

艺海观澜

近年来,越来越多乡村题材纪录片记录新乡山乡巨变,描绘宏阔的乡村景观与时代图景,成为向海内外观众讲述中国乡村故事的生动载体。

新时代以来,困扰中华民族几千年的绝对贫困问题得到历史性解决,环境更宜居、产业更兴旺、治理更有效的乡村朝向全面振兴迈出坚实步伐。生态农业、智慧农业、乡村旅游等欣欣向荣的场景,承载着乡村新的希望与梦想。近年来,越来越多乡村题材纪录片记录新乡山乡巨变,描绘宏阔的乡村景观与时代图景,成为向海内外观众讲述中国乡村故事的生动载体。

滴水映日,一叶知秋。一批乡村题材纪录片摆脱概念化叙事模式,以小见大凸显艺术效果,从微观视角映射时代精神。在《理想的乡村》中,乡村医生更确木兰半夜三更被叫醒后骑马去义诊,吴利珠自费回乡为村里建起图书室,客车司机邓兰舟为村民免费带货,村民彭晓丽速上拍纪录片……10个温暖故事展现了10位追逐梦想的农民形象,正是这些普通人的努力,润物无声地改变着乡村面貌。《瓜熟蒂落》从陕西渭南重泉村1000多户家庭中,选取了3个具有代表性的瓜农家庭作为拍摄对象,通过记录“种瓜、盼瓜、收瓜”的辛劳过程,展现乡村全面振兴背景下农村家庭的生活变迁,表达了人们对美好生活的殷切期盼。

在生活快节奏、媒介日益多样的当下,微型化、互动式已经成为人们接受信息的显著特点。为顺应媒介变化,赢得更多关注,乡村题材纪录片创作也进行了积极尝试。在体裁上,很多作品采取“微纪录片”的轻量化,如《不负青春不负村》每集20分钟,《跟着丁真探乡村》每集15分钟,时长都更加贴合网络收看习惯。用蒙太奇手法加快叙事节奏,以俏皮可爱的花字构成提示性字幕,使用大量特技实现转场,用诙谐幽默的语言进行讲解等,这些创新方法更贴近观众的新媒体使用习惯,让乡情乡韵缓缓流入心田。

为增强纪录片的吸引力和传播力,一些作品巧用品牌理念。比如,美食作为大众文艺领域热门主题,近年来被广泛应用于乡村题材纪录片的创作。《希望的田野》聚焦山东优质小麦和浓香花生油,呈现山东美食背后齐鲁粮油的产业升级。《上新吧,福味》介绍了福建的宁德大黄鱼、东山小管等极具地方特色的农产品,同时邀请国内外知名厨师创新烹饪方式,让乡土食材“华丽变身”。与此同时,一批颇具影响力的乡村题材纪录片渐渐形成了知名品牌。《记住乡愁》已经播出10季,拍摄足迹遍布各地乡村,观众从中不仅能领略传统村落、优美风景、古朴风情,更能感受几千年来深藏乡村文化中的家风祖训、传统美德。

纪录片真实、直观,是面向海外受众讲述中国故事的生动载体。近年来,除本土创作外,我们也积极尝试国际合作的方式。与之前相比,今天纪录片的合作形式更加灵活高效、各显其长,既能深入中国乡村现场和中华文化肌理,又能以海外观众易于接受的方式讲好故事。由五洲传播中心、优酷网和国家地理频道联合出品的《做客中国》,记录了三位外国主持人到中国乡村普通家庭做客,体验当地人劳作和生活的场景。这部沉浸式感受今日中国乡村发展变化的作品,受到海外观众欢迎。讲述普通人逐梦小康的《柴米油盐之上》,由国务院新闻办公室监制、英国导演柯文思执导,该片将脱贫攻坚奔小康的过程细化为“看得见、摸得着”的个体故事,让观众真切感知普通人的生活情感,了解乡村日常而亲切的一面。这些合作作品让乡村叙事与海外观众的审美旨趣更加契合,更好地展现真实、立体、全面的中国。

