

山西文旅微短剧的实践探索

杨 菲

作为历史文化资源大省,如何将丰厚文化底蕴转化为现代文旅竞争优势是山西面临的时代命题。近年来,山西积极发挥微短剧在文旅融合中的创新引领作用,围绕“晋貌、晋风、晋韵、晋味”主题,坚持以人民为中心的创作导向,强化优秀作品的示范效应。笔者认为,在政策引导的基础上,山西微短剧产业正在从内容、传播、产业三个层面进行实践探索,推动微短剧与文旅产业深度融合,生动展现山西丰富的自然景观与人文底蕴,为文旅品牌注入新活力。

内容创新:文化解码—情景演绎—情感共振

内容层作为整个赋能模式的核心基石,致力于解决地域文化资源与现代传播语境的有效适配问题。在文旅融合的大背景下,如何将深厚的历史文化底蕴转化为符合当代受众审美需求和传播规律的视听内容,成为微短剧赋能文旅品牌建设的首要课题。传统文旅宣传往往陷入“有文化缺表达,有资源缺转化”的困境,而微短剧凭借其独特的媒介特性,通过构建“文化解码—情景演绎—情感共振”三层递进叙事体系,为这一难题提供了创新性的解决方案。这一体系关注文化内容的表层呈现,更注重其深层价值的挖掘与传播效应的最大化,是实现从文化资源到品牌价值转化的关键所在。

山西微短剧创作首先立足于对丰富地域文化资源的系统性解构与创造性转译。这一过程需要深入把握文化精髓,实现从“文化保存”到“文化活化”的转变。针对平遥古城、云冈石窟等物质文化遗产,通过影视语言提取其视觉符号特征,将建筑形制、空间格局等转化为具有高辨识度的场景元素。对于晋剧、绛州鼓乐等非物质文化遗产,则聚焦其表演程式、技艺流程等动态元素,提炼为可嵌入叙事的文化片段。这种转译是基于现代表达需求的文化再创造,既要保持文化的本真性,又要增强其传播力。由临汾安泽县委、县政府牵头制作的微短剧《荀子新传之学习高手》,通过深入挖掘安泽县作为荀子故里的文化底蕴,将荀子的教育思想与现代初中生的成长困境相结合,以微短剧的形式,把荀子文化园、太

岳行署旧址等文化地标转化为生动的教育场景,实现了传统文化与现代价值观的有机融合。

在文化解码的基础上,微短剧通过情景化叙事建立文化符号与受众情感的有效连接。《何以故人梦》作为国家广播电视总局“跟着微短剧去旅行”创作计划第五批推荐剧目,在忻州宁武芦芽山实地取景,通过现代女孩方梨与古代公主秀容的双线叙事,将马仑草原、万年冰洞等自然景观巧妙融入剧情,不仅展现了前世今生的爱情故事,也体现了对催婚等现实议题的思考,实现了自然景观与人文情感的有效结合。该作品在“中国精品微短剧之夜”活动中因“自然美学与人文叙事的深度融合”被列入精品推介榜单,成为文旅题材微短剧的标杆案例。

微短剧通过情感化叙事触发观众层的深层价值认同,这是实现持久传播效果的关键。由阳泉市广播电视台制作的精品短剧《重返1988》,通过穿越叙事将镜头对准20世纪80年代的阳泉,用影像唤醒一代人的集体记忆,展现山城特有的时代风貌和情感。剧中当代年轻人与父辈的碰撞,引发了观众对家庭、梦想与生活的深度思考,建立了强烈的情感连接。

传播优化:精准投放—矩阵协同—场景融合

传播层作为关键环节,着力解决文化内容与目标受众的高效连接问题。在信息过载的媒介环境中,如何让优质的文旅内容精准触达潜在游客,并促使其产生旅游消费行为,成为微短剧赋能文旅品牌提升的核心挑战。

精准投放。综合考量地域属性、行为特征和消费偏好等因素,建立多维度的用户画像系统。由太原市千惠文化传媒有限公司牵头出品、拍摄于太原古县城的微短剧《奇幻咒语》,创新性地实践了“微短剧+商业”模式,将山西本土农产品和旅游景区深度嵌入剧情,通过精准的内容分发,有效触达对乡村创业和本土文化感兴趣的受众群体,实现从观看到消费的直接转化。

