

数字化背景下中国杂技艺术短视传播模式研究

范译鹤（硕士，大连市文化艺术事业发展中心助理研究员）

摘 要：数字化背景下，杂技艺术于自媒体短视频平台呈现出“碎片化”传播状态，其传播主体、内容生产以及传播过程等方面均产生显著变化。基于此，本文以主流短视频平台为研究场域，深入剖析杂技艺术短视频碎片化传播的现状、特征及利弊，探寻兼具传承性与创新性的发展路径，旨在为杂技艺术的当代传播实践与话语体系构建提供理论指导，丰富传统艺术数字化传播研究体系，为践行文化强国战略、提升中华优秀传统文化的传播力与影响力提供有益参考。

关键词：数字化；杂技艺术；短视频；传播模式

数字化浪潮的席卷重构了文化传播的底层逻辑，短视频作为数字技术与传播载体深度融合的产物，凭借低门槛、高互动、广覆盖的特质，能够“影响一种特定媒介内容被构思的方式，并塑造出一种由特定媒介所统治的文化”^[1]。杂技艺术作为中华民族优秀传统文化的瑰宝，承载着千年技艺传承与审美积淀，但其“现场性”的传统形态、“在场性”的传播模式，在当代快节奏生活与多元文化冲击下，面临着受众流失、认知弱化、传播半径受限的困境。而短视频碎片化传播模式以5分钟内的内容为核心载体，依托算法推荐与社交裂变，将完整的文化内容拆解为适配当下时间消费的信息单元，恰好契合当代受众的信息接收习惯，为杂技艺术的当代传播注入了新的可能。

一、杂技艺术短视频碎片化传播现状与特征

数字化时代，内容的碎片化传播已成为行业趋势。“碎片化是描述当前中国社会传播语境的一个形象说法”^[2]。体现在杂技艺术的传播层面，即其内容生产、传播、接受的整体过程，均形成了“多元协同”的主体传播格局与“内容生产聚焦技艺、传播过程即时联动”的鲜明特征，二者相互作用，共同构成了数字化背景下杂技艺术短视频碎片化传播的完整逻辑链条。

（一）传播主体的多元协同

短视频制作的低门槛特性打破了传统杂技传播中“专业院团主导”的单一格局，在传播主体层面，形成了由专业机构、个体从业者、文化爱好者、商业主体多元协同的传播矩阵（见表1）。

表1 杂技艺术短视频碎片化传播主体类型及特征

主体类型	核心角色	传播内容	核心特征
专业院团	传播主导者	经典剧目片段、获奖作品精选、演员日常训练	资源丰富，内容具专业性、权威性，入驻主流短视频平台
个体从业者	传播活力担当	个性化技艺展示（如蹬技）、训练日常记录	生活气息浓郁，风格鲜明，粉丝互动性强，易拉近与大众距离
文化爱好者与普通用户	传播长尾参与者	模仿简单杂技动作、转发专业内容、分享观演感受	数量基数大，依托社交网络裂变效应，大幅提升传播覆盖面
商业主体	传播延伸者	杂技表演预告、景区实景演出片段、兼顾传播与营销	延伸传播链条，实现文化传播与商业营销双重目标

其中，在当前的杂技短视频传播生态中，专业院团无疑扮演着中流砥柱的角色。凭借深厚的内容积淀与人才储备，中国杂技团、上海杂技团、广州杂技艺术剧院等国家级与省级院团，近年来纷纷布局抖音、微信视频号等平台，开设官方账号，将舞台经典转化为数字内容。这些短视频作品多聚焦于经典节目片段、获奖作品精选及演员日常训练内容，既展现了高超的专业技艺，也依

托院团的权威身份为内容赋予了公信力。

与院团的“官方叙事”形成互补的，是在职演员、退役艺人及民间从业者这一充满活力的创作群体，他们构成了盘活杂技短视频传播生态的关键力量。相较于院团内容的规整与正式，个体创作者的表达更具个性色彩与烟火气息，摒弃了程式化的舞台范式，以真实的训练场景和质朴的技艺展示打动受众。以抖音创作者、国家一级演员李松蔓为例，她专注于蹬技等传统技艺展示，将训练日常以真实鲜活的方式呈现于屏幕之上，收获了数十万粉丝的关注，让原本局限于专业舞台的小众技艺真正进入了大众视野。

