

赣鄱乡土文化“走出去”战略实施的推进机制*

涂平荣 周素琴

(宜春学院,江西 宜春 336000)

摘要: 赣鄱乡土文化不但为赣鄱大地孕育与积淀了深厚的乡土文明,而且为促进江西经济社会的发展凝聚了强大的精神动力。但目前在全国的知名度与影响力还有待提升,要“走出去”还面临资金投入不足,市场化不强,政府监管不够,开放合作面不宽,文化创新欠缺等现实困境。因此,要实施赣鄱乡土文化“走出去”战略,必须从拓展资金投入机制、推广市场运作机制、完善政府监管机制、强化开放合作机制以及推进文化创新机制等方面大力推进。

关键词: 赣鄱乡土文化;“走出去”;推进机制

DOI: 10.3969/j.issn.1672-9846.2015.04.008

中图分类号: G127

文献标志码: A

文章编号: 1672-9846(2015)04-0032-03

江西历史悠久,人文昌盛,文化积淀厚重。在赣鄱大地唱响文化强省的嘹亮口号指引下,作为赣鄱经济社会发展“软实力”的乡土文化,为推动江西经济发展已显示了强大的生命力。相关资料表明,在 2012 年,江西省仅“农家乐”就超过 1 万家,已带动 36 万农民就业;年接待游客超过 1000 万人次,综合收入超 60 亿元。赣鄱大地“农家乐”的兴起,对调整江西农村产业结构,增加当地农民收入,促进农村经济发展等方面均起到了非常重要的作用^[1]。同时,赣鄱乡土文化也具有深厚的人文底蕴,在丰富农民的精神文化生活方面也呈现出良好的发展态势。如赣南于都县已涌现出喷呐村、花鼓村、灯彩村、木偶村、书法村等各类民间特色文化村 120 多个,各类群众文化团体达 80 多个,文化大户 400 多户。赣西萍乡的“春锣”文化同样具有浓郁的乡土气息和地方情调,是难能可贵的汉族民间艺术瑰宝。1998 年,“春锣”曾代表江西队参加了在呼和浩特举办的中国第三界曲艺节,2002 年又代表江西队参加了在北京举行的

中国第四届曲艺节,均获得了非常好的赞誉。几年前,有关部门第一次将“春锣”录制成磁带到各地推广,受到了诸多市民的热烈欢迎^[2]。2014 年 3 月 1 日,在北京开幕的北京·江西文化月,江西许多国宝级文物首次走出省门亮相首都,是江西乡土文化迈出省门的一个重大里程碑。近日在广东东莞市文化惠民演出项目招标活动中,赣东抚州的汤显祖文化演艺公司在全国 12 家投标单位中脱颖而出,成为中标单位。这是抚州市文化单位首次在省外市场竞争中获得的“走出去”文化项目^[3]。

但江西地处中部,仍属欠发达地区,城乡差距、工农差距依然较大。且赣鄱乡土文化目前在全国的知名度与影响力不高,要“走出去”仍然面临的是资金投入不足,市场化不强,政府监管不够,开放合作面不宽,文化创新欠缺等现实困境。因此,如何因势利导,走出困境,实施赣鄱乡土文化“走出去”发展战略,助推江西经济社会长效发展,意义深远而重大。

