

论道

“一江一河一带”打开生态文旅新空间

■ 杨海燕

“美丽上海”建设与城市更新同向而行

上海的“生态文旅”产业建设历程以世纪之初启动“一江一河”(黄浦江、苏州河)的系统整治和周边产业转型升级为根本主线。2021年,《上海市生态空间专项规划(2021-2035)》再次明确提出了构建“一江一河一带”蓝绿生态网络,其中“一带”指的是打造环城生态公园带。

从制度创新的角度来看,此举一以管理创新创新夯实“生态文旅”建设一体化高质量发展的“强基”。2018年11月,上海市文化和旅游局,全面统筹管理上海市文化、旅游等工作,高效推进上海市文化与生态、旅游产业融合,减少管理壁垒,开全国先河。二是以公共空间立法构筑“生态文旅”建设持续推进发展的“合力”。《黄浦江沿岸地区建设规划(2018-2035)》、《苏州河沿岸地区建设规划(2018-2035)》、《上海市黄浦江苏州河滨水公共空间条例》先后实施,将黄浦江、苏州河分为各具特色的多个部分联手各区加以开发,最终形成合力。

制度创新赋予了“一江一河一带”的“生态文旅”产业建设以广阔的发展空间,进而激发了层出不穷的实践创新。从实践创新的角度来看,以高水平保护和生态绿色发展为抓手,引入科技含量高、资源消耗低、环境污染少的企业单位入驻“一江一河”沿线,并大力推动环城生态公园带建设,以丰富存量、扩大增量的创新性方式最大限度为城市扩充绿化空间,不断衍生新兴文旅业态,赋予人民城市理念新的内涵和外延。

高水平保护既是创新性保护,也是持续性、系统性、根本性的保护。上海早在世纪之初便开启了“一江一河”空间的生态治理和文旅产业赋能。2017年以来,上海启动新一轮大规模水环境治理,经由相关水系贯通工程,2018年基本消除了中小河道“反复治、治反复”的黑臭问题,2020年基本消除了劣五类水体,预计到2025年建成约覆盖全市总面积的51%的生态清洁小流域。另一方面,清洁流域的建成成为文旅产业赋能提供了更多可能。2020年,黄浦江核心区45公里岸线、苏州河中环路42公里岸线先后实现贯通,现黄浦滨江、徐汇滨江、杨浦滨江等滨江段上原有的老工业厂区或逐步迁出,或升级改造,北票码头、杨树浦发电厂等工业遗址已改造为休闲步道,市南电厂、祥泰木行、毛麻仓库等建筑旧址经由修缮改造后分别成为上海当代艺术博物馆、人民城市建设规划展示馆和国际影展的承办地,西岸美术馆、龙美术馆等艺术展馆纷纷入驻,城市空间艺术季在徐汇滨江连年

习近平总书记在上海考察时指出,“积极推动经济社会发展全面绿色转型”。“生态文旅”产业正是一个重要抓手。上海“生态文旅”建设二十年来的演变历程和“一江一河一带”的未来十五年有序规划推动并激发了一系列制度创新、实践创新,为上海打造“生态文旅”品牌、持续创造经济效益和社会效益提供了有力支撑,也给全国生态文明建设带来了新的启示和经验。



▲图为杨浦区滨江公共空间雨水花园区域 本报记者 叶辰亮摄

举办“上海工业旅游”等文旅品牌的推出,代表着昔日的“工业锈带”已蜕变为今天水清、岸美、宜游的“生活秀带”,旧有的生产空间重新为上海生态文旅产业的发展和美丽上海的建设提供动能。

上海“十四五”规划提出“千园工程”计划,预计到2025年,新增约600座公园,全市各类公园超过1000座。作为文旅民心工程的上海市民“家门口的好去处”已持续推进三年,该项目是落实人民城市重要理念的生动实践。截至2022年底,纳入“家门口的好去处”城乡公园名录管理的各类公园已有670座,其中城市公园438座、口袋公园172座、乡村公园59座、主题公园1座,其中出现了不少由“不是公园”的空间改造而来的非典型性公园,如由被称为“上海最长菜市场”的曹杨铁路农贸市场改造而来的普陀区曹杨新村街道的百禧公园,长宁区苏州河中环桥下的“桥洞公园”,新江湾城社区生态走廊、天山路的“荟水天中”口袋公园等。同时,这些公园除了提供更多的绿化空间外,也与音乐节、艺术展会等文化活动紧密结合,必将催生出更多文旅产业新业态,并为上海在未来打响“公园城市”名号积蓄势能。

“一带”规划带动提升、改造旧有公园,建设、贯通更多新建公园,并以创新性的方式将城市闲置或废弃用地开辟为非典型性公园,最大限度为城市新增绿化空间,推动环城生态公园带建设,同时让公园承载更多文化活动,满足市民游客文化生活的需要,为“生态文旅”高质量发展赋予更多创新性的文化内涵。

