

# 文化资本理论视域下非遗短视频的价值、困囿与优化

邓小霞, 许丽君

湖南科技学院传媒学院, 湖南 永州

收稿日期: 2025年11月20日; 录用日期: 2025年12月19日; 发布日期: 2025年12月25日

## 摘要

本文以布尔迪厄的文化资本理论为分析视角, 尝试将非遗视为一种文化资本, 将非遗短视频视为文化资本的显性形式, 探讨其价值、困囿与优化路径。研究发现, 非遗短视频在提升非遗“可见性”、资本转化与文化认同建构等方面具有积极意义。然而, 在流量机制和资本逻辑的影响下, 非遗短视频的传播实践呈现出“解蔽”后的“再遮蔽”、内容脱离生活本真、“传播即传承”的假象等问题。本文提出打破遮蔽机制, 推动非遗文化资本的公平流通; 回归生活本真, 避免非遗文化资本的虚假“审美化”; 注重传承本义, 避免传播的表象化误区等优化建议。

## 关键词

文化资本理论, 非遗, 短视频

# The Value, Difficulties and Optimization of Intangible Cultural Heritage Short Videos from the Perspective of Cultural Capital Theory

Xiaoxia Deng, Lijun Xu

College of Media and Communication, Hunan University of Science and Technology, Yongzhou Hunan

Received: November 20, 2025; accepted: December 19, 2025; published: December 25, 2025

## Abstract

This article uses Bourdieu's cultural capital theory as an analytical perspective, attempts to regard

intangible cultural heritage as a kind of cultural capital, and short videos of intangible cultural heritage as an explicit form of cultural capital, and explores its value, difficulties and optimization paths. The study found that short videos of intangible cultural heritage have positive significance in improving the “visibility” of intangible cultural heritage, capital transformation and cultural identity construction. However, under the influence of traffic mechanisms and capital logic, the communication practice of intangible cultural heritage short videos presents problems such as “re-masking” after “unmasking”, content deviating from the true nature of life, and the illusion of “communication is inheritance”. This article proposes optimization suggestions such as breaking the shielding mechanism and promoting the fair circulation of intangible cultural capital; returning to the true nature of life and avoiding the false “aestheticization” of intangible cultural capital; focusing on inheriting the original meaning and avoiding representational misunderstandings in communication.

## Keywords

Cultural Capital Theory, Intangible Cultural Heritage, Short Video

Copyright © 2026 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

近年来,随着短视频平台的快速发展,非物质文化遗产得以搭载新的传播载体进入大众视野。继“@李子柒”在短视频中以唯美影像展现中国传统手工艺之美而在全球走红之后,短视频平台上逐渐涌现出了以“@南翔”“@山白”“@江寻千”为代表的一批“大V”级别非遗创作者,和以“@谢大炮”“@李云溪”为代表的新兴非遗创作者,他们或复刻中华传统美食,或重现濒临失传的技艺,或演绎地域民俗风情。非遗短视频已呈现出“全民观看、全民传播”的新态势,在数字空间中构建起非遗传播的新图景。

非遗短视频不仅拓宽了非遗的传播渠道,也在一定程度上增强了公众的文化认同与传承意识[1]。然而,在技术赋能与流量红利的表象背后,非遗短视频的传播实践也面临着许多问题:算法推荐下的题材偏向[2]、过度追求审美价值导致的内容空心化、平台逻辑对创作者话语权的重构等现象。如何理解这些现象背后的深层机制?如何规避这些实践中的困难,使非物质文化遗产在短视频平台得到更好地传播与传承,并转化为社会与经济价值?

