

The Research on Han Zhen and Zhou Liya's Dance Drama Communication Strategies in the Context of New Media

—*The Case of Bilibili Account "Han Zhen & Zhou Liya Studio"*

JIANG Jiaxin

The University of Auckland, Auckland,1010, New Zealand

ABSTRACT

[Background] Han Zhen and Zhou Liya are iconic figures in the field of Chinese dance drama in recent years. They have garnered widespread attention through new media platforms, achieving a remarkable balance between artistic value and market appeal.

[Objective] The research aims to conduct an in-depth analysis of Han Zhen and Zhou Liya's dance drama communication strategies in the context of new media.

[Method] The research adopts a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative analysis. It takes Han Zhen and Zhou Liya's official Bilibili account, "Han Zhen & Zhou Liya Studio," as a case study. A total of 60 video posts, uploaded as of November 29, 2024, were selected as research data. Content analysis was employed to examine the types of video content and communication metrics.

[Results] The study reveals that Han Zhen and Zhou Liya emphasize a communication strategy that combines a relaxed and natural style with the artistic qualities of dance drama. This differentiated strategy effectively attracts a diverse and multidimensional audience for dance drama.

[Conclusion] They provide concrete references for dance drama creators to communicate effectively on new media platforms, while also offering deeper insights into audience needs and communication characteristics within the new media environment. They provide concrete references for dance drama creators to communicate effectively on new media platforms, while also offering deeper insights into audience needs and communication characteristics within the new media environment.

Keywords: Han Zhen; Zhou Liya; Dance Drama Communication; New Media

ORCID: 0009-0002-9088-9052

DOI: 10.23112/jgas24123115

Received: 15. Oct. 2024

Reviewed: 15. Dec. 2024

Accepted: 31. Dec. 2024

新媒体视阈下韩真周莉亚的舞剧传播策略研究

——以哔哩哔哩账号“韩真周莉亚排练厅”为例

姜佳鑫

奥克兰大学，奥克兰，1010，新西兰

摘要

【背景】韩真与周莉亚是近年来中国舞剧领域的标志性人物，二人通过新媒体平台取得了广泛关注，并在艺术性与市场性之间取得良好的平衡。

【目的】本研究旨在深入分析韩真与周莉亚的新媒体舞剧传播策略。

【方法】本研究采用定性与定量相结合的混合研究方法，以韩真与周莉亚的哔哩哔哩官方账号“韩真周莉亚排练厅”为案例，选取截至2024年11月29日全部60条视频投稿作为研究数据，运用内容分析法对视频内容类型与传播数据进行分析。

【结果】研究发现韩真与周莉亚注重于轻松自然的类型和舞剧艺术性相结合的传播策略，这种差异化的传播吸引多维度的舞剧受众群体。

【结论】韩真与周莉亚的新媒体舞剧传播策略展现了中国舞剧传播的发展趋势，为舞剧创作者提供了在新媒体平台传播的具体参考，同时深入理解新媒体环境下的观众需求与传播特点。

关键词：韩真；周莉亚；舞剧传播；新媒体

ORCID: 0009-0002-9088-9052

DOI: 10.23112/jgas24123115

Received: 15. Oct. 2024

Reviewed: 15. Dec. 2024

Accepted: 31. Dec. 2024

1 引言

随着中国文化产业的快速发展，舞剧作为传统与现代艺术交融的重要形式，近年来呈现出多样化和高质量发展的趋势（冯，2024）。韩真与周莉亚作为当代中国舞剧领域的代表性人物，以其独特的艺术创作手法，创作了如《永不消逝的电波》《咏春》《杜甫》等一系列广受欢迎的作品。这些作品不仅赢得了舞蹈领域的高度评价，还吸引了戏剧、影视等其他艺术领域的专业人士，真正实现了舞剧的“出圈”效应。然而，舞剧的传播一度受到传统舞台表演形式的限制，其受众范围主要集中于特定的观演群体。在这一背景下，新媒体的快速普及为舞剧突破传播壁垒提供了新的契机，二人通过新媒体传播和多元化的推广策略，吸引了更广泛的大众关注，推动了中国舞剧在艺术性与商业性之间的双向发展，成为近年来中国舞剧的一大亮点。

