

短视频赋能中华优秀传统文化传播的策略研究

赵紫薇

江汉大学马克思主义学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年3月10日; 录用日期: 2025年4月30日; 发布日期: 2025年5月12日

摘要

大力弘扬中华优秀传统文化有助于增强民族凝聚力与认同感, 提升国家软实力。近年来, 短视频迅速崛起, 成为了中华优秀传统文化在新时代传播的有力工具。文章采用案例分析法、数据分析法等研究了短视频赋能中华优秀传统文化传播的机遇, 结合短视频的特点分析了短视频赋能中华优秀传统文化传播的困境, 并从创作者及平台两个方面提出了短视频赋能中华优秀传统文化传播的创新策略, 以期中华优秀传统文化在当代社会中的传承与传播提供有益参考。

关键词

短视频, 中华优秀传统文化, 传播, 策略

Research on Strategies for Empowering the Dissemination of Chinese Excellent Traditional Culture through Short Videos

Ziwei Zhao

School of Marxism, Jiangnan University, Wuhan Hubei

Received: Mar. 10th, 2025; accepted: Apr. 30th, 2025; published: May 12th, 2025

Abstract

Vigorously promoting the excellent traditional Chinese culture is conducive to enhancing the national cohesion and sense of identity, and enhancing the country's soft power. In recent years, the rapid rise of short video has become a powerful tool for the dissemination of excellent traditional Chinese culture in the new era. This paper uses case analysis and data analysis to study the opportunities of short video enabling the dissemination of excellent traditional Chinese culture, analyzes the dilemma of short video enabling the dissemination of excellent traditional Chinese culture

combined with the characteristics of short video, and puts forward innovative strategies of short video enabling the dissemination of excellent traditional Chinese culture from the aspects of creators and platforms. In order to provide useful reference for the inheritance and dissemination of Chinese excellent traditional culture in contemporary society.

Keywords

Short Video, Chinese Excellent Traditional Culture, Communication Journals, Strategy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

中华优秀传统文化是中华民族在数千年的历史长河中积淀下来的精神财富和文化精髓，涵盖了哲学思想、文学艺术、礼仪制度、传统技艺、节庆习俗等多个方面。中华优秀传统文化是中华民族的根与魂，是文化自信的重要源泉，对于塑造民族认同、增强社会凝聚力、促进文化传承具有不可替代的作用。传统文化是一个国家和民族的精神内核所在，推动传统文化继承与传播始终是时代课题[1]。但随着全球化进程的加速和现代生活方式的变迁，部分中华优秀传统文化面临传承断层、受众减少、影响力下降等问题。尤其是一些小众化、地域化的文化形式，因缺乏有效的传播途径，逐渐被边缘化，甚至面临失传的风险。短视频是集碎片化、直观化、强互动性于一体的信息载体和传播媒介，它是指“时长几秒到几分钟不等，以网络和移动智能终端为手段，依托移动短视频应用，内容广泛，具有原创性、个性化色彩，网民参与度高，形式灵活的一种新兴媒介”[2]。近年来，短视频迅速崛起，成为推动中华优秀传统文化在新时代传播的强有力手段。

2. 短视频赋能中华优秀传统文化传播的机遇

2.1. 多样化的传播渠道

中华优秀传统文化具有深厚的历史底蕴和丰富的文化内涵，但在现代社会中，其传播面临诸多挑战。传统传播渠道受限于传播范围窄、互动性不足等问题，导致传统文化的传播效果难以最大化。以短视频平台为代表的数字媒介，凭借其低门槛、高互动性、强传播力的特点，为中华优秀传统文化的传播提供了全新的可能性。短视频没有地区、时间限制，全国各地人民乃至海外华人都能随时随地浏览短视频内容。短视频平台发布视频技术门槛低，每一位用户都能将自己拍摄、制作的短视频上传至平台，供广大网友观看。国内的短视频平台十分多样化，人们可以选择自己喜欢的平台浏览相关内容，当前国内热门的短视频平台，抖音、快手、微信视频号、B站等，均设有中华优秀传统文化话题专区，不仅让传统文化“活”起来，还为其注入了新的生命力，打破了传统传播渠道的局限性，使传统文化能够以更灵活、更接地气的方式传播给更广泛的人群。

