

传统文化可持续发展视野下的公共文化对策研究

朱荔丽, 梁辰

(天津理工大学, 天津 300384)

摘要: **目的** 分析现代社会的公共文化服务体系以及在社会变迁下乡村现存的文化问题, 探讨在传统文化的视野下, 如何帮助地方政府转型, 如何增强公众的文化自信和归属感, 为公共文化服务体系提供创新可持续发展路径。**方法** 着眼于当下, 以“特色小镇”为例, 分析小镇的特色服务模式和发展策略, 基于理性的商业视角, 分析传统文化市场, 以满足公众的需求, 实现区域的可持续发展。**结论** 只有扎根于社会的现有资源, 才能延续传统文化, 在现代社会不断生长, 才能使传统文化具有可持续生存的内在活力。同时, 将数字新媒体创新置于传统文化活态传承视野下进行分析, 将“传统”与“现代”共融合作, 共同建设公共文化服务体系。

关键词: 传统文化; 可持续化; 公共文化服务; 文化自觉; 特色小镇

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)18-0022-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.18.006

Public Cultural Countermeasures in the Perspective of Sustainable Development of Traditional Culture

ZHU Li-li, LIANG Chen

(Tianjin University of Technology, Tianjin 300384, China)

ABSTRACT: The work aims to analyze the public cultural service system of the modern society and the cultural problems existing in the countryside under the social change, and discuss how to help the local government to transform and how to strengthen the cultural confidence and sense of belonging of the public in the perspective of traditional culture, so as to provide the road to innovative and sustainable development for the public cultural service system. Focusing on the present, taking "featured small town" as an example, the characteristic service pattern and development strategies of the small town were analyzed; and the traditional culture market was analyzed based on the rational business perspective, so as to meet the needs of the public and realize the sustainable regional development. In conclusion, the traditional culture can sustain only by being rooted in the existing resources of the society, and have internal impetus for sustainable survival only by constantly growing in the modern society. Meanwhile, the digital new media is analyzed in the perspective of active heritage of traditional culture to jointly construct the public cultural service system based on the "traditional" and "modern" integrated cooperation.

KEY WORDS: traditional culture; sustainable; public cultural services; cultural consciousness; featured small town

从基层上看, 中国的社会是乡土性的^[1]。乡土是中国社会赖以生长的基础土壤, 文化是乡村振兴的精神内核。就传统文化的氛围来讲, 现代都市远不如乡

村, 乡村对民俗礼仪、风土人情、价值观念、生活方式等文化要素的传承较好, 村是传统文化的发生、繁衍、生息之地。在国家重视建设公共文化服务体系的

收稿日期: 2018-02-11

基金项目: 教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“可持续发展中的绿色设计研究”(16JZD014); 天津市高等学校创新团队培养计划“绿色发展理念与创新产品设计”(TD13-5012/5045)

作者简介: 朱荔丽(1980—), 女, 黑龙江人, 博士, 天津理工大学副教授, 主要从事民俗艺术、非物质文化遗产保护方面的研究。

今天,优秀传统文化不仅成为了完善乡村公共文化服务体系和发展文化创新产业的重要资源,也是推进新型城镇化建设的手段之一。在此时代背景下,“特色小镇”应运而生,其不仅有明确产业定位、文化内涵、区域特征,更具有文化气息且生态环境优美。2016年7月发布的《关于开展特色小镇培育工作的通知》中明确强调,利用特色资源的优势和发展潜力,通过开展特色小镇培育工作,发扬与传承具有区域特色的传统文化。本文以“特色小镇”为例,从个案出发,在对乡土社会整体语境的阐发中考察传统文化,探讨如何利用“传统”与“现代”手段,将区域传统文化融入公共文化服务建设,丰富该体系的服务内容及范围,在交融中使地方文化和传统艺术更加多元化,并产生新的活力。

1 乡土社会的公共文化服务体系

公共文化服务体系立足于社会,以实现民众文化权利为基础,为民众提供公共文化产品及服务,并以相关制度与系统管理为保障,是社会大众文化需求的一般化体现^[2]。传统文化的续存和衍变正是认同和再生的过程。公共文化服务体系的建设正随着我国发展文化强国的总体路线而占据愈加重要的地位,其建设目标是要实现对文化内容的引导型推广,并以一种柔性手段将传统文化渗透入广大群众的日常生活中,进而满足民众的文化需求。传统意义上的村落都有其社会秩序,表现为较为稳定的公序良俗,也有一定的灵活性。以尊重乡民的独具特色的文化需求为立足点,通过民俗文化、岁时仪礼等文化需求引导乡民的文化需求趋势,这种自上而下推行于乡土社会的过程可谓“顺水推舟”^[3]。

