

三星堆文物基因库的 AI 叙事模式及 社交媒介传播机制研究

余江萍，邵奎淙

西南财经大学 天府学院，四川 成都 610052

DOI:10.61369/HASS.2025050029

摘 要： 在人工智能（AI）技术迅猛发展的背景下，传统文化传播正面临前所未有的机遇与挑战。随着数字化传播手段不断丰富，如何借助 AI 技术有效提升文化内容的创作质量与传播效果，成为当前文化传播领域的重要课题。三星堆作为中华文明的重要象征，其神秘独特的文化内涵亟需通过现代技术手段实现更广泛的传播与更深入的公众认知。本文以 AI 时代下的三星堆文化宣传为研究对象，采用定量研究与内容分析相结合的方法，系统分析 AI 在宣传创作全流程中的参与程度与最终传播效果之间的相关关系。研究首先构建了涵盖十个维度的量化评估量表，对比分析传统宣传内容与 AI 参与制作内容的传播效果，结果显示二者在八个维度上存在显著差异，AI 参与内容在传播广度、用户互动、视觉吸引力与情感共鸣等方面表现更为优越。进一步结合量表评分与内容分析，研究发现 AI 参与创作程度与传播效果之间存在显著正相关关系。本研究表明，AI 技术在推动传统文化宣传创作向高效化、精准化转型方面具有重要价值，为传统文化在数字时代的传播提供了理论支持与实践路径。

关 键 词： 三星堆；人工智能创作；文化符号；传播效果

Research on the AI Narrative Mode and Social Media Communication Mechanism of the Sanxingdui Cultural Relic Gene Bank

Yu Jiangping, Shao Kuicong

Tianfu College, Southwestern University of Finance and Economics, Chengdu, Sichuan 610052

Abstract： In the context of the rapid development of artificial intelligence (AI) technology, traditional cultural communication is facing unprecedented opportunities and challenges. With the continuous enrichment of digital communication methods, how to effectively improve the creation quality and communication effect of cultural content with the help of AI technology has become an important topic in the current field of cultural communication. As an important symbol of Chinese civilization, the mysterious and unique cultural connotation of Sanxingdui urgently needs to be more widely disseminated and deeply recognized by the public through modern technological means. This article takes the promotion of Sanxingdui culture in the AI era as the research object, and uses a combination of quantitative research and content analysis to systematically analyze the correlation between AI's participation in the entire process of promotional creation and the final communication effect. The study first constructed a quantitative evaluation scale covering ten dimensions, comparing and analyzing the communication effects of traditional promotional content and AI-produced content. The results showed significant differences between the two in eight dimensions, with AI-produced content performing better in terms of communication breadth, user interaction, visual appeal, and emotional resonance. Further combining scale scores with content analysis, the study found a significant positive correlation between the degree of AI involvement in creation and communication effectiveness. This study demonstrates the significant value of AI technology in promoting the efficient and precise transformation of traditional cultural promotion and creation, providing theoretical support and practical pathways for the dissemination of traditional culture in the digital age.

Keywords： Sanxingdui; artificial intelligence creation; cultural symbols; communication effects

课题项目：德阳市哲学社会科学重点研究基地德阳数字人文与艺术研究中心项目三星堆文物基因库的 AI 叙事模式及社交媒介传播机制研究，项目编号 DYSZYS2025ZC14