矩阵协同。构建以省级文旅融媒体中心为枢纽的传播矩阵,是实现传播效果最大化的重要保障。可以探索通过精准定位不同平台的功能特性,实现传播效果的

最优化:“山西文旅”官网、公众号等政务平台侧重政策解读和权威发布,建立品牌公信力;抖音、快手、小红书等商业平台聚焦热点创作和互动营销,扩大用户触达面;B站、知乎等专业平台开展深度解读和话题讨论,提升内容影响力。

场景融合。通过创新技术应用实现虚拟内容与实体场景的有机融合,是提升传播效果的关键举措。将来可打造“观看—引导—体验”的完整链条,破解文旅传播从“认知”到“体验”的转化难题。具体而言,线上微短剧嵌入智能导览接口,用户可直接预约相关景区门票或体验项目;线下设置AR互动装置,游客通过扫描实景即可触发专属剧集和衍生内容;基于位置服务的场景触发系统,能够在特定地理范围自动推送相关微短剧内容。

产业协同:技术赋能—业态延伸—价值转化

在完成内容创新和传播优化之后,产业层作为最终落脚点,致力于实现传播价值向产业价值的实质性转化。这一层面关注的是如何将微短剧产生的影响力转化为切实的经济效益和品牌价值,构建可持续发展的产业生态。

精良制作促进体验升级。技术创新为微短剧的质效提升提供了强大支撑。在制作方面,采用4K/8K超高清拍摄、三维文物扫描等先进技术,显著提升内容的视听品质。

从内容到产品的价值拓展。基于热门微短剧IP进行多元业态开发,是实现价值增值的重要途径。各地可依托微短剧开发主题旅游线路、打造实景演艺项目、创新数字藏品发行等,延展微短剧价值链,创造新的经济增长点。

流量与经济的多维变现。网络微短剧最终的价值转化通过三条路径实现:直接收益来自付费点播、IP授权等内容变现方式;引流收益体现为剧集带动的景区门票、住宿等相关消费;品牌收益则表现为目的地形象提升带来的长期效益。芦芽山景区借助微短剧产业发展浪潮,在微短剧拍摄期间同步开展社交媒体互动营销,直接带动芦芽山景区相关话题播放量的增长,2025年游客接待量已达122万人次,同比增长显著。

戏曲与电影深度交融

——观晋剧电影《布衣于成龙》

王 鑫 赵 源



晋剧电影《布衣于成龙》剧照

近日,在第38届中国电影金鸡奖颁奖典礼上,晋剧电影《布衣于成龙》入围最佳戏曲片提名。这部影片由太原市晋剧艺术研究院与中国戏剧家协会联合出品,改编自舞台版晋剧《于成龙》。导演张峰在保留戏曲特色的基础上,巧妙运用电影手法,强化了戏曲艺术作为中华优秀传统文化的独特魅力,赞颂了布衣于成龙为民请命、为民除害、为民担当的可贵精神。

光影造景构筑意境

导演深谙光影造景手段之精髓,巧妙运用景物与人物的交织,构筑出一幅幅意象独特而意境深远的画卷。影片开场,缓缓推进的航拍镜头下,电影特效打造出一叶轻舟在浩渺广阔的江面上宁静前行,镜头逐渐拉近舟头,舟上于成龙从容站定、眺望江山,生动隐喻了他胸襟广阔、胸怀万民的情怀。他身影虽小,却如磐石般坚韧不拔、铁骨铮铮,彰显出其为天地立心、为生民立命的不凡气度,令人肃然起敬。而后,一叶扁舟缓缓驶入云雾缭绕的水中央,如梦似幻。这一幕不仅呈现出一种超凡脱俗的意境美,更让于成龙的形象仿佛从水墨画中走出,充分展现了他内在的飘逸与洒脱。

再如,举水河畔一场戏,面对贪官污吏猛于虎和百姓苦不堪言的悲惨境地,于成龙苦恼郁闷,思虑万千。画面中阴郁悲凉、奇山怪石、残花败柳的景象隐喻了他的处境艰难,由此呈现出形影相吊月光寒的独特意境。之后,影片运用平行蒙太奇手法,将曾经踌躇满志秉烛夜谈的少年于成龙与当前壮志未酬身已老、以身许国不死心的老年于成龙同台呈现,突出人世沧桑下于成龙初心不改、老而弥坚的可敬可叹。影片通过光影造景手法的巧妙运用,将景物与人物组构出独特的审美意境与韵味,让观众在欣赏影片过程中仿佛置身波澜壮阔的历史年代。

