

从“送文化”到“种文化”再到“创文化”——乡村文化振兴的中国实践

韩业庭

提起中国农民,你的第一印象是什么?勤劳、淳朴、善良、坚忍……不管印象多好,可能你都不会将其与“文化”二字直接挂钩。这其实是一种刻板印象!不信?请看——“大衣哥”“草帽姐”等大量农民歌手活跃于城乡舞台,用歌声唱出中国农民的自信;以西海固农民作家群为代表的农民作家们,用拿锄头的手写下动人的诗篇;四川农村姑娘李子柒,更是用短视频让全世界看到中国乡村生活精雕细琢的美……这些乡村文化能人的故事正是当下中国乡村文化振兴的生动写照。

送文化:满足农民基本文化需求

上述中国农民的文化故事是近些年才发生的。新中国成立之初,全国农村文盲率高达95%以上,很多农民连自己的名字都不会写,文化艺术于他们而言更是奢侈品。早在100年前,李大钊就说过,“要建设光明的农村,农民就一定要有文化”。可是,新中国成立之初,全国仅有896个群众文化机构,且多位于大中城市,农村的公共文化设施和服务力量几乎处于空白状态。这决定了只能采用自上而下“送文化”的方式为农村群众提供文化服务。著名的乌兰牧骑就是在这种背景下成立的。“不漏掉一个蒙古包,不落下一个农牧民”,乌兰牧骑队员们赶着马车,辗转于戈壁、大漠、草原,以天为幕布,以地为舞台,用“送文化”的方式来满足农牧民的基本文化需求。改革开放以来,我国公共文化服务建设取得长足进展,1978年末全国共有群众文化机构6893个,2024年末增长到

4.4万个。“送戏下乡”“送电影下乡”“送图书下乡”等文化惠民活动得以大面积开展。相信很多人还记得儿时观看露天电影的场景:每当村里的“大喇叭”里传出要放映电影的消息,整个村子都为之沸腾,孩子们随便扒拉两下碗里的饭,便早早地奔向放映场地,抢占最佳位置。大人们则三三两两地聚在一起,谈论着即将到来的电影,仿佛在期待一场盛大的节日。夜幕降临,露天电影场地上,一束光划破黑暗,投射在白色的幕布上,所有人都屏住呼吸,眼睛直直地盯着幕布,生怕漏掉一帧画面……这熟悉的场景,承载着几代人的记忆,也见证着乡村文化的变迁。如今,农村放电影已从稀奇变平常,很多地方从过去的“一村一年一场电影”提升至“一村一月一场电影”。截至2024年,全国共有开展电影公益放映的放映队4.3万个,2024年,全国共开展电影公益放映821万场,观影人次约4.32亿。

种文化:培育乡村文化内生动力

富而思文,富而思乐。物质生活改善后,农村群众求知、求乐、求美的要求越来越高、越来越迫切。“送文化”虽然越搞越红火,但毕竟不能天天“送”,从长远看,“种文化”才是根本之举。2011年6月,中国交响乐团把交响乐送到了重庆市南岸区北斗村,可每年只能去一两次,村民们总觉得不过瘾。“授人以鱼,不如授人以渔——要让当

地百姓不仅能欣赏交响乐,还能演奏交响乐!”在国交的支持下,北斗村成立了一支农民管乐队。乐队刚开始只有7人,在国交老师的帮助下,乐队队员从五线谱学起,开始了他们的音乐之旅。如今,这支农民管乐队已发展到30余人,成员涵盖老中青三代。乐队最初完全不着调,可如今已掌握30余首经典曲目的演奏技巧,并

登上国家大剧院的舞台。不仅如此,北斗村农民管乐队还创新“吹、唱、讲、演”宣讲模式,将政策解读与文艺表演深度融合,实现了“放下锄头就能演奏,站上舞台就能宣讲”。北斗村农民管乐队用十几年的实践证明:在乡村播下一粒文化的种子,经年以后会长成参天大树,开出一树繁花。当下,我国公共文化服务体系建设已进入新阶段。党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》指出:“优化文化服务和文化产品供给机制。完善公共文化服务体系,建立优质文化资源直达基层机制。”在这种情况下,从

