

表1：新疆地区国家级非遗中刺绣技艺类数量统计表^{[5][6]}

序号	批次	项目名称	申报地区或单位	名录特征
1	第二批	维吾尔族刺绣	哈密地区	维吾尔族刺绣寓意吉祥如意，在衣服各处绣花。古老服饰绣工讲究，宫廷服装绣工精美，高贵典雅
2	第二批	蒙古族刺绣	博湖县	新疆蒙古族刺绣富有立体感，图案来源于生活，凝重质朴
3	第二批	柯尔克孜族刺绣	温宿县	柯尔克孜族刺绣题材来源于自然，具有象征意义，柯尔克孜族人尤喜爱红色
4	第三批	锡伯族刺绣	察布查尔锡伯自治县	锡伯族刺绣主要表现在服饰上，针法簇新，图案有吉祥如意
5	第五批	哈萨克族刺绣	昌吉回族自治州 木垒哈萨克自治县	哈萨克族传统的手工刺绣有其独特的办法，图案来自于动物、民族文字、传统图案

列丛书出版发行。丛书从新疆非遗刺绣历史演进、传承人故事、刺绣衍生品等进行详细介绍，有效推动了疆绣产业发展。如今，疆绣产业已成为新疆地区少数民族增收致富的重要途径。

新媒体视域下疆绣保护与传承的现存困境

新兴媒体业态正以出乎意料的速度不断发展。目前疆绣保护与传承正面临几重困境，具体表现为以下几个方面。

（一）传播形式单一，表现内容乏味

疆绣风格大多色彩艳丽、热情奔放、线条粗犷，主题多以自然景观、生活器物等为主，与当前快节奏、年轻化的生活不相融，传播内容缺乏吸引力。宣传内容虽侧重历史起源、非遗项目传承人、成品展示等方面，但发掘深度不足，疆绣类抖音短视频最高视频点赞量仅3938个，未能形成较为系统多样的展现形式。此外，这一困境还表现在电商领域，据《2023抖音电商助力非遗发展数据报告》显示，平台上非遗传承人带货成交额同比增长194%，成交额超过百万元的非遗传承人数量同比增长57%，购买非遗好物的消费者数量同比增长62%。截至2024年1月，以“疆绣”为关键词进行搜索，共开设疆绣绣品抖店117家，多以帽子、地毯、衣物为主要产品，其中最佳的店铺销量仅有300多件。可见，宣传推广内容与形式的弊端导致了疆绣产品市场占有率较低，未能跟上新媒体营销的快车。

（二）传承人才缺乏，存在水平差异

疆绣非遗人力资本质量不高且存在差异，主要有两类人才较为紧缺。首先是基层手工艺者，“传二代”受教育水平虽逐渐提高，但绣娘大多来自乡村，从事疆绣工作的高质量人才较少且技艺水平存在差异，其作品与现代化元素结合的程度受限。疆绣技法传承需要长期学习和实践，但由于现代生活方式的改变，以及老一辈传承人的逐渐减少和年轻人对非遗的兴趣减少，与其他产业相比，疆绣手工艺品本身所能创造的经济价值周期长、设计成本高，

“后继无人”成为制约疆绣工艺传承发扬的重要掣肘。其次，缺乏能胜任疆绣产业发展的经营管理人员和管理服务人员，疆绣产业经济附加值低，收入不稳定，新媒体剪辑宣传制作复杂耗时长，经济回报率低，导致疆绣项目对年轻一代吸引力不高，非遗传承面临断代风险。

（三）市场认可不够，缺乏创新劲力

“非遗”之所以称为遗产，很大程度上说明其不能适应当下日常所需，未能充分与现代生产生活相结合、激发疆绣的生命力。当前市场上新疆绣品大多以衣物、帽子等传统产品为主，缺少富有民族特色又兼顾现代元素的绣品。随着时代发展，大众审美观念也随之改变，产品品式花纹的传统化未能跟上以年轻人为主要消费群体的时代需要。新媒体平台上以疆绣为主题的短视频所呈现的绣品通常难以吸引眼球。此外，疆绣文创等衍生产品潜力巨大，而文旅刺绣产品开发滞后，产供销体系依旧不够完善，且缺乏品牌化经营意识。^[7]利用新媒体将旅游与疆绣产品结合展现的内容深度有所欠缺，加之物价问题引起的旅游行业不够景气，作为纪念品的绣品销售业随之受到影响。

新媒体视域下疆绣保护与传承策略

（一）丰富内容，拓展形式

新媒体融入非遗保护传承全过程，重塑了保存模式，重构了传播场景，创新了产业形态，拓展了传播渠道。内容制作和形式呈现上要从以下几个方面展开。第一，做好对文化图案符号归纳梳理，深入剖析各民族代表性刺绣图案的文化意蕴和鲜明特色，并从各民族交往交流交融的史实角度，解读明晰刺绣文化背后的演进历程。第二，宣传时强调非遗产品应与产地的历史文化、自然风物与民俗民情相匹配。对于文化遗产的呈现，要立足传承人群众的真实人生经历和体验，以及绣品自无到有、从简入繁的真实过程，以记录分享的形式创新讲好传承背后的故事，传达蓬勃向上的精神力量。第三，抓准全域兴趣电商发展契机，创新发展理念和载体形式，利用直播、讲解等多种形式，