

数媒时代下非遗短视频传播策略研究

郭雨轩

广西艺术学院影视与传媒学院，广西 南宁 530022

DOI:10.61369/HASS.2025030006

摘 要： 在数媒时代下，非物质文化遗产的传播迎来了新的发展机遇。短视频作为文化传播的新型媒介，为非遗文化的传承与推广开辟了新的传播路径，众多非遗文化在短视频平台获得前所未有的传播效果。然而，如何利用创新性手法，对非遗文化进行创新性传播，成为当下急需解决的课题。本文基于数媒时代下的发展特征，对非遗短视频目前的传播现状进行探讨，挖掘短视频传播优势，为非遗文化在短视频领域的传播提供一定的建议，推动非遗文化在数字时代的传承与发展。

关 键 词： 数媒时代；非遗；短视频；传播策略

Research on the Dissemination Strategies of Short Videos on Intangible Cultural Heritage in the Digital Media Era

Guo Yuxuan

College of Film, Television and Communication, Nanning, Guangxi 530022

Abstract： In the era of digital media, the dissemination of intangible cultural heritage has ushered in new development opportunities. As a new medium for cultural dissemination, short videos have opened up new communication paths for the inheritance and promotion of intangible cultural heritage. Many intangible cultural heritages have achieved unprecedented communication effects on short video platforms. However, how to utilize innovative approaches to innovatively disseminate intangible cultural heritage has become an urgent issue to be addressed at present. Based on the development characteristics of the digital media era, this article explores the current dissemination status of short videos of intangible cultural heritage, explores the advantages of short video dissemination, and provides certain suggestions for the dissemination of intangible cultural heritage in the field of short videos, promoting the inheritance and development of intangible cultural heritage in the digital age.

Keywords： digital media era; intangible cultural heritage; short videos; communication strategies

短视频平台作为自媒体时代的产物，因其拍摄门槛低、内容主题细分、时间碎片化、参与成本低、集聚性以及互动性等特点，成为当下用户更加偏爱的非遗文化内容参与及传播方式，为非物质文化遗产的传播和传承提供了新的机遇。^[1]2024年抖音发布了《2024 非遗数据报告》，报告显示，过去一年，抖音上国家级非遗相关视频累计分享量同比增长36%；国家级濒危非遗相关视频数量同比增长33%；“00后”和“60后”最爱看国家级非遗相关内容。^[2]这表明短视频已经成为非遗文化传播的重要媒介，随着短视频在当今时代的日益兴盛，其较大的受众基础和传播影响力，使短视频成为弘扬和传承非遗文化的重要载体。然而，与短视频平台中庞大的用户基数相比，非物质文化遗产用户群体黏性及参与程度仍未得到较高关注^[3]。非遗短视频应当探寻创新路径，进一步实现非遗文化的创新性转化、创造性发展。

一、非遗短视频传播现状

（一）非遗发展程度参差不齐

中华文化博大精深，历史文化的悠久造就了多种多样的非遗文化，包括但不限于民间文学、传统音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、体育游艺与杂技、美术、技艺、医药，还有民俗等，不同非遗项

目的发展程度存在显著差异。就目前而言，在短视频传播非遗中，影响较大的主要是传统手工技艺类非遗短视频。^[4]因此对于短视频平台和自媒体创作者而言，对有大众认知基础的非遗项目进行拍摄发布更加符合新媒体运营机制，但同时导致了拍摄和运营模式的同质化，成为非遗发展程度参差不齐的原因之一，加速拉大了不同非遗文化之间的差距。一方面，市场需求导向使得媒

基金项目：本文系广西壮族自治区教育厅2024年度国家级大学生创新训练项目“大山·大海·大品牌——广西农产品区域品牌发展对策研究”（项目编号：202410607020）研究成果。

作者简介：郭雨轩（2004.05-），女，汉族，山东淄博人，广西艺术学院影视与传媒学院本科在读，研究方向：品牌营销与媒介传播。

介资源更多倾向于具有经济价值的非遗项目；另一方面，不同地区对非遗文化的重视程度和传承力度存在差异。此外，非遗项目自身的特点和受众群体也会影响非遗文化在短视频平台的传播效果。像贵州的“侗族大歌”、云南的“白族三道茶习俗”等小众的传统习俗、民间传说类非遗项目，由于大中国认知不足，缺乏经济支撑，在短视频创作和推广方面还有待提高。