1.1 新时代矛盾下乡村现存的文化问题

当下社会的主要矛盾已经转变为“人民日益增长的生活需求和社会不平衡发展之间的矛盾”,这个矛盾也体现于乡村的现存文化中。从村落的空心化、留守老龄化与幼龄化,到自然传承序列的割裂,以及乡村文化观念淡化等共同构成了当代中国现代化进程中不得不正视的问题。在乡土社会向城市社会的转换过程中,文化“语境”发生了变化,村落传统文化价值的丧失,使非遗存在与发展的基础也发生了动摇^[4]。乡民陆续离开,乡土文化后继无人,进入城市的乡民也并不能够完全实现文化上的“落地生根”,因为大多数年轻人进城打工大多是基于满足生存需要,精神世界与乡村社区还是联系在一起的。台湾学者林瑞钦指出:“社区成员对社区认同感的产生与增强,需要良好的环境条件作为基础,其主要的的环境条件则包括有效的领导、其乐共享的共识和良好的互动关系,以及互享的期望动机^[5]”,因此,重建多元化契约模式的公共文化服务体系,不仅是对一元化行政管理模式的

传统文化事业体系的功能升级,还是对现有文化失落的一种挽救和重构,让外出的乡民有能够回得来的乡土,忆得起的乡愁。

1.2 社会变迁下的乡村公共文化体系

乡村公共文化体系是生活在同一区域内的乡民们因其长期相似的生活经历,创造出来的与当地社会生产、民风习俗、自然环境等因素契合,具有价值生产能力的文化谱系^[6]。公共文化服务体系的营造不仅体现在空间上,更体现在时间上,即建设成为一种全面性、可持续性的在地文化保护工程,使社区文化得以可持续发展。随着经济的发展及科技的进步,城乡物质生活差别逐步缩小,这使得乡村社会长期以来的生产方式、思维观念受到强烈碰撞,城乡社会中的人们在思想观念、价值体系中出现了巨大落差,这种落差撕裂着乡村的文化体系。梁漱溟曾说:“你且看文化是什么东西呢?不过就是那一民族生活的样法罢了^[7]。”虽然大家共用同一种传统文化范畴,但生活在城乡两层区域的社群对于传统文化的理解不同。在这种社会变迁下的乡村公共文化体系也随之发生着变化,传统文化贯穿于不同时代和环境而有所损益和转换,其通过主动吸收和被动植入,实现自我重塑。乡民从中获得归属感与认同感,能够激发其再造传统文化价值的动力,推进乡村的凝聚力,保证社会结构稳定发展。

2 公共文化服务协同特色小镇发展

2.1 特色小镇发展背景

在特色小镇的概念萌生之前,全国各地已经有了类似的开发经验,其发展经历了3个阶段。第一阶段是2002年江苏省提出的建设现代化小镇,计划确定100个中心市镇作为规划重点。2009年至2011年江西、陕西、河南都提出了类似概念,目标是“以小城镇的建设为主体,提升城镇风貌,改善民生生活。”第二阶段是从2011年以来,以云南、贵州、海南为代表建设的旅游型风情小镇,以自然资源推动旅游业,例如丽江古城、束河古镇、镇远古镇、博鳌镇等。第三阶段是2011年始北京建设产业型小镇,方向是发达城市周边的小镇,分流和转移城市的过度产业,辐射周边。2015年1月,在浙江的两会上“特色小镇”一词被首次提出,随后影响全国,其快速发展顺应了新型城镇化的需求。

2.2 特色小镇发展策略

根据发展推力的不同,通过对相关案例进行梳理、归纳、总结,可分为以下3种主要类型。

2.2.1 传统产业小镇专业化策略

此策略的目的是为该地区产生聚焦效果,通常选

择的领域都是该区域已具有高度竞争力的部分。以文化、旅游方式进行价值延伸,一方面为传统产业升级打造优良环境,另一方面对传统文化进行深度挖掘,完成其价值升级。以龙头产业带动整个小镇建设,例如景德镇瑶里古镇,原称“窑里”,在窑厂外迁后改成“瑶里”。其核心产业是传统的陶瓷生产制造,在机械化生产大环境下,景德镇手工艺复兴的优势在于其独特性和艺术感,这是机械化所代替不了的。2005年香港的乐天陶社在景德镇开设分社,把传统手工艺资源与世界联系起来,在本土手艺人 and 国内外艺术从业者以及外来的年轻艺术家、手工艺人的共同推动下,在传承陶瓷生产制造传统的同时又进行了创新,使小镇得到了新的发展机会。

