

国家文化数字化战略背景下宿迁非遗资源的媒介呈现研究

黄川特, 闻 铭*

宿迁学院外国语学院, 江苏 宿迁

收稿日期: 2026年3月10日; 录用日期: 2026年4月3日; 发布日期: 2026年4月14日

摘 要

在国家文化数字化战略推进背景下, 非遗的数字化传播与活态传承成为重要课题。本文以宿迁非遗资源为研究对象, 采用文献研究与案例分析相结合的方法, 系统探讨其在官方媒介、社交媒体、交互式数字平台的呈现特征, 剖析当前媒介呈现中存在的同质化、互动性不足、技术应用不均衡等问题, 并提出优化路径。研究发现, 宿迁非遗已形成“官方主导、社交赋能、科技助力”的传播格局, 但仍面临深度叙事缺失、受众参与度低、小众非遗数字鸿沟等困境。研究表明, 通过构建“西楚文化”IP叙事体系、推动“非遗 + 数字文旅”跨界融合、加强校地协同培育数字化人才, 可推动宿迁非遗实现高质量媒介传播, 为地方非遗数字化保护与传承提供实践参考。

关键词

文化数字化战略, 宿迁非遗, 媒介化传播, 数字化保护

Research on the Media Presentation of Suqian Intangible Cultural Heritage Resources in the Context of the National Cultural Digitization Strategy

Chuanshi Huang, Ming Wen*

School of Foreign Studies, Suqian University, Suqian Jiangsu

Received: March 10, 2026; accepted: April 3, 2026; published: April 14, 2026

*通讯作者。

文章引用: 黄川特, 闻铭. 国家文化数字化战略背景下宿迁非遗资源的媒介呈现研究[J]. 新闻传播科学, 2026, 14(4): 113-127. DOI: 10.12677/jc.2026.144094

Abstract

Under the context of advancing national cultural digitalization strategies, the digital dissemination and living heritage transmission of intangible cultural heritage (ICH) have become key issues. This paper takes the ICH resources of Suqian as the research object, utilizing a combination of literature research and case analysis methods to systematically explore their presentation characteristics on official media, social media, and interactive digital platforms. The paper analyzes existing issues such as content homogenization, insufficient interactivity, and imbalanced technological applications in current media presentations, and proposes optimization pathways. The study finds that the dissemination pattern of Suqian's ICH has formed a structure of "official dominance, social empowerment, and technological assistance," but it still faces challenges such as a lack of deep narratives, low audience participation, and a digital divide concerning niche ICH. The research suggests that constructing a "Xichu Culture" IP narrative system, promoting cross-border integration of "ICH + digital tourism," and strengthening school-local government collaboration to cultivate digital talent could contribute to enhancing the quality of media dissemination of Suqian's ICH and offer practical reference for the digital protection and inheritance of local ICH.

Keywords

Cultural Digitization Strategy, Suqian Intangible Cultural Heritage, Mediated Communication, Digital Protection

Copyright © 2026 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. 绪论

1.1. 研究背景

近年来,随着数字技术的快速发展,文化资源的数字化保存与传播逐渐成为全球文化遗产保护的重要趋势。中国政府在数字中国建设与文化强国战略背景下,正式提出国家文化数字化战略,将文化资源数字化、网络化与智能化作为推动文化传承与创新的重要路径。大量研究表明,非物质文化遗产(Intangible Cultural Heritage, ICH)具有高度依赖“活态传承”的特征,在现代社会中容易受到城市化、产业结构变化以及传承人减少等因素的冲击,因此亟需借助数字技术实现系统化保护与多渠道传播[1][2]。

国家文化数字化战略不仅改变了文化遗产保护的技术手段,还重构了文化传播的媒介环境,使非遗从传统的“线下口传心授”逐渐转向“线上线下融合传播”。在这一过程中,数字平台、短视频媒介、虚拟展示、数据库等新型媒介形态成为非遗传播的重要载体[3]。同时,国家政策层面不断强化文化资源数字化建设,例如建设国家文化大数据体系、推动公共文化机构数字化转型以及加强地方文化资源数字化采集与开发。这些政策为地方非遗资源的系统整理、媒介呈现和数字传播提供了制度基础和技术条件[4]。因此,在国家文化数字化战略背景下,研究地方非遗资源的媒介呈现方式,不仅具有文化保护价值,也具有文化传播与区域文化品牌建设意义。

1.2. 研究意义

在国家文化数字化战略的宏观导向下,探讨宿迁非遗资源的媒介呈现具有深远的理论与现实意义。

首先, 从打破地理边界与文化传播局限的角度来看, 数字化媒介为地处苏北的宿迁提供了“换道超车”的机会。传统非遗往往依赖特定的物理空间(如庙会、剧场)进行传承, 存在较强的地域依赖性。通过短视频、虚拟展厅及社交媒体的数字化转译, 宿迁非遗能够从淮海地区的局部认知跃升为全球性的视觉符号, 有效破解了地理位置偏远带来的传播壁垒, 使西楚文化与运河文化在数字空间中获得无限延伸。

其次, 本研究对于重塑宿迁文化品牌影响力与提升城市竞争力具有重要价值。在数字经济时代, 城市品牌的生命力很大程度上取决于其文化 IP 的活跃度。通过深度挖掘宿迁非遗背后的审美价值与精神内核, 并利用多模态媒介进行差异化呈现, 不仅能提升洋河酒、泗州戏等核心资源的品牌附加值, 更能构建起立体、感性的城市形象。这种媒介赋能不仅能吸引线上流量, 更能通过“数实融合”驱动线下文旅产业的发展, 为宿迁在区域竞争中打造出独特的文化标识。

最后, 本研究对于完善地方非遗保护机制与促进代际传承亦有积极意义。数字化呈现不仅是传播手段, 更是保护手段, 通过对宿迁方言、传统手工艺流程进行数字化存证与艺术化再创作, 能够吸引更多互联网原生代的关注与参与。这种研究有助于探索出一套符合宿迁实际的“活态”保护路径, 使古老的非遗资源在媒介交互中重新融入当代生活, 确保宿迁文化在数字浪潮中不仅能“存下来”, 更能“火起来”。

2. 宿迁非遗数字化转化的理论与现状

2.1. 理论基础

随着信息技术的发展, 文化遗产的保护方式逐渐由传统的实体记录转向数字化记录与媒介传播。在这一过程中, 媒介研究与文化遗产研究形成了多种理论基础, 其中媒介化社会理论、数字记忆理论以及非物质文化遗产“活态保护”理念构成了当前非遗数字化研究的重要理论框架。

首先, 媒介化社会理论(Mediatization Theory)认为, 现代社会的文化传播活动越来越依赖媒介系统, 社会结构、文化表达以及公共记忆都在媒介环境中被重新建构。在数字媒体时代, 互联网平台、短视频平台以及数字博物馆等媒介形态成为文化传播的重要渠道。非物质文化遗产通过媒介技术进行数字化呈现, 使传统文化能够突破时间与空间限制, 实现更广泛的社会传播[5]。因此, 在媒介化社会背景下, 非遗不再只是地方性文化实践, 而逐渐成为一种具有公共传播属性的文化资源。然而, 数字记忆理论(Digital Memory Theory)则强调数字技术在社会记忆建构中的重要作用。数字媒介能够通过影像记录、数据库存储以及虚拟展示等方式, 对文化信息进行长期保存和多维度呈现。与传统档案保存方式相比, 数字化记录能够形成开放式的文化记忆体系, 使文化遗产在互联网环境中持续被传播和再生产[2]。对于非物质文化遗产而言, 数字记忆不仅可以记录技艺流程、表演形式和文化仪式, 还能够通过网络平台实现社会公众的参与和互动, 从而增强文化认同感。

