非遗数字化传播：概念体系、现实困境与实现路径

姚国章[1,2]　姚崇兵[1]

1. 南京邮电大学管理学院　江苏南京　210003；2. 南京邮电大学数字经济研究所　江苏南京　210003

摘　要：数字技术的广泛渗透和社交媒体的全面普及使得“全民传播”时代加速到来，数字化传播已成为各行各业顺应时代发展的利器。非物质文化遗产亟须把握数字化传播机遇，充分利用数字技术以促进非遗健康、科学和高质量发展。文章围绕“非遗在数字经济时代如何实现传播方式数字化转型升级”这一主题，基于“内涵—价值—模式”的视角构建了非遗数字化传播的概念体系，分析了目前非遗数字化传播存在的现实困境，包括非遗数字化传播缺少新生代传承人、非遗数字化传播欠缺标准和规范、非遗数字化传播内容片面同质化严重以及非遗数字化传播忽视受传者差异等。在此基础上提出非遗数字化传播的实现路径，包括建立完善的非遗数字化传播标准体系、拓展以新媒体为支撑的非遗数字化传播模式、加强非遗数字化传播中 AI 赋能的力度以及鼓励基于数字化创新的非遗数字化传播等。数字化传播是非遗在数字时代重现活力、绽放魅力的不二之选，需要在理论和实践层面同步推进。

关键词：非物质文化遗产；数字化传播；非遗数字化传播；数字文化；文化数字化

中图分类号：G122　　**文献标志码：**A　　**文章编号：**1672－8505(2024)06－0088－10

doi: 10.12189/j.issn.1672－8505.2024.06.009

On the Conceptual Framework, Practical Challenges, and Implementation Strategies for Digital Communication of Intangible Cultural Heritage

YAO Guo-zhang[1,2]　YAO Chong-bing[1]

1. *School of Management*, *Nanjing University of Posts and Telecommunications*, *Nanjing*, *Jiangsu*, 210003, *China*;
2. *Institute of Digital Economy*, *Nanjing University of Posts and Telecommunications*, *Nanjing*, *Jiangsu*, 210003, *China*

Abstract: The widespread penetration of digital technologies and the comprehensive popularity of social media have accelerated the era of "universal access to media communication", and digital communication has become a powerful tool for all industries to respond to the development of the times. ICH needs to seize the opportunity of digital communication and make full use of digital technology to promote the healthy, scientific and high-quality development. This article focuses on the theme of "how to achieve digital transformation and upgrading of ICH communication in the digital era". It constructs a conceptual system of digital communication of ICH based on the perspective of "connotation-value-model", and analyzes the current difficulties of digital communication of ICH, including the shortage of new inheritors of digital transformation, the lack of standards and norms in this regard, the one-sided homogeniza-

收稿日期：2024－03－31

基金项目：2023 年度江苏省社科应用研究精品工程社会教育(社科普及)专项“江苏地方优秀传统文化新媒体普及成果案例研究”(项目编号：23SJA-01)；2020 年度江苏省文化和旅游厅重点科研课题“非物质文化遗产数字化传播创新研究”(项目编号：20ZD03)；2021 年度江苏高校哲学社会科学研究重大项目“江苏数字经济高质量发展研究”(项目编号：2021SJZDA018)。

第一作者：姚国章，男，教授，南京邮电大学数字经济研究所所长，主要从事数字文化、非物质文化遗产数字化等研究。

引用格式：姚国章，姚崇兵. 非遗数字化传播：概念体系、现实困境与实现路径[J]. 西华大学学报(哲学社会科学版)，2024，43(6)：88－97.

tion of the content of digital transmission of ICH, and the neglect of the differences of the recipients of digital transmission of ICH. On the basis of this, this article proposes the ways to realize digital communication of ICH, including establishing a comprehensive standard system for digital communication of ICH, expanding the digital communication mode of ICH supported by new media, strengthening AI empowerment in digital communication of ICH, and encouraging digital communication of ICH based on digital innovation. Digital dissemination is the best choice for ICH to revive and blossom in the digital era, and it needs to be promoted simultaneously in theory and practice.

Key words: intangible cultural heritage; digital communication; digital communication of intangible cultural heritage; digital culture; cultural digitalization

非物质文化遗产(以下简称“非遗”)承载着人类文明繁衍和进步的共同记忆,既是历史发展的有力见证,又是极为珍贵的文化资源,还是文化多样性的重要体现,非遗传播使得民族优秀文化血脉得以延续[1]。“传播”一方面是人类社会不可或缺的基本需求,另一方面也是促进人际交流和社会运转的重要保证。就非遗的保护和传承而言,有效的传播不仅是非遗生命得以不断延续的力量源泉,更是非遗“为文化铸魂”“为生活点睛”的重要表现形式。党的二十大擘画了以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的使命任务,提出了“推进文化自信自强,铸就社会主义文化新辉煌”的重大战略部署,对我国非遗保护与传承的高质量发展也提出了新的要求[2]。党的二十届三中全会《决定》提出,必须增强文化自信,发展社会主义先进文化,弘扬革命文化,传承中华优秀传统文化,加快适应信息技术迅猛发展新形势,激发全民族文化创新创造活力[3],为解放和发展文化生产力、推进文化领域治理体系和治理能力现代化指明了方向。当前,在数字化浪潮一日千里、后疫情时代文化产业转型升级和发达国家“强势文化”冲击等多重因素的共同作用下,我国非遗传播既面临着千载难逢的机遇,又遭遇错综复杂的挑战。如何以数字化传播为抓手讲好中国非遗故事,同时又为非遗在数字时代赢得新的发展空间,是一个既十分重要而又迫切需要面对的现实问题,必须拓宽思路、创新发展[4]。

