

· 民俗学研究 ·

论古村落传统文化资源与创意产业的深度融合 ——以山西省万荣县阎景村为例

段友文,王禾奕

(山西大学 文学院 山西 太原 030006)

摘 要: 文化创意产业是 20 世纪 90 年代产生于英国的一门新兴产业,它与传统文化资源结合已成为一种趋势。村落是传统文化资源得以传承的重要空间,发展文化创意产业是古村落保护与开发的有效途径之一。但在具体实践中,政府、地方和本土居民只重视产业开发带来的经济利益,忽视了传统文化资源的人文价值,造成了创意产业和传统文化资源的离析与割裂。文章以山西省万荣县阎景村为研究对象,通过挖掘梳理村中富有特色的传统文化资源,分析当地创意产业开发的优势与缺陷,进而提出古村镇传统文化资源与创意产业深度融合的保护模式。

关键词: 古村落; 传统文化资源; 文化创意产业

中图分类号: G114

文献标识码: A

文章编号: 1000-5935(2014)01-0131-10

文化创意产业是 20 世纪 90 年代首先由英国创意产业工作组提出的一个新概念,该工作组对创意产业做了这样的界定“源自个人创意、技巧及才华,通过知识产权的开发和运用,具有创造财富和就业潜力的行业。”^[1]时至今日,文化创意产业已经发展为以消费时代人们的精神文化娱乐需求为基础,以创意为核心,以高科技手段为支撑,以网络等新传播方式为主导,以文化艺术与经济的全面结合为自身特征,向大众提供文化、艺术、精神、心理、娱乐产品的新兴产业,并且形成跨国、跨行业、跨部门、跨领域重组或创建的新型产业集群。^[2]文化创意产业和传统文化结合已成为一种趋势,它们是对立统一的。传统文化为创意产业提供了源源不断的思维之源,舍弃传统文化,文化创意产业将成为无水之源、无本之木,传统文化能提升人们对创意产业的认同感;创意产业则是推动传统文化提档升级、永续利用的有效途径。创意不是对传统文化的简单复制,而是依靠创意人才的智慧、灵感和想象力,借助高科技的技术优势对传统文化资源的再创造、再提高。^[3]村落是中国社会最基本的单元,也是传统文化得以传承的重要空间,发展文化创意产业是古村落保护与开发的有效途径之一。政府、地方和本土村民虽不约而同地认识到传统文化资源对古村镇保护的重要性,但是在具体保护

实践中,传统文化资源被挖掘整理出来之后,他们只注重产业开发带来的实利,忽视了传统文化的魅力和永久性效益,造成了二者的离析与割裂。坐落在山西省万荣县高村乡的阎景村就是这样,文化创意产业脱离了它所依托的村落文化空间,古村落传统文化资源被边缘化。因此,本文以阎景村为研究对象,梳理村中富有特色的传统文化资源,分析当地文化创意产业开发的优势与缺陷,进而提出古村镇传统文化资源与创意产业深度融合的保护模式。

一 阎景村传统文化资源的丰富样态

万荣县阎景村东接孤峰山,西靠黄河,南连临猗、解州和永济,北临稷山、侯马与石楼。它依山傍水,有着得天独厚的人聚环境;贯通南北,成为商旅往来的交通要冲。阎景村始建年代不详,据村内结义庙所存年代最早的《创塑三结义碑记》云:

大明国嘉靖十年,山西等处承宣布政使司平阳府蒲州万泉县乌停里阎景村,居住众十兄弟范□等各发□□□□财重修堂殿,创塑刘关张三堂圣像……^①

庙宇的建立是村落形成与成熟的标志,由此可知,阎景村

收稿日期:2013-11-08

基金项目:国家社会科学基金项目“古村镇文化景观整体保护与扶贫策略研究”(10BSH028)

作者简介:段友文(1957-),男,山西襄汾人,山西大学文学院教授、博士生导师,民俗文化与俗文学研究所所长,主要从事民俗学研究;

王禾奕(1988-),女,山西太原人,山西大学文学院民俗学专业硕士研究生,主要研究方向为民俗学。

① 明嘉靖十一年(1532),《创塑三结义碑记》,位于结义庙东墙,高49cm,宽38cm。

至迟到明朝中期就已初具规模,清代以后渐渐形成以“三冯四李一个宁”为主的杂姓村。^① 阎景村传统文化资源丰富,主要有以李氏家族为代表的宗族文化、多神共存的宗教信仰和风趣幽默的笑话艺术等。

