

分类号: G206

密级: 无

学校代码: 10414

学号: 202243100023



江西师范大学

硕士研究生学位论文

非物质文化遗产的抖音短视频 传播路径研究

Research on the Communication Pathways
of Intangible Cultural Heritage Based on
Douyin Short Videos

刘泓

院所: 新闻与传播学院

导师姓名: 王琦

学科专业: 新闻与传播

研究方向: 新闻与传播

二〇二五年五月

摘 要

早在 20 世纪甚至更早，人们便已认识到非物质文化遗产保护与传承的重要性，并逐渐形成了以广播电视为主要载体的非物质文化遗产传播体系。以抖音为代表的短视频平台重构了数字内容分发格局，这一新型媒介通过技术赋权实现了传播渠道的创新，将单向文化输出转化为多维互动传播。

本文基于传播的仪式观等传播学理论，通过内容分析法和参与式观察法，以抖音平台中的非物质文化遗产短视频为研究对象，对其的传播现状、传播特征和叙事策略进行研究。首先，非遗在短视频平台的传播现状呈现出：多方主体参与、文化内容展演和题材去程式化的特征，并出现了非遗传承人缺位、非遗脱离原生语境以致受众解码困难、娱乐化边线把控不当等问题。其次，通过对 293 个非遗短视频的进一步分析得知，当下非遗短视频在创作主体与内容题材上呈现出：抖音官方平台、专业生产者和普通用户多方主体参与的协同生产模式；下沉式内容、仪式化展演以及田园意象构成的内容表现形式。再次，非遗短视频的叙事策略上多采用集文本、器物和行为为一体的符号表意系统，以及在叙事上呈现出微叙事、青春话语以及故事链驱动的特征。

最后针对发现的问题，本文提出了以下三条建议：一是鼓励多元力量共同参与，如加强政策引领、提高专业赋能、促进传承人在场；二是强化体验经济下的价值衍生与文化“出圈”，如深化精准定制、创新表达形式、强化社交属性；三是构建短视频平台内容矩阵以争夺用户注意力，如提升内容互文性、打造话题生态圈、优化分发算法，以期为新媒体语境下非遗短视频传播策略提供借鉴。

关键词：非物质文化遗产；抖音短视频；叙事策略；传播路径

Abstract

As early as the 20th century or even earlier, the importance of protecting and inheriting intangible cultural heritage (ICH) had been recognized, gradually establishing a broadcasting-centered communication system dominated by radio and television. With the emergence of short video platforms represented by Douyin (TikTok), the digital content distribution landscape has been restructured. This new medium innovates communication channels through technological empowerment, transforming one-way cultural dissemination into multidimensional interactive communication.

Based on communication theories such as the ritual view of communication, this study employs content analysis and participatory observation to examine ICH-related short videos on the Douyin platform, focusing on their dissemination status, communication characteristics, and narrative strategies. The findings reveal three core dimensions: First, the current state of ICH dissemination on short video platforms is characterized by multi-stakeholder participation, cultural performance, and de-stereotyped thematic content, yet faces challenges including insufficient involvement of ICH inheritors, contextual dislocation hindering audience interpretation, and excessive entertainment-oriented adaptations. Second, an analysis of 293 ICH short videos demonstrates a collaborative production model involving Douyin's official platform, professional creators, and general users, with content predominantly structured through grassroots narratives, ritualized performances, and pastoral imagery. Third, in terms of narrative strategies, these videos adopt a semiotic system integrating text, artifacts, and behaviors, characterized by micro-narratives, youth-oriented discourse, and storychain-driven frameworks.

To address these issues, this study proposes three targeted recommendations: 1) Encouraging multi-agent participation through policy guidance, professional capacity-building, and enhanced engagement of ICH inheritors; 2) Strengthening value derivation under the experience economy and promoting cultural "boundary-breaking" dissemination via precision customization, innovative expression formats, and intensified social interactivity; 3) Constructing a content matrix on short video platforms to capture user attention through enhanced intertextuality, topic ecosystem cultivation, and optimized distribution algorithms. These strategies aim to provide actionable insights for ICH communication in the new media context.

Keywords: Intangible Cultural Heritage; Douyin Short Videos; Narrative Strategy; Communication Pathways

目 录

1 绪论.....	1
1.1 研究背景与意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	2
1.2 相关概念与理论基础.....	3
1.2.1 相关概念.....	3
1.2.2 理论基础.....	5
1.3 文献综述.....	6
1.3.1 关于非物质文化遗产传播的研究.....	6
1.3.2 关于短视频传播的研究.....	9
1.3.3 关于非遗短视频的研究.....	12
1.4 研究思路与研究方法.....	16
1.4.1 研究思路.....	16
1.4.2 研究方法.....	16
1.5 创新点.....	17
2 非物质文化遗产传播的历时演变与传播现状	18
2.1 非物质文化遗产传播的历时演变	18
2.1.1 传统媒体时代：“非遗”影视性	18
2.1.2 新媒体时代：“非遗”网络化	24
2.2 非物质文化遗产在短视频平台的传播现状	28
2.2.1 多方主体参与：传承人与用户立体诠释	28
2.2.2 文化内容展演：聚焦后台彰显纪事趣味	30
2.2.3 题材去程式化：视频呈现形态丰富多元	31
2.3 非物质文化遗产在短视频平台的传播困境	32
2.3.1 主位与让位：“非遗”传承人缺位	32
2.3.2 剥离与重塑：脱离原生语境与解码失真	33
2.3.3 日常与非常：娱乐化边线把控不当	34
3 基于抖音平台“非遗”短视频的内容分析.....	35
3.1 研究设计.....	35
3.1.1 内容分析的理论视角.....	35
3.1.2 样本选择与类目建构.....	36
3.1.3 信度检验与研究假设.....	41
3.2 数据结果与统计分析.....	41
3.2.1 中心路径分析.....	41

3.2.2 边缘路径分析.....	43
4 抖音平台“非遗”短视频传播特征分析.....	48
4.1 主体间性：非遗传播的协同进化网络.....	48
4.1.1 抖音官方：打造“非遗”短视频生态.....	48
4.1.2 专业生产者：提供“非遗”叙事新视角.....	49
4.1.3 普通用户：参与“非遗”线上“狂欢”.....	50
4.2 文本协商：非遗传播的符号生态网络.....	51
4.2.1 下沉式内容：“生活视角”链接媒介奇观.....	51
4.2.2 仪式化展演：场景还原下的数字仪式互动.....	51
4.2.3 田园式意象：视听修辞与诗意乡村建构.....	52
5 抖音平台“非遗”短视频的叙事策略.....	54
5.1 符号转译：非遗短视频的表意系统.....	54
5.1.1 文本符号：视频标题与话题相互印证.....	54
5.1.2 器物符号：物叙事与文化认同建构.....	55
5.1.3 行为符号：视觉符号中的身体叙事.....	56
5.2 叙事单元：非遗短视频的叙事亮点.....	58
5.2.1 微叙事纪录：鲜活生动的叙事场景与视角.....	58
5.2.2 次元破壁：代际文化的修辞性置换.....	60
5.2.3 故事链驱动：剧集化叙事的内容生产转向.....	61
6 新媒体语境下非物质文化遗产的传播策略.....	63
6.1 鼓励多元力量共同发力.....	63
6.1.1 政策引领,筑牢“非遗”短视频传播根基.....	63
6.1.2 专业赋能,构建“非遗”传播协同网络.....	64
6.1.3 传承人在场,培养“非遗”传播人才队伍.....	64
6.2 强化体验经济下的价值衍生与文化“出圈”.....	65
6.2.1 深化“非遗”精准化定制,建构差异化文化标识.....	65
6.2.2 创新“非遗”表达形式,讲好中国故事.....	67
6.2.3 强化短视频社交属性,促进用户参与文化实践.....	68
6.3 构建短视频平台内容矩阵以争夺用户注意力.....	69
6.3.1 以文化共通性为抓手打磨内容,加强视频互文性.....	70
6.3.2 打造话题生态圈,构建立体“非遗”图谱.....	70
6.3.3 优化平台分发算法,扩大“非遗”辐射范围.....	71
结语.....	73
参考文献.....	74
附录 非物质文化遗产短视频样本编码信息节选（55/293）.....	82

1 绪 论

1.1 研究背景与意义

1.1.1 研究背景

在人类历史徐徐向前的进程中，非物质文化遗产记载着人类前进的步伐，是各民族文化延续与创新的集中体现，更是文化多样性中极富活力的重要组成部分。国际社会对保护传承非遗的重视程度持续提升，而我国在此领域取得的突破性进展尤其耀眼。在习近平文化思想的指导下，我国文化强国建设浪潮涌动，对非遗的保护工作取得突破性进展。一是资源储备逐渐丰富，据最新统计数据显示，我国非遗普查建档总量达 87 万余项，已形成国家、省、市、县四级名录体系，收录代表性项目超 10 万项。二是人才储备结构合理，我国已经建立起多达 9 万人的非遗代表性传承人梯队，其中国家级非遗传承人达 3068 人，形成金字塔式人才储备结构，精准适配于非遗的四级名录体系。三是国际影响持续扩大，截至 2024 年 12 月，我国共有 44 个项目列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录、名册，总数居世界第一^①，彰显文化软实力的制度性优势。

与此同时，国家坚定不移地推进和完善非遗保护传承政策，以形成“有中国特色的非遗保护制度”^②。在“十四五”规划中，国家对非遗的保护和传承工作作出了重要部署，明确提出“强化非遗系统性保护”的战略目标，并将其纳入文化强国建设的核心框架。我国采取法治化保障与制度性创新双轮驱动，构建起具有中国特色的非遗保护体系。一方面，各级地方政府以《中华人民共和国非物质文化遗产法》为基础，相继出台有关配套法规，形成覆盖国家、省、市、县四级的法治保障网络；另一方面，相关责任部门通过深化名录管理机制、优化传承人认定制度、实施区域性整体保护工程，系统性解决了非遗活态传承的实践难题。例如，全国已建设起 23 个国家级文化生态保护区，建成非遗体验和传承中心等设施超 2000 处，通过“非遗+文旅”“数字+非遗”等创新模式推动文化资源的创造性转化和创新性发展。同时，《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》等政策文件的出台，进一步明确了我国在中国式现代化建设中将非遗融入乡村振兴、新型城镇化的发展路径。数据显示，2023 年我国非遗相关产业规模

① 人民日报.44 项！中国世界非遗总数世界第一

[EB/OL].(2024-12-04)[2024-12-15]<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1817523263315984474&wfr=spider&for=pc>

② 王彬.形成有中国特色的非遗保护制度[N].中国文化报,2024-06-14(001).

突破 1.2 万亿元,其活态传承实践被联合国教科文组织评价为“东方智慧的典范”,标志着中国特色非遗保护制度已从政策探索迈向成熟定型,为世界文化遗产治理提供可借鉴的中国方案。

(1) 非物质文化遗产的传承链较为脆弱

在传统社会结构中,非物质文化遗产以生产性工艺、消费性演艺与生活性民艺的“三艺”形态深度嵌入城乡生产生活中,并通过消费集群化、文化生态化与技艺产业化的“三化”机制形成了自洽的活态传承生态。然而,在我国工业化进程和城市化进程的系统性推进下,这一传承链条正逐渐瓦解。统计显示,我国传统村落年均消失率达 1.4%,这直接导致了 61%的非遗项目失去生存空间;即使在难得保留下来的传统村落中,青壮年外流导致非遗从业者年龄结构严重失衡,现存国家级传承人中 78%已达 60 岁,生存空间压缩和传承链条断裂的双重挑战使得非遗传承呈现出“孤岛化”特征,已脱离了上述的“三艺”与“三化”生态。

尤为严峻的是,这种“孤岛效应”不仅割裂了非遗与当代消费市场、产业体系及文化语境的连接,更导致其本身的价值骤减。原本依托“三艺”形成的文化生态链中,有 52%的项目因无法实现现代转化而陷入“技艺尚存、功能消亡”的困境,非遗已陷入脱离传统生态又未能融入现代的传承危机。

(2) 短视频平台正成为文化传播的重要阵地

在互联网领域,短视频媒介毋庸置疑地占据了主导地位,民众的日常生活已经无法离开接触和使用短视频^①。短视频凭借其独特的媒介特性,依靠大数据、云计算等技术手段,以算法“CT”影射出用户的精准画像,有效满足用户在文化消费方面的个性化、差异化需求。短视频的兴起为破解非遗传承的现实困境提供了技术赋能的创新路径,短视频正以其即时性传播、场景化叙事与互动性连接的特性,重构非遗文化的传播范式与传承生态。对此,本文将对非物质文化遗产的短视频平台传播路径进行研究和探讨,旨在揭示短视频的技术传播与内容生产如何助力非遗的活化与传承,为新媒体语境下非遗传播研究提供借鉴。

1.1.2 研究意义

(1) 理论意义

从理论层面而言,目前学界已对媒介之于文化传播和记忆记录十分重要这一点达成共识。纵观国内外关于非遗传播的研究,可以发现新媒体与数字技术在非遗传播中的地位愈发凸显。而伴随着短视频行业的发展逐渐成熟,非遗的短视频传播正成为我国非遗传播的研究热点之一,近年来研究成果集中涌现,学界对于非遗短视频的内容生产和传播效果进行了深入探讨,但对“非遗短视频的文本内容”缺乏较为深入的剖析。因此,本研究建立在这样的前提基础和研究目的之上,

^① 潘祥辉.“无名者”的出场:短视频媒介的历史社会学考察[J].国际新闻界,2020,42(6):40-54.

通过对非遗短视频的内容生产及创新路径进行系统性研究,力求完善当前非物质文化遗产搭载短视频传播的理论体系,为新媒体语境下非遗传播提供借鉴。

(2) 实践意义

非物质文化遗产短视频要想得到更长远地发展,仍需不断完善其内容生产策略,优化传播环境。同时,随着短视频平台垂直细分的多样化,人们的信息接收需求也越来越多元化,非遗短视频只有及时进行内容更新,更新分发模式,贴近用户群体的观看习惯,才能促进非遗传播进一步扩大。有鉴于此,本研究将从传播学的角度研究抖音平台的“非遗短视频的内容生产策略”,从而找到可供借鉴的一般性规律,以思考如何运用一系列传播手段激发更多的用户从“心”到“行”,让非遗传播不仅仅局限在单向的、简单的观赏认知层面,而真正深入到让人们从态度上和行为上接受它,以期能够给非遗在短视频平台的高质量传播提供一定的策略,促使非遗短视频的收益更大化,帮助政府推动非物质文化遗产的传播。

1.2 相关概念与理论基础

1.2.1 相关概念

(1) 非物质文化遗产

尽管我国早期就已经出现“民族文化”“民间文化”等概念,但在国内首次出现“非物质文化遗产”这一概念是由于我国2005年加入《保护非物质文化遗产公约》(简称“公约”)。根据《公约》的定义,非物质文化遗产是群体或个人认为承载着其文化遗产的各类实践、表演、技能以及实现这些活动所需要的工具、工艺品和文化场所。由于国内外文化背景不同,群众的认知也存在差异,《公约》对非物质文化遗产的界定实际上并不完全符合我国国情。因此本文中非物质文化遗产的概念以国务院《关于加强文化遗产保护工作的通知》中对非物质文化遗产的定义为准,即非物质文化遗产是指各种以非物质形态存在的与群众生活密切相关、世代相承的传统文化表现形式,包括口头传统、传统表演艺术、民俗活动和礼仪与节庆、有关自然界和宇宙的民间传统知识和实践、传统手工艺技能等以及与上述传统文化表现形式相关的文化空间^①。

非遗的典型特征体现为活态性、群体认同性和代际传承性,其实际上以“人”作为文化载体。非遗的传承依赖“人—技—境”三位一体的具身传播(embodied communication),如昆曲的唱念做打必须通过师徒间的体化实践才能实现,牌匾的制作也必须依靠传承人亲自动手制作才可完成。此外,非遗还是构成“文化记忆”的传播介质,其常通过仪式展演(如妈祖祭典)、符号表达(如苗族银饰纹样)来实现集体身份建构。我国传统文化源远流长,丰富的文化遗产资源和人

^① 《国务院关于加强文化遗产保护的通知》国发〔2005〕42号。

们对文化的强烈认同使非物质文化遗产这一“舶来”概念在我国得到良好发展。

当前，非遗的数字化传播也已经在学界引起了激烈的探讨，一是短视频平台本身的传播规则如何改变非遗传承方式，比如原本师徒面授的技艺，现在通过算法推荐被推送给千万用户；二是探究数字社区如何替代传统地域关系，比如天南地北的剪纸爱好者通过抖音形成新社群；三是观察普通用户如何通过改编、转发等二次创作赋予非遗新内涵，比如年轻人用戏曲元素创作说唱视频。当传统文化遇上短视频，既是机遇也是挑战，非遗的短视频传播因此成为观察传统文化如何适应数字时代的重要窗口。

(2) 短视频

“短视频”顾名思义是指时长较短的视频，时长通常在 15 秒至 5 分钟之间，它具有内容精炼、形式多样的特点，是一种在互联网新媒体领域广泛传播的视频形式。从技术层面来看，短视频的传播依靠移动智能终端和网络技术，能在各类社交平台、视频平台等进行快速传播与分享，其生产与制作也需借助短视频制作软件，通过拍摄、剪辑、特效添加等手段实现。在内容方面，短视频题材丰富广泛，涵盖生活记录、知识科普、娱乐搞笑、才艺展示、产品推广等众多领域，能够满足不同用户群体的多样化需求。因此，本文提到的短视频是主要依靠移动终端拍摄的时长控制在 5 分钟以内，能在社交平台上进行即时传播分享并引发用户之间沟通交流的一种新型视频形式。

在新闻传播学视域下，短视频的核心特征体现为“三低三高”——低创作门槛、低时间成本、低技术难度，与高传播效率、高用户黏性、高互动参与并存（潘祥辉，2020）。相较于传统视频媒介，短视频通过算法推荐机制（如抖音的“Dou+推荐”）、碎片化叙事结构（如剧情前置的“黄金 3 秒法则”）及 UGC 生产模式（用户生成内容占比超 85%），重构了信息传播的格局，让传播主体从专业机构扩展至普罗大众，传播逻辑从单向灌输转向双向互动，传播效果从广度覆盖升级为精准触达。

当前学界普遍关注短视频作为“技术中介”的双重效应：一方面，其“媒介可供性”赋能非遗传播，短视频通过视觉化转译、场景化再现、社交化扩散使传统文化突破地域限制实现“破圈”传播；另一方面，短视频平台通过算法主导流量分配机制可能导致文化传播的“娱乐化窄化”，例如部分非遗内容为迎合平台规则，过度简化工艺内涵（35%的技艺类视频仅展示成品而省略核心工序），这种技术特性与传播实践的矛盾，使短视频成为洞悉数字时代传统文化传播转型的典型视角。

1.2.2 理论基础

(1) 传播的仪式观

① 传播仪式观的主要观点

詹姆斯·W·凯瑞在《作为文化的传播》中提出了传播的“仪式观”，并强调传播本质上是维系社会文化共同体的共享实践，其核心在于通过符号互动建构集体信仰而非单纯信息传递。该理论包含两个维度：社会整合与信仰共享。前者指传播活动能够促进群体联结与社会结构延续，后者则是推动成员形成共同文化认知体系。非物质文化遗产的形成与特定地理环境密切相关，具有鲜明的地域生态特征，这种原生性使其在维系地方社会发展方面具有天然优势。同时，作为地域文化的活态载体，非物质文化遗产承载着民族精神与文化认同，通过口传心授等传统传承方式，持续向特定群体传递共同的文化价值观念，为实现信仰共享提供了现实路径。这种双重属性使其成为连接个体与社会、传统与现代的重要文化纽带。例如，非遗承载的集体记忆（如妈祖信俗中的海洋文化基因）为群体提供价值坐标；成员通过参与节庆仪式（如傣族泼水节）、传习活动形成文化认同，实现信仰共享。

② 传播仪式观对本论文的启示

仪式是一种通过重复性实践建构社会规范的文化行为，其高度结构化的程序与时空设定均蕴含特定象征意义。非物质文化遗产作为活态文化传承载体，其存续同样依赖特定时空语境下的符号化表达。在传播仪式观框架下，二者的关联性体现在：非物质文化遗产通过仪式展演实现传统价值的代际传递（如潮汕英歌舞表演），其仪式化实践不仅维系着群体文化认同，更以具象化方式诠释了传播作为社会整合机制的本质特征。因此，从传播的仪式观入手能够对非遗与传播的关系提供新的认知视角。

(2) 集体记忆

① 集体记忆的主要观点

集体记忆理论由法国社会学家莫里斯·哈布瓦赫提出，其核心观点强调社会群体通过共享记忆形成集体意识。该理论认为，个体记忆的形成与保存依赖于特定社会群体的共享框架。集体记忆并非单指个体对历史事件的主观记录，而是具有社会意义的、经过社会化形成的记忆。有学者指出，大众媒介通过影像呈现、符号建构与场景再现，将过去、现在与未来纳入统一叙事框架，形成集体记忆的连续性表达。在媒介的介入下，传播者既可以通过具象化再现唤醒历史记忆，也能够通过内容筛选与意义重构引导受众认知，形成记忆遮蔽或凸显的传播效果。

② 集体记忆理论对本论文的启示

如哈布瓦赫所说,个体记忆的形成受社会影响,社会记忆的共享源于群体成员的共同意志,也就是“思想共同体”,它承担着社会整合功能^①。非物质文化遗产也是根植于社会的实践产物,例如传统节庆中的集体舞蹈、手工艺制作等活动,既是对历史记忆的具象化呈现,也是群体成员通过共同参与强化身份认同的过程。非遗传承不仅维系了代际间的文化连续性,更在现代社会中构建起跨越时空的精神纽带,使“思想共同体”的整合功能得以延续。非遗的存续本质上是集体记忆的动态再生产,其核心在于通过文化实践将个体经验升华为社会共享的意义体系。因此,从集体记忆理论入手能够更好地指导非遗有关历史文化遗产与现代新技术应用之间的动态平衡。

1.3 文献综述

当前,非物质文化遗产的传承与传播愈发引起大众的重视,国内学者对这一领域的研究兴趣日益浓厚。随着研究者队伍的不断壮大,产出的学术成果也日益增多。本文通过梳理相关文献,将从“非物质文化遗产传播”“短视频传播”和“非物质文化遗产的短视频传播”三个角度出发,探究有关“短视频平台中非物质文化遗产传播”的研究现状。

1.3.1 关于非物质文化遗产传播的研究

面对媒介环境的深刻变革,非物质文化遗产的传承和保护需要突破对传统路径的依赖,通过传播路径与理念的创新实现活态传承。这一过程既要借助新媒体技术拓展传播场域,又需在内容生产中融入现代价值阐释,形成传统基因与当代语境的对话机制。梁广寒(2008)在分析我国现有技艺传承模式时,将其划分为传统师徒制和现代教育两种路径,其中依赖人际传播的传统传承体系存在代际断层风险,因此更需通过制度化的教育体系来保障文化基因的稳定延续^②。王隽(2014)则针对非遗保护实践提出反思,他认为现有工作多侧重物质形态保护,忽视了通过现代媒体构建活态传播机制的重要性。因此当代的非遗传承既要构建可持续的教育传承体系,又需借助媒介技术激活文化内在生命力^③。

随着传播技术的迭代演进,学界开始关注非物质文化遗产的数字化传播创新。现有研究多聚焦于传播现状、特征及效能分析,其中大众媒介应用成为重要研究方向。戚永哲(2010)通过个案分析指出,作为工业文明产物的大众传播在非遗

① 田维钢,但涵.集体记忆视域下纪录片乡土情怀的呈现与重塑[J].当代传播,2021,(06):111.

② 梁广寒.从作坊师承到校园教授:当代中国传统艺术传承方式的变迁[J].民族艺术,2008,(03):25-28+18.

③ 王隽.非物质文化遗产与媒体传播:二维耦合和发展路径[J].现代传播,2014,36(06):12-14.

保护中承担着重要社会责任,其媒介特性、宣传功能及舆论监督机制能够有效提升社会对非遗的认知^①。昭阳(2010)则在肯定媒介传播效能的同时,指出需警惕技术语境对非遗本真性的消解风险,强调在利用媒介优势时应保持文化自觉。陈倩(2012)则根据不同媒介的特点,将传媒化表现方式归纳为影像记录、图文呈现与网络生存三种形态^②。同时,王犹建(2012)进一步指出,数字化传播手段将使地域文化突破传统空间限制,并借助信息共享实现文化价值与经济价值的双重释放,最终推动资源整合的最大化^③。韦干鹏、范莎莎(2013)引入“知沟”理论与“把关人”理论,揭示了大众传媒在非遗传播中存在的角色固化与认知隔阂问题,提出需通过精准传播策略优化传受关系^④。孟志军(2015)则强调了影像记录作为全息化保存手段的独特优势,认为该项技术能够完整呈现非遗的活态特征,为文化传承提供可靠载体。在这一阶段,数字网络时代的非遗传播路径也渐渐成为学术研究的重点^⑤。

新媒体环境下有关非遗传播的研究多聚焦传播特征、现状及策略层面。张武桥和黄永林(2015)提出通过社交网络平台强化节日品牌传播,同时整合资源提升文化主体性,推动非遗“走出去”^⑥。孙永琪(2018)指出融媒体环境下非遗传播呈现出本原性与即时互动的特征,新媒体技术赋予传播人性化与个性化表达空间^⑦。王德胜(2018)强调政府主导与整合传播策略对非遗新媒体传播的赋能作用,主张通过文化创新实现传统活化^⑧。同时,黄永林、余欢(2019)进一步揭示出智能媒体技术的应用将在很大程度上重构非遗传播的呈现形态,其算法推荐与沉浸式体验也将突破传统的认知框架,从而实现裂变式的精准传播^⑨。

在短视频平台非遗传播研究领域,学者们围绕抖音等新媒体平台展开了多维探讨。鲍扬、王文(2019)通过分析抖音传播机制指出,抖音在非遗的传播实践

① 戚永哲.大众传播在非物质文化遗产保护与传承中的积极作用[J].鞍山师范学院学报,2010,12(03):106-108.

② 陈倩.浅析非物质文化遗产的传媒化[J].新闻爱好者,2012(6):66-71.

③ 王犹建.网络时代数字化语境下的非物质文化遗产传播[J].新闻爱好者,2012(04):23-25.

④ 韦干鹏,范莎莎.论非物质民俗文化遗产的媒体传播策略[J].西安石油大学学报(社会科学版),2013(05):32-35.

⑤ 孟志军.影像复制时代下的非物质文化遗产[J].新闻知识,2015(12):13-14.

⑥ 张武桥,黄永林.移动互联时代的非物质文化遗产对外传播研究[J].广西民族研究,2015,(5):12-16.

⑦ 孙永琪.非物质文化遗产在融媒体时代下的传播特点[J].传媒论坛,2018(2):23-27.

⑧ 王德胜.非物质文化遗产的多元化传播策略[J].新闻爱好者,2018(08):36-38.

⑨ 黄永林,余欢.智能媒体技术在非遗传播中的运用[J].华中师范大学学报(人文社会科学版),2019,58(06):122-129.

既涵盖了物质形态遗产，也涉及表演类与技艺类非遗的传播路径优化^①。梁贵茜（2019）以抖音为例采用话语分析框架，发现传统工艺短视频存在内容同质化与品味低俗化倾向，因此认为短视频的传播效果局限于表层补充，难以实现文化涵化功能，应当作为纪录片的补充而存在^②。朱银霞（2020）则聚焦于非遗短视频的传播效果研究，揭示了非遗短视频在选题、制作、分发环节存在的结构性问题，强调需通过传播创新吸引青年群体关注^③。吉琳玄等（2020）进一步指出，虽然新媒体克服了传统媒体单向传播缺陷，但由其话语生态引发的文化泛娱乐化进一步导致了内容的趋向和片面，因此平台创作者应主动在传播中把握非遗传承规律，强化文化内涵阐释与产品消费引导^④。王颖吉、郭瑞琦（2024）提出非遗创新发展需聚焦文化价值提炼、短视频内容形式创新及媒介事件策划，以构建起“价值阐释-形式创新-传播策划”的三维路径^⑤。

国外学者对非物质文化遗产传播的研究主要围绕两大维度展开。一方面聚焦媒介技术的应用路径，探讨如何通过大众传播与数字技术优化非遗的呈现方式，提升传播效能；另一方面则关注数字化保护策略，主张通过新媒体构建非遗数字档案库，实现文化资源的系统保存与动态传承。

C.Karp（2004）提出通过数字化归档将非遗保存于虚拟博物馆，以实现文化资源的开放共享^⑥。N.Crawhall等（2008）进一步设计了信息管理系统，构建出非遗数据的结构化存储与动态管理机制。这些研究为非遗的数字化保护提供了技术框架。另一方面，部分学者对媒介技术的负面影响提出反思^⑦。W.Benjamin（2008）指出机械复制技术导致文化遗产丧失了时空原真性^⑧。Y.Kalay等（2007）则揭示出信息过载与传播程式化可能导致非遗理解的固化与传承的碎片化^⑨。Janice Affleck和Thomas Kvan（2008）从公众参与视角切入，认为虚拟社区能够

① 鲍扬,王文.“非遗”的“抖音”现状解析与路径优化[J].电影评介,2019(14):110-112.