广大的普通用户与文化爱好者，则构成了杂技短视频传播的长尾力量。他们虽不具备专业表演能力，但通过转发、评论、分享等轻量化互动，持续激活社交传播的链条，推动杂技内容突破行业圈层，实现更为广泛化、常态化的传播。与此同时，以吴桥杂技大世界、长隆度假区为代表的文旅商业主体，将杂技短视频与文旅场景深度绑定。通过发布演出预告、实景展演片段等内容，既提升了景区影响力，也拓展了杂技艺术的传播场域，实现了文化价值与经济价值的双向赋能。总体来看，专业院团、个体创作者、普通用户与文旅主体四方协同发力，正在共同构建一个层次丰富、充满活力的杂技短视频传播新格局。

（二）内容生产的技艺解构与生活化展示

杂技艺术的核心竞争力在于“技”，极致的肢体控制、力量平衡、技巧呈现，是其区别于其他文艺形式的核心审美特质。这一本质属性，决定了杂技短视频的内容生产始终以技艺展示为核心，同时结合短视频碎片化传播逻辑，对传统完整剧目进行拆解重构，并融入生活化场景，实现专业技艺的轻量化和亲民化传播。

因此，针对技巧的碎片化拆解是杂技短视频内容生产的核心策略。传统杂技表演多以完整剧目形式呈现，包含起承转合的剧情与连贯的技艺

展示，而短视频碎片化传播则打破了这种完整性，将复杂技艺解构为独立的“信息单元”：既有突出关键动作的视觉冲击的“动作拆解”；也有满足受众“观看快感”的难度展示；亦有通过特写镜头聚焦演员的手部动作、面部表情、身体平衡控制，搭配专业解说，让受众清晰了解技艺核心的“细节拆解”。这种解构方式，既符合数字化时代“短平快”的传播特点，又能精准击中受众对“高超技艺”的猎奇心理，实现传播效率的最大化。

生活化展示则是杂技短视频碎片化内容生产的重要补充，旨在打破杂技艺术的“疏离感”，建立与受众的情感连接。生活化展示内容一方面体现在“训练场景生活化”中，此时演员的技巧展示不再局限于专业训练场，而是在家庭、公园、街头等日常空间展开，如抖音博主“杂技小云”，在自家农田、房屋周边展示杂技技巧，使短视频充满生活气息。另一方面则表现为“技艺应用生活化”，将杂技基础技艺与生活场景结合，如用转碟技巧转动餐具、用平衡技巧搬运物品、用柔韧性技巧完成日常动作等，让受众感受到“杂技源于生活”的本质。

（三）传播过程的即时性与区域联动

短视频传播的碎片化，重构了杂技艺术的传播流程，使其形成了“即时发布—快速扩散—区域联动”的传播通路，打破了传统杂技传播的时间限制与地域壁垒。

杂技表演的现场性极强，短视频碎片化传播能够实现“表演结束即发布”的即时性输出。通过将演出经典片段同步投放在平台之中，这种即时性传播效有“提升了杂技艺术的传播速度，符合受众的审美诉求”^[3]。受众通过点赞、转发、评论等互动行为，将内容分发至朋友圈、微信群等社交场景，构成“核心受众—次级受众—潜在受众”的扩散链条^[4]。此外，借助平台算法的即时推荐机制，将内容推送给兴趣标签为“传统文化”“艺术表演”“猎奇”等相关用户，为杂技的

