中国新闻奖副刊作品参评推荐表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 标题 | | 地图文创，要深耕中华优秀传统文化沃土——从动画电影《长安三万里》说开去 | | 体裁 | 杂文 |
| 字数 | 1356 |
| 作者 | | 岛晓霞 | 编辑 | 岛晓霞 | |
| 原创单位 | | 中国自然资源报社 | 刊载单位 | 中国自然资源报社 | |
| 刊发版面名称及版次 | | 副刊 八版 | 发表日期 | 2023年7月26日 | |
| ︵  作采  品编  简过  介程  ︶ | 习近平总书记指出：“泱泱中华，历史何其悠久，文明何其博大，这是我们的自信之基、力量之源。” 2023年暑期档上映的动画电影《长安三万里》就是一个鲜活的例子。电影凭借出色的口碑，票房逆袭飘红。笔者看完电影之后深有感触：电影热映的背后是国人对中华优秀传统文化的热爱，且展现文化自信的诚意之作就会受到人们的肯定和追捧。结合长期对创意地图文创领域的观察与报道，笔者发现近年来各地涌现出一大批融合中国风元素以及地方自然地理特征的地图文创产品，其中有些作品在国际制图大会上获奖，得到国际认可。笔者从当下热门电影《长安三万里》获得启发，思考了要深耕中华优秀传统文化资源沃土，推动地图文化创意产品开发，让中国传统文化“活”起来的时代命题。 | | | | |
| 社  会  效  果 | 杂文稿件在报纸刊发后，i自然全媒体平台以及学习强国平台相继刊发了相关内容，在自然资源系统以及社会媒体方面都产生了广泛影响，相关社会媒体平台也进行了转发和推广，得到一致好评。 | | | | |
| ︵  初推  评荐  评理  语由  ︶ | 1. 关注新闻热点，聚焦时代主题。党的二十大报告提出“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”的发展要求，并强调“传承中华优秀传统文化”。该篇杂文从爆款电影入手写起，贴近生活反映时代主题，阐述了立足中华民族伟大历史实践和当代发展实际，坚持守正创新，创造出更多宣传优秀传统文化的好产品。看似宏大的主题，小口切入，给人深刻启迪。 2. 体现人文情怀，引领价值导向。优秀的副刊作品大都具有文化的情结、文字的魅力、情感的力量。该篇杂文反映时代思潮，表达社会关注，具有强烈的社会责任感和鲜明的价值导向性。人文情怀，既是理性思考，也是精神张扬，是激浊扬清的时代回响。   签名：  （盖单位公章） | | | | |

# 地图文创，要深耕中华优秀传统文化沃土

## ——从动画电影《长安三万里》说开去

#### 岛晓霞

提到唐朝，提到长安，每个中国人脑海中都有一幅画卷。如果用唐诗来表达，可以是“大鹏一日同风起，扶摇直上九万里”，可以是“仰天大笑出门去，我辈岂是蓬蒿人”，可以是“天生我材必有用，千金散尽还复来”……明月之下，银河之上，李白、高适等人骑着白鹤直飞九天，与天上的仙人举杯共饮，一首《将进酒》吟咏而出。这是电影《长安三万里》中的一幕，这波澜壮阔的画面让影院内的观众沉醉，也让人为唐代那个诗人群星璀璨的年代而赞叹不已。

近日，国产动画电影《长安三万里》口碑爆棚。电影出圈的背后，是东方美学的诗意呈现，也展现出中华优秀传统文化在当代社会中越来越受到关注。五千载绵延不绝，中华文明如浩浩江河，滋养泱泱华夏。中华优秀传统文化是一种最富诗情画意的思想文化。在笔者看来，《长安三万里》的热映证明了两点：一是大众对优秀传统文化的热爱，是文化自信的充分呈现；二是拥有文化自信、展现文化自觉的诚意之作，会受到市场和人们的肯定和追捧。

其实，在创意地图文创领域中，近年来也涌现出一批融合中国风元素以及地方自然地理特征的地图文创产品。比如在广东省地图院编制的《粤山水》系列地图中，粤驿道版以蓝和黄为主色调，表现了广东山海相依的自然地理特征，并勾勒出隐于山海之间的南粤古驿道，展开了一幅悠久的历史文化画卷；国内规模最大的城市手绘地图——《金城揽胜·印象兰州》以手绘形式重现金城兰州，运用古风和田园风格凸显兰州的文化之魂和生态之美；将剪纸艺术与地图融合在一起的《沈阳剪纸地图》，红彤彤的剪纸代表着浓郁民俗气息的中国传统文化元素，镂空的样式恰似地图上呈网状分布的道路，展示着一个城市独特的肌理，书写着一个城市真实的风貌；单一乡镇人文类专题地图集《亭林人文地图》“感受江南”篇章，通过自然江南、人文江南、方言土语、小桥流水4个图幅，自下而上地呈现亭林江南文化的自然基础、历史底蕴和典型景观；白云黄鹤的故乡、沉睡千年的编钟、浪漫主义文学源头楚辞、赤壁之战古战场、仙山琼阁武当山……这些凝结荆楚文化内核的“地标”，在湖北省地图院编制的《灵秀湖北系列文化地图》中得到诗意呈现。

纵观全国，各地都在大力开展地图文创产品的研究与开发工作，呈现出百花齐放、各有千秋、欣欣向荣的良好态势。以青岛市勘察测绘研究院为例，近年来该院孜孜不倦地研究与传播地图文化，推动中国地图文化走出去，提升中国地图文化影响力，已研发产品达2000种。其中，不少作品在国际制图大会上获奖，得到国际地图界的认可。

中国地图文化由国内走向国际舞台，也印证了“民族的就是世界的”。要推动地图文化创意产品开发，激活传统文化的生命力，就必须深耕中华优秀传统文化资源沃土，精准对接人们文化需求，让中国传统文化“活”起来。

文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信，是一个国家、一个民族发展中更基本、更深沉、更持久的力量。《长安三万里》《唐宫夜宴》《只此青绿》的火爆，屡次证明拥有文化自信、展现文化自觉的诚意之作，不需要流量明星加持，也可以实现“流量自由”。希望我国创意地图文创产业，更多肩负起对传统文化的创造性转化与创新性发展，在守正创新中找到时代化的惊艳表达，研发编制出更多优质的地图文创作品，唤起大众对传统文化发自内心的尊敬、自豪和信任。