

Research on Rural Revitalization Industry under the Willingness of Digital Cultural Consumption — Taking Yongledian Town, China as an Example

Jiaqi Xu¹ Yangjie Yin² Huiyue Gao¹

1. The Central Academy of Drama, Beijing, 100010, China
2. Zhejiang Gongshang University, Hangzhou, Zhejiang, 310018, China

Abstract

Digital cultural consumption demand is a new consumption willingness generated on the basis of modern technologies represented by artificial intelligence, 5G, virtual reality and big data. Taking Yongledian Town as an example, this paper puts forward the rural revitalization industrial upgrading strategy under the willingness of digital culture consumption, which provides reference ideas for the rural revitalization industrial upgrading under the willingness of digital culture consumption.

Keywords

cultural consumption; digital art; cultural innovation

数字文化消费意愿下乡村振兴产业研究——以中国永乐店镇为例

徐佳琦¹ 尹阳洁² 高慧悦¹

1. 中央戏剧学院, 中国·北京 100010
2. 浙江工商大学, 中国·浙江 杭州 310018

摘要

数字文化消费需求, 是文化消费意愿在结合人工智能、5G、虚拟现实、大数据等为代表的现代技术基础上, 产生的新型消费意愿。论文以永乐店镇为例, 提出数字文化消费意愿下的乡村振兴产业升级策略, 为数字文化消费意愿下的乡村振兴产业升级提供可借鉴的思路。

关键词

文化消费; 数字艺术; 文化创新

1 引言

习近平总书记指出, 要“把社会效益放在首位, 社会效益和经济效益相统一”“不断扩大优质文化产品供给”。中华人民共和国文化和旅游部发布的《“十四五”文化产业发展规划》提出, “充分运用数字文化产业形态推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”。

2 数字文化消费意愿和发展前景

2.1 数字文化消费意愿

马斯洛需求层次理论提出, 当人类实现生理需求应用、安全需求应用、归属和爱的需求应用、尊重需求应用后会产

生自我实现的需求应用。文化消费意愿则是人类满足前四个层级后产生的自我实现需求。数字文化消费需求, 是文化消费意愿结合人工智能、5G、虚拟现实、大数据等为代表的现代技术基础上, 产生的新型消费意愿。

2.2 数字文化消费发展前景

2020年9月习近平总书记在教育文化卫生体育领域专家代表座谈会上强调, “要顺应数字产业化和产业数字化发展趋势, 加快发展新型文化业态, 改造提升传统文化业态, 提高质量效益和核心竞争力”。根据国家发改委《2020年国民经济和社会发展统计公报》, 2020年全国居民恩格尔系数30.2%, 已达联合国富足标准。中国居民消费结构正不断改善, 城乡居民消费结构正在由生存型消费向发展型消费升级、由物质型消费向服务型消费升级、由传统消费向新型消费升级。2020年全国居民人均可支配收入32189元, 比上年名义增长4.7%。随着居民文化消费水平不断提高, 居

【作者简介】徐佳琦(1992-), 女, 中国浙江绍兴人, 在读硕士, 从事戏剧与影视学、戏剧数字化研究。

民对于文化产品和服务,尤其是文创产业与科技手段结合的“文化+科技”文创产品的需求不断增加^[1]。数字经济时代文化消费具有生产消费平台化、消费空间在线化、消费主体多元化等特征,在三大特征让数字消费突破空间、时间、人群的限制,能够更广泛和精准地触达消费人群,从而数字文化消费具有更广阔的发展前景和发展活力。综上,中国在技术、国民需求、政策上皆已经到达发展数字文化消费的成熟阶段。

3 数字文化消费意愿下乡村振兴产业升级策略研究——以永乐店镇为例

3.1 永乐店镇背景

“十三五”时期,北京城市副中心控制性详细规划(街区层面)明确提出永乐店新市镇定位,永乐店镇立足城市副中心建设大局,对标对表副中心控规要求,编制镇域总规,形成“一带一轴三片区”空间体系规划成果。围绕承接首都功能疏解的基础框架,充分挖掘和发挥永乐店新市镇在京津冀协同发展中的战略支点作用,编制完成永乐店镇国民经济和社会发展的第十四个五年规划,明确“科技服务、商务服务、绿色服务”产业发展方向。

但是受疫情等多种因素综合影响,第一产业对促进农民增收的效果不理想,农民就业的渠道不宽,促进一、三产业融合发展势在必行。虽然永乐店镇通过自身探索,摸索出老槐庄“蘑菇”主题和西槐庄“萝卜”主题特色,但就如何结合自身特色,深入挖掘属地自然资源、文化资源优势,利用副中心旅游资源外溢效应发展自身旅游经济亟需突破口。

3.2 永乐店镇现状

3.2.1 文化背景

永乐店这个吉祥如意的名字,具有600多年的悠久历史,明朝燕王朱棣曾驻军于此,亦即历史上有名的“燕王扫北”,1403年他称帝(明成祖)后,定年号为“永乐”,并为此地御赐“永乐店”之名。

3.2.2 产业发展现状

农业方面,永乐店镇在老槐庄村大力发展“林下经济”产业,投资630余万元打造食用菌产业基地。成立食用菌种植专业合作社,完成90余栋高标准棚室改造和建设,配套建设水电、道路和产品保鲜库,与绿源永乐农业科技发展有限公司签订合作订单,推行林地食用菌产业化、规模化、集约化的生产模式,拓宽农民增收渠道。

旅游业方面,近年来,在实施乡村振兴战略进程中,永乐店镇积极探索农业种植新思路,通过林下经济、发展采摘、旅游产业的方式,不断挖掘增收致富的新模式、新业态、新路径。

3.3 场地分析

永乐店镇,北京市通州区下辖镇,地处通州区东南部,东与天津市武清区高村镇相接,南与河北省廊坊市广阳区南

尖塔镇相连,西与家务回族乡毗邻,北接潮县镇。镇域面积105 km²。老槐庄村是永乐店镇的下辖村,位于港沟河西岸、永觅路南侧。周边旅游资源丰富,交通枢纽完整。

3.3.1 优势条件

①森林覆盖率近43%。

“十四五”期间,作为京津冀三地的连接要地,永乐店镇将与河北廊坊、天津武清联动发展,跨界共建大尺度生态空间,打造京津冀区域协同发展生态典范。良好的绿色生态基础有助于蘑菇绿色生态数字文化产业圈的可持续发展。

②地理位置优越。

永乐店镇老槐庄村,地理位置优越,与永乐镇的西槐庄村、坚村、孔庄村、陈辛庄村、邓庄村接壤,蘑菇绿色生态数字文化产业圈产生的经济效益和社会效益,能够以老槐庄村为中心向周边村庄辐射,从而带动整个永乐镇的发展。

③周边旅游资源丰富。

永乐店镇位于北京通州区副中心,周边有环球影城、宋庄艺术小镇、运河商务区、文化旅游区、台湖演艺小镇、生态休闲小镇、文化健康小镇、科技农业小镇等可引流的潜在旅游资源。

3.3.2 痛点分析

①没有特别的历史文化故事、传说,不适用传统文化IP打造的文旅模式。

②目前采用的林下经济模式,其效益容易受疫情等多种因素影响。

③缺乏周边配套的食宿设施,功能较为单一。

3.3.3 面临挑战

①老式传统建筑构建方式与新型现代建筑设计理念之间的摩擦。

②未来乡村数字化与现代乡村传统模式的碰撞。

③活化模式的融合与积极利用。

④本项目的服务体系有待完善、相较周边旅游度假区的服务规模更为单薄。

4 永乐店镇产业升级策略

结合永乐店镇农业、旅游及文化相关资源,打造以“蘑菇”为主题的“蘑菇绿色生态数字文化产业圈”,该产业圈通过人工智能技术和数字艺术互动装置,以技术创新和文化创新的形式,打造一个以“吃、住、行、游、购、娱、学”为一体的绿色生态产业圈,完善永乐店镇旅游产业链体系,以老槐庄村为辐射圈,带动周边村庄共同发展,促进农旅融合。

4.1 可行性方向

4.1.1 打造网红景点——夜游交互景观

交互式数字艺术互动装置与戏剧编排讲述的手段相结合,加强对产品的推广宣传,打造具有地区特色的产业IP,增加当地农副产品的商业价值,形成良好的广告效应,

带动经济增长和产业升级。同时沉浸式戏剧的特点使观看演出的消费者参与到故事情节中,通过潜移默化地引导激发观众的消费热情,增加了观众对产品的理解和信赖,避免了老套的“宣传片”式推广带来的受众逆反心理。新型数字化手段的介入以及交互式数字媒体装置的引用一方面提高了IP的品牌调性,吸引更多受众^[2]。

“沉默中的萌发”和“混沌中的生长”是联系更为紧密的两个篇章,通过前者篇章中演员的带动后续观众的情绪,引导观众加入“生长的环节”。

“沉默中的萌发”侧重用灯光与演员肢体进行配合,演员通过舞蹈模仿菌丝在地下的生长,冲突性的张力十足的肢体动作和灯光效果为观众展现出具有先锋性的身体剧场,通过全息投影创造出如梦似幻的奇异世界,观众情绪被极大调动起来。直到音乐响起第三篇章开始,观众和演员一起在现场灯光音乐营造的氛围中尽情狂欢,释放在城市生活中的压力,在巨大的情感宣泄中将演出推向高潮,来到最后的“破土而生”。

“破土而生的希望”这一篇章中,机械蘑菇从很小的菌株展开菌伞在灯光的配合下生长成一颗强健又充满力量感的成熟菌株。色彩绚烂的菌株带来极大的视觉冲击,象征着永不止息的生命力量。

即使遇到疫情等特殊情况,也可以通过“云演出”“云旅游”的方式,通过社交平台进行直播演出,通过网友的“礼物”,或者出售“转播权”等获得收益。

4.1.2 配套住宿区

建造配套住宿酒店,酒店风格结合“蘑菇”“自然”“未来”等元素,具有科技感和艺术美感。

村民民宿进行改造,对村民的传统民居稍加艺术化改造,为村民创收。

4.1.3 配套消费

采摘基地配套餐饮饭店,当天采当天吃,如果采的量很多不方便携带,可以提供寄送服务,帮助游客寄回家。

①配套线下/云研学。

自古以来,蘑菇寓意着生命的力量、活力、顽强,并朝气蓬勃积极向上,这正像是永乐镇人民的奋斗精神。同时,蘑菇还是菌类,所以在中国古代也有“君子风范”的寓意。通过对蘑菇文化寓意的挖,结合永乐店镇人民的奋斗历史,可在老槐庄蘑菇绿色生态数字文化产业基地建立博物馆,既科普蘑菇的历史与知识,也展现永乐镇村民的拼搏历史与永不服输、朝气蓬勃的精神。

②打造“蘑菇节”。

“范围经济”是经济学中的重要概念,它是指关联性产品在同一品牌下所产生的“1+1>2”的经济价值现象。打造独具特色的“老槐庄蘑菇节”有助于形成永乐店镇的范围经济,推动永乐店镇品牌IP,品牌是现代商业社会中各经济主体极为重视的无形资产。品牌能赋予品牌下商品的市场识别度,品牌能赋予消费者一种层次性和文化感,品牌能赋予产品在价格制订上的比较优势。

③数字文化周边产品。

围绕永乐店镇IP创作NFT数字文化周边纪念产品。

以上几个方向,既发挥了“在线”云端消费优势,又扩大了“在场”实体消费优势,真正实现了在线消费与在场消费有机融合,实现数字文化消费的收益最大化。

4.2 核心竞争力

引入智慧化销售概念。首先要建立全面的销售渠道将其整合的客户连接体系;以多样化、个性化的营销内容(如文章、视频、白皮书、文档资料等)为依托,以此吸引客户参与;同时与AI技术相结合,将整个培育过程变得更加个性化,其次机器学习算法还可以实施优化策略,为客户带来更贴心的数字体验;随即促进文创产品设计更具个性化,让游客更有参与感。其次,在文创产品的设计环节上进行拆分,设计师负责一部分,另一部分则交由顾客自行发挥完成,形成兼具永乐店镇文化思想和个性化体现的独特产品。最后,顾客在进行创作的时候,既是一种自我的展现,也让顾客通过自己的创意丰富了“永乐店镇文化”的概念。

老槐庄村——蘑菇绿色生态数字文化产业圈的良性发展将给当地带来的一系列有效的反馈,这会对整个永乐店镇产生反城市的“虹吸效应”,即乡村的积极发展吸引人才从“拥挤”城市中回流到本土新发展区域中,乡村猛涨的发展机会将吸引部分人才回乡建造,引入新的血液、新的想法、新的发展建设方向,为永乐店镇发展注入新的灵魂,推动永乐店镇的文旅经济发展^[3]。

蘑菇绿色生态数字文化产业圈的预期效益符合“触媒理论”的原理,在充分了解老槐庄村环境的背景基础上,通过改善原有的元素(蘑菇)和引进新元素(人工智能、数字艺术),以此提升现有元素的价值、做出有利的转换,既不会损坏原有的环境内涵,又会促成元素间的“链式反应”,蘑菇绿色生态数字文化产业圈,打通了项目周围民居区和游览点交流流线的屏障,形成了各方客源的流转,构成了以蘑菇绿色生态数字文化产业圈为点、四周旅游浏览点相连为线,永乐店镇为面的局势,带动当地的文化旅游。蘑菇绿色生态数字文化产业圈在该反应下可有一个良性的可持续性发展。

5 总结

文化消费事关人的精神和心灵,当用户在对数字文化产品进行消费时,将同时实现经济价值和社会价值。故在制定发展策略时,不仅仅要考虑实际收益产出,也要关注人文情怀,并且具有可持续发展的眼光。

参考文献

- [1] 黄永林.数字经济时代文化消费的特征与升级[J].人民论坛,2022(9):116-121.
- [2] 周菲菲.漳州“中国蘑菇节”对乡村旅游的启示[J].中国食用菌,2020,39(7):168-170.
- [3] 陈曦.襄阳智慧景区建设现状调查及开发路径研究[J].襄阳职业技术学院学报,2018,17(2):13-18.

Exploration on the Marketing of TV People's Livelihood News in the All Media Era

Hui Jiang

Yunnan Radio and Television Station, Kunming, Yunnan, 650000, China

Abstract

With the advent of the all media era, the TV industry has inevitably suffered a huge impact. As an important content closely related to people's lives, the influence of people's livelihood news can not be ignored. Based on the introduction of all media and its communication advantages, this paper gives some thoughts on the development of TV people's livelihood news.

Keywords

all media; television; news marketing of people's livelihood

探析全媒体时代电视民生新闻营销

江慧

云南广播电视台, 中国·云南昆明 650000

摘要

随着全媒体时代的到来, 电视行业不可避免地遭受了巨大的冲击, 而民生类新闻作为与民众生活息息相关的重要内容, 其影响力也是不容忽视的。论文从对全媒体的介绍和它的传播优势出发, 对电视民生新闻的发展进行了几点思考。

关键词

全媒体; 电视; 民生新闻营销

1 引言

在新闻传播领域, 作为一种新型的传播方式, 全媒体正在逐渐引起各方的重视。“全媒体”是指通过现代科技与传播手段, 将媒体的融合理念与各种媒体相结合, 实现信息的产生、传递、运营等综合应用。全媒体覆盖了报纸、电视、网络等多种媒体。全媒体模式已经彻底改变了信息传递的方式, 并逐渐取代了传统的媒介, 并逐渐占据了行业的主导地位。

2 全媒体对电视民生新闻的影响

民生新闻作为电视节目的一种重要组成部分, 在全媒体时代对其产生了深刻的影响, 并产生了新的传播特征。

2.1 跨平台传播

跨平台传播是电视节目在全媒体时代不断拓展受众群体的一项重大举措, 它必然要走多元化的生产路线。当前, 跨媒体传播存在着三种主要形式: 第一, 同一个节目在多个终端同时播放。第二, 节目制作单位在一定的范围内对内容进行了重新包装和再造, 以满足不同平台的传播需求。第三,

在节目创意策划、制作的各个环节中, 始终坚持“互动”的思想, 利用观众对各种媒体的需要, 创造出全新的民生新闻。

2.2 受众市场转变

全媒体既是受众需要的结果, 又会影响到受众的消费习惯, 从而形成了一种新的受众市场。第一, 是“用户”的“受众”。新媒体的兴起, 使受众成为信息的接收者和传播者, 并通过全球的互联网连接, 获取包括民生在内的各种信息服务。第二, 是大众向“分众”的方向发展。在这个全媒体时代, 一家传媒不可能把每一个人都囊括进去, 只会把他们分成几个群体, 把他们当成自己的目标。第三, 是“长尾”的受众群体。“长尾”理论是美国学者克里斯·安德森在互联网上提出的一种新的理论。在传统的“长尾”理论中, 由于成本与效率等原因, 观众往往只会把注意力集中在某一特定的人或物上, 而在全媒体时代, 因为其所需的关注费用大幅减少, 因此观众可以将注意力集中在“尾部”的正常分布上, 而将注意力集中在“尾部”上, 其整体收益甚至比“头部”更高。“长尾”受众群体的出现给我们带来了一个启示: 每个人的需要都应该得到尊重^[1]。

3 全媒体对于民生新闻的传播优势

民生新闻是一种具有时效性、真实性和可读性的新闻

【作者简介】江慧(1978-), 女, 中国江西都昌人, 本科, 记者, 从事新闻传播研究。

类型。而民生新闻自身的特殊性决定了其内容必须与人民群众的生活密切相关,其传播的范围也应更加宽广。而全媒体是一种新的媒体形式,其传播速度快、传播媒介多样、互动参与性强等特点。

3.1 传播速度迅捷

传统的新闻报道模式是一种速度慢、范围窄的直线传播,很难达到预期的效果。而在整个媒介时代,新闻的传播方式也发生了变化。同时,不同的人可以在不同的地方,通过不同的媒介,了解到不同地方的新闻。这就大大提高了新闻的传播速度,同时也让民生新闻能够吸引更多人的注意力,在一则重大的民生新闻被报道后,各个阶层的人都能第一时间看到,从而提高了新闻的影响力。

3.2 传播媒体多样

随着通信、计算机、网络等科技的飞速发展,人们对新闻的认识也从原来的报纸、电视、收音机等媒介中得到了更多的信息。通过手机、掌上电脑、台式电脑等终端,人们可以在任何时间、任何地点获取新闻资讯。这样,民生新闻的传播媒介也变得越来越多元化,不再需要像以前那样,每天都要坐在电视机前面,而可以在任何时候,都可以通过手机、平板来获取和自己有关的消息。

3.3 互动参与性强

全媒体模式最大的优点就是互动性和参与性,以往人们只能了解和学习新闻,却没有话语权。在全媒体时代,人民群众可以在新闻采集、编写、发布的同时,也可以在理解新闻的同时,用不同的方式表达自己的观点。全媒体在新闻互动方面取得了空前的进步。

4 全媒体时代电视民生新闻的营销问题

如果说市场营销是按照市场需要组织生产商品,然后以销售的方式向需要的顾客提供服务,而民生新闻则是按照市场需要策划、制作一种具有特定功能的民生新闻,并以销售方式向需要的消费者和广告商传播。自《南京零距离》于2002年成功地走出了民生新闻的第一步之后,类似的栏目也随之涌现。但是很可惜,在这个潮流下,电视节目的市场营销总是会遇到各种各样的问题。

4.1 同质化程度高

近年来,民生新闻在全国各大电视台都有了很大的发展,但是同质的问题却越来越突出。民生新闻是一种关注人民生活、关心人民生活的新闻,它反映了人民群众的生存状况和生存空间。这种相对灵活、轻巧的节目形式一经出现,立刻就会有大量的节目借鉴、模仿甚至完全复制,在定位、选题、报道角度、主持风格等方面都大同小异。在全媒体时代,媒介竞争日益激烈,单一媒介难以取得独家消息,造成了不同媒介在内容和形式上的差异,使节目呈现出粗俗、粗放的倾向。

4.2 内容肤浅琐碎

许多电视民生类新闻的内容浅薄、内容缺乏深度、过

分强调收视率等原因,使其堕落到低俗娱乐化的框架,削弱了传媒的引导作用,限制了其报道的传播空间,制约了其发展。对此现象进行分析,可以发现民生新闻在内容上饱受非议,其创作方式也是备受指责的。一方面,新闻报道往往来源于传闻、热线电话、微博、街头巷谈等,极大地限制了新闻题材的取舍。另一方面,由于民生新闻的需求较大、制作周期较短、制作速度较快的制作过程与对新闻事件的深入理解之间存在着矛盾,导致栏目中出现了许多低质量的报道。