传播形成了精准、高效且有针对性的逻辑闭环，最终实现杂技内容的精准传递。

区域联动亦是杂技短视频碎片化传播过程的重要特征。通过跨地域的内容协同与创作者联动，能够有效拓展杂技艺术的传播半径^[5]。杂技艺术本身具有鲜明的地域特色，不同地域的杂技技艺与风格存在明显差异，短视频碎片化传播的广泛性，为不同地区的杂技艺术互鉴提供了可能。同时，针对杂技节目的短视频二次创作，通过剪裁、截取、对比、拼贴等方式，可让作品得到跨地域的对比呈现，为打破杂技艺术的地域限制提供了有效支撑。

二、杂技艺术短视频碎片化传播的利弊思考

杂技艺术短视频的碎片化传播，凭借其创作主体多元、内容生产亲民、传播过程广泛等优势，打破了传统传播模式的诸多限制，为杂技艺术的当代传播注入了新的活力。但受限于传播形态、技术特性以及主体素养的差异，杂技艺术短视频的碎片化传播，在深度传播、文化传承、审美引导等方面仍存在明显局限性，甚至可能制约艺术本体的良性发展。

（一）杂技艺术短视频碎片化传播的核心优势

1. 拓宽传播范围，打破时空与圈层限制

传统杂技传播主要依赖线下即时演出，受时空限制明显，传播范围多集中于演出在地，难以突破地域与圈层壁垒。而短视频碎片化传播模式依托网络平台的无边界性，实现了传播范围的几何级拓展。从地域维度看，短视频碎片化传播助力杂技艺术突破了地域界限，如河北吴桥、广东、上海等地的杂技通过短视频平台，能够被新疆、西藏、海南等偏远地区的受众看到；从受众圈层维度看，短视频碎片化传播适配年轻群体的信息接收习惯，吸引了大量年轻受众，成功打破了杂技艺术以中老年群体与传统文化爱好者为主要受众的圈层限制。如图1所示，在抖音“中国杂技团”的用户画像中，50岁以下关注者占78.83%，

足以证明杂技短视频碎片化的传播模式，已开始助推杂技突破圈层限制。

■ 年龄分布

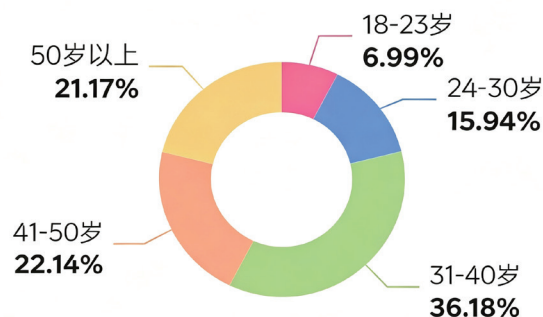


图1 杂技艺术短视频的受众圈层分布

2. 降低传播成本，赋能多元主体参与

短视频碎片化传播模式显著降低了杂技艺术的传播门槛。此时，创作者仅需借助智能手机和简易的视频剪辑软件，即可完成从内容拍摄、制作到发布的全流程，无需承担昂贵的设备购置成本与渠道费用。这种低门槛特性，赋予了杂技创作主体更为多元的参与方式^[6]。这意味着，在自媒体传播的场域内，不仅专业杂技院团能够以低成本进行艺术推广，民间杂技艺者、普通爱好者、退役杂技演员、杂技学员等群体亦能成为杂技艺术的传播者。这一变化显著提升了杂技传播的活力与覆盖范围，逐步构建出一个“全民参与传播”的行业新生态。

3. 转变接受观念，重构大众对杂技的认知

长期以来，杂技艺术在大众认知中存在“小众化”“惊险化”的刻板印象，这类认知偏差严重制约了杂技艺术的传播与发展。而短视频碎片化传播通过内容形态的创新，重构了大众对杂技艺术的认知：一方面，生活化、趣味化的内容呈现，打破了杂技“高冷”“疏离”的形象，让大众切实感受到杂技艺术的亲和力；另一方面，专业技艺的精细化展示与文化内涵的浅层渗透，也让大众了解到杂技并非只有惊险动作，更兼具深厚的艺术底蕴与文化价值^[7]。

