

# 文化传承视域下非物质文化遗产发展困境探析

## ——以甘肃社火为例

宋宗睿, 张培园

江苏大学管理学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年11月29日; 录用日期: 2025年12月20日; 发布日期: 2025年12月30日

### 摘要

本文以甘肃非遗“社火”为案例, 研究其传播影响因素、现状及发展策略。通过文献分析、问卷调查等方法, 构建了社会环境、传播偏好和遗产吸引力三个维度的理论模型。研究发现, 甘肃社火省内认知度高(85.37%), 但省外认知度低(47.46%), 存在地域壁垒。传承人断层(77%受访者认为)和年轻受众兴趣下降是主要挑战。公众普遍喜爱社火(66.67%非常喜欢), 支持创新(97%), 了解渠道以线下活动(84.13%)和传统媒体(76.19%)为主, 表演艺术(95.24%)是核心吸引力。交叉分析显示, 深度参与者更关注传承人培养和系统性支持; 线上线下传播需协同, 线下活动参与者对数字化传承支持度高(94.87%)。建议: 1) 提升知名度, 推动文创产品开发(84%支持率)和官方文旅合作; 2) 推动创新, 利用数字技术(AR/VR)和跨界合作机制; 3) 明确政府角色, 从“重宣传资金”转向“强化人才培养”, 构建政府引导、技术赋能、社区共生的传承体系, 实现活态传承与可持续发展。

### 关键词

甘肃社火, 非物质文化遗产(非遗), 文化传承

# Analysis of the Development Dilemma of Intangible Cultural Heritage from the Perspective of Cultural Inheritance

## —A Case Study of Gansu Shehuo

Zongrui Song, Peiyuan Zhang

School of Management, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: November 29, 2025; accepted: December 20, 2025; published: December 30, 2025

文章引用: 宋宗睿, 张培园. 文化传承视域下非物质文化遗产发展困境探析[J]. 统计学与应用, 2025, 14(12): 411-428.  
DOI: 10.12677/sa.2025.1412375

## Abstract

This article takes the intangible cultural heritage “Shehuo” from Gansu Province as a case study, exploring its influencing factors of dissemination, current status, and development strategies. Through methods such as literature analysis and questionnaire surveys, a theoretical model was constructed encompassing three dimensions: social environment, dissemination preferences, and heritage attractiveness. The study revealed that Gansu Shehuo has a high level of recognition within the province (85.37%), but low recognition outside the province (47.46%), indicating the existence of regional barriers. The main challenges identified are the succession gap of inheritors (77% of respondents believe this) and declining interest among younger audiences. The public generally enjoys Shehuo (66.67% very much), supports innovation (97%), and primarily learns about it through offline activities (84.13%) and traditional media (76.19%). Performing arts (95.24%) are the core attraction. Cross-analysis showed that deep participants are more concerned about the cultivation of inheritors and systematic support; online and offline dissemination need to be coordinated, and participants of offline activities have high support for digital inheritance (94.87%). Suggestion: 1) Enhance popularity, promote the development of cultural and creative products (with 84% support) and official cooperation in cultural tourism; 2) Promote innovation, leveraging digital technology (AR/VR) and cross-industry collaboration mechanisms; 3) Clarify the role of the government, shifting from “emphasizing promotional funds” to “strengthening talent cultivation”, and establish an inheritance system guided by the government, empowered by technology, and coexistent with the community, to achieve dynamic inheritance and sustainable development.

## Keywords

Gansu Shehuo, Intangible Cultural Heritage (ICH), Cultural Transmission

---

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

### 1.1. 选题依据

#### 1.1.1. 保护非物质文化遗产，助力乡风文明建设

非物质文化遗产作为民族精神的瑰宝，承载着丰富的历史记忆与文化基因，是连接过去与未来的桥梁。然而，在全球化和现代化的浪潮中，非遗文化正面临着前所未有的挑战，许多传统技艺和表演形式因缺乏有效的传承机制而逐渐消失。与此同时，国家更多的政策出台，国家发展改革委关于印发《2022年新型城镇化和城乡融合发展重点任务》中明确提出加强历史文物保护传承，推动非物质文化遗产融入城市建设中。

文化部于2015年4月下发了《关于开展国家级非物质文化遗产代表性传世实物抢救性登记工作的通知》，要求“在有效保护非物质文化遗产数据信息的同时，对非物质文化遗产传世实物个体及其作品进行了高水平的认定和保护”。2021年《政府工作报告》强调“加强文化遗址和非物质文化遗产的保护和利用”。

甘肃社火，作为西北地区独具特色的非遗项目，以其独特的艺术魅力和深厚的文化底蕴，成为了当

地文化的重要象征。本项目正是基于这样的背景, 旨在通过深入研究甘肃社火的传播影响因素, 为非遗文化的保护与传承提供科学依据和实践指导, 确保这些珍贵的文化遗产得以代代相传, 守护好我们的文化根脉。

### 1.1.2. 激活文化引擎: 地方品牌与特色旅游的协同发展

在文旅融合的大趋势下, 地方特色文化成为推动旅游业发展的重要引擎。社火文化是一种融合民间风俗、音乐、美术、文学、戏剧和历史等多种艺术形式的民间文化, 也是一种地域特色非常鲜明的民俗文化。在 2006 年的《国家非物质文化遗产目录》中, 民间社火被正式列入首批名单。甘肃社火作为地方文化的独特名片, 不仅具有极高的观赏性和艺术价值, 更是吸引游客前来体验、感受地方风情的重要资源。

本项目通过深入研究甘肃社火的传播现状和影响因素, 旨在挖掘其文化内涵和市场潜力, 打造具有地方特色的文化品牌。通过整合旅游资源, 将甘肃社火融入地方旅游线路, 提升旅游产品的文化附加值, 实现文化传承与经济发展的双赢。同时, 借助旅游业的平台, 进一步扩大甘肃社火的社会影响力, 让更多人了解和喜爱这一非遗项目。

### 1.1.3. 创新传播模式: 电子商务与非遗文化的深度融合

各地区之间非物质文化遗产与其传承空间环境存在差异, 由于地域的不同, 地理环境和人文背景以及非物质文化遗产空间环境形态和特色的存在差异化, 如果套用某种模式保护类型多样的非物质文化遗产及传承空间环境是不合理的。

随着电子商务的蓬勃发展, 数字技术为非物质文化遗产的传播提供了新的机遇和挑战。本项目结合电子商务专业的优势, 旨在探索利用电商平台和数据分析技术, 为甘肃社火等非遗文化的传播开辟新路径。通过构建线上传播平台, 打破地域限制, 让甘肃社火等非遗项目能够触达更广泛的受众群体。同时, 利用大数据分析技术, 精准把握受众需求, 优化传播策略, 提高传播效果。

此外, 本项目还将探索非遗文化与电子商务的深度融合模式, 如开发非遗文化衍生品、举办线上非遗文化节等, 进一步拓宽非遗文化的传播渠道和商业价值。通过这种创新传播模式, 不仅能够促进非遗文化的传承与发展, 还能为电子商务领域注入新的文化元素和活力。

## 1.2. 研究目的意义

### 1.2.1. 研究目的

社火是我国北方地区非常流行的民俗, 有着悠久的历史和广泛的群众基础, 是许多民俗项目和民间文化艺术的综合体。本研究通过运用文献资料法、问卷调查法、实地调查法、等对甘肃社火的传承现状与制约因素进行研究。

本文将社火传播的影响因素分为社会环境、传播偏好和遗产吸引力三个维度, 一共提出六个可行性假设, 通过设计问卷调查和构建多元回归模型来检验这些假设。通过深入探究文化传承视域下非物质文化遗产(以甘肃社火为例)传播的影响因素, 本研究能够为非物质文化遗产的保护与传承提供科学依据和实践指导, 有助于揭示非遗文化在现代社会中的传播规律, 进而提出针对性的保护策略, 确保这些珍贵的文化遗产得以有效传承。

