

关于大学生群体视域下中国非物质文化遗产传播策略的研究

杨灿 肖玲^(通讯作者)

长沙医学院, 湖南长沙, 410219;

摘要: 非物质文化遗产作为中华民族的文化瑰宝, 承载着民族精神特质、思维方式以及生活智慧。大学生作为青年群体的核心力量, 既具备文化传承的使命感, 又拥有创新能力, 其对非物质文化遗产的认知深度与参与程度, 直接关乎非物质文化遗产能否实现当代活态传承与创造性转化。本文立足于非物质文化遗产传播的现实背景, 从大学生了解非物质文化遗产的重要性着手, 剖析非物质文化遗产在大学生群体中传播所面临的多重困境, 结合理论与实践探索, 提出具有针对性的传播策略, 为非物质文化遗产在大学生群体中的有效传播提供理论支撑与实践路径。

关键词: 大学生群体; 中国非物质文化遗产; 传播策略

DOI: 10.69979/3029-2735.26.05.091

引言

非物质文化遗产是中华民族在漫长历史演进过程中所创造并传承至今的宝贵文化资产, 它蕴含着民族的精神内核、价值观念与生活智慧, 是中华优秀传统文化的重要组成部分, 也是维系民族情感、传承民族文化脉络的关键媒介。在全球化与现代化加速推进的时代背景下, 多元文化思潮相互交织, 传统文化的存续与传播面临着前所未有的机遇与挑战。部分非物质文化遗产项目因传播方式滞后、受众群体断层等问题, 陷入传承动力不足、社会知晓度降低的困境。

大学生作为青年群体的核心力量, 拥有较高的文化素养、活跃的创新思维、较强的学习能力以及广泛的社交影响力, 是非物质文化遗产当代传承的关键主体和创新转化的重要推动力量。他们对非物质文化遗产的认知水平、接纳态度和参与意愿, 直接影响着非物质文化遗产能否突破传统传播障碍, 实现活态传承与创新性发展。当前, 非物质文化遗产在大学生群体中的传播仍面临高校教育供给不足、内容形式缺乏吸引力、青年认知存在偏差等现实难题, 难以充分激发大学生对非物质文化遗产的认同与参与热情。

基于此, 本文立足于非物质文化遗产传播的现实情境, 结合大学生群体的特征与需求, 系统剖析非物质文化遗产在大学生群体中传播的重要价值和现存困境, 并从教育体系、传播模式、产业融合、调研优化等维度提出针对性的传播策略, 旨在为非物质文化遗产在青年群体中的有效传播、活态传承与创新提供理论参考和实践路径, 推动中华优秀传统文化在新时代焕发出生机与活力。

1 大学生了解非物质文化遗产的重要性

1.1 助力文化遗产保护

非遗是历史文化沉淀的珍贵遗存, 是通往过去的窗口, 承载特定时期的社会生活、审美意趣与技艺智慧^[1]。如中国剪纸, 起源于汉代, 经千年发展, 手艺人以剪、刻刀为工具在纸上创作出精美纹样, 凝聚古人对生活的观察与艺术创造。大学生文化素养高、学习能力强, 深入了解非遗的历史渊源、技艺价值与文化内涵后, 能从内心认识其珍贵性。这种认知会转化为保护动力, 推动他们主动参与非遗保护, 在一定程度上防止这些文化遗产在快节奏现代生活中被遗忘或失传。

1.2 传承文化精髓

非遗是人类文化多样性与丰富性的集中体现, 不同的非遗项目从不同维度展现了中华民族的文化精髓^[2]。龙舞作为中国传统文化中极具代表性的舞蹈形式, 以龙的形象为道具, 在鼓乐的伴奏下进行表演, 动作矫健、气势恢宏, 充满了浓厚的民俗文化气息, 是中国民间舞蹈中的瑰宝, 体现了中华民族对龙的崇拜与对美好生活的向往。大学生通过接触、学习这些非遗项目, 能够触摸到文化的根脉, 理解其中蕴含的民族精神与审美情趣。在传承过程中, 他们不仅是技艺的继承者, 更是文化精髓的传递者, 能够将这些文化精髓不断延续下去, 让后代也能感受到中华民族文化的独特魅力, 使文化的基因得以代代相传。

1.3 促进文化交流与创新

从文化交流层面来看, 非遗作为民族文化的重要标识, 是对外文化交流的优质载体。当大学生深入了解非

遗后,在与不同文化背景的人进行交流时,能够以非遗为切入点,讲述中国故事,展现中国文化的独特魅力,从而促进不同文化之间的交流与理解,增进国际间的友谊与合作。从文化创新层面而言,大学生思维活跃、具有丰富的创造力,具备将非遗与现代文化元素融合的能力。他们可以将非遗元素融入到现代文创产品的设计当中,如将剪纸纹样应用于文具、服饰、家居用品等的设计,让非遗以更贴近现代生活的方式呈现^[3]。

