

繁荣草原文化 加快绿色发展

□从佳琦

党的二十届三中全会《决定》提出,聚焦建设美丽中国,加快经济社会发展全面绿色转型,健全生态环境治理体系,推进生态优先、节约集约、绿色低碳发展,促进人与自然和谐共生。坝上地区发展优势得天独厚,未来应紧紧围绕“推动草原文化繁荣”这一新的历史使命,围绕建设旅游强省、推动旅游业高质量发展行稳致远,聚焦坝上草原文化旅游带绿色发展的体制机制障碍、难点堵点问题,全面推进、持续深化体制机制改革,营造有利于激发文化创新创造活力、旅游发展内生动力的良好环境,加快推进坝上草原文化旅游带绿色发展。

肩负“推动草原文化繁荣”新使命

坝上草原文化是蒙古高原草原文化的重要组成部分,主要由与游牧文化融合相关的农业文化要素构成。作为清朝最大的皇家猎苑,三百多年前,康熙皇帝曾以“鹿鸣秋草盛,人喜菊花香”赞誉坝上草原,“万里山河通远徽,九边形胜抱神京”是其在清朝时期重要战略地位的真实写照。同时,这里又是蒙满民族文化生存和繁衍的地方,蒙满风土人情、风俗习惯等极具地域特色。广袤的草原自然景观与悠久的皇家历史文化、独特的蒙满民俗文化相结合,极大地充实了草原文化旅游的内涵。

近年来,坝上地区科学规划布局丰宁京北第一草原、御道口草原森林风景区、沽源湿地草原等“草原旅游大区”,着力打造京北第一草原、木兰围场、草原天路、张北草原音乐节、草原乡村旅游等核心产品,不断提高坝上草原旅游知名度和影响力,游客接待量及旅游收入稳步上升。

发扬草原文化、科学规划布局、打造核心产品为坝上草原文化旅游带发展注入了活力,未来坝上地区应更加深入地挖掘草原文化内涵,加强保护与传承,加快创新发展,肩负起“推动草原文化繁荣”的新使命。

着力破除绿色发展的障碍和堵点

坝上草原地区隶属于承德和张家口口的不同县(区、场),在管理职能方面存在着行政隶属关系条块分割和旅游开发各自为战的问题,制约了旅游业的发展。除此之外,还存在生态、交通、开发经营、产品服务等方面的问题与不足。坝上草原地区承担着水源涵养、防风固沙、水土保持、生物多样性保护等重要的生态功能,经过多年的综合治理,草地退化、湿地萎缩、土地沙化、水土流失和生物物种减少的趋势已初步遏

制,但气象、地质、生物等方面的生态问题仍然十分突出,旅游业发展受到很大程度的制约。坝上各县以前大多为贫困县,各项事业发展相对缓慢,特别是基础设施建设滞后,尚未建立完善的交通服务体系,尽管京张高铁、赤承高速等有效改善了外部交通,但内部交通网络仍存在较多断点,难以满足游客需求。草原景区无论是建设水平还是服务水平,与国内著名旅游景区都有很大差距,散点式的开发经营没有形成合理的旅游线路,低层次的产品开发没有突出独特的文化卖点,建设缓慢的智慧旅游工程没有提供优质的配套服务,旅游吸引力和竞争力不足。

加快推进坝上草原文化旅游带绿色发展

全方位保障,机制围绕旅游“立”。一是建立与坝上草原文化旅游带相配套的领导机制。建议成立坝上草原文化旅游发展工作领导小组,构建起市县两级草原文化旅游发展工作体系;成立坝上草原文化旅游发展委员会,负责综合协调、规划统筹、营销宣传、市场监管等职能。二是建立以生态文明为目标的绿色发展绩效评价考核机制。确立生态文明建设评价综合指标,作为坝上草原地区经济社会发展综合评价和县(区、场)党政领导干部政绩考核的重要内容;强化对坝上草原文化旅游资源完整性和原真性的保护评价,弱化对地区生产总值、旅游收入等经济指标的评价。

