

基于文化自信理论的曲阜市文化产业发展研究

苏杨哲, 刘奕

东华大学人文学院, 上海

收稿日期: 2021年8月26日; 录用日期: 2021年10月6日; 发布日期: 2021年10月13日

摘要

伴随着我国社会建设迈入了发展的新时代, 文化自信的培育也成为中国特色社会主义文化建设的重要一环, 山东曲阜也成为建设文化自信的关键城市。山东省曲阜市是孔子故里, 也是我国重要的儒家文化发源地。如何借助曲阜的文化特点来发展当地文化产业, 同时依托文化产业发展文化自信的理论与实践, 成为研究的关键。文章基于实地调研, 同时通过理论研究分析, 总结并有针对性地对曲阜市文化产业的发展提出建设性的建议, 以期推动产业发展, 并丰富文化自信的理论与实践意义。

关键词

文化自信, 儒家文化, 文化产业

A Survey on the Development of Cultural Industry in Qufu City Based on the Theory of Cultural Confidence

Yangzhe Su, Yi Liu

College of Humanities, Donghua University, Shanghai

Received: Aug. 26th, 2021; accepted: Oct. 6th, 2021; published: Oct. 13th, 2021

Abstract

The cultivation of cultural confidence has become an important part of the construction of socialist culture with the development of the society, and Qufu City has also become more predominant for establishing cultural confidence. Qufu City is the hometown of Confucius and an important birthplace of Confucian culture in China. How to develop the local cultural industry with the help of the cultural characteristics of Qufu and to develop the theory and practice of cultural confidence

with the cultural industry are important for the research. This paper puts forward constructive suggestions for the development of Qufu cultural industry based on the field research as well as theoretical research and analysis, in order to promote the development of local cultural industry and enrich the theoretical and practical significance of cultural confidence.

Keywords

Cultural Confidence, Confucian Culture, Cultural Industry

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

文化是一个国家、一个民族的灵魂。习近平总书记指出“体现一个国家综合实力最核心的、最高层的，还是文化软实力，这事关一个民族精气神的凝聚” [1]，而文化自信成为继道路自信、理论自信和制度自信后中国特色社会主义的“第四个自信”。我们的文化自信源自博大精深的中华优秀传统文化，在中国革命、建设、改革的伟大实践过程中孕育，是我们最深厚的文化软实力[2]。

在文化软实力的重要性不断提升的当下，弘扬中华优秀传统文化、促进文化交融，是提升综合国力的重要途径之一。在我国步入小康社会的当下，文化自信更是成为各个产业发展的内生性动因。以文化产业为突破口，不仅能很好地带动区域经济的快速发展，还能够更好地促进文化的传播与发展。

儒家文化是我国优秀传统文化中十分重要的组成部分，孔孟儒学则是儒家文化源远流长的源头所在。作为儒家文化诞生地的山东曲阜，蕴含着深厚的儒学文化底蕴，沉淀着中华优秀传统文化的精髓。在儒家文化的熏陶之下，曲阜的文化产业也扛起了经济发展的大梁。曲阜的文化产业发展已经形成了一个完整的产业链，必然对当地文化传统的内涵有着深刻的把握，才能够将文化与产业深度融合。与其他依靠文化产业发展的城市不同，曲阜依靠中华优秀传统文化的厚土来发展文化产业，更能够推动中华优秀传统文化走向更广阔的社会层面，对提高国家文化软实力有着重大作用。

综上，本文从文化自信的视角切入，基于曲阜市文化产业发展的模式与轨迹，进行了实地调查研究与理论分析，理解在这一领域内的研究成果和实际进展，并总结经验，以期推动曲阜文化产业进一步转型升级与文化自信理论与实践的进一步发展。

2. 曲阜市文化产业发展现状

2.1. 文化旅游呈现乏力

七月即将进入到曲阜市及其周边地区的旅游旺季，但笔者在实地调研过程中发现各个调研地基本都处于人流较少的状态，除专门旅游团队或者研学团队以外，个体游客较少。这事实上反映出曲阜市及其周边地区文化旅游业存在明显的疲乏状态。

