

■ 文化传媒研究

“一带一路”沿线乡村公共文化产品的创新路径

范 玥

(西安思源学院, 陕西西安 710038)

摘 要: 本文从公共艺术设计角度出发,以公共文化的产品设计特征为出发点,通过城乡公共文化产品的差异性比较分析,结合丝绸之路经济带文化的推广和发展,提出构建“一带一路”沿线乡村公共文化产品的创新思路,构建城乡丝路文化产品的协同发展新模式。

关键词: “一带一路”;乡村;公共文化产品

中图分类号: G249.2

文献标识码: A

文章编号: 2095-770X(2017)12-0026-04

PDF 获取: <http://sxxqsfxy.ijournal.cn/ch/index.aspx>

doi: 10.11995/j.issn.2095-770X.2017.12.007

On the Innovative Path of Rural Public Cultural Products Along “The Belt and Road”

FAN Yue

(Xi'an Siyuan University, Xi'an 710038, China)

Abstract: From the viewpoint of public art design, this paper takes the product design characteristics of public culture as the starting point. Based on the comparison of the differences between urban and rural public cultural products as well as the cultural promotion and development of the Silk Road economic belt, it puts forward the innovative idea of constructing the rural public cultural products along “The Belt and Road”, building a new model of collaborative development of urban and rural Silk Road cultural products.

Key words: The Belt and Road; rural; public cultural products

丝绸之路从开辟伊始就不仅仅是一条通商贸易之路,它也是一条文明互动、文化交流之路,我国的丝绸之路文化传播史,从 2100 多年前的西汉时期张骞出使西域开始,2013 年习近平主席在哈萨克斯坦纳扎尔巴耶夫大学作重要演讲,提出共同建设“丝绸之路经济带”,充分发挥丝绸之路经济带沿线国家、城市和地区的优势,实现经济的协同发展。“文化搭台,经济唱戏”,要想让经济之“戏”演的出彩,那么文化的“台”一定要搭的稳健。目前我国积极推进

一带一路战略,值此之际,我们应该好好利用丝绸之路协调城乡发展,将新的丝绸之路变成一种文化符号,并利用这种文化符号构建城乡协同发展的公共艺术设计体系,发挥好文化潜移默化的影响作用,推进我国丝绸之路沿线地区乡村和小城镇经济、文化以及相关产业的全面发展。如何在丝绸之路沿线除城市以外的乡村传播丝绸之路文化,推动丝路文化发展,使丝绸之路经济带发展成果惠及乡村是我们应该认真思考和解决的问题。本文通过提出公共文

收稿日期: 2017-07-27; **修回日期:** 2017-09-13

基金项目: 陕西省社科基金项目(2015J070)

作者简介: 范玥,女,西安思源学院讲师,主要研究方向:公共艺术设计教学和研究。

化产品的属性,分析城市与乡村公共文化艺术发展的差异性,提出“一带一路”沿线乡村公共文化产品发展的创新策略和途径。

一、公共文化产品属性

公共文化产品有广义和狭义之分,广义的公共文化产品是指用来满足受众公共文化需求的有形产品和无形的公共文化服务;狭义的公共文化产品仅指有形的公共文化产品。对有形的公共文化产品进行艺术的处理和加工,将功能性的实物和独具历史文化性的元素相结合,使其成为具有使用功能、文化宣传功能、纪念性功能和艺术性欣赏功能的综合体,达到提升受众文化精神需求的目的。本文所涉及的公共文化产品主要指有形的公共文化产品。它的主要功能在于为用户提供各种公共性服务,涉及信息设施、交通设施、娱乐休闲设施和服务设施等方面。

公共文化产品具有三方面的属性:一是共享性。文化在本质上具有公共性,这种公共性表现为一定的人群共同拥有这一文化,不是为特定对象服务,而是为所有生活在这个地区中的居民所使用。社会群体的平等参与是公共文化共享的重要形式特征。二是差异性。公共文化的形态差异既反映了人们在地域空间、历史文化、民族属性以及宗教信仰等方面的差异性,也体现在不同的表现方式上如某种艺术样式所具有的不同审美趣味方面。在当代中国,公共文化的形态差异在生产方式、生活方式以及组织形式上有着鲜明体现。三是建构性。文化是社会空间建构的结构要素。人们拥有和共享相同的语言、信仰、道德、法律、习俗和生活方式,形成以公共文化为表征的社会共同体。真实具体的公共文化存在于人们的日常生活之中,并随着生产发展和社会结构的变化不断发展,同时也反过来影响和制约着人类的生产实践和社会进步^[1]。

