

坚持“两创” 关注新时代文艺

文旅融合推动旅游业转型升级

习近平总书记强调：“着力完善现代旅游... 加快建设旅游强国，让旅游业更好服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴。”

旅游向上，打开演艺市场新空间

本世纪初，首部山水实景演艺《印象·刘三姐》开创了旅游演艺的早期形式。曾经，人们来到桂林顺漓江而下游玩三山、两洞、一条江之后，就会踏上归途，阳朔的夜晚对每年几百万游客来说是陌生的。

近10年来，随着旅游需求大幅增长，舞台艺术与旅游的融合进入科技助力、内容创新、快速增长的新阶段。据测算，今年端午假期，我国国内旅游出游合计1.1亿人次，同比增长6.3%。

随着社交媒体对旅游业的影响日益增大，个性化的旅游方式更加受到人们青睐。决定游客出行目的地的不仅有传统的自然和文化资源，还有彰显个性和新鲜度的文化艺术资源。

值得关注的是，室内合唱团、交响乐、小剧场话剧、现代舞等艺术形式也成为带动旅游热度、提升旅游品质的重要因素。



核心阅读

过去，人们对旅游的认识停留在“看山看水看风景”的观光阶段。今天，文旅融合推动旅游业转型升级，游客在旅游中不仅欣赏美丽风景，也体验美好生活。

艺术，正是人文与人情的最佳载体。和名山大川、名胜古迹等旅游资源一样，艺术赋能的品质生活也是城市旅游业的关键竞争力。

戴斌

更要明确定位。因为场景不同，旅游演艺跟普通剧场演出有着不同的产品定位。如果国外游客到北京旅游想看京剧，武戏《大闹天宫》可能效果更好。

因地制宜构建旅游新场景，培育艺术新空间。当前，街区、商圈等也成为旅游演艺新空间。开心麻花在上海虹口天地月亮湾演出的《疯狂理发店》，将剧场布置在商场中。

当下，越来越多年轻人进入文化、艺术、旅游和休闲领域创新创业，以智慧和创意重构旅游场景。政府部门、旅游机构以及学术界也在及时对这些新的旅游动向和趋势做跟踪研究。

艺术，正是人文与人情的最佳载体。和名山大川、名胜古迹等旅游资源一样，艺术赋能的品质生活也是城市旅游业的关键竞争力。

旅游产品供给，提升了城市旅游体验。

艺术下沉，满足多元旅游文化需求

从淄博的“火”、天水的“烫”，到哈尔滨的雪花、上海的繁花和泉州的簪花，一座又一座城市的走红都在彰显这样一个事实：满足人们的情感需求，展示更多善意、真诚和温暖，才是真正的“流量密码”。

一座城市的走红都在彰显这样一个事实：满足人们的情感需求，展示更多善意、真诚和温暖，才是真正的“流量密码”。同样，对旅游演艺来说，只有深度了解游客需求，才能有效赋能事关美好生活和经济发展的旅游业高质量发展。

面向游客的文化产品不仅要展现特色，

持续释放古典诗词的能量

康震

在中华优秀传统文化不断传承弘扬的今天，诗词在人们日常生活中扮演着愈发积极的角色。这些千年风流的华夏气韵，正以无比深沉的精神推力，增强着我们中国人的志气、骨气、底气。

《2024中国诗词大会》延续“诗词大会”这一品牌优势，围绕“春天、多彩、勇毅、山河、相逢、寒暑、风味、先生、灯火、在路上”十大主题词，云集学生、石油工人、农民、支教老师、航天3D打印师、驻外机械工程师等不同年龄阶段、不同行业背景的“诗友”，以现场过招为形式，以外景出题为延展，用人们饱满的诗心、诗思和诗情，呈现新时代发展中的澎湃社会活力和昂扬文化面貌。

人生自有诗意。“弄潮儿向涛头立，手把红旗旗不湿”，这是杭州第十九届亚运会开闭幕式总导演沙晓岚以水为礼，向世界展示的“奔涌成潮”的中国气魄；“大鹏一日同风起，扶摇直上九万里”，这是航空产品设计师李鹏伟心中最美的相逢。他参与研制的大国重器“鲲鹏”，能够振翅翱翔，奔赴苍穹；“山重水复疑无路，柳暗花明又一村”，这是中老铁路建设者在国境线的山峦起伏、河流纵横之间，连缀起的友谊诗行……

无论是融合动画、虚实交互、情景演绎、人工智能等多种手法的诗词情境表达，还是用外景彰显中国不断扩大的“国际朋友圈”，或是推出诗词实体文创和数字藏品，《中国诗词大会》用“形”的更新迭代，跟上、满足甚至引领观众的审美风尚。

