

短视频平台中非遗文化的符号互动传播机制研究

路俊菲

北京印刷学院新闻传播学院, 北京

收稿日期: 2026年3月10日; 录用日期: 2026年4月3日; 发布日期: 2026年4月14日

摘要

在新媒体技术与文化数字化战略的推动下, 短视频平台成为非物质文化遗产传播的重要载体。本研究以符号互动理论为框架, 结合抖音、快手等平台的非遗短视频案例, 探讨非遗文化的符号互动传播机制。通过文献分析、内容分析及案例研究法, 发现非遗短视频通过视听符号的多元呈现构建了线上情感互动空间, 强化了用户对传统文化的认同感与群体归属感。非遗短视频通过符号互动实现了文化价值的耦合, 但其可持续发展需平衡流量驱动与文化深度表达, 并借助国际化传播路径增强跨文化共鸣。

关键词

符号互动论, 非遗, 短视频平台

A Study on the Symbolic Interaction Communication Mechanism of Intangible Cultural Heritage on Short Video Platforms

Junfei Lu

School of Journalism and Communication, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: March 10, 2026; accepted: April 3, 2026; published: April 14, 2026

Abstract

Driven by new media technologies and the national cultural digitalization strategy, short video platforms have become an important carrier for the communication of intangible cultural heritage. Based on the framework of symbolic interaction theory, this study combines cases of intangible cultural heritage short videos on platforms such as Douyin and Kuaishou to explore the symbolic

interaction communication mechanism of intangible cultural heritage. Through literature analysis and case study, it is found that intangible cultural heritage short videos have constructed an online emotional interaction space through the diversified presentation of audio-visual symbols, strengthening users' sense of identity and group belonging to traditional culture. Intangible cultural heritage short videos have realized the coupling of cultural values through symbolic interaction. However, their sustainable development requires a balance between traffic-driven logic and in-depth cultural expression, as well as enhancing cross-cultural resonance through international communication paths.

Keywords

Symbolic Interactionism, Intangible Cultural Heritage, Short Video Platforms

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. 绪论

1.1. 研究背景

非遗文化承载着民族记忆与智慧结晶，但在现代化进程中面临传承断层、受众流失的困境。非遗文化的传播经历了传受双方身体皆在现场的原初形式，到书籍、杂志、电视等的单向展示，再到现在人机融合终端的出现，技术不仅延伸了肉体的技能，更是从神经系统入手影响了人的思维和行动[1]。传统传播方式由于时空限制，难以触达年轻群体。而数字化转型中，非遗文化的严肃性与大众娱乐化需求存在着矛盾，导致传播内容枯燥、形式单一，难以引发共鸣。此外，非遗技艺的复杂性与专业性，使得文化内涵在传播中容易被受众简化或误读。在此背景下，短视频平台凭借高参与度、强互动性的优势，为非遗文化提供了贴近大众、跨越代际的传播渠道。

近年来，短视频平台呈现出了爆发式的增长态势。以抖音、快手、视频号为代表的平台，凭借低门槛创作、碎片化传播与强社交属性，吸引全球数十亿用户。数据显示，截至 2024 年底，中国短视频用户规模已突破 10 亿，日均使用时长超 2 小时。在 2024 年“文化和自然遗产日”（每年 6 月的第二个星期六）前夕，抖音平台发布的《2024 非遗数据报告》显示，此前一年里，抖音上国家级非遗相关视频累计分享量同比增长 36%；国家级濒危非遗相关视频数量同比增长 33%，共有 1379 万网友在抖音分享非遗体验[2]。短视频平台通过算法推荐、直播互动等功能，为传统文化、小众艺术等内容的破圈传播提供了更多可能性。这种传播生态的变革，为非遗文化的传承与创新提供了新的可能性，也促使研究者关注其背后的传播逻辑。

1.2. 研究方法

本文综合运用文献研究法、内容分析法、案例研究法剖析短视频平台中非遗文化的“符号互动”传播机制。以符号互动理论为核心框架，系统剖析短视频平台中非遗文化的“符号互动”传播机制，确保研究的科学性、系统性与实证性，各方法具体应用如下。

