

## 第六届丝绸之路(敦煌)国际文化博览会“文化交流与合作论坛(2023)”



## 文化交流与合作论坛



## 新时代 新使命 新文化 新传播

王仁海 河南省委宣传部副部长  
河南广播电视台台长

敦煌文化是世界文明长河中的璀璨明珠,是古丝绸之路和“一带一路”文化交汇的结晶,也是中华文明不断融会贯通的典范。所以,感谢全国政协、甘肃省政协给河南台提供这次学习交流的机会,共同推动中华优秀传统文化创造性转化、创造性发展。

6月2日,习近平总书记在文化传承发展座谈会上的重要讲话,站在中华民族伟大复兴和中华文明永续传承的战略高度,系统阐释了文化传承发展的一系列重大理论和现实问题,为我们更好担负起新的文化使命、创造属于我们这个时代的中华文化指明了前进方向,提供了根本遵循。深思细悟总书记的重要讲话精神,我们最大的体会是,河南台的文化探索之路,就是贯彻落实总书记“两创”和“两个结合”指示要求的实践之路。我们将矢志不渝地沿着总书记指引的方向,在新文化新传播这条路上走下去。下面汇报一下河南台的做法、体会和思考:

## 一、勇担新使命,守初心更坚定信念

文化兴则国运兴,文化强则民族强。纵观人类文明史,中华文明源远流长、从未中断,至今仍充满蓬勃生机与旺盛生命力,本固根深、一脉相承的历史文化是铸就这一奇迹的重要基础。纵观五千多年中华文明史,多少繁盛富足的朝代,都消逝在历史的长河中,唯有文化符号能够传承留存,经久不衰,熠熠发光。

近年来,贯彻落实总书记关于传承弘扬中华优秀传统文化的重要论述,河南台坚守“文化”定位,持续推动传统文化的创新表达。中国节日系列节目回应时代需求,融入时代价值,成为滋润当下、影响未来的新文化。已播出的3季、19期节目全网阅读量超820亿,海外平台总观看量超5000万,外交部将其作为“中国名片”,70余家驻外使领馆和机构向全球推介,推动人民群众文化自信达到新高度,打开中华文化国际传播的新窗口。

身处伟大的时代,不能没有伟大的文化。顺应时代潮流、回应人民呼唤、不负各界期待,河南台主动担当我们的新使命:“深入贯彻‘两个结合’的指示要求,以新文化新传播引领媒体融合,为强国建设、民族复兴注入强大精神力量。”我们将坚定理想信念,牢记党媒职责,增强文化自信自觉,勇于做“新时代新文化”的开拓者、先行者,回答时代提出的课题,遵循时代发展的逻辑,赋予中华优秀传统文化新的时代内涵、时代精神,生产、传播更多无愧于时代、无愧于人民的文化精品。

## 二、创造新文化,塑品牌更领风尚

担负起新时代新的文化使命,创造、传播新文化是根本。深入领会总书记的重要讲话精神,结合中国节日系列节目的创作实践体验,我们认为新文化应该具备以下几个特征:

新文化应该是价值观正确的,以弘扬社会主义核心价值观为底色,体现主流价值、传承红色基因、引领社会风尚、振奋爱国情怀。比如我们推出的《天地之中》之所以得到观众的高度好评,源于将传统太极文化与现代航天技术巧妙结合,古今贯通中弘扬了航天精神,激发了民众对强国梦的强烈共鸣。新文化应该是思想性深刻的,自觉将习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿融入创作过程,具有映照历史、洞悉时代、体察现实、启迪未来的价值,用思想的温度感染人、用精神的力量凝聚人。新文化应该是大众共鸣的,契合当下人民群众的价值取向、审美趣味、生活期盼,特别是契合当代年轻人乐于接受、主动参与、积极传播优秀传统文化的主动性,以喜闻乐见的视听方式去呈现,使人民在精神生活上更加充盈起来。比如去年中秋时的《千里共婵娟》,通过身穿汉服的小朋友在少林寺等文化地标共唱一首歌,共赏一轮月,彰显“美美与共、和谐共生”的中国文化精神内涵。新文化应该

是审美高级的,思想更先进、艺术更精湛、技术更前沿,不仅可以广泛流行,更能够成为永恒经典。《洛神水赋》就是把中国式视觉表达和审美理念展现得淋漓尽致,让全国乃至全球为中国美学的魅力折服。新文化应该是样态创新的,在题材立意上创新视角,在视听表达上创新维度,在融合传播上创新策略。这也是《唐宫夜宴》能够刷屏的原因所在。