4.3 易受网络冲击

在全媒体时代,网络传媒对电视民生新闻的影响是非常大的。作为民生类电视节目的新一轮竞争者,门户网站的民生报道已成为其发展的重要外部力量。与传统的电视媒介相比,网络传媒具有诸多独特的传播优势。第一,通过网络电视直播技术,通过新闻的表达手段,将民生新闻从单纯的文字报道中剥离出来。第二,互联网媒体呈现出多层次、多角度、多样化的报道方式,除图文信息报道外,还有博客、论坛、贴吧、FLASH、视频直播、图文直播、电子杂志等,还有越来越多的新的网络产品出现,但在报道方式上,民生新闻的报道方式却基本保持不变。第三,网站从电视制作公司中直接发掘优秀的人才,根据电视台的制作流程,制作出适合网民观看的节目,形成24小时的生活类新闻。

4.4 品牌意识薄弱

近几年电视产业已步入“受众为王、内容为王”的年代,如何在众多的节目中脱颖而出,是各大传媒不断探讨的问题。电视节目品牌的建立,既要栏目和受众进行正确的定位,要有成熟的价值观,要有自己的价值观,要有一定的可持续发展能力。纵观当前的民生新闻发展情况,真正能被称为“品牌”的,寥寥无几。民生类新闻栏目在塑造品牌时,如名称、标识、主持人等基础元素上表现出了流动性,表明其自身缺少打造品牌的自觉^[2]。

5 全媒体时代电视民生新闻的营销组合策略

在全媒体时代,电视民生新闻要有新的理念,抓住新媒体的特点和自身的潜力,通过不断地整合和创新,采取适当的营销战略,才能在特定的市场中脱颖而出,建立起自己的品牌影响力。

5.1 发挥电视台制作技术优势

与某些社会组织和企业在网上发表新闻相比,电视台在技术、人员、资金、政策等方面都有着得天独厚的优势。专业记者能够向电视台提供真实、可靠的信息,优秀的后期制作是新闻节目的优质保障,而政府的支持则能让电视台在最短的时间内得到所需要的人力、物力。因此,在全媒体时代,电视台必须从整体上提高节目的品质,把优质的民生新闻节目呈现给广大受众,并在节目环节和形式上做出相应的创新,充分发挥电视台自身的独特优势。

5.2 充分发挥电视台的权威性，引导社会风气

在信息过剩的今天，如何确保新闻的真实性是新闻传播的核心问题。由于部分互联网平台的监管不力，导致民生新闻中出现了夸张、片面、虚假等现象，严重地影响了良好的社会风尚。电视台而作为政府的喉舌，电视台必须充分利用自身的力量，及时发布真实可信、积极向上的民生新闻，以引导构建一个平等、和谐的社会氛围。

5.3 跨平台合作，积极推进三网融合

电视民生新闻必须顺应时代发展的潮流，加强与其他媒介的协作，推动三网融合，使智能电视、电脑、移动终端成为一体，全方位地提高电视民生新闻的市场推广。

5.4 加强受众研究

民生新闻栏目的市场推广工作，首先要做好受众调查。全媒体时代给观众带来了巨大的冲击，因为“消费者对电视的要求越来越差，越来越多样化，越来越分散”。民生新闻的制作人员应重视受众的调查，针对受众的不同特点、兴趣爱好进行细分，关注受众的心声，分析受众心理，了解受众的期望，为受众提供专业化、差异化的信息。只有抓住受众的需要，尊重受众的调查结果，合理定位，通盘设计，才能真正体现出节目的专业性和社会责任感。

5.5 塑造节目品牌

电视品牌是指媒体（频道）名字、栏目标识、频道风格和特点、栏目理念、频道信誉、栏目包装、频道结构、听众认可度的总和。电视民生类资讯栏目的品牌形象反映着广大观众对其总体的感受和印象，也是广大观众对其进行系统性的评判。唯有优质的产品，才能在激烈的市场竞争中取得更大的市场份额。中播电视民生类新闻节目要从栏目口号、包装、主持人、主持风格、栏目基调等方面加以革新，才能打造有鲜明个性的栏目产品。另外，电视节目也要注意品牌的多元化性，可将传统电视节目的品牌范围延伸至手机电视、互联网电视节目、手机电视节目等。此外，企业还能够生产一些类似于光碟、图书、文具等的电视节目衍生商品。采用这种模式，不但可以增加电视节目的品牌影响力，还可以在经济上形成一个价值链，进而获取更长期的利润。电视衍生的多元化，直接决定着节目的品牌延伸程度，这不仅给电视节目公司提供了更大的盈利空间，而且让电视节目在广大观众心目中的形象更为深入人心、影响更加广泛。

5.6 注重广告营销

做好的节目，就会有好的观众，有好的观众，就会有好的广告收入。如何在全媒体时代脱颖而出，成为每一个民

生类新闻节目必须思考的问题。

5.7 平台内部自我促销的广告

就一档民生性质的节目而言，它所属的视频或电话、网络的宣传渠道只能作为栏目本身的一种小环境。而对其他栏目的了解信息可在网站上的传播广告中获取，主要包括节目指南、节目预告等。而手机短信、互联网文字、电视广告等各种创新手段，都要在该媒介的宣传平台上进行。节目制作人员必须将节目的市场理念贯穿于电视节目生产、营销的全部流程之中，而营销也必须成为电视节目的灵魂之一，电视节目的中心意义就是抓住受众，同时必须融合所有感官元素。

5.8 外部媒介宣传推广的广告

在民生新闻节目中，电视节目可以根据自己的传播特征和受众的不同，选择合适的传播平台，因此，电视节目中的跨媒体宣传已经得到了广泛的应用。想要做好节目，就必须有足够的影响力。而通过多种传播途径、多种形式、多角度的互动宣传，则是提高营销效果的一个重要途径。利用其他媒介对观众进行有效的引导，充分利用自身的优势，从而拓展了受众群体，获得了潜在观众的关注，丰富了广告的内容，弥补了单纯依靠电视传播的缺陷。电视民生类节目在互联网、手机、楼宇电视、手机电视、移动媒体上所作的宣传，对于扩大节目受众群体具有重要意义^[1]。

6 结语

在全媒体时代，多媒体融合为传统电视节目提供了全新的传播特征：信息内容极大丰富，生产流程全面优化，传播方式双向交互，传播途径进一步拓展，民生新闻报道亦不例外。电视民生新闻，作为一种主要的信息传递、服务和处理现实生活中的问题方式，已成为当前社会各界所关心的焦点。而全媒体时代的来临，给电视民生新闻的发展带来了全新的契机与挑战。论文就是在如此的大背景下，以电视民生媒体的视角，深入研究了新形势下的电视民生媒体的市场定位以及发展趋势走向。

参考文献

- [1] 王巍,周长亮.探析全媒体时代电视民生新闻营销[J].中国报业,2014(24):67.
- [2] 黄宁,高翔,许涛.让受众获利 为受众服务——电视民生新闻营销组合策略(下)[J].新闻前哨,2006(9):52-53.
- [3] 黄宁,高翔,许涛.针对受众开发 满足受众需求——电视民生新闻营销组合策略(上)[J].新闻前哨,2006(8):66-68.

Analysis of Abstract Oil Painting Creation in Chinese Art

Simayi Yishake

The First Technical School of Izhou District, Hami City, Hami, Xinjiang, 839000, China

Abstract

In the creation schools of Chinese art works, the development of Chinese abstract oil painting art began on the basis of drawing lessons from the western abstract oil painting art, but at the same time, it also integrates the unique characteristics of Chinese traditional paintings, forming an abstract oil painting creation form with Chinese characteristics, which makes the abstract oil painting in Chinese art have both the basic characteristics of western oil painting and the freehand brushwork characteristics of Chinese characteristics, with distinctive national characteristics. What's more, the Chinese abstract oil paintings also reflect the author's thoughts and feelings as well as the aesthetic taste of creation, which has important creative breakthrough value. On the basis of systematically introducing the development process of Chinese abstract oil painting art, this paper systematically analyzes the artistic expressiveness and artistic aesthetic characteristics of Chinese abstract oil painting art from the specific aspects of color, graphics, etc., in order to provide theoretical support for the development of Chinese abstract oil painting art.

Keywords

Chinese art; abstract optimization; artistic characteristics

浅析中国美术中的抽象油画创作

司马义·依沙克

哈密市伊州区第一技工学校, 中国·新疆 哈密 839000

摘要

在中国美术作品创作流派中, 中国的抽象油画艺术发展开始于对西方抽象油画艺术的借鉴基础上, 但同时又融合了中国传统画作的独特特点, 形成了具有中国特色的抽象油画创作形式, 这就使得中国美术中的抽象油画兼具了西方油画的基础特点与中国特色的写意特征, 具有鲜明的民族特色。尤为重要的是, 中国抽象油画作品中, 同样体现了作者的思想感情与创作审美情趣, 具有重要的创作突破价值。论文在系统介绍中国抽象油画艺术的发展历程基础上, 从具体的色彩、图形等方面系统分析了中国抽象油画艺术的艺术表现性与艺术审美特点, 以期为中国抽象油画艺术的发展提供理论支持。

关键词

中国美术; 抽象优化; 艺术特点

1 引言

结合当代美术创作发展的流行趋势可以发现, 抽象油画历来受到欢迎与追捧, 是一种破位流行的绘画形式。“抽象”顾名思义, 就是运用简单的笔法通过概括式的方法凝练出事物的本质内涵, 抽象描述的是事物的共性特征, 在此基础上进行艺术的加工创造, 对于艺术形象的创造具有重要作用。纵观整个中国抽象油画艺术过程可以发现, 中国抽象油画在借鉴性批判的基础上自西方油画艺术中发展而来, 逐步沾染中国传统艺术创作特征, 具有了民族性的特色, 形成了具有中国特色的抽象油画艺术形式。

【作者简介】司马义·依沙克(1982-), 男, 维吾尔族, 中国新疆哈密人, 本科, 中小学二级教师, 从事美术教育研究。

2 中国抽象油画艺术概述

从最初油画艺术形式引入中国开始, 就可以发现, 中国画家致力于在西方油画艺术的基础上发展具有中国民族特征的抽象油画艺术, 中国作家探索将中国的民族特色与民族思想感情与审美追求融入油画艺术。不仅是在技法层面更是在艺术追求的更深层次, 中国传统绘画作品创作的写意性与寄情于景的艺术表现手法都与西方的油画基本笔调相结合。这不仅是对中国传统艺术的创新性发展, 更是对民族性艺术作品的深入发展。一方面, 既能够保留中国传统绘画形式的先进形式, 彰显民族特色; 另一方面, 更是对整个绘画艺术的创新性发展, 不仅为中国绘画艺术找到了新的发展动力, 创新了中国油画的内容与形式, 更加促进了整个油画创作体系的发展进程。这是艺术多元化发展的重要见证, 是世界艺术文化发展史的重要组成部分。中国的油画艺术发展需要创新新动能, 而世界范围的油画艺术整体进步也需要中国

优秀艺术元素的加持，二者相辅相成，共同构成了世界文化艺术的发展进步。

中国抽象油画艺术所具有的最为重要的特征就是民族特性。在中国传统的绘画艺术发展中，抽象写实的艺术手法就运用较为广泛，这为中国抽象油画艺术的发展奠定了基调。同时，可以发现，在中国现代抽象油画艺术发展过程中，无论是绘画内容还是作品背后的审美表达与思想感情都是具有鲜明的民族性特征的。表现艺术在中国具有一个由小见大的发展过程，随着这一艺术表现形式的逐步发展，民族特色与油画技法深度融合，在这个过程中，中国的油画发展受到西方艺术的影响相对较大，但是，即使是这一时期，民族性依然是中国抽象油画的主要特征。中国抽象油画不同于西方的最大特征是对精神层次的追求，对精神特征进行锐化，而对于物质特点则进行了一定程度的弱化。随着中国表现主义艺术的逐渐兴起，西式美学思想在国内占据很大的地位，中国在西画的研究和学习中更多倾向于抽象油画的风情及装饰领域的涉及。当代艺术家普遍认为中国抽象油画艺术的民族性特点、绘画技法等直接影响后期创作水平。对于精神特征的突出一直是中国绘画的重要特征，但是，不可否认的是，精神表达本身具有独特特征，对于思辨能力具有较高要求，但是容易忽视自然科学因素，因此，抽象油画艺术就需要更深层次的创造性发展。

3 中国抽象油画艺术表现性

3.1 中国抽象油画艺术的图形特点

从艺术表现的角度审视中国抽象油画艺术可以发现，在造型元素上，中国抽象油画进行了创新性发展。在图形方面，中国抽象油画大胆突破创新，能够突破基础几何图形的限制使得抽象油画在中国具有了“中式抽象”特点，成为“新抽象油画”。中国的抽象油画家正是这种创新性发展的主体推动力，他们在画作中保障西方客观形式感的基础上增加了中国式的意境感觉。在中国抽象油画作品中，不仅能够感受到油画艺术本身的概念与色彩写意，还能够体会到中国创作者所表达的思想感情，在整体上又综合体现了现代艺术的典型特征。是中西结合的典型代表，二者互为表里，相辅相成。在中国抽象油画典型作品之中，不仅能够感受到油画艺术本身的魅力，甚至能够感受到厚重历史积淀的中国传统绘画基调，具有较强的艺术表现力。

在图形特点的分析中还可以发现，中国抽象油画艺术对于点、线、面的运用也是独具一格，这一绘画艺术的核心就是“随意”，它并不受限于事物的客观表达，而是在充分发挥主观能动性的基础上进行感情上的再表达，相对来说受到客观因素的限制较少，更偏向于通过艺术形式进行情感表达，甚至在一些情况下，想象空间较大，使得中国抽象油画在图形艺术上具有了真诚、朴实的品格。另外，虽然随意为核心，但是更多的也是抽象元素与传统文化的结合，是多角

度视觉化的集中应用。

3.2 中国抽象油画艺术语言表现

艺术语言表现是艺术表现力的重要组成部分，在绘画作品中，艺术语言是画家艺术表现形式的重要载体，历来受到画作创作者的重视。而在绘画艺术的语言表现上，色彩表现力都占有突出地位。尤其是在油画艺术的表现形式上，油画历来以丰富的色彩表现作为主要艺术特色。因此，对于色彩的多样性、丰富性具有较高的追求。在抽象油画艺术的共性方面，油画的丰富性其实很容易获得保证，油画艺术作品具有较为多样的颜色变换，颜色不仅是客观事物的表现手法，同时颜色语言艺术也成为作者表现内心精神世界与画作实际表达的思想感情的重要载体。色彩的搭配运用恰恰是来自对现实的真实反映，在画作中进行了主观的加工与创作，在绘画对于客观事物反映的真实性基础上，表达了作家想表达的内心世界。在中国抽象油画艺术作品中能够发现，色彩的具体搭配与作品的感染力具有重要联系，在中国传统的绘画风格中，色彩语言的运用展现的是另一种艺术之美，在技法上区别于西方绚烂色彩搭配，在中国传统技法中，笔法的轻重与中国绘画的“留白”体现的是另一种艺术创作的智慧，因此使得中国抽象油画艺术更加具有了民族性。

艺术语言的表现还体现在肌理化方面，肌理这一元素在绘画作品中也是较为重要的影响因素，尤其是在抽象绘画中，它直接影响绘画作品的质感和艺术表现力。有的画家习惯采用油画颜料，有的则是选择漆料进行绘制，如漆、腰果漆、化学漆等。当然，不同的绘制手法产生的效果也是各不相同的，所体现出的作品质感也是不一样的。另外，还有一种重要的艺术语言表达形式就是复合化，复合化在本质上讲其实是构成形式之一，它就是将多重的艺术形式与材料在具体的油画作品中进行一个综合的运用。这就使得抽象优化艺术具有了材料与形式上的复合性特征，这是一个形式与材料的有机平衡。在一个优秀的抽象油画画作中，既能够感受到复杂多变的形式在画面空间与效果上的综合运用，同时也能够发现其与绘画材料之间契合度也相对较高。更为重要的是，复合化不仅能够在艺术形式上，更加能够在情感的表达方面使得画作内涵更加丰富，其艺术表现力是显而易见的。

4 中国抽象油画艺术的审美特点

4.1 中国抽象艺术与抽象元素的美学特征

在审美特点上，中国抽象油画艺术其实更加能够体现民族式的审美内涵，在抽象优化的发展历史中可以发现，抽象油画艺术形式在20世纪发展到巅峰阶段，影响力较广。中国抽象油画在审美上无疑会受到西方抽象油画的影响。但是，可以发现，即使是在这一时期，中国的抽象油画艺术也具有独特的民族性特征，中国抽象油画具有山水绘画的主要特征，它进一步凸显了中国传统审美追求对抽象元素的反应，它在不同于中国传统艺术形式的表现手法中追求美感，

进而彰显艺术魅力。中国的意境美追求在这一时段的抽象油画表达上具有重要的影响力。这是中国的传统审美追求与抽象元素的积极融合,表现主义与意境化审美相得益彰。在本质上说,这种艺术形式的美学特征就是将中国传统艺术中追求的意境与文化底蕴,采用抽象的创作形式进行表达。从美学的角度出发,可以看到,中国抽象油画艺术奖中国的写意性与抽象性相结合,在抽象元素中依然赋予了精神内涵,抽象的艺术形式虽然受到了写意的影响,但是在美学特征的表现上却更为深入地体现了创作者或浓烈或含蓄的思想表达。

4.2 对中国抽象艺术符号化元素的解读

在中国抽象油画艺术的创作中,对于艺术的符号表现形式运用较多,这一艺术语言更多的是基于创作者的主观想象,在融合写意的传统绘画形式发展而来,虽然是以客观事物为基础,但是也更偏向于主观上的加工创造。在抽象油画的创作中,受到中国传统艺术表现形式的影响较大。而且,在中国抽象油画艺术的发展过程中,可以发现,不同的画家对于符号艺术语言的内涵表现是各不相同的,他们拥有自己绘画的独特符号化语言,能够带有鲜明的个人特色。这就使得中国抽象油画艺术具有了较为突出的本土化特征。不仅是不同的创作者,其实不同的绘画主题其需要的符号化语言也是各不相同的,他们在中国传统文化内涵的滋养下,形成了独具一格的艺术表现手法,使得每一幅画作都是中国艺术创作形式与内涵的重要代表,是对民族艺术内涵的再现与宣扬。中国抽象油画艺术在符号化表现上为世界油画艺术的丰富发展作出了重要贡献,是世界油画艺术发展的重要推动力量。

4.3 中国抽象油画的形式法则及审美

纵观整个中国抽象油画的发展过程,可以发现中国的抽象油画艺术已经具有自身独有的形式法则及审美特点。中国抽象油画虽然在发展伊始受到了西方形式法则的影响,但是,在具体的发展过程中却演化出了属于自己的形式特征,形成了独有的审美特点。它推动抽象优化艺术更加注重内在形式感受,更加表现创作者本身的主观感受,而不是片面地追求客观上的相似。也就是说虽然中国抽象油画不可避免地

受到了抽象主义的影响,但是,在本土化的过程中也保留了中国传统艺术中对于画作主观精神追求的重视,它促进画家追求真实的内心自我,真正以人的主观情感为中心,这其实是在最初的绘画创作目标的价值追求不同的基础上产生的差异。在形式上,其实,中国抽象油画对于形式的追求程度是更深的,但是却并不拘泥于传统的画风和技法,而是大胆创新取长补短,积极融入新的有益元素,促进中国抽象油画艺术的进步与发展。

5 结语

论文详细介绍了中国抽象油画艺术的发展历程,揭示了中国抽象油画艺术受到西方抽象主义与现实主义绘画风格的影响,并与中国传统抒情写意的绘画艺术相结合的发展过程。并且在中国抽象优化艺术的艺术表现力以及审美特点的不同方面,系统介绍了中国抽象油画艺术的民族性特征,以期能够更为系统地了解中国抽象油画艺术。在绘画艺术发展的当前背景下,抽象优化的艺术发展也在不断发展更新,中国优秀抽象艺术文化作品要想走向世界,就必须积极融入民族特色,以提升审美追求为目标,推动中国抽象油画艺术的发展,同时,世界油画艺术体系要想发展进步,也离不开中国抽象艺术元素的吸收借鉴,二者共同组成了丰富多元的油画创作过程,只有不断发展艺术长处,促进文化交流融合,才能共同促进油画艺术形式的长足发展与进步。

参考文献

- [1] 刘彦甫.关于抽象油画情感与意境的探讨[J].美与时代(中),2021(2):27-28.
- [2] 李雪文.中国当代油画创作的新维度探究[D].大连:大连理工大学,2019.
- [3] 邵文达.超以象外——绘画作品中的抽象之“象”[J].美与时代(中旬刊)·美术学刊,2020(12):24-25.
- [4] 任尚.浅谈当代中国抽象油画中的造型规律[J].中国油画,2022(2):3.
- [5] 李琪.浅谈油画中装饰性色彩的艺术表现[J].流行色,2021(7):120-121.

