

文章编号: 1673-1646(2025)05-0079-06

非物质文化遗产数字化传播策略探究

——以苏州为例

廉同辉, 陈佳, 张璐

(南京财经大学工商管理学院, 江苏南京 210023)



摘要: 数字化时代, 非物质文化遗产的传播策略正经历着深刻的变革。苏州是中国非遗关键承载区域, 在数字化传播领域的实践具有重要研究价值。通过分析苏州非遗的数字化保护、新媒体运用及电影艺术传播, 本文揭示了数字化在扩展非遗影响力方面的积极作用, 并识别了当前传播实践中的不足: 内容生产专业性不足、短视频内容碎片化、技术应用有限以及受众需求分析不充分。针对这些问题, 提出了提升内容专业性、强化情感联系、激励公众参与、促进创新发展和构建整合传播策略等优化建议。本研究的目的在于为苏州非物质文化遗产的数字化推广提供策略性的建议, 旨在推动其传承的有效性和创新性, 同时为其他地区的非遗数字化传播提供参考。

关键词: 非物质文化遗产; 数字化传播; 数字化保护

中图分类号: G203 **文献标识码:** A **doi:** 10.62756/xbsk.1673-1646.2025113

引用格式: 廉同辉, 陈佳, 张璐. 非物质文化遗产数字化传播策略探究: 以苏州为例[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2025, 41(5): 79-84.

Exploration of Digital Communication Strategies for Intangible Cultural Heritage

——Case Study of Suzhou

LIAN Tonghui, CHEN Jia, ZHANG Lu

(School of Business Administration, Nanjing University of Finance and Economics, Nanjing 210023, China)

Abstract: In the digital era, the communication strategies for intangible cultural heritage (ICH) are undergoing profound transformations. As a key repository of Chinese ICH, Suzhou holds significant research value for its practices in digital communication. By analyzing its digital preservation practices, applications of new media, and dissemination through film arts, this paper highlights the positive role of digitalization in expanding the influence of ICH. It also identifies shortcomings in current practices, including insufficient professionalism in content production, fragmented short-video content, limited technological application, and inadequate analysis of audience needs. To address these issues, optimization recommendations are proposed, such as enhancing content quality, strengthening emotional engagement, encouraging public participation, fostering innovative development, and constructing integrated communication strategies. The study aims to provide strategic insights for the digital promotion of Suzhou's ICH, facilitating its effective and innovative inheritance, while offering reference for digital communication practices of ICH in other regions.

Key words: intangible cultural heritage; digital communication; digital preservation

收稿日期: 2024-12-06

基金项目: 江苏省习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心一般项目、江苏省社会科学基金一般项目: 江苏非物质文化遗产数字化的呈现、体现与传播研究(23ZXZB014)

作者简介: 廉同辉(1983-), 男, 教授, 博士, 硕士生导师, 从事专业: 工商管理。E-mail: liantonghui@163.com。

数字时代的到来,不仅赋予了非遗艺术通过新技术焕发新生的新路径,更是将非遗传播的地域界限通过网络平台打破,将非遗传播的原有生态环境彻底改变^[1]。传播是达成非遗保护目标的重要环节,而非遗传播的核心途径越来越多地出现在数字化、网络化和新媒体上^[2],新媒体平台的兴起,为非遗的传播提供了新的领域和可能。苏州市积极响应时代趋势,重磅推出多项助力非遗数字化发展的政策,如苏州市委、市政府发布的《苏州市数字文化系统建设方案》聚焦构建数字文化遗产保护传承数字化体系,着力打造一批有苏州特色的非遗数字化成果;《苏州市关于贯彻落实国家文化数字化战略的行动计划(2023—2025)》则重点推动苏州戏曲、丝绸纹样等多类非遗资源的数字采集与专题数据库建设。凭借这些有力举措,苏州这座底蕴深厚且非遗资源极为丰富的城市,拥有7项人类非物质文化遗产代表作、33项国家级非遗项目、124项省级非遗项目以及172项市级非遗项目,在非遗数字化的征程上已蓄势待发。

