

广西坭兴陶文化人机协同短视频矩阵共创与跨语精准传播研究

何雅婷

桂林理工大学外国语学院(国际教育学院), 广西 桂林

收稿日期: 2026年7月9日; 录用日期: 2026年8月10日; 发布日期: 2026年8月21日

摘要

坭兴陶作为广西钦州具有千年历史积淀的国家级非物质文化遗产, 在海外社交媒体传播中面临内容生产零散、跨语表达失准及文化意涵阐释不足等现实困境。本文以人机协同为理论框架, 以广西坭兴陶文化国际传播效能提升为研究目标, 系统探讨短视频矩阵的人机共创路径与跨语精准传播机制。研究提出“一个主账号 + 四个子账号”的矩阵架构, 各账号在受众定位、内容形态与叙事策略上形成有机分工, 共同构建覆盖多元用户群体的立体传播网络。在跨语精准传播层面, 本研究从跨语表达、精准触达与反馈优化三个维度出发, 探讨人工智能与人类主体的协同作用。本研究旨在为地方非遗文化的数字化跨语传播提供可行的实践路径。

关键词

坭兴陶, 人机协同, 短视频矩阵, 跨语精准传播

Human-AI Co-Creation of a Short-Video Account Matrix and Cross-Lingual Precision Communication of Guangxi Nixing Pottery Culture

Yating He

College of Foreign Studies (College of International Education), Guilin University of Technology, Guilin Guangxi

Received: July 9, 2026; accepted: August 10, 2026; published: August 21, 2026

Abstract

Nixing pottery, a national intangible cultural heritage from Qinzhou, Guangxi, has a history spanning

more than a millennium. However, its international dissemination on global social media platforms is hindered by fragmented content production, insufficient linguistic and cultural adaptation, and limited contextualization of its cultural meanings. Drawing on the perspective of human-AI collaboration, this study investigates how a coordinated short-video account matrix can enhance the global communication of Nixing pottery culture. It proposes a “one main account and four subsidiary accounts” structure, in which each account is assigned differentiated functions in audience targeting, content design, and narrative strategy. Together, these accounts constitute an integrated communication ecosystem for engaging diverse global audiences. The study further conceptualizes cross-lingual precision communication through three dimensions: multilingual and cross-cultural adaptation, precise audience reach, and feedback-driven optimization. It highlights the complementary roles of AI tools and human creators in improving content generation, translation accuracy, cultural interpretation, and audience engagement. This study contributes a practical framework for the digital, platform-based, and cross-lingual dissemination of local intangible cultural heritage.

Keywords

Nixing Pottery, Human-AI Collaboration, Short-Video Account Matrix, Cross-Lingual Precision Communication

Copyright © 2026 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

坭兴陶是中国四大名陶之一，也是广西钦州千年窑火孕育的国家级非物质文化遗产，在长期发展中形成了鲜明的工艺特色与地域文化属性[1]。然而，审视当前海外社交媒体平台上与坭兴陶相关的文化短视频，发现其在内容生产与传播运营两个层面存在不足。就内容生产而言，现有账号大多缺乏系统性的内容规划，更新节奏不稳定，持续产出高质量内容的能力明显不足。发布主体为主流媒体，内容层面多停留于基础展示与概况介绍的层次。坭兴陶的历史渊源、制作技艺、文化意涵乃至审美价值均未能得到充分而深入的呈现与阐释。就跨语传播而言，译文表达欠准确、文化背景阐释不到位，是当前视频普遍存在的短板；内容也未能依据不同文化语境作出有效调适，导致国际受众在语言与文化的壁垒面前难以对坭兴陶形成深层理解与价值认同。基于上述问题，本文以广西坭兴陶文化为核心研究对象，尝试在人机协同的框架下构建短视频传播矩阵，进而探索其跨语种精准传播的可行路径。研究旨在文化强国战略与数字传播深度融合的背景下，提升广西坭兴陶文化的国际传播效能，并为广西其他非物质文化遗产的数字化传播与跨文化传播提供参考。

