

# 自贡市富顺县居民对非遗的认知现状和态度的研究

毛韵茹, 范冰, 吴凤娇, 曾孙静怡, 吴沛忆

川北医学院马克思主义学院, 四川 南充

收稿日期: 2022年8月10日; 录用日期: 2022年9月5日; 发布日期: 2022年9月13日

## 摘要

目的: 了解自贡市富顺县居民对非遗的认知现状和态度的研究。方法: 在自贡市富顺县以本地居民及在富顺县工作、求学、旅游的外地居民为调查对象, 采取问卷调查法收集到240份有效问卷。结果: 对自贡市非遗文化了解及以上程度的居民占74.2%, 对龚扇、扎染技艺认知度相对较低; 多数居民对非遗文化的前景持乐观态度, 但其对非遗文化的关注度和主动参与性不高; 不同职业、不同户籍的居民对非遗文化的认知度上具有统计学差异; 年龄、职业、主动参与性、关注度、非遗产品的经济价值感知影响非遗产品的购买意愿; 居民的性别、文化程度、户籍、兴趣度、宣传意愿、社会价值感知不影响非遗相关产品购买意愿。结论: 文章基于问卷调查数据, 实证分析了认知度和购买意愿的影响因素, 在提升居民认知度和购买意愿方面具有启示作用。

## 关键词

非遗, 认知度, 态度

## Research on the Cognitive Status and Attitude of Residents of Fushun County, Zigong City to Intangible Cultural Heritage

Yunru Mao, Bing Fan, Fengjiao Wu, Jingyi Great-Sun, Peiyi Wu

School of Marxism, North Sichuan Medical College, Nanchong Sichuan

Received: Aug. 10<sup>th</sup>, 2022; accepted: Sep. 5<sup>th</sup>, 2022; published: Sep. 13<sup>th</sup>, 2022

## Abstract

**Objective:** To understand the research on the cognitive status and attitudes of residents in Fushun

**文章引用:** 毛韵茹, 范冰, 吴凤娇, 曾孙静怡, 吴沛忆. 自贡市富顺县居民对非遗的认知现状和态度的研究[J]. 社会科学前沿, 2022, 11(9): 3770-3776. DOI: 10.12677/ass.2022.119516

**County, Zigong City towards intangible cultural heritage. Methods:** In Fushun County, Zigong City, local residents and non-local residents who work, study and travel in Fushun County were the survey objects, and 240 valid questionnaires were collected by means of a questionnaire survey. **Results:** 74.2% of the people had an understanding of the intangible cultural heritage culture in Zigong City or above, and their awareness of Gong fan and tie-dyeing skills was relatively low; most people were optimistic about the prospect of intangible cultural heritage culture, but they were optimistic about intangible cultural heritage culture. The degree of attention and active participation is not high; there are statistical differences in the awareness of intangible cultural heritage culture among people of different occupations and household registrations; age, occupation, active participation, attention, and economic value perception of intangible cultural heritage products affect Intention to buy intangible cultural heritage products; people's gender, educational level, household registration, interest, publicity willingness, and social value perception do not affect intangible cultural heritage related product purchase intention. **Conclusion:** Based on the questionnaire survey data, this paper empirically analyzes the influencing factors of awareness and purchase intention, which has a revelatory effect on improving people's awareness and purchase intention.