1.2.1. 文献研究法

通过在中国知网(CNKI)、Web of Science、万方等数据库检索“符号互动论”“非遗短视频传播”“文

化符号编码”等关键词，梳理符号互动理论的发展脉络、非遗传播的现有研究成果与不足，同时整理短视频平台非遗传播的相关政策、行业报告，为本文搭建理论框架，明确“符号互动”在非遗传播中的应用方向与创新空间，奠定研究的理论基础。

1.2.2. 内容分析与案例研究法

本文以抖音、快手两大主流短视频平台为研究场域，选取2024年6月~2025年6月期间发布的50条非遗短视频为研究样本，兼顾非遗类型、非遗等级、传播主体、传播效果，构建以视听符号、叙事结构、互动特征为核心的三维编码体系。采用典型案例与反面案例对比分析的方法，选取3个典型案例(山东非遗传承人田田剪纸、福建青年彭传明传统手工艺、抖音“非遗合伙人”计划之北京面人郎)与1个反面案例(福州某官方非遗账号)，从符号互动、传播模式、传播效果等维度进行对比分析，总结经验与问题，提出针对性优化建议。

2. 短视频平台非遗文化传播的符号体系构建

2.1. 理论基础

符号互动理论作为社会学与传播学交叉领域的重要理论，由乔治·赫伯特·米德创立，并经赫伯特·布鲁默等学者进一步完善。该理论核心观点认为，人类通过对符号的理解与互动来构建社会现实和赋予事物意义。在社会交往中，符号是人们传递信息、表达情感和进行沟通的关键媒介。个体基于自身的经验和认知，对符号进行解释，并根据解释结果调整自身行为，由此形成动态的互动过程。在数字时代，符号互动论被用来分析网络空间中的社交行为和符号的传播方式[3]。

皮埃尔·布迪厄指出，文化生产者通过符号劳动来生产符号资本，从而将社会秩序合法化[4]。在短视频平台非遗文化传播场景下，符号互动理论为理解传播过程提供了深刻视角。非遗文化本身蕴含着丰富的符号元素，而短视频平台则成为这些符号新的互动场域。创作者通过对非遗文化符号的编码，将其转化为适合短视频传播的视觉、听觉等形式。受众在接收这些符号后，依据自身知识储备、文化背景和生活经验进行解码，并通过评论、分享等互动行为，进一步赋予符号新的意义，形成双向的符号互动循环，推动非遗文化在现代社会中的传播与发展。

2.2. 非遗文化符号的类型与特征

非遗文化符号包括物质文化符号与非物质文化符号。物质文化符号是承载非遗文化的实体载体，具有直观性和可触摸性。传统技艺是其中的重要组成部分，例如苏绣，以其精细的针法、绚丽的色彩，在丝绸上绣出栩栩如生的花鸟鱼虫、人物风景，每一针每一线都凝聚着匠人的智慧与技艺传承。非物质文化符号虽然无形却蕴含着深厚的文化内涵，民俗活动通过集体参与的形式，传承着中华民族祈福纳祥、团结奋进的精神内核。

非遗文化符号具有历史性，它们是在漫长的历史发展过程中逐渐形成的，每一个符号都记录着特定时代的生产生活方式、社会制度和思想观念，是历史的见证者。独特性使其在世界文化之林中独树一帜，每一个民族、地区的非遗文化符号都具有不可替代的特点，体现着各自的文化个性。象征性则表现在非遗文化符号往往代表着特定的文化意义和精神价值，例如中国传统的红色，在非遗文化中象征着喜庆、吉祥。

2.3. 短视频平台非遗符号的编码与呈现

短视频平台的非遗符号包括视觉符号、听觉符号以及互动符号。在文化传播过程中，如果文化遗产束缚于其“本位”，仅单纯地依靠自身晦涩的精神机制、文化信息、艺术价值等，将难以得到更高效、更

广泛的传播[5]。视觉符号的编码对于非遗文化传播至关重要，影像能为理解和深描某种特定的文化现象及其内涵提供广阔的阐释空间[6]。画面构图方面，采用特写镜头突出非遗技艺的细节；运用全景镜头展现非遗活动的宏大场面，让观众感受民俗活动的热烈氛围。音乐在非遗文化短视频中起到烘托氛围、传递情感的作用。音效的加入能让视频更具真实感和沉浸感，录制传统手工艺制作过程中的敲击声、切割声，或是民俗活动中的喧闹声、欢呼声，让观众仿佛身临其境。方言解说具有浓郁的地方特色，使用非遗所在地的方言进行讲解，能更好地保留文化的原汁原味，拉近与当地观众的距离，同时也让其他地区观众感受到独特的语言魅力。