(一) 以李氏家族为代表的宗族文化

明末清初,祖籍陕西韩城的李氏家族逃荒至阎景村。据《李氏族谱》载:

清世前叶,秦省大饥,韩城县相里堡李氏举族东迁,定居万泉县薛店村,历八世,有永山者,由薛店卜居阎景村。此乃万荣县阎景村李氏之源流。^②

李氏先祖以农促商,积累财富,建立起了阎景村最大的宗族。该族于清代道光年间修建了李家大院,那红瓦灰墙彰显着明清晋商的恢宏气度,成为晋商磅礴发展的一个缩影。

宗祠是宗族文化汇聚的中心,在村落里占据核心地位。因此,宗族聚落空间多表现为以宗祠为结点的向心聚合形式,这种“结点”作用突出地表现在“心理场”上:它既是族众在空间上的活动中心(各种祀祖、诉讼、喜庆等族中大事均在此进行),又是族人心目中的政治、文化和精神中心。许多表面看似松散的宗族聚落,实际上被一种潜在的宗族关系连接为一个感应强烈的心理场,这个场的中心就是宗祠。^[4] 作为“心理场”核心的李氏宗祠建于清光绪十二年(1886),布局气派、规模壮观,“正室三间,享堂、门房如之,东西虎各四间”。族人定期在祠堂内举行祭祀仪式,“元旦从俗举……七品以上春秋二举。忌日、俗节,遵程子‘迁主荐于正寝’”。^[5] 每遇修族谱、惩戒违规族人等大事,由族长召集族人先到宗祠拜祭祖先,再议事决定。^[6]¹⁹ 李氏宗祠始终是宗族文化的心理场所在,透过李氏宗祠,我们能感受到李氏家族昔日的辉煌与浓郁的宗族文化氛围。

李氏家族的宗族文化具体表现为山陕互通的边客贸易、救济乡民的慈善义举、中西合璧的建筑风格和经世致用的商读文化四个方面。

山陕互通的边客贸易。李氏家族第十三代族人李文炳靠摆卖土布谋生,当了解到陕北靠宁夏、内蒙古一带的“三边”土地贫瘠,气候寒冷,不能种植棉花,百姓衣着破烂,对土布需求量大,贩土布利润丰厚时,他决定收购土布组织马帮跑“三边”(陕北的靖边、安边和定边),李文炳因此也被人们称为“边客”。李氏家族由此发家,不仅在阎景村和临近县府创办了商号“敬信义”,还将生意逐步扩大至外省,西到兰州、

西宁,东达上海,北至天津,南抵武汉。经营商品涵盖了日常生活诸多方面,如茶叶、药材、日杂等。由山陕互通的边客贸易发展为享誉各地的晋商大户,李氏家族始终秉承着用人有方、待人宽厚、诚实守信和勤俭持家的经营策略,这是其走向兴盛的制胜法宝。^③

救济乡民的慈善义举。李氏家族以善举闻名遐迩,族人几世行善,被村民尊称为“李善人”。^④ 每遇灾荒,李氏族人赈灾舍饭,不吝家财。光绪甲午(1894)年,“山水暴至,房舍倾圮,村人多趋避庙中。公(李敬修)与常五增灶数处,为被灾者馈食。庚子岁饥,公(李敬修)散粟数十担,以赈乡里。又从公中提金五百,以赈薛店族人之贫者”。^[7]⁹¹ “民国”十七年(1928),“晋南大饥,先生(李道升)痼疾为怀,与诸弟筹集巨款,赈济河东十七县,被灾地方每县千元,全活甚众。至本县本村及原籍薛店村,尤特别以四千元或两千元优恤之。”^[8] 同时,李氏家族热心公益,体恤乡里。“万泉书院坍塌已久,邑侯鹿公欲重为修理,邀富绅捐款,率多观望。公(李敬修)先倡捐五百金……在本村(阎景村)建筑小学校一所,斋舍整齐,悉出己囊,又从李公中堂每年出三十金补助经费”;^[7]⁹¹ 李敬修的妻子王氏,因精通医术,遂“舍施间里病者,间亦亲往施行手术”;^[9] “高村庙育婴堂之设,先生(李道升)慨捐五百金,以速其成……县立高等小学校,先生首捐千金,以资兴办。又年助三十金,为本村国民学校经费,以是贫寒子弟多蒙造就……”^[8] 此外,李氏家族还出资为阎景村打深井、修泊池、建关门,是时,“公忠堂(李道在宅)出银二百五十两”,为村内捐资数目之首。^⑤ 李氏家族的慈善义举表征着一种以仁爱为核心的传统儒学观,正如宋代大儒张载“民胞物与”说所揭示的:

