中华文化基因》系列短视频通过AIGC等技术,把深厚的中华民族共同体精神转变为符合移动端传播的精炼叙事样式,建立起传递层次、价值视角和审美意象的三重交流方案,顺利促进中华文化基因和Z世代的多元互动。这些实践显示,AIGC正推动传统文化短视频的表达形式由单一记录转变为虚实融合,从平面式叙述走向场景式沉浸感受。

1.3 分发路径:算法驱动实现精准触达与圈层突破

在传播阶段,AIGC技术和推荐算法的融合明显地转变传统文化内容的传播模式。从某个角度看,算法模型能够精准分析目标群体的需求与喜好,促使文化内容实现定制化推送与高效触及,极大提高传播的精准度与影响力;换个角度讲,随着搜索与推荐联动机制的完善,用户从被动接纳转变为主动搜寻,主观能动性的提高为优秀传统文化内容营造持续传播的可能性。相关研究采用csQCA方法对AIGC视频广告传播效果开展组合分析,结果显示技术要素并非独自发挥效能,而是经由技术消隐、内容为重、技术融合、环境仿真、技术参与、情境沉浸等组合途径共同产生作用。这意味着提高传统文化短视频的传播成效同样需要技术配置和内容质量的协同改进,而非仅依靠技术的简单累加。

值得重点指出的是,推广成效的提高同样离不开营销观念的推动。根据4I理论(趣味、利益、互动、个性)开展的短视频营销实践表明,若要使传统文化内容确实突破传播圈层,需在坚守文化本质的基础上加强趣味显示、搭建互动体系以及突显个性特色。通过挑战赛、联合创作话题、虚拟偶像代言等途径,激发用户开展二次创作,把单向传播转化为裂变式传播。知识类短视频分解·整合·延伸的创作思路同样适用于传统文化题材。可把繁杂的知识体系拆分成利于传播的小模块,接着通过多途径分发搭建传播方案,最后凭借智能科技实现创作者、创作形式与受众的充分扩展和转变。

1.4 出海路径:数字丝绸之路拓展国际传播空间

在帮助数字丝绸之路建设的情形下,AIGC给传统文化视听作品的国际传播创造全新机遇。凭借多语言智能翻译、跨文化语境调适以及本地化内容打造,AIGC能够明显降低

传统文化在国际传播进程里出现的文化折损问题。各地主流媒体的对外传播实践显示,通过运用AIGC技术强化文本创作,并且关注海外受众的文化环境,能够采用个性化和常态化的表述方式拉近和国际观众的距离,进一步实现对城市与国家形象的生动塑造。从数字敦煌的虚拟重现到智能化制作的微短剧,AIGC正以更少的成本、更高的效能和更强的适配性帮助中华优秀传统文化走向世界,促进各国民众的相互认知。

2 AIGC赋能中华优秀传统文化短视频传播的现实困境

2.1 技术编码的文化偏差与意义稀释

根据斯图亚特·霍尔所提出的编码与解码理论,媒体内容的创作并非纯粹中立的技术性操作。AIGC编程过程依靠算法和数据,其训练数据的价值取向与意识形态特性实际上构成一种新的技术编码意图。若训练数据里传统中华文化占比不够,且标注质量参差不齐,所生成的内容极有可能出现对文化标识的错用、历史细节的误播以及价值核心的偏差。因为个体经验和文化背景存在差异,这会对信息的解读模式造成影响,也让意义的传播更难以预估。传统文化所蕴含的丰富内涵,也许在技术转换进程中被缩减为浅方面的视觉成效,进一步导致文化价值出现削弱和虚化的状况。

2.2 内容同质化与审美疲劳的隐忧

生成式AI大幅降低内容创作的难度,但是也引发创作模式趋同和大量复制的现象。若许多创作者采用类似的模型与提示语,传统文化短视频易产生主题雷同、风格近似以及叙事套路化的状况。当短视频行业进入存量竞争时期,用户规模的增长速度降到0.8%,这意味着高速扩张阶段的终结。具有同质化特征的AIGC文化内容难以长久维系用户的关注,甚至可能加重审美上的疲惫感,对传统文化的长期活力产生削弱作用。高投入并非必然带来高回报的矛盾状况显示,仅仅对技术和资源加以堆砌难以直接实现传播效果的提高。

