

依托第二课堂的 AIGC 辅助留学生传播中医药文化视频制作研究

王哲浩, 赵晓颖*

山东第一医科大学外国语学院 山东泰安

【摘要】在全球文化交流日益密切与教育国际化持续深化的背景下, 传统文化的数字化传播成为重要议题。中医药作为中华传统文化的重要组成部分, 其独特的医学理念与治疗方式在国际社会中获得了越来越多的关注。通过实践活动的组织与分析, 本文梳理出 AIGC 赋能中医药文化传播的路径, 并总结出三条结合准确性、互动性与本土化传播需求的原则, 旨在为中医药文化的国际化传播提供可操作的参考模式。

【关键词】第二课堂; AI 视频; 山东中医药文化; 留学生; 文化传播

【基金项目】2024 年山东省大学生创新创业项目“‘一带一路’背景下 AI 虚拟人辅助医学留学生讲述中医文化故事研究”(S202410439002)

【收稿日期】2025 年 3 月 12 日

【出刊日期】2025 年 4 月 15 日

【DOI】10.12208/j.ije.20250135

Research on the video production of promoting traditional Chinese medicine culture for international students with the aid of AIGC in the second classroom

Zhehao Wang, Xiaoying Zhao*

School of Foreign Languages, Shandong First Medical University, Taian, Shandong

【Abstract】Against the backdrop of increasingly close global cultural exchanges and deepening internationalization of education, the digital dissemination of traditional culture has become an important issue. As an important part of traditional Chinese culture, traditional Chinese medicine has gained increasing attention in the international community for its unique medical concepts and treatment methods. Through the organization and analysis of practical activities, this article outlines the path for AIGC to empower the dissemination of traditional Chinese medicine culture, and summarizes three principles that combine accuracy, interactivity, and local communication needs, aiming to provide operational reference models for the international dissemination of traditional Chinese medicine culture.

【Keywords】The second classroom; AI-generated videos; Shandong TCM culture; International students; Cultural dissemination

1 引言

中医药文化作为中华文明的重要组成部分, 蕴含着对生命与自然的独特理解, 具有深厚的历史底蕴与文化价值^[1]。近年来, 国家高度重视中医药的传承创新发展, 在中医药文化“走出去”战略和“一带一路”倡议推动下, 中医药文化的国际传播日益重要, 迫切需要通过可视化、可理解的方式展现其理论与临床价值。在此背景下, 探索如何通过教育体系特别是高等教育中的国际学生资源, 加强中医药文化的对外传播, 已成为一个富有现实意义与战略价值的课题。

生成式人工智能(AIGC)的快速发展为传统文化数字化提供了新工具^[2]。AIGC在文本、图像、视频等方面的生成能力, 大大降低了传播门槛, 提高了效率与互动体验。同时, 随着高等教育国际化的推进, 留学生凭借语言优势与跨文化素养, 逐渐成为中医药文化海外传播的重要力量^[3]。

本研究依托高校第二课堂教学, 以留学生为主体, 结合 AIGC 技术开展中医药文化内容共创与传播, 构建“教育—技术—传播”协同机制, 推动中医药文化从单向输出走向交互共创, 实现更具适应性与影响力

作者简介: 王哲浩, 山东第一医科大学外国语学院学生, 山东省泰安市, 主要研究领域: 文化研究;

*通讯作者: 赵晓颖, 山东第一医科大学外国语学院教师, 山东省泰安市, 主要研究领域: 文化研究。

的国际传播路径探索。

2 “第二课堂+AIGC”融合机制下的传播路径设计

2.1 留学生在第二课堂中的桥梁作用与实践优势

第二课堂作为区别于正式课堂的实践平台，具有高度的自主性与探索性，为跨文化传播提供了良好的环境。留学生可根据兴趣参与中医药文化活动，这种探索性实践培养了他们的创新思维和解决问题的能力，助力中医药文化传播不断推陈出新^[4,5]。

留学生兼具本国文化背景与在华学习经验，熟悉母语表达、了解受众接受偏好，具备良好的双语表达与文化转换能力，在内容翻译与本土化表达方面具有天然优势^[3]。通过实际参与第二课堂的内容创作，留学生将个人经历与传播对象相连接，提升了传播的真实感与感染力。这种“学习—表达—传播”一体化的过程，使他们在讲述中医药文化时，既真切，又有说服力，使其成为连接中西文化的重要桥梁。

