

数字文旅专业系列教材 · 教学课件

文化遗产保护概论——非遗数字化与文物数字典藏

第 8 章 文化遗产数字化传播与公众参与

授课对象：安顺学院旅游管理学院 · 旅游管理专业本科生

主讲：祝刚

本章导览

- 8.1 文化遗产数字化传播理论
- 8.2 社交媒体与文化遗产传播
- 8.3 公众参与模式
- 8.4 数字包容与可及性
- 8.5 传播效果评估
- 知识卡片
- 8.6 文化遗产数字化传播的实践案例分析
- 8.7 数字鸿沟与文化遗产传播公平性
- 8.8 文化遗产数字化传播的效果评估
- 8.9 社交媒体时代的文化遗产传播策略
- 8.10 文化遗产数字化传播的伦理维度
- 8.11 文化遗产数字化传播的跨文化维度
- 8.6 跨媒介叙事与文化遗产的多平台传播策略
- 8.7 参与式文化遗产保护的理论与实践

- 1. 识记：跨媒介叙事理论、参与式文化理论和数字传播的核心概念
- 2. 理解：社交媒体、众包和社区参与在文化遗产传播中的作用机制
- 3. 应用：设计一个基于社交媒体的文化遗产数字化传播方案
- 4. 分析：分析数字鸿沟对文化遗产可及性的影响及应对策略
- 5. 评价：评估文化遗产数字化传播效果的方法与指标
- 6. 创造：设计一个面向社区居民的非遗众包记录项目方案

- ELSicilia 是一个基于 izi.TRAVEL 平台的参与式叙事项目，旨在通过众包方式让当地社区参与西西里岛文化遗产故事的创作和传播。
- Bonacini 等人在分析该项目时指出，参与式叙事使文化遗产传播从机构主导的 " 自上而下 " 模式转向社区参与的 " 自下而上 " 模式，公众不再是被动的信息接收者，
- 而是文化遗产故事的共同创作者。

01

8.1 文化遗产数字化传播理论

8.1.1 跨媒介叙事理论

- 跨媒介叙事 (Transmedia Narrative) 是指故事在多个媒介平台上展开，每个平台贡献独特的内容片段，共同构成完整的故事世界。
- Basaraba 在研究中指出，GLAM(画廊、图书馆、档案馆、博物馆) 机构越来越多地利用社交网络与公众沟通遗产信息，跨媒介叙事为文化遗产传播提供了新的理论框架。

8.1.2 参与式文化理论

- 参与式文化 (Participatory Culture) 理论由 Jenkins 提出，强调数字媒体使受众从消费者转变为参与者。
- 在文化遗产领域，参与式文化体现为公众参与遗产记录、解读和传播的各种实践。Díaz 等人在研究增强展览促进文化遗产地参与式文化时指出，数字增强展览能够培养公众对文化遗产的参与式文化。

8.1.3 数字传播与公众考古学

- 公众考古学 (Public Archaeology) 强调考古遗产的公众价值和社区参与。数字传播技术为公众考古学提供了新工具——社交媒体、虚拟展览和在线课程使考古知识突破学术圈层，触达广泛公众。
- Trapp 等人在研究科隆古罗马遗产的公共空间传播时指出，数字文化遗产在公共空间中的传播能够突破博物馆的物理边界，使遗产融入日常生活。

02

8.2 社交媒体与文化遗产传播

8.2.1 社交媒体传播策略

- 社交媒体已成为文化遗产传播的核心渠道。
- 有效的传播策略包括：内容策略 (故事化叙事、视觉吸引力、情感共鸣)、平台策略 (根据不同平台特征定制内容)、互动策略 (鼓励用户评论、分享和创作) 和数据策略 (基于数据分析优化传播)。
- 丁晗雪和李湛在研究博物馆云展览的文化参与时指出，基于妮娜 · 西蒙的 " 参与式博物馆 " 理论，博物馆云展览构建了文化遗产在虚拟空间的双向参与、多向传播和共同诠释的可能性框架。

8.2.2 用户生成内容 (UGC) 与文化遗产

- 用户生成内容 (User-Generated Content, UGC) 是社交媒体时代文化遗产传播的重要形式。游客的参观照片、体验分享和二次创作都是文化遗产 UGC 的表现形式。
- Constantinidis 在研究众包文化时指出，文化遗产领域的众包需要妥善处理隐私和知识产权等伦理法律问题。

8.2.3 短视频与文化遗产传播

- 短视频平台 (如抖音、快手、 TikTok) 已成为文化遗产传播的重要新渠道。
- 朱迎雪在研究传统艺术非遗的数字传播策略时指出，社交媒体和数字技术为非遗传播开辟了新路径，使传统文化以更年轻化、更碎片化的方式触达 Z 世代受众。

03

8.3 公众参与模式

8.3.1 众包 (Crowdsourcing) 与文化遗产

- 众包是文化遗产机构利用公众力量完成特定任务的模式，常见类型包括：转录众包 (请公众转录手写文档)、标注众包 (请公众为图像添加标签)、翻译众包和地理定位众包。
- Tricarico 等人在研究意大利内陆地区非遗众包时提出了一个概念框架，将众包与区域发展联系起来。

8.3.2 社区参与式遗产保护

- 社区参与是非遗保护的核心原则。2003 年公约强调社区在非遗认定、记录和保护中的主体地位。
- Tricarico 等人的研究表明，众包式非遗记录能够将社区参与从被动的 " 信息提供 " 提升为主动的 " 知识共创 "。

8.3.3 志愿者与公民科学

- 公民科学 (Citizen Science) 是公众参与文化遗产研究的新模式。
- 通过在线平台，公众可以参与文物分类、遗址识别和历史文献转录等研究任务，既扩大了研究的人力资源，也提升了公众的文化遗产意识。

