DOI: 10.48647/ICCA.2026.96.70.043

***Сюй Чэнлэй***
**Тяньцзинский университет**

## Объект, знание и повествование: механизмы трансформации и историческое конструирование в процессе музеефикации китайской новогодней печати

***Аннотация.*** В традиционном китайском обществе печать к Китайскому Новому году представляла собой форму народной образности, встроенную в сезонные обычаи, в первую очередь, выполнявшую функции благословения и украшения пространства. Однако, начиная с Нового времени, благодаря межкультурному обмену и научной практике, печать к Китайскому Новому году постепенно отделилась от своего первоначального контекста использования, была включена в системы выставок, исследований и коллекционирования и, в конечном итоге, трансформировалась — в рамках современной концепции нематериального культурного наследия — в культурный объект, наделенный историческим нарративным значением.

***Ключевые слова:*** новогодняя печать, нематериальное культурное наследие, китайский новый год.

***Xu Chenlei***
**Tianjin University**

## «Object, Knowledge and Narrative: The Transformation Mechanisms and Historical Construction in the Museumization of Chinese New Year Printing»

***Abstract.*** In traditional Chinese society, Chinese New Year Printing was a form of folk imagery embedded in seasonal customs, primarily serving functions of blessing invocation and spatial decoration. Its meanings were generated within specific everyday life contexts. However, since the modern period, through cross-cultural exchange and scholarly practices, Chinese New Year Printing has gradually been detached from its original context of use, incorporated into systems of exhibition, research, and collection, and ultimately transformed—within the contemporary framework of Intangible Cultural Heritage (ICH)—into a cultural object endowed with historical narrative significance.

***Keywords:*** New Year Printing, intangible cultural heritage, Chinese New Year.

*徐晨蕾*
**天津大学**

## 《物、知识与叙事：中国年画博物馆化的转化机制与历史建构》

***摘要:*** 在中国传统社会中，中国年画是依附于岁时节俗的民间图像，主要承担祈福纳吉与空间装饰等功能，其意义生成植根于具体的生活语境。然而，在近现代以来的跨文化交流和学术实践中，中国年画逐渐脱离原有使用场域，被纳入展示、研究与收藏体系之中，并最终在当代非物质文化遗产保护语境下转化为具有历史叙事意义的文化对象。本文以“中国年画的博物馆化实践”为核心，提出“物—知识—叙事”的三重转化模型，探讨中国年画如何在不同历史阶段完成其价值结构的重构。研究发现，年画首先作为生活中的“物”存在，继而在展示与文献化过程中转化为“知识对象”，并最终在博物馆与非遗语境中被组织为具有时间结构与意义指向的“历史叙事”。文章首先回溯 19 世纪末俄国地理学会相关展览活动，指出年画在跨文化“观看”中实现了从生活之物向认知对象的初步转化；继而分析 20 世纪以来围绕年画展开的文献化与学术化实践，尤其是通过在地解释与文本记录所形成的知识体系，使年画成为可被解释与传播的研究对象；最后结合 21 世纪以来“非遗保护”与“非遗博物馆”理论，阐明年画如何在制度化语境中被纳入历史叙事结构之中。文章认为，年画的价值与意义并非源自其内在属性，而是在博物馆化进程中，通过展示机制不断被建构与强化。在这一过程中，博物馆不仅是年画的保存空间，更是连接知识生产与历史叙事的重要场域。同时，这一过程呈现出非精英视角的“社会结构史”，也为理解中国社会与视觉文化的发展历史提供了新的学术视角。

*范成玲*
**山东理工大学**

## 数智时代二次元虚拟主播的情感消费实践探究

***摘 要：***本文以数智时代的二次元虚拟主播为研究对象，聚焦其情感消费实践展开探究。首先对虚拟主播进行分类，包括点唱类、聊天类、综合类，及 2D、3D 等形象类型；其次分析情感消费的需求来源，涵盖社交类需求、

情绪价值需求与自我价值实现需求；通过抖音平台案例，剖析了周边售卖、PK 打榜、官方活动等具体消费方式；进而探讨其正面影响与负面影响。研究认为，二次元虚拟主播的情感消费是技术与人性需求交织的产物，需在虚拟与现实情感中寻求平衡，以实现健康发展。

***关键词：***二次元虚拟主播；情感消费；准社会关系；虚拟社交