非物质文化遗产“活态保护”理念是非遗保护领域的重要理论基础。联合国教科文组织在《保护非物质文化遗产公约》中指出, 非遗的核心价值在于其“活态传承”, 即通过社区实践和代际传承不断延续文化传统。因此, 非遗保护不能仅停留在静态保存层面, 而应通过社会参与与文化实践维持其生命力[1]。在数字化语境下, 数字技术不仅可以保存非遗文化形态, 还可以通过数字传播平台促进其再传播与再创造, 从而实现“保护-传播-再生产”的文化循环。

综上, 媒介化社会理论强调媒介环境对文化传播结构的影响, 数字记忆理论关注文化信息的数字化保存, 而“活态保护”理念则强调文化实践的持续性。这三种理论共同构成了非遗数字化研究的重要理论基础, 为地方非遗资源的媒介化呈现提供了理论支撑。

2.2. 宿迁非遗的资源现状

宿迁市位于江苏省北部, 地处淮河流域与大运河文化带交汇区域, 是中国历史文化的重要发源地之

一。作为西楚文化的重要承载地和项羽故里, 宿迁在长期历史发展过程中形成了丰富多样的地域文化资源。这些文化资源在民间生活、节庆习俗、戏曲艺术以及传统技艺中得以延续, 并逐渐形成具有地方特色的非物质文化遗产体系。研究表明, 宿迁地区的非遗文化既受到淮海文化圈的影响, 又与大运河文化和楚汉文化密切相关, 呈现出多元文化融合的特点[6]。

从整体情况来看, 宿迁非物质文化遗产资源主要包括传统戏曲、传统技艺、民俗活动、传统音乐、传统体育与民间艺术等多个类别。随着我国非物质文化遗产保护体系的不断完善, 宿迁逐步建立起国家级、省级和市级三级非遗名录体系, 并通过文化部门的普查与整理, 对地方非遗资源进行了系统登记和保护。

在国家级非物质文化遗产项目方面, 宿迁最具代表性的项目之一是淮海戏。淮海戏是流行于江苏北部、安徽北部和山东南部地区的一种地方戏曲, 其唱腔融合了民间音乐与地方曲艺形式, 具有浓厚的乡土气息。淮海戏在宿迁地区具有广泛的群众基础, 传统上多在农村庙会、节庆活动以及民间集会上演出, 是当地民众文化生活的重要组成部分[7]。由于其艺术风格鲜明、历史传承悠久, 淮海戏被列入国家级非物质文化遗产代表性项目名录, 成为宿迁最具代表性的非遗文化符号之一。

在江苏省级非物质文化遗产项目方面, 宿迁也拥有多个具有地域特色的非遗项目。这些项目主要涵盖传统民间艺术、传统工艺和民俗文化等类别。例如, 与运河文化相关的传统民俗活动、地方传统酿造技艺以及民间手工艺等, 都体现了宿迁地区独特的历史文化传统。江苏省非物质文化遗产在空间分布上呈现出明显的区域差异, 苏南地区数量较多, 而苏北地区虽然数量相对较少, 但在文化特色和历史价值方面具有独特意义[8]。

在市级非物质文化遗产名录方面, 宿迁市近年来通过文化资源普查和非遗保护工程, 逐步建立起较为完善的地方非遗名录体系。市级非遗项目涵盖范围广泛, 包括传统戏曲、传统手工艺、民俗节庆、民间音乐以及传统饮食文化等。例如, 一些与地方节庆活动相关的民俗文化、具有地方特色的传统手工艺以及与农耕文化相关的民间习俗, 都被纳入地方非遗保护体系之中。这些项目不仅体现了宿迁地区的历史文化积淀, 也反映了当地居民的生活方式和文化认同。

从非遗类型结构来看, 宿迁非遗资源具有以下几个明显特点。

第一, 地域文化特色明显。宿迁非遗文化与淮河文化、大运河文化以及楚汉文化密切相关, 形成了具有地方特色的文化体系。例如淮海戏等戏曲艺术就体现了淮海文化圈的艺术风格, 而一些民俗活动则与地方节庆传统密切相关。

第二, 民俗文化资源较为丰富。在长期的农耕社会发展过程中, 宿迁地区形成了多种传统民俗活动, 包括节庆仪式、民间信仰活动以及地方风俗等。这些民俗文化不仅是地方社会生活的重要组成部分, 也是非遗保护的重要内容。

第三, 传统戏曲和技艺类项目较为突出。戏曲艺术和传统手工艺在宿迁非遗体系中占据重要地位, 其中淮海戏、民间手工艺以及传统酿造技艺等具有较高的文化代表性。这些项目既具有艺术价值, 也体现了地方社会的历史记忆和文化传统。

总体来看, 宿迁市已经形成了较为完整的非物质文化遗产资源体系, 但部分项目仍面临传承人减少、传播渠道有限以及社会关注度不足等问题。随着国家文化数字化战略的推进, 如何通过数字技术对这些非遗资源进行系统记录和媒介化传播, 成为当前宿迁非遗保护与发展的重要课题。

2.3. 宿迁非遗数字化现状概览

在国家文化数字化战略的推动下, 全国各地逐渐加强对文化遗产资源的数字化保护与传播建设。非物质文化遗产作为文化资源体系的重要组成部分, 其数字化工作主要体现在数字档案建设、数据库平台

构建以及数字媒介传播等方面。相关研究指出, 数字化技术能够通过影像记录、数据库存储以及数字展示平台等方式, 对非遗文化进行系统化保存, 并在互联网环境中实现广泛传播[3]。在这一背景下, 宿迁市也逐步开展非遗数字化保护与传播工作, 并在档案整理、平台建设以及新媒体传播方面取得一定进展。

首先, 在非遗数字档案建设方面, 宿迁市文化主管部门通过非遗资源普查和档案整理, 对本地区的非遗项目进行了系统记录。根据我国《非物质文化遗产法》的相关要求, 各级文化主管部门需要建立非遗档案, 对非遗项目的历史背景、文化价值、工艺流程以及代表性传承人等信息进行系统记录和保存[9]。宿迁市在历次文化资源普查中, 对传统戏曲、民俗活动、传统手工技艺等项目进行了文字记录、图片采集以及视频记录, 逐渐形成了较为完整的非遗档案资料。这些档案资料通过数字化整理后, 被保存于地方文化馆、档案馆以及文化管理机构之中, 为后续的研究与传播提供了重要基础。其次, 在非遗数据库建设方面, 宿迁非遗资源逐渐被纳入江苏省文化资源数据库以及国家级非遗数字平台。例如“中国非物质文化遗产数字博物馆”等平台通过建立统一的数字资源体系, 对各地非遗项目进行分类整理与展示。非遗数据库的建设不仅能够实现文化资源的信息化管理, 还能够通过互联网平台为公众提供开放式查询和学习渠道, 从而扩大文化传播范围[10]。宿迁部分非遗项目通过江苏省文化和旅游部门的数字平台实现线上展示, 使公众能够通过网络了解相关文化内容。此外, 在数字展示与传播方面, 随着新媒体平台的发展, 宿迁非遗逐渐开始借助互联网媒介进行传播。一方面, 一些非遗项目通过政府官方网站、数字文化馆以及线上展览等形式进行展示。例如通过图文介绍、视频资料以及虚拟展厅等形式, 向公众介绍非遗项目的历史渊源和文化价值。另一方面, 新媒体平台的兴起也为非遗传播提供了新的渠道。短视频平台、社交媒体平台以及直播平台逐渐成为非遗展示的重要媒介, 一些传统技艺、戏曲表演以及民俗活动通过网络传播获得更广泛的社会关注。这种数字化传播方式使非遗文化突破了地域限制, 提高了公众参与度和文化认同度[11]。最后, 在文化旅游融合背景下的数字化传播方面, 宿迁市近年来在文化旅游活动中逐渐加强对非遗文化的数字化展示。例如, 在文化节庆活动或旅游景区中, 通过数字屏幕展示、互动影像以及线上宣传平台, 对地方非遗文化进行传播。这种“线下活动 + 线上传播”的方式, 使非遗文化能够在文旅产业发展中获得新的传播空间。

