

乡村振兴战略背景下乡村文化建设路径探析

——以内蒙古杭锦后旗为例

张启玥

(江南大学 江苏 无锡 214000)

【摘要】乡村文化建设基于当下我国乡村文化日趋衰落现实的自我觉醒与积极应对,也是对优秀传统文化的挖掘、传承与复兴。在我国现代化建设道路上,如何做好乡村文化建设已是摆在党和国家面前的一项重要而艰巨的历史使命。

【关键词】乡村振兴;乡村文化建设;杭锦后旗

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2021.06.470

一、中华传统优秀文化的乡土文化基因

回溯中华民族的历史发展进程可以发现,中国古代的物质文化、伦理文化、精神文化以及生态文化几乎都是在以农耕文明为基础的中国传统文化上发展起来的。杭锦后旗位于内蒙古中西部,南临黄河,北靠阴山,汇集了蒙古高原、黄土高原、中原三大文化精华,也促使河套面塑、河套剪纸等多项非物质文化遗产于此诞生。近年来,杭锦后旗加大了对乡村优秀传统文化的传承和保护力度。在非物资遗产发展方面,当地政府借以各大节庆旅游活动的平台,增强了当地非遗文化和民俗文化的知名度,在乡村文化资源的基础上打响了“故乡记忆·陕坝味道”的文化旅游品牌。又如杭锦后旗春光村采用“农业基地+观光体验”的模式,实现了文化资源和旅游资源的互动发展,让沉睡的传统村落文化资源焕发了新活力。这些举措不仅带动了当地经济的发展,同时使得当地的特色乡村文化得以流传,提高了人们保护文化资源的意识。

二、乡村文化建设存在的主要问题

2.1 乡村公共文化服务成效不突出

目前,杭锦后旗乡村公共文化服务确实取得了一定成效,尤其是乡村文化基础设施建设呈现大投入、大发展的局面,文化供给的速度和规模明显增加。然而乡村公共文化设施的关键在于后续使用情况,乡村的基础文化设施是否能满足村民需求、是否被合理利用,是否得到有效的监管这些问题,没有得到足够的重视。在供需结构层面,政府供给的文化活动与农民的文化活动需求也存在一定程度的脱节。新时代的农民更喜欢观看宣传身边先进典型等寓教于乐的节目,需要用接地气的方式引领社会风尚。而杭锦后旗部分乡村的公共文化服务提供并不符合农民群众的期望,无法激发其兴趣。并且,杭锦后旗政府、乡村文化组织、民营企业等公共文化服务的供应者和利益相关者之间的协作关系没有加以明晰确定,形成乡村文化建设合力。因此,乡村公共文化的提供若缺乏对乡村社会的地域、文化及农民需求的系统分析,而以相对线性、僵硬的模式开展,乡村文化建设将会效果甚微。

2.2 乡村文化建设主体缺失

在城市文化、网络文化等各种文化的冲击下,农民群众对

乡土文化的热情不断减退,对乡土文化中所蕴含的道德伦理观以及其所倡导的生活方式认同感逐渐变弱。很多村民由于文化素质不高,文化传承意识不够等原因没有真正认识到本村传统文化的内涵与价值。因此,乡村文化建设面临建设主体缺失,乡村文化传承氛围淡薄的困境。

2.3 乡村文化建设人才匮乏

人才是实现乡村振兴的关键,但令人遗憾的是杭锦后旗在乡村文化建设方面仍然面临着人才缺位的难题。究其原因,一是由于人才本身具有流动性。城镇化背景下,大部分从乡村走出去的年轻人会为了谋生等现实因素选择在城市扎根生活,而高素质的人才则更倾向于在经济发达的地区择一份福利待遇更好的工作。二是由于乡村地区本身发展有限,给年轻人提供发展上升机会较少。杭锦后旗地理位置偏远,经济发展较为落后,在与大中城市的竞争中本就处于劣势,其基层部门,尤其是面向乡村的乡镇部门办公条件差、待遇低的特点更是加剧了难以招揽人才的困境。乡村文化建设缺乏一支高素质并且热爱乡村的人才队伍,也就造就了当前杭锦后旗乡村文化建设无法实现高质量和高水平发展。

2.4 乡村文化建设信息化程度低

随着现代信息技术的迅速发展,乡村文化建设也逐步迈入信息化时代。然而与国内其他地区相比,杭锦后旗在乡村文化资源信息化建设方面存在明显短板。首先,杭锦后旗乡村文化资源数字化网络的开放和共享程度不够。许多乡镇的传统文化数据库虽然有整理当地的民族文化资源,但很少向社会公众开放,没有实现资源的共享。其次,存在着乡村文化资源传播力度不够等问题。旗内乡村文化主要通过言传身教、口耳相传的传统方式进行对内传播,对外则主要通过广播电视、报纸新闻以及公众号等,形式缺乏新颖性,受众面较窄。再次,村民受自身科学文化水平限制,在使用数字化技术进行乡村文化建设过程中表现出利用不足和不会利用并存的矛盾,导致目前杭锦后旗乡村文化建设与互联网的融合度较低,乡村文化建设信息化程度较低。