## Keywords

Intangible Cultural Heritage, Awareness, Attitude

Copyright © 2022 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

非物质文化遗产是指各族人民世代相传，并视为其文化遗产组成部分的各种传统文化表现形式，以及与传统文化表现形式相关的实物和场所。通过文献检索，发现当前学者主要注重非遗保护与传承研究 [1] [2] [3]，对其认知度的研究相对较少，现有研究大多数是描述性的研究，定量研究不足，研究结果的重复性较为明显，缺乏对理论的运用和必要的实证研究。我国正处于快节奏的时代大背景下，物质生活水平显著提高，精神文化生活匮乏。为响应 2021 年中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》号召，我们将对自贡市富顺县进行非遗认知度及态度的相关调查研究，为全面建设社会主义现代化国家提供精神力量。本文以非遗文化的居民认知度作为研究主线，首先，探讨居民对当地非遗文化的了解程度和对非遗产品形象的认知，接着进一步了解居民对非遗文化的态度，并分析影响居民对非遗相关产品购买意愿的影响因素及人口统计学特征对认知度的影响因素。通过此次研究，对当地非物质文化遗产起到了宣传的作用，进而深度挖掘当地文化特色，提高全民族文化保护意识，从而有利于提高我国文化软实力。同时期望能丰富非物质文化遗产认知度方面的研究，弥补现有研究的不足。

## 2. 调查对象与方法

本文以自贡市富顺县本地居民及在富顺县工作、求学、旅游的外地居民为调查对象，采取问卷调查法收集 266 份的研究数据。问卷分为认知、态度、基本信息三部分。调查内容主要为居民对非遗文化的了解程度，客观认知度，兴趣度、关注度，主动性，购买意愿，传承态度，了解途径。保留有效问卷 240 份，利用 SPSS24.0 软件进行数据分析。

### 3. 调查结果统计分析

#### 3.1. 信度、效度分析

本文采用克隆巴赫系数对调研数据进行检验,  $\alpha$  系数为 0.848, 大于 0.8, 处于比较高的信度水平, 说明问卷的内部一致性水平较好。根据 KMO 和 Bartlett 的检验结果可知, 显著性为 0.000, 小于 0.05, KMO 的度量值为 0.811, 大于 0.8, 处于较好的效度范围, 表示本问卷有良好的结构效度。本次调查共发放问卷 266 份, 保留有效问卷 240 份, 问卷有效率 90.2%。

#### 3.2. 研究对象基本情况

调查结果显示, 从性别分布看, 男性占比 42.9%; 女性占比 57.1%。可见本样本性别分布较均衡。从年龄结构来看, 17 岁及以下的居民占比 15.8%; 18~30 岁之间的居民占比 45.0%; 30~60 岁之间的居民占比 32.1%; 60 岁以上的居民占比 7.1%。表明本研究样本以年轻人为主体。从文化程度来看, 小学及以下学历的居民占比最小, 为 3.8%; 初中学历的居民占比 25.0%; 高中及中专学历的居民占比 32.1%; 大专及其以上学历的居民占比 39.2%, 排在首位。从职业分布来看, 学生占比最高, 为 40.4%; 非遗传承者及相关工作人员占比 6.3%; 农业劳动者占比 8.3%; 工人占比 10.4%; 机关和事业单位人员占比 7.1%; 已退休人员占比 7.1%; 其他职业居民占比 20.4%。从户籍分布来看, 自贡人占比 76.7%; 非自贡本地人占比 23.3%。见表 1。

**Table 1.** Demographic characteristics of study subjects (n = 240)

**表 1.** 研究对象人口统计学特征(n = 240)

基本资料	类别	人数	比例(%)
性别	男	103	42.9
	女	137	57.1
年龄	17 岁及以下	38	15.8
	18~30 岁	108	45.0
	30~60 岁	77	32.1
	60 岁以上	17	7.1
文化程度	小学及以下	9	3.8
	初中	60	25.0
	高中及中专	77	32.1
	大专及其以上	94	39.2
职业	学生	97	40.4
	非遗传承者或相关工作	15	6.3
	农业劳动者(农林畜牧)	20	8.3
	工人	25	10.4
	机关和事业单位人员	17	7.1
	已退休	17	7.1
	其他	49	20.4
	是否为本地人	是	184
	否	56	23.3

