

生成式 AI 驱动下安塞腰鼓非遗创新传播研究

刘丽媛, 江欢辉, 邱乐凡, 陈荣旭, 高雪微

西安培华学院, 陕西 西安 710199

DOI:10.61369/HASS.2025080015

摘 要 : 生成式人工智能的崛起为非物质文化遗产传播带来范式变革。本研究以国家级非遗安塞腰鼓为对象, 分析其在面向 Z 世代传播时面临的认知断层、技术局限与跨界实践不足等困境, 以及其背后文化表达与时代审美错位、工具理性过度等深层原因。研究提出以生成式 AI 为驱动, 通过萌宠化与人格化策略重构文化符号, 打造虚拟 IP “咚咚”, 构建“技术转译—传播落地—可持续运营”三位一体的创新传播路径。通过资源整合与多元化商业模式保障项目长效发展, 推动情感连接、价值植入、互动参与和社群裂变的全流程传播, 实现文化本真性与现代传播力的平衡, 为其他非遗项目的数字化传播与青年认同建构提供理论参考与实践范本。

关 键 词 : 生成式 AI; 安塞腰鼓; 非物质文化遗产; 萌宠经济

Research on Innovative Communication of Ansai Waist Drum Intangible Cultural Heritage Driven by Generative AI

Liu Liyuan, Jiang Huanhui, Qiu Lefan, Chen Rongxu, Gao Xuewei

Xi'an Peihua University, Xi'an, Shaanxi 710199

Abstract : The emergence of generative AI has revolutionized the dissemination of intangible cultural heritage. This study focuses on Ansai Waist Drum, a national intangible cultural heritage, analyzing challenges in Gen Z communication such as cognitive gaps, technical limitations, and insufficient cross-disciplinary practice, along with underlying causes like misalignment between cultural expression and contemporary aesthetics, and overemphasis on instrumental rationality. Driven by generative AI, the research reconstructs cultural symbols through pet-like and anthropomorphic strategies to create the virtual IP "Dongdong", establishing a tripartite innovation pathway of "technological translation – practical implementation – sustainable operation". Resource integration and diversified business models ensure long-term development, while promoting emotional connection, value embedding, interactive engagement, and community proliferation throughout the communication process. This approach achieves a balance between cultural authenticity and modern communication effectiveness, providing theoretical and practical references for the digital dissemination and youth identity construction of other intangible cultural heritage projects.

Keywords : generative AI; ansai waist drum; intangible cultural heritage; pet economy

安塞腰鼓, 作为陕北黄土高原的文化图腾, 其奔放的动作、铿锵的鼓点承载着深厚的地域文化与民族精神。在全球化与数字文化的冲击下, 其传播面临着“曲高和寡”的窘境。其困境核心在于与 Z 世代认知习惯的断层。而生成式 AI 为解决这一困局提供了工具箱与方法论。它使得非遗文化不再是博物馆中静态的标本, 而是可进行动态演绎、互动体验甚至二次创作的生命体, 实现从文化保护到文化共创的战略升级^[1]。

一、安塞腰鼓非遗文化传播的现实困境

安塞腰鼓源于陕西延安北部, 作为传统民俗舞蹈, 其起源可追溯至秦、汉时期的军事、宗教与农耕活动, 后发展为节庆表演形式。2006 年安塞腰鼓入选国家级非遗后, 仍面临传承窄化、传

承人断层及传播渠道单一等问题。在数字化浪潮下, 安塞腰鼓亟需实现传统与现代的平衡, 推动人工智能化转型。安塞腰鼓非遗文化传播需要突破如下现实困境:

(一) Z 世代认知断层: 非遗传播与年轻群体需求的结构性脱节

安塞腰鼓的传播模式与 Z 世代的“信息—情感”消费模式存

基金项目: 西安培华学院 2025 年校级大学生创新训练项目“AI 赋能·萌宠鼓舞——基于生成式 AI 的安塞腰鼓非遗文化创新传播研究”(编号: PHDC2025017)。

作者简介: 刘丽媛(2003—), 女, 汉族, 安徽宣城市人, 本科在读, 研究方向: 非遗文化传播。

在结构性矛盾。Z世代认知习惯是碎片化、视觉化、互动化与情感化的，而安塞腰鼓的传播多以纪录片、舞台化汇演等宏大叙事为主，缺乏适于短视频平台传播的微叙事内容。年轻群体对其认知停留在“黄土高坡跳跃”的浅层符号，难以理解其与农耕、宗教的内在联系，缺乏情感共鸣。在B站、小红书等平台，内容多为官方展演搬运，未能建立平等互动、持续对话的传播场域。