② 梁贵茜.传统工艺在移动短视频传播中的话语分析[D].深圳大学,2019.

③ 朱银霞.非物质文化遗产短视频传播效果研究[D].南昌大学,2020.

④ 吉琳玄.新媒体时代非物质文化遗产的传播与传承[J].民族艺术研究,2020,33(04):22-25.

⑤ 王颖吉,郭瑞琦.场域与创生:非物质文化遗产短视频的转化创新路径探索[J].新闻与写作,2024(02):35-44.

⑥ Karp C. Digital heritage in digital museums[J]. Museum International,2004.

⑦ Crawhall N. A protection and management oriented intangible culture heritage MIS architecture and its prototype application[J]. Journal of Cultural Heritage,2008.

⑧ Benjamin W. The work of art in the mechanical age of reproduction[M]. London:Penguin Books Ltd,2008.

⑨ Kalay Y,Kvan T,Affleck J. New heritage:New media and cultural heritage[M]. London:Routledge,2007.

通过互动实践重构文化遗产的地方意义,为数字时代的非遗阐释提供了新思路^①。此外, Federico Lenzerini (2011) 强调非遗保护应超越物质层面, 关注文化与人的动态关系^②。Selmanovic. E 等 (2020) 通过案例分析, 验证了 3D 虚拟重建技术在增强非遗吸引力与教育功能方面的应用价值^③。Pietrobruno, Sheenagh 等 (2022) 也肯定了教科文组织在 YouTube 建立非遗视频库的保护实践, 并指出 3D 技术在文化遗产动态保存中的发展潜力。

综上所述, 现有研究呈现出两大脉络: 一是对短视频传播效能的实证分析, 二是对技术应用与文化保护关系的理论探讨。学者们普遍认可新媒体对非遗传播的赋能作用, 但也认为需警惕技术理性带来的文化失真风险。这些成果既拓展了非遗传播研究的媒介维度, 也为数字时代文化遗产的活态传承提供了实践参照。

1.3.2 关于短视频传播的研究

短视频的发展历程可追溯至 2005 年 YouTube 等视频分享平台的兴起, YouTube 作为用户生成内容 (UGC) 的重要形态曾引领行业风潮。然而 2008 年的盗版风波使 UGC 模式遭遇重创, 多数平台转向长视频和专业生产内容 (PGC) 相结合的模式, 短视频创作陷入低谷。尽管后续出现的微电影 (时长 30 分钟内) 延续了部分短视频的创作特征, 但商业化浪潮的冲击导致其未能形成持续影响力。

2011 年美国 Viddy 软件的出现成为行业转折点, 该应用通过与手机媒体深度整合, 实现拍摄内容一键分享至社交媒体平台的内容互动模式, 开启了移动短视频社交时代。随后 Vine、Peeks Video、Snapchat、Instagram 等平台均对短视频创作进行初步布局, 共同推动了市场复苏。^④与此同时, 中国互联网企业快速跟进技术趋势, 并于 2013 年推出秒拍、微视等早期本土化产品。此时产品设计多侧重于基础功能开发 (如滤镜、剪辑工具), 尚未形成成熟的用户运营体系, 表现出鲜明的功能导向型特性, 为后续行业爆发奠定技术基础。

2017 年伴随抖音、快手等平台的逐步完善与推广, 相关研究呈现快速增长态势, 学界的研究焦点多集中于行业发展现状与趋势分析、传播策略创新路径探索, 以及用户行为特征研究。

① Janice Affleck & Thomas Kvan. A Virtual Community as the Context for Discursive Interpretation: A Role in Cultural Heritage Engagement[J]. International Journal of Heritage Studies,2008.

② Federico Lenzerini.Intangible Cultural Heritage: The Living Culture of Peoples[J].European Journal of International Law,2011.

③ Selmanovic, E; Rizvic, S; Harvey, C ; Boskovic, D ; Hulusic, V; Chahin, M ; Sljivo, S .Improving Accessibility to Intangible Cultural Heritage Preservation using Virtual Reality[J].Acm Journal on Computing and Cultural Heritage,2020.

④ 王长潇,刘瑞一.网络短视频的走红机理及其双面效应[J].当代传播,2019,(03):51-55.

在**短视频发展现状与趋势研究**领域,学者们围绕行业特征与演进方向展开了多维探讨。Cheng X et al. (2013) 通过对 YouTube 经典案例的研究,揭示了短视频与传统流媒体在传播模式上的本质差异^①。王晓红等 (2015) 通过对比分析短视频的国内外发展路径,指出国外平台侧重于社交属性的开发,而国内则形成了社交、工具、媒体并存的多元格局,并对短视频在类型细分与精准定位等方面的发展作出预测^②。汪文斌 (2017) 则从生态、平台及作品三个维度总结了当前的行业现状,并同步提出智能化制作、精准化分发、专业化生产及内容垂直化的四大发展趋势。唐绪军等 (2017) 在分析微博短视频生态时,着重强调了垂直领域的开发对提升传播价值的重要性^③。彭兰 (2019) 则从文化基因角度指出,短视频起源于民间草根文化,故其发展呈现出自下而上的演进特征;随着主流媒体与政府力量的介入,短视频逐渐向公共传播领域拓展^④。许竹 (2019) 以抖音、快手为研究对象,系统分析了移动短视频的传播结构与价值特征,并对内容同质化及用户审美疲劳等趋势表示担忧^⑤。黄楚新等 (2020) 通过行业全景分析,提炼出当前三大发展热点:直播带货成为主要变现方式、机构媒体入驻形成流量聚集、Vlog 成为主流内容形态^⑥。

在**短视频传播策略研究**领域,学者们更多聚焦于垂直领域与典型案例,并对此展开差异化探讨。宁海林 (2018) 提出传统文化传播需构建政府、媒体、平台、网民协同的多元主体格局,并主张通过高科技手段与艺术化表达提升短视频的传播效能^⑦。潘宇等 (2018) 以新闻短视频为研究对象,发现这类作品主要是通过扩大话语空间与激发用户生成内容为突发事件报道提供重要素材来源^⑧。郭萍 (2019) 则以@中国消防为主要研究对象,指出政务类账号在定位、互动及人员新媒体技术素养等方面面临的问题,并提出了强化功能定位与内容运营的针对性解决措施^⑨。王海燕 (2020) 通过对抖音里不同图书馆账号进行实证分析,揭示出公共文化机构在短视频平台普遍存在开通率低、运营能力弱、原创精品少等共

① Cheng X,Liu J,Dale C.Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing:A YouTube-Based Measurement Study[J].IEEE Transactions on Multimedia,2013,15(5):1184-1194.

② 王晓红,包圆园,吕强.移动短视频的发展现状及趋势观察[J].中国编辑,2015(03):7-12.

③ 唐绪军,黄楚新,王丹.中国新媒体发展迎智能化视频化新阶段[J].中国报业,2017(13):35-37.

④ 彭兰.短视频:视频生产力的“转基因”与再培育[J].新闻界,2019(01):34-43.

⑤ 许竹.移动短视频的传播结构、特征与价值[J].新闻爱好者,2019(12):30-32.

⑥ 黄楚新,吴梦瑶.中国移动短视频发展现状及趋势[J].出版发行研究,2020(07):65-70+64.

⑦ 宁海林.“中华优秀传统文化+短视频”整合传播研究[J].现代传播,2018,40(06):135-138.

⑧ 潘宇,刘胜枝.新闻短视频发展现状、问题及趋势[J].中国编辑,2018(07): 82-85.

⑨ 郭萍.政务短视频传播策略探析——以“中国消防”抖音号为例[J].传媒,2019(24):54-55.

性问题^①。Nan Li (2021) 主要针对健康传播领域展开了研究, 认为短视频的视听融合特性革新了健康信息传播模式, 显著拓展了知识普及空间^②。叶勇、吴懿君 (2023) 认为短视频的发展为地方文旅发展提供新的增长契机, 并提出了地方文旅借力短视频构建内容体系, 实现创新发展的有关对策^③。卫夏雯、祝叶华、韩晓宁等 (2024) 以我国 300 余类科普期刊为对象, 分析了期刊微信视频号的传播能力, 强调了短视频平台建设对于科普事业的重要作用^④。何天平、蒋贤成 (2024) 认为通过深度挖掘资源、以情感人、善用算法能促进传统文化走出国门, 实现良好发展态势^⑤。

在**短视频受众研究**领域, 学者主要从消费行为、参与模式、价值感知等维度展开实证分析。刘冰等 (2016) 通过问卷调查发现, 多数用户对短视频内容质量存在不满^⑥。戴德宝等 (2017) 通过构建用户参与行为模型, 将用户的行为划分为被动浏览与主动创作两类, 并得出感知价值与用户忠诚度呈显著正相关的结论, 最后提出实施差异化运营策略^⑦。主流媒体转型策略也引发了学者的关注, 杨凤娇和孙雨婷 (2019) 以@人民日报为研究对象, 通过回归分析揭示出情感共鸣是提升用户参与度的关键因素, 信息实用性与重要性次之^⑧。王影等 (2019) 则基于感知价值理论, 验证了用户价值感知对消费决策的直接影响, 并发现参与行为在价值感知与购买意愿间起到了中介作用^⑨。同时, 技术与社会因素的交叉影响成为新研究方向, 如张星等 (2019) 从社会技术理论切入, 将用户行为分为内容

① 王海燕.图书馆短视频发展现状、问题与对策分析——以抖音平台为例[J].图书馆工作与研究,2020(05):76-80.

② Nan Li,Jinying Yan,Fei Wu.Research on the Current Situation and Development Strategy of Health Communication in a Short Tiktok Video:The "Dingxiang Doctor" [J].Scientific and Social Research, 2021,3(3).

③ 叶勇,吴懿君.短视频助力地方文旅宣传的特征、效应与策略——基于文旅局长“出圈”短视频分析[J].中国广播电视学刊,2023,(10):129-133.

④ 卫夏雯,祝叶华,韩晓宁,等.我国科普期刊微信视频号传播能力与策略研究[J].中国科技期刊研究,2024,35(02):143-152.

⑤ 何天平,蒋贤成.以短视频为媒:提升中华优秀传统文化国际传播效能的实践进路[J].中国编辑,2024,(11):72-80.

⑥ 刘冰,徐鑫餐.受众短视频消费行为及习惯调查[J].青年记者,2016(31):27-28.

⑦ 戴德宝,顾晓慧.用户参与行为、感知价值与忠诚度:基于移动短视频社交应用的分析[J].消费经济.2017.33(02):58-65.

⑧ 杨凤娇,孙雨婷.主流媒体抖音号短视频用户参与度研究——基于《人民日报》抖音号的实证分析[J].现代传播,2019,41(05):42-46.

⑨ 王影,黄利瑶.移动短视频感知价值对消费者购买意愿影响研究——基于用户参与和态度的中介效应[J].经济与管理,2019,33(05):68-74.

消费与生产两类，指出个体动机（如自我表达）、社交压力（如群体规范）、平台功能（如算法推荐）共同塑造了用户的媒介使用习惯^①。

有关短视频的研究，国外学者主要围绕用户行为、商业价值与媒介融合展开探讨。Gibbs & Colin (2006) 在早期研究中提出，短视频应用将成为移动视频领域的长尾增长点，并预言短视频潜在待发掘的商业价值将引发媒介市场的激烈争夺^②。对于不同群体的媒介使用习惯，Michi Gupta (2019) 发现短视频平台的交互特性使青年群体兼具传与受的双重身份，并建议内容创作需紧密结合社会热点以维持用户粘性，同时也应关注剩余尚未得到关注的边缘群体^③。Ren Jifan 等 (2021) 基于价值共创理论，通过 TikTok 有关案例分析揭示出用户感知价值与幸福感、黏性之间的传导机制，即感知价值不仅直接正向影响用户粘性，还通过提升幸福感间接影响用户留存^④。

在短视频跨行业融合研究领域，国外学者更多聚焦于新闻传播、商业应用等场景的创新探索。Rachel Bartlett (2018) 通过 BBC 与《卫报》在 Instagram 的实践案例，揭示了新闻生产在短视频平台社交化的转型路径，媒体机构通过短视频功能重构了新闻叙事方式，实现了内容传播即时性与互动性的双重提升。与此同时，算法推荐技术的应用也成为另一研究焦点，短视频的访问行为会降低服务器的缓存效率，因此提出了基于推荐系统的缓存优化框架，以优化短视频平台的服务质量。

1.3.3 关于非遗短视频的研究

截至 2024 年 10 月 19 日，笔者通过 CNKI 搜索了有关“非物质文化遗产”的 50900 篇相关文献，并对全部检索结果进行可视化分析，结果显示：一是有关“非物质文化遗产”的相关研究自 2004 年以来呈同比增长趋势，其中有关“非物质文化遗产”与“短视频”的研究共有 152 篇，自 2018 年以来保持明显的增长趋势（详见图 1-1）；二是对“非物质文化遗产”与“短视频”的研究主要集中在视频分析、传播策略以及平台分析三个方面（详见图 1-2）。

① 张星,吴优,刘汕.移动短视频用户浏览和创造行为的影响因素分析[J].图书情报工作,2019,63(06):103-115.

② Gibbs, Colin.2007.Short-form may be long-tail for mobile video[J].RCR WirelessNews,26:12-13.

③ Michi Gupta. Use Short Videos to Engage Generation Z[J].Nonprofit Communications Report,2019,17(3):3.

④ Ren Jifan, Yang Jialiang,Zhu Mengyang et al.Relationship between consumer participation behaviors and consumer stickiness on mobile short video social platform under the development of ICT:based on value co-creation theory perspective[J].Information Technology for Development,2021,27(4):697-717.

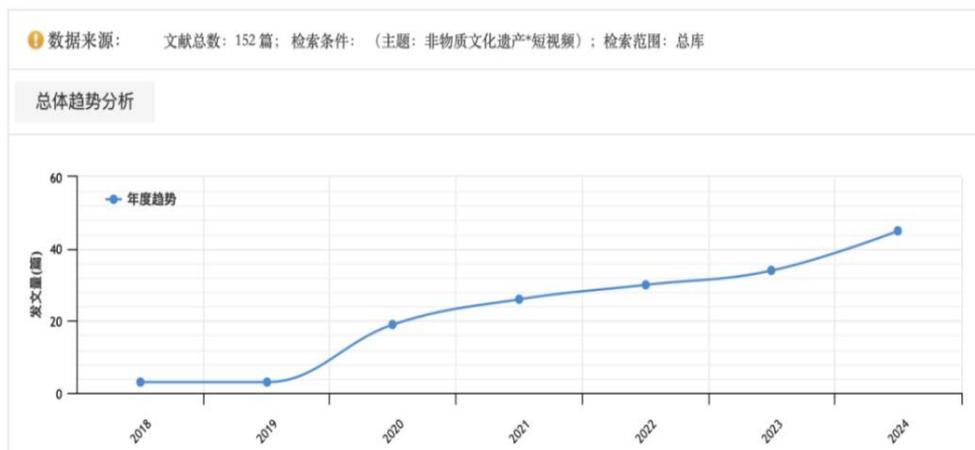


图 1-1 国内“非物质文化遗产”与“短视频”研究总体趋势分析

数据来源： 由知网选取关键词生成研究趋势分析得到

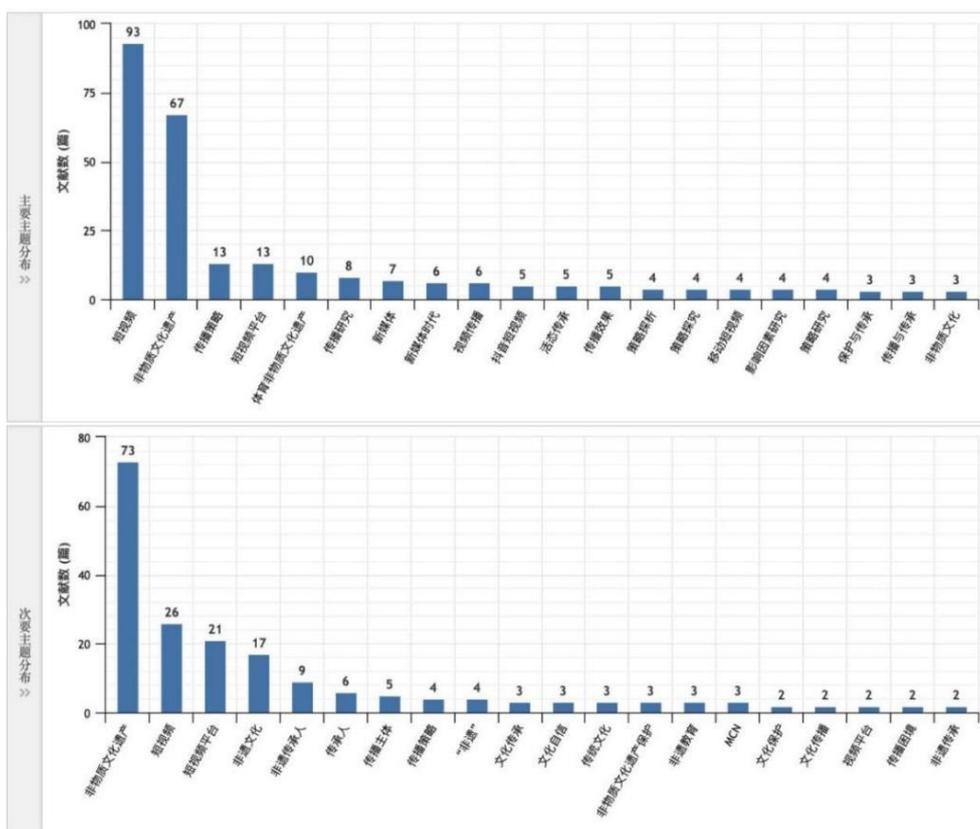


图 1-2 国内“非物质文化遗产”与“短视频”研究主题分析

数据来源： 由知网选取关键词生成研究趋势分析得到

影像媒介凭借其纪实特性与系统记录功能, 在非物质文化遗产保护中展现独特价值。惠恭健 (2010) 认为通过合理应用影视等影像作品来展现或记录非遗, 将有助于非遗保护与影像传播的共赢^①。杨国兴 (2015) 则认为影像参与非遗的过程中, 会对非遗产生干扰, 为避免这一现象发生, 拍摄者应当着重记录非遗的

① 惠恭健. 世博影像传播的种类与实现途径初探——传播视野中的非物质文化遗产保护与传承[J]. 河南社会科学, 2010, 18(05): 62-66.

变迁过程、关注文化产生的环境、对拍摄对象的一切给予尊重^①。王璘 (2021) 认为非物质文化遗产的影像表达体系主要包括摄影、电影、电视及网络影像等形式。相较于传统影像形式,网络影像在非遗传播中展现出独特优势,其数字技术特性既保证文化遗产本真性的完整呈现,又通过即时交互传播突破时空限制。这种表达方式不仅实现非遗活态特征的数字化保存,更通过多终端适配性提升文化传播效能,为非遗的现代传承构建了新型媒介载体^②。

目前关于非遗短视频的研究多聚焦于非遗短视频的传播模式、传播效果以及实践应用等。在非遗短视频的**传播模式**方面,毕秋灵 (2018) 认为 MCN 机构能够完善非遗相关产业链条,并通过专业化运营提升非遗与现代业态的融合度,在市场化开发与文化本真性之间寻求动态平衡^③。潘晓冲 (2020) 顺着这一思路进一步对 MCN 模式的生产机制进行分析,并指出 MCN 机构可以通过内容工业化生产、矩阵式账号布局及商业化变现等措施,为非遗传播提供规模化解决方案^④。隆颖 (2020) 从传播模式的创新视角切入,认为短视频通过影像化叙事、社交裂变传播、场景化表达及产业资源整合,重构了非遗传承生态;但她同时也指出,当前非遗传播存在着内容质量参差不齐与专业人才短缺的问题;最后她提出构建“传统文化+短视频”的协同创新机制,以实现理论研究与实践应用的双向提升^⑤。常李楠 (2022) 则是通过聚焦算法技术对非遗传播的赋能效应提出了三重作用机制:算法降低创作门槛形成用户规模、个性化推荐构建垂直兴趣圈层强化文化认同、头部账号扶持策略激发内容生产活力;这种技术驱动模式显著拓展了非遗传播的广度与深度,但也需警惕算法茧房导致的文化窄化风险^⑥。

在非遗短视频的**传播效果**方面,齐彬 (2020) 指出,短视频通过情感化叙事在短期内提升了非遗关注度,但仍需警惕过度娱乐化所导致的文化解构风险^⑦。汪雪 (2021) 肯定了短视频在视觉呈现与场景建构方面的优势,认为其有助于非遗活化传播,但在传播效能及公众参与方面依旧有待提升^⑧。彭慧、秦枫 (2021) 基于互动仪式链理论,以抖音“非遗合伙人”话题为案例,发现用户互动仪式整

① 杨国兴.影像参与非物质文化遗产传承保护的作用及方式[J].民族艺术研究,2015,28(03):99-103.

② 王璘.非物质文化遗产影像的运用与思考[J].文物鉴定与鉴赏,2021(24):164.

③ 毕秋灵.基于短视频平台的非物质文化遗产传播[J].文化产业,2018(08):18-21.

④ 潘晓冲.MCN 模式下抖音短视频的非遗文化传播研究[J].今古文创,2020;54-57.

⑤ 隆颖.短视频视域下非遗传播创新价值与进路[J].泉州师范学院学报,2021,39(03):77-84.

⑥ 常李楠.抖音短视频算法设计赋能非遗传播的路径研究[J].艺术与设计(理论),2022,2(01):80-82.

⑦ 齐彬.“非遗”短视频传播策略及其文化审视[J].新闻战线,2020(4):22-26.

⑧ 汪雪.短视频生态下的非遗传播与活化研究[J].新闻世界,2021(2):45-48.

体有效,但存在内容质量参差、圈层局限及情感能量波动等问题^①。葛姝(2021)从抖音典型案例出发,通过构建传播效果评估指标体系,系统分析了非遗短视频传播的影响因素并提出优化路径^②。杜鹃、方嘉莉(2022)通过问卷调查揭示了公众态度与参与行为对传播效果具有显著影响^③。薛可、倪炜伦(2024)采用问卷调查法和访谈法发现中华民族认同感、媒介丰富度、文化智力水平及父母学历均会对青少年文化自信产生影响,并从平台、内容、社会教育角度提出建议,为非遗短视频传播效果研究提供新思路^④。

在非遗短视频的**应用实践**方面,学者们从产业赋能、文化教育及传播效能等维度展开探索。孙瑜(2020)针对5G技术的发展趋势,建议广电媒体通过MCN模式布局短视频领域,构建非遗短视频平台以实现媒体融合转型^⑤。梁文锐、李秋园(2021)以抖音、快手等平台为研究对象,提出非遗短视频可以通过文旅融合、手工艺品电商、品牌IP化及传承方式创新,构建起“内容-流量-消费”的商业化闭环,为非遗产业化发展提供新范式^⑥。蒋建华、张涵(2023)认为非遗短视频对于构筑中华民族共同体意识具有积极的传播效能^⑦。还有部分学者认为非遗短视频的视听语言特性能够突破文化壁垒,降低跨文化传播损耗,提升中华文化的渗透力与认同感。

整体来看,当前有关非物质文化遗产短视频的研究多聚焦于内容创作特征、平台机制、传播策略三大板块;现有的研究趋势显示:非遗短视频的活化传播仍需从产业融合、传播效果评估模型优化、用户行为干预机制及文化价值转化路径等方面进行深化探索,为构建技术赋能与文化自信的传播体系提供理论支撑。

① 彭慧,秦枫.互动仪式链视角下非遗短视频用户互动研究——以抖音“非遗合伙人”为例[J].未来传播,2021(4):23-27.

② 葛姝.PUGC短视频的非遗文化传播效果研究[D].华东理工大学,2021.

③ 杜鹃,方嘉莉.敦煌文化在短视频平台传播的路径探析[J].中国博物馆,2022,(05):77-81.

④ 薛可,倪炜伦.非遗短视频对青少年文化自信的影响机制[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2024,44(02):56-63+183-184.

⑤ 孙瑜,李晓荣.5G时代“西安鼓乐”文旅融合路径探析[J].作家天地,2020,(13):155-156.

⑥ 梁文锐,李秋园.基于短视频探析非遗产业化经济发展[J].新闻研究导刊,2021,12(10):24-26.

⑦ 蒋建华,张涵.非遗短视频对中华民族共同体意识的积极传播[J].民族学刊,2023,14(08):13-20+157.

1.4 研究思路与研究方法

1.4.1 研究思路

本文主要分为六章，具体如下：

第一章 绪论。包括本文的研究背景与意义、相关概念的界定与本文的理论基础、文献综述、研究思路与方法以及本文研究的创新点五部分内容。首先，明确研究背景与研究意义，在对“非物质文化遗产”“短视频”进行概念阐释的同时，形成有关本文研究的理论基础；其次，从“非物质文化遗产传播”“短视频传播”和“非物质文化遗产的短视频传播”三个角度出发，探究有关“短视频平台中非物质文化遗产传播”的研究现状；最后，结合当前学界的研究现状，简要介绍本文的研究思路、使用的研究方法与创新点。

第二章 非物质文化遗产传播的历时演变与传播现状。本章首先是从传统媒体时代和新媒体时代两个角度对非物质文化遗产传播的历史演变进行梳理；其次，对非物质文化遗产在短视频平台的传播现状进行分析；最后，对新媒体语境下非物质文化遗产短视频传播的困境进行总结性概括。

第三章 基于抖音平台“非遗”短视频的内容分析。本章将选取抖音平台中有关非物质文化遗产的短视频为样本，利用文本大数据挖掘与分析平台 DivoMiner 进行线上的文本挖掘与处理工作；同时，为确保数据的准确性，从中抽取 293 个非遗短视频进行编码与分析；最后根据所得数据，从中心路径与边缘路径对视频文本内容进行概括与总结。

第四章 抖音平台“非遗”短视频传播特征分析。本章主要是基于前文的内容分析数据以及抖音平台上的相关案例，从“传播主体”“传播内容”两个维度分别对抖音非物质文化遗产短视频传播特征进行分析总结。

第五章 抖音平台“非遗”短视频的叙事策略。本章主要是基于前文的内容分析数据以及抖音平台上的典型案例，从“符号”“叙事”两个维度分别对抖音非物质文化遗产短视频的叙事策略进行分析总结。

第六章 新媒体语境下非物质文化遗产的传播策略。本章将综合上述各章节的研究内容，以及有关短视频平台参与观察得出的经验，针对新媒体语境下非物质文化遗产的短视频传播困境，从“传播主体”“传播内容”以及“传播渠道”三个层面提出具体的创新传播策略。

1.4.2 研究方法

本文主要运用内容分析法和参与式观察法，对“非遗”在抖音短视频平台的传播现状、困境和策略进行研究。

(1) 内容分析法

本文的研究媒介是抖音短视频，研究对象是具有代表性的非物质文化遗产短视频。为了更深入地研究，笔者对抖音短视频平台的非遗短视频进行了长期观察和研究分析，分类梳理视频内容中的视听符号并进行文本细读，以此总结出其符号特征和表意体系。

(2) 参与式观察法

为了更准确地把握非遗类短视频的传播现状，笔者将采用典型个案抽样与随机案例抽样相结合的抽样方法，在抖音短视频平台进行样本的选取。典型个案抽样是根据样本的不同特征，主动地选择具有代表性的个案进行调查研究，从而保证样本的代表性。随机案例抽样则是以“非遗”“非物质文化遗产”等为搜索关键词在抖音平台随机抓取样本的方法。笔者观察的角度和标准主要包括短视频的传播质量、短视频的用户评论情况等。

在内容分析法的基础之上，本研究还将采用分层抽样策略获取样本数据：一是典型个案抽样，依据样本特征主动选取代表性案例（如高互动非遗账号），确保样本覆盖广度。二是随机抽样，以“非遗”等关键词在抖音平台抓取基础案例；样本分析聚焦传播效果评估，重点考察视频质量（如叙事完整性、视听表现力等）与用户反馈（评论情感倾向、互动频次）两个维度。通过双重抽样机制，既保证研究对象的典型性，又兼顾数据来源的随机性，形成多维度的研究素材体系。

1.5 创新点

在研究视角方面，本研究立足于短视频产业发展与非遗传播的时代语境，以传播学理论框架为支撑，系统探讨非遗短视频的传播机制、内容生产及优化路径。

在研究方法方面，以往研究多聚焦于某一典型案例进行分析，较少关注到短视频创作主体的多元性。因此，本文将结合内容分析法和参与式观察法对非遗短视频的创作主体等内容进行深入分析。

在研究内容方面，将短视频传播规律与非物质文化遗产保护需求相结合是本文的创新之处。尽管学术界在传统文化数字化传承领域已形成初步研究成果，但现有文献多聚焦传播效果与宏观路径，对内容生产层面的视听语言特征、用户参与机制等微观维度探讨不足。本文将重点从非遗短视频的叙事结构、符号系统、互动设计等内容生产要素切入，构建涵盖创作主体、传播内容、传播载体的研究体系，为非遗数字化传播提供更具操作性的理论支撑。

2 非物质文化遗产传播的历时演变与传播现状

2.1 非物质文化遗产传播的历时演变

2.1.1 传统媒体时代：“非遗”影视性

印刷媒介是所有大众传播媒介中最为古老的一种，它保存了大量非物质文化遗产的记录，而这些珍贵的资料至今仍可追寻。早在上个世纪甚至更早，人们便已认识到非物质文化遗产保护与传承的重要性，并逐渐形成了以广播电视为主要载体的非物质文化遗产传播体系。相较于报纸、杂志等文字印刷媒介，影视媒介的存储与表达则更为生动形象且多样化。匈牙利著名电影理论家、视觉文化开拓者贝拉·巴拉兹曾预言：电影出现之后，印刷文化将更迭为一种新的视觉文化^①。影像为传统文化拂去蒙尘，让非遗传承人和非遗技艺得以经受时光的淘洗，通过视听媒介实现“再现”。

(1) 图书为媒：印刷媒介关于“非遗”的探讨与留存

在古代，文字以其凝练的符号特征成为文化典籍的核心载体，正如《文心雕龙》所言“文之为德也大矣”，文字虽简却蕴含天地般宏大的道理。媒介形态的演进始终折射着时代的精神特质，甲骨镌刻的卜辞承载着神权意志，竹简帛书的流转彰显着诸子智慧，纸质典籍的普及弘扬着知识民主。文字媒介的独特禀赋在于其符号的超越性：既能以“依类象形”摹写现实世界，又能借“神与物游”建构内心的精神图景。这种多样化表达能力使文字在印刷技术大规模应用前，始终保持着麦克卢汉所揭示的“媒介即信息”的统治地位。

而“左图右史”^②传统的延续也为典籍里有关非物质文化遗产的形象描述提供了一臂之力。史学家郑樵在《通志·图谱略》中提到“古之学者为学有要，置图于左，置书于右，索象于图，索理于书”。援引于此，“左图右史”除了表示典籍图史收藏的丰富外，也说明了图文并茂、互为印证的重要性，同时经由文献考证及田野调查所获得的图文更有利于读者明理开智。比如明代科学家宋应星所著的《天工开物·杀青》中记载的古法造纸的图画和文字（如图 2-1），让读者能够更加形象、直观地了解造纸技艺，而现代读者的观看更能使文化遗产在历史与现实的对照沟通中鲜活起来，取得了较好的艺术效果。^③除此之外，还有现藏于伦敦博物馆与法国国家图书馆的敦煌舞谱、中医药学巨著《本草纲目》、最早

① [匈]贝拉·巴拉兹.电影美学[M].何力译.北京:中国电影出版社,1979:2.

