

# 周末 Weekend

1 思语

仪式感

让生活更有滋味

□ 牛 琦

仪式感把本来单调普通的事情、平凡又琐碎的日子,用一种可感可触的方式,变得不一样。因为这一点不一样,时光从此有了生命,我们对时光有了期待。

河北省邯郸市曲周县举办非遗展演“云端”播系列活动,组织四股弦、皮影戏等非遗项目利用视频直播、多媒体录播等方式进行线上展演,为观众打造一场“云端”文化盛宴。图为曲周县四股弦剧团演员在进行“云端”表演。

新华社记者 王 晓摄



我们和文化可以建立怎样的连接?在没有互联网的时代,也许是通过欣赏一部电影、去遥远的地方旅行,也许是到博物馆感知历史、在书中寻找“宝藏”……在互联网时代,我们与文化的连接不再只是简单的输入和输出,而是融合与互动,传统文化传承、传播以及文化产业发展呈现出新内容、新渠道、新趋势。

## 在探索中谋求新发展

2020年伊始,一场“B站晚会”走红网络。在这场具有超高人气的bilibili跨年晚会上,国乐大师方锦龙与虚拟偶像洛天依跨次元合奏的《茉莉花》令人印象深刻,晚会的人气值超过8200万,用户发送弹幕超过170万条。

一场突如其来的疫情引燃了“宅经济”,音乐会、演唱会、晚会以及其他各类表演纷纷以多样化、创新型的内容形式“登陆”互联网,谋求更为广阔的市场空间和传播渠道。

与此同时,电影行业传统商业模式也在变革,传统观影模式在转变。今年的贺岁档中,多部电影由院线上映转为网播。一个无法阻挡的趋势是,线上观影正在成为一种越来越主流的消费习惯,与影院互为补充。

此外,越来越多的直播平台开始积极探索与传统文化联姻,创新传播内容和表达方式。研究昆曲十余年的北大教授陈均通过直播平台成了乡村学校孩子们的老师,让昆曲第一次从北大走进贵州、陕西、甘肃、河北、湖南、广西等16个省区市的乡村小学。

在互联网的推动下,文化新业态逆势上行,线上文化消费继续保持较快增长,彰显出文化新业态的巨大韧劲和发展潜力。据国家统计局发布的数据显示,今年上半年,我国规模以上文化及相关产业企业营业收入降幅明显收窄,向好态势逐步显现。依托互联网、多媒体、网站开发人工智能等新技术的广泛应用,“互联网+文化”碰撞出绚烂的火花。

在中国人民大学文化产业研究院执行院长曾繁文看来,随着网络尤其是移动互联网成为文化消费的重要渠道,“互联网+文化”迎来了爆发式增长。一方面,新媒体平台为文化传播方式创新、传播速度提升、传播范围延展提供了可能,同时还为受众提供了一个实时交流互动的平台。另一方面,新媒体平台可以充分发挥其开放的特性,打通产业链上下游各环节并形成协同创新合力,充分满足优质文化产品内容生产所需的条件。

专家分析指出,“互联网+文化”并非简单改变文化的传播方式,而是创造出原有模式之外的经济增量。“互联网+文化”是互联网对传统文化产

业的升级和创新,文化与互联网有着天然的亲和力、强大的融合力。正如有人说:“我们已经难以想象,未来文化发展可以离开互联网;我们同样难以想象,互联网发展可以缺少文化的助力。”

## 在互动中提升影响力

今年3月1日,世界文化遗产布达拉宫首次通过网络直播的形式,开展了一场与全国网友互动交流的“云游世界屋脊的明珠”参观游览活动。

“这个石台上的图像是什么?对,这是距今有着数千年历史的万字符。”……布达拉宫管理处讲解员次仁卓嘎引导网友游览。100多万人涌入淘宝直播间,布达拉宫在1小时内就接待了近乎以往全年的客流量。

“这种直播不仅丰富了我们的知识,也大大激发了隐藏在心底的游玩热情。”“这种足不出户、随时随地‘出游’的感觉太有趣了。”网友边看直播边交流,线上与线下互动交融极大地激发了文化产业的内生动力。

