

传统村落保护与发展中文创产品的探索与实践

——以陕西为例

燕红羽, 祁嘉华

(西安建筑科技大学 艺术学院, 陕西 西安 710055)

摘要: 传统村落的优势在文化, 如何在挖掘当地文化的基础上获得发展机遇, 是传统村落保护过程中最具有挑战性的课题。在这样的背景下思考文创产品在传统村落保护和发展中的作用, 不仅关乎村落经济的发展, 还关乎村民的生活水平的提升和农耕文明的延续。多样的自然地理环境, 使陕西既产生了关中地区的农耕文化, 也在黄土高原地区积淀了战争文化, 还出现了秦巴山区的商隐文化, 使分布在这些地区的传统村落都形成了与此相适应的物质和非物质文化遗产, 为文创产品的研发提供了丰富的素材, 当然也是传统村落形成新产业的重要契机。

关键词: 传统村落; 保护发展; 文创产品

中图分类号: J 59; TU-87 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-7192(2018)05-0032-05

一、传统村落概况

村落是在农耕文化基础上形成和存续下来的聚落空间, 最大特点是以土地为本, 人们生产生活的每一个步骤都离不开土地的涵养。时至今日, 依然可以在以阴阳五行为代表的选址理念中, 在“以善为美”的审美习惯中, 在以花草树木、虫鱼鸟兽等自然万物为对象的环境营造中……看到农耕文化的影子。随着孕育这些文化年代的渐行渐远, 传统村落中的各种文化遗存也愈发显得珍贵, 并对国人了解民族文化, 理解中华民族生生不息的内在原因, 增强文化自信具有重要的意义。

从国家层面评选传统村落, 就是在这样的社会背景下开始的。2012 年, 由住建部牵头, 文化、国土等四个部委参加的国家级传统村落评审工作拉开了序幕, 到 2016 年底, 共进行了 4 次全国性的评审, 先后有 4 153 个村落进入了保护名录, 并有相当的村落获得了国家财政的保护资金支持。

传统村落是中国农耕文化留下的最大遗产,

是至今仍在使用的民间文物。与新形成的村落比较, 传统村落在建筑形态、村落格局、生产生活方式上都还保留着农耕文化的印记。历史性、民族性和地域性是传统村落的显著特征。

传统村落在地域分布上表现出极大的不平衡。从目前的情况看, 主要集中于中原、东部和西南山地及丘陵地区, 而地广人稀的东北和西北地区则数量较少。由于自然地理和历史经历不同, 这些地区的传统村落也打上了深深的文化烙印, 形成了各自的特点: 以秦、豫、冀、晋、鲁为代表的中原地区, 是立足于农耕的正统文化区, 儒学影响下的伦理秩序、道家主导的返璞归真、佛教倡导的超然物外等信条, 均在这一地区占据主导地位; 东部的江、浙一带是长江的入海口, 气候宜人、交通便利、物产丰富, 自古就是农、渔、养、商等各行业并存之地, 富足的经济不仅养育了众多人口, 还培育了礼仪教化的民风, 形成了具有水乡特色的文化形态; 位于西南的云、贵、川少数民族汇聚地多处在群山环抱之中, 尽管交通不便, 但是, 湿润的气候, 丰富的物产, 不仅使

收稿日期: 2017-12-12

基金项目: 国家社会科学基金项目“古村落与新农村建设研究”(09XZX014)

作者简介: 燕红羽(1992-), 女, 西安建筑科技大学艺术学院硕士研究生, 研究方向为传统村落保护与文创设计; 祁嘉华(1954-), 男, 西安建筑科技大学教授, 研究方向为建筑美学、建筑文化、人居环境美学、设计美学。E-mail: 284885331@qq.com

这里保存了历史上来自中原的礼仪习惯,还形成了具有鲜明地域特色的生产和生活方式,凝聚成众多风格独到的少数民族文化。

截止2016年底,陕西入选国家保护名录的传统村落共有71个,分布在关中、陕北、陕南的广大区域里。在全国32个省、自治区和直辖市(不包括香港和澳门特别行政区)中排名第18位,在北方的14个省、两个直辖市中排第7位。陕西的传统村落确实不以数量赢人,但是,丰富的自然环境、独特的历史经历,使这些村落形成了鲜明的文化特点。不仅在就地取材中形成了以窑洞、四合院、石片房和木板房为代表的建筑形态,还在遵从历史中保持着以腰鼓、民歌、泥塑等地域性十足的民间艺术,形成了具有陕西特色的传统村落文明^{[1]20}。