*收稿日期:2015-10-15

基金项目:江西省高校人文社会科学规划项目“文化强省视域下赣鄱乡土文化‘走出去’战略研究”(编号:JC1334)。

作者简介:涂平荣(1974-),男,江西丰城人,宜春学院政法学院副教授、博士,主要从事农村伦理研究。

周素琴(1973-),女,江西丰城人,宜春学院政法学院教师,主要从事大学生职业发展和就业指导工作的。

一、拓展资金投入机制

赣鄱乡土文化衍生、成长于欠发达的乡村地区,经济基础薄弱,走出去面临的首要难题就是资金缺乏。文化是需要包装的,投入市场才会产生较大的认识度和影响力,而文化包装需要资金投入。政府要加大对有发展前景与潜力的农村文化项目的财政投入;引导社会闲置资金投入赣鄱乡土文化发展;吸引相关企业参与赣鄱乡土文化发展项目,鼓励与引导各类金融机构加大对赣鄱乡土文化企业和项目“走出去”的融资,助推符合条件的赣鄱乡土文化企业上市融资;政府在有影响力的乡土文化项目上给予资金、税收等方面的大力支持。比如,乐安县多渠道整合 200 多万元资金,帮助增田镇东湖村改建傩神古庙,为流坑村新建古戏台,并帮助湖坪“装故事”、罗陂庙会、流坑小吹会等文化项目添置了大量演出道具与音响器材,大大改善了当地乡土文化演出的条件^[4]。同时,为丰富农民的精神生活,政府还应设立乡土文化专用基金,给乡土文化的传承给予强有力的经济保障,通过建立农村剧院,农民文化活动中心等传播文化的场所,使土生土长的具有乡土文化的能人有施展自身一技之长的场所,又使乡村长期留守的老人享受乡土文化带来的愉悦,使在外务工的农民工返乡时不再走向麻将、扑克桌,而是在乡土文化场所丰富和充实自己的精神生活,并使留守儿童得到良好的教育。这些投入不仅能有效助推赣鄱乡土文化的和谐良性发展,而且能有效提升鄱乡土文化“走出去”的竞争力。

二、推广市场运作机制

文化市场运行机制是市场经济中各文化市场主体、客体要素之间以文化经济联系为主要存在形态和相互作用的形式,它对文化资源地配置起调节功能。文化市场运行机制是价值规律规定和影响文化市场供求关系、价格运动 and 市场竞争等要素相互关系和相互作用的过程系统和方式系统^[5]。而市场是社会需求的动态反映,抓住了市场,也就抓住了社会需求。因此,政府部门应该通过制定各项政策,采取相应的措施和办法招商引资,通过各种媒体、网络等渠道加大宣传,向外打出乡土文化的品牌。还可以通过派出文化骨干下到基层进行调研,调查符合老百姓需求和品味的乡土文化并加以大力投资和推广。2015 年以来,赣县各类民间文艺团体在乡村演出 600 多场次,

“田村花灯”“高跷舞龙”等民间传统节目被中央电视台录制成专题片播放^[6]。努力挖掘赣鄱乡土文化的独特魅力,拓宽海外市场,可以在海外华人华侨当中进行巡回演出,让他们对国内的本土文化产生共鸣,进而产生一定的影响力,使赣鄱乡土文化在异国他乡的海外华人华侨中得到传承与传播。比如,江西省杂技团近年来先后在美国、加拿大、英国等 40 多个国家演出 500 多场,吸引观众 60 多万人次,实现创汇人民币 372 万元。江西杂技剧《茶》在上海世博会驻场演出 184 场,吸引观众 30 余万人次。2011 年,省歌舞剧院携大型风情歌舞《赣风》等优秀剧目出省演出 20 多场,收入 200 多万元^[7]。

三、完善政府监管机制

俗话说“无规矩不成方圆”,实现赣鄱乡土文化“走出去”战略,还需要进一步完善政府监管机制。笔者认为可以采取以下措施:一是充分利用媒体媒介加大宣传力度,如在政府信息网站开辟专栏,深入宣传有关文化市场管理的法律法规。理顺管理体制,完善相关法制,对乡土文化产业方面的财政投入、专款专用、产业规划、建设用地、审批手续、税收政策、人才培养等做出规范;二是精心研制乡土文化产品,制定乡土文化资产评估办法,完善乡土文化资产评估体系大力促进乡土文化产业与金融资本有效对接;三是建立健全乡土文化产业的分类标准、数据统计体系及对外文化贸易的数据库,为政府制定文化发展政策与企业决策提供有效服务;四是对乡土文化内容的严格审核,保留有利于传统文化精神文明传承部分,对文化糟粕要剔除。五是对一些不良的乡土文化要及时加强引导与规范,甚至采取必要的行政手段、法律手段加以干预,为赣鄱乡土文化的健康发展提供强有力的制度保障,以保持赣鄱乡土文化的良性有序发展。六是政府应选拔一大批乡土文化专家持续下乡传播积极健康的文化,引导赣鄱乡土文化朝积极健康的社会主义主流文化发展。政府在为赣鄱乡土文化发展“输血”的同时,还要为当地乡土文化发展培养文化发展的本土管理人才与德艺双馨乡土文化人才,以推动赣鄱乡土文化的产业化、常态化发展。