创文化:农民成为乡村文化振兴的主角

近日,一位名为“房主任”的50岁农村大姐因表演脱口秀而走红。这位只读到初二农村大姐,一次偶然的机会,去看脱口秀表演,被女演员邀请互动,她拿起话筒便“侃”起来,其幽默的语言风格深受观众欢迎。有人称赞“房主任”拥有天生的才华。与才华相比,她那勇敢表达、主动创造的勇气更令人感慨。在过去很长一段时间里,中国农民始终“面朝黄土背朝天,手把青秧插满田”,而在文化表达上却属于“沉默的大多数”。农民是乡村振兴的主体,也是乡村文化创造和实践的主体,如果他们不站到舞台中央,乡村文化振兴便无从谈起。我们欣喜地看到,像“房主任”一样主动表达自我、参与文化创造的农村群众越来越多。57岁的果农“霞姐”在苹果园里一边直播,一边用英文推销自家苹果;“农民诗人”吕玉霞以笔为犁,用诗歌、散文记录乡村变迁;热爱书法的农民工廷大海,走到哪写到哪,并以此抵达自己的“诗和远方”……他们自信、阳光、乐观,身上完全没有老一辈中国农民的那种胆怯羞涩,展现出新时代中国农民的精气神。

“送文化”迈向“种文化”,已成为完善公共文化服务体系的必然之举。中国儿童艺术剧院让河南光山乡村的孩子当主角,帮助当地创排了《少年司马光》《灯火》《兔儿爷》等多部儿童剧,并在当地开设戏剧教育工作坊,把儿童剧的种子播撒在了乡村的土地上;中央民族乐团发起“山河国乐”公益活动,每周二进行公益演奏及教学直播,免费向偏远山区的孩子教授民乐,孩子们成为民乐传承者……从“送文化”到“种文化”,一字之差,农民从文化的旁观者变为文化的参与者,单向的文化服务也变成双向的文化互动,这不仅厚植了乡村文化土壤,也增强了乡村文化的内生动力。

如果说“送文化”时的中国农民像襁褓中的婴儿,需要不断吸吮乳汁才能成长,那“种文化”时的中国农民就像蹒跚学步的孩子,时不时需要外人搀扶一下。如今,进入“创文化”阶段,中国农民已渐渐长成健壮小伙,他们开始在乡村文化振兴中扮演起主要角色。浙江衢州柯城余东村的农民画远近闻名,全村800多人中有300多人从事画画相关的事业。曾有一段时间,外界对农民画不看好,认为“既不能赚钱,又费笔墨纸张,还会耽误田里的活计”。但村民们有自己的想法:农民画是村里的特色,也是村子文脉的载体,绝不能丢;为了贴近现代人的审美,农民画的题材和内容应与时俱进。如今,余东村不仅农民画越卖越好,还开发出餐具、衬衫、手提包、丝巾、手机壳、笔记本等多种印有农民画图案的衍生产品,形成了一条“农民画+”的产业链,为当地乡村振兴注入了新动力。很多村民从“传统农民”成功转型为“农民画家”,这些托举起乡村文化的农民是不同以往的农民,他们参与创造的也是不同以往的乡村文化。

慧眼评诗

望海潮·夏秋菜园有记

赵青山

骄阳如火,炎蒸难耐,迎眸无限生机。翠蔓绕缠,繁花竞秀,满园硕果盈枝。伏雨恰频时。雨润香飘逸,蝶舞蜂飞。捧卷篱边,品茗静气惹沉思。

欣逢盛景佳期。念耕耘春日,汗水堪滋。翻土弄肥,栽秧斩草,种瓜种豆当痴。布谷唱晨曦。辛劳承希冀,一望惊奇。尽享天然绿色,撷韵可吟诗。

周殿龙评点:

作者退休后,挥锄举犂,洒水施肥,经营起了自家的小菜园。这首《望海潮》长调,上片描述了当下菜园景象。开头二句,交代了正值酷暑时节。“骄阳如火,炎蒸难耐。”而第三句一转,却“迎眸无限生机”。这种对比手法,为后文做了铺垫,引人遐想。接下三句,具体描述了园中生机状态。有翠蔓,有繁花,更有硕果。再接下二句,交代伏雨正频,香飘愈远。与开头二句遥相呼应,完美作结。下片首句紧承上片结句,而又引出下句,转而回顾劳作艰辛。耕耘春日,挥洒汗水。从“翻土弄肥”,而到“栽秧斩草”“种瓜种豆”,一“痴”字述尽劳作之专注用心。故而今日得瓜得豆,硕果满园。布谷催耕,晨曦即作。满怀希冀。颇有陶渊明“晨兴理荒秽,带月荷锄归”的意境。功夫不负有心人。辛勤劳作,换来了“一望惊奇”。终于可“尽享天然绿色”。这绿色不仅是田园中形的绿色,也是餐桌上的绿色。最后以“撷韵可吟诗”结束全篇。这应该是撷田园之韵,吟山水之诗吧。作者既有丰富现实生活,又具美好闲适心境。