民吾同胞,物吾与也……尊年高,所以长其长;

慈孤弱,所以幼其幼。圣其合德,贤其秀也。凡天下疲癃残疾、惻独鰥寡,皆吾兄弟之颠连而无告者也。^[10]

对生命共源的体认,促使李氏家族超越有限的血统观念和地域偏见,将善文化中“四海之内皆兄弟”的“泛家族主义”伦理观传递四方。

中西合璧的建筑风格。李家大院既蕴含着浓郁的古典韵味,又渗透着淡雅的西方气息。植根于传统农耕文明,李家大院建筑主体属于中国传统民居。从建筑形制上看,院落藏风聚气,接地通天,是典型的四合院式;建筑装饰上,大院

① “三冯四李一个宁”是阎景村村民对村内主要姓氏分布的形象概括。被访谈人:宁保元,男,70岁,阎景村村民;访谈人:段友文、王禾奕;访谈时间:2011年7月;访谈地点:阎景村宁保元家中。

② 李氏族谱,保存人:李大震,男,86岁,李氏家族后裔,现居阎景村。

③ 李氏家族在雇佣伙计时有“熬相公”的规矩,“熬相公”需经三年,被雇佣者黎明即起,侍奉掌柜,五壶四把,终日相随;顾客上门,礼貌相待,三年内不允许请假。年终发给伙计帽子一顶、老布八丈、毛巾一条。若家中遇红白喜事,东家可发足路费或借款给伙计。

④ “李善人”最初指李氏家族第十四代族人李敬修,后成为李氏家族的代名词。

⑤ 清光绪三十一年(1905),《创建关门碑记》,结义庙外东墙,高168cm,宽68cm。

多采用传统修饰工艺,如木雕、砖雕、石雕、彩绘等,这些精美的建筑艺术背后蕴藏着趋吉避凶的美好愿望。以李氏宗祠为例,宗祠四周建有房屋,主要有门厅、享堂和正厅,呈四合院状,院墙是用砖砌筑的马头墙,既防火又防盗,借鉴了徽式建筑风格。建筑装饰有木雕,雕刻着麒麟送子、仙人骑鹤等图案,雕琢细致,巧夺天工;有砖雕,遍布于正脊、垂脊和廊壁之上,刀法细腻、造型优美;还有彩绘,五颜六色,夺人眼目,历经百年,色泽依然鲜艳。^{[6]-13} 花样繁多的建筑样式背后传递着民间求吉纳福的人文理念。马头墙是马神崇拜的直观反映,万马奔腾,象征着李氏一族勃勃生机,昌隆发达;麒麟送子,寓意多子多福,人丁兴旺;石狮舞动,展现着李氏家族的伟岸雄风。清末,李道行、李道在等李氏族人留学西洋,这也对李家大院的建筑风格产生了影响。李道行居住的自明堂西院,呈现着西方“哥特式”的建筑风貌,门楼整体轮廓高、直、尖,线条轻快,造型挺秀。走进院所,西式的拱形屋顶和亮白色墙壁让人仿佛置身于16世纪的欧洲聚居空间。李家大院建筑风格南北交融,中西合璧,源于李氏家族开放的文化观念。

经世致用的商读文化。商读传家是晋商古村落的一大特征,李氏家族在经商致富的同时,特别重视教育,兴办私塾,为族人创造读经求知的优越条件,并将儒家思想融汇于营销实践中,这使李氏家族逐步走上了儒商之路。李氏家族中6岁以上男女孩童必入私塾学习,主修程朱理学。族中聘请当地有名的学者担任老师并将冬至日定为教师节,是时全族成员穿戴齐整宴请先生。浓厚的学养氛围造就了李氏家族一批经世致用的饱学之士,李敬伦“藏书数万卷,部分甲乙,涉猎殆遍。凡中外事实,古今理乱,先贤著述及名人法帖图画之类,无不洞窥本原,抉择要领。每与人抵掌谈论,滔滔然若江河之不竭,闻者咸服其博洽”,曾官居侯铨州判之职,为民效力。^[11] 李子用“去到英国,先学习英文两年,1910年入格拉斯皇家实业专门学校纺织科……1919年被选为山西省议会第二届议员”,投身政治,服务百姓。^[12] 不似古时学人远遁山林、离群索居的避世躬耕,李氏家族精英“兼济天下”,表现出“学思相兼,躬行实践”的儒家积极入世精神。^[13]