镜头语言虚实平衡

如何运用镜头语言突出戏曲演员的表演,让观众在观影之时更好地感受戏曲的魅力,这是戏曲电影能否取得成功的关键点之一。

在舞台剧中广受赞誉的“挡马”一场,主演谢涛将跪步、踱步等传统程式化步法精妙融合,无论是迎面躬身向前的坚毅,还是背部相抵艰难跪行的顽强,都生动诠释了于成龙的大义凛然与不屈不挠。在电影中,这一桥段被赋予了更丰富的视觉层次与情感深度。导演灵活巧妙地运用各种镜头展现和处理戏曲的人物表演和剧情节奏,包括壮阔铺陈的远景镜头、

气势宏大的全景镜头、刻画细腻的近景镜头、自由奔放的运动镜头以及直击心灵的特写镜头。通过灵活自如的画面剪接与镜头组构,细致展现于成龙“挡”的奋不顾身、当仁不让与朝廷官兵“攻”的气势汹汹、步步紧逼,构成强烈对比的视觉张力,让人不禁为其英勇无畏、为民请命所动容。

戏曲更偏重写意,电影更偏重写实。戏曲电影作为这两种艺术形态的结合,既需秉承戏曲的虚拟性,为演员提供广阔的表演空间,又要尽可能兼顾电影的强写实性。这需要在虚实之间找到微妙的平衡点。

片中于成龙上山劝降一段,十分出彩。于成龙顶着炎炎烈日,携一仆一吏,踏上充满挑战的旅程。在崇山峻岭的大场景设计下,导演巧设一片空地作为三人展现戏曲技艺的舞台。三人打凉伞、鸣铜锣、骑跛骡、摇葵扇等一系列程式动作都在此片空台上肆意挥洒展开。既保留了戏曲表演中的虚拟性特征,如骑跛骡的演绎不依赖真实动物,而是通过演员的唱念做打呈现;又借助导演巧妙的镜头运用,营造出一种既真实又超脱的氛围。镜头流畅切换,既有宏大叙述,也有细腻抒写,大大增强了画面的层次感。

人物刻画精妙传神

人物是作品的灵魂。本片中呈现的是得罪权贵后成为平民的于成龙。因此,在人物塑造上既需要抓住其清廉特色,又要着重展现其平民情怀与布衣本色。片中于成龙对仆人小慈关有关爱、信任有加,对蠹吏邵克忠忍辱负重、耐心周旋,对义士刘君孚晓之以理、动之以情。在主演谢涛生动精妙的演绎下,一位举手投足、言行举止蕴含深厚知识底蕴与为民担当精神的中国传统文人形象跃然眼前。

戏曲是“角儿”为本的艺术,电影是善用光影的艺术,二者的巧妙融合才能完成戏曲电影塑造人物之大任。导演善用中近景、特写镜头突出“角”的动作表情细节,进而实现“角”的细腻刻画,使得于成龙形象立体丰满。于成龙泛舟湖上一场,谢涛在短时间内以眼神之戏展现了于成龙即将归隐时的复杂情感。眼神中既有对两袖清风的坦荡、对田园生活的盼望,对侍奉高堂的向往、对儿孙绕膝的期待,又有对吏三桂叛乱以及荆楚百姓遭殃的深深忧虑。所谓“传神写照尽在阿堵”,电影手法展示的眼神戏,从微观层面将胸怀磊落又忧国忧民的于成龙形象刻画得淋漓尽致。

晋剧电影《布衣于成龙》不仅保留了晋剧艺术精髓,更通过光影艺术赋予其新的生命力,展现出传统戏曲在现代语境下的勃勃生机与无限可能。

追求「爆款」不可脱离人民性

意 娜

我们正处在一个被数据、流量和热搜深刻影响的时代。在文艺领域,“爆款”似乎已经从一种结果性的荣誉,演变为一种前置性的目标。打造爆款的呼声,前所未有地影响着创作的生态与走向。然而,当我们冷静回望一些由资本与算法合力营造的流量狂欢时,不禁要问:这些爆款,真的代表了人民的真实文化选择和心声吗?