（二）主要局限：制约杂技艺术的深度传播

1. 传播内容单一同质，增加认知曲解的风险

由于短视频传播带有鲜明的流量导向，许多创作者为追求点击量盲目跟风模仿，导致传播内容呈现出单一化、同质化问题。当下，杂技艺术的碎片化传播多集中于高难度技艺展示，缺乏对杂技门类的全面呈现；拍摄方式也多采用“直接拍摄+简单剪辑”的单一模式，缺乏创意设计与艺术加工，导致内容千篇一律，难以吸引受众持续关注。更值得警惕的是，内容的单一化与碎片化容易引发大众对杂技艺术的曲解。部分创作者为追求视觉冲击，过度渲染杂技的“惊险性”，甚至发布演员训练受伤、表演失误的视频，强化了大众“杂技=危险”的错误认知，甚至部分创作者为迎合流量，将杂技技艺与低俗内容绑定，严重损害了杂技艺术的审美价值与文化形象，制约了杂技艺术的健康传播^[8]。

2. 传播空间单一化，弱化艺术的完整呈现

传统杂技表演以专业剧场为空间载体，舞台的布局、灯光的设计、观众营造的现场氛围，共同构成了杂技艺术的完整审美空间，演员与观众的现场互动也能进一步增强艺术感染力。而短视频碎片化传播将杂技艺术置于“屏幕空间”，这一传播载体存在明显局限：一是竖屏拍摄模式在视觉呈现上往往只能捕捉局部画面，无法完整展现杂技的整体布局与队形变化；二是屏幕空间缺乏剧场的现场氛围，观众既无法感受演员表演的临场感与冲击力，也无法与演员开展实时互动，这种感官体验的缺失直接导致审美体验大打折扣；三是传统杂技剧目往往融合剧情、音乐、舞蹈等多元元素，形成了完整的艺术表达。然而，碎片化传播仅截取单一技艺片段，割裂了各艺术元素之间的内在关联，这种传播空间的异化，严重影响了杂技艺术的完整呈现^[9]。例如，杂技剧《化·蝶》借助杂技的形式讲述梁祝完整的爱情故事，而短视频大多仅截取其中的“肩上芭蕾”片段，观众难以

了解作品的剧情背景与艺术内涵，只能感受到单一的技艺冲击，从而弱化了整部作品的艺术价值。

3. 文化内涵传递缺失，阻碍杂技艺术的深度传承

除去技艺展示本身，杂技艺术还承载着坚韧不拔、精益求精的工匠精神，“天人合一、刚柔并济”的审美理念，以及不同地域的文化特色与历史传承脉络等更为深厚的文化内涵。然而，短视频碎片化传播主要聚焦于杂技技艺本身，普遍忽视了文化内涵的传递，导致受众只知其“技”，不知其“道”。多数短视频依靠杂技动作的惊险与精妙吸引关注，较少对技艺的历史渊源、文化寓意、传承脉络进行解读。这些技艺背后的民俗文化与地域特色也未得到有效传递，最终使得受众观看后仅能记住惊险的杂技动作，却难以理解其背后深层的文化价值，难以形成对杂技艺术的深度认同与情感连接。文化内涵传递的缺失使杂技艺术的传播往往停留在“技艺普及”层面，难以实现文化的深度传承，也不利于杂技艺术在当代的创新发展。

三、杂技艺术短视频碎片化传播的未来发展路径

党的二十大明确提出，要“实施国家文化数字化战略，健全现代公共文化服务体系，创新实施文化惠民工程”，为新时代传统文艺的数字化创新发展提供了根本遵循。碎片化传播是数字时代文艺传播的必然趋势，它并非杂技传播的短板，反而是亟待优化的传播载体。我们既不能否定碎片化传播的时代价值，更不能放任其朝着浅层化、同质化的方向无序发展。立足当下，杂技艺术的数字化传播必须坚持“守正创新、固本培元”的核心原则，依托碎片化传播的优势针对性破解现存短板，从内容深耕、技术赋能、文化铸魂三个维度精准发力，实现传播广度与深度、技艺展示与文化遗产、流量热度与艺术价值的有机统一，推动杂技艺术数字化传播高质量发展。