总之,上海立足大都市资源,以“生态文旅”产业为重要支柱,以构建“一江一河一带”为指导,打造“生活秀带”,推进“千园工程”,推动旧有生产空间的生态化转型,“美丽上海”建设与城市更新同向而行,探索生态文旅新形态,为建设“美丽中国”提供了新的思路,也为其他城市的生态文明建设提供了“示范区”。

以“生态牌”赋能上海城市漫步的三个着力点

据旅游软件马蜂窝统计,上海已成为城市漫步最火目的地。“建筑可

阅读”“海派城市考古”“悠游苏州河”等城市漫步(Citywalk)项目已经成为其代表性的城市漫步文旅产品。借助“一江一河一带”建设,转变文旅发展思路,上海的城市漫步也将在“生态牌”的加持下走出自己的特色,创造出更多潜在的社会效益和经济效益。

一是借力乡村振兴,提升对乡村绿色空间的产业化、可持续开发利用,不断创造“生态文旅”产业新增长点。乡村振兴是上海“十四五”规划中的重点工作,同时也是推进生态文旅产业发展的良好着力点。近年来,随着上海乡村基础设施建设的不断完善和人民群众旅游需求的改变,上海乡村旅游已经由都市旅游的重要补充,田园农业游、村落乡游、休闲度假游、科普教育游等形式不断走向完善。基于此,上海有多条乡村旅游线路入选文化和旅游部去年开始推出的乡村旅游精品线路秋季、春季榜单,如秋季的滨海乡村之旅、“泾”采地伦发现之旅等,春季的金泽美丽乡村游、美“遇”活力月浦之旅等,今年上海市文旅局也推出了第一批市级乡村旅游重点村,松江区石湖荡镇东夏村、奉贤区青村镇吴房村、浦东新区

大团镇赵桥村等乡村上榜,从中可以发现,如今的上海乡村游业态已经超越了简单的休闲观光,发展为集娱乐活动、乡土购物、生态餐饮、乡村民宿等业态为一体的产业模式,同时各村也开发出了附加值更高的特色产品,丰富了村民的营收来源,扩大了他们的营收空间,一个良好的生态文旅产业模式得以建立,无形中推动美丽上海的更高质量发展建设。

二是深入挖掘江南文化资源,以打造江南文化品牌为抓手,推动上海“生态文旅”产业发展和美丽上海建设。江南文化是上海城市文化的“根”,人们又往往用“青”“绿”等色彩词汇高度概括江南文化的视觉特点,其本质就是在强调一种人与自然和谐共生的文化形态,因此,打响江南文化品牌和推进美丽上海建设一体两面、相互影响,前者的发展为后者提供良好的自生动能,后者的有序推进又不断为前者垫高基底。具体来看,园林庙宇、流水古镇等传统建筑是江南文化重要的物质载体,也是上海开掘、接续江南文化的重要抓手。上海现有秋霞圃、醉白池、古猗园、豫园、曲水园五大传统园林,浦东的浦东牡丹园、申园、周浦老宅等传统江南建筑也在近年被开发,对宝莲庵的宣传力推也成为浦东发力江南文化的良好证明,以上江南传统建筑现已成为了市民和游客品味江南文化的休闲好去处,其中醉白池还保留有数百年树龄的古银杏、古樟树以及百年以上的牡丹等珍稀植物,在为传统江南建筑提供功能和表现拓展新思路的同时,也自然而然地推动上海生态文旅高质量发展和美丽上海建设。

三是抢占文旅元宇宙新赛道,打造沉浸式、虚实结合、国潮穿越等多元化“生态文旅”项目,引领“生态+技术”创新发展。元宇宙的概念进入大众视野之后,将成为深刻改变人类生活的新方式,而文旅元宇宙产业发展和应用突破的先导领域。上海发布了《上海市打造文旅元宇宙新赛道行动方案(2023-2025)》,抢占文旅元宇宙新赛道,借由数字技术,打造了一系列如沉浸式文旅体验、虚实结合导览、国潮穿越之旅等文旅项目活动,引领了“生态+技术”的创新发展。坐落于上海世博文化公园的中国馆,推出了沪上首场古典园林光影秀——满庭芳,以花神故事为背景,融合中国传统文化,运用光影科技手段带来沉浸式体验。焕光森林·东方曠望更是利用光影、音乐、动画特效等技术构建起了一份光怪陆离、神秘莫测的沉浸式游览空间。另外,掠影摩登活动利用投影技术,将上海纵横交错的弄堂小巷、百年建筑融合成一幅令人怦然心动的光影艺术画卷。足可见,“生态+技术”的创新模式,将成为城市景观的重要组成部分。

