中国改革报

2020.12.04
星期五

文化创意 Culture Creativity

数字赋能为文化产业高质量发展装上“加速器”

□ 余俊杰 陈爱平

随着我国居民收入水平提升，新型基础设施建设提速，文化、旅游、通信等行业进一步深度融合，数字文化产业正呈现供需两旺特点。国家统计局数据显示，2020年上半年，文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入12,939亿元，比上年同期增长18.2%。

文化和旅游部日前发布数字文化产业发展意见，促进产业提质升级，激发文化消费潜力，提升中华文化影响力和国家文化软实力。

业界分析，受益于数字赋能，我国文化产业高质量发展装上“加速器”，文化产业“蛋糕”正越做越大。在此过程中，既应关注科技，更应把握导向和内涵。

融入“双循环”新发展格局

这份《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》提出，要促进文化产业与数字经济、实体经济深度融合，扩大优质数字文化产品供给，积极融入“双循环”新发展格局。

北京电影学院副校长孙立军分析，意见一方面强调坚持正确导向，提升作品思想文化内涵，充分发掘文化资源，讲好中国故事，弘扬中国精神；另一方面强调重视科技发展对文化产业的赋能效应，伴随信息技术的发展与革新，创作者应积极运用新技术，借力产业科技创新成果，推动内容、模式、业态和场景创新。

意见规划的目标是，到2025年，培育20家创新能力强、具有国际影响力的领军企业，打造5个引领数字文化产业发展的产业集群，引领我国文化产业数字化、网络化、智能化发展水平明显提高，形成新动能主导产业发展的新格局。

创图科技创始人、董事长李欣说，发展平台经济、激发数据资源要素潜力等政策举措，将为文化产业发展装上“加速器”，体现了共享、开放、创新的发展理念，将吸引更多市场主体参与进来。

据了解，我国已有多个省市出台措施，促进文化和旅游、金融、科技等领域深度融合。上海印发的《上海在线新文旅发展行动方案（2020—2022年）》提出，依托大数据、云计算、物联网、人工智能等新技术，培育具有智能交互特征的文旅新业态、新模式。

数字文化“蛋糕”越做越大

文化和旅游部产业发展司相关负责人表示，数字文化产品具有传播网络化、消费个性化等特点，符合年轻人消费习惯，随着数字技术的广泛普及和网民付费习惯的养成，数字文化产品的消费潜力和市场价值将得到进一步释放。

随着我国居民收入水平提升，新型基础设施建设提速，文化、旅游、通信等行业进一步深度融合，数字文化产业正呈现供需两旺特点。国家统计局数据显示，2020年上半年，文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入12,939亿元，比上年同期增长18.2%。

据中国联通集团文化旅游行业总经理李玲分析，更多的科技型企业正积极加入到文旅产业数字化进程中，推动文旅产业创新。在中国（海南）南海博物馆，中国联通推出了“5G+AR”文物修复助手、“5G+VR”全景直播等多项应用；疫情期间，“5G文旅互动直播”为100余个景区和文博馆搭建了云游景区、云游博物馆，丰富宅在家老百姓的精神文化生活。

事实上，我国网民规模已达9.4亿，互联网普及率67%，超大规模市场优势将为数字文化产业进一步发展提供广阔空间。

重科技更要重内涵

中国旅游研究院报告显示，有过半受访者认为“文化消费能提高人的生活质量和幸福感，比衣食住行更重要”。如何为老百姓“烹制”更高质量的“文化大餐”？

业界认为，以数字科技“活化”文化资源，一方面应积极运用超高清视频、5G、VR/AR、人工智能等数字技术对我国优秀传统文化进行开发和保护，一方面更应丰富文化创新产品的内涵，推动文化和科技创新协同前进。

在水墨动画片《秋实》制作中，创作人员引入了超高清8K分辨率、高帧率技术，在保证画面细节与色彩的精度与明度，让动画片角色在高动态镜头中仍然保持着自然、逼真形态的同时，也让观众能感受到中国水墨画虚实结合的意境和魅力。

主创人员之一、盛世顺景文化传媒公司总经理张春景认为，与国外动画制作技术相比，目前国内的技术并没有太大差距，甚至在8K、水墨画方面有更多创新引领。“竞争的关键，在于讲故事的方式与剧本内容创作。市场需要一系列既具有民族特色，又能够得到市场认可，并且可以反哺文化产业良性循环发展的优质作品。”他说。

