

戏曲市场开拓中的“要与不要”



戏曲是在时代发展驱动下自我革新与拓展的，戏曲的市场也是“继承”与“扬弃”博弈的结果，在“要”与“不要”中探寻新的发展可能。就当下戏曲发展来说，处理好这几对矛盾关系对于戏曲市场的开拓有着重要作用。

一是要大众化，不要过度神圣化。

从2001年中国昆曲入选联合国教科文组织人类口头和非物质文化遗产代表作名录至今，各戏曲剧种陆续成为“遗产”，戏曲名家很多也都成了“非遗传承人”，这本是好事，为戏曲的传承保护提供了重要保障。但慢慢地很多戏曲人的心态也变了。首先是剧种文化价值所赋予的“神圣化”，其次是演职员文化坚守的“悲壮化”，再者是历史属性所带来的“博物馆化”。于是，等待被继承、被仰视，等待专项下拨、重新被发现……等待似乎已经成为一定意义上的常态。等待一定等不来观众，放低姿态走下“非遗神坛”、走近大众才是戏曲文化价值正确的打开方式。

二是要建构新“角儿制”，不要因噎废食搞平均。

戏曲作为“角儿”的艺术，由追星而产生的巨大热情是激发观演市场的重要动因。在现有的体制机制下，旧“角儿制”垄断的弊端完全可以避免。一方面通过建构积极有序的艺术竞争、充分发挥各不同行当“角儿”个体主观能动性的体制机制，打破有戏轮不上、论资排辈评职称、主演配演收入差不多的体制机制，提倡演员努力寻求创造与个人气质条件相契合的剧目与唱腔并逐渐形成独具特色的表演风格、促进新的流派产生的体制机制；另一方面发挥新媒体在传播过程中的巨大作用，有意识引领大众审美和时代价值，在新的“捧角”

生态之中，重构传统戏曲的影响力。

三是要强调剧场化，不要过度竖屏化。

过度竖屏化传播在给戏曲带来便利的同时，也带来了一系列的问题。最为关键的是消解了戏曲“示现”传播特征。在戏曲舞台上，演员的表演行为和观众的观赏行为共同构筑了一个不可重复的情感“生态圈”，共同按照一定的约定建构了一个具有一定仪式性的“场”。只有在这样的“场”中，演员和观众之间才能即时地因情感的直接交流而产生相互间的反馈与互动。而戏曲因“诗性精神”生发出来的独特的“虚拟”与“假定”的特点，更是有在演员与观众面对面“在场”、共同拥有一个现实的时空环境前提下才能实现，这一切在竖屏上则被消解了。再者就是碎片化。这个碎片化既包含了内容信息的不完整、个性化拼贴表达以及信息传播的热点捕捉，同时也涵盖了受众的碎片化。真实舞台被屏幕所取代，这样的“场”与“在场”均将不复存在，戏曲也会因此失去其最为本真的面貌。

四是要吸引社会资金，不要只盯“艺术基金”。

创作是生产环节，演出是销售环节，只有销售才能获得收入，这是非常浅显的市场经济常识。尽管文艺产品作为商品有其一定的特殊性，但是作为商品的本质特征不会变。戏曲院团需要强化市场意识，从而实现创作生产、演出营收的良性循环。而要实现这一目标，争取社会资金投资创作是一条可行之路，不仅能解决创作的生产资金的问题，更能打破既有的“躺平”状态，自我加压把自己逼向市场，让市场检验创作成果，创作优秀的文

艺作品赢得市场、回馈投资者，真正实现良性发展之路。

五是要提升整体运营能力，不要仅专注于创作生产。

过去，戏曲院团往往将精力主要放在艺术创作上，专注于创作生产、人才培养、传承发展一般是院团的强项，忽视了市场的开拓和营销，使得许多优秀的戏曲作品难以真正走向市场。首先让专业的人做专业的事。不同工种之间资源整合优化来提升整体创作运营能力。其次，在吆喝的方式方法上，借助其他力量、整合各方面资源是关键。加强媒体合作，通过网络、自媒体、各种社交媒体平台等多种渠道进行宣传推广。在无法整合吸引优秀营销人才加入团队的前提下，也可以实施营销外包，委托专业的公司团队来进行演出运营。

六是要放眼培养未来的戏曲观众，不要只盯着眼下的青年观众。

争取青年观众是非常重要的，但我们经常会忘记一个事实——现在的青年观众是在传统文化的熏陶下成长的，还是在互联网环境中成长的？与其每天说要去吸引年轻观众而不得，不如真的去做一些争取未来戏曲观众的事。

戏曲进校园为戏曲培养未来观众找到了一条新的路径。要让小朋友按照他们喜欢的方式去接触戏曲、了解戏曲。有观众就会有市场，有市场戏曲就一定兴旺，要放眼长远才行。

制约戏曲市场的因素很多。但是在精品化创作与大众化追求中拓展，在主动借势、借力中开掘，在充分彰显戏曲审美个性中开拓，在高度融合传统文化与现代审美以及新媒体传播中前行，戏曲的市场化之路必将越走越宽。

据《中国文化报》

音乐与时代的交响

在当下多元的音乐综艺节目格局中，《有歌2024》凭借其独特的叙事结构与真诚的情感表达，展现了与众不同的文化内涵。这档节目不仅是一场音乐竞技，更是一场对个人梦想与社会生活的深刻探讨。通过音乐的力量，节目中无数的个体心声和追梦故事与当代社会的情感脉动相融合，形成了一种音乐与时代的交响。

