

文化体悟与可持续发展的文化产业规划^{*}

管胜锋^{**}

(山东大学文化产业管理学系)

摘要: 2015年10月,《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》由中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议通过,“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念被提出,明确文化产业要发展成为国民经济支柱性产业。这意味着,文化产业已经发展到一个崭新的历史阶段。本文基于景观生态学的相关理论与实践经验,进一步发展和丰富体验经济学理论,提出了文化体悟的概念,阐述了以文化体悟的理念为指导,以区域特色文化产业资源的合理开发和可持续发展为目标,创新文化产业规划理论范式,全面提升文化产业规划、文化产业项目建设及管理的水平。将生态文明建设带入文化产业规划实践中,将更好地服务于当前我国面临的产业结构调整和产业布局升级的问题。

关键词: 文化体悟; 可持续发展; 文化产业规划

Cultural Understanding and Sustainable Development of Cultural Industry Planning

Zan Shengfeng

(The School of History and Culture of Shandong University)

Abstract: In October 2015, the “CPC Central Committee on formulating the thirteenth five year plan for national economic and social development of the proposal” by China in the eighteenth CPC Central Committee fifth plenary meeting, “innovation, harmony, green, open, sharing” concept of development was put forward, a clear cultural industry to become a pillar industry of the national economy. This means that the cultural industry has developed to a new historical stage. The theory of landscape ecology based on sense and practical experience, further develop and enrich the experience of economic theory, proposed the concept of cultural understanding, the understanding of the cultural concept as a guide to the rational development of regional characteristic cultural industry resources and sustainable development as the goal, theory innovation of cultural industry planning, project construction and upgrading

* 基金项目: 本研究为2016年国家社会科学基金项目《云经济时代的体育与文化、旅游等产业融合研究》(16BTY051)阶段性成果。

** 作者简介: 管胜锋(1974-),男,山东德州人,经济学博士,山东大学文化产业管理学系教师。

management planning of the cultural industry and cultural industry level. The construction of ecological civilization into the practice of cultural industry planning will better serve the problems of industrial structure adjustment and industrial layout upgrading in china.

Keywords: Culture Understanding; Sustainable Development; Cultural Industry Planning

一、问题的提出

文化产业规划对区域文化产业的发展具有指导意义,是在问题基础上的对策建议、在现状基础上的趋势预测、在实践基础上的理论提升,是区域规划与产业规划的有机结合。20世纪七八十年代,伴随着西方发达国家的产业转型,文化产业推动了针对文化资源和文化需求的规划方法的探索与建立。将文化产业发展成为国民经济支柱性产业的要求提出后,各地方逐渐把文化产业纳入当地国民经济和社会发展总规划中。同时,文化产业规划作为专项规划,也越来越受到各级政府部门的重视,具体文化产业项目、载体建设,又推动了文化产业园区建设性规划的广泛展开。文化产业规划工作不断发展,国家、省(直辖市、自治区)、市、县级等规划体系初步形成,但在具体名称上并不统一,规划需求旺盛。(周依敏等,2014)但在文化产业规划编制实践中,仍存在产业认识偏差、事业产业混杂、规划脱离市场等实际问题,造成部分区域文化资源分配的不合理现状。因此,亟待引入和借鉴新的理论范式,对文化产业规划的前瞻性与指导性进行提升。因此,本文将借鉴景观生态学理论,依托体验经济理论,运用文化体悟理念,分析合理开发区域特色文化资源并推动其可持续发展,致力于文化产业规划理论范式创新,以期对文化产业规划、文化产业项目建设及管理水平提升有所裨益。

二、文化体悟:体验经济在文化产业领域的新发展

随着文化消费实践的增多,消费者的主体性作用被越来越多地关注到,他们参与到消费活动中所获得的体验成为文化产业发展中不可忽视的重要部分。在文化产业中,文化是最为核心的要素,特别是在一些具体的行业中,对这些文化因子的体验也无处不在。这种包含着文化要素的体验过程,为文化体悟的提出奠定了理论基础和现实支撑。

1. 从文化到文化产业:一种源自体悟的经济行为

我们先来探讨一下“体悟”的含义。“体悟”最浅表的解释是体验、感悟,也就是说,身临其境体验并获得感悟的过程。从哲学的角度来讲,“体悟”是一种人们认识和把握世界的包含心理和实践活动的方式。从美学的角度来讲,“体悟”是创作者在体验生活的实践活动中得到的对事物的印象、情感、感受、经验等,这将为其创作提供素材。对“体悟”这一概念,前苏联心理学家瓦西留克和美国心理学家马斯洛也分别给出了界定,他们在一定程度上认为体悟等同于体验。但在多数情况下,体悟是体验的升华,侧重于体验后所得到的精神性感受。