② 出自《新唐书·杨绾传》，“性沉静，独处一室，左图右史，凝尘满席，澹如也”。

③ 陈敏南.“非遗”题材纪录影片的叙事策略[J].当代电影,2012,(05):150.

的雕版印刷品《金刚经》……浩如烟海的经典古籍中记录了大量的非物质文化遗产，生动呈现了中华典籍保护与非物质文化遗产传承的密切关联。



图 2-1《天工开物》中的文字与图示

图片来源：网络

自非物质文化遗产保护成为文化领域的重要议题以来，针对非物质文化遗产的研究逐渐成为政府与学术界共同关注的核心课题，也导致相关学术著作的显著增长。与此同时，中国国家、省、市、县四级非遗保护名录体系也正逐步完善。最初主要是将已收入进名录的非遗项目进行整理，如 2005 年出版的《人类口头与非物质文化遗产丛书》中就是选取已收录的昆曲、古琴及其他几类非遗项目进行介绍，是国内较早系统介绍非物质文化遗产的丛书之一；《中国非物质文化遗产 2006》《国家级非物质文化遗产名录图典》等均是已将已收录的非遗项目整理成册并出版的书籍^①。

省级非遗保护部门也以国家级非遗图典形式为基础，融合地方特色出版了当地非遗名录图典如《广州市非物质文化遗产名录图典 2006—2008》《阜阳市非物质文化遗产名录图典》等。随着非遗研究的不断深入，由研究学者和一线保护人员等专业人士发表的“科普性”“学术性”著作不断涌现。如《非物质文化遗产知识读本》，它面向普通大众，以通俗易懂的话语向读者介绍了经典的非遗保护案例，并解答了“为什么保护”和“怎么保护”两大经典问题；以及由官方发布或专业学者对非遗保护情况进行总结汇报的学术性研究报告（著作），如《中国非物质文化遗产保护发展报告》^②《非物质文化遗产数字化保护研究报告》^③《非物质文化遗产与乡村振兴发展报告》^④等均反映了当前非遗保护领域的重点方向

① 马知遥,刘旭旭.中国非遗著作研究述评[J].贵州大学学报(艺术版),2018,32(04):72.

② 由中国艺术研究院及中国非物质文化遗产保护中心于联合发布；2011 年首次发布，发布周期为每年一次；聚焦“十一五”期间非遗保护成果。

③ 由中国非物质文化遗产保护协会发布；2018 年首次发布，发布周期为每两年一次。

④ 由中国社会科学院发布；2020 年首次发布，发布周期为每年一次。

和发展趋势。中国对非遗由陌生到熟悉，其中离不开人类学、民俗学、社会学等多领域学者的共同推动，如系统构建非遗学科体系的《非物质文化遗产学》（向云驹著）、系统介绍田野调查方法的《非物质文化遗产保护与田野工作方法》（祁庆富著）、探讨数字化技术在非遗保护中应用的《非物质文化遗产数字化保护》（王文章主编）等。在文化学者的努力下，非遗的概念、特征、价值不断被阐释、厘清和完善。

印刷媒介是古代社会非物质文化遗产乃至所有知识得以传承发扬的有效发明，它使人类摆脱了口口相传、手抄传播的局限性，促进了文化的广泛传播。但随着传播技术的更新迭代，单纯依靠印刷媒介这一形式呈现的非物质文化遗产在传播过程中不免面临文字晦涩、形式单一、表意不清等困境。形象和思想必须依赖媒介才能得以传播，从而被他人理解和接纳^①。在现代社会中，媒介使用和文化环境发生巨大变化，文化典籍想要继续将思想传承下去就必须进行从书写媒介传播到影像媒介传播的革新。但这个信息爆炸的时代现代，大众接触信息的方式逐渐多元化，这就使得人们从读不懂典籍逐渐发展成不愿意读典籍，文化典籍逐渐沉没在信息浪潮中。^②

（2）焕发新生：影视媒介助力民族文化传播

中国作为一个历史文化悠久的文明古国，蕴藏着深厚的文化底蕴和数不胜数的文化遗产。从古老的民间故事传说到彰显工匠精神的传统手工艺技术，从特有的民族音乐到丰富多彩的节日庆典、礼仪活动……这些非物质文化遗产共同构成了中华优秀传统文化中的独特分支。尽管如此，非物质文化遗产的传播也会不可避免地受到时间、空间以及媒介等因素的制约。而影视媒介技术的“横空出世”便能恰如其分地解决这一难题，将不同地区、不同主体的“非遗”或翻拍成册或原汁原味地自然呈现给远在千里的受众。我国第一部由中国人自己摄制的《定军山》^③就是以非物质文化遗产为题材的电影，影片取材于我国著名小说《三国演义》，以京剧为表演形式，具有鲜明的民族特色。影视媒介为非物质文化遗产留下了具象化的呈现形态，使之脱离于时间及空间的多重限制，为非物质文化遗产的发展与变迁留下可供参考的影像资料，促进了区域文化间的交流与传播。

1953年12月，国务院发布了《关于加强电影制片厂的决定》，并指出：新闻纪录影片应当肩负起记录人民对社会的成就与贡献的使命，并计划地拍摄祖国的美丽河山，名胜、古迹、重要物产和文物等。^④自此，中国的人类学电影拍

① 龙迪勇.空间叙事学[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2015:504.

② 王晓妮.《典籍里的中国》的文化典籍活态传播研究[D].山西大学,2024:23.

③ 该影片于1905年12月28日在中国（清朝）上映，标志着中国电影的诞生。

④ 中国电影家协会电影史研究部编.中华人民共和国电影事业三十五年1949-1984[M].北京:中国电影出版社,1985:244.

摄工作缓缓拉开帷幕,生产出一批系统记录少数民族“非遗”的影像“活化石”。如讲述白族青年美好爱情的歌舞电影《五朵金花》(1959)、反映壮族山歌民俗的音乐电影《刘三姐》(1960)等。而后,纪录片于70年代后期再次展现出勃勃生机,并开始转向更为纪实的叙述。各个地区的文化研究机构与高校纷纷参与到人类学纪录片的拍摄工作中去,^①大批反映民族人文的纪录片如雨后春笋般涌现。由中日合拍的大型纪录片《丝绸之路》(1980)更是带来了中国纪录片观念的革新。80至90年代,中国纪录片再度迎来人类学创作研究热潮,“一是人类学、民族学专家的参与,拍摄出大批民族志影像;二是影视导演的人类学知识涉入,表现为作品中的人类学视角。”^②这些影像作品记录下当时面临消逝的民族文化,借用影视媒介技术进行抢救性留存、保护与传播,为学界乃至全人类留下了珍贵的可考材料。

步入21世纪以后,以宏大历史为题材的影视作品再度闯入观众的视野,如纪录片《故宫》(2005)、《新丝绸之路》(2006)、《薪火》(2006),电视节目《百科探秘》(2006)等均是以前非物质文化遗产为绝对主体的影视作品。在此期间,中国传统文化为影视作品的发展带来深厚滋养,^③民族的审美情趣和中国传统文化也逐渐渗入到影视理论与实践中去,为作品蒙上一层民族特色。^④纪录片作为影视媒介的一种表现形式,服务于真实发生的事物,其内容的真实性与叙事的宏大性比其他影视形式无法比拟的,^⑤它能更好地还原非物质文化遗产的发展路径,展现其独特的文化内涵与现实价值。在中国文化遗产博览月活动^⑥中,中央电视台于2006年首次推出《中国记忆——中国文化遗产日》四小时大型电视直播活动,根据各年主题(详见表2-1)为内容主线推出文化遗产题材的纪录影片作品,通过打破节目空间组合的方式将现在与历史的时空进行交叉融合,^⑦以实现纪录片记录民俗、追忆历史、引发受众思考的社会学意义。《中国记忆》是取材于我国文化瑰宝,立足于时代主题的一系列作品,它不仅为后续的文化类节目

① 张江华、李德君、陈景源等.影视人类学概论[M].社会科学文献出版社,2000:204.

② 王华.民族影像与国家形象塑造——中国少数民族题材纪录片研究[M].上海:复旦大学出版社,2018:338.

③ 王海洲,吕培铭.“形象迭用”与中国电影的表意观念[J].现代传播(中国传媒大学学报),2023,45(10):79.

④ 罗艺军.中国电影理论研究——20世纪回眸[J].文艺研究,1999,(03):200.

⑤ 杨阳.新媒体时代非物质文化遗产类纪录片的传播研究[J].湖北民族学院学报(哲学社会科学版),2016,34(02):154.

⑥ 每年的“国际博物馆日”(5月18日)到“中国文化遗产日”为文化遗产月。

⑦ 肖平.“破解与记忆”:《中国记忆》大型电视直播节目的构成和影响方式[J].中国电视,2008,(03):49.

制作提供了深刻思考，更推动了文化遗产的保护与传承。^①

表 2-1 2014—2023 年“文化遗产日”主题

“文化遗产日”主题			
2014 年	让文化遗产活起来	2019 年	非遗保护，中国实践
2015 年	保护成果，全民共享	2020 年	文物赋彩全面小康
2016 年	让文化遗产融入现代生活	2021 年	人民的非遗，人民共享
2017 年	文化遗产与“一带一路”	2022 年	连接现代生活，绽放迷人光彩
2018 年	多彩非遗，美好生活	2023 年	加强非遗系统性保护，促进可持续发展

数据来源：通过网络资料整理得到

而后推出的《我在故宫修文物》(2016)、《了不起的匠人》(2016)、《寻找手艺》(2017)等绝大多数的“非遗”纪录片也很好地延续了《中国记忆》的创作宗旨，将历史的记录寓于共时的阐释之中，同时也更为注重叙述的趣味性、内容的丰富性以及镜头语言的多样化。影像表意是影视作品视觉效果呈现的核心，^②作品中的镜头画面、声音以及剪辑语言共同构成了影视的表意系统，使得影视作品得以直观形象地展示非物质文化遗产的精髓。画面与声音是屏幕前的观众最先感知的东西，无论是实地拍摄的真实影像，抑或技术生成的视觉奇观，^③都会在第一时间抓取到观众的注意力，并产生相应刺激、激发个体思维的扩散，从而更好地传承与传播文化，加深观众的文化认同感。例如，由中央广播电视总台与文化和旅游部共同推出的大型文化节目《非遗里的中国》，节目通过传播场景空间的改造，对不同省份地区的非遗项目进行全景式地集中展演，以主持人、专家及演员组成的非遗体验团探索活动为主线，在游历的过程中完成了对非遗知识的传播；此外节目还通过对非遗传承人的工匠精神和内心对文化、技艺的坚持展现了人物的情感表现，^④吸引了大批节目观众前往非遗取材省（自治区、直辖市），实现了节目与观众的情感联结。

(3) 唤醒记忆：“非遗”题材作品引发受众深思

由于非遗具有民族性、地域性等特征，不了解非遗的文化内涵与历史渊源就无法体会其精华，更无法产生共鸣。而影像化的展示能够让观众对非遗有直观的感受，通过故事情节的演进逐渐让观众体会到非遗背后的高超技艺和文化内涵。

近年来，公众在越来越多影视作品中觉察到非遗的题材与元素，这不仅为影视内容增加了文化意味，同时也让非遗更加鲜活地走进公众的视野，融入公众的

① 张国华.央视大型直播特别节目《中国记忆》研讨会综述[J].现代传播-中国传媒大学学报,2009(04):129.

② 孙承健.情绪：影像表意的魅力与体验[M].中国电影出版社，2010:1.

③ 陆绍阳.视听语言[M].北京大学出版社，2009:12.

④ 宋菲.纪录片《非遗里的中国》文化空间建构探赜[J].新闻世界,2024,(07):85.

生活^①。如《长安十二时辰》对唐代水盆羊肉制作技艺的影视化再现，或《只此青绿》对青绿山水画技法的舞台转译，均通过视听语言的鲜活表达，使非遗突破博物馆式的静态陈列，实现从文化符号到情感共鸣的转化。

实际上早至上世纪 80 年代，我国兴起的“新民俗电影”中，就已经在电影叙事中加入了民俗元素，传统民间文化凝聚着浓厚的乡土生活情感和民间智慧，成为导演们制造“中国特色”“东方想象”的新素材。如陈凯歌的《黄土地》（1984）通过安塞腰鼓与信天游民歌的声画对位，建构黄土文明的视听记录方式；张艺谋《红高粱》（1987）以酿酒工艺的仪式化呈现，将工艺细节升华为生命力的视觉隐喻；《霸王别姬》（陈凯歌，1993）通过京剧唱段的叙事穿插，完成戏曲程式与银幕戏剧的时空对话；黄建新《五魁》（1994）则通过西北婚俗的影像志书写，揭示民俗文化的社会规训功能。这些如今已被命名为非遗的民族文化或民间艺术，使影片迸发出个性浓郁的艺术感染力，升华了电影的传统蕴藉和人文内涵。

导演们以自己独特的拍摄风格，将沉淀了几代人的非遗展示在观众面前，实现非遗从文化标本到情感共同体的创造性转化。这其实是一种双赢的选择，观众可以花费更低的成本去了解非遗，非遗也能通过电影镜头向更多的人展示。更重要的是，这能让世界各地的人都体会到中华传统文化的深刻内涵。张艺谋导演的《大红灯笼高高挂》（1991）和《秋菊打官司》（1992）两部影片分获威尼斯国际电影节银狮、金狮奖。

非遗与电影的结合在带来契机的同时，也产生了新的问题。非遗这一文化资源在经过影视产业运作后，逐渐体现出文化资本的独特魅力。^②制片公司在嗅到非遗的经济效益后，开始推出了以非遗为主题的各种电影、电视剧、纪录片等作品。当影视产业与文化工业的联系密切时，产业发展就必须遵从消费主义的逻辑。为了取得更好的消费效果，影视公司将非遗元素从原生文化语境中剥离，以夸张的视听语言包装成影像奇观。这种奇观效应虽然能够让观众感受到视听震撼，但却使非遗沦为刺激多巴胺分泌的文化快消品。这种策略不仅遮蔽了非遗维系族群记忆、调节文化生态的社会功能，更可能因过度符号拼贴引发认知偏差。非遗传播亟需突破“视觉震撼兑换商业利润”的单向度逻辑，在尊重文化主体性的前提下重建影像叙事与文化遗产的价值共鸣。正如美国传播学者拉斯韦尔所言，传播须具有“文化享受、丰富精神世界、社会遗产传承”的功能，这句话放在影视与非遗的结合中，就是要在不偏离非遗核心价值的基础上，进行艺术的再创作。

① 刘修敏.“非遗”题材电影传播力与教育力研究[J].当代电影,2012,(05):155.

② [法]阿芒·马特拉.世界传播与文化霸权：思想与战略的历史[M].陈卫星译.北京：中央编译出版社，2005:6.

2.1.2 新媒体时代：“非遗”网络化

技术领域的每一次革新均能通过媒介创造出一种全新的环境，并对“整体的心理”和“社会的复合体”产生影响。媒介所带来的影响在于为社会引进了一种新的“尺度”，使得内容呈现形式的转变逐渐作用于人们探究世界、适应环境的框架，并重塑着个体感知世界的思想、能力与方法，进而影响人们的交往行为。数字革命使得互联网成为目前最大的社会变量，新媒体时代的到来极大地激活了个体的传播能量，传统传播者对传播权利的单向垄断已被打破，同时触发了社会结构的更新机制。

(1) 环境再塑：社交媒体平台营造“非遗”传播环境

互联网的兴起为非物质文化遗产的传播带来了初步的数字化尝试。网站、论坛和博客等早期互联网平台为非遗传播提供了新的渠道。例如，中国非遗网通过建立线上数据库和发布非遗资讯，为公众提供了便捷的非遗信息获取途径。然而，这一阶段的传播仍然以信息发布为主，互动性和参与度有限。在数字化时代背景下，非物质文化遗产的传承与传播正经历着深刻的范式转型。数字技术与社交媒体的深度融合，为非遗的保护与创新性发展开辟了新的路径。过去，报纸、广播、电视等传统媒体一直是非遗传播的重要路径，直至互联网技术的迭代更新重构人们的交流生态，引发了传播关系和社会形态的深刻变革，为非物质文化遗产的传承与发展创造了新的机遇与挑战。

传统非遗传播主要依赖政府、文化机构和传承人，传播主体相对单一。而社交媒体平台的兴起使得传播主体更加多元化。平台的普通用户、拥有相对领域话语权的意见领袖、自媒体创作者等都可以成为非遗在社媒传播的一员。如抖音、快手等短视频平台上，许多普通用户通过拍摄非遗的技艺展示类视频，吸引了大量关注，成为非遗传播的新生力量。与此同时，社交媒体平台的互动性极大地增强了非遗传播的效果。用户可以通过点赞、评论、分享等方式与传播者进行即时互动，形成双向传播模式。这种互动性不仅提高了受众的参与度，还增强了非遗传播的亲力和感染力。在微博、知乎等平台的非遗话题讨论区，用户可以通过评论和转发参与到非遗文化的讨论中，形成广泛的社会影响。如#非遗在身边#话题在微博上引发了广泛讨论，用户通过分享自己身边的非遗故事和体验，形成了强大的社会共鸣，这种话题讨论不仅提高了非遗的知名度，还增强了公众对非遗文化的认同感。此外，社交媒体平台的全球化特性也使得非遗传播突破了地域限制，实现了全球范围的传播。通过 Facebook、Instagram、YouTube 等国际社交平台，中国的非遗文化得以传播到世界各地，增强了中国传统文化国际影响力。

社交媒体平台通过多元化的传播主体、互动性的传播方式、全球化的传播范围和丰富性的传播内容，成功再塑了非遗的传播环境。具体案例表明，社交媒体平台在非遗传播中发挥了重要作用，极大地提升了非遗的知名度和影响力。从传

统社会的口耳相传到现代社会的数字化传播，非遗的传播环境经历了深刻的变迁。社交媒体平台的出现，不仅为非遗传播提供了新的机遇，还重新定义了非遗与现代社会的关系。通过社交媒体平台的持续努力，非遗文化将在全球范围内得到更广泛的传播和认可，为世界文明多样性做出重要贡献。

(2) 有效表达：数字化传播彰显“非遗”魅力

在数字时代，数字化技术赋能为非物质文化遗产的活态传承开拓了新路径。以“一梦华胥”中国皮影光影艺术展为例（如图 2-3），该展创造性地实现了非遗技艺与数字科技的深度融合。创作团队以“黄帝梦游华胥国”神话为叙事原点，对民间皮影艺术馆中的珍品进行系统研究，并通过三维建模与动态渲染技术，将传统皮影的平面造型转化为立体光影符号，构建起虚实交织的神话叙事空间。此外，展览还运用了全息投影、地面互动屏等技术，将《山海经》中的神兽形象与现代动画相结合，使观众在欣赏经典皮影剧目的同时，又可通过手势交互参与神话场景的动态构建。这种数字重构既保留了皮影“以影传情”的艺术特质，又通过沉浸式体验实现了传统文化符号的现代转译，为非遗活态传承提供了可复制的技术路径。由此可见，非遗的重构和现代转化不能违背其核心要义，更不能偏离时代的轨迹，只有找到传统与现代的共鸣点，才能使非遗得到更好的传承发展。



图 2-2 沉浸式光影皮影展的台前幕后

图片来源：网络

作为首部雕砖题材的动画作品，《囍厢记》通过融合多艺术形式融合，使古老技艺焕发新生。该作品以雕砖技艺为载体，整合戏曲表演、民乐韵律与戏剧叙事等文化艺术形式，借助定格动画技术突破了雕砖静态展示的传播局限。雕砖作为国家级非遗，其创作过程需经历制坯、画样、打坯、出细等复杂工序，艺术价值与工艺难度并存。创作团队以非遗保护与创新传播为双重导向，通过高帧率摄制工艺与精微雕砖创作的有机结合，凸显了技艺的复杂程度。其中，每帧画面均需精确调整砖雕角度与光影，动态呈现出雕刻纹样的肌理变化，使观众能够直接感受到“硬花活”的精妙技艺（如图 2-4）。《囍厢记》的创作模式既遵循了传统工艺规范（如纹样构图章法），又通过镜头语言重构视觉体验（如定格动画的

应用)，实现了技艺展示与艺术表达的有机统一。



图 2-3 首部中国砖雕动画——《白蛇传》动画截图

图片来源：网络

传统传播载体的局限性使得许多非遗项目在社会变迁中面临传承危机。因此，数字技术的多维存储机制为非遗传播建立起新型扩散机制，通过影像采集、三维建模等技术手段，使非遗以崭新面貌与多元群体展开对话，并在这一过程中形成稳定的数字保存体系。在实践层面：2025 上映的国产动画大作《哪吒 2》，创新性地将贵州侗族大歌融入配乐体系，通过多声部民歌的自然韵律与民族器乐的叙事张力，构建起传统非遗与现代动画的文化共鸣空间，这种艺术重构不仅激活了非遗的当代表达，更借助国漫 IP 的年轻传播特性，在 Z 世代群体中形成现象级文化传播效应，为非遗活态传承提供了跨界融合范式；《雄狮少年》在创作题材上更是突破了传统神话 IP 的内容范式，将传统舞狮文化与少年的成长故事相融合，通过数字叙事实现了文化认同的代际传递，为传统艺术的现代转型提供了可参照的实践范式。

(3) 载体创新：“非遗”与新媒体技术的紧密结合

智能设备的深度普及催生了数字原生代际传播的新载体，网络动漫、互动游戏及移动应用等文化形态凭借技术适配性成为重要传播媒介。“数字技术的兴起打破了人类在物质和精神上的固有尺度，数字载体实现了文化内容的广泛传播与无限复制，而多媒体化相互交融的数字艺术则使声音、图片、文字、图像等走向高度的综合，这为艺术形态平民化、多样化提供更为卓越的协作能力”^①。

当前游戏、动漫对非物质文化遗产的融合创新，主要体现为文化符号提炼与 IP 化叙事建构的双向互动。创作者通过嫁接文化符号将非遗元素转译为角色造型、道具或叙事母题，由此将动漫和游戏中的虚拟景观构建为文化存续的数字化平行场域。例如，动画电影《白蛇：缘起》《白蛇 2：青蛇劫起》以解构主义手法重构传统白蛇传说；《雄狮少年》则通过国家级非遗项目狮舞（广东醒狮）

① 冯黎明. 审美现代性与艺术自律论[J]. 浙江社会科学, 2015, (02): 107-112+159.

与成长母题的融合，讲述了文化对于少年理想的支撑；手游《一梦江湖》打造虚拟非遗街区，集成青瓷、苗绣等传统工艺的数字展陈；手游《王者荣耀》与越剧《梁祝》进行联动，运用动作捕捉技术复现越剧程式动作，使玩家在交互中感知戏曲美学精髓。此外，故宫博物院有关传统文化的创意传播也走在国内前列，对新媒体时代非遗数字化传播有很好的借鉴作用。北京故宫博物院不仅推出了以故宫文化为核心的系列应用程序和网游，还围绕游戏、动漫等 IP 与腾讯公司开展深度网游合作，建立合作平台实验室探索文化领域的科技应用，推出《故宫回声》主题漫画、《故宫：口袋宫匠》小程序游戏、《睛·梦》眼动游戏、《古画会唱歌》NEXT IDEA 音乐创新大赛等文化产品。^①

此外，数字技术的迭代为非遗现代转译拓展新维度，通过构建虚实融合的交互场景，为传统文化符号的创新性表达提供技术支撑。电子游戏已经超越了对现实世界的简单模拟，成为一种能够创造全新文化体验空间的媒介。^②东方玄幻是一种绝佳题材，媒介技术的不断进步，可以创造出更逼真的效果。^③以现象级 3A 游戏《黑神话：悟空》为例，其开发团队通过高精度实景扫描技术，对全国多地名胜古迹进行数字化复刻，将山西悬空寺的险峻、重庆吊脚楼的烟火气等东方美学元素融入游戏场景设计（如图 2-5），不仅实现了传统建筑艺术的数字化存档，更通过动态交互设计赋予文化遗产新的叙事活力。为解决高精度建模带来的算力挑战，制作团队采用的 Lumen 全局光照与 Nanite 微多边形几何体系统^④，在保持物理真实感的同时提升视觉表现力。《黑神话：悟空》的全球发行标志着国产游戏在文化输出领域的重要突破，更通过技术整合手段突破了传统媒介的表现局限，在保留传统艺术美学特征的同时，又借助交互设计创造了新型文化消费场景^⑤。

① 汤金羽，朱学芳.数字非遗传承中严肃游戏项目开发与应用探讨[J].图书情报工作，2020(10):36.

② 李闯.文化唯物主义视角下文化、技术与产业的共生演进——以《黑神话：悟空》为案例[J].北京工业大学学报(社会科学版),2024,24(06):86.

③ 林升栋,李悦.《西游记》的分身——论《黑神话：悟空》的文化自信与国际传播[J].暨南学报(哲学社会科学版),2024,46(11):26.

④ Lumen 是一种全局光照系统，旨在模拟光线在场景中的复杂交互；Nanite 是一种虚拟化几何体技术，允许开发者使用极高细节的 3D 模型，而不会对性能产生显著的影响。

⑤ 李轩.数字游戏赋能中华优秀传统文化“两创”的实践探索——以《黑神话：悟空》为例[J/OL].重庆邮电大学学报(社会科学版),11[2024-12-21].



