

中西文化融合与创新：隋代时期石窟天井图案内容与艺术特征分析

北朝、隋代，在民族大融合的漩涡中，在中土文化与域外文化激荡的声浪中，孕育并铸就中国石窟艺术的辉煌。北朝、隋代的石窟天井图案内容之丰富、风格之多彩，为我们了解那个时代的审美观念和思想意识，提供了丰富素材。

进入隋代时期，天井图案开始呈现出华丽奔放的艺术特点，其多元化的风格和多层次的色彩也使得图案的表现形式更加生动。鉴于这一时期莫高窟天井图案具有强烈的艺术效果和视觉表现，在当前中西文化融合与创新的背景下，分析莫高窟天井图案内容的审美与艺术特征，不仅可以了解当时人们的精神面貌与艺术表达形式，还为研究我国传统装饰图案艺术提供了宝贵的资料，为现阶段中国装饰纹样的发展创新提供借鉴。

河西走廊残存不少北凉、北朝石窟遗迹，其中，敦煌莫高窟还保存着大量隋代石窟遗迹，天井图案保存较好的石窟也主要集中于此。适应于河西走廊砂岩地质结构，其石窟天井图案基本采用绘画形式表现。隋代莫高窟天井有两种表现形式，其中，四角叠涩天井图案与方形平行叠涩天井图案，前者为北朝时期普遍存在的形式，直至隋代呈现连续发展的过程；后者在隋代出现并流行，盛于唐宋，延续至西夏。天井指石窟整个窟顶部分，而本篇取材天井图案，只限于窟顶的四角叠涩与方形平行叠涩部分，即藻井图案。

天井图案造型内容

莲花。隋代石窟天井中心莲花，通常表现为单瓣形式。根据花瓣形状，可分为U形莲瓣、具象莲瓣两种，以具象莲瓣居多。具象莲瓣，隋代出现并流行，唐代依然存在。其中，第406窟天井莲花表现双层莲瓣，内层颜色浅淡，外层施重彩。隋代具象莲

花受到了中原北方石窟天井莲花较大的影响，莲瓣形状比较写实。其中，第398窟为单层莲瓣边缘颜色偏重，突出了花瓣的厚度感。具象莲花在中原北方北魏中期洞窟中已经出现，其后一直流行，莫高窟具象莲瓣表现推测由此而来。

飞天。佛教美术因飞天的出现，变得缤纷绚丽，回味无穷。在印度本土及西北印度，飞天或为普通人形，或作出生羽翼的人形，出现频率不高，造型亦显得单调。即使在西域，数量依然十分有限，似乎没有形成佛教美术制作者多大的兴致。然而，飞天一经进入汉文化地区，呈现前所未有的发展势头，激起工匠们高昂的创作热情，成为佛教艺术的一大景观。飞天的形象在石窟天井中，或弹奏乐器，或捧持供物飞翔空中，带来盎然生机。莫高窟早中期石窟的飞天还带着浓郁的西域情调，北魏晚期后，潇洒飘逸的中原式飞天风靡开来。隋朝时期，如第305窟、第420窟、第401窟、第407窟等，天井飞天变得丰富多彩，如幻如梦，正是中西文化融合与创新的体现。

忍冬纹。忍冬是从西域传来的植物纹样，5世纪末叶至6世纪末叶一度风行，成为这个时期美术的本质要素。忍冬之所以能够广泛地被人们接受，作为支撑的实际是那个时代的审美情趣和艺术理念。如隋代第314窟、第315窟、第397窟、第405窟天井中的忍冬纹叶片修长，曲线多变。忍冬作为填充纹样围绕中心莲花组成井心内容，使画面更加丰富、飘逸。在发展中，纹样与莲花、蔓草乃至云气纹样混淆，形成俊秀飘逸、若草若云的造型。忍冬纹盛行年代，恰与陆探微“秀骨清像”审美情趣风行时间重合，绝非偶然。隋代清秀、流畅、高雅的形姿，正是瘦削、洒脱时代风骨的体现。