### 3.3. 主观认知现状

调查结果显示,居民对自贡市非遗文化了解程度较好。我们采用卡方检验,分别探讨性别、年龄、文化程度、职业、户籍这5个变量与了解程度的关系。根据分析结果可知,不同职业的居民对非遗文化的认知度具有差异。学生、非遗传承者或相关工作人员、机关和事业单位人员了解程度高于其他职业,说明非遗文化在这几类群体中传播效果较好,在日常学习和生活中对非遗文化的接触和了解较多。是否为自贡市本地人对非遗文化认知度呈现出0.01水平显著性,自贡市本地人对自贡市非遗文化认知度相对较高,说明本地居民归属感较明显,传承和发展有较大空间;非本地居民因地域及自贡市非遗文化影响力问题,总体认知度较差。具体如表2、表3所示。

**Table 2.** Univariate analysis of research subjects' understanding of intangible cultural heritage  
**表 2.** 研究对象对非遗文化了解的单因素分析

题目	名称	了解程度(%)				$\chi^2$	p
		十分了解,能列举出五个以上	比较了解,能列举出1~5个	只是听过一些名字,没有具体了解	完全不了解任何非遗文化或非遗工艺		
性别	男	54.55	42.86	45.45	40.00	0.575	0.902
	女	45.45	57.14	54.55	60.00		
年龄	17岁以下	45.45	34.29	18.18	10.00	10.791	0.290
	18~30岁	36.36	31.43	34.09	40.00		
	30~60岁	18.18	34.29	45.45	40.00		
	60岁以上	0.00	0.00	2.27	10.00		
文化程度	小学及以下	18.18	5.71	4.55	0.00	6.695	0.669
	初中	27.27	20.00	29.55	40.00		
	高中及中专	18.18	37.14	38.64	30.00		
	大专及其以上	36.36	37.14	27.27	30.00		
职业	学生	81.82	45.71	40.91	0.00	33.887	0.004
	非遗传承者或相关工作	10.18	2.20	0.00	0.00		
	农业劳动者(农林牧渔)	0.00	0.00	11.36	0.00		
	工人	0.00	5.71	15.91	40.00		
	机关和事业单位管理人员	0.00	11.43	0.00	0.00		
	已退休	0.00	5.71	4.55	10.00		
	其它	8.00	29.23	27.27	50.00		
户籍	是	90.91	77.14	88.64	40.00	13.048	0.005
	否	9.09	22.86	11.36	60.00		

**Table 3.** Residents' subjective perceptions of intangible cultural heritage  
**表 3.** 居民对非遗的主观认知

	人数	百分比	有效百分比
十分了解，能列举出五个以上	23	9.6	9.6
比较了解，能列举出 1~5 个	132	55.0	55.0
只是听过一些名字，没有具体了解	74	30.8	30.8
完全不了解任何非遗文化或非遗工艺	11	4.6	4.6

### 3.4. 客观认知现状

为测量居民对非遗文化的客观认知度，我们设置了自贡市及其他城市国家级非遗部分项目来让被调查者区分。由表 4 可以发现，居民对自贡市非遗项目：自贡灯会、井盐深钻汲制技艺认知度相对较高，制扇技艺(龚扇)、扎染技艺认知度相对较低，有少部分居民不能正确区分自贡市与其他地区的非遗项目。说明政府在自贡非遗文化的宣传方面表现较好。

**Table 4.** Residents' objective awareness of intangible cultural heritage (n/%)  
**表 4.** 居民对非遗的客观认知度(n/%)

	个案数/n	百分比/%
自贡灯会	218	28.00
制扇技艺(龚扇)	140	18.00
皮影戏	36	4.60
蜀锦织造技术	46	5.90
扎染技术	145	18.60
井盐深钻汲制技艺	194	24.90
总计	779	100.00

### 3.5. 居民对自贡非物质文化遗产传承方面的认知

通过价值认知、文化资源保护认知、媒体传播认知、非遗失传原因四方面对居民进行调查。有 92.5% 的居民认为非遗文化在中华民族文化中处于重要地位；有 64.1% 的居民认为文化资源保护应由政府带头参与；有 80% 以上居民认为从举办相关活动和引发宣传册方面进行宣传非遗文化较好；有 77% 的居民认为非遗失传的原因为居民保护意识不强，69.5% 的居民认为是传承人老龄化和相关部门宣传不够造成。