一、非遗数字化传播的概念体系

(一) 非遗数字化传播的概念内涵

数字媒介和信息技术引发传播革命的同时,也为非遗传播创造了前所未有的机遇。数字化手段和现代信息技术可以将无形的非遗变成有形化和情境化的数字内容,以创新传统的传播手段,使非遗得以更好地开发和传承[5]。“新媒介”作为一种自主、跨界、流通、集成和协同的内容数字化平台,为非遗的传承与创新提供了契机[6]。数字化非遗内容特别适合新媒体传播,呈现内容更加丰富、形式更为生动、趣味性更强等优势对提升非遗的表现力、辐射力和影响力有着重要的意义[7]。应用数字化的采集、储存、处理和展示技术,可以实现非遗的转换和再现,并复原成可再生和共享的数字形态,促进数字化传播[8]。

毋庸置疑,数字化传播已成为现代传播的一种新方式,代表着传播发展的未来,非遗加快与数字化传播的融合也正迎来新的发展机遇。目前尚未看到非遗数字化传播的权威定义,结合作者提出的“数字化传播”的相关定义[9],本文认为,非遗数字化传播是指以非遗传承人为主体、以数字技术为支撑、以非遗数字化媒体为内容呈现方式、以非遗数字化资源为依托,构筑数字方式连接的非遗数字交互空间,形成跨时空、多场景和强活力的非遗传播生态,引领非遗健康、科学和可持续发展。非遗数字化传播的概念内涵可用图 1 进行描述。

如图 1 所示,非遗传承人在支撑保障人员等的支持下,将我国确定的十种类型非物质文化遗产(民间文学,传统音乐,传统舞蹈,传统戏剧,曲艺,传统体育、游艺与杂技,传统美术,传统技艺,传统医药和民俗)以数字化的文字、图片和视频等方式予以呈现,并通过社交网络、网络平台和数字博物馆等数字空间与线上受众和线下受众展开交互,达到全方位、深层次、多角度传播的目的,最终实现非遗跨越时空的存

在,促进非遗更高水平、更大范围以及更好效果的传播和传承。

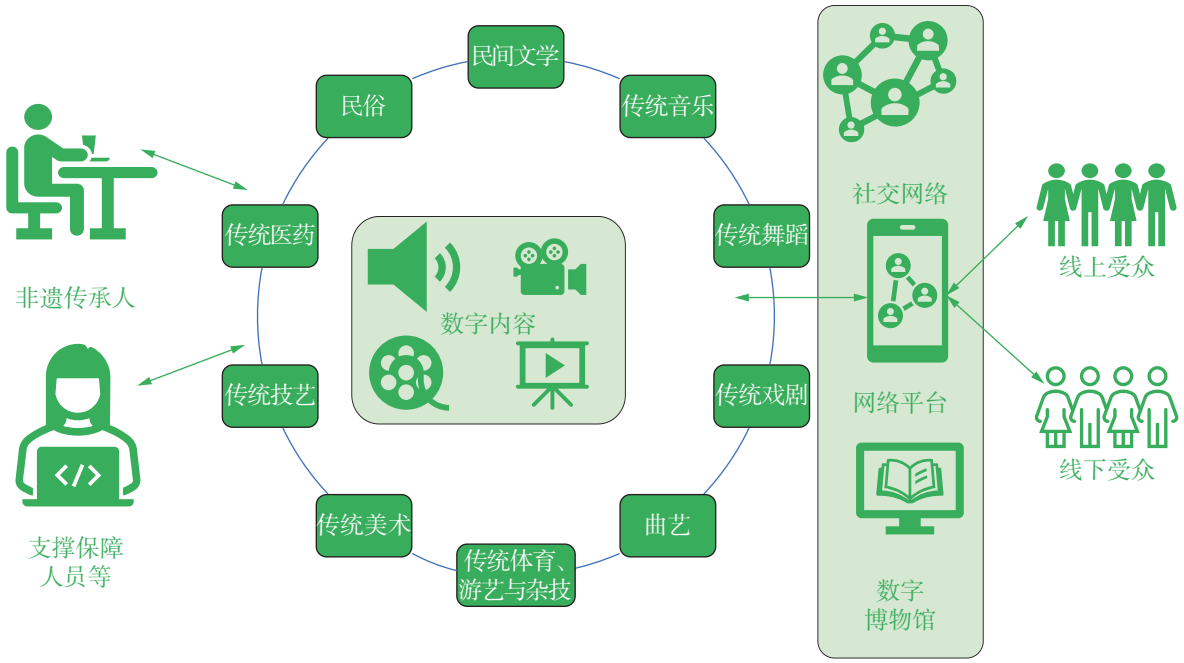

图 1 非遗数字化传播的概念内涵

(二) 非遗数字化传播的独特价值

与传统非遗传播方法相比,非遗数字化传播具有多方面的独特价值。

第一,传统非遗的传播长期以来走的是“人与人之间直接接触”的传播路线,受限制的影响因素众多,而数字化传播使非遗可借助数字媒体,通过互联网和手机终端等得到全方位的传播,彻底改变了传统的传播方式,使非遗传播进入到一个全新的发展阶段。