“互联网+文化”碰撞出的火花并非只是让线下文娱消费内容在线上得到满足那么简单。用互联网IP赋能,打造从观赏山水到打动心灵的人文互动创新体验,为互联网时代文化娱乐休闲服务提供了更多路径。

腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官程武告诉记者,当前阶段,我国文化产业的核心使命还是提升内容质量,提升原创能力,打造具有世界竞争力和影响力的IP,下一步,需要数字文化内部多领域融合创新,同时也需要借助其他经济形态通用于技术,实现基于新技术的内容创新。

程武认为,随着互联网以及移动互联网的兴起,中国数字文化产业已经取得丰硕成果。接下来,应充分利用互联网共融共生的特性,在“产值底座”持续扩大的同时,思考如何在高度上也实现产业升级,获得更为长效、丰厚的经济效益与社会效益回报,助力国家文化软实力提升,实现社会效益和经济效益相统一。

## 在开发中保护与传承

疫情之下,“云游”火了,其中,“云游敦煌”以“创意+技术+社交”为支撑,给观众带来了全新的文化体验。

在“云游敦煌”中,用户可以通过点击观看“数字供养人”H5,并随机获得“智慧锦囊”。“数字供养人”是敦煌研究院与腾讯共同发起的,旨在借助互联网技术,动员社会力量参与文物保护,亲近传统文化。“锦囊”是用敦煌壁画故事内容,结合现代人熟悉的生活场景和喜闻乐见的语言形式,形成的一系列智慧妙语。

在这款H5上线前夕,敦煌研究院与腾讯还在为“智慧锦囊”的部分话语而激烈讨论。在敦煌老师们看来,敦煌文化的核心是庄重,他们担心有些流行语过于“轻佻”会伤害敦煌的文化表达。而年轻的创意人则希望能在敦煌文化基础上,用新的语言去表达,引发更多关注。

双方反复磨合后,保留了大部分创意,力求在不破坏敦煌文化庄重感的同时,增加一些有趣的创意元素。这种传统和流行的碰撞产生了意想不到的效果,H5上线2个小时就获得超过百万用户关注,受到各种年龄层次的用户喜爱。

敦煌研究院院长王旭东表示,敦煌文化的核心内涵是慈悲、智慧、美,与互联网企业合作就是希望用科技的方式展示这些内涵,把它们带到年轻人面前。传统文化是当年的流行文化,现在的流行文化也会成为未来的传统文化。

程武认为,对于敦煌、故宫、云冈、长城这些文化古迹,用互联网思维对其进行文化开发,可以实现更好地传承与活化。迄今,对于这些文化古迹的开发,基本还停留于学术研究和旅游开发两个途径,而互联网企业的加入,以更多元、灵活的形式,在更广阔的空间展开文化生产。

文化传承是一个互相了解的过程。通过加速网络化建设,目前故宫博物院开发的“掌上故宫”“每日故宫”“故宫展览”等每天点击量超过100万次,更多的人通过网络领略故宫建筑群的壮美;字节跳动推出“国风计划”,在今日头条上增设“国风频道”,通过一系列优质内容扶持传统国风文化;陌陌直播以“直播+传统文化”的方式推出了非遗、民族音乐、民间艺术等直播内容,让传统文化直接、广泛与网络直播平台上的年轻用户接触,从而促进传统文化的传承发展。

北京大学文化产业研究院副院长陈少峰表示,互联网给传统文化带来非常大的冲击,同时也带来转型升级的机会,因此,传统文化产业与互联网对接需要模式创新。业界需要进一步探索互联网与文化的加速融合,尝试利用互联网平台讲好中国故事,将传统文化不断发扬传承,让文化活起来、火起来。



图① 在黑龙江哈尔滨市何所有书店,工作人员准备录制图书推荐短视频。

新华社记者 谢剑飞摄

图② 布达拉宫管理处讲解员次仁卓嘎正在进行直播。

新华社记者 晋美多吉摄

图③ 一位茶艺师在福州春茶节表演茶艺。

新华社记者 林善传摄

# 跃上“云端”,传统文化更灵动

经济日报·中国经济网记者 姜天骄

②



责任编辑 刘佳 许跃芝

郎冰 刘蓉

视觉统筹 高妍

联系邮箱 jjrbzmk@163.com