

AI 赋能中华优秀传统文化影像转化与形态创新的几点思考*

高红波 秦耀华

摘要：人工智能（AI）技术为传承和弘扬中华优秀传统文化开辟了全新途径。AI 赋能中华优秀传统文化影像转化与形态创新从“碎片化”到完整讲述的新突破、从“秀肌肉”到深度创新的新样态、从“数字人”到“剧式表达”的新维度。以科技之美凸显中华文化之风、以降本增效改变现存行业生态、以数据共享汇聚生产要素集群，成为 AI 赋能影像表达的底层逻辑。中华优秀传统文化的影像转化是推动中华文明现代形态的重要途径之一。通过现代影像技术的运用，传统文化元素得以赋予新的生命和表现形式，使之更贴近当代人的审美和需求，进而推动中华民族现代文明的创新发展。

关键词：AI 赋能；中华优秀传统文化；影像转化；形态创新

在悠久的历史中，中华儿女创造了绵延不绝而深厚的优秀传统文化。随着数字技术的迅猛发展，为传承和弘扬这些优秀的传统文化提供了全新的机遇和途径。在实践中，通过 AI 技术的赋能，可以推动中华优秀传统文化的传播、保护、转化和创新，使其在当代社会焕发新的生机和魅力，展现出独特的魅力和价值。

党的十八大以来，习近平总书记将推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展摆在突出位置，推动中华优秀传统文化传承发展焕发了新生。传统文化如何实现影像转化，成为当下视听研究不可回避的紧要问题。

全面认识中华传统文化，取其精华，去其糟粕，古为今用，推陈出新，坚持保护利用、

普及弘扬并重。中华传统文化如何当代化？哪些需要传承弘扬，哪些扬弃改造，哪些适合影像转化？AI 赋能中华优秀传统文化资源影像转化和形态创新的现实状况、底层逻辑、应用价值究竟如何？这是本文思考的几个问题。

一、中华优秀传统文化资源影像转化理论研究的适用对象问题

从内容价值看，“中国传统文化”是一个博大精深的概念，它包含了许多宝贵的精神财富，既有精华，也有糟粕。通常我们把“精华”部分称为“中华优秀传统文化”，也是我们今天主张传承和弘扬的那一部分传统文化。

从文化结构看，“物质、制度和精神构成文

* 本文系 2025 年度河南省高校人文社科项目“网络视频节目形态创新发展研究”（项目编号：2025-ZDJH-740）的研究成果。

化的三个层面。”^①精神层面文化是以精神形式而存在的文化，代表着人类认识世界的精神成果，如世界观、价值观。物质层面文化是以物质形式而存在的文化，代表着人类改造世界的物质成果，如生产工具、生活器具等。制度层面文化介于前两者之间，代表着人类营造社会关系、规范社会行为的制度成果，如政治制度、社会礼仪等。这三个层面的文化要素相互影响、有机结合，共同构成整个文化系统。

中华优秀传统文化的当代价值，也可以从精神、制度和物质三个层面进行简要梳理。精神层面文化主要包括民族精神、治国理念、传统美德、文学艺术、历史经验、思维方式等等；制度层面的文化位于物质文化和精神文化之间，它体现了人类在构建社会关系和规范社会行为方面的制度性成就；物质层面文化成果主要有历史文物、传统美食、传统服饰等。2017年，中华优秀传统文化传承发展工程实施，明确了基本内容——核心思想理念、中华传统美德、中华人文精神。2021年，《中华优秀传统文化传承发展工程“十四五”重点项目规划》颁布，注重在记忆、传承、创新、传播四个方面着力。其中，特别强调从中华文化资源宝库中提炼题材、获取灵感、汲取养分，一批讲好中国故事、具有广泛影响的电视节目栏目推出，一批体现传统文化内涵的文艺精品和创意文化产品涌现。^②

其中后两者比较好理解，都是具有实际存在形态的具象，也易于通过影像呈现，但是在精神层面的文化如何通过影像去表现呢？精神层面的文化影像转化也还是要通过物化的仪式或者道具来间接表现或者表达。如宗教信仰、巫术、禁忌等，这些实际存在形式很抽象，但也都有物质方面的表现。影像艺术对真实的物象呈现一直明确地划分为纪实性再现和艺术性表现两种表达形式。对于不同形式的文化成果，影像生成与转化原则上要忠实于原来的主体，反对造作、摆布、造假。

