

非遗的破圈化传播：创新扩散下的文化碎片重组与意义再生产

王乙帆

四川大学 四川 成都 610207

【摘要】：数字时代，中国非遗正实现从传统守正到现代创新的转型。本文基于罗杰斯创新扩散理论，从“技术赋能-情感嵌入-主体协同”三维框架，阐释非遗突破传统传播场域、实现符号解构与意义再生的内在机理，揭示其跨圈层传播路径。非遗技艺通过符号提取与意义再生产实现现代转换，短视频技术打破时空区隔，情感叙事构建文化共情，多元主体协同形成“保护-传承-传播-转化”生态闭环。研究表明，非遗破圈既是文化生存策略，也是构建文化认同、提升国家软实力的重要实践。

【关键词】：非物质文化遗产；破圈传播；创新扩散；文化再生产；国际传播

DOI:10.12417/3041-0630.26.06.079

1 引言

全球文化流动与数字技术驱动下，中国非遗已成为关乎文化主权与文明对话的战略命题，单纯保护已难适应需求，非遗破圈传播成为必然，其不仅是传播方式演变，更是国际传播中的重要突破。本研究基于罗杰斯创新扩散理论（强调传播渠道、时间、社会系统协同，含五个递进采纳阶段），从技术（数字基础设施突破可见性）、情感（文化记忆与情感共鸣）、主体（多元主体形成传播合力）三维度，考察非遗传播实践。

2 文献综述

2.1 非遗传播研究现状

早期研究主要聚焦于非遗的保护与传承机制，探讨如何通过政策支持、教育普及、技艺传承等方式，确保非遗的延续性。随着传播技术的不断发展，研究视角逐渐转向传播渠道与传播效果，关注如何利用现代媒体手段，提高非遗的可见度与影响力。李芳和周鼎探讨了非遗类短视频的传播困境与创新路径，指出该类短视频内容缺乏创新，提出可以引进专业人才以实现商业化持续发展。^[1]学者王一探讨了新媒体技术对于非遗文化的传承与创新提供了新机遇。^[2]蒋建华和张涵提出非遗短视频可以良好传播中华民族共同体意识，多方主体可以协力发挥助推作用。^[3]学者们对于如何实现非遗内容打破传播壁垒，深入不同领域的方法鲜少研究，因此本文重点讨论对于非遗内容的文化碎片重组与意义再生产从而进行破圈化传播的内容。

2.2 创新扩散理论

20世纪60年代，美国学者埃弗雷特·罗杰斯提出创新扩散理论，媒介能够使人们接受新观念、新事物、新产品，大众传播则是最快最有效的途径。^[4]当前研究中创新扩散理论多被用于探讨技术以及产品的传播，而本文是基于创新扩散理论视角

之下，贴合非遗内容传播的写实特性，提出“技术赋能-情感嵌入-主体协同”的三维分析框架来深度探讨非遗内容实现破圈化传播的路径。

3 非遗文明传播困境

3.1 地域文明限制文化输出

非遗深植于特定地域的生态与历史，其“地方性知识”转化困难，跨地域认可度参差，导致传播受阻。如苏州评弹、华阴老腔等与地方记忆深度绑定，易沦为“文化标本”；端午习俗南北差异亦为例证。地域限制构成了非遗传播的现实困境。

3.2 非遗传播的“文物展示化”

非遗传播常被简化为“文物展示”，剥离了与当代生活的血脉联系，许多非遗项目在传播中仅展示成品，却忽视其作为“活态流程”的价值。精美的瓷器，背后下是制瓷匠人与泥土、火焰的对话。非遗在当代的传承都面临危机，许多技艺找不到接班传代的合适人选，许多技艺也在时间的演变过程中缺少韵味甚至失去灵魂所在。

4 破圈化传播的实践路径

4.1 技术赋能与传播升维

5G技术的非遗传播将会以全方位、多角度的视频与现场实时直播为主，应用VR、AR等技术带给受众全面的感知，沉浸式的体验改变受众依靠想象的视读体验；其次，5G网络使非遗传播的时间出现极度压缩，及时原则发生极化效应，越来越表现为即时性、实时性、同步性，甚至演变为同时性。同时，这种强大的媒介效果也会提高受众的沉浸感，使其获得更真切体验。^[5]数字技术时代，妥善利用大数据、人工智能以及其他传播技术促进非遗文化的传承与更广阔的传播活动，达成传播目标与在场感体验，增加受众的接受与理解，甚至传承技艺。

