

眉山市非物质文化遗产数字化传播现状调查报告

陈洁

四川大学锦江学院 商学院, 四川眉山, 620860;

摘要: 在全球数字化转型与文化强国战略背景下, 数字化传播已成为非物质文化遗产保护与传承的关键路径。眉山市作为国家级历史文化名城, 拥有丰富的非遗资源, 本文采用问卷调查法, 以305份有效样本为基础, 分析了眉山市非物质文化遗产的数字传播现状, 从而为优化非遗的数字传播路径提供数据支持和决策参考。

关键词: 非物质文化遗产; 数字传播; 眉山市

DOI: 10.69979/3029-2735.26.03.081

引言

非物质文化遗产作为民族文化的载体, 其保护与传承在全球化与现代化进程中面临严峻挑战。数字技术的迅猛发展, 为非遗的记录、保存、传播与创新提供了前所未有的机遇。党的二十大报告明确提出, 要“加大文物和文化遗产保护力度, 加强城乡建设中历史文化保护传承, 建好用好国家文化公园”, 这为新时代文化遗产保护事业发展指明了方向, 数字化已成为落实这一要求的关键路径。

眉山市作为国家级历史文化名城, 非物质文化遗产资源丰富, 眉山市已形成国家级、省级、市级、县(区)级四级非遗保护体系, 目前眉山市共拥有非遗代表性项目254项, 其中国家级非物质文化遗产代表性项目1项, 省级非物质文化遗产代表性项目32项, 市级非物质文化遗产代表性项目70项, 县(区)级非物质文化遗产代表性项目151项。本研究通过问卷调查, 客观分析眉山市非遗数字传播的受众认知、渠道使用、效果评价与

未来期望, 以数据为支撑, 为优化眉山市乃至同类型地区非遗的数字传播路径提供决策参考与实践指导。

1 问卷设计

本研究采用自编问卷《数字赋能眉山市非遗传播路径研究调查问卷》。问卷设计遵循社会科学调查规范, 问卷共包含非遗概念基础认知、常态数字渠道使用情况、数字传播现存问题认知、期待的未来数字体验形式等九个核心部分。

2 数据收集

调查采用网络问卷形式, 通过专业问卷平台问卷网发放。调查对象为眉山市普通公众, 调查共回收有效问卷305份, 样本量满足统计分析的基本要求。数据收集后, 使用SPSS及Excel进行清洗、整理与分析。

3 调查结果

3.1 非遗认知度

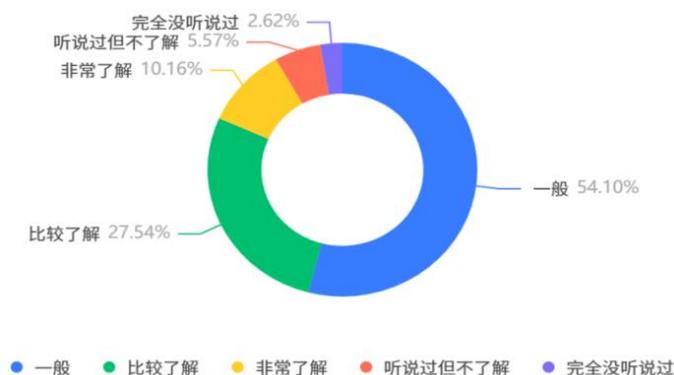


图1 对非遗的了解程度

调查显示, 97.38%的受访者听说过“非遗”, 但自认为“非常了解”和“比较了解”的合计仅占37.70%, 而认知程度“一般”的占54.10%。这说明公众对非遗

的理解多停留在表面, 对其具体内涵和价值缺乏深入了解。

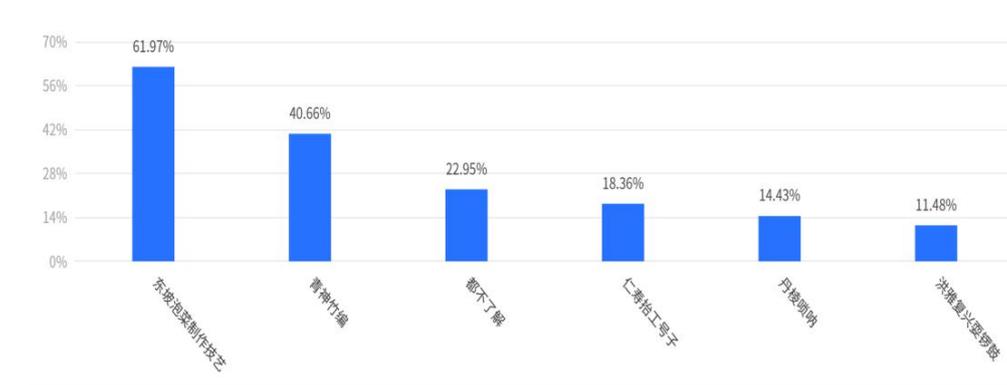


图2 对眉山市非遗项目的了解

在具体非遗项目上，“东坡泡菜制作技艺”占比61.97%与“青神竹编”占比40.66%，显著高于其他项目，反映出与日常生活、消费品结合紧密的非遗更易传播。而表演艺术类非遗，如丹棱唢呐、仁寿抬工号子、洪雅复兴耍锣鼓的知晓度普遍低于20%，表明此类项目