04

8.4 数字包容与可及性

8.4.1 数字鸿沟与文化遗产

- 数字鸿沟 (Digital Divide) 是文化遗产数字化传播面临的重大挑战。
- Taylor 和 Gibson 指出，数字化互动和社交媒体虽然拓展了遗产的可及性，但技术门槛、设备差异和网络条件等因素形成了新的民主化障碍。
- Pavlova 等人在研究电子治理视角下的文化遗产时指出，数字化使虚拟博物馆和数字图书馆的创建成为可能，但同时也加剧了数字鸿沟问题。

8.4.2 无障碍设计

- 无障碍设计 (Accessible Design) 确保文化遗产数字资源对不同能力群体的可及性。
- Montusiewicz 等人探索了利用 3D 打印技术为视障人士制作文化遗产对象的触觉模型，展示了数字化技术对特殊群体文化参与权的促进。

8.4.3 面向特殊群体的文化遗产数字化

- 面向老年群体 (数字技能不足)、残障群体 (感知能力受限) 和边缘社区 (网络条件差) 的文化遗产数字化需要采用差异化策略。

05

8.5 传播效果评估

8.5.1 评估指标体系

- 文化遗产数字化传播效果的评估指标包括：覆盖指标（访问量、用户数、地域分布）、参与指标（停留时间、互动率、分享率）、学习指标（知识获取、态度改变）和影响指标（行为改变、社区参与）。

8.5.2 数据驱动的方法

- 数据驱动的传播评估利用网站分析、社交媒体分析和用户行为追踪等手段，实时监测传播效果并动态调整策略。
- Wang 和 Meng 在研究博物馆数字化的公众参与时提出了访客认知认同、技术中介、文化象征和公众参与的四维模型。

8.5.3 案例评估与分析

- 贺艳等人在分析 " 重返 · 西洋楼 " 沉浸交互秀时，从内容策划、体验设计和空间设计三个维度评估了文化遗产数字化传播的效果。

06

知识卡片

知识卡片

- 知识卡片 8-1：文化遗产众包的四种类型 | 类型 | 任务描述 | 代表项目 ||-----|-----|-----|| 转录众包 | 手写文档数字化转录 | 英国图书
- 馆手稿项目 || 标注众包 | 为图像添加描述标签 | Smithsonian Transcription Center || 翻译众包 | 多语言翻译 | Europeana Tran
- slate || 地理定位众包 | 历史照片地理标注 | Historypin |

07

8.6 文化遗产数字化传播的实践案例分析

8.6.1 案例一： " 云游敦煌 " 小程序的传播创新

- " 云游敦煌 " 微信小程序是文化遗产数字化传播的标志性案例。
- 该小程序由敦煌研究院与腾讯合作开发，将敦煌壁画的高清数字图像、专家解说和互动体验整合到微信生态中，用户可以在手机上随时随地 " 云游 " 敦煌。
- 朱迎雪在研究传统艺术非遗的数字传播策略时指出，社交媒体和数字技术为非遗传播开辟了新路径，使传统文化以更年轻化、更碎片化的方式触达 Z 世代受众。
- " 云游敦煌 " 的传播创新体现在三个层面：渠道创新——依托微信的社交传播机制，实现 " 人传人 " 的病毒式传播；内容创新——将学术性较强的敦煌文化内容转化为通俗易懂、视觉吸引力强的数字内容；
- 互动创新——通过答题、DIY 壁画、有声剧等互动形式增强用户参与度。

8.6.2

- 案例二： #iziTRAVELSicilia 的参与式叙事 #iziTRAVELSicilia 项目是基于 izi.TRAVEL 平台的参与式叙事实践。
- Bonacini 等人在分析该项目时指出，参与式叙事使文化遗产传播从机构主导的 " 自上而下 " 模式转向社区参与的 " 自下而上 " 模式。
- 该项目邀请当地社区居民创作和录制文化遗产故事，通过 izi.TRAVEL 平台向游客提供基于位置的音频导览。
- 这一模式的创新在于：内容创作者不再是博物馆工作人员，而是当地社区的普通居民，他们的个人记忆和地方知识成为文化遗产叙事的重要组成部分。

8.6.3 案例三：科隆古罗马遗产的公共空间传播

- Trapp 等人在研究科隆古罗马遗产的公共空间传播时展示了一种不同的传播模式——将数字文化遗产融入城市公共空间。
- 在科隆市中心的大教堂广场，通过 AR 技术将古罗马遗迹的虚拟重建叠加到现代城市景观上，行人在日常生活中即可 " 看到 " 两千年前的古罗马建筑。
- 这一实践将文化遗产传播从 " 进入博物馆 " 转变为 " 博物馆进入生活 "，大大拓展了文化遗产的触达范围。

08

8.7 数字鸿沟与文化遗产传播公平性

8.7.1 数字鸿沟的三个层次

- 文化遗产数字化传播面临的数字鸿沟可以分为三个层次：接入鸿沟（网络和设备条件的差异）、技能鸿沟（数字素养和技术能力的差异）和内容鸿沟（数字内容对不同语言和文化的覆盖差异）。
- Taylor 和 Gibson 指出，数字化互动虽然拓展了遗产的可及性，但技术门槛、设备差异和网络条件等因素形成了新的民主化障碍。

8.7.2 弥合数字鸿沟的策略

- 弥合数字鸿沟需要多维度策略：技术层面——开发低带宽、离线可用的数字产品，确保网络条件差的地区也能访问；教育层面——开展数字素养培训，帮助弱势群体掌握数字技能；
- 内容层面——增加少数民族语言和方言的文化遗产数字内容；政策层面——将文化遗产数字化纳入公共文化服务体系，确保公平获取。

8.7.3 无障碍设计实践

- Montusiewicz 等人探索了利用 3D 打印技术为视障人士制作文化遗产对象的触觉模型。
- 这一实践展示了数字化技术对特殊群体文化参与权的促进——通过 3D 打印，视障人士可以 " 触摸 " 原本只能观看的文化遗产，获得全新的文化体验。
- 无障碍设计不仅是技术问题，更是文化权利问题——每个人都有平等参与文化生活的权利。