数字媒介技术通过三个维度重塑非遗传播生态：其一，时空压缩效应打破地理区隔，如 TikTok 平台上#chinese intangible heritage 话题累计播放量突破 80 亿次；其二，沉浸式体验重构认知模式，故宫博物院“数字文物库”项目通过 3D 建模实现非遗技艺的可视化交互；其三，算法推荐机制完成精准传播，抖音“非遗合伙人”计划使传统技艺触达 Z 世代受众的比例提升 47%。

短视频平台的技术可供性重构了非遗传播的时空矩阵。互联网技术的支持使得中国非遗不再被其地域所局限，能够实现全世界范围内的传播与普及。沉浸式技术体验重构认知模式，抖音“非遗合伙人”计划通过算法推荐、虚拟现实、增强现实等技术，使苏绣技艺的“劈丝”绝活得以显微呈现。算法推荐机制完成精准传播，抖音“非遗合伙人”计划使传统技艺触达 Z 世代受众的比例提升。

4.2 情感叙事与意义再生产

深入的文化交流可以促进不同人之间的理解与尊重。在文化认同框架下，人们开始尝试跨越文化的界限，以更加开放和包容的心态去接纳和欣赏异域文化。^[6]破圈化传播旨在不同地域甚至不同领域的人群受众之中达成传播至效，而使得具有差异化人群达成共识的结果，就需要对该非遗内容进行一个重构性的情感化叙事，对它的意义进行二次生产后再加以传播。从差异中寻找共性，找到人们共同认可的情感叙事方法，以贴近而亲切的话语传达，从表层含义上升到一种人们精神共鸣的程度来传播这项非遗内容，可以获得普遍认可和接纳，从而实现在新的领域进行传播的活动。

传播实践表明，情感共鸣可突破圈层。中国留学生街头售卖纸扎，一位外国大叔为去世的小猫购买纸扎小鱼，寄托思念。当中国传统文化被赋予了更深层次的感情与更新鲜化的审美与制造，地域的束缚便被打破，中国文化就得以在更广阔的平台被传播。当传统文化注入情感与新鲜审美，地域束缚被打破。年轻创意与传统融合，催生舞狮跳现代舞、中药手串、景点写真等趣味文化现象。这些非遗在短视频平台上传播，让濒临失传的技艺得以传承，中华文化在世界舞台绽放光彩。

4.3 多元主体协同动力作用

在全球化的今天，持续提高文化传播力、文明影响力，已是大国影响力、国家软实力的关键指标。^[7]增强非遗文化的传播活动是我国当下十分重视的一项工作任务，上传下达，政府等官方主体加强输出能力，讲好中国故事，接收到政策的主体形成多方合力，持续助推我国文化实力的强有力发展。文化是国家软实力，政府等主体部门开通当地非遗账号，开展宣传、推出相关政策，支持文化的传承与保护。机构平台推出系列非遗主题活动，提升对传统文化的关注度，有助于传承与创新。

个人的流量获取同时带动了相关内容传播，受众粉丝群体愈发广泛，有利于非遗的传播，在最底层为非遗文化进行托底与扶持。

根据第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2023 年 6 月，我国短视频用户规模达 10.26 亿。从视频内容看，抖音平台覆盖了我国 1557 个国家级非遗项目中的 97.94%，相关视频数量超 1.4 亿。抖音短视频平台推出了“非遗合伙人计划”及“看见手艺计划”；快手短视频平台发布了“非遗带头人计划”。^[8]多方合力推动我国非遗文化的破圈化传播，使得优秀传统文化得以登上世界舞台，在国内更是掀起一阵阵非遗技艺普及和传承之风，推动我国优秀文化的发扬与创新。

5 文化价值再生：传播效应与社会影响

5.1 文化认同的重塑：从符号消费到精神共鸣

非遗的破圈化传播已超越单纯的文化展示，演变为重塑文化认同的深层实践。在国内层面，Z 世代通过“参与式文化生产”重构文化自信：故宫文创推出的“宫廷御猫”盲盒系列，以萌态 IP 解构传统威严形象，引发年轻群体在社交媒体二次创作狂潮，相关话题阅读量突破 50 亿次；抖音平台#国风变装挑战赛吸引 200 万用户参与，将京剧脸谱、苗族银饰等非遗元素转化为数字时代的身份标识。这种“解构-重构”的传播逻辑，使非遗从博物馆展柜走进青年亚文化圈层，形成代际对话的文化场域。