综上所述,李氏宗族文化可以概括为“一点四面”,即核心结点为李氏宗祠,具体表现在上述四个方面。它记录着沉甸甸的历史,经过一代代族人艰辛奋斗得以形成。

(二) 多神共存的宗教信仰

阎景村庙宇林立,现存庙宇有结义庙、前庙、送子娘娘庙、老爷庙、土地庙、天神庙和财神庙,还有三关庙、牛王庙等七座神庙在“文化大革命”期间被拆毁。^① 中国古村落表现出一种向心聚合意象,主要庙宇位于村落核心位置,是全村的祭祀中心,其他庙宇以其为中心向四周扩布。从阎景村的庙宇分布来看,结义庙处于村落核心位置,是村落的主要信

仰祭祀空间,关帝庙、前庙和送子娘娘庙分布于四周,土地庙、财神庙与天神庙建在村落城门边上,被民间赋予一定的超自然防御意义。众神庙层层分布,建构出同心环状式的庙宇信仰圈。总体来看,阎景村宗教信仰表现出如下三种文化特征。

信仰对象的多样性。在“乡村中国”,人们信奉的不是一神教,而是多神并存的民间宗教,崇拜对象涉及万事万物。阎景村民间神祇大体可分为四种类型,即圣贤型,如老爷庙中的关羽;自然型,如土地爷;释道型,如送子娘娘庙中的观音菩萨;神话型,如财神爷。^[14] 祭祀对象多且杂,它们无一例外地渗透在阎景村民的日常生活中。同时,阎景村各庙之神往往不止一位,除主祀神外,还有其他配祀神。例如结义庙内供奉刘备、关羽、张飞;老爷庙内供奉关羽、周仓和关平;前庙内供奉观音菩萨、普贤菩萨、文殊菩萨。在阎景村民心中,各路神灵并非泾渭分明,亦无须区分。

祭祀对象的多功能性。明清时期,阎景村商贸往来频繁,是重要的商品集散地,老爷庙中的关羽主要作为武财神受到崇拜。随着历史的变迁,关羽成为无所不能的全能神,通过祭祀关帝,商人希冀生意兴隆、财源滚滚;农人祈祷风调雨顺、粮食丰收;学子盼望学业顺利、考取功名。于是,关公的神格威力被无限延伸,包括祛病、去灾、除祟、求子、求福禄等。我们可将阎景村关公信仰功能的变化视为一个复杂互动的、长期的历史过程的“缩影”,它反映了多重迭合的动态社会心理的“时间历程”。^[15] 前庙内供奉的观音菩萨也是村民心中的全能神,人们可以向其祈求任何愿望。

主祀神功能的集中性。同一个神灵可同时被供奉在不同庙内,或变为主祀神,或凸显某一神职功能。明清时期,结义庙内的关帝只是作为刘备的配祀神受到祭拜,“民国”年间成为老爷庙中的主祀之神,地位上升。前庙里的全能神观音菩萨被供奉于送子娘娘庙之后,就变为专管人间生育的“子孙娘娘”,神职功能单一化了。可见,民间信仰体系并不是固定不变的,它受民众观念的支配不断变化,一直生生不息地发展着。

阎景村信仰对象多样,多神共存,这些无所不能的神祇发挥了重要作用。

首先,神灵祭祀活动强化了村落成员的地域认同感与凝聚力。村落是村民世代相守的家园,人们将村落的兴衰与否归结为有无神灵的保佑。村民通过祭祀仪式表达自身对神灵的依赖与敬仰,这种行为加强了村落成员间的凝聚力。结义庙是阎景村最大的庙宇,每年正月初一、十五,尤其是关帝生日四月初八,村里都会举行盛大的祭祀活动。村民在庙前敲锣打鼓、鸣鞭燃炮、焚香祷告,以此祈求关帝的护佑。^② 这一全民性的狂欢盛典把村内全体村民调动起来,“一反平日