其次, 本研究成果对于推动地方文化品牌建设、促进特色旅游业发展具有积极作用, 通过挖掘甘肃社火的文化内涵和市场潜力, 有助于提升地方文化的知名度和影响力, 为地方经济注入新的活力。此外, 结合电子商务专业的优势, 本项目还将探索非遗文化与电子商务的深度融合模式, 为非遗文化的创新传播和可持续发展开辟新路径, 促进文化传承与经济发展的良性互动。

### 1.2.2. 研究意义

#### 1) 理论意义

当前非遗传播研究多聚焦于传播渠道创新(如短视频、虚拟现实技术应用), 但对传播效果的底层影响机制缺乏系统性分析。本研究从社会环境、传播偏好、遗产吸引力三个维度构建理论模型, 通过实证研究验证城镇化水平、现代市场需求、传播形式等6个变量与传播效果的相关性, 填补了非遗传播领域“影响因素-传播效果”理论链条的空白, 为构建中国特色非遗传播理论提供了新视角。例如, 通过分析城镇化进程对社火传播的影响, 可提炼出“文化生态变迁-非遗存续危机”的理论逻辑, 丰富文化传播学与民俗学的交叉研究成果。

甘肃社火作为北方民俗文化的典型代表, 其研究可补充地域非遗保护理论的多样性。本文通过“非遗社火”为关键词在学校图书馆、中国知网、百度文库等检索出相关文章, 现有文献对西北非遗的研究多集中于艺术形态描述, 而本研究通过量化分析, 揭示地域文化特征与传播效果的内在关联, 提出“地域文化独特性-传播策略适配性”理论框架, 为青藏高原东缘、黄土高原等类似文化区的非遗保护提供理论参照。

#### 2) 现实意义

非遗传播与乡村振兴、文旅融合具有天然耦合性。本研究以甘肃社火为样本, 探索“文化传播-经济发展-社会认同”的联动机制, 可为西北欠发达地区提供发展范式。通过提升社火的“观赏价值”和“知名度”, 可将其打造成甘肃文化名片, 带动旅游、手工艺等产业发展。同时, 研究通过揭示社火传播的文化价值, 可深化公众对非遗保护必要性的认知。

## 1.3. 文献综述

### 1.3.1. 概念界定

#### 1) 文化传承视域概念

“文化传承视域”是指从文化延续与发展的整体视角出发, 关注特定文化现象(如习俗、技艺、仪式等)在历史变迁中的传递机制、影响因素及其社会意义。这一视角强调文化的动态性, 既考察代际间的纵向传播, 也分析横向的社会环境互动, 如政策支持、经济驱动、媒介技术影响, 同时关注文化主体的认同与实践。其核心在于揭示文化如何通过多重路径实现活态存续, 而非静态保存。例如, 在社火研究中, 该视域会聚焦社火仪式如何适应现代生活、参与者动机变化等现实问题, 进而探讨传统文化与现代性的融合逻辑。

#### 2) “甘肃社火”概述

甘肃社火是流行于甘肃省及周边西北地区的一种传统民俗表演形式, 通常在春节、庙会、庆典等重大节日期间举行, 具有鲜明的地域特色和文化内涵。社火融合了舞蹈、音乐、戏曲、杂技、高跷、秧歌等多种艺术形式, 并常伴有神话传说、历史故事或祈福纳祥的主题, 如《西游记》《三国演义》等经典桥段的演绎。其表演风格粗犷豪放, 道具多样(如龙灯、狮舞、旱船、腰鼓等), 服饰色彩艳丽, 具有强烈的视觉冲击力和群众参与性。

### 1.3.2. 国内研究现状

我国针对甘肃社会研究主要集中于其艺术特点、娱乐形式、文化内涵和保护形式的转变。谢粉兰(2022)基于环县社火调查研究, 对社火表演流程、社火文化内涵, 各类歌唱曲调, 探究了社火的社会功能[1]。闫天天(2023)以莲峰镇下寨村为例, 进行了渭源社火舞蹈的形态流变研究, 认为独特的地理环境和悠久的历史文化在长期的发展中积淀形成了风景怡人、得天独厚的人文景观和旅游资源, 各大旅游区的开发极大地促进了当地经济的发展, 为地区的发展进步创造了有利条件[2]。林凤敏(2023)以张豆家村为个案, 通过研究临夏“跳火堆”仪式的民俗学, 发现虽然跳火堆仪式的神圣性有所淡化, 但短期内并不会消失[3]。何婧灵(2023)以甘肃永昌县节子舞为例, 探究了本研究通过对永昌县节子舞活动的生存环境、历史溯源、

发展流变、表演套路、社会价值、传承现状等进行梳理, 探究节子舞活动发展主要依赖的路径, 分析出影响节子舞传承与发展的不利因素, 从而发现节子舞发展存在的问题, 从而提出相关策略解决其问题[4]。蔡兆梅(2023)以武威凉州区社火为例, 研究了甘肃河西地区社火文化的发展困境和衰退原因[5]。

### 1.3.3. 国外研究现状

在国外研究中, 乔纳森、弗里德曼表示全球化过程的政治条件导致了文化的异质性和多元性, 反过来又和历史的政治霸权相关, 文化全球化有助于增强民族文化与国家认同, 外部环境的变化有助于提升民族主义情感, 这对于国家的认同和民族文化的保存具有重要作用。全球化是各国文化走向世界的重要途径, 发达的信息技术更对全球化的文化交流有着重要的作用, 与各国先进文化的互通互联, 同时保留自身传统文化的独特价值, 才是实现本国文化认同的途径。

### 1.3.4. 文献述评

目前, 国内外对文化发展同质化研究以及非物质文化遗产艺术特点研究较为多见, 有些会涉及到非物质文化遗产发展形式的转变以及现代科学技术对文化传承的影响, 但是对于非遗保护和传承困境方面的研究仅存于零散的论文中, 甘肃社会研究以县镇小地区研究为主, 主要以文献检索分析为主, 仅有少部分采用问卷调查、实证分析、实验分析等研究方法, 数量统计的量化研究还较为缺乏, 很多领域还需继续深入。

由此可以得出, 本研究针对文化传承视域下社火文化传播的影响因素进行研究, 是一个创新点, 有助于探索传承传统的新方向。虽然对“甘肃社火”的研究少, 但是我们可以借鉴其他传统非遗在“文化传承”背景下的研究方法, 找到其发展的困境, 并提出解决措施。因此本次研究将以甘肃社火为例, 对其现有发展困境、保护措施、可优化传承发展情况进行研究调查, 为非物质文化遗产传承发展保护提出实质性建议。

## 2. 研究对象与研究方法

### 2.1. 研究对象

本课题的研究对象是甘肃省社火表演, 具体通过传播路径来分析影响其推广的因素。

### 2.2. 研究方法

#### 2.2.1. 文献资料法

通过在中国知网、学校图书馆等电子数据库中以“甘肃社火”、“非遗文化”、“传承”为关键词对相关文献进行梳理, 理清对甘肃社火传播影响因素的研究思路, 并清晰掌握关于研究的整体结构, 探寻与本文研究相关联的知识并撰写文献综述, 最后定出本文的行文框架。具体方法如下: 首先剖析本文所需的相关概念, 对比甘肃社火相关文献的研究成果, 收集归纳社火的文献量, 分析研究角度, 最后通过分类法分析甘肃社火的研究内容, 提出研究的必要性。

#### 2.2.2. 构建模型

本研究主要构建假设-验证研究模型, 将社火传播的影响因素分为社会环境、传播偏好和遗产吸引力三个维度。通过文献分析研究、搜集权威机构发布的数据分析因素相关性, 提出六条可行性假设, 然后通过问卷结果等资料来验证这些假设, 明确影响传播效果的关键因素。

