

閩南師範大學

新聞與傳播碩士專業學位論文

抖音平台閩南歌仔戲短視頻傳播研究

林曉燕

閩南師範大學

二〇二五年六月

学校代码：10402

学 号：2022171015

分 类 号：

密 级：

閩南師範大學

新闻与传播硕士专业学位论文

抖音平台闽南歌仔戏短视频传播研究

学位申请人：林晓燕

指导教师：汪曙华 副教授

学位类别：新闻与传播硕士专业学位

学科专业：新闻与传播

授予单位：闽南师范大学

答辩日期：二〇二五年五月

CODE: 10402

NO.: 2022171015

U.D.C.:

Classified Index:

**A Thesis for Degree of Master of
Journalism and Communication**

**Research on Short-Video
Communication of Minnan Gezi Opera
on Tik Tok Platform**

Candidate : Lin Xiaoyan

Supervisor : Associate Prof. Wang Shu-hua

Specialty : Journalism & Communication

**Academic Degree Applied for : Master of Journalism and
Communication**

University : Minnan Normal University

Date of Thesis Defense : May, 2025

摘 要

歌仔戏是闽南地区具有代表性的传统戏曲形式，是重要的非物质文化遗产。近年来，基于移动互联网的新媒体技术快速发展，短视频传播正产生广泛的影响，传统戏曲的传播生态正发生深刻变革。本文研究基于臧国仁的框架三层次理论，选取抖音平台的歌仔戏短视频作为研究对象，运用内容分析法从宏观（高层次）、中观（中层次）和微观（低层次）三个维度解析其传播特征。

研究发现，短视频能有效助力闽南歌仔戏文化的传播。在高层次框架层面，抖音歌仔戏短视频的题材丰富多元，传播态度以肯定或中立为主导。在中层次框架层面，歌仔戏短视频的创作的的主力军为非专业用户，专业与非专业创作者共同助力歌仔戏短视频的传播。在低层次框架中，歌仔戏视频时长符合短视频传播特点，圈层化传播显著，视听语言能与歌仔戏文化实现有机结合。当前抖音歌仔戏短视频传播面临的困境主要包括：内容同质化，创作主体要缺乏媒介技能，歌仔戏文化被技术消解等。

基于上述研究发现，本研究提出以下优化建议：首先，深化内容创新，要拓展歌仔戏传播题材，丰富表现形式，深入挖掘歌仔戏蕴含的丰富的艺术与文化价值。其次，要提升传播主体专业素养，提高专业人才的培养力度。最后，要增强互动，多方协同提高歌仔戏的传播实效。

关键词： 抖音平台；歌仔戏；短视频；框架理论

Abstract

Gezi Opera is a representative traditional opera form in the southern Fujian region and an important intangible cultural heritage. In recent years, with the rapid development of new media technology based on mobile internet, the dissemination of short videos is having an increasingly widespread impact, and the dissemination ecology of traditional opera is undergoing profound changes. Based on Zang Guoren's three-level framework theory, this paper selects the short videos of Gezi Opera on the Tiktok platform as the research object, and uses content analysis to analyze its communication characteristics from three dimensions: macro (high level), meso (medium level), and micro (low level).

Research has found that short videos can effectively promote the dissemination of Gezi Opera culture. At the high-level framework level, the short videos of Tiktok Gezi Opera are rich in themes, and the communication attitude is positive or neutral. At the intermediate level framework, the main force in the creation of short videos of Gezi Opera is non professional users, and professional and non professional creators work together to promote the dissemination of short videos of Gezi Opera. In the low-level framework, the duration of Gezi Opera videos conforms to the characteristics of short video dissemination, with significant circle based dissemination, and audio-visual language can be organically combined with Gezi Opera culture. At present, the difficulties faced by the short video communication of Tiktok Gezi Opera mainly include: the homogenization of content, the lack of media skills of the creative subject, and the digestion of Gezi Opera culture by technology.

Based on the above research findings, this study proposes the following optimization suggestions: firstly, deepen content innovation, expand the dissemination themes of Gezi Opera, enrich the forms of expression, and deeply explore the rich artistic and cultural values contained in Gezi Opera. Secondly, it is necessary to enhance the professional competence of communication subjects and improve the training of professional talents. Finally, it is necessary to enhance interaction and collaborate with multiple parties to improve the

effectiveness of the dissemination of Gezi Opera.

Key Words: Gezi Opera; Tik Tok platform;hort videos; framing theory

目 录

绪论.....	1
第一节 选题背景与意义.....	1
一、选题背景.....	1
二、选题意义.....	1
第二节 概念界定及文献综述.....	2
一、概念界定.....	2
二、文献综述.....	5
第三节 研究问题与研究方法.....	12
一、研究问题.....	12
二、研究方法.....	12
三、创新点.....	13
第一章 访谈与内容分析的研究设计.....	14
第一节 深度访谈法.....	14
一、访谈对象.....	14
二、访谈提纲.....	14
三、访谈对象情况.....	16
第二节 内容分析法.....	17
一、样本选取.....	17
二、类目建构.....	17
三、信度检验.....	23
第二章 闽南地区歌仔戏的发展历史与现状.....	24
第一节 歌仔戏的历史与文化.....	24
一、歌仔戏的历史源流.....	24
二、歌仔戏文化的根源与内涵.....	25
第二节 歌仔戏的发展现状与困境.....	27
一、歌仔戏的发展现状.....	27
二、歌仔戏的发展困境.....	29
第三章 抖音平台歌仔戏短视频的内容分析.....	32
第一节 高层次框架分析.....	32
一、内容题材：呈现多元化趋势.....	32
二、态度倾向：以中立积极为主.....	34
第二节 中层次内容分析.....	34
一、创作主体：以非专业用户为主.....	34
二、场景呈现：以单一场景为主.....	36

三、标题特征：以陈述型为主.....	38
第三节 低层次内容分析.....	39
一、时长分布特征：短视频分布明显.....	39
二、传播效果分析：低区间分布为主.....	40
三、视听元素分析：与歌仔戏文化有机结合	43
第四章 歌仔戏短视频传播面临的困境	46
第一节 传播内容层面.....	46
一、剧目缺乏创新：经典内容的反复传播.....	46
二、表现形式单一：艺术表达的创新瓶颈.....	47
三、文化内涵淡化：传统现代的融合困境.....	48
第二节 传播主体层面.....	48
一、专业性不足：非专业表演占据主导.....	48
二、媒介技能匮乏：创作者缺乏新媒体思维	49
第三节 传播效果层面.....	49
一、互动机制缺失：观众参与度的降低.....	49
二、场景体验弱化：观众沉浸感的消解.....	50
三、传播群体固化：算法推荐下的破圈难题	51
第五章 歌仔戏短视频传播的优化路径	52
第一节 内容优化策略：传统戏曲的现代化转型	52
一、创新内容开发：传统戏曲的现代表达.....	52
二、丰富表现形式：技术赋能的艺术创新.....	53
三、深化文化内涵：戏曲精髓的当代诠释.....	53
第二节 多方协同努力：形成传承传播合力	54
一、多元主体协同：发挥政府主导性作用.....	54
二、专业能力提升：提高创作者专业素养.....	54
第三节 传播效果强化：互动与创新的拓展	55
一、提升用户互动：参与式传播的模式创新	55
二、拓展融合创新：歌仔戏艺术的多方联动	56
结语.....	57
参考文献.....	58
附录一：内容分析样本统计表(部分).....	64

绪论

第一节 选题背景与意义

一、选题背景

创造性转化与创新性发展，是新时代中华优秀传统文化传承发展的必由之路。作为中国传统戏曲的重要组成部分，歌仔戏联结着海峡两岸人民的精神文化。2006年5月，歌仔戏被批准列入第一批国家级非物质文化遗产名录。^①在国家和政府的推动下，歌仔戏的传承与保护有了进一步的发展。当前，数字技术的发展推动着社会进步，也让传统戏曲艺术遭遇年轻世代新的信息消费方式的冲击，歌仔戏的传播面临着巨大的挑战。与其他传统戏剧一样，歌仔戏遭遇到观众群体持续缩小、演出市场萎缩和地域局限性等诸多困境，歌仔戏在大众视野中的存在感逐步降低。如何创新歌仔戏的传播方式，吸引年轻一代的关注和兴趣，已成为歌仔戏保护与传承亟待解决的问题。

媒介技术的迭代不仅推动着社会的进步与发展，也为传统文化的传播开辟了新的路径。作为主打短视频分享的知名平台，抖音给广大用户自主创作与传播短视频提供了绝佳机会。从2022年4月开始，抖音平台陆续推出“DOU有好戏计划”“艺播计划—抖音直播院团专项”“聚光计划—抖音直播基层院团扶持专项”等项目，为戏曲文化的数字化传播开辟了新赛道。作为闽南地区的代表性传统戏曲，歌仔戏在抖音平台上也焕发出新的生机与活力。官方剧团、民间剧团、歌仔戏演员以及爱好者在抖音平台上纷纷入驻。截至2024年12月，抖音平台中关于“歌仔戏”相关话题短视频的累计播放量已经超过14.6亿人次。由此可见，抖音作为新兴的新媒体传播平台，正成为歌仔戏赢得越来越多的观众的重要阵地，为歌仔戏的推广和传播带来了新的机遇。因此，歌仔戏如何借助短视频提高自身影响力，扩大受众群体，引发了笔者的思考。

二、选题意义

本研究基于传播学中的“框架三层次理论”，以抖音平台上的歌仔戏短视频为研究对象，采用内容分析法和深度访谈法相结合的研究路径，系统考察歌仔戏短视频在内容

^① 中国非物质文化遗产网. 歌仔戏[EB/OL].(2021-06-21)[2024-12-30]. <https://www.ihchina.cn/art/detail/id/13291.html>.

呈现、视听觉元素、传播效果等三个维度的框架特征，进而探讨抖音平台中歌仔戏短视频传播的不足与优化路径。总体而言，本研究具有理论和现实两个方面的意义：

（一）理论意义

作为传统戏曲和优秀传统文化代表的歌仔戏，其传承与保护问题始终是学界关注的重点。然而，对于如何充分利用新媒体促进歌仔戏传播与传承，学界仍缺乏深入研究。本研究深入探讨如何借助短视频传播优势提升歌仔戏及其他类似濒危非遗戏曲的传播效能和影响力，为歌仔戏传播与传承提供了新思路，丰富了歌仔戏传播与传承相关研究，亦可为新媒体时代非物质文化遗产的传播传承研究提供新的思路。

（二）实践意义

在实践层面，以抖音为代表的短视频平台为非物质文化遗产的传承与创新提供了新型传播渠道。作为国家级非物质文化遗产和闽南戏曲文化的重要代表，歌仔戏兼具文化研究价值与传承保护价值。本研究通过对抖音平台上歌仔戏短视频传播机制的分析，不仅能够体现短视频为歌仔戏传播与传承提供的新的机遇，也能揭示当前歌仔戏短视频传播实践中存在的一些结构性困境，进而提出具有可操作性的优化策略，有利于促进歌仔戏的传播传承。此外，本研究也可为其他非物质文化遗产的数字化传播提供范式参考，具有一定的实践指导意义。

第二节 概念界定及文献综述

一、概念界定

（一）短视频

短视频，一般是指时间比较短的视频，可以从几秒到几分钟的视频，甚至 15 分钟的视频都可以称作“短视频”。^①作为一种新兴的媒介内容形态，短视频的兴起与移动互联网技术的发展密不可分。短视频并非新兴事物，但短视频的爆发式增长则得益于智能手机的普及、无线网络技术的进步以及社交平台的广泛应用。技术的发展降低了短视频制作与传播的门槛，短视频短小精悍的特点完美契合了现代人碎片化的时间利用方

^① 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(中国传媒大学学报), 2018(06): 135-138.

式，快速传递核心信息的特点满足了用户即时获取资讯的需求，娱乐化的表现形式符合当代受众对轻量化、快餐式文化消费的偏好。在媒介技术不断迭代的时代背景下，短视频在移动互联网时代展现出强大的适应性和生命力。^①

（二）抖音短视频

抖音短视频是字节跳动 2016 年 9 月上线的音乐创意类短视频社交平台。在上线之时，抖音平台就被定位为一个帮助用户表达自我、记录美好生活的短视频分享平台。随着移动互联网的发展，抖音平台的用户规模持续攀升。研究发现，抖音平台的用户数量逐年递增，同时，用户的在线观看时长也表现出显著的增长态势。^②

QuestMobile 发布的《2024 中国移动互联网秋季大报告》显示，截止 2024 年 9 月，短视频行业依然保持稳步增长态势，活跃用户规模突破 10 亿，月人均使用时长超 60 小时。^③短视频已经成为目前用户使用时间最长的手机应用，抖音、快手两大头部平台占据近七成的用户时长比例（如图 1.1 所示），抖音平台的用户月使用总时长 50.8%，比快手平台的用户月使用时长多了 33.5%。抖音占领着短视频应用中的头部位置，用户也持续向抖音聚集。

随着近几年“抖音+传统文化”的短视频组合不断出圈，越来越多的传统文化和技艺的传承者，通过抖音平台展示传统文化和传统技艺。《2024 抖音非遗数据报告》显示，截至 2024 年 6 月，过去一年中共有 1379 万网友在抖音分享非遗体验，传统文化视频播放量达 4299 亿，传统文化视频分享量增长 36%。^④因此本文选取用户数量最大，用户聚集最多的抖音短视频平台，对歌仔戏短视频的传播现状进行分析。

① 李淼. 数字“新视界”：移动短视频的社交化生产与融媒传播[J]. 中国编辑, 2019(03):82-86.

② 冉华, 刘沛彤. 新农人形象的数字生产研究——基于抖音短视频场域的内容考察[J]. 新闻与传播评论, 2025(01):21-34.

③ QuestMobile 研究院. 2024 中国移动互联网秋季大报告[EB/OL]. (2024-11-05)[2024-12-31].<https://www.questmobile.com.cn>.

④ 抖音. 2024 抖音非遗数据报告[EB/OL]. (2024-06-10)[2025-02-13]. <https://Gk3UIaey0ecyLQUOfelRRg>.



图 1.1 短视频行业 APP 月使用总时长占比^①

（三）歌仔戏

歌仔戏以闽南歌仔为基础，吸收了梨园戏、北管戏，高甲戏、京剧等戏曲的特色，形成了别具风格的闽南方言戏曲剧种^②。歌仔戏是分布于福建省漳州市、厦门市、泉州市等地的独特传统戏剧剧种，是闽南语系的传统地方戏剧之一，也是国家级非物质文化遗产之一。它诞生于 20 世纪初的台湾岛，是我国三百六十多个戏曲剧种中，唯一诞生于台湾的剧种。^③歌仔戏又叫台湾戏仔、福建戏、子弟戏、改良戏、芗剧、闽南歌仔戏、台湾歌仔戏等。在闽南地区，歌仔戏最广为人知的别称是“芗剧”。“歌仔戏”与“芗剧”虽然名称不同，但却是同一个剧种。台湾学者陈耕梳理了歌仔戏的历史脉络后认为，歌仔戏与芗剧完全是一回事，芗剧的改革、变化和发展都离不开歌仔戏本身。^④“歌仔戏”这一名词专注于戏曲本体，突出歌仔戏的剧种特质，“芗剧”的名称则是时代的特殊产物。^⑤因此，本文将“闽南歌仔戏”“台湾歌仔戏”“芗剧”等统称为“歌仔戏”。

（四）歌仔戏短视频

闽台两地同根同源，歌仔戏是海峡两岸人民共同创造和培育的戏曲。早在 20 世纪 80 年代，就已经有学者开始关注歌仔戏。自 2005 年国务院办公厅公布《关于加强我国非物质文化遗产保护工作的意见》以来，歌仔戏的传承保护更是受到了社会各界的关注。

① 图片来源于《2024 中国移动互联网秋季大报告》

② 陈新风. 歌仔戏音乐“福建过台湾”考证[J]. 戏曲艺术, 2015(02):115-120.

③ 林志杰. 歌仔戏[M]. 厦门: 鹭江出版社, 2013:3.

④ 陈耕, 曾学文, 颜梓和. 歌仔戏史[M]. 北京: 光明日报出版社, 1997:3.

⑤ 刘丽. 闽台歌仔戏起源考[J]. 闽南师范大学学报(哲学社会科学版), 2019(04):65-69.

以抖音为代表的短视频平台为当代青年一代运用短视频展现自我、探索文化搭建了全新舞台。短视频平台的特性与年轻受众的偏好高度契合，使得传统文化主题的短视频也能够在年轻群体中得到关注与传播，为传统文化注入了年轻化、时尚化的活力，重塑了传统文化在年轻受众心中的形象认知，使其更易于被年轻人接受与传承。当下，传统文化类短视频已成为各类视频平台上不可或缺的重要内容组成部分。在短视频平台，歌仔戏也迅速获得一席之地，产生出众多兼具艺术价值与传播力的作品。

本文将“歌仔戏短视频”界定为以歌仔戏为内容的短视频节目，其内容涵盖歌仔戏影视剧目片段、歌仔戏演出舞台实拍、歌仔戏演出信息等与歌仔戏文化有关的内容。

抖音作为头部短视频平台，拥有庞大的用户基础和活跃的内容生态，能够为传统文化短视频传播提供了广阔的空间。作为闽南地区代表性的非物质文化遗产之一，歌仔戏在抖音平台上焕发出新的活力。因此，本文选取抖音为代表性短视频平台，以抖音平台中的歌仔戏短视频为研究对象，全面考察“歌仔戏+短视频”相关问题。

二、文献综述

（一）传统戏曲新媒体（短视频）传播的相关研究

传统戏曲是在我国长期的历史发展过程中形成的独特舞台表演艺术形式，承载着丰富的文化内涵和独特的艺术魅力。随着时代的发展，戏曲对受众的吸引力逐渐消减。短视频的出现，却为戏曲的传播注入了新的活力。新媒体尤其是短视频以便捷性、互动性和广泛的覆盖面，迅速赢得了年轻一代的青睐，为戏曲的传播提供了前所未有的机遇。不少学者开始关注并研究传统戏曲的新媒体传播问题，其中传统戏曲的短视频传播研究近年来具有较高的热度。

1.传统戏曲的数字化传承与保护研究。随着数字技术的不断发展，许多学者认为要运用数字化技术来保护与传播传统文化。童李君（2023）认为需要建设数字数据库来保护和传播戏曲。保护和传播戏曲需要不断创新戏曲传播渠道和表达形式，比如借鉴影视行业的营销策略来实现跨界数字化传播，为戏曲依托数字化技术进行保护与传播指明了方向。^①严璐（2023）通过对新媒体场域下的传统戏曲艺术传播路径进行分析，从新媒

① 童李君，曹家利. 戏曲的数字化传播研究[J]. 名作欣赏, 2023(24):30-32.

体平台带动、跨界融合与技术革新、短视频直播与达人培养等角度探究传统戏曲艺术在新媒体场域中的传播路径与相关表现。^①

2.传统戏曲的短视频传播研究。在传统戏曲短视频传播的效果研究层面，潘祥辉等通过对戏曲类抖音短视频传播效果的影响因素进行分析，发现传统剧目和新编剧目对戏曲短视频的传播效果没有显著影响，但不同戏曲行当的短视频传播效果呈现显著差异，名人效应在戏曲短视频传播中的作用也十分显著。^②有学者研究发现，短视频使戏曲文化在产生了新的内容生产和意义生成机制。在此背景下，大众与传统文化间的认知、体验和传受关系等发生了一系列的转变。学者范红（2021）等通过考察京剧短视频在抖音平台的内容生产特征与意义生成机制，认为应该从传统文化短视频内容生产、传播主体及平台运营三个方面进行优化。^③在代表性戏曲文化的短视频传播策略研究上。刘艳敏（2022）从深入发掘优秀作品、提高传播主体的媒介素养、优化平台功能、构建相关法律法规等维度提出了新媒体时代安徽黄梅戏短视频营销传播的创新策略。^④刘洪峰（2021）等认为，黄梅戏嫁接短视频的新形式能够以陌生化、生活化的特点对黄梅戏内容进行创新性阐释，为黄梅戏在短视频营销时代的传播打下基础。^⑤

（二）歌仔戏及其传播的相关研究

歌仔戏是以闽南歌仔为基础，吸收梨园戏、北管戏、高甲戏、潮剧、京剧等戏曲的特点而形成的闽南方言戏曲剧种。20世纪初，歌仔戏兴起于台湾，不久传及厦门，并迅速流布闽南地区和东南亚华侨聚居的地方。作为海峡两岸人民共同创造共同拥有的宝贵艺术形式，歌仔戏也是两岸文化学者关注的焦点。关于歌仔戏的研究主要集中在以下几个方面：

1.歌仔戏的起源与发展研究。歌仔戏在中国戏曲史上有着相当独特的地位，是所有

① 严璐. 新媒体时代传统戏曲艺术的破局和突围[J]. 新闻爱好者, 2023(10):101-103.

② 潘祥辉, 周芷涵, 葛苏, 章启越, 蔡聿桐. 戏曲类抖音短视频传播效果的影响因素探析[J]. 传媒论坛, 2023(13):14-1928.

③ 范红, 周鑫慈. 中华优秀传统文化短视频传播的内容创新与优化策略——以“#谁说京剧不抖音”为例[J]. 出版广角, 2021(11):67-71.

④ 刘艳敏. 新媒体时代安徽黄梅戏短视频营销传播策略分析[J]. 湖北科技学院学报, 2022(6):102-106.

⑤ 刘洪峰, 邵敏, 郝圆圆. 短视频营销时代黄梅戏文化影响力提升研究[J]. 吉林艺术学院学报, 2021(6):46-52.