### 3.6. 总体样本态度调查结果

居民对非遗前景所持的态度，65.4% 的人认为非常乐观，27.5% 的人认为一般，6.7% 的人认为不太乐观，0.4% 的人完全不看好。居民主动传播非遗文化的意愿，83.8% 的人会主动传播，3.3% 的人不会主动传播，12.9% 的人不一定会主动传播。居民对有无开展非遗活动必要所持的态度，35% 的人认为很有必要，62.5% 的人认为有一定必要，0.8% 的人认为没有必要，1.7% 的人认为无所谓。居民对非遗文化的关注度，40% 的人十分关注，54.6% 的人略有关注，5.4% 的人不关注。居民参与保护非遗文化相关活动的意愿，45% 的人会参与，3.8% 的人不会参加，51.3% 不一定会参加。

### 3.7. 居民对非遗相关文创产品购买意愿的影响因素

通过查阅现有文献可知, Zeugner-Roth [4]、He [5]等学者表示居民对某一文化的认同会影响其消费态度, 消费者的购买意愿因此增强。马向阳等学者的研究表明消费者对某一文化的认同对购买意愿有直接影响[6]。杨志等学者表明, 产品认知会影响消费者的品牌联想, 从而影响购买意愿[7]。据此, 提出以下假设: 居民的性别、年龄、文化程度等因素, 居民对非遗的态度, 居民对非遗产品价值的感知等会影响其对于非遗产品购买意愿[8] [9] [10] [11]。利用 SPSS24.0 软件对选取变量进行二元回归分析。

由表 5 可知, 居民的年龄、职业、居民主动参与性、居民对非遗的关注度、居民对非遗相关产品的经济价值感知等变量的 P 值均小于 0.05, 说明有显著影响。年龄变量的系数为负, 说明随着年龄的增加居民越不愿意购买非遗相关产品, 可能是因为年轻群体接触到相关非遗文化的教育、宣传和活动更多。不同职业的居民中因本调查主要集中于年轻人群体, 所以其购买意愿可能也与其跟非遗文化接触更多有关。越愿意主动参与非遗相关活动的居民越愿意购买非遗类产品。对非遗产品的经济价值感知越高, 越愿意购买非遗类产品, 说明居民越认为非遗产品值得花费金钱, 越能促进其购买非遗类产品的意愿。

Table 5. Logistic model regression results

表 5. Logistic 模型回归结果

	B	标准误差	瓦尔德	p	Exp(B)	95% 置信区间	
						下限	上限
性别	-0.075	0.307	0.059	0.808	.928	0.914	1.198
年龄	-0.489	0.238	4.229	0.040	.613	0.124	1.210
文化程度	0.063	0.206	0.094	0.760	1.065	0.802	2.036
职业	0.175	0.080	4.745	0.029	1.191	1.041	1.366
户籍	0.465	0.424	1.202	0.273	1.593	1.005	3.537
兴趣度	1.042	0.677	2.370	0.124	2.835	1.552	3.586
宣传意愿	0.211	0.238	0.782	0.377	1.235	0.153	2.276
主动参与性	0.354	0.172	4.242	0.039	1.425	1.189	2.235
关注度	1.449	0.344	17.721	<0.001	4.260	3.073	5.179
经济价值感知	0.157	0.080	3.848	0.049	5.503	3.229	6.533
社会价值感知	-.559	0.296	3.552	0.059	0.572	0.043	1.655
常量	-4.445	1.487	8.937	0.003	0.012	0.008	1.023

显著性差异由大到小为关注度、职业、主动参与性、年龄、经济价值感知。说明居民对非遗产品感知到的产品的精神属性高于物理属性, 故产品认知对非遗产品购买意愿的影响小于居民对非遗文化所持态度对购买意愿的影响。

居民的性别、文化程度、户籍、兴趣度、宣传意愿、社会价值感知等变量对居民的购买意愿无显著影响。其可能原因有居民对自贡非遗认知度受限导致文化认同感不高, 自贡市非遗产业受疫情影响等。