那么，AI技术应用赋能了哪一部分中华优秀传统文化资源的影像转化和形态创新呢？换言之，哪些传统文化资源是原本很难影像转化的，AI技术的发展应用为其带来了哪些创造性转化和创新性发展呢？试举例说明。由于有了AIGC、SORA等人工智能媒体新技术应用产品，比如中国传统文化中的诗词歌赋，可以文字生成图片、文字生成视频；再如富于想象力的传统典籍《山海经》，现在也可以运用这些人工智能媒体技术，生成动画片等创意影视内容。可见，奇幻仙侠、上古神话类等具有想象空间的非现实题材非常适合AI技术应用。这也是传统影像技术很难复现的内容部分。但是对于有据可考、数据精准类的有历史背景的现实题材进行AI智能影像生成则反之。此外，传统文化进行AI技术影像转化，还需要考虑中华民族传统审美意境和接受主体的嵌合问题，也就是影像呈现的意象与国人潜意识认知的贴合、匹配问题，规避“重技术、轻内容”进而舍本逐末的文化错位。

二、AI赋能中华优秀传统文化影像转化与形态创新的现实状况

AI赋能影视产业蔚为大观。人工智能时代，探索科技赋能影视创作和传播的新路径、新方法，很多前瞻性的实践案例涌现出来。技术的进步和传统文化的现代转译在影像载体上有了新的契合点、交融点。

（一）AI赋能从“碎片化”到完整讲述的新突破

随着人工智能技术的快速发展，智能影像生成技术取得了显著进展。通过生成模型迭代和训练，AI根据逻辑值的匹配，影像叙事在逐步实现从不完整的、残缺的碎片化呈现进化到完整讲述的转变。

2024年2月26日，中国第一部文生视频AI动画片《千秋诗颂》问世。该动画创作之初就是定位面向中小學生群体，依托中央广播电

视总台牵头成立的“央视听媒体大模型”，运用人工智能技术将诗词转化制作成唯美的国风动画，将古诗词中的意境和情感表达得活灵活现，其制作水平足矣。但如果放到全年龄段，对于技术呈现的效果还是存在不少争议。如首集《别董大》中，单就酒宴与送别等在诗词表意的关键场景而言，其中的光影效果和画面透视还是有些许不太令人满意的。此动画的流畅度以及场景的美化度还未能超越人力动画的精细度与表达能力。

2024年4月1日，第41届中国洛阳牡丹文化节开幕式上，河南卫视突破了以往运用AI技术制作的碎片化呈现，打造了一部别出心裁的奇幻文旅微电影——《锦鲤与花神》。这部短片在主题表达、人物的面部表情、情绪和情感连接上都有了更为精细的动作设计和算法分析。古老的神话传说与前沿的AI技术相融合，呈现出连贯而富有感染力的视觉效果。

当AI遇上中华优秀传统文化，带来生成式人工智能的全新发展和更多可能。一直以来，生成式AI由于其语言编译方式和资料库储备，对于中文的理解似乎总是有些欠缺。技术应该是让内容创作实现更好表达效果的手段，而不能仅仅是“为了一碗醋包了一顿饺子”。《千秋诗颂》中文生视频探索了诗画融通的国风动画新的呈现方式，带有浓郁的国风美学色彩。从中可见，AI对于语言模型的分析应用已经迈上了新台阶，人们通过中文进行AI创作正变得越来越便捷。

当中华优秀传统文化遇上AI，创造性转化和创新性发展开花结果。诗画融通的古诗词借助AI创作的翅膀，在广袤的机遇天空中翱翔。在文旅深度融合的背景下，《锦鲤与花神》开启新的尝试和探索，将古老的神话传说以全新的方式呈现给观众。自然景观和人文素养的结合，不仅能够带领观众更加真切地感受中华优秀传统文化之美，而且还可以提升其文化自信、文化自觉和审美素养，可谓一举多得。不难想象，随着科技的进一步发展，中华优秀传统文化在

未来将绽放出更加繁盛绚丽的花朵。

（二）AI 赋能从“秀肌肉”到深度创新的新样态

通过AI技术的应用，视听载体可以实现影像处理的智能化和个性化，提升生产效率和内容质量，为观众提供更加丰富多彩的视听体验。随着AI技术的不断迭代发展和完善，快速筛选和自动识别、分类和标注进行整理海量影像素材已经微不足道，传媒影像的深度实践将迎来更多的创新和突破。