孙立军认为，既要弘扬优秀民族文化基因，又要赋予其全新的文化内涵。“对中国传统精神文化内核的挖掘，恰恰是我们从文化产业‘高原’进一步爬上‘高峰’，提升文艺作品国民认同度和海外认知度的关键所在。”

图片新闻

《读者》故乡开设“读者小站” 拓展公共阅读新空间

近年来，甘肃省兰州市政府和读者出版集团采取“政府推动建设、读者品牌冠名、市场化运营”方式，与传统新华书店改造相结合，在公园、社区、校园旁打造老百姓身边的新型书房“读者小站·金城书房”，为当地市民拓展了公共阅读新空间。图为市民在位于兰州西固区金城公园内的读者小站内阅读。 高 展 摄

文化一线

“不过随于时代 反处处合于时代”

——看京剧“第一科班”如何守正创新

□ 白 瀛 何 凡

1959年，富连成社弟子袁世海在表演京剧《龙凤呈祥》时，将《芦花荡》一折中张飞出场的三倒步改成了三望：一望前面还有多远，二望敌人来了没有，三望周围的情况；之后又采用了范宝亭《演火棍》焦赞的边挂，来了个反飞脚。与之合作的梅兰芳称赞“他这出戏，短小、精悍、巧”。

“张飞的出场表演经过了袁世海的巧妙设计，演起来干脆利落，既表现出张飞的快人快性，又透露出他的稳重沉着。”中国艺术研究院戏曲研究所学者张雯睿说，这个惊艳的出场背后是袁世海对程式的巧妙应用和他严谨、规范的基本功。

日前在京举办的首届“富连成戏曲国际青年学者论坛”上，不少学者和专家认为，富连成社的发展历程，对于当下戏曲的“守正创新”具有巨大的启示意义。

作为京剧“第一科班”，北京富连成戏剧学社成立于1904年，在办社的44年中先后培养了近800人，其中不乏马连良、于连泉、叶盛兰、袁世海、谭元寿、梅兰芳、周信芳等名家，是京剧史上开办时间最长、培养人才最多、影响最为深远的京剧教育机构。

1935年，文人吴幻荪曾发表评论说：“富连成戏剧学社，就因为不追随时代潮流的推移，而反倒沾光了，因为一些举办不彻底改造的人士初次失败了，而且反连累他们剧艺不坚实，所以愈形映着富连成戏剧学社深具规范，注意剧艺。不过随于时代，反处处合于时代也。”

“富连成社始终坚持国剧的传统表演方法和程式，延续了国剧艺术源源不断的生命力，从而经受住了京剧市场的检验，获得了自身生存和发展的空间。”深圳大学戏剧影视学院副教授陈仕国指出，富连成社对传统表演方法和程式的坚持，反倒成了其在竞争中突围的筹码。

20世纪90年代初，舒桐曾在宁夏向出身富连成社的张元奎学戏。如今已是中国戏曲学院京剧系主任的舒桐回忆起往事，仍然历历在目：“他的唱有着传统花脸的规范，要求学生吐字清晰，气口要求特别严格，能够缓气，不能够缓气的地方必须一气呵成。音量要求从台口打到剧场最后一排。”

“几代京剧人的坚守和守护，使我们200多年的京剧艺术传承至今。对于当代戏曲教师来说，守正是我们在教学当中首先要把握的尺度。我们要把规范、严谨的戏曲艺术传承到下一代接班人的手中。”舒桐说。

如果说严谨、规范的动作是戏曲的“字”，那么表演程式就是戏曲的“词句”。一篇文章写得是否漂亮，遣词造句是否得当是关键。

1959年，富连成社弟子马连良对《赵氏孤儿》中程婴的角色进行了再创造。程婴是在赵家满门被害时充满紧张、肃穆、杀气腾腾的氛围中上场的。

“他冒着生命危险去赵家通风报信，在告别赵朔夫妇下场时，抖水袖、甩髯口等一连串戏曲程式动作，不光体现了马连良自身扎实的基本功，也把人物叠足而立等内心情感表现得淋漓尽致。”广东省文化馆研究馆员陈才说。

专家指出，程式化是戏曲的本体特征，也是戏曲塑造舞台形象的基本语汇，因此坚持程式化是戏曲发展、创新的前提。

“虽然‘程式’一词让人感觉在呈现上有所限制，实则可以在‘程式’中自由翱翔，展示出个人独特的魅力。”中国戏曲学院教师刘璐说。

然而，京剧是在农耕时代产生的，表演程式也是在农耕生活的基础上提炼的，并反映其时代的生活和审美趣味。20世纪后中国逐步进入工业化、信息化社会，生产和生活方式发生了巨大变化，在反映现实生活和塑造当代人物时，京剧应如何利用程式进行创新？