全理念突破,管理围绕旅游“促”。一是推进国家公园试点建设,将坝上草原地区作为国家公园试点区,尽快制定试点实施方案,整合自然保护区、风景名胜区、森林公园、国有林场等各类保护区功能,实施统筹管理。二是设立由河北省政府垂直管理的坝上草原国家公园管理局,统一管理区内的自然生态空间。三是根据保护对象的敏感程度、濒危程度、分布特点等,结合坝上居民生产生活和旅游发展需要,将试点区划分为资源保护区、生态修复区和可利用开发区,形成突出生态、统筹管理、权属清晰、经营创新的国家公园保护管理模式。

全域化监测,生态围绕旅游“护”。一是建立坝上草原生态承载力评价体系。选取最能反映坝上地区生态环境质量本质特征的资源变量作为评价因子,测算各功能区生态承载力的底数;建立生态承载监测平台,对关键性生态要素进行长时序列动态监测,实时了解各功能区的承载状态,确定各功能区的开发强度;建立生态承载预警系统,确定预警阈值与区间,划定各功能区的旅游资源开发利用规模警戒线和空间红线。二是加强坝上草原文化旅游带生态

保护、治理和修复。落实国土空间用途管制规划,坚守草原生态红线;制定草地保护治理办法,实施草地生态治理工程;加大退耕还草力度,恢复和扩大草场面积,推行草原禁牧、休牧、轮牧制度,实施饲草种植、退耕还牧、封牧育草等修复工程。

全景化打造,品牌围绕旅游“创”。一是编制坝上国家休闲度假区建设规划,按照资源条件和主体功能区划分,发展两河源(滦河源、白河源)生态旅游,提升四大草场(张北、沽源、丰宁、围场)休闲度假旅游,建设国家一号公路观光旅游带,形成多个支点的全域旅游休闲度假旅游发展格局。二是加快创建坝上国家休闲度假区品牌,全力打造国际知名、国内一流的草原休闲度假旅游胜地。

全业态融合,产品围绕旅游“+”。一是推进文物+旅游,做好历史游。坝上历史悠久独特,文物众多。开发历史游产品得天独厚。二是推进民俗+旅游,做好民俗游。将坝上地区满蒙少数民族的畜牧生产技术和衣、食、住、行等生活习俗融入旅游产品中,以独特的民俗民俗吸引和留住游客。三是推进节庆+旅游,做好节庆游。通过“木兰秋狝大典”文化节、草原音乐节等节庆活动,吸引国内外游客。四是推进红色+旅游,做好红色游。围绕塞罕坝精神,建设塞罕坝爱国主义教育基地,打造全国红色教育培训和新时代红色文化体验高地。五是推进教育+旅游,做好研学游。结合坝上草原的地质地貌和历史文化特点,打造研学旅游产品。六是推进休闲+旅游,做好冰雪(温泉)游。充分利用坝上地

区冰雪(温泉)资源优势,以休闲体验为特色内容,在丰宁、围场等打造集冰雪运动、温泉养生、亲子游憩、会议接待、商务交流等于一体的冰雪(温泉)度假小镇。七是推进公路+旅游,做好风景道。继续做优做精“国家一号风景大道”,沿线串联坝上地区草原、森林、湿地等优质资源,建设一批民俗村、休闲驿站、自驾车营地、农牧体验基地等。

全要素支撑,服务围绕旅游“优”。一是补齐坝上交通服务短板。解决好“机场、铁路、高速”重大课题,打造现代化绿色交通服务体系;强化外部交通接驳,加强与铁路、公路运输部门合作,开设点对点的直通旅游专列和旅游巴士;内部交通则着力解决“最后一公里”问题,重点提升县、乡两级公路和景区内内部公路,打通旅游连接路;高标准建设坝上旅游标识系统、生态停车场、休憩观景设施、旅游厕所等,打造美丽、便捷的高品质风景道、绿道。二是实施坝上智慧旅游服务工程。充分利用互联网、物联网、5G、电子支付、智能终端等新兴技术,建设坝上智慧旅游服务体系。三是提升坝上旅游接待服务能力。完善旅游接待设施及配套,强化坝上旅游从业人员队伍建设,通过开展业务培训,全面提高导游、酒店员工、乡村旅游从业人员的服务意识、服务技能和服务品质。

【本文为河北省社会科学发展研究课题《加快坝上草原文化旅游带绿色发展的对策建议》(批准号20220602008)研究成果】
(作者单位:河北省社会科学院经济论坛杂志社)



