

互动仪式链视角下非遗短视频传播模式研究

陈 雨

北京联合大学网络素养教育研究中心, 北京

收稿日期: 2025年11月5日; 录用日期: 2025年12月3日; 发布日期: 2025年12月11日

摘 要

随着新媒体技术的快速发展, 短视频已成为当前最受欢迎的媒介之一。非物质文化遗产(非遗)短视频在抖音、快手等平台上的传播, 为传统文化的传承与推广开辟了新的空间。本研究旨在探讨互动仪式链理论视角下非遗短视频的传播模式, 以期为非遗的保护和传承提供新的视角和策略。

关键词

互动仪式链, 非物质文化遗产, 短视频传播

Research on the Dissemination Model of Intangible Cultural Heritage Short Videos from the Perspective of Interaction Ritual Chains

Yu Chen

Beijing Union University Research Center for Internet Literacy Education, Beijing

Received: November 5, 2025; accepted: December 3, 2025; published: December 11, 2025

Abstract

With the rapid development of new media technology, short videos have become one of the most popular media today. The dissemination of intangible cultural heritage (ICH) short videos on platforms such as Douyin and Kuaishou has opened up new space for the inheritance and promotion of traditional culture. This study aims to explore the communication patterns of ICH short videos from the perspective of the ritual chain of interaction theory, with the hope of providing new perspectives and strategies for the protection and inheritance of ICH.

Keywords

Interaction Ritual Chain, Intangible Cultural Heritage, Short Video Dissemination

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 研究背景与意义

根据《中华人民共和国非物质文化遗产法》的界定，非物质文化遗产是指“各族人民世代相传并视为其文化遗产组成部分的各种传统文化表现形式，以及与传统文化表现形式相关的实物和场所”[1]。作为民族历史记忆与文化认同的重要载体，非遗不仅承载着独特的文化基因，也对延续民族文脉、增强文化自信具有不可替代的作用[2]。

2021年8月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》，明确提出应“适应媒体深度融合趋势，丰富传播手段，拓展传播渠道”，鼓励新闻媒体与各类新媒体平台加强非遗内容的传播[3]。在此政策引导与技术发展的双重推动下，短视频以其传播效率高、互动性强、视觉表现力突出等优势，逐渐成为非遗传播的重要渠道。非遗与短视频的深度融合，不仅拓展了传统文化的表达空间，也为实现其“活态传承”提供了新的可能[4]。

1.2. 研究问题与目标

基于上述背景，本研究围绕以下核心问题展开：第一，非遗短视频如何在算法推荐与用户参与中构建有效的互动仪式？第二，其传播过程中面临哪些结构性挑战与现实困境？第三，如何从理论与实操层面优化传播策略，以增强非遗文化在数字社会中的影响力与传承力？

本文的研究目标在于，通过案例研究、网络民族志与文献分析相结合的方法，系统阐释非遗短视频传播中的仪式构建机制，并提出具有可操作性的传播模式与策略建议，以期在理论层面拓展互动仪式链的数字化适用性，在实践层面为非遗保护与传播工作提供参考。

2. 理论框架与文献综述

2.1. 互动仪式链理论概述

美国社会学家兰德尔·柯林斯在《互动仪式链》一书中提出，微观社会情境中的互动本质上是情感能量交换的仪式性过程，其具体表示关系如图1。一个成功的互动仪式须具备四项基本条件：群体聚集（无论物理或虚拟）、对外部界限的设定、共同的关注焦点以及共享的情感体验[5]。该理论强调，通过仪式参与，成员能够获得群体归属感、文化符号认同以及持续的情感动力。

在非遗短视频的传播场景中，用户的观看、评论、点赞、分享等行为构成了一种“虚拟共在”的仪式参与。尽管柯林斯理论原生于线下面对面的互动情境，其“身体共在”的前提在数字平台中受到挑战，但学界通过引入“准社会互动”(para-social interaction)等概念，有效弥补了媒介化互动中的情感缺位问题[6]。正如汤天甜与雷晨雨所指出的，非遗短视频用户通过与视频中传承人建立的想象性亲密关系，形成了情感共鸣与文化认同的基础，从而实现了互动仪式链在数字语境中的理论延续与情境重构[7]。

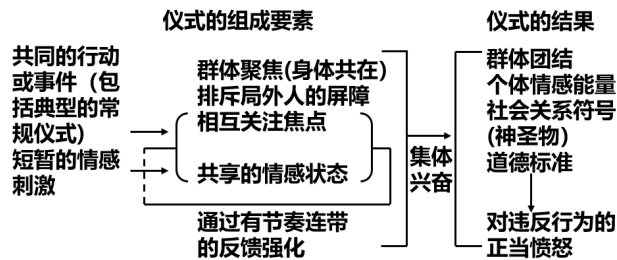
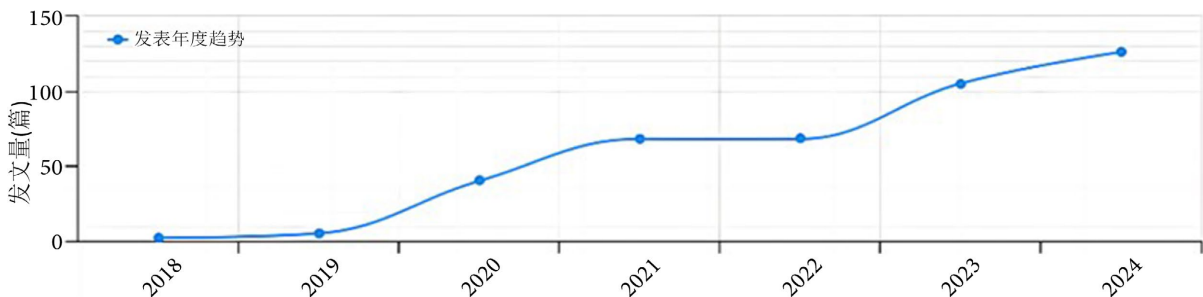