① 被访谈人:宁保元,男,78岁,阎景村村民;访谈人:段友文、王禾奕;访谈时间:2011年7月;访谈地点:阎景村结义庙前。

② 被访谈人:宁保元,男,78岁,阎景村村民;访谈人:段友文、王禾奕;访谈时间:2011年7月;访谈地点:阎景村结义庙前。

那种循规蹈矩、按部就班的生活节奏”。阎景村群体祭祀活动中热烈的气氛造成了村民集体情绪的高涨,十分有利于强化村民的凝聚和认同。人们在参与中享受着村落一分子的权利,在轰鸣的鼓乐爆竹声中,在欢乐的喝彩声中,村民之间有可能形成的积怨消失殆尽,各种人际关系得到调和,村落成员间的认同感加强。^[16]

其次,神灵权威使世俗权利合法化。庙宇是村落信仰心理场的核心,神灵是“相对于宗族内部有限的自卫权利和血缘权利的普遍权利代言人”,是“社会整合性的象征以及合法的载体”。^[17]神灵既是村民求助的对象,又是代表着村落正义、平等的超自然权威。因此,村落常常将村公所设在庙宇之内,商议村中大事、制定乡规民约。如《合村公议建立集村碑记》载“一禁开场窝赌窝藏匪类,犯者送官;一禁牧放骡马牛羊……”;^①再如《民约碑》所述“偷盗田禾送官处究;偷盗苜蓿罚银一两……”^②这是以碑刻形式呈现的民间法,前者属于禁止型规范;后者属于处罚性规范。“民间法”具有内控性,依靠人们对该规则的普遍认同心理和自觉自愿的遵守,以达到村落秩序的稳定和利益分配的相对均衡性,避免了日常生活的无序状态和利益纠纷。^[18]村落内部统治机构常常将民间法刻于碑上,并保存在庙宇中,增加“法”的神圣性,以使世俗权利合法化。世俗权力主体借助村落神灵的力量,获取了村民对其权力与举措的认可。

总体来看,阎景村多神共存的宗教信仰加强了村落内部整合,这正是阎景村能繁荣至今的重要原因之一。与此同时,阎景村与周边村落也以民间信仰为纽带打破了相互隔绝的状态,强化了族际关系。结义庙祭祀活动,组织者往往要到外村去借人;阎景村各庙宇神祇不仅受到本村居民的祭拜,还吸引了邻近各村村民,他们虔诚供奉以求得到神灵庇佑。阎景村以结义庙为核心的宗教信仰圈在不断扩大,形成了复杂广阔的超村落社会空间和文化网络。

(三) 风趣幽默的笑话艺术

万荣笑话是万荣县土生土长的口传文学,由旧时荣河“七十二争”转化而来,具有固定的口头讲述模式。它通过辛辣的讽刺或机趣的调侃,一针见血地揭示生活中存在着的各种矛盾现象,画龙点睛地显示出民众的智慧和才干。万荣笑话已于2008年批准为第二批国家级非物质文化遗产。阎景村传统“万荣笑话”数量众多,特色鲜明,大致可分为三种:

一是嘲讽笑话,代表了民众自发性的匿名舆论,是一种民众性的社会评价,触及当下人们最为关切的话题。^[19]代表作品是阎景村民讲述的《我回去给你重数》。^③

二是幽默笑话,多揭示生活中的不良风习,它运用智慧、聪明与种种搞笑的技巧,使人听了发笑、惊异或啼笑皆非,受到教育。阎景村民宁保元讲述的《跟出租车跑》就是典型的幽默笑话。^④

三是诙谐笑话,讲述语言滑稽,寻求开心,以“不正经”的态度调侃表面正常的社会现象。阎景村里众人皆知的《名片》体现着强烈的诙谐之趣。^⑤

关于李子用逝世的笑话也让人在笑过之余体会到“善文化”在阎景村当地的影响力。^⑥从传承方式看,阎景村的笑话传承属于村落型,即由村落熟人传承民间文学,以长辈向晚辈讲述为主,同辈之间彼此讲述为辅。阎景人天性诙谐,无论多么严肃的话题都能化为幽默的表达方式。阎景村流传的“万荣笑话”是民间的诙谐艺术,村民一直在利用诙谐形象去表达自己深刻的批判态度和美好的愿望,体现出一种特别的最为深刻的非官方严肃性。^[20]

此外,阎景村还有一些标志性的传统文化资源,如体现河东人豪迈气概的鼓乐表演、池塘、古井、古树等公共文化设施,以及民俗活动的展演空间——文化广场等。阎景村丰富的传统文化资源不仅蕴含着深厚的历史人文价值,还具有一定的经济开发潜能,它们是形成创意产业的文化资本。在这