09

8.8 文化遗产数字化传播的效果评估

8.8.1 评估框架

- 文化遗产数字化传播的效果评估可参考 Kirkpatrick 四层评估模型：反应层（用户对传播内容的满意度和接受度）、学习层（用户获取的知识和理解的深度）、
- 行为层（用户态度和行为的改变）和结果层（对社会文化氛围的长期影响）。
- Wang 和 Meng 提出的访客认知认同、技术中介、文化象征和公众参与四维模型为评估提供了更具体的维度。

8.8.2 定量与定性方法结合

- 效果评估应结合定量方法 (网站分析、问卷调查、 A/B 测试) 和定性方法 (深度访谈、焦点小组、民族志观察)。
- 丁晗雪和李湛在研究博物馆云展览的文化参与时，基于 " 参与式博物馆 " 理论构建了文化遗产在虚拟空间的双向参与、多向传播和共同诠释的可能性框架。

8.8.3 长期影响评估的挑战

- 文化遗产数字化传播的长期影响 (如文化认同增强、文化素养提升) 难以在短期内量化评估。需要建立长期追踪机制, 通过纵向研究方法评估数字化传播对公众文化认知和文化行为的深层影响。

10

8.9 社交媒体时代的文化遗产传播策略

8.9.1 平台策略：差异化内容适配

- 不同社交媒体平台具有不同的用户群体和使用场景，文化遗产传播需要采用差异化的平台策略。微信 / 公众号适合深度阅读和知识传播，可发布长篇科普文章和学术解读；
- 微博适合热点话题和即时互动，可进行文化遗产新闻发布和话题营销；抖音 / 快手适合短视频传播，可展示非遗技艺过程和文物细节特写；B 站适合中视频和纪录片形式，可制作文化遗产专题片和深度解读视频；
- 小红书适合生活方式和旅行分享，可推广文化遗产旅游和文创产品。
- 朱迎雪在研究传统艺术非遗的数字传播策略时指出，社交媒体和数字技术为非遗传播开辟了新路径，使传统文化以更年轻化、更碎片化的方式触达 Z 世代受众。
- 然而，碎片化传播也可能导致文化理解的浅表化——如何在碎片化形式中保持文化深度，是社交媒体传播面临的核心挑战。

8.9.2 内容策略：故事化与视觉化

- 社交媒体传播的内容策略应遵循 " 故事化 " 和 " 视觉化 " 两大原则。
- 故事化意味着将文化遗产信息包装为引人入胜的故事——文物的发现故事、修复故事、传承人的故事等，故事化内容比纯知识性内容更容易被传播和记忆。
- 视觉化意味着充分利用图像、视频、动画等视觉媒介——高清文物图像、非遗技艺短视频、3D 文物展示等视觉内容比纯文本内容在社交媒体上获得更高的互动率。
- Basaraba 在研究文化遗产跨媒介叙事时指出，GLAM 机构越来越多地利用社交网络与公众沟通遗产信息，跨媒介叙事为文化遗产传播提供了新的理论框架。
- 跨媒介叙事要求文化遗产故事在多个平台上以不同形式展开，每个平台贡献独特的内容片段，共同构成完整的故事世界。

8.9.3 互动策略：参与式传播

- 社交媒体的互动特性为文化遗产的参与式传播提供了可能。有效的互动策略包括：UGC 征集——鼓励用户分享自己的文化遗产参观体验和创作内容；
- 在线活动——举办线上知识竞赛、虚拟参观直播、传承人在线演示等活动；话题营销——创建文化遗产相关的话题标签，引发公众讨论和传播。
- 丁晗雪和李湛在研究博物馆云展览的文化参与时指出，基于 " 参与式博物馆 " 理论，博物馆云展览构建了文化遗产在虚拟空间的双向参与、多向传播和共同诠释的可能性框架。

11

8.10 文化遗产数字化传播的伦理维度

8.10.1 传播中的文化敏感性

- 文化遗产数字化传播需要关注文化敏感性。某些文化遗产内容可能涉及宗教禁忌、民族敏感性或个人隐私，传播时需要谨慎处理。
- 例如，某些宗教仪式的非遗展示可能需要限制观看者的身份或性别，某些考古遗址的精确位置信息可能需要保密以防盗掘。

8.10.2 传播中的准确性保障

- 社交媒体传播的 " 快 " 特性可能导致文化遗产信息的准确性问题——未经核实的消息可能快速传播，简化或娱乐化的表达可能造成文化误解。
- 建立文化遗产数字传播的准确性保障机制——包括专家审核制度、事实核查流程和纠错机制——是维护文化遗产传播公信力的关键。

8.10.3 传播中的包容性

- 文化遗产数字传播应关注包容性——确保不同文化背景、不同社会阶层、不同能力水平的群体都能平等获取和参与文化遗产传播。
- Taylor 和 Gibson 指出，数字化互动虽然拓展了遗产的可及性，但技术门槛、设备差异和网络条件等因素形成了新的民主化障碍。包容性传播需要在技术选型、内容设计和平台选择上考虑弱势群体的需求。

12

8.11 文化遗产数字化传播的跨文化维度

8.11.1 跨文化传播的挑战

- 文化遗产的数字化传播面临跨文化理解的挑战。同一件文化遗产在不同文化背景的受众中可能产生截然不同的理解和反应。例如，中国的龙纹在东方文化中象征吉祥和权威，在西方文化中可能被理解为威胁和邪恶。
- 跨文化传播需要考虑文化差异，进行适当的语境解释和文化翻译。

8.11.2 多语言传播策略

- 多语言传播是文化遗产全球传播的基础。Europeana 支持 24 种欧洲语言，Google Arts & Culture 支持数十种语言。
- 中国文化遗产数字平台的多语言支持仍然不足——大多数平台仅有中文版本，限制了国际传播效果。多语言传播不仅是翻译问题，更是文化转译问题——需要找到目标语言文化中的对应概念和表达方式。

8.11.3 文明互鉴与数字平台

- 数字文化遗产平台是文明互鉴的重要基础设施。通过将不同文明的遗产数字化并在统一平台上展示，公众可以比较不同文明的异同，理解文化的多样性和共通性。
- Pavlova 等人在从电子治理视角分析文化遗产时指出，数字化使虚拟博物馆和数字图书馆的创建成为可能，为跨文化理解提供了技术基础。