How to Cultivate the Creative Consciousness of Radio News Editors in the Era of Media Integration

Minyuchen Zhu Ka Wang

Yunnan Radio and Television Station, Kunming, Yunnan, 650000, China

Abstract

With the development of the era of financial media, the innovative consciousness of radio news editors has undergone tremendous changes. The innovative consciousness of radio news editors is facing severe challenges. The innovation consciousness and public relations of radio news editors are facing new challenges. Facing the new era of media integration, how should the traditional media regulators respond, what new professional needs do they have for publishers, lead new technologies and new media, innovate and continue to develop the innovation consciousness of radio news editors. This paper discusses this.

Keywords

financial media; radio news editor; innovation consciousness; development research

融媒体时代如何培养广播新闻编辑创新意识

朱泯羽晨 王卡

云南广播电视台, 中国·云南昆明 650000

摘要

随着融媒体时代的发展,广播新闻编辑创新意识经历了巨大的变化。广播新闻编辑创新意识面临着严峻的挑战。广播新闻编辑创新意识和公共关系都面临着新的挑战,面对融媒体的新时代,传统的媒体监管机构应该如何应对,对出版商有什么新的职业需求,主导新技术、新媒体,创新和继续发展广播新闻编辑创新意识,论文对此进行了探讨。

关键词

融媒体;广播新闻编辑;创新意识;发展研究

1 引言

随着信息技术的不断发展,媒体模式发生深刻变化,新媒体、新业态不断推出,正如习近平总书记强调的:哪里都没有信息,没有什么不可能的。融媒体的持续发展导致了融媒体、全息媒体、有效媒体的出现,造成了舆论生态和传播方式的深刻变革。

2 融媒体时代广播新闻编辑的创新意识意义

如今,越来越多的广播新闻编辑为公众提供更加多样化的广播节目,不断拓展观众的视野,丰富他们的视野。因此,广播电视编辑必须具备媒体信息复杂化的趋势和规律,才能进行自我改造,促进媒体的可持续发展。在广播新闻编辑过程中,要不断提高工作质量和效率,获取更多真实、有价值的信息,为公众提供更好的广播新闻编辑,缩短与公众的距离,支持广播新闻编辑与融媒体结合,创新编辑人员的意识^[1]。

【作者简介】朱泯羽晨(1989-),女,白族,中国云南昆明人,硕士,一级播音员,从事播音与主持艺术研究。

3 融媒体时代广播新闻编辑中所面临的问题

尽管大量听众的外流严重削弱了传统媒体传播信息的能力,但现代互联网媒体取得了巨大进步。虽然媒体的概念在学术周期内没有正式设计,但互联网技术的发展彻底改变了人类信息传播的结构和形式,其范围和有效性也发生了不稳定的变化。新闻传播速度较快,以互联网技术为基础的新媒体缩短了与公共信息空间的距离,增加新闻传播的影响力。公众只要接入互联网和智能设备,就可以接收和传播新闻信息,不仅改变了传统传播的创新意识机制,而且保持了与时俱进的节奏,单纯专注于获取和编辑能力,也专注于“创新能力”,开始重视评价体系,网络信息传播的信息服务能力和通信渠道。在媒体时代,传统的广播新闻编辑创新意识还存在着许多问题。

3.1 从新闻角度探寻真相的精神受到质疑

现在,不少媒体记者急着缩短新闻流程,减少核实和链接。他们在没有证据的情况下获取的新闻,实际上为传播虚假谣言和新闻创造了空间。广播新闻编辑创新意识还不能接受全过程的重构,他们很难在短时间内充分消化新技术,

应用于创新意识,新的媒体技术的发展也不断更新和重复。传统广播新闻编辑创新意识需要时间从知识观念的角度来理解、消化和掌握新技术。他们必须走自学的路,传统广播新闻编辑创新意识缺乏网络的思维,过去的广播新闻编辑主要参加了舆论的介绍,现在广播新闻编辑创新意识越来越重视服务大众的能力。媒体融合的发展趋势必须重视经验和公共信息服务,以公众为中心,以体验为中心,无视内容的制作、内容的传播、产品的销售和媒体的信息服务管理,社会效果和经济效果都不理想^[2]。

3.2 影响广播新闻编辑对信息的控制

在编辑广播新闻时,必须确保当前处理过程中信息的准确性。编辑新闻稿必须在尽可能短的时间内进行适当评估,以确保新闻能够广播,吸引更多的人,并提高新闻处理能力。然而,新闻材料的实际观点数量可能取决于新闻编辑的几个因素。只有提前分析数据,我们才能确保数据在控制范围内。

3.3 影响广播新闻编辑的社会责任

随着融媒体的发展,互联网上的信息传播速度越来越快。广播新闻编辑在发展新闻方面也遇到了困难。在这个过程中,一些追求非法利益的人在广播电视作者的内容之外传播负面信息,对舆论施加压力,影响舆论。因此,广播新闻编辑发布者必须在处理新闻内容时保持原创性,仔细检查新闻内容,确保其真实性,防止错误信息的负面影响。

4 提高广播新闻编辑创新意识的原因

4.1 保障广播新闻编辑发展

在媒体融合时代,综合媒体产业的发展逐步加快,人们不再依赖传统电视公司,使用智能手机、互联网浏览不同种类的资料,根据他们的需要,寻找合适的资料,以满足生活和休闲的需要。力求通过关注媒体发展的具体情况,结合媒体空间和内容的限制,发展自身能力,通过改变形式和渠道,积极参与媒体竞争,要使社会充分认识到广播新闻编辑的优势,要吸引更多的固定收看广播新闻编辑节目的观众^[3]。

4.2 发挥广播新闻编辑优势

广播电视出版商是传统媒体时代获取信息的主要手段之一,他们有优势。随着媒体时代的到来,网络媒体在一定的时间和空间上震撼了媒体,对信息的需求正朝着多元化的方向增长,广播新闻编辑必须不断调整方向为使广播新闻编辑在新时期发挥广播新闻编辑的优势,要通过结合自身工作特点和综合分析等广播新闻编辑发展优势,加强对转型期工作的重视,深入发挥广播新闻编辑的优势,推动新时期广播新闻编辑事业实现新的发展。

5 融媒体时代广播新闻编辑创新意识的策略

5.1 维护职业道德

广播新闻编辑必须遵守整个媒体的法则,在观念、技术、商业模式、整个传媒时代的广播新闻编辑策略规范整个媒体

时代传播体系中的信息传递,遵守内容和形式创新的基本职业道德,同时要正确引导评价,营造健康的社会氛围。只有统一新闻职业道德体系,才能在完善和实施相关法律法规、加强媒体自律、提高社会歧视水平等方面实现具体创新。第一,我们需要确保媒体与广播新闻编辑养老金之间的网络连接。目前,通过提高网络技术和科学水平,媒体和广播编辑可以使用各种数字设备捕捉和表达信息,并组织网络。在这种情况下,媒体和广播电视的作者应积极创建自己的官方媒体平台,用于传播广播新闻编辑的节目。第二,广播电视作者必须做好节目制作和指导广播电视作者的工作,调整节目发展战略,充分利用数字资源,分发满足公众需要的节目材料,提高媒体对广播电视会议作者的影响力。第三,广播作者应通过微博、网络聊天和其他金融工具收集和传播信息,提高广播新闻编辑的及时性,加强联系,确保与公众的有效沟通,确保公众与广播新闻编辑之间的距离。这使得广播和电视新闻的编辑能够仔细倾听当地居民的意愿,并管理节目和后续广播主题的编辑^[4]。

5.2 建立完善的培训计划

为了能够收集和处理融媒体的优秀新闻,人才发展机制的建立必须在融媒体期间实行集中培训和外部培训计划。邀请专家和有能力教授讲课、授课,联系需要建立一个高水平的管理团队。我们应该更加重视公共体验和服务机制,各媒体自身也非常重视公共体验和信息服务。使人们对媒体满意,为人们的最佳生活需求做出贡献。信息服务内容和媒体管理传播,贯穿于传播全过程、全方位、全方位的服务,培养现代传播技能,既能收到社会效益,又能提供经济效益。媒体的主要作用是完成有针对性的信息传递。然而,在媒体时代,重点放在媒体等节目上,而不是传统的模式,也要进行综合性的革新,但在实施有关作战时,又出现了新的问题。新时代的“广播新闻”应该重新考虑吗,根据传统观念,它记录社会,传递信息,它反映了现代性,并定义了一个时代的特点,可以被广泛的人理解,例如通过简短的描述。理解为除传统媒体上的评论和文章外,所有普通文本都属于新闻、通讯、特写领域,随着媒体时代的到来,广播新闻的规模、广播新闻编辑在计划期间如何实现信息传递的目标可以引起广泛的舆论,政治和政府的宏观领导人,广播新闻可以传递信息。传统新闻倡议的片面性虽然作为新闻传播的一般模式,但并不是一个国家的公民所无法企及的。大多数拥有智能终端的人都能亲眼目睹,因此,在智能媒体时代,媒体能够有效补充新闻传播,激发舆论,促进主流权威媒体改革^[5]。

5.3 建立人才转型机制

采取细致的措施,确保整个媒介发展真正是传统媒体。可以通过发布各种信息让人们进行阅读和传播,因此,在实践中,信息的内容应该是积极的和充满活力的,不允许传播容易引起公众舆论的不良信息。同时,编辑思想可以很容易地对新项目产生适当的影响。因此,筹备委员会必须具有合

理的价值观念,以确保其内容也是积极的。随着互联网的发展,一方面,我们必须利用相关信息技术和各种媒体来传播新项目,扩大其范围并确保其影响。纵观媒体发展和采编人才转型;另一方面,要设计评价机制,并加强广播新闻编辑创新意识以此来提升经济效益的发展。

5.4 有效提高专业素养

第一,广播新闻编辑要不断加大专业培训力度,在编辑过程中不注重原稿,而应该更多地了解新闻,从长远的角度看当前的编辑工作。一般来说,在编辑各种原创和电视新闻时,这些内容必须全面考虑,包括对整个社会的影响。第二,编辑人员要对新闻内容有一个大致的了解,更充分地考虑其内容,扩大信息传播的范围和速度,在创新的过程中,整合电视的真实情况。例如,在广播新闻编辑中,他的眼光更为独特,这得益于群众的理解,它的正确性预测了程序的未来和有效性,在参考程序相似的特性时,有选择的余地,在播放后不完全复制这个程序,为了得到更好的反应。随着文化的快速发展,只有在如果它具有文化内涵,与主流意识相适应。在制作电视节目的过程中,往往考虑到人口的需要。第三,不断提高自己的能力,通过文字的方式来完善多媒体软件的教学,视频和音频技术^[6]。

5.5 创新新闻内容质量

广播新闻编辑在充分利用互联网发展特点的同时,要适应新闻传播的形式,也要注重工作内容。融媒体的发展使新媒体的数量大幅度增加,但新媒体的传播过程中可能会出现故障和信誉下降。这是发展广播事业的固有优势,也是广播电视出版商必须继续监察迈向新阶段的过程。广播新闻编辑出版工作者在工作中要坚持以内容为中心的战略,结合信息采集和内容迁移的特点,在认真研究合理化电视新闻内容的基础上,明智地开展出版工作,为社会公众提供有针对性

的真实新闻。广播新闻编辑在选择新闻题材时,应根据公众的需要,摒弃简洁的内容,以容易掌握的语言向受众传播生活信息,以缩短新闻与受众的距离。此外,广播电视节目的发行人应当更加重视舆论的形成,考虑国家的发展需要和社会发展的方向,尽快利用媒体从维护社会稳定、防止向民众传递负面能量的角度,精简舆论形成过程^[7]。

6 总语

综合上述,在融媒体时代,新闻的传播速度更快,表现形式更好,有更大的公众需求和更广泛的报道。广播新闻编辑和处理应充分利用不同媒体的优势和互补功能,以最大限度地发挥信息采编和处理的作用,科学推进媒体大众发展,深入认识媒体整体意识,用新技术构建新时代的广播新闻编辑体系。

参考文献

- [1] 熊贵俊.融媒体时代下如何培养广播新闻编辑的创新意识[J].传播力研究,2019,3(11):134.
- [2] 李婷.融媒体时代下广播新闻编辑的创新意识的培养[J].传播力研究,2019,3(8):96.
- [3] 刘练.融媒体时代下如何培养广播新闻编辑的创新意识[J].传播力研究,2019,3(5):133.
- [4] 徐梅.融媒体时代如何培养广播新闻编辑的创新意识[J].西部广播电视,2019(3):120-121.
- [5] 夏俊.融媒体时代下如何培养广播新闻编辑的创新意识[J].传播力研究,2019,3(4):120+128.
- [6] 孟涛.融媒体时代下如何培养新闻编辑的创新意识[J].传媒论坛,2019,2(2):48-49.
- [7] 谢晖.融媒体时代下广播新闻编辑创新意识的培养初探[J].传播力研究,2018,2(10):167.

The Embodiment of Cultural Confidence in Costume Drama Movies and TV Drama Works

Jiaying Wang

Xizang Minzu University, Xianyang, Shaanxi, 712000, China

Abstract

The report of the 19th CPC National Congress pointed out that practicing cultural confidence and improving the national pride of all the Chinese people is urgent task to achieve the goal of becoming a cultural power. In recent years, costume dramas, films and television works have played an important role in the cultural communication and communication in China, and are a favorable way to build and practice cultural confidence. By analyzing the path of cultural confidence in costume dramas in recent years, this paper affirms the expression of cultural confidence in costume dramas, and provides new ideas for the development of costume dramas in the future.

Keywords

cultural confidence; costume drama; traditional culture

古装剧影视剧作品中文化自信的体现

王加樱

西藏民族大学, 中国·陕西 咸阳 712000

摘要

党的十九大报告指出, 践行文化自信, 提高全体中华民族自豪感是实现文化强国目标的当务之急。近年来, 古装剧影视作品在中国文化传播和交流中发挥了重要作用, 是构建和践行文化自信的有利途径。论文通过分析近几年古装剧作品体现文化自信的路径, 肯定了古装剧中文化自信的表达方式, 为未来古装剧的发展提供了新思路。

关键词

文化自信; 古装剧; 传统文化

1 引言

十八大以来, 习近平总书记多次指出文化自信是“最基本、最深层、最持久的力量; 是更基础、更广泛、更深厚的自信”。随后在党的十九大报告中又再次指出, “没有高度的文化自信, 没有文化的繁荣兴盛, 就没有中华民族的伟大复兴”。所谓文化自信是一个国家、一个民族、一个政党对自身文化价值的充分肯定, 对自身文化生命力的坚定信念^[1]。如果一个国家的国民都对自己国家民族的文化不认可甚至抛弃和背叛, 那这个国家必然不会长存。中国是一个拥有五千年深厚历史根基的文化大国, 但我们也不得不承认, 中国从一个文化大国到文化强国, 还有一定的差距, 这事关中华民族伟大复兴的中国梦的实现, 不容我们忽视。所以践行文化自信, 提高全体中国人民的文化自信心, 刻不容缓, 只有这样才能平衡文化软实力与物质硬实力, 才能真正实现文

化强国的目标。

新冠疫情期间, 观看视频成为最受公众欢迎的文化娱乐活动, 这表示公众将满足文化需求的目光又重新回到了影视产业。古装剧作为一种特定文化语境下的艺术形式和生活方式, 从根源上符合大众的审美心理, 使其成为大众满足文化需求的最有效手段, 所以电视剧在弘扬中华民族文化自信上责任重大, 在让传统国粹进入公众视野的任务面前, 国产古装剧发挥着题材的天然优势, 作用不容小觑。中华传统文化是中国的民族特色, 它以独一无二的理念、智慧、气度、神韵屹立于世界文化之林, 绽放出夺目的光彩^[2]。近些年, 《知否知否, 应是绿肥红瘦》《长安十二时辰》等一些优秀的国产古装剧作品, 就有效发挥了其传承和弘扬中华优秀传统文化的作用。通过分析近几年古装剧作品体现文化自信的路径, 肯定古装剧在践行文化自信方面起到的积极作用, 对未来古装剧文化自信的构建不无裨益。

【作者简介】王加樱(2001-), 女, 中国山西吕梁人, 在读本科生, 从事文化产业管理研究。

2 古装剧“服化道”体现中华璀璨历史

纵观近几年的古装剧大盘, 各种题材的古装剧套路不

一,不少剧组将创新的重点都花在了拍摄的“服化道”上面。所谓“服化道”就是服装、化妆、道具,很多制片人在作品创作中,力求最大限度地还原真实的历史场景,因此会首先从服化道的细节上下功夫。在《知否知否,应是绿肥红瘦》(以下简称《知否》)剧中,明兰出嫁时身着绿色嫁衣,顾廷烨穿着红色婚服,很多网友表示对这种红绿配色不理解,其实古代并没有色彩冲突这一说,古人看来,红色和绿色是高贵的象征,所以正是因为《知否》剧组尊重历史,迎合历史,才会特意这么设置。在1987年的《红楼梦》剧中,服装设计的水平可以说是达到了炉火纯青的地步,当时的设计师史延芹为剧组准备了近2700套服装,工作量非常大,甚至是现在的古装剧也是无法比拟的。从人物服饰到配饰造型,再到化妆造型等等,无一不体现出设计者高超的技艺与创意。更有不少学者对《红楼梦》中的美学创新进行学术的探讨,这足以证明,《红楼梦》对当时的古装设计的引领和启发作用。古装剧中对于体现中华璀璨历史的研究不止于此,《大宋官词》剧组不仅花功夫在服化道的考究上,而且还还原了真实的历史场面,在秦王设宴的拍摄中,剧组还原了《韩熙载夜宴图》的部分场景,从剧中每个人物的造型、动作再到空间的布置,动静结合仿佛看到了千年之前唐朝宴会的画面,给予观众更多的历史想象。

如今,在文化消费市场上掀起了公众开始追求国风,追求中华传统文化元素的热潮,我想这和古装剧的“服化道”不无关系,它们正在潜移默化地塑造着观众的审美倾向,汉服的兴起和《延禧攻略》的热播带火了莫兰迪色系搭配就是很好的例子。

3 古装剧“携手”非遗元素展现中华独有智慧

一部优秀的古装剧作品,不仅要在“服化道”这种外在形式下功夫,还要对一些传统文化的元素进行挖掘和呈现。在古装剧《延禧攻略》中,就1:1复刻了中国刺绣、缂丝、绒花等国家非物质文化遗产,给观众呈现出了一段更直观更生动的中国传统文化。该剧在刚播出时候,就有网友对剧中人物的头饰表示“没见过”,后经其他网友提醒才知道这是“绒花”,是中国的非遗之一。在剧中,演员们都会佩戴与自身角色性格相关的绒花造型,对于情境的塑造和呈现都起到了一定的作用,更是加深了古装剧中的文化意义。同时也引领着很多综艺、纪录片、影视剧市场在剧情的设置中更加注重非遗元素的输出,《极限挑战》《奔跑吧》等娱乐性较强的综艺节目中,会将非遗元素作为某一期节目录制的主题。非遗元素除了对古装剧的制作起到画龙点睛的作用,甚至还在一些剧中起“主线”的作用,在《当家主母》这一剧的“主角”就是中国非遗技艺——缂丝,创作者用一整部电视剧来对一项非遗文化进行推广,能让观众通过这一古装剧强烈地感受到的缂丝这一非遗技艺的魅力,也会引起广大公众对缂丝的关注,不仅能让这类技艺得到保护,还会

有利于这种技艺的顺利传承,甚至能够带动某些发源地的旅游文化经济发展。可以说,“非遗+古装剧”这一搭配,在价值实现方面达成了共赢的局面。

当然,古代礼仪文化及其背后的历史传统也在一些古装剧中被观众了解。说到古装剧中的礼仪文化,首当其冲的就是行礼方式。由于有些古装剧是定位在不同的历史时期,不同时期的行礼方式也不一样,在古装剧《知否》中,女主明兰在行礼时,是右手放于左手前面,微微曲膝,而男子就会是左手在上,体现了当时古人“男左女右”的思想,这个细节让古装剧更经得起推敲,也让大众有更沉浸的观感体验。除了行礼方式,制片方还将古人的闲情雅致融入到古装剧中,比如在唐宋时期,一种最流行的煮茶方式——点茶和将各种香材研磨混合的办法——合香,就被很好地融入了《知否》的制作中,让很多观众在观剧的同时对古代传统的礼仪文化得到了初步的认识。