Figure 1. Theory of interactive ritual chain [5]

图 1. 互动仪式链理论[5]

2.2. 非遗短视频传播的相关研究

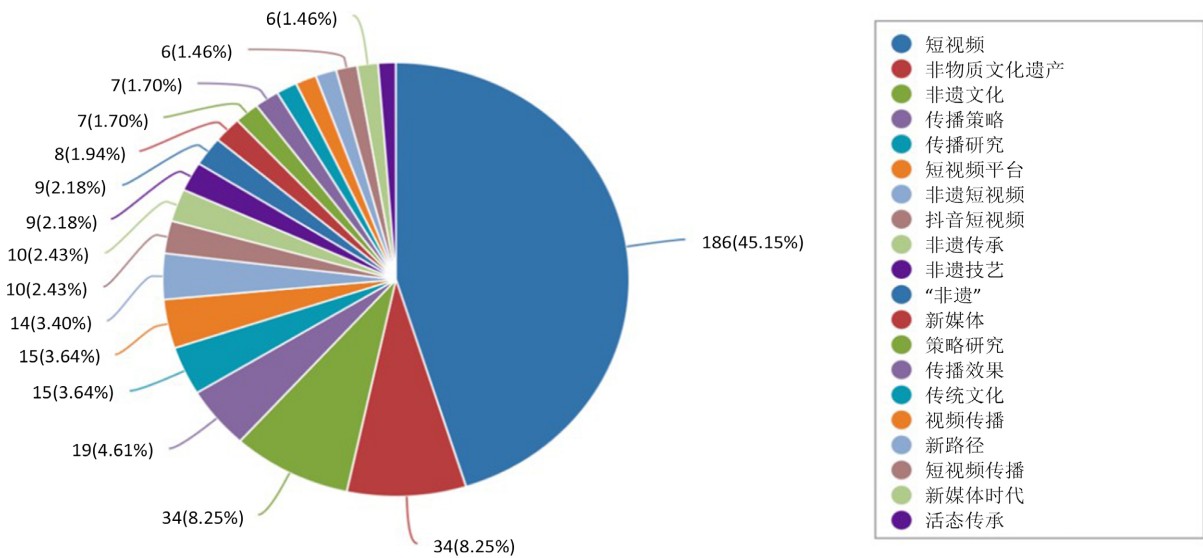
当前，国内关于非遗短视频传播的研究已形成一定规模，主要集中于传播模式、内容策略、受众反应与技术应用等维度，采用中国知网对相关研究的发文量进行可视化分析，数据结果如图 2~4。尹乐等基于 5W 传播模型，分析了安徽省非遗短视频的传播机制，指出其具有“头部效应”与“链式反应”特征，并呈现出三级链式扩散模式[8]。张玮则从叙事学角度出发，强调非遗短视频在内容上贴近日常生活，人



注：数据来源于中国知网的可视化分析。

Figure 2. Research updates

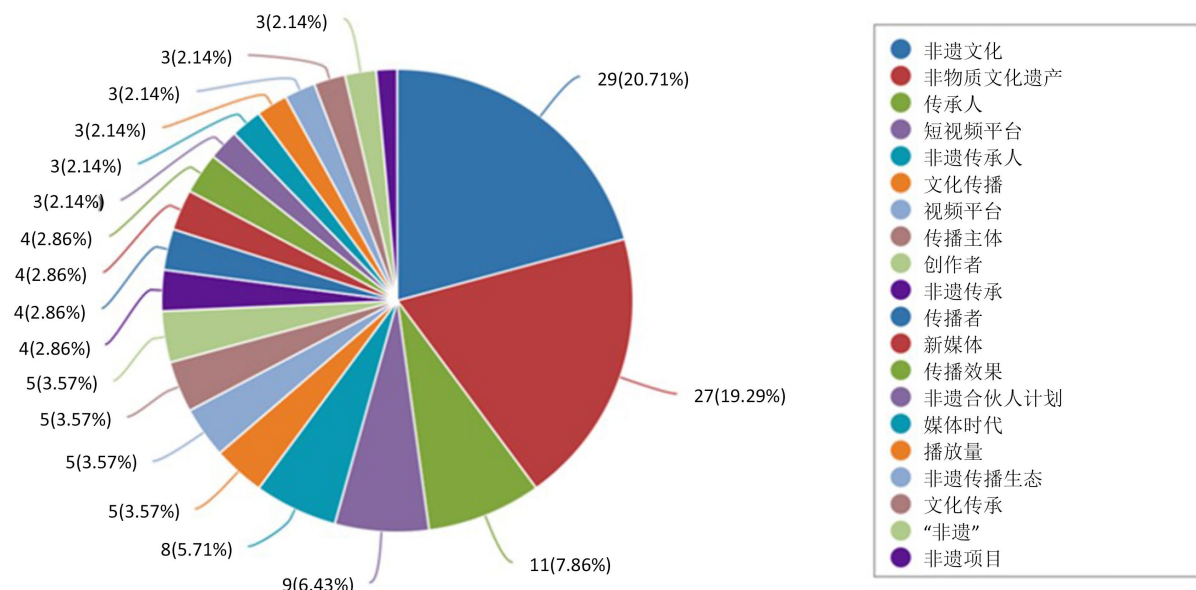
图 2. 研究近况



注：数据来源于中国知网的可视化分析。

Figure 3. Research direction

图 3. 研究方向



注：数据来源于中国知网的可视化分析。

Figure 4. Research topics based on short videos

图 4. 短视频基础上的研究主题

物形象鲜明，视听语言简明且富有美感，易于引发受众共鸣[9]。

在受众互动与情感动员方面，赵锦鸽提出，短视频不仅拓展了非遗的传播范围，也显著增强了用户的情感体验与文化认同[10]。王梦潇基于抖音平台的实证分析，进一步探讨了贵州非遗短视频的传播效果及其影响因素，发现内容质量、传承人魅力与平台推荐机制是影响传播效果的关键变量[11]。