三、杭锦后旗乡村文化建设的途径探析

3.1 强化乡村文化建设的主体地位

3.1.1 提高对乡村文化建设的认识

杭锦后旗目前仍然处于以经济建设为主要发展任务的阶段,乡村文化建设虽取得了一定成就,但也存在着边缘化的风险。文化不是经济的附属品,要想真正促进乡村文化建设,就必须承认乡村文化的价值地位,转变领导干部以及基层群众的文化偏颇观念。在中国各地的乡村建设过程中还存在对于乡村文化质疑的现象,一些人认为只有西方的、城里的文化才真正有价值,一直把一些外来的、迥异于本土的文化价值观灌输给农民,这其实忽视了农民的基本文化权益。乡村文化建设是应该向农村输送正确的优秀的文化,但不能一味认为乡村传统文化活动就是不科学的、不进步的,乡村文化建设要保护传统乡村文化的可持续性发展,避免挤压其成长空间。

3.1.2 完善乡村公共文化服务体系

如前所述,杭锦后旗当前的乡村公共文化服务提供过程中存在供需不匹配、重投入轻管理等问题。做好公共文化服务,要坚决反对在乡村文化建设过程中的官僚作风,积极构建供给主体多元化、供给内容多元化和供给方式多元化的文化供给体系。具体来说,一是要满足农民群众对公共文化服务的多层次需求。杭锦后旗可以通过建立覆盖面广的农民文化组织,充分发挥农村共青团、妇联等组织广泛联系群众的作用,来增强农民的文化需求表达能力,提供精准化的文化服务。二是当地政府通过出台社会力量参与乡村文化建设实施促进办法,鼓励、引导和支持社会资本参与到乡土文化建设和传统文化保护中来,积极搭建乡村公共文化产品的“文企联姻”平台,打造文化惠民品牌,实现社会效益和投资效益的统一。

3.2 带动多元力量参与乡村文化建设

3.2.1 培养农民文化主体意识

乡村文化发展的主体是农民自身,政府可以发挥组织者、引导者的作用,但也要激发广大农民积极性、主动性、创造性。一方面可以引导农民文艺爱好者发挥特长,广泛动员他们组织参与群众性文化活动。另一方面要注重农民文化技能和文化素养的培养,要有针对性的为村民提供多种教育模式。

3.2.2 培养挖掘乡村优秀人才

人才是振兴乡村文化的根本。解决乡村文化建设人才缺失问题的关键在于乡村能够为人才提供良好环境,能够引起人们回归乡土、留守乡村的意愿。杭锦后旗可以考虑给主动回乡建设乡村的乡村青年一定的物质奖励。另一方面,重视发现和培养扎根基层的乡土文化能人、非物质文化遗产项目传承人,定期开展培训工作,发挥人才在传统文化传承、手工技艺培训、文化遗产保护等方面的积极作用。

3.2.3 培育新乡贤文化

乡贤是与农业相伴而生,指乡村中有声望权威的精英人士。有学者认为新乡贤以“身份、能力、行为、品德”嵌入乡村,是乡村“德治、法治、自治”的重要力量。着眼新时代,杭锦后旗要注重发挥新乡贤的引领示范作用,扩大新乡贤的识别范畴,把那些才学优异的大学生村官、乐善好施的企业家、优秀的退休基层干部、献言献策的退休知识分子等吸纳到新乡贤的队伍里来,让他们发挥新乡贤的村庄善治能力,引领乡村的文明风尚。

3.3 推动乡村文化建设信息化、产业化发展

3.3.1 大数据推动,推动乡村文化建设信息化

乡村文化建设进入信息化时代已是大势所趋,杭锦后旗也应紧跟时代潮流,推动乡村文化建设朝着信息化数字化的方向发展。第一,在乡村文化的传承保护方面,可以将与非物质文化遗产相关的网络作为宣传主阵地,配套手机应用程序,对已经申报成功的文化遗产文字、图片、视频方面进行全面的整理和展示,扩大这些文化项目的辐射力和影响力。第二,补齐乡村文化资源数字化的短板。当务之急是要利用互联网技术推动乡村文化资源的共享和传播。如通过建设乡村电子公共阅览室,利用新媒体传播等手段将乡镇的传统文化数据库向社会公众开放,促进文化资源的共享。

3.3.2 打造乡村特色品牌文化产业

乡村文化产业在形式内容方面应是丰富多样的,要打造具有特色的乡村文化产业需要因地制宜,避免文化产业发展同质化。杭锦后旗聚居着蒙、汉、满、回等十二个民族的劳动人民,其民族文化底蕴十分深厚,同时兼具有丰富的地理景观、生物景观和气候景观。这些独特的历史文化资源与自然景观资源可以通过打造精品文化旅游线路,或建设特色小镇的方式进行展示,从而发展起具有乡村特色的品牌文化产业。

3.3.3 “互联网+”乡村文化产业建设

如今,乡村电商产业高速发展,越来越多的村民有了通过互联网进行产品交易的机会。因此可以借此契机开创“互联网+”文化产业的模式从而推动乡村文化产业的发展。其次,可以对杭锦后旗面塑、剪纸、葫芦刻制等非遗文化进行产品开发,并利用电子商务进行市场拓展。“互联网+”文化产业的模式不仅可以促进乡村文化与文化产业的有效融合,还有利于打造乡村特色品牌文化产业,从而加速乡村振兴的实现。

参考文献

[1] 李钟麟, 谢周艳. 习近平新时代乡村文化建设思想精髓与实践路径[J]. 湖南科技学院学报, 2020, 41(02): 1-3.

[2] 冯俊锋, 唐琼. 清末民初中国乡村治理再考察[J]. 四川大学学报(哲学社会科学版), 2017(05): 97-103.