第二,数字化传播突破了传统非遗传播的地域界限,使非遗的传播范围不再受空间限制,而是可以通过互联网突破疆域,在全国乃至全球范围内得到广泛的传播,使非遗的生存空间和影响力得到指数级的拓展。

第三,非遗的传播长期来受限于“口耳相传”和“面对面”的模式,时间上的限制使得非遗的传承和传播面临极大的挑战,不少非物质文化遗产项目因此处于濒危状态。而数字化传播为非遗项目带来福音,其使非物质文化遗产的传承不再局限于传承人的时间制约,而且受众群体可以按照自身方便的时间选择参与习得或者交流互动,并且全球范围内的非遗爱好者也能够随时随地参与和领略非遗的魅力,不再受到时差等因素困扰。

第四,与传统传播媒体不同,数字化传播具备“多对多”交互的效果,打破了“一对一”和“一对多”的限制,使非遗能通过数字化的方式得以更大范围地参与和更为直接地交互,并能形成各种形式的纽带,建立起更为紧密和更具个性化的联系,共同促进非遗的传承与传播走向深入。

第五,传统的非遗传播往往侧重点在于非遗传承人在现场的各种传授或表演,而数字化传播既可以通过直播等方式将现场的情景传播给不同的对象,又可以利用数字媒体和数据资源的方式实现跨越时空的传播,尤其是记录各种传承人技艺及风采的数字媒体和数据资源,是流传给后代的宝贵精神财富。

因此,非遗的数字媒体和数据资源的生产将成为数字化传播的重要内容,直接关系到非遗的未来发展前途。

(三) 非遗数字化传播的新型模式

非遗数字化传播从国内外现有的实践来看,主要可分成以下五种新型发展模式。

一是基于新媒体平台的非遗数字化传播模式。这一传播模式指的是利用互联网、移动通信网络以及其他数字技术手段，将非遗进行数字化加工和规范化整理后，通过网络媒体等新型传播渠道，以多媒体形式向公众传播。新媒体平台在内容生产、场景互动、商业变现等方面的积极推动作用，使各类非遗项目具有了更高的参与性、互动性和传播性。新媒体平台的传播模式以现代的审美趣味与价值观为指导，以潮流视野介入非遗的传播与创新，注重非遗项目的呈现和表现形式，吸引更多人尤其是年轻群体对于非遗项目的参与，重塑非遗的生存脉络。例如，作为中国文化国际传播佼佼者的“李子柒”团队，以短视频的形式向公众展示了诸多非遗文化，达到了非同寻常的效果。其在全球头部视频平台 YouTube 上的账号“李子柒 Liziqi”粉丝数在 2024 年已超过 1,800 万，超过了 BBC、ABC 和 CNN 等全球主流媒体的粉丝数量，螺蛳粉、鲜花饼、扬州绒花等中国非遗成果通过她的传播更好地走向世界，形成了既具有中国特色又具有世界影响力的非遗数字化传播品牌。

二是基于数字藏品的非遗数字化传播模式。这一传播模式是基于区块链技术，将具有收藏、展示、研究价值的非遗项目以数字化的方式生成带有唯一数字凭证的虚拟藏品，在保护其数字版权的基础上，实现真实可信的数字化发行、购买、收藏、使用和传播。非遗数字藏品可以在网络上进行在线访问、查询和学习，具有方便快捷、交互性强、跨地域传播和保存稳定等特点，可以为非遗文化的国际传播提供有效手段。例如，2022 年 8 月 18 日“文化云”旗下“天工严选”数字藏品平台发布两款国宝级非遗藏品——唐明敏的绒绣《浦东陆家嘴》和曹爱勤的瓷刻《富春山居图》，这两款藏品采用了 0.4 mm 精度的激光扫描技术进行完美复刻，首期限量 6,000 份售空仅用两分钟，为非遗在数字化时代焕发新生提供了新的存在空间和传播渠道[10]。

三是基于数字博物馆的非遗数字化传播模式。这一模式旨在将传统博物馆中的非遗文物、展品和展览等内容数字化，建立网络数字博物馆平台，为用户提供在线浏览、学习和交互的服务，以实现对非遗项目的数字化展示、传播和推广。这种模式可以提升非遗文化的互动性和体验性，让更多人了解、关注和传承非遗文化。数字博物馆主要是利用虚拟现实技术、三维图形图像技术、计算机网络技术、立体显示系统、互动娱乐技术和特种视效技术等手段，将实体博物馆以三维立体的形式完整地呈现于网络上的博物馆[11]。其具体实现方式是采用互联网和机构内部信息网的信息构架，将传统博物馆的业务工作与计算机网络上的活动紧密结合起来，构建博物馆大环境所需的信息传播和交换桥梁，将枯燥的数据转化为生动的模型，从而充分实现实体博物馆的职能[12]。该模式使非遗项目具有更好的互动性和体验性，打破了传统地理和时间限制，突破了传统展览方式的局限性，实现了非遗文化的即时、全面和自主学习与交流。例如，可以通过“中国非物质文化遗产网”查看宣纸传统制作技艺和太极拳等各式各样的非遗项目；又如，通过“中国国家博物馆数字展厅”观看非遗展览，全方位地感受非遗的独特魅力。

