

以数字技术创新传播优秀传统文化

高宏存



从时代大潮中撷取涓涓细流，以“小人物”故事生动反映大时代，既给人以观感愉悦、艺术享受，又给人以思想启迪、精神激励

“周虽旧邦，其命维新”，中华文明数千年一系，蕴藏博大丰厚的精神文化资源。浩瀚典籍里的文字佳篇、博物馆里的文物精品、广阔大地上的文化遗存，都是文明华彩乐章的历史凝结，已经成为今天繁荣文化事业的“战略性资源”。

新时代弘扬中华优秀传统文化，“要处理好继承和创造性发展的关系，重点做好创造性转化和创新性发展”。如何适应数字经济时代文化发展要求，把价值内容与技术元素融合再炼，如何推动文化创新发展，塑造具有鲜明特色的文化产品，如何赋予中国文化精当表达，向世界准确传达中国文化当代性，是时代提出的重大课题。

数字技术塑型文化新生态

新技术特别是数字技术带给社会全方位影响。对文化而言，数字技术不仅是文化生产要素和载体，也形成新的文化业态，进而塑造文化新生态，开辟文化创造新语境。

中国传统文化与数字技术相遇，会碰撞出崭新文化产品，带来丰富多样的文化体验。新技术手段已经深入影响文化生产方式、传播方式、消费方式，催生文化生产新业态、新生态。例如，2018年用户已超4亿的中国网络文学，成为影视文学最大来源，且受到海外读者追捧。另一方面，“网生代”文化消费行为与审美趣味也不同于前代人，喜欢在更多元互动的沉浸场景中获得体验。文化创造者要利用好虚拟现实、增强现实、混合现实、人工智能等新技术，营造虚拟场景，丰富充实传统文化空间，创造出可广泛共享的产品，为公众提供沉浸式文化参与体验。

发掘利用传统文化资源，要注重把典型化提炼与数字化、网络化、智能化产品塑型相结合作为目标，创造出在现实空间和网络空间受人欢迎的“网红”产品。目前，不少地区注重地方文化资源IP(知识产权)化，多样化数字内容带来丰富文化体验，也为地方品牌推广提供网络传播抓手。走得更远的是，将虚拟内容与实体经营结合，通过创造一个特定IP，借助完整链条开发实现多样态文化产品运营。比如日本多年来通过对“知音未来”这个虚拟角色的运营，已经实现个人演唱会、游戏、唱片、实体店持续经营运作，成为数字技术创造IP形象进而实现实体化发展的经典个案。虚拟人物造就真实体验，数字科技助推文化传播，前景可期。

传统文化遇上数字技术，会焕发出崭新光彩，为现代人带来别开生面的文化体验感受，技术已成为影响文化生活不可能忽略的

优秀传统文化与数字技术相遇，塑造出崭新的文化产品，更会带来丰富别样的文化体验

故宫等公共文化单位以“跨界”之思和“网红”之势，举办相关文化活动，获得年轻人追捧，实现了优秀传统文化对日常生活的有效融入

数字技术融合现代审美，让传统文化以全新方式呈现，推动中国文化在不同文化语境中被喜爱、被接纳

重要因素。

现代创意造就文化新产品

中国有五千年灿烂文明，文化资源取之不尽。怎样才能站在时代高度，运用创意和技术推动中华优秀传统文化迈向未来？关键是将传统文化资源最大限度地转化为社会共享的文化成果，引导扩大优质文化消费，满足广大人民群众日益增长、不断升级、更加个性化的精神和物质需求，为经济社会健康持续发展注入文化动能。

以新创意和新设计将传统文化融入生活，将传统文化与当代审美、当代价值观相结合，赋予优秀传统文化以新生态和新生命。新型文化产品的创造不是简单重复再现传统文化，而是依托传统文化要素，以现代意识映照传统、熔铸新思，赋予其新的时代内涵和现代表达形式，创造出文化新作。备受国际艺术界瞩目的艺术家蔡国强装置艺术作品《草船借箭》便是“中国资源的借取与活用”，“草船借箭”这一出自《三国演义》的经典故事，从