法国社会学家皮埃尔·布尔迪厄(Pierre Bourdieu)提出的文化资本理论,提供了一个观察非遗短视频传播现象的重要理论视角[3]。在布尔迪厄的研究当中,“资本”被分为四类,即经济资本、社会资本、文化资本和符号资本。布尔迪厄将文化视为资本形态,强调其积累、传递和再生产功能。文化资本有三种存在形态,分别是“具体的状态”“客观的状态”“体制的状态”。“具体化的文化资本”强调文化资本在基本状态中是与身体相联系的,行动者在获取文化资本过程中必须要有个人性的投入,比如对时间的投资,对匮乏的忍受等;“客观化的文化资本”在其物质性方面是可以传递的,其中的文化商品,既有物质性的一面,又可以象征性地呈现出来;“体制化的文化资本”是在学术上得到认可的文化资本,依赖于官方的认可和制式表达[4]。在这一框架下,非遗作为一种可被积累、争夺与转化的文化资本,其在短视频平台上的传播,深刻反映了权力、资本与阶层关系的再配置。

本文以布尔迪厄的文化资本理论为基础,聚焦非遗短视频的传播实践,从“价值旨归”“实践困囿”与“优化路径”三个层面展开,力图回应非遗短视频传播实践中的现实挑战,也尝试提出优化策略。

## 2. 价值旨归

### 2.1. 媒介赋权：提升非遗的媒介可见性

布尔迪厄认为,被客观化的文化资本,在其物质性方面是可以传递的。生产手段的占有者必须找到一种方式去显现具体化的资本,这种具体化的资本是该资本拥有者得到特别显现或服务的先决条件[4]。在当下的媒介环境中,短视频作为嵌入人们日常生活的新型传播工具,成为非遗文化资本显现的重要载体。创作者借助短视频将非遗的制作技艺、情感价值具象化,使原本隐藏在民间的非遗文化资本得以进入公众视野,从而提升其媒介可见性。比如曾经普通人很难见到的“活字印刷术”“香云纱”“苗族蜡染”等非遗,如今通过短视频实现了“全民可见”。

并且,这种“可见性”并非是线性推进、层层深入的过程,而是通过带有强烈视觉冲击力与感官吸附力的“媒体奇观”(media spectacle)形态呈现[5]。短视频中的非遗往往被以丰富的镜头语言、快速的剪辑节奏、怡人的背景音乐包装为“具有惊艳、唯美、抚慰心灵”等特征的奇观符号——这是对非遗可见方式的一种革命性创新,它使得非遗传播不再局限于文献式记录或博物馆式陈列,而是转向“感官消费”与“即时共享”的平台传播逻辑。

### 2.2. 资本转化：推动非遗从文化资本向经济资本的转化

非遗短视频不仅在文化传播层面提升了非遗的媒介可见性,更在商业实践中展现出显著的资本转化能力,推动非遗由“文化资本”转化为“经济资本”,使“看见非遗”与“消费非遗”实现了无缝连接,激发出可持续的创业潜能与市场活力。比如,2021年4月,“@彭传明”通过短视频记录自己手工制茶的全过程,吸引了大量喜爱手工茶的用户在评论区主动留言“求购”。其主推产品武夷山红茶一经上市便热销,单价109元,累计成交量达5万单。再比如铜雕大师朱炳仁通过短视频传播铜雕知识,凭借“专业、高品位”的形象获得粉丝喜爱。2024年9月~11月,“@朱炳仁铜官方旗舰店”直播成交额在750万至1000万元。

短视频在商业化环境下在线售卖“非遗”产品模式的运用,不仅推动了“非遗”产业的发展,同时也是保护“非遗”的一种方式[1]。短视频平台所提供的“创业”与“创收”功能,激发了大量个体创作者、创业团队与商业机构参与非遗资源的开发与传播。2024年,短视频平台上掀起“香云纱”制作热潮,“@彭南科”“@谢大炮”“@李家清晨”等创作者纷纷拍摄其制作过程,既为观众揭开了香云纱的神秘面纱,也开发了香云纱的商业价值。当时,仅有1.7万粉丝的某线上店借势推出单价1399元的香云纱半身裙,实现了直播间单月2500万至5000万元的销售额。