尽管现有研究为本领域奠定了良好基础，但仍存在一定的理论缺口。多数成果侧重于现象描述与效果分析，对非遗短视频如何系统构建互动仪式、算法在仪式形成中的角色、“准社会互动”与情感能量的转化机制等核心问题，尚未形成深入的理论回应。因此，本文试图在既有研究基础上，构建一个整合“互动仪式链-准社会互动-算法推荐”的分析框架，以系统阐释非遗短视频传播的深层逻辑与动态过程。

2.3. 理论框架的整合与研究推进

柯林斯的互动仪式链理论为分析微观社会互动提供了有力的理论工具，但其“身体共在”的核心前提在短视频这一数字媒介环境中面临解释力挑战。为弥补这一理论间隙，本研究引入“准社会互动”概念作为关键分析视角。该概念描述了受众对媒介人物产生的单向性、想象性亲密关系[12]，这一视角与互动仪式链理论的整合，能够构建更具解释力的分析框架。

现有研究显示，非遗短视频通过数字技术有效提升了非遗文化的可见度与公众参与度。然而，文献分析表明，既有研究多集中于传播效果与用户行为分析，对互动仪式链的系统构建及其促进文化传承创新的机制仍存在明显研究缺口。特别是未能充分回应经典理论要素(如“身体共在”、“群体界限”等)在短视频平台中的深刻“变异”，以及“准社会互动”在其中扮演的中介角色[13]。

基于此，本研究将核心问题确定为：在“算法推荐”与“准社会互动”的共同作用下，非遗短视频如何重构了互动仪式链的运作模式？通过这一问题的探讨，本研究不仅致力于验证互动仪式链理论在数字环境中的适用性，更力求揭示其在短视频语境下的转化机制与理论边界，从而在提出优化传播策略的同时，丰富该理论在数字时代的内涵与发展。

3. 研究方法与数据来源

为系统解答“非遗短视频如何构建互动仪式链”这一核心问题，本研究采用案例研究与网络民族志相结合的混合研究路径。案例研究用于深度剖析典型传播实践，网络民族志则用于在真实情境中捕捉用户的动态互动过程，二者相互补充，共同揭示非遗短视频的传播模式与仪式构建机制。

3.1. 案例分析法

本研究采用案例分析法，通过深入剖析具有代表性的非遗短视频传播实践，揭示其互动仪式构建的内在逻辑。在案例选择上，本研究采用目的性抽样策略，基于以下标准选取典型案例：平台选择方面，以抖音平台为主要案例来源。据《2024 非遗数据报告》显示，该平台已成为非遗传播的核心阵地。为确保案例具备足够的受众基础和互动规模，设定了最低播放量 100 万、互动率(点赞、评论、转发之和与播放量之比)不低于 5%的量化标准。内容代表性方面，为全面覆盖非遗短视频的主要类型，依据平台分类与前期观察，从“传统技艺展示”(如漆扇、皮影制作)、“传承人故事”(如老匠人访谈)与“创意融合”(如非遗元素与流行文化结合)三大类型中，每类选取 2 个最具代表性的案例。基于上述标准，本研究最终选定 6 个核心案例进行深入分析,包括朱立群(吴罗织造)、乔雪(乔家手工皮艺)等传承人账号的爆款视频,以及“非遗小姐姐”IP 的典型作品，其具体分析结果如表 1。

Table 1. System resulting data of standard experiment
表 1. 理论编码

理论要素	操作化定义 (我们在视频/评论区里具体看什么)	编码示例
群体聚集/虚拟在场	视频的播放量、弹幕数量、评论区的活跃度(评论总数)	高播放量、高评论数被视为虚拟在场的指标
共同的关注焦点	视频的核心内容(非遗技艺/故事)、评论区中用户反复提及和讨论的主题。	编码为：“关注技艺本身”、“关注传承人故事”、“关注文化内涵”等。
共享的情感状态	评论中表达出的情绪和情感词汇。	编码为：“自豪/赞叹”、“怀念/乡愁”、“好奇/求知”、“喜悦/治愈”等。
仪式结果	群体团结：评论区内的相互认同、使用“我们”等集体称谓、形成内部梗或行话。	编码为：“圈内人认同”、“表达长期支持意愿”、“共创特定梗”、“呼吁保护传承”等。
	情感能量：用户表达出持续关注、成为粉丝、愿意分享的意愿。	
	神圣符号：视频或评论中出现的、被群体共同认可的象征性符号(如特定工具、动作、台词)。	
	道德感：用户表达出的保护、传承非遗的责任感。	

注：样本数据来源于抖音 App。

基于柯林斯的互动仪式链理论，本研究构建了系统的分析框架，并对案例视频及其评论区进行系统编码。在数据收集阶段，使用专业数据采集工具，获取了 6 个案例视频下的全部 12,587 条评论及其对应的用户信息(已做匿名化处理)，并导出为结构化文本数据。本研究采用质性内容分析方法，依据统一的编码框架对所有评论进行系统编码。初始编码使用 NVivo 12 质性分析软件，首先对 10%的评论样本进行试编码，形成编码手册后，对所有评论进行正式编码。编码过程中采用不断比较的方法，将初始代码归类、凝聚，最终提炼出“技艺崇拜与民族自豪”、“传承人的人格魅力投射”、“传统文化作为现代情感慰藉”等核心主题。为确保研究信度，将评论分析得出的主题与视频内容、网络民族志的观察记录进行交叉验证，形成三角互证，增强研究发现的可信度。