古到今已经被不同形式艺术演绎，蔡国强以其新形式新创造再次引起关注。中华优秀传统文化中有着不计其数的人物形象和动人情节，有画不完的题材、讲不完的故事、取之不尽的文化资源，需要当代人对传统文化进行全方位、深层次、多领域创造性开发，通过新型创意和崭新创造将其转化为新产品、新业态，推动当代中国文化产品的生产。

文化艺术与数字科技在创新结合上迎来新机遇，如何在数字内容构建中含蕴传达文化价值，服务当代人的精神养成和文明生发，在技术、商业与文化价值共赢中赢得大众，需要我们给出探索与解答。一方面要把握好数字经济历史性机遇，利用数字经济赋能传统文化产业化高质量发展，积极推动传统文化内容数字化、网络化转化，实现文化产业全产业链改造升级，以提高效率带动产能和品质提升，获得适应网络化、数字化和智能化环境下的更高质量发展。另一方面，利用好新技术手段、制作方式、传播载体的颠覆式变革，生产高质量网络原生文化内容，发展“新型内容产业”，如网络游戏、网络动漫、网络电影、网络剧、网络直播、网络表演等新业态，适应年轻群体文化娱乐需要。其中关键是把中华优秀传统文化价值内容与新形式要素相结合，实现技术要素、文化价值、商业利益的统一，真正推出数字文化精品力作。比如某网游产品2018年用户规模已经超过3亿，其中古代建筑、人物、服饰、音乐、场景等传统文化元素都在二次创作中获得新升华，如莫高窟经典“飞天”形象被打造成热门游戏造型，网络游戏已成为传播中华优秀传统文化的重要载体。

信息化时代的文化消费和知识生产，技术要素比重越来越重，但文化价值却不应被稀释，技术与价值、工具与理性，都在新产品层面获得融合提升的契机，数字技术融合现代审美让传统文化以全新方式呈现，中国文化价值也在不同形态文化产品中融通共生。

全新体验推动文化大传播

当今时代，中华优秀传统文化需要通过创新性发展和创造性转化，以活化的新形式发扬其深厚内涵，涵养中国精神，滋润现代人生。不论是当代中国人更好理解传承民族文化，还是为参与国际文化交流、树立国家文

化形象，都需要我们发挥宏大传统优势，开掘文化资源蕴藏的巨大价值，创造具有国际影响的文化体验。

数字技术为更好再现文化遗产提供支撑。文化是一条流淌不息的河流，每个时代都有其特色文化形态，即便那些恒定不变的价值，其表现形式也不断发生嬗变。近几年，集中展示中华优秀传统文化的各大博物馆纷纷利用数字技术改进展陈方式，优化文化遗产“用户体验”，利用诸如VR技术、虚拟空间技术等生成逼真、实时、三维虚拟场景，强化展览互动性和参与感，满足观众感知和互动需求，加强观众对文化遗产的认知理解。数字敦煌、数字故宫等都让我们以新鲜有趣的形式、真实可感的体验徜徉于历史文化场景，感受传统文化艺术精髓及其文化精神。故宫博物院等富集文史资源的国有文化单位，基于传统文化“IP”，通过与游戏、动漫、影视、文学以及社交平台全方位融合，设计开发器物产品和数字内容，使传统文化魅力不断传播发酵，推出一批人们争相体验的网红产品，数字技术让传统文化以全新方式获得时空延伸，融入生活日常，提升生活品位。截至2017年底，故宫文创产品已突破10000种，文创产品收入达15亿元。故宫以“跨界”之思和“网红”之势，举办相关文化活动，获得年轻人追捧，实现了优秀传统文化对日常生活的有效融入。

中华优秀传统文化要获得更好传播和更大影响，还要把中国要素与时尚表达有机结合起来。目前这类具有强势文化传播力的文化产品和品牌媒体还比较少，缺乏像动画电影《功夫熊猫》《花木兰》这样叫好又叫座的品牌产品。有待更新思维模式，重视多元文化背景，找到合适贴切的表达方法，最终呈现出既具备中国文化深远意味又贴近海外受众审美习惯和对中国元素期待的文化产品，进而推动中华文化走向世界，在交流互鉴中绽放独特魅力，在多元文化合作与竞争中实现共存共荣，促进人类文明共同进步。