“钟声散墟落,灯火烟人家。”古典诗词中恬静怡然的乡村,如今别有一番人间烟火气。期待乡村题材纪录片能够继续发挥优良、创新形式,展现乡村奋斗者的追梦历程,助力乡村全面振兴持续推进。

(作者为中央民族大学新闻与传播学院副教授)

用生动影像展现美丽乡村图景

汤文靖

文旅消费新选择新体验

宋瑞

坚持“两创”铸就辉煌

每当假期临近,对于有些还没想好去哪里旅行的人来说,拿起手机到网络平台寻找灵感,似乎已经成为一种习惯。身处互联网时代,直播、短视频等正深刻影响着人们的日常生活,也改变着人们的文旅选择和文旅体验。

网络热点吸引游客前往,助推旅游消费热潮

2023年以来,我国旅游市场快速恢复,旅游成为经济增长的亮点之一。从火爆全网的“淄博烧烤”,到悄然走红的“尔滨”旅游,从地处西南山区的榕江“村超”,到富有西北特色的天水麻辣烫,在一个又一个旅游热点带动下,各地掀起一波又一波的旅游消费热潮。据统计,2024年元旦假期,我国国内旅游人次和国内旅游收入分别较2019年同期增长9.4%和5.6%;清明节假期,则分别增长11.5%和12.7%。旅游业的蓬勃发展,不仅为经济增长注入了新的动力,更在推动产业结构优化、促进就业、拉动内需等方面展现出巨大潜力。

在此起彼伏的旅游消费热潮中,不管是知名旅游城市的新去处新玩法,还是小众旅游地的新发现新体验,无论是传统特色小吃的突然走红,还是城市漫游路线的全新发现,我们都能清晰地感受到,直播、短视频等平台出现的网络热点,正吸引着部分游客前往旅行。从旅游博主、旅行达人到文旅局工作人员、普通市民,他们在网络平台的分享,提供了新颖独特的目的地探索方式,成为引流旅游消费的重要力量。中国社会科学院旅游研究中心的一项调查显示,在获取旅游信息的各类渠道中,短视频平台和网络社交平台居前二,占比分别为69.3%和59.7%。实际上,不仅是游客的信息获取渠道越来越依赖于网络平台,整个旅游消费市场都呈现出互联网经济的诸多特质——通过用户生产内容和话题设置,旅游目的地迅速获得流量,引发大众争相前往,网红目的地因而成为备受青

核心阅读

在此起伏的旅游消费热潮中,直播、短视频等平台出现的网络热点,正吸引着部分游客前往旅行。网络平台的分享,提供了新颖独特的目的地探索方式,成为引流旅游消费的重要力量

网络平台使游客参与到“推荐—决策—出行—分享”的全流程中来。文旅相关部门倾听网友心声,丰富和提升旅游体验,游客与地方文旅形成动人的“双向奔赴”

自己生活的城市登上热搜榜,受到各地游客喜爱,能够极大提升市民的荣誉感和向心力。人们珍惜来之不易的城市发展机遇,更加热情地接待八方来客

睐的旅游打卡地。

需求引导供给,改变旅游发展逻辑

网络平台所具有的内容新奇化、方式互动化、推荐个性化和展示场景化等特点,极大改变了游客与地方文旅之间的关系。

网络平台的开放性与旅游活动的共享性互相契合,不仅能够丰富旅游传播渠道、精准聚合目标受众、推动交互体验转化,而且可以打破传统媒体信息传播的单向性,让受众也成为创作者和传播者。在江西景德镇,很多陶瓷手艺人面前都架有一部手机,他们面对屏幕生动讲解着陶瓷的制作过程。也有许多主播漫步街头,带网友走进陶阳里历史文化街区,体会这里浓浓的烟火气息,走进陶溪川