文化旅游呈现乏力在对比后能感受到更明显的差异。济南市因“泉城”而闻名，有很丰富的文旅资源，加之作为省会城市，城市规划与旅游规划相较更为完善。相比其它著名景点，济南市中府学文庙则显得无足轻重。府学文庙的游客相比其它景点要稀少的多，更多前来府学文庙参观的游客，实际上可能是周边居民。同时，府学文庙的内部配套设施相对并不完善，更多为参观性质，游客走马观花地游览完

便离去, 教育功能亟待提升, 创新开发也迫切需要。

府学文庙并非个例。孟府、孟庙是邹城儒家文化中最具代表性的地点, 也出现文化旅游乏力的现象。孟府、孟庙承载着深厚的邹鲁文化, 其中也有与相关机构联合设立研习儒家文化的研究所, 但是最终却未能很好地实现依靠其文化底蕴拉动经济发展的作用。

相比之下, 曲阜市依靠优秀传统文化、儒家文化来发展文化旅游产业的模式最为成熟, 也最为成功。曲阜市各景点每日参观的人数呈现出与旅游时节相当的形势, 但时下大多数游客属于跟团旅行或者高校学生进行社会实践或调研, 个体游客相对较少。在疫情放缓的时期, 居民流动, 旅游业复苏的时候, 更多的游客选择了相对来说更为知名的城市作为旅游目的地, 相比之下, 曲阜市作为以文化旅游为招牌的旅游城市, 也存在发展乏力的现象。

2.2. 早期规划与投入运营存在落差

在以整体城镇为模块规划文化旅游项目开发的初期, 往往会出现对于效果过分乐观的情况。在文化旅游项目投入运营的初期, 会发现发展态势良好, 前来旅游的人数呈现与预期相符的情况。但是在进入稳定期之后, 呈现的态势却不断下降, 会使得整体文化旅游项目出现连年的亏损, 同时由于规划时是以整体城镇为对象, 从而容易牵动整个城镇的经济发展命脉。

以尼山圣境度假区为例。尼山圣境位于尼山镇, 依托当地文化气息与山水人情打造, 占地面积约占整个尼山镇的 35%。在尼山圣境度假区在最初投入运营的时候, 首先将目光投向了当地居民, 吸引曲阜市本地民众进行参观游玩, 再逐步对外扩大知名度。但事实上, 吸引本地居民其前往观光游览的最主要动因并非是源于对儒家文化的热忱, 更多的则是猎奇心理与低价门票的驱使, 而这使得尼山圣境在文化旅游中的教育意义大打折扣。

尼山圣境在建造的过程中, 首先要关注到的是是否能彻底完好地完成全期的建造规划而避免出现规划与实际建造脱节的局面, 其次要关注到三期全部建造完成后是否能够实现盈利的稳定增长, 最后还要平衡产业开发与当地环境保护之间的关系。这些考量在项目规划初期必然有严格的规划与安排, 但是由于近两年来的突发公共事件的频频发生, 使得这些规划与安排也应当趋于动态化考虑, 避免出现早期规划与投入运营时存在的巨大落差。

尼山圣境度假区规划建设理念及其早期的实践都证明了它的成功, 但是在后续的规划中, 或许还需要进一步完善。同样, 尼山圣境度假区只是曲阜市众多文化旅游目的地的一个代表, 存在落差问题的文化旅游项目还有很多。

2.3. 文化产业及其衍生产业同质化严重

梁毅(2013)认为, 文化产业是通过拉长消费主体与文化附着物之间共容时间来最终实现文化认同的, 当然接触的文化附着物越富于多样性, 其经济效益就越可观。所以文化产业最忌讳单一、单调的文化产品供应。唯有形成联动规模才能产生可观的经济效益, 才有长远发展的推动力[3]。曲阜市几十年文化产业发展道路始终存在着严重的同质化的问题, 文化产业单一、单薄, 很难满足人民越来越高质量的精神与物质生活。在曲阜市及其周边城市文化产业的发展历程中, 基本上都参照了相同的模式, 运作经验和技術都存在高度的可复制性, 这事实上很难有利于进一步开拓文化产业的发展道路。

首先以文化旅游产业为例。曲阜市核心的文化旅游项目为“三孔”, 而邹城市核心的文化旅游项目则是“四孟”, 后人祭拜两人的场所“孔庙”“孟庙”、其后裔居住的府第“孔府”“孟府”在建造规制上大相径庭。由于两者建造规制上的相似性以及景区参观规划的相似性, 容易使参观者产生审美疲劳。根据当地居民的口述, 较多居民都认为“三孔”盖过了“四孟”的文化底蕴与旅游潜力, 邹城市依托“四