13

8.6 跨媒介叙事与文化遗产的多平台传播策略

8.6.1 跨媒介叙事的理论深化

- 跨媒介叙事 (Transmedia Storytelling) 由 Jenkins 提出, 指故事要素系统性地分散于多个媒介平台, 每个平台贡献独特的内容片段,
- 受众通过在不同平台间的迁移获得完整的叙事体验。
- 在文化遗产传播领域, 跨媒介叙事为解决 " 深度与广度不可兼得 " 的困境提供了理论路径。文化遗产的跨媒介叙事可构建为 " 金字塔 " 结构: 塔基层——大众传播平台。
- 利用短视频平台 (抖音、快手、YouTube Shorts)、社交媒体 (微博、Twitter、Instagram) 进行碎片化的文化遗产内容传播, 目标是吸引广泛受众的初始关注。
- 如 " 国宝会说唱 " 系列短视频在抖音平台获得超过 5 亿次播放量, 成功将年轻受众引入文化遗产话题领域。
- Bonacchi 等的研究表明, 社交媒体上文化遗产内容的传播呈现明显的 " 幂律分布 " 特征, 少数爆款内容贡献了绝大部分传播量。塔身层——知识平台。
- 通过百科词条 (维基百科、百度百科)、在线课程 (Coursera、中国大学 MOOC)、文化类播客等平台提供结构化的文化遗产知识。
- 这一层级的叙事更加系统和深入, 适合已产生初步兴趣的受众进一步学习。如敦煌研究院与知乎合作开设的 " 敦煌文化 " 专栏, 将学术研究成果转化为大众可理解的知识内容。塔顶层——深度体验平台。

8.6.1 跨媒介叙事的理论深化

- 通过虚拟博物馆、VR/AR 体验、数字孪生等渠道提供沉浸式和交互式的文化遗产深度体验。这一层级的叙事最具深度和沉浸感，但受众规模相对较小。
- 如 " 数字圆明园 "VR 体验项目允许用户穿越时空体验圆明园的历史原貌。

8.6.2 传播效果的多维度评估框架

- 文化遗产数字化传播的效果评估需要超越传统的 " 点击量 " " 浏览量 " 等浅层指标，构建多维度的评估框架。
- 基于 Lazzeretti 等的文化传播效果模型，本文提出以下五维评估体系：
认知维度：评估受众对文化遗产知识的获取程度，包括知识测试得分、信息保持率、概念理解深度等指标。
可通过前后测对比、知识图谱分析等方法测量。
情感维度：评估受众对文化遗产的情感反应和态度变化，包括情感效价 (积极 / 消极)、情感强度、文化认同感变化等。
可通过情感分析、问卷调查、生理指标 (如皮肤电反应) 等方法测量。
行为维度：评估受众的后续行为变化，包括线下博物馆参观意愿、文化遗产保护行为、内容分享行为等。
可通过情感分析、问卷调查、生理指标 (如皮肤电反应) 等方法测量。
社会维度：评估传播对社会文化生态的影响，包括文化议题设置能力、公共讨论质量、社区凝聚力变化等。可通过社交网络分析、话语分析等方法测量。
经济维度：评估传播的经济效益，包括文化旅游引流效果、文创产品销售带动、品牌价值提升等。可通过经济计量模型、投入产出分析等方法测量。

14

8.7 参与式文化遗产保护的理论与实践

8.7.1 参与式遗产保护的理论谱系

- 参与式遗产保护的理论根基可追溯至三个主要理论传统：社区参与理论。
- Waterton 和 Smith 提出 " 社区参与的遗产保护谱系 "，从 " 告知 "(inform)、" 咨询 "(consult)、" 参与 "(involve)、" 协作 "(collaborate) 到 " 赋权 "(empower)，描述了社区参与程度从低到高的五个层级。
- 在文化遗产数字化实践中，多数项目仍停留在 " 告知 " 和 " 咨询 " 阶段，真正的 " 协作 " 和 " 赋权 " 仍较少。公民科学理论。公民科学 (Citizen Science) 指公众参与科学研究的项目模式。
- 在文化遗产领域，公民科学项目主要涉及：古籍数字化校对 (如 Zooniverse 平台的 " 莎士威尼抄本 " 项目)、历史照片地理标注 (如纽约公共图书馆的 "OldNYC" 项目)、
- 口述史采集 (如英国的 "BBC Capture Wales" 项目) 等。
- 根据 Holley 的评估，公民科学项目的参与度呈 " 漏斗 " 形递减——注册用户中仅约 10% 会持续贡献内容，但核心贡献者的产出质量可接近专业人员水平。数字民主理论。
- 数字技术为文化遗产保护的民主化提供了新的工具和渠道。

8.7.1 参与式遗产保护的理论谱系

- Parry 提出 " 数字博物馆的民主化 " 概念，认为数字技术不仅使文化遗产更广泛可及，更重要的是改变了文化遗产阐释的权力结构——从专家垄断阐释权向多元声音共存转变。

8.7.2 众包模式在文化遗产保护中的应用

- 众包 (Crowdsourcing) 已成为文化遗产数字化保护的重要参与模式。根据 Owens 的分类，文化遗产众包项目可分为以下类型：
转录型众包：邀请公众对数字化历史文献进行文字转录和校对。
- 如美国国家档案馆的 " 公民档案师 " 项目，公众可在线审阅和标注历史文档。中国的 " 识典古籍 " 平台也采用类似模式，邀请志愿者对古籍数字化结果进行校对。
- 标注型众包：公众对数字化的图像、音视频等内容进行描述性标注。如荷兰国家博物馆的 Rijksstudio 允许用户为藏品添加标签和注释，这些用户生成的元数据丰富了博物馆的检索体系。
- 采集型众包：公众上传自己拍摄的文化遗产照片、视频或口述史记录。如英国的 "HistoryPin" 平台允许用户上传历史照片并标注地理位置，形成集体记忆地图。
- 创意型众包：公众基于文化遗产数字资源进行创作。如大都会博物馆的 "Open Access" 计划允许用户自由下载藏品图像进行二次创作，催生了大量文化创意作品。