#### 2.2.3. 问卷调查法

针对研究目的和研究内容要求, 积极与导师和地方人群进行讨论, 在导师指导下, 确定调查问卷的基本依据和内容构成, 针对甘肃社火在文化传承视域下传播的影响因素设计调查问卷, 多次与导师进行沟通请教, 查找问卷设计中的不足, 并及时进行修改和完善调查问卷。

### 1) 预测试问卷

在发布正式问卷之前, 我们进行了预测试。预测试问卷是一个较小规模的试点调查, 旨在评估问卷的可理解性、问题的准确性以及流程的顺畅性。我们选择了部分目标受众作为预测试的对象, 并收集他们的反馈和建议。

### 2) 根据预测试结果进行调整和修改

根据预测试问卷的结果和参与者的反馈, 我们仔细评估了问题的表达方式、选项的选择、流程的合理性等方面, 并对问卷进行必要的调整和修改。这些改进措施旨在优化问卷设计, 确保问题清晰明了, 减少参与者的困惑和误解, 提高问卷的可信度和有效性。

### 3) 正式发布问卷

在经过预测试和问卷改进之后, 我们发布正式问卷进行数据收集。通过预测试和问卷改进的过程, 我们可以提前发现和解决潜在问题, 确保问卷在正式调查阶段具备较高的可用性和可信度。

#### 2.2.4. 数理统计法

调查收集甘肃社火数据, 通过使用 SPSS 27.0 对所调查的数据进行归纳、统计制定相关数据图表, 对调查结果进行分析、归纳、总结, 为甘肃社火传播因素研究提供坚实的数据基础。

## 3. 结果与分析

### 3.1. 乡村振兴背景下甘肃社火的基本情况

#### 3.1.1. 发展历程

甘肃社火起源于远古的农耕祭祀活动, 以“社”(土地神)和“火”(火神)崇拜为核心, 祈求风调雨顺、五谷丰登。汉代至唐宋时期, 社火逐渐与宗教仪式、节庆民俗结合, 形成兼具祭祀与娱乐功能的民间艺术形式。明清时期, 社火进入鼎盛阶段, 吸收丝绸之路的多元文化元素, 并分化出河西、陇东、甘南等地域特色。社火表演形式多样, 包括高跷、舞狮、旱船、秧歌、傩戏等, 并融入地方戏曲、武术等元素。

#### 3.1.2. 现有传承与转型

甘肃将社火纳入非遗保护体系, 设立“社火文化生态保护区”, 并出台《甘肃省非物质文化遗产条例》, 通过专项资金支持传承人培养、传习所建设。高校开设社火相关课程, 中小学将社火秧歌纳入课间操, 培养青少年传承人。乡村通过“老带新”模式, 由老一辈艺人指导青少年学习高跷、鼓乐等技艺, 如永登苦水高高跷通过少年传承延续 600 年绝技。年轻传承人将现代元素融入传统鼓乐, 创作《社火·新生》等作品; 敦煌社火团队结合飞天壁画设计服饰, 打造“丝路社火”。

#### 3.1.3. 目前社火活动传播影响力

截至 2024 年 10 月, 甘肃省共认定各级非遗代表性项目 8801 项, 涵盖国家级项目 83 项、省级 493 项、市县级 8245 项。其中, 社火作为重要组成部分, 被纳入多个层级的保护体系。全省拥有非遗代表性传承人 13,049 人, 包括国家级传承人 68 名、省级 758 名、市县级 8798 名。甘肃社火相关非遗项目中, 3 项入选联合国教科文组织人类非遗名录: 花儿、环县道情皮影戏、天祝格萨(斯)尔。国家级非遗代表性项目中, 庆阳香包绣制、临夏砖雕等与社火结合的技艺被列入第一批国家传统工艺振兴目录。

2025 年春节活动: 兰州老街社火巡演吸引初一至初二客流 54.2 万人次; 皋兰县社火展演通过省、市、县三级媒体直播, 吸引近 300 万人次在线观看。全国赛事表现: 在宁夏固原第二届全国社火大赛中, 甘肃 5 支队伍参赛, 斩获多个奖项。例如, 会宁县北关高跷社火队以高难度表演获三等奖, 庄浪县非遗社火队融合地摊社火与非遗技艺获优秀奖。

短视频平台效应: 演员龚玥菲以《山海经》九尾狐造型演绎甘肃社火, 单条视频播放量突破 1000 万次, 带动“甘肃社火”“敦煌旅拍”等关键词搜索量周增长超 100%。

云端互动: 2022 年陇县社火直播吸引超 600 万网友观看, 2025 年皋兰社火展演直播观看量达 300 万人次。张掖“九曲黄河灯阵”结合声光电技术, 年接待游客超 50 万人次; 龚玥菲九尾狐社火主题造型带动甘肃文旅订单周环比激增 80%, 旅行社推出“神话甘肃”文旅拍线路, 整合社火表演与景观打卡。

兰州春节的庙会、定西社火巡演等活动衍生非遗集市、灯光秀等产业, 形成“年味经济”亮点。例如, 庄浪社火巡演成为春节期间文旅消费的重要增长点。

### 3.2. 描述性分析

#### 样本总体情况

本调查采用了定量研究方法, 通过问卷调查的形式进行实验设计和数据采集。样本包括了不同年龄段的个体, 涵盖了青少年、成年人和中年人。数据采集主要为个体的年龄、性别两项基本信息, 以及对于特定研究主题的问题回答。

经过数据处理和统计分析, 我们得到了一系列有关年龄和特定变量之间关系的数据。为保证研究准确性, 受访者的性别占比分别为 50%。

调查结果显示, 年龄分布如下: 18 岁以下的受访者占比 2.0%, 18~30 岁的受访者占比 86.0%; 35~60 岁的受访者占比 7.0%; 60 岁以上的受访者占比 5%。通过这个数据可以看出, 调查样本中年龄在 18~35 岁之间的受访者比例较高, 占据了总样本数的 85%, 占绝对主导地位, 表明样本以年轻群体为核心研究对象, 见图 1 所示。

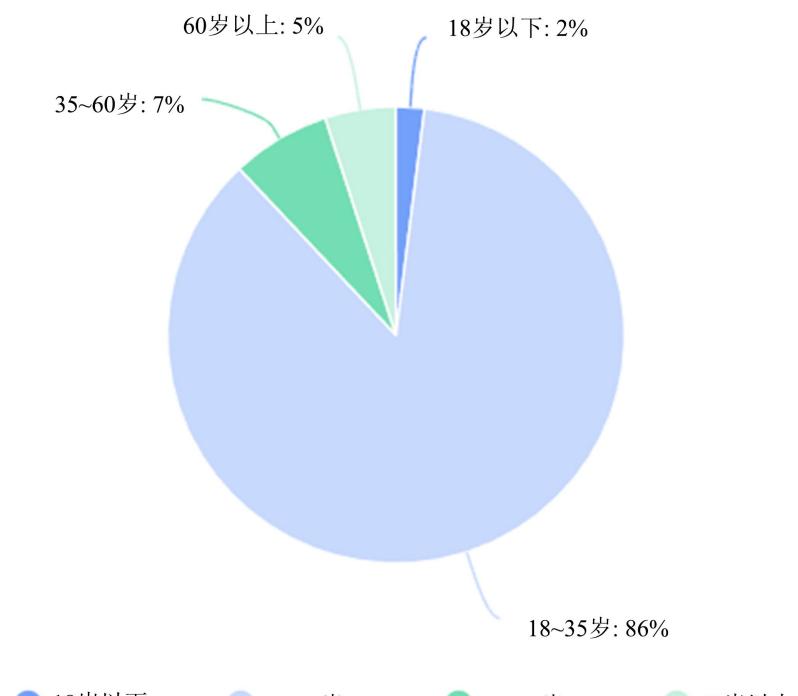
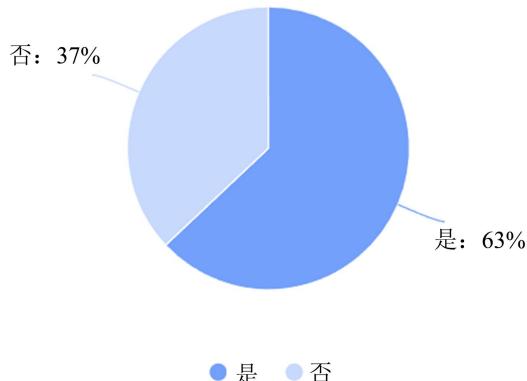