要想界定“文化”是比较难的,因为其极为复杂。最早对“文化”进行界定的是人类学家泰勒。在他之后,各个学科根据自身侧重点不同,对“文化”进行了不同的界定和划分,但他们基本上有个共同之处,就是普遍认为文化来自后天的习得而不是自身与生俱来的。探源“文化”这一概念,其最初应用于农作物种植和动物饲养范畴,后来才有了引申义,指教化育人、培养心智。由此可见,

掌握文化的过程是用身心去体悟，从而习得的过程。其实，人们掌握文化的过程也是一个体悟的过程。那么文化体悟，便是提供一种让参与者身在其中并难以忘怀的文化体验，通过场景再现、技术处理、主题模拟等手段，塑造新的感官体验及思维认同，引导参与者对整个体验过程产生共鸣、有所感悟。文化产业是基于文化资源开发与利用的产业，王育济教授曾指出“文化、创意、财富”是文化产业三个最为本质的元素，也是对“文化产业”最通俗、最平实的诠释。文化产业发展所依赖的最核心的要素是文化。发展文化产业的过程是一个如何将资源转化为资本和产业化的过程，将资源转化为产品和服务。而与一般商品有所不同，文化生产与消费过程渗透着人类对文化和精神的深层次需求，既包含着生产者对文化背景的复合加工，也包含着一般文化消费者对文化商品和服务的感官体验与精神体验。所以，从文化走向产业，是一种渗透着人类对文化的深度体悟而萌生的经济行为。

2. 文化体悟：体验经济理论在文化产业领域的新发展

在人类经济发展史上，人类最初以狩猎为生，进而进入农业经济时代，在18世纪工业革命后进入工业经济时代，进而发展步伐加快，服务经济之后迅速进入体验经济时代。20世纪90年代末，《欢迎进入体验经济》一书表示“体验式经济时代已经来临”。提升消费者的主观感受是体验经济不懈追求的目标，而文化产品的文化内涵及其精神熏陶作用正与之相契合。

作为一种基于内容和审美的产业，文化产业与体验经济的碰撞是不可避免的巧合。文化产业是“独有的文化创意与技术、市场的深度交合的产物”，文化与创意衍生、提炼和整合贯穿其发展过程。同时，文化的创意创新始终围绕着人展开，只有生产与消费一体化的结构和自主参与其中的体验，消费者才会甘心情愿为不可复制的或非他莫属的生命体验买单。以消费者的内心需求为基点，发挥“文化创意”与“技术创新”之优势，才会让文化消费变得更有文化内涵，更具人情味，让整个体验过程充满文化的无穷魅力。像美国的迪士尼公园，一直秉承主题化体验的发展模式，将电影产业与文化旅游业有机融合，并不断开发衍生品。这些具象与抽象的产品都在不同层面向体验者传递着文化，让体验者深深地被高科技、新产品带来的新奇打动，在各种文化的冲撞中获得身体的愉悦与内心的感悟。在迪士尼为广大青少年和成年人创造难以忘怀的快乐体验的同时，也成功地对无数参与体验的个体完成了一次又一次的永久性文化植入。因此，文化体悟是文化生产与消费中的不可抹去的存在，并伴随着体验者的成长不断融合交汇形成新的记忆。文化体悟概念的提出是对体验经济理论在文化产业领域的深层次提炼和丰富。

三、文化体悟与可持续发展的文化生态关系

与生态环境一样，文化生态也是不可复制的，一旦毁坏便难以复原。在当下，文化产业规划发展趋势同化、功利化的倾向严重，忽视了区域特色文化生态关系的可持续发展，甚至出现了一些重复虚空的面子工程，对当地的文化资源造成了严重的破坏与浪费。在这样一个时代背景下，营造良好的文化生态环境显得尤为迫切，而在这其中，文化体悟将起到重要作用。

第一，文化体悟有利于提升产业价值，维系文化生态关系平衡。文化产业的价值提升是产业发展的核心，而提升产业价值的有效路径已经不是以往简单地提高产品产量和质量，是要通过文化和科技手段运用创意和创新理念来提高产品价值。5D体验是当前许多主题公园、产业园区常用的盈利