文创街区,把玩充满时尚感的陶瓷文创,走进御窑厂国家考古遗址公园,近距离感受工匠的专注与严谨……大大小小的直播间不仅提升了景德镇陶瓷的知名度,也为当地旅游业发展带来了新机遇,见证了一个陶瓷工业重镇向文化创意之都的转型。

网络平台还可以借助技术手段,对现实的文旅空间进行艺术转化,提升目的地的魅力和传播力。山西拥有众多珍贵的古建筑,这些古建筑不仅承载着厚重的历史记忆,更是中华文化的瑰宝。短视频《我曾梦见你》深入挖掘山西古建筑所蕴含的历史文化与人文魅力,构建了一个如《千里江山图》般的青绿山水世界。作品以古画为线索,辅以精美的实拍画面,虚实结合,展现独特的东方美学意蕴;视频的背景歌曲介绍了山西的著名古建筑,传统民乐与现代说唱的融合形成有效张力,吸引大量年轻人转发点赞。这则短视频发布后点击量过亿,很多网友留言要到山西旅游,感受传统文化的魅力。

作为服务业的代表,旅游产业是需求导向型的。然而从资源普查到规划开发、投资建设、运营管理、市场营销、游客接待,在传统旅游业的发展链路上,作为需求方的游客对于目的地前期开发与整体运营的参与度很低。网络平台条件下,旅游开发形成新的逻辑路径,游客深入参与到“推荐—决策—出行—分享”的全流程中来。人们发现好玩有趣的文旅话题,通过社交媒体分享,吸引更多人关注并传播;文旅相关部门倾听网友心声,丰富和提升旅游体验,游客与地方文旅形成动人的“双向奔赴”。

从“网红”到“长红”,促进旅游地持续繁荣

借助传播技术和传播网络,网络平台可迅速提升旅游地的知名度,使之成为“网红”。然而,要实现从“网红”到“长红”、“从流量”到“留量”的持续繁荣,地方文旅仍有很多工作要做。

真诚面对游客需求,塑造更有人情味的城市形象。真诚、友善、温情是地方文旅最能打动人的情感要素。如何借助网络平台,为人们提供充足、独特而持久的情绪价值,成为地方文旅吸引源源不断客流的关键所在。如今,除了地方文旅官方渠道所提供的各类信息外,从美食探店、住宿体验到旅行攻略,游客更依赖于自媒体和网络平台所传播的信息。寻找和培养更多具有审美素养、知识储备和网络影响力的文旅博主,让他们分享真实体

验,展示更有亲和力 and 人情味的地方之美,成为地方文旅急需关注的重点。

发挥青年人的潮流引领作用,展现美好积极的生活场景。青年人喜欢尝试新生事物,追求更加个性化的产品内容,并热衷于通过社交媒体分享经历。从“进淄赶烤”到贵州“村超”,从城市漫游到国风国潮,青年人对文旅的日渐提升,更体现在对市场消费潮流的引领。为此,地方文旅可以通过网络平台更好地发挥他们的引领作用。比如,生活化场景已成为旅游消费新趋势。很多青年人在分享旅游经验时,会更加关注当地特色生活的体验,展现充满烟火气的生活氛围和充满人情味的社会环境,让游客感受到诗和远方并存的日常生活中,提升了旅游的幸福感和满足感。

增强市民荣誉感,齐心协力建设更加美好的家园。自己生活的城市登上热搜榜,受到各地游客喜爱,能够极大提升市民的荣誉感和向心力。人们珍惜来之不易的城市发展机遇,更加热情地接待八方来客。随着更多游客深入目的地生活场景,政府公共服务、交通基础设施、市场商业秩序等,都得以快速提升。淄博组织开通“烧烤专列”,新增“淄博烧烤”公交专线,定制“淄博烧烤地图”,让游客宾至如归、心有所属。哈尔滨以游客视角换位思考,着力改善旅游消费环境,延长机场大巴、地铁运营时间。当地居民也以热情的态度和友善的举动,维护并提升了城市形象。政府部门之间的紧密协作、商家企业的诚信经营、当地百姓的热情友善,共同促进了旅游地的持续繁荣。

