

新媒体时代小众非遗的破圈传播策略探索

李轶硕

香港恒生大学 中国香港 999077

DOI:10.32629/ems.v8i3.18726

[摘要] 本文以新媒体时代小众非遗破圈传播为研究焦点,分析其活态传承和文化多样性展示的核心价值,提出当前传播渠道不适应、形式单一、生态不完善等主要问题。以问题为导向,从渠道协同、内容IP打造、专业团队搭建、受众互动、资本赋能方面提出针对性的传播策略。研究目标在于通过系统化的途径来解决小众非遗的传播难题,使小众非遗借助新媒体实现长效传承,给小众非遗文化价值转化和传播体系优化提供理论参考与实践支撑。

[关键词] 新媒体; 小众非遗; 破圈传播

引言:

小众非遗作为中华文化的重要组成部分,承载着地域的历史记忆和人文精神,但由于传播的局限性,存在着传承断层的风险。新媒体技术重塑了文化传播的格局,给小众非遗冲破时空限制,拓宽受众覆盖面赋予了良机。目前小众非遗新媒体传播还处于探索阶段,很多现实问题制约着破圈效果。因此本文从新媒体传播特性及小众非遗发展需求出发,对传播的重要性及现存的问题进行梳理,并建立科学可行的传播策略体系,促进小众非遗在新时代的活态传承与文化赋能。

一、新媒体时代小众非遗破圈传播的重要性

(一) 非遗活态传承的核心保障

小众的非遗大多依靠地域文化来滋养,由于传播范围有限,很容易陷入传承断层的困境。新媒体冲破时空束缚,给非遗塑造起低成本、广覆盖的流转载体,使传统技艺、民俗文化冲破地域限制,抵达更广大的受众。精准触达潜在的传承群体,唤醒年轻一代对小众非遗的认知和认同,补充传承力量,解决传承人数量不足、技艺失传的问题,给非遗注入持久的生命力,维系文化基因的连续性、完整性。

(二) 文化多样性的鲜活彰显

小众非遗是中华文化体系的重要组成,其带有某地的历史记忆和人文精神。新媒体给小众非遗赋予平等的传播机会,打破主流文化传播的垄断局面,使被忽视的非遗文化走进大众视野。通过系统化的传播来展现不同的地域文化所具有的独特魅力,丰富文化供给,引导人们认识文化多样性的价值,增强对本土文化的归属感和认同感,推动中华文化整体生态的繁荣发展^[1]。

二、新媒体时代小众非遗破圈传播存在的问题

(一) 传播渠道适配性不足

小众非遗传播多盲目跟风主流新媒体平台,没有精准匹配到渠道特性与受众需求。部分非物质文化遗产内容与平台的传播逻辑不吻合,不能够适应各种平台用户的喜好及内容形式,造成传播范围小、覆盖率低。同时缺少多渠道协同传播的布局,单一渠道的传播力度小,不能形成传播合力,对新兴传播载体的运用不足,也影响了破圈传播的广度和深度。

(二) 传播形式单一

口头传播是小众非遗破圈的主要传播方式,通过自身参与、口口相传的方式传播下去。其传统而单一的传播形式阻碍了小众非遗破圈的传播,就目前而言小众非遗破圈的传播仍集中在一小范围片区。即使在新媒体平台上传播了相关的内容,也较少涉及互动的传播模式,用户反馈机制并不完善^[2]。

(三) 传播生态构建不完善

小众的非遗传播多是由个人或者零散的机构来推动的,没有专业的团队及系统地规划。内容生产、运营推广、受众维护等环节脱离,不能形成持续稳定的传播态势。缺少有效的反馈机制和互动设计,不能及时发现受众的需求并改进传播内容,缺少市场资本的介入,缺少资金支持和资源整合的能力,限制了小众非遗破圈传播的可持续性。

三、新媒体时代小众非遗的破圈传播策略

(一) 精准适配传播渠道,构建多维度协同矩阵

小众非遗的破圈传播方式主要是口口相传或纸媒书简相传。随着新媒体技术发展普及,传统方式难以适应新形势。

新媒体技术重新塑造了文化传播的时空边界, 小众非遗由于受众覆盖面小、传播资源少, 更需要借助渠道特性实现精准触达, 利用多平台协同的方式形成传播合力。渠道适配的核心就是立足非遗技艺属性、目标受众画像, 抛弃同质化传播模式, 使内容与渠道深度耦合, 破解酒香也怕巷子深的传播困境。多维度协同矩阵不是简单的叠加传播载体, 而是在各个平台功能互补、流量互通的基础上, 搭建起从认知普及到深度体验、从内容传播到市场转化的完整链条, 给小众非遗注入可持续的传播动力。因此, 为了小众非遗的破圈、文明发展和伟大复兴, 需要突破困境, 顺应时代, 在自媒体环境下, 很好地进行小众非遗的破圈传播^[3]。