方式。通过声光电等高新技术手段,将原本静态的文化事件进行动态还原,虚拟再现及重现某种文化场景,以提供消费者身临其境的体验。5D体验馆的发展路线,集合了高端技术与文化资源的双重价值,充分尊重了消费者的文化体悟,最大限度地解决了文化资源重复使用与文化附加值高度提炼之间的矛盾。众包模式是文化产业的一种新型商业模式。该模式是在一定条件下,让广大消费者可以参与到产品的设计、生产与消费的整个环节。既可以节省企业成本,激发企业员工的产品创意创新潜质,还能激发消费者的主人翁精神,产生异于常人的文化体悟,从而变相提高产品的附加值。

第二,文化体悟有利于传统优秀文化的传承弘扬,推动文化创新发展。目前,我国已经基本形成了包括指导意见、示范区、项目申报和自主品牌培育在内的一套相对完整的特色文化产业发展体系。在新型城镇化建设过程中,“记得住乡愁”“留得住乡情”的载体工程扎实推进,区域特色文化资源开发利用成为文化产业的主要发展趋势之一。保护与开发平衡将能够有效推动文化生态可持续发展,这就要求在保持文化特色的同时加大文化资源开发利用力度。而文化体悟恰恰是通过文化的原生魅力,去感染参与其中的消费者,从而产生文化共鸣,引发勾连回忆与现实的感悟。以文化旅游业为例,文化旅游离不开特色文化符号的构筑,这些符号表征着该区域与众不同的特色文化资源,传递着一座村落、城市的文化风貌。在发展文化旅游业的同时,我们应该观照平衡的文化生态关系,从体悟的角度去渗透文化旅游的内涵与价值,提炼优秀的特色文化元素,布局适合当地实际情况和发展需求的业态体系。

第三,文化体悟有利于加速融合趋势,推动“文化+”大产业的发展。文化产业是一个产业链条较长、产业内外部关联度较高的产业形态。这也为文化产业与其他产业融合发展提供了前提条件。当然,文化产业的融合要尊重文化生态关系的平衡,并以构建可持续发展的文化生态关系为目标。不管意识到与否,任何人都是处于一定文化中的人,这也是文化体悟之所以能够在保持文化生态系统平衡中起作用的前提条件。当前,整个社会提倡“文化+”的大产业发展理念,旨在推动文化与科技、旅游、体育、工业、农业、金融、地产等众多产业融合,通过资本、人才、技术等要素资源的重新整合,带动区域协同发展。

在此理念指引下,文化产业提速成为大势所趋,跃升支柱性产业行列也将触手可及,从而在转调创中发挥作用,最终形成多维产业生态系统。综上所述,文化体悟在构建可持续发展的文化生态关系中发挥着重要作用。规划的本质是重建人与对象之间的关系,文化产业发展规划致力于在人与其生存的自然环境和社会环境中的各种不同的文化间建立合乎情理的意识层面的秩序,形成和谐共生的互动体系。(胡惠林,2015)所以,具体在文化产业规划中,文化体悟是以可持续发展为目标,综合考量文化资源、生理体验、心理感知、社会经济、空间场景等相关方面组成的文化生态系统,以达到对文化资源进行合理分配,实现区域间文化产业发展的平衡以及文化项目建设和管理水平的提升。由此可见,建立和谐的文化生态关系,能够改变目前GDP论指导下的规划思维,是一种能够实现可持续发展的文化产业规划思路。

四、文化体悟理念下文化产业规划的可持续发展路径

近几年来,国内外生态规划的理念逐步从景观生态规划跃升为景感生态规划,生态思想融入规划编制当中。这一源自中国古代城市规划和建筑设计的兼顾自然与人文因素的思想,发展与延续了

古人讲究天人合一的朴素的可持续发展思想，在中国经济发展进入新常态下为我国文化产业规划的编制与研究提供了一个可以借鉴的范式。在文化体悟理念指导下的文化产业规划编制工作，应该从导向引领、战略思想、空间布局、产业体系四个方面入手。

1. 发挥文化精神价值的引领作用，实现文化资源的合理分配与标志性文化的有效传承

文化产业作为产业首先具有物质层面的属性，同时因为文化的特殊性其又具有精神层面的功效，因此，作为产业的产物，文化产品也具有双重属性。首先，文化产品的制造过程是人们对文化习得的展示过程，产品的设计者将自身习得的文化概念在脑中加工重构，并注入产品中使之散发出独有的艺术质感与文化光环。经过个体或群体加工和重构的文化产品，包含着大众审美、社会潮流、个人价值观和文化创意等众多新的价值，这些新的价值元素构成了其精神属性。其次，文化产品的生产与设计最终要迎接市场的检验，进入市场后的文化产品，通过其承载的文化价值影响着消费者的精神世界，并潜移默化成为人们意识形态的组成部分，感染并影响着其所在的群体。无数个文化消费者通过相同的文化产品而得到的专属性与共鸣性的文化体悟，会逐渐蔓延影响整个社会。由此可见，文化产业的发展有助于文化传播和文化交流。在文化产业规划编制中，要从区域特色文化的传承与传播这样的宏观视角，部署和审视特色文化资源的有效利用与合理开发，而不应该只关注经济效益的蝇头小利，忽视文化产业的社会效益这一万年长青的伟业。