2.2.2 旅游+特色小镇发动机策略

此类小镇分布在经济发达城市周边,有一定生态或者旅游的物质基础。服务对象是针对在休闲度假上有需求和高消费能力的城市人,以旅游产业为核心打造休闲娱乐和居住配套的“旅游+”小镇。例如北京郊区的古北水镇,以“长城观光,北方水乡”为卖点,成为北京乃至更广泛的人群休闲、度假的好去处。此策略着重从内部强化文化动能,把焦点放在地方文化能量的利用和释放上,通常做法是提升地方艺术团体的地位,并建立多点公共舞台,以进行艺术讯息的交换与进一步教育,一方面可以强化当地居民在艺术和文化方面的联合创作能力;另一方面,着重于强化文化界内部发展,例如张艺谋导演的“印象”系列,故事的主线是将地方文化与传统民艺相结合,通过实景演出让观众融入当地风情,建立了当地的旅游IP,并且在艺术文化和企业社群之间建立起紧密的互动。

2.2.3 战略新兴产业小镇旗舰型策略

此类小镇分布在一二线城市周边,是其郊区化发展,承接大城市转移并受益于新兴产业转移。功能组合以新兴产业为核心,包含相关商业休闲配套设施。正如其名称所示,旗舰型计划属于一个大规模的计划和投资方案,预期目标是兼具文化保存、社区发展和经济提升等多重目的的区域发展战略。例如通过举办涉及到某产业的重要论坛或会议的各种庆典,吸引业内人士的目光,同时也能达到传播区域形象的目的。最具代表性的是浙江西湖区的云栖小镇,依托阿里集团和转塘科技经济园区的国内首个以云计算为核心科技,形成基于云计算大数据和智能硬件产业的产业小镇。

3 新媒体技术协同公共文化可持续发展

当前中国乡村的新媒体建设与城市相比,存在着信息服务上的巨大差异。其主要原因是源于乡村家庭与城市居民在价值观念、收入水平、教育程度、审美品味、消费理念等较大的区别,城乡居民在对现代

信息与新媒体技术等方面接受的广度上以及理解的深度上存在差距,使得公共文化服务设计无法用城市的现有模式去嵌套^[8]。本文根据前期研究,提出符合乡村发展及居民需求的创新理念,将适用于乡民艺术的数字新媒体技术运用在公共文化体系的建设中,力求实现传统文化的可持续发展。

3.1 硬件移动化

可移动化是信息时代公共文化服务发展的必要选择,利用互联网对传统文化资源进行收集、整合、和传播,打破时空局限,打造多元化文化互动平台。以官方网站、微信公众号、手机APP、导视系统等移动多媒体形式有效缩短了受众与传统文化的距离。现代多媒体科技的系统性、动态性更新了以往传统公共文化服务体系的固定静态的特性,这不仅使传统公共文化服务空间原本的存在形态和传播媒介发生变化,还使得传统文化资源更准确、高效地向民众传播。经过数字化演绎,有助于民众更加全面了解、继承传统文化,与此同时也有助于传统文化的保护和传承。

3.2 内容精准化

对传统的文化资源进行整理、分类,在当中发掘出可以触发民众共鸣的文化符号,把深厚传统文化资源注入现代的文化产业,再依照现代的审美情趣进行推陈出新。一座成功的特色小镇往往以开发当地最具特色的产业为根基,其特色不止体现于外在建筑风格与街区环境上,更重要的是对产业文化附加值进行了深入挖掘;开发特色小镇旅游的关键是将地方历史民俗、文化风貌与地方特色产业融合发展,靠文化元素提高产业含金量,把文化作为旅游开发的动力^[8]。区域发展最终实现的就是打造文化内核的战略目标^[9],实现文化保护、地区发展和商业繁荣等多重目标。