加强非物质文化遗产数字化传播

□王锋

非物质文化遗产是中华优秀传统文化和人类文明的重要组成部分,承载着人类历史文化基因,是民族身份认同的重要标志。目前,非物质文化遗产面临着传承断裂、保护不力等问题。融媒体时代下传统媒体与新兴媒体深度融合,为非物质文化遗产的传播提供了新的平台和手段。

融媒体背景下非物质文化遗产数字化传播的意义

融媒体平台覆盖广泛,能够将非物质文化遗产传播到更广泛的受众群体中,提高社会对非物质文化遗产的认知度和关注度。借助短视频、社交媒体等平台,将非遗元素融入流行文化,吸引年轻一代的关注。融媒体传播形式多样,结合高清图片、精美的插画,生动展示非遗的艺术魅力。通过互动传播和资源分享等数字化手段,能够促进不同地区、不同领域的交流与合作,推动非物质文化遗产的保护与传承。

融媒体背景下非物质文化遗产数字化传播策略

创新传播内容,提升传播价值
挖掘文化内涵,深入挖掘非物质文化遗产的文化内涵,使其具有更强

的吸引力。将非遗项目与历史故事相结合,构建完整的文化叙事体系。

融合现代元素,将非物质文化遗产与现代元素进行融合,使其更符合当代受众的审美需求。与时尚、音乐、影视等领域进行跨界合作,将非遗元素融入现代流行文化中;将非遗项目打造成为具有影响力的文化IP,开发衍生产品,扩大受众范围。

创造互动体验,通过虚拟现实、增强现实等技术,为受众提供沉浸式的互动体验。利用VR/AR技术,让观众身临其境地体验非遗制作过程,感受非遗的魅力;建立在线互动平台,让观众可以与非遗传承人进行实时互动,学习非遗技艺。

拓展传播渠道,扩大传播影响
充分利用电视、广播、报纸等传统媒体进行传播。制作专题片、纪录片,深入挖掘非遗背后的故事,在黄金时段播出,提高节目收视率,与电视综艺节目合作,增加非遗元素。

借助新兴媒体,积极利用社交媒体、短视频平台等媒体进行传播,建立官方账号,发布图文、视频等内容,利用热门话题,增加内容曝光度,与网红、意见领袖合作,扩大传播影响力。制作短视频,展示非遗制作过程、表演片段。进行非遗直播,让观众实时观看非遗表演。

拓展海外市场,通过国际交流合

作,将非物质文化遗产推向国际舞台。参加国际文化节、艺术节,展示非遗,举办海外巡演、展览。

在海外社交媒体平台上发布多语种内容。

加强人才培养,提升传播能力
建立专业团队,组建一支专业化的融媒体传播团队。团队成员应包括非遗专家、文化学者、媒体人、设计师、程序员等多领域人才,形成优势互补。开展培训活动,定期开展融媒体传播培训,提升团队成员的专业素养。组织交流活动,邀请行业专家进行分享,拓展团队成员的视野。鼓励创新实践,鼓励团队成员在实践中不断创新,探索新的传播方式。

非物质文化遗产数字化传播成功案例及启示

敦煌莫高窟作为世界文化遗产,敦煌研究院通过高精度三维扫描和虚拟现实技术,将莫高窟的洞窟、壁画、雕塑等以全景的方式呈现给观众,让观众足不出户就能身临其境地感受莫高窟的壮观。莫高窟的数字化平台提供了多种语言的讲解,满足了全球观众的需求,扩大了莫高窟的国际影响力。敦煌研究院积极利用微博、微信等社交媒体平台,发布精美图片、视频,与网友互动,吸引更多人关注莫高窟。坚持保护与开发并重是敦煌莫高窟数字化传播成功的

关键,敦煌莫高窟的数字化既是对文化遗产的保护,也是对文化资源的开发利用。技术与艺术结合,数字化技术为莫高窟的传播提供了新的手段,但更重要的是如何将技术与艺术相结合,呈现出莫高窟的独特魅力。持续更新,保持活力,数字化平台需要不断更新内容,保持平台的活力,吸引观众持续关注。

