

让文化遗产“活”起来

——甘肃敦煌文旅深度融合调查

本报记者 陈发明 李琛奇

刚刚过去的国际博物馆日,能够云游敦煌莫高窟的“数字藏经洞”吸引了不少移动端用户深度体验;今年的“五一”假期,敦煌六大景区再次“出圈”。敦煌文化素以独特魅力吸引全球目光,如今,又是什么样的文创,让敦煌文化遗产历久弥新,以更鲜活的姿态走向大众?

作为古丝绸之路重镇,“敦煌”二字在全国乃至世界,不仅是一个地理名词,也是一张具有广泛影响的文化名片。经过两千年的积淀,敦煌文化成为各种文明长期交流融汇的结晶。特别是1900年敦煌莫高窟藏经洞被发现以来,风靡全球、长盛不衰的“敦煌学”,成为丝绸之路上最负盛名的国际学术宝库。

据统计,敦煌境内现有文物点266处,其中包括莫高窟、玉门关遗址、悬泉置遗址3处世界文化遗产。拥有如此独特的文化资源禀赋,敦煌如何推进文旅深度融合?研究和弘扬敦煌文化,又该怎样实现创造性转化、创新性发展?

科技赋能线上体验

4月18日“国际古迹遗址日”,由国家文物局指导、敦煌研究院与腾讯联合打造的全球首个超时空参与式博物馆“数字藏经洞”正式上线。

敦煌藏经洞是我国20世纪最伟大的考古发现之一,洞窟内藏有公元4世纪到公元11世纪的经卷、文书、绢画等6万余件文物,被称为“打开世界中世纪历史的钥匙”。由于历史原因,这些珍贵文物分别收藏于中、英、法、俄、日等国数十家收藏机构,大部分人无缘窥见其真貌。

看不到怎么办?长期以来,敦煌研究院联动社会力量,利用现代数字技术,对藏经洞出土文献文物开展全面整理与收录,并不断推出创新数字产品,逐步探索向大众普及敦煌文化的多元路径。2022年6月,敦煌研究院和腾讯共同成立文化遗产数字创意技术联合实验室,“数字藏经洞”就是该实验室首批合作项目。

“手机一碰,史上千年,最大的难度是如何把技术、学术和艺术三者结合在一起。我们花了307天时间,打造出这样一个跨学科的作品。”腾讯集团市场与公关副总裁李航说,即便有游戏科技等新一代互联网技术,也需要基于学术研究的基础去展现它,最后达到艺术的效果。在游戏科技打造的沉浸式互动中,用户可以穿越历史时空,置身其中,亲眼目睹藏经洞从晚唐到清末的面貌变迁。

从高清图复制到虚拟展厅再到动画互动,游戏科技与敦煌学积淀的互相碰撞和激发,让“数字藏经洞”成为一次可随时随地的超时空沉浸式文博之旅。拿出手机,登录“云游敦煌”小程序后,用户即可进入高清还原的藏经洞中,近距离观赏洞窟里的壁画、彩塑和碑文等细节,仿佛身临其境。为还原莫高窟1600米外崖面原貌,以及毫米级高精度复刻莫高窟“三层楼”与第16窟、17窟,“数字藏经洞”还通过数字扫描、三维建模技术,渲染了超过3万张图像,生成9个超逼真的数字模型。

与此同时,小程序用户还可以通过人物角色扮演,“穿越”到4个不同时段,与洪辩法师等8位历史人物互动,“亲历”藏经洞的前世今生。伴随琵琶、箏、鼓等传统乐器演奏的旋律,用户将在故事化的互动中了解敦煌学知识,逐步揭开藏经洞出土文献“敦煌001《归义军衙府酒破历》”的面纱,并最终进入数字展厅,参观现藏于敦煌研究院和法国国家图书馆、大英图书馆等机构的藏经洞出土文物。

“与传统博物馆的参观模式不同,“数字藏经洞”充分利用游戏科技的数字生产力,在互动体验中不仅可以加深对文物的了解,更能引起探究历史的兴趣。”敦煌研究院敦煌文献研究所所长赵晓星告诉记者,在整个研发过程中,敦煌研究院的专家团队以青年学者为主,覆盖文献、艺术、考古、建筑、音乐、数字化等各个领域,对每一个场景和细节均开展了细致考证。