作者简介：

余江萍（1993.01—），女，汉族，四川人，硕士研究生，讲师，研究方向：新媒体传播、影视批评；

邵奎淙（2000.09—），男，汉族，辽宁大连人，硕士研究生，助教，研究方向：传播心理学，传播学效果研究。

一、三星堆文化的多维研究与数字化趋势

三星堆文化作为古蜀文明的重要代表，川渝地区的主要文化符号之一，近年来在国际舞台中国国际形象传播与学术研究均受到广泛关注，关于三星堆现有研究主要围绕考古学、文化符号学、传播学等视域开展相关研究，同时随着互联网媒介化的深入，关于三星堆科学传播相关研究逐渐成为研究热点。关于三星堆文化释义研究主要集中于考古学领域，例如学者霍巍（2025）探讨了三星堆遗址的农业祭祀文化，揭示了其宗教与社会功能，研究认为三星堆鸟信仰文化与高庙文化、河姆渡文化、良渚文化、龙山文化等新石器时代鸟信仰文化有相应联系，且探究发现鸟祖为三星堆人的至上神和农神，青铜神树也与鸟、祖先和农业密切相关^[1]。而毛雯颖（2025）则从实物与观念的角度分析了三星堆文化的文明特征，认为三星堆文化以特定的器物来保存、传递经验知识，以奇异的组合铜器来充当沟通人神的中介，以特殊物品建构出的宏大场景来表达其知识体系、宗教信仰和世界观^[2]。在传播学研究视域下，伴随着数字技术的普及，三星堆文化的传播与科学传播形式逐渐转向数字化与智能化，为相关研究带来了新的方向。在中国新闻发布关于三星堆文化全球推广的相关文章中，点出了三星堆文化传播对于构架我国国际形象的重要性^[3]，而学者侯明希则在研究中讨论了三星堆国际传播促进世界文化交流融合的可能性与具体方法^[4]，在文化传播促进文旅发展方面，林菁2023^[5]、郭星彤（2025）研究了数字云展厅对游客实地旅游意愿的影响，研究发现感知易用性、感知有用性、感知趣味性正向影响数字云展厅体验；数字云展厅体验正向影响实地旅游意愿。在传播学与考古学的交叉研究领域，关于三星堆文物数字基因库，数字化保护的研究也逐渐进入学界视野，郭伶俐等学者（2025）在研究中探讨了数字化文物保护的具体路径，为新媒体时代下传统文物保护提供了理论支撑^[6]。而学者王泰睿在针对博物馆数字化转型的研究中，讨论了如何结合数字手段，在新质生产力时代传统博物馆结合数字化手段，延续古文明生命力的可能性。上述研究从多学科视角出发，探讨了三星堆文化数字转型的可能性，并为三星堆文物基因库的构建提供了理论基础与技术支持。

二、社交媒体传播机制与三星堆文化的年轻化表达

在快节奏社会的今天，休闲娱乐事件逐渐变得碎片化，故社交媒体，短视频平台已成为三星堆科学传播的重要平台。贾越秀（2025）研究了BILIBILI历史纪录片的年轻化表达，指出其通过互动性和娱乐性增强了文化认同，研究认为在年轻化表达方面，BILIBILI自制历史纪录片呈现出年轻化表征，在主题选择上精准对接青年群体的文化偏好与价值取向；同时运用多维度叙事视角重构历史图景，实现历史叙事的年轻化转化；通过流行文化元素与历史文化的融合，构建起符合青年审美的叙事框架；在视听语言层面创新表达形式，以沉浸式的感官体验重塑历史认知方式。通过以上四个方面的年轻化叙事策略，不仅实现了历史内容的年轻化转换，更建构起青年群体与历史文化的新型对话关系^[7]。钟秀

（2024）则从IP传播策略的角度分析了跨媒介传播的效能，研究梳理三星堆文化IP的传播现状、问题，并提出策略建议，根据受众、内容、价值和渠道四个方面做出了传播策略的建议^[8]。此外，刘露（2024）基于传播仪式观，探讨了三星堆遗址的跨媒介传播策略^[9]。这些研究揭示了社交媒体在文化传播中的独特作用，但由于研究背景限制，AI技术尚不成熟，故较少关注AI技术与社交媒介的结合如何进一步优化传播效果。在AI技术高速发展的今天，关于AI技术参与传播全过程的相关研究有着极高的研究价值，例如AI生成的个性化内容能否增强用户参与度，或通过算法推荐扩大文化传播的覆盖面，仍是值得研究的方向。

三、AI技术在三星堆文化叙事中的应用与创新

AI技术为三星堆文化的叙事带来了新质生产力，并提供了新的传播可能性。赵佳林、李欣（2025）以中国首部AIGC影视作品《三星堆：未来启示录》为例，探讨了AI对影视工业流程的革新，研究发现AIGC影像目前在宏大场景呈现上较为突出，但在细节处理与现实影像呈现上还存在诸多不足^[10]；赵佳林、李欣（2025）进一步分析了AIGC在微短剧制作中的创新路径，提出要在制作变革方面采用自然感的优化之路，在叙事表达方面采用内容立意的深刻化探索，在版权归属方面采用AIGC安全保护策略，旨在为推动AIGC全流程微短剧制作提供借鉴^[11]。此外，AI技术还被应用于文创设计（孟子玥、梁雅明，2025）^[12]和低幼美育（李淑媛、王慧敏，2024）^[13]，展现了其在文化传播中的多样化应用。然而，这些研究多聚焦于单一技术场景，缺乏对AI叙事模式的系统性总结，尤其是如何通过AI技术挖掘和表达文物基因库中的文化内涵仍需深入探讨。