以科技赋能文化创意产业高质量发展

刘君



业运营人才和全球顶尖的高端文化创意人才梯队。打造走向国际的精品力作,建立文化创意交流平台,推动动漫、网络文学、短视频、游戏等具备比较优势的文化创意产品出海。

近年来,以人工智能为代表的新技术深度应用于文化领域,催生众多多体验式应用场景,受到消费者热烈追捧,进一步激发文化产业的业态创新。科技是文化建设的驱动力,文化和科技的融合为文化产业高质量发展注入了新的活力与势能。习近平总书记强调:“文化与科技相生相促。要探索文化和科技融合的有效机制,用互联网思维和信息技术改进文化创作生产流程,推动‘硬件’和‘软件’全面升级,实现文化建设数字化赋能、信息化转型,把文化资源优势转化为文化发展优势。”以科技赋能文化,推动文化与科技融合,是建设文化强国的重要内容,能够为文化发展的数字化转型升级夯实创新链和产业链基础。

文化产业的高质量发展离不开科技赋能,文化和科技的融合为科技在文化产业发起创新驱动的质量变革提供了有益探索,为文化创意产业提供新的创作方式和产品形态,从而推动文化产业的组织方式和运营方式发生变化。推动文化创意产业高质量发展,就要着力攻克产业发展中存在的高质量原创内容匮乏、产业体系不够健全、市场要素流通不畅等问题。为此,必须坚持党的文化领导权,确保文化与科技融合始终沿着正确方向前进,党政机关、企事业单位和高校科研院所协同发力,持续推动技术在文化产业内容生产中的应用,构建“文化+科技”创新生态圈,提升文化产业集聚度,促使科技转化为文化企业创新的核心驱动力,坚持打造知识密集型服务支撑矩阵,拓展创意驱动的市场化可持续盈利模式,建立和完善文化创意产业知识产权保护体系,不断满足大众对高品质文化创意产品的需求。

建立和完善文化创意产业知识产权保护体系,推动科技成为文化创意产业发展新动力。有效的知识产权保护能够激励文化创意主体的创新行为,促进文化创意产品的开发和推广,提高文化创意服务的可贸易性。促进文化创意产业高质量发展,应完善数字技术条件下文化创意产品的著作权、专利权和商标权保护,进一步提高专利审查授权效率,健全专利执法保护机制,实施专利转化运用专项行动等措施。对文化创意产品版权进行清晰产权界定,保障文化创意资产的切分、衍生和组合。加强对侵权行为的惩处,保护文化品牌和驰名商标。提高文化企业运用法律手段保护文化创意产品知识产权的意识,为企业内部制定知识产权保护协议和保密条款提供专业协助。

把握科技发展趋势,推动文化创意产品开发,不断满足大众需求。信息技术的飞速发展成为文化艺术的传承创新插上了翅膀。文化创意产品的价值很大程度上取决于消费者的认同度,符合消费者体验需求的文化创意产品才能得到广泛接受。应充分运用新兴科技手段,搭建文化创意产品新型消费场景,满足大众对文化产品的个性化需求,释放文化创意产品消费活力。推动沉浸式文化体验业态发展,满足不同消费者需要,在与特定消费群体建立情感纽带的同时增加产品曝光度。发展“线上+线下”融合消费模式,加强在线话题讨论与在地场景体验的平台建设,打造地方特色文化IP。把握文化创意产业新业态发展机遇,聚焦文化创意产业的业态融合与载体创新,完善文化创意产业专属金融服务,推动文化创意产品迭代升级。