4 古装剧内容至上深刻认识文化魅力

一部作品最起码是符合社会正能量的,而一部能够践行文化自信的作品,最重要的还是要看作品的内容传递的社会价值观。建构文化自信就要建立对于社会主义先进文化的自信,发展社会主义先进文化必须树立和坚持社会主义荣辱观,以此来培养良好的社会风气,是全社会形成一种积极、健康、文明的良好风尚,促进人的全面发展^[1]。在这个“内容为王”的创作市场上,应该把有文化厚度和文化意义的剧本当作衡量优秀古装剧的决定性指标。

87版的《红楼梦》,将古时的政治制度和家庭伦理通过该剧传递给了广大观众,让公众能够沉浸其中,在观剧的同时,感受中华传统文化的熏陶,丰富自己的文化素养,是一部真正从外到内都充斥着中华文化的气息的电视剧,可以称之为古装剧的经典之作。同样经典的还有以沉稳大气为风格的《琅琊榜》不仅衣冠服饰、古典建筑等体现了中华文化的博大精深,更是在演员和剧本的完美配合下再现了中华文化的精神内核——仁义礼智信,中华民族文化的自信心在观众内心中油然而生。通过挖掘文化核心并与古装剧内容融合,进而潜移默化地提高中华民族传统文化在观众心中的自豪感,这才是古装剧对中华文化自信的体现的真正意义所在,也是最难以实现的。

习近平总书记在2014年的全国文艺工作座谈会上强调,中华优秀传统文化中很多思想理念和道德规范,不论是过去还是现在,都有其永不褪色的价值。古装剧是构建文化自信的一种重要途径,对于现代人更是一种具有教育意义的“教科书”。在《知否》剧中,就隐藏着很多值得现代人借鉴学习的为人处世之道。明兰是家中庶女,成长的处境艰难,但是她始终可以明哲保身,遇事清醒冷静,面对不公时退让顺从,“大智若愚”是她最好的武器,这对很多现代观众无论是面对家庭、爱情还是职场,都有很好的教育意义。明兰

心中的豁达乐观，顾廷烨的忠君爱国、民族大义，都传达给观众一份面对生活乐观向上的正能量。赵丽颖主演的另一部剧《楚乔传》中讲述了一位女奴如何在人吃人的险境中不断成长的故事，也传达了一种面对逆境砥砺前行、勇往直前的人生态度。这些角色凸显了中华民族刚毅不屈的人格，自然能引起观众内心深处的共鸣，观众产生发自内心的感动和顿悟。

构建文化自信要求中华民族的传统文化要与现代文化相适应，所以古装剧不能一味地传承传统文化，而应该积极地反省中华传统文化，取其精华，弃其糟粕，利用古装剧这种独特的艺术手段，将传统文化的痛点用叙事的手段表达出来，巧妙地培育、确立、夯实中华民族正确的价值观。聚焦女尊主义发展的《传闻中的陈芊芊》，虽然剧情并没有建立在真实的历史上，但是剧情的内容贯穿了男女平等的观念脱离了传统“玛丽苏女主”，强调了女权主义，宣扬一种男女平等的观念。在热播网剧《将军在上》中，着力展现了女性的独立智慧和坚韧意志，女将军叶昭巾帼不让须眉的形象，更是传播了男女平等的观念，对当代女性应独立担当的和女权意识觉醒有重大的启示意义。

不可否认的是，现在的古装剧确实是在衣冠发饰道具等公众观感方面大下功夫，在市场上占有一定的热度，但是

大部分古装剧仍没有给观众留下中华文化价值观的内容，不能让大众在观剧之后实现内心价值的满足。

5 结语

古装剧在“限古令”中，以一种传承中华文化，弘扬文化自信的创作方式再度崛起，值得肯定，然而古装剧的品质却不应止步于此，作为一种对弘扬传统文化具有天然优势的影视题材，创作者们要积极担起肩上重任，不断地从创作的角度挖掘中国传统文化的精神血脉，用创新的叙事方法，独特的拍摄技巧，巧妙地唤起观众与古装剧的共鸣，在提高古装剧艺术文化素养的同时，更要重视古装剧对讲述中华文化内在核心的能力。将古装剧独特的艺术性与中国传统文化的内核相统一，文化自信必然会更加明晰，更加持久地扎根在广大观众的灵魂深处。

参考文献

- [1] 云杉. 文化自觉 文化自信 文化自强——对繁荣发展中国特色社会主义文化的思考(中)[J]. 红旗文稿, 2010(16):4-8.
- [2] 袁梦绯. 讲好影视剧中的中国故事[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11(4):226-227.
- [3] 闫伟. 电视剧构建与弘扬文化自信的路径浅析——以最近几年的优秀作品为例[J]. 中国电视, 2018(3):42-45.

Ways to Improve the Efficiency of Mass Cultural Services in Cultural Centers

Di Zhu

Guang'an Cultural Center, Guang'an, Sichuan, 638500, China

Abstract

The public service problems of traditional cultural centers are prominent, such as unbalanced infrastructure development, service content and service form do not meet the needs of the Times, service level and service ability is not high, etc. The mass cultural construction of cultural center has many functions and functions, such as counseling function, organization and publicity function, literary and artistic creation function and so on. In order to improve the efficiency of mass cultural service, this paper proposes to improve the staff's professional quality and enhance their service consciousness. Perfecting the organizational framework and giving play to the value of the government; Increase investment and improve infrastructure; Rich content, increase efforts to develop mass culture; Give full play to the role of photography, enhance the public awareness of cultural activities, and so on, to promote the development of cultural centers.

Keywords

cultural center; mass culture; service efficiency; improvement

提升文化馆群众文化服务效能的途径

朱蒂

广安市文化馆, 中国·四川广安 638500

摘要

传统文化馆公共服务问题比较突出,如基础设施发展不够平衡、服务内容与形式不符合时代需求、服务水平与服务能力不高等。文化馆群众文化建设具有诸多职能与作用,如辅导职能、组织宣传职能、文艺创作职能等。为了提升文化馆群众文化服务效能,论文提出提高工作人员职业素养,增强其服务意识;完善组织框架,发挥政府的价值;增加资金投入,健全基础设施;丰富内容,加大力度发展群众文化;全面发挥摄影的作用,增强群众对文化馆活动的认知等等,促进文化馆的发展。

关键词

文化馆;群众文化;服务效能;提升

1 引言

文化馆在群众文化中发挥不可替代的作用,其是社会主义精神文化中相当重要的一部分内容,在传递群众文化知识,提高群众文化素养方面发挥不可替代的作用。时代不断变化发展,相应地丰富了群众文化内涵,很有必要进一步探讨提升文化馆群众文化服务效能的方法,为群众文化发展奠定基础。

2 传统文化馆公共服务比较突出的问题

通过分析当前阶段传统文化馆公共服务,比较常见的问题有几点:

【作者简介】朱蒂(1981-),女,中国四川岳池人,本科,副研究馆员,从事群众文化研究、美术摄影类、培训研究。

2.1 基础设施发展不够平衡

一直以来中国政府与党均高度重视发展社会公共文化事业,然而在多种因素影响下,中国在公共文化领域方面的投入较少,一定程度上阻碍中国提升文化馆的服务能力,并不利于充分发挥文化馆的公共文化服务效能。此外,城乡公共文化发展水平差异较大,缺乏健全的公共文化服务体系。在经济发展条件的影下各地建设文化馆方面的投入资金很少,部分地区经济发展水平较高,可以承担文化经费,但二线城市缺乏财力,经济发展水平相对落后,可以承担文化经费的能力不足,阻碍各类群众文化活动的开展。

2.2 服务内容与形式不符合时代需求

建设公共文化服务体系的主要目标在于服务于公众,其最主要的任务是给群众提供质量更高的文化服务与文化产品。虽然文化馆加大力度优化公共文化方面的服务,且在这方面投入较多的精力,但是政府部门财政投入较少,因而

基层文化馆实施比较落后,甚至存在缺乏活动经费的问题,无论从服务形式还是服务内容方面分析都无法跟上时代发展的需要。通过调查分析文化馆的内容可知,中国仍有不少地区的文化馆提供了较低的公共文化服务水平,很少可以提供文化服务面,服务内容比较单一,服务形式落后,无法调动人民群众参与公共文化服务的积极性^[1]。

2.3 服务水平与服务能力不高

文化馆应自觉承担群众文化服务的效能,但这一目标的实现需要综合素质较高的队伍。然而对中国文化馆人员配置方面的问题进行分析可知,虽然文化馆从业人员数量明显增加,但是社会建设到一定程度后增加了公共文化服务的难度。这就意味着文化馆提高对文化队伍综合素质,然而部分文化馆的工作人员都是应届毕业生或其他剧团转岗人员,人员配置不够均衡,降低了文化服务质量,很容易出现文化馆不平衡发展的问题。

3 文化馆群众文化建设的职能与作用

3.1 辅导职能

建设文化馆需要凸显以人为中心的服务理念与建设宗旨。众所周知,文化馆是服务型与公益型机构的一种,可以给群众推送优质的文化。由此可以确定,文化馆工作人员在发展群众文化方面起到辅导的作用。文化馆可以发挥群众需求的作用,从群众的角度出发,为顺利开展多元化的辅导工作奠定良好的基础。比如摄影辅导与美术辅导,但无论选择哪一种辅导方法,都需要文化馆工作人员深入群众,做好相关的调研工作,为高效开展各项辅导工作奠定基础,使文化馆各项工作更接地气,满足广大人民群众的需求。

3.2 组织宣传职能

当前群众文化活动中还未完全体现文化馆的组织宣传职能,发挥丰富的艺术文化和多样化组成形式的作用推动群众文化活动的可持续发展。从不同角度宣传文化教育,增强群众对中国基本国情的了解,全面凸显中国传统文化,提升群众文化水平,让人们们对文化的合理诉求得到满足。

3.3 文艺创作职能

文化馆是否可以正常工作离不开文化馆工作人员发挥自身的专业性,引导或组织群众开展文艺创作方面的活动,立足兴趣加工与创作深受群众喜爱的文化作品,如摄影、美术。给人民群众提供优质的文化作品,发挥各类文艺活动的作用推动社会的可持续发展,促进人们不断提高自身文化艺术与鉴赏能力。

4 提升文化馆群众文化服务效能的建议

4.1 提高工作人员职业素养,增强其服务意识

文化馆的工作人员是文化馆群众最主要的服务对象。通过分析当前阶段文化馆工作人员的综合素质可知,明显存在文化馆工作人员综合素质不高的问题。因此,为了实现提升文化馆群众服务效能,很有必要从思想以下方面着手提升

工作日内有的专业思维。

一是加强对文化馆工作人员进行思政教育。因为文化馆工作人员的行动主要受其思想影响,只有从思政教育方面切入才能调动工作人员服务积极性,增强其服务意识,让其在工作中认真负责。

二是加强培训文化馆工作人员的专业技能。作为当今时代的文化馆工作人员,必须掌握一技之长,如摄影、美术、书法等,除此之外还需要具有其他方面的特长。

三是具有专项培训工作能力方面的实践活动,如良好的组织能力、活动策划能与协调能力,确保文化馆具有较高的能力与素质,使其端正作风,增强其责任心,为提升群众文化服务效能奠定人才方面的保障。最后,健全人才引进平台与机制。作为文化馆的工作人员,必须具有优良的人才辨识能力,这就需要文化馆工作人员定期开展人才方面的培训,有效引进人才。

四是健全激励制度,在培训工作中调动文化馆工作主动性与工作积极性,确保培养的文化馆人才符合区域发展需要。同时,基于人才激励与展示环境,从多个方面做好实践文化服务方面的职能,为各类人才提供新的平台与空间,发挥人才在发展文化馆中的带头人与主力军作用。由此可见,文化馆应具有专业能力较强的人才文化队伍,稳步推进文化馆各项工作,推动文化馆的可持续发展。

五是做好绩效考核制度的完善与优化。实现个人的价值是工作的主要目标,首先收入是最重要的一项。文化馆工作人员的工作收入对其工作积极性起到直接的影响。因此,文化馆应健全考核制度,发挥优秀员工的作用自觉树立榜样,营造优良的文化馆服务氛围,通过健全的奖惩制度提高绩效考核评价的民主性。例如,可以建立文化馆评价平台,耐心倾听群众的声音,设置晋升制度时可以从管理能力与工作服务意识角度出发,做好文化馆管理人员的评选工作,调动其工作积极性,营造优良的工作氛围,优化文化馆的服务水平。

4.2 完善组织框架,发挥政府的价值

社会经济快速发展的今天,各行各业都发生较大的变革,这就意味着传统的文化机构满足不了人民群众对文化的需要^[2]。在此背景下逐步凸显社区的地位,因此很有必要成立专业的基层群众文化机构。社区文化活动中之初政府部门就已经以行政制度为基础建立群众文化事业机构,建立社区文化活动中之过程中需要让群众文化深入基层,让群众文化活动的范围逐步扩大。政府部门要提高对建设群众文化的重视,发挥自身的职能,加强建设基层群众文化,为建设社会主义和谐社会做出较大的贡献。由此可见,政府部门要高度重视文化建设,通过多样化的方式,如引导、教育、培训等增强基层干部的文化素养,由己及人,贯彻落实文化建设,为中国精神文明建设的深化推进奠定基础。政府部门要以自身为引导,全面发挥各项职能,发挥多样化

文化活动的作⽤让群众⽂化的⽣活更为丰富,让政府⽬门获得群众的配合与信任,提高群众的凝聚力。此外,健全长效机制,颁布、制定并落实⽂化保障制度,发展中国群众⽂化。例如,逐步提高基层⼲部在群众⽂化发展中的职能⽐重,在综合⽐与年度考核活动中循序渐近地提高政府⼯作⼈员对群众⽂化的重视。

4.3 增加资金投入,健全基础设施

众所周知,物质基础对上层建筑起到决定作⽤。⽂化馆开展⼯作的过程中一旦缺乏资金,则对⽂化馆的发展产⽣限制作⽤。因此,政府⽬门要改进自身管理思维。政府管理部门要转变自身对⽂化馆传统的定位,明确在新时期背景下其是政府⽂化与群众⽂化二者互融互通中搭建了沟通的桥梁。由此可见,⽂化馆中的群众⽂化服务职能在民生⼤计中发挥团结与协调两个⽅⾯的作⽤。这就要求政府⽬门很有必要增加⽂化馆资金⽅⾯的投入,这对社会⽐定和谐起到⼀定的促进作⽤。同时,政府⽬门投入资金时不可盲⽬,而是要拓宽⽂化活动空间,量力⽽⾏,基于人民群众的喜⽐,以其喜⽐乐见的⽂化形态优化群众⽂化活动,统计区域⼈⼝数量,明确资金投入⼒度,因地制宜、科学地完善⽂化馆建设。

4.4 丰富内容,加⼤⼒度发展群众⽂化

⽂化馆不是⼀个单独的个体,其是政府的基础职能部门。总的来说,⽂化馆的⼯作可以⽤“宣传”与“组织”四个字概括。⽂化馆⼯作⼈员配合与协调的过程中要上下团结⼀致,做好分内事的前提下基于不同层面做好相应的反馈,全面了解人民群众多样化的需求,让人民群众可以在⽂化馆活动中找准自身定位,体会学习与传递⽂化的乐趣。协同⼯作的另⼀⾯在于⽂化馆加⽐与其他政府职能部门分工合作。为了丰富⽂化馆⼯作内容与⼯作形式,很容必要调动人民群众参与⽂化馆活动的积极性,协调各⽅⼒量。⽐如⽂化馆开展群众⽂化活动之前要加⽐与新闻机构与政府⽬门合作,积极创新群众⽂化活动,主要邀请体育、⽂化与教育相关部门共同参与,健全群众⽂化体系,丰富群众⽂化活动的内⽐。此外,发挥新媒体平台的作用宣传⽂化馆,树立优良的形象,让人民群众在精神层面上形成黏性,以群众⽂化需求为基础健全⽂化服务内容体系,这是因为只有⽂化馆和群众对话,让群众畅所欲言才能丰富⽂化馆的⼯作。同时,共享⽂化资源是时代最突出的特点。⽂化馆可以通过地区数据库找到适

合的⽂化形式与内容,共享资源数据,高效应⽤⽂化馆数据库,发挥其在开展区域⽂化活动的风向标作⽤。但必须注意,人民群众是⽂化馆的主要服务对象,必须让⽂化接地气、多层次与多元化,让其成为群众的知音。

4.5 全面发挥摄影的作⽤,增强群众对⽂化馆活动的认知

开展群众⽂化活动的过程中通常需要宣传报道,在通过摄影的⽅法添加图片,记录活动现场的开展情况,简洁地表达活动创⽐的主题,让人民群众结合⽂字内容快速捕捉信息,增强其对⽂化馆活动的认知^[1]。宣传报道的过程中可以应⽤摄影图片,结合图文给人民群众传递信息,增强人民群众的阅读积极性,强化其对具体情况的了解。摄影报道以传统报道为基础不断丰富信息内⽐,发挥图片的作⽤⽐动具体地展示活动的情况,尤其要合理利⽤有特色的图片吸引读者的注意力,强化共情效应。由此可见,⽂化馆⼯作⼈员要做好宣传与策划⼯作,发挥摄影的优势做好活动场景的展示。进⽐自媒体时代后逐步增加了很多摄影爱好者,人民群众主动参与其中。在此时代背景下摄影爱好者应全面把握群众需求,创作出更多优质的⽐作。视觉传播摄影艺术时要从全新的视角给⼈们展示更为真实的⽐貌,从群众⽐活中汲取养分,更关心社会热点,全面挖掘社会素材,在⽐作中融入⼈⽐关怀,通过摄影⽐作记录伟大的精神,积极传播社会正能量,以自身个性为依据形成不同的创作风格。

5 结语

总而言之,为了最大程度发挥⽂化馆的群众服务职能,必须高度重视⽂化馆建设,不断提高使⽤资金的额度与有效性,健全⽂化馆基础设施建设。同时,加⽐培养与教育⼯作⼈员,增强⼯作⼈员的综合能力,确保其服务意识与专业意识,不断提高人民群众的需求,加⽐⽂化馆建设速度,为中国社会主义⽂化繁荣发展奠定基础。

参考文献

- [1] 常玉琴.提升⽂化馆群众⽂化服务效能的措施[J].⽂化产业,2021(13):46-47.
- [2] 吝⽐.如何提升⽂化馆的群众⽂化服务效能[J].汉字⽐化,2021(4):165-166.
- [3] 陈坤.提升⽂化馆群众⽂化服务效能的有效性探究[J].⼤众⽐艺,2020(15):3-4.

Discussion on the Core Role of Animation Planning in Animation Project

Liang Zhao

Tencent Technology Co., Ltd., Shanghai, 200000, China

Abstract

With the introduction of foreign cultural works since China's reform and opening up for decades, excellent animation works from Europe, the United States and Japan with various themes have constantly flooded into China, which has greatly enriched the vision of the audience who have long watched Chinese traditional animation, and has constantly been impacted by the fully market-oriented animation works from Europe, the United States and Japan, which has brought new ideas and greatly enriched the visual enjoyment. It also makes Chinese animators more keenly feel the gap between the developed countries in the United States and Japan in terms of animation marketization.