然而, 从整体来看, 宿迁非遗数字化建设仍处于不断发展阶段, 与国内一些数字化程度较高的地区相比仍存在一定差距。研究认为, 当前地方非遗数字化建设主要存在以下几个方面的问题。

第一, 数字资源整合程度仍有待提高。目前非遗数据主要分散在文化馆、档案馆以及政府部门网站中, 缺乏统一的综合平台进行系统整合, 导致信息共享程度较低。

第二, 数字化内容形式相对单一。现有数字资源多以文字资料和图片资料为主, 三维建模、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等沉浸式展示技术应用较少, 互动性和体验感仍有提升空间。

第三, 新媒体传播体系仍需完善。虽然部分非遗项目已经通过短视频和社交媒体进行传播, 但整体传播规模和影响力仍较有限, 尚未形成系统化的数字传播品牌。

因此, 在国家文化数字化战略背景下, 进一步加强宿迁非遗资源的数字化采集、数据库建设和媒介传播, 对于提升地方文化影响力、促进非遗保护与传承具有重要意义。未来可以通过构建统一的非遗数字平台、丰富数字展示形式以及加强新媒体传播等方式, 推动宿迁非遗文化在数字时代实现更广泛的传播与发展。

2.4. 研究方法

本研究采用文献研究与案例分析法, 系统探讨宿迁非遗资源的媒介呈现特征。为确保研究的系统性与可操作性, 本研究对媒介平台的案例选择遵循以下标准: 一是平台需在宿迁非遗传播中具有代表性; 二是平台需覆盖官方主导型、用户生产型、技术驱动型等不同类型; 三是平台需具备一定的用户基础与

传播影响力。基于上述标准,本研究选取了宿迁市政府官网、央视及江苏广电等主流媒体作为官方媒介代表,抖音、快手、小红书作为社交媒体代表,虚拟展馆、H5 网页、数字藏品(NFT)平台作为交互式数字平台代表。

在数据收集方面,本研究对抖音、快手平台进行了为期 4 个月(2025 年 10 月至 2026 年 1 月)的内容追踪,重点监测与宿迁非遗相关的短视频及直播内容;对小红书平台进行了为期 3 个月的内容追踪,并且收集与宿迁非遗文创相关的笔记样本。数据收集涵盖内容发布时间、呈现形式、互动数据(点赞、评论、转发量)等维度。

在数据分析层面,本研究构建了内容分析编码表,从三个维度对样本进行编码:(1) 呈现主题,包括技艺展示、文化解读、传承人故事、文创推介等;(2) 呈现形式,包括图文、短视频、直播、虚拟展示等;(3) 互动性指标,包括评论互动深度、用户参与程度、互动设计类型等。通过量化统计与质性分析相结合的方式,系统归纳不同媒介平台的呈现特征与传播逻辑。

3. 宿迁非遗在不同媒介平台的呈现特征分析

宿迁作为苏北地区文化底蕴深厚的城市,拥有董王高跷、苏北大鼓、烙画、剪纸等丰富的非物质文化遗产资源。随着媒介技术的迭代升级,不同类型的媒介平台凭借其独特的传播属性,为宿迁非遗的传承与传播提供了多元路径。本章将聚焦官方媒介、社交媒体、交互式数字平台三大核心载体,结合具体案例,系统分析宿迁非遗在各类平台的呈现特征、传播逻辑与实践成效,揭示不同媒介在非遗活化中的独特价值与协同作用。

3.1. 官方媒介的仪式化呈现:宏大叙事与文化权威的建构

官方媒介(包括宿迁各级政府官网、央视、江苏广电、宿迁日报社等主流媒体)作为公共文化传播的核心阵地,对宿迁非遗的呈现以“仪式化”为核心特征,通过宏大叙事的表达方式,完成非遗文化权威形象的塑造与地域文化认同的强化。从媒介化社会理论的视角来看,这一过程鲜明体现了“媒介逻辑”对“社会逻辑”的渗透——官方媒介通过系统性、仪式化的内容编排,将原本植根于地方生活的民间技艺(社会逻辑)纳入官方文化叙事体系(媒介逻辑),使其成为可被系统记录、传播与管理的公共文化资源。政府官网的非遗板块设置、主流媒体在重要节点的专题报道,本质上都是媒介化社会理论所揭示的媒介系统对社会文化实践的重构过程。其呈现逻辑始终围绕“文化传承、城市形象、价值引领”三大核心展开。

在政府官网的呈现中,宿迁非遗的内容布局呈现出鲜明的系统性与严肃性,凸显“官方叙事”的规范性。各级政府官网(如宿城区文广旅局官网)均设有非遗专题板块,内容以非遗项目名录、传承人简介、政策文件、保护成果展示为主,呈现形式多为图文结合的静态报道,语言风格严谨、正式,凸显非遗作为“公共文化财富”的属性。例如,宿城区文广旅局官网在非遗板块中,详细公示了辖区内非遗工坊的建设情况、非遗保护的政策举措,以及“非遗 + 文旅”的融合成效,将非遗保护与区域文化发展、民生改善相结合,构建起“政府主导、社会参与”的非遗传承宏大框架,强化了非遗的公共性与权威性。这种呈现方式,本质上是通过官方话语的建构,将宿迁非遗纳入地方文化的整体布局,传递“保护为主、抢救第一、合理利用、传承发展”的核心理念,彰显政府对非遗传承的责任与担当。

主流媒体的专题报道则进一步强化了宿迁非遗的仪式化呈现,通过宏大叙事的手法,赋予非遗超越“技艺本身”的文化意义与时代价值。主流媒体往往选择在春节、运河文化节等重要节点,以专题、特写、直播等形式,聚焦宿迁非遗的展演与传承,将非遗与地域文化、民族精神、时代发展相结合,打造具有仪式感的传播场景。例如,2026 年春节期间,央视新闻频道、江苏广电等主流媒体聚焦宿迁“走北边”大型民俗巡游活动,以专题报道的形式呈现董王高跷等非遗项目的展演盛况,将其解读为“新春民俗的

生动表达”“中华优秀传统文化的活态传承”，赋予非遗团圆、奋进、团结的文化内涵，强化了地域文化认同与民族文化自信。此外，主流媒体还通过人物特写的方式，塑造非遗传承人的“匠人形象”，如新华网对苏北大鼓传承人牛崇祥的报道，聚焦其四十余载的坚守与创新，将个人技艺传承与运河文化、地方文脉相结合，通过宏大叙事与个体故事的结合，既凸显了非遗的文化价值，也增强了传播的感染力，实现了“文化权威”与“情感共鸣”的双重传递。