3.2. 文献分析法

本研究采用文献分析法，系统梳理互动仪式链理论在非遗短视频传播领域的应用现状与发展趋势。通过广泛搜集中国知网(CNKI)、万方等学术数据库中的相关文献，包括学术论文、专著和研究报告，全面掌握该领域的研究脉络。在实施过程中，首先明确研究问题，以“互动仪式链”“非物质文化遗产”“短视频传播”等为关键词进行系统检索，随后通过严格的筛选标准，剔除与研究主题不相关或学术质量不高的文献。对最终选定的文献进行细致的内容分析，识别其研究方法、理论框架和主要发现，并进行批判性评估，以揭示现有研究的贡献与不足。

3.3. 网络民族志法

为深入理解非遗短视频用户的互动行为与文化实践，本研究采用网络民族志方法，在抖音、快手等短视频平台进行了为期三个月(2024年2月至4月)的沉浸式田野调查。研究者以“公开的旁观者”身份，深入参与“非遗”话题页、相关热门视频评论区及“非遗小姐姐”等核心IP的粉丝群聊，观察并记录用户的互动模式与文化表达。

在田野调查过程中，重点关注案例视频的评论区互动、非遗传承人与粉丝的直播对话，以及用户基于非遗内容发起的二次创作行为。每日撰写详细的田野笔记，记录观察到的典型互动模式、反复出现的社群用语(如“血脉觉醒”、“这才是国潮”等)以及突发的热点事件[14]。这些田野笔记与案例评论数据一并导入NVivo软件，使用统一的分析框架进行同步编码，确保了不同类型数据之间的互补与印证，直观记录了用户与非遗短视频的互动行为，为揭示非遗短视频的互动仪式构建机制提供了丰富的实证材料。

4. 非遗短视频传播现状分析

根据2024年文化和自然遗产日期间抖音发布的《2024非遗数据报告》，非遗短视频在抖音平台的传播非常广泛，多次登上抖音热搜，如图5。过去一年平台上的国家级非遗相关视频累计分享量同比增长



Figure 5. Douyin user report [15]
图 5. 抖音用户报告[15]

36%，国家级濒危非遗相关视频数量同比增长 33%。数据显示，00 后和 60 后成为观看国家级非遗相关内容的主要群体，而 30 岁以下的年轻传承人数量同比增长 72%，表明新生代正成为非遗传承与传播的重要力量[15]。

4.1. 非遗短视频的用户基础与参与度

非遗短视频的广泛传播首先得益于短视频平台的庞大用户基础。据《第 44 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2019 年 6 月，中国短视频用户规模已达 6.48 亿，占网民总数的 75.8%。这一庞大的用户基数为非遗短视频提供了广阔的传播空间和潜在的受众群体。

值得注意的是，短视频平台不仅提供了庞大的用户池，其独特的“推荐 - 反馈”机制也重塑了用户的参与模式。算法通过不断学习用户的停留、点赞等隐式反馈与评论、分享等显式反馈，持续优化内容分发，这使得契合平台逻辑的非遗内容能更快地找到对其感兴趣的“趣缘”受众，从而在短时间内完成群体的虚拟聚集[16]。

从用户结构来看，短视频平台吸引了大量年轻用户。据《2019 中国网络视听发展研究报告》显示，短视频忠实用户中 30 岁以下群体占比接近七成[17]。年轻用户的高参与度为非遗传播注入了新的活力，使传统文化得以在青年群体中实现有效传承。

在参与方式上，非遗短视频突破了传统的单向传播模式，通过点赞、评论、转发、打赏等社交功能与受众建立多元互动。这种参与机制不仅显著提升了用户的参与度，也使非遗文化以更加生动、亲民的方式触达公众，实现了从“观看”到“参与”的转变。

4.2. 非遗短视频内容类型与特点

通过对平台内容的系统观察，本研究将非遗短视频归纳为六大主要类型，整理如表 2 所示，各类别在内容特点、代表案例和数据支持方面呈现出明显差异。

技艺展示类视频通过直接展示非遗技艺的制作过程和精湛技艺，满足观众对传统工艺的好奇与欣赏需求。如景德镇陶瓷制作视频在抖音平台获得广泛传播，其中国家级非遗相关视频分享量同比增长 36%。

Table 2. Short video type of intangible cultural heritage
表 2. 非遗短视频类型

类型	特点解读	案例	数据支持	备注
技艺展示类	直接展示非遗技艺的制作精湛技艺	景德镇陶瓷制作	抖音上国家级非遗相关视频累计分享量同比增长 36%	
传承人故事类	讲述非遗传承人的生活故事心路历程	老艺人传授剪纸技艺	抖音 30 岁以下的传承人同比增长 72%	年轻化趋势
文化背景解读类	深入介绍非遗项目的历史背景和文化	京剧脸谱文化介绍	抖音上 00 后和 60 后最爱看国家级非遗相关内容	文化教育功能
教学演示类	教授非遗技艺的基本技巧和方法	在线教授中国结编织	抖音上国家级濒危非遗相关视频数量同比增长 33%	易于传播性
活动记录类	记录非遗相关活动、节日庆典盛况	端午节龙舟比赛	抖音上 1379 万网友分享非遗体验	互动性强
创意融合类	非遗元素与现代生活、艺术形式结合	京剧与街舞结合表演	抖音上非遗传承人带货销量同比增长 249%	跨界融合
政策宣传类	宣传非遗保护政策和法律法规	介绍国家非遗保护政策	抖音生活服务非遗类商家数同比增长 215%	调动大众参与

注：样本数据来源于抖音 App。

传承人故事类视频以讲述非遗传承人的生活经历和心路历程为主要内容，通过人物故事引发情感共鸣。此类视频中，30岁以下的年轻传承人同比增长72%，显示出非遗传承的年轻化趋势。

文化背景解读类视频深入介绍非遗项目的历史渊源和文化内涵，承担着文化教育的功能。数据显示，此类内容尤其受到00后和60后观众的青睐，体现了不同年龄段受众对文化深层认知的共同需求。