Figure 1. Sample age ratio  
图 1. 样本年龄比例

总体认知度: 63%的受访者了解社火文化, 37%表示不了解, 见图 2 所示。



**Figure 2.** Overall awareness ratio of Shehuo culture  
**图 2.** 社火文化了解总体占比

核心发现: 社火文化作为非遗项目在全国范围内有一定认知基础, 但仍有近四成群体对其缺乏了解, 反映出非遗普及仍存在传播盲区。

**甘肃省内认知度:** 85.37%的甘肃受访者了解社火, 仅 14.63%不了解。

**地域特征:** 社火文化在甘肃省内扎根深厚, 高认知率与本地节庆活动(如春节巡演、非遗进校园)密切相关, 体现其作为“文化基因”的传承优势。

**外省认知度:** 47.46%的外省受访者了解社火, 52.54%表示不了解。

**传播短板:** 省外认知度不足半数, 表明社火文化跨地域传播存在瓶颈, 需强化文旅融合、数字化推广(如短视频、直播)以突破地域限制。

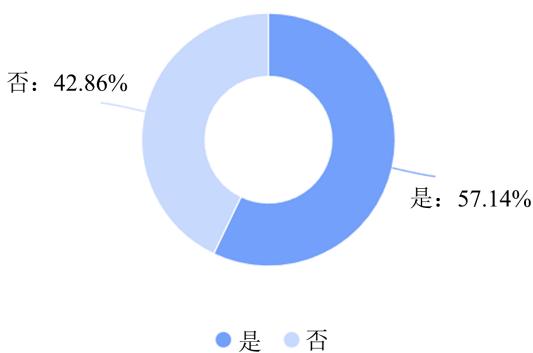
**甘肃省内传播程度:** “非常广泛”占 88.57%, 占绝对主导地位; “一般”占 11.43%, 无“较少”或“几乎没有”选项, 表明社火文化在省内传播高度普及, 几乎实现全域覆盖, 与本地节庆活动、非遗政策支持密切相关。

**外省传播程度:** “非常广泛”仅占 53.57%, 而“一般”占 28.57%, “较少”和“几乎没有”合计 17.85%, 显示省外传播存在明显断层, 尤其是近两成群体接触有限, 需针对性解决跨地域文化渗透问题。

**总体样本:** 57.14%的受访者参与过社火活动, 42.86%未参与。

**甘肃样本:** 参与度更高达 60%, 未参与者占 40%, 本地社火文化渗透力强, 与节庆活动普及性直接相关。

**外省样本:** 53.57%参与过, 46.43%未参与, 虽超半数但低于总体和甘肃数据, 表明省外群体接触机会有限, 传播广度与参与渠道待提升, 见图 3 所示。



**Figure 3.** Have you participated (overall sample)  
**图 3.** 是否参与过(总体样本)

**非常喜欢:** 占比 66.67% (最高比例), 显示社火文化在受访者中具有较强吸引力。

**一般喜欢:** 占比 33.33%, 表明部分群体对社火文化持中立态度, 可能是被动接受或了解不深。

**不感兴趣:** 占比 0%, 无人选择, 侧面反映社火文化未引发明显负面情绪或排斥, 见图 4 所示。

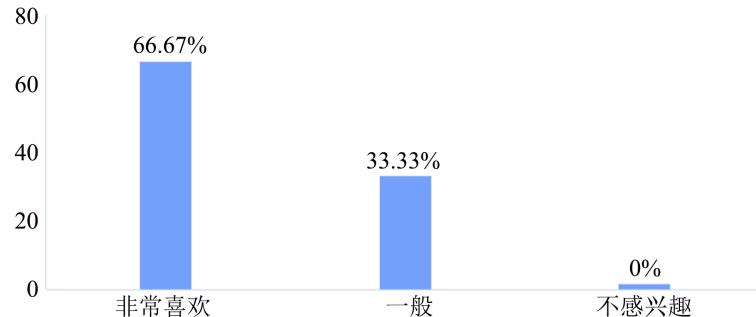


Figure 4. Degree of respondents' fondness for Shehuo culture

图 4. 受访者对社火文化喜爱程度

线下活动占比 84.13%, 成为最主要的了解途径, 反映社火文化通过节庆巡演、庙会等实体活动深入人心, 与甘肃省省内高传播率(此前 88.57% “非常广泛”)直接关联。

传统媒体(76.19%)和社交媒体(71.43%)分列第二、三位, 显示“电视/报纸”与“短视频/直播”双渠道并重, 但传统媒体略占优势, 可能与中老年群体参与度较高有关。