图 2-4 浑源悬空寺（实拍）在《黑神话：悟空》中的数字化呈现

图片来源：网络（左）；游戏科学官方（右）

2.2 非物质文化遗产在短视频平台的传播现状

短视频已成为当下最火热的传播方式，其中典型短视频平台抖音、快手等更是以井喷式的发展态势迅速占据市场。《中国网络视听发展研究报告（2024）》显示，截至 2023 年 12 月，移动端视听应用人均单日使用时长超 3 小时，短视频人均单日使用时长为 151 分钟，网络视听仍然是“杀时间第一利器”。由此可见，短视频已经成为流量的重要入口。短视频作为新型传播媒介，具有碎片化叙事与社交裂变特性，能有效打破非遗传播的时空限制，显著提升文化传播效能。社交机制赋能的传播模式既拓展了非遗的受众覆盖面，又通过年轻化表达重构文化符号的当代语义，为非遗与年轻群体建立连接提供平台支撑，推动传统文化在数字时代的创造性转化。

2.2.1 多方主体参与：传承人与用户立体诠释

近年来，抖音涌现了越来越多的传统文化创作者，非遗相关视频数量持续增长，分享量实现同比、环比暴增（详见图 2-6）。用户逐渐对此产生兴趣并享受在抖音分享非遗文化的过程，以致非遗文化在抖音影响力渐浓。目前，抖音非遗相关达人主要以文学艺术、生活、手工类型为主，10 万—100 万腰部达人占多数。^①短视频技术的低门槛与高兼容性，为非物质文化遗产的传播构建了全新的文化生态。这一媒介革新不仅打破了传统传播的时空边界，更通过全民参与机制重构了文化诠释的话语体系。不同背景的传播主体基于差异化视角对非遗价值进行再阐释，形成官方叙事与民间解读交织、传统表达与数字创意共生的立体传播格局。

^① 数据来源于 2024 年飞瓜数据出品的《2024 上半年抖音内容与电商数据报告》，第 27 页。



图 2-5 2024 年飞瓜数据出品的《2024 上半年抖音内容与电商数据报告》

数据来源：飞瓜数据

首先是民间力量的觉醒，短视频平台通过“人人皆可创作”的技术赋权，将文化诠释权从学术机构和官方媒体延伸至普通民众。这种民间力量对于非物质文化遗产的数字刻画在地方民俗记录中尤为显著，例如，@没时间的钟_对潮汕英歌舞恢宏气势的记录；福建游神活动中，@麒·迹聚焦福建游神中不同神偶的服装刺绣等细节，让观众从工匠视角理解民俗仪式的神圣性。这些影像不只是风俗记录，更是文化主体性的觉醒——当 70 岁侗族歌师与 00 后孙女在抖音对唱大歌，弹幕里“原来非遗就在身边”的感慨，印证着技术赋权带来的文化认知革新。这种传播模式的革新，使非遗知识从玻璃展柜走向街头巷尾，构建起文化遗产与当代生活的精神连接。

其次是传承人的数字化转型，非遗传承人正经历从作坊匠人到文化 IP 的转型之路。2024 抖音非遗数据报告显示：“截至目前（2024 年 6 月），抖音上共有 1428 名非遗传承人，其中 30 岁以下的有 199 人，同比增长 72%”，而这一数据仍在不断上涨。抖音平台为非遗传承人提供了一个开放的文化交流平台，促进了非物质文化遗产的活态传承。2019 年初，乔家手工皮艺的传承人乔雪在抖音平台注册了@皮雕大师乔师傅的账号，并用于记录皮具的制作过程。随着平台的扶持与账号的爆火，这门技艺也为她带来了可观的收入，实现了个人 IP 的经济效益。除此之外，有打破古法技艺与新元素次元壁、发扬皮影戏的 00 后@汪氏皮影·确实牛皮；还有凭借“古法徽墨视频”，12 天涨粉 250 万的手工复刻爱好者@山白（详见图 2-7）。这种技术赋能下的技艺解构，使观众得以窥见传统技艺里的微观美学，更拉近了非物质文化遗产与大众的距离。



图 2-6 从左至右分别是@皮雕大师、@汪氏皮影·确实牛皮、@山白三位博主的相关截图
图片来源：抖音截图

最后是抖音平台的生态构建。在流量上,为了持续发现和鼓励更多好的作品,让内容丰富的中长视频有更多流量和现金激励,抖音平台在优化推荐机制的基础上,推出了“抖音精选”。平台将高质量、有深度的中长视频内容挑选出来进行展示,其中非遗内容尤其受到用户欢迎,因此“抖音精选”还特别上线了专题页面,集中展示李子柒以及更多非遗创作者的内容。在内容上,抖音还发布了“#百 young 非遗计划”等相关话题吸引用户参与主题叙事。在政策上,抖音未来一年将通过线上线下培训、热点项目挖掘、城市合作等方式,培养 1000 位优秀传统文化创作者代表,挖掘打造 10 个亿级曝光的非遗项目,联动推广 5 个“百 young 非遗文化城市”,赋能非遗行业发展。

短视频平台为非物质文化遗产的传播提供了新的视角和空间。在这个全民参与的文化场域中,每个传播主体都是文化基因的携带者。当陕西剪纸艺人将航天元素融入窗花设计、苏州绣娘用 AR 技术让刺绣图案“动起来”……这许许多多的创新实践正在书写非遗传承的当代篇章。非遗传播生态的演进,不仅为文化遗产找到存续的数字化载体,更构建起传统与现代对话的文化机制,使非物质文化遗产真正成为流动的、生长的文明记忆。

2.2.2 文化内容展演：聚焦后台彰显纪事趣味

我国非物质文化遗产产品类丰富,因而有关短视频创作的内容也呈现出多元形态,如传统技艺展演、文化背景解析、传承人访谈及互动体验等。创作者通过多种内容的组合呈现拓展了非遗叙事维度,如作者在呈现具体非遗工艺时,往往会借助铺陈叙事的手法对非遗项目的开端进行陈述,为观众奠定知识基础。又或者通过介绍非遗传承人坚持弘扬传统文化的不易,侧面呈现出非遗技艺传承的困境。

以用户创作、分享为特性的短视频实践,熔断了社会生活的前台与后台。^①短

① 刘丹凌,陶一晨.短视频的围困:“视觉内爆”与观看异化[J].现代传播(中国传媒大学学报),2024,46(01):106.

视频对非遗工艺的影像具备时长精短、内容凝练、形式创新等传播共性。非遗短视频的创作主体差异化使其呈现出两种不同的内容类型，一种是传承人为创作主体的短视频，这类作品多采用实录性记录手法，聚焦非遗工艺的制作流程与成果展示，并辅以碎片化的文化背景进行解读。由于创作主体专业背景的限制，其叙事结构相对简单，多采用线性记录方式，拍摄剪辑注重真实性而非艺术加工，因此形成了具有原始质感的工艺档案式表达语言。例如，花丝镶嵌工艺传承人@何姐聊收藏，通过1至2分钟的微视频聚焦工艺细节，并结合授课式的讲述方法解剖作品文化；泥塑传承人@泥塑大师（奇人匠心）通过街头实拍记录下为客人或网友现场塑形的全过程，保留了工艺“少剪辑，多真实”的本真性记录，增强了观众的身体代入感。另一种是由专业创作团队主导的精致化创作模式，这类作品更注重叙事策略与艺术化呈现，通过分镜头设计、多维度场景构建等视听语言重构非遗叙事，在保留文化内核的同时增强作品的观赏性与传播性。以@了不起的匠人为例，账号主体拥有完备的制作团队，期作品均聚焦不同的非遗工艺团队通过多机位拍摄与细节特写相结合的手法，将传承人生活轨迹与技艺传承历程交织呈现，在保留工艺本真性的同时增强了视频叙事的感染力。此类专业创作模式通过精致化视听语言重构非遗叙事，既提升作品的艺术价值，又通过标准化内容生产机制形成可持续的传播生态

非遗与短视频的结合无疑使非遗工艺的呈现与传播路径更为广阔，拍摄门槛的降低也使更多的非遗传承人具有展现技艺的机会。^①通过分析当下的非遗短视频作品生态可以发现，大部分创作者更偏向于展示非遗的“后台”内容，通过呈现文化的起源、工艺手法等内容拉近非遗与观众的距离，使非遗传承不仅是技艺传递，更是文化情感共鸣的载体。

2.2.3 题材去程式化：视频呈现形态丰富多元

5G技术推动短视频生产方式革新，主要体现在智能设备的普及与多设备协同拍摄的实现上。通过传感器、摄像头等智能终端的广泛应用，视频采集不再局限于手机或相机的单一拍摄手法，而是构建起多场景同步采集的网络。5G网络的高速传输能力保障了多机位画面的实时回传。这种技术不仅提升了内容制作效率，更通过多维度视角呈现，为非遗等文化内容的深度记录与创意表达提供了技术支持。^②抖音、快手等短视频App正在探索生产15分钟左右的Vlog视听产品，在4G时代构建的平台级用户池基础上，借助5G的力量，实现短视频高质量发展的“弯道超车”^③。非物质文化遗产一度被视为高度程式化的文化艺术形态，

① 王峰.融媒体视域下非遗工艺的影像呈现与演变[J].电影评介,2024,(17):101.

② 严三九,刘峰.5G背景下短视频内容生态重构探析[J].中国编辑,2020,(06):9-14.

③ 王宇,郭涵钰.变革与重塑:5G时代视听传播的内容生产[J].编辑之友,2020,(08):53-56.

随着 5G 技术的推进,其复原性将得到有力增强,表现形态也将更加丰富多元。

短视频平台的非遗传播实践推动着泛娱乐生态向文化领域的深度拓展。2020 年 6 月,文化和自然遗产日期间,“云游非遗·影像展”开启了全线上推广活动,主流媒体平台非遗影像专区仅 7 天播放量就超过了 1.4 亿,短视频平台相关话题播放量累计超 6 亿次^①,展现出短视频媒介对传统文化传播的显著赋能效应。与此相对的现象是,彝族撮泰吉,一种仅存于贵州省威宁彝族回族苗族自治县板底乡裸嘎寨的古老戏剧表演,竟有高达 65.3%的受众表示从未了解过该文化,而对其有一定了解的年轻受众中,有 78.6%的人表示其戏剧形式和内容太陈旧,脱离现代生活,难以理解等。艺术表达与现代生活的脱节、受众代际失衡等都成为彝族撮泰吉传播“出圈”的阻碍。而短视频“去程式化”的特征能为此类困境提供解决方案,通过碎片化叙事与轻量化表达,构建起贴近现代审美的传播体系。例如,创作者可通过场景化重构、多模态符号融合等手段,将非遗元素转化为可感知的情感符号。短视频正在成为彝族文化实践的新样式,文化展演以多元立体的符号化、场景化和风格化展演促进彝族青年的自我认知,触发彝族青年的文化实践,从而形成囊括独特少数民族文化景观的文化自觉^②。短视频对彝族非遗传播的“再媒介化”处理,形成“低语境”的视觉创意表达,达到了以情动人的效果,从而更好地实现彝族文化“走出去”。^③

2.3 非物质文化遗产在短视频平台的传播困境

2.3.1 主位与让位：“非遗”传承人缺位

在传统非遗传播的语境中,传承人是文化和技艺的传递者,传承人更应主动参与到非遗短视频的传播过程,并成为数字非遗的主要参与者和传播者。而目前的非遗短视频传播,传播的主体地位被迫让位于外界知识力量,因而忽视了传承人的文化主体地位,使他们难以借数字媒介传达自身传承的知识谱系。而非遗的数字化使传承人难以自为地完成非遗原有文化意义的非遗短视频语言表达,影响了传承人在非物质文化遗产传播过程中自我创造性的发挥。因而导致传承人无法通过数字技术,将其技艺内化为非遗在时代中发展的技术组成部分,这在一定程度上导致了数字化的非遗被外界知识力量肆意重构现象的产生。

① 中国演出行业协会.2020 年文化和自然遗产日云游非遗·影像展圆满收官

[EB/OL].[2020-6-15](2024-9-4)<https://www.ihchina.cn/Article/Index/detail?id=21140>

② 江凌,严雯嘉.以文化展演践行少数民族青年文化自觉——以凉山“悬崖村”彝族青年手机直播及短视频为例[J].传媒,2020,(01):55-58.

③ 苏畅.“外环境”与“链接键”:5G 时代非遗短视频传播之思——以彝族非物质文化遗产为例[J].北方民族大学学报,2021,(03):59.

因为传承人已非传播主体, 以及其对数字技术认知的模糊, 非遗数字化保护缺乏专业性和深入性。在数字技术世界与现实实体世界的联动中, 非遗成为一种在虚拟空间中以技术逻辑改变后的受众的文化想象, 其外部是含有非遗元素的形式语言, 内部则是非遗内容符号以数字技术进行了信息转换后的东西, 因而其文化意义也发生了改变。在这样的环境中, 数字技术成为非遗传播的基础, 网络媒介营造了非遗的传播环境, 而我们所接收到的, 却只是非遗的符号表征。

数字媒介为非遗提供了诸多入口与接点, 可通过其将非遗的文化记忆、历史情感和民族认同引入虚拟空间之中。例如, 许多非遗宣传片, 虽然是非遗传承人直接参与拍摄的, 但是基本上还是以官方或学者知识体系, 对非遗进行主导的传递, 这消融了非遗原有的制度化、社会化存在。宋俊华教授曾提出“数字化非遗是谁的?” 疑问^①, 笔者认为数字化非遗也应该是以传承人作为主导进行传递的, 要充分考虑到非遗拥有者和传承人对数字非遗的发展需求。那么数字技术持有者与非遗主体的关系在非遗传播中就趋于明确, 数字化技术应为传承人提供数字化时代传承发展的技术, 而非是其通过指导性的传播机制干预非遗的发展形态。非遗发展还是要通过传承人自身来实现, 毕竟数字化只是非遗发展的一种工具。^②

2.3.2 剥离与重塑: 脱离原生语境与解码失真

非遗短视频传播中传承主体的角色定位与实践效能值得关注。传承人作为文化基因的承载者, 本应成为数字传播的核心主体。然而当前创作实践中, 传承主体呈现边缘化趋势, 知识话语权多由外部专业团队掌握, 导致非遗传播出现“主体位移”的现象。这种模式使传承人难以完整传达自身知识体系, 其口述史、技艺口诀等活态传承要素在数字化转译中面临信息损耗。专业团队基于现代传播逻辑展开非遗叙事, 虽提升了视频内容的观赏性, 但很有可能因为专业知识的缺乏导致非遗文化本真性的消解文化。

当前学界普遍认为, 非遗数字化保护主要通过记录与形态再现实现文化原真性保存。传统文化重塑需通过创造性转化促进结构优化与功能革新, 它是为乡村群众生产生活服务的。^③然而在数字技术融入非遗传播的过程中, 因改变了其生长环境, 使得非遗主体、传播主体和受众间的结构关系发生转变。受众在虚拟空间中通过视觉体验所获取的非遗信息及认知, 是经非遗保护者和传播者收集、整理并加工的非遗资源而来的。因此, 数字媒介中的非遗形态是在文化再生产的过程中产生的。技术介入使信息脱离原始语境, 虽为跨时空交流创造条件, 但受众

① 宋俊华.关于非物质文化遗产数字化保护的几点思考[J].文化遗产,2015,(02):1-8+157.

② 解梦伟,侯小锋.非物质文化遗产数字化传播的反思[J].民族艺术研究,2021,34(06):142.

③ 王永友,潘昱州.文化自信视域下传统文化重构的“三重”困境[J].南京社会科学,2017,(07):142-149+156.

难以通过视觉化内容还原非遗原生文化场景。这种传播模式可能引发非遗与社会文化环境的割裂，导致文化符号脱离现实土壤，削弱其活态传承的社会根基。^①

传承人在技术赋能过程中常处于被动配合地位，其创造性表达被限制在既定框架内，难以将技艺转化为数字时代的文化创新要素。这种知识权力的转移使得非遗数字化成果呈现出“技术主导型”的特征，以致文化主体性未能得到充分彰显。值得警惕的是，这种传播模式可能引发文化解构风险。当传承人失去话语主导权，非遗符号容易被外部力量选择性截取与重构，陷入脱离原生文化语境的窘态。其后果不仅是文化表达失真，更可能导致代际传承链条断裂，使非遗保护陷入“技术赋能却文化空心化”的悖论。因此，构建传承人与技术团队的协同创作机制，重塑传承人在数字传播中的主体地位，成为非遗活态传承的关键命题。

2.3.3 日常与非常：娱乐化边线把控不当

数字技术对非遗传播形态进行了修改，它把非遗从日常文化生态里剥离出来，以视觉化的方式重新塑造。经过技术处理，非遗不再是日常生活中的自然呈现，而是被打造得更具艺术性，成为一种“非常态”及“艺术化”的存在。在大众消费的大环境下，非遗被刻意变成了各种消费符号，商业利益的导向过分强调了非遗的经济价值，使得在消费场景中通过数字化呈现的非遗与实际生活中的非遗有了很大差别。例如，短视频平台对彝族火把节的呈现，多是通过融合民族礼仪、视觉符号、商业消费与媒介传播等元素，构建起多维度情境综合体。这种技术化整合将节日文化简化为黑红黄三色视觉标识与仪式片段，虽强化了符号识别度，但导致非遗文化被割裂解读，削弱了其与原生社会环境的有机联系。

短视频在与非物质文化遗产结合的过程中，存在着一定程度上消解非遗整体性的负面影响。数字化确实具有让非遗真实再现、永久留存、超越时空传播的优势，但是也面临着使其过度娱乐化、显失本体和文化单极化挤压、夹缝中生存的窘境。^②当前一些数字化非遗在传播上，表现为规模化和批量化的抢救，而忽略蕴含其中的精神追求和生存观念，只注重在视觉上呈现出新、奇、绝的技巧样式，^③这种形式的数字化，仅是在对非遗进行表层传播。而围绕商业销售进行的数字化非遗的再现，在一定程度上也导致非遗在传播过程中丧失了原有的魅力。^④

① 解梦伟,侯小锋.非物质文化遗产数字化传播的反思[J].民族艺术研究,2021,34(06):139-145.

② 赖守亮.数字化手段在非物质文化遗产保护中应用的多维度思辨[J].设计艺术研究,2014,4(01):35-39.

③ 王明月.非物质文化遗产保护的数字化风险与路径反思[J].文化遗产,2015,(03):32-40.

④ 解梦伟,侯小锋.非物质文化遗产数字化传播的反思[J].民族艺术研究,2021,34(06):139-145.

3 基于抖音平台“非遗”短视频的内容分析

本文以抖音作为研究平台主要基于以下三点：

首先，抖音凭借其庞大的用户基础，已发展成为我国非物质文化遗产数字化传播的首要阵地，展现出显著的社会影响力。平台于 2019 年推出的“非遗合伙人”专项计划，从流量资源倾斜、商业价值开发、构建非遗生态平台、实施地域联动机制等多维度建立起支持体系。该计划在促进传统文化创造性转化的同时，切实改善了非遗传承人的经济状况。据 2021 年 6 月 12 日抖音发布的《抖音非遗数据报告》显示，抖音对国家级非遗项目的作品收录比例已达到 97.94%，其中十位传承人通过平台实现年收入百万元级别的突破。这些数据指标充分印证，无论在项目覆盖广度还是传播效果维度，抖音在非遗传播领域已形成显著竞争优势。

其次，抖音开展的非遗传播活动获得多方权威认可。2019 年，杭州市委宣传部、杭州市文化广电旅游局联合抖音共同发起“非遗合伙人”计划；2021 年，“斗转新遗”计划进一步拓展合作范围，覆盖 10 个省级行政区，联动北京非遗保护中心、四川省非遗保护中心等 11 家文化机构；中央广播电视总台等主流媒体对相关活动的传播成效进行了专题报道，充分体现了社会各界对其非遗传播工作的高度认可。

最后，抖音庞大的用户基数为本研究提供了可靠的数据支撑。该平台作为由今日头条孵化的短视频社交应用，自 2016 年 9 月上线以来持续保持行业领先地位。根据 QuestMoblle 统计数据显示，2023 年 10 月至 2024 年 9 月期间，抖音平均月度活跃用户（MAU）达 7.75 亿，其用户渗透率、活跃度及增长率均显著高于同类平台，充分体现了其作为移动短视频领域典型样本的研究价值。

综上，基于抖音在非遗传播领域展现的显著影响力与公信力，将其选定为研究载体，能够有效反映新媒体时代非遗传播的基本特征与发展趋势。

3.1 研究设计

3.1.1 内容分析的理论视角

自 20 世纪 60 年代起，电子技术的快速发展推动着商业广告进入新阶段。商家利用电子媒体即时性、广域性传播特性开展大规模营销活动，这一现象引发了学界对广告说服机制的研究兴趣。在认知心理学形成前，相关研究多聚焦于情感要素的作用，未充分考量消费者的理性认知过程，使得理论阐释存在单一化局限。

社会心理学家派蒂 (Richard E. Petty) 与卡乔鲍 (John T. Cacioppo) 基于前人研究成果与广告实践观察, 提出消费者信息处理机制并非简单的感性与理性的二元对立, 其态度转变程度取决于信息处理时的认知投入水平。两人于 1986 年出版的专著《沟通与说服: 态度改变的中心与边缘路径》中, 系统阐释了个体信息处理的双路径机制——详尽可能性模型 (Elaboration Likelihood Model, ELM)。该理论作为消费者信息处理研究的核心框架, 其应用范畴已延伸至社交媒体与电子商务领域, 主要用于解析用户对在线评论、社交资讯及二手信息等内容的态度形成与可信度评估机制。

本研究将基于详尽可能性模型 (ELM) 的理论框架, 将其核心路径理论迁移至非遗短视频传播的内容分析中。在具体操作层面, 将非遗短视频的传播要素划分为中心路径与边缘路径两类分析维度: 中心路径对应非遗知识的系统性呈现, 包括工艺流程拆解、文化内涵阐释、传承人深度访谈等需要受众投入较高认知资源的内容形态; 边缘路径则涵盖视听符号的吸引力构建, 如传统纹样的动态化呈现、非遗场景的沉浸式配乐、传承人形象的亲和力塑造等情感化传播要素。通过内容分析法对样本视频进行要素编码, 并结合用户互动数据 (点赞/收藏比、评论深度等) 建立传播效能评估体系, 以揭示非遗在短视频场景中实现认知传播与情感共鸣的作用机制。这一研究路径将延续 ELM 模型在数字传播领域的理论适用性, 也为非遗短视频的优化创作提供实证依据。

3.1.2 样本选择与类目建构

(1) 样本选择

抖音里的“话题”设置不仅为用户提供了作品分类的标签化管理手段, 实现了推荐算法的精细化, 更促进了视频内容大范围传播的便捷性与持久性。^①对此, 为确保样本选择的广泛性与合理性, 本文将以“非物质文化遗产”和“非遗”为关键词, 选取抖音中的相关话题进行样本抽样。

首先, 抖音平台中有关非物质文化遗产的相关话题较多, 从话题发起者的性质来看主要分为“抖音官方发起”及“抖音用户发起”两类。

其次, 以话题的播放量为主, 同时参考话题的内容 (相关度) 及参与人数 (数量) 选取了由抖音官方发起的“#非遗传承”“#非遗过年 dou 来播”“#非遗守护人”“#非遗合伙人”“#百 young 非遗计划”五个话题 (如图 3-1), 以及非抖音官方发起的“#非物质文化遗产”“#非遗文化”“非遗”“#非物质文化遗产手工制作”“#非遗文化乐器演奏”“#非遗美食”六个话题 (如图 3-2)。

最后在这十一个话题中以点赞量为参考选取每个话题中的前 30 个视频, 剔除重复的 18 个视频, 以及与话题无关的 19 个视频, 共得到有效样本 293 个。

^① 梁一帆. 智能化推荐在抖音短视频中的应用研究[J]. 传媒, 2023, (05): 60.

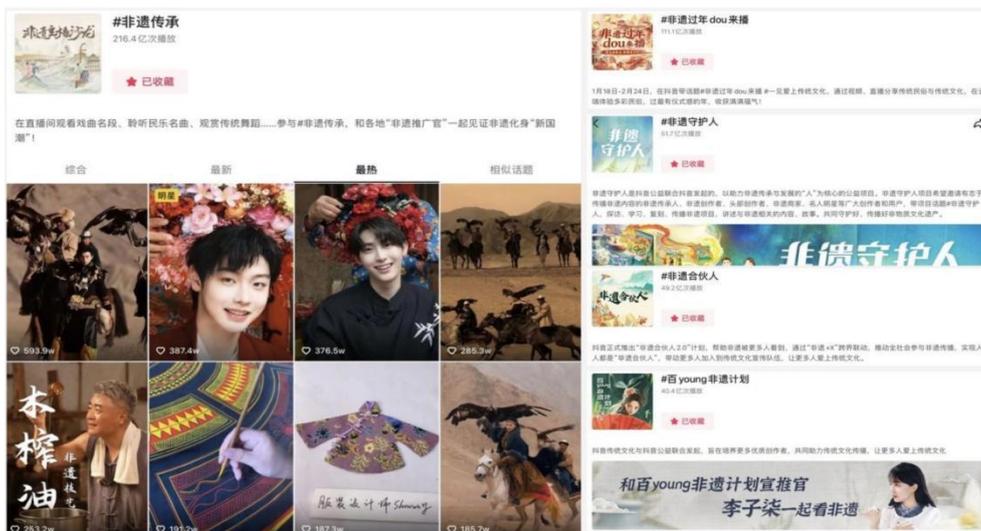


图 3-1 抖音官方发起的五个话题及相应浏览量

图片来源：以“非遗”为关键词在抖音搜索筛选所得话题截图

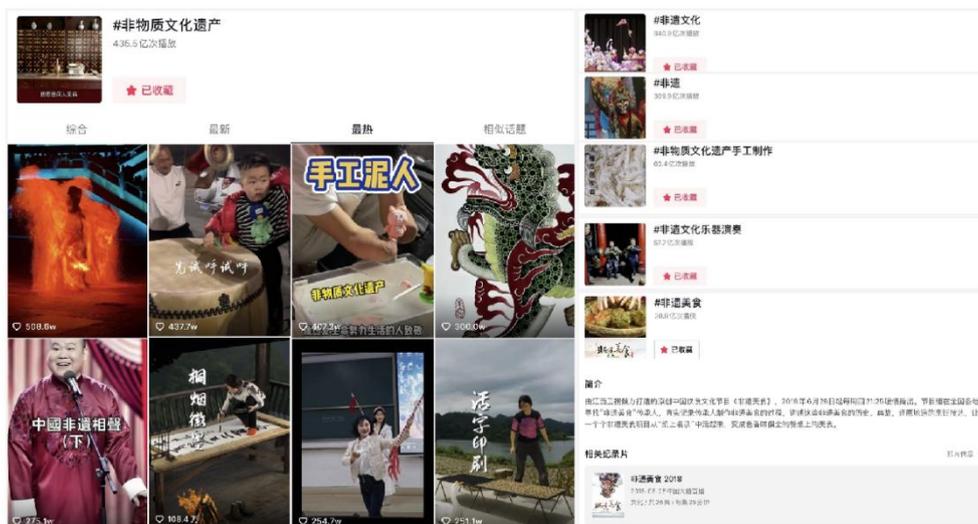


图 3-2 非抖音官方发起的六个话题及相应浏览量

图片来源：以“非遗”为关键词在抖音搜索筛选所得话题截图

(2) 分析单位和类目建构

在内容分析方法中，分析单位是研究设计的基础构成要素。本研究选取经抽样确定的 293 个短视频作为研究样本，着重分析单条视频的基础属性特征，基于此研究目标，将每个独立视频设定为基本分析单元。

梳理文献可发现，在运用内容分析法对短视频内容进行类目建构的研究中，一级类目建构的维度上通常包括：视频主体（账号主体）、视频主题、呈现形式、感情色彩。同时，结合学者胡正荣和周翔对视频内容分析维度的阐释以及抖音非遗短视频的特点，最终确定从视频主题、场景建构、账号主体、视频时长、视频标题、视频话题、视频类型和技术应用进行一级类目建构，从而对非遗在抖音传播中的概况进行把握。

基于本文的研究目的和问题，结合类目建构“互斥穷尽”的原则，通过反复观看 293 个视频，本研究构建了基于 ELM 的类目建构：

① 中心路径主要包括作品涉及的非遗项目、场景建构以及视频主题等。

表 3-1 类目建构说明-中心路径

一级类目	二级类目
视频中的场景建构	序列；蒙太奇。
视频主题	传承人叙事；传承理念阐释；文化认知传播；技艺活态展演；审美形态演绎；文化推广实践。

A. 视频中的场景建构

有关短视频作品中的视觉传播内容分析，本研究参照了周翔在《传播学内容分析研究与应用》^①中有关“场景”的分类。在电影研究领域，场景的定义存在两个分析维度。狭义层面指特定时空单元内具有叙事完整性的连续镜头组合（或者一个镜头），强调空间统一性与行为连贯性；^②广义层面则延伸为通过镜头序列构建的蒙太奇表达体系，着重于影像结构的表意功能。

a.序列：通过连续性镜头组接，遵循事件发展的线性时间逻辑，完整展现非物质文化遗产的具体实践过程与核心细节。^③

b.蒙太奇：通过时空非关联性影像单元的有机组合，突破物理时空限制，在非连续镜头并置中实现非遗文化意蕴的深度阐释与主题凝练功能。^④

B. 视频主题

视频主题作为视频内容的核心表达，指代贯穿叙事主线的中心思想与核心内容，通常每个视频对应单一主题。在样本分析过程中，发现部分视频存在多重主题表达，对此，本研究采取主导主题识别原则进行归类。本研究依据穷尽互斥原则，通过内容梳理建立如下主题分类体系：

表 3-2 类目建构说明-视频主题

视频主题	解释说明
传承人叙事	聚焦文化传承者（含非遗传承人）与非遗项目的历史关联轨迹及实践历程
传承理念阐释	主要指传承群体对非遗存续的价值认知及其设计思维导向
文化知识传播	系统解读非遗项目的文化内核与历史演进逻辑
技艺活态展演	包含传统技艺流程的规范性演示及节俗仪式的场景再现

① 周翔.传播学内容分析研究与应用[M].重庆大学出版社:2014,177.