教学演示类视频以传授非遗技艺的基本技巧和方法为核心，具有易于学习和传播的特点。其中，国家级濒危非遗相关视频数量同比增长33%，表明此类形式在保护濒危非遗项目方面发挥着积极作用。

活动记录类视频主要记录非遗相关的节庆活动和庆典盛况，具有强烈的现场感和互动性。过去一年，共有1379万网友在抖音分享非遗体验，其中漆扇打卡视频增速超过318倍[18]，显示出用户参与的热情。

创意融合类视频将非遗元素与现代生活、艺术形式相结合，实现传统文化的创新表达。此类视频带动了非遗团购商品购买用户数同比增长328%，非遗传承人带货销量同比增长249%，体现了文化价值与市场价值的有效融合。

5. 互动仪式链视角下的非遗短视频用户互动仪式模型构建

基于柯林斯的互动仪式链理论，结合非遗短视频传播的具体实践，本研究构建了包含四个核心环节的用户互动仪式模型(表3)。该模型系统阐释了非遗短视频在数字媒介环境中如何通过特定机制实现情感能量的聚集与转化，进而促进文化认同的形成与强化。

Table 3. User interaction ritual model
表 3. 用户互动仪式模型

传播模式	内涵
理论基础	基于互动仪式链理论，分析非遗短视频传播中的关键要素，包括仪式的发起、参与、互动以及情感能量的产生和集体团结的形成。
构成要素	识别非遗短视频传播模式中的四个主要环节：内容创作、平台推送、用户互动和文化反馈。
内容创作	非遗短视频的内容创作是传播的起点，包括非遗项目的介绍、技艺展示、故事叙述等多种形式。创作者通过短视频这一载体，将非遗文化的核心价值和魅力传递给观众。
平台推送	短视频平台的算法推荐系统在传播模式中起到桥梁作用，通过用户偏好分析，将非遗短视频推送给可能感兴趣的受众，扩大传播范围。
用户互动	用户通过点赞、评论、分享等行为参与到非遗短视频的传播过程中，形成社区互动，增强个体对非遗文化的认同感和归属感。
文化反馈	非遗短视频传播的最终目标是实现文化反馈，即观众通过互动参与，对非遗文化有更深入的了解和认识，进而可能转化为实际的文化遗产和保护行动。

5.1. 虚拟在场下的共同场域：从“身体”到“界面”的仪式转换

柯林斯理论中“身体共在”的前提，在短视频平台被“虚拟共在”所替代。这种共在并非身体的消失，而是通过媒介界面实现的符号化聚集。例如，在“非遗小姐姐”关于东莞龙舟制作的一期视频中，播放量突破300万，产生了超过5000条评论(案例数据，2024年4月)。评论区充斥着“第一！”“蹲到了！”“我们东莞的龙舟！”等表示时空同步的呼喊，形成了强烈的临场感。弹幕更是将这种共在可视化，当传承人完成一个关键步骤时，满屏的“哇塞！”“高手！”构成了集体的惊叹仪式。

然而，这种“虚拟共在”与线下“身体共在”存在本质差异。它缺失了肢体温度、环境氛围等丰富的

具身化交流，是一种被媒介过滤的“纯视觉共在”。因此，“准社会互动”在此成为补偿身体缺失、维系仪式运行的关键粘合剂。用户通过评论区与“非遗小姐姐”IP互动，感觉像是在与一位熟悉的文化向导交流，这种单向的、想象性的亲密关系，是构建数字仪式的重要心理基础。虚拟场域由此成为一个由技术、内容和情感共同构筑的“界面化仪式空间”。

5.2. 兴趣引导下的自由聚集：算法权力的“看不见的手”

非遗受众在短视频平台的聚集，表面上源于文化兴趣的自发驱动，实则深受算法权力的隐秘塑造。以“漆扇”话题为例，其在抖音平台的投稿量增速超过318倍(《2024非遗数据报告》)。编码分析显示，在相关视频的评论区，超过15%的评论直接关联#漆扇#等话题标签，用户通过使用“水画剂”、“漂染”等专业术语，迅速识别“同好”，划定清晰的趣缘社群边界。

这种“自由聚集”现象需要批判性审视。与线下基于地缘或社会关系的主动选择不同，短视频平台的群体界限很大程度上由“算法推荐”这只无形之手所圈定。对传承人乔雪粉丝画像的分析发现，其粉丝中“手工DIY”兴趣标签的占比是平台平均水平的8倍以上。用户看似自主地涌入特定内容池，实则可能被约束在基于其数字足迹构建的“信息茧房”之中。这使得互动仪式的形成带有了强烈的技术建构色彩，群体的“我们感”在相当程度上成为算法精密计算的产物。

5.3. 积极参与下的关注焦点：碎片化与符号的速生速朽

非遗短视频中的共同关注焦点并非静止不变，而是通过用户的积极参与被动态塑造和持续强化。编码分析揭示了三大核心主题：技艺崇拜主题表现为对非遗技艺的赞叹与敬仰，如在朱立群展示“吴罗织造”经纬交织的视频下，高赞评论多为“这手艺太震撼了”、“老祖宗的智慧”等表达；人格魅力投射主题体现为用户对传承人个人故事的情感投入，在乔雪的视频中，用户既讨论皮料处理工艺，也深切关注其创业历程，评论如“姐姐好飒，创业不易”等；传统文化作为现代情感慰藉主题则表现为用户将非遗与乡愁、文化自豪等情感相连，使传统技艺成为现代人的精神依托。