2.2. 多元化的受众群体

中华优秀传统文化在历史上主要通过口耳相传、书籍记载、节庆活动等方式传播，其受众群体多局限于特定地域、特定年龄层或特定文化背景的人群，受限于地域阻隔、语言障碍、文化差异等因素，受众群体较为单一，难以触达更广泛的人群，如地区特色民族节日往往只有当地人了解。短视频平台的出

现，为中华优秀传统文化的传播提供了多元化、跨地域、跨年龄的受众群体。根据第 54 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2024 年 6 月，中国网民规模近 11 亿人，其中短视频用户占网民整体的 95.5%，覆盖了从青少年到中老年、从城市到乡村的广泛人群[3]。短视频可以使更多人了解中华优秀传统文化，并借助流量扩大中华优秀传统文化的知名度和影响力。一些独具民族特色的文化受众群体不再局限于当地人，像每年 4 月中旬，短视频平台都会出现很多关于傣族泼水节的内容，其他地区的人民被浓厚的节日氛围吸引，也纷纷参与到了傣族特色节日活动中，拓宽了其受众范围。

2.3. 多方面的传播内容

传播内容是“传播主体在传播过程中传递给受众的核心信息”[4]，它的质量直接决定了受众群体的反应和传播效果。中华优秀传统文化虽然内涵丰富，但在传统媒体时代，其传播内容往往局限于单一的形式和载体，如书籍、纪录片、舞台表演等，受限于媒介资源、技术条件等因素，导致传统文化内容的呈现形式较为单调，难以全面展现其多样性和深度。短视频时代的到来，为中华优秀传统文化的传播提供了多方面的内容形式。当前有关中华优秀传统文化的短视频内容主要分为四大类，一是传统技艺展示类，通过镜头记录非遗传承人、手工艺人的精湛技艺，让观众能够近距离感受传统工艺的独特魅力，不仅展现了技艺的精妙，更传递了背后的文化内涵与工匠精神。二是经典文化故事演绎类，通过现代化的叙事手法和视觉呈现，将历史典故、文学经典、民间传说等重新演绎，赋予传统文化新的生命力。三是传统节日与习俗介绍类，通过直观的画面和通俗的讲解，向观众普及春节、端午、中秋等传统节日的起源、习俗及其文化意义。四是文化知识科普类，以轻松有趣的方式普及传统文化知识，将深奥的文化知识转化为易于理解的内容。这些内容还可以结合动画、特效、音乐等现代技术，以更生动、更直观的方式呈现传统文化，极大地丰富了传统文化的呈现方式。

2.4. 多层次的传播效果

短视频的兴起为中华优秀传统文化的传播带来了多层次的效果，不仅提升了传统文化的可见度，还深化了其社会影响力，推动了传统文化的创造性转化和创新性发展。表 1 为截止至 2025 年 3 月 9 日，抖音平台中上述四类短视频的较有影响力的账号数据。

Table 1. Data of influential accounts of four types of short videos on TikTok platform

表 1. 抖音平台中四类短视频的较有影响力的账号数据

内容类型	账号名称	主要内容	点赞量及最高点赞量	粉丝数
传统技艺展示类	南翔不爱吃饭	专注于复刻濒临失传的非遗手工艺品，传递匠人精神。	185 个作品，2.7 亿获赞，视频最高点赞量 415.1 万	2652.3 万
	朱铁雄	以国风变装特效为核心，融入京剧、舞狮、皮影等元素，演绎神话人物(如哪吒、赵子龙)	41 个作品，2.0 亿获赞，视频最高点赞量 1301.6 万	2520.8 万
	江寻千(九月)	“非遗全才”博主，擅长打铁花、苗族银饰等技艺，曾打造 30 米冰雕龙	232 个作品，2.5 亿获赞，视频最高点赞量 947.2 万	2266.3 万
经典文化故事演绎类	李意纯	结合历史背景叙事，如《滚灯·未来》通过机器人穿越探讨非遗传承伦理	23 个作品，7833.7 万获赞，视频最高点赞量 239.5 万	529.6 万