基于短视频平台强视觉冲击、高传播效率的特点, 对非遗技艺的核心流程进行精细化的展示, 用特写镜头还原工艺细节, 用专业的解说加强知识的传递, 依靠算法推荐触达非遗兴趣用户。依靠直播平台实时互动的优势, 开展非遗技艺展演、传承人访谈、体验教学, 利用订单对接功能实现传播与消费的即时转化, 薛城柳编通过 5G 直播把编织的全过程清晰地呈现出来, 并且回应定制的需求。布局短剧领域, 用叙事化的方式使非遗成为剧情主线, 用年轻化的叙事风格吸引受众, 依靠多集连播来提高用户的黏性。联动文旅平台和线下场馆, 创建数字化的体验场景, 采取三语讲解、二维码导览等手段来适应不同受众的需求, 并将各个平台的流量数据加以整合, 依照流量数据来调整传播策略, 创建起线上线下相互配合、多渠道协同的传播矩阵。

(二) 创新内容表达形式, 打造差异化传播 IP

新媒体时代, 创新传播的途径大大拓宽, 打造差异化传播 IP 无疑是创新内容表达形式的途径。小众非遗的破圈是人民的财富精神。一方面, 深化跨界创新、以“非遗 IP”模式协助文化传承。深化跨界创新的理念, 联合传播, 实现融媒体、多渠道、全方位、多感官传播亦是可行良策之一。小众非遗破圈的关键是把内容当作载体, 冲破传统技艺展示的单格局, 借助表达形式的革新和 IP 化的经营, 塑造起不一样的竞争优势。非遗内容创新要以技艺本质和文化内核为基础, 不能过度娱乐化解构, 要兼顾专业性和传播性, 实现文化价值和传播效能的统一。差异化传播 IP 的塑造, 可以将抽象的非遗技艺变成具象化、有辨识度的文化符号, 加强受众的记忆点, 破解小众非遗同质化传播的难题, 为其创建起长久稳

定的传播根基和市场认知体系。

挖掘非遗技艺的历史渊源和文化内涵, 将其转化成系统化知识内容, 用图文专栏、音频解读的方式进行专业内容的输出, 满足受众深度认知的需求。采用数字化的方式来丰富非物质文化遗产的内容表现形式, 用 VR、AR 等虚拟现实技术还原出非遗制作的场景, 创建出身临其境、引人入胜的体验内容。以传承人故事、技艺坚守过程为核心内容, 用纪实化的方式表现非遗背后的人文价值, 增加内容的情感共鸣。创建非遗 IP 矩阵, 根据技艺特点设计出专门的视觉符号和品牌标识, 创建非遗衍生内容产品, 使核心技艺和衍生内容产生联动传播。联动跨界资源开展 IP 合作, 与文创品牌、青年设计师一起开发非遗主题内容, 拓宽传播边界, 建立 IP 版权保护机制, 保证非遗内容创新和 IP 运营的可持续性。

(三) 搭建专业运营团队, 完善系统化传播体系

小众非遗的可持续破圈传播, 不能缺少专业运营团队的支撑, 也不能缺少系统的传播体系。小众非遗传播比大众文化传播要兼顾技艺的专业性及传播的科学性, 对团队的综合能力及体系化运作提出了更高的要求。搭建适应非遗特性、完善全链路传播体系, 是解决小众非遗传播碎片化、短期化问题, 实现传播效能长效释放的重要途径, 也是非遗文化传承与产业转化的组织和机制保障。只有增强传承意识和夯实传承人才基础“两匹马”齐头并进, 才能在小众非遗传播工作中迸发出强大的源头力量^[4]。

组建复合型运营团队, 吸纳非遗研究、新媒体运营、数据分析、版权法务等专业人才, 明确岗位职责和协同流程, 提高传承人参与度, 保证内容传播既符合技艺本真又符合传播规律。建立内容生产标准化机制, 对非遗内容的筛选、打磨、输出制定相应的流程规范, 根据受众的反馈和数据的监测来改善内容的供给, 保证传播质量的一致。创建数据驱动的传播调控体系, 对各个渠道的传播数据进行实时追踪, 精准剖析受众画像、内容触达成效和转化途径, 给策略调整提供量化支撑。完善资源整合和保障体系, 对接文旅部门、高校科研机构、文创企业等资源, 建立非遗传播资金保障机制和版权保护体系, 搭建起受众互动反馈渠道, 形成团队支撑、内容生产、数据调控、资源保障的闭环传播体系。面对新媒体技术带来的挑战与机遇, 只有剖析现在困境, 分析思考出创新的途径, 找到小众非遗推广传播的着力点, 才能使