剧种中唯一起源于中国台湾，并在福建扎根的戏曲剧种。大部分学者认为歌仔戏的起源和发展与两岸的历史环境息息相关。陈耕（2003）梳理了闽台民间戏曲在不同时期的融合与变迁，分别从语言、教育、信仰、戏曲等不同方面分析了闽台文化之间的传承关系，表明歌仔戏的历史与两岸发展交流的历史息息相关。^①陈志亮（2011）从芗剧与歌仔戏的艺术之源、文化背景入手，着重研究闽台两地歌仔戏的关系，指出歌仔戏与芗剧一脉同源，同根而生。^②刘丽（2019）在梳理了闽台地区歌仔戏的孕育过程后认为，歌仔戏发端于漳州歌仔，在台湾宜兰成形，回传闽南并落地生根，逐渐凝聚成特定的闽台区域文化。^③歌仔戏作为海峡两岸共有的文化瑰宝，其发展历程是两岸文化的同源性与交融性的证明。

2.歌仔戏的艺术特征研究。关于歌仔戏音乐的研究，学者们主要从曲调特点和演奏乐器等方面进行展开，发现歌仔戏音乐的形成与发展离不开当时的社会历史环境和所处的文化地理位置。王耀华（2013）分析了“七字调”在歌仔戏音区运用、音乐旋律及乐队伴奏等方面的特征与作用，认为歌仔戏唱腔音乐中既保留着中州支脉音乐的特征，又有改造与变化的成分，更有南方民族音乐的色彩特征。^④陈新风（2007）运用民族音乐学的研究方法，对歌仔戏的主要曲调加以分析，认为形成“闽调台腔”的最根本性原因实质上是“闽调台化”的演绎过程。^⑤严永福（2018）研究指出，歌仔戏主要唱腔“杂碎调”的形成是顺应社会环境变化，对闽南的传统文化进行自觉吸收后，在符合戏曲表演规律的基础上再创造的结果。^⑥歌仔戏剧目作为歌仔戏演出中极为重要的呈现形式，也具有十分重要的研究价值。车宝琴（2023）通过歌仔戏《侨批》中的典型人物和典型事件，对华侨下南洋背景下的爱情悲剧和亲情失守进行点评。^⑦李姿莹（2020）对邵江海父子创作的剧本《井边会》进行分析，认为二人在剧情和人物形象设计上有差异，但

① 陈耕. 闽台民间戏曲的传承与变迁[M]. 福州: 福建人民出版社, 2003:90-106.

② 陈志亮. 漳州芗剧与台湾歌仔戏[M]. 厦门: 厦门大学出版社, 2011:25.

③ 刘丽. 闽台歌仔戏起源考[J]. 闽南师范大学学报(哲学社会科学版), 2019(04):65-69.

④ 王耀华. 歌仔戏《七字仔调》唱腔旋律音调特点及其考源[J]. 中国音乐学, 2013(04):97-102.

⑤ 陈新风. 闽调台腔——闽台歌仔戏音乐研究[M]. 北京: 中国戏剧出版社, 2007:137.

⑥ 严永福. 歌仔戏[杂碎调]的形成与发展[J]. 四川戏剧, 2018(09):24-28.

⑦ 车宝琴. 辛酸与血泪历史与传奇——歌仔戏《侨批》人物形象分析[J]. 戏剧之家, 2023(26):15-17.

创作理念、创作手法仍然保持着传承。^①张颖（2019）等对歌仔戏题材小说《最后夜戏》与《散戏》进行比较分析，认为二者都是立足于当时的社会环境和文化氛围，对传统民间艺术困境的创造性书写。^②

3.歌仔戏的文化内涵研究。李妮（2020）认为歌仔戏在传统民俗文化生态的稳定发展进程中富于生机和魅力，在生长过程中不断积累充实，形成了色彩鲜明的三重文化内涵：强大的文化包容与继承性，传承儒家思想以及海洋文化精神。^③杨秋萍（2019）认为歌仔戏的文化内涵在于它具有独特的地域文化品格和海洋文化精神。^④陈世雄（1997）对歌仔戏发展过程的文化环境进行研究后认为，歌仔戏在闽台两个不同环境产生出来的变体具有共同的文化精神，这种文化精神是文化生态的核心要素，决定着文化生态的质的稳定性。^⑤

4.歌仔戏的传承与传播研究。关于歌仔戏的传承，王继超（2017）提出助推歌仔戏的传承不仅能够推动闽南地区民俗文化的保护，也能促进两岸人民的民族情缘和情感认同。^⑥康国晶（2018）认为要想保护传承和复兴歌仔戏，就要保护歌仔戏的文化空间，营造可持续发展的传承环境，比如拓展歌仔戏的传承形式，构建闽南文化聚落，并建立档案资料，使歌仔戏活态繁衍下去。^⑦刘天胤（2023）以艺术传播学中的信息论视角切入，对歌仔戏的艺术价值与艺术功能进行分析，指出其式微之下，应创造适合当下文化环境的艺术体验，应超越圈层限制进行艺术体验传递。^⑧关于歌仔戏的传播研究，黄石惠（2016）等认为歌仔戏是海峡两岸同根同源的地方剧种，其艺术形态和呈现方式与社会发展、技术革新、受众特色等因素紧密关联，歌仔戏要主动适应新的传播环境、主动

① 李姿莹. 邵江海与邵魁式的歌仔戏创作传承研究——以剧作《井边会》文本为例[J]. 闽南师范大学学报(哲学社会科学版), 2020(04):96-100.

② 张颖, 俞春玲. 歌仔戏题材小说《最后夜戏》与《散戏》的民俗审美价值比较研究[J]. 齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版), 2019(11):100-103.

③ 李妮. 社会发展进程中闽南歌仔戏文化内涵的流变[J]. 中国戏剧, 2020(09):82-84.

④ 杨秋萍. 闽南歌仔戏(芗剧)的艺术特征与文化内涵研究[D]. 闽南师范大学, 2019.

⑤ 陈世雄. 歌仔戏及其文化生态[J]. 戏剧艺术, 1997(3):107-119.

⑥ 王继超. 歌仔戏溯源[J]. 寻根, 2017(03):63-68.

⑦ 康国晶. 闽南芗剧(歌仔戏)活态保护与传承探究[J]. 闽南师范大学学报(哲学社会科学版), 2018(01):48-51.

⑧ 刘天胤. 艺术传播学视域下地方剧种的跨媒介传承与保护——以歌仔戏为例[J]. 美与时代(下), 2023(06):60-63.

拓展新的传播路径。^①王伟（2017）指出歌仔戏在菲律宾华人华侨社区中的传播景观与演进脉络表明，闽南语戏曲与现代性历史意识存在耦合与错位。^②许丽霞（2019）发现歌仔戏利用媒体技术创新剧目创造视觉体验但收效甚微，她认为传统地方戏剧应更注重自身的艺术创新意识以及方言的保护。^③综合来看，多数学者都认为，歌仔戏的传承和传播离不开对歌仔戏本身的创新和保护。

5.歌仔戏生存状况研究。谢雍君（2004）通过调查发现，由于经济的发展以及流行艺术与现代传媒的冲击，原来是全国百姓主要的娱乐形式的传统戏曲艺术走向了边缘化，歌仔戏不再是观众进剧场欣赏的对象，而是成为了他们业余休闲娱乐的一种方式。^④郑政（2009）从政治环境、经济环境和人文环境三个方面分析了歌仔戏民间剧团的生态环境，认为歌仔戏民间职业剧团及其戏曲市场存在着一系列的问题，主要有行政资源、艺术资源、财政资源、教育资源和法律资源配置五个方面的困难。^⑤蔡艺榕（2013）认为大部分民间职业剧团在演出中不太注重艺术水准的提高，在二度创作方面的力量也相对薄弱，并且在传统曲调的继承和新曲调的创新上存在着自我认知不明确的问题。^⑥林闽敏（2014）指出歌仔戏在当今社会受到飞速发展的科技、文化冲击，面临着生存及发展问题，可以通过走进课堂、文物化、市场化、电视化、闽台文化交流等一系列方法与手段，使歌仔戏的艺术生命得到不断延续和发展。^⑦刘丽（2018）通过调查研究发现，闽南地区歌仔戏剧团数量在逐年减少，歌仔戏只有产业化、市场化，才能更好地传承、发展下去，这仰赖于以下条件：一是政府支持，二是演出市场的成熟，三是人才培养提升艺术素养，四是培养新生代观众。^⑧综合来看，闽南地区歌仔戏尚未形成完善的市场化运作体系，剧团人员创作水准参差不齐，中青年观众对与歌仔戏这一戏曲剧种兴趣不高，许多剧团入不敷出难以为继。

① 黄石惠，夏敏，李燕，王恬. 我国台湾地区电视歌仔戏发展现状及市场走向研究[J]. 西部广播电视, 2016(20):96-97.

② 王伟.“椰风蕉雨”中的“闽调台腔”——歌仔戏在菲律宾的跨界传播及其历史意义[J]. 艺苑, 2017(4):90-93.

③ 许丽霞. 论歌仔戏传播的现状与文化反思[J]. 新闻研究导刊, 2019(11):231-232.

④ 谢雍君. 闽南歌仔戏的生存策略[J]. 戏曲研究, 2004(03):30-39.

⑤ 郑政. 闽南歌仔戏民间职业剧团生存现状研究[D]. 厦门大学, 2009.

⑥ 蔡艺榕. 闽南民间职业芗剧(歌仔戏)团的音乐现状探析[J]. 中国戏剧, 2013(12):58-59.

⑦ 林闽敏. 试谈芗剧生存及发展问题[J]. 黑龙江史志, 2014(15):295-296.

⑧ 刘丽. 闽南地区歌仔戏剧团运营机制研究[J]. 戏曲研究, 2018(02):137-157.

6.歌仔戏短视频的传播研究。在中国知网进行检索发现，虽然有关注传统戏曲（包括一些代表性戏曲，如京剧、黄梅戏等）短视频的研究，但目前暂未发现系统研究歌仔戏短视频的文献。

（三）框架理论相关研究

框架理论最早起源于心理学领域。美国人类学家、心理学家格雷戈里·贝特森(1972) (Gregory Bateson) 在《一项关于游戏和玩耍的幻想》中认为框架是一个有限定的语境，包括对符号的定义和传播符号的规则。^①此后，美国社会学家欧文·戈夫曼(1974) (Erving Goffman) 在 1974 年将这一概念引入社会学领域，指出框架是人们用来认识和阐释外在客观世界的认知结构，人们对于现实生活经验的归纳、结构与阐释都依赖一定的框架，框架使得人们能够定位、感知、理解、归纳众多具体信息。^②20 世纪 80 年代，框架理论被引入传播学领域。近年来，随着学术研究的不断深入，国内传播学者对框架理论的关注度持续攀升，当前学界对于框架理论的研究与运用主要体现于以下几个方面：

1.框架定义与理论起源研究。学者们对于框架及框架理论的理解与阐释存在差异。郝永华(2024)从当代认知科学的视角分析指出，在人类传播活动中，词汇、视觉形象以及实物都可以启动或激活人们的概念化知识，框架建构正是以这些被激活的知识为基础，通过框架建构，人们将认知对象置于某个类别，赋予其意义，并在这一过程中形成关于认知对象的具身性心理表征。^③杜涛(2014)分析了框架理论的哲学基础、发展流变和不同研究取向，认为框架理论拥有双重起源，一是心理学起源，二是社会学起源。二者相辅相成，共同推动了框架理论的持续发展。^④

2.基于框架理论新闻报道研究。框架理论运用在新闻报道研究，首先是选取特定新闻媒体作为研究对象，对其在特定时间段内围绕某一主题的新闻报道进行框架分析。如万新娜(2014)以《人民日报》近 10 年来关于新疆议题的相关报道为研究对象，对近 10 年来《人民日报》对新疆的媒介形象建构进行了框架分析，并进一步讨论主流媒体对

① Bateson G A. Theory of Play and Fantasy[J]. Psychiatric Research Reports, 1972(02):67-73.

② [美]欧文·戈夫曼. 框架分析：组织经验论[M]. 杨馨等译. 北京：北京大学出版社，2023:17-31.

③ 郝永华. 迈向一个认知科学视角的框架理论——重返并超越贝特森[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2024(09):1-13.

④ 杜涛. 框中世界：媒介框架理论的起源、争议与发展[M]. 北京：知识产权出版社，2014:68.

新疆媒介形象建构的优化路径。^①其次是选择某一特定议题，通过对比多家媒体的报道内容，基于框架展开横向比较研究，从题材选择、报道方式等多个维度，系统探究新闻报道框架的构建特征及其内在规律。如薛可（2012）等以议题注意周期、框架理论为基础，对《人民日报》和《纽约时报》进行框架分析，揭示中美主流媒体对禽流感议题的关注程度、选取视角、报道议题等方面的不同特征。^②

3.框架多层次理论及运用。臧国仁（1997）对戈夫曼的理论进行系统整理后认为，所有客观的社会事件转换成个人的主观心灵时，都要经过再现的过程，必须经过复制的产物不能完美地再现现实世界。^③在此基础上，臧国仁提出了框架多层次理论。他将框架的结构分为高层次结构、中层次结构、低层次结构三个结构。高层次结构指主旨，是事件在宏观层面的抽象意义。中层次结构指事物的构造方式，包括主要事件、次要事件、结果、影响、归纳和评价。低层次结构指在微观层面的具体表现形式，是框架的表现形式。^④此后，框架多层次理论被广泛运用在新闻传播学研究中。王一岚（2023）等从框架多层次理论出发分析县级融媒体的新闻生产，发现县级融媒体表现出与传统媒体不同的框架特点。^⑤也有研究通过用框架多层次理论分析短视频的内容逻辑与结构。田怡（2024）以框架多层次理论基础，研究了B站健身短视频的内容呈现和叙事特点，指出B站健身短视频存在着群体缺乏差异性、内容主题趋向同质化、互动沟通呈现两极化等问题。^⑥

（四）文献述评

短视频为传统戏曲文化的传播提供了新的机遇。近年来，学者们从戏曲的数字化传播、传统戏曲在新媒体场域中的创新路径等角度出发，研究了短视频时代戏曲传播的问题。学者普遍认为，将戏曲文化与短视频传播相结合，能够推动戏曲文化的数字化传播，

① 万新娜. 框架理论下新疆的媒介形象建构——以《人民日报》近10年报道为例[J]. 当代传播, 2014(06):107-108.

② 薛可, 王舒瑶. 议程注意周期模式下中美主流媒体对突发公共卫生事件的报道框架——以《人民日报》和《纽约时报》对禽流感的报道为例[J]. 国际新闻界, 2012(06):30-35.

③ 臧国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述[M]. 台北: 三民书局, 1999:27.

④ 臧国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述[M]. 台北: 三民书局, 1999:22-44.

⑤ 王一岚, 韩长慧. 框架理论下的县级融媒体新闻生产考察——以全国27家县级融媒体为分析样本[J]. 青年记者, 2023(24):59-62.

⑥ 田怡. B站健身类短视频的内容框架研究[D]. 成都体育学院, 2024.

但仍然需要从提升制作水平、优化内容选择、优化呈现机制和表达形式等方面努力，推动戏曲文化在短视频时代的创造性转化与传播。学界关于歌仔戏的研究大部分集中于其历史溯源、艺术特点以及剧团的生存现状研究，对于歌仔戏在新媒体环境下的发展方面的研究并不充足，目前并未发现歌仔戏短视频传播的系统研究。从目前短视频平台中的戏曲文化传播情况和歌仔戏的传播情况来看，歌仔戏在短视频平台上的传播已经显现出一定的发展潜力。基于抖音平台对歌仔戏的短视频传播进行分析研究，提出短视频时代歌仔戏传播传承的新路径，不仅有必要，是对当前歌仔戏研究的有益拓展与补充，也具有现实意义。

框架理论能够清晰地梳理新闻报道的主题、倾向和叙事表现，建构起系统性的研究框架。部分现有研究利用框架三层次理论深入研究了短视频内容生产。本研究借助框架三层次理论分析歌仔戏短视频传播具有可行性。

第三节 研究问题与研究方法

一、研究问题

传统文化借助短视频进行数字化转型和创新是必然趋势。作为国家级非物质文化遗产之一的歌仔戏，也正在经历着从传统传播到新媒体传播的转变。互联网媒介技术的发展让歌仔戏遭受着前所未有的冲击，但也使歌仔戏传播焕发新的生机。因此，本文以抖音平台的歌仔戏传播为研究对象，以一定时间段内传播热度最高的歌仔戏短视频为研究样本，借助臧国仁“框架三层次”理论，结合短视频自身特性，尝试研究以下问题：

- (1) 歌仔戏短视频传播有哪些特征？其传播过程与逻辑是怎样的？
- (2) 抖音平台中歌仔戏短视频的传播效果如何？
- (3) 歌仔戏短视频的传播过程中存在哪些问题？
- (4) 如何进一步优化与创新歌仔戏短视频传播？

二、研究方法

(一) 内容分析法

彭增军对内容分析法的定义是“对文本和其他符号进行测量、分析和推论的一种社

会科学的研究方法^①。”本研究采用内容分析法，在飞瓜数据平台上的抖音数据库中，以“歌仔戏”为关键词搜索，获取样本，以“框架三层次”为基础，结合短视频特征进行类目建构，对抖音平台歌仔戏短视频的内容题材、态度倾向、创作主体、视听语言和传播效果等进行统计分析，得出相关数据，并进行分析总结。

（二）案例分析法

案例分析法，亦称个案分析方法或典型分析方法，是一种基于实际案例的研究方法，即研究者选择特定的对象作为研究场景，在真实情境中对现象进行分析。^②本研究选取抽样样本中值得展开分析的短视频，研究其内容以及网友的评论，分析其典型意义。

（三）深度访谈法

深度访谈法是一种从与访谈对象的交流中获得信息的研究方法。^③本文选取的访谈对象是与歌仔戏短视频传播有关的主体和受众，共选取了 15 名访谈对象，身份涵盖歌仔戏演员、歌仔戏研习中心工作人员、歌仔戏研究专家等，在访谈中了解他们对歌仔戏短视频传播的看法、体验、意愿等。在访谈过程中，根据访谈对象的个人情况，分别采用微信访谈、电话访谈和面对面访谈相结合的形式，并在访谈过程中做好相应的记录。

三、创新点

第一，研究视角创新。以往研究多从戏曲传承、文化传播等常规角度出发，较少运用框架理论深入剖析传统戏曲短视频传播中的内容构建和传播效果。本研究从框架理论的独特视角切入歌仔戏短视频的研究，能够深入探讨传播者如何将歌仔戏以更具吸引力和影响力的方式呈现给受众，为歌仔戏短视频传播研究提供了新的理论视角和分析方法，具有一定创新性。

第二，研究内容创新。现有关于短视频和歌仔戏的研究成果丰富，但较少关注歌仔戏的短视频传播现象。本文正是以抖音平台中的歌仔戏短视频传播为研究内容，拓展学术界对歌仔戏传播与传承的研究。

① 彭增军. 媒介内容分析法[M]. 北京：中国人民大学出版社，2012:13.

② 邓树明. 传播研究方法 with 论文写作：对 180 篇文章的观察[M]. 北京：中国人民大学出版社，2021:164.

③ [美]赫伯特·鲁宾，艾琳·鲁宾. 质性访谈方法：聆听与提问的艺术[M]. 卢晖临等译. 重庆：重庆大学出版社，2010:2.

第一章 访谈与内容分析的研究设计

信息技术的发展和移动智能终端的崛起重塑着社会传播形态和生活方式，抖音短视频已成为互联网时代受众接受信息和娱乐消遣的新方式。为顺应时代发展，歌仔戏创作者也尝试着通过在抖音平台发布短视频扩大影响力。与短视频的结合有助于创新歌仔戏的表现形式和传播方式，促进歌仔戏艺术多元化的发展，丰富现代人民的文化生活。本文选取最具有代表性的短视频平台——抖音，以臧国仁的框架三层次为理论基础，结合短视频的特性对歌仔戏短视频进行内容分析，总结出短视频平台中的歌仔戏的传播特征和存在的问题，进一步探寻可优化的方案。

第一节 深度访谈法

一、访谈对象

为了深入了解相关主体对歌仔戏短视频传播的认识和态度，笔者通过滚雪球的方式选取了抖音平台上歌仔戏短视频的创作者和观众，歌仔戏研究专家，歌仔戏演员和歌仔戏剧团工作人员等共 15 名访谈对象进行深入交流。具体包括：专业的歌仔戏演员和歌仔戏剧团宣传人员、歌仔戏短视频观众、歌仔戏研究专家等。深度访谈的对象一部分是通过搜索关键词“歌仔戏”得出的抖音账号主体，按照账号粉丝数量排名邀请其参与访谈，另一部分是寻找身边对歌仔戏有一定了解的人群和观看过歌仔戏短视频的观众。考虑到歌仔戏作为方言戏曲的局限性，在寻找访谈对象时有意识地寻找闽南地区的对象进行访谈。为了探究歌仔戏能否跨越障碍、辐射更多对象，笔者也寻找个别在歌仔戏短视频传播中活跃的、非闽南地区的观众进行访谈，同时也寻找不同年龄、不同职业的访谈对象进行访谈。为了获得歌仔戏研究方面更专业的信息，笔者也拜访了高校的歌仔戏研究学者进行面谈。在获得访谈对象同意后，笔者通采用电话访谈、微信访谈和面对面访谈的方法进行访谈，在访谈过程中，根据访谈提纲进行访谈，并根据访谈对象的回答随时调整问题。

二、访谈提纲

本文采用半开放式的访谈。半开放式的访谈可根据研究目的设计访谈提纲，根据访

谈提纲提问^①，但允许根据访谈情况适时调整问题。在访谈过程中，主要围绕目前歌仔戏传播传承情况、歌仔戏短视频创作过程、歌仔戏创作和传播遇到的难题等问题进行访谈，如了解创作者在抖音平台上传播歌仔戏的初衷，在创作过程中的经验和心得，以及在观众观看歌仔戏短视频的想法和感受等。具体访谈提纲如下：

（一）歌仔戏演员、从业人员、研究人员

- 1.你觉得现在歌仔戏发展遇到的难题是什么？
- 2.内容选题的标准是什么？是否有专门的人负责选题、拍摄和剪辑？
- 3.歌仔戏短视频的主要受众群体是谁？与传统剧场观众相比有何变化？
- 4.在短视频创作中，观众更喜欢哪一类的内容？哪一类的视频热度更高？
- 5.如何在短视频传播中保持歌仔戏的艺术特色和文化内涵？
- 6.歌仔戏短视频的传播效果如何？有哪些成功案例？
- 7.如何打造歌仔戏短视频品牌，提升其知名度和影响力？
- 8.如何构建良好的歌仔戏短视频传播生态，促进其健康发展？
- 9.如何利用短视频平台推动歌仔戏的创新发展，吸引更多年轻观众？
- 10.如何平衡短视频创作的自由度与歌仔戏艺术的规范性？

（二）歌仔戏短视频受众

- 1.你最初是如何在抖音上接触到歌仔戏内容的？对歌仔戏的第一印象是什么？
- 2.哪些类型的歌仔戏短视频最能吸引你？
- 3.是否会进行点赞评论分享等互动？
- 4.你会因为喜欢歌仔戏而主动去发布歌仔戏短视频吗？
- 5.是否观看过歌仔戏线下的演出？
- 6.你觉得在抖音上看歌仔戏和在现场看歌仔戏有什么不一样？
- 7.是否会因为在线上接触歌仔戏而有线下观看的想法？
- 8.你觉得短视频传播能给歌仔戏带来些什么新的机遇呢？

（三）普通年轻观众

① 陈向明. 质的研究方法与社会科学研究[M]. 北京：教育科学出版社，2000:171.