2. 文献综述

目前，坭兴陶相关研究大多聚集于工艺特征、文化价值和数字化转化等方面。工艺特征方面，坭兴陶制陶可追溯至新石器时代，唐代逐渐成熟，清代咸丰年间进入鼎盛时期，并于1915年荣获巴拿马万国博览会金奖[2]。毛文青[3]认为坭兴陶以无釉窑变所呈现出的丰富色彩与肌理变化构成了有别于其他名陶的独特审美体系，极具艺术价值。文化价值方面，坭兴陶不仅凝聚了地方传统与民族精神，也对广西经济发展和文化形象塑造具有积极意义[4]。黄辉[5]分析了铜鼓造型和翔鹭纹等元素在坭兴陶设计中的转化方式，这种融合使坭兴陶呈现出更鲜明的壮族文化特征。数字化转化方面，李玮玮[6]已初步探索了数字

技术赋能坭兴陶文创产品开发的可能性。总体而言,现有关于坭兴陶文化的研究大多集中于坭兴陶的保护与创新设计,对于如何借助短视频平台将其文化内涵转化为面向国际受众的传播内容,尚缺乏系统深入的研究。

短视频的普及为非遗传播带来了显著优势。抖音、TikTok 等平台依托算法推荐和互动机制使非遗内容突破了地域与圈层限制[7]。短视频直播推动了景德镇陶瓷非遗与文创消费、文旅产业和商业转化之间的连接[8]。刘金华[9]指出,短视频通过日常化、情感化的叙事方式降低了跨文化理解的门槛,为中国非遗传播至海外打开了新通道。但传播过程也出现了文化失真、内容同质化和伦理失范等问题,使非遗传播停留在“被看见”而非“被理解”的层面。面对这一困境,王智莉[10]转向多模态传播视角,强调视觉、听觉、文本与互动技术之间的协同关系,提出非遗短视频不能只依赖单一视觉呈现而应通过多层次的意义生成机制,提升其文化解释力、情感感染力与跨文化适配性。由此来看,非遗短视频传播的仅靠单一内容形式或单一平台已难以奏效,需要通过多平台、多内容形态的协同配合,构建系统性的传播矩阵,才能形成持续、立体的传播合力。广西坭兴陶兼具千年历史积淀与鲜明的地域文化个性,如何在人机协同下为其构建一套行之有效的短视频传播矩阵,正是本研究将要探讨的问题。

数智技术的兴起为中华文化国际传播注入了强劲动能。韦路[11]指出人工智能在提升内容生产效率和传播分发效率方面具有重要作用;原光[12]则从技术路径层面探讨了数智技术如何通过受众画像构建、算法推荐和平台矩阵整合,实现中华文化内容的精准触达。在具体实践研究中,张恒军[13]以春节文化国际传播为例,指出短视频通过符号转译和场景建构推动春节文化突破原有传播圈层;李云[14]则以中医药文化出海为例,分析了 TikTok、YouTube 等海外新媒体平台如何借助视觉化呈现、故事化表达和标签推荐机制提升中医药内容的海外可见度与接受度。由此可见,现有研究多关注数智技术对中华文化国际传播效率和覆盖面的提升,却未深入探究人工智能和人共同作用下的精准传播路径。因此,本研究将以人机共创的坭兴陶短视频矩阵为切入点,探讨其跨语精准传播路径。

综上,本研究拟回答以下两个主要问题:

- (1) 如何人机协同共创坭兴陶文化短视频矩阵?
- (2) 如何实现短视频矩阵的跨语精准传播?