## 4. 讨论与结论

研究显示居民对自贡非遗文化认知度普遍较好, 了解及以上程度的居民占 74.2%, 但对制扇技艺(龚



扇)、扎染技艺的认知度有待提高。多数居民对非遗文化的前景持乐观态度,但在行为上并不积极,对非遗文化的关注度和主动参与性有待提高。职业、户籍影响居民对非遗文化的认知度。年龄、职业、主动参与性、关注度、非遗产品的经济价值感知影响非遗相关产品的购买意愿。居民的性别、文化程度、户籍、兴趣度、宣传意愿、社会价值感知不影响非遗相关产品购买意愿。因此可加强宣传力度。吸引国内外非遗研究者和爱好者来中国进行学术交流和研讨。自贡市非遗文化的受众主要集中在 18~30 岁之间,其次为 30~60 岁之间,这个范围的居民接触和了解非遗文化的机会更多,在开发相关保护和传承工作时应更加注重于该年龄段。可借助互联网+,构建传播新模式,直播平台、短视频等新生媒体可使非遗文化的传播更加多元,此外,VR、AR 等技术的优化和发展能为非遗文化体验开创新方式。创新非遗传承方式。在兼顾实用性和艺术性的基础上,以文创产品为载体,使非遗文化与生活相融合,提升非遗文化的存续能力。保留核心技艺,在材质、技法等方面不断突破,从而推动创新手工艺,满足市场需求,实现供给多元化。加强人才培养。学校方面应加强非遗文化教育,开展非遗实践课堂,拉近青少年对非遗文化的距离,激发青少年的兴趣。政府方面应加强非遗传承人的扶持力度,优化非遗传承的环境,拓宽人才引进通道。

### 参考文献

- [1] 马知遥,刘垚瑶.乡村振兴与传统工艺类非遗保护和发展路径研究[J].文化遗产,2020(2):19-29.
- [2] 王璞.非遗传承的现实困境及创新模式[J].文化产业,2022(1):64-66.
- [3] 申绍云.传统工艺类非遗传承发展路径:跨界融合,转化再生[J].广州城市职业学院学报,2021,15(4):55-60.
- [4] Zeugner-Roth, K.P., Žabkar, V. and Diamantopoulos, A. (2015) Consumer Ethnocentrism, National Identity, and Consumer Cosmopolitanism as Drivers of Consumer Behavior: A Social Identity Theory Perspective. *Journal of International Marketing*, 23, 25-54. <https://doi.org/10.1509/jim.14.0038>
- [5] He, J. and Wang, C.L. (2015) Cultural Identity and Consumer Ethnocentrism Impacts on Preference and Purchase of Domestic versus Import Brands: An Empirical Study in China. *Journal of Business Research*, 68, 1225-1233. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.017>
- [6] 马向阳,辛已漫,汪波,孙颖.文化认同与区域品牌共鸣对消费者购买意愿影响研究——产品涉入度的调节作用[J].天津大学学报(社会科学版),2016,18(3):224-230.
- [7] 杨志.消费者联想导向的品牌设计[J].华南师范大学学报(社会科学版),2012(3):141-144.
- [8] 张希月,陈田.基于游客视角的非物质文化遗产旅游开发影响机理研究——以传统手工艺苏绣为例[J].地理研究,2016,35(3):590-604.
- [9] 谢政伟.皖北非遗文化空间的变迁与保护[J].阜阳师范学院学报(社会科学版),2017(5):19-22.
- [10] 刘丽华,何军.国内居民的非物质文化遗产认知度实证研究——以沈阳市民的辽宁省非物质文化遗产认知为例[J].旅游论坛,2009,2(4):611-615.
- [11] 李春笑,王燕珍,曲洪建.宋锦文化认同对消费者购买意愿的影响研究——品牌认知的中介作用[J].丝绸,2020,57(6):11-17.