《有歌2024》之所以能够在众多音乐综艺中脱颖而出，其核心在于它的音乐作品深深扎根于创作者真实的生活体验。这些原创作品并非刻意拔高的艺术呈现，而是源自创作者日常生活中的点滴感悟，进而升华为一种具有时代共鸣的情感表达。来自国企的音乐人王天阳在繁忙的工作间隙坚守对音乐的热爱，《你的太阳》正是以平实的旋律讲述了他的追梦历程。鹿先森乐队成员同样是工作之余守护音乐梦想，《我想当风》表达了在面对质疑时依然追求自我突破的渴望。

这些歌曲通过展示个体的奋斗与困境，将时代的情感诉求具象化这些作品打破了音乐创作的单一维度，既是对社会现实的回应，也是对未来的思考。

《有歌2024》并未一味追求华丽的技巧，而是让作品自然生长于生活的土壤，以真实、朴素的情感打动观众。独立音乐人汉堡黄在《如果你知我心》中，坚持表达她对生命的独特理解。她的作品旋律虽简单却动人，保留了纯粹而倔强的个性气质，让人感受到生活中的细微情绪与个体坚守。这些音乐不仅是创作者心声的表达，更是生活百态的映射。

无论是与亲人的别离、朋友间的支持，还是在音乐中找寻意义，每一段旋律都带来一种亲切感和代入感。虽然每一首歌讲述着不同的故事，却共同触动了观众心中最柔软的部分。《有歌2024》通过音乐将这些细腻而真实的情感展现得淋漓尽致，创造出一种温暖而又充满力量的情感共鸣。

作为一档音乐综艺，《有歌2024》超越了常规的“比赛逻辑”，坚守“让音乐回归音乐自身”的初心。在节目中，多位华语乐坛成名已久的专业音乐人担任“寻歌官”，将每一个音乐作品及其创作者推到台前。他们曾经将美好旋律唱进观众心中，如今也在帮助新的音乐人和歌曲打开观众的耳朵和心扉。

在这场双向奔赴中，节目不仅为观众呈现了多元碰撞的音乐作品，也记录下幕后“真心换真心”的创作故事。

《有歌2024》通过其真诚的情感表达与丰富的音乐作品，将个人故事与时代进程紧密联系在一起，通过音乐反映出当代社会中的情感共鸣与时代诉求。在这个舞台上，音乐的表达不仅仅是自我实现的方式，更是一场与观众、与社会的对话。《有歌2024》为这些音乐人提供了一个珍贵的舞台，让他们的故事与声音被更多人听见。未来，期待《有歌2024》继续通过音乐传递真实与感动，成为社会生活与时代进程的重要记录者和表达者。

据光明网

诗旅融合相互成就



以诗词丰富旅游内涵、提升旅游价值，以旅游弘扬诗词文化、推动诗词传播。今天的诗词旅游既是文化传统的延续，也有着新的时代内涵和表现形式。

唐诗宋词里的江山胜迹，至今依然是中国人寄托情感、凝聚认同的精神凭借。近年来，与诗词相关的文旅融合新业态不断涌现。跟着诗词游历山水，寻访诗人足迹，体味诗心诗情，正日益受到人们欢迎。以诗词丰富旅游内涵、提升旅游价值，以旅游弘扬诗词文化、推动诗词传播。诗旅融合成为以文塑旅、以旅彰文的新亮点，也是推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的有益实践。

中华民族自古就把旅游和读书结合起来，崇尚“读万卷书，行万里路”。古人流传至今的许多山水诗、边塞诗，都是诗人游历的文学成果。今天的诗词旅游既是文化传统的延续，也有着新的时代内涵和表现形式。

一首“桃花潭水深千尺，不及汪伦送我情”，让安徽泾县的桃花潭景区引

来无数游客；一首“劝君更尽一杯酒，西出阳关无故人”，让甘肃敦煌的阳关遗址走红网络；河南巩义打造的“宋词园”，已成为宋词爱好者的打卡地，人们在移步换景间感受着诗情画意……这些例证都体现出诗词正在成为旅游业发展中的活跃因子。创造性地利用诗词资源，有助于提升旅游目的地的文化品位和文化形象。一批诗词文化景观和诗词创作研究传承基地的相继建成，更是丰富了诗词主题旅游的载体，让人们在游览景区的同时接受诗词文化的熏陶。在旅游需求日益多样化、个性化、品质化的背景下，诗词旅游展现独特吸引力，受到市场追逐和游客欢迎。

调研发现，当前诗词旅游在需求旺盛的同时，也存在一些亟待重视和解决的问题。比如，一些地方在对诗词主题景区的推介中忽视价值引领和文化建构，存在戏说历史、消解历史的倾向；一些地方的文旅部门和诗词组织、诗词爱好者群体少有互动、合力不足等。

旅游催生诗词创作，诗词丰富旅游资源；旅游可成为学习诗词的途径，诗词亦可成为推介景点的招牌。将诗词旅游作为一个系统工程来打造，需要进一步梳理诗词文化脉络，深挖诗词文化内涵，因地制宜推出诗词主题的旅游路线及产品；需要推动诗词文化与旅游深度融合，让诗词融入景区建设及其品质提升，加快培育新体验、新业态；需要赋予诗词文化新的时代内涵，组织引导当代诗人创作更多展现中华历史之美、山河之美、文化之美的诗篇。

党的二十大报告提出，坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。不久前召开的全国旅游发展大会强调，旅游发展一定要以文化为魂，深入挖掘文化特色，引领旅游提升品位、丰富内涵。在祖国大地丰厚的文化资源中找灵感、找源泉，在高质量发展的时代大潮中找支撑、找动能，相信诗旅融合将会释放更大活力，将会有更多优质诗旅产品涌现出来，丰富人们的精神文化生活。

据“学习强国”平台