国际传播层面，孔子学院构建的非遗工作坊体系已形成全球文化网络：123 个国家的 1400 余个教学点，通过昆曲工作坊、书法疗愈课程等沉浸式体验，实现文化输出的“逆向适配”。例如在肯尼亚内罗毕大学，皮影戏工作坊结合当地神话故事改编剧本，使中国非遗成为跨文化阐释的媒介。这种“在地化”传播策略，使中华文化符号获得全球语境的合法性。对海外华人社群而言，数字技术重构了文化传承的时空边界。微信小程序“全球华人数字祭祖”平台，集成 AR 献花、3D 族谱追溯等功能，使境外宗亲会实现云端联动。2024 年清明节期间，该平台同时在线人数突破 80 万，形成跨越地理区隔的文化共同体。

在全球范围内实现共同生命体的一种精神共鸣，加强文化认同感可以塑造自身的一种文化自信，激励后代的创新与发展活动。

5.2 产业经济的激活：从文化资源到创意资本

文旅融合背景下，非遗创新催生出“体验经济+数字经济”的双轮驱动模式。线下空间重构方面，景德镇陶溪川文创街区通过“前店后坊”布局，将传统制瓷工序转化为可参与的文旅产品，形成“技艺传承-文化消费-就业反哺”的良性循环。

线上产业链构建则突破物理限制：“非遗新青年”计划在淘宝、拼多多培育超5万家非遗店铺，通过直播带货、虚拟试穿等技术，使南京云锦、汴绣等小众技艺触达亿级用户。2024年汉服市场规模突破400亿元，其中70%消费者为95后。以杭州“中国丝绸城”为例，通过打造古风摄影基地、开发剧本杀体验项目，实现单景区年接待量超200万人次，文化附加值提升5倍以上。产业活化模式催生新型文化业态：洛阳“唐宫夜宴”IP授权衍生出沉浸式演艺、主题酒店、数字藏品等12条产品线，形成完整的IP价值链。

在文化与新时代相契合的同时带动文旅行业的发展与反哺，实现众多个体创业、就业活动，激发创新活力，有利于推动文化的不断演进与更迭，增强综合国力发展。

5.3 文明互鉴的深化：从单向输出到协同创新

技术赋能的跨国协作不断拓展文明对话边界：中日韩三国联合实施的“东亚纸艺数字展”，运用全息投影、力反馈装置

等技术，将安徽宣纸、韩国韩纸、日本和纸的制作工艺转化为可交互的数字艺术装置。展览吸引三国15所美术学院学生参与数字创作，催生出“纸艺元宇宙”等前沿项目，实现传统技艺与数字艺术的范式融合。更具战略意义的是，非遗传播正成为公共外交的新载体。在“一带一路”沿线国家，中国援建的非遗工坊采用“技能培训+文化交流”模式，既传授歙砚雕刻、侗族大歌等技艺，又构建文化理解的桥梁。

6 结论与展望

非遗的破圈化传播本质上是传统文化在数字文明时代的适应性进化。本研究揭示：技术赋能解决了传播效率问题，情感叙事突破了文化折扣障碍，主体协同构建了可持续发展生态。这种“创造性转化”不仅为非遗保护提供新范式，更为构建人类命运共同体贡献了中国智慧。伴随AIGC行业的更新与迭代发展，未来的研究可以重点关注人工智能生成内容对非遗传播的重构效应，以及跨文明对话中的文化转译机制。

参考文献：

- [1] 李芳,周鼎.“非遗”类短视频的传播困境与创新[J].传媒,2023,(22):69-70+72.
- [2] 王一.非遗文化的新媒体传承与价值创新——以东巴文为例[J].山西财经大学学报,2024,46(S1):163-165.
- [3] 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.
- [4] 曾媛.创新扩散理论视域下的童谣传播——以央视少儿频道《草坪亲子音乐会》为例[J].传媒,2024,(12):37-39.
- [5] 于凤静,王文权.场景重构:5G非遗传播要素的嬗变与影响[J].当代传播,2020,(02):107-109.
- [6] 刘迪.文化认同理论视角下中华文化的跨文化传播研究[J].国际公关,2025,(05):110-112.
- [7] 宋点,舒畅.以非遗文化破题,探索春晚国际化传播新路径——基于2025湖南卫视春晚实践与创新[J].中国广播电视学刊,2025,(03):21-24.
- [8] 任城.非物质文化遗产类短视频的传播策略探析[J].传媒,2024,(05):68-70.