

Research on the Youthful Expression of Traditional Cultural Symbols in the Short Video Era

Yanzhi Kang

Nanjing Media College, Nanjing, Jiangsu, 211172, China

Abstract

As short videos become the main medium of information dissemination, young people are increasingly becoming the core force of cultural consumption. In this situation, the dissemination and presentation of traditional culture are facing new opportunities and challenges. This article takes traditional cultural symbols in short video environments as the research objective, analyzing their dissemination characteristics, symbol forms, and expression methods for young people. Through the innovation of narrative techniques, redesign of visual styles, and interactive co creation, traditional cultural symbols have achieved visual, entertaining, and emotional expression in short videos. Research shows that short video platforms not only provide a vast stage for cultural inheritance, but also promote the integration of traditional culture and modern aesthetics and lifestyles, opening up effective ways for cultural innovation and gaining recognition from young people. This study is beneficial for understanding the activation mechanism of traditional culture in the digital age and strategies for sustainable dissemination.

Keywords

short video era; Traditional cultural symbols; Youthful expression

短视频时代下传统文化符号的年轻化表达研究

康延智

南京传媒学院, 中国 · 江苏 南京 211172

摘要

当短视频一跃成为主要的信息传播媒介, 年轻人群体也日益成为文化消费的核心力量, 在此情形下, 传统文化的传播与呈现面临着全新的契机与难题。本文将短视频环境中的传统文化符号当作研究目标, 剖析其传播特点、符号形式以及针对年轻群体的表达方式。借助叙事手法的革新、视觉风格的重新设计以及互动式共同创作等手段, 传统文化符号在短视频里达成了视觉化、趣味化以及情感化的表达。研究显示, 短视频平台不但为文化传承搭建了广袤的舞台, 还促进了传统文化和现代审美、生活模式的交融, 为文化创新以及赢得青年群体的认可开辟了有效途径。本文的研究有益于了解数字时代传统文化的激活机制以及可持续传播的策略。

关键词

短视频时代; 传统文化符号; 年轻化表达

1 引言

处于数字经济与短视频迅猛发展的大环境之中, 传统文化的传播遭遇深刻的变化。短视频凭借碎片化、可视化以及互动化的特性, 改变了信息传播的模式, 同时也塑造了年轻受众的文化消费习性。要是传统文化符号不能顺应这一新的传播环境, 极有可能被边缘化, 甚至仅存形式^[1]。怎样在短视频平台上达成传统文化针对年轻群体的有效表达, 既是文化创新的关键课题, 也是推动文化传承以及获得青年认同的现实需求。本文通过分析短视频时代的传播特性、传统文

化符号的形态以及针对年轻群体的表达策略, 探寻传统文化在新媒介环境下的创新之路。

2 短视频时代的传播特征与文化语境变迁

2.1 算法主导的分散式传播架构

短视频时期传播特性首先展现为“借由算法推动的分散式传播”。在传统媒体阶段, 信息的传递依靠集中式的权威组织以及线性思维, 而短视频平台凭借算法推荐体系, 达成了内容依照不同用户需求精准分发, 促使传播权由组织转移至用户。算法基于用户的行为数据, 借助诸如点击率、停留时间长度、点赞以及评论等标准, 灵活调整内容推送, 做到精准适配并保持用户关注度。此机制大幅降低了文化传播的门槛, 任何个人都有机会成为“信息枢纽”与“内容创作者”, 传统文化借此获得广阔传播空间。只是这种算法逻辑

【作者简介】康延智（1982-），男，中国陕西清涧人，在读博士，教授，从事影像制作与传播，纪实影像创作研究。

同样引发内容碎片化、情绪化等潜在问题，令文化传播越发倾向短期性与流量至上。

2.2 注意力经济背景下受众构成与传播心理的转变

短视频平台将“注意力”视为关键资源，其传播思路基于对用户心理节奏的精确把握。年轻人群作为主要受众，喜爱快速且极具视觉效果的信息内容，易于通过情感共鸣与感官触动形成瞬间认可。和传统媒体“被动接收”的传播模式相比，短视频受众更具参与和创造能力，用户借助点赞、评论、合拍、二次创作等行为，实现文化内容二次传播与创造^[2]。这一互动机制增强了受众主体意识，让文化传播具备“共同创造”特点。在传统文化传播方面，这种受众心理的改变推动了“国潮”“汉服”“非遗”等内容的流行，使文化不再仅仅是被动传承，而是融入个人生活方式与自我展现之中。但这种由注意力驱动的传播也容易导致“表面消费”与“快餐式理解”，使传统文化内涵被过度娱乐化、简单标签化。

