

活态传承，从冷门走向热门，从小众走向大众，如何让传统文化遗产焕发千年的新生机？睹乔木而思故家，考文献而爱旧邦，见非遗而知中华。非遗保护不是将其束之高阁，而是让它真正融入百姓的日常生活，成为不断融入人民智慧和时代创造力的生动实践。

## 英歌舞出圈，年轻人的狂欢

懂得非遗活化的人，首先懂得从年轻人入手。

破圈的法宝，在于如何吸引更多年轻人的眼球，如何将各种传播工具用得恰到好处。浙江大学非物质文化遗产研究中心副秘书长刘志强认为，非遗传播要用好信息高速公路，就要满足老百姓短平快的消费习惯。非遗走向民间、走向线上，是时代发展的大势所趋。

“英歌热”发轫于网络。夏言最开始种草英歌舞就在小红书上，印象深刻的一篇笔记中，一位七八岁的小女孩对着镜头跳起英歌舞，眼睛里闪着光，现场气氛非常热闹。在某短视频平台上，英歌舞的数据也很抢眼，2023年就有3.3万场英歌直播走街串巷，1.9亿人次云端观舞。

曾经，与几乎所有的非物质文化遗产类似，英歌舞也面临着不温不火的窘境，为了融入当代年轻人的圈子，英歌舞费了不少心思。以“粉丝”眼中的偶像男团——普宁富美青年英歌队为例，队伍先从视觉改造上求变，重新设计了新的队旗、主体颜色、英歌槌等，又让“燕青”“阮小七”等脸谱形象更加清晰生动，动作、套路、阵型上也大胆突破，

从各个层面垒实英歌舞在大众心目中的国潮印象。

当地政府为了接住这“泼天的流量”，也很快推出一批新媒体产品，并与现代舞等表现形式相结合。比如，2019年，首部英歌为主题的电影《英歌魂》登陆院线；2020年4月，汕头市文化馆建立英歌慕课项目；2023年1月，潮阳棉北后溪英歌队登上广东卫视春节晚会，与腾格尔、王中祐联手演绎“摇滚英歌”《一身正气》。

随着线上关注度的不断攀升，网友们也开始选择“用脚投票”，纷至踏来。据汕头的旅游数据显示，2024年春节假期汕头共接待游客超507万人次，同比增长43.4%；旅游收入43.7亿元，增长133.03%。

今年流行的簪花围，其爆火路径也是非遗民俗在现代的活化和复兴。而成功点燃这根引线的，则是明星网红效应和线上传播手段的双重加持。据网友溯源，簪花围在线上产生有规模的热度，始于演员赵丽颖簪花造型的出圈。而后，在陈意涵、央视记者王冰冰、毛晓彤、陈都灵等明星博主的轮番造访下，

蟳埔村晋升为热门旅游目的地。

五一打卡蟳埔簪花的大学生游客小焱深有体会，游客八点不到就到簪花店门口排队，簪花阿姨忙到连喝水的时间都没有。簪花围之所以能火起来，并不全是出自偶然。这背后，不光有经年累月不改旧貌并且已经深刻融入日常生活中的簪花传统的延续，也与近些年来旅游、服饰等总体消费趋向的变化有关。

与此同时，非遗直播也成为了传播非遗文化的小众赛道。对着直播镜头，63岁的木活字印刷国家级非物质文化遗产传承人王超辉默念口诀，仅用十几秒就把“山雨欲来”四个字从码放有5000个常用木活字的字盘里挑了出来，直播间里观看的12万网友叹为观止，纷纷“路转粉”。北京大学文化资源研究中心主任张颐武表示，网络直播方式的出现打破了和年轻人之间缺乏沟通桥梁的僵局，让处于被动保护中的非遗有了更多接触大众的机会。

上海爷叔王震华，今年66岁，痴迷中国古建筑半辈子。近日，他也开通了抖音账号，展示自己用全榫卯结构打造的微缩非遗古建筑模

右图：福建省泉州市蟳埔村村民刘选凤（左）为一名游客簪花。