通过对既往研究的梳理，笔者发现在传播学视域下，关于三星堆的相关研究主要聚焦于数字化转型领域，而少数关注AI技术结合三星堆文化宣传的研究多数聚焦于AI技术的局部应用，缺乏对文物基因库中AI叙事逻辑的整合分析，AI叙事模式的系统性研究不足，社交媒体传播机制的动态性未被充分挖掘，AI技术与社交媒介的协同效应，如实时互动、用户生成内容（UGC）等，尚未形成成熟的理论框架，三星堆文化的数字化传播已成为学术热点，但AI技术与社交媒介的结合仍有广阔的研究空间。

故本研究通过整合文物基因库、AI叙事模式和社交媒体传播机制，聚焦于在AI参与三星堆文化宣传全流程过程中，与受众反馈的相关关系，旨在为三星堆文化的创新传播提供理论支持与实践路径。故提出研究假设：

- H1 AI创作宣传作品与传统作品用户反馈有明显差异
- H2 AI创作作品显著提升用户反馈

四、数据分析

本研究从AI技术参与三星堆文化宣传内容制作的程度展开，聚焦于其在数字传播场景下对用户互动行为及宣传效果的影响。通过定量研究方法，结合内容分析手段进行数据收集，并分析相

关数据，旨在探讨 AI 技术赋能语境下的三星堆文化传播在新技术媒介环境中如何构建创新的互动仪式链。研究不仅有助于深化对传统文化在智能媒介环境中传播机制的理解，也为文化遗产的数字化转化与社会化传播提供了新的理论视角与实践路径。

研究选取当前互联网主流社交媒体平台中关于三星堆文明的宣传内容作为研究对象，涵盖 Bilibili、抖音、微信公众号、小红书、微博等具有代表性的平台，内容形式包括视频、图文、短视频、海报等，以保证研究样本的多样性与代表性。量表主要测量纬度构建包含“AI 技术参与程度”与“用户互动反馈效果”两个核心维度，并对收集到的样本内容进行系统化评估与记分。其中，量表内 AI 参与创作程度主要依据内容中是否使用 AI 生成图像或文本、是否明确标注 AI 创作、内容风格是否呈现明显的 AI 特征、以及 AI 技术在视觉呈现、配音剪辑等环节中的参与深度进行综合判断。而用户互动反馈程度测量则通过分析点赞数量、评论数量及质量、分享与转发次数、用户主动扩散行为（如收藏、再创作）以及该内容在其他平台的二次传播情况等指标加以测量。所有指标采用李克特五级量表量化评分，并通过标准化和加权计算得出综合得分，并针对变量进行去中心化，避免多重共线性影响相关分析。数据采集方式使用网络爬虫与人工筛选相结合的方法，以确保样本的广泛性和有效性，同时研究团队采用双人评分及交叉复核机制以降低对研究对象评分的主观偏差。为保证量表评分的准确与客观，对量表进行试验性研究，收集 80 份相关数据，并开展信效度检验。研究采用 Cronbach’s α 系数对量表及其各维度的内部一致性进行检验，并在信度检验的基础上开展效度检验，采用主成分分析法（Principal Component Analysis）与方差最大正交旋转法（Varimax Rotation），以优化因子解释结构，增强因子之间的区分度。检验结果如下：

表 1 问卷信度检验

纬度	Cronbach’s α
AI 参与创作程度	0.925
受众互动反馈程度	0.927

表 2 KMO and Bartlett Test

KMO 取样适切性数量		0.927
Bartlett test	Approx. Chi-Aquare	1663.369
	Df	190
	Sig.	0.000

在实际研究中，当采用内部一致性系数（Cronbach’s α ）来衡量量表的信度时，若 α 值高于 0.70，便可认为量表各题项之间的得分具有较好的内部一致性与稳定性。在效度检验方面，若 KMO 值大于 0.70 且 Bartlett 球形度检验结果达到显著水平（ $p < 0.01$ ），则表明量表的数据结构适合进行因子分析，其内容效度与结构效度均较为理想。预试结果如表一表二所示，Cronbach’s α 均达到 0.9 以上，大于 0.7，同时 KMO 值也大于 0.7 且统计显著，故量表信效度检验通过，有研究分析价值。