做好新文化,使命光荣,永远在路上。河南台将通过“凝聚一种精神”“实施一个战略”“打造一支队伍”,持续用引领性的作品讲好中国故事、传播好中国声音。一是坚定实施中国文化多品牌战略,把总书记的重要讲话精神落实为一个精品内容、一个创新创意、多品牌打造《中国功夫》《中国姓名》《一片甲骨惊天下》等传统文化节目集群,从中国节日单品牌向多品牌转化,实现从个体出圈到集群输出。二是培育新文化创作先锋,全面实施项目制和工作室制,以市场和产品思维撬动内容生产机制,形成全台开放交融、互联互通的生态,打造一支有战斗力、有创造力的创作团队。三是发扬精品创制需要的工匠精神,推动创作人员精益求精、持续突破创新,不满足于形式感的创新,更加专注于内核的底层逻辑创新,生产更好、更多容易被世界理解的文化产品,全方位诠释中华优秀传统文化的更多维度、更深内涵。

## 三、开拓新传播,有影响更重认同

新文化需要新传播,新传播助力新文化。我们将倾力打造大象客户端和象元元宇宙两个新文化传播平台,做书写时代、直抵人心、影响未来的新传播。一是做以移动互联为引领的全媒传播。网络视听已成为当下人们了解世界、表达自我、参与传播、传递价值的重要方式。在中国节日系列节目的制作、传播中,我们就把握了这一趋势,把“小屏”传播放在首位,始终围绕移动端的应用场景来策划内容选题。我们将以大象客户端汇聚新文化创作、传播、互动资源,形成文化产品发布、文化活动加持、文化评论引导的良性生态,成为全国新文化传播的主力军、主阵地、主渠道。二是做以先进技术为赋能的创新传播。5G、超高清等信息传输技术的应用,让画质更清晰、观感更流畅;AR、VR、MR、XR等虚拟技术,带给人们沉浸式、全感官的视听奇观。我们正在加快建设元宇宙平台,赋能文化内容生产、传播方式的创新,打开传统文化传承创新的新天地。建设大象文创园,集聚全国乃至全球创意、技术、人才等资源,筑起文化创新创意的聚集地。

三是做以多元融合为方向的国际传播。中华民族的伟大复兴,为中华文化走出去积聚了强劲势能。我们将进一步借力新华社、中国日报等海外平台矩阵,借助油管、脸书、推特等海外新媒体平台,加大与驻外使领馆等海外结构的横向沟通,增强全球对中华优秀传统文化的认可、对中国现代文明的认同。四是做以文旅文创为载体的渗透传播。将内容优势转化为产业优势,构筑内涵丰富、内容饱满的文化消费新场景、新生态,让新文化真正融入百姓生活、润物无声。与国内外头部品牌合作,开发唐宫IP品牌衍生文创文旅产品,使传统文化走进日常生活、可亲可近;积极融入城市形象塑造,策划实施了信阳茶文化节、洛阳牡丹节的全案营销推广,海南黎族文化节主题实景演出打造,制作了成都大运会、杭州亚运会宣传片等,开辟以国风国潮焕新城市形象的新模式,实现文化传播和产业发展相互促进,为城市发展注入更多文化底色,为新文化新传播注入持续动能。

路走对了,便不惧山高水长!我们将坚定文化自信,赓续历史文脉,以守正创新的正气和锐气,担当新时代新文化新使命,为建设中华民族现代文明倾尽全力、作出贡献!

敦煌自西汉以来就是中外文明交流交往交融的地方,西汉置敦煌郡就是为了通西域,因此敦煌“郡通西域孔道”,是中原王朝与西域地区交往的必经之地,西汉的阳关就是西汉与西域间交流交往的关隘,西出阳关前往楼兰的交通道路就是阳关道,西域诸国地方政权派遣的客使、行商、名贵等在西汉使者的引导下都是经由阳关道人阳关进入敦煌的,这些使团有来自西域南道鄯善、且末、精绝、扞弥、皮山、于阗、莎车、疏勒和北道的焉耆、山国、渠犂、尉犁、轮台、龟兹、姑墨、温宿,以及车师六国和乌孙、大宛等西域都护管辖诸国,隶属于西域都护管辖的西域地方政权,还有神爵二年匈奴日逐王归附西汉之后,原属于西匈奴蒲类等政权,还有鬲宾、康居、大月氏、乌弋山离、骞轩等国家派遣的商团客使。小者数人,多者数十人数百人乃至千余人。他们驱赶着奉献给西汉的牲畜携带着行资物品,经由阳关前往长安进行交易。西汉派遣到西域的使者和下嫁乌孙的公主、西汉在西域的驻守的长官及其部队及其携带的物资都是经由敦煌阳关西行的。阳关是西汉与西域间通使通商的需要而设置的关隘,他是西汉与西域间交流交往的一扇大门,阳关的命名和阳关玉门关的布局和功能都是仿照中原地区而来的。西汉晚期敦煌交通由阳关道变成南北两道,隋代出敦煌有三道,北道至伊吾,中道至高昌,南道到鄯善,总凑敦煌,敦煌为咽喉之地。这种情况一直到归义军时期没有发生大的变化。从文献记载来看西域地区的牲畜、物种和特产等都是经由敦煌进入中原地区的,而中国地区的物种西传也是经由敦煌西行的。