（一）内容拓展：构建多元立体的深度内容体系

内容是传播的根基，破解杂技短视频浅层化、同质化困境，首要任务是突破单一的技艺展示模式，构建“技艺全覆盖+文化深解读+互动强体验”的立体化内容体系，推动传播从“流量浅层曝光”向“文化深度输出”转型。

一方面，要实现技艺展示的全面化与精细化。系统梳理我国传统杂技技艺谱系，不仅要聚焦热门高难度特技，还要重点挖掘、整理濒临失传的小众传统技艺、民俗杂技、民间杂耍等内容，补齐传播短板，完整呈现杂技艺术的多元形态。同时，优化内容呈现形式，依托多机位拍摄、微距特写、慢动作解析等手法细化技艺动作细节，搭配非遗传承人、资深艺术家的专业解说，拆解技艺难点、发力逻辑与表演精髓，打造“技艺展示+专业解读”的知识型内容，提升内容的专业性与观赏性。另一方面，推动文化叙事与故事赋能深度融合。跳出单纯的技巧展示思维，应深耕杂技艺术的文化内核与人文故事，挖掘各类杂技技艺的历史渊源、地域特色、民俗内涵，将单一技艺置于历史文化语境中加以解读，让受众读懂技艺背后的文化脉络。同时，聚焦杂技传承人的成长故事、从业经历、坚守初心与创新探索，用纪实化、故事化的叙事方式呈现杂技人精益求精、默默坚守的工匠精神，以人物故事传递文化温度，实现从“展示技艺”到“传递精神”的升华。

此外，还需创新跨界融合与互动体验内容。推动杂技与国风文化、传统民俗、现代审美跨界融合，联合文化博主、艺术评论家、非遗创作者开展内容共创，丰富内容表达形式。同时，设计互动问答、技艺教学、线上体验、二创征集等参与式内容，构建“观看—认知—参与—传播”的完整闭环，强化受众的代入感与文化认同感，激活大众主动传播、主动传承的积极性。

（二）技术赋能：提升传播的专业性与体验感

依托数字技术赋能，是推动杂技短视频传播

提质升级的关键，也是落实国家文化数字化战略、创新文化传播场景的重要实践。要立足数字技术优势，从内容生产、精准传播、审美体验三个维度全面升级，实现技术赋能与艺术表达的深度融合。

在内容生产层面，杂技短视频的创作要借助高清影像采集、专业后期制作与AI智能内容生成技术，提升视觉呈现的精度与创意表达的上限。例如，运用4K超高清摄影技术，强化肢体语言与道具互动的细节质感；借助非线性剪辑与特效软件，以升格、抽帧、分屏等蒙太奇手法重构动作节奏，凸显杂技技艺的张力与难度，拓展杂技叙事的想象边界。同时，借鉴影视化叙事逻辑，在镜头景别、声画关系与情绪节奏上，强化杂技短视频的艺术感染力与文化辨识度。

在传播路径建构层面，借助平台算法与用户画像分析，杂技短视频可实现精准化的受众触达与转化。因此，内容创作者可以通过数据挖掘，解析目标受众的年龄分层、地域分布、兴趣标签及媒介使用习惯，制定差异化的传播策略，构建多元化的内容矩阵。与此同时，通过优化关键词与元数据配置，强化“非遗杂技”“身体技艺”“文化传承”等杂技主题相关标签，还可有效提升视频内容在算法推荐系统中的可见度与匹配精度，推动视频内容精准推送至目标受众，进而提升视频传播的精准性与有效性。

（三）文化注入：强化杂技艺术传承的深度与可持续性

文化传承是杂技传播的终极目标，碎片化传播不能只追求流量热度，更要坚守文化初心、深耕文化内核，构建以文化传承为核心的数字化传播范式，实现杂技技艺与文化精神的代代延续。

一是系统梳理文化资源，搭建杂技文化数字记忆库。依托国家文化大数据体系建设要求，由专业院团、非遗机构牵头，系统整理传统杂技的技艺史料、历史脉络、民俗符号、口述传承资料，对零散的杂技文化资源进行数字化归集、整合、