用户通过评论互动共同“神圣化”某些文化符号，如在乔雪的皮艺视频中，“那把锤子”被反复提及并赋予特殊意义。然而，短视频的共同焦点具有内在的脆弱性。与线下仪式稳定而持续的焦点不同，短视频的焦点呈现高度的碎片化与瞬时性特征。“滑动”机制意味着情感连带过程可能随时中断，导致线上团结往往是短暂且浅层的。此外，用户共创的符号其“神圣性”往往转瞬即逝，很快被新的热点内容取代，体现了数字时代文化符号的速生速朽特性。

5.4. 文化基因下的情感认同：准社会关系与情感能量的商品化

互动仪式的最终产出在非遗短视频中呈现出复杂的新特征。对“共享情感状态”的编码显示，“自豪/赞叹”(占比约35%)与“怀念/乡愁”(占比约20%)是两类最主要的情感类型，印证了非遗作为“文化基因”的情感动员力量。

用户所获得的“情感能量”其来源是混合多元的：一方面源于对民族文化基因的自豪感，另一方面则显著来源于与传承人建立的“准社会互动”关系。支持“乔雪”们，既是支持非遗保护事业，也是支持一位自己“熟悉”和“喜爱”的创业者。这种情感能量极易被平台经济捕获和商品化。案例追踪显示，乔雪通过直播带货累计销售额已近300万元；而“漆扇”话题的爆火，直接带动了电商平台“漆扇DIY材料包”的搜索量环比增长超过500%。

从“点赞”到“购买”，从“情感认同”到“消费行为”的转化路径被极度缩短。互动仪式的产出不再是纯粹的群体团结与道德责任感，而是与商业价值实现了深度耦合。这要求我们在评估仪式效果时，

必须引入批判性视角，审视情感能量如何被转化为流量与资本，以及这一过程对非遗文化本真性的潜在影响。

6. 非遗短视频传播的挑战与优化建议

6.1. 传播内容同质化与创新不足

短视频平台的低准入门槛在促进非遗传播大众化的同时，也带来了内容同质化的隐忧。由于用户生成内容(UGC)的创作者在文化素养、技艺水平和媒介能力等方面存在差异，导致平台上的非遗短视频质量参差不齐，表现形式趋于单一。部分年长传承人受限于新媒体应用能力，其作品往往延续传统的记录式表达，缺乏符合数字传播规律的创新性转化，难以在信息过载的环境中吸引年轻受众的持续关注。

以传统手工艺展示为例，若视频仅简单记录制作过程，而未能深入挖掘技艺背后的文化内涵与传承故事，就难以引发观众的深度共鸣。同时，部分创作者为追求短期流量，倾向于模仿已成功视频模板，采用相似的叙事结构与表现手法。这种策略虽能在短期内获取关注，但从长远看却会削弱非遗文化的多样性表达，导致其传播陷入刻板化的困境。

为此，建议从三个层面推动内容创新：创作者应深化对非遗文化价值的理解，探索更具个性与创意的表达方式；平台与文化机构可联合开展专业培训，通过工作坊、制作教程与创意竞赛等形式，提升创作者的媒介素养与创新能力；优化算法推荐机制，通过用户画像与内容分析，提高优质原创内容的触达率，构建激励创新的传播生态。

6.2. 传承人主体地位弱化与数字素养提升

在非遗短视频的传播实践中，传承人主体地位的弱化已成为亟待关注的结构性问题。尽管越来越多的传承人积极尝试利用短视频平台推广非遗文化，但受年龄、教育背景等因素制约，其在内容策划、视频制作与受众互动等方面往往面临能力缺口。这种能力与需求之间的错位，导致传承人即使投入大量精力，也难在激烈的注意力竞争中脱颖而出。

更值得关注的是，部分传承人为提升传播效果选择与MCN机构合作，在此过程中却面临主导权被削弱的风险。MCN机构基于流量最大化逻辑进行的内容策划与剪辑制作，可能偏离非遗的文化本真性，为迎合市场偏好而过度娱乐化或简化技艺展示，从而损害非遗的文化内涵与传承价值。

随着5G等新技术的普及，非遗传播迎来了新的契机。高速率、低延迟的网络环境为实时直播、高清视频传输提供了技术支撑，使传承人能够以更直观的方式展示工艺流程，并与观众建立即时互动。对此，应系统性提升传承人的数字素养，通过政府支持、机构协作等方式，开展涵盖内容创作、平台运营、版权保护等模块的专项培训，增强其在数字传播中的主体性与话语权。

6.3. 商业化与文化价值的平衡

非遗短视频的商业化在激发传承活力、拓宽变现渠道的同时，也带来了文化价值被稀释的风险。适度的商业化能够通过直播打赏、电商销售等形式为传承人提供经济激励，增强其传承信心与创作动力。然而，对流量与收益的过度追求，可能导致内容创作的泛娱乐化与表面化倾向，使非遗深厚的文化底蕴让位于视觉奇观与消费导向。

一些创作者为快速吸引关注，倾向于强化技艺的表演性与视觉冲击，而忽视对其历史脉络、文化精神与工艺哲学的深入阐释。这种浅表化传播不仅可能造成公众对非遗文化的误读，长远来看更会削弱其作为活态文化遗产的社会认同与尊重。

因此，有必要构建兼顾文化传承与市场效益的平衡机制：创作者与平台应坚守文化本位，在内容生产中注重非遗本体价值的准确传达；政府与文化机构可通过制定行业规范、设立质量标准等方式引导传播方向；同时，鼓励具备专业背景的年轻人参与非遗传播，通过跨代协作提升内容质量与传播效能，实现非遗在数字时代的活态传承与创新发展。

7. 案例研究

为深入探究非遗短视频传播的具体实践，本研究选取三个具有代表性的案例进行深度分析：吴罗织造技艺传承人朱立群、乔家手工皮艺传承人乔雪的个人账号运营，以及东莞市文化馆策划的“非遗小姐姐”IP项目。通过对这些案例的跨案例比较，旨在揭示不同类型传播主体在非遗短视频传播中的策略差异与效果特征。