基于此，本研究以二人哔哩哔哩官方账号“韩真周莉亚的排练厅”为研究对象。该平台作为韩真与周莉亚代表性舞剧传播平台之一，其账号相关内容具有多方面的研究价值。首先，韩真与周莉亚作为知名舞剧编导，其创作影响力为其官方账号赋予了高度的代表性，使其成为分析舞剧传播策略的典型案例。其次，该账号发布的内容涵盖了舞剧正剧片段、幕后花絮和相关创作信息，为舞剧爱好者和研究者提供了一手资料，具有重要的实用研究价值。此外，得益于二人的知名度，该账号在哔哩哔哩同类舞剧官方账号中具有较高的关注度，进一步提升了其在舞剧传播中的实际效果。最后，通过该账号，二人能够直接接触观众，倾听评价并积极反馈。这种良性的互动不仅拉近了二人与观众之间的距离，也为舞剧传播提供了实践性创新案例。基于上述背景和特性，本文首先探讨了针对韩真与周莉亚作品的现有研究，指出当前研究现状。随后，文章阐述了相关研究方法。文章主体板块以二人哔哩哔哩的官方账号“韩真周莉亚排练厅”为例，分析了账户传播内容类型与传播数据。文章最后基于数据分析提出相关疑问和传播优化建议，并且通过反思提出了关于研究对象、研究范围以及数据分析的局限性。为中国舞剧传播的发展提供数据支持与实践参考，为未来的舞台艺术推广提供创新路径。

2 文献综述

2.1 韩真与周莉亚的舞剧本体研究

在学术领域，针对韩真与周莉亚舞剧本体的研究主要集中于文化继承、舞剧叙事和表现手法等方面。从文化继承的视角来看，二人的舞剧创作始终致力于挖掘和传承中华优秀传统文化（韩真等，2020）。以中华文化为根基进行创作，已成为其艺术创作的一贯追求（李超，2023）。例如，舞剧《咏春》借鉴广州佛山第五项国家非物质文化遗产“咏春拳”，通过舞剧传递和弘扬中华武术文化。而舞蹈诗剧《只此青绿》则通过舞蹈肢体再现《千里江山图》，不仅呈现画作的意境美学，还致敬了优秀传统文化，展现了宋代独特的审美意趣。在表现手法上，韩真与周莉亚注重“传统与现代文化融合”的创作理念，通过创新表达赋予其作品高度的文化性与审美性（董，2017）。在舞剧语汇的运用上，二人融合了舞蹈、音乐、诗歌、戏剧等多种艺术形式，并服务于舞剧叙事。正如《永不消逝的电波》借鉴了话剧中的“多人称叙事共呈”手法，让主要角色在开场中集体亮相，增强了叙事的层次感（张、武，2019）。

2.2 新媒体对舞剧传播的研究

在新媒体传播领域，关于舞剧传播的研究呈现多样化的视角。有学者基于符号学理论，以中国歌剧舞剧院的YouTube频道为例，探讨了舞剧的对外传播策略，认为其不仅凝聚了海外华人的文化认同，还促进了外国受众对中国文化的跨文化理解（吕，2024）。还有通过对《只此青绿》微博数据的文本分析发现，情绪化表达和个性化修辞能够有效促进舞剧传播，而情感共鸣是舞剧传播的关键因素（韩玉坤、樊晓燕，2024）。另外，哔哩哔哩作为新媒体平台，为中国传统文化的传播提供了重要助力，尤其在年轻受众中表现突出（袁，2022）。韩真与周莉亚的舞剧作品多以中国传统文化为核心，通过哔哩哔哩平台的传播获得了更广泛的关注。二人也充分认识到新媒体平台的优势，并通过哔哩哔哩等渠道为作品传播提供