① 道光二十二年(1842),《合村公议建立集村碑记》,高142cm,宽62cm,位于结义庙内西墙。

② 嘉庆九年(1804),《民约碑》,高142cm,宽62cm,位于结义庙内西墙。

③ 笑话内容为“介绍人给张二婶女娃说了个婆家,说是家里有钱有权,他爸是公社武部长。张二婶说:甭提他爸,咱知道,那是个二齿。咱是想知道他娃咋样,你改天引来问问再说。第二天,介绍人引来武部长的娃,张二婶问‘这娃,你弟兄几个?’武部长的娃扳着手指头,数了好一会儿,突然抬头问‘算我爸吗?武部长!’张二婶往下问‘你家共有几口人?’他想了想问‘算那头大黄牛吗?犏牛!’张二婶又问了一句‘你知道牛有几条腿?’他说‘我数过,它尾巴抡抡,高低数不清。’张二婶叹了口气‘好啦,你回去吧。’他见张二婶对他不中意,出门又返回来说‘二婶,你甭生气。回去叫我妈把牛尾巴拽住,我给你重数一下。’”被访谈人:张菊仙,女,61岁,阎景村村民;访谈人:段友文、王禾奕;访谈时间:2011年7月;访谈地点:阎景村白衣庙前。

④ 《跟出租车跑》讲述的是:闷娃从城里回家没赶上公交车,他就一直跟着公交车跑回家。一进门,闷娃就和媳妇说“我跟公交车跑了一路,省了一块钱。”他媳妇立刻说“你个憨熊,跟出租车跑不是省得更多?”被访谈人:宁保元,男,78岁,阎景村村民;访谈人:段友文、王禾奕;访谈时间:2011年7月;访谈地点:阎景村宁保元家中。

⑤ “据说万荣有个国营水泥厂,厂长的名片上赫然印着:中共中央国务院,山西省委万荣县,地方国营水泥厂,党委书记兼厂长,王二蛋。电话:13888888888。”被访谈人:宁保元;访谈人:段友文、王禾奕;访谈时间:2011年7月;访谈地点:阎景村宁保元家中。

⑥ “李善人”家最后一位代表人物李子用病逝于1965年,后来当地人开玩笑说“善有善报,老天怕他在‘文化大革命’中遭劫难,提早把他收回去了。”

片民间文化资源异常丰富的土壤上,文化创意产业之花开始绽放——矗立在阎景村内的李家大院景区和中国万荣笑话博览园就是明证。

二 政策聚焦型模式下的文化创意产业发展现状

抗日战争期间,李氏族人逃往西北各处,李家大院受到冷落。随后驻军司令部占据李家大院,这使其免遭战火,建筑群落保存完好。新中国成立后,李家大院成为中学校舍所在地,重要家族遗迹在“文化大革命”中未被破坏。从1977年到2006年,李家大院以“运城师范阎景分校”之名对外招生。时过境迁,物是人非,辉煌的晋商宅院只留下固态的建筑“空壳”。但每一个传承至今的古村镇都有自己独特的历史传承和文化特色,一直以来,李氏家族“慈善世家”的美名在当地广为流传。为了挖掘李氏家族丧失的“文化拟子”^①,保留“活态的历史文脉”,运城市委市政府决定开发李家大院。2006年,运城煤运分公司成立李家大院景区旅游开发有限公司,创办了文化创意产业——李家大院旅游区。2008年,时任山西省常委、宣传部长的高建民指出,要把万荣笑话作为文化品牌来打造,形成笑话产业园。于是,依托阎景村丰富的笑话资源和李氏家族的文化影响力,运城市委在李家大院对面建造了中国万荣笑话博览园。