7.1. 非遗传承人案例分析

朱立群作为吴罗织造技艺的代表性传承人，其短视频内容主要聚焦于织布机操作与织罗工艺的完整展示。通过将传统工艺与现代视听语言相结合，他的作品既保持了技艺的本真性，又赋予了传统工艺新的视觉吸引力。截至目前，其抖音账号已积累近 10 万粉丝，获得 130 余万点赞，有效提升了公众对吴罗织造这一传统技艺的认知度，实现了技艺传承与公众教育的双重目标。

相比之下，乔雪的传播策略呈现出鲜明的人格化特征。作为乔家手工皮艺传承人，她通过直播与短视频全方位展示皮艺制作过程，并将个人创业经历、生活故事与技艺展示有机融合。这种“技艺 + 人生”的叙事模式为其吸引了 57.1 万粉丝，获赞达 298.7 万。尤为值得注意的是，通过 200 余场直播带货，她累计实现近 300 万元的销售额，成功构建了文化传播与商业收益的良性循环。

7.2. 组织化 IP 打造创新案例

“非遗小姐姐”作为东莞市文化馆打造的非遗传播 IP，展现了组织化运营在非遗传播中的独特优势。自 2020 年启动以来，该项目紧扣社会热点与时令节点，围绕龙舟月、端午节等主题打造系列化内容，形成了持续稳定的传播节奏。通过专业策划的短视频与互动直播，该项目已发布 15 期“非遗达人系列”及多个专题视频，显著提升了东莞非遗的地域影响力与社会认知度。

7.3. 案例比较与策略提炼

通过对上述案例的系统比较(表 4)，本研究从四个维度提炼出非遗短视频传播的关键策略：

在虚拟在场与场域构建方面，个人传承人与组织化 IP 呈现出不同路径。朱立群依靠技艺本身的精湛性吸引专业爱好者，乔雪通过生活化场景营造情感共鸣，而“非遗小姐姐”则通过系列化主题构建稳定的文化传播频道，三者共同丰富了非遗传播的场域形态。

在兴趣聚集与群体边界层面，不同类型的账号吸引了差异化的受众群体。朱立群的粉丝多为对传统织造有深度兴趣的“技术粉”，乔雪的受众涵盖手工爱好者、文创消费者与故事共鸣者，而“非遗小姐姐”则以亲民形象吸引了更广泛的文化兴趣群体。

在关注焦点与情感连带方面，各案例展现出多元化的情感动员机制。朱立群视频的焦点高度集中于技艺本身，引发“技艺崇拜”；乔雪的内容实现“技艺”与“人格”的双重聚焦；而“非遗小姐姐”则擅长连接非遗与现代生活，激发文化认同与地域自豪。

在情感认同与仪式产出维度，不同账号实现了差异化的价值转化。朱立群促发了专业敬仰与文化保护共识，乔雪实现了从情感认同到消费行为的高效转化，而“非遗小姐姐”则塑造了广泛的社会影响力与公众参与意愿。

Table 4. System comparison of cases
表 4. 案例的系统比较

模型环节	个人传承人(朱立群 vs 乔雪)	组织化 IP (“非遗小姐姐”)	分析与启示
虚拟在场 与场域构建	朱：依靠精湛技艺的纯粹展示吸引硬核爱好者。 乔：通过生活化场景(如工作室日常)营造亲切感。	通过专业策划的系列主题(如“非遗寻访”), 构建一个持续且稳定的“非遗文化频道”。	个人化场域更具人格魅力; 组织化场域更具持续性和系统性。二者共同为仪式提供了稳定的空间。
兴趣聚集 与群体边界	朱：群体边界清晰, 多为对传统织造技艺有深度兴趣的“技术粉”。 乔：群体更泛化, 包含手工爱好者、文创消费者及被其个人故事吸引的粉丝。	通过“小姐姐”这一亲民 IP 形象, 降低了认知门槛, 吸引了更广泛的对传统文化有好感的大众群体。	兴趣标签的粒度不同, 导致社群构成不同。个人账号社群更垂直, IP 账号社群更普适。
关注焦点 与情感连带	朱：焦点高度集中于“技艺本身”。评论区充满对“经纬交织”、“罗孔”等技术细节的探讨(印证编码主题“技艺崇拜”)。 乔：焦点是“技艺”与“人”的结合。用户既讨论皮料处理, 也深切关怀其作为女性创业者的“故事”(印证编码主题“人格魅力投射”)。	焦点是“非遗项目”与“现代生活”的连接。通过将非遗置于城市地标、时尚穿搭等场景, 激发“文化自豪”与“身份认同”(印证编码主题“传统文化作为现代情感慰藉”)。	关注焦点的多元化, 证明了非遗互动仪式触发点的多样性。但无论焦点为何, 都能有效引致高度的情感连带。
情感认同 与仪式产出	朱：仪式产出主要是“专业的敬仰”和“文化保护的共识”。用户情感能量转化为长期的关注与知识传播。 乔：仪式产出更具“行动力”。用户的情感能量与对创业者的支持, 直接转化为购买行为(直播带货), 实现了文化价值与商业价值的闭环。	仪式产出是“广泛的文化影响力”和“地域文化的自豪感”。通过系统化运营, 其产出的是社会层面更广泛的情感认同与参与意愿, 如引导用户参与线下非遗活动。	互动仪式的产出因主体和目标不同而呈现差异。可以是深度的文化认同, 也可以是直接的商业转化, 或是广泛的社会动员。

注：样本数据来源于抖音 App。

8. 结论与展望

8.1. 研究结论与启示

本研究基于互动仪式链理论框架, 通过案例分析、网络民族志与文献分析相结合的研究方法, 对非遗短视频的传播模式进行了系统探讨。非遗短视频构建了一套完整的数字互动仪式链。这一链条以“虚拟共在”替代传统仪式中的“身体共在”, 通过算法推荐实现兴趣群体的精准聚集, 在用户积极参与下形成动态变化的关注焦点, 最终产生具有混合特征的情感能量。这一过程不仅验证了互动仪式链理论在数字媒介环境中的解释力, 更揭示了其在短视频平台中的创造性转化。