- 1.你是否在抖音上看到过有关于歌仔戏的短视频内容？
- 2.你觉得歌仔戏吸引人的地方在哪里？
- 3.你觉得什么样的歌仔戏短视频更容易吸引年轻人？
- 4.你认为短视频平台对歌仔戏传播有哪些优势和劣势？
- 5.你希望看到哪些类型的歌仔戏短视频？

三、访谈对象情况

具体访谈对象信息如下表所示：

表 2.1 访谈对象情况一览表

编号	性别	年龄	籍贯	身份/职业	访谈方式
M01	男	44 岁	福建漳浦	歌仔戏研习中心管理人员	微信交流
M02	女	37 岁	台湾高雄	歌仔戏研究专家	面对面交流
M03	男	25 岁	福建泉州	歌仔戏爱好者，学生	面对面交流
M04	女	26 岁	福建泉州	歌仔戏爱好者，互联网公司职员	微信交流
M05	男	28 岁	福建龙岩	歌仔戏短视频创作者，电视台主持人	电话交流
M06	男	22 岁	福建宁德	歌仔戏爱好者，学生	微信交流
M07	女	25 岁	广东汕头	歌仔戏短视频创作者，自媒体博主	电话交流
M08	女	27 岁	湖北黄冈	歌仔戏爱好者，国企白领	微信交流
M09	男	42 岁	福建漳浦	歌仔戏演员	电话交流
M10	女	36 岁	福建厦门	歌仔戏演员	电话交流
M11	男	28 岁	福建厦门	歌仔戏演员	电话交流
M12	女	49 岁	福建泉州	歌仔戏研究专家	电话交流
M13	男	41 岁	湖南长沙	歌仔戏培训教师	电话交流
M14	女	32 岁	福建龙海	歌仔戏培训教师	电话交流
M15	男	45 岁	福建漳州	歌仔戏剧团管理人员	电话交流

第二节 内容分析法

一、样本选取

当下，抖音平台的影响力呈持续攀升态势，与之相应，为抖音提供专业数据服务的平台也日益增多。其中，飞瓜数据平台旗下的飞瓜抖音版，作为专注于抖音短视频的生态服务平台，发挥着重要作用。飞瓜数据创立于 2018 年，其旗下产品全面覆盖抖音、快手、B 站这三大主流短视频平台的数据领域。飞瓜数据平台中的视频传播指数展示的是视频在一段时间内的综合评分，是飞瓜抖音数据平台从爆款传播力、粉丝传播力、音乐传播力、篇均传播力 4 个维度系统分析视频传播情况。传播指数高的短视频，传播效果和影响力越好。^①因此，本文借助飞瓜数据平台，搜索抖音中“歌仔戏”话题下关联的相关视频，时间范围设置为搜索日的前三个月（即 2024 年 8 月 4 日至 2024 年 11 月 1 日），获得初始样本。由于检索到的视频数量较多，本文基于传播指数这一指标对初始数据实施排序处理，选取传播指数前 400 的视频作为初始数据，在初始数据的基础上对链接失效的视频和内容与歌仔戏无关的视频进行剔除，获得筛选后的 280 个样本，以此构建本研究的样本库。有关样本的数据资料详见附录一。

二、类目建构

对于内容分析法，类目是问题具体化的过程，建立类目应以所研究的问题为指导，编码表是内容分析的测量工具，它记录了有关分析单位的信息。^②本文主要结合研究问题与抽样样本的实际内容，参考臧国仁所提出的框架三层次结构，结合短视频的传播特性将研究对象内容分析的类目框架划分为高、中、低三个层次架构，提炼类目进行分析，制定编码说明，然后由两位编码人员对 280 条样本短视频进行分条编码，为了保证编码结果的准确性，编码人员需要在不同的时间对同一样本多次进行编码，如果编码结果不一致则需要再次进行编码。

① 飞瓜数据. 飞瓜数据各类指数解析：视频传播指数[EB/OL]. (2022-01-25)[2024-12-28]. <https://dy.feigua.cn>.

② 彭增军. 媒介内容分析法[M]. 北京：中国人民大学出版社，2012:68.

（一）高层次框架类目

高层次框架,指的是对某一件事情内容主题的确立。戈夫曼将其称为“what is it that’s going on here^①。”指的是对事件内容、态度倾向等方面的框架界定。当人们面对一件事情的时候,首先会问“这是什么事情”。结合样本特征,本文将高层次框架分为内容题材和态度倾向两个方面。歌仔戏短视频的内容题材指的是指视频所展现的主要内容和核心事件,它概括了视频想要传达的信息或展示的内容;态度倾向可分为肯定、中立、否定三个方面,具体分类如表 2.2 所示。

表 2.2 短视频高层次框架内容编码表

一级框架	二级框架	三级框架
高层次框架	内容题材	1、影视选段类; 2、现场演出类; 3、幕后花絮类; 4、人物采访类; 5、演出资讯类; 6、音乐赏析类; 7、二次创作类;
	态度倾向	1、肯定; 2、否定; 3、中立;

高层次框架对内容题材、态度倾向等方面的内容进行框架界定,能够准确把握歌仔戏短视频的内容题材和态度倾向,有助于理解内容生产者传达的关键信息。

1.内容题材

本文将“内容题材”分为影视选段类、现场演出类、幕后花絮类、人物采访类、演出资讯类、音乐赏析类、二次创作类七个维度,具体说明以及示例如表 2.3 所示。

表 2.3 “主题类型”类目及示例

主题类型	描述与解释	样本示例
影视选段类	影视选段类主要指经典歌仔戏影视剧的选段,这类短视频多取材于经典歌仔影视剧选段,歌仔戏名角的演出,能够引起观众对经典的怀念。	用户“秀丽江山”发布的《经典片段,两个戏骨,赞赞赞》中选取的是歌仔戏名家叶青女士主演的经典电视剧《陈三五娘》中的片段。

① 臧国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述[M]. 台北: 三民书局, 1999:34-37.

现场演出类	现场演出类的内容主要是呈现歌仔戏剧团在舞台的演出。	用户“吴小雅”发布的《友谊的小船说翻就翻》中的内容为漳州市歌仔戏芗剧传承保护中心在舞台上演出的歌仔戏《公主拜寿》。
幕后花絮类	幕后花絮类主要是记录歌仔戏演员在后台备演的准备工作。观众能够通过这类短视频了解歌仔戏演员的幕后工作日常。	用户“天天”发布的《后台带你们看石榴姐姐，新戏〈唐伯虎点秋香〉》视频中展示了后台演员在化妆间准备状态。
人物采访类	人物采访类指的是歌仔戏演员的采访片段，主要呈现歌仔戏演员的生活状态以及歌仔戏演员如何与歌仔戏结缘的故事。	用户“曾经/杨帅”发布的《杨姨对亚兰姐就像亲女儿一样，这种真爱还有谁，句句让人感动》视频中演出发布会的现场，有“歌仔戏天王”之称的杨丽花的采访片段。
演出资讯类	演出资讯类主要介绍歌仔戏演出的时间地点等相关信息。	用户“漳州市歌仔戏(芗剧)传承保护中心”发布的《伙伴们，北京见》中，以快闪的方式让演员、说出“大戏看北京”的方式预告了剧团9月份在北京的演出。
音乐赏析类	音乐赏析类主要呈现了歌仔戏的音乐、乐器和唱腔唱词赏析。	用户“风铃”发布的《大师之作，一听再听，陶醉在这空灵悠远的音乐里》中展示了歌仔戏演奏乐器和歌仔戏的大哭调。
二次创作类	二次创作类指的是抖音短视频平台的用户运用与歌仔戏相关的元素进行的“再创作”，是对歌仔戏表演的模仿与二次创作。	“石头仔”发布的《多久没有认认真真抓小旦了》视频中，用户利用特效模拟出戏曲舞台场景，模仿歌仔戏剧目《薛丁山与樊梨花》的表演片段进行演唱和表演。

2.态度倾向

本文将“态度倾向”分为中立、肯定和否定三个维度。本文主要通过视频标题和视频中的文案来判断视频是否带有明显的态度倾向。

表 2.4 “态度倾向” 类目及示例

态度倾向	描述与解释	样本示例
中立	中立态度指的是短视频的标题和视频内容中不带有明显的倾向。	用户“古琴玉米老师”发布的《千里送京娘第一段》只是单纯展示了漳州市团作品《千里送京娘》的选段，在标题和视频均未作出积极或消极的态度表达，标题是歌仔戏剧目的名称介绍，视频中的文案是歌仔戏内容的字幕，未出现表明作者态度的句子或关键词。
肯定	肯定态度指的是歌仔戏短视频的标题或视频中带有明显的肯定态度，积极的评价倾向。	用户“慕容”发布的《这都是一些来自不同地方的小姐姐》中展示了歌仔戏电视剧拍摄时取景、搬运道具等情景，文案中作者写明“好期待到时候看到这部戏”“小姐姐们搬东西辛苦啦，祝拍摄顺利”等语句表明作者肯定的态度倾向。
否定	否定态度指的是歌仔戏短视频中出现否定的情感倾向，对视频内容出现消极的评价倾向。	用户“紫煙”发布的《拍几次就崩溃几次》中认为拍摄歌仔戏这件事情的难度太大让人感到崩溃，表现出明显的消极倾向。

（二）中层次框架类目

中层次框架指的是事物的构造方式，包括主要事件、次要事件、结果、影响、归纳和评价等。^①用中层次框架来分析歌仔戏短视频，有助于深入理解和剖析视频内容的结构和组织方式，从而更全面准确地把握视频内容。本文根据短视频的特点和搜集到的样本特征，将中层次框架分为生产方式、视频场景和视频时长三个方面。

表 2.5 短视频中层次框架内容编码表

一级框架	二级框架	三级框架
中层次框架	生产方式	1、PGC；2、UGC；
	视频场景	1、无场景；2、单场景；3、多场景；

① 臧国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述[M]. 台北：三民书局，1999:37-40.

续表 2.5 短视频中层次框架内容编码表

一级框架	二级框架	三级框架
中层次框架	视频标题	1、阐述型；2、设问型；3、评论型；

1.生产方式

本文将生产方式分为 PGC 和 UGC 两种，即专业生产方式和个人生产方式。具体分类和描述如表 2.6 所示。

表 2.6 “生产方式” 类目及示例

生产方式	描述与解释	样本示例
PGC	PGC，即专业生产内容，指的是由专业人士制作的内容，这类短视频的内容主要由歌仔戏的官方剧团、歌仔戏演员生产。	视频《丰归文化芎剧二团正式首演》发布者丰归文化芎剧二团的官方账号。
UGC	UGC，即个人生产内容，指的是用户在社交媒体平台上发布的图片、文字和视频等内容，这些内容通常由非专业人士创作上传至平台。	《友谊的小船说翻就翻》中的内容为用户“吴小雅”在观众席间拍摄漳州市歌仔戏芎剧传承保护中心在舞台上演出的歌仔戏《公主拜寿》。

2.视频场景

本文将视频场景分为无场景、出现单个场景、出现多个场景三个维度。

表 2.7 “视频场景” 类目说明

生产方式	描述与解释
无场景	即没有出现场景，以文字和图片为视频画面内容
单场景	视频中只出现单个场景，没有实现多场景转换
多场景	视频中出现多个场景转换

3.视频标题

本文将视频标题分为陈述型、评论型和设问型，具体说明以及示例如表 2.8 所示。

表 2.8 “视频标题” 类目及示例

视频标题	描述与解释	样本示例
陈述型	指用陈述性的语言，描述短视频的整体内容或者某一具体的、事物或现象。	如《唱几句歌仔戏祝福大家中秋快乐》简单概述视频主题内容，简洁明了。
评论型	针对短视频所论述的问题或反映的现象所作出的评论性表述。	如《大师之作，一听再听》中对歌仔戏的大哭调进行评价。
设问型	运用设问来构思标题，旨在激发观众的思考兴趣，深化其对内容的印象与理解。	如《戏台，约吗？》用设问的方式吸引观众，促使观众继续观看。

（三）低层次框架类目

低层次框架是指事物中如何使用具体文本或符号，包括文本中词语和句式的使用、视频中各种要素的选择等。^①在歌仔戏短视频应用中，低层次框架从微观层面的具体表现形式上进行分析。本文结合短视频的特点，从视频时长、视听觉元素、点赞量、评论量、分享量对歌仔戏短视频进行低层次类目构建，具体说明以及示例如表 2.9 所示。

表 2.9 短视频低层次框架内容编码表

一级框架	二级框架	三级框架
低层次框架	视频时长	1、15 秒以内（含 15 秒，以下同理）；2、15 秒-2 分钟；3、2 分钟-5 分钟；4、5 分钟-10 分钟；5、十分钟以上；
	视觉元素	1、字幕；2、人物服装；3、戏曲妆容；4、特效
	听觉元素	1、背景音乐；2、人物念白
	评论量	1、0-50；2、51-100；3、101-150；4、151 以上
	分享量	1、0—100；2、101—500；3、501—1000；4、1001 以上
	点赞量	1、0—100；2、101—1000；3、1001—5000；4、5001 以上

① 臧国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述[M]. 台北：三民书局，1999:41-44.

三、信度检验

信度检验是确保研究数据一致性的关键步骤。为了保障内容分析的可信度，本文邀请了两位新闻与传播专业的研究生担任编码员。在正式开始编码工作之前，为了验证类目编码的可靠性，我们首先对样本进行了前期测量。在完成样本信息的收集后，我们随机选择了 28 个样本，即总样本的 10%，进行信度检验。这些样本的相关数据被导入 DivoMiner 文本大数据挖掘与分析平台进行编码处理。在编码过程中，若遇到同一类目下多种指标并存的情况，我们依据主导指标对视频进行编码，确保分类的准确性和一致性。在两位编码员预编码完成后，通过计算科恩的 kappa 系数值，发现两位编码员之间的复合信度高达 0.98，各类目间的信度均超过 0.9（如表 2.10 所示），依据 Landis 和 Koch（1977）所提出的解释标准，属于“0.81-1.00：几乎完全一致”的区间，表明编码结果具有极高的可靠性。^①在正式编码开始前，我们通过讨论解决了编码员之间的差异，并建立了明确的编码规则，以消除类别定义和编码说明中可能存在的歧义。最后，我们将全部视频样本随机分配给两位编码员进行独立编码，确保研究过程的严谨性和结果的可靠性。

表 2.10 测试样本的类目信度表

类目	信度数值
复合信度	0.98
内容题材	1.00
态度倾向	1.00
生产方式	1.00
视频标题	0.95
视频场景	1.00
视频时长	0.96
视觉听觉元素	0.97
点赞、评论、分享	1.00

^① Cohen J. A Coefficient of Agreement for Nominal Scales[J]. Educational and Psychological Measurement, 1960(20):37-46..

第二章 闽南地区歌仔戏的发展历史与现状

第一节 歌仔戏的历史与文化

一、歌仔戏的历史源流

“一部歌仔戏的历史，可以说是两岸交流的历史。”^①作为现存剧种中唯一源起于中国台湾的戏曲剧种，歌仔戏的诞生、繁荣和转型始终发生在两岸。可以说，歌仔戏的历史，就是一段与台海两岸命运相伴随的波澜壮阔史。

歌仔戏的孕育，源于汉文化向台湾的迁移，闽南人将其称为“唐山过台湾”。厦门大学学者陈耕认为这种文化传播最早开始于宋代，但这种传播，只是零星的、个别的、无组织的，传播的力度、广度、深度也是比较有限的。^②直至明朝郑成功收复台湾之后，台湾文化才被整合成一个文化整体，纳入中华文化之中。1683年，施琅在澎湖击败郑氏主将刘国轩，清政府在台湾设置一府三县，直到日据时期之前，闽南和台湾的交往从未停止。^③

大规模的移民拓垦将闽南文化带入台湾，台湾与福建原乡人一样，信奉着妈祖、关公、保生大帝，说着闽南语，饮食起居和日常婚葬习俗等也基本一致。在这种背景下，闽南的戏曲文化也全面移植到台湾，各种民间戏曲和民间文艺也不断流传至台湾。梨园戏、京剧、四平戏、高甲戏、潮剧等许多不同的剧种传播至台湾，为歌仔戏的诞生奠定了深厚的戏曲文化基础。^④

歌仔戏的诞生，正是闽南文化、传统戏曲传播到台湾后的发展与创造。歌仔戏的来源主要是歌仔、采茶和车鼓，其中最重要的就是流行于闽南地区的歌仔。歌仔，又称锦歌，主要指闽南方言口口相传的民谣或比较通俗的歌曲，是在流行于闽南地区的民歌民谣的基础上形成的。^⑤歌仔传入台湾后，与台湾当地的民歌小调相互交融渗透，在民间迎神赛会、农闲娱乐等活动中广泛传唱，逐渐形成了歌仔戏的雏形，出现了坐唱形式的

① 蔡欣欣. 台湾歌仔戏史论与演出述评[M]. 台北：里仁书局，2005:4.

② 陈耕，曾学文，颜梓和. 歌仔戏史[M]. 北京：光明日报出版社，1995:12.

③ 陈耕，曾学文，颜梓和. 歌仔戏史[M]. 北京：光明日报出版社，1995:27.

④ 林志杰. 歌仔戏[M]. 厦门：鹭江出版社，2013:26-29.

⑤ 吴慧颖. 歌仔戏史话[M]. 北京：社会科学文献出版社，2015:27-32.

“歌仔馆”。^①

20世纪初,歌仔戏在台湾岛内呈现出蓬勃兴盛之态,岛内众多戏班如雨后春笋般涌现。1920年前后,厦门的台籍商人为招揽客人、娱乐或者应酬的需要,设歌仔社请台湾歌仔艺人演出,开启了歌仔戏跨海峡传播的新篇章。但这个阶段的传播仅在厦门地区,影响非常有限。^②1928年,台湾“三乐轩”歌仔戏班到漳州龙海白礁慈济宫进香,寻根谒祖和并连演三天,引发轰动,闽南地区纷纷效仿成立歌仔馆与戏班,歌仔戏迅速风靡。

抗日战争爆发后,台湾被日本占领。部分地方政府以歌仔戏来自台湾为由,将歌仔戏视为“亡国调”。歌仔戏被禁止演出,歌仔戏戏班纷纷解散。但艺人邵江海、林文祥等人在困境中另辟蹊径,从歌仔中汲取灵感,创作出“杂碎调”,并融合多地戏曲元素形成“改良调”,为闽南戏曲赢得了新生。^③1949年后,流行于龙溪芗江一带的改良调正式改称芗剧,歌仔戏迎来新的发展阶段。^④

在当代两岸文化交流中,歌仔戏始终担任着重要角色。闽台两地的诸多剧团频繁往来两岸进行演出,如南靖县都马抗建剧团赴台交流,受到台胞热烈欢迎;厦门歌仔戏研习中心等也不断创作新剧目,推动歌仔戏在新时代的传承与创新,使其成为维系两岸文化情感、展现闽南文化魅力的璀璨明珠。^⑤

二、歌仔戏文化的根源与内涵

(一) 歌仔戏的文化根源

每一个剧种的传承和发展,都离不开其所在的文化环境,歌仔戏作为用闽南方言演绎的戏曲艺术,同样依存于闽南文化的传承与发展。

闽南地区的原住民称为古百越族。史学家认为古百越族是现今少数民族畲族和壮族的祖先。^⑥在西晋永嘉年间,北方少数民族混战中原,北方士民为躲避战乱,纷纷渡江南下,大批移民迁移闽南。到唐代,陈元光父子奉命平定潮州和泉州之乱,并在此设立

① 杨馥菱. 台湾歌仔戏[M]. 台北: 国立传统艺术中心筹备处, 1999:16-22.

② 洪梅. 音乐地理学视域下的闽台歌仔戏文化扩散[J]. 集美大学学报(哲社版), 2022(01):37-42.

③ 林志杰. 歌仔戏[M]. 厦门: 鹭江出版社, 2013:71-75.

④ 林志杰. 歌仔戏[M]. 厦门: 鹭江出版社, 2013:106.

⑤ 陈颖. 芗剧历史溯源[EB/OL]. (2013-12-19)[2024-12-31]. <https://www.fjsen.com>.