增益。

尽管“出圈”一词频繁用于形容韩真与周莉亚作品的传播效果，但现有研究多集中于舞剧本体的探讨，而非基于舞剧传播的深入分析。例如，有研究认为红色题材、鲜活情节和中国特色美学构建被认为是舞剧“出圈”的关键因素（曹等，2024），尽管并未直接分析韩真与周莉亚的作品，但其舞剧《永不消逝的电波》符合上述特点。由此可见，舞剧传播研究主要着眼于表现手法的多样性（殷，2022），缺乏实际应用层面的深入探讨。这也符合个别学者文章中的观点，尽管学界在舞剧本体研究方面已取得丰硕成果，但在传播应用层面仍有较大探索空间，尤其是基于实证和量化数据的研究较为稀缺（符，2021）。鉴于上述研究现状，本研究通过对该平台传播数据的量化分析，探讨舞剧传播的实际策略与效果。研究不仅填补了当前舞剧传播应用层面的空白，还为中国舞剧在新媒体平台的传播提供了理论支持与实践参考。

3 研究方法

本研究采用混合研究方法，将定性研究与定量研究相结合。这一方法有助于拓宽研究范围并提升数据分析能力（Sandelowski, 2000）。在具体应用中，定性研究主要用于视频内容的分类总结以及传播策略建议部分，而定量研究则集中于视频传播数据和视频主题数量的统计分析。研究数据来源于截至2024年11月29日新西兰时间21点30分哔哩哔哩平台“韩真周莉亚排练厅”官方账号的全部60条视频投稿。由于研究数据包含了视频资料和部分的标题文本资料，内容分析法适用于文本和非文本的数据（Xiao & Areepayolki j, 2024）。在视频内容类型分析中，研究者对所有视频的内容主题进行了分类。具体分类流程为：首先，根据视频标题中的关键词进行初步划分；若标题未标注关键词，则结合视频内容的实际呈现形式进一步分类。最终，60条视频被归为以下五大类别：纪录片、特辑、舞剧片段类、幕后排练与花絮类、VLOG类、宣传推广类，以及其他类别，并分别统计各类视频投稿的数量。在视频传播数据的分析部分，本研究依据哔哩哔哩平台的内部分类标准，统计了各视频的播放量和评论量。这些传播数据能够直观反映视频的传播效果及其受众反响。基于上述定性定量数据的分析，研究进一步提出相关问题并总结传播策略建议，为新媒体平台上的舞剧传播提供实证依据。

4 新媒体传播内容类型与传播数据分析

视频内容类型不仅从发布者的视角体现了其在平台上针对舞剧传播所采取的实践策略，同时，视频的传播数据则从舞剧受众的视角反映出群体对内容的偏好。这些直观的数据反馈不仅影响了视频内容的发布策略，也表明受众通过偏好与互动的方式间接参与并影响了舞剧的传播方式与方向。新媒体舞蹈传播应注重提供多样化的传播渠道和展示平台，以实现精准的受众定位（李娜，2018）。因此，本章节将从发布者视角对视频内容类型进行分析，同时结合受众视角考察视频的传播数据，以全面探讨发布策略与受众偏好的交互关系，为舞剧传播提供参考。

4.1 传播内容类型分析

视频内容类型是指根据视频的内容、主题和形式等功能划分的类别，主要反映了视频创作者在舞剧传播中的特点及其针对目标受众的策略。本研究以哔哩哔哩账号“韩真周莉亚排练厅”投稿的60条视频为对象，结合标题、内容和呈现方式，将其内容类型划分为以下五类：第一类为纪录片、特辑及舞剧片段类，内容整体偏正式，制作精良，旨在呈现舞剧的艺术价值与创作深度；第二类为幕后排练与花絮类，展示舞剧的排练过程、舞台搭建和演员训练等幕后细节，拉近观众与创作的距离；第三类为VLOG类，VLOG是Video Blog（视频博客）的简称，是一种通过视频分享和记录日常生活的内容形式，该视频类型的特点是轻松、真实、具有日常风格；第四类为宣传推广类，主要以宣传片和预告片形式推广舞剧作品，激发受众兴趣；第五类为其他类，涵盖未归入上述四类的多样化内容。具体数据划分及对应数量可参见表1。通过对视频内容类型的分析，不仅能够全面了解“韩真周莉亚排练厅”账号的内容构成，还能为进一步