### 2.3. 文化认同建构：唤起人们乡土记忆与家国情怀

非遗短视频是博主将文化资本置于短视频场域中,进行符号化再生产的结果,其一定程度上推动了国人的文化认同建构。通过视觉叙事与情境重构,非遗短视频将那些原本被视为“边缘”“落后”的传统技艺,重新包装为具有审美价值、情感能量乃至民族象征意义的文化资源。它所唤起的,不只是观众的“喜欢”或“感兴趣”,更是一种情感性参与下的国家想象与文化认同。

以“@李子柒”为代表的非遗内容创作者在短视频平台上掀起了一股“慢生活审美”风。他们通过“岁月静好”的唯美场景唤起受众的感官记忆,构建出一个人人们想象中的“他乡”——那里没有喧嚣与匆忙,只有草长莺飞、四时更替、自给自足。这一数字化建构的“乡土意象”,为当代人提供了一种精神上的“诗意栖居”。

被誉为“抖音变装天花板”的“@朱铁雄”,将“国风+剧情+特效变装”做到了极致。他的作品

不是单纯依赖颜值与特效,而是在变装中融入民族情愫与家国情怀,通过故事化叙事与情感共鸣唤起观众的文化认同。2024年初,潮汕非遗项目英歌舞走入大众视野。同年3月,朱铁雄团队创作了一支以英歌舞为主题的变装短片:故事讲述一位热爱英歌舞的青年与母亲之间的误会与和解——原以为母亲从未支持自己的热爱,实则一直受母亲默默守护。故事转折后,青年与队友在激昂的音乐中完成国潮变装,纵情起舞,英歌舞的力量之美被推向高潮[6]。网友们在评论区直呼“被感动哭了”“英歌舞终于被全世界人看到了”“很自豪”。

### 3. 实践困囿

#### 3.1. 符号资本的选择性可见:“解蔽”中的“再遮蔽”

海德格尔曾在《技术的追问》中说过:“技术的本质在于‘解蔽’,即将那些长期处于遮蔽状态的存在在带入‘无蔽’之境。”[7]从这一哲学视角出发,短视频充当了一种“解蔽”性的媒介工具,使在传统传播语境中“不可见”的非遗,得以直观化、日常化地出现在公众视野中。然而,当下短视频场域的传播逻辑又给非遗带来了新的“遮蔽”机制。

首先,资本的选择性造成题材的遮蔽。在短视频场域中,非遗选题往往深受资本逻辑影响。具有商品化潜力的传统手工艺品、传统美食等题材在短视频平台往往能获得流量扶持,相比之下,那些承载着民间生活智慧、但缺乏显著商业变现能力的民间曲艺,如“零陵渔鼓”“瑶族长鼓舞”,在短视频平台上的传播则逊色得多。这种资本驱动下的选择性再生产,塑造出一种“强者恒强、弱者更弱”的结构性偏差。

其次,时间的压缩导致内容遮蔽。在短视频平台上,大多数非遗短视频的时长在7分钟以内,少数作品会突破10分钟,但几乎没有超过20分钟的。在如此有限的时长中,要全面呈现某一非遗项目的历史渊源、文化背景与技艺细节,几乎是不可能完成的任务。为了迎合受众碎片化观看的习惯,创作者通常只选择呈现非遗制作过程的片段和最终成品。非遗因此被“去脉络化”,从承载厚重文化底蕴的生活实践,变成了一场视觉奇观。

再次,平台算法带来传播遮蔽。短视频平台依赖算法机制进行流量分配,而这一机制对创作者的短视频制作和运营能力等提出了专业要求。部分非遗博会通过“贴标签”“设计封面”等方法获得被平台看见的机会,而缺乏新媒体运营经验的一些非遗传承人或个体创作者则无法精准适配平台逻辑,难以突破初级流量池的限制。

#### 3.2. 文化资本的审美再生产:诗化表达脱离生活本真

在短视频场域中,非遗的视听表达呈现出“诗化”倾向。为了增强吸引力,创作者往往通过高度审美的镜头语言,对非遗进行包装。

首先,生活场景被刻意诗化。很多短视频博主为了营造“原生态”的视觉意境,刻意布置镜头中的生活场景,使其成为一个精致而虚构的“田园剧场”。非遗不再以其真实存在的生活状态出现,而是被转化为一种具备观赏性的艺术表演。