2 非物质文化遗产在大学生群体下传播面临的困难

2.1 高校非遗教育存在短板

高校作为人才培养重地,本应在非遗传播中起关键作用,但目前多数高校对非遗文化教育重视不足^[4]。

一方面,教育资源匮乏,缺乏系统非遗课程体系。高校开设的非遗相关课程数量少、覆盖面窄,且多为选修,未形成从基础认知到深入实践的完整课程链条。另一方面,师资力量薄弱。非遗传承需兼具专业技艺与教学能力的师资,但高校中这类教师极少,多数非遗课程由缺乏实际操作经验的文化理论类教师授课,无法提供专业技艺指导,教学效果欠佳。此外,高校非遗相关讲座、实践活动稀少,学生缺少与传承人交流及亲身体验非遗技艺的机会,难以全面深入认知非遗。

2.2 传播内容与形式缺乏吸引力

当前非遗传播在内容与形式上,均与大学生需求脱节。内容上,多聚焦历史溯源和工艺流程,风格严肃枯燥,与大学生追求的“轻量化”“互动性”“趣味性”不符。大学生生活学习节奏快,更易接受简洁有吸引力的信息,过于学术化、理论化的非遗内容难以引发其兴趣。形式上,非遗传播仍依赖线下展览、纸质宣传册等传统渠道,对抖音、B站、小红书等大学生常用新媒体平台利用不足^[5]。即便有线上传播,内容也多为碎片化片段,缺乏系统化、IP化内容矩阵。如抖音上的非遗视频,多是单个技艺的短暂展示,未形成系列,难持续吸引关注,也无法让大学生全面了解非遗内涵与价值。

2.3 大学生对非遗认知存在偏差

部分大学生受现代文化冲击,将非遗等同于“老旧、过时的文化”,认为其与现代生活格格不入。在他们的认知中,非遗属于过去的产物,无法满足现代社会的需求,因而对非遗缺乏关注与兴趣。还有一些大学生虽然知道非遗的存在,但因缺乏亲身体验的机会,对非遗的认知仅停留在抽象的概念层面,没有真正理解非遗的价值与魅力,难以产生情感共鸣与参与意愿。这种认知偏

差极大地阻碍了非遗在大学生群体中的传播与传承。

3 大学生群体下非物质文化遗产传播的策略

3.1 完善高校非遗教育体系

3.1.1 开设系统非遗课程并纳入学分体系

高校应结合自身资源与地域特色,开设多样非遗课程,并纳入学分体系,设为必修或选修,要求学生按兴趣选修相应学分。同时需构建“基础理论+实践操作”课程体系,二者占比4:6。基础课介绍非遗历史与文化内涵,实践课由非遗传承人或专业教师指导操作,助力学生全面深入学习非遗。

3.1.2 丰富非遗教育活动

高校应定期邀请非遗传承人、专家学者进校园,开展讲座、工作坊、展演等活动:讲座中传承人分享传承故事,工作坊里学生在其指导下动手体验剪纸、皮影制作等技艺,展演则让学生直观感受非遗艺术魅力。此外,高校可组织非遗研学实践活动,分批带学生走进非遗传承地,了解其生存现状与传承困境,以增强学生实践能力及对非遗的情感认同。

3.2 创新传播内容与形式

3.2.1 非遗内容的创新

(1) 将非遗融入文创当中

充分挖掘非遗元素,将其与现代文创产品设计相结合。例如,提取剪纸中的吉祥纹样,设计成书签、笔记本封面、手机壳等文创产品;将皮影戏中的人物制作成玩偶、钥匙扣等。这些文创产品既具有实用价值,又能成为传播非遗文化的重要载体,满足大学生对个性化、文化性以及创意性物品的需求。

(2) 将非遗融入动画当中

借鉴动画电影的成功经验,制作以非遗文化为主题的动画视频。运用现代动画技术,将非遗的历史故事、工艺流程等以生动、形象的动画形式呈现出来。比如,制作关于篆刻艺术发展历程的动画短片,展示从古代印章制作到现代篆刻艺术创新的过程。

(3) 将非遗融入游戏当中

开发包含非遗元素的游戏,让大学生在玩游戏的过程中了解非遗。例如,设计一款解谜游戏,游戏场景设定为非遗传承工坊,玩家需要通过完成与非遗技艺相关的任务(如根据提示剪纸、拼接皮影部件等)来推进剧情,在游戏中学习非遗知识与技艺。

3.2.2 非遗形式的创新

(1) 通过短视频平台传播非遗

在抖音、B站等短视频平台注册非遗传播账号,结合网络热点定期发布非遗相关短视频。内容包括非遗技

艺展示、非遗传承人采访、非遗文创产品推荐、邀请明星宣传非遗等。同时,开展线上互动活动,如发起“大学生非遗技艺挑战”话题,鼓励大学生模仿非遗技艺并拍摄视频上传,对优秀作品进行奖励。