2.2 AIGC 赋能的技术可能性

近年来，以 ChatGPT 为代表的一众 AIGC 工具在文本生成、图像合成、视频制作与虚拟人构建等方面展现出了强大的能力，为中医药文化的国际传播提供了丰富的技术可能性^[6]。借助 AI 工具可辅助完成文本脚本撰写、图像生成和视频剪辑等环节^[7]。工具降低了制作门槛，使留学生能够结合自身理解，以可视化形式表达中医药文化，提升内容的表现力与传播效率^[8]。

在图像设计阶段，Midjourney 等视觉设计工具可根据描述性文字生成具有中医药元素的图像素材。这些素材不仅具备艺术表现力，也兼具一定的专业性，能够为视频制作提供丰富的视觉资源。

在动画素材紧缺的情况下，Runway 等工具可实现图像的动画化，将静态的图像转化为动态的视频片段。最后通过剪映等视频剪辑工具进行剪辑拼接，将动画

拼接到到视频中的合适位置弥补动画素材的缺失。

视频中生硬的旁白会导致视频完播量过低，虚拟人技术可以解决这个问题。借助 Heygen 工具设计虚拟人，生成目标观众熟悉喜爱的形象，用他们熟悉的语言和方式来讲解中医药知识，这样观众会觉得更亲近，也更沉浸其中。有了这些技术作为辅助，视频制作的门槛低了很多，留学生们也能轻松上手，充分发挥他们的创意和想法，为中医药文化的国际传播注入新的活力。

2.3 传播链条构建：多元融合驱动的路径模型

在“第二课堂+AIGC”的协同框架下，中医药文化国际传播已不再是传统意义上的内容输出，而是一个以留学生为主导、人工智能为工具、平台生态为媒介的多维传播链条。其路径可概括为五个关键阶段：

(1) 教育组织引导。高校依托第二课堂组织策划中医药文化主题活动，整合校内外资源，开展文化导入、语言训练、文化比较等系列准备环节，提升留学生的文化理解力与表达能力。

(2) 创意策划与内容构建。围绕中医药理论、实地体验、代表性人物等内容主题，结合目标受众需求开展脚本设计、语言风格调整与文化适配分析，形成初步传播框架。

(3) AIGC 赋能内容生成。借助 ChatGPT、Midjourney、Runway、Heygen 等工具协同生成文本、图像、动画与虚拟人，实现高效低门槛的视频创作。

(4) 分众平台精准投放。根据内容形态与受众偏好，将成品视频分发至 YouTube、TikTok、Hotstar 等国际主流平台，并结合标签设置、封面优化和语言本地化策略，提升曝光度与接受度。

(5) 用户互动与数据回流。利用平台数据分析功能收集观看行为、评论反馈与互动参与度，结合 AI 智能推荐机制进行内容更新与形式调整，实现“创—投—评—改”闭环迭代。

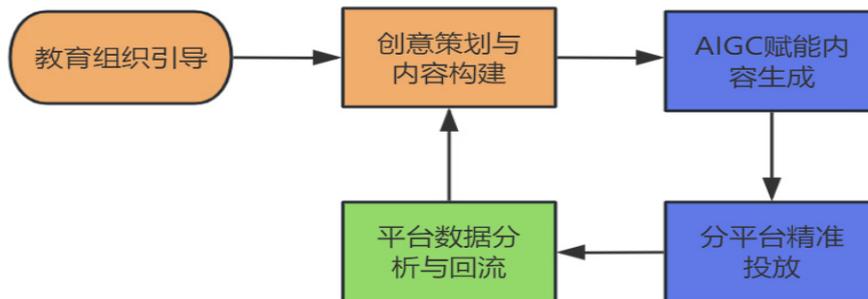


图1 “第二课堂+AIGC”中医药传播路径示意图

该路径的设计强调了“人、技、媒”三者之间的有机联动,使中医药文化的国际传播从被动输出转变为主动共创,有效提升了文化传播的适应性、亲和力与延展性。

3 中医药 AI 视频制作案例与组织策略

顺应当今数字信息时代的浪潮, AI 视频制作的便利化与实用性让中医药文化传播路径得到进一步延伸。同时以不同国家的留学生为传播主体,将收集好的信息作为第二课堂的素材源进行 AI 中医药文化视频制作,通过搭载第二课堂的形式制作符合各个国家风格不同的中医药文化内容,满足不同用户的需求,从而精准而有效的实现山东省中医药文化的对外传播。