存档，形成体系化的杂技文化数字资源库。为短视频深度内容创作提供权威的学术支撑与素材支撑，从根源上避免文化内涵稀释、内容曲解等问题，确保杂技传播有据可依、有根可寻。

二是构建代际延续的短视频主体传播矩阵，通过拓展深层次内容传播为文化注入提供坚实支撑。具体而言，要对老一辈艺术家的技艺精髓开展抢救性记录，对中年骨干的艺术创新进行重点推介，对青年传承者的成长轨迹加大传播比重，最终实现三代协同的杂技传承谱系可视化呈现。这种立体化传播不仅能帮助公众更清晰地认知杂技文化的传承脉络，还能强化年轻群体的文化认同、激发其从业意愿，进而保障人才的可持续供给，为杂技艺术的长远发展注入持久的新动能。

三是坚守艺术底线，规范传播生态。行业内部需建立统一的传播规范，引导创作者摒弃流量至上的功利思维，坚守杂技艺术的审美底线与文化初心。杜绝低俗化、猎奇化、片面化的传播内容，引导创作者深耕文化、打磨内容，让短视频传播既保留碎片化传播的灵活优势，又坚守传统文艺的文化内核，实现流量热度与文化价值的双向统一。

三、结语

在数字化、智能化深度发展的新时代，短视频碎片化传播已然成为传统文艺活化传承的重要载体，为杂技艺术突破传统发展困境、焕发新生机提供了宝贵机遇。碎片化传播打破了传统杂技的时空与圈层传播壁垒，构建了全民参与的传播生态，重塑了大众对杂技艺术的认知，让千年传统技艺重回大众视野、融入时代生活。但流量导向下的内容同质化、审美片面化、文化浅层化等问题，也制约着杂技艺术的深度传承与高质量发展。

立足文化强国建设与国家文化数字化战略的时代背景，杂技艺术的短视频传播，必须始终坚守“守正为根、创新为翼”的发展理念，以内容

深耕筑牢传播根基，以技术赋能提升传播质效，以文化铸魂延续艺术命脉。既要善用数字传播的广度优势，让杂技艺术走出小众、走向大众、走向全国；也要坚守传统艺术的文化本质，跳出浅层流量思维，推动传播从“技艺展示”向“文化传扬”深度转型。唯有如此，才能让千年杂技艺术在数字化时代实现创造性转化、创新性发展，持续彰显中华传统技艺的独特魅力，为传承中华优秀传统文化、建设社会主义文化强国注入源源不断的文艺动能。

参考文献

- [1] (韩) 康在镐. 本雅明论媒介 [M]. 孙一洲, 译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2019.
- [2] 喻国明. 直面数字化: 媒介市场新趋势研究 [J]. 国际新闻界, 2006(6): 25-29.
- [3] 杨玉. 自媒体戏曲批评: 助力剧目精品打造 [J]. 戏剧文学, 2019(6): 39-44.
- [4] 王一川. 全媒体时代的艺术状况 [J]. 人文杂志, 2014(11): 44-59.
- [5] 周聪. 新大众文艺的生产与传播——以抖音短视频创作为例 [J]. 长江文艺评论, 2026(2): 39-43.
- [6] 何楚涵. 多重合力驱动短视频文艺评论质量提升 [J]. 中国文艺评论, 2026(1): 43-50+123-124.
- [7] 李星结. 短视频媒介重塑传统文艺形态的机制与策略分析 [C]. 第一届人工智能赋能新文科创新发展研讨会论文集 (第三册). [出版者不详], 2026: 136-139.
- [8] 袁玮雪. 中华优秀传统文化短视频传播的现实困境及优化策略 [J]. 西部广播电视, 2023, 44(16): 32-34.
- [9] 肖峰, 吴佳丽. 时空、超越与缺失——论短视频文艺形态的批评场域 [J]. 安徽师范大学学报 (社会科学版), 2025, 53(6): 49-59.