（二）技术应用局限：停留在数字化存档表层，缺乏文化转译能力

当前，技术介入非遗多集中于文物扫描、动作捕捉等数字化存档阶段，这本质上是将非遗客体化与数据化^[2]。真正的传承在于文化的主性表达与意义的传递。现有技术缺乏将文化内涵进行创造性转译的能力。例如，AI可以记录腰鼓的动作轨迹，却难以生成一个能讲解“为什么这个动作要如此发力”的虚拟导师；可存档鼓谱，却无法创作一首融合了腰鼓节奏与电子音乐的国潮爆款曲目。技术应用与传播目标严重脱节，工具理性（如何更好地记录）凌驾于价值理性（为何要传播、要传递何种价值）之上，导致技术资源投入与传播效果产出极不匹配。

（三）跨界实践缺口：重技术开发轻运营落地，缺乏完整的传播生态

许多非遗数字化项目陷入了“为技术而技术”的陷阱，投入大量资源进行高技术门槛的数字产品开发，但完成后却缺乏有效的长期运营与推广策略，最终成为一次性的展陈项目或孤立的数字档案。存在重技术开发轻运营落地的突出问题。一个成功的创新传播，须是“内容生产+平台运营+用户互动+商业转化”的完整生态。但安塞腰鼓目前与萌宠、二次元等青年文化的结合仍属空白，未能形成核心IP与可持续模式，传播热度难以维系。

二、安塞腰鼓传播困境的深层成因

（一）文化表达与时代审美错位：传统范式与Z世代认知惯性的冲突

Z世代偏好萌趣、治愈与个性化，而安塞腰鼓的传统表达雄浑、壮阔、乡土与集体主义，两者存在巨大审美鸿沟。直接灌输无异于文化硬着陆。面对Z世代，需进行文化表达的转译，消解非遗传统范式与其认知惯性的冲突。本研究提出“安塞腰鼓+萌宠”，通过审美适配实现文化适配，将文化精髓转化为大众可接受并主动传播的产品。

（二）技术应用与传播目标脱节：工具理性对价值理性的僭越

安塞腰鼓在年轻群体中遇冷，源于项目主导者（多为技术方或文化保护单位）对传播本质的理解偏差——视非遗为需保护的静态对象，而非待激活的动态文化进程。技术应用目标偏向清晰记录而非有效沟通。技术团队与传承人之间存在认知壁垒：技术人员不懂腰鼓的“魂”（精神内涵与情感表达），传承人不知技术的“能”（生成式AI的创作潜力），导致技术成果脱离文化传播核心价值，沦为华丽空壳。

（三）资源整合与运营能力不足：多主体协同机制的缺失

非遗传播涉及传承人、政府、企业、高校、媒体等多方，目

前尚未形成合力。传承人有核心文化资源但缺乏市场洞察与现代运营能力；高校有人才但缺乏项目落地场景；企业有市场能力但文化理解不足。缺乏有效整合各方资源的操盘手与协同机制，导致资源分散，难以形成从文化挖掘、内容创作到市场推广的闭环，加剧传播碎片化与低效化。

三、生成式AI赋能安塞腰鼓创新传播的实践路径

（一）技术转译：生成式AI驱动的文化符号萌宠化与人格化重构

人工智能的飞速发展能帮助解决以安塞腰鼓为代表的非遗文化传承中文化表达错位问题，以用户思维为导向，结合Z世代的文化认知特点，推动安塞腰鼓实现生成式AI创新传播，打造符合Z世代审美的数字形象与内容人格。

1. IP形象生成与世界观构建

本研究借助Midjourney、ChatGPT、豆包等工具，围绕“安塞腰鼓”“中华田园猫”“国潮”等关键词进行IP采样，推出核心形象“咚咚”。通过大语言模型构建其作为“小鼓灵”的人设：认真又呆萌，兼具文化内涵与情感共鸣，使其成为承载故事的文化节点^[3]。

2. 动态演绎与知识可视化

通过Runway、即梦等AI视频工具，基于安塞腰鼓表演数据驱动IP形象模仿和演绎腰鼓动作，制作如“三分钟掌握基本步伐”等视频，将抽象技艺与情绪转化为直观的视觉内容。

3. 个性化交互与UGC激发

推广“AI腰鼓萌宠生成言语”。用户上传自家宠物或自拍照片，输入特定言语，AI可基于预设的腰鼓元素（头巾、鼓具、服饰纹样）自动进行风格迁移，生成用户专属的“腰鼓萌宠”形象并分享至社交平台。此举推动用户从观看者转为创作者，激发UGC规模化生产与社交传播。

（二）传播落地：基于SIPS模型的新媒体分阶段运营与数据迭代

此路径旨在系统性地解决运营落地问题，构建可持续的传播生态。引入经典的SIPS模型作为理论指导^[4]。

1. 共鸣阶段：情感破冰，萌趣引流

在抖音、小红书平台，发布“萌宠咚咚”表情包与短视频，通过可爱日常引发情感共鸣，打破非遗内容刻板印象^[5]。

2. 确认阶段：价值植入，建立信任

在引发初始关注后，逐步释放融合知识性的内容。发布“咚咚的腰鼓小课堂”等系列内容，以短视频和图文普及腰鼓知识与民俗寓意。通过持续输出有趣又有料的内容，使用户确认其文化价值，建立对IP“咚咚”的信任与认同，而非遗本身也不再是枯燥的说教。