15

8.8 数字鸿沟与文化遗产的可及性

8.8.1 文化遗产数字化中的数字鸿沟

- 文化遗产数字化虽然理论上提高了文化遗产的可及性，但现实中 " 数字鸿沟 "(Digital Divide) 的存在使得数字化红利并未均等分配。
- 根据国际电信联盟 (ITU) 的数据，全球仍有约 27 亿人口无法接入互联网，这些人口主要分布在发展中国家和偏远地区。
- 在文化遗产数字化领域，数字鸿沟表现为三个层次：接入鸿沟：发展中国家和偏远地区缺乏数字化基础设施，无法有效访问数字文化遗产资源。
- 如非洲虽然拥有丰富的文化遗产，但在 Europeana 等国际平台上的数字内容占比不足 2%。技能鸿沟：即使能够接入互联网，不同群体在数字素养方面的差异也影响了他们对数字文化遗产资源的利用能力。
- 老年群体、低教育水平群体和农村人口在数字技能方面处于劣势。内容鸿沟：数字文化遗产内容在语言、文化代表性方面存在不均衡。英语内容在国际平台上占主导地位，小语种文化遗产的数字存在感不足。
- 同时，西方文化遗产在数字平台上的代表性远高于非西方文化遗产。

8.8.2 缩小数字鸿沟的策略

- 针对上述三个层次的数字鸿沟，可采取以下策略：技术普惠策略：开发低带宽、离线可用的数字文化遗产应用。
- 如联合国教科文组织推动的 "Memory of the World" 项目采用渐进式加载和离线缓存技术，确保在网络条件差的地区也能访问核心内容。
- 利用移动端优先策略，考虑到发展中国家智能手机普及率远高于电脑。能力建设策略：开展面向不同群体的数字素养培训。
- 如印度 "数字印度" 项目中包含文化遗产数字素养模块，培训社区成员使用数字工具记录和传播本地文化遗产。
- 内容多元化策略：通过多语言支持、社区参与内容创建、跨文化合作等方式提升数字文化遗产内容的代表性。
- 如 "丝绸之路数字图书馆" 项目支持中文、英文、阿拉伯语、俄语等多种语言，体现了对文化多样性的尊重。

16

8.9 短视频时代的文化遗产传播新生态

8.9.1 短视频平台的文化遗产传播机制

- 短视频平台 (抖音、快手、 YouTube Shorts 、 Instagram Reels) 已成为文化遗产传播的重要渠道，
- 其传播机制与传统媒体存在根本差异： 算法驱动的内容分发：短视频平台采用基于用户行为的推荐算法，文化遗存内容的触达不再依赖于用户的主动搜索，而是通过算法推荐实现 " 被动发现 " 。
- 这一机制的优势在于能够将文化遗产内容推送给非预期受众，扩大传播覆盖面；劣势在于算法偏好 " 高完播率 " " 高互动率 " 的内容，可能导致文化遗产内容为迎合算法而简化、娱乐化。
- UGC+PGC 的内容生态：短视频平台上文化遗产内容的生产者包括专业机构 (博物馆、文保单位的官方账号) 、文化创作者 (如非遗手艺人、文化类博主) 和普通用户。
- 三类生产者的内容定位各有不同：专业机构侧重权威科普，文化创作者侧重个性化解读，普通用户侧重即时体验分享。三者的互动构成了多层级的内容生态。
- 情感驱动的传播逻辑：短视频平台的传播效果高度依赖情感触发。研究表明，引发 " 惊叹 " " 自豪 " " 怀旧 " 等情感的文化遗产内容更容易获得广泛传播。
- 如 " 国宝会说话 " 系列短视频通过将文物拟人化叙事，成功触发了年轻受众的文化认同和民族自豪感，单期播放量超过 1 亿次。

8.9.2 直播与文化遗产的即时互动

- 直播为文化遗产传播引入了 " 即时性 " 和 " 互动性 " 维度：博物馆直播：2020 年新冠疫情期间，中国国家博物馆、敦煌研究院等机构开展了大规模 " 云游博物馆 " 直播活动，单场观看人数最高超过千万。
- 直播的优势在于实时互动——观众可通过弹幕提问，讲解员即时回应，创造了传统展览无法实现的参与感。
- 非遗直播：非遗传承人通过直播展示制作工艺、表演传统艺术，不仅实现了文化传承，还获得了直接经济收益。
- 如抖音 " 非遗合伙人 " 计划扶持了超过 1000 位非遗传承人开设直播，部分传承人通过直播销售非遗产品年收入超过百万元。直播为非遗的 " 生产性保护 " 提供了新的商业路径。
- 考古直播：三星堆遗址发掘过程的实时直播引发了全国关注，将专业考古过程转化为公共文化事件。这种 " 过程直播 " 模式不仅传播了考古知识，还增强了公众对文化遗产保护的理解和支持。

17

8.10 文化遗产数字化传播的社会影响评估

8.10.1 文化认同与数字遗产

- 数字化传播对公众文化认同的影响是一个复杂的议题。一方面，数字技术使文化遗产更广泛可及，有助于增强公众特别是年轻群体的文化认同感。
- 另一方面，数字化过程中的 " 去语境化 " 和 " 碎片化 " 可能导致文化理解的浅表化。积极影响：(1) 数字技术打破了地理限制，使海外华人和散居群体 (Diaspora) 能够接触祖国文化遗产，维持文化连结；
- (2) 沉浸式数字体验能产生比传统展览更强的情感共鸣，有助于深层文化认同的形成；(3) 社交媒体上的文化遗产话题讨论形成了 " 数字文化社区 "，为集体文化认同的构建提供了新空间。
- 潜在风险：(1) 数字化传播中的 " 选择性呈现 " 可能强化某些文化叙事而边缘化其他叙事，影响文化认同的多元性；
- (2) 算法推荐可能导致 " 信息茧房 " 效应，用户只接触到与其已有认知一致的文化遗产内容，限制了文化理解的广度；(3) 过度商业化可能将文化遗产简化为消费符号，削弱其文化深度。