旅游是综合的社会经济和文化现象。地方文旅的持续繁荣,不仅需要继续发挥网络平台的积极推动作用,更需要在城市治理、乡村振兴、文化传承、区域规划、产业调整、消费引导等方面做出系统谋划和持续努力,以高质量的文旅供给满足人们日益增长的精神文化需求。

(作者为中国社会科学院财经战略研究院研究员)

版式设计:蔡华伟

塑造守岛卫疆的巾帼英雄群像

李朝全

人民安居乐业,国家欣欣向荣,离不开国防事业的发展。在漫长的陆疆和海防线上,许多人默默无闻地奉献着、坚守着,他们的故事值得书写,值得铭记。刘国强长篇报告文学《海上花木兰》,将笔触伸向辽宁省大连市长海县海洋岛镇民兵组织“三八女炮班”,讲述了60多年来14代女民兵刻苦练兵、保家卫国的感人事迹。

“三八女炮班”的家乡地处黄海前哨,位置险要,近卫大连,远护京津冀,历来是战略要地。新中国成立后,军民共同协防、为祖国守岛卫疆的任务迫在眉睫。上世纪60年代,因岛上的男人们长年出海远航,女人们便义无反顾地冲在护边前线,成立了“三八女炮班”,她们一手织渔网,一手拿钢枪,苦练本领,保卫祖国海防。

写好“三八女炮班”的故事,难在从跨越数十年的大量材料中拎出主线,写出鲜活的现场感,避免平铺直叙。作者先是走乡串户,进行细致的田野调查,深入海防和军营采访100多人,获取第一手鲜活资料,进而充满感情地进入角色,投入真情去创

作。在谋篇布局上,作者跳出惯常叙事,尝试创新结构和手法。作品每章用长海县的“土特产”与“船工号子”开头,体现地域特色和乡土文化色彩,文字表达上也以抒情风格见长,给人一种扑面而来的热情,读来津津有味。

作品从个人成长出发,展现来自各行各业的队员如何拧成一股绳,形成一个强有力的民兵集体。作者运用先抑后扬的手法,叙述女民兵们参差不齐的身体素质和基础条件,而后笔锋一转,描写她们克服重重困难取得的优异成绩。写第一代女炮班成员,先从当时的客观条件切入:除了班长张淑英,有4位是文盲,这些有家有娃的母亲们白天参加生产劳动,晚上训练、学文化。作品擅长抓细节、描绘细节,写她们的训练、生活和比武情况,用参加全军和全国民兵比武取得的好成绩,凸显女炮班不怕苦不怕累、勇于拼搏的精神。

光阴荏苒,作品又把读者的目光拉回现在。第十四代女炮班成员中有机关干部、有医院护士,有幼儿园老师,也有个体户商人,

还有餐饮企业家和村干部,等等。她们有各自不同的职业和生活,但穿上迷彩服后,就只有一个身份:女炮班战士。一声令下,不管是谁,无论在哪里,都第一时间来女炮班报到,心无旁骛地参加训练。

在对一代代女炮班事迹的讲述中,作品抓住了她们不变的精神品质。时代在变、观念在变、生产方式在变,但海洋岛“三八女炮班”吃苦耐劳、苦练基本功的敬业精神从未改变,她们舍小家为大家、以保卫国家海防为己任的奉献精神也从未改变。哪怕昨天还是普通人,今天一旦进入女炮班群体,就像齿轮咬合在一起,立刻融入环境,个个精神焕发,努力保卫国家海防贡献力量。

60多年,14代女民兵,她们寻常却又不平凡的故事,拓展了人们认识国防建设的视野。这些呼之欲出、栩栩如生的形象,既向读者传递着保家卫国、勇于奉献的精神力量,也为当代青年成长成才描绘了新的可能。像“三八女炮班”这样的人物和故事还有很多,这也是报告文学创作可以继续发力的地方。



《海上花木兰》:刘国强著;大连出版社出版。

