

# 新媒体助力非遗文化传播的策略研究

◎陈思覃[信阳艺术职业学院, 河南 信阳 464000]

DOI:10.20273/j.cnki.mzxs.2025.08.022

**摘要:**在全球化与信息化快速发展的背景下,非物质文化遗产作为民族文化的典型代表,其保护与传播面临着前所未有的挑战与机遇。基于此,本文首先探讨了非遗文化传播的时代价值;其次进一步阐述了新媒体在非遗文化传播中表现出的多样化传播方式、增强大众认知和促进产业发展等作用;最后,提出了借助新媒体平台打造非遗文化品牌、借助短视频和直播模式创新非遗文化传播等一系列借助新媒体助力非遗文化传播的具体路径,旨在丰富非遗文化的传播形式,有效提升其社会影响力和商业价值,为非遗文化的保护与传承提供新的思路与方法。

**关键词:**新媒体 非遗文化 传播 助力

非物质文化遗产作为中华民族世代相传的宝贵精神财富,承载着丰富的历史记忆与文化精髓。2021年8月,中共中央办公厅、国务院办公厅联合印发了《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》,明确提出丰富传播手段、拓展传播渠道、加大非遗传播普及力度。2022年8月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《“十四五”文化发展规划》再次强调,要加强非遗保护传承,健全非遗调查记录体系,强化非遗融入生产生活,创新开展主题传播活动,推进非遗进校园、进社区、进网络。在新媒体时代,新媒体技术的普及和发展为非遗文化的传承和创意传播提供了新的平台和手段。然而,新媒体环境下的非遗文化传播也面临着同质化、泛娱乐化等问题,如何在新媒体环境下有效地传播非遗文化,对于保护和传承这一宝贵的文化遗产具有重要价值。

## 一、非遗文化传播的时代价值

非物质文化遗产作为民族记忆的活化石和文化多样性的重要载体,其传播与保护不仅关乎文化血脉的延续,更是构建全球文化生态平衡的关键一环,具有如下几方面的时代价值。

### (一)促进传统文化传承

非遗文化的有效传播不仅能够保留民族独特的文化基因,防止文化同质化,还能促进不同文化间的理解和尊重,为构建人类命运共同体提供丰富的精神资源。比如,我国的昆曲、京剧等非遗项目通过国际文化交流活动,能够向世界展示中华文化的深厚底蕴与独特魅力。非遗文化蕴含着民族的历史记忆、价值观念与审美追求,其传播有助于增强国民的文化自信与身份认同。在快速变化的社会环境中,非遗成为连接过去与未来的桥梁,让年轻一代在了解和学习中感受到传统文化的魅力,从而激发对传统文化的热爱与传承意识。

### (二)积极推动社会发展

非遗文化的传播与商业化运作相结合能够带动相关产业的发展,如文化旅游、文化创意产品等,为经济增长注入新活力。结合市场化运作,非遗不仅得到了更好的保护,还实现了从“保护”到“活化”的转变,为文化传承提供了可持续的经济支撑。非遗文化的传播活动往往涉及社区参与、公共教育等多个方面,不仅增强了社区成员之间的互动与合作,还激发了社会的创新潜能。在共同参与非遗保护与传承的过程中,人们学会了尊重差异、包容多样,促进了社会和谐。

## 二、新媒体在非遗文化传播中的助力作用

随着信息技术的飞速发展,新媒体的传播优势和覆盖能力逐渐显现,正逐步成为文化传播的新阵地。对于非遗文化而言,新媒体不仅提供了更为丰富多元的传播渠道,还极大地增强了非遗文化的可见度与互动性,发挥着显著的助力作用。

### (一)传播方式更加多样化

在新媒体时代,非遗文化的传播方式不再局限于传统的口耳相传、书籍记载或展览展示,而是借助数字化技术,实现了跨越时空的多元化传播。社交媒体、视频网站、移动应用等平台为非遗文化提供了前所未有

的展示舞台,不仅支持文字、图片等静态信息的传播,更重要的是它们能够承载视频、音频、动画等多种媒介形式,使非遗文化的展现更加立体、生动、全面。

### (二)增强大众对非遗文化的认知

一方面,新媒体平台应用算法推荐、话题讨论、热门榜单等方式,将非遗内容推送给更多潜在兴趣用户,使得原本可能局限于特定地域或社群的非遗文化得以跨越地理界限,触达全国乃至全球观众。另一方面,新媒体鼓励用户参与内容创作和分享,普通民众也能成为非遗文化传播的使者,通过分享自己的非遗体验、学习成果或创新应用,进一步扩大非遗文化的影响力。这种由点到面、自下而上的传播机制,有效地促进了非遗文化从“小众”走向“大众”,增强了社会对非遗文化的认识和尊重。