夜晚的仁兴里沉浸式街区,特色美食摊位烟火气腾腾,传统民俗表演吸引众人驻足。本报记者 魏静 摄

让文旅融合释放更多叠加效应

王欢

文化是旅游的靈魂,旅游是文化的载体。文旅产业不仅有利于促进经济转型升级,引导扩大消费、提高就业,而且对满足人民群众不断升级的旅游消费需求有着重要作用。习近平总书记强调,“要坚持以文塑旅、以旅彰文,推动文化和旅游融合发展,让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美”。这为引领文旅产业在更广范围、更深层次、更高水平上拓展新优势、激发新动能提供了重要遵循。深入学习贯彻习近平总书记重要讲话和党的二十届三中全会精神,推动文旅融合高质量发展,笔者有以下几点思考。

由表及里,实现从形式融合到价值共生。推进文旅融合,许多地方从机构、资源、产业生态、公共服务等多方面展开探索实践,促进了旅游品质提升和公共服务效能的进一步提升,不断满足人民群众对美好生活的需要。试想,文旅融合如果仅有“表”,比如,景区旅游商品的纹饰点缀、舞台上各类民俗展演等具象符号的直观呈现,这些元素虽能快速吸引目光,但停留在表面拼贴或形式堆砌的“贴

标签”阶段,鲜有与当地资源产生内在关联与有效链接,必然导致“千篇一律”、缺少特色,难以打动人心。为此,推动文旅融合,应注重文化为魂、旅游为体的有机统一,将其浸润在地域特质的真实性中,体现在情感共鸣的独特性里,沉淀在生活方式的原生性上。“里”的深度决定融合厚度,应避免“徒有其表”的形式化融合,也要防止“深不可测”的封闭化表达。通过各要素互补、契合与重组,将文化价值与旅游功能深度耦合,在由表及里、由内而外的价值传递中,形成深层次情感共鸣。

破立并举,推动体制机制系统变革。深化文化体制改革是进一步全面深化改革的重要内容。文旅融合,也应先立后破。“立”,很重要的一点在于健全文化和旅游深度融合发展体制机制,构建新业态新模式。因地制宜制定发展规划,加强统筹协调,用好用活用足政策,建立多部门协调联动机制,合理统筹并高效配置文旅资源;培育产业生态链,积极探索构建多元投融资机制,推动文旅与农业、体育、康养等跨界融合,丰富

产品新供给;建立包含文化传承效度、游客体验感满意度、生态保护力度等在内的多维评价体系。“破”,应破除发展桎梏,打破行业边界,改变以往治理惯性,消除资源内耗,摒弃短视思维,杜绝过度商业化乱象。以“立”面向未来,开创新的局面;以“破”破除文旅融合体制机制障碍,使文旅产业消除同质化竞争,实现由“物理叠加”向“化学反应”的蝶变。融通虚实,以数字技术赋能深度体验。数字化浪潮之下,文旅融合需处理好虚拟与现实、线上与线下的关系。“虚”代表着运用数字技术打造的虚拟生态体系,包括VR(虚拟现实)、AR(增强现实)、人工智能等前沿技术建立起来的沉浸式场景、景区数字孪生镜像及各类在线旅游服务平台。“实”是指实体资源的本体价值,其重要特征是不可复制的真实性,在地体验的仪式感和文化遗产的活态传承。二者并非替代关系,而是相互依存、相互成就的有机整体。通过虚拟体验,打破时空限制,让云端漫步敦煌莫高窟、指尖尽览千年壁画成为可能;实

体体验,为虚拟内容提供素材,也因数字赋能而更具感染力,强化沉浸感。这种融合正推动文旅产业加快转型,即从资源依赖向创新驱动转变,从单一、观光向体验互动升级,从封闭运营向开放共享演进。协同推进,促进文旅融合可持续发展。用旅游保护文化,用旅游传播文化;用文化对旅游进行提质增效,促进旅游业高质量发展。文旅融合不是非此即彼的二元对立,也不是大而全的拼盘,而是要在资源开发利用与保护、短期效益与长远价值、形式创新与内涵坚守之间寻求动态平衡。二者协同发展,就要舍弃急功近利的过度开发,剥离那些内耗资源、稀释价值的冗余元素,放弃转瞬即逝的眼前利益,摆脱门票经济、地产开发的过度依赖。聚焦特色与品质,精准识别并深挖地域文化中最鲜活、最具辨识度的基因。找准定位,避免盲目跟风,坚持有所为有所不为,守住文旅产业发展底线,为真正有价值的融合“留白”蓄力,在开发中拓展生命力,在创新中守护本真,在传播中彰显价值。