非遗数字化传播研究主要分为三个方面:一是数字技术在非遗传播中的应用与挑战。数字技术的运用,如三维、大数据、VR和体感技术等,已经渗透到音乐、影视和数字展演等多个非遗传播领域^[3-4]。然而,当前非遗传播主要通过大众传媒、数字典藏和互联网,沉浸式传播因技术与资金限制较少见^[5],实践中也面临数字技术依赖、现实脱节等问题^[6]。数字田野研究揭示了展演失序、传承人主体性消减、市场逻辑取代文化逻辑等风险^[7]。二是非遗交互设计的新路径与理论探索。有研究提出非遗交互设计的新路径,强调人本理念和双向传播^[8]。在理论层面,鉴于传播环境变化,研究强调通过数字化构建“数字共同体”,增强青年对非遗的认同^[9-11],同时,对技术伦理和知识产权保护表达了担忧^[12-13]。三是非遗传播的产业经济属性与未来发展。在产业经济属性方面,研究倡导保护非遗内涵的同时,寻求商业化改造的平衡,实现生产性保护与传承振兴^[14-15]。非遗的数字化传播,是利用多种技术方式,对非遗内容进行兼具多元特性的数字传播行为。如数字影音、虚拟现实等技术手段在非遗传播中广泛运用,已形成时代潮流。非遗传承人进驻短视频平台,电商平台开辟非遗专区,还有明星、网红助力非遗直播,这些都共同塑造了数智时代独特的非遗传播新空间^[16]。一些“冷非遗”借此契机再度融入大众生活,有力地拓展了非遗的存续

时长^[17]。在数字传播的当下,网络所具备的互动、快捷、便利、开放与综合等特性,深刻改变着非遗的数字传播形式,使其展现出可塑性、流变性、无界性、共享性及交互性这五个新特点^[18]。推动我国非遗的数字化传播,是顺应数字时代潮流的必由之路,这不仅有助于加强非遗的创意挖掘、实现活态传承,还能激发其创新活力,提升传播效能,更为多方携手、资源整合创造了有利条件,具有关键且积极的意义^[19]。但在实践方面,非遗数字化传播面临着两方面的问题:一方面,通过“直播+非遗+电商”模式触网出圈的非遗,出现了过度娱乐化、传播方式单一的情况;另一方面,各地政府主导建设的“非物质文化遗产网”也逐渐受到冷落。在此情形下,怎样增强非遗数字化传播成效,让非遗切实融入人民生活,就成了当下亟须思考与解决的关键问题^[20]。

本研究通过对苏州非遗数字化传播的案例分析,探讨当前苏州非遗数字化传播的现状及存在的问题,提出创新的传播策略,从而为非遗的保护、传承和发展提供有益的参考与启示。

1 苏州非遗数字化传播现状

1.1 非遗数据库与展示平台的搭建

通过数字化进程,苏州的非物质文化遗产得到了系统化的数据库管理和规范化的保护。应用数字技术是非遗保护的关键途径,首先是建立官方的非遗数据库,这个数据库全面地收集和整理了包括工艺流程、历史文献和影像动画在内的各类非遗资料,以数字形式存储,便于检索、展示、传播和研究。苏州非物质文化遗产信息网是一个大数据平台,通过整合各地各级的非遗信息资源,不仅为传承人和学者提供了交流合作的场所,也为公众提供了学习和了解非遗的途径。用户可通过该平台轻松获取各级非遗项目的详细信息,同时观看技艺演示视频,并且能够参与线上互动。其次是建立了一个多方参与的非遗保护联合平台,包括政府、社会组织、企业和公众,以加强监测预警和信息共享,共同形成保护非遗的力量。联合平台利用5G、虚拟现实等前沿技术,创建了沉浸式的数字博物馆和专题展览,直观地展现非遗的内涵,有效地保护了非遗资源。例如,苏州博物馆的“苏色生活馆”利用LED屏幕和控制技术,为观众提供了沉浸式体验,使他们能够感受到苏州传统美学与现代科技的