研究舞剧传播策略提供基础数据支持。

表 1 视频传播内容类型统计

视频类别	数量	示例视频标题
纪录片、特辑、舞剧片段	13	《只此青绿》纪录片 第一集·山重水复，方揽百川段
幕后排练和花絮类	10	沙湾往事花絮 怎么把桨的位置找齐？用线拉！
VLOG	20	舞剧咏春 VLOG 《咏春》进京记
宣传推广类	6	终极预告！千里江山一画，天地众人共绘
其他	11	韩真 X 周莉亚 答观众问巡演剧院怎么定？

从上述表格可以直观发现，“韩真周莉亚排练厅”该账号的视频内容布局体现了多样化的传播策略，通过不同类型的视频吸引了广泛的舞剧受众群体。首先，Vlog 类视频的发布数量显著高于其他类型，占账号发布内容的 33.3%，成为主要内容形式。其次，纪录片、特辑及舞剧片段类视频数量位居第二，而正式的宣传推广类视频数量最少。整体来看，该账号的内容发布更聚焦于正式演出的幕后工作，包括编导和演员的日常排练及生活，而正式作品片段的占比较低。

此外，该账号在传播策略中注重轻松自然与作品艺术性的有机结合。一方面，通过 Vlog 和幕后排练与花絮类视频，以轻松、自然的方式将团队的日常生活、排练及演出过程展示给观众，增强了账号的亲力和互动性。另一方面，通过纪录片、特辑及舞剧片段类视频，确保在新媒体平台上以艺术性为核心传播重点，突出舞剧作品的专业性与文化价值。同时，正式的宣传推广类视频则作为特定活动或宣传节点的补充，通过其正式风格与轻松自然的视频形成对比，进一步增强传播内容的和吸引力。这种内容布局体现了轻松风格与艺术性的平衡，提升了舞剧的传播效果与影响力。

4.2 传播数据分析

传播的维度可通过视频的播放量、点赞数、评论数等数据直观反映。这些数据不仅体现了舞剧在新媒体平台上的曝光率，也间接推动了线下舞剧的上座率增长（王等，2022）。在哔哩哔哩平台，视频的传播数据包括播放量、评论等指标，这些维度能够揭示观众的观看行为与偏好。通过分析该数据，有助于深入了解舞剧的受众群体特征及其对视频内容的喜好倾向。

通过对这些数据的考察，不仅可以帮助创作者更高效地利用平台资源宣传个人作品，还能够助推中国舞剧获得更广泛的受众群体，实现舞剧传播影响最大化。通过分析该账号中头部视频的内容数据，可以探查出舞剧传播在该平台吸引用户的关键特质。本研究选取了“韩真周莉亚排练厅”账号中播放量排名前 10% 的视频和评论量排名前 10% 的视频进行分析，并生成以下表格，直观呈现头部视频的特点与传播效果。这一分析有助于识别用户关注的内容主题和互动偏好，为进一步优化舞剧在新媒体平台上的传播策略提供参考。

表 2 “韩真周莉亚排练厅”视频播放量（截止 11 月 29 日 新西兰时间 21 点 30 分）

视频名称	播放量	视频类型
你们要的来了！五大门派掌门人现场决斗《咏春》	350 万	纪录片、特辑、舞剧片段
只此青绿纪录片 第一集·山重水复，方揽百川	95.4 万	纪录片、特辑、舞剧片段
只此青绿 重要通知，《青绿》B 站跨比啊吧排练厅版释出……	30.6 万	幕后排练和花絮类
舞剧咏春直拍 华表奖颁奖礼八卦掌美女天团排练	28.8 万	幕后排练和花絮类
舞剧咏春 VLOG 五大掌门修炼手册	14 万	VLOG
只此青绿 VLOG 当导演说要“亲自示范”（全员	10.3 万	VLOG

