

中华文化数字化传播策略研究 ——以抖音平台文化类短视频为例

彭心怡

(贵州民族大学, 贵州 贵阳 550025)

摘要: 数字媒介浪潮下, 中华优秀传统文化传播的创造性转化与创新性发展亟需数字化传播转型。本文将以前中华优秀传统文化数字化传播的困境着手, 并结合抖音平台上的中华文化类短视频为案例, 提出一些中华文化数字化传播的可行建议, 从而供相关短视频从业者、运营者等传播主体参考。短视频成为中华文化数字化传播的重要渠道, 激发了用户尤其是“Z世代”网民对中华传统文化的兴趣与热爱, 为其传播与弘扬开辟了新的阵地。在数字时代下, 中华优秀传统文化的传播不能仅局限于传统传播媒介, 而从当前的传播实践来看, 短视频作为一种热门的数字化传播形态, 为中华文化的广泛传播提供了更佳的实践路径, 为中华优秀传统文化“两创”提供了新思维。

关键词: 中华优秀传统文化; 中华文化; 短视频; 数字化传播; 传播策略

DOI: doi.org/10.70693/rwsk.v2i4.363

一、引言

文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴则国运兴, 文化强则民族强^[1], 中华传统文化传播是当前重要的传播课题之一。而在数字化传播浪潮下, 中华优秀传统文化的传播亟需数字化转型, 短视频作为当前最热门的传播形态, 成为传播中华优秀传统文化的有力渠道, 当前, 部分文化类博主及MCN机构等已在抖音平台取得较好的传播效果, 实现了中华传统文化传播的广泛触达。中华文化类短视频通过对传统文化的数字化展演, 为文化传播提供了新的方式和实践路径。当前借助抖音平台进行中华优秀传统文化的数字传播存在一些困境, 比如, 这些文化类短视频同质化显著、简单重复的演绎难以深入挖掘文化精髓, 容易使受众产生审美疲劳, 其次, 其数字传播的互动力比较欠缺, 未能激起观看者对视频创造的互动, 难以达到最佳传播效果。本文将抖音平台作为研究其文化类短视频的平台, 结合其短视频传播实践来分析当前中华优秀传统文化数字化传播的策略路径, 剖析其当前的困境, 进而提出适应于当前中华优秀传统文化数字化传播转型可行性的优化路径。

二、中华优秀传统文化数字化传播的困境探析

(一) 中华文化资源挖掘深度不够, 难以产制高品质文化视频

抖音平台为中华优秀传统文化的数字化展演提供了传播效果更佳的渠道, 然而当下一个突出困境在于这些文化类短视频对中华文化资源的挖掘较肤浅, 高品质文化类短视频在抖音平台的呈现较少。许多文化视频创作者在

作者简介: 彭心怡(1995—), 女, 硕士研究生, 研究方向为网络与新媒体

[1]王宝林,刘奕汛.数智技术赋能中华优秀传统文化“两创”的内在机理、隐忧风险及实践进路[J/OL].湖北经济学院学报(人文社会科学版),1-8[2026-03-16].https://link.cnki.net/urlid/42.1855.C.20260305.1646.002.

选择题材时,仅停留在海内外受众较为熟知的文化资源,对于更广泛的传统文化题材挖掘和探索较少。比如,在物质文化层面的传统建筑领域,大部分短视频博主热衷于展现故宫、颐和园等知名古建筑的外观与形式,而对于这些古建筑的建造工艺与历史底蕴故事等呈现地较少,使得观看者无法更全面地领略到中华优秀传统文化的广袤魅力。再比如,抖音平台上以传播传统节日的短视频内容仅仅展现了贴春联、放鞭炮等习俗,未能深挖春节习俗的起源、及这些传统文化在不同地域的演变等,受众观看后仅仅是对这些文化浅层的了解,未能更深入地利用短视频来传播中华优秀传统文化。其次,从文化类短视频的产制层面来看,亦存在不足,部分以中华优秀传统文化为传播内容的创作者,受限于自身短视频制作能力等因素,导致视频制作较粗糙,画面剪辑不够流畅等,难以将中华优秀传统文化的韵味与美感通过精湛的数字化传播呈现出来。比如,一些戏曲类短视频,因拍摄角度、收音效果不佳等,使得戏曲演员的表演在呈现上大打折扣,削弱了这些文化短视频的传播力和感染力,进而制约了中华优秀传统文化在抖音平台上的数字化传播效果。