续表

传统节日习俗介绍类	夏天妹妹、煎饼果子	《逃出大英博物馆》发布者	第一集 1198.0 万，第二集 864.4 万，第三集 1021.7 万点赞	/
	李子柒	以诗意镜头呈现节气美食，搭配古风配乐营造节日氛围	774 个作品，2.6 亿获赞，视频最高点赞量 1246.5 万	6117.3 万
	焦绿儿	探访全国非遗民俗活动，如潮汕英歌舞、徽州灯会等，记录地域特色节日传统	197 个作品，1.7 亿获赞，视频最高点赞量 102.7 万	1037.1 万
文化知识科普类	山白	讲解徽州文房四宝的历史渊源与文化符号	55 个作品，1.1 亿获赞，视频最高点赞量 1142.5 万	1544.1 万
	桂梓三弦&中阮	天津非遗音乐传承人，普及大三弦、中阮等传统乐器知识	323 个作品，2050.7 万获赞，视频最高点赞量 505.1 万	111.8 万

从浅层传播效果来看，短视频时代是“流量为王”的时代，传统文化能否在内容爆炸的短视频平台获得巨大流量，是衡量其传播效果的重要方面。从上表选取的 9 位抖音博主的视频数据看出，粉丝量最低的也达到了百万以上，获赞量更是超过了 2 亿次，体现出了中华优秀传统文化在短视频平台中具备强大的吸引力和传播潜力，反映了传统文化通过短视频平台能够迅速触达大量受众，尤其是在年轻群体中形成广泛的影响力。从深层传播效果来看，优秀的传统文化短视频内容能够通过精心的策划与呈现，传递出深刻的文化内涵。一些博主通过讲述历史故事、解读经典诗词、展示传统技艺，不仅让观众感受到传统文化的魅力，还引发了他们对文化背后哲学思想、审美观念和价值取向的思考。不仅让传统文化在短视频时代焕发新生，也为其在现代社会的传承与发展开辟了新的路径。

3. 短视频赋能中华优秀传统文化传播的困境

3.1. 文化传播困境：深度与广度的失衡

短视频作为一种新兴传播媒介，虽然在传播广度上具有显著优势，但在传播深度上却存在不足，导致中华优秀传统文化在短视频平台上的传播面临深度与广度失衡的困境。短视频平台能够快速覆盖海量用户，人人都可以参与短视频创作，传统文化相关内容在数量上得以增长，但并非人人都能创作出具有深刻内涵的精致内容，大多数内容停留在表面化、碎片化的层面。中华优秀传统文化往往具有深厚的历史沉淀和负责的文化内涵，如传统戏曲的秦腔韵律、书法艺术的笔墨精神、古典诗词的意境之美，都需要在一定的时空背景下进行沉浸式体验和系统性解读。许多创作者受限于认知、设备、时长等因素，无法承载过于复杂的内容，此时传统文化往往被简化为单一的视觉符号。同时，为了迎合算法推荐机制和用户偏好，许多创作者倾向于将传统文化元素与网络热梗、流行音乐、搞笑桥段等娱乐内容强行嫁接，已追求更高的点击率和互动率。这种“为了娱乐而娱乐”的创作逻辑，不仅无法真正传递传统文化的精髓，还有可能误导观众都对传统文化的认知。

3.2. 技术逻辑困境：算法与人文的冲突

短视频平台依赖算法推荐机制来分发内容，用户喜欢哪一类的短视频新闻，平台就会根据用户的偏好大量推送此类视频，直至让用户的“喜欢”变成“瘾”[5]。虽然能够精准匹配用户兴趣，但也容易导致文化认知的窄化。短视频平台通过用户的浏览历史、互动行为等数据，构建个性化的推荐模型，向用

户推送其可能感兴趣的内容。这种机制虽然提高了内容分发的效率，却也形成了“信息茧房”效应。如果一个用户经常观看某一类视频，算法会不断推荐类似内容，而忽略其他类型表现形式。长此以往，用户刷视频会被局限在某一特定领域，可能接触不到或者很少接触到关于中华优秀传统文化的内容。同时，当前各大短视频平台都提供丰富的创作工具，如 AI 换脸、虚拟场景、特效滤镜等，虽然能够增加视频的视觉冲击力，但是也有可能使传统文化沦为“技术试验场”。如一些短视频利用 AI 技术将古代名画中的人物“复活”，或者通过虚拟现实技术重构历史场景，虽然这些尝试在技术上颇具创新性，但是如果过度追求视觉效果而忽略文化内涵，就会导致形式压倒内容，影响中华优秀传统文化的传播效果。

