

艺海观澜

用一座城赋能一部剧，在一部剧里读懂一座城。只有二者在精神上彼此契合、相互成就，作品才能气韵生动，这样的诗和远方才让观众心生向往。

最近，剧集《我的阿勒泰》在荧屏和网络同时热播，取景地自然人文景观蕴含的蓬勃生命力，与质朴治愈的剧情相得益彰，为观众开启了一场荡涤心灵的文化体验。

不只是《我的阿勒泰》，一批地域色彩浓郁的热播剧成为文旅产业融合的亮点，充分彰显影视艺术连接不同领域的枢纽功能。打卡影视剧同款取景地，拍下同款照片，已成为当下流行的社交方式。跟着微短剧《你的岛屿已抵达》，在湖南常德感受桃花源影影绰绰、青竹夹岸的诗意；逛一逛上海的苔菜园、国际饭店，在排骨年糕和蝴蝶酥里寻味电视剧《繁花》……剧集里由风景、建筑、美食串起的乡土人情，丰富甚至重塑了城市和乡村的审美空间，提升了这些地方的知名度和美誉度。

当我们在热烈讨论“影视赋能文旅”的同时，也不妨转换视角，推敲地方特色文化资源如何助力影视创作，让影视和文旅展开一场“双向奔赴”。

一部剧作的叙事需要建立在一定的语境中，这种语境包括故事发生的时空背景，也包括作品的情感基调。城市和乡村不应满足于仅仅被收进剧集的取景框、享受短暂的“网红”效应，而是要真正融入情节建构和故事叙述中，成为强化作品主题的必要元素。电视剧《城中之城》的镜头掠过繁华的陆家嘴，也会在寻常的里弄街巷定格，这样的瞬间令人心生暖意。寻常风物与热门的标志性建筑一起，塑造了作品独特的视觉风格，它们从“模糊的背景板”走到台前，恰切地发挥了镜头的表意功能。

影视取景地的选择不能停留在美景、美食、地标建筑等浅表层面，而是要对一个地方进行“致广大而尽精微”的系统考量，挖掘不同地域文化的独特内涵，并将其融入剧情创作。因剧选地、因地制剧，不仅要具有辨识度的地理空间焕新视觉呈现，让作品养眼，更要把握各地文化的内核，用地域文化的独特魅力反哺剧情，让作品润心。剧集《故乡，别来无恙》将成都的精神气质藏进了街角的烟火、浓郁的方言里，不经意间勾起很多人的乡愁。在网友活跃的讨论中，我们看到了一座城市的乡土人情对观众同理心和言说欲的高效调动。与城市的独特气质和底蕴牵手，与城市中南来北往的人们交心，剧情与取景地相得益彰，观众才会在情景交融间实现共鸣共情。

近年来，一些地方通过设立扶持资金、完善服务模式等，推动文旅融合，积极为影视创作筑巢引凤，有力促进了创作题材的丰富和艺术品质的提升。四川多年来对影视项目大力扶持，推出了一批有声誉、正能量的剧集。讲述新中国白手起家修建成渝铁路的《一路向前》，把拍摄地选在相对小众但颇具人文特色的内江，在当年故事的主要发生地实景拍摄，将当地留存的一些历史印记融入叙事，为再现火热的建设场景增添了真实感。为了满足“一站式拍摄”的需求，福建正在打造“厦漳泉1小时拍摄圈”，为作品取景和拍摄提供多元选择。

未来，充分挖掘地方文化资源，将为影视创作打开更多可能，助力孵化更多具有鲜明地方特色的精品力作。各地在发挥自身地理人文景观优势和特色的基础上，也需要不断探索文旅联动方式，更专业地提供影视拍摄支持，在文旅深度融合、产业链延伸等方面实现可持续发展，让更多取景地从“网红”变“长红”。

用一座城赋能一部剧，在一部剧里读懂一座城。只有二者在精神上彼此契合、相互成就，作品才能气韵生动，这样的诗和远方才让观众心生向往。

让影视与文旅双向奔赴

张 颖

坚持“两创”
关注新时代文艺

聚焦文化新业态

文化和科技融合，孕育出文化新业态。文化新业态不仅在国内生机勃勃、势头强劲，而且实现了扬帆出海，以艺通心，成为讲述中国故事、传播中华文化的新名片，展现了中华文化新气象。

在此我们邀请研究者和实践者撰文，解码文化新业态走出去的路径选择和模式创新，总结文化新业态深入人们生活、实现流行传播的经验启示，从新业态出海中感受文化创造的出彩，感受文化交流的活力。

— 编者

文化新业态成为出海传播新力量

张 铮

伴随着数字化、网络化、智能化进程，“文化+科技”的融合呈现出前所未有的广度和深度，大量文化新业态蓬勃出现。网络文学、网络剧、微短剧、电竞游戏、沉浸式展演等新业态，不仅为人们的精神文化生活提供丰富多样的选择，而且日益受到海外受众特别是年轻一代的欢迎，成为中国文化出海的有生力量。