天井图案色彩搭配

隋代莫高窟天井图案的色彩搭配与北朝相比，最显著变化是暖色的比例逐渐减少，冷色的比例显著增加。图案多采用石青、石绿等冷色，而土红、土黄等暖色多以点缀色来调节画面，同时用少量土红或深赭和白色来平衡画面色彩饱和度，冷暖色调的平衡统一会给人和谐稳定的感觉。以隋代第397窟天井图案为例，整体画面表现蓝绿色调，但井心忍冬纹以及圈状联珠、垂鳞纹边带中点缀土红色，莲花中心三兔纹与四角转折处联珠条带点缀白色，让画面在统一中有对比、变化。此外，隋代天井图案设色呈现出更丰富的趋势，颜色多采用晕染法进行多层次渐变，增强了图案的色彩表现力与造型的立体感，使画面更加丰富、多彩，富有层次。

天井图案构图形式

在构图形式上，天井图案追求对称与动静的美感。对称是一种镜像现象，是指以一个点或轴为中心，两边用同样的形式呈现出一种物理意义上的平衡状态，这种平衡会给人带来一种庄严且优雅的视觉美感。如莫高窟第392窟天井中双龙莲花，是以天井中心为纵轴，将十二瓣莲花均匀分成左右各六瓣，莲花两侧的舞龙两两相对，呈镜像对称，给人一种稳定、秩序但又不失生动的感觉。

同时，莫高窟天井图案中也充分体现了动与静的美感。工匠们利用视觉特点对图案元素进行了巧妙构思设计，让作品在视觉上呈现出动态感。天井中最具代表性的三兔纹，就很好地诠释了动与静的状态变化。三兔纹在莫高窟隋代第一期第305窟天井井心中已出现，还有第383窟、第397窟、第406窟、第407窟、第420窟等。天井莲花中央绘有三只逆

时针追逐的兔子，三只兔子头部集中于莲花花心中央位置，形成三点。三兔本有六耳，六耳双双相叠成三耳，构成等边三角形，三耳相连且共用，构思设计异常巧妙。连耳三兔头在内腿在外，呈环形排列，每只兔子前腿奔后腿蹬，你追我跑，循环往复，永不止息，却又无法超越，动感十足。

隋代个别洞窟天井莲心表现旋形叶瓣纹，亦具有较强的动感。如第398窟莲心作八分式四色旋形叶瓣纹；第380窟莲心内层绘一交脚坐肩挎帔帛的天人，外层也作十分式三色旋形叶瓣纹。

结语

莫高窟处在西域文化与中原文化的交汇点上，北朝偏早时间西域文化影响显著，偏晚时间中原文化影响力加强。敦煌一地尽管于5世纪中叶并入北魏版图，但处在汉文化边陲之地，又为华戎所交之都，使之形成独具特色的、系统且稳定的敦煌美术。天井图案自北凉出现以来能够一直持续到隋代，可能就是出于这样的原因。

再者，敦煌及中原北方地区佛教石窟发达，与当时北传佛教重视修行实践的情况分不开。在石窟中按一定思维逻辑雕塑绘画各种佛教内容，天井图案亦服务于这种需要，甚至说成为主题图像的一部分。莫高窟天井图案内容，不仅蕴含特定的佛教思想观念，还体现了当时人们的审美情趣，反映了浓郁地域文化氛围，为我们了解那个时代的审美观念和思想意识，提供了丰富素材。

（李静，江西科技师范大学美术学院副教授，研究方向为美术学、中国传统图案。）

【基金项目】2021年度国家社科基金艺术学项目“中国石窟天井图案研究”（21BF094）。

绿色旅游高质量发展的法治思考

如今，旅游已经成为人们日常休闲娱乐的重要组成部分，旅游业的发展对推动国民经济发展起到越来越重要的作用。绿色旅游作为一种正在迅速发展的新兴旅游形式，满足广大旅游者回归大自然、认识大自然、欣赏大自然、研究大自然的需求，利于保护生态环境、践行绿色发展理念，受到越来越多游客的追捧。绿色旅游的高质量发展离不开法治建设，必须依据法律进行合理有效的开发、利用和管理，以有效地保护生态环境和旅游资源，推动旅游业高质量发展。