（二）大众认知偏差

尽管非遗文化蕴含着深厚的文化底蕴，充满着丰富的历史文化价值。在大众认知中，对不少非遗仍然存在着“古旧的”“呆板的”印象，认为非遗不符合时代潮流，在新时代缺乏吸引力。例如对于彝族非物质文化遗产，“彝族火把节”知名度为 88.3%，“彝族服饰”知名度为 57.8%，“彝族银饰制作技艺”知名度为 45.5%，“彝族年”知名度为 39.4%，“彝族婚俗”知名度为 24.7%，而对其他二十几个国家级彝族非遗所知甚少，大部分低于 10%，受众认知度严重偏弱^[5]。此外，一些短视频创作者为追求曝光量，对非遗文化进行过度娱乐化、碎片化改编，导致非遗文化被受众误解。如某平台曾出现将京剧脸谱进行夸张化、低俗化改编的短视频，虽然获得了较高的播放量，但却引发了非遗保护领域专家的强烈批评，也加深了大众对非遗文化的错误认知。这种不良现象不仅损害了非遗文化的形象和价值，也严重影响了非遗文化在短视频平台上的传播效果和传承质量。同时由于非遗文化内容丰富，想要清楚了解需要一定的时间和耐心，部分大众在理解和欣赏非遗文化时存在一定的排斥，在一定程度上导致了它们对非遗文化的疏离感。因此，如何打破大众对非遗文化的刻板印象与认知偏差，提高大众对非遗文化的认同感，是短视频传播面临的重要挑战之一。

二、短视频在非遗传播中的优势

（一）提升非遗文化的可接近性

依托短视频平台的便捷性和普及度，为非遗文化在短视频平台的传播提供了良好的传播基础。短视频平台打破了时间和地理条件的限制，极大降低了大众接触非遗文化的门槛。短视频平台为非遗文化提供了更多的展示空间，非遗传承人通过短视频讲解该非遗文化的历史文化、分享历史非遗故事，展示制作技艺。例如，抖音短视频平台的非遗传承人通过发布短视频将传统的剪纸、糖画、泥塑等技艺展示给大众，让大众在日常生活的碎片化时间中感受非遗文化的魅力。此外，短视频平台通过精准的算法机制，根据用户兴趣和习惯，为大众推送更为精准的非遗短视频，进一步提高了非遗文化的曝光率和可接近性。因此，短视频简短有效的传播方式，广泛的力度，大大提高了非遗文化传播的效率，增强了传播效果。

（二）互动式体验加强文化吸收

短视频的互动功能为非遗文化的传播带了全新体验，改变了单一输出的传播模式，使受众不只再被动的接受信息。受众通过点赞、评论、分享等方式与非遗传承人和其他非遗爱好者进行互动，不仅进一步拓宽了非遗知识的了解渠道，还能增强受众在非

遗文化传播中的参与感和自豪感，增强受众对非遗文化的认同，成为传播过程中的一员。除了基本的互动功能之外，一些短视频还推出直播功能，为非遗文化的展示提供更多的机会和空间。此外，AR、VR、MR、全息影像等现代数字技术的运用，可进一步优化短视频的场景融合，增强受众的临场体验感。^[6]短视频平台还可以通过发起话题挑战、线上投票、有奖互动等活动，吸引更多受众参与到非遗文化的传播中。

三、非遗文化在短视频中的传播策略

（一）对非遗文化进行适当提炼

心理学研究表明，人类注意力持续时间较短，尤其在短视频平台上，受众通常在几秒内决定是否继续观看。因此，短视频的开头三秒被视为“黄金三秒”，创作者需通过视觉、听觉或叙事元素迅速吸引受众兴趣。^[7]因此必须提炼非遗文化中最为核心的部分作为非遗短视频的展示内容。非遗文化由于历史的传承性，内含丰富的文化知识。在短视频制作时，需要对其进行精准的提炼与概括，展示该非遗与其他非遗间的差异性与独特性，挖掘属于该非遗文化最独特的一面。创作者应深入了解非遗文化的内涵与价值，选取其中最具代表性、最具吸引力的文化元素，将这些文化元素作为该非遗文化的重点讲解内容。在提炼过程中，还应注重保持非遗文化的真实性和完整性，避免为了追求传播效果而对非遗文化进行过度简化或歪曲。要在尊重非遗文化的基础上，进行合理的提炼和创新，确保非遗文化的核心价值得到有效传承和传播。

（二）提升非遗传承人的制作水平

非遗传承人作为非遗文化传播的核心承载者，是非遗文化的重要传播者，随着互联网时代的发展，短视频行业的兴起，不少非遗传承人也创立自媒体账号，通过自己的账号对所传承的非遗项目进行宣传。然而非遗传承人由于将更多精力投入到非遗技艺的钻研中，对短视频的运营机制、拍摄手法缺乏系统的学习，难以激发消费者兴趣，导致传播力度低下。提升非遗传承人的短视频创作水平，是推动非遗短视频高质量发展的关键。例如，90后京剧非遗传承人“果小菁”在自己的短视频账号下通过展示京剧化妆过程、京剧翻唱、排戏过程等吸引年轻群体注意，视频拍摄精致，语言幽默风趣，符合时代潮流，用自己的方式，成功扩大京剧的传播力度，因此提升非遗传承人的制作水平至关重要。

（三）增强非遗短视频的趣味性

增加非遗短视频趣味性能够有效吸引受众关注，提升传播效果，增强消费者对该非遗文化的好感度。应充分将非遗文化与现代元素相结合，通过创新的语言表达和创新的画面表现，使非遗短视频更符合现代观众的审美需求，以最快的速度留住消费者。以腾讯动漫与“杨柳青年画”非遗项目的合作为例，团队巧妙提取传统年画中的人物造型、色彩体系和图案元素，将其与现代动漫的叙事逻辑及视觉表现手法相融合，打造出别具一格的动漫短视频。这类作品在 B 站等青年用户聚集的平台一经推出便广受好评，累计播放量突破 1 亿次，充分展现了传统与现代碰撞产生的