小众非遗世代相传。

(四) 强化受众互动体验, 构建良性传播生态

新媒体环境打破了非遗文化传统的静态传播模式, 摆脱了传播困境。新小众非遗的长效传播要冲破“单向输出”的传统模式, 把受众互动体验当作核心, 点燃受众参与的热情, 塑造起“传播者—受众—非遗本体”彼此赋能的良性生态。互动体验的强化本质就是使受众由文化旁观者变为参与者、传播者, 依靠沉浸式、个性化的体验场景加深对非遗文化价值和技艺内涵的认识, 依靠受众自发传播扩大覆盖面。良性传播生态的形成, 可以达成非遗流传同受众需求的动态契合, 破解流传断层难题, 给非遗传承增添持久的民间动力, 达成文化流传与流传效能的长久提升。

搭建线上互动场景, 在新媒体平台上举办非遗技艺挑战赛、创意改编征集等互动活动, 设置有针对性的激励机制, 使受众主动去创作衍生内容, 达到二次传播的目的。利用数字化工具开发非物质文化遗产互动体验项目, 采用线上虚拟制作模拟、非物质文化遗产知识问答闯关等方式降低参与门槛, 提高受众的参与度和留存率。优化线下互动场景, 在非遗体验馆、文旅展会设下实操体验区让受众能直接感受到技艺的魅力, 并同时安排非遗主题的沉浸式表演提升体验质感。建立受众反馈闭环机制, 采用平台留言、问卷调查等方式获取受众的需求和建议, 进而对互动内容和体验形式进行改善。联动社群运营, 打造非遗兴趣社群, 定期开展线上分享、线下交流活动, 凝聚核心受众群体, 形成体验、参与、传播、反馈的良性循环传播生态。

(五) 撬动多元资本赋能, 整合优质资源链路

小众非物质文化遗产的破圈传播和可持续发展, 需要资本支持和资源整合作为支撑, 单靠单一的资本投入及分散的资源布局很难突破其发展的瓶颈。撬动多元资本、整合优质资源的核心就是构建“资本、资源、非遗”的协同赋能机制, 用市场化运作和规范化管理把资本优势转化为非遗传播动能, 将分散资源整合为系统化的链路, 解决小众非遗传播资金不足、资源匮乏、产业链薄弱的问题, 实现传播效能和产业价值的同步提升, 筑牢非遗长效发展的物质与资源基础。

对接政府专项资金和扶持政策, 精准申报非遗保护、文化传播类项目, 争取财政资金支持非遗数字化传播、传承人

培养及基础设施建设, 用政策引导规范资本使用和资源配置。引入社会资本参与, 同文创企业、文旅集团、投资机构建立合作关系, 用项目合作、品牌共建、股权融资等形式将社会资本用于非遗内容创新、IP运营和衍生产品开发, 同时明确双方的权利、利益分配, 保证合作持续性。整合高校、科研机构资源开展非遗技艺数字化保护、传播模式创新等课题研究, 依靠专业技术、人才优势改善传播内容、形式。联动非遗产业链上下游资源, 打通技艺传承、内容传播、产品开发、市场销售等环节, 形成传承、传播、转化全链条资源体系。创建资源共享平台, 将各地的小众非遗资源、传播渠道资源、市场资源进行整合, 实现资源互补、高效利用, 提高小众非遗整体传播与发展效能^[5]。

结论:

总之, 新媒体给小众非遗破圈传播提供多种途径, 但其长期发展要兼顾文化本真和传播创新。构建多维度传播体系要精准对接传播渠道、创新内容表达方式、强化团队支撑、完善互动生态、资本赋能。小众非遗破圈不是简单地扩大传播范围, 核心是实现文化价值的有效传递和传承力量的持续培养。未来需持续优化传播策略, 破解资源制约与模式瓶颈, 让小众非遗在新媒体赋能下焕发新生, 为中华文化多样性发展筑牢根基。

[参考文献]

- [1] 杜佳佳. 非遗传播方式变迁面临的问题与对策[J]. 匠心, 2025, (10): 6-8.
- [2] 张羽歌. 重塑·跨越: 非遗影像可供性传播实践[J]. 新闻世界, 2025, (09): 97-100.
- [3] 吴若贤, 李羨, 张瑜家, 周威凛, 莫春艳. 新媒体时代“小众”非遗文化的传播传承路径探究——以湛江糖祖文化为例[J]. 科技传播, 2024, 16 (09): 42-47.
- [4] 陈雪竹. 场景·互动·破圈: 面向“Z世代”的网际非遗传播研究[J]. 浙江工艺美术, 2024, (01): 28-30.
- [5] 李志军. 小众非遗文化融入生活日常, 务必牢记“稳扎稳打”[J]. 国际公关, 2024, (19): 26-27.

作者简介: 李轶硕, 男, 2000年03月出生, 新疆乌鲁木齐人, 汉族, 硕士, 研究方向: 策略传播学。