明确“一体关系法益观”的立法思想

一方面要保护生态，一方面要发展生态旅游，两者相得益彰。要发展好旅游经济，就要保护好生态环境。

“一体关系法益观”区别于传统的“绝对人类中心法益观”与“生态中心法益观”。“绝对人类中心法益观”只坚持对人类利益的高度保护，人类利益是一切法律规范的出发点；“生态中心法益观”认为生态利益是凌驾于人类利益的，这显然也是不符合伦

理的。所以，不论是国家层面还是地方层面的绿色旅游专项法规制定，都应坚持“一体关系法益观”，有效协调“绝对人类中心法益观”与“生态中心法益观”，在法规中坚持人与自然和谐共处的思想，强调在发展绿色旅游的同时要注重生态环境的保护与建设。例如于2023年1月1日正式公布的《玉树藏族自治州国际生态旅游目的地建设促进条例》，正确处理了旅游发展与保护生态环境的关系，根据当地特色，突出生态安全与高端旅游的结合，为玉树高质量发展提供法制保障。

加强绿色旅游监管执法力度

对法律制度的执行和实施的监督，是绿色旅游法治建设的重要环节，只有营造一个稳定有序的法治环境，才能发展高质量旅游。首先，可在立法的基础上制定绿色旅游服务质量标准，使旅游监管有法可依。其次，提高执法人员素质，执法人员不仅要熟悉国家和地方的旅游法律法规，更要了解生态环境保护知识。再次，健全监管协调机制，当地文化和旅游、自然资

源、环境、水利、林业等部门协调合作，共同监管执法。最后，监管执法部门要与当地群众紧密联系，充分调动人民群众的积极性，让当地群众也参与到旅游监管的执法体系当中，形成双线监管新形式。文化和旅游局发布的《文化和旅游局关于加强旅游服务质量监管提升旅游服务质量的指导意见》，明确了加强行业旅游服务质量监管，提出构建高效协调的旅游服务质量监管体系、创新质量监管方式、坚持包容审慎监管等措施，规范旅游市场秩序，净化旅游消费环境，促进旅游服务质量整体提升，为旅游高质量发展保驾护航。

多角度提高游客的法律意识

通过提高游客的法律意识，来保护好旅游生态环境、提升广大游客的消费体验，是保障绿色旅游高质量发展的关键。首先，景区可以通过线下发放宣传手册、播放宣传视频，线上运用微博、微信公众号、抖音等社交媒体等方式，向游客宣传生态环境保护的理念和法律法规，倡导绿色消费观念等，在游客中树立生态文明理念

和守法意识。其次，需要加强游客的维权意识，这不仅关系到旅游目的地和服务质量，还关系到社会的公平正义。例如，江西省安福县人民法院武功山人民法庭置生态旅游法庭于警走进武功山景区，向游客及景区商户进行普法宣传，以案释法，旨在培养广大游客的法律意识与维权意识，倡导游客的文明出行与景区的文明经营。同时，提供优质高效的司法服务、健全纠纷解决机制，对提升游客的满意度、保障绿色旅游高质量发展十分重要。2023年五一假期，甘孜藏族自治州各县法院在当地多个旅游景区设立法律服务点，探索“旅游+法治”融合新路径，化解涉旅矛盾纠纷，解答法律咨询，为广大游客服务。丹巴县人民法院与丹巴县文化广播电视和旅游局联合成立了甘孜州首个“旅游纠纷调解中心”，处理游客的投诉与纠纷。这些举措既有效保护了生态环境，又提高了游客的法律意识和旅游体验，为推进绿色旅游高质量发展创造了有利条件。