四是基于元宇宙的非遗数字化传播模式。这一模式是指通过对扩展现实、数字孪生、云计算、区块链和三维建模等技术的应用，将非遗项目数字化呈现并传播至全球各地，以实现其普及和保护的一种新型传播方式[13]。元宇宙拓展了互联网早期“双目可及”的平面场景，将壁画式的二维场景变得鲜活立体，实现了从平面到立体、从虚拟到真实、从观看到沉浸的高度融合。非遗元宇宙是通过利用 VR（虚拟现实）、AR（增强现实）等技术，深度模拟非遗项目的生成环境，并结合虚拟现实智能建模，既可以保留细节特征，又可以沉浸式地再现人文环境和历史场景，从而能够原真展示活态非遗[14]。用户可以通过虚拟角色在不同的虚拟空间中自由移动，并参与虚拟非遗项目的互动。该模式将传统文化与新兴技术有机结合，既有效提升了非遗知名度和传播力度，又为传承和保护非遗文化提供了新的途径和手段。例如，2022 年 6 月 12 日广州非遗街区（北京路）开街，元宇宙非遗街区同步上线，成为全国首条实现线上线下同步开放的非遗街区，并邀请广州剪纸、岭南古琴、通草画、粤语讲古等非遗传承人进行现场展演，通过“展”“演”结合和 IP 活化，为群众提供沉浸式互动体验[15]。

五是基于生成式人工智能的非遗数字化传播模式。伴随着 ChatGPT 问世而快速发展起来的生成式人工智能(AIGC)既为非遗的数字化传播提供了新的途径,同时也为非遗适应数字时代实现创新发展带来了新的机遇。生成式人工智能在非遗数字化传播中的应用旨在实现以下三种效果。一是促进非遗数字化内容的生产。生成式人工智能根据特定的非遗主题和历史场景,“无中生有”地生产出具有一定创意和艺术价值的数字化内容,对拓展非遗的内涵、挖掘非遗更多的历史文化价值有较大帮助;二是助力非遗多形态数字化传播。生成式人工智能可以利用非遗的文字材料实现以文生图、以文生视频,使流传千百年的非遗文字变得有声音、有图像,能动起来、活起来,对提升非遗的吸引力大有裨益;三是重构非遗数字化体验场景。生成式人工智能可以通过生成数字人的方式让已故的非遗传承人“重回”人间,既可为体验者传授传统的非遗技艺,又能“复原”失传的非遗工艺,还能对原有的技术和工艺进行创新和再造,焕发出新的活力。

二、非遗数字化传播的现实困境

虽然“非遗数字化传播战略”已经在我国得到广泛关注,并确立非遗数字化传播的关键主体为文旅部门与非遗传承人,但是由于各种综合因素的影响,非遗数字化传播也面临着诸多困境,具体表现在以下四个方面。

(一) 非遗数字化传播缺少新生代传承人

从文化传承的角度来看,非遗具有众多的种类和传承方式,大多采用“口传心授”“家族式”和“师徒式”等传统方式,传承人将其经验和技艺传授给后代。然而,随着传承人年事渐高,其体力和精力受到限制,进而对非物质文化遗产的传承产生重大影响。文化和旅游部在 2018 年公布的第五批国家级非遗产代表性传承人共计 1 082 位,公布时平均年龄为 63.29 岁,其中 70 岁以上年龄段的传承人占比超过三成,60 岁以上年龄段的传承人占比超过一半[16]。因此,采用数字化手段记录和传承这些文化遗产已显得十分迫切,以防止非遗失传。

从传承人的角度来看,随着时间的推移,传承人的数量不断减少,留下了很多“人亡技绝”和“人走艺息”的文化悲剧。相关数据显示,在前四批共 1 986 位国家级非遗传承人中,约有超过三分之一的传承人现已离世。例如,天津市民间传统美术——杨柳青木版年画,作为国家级非物质文化遗产,始于明朝万历年间,是闻名遐迩的艺术瑰宝,但如今掌握该技艺的人屈指可数,正面临着“断传”的危险[17]。同时,许多非物质文化遗产传承人并不具备数字化传播技术和设备,他们的传承方式和手段也十分有限。

从社会变迁的角度来看,随着社会的快速发展和城市化进程的加速,大量年轻人涌入城市,而非遗的传承却面临着严峻的挑战。同时,由于非遗在我国具有明显的地域性和时代性,有兴趣传承和习艺的年轻人往往因为没有合适的学习渠道或投师无门而被迫放弃。这导致了许多传承人的孤独和无助,同时也使得传承工作难以开展。例如,作为天府一绝并有三千多年历史的四大名锦之一“蜀锦”,由于织造工艺、工种和工序繁多,学习难度极大,真正全面掌握蜀锦织造技艺并能实际操作的传承人现在只有寥寥几人,要让年轻人心无旁骛、无所顾忌地跟他们面对面学习的机会几乎为零[18]。

(二) 非遗数字化传播欠缺标准和规范

随着数字化技术的发展,非遗数字化传播已经成为一种趋势。数字化传播的便利性和广泛性使得非遗文化得以更好地传承和弘扬。然而,在非遗数字化传播的过程中,缺乏标准和规范可能会引起非遗失真、传播内容质量不稳定、受众体验不佳、文化认同偏差、非法侵权和盗版等一系列问题。