(作者单位:上海师范大学)

专家观点

绽放《繁花》长尾效应 打造上海城市文化IP

■ 陈世瑞

“上海原创、上海出品”的电视剧《繁花》一开播就成为社交平台、茶余饭后的必谈话题,登上微博热搜榜,观众从线上追到线下,带火上海众多美食和打卡地,影视IP+文旅双向奔赴,《繁花》绽放之后,人们期待更多城市文化原创IP。为此建议:

一是借助上海深厚的影视文化土壤,打造更高水准的海派影视矩阵。城市空间是影视艺术最为常见的故事舞台,而影视艺术塑造着观众对城市的感知与认识。更多的人是通过《午夜巴黎》《东京物语》《威尼斯商人》等电影具象的画面来认识和了解巴黎、东京、威尼斯的。上海影视具有深厚的历史积淀和发展潜力,要将影视作为提升上海城市文化软实力的重要途径,加快影视文化产业发展,推出一批能够弘扬城市精神、反映上海风情而又让全世界的人都能无障碍欣赏的优秀上海作品。

二是完善影视创作扶持政策,着力培养一批对海派文化知根知底的青年人才与创作者。一个地方的文化产品能否产生长尾效应,归根到底是能否有足够的原创、改编和IP研发的人才,能否形成多方面人才集聚的高地。上海要表现自己的文化活力,最重要的是出人。可利用上海国际电影节的影响力,广泛英雄帖,吸引、集聚更多优秀编剧、策划、制片、摄影等人才与拔尖的表演人才等落户上海。明确奖励优惠额度,加大扶持低成本独立电影(尤其是输出上海人“生活观”的电影)的力度,为上海本土导演和影视创作团队创造更好的发展环境,力争打造更多有足够分量的上海原创作品。

三是深度挖掘上海“文创”富矿,提炼魔都城市文化IP内核。每一座城市文化名城,都有自己的城市文化IP,引领塑造城市形象,如浪漫巴黎、史诗罗马、水城威尼斯、圣城耶路撒冷等。上海的城市IP应该具有时间与空间连接性,能够与上海既有的历史故事、人物、地理特征发生关联,与上海市民的衣食住行多方面结合,利用AI赋能,与上海原有的影视动漫形象,如孙悟空、葫芦娃、哪吒等,与世博会的海宝、进博会的进宝甚至上海迪士尼的玩偶一起产生互动,进行现代化、时尚化和形象化的演绎。

四是探索“影视+文旅”模式,打造沉浸式海派文旅体验。现象级爆款剧《长安十二时辰》让游客竞相到西安打卡同款“盛世大唐”,爱奇艺《风起洛阳》的现象级文化传播,开启了一部剧带火一座城、一座城成全一部剧的传播,使得洛阳成为了“年轻人向往的国风之都”,延续了“影视IP+目的地”的文旅IP融合模式。依托上海厚重的历史文化、丰富的影视资源和产业链,创新开发影视周边衍生品,打造一批与影视剧相关联的旅游路线、景区、景点新IP和影视文化创意延伸产品,乘“风”而上,推进文化内涵层面的呼应与互动。(作者为中共上海市委党校党建教研部副教授,上海市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心研究员)

锐见

如何答好中文国际传播这道时代考题

■ 严伟剑 李雨航

答好中文国际传播这道时代考题,需要我们在“通”“话”“共”“识”“建”“网”三个方面,深入思考中文国际传播的方法与策略,进而探究如何有效增强中华文明的传播力和影响力,谋划中文国际传播新路线。

要善于在国际减贫、环保等国际重大问题上,设置中文议题,彰显中文在全球公共议题中的表现力和影响力。在讲述和传播中国故事之际,更加注重认知理解和情感共鸣。

中文国际传播是推进中文和中华文化更好走向世界的重要途径之一,是我国国际传播体系的重要内容,是中外文明交流互鉴的重要桥梁。如何更好地发挥中文国际传播的作用?如何把握好新时代中文国际传播与文化自信的内在联系?答好中文国际传播这道时代考题,需要我们在“通”“话”“共”“识”“建”“网”三个方面,深入思考中文国际传播的方法与策略,进而探究如何有效增强中华文明的传播力和影响力,谋划中文国际传播新路线,推动中外人文交流于变局中开新局。

构建“话”窗口

在中文国际传播实践中,要坚持体现我国文化价值的传播立场,

提供有内涵的语言文化传播内容,采取充满活力和吸引力的传播方法,运用多元视角审视不同国家和地区的文化差异性,充分理解国别性、地域性发展的不同之处,构建交流与对话机制,认真倾听国际受众的反馈和意见,及时调整讲述方式和内容,使传播内容和方法更加准确和深入。在此基础上,统筹建设中文国际传播标准体系,逐步扩大国际认同。