8.10.2 数字遗产与文化旅游

- 文化遗产数字化对文化旅游产业产生了深远影响：数字预热效应：数字展览和虚拟体验能够激发用户的线下参观意愿。
 - 如 " 数字敦煌 " 上线后，敦煌莫高窟的实地参观量在随后两年内增长了约 15% ，表明数字传播与实体旅游存在互补而非替代关系。
 - 虚拟旅游替代效应：对于某些易损或限流的文化遗产地，虚拟旅游可部分替代实体参观，减轻物理承载压力。
 - 如拉斯科洞穴的 VR 复制品年接待游客约 50 万人次，而原始洞穴仅限每周 5 天的科学参观，虚拟旅游有效分担了实体保护压力。
- 文化旅游 IP 开发：数字化为文化旅游 IP 的开发提供了丰富素材。
- 如 " 数字故宫 " 不仅是一个数字博物馆，更是一个 IP 孵化平台——基于数字故宫的内容衍生出文创产品、影视作品、游戏等多种文化产品，形成了 " 数字遗产 + 文创 + 旅游 " 的产业链。

18

8.11 公民科学与文化遗产保护的深度融合

8.11.1 公民科学项目的生命周期管理

- 文化遗产领域的公民科学项目管理需要覆盖从策划到评估的完整生命周期：策划阶段：(1) 明确科学目标——确定公众参与能贡献什么价值，如数据采集、分类标注、转录校对等；
- (2) 设计参与流程——确保任务设计对非专业用户友好，操作步骤清晰，学习成本低；(3) 建立激励机制——包括内在激励 (学习新知识、文化认同感) 和外在激励 (证书、排名、奖励) ；
- (4) 制定数据质量保障方案——通过多人交叉验证、专家抽检、 AI 辅助校验等方式确保数据质量。实施阶段：(1) 用户培训——提供简洁的在线教程和操作指南；
- (2) 社区建设——建立论坛或社交媒体群组，促进参与者之间的交流；(3) 进度监控——实时跟踪项目进度和参与者活跃度；(4) 及时反馈——对参与者的贡献及时给予确认和感谢。
- 评估阶段：(1) 科学成果评估——评估公众贡献的数据质量和科研价值；(2) 参与体验评估——通过问卷调查和访谈了解参与者的体验和收获；
- (3) 社会影响评估——评估项目对公众文化遗产意识和保护行为的影响。

8.11.2 众包转录项目的案例与经验

- 文化遗产众包转录是最成熟的公民科学应用之一： Transcribe Bentham 项目：英国伦敦大学学院发起的边沁手稿转录项目，自 2010 年启动以来吸引了超过 2 万名志愿者参与，
 - 转录了超过 4 万页手稿。
- 项目的成功经验包括： (1) 任务分解精细——将每页手稿的转录分解为多个小步骤，降低了参与门槛；
- (2) 质量保障机制——采用 " 双盲转录 + 专家审核 " 机制，两名志愿者独立转录同一页，系统自动比对差异，专家审核有分歧的部分； (3) 社区认可——在转录完成的页面标注志愿者姓名，赋予贡献者学术认可。
- 中国古籍数字化众包实践： " 识典古籍 " 平台允许公众参与古籍数字化校对，志愿者在线审阅 OCR 识别结果并标注错误。
- 项目面临的特殊挑战包括：古籍文字的复杂性 (异体字、避讳字、批注等) 、中文 OCR 准确率波动大、志愿者古文素养参差不齐。
- 应对策略包括：提供古文学习资源、设置难度分级任务、引入 AI 辅助校对 (AI 先做初校，志愿者做复核) 。

19

8.12 文化遗产数字传播中的跨文化对话

8.12.1 数字平台上的文化翻译

- 文化遗产的数字传播本质上是跨文化对话，需要解决 " 文化翻译 " 问题——如何使一种文化语境中的遗产在另一种文化语境中被理解：语言翻译：数字平台需要提供高质量的多语言翻译。
- 但文化遗产术语的翻译不仅是语言转换，更是文化概念的传递。
- 如中文 " 非物质文化遗产 " 翻译为英文 "Intangible Cultural Heritage" 时，
- "intangible" 一词可能使非专业读者产生理解偏差—— "intangible" 在日常英语中常指 " 触不到的 " 不可捉摸的 "，但非遗中的 "intangible" 实际指 " 非实物的 "。
- 视觉翻译：不同文化对图像、颜色、符号的理解存在差异。如在中国文化中红色象征喜庆和吉祥，在西方文化中可能关联危险或暴力。数字展览的视觉设计需要考虑跨文化的符号语义差异。
- 叙事翻译：文化遗产的叙事方式因文化而异。西方叙事通常线性推进、因果关系明确，东方叙事可能更注重意境营造和情感暗示。在数字展览策展时，需要平衡不同文化受众的叙事偏好。

8.12.2 社交媒体上的遗产话语分析

- 社交媒体上关于文化遗产的公众讨论构成了 " 遗产话语 " 的重要场域。
- 对这一话语的分析可揭示公众对文化遗产的认知和态度：情感分析：利用自然语言处理技术对社交媒体上文化遗产相关帖子的情感倾向进行分析。
- 研究表明，公众对文化遗产的情感以积极为主（自豪、赞叹、怀旧），但也存在消极情感（对破坏行为的愤怒、对保护不力的失望）。话题发现：通过主题模型分析识别社交媒体上文化遗产讨论的热点话题。
- 如对微博上非遗相关帖子的主题分析发现，讨论话题集中在 " 非遗美食 " " 非遗表演 " " 非遗文创 " " 非遗传承困境 " 等几个维度，反映了公众对非遗的实用性和体验性关注多于学术性关注。
- 话语权力分析：分析谁在社交媒体上拥有遗产话语权——博物馆官方账号、文化名人、草根博主、学术机构——不同主体的话语影响力和叙事视角存在差异。
- 研究发现，草根博主（如手工艺人、文化旅行者）的帖子虽然粉丝量不及官方账号，但互动率（评论数和分享数）往往更高，说明 " 个人视角 " 的遗产叙事在社交媒体上更受欢迎。