3.3. 平台机制困境：流量逻辑与文化责任的失衡

短视频流量分配机制倾向于支持“短平快”内容，使得优质传统文化内容难以获得足够的曝光机会。短视频平台的算法推荐机制会优先推送那些能够快速吸引用户注意力、引发高互动率的内容，虽然能够提升平台的用户活跃度，却也导致大量深度化、专业化的传统文化内容被边缘化。中华优秀传统文化往往蕴含着丰富的文化内涵及思想精髓，如果不注重创新形式，只凭借单一展示的方式会因内容较为严肃、时长较长而难以获得高完播率。相反，一些娱乐化、浅表化的网络段子可能会因高互动率而被大量推荐。平台的商业化运营模式也会加剧文化传播的功利化倾向。短视频平台的主要盈利模式包括广告收入、直播打赏、电商带货等，这些模式高度依赖流量变现。为了最大化商业利益，平台和创作者往往倾向于制作那些能够快速吸引流量、具备高变现潜力的内容，而忽略了文化传播的社会责任。据贵州长安网报道，一些视频博主和主播片面追求流量，蓄意歪曲考古工作价值，严重危害文物安全[6]。这些短视频虽然以传统文化为标签，但其核心目的是通过直播带货销售相关产品，而非真正传播传统文化。

4. 短视频赋能中华优秀传统文化传播的策略

4.1. 创作者内容创作方面

4.1.1. 挖掘精华并结合时代转化呈现

中华优秀传统文化蕴含着丰富的内涵与价值，只有深入挖掘其精华，才能将其转化为具有思想深度与艺术感染力的创作素材。因此，创作者应深度剖析文化元素，一方面对中华优秀传统文化的各个方面进行系统梳理。例如，对于传统节日文化，深入研究春节、中秋等节日的起源、发展、习俗背后的文化内涵，如春节的团圆、祭祀祖先、祈求新年好运等寓意，从中提取出如“阖家团聚”“敬祖尊宗”等核心文化元素。另一方面对传统艺术形式进行拆解分析，像京剧的脸谱色彩、昆曲的唱腔韵律和身段动作等，将这些独特的艺术表现手法和文化符号进行提炼，为后续的创意转化提供素材。

要想使传统文化符合现代人民的审美要求，创作时还应结合现代时尚与流行文化。创作者可将汉服、旗袍等传统服饰与现代时尚潮流相结合。例如，设计带有传统刺绣图案的现代服装款式，或者在汉服的基础上加入现代流行的面料材质，打造出既具有传统韵味又符合当代人穿着习惯和审美需求的服装系列，并通过短视频展示穿搭技巧和场景应用。还可以选取经典的神话传说、历史故事，运用现代的视角和叙事方式进行重新演绎，或将其改编成动漫、短剧等形式，在保留传统文化核心价值观和情节架构的基础上，加入现代的人物性格特点和情感表达方式，使故事更贴近当代观众的生活和心理需求。

4.1.2. 应用新兴技术，创新视频形式

习近平总书记在文化传承发展座谈会上指出：“中华文明具有突出的创新性”[7]。要创作出符合人民大众喜闻乐见的內容，不仅要深度挖掘中华优秀传统文化的内涵，更需要结合现代技术，创造出符合时代特征的新形式内容。可以充分利用数字化技术如 3D 建模、VR/AR 等再现传统文化的魅力，同时结