3.3 文化品牌化

在互联网技术的推动下,新媒体迎来了史无前例的快速发展期,其标志就是日益庞大的用户群体以及较高的使用时长。在信息碎片化、传播广域化、文化快餐化的时代,对于公共文化服务而言,有价值的文化资源可以通过互联网进行快速传播,其传播范围及速度都可以使该文化资源受到关注,进而实现文化凝聚力,使打造公共文化服务品牌成为可能^[10]。品牌文化建设是一个系统的工程,文化产业作为一种或者多种产业的复合体,品牌文化的聚落让文化资产具体化并提高了文化观光的品质与服务,例如天津杨柳青文化旅游小镇主打的杨柳青年画、书画、古玩等民间艺术一条街,丰富的民俗艺术作品是乡民在生产、生活过程中创造出来的具有一定民俗文化内涵的文化物品,是乡民精神内容的物质化表现,是传统文化的重要载体^[11]。进行传统民俗用品的再设计是传统与现代的结合,不仅让杨柳青年画更具传统性和现代美感,

还创造了更高的品牌文化附加值。

4 结语

在新型城镇化发展的进程中, 传统文化传承的底色已发生改变, 相对稳定的公序良俗正在重构, 人们的文化需求也随之改变。将数字化媒体、产业要素、文化创意品牌等新技术置入传统乡村、周边市镇, 激发传统文化的内在生命力, 为非物质文化遗产的活态传承、区域文化振兴、公共文化服务体系提供了新的思路。然而, 面对乡村文化本体的多样性和复杂性, 如何避免“造城运动”和“千城一面”也给公共文化带来挑战。面对机遇和挑战, 当地居民需要共同参与社区文化氛围的营造, 以传统内生资源为基础, 以现代外在的动能为辅助, 实现农村公共文化的固本培元和再生永续。

参考文献:

- [1] 费孝通. 乡土中国[M]. 北京: 人民出版社, 2015.
FEI Xiao-tong. Native China[M]. Beijing: Press, 2015.
- [2] 罗京艳. 区域文化视角下的公共文化服务建设研究[J]. 包装工程, 2017, 38(18): 19—22.
LUO Jing-yan. Research on Public Cultural Service Construction under the Visual Angle of Regional Culture[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(18): 19—22.
- [3] 张士闪. 顺水推舟——当代中国新型城镇化建设不应忘却乡土本位[J]. 民俗研究, 2014(1): 11—14.
ZHANG Shi-shan. The New Urbanization Construction in Contemporary China Should not Forget the Local Standard[J]. Folklore studies, 2014(1): 11—14.
- [4] 庞涛, 朱荔丽. 新农村建设语境下非物质文化遗产数字化保护[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 28—31.
PANG Tao, ZHU Li-li. Digital Protection of Intangible Cultural Heritage in the Context of New Rural Construction[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(10): 28—31.
- [5] 季铁. 基于社区和网络的设计与社会创新[D]. 长沙: 湖南大学, 2012.
JI Tie. Design and social innovation based on community and network[D]. Changsha: Hunan University, 2012.
- [6] 宣朝庆, 韩庆龄. 文化自性与圈层整合: 公共文化建设的乡村本位[J]. 学海, 2016(3): 63—69.
XUAN Chao-qing, HAN Qing-ling. The Integration of Cultural Self and Circle: the Rural Standard of Public Cultural Construction[J]. Art, 2016(3): 63—69.
- [7] 梁漱溟. 东西文化及其哲学[M]. 长春: 吉林人民出版社, 2006.
LIANG Shu-ming. East and West Culture and Its Philosophy[M]. Changchun: Jilin Publishing House, 2006.
- [8] 承渊. 文化才是特色小镇的灵魂[N]. 中国文化报, 2016-08-05.
CHEN Yuan. Culture is the Soul of the Town[N]. Chinese Culture Newspaper, 2016-08-05.
- [9] 宋涛. 特色小镇旅游深度开发中的文化元素研究[D]. 武汉: 华中师范大学, 2017.
SONG Tao. A Study of Cultural Elements in the Deep Development of Tourism in Special Towns[D]. Wuhan: Huazhong Normal University, 2017.
- [10] 徐娇. 新媒体环境下的公共文化服务[J]. 好家长, 2016(30): 254—255.
XU Jiao. Public Cultural Services under the New Media Environment [J]. Good Parents, 2016(30): 254—255.
- [11] 徐莹. 传统民俗用品再设计的“守正出新”——以“好东西”品牌春联产品为例[J]. 装饰, 2016, 12(12): 140—141.
XU Ying. The Traditional Folk Goods Redesign "Defends the New": Take "The Good Thing" the Brand Spring Festival Couplets Product for Example[J]. Zhuangshi, 2016, 12(12): 140—141.