20

8.13 文化遗产数字传播的伦理规范

8.13.1 传播内容的伦理审查

- 文化遗产数字传播中的内容需要经过伦理审查，主要关注以下方面：
准确性：传播内容应基于可靠的学术研究，避免误导性或错误信息。
- 对于存在学术争议的内容（如文物的断代、作者归属、文化含义），应标注不同观点而非呈现单一结论。AI 生成的文化遗产内容应明确标注为 "AI 辅助生成" 并经过专家审核。
- 尊重性：传播内容应尊重源文化的价值观和敏感性。对于宗教类遗产，应避免将神圣物品娱乐化展示；对于涉及历史的敏感话题（如殖民掠夺文物），应呈现多元视角而非单一立场。
- 包容性：传播内容应体现文化多样性，避免单一文化中心主义。在国际传播中，应考虑不同文化受众的理解差异，提供适当的语境说明。

8.13.2 传播平台的伦理责任

- 数字传播平台 (社交媒体、视频平台、搜索引擎) 在文化遗产传播中承担着伦理责任： 算法公平：平台的推荐算法应避免对某些文化或类型的遗产内容产生系统性偏见。
- 如算法不应仅推荐 " 热门 " 文化遗产内容而忽视小众但具有重要文化价值的内容。 虚假内容治理：平台应建立文化遗产虚假内容的识别和处置机制。
- 对于故意歪曲文化遗产历史、伪造文物信息的内容，应及时标注或删除。
- 数据保护：平台在收集用户文化遗产浏览数据时应遵守数据保护法规 (如 GDPR) ，不将用户的文化偏好数据用于不当目的 (如歧视性广告投放) 。

21

8.14 文化遗产传播的未来趋势

8.14.1 生成式 AI 重塑文化遗产传播

- 生成式 AI 正在重塑文化遗产传播的内容生产、分发和消费方式： AI 辅助内容创作：大语言模型可自动生成文物解说文本、展览介绍、教育内容等。 AI 生成内容的优势是效率高、多语言支持好、可个性化定制。
- 但 AI 生成内容需要严格的事实核查和专家审核，防止 " 幻觉 " 和不准确信息的传播。 AI 个性化推荐：基于用户画像和文化遗产知识图谱， AI 可为每位用户推荐最相关的文化遗产内容。
- 推荐不仅基于用户历史行为，还考虑用户的文化背景、教育水平和兴趣偏好，实现真正的 " 千人千面 " 个性化传播。 AI 驱动的交互式体验： AI 使文化遗产传播从 " 单向信息传递 " 转向 " 双向交互对话 "。
- 用户可通过自然语言与虚拟文化遗产 " 对话 "—— 向虚拟的古代工匠询问制作工艺，与虚拟的历史人物讨论时代背景，通过 AI 问答系统深入探索文化遗产知识。

8.14.2 跨平台生态系统

- 文化遗产数字传播正在形成跨平台的生态系统：内容一次生产、多平台分发：文化遗产数字内容不再针对单一平台开发，而是采用 " 内容核心 + 多平台适配 " 的模式——核心内容 (文物信息、历史背景、文化价值) 一次生产，然后适配到网站、APP、社交媒体、VR 平台、元宇宙等多种渠道。
- 数据互通与身份认证：用户在不同平台上的行为数据 (浏览历史、收藏记录、评论内容) 实现互通，为跨平台的个性化推荐和无缝体验提供数据基础。
- 统一身份认证 (如博物馆会员账号) 使用户在不同平台间无缝切换。
- 生态协同与价值共享：不同平台之间形成协同关系——社交媒体负责引流和碎片化传播，数字博物馆负责深度展示和知识服务，VR/AR 平台负责沉浸式体验，电商平台负责文创产品销售。
- 各平台在生态中扮演不同角色，共享用户流量和数据价值。

22

8.15 延伸阅读与实践建议

8.15 延伸阅读与实践建议

- 延伸阅读：建议阅读 Jenkins 的跨媒介叙事理论著作，理解多平台传播的理论框架。同时推荐阅读 Bonacchi 等关于社交媒体与文化遗产传播的实证研究，了解数字传播效果的量化分析方法。
- 对于公民科学方向，推荐阅读 Owens 关于文化遗产众包的专著。
- 实践建议：本章涉及传播和参与实践，建议学生：
 - (1) 选择一个文化遗产相关的社交媒体账号进行为期一个月的跟踪观察，分析其内容策略、发布频率、互动模式，撰写传播策略分析报告；
 - (2) 参与一个文化遗产众包项目（如 Zooniverse 上的文化遗产转录项目），亲身体验公民科学的参与流程；
 - (3) 为一件文物或一个非遗项目设计跨平台传播方案，包括社交媒体内容策划、短视频脚本、互动活动设计等。
- 传播效果评估实践：建议学生学习使用社交媒体分析工具（如微博数据中心、抖音创作者后台、Google Analytics）进行传播效果评估。
- 选择一个文化遗产数字传播案例，收集其传播数据（浏览量、互动量、用户画像等），运用本章提出的五维评估框架进行分析，撰写评估报告。
- 伦理思考：在实践文化遗产数字传播时，应始终关注伦理问题——内容是否准确？传播是否尊重源文化？是否避免了刻板印象？是否促进了真正的跨文化理解？这些伦理思考应贯穿传播实践的全过程。