胡晓鹏根据“形成因素”(地区内内生、地区内外生、地区外嵌入)和“产业宽度”(专业化、多样化)两个基本尺度将文化创意产业发展模式组合为六种类型,即:特殊资源型发展模式、自然演进型发展模式、政策聚焦型发展模式、功能定位型发展模式、市场选择型发展模式和环境主导型发展模式。^②从阎景村文化创意产业的开发原因看,李家大院景区和万荣笑话博览园属于政策聚焦型发展模式(地区内外生+专业化=政策聚焦型发展模式)。政府的政策是文化创意产业开发的地区内外生力量。地方政府将管辖范围内的旅游景点、资源性资产开发出来后,通过出让经营权的方式,吸引外来投资商参与古镇建设。^③政府还会制定各类规划、产业促进政策和财政金融政策以促进创意产业发展。例如运城市政府定期投入资金以确保产业运行顺利,市领导每三个月检验施工进度。项目营造结束后,为方便游客参观游览,政府还出资修建通往景区的景观大道。可以说,政府政策对阎景村创意产业发展起着直接作用。“专业化”指创意产业的主打文化品牌。^④“中西合璧”与“善文化”是李家大院的灵魂,是它区别于其他晋商大院的文化特色,具有明显的专业

化特征。万荣笑话园又着力打造“笑”文化品牌,专业化程度也较高。政策聚焦型发展模式往往与经济发展水平不是很高,规模相对狭小的区域联系在一起,阎景村创意产业的开发模式符合当地实际经济情况。

阎景村文化创意产业开发既有优势也存在着缺陷,其优势有二:一是创意产品类型多样;二是以“图像化”为创意点。但片面的经济利益追求造成了文化创意产业与村落传统文化资源分离的缺陷,村落内部许多有特色的资源未纳入创意产业开发之中。

(一) 特色产品开发与传说故事图像化:阎景村创意产业的优势

在市县政府的有力支持下,阎景村文化创意产业开发结出了丰厚的果实,形成了一定的产业优势。多样的创意产品类型促进了当地的经济发展,为开发者带来了显著的经济收益。“图像化”的创意设计将民众口头讲述的传说故事以实物形态展示出来,扩大了本土传统文化资源的影响力。

《文化及相关产业分类》将文化创意产业分为9个大类,即新闻服务、出版发行和版权服务、广播、电视、电影服务、文化艺术服务、网络文化服务、文化休闲娱乐服务、其他文化服务、文化用品、设备及相关文化产品的生产、文化用品、设备及相关文化产品的销售。^[22]阎景村文化创意产品几乎对上述所有类别均有涉及,类型多样。李家大院景区中,属于文化艺术服务类的参观型民俗博物馆是创意产业开发的主体,它把相对集中的李家宅院“冻结”为整体,迁出其中的原住居民,向游人展示空壳的历史景观和人文资源。^[21]博物馆主要展现李氏家族的宗族文化,开发者专设两个展馆介绍“商业贸易”与“慈善义举”,利用原有古建筑表现家族的“中西合璧”和“商读传家”。为提升李氏家族的知名度,开发公司出版发行了《慈善世家——李家大院》文化丛书,这套书详细介绍了李氏一族的历史变迁和兴衰荣辱,是了解其宗族文化的重要素材。2012年,景区管理中心还投资拍摄了电视剧《李家大院》,该剧讲述了李子用勤勉治家、实业救国、慈善济民的传奇人生。此外,景区还开发出窑洞式宾馆、艺术纪念品等相关文化产品。这些多元的创意产品从不同侧面再现了李氏家族的辉煌历史,为当地带来了高额度的经济利润。李家大院对面的万荣笑话博览园由欢乐广场、笑话王国和笑话产业园三部分组成。笑话王国包括笑话迷宫、笑星屋、幻影笑话剧场等,是体验享受“笑”文化的娱乐场所。笑话产业园还向游客展出扑克、图书、挂历、手帕、影像磁带等产业纪念

① 朱沁夫在《人文资源:生命周期状态表达与价值表现》一文中认为,文化拟子构成人文资源的特定价值。依此说法,李氏家族内部蕴藏的诸文化拟子构成了大院文化的独特价值。

② 关于这6种模式的具体分析可参见胡晓鹏《文化创意产业的地区发展模式研究》,《中国地质大学学报》(社会科学版),2010年第1期。

③ 在胡晓鹏的论述中,“专业化”本是针对创意产业类型多样化提出的,有的地区在发展文化创意产业时有若干个关联行业都具有相对明显的优势,这样的文化产业具有多样化特征;有的则专业化程度较高,某类产业具有明显优势,其他类相对较弱。本文所指的“专业化”与“多样化”只是借用了概念术语,内涵另作说明。