官方媒介对宿迁非遗的仪式化呈现，核心是通过宏大叙事的话语体系，将非遗从“民间技艺”提升为“公共文化符号”，既强化了非遗的文化权威，也为非遗传承提供了政策支持与舆论引导，其呈现特征具有鲜明的官方性、系统性与仪式感，是宿迁非遗传播的“主阵地”与“定盘星”。

3.2. 社交媒体的碎片化与生活化呈现：场景重构与受众共鸣的实现

社交媒体以抖音、快手、小红书为代表，凭借其碎片化传播、互动性强、贴近生活的特性，打破了官方媒介的宏大叙事模式，将宿迁非遗从“殿堂”带入“日常”，呈现出碎片化、生活化、场景化的鲜明特征。不同社交媒体平台因受众群体与传播逻辑的差异，对宿迁非遗的呈现侧重点各不相同，其中抖音、快手以“技艺展示”为核心，小红书以“文创消费”为导向，共同推动宿迁非遗的年轻化传播。

3.2.1. 抖音/快手：非遗技艺的视觉化传播与直播赋能

抖音、快手作为短视频与直播的核心平台，受众以中青年群体为主，传播节奏快、内容轻量化，其对宿迁非遗的呈现核心是“视觉化拆解”与“互动式体验”，通过将复杂的非遗技艺转化为直观、生动的短视频内容，降低受众的认知门槛，同时借助直播实现非遗技艺的实时传播与传承互动。

视觉化呈现是抖音、快手传播宿迁非遗的核心策略，传承人通过镜头拆解非遗技艺的细节，将抽象的技艺转化为可感知的视觉画面，满足受众的好奇心与观赏需求。例如，苏北大鼓传承人牛崇祥在抖音、快手平台开设账号，通过直播与短视频相结合的方式，展示“一面鼓、一副板”的说唱技艺，镜头聚焦其击鼓、执板的动作细节，同步呈现说唱内容的字幕，让受众清晰了解苏北大鼓的表演形式与文化内涵，其账号积累粉丝 10 万余人，实现了非遗技艺的跨地域传播。又如，烙画传承人颜士昌通过短视频展示烙画的创作过程，镜头捕捉电烙笔在木板上熨烫的细节，青烟袅袅间，苍劲的竹子、灵动的骏马等图案渐次浮现，将“火针刺绣”的古老技艺以视觉化的方式呈现，既凸显了技艺的精湛，也增强了内容的观赏性。此外，部分传承人还借鉴短视频的传播规律，将非遗技艺与生活场景结合，如将酿酒过程、剪纸创作等融入日常片段，让非遗不再是“高高在上的技艺”，而是贴近生活的文化体验。

直播互动则进一步强化了宿迁非遗的生活化传播，传承人通过直播实时展示技艺、与受众互动，打破了时空限制，实现了“传承人-受众”的直接连接。例如，牛崇祥在直播中不仅表演苏北大鼓，还会与观众互动，解答观众关于苏北大鼓历史、技艺的疑问，甚至现场教学简单的鼓点节奏，增强受众的参与感；颜士昌则通过直播展示烙画的创作过程，接受观众的定制需求，将非遗技艺与消费场景结合，实现了“传承+变现”的双重价值。此外，抖音、快手平台的算法推荐机制，能够根据受众的兴趣偏好，将宿迁非遗内容推送给更多潜在受众，例如，董王高跷的短视频的内容，通过算法推荐，被推送给喜欢民俗、传统文化的用户，进一步扩大了传播范围，让更多人了解这门传承五百年的非遗技艺。

抖音、快手对宿迁非遗的呈现，以“碎片化视觉化”为核心，以“直播互动”为支撑，将非遗技艺拆解为可观赏、可参与的内容，实现了非遗的生活化传播，其核心优势在于贴近受众、互动性强，能够有效吸引中青年群体的关注，为非遗传承注入年轻化活力。

3.2.2. 小红书：非遗文创的审美表达与年轻群体的情感共鸣

小红书作为以年轻群体(18~35岁)为核心受众的生活方式分享平台，其内容呈现以“审美化、场景化、

个性化”为特征,对宿迁非遗的呈现核心并非“技艺本身”,而是非遗文创产品的审美表达与年轻群体的情感共鸣,聚焦苏北手工艺品等非遗文创的“颜值”与“实用性”,推动非遗与年轻群体的审美需求对接。

年轻群体在小红书平台对宿迁非遗文创的审美偏好,呈现出“传统元素+现代设计”“颜值优先+实用导向”的双重特征。一方面,年轻群体注重文创产品的“传统底蕴”,偏爱融入宿迁非遗元素的设计,如将雕版印刷纹样、烙画图案、剪纸元素融入笔记本、书签、钥匙扣等日常用品,既保留非遗的古朴质感,又符合现代审美;另一方面,年轻群体强调文创产品的“实用性”,拒绝“华而不实”,更倾向于选择能够融入日常生活的文创产品,如宿迁新盛街“宿迁礼物”文创店推出的非遗伴手礼,将宿城特色美食与雕版印刷、烙画等非遗元素结合,包装精致简约,兼具实用性与纪念意义,成为小红书用户的热门分享对象。此外,年轻群体还注重文创产品的“个性化”,偏爱小众、有特色的设计,反感同质化,这也推动宿迁非遗文创不断创新,推出更具个性化的产品,如结合马年生肖的剪纸文创、融入宿迁地标元素的烙画书签等。

小红书用户对宿迁非遗文创的笔记分享,呈现出“场景化种草+情感化表达”的特征,成为非遗文创传播的重要载体。用户在分享笔记时,往往会结合自身的生活场景,展示非遗文创产品的使用场景,如将非遗书签夹在书籍中、将非遗冰箱贴贴在冰箱上,通过真实的场景呈现,让其他用户感受到非遗文创的实用性与美感;同时,用户还会在笔记中融入个人情感,分享自己对非遗文创的喜爱,以及对宿迁非遗文化的理解,如“把宿迁的非遗打包成礼物,送给远方的朋友,既有心意又有文化底蕴”,这种情感化表达能够引发其他用户的共鸣,进一步扩大非遗文创的传播范围。例如,“宿迁礼物”文创店的店主通过小红书分享店铺日常、非遗体验瞬间与伴手礼细节,以真实的体验感打动网友,同步搭建小红书网店,实现“线上种草、线下体验、线上线下联动”的经营模式,让更多年轻群体了解宿迁非遗文创,爱上宿迁非遗文化。

此外,小红书平台的“圈层传播”特性,能够推动宿迁非遗文创在年轻群体中快速传播,形成“小众出圈”的效应。年轻群体通过笔记分享、点赞、评论等互动方式,形成关于宿迁非遗文创的讨论圈层,逐步扩大非遗文创的影响力,甚至推动部分非遗文创产品成为“网红产品”,进一步推动宿迁非遗的年轻化传承与商业化转化。

3.3. 交互式数字平台的沉浸式呈现:科技赋能与传承形式的创新

随着数字技术的快速发展,虚拟展馆、H5 网页、数字藏品(NFT)等交互式数字平台,为宿迁非遗的传播与传承提供了全新的路径。这类平台以“沉浸式体验”为核心特征,通过科技手段重构非遗的呈现场景,打破时空限制,让受众能够“身临其境”地感受非遗的魅力,实现了非遗传承形式的创新,推动宿迁非遗从“静态展示”向“动态互动”转型。