因此，可持续发展的文化产业规划应该首先认识到文化产业在稳定增长、转调结构中具有重要作用，更应该意识到其在文化精神价值引领与文化软实力提升方面的重要意义。在规划编制与研究中，都应该侧重发挥文化精神价值的引领作用，做到在把握该区域的标志性文化这一基础上，科学评估与甄别哪些属于文化产业资源，哪些不属于文化产业资源；哪些资源具有可再生性，哪些资源处在“规划红线”之外。在作出具体发展设计前，要对文化资源作出科学评估，防止造成开发性破坏和浪费。合理分配和利用文化资源，充分利用文化体悟这种方式来传承历史悠久且具有旺盛生命力的传统文化和现代精神意义的文化，从而实现双效统一。

2. 提炼可持续发展的战略思想，促进战略目标的分解落实与发展模式的升华创新

纵观国内外众多文化产业规划，我们可以看出，文化产业规划是一个将城市与乡村、文化与经济等诸多要素串联在一起的综合体。文化产业规划承载着人和自然与社会之间错综复杂的关系。当然，在这一理念出现之前，人类先辈对人与自然、社会的关系一直在进行孜孜不倦的探索和尝试。他们通过略显原始的方式将文化与产业的关系表达为个体的精神世界的诉求机理，或是一个掺杂民间信仰的工艺品，或是一个体现风水伦理的文化空间。就在文化产业发展的早期，这种人与自然、社会的关系也一直延续着，驱动着一些怀有创业情怀的人们自发集聚在城市的一个角落，像北京798、上海田子坊等是这种尝试的开端。而这种形式对人与自然、社会之间关系的创造性价值和启迪，反映了文化产业发展的自身规律，也成为并应该成为文化产业规划关注的重点。2015年，胡惠林教授曾经讲到，新阶段我国文化产业发展在设定目标和任务的时候，应该将建设现代化的文化治理体系和治理能力考虑进来。所以，在以后的文化产业发展规划制定中应将此作为总体指导思想，以可持续发展为旨归，对由文化资源、生理体验、心理感知、社会经济、空间场景等相关方面组成的文化生态系统进行综合统筹，最终实现文化产业发展与人、社会和自然的精神关系协调统一。

在文化产业规划编制中，对具有战略意义规划目标的制定，应该包括总体目标、产业体系构建、

品牌建设、发展模式等内容，并且从定性和定量两个角度进行界定，从而保障目标的设定既具有前瞻性又具有可操作性。为了保证规划的前后一致性，规划中要做好产业集聚、产业链经营、品牌运营、资本运作、平台运营等发展模式的设计。以上战略目标与发展模式的探讨，还要基于区域发展实际、产业发展基础等前提条件，既不能盲目创意创新，超出可操作的范畴，更不可将规划变成复制城市的程式化工具。

3. 把握空间布局的深度谋划，推动文化产业的有效集聚与城镇风貌的塑造传承

现实中，一个城市或区域的经济运行总是存在或多或少的不平衡性。首先，在不同的地域之间，在历史文化积淀、现代文化发展等方面有较大差异，例如中国的南方和北方区域不同，南北方文化资源类型明显不同，各区域的经济水平不同，文化产业在发展过程中所采取的模式也有较大差异，这些因素综合起来造成了各地产业背景不同，自然而然未来的成长空间也迥然不同。这就需要根据相应的调研资料和发展数据，制定符合实际的文化产业规划，来科学评判这种现实存在的不均衡性并指出解决办法和发展方向。基于此，文化产业规划的一个重要特征就是空间秩序与空间组织的艺术化。特别是这种艺术化关系到城市文化风貌的传承与彰显。在城市建设严重同质化的今天，许多城市在追求产业经济高度发展的同时忽视了城市标志性文化的传承，造成了“千城一面、千村一面”的似曾相识格局。而文化产业规划对城镇文化产业空间分布的艺术装点，如果不能够协调好产业生态规划与城镇文化风貌塑造之间的关系，显然是失败的。