本研究识别出三种典型的互动仪式形态: 以朱立群为代表的“技术崇拜型仪式”, 其核心在于对传统技艺的专业性展示与文化价值的深度阐释; 以乔雪为代表的“人格消费型仪式”, 强调传承人个人魅力与商业转化的有机结合; 以“非遗小姐姐”为代表的“文化品牌型仪式”, 注重系统性、组织化的文化传播与地域认同建构。这些不同类型的仪式在群体构成、情感基础与价值转化路径上各具特色, 共同丰富了非遗数字化传播的实践谱系。

非遗短视频传播面临着多重挑战。主要包括: 内容创作的同质化倾向削弱了文化表达的多样性; 传承人在与 MCN 机构合作过程中的主体性弱化; 以及商业化运作与文化价值保护之间的张力。这些问题的有效解决, 需要创作者、平台、政府与文化机构等多方主体的协同努力。

在内容创作层面, 应鼓励创作者深入挖掘非遗的文化内涵, 结合地域特色进行个性化表达, 避免简单模仿与同质化竞争。同时, 要善于运用数字媒介的特性, 创新叙事方式与视觉呈现, 增强内容的文化感染力与传播力。在传承人赋能方面, 应通过系统的数字素养培训, 提升传承人在内容策划、制作与传

播等方面的能力,巩固其在非遗数字化传播中的主体地位。特别要注重培养年轻传承人的媒介能力,形成代际协作的良性机制。在平台生态建设上,短视频平台应优化算法推荐机制,加强对优质原创内容的识别与推广,构建激励创新、尊重本真性的传播环境。同时,要完善非遗内容的审核标准,防止过度娱乐化与商业化对文化价值的侵蚀。在多方协作机制方面,政府、文化机构、平台与传承人应共同构建协同治理体系,通过政策引导、资源支持与标准制定,推动非遗短视频传播的健康可持续发展。

8.2. 研究局限与未来展望

本研究存在以下局限:首先,案例选取主要集中于抖音平台,未来研究可拓展至更多元化的平台类型;其次,主要采用观察法与内容分析,后续研究可通过深度访谈、问卷调查等方法,进一步深入探究创作者与用户的动机与感知;此外,本研究重点关注传播环节,对非遗短视频长期文化影响的分析尚显不足。未来研究可深入开展跨文化比较研究,探讨不同文化背景下非遗数字化传播的差异与共性,或追踪新技术应用,关注人工智能、虚拟现实等新兴技术对非遗传播模式的革新性影响。亦可加强效果研究,通过长期追踪与多维评估,深入分析非遗短视频对社会文化认同与文化遗产的长期效应。

非遗的活态传承是一项长期而系统的工程。未来应致力于构建线上虚拟仪式与线下具身体验相结合的混合传播模式,使数字技术与传统文化在相互赋能中共同发展,为构建中华民族文化认同提供坚实支撑。

参考文献

- [1] 中华人民共和国非物质文化遗产法[Z/OL].
<https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/zcfg/fl/202012/P020220218490643350859.pdf>, 2011-02-25.
- [2] 王文章. 非物质文化遗产概论[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2006.
- [3] 中共中央办公厅, 国务院办公厅. 关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见[EB/OL].
https://www.gov.cn/zhengce/2021-08/12/content_5630974.htm, 2021-08-12.
- [4] 陈岸瑛. 非遗保护的“活态传承”与“创新性发展”[J]. 文化遗产, 2019(3): 12-18.
- [5] [美]兰德尔·柯林斯. 互动仪式链[M]. 林聚任, 等, 译. 北京: 商务印书馆, 2009.
- [6] Horton, D. and Wohl, R.R. (1956) Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*, 19, 215-229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- [7] 汤天甜, 雷晨雨. 国家文化数字化战略背景下非遗短视频的情感互动与价值耦合[J]. 视听界, 2024(2): 12-17+37.
- [8] 尹乐, 彭建, 吕俭. 5W 模式视角下的安徽省非物质文化遗产传播研究——基于抖音短视频的分析[J]. 辽宁科技学院学报, 2024, 26(2): 78-82.
- [9] 张玮. 浅谈短视频生态下的非遗传播与活化[J]. 采写编, 2024(4): 93-95.
- [10] 赵锦鸽. 短视频助非遗“走”得更远[J]. 文化产业, 2024(8): 10-12.
- [11] 王梦潇. 贵州非物质文化遗产短视频传播效果及其影响因素分析——基于抖音短视频平台的样本挖掘与实证分析[J]. 贵州工程应用技术学院学报, 2024, 42(1): 104-112.
- [12] Rubin, A.M., Perse, E.M. and Powell, R.A. (1985) Loneliness, Parasocial Interaction, and Local Television News Viewing. *Human Communication Research*, 12, 155-180.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1985.tb00071.x>
- [13] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第 44 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].
https://www.cac.gov.cn/2019-08/30/c_1124939590.htm, 2019-08-30.
- [14] 贺翔宇, 赵萌. 民俗短视频铸牢中华民族共同体意识的内在逻辑与实践路径——基于互动仪式链的视角[J]. 民族学刊, 2025(3): 15-21.
- [15] 抖音. 2024 非遗数据报告[R]. 2024.
- [16] 王颖吉, 郭瑞琦. 场域与创生: 非物质文化遗产短视频的转化创新路径探索[J]. 新闻与写作, 2024(2): 35-44.
- [17] 中国网络视听节目服务协会. 2019 中国网络视听发展研究报告[R]. 2019.
- [18] 抖音生活服务. 非遗团购数据报告[R]. 2024.