以微短剧为例，去年7月以来，国内公司开发的微短剧应用一度在多个国家及地区手机应用商店下载榜单中名列前茅。抖音、快手、优酷等视频平台都推出各自的微短剧扶持计划，中国微短剧成为中国网络文学之后又一个全球文化现象。再如动漫领域，不少国漫IP走出国门，一些动画电影在海外电视台黄金时段播出。中国游戏在海外市场的热度也与日俱增。在东南亚地区，中国企业开发的游戏成为当地热门的电竞项目，不仅入选了第三十一届东南亚运动会，而且相关赛事在线观看人数、总观看时长均创新高。

这些文化新业态走向海外并受到欢迎，有赖于文化企业在国内市场磨练出的本领，有赖于开阔的国际视野，有赖于主动探路国际市场并参与全球竞争的勇气。观察这些出海新业态，会发现它们在继承文化走出去既有经验基础上，也在探索新模式、展现新特点。

主动搭建平台，扩大出海渠道。相较于传统文艺形式，文化新业态往往依托互联网和新媒体进行创作生产，便捷的网络与媒介也成为其出海的重要依托。2020年以来，我国网络文学出海平台数量呈现倍数增长，除了原有的起点国际、掌阅科技等头部平台，许多中小型平台也开始涌

现，并且聚焦特定市场或特定类型。网络文学出海向纵深推进，走出去模式由作品授权的“内容出海”，升级到商业模式输出的“生态出海”。网络文学读者分布更加广泛，在东南亚地区和北美地区成熟发展的基础上，进一步扩展到欧洲、澳洲等地区。

借助流行媒介，实现轻量化传播。以文化人，更能凝结心灵；以艺通心，更易沟通世界。一直以来，在海外受到欢迎的中国文化如书法、国画、剪纸、功夫等，往往都需要较长时间的学习与浸润，才能领略、欣赏、掌握其魅力。相较而言，如今流行海外的中国网络剧、动漫、微短剧等，节奏轻快、内容鲜活、叙事巧妙，更加契合当下人们对碎片化、轻量化、互动化的文化内容的消费需求。一些新业态文化产品往往带有强烈的当代价值理念和情感诉求，易于引发共鸣，在出海过程中也主动采取大众化传播策略，使原本需要深入领悟和解读的厚重文化内容，以更灵动的方式推广开来。无论是微短剧的爆火，还是“科目三”引发海外博主的竞相模仿，一些作品的海外传播借力社交媒体，激发海外受众的“二度创作”热情，让传播效果得到指数级放大。

做好本土适配，跨越文化壁垒。文化新业态出海之所以受到当地民众喜欢，更重要的是由于深入研究了当地的文化、风俗、用户社交偏好等特征，因地制宜进行本土化创作。一些微短剧制作机构不是直接译制国内作品，而是通过聘用当地演员，使用本土化的剧本、置景等，赋予作品更多当地文化面貌，让观众因亲切而亲近。又如，近年来国产综艺节目在内容议题上愈加关注青年人的职场、恋爱、人际关系等，与之相似，这些综艺的海外版也瞄准青年一代的日常生活与

精神世界，营造陪伴感与沟通感，受到年轻观众喜爱。

当然，应该看到，文化新业态出海在拥有平台渠道、拥有海量的海外创作者之后，更要有对质量和标准的自觉追求。例如，网络综艺《这！就是街舞》海外版的播出，就在节目模式出海上进行有益探索。为达到国内外节目模式统一，节目组编制了详细的制作宝典，并提供视觉设计、舞美等节目素材，最大程度保障节目效果。在电子竞技领域，随着中国电竞俱乐部在世界赛事中夺冠，中国电竞走向国际舞台，在赛事组织、观众引导、宣传推广等方面向国际一流水准看齐，积极搭建国际化赛事体系，提升中国电竞企业在市场上的竞争力和话语权。

文化新业态出海是一个从分析市场、满足市场到引导市场、创造市场的过程。一方面，要从创意和创作端发力，以人类共通的情感，以高品质的内容，展现当代中国的精神风貌和价值追求，展现中华文化的深厚底蕴和创新活力，展现可信、可爱、可敬的中国形象。另一方面，要考虑建立灵活高效的海外创作生产机制，按照当地的法律政策和市场环境，以接地气的内容满足当地文化需求，创造文化消费新赛道。但无论采用怎样的方式，提升产品品质、优化出海内容、树立品牌声誉、重视用户体验，都是文化新业态高质量发展、进一步拓展海外市场的关键所在。

我国拥有世界上最为庞大的文化市场，拥有众多具备国际视野、非凡想象力、文化创意力和技术创新力的青年群体，他们持续不断地进行文化业态的更新迭代和创新创造，有力助推中华文化走出去。