京剧作为中国的国粹,也在积极探索数字化传播。京剧演员通过抖音、快手等短视频平台,将京剧片段剪辑成短视频,配上有趣的话题,吸引了大量年轻观众。直播互动,实现实时交流,京剧剧团通过直播平台,进行京剧演出、讲座等活动,观众可以通过弹幕与演员互动,增加参与感。京剧数字化传播的成功,主要表现在创新表达方式上,京剧需要不断创新表达方式,适应当代观众的审美需求。同时注意打造数字化文化品牌,打造京剧文化IP,增强影响力,将京剧打造成为具有影响力的文化IP,扩大其在全球的知名度。

融媒体时代为非物质文化遗产的传播提供了前所未有的机遇。通过创新传播内容、拓展传播渠道、加强人才培养等方式,我们可以更好地实现非物质文化遗产的数字化传播,使其在当代社会焕发出新的生机。

关键,敦煌莫高窟的数字化既是对文化遗产的保护,也是对文化资源的开发利用。技术与艺术结合,数字化技术为莫高窟的传播提供了新的手段,但更重要的是如何将技术与艺术相结合,呈现出莫高窟的独特魅力。持续更新,保持活力,数字化平台需要不断更新内容,保持平台的活力,吸引观众持续关注。

京剧作为中国的国粹,也在积极探索数字化传播。京剧演员通过抖音、快手等短视频平台,将京剧片段剪辑成短视频,配上有趣的话题,吸引了大量年轻观众。直播互动,实现实时交流,京剧剧团通过直播平台,进行京剧演出、讲座等活动,观众可以通过弹幕与演员互动,增加参与感。京剧数字化传播的成功,主要表现在创新表达方式上,京剧需要不断创新表达方式,适应当代观众的审美需求。同时注意打造数字化文化品牌,打造京剧文化IP,增强影响力,将京剧打造成为具有影响力的文化IP,扩大其在全球的知名度。

融媒体时代为非物质文化遗产的传播提供了前所未有的机遇。通过创新传播内容、拓展传播渠道、加强人才培养等方式,我们可以更好地实现非物质文化遗产的数字化传播,使其在当代社会焕发出新的生机。

(作者单位:石家庄学院)

□田宝林

随着信息技术的飞速发展,传媒行业作为信息传播的重要载体,正经历着前所未有的变革。传媒经济学,作为新闻传播学与经济学交叉形成的一门学科,也在这一变革中迎来了新的发展机遇和挑战。新数字时代背景下传媒经济学的发展导向如何?面临怎样的挑战与机遇?应采取什么样的应对策略?

新数字时代传媒行业的变革

传媒行业向泛媒体化发展。在新数字时代,传统媒体原有的数据处理方式已无法适应当前社会变化和市场需求,传媒行业逐渐向泛媒体化发展。泛媒体化表现为信息传播主体的多元化,信息传播途径和渠道的多样化。传统的新闻从业者不再是唯一的信息传播者,个人、不同组织甚至广大民众都可以通过手机APP、网络论坛、微博、微信等多个渠道传播信息。

传媒行业工作方式转变。为了确保社会信息传播效率及质量处于较高水平,传媒行业必须适应新的信息传播方式和技术手段。例如,数据分析和数据挖掘技术在传媒行业中的应用越来越广泛,传媒工作者需要掌握这些技术来更好地理解和分析受众需求,提高传播效果。

受众使用习惯的变化。在新媒体、大数据和融媒体时代,受众的使用习惯已经发生了翻天覆地的变化。他们成为连接的一代,跨屏使用的一代,对媒介的使用方式极为不同。这种变化要求传媒行业必须关注受众对新媒体技术的接受程度,关注受众使用习惯的改变,以及受众需求的变化。

新数字时代传媒经济学面临的挑战

研究的精致性增强,时效性不足。在新数字时代,传媒经济领域研究的精致性不断增强,越来越多的学者投入这一领域的研究中。然而,随着研究的深入,解决问题的时效性意识却显得不足。传媒经济学研究需要更加关注现实问题的解决,提高研究成果的应用价值。

实证性研究根基尚需加固。传媒经济学作为一门应用学科,其实证性研究根基尚需加固。目前,传媒经济学研究中的理论探讨较多,而基于实际数据的实证研究相对较少。这限制了研究成果的可靠性和实用性,也影响了传媒经济学在传媒行业中的应用效果。

