思语

以文化为媒 讲中国故事

□ 常 理

☞ 从当代中国的伟大创造中发现创作主题、捕捉创新灵感，用优秀文艺作品积极阐释中国道路、弘扬中国精神、凝聚中国力量，成为当下艺术创作的自觉追求

下图 群舞《龙把子》

上图 文华奖惠民演出《黔剧折子戏专场》在上海大世界上演。

日前，第十二届中国艺术节在上海大剧院圆满落下帷幕。三年一届的中国艺术节，是我国规格最高、最具影响力的国家级综合性艺术盛会。

在半个多月时间里，舞台艺术、视觉艺术、文创产品以及群众艺术优秀作品荟萃展示，让全国观众尽享艺术带来的欢乐、美好和感动。

历史经典连连看

暗夜、黑伞、冰雨……作为第十二届艺术节的开幕大戏《永不消逝的电波》，在刚一开始就用极具代入感的场景把观众带回到70年前的上海那个惊心动魄的夜晚。

两个小时的舞剧以解放前夕英勇牺牲的我党地下工作者为创作原型，在尊重历史的基础上进行大胆原创，融入青春色彩、红色记忆、浪漫情怀、谍战氛围等元素，把石库门、弄堂、马路、报馆、旗袍裁缝店等老上海城市特色细致入微地呈现在舞台上，以高度凝练的舞剧叙事、唯美的意象表达、灵活写意的舞台布景和谍战的紧张悬念，再现了为我党和民族解放事业壮烈牺牲的、可歌可泣的英雄形象。

业界专家评论这部舞剧是“引领当代中国舞剧观念的更新换代”。中国舞蹈家协会主席冯双白撰文说，愿《永不消逝的电波》成为当代中国舞剧的一个新坐标，勇敢探索出中国舞蹈艺术的新路。

你还记得50多年前，那对为保护羊群和暴风雪搏斗的草原小姐妹吗？把这个具有时代意义的红色经典搬上舞台，用她们的事迹去激励千千万万青少年奋勇向上，是很多艺术家的夙愿。

内蒙古艺术学院副院长、舞剧《草原英雄小姐妹》艺术总监赵林平就曾深情地说：“把‘草原英雄小姐妹’这一伴随了几代人成长的真实感人的传奇故事，以民族舞剧的艺术形式呈献给世人，是我一直以来的心愿和梦想，也是我们这一代舞蹈人应尽的道义和责任。”

文艺作品来自群众，就会感动群众。红色题材、先进典型题材、现实主义题材，观众往往很熟悉。但如何通过艺术创作提炼加工，匠心变为感动，需要付出极大努力。

《永不消逝的电波》主创团队一次次查阅革命先辈们珍贵的历史资料、一次次赴上海红色教育场馆采风，每一个动作、每一次走位、每一幕布景，他们都反复构思，精雕细琢，在创作理念、舞蹈形式、叙事结构和美学风格方面进行大胆创新、探索和实践。

《草原英雄小姐妹》中玉荣的饰演者查苏娜说：“这部舞剧带给我太多太多的感触，它是我学生生涯最珍贵的记忆，也是我青春成长中弥足珍贵的一堂课。”

文化和旅游部艺术司司长诸迪表示，通过第十二届艺术节可以看到，广大文艺工作者进一步坚定文化自信，与时代同步伐、以人民为中心的创作导向更加鲜明，爱国主义的文艺创作主旋律更加响亮。“从当代中国的伟大创造中发现创作主题、捕捉创新灵感，用优秀文艺作品积极阐释中国道路、弘扬中国精神、凝聚中国力量，成为当下艺术创作的自觉追求。”

文创产品吸眼球

随着老百姓生活水平日益提升，文创产品本身的属性也不再是满足人们的生活需求，而是符号消费需求、情感消费需求、文化传播需求。

本届艺术节期间还举办了演艺及文创产品博览会。来自全国的705家文化机构携1169个演艺作品及5757种文创产品参展。其中，故宫博物院、上海博物馆等文博机构的“网红”“爆款”文创，成为现场焦点。