### (三)促进非遗文化产业发展

在保留非遗核心技艺和文化内涵的基础上,越来越多的设计师、艺术家开发出了既符合现代审美又蕴含传统文化元素的文创产品,如结合传统刺绣与现代服饰或者将传统音乐融入电子游戏等,拓展了非遗文化的商业价值,推动了非遗文化产业向高端化、创意化发展。而新媒体平台则为这些具有创意的非遗产品提供了广阔的线上销售市场,电商平台、直播带货等形式能够将非遗产品直接送达消费者手中,减少了中间环节,提高了销售效率。同时,新媒体的精准营销策略,能够根据用户偏好推送个性化产品,满足消费者的多元化需求,促进非遗产品的市场接受度和销量增长。

## 三、新媒体助力非遗文化传播的实践策略

理论需付诸实践方能彰显其价值。在新媒体助力非遗文化传播的广阔舞台上,如何有效整合资源、创新传播策略,成为当前面临的重要课题。下文将基于前两章的分析,提出具体可行的实践策略,进一步阐述这些策略如何在实际操作中发挥作用,为非遗文化的现代化传播提供可操作性路径指导。

### (一)借助新媒体平台打造非遗文化品牌

打造非遗文化品牌,不仅是提升非遗项目社会认知度和影响力的有效途径,也是实现非遗文化活态保护、促进文化自信与创新的重要策略。一方面,要明确非遗文化品牌的定位是基础,需要对非遗项目的历史渊源、文化特色、技艺特点进行深入挖掘和分析,提炼出核心价值 and 独特卖点。比如,对于传统手工艺如苏绣,可以定位为“东方美学的现代演绎”,强调其精湛技艺与时尚设计的结合;而对于民俗节庆如傣族泼水节,则可定位为“欢乐共享的民族文化盛宴”,突出其参与性和节庆氛围。品

牌定位后,需设计统一的视觉识别系统(VI),包括LOGO、色彩体系、字体风格等,以形成鲜明的品牌形象,便于受众记忆和识别。另一方面,要构建围绕非遗文化品牌的社群,增强用户黏性和提高用户的品牌忠诚度。利用社交媒体平台(如微信公众号、微博、小红书等)建立官方账号,定期发布非遗知识普及、幕后制作故事、传承人访谈等内容,吸引对非遗文化感兴趣的粉丝关注。举办线上问答、话题讨论、作品征集等活动,增加粉丝参与度,形成良好的互动氛围。

以“故宫博物院”为例,作为拥有丰富非遗文化资源的机构,近年来在新媒体平台上积极布局,成功打造了一个围绕其非遗文化品牌的社群。首先,故宫博物院在微信公众号、微博、小红书等社交媒体平台上建立了官方账号,这些账号不仅发布关于故宫的历史知识、文物鉴赏、非遗技艺介绍等内容,还特别注重发布幕后制作故事、传承人访谈等深度内容。为了增加粉丝参与度,故宫博物院还定期举办线上问答、话题讨论、作品征集等活动。

### (二)借助短视频展示非遗文化原生内容

在新媒体的众多形式中,短视频凭借其短小精悍、易于传播、便于观看的特点,迅速成为大众获取信息和娱乐休闲的重要方式。对于非遗文化的传播而言,短视频提供了一个全新的展示平台,能够让非遗文化的原生内容以更加生动、直观、有趣的形式呈现给广大受众,特别是年轻群体。抖音、快手等短视频平台拥有庞大的用户基础和高度活跃的社区氛围,非遗传承人、文化工作者或普通用户可以通过拍摄和上传短视频,展示非遗技艺的制作过程、背后的故事、文化寓意等,让观众在短时间内获得对非遗文化的深刻理解和感性体验。为了提升短视频的传播效果,必须注重内容的创意和互动性,通过独特的视角、新颖的叙事方式或巧妙的剪辑技巧,让非遗文化的短视频在众多内容中脱颖而出。同时,利用短视频平台的互动功能,如评论、点赞、转发等,鼓励观众参与讨论和分享,形成非遗文化传播的良性循环。此外,还可以结合热点话题、节日庆典等时机,策划专题短视频系列,提高非遗文化的时效性和关注度。从短视频平台的角度来看,还可以借助算法推荐、话题挑战、流量扶持等方式,加大对非遗文化内容的推广力度,让更多优质的非遗短视频作品被更多人看到。同时,平台也可以与非遗保护机构、文化机构等合作,共同举办非遗短视频创作大赛、非遗文化节等活动,激励更多人参与到非遗文化的传播中来,形成全社会共同关