学校教育仅占 30.16%, 表明非遗文化在校园体系中的渗透不足, 需加强课程融合。

其他渠道(4.76%)占比极低, 侧面反映口耳相传、社区活动等非主流方式对传播贡献有限。见图 5 所示。

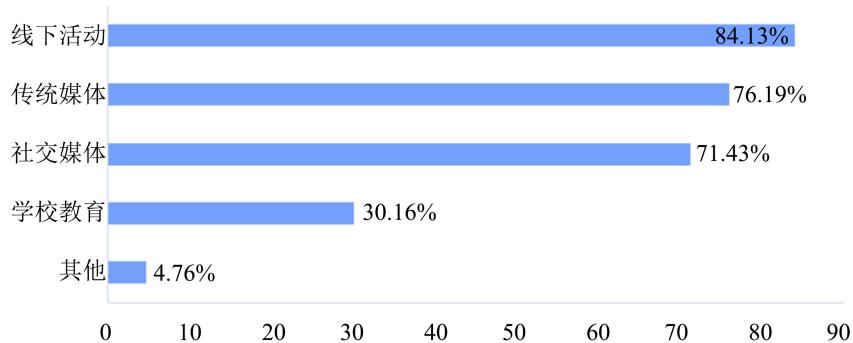


Figure 5. Channels through which respondents learn

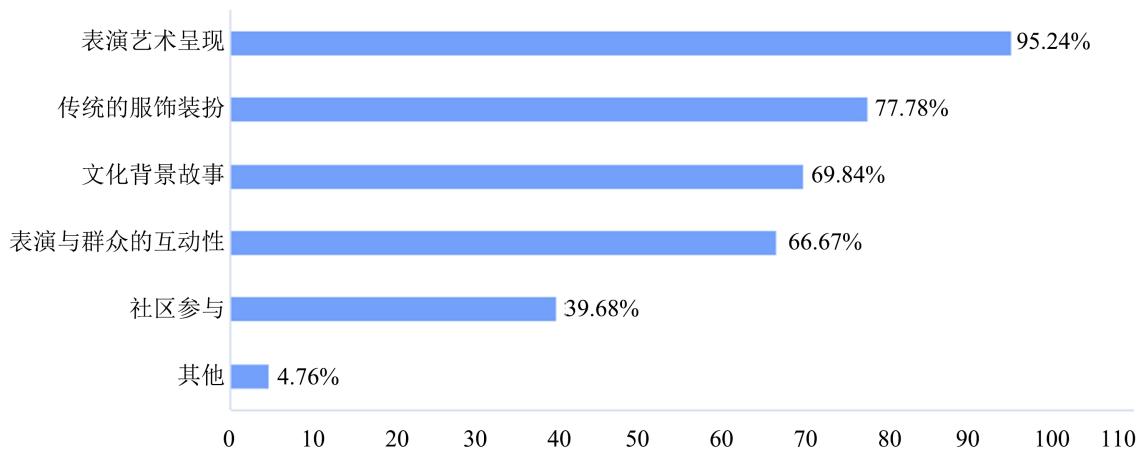
图 5. 受访者了解渠道

表演艺术呈现以 95.24% 的占比高居首位, 反映观众最看重社火的视觉表现力与技艺传承(如高跷、舞狮、鼓乐等), 凸显其作为非遗活态展示的核心价值。

传统服饰装扮(77.78%)和文化背景故事(69.84%)紧随其后, 表明社火的符号象征(服饰、面具)与历史内涵(神话传说、农耕信仰)是吸引受众的重要文化载体。

表演与群众互动性仅占 66.67%, 社区参与更低至 39.68%, 显示社火活动仍以“观看”为主, 大众深度体验不足, 可能削弱文化认同感与传承活力。

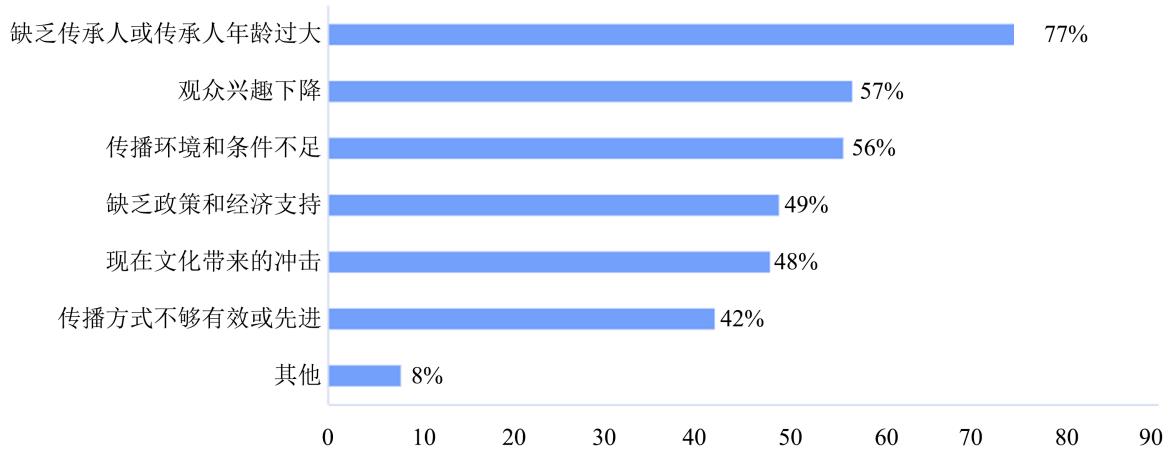
其他选项占比 4.76%, 进一步说明社火的创新元素(如数字化、跨界融合)尚未被广泛关注。见图 6 所示。

**Figure 6.** Elements valued by respondents in Shehuo**图 6.** 受访者所看重社火中的元素

**传承人断层:** 77%的受访者认为“缺乏传承人或传承人年龄过大”是最大挑战, 凸显高龄化与后继无人的严峻现实。

**受众流失:** 57%提及“观众兴趣下降”, 反映传统文化吸引力在年轻群体中减弱, 与快节奏生活方式形成冲突。

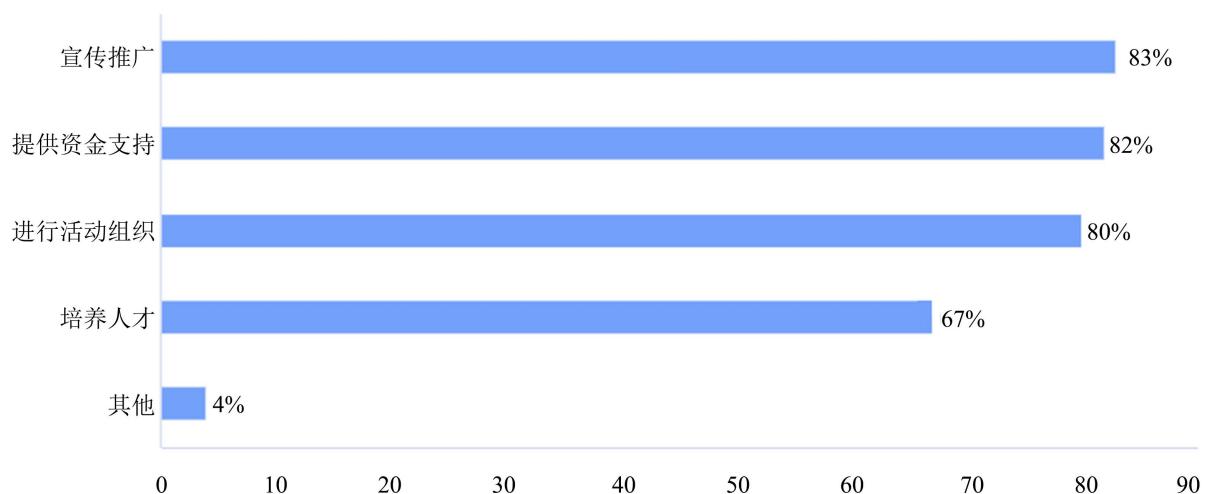
**其他因素:** 商业化冲击(42%)、资金不足(35%)、政策支持不足(28%)、传播渠道单一(23%)及“其他”(8%)共同构成传承阻力。见图 7 所示。

**Figure 7.** Current challenges in intangible cultural heritage inheritance**图 7.** 非遗传承目前面临的挑战

宣传推广(83%)、提供资金支持(82%)、活动组织(80%)占比均超 80%, 体现政府当前以“传播引导”和“资源保障”为主导, 侧重短期可见成效的领域。典型实践如甘肃社火巡演资金扶持、非遗博览会主办等, 与数据高度吻合。

培养人才占比仅 67%, 显著低于前三项, 反映非遗传承中“人”的可持续性投入不足, 与前期调研中“传承人断层”(77%)问题直接关联。

其他选项仅占 4%, 表明政府在跨部门协作(如文旅融合政策联动)、非遗产业化(如知识产权保护)等创新领域参与有限。见图 8 所示。

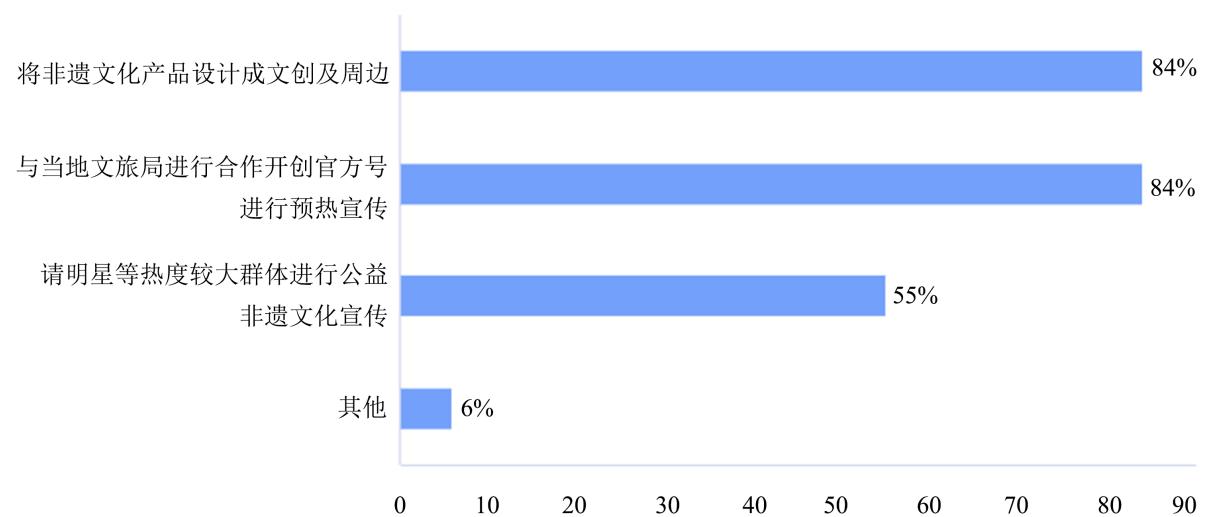
**Figure 8.** The role of government in intangible cultural heritage inheritance**图 8. 政府在非遗传承中扮演角色**

加强非遗宣传推广(83%)和增加政策经济支持(70%)占比最高, 体现当前以“扩大传播声量”和“资源扶持”为主导策略。

建立传承基地、举办活动展览、培养年轻传承人、推动数字化应用均有较高支持率, 反映了多维度的保护意识, 但具体执行优先级需细化(如数字化技术应用可能滞后于宣传投入)。

设计文创周边(84%)、与文旅局合作(84%)并列首位, 凸显“产品化”与“文旅融合”是提升非遗吸引力的关键抓手。

“开创新产品深度挖掘”和“联合机构公益宣传”占比较低, 非遗创新开发与跨界联动仍有拓展空间。见**图 9**所示。

**Figure 9.** Methods to enhance visibility**图 9. 提高知名度方法**

需要创新占比 97%, 占据绝对主导地位;

不需要创新仅占 3%, 几乎可忽略不计。见**图 10**所示。

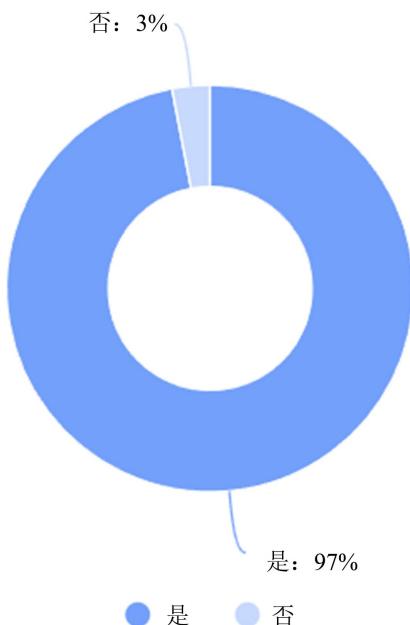


Figure 10. Is innovation needed

图 10. 是否需要创新

## 4. 结论与建议

### 4.1. 单项研究

#### 4.1.1. 了解程度

省内优势与省外挑战并存：甘肃本地社火文化传承效果显著(超 85%认知率)，但省外认知断层明显(仅 47%)，需依托“敦煌文博会”“云端社火”等平台增强全国影响力。

传播策略优化方向：精准推广：针对外省群体，可结合短视频平台(如抖音、快手)打造“社火 + 旅游”话题，利用明星效应(如龚玥菲九尾狐造型案例)吸引年轻受众。

文化体验升级：开发“社火主题研学游”“沉浸式灯阵体验”等文旅产品，将认知转化为实际参与(参考张掖“九曲黄河灯阵”年 50 万游客案例)。

数据与政策联动：利用高省内认知率推动“非遗进校园”政策深化(如皋兰少儿社火队模式)，同时通过“非遗工坊 + 电商”模式(如庆阳香包海外销售)打通省外消费市场。

社火文化的传播需以省内传承为根基，借力数字化与文旅融合突破地域壁垒，实现从“甘肃名片”到“全国共享”的跨越。

社火文化的传播需以省内传承为根基，借力数字化与文旅融合突破地域壁垒，实现从“甘肃名片”到“全国共享”的跨越。

#### 4.1.2. 传播

社火文化在甘肃省省内传播成效显著(超 85%高认知率 + 近 90%广泛传播)，但省外推广仍面临挑战(近 18%低覆盖)，需依托文旅融合、数字化媒介(如短视频、直播)打破地域壁垒，提升全国影响力。

#### 4.1.3. 参与程度

社火活动在甘肃省省内参与基础扎实(六成直接参与)，但外省及全国范围内仍有近半数群体缺乏体验机会，需通过文旅联动(如跨省巡演)、线上云参与(直播互动)等方式扩大覆盖面，激活潜在受众。

#### 4.1.4. 喜爱

高情感认同: 超六成受访者对社火文化表达明确喜爱, 与其作为非遗的活态传承价值(如节庆参与、文化归属感)密切相关。

潜在传播空间: 33.33%的“一般”群体可能尚未深度接触社火文化, 需通过体验式活动(如非遗工坊、沉浸式表演)提升兴趣转化率。

与前期数据联动解读:

年龄关联: 结合用户前序提供的样本年龄分布(18~35岁占86%), 可推测年轻群体对社火文化的创新表达(如短视频、文旅融合)接受度较高, 推动“非常喜欢”占比突出。

地域延伸: 若受访者以省内为主(参考此前85.37%的省内认知率), 需注意数据可能存在地域偏好偏差, 省外推广仍需加强(如跨省巡演、线上互动)。建议方向:

深化情感联结: 针对“非常喜欢”群体, 开发社火主题文创、粉丝社群活动, 巩固核心受众黏性。

激活中立群体: 对“一般”群体推出轻量化体验项目, 降低参与门槛。

数据交叉验证: 结合受访者年龄、地域等背景信息细化分析, 区分本地与外地、年轻与中老年群体的喜爱差异, 优化传播策略。

#### 4.1.5. 了解渠道

强化线下优势: 持续依托节庆活动(如兰州社火巡演)扩大影响力, 同时开发“社火研学游”等体验项目, 深化参与感。

优化线上传播: 针对年轻群体(参考前期样本年龄分布以18~35岁为主), 加大短视频平台(如抖音、快手)内容投放, 结合明星/IP联动(如龚玥菲九尾狐案例)提升吸引力。

填补教育缺口: 推动社火文化纳入中小学课程或社团活动, 设计互动性强的非遗实践课(如脸谱绘制、鼓乐体验), 培养青少年传承基础。

#### 4.1.6. 受访者所看重社火元素

强化核心优势: 聚焦表演艺术打磨, 通过短视频平台放大高难度技艺(如兰州太平鼓、高空铁芯子), 结合服饰与故事打造“沉浸式文化IP”。

提升参与感: 设计互动环节(如观众即兴秧歌、面具DIY体验), 推动社火从“单向表演”转向“全民共创”, 激活社区参与潜力。

填补叙事空白: 对外传播中需强化文化背景解读(如社火与丝路文化、多民族融合的关联), 避免仅停留于视觉猎奇。

#### 4.1.7. 传承面临挑战

高龄化与断层危机:

数据关联: 传承人老龄化与从业者稀缺互为因果, 形成恶性循环。

解决方向: 需建立“代际衔接”机制, 如非遗工坊学徒制、高校非遗专业定向培养, 吸引年轻群体加入。

社会价值与经济效益失衡:

低认同 + 低收入: 职业认同低(70%)叠加收入不稳定(58%), 加剧人才流失。

破局路径: 推动非遗产品市场化(如文创开发、文旅融合), 提升传承人经济收益; 通过媒体宣传重塑职业荣誉感。

系统性支持缺位:

政策(28%)、资金(35%)、传播(23%)等短板需多方联动, 例如设立专项扶持基金、完善非遗数字化传

播体系(如短视频、元宇宙展厅)。

#### 4.1.8. 政府扮演角色

政府当前角色呈现“重传播轻根基、重资金轻人才”特征,需从三方面优化:

强化人才根基:设立专项传承人培养基金,推动“非遗进高校”制度化(如兰州大学社火数字化课程)。

深化资金功用:从“输血”转向“造血”,引导资金向市场化项目(如社火文创、研学旅游)倾斜。

拓展职能边界:加强跨部门协作(如文旅+教育+科技),探索非遗IP授权、元宇宙展演等新型支持模式。

#### 4.1.9. 创新

创新必要性高度共识:超九成受访者认为非遗传承需引入创新手段,反映传统社火文化在当代面临“活态传承”压力,需通过内容、形式或传播革新适应现代审美与需求。

守正与创新的平衡诉求:尽管创新呼声强烈,但极少数“否”选项(3%)提示需警惕过度商业化或脱离文化原真性的风险,应在尊重传统内核(如祭祀仪式、手工技艺)基础上探索创新路径。

### 4.2. 多项研究

#### 4.2.1. 参与和未参与为前提的考量

未亲身参与者认为传播方式不够有效或先进的比例(56%)高于参与者(44%),凸显未接触群体对传播手段的更高期待,见图11所示。

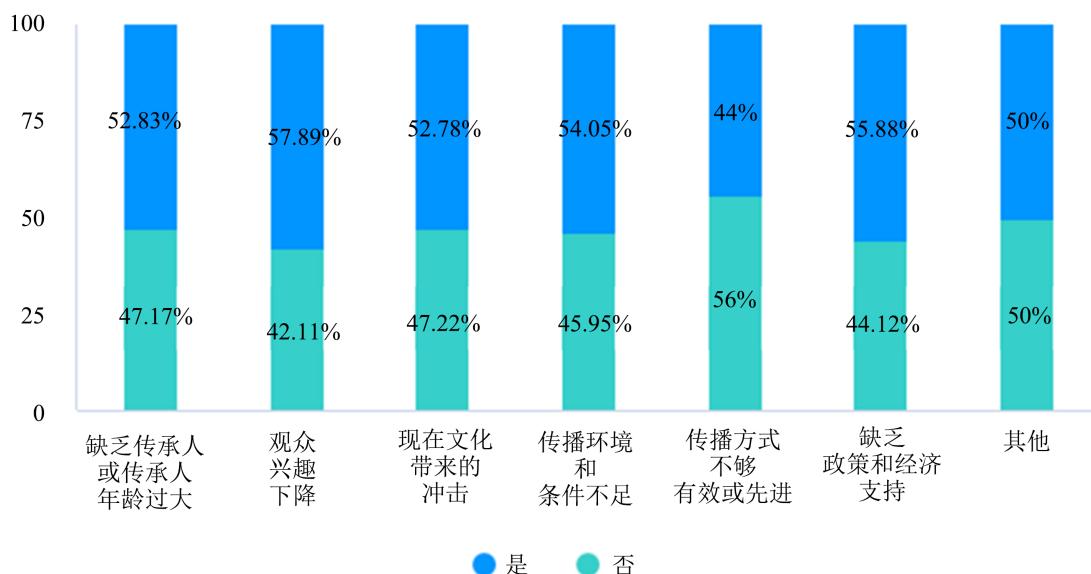


Figure 11. Comparison of attention levels between non-participants and participants

图11. 未参与者与参与者关注度对比

参与者与未参与者对传承措施认知趋同,在加强宣传、建立传承基地等核心措施建议中,两类人群比例差异均小于4%,表明传承路径共识度高。

#### 4.2.2. 爱好与非爱好为前提的考量

爱好者更关注传承人及政策支持问题,在非常喜欢社火的群体中,70.59%认为缺乏政策支持是主要问题,64.15%担忧传承人问题,比例显著高于态度一般的群体,见表1。

**Table 1.** Taking hobbies as a consideration for assessing dilemma factors  
**表 1.** 爱好为考量对于困境因素的考量

X\Y	非常喜欢	一般	不感兴趣
缺乏传承人或传承人年龄过大	34 (64.15%)	19 (35.85%)	0 (0.00%)
观众兴趣下降	20 (52.63%)	18 (47.37%)	0 (0.00%)
现在文化带来的冲击	20 (55.56%)	16 (44.44%)	0 (0.00%)
传播环境和条件不足	25 (67.57%)	12 (32.43%)	0 (0.00%)
传播方式不够有效或先进	13 (52%)	12 (48%)	0 (0.00%)
缺乏政策和经济支持	24 (70.59%)	10 (29.41%)	0 (0.00%)
其他	1 (50%)	1 (50%)	0 (0.00%)

爱好者群体支持全方位传承措施, 非常喜欢社火的受访者对各项传承措施的支持率均超过 64%, 尤其在建立传承基地(68.75%)和培养年轻人(67.39%)方面表现突出, 见表 2。

**Table 2.** Taking hobbies as the premise for the selection of measures  
**表 2.** 爱好为前提对于措施的选取

X\Y	非常喜欢	一般	不感兴趣
加强非遗项目宣传与推广	36 (66.67%)	18 (33.33%)	0 (0.00%)
建立更多传承基地或场所	33 (68.75%)	15 (31.25%)	0 (0.00%)
增加政策和经济支持	31 (65.96%)	16 (34.04%)	0 (0.00%)
推动非遗数字化和先进技术应用	25 (64.10%)	14 (35.90%)	0 (0.00%)
开展更多非遗文化活动和展览	31 (68.89%)	14 (31.11%)	0 (0.00%)
培养更多年轻人参与非遗传承	31 (67.39%)	15 (32.61%)	0 (0.00%)
其他	2 (100%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)

#### 4.2.3. 促进措施与核心元素呈现强关联性

在“加强宣传”和“建立传承基地”等措施中, 表演艺术和传统服饰的关注比例均超过 80%, 表明解决方案的设计逻辑与核心元素高度匹配。线下渠道群体更支持数字化传承措施, 94.87%通过线下活动了解社火文化的人群支持数字化传承措施, 该比例在所有传播渠道中最高, 反映深度接触者对新旧结合传承方式的认可。

社火文化传播基础较好但存传承断层, 需强化宣传与实体建设, 见表 3。

**Table 3.** The strong correlation between measures and core elements  
**表 3.** 措施与核心元素的强关联性

X\Y	表演艺术呈现	传统的服饰装扮	社区参与	文化背景故事	表演与群众的互动性
加强非遗项目宣传推广	53 (98.15%)	44 (81.48%)	22 (40.74%)	40 (74.07%)	41 (75.93%)
建立传承基地或场所	47 (97.92%)	40 (83.33%)	22 (45.83%)	39 (81.25%)	36 (75%)
增加政策和经济支持	46 (97.87%)	38 (80.85%)	19 (40.43%)	36 (76.60%)	37 (78.72%)

续表

推动非遗数字化和先进技术应用	38 (97.44%)	31 (79.49%)	16 (41.03%)	31 (79.49%)	33 (84.62%)
开展非遗活动、展览	44 (97.78%)	36 (80%)	19 (42.22%)	35 (77.78%)	36 (80%)
培养年轻人参与传承	43 (93.48%)	37 (80.43%)	20 (43.48%)	36 (78.26%)	36 (78.26%)
其他	2 (100%)	2 (100%)	2 (100%)	2 (100%)	2 (100%)

#### 4.2.4. 传承人断层是各传播程度群体共同关注的核心问题

在传播程度不同的群体中, 缺乏传承人选项的占比均超过 60%, 其中认为传播非常广泛的群体对此问题的关注度高达 71.7%, 见表 4。

Table 4. Discussion on the extent of publicity and the causes of dilemma development

表 4. 宣传程度与困境发展原因讨论

X\Y	非常广泛	一般	较少	几乎没有
缺乏传承人或传承人年龄过大	38 (71.70%)	10 (18.87%)	2 (3.77%)	3 (5.66%)
观众兴趣下降	26 (68.42%)	8 (21.05%)	1 (2.63%)	3 (7.89%)
现在文化带来的冲击	23 (63.89%)	9 (25%)	1 (2.78%)	3 (8.33%)
传播环境和条件不足	23 (62.16%)	10 (27.03%)	1 (2.70%)	3 (8.11%)
传播方式不够有效或先进	17 (68%)	5 (20%)	1 (4%)	2 (8%)
缺乏政策和经济支持	25 (73.53%)	5 (14.71%)	1 (2.94%)	3 (8.82%)
其他	1 (50%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	1 (50%)

#### 4.2.5. 加强宣传与建设传承基地成为普遍共识性解决方案

72.22%认为传播广泛的群体支持加强宣传, 79.17%该群体同时支持建立传承基地, 反映传播效果与基础建设需求的正相关性, 见表 5。

Table 5. Discussion on publicity extent and promotion measures

表 5. 宣传程度与推进措施讨论

X\Y	非常广泛	一般	较少	几乎没有
加强非遗项目宣传与推广	39 (72.22%)	11 (20.37%)	1 (1.85%)	3 (5.56%)
建立更多传承基地或场所	38 (79.17%)	7 (14.58%)	1 (2.08%)	2 (4.17%)
增加政策和经济支持	35 (74.47%)	8 (17.02%)	1 (2.13%)	3 (6.38%)
推动非遗数字化和先进技术应用	26 (66.67%)	8 (20.51%)	2 (5.13%)	3 (7.69%)
开展更多非遗文化活动和展览	30 (66.67%)	11 (24.44%)	1 (2.22%)	3 (6.67%)
培养更多年轻人参与非遗传承	33 (71.74%)	8 (17.39%)	2 (4.35%)	3 (6.52%)
其他	2 (100%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)

#### 4.2.6. 不同问题类型下政府角色需求存在高度一致性

无论非遗文化面临何种问题(如传承人缺乏、传播条件不足等), 选择政府需提供资金支持、组织活动及宣传推广的比例均超过 80%, 表明这些角色被视为基础性解决方案。

非遗知名度提升需以文创开发和官方宣传为核心, 辅以场景化推广。文创产品开发和官方合作宣传被视为最核心的提升知名度手段。

84%受访者同时选择文创产品开发和文旅局官方号宣传, 两项比例并列第一, 远超其他选项。交叉分析显示, 不同问题背景下的受访者对这两项措施的支持率均稳定在 85%~93%之间, 形成高度共识。尽管 55%受访者认可明星宣传, 但在面临传承人断层、传播条件不足等具体问题时, 该措施支持率普遍低于 65%。其效果受限于具体执行场景, 需配合其他措施使用, 见表 6。

**Table 6.** Discussion on measures and visibility

**表 6.** 措施与知名度讨论

X\Y	将非遗文化产品设计成文创及周边	与当地文旅局进行合作 开创官方号进行预热宣传	请明星等热度较大群体 进行公益非遗文化宣传	其他
缺乏传承人或传承人年龄过大	70 (90.91%)	67 (87.01%)	47 (61.04%)	2 (2.60%)
观众兴趣下降	50 (87.72%)	49 (85.96%)	35 (61.40%)	2 (3.51%)
现在文化带来的冲击	42 (87.5%)	41 (85.42%)	32 (66.67%)	3 (6.25%)
传播环境和条件不足	50 (89.29%)	51 (91.07%)	34 (60.71%)	3 (5.36%)
传播方式不够有效或先进	37 (88.10%)	38 (90.48%)	29 (69.05%)	2 (4.76%)
缺乏政策和经济支持	45 (91.84%)	44 (89.80%)	34 (69.39%)	3 (6.12%)
其他	5 (62.5%)	4 (50%)	4 (50%)	3 (37.5%)

#### 4.2.7. 非遗创新已成普遍共识, 亟需技术赋能与实体支撑

数字化与基地建设成创新关键方向推动数字化应用和建立传承基地两项措施获得 100%创新支持率, 反映受访者对技术赋能和实体载体的双重期待, 见表 7。

**Table 7.** Innovation and measures

**表 7.** 创新与措施

X\Y	是	否
加强非遗项目宣传与推广	82 (98.80%)	1 (1.20%)
建立更多传承基地或场所	69 (100%)	0 (0.00%)
增加政策和经济支持	69 (98.57%)	1 (1.43%)
推动非遗数字化和先进技术应用	60 (100%)	0 (0.00%)
开展更多非遗文化活动和展览	68 (98.55%)	1 (1.45%)
培养更多年轻人参与非遗传承	67 (97.10%)	2 (2.90%)
其他	4 (80%)	1 (20%)

### 4.3. 建议

#### 4.3.1. 提高知名度

当前非遗推广以“宣传引流 + 政策输血”为短期重心, 但需强化“产品创新 + 技术赋能”的长效机制(如社火数字化 IP 开发)。

提高知名度需从“单向输出”转向“双向互动”, 例如通过文创消费(如庆阳香包)和文旅体验(如敦

煌社火巡演)增强公众参与感，破解“高认知、低转化”困境。

数据中“其他”选项占比低(5%~6%)，提示现有措施覆盖面较全，但需警惕模式同质化，鼓励地域特色创新(如甘南藏族社火与现代艺术结合)。

#### 4.3.2. 创新

内容创新：将社火元素融入现代艺术形式，例如敦煌“飞天社火”与壁画IP联动。

技术赋能：利用AR/VR还原传统社火场景(参考兰州大学数字化基因库)，增强年轻群体沉浸式体验。

机制创新：建立“非遗工坊+创客空间”模式，鼓励传承人与设计师、科技团队跨界合作(如庆阳香包与时尚品牌联名)。

### 4.4. 总结

本调查显示，甘肃社火非遗传播呈现传承人断代与创新需求并存的特征：77%受访者认为“传承人老龄化”是首要挑战，73%提及职业认同感缺失加剧困境，面临代际断层与价值认同双重危机；但97%支持创新传承，94%深度接触者认可数字化应用，迎来技术赋能机遇。

传播上，社火具有“深度体验驱动认知”特性，84%受访者通过线下活动建立认知，且对传承人问题的敏感度比线上群体高42%，实体场景仍是核心载体；同时，56%未参与者认为传播方式落后，85%期待文创开发与文旅融合，凸显现代化表达需求。

对策方面，一是建立“政策扶持+社区参与”协同机制，83%强调政府资金与活动支持，68%建议以表演艺术、传统服饰为传播锚点；二是构建“数字技术+实体基地”立体传承体系，90%年轻群体支持数字化，79%传播广泛地区呼吁建传承基地；三是创新需兼顾文化本真与时代适配，重点提升表演互动性、培养年轻传承人，67%爱好者主张系统性培育新生代。

总体而言，社火非遗传承需警惕文化记忆断层风险，把握数字时代创新机遇，通过政府引导、技术赋能、社区共生的保护体系，实现活态传承。

## 参考文献

- [1] 谢粉兰. 环县社火调查研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 西北师范大学, 2022.
- [2] 闫天天. 甘肃渭源社火舞蹈的形态流变研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 西北民族大学, 2023.
- [3] 林凤敏. 临夏“跳火堆”仪式的民俗学研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2023.
- [4] 何婧灵. 小城镇民俗体育发展的路径依赖[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海体育学院, 2023.
- [5] 蔡兆梅, 蒋明云, 李春燕. 甘肃河西地区社火文化的地域特色及发展困境探析——以武威凉州区社火为例[J]. 甘肃高师学报, 2023, 28(6): 121-125.