当情感体验需被赋予可传播的形式与意义时，便进入策略性的“表象情感叙事”阶段[7]。评论区是观众表达观点、交流感受的重要场所，创作者可以设置引导性问题来激发观众的讨论热情，对于观众的评论及时回复，形成良好的互动氛围。弹幕能够实时展现观众的即时感受，在播放精彩的非遗表演片段时，观众的弹幕能够增强观看的趣味性和参与感。话题标签则有助于扩大视频的传播范围，通过设置热门话题标签，让更多对非遗文化感兴趣的用戶能够更方便、更快捷搜索到视频，形成话题传播效应。

Table 1. Coding scheme for content analysis of intangible cultural heritage short videos

表 1. 非遗短视频内容分析编码表

一级维度	二级编码项	编码说明
视听符号	镜头运用	视频中主要采用的镜头类型
	画面风格	视频的画面制作与呈现风格
	背景音乐	视频搭配的背景音乐类型
	音效、解说	是否加入非遗相关音效，解说语言类型
叙事结构	叙事视角	视频的叙述视角
	叙事方式	视频的内容叙事逻辑
	内容呈现	视频是否呈现非遗文化内涵
互动特征	互动形式	视频设置的互动载体
	互动引导	创作者是否主动引导用户互动
	话题运营	是否绑定非遗相关热门/专属话题

本文对 50 条非遗短视频样本的编码数据进行统计分析，分析维度如表 1 所示，结果显示，非遗短视频在视听符号编码、叙事结构、互动特征上的差异显著，核心量化数据如下。

视听符号维度：样本中特写镜头使用率最高，模板化固定镜头约占 10%；沉浸式实景画面占比较高，纯工艺展示与传统民乐搭配占比接近一致，无背景音乐约占 25%；有非遗音效和解说的样本仅占 36%，无音效无解说的样本占 18%。

叙事结构维度：第一人称叙事与无视角纯画面展示均占 40%左右，故事化叙事占比较低；仅技艺展示无文化解读的样本占 62%，兼具技艺与文化内涵的仅占 22%。高互动样本中，故事化叙事高达 78%，兼具技艺与文化内涵的样本 80%；低互动样本中，模板化复制和仅视觉奇观展示占比均达 70%。

互动特征维度：设置多形式互动的样本仅占 30%，无任何互动形式的样本占 42%；主动设置问题引导互动的样本占比较少，无互动引导的占比 60%左右；绑定非遗专属话题的样本占 32%，无话题绑定的占 45%。

2.4. 非遗文化符号的意义重构

在短视频平台的传播环境下，非遗文化符号的意义不再是单一、固定的。由于观众来自不同的地域、

年龄、文化背景，他们对同一非遗文化符号会产生不同的理解和解读。从文化传播的角度来说，符号互动论更加关注文化符号的构建以及其与受众之间的互动沟通，即传播者如何通过语言、文字、图形等各种文字符号，与受众之间建立持续性的沟通和互动[8]。为了让非遗文化更好地适应现代社会，短视频创作者在传播过程中要积极推动传统文化与现代审美的融合。在视觉呈现上，借鉴现代时尚的设计理念，对非遗文化符号进行重新设计；在内容创作上，可以采用符合现代观众喜好的叙事方式，将非遗故事改编成有趣的短视频剧情。通过这种融合，使非遗文化符号既保留传统文化底蕴，又符合现代审美需求，吸引更多年轻观众关注和喜爱。

随着短视频的传播和互动，非遗文化符号的意义处于不断演变的过程中。观众的评论、分享和二次创作会赋予符号新的意义，例如某一非遗技艺的短视频在网络上走红后，可能会引发一系列模仿、创新的作品，这些作品又会进一步拓展该非遗技艺符号的意义。同时，社会环境的变化、时代潮流的发展也会促使非遗文化符号意义发生改变，使其在传承中不断适应新的社会需求，实现非遗文化的持续发展和创新。