3. 人机协同框架

随着生成式人工智能和智能算法的发展,文化传播中的人机关系正在由传统的“工具辅助”转向“协同共创”。人机协同并非人工智能对人类主体的替代,也不是人类对技术工具的单向使用,而是人与智能机器围绕共同任务目标形成的优势互补、动态交互和共同优化关系。人机协同强调双方发挥各自优势,机器承担日常性、重复性和高效率处理任务,人类能够处理更复杂的创造性、判断性和价值性任务[15]。在文化传播语境中,这种协同关系进一步体现为机器智能对内容生成、多模态转化、数据处理和传播分发能力的延展,以及人类主体对意义建构、审美判断、价值导向和伦理规范的把关。换言之,人机协同的核心在于通过“机器生成-人工反馈-内容修正-再度优化”的循环机制,实现文化内容生产效率与文化表达质量的提升。

就本文研究对象广西坭兴陶而言,短视频传播中的人机协同为以人类判断为主导、以人工智能技术能力为支撑、以动态反馈为运行机制的协作关系。在内容生产层面,AIGC 可辅助完成文案撰写、视觉呈现、语言转换等工作[16];但坭兴陶作为承载地方知识与工艺传统的非遗文化,其短视频传播不能仅依赖算法生成,人类主体仍需在意文化意义提炼、叙事主题设定等方面发挥主导作用,并对生成内容进行校正与优化,以避免设计同质化或文化表达失真[17]。在传播分发过程中,智能算法可提升内容触达效率,但传播目标、价值导向和伦理边界仍需由人类主体加以把关[18]。因此,本研究以人机协同为理论框架,考

察人类主体与智能机器如何共同推动坭兴陶文化的短视频化表达与跨语传播。

4. 坭兴陶文化短视频矩阵的人机协同共创路径

本研究提出人机协同下的短视频矩阵共创路径：由人负责内容策划、质量审核、视频把关，由 AI 辅助选题生成、脚本优化、多语翻译，并通过主账号与子账号的分工协作，结合数据反馈持续优化内容生产。

4.1. 矩阵整体架构

本研究将广西坭兴陶短视频矩阵设计为“一个主账号 + 四个子账号”的结构。主账号“一陶一世界”承担全流程叙事功能，四个子账号分别承担兴趣引流、工艺科普、历史溯源和互动转化功能，在受众定位、内容形态和叙事方式上形成明确分工，共同构成覆盖不同用户群体的传播网络。

在矩阵的日常运营层面，主账号与子账号之间构建起较为完整的用户流动路径。具体而言，各账号均在主页简介及置顶视频中说明自身的内容定位，同时关联标注矩阵内的其他账号，无论用户从哪个入口进入，都能快速把握矩阵的整体结构与账号内容分布。在此基础上，用户的流动依赖内容本身与评论区的引导。视频内容会依据不同的兴趣倾向设置相应的导流信息，评论区也承担着将用户引向对口子账号的功能。值得注意的是，这一引导过程处于持续的动态调整之中。人工智能会对用户的账号跳转行为、评论关键词分布以及各类互动数据进行分析，并将结果定期反馈给运营团队，团队再据此对导流策略与内容排期作出针对性的优化。经由上述路径的协同运作，用户不论从矩阵中哪一账号切入，都能在各账号之间持续流动，而非止步于单一账号。这种内部循环的形成，在一定程度上有助于延长用户的停留深度，也为矩阵整体传播效能的稳定输出提供了结构性支撑。

4.2. 各账号内容构建

4.2.1. 主账号：“一陶一世界”——全流程叙事

“一陶一世界”是矩阵中的主账号，旨在以微纪录片式影像呈现坭兴陶的完整生命周期。该账号以一件具有代表性的坭兴陶器物为叙事对象，展现其从泥土采集、泥料处理、成型装饰、入窑烧制到进入消费场景的全过程，使受众在连续叙事中感受坭兴陶所承载的工艺积淀与人文温度，并在完整的叙事流程中发掘自己的兴趣点，为后续进入子账号深度探索提供路径。该账号单期视频时长控制在五至八分钟，每周更新一期。内容结构上，每期均采用“诞生 - 成型 - 装饰 - 烧制 - 用途”五段式叙事框架，完整呈现一件坭兴陶作品的制作全貌。五个板块各有侧重：“诞生”交代泥料来源与风化处理过程；“成型”通过拉坯、修坯与塑形的实景拍摄展示器型逐步成形的过程；“装饰”涵盖线刻、浮雕、镂雕等表面处理技法；“烧制”聚焦龙窑的火候把控、温度调节与窑变效果；“用途”则呈现坭兴陶进入茶席、家居陈列与礼品馈赠等日常语境。