3. 参与阶段：低门槛互动，从观看到参与

设计极易模仿的线上活动。例如，发起#和咚咚一起打腰鼓#等挑战赛，提供AI手势舞模板，结合“腰鼓萌宠生成器”鼓励用户参与，强化情感连接。

4. 分享与扩散阶段：社群裂变，文化出圈

建立“咚咚”粉丝社群，运营专属话题，鼓励用户分享自己的UGC作品。通过设置分享奖励（如解锁专属壁纸、获得积分等），激励用户成为文化的传播节点。联合高校社团、宠物博主进行跨界联动，将流量池从非遗垂直领域扩展至更广阔的泛娱乐与青年文化领域，实现破圈传播。

（三）可持续运营：资源整合与多元化商业化模式构建

此路径旨在解决资源整合与长效发展问题，确保项目生命力。

1. 资源整合平台化

以“AI腰鼓萌宠”IP为核心，打造连接各方的非营利性 with 商业化结合的运营平台。由陕北安塞腰鼓传承人罗勇老师担任文化顾问，确保所有转译内容的准确性与精神内核的纯正；陕之北文化传播公司提供线下活动场地、实物产品开发与市场渠道；校企合作公司提供IP题名等艺术加持，提升品牌格调；高校网新专业团队则作为核心创作与运营引擎，负责持续的内容生产、账号维护与数据分析。各方以项目为纽带，形成“文化内核—技术转化—市场运营”的稳定铁三角。

2. 多元化商业化模式探索

数字资产与实体文创：发行“萌宠咚咚”系列限量版数字艺术藏品，开发联名文创产品如盲盒、潮流主题玩具等，实现线上流量向线下消费的初次转化。

内容增值与品牌授权：待IP成熟后，制作更精良的AI动画短剧，探索付费点播或平台会员专享模式。将IP授权给游戏、App开发、服装品牌等，收取授权费用，形成稳定的长尾收益。

文旅融合赋能：将“咚咚”形象与安塞当地文旅宣传相结合，设计文旅打卡路线、主题民宿体验等，通过IP赋能提升传统文旅的吸引力和附加值，反哺地方经济。

四、中外对比视角下 AI 赋能非遗传承的独特性与创新性

在全球非遗数字化创新图景中，“安塞腰鼓+AI萌宠”的路

径设计更具独特价值。

日本通过 Vocaloid 技术创造的虚拟歌姬初音未来，作为全球最成功的虚拟偶像之一，依托开放平台形成同人生态，是空壳化、由粉丝填充内涵的；而“萌宠咚咚”则以内涵化为核心，承载并转译安塞腰鼓文化，路径为自上而下的文化赋能，符合中国非遗保护的本真性原则。

欧美机构常利用 AI 进行名画修复或再现艺术品，受众多是艺术爱好者或研究者。本项目则创造了具有人格化的文化传播中介（“咚咚”），实现创造式传播，直指大众与 Z 世代，更具主动性^[6]。

利用生成式 AI 创建一个具有强吸引力的、人格化的新文化符号，并通过这个符号作为翻译官，系统性地、有控地向年轻群体介绍和阐释古老的非遗文化。这是一种更主导、更贴合中国国情的创新传播策略。

五、结论

生成式 AI 正革新内容生产，聚焦国家级非遗“安塞腰鼓”在年轻群体中的传播困境，其背后是认知断层、技术局限与实践缺口三大现实，以及文化错位、目标脱节与资源分散的深层成因。本研究创新提出以生成式 AI 为驱动，以文化符号萌宠化与 IP 人格化转译为核心的破局思路。通过“技术转译—传播落地—可持续运营”的实践路径，将安塞腰鼓从地域性、仪式性的传统文化形态，转译为全球性、日常化、可参与的现代青年文化符号。本研究推动传统文化与当代青年对话融合共生，为同类非遗现代化传播与商业开发提供可借鉴的范本与理论支撑。

参考文献

- [1] 高雨茜, 杨慧芝, 李延园, 等. 价值协同与范式迭代: AIGC 微短剧的实践路径研究 [J]. 视听, 2025, (18): 57-60.
- [2] 沈朝阳. 探析 AIGC 在非遗影像中的应用 [D]. 鲁迅美术学院, 2025.
- [3] 潘璐. 从角色扮演到身份认同: 互联网虚拟主播与受众的情感共鸣机制研究 [J]. 当代电视, 2025, (08): 99-104.
- [4] 周之华, 赵苏. 基于 SIPS 模型下萌宠短视频传播策略探析——以抖音用户“本喵叫兔兔”为例 [J]. 传媒论坛, 2025, (09): 43-46.
- [5] 卞丽珊. “萌宠”霸屏, “它经济”正当时 [J]. 声屏世界, 2021, (19): 84-85.
- [6] 宋艳丽, 张玉婷. 数字叙事赋能非遗传播: 铸牢中华民族共同体意识的创新实践 [J]. 北方传媒研究, 2025, (03): 34-37+46.