3.3.1. 虚拟展馆:非遗场景的数字化还原与沉浸式体验

虚拟展馆通过 3D 建模、VR/AR 等技术,将宿迁非遗的展示场景、工艺流程进行数字化还原,打造线上沉浸式体验空间,让受众无需亲临现场,就能“走进”非遗展馆,近距离感受非遗的魅力。宿迁目前已在部分非遗相关场馆中引入数字技术,打造虚拟体验场景,其中泗阳县棉花博物馆的 AR 互动体验最具代表性。该博物馆通过 AR 技术,将棉花种植、加工、纺织的全过程进行数字化还原,游客佩戴 VR 眼镜,就能沉浸式观看相关场景,在趣味性互动中了解棉花产业文化内涵,实现了“寓教于乐”,让静态的博物馆展示转变为动态的互动体验。

此外,宿迁部分非遗项目还尝试打造专属虚拟展馆,将非遗技艺、传承人故事、历史渊源等内容整

合到线上平台,受众通过手机、电脑就能登录虚拟展馆,自由浏览、互动体验。例如,可借助3D建模技术,还原董王高跷的展演场景、烙画的创作工作室,受众能够360°查看场景细节,观看非遗技艺的动态演示,甚至通过虚拟交互功能,模拟高跷行走、烙画创作等动作,增强体验的趣味性与参与感。虚拟展馆的优势在于打破了时空限制,让宿迁非遗能够突破地域局限,被更多人了解,同时也为非遗保护提供了数字化存储方式,避免了非遗技艺因传承人老龄化而流失的风险。

3.3.2. H5 网页: 非遗传播的互动化设计与轻量化触达

H5 网页以其轻量化、互动性强、传播便捷的特性,成为宿迁非遗传播的重要补充载体,其呈现特征以“互动化设计 + 轻量化内容”为主,通过趣味互动、场景化呈现,让受众在轻松的氛围中了解宿迁非遗。宿迁非遗相关的 H5 网页,多围绕特定主题设计,如春节非遗展演、非遗技艺科普等,融入趣味互动环节,如非遗知识问答、技艺模拟操作、传承人寄语等,增强受众的参与感。

例如,可设计“宿迁非遗寻踪”主题 H5,受众通过点击屏幕,“走进”宿迁不同区域,了解当地的非遗项目,如董王高跷、苏北大鼓、烙画等,每个非遗项目都配有简短的图文介绍、技艺短视频,以及趣味互动游戏,如“模拟苏北大鼓击鼓”“剪纸拼图”等,让受众在互动中学习非遗知识,感受非遗魅力。此外,H5 网页还具有较强的传播性,受众可以将 H5 链接分享到微信、朋友圈等社交平台,实现“裂变式传播”,进一步扩大宿迁非遗的传播范围。H5 网页的呈现优势在于轻量化、互动性强,能够快速触达受众,尤其适合年轻群体,成为非遗年轻化传播的重要载体。

3.3.3. 数字藏品(NFT): 非遗价值的数字化转化与创新性传承

数字藏品(NFT)作为一种基于区块链技术的数字化资产,为宿迁非遗的价值转化与创新性传承提供了全新的可能。从数字记忆理论的视角来看,数字藏品构成了一种独特的“数字记忆”形态。与传统档案保存方式不同,数字藏品通过区块链技术赋予非遗作品唯一性、不可篡改性及可追溯性,使非遗记忆从“可复制的信息”转变为“可确权的资产”,这在强化非遗文化真实性的同时,也带来了商业化与公共性之间的张力。一方面,数字藏品的唯一性有助于提升非遗作品的文化价值认同;另一方面,当非遗记忆被封装为可交易的数字资产时,其公共文化属性可能面临被商业逻辑侵蚀的风险。如何平衡数字藏品市场价值与文化传播的公共性,成为非遗数字化实践中需要审慎对待的问题。宿迁非遗数字藏品的呈现,核心是将非遗元素、技艺作品进行数字化扫描、创作,生成具有唯一性、不可复制性的数字藏品,既实现了非遗的数字化保护,也推动了非遗的商业化转化与年轻化传播。

目前,宿迁非遗在数字藏品领域的尝试虽处于起步阶段,但已呈现出良好的发展趋势。例如,可将颜士昌的烙画作品、沈佑莉的剪纸作品进行数字化扫描,生成数字藏品,通过正规平台发行,受众可以通过购买、收藏数字藏品,支持非遗传承,同时也能感受到非遗的艺术价值。此外,还可以结合宿迁非遗元素,设计专属数字藏品,如以董王高跷、苏北大鼓为原型的数字形象,融入现代设计理念,吸引年轻群体的关注。数字藏品的优势在于,既保留了非遗的文化内涵与艺术价值,又借助区块链技术实现了数字化保护与传播,同时为非遗传承提供了新的变现渠道,推动非遗从“公益保护”向“市场化传承”转型。

但是,宿迁非遗在数字藏品领域的尝试仍面临一些挑战,如数字藏品的受众认知度不高、商业化运营不够成熟等,但随着数字技术的不断发展与受众认知的提升,数字藏品必将成为宿迁非遗创新性传承的重要方向,为非遗注入新的生命力。

综上,通过对官方媒介、社交媒体、交互式数字平台三大核心媒介的分析,发现宿迁非遗在不同媒介平台的呈现特征存在显著差异,且各有优势、相互补充,形成了“官方主导、社交赋能、科技助力”的非遗传播格局。官方媒介以仪式化、宏大叙事为核心,构建非遗的文化权威与公共形象;社交媒体以碎

片化、生活化为核心, 推动非遗的年轻化传播与受众共鸣; 交互式数字平台以沉浸式、互动化为核心, 实现非遗传承形式的创新与数字化转型。不同媒介平台的呈现特征, 本质上是媒介属性与非遗传播需求的适配, 宿迁非遗的有效传承与传播, 需要充分发挥各媒介的优势, 实现协同发力——以官方媒介奠定传播基础、树立文化权威, 以社交媒体扩大传播范围、吸引年轻受众, 以交互式数字平台创新传播形式、提升体验感, 最终推动宿迁非遗从“活起来”向“火起来”转变, 实现非遗文化的可持续传承与发展。

4. 宿迁非遗媒介呈现中存在的问题

基于对官方媒介、社交媒体及交互式数字平台的多维考察, 宿迁非遗的媒介呈现虽已构建起“多渠道覆盖”的基本格局, 但在内容生产、用户体验与技术赋能三个核心维度, 仍存在显著的发展瓶颈。这些问题不仅制约了非遗传播的深度与广度, 也影响了其在数字时代的活态传承效能。本章将聚焦传播内容同质化、互动性与参与感不足、技术应用水平不一三大核心问题, 结合具体传播实践展开系统性剖析。

4.1. 传播内容同质化: 表层展示固化, 深度叙事缺失

当前宿迁非遗的媒介呈现, 普遍陷入“重技艺展示、轻内涵挖掘”的同质化困境。绝大多数传播内容仍停留在“是什么”的表层介绍, 未能深入到“为什么”与“怎么样”的价值阐释, 导致非遗形象扁平、记忆点模糊, 难以形成差异化的传播竞争力。

4.1.1. 呈现形式的“展演式”固化

无论是官方媒介的专题报道, 还是社交媒体的短视频创作, 宿迁非遗的呈现形式高度趋同, 均以“技艺展演”为核心范式。官方报道多聚焦于非遗项目在各类文化节、非遗日的舞台表演, 画面重复呈现董王高跷的高难度动作、苏北大鼓的舞台说唱、烙画的成品展示, 却鲜少追溯其历史渊源、地域文化语境与技艺流变; 社交媒体内容则更趋单一, 抖音、快手等平台的非遗短视频, 大多遵循“传承人出境 + 技艺操作 + 成品特写”的固定模板, 如酿酒非遗内容多为发酵、蒸馏的镜头拼接, 剪纸非遗多为剪刀游走、红纸展开的瞬间, 缺乏对创作过程中匠心细节、文化寓意的解读。这种“展演式”呈现, 将非遗简化为“视觉奇观”, 忽视了其背后承载的运河文化、苏北民俗等深层内涵, 使得传播内容千篇一律, 难以激发受众的持续关注。