比如小程序场景中的三界寺,是历史上莫高窟附近的著名寺院,但至今仍未找到遗址所在。学者们通过敦煌文献P.T.993《吐蕃寺院图》、莫高窟周边现存古建筑遗址,结合敦煌壁画中的建筑图像,构建出一座符合敦煌寺院特征的“三界寺”。

敦煌研究院院长苏伯民已经在文物行业摸爬滚打了31年,在他看来,“我们有足以让每个中国人自豪的文物,但许多观众对这些文物了解不多,这是一大缺憾”。特别是“90后”“00后”接触信息资讯主要是通过手机和互联网,而不是书本。“这是首次在虚拟世界毫米级高精度复现敦煌藏经洞,让海内外的藏经洞出土文物以新的方式重聚、重塑、重现、重生。”苏伯民认为,通过数字化手段推出“数字藏经洞”这种年轻人更容易接受的传播方式,可以让珍贵文物的价值触达更多观众。

自2017年敦煌研究院与腾讯达成战略合作以来,双方先后推出了



世界文化遗产敦煌莫高窟让更多游客流连忘返。

本报记者 陈发明摄

“数字供养人”、QQ音乐“古乐重生”音乐会、“敦煌诗巾”和《王者荣耀》“遇见飞天”“遇见神鹿”“遇见胡旋”系列游戏皮肤、敦煌动画剧等数字文创精品内容。其中,仅“遇见飞天”就有超过4000万人领取。随着合作逐步深入,双方于2020年共同推出了“云游敦煌”小程序,打开了敦煌文化传播的新窗口。截至5月24日,该小程序总访问量已突破1560万人次,超44万人在云游戏中深度体验了“数字藏经洞”。

国家文物局科技教育司司长罗静认为,“数字藏经洞”在寓教于乐中将专业性极强的敦煌学知识多角度、多形式传递给公众,带领大众润物无声般品读文物价值、感悟古人智慧、传承传统文化,开创了文物展示体验新范式。希望借由“数字藏经洞”的发布,加强数字赋能、科技创新在文化遗产保护领域的应用,推动更多文物资源上线入云,破屏出圈,不断丰富中华优秀传统文化基因的当代表达,让更多优秀文化成果为人民所共享。

丰富空间沉浸感知

很多游客参观完敦煌莫高窟后,会有两个直观感受:先是被精美的石窟、彩塑、壁画艺术所震撼,随后是受参观时间和空间所限,意犹未尽。

没看够怎么办?在距离莫高窟10多公里的莫高窟镇新城村,有一个“莫高里工匠村”,集敦煌文化讲堂、壁画书法研学、美术设计、彩塑制作教学、篆刻艺术、传统酿酒体验、农业生产体验等多种功能于一体。“村长”是中国工艺美术大师杜永卫,他也是甘肃省省级非物质文化遗产保护项目“敦煌彩塑技艺”的代表传承人,这个工匠村被他视为一生中最大的作品。

“莫高窟绚烂的石窟、彩塑、壁画艺术,均由历史上众多无名工匠创作。传承他们的艺术和工匠精神,需要有一个聚落。”曾在敦煌研究院工作20多年的杜永卫,后来选择在离莫高窟最近的敦煌镇新城村,做敦煌彩塑临摹,并把自己的工作室变成敦煌彩塑的传习基地。2018年,杜永卫利用新城村闲置的礼堂、小学校舍等场所,开始打造莫高里工匠村。

走进这座“村”,大家可以通过工匠、工种、工法及莫高窟典型洞窟复制等古老非遗文化的多维展示,看到莫高窟泥塑的创造情景与技艺奥秘,还能现场动手体验彩塑艺术从扎骨架、泥塑到上色的全过程。“以前的工作室就开展一些研学项目,但受场地限制,只能接待二三十人的小团队。”杜永卫告诉记者,随着莫高里工匠村日益成熟,有越来越多研学团队在此沉浸式体验敦煌文化魅力。今年以来,“村”里已经接待20多个研学团队,每个团均在200人左右。