在上海博物馆展区，一套孔雀牡丹纹洗漱用品器皿，引得观众纷纷驻足观看。据工作人员介绍，产品创意来自“15世纪中期景德镇瓷器大展”中的一件“孔雀牡丹梅瓶”上的纹饰，在博览会上首发后，已有不少人前来询价。

保湿、美白的面膜随处可见，那你见过画有京剧脸谱的面膜吗？记者在博览会现场看到，由国家京剧院带来的可以让人瞬间“拥有京剧妆容”的神奇面膜，既原汁原味地展现了生、旦、净、丑四个行当的脸谱造型，同时又做了适应性改造，以确保最大限度适用于普通消费者。

恭王府博物馆的小人摆件、文房四宝，国家图书馆的《永乐大典》充电宝、书生环保袋，中国美术馆的手工艺包和丝巾等，让观众们不禁感叹“只有想不到，没有做不到”。

“文创产品能否成功，设计非常关键。”中国美术馆文创中心相关负责人说。近几年文创产业发展迅速，受到广大年轻人喜爱，正成为文化推广、品牌宣传的一大抓手。但好的文创产品必须经过精心设计，慢慢打磨。

历时4天的文创产品博览会，吸引了5万多人次观众参观，文创产品现场销售及签约额达3400多万元，实现社会效益和经济效益的统一。各地经销商惊叹，“原计划4天的货物一天就销售一空，必须马上补货”。火爆场面也让众多参展机构看到了文创产业的广阔前景，增强了行业发展信心。

“首次加入艺术节的文创产品就成为‘爆款’，这是近年来全国31个省区市文创产品开发工作成果的首次集中亮相。文创产品现场售卖，使广大观众有机会将‘艺术节’带回家，让艺术之美真正走进百姓生活，增强优质文化资源带给人们的获得感。”诸迪说。

文艺作品接地气

人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标，只有做到了以人民为中心，文艺才能发挥最大正能量。这不仅是举办第十二届艺术节的出发点和落脚点，也是在办节过程中始终坚持的基本原则。

山西晋城市上党梆子传习所所长陈素琴表示：“艺术服务于老百姓，下基层是我们义不容辞的责任。希望能够经常到人民群众中送文化大餐。”

“在公园、广场演出提醒我，文艺要走向老百姓，才更接地气。要把最好的文艺作品奉献给人民。”文华奖得主王平深有感触地说。

据诸迪介绍，本届中国艺术节通过多种形式开展文化惠民活动，获得群众热烈欢迎和参与。在舞台艺术方面，除继续实行低票价外，组织参评参演院团在艺术节期间举行32场公益惠民演出。40个院团的1000多名艺术家积极响应参与演出，并且高度重视。广大市民积极参予，平均上座率达到97%，很多演出达到100%，吸引观众6万余人次。

宁夏演艺集团秦腔剧院由于档期冲突，原计划的惠民演出一度准备取消。得知情况后，院长李小雄主动申请改期加演，“我们不只是为评奖而来，更是为了推广剧种、接受全国观众检阅而来”。

还有不少院团借演出的机会，自发走进基层开展多种惠民活动。中国交响乐团在《浦东交响》演出期间，与浦东新区青少年活动中心学生管弦乐团进行面对面交流互动，并对其进行指导点评。

为适应新的时代需求，本届艺术节还充分利用互联网手段，发挥新媒体传播优势，极大提升了艺术节的影响力和覆盖面。网络直播首次全流程介入艺术节，31台剧目18次移动端直播点击量近1420万人次，22场全剧网络直播点击量5270万人次，直播总点击量近6700万人次。“云上群星奖”专题总访问量4428.5万人次。

“应该说，艺术与科技的结合，使优秀文艺作品高效传播，跨越了地域、时空的局限，不仅为艺术的推广普及提供了更加广阔的空间，而且也使优秀文艺作品的社会效益在广泛传播的过程中得以充分实现。”诸迪表示。

公共文化产品缘何变“网红”