② Monaco, J. (1977). How to read a film: The art technology, language, history and theory of film and media. New York: Oxford University Press. p.427.

③ Green, M. (1969). Television news: Anatomy and process. Belmont, CA: Wadsworth.

④ Zettl, H. (1999). Sight, sound, motion: Applied media aesthetic. Belmont, CA: Wadsworth.

审美形态演绎	通过服饰妆容等视觉符号的当代转化实现非遗审美表达，如变装、美妆类的非遗短视频
文化推广实践	涉及非遗主题活动策划与传播的宣发类内容

② 边缘路径主要包括账号主体、视频时长、标题句式、视频话题、视频类型以及技术应用等。

表 3-3 类目建构说明—边缘路径

一级类目	二级类目
账号主体	个人认证；机构认证；未认证
视频时长	时长≤30 秒；30<时长≤1 分 30 秒； 1 分 30 秒<时长≤3 分；时长>3 分
标题句式	感叹句；疑问句；祈使句；陈述句
视频话题	1-2 个；3 个及以上
视频类型	实拍；混剪；情景剧
技术应用	视频中是否有新技术的使用，包括 AR、VR 等动画技术

A. 账号主体

账号认证机制是识别传播主体属性的核心依据。基于平台规范要求，抖音通过实名认证体系确保账号主体唯一性与内容质量管控。本研究依据官方认证规则，将样本账号划分为以下类别：

- a.个人认证：具备专业资质或特定领域社会影响力的独立个体账号。
- b.机构认证：企业认证：登记注册的法人实体及个体工商户账号；政府认证：中央和地方各级行政机关、党群组织、事业单位（含公务员法管理单位）；媒体认证：新闻出版、广播电视等专业内容生产机构账号。
- c.未认证：未涵盖于上述类别的个人及机构主体。

B. 视频时长

有关短视频时长的界定在学术界尚未形成统一标准，普遍存在数秒至数分钟的量级差异。故本研究基于抖音平台发展脉络与样本实际特征，将视频时长做如下分类：“时长≤30 秒” “30 秒<时长≤1 分 30 秒” “1 分 30 秒<时长≤3 分” “时长>3 分”。

C. 标题句式

短视频标题主要采用陈述句、疑问句与感叹句三类句式。研究显示，情感导向性句式（疑问/感叹）因具有较强互动特质，更易引发用户关注。微信公众号高传播度文章标题高频使用设问、反问等表达策略。^①高校图书馆新媒体平台中

① 方婧,陆伟.微信公众号信息传播热度的影响因素实证研究[J].情报杂志,2016,35(02):157-162.

情感类句式推文的阅读量与互动率亦显著高于陈述类标题。^①由此推断，标题句式的选择差异可能构成影响抖音短视频传播效能的关键变量。

D. 视频话题

话题标签机制本质上是用户自发的认知归类模式，通过符号化标识实现信息聚类。^②在抖音平台中，标题标签（以“#”为标识）承担着内容分类与导流功能，例如“#读书推广”“#经典书单”等标签体系。该机制具备双重传播价值：一方面通过降低用户信息检索成本提升触达效率，另一方面借助标签聚合效应加速核心内容扩散。^③实证研究表明，政务微博含特定标签内容的平均转发量较常规内容提升显著，^④企业新媒体账号使用话题标签可增强传播广度，^⑤上述机制表明，标签化策略对抖音阅读类短视频的传播效能具有潜在调节作用。因此，短视频标题的标签可能会影响抖音阅读推广短视频的传播效果。

E. 视频类型

视频类型分类是短视频内容研究的基础分析维度。现有研究表明，学者多从创作方式角度构建分类体系，如政务类短视频研究常采用实拍视频、改编视频、情景剧等分类标准。本研究综合既有研究框架，结合传统工艺类短视频的媒介特性，确立以下分类体系：实拍、混剪、情景演绎，具体如下：

表 3-4 类目建构说明-视频类型

视频类型	解释说明
实拍	以原生性影像记录非遗工艺流程为核心，包含技艺实操全程纪实与传承人口述实录等真实场景摄制内容
混剪	通过整合非遗原生素材与跨媒介资源（纪录片片段、综艺素材、网络视频内容等）进行二次创作的复合型影像作品
情景演绎	采用角色扮演、场景模拟等戏剧化叙事手法，对非遗内涵进行艺术化再现的视频形态

① 贾文龙.长三角地区“双一流”高校图书馆微信传播效果实证研究——基于头条信息标题的文本分析[J].图书馆工作与研究,2019,(02):121-128.

② 张波.新闻报道标签化当止[J].青年记者,2012,(28):42-43.

③ 陈强,张杨一,马晓悦,等.政务B站号信息传播效果影响因素与实证研究[J].图书情报工作,2020,64(22):126-134.

④ 郭晓姝.企业微博信息传播影响因素的实证研究[J].管理现代化,2015,35(02):93-95.

⑤ 刘晓娟,王昊贤,肖雪,等.基于微博特征的政务微博影响因素研究[J].情报杂志,2013,32(12):35-41.

F. 技术应用

短视频中的技术应用主要是指利用 AR、VR 以及炫酷的剪辑手法实现丝滑转场。（如图 3-3）



图 3-3 “国翠儿”短视频作品中的技术应用

3.1.3 信度检验与研究假设

为确保编码数据的可靠性，本研究采取双盲编码流程。首先组建双人编码小组，依据标准化编码手册对分析单元进行独立判读，研究者同步进行编码歧义核查，并对新增编码指标实施动态手册更新。信度检验旨在评估多编码者对同类目判读的一致性程度，本项研究中编码团队由两位具有学术训练背景的研究生组成。随后采用系统抽样法提取 10% 样本量（30 例）进行独立复核，最终采用 Holsti 信度系数法进行一致性验证。公式如下：

$$\text{信度} = \frac{2M}{N1+N2}$$

根据 Holsti 信度检验公式，其中 M 为编码一致性频数，N1、N2 分别代表编码员独立编码总量。经计算得出，本研究双编码员一致性频数为 27，Holsti 信度系数达 0.9，超过 0.85 的基准阈值，满足研究信度阈值要求，具备开展后续分析的条件。

3.2 数据结果与统计分析

3.2.1 中心路径分析

(1) 视频主题：侧重实用价值和手艺人观点态度的表达

将视频主题进行分类整理，主要包括“传承人叙事”“传承理念阐释”“文化认知传播”“技艺活态展演”“审美形态演绎”“文化推广实践”共 6 个主题。具体视频主题如表 3-5 所示。

表 3-5 内容分析——视频主题统计

视频主题	视频数	占比
技艺活态展演	85	29%
传承理念阐释	69	24%
文化认知传播	68	23%
审美形态演绎	47	16%
传承人叙事	15	5%
文化推广实践	9	3%

数据来源：根据对 293 个视频编码分析而得

在主题分布统计中，“技艺活态展演”类内容以 29% 的占比（85/293）位居首位。此类视频通过情境化场景建构，系统展示传统工艺品的实用属性，涵盖竹编箱包、银器茶具等多元化应用形态。

“传承理念阐释”类内容以 24% 占比（69/293）位居次位，其内容聚焦三个核心维度：传承主体的价值坚守、公众参与诉求引导、传统工艺支持路径探讨。例如，@闻叔的伞通过视频反思传播观念转变历程，从早期专注技艺研究拒绝拍摄，到认知“酒香也怕巷子深”主动参与传播。

“文化认知传播”主题以 23% 占比（68/293）位列第三，其内容主要包含工艺知识解析与技艺教学示范两大维度。例如，@是剧剧呀通过混剪的形式将原博主@匠人集的制作视频进行二次创新，简明扼要地呈现出玲珑瓷器的艺术特点和制作方式，充分显示出短视频在非遗知识普及中的媒介优势。

“审美形态演绎”主题以 16% 样本占比（47/293）位居第四，其核心特征在于聚焦传统工艺品的视觉符号系统呈现，重点突显本土文化意象的造型语言表达。例如，@-土豆-通过服饰与妆容的搭配，展现了多个未能得到充分保护的非遗器物的“消亡”，通过特写镜头强化中国剪纸、敦化壁画等元素的线条韵律与色彩张力，弱化语言阐释，强调器物本体的美学呈现。这类内容通过直观的视觉冲击，构建受众对中国传统造物美学的感知通道。

“传承人叙事”主题以 5% 样本占比（15/293）位列第五，其内容聚焦传承主体基础信息与技艺传习轨迹的呈现。这类内容通过多维视角呈现，有效建构传承群体在技艺守护者与社会角色实践者的双重身份认同。

“文化推广实践”主题以 3% 样本占比（9/293）位列第六，其核心内容聚焦于传承群体对平台活动的推广实践。例如，@听泉鉴宝通过龙泉青瓷主题短视频，系统阐释浙江省龙泉窑青瓷的核心价值，并借助短视频的媒介赋能效应实现线上流量向实体活动的精准转化。这类内容通过新媒体传播路径，构建非遗文化展示与实体产业联动的创新模式。

研究样本显示，293 个非遗短视频的主题分布虽呈现多元化特征，其核心维度仍聚焦于传承主体（人）、工艺制品（物）、技艺实践（技）的传播框架。其中，工艺制品的功能属性阐释与传承主体的价值认知表达，构成了当前非遗短视频传播的主要着力点。

(2) 视频中的场景建构：遵循事件发展的线性逻辑

视频中的场景建构主要有“序列”和“蒙太奇”两类，如表 3-6 所示：

表 3-6 类目建构说明 - 视频场景建构

视频场景建构	视频数	占比
序列	181	62%
蒙太奇	112	38%

数据来源：根据对 293 个视频编码分析而得

“序列”式的视频场景建构超过六成的占比，展现出当下文化创作者对与循序渐进的线性叙事偏好。这是因为样本中以手工艺展示为主题的非遗短视频占绝大多数（87%），其工艺流程的不可逆性与时空连贯性特征天然适配线性叙事逻辑。创作者通过工序分解的时空序列编排，建构起“原料处理-技艺施展-成品呈现”的完整知识图谱，在视听层面形成可追溯的认知链条。例如，@腊月小九对于非遗美食——福州肉燕的制作过程便是严格遵循：历史背景介绍、原料选取、原料加工、成品制作、成品展示、现代创新六个步骤，从前到后、串联起观众对于非遗美食的多时空记忆。

“蒙太奇”式的视频场景建构则以将近四成的占比，凸显了创作者非遗转译的媒介智慧。通过时空重构的影像拼贴，将工艺制作片段或历史文献、当代生活场景进行符号并置。这种非线性叙事使抽象的文化基因获得具象表达，在激活群体文化记忆方面有着独特优势。

3.2.2 边缘路径分析

(1) 账号主体：个人认证占比较大

梳理短视频的研究账号可以发现其中有 153 个账号未经过官方认证，39 个账号经过抖音平台的个人认证，10 个账号为机构认证。

在抖音平台的认证体系中，非遗传承人认证属于个人认证的垂直领域，认证主体须具备官方机构认定的传承人资质（省级/国家级），并通过证书材料提交与专业资质审核，经社会影响力评估后授予个人认证标识。研究样本显示，202 个账号主体中与非遗传承相关的只有 8 个（详见表 3-7）。结合对非遗短视频的随机不定抽样数据可知，还存在部分账号主体是传承人与非遗 MCN 机构协同运营的，他们也构成非遗短视频传播的核心主体，其中“奇人匠心”和“寻古”等机构占比较大，因而具有一定代表性。

表 3-7 非遗传承人认证信息

账号主体	账号昵称	认证信息
个人认证	田田剪纸	茌平剪纸非遗传承人
	张三疯~	非遗传承人
	方浩然口技	非遗口技区级传承人
	不偷懒的姚建萍	非遗苏绣传承人
	张兰 Zhanglan	非遗挑花秀传承人
	同利高跷	西青区非物质文化遗产代表性传承人
	云锦大师 (奇人匠心)	南京云锦木机妆花手工织造国家级非遗传承人
机构认证	针传绣庄 (苏绣代表性传承人)	高新区镇湖针传绣庄

数据来源: 根据对 293 个视频编码分析而得

(2) 视频时长: 微叙事解读传统工艺

本研究将抖音传统工艺短视频的视频时长划分为 4 个阶段, 各时长阶段的视频分布数量如表 3-8 所示:

表 3-8 内容分析——视频时长统计

视频时长	视频数	占比
时长≤30 秒	52	18%
30 秒<时长≤1 分 30 秒	139	47%
1 分 30 秒<时长≤3 分	68	23%
时长>3 分	34	12%

数据来源: 根据对 293 个视频编码分析而得

“基于内容时长标准, 网络视听内容可划分为长视频、中视频、短视频三个类别。其中长视频指超过 30 分钟的完整叙事内容; 中视频时长上限为 30 分钟, 适合深度知识传播; 短视频则控制在 5 分钟以内, 侧重碎片化信息传递。”^①

视频的长度对于内容的表现力存在一定影响。从抽样结果来看, 1 分 30 秒以内的短视频占比依然稳居鳌头, 达到 75%。也就是说, 在非遗内容的展示中, 受众依旧更偏向于选择短视频; 但也存在例外, 例如@李子柒、@彭南科以及@山白的视频平均长度分别超过了 13 分钟、7 分 48 秒以及 10 分钟, 这说明受众对于高质量的中长视频接受度较高。伴随短视频市场潜力的持续开发, 传统媒体与视频平台依托长视频资源优势加速布局短视频领域。当前呈现“长-短视频协同发展”趋势, 其中“短视频+直播”的组合形态成为主流传播模式。这种竞合关

① 中国互联网络信息中心. 第 48 次中国互联网络发展状况统计报告

[R/OL].(2021-9-15)[2024-9-5]http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/202109/t20210915_71543.htm.

系推动媒介资源优化配置，形成差异化内容生态。^①但总体来说，当下的非遗短视频依旧以“微叙事”形式为主。非遗作为具有固定程式特征的文化艺术形态，与受众间存在显著认知隔阂，^②观察发现，多数创作者通过1分30秒时长的内容设计，对传统工艺传播进行适应性调整：创作者通过精选工艺核心环节进行集约化呈现，这种片段化表达方式契合年轻群体碎片化信息接收偏好，在降低认知门槛的同时有效提升用户参与度和传播效能。

(3) 视频标题：情感色彩较强

针对285个有效样本的标题文本分析（8例无标题样本除外），“手工”以最高词频成为核心表征词汇，凸显传统工艺在短视频传播中的差异化特征——手作生产模式、个性化定制服务与匠人精神具象化。在传播策略层面，标题句式作为情感传达载体具有关键作用：情感驱动型句式（疑问/感叹/祈使）具有显著的情感导向功能，单句式主导与复合句式策略（如疑问+感叹组合）形成梯度化传播强度，通过构建情感共鸣场域有效提升受众参与黏性。具体视频标题的句式类型如表3-9所示。

表 3-9 内容分析——视频标题统计

标题句式	视频数	占比
疑问句	69	24%
感叹句	91	32%
祈使句	31	11%
陈述句	94	33%

数据来源：根据对285个视频编码分析而得

在标题句式的情感表达分析中，感叹句、疑问句与祈使句三类情感导向型句式占比达67%（191/285），表明样本视频标题具有显著的情感导向特征。各句式呈现出差异化情感表达机制：

祈使句具有指令性表达功能，主要承载手艺人的传承诉求（如“请记住油纸伞工艺”）、用户支持呼吁（如“期待更多非遗支持”）、社会现象反思等情感维度；疑问句发挥开放性引导功能，聚焦用户偏好调研（如“年轻人支持传统文化吗？”）、产品认可度测试（如“手绘伞有喜欢的吗？”）等互动性情感建构；感叹句展现情感强化功能，集中体现为工匠精神赞颂（如“手缝包工艺惊艳！”）、用户互动致谢（如“感谢汉服文化支持”）等正向情感输出。

① 黄楚新.我国移动短视频发展现状及趋势[J].人民论坛·学术前沿,2022,(05):92.

② 于涓.“脱域”的“再嵌入”：短视频平台赋权非遗传播——以抖音为例[J].电视研究,2022,(05):74-76.

(4) 视频话题：标签丰富、形成内容矩阵

在 293 个视频中，大部分内容创作者都会为作品配以数量更多的作品话题标签。具体视频话题数量如表 3-10 所示。

表 3-10 类目建构说明-视频话题

视频话题 (数量)	视频数	占比
1-2 个	34	12%
3 个及以上	259	88%

数据来源：根据对 293 个视频编码分析而得

话题可以为视频作品提供更为精准的标签，也更利于大数据的运算。研究数据显示，88%的样本视频采用 3 个及以上标签进行内容锚定，形成多维语义网络。其中，3-5 个标签的视频占比达 97% (252/259)，6 个以上标签占比 3% (7/259)，这种标签叠加策略通过建立文化定位、强化工艺属性的复合标签矩阵，能够在一定程度上提升非遗内容触达的精准度。同时，话题标签的内容具有传播效能上的差异，如首标签承担核心定位功能 (#非遗传承)，次标签侧重内容细分 (#青瓷烧制)，末标签激活情感互动 (#匠人精神)。这种梯度化标签体系也能够同步满足算法识别与用户认知的双重需求。

(5) 视频类型：实拍和混剪为主，情景剧增添趣味

梳理视频可发现，研究样本的视频类型分布如表 3-11 所示。

表 3-11 内容分析——视频类型统计

视频类型	视频数	占比
实拍	195	66%
混剪	69	24%
情景剧	29	10%

数据来源：根据对 293 个视频编码分析而得

在视频类型分布中，实拍影像占据主导地位（占比超 50%），其细分形态包括工艺流程记录与成品展示实录两类。创作者偏好此类形式，究其成因主要在于拍摄技术门槛较低且操作便捷。具体而言，原生态过程纪实能完整复现传统工艺的制作工序，通过细节特写镜头强化工艺复杂度感知，同步传递匠人精湛技艺与传承过程的艰辛，形成沉浸式视听体验。例如，@江寻千（九月）发布的彝族火草衣制作视频，通过全流程跟拍与手部动作特写，直观展现植物纤维编织技艺的繁复性，有效建构受众对非遗技艺的价值认知。

混剪类短视频作为复合型创作形态，^①其核心特征在于对传统工艺原生素材与跨媒介资源（动漫、综艺片段、纪录片素材等）进行多源素材整合，并辅以专

① 徐俊.类型化视域下短视频作品定性及其合理使用研究[J].中国出版,2021,(17):15-18.

业配音、解说文本等视听元素。此类内容通过跨媒介素材的蒙太奇重组实现双重传播价值：其一，借助异质化内容对工艺内涵进行多维阐释；其二，通过叙事拼贴增强内容趣味性，在激发用户文化认同感的同时拓展非遗文化的想象维度。例如，@弘哲星君在徽州嵌字豆糖制作视频中，通过工艺实录与文献影像的时空并置，构建出传统技艺的历史纵深感，能够有效提升观众的文化认知深度。

情景演绎类短视频作为传播形态中创作门槛较高的类别，要求传播主体具备媒介素养与艺术加工能力。这类内容在传统工艺本真性呈现的基础上，通过多人协同叙事与场景化编排进行艺术重构，显著提升内容的戏剧张力。例如，@马克岳父通过外卖取餐场景的戏剧化叙事策略，巧妙融入糖画技艺展示，在生活化情境中凸显传统工艺品的审美特质，实现了趣味传播与审美教育的双重价值。

(6) 技术应用：助力非遗短视频创新传播

在样本调研中，有6个非遗短视频运用了创新性动画技术实现文化转译，占比达2.4%。具体视频技术应用如表3-12所示。

表 3-12 类目建构说明-技术应用

技术应用	视频数	占比
是	6	2%
否	287	98%

数据来源：根据对293个视频编码分析而得

7个样本的主题均属于民俗、传统戏剧及技艺等视觉符号鲜明的非遗门类(详见表3-13)；平均时长40秒，兼具短视频“短小精悍”的内容特点；平均每条视频获赞量高达90万，故可为非遗短视频创新传播的研究提供启示。(将在本文第5、6章节进行详细阐释)

表 3-13 应用动画技术进行视频创作的样本概况

博主	标题	视频长度	非遗项目
国翠儿	30秒了解七夕乞巧节	37秒	七夕节
	来自戏曲的爱恨情仇	33秒	京剧
	象棋到底怎么下	41秒	象棋
丝路	民族觉醒之意，故名“醒狮”	31秒	醒狮
	一曲肝肠断，天涯何处觅知音	40秒	二胡
-土豆-	中国文物是最璀璨的奢侈品，谁也偷不走	1分11秒	玉壶、十二生肖铜像、书画、敦煌壁画
	中国非遗元素硬控你30s，咱们中国非遗不能忘	54秒	剪纸、青花瓷、唐三彩、傩戏

数据来源：抖音

4 抖音平台“非遗”短视频传播特征分析

4.1 主体间性：非遗传播的协同进化网络

4.1.1 抖音官方：打造“非遗”短视频生态

截至 2024 年 6 月，抖音上共有 1428 名被认证的非遗传承人，相关达人主要以文学艺术、生活、手工类型为主，10 万-100 万腰部达人占多数。^①在非遗短视频传播实践中，头部创作者与长尾创作者存在显著流量差异。目前平台具有广泛影响力的作品多来自早期入驻的头部创作者，他们凭借先发优势积累了显著的流量红利。根据安德森提出的“长尾理论”可知，虽然用户注意力多集中于头部内容，但尾部创作者因数量庞大且内容多元，仍具备潜在传播价值。在抖音生态中，头部非遗账号通常具备百万级粉丝基础与高互动爆款内容（参见表 4-1），与多数低关注度账号形成鲜明对比。平台的算法推荐机制通过初始流量池筛选机制，优先识别高互动内容进行二次分发，形成“优质内容-流量倾斜-持续曝光”的传播闭环。同时，平台通过非遗 IP 培育计划，着力打造具有示范效应的标杆账号，进一步强化头部创作者的传播势能。

表 4-1 抖音平台部分传统文化头部达人

博主	粉丝数/万	博主量级
李子柒	6103.5	头部达人 (500w 以上)
南翔	2647.8	头部达人 (500w 以上)
朱铁雄	2439.4	头部达人 (500w 以上)
江寻千 (九月)	2259	头部达人 (500w 以上)
乡愁	2433	头部达人 (500w 以上)
山白	1428.3	头部达人 (500w 以上)

数据来源：抖音

此外，在非遗内容生态建设方面，抖音通过“非遗合伙人计划”建立了系统性扶持体系。平台为非遗创作者提供多维资源支持，包括流量倾斜、话题运营以及功能权限开放等。具体表现为：为优质非遗内容配置专属流量池，如发起“#非遗守护人”“百 young 非遗计划”等主题传播活动，同时还为创作者开通了商品橱窗、长视频发布等权限。非遗计划负责人陈海峰表示：“平台希望通过头部 IP 培育形成示范效应，当站内非遗内容占比提升至特定阈值时，用户刷到相关

^① 数据来源于：飞瓜数据 2024 年发布的《2024 上半年抖音内容与电商数据报告》。

视频的概率将显著增加，从而激活从文化传播到商业转化的完整闭环。”^①这种运营逻辑本质上是通过规模效应提升非遗内容的曝光频次，进而增强用户对传统文化的认知黏性。不难看出这种商业闭环的构建正在重塑非遗传承的生态格局，内容创作者通过平台赋能实现文化价值与经济价值的双重变现。然而，这种模式也面临可持续性挑战：如何在流量红利消退后保持内容创新活力。避免非遗传播陷入同质化困境，成为平台与创作者共同面临的课题。

4.1.2 专业生产者：提供“非遗”叙事新视角

移动短视频平台的生产者群体呈现出显著的跨界特质，其知识结构跨越传统技艺、数字技术与人文社科领域，形成独特的叙事生产机制。这种跨领域知识融合打破了非遗传播的传统边界，使文化符号的转译过程呈现出多维创新特征。例如，具有建筑学背景的@古建修复师，他将榫卯结构原理与动态演示技术相结合，通过3D建模拆解古建筑构件，并配合物理力学原理的通俗化阐释，将晦涩的传统营造技艺转化为深入浅出的叙事镜头；这种创作实践既保留了技艺的专业性，又通过科学思维的介入提升了文化传播的深度。再如浙江常山“油茶姐姐”王芳，国际贸易专业的知识背景为非遗技艺与短视频的有效融合奠定了基础。王芳在继承常山传统木龙榨技艺后，运用现代商业思维开发了山茶油衍生产品，并通过短视频拆解古法榨油工序，将技艺转化为感知的现代生活场景。这种叙事策略不仅依托其非遗传承人的身份，更得益于创作者对市场需求的精准把控。

复合型人才的涌现标志着非遗传播进入专业化阶段。这类生产者兼具传统技艺功底与数字技术能力，能够为非遗短视频的创新传播提供新视角。以新媒体从业者为例，因为具备广告策划、内容运营等经历，所以较为擅长将非遗元素转化为可传播的文化产品。此外，在叙事策略上，新媒体从业者对于“痛点思维”的把握要比普通创作者要深入，如@南翔将复杂文化内涵转化为轻量化知识单元。

专业生产者群体的认知多样性为非遗传播注入了持续创新活力。不同知识背景、职业经历与认知层级的生产者，通过差异化的叙事策略共同构建起立体化的传播生态。这种生态系统既保持了传统文化的本真性传承，又通过创新表达实现了文化符号的现代转译。在数字技术深度介入的当下，专业生产者正从文化传播的“中介者”转变为文化创新的“共创者”，其叙事实践不仅拓展了非遗传播的边界，更在文化传承与创新的辩证关系中探索出可持续发展的新路径。这种叙事革新不仅拓展了非遗传播的边界，更在数字时代为文化遗产的活态传承提供了可复制的实践范式。

^① 消费日报网.《在抖音走红:非遗 MCN 生态正崛起》

[EB/OL].(2019-04-18)[2024-10-15]http://m.haiwainet.cn/middle/3543159/2019/0419/content_31540968_1.html.2019-04-19

4.1.3 普通用户：参与“非遗”线上“狂欢”

人类信息传播历经三次范式转换：口传时代由特定职业群体垄断记忆传承；文字时代印刷技术降低知识获取门槛；电子时代互联网触发媒介革命，极大地改变了社会的资源配置机制与权力结构，并打破了记忆权力的垄断^①。此后，短视频给予多元主体书写、展示记忆的权力。

短视频话题能够通过结构化议题框架降低用户参与成本，形成文化传播的集群效应。非遗类话题挑战活动通过创意命名策略（如“#非遗奇遇记”）激发用户探索动机，构建初始传播势能。当用户生成内容突破临界规模时，算法推荐系统介入形成裂变式传播，推动话题进入热度峰值期。传播衰退期虽话题关注度下降，但沉淀的UGC内容将构成垂直文化数据库，形成持续传播的长尾效应。非遗短视频历经触发、裂变、沉淀的传播周期，使非遗内容完成从流量聚合到文化资产积累的转化，通过受众社群的稳定存续实现文化价值的代际传递。

与此同时，抖音还通过构建官方合作网络拓展文化传播矩阵。例如，与中国民协皮影艺术委员会等文化机构合作发起“非遗新语态”系列活动，形成线上线下联动的传播矩阵；在2019年的抖音非遗主题晚会进一步整合传播资源，组织蜡染旗袍展示、传统乐器演奏等八大门类非遗项目展演，通过@时尚奶奶团等账号的创新表达打破代际审美壁垒，活动通过多机位直播与实时弹幕互动，构建起线上线下相融合的传播场景。此类传播实践通过媒介事件构建、文化符号活化等策略，实现传统艺术形态与当代媒介语境的有机融合，为普通用户参与非遗数字实践构建起多维展示空间。

此外，基于实证研究数据分析可发现，非遗短视频创作呈现出多元主体协同参与的传播格局。普通用户通过记录游神祭祀、闽南簪花、东阳木雕等日常实践中的非遗元素，形成了自下而上的传播路径。这种创作模式具有双重特征：一是用户生成内容占比高，表明传播主体已从专业机构延伸至普通用户；二是短视频通过符号互动将地域性民俗转化为可共享的文化文本，如潮汕英歌舞触发全网“赛博朝圣”，形成“数字庙会”式的集体狂欢（巴赫金狂欢理论）。这种去中心化的传播策略，不仅使地方性知识获得跨地域传播，更促使用户的内容再生产（如簪花体验视频的二创）形成参与式文化空间，从而推动了非遗从“被展示”转向“被体验”。

^① 喻国明,张超,李珊,等.“个人被激活”的时代:互联网逻辑下传播生态的重构——关于“互联网是一种高维媒介”观点的延伸探讨[J].现代传播(中国传媒大学学报),2015,37(05):1-4.