Keywords

project planning; creative planning; full demonstration; unified consensus; firm implementation

浅论动画策划在动画项目中的核心作用

赵亮

腾讯科技有限公司, 中国·上海 200000

摘要

随着中国改革开放几十年来, 对外文化作品的引入, 不断有各种题材的欧美日动画优秀作品涌入中国, 这使得长期观看中国传统动画的观众, 大大丰富了眼界, 不断被欧美日那种充分市场化的动漫作品冲击, 带来了新的观念, 极大丰富了视觉享受, 也让中国的动画人更真切地感受到了在动漫市场化方面距离美日发达国家的差距。

关键词

项目策划; 创作策划; 充分论证; 统一共识; 坚决执行

1 引言

在 20 世纪 90 年代初期, 中国开始出现很多动画代工企业, 也就是为美日国家的动画片进行原画、动画的绘制。当时中国企业大部分处于动画的中期加工, 对于动画的前期, 包括策划、剧本、分镜、导演、美术设定等, 都是国外的公司直接提供。这就导致中国改革开放后出现的动画企业, 大部分缺乏前期设计的经验, 缺乏原创的能力。

自 2000 年后, 中国有部分公司开始原创动画 IP, 整个过程非常艰难, 但凭借着不断探索实践的精神, 一批优秀的原创 IP 涌现了出来, 中国动画在前期的设计能力顿时跟随上整个社会大潮流。通过多年的实践经验, 发现很多成功的企业, 成功的缘由并不明确, 没有总结到成功经验和记录摸索的过程, 没有整体的系统的整理出成功的精髓部分和专业的知识总结构架, 后期不免会再次导致失败。即使失败, 也

没有及时总结失败教训, 没有规避不利之处, 不知是何原因导致失败。而失败, 所导致的就是巨大的时间浪费和资金亏损。为了避免这种情况, 前期的策划作用, 就凸显了出来。动画策划案的创作有三个阶段, 就是充分论证、统一共识、坚决执行。这样就可以保证在后面制作阶段和营销方面不会偏离轨道。

2 何为动画策划

策划是指策划者利用手中有限的资源去创造性地谋定有效而可行的实施方案, 以图实现组织预期目标的思维全过程^[1]。动画策划, 即是动画项目在拍摄或制作前的整体规划, 目的是通过策划案统一创作团队和营销团队的整体思路, 为后期的工作承担指导性功能。动画策划案一般分为两种, 一种是项目策划, 通常由制片人、项目经理或动画策划师撰写。另一种为创作策划, 通常由动画策划师或编剧来撰写。

3 什么是动画项目策划

这种策划侧重于将动画 IP 进行产品化的思维, 着重强调于动画 IP 的市场定位、服务人群(人群画像)、竞品分析、

【作者简介】赵亮(1980-), 男, 中国北京人, 本科, 从事动画编剧、导演艺术研究。

泛IP的内容向开发、衍生品开发、形象授权、预算经费等。动画项目策划主要服务于动画公司的决策层、主创、商务授权、开发部门等，主要用来探讨项目未来的市场前景。

4 什么是动画创作策划

此类策划更专注于动画项目在内容向的定位和设计。主要包含世界观设定、美术设定、剧情大纲、人物设定、剧情模式和矛盾系统等。这种策划用于统一创作团队的共识，主要讲述这部动画片的美术风格、故事的内容、故事的角色等。

项目策划通过以后，下一阶段为创作策划，也有两个策划合并为一个策划的情况。因为很多公司的决策层更加倾向于一个完整的策划案，包含项目的各个方面，最终做出精确的决策方案。

一个策划案最终的诞生，并不是策划师独自闭门造车的结果，是策划师在公司各个动画相关部门进行充分沟通交流，汲取各个部门对新项目的意见和看法，最后通过自己的专业经验进行深入思考和有选择的吸收，最终汇总后得出的结论。若在方向性或可行性上出现大的问题，后期将会造成巨大损失。策划案最终确定后，公司所有参与动画制作和动画商业开发的部门需要充分理解策划案的最终内容，对于不同意见，及时提出，共同探讨，达成共识后，开始投入制作。

5 动画项目策划在动画决策中的重要作用

动画制作是一项高投入高风险的商业行为，而这种行为的结果未必带来高回报。尤其中国在动漫市场方面并没有形成良性市场模式的环境下，投资动画的风险是很大的，这就需要充分研讨项目未来的市场前景，减少投资风险。一般在项目策划中包括市场定位、服务人群（人群画像）、艺术风格、竞品分析、泛IP的内容向开发、衍生品开发、形象授权、预算经费这些方面。这里主要介绍市场定位和竞品分析的重要作用。

6 市场定位的作用

所谓的市场定位，就是要明确我们这部动画片的目标群体是谁。广义来说，动画片可以给任何年龄任何人来看，任何年龄的人都有其适合的动画种类，那么确定项目要服务于何种群体，将决定后面所有策划内容的走向。目前来看，动画按年龄可以分为0~2岁、3~5岁、6~9岁、9~14岁、14+这五类。这主要是根据人的认知水平、思维水平来进行划分的。一般在0~5岁阶段是不分男孩和女孩项目的，这个阶段的孩子在两性上的喜好差异不大，基本趣味差异不大。到6岁以上，动画项目就有了男孩女孩的区分，比如《变形金刚》和《圣斗士星矢》就属于男孩向，《小花仙》和《魔卡少女樱》就是女孩向。当然更多的还是男女通吃的，比如《机器猫》《精灵宝可梦》《赛尔号》等。

确定了目标群体后，我们将研究确定动画片的风格，

一般风格有美式、日式、二次元、泛二次元、国漫等。相对美式动漫来说，日本的风格更符合东亚人的中国受众的审美口味。而所谓的二次元，则是泛指观众群体在14岁以上的，突出成熟美少女形象，日本风格明显（日本社会文化、审美），作品审美趣味符合二次元亚文化趣味表现的作品。而泛二次元，则是包含国漫在内的，适合14岁以上观众观看的商业动画片都可称为泛二次元。

以上的年龄、风格定位决定了目标群体的画像，从而可以提炼出动画项目的最终定位。比如说小花仙的市场定位是：用户是6~9岁的女孩，可辐射到12岁，聚焦小学生；初步具有两性意识，热爱幻想、魔法、花朵和服装服饰；风格为日式四头身可爱风。

7 竞品分析的作用

在确定了市场定位后，开始展开对相关竞品的分析，最好是选择此类项目的头部几款作品进行全方位分析，包括它们的播放点击量、IP开发门类、商业模式、衍生品开发、授权等。

分析数据可以通过一些收费的调查公司进行调查，也可以在一些视频平台中进行查找，或通过行业协会、期刊、网站进行搜集，信息一定要齐全和准确可信。重点为IP的开发门类，一个动画IP是可以有不同种类的产品形态来承载的。目前一般的开发顺序是先进行动画片的TV剧制作和播出，形成一定的粉丝量和市场认可后，便可进行电影、舞台剧、图书、微电影、真人TV剧或电影、游戏等内容产品广泛开发。一定要做好提前规划，能够在内容设计上有针对性地体现出来，锁定此项目未来变现的主要方式。例如，未来动画片的变现模式确定为游戏开发，在设计故事上要考虑到未来游戏的类型和内容，看是否能满足游戏的需要。如果有必要，可以在策划阶段就让游戏策划提前介入进来，初步确定未来的游戏类型和需求。

动画另外一个最重要的变现渠道，是动画角色形象授权。只有动画片在角色造型上拥有多种的变现方式^[2]，同时也要对竞品在衍生品开发品类、品牌形象授权、商务拓展合作等方面进行研究，找到对方成功的模式加以学习，论证项目在未来实施的变现可行性，最终确定此项目的商业模式。

8 动画创作策划在团队创作中的作用

动画创作策划是指导整个动画制作团队的“工程蓝图”。在整个创作过程中处于核心的指导作用，所以创作策划必须包含以下四个重要方面。首先是世界观设定；其次是剧情策划；再次人物设定；最后是美术设定。

9 世界观设定的作用

何为世界观，即是动画故事中角色所在的世界的一切。当然，这个是宽泛的说法，具体来说有这几个方面，首先要说明的是这是个什么样的世界，是以人类社会历史为参考的

现实世界吗？还是一个架空的世界？那么这个世界的自然环境和社会、人文环境是什么样的？是类似中世纪的魔法与骑士的风格？还是19世界的工业革命蒸汽朋克风？还是原始人和恐龙共存的史前文明呢？这个世界的普遍信仰是什么？这个世界的民族、地域、风俗、价值观、道德准则等等，都是世界观需要写清楚的。因为故事中人物的所有的思想逻辑和行为习惯都来自他生活的环境和接受的文化，总的来说，世界观越详细越好。尤其要将故事中经常用到的场景要用文字设定出来，包括对世界观下新出现的关键词进行解释，比如《圣斗士星矢》中所提到的“小宇宙”“第七感”，《火影忍者》中的“查普拉”，《七龙珠》中的“超级赛亚人”“舞空术”等。虽然资料越丰富越好，但必须是必要的资料，尽量做到言简意赅，描述准确清晰。

10 剧情策划的作用

世界观的设定完成后，开始进行剧情策划。剧情策划未必需要策划师来设定，也可以是由编剧来撰写。由于大部分的策划师都是从编剧成长起来的，因此由策划师一起创作策划最为合理。

有些人把剧情策划仅仅理解为故事大纲或梗概，这种理解极为简单，剧情策划包含多个方面。首先要将“一句话梗概”和创意点提炼出来。例如，《机器猫》策划案的一句话梗概是“一个懦弱善良的小学生和一个口袋里可以拿出各种稀奇古怪未来道具的机器猫，在一起生活所发生的趣事”。而它的创意点应该是“机器猫的各种未来道具无穷无尽且多种多样，满足了孩子们童真的所有幻想，让梦想成真”。

接下来是创作故事大纲，将故事主要情节进行简要的撰写，一般不超过一千字。如果是电影项目，在大纲中需要写明故事的三幕结构或四个段落。如果是TV连续剧，则要在故事大纲中把主人公或主人公团队的目标、进程写清楚。如果是TV单本剧，不但要写故事的整体剧情走向，还要总结出故事公式。所谓故事公式，就是TV单本剧每集都遵循的故事结构，如《机器猫》，它的故事公式就是：野比康夫生活中遇到困难+机器猫用道具解决野比困难+野比用道具闯祸闹出笑话收场。

再次就要将故事的矛盾系统进行总结。任何一部长篇动画片，若想使未来的剧本创作过程中编剧能够不断产出好的故事，就必须在策划阶段建立矛盾系统。所谓矛盾系统，就是故事中的各种冲突，冲突便是故事的来源。

比如火影忍者中的矛盾系统，总结如下：

鸣人内在狐妖想摆脱鸣人的矛盾；
鸣人想要变强和自己资质平庸的矛盾；
鸣人和佐助在争夺异性吸引力方面的矛盾；
鸣人代表本族和外部强敌的矛盾；
佐助和哥哥之间的矛盾；
佐助和鸣人间竞争和友谊之间的矛盾……

这些矛盾是贯穿故事始终的，设定故事时，这些矛盾是角色内在的驱动力，也是编剧的定海神针。

最后要将故事主角的成长路线表罗列出来。这并不是必需的，基本上低龄动画的角色少有成长，但是日本王道动漫的角色都会有成长，无论是能力还是精神属性、认知上，角色的成长都要贯穿始终。如果是电影项目，更需要角色的成长轨迹。

如果有必要，可以在策划案中加入编剧的创作原则，在编剧的创作原则中，要明确写明故事中要始终遵循的规范。例如，低龄动画中不准出现锋利物品，不能出现带血镜头；故事中的动物拟人的程度和方式、分类；故事的整体节奏是怎样的；故事更偏向传达知识还是更注重娱乐等^[1]。

11 总结

以上是动画策划案所包含的所有重要组成部分，一个完整的动画策划案决定着—部动画片的市场预期、投资风险、创作风格、故事方向、艺术品质等。由于在撰写策划案的过程中，要对公司各个环节和部门进行调研和论证，所以这也是促进共识和沟通的过程。当公司投入资源开始进行制作后，策划案会起到全程指导的作用。即使项目中有人离职了，也会保证后期新来的工作人员不至于偏离创作方向。策划案并不是一成不变的，随着情况的变化，策划案也会相应调整。但总的方针要充分论证、得到共识、坚决执行。相信随着中国动漫市场不断成熟，对策划案起着动画项目核心作用的认识会不断深入，会有越来越多的富有经验的动画从业者成为专业策划师，实现国产动画可持续的高品质发展。

参考文献

- [1] 李道平.公共关系学[M].北京:经济科学出版社,2008.
- [2] 韩若冰.日本动漫角色与角色消费研究[M].济南:山东人民出版社,2015.
- [3] 宗凯,曾巧.策划与动漫产品开发[M].重庆:西南师范大学出版社,2018.

Deconstruction Analysis of the Film *Pulp Fiction*

Yiming Zhang

Tianjin University, Tianjin, 300350, China

Abstract

From the perspective of deconstruction, the *Pulp Fiction* deconstructs the narrative mode of traditional films, shows the life styles of marginalized characters, breaks the structural framework of linear time and space, and breaks through the ideology of authoritative classics. This paper borrows Derrida's deconstruction thought, and by analyzing the deconstruction of the film in four aspects: the subject of the characters, the narrative logic, the shooting perspective, and the meaning of the lines, it reveals the deconstruction of the metaphysical logos centrism in the audience's mind by the *Pulp Fiction*, as well as the subversion of the dualistic opposite thinking pattern.

Keywords

Derrida; deconstruction; *Pulp Fiction*; binary opposition

电影《低俗小说》的解构主义分析

张一鸣

天津大学, 中国·天津 300350

摘要

在解构主义的视角下,《低俗小说》消解了传统影片的叙事模式,展现了边缘化人物的生活百态,打碎了线性时空的结构框架,冲破了权威经典的意识形态。论文借用德里达的解构主义思想,通过分析影片对人物主体、叙事逻辑、拍摄视角和台词意义四个方面的解构,从而揭示《低俗小说》对观众心中形而上学的逻各斯中心主义的消解,以及对二元对立思维定式的颠覆。

关键词

德里达; 解构主义; 《低俗小说》; 二元对立

1 引言

《低俗小说》是于1994年上映的一部由三个环环相扣的小故事构成的昆汀电影。影片的对白和表演固然扣人心弦、引人入胜,但其叙事结构上的巧思和创作背后的深意也令人意犹未尽、赞不绝口。论文以法国哲学家雅克·德里达的解构主义为视角,对影片进行多维度的分析和解读,并探寻《低俗小说》是如何从多角度消解传统影片的叙事模式、从而呈现出更为深刻的主旨与创作理念。

2 德里达与解构主义

2.1 德里达解构主义的含义

法国哲学家雅克·德里达(Jacques Derrida),是西方解构主义的代表人物。1967年,德里达的三部作品《声音与现象》《书写与差异》《论文字学》相继问世,由此开启了解构主义对西方形而上学的逻各斯中心主义的批判以及

对二元对立思维定式的颠覆。

最初,海德格尔于《存在与时间》中首次提出“解构”一词,英文为“destruction”,作分解之意。其后德里达将“destruction”发展为“deconstruction”,并补充了“消解”“拆散”“分裂”“非毁掉”等内涵。对于结构主义,解构主义是将其中的结构或符号“拆解”并“重新建构”,而非暴力的毁灭;是把固有的规则、既定秩序、人们的思维定式即意识形态,甚至是人类现有的一切知识体系打破、分解或颠倒之后再进行重建的行为和方法论。

2.2 德里达解构主义的本质

德里达解构主义的本质就是去中心化,揭示被遮蔽的边缘。结构主义认为,任何概念都被认为具有一个客观存在的本质,用来把握现象,即本质的外部表现。现象可以是千差万别的,而本质是相对稳定的。因此,本质无形之中站在了中心位置,成为操控现象的绝对权威。相对应地,非主流的观点和可能性被限制。这种静态的概念化所抑制的是超越所有结构界限的带有意图的“反抗力量”和活力^[1]。这种二元对立遭到了德里达的强烈批判,它认为西方的形而上学哲学传统实际上是一种强调在场的哲学。追求永恒存在的、不

【作者简介】张一鸣(1999-),女,中国河南驻马店人,硕士,从事外国语言文学研究。

容置疑的所谓真理或本质，并坚信这种本质可以被言说，即所谓的逻各斯，毫不怀疑地固守一个在场的中心，并以二元对立为逻辑基石，得出上帝优于人类、精神胜过物质，理性高于感性等结论。

而解构主义认为，事物并不存在一个固定的、先在的根本性本质，一切概念的意义都是不断变动的、不确定的。

“只承认一个永恒的中心，不变的权威，这个结构必将由于中心枯竭而自我解构^[2]。”“这个中心统治着结构，但同时又逃离着结构，它虽然属于结构，却又排除在这个结构的规则之外，因而它自相矛盾的既在结构之内，也在结构之外^[3]。”因此，德里达认为，此结构随着中心的脱轨会逐渐自我瓦解，结构主义会不攻自破。后来，德里达在发表的《力与意谓》中质疑了结构主义在系统和概念上的内在自足性。他指出结构主义总是在思想上屈服于稳定的秩序以主张自己的观点。“它的成就，无论多么令人印象深刻，本质上都仅限于对已完成、已构成、已构建的反映”^[4]。

2.3 德里达解构主义的策略

德里达抓住了索绪尔语言学范畴的漏洞，指出：能指之所以能够指代某一所指，是因为它与其他能指的差异决定的。即能指是因为它不是其他能指所以才成为自身，那么，这种区分将是无限的，很难在网状纵横的能指链上来给它划定一个边界，意义也就成为无始无终的符号游戏的副产品^[5]。

德里达自创了“延异”（difference）一词，作为瓦解结构意义确定性的关键性概念。这个词来自法语动词“to differ”（区分）和“to defer”（延搁）^[6]，两个词分别诉诸了时间和空间。德里达认为，语言不过是“差异与延异”的无止境的游戏，最后的结论是永远得不出的^[7]。“延异在内涵上有三层意义：①具有区分的意义；②散播，具有分散整体的意义；③延宕、环环相扣，向无穷延伸^[8]。”

3 《低俗小说》的解构主义分析

3.1 人物主体的解构

3.1.1 精英文化到大众平民

不同于以往电影热衷对英雄和伟人的塑造，该影片将镜头转向小人物，打破了精英文化为中心的角色群体二元对立。导演昆汀大胆创新的尝试，向我们说明电影选角可以是宽泛的，并不一定要拘泥于精英阶层，从而取消其中心地位，引导二元对立转向多元发展。片名《低俗小说》是路边摊读物，受众为美国文盲或粗俗的人，该影片角色则属于这类群体。故事背景设置在美国90年代的洛杉矶，大众平民的面貌与生活百态徐徐展开。他们言语粗俗，肢体动作随意，生活混乱，甚至游走在危险的边缘，如黑帮群体、抢劫犯、拳击手、毒贩等。传统的精英文化角色主体被大众平民颠覆，电影角色被“去中心”。

3.1.2 人与世界的角色转换

影片的结尾，朱尔斯代表着黑帮或喜欢另类生活的“先

锋年轻人”，对传统的世俗规则进行了一番评判，宣告他们所谓的世界观。他说每次杀人前念一段圣经是因为他认为自己是在帮助老大替天行道，铲除坏人，而自己一直扮演着好人的角色。但是最后他顿悟自己原来是残暴的恶人，思想发生反转。他意识到自己是人人憎畏的“强者”，这个世界才是“弱者”。所以，他最后金盆洗手，赋予自己牧羊人的角色，慈悲为怀，保卫生灵。他作为黑帮分子与传统黑帮角色的世界观大相径庭，颠覆了黑帮善与恶的二元对立，体现出黑帮可以同时兼容这两种品质，即使这很荒诞；同时拆解了世界强于人的二元对立，人并不一定总是大千世界中的小蚂蚁，人也可以转变为强者的角色，去改变世界，守护世界。

3.1.3 对传统典型杀手形象的解构

影片中两位主要的杀手朱尔斯和文森特在执行黑帮老大马沙派下的任务时，一改传统杀手高度戒备、神经紧绷、小心谨慎、一点风吹草动就神经兮兮的状态；一路谈天说地，互相调侃，闲聊生活的琐事，甚至还哼起了欢快的小曲，大摇大摆地在要杀对象的门口大声吵嚷，为一件芝麻大的、微不足道的小事争执不休，似乎在他们眼中，生死这种大事就如同玩笑或恶作剧一般，是他们心中稀松平常、不足称道的日常任务。而且，在将死之人寒毛卓竖、吓得魂飞魄散之时，两个杀手却极度放松、谈笑风生，甚至与叛徒话起家常，整个氛围轻松融洽，让人很难将此场景与那种血腥残暴的杀人场景联想起来。在有说有笑的不经意间，朱尔斯猝不及防将叛徒击毙，这种突发性和随意性的叙事展现了一种强烈的冲击力和震撼力；而这种对传统面若冰霜、冷酷无情的杀手形象的颠覆，为影片增加了戏谑荒诞的效果，解构了观众对模式化杀手的刻板印象，令人耳目一新，丰富了暴力美学的内涵。

3.2 叙事逻辑的解构

3.2.1 事物发展的偶然性

根据“延异”的内涵，解构主义向往一种永未完结、总有未来、总有“希望”（promise）的社会空间和允许多元、异质、流变因素并存、因此永远不会走向物化、僵化或集权化的政治与学术空间^[9]。它认为事物发展具有不确定性，反对绝对性。没有伏笔和铺垫，影片多组事件突兀发生，意外结尾。如一男一女在餐厅用餐，突发奇想去打劫；文森特与车后座的马文闲聊，突然枪支走火，马文瞬间血肉模糊；米娅误吸海洛因，口吐白沫，险些丧命；文森特悠哉如厕，没等反应过来，突然被布里奇射杀；布里奇冒险取回金表，正为行动顺利而窃喜，甚至哼起了小曲，死对头马沙突然现身车前；想把马沙置之死地的布里奇，在逃出生天的关头，突然返身去解救马沙。重重的偶然事件消解了传统电影中规中矩的起承转合，倾覆了观众认知里电影应该具备开端、发展、高潮和结尾的必然性。折射出解构主义的“流变性”“非绝对性”和“无终结性”，反映出世界的荒诞和离奇。