(2) 通过直播平台传播非遗

通过直播形式,展示非遗制作过程、非遗展演活动等。邀请非遗传承人进行直播,现场演示非遗技艺,与观众实时互动,解答观众关于非遗的问题。例如,直播剪纸传承人创作一幅复杂剪纸作品的全过程,讲解每一步的技巧与寓意;或者直播一场皮影戏演出,在演出间隙邀请皮影艺人介绍影偶制作、表演技巧等知识。

(3) 通过综艺节目传播非遗

某导演可制作非遗综艺节目,节目拍摄前鼓励非遗保护专业大学生、研究生报名,考核通过者参与两月录制;邀请非遗传承人任评委与导师,李子柒、九月等非遗网红任观察员及助教,沈月、迪丽热巴等当红明星任助理或观察员。大学生喜爱有偶像参与的综艺,通过综艺与非遗融合,能有效向大学生群体传播中国非遗。

3.3 推动非遗与商业、文旅融合

3.3.1 将非遗与商业融合

(1) 打造非遗文创品牌

整合非遗资源,打造具有影响力的非遗文创品牌。品牌可以涵盖多种非遗文创产品,统一品牌形象与质量标准。通过品牌化运营,提升非遗文创产品的市场认可度与附加值,邀请李子柒或当红明星作为品牌代言人,吸引大学生购买与传播。

(2) 拓展销售渠道

除了在实体店铺销售非遗文创产品外,充分利用电商平台(如淘宝、拼多多、抖音电商等)进行线上销售。开设非遗文创官方旗舰店,进行产品展示、介绍、销售与售后服务。同时,借助直播带货、短视频营销等方式,提升产品销量与品牌知名度。

3.3.2 将非遗与文旅融合

(1) 建设非遗特色景区

在有条件的地区,建设以非遗为主题的特色景区。景区内设置非遗展示区、体验区、表演区、打卡区等。展示区陈列各类非遗展品,介绍非遗历史与文化;体验区提供非遗技艺体验项目,如剪纸体验、皮影制作体验等;表演区定期开展非遗展演活动,如皮影戏表演、龙舞表演等。大学生可以在景区内全方位感受非遗文化,增强对非遗的体验感与认同感。

(2) 开发非遗主题旅游线路

设计包含多个非遗景点的旅游线路,将非遗传承地、非遗博物馆、非遗体验店等串联起来。例如,推出“江

南非遗之旅”线路,涵盖苏州剪纸、无锡泥人、杭州丝绸等非遗项目的体验与参观。组织大学生参与这些旅游线路,让他们在旅行中深入了解不同地区的非遗文化。

3.4 扩大调查范围,增强传播针对性

目前针对大学生非遗认知的调查多局限于部分高校(如长沙医学院等),调查范围较窄,结果的普适性不足。为了更全面地了解大学生对非遗的认知情况、兴趣点与需求,应扩大调查范围,与大学城不同学校开展合作。设计科学、全面的调查问卷,涵盖大学生对非遗的认知程度、接触渠道、兴趣方向、参与意愿等方面的内容。通过线上与线下相结合的方式发放调查问卷,对回收的问卷进行深入分析,总结大学生对非遗的认知特点与需求,从而制定更具针对性的传播策略,提高非遗传播的准确性与有效性。

4 结语

非物质文化遗产是中华民族文化认同、国家统一和民族复兴的关键精神纽带与重要文化基石。本文立足于非物质文化遗产传播的现实状况,阐明了大学生了解非物质文化遗产的重大意义,深入分析了非物质文化遗产在大学生群体中传播时所遭遇的诸多难题。在此基础上,结合理论研究与实践探索,提出了具有针对性的传播策略,旨在为非物质文化遗产在大学生群体中的有效传播提供理论支撑与实践路径。

参考文献

- [1] 王文章. 非物质文化遗产保护前沿话题[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2015.
- [2] 向云驹. 非物质文化遗产学论[M]. 北京: 民族出版社, 2013.
- [3] 吴文科. 非物质文化遗产保护的理论与实践[J]. 西北民族研究, 2006(03): 139-146.
- [4] 李昕桐. 高校非物质文化遗产教育的现状与对策[J]. 文化创新比较研究, 2020, 4(12): 173-175.
- [5] 朱以青. 非物质文化遗产的数字化保护与传播[J]. 编辑之友, 2014(09): 27-30.

作者简介: 杨灿(2003.06-), 女, 汉族, 湖南邵阳, 本科, 主要研究方向: 文化传播, 非遗文化。

通讯作者: 肖玲(1985.11-), 女, 汉族, 湖南益阳, 研究生, 副教授, 主要研究方向: 认知语言学。

课题名称: 长医学[2024]34号[153]+2024年度湖南省大学生创新训练计划一般项目+大学生群体下的中国非物质文化遗产传播策略研究。