⑥ 叶国庆, 辛土成. 住居我国大陆和台湾的古闽越族[J]. 厦门大学学报(哲学社会科学版), 1980(04): 148-157.

漳州府。唐末时期，王潮、王审知开闽，大力发展海上贸易，使得闽南的社会经济环境有了长足的发展。^①这三次大规模的移民，为闽南地区带来了大量的汉族移民。中原文化也在这些时期不断传入闽南。

学界通常认为闽南文化的形成与发展是在五代至宋这一时期形成的。这一时期，中原地区战事频仍，东南沿海在王氏、留氏、陈氏三大政治集团的交替治理下，逐步构建起相对自治的政治经济体系。这种独特的政治经济环境为闽南文化的孕育提供了重要条件。^②从文化构成来看，在长期发展的过程中，闽南地区成功实现了中原汉族文化、本土闽越文化与海洋文化的有机融合。在这种融合的基础上，闽南地区最终形成了独具特色的文化体系。^③这种文化形态不仅体现在政治经济领域的独立性，更反映在文化内涵的丰富性上。经过千余年的传承与演进，闽南文化已然成为中华文明不可或缺的重要组成部分。

闽南文化是当地民众集体智慧的结晶。作为地域性文化形态，闽南文化在延续传统文化的基础上激发了新的活力。从具体构成要素来看，闽南文化体系包含着语言体系、民俗传统、宗族制度、宗教信仰等社会文化，还涉及到文学创作、艺术表现、建筑风格等文化艺术领域。社会文化和艺术文化的相互交融，奠定了闽南文化的基石。

（二）歌仔戏的文化内涵

歌仔戏是我国较为特殊的地方剧种，它根源于闽南，形成于台湾，由海峡两岸共同孕育发展起来。移民社会环境是催生歌仔戏的土壤根基，移民族群的精神与文化追求是歌仔戏产生的直接原因。^④歌仔戏作为闽南地区和台湾的传统戏曲，深深植根于闽南文化沃土之中，闽南地区的地理环境、历史变迁、风土人情以及宗教信仰等也都在歌仔戏中得到了充分体现。在传统民俗文化生态的稳定发展进程中，歌仔戏结合自身特色，吸收百家之长，形成了色彩鲜明的三重文化内涵。^⑤

第一，歌仔戏具有强大的文化包容性与继承性。在初创时期，歌仔戏缺乏坚实的本

① 陈耕，曾学文，颜梓和. 歌仔戏史[M]. 北京：光明日报出版社，1995:32.

② 林志杰. 歌仔戏[M]. 厦门：鹭江出版社，2013:5-7.

③ 郑镛. 论闽南文化的特质及其生态保护[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版)，2010(01):45-50.

④ 杨秋萍. 闽南歌仔戏(芗剧)的艺术特征与文化内涵研究[D]. 闽南师范大学，2019.

⑤ 李妮. 社会发展进程中闽南歌仔戏文化内涵的流变[J]. 中国戏剧，2020(09):82-84.

体基础。因而在形成之时，歌仔戏广泛吸收各类艺术养分，从“京剧”“竹马戏”及“四平戏”等戏曲中汲取灵感。在保留传统四大件的同时，歌仔戏还融入了西洋乐器。^①在表演体系上，歌仔戏汲取其他戏曲的经验，形成一套完备的表演程式。

第二，歌仔戏反映了独立的海洋文化精神。歌仔戏孕育于闽南。闽南地区发达的海上贸易构成了海洋文化的重要基础。在历史上，闽南地区与海外地区的贸易极为紧密。宋代，泉州港是海上丝绸之路的起点，明代漳州月港兴起，至清代厦门港开埠，一系列发展使闽南地区与亚、非洲等数百个国家和地区建立了稳定的商贸关系，为海洋文化的形成提供了经济支撑。^②在这种浓厚的海洋文化中，歌仔戏不可避免地受到影响，在艺术表现形式和内容题材都融入了海洋文化的元素。

第三，歌仔戏深受儒家思想的影响。闽南文化是中原文化与闽越文化长期融合发展的产物。历史上多次大规模的人口迁徙导致以儒家文化为核心的中原文明与被传播至闽南地区。在这样的文化变迁中，儒家思想得以在闽南地区中扎根，成为歌仔戏艺术创作的重要精神内核。^③

第二节 歌仔戏的发展现状与困境

一、歌仔戏的发展现状

（一）歌仔戏发展概况

1. 非遗背景下的歌仔戏发展

歌仔戏是国家级第一批非物质文化遗产之一。在全球非物质文化遗产的保护浪潮下，歌仔戏的生存与发展问题被国家所重视。2007年，文化部成立闽南生态文化保护实验区，厦门市歌仔戏剧团^④、漳州市芗剧团^⑤被指定为传承单位，承担着歌仔戏保护与传承的重任。^⑥同时，歌仔戏民间剧团也在这一氛围下不断涌现，如漳浦杨跃宗芗剧团、南靖文慧芗剧团、龙海明月歌仔戏剧团等民间剧团。在官方和民间力量的共同努力下，歌仔戏

① 严永福. 两岸歌仔戏音乐的同源性多样性研究[D]. 福建师范大学, 2016.

② 洪映红. 闽南文化的海洋叙事——以闽南语民间歌谣为视点[J]. 集美大学学报(哲学社会科学版), 2020(04):124-129.

③ 陈志国. 从台语电影看海峡两岸的文化渊源——以歌仔戏电影为例[J]. 东南传播, 2010(05):1-3.

④ 原厦门市歌仔戏剧团, 2011年更名为厦门市歌仔戏研习中心.

⑤ 原漳州市芗剧团, 2012年更名为漳州市歌仔戏(芗剧)传承保护中心.

⑥ 林志杰. 歌仔戏[M]. 厦门: 鹭江出版社, 2013:158-159.

的传承与发展有了更多的回应。

歌仔戏是国家级非物质文化遗产保护项目，我们一直在致力于学习歌仔戏的发展和传承传播。歌仔戏这几年的发展有了很大的起色，说是一次新的鼎盛时代也不为过。现在，歌仔戏的发展不仅有了官方剧团的力量，比如厦门歌仔戏研习中心，漳州的歌仔戏传承保护中心，以及龙海的传承保护中心等等，还有了民间官方剧团的力量。（M01，歌仔戏研习中心管理人员，2024年10月3日）

这几年国家越来越重视非遗文化的传承与发展，歌仔戏获得了新的发展活力。例如，现在我们把歌仔戏和文旅结合起来，漳州古城就经常有歌仔戏演出，能让全国各地乃至外国游客近距离感受歌仔戏，这非常有助于传播歌仔戏文化。另外，近年来，在抖音这些短视频自媒体的带动下，歌仔戏能被更多年轻人看到，对于歌仔戏发展也是非常有利的。（M13，歌仔戏培训教师，2024年12月10日）

2. 抖音平台上的歌仔戏传播

移动新媒体的普及，尤其是短视频的兴起，为传统戏曲艺术的传播开拓了崭新空间，也为歌仔戏的传承与发展注入了新的活力，提供了全新思路。

抖音平台上，与歌仔戏相关的话题正在逐渐吸引用户的密切关注。在抖音的搜索栏中输入关键词“歌仔戏”进行搜索，找到相关话题，按播放量降序排序，播放量前10名的话题如表3.1所示。排名前四位的话题#歌仔戏、#杨丽花歌仔戏、#叶青歌仔戏、#最爱歌仔戏播放量均达到两亿以上，排名第一的话题#歌仔戏更是达到了17.7亿，遥遥领先于话题排名榜第二的6.12亿。

表 3.1 抖音歌仔戏话题排行

序号	话题	发起人	播放量
1	#歌仔戏	小马同学	17.7 亿
2	#杨丽花歌仔戏	啊碧姐姐	6.12 亿
3	#叶青歌仔戏	pear	3.54 亿
4	#最爱歌仔戏	112942291	2.53 亿

续表 3.1 抖音歌仔戏话题排行

序号	话题	发起人	播放量
5	#厦门歌仔戏研习中心	大佬	1.86 亿
6	#歌仔戏曲调	廖廖-杨许	8793.0w
7	#少年郎歌仔戏	漳州市少年郎音乐学苑	8682.0w
8	#龙海少全艺术歌仔戏	颜如玉	7802.9w
9	#黄香莲歌仔戏	小铃铛	7245.9w
10	#台湾歌仔戏	陈虹竹	2996.4w

这些高热度话题不仅带动了歌仔戏相关视频的观看热潮，还激发了用户参与创作的积极性。大量用户开始上传自己翻唱、模仿或自编自导的歌仔戏视频。这些用户原创内容虽不及热门话题的播放量，却以其独特的创意和贴近生活的表现方式，赢得了广泛的点赞与分享，进一步扩大了歌仔戏文化的传播范围。

我从小就很喜欢看歌仔戏。小时候逢年多节的，村里就会请剧团来演歌仔戏。家里长辈，特别是爷爷奶奶就会带我们去村里戏台前面坐着看戏，一看就是一整晚。现在工作了之后，我也没有那么多时间在戏台前面守着一整晚，只能偶尔去看一下演出，拍拍视频发个抖音。（M04，互联网公司职员，2024年11月10日）

在抖音上，有很多喜欢歌仔戏的人都会给我点赞评论。我也会拍一些自己唱的歌仔戏，但是都是配音的，效果也还可以，大家都很喜欢。拍抖音这件事就当是我生活的调剂。（M11，歌仔戏演员，2024年12月5日）

二、歌仔戏的发展困境

随着时代的发展，歌仔戏的生存环境发生了巨大的变化。在多元文化和西方话剧艺术的冲击下，传统歌仔戏的生存土壤遭到一定破坏。当前歌仔戏的生存与发展正面临着文化认知不足、市场萎缩和人才流失等问题。

（一）文化认知不足

歌仔戏曾经是闽南地区老百姓酬神祭祀等场景中不可或缺的娱乐仪式。然而，在信

息时代，人们的娱乐更加多元化。歌仔戏逐渐从大众娱乐方式转变为小众群体的选择。在这样的文化冲击中，观众对于歌仔戏的文化认知逐渐减淡，歌仔戏的受众也逐渐缩小。

目前歌仔戏的传播难题还依然是观众对歌仔戏（芗剧）的认知不足。观众对戏曲的认知还是比较低的，目前还是停留在看热闹这种层面。对歌仔戏的文化认知并不深刻。当前的艺术呈现的意义还没达到普通老百姓的普遍能理解感受的思想境界。这个过程是需要时间的，也需要我们研习中心发挥作用，不断引导，深化观众对歌仔戏的认知。（M01，歌仔戏研习中心管理人员，2024年10月3日）

（二）演出市场萎缩

歌仔戏作为闽南地区的地方性戏曲，其主要的演出市场局限于闽南地区之中，受众多为闽南地区的民众。歌仔戏所依托的语言是闽南语。在大力推广普通话的背景下，闽南地区能说闽南语的年轻人逐渐减少，能欣赏歌仔戏的年轻观众也越来越少。近些年，非遗保护浪潮如火如荼。京剧、越剧、昆曲和黄梅戏等剧种借助新媒体技术拓宽演出市场，提高了自身影响力。与这些剧种的新媒体传播力度相比，歌仔戏显得微不足道。外有其他剧种竞争，内有方言式微，如何拓宽演出市场，成为当前歌仔戏传播者需要深思的问题。

歌仔戏演出市场的萎缩呈现出多方面的明显迹象。最直接的表现就是演出的场次减少了，过去常见的庙会、节庆演出逐渐被流行音乐等现代表演形式取代，民间戏班演出邀约量急剧下滑。观众群体也出现严重断层，台下的观众以中老年人为主，年轻观众寥寥无几，甚至时常出现“演员比观众多”的尴尬场面。这种市场萎缩直接导致剧团生存困难，专业剧团因收入锐减不得不缩减规模，部分只能转向婚丧演出维持生计，而业余剧团更因资金短缺纷纷解散。（M15，歌仔戏剧团管理人员，2024年12月11日）

（三）传承人才流失

新媒体的发展为歌仔戏的传播带来新的机遇，但也为歌仔戏的传播设置了新的障碍。当前，娱乐方式的多样化和信息消费的多元化，让歌仔戏逐渐淡出大众视野。传统市场的凋零让愿意通过传统传承方式学习歌仔戏，成为职业歌仔戏演员的年轻一代越来越少。过去的歌仔戏人才大多数来自家族的传承或者是艺术学校的培养。许多歌仔戏名家都是从幼年时就开始学习歌仔戏，这一点就让许多人望而却步。现在年轻人都不愿意投身歌

仔戏行业中进行十年如一日的打磨。

要培养一名歌仔戏演员，最少也需要三到五年的时间。但花费三到五年的时间培养出来的歌仔戏演员只能算是刚入行的演员。这些人只是掌握了一些基本功，要成为真正的歌仔戏名角还需要很长时间的培养。这些培养是从小时候就开始的，基本上小学毕业之后就要开始学习，才能学有所成。半路出家的演员没有扎实的基本功，想要在成年之后开始学习歌仔戏的难度很大。（M14，歌仔戏培训教师，2024年12月11日）

第三章 抖音平台歌仔戏短视频的内容分析

通过对样本进行筛选，本文的 280 个歌仔戏短视频样本均为有效样本，可进一步进行系统的编码操作。在歌仔戏短视频的内容生产中，不同的传播要素在不同层次和环节起着至关重要的作用。对歌仔戏不同层次的传播要素进行深入分析，能够为歌仔戏短视频的传播研究提供一定的基础。本章根据臧国仁的框架三层次理论，对歌仔戏短视频的编码结果进行详细分析，探究歌仔戏短视频传播的具体机制与特点。

第一节 高层次框架分析

一、内容题材：呈现多元化趋势

对歌仔戏短视频样本的内容题材进行分析显示，从数据分布特征来看，歌仔戏短视频的内容题材分布呈现出明显的集中化的特点。这反映了用户对歌仔戏短视频的偏好取向。歌仔戏短视频的题材类型较丰富，共涉及“影视选段类”“现场演出类”“二次创作类”“幕后花絮类”“人物采访类”“演出资讯类”“音乐赏析类”等七种类型，如图 4.1 所示。从整体上看，视频主题类型分为三个梯队。

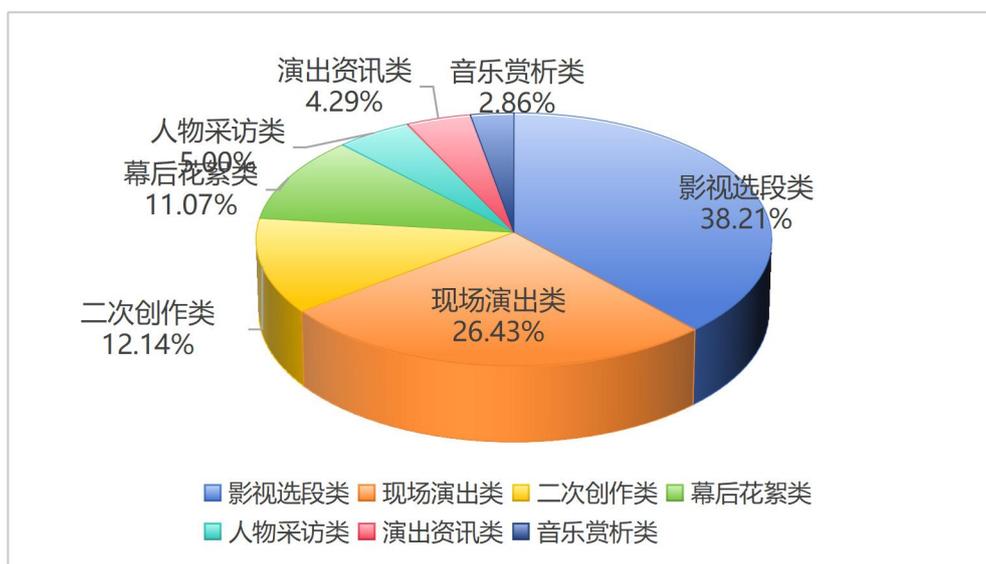


图 4.1 歌仔戏短视频的内容题材类目统计

第一梯队集中在“影视选段类”和“现场表演类”，两者在样本中的占比分别为 38.2% 和 26.4%。“影视选段类”通过歌仔戏展示经典剧目片段，如《陈三五娘》《梁山伯与祝英台》等，实现了歌仔戏影视节目的“短视频化”传播。“现场演出类”则通过将歌仔

戏舞台的现场演出记录为短视频供观众观赏体验。“影视选段类”和“现场演出类”的视频在歌仔戏短视频中占据了六成以上，反映出观众对于歌仔戏艺术本体的追求，用户更喜欢创作与歌仔戏舞台相关的短视频。综合来看，“影视选段类”和“现场演出类”都具有直观和观赏性强的特点，能够快速吸引观众的注意力，能直接满足观众对歌仔戏表演的审美需求。

第二梯队是“二次创作类”和“幕后花絮类”，分别占12.1%和11.1%，二者比例接近，但比起第一梯队来说，相对较低。“二次创作类”是普通歌仔戏爱好者利用抖音平台创作与歌仔戏的相关短视频，体现了歌仔戏传播的创新尝试，具有独特的传播价值。抖音平台创作短视频不需要依赖非常专业的设备和技术，只需要手机终端就能轻松实现短视频的拍摄、剪辑、上传和互动反馈。操作灵活简便赋予了歌仔戏爱好者广阔的创作空间。借助抖音短视频，歌仔戏传播也不再必须依赖于官方和专业演员，普通人也能感受歌仔戏表演的独特魅力。“幕后花絮类”视频是记录歌仔戏演员在后台备演的情节。通过展现排练过程、化妆准备等幕后花絮，拉近了传统戏曲与观众的距离，增强了传播的趣味性和真实性。演员们是如何准备表演的？他们在后台是什么样子的？出于好奇心，观众对表演者的幕后工作感兴趣是难免的。“幕后花絮类”短视频给满足这种需求提供了便利渠道。满足了观众对戏曲艺术的好奇心，助推了戏曲艺术的大众化。

相比之下，第三梯队的“人物采访类”“演出资讯类”和“音乐赏析类”短视频的占比明显偏低，分别为5%、4.3%和2.9%。“人物采访类”是对歌仔戏艺术家进行采访或访谈，让观众侧面了解歌仔戏及艺术家的相关情况。“演出资讯类”短视频则为观众提供了实时的演出信息，促进了歌仔戏线下演出信息的传播。“音乐赏析类”短视频主要是对唱腔、曲牌等音乐元素的解析，深入解释歌仔戏文化，有助于提升观众的艺术鉴赏能力。

歌仔戏内容题材的梯次分布反映了当前歌仔戏短视频内容的供给结构与受众需求之间的对应关系。这种主题类型的差异化分布，体现了传统戏曲在新媒体时代的传播特点，以及短视频时代的歌仔戏传播生态体系。

二、态度倾向：以中立积极为主

在本文的 280 个研究样本中，歌仔戏短视频作品的态度倾向以中立为主，样本数为 179 个，占 63.9%，约为总体样本的六成。持肯定倾向的短视频样本 99 个，占总体样本的 35.4%，而否定倾向的短视频只有 2 个样本，仅占总体样本的 0.7%，如图 4.2 所示。这表明，在歌仔戏短视频中，中立态度占据了视频的主导地位。这种现象也反映出创作者内容表达的叙事策略，在创作歌仔戏短视频时，创作者普遍采取客观中立的态度。这种态度倾向与短视频创作者的第三者立场有关。

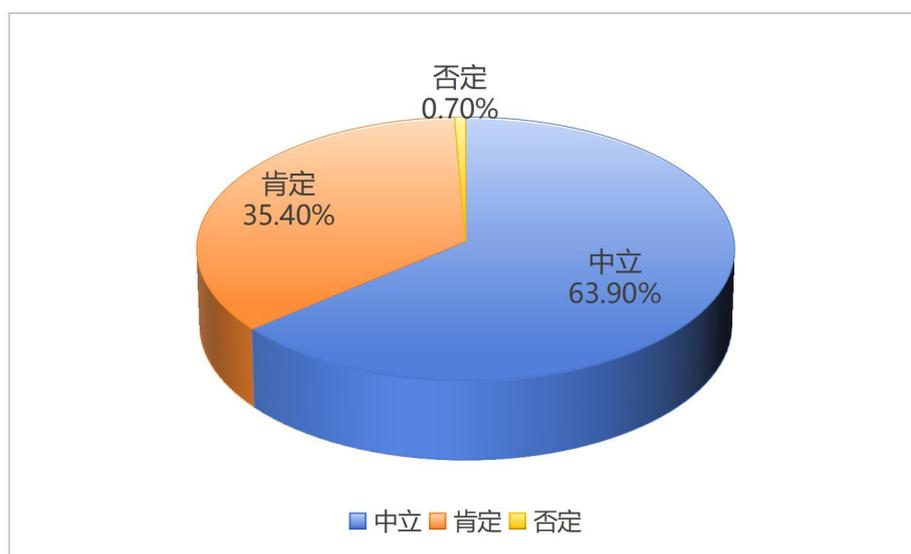


图 4.2 歌仔戏短视频的态度倾向类目统计

从传播效果的角度来看，中立态度倾向反映出的是，大多数创作者在创作过程中注重保持歌仔戏的艺术本真，避免过度情绪化的表达给歌仔戏传播带来的偏差。这种创作态度有助于维护戏曲艺术的严肃性和专业性。肯定倾向则体现出创作者和观众对歌仔戏艺术的认同、支持及喜爱。适度的积极表达也为传统戏曲文化的现代传播注入了活力。这种表达不仅提高了歌仔戏在年轻观众之间的吸引力，也增强了传统戏曲文化的吸引力和感染力，为传统戏曲文化的正面传播提供了新的思路。