2024年3月18日，央视网推出AI短视频《AI我中华》。这是在大力探索AI技术的趋势下，央视网立足“文旅+”赛道，在“两会”节点上创新主流媒体报道实践，最大化利用AI的想象力和实践力描绘出的“中华盛世”。

2024年5月22日，由中央广播电视总台、中央网信办、广东省人民政府共同主办的《2024中国·AI盛典》在广东深圳举行启动仪式。启动仪式汇集多领域AI应用的最新成果，从AI助力文化遗产创新、打造数字新形象、赋能城市文化、推动视听产业升级等方面，展现人工智能已成为发展新质生产力的重要引擎。

不论是2023年“开学第一课”的跨越时空与李白、鲁迅、钱钟书聊“开学”和2023年中秋节的AI中秋奇旅，钱学森、“嫦娥五号”、万户、李白的科幻跨界对谈，还是2024新春佳节前夕的国风AI立体水墨《寻龙记》中，战国文物“青玉龙”与卧龙先生诸葛亮的“猜灯谜”，都在社交平台引发热议。除了运用AI工具，这些视频令人眼前一亮的是思想内核的创新表达。它们通过历史与现代的跨时空对话，去探讨现代社会热点问题，从AI技术的运用反推选题的切口、角度和讲述风格，用AI的形式扩大传统媒体内容的边界，赋予AI作品更胜一筹的灵魂和情感。

（三）AI 赋能从“数字人”到“剧式表达”的新维度

文化类综艺节目对传统文化的“剧式表达”，

是基于“戏剧”表现形式，围绕传统文化展开的一系列舞台活动。^③当数字人具备智能可交互的能力，也就打开了不同场景的“求职”大门。尤其在主播岗位，更多媒体用户开始体验到不同性格化的数字人在推动线上和线下交融的效果，也进一步打造出更加全面的、一体化、沉浸式的“真实”体验。同时，加入叙事手法的情景表达，为不同的实体场景的剧情演绎带来切实改变。2021年国家广电总局发布《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》，旨在推动虚拟主播、动画手语广泛应用于新闻播报、综艺科教等多元节目生产中，提高制播效率和数智化水平。同时，开发虚拟数字人的技术公司涌现，人工智能技术突破发展，为虚拟主播应用于特定场景和行业提供技术保障。

近年来，文化类综艺节目的创作者在“剧式表达”中融入多样化的叙事视角，以期对接观众丰富细腻的感知需要。^④这为虚拟人角色参与其中提供了多维的渠道，并为信息传递注入了更多的可能性。“唐小妹”数字虚拟人，是依托河南卫视“新时代新文化”品牌定位，结合文化属性和媒体传播属性打造的3D超写实实时交互AI数字人。这不仅极大地丰富了平台载体的内容形式，也拓宽了节目策划的视域，同时为品牌推广和用户互动提供新的可能性。

文化影像的成功输出主要在于触达观众后的认同和体验，而无论“真人秀”或是“虚拟人”的出镜入画，单方面的想要切中观众的注意力是很难的，这就需要情景的氛围营造。情景演绎的渗入，可以说是恰当地弥补了文化意境的缺失。在政策与技术的加持下，“虚拟人”在助推主流媒体文化类节目的数智化发展、重构内容生产和传播场景、提升内容的互动性、趣味性、年轻化等方面，渐显应用性成效。在探索文化类节目形态演变的过程中，“数字人”与观众的交互关系以及其在影像叙事过程的角色演变都是需要考量的重要条件。

未来，以“虚拟人”为代表的数字新产品在探索融媒发展新范式的过程中，扮演着激活内容创新动能和融合多场景共通的重要角色。“多屏时代下，观众的目光发生了从‘凝视’到‘散视’的变化，为追求传播效果，大众传媒需要注重场景化传播策略以凝聚观众注意力。”^⑤从虚拟人物的栩栩如生到多领域的融合应用，剧式表达这种演绎方式为观众缔建了“传统”与“当代”的文化“面对面”，成为艺术表现形式与人文精神展示间“穿针引线”的纽带。