合 AI 技术生成或辅助创作具有传统文化特色的新艺术作品。如抖音平台的 VR 全景视频, 扭动手机可以看到 360° 的画面, 创作者可以利用这一技术, 与传统字画、场景等结合, 让观众身临其境, 感受到中华文化之美。在短视频平台的特性下, 可以融合传统文化与现代视觉效果, 运用特效、滤镜、剪辑工具等创作出既传统又时尚的内容。抖音平台曾发起特效制作大赛, 创作者可以以传统文化为素材, 创造出一批新颖特效, 如用户点击拍摄按钮后, 在屏幕上写字, 视频中就能呈现出书法字体等。此外, 短视频具有强互动性, 创作者可以利用平台的互动功能, 鼓励观众参与传统文化内容的创作和分享, 增强观众的参与感和粘性。B 站上有一种特色的互动视频, 创作者在视频中设置各种选项, 用户选择不同的选项可以跳转到不同的视频, 创作者可以充分挖掘这类互动视频的创作空间, 将其融入传统文化元素, 如以某一种礼仪制度为主线, 加之相应的故事线, 让用户沉浸式参与其中。

4.1.3. 针对不同受众群体进行内容创作

不同年龄段的群体有不同的偏好, 应根据不同的群体创作不同的内容, 如此才能实现传统文化传播效益最大化。对于青少年群体来说, 采用动画、游戏、短视频互动等形式, 更能吸引青少年的注意力。对于中年群体来说, 内容可以侧重于传统文化在现代生活中的应用场景和价值体现。比如, 介绍传统茶文化与现代健康生活方式的结合, 展示如何通过品茶来缓解压力、修身养性。对于老年群体来说, 内容风格上注重传统韵味和文化底蕴的展现, 如制作传统的戏曲表演视频、民间手工艺制作过程展示等。可以选择一些经典的戏曲剧目片段, 配上详细的解说, 让老年人能够欣赏到原汁原味的戏曲艺术。主题上可以围绕他们的童年回忆和怀旧情感展开, 如老照片背后的故事、过去的传统节日习俗等, 唤起他们对往昔岁月的美好回忆。

男女因生理、心理、社会文化等多方面因素的影响, 喜欢的短视频内容也有所不同。对于女性群体, 应关注女性在传统文化传承中的角色和贡献, 如介绍古代女诗人的诗词创作及其背后的情感世界, 展示她们的才华和智慧; 或者结合现代女性的兴趣爱好, 将传统文化元素融入到时尚、美妆、生活等领域。对于男性群体, 可突出传统文化中的阳刚之气和英雄主义情怀, 通过制作武侠小说的有声读物、军事纪录片等形式, 满足男性群体对这些题材的喜爱。

此外, 地域也是需要考虑的因素。若受众群体是本地居民, 可深入挖掘当地的特色传统文化资源, 如地方方言、民俗活动、地域美食等。制作具有浓郁地方特色的短视频内容, 用当地方言讲述民间故事、展示本地民俗活动的盛大场面、介绍地方特色美食的制作方法和文化渊源, 从而增强本地受众对家乡文化的认同感和自豪感, 促进地方文化的传承与发展。若受众群体为外地人则需重点突出本地文化的独特性和差异性。例如, 一个沿海地区的城市可以制作关于海洋文化、渔业习俗等方面的短视频, 向内陆地区的受众展示其独特的地域文化魅力; 而一个内陆山区的城市则可以介绍其丰富的山林资源、独特的山地民俗等, 吸引外地受众的关注和兴趣。

4.2. 平台运营与监管方面

4.2.1. 内容汇聚与分类

短视频平台作为当代文化传播的重要载体, 拥有庞大的用户基础和强大的传播力, 但其内容生态的碎片化特征也容易导致传统文化内容的分散与边缘化。因此, 平台应对中华优秀传统文化相关内容进行整合分类, 将中华优秀传统文化按照主题、形式、地域、历史时期等维度进行系统化梳理。例如, 可以创建一个中华优秀传统文化专区, 在专区里按“传统技艺”“民俗文化”“经典文学”“历史故事”“传统节日”等类别进行划分, 同时结合现代用户的需求, 增设“国风音乐”“汉服文化”“非遗手作”等新兴文化标签, 帮助用户快速定位感兴趣的内容, 为创作者提供明确的内容创作方向, 避免同质化竞争。同时, 短视频平台应将传统文化专区置于首页明显位置, 如抖音平台首页最上方一栏分别为“推荐”“关