第二节 中层次内容分析

一、创作主体：以非专业用户为主

根据图 4.3 所示，通过 UGC 方式生产并发布的视频作品数量显著多于 PGC。具体

而言，UGC 视频样本数量为 249，占据了总数的 88.9%，而由 PGC 生产发布的视频作品则仅有 31 个，占比 11.1%。

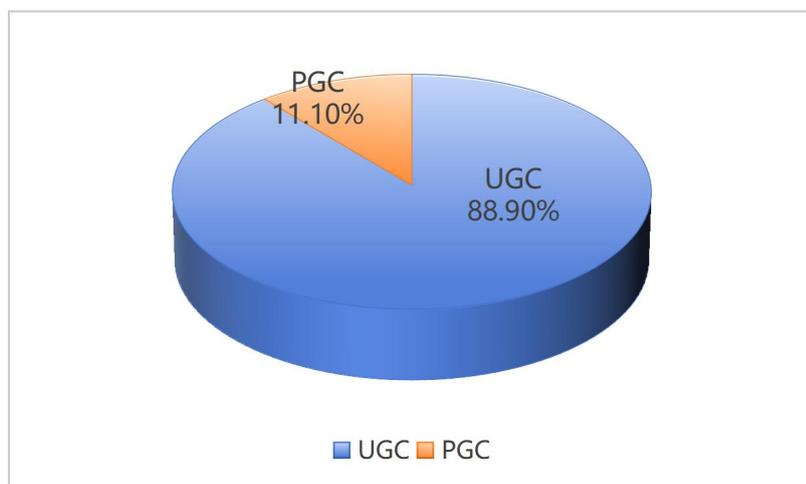


图 4.3 歌仔戏短视频的创作主体类目统计图

可见，在歌仔戏短视频领域，大部分视频内容是由非专业的用户自行创作与分享的。这些短视频作品，大部分是截取自歌仔戏经典作品的片段进行二次传播，如歌仔戏《陈三五娘》《薛丁山与樊梨花》《孟丽君》等经典作品的片段；或是他们亲自拍摄的现场表演视频，这类视频是观众现场拍摄后直接上传到平台。一般情况下，用户会加上字幕进行传播，如用户“翠妹”2024年8月23日发布的《如此美丽灵动俏皮秋香姐》就是用户在杨跃宗剧团的演出观众席上拍摄的现场视频。也有的对官方剧团传播的作品的剪辑转发。比如用户“jiang~”2024年10月2日发布的《孩儿被贬~》就是对厦门歌仔戏研习中心的线上展播歌仔戏《莫愁女》进行片段剪辑后转发。歌仔戏短视频创作主体的分布情况是技术赋能和传播观念转变的结果。移动互联时代以用户为本位的传播观念让受众在传播过程中的地位不断提升，受众甚至可以参与到生产环节，与专业生产者一起，在网络文化公共空间共同发力。

歌仔戏短视频 PGC 生产主力军主要是由各个地方的官方剧团传承机构和歌仔戏专业演员组成。如厦门歌仔戏研习中心、漳州歌仔戏芗剧传承保护中心、南靖文慧芗剧团、福建省漳州艺术歌仔戏团、龙海明月歌仔戏剧团等非遗传承保护中心和官方剧团的账号。这类账号以宣传为主，更新周期不固定，发布的短视频集中在演出宣传和现场表演记录。歌仔戏专业演员和剧团接班人也是 PGC 传播的主力军。如厦门歌仔戏研习中心一级演

员苏燕蓉、龙海少全艺术歌仔戏剧团传承接班人燕子、厦门歌仔戏研习中心、国家一级演员郑惠兵等，他们既是内容的生产者又是内容的传播者，具有高度的传播独立性和自主性。比如抖音用户@歌仔戏郑惠兵、@苏燕蓉、@杨跃宗、@姚姚小仙女等，这类账号的发布内容大部分集中在个人的歌仔戏现场演出和知名演员个人生活的记录。他们都凭借发布自己表演歌仔戏的视频，获得了上千的粉丝，其中@杨跃宗更是凭借发布歌仔戏短视频达到了 22.7 万的粉丝量。



图 4.4 演员姚琼男账号主页



图 4.5 演员杨跃宗账号主页

二、场景呈现：以单一场景为主

在场景的呈现上，歌仔戏短视频呈现出高度集中的特点。单一场景的视频样本占据主导地位。音乐鉴赏类、演出资讯类占比不高，但同样在歌仔戏的传播中同样发挥着重要作用。不同的视频类型共同构成了歌仔戏短视频的丰富生态，满足了观众多样化的观看需求。

根据图 4.6 可知，歌仔戏短视频的场景为单一场景的视频样本占总体样本数的 96.8%，出现多个场景的仅占 0.4%，音乐鉴赏、演出资讯类的视频甚至没有具体场景，这类视频占据 2.8%。在歌仔戏短视频中，单一场景的使用占据主导地位。这种现象与歌仔戏的特性和短视频平台的传播需求有关。歌仔戏的表演通常集中在特定的舞台上或剧场内。

这种表演形式的集中性决定了在歌仔戏的传播场景始终局限在单个舞台。因此，歌仔戏短视频在场景的呈现上有一定的局限性。

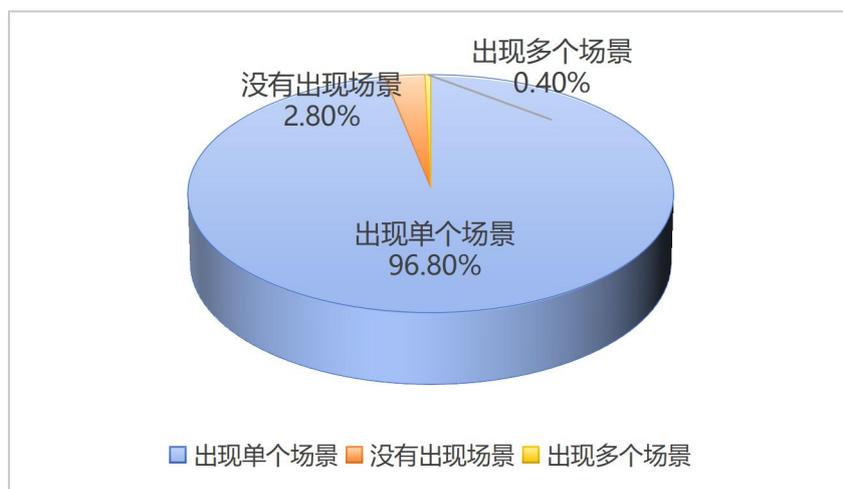


图 4.6 歌仔戏短视频的视频场景类目统计图

线下演出是歌仔戏的传统根基，演员与观众直接互动，现场氛围和即兴发挥是最大特色。观众能感受到唱腔的感染力、演员身段的细节，甚至乐师的临场配合，这种沉浸式体验是线上无法替代的。但线下受限于场地、时间和成本，辐射范围往往局限于本地中老年群体。而线上传播通过短视频、直播等方式，打破了地域限制，一首经典唱段可能吸引海外年轻网友点赞。不过，线上内容需要节奏快、视觉强，传统唱段若原样上传，很容易被“划走”。此外，线上观众虽多，但变现难，打赏和广告收入远不足以支撑剧团运营。（M12，歌仔戏研究专家，2024年12月7日）

大部分的歌仔戏短视频都是很长直拍的镜头，没有分镜头的切换。对于我们观众而言，感受就会比较枯燥无味。虽然在线下看演出也是局限在一个舞台空间里面，但是线上和线下的感受是不一样的。在现场看表演的话不容易走神，但是在手机里面看歌仔戏的话，没有变化的内容就很容易让人感到单一，失去兴趣。（M06，学生，2024年11月23日）

音乐鉴赏、演出资讯类的短视频的比例虽然不高，但在歌仔戏短视频的传播中，二者也发挥着不可或缺的作用。音乐鉴赏类短视频能够跳脱出歌仔戏人物服装剧情等其他因素的制约，有针对性地对歌仔戏的音乐曲调和唱词进行传播，让受众深入欣赏歌仔戏的音乐。演出资讯类视频则能够及时传递歌仔戏演出信息，激发观众的观看兴趣。

三、标题特征：以陈述型为主

分析显示歌仔戏短视频样本的视频标题可划分为陈述型、评论型与设问型三种类型。如图 4.7 所示，在 280 个视频样本中，使用陈述型标题的视频样本数量为 223 条，占比 79.6%，位居首位；使用评论型标题的视频样本数量为 47 条，占比 16.8%，位列第二；而使用设问型标题的视频样本数量仅有 10 条，占比 3.6%，排在第三位。进一步分析歌仔戏短视频的标题特点发现，其标题均采用短句结构，语言简洁明了，关键词精准，字数严格控制在 8~25 个字之间。在网络环境中，这种短小精悍的标题形式、简洁明了的叙述方式以及镜头语言的表达，均契合了受众对短视频的审美与认知需求。

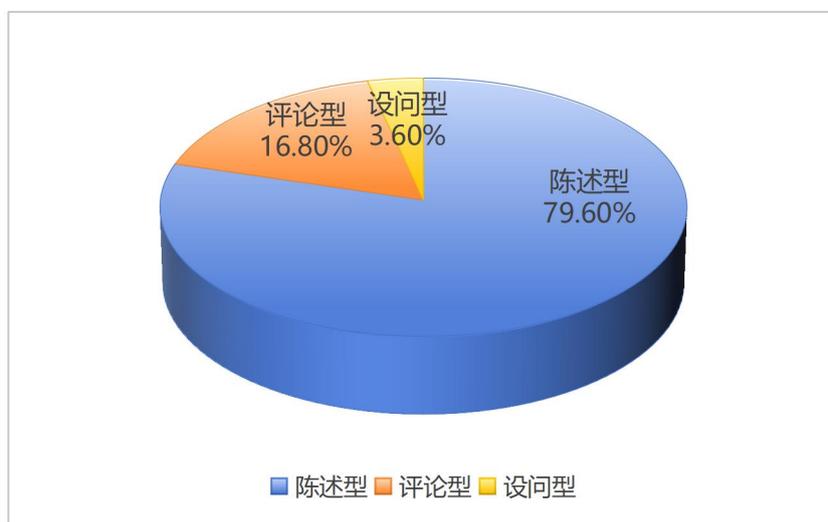


图 4.7 歌仔戏短视频的视频标题类目统计图

陈述型标题是创作者用陈述性的语言，对歌仔戏短视频的内容进行整体性的总结与归纳。这种以客观描述为主的标题形式，能够快速、准确地传达视频核心信息，降低观众的认知成本，从而提高视频的点击率和传播效果。如“陈三五娘：小七发现益春跟陈三跑了，奋起直追”这一标题，一目了然，观众在看到标题时即可知晓视频内容是歌仔戏经典剧目《陈三五娘》中的情节。在样本中，陈述型标题在样本中占据了近乎 80%。陈述性样本占比的绝对优势地位反映着创作者在内容传播策略上的普遍选择。创作者用陈述性的语言呈现视频内容，使观众能够在第一时间明白视频的主要内容和情节特点，从而提高受众的关注度，提升视频的点击率和传播效果。

评论型标题是创作者对歌仔戏短视频的内容作出评论性表述。评论型标题是创作者

用主观评价来引导观众理解视频内容。这种带有观点性的标题形式能够引发观众的情感共鸣和思考。例如，“水亏，这动作太可爱了”这一标题，使用闽南语“漂亮”的谐音“水亏”来评价表演者的演出，既突出了表演内容为闽南戏曲文化的特点，又通过口语化的表达拉近了与观众的距离；“叶姐这造型好帅，哈哈”这一标题则通过年轻化的语气评价歌仔戏艺术大师叶青在戏中的造型，拉近和观众之间的距离；“大师之作，一听再听，陶醉在这空灵悠远的音乐里”则是通过对视频中音乐家林士鹏的大光弦独奏进行感慨式的赞叹，引导观众关注戏曲音乐的艺术魅力。

设问型标题是创作者运用设问修辞手法激发观众的兴趣，从而深化观众对视频内容的印象与理解。如标题“你是喜欢陈三还是五娘呢？每年总有几天会回味歌仔戏”等。这种标题形式虽然能够有效激发观众的好奇心和参与感，但对创作者的文案能力要求较高。这可能是其使用频率较低的主要原因。

第三节 低层次内容分析

一、时长分布特征：短视频分布明显

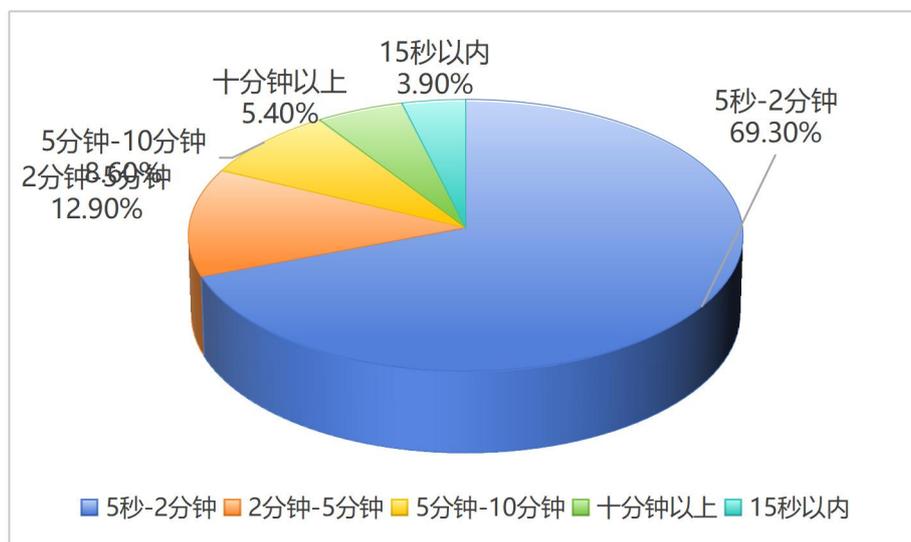


图 4.8 歌仔戏短视频的视频时长类目统计

时长是歌仔戏短视频的重要属性之一，反映了传播内容的容纳量。如图 4.8 所示，在歌仔戏短视频样本中，视频时长 15 秒-2 分钟的视频样本共 194 条，占比 69.3%，位居第一；时长 2 分钟-5 分钟视频样本共 36 条，占比 12.9%，位居第二；时长 5 分钟-10 分钟的视频样本共 24 条，占比 8.6%；时长 15 秒以下和十分钟以上的视频样本分别为

11 和 15 条，二者共占比 9.3%。

歌仔戏短视频的时长分布呈现出的差异化实际上反映了歌仔戏短视频传播和观看需求的多样化。考虑到移动端用户的观看习惯，15 秒-2 分钟的时长能够使歌仔戏在碎片化时间内实现快速传播，因此歌仔戏的短视频主要集中在 15 秒-2 分钟这个时间段。但歌仔戏本身的戏曲时长就比较长，有相当一部分短视频时长较长，这部分的短视频就更注重戏曲内容的完整性。在样本中，这类短视频通常用来呈现完整的戏曲片段或重要的表演场景。例如“风铃”发布的《<京娘送兄>曾振东、苏燕蓉很长很长，很好看很好看》（长 25 分钟 45 秒）为例，这种超长视频虽然可能影响完播率，但却能够完整呈现经典剧目的艺术文化精髓；《打字幕很辛苦，但是值得的！看到最后墓石打开的瞬间，真的起鸡皮疙瘩了》（长 13 分钟 44 秒）则通过字幕制作等细节，展现了创作者的专业态度，其较长的时长也为观众提供了沉浸式的观赏体验。这类视频虽然传播效率相对较低，但能够满足核心戏曲爱好者的深度观赏需求，在培养忠实观众群体方面具有独特价值。

二、传播效果分析：低区间分布为主

在短视频平台中，点赞、评论和分享用户互动方式是受欢迎程度最直观的体现，同时也是体现歌仔戏视频传播力和影响力如何的重要因素。

（一）点赞行为分析

点赞是观众表达喜爱、认可、赞赏等积极情感态度的操作。点赞数量的高低体现了歌仔戏传播的深度。^①当用户浏览到一条符合自己兴趣或带来愉悦感受的短视频时，便会点赞，以这种方式向创作者传达自己对视频内容的肯定。点赞量反映的是视频内容在用户群体中的共鸣程度。较高的点赞量意味着视频内容能够触动更多用户的情感，引发他们的认同。

抖音平台上的点赞功能，构成了用户与创作者间关键的互动桥梁，它是观众表达喜爱、赞扬及支持视频内容的简便手段，能有效传递个人态度给创作者。众多社交媒体均设有类似机制，而在抖音应用中，这一功能以屏幕右侧的爱心图标形式展现，点击该图

^① 金兼斌，江苏佳，陈安繁，沈阳. 新媒体平台上的科学传播效果：基于微信公众号的研究[J]. 中国地质大学学报(社会科学版)，2017(02):107-119.

标点亮爱心，即表示对该视频内容的认可与点赞。如图 4.9 所示，在抖音歌仔戏短视频样本中，将点赞量划分为“0~100”“101~1000”“1001~5000”“5001 以上”4 个区间。统计结果如图 4.9 所示。在 280 个样本中，点赞量在“101~1000”的视频样本数量最多，达到了 166 个，占比 59.3%；点赞量在“1001~5000”的视频样本本次之，有 89 个视频，占比 31.8%；点赞量在“5001 以上”的视频共有 18 个，占比 6.4%，点赞量在“0~100”的视频样本仅有 7 个，占比 2.5%。其中点赞量破万的视频有《水亏，这动作太可爱了》《玉霞姐姐紧张穿衣服，准备开始演出了》《男生反串角色，石榴姐姐来了》《演完戏，全身又都湿透了》等。可见，歌仔戏短视频的点赞量差距较大，更多的是点赞数没有破千的视频，点赞数破万的热门视频屈指可数。另外最高点赞与最低点赞的数额差距较大，抖音平台上歌仔戏视频的出圈还有很大的进步空间。

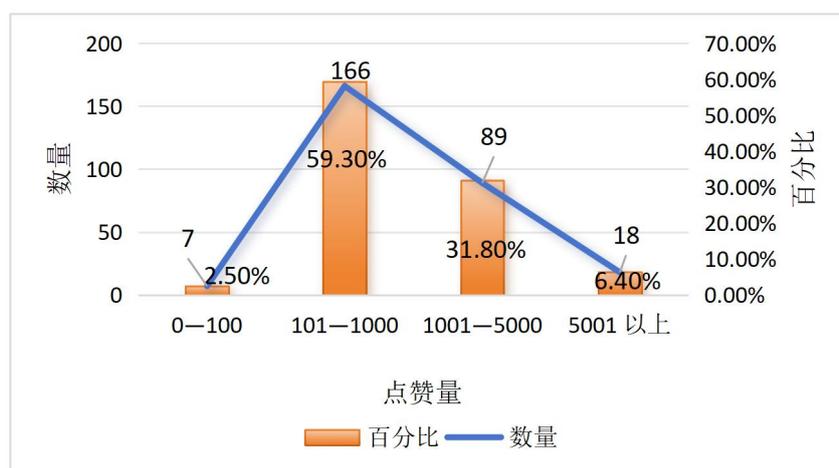


图 4.9 歌仔戏短视频的点赞量统计图

（二）评论行为分析

评论是观众基于个人理解和观点对视频内容进行评价的过程。评论发表的不仅仅是见解，更是话题交流的重要形式。^①评论内容丰富多样，涵盖对视频内容的深度剖析、综合评价、疑问以及建议等较多的维度，是增强用户黏性的重要方式。在抖音歌仔戏短视频样本中，将评论量划分为“0~50”“50~100”“101~150”“150 以上”4 个区间。统计结果如图 4.10 所示。

在 280 个样本中，评论量在“0~50”的视频样本占比 59.3%，表明大部分歌仔戏短

^① 高宏存，马亚敏.移动短视频生产的“众神狂欢”与秩序治理[J].深圳大学学报(人文社会科学版), 2018(06):47-54.

视频的观众互动较为有限，在内容吸引力、推广力度或观众群体的特定性等方面，歌仔戏短视频还存在着较大的提升空间。评论量在“50~100”的视频样本占比 20%，说明歌仔戏短视频的部分内容能够引起观众的关注和讨论，但尚未形成大规模的互动热潮。评论量在“150 以上”的视频占比 18.2%，这一比例虽然不高，但考虑到歌仔戏作为传统戏曲形式在现代社交媒体上的传播影响力有限，这一成绩已属不易。评论量在“101~150”的视频样本仅有 23 个，占比 8.2%。

评论量破千的视频仅有用户“天天”发布的《水亏，这动作太可爱了》《玉霞姐姐紧张穿衣服，准备开始演出了》两条短视频，分别获得 1411 和 1083 的评论量。以及歌仔戏演员苏燕蓉发布的《演出现场，扎西德勒~~~这是哪里呀》，获得了 1034 的评论量。这些高评论量的视频往往具有很强的内容吸引力和话题性，能够激发观众的广泛讨论和共鸣，这也体现了歌仔戏短视频在特定（粉丝）圈层中的巨大影响力。

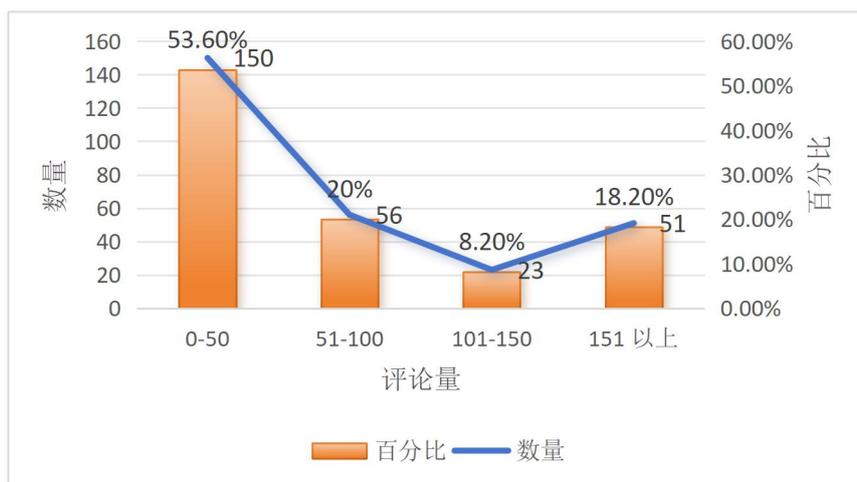


图 4.10 歌仔戏短视频的评论量统计图

（三）分享行为分析

和点赞、评论不同的是，分享通过转发分享短视频以达到广泛传播和主题形成的目的。^①分享是用户将自己认为有价值、有趣、感人或能引起他人兴趣的短视频，通过平台提供的分享功能，传播到其他社交平台或发送给亲朋好友的行为。分享对短视频传播力的提升具有关键作用，它能够突破短视频平台的局限，将短视频传播到更广泛的社交圈子中，实现传播范围的指数级增长。每一次分享都有可能带来新的观众，这些新观众

^① 孙婷，张晓艺. 新媒体生态环境的破坏——以对微博的不当转发为例[J]. 新闻知识, 2012(02):12-14.