3. 短视频平台非遗文化的互动传播模式

3.1. 传播主体的多元互动

在短视频平台非遗文化传播生态中，各主体承担着不同的核心职能。官方机构作为政策引导者与资源整合者，确保传播内容的专业性与规范性。非遗传承人则是文化基因的持有者，通过短视频展示传统工艺制作过程、口述文化渊源，成为连接古老技艺与现代观众的桥梁。用户作为传播链条的终端与起点，既是内容接收者，也是二次传播的发起者，通过评论、模仿创作等行为参与文化共建，其需求偏好直接影响传播方向。据2024年10月17日中国青年报社会调查中心调研，85.8%的受访青年感觉近些年非遗更火更“出圈”了，而在回答“年轻人为何会爱上非遗”这个问题时，55.6%的受访青年认为是非遗的影响力扩大，54.3%的受访青年认为是文化自信的体现[9]。

各主体之间形成了复杂的互动网络。官方机构通过政策扶持与资源倾斜，与传承人、创作者建立合作关系，例如联合推出非遗纪录片或直播活动；传承人借助创作者的技术优势，将传统技艺转化为符合平台传播规律的内容；用户的即时反馈则反向影响官方机构的决策制定与创作者的选题方向。非遗领域的意见领袖大多数由资深传承人、文化学者或高影响力创作者构成。他们首先通过垂直领域的深度内容积累专业口碑，继而获得平台流量扶持，最终通过高频互动建立用户情感连接，形成稳定的粉丝社群与文化传播矩阵。

3.2. 传播内容的互动生成

短视频平台的非遗内容生产呈现UGC、PGC与OGC多元融合态势。PGC与OGC发挥专业优势，打造精品化内容，如央视网推出的《非遗里的中国》系列短视频，以高质量制作呈现非遗文化的宏大叙事；UGC则以碎片化、生活化的视角补充内容生态，例如普通用户拍摄的家乡剪纸习俗、地方戏曲表演等片段，丰富了非遗文化的表现维度。三者通过内容互补与流量转化形成协同效应，专业内容为UGC提供创作模板，UGC的广泛传播又为专业内容扩大受众基础。

二次创作成为非遗文化裂变传播的关键动力。用户通过剪辑、配音、改编等形式对原始内容进行再加工，突破原有内容框架，赋予传统文化年轻化表达，如河南卫视“奇妙游”系列节目经用户剪辑后，在抖音平台衍生出“水下洛神舞挑战”等二次创作内容，实现从电视端到移动端的跨媒介传播。衍生传播则进一步拓展内容边界，围绕非遗IP开发表情包、小游戏等衍生产品，以此增强文化传播的趣味性与社交属性。互动话题与挑战活动对内容生产产生驱动作用，通过“参与奖励机制”激发用户创作热情，在

这种网络共创模式下，每个观者都可以成为文化的解读者和创作者，每个人都可以贡献自己的理解和创意，这种因共创而构建的作品更加开放和多元，从而更具生命力[10]。此类活动不仅能够推动内容数量增长，更能促进内容创新，用户为获得关注不断尝试新的表现形式，推动非遗传播向技术创新方向发展。

3.3. 传播效果的互动反馈

用户的互动行为构成实时反馈网络，短视频平台的评论区成为文化讨论与需求表达的核心场域，用户通过提问、建议等方式向创作者与官方机构传递信息。短视频赋予非遗文化以再造式场景还原的可能性，并与受众形成在场式情绪共鸣，从情感维度和关系维度拉近非遗文化与受众的距离[11]。平台提供的大数据分析工具为传播策略优化提供科学依据。通过监测播放量、完播率、用户停留时长等指标，创作者可精准定位内容短板。其次，通过分析用户画像帮助官方机构制定差异化传播策略，例如针对年轻群体开发短视频短剧，针对地域用户推送本地非遗项目。

互动反馈机制推动非遗传播从单向输出转向双向共建。用户需求引导内容生产方向，使非遗传播更贴近大众生活。传播效果的量化反馈则帮助非遗项目实现精准推广，提高文化资源利用效率。更重要的是，互动过程激发公众对非遗文化的情感认同，通过评论互动、参与创作，用户从旁观者转变为文化传承的参与者，形成“人人传播、人人保护”的良性生态，为非遗文化注入持续发展的生命力。