陕北地区的传统村落,主要承载的是战争文化的历史记忆。据学者考证,这里从商周时期便有少数民族繁衍生息,先后有鬼方、匈奴、白狄、突厥、党项、女真等十几个民族在这里逐水草而居^[2]。同时,与山西接壤和关中北大门的地理位置,又使得陕北深受农耕文明的影响。不同的生产方式带来的社会发展的不平衡,使这里自古便是民族矛盾和社会矛盾的交集之地,引发过无数的战争。这一点不仅在榆林和延安两地各县的县志中有所记载,一些传统村落周边的洞寨和城墙遗址更提供了实物证明。

关中地区的传统村落则深受正统文化的影响。关中自古便深受帝王的青睐,由周至唐千余年的建都史,使这里在很长的历史中处在政治、经济和文化中心的地位,儒家修身齐家的入世文化,道家无为而治的超然哲学,佛教四大皆空的净土世界,皆在这里落地生根,深入人心,演化出讲究礼仪秩序的社会规范,安之若泰的生活观念以及注重精神修炼的至高追求。中规中矩的四合院便是在这样的文化氛围中孕育出来的。

陕南是指秦岭以南的广大地区,从东到西依次是商洛市、安康市和汉中市。北有秦岭、南有巴山的地理环境,冬无严寒、夏无酷暑的气候条件,雨量充沛、河流纵横的水力资源,使这里地下和地上物产十分丰富。于是,这里既是南北方

人们躲避战乱和自然灾害的移民之地,也是当地人通过水路进行易货贸易的好地方。这里的传统村落或建在河流沿岸,或建在群山环抱之中,就地取材的同时依然保持着移民者家乡故地的营造习惯。于是,陕南传统村落中既有江南水乡的秀美,也有中原文化的影子,成排连片的木板屋是当年商贸活动的遗留,独立建造的夯土木构石片房则是移民们归隐山野的历史见证。

这些,是我们把握陕西传统村落文化特点的依据,也是我们设计各种文创产品的基础。

二、文创产品的内涵与特征

文创产品是文化创意产品的简称,是指那些依靠技术手段,将某种素材进行艺术加工,创造出一定美学价值的过程。影视、音像、工艺品等是文创产品的主要形式,将理念转换成产品,化腐朽为神奇是文创产品的主要特色。在市场层面上,好的文创产品往往具有很高的附加值,是典型的创造性劳动。与一般产品比较,高品质的文创产品起码具有这样几个特点。

1. 鲜明的文化属性

文化是个大概念,包括人类创造的一切物质和精神财富,具有一定的普世性。文创产品则是一个小概念,专指那些基于某种文化之上的创造性活动,往往别开生面。比如说长寿文化就是一个大概念,是某个地区人们在与大自然和谐相处中积累起来的健康生活的结果,内容可能涉及衣食住行的方方面面。在此基础上创造出来的长寿文化产品则是具体的,可以与饮食起居有关,也可以是某种礼品,还可以是与此有关的影视节目。总之,文创产品可以将人们身边的某种习以为常的东西转化成产品,既可以在使用中给人们带来某种方便,也可以在观赏中获得精神上的享受,是经过人为加工后生成的一种新价值。

2. 极大的创造性

创造是一个从无到有的过程,带有出奇制胜的特点。历史上任何重要的科技活动都具有极大的创造性,从自然科学领域里的牛顿定律,到马克思对社会发展规律的总结,再到艺术领域林林总总的各种作品,每一项都具有承前启后的意义,

让人耳目一新。文创产品尽管不如自然和社会科学方面创造活动的意义重大,但是在性质上是一致的,都需要创造者对所加工的对象给予深入研究,在精雕细琢中使其拥有艺术气质,构成新的价值。在故宫丰富的创意产品中就有不少取材于宫内的实物,例如大门上的门钉,原来不过是个金属构件,对门体起加固的作用,而且只能观看,不能带走。创意者以此为素材,创造出门钉造型的“门钉包”(图1),集实用与纪念于一身,很受市场欢迎。



图1 集文化属性、创造性和高附加值于一身的产品

3. 高附加值

哈佛大学出版的《企业管理百科全书》中将附加价值解释为:是企业通过设计和生产过程新增加的价值^[3]。也就是说,附加值是人们在原有基础上新创造出来的价值,可以在化腐朽为神奇中让产品身价倍增。文创产品也是这样,一个好的创意可以推陈出新,产生巨大的经济利益。故宫是明清两朝的宫殿,属于世界文化遗产。但是,和与之相当的旅游景点比较,故宫的门票并不高。在依靠门票收入的年代,故宫的经济效益并不好。2013年以后,故宫开始在文创产品开发上下功夫,先后研发出来的产品超过了5 000种,销售额也达到了6亿元,2014年突破9亿元,2015竟然达到了10亿元^[4]。很显然,相对于门票,文创产品不仅增加了故宫的亲民度,也大大衍生了故宫的附加值。