非遗失真是指非遗在传承过程中受到传承人缺乏、传承方式不佳、传承环境不利等多种因素的影响,导致传承断层或失真的现象。随着数字化时代的到来,非遗数字化传播的快速、广泛、便捷等特点也使得非遗失真现象更加凸显。非遗数字化传播的内容不真实、不准确、不完整等问题可能会导致非遗文化质量下降,难以保持其原有的文化特色和价值。此外,由于缺乏标准和规范,大众传媒、数字典藏、互

联网以及沉浸式等非遗数字化传播模式无法保证内容和质量的一致性，从而影响受众的体验和认知。在此情况下，单一化的传播媒介使得非遗数字化传播缺乏有效性，进而导致受众对特定非遗产生文化认同偏差，从而影响非遗的传承和发展。

非遗数字化传播在一定程度上可以促进非遗文化的传播和推广，但也带来了非法侵权和盗版的问题。一方面，非遗数字化传播中的侵权问题主要表现为未经授权使用非遗元素和符号。例如，在非遗文化产品中使用非遗元素和符号，但未经授权或未按照相关规定使用，就会侵犯非遗文化的知识产权。此外，在数字化传播中，一些网站和社交媒体平台也存在未经授权使用非遗元素和符号等行为，这也会对非遗文化的传承和保护造成影响；另一方面，非遗数字化传播中的非法盗版问题主要表现为未经授权地复制、下载、传播和销售非遗作品或产品，这种行为不仅侵犯了非遗作品或产品的著作权、商标权等知识产权，也损害了非遗文化的传承和保护。如果非遗数字化传播得不到合理的权益保护，既可能降低非遗项目的商业价值，又可能会面临侵权、恶性竞争等风险。

(三) 非遗数字化传播内容片面同质化严重

相较于口传心授的原始传播心态，利用现代数字和网络技术的数字媒介拓展了非遗传播的渠道，但同时非遗数字化传播存在内容过于片面化、套路化和同质化等问题。

在数字化传播中，往往忽视对于非遗的全面认识和理解，这导致一些非遗内容出现片面化现象。非遗数字化传播脱离了原生传播生态，剥离了特定语境，非遗的独特魅力和文化内涵难以融合到数字形态中，使大众通过数字化传播感受的非遗产生片面的刻板印象。同时，某些商业机构或平台在营销非遗数字化商品的过程中，存在只选其中一个特色作为推广卖点的情况，这种偏重商业化的做法忽视了非遗文化的本身意义和价值。非遗文化复杂而深奥，在数字化传播中，短视频或者文章能够呈现的信息极其有限，再加上创作者存在较强的主观性，这也是导致非遗数字化传播内容片面化的原因之一。此外，非遗数字化传播不可避免地面临娱乐化冲击，为了吸引观众而对非遗项目进行泛娱乐化传播，并且片面地宣传其审美价值，将会导致受众的关注点逐渐偏离非遗的保护和传承，受众群体最终有可能变成单纯的非遗旁观者，无法深刻理解非遗所包含的丰富文化内涵。

如果为了迎合观众的口味，选择较为俗套张扬的表现形式，就不能精准反映非遗的精髓。数字化平台为了引起用户的关注，常常采取显性的营销手段，例如点击量、点赞数等，这导致很多非遗数字化传播内容过于注重表面，强调视觉震撼效果，而不是深度挖掘非遗文化内涵，仅仅满足了用户对于娱乐和消遣的需求。其次，非遗数字化传播的制作者或平台，受到商业利益的驱动，为吸引更多的粉丝或用户，可能会将非遗项目作为营销产品，而非遗文化象征性和历史背景在这个过程中被削弱。同时，非遗数字化传播也存在自我复制的倾向，采用类似的框架、故事线和形式进行数字化复制，这在一定程度上限制了非遗数字化传播的创造性和多样性，也容易使受众产生审美疲劳。另外，数字化平台本身的特点，如浅阅读、信息过载等，也会导致非遗数字化传播内容的套路化。短视频和短文章等形式限制了内容的深度和广度，这使得非遗项目很难得到充分的呈现和解读。因此，制作者或平台可能会采用一些通俗易懂、平易近人的方式来呈现非遗项目，而这些方式往往是传统和经典的“梗”，被反复使用，形成套路化的效果。

随着非遗数字化传播的快速发展，同质化现象也表现得日渐明显，主要表现在如下方面。首先，非遗数字化传播的内容呈现出较高的重复性。在不同的平台上，很多机构和个人都会发布相似的视频、图片、文章等内容，这导致了信息冗余和内容的单一性；其次，视觉表现形式缺乏独特性和创新性。大量的图像、视频等内容形式相近，缺乏新意和吸引力；再次，非遗数字化传播的推广方式也存在同质化问题，许多机构或个人采用相似的推广方式，在社交媒体等渠道发布类似的宣传信息。究其同质化问题的原因，一方面，是由于非遗数字化传播领域的市场竞争激烈，许多机构或个人都希望通过发布更多、更快、

更有趣的内容来获得更多的关注度和流量;另一方面,则是因为非遗文化本身的局限性所致,由于非遗文化传承的方式和手段具有固定性和传统性,因此在数字化传播过程中开展真正的创新和突破存在较大困难。