（杨佩雄，吉林财经大学）

新媒体环境下短视频的创作与传播

红色文化作为宝贵的文化资源，其教育意义深远、传承意义重大。弘扬红色文化，有利于提升我国文化软实力，促进红色文化发展。现如今，短视频已经成为人们获取信息的重要方式，在对传统文化传播方式产生强烈冲击的同时，也为红色文化的创作和传播提供了新的思路。在新媒体环境下，主动搭乘新媒体技术快车，运用短视频诠释与传播红色文化，是适应新媒体发展趋势、提升传播效率、扩大传播影响范围的有效方法。因此，如何充分利用短视频的优势，在网络空间中更好地发挥红色文化的引领作用，提升红色文化的传播效能，是当前的重要课题。

新媒体时代红色文化短视频创作与传播面临的现实挑战

一是创作主体和传播途径的变化对红色文化原有传播格局形成冲击。在传统媒体时代，红色文化的传播渠道主要为电视、广播、报纸等。在信息化时代，社会的多元化、个体化和网络化趋势对红色文化的传播提出了新的挑战，创作主体的多元化对红色文化的内涵和外延产生着重要影响。例如，更多的民间机构、网民个体、商业企业等自发创作与红色文化相关的内容并进行传播。

二是红色文化短视频内容更新速度快，同质化问题严重。由于短视频生产和发布速度快，以及受众“快餐式”的信息消费习惯，红色文化短视频面临着内容同质化严重的问题，这对如何呈现地域红色文化特征提出了更高挑战。以北京红色文化短视频为例，虽然以北京红色文化为主题创作的短视频资源已初具规模，但多数作品内容存在构思与模式雷同的现象，缺乏视角创新和内容的特色化呈现。这主要源于创作者没有深入理解和挖掘具有地域特色和文化内涵的主题，导致作品内容多呈现表面化、单一化特点，且缺乏创造力。

三是缺乏优质二级传播“意见领袖”。有观点认为，大众传播信息首先从媒体流向“意见领袖”，再通过“意见领袖”的解读传递给追随者或其他人，优质的二级传播“意见领袖”担当着将红色文化的精华部分正确解读、理解并再传播的角色。而现今优质二级传播“意见领袖”的缺失，可能导致红色文化在传播过程中的信息噪声增加，甚至可能被曲解或者误解。

新媒体环境下提升红色文化短视频传播效能之路

首先，要建立多主体协同参与的内容创作机制，夯实多方位传播红色文化的基础。随着科技的进步，在一个“人人都有麦克风”的时代，信息处理由被动转变为主动，大众逐渐投入到短视频的创作及传播中。在此背景下，专业和普通生产者之间的协作关系需要进一步协调，应按照协同创新理念，探索构建聚合多方位力量的文化短视频传播格局，着重探讨如何聚合“短视频平台内容供给侧等社会网络同边方+职能部门、红色文化资源管理单位、高校为代表的知识机构和MCN等跨边方”，形成协同创新的多边传播，实现主体的多元、内容的拓展、形式的创新和价值的落地。近年来，多地组织红色文化资源管理单位、各高校及主流媒体平台，开展优质短视频创作与展播，形成了“爆款”，有效拉近了红色文化与大众的距离。

其次，内容创作应建立在使用与

满足理论的基础上，以提升红色文化传播的吸引力和关注度。新媒体环境下，受众群体多样，不同年龄、地域、文化背景的用户对红色文化的理解和接受程度各不相同。在这种情况下，更需要创作者倾听用户需求。因此，在创作短视频内容时，应先对观众的媒体喜好进行一个系统了解，再据此规划相应的视频内容，有针对性地提升红色文化短视频的传播力。