敦煌是汉唐戎交汇的都会所在。西汉对外贸易的频繁程度,敦煌悬泉汉简记载最为密切,如甘露二年七月敦煌九个驿站的马匹累死368匹,超过西汉政府为驿站配置

的定额8匹。足见西汉与西域间往来频繁给交通运输带来的压力,很多情况下由于驿站运力不够不得不向地方县乡租借车马牛帮助运输。敦煌是西域客使进入敦煌的第一站,按照当时交易方式,当西域客使进入阳关之后,西域客使与他们携带的物品基本上分开运送,敦煌和酒泉是西域引进畜牧物种的评估价格的地方,敦煌是西汉与西域间贸易的所在,进入敦煌之后,西域诸国客使的商品以柱的方式由驿站负责运送,西域引进的马名马也由驿站派遣人力运送,所以敦煌在当时已经是西汉政府对外贸易市场所在。在敦煌有很多来自西域胡人生活在敦煌的很多县乡村落中,他们中很多应当是质子和商客。(转十版)



## 敦煌:西汉与西域交融的都会

郑炳林 兰州大学敦煌与西域文明研究院院长,一级教授

戎交汇都会所在,汉武帝初置酒泉郡以通西北,《汉书·地理志》称:“初置酒泉郡,以通西域,断绝南羌、匈奴。”西汉的使节已经西面已经到达安息、奄蔡、黎轩、条枝、身毒等地,派遣到西域的使节大者数百,少者百余人,每年多者十余批,少者五六批,置敦煌郡之后更加频繁,特别是汉昭帝解除了匈奴的威胁,汉宣帝设置西域都护后,西汉与西域关系正常化,来往更为密切,西域地区出产畜牧产品名马、骆驼、牛、驴、骡等以及特产都是经由阳关源源不断进入西汉内地。西汉敦煌与西域间的商业贸易的频繁程度,敦煌悬泉汉简记载最为密切,如甘露二年七月敦煌九个驿站的马匹累死368匹,超过西汉政府为驿站配置

的定额8匹。足见西汉与西域间往来频繁给交通运输带来的压力,很多情况下由于驿站运力不够不得不向地方县乡租借车马牛帮助运输。敦煌是西域客使进入敦煌的第一站,按照当时交易方式,当西域客使进入阳关之后,西域客使与他们携带的物品基本上分开运送,敦煌和酒泉是西域引进畜牧物种的评估价格的地方,敦煌是西汉与西域间贸易的所在,进入敦煌之后,西域诸国客使的商品以柱的方式由驿站负责运送,西域引进的马名马也由驿站派遣人力运送,所以敦煌在当时已经是西汉政府对外贸易市场所在。在敦煌有很多来自西域胡人生活在敦煌的很多县乡村落中,他们中很多应当是质子和商客。(转十版)



## 以物动心 以心感物:建设人类文明新形态

纳日碧力戈 内蒙古师范大学民族学人类学院资深教授,一级教授

## 一、敦煌文化同特色:“通”“交”“融”

“通”:丝绸之路,东西方文化交流的通道;敦煌壁画,千灯互照,光光交映,通往世界。

“交”:因“通”而交,交往交流,文明互鉴,相互成就,相互促进,互为条件。

“融”:因“通”“交”而融,交往交流交融,为人类命运共同体建设和人类共有精神家园建设。

以中国特色丰富人类文明新形态,为人类社会发道路增添选择。

为充分响应习近平总书记“让文物活起来”的号召,近年来敦煌研究院依托敦煌石窟丰富的数字文化资源和雄厚的学术资源优势,开展多元合作,利用科技赋能文旅,多元融合促进发展,积极探索和推进科技与文化融合,文化与旅游融合的理论 and 实践途径并产生和形成了一定的影响力和示范带动效应。

## 一、充分利用数字化技术,构建旅游开放新模式

利用数字技术构建和不断优化旅游参观模式和预约售票系统,不断优化旅游参观模式;将数字敦煌高精度壁画图像和洞窟三维模型制作的虚拟数字内容与真实的莫高窟实景融合,不断提升游客体验感、参与感;与华为公司合作推出“飞天”专题游览线路,通过实体洞窟与虚拟体验相结合的方式实现了窟内文物窟外看,为游客提供虚实融合的全新体验;与人民日报、腾讯联合推出的“云游敦煌”获中华文物全媒体传播精品推介项目。