4. 短视频平台非遗文化符号互动传播机制的案例分析

4.1. 成功案例分析

基于案例选择的科学标准，选取山东省级非遗传承人田田、福建青年彭传明、抖音“非遗合伙人”计划之北京面人郎三大典型案例，三者均满足播放量、互动率大于5%、非遗类型代表性强的标准，且传播主体均为非遗传承人，具有可对比性。从符号互动理论视角结合量化数据来看，成功案例的符号互动机制表现为以下特征。

从符号互动理论视角来看，成功案例的符号互动机制表现为以下特征：短视频通过实时直播、沉浸式画面营造在场感，受众对非遗文化的态度是影响传播效果的关键因素，当受众对非遗文化持积极、正面的态度时，他们更乐于接受和传承非遗文化[12]，三个案例的短视频特写镜头使用率均占比较高，且都采用了非遗原生场景的沉浸式画面，结合技艺制作的真实音效，部分融入方言解说，通过视听符号的多元编码营造“在场感”。用户通过弹幕、点赞形成即时互动，构建出了虚拟共同在场；符号编码的平民化创新，田田通过简化剪纸步骤降低了非遗认知门槛，激发用户模仿行为。彭传明将非遗技艺融入乡村生活场景，传递“匠人精神”与乡土情怀，引发观众对传统文化的价值认同。社群驱动的文化认同，三个案例均通过设置互动引导和绑定非遗专属话题，形成粉丝社群的“参与式传播”，如田田粉丝自发分享剪纸作品，推动非遗从“遗产”向“生活方式”转化。

4.2. 问题案例分析

在短视频传播非遗的过程中，部分非遗账号出现了传播困境。选取福州某官方非遗账号为反面案例，该账号为福州文旅局下属官方账号，主要传播福州木雕、软木画等省级非遗，存在非遗类型代表性强、问题突出的特征。结合内容分析的量化数据，该案例的核心问题及成因如下。

符号编码模板化，视听呈现单一：均采用固定机位的中景镜头，仅展示非遗技艺的成品或简单制作过程，无特写镜头呈现细节，仅搭配无差别的传统民乐，视听符号编码高度模板化。

内容浅层化，文化符号内涵缺失：均为无视角的纯画面展示，无传承人自述、无文化背景解读，仅呈现技艺结果，将非遗简化为“视觉奇观”，如福州软木画的视频仅展示成品，未提及软木画的历史渊

源、制作工艺的文化寓意，无法形成情感认同。

互动特征缺失，符号互动循环断裂：无任何互动形式与互动引导，未设置评论区问题、未绑定非遗专属话题，仅在视频末尾标注“福州非遗”，用户无参与互动的渠道，评论区平均每条视频评论不足 10 条，且无创作者回复，形成单向输出的传播模式，无法实现非遗符号的意义重构。

4.3. 优化短视频平台非遗文化“符号互动”传播机制的策略

挖掘文化内涵，创新符号表达。深入研究非遗技艺背后的历史故事、文化寓意，将抽象概念转化为具象符号。提升制作专业性与艺术性。引入专业影视团队、数字技术人才，提升内容的画面质感与叙事水平，如采用虚拟现实技术打造非遗文化体验馆，或通过 AI 修复技术重现古老技艺的细节。

构建故事化叙事结构，强化符号的情感联结。摆脱“纯工艺展示”的浅层化叙事，采用第一人称传承人自述的叙事视角，将非遗技艺与匠人故事、地域文化结合，进行故事化叙事；确保每一条非遗短视频不仅展示技艺，更解读技艺背后的文化内涵，让用户在解码符号的过程中形成情感共鸣，推动符号的意义建构与认同。

优化平台功能，促进深度互动。平台并非情感传播的中立容器，而是通过具身可供性、生产可供性、联结可供性三个层面，持续塑造着情感公众的实践能力[13]。开发“非遗文化地图”功能，用户可通过定位查看本地非遗项目。建立用户激励机制，推出“非遗传播大使”认证体系，对积极参与内容创作、分享的用户给予流量奖励。联合商家设置“非遗文创积分兑换”活动，用户通过互动可以兑换手工艺品，实现文化传播与商业价值的双赢。