最后，促进“中心多元化”，营造红色文化传播良好氛围。在新媒体时代，传播空间“去中心化”，麦克风和镜头不再仅仅是主流媒体和名人网红的专利，普通的大众也可以通过新媒体平台一展身手，积累关注者，形成影响力。这种“去中心化”的现象催生了大量的创新内容，也为红色文化的传播提供了广阔空间，使更多人有机会接触到红色文化内容的生产和传播过程。与此同时，也带来了一些潜在的风险，如内容质量参差不齐。因此，让简单的“去中心化”转化为“中心多元化”，营造红色文化的良好传播氛围就显得尤为重要。例如，要在短视频品质上进行把控，鼓励来自不同领域、拥有多元视角和技能的主体积极参与红色文化的推广，产出内容优质、形式创新、语态鲜活的内容，实现价值观的正向引导。

（张建安，副教授，北京物资学院马克思主义学院。）

【基金项目】本文系国家社会科学基金思政课教师专项“革命文化短视频思想政治教育功能研究”（项目编号：22VSSZ074）；北京高校思政教育研究课题“北京红色文化的移动传播研究”（项目编号：BJSZ2021YB45）阶段性成果。

关于乡村红色文化的保护和旅游资源的开发

近年来，《全国红色旅游发展规划纲要》《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》《关于实施乡村振兴战略的意见》等文件出台，旨在推动乡村旅游与红色文化的有机结合，助力乡村振兴、传承红色基因、凝聚奋进力量。红色文化作为革命精神的凝聚，具有精神引领、感召群众、坚定信念的强大优势。在文旅融合、乡村振兴政策背景下，红色文化与乡村旅游相互融合、相互促进，可为推动乡村振兴与城乡一体化发展提供有效助力，为巩固脱贫攻坚成果提供有效保障。

优化顶层设计 制定红色旅游发展规划

探索红色文化与乡村旅游全面融合路径，首先要加强战略规划，优化顶层设计，确立红色旅游发展蓝图，实现保护与开发的有机结合，才能有效推动红色文化与乡村旅游融合发展，共同助推乡村振兴中的品牌创建。要科学谋划红色旅游资源开发，在全面推进乡村振兴和加快农业农村现代化的统筹发展中，融入红色旅游发展。要坚持把红色旅游景区开发与充分体现乡村地域特色、文化传统和当地农业生产、生态特点的乡村建设规划有机结合起来，为打造红色旅游精品景区、

营造良好旅游环境、促进旅游业持续发展打下坚实基础。

红色旅游发展规划应该建立科学、可持续发展的保护利用体系，确保在开发旅游资源的同时，不会对文化遗址和自然环境造成负面影响。首先，要结合红色文化资源的特点进行科学评估和分级，包括对红色文化资源的文化价值、保存状态和开发利用条件进行全面评估，以确立其在红色旅游发展中的地位和作用。通过评估和分级，可以明确各个红色文化资源的重要性及保护优先级，为后续的保护和利用提供依据。其次，针对不同级别的红色文化资源，需要采取分类指导和针对性措施。对于文化价值高、保存状态较好的红色文化资源，应加强保护力度，限制开发利用，并采取有效措施确保其完整性和原真性。而对于开发利用条件较好的红色文化资源，可以适度开发旅游项目，但同时要注意合理规划，避免过度开发。最后，在推动红色旅游发展的过程中，要坚持保护优先原则，确保在开发利用红色文化资源的同时，不会对文化遗址和自然环境造成破坏。要遵循科学规划和可持续发展的理念，注重生态环境保护，加强监管，防止过度商业化

和文化泛滥。

加强统筹协调 完善红色文化保护机制

红色文化资源总体分布较广，涉及多个行政区划，由不同的政府部门进行管理。加强统筹协调，意味着需要建立跨区域、跨部门的工作机制，以便资源共享，联合开展保护、研究和利用活动。在此过程中，要从建立档案入手，通过对革命文物资源的全面梳理，构建整体的文物名录体系，以便合理布局红色旅游线路；要积极探索红色旅游的教育价值、文化价值等，推动部门协同、城乡联动、乡多合作；以集聚乡村红色旅游发展的多元力量；坚持改革创新，统筹规划乡村红色旅游景区景点，以革命文物保护单位片区为抓手，打造健康可持续发展的红色经典景区。