孟”发展文化产业存在一定的阻力。

其次是文化创意产业的单调性,使得制造业、加工业与文化产业、创意产业的交叉产业发展存在限制。例如,尼山镇的“尼山砚”是用镇中的山的石块加工而成的砚台,具有特殊的文化韵味。但其在具体功用上与普通砚台并无两异,但是价格却相对较高,而大多数游客并不会对其买账。在文化创意产品加工与制造领域,这样的单一性并不少见,也导致居民及游客的购买力下降。依靠文化创意产业拉动文化产业以及整个城市的经济发展对曲阜市的重要性则更加显著,文化创意产业方面推成出新对突破文化产业发展瓶颈十分重要。

3. 原因分析

3.1. 文化与产业“两张皮”

所谓“文化产业”,是将文化发展与经济发展形成捆绑,通过对两者的相互深入的理解,从而依靠文化发展经济,以及通过经济的发展对文化的研究与发展实现深入。曲阜市以及周边城镇文化产业近两年存在发展疲软的根源,在于与“文化”与“产业”之间存在“两张皮”的现象。文化产业本身就需要根植于文化内涵进行发展,但是两者之间的脱节不仅使得文化产业发展的根基出现动摇,更是不利于传统文化本身的发展与开拓,不利于文化自信的力量进一步开发。这个问题在文化产业发展的过程中堆积已久,而近两年由于疫情的爆发,使得文旅产业发展出现断崖式的下降,也将文化与产业之间脱节的问题摆上了台面。

首先是依托文化来发展产业、发展经济的时候,需要谙熟文化的内核与价值,明白文化在文化产业发展中的决定性作用。曲阜市在规划其文化产业的发展方向的时候应当深刻考虑如何将儒家文化融入经济活动当中,只有通过创新才能进一步开拓产业发展的战略道路。例如当地住宿、餐饮业及从业人员是否能够基于儒家文化来进行服务优化的革新,注重内化于心的感受,而不是生搬硬套文化噱头。

其次是通过产业的发展壮大反哺于文化自信,推动优秀传统文化不断发展,并继续作用于文化产业的发展壮大,形成一个不断向上的良性循环。文化产业发展的最终归宿必然是支持文化的进步发展,文化作为文化产业立足的核心,只有在发展中不断推陈出新才能更好地推动产业经济的飞腾。文化自信需要认知、感受与践行,这考验文化产业的感染力,以推动文化产业的消费者群体自发地践行文化自信。

再次,需要关注到基础教育的作用。当地群众并非“人人谙熟孔孟”,他们所知也大多来源于课堂,这也导致了儒家文化本身只是一个外在包装,人们只是借助这个噱头淘金。如何将文化与产业“两张皮”的现象消解,可能要先向相关从业者“开刀”,也要向基础教育环节“开刀”。

3.2. 地方政府的发展战略存在差异

邹城市的“四孟”作为“三孔”的扩展项目,在产业实践中难以与“三孔”并驾齐驱。笔者看来,这与地方政府在城市发展规划时所制定的发展战略存在差异有关,而这最终容易导致难以有效地形成文化产业地域性聚集与联合发展。

首先,由于文化产业的发展水平不一致,所谓“先富带动后富”的情况事实上很难出现。曲阜市在文化产业发展与规划的实践中取得了巨大的成功,给邹城市的发展带来了巨大的压力。邹城市在发展“四孟”文化旅游项目时易被“三孔”盖过风采,致使游客被大量分流至曲阜市,造成邹城市投入与实际获得反馈的落差。

其次,由于最初的城市地区发展战略不同,使得两市的经济基础与经济实力存在差异。邹城市有着十分富饶的煤矿资源,依靠资源型工业的发展有着相对较大的经济体量。近年来邹城市考虑到可持续性

的矿产开采、环境保护以及经济发展的多样性,也开始重视起文化产业的规划与发展。虽然在文化产业上寻求发展机遇相对于曲阜市较晚,但有更多的资金支撑其探索发展道路与模式。曲阜市虽然在文化产业发展道路上有着独具特色的模式,但是总体的经济基础与经济实力并未能达到邹城市的发展水平。