主账号不仅是整个矩阵的品牌门面，也是子账号内容选题的重要来源和用户向各子账号分流的核心起点，各叙事层次与子账号的内容定位形成有机呼应。“陶见奇迹”作为整个视频矩阵的引流入口；若对窑变成因、泥料配方等产生深层疑问，则可在“陶艺探秘”中找到解答；对器物纹饰、器型渊源产生兴趣的观众，可被引导至“陶语千年”；而有购买意向或使用疑问的用户，则可被引导至“陶问陶答”获取实用信息。在视频内容生产过程中，人工智能可在字幕生成、素材整理等环节发挥辅助作用，但工艺细节的呈现、文化内涵的阐释以及价值取向的判断，仍有赖于相关专业人员的介入。

4.2.2. 子账号一：“陶见奇迹”——兴趣引流类视频

“陶见奇迹”主要承担兴趣引流功能，面向尚未了解坭兴陶的初级用户和泛兴趣人群。与其他传递

文化内涵的账号不同,该账号强调短、平、快的内容形式,通过声音、色彩、质感和视觉奇观制造第一眼吸引,观众则可在短短几十秒内产生对坭兴陶的愉悦感官体验,该账号成为整个矩阵的流量入口。账号单期视频以三十秒左右为宜,每周发布二至三期,内容可从三个方向展开:一是听觉体验类,如将陶轮旋转声、开窑声制作为ASMR助眠内容,以“坭兴陶白噪声”等主题呈现,满足用户的解压需求;二是视觉奇观类,如记录开窑瞬间的窑变色彩变化,以“窑变盲盒”的标题激发用户的好奇心;三是个性认同类,如十二星座图案陶器、仿生动物图案陶器等具有情感认同和社交传播潜力的内容,促使年轻受众主动转发。

在制作过程中,人工智能可用于热点识别、标题优化、视频节奏调整和字幕生成,人工团队则负责判断内容是否符合坭兴陶的真实工艺与品牌形象。由于该账号重在激发兴趣,视频结尾可设置导流语,引导用户进入主账号或其他账号,实现由浅层兴趣向深层认知的转化。

4.2.3. 子账号二:“陶语千年”——历史文化类视频

“陶语千年”以坭兴陶的历史文化渊源为叙事主轴,将工艺术语、纹样铭文与经典器型等与其历史语境相结合,通过历史小故事与微型文化剧场的形式加以呈现。本账号的意义在于让国际受众透过器物看见坭兴陶的历史,透过历史理解坭兴陶文化。视频时长为二至三分钟,每周发布两期。内容围绕三个方向展开:一是工艺术语溯源,梳理拉坯、线刻、镂雕等工艺词汇的历史来源与概念演变;二是纹样故事,探讨铜鼓纹、象鼻山图案等广西特色装饰元素如何融入坭兴陶的造型体系;三是器型渊源,追溯茶壶、将军罐等经典器型的历史脉络。

在内容生产方面,“陶语千年”的制作有赖于历史文化顾问、工艺专家与翻译人员的协同配合。人工智能可辅助历史资料的初步整理、脚本初稿的生成、多语言术语对照卡片和多语字幕的制作。但历史事实的核查、文化阐释的准确把握以及跨文化叙事的表达方式仍须由人工团队负责审定。