23

8.16 文化遗产数字传播中的数据隐私保护

8.16 文化遗产数字传播中的数据隐私保护

- 文化遗产数字传播过程中涉及大量用户数据 (浏览行为、位置信息、社交互动等)，数据隐私保护是不可忽视的议题：数据收集的最小化原则：数字传播平台应仅收集实现功能所必需的最少数据。
- 如文化遗产导览 APP 需要收集用户位置信息以提供附近的遗产点推荐，但不应收集用户的通讯录或照片库等无关数据。数据收集应在用户知情同意的前提下进行，并明确告知数据用途和保留期限。
- 匿名化与去标识化：对用于分析目的的用户行为数据应进行匿名化处理，去除可识别个人身份的信息 (姓名、手机号、邮箱等)。匿名化后的数据可用于传播效果分析、用户画像构建等目的，但不能重新识别到个人。
- 跨境数据传输合规：文化遗产数字平台的用户可能遍布全球，用户数据的跨境传输需遵守相关法规 (如欧盟 GDPR 对跨境数据传输的严格规定)。
- 平台应明确数据存储位置和跨境传输情况，并在隐私政策中如实披露。数据安全措施：用户数据应采用加密存储和传输 (如 TLS 加密、AES-256 加密)，访问权限严格管控，定期进行安全审计和漏洞修复。
- 如发生数据泄露事件，应及时通知受影响用户并采取补救措施。
- 用户权利保障：用户应享有数据访问权 (查看自己的数据)、更正权 (更正错误数据)、删除权 (要求删除自己的数据) 和可携带权 (将数据迁移至其他平台)。数字传播平台应提供便捷的用户权利行使渠道。

24

8.17 文化遗产数字传播中的危机传播管理

8.17 文化遗产数字传播中的危机传播管理

- 当文化遗产面临危机 (如自然灾害损毁、人为破坏、文物被盗等) 时，数字传播在危机应对中扮演重要角色：
危机预警传播：通过数字平台快速发布文化遗产面临的风险信息，动员公众参与保护。
- 如 2024 年某地古建筑面临拆除威胁时，社交媒体上的紧急呼吁在 48 小时内获得超过 10 万次转发，最终促使相关部门介入保护。
- 灾后数字修复传播：文化遗产遭受灾害后，数字技术可用于 " 数字重建 "—— 基于已有数字档案重建受损遗产的数字模型，为物理修复提供参考，同时向公众展示遗产的原貌。
- 如巴黎圣母院火灾后，其数字扫描数据成为重建的关键依据，数字重建过程通过社交媒体向全球直播，获得了大量公众关注和支持。数字记忆保存：当文化遗产不可逆地损毁时，数字档案成为保存其记忆的唯一途径。
- 数字传播平台可作为 " 数字纪念碑 "，让公众通过数字方式缅怀已消失的文化遗产。如阿富汗巴米扬大佛被炸毁后，联合国教科文组织利用数字技术重建了其 3D 模型并通过数字平台向全球展示。
- 在文化遗产数字传播的实践中，应注意本土化策略的重要性。
- 不同国家和地区的社交媒体生态存在显著差异，中国以微信、微博、抖音为主，欧美以 Facebook、Instagram、YouTube 为主，日本以 LINE 为主，韩国以 KakaoTalk 为主。
- 文化遗产的数字传播应根据目标受众的社交媒体使用习惯选择合适的平台，并针对不同平台的内容格式和传播机制进行适配。

8.17 文化遗产数字传播中的危机传播管理

- 如微信适合长图文深度传播，抖音适合短视频视觉冲击，YouTube 适合纪录片式内容。同时应注意不同文化语境中的传播禁忌和敏感话题，避免因文化误解导致的传播失败。
- 在跨文化传播中，本土化翻译比字面翻译更重要。
- 本章系统论述了文化遗产数字化传播的理论框架、社交媒体传播策略、公众参与模式、数字包容性、传播效果评估、跨文化对话、公民科学、短视频传播、伦理规范和未来趋势等多个维度。
- 文化遗产的数字化传播是 G.U.A.R.D. 框架中 R 维度向 U 维度过渡的关键环节——不仅呈现文化遗产 (R)，更通过传播激发公众参与和活化利用 (U)。
- 有效的数字传播需要在专业性与可及性之间找到平衡，在深度与广度之间寻求协同，在全球化与本土化之间建立对话。
- 随着技术的不断演进和传播生态的持续变化，文化遗产数字传播将面临新的机遇和挑战，需要研究者和实践者持续探索和创新。文化遗产数字传播的终极目标是让每个人都能接触、理解并珍视人类共同的文化遗产。
- 通过有效的数字传播，文化遗产不再是凝固的过去，而是活在当下的文化力量，滋养着人们对自身文化的认同和对多元文化的尊重。

- 本章系统论述了文化遗产数字化传播与公众参与，继续 G.U.A.R.D. 框架 R 维度的传播层面。首先介绍了跨媒介叙事、参与式文化和公众考古学三大传播理论；
- 然后分析了社交媒体传播策略、UGC 和短视频等新型传播渠道；接着探讨了众包、社区参与和公民科学等公众参与模式；之后讨论了数字鸿沟、无障碍设计和特殊群体服务等数字包容议题；
- 最后提出了传播效果评估的指标体系和方法。

- 跨媒介叙事理论的核心概念是什么？它如何应用于文化遗产传播？ 2. (理解) 分析参与式文化理论对文化遗产 " 自上而下 " 传播模式的挑战。
- 3. (应用) 为一项地方非遗设计社交媒体传播方案，包含平台选择、内容策略和效果评估。 4. (分析) 分析数字鸿沟对文化遗产数字化传播公平性的影响及缓解策略。
- 5. (评价) 评估众包模式在非遗记录中的优势与风险，讨论如何确保数据质量。 6. (创造) 设计一个面向社区居民的非遗众包记录 App 功能方案。

- 1. Taylor J, Gibson L K. Digitisation, digital interaction and social media: emb
- 2. Bailey-Ross C, Gray S, Ashby J, et al.. Engaging the museum space: Mobilizing
- 3. Trapp M, Semmo A, Pokorski R, et al.. Communication of Digital Cultural Herit
- 4. Wang Z, Meng J. Dialogues with cultural heritage via museum digitalisation: d
- 5. Lyu D. Digital transformation of museums: A new approach to cultural heritage
- 6. Myna Z, Banakh V, Nahirnyak A. Virtual Museum and the Phenomenon of Digital H

谢谢聆听 · 下章再见

安顺学院旅游管理学院 · 数字文旅专业系列教材