其次,劳动工具被过度审美化。原本属于日常生产生活的普通物件,如锅碗瓢盆、灶台、竹篮等,被重新赋予视觉美学的意涵。在短视频中,它们不再仅仅是工具,而是被塑造为精致的“文化符号”,失去了其与日常生活之间的紧密联系。

再次,劳动行为本身也发生了异化。传统技艺原本根植于生活实践之中,服务于生产与生活需要,而在短视频中,这些技艺往往脱离了功能性劳动的语境,成为一种以表演为目的的“诗意劳动”。镜头中的非遗制作者不再是“为生活而劳作”的个体,而是“为镜头而表演”的演员。



文化资本的作用隐性地体现在趣味养成和文化区隔的过程中[8]。当前诗化叙事其实是一种中产趣味的再生产,给受众带来的更多是审美体验层面的阶层跃升想象,不利于人们在现实生活中脚踏实地。这种美学趣味的主导地位,还会排斥非遗原本深植于民间的“实用美”与“生存智慧”。

### 3.3. 文化资本积累与实践断裂:传播即传承的假象

尽管部分非遗短视频的广泛传播在一定程度上提升了部分非遗的可见性与社会关注度,但不能因此将传播等同于传承。“传播是一个长时段中的时刻和一个广大整体中的碎片,习惯上我们把这个整体称之为传递”[9]。在非遗语境中,“传承”则强调其历史范畴,以及代际的文化再生产[10]。传播是媒介行为,而传承是文化实践。

非遗的保护与传承,不仅仅是文化的传播过程,更是代际之间通过口传心授完成的文化延续。部分非遗短视频传播所获得的高点赞量、转发率和评论量,更多是受众在“观看”层面的参与,而非真正“实践”意义上的传承。观众对非遗的“喜爱”,往往止步于情感认同或非遗产品购买,难以转化为持续性的实践投入与文化继承。将传播等同于传承,割裂了文化资本传承的积累机制,忽视了其所需的身体实践与知识积累。

## 4. 优化路径

### 4.1. 打破遮蔽机制,推动非遗文化资本的公平流通

当前非遗短视频在内容、题材和算法上的遮蔽现象,实质上反映了文化资本在媒介场域中被选择性再生产的过程,平台与内容创作者应意识到自己在这一文化资本再生产过程中肩负的责任。

就创作者而言,一方面,可适度延长视频时长,避免碎片化叙事对非遗内容的过度压缩;另一方面,应注重内容深耕,挖掘非遗背后的历史脉络、工艺细节与文化故事。

短视频平台则可通过流量扶持、专题策划等方式,提升那些“沉默的”非遗的媒介可见性,让不同类型的非遗都有机会进入公共传播市场,让短视频平台成为更加多元、民主的文化空间。平台可建立覆盖国家级、省级及地方名录的非遗项目分类标签体系与结构化数据库,将非遗项目按门类、地域、工艺流程、传承人等维度进行精细化标注。

### 4.2. 回归生活本真,避免非遗文化资本的虚假“审美化”

非遗短视频中的诗化表达固然提升了非遗的审美价值,但当“审美”凌驾于“生活本真”之上,文化资本就被剥离出其实践基础,只剩下可消费的视听符号。

因此,非遗短视频创作者应回归生活本真,将镜头对准人们的日常生产生活实践,记录那些根植于日常劳动、地方节庆与民间习俗中的非遗形态,使其不仅呈现出视觉上的审美效果,更彰显其背后的文化底蕴。

被网友戏称为“不敢催更”的“@彭传明”和“@朱铁雄”是这方面的正面典型:前者在“东方非遗传承”系列中常以自身的生活日常入镜,老旧的生活器具、质朴的劳动场景与熟练的技艺交织出浓郁的乡土气息;后者则将民间祈福的舞狮、英歌舞等地方节庆活动巧妙融入剧情,通过情感化的叙事与富有张力的影像,唤起观众对地域文化与民族精神的认同。