(四)非遗数字化传播忽视受传者差异

受传者,即受众,是传播学中的核心概念之一,是信息的接收者亦是信息的传播者。然而,由于不同国家和地区、不同民族、不同社会阶层的受众群体之间存在着显著的文化差异,甚至存在文化冲突,这就要求非遗数字化传播必须兼顾有效性和精准性。同时,受众具有广泛性、混杂性、隐蔽性等特点,非遗数字化传播必须关注受众感知非遗传播内容的心理变化。

如果非遗数字化传播的受众范围较窄,传统非遗的魅力就难以通过数字化传播方式完全表现出来,使得数字化传播的效果不佳。然而,随着时代的变迁和技术的进步,“90 后”和“00 后”正成为文化娱乐的主人和社会消费的主体,他们的生活方式和消费习惯发生了极大的改变,更多依赖数字化的生活形态。很多非遗项目虽具有悠久的发展历史,技术和运作模式方面也相对成熟,但由于其数字化传播方式具有较大的受众差异以及针对性不足,因而在适应新时代和吸引年轻受众等方面显得苍白无力。

在非遗数字化传播的过程中,受众的阶层差异是一个容易被忽视的问题。这是因为数字化传播需要使用电子设备和互联网技术,而一些相对弱势的社会群体可能无法负担这些费用或不太熟悉使用这些技术,从而无法接触到数字化传播的内容。这些阶层差异包括经济能力、地域差异、教育水平、文化差异等,间接降低了非遗数字化传播的有效性。因此,针对不同阶层结构的受众需要实施精准传播策略,可以借助数据挖掘和数据分析技术对受众群体的大数据进行归纳总结,进而形成精准传播算法,以确保数字化传播能够覆盖到更广泛的社会阶层,从而更好地传播非遗文化。

三、非遗数字化传播的实现路径

(一)建立完善的非遗数字化传播标准体系

非遗数字化传播标准体系的建立是以传播全流程为背景,结合数字化传播特点,按照科学先进、层次清晰和全面系统的设计原则,可行的标准体系框架参见图 2。

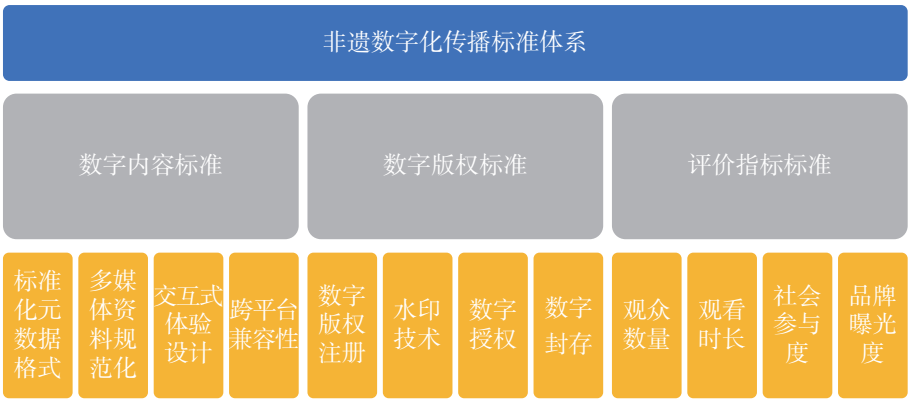

图 2 非遗数字化传播标准体系

如图 2 所示,各部分标准包含内容如下。

1. 数字内容标准

数字内容标准是指在数字化媒介上所创造的非遗内容,如电子文件、图像、音频和视频等,在不同形式和媒介上的呈现和传播需要遵守的规范和规则。这些数字内容标准旨在保证非遗数字内容的可移植性、互操作性和可持续性,使其能够被广泛使用和共享,包括标准化的元数据格式、多媒体资料的规范化、交互式体验设计、跨平台兼容性等标准。其中,“元数据”是描述非遗数字产品属性和特征的信息集合,在数字化传播中,应该采用标准的元数据格式进行描述,以便搜索引擎抓取和用户检索。对于数字化

非遗内容，使用规范的编码格式和压缩比率可以提高图像、视频和音频文件的稳定性、可读性和可持续性。非遗数字化传播应结合娱乐性和互动性，考虑用户需求和习惯来设计易于操作的界面和直观简洁的导航栏。非遗数字内容必须具备跨平台兼容性，支持各种浏览器和操作系统，并自适应不同的移动设备。

2. 数字版权保护标准

数字版权保护标准是指制定相关版权保护法规和措施，以保障非遗数字化传播作品的知识产权，包括数字版权注册、水印技术、数字授权、数字封存等标准。其中，数字版权注册能够清晰地确定数字内容的所有者，并以证据的形式提供保护。在平台上进行版权注册可以方便版权持有人追溯其拥有版权的所有权。水印技术能够将特定的文字、纹理、图像等嵌入数字内容，来保护数字内容的版权。由于数字水印难以被删除，因此即使是对数字内容进行了编辑，也可以追踪到其真实性和来源。数字授权将版权从作者转移到消费者，从而允许消费者使用数字内容，但限制它们的使用范围，例如仅限于某个国家或地区使用。这种方法早已存在于音乐和电影等领域，也可以在非遗数字化传播中进行使用。数字封存是指创建一个加密存档系统，将原始内容作为唯一来源的版本或少量版本存储到封存中，以保护它们免受未经许可或意外的更改。