3.1 内容策划: 从中医理念到分镜脚本

视频制作中最重要一环便是选择恰当的视频主题,围绕山东中医药代表性人物、草药的民间故事等方向,深入挖掘山东地区中医药文化中具有代表性的内容,突出其文化价值与现实意义。

在选题确定过程中,需要充分考虑留学生群体的兴趣取向和语言文化背景。通过发放问卷等方式,收集他们对不同主题的兴趣和认知情况,确保主题设置既富有文化深度,又具吸引力。

在确定主题后,借助 GPT 等文本工具生成英文分镜脚本。在生成过程中充分考虑目标受众的文化背景和语言习惯,确保语言表达通俗易懂、生动有趣^[9]。

3.2 视觉制作: 图文生成与虚拟人嵌入

视觉制作环节是将文字脚本转化为直观、生动的视频内容的关键步骤。

首先,使用 Midjourney 生成配图素材。根据脚本中对场景、人物、中药材等的描述,输入相应的关键词和参数,生成高质量的图像。

利用 Runway 等工具实现图像的动画化。通过设置动画效果、添加动态元素等,使静态的图像变得生动有趣,增强视频的视觉冲击力。

在视频剪辑环节,可以结合使用如剪映等常见剪辑工具,对拍摄素材和动画图像进行整合与优化。剪辑过程中,应根据内容节奏合理安排画面切换,搭配合适的音效,提升视频整体的观赏体验。

在人物呈现方面,为增强内容的表现力与亲近感,可以尝试引入虚拟角色辅助讲解。根据目标受众国家的文化背景,适当设置角色的外观与服饰,使其更符合当地观众的审美与认知习惯,以提升讲解的自然度。

3.3 多平台分发: 构建分众传播生态

为了让中医药文化触达更广泛的国际受众,不同平台的组合使用成为重要策略。在内容发布前,应根据已有的观众反馈和平台特性,合理划分传播方向。根据数据统计, YouTube 用户覆盖年龄层广泛,文化背景多样,适合发布较为系统的讲解类视频,便于展现中医药文化的深厚底蕴; TikTok 节奏更快用户更加年轻化,可以选择像短视频一类的快节奏方案;在印度地区, Hotstar 拥有较高的认可度,应结合当地语言和习惯,设计更有针对性的中医药内容,增强文化亲和力。