三、AI赋能中华优秀传统文化影像转化与形态创新的底层逻辑

人工智能技术的应用，降低了文化影像创作和传播的门槛，使得更多的人能够参与到传统文化的创新和传播中来。对于人工智能而言，输出什么关键还是看输入了什么，但是目前，对于国内外大模型而言，对中华优秀传统文化的学习还是严重不足的。笔者认为，AI赋能中华优秀传统文化影像转化与形态创新的底层逻辑，应该以内容为本，提升效能，重构生态。

（一）以科技之美凸显中华文化之风

当前，科技不仅成为传播中华文化的新工具，也成为展现中华文化魅力的新窗口，让中华文化在全球化的背景下焕发出新的生命力。在中央广播电视总台“5G+4K/8K+AI”战略布局下，央视网早在2019年就率先提出“AIGC”概念，建设“人工智能编辑部”并发布了系列创新产品，打造引领主流媒体“智慧+”变革的新引擎。央视网始终关注AI前沿技术在视听传媒领域的更多应用可能性，不仅践行技术创新，更注重以内容创新探索行业赋能和价值引领。

2024年央视春晚节目《山河诗长安》，借助AI技术，在AR技术的加持下，让《长安三万里》的李白驾鹤重回长安，与今人饮酒对诗，与西安分会场“梦幻联动”。AI制作的动画《千秋诗颂》演绎了6首诗词，中央广播电视总台

与上海人工智能实验室共同打造的“央视听大模型”深入了解诗词背后的历史背景和内涵，创建具有中华文化特色的训练数据集，确保了历史背景和画面细节的真实性，如服饰、建筑、道具等。随后，央视 AI 频道正式上线，国内首部 AI 全流程微短剧《中国神话》开启 AI 看典籍的新途径。这部 AI 微短剧演绎了 6 个经典的神话故事，其美术分镜、视频配音配乐等全部由 AI 完成，该剧的多语种版本在博鳌亚洲论坛上发布，神话中的嫦娥与“嫦娥五号”进行了“跨时空对话”。

利用 AI 技术进行影像创作或对传统文化作品进行再创作，其实就是在展现中华文化的现代表达。《2024 中国·AI 盛典》活动现场，永乐宫壁画《朝元图》的阶段性修复成果——“孔子”“庄子”形象首次亮相，现场歌手与 AI 兵马俑共同演绎说唱歌曲《从军行》，展现了中华优秀传统文化在数字技术赋能下绽放出的时代光彩。此外，总台运用高清修复、人工智能、视频增强等技术完成近 5 万分钟历史媒体资料的修复工作，正在积极推进的《经典影像 AI 修复文化工程》也将持续聚焦总台珍贵历史影像和优质影视剧的高清修复，这些无不是科技和文化的互相成就。

（二）以降本增效改变现存行业生态

人工智能技术的应用不仅提高文化影像创作的效率和质量，还能够推动整个行业的创新和发展，为观众带来更加丰富多元的文化体验。2024 年 2 月 19 日，国务院国资委召开“AI 赋能·产业焕新”中央企业人工智能专题推进会。当前由 ChatGPT 引发的生成式 AI 爆火，正在各行各业上演一场颠覆式革新。

技术不仅仅是提质增效的有力工具，更是内容赛道长期竞争中保证差异化优势的压舱石。AI 几乎已经渗透到了影视制作的方方面面，并扮演起更关键的角色。例如一名成熟的动漫原画师以往完成一个角色原画需要 1—2 周，AI 把

这个时间缩短到了几分钟。AI 可以自动生成影像内容；可以辅助进行影像的编辑和后期制作，如自动剪辑、色彩校正、特效添加等，提高制作效率；可以创建虚拟角色和场景，用于电影、游戏和广告等，这为创作提供了更多可能性。

伴随 AI 技术的迭代，影视板块作为 AI 应用端的一大主线，其促进降本增效的逻辑正在逐步兑现。长视频巨头们从来不缺乏优质 IP，但在很长一段时间里，业内都存在优质 IP 输出质量不稳定、制作周期长等问题，也阻碍了 IP 价值最大化。AI 能够帮助筛选出有潜力的文本并提升对爆款内容的预测准确度，不仅有效延伸了 IP 价值，也在很大程度上节省了人力资源。长视频行业“降本增效”的口号已经喊了好几年，生成式 AI 的引入，则有效推动了平台健康增长。当然，提质增效不仅要靠生成式 AI，也少不了一套更成熟高效的影视工业化体系。创新技术的快速落地让长视频平台找到了“新质生产力”，从内容生产到观众体验，“内容+科技”模式正在持续为各类影视平台贡献新的增长可能。