注和保护非遗文化的良好氛围。

举例来讲,李子柒作为非遗文化传播的杰出代表,是一名以短视频记录田园生活和传统文化而闻名的创作者,她的视频内容紧密围绕中国非物质文化遗产的传承与创新展开。在她的视频中,经常可以看到她亲手制作漆器、古法红糖、蜀绣等各种非遗产品,这些视频不仅展示了这些技艺的制作过程,还深入挖掘了其背后的文化意义和历史渊源。同时,她还善于运用镜头语言,将复杂的制作过程简化为易于理解的步骤,让观众在轻松愉快的氛围中学到非遗知识。现如今,李子柒的短视频作品在国内外都获得了极高的关注度和影响力。据统计,她的视频在抖音、微博等平台上的播放量均突破亿次大关,海外平台YouTube上的订阅量也迅速增长。李子柒的成功不仅在于她个人的才华和努力,更在于她通过短视频这一形式,成功地将非遗文化的原生内容以新体验的方式呈现给全球观众,激发了人们对传统文化的兴趣和热爱。

### (三)借助直播模式助力非遗文化传播

直播作为一种即时互动的新媒体形式,具有真实性、即时性和互动性强的特点,为非遗文化的传播提供了全新的平台。在我国非遗文化传播的实践中,直播模式正逐渐成为连接非遗传承人与广大受众的重要桥梁。一方面,直播能够打破地域限制,让非遗文化跨越时空界限,触达更广泛的受众。基于直播平台,非遗传承人可以在线展示技艺,讲述非遗背后的故事,使观众能够身临其境地感受非遗文化的魅力,让非遗文化更加贴近大众,极大地拓宽了非遗文化的传播范围。在直播过程中,观众可以通过弹幕、评论等方式与传承人进行实时互动,并提问、分享感受,甚至参与技艺的学习,不仅增强了观众的参与感,也促进了非遗文化的传承与普及。另一方面,直播还可以结合电商、旅游等元素,实现非遗文化的商业化运作。

举例来讲,董宇辉作为抖音平台的一位知名主播,在借助直播模式助力非遗文化传播方面极具代表性。董宇辉在直播中经常走访各地,在江苏行中,他不仅介绍了漕运文化和吴承恩故居,还展示了非遗文化展演,如火壶表演、苏北琴书、柳琴戏等,让观众在屏幕前就能感受到淮安深厚的文化底蕴。在直播中他非常注重与观众的互动,不仅会解答观众关于非遗文化的问题,还会邀请非遗传承人进入直播间,现场展示技艺并教授观众如何制作非遗产品。总体来看,董宇辉的直播不仅仅停留在产品介绍层面,他更注重将非遗文化背后的历史故事、文

化内涵与产品相结合,让观众在了解产品的同时,也能感受到非遗文化的魅力。而且他始终将观众的需求和体验放在首位,通过精心策划的直播内容和互动环节,让观众在享受购物乐趣的同时,也能感受到非遗文化的独特魅力。

### 四、结语

综上所述,新媒体具有独特的传播优势和广泛的覆盖能力,为非遗文化的传承与发展开辟了新的道路。通过借助新媒体平台打造非遗文化品牌,利用短视频和直播等新媒体形式,非遗文化得以跨越时空界限,触及更广泛的受众群体,不仅能够增强社会对非遗文化的认知与尊重,还能推动非遗文化产业的创新发展。展望未来,随着技术的不断进步和新媒体形态的不断涌现,非遗文化传播将迎来更多可能性,相关从业者应持续探索新媒体与非遗文化深度融合的新模式,让这一宝贵的文化遗产在新时代焕发出更加绚丽的光彩,为构建人类命运共同体贡献更多文化力量。■

### 参考文献:

- [1] 尉元珂.新媒体时代非遗文化的传播策略[J].卫星电视与宽带多媒体,2024,21(14).
- [2] 李森.民间非物质文化遗产的活化路径研究[J].普洱学院学报,2024,40(2).
- [3] 雷玥桐,水天慧,曾雅楠.新媒体视域下非遗文化进高校传承与传播路径研究[J].传媒论坛,2024,7(12).
- [4] 蔡映珍,秦通辉.乡村非遗文化新媒体营销策略研究[J].中国市场,2024(10).
- [5] 李超民,邓琼.文化“双创”视阈下非遗纪录片有效传播研究——以《我是你的瓷儿》为例[J].民族论坛,2024(1).

基金项目:信阳市哲学社会科学规划课题:《信阳加快推进融媒体建设的路径研究》(项目编号:2023XW028)

作者:陈思章,硕士,信阳艺术职业学院助理讲师,研究方向:广播电视、播音主持。

编辑:康慧 E-mail:kanghuixx@sina.com