4.2 文本协商：非遗传播的符号生态网络

4.2.1 下沉式内容：“生活视角”链接媒介奇观

非物质文化遗产集中反映了区域的文化内核，并在地域的基础上构成文化代表性符号^①。在非遗短视频传播中，通过提炼地域文化元素构建核心视觉符号或多元符号组合，能够有效强化文化识别度与传播效能。

短视频创作虽以真实记录为初衷，却难以复现文化的系统性意义。因此在非遗短视频的创作实践中，尽管创作者以“真实”为价值取向，但影像生产过程中的策划、拍摄、剪辑等环节必然会对非遗的本真性产生干预。这种干预并非简单的技术处理，而是通过叙事策略实现文化符号的选择性转译，最终形成具有建构性的“舞台真实”。从媒介本质看，影像传播难以完整复现非遗的立体文化基因。只因传统技艺的活态传承包含触觉、嗅觉等多维感官体验，而影像只能通过视听符号进行平面化转译，^②因此创作者需通过人物塑造、情节设计等叙事策略的组合使用增强内容吸引力，这种创作实践本质上是对文化本体的创造性重构。

短视频通过生活化记录的“媒介真实”，推动了非遗本体真实的现代存续。影像技术作为人类感知的延伸，其记录功能帮助观众突破时空限制，使非遗实践得以祛除主观认知的遮蔽，实现相对客观的形态保存，这种“冷眼旁观”的镜头能够还世界以纯真的原貌^③，即通过镜头语言对文化基因进行提取与重构，使濒危非遗项目的核心价值获得重新阐释契机。在数字技术赋能下，非遗传播正从“博物馆式保存”转向“参与式传承”。例如，@乡愁对于非遗符号的刻画会更倾向于选取常人能够接触的事物，如食品（月饼）、书写工具（墨）等，并在生活化的场景中完成对叙事母体的书写，从而拉近观众观看时在心理和认知上与作者的距离。此外，对于无法适应现代的文化元素，媒介的曝光则会加速其自然淘汰。也就是说完成现代转译的文化形态才能获得更加持续的传承生命力。

4.2.2 仪式化展演：场景还原下的数字仪式互动

仪式作为维系集体记忆的活动之一，本质上是具有象征意义的制度化行为。埃德蒙·利奇（Edmund Leach）指出：“仪式既表现为特定族群适应生态的重复实践，也是特定文化群体的身份确认机制”^④。这一观点揭示出仪式的双重属性，即在生物层面表现为生存策略的重复实践，在文化层面则体现为群体认同的符号化建构。作为一种古老的程式化实践，仪式通过象征性行为实现了非遗的传承，

① 陶赋雯.非物质文化遗产影像传播探究[J].福建论坛(人文社会科学版),2014,(08):70-76.

② 高有祥.非物质文化遗产的影像化生存[J].现代传播(中国传媒大学学报),2007,(06):14-17.

③ [法]巴赞.崔君衍译.电影是什么[M].崔君衍译.北京:文化艺术出版社,2008:12.

④ 陈锦均.人类学宗教仪式研究评述[J].民族论坛,2013,(06):87-91.

通过重复性展演巩固族群内部的价值共识,如祭祀仪式中的集体跪拜动作强化祖先崇拜观念;仪式还能借助符号化表达传递信仰,如婚礼中的信物交换象征婚姻契约。因此,仪式本质上就是一种典型的传播交流活动,不仅仅是信息的简单传递,还包括同一信仰的创造、表现和庆祝。

在现代社会转型过程中,非遗中的仪式传承发生了深刻变革。传统宗教仪式的社会整合功能逐渐弱化,信息传播技术成为新型社会黏合剂。正如詹姆斯·凯瑞(James W.Carey)强调的:“传播的本质并非信息传递,而是建构文化共同体的共享实践,其核心是将人们聚集在一起的神圣典礼。”^①这一视角下,媒介技术成为新型仪式空间,通过持续的内容交互(如非遗短视频的周期性展演),使离散个体形成虚拟文化社群。传统仪式中的神圣性被转化为数字参与中的情感共鸣,例如,节气话题挑战活动通过用户共创,将农耕文明的时间认知转化为现代数字仪式。这里需要指出的是:传播技术的介入并未消解非遗的仪式本质,而是实现了仪式功能的现代转译。当传统祭祀转化为直播场景中的文化展演时,仪式的核心价值——维系群体记忆与情感联结,便通过新型媒介逻辑得以延续,形成传统文化基因与数字文明共生的传承范式。

在非遗短视频传播中,仪式作为民族文化象征符,是非遗短视频创作的核心对象。通过克制的镜头语言对仪式进行“去戏剧化”呈现,能将实现技艺传承的日常实践转化为可感知的文化仪式。纪录影像作为“仪式载体”,其传播过程本质上是传统仪式在数字场域的形态转译。正确把握仪式的短视频语言,有助于突破非遗短视频“过度娱乐化”创作误区,并促使创作者在保持文化本真性的前提下,构建符合数字传播规律的叙事框架,从而实现非遗保护与传播的良性互动。

4.2.3 田园式意象:视听修辞与诗意乡村建构

“山水田园”自古以来便是文人墨客惯用的表达闲适传统意象。近些年来,在各短视频平台也出现了许多慢生活美学的非遗短视频。创作者在镜头语言中构建出清雅质朴的乡村图景:农事劳作呈现时间韵律(二十四节气),手工艺制作呼应自然节令(民俗文化与传统技艺双层阐释),传统建筑结构映射生态智慧(剪瓷雕、建筑彩绘等)。这种视觉转译不仅延续了“山水田园”的文化基因,更通过数字媒介的在场性记录,使观众在碎片化浏览中体验连续性文化感知,最终形成具有认同价值的空间叙事元素。^②

非遗短视频创作通过乡土美学特征重构空间叙事逻辑,将山村、田园、溪流等传统意象转化为视觉符号系统。@山白的作品将传承人置于远山氤氲的自然场景中,通过晨昏交替的劳作图景,构建“采菊东篱”的古典意象。其镜头语言呈

^① 李杰.文学经典影像传播研究的现状与突破[J].传播与版权,2014,(09):65-67.

^② 胡鑫,严浦高.非遗类短视频的发展现状与传播策略[J].当代电视,2024,(11):78.

现典型的景深美学特征：前景的动态呈现与中景匠人的专注形成视觉对话，后景黛山构成永恒的空间参照，前中后的层次设计既保持了纪录影像的客观性，又通过虚实对比营造出沉浸式观赏体验。类似的文化创作者还有@李子柒、@彭南科等，将技艺与四季轮回相嵌套，形成“工艺时间”与“自然时间”双重叙事维度。

除了画面的设计，听觉符号也能为田园风光增添感官重心，例如，@鲁磊的竹器制作视频中，磨锯的齿音、雕刻的凿声、砍伐的脆响；@李子柒视频中黎明鸡鸣、夏夜虫鸣等自然声响，共同构建起具有现场感的声音文本。这种真实可感的声音设计不仅增强了画面的可信度，更通过听觉记忆的唤醒引发观众的情感投射。此外，在@山白的陶艺视频中，古筝泛音与陶轮旋转声形成节奏对位，既保留了技艺展示的专业性，又通过音乐叙事强化了田园意境的营造。这种声音符号的文化编码，使观众在视听融合中完成对传统生活方式的审美想象。

通过声音的空间定位与画面的景深调度，创作者构建起“在场”传播场景。当观众在耳机中听到篾条编织的沙沙声时，视觉画面同步呈现的竹器纹理细节，共同触发触觉想象的神经机制。这种视听联觉设计将工艺实践嵌入到诗意景观中，生动再现乡村田园生活的本真形态，使观众在感官共振中完成从技艺认知到文化认同的转化。

5 抖音平台“非遗”短视频的叙事策略

5.1 符号转译：非遗短视频的表意系统

5.1.1 文本符号：视频标题与话题相互印证

短视频自滥觞以来便展露出娱乐化、轻巧化的内容特征，随着平台的完善与创作者对于作品质量的把握，短视频创作逐渐走向精巧化，这一趋势在非遗短视频的传播中也得到一定的印证。但无论技术如何改变，创作者对于视频文本的重视程度却始终如初，其中最为直观的便是视频标题。在文化类视频中，标题不仅承担着视频内容指引的功能，更是为通俗化解读“阳春白雪”式的高雅文化建立认知桥梁。这一作用能够帮助用户在观看前形成内容预判，使受众在后续观看过程中能顺畅地将视听元素与深层的文化内涵建立深度关联。

短视频平台的阅读是开放的、是基于各式各样的超链接或众多发散性线索而展开的，如短视频标题里携带的“话题”，评论区用户的意见。这一开放性信息的供给或许可能影响用户对于视频的专注程度，但更多时候它主要还是发挥着“知识集散地”的作用，在丰富视频文本的同时将用户导向深入思考。话题是型文本的一种，指明了视频从属的集群，即文化背景规定的文本“归类”方式，例如与其他一批视频同属一个题材、同为一个创作者、同出一个派别，同一风格类别等等，其作用类似于文章的体裁。^①话题在短视频文本中多以“#”+内容的形式出现，是表意与解释的最基本程式。在抖音平台话题还与算法推荐机制有着紧密的联系，在非遗短视频中添加合理的话题更能精准靶向受众。

智能时代所带来的新内容革命在一定程度上影响着短视频的文字消费，使得文化创作者对于视频文本中的标题与话题的拟定选取也更为严谨。^②以@江寻千（九月）、@彭南科、@夏叔厨房等文化自媒体账号为例，他们在标题文本的选取上更偏向知识性、互动性的内容；在话题的选择上则更注重与视频内容的垂直适配以及话题的权威性（详见表 5-1）。标题^①：“这种叶子会吐丝，这就是彝族传承千年的火草衣”既触发观众的文化想象，又建构起专业话语的权威性。从传播符号学视角审视，双重文本的组合形式有效弥合了高雅文化与大众认知之间的符号鸿沟，使非遗短视频在保持文化本真性的同时实现传播效能的提升。

视频标题与话题的相互印证构成了非遗短视频的文化传播的双重表意系统：标题通过简化非遗符号降低认知门槛，话题借助内容集群建立解码框架。二者的

^① 赵毅衡.符号学：原理与推演（修订本）[M].南京大学出版社,2016:127.

^② 彭兰.智能时代的新内容革命[J].国际新闻界,2018,40(06):103.

符号互文不仅为非遗传播奠定语义基础，更在智能算法的助推下形成文化标识、兴趣图谱和精准推送三者相结合的传播链式，在保留文化内涵的同时，实现非遗在数字空间的符号重生。

表 5-1 非遗短视频的标题与话题

序号	发布时间	作者	标题	话题
①	2024/11/22	江寻千 (九月)	这种叶子会吐丝,这就是彝族传承 千年的火草衣	#把非遗穿身上#非遗守护人 #百 young 非遗计划
②	2024/11/4	彭南科	皮影戏,又名“灯影戏”,始于西 汉,是中国民间古老的传统艺术。 中国最了不起的非遗—木榨油!太	#非遗守护人#百 young 非遗计划 #乡村守护人
③	2024/8/22	夏叔厨房	久没见过属于历史的东西,你有没 有忘记了身为华夏文明的骄傲?	#木榨油#非遗传承#一见爱上传统 文化#夏叔厨房#非遗合伙人

数据来源: 抖音

5.1.2 器物符号：物叙事与文化认同建构

事物本体是无法记忆的，但它们作为特定的表意符号，却能营造诱人回忆的氛围，充当激发主体进行记忆的催化剂。^①非物质文化遗产作为抽象的符号，正需要实体充当与人进行沟通的桥梁，在非遗传承的日常场景中，表意载体或是经匠人精雕细琢的手工艺品，又或是承载人们美好愿景的节日。而在非遗短视频中，这种物的指代便更为明显。物体通过个体的情感投射，在器物符号唤醒记忆之前就已然转化成了具有情感结构的象征符号，它“是从图式中拾取出部分的一种手段，是在唤醒历史的刺激和情境中增加多样化的一种手段，也是克服按年月顺序的编排来呈现的一种手段”^②，它对记忆的最大帮助就是增强我们处理距离情境的能力。

微观层次中，非遗短视频的镜头语言中关于某一器物的特写镜头几乎从不缺席，如龙泉青瓷的釉色流动、苏绣丝线的分毫劈丝。镜头语言的细致呈现不仅描绘了器物被造的过程，更透过镜头语言为材质赋予“灵韵”（Aura）。在@山白有关烧制龙泉青瓷的视频中（参见图 5-1），细细呈现了龙泉青瓷从制坯原材料的选取制作到素坯初次成型，再到配釉、喷釉直至最后烧制出窑的所有环节。非物质文化遗产的一个个“切面”便由不同阶段的龙泉青瓷所构成，也是作者将物“符号化”的过程。“符号化与物本身的品质关系不大，物必须在人的观照中获

① 赵静蓉.文化记忆与符号叙事——从符号学的视角看记忆的真实性[J].暨南学报(哲学社会科学版),2013,35(05):87.

② [英]弗雷德里克·C·巴特莱特.记忆:一个实验的与社会的心理学研究[M].黎炜译.杭州:浙江教育出版社,1998:287.

得意义”，物的符号化取决于人的解释，这个人既是作者也是观众。^①于观众而言，对物的解释会受制于社会文化环境以及个人的主观意识等种种因素，为保证观众的解码不与作者产生太大偏差，作者往往会预先设置好视频的语境，突出物的重要品质，进而使观众聚焦于器物背后的文化内核。

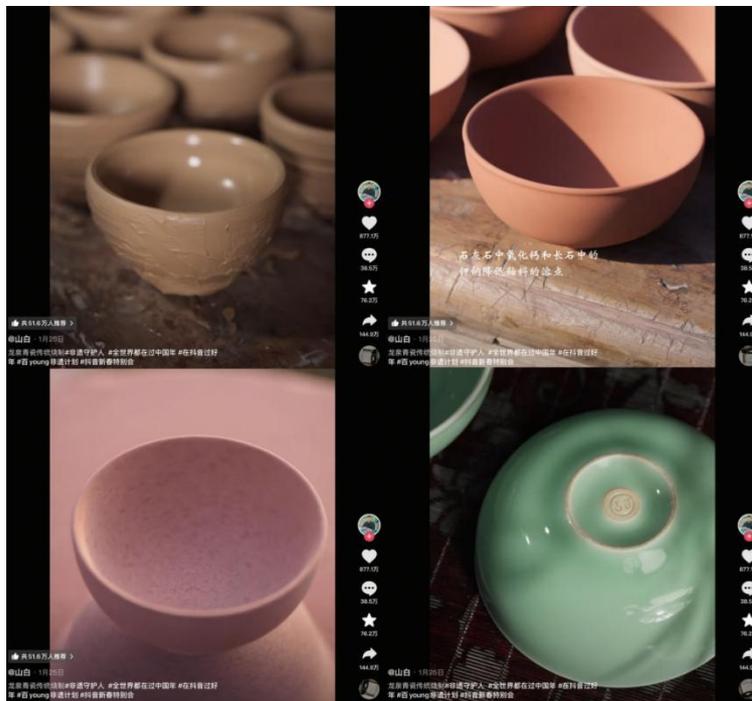


图 5-1 龙泉青瓷初见雏形至烧制完成

图片来源：抖音截图

在非遗短视频的符号建构逻辑中，器物符号的意义生成遵循“微观呈现—文化激活—记忆认同”的递进路径。首先，对器物纹理细节的微观视觉聚焦（能指）将物质性存在转化为文化符号，这一过程符合皮尔斯（Peirce）的符号三分法理论，即物理属性（质符）向规约符号（象征符）的演进。其次，器物与传统文化的互文性连接（如皮影戏与非遗的对应），促使观众在凝视中完成个体感知到集体无意识的认知迁移。最终，由以上行为引发认同质变。一连串的符号转译建构起传统文化在虚拟空间的认知坐标系，印证了詹金斯（Jenkins）提出的“参与式文化”理论——媒介化传播通过重塑符号系统，持续再生产文化记忆的当代意义。

5.1.3 行为符号：视觉符号中的身体叙事

身体的体验实践作为记忆的物质基础是被感知的且认识的，它的支撑是客观真实的世界。^②在非遗短视频的叙事体系中，身体既是文化实践的载体，更是意义生产的媒介。视频中的技艺展现、服饰穿戴乃至仪式展演等都是非遗传播中的

① 赵毅衡.符号学：原理与推演（修订本）[M].南京大学出版社,2016:35.

② 赵静蓉.文化记忆与符号叙事——从符号学的视角看记忆的真实性[J].暨南学报(哲学社会科学版),2013,35(05):89.

行为符号，利用身体进行叙事不仅强化了非遗的活态性，更经由数字媒介的诠释建立起观众主体与作者乃至文化的强沟通。

文化是任何有关社会的生活方式^①，因而在进行非遗传播时便会涉及人的系列活动，见之于短视频里便是匠人的技艺展示。@江寻千（九月）挥动花棒将上千度的铁汁击打升空形成无比绚烂的铁花，在慢镜头与特写镜头的分解下，为屏幕前的观众带来身临其境的震撼景观；@苏久承的火壶表演精彩万分却又险象环生，挥舞的火壶与空气产生化学反应宛如一条嗜人的火龙，令观者刺激之余大饱眼福（如图 5-2）。镜头语言将匠人的肢体动作编码为“工匠精神”的象征符，而飞溅的火花则成为“技艺崇高”的视觉隐喻持续刺激观众的视觉神经。



图 5-2 打铁花与火壶表演（从左至右）

图片来源：抖音截图

行为符号在展示高超技艺的同时往往也能塑造特定的仪式语境。梅洛-庞蒂指出，身体与世界的关系是“背景与图形”关系，身体是在隐匿状态下成为世界向主体显现出“图形”的一个“背景”式的界面。^②因此，镜头前的主体是被凝视的客体，还是为观者提供“投射”的本体，以画面中的主角视角敞开视觉空间、参与仪式活动^③。@江寻千（九月）和@南笙手持英歌槌随着鼓点腾跃击打，以刚劲武术化动作为核心，身体律动构成“驱邪纳福”的符号系统（如图 5-3）。与福建地区的游神活动如出一辙，皆是通过身体符号进行集体仪式操演，将不同地区的非遗记忆编码为具身实践（Connerton,1989），在肢体碰撞中完成文化认同

① [美]C·恩伯,M·恩伯.文化的变异——现代文化人类学通论[M].杜杉杉译.沈阳:辽宁人民出版社,1988:29.

② [法]梅洛-庞蒂.梅洛-庞蒂文集第2卷:知觉现象学[M].杨大春,张尧均译.北京:商务印书馆,2021:147.

③ 吴果中,董破冰.身体重构与景观漂移:猫咪视角vlog的视觉反规训实践[J].传媒观察,2022,(10):90.

的跨时代传递。尽管是未到现场参观仪式的观众也能借助画面中的第一人称视角，完成文化仪式的数字在场。



图 5-3 潮汕英歌舞

图片来源：抖音截图

除此之外身体装饰也能为身体符号的叙事提供视觉锚点。以簪花、变装等为主要内容的非遗短视频将头饰、妆容及服饰等服美符号叠加进身体叙事，在强化身份构建的同时更凸显身体符号的戏剧张力（变装前后的反差感）与美学欣赏。身体既是非遗的原始媒介（如戏服承载技艺），也是二次创作的素材（如变装挑战中的混搭穿搭），传统符号在用户的内容再生产中持续变异，形成“经典与流行”的符号互文网络。

5.2 叙事单元：非遗短视频的叙事亮点

5.2.1 微叙事纪录：鲜活生动的叙事场景与视角

中华传统文化的传播模式存在着双重困境：其一，以往关于非遗的官方叙事多聚焦于宏大叙事，强调对个体单向的价值引导，以致传播效果表层化，甚至引发部分受众的心理疏离；其二，传播主体的单一性与叙事权力的集中化较难满足互联网时代公众对多元话语参与的需求。数字媒介技术的发展重构了文化传播生态，短视频平台通过技术赋权实现了传播主体的下沉与叙事结构的革新。^①这种

^① 吴志远.离散的认同:网络社会中现代认同重构的技术逻辑[J].国际新闻界,2018,40(11):112-134.

变革使非遗传承人得以突破传统传播壁垒,以平民化叙事策略重返文化传播中心。同时,传播主体也正逐渐从制度性权威向民间话语实践者让渡。在此过程中,传承人不仅强化了文化传播的主体意识,更在传统基因与现代语境的对话中扮演着关键的中介角色。

文化本质上是生活的存在样态,与人民群众的日常生活构成内在共生关系,文化的传播与认同也根植于社会生活之中^①。短视频通过具象化呈现传承主体的生活实践,能够激活受众的文化感知通路。例如,以@李子柒、@滇西小哥为代表的传统文化创作者总是会在春节、端午等传统节日之际,通过手工制作花灯、粽子等节庆符号,精准复现民俗文化的节日氛围;@滇西小哥在不同主题的美食特辑系列视频中,更是通过对少数民族饮食技艺展演,触发了跨地域受众的集体味觉记忆,使“家文化”的情感联结得以通过短视频突破物理空间限制。此类从日常生活切入,通过平民视角对日常实践活动进行文化解码的短视频,能够较好地将非遗中的民俗文化嵌刻到视频中的微观实践,从而使传统文化的价值内核获得精准传递。

短视频以个体经验为中心的微观叙事策略,能够在一定程度上弥补非遗传统影像表达中过于侧重宏观叙事所带来的不足,进而通过聚焦传承人的生命历程、情感体验与实践细节,构建起个体与非遗的对话通道。这种叙事转型有效弥合了传统文化与当代受众的认知鸿沟的同时,也能形成更具亲和力的传播样态。从福柯“消解大写的历史,提倡小写的历史”的观点来看,短视频的个体叙事实践正在解构传统文化的一元化宏大表述,并通过无数具象化的生活图景重新构建起文化记忆的多元认知维度。尽管个体化叙事存在碎片化局限,但其对文化细节的鲜活呈现与情感共鸣的深度激活,恰恰弥补了制度性传播中人文温度的缺失,为传统文化在数字时代的存续提供了新的阐释路径。

@了不起的匠人是专注于刻画非遗传承人前后台呈现的账号(参见图5-4),内容创作多聚焦于新生代传承群体的实践轨迹。账号突破了传统非遗传播的程式化形象塑造,转而刻画青年传承者的创新实践与技艺演进历程。例如,以苦难为纸剪出美丽世界的中国农妇;单手劈竹编出东方风骨的90后竹编匠人;用矿石复兴中国岩彩画的85后川妹子。通过展现剪纸艺术的苦难美学、竹编技艺的现代转化以及利用矿石实现岩彩画复原的融合实验,建构起传统工艺的当代阐释空间。这种以个体生命经验为载体的叙事模式,使观众在具象化的文化实践中能够深入感知技艺流变,于代际传承的张力中体认传统文化的动态生命力。

非遗短视频通过影像叙事实现文化转译,其本质在于文化本真性与故事张力的有机融合。创作者基于真实的实践场域展开叙事,触发受众对文化主体经验的镜像感知,进而形成价值认同的认知闭环;这种传播模式依托于文化与故事的双

① [英]雷蒙·威廉斯.文化与社会[M].高晓玲,译.长春:吉林出版集团有限责任公司,2011:93.

重互动,通过技艺实践激活集体记忆、借助情感共振构建文化对话空间,最终形成传受双方的共情对话^①。

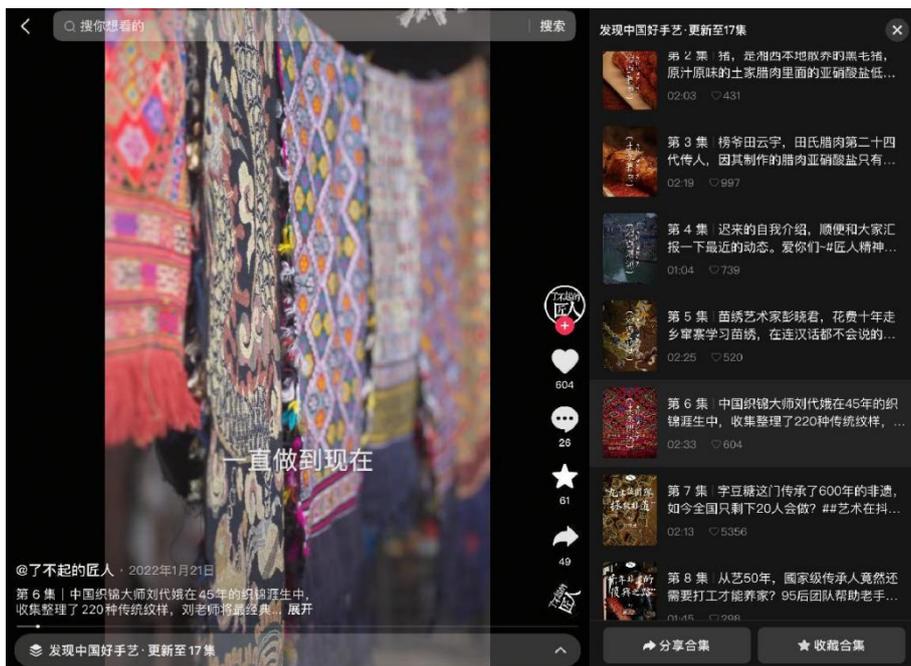


图 5-4 了不起的匠人:《发现中国好手艺》作品合集(已更新 17 集)

图片来源:抖音截图

5.2.2 次元破壁:代际文化的修辞性置换

在非遗短视频的传播中,传统文化的媒介呈现已突破单一的古朴意象。青年创作者通过解构传统元素与重构叙事逻辑,推动了非遗与青年亚文化的深度融合。这种文化形态的嬗变既体现了 Z 世代群体对个性化表达的追求,也反映出数字时代文化生产的参与式特征。青年亚文化以青春语态为基底,通过游戏化叙事、视觉化符号与互动化传播,构建起具有时代特征的文化表达体系。

当下,青年群体通过创新传播形式重构非遗的表达方式,如变装、跨领域融合等形式,将非遗元素与青年文化符号进行动态整合。这类文化实践并非只是简单元素的叠加,而是通过暂时性、流动性的连接实现传统与现代的即时对话。其核心在于以青年视角为切入,在青年文化认同与社群归属感层面提升非遗传播效能。在非遗短视频的创作实践中,青年创作者通过跨媒介叙事重构文化表达范式,例如@凌云在峨眉枪法展示视频中,将武术招式与游戏角色动作进行分屏并置,借助动态运镜展现了传统武术动作与数字美学的视觉对话,同时辅以插画元素并借助拼贴手法实现文化符号的跨媒介转译;@朱铁雄则采用影视特效技术,在变装叙事中融合戏曲表演、民间传说等文化基因,强化了视觉奇观的文化表达;@

^① 于磊.短视频新闻的内容特征与传播创新——以第 33 届中国新闻奖短视频作品为例[J].传媒,2025,(02):63.

垫底辣孩则将京剧表演、茶道文化等符号转化为青年审美范式下的视觉符号系统,通过夸张的造型设计与适当的情节编排,在解构与重构中实现传统文化的年轻化传播。这些实践通过技术拼贴与形式创新,消解了传统文化传播的严肃性边界,在技艺本真性与新兴文化形态的碰撞中建构起差异化的传播景观。

青年创作者将漫画式肢体语言与童趣化表演融入非遗展示场景,构建起具有青春语态的视觉符号系统。这种创作策略以动态化的身体叙事为核心,通过夸张的表情管理、俏皮的动作设计与萌系互动形式,对非遗传播的人物形象进行重新定位,柔化了受众对于国粹文化严肃性、仪式化的固有认知^①。

5.2.3 故事链驱动：剧集化叙事的内容生产转向

媒介载体的特征决定了叙事方式的选择,^②也就是说,什么样的媒介就会催生出什么样的故事。短视频平台对于时长的约束以及内容创作者对于用户注意力的争夺,倒逼创作者发展出“折叠叙事”策略——即在有限时长内构建具有连续性的微型故事链,通过延展系列内容、设置剧情悬念等方式维系用户黏性。短视频的传播特征决定了其短时长、轻叙事的特征。创作者通过提炼核心文化符号,在有限时空内构建叙事焦点,成为非遗类短视频提升传播效能的关键策略。这种浓缩表达既契合平台特性,又能有效激发受众的文化感知。

在非遗短视频的创作中,部分视频充分展现了文化创作者的编剧思维,如在纪实性非遗的叙事框架中增添戏剧化情节,以形成兼具文化深度与剧集张力的叙事形式。例如,@四叔的作品通过生活化场景的戏剧化设计,将非遗技艺展示转化为具有情感矛盾的叙事文本,通过夫妻拌嘴、丈夫提出诉求、妻子回应诉求、丈夫进行非遗创作四个板块完成非遗技艺展演;这种叙事模式既保留了非遗技艺的核心展示,又通过生活场景的喜剧化处理增强了内容的可看性。非遗短视频的叙事创新本质上是一种文化转译行为,通过戏剧化情节设计重构非遗的表达形态,在纪实性与娱乐性之间寻求平衡。这种叙事策略既符合短视频的传播规律,又通过情感化表达增强了观众的文化认同,为传统文化的数字化传承提供了创新路径。

对于非遗短视频中剧集化的叙事手段来说,讲故事并非最终目的,非遗传播才是根本。与@四叔不同,@南翔的作品则更具有剧集叙事的特征,他的内容多围绕传统文化和美食展开,甚至专门更新了一个名为“东方非遗”的作品合集,目前已经更新至42集,作品合集的播放量更是高达19.3亿(参见图5-5)。42集作品均具有非常强的可读性,其中不仅包含了各项非遗的历史文化背景,更是充分结合了作者的实践经验,为观众带来知识文化熏陶的同时还能激发观众参与体化实践的兴趣。

^① 胡鑫,严浦高.非遗类短视频的发展现状与传播策略[J].当代电视,2024,(11):78.