想要更好地实现文化产业地域性聚集与联合发展,需要城镇间共同协商,在长远利益角度上实现城镇之间的相互帮扶,共同规划产业发展。

3.3. 宣传推广渠道仍旧有待开发

发展文化产业离不开宣传与推广,如何通过更具有影响力的宣传手段和渠道实现文化产业推广对于曲阜市这类依托传统文化发展的城镇来说更加重要。曲阜市很多文化产业项目及其衍生产业、产品及服务并没有很好地进行宣传推广,继而使得其文化产业的核心——传统文化很难得以推广,最终也难以使文化自信在产业发展的过程中逐步建立。

以曲阜国际青年旅舍为例。该青年旅舍地理位置与“三孔”景区相近,交通便利,属于文化旅游产业的衍生产业之一。笔者与旅舍的负责人访谈后了解到,近年来该旅舍的经营状况每况愈下。而曲阜市其它知名连锁酒店,与在一线城市开设的分店相比,价格低的同时保证了服务水准,在环境设计方面也参考了国风传统、儒家文化的设计,吸引了部分游客,这对旅舍造成了不小的冲击。

笔者看来,曲阜国际青年旅舍存在的一大问题在于宣传推广的工作缺位。其它知名连锁酒店本身自带一定的吸引力,同时一部分“互联网水军”在社交媒体、互联网互动社区的自发性宣传实现了引流,带动下一批住户的消费,而青年旅舍在这方面出现了明显的缺失,作为独立商户运作则难以匹敌大型连锁酒店。如今旅舍加入“花筑”民宿酒店品牌,成为其签约的合作民宿,希望能通过连锁型民宿品牌进一步吸引住户流量,突破运作瓶颈。

由于存在宣传推广力度与渠道不足而步入发展瓶颈的文化产业项目还有很多,“四孟”在某种程度上看来也同样存在这样的问题。一旦宣传推广渠道实现了有效地开发,文化产业同理也能实现进一步的发展。同时,宣传推广渠道的有效开发,也能进一步借助文化产业的力量实现对文化自信的反哺。文化的传承与发展离不开宣传与推广,只有让群众在日常生活中感知到文化的力量,才能将文化自信镌刻入心,是文化自信在实践层面实现提升。

4. 发展建议

4.1. 推动产业地域性聚集助力文化自信培育

曲阜市的文化产业发展早、建设完善,而邹城市相对滞后且存在更多的发展空间。对此,应当积极推动产业地域性聚集发展,可以采用对点帮扶等方式,以曲阜市为中心,联合周边邹城市以及济南市、泰安市等儒家文化历史较为深厚的城市地区,实现地域性的产业协同发展。一些好的政策可以在产业链较为完善的城市进行试点,然后再将政策推广扩散至其他周边地区,这样能够更好地形成地域性的文化产业发展模式。

产业地域性聚集的同时增强了挖掘文化产业中所蕴含的精神内涵的能力。以曲阜市为中心,周围辐射城市都深受儒家文化的影响,但是由于每个地区的文化风俗存在差异,文化精神的内核也各有千秋,这使得在地域性聚集的同时能够展现出地方区域文化的多样性与统一性。在产业地域性聚集的同时,能够发展以儒家文化核心为主线、多元化的文化展现形式与精神表现为支线的文化产业模式,更有利于深入挖掘优秀传统文化的多面内涵,也能够更好地通过产业发展来培育文化自信。我国的文化自信不是单一的、刻板的文化自信,而是多层次、多侧面、多形式的文化自信,尤其是在以儒家文化为核心的济宁市,通过文化产业的发展,能够更好的探索文化自信的多面,深入挖掘文化自信理论与实践的内涵。

4.2. 政府部门与社会组织协力互助推动发展

实现政府部门、社会组织和文化产业企业三头发力、协力互助推动发展,能够使文化产业的发展取得更好的成效。郝晓霞(2021)阐述道,继承和发展中华优秀传统文化是一项系统工程,党和政府的主导地位不容削弱,文化研究机构的导向作用必须加强,文化企业的责任意识需要切实到位,只有这样才能创造出深受人民大众喜爱的优秀文化产品[4]。