（三）以数据共享汇聚生产要素集群

中华优秀传统文化本身具有领域广、数据量大、理解难度高等特点，对于与人工智能结合而言，这既是优势，也是挑战。优势在于，中华优秀传统文化积淀深厚，是人工智能学习的巨大语料宝库。仅以古籍举例，中国是全球拥有古籍最多的国家，国内现存的汉文古籍约 300 万部、3000 万册，散居在海外的古籍超过 40 万部，^⑥已完成数字化的古籍为 7.4 万部。挑战在于，目前汉语古籍语料数据的结构化程度不高、理解难度极高，这需要有大量团队持续投入精力开展语料建设相关工作，甚至需要建设针对文言文、古汉语等优秀传统文化的机器学习算法与编码系统，把讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同等核心价值观根据语境条理化和清晰化，让人工智能能够准确理解中华优秀传统文化的丰富内涵。

汇聚生产要素集群,推动中华优秀传统文化与主流价值相关语料库建设,是一项旨在整合资源、促进文化传承和创新的重要工作。在这个方面,笔者建议开展以主流价值为导向的数据分类、汇聚与运行工作,将中华优秀传统文化语料库建设与人工智能大模型训练等有机结合起来,不断优化技术,提高语料库的智能化水平,为人类文明发展提供“中国智慧”。

具体说来,建议利用自然语言处理(NLP)等AI技术对语料库中的内容进行智能分析,提取关键信息,形成知识图谱,以支持更深入的研究和应用。建立开放的平台,鼓励学术界、产业界和公众参与语料库的建设和使用,促进资源共享和跨界合作,并将语料库与教育结合,开发相关的教育课程和教材,提高公众对中华优秀传统文化的认识和理解。基于语料库,开发各种创新应用,如智能问答系统、文化推荐系统、虚拟博物馆等,让传统文化以新的影像形式呈现给公众。

四、AI赋能中华优秀传统文化影像转化与形态创新的应用价值

AI正在改变我们的社会和生活。当前全球各大科技企业均积极拥抱AIGC,不断推出相关的技术、平台和应用,引爆新一轮的AI热潮。笔者认为,AI赋能中华优秀传统文化影像转化与形态创新的应用价值主要体现在如下几个方面。

(一)“复活”传统历史文化

传统文化类节目通过AI技术打造的沉浸式诗境体验,让观众仿佛穿越时空,置身于古诗词所描绘的场景之中。这种身临其境的体验方式,让观众更加深入地理解和感受中华优秀传统文化的内涵和价值。节目在视觉呈现上运用先进的文生视频AI技术,将古诗词的文字转化为生动逼真的动画场景。观众可以直观地看到诗词中所描述的景象,如山水、花鸟、人物等,仿佛置身于诗人笔下的世界,这种视觉的沉浸

感让人更容易深入理解诗词的意境和情感。

AI“复活”传统历史文化,一方面是运用影像的方式把传统人物、文化经典数字化为生动、形象的视听作品;另一方面又对传统叙事进行了“故事新编”,体现了当代人对历史文化的重新阐释。例如河南卫视连续四年推出“中国节日”系列节目,利用“网剧+网综”创新视听表达方式,将春节、元宵节、清明节、端午节、七夕节、中秋节、重阳节等中国传统节日与现代技术相结合,实景舞台与虚拟场景、传统文化与现代意义共融共通,深受青年朋友喜欢,实现“破圈”传播,让观众体验到多维度的中国节日文化。

(二)“活化”非物质文化遗产

非遗保护特别强调“活化”,非遗作品不仅是“躺”在博物馆里陈列和展出,更重要的是要变成一种“活生生”的可以传承、可以欣赏的文化传统和技艺。在一定程度上,影像转化是非遗传承和“活化”的重要手段。如何将有形的或无形的非遗转化为影像资源,核心在于如何把握非遗影像创作的规律。AI技术应用在这个问题上给予了更为开放的解决方案。无论是场景建模复现和仿真还原记录,非遗影像对观赏性、趣味性、体验感都彰显了其巨大的优质生产力。