记者从敦煌市文旅局了解到,目前,敦煌已开发壁画临摹、彩塑制作等一批具有敦煌文化特色的研学产品,推出5条精品研学路线,培育了14家中小学生研学旅行基地,扶持建立了莫高里工匠村、阳关等非物质文化遗产传习基地5个、传习所31个。其中,莫高里工匠村的“敦煌泥塑、敦煌壁画古法临摹体验”非遗项目课程入选港澳青少年内地游学推荐产品,并被文旅部推荐为“全国港澳青少年非遗研学游”最佳路线之一。

自2022年起,敦煌将每年12月1日至次年3月31日设立为“敦煌文化研学季”,成立由景区、酒店、汽车公司、研学机构等组成的“敦煌文化研学季”联盟,为研学团队提供管家式服务,并为研学团队学员颁发《敦煌文化研学证书》,推动敦煌文化进校园。

在敦煌,让人们震撼的不只有莫高窟。置身这座西北小城,处处可以遇见文化元素,文化印记也深度融入旅游供给。“我们以文塑旅,以旅彰文,将敦煌文化内涵融入旅游中,以厚重文化来支撑旅游的灵魂。”敦煌市文旅局局长冯颖超告诉记者,近年来,为壮大文化演艺市场,当地已培育《又见敦煌》《敦煌盛典》等演艺品牌,一到旅游旺季场场爆满,加场演出成为常态。

《又见敦煌》是甘肃首部大型室内情景剧,采用“流线式”空间体验方式演出。剧目通过5个典型场景,将莫高窟飞天壁画前世今生的故事娓娓道来,在创新传承中展现敦煌文化的自信与风采,丝绸之路的繁华与美丽。该剧打破了时空,重建观众与演员的距离,让观众体验情景交融,在行走中观演,在体验中“又见敦煌”,自2016年9月首演以来,已累计演出3700多场。

2月19日,《又见敦煌》恢复演出,拉开敦煌新年演艺市场的帷幕。“往年到旅游旺季才加开场次,今年4月份就要加场,旅游市场提前火热。”又见敦煌文化旅游发展公司副总经理张阳告诉记者,今年“五一”假期,有17012人次入园,较2019年增长217%;假期演出场次32场,较2019年同期增加18场,增长128.5%。

创意活化“带走”敦煌

木版画、骆驼玩偶、夜光杯,曾是游客在敦煌选择的“老三样”旅游纪念品。如今,走进敦煌市区的文创产品旗舰店,产品不仅种类繁多、琳琅满目,设计创意也十分精巧。

“这款冷暖杯容量只有210毫升,专门为女士设计,外表的九色鹿元素来自莫高窟壁画。”在敦煌文创产品旗舰店,工作人员李妍玲告诉记者,这款杯子是爆款产品,把热水倒进去,静止不动杯壁不会发热;摇三下杯壁发热,变成一个暖手宝。

将古老的敦煌文化与现代生活相结合,一件件文创产品,成为让游客能“带走”的敦煌。目前在敦煌市,已逐步形成敦煌工美文创公司、甘肃丝路手信、敦煌书画院等文创企业竞相发展的格局,开发出4000余款文创产品。其中,敦煌工美文创公司自2016年成立至今,已研发设计出乐舞飞天、文墨玉关、一鹿有你、沙

海灵驼等50个主题3000余款敦煌文创产品,累计注册商标326件,获得外观专利200余件,成为敦煌市文旅、文创、文教、文娱乃至艺术创作等方面的翘楚。“以敦煌工美文创公司为代表的文创公司已逐渐形成集研发设计、开模打样、生产包装、仓储物流、实体店设计、经营及网络营销于一体的新型文化创意品牌,市场发展前景广阔。”冯颖超告诉记者。

敦煌莫高窟壁画,描绘着千百年来人们日常生活的方方面面。因此,“三百六十行,行行加敦煌”,成为敦煌文创产品设计的又一个目标。实现这个目标,需要有一个庞大的敦煌文化数据库来支撑未来的产业化发展——敦煌书局成为这个数据库的载体。