针对不同平台的特点,制定相应的分发策略。在标签策略方面,结合视频主题和目标受众,选择热门、相关的标签,提高视频的搜索排名和曝光率。

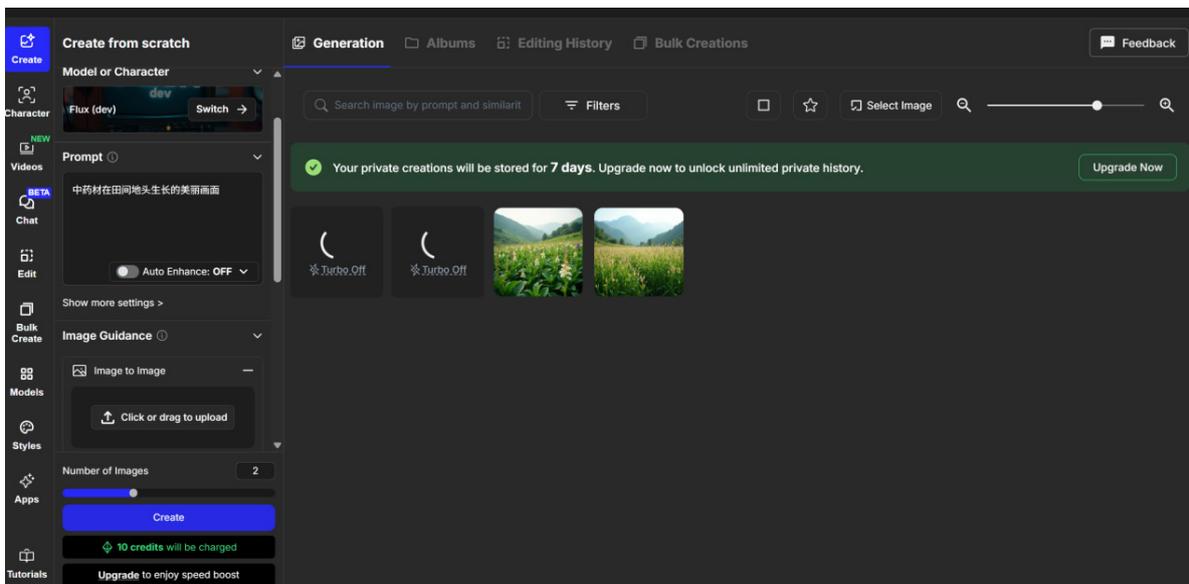


图 2 Midjourney 使用界面

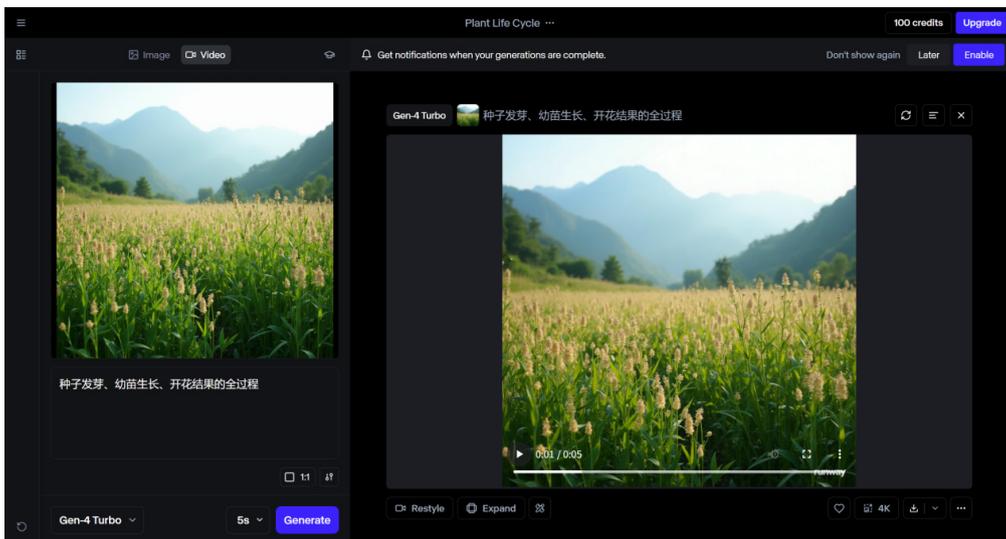


图 3 Runway 使用界面

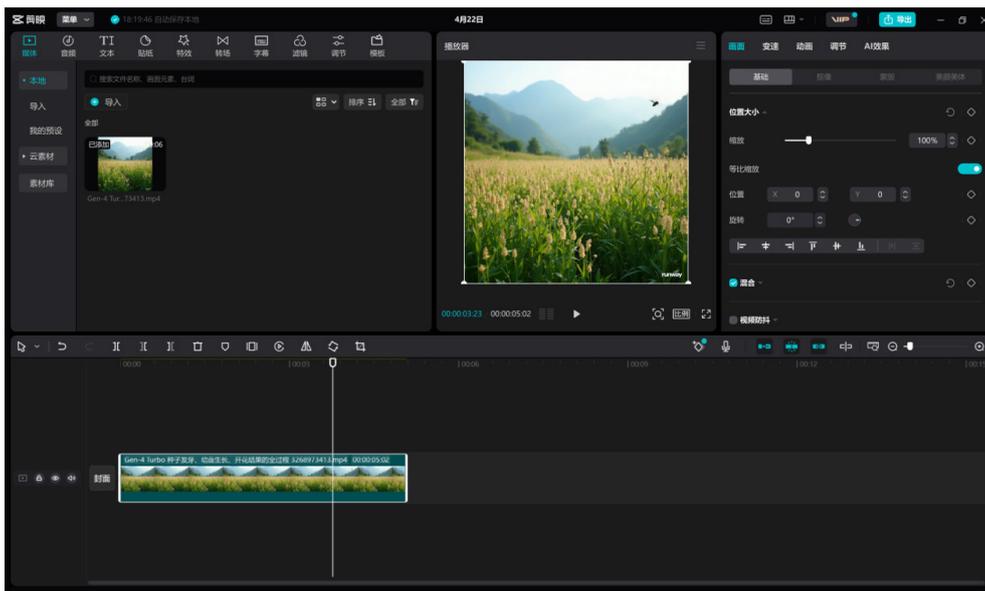


图 4 剪映使用图例

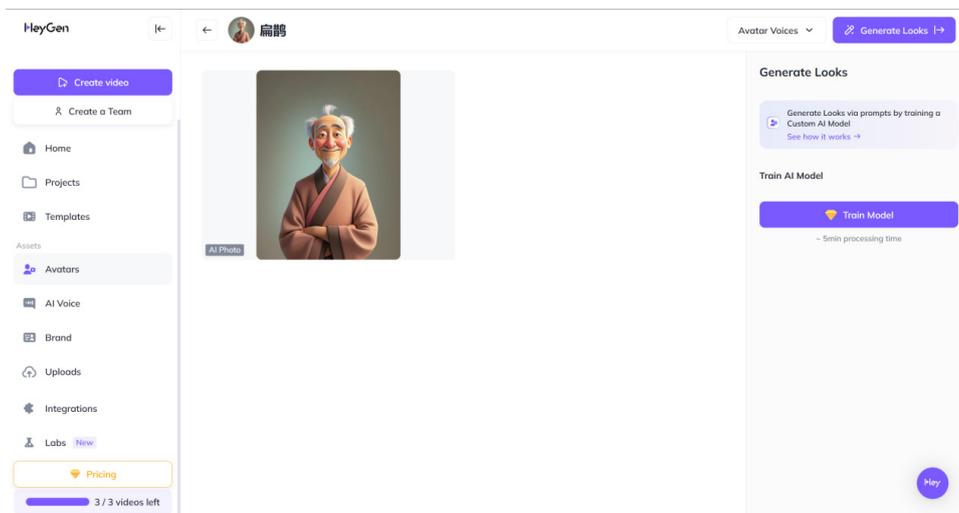