传媒市场的不确定性增加。在新数字时代,传媒市场的不确定性增加。一方面,新媒体的崛起和传统媒体的转型使得市场竞争更加激烈;另一方面,受众需求的变化和技术的快速发展使得市场趋势难以预测。这种不确定性给传媒经济学研究带来了更大的挑战,需要更加灵活和创新的研究方法。

新数字时代传媒经济学的发展导向

加强数据驱动的研究方法。在新数字时代,数据成为推动传媒行业变革的重要力量。传媒经济学研究应加强对数据的分析和利用,采用数据驱动的研究方法。通过数据挖掘、数据分析等技术手段,深入了解受众需求、市场趋势和传媒行业的发展规律,为传媒行业的决策和发展提供科学依据。

推动传媒行业的数字化转型。数字化转型是新数字时代传媒行业的重要发展方向。传媒经济学研究应积极推动传媒行业的数字化转型,通过数字化转型,提高传媒行业的生产效率和传播效果,满足受众的多样化需求。

关注传媒行业的创新与发展。创新是新数字时代传媒行业发展的主要动力。传媒经济学研究应关注传媒行业的创新与发展,包括技术创新、模式创新、业态创新等。通过创新,推动传媒行业的转型升级和高质量发展,提高传媒行业的竞争力和影响力。

加强跨学科研究与合作。新数字时代,传媒经济学研究应加强与其他学科的交流与合作,通过跨学科研究与合作,拓展传媒经济学的研究视野和深度,提高研究成果的实用性和创新性。

新数字时代传媒经济学的发展策略

加强人才培养与引进。人才是推动传媒经济学发展的重要因素。新数字时代,传媒经济学研究应加强人才培养与引进工作。一方面,通过高等教育和职业培训等方式,培养具备新闻传播学和经济学知识的复合型人才;另一方面,积极引进国内外优秀的传媒经济学专家和学者,提高研究团队的整体水平。

加强国际合作与交流。新数字时代,传媒经济学研究应加强与国际同行的合作与交流,共同探讨传媒经济学的发展趋势和前沿问题。通过国际合作与交流,借鉴国际先进经验和先进技术手段,提高传媒经济学研究的水平和影响力。

推动政策创新与支持。新数字时代,政府应加强对传媒经济学的政策创新与支持。一方面,制定和完善相关法律法规,为传媒经济学研究提供法律保障;另一方面,加大对传媒经济学研究的投入和支持力度,推动研究成果的转化和应用。

加强传媒行业的自律与监管。新数字时代,传媒行业应建立健全自律机制,加强行业自律和诚信建设。同时,政府应加强对传媒行业的监管力度,规范市场秩序和竞争行为,为传媒经济学的健康发展提供良好的市场环境。

传媒经济学在新数字时代的应用案例

案例一:腾讯传媒的数字化转型。腾讯传媒通过数字化转型,实现了从传统媒体向新媒体的转型。腾讯新闻、腾讯视频等平台通过大数据分析和个性化推荐等技术手段,深入了解受众需求和市场趋势,为受众提供精准的信息服务。同时,腾讯传媒还通过投资并购等方式,拓展业务范围,延伸产业链条,实现了多元化发展。

案例二:阿里巴巴的媒体生态构建。阿里巴巴通过构建媒体生态,实现了电商与传媒的融合发展。阿里巴巴旗下的媒体平台包括阿里大文娱、阿里妈妈等,通过内容创作、广告投放等方式,为受众提供丰富的信息服务。同时,阿里巴巴还通过数据分析和挖掘等技术手段,深入了解受众需求和市场趋势,为广告主提供精准化的广告投放服务。

新数字时代为传媒经济学的发展带来了新的机遇和挑战。传媒经济学研究应加强对数据的分析和利用,推动传媒行业的数字化转型和创新;加强跨学科研究与合作,拓展研究视野和深度;加强人才培养与引进,国际交流与合作以及政策创新与支持等工作;加强传媒行业的自律与监管,保障传媒经济学的健康发展。在未来的发展中,传媒经济学将继续发挥重要作用,为传媒行业的转型升级和高质量发展提供有力支持。同时,传媒经济学也需要不断适应时代的变化和发展需求,不断创新和完善自身的理论体系和研究方法,为传媒行业的可持续发展作出更大的贡献。

(作者单位:北京富力投资有限公司)

投稿邮箱:hbjrbl@163.com