总之,文创产品凝聚着更多的创新要素,处于产品设计的高端环节,是一种高附加值的劳动过程,其中的科技和艺术含量明显高于各种实用为主的产品。因此,好的文创产品,对于传播中华优秀传统文化,带动地方经济,提升人民群众

的文化素质具有重要意义。

三、基于传统村落的文创产品开发思路

1. 文创产品现状及问题分析

陕西是文化大省,地下地上文物十分丰富。截止2016年,陕西已有5家博物馆被列入全国文创产品开发试点单位,将按照国家文物局的要求开展“符合发展要求、以满足大众文化消费需求”^[5]为目的的文创产品开发试点,逐步建立起博物馆文化创意产品开发的良性机制。目前,以博物馆为龙头的文创产品已经形成60多个品种,涉及周秦汉唐各个朝代,成为陕西旅游产品的重要组成部分,产生了一定的社会影响和经济效益。

相比之下,陕西传统村落的文创产品开发还处于起步阶段。在现有的71个传统村落中,能够进入市场的文创产业主要集中在传统小吃和民间工艺品两大类,并且涌现出了像袁家村那样的典型。但是,由于传统小吃和民间工艺品的技术含量低,制作工艺简单,易于抄袭模仿,陕西传统村落中的文创产品趋同现象严重,缺乏创新,至今也没有形成有竞争力的品牌。

我们不想将造成这种情况的原因归结为传统村落本身,也不想用“起步阶段”来将问题大而化之。因为,传统小吃和民间工艺品形成于历史,成熟于民间,也曾经是不同地区代表性的物质或非物质方面的文创产品。时至今日,人们还会将“米皮”与汉中联系在一起,将“安塞腰鼓”视为陕北的专属,将“十面锣鼓”看作关中风情……

在我们看来,造成陕西传统村落文创产品缺乏竞争力的原因固然很多,但是根本原因还在于丰富的文创资源与研发不足之间的矛盾。传统村落中储藏丰富的物质和非物质文化方面的遗产,是传统文化的基因库。这早已是社会各界的共识。但是,与发达地区比较,陕西至今还将上述认识停留在理论层面,没有一个针对传统村落文创产品研发的激励性政策,更没有相应的资金支持;随着村落旅游的兴起,一些村民开始意识到文创产品研发的重要,但由于文化水平有限,他们很难站在更高的格局上,依据现代社会需求拿出文

化意蕴厚重的产品来；高起点研发、精细化加工、专业化销售，是国内外有竞争力文创产品的基本发展路径，而陕西传统村落的文创产品还处于各自为政的状态，极大地制约着陕西文创产品研发、加工和销售水平的提升，更难以形成合力，打造出与丰富多彩村落文化资源相匹配的文创产品来。

2. 文创产品的设计思路

文创产品是工业设计学科下衍生出来的新方向，属于产品设计范畴，在中国内地刚刚兴起。现有文创产品的主要类型有：艺术衍生品、动漫电影衍生品、旅游纪念产品、博物馆产品、特定主题纪念产品、传统符号文化产品六种^[6]。这六种产品未必都能在传统村落中展开，但是可以根据村落的自然和人文条件有针对性地进行研发制作。只要找准路子，集中优势力量在某一方面有所突破，同样可以取得消费者的认可，获得社会或经济效益。

(1) 向历史挖掘素材，形成历史题材的文创产品。陕西是一个历史十分悠久的地区，有许多重大事件在这里留下了历史印记，更有浩如烟海的民间故事广为流传。在农耕文明时期，村落是最基本的生产和生活组织，其中所蕴藏着的人生百态、悲欢离合、荣辱兴衰更是跌宕起伏，不计其数。可以这样说，陕西传统村落中的各种故事，每一个都印刻着历史，能够折射出中华民族在不同历史时期的文化印记。由小说改变的电视连续剧“白鹿原”、“平凡的世界”、“一代枭雄”等影视作品都取材于村落，经过影视艺术加工，不仅产生了很好的收视效果，获得了社会和经济效益，也给故事发生地带来了影响，为当地政府和村民发展经济带来了机会。