2.3 视觉化与碎片化环境下文化表达的变革

短视频的核心展现形式是“视觉化叙述”，其强烈的图像冲击与节奏感染力改变了文化传播的呈现形式。传统文化标识在短视频环境里被重新编排成视觉标识，如服饰、器具、书法、民俗等被赋予全新影像表达，形成兼具美感与传播效力的文化表述。同时，短视频在时长方面的特性（一般为15秒到3分钟）致使内容呈现高度碎片化的叙事结构，文化传播更依靠标识堆砌与感官刺激。这种碎片化表述虽然利于吸引年轻受众，却也可能降低文化的系统性与思想深度。在视觉化与碎片化并存的传播环境中，传统文化表达正经历从“文字叙述”向“影像标识”的转变。这需要创作者在形式创新和内容深度之间找到平衡点，通过对影像表达重新设计与多媒体整合，构建既具时代感又有文化底蕴的传播样式。

3 传统文化符号的短视频传播形态

3.1 符号重塑与视觉转化：传统元素的全新呈现方式

于短视频环境里，传统文化符号并非再以静止状态存在，而是借助“视觉转化”达成文化意义的重生。传统服饰、书法、民俗、器物、节庆等各类元素被重新拆解与组合，以此契合短视频的审美韵律与传播规律^[3]。创作者运用影像剪辑、滤镜特效、音乐节奏等方式，把原本底蕴深厚的文化意象转变为具备现代视觉震撼力的表达形式。举例来讲，“汉服走秀”“古风舞蹈”“国风妆造”等相关内容，依靠动态视觉叙事促使传统文化从“物质样式”转变成“审美感受”。这样的符号重塑让传统文化在当下环境中重焕生机，同时也唤起了年轻群体对文化的认同感。不过，有部分创作只是单纯追求视觉上的刺激，对文化内涵有所忽略，使得传统符号仅停留在形式层面。所以，怎样在视觉创新和文化内涵这两者之间达成平衡，变成了传统文化短视频创作当中极为关键

的一个议题。那些出色的创作者一般会透过对文化背景展开深入挖掘，同时强化叙事逻辑和情感上的共鸣，让视觉符号不光具备审美层面的张力，还能够承载起文化记忆以及精神价值。只有做到这样，传统文化的视觉转变才能够切实达成“形”与“神”的合一，在新媒体所处的环境之下不断展现出生命力。

3.2 内容创作者的文化再度演绎：个性化与情感化的表达路径

短视频平台为传统文化的传播造就了多样化的创作主体。与以往由官方机构主导的单一方向传播不同，目前的内容产出更多依靠个人创作者的情感注入以及个性化的再度演绎。创作者借助贴近生活、充满故事性的叙事手段，将传统文化融入日常表述当中，进而形成更具亲近感的传播风格。比如，“李子柒”通过手工制作、农耕活动以及美学化生活的展示，构建出一种“东方田园意境”；“国风舞者”运用现代编舞重新诠释古典审美，达成了文化与艺术的跨界交融。这种个体化的表达，让传统文化不再是遥不可及的知识载体，而是成为一种能够引发情感共鸣的生活模式。但个体创作在提升文化亲近感的同时，也可能带来“过度个人化”的问题，造成文化意义的削弱^[4]。所以，在进行个性化演绎的过程中，需要维护文化的底色以及价值内核的真实性，从而实现情感共鸣与文化传承的有机统一。

3.3 平台生态的引导机制：流量逻辑与文化价值的均衡把控

短视频平台的内容生态与算法机制，对传统文化符号的传播形式起着至关重要的作用。平台通过流量激励、榜单推荐以及话题标签等一系列机制，塑造了内容传播的主要走向。一方面，平台积极顺应政策引导方向，大力扶持“非遗传承”“国潮文化”“红色文化”等高质量内容，为传统文化搭建了更为广阔的传播平台。另一方面，算法以用户的喜好为导向，容易致使内容朝着“娱乐化”与“浅层消费”方向发展，传统文化被转变为迎合流量的“表演性符号”。这种矛盾状况使文化传播面临“价值深度与传播广度”之间的矛盾。为了实现两者的平衡，平台需要对推荐机制进行优化，强化对文化内容的正面引导，鼓励创作者深入挖掘文化故事的思想内涵以及历史背景。同时，政府与学术机构之间的协作可以构建起专业的评价体系，引导短视频平台在文化创新过程中承担起社会责任，推动传统文化传播从单纯的“流量驱动”迈向“价值共鸣”。

4 短视频时代下传统文化的年轻化表达策略

4.1 叙事创新：从“讲故事”迈向“造场景”

在短视频所处的时代背景下，为了让传统文化在年轻人群体中有更好的表达效果，就得打破以往线性叙事存在的限制，借助场景化以及情境化等方式，强化观众在观看过程中的沉浸体验感受。要是传统文化符号仅仅依靠文字或者单