融合。此外,作为一个多功能平台,“云游苏州”应用程序为用户提供展示当地传统习俗、非物质文化遗产手工艺品以及相关商品购买的服务,成为了展示姑苏区平江历史文化街区非物质文化遗产项目的关键平台。

1.2 新媒体平台在非遗传播中的应用

随着信息技术的不断进步,新媒体平台凭借其网络公共和商业属性,为非遗的传播提供了全新的舞台^[21]。非遗的数字化重点已经从以保存为主的记录转变为以传播为主的创作,其传播渠道也从传统的资源库和数字博物馆转向了社交和短视频平台,这个过程可以描述为从“存储”到“网络化”再到“现场感”的转变^[22]。一些新媒体平台发布的数据显示,新媒体的传播和营销为非遗的某些类别和项目提供了新的活力,促进了其传播和营销渠道的网络化和多样化。

苏州市非物质文化遗产办公室运营的抖音账号“非一般的掌柜”致力于推广苏州的非遗文化,通过线上直播等多种方式,让更多人有机会了解和体验非遗。例如,该抖音账号会推出介绍与非遗相关的知识和活动的新课程,还发布了“‘苏’说‘绝技’”系列短视频,展示苏州非遗传承人的高超技艺。同时,苏州的非遗传承人通过微信、抖音等新媒体平台展示和推广非遗文化。例如,国家级苏绣传承人姚惠芬在抖音上分享她的作品和创作过程,获得了众多粉丝的关注,为传统手工艺的传承和发展开辟了新的途径,使得古老的非遗技艺在数字化时代展现出新的生命力。

1.3 非遗叙事媒介对文化传播的贡献

非遗叙事媒介在文化传播中扮演着极为关键的角色,对非遗文化的传承与弘扬有着重要的贡献。数字化媒介使苏州文化迅速走进大众视野,如苏州评弹《珍珠塔》,其相关精彩片段在抖音、B站等平台上广泛传播,让无数人透过吴音袅袅,领略到苏州的独特魅力;昆曲更是以3D建模、虚拟现实等形式全方位呈现,通过数字化平台跨越时空限制,凭借其优美的唱腔、细腻的表演动作,演绎着《牡丹亭》等千古传奇,成为传播苏州文化形象的一张亮丽名片。另外,非物质文化遗产主题电影,作为文化传承的关键叙事载体,极大地拓宽了非遗的传播边界。苏州的三部代表性影片各放异彩,《琴弓师》经苏映影业精心打磨,借苏州实景与感人故

事,彰显琴弓技艺与“工匠精神”,推动文旅与电影业发展,迈向国际交流。《我在苏州学非遗》在萧寒执导、陈飞宇助力下,深入挖掘昆曲等非遗及传承者故事,以年轻视角激发公众保护欲。《天工苏作》则细腻描绘传承者与手艺的一生羁绊。这些电影加深大众对非遗价值认知,激发青年对传统文化热爱,以情动人,以事表意,为非遗传承创新注入活力与机遇。苏州非遗叙事媒介影响深远,突破时空局限,使非遗跨越山海,被全球不同人群认知;于本土传承及国际交流间,其传播非遗精髓,提升苏州文化软实力,让非遗在现代永葆活力,化身文化纽带,引领众人踏入非遗天地,共筑保护传承之路。