^② 邹威华.斯图亚特·霍尔的“接合理论”研究[J].当代外国文学,2012,33(01):45.



图 5-5 南翔：《东方非遗》作品合集（已更新 42 集）

图片来源：抖音截图

剧集化叙事带来的不单是内容形态变革，更是文化传播范式的转换。当用户为追更剧情持续关注时，非遗技艺的展示频次、认知深度与情感黏着便自然融入观看仪式之中。这种“叙事包裹非遗”的传播策略，在平台算法推荐机制下形成独特的内容进化路径，这或许预示着非遗传播正在进入故事链驱动的新纪元。

6 新媒体语境下非物质文化遗产的传播策略

6.1 鼓励多元力量共同发力

非物质文化遗产保护是以政府引领主导、多元社会主体协同参与的事业。^①在数字化语境下,相关政府部门需持续强化统筹职能,系统构建以非遗传承人为主,专业学术机构、新媒体平台以及文化内容创作者为辅的协作机制。通过优化非遗项目的系统化传承与创新发​​展路径,有效提升传统文化在当代社会的可见度,进而增进社会公众对非遗内涵的理解与价值认同。

6.1.1 政策引领,筑牢“非遗”短视频传播根基

近年来,中央至地方各级文化行政机构相继制定并实施了聚焦传统工艺振兴、戏曲传承发展等领域的专项政策,通过设立传统工艺工作站、非遗工坊,开展中国非遗传承人群研修培训计划^②等具体措施,在提升非遗项目传承保护效能的同时,更促进了文化生态维护与产业价值实现。非物质文化遗产短视频的有效传播需要强化政府主导效能,通过制定系统性、专项性的振兴方案为短视频平台传统文化传播格局确立战略导向。

首先是推进非遗短视频专项立法。明确非遗传播边界与规范,对恶意篡改、冒用非遗项目以获取商业利益的不当行为实施法律追责,肃清短视频平台非遗传播乱象。例如,参考国家文物局联合网信办开展的盗墓类短视频专项整治行动经验,将非遗短视频纳入文化安全监管体系,重点打击虚假宣传、侵权使用及价值歪曲的非遗短视频传播行为。其次是引导短视频平台构建责任共担与价值引导体系。推动各短视频平台联合建立非遗内容生态治理共同体,通过嵌入客观真实的视频价值评估模型,优化流量分配逻辑。一是设立非遗项目专项流量池,针对传统医药等体量较小、濒临失传的弱势项目给予流量倾斜;二是实施非遗“白名单”,优先推荐制作精良的短视频;三是建立用户举报响应机制,对违规内容实施分级处罚。例如,广电总局在微短剧规范管理中推行的“创作计划+分级审核”模式,可移植至非遗领域,以微短剧为载体引导非遗短视频内容、形式双升级。以缓解当下非遗短视频内容同质化的现象,营造全面、多样的非遗短视频宣传生态。最

① 林加.传播与传承:非物质文化遗产短视频的创新发​​展路径[J].中国编辑,2023,(05):101.

② 中华人民共和国文化和旅游部.文化部非物质文化遗产司、中国非物质文化遗产保护中心关于开展中国非物质文化遗产传承人群研修培训计划试点工作的通知[EB/OL].(2015-07-24)[2024-12-29]htmlhttps://www.mct.gov.cn/preview/special/7344/7345/201507/t20150724_457028.html

后是推进非遗数字化保护与创新传播协同共进。在国家文化数字化战略框架下,建立非遗影像化基因库,运用数字建模、动态捕捉等技术对非遗项目进行数字化存档,保护非遗项目多样性的同时为文化创作提供权威素材。此外,更要推动游戏、动画制作等技术产业与非遗的深度融合,鼓励地方非遗特色“走出去”,促进产业融合创新发展。

6.1.2 专业赋能,构建“非遗”传播协同网络

非物质文化遗产的协同传播机制建构需整合多元主体资源,实施“专业智囊+内容创作者”联合培养计划,形成非遗数字化传播的协同创新网络。非遗传承人在短视频创作中虽具备文化阐释深度,却普遍面临新媒体传播语境的适应性困境,其作品往往因叙事方式与平台算法逻辑失配导致传播效能受限。反观网络意见领袖与短视频平台运营商,虽深谙流量生成机制,却易陷入文化符号浅层挪用与碎片化传播的窠臼,以致过度聚焦于打造视觉奇观而忽视了传统文化的本真性传递,致使受众产生认知偏差。

为此,亟需构建专业人士跨界协作机制,遴选非遗代表性项目传承人与头部数字内容创作者组建联合创作团队,设立非遗新媒体创新实验室,通过知识互补实现文化本真性与传播有效性平衡。在此协同框架下,传承人可习得数字叙事技巧,数字创作者则深化非遗认知体系,共同生产出兼具文化深度与传播效能的文化作品。这种知识再生产过程不仅能优化非遗短视频的内容生态,更能构建公众认知从表层符号消费向文化价值认同的转化路径,最终形成文化传承与传播创新的良性互构关系。与此同时,可利用已有非遗研修培训平台,建立起专业性较强的非遗科普团队,为短视频平台中的文化内容创作者提供系统性指导。例如,以中国非遗传承人群研修培训计划为基础,组建非遗智囊团,整合传统文化创作者、文化学者、传播专家三方力量,构建“非遗符号解码-数字叙事转换-传播策略适配”的三级指导体系,重点培养优质内容创作者的文化阐释能力与媒介伦理知识。

6.1.3 传承人在场,培养“非遗”传播人才队伍

就非遗项目的传承与发展路径来看,具有群体性^①特点。非遗在个体之间的传承最早多表现为师徒传授制,随着民族文化的不断融合与发展,这一过程逐渐转向更多群体,民族间的文化逐渐被大众熟知且认同,伴随这一现象的出现,非遗传承的群体得以扩展。非遗传承人是非物质文化遗产得以延续发展的基础,因此,应充分发挥非遗传承人的领头作用,以点带面,促进非遗传承生态向好发展。

首先是鼓励非遗传承人进驻短视频平台。对于短视频平台而言,应当着力完善非遗传承人认证体系,为已获得资格的传承人开通绿色入驻通道,并为其提供

^① 周波.从“身份认同”到“文化认同”——论“非遗”代表性传承人制度设计的新面向[J].文化遗产,2022,(02):20.

专属的平台运营指导服务；而非遗传承人应当利用好短视频平台，创新非遗表现形式，突破传统传播桎梏。其次是打造非遗趣缘群体交流孵化平台。依托抖音、快手、B站等平台开发非遗群体传播专属模块，打造传承人与趣缘群体网络交流空间。一是设立非遗传承社区虚拟空间，为非遗项目配置数字工坊，支持多地传承人同步开展技艺直播教学；二是开发非遗内容创作工具包，内置纹样数据库、传统曲牌音源库等开源素材，降低群体参与门槛。以南京云锦为例，可组织传承人、纺织专业学生、汉服爱好者组成跨地域创作群，通过短视频接力形式完成从养蚕缂丝到织造纹样的全程记录，形成UGC、PGC协同生产模式。最后是遴选具有数字传播潜力的代表性传承人作为核心节点，通过一带多的师徒制培育模式形成垂直领域传播矩阵，实现从个体技艺展示向群体知识共享的范式转换。

6.2 强化体验经济下的价值衍生与文化“出圈”

在文化实践中，线性传播、被动接受逐渐被以多向交互为特征的“参与式文化”范式所取代。这一转变在短视频平台表现得尤为显著，受众对影像文本的解读方式呈现多元化特征，其信息接收行为展现出显著的认知主体性与选择能动性，标志着传播权力结构从中心化向分布式网络的深刻变革^①。因此非遗短视频若想“出圈”，更应关注文化内核，通过内容的差异化、形式的多样化以及视频的交互性实现体验经济下非物质文化遗产的价值衍生。

6.2.1 深化“非遗”精准化定制，建构差异化文化标识

得益于互联网技术的快速发展，平台经济正成为当下经济模式的主流。短视频平台的电商模式通过算法技术构建的即时消费场景，已对以淘宝、京东等为代表的传统电商平台造成了显著的竞争压力，在一定程度上引发了零售业态的结构性重构。^②对于非遗来说，手工艺品的销售也是短视频传播聚力的一环。随着用户需求多元化发展，市场的消费分层趋势持续深化，商家为了应对这一趋势，纷纷推出价格战、定制化的销售策略，“只怕你不看，不怕你不买”已然成为直播带货主播刻在心底的箴言。非遗想要在短视频平台实现更好的传播效益，也应抓住这一机遇。

一方面是破除传统技艺窠臼，寻找传统文化与当下新事物的链接点。非遗是根植于人民的文化，与人的实践活动密不可分。倘若只顾讲述过去、忽视当下，便会加深传统文化与观众的距离感，进而导致非遗传承面临梗阻。因此无论是非

^① 曾一果,李蓓蕾.破壁:媒体融合下视频节目的“文化出圈”——以河南卫视《唐宫夜宴》系列节目为例[J].新闻与写作,2021,(06):33.

^② 林磊,阮亦南.“平台化”的生产与消费:短视频作为一种“情动”媒介[J].现代传播(中国传媒大学学报),2024,46(03):148.

传承人还是传统文化创作者更应以开放包容的态度吸收新生事物，在自身作品原有立意的基础之上引入时兴符号。例如，@腾冲永周皮影将皮影戏表演中的传统艺术与当下广为人知的小猪佩奇、美羊羊以及光头强等动画角色相结合（详见图 6-1），在讲述经典的同时辅以现实视角的关照，新潮的表演既保留传统文化，又紧密结合了时代语境，为非遗的念旧逐新之路提供了参照。



图 6-1 腾冲永周皮影：古老艺术与现代元素紧密结合

图片来源：抖音截图

另一方面是关注受众个性需求，着力打造非遗差异性标识。内容创作者应当充分利用抖音平台的算法机制，如依托后台可查询的粉丝构成、单条视频完播率等作品质量的参考数据，对内容进行优化。同时与观众进行紧密互动，及时了解受众对于视频内容或是商品的意见和需求，并发挥用户导向策略在内容产出中的指导作用，如客户定制的非遗文创（参见图 6-2）。



图 6-2 皮雕、泥塑定制化文创产品

图片来源：抖音截图

6.2.2 创新“非遗”表达形式，讲好中国故事

数字媒介技术的革新为传统文化的当代转化提供了技术支撑，构建起文化创新性表征的视觉体系，更通过沉浸式、交互式设计增强了青年群体对传统文化的认识参与深度与接触黏性。^①就非遗短视频的创造性转化而言，应立足当代语境，以深入挖掘非遗价值内核为根基，并在此基础上融入数字化技术、年轻化叙事等创新元素，打破孕育非遗的时空壁垒。这不仅需要文化创作者极力规避非遗本真性与技术的不兼容，又要实现传统美学与当代审美的有机结合，以实现非遗的活态传承与可持续发展。

一是依托“微短剧”的作品形式，创新非遗叙事范式。根据前文所述，当下的非遗短视频对于“剧集类”的作品形式情有独钟，但却未能很好地结合剧集的特点。“第X集 | ……”的标题看似是以某一要点为合集的细致展开，实则视频上下集的内容联动不大甚至流于形式，反而显得毫无新意。对此应聚焦于非遗中的细小切口，强化主体聚焦，合理利用新型叙事手段丰满故事主题。通过角色化演绎、场景化叙事与戏剧化编排等手段构建微短剧叙事框架，能够突破以往照稿念词的单调叙事。例如，由腾讯视频出品的《瓦舍三部曲》系列微短剧（详见图 6-3），以傀儡戏、相扑、古彩戏法作为剧情核心，聚焦宋代的瓦舍文化，通过故事化的叙事实现了非遗与艺术审美的相互渗透。此类创作虽需较高专业投入，但能有效提升作品的思想深度与艺术价值，经由电影级视听语言打造沉浸式体验，最终达成文化传播与受众接受的有效共振。



图 6-3 《瓦舍三部曲》宣传海报

图片来源：网络

^① 曾一果,李蓓蕾.破壁:媒体融合下视频节目的“文化出圈”——以河南卫视《唐宫夜宴》系列节目为例[J].新闻与写作,2021,(06):32.

二是赓续中华美学基因，重构视听修辞体系。优质作品的核心竞争力往往源于对东方审美范式的精准把控——在影像构图、声效设计、特效合成及蒙太奇组接等环节注入匠心，方能构建差异化传播势能。例如，国风创作者@-土豆-，她的作品通过高饱和色调运用、考究的传统服饰复刻、夸张的妆容点缀以及行云流水的运镜调度打造起独具有杂志质感的视觉画面（详见图 6-4）；同时创新性耦合民乐情绪渲染与数字化换装特效，形成多模态感官冲击。这种创作实践既契合“国潮”审美迭代的内在逻辑，更通过与文化自信建设同频共振，推动传统美学实现创造性转化。创作者需深度把握从技艺呈现到精神传达的升维路径，在技术赋权与人文内核的辩证统一中完成中华美学的当代转译。



图 6-4 非遗美学类变装短视频

图片来源：抖音截图

6.2.3 强化短视频社交属性，促进用户参与文化实践

在短视频平台的媒介实践中，非遗的传播正经历着“去神圣化”的媒介重构。基于具身传播理论，海量非遗体验视频（详见图 6-5）的涌现印证了“身体介入式传播”的有效性——用户通过镜头语言对非遗技艺进行视觉化转译时，并非停留于符号表层的机械展示，而是通过第一视角拍摄、手势特写聚焦等视听修辞，建构起具身化的感官共振场域。这种传播范式打破了传统文化传播中凝视与被凝视的二元区隔，使受众在虚拟在场中实现触觉延展与动作共情，形成从技艺认知到文化认同的具身化转向。平台生态中非遗类体验视频的流行，本质上是媒介化社会里文化实践从机构叙事向身体叙事的范式迁移，即文化意义的生成须依托具体可感的身体经验。



图 6-5 以“非遗体验”为关键词搜索出来的系列抖音短视频

图片来源：抖音截图

一是构建社交文化传播场景，激活用户文化生产动能。短视频平台可通过技术赋权将用户从文化消费者转化为协同生产者。通过提供非遗元素贴纸、AI 换脸、互动滤镜等轻量化创作工具，降低创作者技术门槛，引导用户对非遗符号进行二次创作；另一方面可开展全民性的非遗共创计划，联合传承人与专业团队开发标准化素材库，如非遗技艺分解动作模板、传统纹样数字资产包等，供用户自由组合重构。同时需强化社交激励机制，设立非遗传播积分激励机制，例如，以用户的点赞、评论及创作等行为为参考、并量化为文化贡献值，用户可根据已有贡献值自主兑换公益性的非遗体验课程或文创产品。

二是搭建多维互动社区，深化文化实践参与层级。平台应突破单向传播窠臼，构建线上、线下相连接的闭环生态。在线上创建数字化非遗记忆地图，用户可依托短视频平台上传地域性非遗见闻并生成个性化文化足迹。线下则需强化实体空间与数字社群的联动，依托 LBS (基于位置服务) 等定位技术发起非遗守护任务，引导用户在实地探访中完成 AR 寻宝、技艺体验等活动并同步至社交平台；同时可开展“非遗体验官”宣传大使活动，随机挑选趣缘用户参与传承人工作坊，产出深度纪实内容反哺线上传播。

6.3 构建短视频平台内容矩阵以争夺用户注意力

在数字化生态中，曼纽尔·卡斯特 (Manuel Castells) 的“网络社会”理论所揭示的多中心特征日益凸显，任何人均能成为节点实现连接并构成传播单元进行互动分享。^①短视频平台是整合视听实现内容广泛传播的重要渠道，这对于非物质文化遗产的传承与传播都是极其有益的。通过打磨内容共通性、打造传统文化生态圈以及优化平台分发算法，能够使传受双方建立起平等互助的对话关系。

^① 国秋华,孟巧丽.抖音的互动仪式链与价值创造[J].中国编辑,2018,(09):73.

6.3.1 以文化共通性为抓手打磨内容，加强视频互文性

与内容相适配的传播形式在一定程度上能够克服文化沟通障碍，促进文化信息抵达目标受众，^①但最终对视频质量起决定作用的仍然是内容。因此，对于短视频平台中的传统文化创作者而言，更应将创作的重心放在整体的核心架构上。

一方面是挖掘具有普遍文化认同的文化体系。以傩戏为例，原是指驱瘟避疫、祈祷安庆的娱神舞蹈，但许多初次接触的观众会误认为是封建迷信的怪力乱神，更有甚者对这项非遗项目存在的合理性发出了质疑。这是因为大部分创作只是停留在怪诞美学中抓人眼球的视觉冲击，而忽视了对傩戏文化的解读。因此内容创作者在选取较为抽象的文化内容时，应当着力于挖掘非遗文化与观众的共通性，而非把视觉效果排在第一位。例如，创作者可以以春节等节庆时空节点为话题，唤醒人们对于春节的集体记忆；通过提炼妈祖信俗非遗项目中的普世情感，与当下价值观中的友善、互助相契合。

另一方面是强化视频文本互文性，构建跨媒介叙事网络。传播渠道有很多，但每个平台的内容生态和传播机制不尽相同。小红书的女性用户占绝大多数，在内容上有精细化、小众化的倾向；快手的草根用户较多，普适性、娱乐性的内容会比严肃性的内容更有市场；B站里的内容专业、垂直特征明显……复杂的生态就会产生不同平台对于内容的准入限制。因此，非遗短视频应当打破单一文本局限，从自身特点即“文化深度”上下功夫。

6.3.2 打造话题生态圈，构建立体“非遗”图谱

一是以传统文化为核心，生产系列性非遗产品。抖音等短视频社交平台虽构建起即时传播网络，但其碎片化的内容输出机制与传统文化系统性传播存在本质性矛盾，即单点式短视频难以支撑非遗知识图谱的立体建构。这要求内容生产者应当回归非遗的生存语境、追根溯源，充分吸收传统文化精华，并用于指导生产实践。首先是针对书法、工艺等单元文化符号，可运用蒙太奇手法组合文化的细小切片实现微观叙事，通过视角解构（如工匠第一视角）与技术赋能下的符号创作（如动画技术在非遗的应用，参见图 6-6）在有限时长内建构文化认知锚点。其次是对典籍、戏曲等复合型文化系统，需构建连续性 IP 矩阵，借鉴影视叙事学中的“故事世界”理论，通过角色弧光设计等手法，在系列化短视频间铺设认知线索，引导用户通过模块化学习完成文化图式拼合。最后是实现从流量聚合到文化社群的进阶，依托符号聚合理论构建趣缘社群，通过知识付费、线上工坊等场景化服务，将浅层观看者转化为深度文化实践者。这种三位一体的资源开发路径，既能突破短视频媒介特性限制，又能在认知维度重构传统文化的传播效能。

^① 高昊,盛颖.短视频“出海”:中国城市形象的国际社交媒体传播[J].中国电视,2025,(01):90.



图 6-6 动画技术在非遗短视频中的应用

图片来源：抖音截图

二是发挥抖音“话题标签”对同质内容立体建构。随着社会化媒体生态的迭代演进，公众对信息的获取与传播途径发生了巨大的转变。^①网络平台的部分话语权让渡给普通用户，使得以趣缘为核心的内容建构借助标签有序展开^②。“话题标签”通过内容分类和组织可以实现对非物质文化遗产短视频的二次建构与传播。用户、媒体以及商家等借助社交媒体账号进行信息编辑与发布，是内容在社交平台的初次分发；标签对社交平台繁杂多样的信息进行类别和属性上的划分，实现对初次分发信息的组织和整理，同时对经验主题进行标记。传统文化创作者更应利用其相关话题标签，借助平台的算法机制吸引更多圈层用户以实现视频内容的广泛性、高效性传播。

三是构建分布式文化传播网络，激活群体智慧势能。“两微一抖”构建了一个多模态传播社区，趣缘社群在这些平台自主聚合，渐渐形成了跨文化圈层的数字化公共领域。传统文化创作者应当充分利用这一特征，积极布局各个社交平台，形成非遗内容矩阵。例如，非遗传承人可借助直播平台构建技艺演示主阵地，同步将核心内容拆解为图文或视频发布在抖音、小红书等平台，以驱动非遗元素在跨平台流动中产生紧密联动。

6.3.3 优化平台分发算法，扩大“非遗”辐射范围

短视频平台的流量分配机制需在“把关人理论”与“长尾理论”间寻求价值平衡。中心化流量分配机制易触发马太效应，致使传播权力向头部账号高度集中，

^① 张梦雅.艺术传播的时代变迁与社会价值挖掘——评《传播艺术与艺术传播:探索与重建》[J].传媒,2017,(19):97-98.

^② 郭婧一,喻国明.话题标签:社交平台信息连接与认知争夺的关键节点[J/OL].学术探索,3[2025-01-05].

形成文化传播的阶层固化困境。完全去中心化的内容流通体系虽激活了长尾文化生产力，但消解了专业把关机制，诱发劣币驱逐良币的生态失衡风险。对此应通过中心化机制实施非遗短视频价值评估，依托算法加权保障优质内容能见度；同步保留去中心化节点激活长尾创新，形成文化多样性与传播品质的动态平衡。这种复合型传播权力结构既规避了文化传播的“寡头”垄断，又防止了内容生态的泛娱乐化滑坡，最终实现布尔迪厄场域理论中文化资本与社会资本的良性互构。

算法技术推动着媒介对用户信息的全面捕捉，算法通过用户的点击、输入反馈精准描绘用户画像并不断修正内容的分发，用户留下的数字痕迹越多，越能促进算法的自我修正。依赖这些数字痕迹，平台能够独立识别用户的喜好、并为用户量身定制分发内容。^①对此，平台一方面可以对用户画像进行模糊化处理，撕掉用户“标签”，避免算法机制对于用户内容选择权的过度干预，以给予用户更大的自主权，使之不再困在算法的精密计算之中；另一方面平台应加强对作品的分类归置，为作品建立精准档案，并综合作品的各项指标（主题、形式等）进行存档，盘活优秀尾部视频资源。例如，对喜爱手作类视频的用户可以推送非遗手工艺视频，这类作品之间存在着一定的共性。

① 段鹏.社群、场景、情感：短视频平台中的群体参与和电商发展[J].新闻大学,2022,(01):93.

结 语

以短视频平台为代表的新兴媒介形态，通过内容聚合与资源整合能力，构建起非遗传播的新型生态系统。平台特有的轻量化内容生产机制与实时互动反馈功能，能有效扩大非遗传播的辐射面积。本文基于传播的仪式观等传播学理论，通过内容分析法和参与式观察法，以抖音平台中的非物质文化遗产短视频为研究对象，对其的传播现状、传播特征和叙事策略进行研究。这样不仅可以揭示非遗在抖音平台的内容和传播特征，而且能够为非遗的短视频传播提供有益的研究支持。与此同时，短视频平台的算法推荐机制进一步优化了传播效能，其基于兴趣图谱的内容分发模式，将非遗内容精准触达目标受众，在扩大传播覆盖面的同时增强了文化共鸣。这种技术与文化的深度融合，既保留了非遗的核心基因，又通过现代传播手段激活其时代价值，为非物质文化遗产的可持续传承提供创新路径。

新媒体融合创新是非遗传播的必由之路，唯有通过技术赋能激活内生动力，才能实现传统文化的创造性转化、创新性发展。同时也期待有更多学者投入这一领域进行理论探索，构建符合数字传播规律的非遗传承理论框架，为实践创新提供智力支撑

最后，本研究还存在一定的局限性：

未对非遗短视频传播的潜在风险进行系统反思。一是研究主要聚焦短视频平台的传播策略优化，致力于提升非遗内容的曝光度与用户参与度，但未深入探讨技术赋能传播可能带来的文化解构效应。例如在戏曲类内容传播中，二次创作对表演的改编可能导致艺术本体失真。二是研究过度强调传播效能提升而忽视文化保护维度。未来需构建双向度分析模型，既要关注传播策略的有效性，也要评估技术介入对非遗整体性的影响。

本研究的样本选取对象和方式仍有待完善。一是存在部分内容优质但不位于所选话题下的非遗短视频，未来可以考虑增加其他具有典型性的样本；二是仅以点赞量作为短视频的筛选标准有待商榷，可以考虑综合点赞、转发、评论和收藏数量四项指标，进行权重分配，更加精准地衡量短视频传播效果，从而筛选出更有代表性的样本，总结非遗短视频的传播策略。

参考文献

(一) 著作

- [1] Benjamin W. The work of art in the mechanical age of reproduction[M]. London:Penguin Books Ltd,2008.
- [2] Kalay Y,Kvan T,Affleck J. New heritage:New media and cultur-al heritage[M]. London:R outledge,2007.
- [3] [匈]贝拉·巴拉兹.电影美学[M].何力译.北京:中国电影出版社,1979.
- [4] 龙迪勇.空间叙事学[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2015.
- [5] 中国电影家协会电影史研究部编.中华人民共和国电影事业三十五年 1949-1984[M].北京:中国电影出版社, 1985.
- [6] 张江华、李德君、陈景源等.影视人类学概论[M].社会科学文献出版社,2000.
- [7] 王华.民族影像与国家形象塑造——中国少数民族题材纪录片研究[M].上海:复旦大学出版社, 2018.
- [8] 孙承健.情绪:影像表意的魅力与体验[M].中国电影出版社, 2010.
- [9] 陆绍阳.视听语言[M].北京大学出版社, 2009.
- [10] [法]阿芒·马特拉.世界传播与文化霸权:思想与战略的历史[M].陈卫星译.北京:中央编译出版社, 2005.
- [11] 周翔.传播学内容分析研究与应用[M].重庆大学出版社:2014.
- [12] Monaco, J. (1977). How to read a film: The art technology, language, history and theory of film and media. New York: Oxford University Press.
- [13] Green, M. (1969). Television news: Anatomy and process. Belmont, CA: Wadsworth.
- [14] Zettl, H. (1999). Sight, sound, motion: Applied media aesthetic. Belmont, CA: Wadsworth.
- [15] [法]巴赞.电影是什么[M].崔君衍译.北京:文化艺术出版社, 2008.
- [16] 赵毅衡.符号学:原理与推演(修订本)[M].南京大学出版社,2016.
- [17] [英]弗雷德里克·C·巴特莱特.记忆:一个实验的与社会的心理学研究[M].黎炜译.杭州:浙江教育出版社,1998.
- [18] [美]C·恩伯,M·恩伯.文化的变异——现代文化人类学通论[M].杜杉杉译.沈阳:辽宁人民出版社,1988.
- [19] [法]梅洛-庞蒂.梅洛-庞蒂文集第2卷:知觉现象学[M].杨大春,张尧均译.北京:商务印书馆,2021.
- [20] [英]雷蒙·威廉斯.文化与社会[M].高晓玲译.长春:吉林出版集团有限责任公司,2011.

(二) 学术期刊

- [1] 潘祥辉.“无名者”的出场:短视频媒介的历史社会学考察[J].国际新闻界,2020,42(6):40-54.
- [2] 田维钢,但涵.集体记忆视域下纪录片乡土情怀的呈现与重塑[J].当代传播,2021,(06):110-112.
- [3] 梁广寒.从作坊师承到校园教授:当代中国传统艺术传承方式的变迁[J].民族艺术,2008,(03):25-28+18.
- [4] 王隽.非物质文化遗产与媒体传播:二维耦合和发展路径[J].现代传播,2014,36(06):12-14.
- [5] 戚永哲.大众传播在非物质文化遗产保护与传承中的积极作用[J].鞍山师范学院学报,2010,12(03):106-108.
- [6] 陈倩.浅析非物质文化遗产的传媒化[J].新闻爱好者,2012(6):66-71.
- [7] 王犹建.网络时代数字化语境下的非物质文化遗产传播[J].新闻爱好者,2012(04):23-25.
- [8] 韦干鹏,范莎莎.论非物质民俗文化遗产的媒体传播策略[J].西安石油大学学报(社会科学版),2013(05):32-35.
- [9] 孟志军.影像复制时代下的非物质文化遗产[J].新闻知识,2015(12):13-14.
- [10] 张武桥,黄永林.移动互联时代的非物质文化遗产对外传播研究[J].广西民族研究,2015,(5):12-16.
- [11] 孙永琪.非物质文化遗产在融媒体时代下的传播特点[J].传媒论坛,2018(2):23-27.
- [12] 王德胜.非物质文化遗产的多元化传播策略[J].新闻爱好者,2018(08):36-38.
- [13] 黄永林,余欢.智能媒体技术在非遗传播中的运用[J].华中师范大学学报(人文社会科学版),2019,58(06):122-129.
- [14] 鲍扬,王文.“非遗”的“抖音”现状解析与路径优化[J].电影评介,2019(14):110-112.
- [15] 吉琳玄.新媒体时代非物质文化遗产的传播与传承[J].民族艺术研究,2020,33(04):22-25.
- [16] 王颖吉,郭瑞琦.场域与创生:非物质文化遗产短视频的转化创新路径探索[J].新闻与写作,2024(02):35-44.
- [17] Karp C. Digital heritage in digital museums[J]. Museum International,2004.
- [18] Crawhall N. A protection and management oriented intangible culture heritage MIS architecture and its prototype application[J]. Journal of Cultural Heritage,2008.
- [19] Janice Affleck & Thomas Kvan. A Virtual Community as the Context for Discursive Interpretation: A Role in Cultural Heritage Engagement[J]. International Journal of Heritage Studies,2008.