5. 结论与展望

5.1. 研究结论

本文系统分析了短视频平台中非遗文化的符号互动传播机制。非遗文化以物质文化符号与非物质文化符号为核心载体，通过视觉、听觉与互动符号的编码重构，在短视频平台完成从传统文化形态向现代传播形态的转化。官方机构、传承人、创作者与用户构成互动网络，通过 UGC、PGC、OGC 协同创作实现内容裂变。用户评论、点赞、分享等行为形成即时反馈，驱动传播策略的迭代升级，构建了非遗文化传承的双向共建生态，使古老文化符号在现代语境下获得新的生命力与传播力。

5.2. 研究局限与展望

本文主要聚焦主流短视频平台，对小众平台或垂直领域社区的关注不足，难以全面覆盖非遗文化传播的多元场景。此外，案例分析多集中于热门非遗项目，对濒危或地域特色较强的非遗类别的分析较少。文中以定性分析为主，虽结合部分平台数据，但缺乏系统性的量化研究。对用户互动行为的心理机制、符号传播效果的长期影响等问题，尚未通过实证研究进行深入验证，可能导致结论的普适性受限。

随着人工智能、虚拟现实、区块链等技术的发展，非遗文化传播将迎来新机遇。未来研究可聚焦于技术赋能下的非遗符号创新、沉浸式互动体验，以及数字版权保护与文化价值挖掘等前沿议题，推动非遗传播向智能化、场景化方向发展。同时也需要持续关注技术应用中的伦理问题，确保非遗文化传播的真实性与纯粹性。

参考文献

- [1] 孙发成. 从具身实践到智能嵌入: 媒介演进中非遗活态传承的新向度[J]. 民族艺术, 2024(2): 108-115.
- [2] 文汇报. 2024 抖音非遗数据报告显示: 30 岁以下传承人同比增长 72% [EB/OL]. 2024-06-06.

-
- <https://baijiahao.baidu.com/s?id=180111119364933189&wfr=spider&for=pc>, 2025-05-08.
- [3] Carter, M.J. and Fuller, C. (2016) Symbols, Meaning, and Action: The Past, Present, and Future of Symbolic Interactionism. *Current Sociology*, **64**, 931-961. <https://doi.org/10.1177/0011392116638396>
- [4] 皮埃尔·布尔迪厄. 文化资本与社会炼金术[M]. 包亚明, 译. 上海: 上海人民出版社, 1997.
- [5] 赵蕾, 崔瑾瑜. 传播学视域下文化创意产品的文化认同分析[J]. 传播与版权, 2024(13): 64-68.
- [6] 李文英. 中国人类学纪录片叙事表达机制探微[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2017, 39(11): 102-105.
- [7] 康茜, 郝海儒. 从情感捕获到认同生成: 文旅短视频情感叙事的循环生态与平台性悖论[J/OL]. 新媒体与社会: 1-18. <https://link.cnki.net/urlid/CN.20260131.1121.002>, 2026-03-24.
- [8] 别必雄. 基于符号互动论探究《繁花》中城市文化的传播策略[J]. 声屏世界, 2024(16): 60-62.
- [9] 中国青年报. 图解数据|年轻人何为爱上非遗[EB/OL]. 2024-10-17.
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1813130673232553409&wfr=spider&for=pc>, 2025-05-08.
- [10] 张睿. 新媒体视域下非遗文化传播的网络共创: 以淮滨泥塑为例[J]. 新闻爱好者, 2023(12): 82-84.
- [11] 苏畅. “外环境”与“链接键”: 5G 时代非遗短视频传播之思: 以彝族非物质文化遗产为例[J]. 北方民族大学学报, 2021(3): 57-63.
- [12] 许培瑾. “非遗热”现象的传播学透视: 文化认同、媒介变迁与受众互动[J]. 媒体融合新观察, 2025(1): 41-45.
- [13] 李娜, 韩珊珊. 从体验到行动: 数字时代情感公众的技术可供性嵌入[J]. 新闻春秋, 2024(4): 12-21.