欢乐向)

表 3 “韩真周莉亚排练厅”评论量（截止 11 月 29 日新西兰时间 21 点 30 分）

视频名称	评论量	类型
你们要的来了！五大门派掌门人现场决斗《咏春》	8210	纪录片、特辑、舞剧片段
只此青绿纪录片 第一集·山重水复，方揽百川	561	纪录片、特辑、舞剧片段
舞剧咏春 VLOG 五大掌门修炼手册	351	VLOG
只此青绿 VLOG 我们在 B 站跨年晚会的奇妙之旅	335	VLOG
只此青绿 VLOG 刘畊宏四曲连跳，希望大家一起运 (酸)动(痛)	312	VLOG
舞剧咏春直拍 华表奖颁奖礼八卦掌美女天团排 练	300	幕后排练和花絮类
只此青绿 重要通知，《青绿》B 站跨年排练厅释 出……	273	幕后排练和花絮类

根据上述表格数据分析能够看出，首先在纪录片、特辑、舞剧片段这一类别中，舞剧片段的视频在播放量和评论量方面表现最为突出。这类视频通过直观呈现舞剧的精华片段，吸引了观众对高质量舞剧内容的浓厚兴趣，特别是在吸引新用户方面表现显著，具有较强的传播效果。其次，纪录片在该类别中的吸引力居中。尽管其播放量次于舞剧片段，但纪录片吸引了对舞剧创作背景和文化价值感兴趣的观众，增强了内容深度，具有一定的艺术教育意义，同时彰显了舞剧背后的艺术创作和文化内涵。第三，VLOG 和幕后排练、花絮类视频的传播效果不如上述两项，但是该类视频互动性高，能够吸引核心粉丝关注，以维护已有粉丝群体的活跃度。

综上所述，不同类型的视频满足了舞剧传播中针对不同观众群体的需求。从横向维度看，这些视频类型分别面向舞剧新用户、关注舞剧创作的观众以及核心粉丝群体，实现了传播策略的分层设计。从纵向传播与关注度递进角度看，舞剧片段通过直观内容推动作品的广泛传播，纪录片则吸引对创作背景感兴趣的观众，最后通过幕后花絮和 VLOG 巩固核心粉丝群体，逐步实现舞剧传播的“品牌化”策略。

5 传播策略优化建议和研究的局限性

5.1 传播策略优化建议

通过上述两方面的数据分析，本研究认为，韩真、周莉亚基于多样化传播策略，将正式与非正式的视频类型相结合，以横向传播与纵向挖掘的方式，对舞剧受众群体进行了分层级提炼。这种传播策略有效推动了二人舞剧作品的传播维度，为舞剧的传播路径提供了新的实践案例。然而，根据研究结果也引发了一些值得进一步探讨的问题。首先，哔哩哔哩作为年轻人聚集的新媒体平台，为舞剧传播提供了丰富的传播渠道，但在二人的官方账号以轻松、日常的视频内容为主是否会弱化舞剧的艺术性？如何在追求传播广度与保持舞剧艺术性之间找到平衡点？其次，研究发现舞剧的正式片段在播放量和评论量上显著领先于其他视频类型，这是否意味着受众群体倾向关注于舞剧作品的艺术性？作为官方账号，如何更好地结合受众的审美倾向，优化传播内容并提升舞剧的吸引力？针对上述问题，本研究提出以下舞剧传播策略建议：

首先，将视频的类型主体放置在舞剧的片段中。既能够起到一个广泛传播的作用，又构建官方账号具有舞剧的艺术性和审美性。其次，传播策略需横向考察其他新媒体平台上舞剧传播的现状，结合哔哩哔哩平台的特性和优势，深入探讨该平台舞剧受众的审美偏好，以便制定更具针对性的传播内容。第三，应注重舞剧传播的相关实证研究，特别是新媒体平台舞剧传播的相关数据进行定量分析，通过对传