3.2.2 消解宏大叙事

按结构主义思路来看，电影的主题和情节等呈二元对

立状态,用索绪尔的能指和所指来表示,能指是旨在营造主题的角色、情节、布景、台词等附属品,所指是主题,所有事件的发展走向都是为主题服务。而《低俗小说》消解了这种以主题为中心的二元对立,非线性叙事呈现出三条看似独立却相互交织的故事线,体现了解构主义的打碎、拼贴、重组。如餐厅抢劫事件被拆分成序曲和尾声两个部分,而“文森特和马沙的妻子”和“邦妮的处境”两个故事蕴含着许多重叠元素。同时,章节式的叙事更加重了影片的碎片感,时间线被切开和打乱,造成环形结构的假象。“影片的形式仅仅是,为了刺激观众的视听,即所谓的视听轰炸,而不存在着所谓的为主题服务这样的东西在里面^[10]。”

3.2.3 拍摄视角的解构

影片结尾的餐厅中,导演设置了两个焦点区域,一个是仰拍的女生抢劫犯,一个是俯拍的朱尔斯,按照惯例,仰拍能体现人物的强大感和威慑力,俯拍则体现人物的弱小和被动,但为了强化朱尔斯人物的独特性,镜头被反常规地处理,强弱之势被倒置。女生虽然站在高处举着枪,却双腿发颤,面部紧绷,外强中干;而朱尔斯坐在椅子上,虽然处于被动地位,却面不改色,语言不疾不徐,双臂大敞。这组强弱之势的转变,消解了经典拍摄视角的范式,影片以个体差异反抗普遍规律,解构了以经典为中心的“经典与独特”的二元对立,向典范和权威发起挑战。

3.3 台词意义的解构

影片台词量很大,对白很密集,但很多台词并无实际意义,也不传递重要信息,充斥着单纯的闲聊和耍贫嘴,像是放映一盘琐碎生活的录像带。只为展现角色的精神面貌和场景铺设,而消解了观众观影时的期许、猜测和唯恐错过关键线索的紧绷状态。“引用德里达对索绪尔的言语中心论的颠覆来说,“言”比“写”更为重要,相对于“言”而言,文字是附属的、不在场的、次要的二手货,是对言语的一种堕落和沦丧^[11]。”因为“言”是在场的,确定的,有那一刻存在的场景来保证。“但是,一个中心的在场从来就不是它本身,总是从它自身放逐到它的替代中去,替代不能代替任何存在于它之前的任何东西^[12]。”影片则将言语的意义抽空,“言”的运用不再是推进情节和烘托主题的关键,而是似乎游离于电影之外的非中心符号。

4 结论

电影《低俗小说》通过对人物主体、叙事结构、拍摄视角和台词意义等的解构,消解了人们观影时心中的“逻各斯”或“在场的形而上学”。解构主义“延异”的思想破除了大众的审美模板和思维定式。昆汀导演对偶然性、黑色幽默、荒诞滑稽等具有后现代特性的表现手法的运用自如,颠覆了观者对传统黑色暴力美学的刻板认知,打造了一场反权威、反模式化、反批量复制的别具一格、大胆创新的视听盛宴。同时,电影中传统的对立面与意义也逐渐瓦解,“电影必须具备说教义务的僵化思维”被消解,去追求电影本身的纯粹。导演用独特创新的探索将拆解的内容进行重构,形成了个人鲜明的创作风格,为电影界开辟了一条崭新的叙事道路和新型的阐释视角,也引导着人们突破思维框架,用发展的眼光看待世界万物。

参考文献

- [1] Derrida J. Writing and difference[M]. Routledge, 2001:5.
- [2] Derrida J. Structure, sign and play in the discourse of human sciences[J]. Writing and difference, 1978:278-293.
- [3] Norris C. Deconstruction: Theory and practice[M]. Routledge, 2003:50.
- [4] 付伟.解构的游戏:《罗拉快跑》[J].电影评介,2007(13):15-16.
- [5] 郭军.德里达版本的《哈姆莱特》或解构版本的马克思主义——解读德里达《马克思的幽灵们》[J].外国文学,2007(5):91-99.
- [6] 高旭东.德里达:将西方文化的批判性推向巅峰的哲人[J].清华大学学报:哲学社会科学版,2005,20(2):33-37.
- [7] 孙涛.德里达解构主义文学观[D].济南:山东大学,2008.
- [8] 汤建龙.德里达解构主义评析[J].科学技术与辩证法,2003,20(5):30-33.
- [9] 王宁.德里达与解构批评的启示:重新思考[J].清华大学学报(哲学社会科学版),2005(2):23-28.
- [10] 王向峰.从结构主义到德里达的解构主义[J].辽宁大学学报:哲学社会科学版,2018(1):118-122.
- [11] 杨秀芝.德里达解构主义理论解读[J].理论月刊,2005(4):65-66.
- [12] 郑敏.解构思维与文化传统[J].文学评论,1997(2):53-60.

The Improvement Strategies of Chinese Urban IP Image Building

Qinhui Zhu Cheng Zhu Xing Tang Anqi Zhang

East China University of Science and Technology, Shanghai, 200941, China

Abstract

Shaping the IP image of the city can highly reflect the local characteristics and humanistic spirit of the region, form a unique name card of the city, and realize the multifaceted and large-scale cultural communication. This paper compares and discusses the China-Japanese strategy, first through “Kumamoto” and “famous kang jun” case summarizes the five reasons of Japan successfully shaping urban IP image, then reflect on the common problems of urban IP image in China, finally analyzed by “Tang Niu” as an example, trying to shape the city IP image with Chinese characteristics to provide some feasible development ideas.

Keywords

cultural soft power; city IP image; mascot; cross-border joint marketing; content operation

中国城市 IP 形象塑造的改进策略

朱芩慧 朱琤 汤幸 张安琦

华东理工大学, 中国·上海 200941

摘要

塑造城市IP形象可以高度体现该地域的风土特色、人文精神,形成该城市独有的名片,实现多方面、大范围的文化传播。论文对中日策略进行了对比和探讨,首先通过“熊本熊”“出世大名家康君”的案例总结出日本成功塑造城市IP形象的五大原因,其后反思了中国以往的城市IP形象的通病,最后以“唐妞”为例进行分析,试图为塑造中国特色的城市IP形象提供一些可行的发展思路。

关键词

文化软实力; 城市IP形象; 吉祥物; 跨界联名营销; 内容运营

1 引言

文化软实力日益成为综合国力竞争中的核心力量,近年来受到高度重视。所谓“文化软实力”主要指“文化的吸引力和感染力”,提升需从国家、城市、企业与个人等多个层面入手,论文旨在探讨如何从塑造城市IP形象的角度来提升城市层面的文化软实力。

2 政策指引下的中国城市 IP 形象发展现状

习近平总书记曾在2013年与2014年多次提出:“提高国家文化软实力,要努力展示中华文化独特魅力。”“要使中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调,以人们喜闻乐见、具有广泛参与性的方式推广开来。”“把继承传统优秀文化又弘扬时代精神、立足本国又面向世界的当代中国文化创新成果传播出去^[1]。”

在政策的指引下,全国各地涌现了一批城市IP形象,

高度提炼该地区风土特色和人文精神、反映了该城市的文化,如四川推出的方脑壳熊猫形象的“熊川川”、西安推出的唐朝仕女俑形象的“唐妞”等。这些城市IP形象的一部分受到了广泛的关注与喜爱,而更多的则没有突破传统吉祥物的应用模式,在短暂受关注后便淡出了人们的视野。事实上,当提到城市IP形象时,人们立马想到的大多依然是大会的吉祥物,如北京奥运会的“福娃”、上海世博会的“海宝”,而这类吉祥物应大会而生,并不能真正成为代表城市的IP形象。

当下中国城市IP形象的运营策略总体而言仍较单一,且长期运营意识还较薄弱。目前比较常见的一是以独立IP形象运营;二是以跨界联名等方式输出IP运营。相比之下,日本的城市IP形象发展较早,且运营策略丰富多样,这为我们提供了许多可以借鉴的宝贵经验。

早在2010年,日本便举办了第一届吉祥物(日语称“YURU KYARA”)大赛,至2020年已连续诞生了一大批个性鲜明的城市IP形象,对各当城市的宣传产生了极大的助力。以下,笔者挑选了两个经典案例——以当地特色为灵

【作者简介】朱芩慧(2000-),女,中国江苏扬州人,本科,从事德语研究。

感创作的熊本县的“熊本熊”和以历史人物为原型二次创作的静冈县滨松市的“出世大家康君”，分析其成功的原因以及对于中国城市 IP 形象发展的可取经验。

3 日本城市 IP 形象发展的成功原因分析

超级 IP “熊本熊”是 2011 年的大赛冠军，其周边产品的销售额即使是疫情下的 2020 年也高达 1698 亿日元^[1]，远高于其他同类 IP。而 2015 年的大赛冠军“家康君”，据滨松市统计，在 2012—2014 年间取得了 59 亿日元的经济效益。日本的城市 IP 形象不仅提升了城市知名度，还获得了巨大的经济收益，如此深受人们喜爱的 IP 形象是如何被打造出来的呢？笔者归纳总结了以下五点原因。

3.1 设计本地化，符合大众审美

既然以城市宣传为目的，城市 IP 形象的设计首先在外观上需融合当地特色。风靡世界的“熊本熊”的黑色皮肤象征着熊本城，红色的腮红象征着当地的火山地形和特产的番茄、苹果等农产品。滨松市为宣传滨松自古人才辈出的人文特色，以曾居住此地 17 年的德川家康为原型进行二次创作，打造出“出世大家康君”，其头戴滨名湖鳗鱼，身着印有代表音乐之都的钢琴图案武士服饰。

另一方面，还需符合大众审美，打造老少皆宜的形象。熊本熊自 2010 年出道以来，经历了三次形象升级，起初是普通身材，后逐渐变成了圆滚滚的体型，更符合了当代人对“呆萌”“贱萌”的喜好。而家康君在保有原型特色的基础上，加入了三撇胡子等可爱元素，一改严肃，憨态可掬。

3.2 性格人物化，个性鲜明

熊本熊与家康君皆有鲜明的人物设定，从性格到说话习惯都有预先设计。熊本熊的设定是出生于 3 月 12 日（九州新干线全线开通日）的男生，担任熊本县营业部部长兼幸福部长，他的语言特色是句尾会加上“モン”（音同 KUMAMON 的 -MON）。

家康君的设定基本沿用了武士的身份，以武士用语“拙者”自称，还常将“滨松は日本一良いところじゃ”（意为：滨松是日本第一好地方）挂在嘴边，这种设计给人以古今融合之感，令家康君脱颖而出。

3.3 授权商品化，免费但严格

为了推广熊本县、扩大当地产品的销售渠道，熊本政府实行了一种绝妙的 IP 运营策略，即向符合宣传目的商家免费授权熊本熊的插画使用权。严格遵循官网的使用细则的前提下，商家只需提交申请，得到批准即可使用熊本熊形象。官网上对熊本熊的表情、动作、语言都有细致要求，这样不仅确保了周边产品的质量，同时也有保护知识产权的作用。家康君等 IP 也纷纷仿效了这一做法。

3.4 营销娱乐化，互动性强

在当今的数字时代，流量巨大的社交平台已是商家必争的宣传阵地。此处也不乏成功 IP 形象的活跃身影。相比

单向的、说教式的传统宣传模式，互动活动、娱乐化的社交媒体营销更易吸引关注。

熊本熊在 INSTAGRAM 和 YOUTUBE 等社交平台上都十分活跃，基本保持一周一更的频率。2010 年的大阪迷路事件、2012 年的寻找腮红事件甚至轰动一时。东京奥运会期间，熊本熊换上了奥运色调的靛蓝色皮肤，搞怪地演绎了运动图标，成了当时网络的热门话题。在网友的大量转发中，他又一次成功引起了世界对日本、对熊本的关注。

家康君同样拥有自己的社交账号，发布他在滨松各地的活动照片或是令他骄傲的滨松的相关新闻。他自己也有一系列故事，2013 年家康君曾立誓，不取得全国大赛冠军就落发出家。结果以第二名惜败后，家康君果真改穿出家修行装束，改名“出家大家康君”，前往市内的鳗鱼养殖场和料理店见习，进行“修行活动”，在 2015 年得以压倒性优势夺冠。这一系列娱乐化的营销活动像真人的成长故事一般，令人期待故事后续，同时又将滨松的宣传与推广自然地融于其中，饶有趣味。

3.5 话题多样化，国际视野

作为超级 IP 的熊本熊，他并不仅限于参与商业活动，也会参与公共事业，极具国际视野。如 2016 年在熊本县发生了 7 级大地震，导致了阿苏神社和熊本城的坍塌。几天后，熊本熊官网更新了熊本熊手抱爱心募捐箱的插画。直至今日，在熊本县仍可看见这些插画和募捐箱。2019 年法国巴黎圣母院发生火灾，四天后，熊本熊官网发布了站在巴黎圣母院前，手举法国国旗为法国加油的熊本熊插画。2020 年，新冠疫情肆虐全球，熊本熊官网更新了熊本熊拥抱地球的插画，同时用三种语言写着“心怀感激、共创未来”。熊本熊在国内外各大事件上频繁发声，体现了其社会责任意识，博得了世界人民的好感，吸引了更多的目光。

4 中国城市 IP 形象发展的失败原因分析

熊本熊走红之后，国内各地也兴起效仿之风，力图塑造自己的城市 IP 形象，但这些城市 IP 形象多为无效的、脸谱化的“吉祥物”，推出之后难以吸引关注，无法达到借此提升当地知名度的效果。笔者认为主要有以下四点原因。

4.1 外观严重同质化

在查阅已有的城市 IP 形象后，笔者发现多数形象都采用了大头娃娃加上地方特色标志的造型设计，大眼睛圆溜溜，满脸笑容，动作设计则多为奔跑或展开双臂。如此的设计虽能表达热情，但却缺乏新意，难以让人有生动之感，同质化的设计只会让人视觉疲劳。

4.2 缺少有趣的人设

目前的中国城市 IP 形象大多仅有外形的设计，缺少性格方面的设定，仅凭外形其实很难引导消费者加深对他们的喜爱。与人物性格丰富、互动性强，还有迎合当代人喜好的故事情节的成功 IP 形象相比，我们在这方面还需要不断改

进。城市 IP 形象应当是立体的、丰富的，而非仅是一个符号式的形象。在我们的传统思维中，吉祥物似乎必须是乐观积极向上的，这点没错，却难免给人以距离感。三丽鸥出品的“懒蛋蛋”，群馬县推出的“滑次郎”，可以说就是以“丧”为主要卖点的，甚至熊本熊身上也有一些“小缺点”，这些看似不够积极的特质，却恰好能让人们更有实感与共鸣。

4.3 应用场景过于单一

中国的城市 IP 形象几乎只出现在旅游宣传海报和特产店的货架上，仅作为旅游业的副产品存在。其实精心设计的城市 IP 形象在被赋予人物化的性格后，可以像真人一样拥有自己的情绪和活动轨迹。有生命力的 IP 形象，可以与人进行更深入的互动，使人产生真实感与喜爱感，继而又能转化为人们的购买欲望。扩大城市 IP 形象的应用场景既可以达到宣传目的，也可以带来经济效益，非常值得多方面尝试。

4.4 缺乏长期运营思维

笔者注意到四川在 2016 年推出的方脑壳熊猫“熊川川”，起初是有微博和微信公众号的，但最近的更新停留在了 2018 年，文章阅读量也只有 170 次左右。同样的，张家界 2005 年推出的娃娃鱼形象的“纯纯”，其相关报道也都停留在了 2007 年。可以说多数情况下，我们在塑造城市 IP 形象之初，鲜有长期运营的意识，这就导致了我国的城市 IP 形象普遍缺乏长久的生命力。

5 中国城市 IP 形象的成功探索

不过，值得庆幸的是，在对城市 IP 形象的不断摸索过程中，国内也出现了一些颇有特色的城市 IP 形象，其中西安 2015 年推出的唐妞便是一个典型例子。以唐妞为例，笔者总结了以下五点，或为今后塑造有中国特色的城市 IP 形象的可行发展道路。

5.1 外观设计兼具古今魅力

唐妞以陕西历史博物馆的唐朝仕女俑为原型，在保留原型外观特点的基础上，用国画的手法加入了现代的卡通元素。兼具历史神韵与现代美感，唐妞从博物馆 IP 横空出世。在正式成为西安的城市 IP 形象后，唐妞以具有高辨识度的历史形象为西安起到了良好的宣传作用^[3]。

5.2 人物设定具有互动元素

唐妞的人物设定首先结合了陕西省历史博物馆的馆藏文物“粉彩女立俑”形象，这必然会吸引粉丝前来“打卡”，创造了 IP 与博物馆游客的线下互动机会；其次，唐妞因表情憨厚可爱而有了专属表情包，配上“忒样子”等活泼的西安方言，生动有趣的表情包在网友间不断传播开来，创造了 IP 与网友间的线上互动机会^[4]。

5.3 多领域的跨界联名营销

跨界联名是目前 IP 营销中较常见的方式，借助另一方提升知名度，拓宽受众面，以期带来更大的经济效益。唐妞在跨界联名领域做了许多尝试，从和万达广场的授权合作，到与雀巢的联名设计，在不同领域都可见唐妞的身影。其中与“奈雪的茶”的跨界合作，在短短一个月的授权期限内，#唐妞带你喝奈雪#话题达到 1726 万阅读量^[5]。

5.4 多样化的内容运营

唐妞在微博、微信公众号等社交媒体上也不遗余力地做宣传，几乎每日更新的频率令唐妞拥有了 10.5 万微博粉丝。此外，唐妞 IP 在衍生内容方面也有不少创新。设计者二乔，不仅出版了历史漫画《唐妞驾到》，绘本《唐妞带你游大唐》等，还著有教辅类读物《就喜欢和唐妞读唐诗》。唐妞曾参与湖南卫视的综艺节目《快乐哆来咪》中。由舞蹈演员表演的真人版“不倒翁”唐妞在西安街头吸引了游客驻足观看，抖音视频的播放量更是达到了 17.2 亿次。

5.5 政策支持

最后值得一提的是，唐妞的成功还离不开政策层面的支持。唐妞于 2016 年登上央视春晚西安分会场的舞台，2017 年入选“原动力”中国原创动漫出版扶持计划，2018 年成为西安市“春满中国·醉西安”城市主题代言人，在一系列政策的支持下，西安的城市 IP 形象唐妞才得以为更多人所熟知^[6]。

6 结语

论文从城市 IP 形象的塑造策略方面，对日本的成功经验进行了介绍和分析，反思了中国目前存在的问题，并指出了可改善的方向。中国拥有五千年的灿烂文明和 960 多万平方公里的辽阔疆域，挖掘各地城市特色，打造与现代文明相融合的城市文化软实力，将城市魅力向国内外传播，是中国走向文化强国的必由之路。

参考文献

- [1] 陈虬,陈一凡.角色IP艺术孵化的策略研究——以日本熊本熊为例[J].今古文创,2021(35):72-74.
- [2] 邵婧斐,鲁米亚,张淑霞.城市品牌设计中IP形象的开发思路——以西安“唐妞”为例[J].美与时代(上),2021,900(7):77-79.
- [3] 邓文燕.“网红”长沙“超级IP”炼成记[N].东莞日报,2021-11-16(A05).
- [4] 林溪,廖若兰.以熊猫文化为核心的成都文旅IP塑造与推广[J].四川戏剧,2021(1):165-168.
- [5] 陈菟.浅析城市文化IP推广模式[J].现代营销(下刊),2020(6):112-113.
- [6] 张德姣.谈张家界城市吉祥物IP及文创产品开发思路[J].艺术教育,2019(11):175-176.

Discussion on the Creation and Promotion of Short Videos of Hot Online Transmission

Wenjuan Shi

Yining City Rong Media Center, Yining, Xinjiang, 835000, China

Abstract

With the development of the network era, short video has become one of the most popular ways of Internet content communication, with its length, rich content, low production threshold, can reflect the intention or personality of creators, and is conducive to communication.