流量的本意,是人气的数字化呈现,本应映照千百万观众与读者的兴趣与情感共鸣。从这个角度看,它似乎天然地与文艺的人民性相契合。中国社会科学院在2023年就曾用“网络热词热度”来分析“人民文化实践”。正如《在延安文艺座谈会上的讲话》和《在文艺工作座谈会上的讲话》所反复强调的,文艺必须服务最广大的人民群众。在数字时代,流量似乎成为最直观的反馈之一。然而,理想与现实之间,正在拉开一道值得警惕的裂隙。

当下的爆款生产,与其说是大众自言,不如说更像是一份预设的菜单。业内评论普遍指出,如今的创作往往被迫迎合一些固定模式,比如快节奏、高密度、强情节、强刺激、多反转等。这样的创作逻辑,逐渐将艺术异化为元素的拼接和套路的堆砌。许多作品以立项为始,便不再追问“我要表达什么”,而是盘算“怎样才能冲上热搜”。于是,我们看到一些披着科幻外衣却缺乏科学与人文思考的故事,本质上仍是打怪升级的重复;也看到一些改编作品,为制造冲突不惜背离原著精神,将“共同成长”的核心主题改为“反目成仇”的狗血剧情,最终引来观众和市场的双重抵制。这种模式看似迎合观众,实则低估了观众的审美与判断,消解了作品的思想深度与社会价值。

更值得注意的是,当下的流量生成机制,正加剧流量与民意的错位。人民性不仅包含“为人民所喜爱”的形式,也包含“反映人民生活、表达人民愿望”的内容。然而,在资本和平台的强势介入下,“为人民所喜爱”逐渐被“能带来流量”取而代之。在“有流量就有销量”的观念影响下,一些机构不再依靠作品质量与口碑的自然积累,而是将赌注押在作者的粉丝效应,甚至刻意制造噱头,而作品本身的价值反而被边缘化。这种本末倒置,使流量不再是民意的真实映照,而更像是一场经过操控的商业游戏。其后果是,IP的长久生命力被透支,创作者与受众之间的信任被侵蚀。

面对爆款的诱惑,文艺工作者应当如何选择?仍然在于回到创作的本源,坚守初心,坚持创作的主体性。真正的爆款,应当是精品力作水到渠成的结果,而不是投机造成的目标。一部优秀的作品,必然兼具社会效益与经济效益。它扎根现实生活,又高于生活;它能触动人心,启发思考,因而获得持久的共鸣。这样的作品,即便不刻意追逐热搜,其内在的真诚与力量,也足以穿透喧嚣,赢得人民喜爱。反之,那些依赖拼贴与套路的产品,即便昙花一现,也会因空洞而被遗忘。尤其在今天,当人工智能已经能够批量生成平庸之作时,人类创作者的价值恰恰在于那些无法被量化、无法被复制的独创性与深度思维。

因此,我们必须重申对人民性的深刻理解,妥善把握艺术专业性 with 作品传播度的关系。坚守艺术追求,不等于孤芳自赏;贴近大众,也不意味着无底线迎合。真正的人民性,要求创作者深入生活,感受时代的脉动,用专业的艺术手段将其提炼和升华,创作出既有思想厚度又有情感温度、能够与广大人民同频共振的作品。这需要创作者具备足够的文化自信和艺术定力,不为短期流量所左右,敢于对“预制菜单”说“不”。

流量可以是尺子,但不能成为唯一的尺子。在爆款迷思的喧嚣中,无论是创作者、评论者,还是整个行业,都需要保持清醒。唯有回归初心,扎根人民生活,以“传世”而非“爆款”的标准去雕琢作品,才能真正实现社会效益与经济效益的统一,才能让文艺的百花园盛放出属于人民、并能被时代铭记的花朵。

双塔

山西出版集团



曹操观沧海 韩敏作

跳出演义看曹操

鲁立智

可以说,中国老百姓的汉末三国史认知,主要是由古典名著《三国演义》塑造的。作为一部历史演义,它没有真实还原历史,相反,它凸显人物的善恶忠奸,刻画人物的智慧拙巧,从而形成一部角色均衡的艺术画卷,以便于读者的接受。正是在这个过程中,曹操的认知、品德、能力和才情都被拉低了,拉低到与当时其他杰出人物同等的水平。