4.2.4. 子账号三:“陶艺探秘”——工艺呈现类视频

“陶艺探秘”的定位是回答“为什么这样做”与“如何做出来”的核心问题,主要面向陶艺爱好者与陶艺学习群体。与“陶见奇迹”侧重感官层面的视觉冲击不同,该账号的重心在于工艺本身的深度呈现:内容以实地探访为基本形式,由工匠在制作现场完成操作示范与讲解,引导观众逐步理解每道工序背后的技术逻辑与工艺原理。在内容规划上,账号约三分钟,每周更新两期,内容围绕三个系列展开。其一为工艺原理系列,聚焦泥料配方、泥料风化处理、龙窑与电窑的差异比较等核心议题;其二为工艺流程系列,从采泥、成型到烧制,完整呈现坭兴陶的制作工序;其三为工艺价值系列,重点阐明手工成型的技艺难度、时间投入与工序复杂性是如何共同作用于坭兴陶的艺术价值与市场定价。

账号内容制作中,人工智能主要承担辅助性工作,包括脚本结构的优化调整、字幕的自动生成以及多语言版本的初稿翻译。但凡涉及工艺表述准确性的内容均需由专业工艺顾问对脚本与字幕进行审核把关,以防止因表达过度简化或概念误用而导致受众产生理解偏差。

4.2.5. 子账号四:“陶问陶答”——问答科普类视频

“陶问陶答”旨在回应用户在购买决策、使用维护和收藏判断中的具体疑问,承担矩阵中的受众互动与知识深化功能。该账号最贴近用户需求,选题主要来源于其他账号的评论区、私信、问卷调查以及海外平台中的高频问题。账号视频控制在分钟左右,每两天发布一期,内容可分为两个系列:一是购买决策系列,回答如何鉴别真假、如何判断品质、为什么价格存在差异、新手如何选择等问题;二是使用维护系列,解答新陶器如何开壶、日常如何养护、坭兴陶适合泡什么茶等问题。

在内容运营层面,AI主要承担用户问题的分类整理,从中提炼高频问题并辅助生成回答脚本的初稿;人工团队则在此基础上完成问题筛选、脚本修改与专业内容的审核把关。两者形成前后衔接的协作链条。

值得关注的是，该账号在持续互动中积累的用户真实疑问可作为矩阵内其他账号的选题参考。以用户在评论区反复追问窑变作品为何价格偏高为例，便可转化为“陶艺探秘”工艺价值系列的具体选题，从而带动各账号之间的内容联动与资源共享。

5. 坭兴陶文化短视频的跨语精准传播路径

坭兴陶文化短视频要真正走向海外受众，面临的挑战不止于语言障碍，还有文化语境的陌生和审美习惯的差异。因此坭兴陶文化短视频的跨语精准传播可在跨语表达、精准触达和反馈优化三方面展开。

5.1. 人机协同的跨语传播

第一、在 AI 辅助层面，大语言模型可将同一条视频的字幕、脚本和简介转化为多个语言版本，再配合语音合成技术完成配音，使一条坭兴陶短视频可以同时满足不同语言受众。视频内容进入各平台后，AI 可以结合 TikTok、YouTube、Instagram 等平台各自的搜索逻辑与推荐规则，协助生成适配不同语言社区的关键词与标签，让坭兴陶的内容更容易出现在目标受众的视野之中。第二、人工跨语传播的核心在于对跨文化意义的转化。坭兴陶的工艺术语等深嵌于中国特有的文化语境之中，直译难以传递背后的文化意涵。为此，创作者需要在深度理解坭兴陶文化内核的基础上，充分把握目标受众的审美观念与文化习惯，对 AI 生成的字幕与脚本进行逐一审读，识别其中文化意涵缺失或表达不当之处，并对相关表达进行重新措辞与意义重构，从而确保坭兴陶的文化内核在跨语传播中既不失真，又能被目标受众准确理解与接纳。