在新的时代背景下，中华优秀传统文化有条件借助数字技术提升内容传播的效度、强度和广度。作为一种战略性资产，传统文化资源如何进行“活化”，实现创造性转化和创新性发展，是伟大时代对文化工作者提出的重要课题，还需要我们在国际国内视野中，顺应时代新要求和文化新趋势，不断实现内涵挖掘与表达创新的双向突破，创造具有强大影响力和广泛传播力的中国文化产品和文化品牌。

(作者为中共中央党校(国家行政学院)文化政策与管理研究中心副主任、教授)

压题图片为故宫一角。

版面设计：蔡华伟

情系『小人物』胸怀大时代

——评徐锦庚短篇小说文学特色

沈长根

新年伊始，人民日报全彩亮相，亮点纷呈。1月2日，大地副刊以整版篇幅推出徐锦庚报告文学《行走的脊梁——泰山挑山工纪事》，引起热烈反响。

几年来，徐锦庚相继出版多部长篇报告文学，先后荣获第六届鲁迅文学奖、第十三届全国精神文明建设“五个一工程奖”等荣誉。然而作为老报人，我更关注他发表在报刊上的一系列短篇报告文学。

最先引我惊喜的，是他发表在人民日报的《“懒汉”治村》。此后，又相继在人民日报读到他的《曙光中的足迹》《因为爱所以爱》《尼山远望》《邂逅》《老汤》《驯虫记》《芝麻开门》等作品，也在文艺报等刊物上看到《颁错奖》《从头再来》《一个村庄的抗战》等。这些作品令人如饮醇醪，酣畅淋漓，先后被《新华文摘》《文摘报》《学习活页文选》等刊物转载，入选多个纪实文学年度选本。

作为人民日报记者、中国作家协会会员，徐锦庚有机会也有能力撰写“高精尖”人物。然而，他选择了各行各业默默工作的普通劳动者。情系“小人物”的徐锦庚通过记录普通劳动者在中华民族伟大复兴征程中砥砺奋进的坚实步伐，书写他们身上闪烁的人性光辉，进而反映新时代、新生活、新风貌。

徐锦庚笔下“小人物”个个都有大情怀。《“懒汉”治村》中的村官，办事公正公平，懂得科学决策，带领村民共同致富；《驯虫记》中的主人公是个科技迷，六年如一日埋头钻研蟑螂养殖，破解餐厨垃圾处理难题，在生态治理和食品安全两个领域产生影响；《老汤》中的厨师，为守护一锅老汤，22年没出过济南城，被誉为“百姓神厨”，体现出“不好高骛远，不急功近利，认准一个目标，把事情做到极致”的工匠精神；《芝麻开门》中穷乡僻壤的农村电工，开网店发家后，又带动一方乡亲，发展“淘宝村”“淘宝镇”，验证了“知识改变命运，网络改变生活”；新年见闻的《行走的脊梁——泰山挑山工纪事》更是热情讴歌一群普通劳动者，生动诠释坚定目标、勇挑重担、持之以恒、久久为功、凝心聚力、众志成城的伟大精神。

普通劳动者同样是创造历史的英雄。当今中华民族伟大复兴路上，正是一大批这样的普通劳动者汇聚成坚实可靠、气势磅礴的伟大力量。徐锦庚独具慧眼，从时代大潮中撷取涓涓细流，以小见大体现社会主义核心价值观，反映当代中国精神，既给人以观感愉悦、艺术享受，又给人以思想启迪、精神激励。这是党的新闻工作者继承发扬“铁肩担道义”优良传统的体现，也是人民作家忠实履行“反映时代精神”神圣使命的体现。