## 二、持续打造和升级“数字敦煌”品牌

现在“数字敦煌”业已形成优质的公益文化品牌。在此基础上,我院通过多方合作,又先后建设并发布了“数字资源开放素材库”和“数字藏经洞”,进一步提升、丰富了“数字敦煌”资源库,并初步形成可供商品生产直接使用的资源数据库,优化了敦煌文化资源的合理流动与有效配置,推动开展特色与品质兼具、经济效益与社会效益兼具的文创合作项目。同时,我们将壁画数字化高清图片和3D打印充分运用于外出举办的各类展览,既节省了成本,又提供了清晰、准确的壁画画面内容。如此次文博会展出的莫高窟第57窟原大复原窟从三维建模到窟内高保真壁画即来自醋醋排骨资源。特别是正壁佛龛画面即首次采用3D打印技术,立体、逼真地再现了的双层佛龛的效果,具有很强的视觉冲击力。

三、坚持品牌发展战略,促进文旅深度融合 我院于2016年9月设立了文化创意研究

## 二、人心相通:以物动心、以心感物

感物心动是人类共性,抓住这一点,就抓住了建设人类文明新形态的最有效方法。“凡音之起,由人心生也。人心之动,物使之然也。感于物而动,故形于声。声相应,故生变;变成方,谓之音。比音而乐之,及干戚羽旄,谓之乐。乐者,音之所由生也,其本在人心之感于物也。”(《礼记·乐记》)(声音的发出,都是从心中产生的。而人的心理活动,是由于受到外物的感触。有感于外物的变动,就表现为声音。声音相互配合,就产生变化;变

化形成一定的规律,就称之为音律;不同的音律和并在一起形成歌曲,再配上干戚和羽旄,就叫做“乐”)

“口舌是内心经验的符号,文字是口语的符号,正如所有民族并没有共同的文字,所有的民族也没有相同的口语。但是语言只是内心经验的符号,内心经验自身,对个人人类来说都是相同的,而且由这种内心经验所表现的类似的对象也是相同的。”(苗力田主编:《亚里士多德全集》第一卷,“解释篇”,秦典华译,中国人民大学出版社1990年版,第49页)

## 三、费孝通:行行重行行

我们不应以虚无主义的态度看过去,要真正懂得中国的特点,并根据这些特点来搞社会主义现代化,就要研究可以生长出新东西来的旧事物,甚至要用旧形式来发展新事物,最终使旧的转化为新的。只有通过万里路,读万卷书才能真正做到守正创新,不断探索,建设新文化,建设中华民族现代文明。

## 四、敦煌文化的精髓:兼和通全

兼和通全:“何以辨物之高卑?必有明确之准衡。品值之大衡曰兼,曰和,曰通,曰全。合多为一谓之兼,既多且一谓之和,以一摄多谓之通,以一备多谓之全。兼和通全四者,其指实一,直所从言之异尔。兼和通全,亦即富有日新而一以贯之。”(张岱年全集,第三集,“品德论”(《天人五论之四》),第203页,河北人民出版社2007年版)

## 五、敦煌文化是中华优秀传统文化守正创新的古代典范

敦煌文化充满活态势能,形气神交融一体,具有连续性、创新性、统一性、包容性与和平性等中华优秀传统文化的关键元素,可以垂范后人,以守正创新的中华民族现代文明推进中华民族伟大复兴。



## “让文物活起来”

——敦煌研究院在数字文创方面的探索与实践

张元林 民进甘肃省委副主委  
敦煌研究院副院长

中心,进行文化创意产品和项目的研发策划与运营模式的综合研究。文化创意研究中心负责开展敦煌研究院的文化创意研究和全面对接文创授权合作。一方面基于敦煌石窟的文化艺术资源和深厚的学术研究成果,以敦煌文化遗产价值的挖掘和阐释为出发点,从敦煌文化艺术中汲取创意,通过内外协同合作,将敦煌元素引入现代创意和美学设计,研发二次创作设计,活化传统艺术。构建敦煌研究院授权资源库;另一方面开展文创授权合作和品牌管理工作,同时进一步完善创意研究和文创授权工作制度 and 流程,努力走出高质量、高水准、富有敦煌特色的文化创意事业发展道路。与腾讯合作推出的“敦煌诗巾”

小程序上线一个月即有300万用户参与,留下近25万件DIY作品。并将线上“敦煌诗巾”引入线下“莫高和集”文创平台,线上线下互相融通,初步形成立体营销模式。这是我们以文促旅,以旅彰文,探索“智慧文旅”进一步提升公共文化服务水平有益尝试。

我们将深入学习贯彻落实习近平总书记敦煌研究院座谈时的重要讲话精神,始终坚持把习近平新时代中国特色社会主义思想作为我们在文化和旅游领域全面深化改革的指导思想和政治引领,利用科技赋能文旅,多元融合促进发展,持续加强文化品牌建设,为中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展做出新的贡献。