在AI赋能“活化”非物质文化遗产方面,无论是网络直播还是短视频作品,影像转化把静态化的非遗变成可视化、动态化的视听形式,尤其是木工、微雕、剪纸等技艺类非遗更适合采用这种具象化的传播方式。此外,还有很多文物修复、传统文化保护的短视频,展现了掌握民间技艺的工匠化腐朽为神奇的精湛技艺,这些作品点击率往往非常高,也深受国外网友的欢迎。

(三)“解锁”文旅沉浸新体验

近年来,“AI+文旅”的深度融合正成为中国文旅行业发展的新趋势。虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、混合现实(MR)以及扩展现实(XR)正成为智媒时代影像传播的新技术手段,这些新技术应用与人工智能(AI)相互融

合，所带来的沉浸式虚拟现实体验，共同塑造着未来的智慧旅游。

随着人工智能等技术发展，数字孪生、多语言互动、集成全息影音等跨时空应用落地，文旅产业不断解锁数字化文旅消费新场景，为数字技术赋能文旅产品带来新技术、新体验。好山好水背后的人文风情和文化内涵，在很大程度上依赖于导游、讲解员的介绍，AI 智能技术的应用将为公众提供知识问答、信息查询、文物保护等智能个性化服务，同时突破时空限制，用“文化+科技”的方式展现文旅资源，可以有效提高公众对文化资源的认识、理解和参与度。

科技赋能打造沉浸式旅游体验领略传统文化魅力。文旅产业正在向个性化、多样化、重体验等方向发展。利用人工智能等数字技术对文旅产业进行全方位、多角度、全链条改造，可以营造良好的旅游消费环境，提升游客体验。随着 AI 模型发展与算力提升，AI 也将带来 3D 内容生成领域的变革。此外，AR 地图技术使得景区旅游更加智能化，让文物古迹以可视的方式丰富游客的体验，使得旅游变成更有历史感和文化感的立体旅游。^⑦

（四）“升格”传统文化对外传播

在科技日新月异的今天，信息技术与人工智能技术通过全方位数字化和可视化，让数字世界里的“人”活起来，成为传播传统文化的“新使者”。文化产品承载着民族文化、国家精神、人民价值观念和生活方式。AI 赋能传统文化的影像创作，无疑是将来更精准抓取国外受众喜好、研判创作走向的理想途径。与一般的货物贸易相比，文化贸易更易对消费者产生潜移默化的影响，实现有效的文化传播。大量纪录片、综艺节目、短视频等用影像化、艺术化、大众化的表达方式，用心立意、创造新意、饱含情意，从时间、空间、价值等多重维度，全方位、多角度地立体展现了可信、可爱、可敬的中国形象。尤其在艺术美学的赋能下，我国

视听作品的对外传播效果更是从“润物细无声”进阶到“无声胜有声”。从“中国节日”系列节目的成功经验可以看出，创作者大量使用视听元素，以去语境化的方式对文化进行编码，极大地消除了语言差异带来的理解障碍，“润物细无声”地向全球观众展现了中国文化的独特魅力，并且吸引着外国观众继续了解中国和中国文化。当然，我们也应该看到中华优秀传统文化 IP 更应与音乐、游戏、文旅等各行业进行结合，构建大视听立体格局并走向国际。

五、结语

习近平文化思想提出要“着力赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展”。因此，践行“两个结合”，聚焦 AI 赋能文化类影像创作，增强中华优秀传统文化的生命力，既具有当下的现实意义，又具有继承优秀传统文化的国家战略高度。

AI 技术的应用为中华优秀传统文化影像转化注入了新的动能，也在不断催生广播电视和网络视听节目内容的多种新形态。同时，优秀传统文化借助人工智能融入当代生活，使传统文化的表达方式、价值内涵、生产实践在守正有根、创新有魂中通过当代命题溯源呈现传统韵味，让中华优秀传统文化可视、可闻、可感。在这个人工智能、数字技术日益广泛应用的智媒时代，中华文明的传播迎来新的机遇。可以说，中华民族现代文明是一种传统与现代、中国与西方借鉴融合的新文明形态，借助 AI 等智媒技术的影像传播为中华民族现代文明的重塑架起一座穿越古今、沟通中外的文化桥梁。中华优秀传统文化的影像转化是推动中华文明现代形态的重要途径之一。通过现代影像技术的运用，尤其是人工智能技术应用的产品迭代，传统文化元素被赋予新的生命力和表现形式，更贴近当代人的审美和需求，更好地推动中华文明的创新发展，铸就中华文化新的辉煌。（下转第 96 页）