需要更具创意的数字化转型。值得注意的是，22.95%的受访者对所列项目“都不了解”，这反映出眉山市非遗的整体传播覆盖面仍有较大提升空间，许多特色非遗项目尚未被有效传播。

3.2 非遗传播渠道

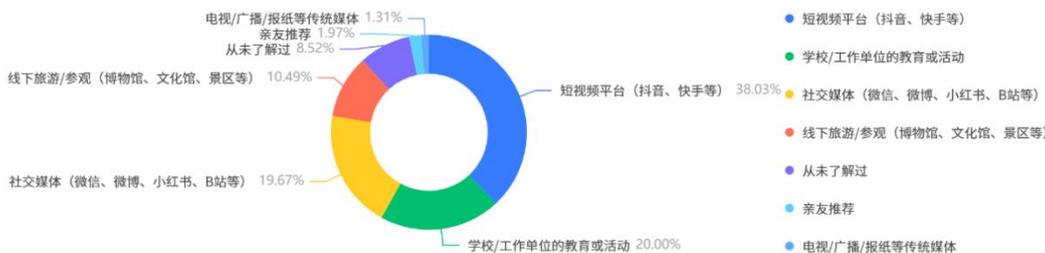


图3 最初了解非遗的渠道

由上述调研数据可知，“短视频平台”以38.03%的占比成为公众“最初了解”眉山非遗的最主要渠道，远超“传统媒体”1.31%和“线下参观”10.49%，这凸显了短视频在传统文化传播中的强大效力。同时，“学

校/单位教育或活动”和“社交媒体”也扮演着重要角色，分别位居第二、三位。此外，有8.52%的受访者“从未了解过”，这部分人群是未来传播需要重点关注的对象。

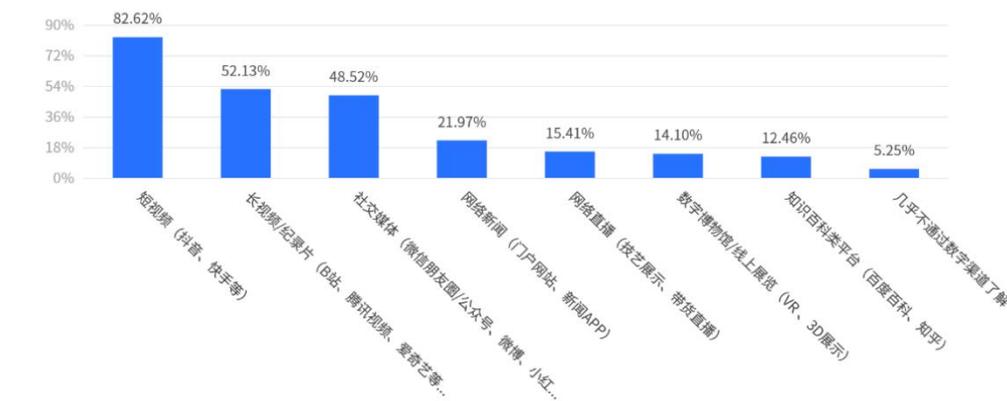


图4 了解非遗的数字渠道

在公众了解非遗数字化的渠道中，短视频的优势进一步扩大，占比82.62%形成了绝对主导地位。与此同时，“长视频/纪录片”占比52.13%和“社交媒体”占比48.52%，构成重要的第二梯队，也是重要的非遗传

播媒介。值得注意的是，更具沉浸感和互动性的形式，如“网络直播”和“数字博物馆”，目前使用率相对较低，说明相关方面的建设还不够完善，未来仍需加大建设力度。

3.3 传播效果

表 1 数字传播效果评价

传播形式	平均分	标准差	满意度占比
非遗工艺流程短视频	3.71	0.92	59.02%
VR/AR 沉浸式体验	3.68	1.07	56.40%
互动游戏（如非遗小游戏）	3.60	1.01	53.77%
非遗传承人故事/访谈纪录片	3.55	0.96	49.83%
非遗相关直播活动	3.45	1.00	44.26%
非遗文创产品电商直播	3.45	0.98	44.92%

对以上六种数字传播形式的评价显示，“非遗工艺流程短视频”均分 3.71，满意度最高，其直观、动态呈现核心技艺的特性深受欢迎。“VR/AR 沉浸式体验”均分 3.68 紧随其后，尽管当前用户接触率不高为 14.10%，但公众对其效果给予了高度期待，预示了其巨大的发展

潜力。“互动游戏”均分 3.60，吸引力也优于传统纪录片和直播，体现了受众对趣味性、互动性的偏好。两类直播活动的平均分相对较低，结合后续开放题的答案可能与直播内容同质化、过度商业化或互动性不强有关。

3.4 现存问题

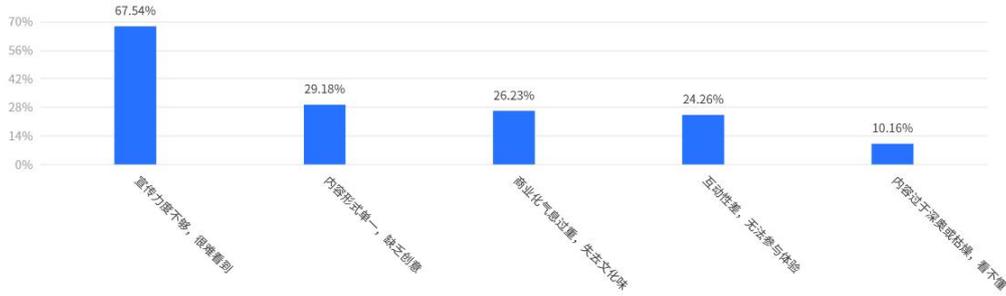


图 5 数字传播现存问题

“宣传力度不够，很难看到”占比 67.54%，以绝对优势成为非遗数字传播的首要问题。这说明当前眉山市非遗的数字内容在算法推荐、渠道投放和主动营销上存在不足，未能有效传播到潜在兴趣人群。“内容形式单一”占比为 29.18%，位居第二位，说明非遗内容创

作层面存在短板，“内容过于深奥或枯燥”并非主要问题，说明公众并不拒绝深度内容，而是需要更生动、有趣的表达方式。

3.5 未来期望

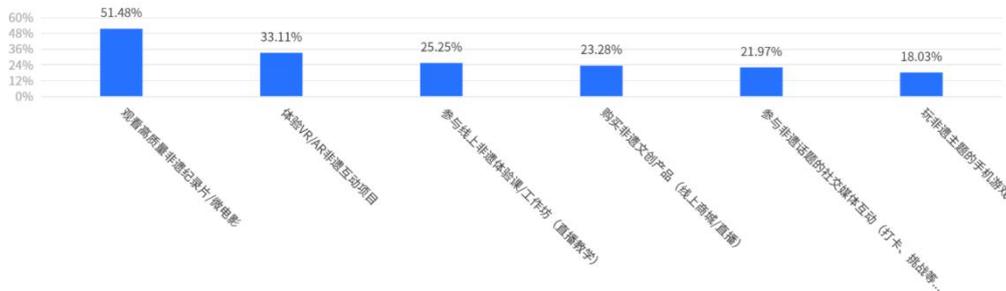


图 6 期待体验的非遗数字技术

调查显示对于未来体验非遗的数字形式，公众最期待的是“观看高质量非遗纪录片/微电影”，占比 51.48%，这与效果评价中纪录片得分不低但传播力度受限的情况相呼应，表明市场存在高品质影音内容的缺口。“体验 VR/AR 非遗互动项目”占比 33.11%位列第二，再次

验证了沉浸式技术的吸引力。同时，“参与线上体验课/工作坊”占比 25.25%，也反映出从“观看”到“动手”的深度体验需求。

3.6 价值认知

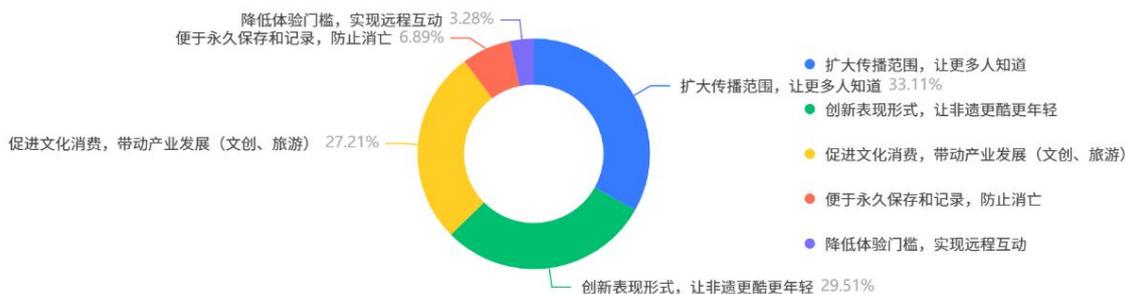


图7 “数字赋能”非遗传播的价值

公众对非遗数字传播价值的认知主要集中在“扩大传播范围”、“创新表现形式”和“促进文化消费”三大层面。“扩大传播范围”占比33.11%，被视为首要价值，这与前面发现的“宣传力度不够”的核心问题直接呼应。“创新表现形式”和“促进文化消费”紧随其后，表明公众期望数字技术不仅能加大传播力度，更能让非遗以更现代化的方式融入生活与消费。

4 非遗数字化传播存在的问题

基于以上对305份有效问卷的分析，眉山市非物质文化遗产的数字传播在公众知晓与渠道使用方面已形成一定基础，但传播过程中仍面临一系列的挑战。

4.1 传播力度不足，公众难以精准接收

调查数据显示，高达67.54%的受访者认为非遗数字传播宣传力度不足，信息难以被大众精准接收。这反映出当前非遗传播存在内容生产与受众接收之间的断层。大量数字化非遗内容未能有效进入主流信息分发渠道，也未能在算法驱动的信息环境中获得优先推荐，导致优质内容无法精准送达潜在受众。

4.2 内容叙事表面，受众体验感缺失

公众对非遗的认知普遍停留在表面，自认为了解非遗的公众仅占37.70%。在内容层面，虽工艺流程类短视频接受度较高，但深度叙事如传承人故事、历史脉络等内容呈现不足，且形式缺乏创新。多数传播停留在单一展示阶段，未能充分利用数字技术构建沉浸式、可交互的非遗体验模式，导致受众参与度与体验感不足。

4.3 过度商业化，文化性与商业性难以平衡

调查中26.23%的受访者认为非遗传播存在过度商业化。反映出当前的非遗价值转化模式较为直接，往往

将电商销售等同为数字赋能，缺乏对文化内涵的深度挖掘。公众在期待文化消费的同时，更加对如“非遗纪录片”，“VR/AR体验”等高质量文化体验有明确需求，单纯的商业推广难以满足公众的多元需求，并且可能损害文化表达的纯粹性。

5 非遗数字化传播建议

5.1 实施精准化推广，提升内容传播效率

建立基于大数据分析的智能传播体系。与主流数字平台建立数据合作，利用其算法机制与流量资源，对优质非遗内容进行识别分类与精准投放。同时，针对不同受众进行定制化内容推送，提升内容传播效率。定期策划具有集中影响力的线上非遗传播活动，形成阶段性传播高峰，突破日常信息屏障。

5.2 推动叙事创新，构建多层次内容体系

打造多层次的数字内容体系。表层内容以高频、轻量的短视频为主，聚焦技艺展示与视觉吸引；中层内容制作高质量非遗纪录片与专题片，系统讲述非遗的历史脉络、文化内涵与传承路径；深层内容则应侧重交互式体验开发，如虚拟现实展馆、互动式教学及轻量化主题游戏，将文化认知转化为可参与的深度体验。

5.3 坚持文化引领，平衡社会效益与经济效益

构建兼具文化价值与市场价值的经济转化模式。坚持文化引领，确保在商业推广前完成充分的文化宣传与价值阐释。拓展非遗产业消费新形态，在原有的线下体验基础上，开发融合线上课程、虚拟体验、线下研学于一体的复合型文化产品。建立科学的传播效果评估体系，不仅关注流量指标，更需关注受众文化认知度、认同感，以此为依据优化传播策略，确保非遗数字传播的可持续发展。

参考文献

- [1]李腾巍.智媒体助力非物质文化遗产活态传播[J].出版广角,2021(01):149-155.
- [2]王牵云,李然.非遗传承人的主体性需求及其实现路径[J].重庆文理学院学报,2022.05.
- [3]王艳.数字化开发在非物质文化遗产民俗类项目中的应用[J].中国民族博览,2019(7).
- [4]夏添华,陈俊羽.数字经济赋能“湘西苗绣”非遗产业发展研究[J].商展经济,2023.04.
- [5]谭志云,李惠芬.数字技术赋能非遗保护传承的逻辑机理与创新路径[J].南京社会科学,2024.01.
- [6]潘光繁.大数据时代中国非物质文化遗产保护传承研究[J].边疆经济文化,2024.01.

本文系2025年度眉山市社会科学研究高校专项课题“数字赋能非物质文化遗产传播路径研究——以眉山市非遗为例”阶段性研究成果。