

# 探索创建基层文化品牌推进农村现代文明建设

曹伟平

(江西省赣州市南康区文化馆 江西 赣州 341400)

**【摘要】**文化品牌是一方地域中的文化精品，它是当地颇具文化优势，又能激活和带动群众产生和增强文化娱乐活动动机和激情的好形式。因此，创建基层文化品牌，也是推动农村现代文明建设的一个有效手段和措施。

**【关键词】**基层文化；品牌；农村；现代文明

## 一、创建基层文化品牌，有利于农民参与新农村文化建设的主动性

新农村文化建设是新农村建设的重要组成部分，它的发展直接关系到农民的精神文明要求。如今，新农村建设红红火火，新农村文化建设热热闹闹，文化大院，村落文化室，文化中心户正不断涌现。随着基层文化设施和网络的不断完善，新农村文化建设呈现出了良好的发展势头。但是，当前的新农村文化建设出现了一些问题，它与农民的需求有些脱钩，农民参与其中的主动性并不强。怎么办？创建基层文化品牌是一个很有吸引力的有效之举。

基层文化品牌，是适应这一地域，适应这里人们的社会生活和社会文化背景，具有本土特色，投入成本低、领导容易认可和支持，是被当地百姓容易接受的文化活动类型。针对目前农民参与率普遍低下的问题，我们可以通过挖掘当地的民间文化，培育当地的特色文化，展现一方地域特色，让农民熟知他们祖辈的文化活动，从而激发他们参与的主动性和积极性。笔者曾经了解过南康区各项乡镇民间文化，了解到唐江“卢屋村”卢氏的鲤鱼灯舞，当1981年要恢复时，村民们奔走相告，他们不计报酬，不辞辛劳，出现了自联产承包责任制以来从未有过的团队合作精神。在恢复排练过程中，他们不厌其烦，克服种种困难，终于使失传半个世纪的鲤鱼灯舞得以恢复。在以后的十几年中，他们为生活各奔东西，但只要有机会，还会聚在一起进行排练和提高，什么地方需要他们去参加活动，他们会从四面八方赶来，打着村里的牌子主动参与其中。由此可见，创建基层文化品牌，开展本土特色活动，可以贴近农民，满足农民的文化需求，可以把更多的农民吸引到新农村文化建设的队伍中来，这也正是我们新农村文化建设的时代需求。

## 二、创建基层文化品牌，有利于培育新农村文艺人才

建设社会主义新农村，农民是主体；建设社会主义新农村文化，农民是主力。新农村文化建设，关键就在于农民。现在的农村，文化活动不少，但有农民真正参加的活动却不多，随之而来的就是农村文艺人才缺乏，老的老，少的少，不利于新农村文化的发展。而基层文化品牌，作为当地的地域品牌，定有他生存的土壤，定是农民群众喜闻乐见的。通过文化品牌活动，潜移默化，培养农民的文化兴趣。有了兴趣，就有了参与的动力。从旁观者到参与者，这是一次质的飞跃，对于众多的农民朋友来说已不是一道难以跨越的槛了。

基层文化品牌活动，赋予了当地独特的文化内涵，让老百姓对文化的认同有了归属感，不再游离于活动之外，也有了参与其中的激情。许多农民，尤其是青壮年作为这些活动的观众，觉得自己在文艺方面还不错，为什么我不能成为其中一员呢？南康的许多文化品牌活动，培育了一批批的文艺骨干，从创作到说、学、逗、唱，人才辈出，成了当地新农村文化建设的领军人。基层文化品牌活动不同于一般的活动，它是代表当地最好的，从而也对农村文艺骨干提出了更高的要求。这对培育新农村文艺人才

是一个很好的载体。通过基层文化品牌活动，发掘文艺人才；文艺人才通过品牌活动，展现了自己的文艺才能。然后经过文化站、文化馆和上级文化部门的培训，掌握文艺方面的专业知识，提高自己的专业水平。我们知道基层文化品牌不是短暂存在的，他是一个不断积累和丰富的过程，是长期存在的。这使对文艺人才的培育有了接力，使农村不缺少文艺人才。文化品牌，为农民群众提供了一个广阔的展示平台，而通过广大农民的参与，丰富了基层文化品牌的内涵，锻炼了广大农民的文艺才能，使培育新农村文艺人才走上一条可持续发展之路。

## 三、创建基层文化品牌，有利于构建农村社会的和谐

创建基层文化品牌，并不是一个简单的文化过程，而是一个系统化的建设过程。它所涉及的面极广，需要各个方面的配合和协调努力才能完成。因此，在实际工作中，必须注意以下几个方面的问题：

首先，选好、选准创建基层文化品牌的特色文化。应该说，在广大农村基层文化活动中，有着许多的特色文化样式，但所有特色文化并不一定都能成为文化品牌。因此，要创建文化品牌，需要精心挑选、综合评估，把那些在当地有深邃底蕴、良好文化基础和具有较高知名度的特色文化样式挑选出来，并配置以与此有关的历史名人、名事、名物等综合条件，以拓展此项特色文化的外张力，使这些无形资产为创建文化品牌增添魅力和知名度，同时也可为其创建省下一大笔宣传费用，从而创建一个高起点、高技艺、高文化含量的文化名品。

其次，创建基层文化品牌宜精不宜烂，宜少不宜多。作为文化品牌，是一种文化精品，它在一方地域中是具有领军人物的身份和声誉。所以当选准某项特色文化作为创建文化品牌后，就要精心策划、精心制作、精心经营，全力打造，力争在原有的基础上更上一层楼，使之成为一方地域文化中的佼佼者，起到高屋建瓴、带动其他基层文化活动的领军作用，而切忌抓多、抓泛。否则，势必造成“双手抓鱼”一个也抓不牢的被动局面。

再次，吸引社会资金是基层文化社会办的新型道路。随着社会的发展，文化的价值已被越来越多的人所认识、所理解，这其中不乏一些企业的掌资人。我区许多单位、企业创办文化团队的现实中就是极好的佐证。他们以文化打品牌，以提高知名度，从而带动企业拓展。如前所述的宝辉集团，他一开始就是恢复鲤鱼灯舞的积极倡导者和支持者，鲤鱼灯舞的打响使“卢屋村”三字知名度大增，从而带动了企业的良性发展。当区文化部门与其商量发展和创新鲤鱼灯舞时，这位老总爽快的答应，只要把事情办好，钱是没有问题的。因此，在创建文化品牌的过程中，社会资金也是一项不可忽视的重要力量。

新农村的文化建设是一个内容广泛、形式多样、有诸多因素构成的综合性大课题，它不是可以用一、二种基层文化品牌所能解决的。创建基层文化品牌是繁荣和发展目前农村基层文化工作一种有效的手段和途径，值得我们去闯、去探索、去实践。