笔者对曲阜国际青年旅舍负责人进行访谈时,其负责人讲述道,政府部门相较更关注大型知名连锁酒店,其带动经济发展的能力比其它小型的连锁酒店及个体商户更强,这是政策关注与支持力度上的不平衡。但从整个文化产业的繁荣来看,只有大部分文化产业企业及其衍生产业带动的行业都实现繁荣,才能给曲阜市的文化产业发展带来质的飞跃。因此,政府部门要对需要帮助的企业或个体商户都予以合理的关注与支持,同时积极为当地文化产业进行宣传,官方宣传带来的吸引力与影响力是远远大于文化企业自身进行的宣传推广的。

同时,积极鼓励已有的与可成立的社会组织协同帮扶。社会组织的地位在中国社会发展中越来越重要,其发挥的作用也越来越大。在我国,与文化教育相关的社会组织有很多,在这些社会组织中不乏专业性的专家与学者,他们擅长将理论结合实践并投射到具体的场域中,实现文化产业与文化自信理论相互扶持共长。文化产业相关从业者、相关企业在运作的各个阶段都可以向社会组织寻求帮助,以得到合理的建议与实用的帮扶,而企业积极联系社会组织同样也能促进国内的社会组织进一步发展与壮大。

4.3. 依托“互联网+”助力革新文化产业传播模式

“互联网+”背景下,文化产业也获得了新的生命力与发展机遇。但是大部分文化产业的实践只是形式上做到了“文化产业 + 互联网”,而不是“互联网 + 文化产业”。互联网技术运用的效用低下,并不能很好地满足文化产业高速发展的需要。同时,互联网技术的具有革新性的传播模式更是文化产业发展需要牢牢把握的机遇。通过有效的传播手段与新媒体传播渠道,能够更好地将文化产业的品牌传播出去,也有利于优秀传统文化的精神内核通过潜移默化的方式进行传播,文化的自信力也得以在其中不断提升。

曲阜市的文化产业很大程度上依靠的是吸引国内的经济力量而运转循环,但是伴随着全球化趋势的不断增强,我国对国际化市场的需求愈发强烈,文化产业也需要实现“走出去”。除了传统的经济往来活动,更需要关注到传播手段的作用。通过有效的对外宣传,不断吸引国外游客参与当地文化产业输出的体验。曲阜市作为孔子之乡,中国优秀传统文化的发源地,当之无愧是有着文化“走出去”的重任的。借助国外游客对中华文明的兴趣,不断挖掘文化品牌宣传的可能性,这不仅仅是文化走出去的重要表现,也是彰显中华民族文化自信的重要方式。拉动外需使文化产业走出去已刻不容缓。

5. 总结

曲阜市的文化产业发展已然十分发达,作为儒家文化的发源地,其本土产业与自身文化环境已然寻找到深入结合的模式。步入新时代,我国不断强调唤醒根植于民族精神深处的文化自信,而中华民族优秀传统文化则是天然肥沃的土壤。

曲阜市依托良好的文化环境优势,将儒家优秀文化内化于文化产业的发展脉络,实现在发展文化产业经济的同时,也实现了良好的社会效益,促进文化自信精神对民众的浸润。但同时,曲阜市的文化产业不仅有着产业发展的通病,也有因为自身特质而产生的问题。这些问题阻拦在产业进一步发展与文化自信理论与实践进一步探索的道路上,直接或间接导致产业发展的疲乏。但是这些问题也同时给文化产业的发展提供了一个全新的视角,能够探索出一条更加符合中国特色的文化产业发展道路,一个更加深

刻的文化自信理论研究。希望在曲阜市未来的发展中,能够更好地实现文化产业与中华优秀传统文化的深度融合,在相互促进发展中,进一步凸显出中华文明的力量,发展属于华夏民族的文化自信的力量。

基金项目

本文为东华大学 2020~2021 年度大学生创新性实验计划项目:“坚定文化自信,促进文化产业发展——基于孔子之乡山东曲阜的实践探索”(编号:S202010255291)成果。

参考文献

- [1] 钱文忠. 从优秀传统文化中寻找精气神[J]. 西部大开发, 2014(4): 121.
- [2] 蔡振红. 在坚定文化自信中彰显湖南担当[J]. 党建, 2017(5): 22-23.
- [3] 梁毅. 文化产业的经济特征[N]. 辽宁日报, 2013-06-04(013).
- [4] 郝晓霞. 新时代中华优秀传统文化的继承与发展[J]. 安阳工学院学报, 2021, 20(5): 54-56.