图 5 使用 Heygen 创建扁鹊虚拟人形象

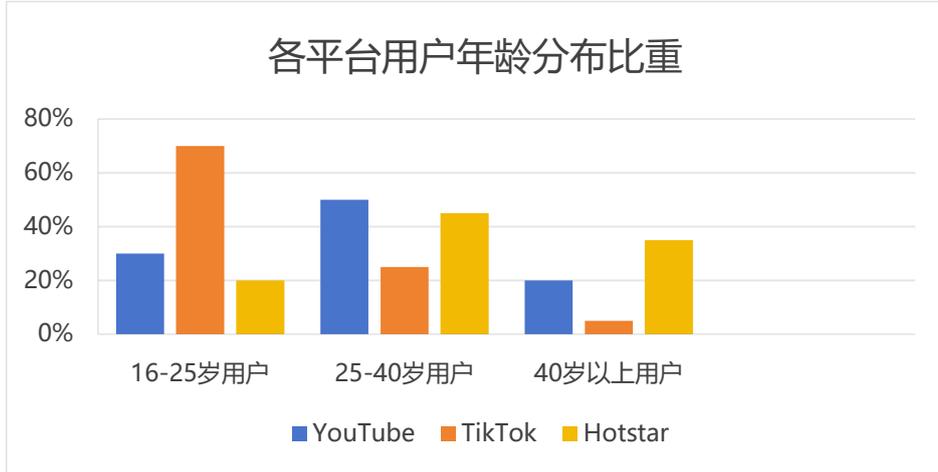


图 6 主流平台用户年龄分布比重

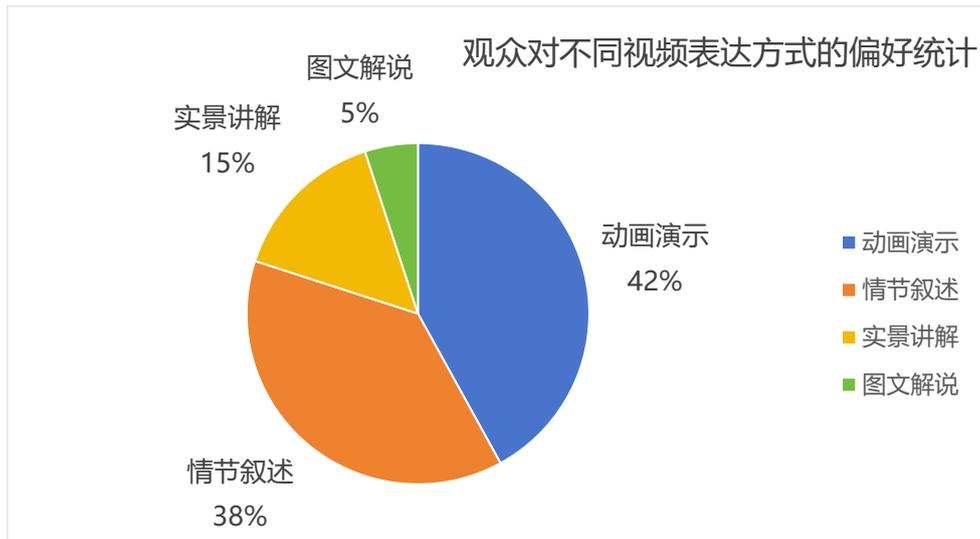


图 7 观众对不同视频表达方式的偏好统计

内容发布后,通过分析视频的点击率、观看时长、点赞率、分享率等数据,了解用户的反馈和需求,及时调整视频的内容和形式。与海外高校开展合作,将视频纳入其中医药文化课程教学资源,扩大视频的受众群体。