4.1.2. 叙事内容的“去语境化”缺失

深度故事挖掘的不足, 是导致传播内容同质化的核心症结。当前宿迁非遗的媒介叙事, 普遍存在“去语境化”问题, 既缺乏对“人”的故事塑造, 也缺失对“文化生态”的系统呈现。一方面, 对传承人的塑造流于表面, 多强调其“坚守数十年”的匠人标签, 却未深入挖掘其传承过程中的困境、创新中的思考、与年轻群体的互动故事, 如苏北大鼓传承人如何在短视频时代调整说唱内容、烙画传承人如何将现代元素融入传统创作等鲜活故事, 未能得到充分呈现, 导致传承人形象刻板, 难以引发受众的情感共鸣。另一方面, 对非遗文化生态的叙事严重不足, 多数内容孤立呈现单个非遗项目, 未能将其与宿迁的地域生活、民俗传统、历史变迁相结合, 如董王高跷与宿迁春节民俗的关联、苏北大鼓与苏北水乡的生活场景的契合度、酿酒非遗与宿迁运河商帮文化的渊源等, 这种碎片化的叙事方式, 割裂了非遗与地域文化的内在联系, 使得受众无法理解非遗的生存土壤与文化价值, 最终沦为“看过即忘”的浅层信息。

4.1.3. 文创传播的“符号化”误区

在小红书等平台的非遗文创传播中, 同质化还体现为“符号化滥用”。多数非遗文创仅简单将烙画、剪纸、雕版印刷的传统纹样进行复制粘贴, 应用于书签、钥匙扣、笔记本等载体, 缺乏对非遗元素的创新性解构与现代审美融合。这种“贴标签式”的文创设计, 既未体现非遗技艺的精髓, 也未能契合年轻

群体的个性化消费需求, 导致文创产品千篇一律, 难以形成品牌辨识度。同时, 文创笔记的分享内容也高度同质化, 多以“颜值展示 + 购买链接”为主, 缺乏对文创产品背后设计理念、非遗技艺融入过程的解读, 使得文化传播沦为单纯的“商品种草”, 丧失了文化传播的核心价值。

4.2. 互动性与参与感不足: 用户定位固化, 深度交互缺失

从传播主体与受众的关系来看, 当前宿迁非遗的媒介呈现仍未摆脱“单向传播”的传统模式, 受众始终被定位为“旁观者”与“信息接收者”, 缺乏与非遗技艺、传承人、文化内涵的深度交互。这种“被动式”传播, 不仅降低了受众的参与热情, 也制约了非遗从“传播”到“传承”的转化效能。

4.2.1. 官方媒介的“单向输出”困境

官方媒介作为宿迁非遗传播的“主阵地”, 其传播模式具有鲜明的“单向性”, 互动设计严重不足。政府官网的非遗板块, 多以政策文件、名录公示、成果展示等静态内容为主, 仅设置简单的留言板, 且缺乏及时的回复与互动, 受众难以针对非遗保护、传承提出疑问或建议; 主流媒体的专题报道、直播活动, 虽会在评论区开放互动, 但多以“点赞祝福”“提问简单问题”为主, 缺乏对受众需求的精准回应, 也未设置深度参与的环节。例如, 央视对宿迁春节民俗巡游的直播, 仅在结尾邀请观众留言“最喜欢的非遗项目”, 未设计传承人在线答疑、非遗技艺模拟体验等互动环节, 使得直播沦为“单向展演”, 受众的参与感极低。这种“单向输出”的传播模式, 使得官方媒介难以收集受众反馈, 无法根据受众需求调整传播内容, 形成“传播者自说自话”的尴尬局面。

4.2.2. 社交媒体的“浅层互动”局限

抖音、快手、小红书等社交媒体虽具备强互动属性, 但宿迁非遗的传播仍停留在“浅层互动”阶段, 未能实现与受众的深度联结。在抖音、快手平台, 非遗传承人的直播互动多以“打赏感谢”“回答简单提问”为主, 如观众询问“烙画需要多久学会”, 传承人仅简单回应“看个人天赋”, 未进行深入讲解, 也未设置“线上教学”“作品点评”等深度参与环节; 短视频的评论区互动, 多为受众“好厉害”“太精美了”等浅层赞美, 传承人很少主动引导受众讨论非遗技艺、文化内涵, 也未结合评论内容创作针对性的短视频。在小红书平台, 非遗文创的笔记分享互动, 多以“求链接”“求购买渠道”为主, 用户之间缺乏对非遗文化的交流探讨, 博主也未设置“非遗体验招募”“文创设计共创”等环节, 使得互动局限于“消费层面”, 未能延伸至文化参与层面。这种“浅层互动”, 无法让受众真正参与到非遗的传承与传播过程中, 难以培养受众的文化认同感与传承意愿。

4.2.3. 数字平台的“体验式空转”问题

虚拟展馆、H5 网页等交互式数字平台, 本应是实现深度互动的核心载体, 但宿迁非遗的数字传播实践却陷入“体验式空转”的困境。一方面, 虚拟展馆的互动设计流于形式, 多数虚拟展馆仅实现了“360°全景浏览”“点击查看图文介绍”等基础功能, 缺乏沉浸式的技艺模拟、场景互动等核心体验, 如泗阳县棉花博物馆的 AR 体验, 仅能让用户“观看”棉花种植过程, 无法模拟种植、纺织等操作, 互动性大打折扣; 另一方面, H5 网页的互动设计缺乏创新性, 多以“非遗知识问答”“剪纸拼图”等简单游戏为主, 且内容更新滞后, 多为节日限定内容, 缺乏持续性的互动设计, 难以吸引受众反复参与。此外, 数字藏品的传播更是缺乏互动性, 多数非遗数字藏品仅作为“收藏品”存在, 未设计藏品之间的联动、线上展览、传承人签名等互动环节, 使得数字藏品沦为“数字摆件”, 未能发挥其在非遗互动传播中的价值。

4.3. 技术应用水平不一: 头部效应凸显, 数字鸿沟加剧

在科技赋能非遗传播的背景下, 宿迁非遗的技术应用呈现出显著的“两极分化”特征: 以酒文化为

代表的头部非遗项目, 凭借充足的资金支持与品牌影响力, 数字化程度遥遥领先; 而苏北大鼓、烙画、剪纸等小众非遗项目, 却面临资金短缺、技术匮乏、人才不足等困境, 深陷“数字鸿沟”, 难以借助数字技术实现传播突破, 最终形成“强者愈强、弱者愈弱”的马太效应。

4.3.1. 头部非遗的“技术赋能优势”

宿迁酒文化非遗(如洋河酒酿造技艺、双沟酒酿造技艺)作为地方文化名片, 依托大型企业与政府的重点扶持, 在技术应用上实现了全方位布局, 形成了“数字化展示 + 智能化体验 + 市场化运营”的完整体系。在数字化展示方面, 洋河、双沟均打造了高标准的数字酒文化博物馆, 运用 3D 建模、VR/AR、全息投影等前沿技术, 还原酿酒古作坊、老窖池群等场景, 让受众沉浸式体验酿酒全过程; 在智能化体验方面, 开发了“数字酿酒师”等互动系统, 受众可通过 AI 技术模拟酿酒工艺, 生成个性化的酿酒体验报告; 在市场化运营方面, 发行了酒文化主题数字藏品, 结合区块链技术实现了藏品的溯源与流转, 同时借助大数据分析受众偏好, 精准推送传播内容。这种高水平的技术应用, 不仅提升了酒文化非遗的传播效果, 也为其带来了可观的经济收益, 进一步反哺非遗保护与传承。