3. 评价指标标准

评价指标标准是指制定合理的非遗数字化传播评价指标，定期对非遗数字化传播进行评价和监测，以不断提升其质量和影响力，包括观众数量、观看时长、社会参与度、品牌曝光度等标准。其中，观众数量表示非遗数字化传播的受众规模，可以用网站点击量、视频播放量、社交平台转发量等来衡量；观看时长是衡量非遗数字化传播的观众对内容的关注程度和深度，包括平均观看时长、观看完整性等；社会参与度表明公众对非遗内容的积极反应程度，包括评论、点赞、回复和参与其他互动活动的数量；品牌曝光度代表非遗数字化传播内容对特定品牌或组织的宣传效果，包括公众对该品牌或组织的认可度和信任度。

(二) 拓展以新媒体为支撑的非遗数字化传播模式

非遗产数字化传播的主要目的是扩大非遗的受众群体，进入公众的视线，增强其影响力，因此有必要充分发挥新媒体平台的传播优势，利用各种平台的不同属性来扩大传播。首先，建立非遗项目的品牌形象，包括制作宣传片和海报等传播内容，确定个性化的目标受众，选择合适的平台并发布相关的市场材料，提高领域内知名度和关注度；其次，针对不同非遗项目采用独特的语言表达方式，选择有针对性的传播媒介，例如在社交媒体上发布文章、视频或图片，扩大网络曝光率，同时学习并掌握搜索引擎营销技能以实现更精准的流量导入；再次，针对各种类型的非遗项目，与文创机构、博物馆、电影电视制作公司等进行深层次合作，引入历史学家、非遗传承人、非遗爱好者等人士创作高质量文章或短视频来推进内容更新和运营；最后，采取多种方式，主动寻求与其他知名品牌、活动组织方的联合开展线上和线下的推广活动。

再以赢得国际认可的 YouTube“李子柒 Liziqi”账号短视频作品为例，其作品的主旨是以中华美食文化为基调，讲述乡村日常生活的衣、食、住、用，内容层次则是通过叙述诸多传统中国美食和手工艺品的制作过程来传播中国传统非遗文化[19]。视频主要借助微电影类型的拍摄方式，通常采用 GoPro 或无人机等设备进行拍摄，视频的画面能很好地展现出食材及其制作过程的细节，背景音乐也能十分应景，再加上李子柒沉稳温润的解说，给人一种仿佛置身其中、沉浸陶醉的感觉。短视频的风格朴实自然，很少使用特效等高科技元素，经常运用多镜头剪辑技巧，在特定时间段内从不同角度拍摄同一个场景，在后期制作过程中将它们组合在一起，这样可以增加视频的视觉冲击力，也能够更好地展现逐步变化中的场景。“李子柒”是一个由李子柒自己和数位成员组成的小团队，主要从“创意灵感、演出以及宣传推广”等多方

面建立完善的品牌,进一步增强该账号对非遗数字化传播的深度和广度。

(三) 加强非遗数字化传播中 AI 赋能的力度

人工智能时代为语言、图像、语义和影音等非遗数字化资源提供了丰富的分析处理技术,包括自然语言处理、图片分析、机器学习、知识图谱、人机交互以及计算机视觉等技术,使得非遗项目的保护与传播更具生命力。

第一,为了加强人工智能赋能非遗数字化传播的力度,需要先建立完善的非遗数字化平台,可以通过开发类似于博物馆或图书馆的数字化展览和知识库来实现,利用其虚拟化和互动性的特点,缝合非遗传统传播与数字化传播的边缘化危机,打破时间与空间限制,为非遗发展创造更多可能。

第二,利用自然语言处理技术对非遗数字化平台中的文本进行研究和分析,以提取非遗传承的核心内容。将这些信息整理成数据集,然后使用自然语言生成技术来为自动写稿工具或者翻译机制打下基础。例如,科大讯飞用智能语音技术推进方言留存,留住源远流长的非遗和民族文化,包括寻找丹寨话“发音人”,将方言标准音收录到讯飞输入法“方言保护计划”之中,已拥有 20 余种离线方言语音[20]。

第三,通过数据分析手段,对非遗作品的流行趋势和受众反馈进行监测和诊断,为非遗传承和传播提供有力的支持。利用人工智能算法对数据进行模型训练,将这些数据与特定场景进行结合,实现访客对话检索结果的精准性和高效性。

第四,利用位置定位+计算机视觉+AR/VR 技术打造无处不在的空间互联网,其本身与物理空间具有强关联性,具有特定时空领域内的环境属性,能够连接同时空下的人并实现实时交流,还能连接同时空下的服务,弥补了非遗数字化传播脱离原生地域环境的不足。利用 AR 码的方式实现该地域的人自主方便地进入空间群聊,及时获取信息,离开该地域后自动退群,人们可以一起参加同一场非遗演出、展览和教学等。

(四) 鼓励基于数字化创新的非遗数字化传播

非遗成果主要来自先人的经验和智慧,并经受历史的流转而得以不断地演进和传承。但在传统条件下,非遗的进步更多的是依靠传承人自身的努力。借助各种数字化手段的应用,非遗的创意可以得到更加充分的呈现和创新,形成各种新的数字化形态,为数字化传播提供更多的内容和思路。一是要对传统的非遗创意进行数字化“升级”,使其更适合数字化方式进行呈现;二是让更多的受众参与数字化传播内容的创作,把他们的思想和灵感最大限度在数字化创意中体现出来;三是利用动画、软件等技术使传统手段无法呈现的创意得到数字化展现,让非遗的“魂脉”在数字时代有新的表现形式。