2.3 版权归属模糊与伦理风险叠加

围绕AIGC产出内容的版权所属问题,全球领域内已出现不少争议与法律官司,而在我国和AI短视频以及AIGC生成的预告片有关的案件也很有代表性。传统的文化元素中蕴含着共通的文化权益,不过其数字化获取、模型建立以及再创作授权的程序仍然不清晰,既潜藏着侵权风险,又遭

遇着维权困境。人工智能介入短视频创作亦引发一些伦理方面的挑战,包括理性和本能间的矛盾、目标同方式的不对匹配,以及社会性与个体性的冲突:深度伪造技术有可能被不合理运用来塑造虚构的历史场景,算法推荐的成瘾机制也许会降低用户的独立思考水平,数据收集过程里的隐私安全问题同样需要予以关注。若缺乏良好的治理方案,技术上的优势或许会成为加剧传播混乱的要素。

2.4 人才断层与评价机制滞后

在AIGC时代背景下,制作传统文化短视频要求创作者拥有深厚的文化积淀、出色的审美水准以及熟练掌握技术的能力。不过当下既具备传统文化相关知识又能够灵活运用智能工具的综合型人才非常匮乏。部分创作者过度依赖一键生成工具,以算法的高效性替代专业技艺和匠心精神,导致内容缺少深厚的文化底蕴。在此期间当下以流量为导向的平台评价方式,还有学术与行业的评估机制,均无法跟上AIGC创作实践的进程,造成高质量文化内容的价值难以得到精准评估与充分激励,进一步妨碍行业的良性发展。

3 AIGC赋能中华优秀传统文化短视频传播的优化策略

3.1 坚持内容为本,以文化深度驾驭技术广度

科学技术的主要在于推动信息的显示与传播。需确立以内容为核心、技术为支持的创作观念,把AIGC当作启发灵感、完善流程的辅助手段,并非取代人的价值评判与文化阐释的工具。创作者需深度探寻中华优秀传统文化的思想要义,从古代典籍、留存文物以及非遗技艺里提取具备现代价值的文化要素,通过人机协同模式实现文化内涵与技术延展的紧密融合。可参考《解码中华文化基因》的方式,把深厚的文化内涵转化为简洁易懂的叙事单元,针对Z世代等特定人群设计具有分层性且具备互动性的内容方案,通过碎片化的显示形式兼顾知识的连贯性与价值的整体性,最终建立片段、整合、应用的内容逻辑闭环。

3.2 夯实技术底座,提升文化编码的精准性

为应对技术编码里的文化差异问题,需专注于数据源的优化,主动搭建高质量、多模态的中华优秀传统文化语料库以及知识图谱。强化权威文化单位、研究单位和科技企业之间的合作,将精确的文化知识嵌入模型的训练与生成校验环节,从而降低历史信息遭篡改和文化符号被误用的情况。要提倡建立面向文化传播场景的专用模型,在逼真物

理效果、时间变化连贯性以及东方美学展现方面形成技术领先,以模拟真实推动传递真实,实现技术显示和文化内涵的有效融合。

3.3 健全治理机制,构建版权多元共治格局

应着力推动法律法规、行业标准与技术措施开展协同治理。从版权方面切入,研究适配AIGC新范式的多元化交易途径,清楚传统文化数据训练、生成内容运用以及再创作的许可准则,促进开源协同、数据互通等更具开放性的合作模式,在激发创新动力与保障权益之间实现灵活均衡。自伦理视角切入,搭建政府监管、平台责任、行业规范和公众监督相融合的多方协同管理方案,施行AIGC生成内容的强制标识准则,防范深度假冒与虚假信息的扩散;从评估方面而言,促使平台对算法导向作出调整,把文化价值和社会效益纳入推荐体系的考量要素,转变单纯追求流量的趋向。

3.4 培育复合人才,完善人机协同的创作生态

出色的团队人员是把专业技能转变为现实成果的主要要素。需推动高校里新闻传播、艺术设计以及计算机等领域的跨学科交融,培养兼具文化和技术素养的综合型创作人才;针对行业人员开展AIGC工具运用及媒介道德训练,提高其技术能力与伦理认知,让他们既能够熟练使用智能工具,又能够坚守文化价值。在此期间权威媒体、文化机构、数字平台和普通创作者需共同搭建协作机制,凭借主流媒体具有权威性的内容明确方向,利用平台所提供的技术支撑减少创作阻碍,用多样化的民间创作增添动力,一同促进传统文化短视频从侧重效率转变为价值引领,营造可实现持续发展的智能传播生态环境。