5.2. 人机协同的精准传播

第一点，在人类主体层面，精准传播的前提是对受众群体的有效细分并分层设计内容。传播者可借助 AI 工具，依据年龄、地域、兴趣偏好、消费能力等多个维度对目标群体进行画像构建并制定差异化的内容方案。对于普通用户而言，视觉冲击力强、节奏快的短视频更易引发关注；针对文化爱好者，则可着重强化历史叙事与匠人故事；而面向手艺人或收藏群体，泥料特性、烧制工艺等内容的比重则可相应提升。除内容本身外，传播者还应重视评论区互动、私信回复与社群维护等运营手段。第二点，在 AI 算法层面，精准传播需要充分调动平台推荐机制与数据分析能力。通过对播放量、完播率、转发率及用户停留时长等多项指标的综合研判，AI 能够较准确地评估不同类型内容在各受众群体中的接受度，并将分析结果反向作用于选题策略与剪辑节奏的调整。对于同一主题的不同版本视频，AI 还可筛选出传播表现更优的方案优化后续创作。

5.3. 人机协同的评估体系

人工评估的目的在于判断海外受众是否准确理解了视频中的文化意涵，因此可从传播广度、传播深度和互动质量三个维度出发。传播广度侧重覆盖范围，播放量、曝光量、地区分布与转发量均可作为参考指标；传播深度则反映受众的持续关注程度，完播率、平均观看时长与收藏率是衡量依据；互动质量需结合评论内容、用户提问数量及讨论深度加以综合研判。同时，人还需关注评论区中潜在的文化误读现象，例如用户是否将坭兴陶与普通陶器相混淆，并将此类现象反馈至后续视频制作。

在 AI 数据监测层面，AI 可对不同平台的数据表现实施持续追踪，从内容类型、语言版本到发布渠道，多角度评估传播效果的差异。与此同时，AI 还可对海外用户评论进行自动分类并识别情感倾向。赞美、收藏或询问购买等正向反馈，可提示创作者加强互动并适时发布延伸内容；涉及工艺原理或历史背景的疑问，则可转化为问答类视频的选题来源；而对于存在文化含义理解偏差的误读评论，则需要进行人工澄清与补充说明。不过，AI 在情感分析与舆情判断方面并非万能，尤其面对多语种评论、俚语表达、

反讽或幽默语境时，误判的概率会明显上升，因此人工校正是不可或缺的环节。

在反馈优化机制层面，人工评估与 AI 监测结果应共同作为后续视频内容优化的依据，并按照短期、中期和长期三个周期逐步推进。短期内，即视频发布后的 48 小时内，应结合平台推荐数据和用户初步反馈，及时识别字幕等方面存在的问题并进行快速调整。中期内，可按周或月对传播数据和用户反馈进行综合分析，在此基础上优化选题方向、内容类型。长期来看，则可按季度或年度对传播趋势进行总结研判，更新国际用户画像，并据此调整重点语言版本、平台布局和品牌叙事方向。

6. 结论

本文以人机协同为研究视角，以广西坭兴陶文化国际传播效果提升为目标，系统探讨了坭兴陶短视频矩阵构建与跨语精准传播的实现路径。研究认为，坭兴陶作为兼具制作工艺和地域文化的非遗器物，其国际传播不能停留于单条视频展示、单一账号运营和简单语言转换，而应通过视频账号的矩阵化组织与精准化传播实现文化意义的有效转译和目标受众的分层触达。本文提出的“一个主账号 + 四个子账号”短视频矩阵，旨在突破非遗短视频传播中内容零散、叙事单一等问题，使坭兴陶文化能够在视觉呈现、工艺阐释、文化叙事和用户互动等层面形成相互支撑的传播结构。在此基础上，跨语精准传播进一步强调，坭兴陶文化的国际传播并非外语字幕或直译表达的简单叠加，而是面向不同语种、文化背景和兴趣层次受众的意义转译过程。人工智能能够在选题生成、多语字幕等方面提升传播效率，人类主体则承担文化判断、审美把关等核心职责。由此，人机协同不仅为坭兴陶文化短视频传播提供了技术支持，也推动其由零散展示转向系统表达，由浅层曝光转向深层理解，为地方非遗文化的国际化传播提供了可借鉴的实践思路。