(2) 立足传统建筑，研发具有建筑文化特色的文创产品。建筑是传统村落中体积最大、承载历史信息最为丰富的空间，占有主体地位。以此为素材开发出的文创产品，对弘扬村落建筑的文化魅力，增加游客对村落的审美体验，无疑都具有重要意义。从实际情况看，木、砖、石雕是传统建筑上最为经典的部位，既给建筑增加了美学品位，也有效地显示了居住者的身份、地位和修养，是建筑上最赢人眼目的部位。在很大程度上

说，木、砖、石雕是最能彰显地域建筑文化的地方，在传统民居中起着画龙点睛的作用，最容易给人留下深刻印象，当然也最容易加工为文创产品。像陕南地区以自然风光为主题的木雕，关中地区古建筑上的砖雕，陕北窑洞上的石雕，形象生动，手法精致，具有及其鲜明的地域文化特色，带有浓厚的艺术性。如果设计者以这些东西为素材，将工业设计理论与艺术想象相结合，设计出来自建筑又高于建筑的文创产品，所产生的附加值肯定是超乎想象的。

(3) 挖掘民间工艺，设计出具有民间传统的文创产品。陕西传统村落中埋藏着大量民间工艺制品，像陕北的腰鼓、剪纸，关中的花馍、民歌，陕南的竹编、花鼓等等。这些，来自于百姓的日常生活，被当地百姓所喜闻乐见，是百姓审美习惯的结晶，历史久而深入人心。不过，由于工艺原始，这些产品普遍存在着工艺粗糙、题材陈旧、影响范围不大等不足，与现代工艺品之间存在很大距离，当然也很难形成市场竞争力。如果有专业于文创产品设计的人士进入这个领域，以现代设计理念为引领，借助一定的科技手段，或对这些工艺制品进行精细化加工，或者拓展这些工艺制品的取材范围，或者改变这些工艺制品的包装……赋予这些产品新的附加值，肯定会极大地增加其市场竞争力。

总之，传统村落是中华文化的基因库，内涵十分丰富。基于传统村落开发的文创产品绝不只有这些。在现代科技条件下，文创产品研究潜力极大。

四、结 语

文创产品在传统村落保护和发展过程中具有重要的意义，将村落中的某种文化现象转变为产品，既可以带动当地的产业，又可以保护这里的文化要素，无疑是一举两得的好事情。传统村落的根本价值在文化，这便决定了基于传统村落的文创产品要准确把握村落的文化特色。这样，才可能以独有的魅力引发市场的关注。要做到这一点，需要掌握一定的制作工艺，也需要丰富的想象能力，更要拥有扎实的历史文化积淀。鉴于传

统村落文创产品研发人才短缺的现状,当地政府可以与有关的科研院所、企业单位结合,或提出需要开发的具体项目委托研究,或制定相关的激励政策引进智力,或组织村民去学习培训,最终培养出自己的文创产品研发力量。

参 考 文 献

[1] 李西亭. 历史与现实的交汇:陕西省情[M]. 西安:陕西旅游出版社,1992.

[2] 祁嘉华,王俊. 陕西古村落的现状、问题与对策[J]. 西安建筑科技大学学报(社会科学版),2010(2):28-32.

[3] 孙月平. 论高附加值[J]. 企业活力,1997(5):22-24.

[4] 故宫博物院:2016 故宫文创产品销售额 10 亿[N]. 北京商报,2016-04-20(04).

[4] 温源. 拿什么来满足文化消费需求[N]. 光明日报,2014-10-30(14).

[6] 郝凝辉. 文创产品设计理论研究和实践探讨[J]. 工业设计,2016(9):73-76.

The Exploration and Practice of the Cultural and Creative Products in the Protection and Development of Traditional Villages

——Taking Shaanxi as an example

YAN Hong-yu, QI Jia-hua

(Academy of Arts, Xi'an Univ. of Arch. & Tech., Xi'an 710055, China)

Abstract: Given the advantage of traditional villages lies in its culture, it is a challenging task in the process of traditional village protection how to obtain development opportunities when discovering the local culture. In this context, the thinking of the role that the cultural and creative products take in the protection and development of the traditional villages is not only related to the development of the village economy, but also to the improvement of the living standard of villagers, and the continuation of the farming civilization. A variety of natural and geographical conditions of Shaanxi province contribute to the development of farming culture in Guanzhong area, the accumulation of war culture in the Loess Plateau area, and the emergence of seclusion culture in the Qinba mountain area. Therefore the traditional villages in these areas, as the tangible and intangible cultural heritages, provide sources of material suitable for the development of the cultural and creative products, and offer an important opportunity for these traditional villages to form new industries.

Key words: traditional villages; protection and development; cultural and creative products

【编辑 吴晓利】