播效果的定量研究与反馈分析,可进一步优化舞剧传播策略,为提升舞剧在新媒体领域的影响力提供科学依据和实践参考。

5.2 研究的局限性

最后这部分将主要反思该研究的局限性,通过反思为未来的舞剧传播研究提供新的指引方向。首先,研究对象的局限性。尽管韩真与周莉亚的作品具有显著的“破圈”影响,但其作为舞剧创作者群体中的个案,研究范围相对有限。同时,哔哩哔哩作为众多新媒体平台之一,仅能提供一定范围内的数据支持,未能全面反映舞剧在其他平台上的传播效果。其次,研究数据的局限性。本研究主要基于“韩真周莉亚排练厅”官方账号的60条视频投稿进行分析,虽然在传播策略方面得出了较多启示,但数据来源单一,未能涵盖更广泛的传播现象。三,数据分析类别的局限性。本研究主要关注视频内容数据和传播数据的分析,而针对互动性数据尚未深入探讨,未来研究可进一步补充这一维度。

基于上述局限性,本研究提出以下针对未来新媒体舞剧传播策略研究的建议:首先,可增加平台联动性,对多个新媒体平台的数据进行横向联合考察,形成更全面的传播数据分析。其次,扩展研究对象范围,通过结合个人创作特点,对多位舞剧创作者的传播策略进行横向考察,提炼出更具适用性的传播策略建议。这些探索将有助于为中国舞剧创作者提供更广泛的传播策略支持,推动中国舞剧在新媒体环境下实现更广泛、更深入的传播。

6 结论

韩真与周莉亚作为当代中国舞剧领域的杰出代表,其作品在新媒体平台上广泛传播。然而,目前关于二人舞剧传播的研究多集中于定性分析,缺乏实证性的定量研究。因此本研究采用定性与定量相结合的混合研究范式,聚焦于新媒体视阈下韩真与周莉亚作品的传播研究,深入分析二人在新媒体平台上的舞剧实践策略。研究以哔哩哔哩平台的官方账号“韩真周莉亚排练厅”为案例对象,选取截至2024年11月29日账号发布的全部60条视频为数据样本,并使用内容分析法作为主要研究方法,分析视频内容类型及其传播数据。文章结构按照文献综述、研究方法、新媒体传播内容类型与传播数据分析、传播策略优化建议以及研究局限性五个部分进行展开。研究得出了以下主要结论:首先,从发布者的视角出发,研究发现韩真与周莉亚在舞剧传播内容策略上注重将轻松自然的日常视频类型与舞剧艺术性相结合。其次,从舞剧受众的视角来看,该群体首先被舞剧作品的艺术性所吸引,激发了对舞剧的关注与兴趣,其后通过轻松日常与艺术性结合的内容进一步巩固了舞剧受众的黏性。最后,基于数据分析过程中发现的疑问,提出了舞剧传播的相关优化建议。此外,本文还对研究过程中存在的局限性进行了讨论,主要涉及研究对象、研究平台、数据样本及数据分析类别的限制。基于这些局限性,研究提出了未来舞剧传播研究的方向,包括扩大研究对象范围、增强多平台联动性以及深化对观众互动数据的研究。这些建议为未来的舞剧传播策略研究提供了重要参考。