又可能成为新的分享者，从而形成一种裂变式传播，使短视频的影响力不断扩大。

抖音中视频的分享量也是传播度的衡量标准之一。如图 4.11 所示，在抖音歌仔戏短视频样本中，分享量在“0~100”的视频样本数量最多，这反映出歌仔戏短视频的分享传播有限。歌仔戏作为闽南地区传统的娱乐酬神^①的形式，本身就具有一定的用户基础。但是，从歌仔戏的分享情况来看，多数歌仔戏短视频都未能有效激发用户的分享欲望。分享量在“101~500”的视频样本本次之，这说明部分歌仔戏短视频的内容具备一定的二次传播潜力，创作者能够通过独特的魅力或创意吸引观众，从而激发受众的分享欲望。分享量在“501~1000”和“1000 以上”的视频占比均不超过 10%，说明能够触达并激发更多用户分享意愿的高质量内容相对较少，但不可忽视的是，这部分的短视频是歌仔戏传播效果最为显著的“头部内容”。

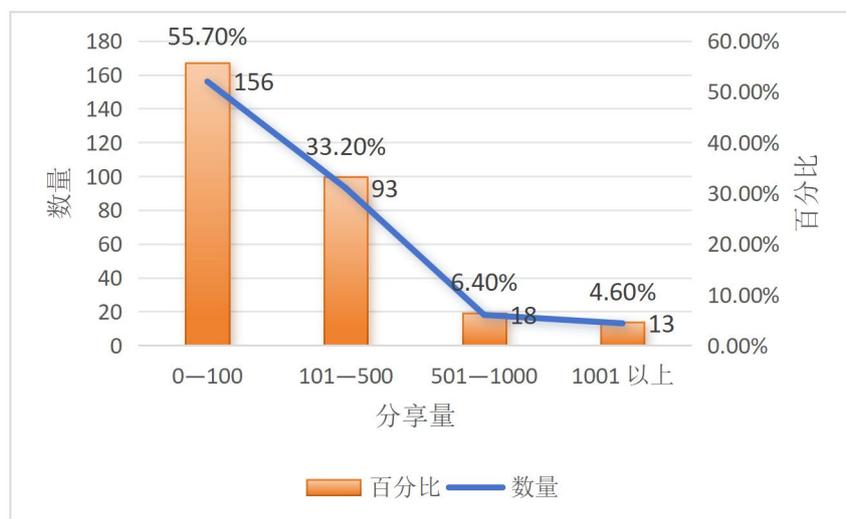


图 4.11 歌仔戏短视频的分享量统计图

三、视听元素分析：与歌仔戏文化有机结合

丰富的视听呈现是增强短视频吸引力的关键。^②在互联网时代，短视频强调视听并行的呈现效果，丰富的视听呈现能够为用户打造良好的视听体验。在歌仔戏短视频中，创作者通过动态的画面、声音和歌仔戏舞台艺术的有机结合，直观生动地呈现了歌仔戏的文化艺术。这种视听结合的方式满足了观众对歌仔戏艺术的欣赏与审美需求，提高了歌仔戏传播的效果。

① 在闽南文化中，酬神指的是以歌舞、演戏、鼓乐等形式举行娱神活动。

② 张步中，李晨. 叙事学视角下《国家宝藏》创作特色探析[J]. 电视研究, 2018(04):41-43.

（一）视觉元素：戏曲符号传达了歌仔戏文化

视觉元素是构成视觉对象的基本元素，包括色彩、点线面等。它们是人类传递信息的重要工具，也是视觉传达语言的信息符号。在歌仔戏短视频中，视觉元素主要由字幕、人物服装、戏曲妆容和特效等所构成。对歌仔戏短视频样本的视觉元素进行分析，结果如表 4.1 所示。

表 4.1 歌仔戏短视频视觉元素分布

变项	类目	样本数	百分比
视觉元素	字幕	232	82.86%
	人物服装	212	75.71%
	戏曲妆容	207	73.93%
	特效	20	7.14%

1.使用字幕跨越方言壁垒

字幕以文字形式显示视频作品中的对话等非影像内容。作为辅助性的文字内容，字幕在短视频传播中起到提供信息和强调的作用。在歌仔戏短视频中，字幕的使用样本高达 232，占比 82.86%，这与歌仔戏使用语言的独特性密不可分。歌仔戏作为地方戏曲短视频，使用的语言为闽南语，具有较强的地域性，且发音与普通话有着较大的差距。对于非闽南语地区的观众而言，理解歌仔戏剧情和台词存在较大的障碍。字幕有效消解了方言带来的理解障碍，使非方言受众能够跨越语言壁垒，精准捕捉唱词中的叙事线索与情感表达，从而扩大歌仔戏短视频的传播覆盖面。

2.戏曲造型展示歌仔戏文化

人物服装和戏曲妆容是歌仔戏文化的核心视觉载体。华丽的服饰造型与程式化的脸谱可以直观地传递出角色的身份和人物的性格特征。例如，服饰的色彩、纹样和配饰通常与人物角色的社会地位、年龄及性格等相关联。歌仔戏的服装与妆容承载着闽南地区的历史文化记忆。在歌仔戏短视频中，戏曲服装和戏曲妆容的使用占比分别为 75.71% 和 73.93%，这些视觉符号的高频运用反映出歌仔戏文化的审美特征，是歌仔戏文化传承的重要媒介。

3.特效使用丰富传播效果

特效的使用得益于抖音平台技术的成熟。样本分析结果显示，在歌仔戏短视频中，抖音特效的使用率仅有 7.14%。在这些样本中，特效通常为人物妆容美化和戏曲场景特效。人物妆容特效能够精准还原戏曲角色的面部特征。虚拟场景的建构能够打破物理空间的限制，为传统戏曲表演提供了更加多样化的虚拟舞台环境。创作者只需要利用特效技术，就能轻松实现歌仔戏的场景建构。尽管这部分的视频占比不高，但抖音特效将传统戏曲艺术与现代数字技术相结合，在提升视频观赏性和传播效果方面仍然发挥了重要作用。

（二）听觉元素：经典曲调保留了歌仔戏韵味

听觉元素是指短视频中出现的背景音乐、人物演唱与念白、特殊音效等声音符号。在歌仔戏短视频中，听觉元素可以分为背景音乐、人物演唱与念白。对歌仔戏短视频样本的听觉元素进行分析可知，人物演唱与念白能够直接传递剧情信息，突出角色的性格特征。同时，人物唱腔与念白能够与背景音乐形成互补，为观众构建完整的听觉体验。在歌仔戏短视频中，背景音乐的样本占比为 84.29%，对于歌仔戏这类传统艺术形式来说，背景音乐的使用能够保留戏曲的原有韵味。人物演唱与念白的样本占比 81.43%。演唱与念白作为戏曲表演的核心组成部分，承载着叙事和情感表达的功能。高比例的演唱与念白的使用也反映了歌仔戏短视频在创作中对传统戏曲表演形式的尊重和保留。

表 4.2 歌仔戏短视频听觉元素分布

变项	类目	样本数	百分比
听觉元素	背景音乐	236	84.29%
	人物念白	228	81.43%

第四章 歌仔戏短视频传播面临的困境

当歌仔戏文化搭乘上短视频这辆“顺风车”，短视频独特的优势和特点为人们提供了一个全新的窗口来观察和认识歌仔戏文化。但随着歌仔戏短视频的发展，各种问题也逐渐显现出来。根据歌仔戏短视频的内容分析，也可以看出，在抖音平台上歌仔戏短视频传播产生影响的同时，也带来一些问题，比如歌仔戏的剧目内容和形式缺乏创新，传播主体媒介素养不足，短视频形式对歌仔戏文化内涵的弱化等等。抖音平台成了歌仔戏文化走向更广阔天地的突破口，但也可能成为歌仔戏文化“走不远”的绊脚石。

第一节 传播内容层面

许多歌仔戏短视频在剧目上创新不足，经典内容反复传播，在表现形式上略显单一。在文化传播的过程中，短视频削弱了歌仔戏的文化内涵，导致歌仔戏传统文化传播陷入困境。

一、剧目缺乏创新：经典内容的反复传播

短视频打破了歌仔戏影视剧时长的限制，将歌仔戏经典剧目“短视频化”。这种传播方式，拓宽了歌仔戏的受众面，促进了歌仔戏这一传统戏曲艺术与现代科技的融合，为歌仔戏的传承与发展开辟了新的路径。在歌仔戏短视频的传播内容中，歌仔戏的影视片段和现场舞台演出组成了大部分歌仔戏短视频的传播内容。短视频赋予了歌仔戏经典剧目新的传播活力，让歌仔戏转变传播方式，以数字化的形式进入观众视野，实现了传统文化的数字化传播。

我觉得对于我而言，传统的歌仔戏短视频会比较吸引我，因为我是泉州人，从小就是看着这些传统的歌仔戏长大的，所以我比较喜欢经典的视频内容。但是如果抖音上能够有更多与歌仔戏相关的内容，不是只有经典的话，我也会很感兴趣。（M03，学生，2024年11月8日）

之前在抖音上刷到了陈三五娘的一个片段，我感觉很有意思，点进博主主页发现都是歌仔戏的片段，后面就经常刷与之相关的内容。因为我个人比较喜欢没有任何旁白，没有解说，也没有改编过的片段。最喜欢看各种原剧本的切片视频。（M04，互联网公司职员，2024年11月10日）

但是，经典内容的反复传播对抖音歌仔戏短视频的发展也带来负面影响。新媒体时代的信息空间虽然在容量上实现了显著扩张，但观众在面对海量信息时，一方面需要投入更多时间精力处理信息过载问题，另一方面却被同质化信息构筑的“回音壁”所限制，难以接触到真正多元的内容。^①用户在面对大量相似的内容时，容易产生审美疲劳。经典剧目的反复传播难以吸引到新的观众群体。内容同质化还可能导致创作者之间的恶性竞争，影响整个歌仔戏短视频创作生态的健康发展。

在短视频平台快节奏、碎片化的特点下，作品内容仍然是歌仔戏短视频创新性发展和创造性转化的重要因素，同时自媒体时代传播门槛的降低为创作者们提供了表达自我的机会。歌仔戏若想获得可持续的发展，必须深耕内容，积极创新，没有创新支撑的内容生产，盲目跟风模仿的视频所带来关注量的增长也有可能稍纵即逝。

二、表现形式单一：艺术表达的创新瓶颈

歌仔戏历经多年发展，已经形成了一套相对固定的模式。当歌仔戏的传统艺术形式迁移至抖音平台时，歌仔戏的艺术表达就面临着巨大的挑战。^②

许多创作喜欢展示歌仔戏的经典剧目和舞台表演，并未进行表现形式的创新。在歌仔戏舞台表演的短视频中，创作者固守传统拍摄模式，仅仅对舞台表演进行单一、笼统的记录式拍摄，缺乏对镜头语言和叙事手法的创新性探索。作品在视觉呈现上就会缺乏层次感和艺术张力。这种保守的创作策略难以契合当代年轻群体的审美需求。创作现状与受众审美期待之间的落差，直接导致了歌仔戏观众群体的流失。因此，如何在保持戏曲艺术本质的同时，利用创新性的表现手法提升作品的吸引力，成为当前歌仔戏短视频亟待解决的关键问题。

其实这几年抖音上有很多人都在上传跟歌仔戏有关的视频。除了一些歌仔戏经典剧目的片段外，还有很多观众坐在观众席里面拍摄台上的画面。有些观众可能本身在摄影方面是行家，或者是精心学习，这类观众拍摄出来的作品就很精美。但是有些观众就是单纯拿起手机拍摄台上演员表演的画面，晃动得也很厉害，我们看到了也是很难受。

① 彭兰. 媒介化时空重塑的日常生活[J]. 新闻与写作, 2022(06):1.

② 黄小玉, 罗嘉琪. 戏曲艺术的数字化革新: 融媒体时代的传承与发展[J]. 中国戏剧, 2024(07):63-65.

(M10, 歌仔戏演员, 2024年12月1日)

三、文化内涵淡化：传统现代的融合困境

本雅明在其1936年出版的《机械复制时代的艺术作品》中提出了“灵韵”概念，指出传统艺术品具有独特的“灵韵”，但艺术品在新媒体的强大复制功能中却往往无法展现其个性化的特征。^①在短视频的媒介化改造过程中，歌仔戏的艺术文化内涵面临着双重改变。首先是物理意义上的改变。在媒介化改造过程中，歌仔戏内容的碎片化切割让歌仔戏艺术表达被简化为时长限制下的作品。其次是歌仔戏文化内涵的消解，戏曲艺术的深层价值让位于即时性的感官刺激。^②这种媒介化改造在本质上改变了歌仔戏的审美范式，也削弱了歌仔戏所蕴含的独特韵味，使得歌仔戏艺术的仪式性观赏演变为快餐式消费。^③

短视频的时长太短了。这么短的时间难以全面的展现这个歌仔戏的完整内容。因为传统文化往往需要很深入的了解和探索，我们才能感受到传统文化的魅力。这个短视频偏向的是快速传播，很那让我们深入了解到歌仔戏的内涵。(M06, 学生, 2024年11月23日)

我认为近几年来传统审美与现代娱乐的冲突导致戏曲文化受到了很多冲击。歌仔戏的写意性、慢节奏与短视频用户追求“短平快”的偏好存在矛盾。很多改编可能偏离传统艺术本质，过度依赖视觉特效，比如说夸张滤镜等等手段，可能会掩盖戏曲本身的唱功和表演功力，沦为“形式大于内容”的噱头。(M05, 电视台主持人, 2024年11月21日)

第二节 传播主体层面

一、专业性不足：非专业表演占据主导

在短视频平台的传播生态中，非专业创作者占据了主导地位。尽管这些非专业创作者的参与客观上扩大了歌仔戏传播的参与度，但也导致了非专业表演内容的广泛传播。

① [德]瓦尔特·本雅明, 许绮玲译. 迎向灵光消逝的年代[M]. 广西: 广西大学出版社, 2004:08.

② 赵刘昆, 张立群, 陈启勋. 昆曲在短视频平台的发展特点、问题与趋势——以“抖音”短视频平台为中心[J]. 戏剧文学, 2024(09):102-109.

③ 吴亚明. 论戏曲艺术传承和发展的四个原则——基于当前戏曲保护实践的几点思考[J]. 四川戏剧, 2025(01):50-54.

如果更多的人来加入到歌仔戏的传播，这是我们很愿意看到的情况。因为歌仔戏作为非物质文化遗产，它的传承和保护需要更多的人参与进来。这些观众或者爱好者在抖音上传播歌仔戏，对歌仔戏的传承和发展是有好处的。这样子能够让更多人看到歌仔戏，爱上歌仔戏。但是，这样子也产生了问题，就是大部分的观众和爱好者都没有学过怎么唱歌仔戏，他们传播的关于歌仔戏的内容，可能就会有偏差，不了解的人一看会觉得很厉害，但实际上（专业的人）一听就知道有问题。（M09，歌仔戏演员，2024年11月30日）

非专业创作者对歌仔戏的推广能够起到一定作用。但非专业创作者在创作上缺乏系统性、专业性的指导，导致他们会将复杂的歌仔戏艺术模仿化、表面化和简单化，他们更喜欢选择易于模仿的片段进行二次创作，或将歌仔戏元素与其他流行文化形式简单拼接。^①这种创作方式虽然降低了参与门槛，却也导致了歌仔戏艺术表达的浅表化。有些创作主体缺乏戏曲知识储备，在传播中难以准确把握歌仔戏的艺术精髓。

二、媒介技能匮乏：创作者缺乏新媒体思维

抖音平台的准入门槛相对较低。创作短视频并不难，只需要一部手机即可实现，但要创作出高质量的歌仔戏短视频，文案编撰、视频剪辑、粉丝互动、社群运营等技能必不可少。对于歌仔戏的创作者而言，媒介技能的缺乏导致许多歌仔戏短视频作品画质模糊、声音嘈杂、剪辑混乱。这种内容的呈现严重影响了观众的观看体验。从传播策略来看，多数创作者也缺乏用户分析能力，不善于进行受众群体分析并制定差异化的传播方案。在平台算法机制的理解与运用方面，歌仔戏传播者也普遍表现出适应性不足，缺乏通过优化标题、标签、封面等元素来提升内容可见度的技巧。

第三节 传播效果层面

一、互动机制缺失：观众参与度的降低

互动性的缺失阻碍了戏曲短视频的有效传播。这也体现了创作者与粉丝之间没有建立深层次的情感联结。歌仔戏本身蕴含极高的艺术价值，在缺乏互动机制的短视频环境中，歌仔戏短视频难以充分吸引关注并赢得观众的真正喜爱。

^① 郭云龙. 短视频平台黄梅戏传播研究[D]. 安庆师范大学, 2021.

在传统歌仔戏演出中，现场的互动性是歌仔戏文化的魅力所在。当处在同一空间时，观众能够直观感受到演员在表演中传递的艺术韵味，并与之产生共鸣。同时，演员也能接收到自观众的反馈，如掌声、笑声等互动表达。^①

歌仔戏的演出一般会在比较重大的节庆日期来举办。在这种情况下，歌仔戏的观看是一种集体活动。在这种盛大的活动中，我们可以跟周围的人一起分享、观看体验。这种互动的体验和短视频看歌仔戏就是就是不一样的。（M06，学生，2024年11月23日）

我个人会更喜欢线下（观看歌仔戏）一点，因为线下会让人更加有参与的感觉，能够做到跟演员的互动。在线上的话很难有那种沉进去观看戏曲的感觉，更可能有距离感，和台上演员的对视也没有办法实现。而且，线上大部分都是一些片段。我也没有耐心从开始看到结束，但是在线下我就可以耐心地看完整场演出。（M08，国企白领，2024年11月29日）

然而，在短视频平台中，歌仔戏的艺术呈现依赖于移动互联网与智能终端设备。虽然抖音平台在功能上设置了点赞、评论、转发等诸多互动功能，但这些互动往往偏离了艺术的本质，更多表现为社交属性的表面传播。^②多数观众并未对歌仔戏表演本身进行深度参与和互动，只是体验短视频的画面、音乐或场景。深度互动机制的缺失导致了观众参与度的降低，削弱了歌仔戏短视频的互动性与传播力。

二、场景体验弱化：观众沉浸感的消解

不同的媒介，即便呈现同一种内容，受众的体验感也是不同的。无法沉浸式体验，这是短视频平台在传播传统戏曲文化时难以解决的问题。

在传统歌仔戏的现场演出中，歌仔戏演员主要是通过“唱念做打”等形式来演绎剧情，观众能够在现场演出中体会剧情的变化和情感的转变，演员也能够通过观众的情感反馈适时调整表演节奏。

在现场看歌仔戏的话，我能感受到完整的舞台音效，演员的声音、乐器的声音以及各种舞台音效混合在一起。而且现场的舞台灯光、布景等元素会随着剧情发展实时变化，

① 李鲤，石琪隆. 从影像触达到文化认同：短视频跨文化传播的情感互动机制——基于互动仪式链的视角[J]. 传媒观察, 2023(06):97-103.

② 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.

可以从各个角度欣赏演员的表演，感受舞台的整体美感。但是抖音上大多是片段式的，很难完整地呈现一部歌仔戏的剧情和表演过程。现场的话可以完整地观看一部歌仔戏，从开场到结尾，按照剧情的顺序感受故事的发展，更好地理解其中的人物关系和情感冲突。（M08，国企白领，2024年11月29日）

当体验转向抖音平台时，歌仔戏演出的在场感和沉浸感会大打折扣。研究表明，移动设备用户观看视频的平均时间仅为15秒，严重影响了观众对中国传统戏曲艺术的沉浸式体验，歌仔戏的感染力在无形中被削弱。短视频的制作方式也影响了艺术表现效果。预先录制的表演内容无法再现现场演出的即时性，演员与观众之间的情感纽带被割裂，导致歌仔戏的感染力大幅降低。这种传播方式的转变在改变观众的体验模式的同时，也在一定程度上消解了歌仔戏的表达范式。

三、传播群体固化：算法推荐下的破圈难题

算法的推荐机制中，庞大用户群体催生出来的巨大流量，成为算法推荐平台的运行动力。^①抖音平台的算法机制能够精准捕捉用户行为，分析用户偏好，用户在平台上产生的任何互动痕迹都会被记录到后台中。在歌仔戏短视频传播中，平台会基于用户偏好进行推送，所触达的群体往往都是同一类型的观众。算法推送可能导致内容消费的“信息茧房”，仅触达有限群体，难以真正破圈。

现在互联网上的圈层分类很明显。在社交媒体上，只要你点赞某个相关内容。平台就会一直给你推送这一类的内容。如果你刚好对这部分内容感兴趣，你就会一直点赞。导致平台给你推送的内容都是与之相关的。观众容易被平台“绑架”。（M05，电视台主持人，2024年11月21日）

信息茧房的形成导致歌仔戏的广泛传播受到了阻碍。观众往往倾向于选择更具娱乐性和视觉冲击力的片段，而非完整展现戏曲艺术的作品，观众的艺术审美被重复的内容所限制，导致观众对歌仔戏的认知趋于片面化，难以深入认知其完整的艺术体系和深厚的文化底蕴。

^① 匡文波，王天娇. 社交媒体算法推荐传播逻辑与平台社会责任[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2023(05):1-12+21.