文化产业具有调结构、低能耗、少污染、促消费、扩就业、可持续等优势，这正与“十八大”提出的新型城镇化建设目标相契合，因此，文化产业将在建设新型城镇中大显身手。在这一背景下的文化产业规划，必须立足于区域发展框架，以城镇总体规划为依据，结合当地的土地利用规划、地区国民经济和社会发展规划、主体功能区规划以及其他相关规划法案，寻找和确立一个由点到面、由局部到整体依次递进且有机联系的空间生态系统，将有限的土地资源发挥出最大的产业效率和市场效率。此外，要遵循城镇文化风貌的传承与塑造，在人文、自然、社会全面、协调、可持续发展的基础上，巧妙地利用不平衡发展规律，对文化资源、金融资本、人力物力等要素进行集聚，作出有利于文化产业又好又快发展的“顶层设计”，实现产业生态空间与城镇风貌塑造的有效衔接。

4. 构建现代文化产业体系，加快“文化+”的聚合裂变与文化消费的扩大

“十三五”时期，在国家政策与国际形势的合力推动下，文化产业融合态势将更加明显。这种融合态势体现在两个方面：一是产业内部各行业间的渗透融合。工艺美术、新闻出版、演艺娱乐、创意设计、影视动漫、节庆会展等产业内部各行业间实现多元渗透、融合，产业链条不断向上下游两端延展，实现产业核心价值承接转移。文化创意产业在增强全民族文化创造活力、有效传承与创新优秀传统文化方面发挥着举足轻重的作用。像美国、日本及欧洲的一些发达国家，早已将文化创意产业视为支柱产业和提升国家软实力、提高综合国力的法宝。二是文化产业与外部相关产业的双向深度融合。通过元素嫁接、技术嵌入等手段对文化资源进行提升与创新，促进文化产业从外部相关性上对产业链条进行衍生、重组和市场开拓，增加具有知识产权和高附加值的文化产品与服务供给，实现单一型产业向复合型产业发展。

“文化+”的提出将有效促进文化与另外一些产业的融合，一方面会大幅提升现有产业发展实力，另一方面也会促进新业态的不断衍生。

在产业经济学中,产业规模、产业门类、产业布局、产业组织以及产业载体等构成产业体系,而文化产业规划也涵盖了这些内容。体验经济时代下,“情怀驱动购买”“体验场景构筑”等新模式在文化产业方面表现得越来越突出。构建现代文化产业体系,也应将扩大和引导文化消费考虑在内,遵循市场运行规律,以消费者多样化和多层次的精神文化需求为导向,将产业增收、环境改善、观念提升、文化体悟等方面纳入综合考查范围,设计符合体验需求、放大有效供给、提升文化消费、具有区域特色的产业板块。

综上所述,将生态文明建设带入文化产业规划实践中,既符合我国“十三五”规划的创新、协调、绿色、开放、共享的五大发展理念,也将更好地服务于当前我国面临的产业结构调整和产业布局升级的问题。在五大理念引导下,在实践中充分运用文化体悟思想以期能够对区域特色文化资源进行有效开发利用,实现可持续发展目标,重建人与社会和自然的关系和秩序,有效、全面提升文化产业规划、文化产业项目建设及管理的水平。

参考文献

- [1] [英] 阿雷恩·鲍尔德温,等.文化研究导论:修订版[M].陶东风,等,译.北京:高等教育出版社,2007.
- [2] [美] B. 约瑟夫·派恩二世,詹姆斯·H. 吉尔摩.体验经济学:修订版[M].夏业良,等,译.北京:机械工业出版社,2008.
- [3] 胡惠林.文化产业规划:重建人与社会和自然精神关系和精神秩序[J].东岳论丛,2015(2).
- [4] 权利霞.体验经济——现代企业运作的新探索[M].北京:经济管理出版社,2007.
- [5] Jingzhu Zhao. Landsenses ecology and ecological planning toward sustainable development [J]. International Journal of Sustainable Development & World Ecology, 2015 (9).
- [6] 闵宗陶,等.体验:一种经济学的解读[J].经济学家,2003(6).
- [7] 周依敏,等.“十三五”文化产业规划:从“增量扩充”到“存量优化”[J].现代管理科学,2014(12).
- [8] 许立勇.简析“十三五”文化产业规划的三个趋势[J].人文天下,2015(10).
- [9] 石建平.经济新常态下重构我国文化产业发展体系的战略思考[J].福建论坛:人文社会科学版,2015(10).
- [10] 邓兰.体验经济时代游客消费行为特征及影响因素研究[J].生产力研究,2012(11).