□ 陈娴颖

越来越多的“文化+科技”企业，在实践新技术、新生态、新传播带来的文创产业变革的同时，意识到文化价值对公司远景的重要性

随着人工智能、大数据、云计算等信息技术的发展，我们进入了“ABC”（AI、Big Data、Cloud Computing的缩写）时代。信息技术的飞速发展，智能化设施无所不在，网络体系互联互通，这不仅全面提高了制造业、零售业、医疗行业、政府部门和私人生活领域的生产运营效率，更改变了很多机构原有的组织结构和运营模式。

在这样一个“ABC”的时代，基于互联网的科技和文化企业提出“新文创”构思，汇集影视、游戏、文学、动漫、音乐等众多内容业务，启动了一场“面向未来的文化生产新实验”。公共文化和文化产业在这个实验平台上打破了旧有界限，停留在博物馆里的传统文化披上创意外衣成为当下的流行文化。通过创意设计和社交平台的影响力，越来越多年轻人开始关注文物保护和非遗传承。腾讯联合敦煌研究院共同发起的数字供养人计划，就是利用壁画修复的互动创意，吸引年轻人参与到敦煌石窟的保护工作中。可以说，“文化+科技”公司已经开始担负起“融合科技和文化”“连接传统和未来”的使命，参与公共文化服务供给，引导社会价值观走向，激发公众参与文化传承的热情。

有一类“文化+科技”公司，则是将公共文化服务供给作为企业社会责任的一部分，利用现有技术、产品和积累的资源，推进公共文化产品生产和消费关系的重构。今年，快手公司和抖音公司先后启动“快手非遗带头人计划”和“抖音非遗合伙人计划”。计划借助短视频平台的科技力量和平台优势，助力非遗传播。这些短视频平台主要通过平台引流方式加大非遗短视频的传播力度，通过激发市场热情，拓展非遗技艺学习的需求市场，推动年轻一代尤其是“90后”加入非遗传承队伍。

非遗传承要有生命力，离不开它生长的土壤。要深入履行社会责任，就要关注乡村和社区，通过提供创业教育、资源对接和同伴社区等服务形式，为乡村非遗传承人提供创业支持。在文化和旅游部非遗司的支持下，快手将着重打造“快手非遗加速器”，发掘50名乡村非遗传承人，免费为其提供商业和管理教育、产业和品牌资源等。

还有一类“文化+科技”公司是将现有的产品线延展到公共文化服务领域，基于现成的技术，针对市场开发定制公共文化产品，由政府采购。国内最大的音频分享平台喜马拉雅从2018年就开始涉足公共文化服务领域，依托先进的互联网、大数据、人工智能技术和平台亿万音频内容库，推出城市有声图书馆、喜马拉雅朗读亭、小雅智能移动希望小学等公共文化服务项目，均已成为西安等城市“网红”级公共文化服务项目。

在这样一个“ABC”时代，越来越多的“文化+科技”企业，在实践新技术、新生态、新传播带来的文创产业变革的同时，意识到文化价值对公司远景的重要性，开始从公共文化服务的供给着手，利用公司技术优势，发挥公司现有产品特性，推动文化价值与产业价值的互相赋能，践行企业社会责任，推动公共文化服务供给侧改革。可以说，公共文化服务逐渐成为“文化+科技”企业实现社会效益和经济效益“双效统一”的新路径。

责任编辑 李 丹 敖 蓉
美术编辑 高 妍
邮箱 jjrbzmzk@163.com

光影

“鲁南花鼓”诞生于京杭大运河畔的山东省枣庄市台儿庄，已有200余年的历史，广泛流传鲁南、苏北等地区。其表演风格着重突出风趣、幽默、粗犷、奔放等特点，又不失优美、流畅和细腻之风韵，体现出鲁南人民的秉性以及浓郁的地方风情，别具一格。

1987年初，时年26岁的民间艺人龙雪梅开始参与挖掘整理并重新排练已濒临失传的民间舞蹈“鲁南花鼓”。2018年10月，龙雪梅被山东省列入第五批省级非物质文化遗产代表性项目“鲁南花鼓”代表性传承人。目前，她已培养出“鲁南花鼓”骨干学员2000多名。

吉 喆 时培京图/文