4.3.2. 小众非遗的“数字技术困境”

与头部非遗形成鲜明对比的是, 宿迁多数小众非遗项目在技术应用上举步维艰, 面临“资金、技术、人才”三重壁垒, 数字鸿沟日益加剧。首先, 资金短缺是核心制约因素。苏北大鼓、烙画、剪纸等小众非遗项目, 多依赖政府专项补贴与传承人个人投入, 缺乏企业赞助与市场化收入, 难以承担虚拟展馆建设、数字藏品开发等技术应用的高昂成本。例如, 部分苏北大鼓传承人想通过直播提升传播效果, 却因缺乏资金购买专业的录音、摄像设备, 只能用手机直播, 画面与声音质量较差, 难以吸引受众。其次, 技术人才匮乏是关键瓶颈。小众非遗传承人群体普遍年龄偏大, 缺乏数字技术操作能力, 而专业的数字技术人才又因非遗项目的商业价值较低, 不愿参与相关工作, 导致小众非遗的数字传播只能依赖简单的短视频拍摄、图文编辑, 无法开展虚拟展馆、H5 互动等高水平技术应用。最后, 技术应用与非遗特色脱节。部分小众非遗项目在政府的推动下, 尝试开展数字化传播, 但因缺乏专业指导, 技术应用与非遗特色严重脱节, 如某剪纸非遗的虚拟展馆, 仅简单将剪纸作品扫描上传, 未结合剪纸技艺的特点设计互动环节, 使得技术应用流于形式, 未能发挥其应有的传播效能。

4.3.3. 技术应用的“碎片化壁垒”

除了两极分化的问题, 宿迁非遗技术应用还存在“碎片化”特征, 缺乏系统性与协同性, 进一步加剧了数字鸿沟。一方面, 不同媒介平台的技术应用缺乏联动, 官方媒介的虚拟展馆、社交媒体的短视频、数字平台的数字藏品, 各自为战, 未形成数据共享、内容互通的传播体系, 如虚拟展馆的非遗内容未同步至抖音、快手平台, 数字藏品的设计元素未融入文创产品的传播中; 另一方面, 政府、企业、传承人之间的技术合作机制不完善, 政府推出的数字技术扶持政策, 未能精准对接小众非遗的实际需求, 企业的技术资源也未能有效向小众非遗倾斜, 导致技术应用呈现“散点式”发展, 难以形成合力。这种碎片化的技术应用, 不仅浪费了传播资源, 也使得小众非遗难以借助数字技术实现规模化传播, 最终在数字时代逐渐被边缘化。

5. 国家数字化战略下宿迁非遗的优化路径

在国家文化数字化战略不断推进的背景下, 数字技术正在重塑传统文化的传播方式与发展模式。非物质文化遗产作为重要的文化资源, 其保护与传承也逐渐从传统的线下展示转向数字化记录、媒介化传播以及产业化融合的发展路径。研究表明, 数字技术不仅能够实现非遗资源的长期保存, 还能够通过互联网平台、虚拟现实技术和数字文化产业链条拓展非遗传播空间, 从而促进传统文化的创新发展[12]。因

此,在国家文化数字化战略背景下,宿迁非遗文化的发展需要从叙事体系、产业融合以及人才培养等多个方面进行优化。

5.1. 叙事优化: 结合“西楚文化”IP 打造非遗叙事体系

在数字传播时代,文化资源的传播不仅依赖内容本身,还需要构建具有辨识度的文化叙事体系与文化IP。所谓文化IP,是指通过对文化符号、历史人物和文化故事进行系统整合与再创造,从而形成具有传播力和产业价值的文化品牌。相关研究指出,数字化时代传统文化的传播需要通过IP化叙事实现文化内容的符号化与品牌化,以增强公众的认知度与文化认同感[13]。

宿迁作为“西楚霸王”项羽的故里,拥有丰富的西楚文化资源。西楚文化不仅是宿迁历史文化的重要象征,也具有较高的文化辨识度和传播潜力。因此,在宿迁非遗的数字化传播过程中,可以以“西楚文化”IP为核心叙事框架,将地方戏曲、传统民俗和手工技艺等非遗项目纳入统一的文化叙事体系。以淮海戏为例,可围绕“霸王别姬”这一西楚文化核心母题,打造“楚韵淮海”系列数字内容。具体方案包括:一是创作“项羽与虞姬”主题淮海戏数字微短剧,将传统唱腔与现代视听语言结合,每集3-5分钟,适配短视频平台传播;二是在虚拟展馆中设置“楚韵戏台”沉浸式体验模块,用户可通过VR设备“坐于”古戏台前观看淮海戏经典选段,并可切换不同视角观察演员的身段与表情细节;三是开发“西楚唱腔”互动H5,用户通过点击屏幕模拟淮海戏的击鼓节奏与唱腔发声,在趣味互动中了解戏曲艺术特征。

对于董王高跷,可将其纳入“西楚民俗”叙事框架,打造“高跷上的西楚”系列传播内容。具体方案包括:一是制作专题纪录片,追溯董王高跷五百年的传承历史,重点呈现其与宿迁春节民俗、运河庙会的深厚关联;二是在项王故里景区设置“高跷巡游”AR互动体验,游客通过手机扫描景区场景,即可观看虚拟高跷表演队伍在实景中巡游,并可“穿上”高跷进行模拟行走;三是开发“高跷技艺”数字教学平台,由传承人录制分步骤教学视频,结合3D骨骼动画展示高跷行走的身体力学原理,吸引年轻群体参与体验与学习。

同时,在数字平台传播过程中,还可以借助短视频、数字展览以及互动影像等形式,对西楚文化与非遗项目进行故事化表达,使公众在娱乐化体验中理解和感受地方文化价值。这种“文化IP+非遗传播”的叙事模式,能够有效提升传统文化在数字时代的传播效果。

5.2. 跨界融合: “非遗 + 数字文旅” “非遗 + 元宇宙”的发展路径

在文化产业融合发展趋势下,非遗资源与文化旅游产业的结合已成为推动传统文化活化利用的重要方式。数字文旅是指通过数字技术将文化资源与旅游体验进行融合,从而形成具有互动性和沉浸感的文化消费模式。研究指出,数字技术能够通过虚拟现实(VR)、增强现实(AR)以及数字展览等方式,为传统文化提供更加丰富的展示形式,并推动文化资源向文化产业转化[14]。

在宿迁非遗的发展过程中,可以通过“非遗+数字文旅”的模式,将非遗文化融入地方旅游产业。例如,在项王故里景区、运河文化景区等文化旅游空间中,通过数字展示技术展示传统戏曲、民俗文化以及传统手工艺,使游客在旅游过程中能够体验非遗文化。以项王故里景区为例,可构建“西楚非遗数字长廊”沉浸式体验空间。具体方案包括:一是在景区入口设置“非遗导览”数字大屏,通过3D地图标注景区内各非遗体验点的位置与内容,游客可通过扫码获取个性化游览路线;二是在景区内设置AR互动打卡点,游客在特定位置通过手机扫描,即可触发苏北大鼓虚拟表演、烙画制作过程演示、剪纸动画等内容,并可生成“我与非遗合个影”的纪念照片;三是开发“非遗手作”互动体验区,结合AR投影技术,游客可在桌面“虚拟烙画”系统中体验烙画创作,完成的作品可生成数字明信片并分享至社交平台。