第五章 歌仔戏短视频传播的优化路径

抖音短视频有效拉近了观众与歌仔戏文化之间的距离，但高质量的内容始终是歌仔戏文化传播最重要的生产力。所以，歌仔戏文化想要在新媒体平台上走得长远，离不开优质的内容和生产者。唯有多方努力，在抖音平台的流量和歌仔戏文化内容的质量中找好平衡点，歌仔戏才能在短视频时代下走出一条可持续发展的道路。

第一节 内容优化策略：传统戏曲的现代化转型

一、创新内容开发：传统戏曲的现代表达

在歌仔戏短视频的创新发展过程中，内容创新是突破同质化困境的关键路径。作为数字时代的传统戏曲艺术，歌仔戏需要探寻出一条“传统戏曲+数字化”的发展道路。

居伊·德波在《景观社会》一书中提出“奇观”的概念，他认为，在现代化生产广泛渗透的社会里，生活的各个维度以无限累积的景观形态展现于社会之中。昔日那些直接存在、生动鲜活的事物，皆已全然转化为一种再现的形式。^①在传播媒介与技术手段不断革新的情况下，歌仔戏的内容主题也需要不断推陈出新。无论何时何地，有深度而又生动的内容，才是赢得观众的核心竞争力。

当前，受众在信息过载的环境中，对优质文化内容的需求日益凸显。这种需求不仅体现在内容的可获得性上，更体现在其艺术价值与文化内涵的深度上。创作者应当对传统歌仔戏的内容价值进行深度挖掘，借助现代媒体技术，通过创新性的艺术表达和叙事手法，提升歌仔戏短视频的文化品位和艺术感染力，从而推动歌仔戏在新媒体时代的可持续发展。例如，可以在保留经典剧目核心故事和艺术特色的基础上，融入现代元素。厦门歌仔戏研习中心推出的小剧场版《青蛙记》就是改编自郑怀兴于1986年创作的同名剧本。导演苏燕蓉巧妙融合了歌仔戏的传统韵味和现代元素，从歌仔戏本体出发，解构传统戏曲模式，在剧中加入现代戏剧的理念、表现方式和悬疑色彩，让观众置身于层层迷雾的荷塘之中，获得独特的沉浸式观演体验，引发他们对于“视角主义”的哲学思考。^②

① [法]居伊·德波. 景观社会[M]. 王昭风译, 南京: 南京大学出版社, 2007:52.

② 陈冬. 歌仔戏探索人性幽微——小剧场《青蛙记》连演8场, 全新呈现引发关注[N]. 厦门日报, 2024-12-15(06).

二、丰富表现形式：技术赋能的艺术创新

数字技术正在重塑文化传播的生态格局。技术加持下的歌仔戏短视频，让观众在审美和体验上有了大幅度的提升。这也为歌仔戏未来的传播提供了新思路。歌仔戏想要吸引更多观众，就要让观众更直观、更准确地感受到歌仔戏文化的魅力。应充分利用数字技术手段丰富歌仔戏的呈现形式。2024年8月，台湾知名歌仔戏团明华园戏剧团在台北发布的“元宇宙计划”，以经典歌仔戏剧目《韩湘子》与《冥战录》为蓝本，重新制作出适用于“元宇宙”平台的数字音乐视频，并上线虚拟主播教学歌仔戏节目，为观众提供数字化观剧体验。^①

抖音上的音效和画面经过后期处理，可能会更突出某些细节，通过剪辑让某些精彩的唱段或者动作反复出现，增强感染力。我更喜欢一些经过现代改编的传统戏曲，比如将歌仔戏与现代流行元素相结合。我看过一些将歌仔戏的唱腔与现代音乐混音，或者用歌仔戏的形式演绎一些现代故事的短视频。这种创意改编既保留了歌仔戏的传统韵味，又符合年轻人的审美趣味，容易吸引年轻人的关注。（M07，自媒体博主，2024年11月27日）

三、深化文化内涵：戏曲精髓的当代诠释

歌仔戏是国家级非物质文化遗产之一，承载着深厚的文化积淀。为实现歌仔戏的有效传播，提升歌仔戏的审美价值，创作者应当立足于歌仔戏本身的文化内涵，实现歌仔戏文化的当代诠释。

戏曲节目立足戏曲文本，直观地展示故事情节和背后的历史文化、社会背景等。^②同样地，歌仔戏短视频也可以通过故事向观众传达背后蕴含的文化内涵。习近平总书记在十九大报告中提出要“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展^③。”创造性转化，就是对传统文化取其精华去其糟粕，赋予其新的时代内涵和新的表达形式。创新性

① 新华社. “元宇宙+歌仔戏”台湾剧团数字化创新传统曲艺[EB/OL]. (2024-08-01)[2024-12-31]. <https://www.news.cn/tw>.

② 黄小玉，罗嘉琪. 戏曲艺术的数字化革新：融媒体时代的传承与发展[J]. 中国戏剧，2024(07):63-65.

③ 新华社. 习近平提出，坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛[EB/OL]. (2017-10-18)[2024-12-28]. <https://www.gov.cn>.

发展，就是要根据时代的变化，对中国优秀传统文化的内涵加以拓展和修正，使其在新时代中焕发出新的活力。^①对于歌仔戏而言，文化内涵是歌仔戏不变的艺术灵韵。这是歌仔戏在诞生后代代流传下来的精髓，也是歌仔戏区别与其他戏曲的重要特征。在具体的歌仔戏创作过程中，既要留存歌仔戏的文化内涵，又要创新表达方式，从而实现歌仔戏文化的创新性发展和创造性转化。

第二节 多方协同努力：形成传承传播合力

一、多元主体协同：发挥政府主导性作用

当前歌仔戏短视频的生产与传播呈现出明显的“民间主导”特征，这一现状凸显出政府介入的必要性。在我国，非物质文化遗产的保护与传承工作主要由国家职能部门负责，如教育部门、文化机构等。自上而下的管理体制决定了非遗文化必须依托政府。当前，歌仔戏的线下传播体系可以分为官方的歌仔戏传承保护中心和歌仔戏民间剧团。

歌仔戏的发展过程是不断适应社会技术发展的过程。在过去，歌仔戏是人们娱乐，聚会，酬神祭祀的主要仪式。在技术不断发展的今天，人们可选择的娱乐方式丰富多样，歌仔戏逐渐淡出大家的视线。（M02，歌仔戏研究专家，2024年10月12日）

厦门歌仔戏研习中心、漳州市歌仔戏芗剧传承保护中心、龙海市歌仔戏芗剧传承保护中心等专业机构，都是在政府主导下建立的重要传承平台。官方剧团依赖政府的政策支持和资源投入。民间剧团鳞次栉比，漳浦杨跃宗歌仔戏剧团、南靖文慧芗剧团、龙海少全歌仔戏剧团等，都是个人张罗起来的歌仔戏剧团。这些剧团自负盈亏，水平参差不齐。数字化趋势下，官方剧团和民间剧团都积极顺应数字化趋势，在短视频平台开设账号，推进歌仔戏的数字化传播。政府可以把握数字化时代的发展机遇，通过专项经费支持和政策引导，构建起政府引导、专业机构主导、社会力量参与的立体化数字化传播体系。

二、专业能力提升：提高创作者专业素养

高专业水准的传播者专业入场，能够优化戏曲短视频传播生态。观众有基本的审美

^① 王艺霖. 习近平对中国传统文化的创造性转化和创新性发展——以知行关系为例[J]. 党的文献, 2016(01):19-24.

需求，粗制滥造、毫无创作技巧的歌仔戏短视频只会使观众在浏览时毫无兴趣。要想吸引年轻观众对歌仔戏感兴趣，就要提升创作者的媒介素养。

创作者亟需深化对新兴媒介的全面理解。在认知层面，创作者要准确把握短视频的传播规律，理解短视频平台的传播范式。在实践层面，创作者需要系统提升短视频平台的操作能力，包括视频拍摄、后期剪辑、粉丝运营等专业技能，从而增强歌仔戏短视频的活态传承能力，并实现其商业价值的有效转化。

同时，在歌仔戏短视频的创作过程中，要避免过度追求视觉冲击而损害歌仔戏表演的原真性，从而确保文化内涵的准确传达。这对创作者提出了更高要求：一方面，创作者要提升现代传播技能，专业视频制作和运营人才有助于提升歌仔戏短视频的传播效果。另一方面，歌仔戏短视频的创作者要承担起文化把关人的责任。通过“传承人+专业运营”的分工合作模式，才有利于实现传统戏曲文化与现代传播技术的有机结合。

第三节 传播效果强化：互动与创新的拓展

一、提升用户互动：参与式传播的模式创新

受众的参与感是提高观众黏性的重要因素之一。高参与度能充分调动观众的积极性，创作者才能精准把握观众的兴趣和需求，从而创作出更符合观众兴趣的优质内容，最大化地实现其传播效果。^①

提升观众参与度是增强视频观看效果和传播效果的关键策略。例如，通过互动环节能够显著提高观众的观看时长和分享意愿。创作者可在视频开头设置互动问题，这些问题可以与歌仔戏故事、文化和背景的内容相关。在视频结尾处，创作者可以参考 B 站 UP 主的求三连策略，引导观众点赞评论。在短视频平台上，互动不仅是简单的操作行为，更是文化记忆解读、再评价和传播的重要环节。^②在互动过程中，歌仔戏文化传播者从创作者转向了观众，实现了歌仔戏文化的再传播。

创作者可以充分利用新媒体平台的社交功能。例如，在抖音平台上围绕歌仔戏特色

^① 吴增礼，肖佳. 价值维度·现实限度·优化向度：短视频赋能中华优秀传统文化传播[J]. 湖南大学学报(社会科学版), 2024(05):9-16.

^② 潘丽文. 短视频中的文化记忆建构：符号象征、叙事策略与主体互动[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2024(05):141-150.

元素设计创作挑战，鼓励用户参与二次创作，提升用户间的互动频率，优化参与体验。在当前的社交媒体生态中，创作者可采用协同创作策略，与戏曲演员合作制作视频内容。这种合作模式不仅能实现资源深度共享和开发，还能有效扩大账号的曝光度和影响力。

二、拓展融合创新：歌仔戏艺术的多方联动

歌仔戏有着深厚的文化内涵和独特的艺术魅力，具有多方拓展的潜力。在音乐领域，已经有歌手将传统歌仔戏与现代音乐相融合。例如，流行歌曲《身骑白马》在创作中巧妙融入了歌仔戏的艺术精髓，在歌词创作上保留了歌仔戏“七言四句”的传统唱词结构，又通过普通话与闽南语的交替运用确保了歌曲的通俗易懂，在音乐上继承了歌仔戏“七字调”的曲牌特色，通过移调技法和字调突破等创新手法，使传统唱腔旋律更符合现代流行音乐的演绎需求，^①不仅有效激发了听众对闽南语文化的兴趣，实现了闽南文化的广泛传播，也使其更契合当代年轻群体的审美取向，为传统戏曲的现代化转型提供了有益借鉴。歌仔戏短视频也可以借鉴这种方式，拓宽其艺术表现力。

① 朱绮恒. 浅析歌仔戏与流行音乐的碰撞——以徐佳莹演唱的《身骑白马》为例[J]. 戏剧之家, 2020(26):27-28.

结语

在当代社会，新媒体技术迅猛发展，为歌仔戏艺术的传播、传承与创新提供了前所未有的机遇。短视频的即时性、交互性、数字化和个性化特征，使得其成为传统戏曲艺术在现代传播环境中立足的重要依托。歌仔戏得以在复杂多元的媒介生态中开辟新的发展空间，通过短视频传播实现了传统艺术与现代技术的有机融合。

短视频平台的兴起为歌仔戏带来了新的发展契机，但也伴随着诸多问题。在内容创作维度，歌仔戏短视频题材多元，但表现形式趋于同质化，传统艺术形式与现代数字技术的融合度不足，导致戏曲文化内涵的呈现受到限制。就传播主体而言，形成了以戏曲爱好者为核心、个体用户与专业从业者（机构）协同参与的多元化传播格局，但非专业生产者占据主导地位，这一群体缺乏新媒体运营能力和思维，导致歌仔戏短视频的传播受到限制。从歌仔戏的传播要素来看，表现形式较为单一，整体传播效果仍有待提升。在传播效果层面，互动的不足削弱了用户参与度，短视频的碎片化特征也影响了戏曲艺术的沉浸式体验效果。

传播的终极目标在于促进传统文化的延续与创新。随着短视频等新兴媒介技术的持续演进与优化，歌仔戏传播得到显著提升。要促进歌仔戏在抖音等短视频平台上的传播传承能够发挥出更好的效果，需要创新传播主题，拓展表现形式，深入挖掘歌仔戏的艺术价值与文化内涵。同时应加强专业人才培养，提升创作者的新媒体素养，发挥专业院团的引领作用。此外，要实现歌仔戏在当代的复兴，必须构建多方协同机制，整合社会资源，形成传播合力。如此，才能在新媒体时代充分释放歌仔戏的艺术魅力，从而更好地推动歌仔戏在现代化语境下实现创造性转化与创新性发展。

由于笔者研究能力有限以及学术水平不足，本文仍存在不足之处。首先在样本选择上，由于抖音平台上的视频内容规模巨大，本文只抓取了时间跨度为三个月的相关视频。如此可能会因为样本时间过于集中导致研究样本的代表性不够。其次，由于笔者自身专业的局限性，对于戏曲文化了解较为浅薄，故分析视角略显单一，不能站在多学科的角度研究。此外，访谈过程可能会带有某种主观倾向。研究虽存在遗憾，但也给后续研究提供了一些经验和教训，笔者今后还将深入关注与思考歌仔戏艺术的传播问题。

参考文献

一、著作

- [1] 林志杰. 歌仔戏[M]. 厦门: 鹭江出版社, 2013.
- [2] 陈耕, 曾学文, 颜梓和. 歌仔戏史[M]. 北京: 光明日报出版社, 1997.
- [3] 陈耕. 闽台民间戏曲的传承与变迁[M]. 福州: 福建人民出版社, 2003.
- [4] 陈志亮. 漳州芗剧与台湾歌仔戏[M]. 厦门: 厦门大学出版社, 2011.
- [5] 陈新风. 闽调台腔——闽台歌仔戏音乐研究[M]. 北京: 中国戏剧出版社, 2007.
- [6] 杜涛. 框中世界: 媒介框架理论的起源、争议与发展[M]. 北京: 知识产权出版社, 2014.
- [7] 臧国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述[M]. 台北: 三民书局, 1999.
- [8] 彭增军. 媒介内容分析法[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2012.
- [9] 邓树明. 传播研究方法与论文写作: 对 180 篇文章的观察[M]. 北京: 中国人民大学出版社.
- [10] 蔡欣欣. 台湾歌仔戏史论与演出述评[M]. 台北: 里仁书局, 2005.
- [11] 林志杰. 歌仔戏[M]. 厦门: 鹭江出版社, 2013.
- [12] 吴慧颖. 歌仔戏史话[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2015.
- [13] 杨馥菱. 台湾歌仔戏[M]. 台北: 国立传统艺术中心筹备处, 1999.
- [14] 陈向明. 质的研究方法与社会科学研究[M]. 北京: 教育科学出版社, 2000.
- [15] 彭增军. 媒介内容分析法[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2012.
- [16] 周翔. 传播学内容分析研究与应用[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2014.
- [17] 李晖. 歌仔戏音乐三十年[M]. 福州: 海峡文艺出版社, 2012.

二、期刊

- [1] 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(中国传媒大学学报), 2018(06):135-138.
- [2] 李淼. 数字“新视界”: 移动短视频的社交化生产与融媒传播[J]. 中国编辑, 2019(0

- 3):82-86.
- [3] 冉华, 刘沛彤. 新农人形象的数字生产研究——基于抖音短视频场域的内容考察[J]. 新闻与传播评论, 2025(01):21-34.
- [4] 刘丽. 闽台歌仔戏起源考[J]. 闽南师范大学学报(哲学社会科学版), 2019(04):65-69.
- [5] 童李君, 曹家利. 戏曲的数字化传播研究[J]. 名作欣赏, 2023(24):30-32.
- [6] 严璐. 新媒体时代传统戏曲艺术的破局和突围[J]. 新闻爱好者, 2023(10):101-103.
- [7] 潘祥辉, 周芷涵, 葛苏, 章启越, 蔡聿桐. 戏曲类抖音短视频传播效果的影响因素探析[J]. 传媒论坛, 2023(13):14-1928.
- [8] 范红, 周鑫慈. 中华优秀传统文化短视频传播的内容创新与优化策略——以“#谁说京剧不抖音”为例[J]. 出版广角, 2021(11):67-71.
- [9] 刘艳敏. 新媒体时代安徽黄梅戏短视频营销传播策略分析[J]. 湖北科技学院学报, 2022(6):102-106.
- [10] 刘洪峰, 邵敏, 郝圆圆. 短视频营销时代黄梅戏文化影响力提升研究[J]. 吉林艺术学院学报, 2021(6):46-52.
- [11] 严永福. 歌仔戏[杂碎调]的形成与发展[J]. 四川戏剧, 2018(09):24-28.
- [12] 车宝琴. 辛酸与血泪历史与传奇——歌仔戏《侨批》人物形象分析[J]. 戏剧之家, 2023(26):15-17.
- [13] 李姿莹. 邵江海与邵魁式的歌仔戏创作传承研究——以剧作《井边会》文本为例[J]. 闽南师范大学学报(哲学社会科学版), 2020(04):96-100.
- [14] 张颖, 俞春玲. 歌仔戏题材小说《最后夜戏》与《散戏》的民俗审美价值比较研究[J]. 齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版), 2019(11):100-103.
- [15] 李妮. 社会发展进程中闽南歌仔戏文化内涵的流变[J]. 中国戏剧, 2020(09):82-84.
- [16] 陈世雄. 歌仔戏及其文化生态[J]. 戏剧艺术, 1997(3):107-119
- [17] 王继超. 歌仔戏溯源[J]. 寻根, 2017(03):63-68.
- [18] 康国晶. 闽南芗剧(歌仔戏)活态保护与传承探究[J]. 闽南师范大学学报(哲学社会科学版), 2018(01):48-51.
- [19] 刘天胤. 艺术传播学视域下地方剧种的跨媒介传承与保护——以歌仔戏为例[J]. 美

- 与时代(下), 2023(06):60-63.
- [20]黄石惠, 夏敏, 李燕, 王恬. 我国台湾地区电视歌仔戏发展现状及市场走向研究[J]. 西部广播电视, 2016(20):96-97.
- [21]王伟. “椰风蕉雨”中的“闽调台腔”——歌仔戏在菲律宾的跨界传播及其历史意义[J]. 艺苑, 2017(4):90-93.
- [22]蔡艺榕. 闽南民间职业芗剧(歌仔戏)团的音乐现状探析[J]. 中国戏剧, 2013(12):58-59.
- [23]王耀华. 歌仔戏《七字仔调》唱腔旋律音调特点及其考源[J]. 中国音乐学, 2013(04):97-102.
- [24]许丽霞. 论歌仔戏传播的现状与文化反思[J]. 新闻研究导刊, 2019(11):231-232.
- [25]谢雍君. 闽南歌仔戏的生存策略[J]. 戏曲研究, 2004(03):30-39.
- [26]林闽敏. 试谈芗剧生存及发展问题[J]. 黑龙江史志, 2014(15):295-296.
- [27]刘丽. 闽南地区歌仔戏剧团运营机制研究[J]. 戏曲研究, 2018(02):137-157.
- [28]Bateson G A. Theory of Play and Fantasy[J]. Psychiatric Research Reports, 1972(02):67-73.
- [29]Cohen J. A Coefficient of Agreement for Nominal Scales[J]. Educational and Psychological Measurement, 1960(20):37-46.
- [30]郝永华. 迈向一个认知科学视角的框架理论——重返并超越贝特森[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2024(09):1-13.
- [31]万新娜. 框架理论下新疆的媒介形象建构——以《人民日报》近10年报道为例[J]. 当代传播, 2014(06):107-108.
- [32]薛可, 王舒瑶. 议程注意周期模式下中美主流媒体对突发公共卫生事件的报道框架——以《人民日报》和《纽约时报》对禽流感的报道为例[J]. 国际新闻界, 2012(06):30-35.
- [33]王一岚, 韩长慧. 框架理论下的县级融媒体新闻生产考察——以全国27家县级融媒体为分析样本[J]. 青年记者, 2023(24):59-62.
- [34]洪梅. 音乐地理学视域下的闽台歌仔戏文化扩散[J]. 集美大学学报(哲社版), 2022(0

- 1):37-42.
- [35]叶国庆, 辛土成. 住居我国大陆和台湾的古闽越族[J]. 厦门大学学报(哲学社会科学版), 1980(04):148-157.
- [36]郑镛. 论闽南文化的特质及其生态保护[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2010(01):45-50.
- [37]李妮. 社会发展进程中闽南歌仔戏文化内涵的流变[J]. 中国戏剧, 2020(09):82-84.
- [38]洪映红. 闽南文化的海洋叙事——以闽南语民间歌谣为视点[J]. 集美大学学报(哲学社会科学版), 2020(04):124-129.
- [39]陈志国. 从台语电影看海峡两岸的文化渊源——以歌仔戏电影为例[J]. 东南传播, 2010(05):1-3.
- [40]金兼斌, 江苏佳, 陈安繁, 沈阳. 新媒体平台上的科学传播效果: 基于微信公众号的研究[J]. 中国地质大学学报(社会科学版), 2017(02):107-119.
- [41]高宏存, 马亚敏. 移动短视频生产的“众神狂欢”与秩序治理[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2018(06):47-54.
- [42]孙婷, 张晓艺. 新媒体生态环境的破坏——以对微博的不当转发为例[J]. 新闻知识, 2012(02):12-14.
- [43]张步中, 李晨. 叙事学视角下《国家宝藏》创作特色探析[J]. 电视研究, 2018(04):41-43.
- [44]彭兰. 媒介化时空重塑的日常生活[J]. 新闻与写作, 2022(06):1.
- [45]黄小玉, 罗嘉琪. 戏曲艺术的数字化革新: 融媒体时代的传承与发展[J]. 中国戏剧, 2024(07):63-65.
- [46]赵刘昆, 张立群, 陈启勋. 昆曲在短视频平台的发展特点、问题与趋势——以“抖音”短视频平台为中心[J]. 戏剧文学, 2024(09):102-109.
- [47]吴亚明. 论戏曲艺术传承和发展的四个原则——基于当前戏曲保护实践的几点思考[J]. 四川戏剧, 2025(01):50-54.
- [48]李鲤, 石琪隆. 从影像触达到文化认同: 短视频跨文化传播的情感互动机制——基于互动仪式链的视角[J]. 传媒观察, 2023(06):97-103.