完善保护机制，应包括立法保护、资金投入、技术支持、教育培训等多个方面。其中，建立与红色文化特点相适应的保护法规是基础，同时需要保证有足够的资金用于红色文化遗址的修复和保养。此外，应用现代科技手段对红色文化资源进行数字化保护也至关重要，可以通过新媒体、数字展览等形式，更直观生动地展现革命文物。

深入挖掘文化内涵 开发红色文化体验项目

深入研究历史与文化底蕴，首先，需要对该文化进行深入研究和理解，这包括红色文化中的历史事件、人物、思想，以及这些元素对当前和未来的意义，并将其承载的革命精神与爱国情怀传递给游客，传播光荣事迹与革命故事，以发挥红色教育功能。其次，需要评估所处区域内的红色文化遗产资源，包括重要的历史地标、文化场所和文物，为进一步开发红色文化体验项目奠定基础。基于以上措施，充分利用当地的人文特色、创新文化和旅游产品，如推出具有当地文化特色的主题旅游产品、文化艺术活动等，以吸引更多游客参观；结合乡村建设、乡土人情及农业生产、农村生态，推出体验类项目；运用现代信息技术，推出数字类红色旅游项目，如利用全息投影、AR、VR、裸眼3D技术等将红色历史故事进行现代化呈现，同时积极开发电子导游、VR体验等智慧旅游项目，提高游客体验。

促进文旅融合 推动红色文化旅游发展

一方面，以市场需求为引领，进一步开放红色旅游市场，激励各类市场

主体积极参与到乡村红色旅游建设中来，推出红色教育、绿色旅游、休闲度假等多样化旅游产品，培育以红色旅游为主题、以红色文化为支撑、以红色教育为内核、以红色旅游与文化、教育、服务等行业同向同行，如建立红色主题的经典餐馆和农家乐。另一方面，以乡村振兴战略为主轴，培育发展红色旅游名镇名村。采取“企业+村委会+居民”合作模式，选择红色文化资源丰富、具有潜在开发价值的村落进行科学开发；结合休闲农业、民俗文化等，推动红色文化旅游的融合发展；打造富有体验感的红色旅游小镇和乡村，发展红色旅游、生态休闲、乡村度假、民俗文化体验、军事探险等多元化旅游项目；加强不同地区间红色旅游景区的协同合作，通过项目串联、连线村镇，成片建设红色旅游乡村振兴示范品牌，促进红色文化旅游全面发展。

借助新媒体传播手段 树立红色旅游地品牌形象

近年来，新媒体的影响力逐步提升，尤其在文旅宣传领域，新媒体发挥着重要作用。乡村旅游市场主体可以结合微博、微信等媒介和应用，利用“互联网+红色文化”的方式进行文旅宣传与推广。具体而言，可利用微展、

微课、微访谈、微视频等多种形式进行红色旅游的深入推广，通过红色主题打造、营销模式创新、产品线路宣传等，不断提升文旅品牌影响力及知名度；充分运用新媒体矩阵，利用重要节点、纪念日进行文旅宣传和品牌引导；新媒体要强化“新闻+政务+服务+商务”模式，促进短期传播效果与长期品牌建设相协同。此外，旅游地的品牌形象不应只建立在宣传上，还要不断提升提供高品质的旅游体验。因此，注重服务质量，提供专业化、个性化和高品质的服务，提升游客满意度也尤为重要。

（战丽娜，讲师，牡丹江师范学院经济与管理学院，研究方向为旅游管理、旅游消费者行为；魏丽英，副教授，牡丹江师范学院经济与管理学院，研究方向为旅游产品开发；韩竹，讲师，牡丹江师范学院经济与管理学院，研究方向为旅游文化。）

【基金项目】2021年度黑龙江省省属高等学校基本科研业务费科研项目产学研专项“牡丹江红色乡村旅游开发研究”（编号：1451CX002）；2022年度牡丹江师范学院青年学术骨干项目“乡村旅游目的地文化价值挖掘利用研究”（编号：QN2022002）。