(二) 传播内容同质化倾向,文化类短视频缺乏创新意识

当前基于抖音平台的中华优秀传统文化的短视频数字化传播内容呈现出多元化传播的表象,但细究之下,内容同质化问题仍较严重,成为制约其深度传播与长远发展的一大困境。众多中华文化短视频创作者往往关注于热门传统文化元素,如诗词歌赋、中华美食、传统服饰等,这些短视频呈现出同质化特点,使得受众在观看中极易产生审美疲劳。一旦传统文化短视频以某种文化元素“出圈”,短期内便会涌现大批短视频博主对其模仿,不仅内容相同,传播的呈现形式也趋于同质,而未结合自身特色与中华优秀传统文化来传播,这种缺乏原创性的做法,不仅导致平台上文化类短视频内容在呈现上单一,还使得受众对传统文化的认识被局限于算法推荐的信息茧房中。例如,知名文化博主李子柒所制作的中华文化类短视频在抖音平台火爆“出圈”后,在李子柒断更的期间内,抖音平台涌现出诸如中华田园生活记录式博主“谢大炮”等,这些中华文化短视频博主的传播内容呈现同质化倾向,多数视频创作者创新意识淡薄,习惯于模仿跟风。其次,这些同质化传播内容也削弱了传统文化短视频的传播竞争力,抖音平台所推送的视频类型多元化,用户每日接触海量的传播信息,中华文化类短视频不能以独特鲜活的魅力脱颖而出,在海量信息流中难以获得广泛关注,进而削弱对中华优秀传统文化的传播力。长此以往,不仅降低了受众对文化类短视频的期待值与关注度,还阻碍了中华优秀传统文化通过抖音平台实现更为广泛且精准的传播,难以达成弘扬文化传播的目的。

(三) 文化类短视频叙事话语欠佳,削弱中华文化数字化传播感染力

在中华优秀传统文化短视频的数字化传播中,话语力作为关键要素,其构建与运用对于提升短视频的吸引力和传播力至关重要。在当前抖音平台的中华优秀传统文化的传播实践中,文化类短视频叙事话语方面问题凸显,影响着中华优秀传统文化数字化传播的感染力与传播效果。比如,一些文化类短视频往往采用单一的开场介绍方式,如单调地介绍中华文化主题背景,传播内容单场景地罗列相关知识点,这样的传播内容很难吸引受众观看,也难以增加文化类短视频的粉丝粘性,从而不利于中华优秀传统文化的数字化传播。此外,部分文化类短视频在内容叙事节奏的把控也欠佳,视频内容关注过多文化要素,节奏过快,观看者在短视频几分钟内难以对所传播的文化内容全盘接收,导致中华文化的传播效果不尽如人意。部分文化类短视频在叙事语言的运用也存在不足,叙事语言不够以观看者乐于接收的方式传达,难以增加中华优秀传统文化数字化传播的感染力,削弱中华优秀传统文化传播的创造性转化与创新性发展能力。

(四) 互动反馈能力不足, 缺乏与受众深度连接能力

中华优秀传统文化是中华民族的文化根脉, 是展示中华文明历史进路的精神瑰宝^[3], 抖音平台的兴起与蓬勃发展为中华优秀传统文化的数字化传播提供了更佳的渠道, 中华文化类短视频虽然借助抖音平台拥有了海量传播机会, 却也深陷了与受众互动反馈不佳、难以与其深度连接的困境, 这也导致搭载抖音平台的文化短视频传播效果不佳。在一些文化短视频的评论区, 许多博主较少回复受众的评论留言, 未能及时回应受众对中华文化背景及细节的追问, 也较少针对视频内传播的内容进行深入探讨。比如, 当有观看者在针对古代礼仪的短视频评论区进行留言, 好奇这些中华礼仪的起源, 创作者往往未能及时对其进行回应, 长此以往, 受众的互动热情减弱, 进一步影响其对于中华文化短视频的观看兴趣。其次, 即便这些中华文化短视频博主有与其受众进行互动, 但从互动形式来看较为单一, 大部分中华文化类短视频仅设置简单点赞、评论、转发、收藏等功能, 缺乏更加多元化的创新性互动反馈机制, 文化类短视频博主较少在其评论区进行互动评论, 提出一些问题激发受众参与, 使其在评论区进行留言互动反馈, 这不仅激发受众的互动兴趣, 而且也能增强中华优秀传统文化通过短视频进行数字化传播的效果。