强大吸引力。这种创新融合不仅为非遗文化注入了时代活力，更成功吸引了年轻观众的目光。在短视频创作过程中，注重趣味性表达同样至关重要，创作者可运用幽默诙谐的语言风格、鲜活生动的画面呈现和富有巧思的情节架构，提升内容的吸引力。比如在展现非遗美食制作流程的短视频里，加入风趣的旁白解说、夸张的表情演绎和生动的动作设计，让观众在轻松愉悦的氛围中，深入了解非遗美食的制作工艺及其背后的文化底蕴。同时，合理设置悬念、巧妙制造反转，也能有效增强视频的故事性，让观众产生持续观看的兴趣。为进一步提升用户参与感，开展创意挑战活动和互动环节不失为有效策略。以抖音平台发起的“非遗技艺大挑战”为例，活动鼓励用户模仿非遗技艺并进行创意改编，吸引了大量用户积极参与和自发传播。这些互动形式不仅显著提高了用户的参与度和活跃度，更为非遗短视频的创作注入了源源不断的新鲜创意和活力，形成了良性的传播生态。

（四）增强非遗传播的故事叙事

一定程度上讲，有什么样的媒介就有什么样的故事，媒介载体的特征决定了叙事方式的选择。^[8]故事是文化传播的有效载体，在非遗短视频创作中，运用故事叙事手法能够增强视频的情感共鸣和吸引力，使观众更容易理解和接受非遗文化的内涵和价值。可以通过讲述非遗传承人坚守传统技艺的感人故事，展现他们对非遗文化的热爱与执着，让观众感受到非遗文化传承的不易与珍贵。也可以以非遗项目的历史渊源和发展变迁为线索，构建引人入胜的故事脉络，带领观众深入了解非遗文化的发展历程^[9]。此

外，还可以将非遗文化与现代生活相结合，讲述非遗文化在当代社会的传承与创新故事。如一些非遗传承人将传统技艺与现代设计理念相结合，开发出具有现代感的非遗文创产品，通过讲述这些创新故事，展示非遗文化在当代社会的生命力和创造力，激发观众对非遗文化的兴趣和热爱。在故事叙事过程中，要注重情节的设置和情感的表达，运用生动的语言、真实的画面和感人的音乐，营造出浓厚的情感氛围，让观众在观看视频的过程中产生情感共鸣，从而更好地理解 and 接受非遗文化的内涵和价值^[10]。

四、结语

在数媒时代下，短视频为非遗文化的传播开辟了全新的路径。在目前非遗传播存在发展程度参差不齐、大众认知偏差的状况之下，非遗文化短视频传播应依托其具有可接近性、强互动性特征，在精准提炼非遗文化内核的基础之上，对非遗短视频创作进行趣味性和故事化叙事传播，以此激发受众兴趣。同时，非遗传承人作为自身所传承非遗文化的“专家”，是非遗文化传播的核心承载者，应顺应时代潮流，提升短视频创作水平。此外，随着科学技术的发展，VR、XR正在推动文化传播走向新的历史进程，各个非遗项目可结合这类沉浸式技术，实现非遗文化与现代科技的创造性融合，进一步推动非遗文化的保护与传承，筑牢中华民族共同体意识。

参考文献

- [1] 徐孝娟, 赵泽瑞. 非遗短视频用户信息需求特征及其参与行为研究——以“黄梅戏”短视频在线评论为例 [J]. 现代情报, 2022, 42(08): 74–84.
- [2] 卫中. 2024 抖音非遗数据报告显示：30 岁以下传承人同比增长 72% [EB/OL]. (2024-06-06) [2024-08-11]. <https://www.whb.cn/commonDetail/935109>
- [3] 张奎. 中华优秀传统文化传承利用视角下短视频产业创新发展路径探析 [J]. 出版发行研究, 2020, (05): 30–37. DOI: 10.19393/j.cnki.cn11-1537/g2.2020.05.006.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 王萍. 非遗短视频传播的优势与策略 [J]. 人民论坛, 2023, (24): 133–135.
- [7] 詹一虹, 何叶紫. 基于 4I 理论的非物质文化遗产短视频传播策略研究 [J]. 新闻论坛, 2025, 39(02): 27–31. DOI: 10.19425/j.cnki.cn15-1019/g2.2025.02.015.
- [8] 李显杰. “跨媒介”视野下的电影叙事二题 [J]. 上海大学学报 (社会科学版), 2008, (06): 70–79.
- [9] 赵鸿娜. 借力文化生态传承非遗 [J]. 文化产业, 2025, (13): 82–84.
- [10] 周学. 民间文学类非遗传承的动力机制与创新路径 [J]. 南京社会科学, 2025, (04): 148–156. DOI: 10.15937/j.cnki.issn1001-8263.2025.04.015.