Keywords

media; network; short video

浅谈网络热传短视频的创作推广

师文娟

伊宁市融媒体中心，中国·新疆伊宁 835000

摘要

随着网络时代的发展，短视频以时长短、内容丰富、制作门槛较低、能够体现创作者意图或个性、利于传播等特点成为互联网内容传播最受欢迎的方式之一。

关键词

媒体；网络；短视频

1 引言

如何在众多的短视频中打造出充满正能量的热传短视频？伊宁市融媒体中心坚持导向为魂、内容为王、创新为要，通过全媒体布局、多形式呈现，用网民视角与真情实感，打造融媒体报道“有温度”的精品，使正能量更强劲、主旋律更高昂。几个引发社会广泛关注的案例也同时说明了这种立意的成功。

2 伊宁市媒体布局案例

2.1 精心策划，发挥优势，全媒体联动，共唱红歌颂党恩

作为党史学习教育开展时一个典型案例，全国各地传唱《唱支山歌给党听》，这首歌曲如何体现出地方特色、表达出伊宁市各族群众对党发自内心的热爱、传递出伊宁人民感党恩听党话跟党走的决心，是拍摄前必须确定的一点。选题策划时，伊宁市融媒体中心集中优势资源，抽调精干力量，先后组织4场策划会、3场摄制讨论会，最终确定以体现伊

宁市地域特色融入弹拨尔演奏、中心主播团队领唱领诵、本市小网红、离退休老干部参与演绎的形式拍摄录制《唱支山歌给党听》。主线场景选择伊宁市的网红打卡地六星街景区，以快闪的形式唱响红歌，借歌抒情。作品的氛围烘托融入了伊宁市上至市委主要领导，下至基层社区党员对志愿加入中国共产党共产党的骄傲与豪情。作品内容填充上汇入伊宁市为群众办实事的建设成就，展现伊宁党史学习教育的整体氛围和成果。作品包装方面突出建党百年主题，礼赞党的历史伟业，讴歌党的百年风华。

在作品推送上，先将《唱支山歌给党听》报送至伊犁州党委宣传部和新疆广播电视台，在播出安排上本中心全平台与新疆广播电视台、伊犁零距离同步播发，伊犁广播电视台接档播出，同时协调伊宁市全市25块户外电子大屏、伊宁公交159辆车、各大电影院、楼宇宣传屏长期全天候播放，伊宁本地各公众号等联动播出，得到各族干部群众的点赞转发，浏览数据保守预估1.2亿多，形成地域性现象级作品。在外宣推送上，中心工作人员与伊宁市委宣传部分外宣人员同步发力推荐，被央视新闻、新华社客户端、人民日报客户端、新华网、人民日报、学习强国、天山网、石榴云、丝路视听、新疆文旅公众号、天马云等上级平台刊播，全网播放量2亿多。

【作者简介】师文娟（1974-），女，中国河南长葛人，本科，主任编辑，从事新闻系列策划编审研究。

2.2 聚焦内容，引发共鸣，深入挖掘身边典型，与党史共情，与时代同鸣

陈茂昌是全国离退休干部先进个人、全国关心下一代工作先进工作者、伊犁州道德模范、最美伊宁人。对于这样一个先进典型，他身上的许多闪光点都被多次报道，怎样做出新意，编导将聚焦点落在他的一个身份上——中共党员，采取跟拍记录的方式，记录了他两天的日常。2分46秒的短视频全篇没有一句解说，通过陈茂昌的自叙、对话，提炼出了老党员陈茂昌一个人感动一座城的故事。76岁的党员陈茂昌1964年从上海支边到了新疆，从此扎根边疆，到祖国最需要的地方去成了他一辈子的初心和使命。参加工作后，艰苦奋斗建设新疆，退休了，发挥余热，义务为各族群众理发擦鞋。青春献热土、青丝变白发，唯有那为人民服务的心灿烂如初。他用一生的时间践行着雷锋精神，当他得知身患癌症还有一年生命时，不仅没有停下为人民服务的脚步，反而争分夺秒的为社会作奉献，“只要生命不息，就要奋斗不止，这是我们共产党员的使命！”。当他签下遗体捐赠协议，淡然地说：“把我的骨灰撒在边疆，我死了也要站岗放哨，当个边防卫士。”在他笑谈生死时，我们更看到了一位老党员不畏生死的高风亮节，他奉献的一生，诠释了一名优秀共产党员的初心和使命。

该短视频将平凡的人长期坚持做平凡的事情而造就了不平凡的故事娓娓道来，通过朴实的视角反映出中国共产党人为人民服务的真谛，生动感人的故事让人泪目而又意义深刻。因共情而共鸣，作品在伊宁市融媒体中心各平台发布后，被学习强国、天山网、石榴云平台、伊犁零距离等多家平台采用，被新疆维吾尔自治区推荐至国家广电总局全国优秀广告作品库。

2.3 运用技术手段，创作精品佳作，提升宣传效果

党史故事以党的重大事件为线索，以不同时期的典型事例、历史人物、精彩故事为主干，虽然短小精悍，但是生动感人，教育意义深远。在以短视频的具体呈现上，由于缺少画面感及图片资料，表现难度较大，县级融媒体中心如何做好这类党史故事宣传，也是思考和尝试的工作之一。《主播讲党史 | 不忘长征苦 重温长征路》短视频是进行《主播讲党史》系列一个较为成功的案例。表现主线以我中心主播曲振世声情并茂的诵读，通过抠像处理叠加应用AE特效视频编辑的部分影视资料及老照片，运用人物、图像、文字动感交替的方式展现。整体作品通过主播讲述、音效铺垫、视频渲染达到一定的饱和度，产生身临其境的效果，将受众带入到故事情景之中。视频时长3分57秒，但因为整个短视频具有较强的可视性可听性且故事完整度、饱和度较好而显得意犹未尽。该视频一经发布即被石榴云和天山网采用，同时新疆报业将该视频作为党史宣传精品向全疆县级融媒体中心推送学习。

2.4 强抓时效，全媒体联动，借台唱戏，打造热传产品

2021年3月16日夜间，记者无意间在抖音刷到市民拍

摄的执勤民警在大雪天画下中国心的视频，迅速与多方联系找到抖音发布者，与此同时结合党史学习教育、伊宁市各族干部群众爱党爱国热情等主题快速拟定了采访提纲进行了电话录音采访，为了丰富视频内容、升华作品立意，又策划了抖音发布作者的5岁孩子手绘中国心与民警进行正能量互动。随后迅速制作了《新疆民警的雪夜“告白”》抖音作品进行了发布，第二天上班电视新闻记者又进行了深度采访和二次创作，中心各平台进行了全媒体联动宣传。

该视频一经播发，民警的可爱举动，5岁萌娃的爱心互动温暖了无数网友，大家被这种全心全意为人民服务的精神所感染，这款正能量十足的视频也被各大媒体聚焦，主动约稿，新华社客户端、人民日报客户端、新华网、新疆日报、今日头条、天山网、石榴云、直播新疆抖音号、人民公安报微博、平安天山、平安伊犁等20多家主流媒体采用发布，同时在全国各地公安局微博账号上进行了联动转发，仅新华社客户端单个平台阅读量达130万多，全网观看量破1亿。

抢占报道的“第一落点”，坚持“移动优先”，借助上级主流平台强大的粉丝基数和宣传效应，形成多媒体矩阵宣传叠加，从而助力打造热传作品，让好作品发声更广阔。

2.5 短期内“抱团”高密度播发打造热传氛围

《王蒙来伊犁》系列短视频的热传就借助了这种宣传优势。2021年夏季，为进一步学习好党史、宣传好党史，伊宁市委、市政府邀请人民艺术家、伊宁人民永远的好朋友王蒙先生回伊讲授党课，进行“风景这边独好·名家写伊犁”采风创作活动。伊宁市融媒体中心提早策划，安排好录制及剪辑包装团队，6天的时间里在中心全平台密集发布王蒙先生在伊犁故地重游、与老友相见、讲党课、推荐宣传伊犁等内容的系列资讯、短视频43条，形成短时期内的收视热点，其中伊宁市融媒体中心抖音号单个平台阅读量102万多。精剪《王蒙重返“第二故乡”新疆伊宁市》《王蒙：伊犁，我回来了！》进行主力推送，新华社客户端、新华社新媒体号、人民日报、中国网、人民网、腾讯新闻、新疆广播电视台、天山网、兵团日报、新疆是个好地方、丝路视听等主流媒体纷纷采用或约稿，全网阅读量超过5000万多。这一组系列宣传作品，既表现出王蒙先生感恩新疆、情系伊犁的深厚情感，也通过他讲述的“文学里的党史和党史中的文学”给各族人民上了一堂生动的党史课。同时，王蒙先生不吝言辞地宣传、赞美新疆的人、景、事、物，也极好地向世界展示了真实的新疆，传递出新疆好声音，展现新疆的美好形象。

3 短视频创作的主要做法和亮点

3.1 广泛收集线索，精心提炼选题

建立新闻线索报送机制，组建通讯员的通联群，在移动端平台开设通讯员账号，密切保持与各乡镇场街道宣传通讯员的通联，积极与市直各部门对接，广泛收集新闻线索，从中精心提炼选题，确保短视频制作题材源源不断。

3.2 深入践行，拍摄第一手资料

把践行“四力”作为考量编导、记者的试金石，组织骨干记者走到基层社区、田间地头，让采访的脚步遍及基层一线，掌握第一手资料，拍摄了一批鲜活、接地气的短视频资料。编导、记者深入边远贫困村苏勒阿勒玛塔牧业村采写拍摄短视频，推出了《大山深处美丽村庄的“蝶变”之路》，来到伊宁市最偏远的行政村拍摄了《马背上的警务室》等短视频作品，均获得较好的评价。

3.3 找准作品小切口，反映时代大主题

在主题策划上，精心提炼先进经验、典型做法，找准小切口，充分反映时代大主题。比如通过伊宁市吉里格朗村村民在庭院里种植奥斯曼草，增加收入，引出庭院经济助力脱贫攻坚主题的《农家庭院巴掌地 巧变增收聚宝盆》；通过园艺场种植花卉，带动乡村旅游业发展，助力村民增收致富的《百花盛开园艺场》；《乡村医生程旭：问诊三十年 仁心暖四方》通过一个乡村医生30年坚守农村成为村民们的健康守护神，展现了党员干部扎根基层、服务群众的先锋模范作用；《新疆伊犁：73岁民间艺人让萨玛瓦尔舞大放异彩》讲述伊犁州非物质文化遗产维吾尔族萨玛瓦尔舞蹈传承代表人的短视频在新华社客户端单个平台播放量215.8万。《新疆伊犁：冬日天鹅靓影》讲述伊宁市生态良好吸引天鹅来过冬的30秒短视频播放量218万。

3.4 善用网络语言，提升作品吸引力

在改文风上下功夫，一改以往的政策性语言、播音腔

语调，善用网络语言、善用百姓听得懂的语言来讲述百姓爱看的身边故事，如《送一份温暖“皂”一份幸福》《小小养生馆 圆我致富梦》等作品，让百姓讲故事，讲百姓身边的故事，收到群众一致好评。此外在标题设置上进行了新媒体语言体系的大胆尝试，《“鸡”会属于你，同奔小康不掉队！》《猜不透的相亲戏，来看看今年合格对象的标准》《在一百种与春天的约会中，我选择……》等作品标题在综合了具体内容之外，还结合用户画像、品牌调性、推广目的等角度，达到了吸引注意、传达信息、筛选目标读者、增强阅读的效果。

3.5 丰富传播形式，拓宽传播平台

中心积极发挥媒体融合优势，实现一次采集，多端发布，坚持“移动优先”，在伊宁市零距离、移动客户端、抖音号、视频号、电视频道等多个平台发布，形成地域性宣传氛围。同时，向上则借台唱戏，积极向上级媒体供稿，扩大影响力；向下则充分发动基层力量，通过居民群等渠道进行推广扩散，扩大社会面的宣传氛围。

4 结语

如今短视频社交平台迎合受众口味，抖音快手B站知乎等社交媒体平台已经成为人民群众火热生活的重要场域，也是宣传舆论工作的主阵地。怎样将短视频向基层拓展，向群众靠近？如何让官媒的短视频拥有强大生命力？这将是今后思考和努力的方向。

Based on the Research of Female Aesthetic Characteristics and Female Aesthetic Construction

Yu Fu Nvying Zou

1. Guangdong Shangzhi Huihai Education Consulting Co., Ltd., Guangzhou, Guangdong, 511400, China
2. Guangdong Chuanqi Education Technology Co., Ltd., Guangzhou, Guangdong, 511400, China

Abstract

With the continuous development of the feminist movement and the continuous improvement of the feminist movement theory, the female aesthetic thought is also making progress. Contemporary independent women are also thinking more about the expression form of female aesthetics and how to reveal their aesthetic consciousness. However, from the point of view of the construction of Chinese female aesthetics, although female aesthetics is developing constantly, the female audit characteristics change continuously with the development of The Times, but it still has various obstacles, and subject to more questions. Based on this, this paper focuses on the research of female aesthetic characteristics and female aesthetic construction, hoping to play a positive role in improving contemporary female aesthetic ability and female self-confidence, and provide a reference for the research of related scholars.

Keywords

female aesthetic characteristics; female aesthetic construction; feminism

基于对女性审美特征与女性美学建构的研究

付昱 邹女英

1. 广东上智汇海教育咨询有限公司, 中国·广东广州 511400
2. 广东传琦教育科技有限公司, 中国·广东广州 511400

摘要

伴随着女性主义运动的持续发展,以及女性主义运动方面的理论不断完善,女性美学思想同样在不断进步,当代独立女性也更多地思考着女性美的表现形式,思考如何来彰显自身的美学意识。而从中国的女性美学构建情况来看,女性美学虽然在不断发展,女性审美特征不断随着时代的发展而发生变化,却仍旧有着多方面的阻碍,且受到较多的质疑。基于此,论文围绕女性审美特征与女性美学建构作出研究,希望能为提升当代女性审美能力,提升女性自信心起到积极作用,并为相关学者的研究提供参考。

关键词

女性审美特征;女性美学建构;女性主义

1 引言

女性主义这一概念是基于西方社会的女权运动发展而产生的一种概念,但从本质上进行分析可以发现女性主义其实与女权主义是一样,仅仅是中西方文化不同而导致的翻译不同。女性主义这一概念为女性赋予了更多的自主权,而在当代,女性主义更能够激发女性自信,能够激发促使女性更好的发展,更好地去谋求职业规划,在职场中取得优异成绩。而女性的审美特征以及女性美学也在此基础上得到了进一步的发展,以下则围绕此方面的内容做出具体的论述。

【作者简介】付昱(1978-),中国广东广州人,本科,从事女性成长教育研究。

2 女性主义与女性主义美学

2.1 女性主义

要对女性审美特征以及女性美学构建的相关内容作出研究,就需要重视对女性主义与女性主义美学进行分析与探讨。女性主义这一个概念本身是由于西方女权运动的发展而演变出来的一种概念,就女权运动爆发的时代而言,这是一个崭新的概念,而女性主义这一概念的诞生又从根本上促进了当代女性的发展,为当代女性的进步与发展,彰显女性自信等均起到了重要作用。对西方的女性主义进行分析来看,主要分为了三个阶段:

第一阶段即是20世纪初到50年代,这一时期的女权运动主要是通过争取政治权利来提升女性的地位,通过这一方式可有效提升女性地位,促使女性自我意识的觉醒,具有浓厚的政治色彩。

第二阶段则是在于20世纪60年代开始的,一直持续到80年代初期,这一时期女性主义强调的根本内容在于女性与男性的区别,强调的是女性区别于男性不仅仅是性别上的差异,还在于女性的话语权,女性的工作能力等,很好的肯定的女性的个人能力,且也希望女性能够真正活出自我^[1]。

第三阶段的女性女权运动在20世纪80年代初期开始,相比前两个阶段中提升女性地位以及区别女性与男性的强烈色彩而言,这一时期的女性主义者被称之为后女权主义者,其并非单一的强调女性与男性平等,并非单一地强调女性与男性是对立的或者说是通过以一元论的方式来原因女性与男性之间究竟是怎样的关系。其强调的是女性文化与男性文化之间的互补性,并致力于构建出符合现代化的女性建构,这也在极大程度上促进了女性主义美学的发展。

2.2 女性主义美学

女性主义美学是从艺术以及心理等领域出发,以女性的角度来展现女性的精神感,从女性批判角度来对女性提出新的要求。采取女性独特的表现形式来通过话语、神态、服装等表现手法彰显女性独特的美,彰显女性主义形式,也就是女性主义艺术。而女性主义美学则起源于女性主义艺术的发展,在许多女性艺术家的融入以及不断提出新理念,践行新理念的这一过程中,女性艺术家们也不断地总结出了女性艺术的发展定义与纲要^[2]。从本质上来看,女性主义美学其实就是以女性视角作为展开,要体现女性的精神、情感、观念等,并通过具有美学意义的一些文学、绘画、雕刻、音乐等等艺术形式来展现,而在当代还包括有女性影视作品、各类文艺创作作品等,女性主义美学是基于女性特征,却并非局限于女性特征的一类表现女性审美的一种美学。

3 女性审美特征分析

不同的女性美学作品反映出来的女性美学形式以及女性特征是不一致的,而女性审美特征同样也会因为这一原因而发生一定的变化。以下则通过以相应的女性美学作品这一方面的内容来对女性审美特征作出分析。

3.1 情感叙事

在文学一类的作品中,情感常常是重要的表达形式之一,而不同强度的情感也将直接影响到人们对于审美对象的选择以及对美学文化的理解。尤其是女性,相较于男性而言,女性更为感性,也更容易因为各类艺术作品而引起内心的共鸣,因而女性的情感往以及参与审美活动的程度往往是显著高于男性的。也正是因为这一原因,情感叙事类的作品往往会成为女性美学作品中的主流^[3]。相较于男性文学作家而言,女性作家的情感叙事更为接近爱情、婚姻的本真,同时也从这一角度深入剖析了人的真实情感体现。中国女性作家在文学创作方面同样有着这一趋势,尤其是在五四运动后,我国女性作家受到了人文主义的影响,更是在其创作的文学作品中勇敢地披露了封建时期父权制文化的缺点与不足,其

诉求平等、自由、独立的现代爱情,不过美中不足在于其往往追求爱情的神圣,反而忽略了支撑爱情的现实生活需要以及物质需要等。从女性作家所著写的文学作品来看,虽然有着很多关于爱情描写的桥段,甚至于是爱情之上,但也并非局限于小女儿对于爱情的痴迷这一角度,往往是写作在峥嵘岁月,与当时时代背景相符合的大环境下与命运做抗争,体现的是一种从平凡的家庭生活中寻找自我,谋求自我解放的一种方式,为实现梦想而努力奋斗、敢于实践。

3.2 突出身体写作

在女性文学作品中挖掘女性的审美特征,可发现在中国当代的女性文学作品中,有着大量的对女性身体描绘的笔墨,希望通过对女性身体的描绘来彰显女性特征。这些女性作者对女性美学的思考在于身体与女性真理之间的联系,即认为女性身体与女性美学之间是紧密相连的,女性身体与女性魅力、女性自信等有着紧密的联系。而通过突出身体写作来建立与女性思想之间的联系时,却有着一位以反方向做思考的作家。残雪作为中国著名的女作家,其笔墨下的女性角色并非人们常规认知中的国色天香、风华绝代、倾国倾城,反而是一反常态的丑陋。在残雪的笔下,女性再也没有了精致的脸庞、婉约的气质,反而是“在静止的空气里”“长出紫斑”的脸、“淡蓝色的长脸”等这一类难以让人接受的女性形象。其动摇了女性在人们心中是美丽的化身这一观念,除了容貌之外还有着行为举止上的颠覆。如在她的作品中所描写出来“将眼屎巴巴的小脸从墨黑的被头里伸出来,吐着牙间的秽物”。虽然在残雪的笔下,女性颠覆了大众对传统的女性美的认知,却也体现出了强烈的女性意识,反映出女性内心的强烈欲望,通过对女性身体以夸张的丑陋来揭露对真实的追求,更体现出中国女性主义的发展。

3.3 形与意的结合

女性艺术的创作作为中国近些年来重要研究课题,其本身存在的价值就非常值得关注。而在女性艺术的发展过程中,对女性审美特征的分析应当从中国当代艺术的角度来看待。如今越来越多的艺术家希望从女性意识的合一角度出发来创作出更多的女性美学作品,并探讨女性对于美的追求,如何在现实生活中真正彰显女性魅力^[4]。此时,就需要应用到形与意的结合,要通过外在的表现形式来激发人们内心的情感,而这也是标志着在女性艺术创作作品中不再是一种受到形态上的束缚的创作,而是一种能够依据内心自觉遵守并实现突破和超越的女性艺术创作。通过创作者结合实际生活,融入自身的思想,依据内心想法在传统创作方式来实现突破,以此来让人们感受到对女性艺术作品理解的升华。

4 对女性美学建构的思考

4.1 女性话语权的合法性确立

新时代下,要想真正做好对女性美学的建构,就不得不对女性话语权展开研究。中国乃至世界各国,女性都是长

期生活在男性的霸权话语中，虽然在历史的长河中有着一些女性凭借着自身的能力超越了男性，并获得了人们的认可，如中国的武则天、英国的伊丽莎白等，但不得不承认女性确实长期受制于男性，即便在近些年中伴随女性主义运动的不断发展，女性地位得到了显著性的提升，但是仍旧存在着话语权上的不对等，存在着地位上的不对等，而这对于女性美学建构有着直接的影响。