中国艺术研究院研究员王安葵曾建议，新程式的创编应和整体的戏剧创作紧密结合，把艺术体操、花样游泳等现代舞蹈元素引入戏曲，可以丰富戏曲表演。

《骆驼祥子》里的“洋车舞”、《华子良》里的“箩筐舞”、《江姐》里的“绣红旗”……近年来，创作者沿着这个思路，在程式创新方面进行了不懈的探索。

中国戏曲学院京剧系原主任马玉璋则认为，程式的创新也可以从传统中来，比如样板戏《红灯记》中李玉和戴着手铐脚镣的工具，就化自传统戏《挑滑车》。

“京剧创新要有所为有所不为。”全国政协委员、京剧名家孙萍说，“京剧是‘以小见大’的艺术，因此京剧创新在‘正本清源’的同时，在题材的选取上也要有所取舍，‘小题大做’是京剧创作应该遵循的规律。”

重点推荐

互联网助推旅游业实现“乘数效应”

文化和旅游部、国家发改委等十部门11月30日联合印发《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》，提出优化“互联网+旅游”营商环境，以数字赋能推进旅游业高质量发展。

业界认为，互联网技术能有效推动旅游业与多行业融合和相互促进，有望实现“乘数效应”，助力旅游市场加速复苏，站上数字经济红利“风口”。

10版

文化时评

推进“红色文化”多角度传播

□ 王统宇

新时代需要发挥好红色文化的精神力量，不断实现红色文化创新发展，通过加快红色旅游模式转型、创新红色文创表现形式、拓宽红色文化传播渠道等推进红色文化更广泛地传播。

文化是一个国家和民族的灵魂，是凝聚民族精神的纽带。作为中国特色社会主义文化的组成部分，红色文化是中国共产党以马克思主义为指导，吸收中外优秀文化创造的先进文化，不仅是中国人民价值观念体系中的重要组成部分，更是凝聚国家力量和社会共识的重要精神动力。

新时代需要发挥好红色文化的精神力量，不断实现红色文化创新发展，从多角度推进红色文化更广泛地传播。

一方面，要加快红色旅游模式转型。在“后疫情时期”，各个地方旅游产业逐步回暖，红色旅游是红色文化传播的重要途径之一，要紧紧跟随时代的变化进行自身改革升级，将红色旅游从传统的购物、娱乐、游玩的横向旅游模式转变为由浅入深的沉浸式纵向旅游模式，加强红色文化记忆与印象，增强红色旅游过程的趣味性。

各地可以针对当地红色历史，增强挖掘的精准度，打造具有地方特色的红色文化，带给游客独有的红色记忆；将红色旅游与思政教育有机结合，积极建设系统的、健全的红色文化教育基地。

另一方面，要创新红色文创表现形式。红色文创要精准把握红色文化核心，保证红色文创的地方差异性。对于红色文创本身，既要保证文创产品的艺术美感，又要将红色文化恰当地体现在产品之中，将传统红色理念与当代审美标准融合起来。

同时，还要注重保障文创产品的实用性，不能将红色文创等同于红色艺术品。强大的实用性能够增强用户使用频率，延长使用时长，为文创产品中的红色文化提供更多传播的机会。红色文创应创新设计理念，将现代的材料与具有历史感的红色文化有机结合。

此外，要拓宽红色文化传播渠道。将优秀的红色文化带入新媒体的传播平台中，推动更多的新媒体用户传播红色文化。

为了让红色文化能更好地在新媒体平台传播，就要下功夫研究新媒体传播的方式和手段，使信息传播更加高效便捷。可以将红色文化进行有机的“碎片化”处理，方便用户对红色文化的吸收，提高红色文化信息的竞争力。通过碎片化信息让新媒体用户快速接收并且记住，再经过对碎片的累积，激发用户了解红色文化的意愿并且通过平台进行自主传播。同时，以符合当代文化传播潮流的形式来促进广大青少年网民接受、理解和认同红色文化在当代的重要意义。

文化艺术编辑部
主任：王 志
执行主编：明 慧 宋若铭
新闻热线：(010)56805161
监督电话：(010)56805167
电邮：whzk619@163.com