参考文献

- Sandelowski, M. (2000). Combining Qualitative and Quantitative Sampling, Data Collection, and Analysis Techniques in Mixed-Method Studies. *Research in Nursing & Health*, 23(3), 246 – 255.
URL:[https://doi.org/10.1002/1098-240X\(200006\)23:3<246::AID-NUR9>3.0.CO;2-H](https://doi.org/10.1002/1098-240X(200006)23:3<246::AID-NUR9>3.0.CO;2-H)
- Xiao, S., & Areepayolkij, W. (2024). Exploring Individual Creativity Components of Anime Videos via Content Analysis: A Case Study of Bilibili. 2024 Joint International Conference on Digital Arts, Media and Technology with ECTI Northern Section Conference on Electrical, Electronics, Computer and Telecommunications Engineering (ECTI DAMT & NCON), 342 – 347.
URL:<https://doi.org/10.1109/ECTIDAMTNCN60518.2024.10480074>
- 吕净.(2024).符号学视域下的中国舞剧对外传播策略及效果——以中国歌剧舞剧院优兔频道为例. *传媒* (04),51-53.
DOI: CNKI:SUN:CMEL.0.2024-04-018.
- 韩玉坤、樊晓燕.(2024).舞剧传播的受众卷入度研究——基于《只此青绿》微博数据的内容分析. *北京舞蹈学院学报*(03),103-117.
URL:https://chn.oversea.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2024&filename=BJWD202403013&uniplatform=OVERSEA&v=4Ob6A-bSk8fzv8RvdTNUlBhk5nyebwbuTAWkdKUVvIV1_y3iyTTVTEQZDkOa4mzX
- 冯双白.(2024).原创舞剧实现口碑和票房共赢. *舞蹈*(06),5-9.
DOI: CNKI:SUN:WDWD.0.2024-06-001.
- 曹雪盟,王云娜,姜晓丹 & 常碧罗.(2023-09-19).舞剧“出圈”的创作密码. *人民日报*,011.
DOI:10.28655/n.cnki.nrmrb.2023.009563.
- 李超.(2023).《咏春》:武而知止、舞以成人的中国故事与身体表达. *舞蹈*(05),66-71.
DOI: CNKI:SUN:WDWD.0.2023-05-011.
- 袁革.(2022).新媒体环境下优秀传统文化在短视频平台的传播——以哔哩哔哩为例. *科技传播*(09),118-121.
DOI: 10.16607/j.cnki.1674-6708.2022.09.028.
- 殷红.(2022).跨界·融合:当代中国舞剧文本的叙事与传播策略探析——以《永不消逝的电波》为例. *大舞台*(05),66-70.
DOI:10.15947/j.cnki.dwt.2022.0090.
- 王群,焦广发 & 胡凤.(2022).融媒体语境下舞蹈类节目的创新研究. *中国电视*(04),97-100.
DOI: CNKI:SUN:ZGDD.0.2022-04-017.
- 符安可.(2021).基于编码/解码模式下当代舞剧文化传播研究——以舞剧《永不消逝的电波》为例. *歌海* (04),46-50+54.
DOI: CNKI:SUN:GHAI.0.2021-04-011.
- 韩真,周莉亚 & 田湉.(2020).“作品是最好的老师”——韩真、周莉亚访谈. *北京舞蹈学院学报*(04),14-20.

DOI: CNKI:SUN:BJWD.0.2020-04-004.

张麟 & 武奕彰.(2019).舞剧表现形式的开掘与创新——评大型舞剧《永不消逝的电波》.舞蹈(02),65-69.

DOI: CNKI:SUN:WDWD.0.2019-02-015.

李娜.(2018).新媒体背景下舞蹈传播与产业发展探析.北京舞蹈学院学报(04),78-84.

DOI: CNKI:SUN:BJWD.0.2018-04-012.

董丽.(2017).传统与现代文化融合视阈下的当代民族舞剧创作——周莉亚、韩真作品例析.民族艺术研究(06),165-169.

URL:https://chn.oversea.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2018&filename=MYSY201706021&uniplatform=OVERSEA&v=ytY6Bk7ft9DAM4JuA2eJyk3JVR2BYurwqlsGK6rTvpJ-4ugw1s_vHjfZl8JNzbth

免责声明：所有出版物中包含的声明、观点和数据仅代表个人作者和贡献者，而非 JGAS 和/或编辑。JGAS 和/或编辑对因内容中提及的任何想法、方法、说明或产品而造成的任何人身伤害或财产损失不承担任何责任。