对于淮海戏与董王高跷,可在景区内设置“非遗展演”数字互动剧场。采用全息投影技术,定期播

放淮海戏经典选段的全息影像, 游客无需等待特定演出时间即可观看; 同时设置“戏曲换装”互动屏, 游客可通过体感技术“穿上”戏曲服饰, 模仿淮海戏演员的身段动作, 系统自动生成短视频供游客下载分享, 实现“线下体验、线上传播”的联动效应。这种融合模式不仅能够提升旅游体验, 也能够扩大非遗文化的传播范围。

此外, 随着元宇宙概念的发展, 虚拟空间逐渐成为文化传播的重要平台。学者指出, 元宇宙技术可以通过数字孪生、虚拟空间和沉浸式互动体验, 构建虚实融合的文化展示环境, 为非遗传播提供新的媒介形态[15]。在这一背景下, 宿迁可以探索“非遗 + 元宇宙”的传播模式, 例如建设虚拟非遗博物馆、虚拟戏曲舞台以及数字化民俗体验空间, 使用户能够通过数字平台参与非遗文化体验。这种沉浸式传播方式能够突破时间与空间的限制, 使传统文化获得更加广泛的传播。

5.3. 培养数字化人才: 推动高校参与非遗数字化转译

在非遗数字化发展过程中, 数字技术与文化研究的结合离不开专业人才的支持。当前, 许多地方在非遗数字化建设中普遍面临技术人才不足、数字内容开发能力有限等问题。相关研究指出, 推动高校参与非遗数字化研究与设计, 是提升非遗数字化水平的重要途径[16]。

宿迁市拥有宿迁学院等地方高校, 这些高校在数字媒体技术、文化产业管理以及艺术设计等领域具备一定的人才培养基础。因此, 可以通过“校地合作”的方式, 引导高校参与非遗数字化转译与创新设计。例如, 高校可以组织数字媒体、动画设计以及文化产业相关专业的学生参与非遗数字内容创作, 如非遗纪录片制作、数字展览设计以及虚拟场景建模等。通过实践教学与文化研究相结合, 不仅能够培养学生的实践能力, 也能够为非遗数字化建设提供新的创意资源。

此外, 地方政府还可以通过设立非遗数字化研究中心、开展非遗数字设计竞赛以及建立实践基地等方式, 鼓励高校师生参与非遗文化传播项目。通过构建“政府 - 高校 - 文化机构”协同合作的模式, 可以形成稳定的非遗数字化人才培养体系, 从而推动宿迁非遗文化在数字时代实现更好的保护与传承。

总体而言, 在国家文化数字化战略背景下, 宿迁非遗文化的发展需要通过文化叙事创新、产业融合发展以及人才培养机制建设等多方面协同推进。通过构建具有地方特色的数字文化传播体系, 宿迁非遗文化不仅能够实现更有效的保护与传承, 也能够数字时代获得新的发展机遇。

6. 结论

本研究围绕国家文化数字化战略背景下宿迁非遗的媒介呈现展开全面研究, 通过梳理宿迁非遗资源现状、分析不同媒介平台的呈现特征、剖析现存问题并提出优化路径, 得出以下核心结论。首先, 宿迁非遗资源丰富且具有鲜明地域特色, 已初步完成数字化基础建设, 形成了官方媒介、社交媒体、交互式数字平台协同传播的格局, 不同媒介凭借自身属性实现了非遗传播的多元赋能, 官方媒介构建文化权威, 社交媒体推动年轻化传播, 数字平台创新体验形式, 为非遗活态传承奠定了基础。其次, 当前宿迁非遗媒介呈现仍存在突出困境, 传播内容同质化导致非遗形象扁平, 互动性不足制约受众参与和传承转化, 技术应用的两极分化加剧小众非遗的数字边缘化, 这些问题根源在于叙事体系不完善、产业融合不深入、人才支撑不足。最后, 在国家文化数字化战略指引下, 宿迁非遗的优化需立足地域文化特色, 以“西楚文化”IP为核心重构叙事体系, 通过“非遗 + 数字文旅”“非遗 + 元宇宙”实现跨界融合, 依托校地合作培育专业数字化人才, 构建“叙事创新、产业赋能、人才支撑”的协同发展模式。未来, 随着技术的不断迭代和各方力量的协同发力, 宿迁非遗将突破传播瓶颈, 实现数字化保护与活态传承的良性循环, 助力地方文化品牌建设与文化强国战略落地。

基金项目

宿迁学院 2025 年大学生创新创业训练计划项目《“语桥计划”——外语媒介赋能宿迁方言传承与创新传播》(项目编号: 202514160029); 2025 年度宿迁市社科研究课题“宿迁西楚文化海外传播策略研究”(项目编号: 25SYW-97)。

参考文献

- [1] 黄永林, 谈国新. 中国非物质文化遗产数字化保护与开发研究[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2012, 51(2): 49-55.
- [2] 宋俊华, 王明月. 我国非物质文化遗产数字化保护的现状与问题分析[J]. 文化遗产, 2015(6): 1-9+157.
- [3] 马晓娜, 图拉, 徐迎庆. 非物质文化遗产数字化发展现状[J]. 中国科学: 信息科学, 2019, 49(2): 121-142.
- [4] 范周, 孙巍. 国家文化数字化战略的发展脉络与路径探索[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2023, 62(1): 70-77.
- [5] 王犹建. 网络时代数字化语境下的非物质文化遗产传播[J]. 新闻爱好者, 2012(19): 39-40.
- [6] 李金灵. 宿迁地区非物质文化遗产的保护与传承研究[J]. 语文学刊, 2016(16): 85-86.
- [7] 柳邦坤, 朱彦. 传播学视阈下淮海戏传承发展路径探析[J]. 今传媒, 2016, 24(5): 12-13.
- [8] 杨立国, 陆乃. 非物质文化遗产活态度评价研究——以江苏省为例[J]. 资源开发与市场, 2019, 35(12): 1525-1531.
- [9] 李莹莹. 元宇宙背景下非物质文化遗产数字化的挑战与应对[J]. 社会科学前沿, 2023, 12(7): 4065-4071.
- [10] 周亚, 许鑫. 非物质文化遗产数字化研究述评[J]. 图书情报工作, 2017, 61(2): 6-15.
- [11] 朱迎雪. 传统技艺类非遗的数字化传播策略研究——以南京雨花茶为例[J]. 新闻传播科学, 2024, 12(3): 873-880.
- [12] 姚国章, 姚崇兵. 非遗数字化传播: 概念体系、现实困境与实现路径[J]. 西华大学学报(哲学社会科学版), 2024, 43(6): 88-97.
- [13] 李凤亮, 周梦琛. 数字文化产业视野下的传统文化创新[J]. 文艺理论研究, 2022, 42(6): 12-19.
- [14] 王波. 科技赋能文化遗产的数字活化: 现状、挑战与策略[J]. 图书馆建设, 2025(6): 110-119.
- [15] 程佳琳, 吴洁欣. 非物质文化遗产的数字化传播[J]. 新闻传播科学, 2023, 11(2): 271-275.
- [16] 余静静, 李鑫雅, 齐延成, 尹佳丽, 马梦云. 地方传统文化数字化的现状与发展路径[J]. 国学, 2025, 13(5): 1003-1010.