注”“同城”“团购”等，在此增设一个文化栏，使用户能关注到并且能简单进入到传统文化专区，为传统文化的传承与创新提供系统性支持。

4.2.2. 创作者扶持与培育

短视频平台作为连接传统文化与现代受众的重要桥梁，其内容生态的繁荣离不开优质创作者的持续输出。然而，传统文化类内容的创作往往需要较高的文化素养、专业知识以及创新能力，这对创作者提出了更高的要求。因此，平台应建立系统化的创作者扶持机制，从资源、技术、流量、资金等多方面为传统文化创作者提供支持。一是平台可以设立专项扶持计划，针对传统文化领域的优质创作者提供创作补贴、流量倾斜以及商业化支持，降低其创作成本，激励更多创作者投身于传统文化内容的创作。二是平台应搭建创作者培训体系，通过线上线下相结合的方式，邀请文化学者、非遗传承人、行业专家等为创作者提供专业知识培训，同时结合短视频创作技巧、内容策划、运营推广等实用技能，提升创作者的创作能力和传播效果。三是平台可以通过举办传统文化主题创作大赛、文化IP孵化计划等活动，激发创作者的积极性，挖掘更多具有潜力的创作者。对于优秀的传统文化创作者，平台应给予长期扶持，帮助其打造个人品牌，形成可持续的内容输出模式。通过这一系列举措，短视频平台能够培育出一批兼具文化底蕴和创新能力的创作者，为中华优秀传统文化的传承与创新注入源源不断的活力。

4.2.3. 加强内容审核力度

随着传统文化内容在短视频平台的快速增长，部分内容存在低俗化、娱乐化甚至歪曲历史的现象，严重影响了传统文化的严肃性与真实性。平台应建立多层次、多维度的审核机制，对涉及传统文化的内容进行严格把关。通过人工审核与智能算法相结合的方式，对视频内容的真实性、文化内涵、价值导向进行全面评估，杜绝虚假信息、错误解读以及不当演绎的传播。针对非遗技艺、历史故事、经典文学等专业性较强的内容，平台可以引入文化学者、非遗传承人、历史专家等作为审核顾问，确保内容的准确性与权威性。对于涉及宗教、民俗、民族等敏感领域的内容，平台应制定专门的审核标准，避免引发文化误解或社会争议。同时，平台应加强对创作者的教育与引导，通过审核反馈机制帮助创作者提升内容质量，避免为追求流量而忽视文化价值。对于优质传统文化内容，平台应给予流量扶持与推荐，形成正向激励；对于违规内容，应及时下架并追究责任，维护平台内容生态的健康与秩序。通过加强审核，短视频平台能够为中华优秀传统文化的传播与创新提供更加纯净、高质量的环境，推动传统文化在数字化时代实现更广泛、更深远的传播与认同。

5. 结语

短视频作为一种新兴媒介，为中华优秀传统文化在新时代的传播提供了全新的平台和路径。随着技术的不断进步和传播方式的持续创新，短视频将在中华优秀传统文化的传承与发展中发挥更加重要的作用。中华优秀传统文化的广泛传播，不仅是文化传承的内在需求，更是实现中华民族伟大复兴的重要支撑。通过平台、创作者等的共同努力，共同推动中华优秀传统文化在短视频时代绽放出更加绚丽的光彩，为实现文化强国梦贡献力量。

参考文献

- [1] 高景德, 罗小东. 新媒体环境下传统文化传播困境及应对研究[J]. 新闻传播, 2024(1): 19-21.
- [2] 徐兆寿, 何田田. 短视频与中国传统文化传播新路径[J]. 中州学刊, 2024(4): 168-176.
- [3] 第54次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[J]. 传媒论坛, 2024, 7(17): 121.
- [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(5): 9-16.

- [5] 李俊文. 大数据语境下短视频新闻的“算法绑架”及其治理[J]. 传媒, 2024(17): 76-78.
- [6] 贵州长安网. 一些视频博主和主播片面追求流量、误导公众、危害文物安全!两部门严打! [EB/OL]. <http://www.gzpeace.gov.cn/n1316/20241111/i61527.html>, 2024-11-11.
- [7] 担负起新的文化使命 努力建设中华民族现代文明[N]. 人民日报, 2023-07-27(018).