之后开展扩大研究范围，共计获取 284 份研究样本，其中 142 份传统三星堆宣传内容，142 份 AI 参与创作三星堆文化宣传作品，对二者受众互动反馈进行调查分析，并对假设 H1 进行验证，

开展独立样本 T 检验，检验结果如下：

表 3 正态性检验

	组别	柯尔莫戈洛夫 - 斯米诺夫 a		
		统计	自由度	显著性
互动数量	AI	.244	141	.000
	传统	.181	141	.000
好奇或兴趣	AI	.225	141	.000
	传统	.209	141	.000
关注意愿	AI	.239	141	.000
	传统	.180	141	.000
用户正向评论	AI	.198	141	.000
	传统	.183	141	.000
用户转发量	AI	.280	141	.000
	传统	.204	141	.000
创作讨论	AI	.230	141	.000
	传统	.176	141	.000
点赞数	AI	.252	141	.000
	传统	.156	141	.000
传播意愿	AI	.275	141	.000
	传统	.158	141	.000
深入讨论	AI	.248	141	.000
	传统	.159	141	.000
参与感	AI	.226	141	.000
	传统	.175	141	.000
受众反馈	AI	.294	141	.000
	传统	.239	141	.000

表 4 独立样本 T 检验 N=284

F		莱文方差等同性检验							
		显著性	t	自由度	Sig. (双尾)	差值 95% 置信区间			
						下限	上限		
受众反馈	假定等方差	6.269	.013	4.645	280	.000	.30158	.74523	
	不假定等方差			4.645	279.802	.000	.30158	.74523	
互动数量	假定等方差	.454	.501	3.526	280	.000	.22870	.80677	
	不假定等方差			3.526	279.441	.000	.22869	.80677	
好奇或兴趣	假定等方差	2.276	.132	3.703	280	.000	.24914	.81469	
	不假定等方差			3.703	277.835	.000	.24913	.81470	
关注意愿	假定等方差	1.381	.241	4.440	280	.000	.35924	.93154	
	不假定等方差			4.440	277.780	.000	.35923	.93155	
用户正向评论	假定等方差	5.586	.019	3.780	280	.000	.26512	.84126	
	不假定等方差			3.780	272.555	.000	.26509	.84130	

用户转发量	假定等方差	.302	.583	3.632	280	.000	.23391	.78737
	不假定等方差			3.632	278.409	.000	.23390	.78737
创作讨论	假定等方差	.463	.497	4.824	280	.000	.43659	1.03859
	不假定等方差			4.824	278.943	.000	.43659	1.03859
点赞数	假定等方差	6.443	.012	3.102	280	.002	.17365	.77670
	不假定等方差			3.102	274.176	.002	.17362	.77673
传播意愿	假定等方差	1.879	.172	3.729	280	.000	.25447	.82355
	不假定等方差			3.729	279.789	.000	.25447	.82355
深入讨论	假定等方差	2.197	.139	2.707	280	.007	.11027	.69824
	不假定等方差			2.707	278.899	.007	.11027	.69824
参与感	假定等方差	.199	.656	2.072	280	.039	.01592	.62238
	不假定等方差			2.072	279.936	.039	.01592	.62238

依据上述十个纬度对用户反馈展开调查，并依据视频是否有 AI 技术参与进行分类，分别对两组数据的十个测量变量进行独立样本 T 检验，首先验证数据正态性，由表三可得依据柯尔莫戈洛夫 - 斯米诺夫检验，十组变量正态性检验 P 均小于 0.001，呈统计显著，故通过正态性检验，进一步进行独立样本 T 检验。

由表四可得，本组数据方差齐性检验 P 值均大于 0.05，因此可得本组数据方差齐性检验通过，数据间方差保持齐性，因此由假定等方差组数据可以发现，以上十组数据除深入讨论与参与感外，Sig（双尾）均小于 0.05，即证明在剩余八个测量纬度中，AI 参与创作的宣传作品与传统宣传作品均存在显著差异，而深入讨论与参与感不显著可能是由于三星堆文化本身具有神秘性，考古学界尚无法给出具体解释，因此用户往往会深入讨论最新考古发现，表达个人见解，而此类讨论进一步加深了用户的参与感，因此致使二者在独立样本 T 检验中数据不显著。