以这两位博主为榜样,创作者应该更注重在短视频中呈现中国人朴素的生活哲学,强化受众的文化认同。

### 4.3. 注重传承本义,避免传播的表象化误区

在非遗短视频的传播实践中,应警惕将“传播”等同于“传承”。短视频所带来的广泛关注与热度,

并不必然转化为非遗的有效传承[11]。真正的传承不仅仅依赖观看量或点赞数,更关乎非遗作为一种文化资本在现实生活中的持续实践、代际传递。

短视频平台若想真正促进非遗传承,必须从“观看”转向“参与”,鼓励青少年参与体验性学习、开设互动式非遗课程或线上工坊,让非遗技艺从屏幕回到手中。可探索由代表性传承人牵头的“线上师徒”模式,通过系列化短视频与预约制直播,将技艺拆解为若干可操作的学习单元,并设置作业提交、作品互评与阶段性考核。平台还可与地方文化部门、高校或非遗工坊合作发起“打卡式技艺挑战赛”,围绕刺绣、木雕、茶艺等项目设置阶梯化任务和荣誉勋章,通过作品合拍、话题榜单与线下观摩等方式,把“看视频”转化为“跟着做”“持续做”的实践过程,从而在参与中推动非遗由“被观看的符号”回归“可习得的技艺”。

唯有将传播作为传承的前奏与助力,而非最终目的,作为文化资本的非遗才可能在短视频时代完成从符号消费到实践传承的跃迁。

## 5. 结论

短视频作为数字时代下的新兴传播载体,不仅增强了非遗的媒介“可见性”,还激活了非遗的商业潜能,增强了受众的文化认同[12]。与此同时,非遗短视频也陷入“解蔽中的再遮蔽”“诗化表达脱离生活本真”“传播即传承的假象”等实践困囿。为了保证非遗短视频的可持续发展,应在创作理念、平台机制层面展开多维优化:突破内容、题材和算法的遮蔽,回归非遗的生活本真,强调传承的主体性与实践性,从而推动非遗在短视频时代的可持续发展。

## 基金项目

本论文为 2025 年度湖南省社会科学成果评审委员会一般课题“‘一带一路’背景下南岭走廊文化面向东盟传播路径、策略与效应研究”研究成果,项目编号:XSP25YBC053。

## 参考文献

- [1] 陈巧飞,周浩民,徐欣. 数字智能赋能文化遗产保护与传承:以中国茶文化的国际传播为例[J]. 农业图书馆与信息科学杂志, 2024, 36(6): 62-78.
- [2] 齐彬. “非遗”短视频传播策略及其文化审视[J]. 新闻战线, 2020(7): 97-99.
- [3] 潘丽文. 短视频中的文化记忆建构:符号象征,叙事策略与主体互动[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2024, 41(5): 141-150.
- [4] 包亚明, 主编. 文化资本与社会炼金术[M]. 上海: 上海人民出版社, 1997: 192-200.
- [5] 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.
- [6] 吉琳玄,马知遥,刘益曦. 新媒体时代非物质文化遗产的传播与传承[J]. 民族艺术研究, 2020, 33(4): 137-143.
- [7] 孙永会. “出圈”的非遗 UP 主,不只李子柒! [EB/OL]. 2024-11-29.  
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1817040594146133462&wfr=spider&for=pc>, 2025-08-12.
- [8] [德]马丁·海德格尔. 演讲与论文集[M]. 孙周兴, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2005: 12.
- [9] 段吉方. 文化区隔与趣味判断:布尔迪厄的文化区隔理论及其美学批判[J]. 社会科学辑刊, 2021(6): 175-181.
- [10] 陈卫星. 传播与媒介域:另一种历史阐释[J]. 全球传媒学刊, 2015(1): 1-21.
- [11] 孙发成. 从亲身实践到智能嵌入:媒介演进中非遗活态传承的新向度[J]. 民族艺术, 2024(2): 108-115.
- [12] 游钰璇,魏金梅. 非遗类短视频美学价值转向分析[J]. 新闻传播科学, 2023, 11(2): 210-219.