一的画面去呈现,就很容易给人一种生硬、抽象的感觉,不容易引起年轻群体情感上的认同。通过采用情境化叙事手法,创作者能够把历史人物、民俗节庆、传统工艺等各类文化要素,融入到可以直观看到的故事场景当中,这样一来,观众在较短的时间内,就能体会到文化所具备的趣味性以及互动性。就像抖音上面的《新洛神》系列短视频,通过构建虚拟的古风场景,配合动态的剧情和与之适配的背景音乐,把《洛神赋》里面的文学意象转化成为可以实际体验的情境。短短几十秒的视频,凭借光影、服饰、音乐以及剧情的有机组合,营造出沉浸式的场景氛围,使得年轻观众在获得视觉享受的同时,不知不觉地接触到古典文学的内在含义。

4.2 视觉风格年轻化: 跨界融合与审美再设计

视觉风格朝着年轻化方向转变,是传统文化在短视频领域吸引年轻受众关注的关键策略之一。创作者们通过将传统元素同现代审美理念、当下流行文化以及数字技术相融合的方式,塑造出富有时代气息的视觉表达形式^[9]。像二次元风格、国潮美学、潮流字体设计,还有短视频所特有的滤镜和特效等,都为传统文化的视觉再设计提供了多种可行的手段。举例来说,B站的UP主“李子柒”所创作的短视频,将中国乡土民俗、农耕生活与精美的拍摄构图、慢镜头以及色彩调控巧妙结合,达成了“生活美学+传统文化”这种视觉风格的创新。视频里面的农耕器具、手工制作流程以及节日食俗,从视觉层面展现出很强的艺术美感,非常契合年轻人对于“精致生活与东方审美”的认知和喜好。经由视觉风格的重新设计,传统文化符号被赋予了现代的审美价值以及时尚感,既保留了其原本特有的符号特性,又让文化内容更加容易被年轻人接受和传播,进而增强了文化的影响力与审美吸引力。与此同时,这种视觉年轻化的发展趋向不光体现在画面设计方面,还深入到叙事节奏以及内容表达之中。创作者们借由快节奏的剪辑手段、能够渲染情绪的音乐,还有沉浸式的视听感受,使得传统文化故事以更为轻快、鲜活的方式得以讲述。视觉与情感相互融合,让传统文化从单纯的“被观看”状态转变为“被体验”,达成了审美趣味和文化传承这两个层面的双重共鸣。

4.3 互动传播: 从单向输出转变为共创参与

在短视频时代,对于传统文化的年轻化表达而言,不仅仅重视内容方面的创作,同时也格外强调受众的参与以及互动共创。年轻受众在日常使用中,习惯借助评论区、弹幕、

挑战赛或者合拍功能等形式,参与到内容的生产过程中,他们不再仅仅是信息的接收者,更是文化传播过程中的重要传播者。这种互动机制促使传统文化从以往的“被动传承”模式,转变为如今的“主动参与”模式。比如在抖音的“国风挑战赛”当中,用户可以通过上传自己的汉服搭配展示、古风舞蹈表演或者手工工艺作品等方式参与挑战。平台不仅为用户提供了展示自我的机会,还利用话题标签以及流量推荐等手段,鼓励创作者之间相互学习与模仿,从而形成社区共创的良好效应。参与者在互动过程中,进一步加深了对文化内涵的理解与认同,与此同时,还推动了传统文化符号的二次创新和广泛传播。这种互动传播策略有效地打破了单向信息传递所存在的局限,让传统文化在年轻群体里形成了社交认同与价值共鸣,实现了“文化参与—传播分享—内容创新”的循环,提升了传统文化在数字化时代背景下的生命力和影响力。

5 结语

短视频时代为传统文化带来了空前的传播空间,同时对其表达方式设定了新的标准。凭借叙事创新、视觉风格的年轻化塑造以及互动式共同创作,传统文化符号在短视频中实现了内容的活化与形式的创新,提升了年轻群体的参与感与认同感。展望未来,应当进一步完善平台的运行机制,提高创作者的文化涵养,强化文化价值的引导方向,达成短视频与传统文化的深度融合。唯有在技术创新、创作创新以及价值引领的共同推动下,传统文化方能在数字化时代实现可持续的传承并充满活力地发展。

参考文献

- [1] 庄宏光. 短视频时代下《黑神话: 悟空》赋能中华优秀传统文化传播的逻辑与路径[J]. 嘉应文学, 2025, (09): 152-154.
- [2] 郑俊辉, 叶源. 新媒体时代传统文化在短视频传播中的运用探究——以抖音短视频平台为例[J]. 声屏世界, 2020, (20): 102-103.
- [3] 单纯. 网络传播生态中传统文化短视频传播现状与创新路径——以非遗传承短视频为例[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2024, 21 (06): 79-81.
- [4] 余舒萍. 自媒体时代“短视频+”传统文化传播策略研究——以桂北地方古琴传播为例[J]. 今传媒, 2022, 30 (10): 90-93.
- [5] 张翠燕, 孙传国. 短视频时代新疆少数民族传统文化创新交融的实践与探索[J]. 产业与科技论坛, 2022, 21 (19): 168-169.