三、中华优秀传统文化数字化传播的路径策略

(一) 聚焦于中华优秀传统文化, 打造高品质中华文化短视频

中华传统文化短视频本身是以中华传统文化为内核的内容产品, 中华传统文化则是中华传统文化短视频的叙事中心, 因此, 中华文化短视频要深深根植于我国历史源远流长的文化瑰宝, 从而深挖文化内核来打造高质量的中华文化短视频。短视频平台的海量资源为中华优秀传统文化传播提供了丰富素材^[4], 中华优秀传统文化可以借助抖音等平台基于优质文化打造高质量文化短视频, 在中华文化数字化传播的路径探索时, 要牢牢立足于中华文化根源, 打造高品质中华文化短视频。中华文化短视频创作者需深耕中华优秀传统文化的深厚土壤与价值底蕴, 可对各类中华文化资源展开多元的传播, 这些多元的中华文化都能够被传播者进一步深挖与探索, 为高质量中华传统文化短视频的传播奠定基础。此外, 这些内容创作还应注重文化内涵与背景的深度阐释与挖掘, 比如, 以专业的文化学者、非遗手艺人、非物质文化遗产传承人等作为传播的主体, 对这些专业人士的采访, 进一步对传统文化进行介绍与传播, 使中华传统文化成为这些文化视频的基底和支撑。通过这些传播实践, 打造出既具文化底蕴又有视觉吸引力的高品质中华文化短视频, 为中华优秀传统文化在抖音平台的数字化传播筑牢根基与奠定坚实基础。

(二) 中华文化视频差异化传播, 打造独具特色的创新性传播

在抖音平台中存在海量的中华优秀传统文化短视频, 要实现其差异化与创新性传播是取得良好传播效果的必由之路。中华文化短视频创作者可以深度挖掘小众且独特的文化元素, 尽量避免同质化的视频内容生产, 比如, 个别文化传播博主关注闽戏等小众文化, 其短视频获得了较高的点赞数与关注量, 还有一些博主关注地方少数民族文化等, 配合精心的拍摄和细致的讲解, 抓住观众对这些小众文化的好奇心, 开拓了其文化认知的新边界, 同时也传播了差异化的中华民族文化, 打造更加有特色的文化传播。此外, 中华优秀传统文化短视频的传播创新其形式也十分重要, 当前, 传统文化的传播可以借助新兴形式来进行创新打造, 比如, 央视出品的文化节目《经典

[3] 段鹏,张丁.互动·互嵌·互塑:数智技术赋能中华优秀传统文化[J].出版广角,2024,(06):25-30+37.

[4] 吴增礼,肖佳.价值维度·现实限度·优化向度:短视频赋能中华优秀传统文化传播[J].湖南大学学报(社会科学版),2024,38(05):9-16.

咏流传》将传统诗词与潮流音乐相结合或邀请流行音乐人对古代诗词进行改编二创，用时下流行的方式演绎古诗词，在音乐中融入诗词的韵律与意境，让受众耳目一新，重新激起受众对古典诗词的热爱与关注，相关短视频在抖音平台取得了较好的传播效果。而在智媒时代下，中华文化短视频创作者还可以借助 AI 等技术强化内容的呈现，从技术层面实现其内容的差异化传播，从而通过持续的差异化、创新性传播，打造独具特色的中华优秀传统文化的数字化传播模式，让中华文化借助抖音平台实现更佳的传播效果触达。

（三）强化中华文化短视频的叙事能力，提升文化数字传播的感染力

话语是叙述故事的方式、语境和风格，它不仅关乎如何以语言为载体有效传达文化信息，更涉及如何通过特定的话语风格、修辞策略和叙事技巧来增强故事的吸引力和感染力。中华优秀传统文化借助抖音平台进行数字化传播的过程中，强化短视频叙事能力是提升中华文化数字传播感染力的重要环节。文化类短视频传播主体可以根据自身的传播内容来具体构建适应于自身内容特点的叙事框架，以更高效率的叙事手段“讲故事”，从而增强此类短视频的吸引力和传播的感染力。此外，抖音平台的中华文化视频创作要更加精准地把控叙事的节奏，由于抖音短视频有一定时长范围，需在有限时间内将中华文化呈现出来并能够抓住受众关注，因此，文化视频创作者需要提前对视频内容进行构思，精心设计和设置悬念等，从而增加中华优秀传统文化的数字化传播能力，进而更好地传播中华优秀传统文化。而在叙事语言方面，中华文化创作者尽可能采用通俗易懂的叙事语言，用更加“接地气”的话语方式来进行叙事，善于运用流行词汇、网络热梗等来传播传统文化，拉近与受众尤其是年轻观看者的距离，让中华文化数字传播兼具深度与温度，全方位提升中华文化短视频的感染力与传播力，助力传统文化在短视频平台持续“出圈”，从而传播好中华文化。