- [20] Federico Lenzerini.Intangible Cultural Heritage: The Living Culture of Peoples[J].European Journal of International Law,2011.
- [21] Selmanovic, E; Rizvic, S; Harvey, C ; Boskovic, D ; Hulusic, V; Chahin, M ; Sljivo, S .Improving Accessibility to Intangible Cultural Heritage Preservation using Virtual Reality[J].Acm Journal on Computing and Cultural Heritage,2020.
- [22] 王长潇,刘瑞一.网络短视频的走红机理及其双面效应[J].当代传播,2019,(03):51-55.
- [23] Cheng X,Liu J,Dale C.Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing:A YouTube-Based Measurement Study[J].IEEE Transactions on Multimedia,2013,15(5):1184-1194.
- [24] 王晓红,包圆圆,吕强.移动短视频的发展现状及趋势观察[J].中国编辑,2015(03):7-12.
- [25] 唐绪军,黄楚新,王丹.中国新媒体发展迎智能化视频化新阶段[J].中国报业,2017(13):35-37.
- [26] 彭兰.短视频: 视频生产力的“转基因”与再培育[J].新闻界,2019(01):34-43.
- [27] 许竹.移动短视频的传播结构、特征与价值[J].新闻爱好者,2019(12):30-32.
- [28] 黄楚新,吴梦瑶.中国移动短视频发展现状及趋势[J].出版发行研究,2020(07):65-70+64.
- [29] 宁海林.“中华优秀传统文化+短视频”整合传播研究[J].现代传播,2018,40(06):135-138.
- [30] 潘宇,刘胜枝.新闻短视频发展现状、问题及趋势[J].中国编辑,2018(07): 82-85.
- [31] 郭萍.政务短视频传播策略探析——以“中国消防”抖音号为例[J].传媒,2019(24):54-55.
- [32] 王海燕.图书馆短视频发展现状、问题与对策分析——以抖音平台为例[J].图书馆工作与研究,2020(05):76-80.
- [33] Nan Li,Jinying Yan,Fei Wu.Research on the Current Situation and Development Strategy of Health Communication in a Short Tiktok Video:The "Dingxiang Doctor" [J].Scientific and Social Research, 2021,3(3).
- [34] 叶勇,吴懿君.短视频助力地方文旅宣传的特征、效应与策略——基于文旅局长“出圈”短视频分析[J].中国广播电视学刊,2023,(10):129-133.
- [35] 卫夏雯,祝叶华,韩晓宁,等.我国科普期刊微信视频号传播能力与策略研究[J].中国科技期刊研究,2024,35(02):143-152.
- [36] 何天平,蒋贤成.以短视频为媒: 提升中华优秀传统文化国际传播效能的实践进路[J].中国编辑,2024,(11):72-80.
- [37] 刘冰,徐鑫餐.受众短视频消费行为及习惯调查[J].青年记者,2016(31):27-28.
- [38] 戴德宝,顾晓慧.用户参与行为、感知价值与忠诚度: 基于移动短视频社交应用的分析[J].消费经济.2017.33(02):58-65.

- [39] 杨凤娇,孙雨婷.主流媒体抖音号短视频用户参与度研究——基于《人民日报》抖音号的实证分析[J].现代传播,2019,41(05):42-46.
- [40] 王影,黄利瑶.移动短视频感知价值对消费者购买意愿影响研究——基于用户参与和态度的中介效应[J].经济与管理,2019,33(05):68-74.
- [41] 张星,吴优,刘汕.移动短视频用户浏览和创造行为的影响因素分析[J].图书情报工作,2019,63(06):103-115.
- [42] Gibbs, Colin.2007.Short-form may be long-tail for mobile video[J].RCR WirelessNews,26:12-13.
- [43] Michi Gupta. Use Short Videos to Engage Generation Z[J].Nonprofit Communications Report,2019,17(3):3.
- [44] Ren Jifan, Yang Jialiang,Zhu Mengyang et al.Relationship between consumer participation behaviors and consumer stickiness on mobile short video social platform under the development of ICT:based on value co-creation theory perspective[J].Information Technology for Development,2021,27(4):697-717.
- [45] 惠恭健.世博影像传播的种类与实现途径初探——传播视野中的非物质文化遗产保护与传承[J].河南社会科学,2010,18(05):62-66.
- [46] 杨国兴.影像参与非物质文化遗产传承保护的作用及方式[J].民族艺术研究,2015,28(03):99-103.
- [47] 王璘.非物质文化遗产影像的运用与思考[J].文物鉴定与鉴赏,2021(24):164-167.
- [48] 毕秋灵.基于短视频平台的非物质文化遗产传播[J].文化产业,2018(08):18-21.
- [49] 潘晓冲.MCN 模式下抖音短视频的非遗文化传播研究[J].今古文创,2020;54-57.
- [50] 隆颖.短视频视域下非遗传播创新价值与进路[J].泉州师范学院学报,2021,39(03):77-84.
- [51] 常李楠.抖音短视频算法设计赋能非遗传播的路径研究[J].艺术与设计(理论),2022,2(01):80-82.
- [52] 齐彬.“非遗”短视频传播策略及其文化审视[J].新闻战线,2020(4):22-26.
- [53] 汪雪.短视频生态下的非遗传播与活化研究[J].新闻世界,2021(2):45-48.
- [54] 彭慧,秦枫.互动仪式链视角下非遗短视频用户互动研究——以抖音“非遗合伙人”为例[J].未来传播,2021(4):23-27.
- [55] 杜鹃,方嘉莉.敦煌文化在短视频平台传播的路径探析[J].中国博物馆,2022,(05):77-81.
- [56] 薛可,倪炜伦.非遗短视频对青少年文化自信的影响机制[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2024,44(02):56-63+183-184.

- [57] 孙瑜,李晓荣.5G时代“西安鼓乐”文旅融合路径探析[J].作家天地,2020,(13):155-156.
- [58] 梁文锐,李秋园.基于短视频探析非遗产业化经济发展[J].新闻研究导刊,2021,12(10):24-26.
- [59] 蒋建华,张涵.非遗短视频对中华民族共同体意识的积极传播[J].民族学刊,2023,14(08):13-20+157.
- [60] 陈敏南.“非遗”题材纪录影片的叙事策略[J].当代电影,2012,(05):149-152.
- [61] 马知遥,刘旭旭.中国非遗著作研究述评[J].贵州大学学报(艺术版),2018,32(04):71-78+107.
- [62] 王海洲,吕培铭.“形象迭用”与中国电影的表意观念[J].现代传播(中国传媒大学学报),2023,45(10):78-85.
- [63] 罗艺军.中国电影理论研究——20世纪回眸[J].文艺研究,1999,(03):200-206.
- [64] 杨阳.新媒体时代非物质文化遗产类纪录片的传播研究[J].湖北民族学院学报(哲学社会科学版),2016,34(02):153-157.
- [65] 肖平.“破解与记忆”:《中国记忆》大型电视直播节目的构成和影响方式[J].中国电视,2008,(03):48-52.
- [66] 张国华.央视大型直播特别节目《中国记忆》研讨会综述[J].现代传播-中国传媒大学学报,2009(04):127-129.
- [67] 宋菲.纪录片《非遗里的中国》文化空间建构探赜[J].新闻世界,2024,(07):84-87.
- [68] 刘修敏.“非遗”题材电影传播力与教育力研究[J].当代电影,2012,(05):155-157.
- [69] 冯黎明.审美现代性与艺术自律论[J].浙江社会科学,2015,(02):107-112+159.
- [70] 汤金羽,朱学芳.数字非遗传承中严肃游戏项目开发与应用探讨[J].图书情报工作,2020(10):35-45.
- [71] 李闯.文化唯物主义视角下文化、技术与产业的共生演进——以《黑神话:悟空》为案例[J].北京工业大学学报(社会科学版),2024,24(06):83-95.
- [72] 林升栋,李悦.《西游记》的分身——论《黑神话:悟空》的文化自信与国际传播[J].暨南学报(哲学社会科学版),2024,46(11):16-28.
- [73] 李轩.数字游戏赋能中华优秀传统文化“两创”的实践探索——以《黑神话:悟空》为例[J/OL].重庆邮电大学学报(社会科学版),1-12[2024-12-21].
- [74] 刘丹凌,陶一晨.短视频的围困:“视觉内爆”与观看异化[J].现代传播(中国传媒大学学报),2024,46(01):104-112.
- [75] 王峰.融媒体视域下非遗工艺的影像呈现与演变[J].电影评介,2024,(17):98-104.

- [76] 严三九, 刘峰.5G 背景下短视频内容生态重构探析[J].中国编辑, 2020(6).
- [77] 王宇, 郭涵钰.变革与重塑:5G 时代视听传播的内容生产[J].编辑之友, 2020(8).
- [78] 江凌, 严雯嘉.以文化展演践行少数民族青年文化自觉——以凉山“悬崖村”彝族青年手机直播及短视频为例[J].传媒, 2020(1).
- [79] 苏畅.“外环境”与“链接键”: 5G 时代非遗短视频传播之思——以彝族非物质文化遗产为例[J].北方民族大学学报,2021,(03):57-63.
- [80] 宋俊华.关于非物质文化遗产数字化保护的几点思考[J].文化遗产,2015,(02):1-8+157.
- [81] 解梦伟,侯小锋.非物质文化遗产数字化传播的反思[J].民族艺术研究,2021,34(06):139-145.
- [82] 王永友,潘昱州.文化自信视域下传统文化重构的“三重”困境[J].南京社会科学,2017,(07):142-149+156.
- [83] 赖守亮.数字化手段在非物质文化遗产保护中应用的多维度思辨[J].设计艺术研究,2014,4(01):35-39.
- [84] 王明月.非物质文化遗产保护的数字化风险与路径反思[J].文化遗产,2015,(03):32-40.
- [85] 梁一帆.智能化推荐在抖音短视频中的应用研究[J].传媒,2023,(05):58-61.
- [86] 方婧,陆伟.微信公众号信息传播热度的影响因素实证研究[J].情报杂志,2016,35(02):157-162.
- [87] 贾文龙.长三角地区“双一流”高校图书馆微信传播效果实证研究——基于头条信息标题的文本分析[J].图书馆工作与研究,2019,(02):121-128.
- [88] 张波.新闻报道标签化当止[J].青年记者,2012,(28):42-43.
- [89] 陈强,张杨一,马晓悦,等.政务 B 站号信息传播效果影响因素与实证研究[J].图书情报工作,2020,64(22):126-134.
- [90] 郭晓姝.企业微博信息传播影响因素的实证研究[J].管理现代化,2015,35(02):93-95.
- [91] 刘晓娟,王昊贤,肖雪,等.基于微博特征的政务微博影响因素研究[J].情报杂志,2013,32(12):35-41.
- [92] 黄楚新.我国移动短视频发展现状及趋势[J].人民论坛·学术前沿,2022,(05):91-101.
- [93] 于涓.“脱域”的“再嵌入”: 短视频平台赋权非遗传播——以抖音为例[J].电视研究,2022,(05):74-76.
- [94] 徐俊.类型化视域下短视频作品定性及其合理使用研究[J].中国出版,2021,(17):15-18.

- [95] 喻国明,张超,李珊,等.“个人被激活”的时代:互联网逻辑下传播生态的重构——关于“互联网是一种高维媒介”观点的延伸探讨[J].现代传播(中国传媒大学学报),2015,37(05):1-4.
- [96] 陶赋雯.非物质文化遗产影像传播探究[J].福建论坛(人文社会科学版),2014,(08):70-76.
- [97] 高有祥.非物质文化遗产的影像化生存[J].现代传播(中国传媒大学学报),2007,(06):14-17.
- [98] 陈锦均.人类学宗教仪式研究评述[J].民族论坛,2013,(06):87-91.
- [99] 李杰.文学经典影像传播研究的现状与突破[J].传播与版权,2014,(09):65-67.
- [100] 胡鑫,严浦高.非遗类短视频的发展现状与传播策略[J].当代电视,2024,(11):76-81.
- [101] 彭兰.智能时代的新内容革命[J].国际新闻界,2018,40(06):88-109.
- [102] 赵静蓉.文化记忆与符号叙事——从符号学的视角看记忆的真实性[J].暨南学报(哲学社会科学版),2013,35(05):85-90+163.
- [103] 吴果中,董破冰.身体重构与景观漂移:猫咪视角 vlog 的视觉反规训实践[J].传媒观察,2022,(10):90-96.
- [104] 吴志远.离散的认同:网络社会中现代认同重构的技术逻辑[J].国际新闻界,2018,40(11):112-134.
- [105] 于磊.短视频新闻的内容特征与传播创新——以第33届中国新闻奖短视频作品为例[J].传媒,2025,(02):62-64.
- [106] 邹威华.斯图亚特·霍尔的“接合理论”研究[J].当代外国文学,2012,33(01):42-49.
- [107] 林加.传播与传承:非物质文化遗产短视频的创新发展路径[J].中国编辑,2023,(05):98-103.
- [108] 周波.从“身份认同”到“文化认同”——论“非遗”代表性传承人制度设计的新面向[J].文化遗产,2022,(02):19-26.
- [109] 曾一果,李蓓蕾.破壁:媒体融合下视频节目的“文化出圈”——以河南卫视《唐宫夜宴》系列节目为例[J].新闻与写作,2021,(06):30-35.
- [110] 林磊,阮亦南.“平台化”的生产与消费:短视频作为一种“情动”媒介[J].现代传播(中国传媒大学学报),2024,46(03):148-160.
- [111] 国秋华,孟巧丽.抖音的互动仪式链与价值创造[J].中国编辑,2018,(09):70-75.
- [112] 高昊,盛颖.短视频“出海”:中国城市形象的国际社交媒体传播[J].中国电视,2025,(01):83-90.

- [113] 张梦雅. 艺术传播的时代变迁与社会价值挖掘——评《传播艺术与艺术传播:探索与重建》[J]. 传媒, 2017, (19): 97-98.
- [114] 郭婧一, 喻国明. 话题标签: 社交平台信息连接与认知争夺的关键节点[J/OL]. 学术探索, 1-13[2025-01-05].
- [115] 段鹏. 社群、场景、情感: 短视频平台中的群体参与和电商发展[J]. 新闻大学, 2022, (01): 86-95+123-124.

(三) 学位论文

- [1] 梁贵茜. 传统工艺在移动短视频传播中的话语分析[D]. 深圳大学, 2019.
- [2] 朱银霞. 非物质遗产短视频传播效果研究[D]. 南昌大学, 2020.
- [3] 葛姝. PUGC 短视频的非遗文化传播效果研究[D]. 华东理工大学, 2021.
- [4] 王晓妮. 《典籍里的中国》的文化典籍活态传播研究[D]. 山西大学, 2024.

(四) 报纸文献

- [1] 王彬. 形成有中国特色的非遗保护制度[N]. 中国文化报, 2024-06-14(001).

(五) 电子文献

- [1] 人民日报. 44 项! 中国世界非遗总数世界第一
[EB/OL]. (2024-12-04)[2024-12-15]<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1817523263315984474&wfr=spider&for=pc>
- [2] 中国演出行业协会. 2020 年文化和自然遗产日云游非遗·影像展圆满收官
[EB/OL]. [2020-6-15][2024-9-4]<https://www.ihchina.cn/Article/Index/detail?id=21140>
- [3] 中国互联网络信息中心. 第 48 次中国互联网络发展状况统计报告
[R/OL]. (2021-9-15)[2024-9-5]http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwtjbg/202109/t20210915_71543.htm.
- [4] 消费日报网. 《在抖音走红: 非遗 MCN 生态正崛起》
[EB/OL]. (2019-04-18)[2024-10-15]http://m.haiwainet.cn/middle/3543159/2019/0419/content_31540968_1.html. 2019-04-19
- [5] 中华人民共和国文化和旅游部. 文化部非物质文化遗产司、中国非物质文化遗产保护中心关于开展中国非物质文化遗产传承人群研修培训计划试点工作的通知
[EB/OL]. (2015-07-24)[2024-12-29][htmlhttps://www.mct.gov.cn/preview/special/7344/7345/201507/t20150724_457028.html](https://www.mct.gov.cn/preview/special/7344/7345/201507/t20150724_457028.html)

附 录

非物质文化遗产短视频样本编码信息节选 (55/293)

(共选取 11 个话题, 每个话题随机抽取 5 个视频, 共 55 条视频信息)

话 序 号	视频标题	话题 数量	昵称 [认证信息]	时长	共创	非遗项 目	置顶 作品	二 创
1	阿合奇柯尔克孜族猎鹰文化是国家级非物质文化遗产, 是我们中国的#阿合奇#尼莫#阿合奇县猎鹰#非遗传承	4	尼莫 /	29 秒	/	阿合奇县柯尔克孜族猎鹰	是	/
2	镂空立体花篮糖画, 叔叔的手艺震惊了我一整天!! #糖画#中国糖画#非遗传承#非遗文化	4	小虎同学 /	3分3秒	/	糖画	否	/
非 遗 传 承	第 54 集 它被称为黑色黄金, 与龙泉印泥并称为泥巴界的“卧龙凤雏”#徽墨#传统技艺#老手艺#非遗传承	4	玄策视界 /	1分53秒	/	徽墨	否	二 创
4	第 3 集 中国积木, 不用胶水, 全榫卯结构是我的宗旨。#榫卯结构#非遗传承#艺术在抖音#大爷不用钉子胶水建了座赵州桥#中国人有自己的乐高	5	木痴王震华 /	47 秒	/	榫卯	否	/
5	第 71 集 体验精彩鱼拓, 传承非遗文化, 千岛湖鱼拓行。#挑战全国最美钓场#非遗传承	2	天元邓刚 [中国钓鱼运动协会技术推广总教练]	12 秒	/	鱼拓	否	/
非 遗 过 年	一个中国人无法抵挡的汉字, 老百姓的智慧~三刀剪纸双喜~#非遗过年 dou 来播#非遗里的山东年味#田田剪纸	3	田田剪纸 [荏平剪纸非遗传承人]	1分7秒	/	剪纸	是	/
do u 来 播	第 18 集 一年又一年, 无病无灾便是福泽。@福建省文化和旅游厅@海丝泉州文旅之声#非遗#非遗文化#福建#游神#一见爱上传统文化#非遗过年 dou 来播	5	神鸟刘玉 [传统文化创作者]	18 秒	/	福建游神	否	/

	3	第 31 集 给我一个完美的文案! #京剧@果小菁#戏曲妆#霸气出场#卡点#非遗过年 dou 来播	5	果小菁-华韵 京剧摄影 [北京盛世华韵文化传媒官方账号]	1分13秒	/	京剧	是	/
	4	盒子有数百年的历史。灯燃放时, 悬挂于高处, 从最底层开始, 燃放完一层, 随即脱落, 上一层接着开始, 直至顶部。因火药点燃时, 不仅仅能显现出灯的外部轮廓, 就连灯的内部也会有火药点燃, 真可谓火树银花, 流光溢彩。#非遗#葛沽宝辇会#非遗过年 dou 来播#一见爱上传统文化	4	非遗来了 [上海人民广播电台非遗节目官方账号]	43秒	/	盒子灯	否	/
	5	广东有一种非遗叫“英歌舞”。这是属于我们中华战舞”。#博朗剃须刀#一见爱上传统文化#非遗过年 dou 来播	3	李娃娃 /	2分58秒	/	潮汕英歌舞	否	/
非遗守护者	1	雕漆隐花, 雕出紫气东来! 这个大漆视频迟到了四年“漆”同“柒”我给这幅雕漆隐花的漆器作品取名“紫气东来”麒麟回首, 万事不愁。也把这份祝愿送给看到视频的每一个你, 很想你们#李子柒紫气东来 #抖音精选 #百 young 非遗计划#非遗守护人 #大有学问	4	李子柒 [传统文化创作者]	14分0秒	/	雕漆隐花	否	/
	2	龙泉青瓷传统烧制#非遗守护人#全世界都在过中国年#在抖音过好年#百 young 非遗计划#抖音新春特别会	5	山白 [传统文化创作者、乡村守护人]	8分31秒	/	龙泉青瓷	否	/
	3	这种叶子会吐丝, 这就是彝族传承千年的火草衣#把非遗穿上身#非遗守护人#百 young 非遗计划	3	江寻千 (九月) [文化自媒体]	6分40秒	/	彝族火草衣	否	/
	4	桐烟徽墨 文房四宝里面的奢侈品	5	谢大炮 [传统文化创作者、三农创作者]	6分35秒	/	徽墨	否	/

		潮州手拉壶，因采用手工拉胚法成型而闻名，也是最原始辘轳制陶技法，已有一千多年的历史。#乡村守护人#百 young 非遗计划#抖音非遗计划#非遗守护人@铁人小哥哥	4	彭南科 [乡村守护人]	13分 11秒	/	潮州手拉壶	否	/
		30秒了解七夕乞巧节	4	国翠儿 [传统文化优质创作者]	37秒	新华每日电讯(导演)、 抖音小助手(编剧)	七夕节	否	/
非 遗 合 伙 人	2	2024中国非遗面食大会将于8月23日-9月8日在山西太原举办。“世界面食看中国，中国面食看山西。”山西面食已经触达到了世界各地，她是山西人的DNA，也是我们与世界沟通的纽带。活动一……	5	山西文旅 [山西省文化和旅游厅官方账号]	28秒	/	面食	否	/
	3	不忘初心，方得始终：初心易得，始终难守。做人跟做伞是一样的道理	1	闻叔的伞 /	34秒	/	油纸伞	否	/
	4	莓茶，又名藤茶，生长于武陵山脉，因其黄酮含量高，又有“黄酮之王”的美誉。	4	彭南科 [乡村守护人]	5分39秒	/	莓茶	否	/
	5	我可能，亲眼见证了一个非遗的消失 哪怕只有一个人，手艺人也要完成自己的使命	5	小宋阿姐(宣传非遗版) /	2分15秒	/	料器	是	/
	1	什么是地气?	5	筷子知道 /	1分3秒	/	二十四节气	否	/
百 you ng 非 遗 计 划	2	“一两黄金，一两泥”独属中国人的奢侈品——龙泉印泥	3	李家清晨 [传统文化创作者]	6分48秒	/	龙泉印泥	是	/
	3	第3集 最炫民族风之把中国蒙古高定穿到米兰!	5	小明 /	34秒	/	民族服饰	否	/
	4	各国的朋友们大家好! 这个视频简单展示了几个比较具有代表性的中国朝代装束 希望各位喜欢，并对中国的传统文化多一些了解 (中英对照)	6	荷里寒 /	19秒	/	民族服饰	否	/

非物质文化遗产的抖音短视频传播路径研究

	5	秋风起、食腊味。腊味飘香，新年将至	4	江寻千（九月） [文化自媒体]	5分30秒	皇上皇 官方旗舰店（品牌）	腊味	否	/
非 物 质 文 化 遗 产	1	让非遗剪纸重现辉煌	5	唐妈妈会剪纸 /	54秒	/	剪纸	是	/
	2	街头偶遇的手工泥人，做了一个可爱的玲娜贝尔~“对于热爱生命尊重生命的人由衷地佩服，也很喜欢这个没有指纹的泥人”	5	阿灿 Valcan /	2分30秒	/	泥塑	是	/
	3	活字印刷中国四大发明之一，一起来感受中国传统文化的魅力!	5	谢大炮 [传统文化创作者、三农创作者]	6分35秒	/	活字印刷	是	/
	4	巧夺天工，天衣无缝，苏绣独创的神奇技法-双面三异绣（异色、异形、异针）。	2	针传绣庄（苏绣代表性传承人） [高新区镇湖针传绣庄]	22秒	/	苏绣	否	/
	5	从濒临失传到徽州传统美食，嵌字糖豆传承人金惠民。	3	弘哲星君 /	38秒	/	嵌字豆糖	是	二创
非 遗 文 化	1	街边偶遇没有手的“手艺人”，棒棒糖捏泥人好励志!	3	怡宝吃不饱 /	3分15秒	/	泥人	是	/
	2	又一次被震撼到，传统与现代的热烈碰撞，交融，美好且浪漫，专属于我们中国人的中式浪漫，漫天花雨只为你绽放	3	加花的棒刘氏打铁花 /	32秒	/	打铁花	是	/
	3	第10集 DIY 机械簪花 “震惊外国教授的赛博朋克国风”	5	陳楚念 /	19秒	/	簪花	是	/
	4	中国文物是最璀璨的奢侈品，谁也偷不走	5	-土豆- /	1分11秒	/	玉壶	是	/
	5	中国非遗元素硬控你 30s，咱们中国非遗不能忘	4	-土豆- /	54秒	/	剪纸、青花瓷、唐三彩、傩戏	是	/
非 遗	1	第9集 因为太耐用导致自己快失传? 中国还有多少好东西是你不知道的!	5	南翔 [传统文化创作者、美食自媒体]	4分57秒	/	漆器	否	/

	第 45 集 我们华夏婚礼的明媒正娶, 三书六礼、十里红妆, 哪里输给婚纱了?	3	云锦大师 (奇人匠心) [南京云锦木机妆花手工织造国家级非遗传承人]	11 秒	/	凤冠霞帔	否	/
	第 1 集 见傩戏 驱病疫迎福运	4	林又迟 /	12 秒	/	傩戏	是	/
	原来围棋竟然是“滴”出来的? 白子温润如玉, 柔而不透, 黑子仰视若碧玉, 能被当成国礼赠送果然不简单!	8	观心馆长 [西瓜视频旗下账号]	40 秒	/	围棋	否	二创
	第 20 集 一把破扇子, 为何能成为国礼? 你花钱都买不到! #龚扇#dou 来安利纪录片#非遗传承#竹子#竹编#dou 见非遗	6	纪录片大师 /	1分36秒	/	龚扇	否	二创
非 物 质 文 化 遗 产 手 工 制 作	大爷不是本地人 一个木箱走天下, 还说他这手艺失传了, 跟现在的彩泥课是一回事不	1	我的[猫]叫咪咪 /	7分21秒	/	泥人	否	/
	传统技艺的耀眼魅力, 非语言所能描述了	4	星扒客 [娱乐视频自媒体]	26 秒	/	苏绣	否	/
	论: 蚕丝的千百种用法之绒花篇	1	黎九月 (September) [传统文化优质创作者]	2分16秒	/	绒花	否	/
	传统手艺不能丢, 那些记忆深处的味道, 小时候看着奶奶挑鸡毛, 扎鸡毛掸子	5	农村记录生活 /	36 秒	/	鸡毛掸子	否	/
	大国工匠绝活墨斗弧形飞线, 角度把握得非常准, 技艺都印在脑海里了!	4	波哥技艺 /	17 秒	/	木工	是	/
非 遗 文 化 乐 器	国粹因传承而深入人心, 文化因延续而繁荣昌盛。	5	阳阳爱锣鼓 /	20 秒	/	打鼓	是	/
	《采茶姑娘》完整版	4	程宝妈妈 /	3分38秒	/	打鼓	是	/
	程宝既要当“班长”又要当“总指挥”太萌了	5	海蓉儿 /	29 秒	/	打鼓	是	/

演奏	4	第 54 集 团长来串场准备好了, 爷爷啥时候开始演奏	2	湄洲岛旺盛 小姐姐 (柒栖 民宿—接待 吃住行) [莆田市湄洲 岛柒栖民宿 (个体工商户)]	59 秒	/	打鼓	否	/
	5	第 3 集 唯一一个不看谱, 边打边唱! 萌娃凭实力带火整个乐团, 湄洲岛神童火出圈!	5	湄洲岛海蓉 儿 (民宿+旅 游接待) /	1 分 6 秒	/	打鼓	否	/
非遗 美食	1	即将失传的非遗美食——陈楼糖瓜! 耗时 30 天, 只为寻找记忆中的年味~ 想看谁做, 快艾特 ta 学起来!	7	夏叔厨房 [美食自媒体、中国药膳 大师]	3 分 16 秒	/	陈楼糖 瓜	否	/
	2	耗时一周, 手打 10000 次的馄饨啥味啊? 要来我家尝尝吗? 据说福州肉燕是馄饨界的劳斯莱斯!	3	腊月小九 优质美食自 媒体	3 分 34 秒	/	肉燕	否	/
	3	第 2 集 乳扇可以油炸, 也可以烤着吃, 既是风味小吃, 也是宴席名点。	3	小云张张 /	1 分 1 秒	/	乳扇	否	/
	4	我不该轻视这道中式甜品的!	3	王花花的厨 房历险记 /	3 分 20 秒	/	沙翁	否	/
	5	第 1 集 原来这才是真正的“陈楼糖瓜”, 也只有春节才能吃到的非遗美食	4	黑苹果视界 /	1 分 38 秒	/	陈楼糖 瓜	否	/