故对假设 H2 进行检验，通过对 AI 参与组的内容使用量表 AI

参与创作程度部分进行评分，并使用回归分析进行检验，求取 AI 参与程度与用户互动反馈程度的相关关系，检验结果如下：

表 4 回归分析模型 N=284

R	R2	调整后 R2	标准误
0.272	0.074	0.067	0.9015

表 4 方差检验 N=284

模型		平方和	自由度	均方	F	显著性
1	回归	9.032	1	9.032	11.114	0.000
	残差	112.967	193	0.813		
	总计	121.999	140			

由上述结果表明 AI 参与创作程度与用户互动反馈程度存在相关关系，其中 F=11.114，且 P<0.001，之后对保存的为标准化残差进行正态分布检验，结果也呈统计显著，故可得该回归模型成立，具有统计学意义。其中 R=0.272，即 AI 参与创作程度与用户互动反馈程度呈正向相关，提升 AI 创作参与程度可以提高用户互动参与度，因此证明假设 H2 成立。

五、结论

研究通过定量研究结合内容分析的研究方法，系统分析了在 AI 参与三星堆文化宣传创作全流程的过程中，与最终传播效果间的相关关系，研究首先通过构建量表，从十个纬度系统对比了传统宣传内容与 AI 参与制作宣传内容的传播效果差异，发现二者在八个纬度中存在显著差异，在此基础上通过量表评分与内容分析结合的研究方法，探寻 AI 参与创作程度与最终传播效果间的相关关系，并最终得出二者存在显著正相关关系。但研究亦存在不足，例如虽然证明了 AI 参与创作与用户互动反馈程度的相关性，并未构建相关回归模型，且由于变量较少，致使回归系数较低，模型解释能力较弱，因此在未来的研究中，可在此基础上系统探究在 AI 参与创作的情况下，开展更为广泛的横向课题研究，具体探究用户互动反馈程度与创作内容特性的具体回归模型与相关变量，构建更为系统的回归模型作为预测依据。

参考文献

- [1] 霍巍. 三星堆考古发现与长江文明的特性 [J]. 长江文化研究, 2025, (01): 8-22+126.
- [2] 毛雯颖. 三星堆青铜器中的古蜀服饰形象研究 [J]. 黑龙江纺织, 2025, (01): 30-33.
- [3] 李菲. 三星堆古蜀文明：当代价值挖掘与文化符号构建 [J]. 新传奇, 2025, (10): 22-24.
- [4] 侯明希, 陈一奔. 共通、共话、共生：促进文明交流互鉴——《当法老遇见三星堆》的叙事实践与价值表达 [J]. 电视研究, 2024, (10): 74-76.
- [5] 林菁. 虚实共生视域下“三星堆+”数字孪生带动德阳全域旅游发展对策研究 [J]. 旅游与摄影, 2023, (15): 49-51.
- [6] 郭玲俐. 三星堆博物馆文化 IP 跨界营销策略研究 [D]. 四川美术学院, 2023.DOI: 10.27344/d.cnki.gscmc.2023.000346.
- [7] 贾越秀. 数字时代中华文物的媒介形象建构研究 [D]. 山西大学, 2023.DOI: 10.27284/d.cnki.gsxu.2023.002643.
- [8] 钟秀. 跨媒介视域下三星堆文化 IP 传播策略研究 [D]. 成都大学, 2024.DOI: 10.27917/d.cnki.gcxxy.2024.000170.
- [9] 刘露. 传播仪式观视角下三星堆遗址跨媒介传播策略分析 [J]. 传播与版权, 2024, (06): 81-84.DOI: 10.16852/j.cnki.45-1390/g2.2024.06.002.
- [10] 赵佳林, 李欣. AIGC 赋能微短剧制作的创新路径及策略——以《三星堆：未来启示录》为例 [J]. 今传媒, 2025, 33(03): 99-102.
- [11] 赵佳林, 李欣. AIGC 赋能微短剧制作的创新路径及策略——以《三星堆：未来启示录》为例 [J]. 今传媒, 2025, 33(03): 99-102.
- [12] 孟子玥, 梁雅明. AI 辅助三星堆神鸟造型在家具设计上的应用 [J]. 鞋类工艺与设计, 2025, 5(04): 31-33.
- [13] 李淑媛, 王慧敏. AI 赋能三星堆文化的低幼美育设计实践 [J]. 包装工程, 2024, 45(04): 461.