2 苏州非遗数字化传播存在的问题

2.1 非遗数字化内容生产专业性不足

从活态传承的视角来看,苏州非物质文化遗产的数字化保护与传播不仅利用数字化技术保存了非遗的数字形态,还通过现代科技手段整合了非遗的历史发展、地域特色、民间生活以及相关的实物和场所信息,实现了非遗的数字化传承。这使得苏州非遗的数字化展示具有很高的可访问性和共享性,满足了人们日益增长的精神文化需求。但是,仅仅提供数字化展览和在线文化体验是不够的。苏州非遗的数字化传播应该更进一步,不仅要展示“成品”,还要展示其制作过程和背后的文化故事,让观众在享受成果的同时,也能深入理解其背后的深厚文化底蕴。以桃花坞木版年画为例,苏州工艺美术职业技术学院引企入校前通过一系列举措,推动其传承发展并于2006年成功申遗,但在当前桃花坞木版年画的数字化资料里,对刻版步骤的描述过于简略,关键技艺环节缺失。这表明在数字化展示时,存在某些工作环节未经过严谨、细致的检验与打磨等问题,如此一来难以精准呈现非遗项目的核心文化价值。

2.2 短视频传播内容整合及价值传达有待加强

聚焦短视频传播渠道,传播主体的身份、内容形式以及受众的认知心理与情感体验,都在左右着非遗数字化传播成效^[23],传播内容的质量、用户操作体验等方面,也会直接关系到最终的传播效果^[24]。从认知角度看,传播内容的吸引力,以及受众接受后的知晓与记忆程度至关重要^[25]。网络传

播的零散性,易使非遗元素被拆成简短的文字、图片或视频片段来传播。由于缺乏全面和系统的了解,受众可能会对文化产生误解。例如,苏绣的精妙针法与色彩搭配,常被匆匆掠过;桃花坞木版年画的故事与象征意义,难得详述;昆曲表演艺术因时长受限魅力锐减;御窑金砖在历史建筑的应用细节,也多被忽视。从价值传达层面来看,碎片化的传播方式危害极大,它严重削弱了非遗本应具备的教育和传承功能,公众难以通过这些碎片化信息全面理解非遗项目的真实价值。长此以往,还可能导致文化误解,使得人们对非遗的形式和意义产生混淆,让珍贵的非遗文化在传播过程中失去原有的魅力与内涵。

2.3 对智媒技术优势功能的有效运用有欠缺

在实际生活中,虽然移动显示设备和云服务等技术智能媒体早已超越了其作为交流和展示工具的基本功能,就非遗数字化传播的实际状况来看,不少技术手段常被错当为传统媒体的替代物,其作为数字媒体所蕴含的独特价值,并未得到应有的重视。目前,智能技术在非遗传承保护领域刚起步,在实际传播中,普遍存在依赖单一技术或平台的现象,这类问题极大地限制了非遗文化丰富内涵的表达。因此,在确保非遗文化丰富性的前提下,怎样最大程度地发挥智能设备的技术长处,是一个亟待解决的问题。此外,苏州的非遗传承人在运用数字技术时面临重重困难,非遗传承人在数字时代,无疑是推动非遗传播的关键力量。他们的技艺传承与文化传播,对非遗的存续发展至关重要。如何助力他们跨越数字鸿沟,使其更好地借助数字技术传播非遗文化,也是值得深思的问题。

2.4 对受众需求的差异化分析不充分

随着社会的快速进步,非遗文化的交流变得越来越多元化,跨越了地域、种族和年龄的界限。非遗的数字化传播亟须在形式上进行更高质量创新,并且要在不同观众的需求中寻找共鸣点。同时,许多民间非遗传承人依赖传统的师徒传授方式,不太关注外部环境和宣传工作,使得他们难以与时代同步地展示和传承自己的技艺,影响了非遗的有效传播。因此,如何更准确地把握不同受众的心理需求,从多角度进行创新,并以此向世界传播非遗文化,成为苏州非遗数字化传播在受众研究方面必须面对的实际问题。