曹操本是汉末第一功臣、第一忠臣,却被塑造成汉贼。东汉末年,天子暗弱,政治混乱,起义蜂起,群雄割据,汉朝已名存实亡。是曹操独木擎天,整肃朝廷,剿灭群雄,安定中原,用他自己的话说:“设使国家无有孤,不知当几人称帝,几人称王!”就其事业的艰难而言,古之伊吕亦不能与之比肩。

很多人耿耿于曹氏篡汉,认为是曹操不忠于汉朝,他的政治作为都只是谋求私利。其实这是“家天下”的思想在作祟。古代王朝的兴衰,最多不过几百年。王朝的频繁更迭应该让我们意识到,天子勤政爱民则天下稳定,废政虐民自然改朝换代。然而一些人没有用发展的眼光看待问题,把无条件的忠诚作为一种高尚的节操。

在文学作品中,这种思想更容易在潜移默化中发生作用。比如《三国演义》中,曹操对汉献帝、对伏皇后、对董卓,历来被作为他不忠于汉室的典型加以表现。当我们跳出文学视角,从历史的角度出发,则会认识到,古代最高统治者(特别是无能的、昏聩的或者残暴的)个人的悲剧,恰恰是历史的喜剧。帝、后二人与曹操的斗争,对前者而言是对个人利益的追求,对曹操而言却不仅如此,还有“己败则国家倾危,是以不得慕虚名而处实祸”的政治认知。我们并不是轻视个人利益,而是说每个人都有权作出选择,也需要为其选择负责。帝、后二人谋杀曹操并不是为了汉朝,曹操的杀后困帝则有为天下的成分在。再往后说,汉献帝能做30多年的皇帝,禅位后以山阳公善终,恐怕也只能在曹氏父子这里才会发生。

令人耿耿于怀的,还有曹操的自比周文王,他说:“若天命在吾,吾为周文王矣。”很多人以为这句话体现了曹操的政治野心,而且是隐晦的。这也是在《三国演义》拥刘反曹思想影响下的认识,是跳出历史的曲解。

汉朝人对中央政府的态度与后世不同,士大夫仕于州郡的,都奉其长官为君,称其机关为本朝,与中央政府就是疏离的。也没有人心向汉一说,若百姓心向汉朝,不应起义遍布全国;若官吏心向汉朝,不应处处割据,各为其主。汉朝必将灭亡,是东汉末年人的共识,已经称帝和计划称帝的人很多。曹操在完全有能力且没有任何影响的情况下,依然坚持作汉臣而非开国皇帝,真正是“不敢辱先人之教以忘先王也”。至于说知道自己子孙会取代汉朝,那也是政治形势使然,天下人都看得清清楚楚,哪还需要隐晦表达。曹魏代汉,在曹操是无愧于汉朝而有助于天下,在曹魏则是符合北方民心的。

《三国演义》中,作为汉贼的曹操,还表现出无比的奸诈,比如割发代首。曹操率军时规定践踏麦田者斩首,而自己的马受惊闯入麦田,为服众他割发代首。对此,小说的引导语是:“拔刀割发权为首,方见曹瞒诈术深。”从权诈的角度认识曹操,只会将读者引向无知无识。曹操于行军途中立法,是要避免兵士故意或无意地践踏麦田。其目的是预防,结果是“官军经过麦田,皆下马以手扶麦,递相传送而过,并不敢践踏”。正如交规中的“红灯停,绿灯行”一样。但预防没有办法控制意外事件。曹操践踏麦田是因为“田中惊起一鸿,那马眼生,窜入麦中”,乃特殊情况,从法理上讲,可能不适用于斩首的规定。不能将法律条文孤立地解读。古代头发表象征身体,割发是严重自罚,将曹操的行为理解为军纪严明的体现,才是正确的理解。

指出这些并不是要读者在历史的曹操和文学的曹操中作出选择,更不是否认《三国演义》这部中国最伟大的历史演义小说的价值。历史演义从说书而来,它需要故事有明确的矛盾,受众有特定的好恶,角色有鲜明的形象,《三国演义》在这三方面几乎做到了极致。曹操就是塑造得最成功的形象之一。若将文学人物做历史性的还原,将导致矛盾无比复杂,好恶难以把握,文学的价值被消弭,文学创作变成历史书写。这是我们坚决反对的。

当我们只接受了文学的曹操并借此来评价曹操时,我们会陷入以假作真的境地。当我们了解了历史的曹操,回过头来看文学的曹操时,才有机会认识到文学创作的价值。

经典漫谈

(81)