二、城乡公共文化产品的差异性分析

城市公共文化产品发展时间较长,70年代传入

中国,兴起于改革开放之后城市化建设的发展中。城市公共文化产品一方面发展成为城市居民文化活动的重要载体,是城市公共服务体系中的重要组成部分,另一方面作为审美现代性的延伸,这些公共产品试图通过艺术的名义修复断裂的社会纽带,弥合现代城市化过程中所造成的经济和文化的分裂,重树文化共同体在当代社会中的意义与价值^[2]。在进行城市规划的过程中会考虑城市公共文化产品的影响因素,但是中国各类城市公共文化艺术发展受到西方设计理念引领,设计界对西方风格模仿推崇,同时也形成一些设计误区,生搬硬套过于僵硬,本土传统鲜活的工艺逐渐变成“落后”的象征。

由于资金相对充足,政府的重视,使得城市公共文化产品的品质较高,数量较充足,而农村公共产品受到政策和资金的限制,其品质参差不齐,且数量上也较少,难以满足农民的需要^[3]。乡村公共文化发展相对滞后,一方面公共艺术产品数量较少和规模较小,表现形式过于单一,选材单调,而且搭配不合理。更多的是对城市公共艺术形式的简单模仿或是盲目复制,不仅缺乏地域特色更缺乏精神内涵;另一方面深层次的原因是公共艺术呈现的现状是村民参与度低,因为艺术性的活动未能充分考虑到村民的切身利益,无法调动其参与意识,大大减弱了公共艺术形式对乡村文化生态的后续影响力^[4]。

三、乡村公共文化产品创新设计策略和途径

现在全国各地开展的“美丽乡村”实施计划是中国共产党第十六届五中全会提出的建设社会主义新农村的重大历史任务。在美丽乡村建设的计划中提出要为村民造福,提高农民生活质量,延续传统乡村文化精髓是其中的核心^[5]。丝绸之路经济带沿线乡村具有独特的自然地理风光,特色文化历史积淀,可以通过打造公共文化产品,借助这一实体艺术形式推进美丽乡村建设,进而实现乡村全面发展的战略目标。乡村公共文化产品创新设计可以通过以下三

种途径实施。

(一)构建文化意识形态,创造丰富视觉产品

丝绸之路沿线地域差异性大,文化符号多元,因此,推进“一带一路”战略实施需要在这些地区树立主流文化意识形态,充分发掘丝绸之路文化符号的时代内涵,发挥丝绸之路文化符号的特色,找准当地丝绸之路文化的优势,促进丝绸之路文化符号的构建和延伸。分析丝绸之路沿线村镇民俗文化的特点及视觉艺术特征和审美需求,在产品的传统继承、设计理念与设计形式的创新、设计元素提炼与设计渠道的建立等方面对丝绸之路公共文化产品创新设计进行深入探析。

通过对丝绸之路文化、历史和地理等方面的深度挖掘,元素的研究提取,采用不同手段的设计方法实现从历史文化元素到产品载体的整合,可以采用维度转换、置换构成、几何抽象、解构重构、图形转译等,整个过程中针对所要呈现出形式的不同而相应选择不同的艺术与技术方法。再结合具有实用性、文化性和展示性的多种载体,设计出具有丝绸之路特色,且满足城乡居民不同需求的具有实用性、特殊性、艺术性、文化性以及民俗性的公共文化产品。

在乡村规划公共文化产品应以发展规划为依据,以满足功能需求为基础,体现文化特征为手段,达到文化传播的目的,这样才能使公共文化产品在乡村得到更好的推广。公共文化产品主要指包含文化特征,具有实用功能的空间形态,艺术形态包括:建筑公共艺术、雕塑艺术、绘画艺术、装置艺术、地景艺术、光影艺术等。不同功能的公共文化产品的形态各具特征,在设计过程中不应过多的追求视觉形式的变化,而应以视觉效果的协调统一为原则。当数量较多、形态多样的公共产品并存时,应选择某一主导形态或者利用相同或相似的因素来统一各形态要素,这个统一的因素可以是某个具体的形态,也可以是元素、色调、尺寸、主题等。在相对的空间范围内,合理控制公共文化产品的形态种类,避免过多的形态导致视觉紊乱。此外,不同的形态会造成人们

不同的心理感受。在进行形态规划的时候要充分利用这种抽象的心理感受,增强公共文化产品的感染力。

(二)借鉴城市公共文化产品设计思路,开创乡村实施新模式

城市公共文化产品设计发展较为成熟,种类多样,功能齐全,包含纪念性公共艺术、装饰性公共艺术、休闲性公共艺术、实用性公共艺术以及游戏型公共艺术等。这些公共产品艺术性强,反映精神特质,能够为多数人群提供一个美的空间意识,打造出美好的公共空间。城市公共文化产品不仅自身包含各个层次和体系,同时也成为整个城市整体体系中不可或缺的一部分,通过长时间的摸索发展,城市公共产品与环境建立起互动关系,使环境和受众之间建立密切的互动联系。但是在发展过程中也存在很多问题,如“样式大于功能”、“形同虚设”。在使用过程中发现很多设施都是好看不好用的,有些只注重美观而欠缺实用性考量。

农村公共文化产品发展不应照搬城市发展模式,但可以参考城市公共文化产品发展思路,将公共产品的使用性、情感性和指向性应该作为设计的重点。以面向大众的服务功能为主,设计者要避免过多的艺术性设计思维,更多的考虑多用途性,注意与村民实际生产生活情况联系,做到主体目标明确,设计产品与村民连接密切,使公共文化产品能够不仅停留在审美层面,更能够成为服务村民的物质载体,增强公共文化产品的共享性。

同时,在发展过程中应避免城市规划和大幅度快速发展过程中产生的地域性和文化性缺失的问题,彰显乡村发展风貌,传递社会主义核心价值观,扩大文化影响力。在乡村公共文化产品设计和构建过程中,应该依照地域的地理、文化和发展方向进行合理规划,根据规划的构想完成公共文化产品的设计和建造,使公共文化产品符合不仅融入环境空间,更能够符合可持续发展的使用需求,构建环境同公共艺术协调美好的发展模式。

(三)利用文化优势,实现创造性转化和创新性发展

“一带一路”不仅是一种战略思想,也是一种文化传承和输出的方式,通过丝绸之路搭建的“桥梁”为多民族、多种族,多宗教和多文化的交汇融合创造良好的国际生态条件,发挥“文化先行”的优势,首先就是要做好丝绸之路沿线传统文化的保护、传统和创新。

在中国很多乡村传统工艺面临的现状比较复杂,有些技艺因为工艺复杂,经济效益低下面临失传的困境,许多项目先后都被列入“非物质文化遗产保护项目”名单。由于传统工艺采用天然材料手工打造而成,具有无法替代的特殊属性,从而体现出独特人文关怀和强烈的情感特征。传承和保护这些传统工艺,更好的发扬文化精神,在互联网及高度商业化的时代创造出更多的发展机会,创新是唯一途径,尤其是思维观念的创新。《中国传统工艺振兴计划》中提出,“丰富传统工艺的题材和产品品种,提升设计与制作水平”就是以创新为要求,使传统工艺在现代生活中得到新的广泛应用,更好地满足人民群众消费升级的需要^[6]。利用互联网思维,主动适应和改变。

以民俗文化产品的创新设计为手段继承并发展丝绸之路文化,创造大量新的样式满足人们的生活需要,使视觉化的文化元素和工艺理念共同发展,从而促进传统文化能够在乡村公共文化产品中得到更多的应用。对于传统工艺的创新设计方法,可因技艺形式的不同有所区别,针对传统工艺产品而言,形式美感的提升设计,材料工夫的改良设计,提升地方艺术的形式美感,强化地域特征,将地方民俗文化与传统技艺较好的结合。将丝绸之路文化成果以公共产品为载体实现创造性转化。

提炼地区文化特色,做好村内文化普及和推广

工作,激发村民的智慧,争取更多的民间艺术家参与其中,发掘当地手工工艺与传统材料构建特色文化产品,不仅能够符合当地人的审美趣味,而且可以打造公共文化产品品牌实现对外输出,达到文化传播的目的。例如陕西省宝鸡市凤翔县的泥塑,这种文化产品不仅可以作为装饰品,更承载着一种文化,已成功通过各种艺术形式将这一文化产品推广到全国。

总之,我国应以“一带一路”发展战略为契机,以公共文化产品为切入点,通过推进乡村公共文化产品建设,助推丝绸之路沿线乡村的发展,达到促进城乡协同发展的目的。应在公共文化产品设计方面充分体现地方特色、传统文化以及中国特色的乡村文化精神,凝练传承并发扬丝绸之路不同传统文化中艺术设计的精髓与时代生命力,努力使丝绸之路最美的文化基因与当代社会语境相适应、相协调,加强文化遗产保护利用,构建乡村先进文化传承体系,延续历史文脉,更好的传播丝绸之路文化特色。

[参考文献]

- [1] 荣跃明. 公共文化的概念、形态和特征[J]. 毛泽东邓小平理论研究,2011(03).
- [2] 冯进昆,刘帅. 城乡一体化背景下公共产品供给问题分析[J]. 经济视角,2013(12).
- [3] 陈敏,吕晶. 城市公共艺术的公主文化性具体体现研究[J]. 吉林工程技术师范学院学报,2014(3).
- [4] 邱正伦,周彦华. 论乡村公共艺术公共性的缺失[J]. 美术观察,2015(9).
- [5] 张建涛. 我国美丽乡村建设模式的特点及选择[J]. 陕西学前师范学院学报,2017(3).
- [6] 孙婧. 论民间美术的传统文化基因与保护[M]. 西安:三秦出版社,2008.

[责任编辑 雷润玲]