3 苏州非遗数字化传播策略

3.1 提升非遗数字化内容生产的专业性

苏州在实施非物质文化遗产数字化保护的过程中,在数字化工作的起始阶段,就要提前规划最终成果的潜在用途,并根据不同的使用场景和用户的具体需求,对内容进行详尽的分层和归类。例如,苏州的非遗项目可划分为珍藏级、观赏级和发布级,以满足不同的展示及教育需求。此外,苏州在非物质文化遗产数字化推广的过程中,还应当注重制定行业规范,并保证操作流程的公开透明。非物质文化遗产的数字化保护不单纯是技术层面的挑战,它同样关乎文化的延续和创新。苏州非物质文化遗产数字化展示的成果应当深刻反映对非遗文化的理解与尊重,并展现出对现代受众需求的敏锐感知和适应能力。通过这样的方式,苏州非遗的数字化保护和传播将会更有效地服务于文化的传承,并满足公众对高品质文化产品的需求。

3.2 短视频平台强化非遗与人的情感联系

在短视频推广进程中,秉持“以用户为中心”的理念至关重要,深入洞察公众需求,强化非物质文化遗产与观众间的情感纽带,是持续优化数字化成果的关键。苏州非遗的短视频传播,应深度聚焦创新性转化与精准传播,其核心目标不仅是提升非遗在数字时代的吸引力与影响力,更在于推动非遗的传承与发展。创意性是非遗短视频内容的灵魂所在,将非遗文化的精神内核与现代观众的情感需求紧密相连则是创意的核心要点。比如,关于苏绣的短视频,通过讲述绣娘为女儿绣嫁衣,将母爱与祝福倾注于每一针的故事,能引发观众对亲情以及传统手工艺坚守的强烈情感共鸣。同时,充分利用短视频平台的即时性与互动性,设计诸如“苏绣针法”挑战、“苏绣图案寓意大揭秘”等话题讨论、苏绣大师直播教学等互动体验,在增强用户黏性的同时,加深用户对苏绣价值的认知。此外,视频注重视觉呈现,运用高质量影像与创意编辑手法,展现苏绣独特美学与精湛技艺,内容上巧妙融合教育性与娱乐性,普及知识、传授技艺、介绍文化背景。平台还应积极开展跨平台推广与多渠道合作,借助社交媒体、电商平台、文化旅游类数字媒介,全方位展示苏绣魅力。通过这些策略,吸引更多人,尤其是年轻人,投身到非遗传承的队伍中,让苏州非遗在

新时代焕发出勃勃生机。

3.3 公众参与促进非遗与当代文化融合发展

以苏州评弹为切入点,苏州正在探索一条公众共建共享、非遗与当代文化深度融合的创新之路。通过创建数字社区和提升年轻人对非物质文化遗产的认同感,结合商业化策略,非物质文化遗产的传播能够更有效地满足现代社会的需求,同时保持文化的原真性和完整性。一方面,在文化服务和基础设施建设方面,积极采用前沿的数字化技术,如利用数字化投影技术,在苏州的公共文化场所如公园、文化广场等,投射苏州评弹的经典画面和唱段,创新非遗的现代表现形式,利用VR技术打造苏州评弹沉浸式体验馆,增强非遗传播的参与感、互动性和娱乐性,以此促进非遗文化的兴盛。另一方面,重视数字技术在推动消费升级中的作用,加强数字技术在非物质文化遗产旅游中的融合和引导作用,借助大数据精准推送以苏州评弹为主题的旅游线路等,激发公众对苏州评弹传承的兴趣与需求。借助网络展览、实体活动和沉浸式体验等多种方式,激发公众对非物质文化遗产传承的兴趣,进而促进社会大众对非遗的认知、接触和体验,实现传统非遗与当代文化发展的有效融合。总之,为促进非遗与当代文化融合,需充分调动公众参与,秉持传统与创新并重,推动非遗与数字经济相结合,提升传统文化活力与影响力。