“中文是中国的语言,也是世界的语言。”要善于在国际减贫、环保等国际重大问题上,设置中文议题,提倡中文表达和交流,彰显中文在全球公共议题中的表现力和影响力。由此推动中文国际传播向中文国际服务转变,提升中文服务全球的能力。利用我国经贸、文旅、科技、卫生、体育等领域日渐频繁的国际往来活动,提升中文在国际活动中的应用程度和服务能力,提升中文在世界贸易组织、世界卫生组织、世界旅游组织、亚太经济合作组织、国际标准化组织等国际组织中的地位和应用程度。

在推动和扩大中文应用领域过

程中,需要精准测评不同国家和地区对中文接受程度的差异和中文传播的效果。从大型文化交流项目、中文媒体的海外传播、传统文化和当代价值观的海外传播等不同维度,衡量中国文化“走出去”效果,构建科学、严密、精准的评估指标系统,以精准的统计数据为依托,科学评估中文传播中的瓶颈,及时调整传播策略和方法,找到更能被当地认同的传播渠道和方法,并以此作为强化中国文化软实力的重要依据。

打造“共”识“桥”梁

目前,中文国际传播的受众需求日渐多元化、多样化,只有根据目标受众学习中文的动机与需求的动态变化,把引导需求与满足需求有效结合,才能制定出切实可行的传播策略,更好地实现中华语言文化的国际传播。这就需要我们在讲述和传播中国故事之际,更加注重认知理解和情感共鸣,不能仅限于事实介绍,还应深入挖掘中国故事背后的文化内涵、价值内涵和情感内涵,让中国故事能更加贴近

人心和人情。随着多元化需求的涌现,需要更多地关注和挖掘社会和文化资源优势,加强对环境保护、人文历史、风土人情、可持续发展等方面的介绍,从而展示更加真实、立体、全面的中国形象。同时,在讲述中国故事之际,要更多地关注“人”,以“人”为中心,以差异化的供给方式,去满足差异化的需求。从传播策略上来讲,不仅要做到一国一策,还要做到一地一策,才能满足地区差异化的中文学习需求。

需要强调的是,中文国际传播的高质量发展,离不开高水平国际中文教师。我们要推动国际中文教师体系建设,建立完善的国际中文教师培训体系,注重培养教师的跨文化交流能力,使他们能够更好地适应不同文化背景下的教学环境;同时,要适应中文国际传播的线上化趋势,及时培养国际中文教师成为“网络红人”或者“网络达人”,提升其传播力影响力,还应鼓励和增强国际中文教师在海外传播平台设立中文自媒体,以此吸引和聚合更多中文学习者和中文爱好者。

形成“建”网能力

在新的国际传播格局下,构建中文国际传播网络是提高中国话语权、增强文化自信、促进国际交流合作的重要举措。这就需要积极开发国际网络推广和搜索引擎优化,提高中国故事在全球互联网搜索结果中的曝光度;需要与国际媒体机构、海外内容创作者等建立合作伙伴关系,共同推动中国优秀文化及故事的传播。在这一方面,可以借鉴“传播即营销,营销即传播”的理念,借助新媒体技术,吸引并聚拢以中文学习兴趣为导向的网络虚拟社区,通过社群运营及互动传播来维系社群粘性。中文国际传播机构与组织也可以借鉴网络社群的运营模式来构建中文学习社群,搭建全球中文教学资源库和学术交流平台。此外,还要充分发挥市场机制的作用,树立产品观和成本观,充分发挥语言产业、语言行业、语言企业的作用和力量,让语言培训(教育)、语言翻译、语言出版等多种语言行业都成为中文国际传播的主体,形

成传播合力,构建科学的语言传播体系。

在丰富传播内容的同时,在传播渠道建设方面,还要充分利用“文化密码”。中文国际传播者应充分调动情感和想象力,以丰富多元的传播方式开展中文、书法、国画、武术、戏曲、诗词、中医等教学,通过精品中文图书、影视剧、纪录片、动漫、短视频等渠道,以生活化、个性化、场景化的表达,生动活泼地表现中国文化和中国故事,提高中文的亲力和中华文化的影响力。比如在杭州亚运会期间,亚运村里以“桥”为主题的中文学习互动体验馆得到来自40多个国家近万名运动员和随队官员的积极参与和广泛好评。

总之,提升中文在世界范围内的美誉度和影响力,谱写国际交流新篇章,需要持之以恒的努力。只有构建起全方位、多层次、宽领域的中文国际传播新局面,才能有效促进中外文化之间的理解和沟通,不断为推动世界文明多样性和共同繁荣作出积极贡献。

(作者单位:浙江外国语学院)