- [49]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.
- [50]匡文波, 王天娇. 社交媒体算法推荐传播逻辑与平台社会责任[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2023(05):1-12+21.
- [51]黄小玉, 罗嘉琪. 戏曲艺术的数字化革新: 融媒体时代的传承与发展[J]. 中国戏剧, 2024(07):63-65.
- [52]王艺霖. 习近平对中国传统文化的创造性转化和创新性发展——以知行关系为例[J]. 党的文献, 2016(01):19-24.
- [53]吴增礼, 肖佳. 价值维度·现实限度·优化向度: 短视频赋能中华优秀传统文化传播[J]. 湖南大学学报(社会科学版), 2024(05):9-16.
- [54]潘丽文. 短视频中的文化记忆建构: 符号象征、叙事策略与主体互动[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2024(05):141-150.
- [55]朱绮恒. 浅析歌仔戏与流行音乐的碰撞——以徐佳莹演唱的《身骑白马》为例[J]. 戏剧之家, 2020(26):27-28.
- [56]吴慧颖. 传媒革命与戏曲变迁——从厦语片到台湾电影歌仔戏[J]. 集美大学学报(哲学社会科学版), 2009(02):109-115.
- [57]张国涛, 欧阳沛妮, 江虹. 传统文化类节目“破圈”传播的内在逻辑[J]. 中国电视, 2022(07):14-19.

三、学位论文

- [1] 杨秋萍. 闽南歌仔戏(芗剧)的艺术特征与文化内涵研究[D]. 闽南师范大学, 2019.
- [2] 郑政. 闽南歌仔戏民间职业剧团生存现状研究[D]. 厦门大学, 2009.
- [3] 许丽霞. 传播仪式观视域下的歌仔戏研究[D]. 上海师范大学, 2020.
- [4] 郭云龙. 短视频平台黄梅戏传播研究[D]. 安庆师范大学, 2021.
- [5] 严永福. 两岸歌仔戏音乐的同源性多样性研究[D]. 福建师范大学, 2016.

四、电子文献

- [1] 中国非物质文化遗产网. 歌仔戏[EB/OL].(2021-06-21)[2024-12-30]. <https://www.ihchina.cn/art/detail/id/13291.html>.

-
- [2] QuestMobile 研究院. 2024 中国移动互联网秋季大报告[EB/OL]. (2024-11-05)[2024-12-31]. <https://www.questmobile.com.cn>.
- [3] 飞瓜数据. 飞瓜数据各类指数解析: 视频传播指数[EB/OL]. (2022-01-25)[2024-12-28]. <https://dy.feigua.cn>.
- [4] 抖音. 2024 抖音非遗数据报告[EB/OL]. (2024-06-10)[2025-02-13]. <https://Gk3UIaey0ecyLQUOfeIRRg>.
- [5] 新华社. “元宇宙+歌仔戏”台湾剧团数字化创新传统曲艺[EB/OL]. (2024-08-01)[2024-12-31]. <https://www.news.cn>.
- [6] 新华社. 习近平提出, 坚定文化自信, 推动社会主义文化繁荣兴盛[EB/OL]. (2017-10-18)[2024-12-28]. <https://www.gov.cn>.
- [7] 陈颖. 芗剧历史溯源[EB/OL]. (2013-12-19)[2024-12-31]. <https://www.fjsen.com>.

五、译作

- [1] [法]居伊·德波. 景观社会[M]. 王昭风译, 南京: 南京大学出版社, 2007.
- [2] [德]瓦尔特·本雅明. 迎向灵光消逝的年代[M]. 许绮玲译, 广西: 广西大学出版社, 2004.
- [3] [美]赫伯特·鲁宾, 艾琳·鲁宾. 质性访谈方法: 聆听与提问的艺术[M]. 卢晖临等译. 重庆: 重庆大学出版社, 2010.
- [4] [美]欧文·戈夫曼. 框架分析: 组织经验论[M]. 杨馨等译. 北京: 北京大学出版社, 2023.

附录一：内容分析样本统计表（部分）

（因篇幅限制，此处仅列出 100 条短视频样本）

序号	视频标题	发布时间	点赞	评论	分享
1	陈三五娘，六娘太可爱了，真是全剧的精髓 #最爱歌仔戏 #叶青歌仔戏 #回忆老剧 #金典影视 #杨丽花歌仔戏	2024/8/11 15:30:00	4872	276	1549
2	经典片段，两个戏骨，赞赞赞#最爱歌仔戏 #好听的戏曲选段 #那些年追过的剧 #回忆老剧	2024/9/20 20:52:38	735	70	202
3	#谁说戏曲不抖音 #小戏精来了 #最爱歌仔戏 小李仔嫂上线（依旧是库存哈）陈三五娘之小李仔嫂	2024/9/9 11:43:49	5513	339	857
4	三千两金又来了. 实在是百听不厌#闽南语 #歌仔戏 #三千两金	2024/9/10 11:14:34	3213	219	452
5	杨丽花#许秀年#特别节目#杨丽花歌仔戏	2024/8/11 10:01:09	434	14	55
6	#歌仔戏 #叶青歌仔戏 #闽南语 #戏曲	2024/10/18 9:39:18	2041	264	285
7	水亏，这动作太可爱了#戏曲 #芗剧 #歌仔戏 #阿梅木偶戏	2024/9/5 18:37:14	33090	1411	4811
8	歌仔戏《陈三五娘》精选片段 第 10 集#地方戏曲文化	2024/8/31 18:42:32	1891	28	661
9	#最经典的六娘 #王彩合 #小咪 #歌仔戏经典唱段 #桃花过渡曲调 灯火光光照人面…	2024/9/27 17:46:20	2912	151	1515
10	#传递戏曲文化 #叶青歌仔戏 #这段戏太好听了 #好听的戏曲选段 #欢迎大家来听戏	2024/9/9 22:50:53	1162	23	75
11	#白玉堂点菜 #杨丽花歌仔戏	2024/9/7 18:39:29	2084	131	1560
12	玉霞姐姐紧张穿衣服，准备开始演出了#戏曲 #芗剧 #歌仔戏	2024/9/21 11:06:43	29776	1083	1882
13	叶青/杨怀民#歌仔戏 听觉盛宴，因为这一段，看了一部剧#秦淮烟雨	2024/9/19 11:57:33	2024	191	172
14	珍惜每张照片#留念	2024/9/16 14:11:20	2008	249	92
15	男生反串角色，石榴姐姐来了#戏曲 #芗剧 #歌仔戏	2024/8/14 0:21:09	23546	857	4431
16	#杨跃宗芗剧团 秦英公主 #谁说戏曲不抖音 深宫怨#青年戏曲传播者	2024/9/9 17:00:33	928	231	94

附录一：内容分析样本统计表（部分）

17	#新世纪歌仔戏 农历八月 15. 16 新世纪歌仔戏在东泗乡碧浦村演出两天，今天在佛昙新安最后一天，欢迎附近戏迷朋友前来观看！#芗剧 #传播戏曲文化 #黄凯希 #玉带紫袍	2024/9/16 13:52:19	5218	369	991
18	你是喜欢陈三还是五娘呢？每年总有几天会回味歌仔戏。#闽南文化 #闽南人 #歌仔戏 #民俗文化	2024/9/13 13:39:57	2087	209	183
19	#谁说戏曲不抖音 #歌仔戏#演出现场 扎西德勒~~~这是哪里呀	2024/8/21 21:32:42	2319	1034	1035
20	#杨跃宗芗剧团 《唐伯虎点秋香》天生才子佳人配，只羡鸳鸯不羡仙。#芗剧 #地方戏曲文化 #谁说戏曲不抖音 #青年戏曲传播者	2024/9/9 23:57:06	1409	76	102
21	痴情才子《唐伯虎》苦心积虑只为感动《秋香》 #演出现场视频	2024/9/12 11:02:26	1709	110	357
22	长视频，连环哭。看完的是真爱。#厦门歌仔戏研习中心 #传递戏曲文化 #好听的音乐总是触动人的心灵 #民族乐器演奏 #林士鹏	2024/8/26 20:14:19	3048	449	1339
23	#传递戏曲文化 #好听的戏曲选段 #一代人的回忆 #歌仔戏	2024/8/9 1:32:00	1321	143	163
24	#最爱歌仔戏	2024/10/6 21:45:09	760	32	116
25	#皇甫少华与孟丽君歌仔戏 #那些年追过的剧 #老剧回看	2024/9/16 20:28:01	518	9	25
26	逍遥自在乐安康，一部戏最喜欢这两个乞丐。叶青歌仔戏@抖音小助手 #我要上热门	2024/9/29 18:41:56	1567	58	207
27	陈小咪陈秀嫦#叶青歌仔戏 #薛平贵与王宝钏选段	2024/10/17 12:04:43	1178	19	231
28	#叶青歌仔戏 #传递戏曲文化	2024/8/22 20:31:19	1294	19	277
29	真的太爱这段了，哪位来学小生的，有机会可以合唱#歌仔戏 #芗剧 #漳州歌仔戏芗剧传承保护中心 #梁山伯与祝英台#楼台会	2024/9/13 23:24:02	3005	284	909
30	哈，最后还是被我发现了，难得的演出视频，感谢 #龙海少全艺术歌仔戏	2024/8/18 18:26:41	571	28	26
31	歌仔戏#非物质文化遗产#闽南传承	2024/8/7 21:37:43	1164	85	102
32	闽南文化#百听不厌 #歌仔戏#传递戏曲文化 #戏迷抖起来	2024/8/11 21:04:33	979	141	132
33	叶青歌仔戏《秋霜燕子飞》唱段 7-2#最爱歌仔戏 #最爱歌仔戏 #谁说戏曲不抖音 #爱好戏曲 #百听不厌	2024/9/20 13:47:54	654	62	110

34	#歌仔戏 #唐美云 #最爱歌仔戏	2024/9/8 23:09:15	287	12	17
35	上场见未来，一家子搬一出戏又来了（陈三五娘之大嫂说亲）#谁说戏曲不抖音 #最爱歌仔戏	2024/8/23 19:40:14	2055	154	314
36	演完戏，全身又都湿透了#戏曲 #芗剧 #歌仔戏	2024/8/8 20:37:34	15904	831	1106
37	#厦门歌仔戏研习中心	2024/9/14 18:04:10	2394	240	284
38	杨丽花许秀年#丹心救主#杨丽花歌仔戏	2024/8/31 21:11:12	1399	20	147
39	#杨丽花 歌仔戏~泥马渡康王#一代人的回忆 #那些年追过的剧 #最爱歌仔戏	2024/8/21 20:26:37	458	58	66
40	#杨丽花歌仔戏 #细品细听 歌仔戏可以治愈一切 所有烦恼又能够使人心静如初	2024/8/23 20:42:02	784	27	0
41	有没有人要加入乞丐帮，#叶青歌仔戏@抖音小助手 #我要上热门	2024/10/2 8:53:33	1078	84	88
42	#厦门歌仔戏研习中心 万岁开科~#歌仔戏 #黄娟娟老师	2024/9/14 16:02:39	568	48	41
43	点菜歌《闽南语》 #歌仔戏	2024/8/25 18:34:29	3838	207	1239
44	陈三五娘 73 小七发现益春跟陈三跑了，奋起直追#叶青歌仔戏 #闽南语歌曲 #戏曲文化 #抖音七夕歌会 #艺术在抖音	2024/8/23 15:39:00	992	24	277
45	#漳浦凤凰歌仔戏 《寒门三及第》公堂选段 #谁说戏曲不抖音	2024/9/1 0:35:36	656	15	61
46	如果我是唱戏的，每个团都换。（一年换一次戏团）又自由 又不会油腻！闽南歌仔戏芗剧团	2024/10/21 21:12:40	479	286	137
47	杨丽花#许秀年#杨许分剪#杨丽花歌仔戏	2024/8/13 20:34:00	154	17	12
48	#叶青歌仔戏 #叶青连明月 #薛平贵与王宝钏选段	2024/10/17 18:18:08	963	16	68
49	#叶青歌仔戏 #闽南语 #叶姐 11 月份在#厦门市图书馆 戏迷见面#期待	2024/9/30 16:29:05	464	39	43
50	#杨丽花歌仔戏 #杨丽花 #剧情片段 #百听不厌 #爱好戏曲	2024/8/16 10:16:27	458	78	80
51	#叶青歌仔戏 #薛平贵与王宝钏 #叶青 #连明月	2024/9/3 18:03:00	840	24	83
52	#新世纪歌仔戏 大家动动发财的小手，为中国少儿戏曲小梅花黄凯希点赞	2024/9/15 10:24:47	2770	301	642

附录一：内容分析样本统计表（部分）

53	感谢贤师伴奏@羽贤 我的陈年老库存再上一个#叶青歌仔戏 #陈三五娘片段#翻唱歌仔戏	2024/8/7 9:49:28	621	48	54
54	不堪欸冤家苦苦哀求#厦门歌仔戏研习中心 #最爱歌仔戏 #好听的音乐总是触动人的心灵 #以乐会友 #薛丁山与樊梨花	2024/8/27 22:09:21	2073	360	492
55	歌仔戏《陈三五娘》精选片段 第35集#地方戏曲文化	2024/9/24 21:07:19	1397	25	182
56	#杨丽花歌仔戏 #金典影视	2024/9/14 9:26:28	103	9	17
57	#杨丽花歌仔戏 #好剧推荐 合集（99）	2024/8/30 16:20:45	645	69	97
58	#狸猫换太子 #爱姑调 #杨丽花歌仔戏	2024/9/17 0:40:37	1658	31	217
59	太热了，全身都湿了。#戏曲 #芗剧 #歌仔戏	2024/8/28 1:42:44	1548	59	106
60	#杨丽花歌仔戏 #老剧回看 #一代人的回忆 这片段我太喜欢了，以前反复刷，看不厌	2024/10/3 22:51:46	598	59	120
61	#杨丽花歌仔戏	2024/9/27 14:48:33	179	3	13
62	你的苦闷我了解~#戏曲也国潮 #传递戏曲文化 #孟丽君	2024/8/4 17:46:25	1663	49	162
63	#丰归文化芗剧团 #丰归，歌仔戏。	2024/9/17 21:22:25	223	7	13
64	陈三五娘 66 林大宝贝的父亲尚书大人亲自出马要求九月十六迎娶五娘进门#最爱歌仔戏 #金典影视 #叶青歌仔戏 #那些年追过的剧 #传递戏曲文化	2024/8/20 6:30:00	655	31	88
65	#这段戏太好听了 #百看不厌 #过把戏瘾 #传递戏曲文化 #百听不厌 杨丽花歌仔戏	2024/9/7 11:46:24	762	26	111
66	#歌仔戏 #薛平贵与王宝钏	2024/8/10 12:47:45	683	14	32
67	叶青歌仔戏（皇甫少华与孟丽君）第五集唱段	2024/10/11 21:13:19	455	20	34
68	#歌仔戏 #秦香莲#漳州市歌仔戏传承保护中心	2024/9/5 6:28:07	1292	31	122
69	【千里送京娘】第一段#戏曲 #闽南 #百年歌仔戏 #福建 #古城	2024/9/26 12:51:02	346	71	37
70	厦门卫视《歌仔戏十二旦》，黄香莲老师担任评委并表演。#台上一分钟台下十年功 #戏曲 #演出 现场视频 #黄香莲歌仔戏 #黄香莲	2024/10/22 7:24:32	300	27	31

71	#叶青歌仔戏 #好听的戏曲选段 #秦淮烟雨#狄梅	2024/9/22 12:51:56	916	23	115
72	#杨丽花歌仔戏 #王文英与竹芦马 #杨丽花 #许秀年 #司马玉娇	2024/8/4 17:04:00	577	36	90
73	#谁说戏曲不抖音 #百听不厌 #这段戏太好听了 #杨丽花歌仔戏	2024/8/4 21:15:34	1100	33	107
74	#歌仔戏 #薛平贵与王宝钏	2024/8/4 20:12:28	645	11	28
75	#杨怀民 #林美照 #宝岛二调 #叶青歌仔戏 歌仔戏最痴情的男二号，盛世容颜。。	2024/8/16 18:43:56	869	89	106
76	打字幕很辛苦，但是值得的！看到最后墓石打开的瞬间，真的起鸡皮疙瘩了#歌仔戏 #芗剧 #好听的戏曲选段 梁山伯与祝英台#杨月霞	2024/9/22 11:48:41	2074	265	788
77	经典歌仔戏梁山伯与祝英台(二十三) #歌仔戏 #那些年追过的剧 #因为一个片段看了整部剧 #片段	2024/10/2 19:00:02	419	6	37
78	#司马玉娇 #巡按与大盗 #安安赶鸡曲调 #杨丽花歌仔戏，司马玉娇这个造型真的绝绝子，超级美哦	2024/8/12 18:34:09	803	98	108
79	#杨丽花 昨天。近80岁的杨姨，看到她这精神状态有点感动，愿一直平安健康！	2024/9/16 13:16:32	3110	295	278
80	#闽南语 嫁娶吉祥话 #罗文君 #歌仔戏 #演出现场视频	2024/8/26 12:11:13	3810	57	1147
81	#爱好歌仔戏#心若善福气自来 #愿一切安好	2024/8/12 17:43:04	1062	104	159
82	陈三五娘 60 五娘见到林大宝贝当场晕过去 #叶青歌仔戏 #戏曲文化 #你好音乐人 #闽南歌曲 #经典影视	2024/8/17 6:30:00	604	32	129
83	年姨演技杠杠滴，被整回来了#歌仔戏 #谁说戏曲不抖音 #回忆老剧 #那些年追过的剧	2024/9/16 21:46:08	1039	29	191
84	#歌仔戏 #杨怀民 #歌仔戏 #厦门见面会 11月2日海沧金沙书院见面会，11月3日漳州浮宫公园演出	2024/10/11 21:45:31	142	10	29
85	#杨跃宗芗剧团 太给力了 #唐伯虎点秋香	2024/8/13 21:26:18	1147	50	201
86	#杨丽花歌仔戏 #梁山伯与祝英台 #许秀年	2024/9/16 10:11:38	704	81	51
87	接下去准备创起来#传递戏曲文化 #戏曲 #歌仔戏#弘扬戏曲文化#中国文化遗产 @DOU+小助手	2024/8/29 17:04:16	410	38	43

附录一：内容分析样本统计表（部分）

88	先来个新剧小剧透吧#天瑜戏苑 #最爱歌仔戏 #谁说戏曲不抖音 #人生如戏全靠演技 #花倾蝶	2024/9/23 16:02:42	2088	245	234
89	#歌仔戏 #陈三五娘	2024/10/9 18:17:22	785	46	185
90	皇甫少华见到孟丽君图画#皇甫少华与孟丽君歌仔戏 #老剧回看 #那些年追过的剧	2024/9/21 21:27:36	272	8	17
91	杨丽花的专访#杨丽花#陈亚兰#杨姨头发好美	2024/8/21 5:54:12	583	46	89
92	#我的招牌笑容 #招牌笑容 #杨丽花歌仔戏 #杨丽花 #歌仔戏 已将秋尽,这凉风吹来肌肤觉得冷气逼人,又近冬天了。朋友们长袖穿起。 @DOU+小助手 @DOU+上热门 @热门 @抖音热点宝 @抖音小助手 @抖音创作灵感	2024/10/23 18:07:47	3373	728	345
93	杨丽花歌仔戏	2024/9/17 13:51:07	121	0	5
94	#歌仔戏 #外景来一个 王宝钏到底是你什麼人	2024/10/6 10:00:50	611	56	27
95	#谁说戏曲不抖音 《王伯东告御状》-文英之子名伯东（铁三郎）#杨丽花歌仔戏	2024/10/10 15:17:12	649	22	68
96	香帅有点耍赖,越看越搞笑#最爱歌仔戏 #回忆老剧 #黄香莲#许秀年	2024/8/23 22:22:27	1139	49	105
97	#歌仔戏经典唱段 #小咪 #林美照 #台湾小调 #南都之夜曲调 大鼻耶做美梦,爽歪歪。。。	2024/9/28 16:00:02	1021	81	506
98	#综艺节目精彩片段 #综艺爆笑名场面 #好戏连连 #歌仔戏	2024/9/25 11:39:50	374	15	26
99	#叶青歌仔戏 #百听不厌 #我在抖音追剧 #谁说戏曲不抖音 #闽南文化	2024/8/14 21:37:19	555	10	96
100	你的好像比较肿比较蓬哈哈哈哈哈#杨跃宗芎剧团 #搞笑 #戏曲	2024/10/27 11:18:57	787	86	329