3.5 强化受众洞察,构建双向互动的传播闭环

传播的目标是使意义能够传达。要全面发挥AIGC于数据分析领域的长处,搭建覆盖创作全流程的受众洞察机制:创作起始阶段,将用户画像与舆情形势相结合来预判文化需求的普遍喜好,保证选题符合度更佳;传播进程里,依靠评论分析和互动数据动态调整内容策略,加强交流的互动程度;传播结束之后,利用完播比率、分享比率以及情感分析等多方面数据对传播效果开展科学评判,为下一时期的内容创作提供有效反馈。需重视观众在信息解读时的主动性,激励用户通过弹幕、评论以及二次创作等途径参与与文化内涵的再生成,让传统文化短视频的传播模式从单

向输送转变为双向沟通,从专注流量转变为看重价值,最终搭建智能创作、精准推送、互动交流、持续优化的全流程闭环。

结语

AIGC和短视频深度融合,给中华优秀传统文化于现代传播里开创出智能化创作、沉浸式显示、精准化推送以及大规模海外宣扬的新方式。不过技术误差、内容同质化、版权伦理方面的问题以及人才机制滞后这类挑战同样要引起高度重视。展望日后要始终坚持文化主体性与技术工具性的辩证统一,通过内容深度挖掘固本、技术升级优化强基、机制有效治理护航以及人才生态持续积累等措施,方可让AIGC确实成为推动中华优秀传统文化创新转化和发展的动力引擎,让中华文明于数智时代的传播进程中彰显出持久的活力。能够预见随着多模态大模型能力持续加强以及治理机制逐渐完善,AIGC+短视频会进一步拓展传统文化传播的创新与创意空间,成为加强文化自信、建设文化强国、帮助中华文明迈向世界的主要驱动力。学术领域和产业界需对技术进步及其传播运用间的互动予以密切留意,通过理论改革与实践探寻的双向交融,共同书写数字智能时期中华优秀传统文化传承和创新的崭新篇章。

参考文献:

- [1]金婷,邹恩俊,王静怡. AIGC背景下中原文化短视频传播优化路径研究[J]. 传媒, 2025(24).
- [2]胡鑫,王昱. AIGC赋能短视频内容生产的模式演进和实现路径[J]. 中国广播影视, 2025(4).
- [3]周筠,王志杰. AIGC技术在短视频领域的生成逻辑——基于编码与解码理论的分析[J]. 青年记者, 2025(12).

[4]袁玮雪. 中华优秀传统文化短视频传播的现实困境及优化策略[J]. 西部广播电视, 2023, 44(16): 32-34.

[5]李诺然,兰昕蕾. 基于短视频平台的中华优秀传统文化国际传播研究[J]. E动时尚, 2024(5): 97-99.

[6]王晏殊. AIGC新赛道: “数字丝绸之路”视域下传统文化视听作品“出海”策略探析[J]. 电影文学, 2023(24).

[7]黄渐芑. 地方主流媒体对外传播短视频的城市形象建构策略研究[J]. 中国电视, 2024(10).

[8]张志庆,高婷. 短视频营销: 基于4I理论的国产电影营销实践[J]. 中国编辑, 2025(6).

[9]陈兵. 人工智能介入短视频创作的伦理风险及应对策略[J]. 中国电视, 2024(9).

[10]陶涛,李尔格. 数智时代版权多元共治的价值与实现路径——基于AI短视频、AIGC预告片案例的分析[J]. 中国新闻传播研究, 2025.

[11]黄秋月,陈利. 碎片·整合·迁移: 知识类短视频内容创作的三重逻辑[J]. 当代电视, 2025(5).

[12]姚键. 关于短视频赋能中华优秀传统文化数字化生存的思考[J]. 西部广播电视, 2025, 46(5): 9-12.

[13]信雨辰. 新时代中华优秀传统文化短视频传播路径研究[J]. 时代报告, 2022(30): 98-100.

[14]白晓晴,李怡滢. 中华民族文化基因与Z世代的对话——解析《解码中华文化基因》融媒创作策略[J]. 电视研究, 2025.

作者简介:

李佳蔓(1987.08.13—),女,四川绵阳人,助教,电子科技大学硕士,研究方向:AIGC短视频、新媒体。