写普通劳动者更需作者深入基层，融入生活，切身感知基层群众的喜怒哀乐，真实反映社会生活和群众心声。徐锦庚行走在他们中间，是他们的知心朋友。看徐锦庚的报告文学，篇篇都有他穿行其间的身影，听他娓娓道来，亲切感人。采访深入，不但人事了然于胸，且知事之由、知人之心，故而人与事有机融合，也为构思、写作、谋篇布局、呈现方式等奠定了基础，可说水到渠成。因此，徐锦庚的报告文学，形式灵活多变，画面清新自然，情节真实可信，人物个性鲜明，形象饱满，栩栩如生，呼之欲出。这是他深入采访、“量体裁衣”的结果。

徐锦庚报告文学的另一大特色是语言精练灵动、劲道耐嚼、意味隽永，独树一帜。他善于将文言与白话的优长融会贯通，语言简短、干练、明快、灵动，若珠落玉盘，富有弹性，形成灵动鲜活、隽永酣畅、气韵沉雄的独特个性。在简短语言的跳跃中，让读者增进思考，增添情趣，彰显中国文学语言之美。同时，他善于运用口语、俚语、家常话写作，犹如与老友聊天拉家常，亲切自然。正如有研究者指出的那样，徐锦庚报告文学语言独特，“看似信手拈来，实则炉火纯青”。

新时代诗歌要讲担当

胡丘陵

摆脱“小我”的束缚，增强公共意识、使命意识，才能写出富有时代风骨的“大诗”

诗歌要“讲品位、讲格调、讲责任”。一些诗人对“讲品位、讲格调”没有异议，但提到“讲责任”“讲担当”就未必赞同。有人认为“诗就是诗，不必承担社会历史责任”，“诗以外的任何附加，都会使诗不‘纯’”，于是只封闭在个人空间里，逃避公共空间与大众议题。其实，诗人只有跳出“纯诗”的观念窠臼，摆脱“小我”束缚，增强公共意识、使命意识，才能写出富有风骨的“大诗”。

诗歌要有时代担当。诗歌是心灵颤动和诗意传递，但不可能离开特定社会历史语境，

如果面对时代和人民“失语”，就只能是在阁楼里的低吟浅唱和孤芳自赏。诗歌当面对时代，理解时代，呼应时代，拥抱时代，而不是成为无本之木、无源之水，成为无病呻吟和矫揉造作。诗人的心上附着诗的灵魂，诗人要站在人类精神高地，关注人间疾苦、人民福祉、人类命运。

诗歌要有艺术担当。诗有诗的劲道，即便是承载历史文化，也须是诗意的承载。诗歌要关注和表现人民，当然是以诗的方式。在当下诗歌写作中，特别是宏大社会题材诗歌写作中，少数诗歌给人以大而无当、空泛无物的感受。诗歌应有心灵内凝的劲道，否则留下的既不是史，也不是诗，只是一个声嘶力竭的空洞姿态。真正有艺术风骨的“大诗”，应发自一个诗人的心灵深处。

新时代诗歌应有大格局，关注的不仅是

私人空间，还有公共空间，不仅是个人命运，还有人类命运，这才是有大境界、大胸怀，有对象的事件、主题的“大”，也指诗歌语言的大气，当然它不一定使用“大词儿”，而是经过诗性组合之后呈现出高端挺拔的气质，营造一种气场，带来震撼效果。此外，还应有大结构，开阖有度，兼具创新性，充盈着昂扬的气势和气魄。

诗歌要有社会历史担当。这不是要求每个诗人在大事件诗歌写作中复述新闻、图解政策，也不是希望诗人在书写大事件时被叙事、细节所裹挟，而是要表达诗性体验，传递人生经验，在烟火中求真味，于坦率中求蕴藉。

诗歌对社会历史有担当，就要经得起批评。诗歌是精神食粮，要像保障食品安全一

样，分清楚哪些有利成长，哪些有害健康，从而趋利避害。诗歌只有经过时间和历史的“批评”，才可能成为经典并世代流传。对社会历史负责，诗歌还要引导趣味，不是建“奇花异石”的“盆景”，而是耕耘肥沃的广阔大地。诗歌需要大众化，以“诗”为前提的大众化，不是一览无余、毫无蕴藉的浅显化，其要义是加强优秀诗歌在大众中的传播和赏读，让写作和阅读共同承担新时代诗歌的使命。

艺海观澜

文艺评论