敬的新时代中国形象。

一般来说,视角是文本讲述故事的角度,纪录片在叙述过程中也可以采用多元视角共同描述人物或事件,并将视角间的转换看作一个逻辑严密的过程,每个叙述视角都承担一定的功能,以此塑造客观且有说服力的中国形象。鲁迅曾说西洋人的看画,是观者站在一定之处的,但中国的观者,却一向不站在定点上,所以他说的话也是真实的。^⑥例如《我的铁路我的梦》的叙述视角即在中国建设者和肯尼亚建设者之间往复切换,每一对组合的视角切换都生动地讲述了铁路建造过程中的一个故事,既展现中国建设者的无私无畏,也表达出肯尼亚人民积极向上的奋斗精神,进而有说服力地呈现蒙内铁路并不是为资源掠夺而建,也没有新殖民主义色彩,而是为肯尼亚人民带来切实利益。多元流动的叙述视角能够让纪录片合理客观地传达价值理性,实现与他者的有效交往,在亲诚可信地传播中国声音、讲述中国故事的同时也逐步构建起属于中国的话语和叙事体系。

第四,分区域构建和传播中国形象。其实让他者成为自我创作或叙述的参与者,于理念层面就是自我设身处地地为他者考虑。而针对国际上不同立场的他者,纪录片对中国形象的建构和传播也应分区域进行。首先,世界的中国形象本就由不同地域、不同文化环境中的国家和团体共同塑造,现代社会不仅有西方他者,还有西亚、南亚、拉美等不同地区,他们都具有自身的视野与传统,对中国形象的认知也各不相同。^⑦因此,纪录片在讲述中国故事、塑造国家形象时,应针对不同区域的受众接受习惯,在议题设定、事件呈现、叙事方式等维度上加以选择和区分,以此拉近文本内容与他者间的距离,为实现自我与他者的高效互动奠定基础。这也要求纪录片作者应针对不同区域受众尽可能选取“有效信息”进行讲述。例如《想飞的非洲人》以“功夫”为关键词,通过吕克·本

扎的经历实现故事的跨文化讲述。

第五,注重情感因素的使用。特奥多尔·李普斯认为个体模仿所看对象的运动和表情,并与之产生相似的情感是人类的一种天性,自我与他者间的互动认同多通过情感因素来完成。在人类命运共同体理念指引下形成的共同体美学、共同体叙事中,情感也是打通个体间意识交流障碍的主要途径之一。因此,纪录片在通过文本塑造国家形象时,可以把情感作为人物叙述、事件流程转变的重要基点,伴随文本叙述的累积,情感之上的转变和升华会逐渐触及全人类的共通情感,由此让他者对自我生成认同。例如《中国人在非洲》里,卓强讲述自己如何割舍家人只身来到马赛马拉参与野生动物保护以及黄泓翔谈到中南屋运营的困难时,他们对生态保护的执念、社会形态的思考均触及人类发展的根本命题,无形间将个人情感升华至人类共通的道德感和价值观,也暗含了中国天人合一、道法自然的理念。戴维·赫尔曼曾指出叙事就应根植于对情感及其起因,以及话语参与者表现情感方式这类框架之中。^⑧的确,比照国内以往那类价值理性极强的纪录片来说,如果文本叙述中缺少情感因素,那么它叙事的说服力必然会被削弱。情感是生成身份认同和观念认同的重要途径,也是纪录片消除自我与他者边界,让他者对文本所构建形象产生正向认同的核心策略之一。

第六,提升中国纪录片的国际话语权。构建属于自己的话语权并不意味着排斥或抹黑他者,中国话语权构建的本体论、目的论是集体主义和人民主体性。^⑨具体来说,中国纪录片国际话语权提升的核心环节仍是议题设置能力,基础在于人物与事件的框选,^⑩其后涉及的便是文本叙事方法的运用,以提升说服力,缩小乃至消除自我与他者间的距离,在生成认同效果的基础上实现国家形象的自塑与修正。首先,纪录片在选题创作维度应进行合理布局,通过