基于数字化创新的非遗数字化传播已有不少成功的探索,例如,济南木偶戏传承人李秀平借助 3D 打印、芯片植入等现代科技创造“木偶机器人”,实现不用人工操纵,木偶就能跟随背景音乐和旁白解说进行各种动作变换,降低新手学习难度,让更多人能够了解和参与木偶文化和非遗故事[21];又如,由敦煌研究院和国家对外文化贸易基地主办的“丝绸之路上的敦煌——数字敦煌展”在北京开幕,展出了敦煌研究院文物数字化研究所数字化成果近 50 件,包括 3D 打印技术复制的敦煌佛教塑像、数字成像技术复制的敦煌壁画《九色鹿》等[22]。

结语

在数字化时代,丰富的数字技术和传播媒体等为非遗在新形势下带来了难得的发展机会,同时在传播的过程中也会面临诸多难题与困境。因此,当下亟须在非遗数字化传播理论上加强研究,在实践上有创新的探索,同时还要在政策等方面有所突破,找到中国特色的非遗数字化传播实现路径。在把握非遗文化内涵的基础上,从数字化传播标准、新媒体媒介、AI 赋能、数字化创新四个维度建立非遗数字化传播的实现方案,实现中国非遗良好传播、健康发展和长久传承。只要目标明确、措施得力、推进有序,就一定能为我国非遗数字化传播开辟新的道路,也为早日建成社会主义文化强国做出更大的贡献。

参考文献：

[1] 刘辉，张蕴甜. 文化治理视域中的非物质文化遗产保护研究[J]. 东南文化，2017(2)：14－20＋127－128.

[2] 马六甲. 坚定文化自信 推进文化自强[J]. 求贤，2023(1)：26.

[3] 为中国式现代化提供强大动力和制度保障[EB/OL]. (2024-07-22)[2024-8-01]. https://www.gov.cn/zhengce/202407/content_6963839.htm.

[4] 姚国章. 数字技术在非遗中的应用与典型案例研究[J]. 西华大学学报(哲学社会科学版)，2021，40(6)：65－74.

[5] 蔡梦虹. 非物质文化遗产的数字化传播研究——以数字出版为视角[J]. 中国传媒科技，2017(3)：86－90.

[6] 杜洁莉. 新媒介场域中非物质文化遗产的创新性传承[J]. 浙江传媒学院学报，2017，24(4)：53－58.

[7] 马晓娜，图拉，徐迎庆. 非物质文化遗产数字化发展现状[J]. 中国科学(信息科学)，2019，49(2)：121－142.

[8] 贾菁. 人工智能背景下非物质文化遗产数字化传播的进阶路向[J]. 当代传播，2020(1)：98－101.

[9] 姚国章. 数字化传播的概念框架与发展之道[J]. 科技传播，2021，13(21)：133－136.

[10] 宋宁华. 2 分钟即售罄!文化云首发两款国家级非遗数字藏品[EB/OL]. (2022-08-19)[2024-08-10]. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1741588478013054511&wfr=spider&for=pc.

[11] 张建国. 数字博物馆对文物保护与全球化传播的保障策略研究[J]. 情报科学，2022，40(2)：59－64.

[12] 汤旎. 基于手机媒体下数字博物馆 APP 应用研究[D]. 成都：西南交通大学，2017.

[13] 顾振清，肖波，张小朋，等. “探索 思考 展望：元宇宙与博物馆”学人笔谈[J]. 东南文化，2022(3)：134－160＋191－192.

[14] 占琦. 非遗元宇宙：赋能、融合、沉浸[J]. 今传媒，2022，30(9)：101－103.

[15] 何钻莹. 全国首创元宇宙非遗街区，广州非遗街区(北京路)今日开街[EB/OL]. (2022-06-12)[2024-08-11]. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1735411704428366791&wfr=spider&for=pc.

[16] 韩业庭. 国家级非遗传承人新增 1082 人[N]. 光明日报，2018-05-17(009).

[17] 李宁. 怎样留住濒临失传的中国老工艺[EB/OL]. (2008-08-04)[2024-08-13]. https://www.ihchina.cn/Article/Index/detail?id=11338.

[18] 胡文峰. 蜀锦工艺难传承 蜀地民众疾呼“抢救、继承、发展蜀锦”[EB/OL]. (2019-07-23)[2024-08-12]. http://zgsc.china.com.cn/2019-07/23/content_40839138.html.

[19] 李勇，陈晓婷，毛太田，等. 新媒体跨文化传播效果影响因素与框架分析——以 YouTube“李子柒”视频为例[J]. 图书馆论坛，2022，42(7)：132－142.

[20] 吴风婷. 讯飞输入法寻找丹寨“发音人” AI 助力非遗文化绽放[EB/OL]. (2018-06-22)[2024-08-13]. http://biz.ifeng.com/a/20180622/45034523_0.shtml.

[21] 孙宏瑗. 济南木偶戏传承人借力科技创造“木偶机器人”助非遗传承创新[EB/OL]. (2020-07-13)[2024-08-13]. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1672071496103616919&wfr=spider&for=pc.

[22] 李欣. 数字化技术重现敦煌艺术[EB/OL]. (2022-07-10)[2024-08-13]. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1737971754759723766&wfr=spider&for=pc.

[责任编辑　　刘书亮]