4 AI 视频与留学生文化传播协同原则

4.1 准确性与本土化并重

在 AI 视频制作过程中,确保内容的准确性是首要原则。AI 生成内容必须经过中医专家的严格审校,对视频中的中医药术语、理论知识、临床案例等进行仔细核对,确保内容符合中医药的专业标准和科学原理。

传播语言风格要由留学生根据本国文化进行调整,实现本土化表达。留学生熟悉本国的语言习惯、文化习俗,能够将专业的中医药知识转化为通俗易懂、贴近生

活的语言。这种专业与本土化相结合的表达模式,既保证了内容的科学性和权威性,又提高了内容的可接受性。

4.2 可视性与故事性结合

我们事先通过调查问卷的形式对校园 500 名学生用户对视频表达方式的偏好进行了抽样调研统计,统计结果如图 7 所示,应根据观众喜好调整视频中各内容的比重,让观众更加直观地理解中医药的理论体系。

为了提升视频的吸引力,故事性也不可忽视。相比单一的知识讲解,带有情节推动的视频更容易抓住观众的注意力。通过优秀的故事,传统文化能以更温和、更易接受的方式走进观众的内心。

4.3 参与性与反馈性共建

为了提升观众参与感,可在视频片尾鼓励其在评

论区留言,营造开放互动的交流氛围,让整个传播过程更有温度,形成良好的互动氛围。

根据收集到的留言与观看数据对视频风格进行优化,找出存在的问题和不足。结合诸如完播量等观看数据,有针对性地调整视频的选题、内容结构与表现形式,实现视频的持续迭代和优化,不断提高视频的质量和传播效果,形成一个良性的传播循环。

5 结语

本研究基于高校第二课堂实践,以留学生为主体,借助数字技术手段推动中医药文化的多语言、多媒介、多样态输出,拓展传统文化传播的视野,激发青年群体对中医药的兴趣与认同。通过组织留学生深度参与中医药文化的采集、理解、创作与传播,不仅增强其跨文化沟通能力,也构建了“自下而上、情境真实”的海外传播路径。多媒体视频与虚拟人物讲解等形式提升了内容的可视性与沉浸感,能够有效拉近国际受众与中华文化的心理距离。

参考文献

- [1] 崔为. 新媒体环境下中医药文化传播体系的重构[J]. 社会科学战线. 2021(12):25-32
- [2] 孙立会,周亮. 生成式人工智能赋能教育变革的逻辑—基于新质生产力的视角[J]. 教育研究. 2024,45(10): 38-49.
- [3] Benjamin Mulvey, William Yat Wai Lo. Learning to ‘tell China’s story well’: the constructions of international students in Chinese higher education policy[J]. *Globalisation, Societies and Education*. 2021.
- [4] 马海涛,刘莹雪等. 基于医学生科研创新能力培养的第二课堂实践研究[J]. 基础医学教育. 2022,24(07):497-499.
- [5] 黄蕾,唐海萍等. 基于第二课堂的叙事医学教育活动在临床医学专业学生中的应用效果[J]. 浙江医学教育. 2024,23(06): 340-344.
- [6] Mahdi Zarei,et al. Application of artificial intelligence in medical education: A review of benefits, challenges, and solutions[J]. *Medicina Clínica Práctica*. 2024.
- [7] 焦建利. 生成式人工智能及其教育应用前瞻[J]. 中国信息技术教育. 2025(01): 6.
- [8] Firuz Kamalov,et al. New Era of Artificial Intelligence in Education: Towards a Sustainable Multifaceted Revolution[J]. *Sustainability*,2023(16).
- [9] Wilson Cheong Hin Hong. The Impact of ChatGPT on Foreign Language Teaching and Learning: Opportunities in Education and Research[J]. *Journal of Educational Technology and Innovation*,2023(1).

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS