

doi:10.3969/j.issn.1672-626x.2021.05.009

乡村非遗网络传承的多元赋能与实践策略

邓小艳

(湖北经济学院 旅游与酒店管理学院,武汉 430205)

摘要:网络传承是乡村非遗内嵌在互联网环境下的再现与重构,是乡土传统文化在现实境遇下的创新选择。网络传承对乡村非遗存在多元赋能体现,在实践策略上主要表现为官方主流媒体的“他说”和新型社交媒体的“我说”,呈现出不同的实践逻辑。为让乡村非遗更好地实现网络传承和发展,需要在内容上深耕细作,在渠道上融合创新,在管理上规范引导。

关键词:乡村非遗;网络传承;文化

中图分类号:G122

文献标志码:A

文章编号:1672-626X(2021)05-0100-06

一、问题的提出

我国乡村在长期的历史发展过程中,积淀了丰厚的非物质文化遗产(以下简称“非遗”)。非遗既是世代传承的文化精华,也是当代生活的滋养和乡村振兴的依托。随着《非物质文化遗产保护法》的颁布及各项非遗保护政策、措施的推进,非遗也开始以各种形式走出原有社区、族群和行业,进入国家和地方的公共文化供给和文化产业供给体系之中^[1]。在传播渠道日趋多元的网络时代,为更好地挖掘、展示、传播和传承文化底蕴深厚的非遗,政府、企业、民众等都在积极探索和践行“互联网+文化”的网络传承。从政府来说,数字科技手段由20世纪末期作为展陈设计的一种辅助表现形式,逐步升级为吸引大众眼球的主要表现形式,可视化媒介、体验性展项以及“虚拟+现实”的场景在非遗展示中被大量应用^[2]。2017年国务院办公厅发布的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》中指出,要“综合运用互联网等各类载体,融通多媒体资源,创新表达方式,大力彰显中华文化魅力”。同年,国家互联网信息办公室网络新闻信息传播局启动了“文脉颂中华”非遗新媒体传播示范项目,开启了非遗网络传承的创新实践之路。2021年6月12日第十六个“文化和自然遗产日”,为营造非遗保护的浓厚社会氛围,传承弘扬中华优秀传统文化,在文化和旅游部、商务部、国家乡村振兴局的支持下,阿里巴巴、京东、抖音、中国手工艺网等多家平台联合举办线上“非遗购物节”,中国演出行业协会联合腾讯视频、爱奇艺、优酷、抖音、快手、哔哩哔哩、酷狗、微博8家网络平台共同举办“云游非遗·影像展”^[3],这些线上非遗宣传展示活动将“人民的非遗 人民共享”这一活动主题展现得丰富多彩,也将非遗的网络传承推上了又一个高峰。在乡村有着高渗透率的快手、抖音成为非遗最好的传播工具。根据快手

收稿日期:2021-05-19

基金项目:湖北省教育厅哲学社会科学基金项目(20Y142)

作者简介:邓小艳(1975-),女,土家族,湖北长阳人,湖北经济学院旅游与酒店管理学院副教授,法学博士,研究方向为民族文化旅游、遗产保护。

大数据研究院与快手非遗学院联合发布的《2020快手非遗生态报告》显示,截至2020年12月31日,快手国家级非遗项目覆盖率达96.3%^[4]。根据抖音发布的非遗数据报告显示,截至2021年6月10日,抖音平台上国家级非遗项目涵盖率达97.94%^[5]。越来越多的非遗传承人入驻快手和抖音平台,短视频和直播让非遗的触达更加广泛。另外,西瓜、头条等都纷纷构筑非遗的专属生存空间,许多散落在乡间田野的珍贵非遗技艺正在被记录和分享。从民众来说,根植于乡村生活的非遗以其朴实醇美的乡村特色,更是受到短视频爱好者的由衷偏爱,视频博主李子柒凭着对传统文化的初心与匠心,将美食、蜀绣、手工酱油、纸雕与皮影戏、弹棉花等各种传统技艺通过视频呈现得惟妙惟肖,圈粉无数;广西梧州的阿木爷爷(王德文)用朴实无华的一双手和坚韧执着的工匠精神,将中国卯榫结构技艺展示得淋漓尽致,火爆全网。

其实,今日之非遗的本质特性与特征是“活态遗产”,其中,“活”是关键,“活”具体是指活动、活性、活品、活现、活传^[6]。网络传承意味着乡村非遗从传统的“生存化和生活化”的“自享式”传承向“网络化和全球化”的“共享式”传承转变,有利于乡村文化在现代文明体系中找到自己的位置,得以复兴和重建^[7]。但网络传承是乡土传统文化在现实境遇下的创新选择,其中非遗展现方式、参观者的互动方式以及与当下环境勾连的形式均发生了较大的变化^[8]。因此,本文将结合我国乡村非遗网络传承实践开展的具体情况,对其赋能体现和实践策略做一些解读。

二、网络传承之于乡村非遗的多元赋能

(一)情感共鸣:唤醒文化记忆,慰藉文化乡愁

乡村非遗是民众长期生产、生活方式的积淀,以其特有的方式记载、传承了民众社会发展的轨迹,承载了丰富的乡土文化记忆,是连接地方与情感的重要纽带。在现代化背景下,随着熟悉场景的不断更替和逐步消失,以及传统生活方式的模糊和远去,推进乡村文化振兴战略成为防止乡土社会凋敝、传统文化衰落、乡愁记忆消解的重要举措^[9]。无论是乡村文化记忆馆、非遗博物馆等线下传承场所的打造,还是传承人入驻抖音、头条、新浪微博、央视频等平台对创作技艺的交流和传播,抑或非遗商家在阿里、京东、快手、淘宝、优酷、拼多多等电商平台对非遗商品的直播销售,都有助于唤醒更多人对这些绝迹于日常生活但又散发着泥土芬芳的“过去时光”的记忆。同时,后现代社会出现了空间弥散,世界变成了“地球村”,离散和迁移导致怀旧加剧,文化乡愁悄然兴起。而这种怀旧的终极对象是“家”、“家园”之“根”^{[10][7]}。历久弥新的乡村非遗作为家园遗产,是构筑乡愁的重要载体,是离散和迁移游子们的精神原乡。网络传承是将几近消失的乡村非遗内嵌在互联网环境下的再现与重构,有助于跨越时空重铸游子们的当代家园,在虚拟互动中激发文化认同和地方身份认同的情感力量,再次唤起和沉淀曾经熟悉的地方记忆,慰藉游子们的文化乡愁。

(二)载体培育:传递文化意义,拓展生存空间

随着城镇化的快速推进,乡村非遗赖以生存的文化环境逐渐改变与消失,被迫从“地方性场景”中剥离出来,以师徒相承、口传心授、现场创编为基础的传承模式被打破,空间成为重估这一文化实践的关键词^[11]。当社会发展到网络时代,非遗传承更不能离开数字化和网络手段^[12]。因此,契合网络文化消费新需求,为更多底蕴深厚的非遗资源创造与大众亲密接触的机会,构筑更加广阔的文化传承空间是应时之需。于是,在政府机构的推动干预下,越来越多的非遗从业者从默默无闻的手艺人转变为网络屏幕上的活跃者,“藏在闺中”的“指尖技艺”的展示、交流和传播,有助于借助新媒体、新技术和新传播形式,增加社会公众对非遗所体现和传递的“记忆与知识”的认知与了解,培育社会公众“应用、重塑和再创那些记忆与知识”的能力^{[10][73]}。新媒体的快捷传播缩短了手艺人和潜在传承人之间的距离,有助于将其核心用户即青年人群体培育成为文化传播和传承的载体。另外,非遗商品的网络展示与销售,有助于在生活日用与艺术欣赏之间开辟文化传播

的新路径,增加非遗的可见度和影响力,实现非遗作为一种生活的、生命的文化而永续传承。

(三)价值共享:促进价值转化,增强文化自信

近年来,乡村非遗日渐进入国家主导的“文化遗产化”和“遗产资本化”的话语实践体系中,但理性设计的“遗产化”保护和传承机制与民众日常生活世界渐行渐远^[13]。因此,只有立足于“见人见物见生活”的非遗传承理念,让非遗进入社会的共享系统,成为民众喜闻乐道的日常生活和精神享受,才能让文化的魅力在现代环境中熠熠生辉。由此,非遗网络综艺与短视频、非遗网络讲座与论坛、非遗商品网络直播与销售等网络传承方式,是借助新时代网络技术,赋予传统文化新的时代内涵和现代表达形式的创新实践,是融合网络文化规范与艺术的“中国故事”的现代化演绎和呈现,有助于突破非遗传承的时空限制,激发非遗活力,促进价值转化,更加生动立体地满足人民群众日益增长的精神文化需求,推动“指尖技艺”真正转化为“指尖经济”,提升民众对传统文化价值的认识 and 文化传承的责任感与自觉性,夯实文化传承的根基。如抖音“非遗合伙人计划”、快手“非遗带头人计划”等陆续推出,都有助于发掘非遗的文化和市场价值,既让非遗实现创新转化,也让传承人更加体面地生活。在这个几乎人人都有话语权的网络时代,非遗的网络传承实践更加契合移动端用户的伴随性,有助于更快、更广地构筑传播渠道,让更多人在关注、欣赏那些“原样再现”的民间乡土文化的同时,汲取传统文化的精髓,感知传统文化的时代魅力和风采,增强文化自信。

三、“他说”与“我说”:乡村非遗网络传承的两种实践策略

网络传承是传统文化记忆的当代位移,是非遗事项与互联网这一虚拟空间的共塑与共生。结合非遗网络传承实践的具体实际来看,主要表现为官方主流媒体的“他说”和新型社交媒体的“我说”两种实践策略,呈现出不同的实践逻辑。

(一)“他说”:高度程式化叙事策略+单向“传—受”模式

自非遗被纳入国家文化保护实践进程中,非遗的“国家性”想象、原生态价值、民间艺人的“传承人”责任就长久地占据了“非遗”叙事的核心^[12]。这种高度程式化的宏观叙事策略在政府主导的网络传承实践中依然占据主流,主要表现为政府运用官方主流媒体(如中国青年网、光明网、央视网等)、非遗官网、非遗专题或服务类微信公众号进行传播和传承,具体形式有非遗纪录片(如央视网的《传承》《中国手作》《手造中国》等)、非遗主题宣传活动(如“文脉颂中华·非物质文化遗产新媒体传播”主题活动、“非遗传承·健康生活”主题宣传展示系列活动、2021年“我们的中国梦·文化进万家”非遗线上展播活动等)、非遗扶贫项目的宣传和展示(如《人民日报》《南方周末》等媒体网络版对“侗族七仙女”的报道等)。“他说”实践承担着政府在新的时代条件下传承和弘扬中华优秀传统文化,激发全民族文化创新创造活力,助力实现中华民族伟大复兴的历史使命,主要聚焦于非遗正能量形象传播、非遗保护和传承发展成就展示、非遗传统技艺传授、非遗传承人匠人精神宣传、非遗教育与培训等,内容“中心化”特色鲜明,强调将乡村非遗作为一种培养群体认同的文化基因进入社会文化建构体系,将传统优秀文化的种子根植于广大民众内心,其中的文化元素不断地被过滤、筛选和沉淀,从而聚集在人们的心理结构和集体无意识中,无声地调节着人们的价值观念、思维和生活^[14]。非遗线上宣传与教育向校园和社区的拓展,有助于引导青少年身体力行,主动了解、热爱、传播和传承非遗,坚定文化自信。湖北省长江云新媒体集团创作的“文脉颂中华”系列视频,还邀请了在华生活过的外国年轻人参与拍摄,在国际传播和网络传播双重维度之下讲述中国非遗的传承故事,有助于让更多的中国元素走向世界、走向未来,向世界展现中国的大美、大善和大爱^[12]。但是“他说”实践在观察、选择、解读和表达非遗时都遵循着传递主流社会价值观的做法,强调以文化人作为传播主体,单纯的展示和讲解偏多。庄重严谨的宏大叙事框架和一板一眼的灌输是一种单向的“传—受”模式,较难让受众内心产生触动和共鸣,用户黏

性相对较差。

(二)“我说”:去程式化叙事策略+双向互动模式

“我说”实践主要是非遗传承人、从业人员与非遗爱好者,借助快手、抖音、西瓜、头条、斗鱼、咪咕、B站等从精英到草根都在场的新型交互性媒体进行自我发声的一种创新表达方式,主要采取“短视频+直播”的方式将原来存留于乡间田野、博物馆、文献典籍、传统节日表演之中的文化记忆通过数字技术和文化创意再现,实现多重连接和情感分享。短视频的长度一般不超过15分钟,其创作的低门槛、传播的碎片化、日常化与互动式的交流特质更加契合现代人在快节奏生活下信息生产与消费的需求^[15],以一种高效、时尚、鲜活的方式构建叙事框架,填补了传统媒体单向度传播的交往性缺失,增加了用户黏性,每个人都有可能成为文化遗产传承链条上的一个节点。目前,抖音非遗短视频的内容几乎涵盖了每一种非遗,抖音总裁张楠将抖音视作“非遗传承的视频版百科全书”^[16]。根据抖音发布的非遗数据报告显示,截至2021年6月10日,抖音平台上的国家级非遗项目相关视频数量超过1.4亿,在抖音“非遗合伙人计划”“看见手艺计划”等助力下,抖音上的非遗内容呈现爆发式增长,部分因时代变迁、多元文化冲击、后继无人等面临濒危境地的非遗通过抖音等短视频平台重新获得关注^[5]。非遗直播不仅可以向非遗爱好者传授技艺和推介产品,也可以增加受众的陪伴感、真实感,在共时界面上建立更为稳固和持久的关系。例如,快手用户“泥巴哥”朱付军,是河南浚县非遗泥塑技艺传承人,在自己成为坐拥474万粉丝的快手网红之后,从2018年至今,借助短视频的力量,帮助他所在的杨坨屯村100多位泥塑手艺人卖出泥塑作品10万件,销售额约120万元^[4]。“短视频+直播”是一种典型的去程式化的微观叙事策略,利用多维度的故事化、场景化塑造,虚拟舞台所设置的“我”与“他”的视频对视,促使每一个本真出镜的展演者,都对自己的文化生发出无与伦比的自豪和骄傲,形成强烈的文化认同与文化自信,并促使镜头外不同的文化背景者在凝视与交流中形成对非遗文化的共观、共情、共享^[17]。总之,“我说”实践通过“自我展演”建立精神链接,强化自我认同与文化认同;通过“对外展演”构建共通意义空间,建立起与外部世界的对话^[15]。但是“短视频+直播”的“我说”实践方式仍然存在一些问题,一是进入门槛低,信息良莠不齐,为提高点击率和关注度,有些缺乏深耕细作的快餐式传播容易停留在信息的表面上,对民族文化背后的生活故事、历史沉淀、发展脉络以及人性张力诠释不够;二是配套知识产权保护的法律法规相对滞后,短视频内容同质化现象较为严重,难以形成持久的吸引力,取关和掉粉现象经常出现;三是传播主体比较分散,单兵作战较多,缺乏专业团队的精细打磨。

四、乡村非遗网络传承的策略优化

网络为乡村非遗这一渐行渐远的农耕文化瑰宝构筑了传播和传承的新平台,但要真正做到抖音总裁张楠所说的“对抗遗忘,对抗遗失”^[16],还需要把握网络媒介的运行特点和规律,契合网络受众的心理诉求,在实践策略上加以优化。

(一)内容上:加强深耕细作,提升传承品质

乡村非遗的网络传承不只是文化符号碎片化、表层化的展示和传递,而是要让文化精粹和网络受众建立起深层次的精神连接与情感互动,因此需要在内容上加强深耕细作,提升传承品质。首先,内容要聚焦,凝练非遗最精华最本真的要素。官方主流媒体的宏大叙事一般聚焦于家国情怀的立意表达和博大精深的内涵阐释,或用纪录片从容铺开非遗背后的真人真事,让受众了解非遗厚重的文化底蕴,感悟匠心独运的风采;或用非遗主题宣传展播系列活动,展现非遗薪火绵延的魅力和非遗保护与传承、非遗助力乡村振兴的实践成果,让受众感受浓厚的非遗保护氛围,提高参与非遗保护和传承的积极性。社交媒体的微观叙事一般聚焦于非遗技艺本身,或通过技艺展示,让受众了解历史渊源和工艺流程;或通过故事讲述,让受众感悟传承人的坚守品质与淳朴情怀;或通过场景模拟再现,让受众沉浸于观赏体验和情感共鸣。无论宏大叙事还

是微观叙事,都需要凝练主题,对内容精益求精,采取故事化铺陈方式,娓娓道来,由表及里,充分彰显与释放其文化内核,与受众达到情感共振、心灵相通、精神相融。其次,内容要根植于生活,生动有趣。乡村非遗最典型的特征就是与民众生活水乳交融,因此非遗网络传承需要将其文化元素与民众的日常生活结合起来,尊重移动端网友的媒体视听习惯和话语体系,有温度、有质感地贴近社情民意,融于当代生活,让受众身临其境,感受其间,去领悟非遗那份原生态的纯真与醇厚。如李子柒的短视频就充满了人间烟火味道和农村乡土气息,在叙事上回归真实、回归平凡、回归生活、回归自然,让烹饪美食、酿酒、做梯子、编背篓等传统工艺融于一个个轻灵美好的场景中,活色生香,直抵人心,唤起受众对乡村传统文化的认同感。央视评论李子柒的视频:“没有一个字说中国好,但是讲好了中国故事”。

(二)渠道上:加强融合创新,构筑传承合力

乡村非遗的网络传承是一项浩大工程,各个平台单兵作战的做法很难形成整体传播攻势,因此需要树立系统思维,在渠道上加强融合创新,构筑传承合力。首先,强化非遗相关部门与官方主流网络媒体及其他文化网络平台的合作,讲好非遗故事,做好非遗宣传和教育,扩大非遗的社会影响力。2017年,光明网率先和中国移动咪咕文化联合推出了“致·非遗敬·匠心”第一季非物质文化遗产大型传播项目,综合利用移动直播、视频短片、纪录片等媒体手段,全方位、立体式地呈现非遗项目蕴含的文化内涵与精神价值,有效传播覆盖用户量达9000余万^[18]。其次,加强地方文化部门微信公众号、微信小程序、网站平台的构建与联动,并开拓与抖音、快手、今日头条、百家号、爱奇艺、西瓜视频等渠道之间更多的互动与合作,充分发挥新型社交媒体的亲民优势,助力非遗变得富有生活情趣和时尚气息,比如抖音上川剧变脸“我‘变脸’比翻书还快”、皮影戏“皮一下很开心”等,培育更多的非遗关注者、追随者和创新者,从而更大范围地实现乡村非遗的文化和市场价值。最后,加强非遗线上传播平台和线下体验基地的融合。一般而言,非遗短视频的点赞量多于评论量和转发量,可见受众对“云端”非遗的体验大多还处于相对表层的认知,这就需要与非遗线下体验基地,如非遗体验馆、非遗就业工坊、非遗传习基地等加强合作,定期举行一些诸如品鉴非遗美食、欣赏非遗表演、体验非遗课堂等活动,既激发受众的探索热情和认知需求,也让受众近距离感受到非遗文化的美妙与乐趣,在浓厚文化氛围的浸润和熏陶中,增加对非遗的感性认识和体悟,从而提高保护和传承非遗的意识。

(三)管理上:加强规范引导,延展传承效果

乡村非遗网络传承是一项“摸着石头过河”的探索性实践,难免碰到这样那样的问题,因此需要相关部门在强化自身新媒体思维的同时,在管理上加强规范和引导,遵从非遗传承的伦理原则,延展传承效果。首先,加强对相关网络平台的管理与整合,营造更好的网络文化生态环境。目前非遗短视频的运营中,有些媒体机构看重的是非遗这块蛋糕的商业价值,在其运营中更多考虑的是能否打通商业变现链条,对非遗文化价值的重视不够。为兼具网络流量和文化含量,需要政府发挥主导作用,建立一整套规范的网络平台运营和管控机制,以保证非遗短视频的质量,提高传播的影响力和传承效果。其次,加强对非遗从业者、传承人和爱好者的培训和引导,规范构建非遗产业化传承空间。一方面,在政府的扶持和规制下,在抖音、快手等专业平台的支持下,帮助非遗传承人提升媒体素养以及内容策划、网络运营和推广非遗的能力,既让内容能够契合网络平台运营的专业性需求,又能契合受众的偏好需求和行为模式,促使非遗更好地传播和传承。例如,海南省文旅厅、省委宣传部在2020年8月举办非遗传承人培训班期间,就邀请了字节跳动公司相关负责人对传承人进行抖音运营、视频拍摄等方面的专题培训,帮助传承人在学会使用抖音记录、传播自己技艺和作品的同时,挖掘非遗更多的文化和市场价值,从而取得更好的物质回报。另一方面,引导和规范非遗传习基地、非遗就业工坊的从业人员,利用微信组建网络空间社群,让更多的非遗爱好者在网络上集聚,开展线上非遗技艺学习和交流、非遗产品推广和销售,加强乡村非遗产业化团队建设,规模有序地推动乡村非遗实现产业化传承。如广西三江侗族自治县独峒镇唐朝村建起“侗娘手工坊”,在政府的推动和引导下,一些传承人将百余名留守妇女抱团,通过微信建立网络空间社群,组织侗绣线上生产销售网络,不仅绣出了生活

新希望,而且推动了侗族刺绣、织锦等产业化开发和传承。

五、结语

任何一种文化,如果没有传承就会走向消亡,如果没有创新就会缺乏活力。2021年1月,中共中央、国务院发布的《关于全面推进乡村振兴 加快农业农村现代化的意见》指出,要“深入挖掘、继承创新优秀传统乡土文化,把保护传承和开发利用结合起来,赋予中华农耕文明新的时代内涵”。乡村非遗作为乡土文化的重要组成部分,在信息传播日趋网络化、即时化、多元化的今天,网络传承是其融入现代生活、拓展传承空间、实现价值衍生、助力乡村文化振兴的创新实践方式,是不断赋予时代内涵、丰富表现形式、立足传统又超越传统的话语叙事形态。在互联网平台上,声音、文字、影像、超文本链接、云技术等,可以承载着非遗的内容遍地传扬,能让更多人停下匆匆的脚步,带着一份温情与敬意,透过屏幕回望过去、重温传统,把魂牵梦萦的文化乡愁升华成虔诚守望的文化信仰,自觉做传统文化的“守夜人”^[9]。但非遗网络传承还需要相关主体开展多元对话,在秉承传统、不失其本的基础上,融合聚力,保质提效,优化环境,才能走得更远。

参考文献:

- [1] 宋俊华.基于供给侧结构性改革的非遗保护机制创新[J].文化遗产,2016,(4):57-64.
- [2] 杨红,张烈.非物质文化遗产实体展示空间中的数字化应用[J].遗产与保护研究,2016,1(5):16-20.
- [3] 常宁.2021年“文化和自然遗产日”非遗宣传展示活动主题为“人民的非遗 人民共享”[EB/OL].http://www.xinhuanet.com/culture/2021-05/28/c_1127502386.htm,2021-05-28.
- [4] 罗攀.2020快手非遗生态报告:国家级非遗项目覆盖率达96.3%[EB/OL].<http://www.chinanews.com/business/2021/01-08/9381907.shtml>,2021-01-08.
- [5] 李建滨.抖音发布非遗数据报告:过去一年相关视频数量增长188%[EB/OL].http://www.cnr.cn/iswzg/gdxw/20210611/t20210611_525510997.shtml,2021-06-11.
- [6] 彭兆荣.生生遗续代代相承:中国非物质文化遗产体系研究[M].北京:北京大学出版社,2018:178.
- [7] 黄永林.乡村文化振兴与非物质文化遗产的保护利用——基于乡村发展相关数据的分析[J].文化遗产,2019,(3):1-12.
- [8] 毛远逸.形象再现、视觉展演和具身实践:在线数字博物馆的文化记忆建构[J].社会科学前沿,2019,8(7):1157-1161.
- [9] 陆大道.留住乡愁是以人为中心的新型城镇化的显著特色——评刘沛林新著《留住乡愁》[J].地理学报,2017,72(10):1920.
- [10] 彭兆荣.文化遗产学十讲[M].昆明:云南教育出版社,2012.
- [11] 刘依.“抖擻传统”之“抖”:非遗的短视频传播[J].文化遗产,2020,(5):17-23.
- [12] 李贞.网络时代非遗传承:“互联网+”激活非遗生命力[N/OL].人民日报海外版,http://cul.china.com.cn/2020-01/24/content_41043504.htm,2020-01-24.
- [13] 姚磊.地方戏传承的场域变迁与实践选择[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2020,37(2):28-34.
- [14] 阮艳萍.文化遗产传承中的数字受众[J].武汉理工大学学报(社会科学版),2012,(4):584-591.
- [15] 栾轶玫,张杏.“多元传播”赋能的非遗扶贫新模式——以脱贫网红贵州“侗族七仙女”为例[J].云南社会科学,2020,(5):140-148.
- [16] 抖音非遗大数据:年轻人对非遗点赞64.8亿次[EB/OL].“抖音短视频”微信公众号,http://www.ihchina.cn/luntan_details/22230.html,2020-06-12.
- [17] 郑茜.重启与再造:2020年民族文化现象评析[N/OL].“中国民族报”微信公众号,http://www.ihchina.cn/luntan_details/22230.html,2021-01-12.
- [18] 彭扬.光明网、咪咕文化联合推出第二季非遗传播项目[EB/OL].http://feiyi.gmw.cn/2018-04/13/content_28311157.htm,2018-04-13.
- [19] 曲云进.记住“文化乡愁”[N/OL].中国教育报,http://www.jyb.cn/rmtzgjyb/201903/t20190302_214803.html,2019-03-02.

(责任编辑:卢君)