如今，女性主义者已经充分认识到了话语权的重要性，不论是中国还是其他国家，男性的话语权都充斥在社会生活中的方方面面，甚至决定了各个领域的发展。女性虽然也有着一定的话语权，但明显难以与男性话语权做抗争。此时，有着女性意识的女性总是有着最为直接的感触，这部分女性群体在对表达自身想法时往往会遇到各类矛盾与冲突。为此，提升女性话语权地位，确立女性话语权的合法性是极为有必要的。例如，女性主义者克丽丝维登在创作作品以及表达自身的想法时就借鉴了福柯的理论，并且还将话语对权力的阻碍作用与抵制作用改写成了“倒置话语”“对抗话语”等，只有让女性在社会生活中能够说上话，能够体现出自身的意识，如此才能真正构建起女性美学体系。而作为后现代的女性主义者更是要深刻认识到女性主义的最终目标在于消灭创造了性别歧视以及社会性别的社会制度，而不是单一地提升女性话语权或者消灭男人，是要能彰显两性之间的和谐相处，消除偏见意识。

4.2 回归于生活的本真

女性美学的发展与创新需要回归于生活，只有回归于生活，取之于生活实际创作出来的作品才能够被大众所认可，也才能够进一步推动女性审美特征的发展，促进女性自我意识的觉醒。不论是从现实生活中所创作出来的女性文学作品、艺术作品、服装装饰等都能够真正促使女性自我意识的觉醒，并让女性在生活中真正实现经济独立、话语权平等、男女平等，且也只有回归于生活本真的女性才会真正

让人心生感触^[5]。如在中国的土地上，就有着这样一个女性，她是中国的东方女神——女英，其乳名为国色天香，而她也真正无愧为人们的称赞，犹如一朵牡丹，从泥土中走来，释放着迷人的色彩，并在中国的大地上展示了她无穷的魅力。东方女神从来没有让人失望，在东方女神的努力下，开启了自己的奋斗人生。在家庭方面，夫妻两人相互匹配，营造出了幸福和谐的家庭环境，为孩子树立了榜样，真正做好了家庭教育工作。在事业方面，东方女神更是活成了许多女人的典范，夫妻两人共同历尽磨难，事业蒸蒸日上，其真正处理好了家庭中的夫妻关系、母女关系、婆媳关系，并将自己的人生经验做出了总结，塑造出了一个新的女性形象，开启了《传奇女神气质修炼》一途，其也成为新时代女性的典范。

5 结语

总而言之，新时代下，女性更需要促进自我意识的觉醒，要在新时代下展望出自我色彩。而伴随女性自我意识的不断觉醒，还需要自己争取女性主义以及女性主义美学的合法地位，要能够凸显女性审美在美学领域中的独特地位。以上就对女性主义、女性审美特征、女性主义美学等的内容做出了分析，并结合了一定的案例做出了研究，希望能够真正对女性美学构建起到助力作用。

参考文献

- [1] 陆方,孙美惠,韩林.浅析中国古今工笔画中女性审美形象变化[J].艺术市场,2022(6):100-102.
- [2] 吴海静.当代女性审美观念的变化对中国女鞋设计的影响[J].美与时代(上),2022(4):113-116.
- [3] 肖雯川.从沈从文和汪曾祺的女性书写看其文学美学的发展建构[J].文学教育(上),2021(4):40-44.
- [4] 初晓慧.身体美学视域下对女性媒介形象建构的反思[J].东南传播,2021(2):36-38.
- [5] 简圣宇.日常生活美学中的身体意象建构——1950—1960年代宣传画中的妇女形象[J].美与时代(下),2019(9):4-8.

A Review of Research on Guiyi Army's Governance in the Western Regions

Siyuan Du

China Academy of Art, Hangzhou, Zhejiang, 310002, China

Abstract

As a local regime, Guiyi Army played an important role in the political history of the Western regions from the fifth year of Xuanzong's reign in Tang Dynasty (851) to the third year of Jingyou's reign in Song Dynasty (1036). The Guiyi Army was always an important node for the central dynasty to regain control of the western regions. The relevant study of Guiyi Army under Zhang's rule has always been an important subject in the history of Dunhuang Studies. This paper aims to summarize the research achievements of scholars through standardized collation and personalized analysis, so as to understand their progress and shortcomings.

Keywords

Western Regions; Guiyi Army; research review

张氏归义军时期西域治理研究综述

杜思源

中国美术学院, 中国·浙江 杭州 310002

摘要

归义军作为一支地方政权武装,在唐宣宗大中五年(851年)至宋仁宗景祐三年(1036年)的西域政治史中扮演着重要角色。归义军一直是中央朝廷重新掌控西域的重要节点,对张氏归义军政权的相关研究始终是敦煌学历史上离不开的一大重要主题。论文旨在通过标准化整理及个性化分析,对各个时期国内外学者们的研究成果进行系统梳理,借此把握该领域的研究进展及其存在的不足之处。

关键词

西域; 归义军; 研究综述

1 引言

归义军政权由沙州敦煌人张议潮起兵反抗吐蕃后所建,活动时间大致为唐宣宗大中五年(851年)至宋仁宗景祐三年(1036年),而张氏归义军(自张议潮至张承奉)的历史亦伴随唐王朝的谢幕而终结。不妨说,张氏归义军治理西域的历史,正是唐中央朝廷最后一段掌控西域的历史。近代张氏归义军史的研究伴随着1900年敦煌藏经洞的发现而开始的向研究者展示了大量未受旧史家篡改的原始史料,同时推动了归义军及周边地区交通史与宗教、文化、经济交流史的研究发展,为传统史学研究开拓了新方向。因此,对张氏归义军的西域治理进行文献梳理研究,不仅有助于修正长期以来正统史学视野下固化的历史偏见,更有助于推进对当时跨文化交流史与西域敦煌地区社会文化的进一步研究。

【作者简介】杜思源(2002-),男,中国浙江绍兴人,从事艺术理论研究。

2 20世纪初至中叶(1909—1949)国内有关归义军的专题研究论略

任何对西域地区历史研究的工作都离不开敦煌文书解读工作的同步进行。1909年9月,著名学者王仁俊出版了中国第一部敦煌文献资料集《敦煌石室真迹录》,其中收录有部分归义军相关文书。如《张淮深墓志铭》考证了张淮深详细的去世时间,修正了《新唐书·吐蕃传》中的错误记录,《西汉金山国圣文神武白帝敕》中考证了归义军节度使张奉之因受摩尼教影响而尚白色。可见,王仁俊的研究在中国归义军研究界无疑有创举之意义,但受中国敦煌文书资料所限,其中不少按语及考据仍沿袭了传统典籍之谬误。同年11月,学者罗振玉与蒋斧二人合辑编写的《敦煌石室遗书》一书问世,书中也涉及有张氏归义军相关文书的考证与校勘。《沙州石室文字记》则为中国第一篇利用敦煌文献并结合史书有关记载研究归义军史的论文,该文准确详细地考定了张氏归义军历任节度使的卒立次序,并指出了《新唐书·吐蕃传》所记载的归义军内政权更迭之谬。

1914年,罗振玉先生又先后撰成《瓜沙曹氏年表》及《补

唐书张议潮传》以补新旧《唐书》均未录的张议潮事迹，指出了《新唐书·吐蕃传》所记吐蕃攻陷沙州过程的疏失，继而考察了张氏起事、收复河西、遣使入朝等历史事件的过程，并确定了氏归义军历任节度使的世次，对晚唐政治史同西域史研究颇有裨益。罗氏的成果可谓奠定了中国张氏归义军政治史研究的基石，虽未参考王仁俊相关研究，但其主要理论仍为后世学者沿用。

1925年，刘复编著的《敦煌掇琐》出版，标志着中国敦煌学研究进入了一个崭新的阶段。在这一时期，中国学者在法、德、日等国的交流访问极大拓宽了国内敦煌学研究的眼界，大量国内遗佚史料的重新发现也推动了张氏归义军研究的进展。较为重要的成果有：向达撰《罗叔言〈补唐书张议潮传〉补正》引征新发掘莫高、榆林窟的供养人画像题记以修正罗振玉的文字。1935年，王重民编辑整理在巴黎所见敦煌文书，在《北平图书馆馆刊》九卷六期上发表《金山国坠事零拾》一文，其中录出张承奉建立的“西汉金山国”最基本的文书资料，填补了张氏归义军末期的一段空白。1936年，孙楷第著《敦煌写本〈义潮变文〉跋》（《图书季刊》载）初步探索了张氏归义军周边少数民族政权间的交流，将张氏归义军的研究拓展到对北各民族交流变迁史研究的领域。

通观20世纪上半叶国内张氏归义军研究史，是学者们在极为困难的条件下取得的出色的成果。尽管当时学者不可避免受到时代局限性的影响，其研究存在不少纰漏，但他们仍为后代研究者留下了宝贵的财富。在敦煌文书大多散佚的情况下，中国学者利用国内存本及尽力接触到的国外藏本开展研究，奠定了中国国内归义军专题史研究的基石。虽然这一时期对张氏归义军政权内部宗教、文化、经济等专题的研究并未形成专著，但中国学者在整理、解读敦煌文书的过程中已经初步形成对整个敦煌学研究进行专题分类的意识，而这则为后世中国学者的研究指明了方向。总体而言，这一时期对敦煌的研究在古籍方面，而研究领域亦有待进一步拓宽。

3 中华人民共和国成立至20世纪末（1949—2000）有关归义军专题研究梳理

中华人民共和国建立后，随着与部分国家展开敦煌文献微缩胶片的交换工作，学术界因此而获得了大量敦煌文书的一手资料。该时期中国地区对归义军的专题研究仍集中于瓜沙史事的勘探，对瓜沙史事的考证以港台学者代表苏莹辉为最勤，其在《论唐时敦煌陷蕃的年代》（《大陆杂志》，1961年，1964年有续论）在罗振玉研究基础上考证敦煌、寿昌并非同时陷落，绕宗颐《论敦煌陷于吐蕃之年代》（《敦煌文化》，1971年）进一步佐证了这一观点。苏氏的归义军研究论文大都收入《敦煌论集》（1961年）与《敦煌论

集续编》（1983年）中，虽然部分作品系参考前人研究成果整理编纂而成，然其中有不少颇为新颖的观点，为推动归义军研究提供了新视角。后世研究者大多针对这些论文，在大量的史实考辨中推进了对张氏归义军问题的纵深研究。

在中国大陆，有关敦煌学及张氏归义军研究主要集中在封建土地关系、租佃关系及徭役土地问题的研究上。如韩国磐、唐耕耦等人曾围绕唐均田制在敦煌地区的实施情况，有过激烈讨论。在历史典籍方面，学者王重民曾于1958年主编《敦煌古籍叙录》，比较系统地整理了此前敦煌学研究成果以便后人参考。学者唐长孺《关于归义军节度使的几种资料跋》（《中华文史论丛》，1962年）则依据新发现材料提出了新问题，在当时具有十分重要的研究意义。与此同时，以《敦煌研究》《敦煌学辑刊》及《敦煌学》等为代表的学术期刊，陆续刊出了学者们在敦煌学领域研究取得的进展或突破性成果，其中不少涉及归义军研究。

在专门研究方面，比较有代表性的成果有：姜亮武编著的《罗振玉补唐书张议潮传订补》，孙修身、李永宁、邓文宽及荣新江对张淮深的死因进行了考证探究；王冀青、李正宇、卢向前则对金山国的立国时间进行再度考证。至20世纪90年代，中国学界已基本梳理完成了归义军世系及立卒时间，并以此为基础展开了对归义军的进一步研究。如在经济史方面，学者唐刚卯、冷鹏飞、杨际平等对归义军土地制度进行了进一步研究；郑炳林则对归义军政权下手工业、酿酒业等行业展开深入研究；刘进宝、刘惠琴等对归义军时期的纺织业发展情况予以研究和关注；郑学檬还对瓜沙地区商品货币经济情况进行了专题研究。在民族史方面，学者们对归义军及周边政权交流的研究成果亦为繁多，如荣新江的《归义军及其与周边民族关系初探》（《敦煌学辑刊》，1986年）、郑炳林的《敦煌归义军史专题研究》其中部分内容（郑氏于1997年主编的《敦煌归义军史专题研究》可谓卷帙浩繁，内容涉及面颇多，系这一时期国内归义军研究的重要合著，其后又有新编）等。

在归义军同西北诸民族交流史的研究中，学者荣新江的研究极具特色。1986年，荣新江在结束对英、法等国所收藏的敦煌文书考察后，撰成《归义军及其周边民族的关系初探》。1996年，其又撰成《归义军史研究》，乃系其对之前有关归义军政权始末及周边民族问题的一次系统性整理。20世纪80年代后期，兰州大学敦煌研究院亦开展归义军相关研究工作，并初具规模，而其在21世纪的成果产出实可谓不负众望。

以上是中国学界先辈为后人留下的宝贵财富。随着中国研究环境的改善及国际交流的日益频繁，中国的归义军研究不再拘泥于一点或某些碎片，而是有了专题化的研究模式和宏观历史视野下的客观叙事。而这些成果将在21世纪显示出更加强大的生命力，其存在的时代性局限也将被后世的

研究者慢慢修正。

4 国际学者有关归义军专题研究的最新动态及其评述

日本学者最早开始了对敦煌文书的研究，借助日本所藏丰富的敦煌文书，京都大学教授藤枝晃于四十年代著《沙州归义军节度使始末》（发表于《东方学报》，1942—1943年，四期），对归义军史做了深入研究。此书也可视为日本归义军史研究的代表作。其后，土肥义和也著有《归义军时代》（《敦煌的历史》，1980年）。1990年，池田温在《中国古代写本语言集录》一书中收录了大量敦煌写本题记，并按年次编排，但有不少中国国内所藏敦煌写本题记未予收录。2000年，森安孝夫在《河西归义军节度使の朱印とその編年》中以归义军节度使官印为中心，对敦煌张氏、曹氏时期归义军历史进行了大致编年，为国内学者提供了重要的研究参考。

相比日本，西方学者往往更为注重敦煌文书的少数民族语言学价值，于归义军专门研究见著成果的不多，故在此不加论述。

进入21世纪以来，国际上对敦煌研究热度不减。敦煌研究院专门建立了中国首个敦煌学信息资源库，收录了大量的有关敦煌研究方面的学术成果、影像资料、文书典籍，但遗憾的是缺少后续的成果更新。如对归义军史的专门研究仅有1984—2012的文章，并且在图像、文书等分类整理方面也存在不少欠缺。随着交通、通信条件的不断改善和文化交流的持续深入，国内外学者在敦煌学领域研究的学术交流变得更为频繁，各类敦煌学主题的学术会议、论坛大量举办，有关归义军研究的相关论著也颇为丰富。如学者郑炳林在完成《敦煌归义军史专题研究》第一辑的基础上，又于2003年主编出版《敦煌归义军史专题研究续编》，2005年主编出版《敦煌归义军史专题研究三编》，2009年主编出版《敦煌归义军史专题研究四编》，可以说是对归义军专题史研究进行了锲而不舍的长期追踪，为后期学者开展研究提供了丰富的史料参考。

在归义军政治史方面，学者赵贞于2010年在前人研究基础上撰成《归义军军事考论》，对归义军时期的职官、遣使、对外交通及社会生活进行探讨，堪称归义军专题史研究。浙江大学出版社与上海古籍出版社联合出版的《浙江学者丝路敦煌学术书系》多为最新研究成果辑录，其中冯培红《敦煌学与五凉史论稿》中再次探讨了归义军官吏的选任与迁转与归义军镇制考。此两篇可视作对作者所著《敦煌的归义军时代》之补充，也是其《敦煌归义军职官制度》一作的延续。在经济史研究方面，学者刘进宝所著的《唐宋之际归义军经济史研究》详细论述了归义军政权的各项经济制度，如土地、赋税等，既是对前人专题史研究的总结，其中也加入了诸如商品经济、人身关系等方面的新内容，具有一定参考价值。

在文化史研究方面，归义军文学研究可视作敦煌文学的特殊个案，如吴格言的博士论文及其专著《敦煌归义军文学研究》结合敦煌历史、宗教、艺术、民俗、语言等学科的研究成果，对后来学者影响颇深。此外，张锡厚的《敦煌文学》、周绍良的《文学刍议研究》也对归义军时期文学做了一定阐述，邹旭的《敦煌归义军时期文人及其写作研究》亦可视为对这一专题的研究延伸。在艺术研究方面，2016年，沙武田的《归义军时期敦煌石窟考古研究》集中研究敦煌莫高窟第156窟，在前人基础上深入研究了156窟内遗存，并取得了一定进展。除却贯穿敦煌学研究的宗教艺术，近年来艺术史界对《张议潮统军出行图》的关注热度也持续提高，可惜目前成果寥寥。

总而言之，中国在21世纪的归义军研究已将放眼更广阔的社会，以新视角、新方法研究新材料、旧文本，尽管在内容深度、考证方式、创新研究方面还有需要改进之处，但其取得的进展总体而言是巨大的。

5 张氏归义军专题研究的总结与未来展望

张氏归义军的专题研究离不开对敦煌文书的保护发掘、分析解读，通观20世纪以来国内外学者对张氏归义军政权的研究，其在取得巨大成果的同时也推动了敦煌文书的解读工作。1949年以来，中国学者在敦煌学研究领域取得的重大成就中并不缺少归义军研究的影子。在对归义军史的研究上，中国学者在归义军时期的政治史、社会史、民族史、地理史等方面及相关文书的研究整理工作均有重大进展，与国外同行相比亦不逊色。

毋庸讳言，目前国内对归义军史的研究仍存在需要改进和有待继续深入的问题。笔者认为，未来有以下几个方面的问题值得探讨和研究：

第一，中国历史学者，如唐与五代史学者在历史研究方面应当增强利用少数民族地方文献的意识，如新发掘的敦煌文书等材料。中国在史籍整理方面取得的成就从古至今无需赘述，但此类优势又往往成为使学者拘泥于传统史料的桎梏。幸而新时期中国国内历史研究中西域敦煌的历史不再是研究者一笔带过的部分而成为具有重要价值的、反助于对中原王朝进行客观分析的史料。不过，中国国内对敦煌文书的重新解读工作仍有重大进步空间，新史料与新标本文籍的研究工作仍需下大功夫，在该类文献的出版校对方面也需要投入大量精力。

第二，在对张氏归义军的研究一如对西域专题史的研究，既需要整体史的视野，又需要专门史的深入。《二十世纪唐研究》中提到中国学者目前对各类敦煌文书的整体把握仅仅实现从点到线的突破，尚缺少总体的把握与细节的整合。然而敦煌学绝非碎片化的个案，而当是一段同西域民族史、中原—西域交流史等专题密不可分的整体与整体之下的特殊个案。各类文献之间错综复杂的关系亟待未来的学者梳理，而在已有研究基础上补充整体史的缺漏和打破专门史的

局限必然是未来学者面对的课题。

第三,在跨学科视野下开展对已有资料的进一步解读,有助于学科之间的双向收益、共同发展。近年来,中国有不同行业研究者也展开了对张氏归义军政权内部专题的研究,从艺术史(如对《张议潮统军出行图》的美术史解读)、教育史(如对归义军时期社会教育的研究)、文学史等新领域展开对归义军文书的研究,成果喜人。但同时,跨学科研究者若缺少较高的专业素养与扎实的研究基础,其成果往往易变成对部分篇目的轻浮解读,研究成果先于研究资料,不仅达不到先代学者就单一问题进行深入阐释取得的成就,甚至可能会对后代学者的研究造成干扰。因此,对张氏归义军专题研究的扩展部分不应只采取鼓励、包容的态度,更应加强成果审查,以使该类研究在未来能继续取得新突破,得到新发展,从而助力未来的历史学研究。

参考文献

- [1] 冯培红.敦煌学与五凉史论稿[M].杭州:浙江大学出版社,2017.
- [2] 胡戟,等.二十世纪唐研究[M].北京:中国社会科学出版社,2002.
- [3] 杨秀清.敦煌西汉金山国史[M].兰州:甘肃人民出版社,1999.
- [4] 荣新江.归义军史研究:唐宋时代敦煌历史考索[M].上海:上海古籍出版社,1994.
- [5] 段锐超.敦煌张氏归义军及西汉金山国政权与中原王朝关系探究[J].石河子大学学报(哲学社会科学版),2012,26(1):106-111.
- [6] 程秀金.2019—2020年新疆史研究综述[J].新疆大学学报(哲学·人文社会科学版),2022,50(2):93-104.
- [7] 魏睿馨.敦煌张氏归义军史事编年[D].兰州:兰州大学,2019.
- [8] 邹旭.敦煌归义军时期文人及其写作研究[D].兰州:兰州大学,2013.
- [9] 祁晓庆.敦煌归义军社会教育研究[D].兰州:兰州大学,2011.