（四）强化与受众的互动反馈能力，重视受众对文化短视频的关切

借助抖音平台传播中华优秀传统文化的短视频实践中，强化与受众的互动反馈对于中华文化的传播起着巨大的作用，其目的在于激起受众对中华文化短视频的关注，从而关注中华传统文化的传承与发展。数字化时代下，短视频极大地促进了中华优秀传统文化的数字化展演、大众化传播和创新性传承^[5]，而短视频平台作为一种社交媒介，其强大的社交功能属性为传受双方都提供了便捷的渠道，其互动性就成为提升其传播传播效果的重要因素。这些文化类短视频博主可以在视频发布前、发布中、发布后对其传播内容进行互动叙事元素的体现，比如，短视频博主可以在视频文本标题添加设置提问等方式，提升受众互动参与度和兴趣。其次，短视频博主主要积极在评论区与受众进行互动，针对其感兴趣的方面及时回应与讨论等，此外，还可以在评论区进行互动评论的方式与受众讨论，从而加强受众与中华文化的连接性，进一步传播与传承文化。创作者还可以结合大数据进行互动的优化，深入分析观众观看时长、兴趣偏好等主要信息，精准定位受众的关注点及感兴趣的文化传播领域，根据受众喜好，进一步调整叙事及文化视频的选题，为受众提供更加精准的文化类短视频，进一步加强和受众之间的联系，提升受众对于中华文化类短视频的参与积极性，从而增强中华优秀传统文化在短视频平台的数字化传播能力。

四、结语

数字化浪潮下，短视频作为一种传播中华优秀传统文化的新兴载体，在中华文化的数字化传播中起到重要作用。然而当前的文化传播仍然面临一些困境，亟待提出具有更加有针对性的路径来作为未来的实践参考。数字技

^[5] 廖秉宜,狄鹤仙.何以“出圈”:中华优秀传统文化短视频的叙事策略与美学表达[J].中国编辑,2024,(09):59-66.

术的发展,为中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展带来了机遇和挑战^[6]。本文通过聚焦抖音平台的中华文化类短视频传播阵地进行分析,对中华优秀传统文化的数字化传播的当前困境及相应策略展开探究,通过对传播困境的剖析,以期挖掘出更多的可行性传播路径。抖音平台在未来的中华优秀传统文化的数字化传播中仍然是最主要的传播平台,而我国的文化传播也将持续进行数字化传播转型,中华优秀传统文化也将随着传播媒介的数字化转型,进一步得到广泛传播与传承。

参考文献:

- [1]王宝林,刘奕汛.数智技术赋能中华优秀传统文化“两创”的内在机理、隐忧风险及实践进路[J/OL].湖北经济学院学报(人文社会科学版),1-8[2026-03-16].<https://link.cnki.net/urlid/42.1855.C.20260305.1646.002>.
- [2]段鹏,张丁.互动·互嵌·互塑:数智技术赋能中华优秀传统文化[J].出版广角,2024,(06):25-30+37.
- [3]吴增礼,肖佳.价值维度·现实限度·优化向度:短视频赋能中华优秀传统文化传播[J].湖南大学学报(社会科学版),2024,38(05):9-16.
- [4]廖秉宜,狄鹤仙.何以“出圈”:中华优秀传统文化短视频的叙事策略与美学表达[J].中国编辑,2024,(09):59-66.
- [5]程华薇.中华优秀传统文化数字化传播路径研究[J].天府新论,2024,(01):146-152.

Research on the Digital Narrative Strategy of Chinese Excellent Traditional Culture -- Taking the Dissemination of Chinese Culture Short Videos on Douyin Platform as an Example

Peng Xinyi

(School of Journalism and Communication, Guizhou Minzu University, China)

Abstract: Under the wave of digital media, the creative transformation and innovative development of the dissemination of excellent traditional Chinese culture urgently require digital communication transformation. This paper will start with the dilemma of the current digital communication of Chinese excellent traditional culture, and combine the Chinese cultural short videos on the Tiktok platform as a case to put forward some feasible suggestions for the digital communication of Chinese culture, so as to provide relevant short video practitioners, operators and other communication subjects with reference. Short videos have become an important channel for the digital dissemination of Chinese culture, inspiring users, especially Generation Z netizens, to have an interest and love for traditional Chinese culture, and opening up new avenues for its dissemination and promotion. In the digital age, the dissemination of excellent traditional Chinese culture cannot be limited to traditional media alone. From current communication practices, short videos, as a popular form of digital communication, provide a better practical path for the widespread dissemination of Chinese culture and offer new thinking for the "two innovations" of excellent traditional Chinese culture.

Keywords: excellent traditional Chinese culture; Chinese culture; short video; Digital narrative; Communication strategy

^[6] 程华薇.中华优秀传统文化数字化传播路径研究[J].天府新论,2024,(01):146-152.