本研究仍存在一定的局限性。一方面，未引入 TikTok、YouTube 等海外平台的真实运营数据，对短视频矩阵实际传播效果的判断尚缺乏实证支撑。另一方面，对 AI 能力的边界关注不足，如对文化内涵与反讽等复杂语境的理解可能达不到预期效果。鉴于此，后续研究可引入平台数据追踪、评论文本分析等方法，在真实传播情境中检验并修正本文所提出的路径框架；同时在设计人机协同方案时，对 AI 介入的环节作出更审慎的界定，使相关路径在实践层面具备更扎实的依据，从而为地方非遗文化的国际传播提供更具参考价值的思路。

参考文献

- [1] 宁绍强, 张文博. 数智技术下钦州坭兴陶传播与创新应用研究[J]. 丝网印刷, 2024(8): 95-98.
- [2] 于长敏. 南国名陶——论广西钦州坭兴陶的传承[J]. 中国陶瓷, 2008(9): 66-67+97.
- [3] 毛文青. 古雅之中见光华——试论广西坭兴陶的无釉窑变艺术[J]. 中国陶瓷, 2011, 47(4): 62-64.
- [4] 马玉山. 非遗视野下的坭兴陶文化保护研究[J]. 大舞台, 2014(5): 255-256.
- [5] 黄辉. 仿制与创新——论铜鼓样式的坭兴陶产品[J]. 装饰, 2021(3): 130-131.
- [6] 李玮玮. 文旅融合背景下坭兴陶文化与数字文创的融合设计研究[J]. 包装工程, 2024, 45(2): 460-471.
- [7] Li, Y. (2022) Characteristics of Intangible Cultural Heritage Communication in the New Media Environment. *Cultura: International Journal of Philosophy of Culture and Axiology*, 19, 191-210.
- [8] 张爱红, 张昕恬. 影视 IP 跨界赋能非遗现代传承的媒介再生产——以陶瓷非遗为例[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2025, 46(12): 48-56.
- [9] 刘金华, 石欣. 自媒体助力中国文化国际传播的路径分析——以非遗“出海”为例[J]. 北大新闻与传播评论, 2026(1): 182-195+325.
- [10] 王智莉. 基于多模态表达的非遗短视频跨文化传播机制与优化路径[J]. 华夏文化论坛, 2025(3): 319-327.
- [11] 韦路. AIGC 时代国际传播的新挑战与新机遇[J]. 华夏文化论坛, 2024(2): 11-14.

-
- [12] 原光. 数智赋能中华文化国际传播的技术路径、作用机理与优化策略[J]. 北京工业大学学报(社会科学版), 2024, 24(6): 96-107.
- [13] 张恒军. 短视频赋能春节文化国际传播的实践策略[J]. 中国网信, 2026(2): 57-61.
- [14] 李云. 中医药文化出海: 基于海外新媒体的传播路径与实践分析[J]. 传媒, 2026(4): 39-42.
- [15] Meniado, J.C. (2024) Human-Machine Collaboration in Language Education in the Age of Artificial Intelligence. *RELC Journal*, 55, 291-295. <https://doi.org/10.1177/00336882241266629>
- [16] 万力勇, 杜静, 熊若欣. 人机共创: 基于 AIGC 的数字化教育资源开发新范式[J]. 现代远程教育研究, 2023, 35(5): 12-21.
- [17] 李加, 张景. 美育视阈下的蜀绣 AIGC 创新设计与数字化推广研究[J]. 包装工程, 2024, 45(4): 485-490.
- [18] 韩晓宁, 耿晓梦, 周恩泽. 人机共生与价值共创: 智媒时代新闻从业者与人工智能的关系重塑[J]. 中国编辑, 2023(3): 9-14.