四、加大开放合作机制

江西景德镇瓷器作为海上丝绸之路的重要商品,把赣鄱大地与世界各国的商贸往来紧密相连,

开创了独具特色的江西开放型经济格局。但近年来赣鄱乡土文化在海外乃至国内的知名度和影响力均有所欠缺。这与近年来江西提倡的在中部地区崛起,把主要精力放在发展经济,忽略乡土文化这一宝贵精神财富的开发与利用密切相关。还有就是对于中部内陆的省份,江西一直以来开放合作的勇气不够,参与国际性的展会不够活跃。对于赣鄱乡土文化如何“走出去”?笔者认为首先应挖掘江西乡土文化的精髓部分,找出能代表赣鄱本土特色的文化,与传统而又有影响的传媒合作,借助其门户网站,当地卫视平台合力开设传播乡土文化的专栏,在全国其他省市成立赣鄱乡土文化传媒有限公司;还可借助名人效应,充分利用影视媒体展示赣鄱乡土文化。其次,可以派乡土文化专家到海外进行学术交流,以开拓视野。再次,对乡土文化骨干进行指导培训,并组织他们走出赣鄱大地,走出国门到海外巡回演出。比如,主要由江西省专家策划或担任顾问的“中国茶文化展”有 1998 年、1999 年分别在美国举办的“中国茶文化国际学术研讨会”,在香港举办的国际茶文化学术研讨会,在海外产生了一定的影响。我们要引导与鼓励影视传媒、新闻出版、演艺动漫、软件培训等文化创意产业与企业广泛开展对外投资合作;引导与鼓励优秀文艺院团到国外开展巡回或驻场演出,在全球弘扬“江西乡土文化”^[8]。

五、推进文化创新机制

赣鄱乡土文化走出去需要全面包装,挖掘精品,题材内容上要有所创新与突破,艺术表现形式要新颖,充分利用高科技。比如,微电影等光、声视觉与视听效果强的高科技技术让观众过目能留影,过耳能留声,久久地萦绕在观众的脑海里,并且成为口口相传的艺术经典。如果对传统的乡土文化只是信手拈来,不加以创新,只能是成为乡村老人对过往时代的回忆而已。传统的乡土文化需要一代又一代人的传承,在传承中一味守旧则会造传统的乡土文化找不到时代的共鸣人,试想这种乡土文化的生命力有多久呢?江西景德镇瓷器在历史上曾经名扬天下,是海上丝绸之路的重要商品,因此也很荣幸地成为中国“CHINA”的代名词,可是由于缺乏创新,现在人们似乎已忘记景德镇的特殊性,景德镇瓷器的辉煌似乎一去不复

返了。传统乡土文化传承也要融入现代元素才会焕发新的生命力。比如,山西闻喜县的花馍在传统上是本土一种食品,民间婚丧嫁娶观赏品,但是经过在式样上进行大胆创新,现已演变为具有艺术类型的商业礼品,并且成为馈赠亲友的一份佳品,因此产品走出闻喜县,走向全国、远销港澳台及世界各国。

让乡土文化传承下去并将其打造成赣鄱的品牌文化,是江西政府、社会各界、乡土文化艺人的共同责任,这需要资金、专家指导、艺人培训等方面的投入以及在不断创新乡土文化本身的内容与形式上下功夫,只有既继承传统,又突出时代特色,既有政府组织,又有社会支持与民间参与,赣鄱大地的乡土文化才能大胆、自信地走出去。

参考文献:

- [1]宋海峰.赣鄱时评:“农家乐”莫丢了“乡土味”[EB/OL].(2012-08-19)[2015-04-26].<http://jiangxi.jxnews.com.cn/system/2012/08/19/012078726.shtml>.
- [2]江西省对外经济合作办.萍乡春锣”将申报国家级非物质文化遗产保护项目[EB/OL].(2005-09-20)[2015-04-27].<http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/difang/jiangxi/200509/20050900427538.html>.
- [3]邓彬,付义刚.抚州首次在省外市场竞争中获得“走出去”文化项目[EB/OL].(2015-05-13)[2015-06-26].<http://jxfz.jxnews.com.cn/system/2015/05/13/013867068.shtml>.
- [4]邓望.安乡土文化蓬勃发展[EB/OL].(2014-12-11)[2015-06-26].<http://ce.jxcn.cn/system/2014/12/11/013491193.shtml>.
- [5]胡惠林.文化产业学[M].北京:高等教育出版社,2006:267.
- [6]谢荣培.“送文化”变“种文化”赣县积极培育乡土文化[EB/OL].(2013-11-19)[2015-06-26].<http://www.jxwh.gov.cn/index.php/cms/item-view-id-89.shtml>.
- [7]郁鑫鹏,刘丽丽.江西省发展文化事业既“走出去”又“引进来”[EB/OL].(2013-11-19)[2015-06-26].<http://n8539730.key.shuoqian.net/>.
- [8]尚务兴.“走出去”:全面扩大开放的必由之路[N].江西日报,2014-01-15.