3.4 “互联网+文创”模式促进非遗创新发展

非物质文化遗产的传承方式正在经历着重大的转变,其中体验性逐渐成为公众和业界关注的中心。非遗体验已从原先的辅助性或特色性内容,演变为独立的活动、场所和产品。当非遗体验融入文化消费场所、娱乐产品、艺术教育和研学旅游等领域时,其传统的社会角色得到了显著扩展,同时催生了新的消费模式,如娱乐产品、休闲旅游和艺术教育等^[26]¹⁰⁻¹⁷。数字化的文化资源能够将物质和非物质的文化遗产、遗迹、手工艺品、博物馆藏品等无缝地转移到数字世界^[27]。在非物质文化遗产数字化传播的框架下,融合“互联网+文化创意”的创新策略,为非物质文化遗产的传承与发展注入了新的活力。以苏州昆曲为例,通过开发具有独特性的数字化非遗产品,创作昆曲主题音乐、电子游戏和动画,有效地吸引年轻受众的注意力;构建在线文化创意合作平台,分享昆曲的曲谱、表演视频等资

源,促进设计师、民间艺术家以及技艺传承者之间的协作,共同开发非物质文化遗产的知识产权。此外,以“互联网+文创”为主题,举办非遗产品创意设计竞赛等活动,进一步激发公众的创造力和参与度,为昆曲等非遗的发展提供源源不断的创意支持。这种以互联网思维为导向的文化创意实践,能为苏州昆曲的传播提供强大动力,有力推动非物质文化遗产的创新性传承与发展。

3.5 技术驱动受众定制与叙事创新以形成传播整合策略

非物质文化遗产的数字化传播正迈入一个由智能媒体技术引领的新时代,其中技术与内容的紧密结合、针对受众的个性化定制以及叙事手法的创新构成了推进这一进程的三大关键要素。利用人工智能和虚拟现实等前沿技术,可以将非遗的丰富故事转化为沉浸式体验,使观众能够跨越时空限制,亲身体验历史现场。个性化推荐系统通过深度学习算法为每位观众提供定制化内容,确保非遗传播的精准性和吸引力。在受众定制方面,非遗传播策略展现出了空前的灵活性和多样性。不论是利用社交媒体上的互动挑战来吸引年轻群体,还是通过社区活动和文化讲座为年长者提供深入体验,或是借助多语种内容和国际平台将非遗推广至全世界,非遗的数字化传播正持续拓展其受众群体和影响力。叙事创新通过跨媒体叙事手法,将非遗故事在数字空间和现实世界中无缝衔接,形成一个连贯、互动的故事网络。这种全方位的叙事方式不仅增强了非遗内容的吸引力,还促进了受众对非遗文化的认知和理解。随着区块链、5G等前沿技术的融入,非物质文化遗产数字化传播的未来变得更加宽广。区块链技术确保了非遗数字内容的真实性和可追溯性,而5G的高速连接则让高质量的数字内容传播变得更加流畅。游戏化策略的运用,将非遗知识转化为引人入胜的游戏,进一步激发年轻一代的探索兴趣。

4 结 语

在数字化浪潮汹涌来袭之际,苏州非遗传播迎来全新机遇与挑战。本文深入剖析其传播策略,厘清其既有优势与短板。展望未来,苏州非遗需在内容专业性、情感纽带、公众参与、创新驱动、整合传播等多维度发力,为全球非遗数字化呈上“苏州