(作者为清华大学新闻与传播学院副院长)

用音乐短视频传递中华文化之美

彭静璇

身穿汉服头戴朱钗，抬手拨弦乐声轻扬。我在法国埃菲尔铁塔、卢浮宫等地标建筑前弹奏古筝的短视频，在社交媒体上受到世界各地网友喜爱，多次被国外媒体报道，收获了许多观众的暖心留言。现在，我在网络上已经受到3000万人关注，与民乐演奏家方锦龙合作的国风快闪作品播放量近亿，点赞过百万。我很高兴能通过短视频这一方式，给外国观众打开一扇了解中华文化的窗口。

我是来自湖南怀化的95后旅法留学生，同时也是一名音乐视频博主。我7岁开始学习古筝，从武汉音乐学院毕业后前往法国波尔多第三大学攻读硕士研究生，主修音乐学专业。起初，我只是出于锻炼胆量的目的，在法国街头进行古筝表演。后来，随着线上线下关注我的人越来越多，我分享自己所学、展现中国民乐魅力的想法越来越坚定。街头演出与网络互动，给我的留学生涯留下一段难忘的回忆。

刚开始表演时，我发现很多观众分不清亚洲不同国家的文化，经常把我认成其他国家的表演者。我把自己的这一经历剪辑到短视频中，有网友留言说可以穿汉服试试。恰好我在大学期间就很喜欢中华传统服饰，于是就尝试穿着汉服演奏。如此一来，不仅辨识度更高，演出效果也更好了。此后，“古筝+汉服”成为我进行街头演出的标配。

外国观众对中国传统乐器和服饰非常好奇，

经常会停下来仔细观看，询问有关中国文化和音乐的问题，我都一一耐心解答。在一次演出中，我发现一个外国男生举着手机在大声地视频通话，演出结束之后他慢慢凑过来，告诉我他正在和妈妈通话。原来，他的妈妈在法国另一个城市，对中国文化非常感兴趣，透过儿子的镜头观看了我的表演。我在视频中告诉男生的妈妈，这个乐器叫古筝，然后又轻弹了一小段，她在视频中开心地手舞足蹈。还有许多人会被音乐吸引，跟随节奏拍手、摇摆甚至跳舞。有一次，我用古筝演奏了一首探戈名曲，随着音乐的推进，好几对观众自发加入进来，热情起舞。看着他们那么陶醉，那么惬意，我的心里也充满着感动和温暖。

为了让外国人更好地感受中国民乐的魅力，我尝试了许多方法。比如，通过表演曲目的组合调配，呈现古筝音色丰富、多元包容的特点。传统古筝名曲是我的必演项目，因为它们是世代积淀下来的艺术精华，最能体现古筝艺术的源远流长。除了古筝曲目，我还会选择一些中外流行歌曲，甚至探索出古筝+摇滚、古筝+戏曲、古筝+爵士乐等形式。在演绎当地人耳熟能详的乐曲时，我会进行一定程度的改编，比如加入一些古筝独有的音乐特色和演奏技巧，包括滑音、颤音、揉弦、回音、按弦、刮奏、摇指等，让观众感受古筝的独特技法。中文曲目我会尽量选择中国风歌曲，多演奏中国传统宫、商、角、徵、羽五声音阶的

乐曲，在伴奏上会使用琵琶、二胡、竹笛这类非常有辨识度的民族乐器，希望渲染出国画般深邃空灵的意境，凸显中华美学精神。从我的演出经验来看，《青花瓷》《赤伶》《琵琶语》《大鱼》《龙拳》等国风乐曲显然更受欢迎。有外国观众表示，类似《琵琶语》这样的曲子富有画面感，让人联想到中国的小桥流水、白墙黛瓦。

通过短视频传播中华文化，对我来说是尝试，也是挑战。将传统乐器和传统文化搬上网络，需要有文化自信，需要能呈现艺术精髓，也需要了解当下生活，了解网友的文化心理和审美趣味。每一次演出后收到的鼓励，视频发出后网友的支持，都让我越来越自信。同时，我也自觉肩负沉甸甸的责任，将继续发挥创意和媒介优势，放大艺术之美，让更多人了解古筝艺术，了解中华优秀传统文化。

今年是中法建交60周年。作为旅法留学生，我希望在中法文化交流中发挥积极作用，以音乐为桥梁，传递中法两国间的深厚友谊。未来我计划带着古筝去世界上更多地方，与更多音乐人和艺术家合作，创作出融合中国民乐和世界各地音乐元素的作品。我很高兴能通过音乐遇见美好、传递美好，各美其美、美美与共，也很期待继续在音乐中实现对话交流、共鸣共情。

(作者为旅法留学生)

版式设计：蔡华伟