坐落在敦煌党河风情线上的敦煌书局,于2022年4月23日“世界读书日”当天正式开业。本着“向弘扬敦煌文化的参与者致敬”的初心,敦煌书局线下空间集合了2100类2万多部敦煌题材的专业书籍,是全国拥有最多最全敦煌书籍的“纸上窟”。特别是同比例仿制藏经洞的“藏经阁”,收入了流失海外的敦煌经卷50类1000多本影印版书籍,供游客查阅,成为收入敦煌遗书最齐全的线下空间。

走进敦煌书局,从空间布局上的洞窟造型,到书籍中的敦煌学研究,再到文创产品上的壁画图案,处处可见敦煌元素,成为集敦煌字画、敦煌文创、敦煌1900咖啡、敦煌文化互动于一体的复合型现代生活美学空间。“我们不仅有敦煌题材书籍和文创产品,还为研学团队提供汉简和彩塑制作、壁画临摹体验,未来要打造成为文化艺术交流和知识产权服务的平台。”敦煌书局店长马瑞说,今年以来,书局已累计接待游客1万多人次,预计旅游旺季每天可接待游客上千人次。

来自郑州的游客刘清华在敦煌游玩了6天,让她印象最深的是莫高窟。“很遗憾参观时间短,好在还有丰富的体验空间和文创产品,在整座城市可以深入了解敦煌文化。我准备体验一下壁画临摹课,并带走自己的作品。”刘清华告诉记者,敦煌是一座值得细细品味的城市。

右图 游客在敦煌书局参观。本报记者 陈发明摄
下图 夏日晨曦下,游客在甘肃敦煌鸣沙山月牙泉景区游览。(新华社发)



促进文
查手记

敦煌的魅力在于博大厚重、多姿多彩的文化。回溯敦煌文化的积淀,离不开古丝绸之路之上“使者相望于道,商旅不绝于途”的经贸活力。作为古丝绸之路中西交通中转站和西域门户,敦煌被誉为“华戎所交一都会”。两千年来,在贸易往来的带动下,中华文明与各种文明长期在此交流融汇,成就了敦煌作为殿堂级文化胜地的地位。正是独特的文化魅力,吸引着无数人向往敦煌,研究敦煌、游览敦煌。

陈发明

然而,人们可以看得见洞窟、壁画、彩塑、经卷等历史遗存和文物,但蕴含其中的思想、精神、理念和文化情怀等需要深入研究和挖掘;短短几天的旅游仅可以窥敦煌文化之一斑,但不能见全貌。因此,在弘扬和传播敦煌文化的当今,需要以文旅深度融合为载体,让更多人关注敦煌、认识敦煌、品味敦煌。

为解决珍贵文物看不见、灿烂文化看不够和产品供给不充分的问题,上世纪90年代初,敦煌研究院就探索通过数字化技术参与文物保护。近几年,他们成功利用互联网技术和业态传播敦煌文化,探索出了文化资源活化利用的新路径。同时,敦煌市也通过深挖文化内涵,拓展文化资源可感知空间,创新文化产品线上线下供给,打造文创之都,持续放大敦煌文化IP的品牌效应。

今天的敦煌,可以看到文化魅力与经济活力相得益彰;回望千年,敦煌文化的形成之路也正是如此;放眼未来,优秀文化的传播与弘扬,搭载文旅深度融合的“驼队”,必将呈现出更加灿烂的文化张力。

甘肃敦煌

现有文物点266处

包括莫高窟、玉门关遗址、悬泉置遗址
3处世界文化遗产

截至5月24日

六大景区今年累计接待游客 108.95万人

▲ 相比2019年增长35.63%
▲ 相比2022年增长602.84%

腾讯统计数据显示,截至5月24日

超过 1560万人次

进入“云游敦煌”小程序

超 44万人

在云游戏中深度体验了“数字藏经洞”

来自郑州的游客刘清华在敦煌游玩了6天,让她印象最深的是莫高窟。“很遗憾参观时间短,好在还有丰富的体验空间和文创产品,在整座城市可以深入了解敦煌文化。我准备体验一下壁画临摹课,并带走自己的作品。”刘清华告诉记者,敦煌是一座值得细细品味的城市。