智慧”与“苏州方案”。

参考文献

- [1] 薛可, 龙靖宜. 消弭数字鸿沟: 中国非物质文化遗产数字传播新思考[J]. 中国非物质文化遗产, 2021(2): 99-106.
- [2] 杨红. 非物质文化遗产数字化传播的意义更新与趋势分析[J]. 中国非物质文化遗产, 2023(5): 102-107.
- [3] 姚婷. 基于地区“非遗”传承的动漫形象符号化设计思考: 以潮汕地区为例[J]. 美术大观, 2018(9): 124-125.
- [4] 王家乾, 苏大为. 论非物质文化遗产保护视野下“非遗”纪录片的建构[J]. 电视研究, 2013(4): 71-73.
- [5] 谈国新, 何琪敏. 中国非物质文化遗产数字化传播的研究现状、现实困境及发展路径[J]. 理论月刊, 2021(9): 87-94.
- [6] 何瑶, 张宇铮, 何春耕. 数字时代我国非遗纪录片的发展路径研究[J]. 新闻研究导刊, 2022(17): 248-250.
- [7] 梁莉莉, 布瑞丰. 非遗视频直播的技术逻辑及其潜在风险: 基于抖音平台的“田野”观察[J]. 青海民族研究, 2022, 33(3): 136-141.
- [8] 潘星辰, 罗坤明, 朱子兴. 基于数字媒体视角下的非遗文化产业传播发展路径研究[J]. 东南传播, 2022(10): 49-53.
- [9] 安学斌. 21世纪前20年非物质文化遗产保护的中國理念、实践与经验[J]. 民俗研究, 2020(1): 19-29.
- [10] 马知遥, 常国毅. 非物质文化遗产教育性保护的方法论与道路探究[J]. 民族艺术研究, 2019, 32(6): 135-144.
- [11] 张吕, 雷雨晴. 数字化生存语境下非遗的传播与传承[J]. 中国电视, 2021(10): 72-76.
- [12] 高旸, 陈鹏. 技术主导与情感零度: “非遗”数字化技术伦理反思[J]. 广西社会科学, 2020(7): 134-139.
- [13] 孙雯, 葛慧茹. 数字化时代非物质文化遗产知识产权保护的再思考[J]. 艺术百家, 2020, 36(5): 194-199.
- [14] 张礼敏. 自洽衍变: “非遗”理性商业化的必然性分析: 以传统手工艺为例[J]. 民俗研究, 2014(2): 66-74.
- [15] 姚莉, 田兆元. 基于民俗叙事路径的“认同性经济”建构: 以传统手工技艺类非遗侗族刺绣为研究对象[J]. 贵州民族研究, 2021(4): 88-97.
- [16] 蒋恺. 短视频生态下非遗文化空间的生产和消费[J]. 传媒观察, 2022(7): 90-95.
- [17] 余华勇. 中枢、生产、架桥: 非遗数字影像的角色探赜[J]. 科技传播, 2023, 15(24): 93-96.
- [18] 薛可, 龙靖宜. 中国非物质文化遗产数字传播的新挑战和新对策[J]. 文化遗产, 2020(1): 140-146.
- [19] 姚国章. 我国非遗数字化传播所面临的困境与应对之道[J]. 西华大学学报(哲学社会科学版), 2023, 42(4): 75-82.
- [20] 郭新茹, 沈佳. 价值链视角下非物质文化遗产数字化传播的影响分析[J]. 东南学术, 2024(3): 226-236.
- [21] 温雯, 赵梦笛. 中国非物质文化遗产的数字化场景与构建路径[J]. 理论月刊, 2022(10): 89-99.
- [22] 杨红. 目的·方式·方向: 中国非遗保护的当代传播实践[J]. 文化遗产, 2019(6): 21-26.
- [23] 徐孝娟, 赵泽瑞, 吴曼丽, 等. 面向短视频平台的非遗信息搜寻行为影响因素研究: 基于层次回归和模糊集定性比较方法[J]. 现代情报, 2022, 42(11): 121-134.
- [24] 达妮莎, 李建阁. 线下引发线上: 非遗微博传播效果的影响因素及实证分析[J]. 湖南大学学报(社会科学版), 2018, 32(4): 155-160.
- [25] 张放, 杨颖. 移动政务视频碎片化传播效果的实验研究[J]. 新闻界, 2021(2): 46-56.
- [26] 杨红, 张天慧, 付茜. 文化体验设计与营销[M]. 北京: 清华大学出版社, 2022.
- [27] 刘少杰. 从集体表象到数字表象: 论元宇宙热潮的演化逻辑与扩展根据[J]. 河北学刊, 2022(4): 162-168.