《2024中国诗词大会》密切围绕经典诗词的创造性转化、创新性发展，把诗人的心境、诗句的况味、诗词文化的内涵放在当代立场去解读，让观众与先贤进行跨越时空的对话，使得每一次相逢，都有着“高山流水遇知音”的喜悦、“心有灵犀一点通”的快意。

最丰富的诗意，必然来自火热的生活。千百年来，青灯黄卷，从来都不是欣赏中华诗词之美的唯一场景。诗人浸润在诗中的信念恒久不移，而不同时代、不同身份、不同际遇

的人，总能在诗的光辉中找到相似的慰藉，这是中国诗词生生不息的力量所在。中华民族的诗词先贤们，从来都是在波澜壮阔的华夏大地上，在酸甜苦辣的烟火人生里，留下他们滚烫的文字。与之相应，诗词文化也需要“飞入寻常百姓家”。近年来，人们对诗词乃至中华优秀传统文化表现出极大热情，他们从传统文化中学习礼敬先贤、尊重民族历史文化，也积极地将这些传统文化资源转化为时尚文化，并在此过程中践行蕴含在中华优秀传统文化中的人文精神，这就是古典诗词确实在现代生活中焕发了新的生机。

“问渠那得清如许？为有源头活水来。”希望能够有更多方式持续释放古典诗词的能量，使之丰富人们生活，提升人们修养，凝聚奋进时代的精神力量。

(作者为北京师范大学文学院教授)

艺海观澜

用人工智能真正讲好优秀传统文化故事，还需在接通当代生活的“内里”上多下功夫。不仅要“深度学习”丰富的传统文化，也要将传统文化的精髓注入当代生活。

最近一段时间，一批借助生成式人工智能创作的视听作品密集上线，给观众带来新颖独特的审美体验，成为文艺领域的热点话题。人工智能在视听创作上的应用，已经初步展现出强大效能，为优秀传统文化创新表达开辟了新的空间。

人工智能与传统文化的关系，首先是创作工具与内容主题的关系。从人类艺术史的角度来看，无论是画笔的出现、摄影机的发明，还是今天的人工智能，创作工具的每一次重大创新，都会带来艺术生产力的解放。

这种人机共创、高效便捷的生产方式，能够快速拓展素材库和作品库，为人们提供海量多元的文化产品。文生视频动画片《千秋诗颂》聚焦语文教材中的200多首诗词，依托人工智能大模型，以简洁朴拙的风格讲述经典诗词的故事，为中小学生学习提供了丰富的课外参考。

从内容表达上看，生成式人工智能打通了具象和抽象之间的壁垒，为观众提供了富有冲击力的视觉体验。俗话说“百闻不如一见”，《AI看典籍》《中国神话》等聚焦古代文化的作品，均借助人工智能将潜藏在文字里的意境通过画面表现出来，实现了抽象文字的具象化呈现。上古时期神话人物的容貌与形象，历来是人们感兴趣的话题，古人常感叹“想见其人而不得见”，甚至将其称作“千古之憾事”。

相对来说，地方特色文化的视听呈现则是由具象到抽象的过程。地方特色文化是中华优秀传统文化的重要组成部分，也是人工智能讲好传统文化故事的有效维度。各地自然人文景观通过大众传媒已经广为人知，在人工智能协助下，这些常见的视听要素被赋予陌生新奇的表现：实景建模让刁钻炫酷的航拍角度不再困难，花开花落和云卷云舒等需要特殊摄影的画面也不再稀缺。

人工智能在传统视觉上的想象力，来自其深度学习和转化创新的能力。近年来，中华优秀传统文化题材创作尤为火热，逐渐积累起包括影视剧、纪录片、综艺节目、动漫等形态的大量视听素材，人工智能能够从上述资料中快速学习并生成新的视听内容。这些素材中的风物景观、人物形象、色彩配置和美术风格也被人工智能创造性地重组，从而营造出一种既熟悉又新奇的意境。

除却瑰丽的画面，用人工智能真正讲好优秀传统文化故事，还需在接通当代生活的“内里”上多下功夫。不仅要“深度学习”丰富的传统文化，也要将传统文化的精髓注入当代生活。在创作者的持续探索下，在联通古今的过程中，人工智能创作将进一步彰显中华优秀传统文化的无穷魅力和当代价值。

(作者为清华大学新闻与传播学院副教授)

人工智能让瑰丽想象生动可见

梁君健



《2024中国诗词大会》节目海报。中央广播电视总台供图

文艺评论