品。多样的产品类型使阎景村的文化创意产业吸引了游客的注意力。

传说故事的“图像化”是阎景村文化创意产业的重要表现方式。李家大院“慈善文化”展厅内,李家善事善举以场景塑像或图像的形式呈现出来,如《梁上君子受感化》,创意者用简笔画的图像形式表现文本内容,引导人们展开无限遐思,使参观者加深对“善”的认同感。^①雕塑群《赈灾舍饭》使用9个不同形态的塑像讲述家族成员灾荒年间救济贫民的动人故事。设计者通过现场感的营造拉近与参观者的心理距离,加强了游览者对本土民俗文化的认同,有利于“善文化”的传承。万荣笑话博览园中的图像形式主要有三种:平面漫画、立体雕塑和剪纸艺术。笑话迷宫中,创意者将幽默逗趣的笑话故事转化为滑稽的漫画形象,内容一目了然,富有乡土气息;塑像开心园摆放着十组以夸张手段雕塑的经典万荣笑话,做工精妙,人物憨态可掬,生动逼真;剪纸智慧园采用民间剪纸的形式讲述笑话故事,红色的平面透雕营造了欢快、喜庆的气氛,反映了万荣人的睿智与灵巧。

古人云“立象以尽意”,^[23]图像表达非常符合人类的思维模式和心理需要,它兼具表形和达意,既能给人以视觉享受,又能调动激发人的想象。从叙事角度看,传说故事图像化是一种创意的叙事类型,承载着阎景村大量的传统文化元素,通过对主题内容的突出和色彩、线条等表现方式的差异达到叙事目的,和参观者进行精神的交流。“图像化”的积极作用表现在以下两方面:

一方面它将口传或书面文本转化为具体可感的视觉艺术。在审美意识的作用下,创意者将模糊的故事情节转化为可感的造型艺术,为接受者创造了一个详细了解传说故事、咀嚼作品韵味的空间环境。在这个空间里,游客全身心沉浸在艺术情景之中,与角色化为一体,并暗中进行审美判断和道德评价,实现主客的契合沟通。^[24]

另一方面是使传说故事的功能得到扩展。传说故事承载着民众的集体记忆和历史情感,“图像化”的创意形式既满足了游客追寻历史的文化“寻根”心理,又具备较大的经济开发潜能。在“图像化”的创意下,作为一种可再生、可增值的文化资源,传说故事的功能得到拓展。

(二) 古村镇的边缘化:阎景村创意产业的缺陷^②

当阎景村创意产业开发进行得如火如荼之时,古村落及生活于其中的村民却被渐渐边缘化。游客们只知李家大院和笑话园,而不关注与之相邻的阎景村。这种“边缘化”表现为三方面:即居住空间的边缘化、地域文化的边缘化和村民就业的边缘化。

居住空间的边缘化。阎景村本是一个独立完整的文化展演场所,李家大院是村落的重要组成部分,但景区的设立将统一的村落一分为二,村民居住空间被阻隔于景区之外,人为地割裂了阎景村整体文化景观。村民居住空间被隔离,致使游客难以从博物馆式的静态文物展示中看到古村落真实的生活场景。例如李家大院景区慈善展厅中的不少故事原发生在阎景村中,村里的泊池、古井等公共文化设施都是李氏家族善文化的直接体现,但它们却被搁置在创意产业之外,人们不能亲身感受到古村落活生生的独特文化。古村落是物质文化遗产和非物质文化遗产的综合体,它们水乳交融,相互依存。如果没有非物质文化遗产的较好活态传承,物质文化遗产的价值将会大打折扣或变得索然寡味;非物质文化遗产如果不以实物为载体,不久便可能会被遗忘乃至消失。

地域文化的边缘化。在创意产业开发过程中,由于片面追求经济效益,阎景村本土民俗文化遭受冷落并逐步失去传统特色。首先是李家大院景区李氏家族祭祀仪式的终止。李氏家族的宗祠祭祀仪式因抗日战争爆发而停止,直到现在都未恢复。据阎景村李氏家族后裔李大震介绍,他从不到祠堂进行家族祭拜。为了打造科学合理的文化创意产业,李家大院景区只努力向外界展示“值得肯定的”传统民俗文化,而回避宗族祭祀等民间俗信。这恰恰损坏了宗族文化的完整性,李氏宗祠丧失了其原有功能。其次是万荣笑话园中缺乏具有地域文化色彩的笑话艺术。走进笑话园,我们见到的多是知名度较高的万荣笑话,阎景村里许多生动有趣的笑话故事未能进入产业园区。例如阎景村人皆熟知的李子用逝世笑话,以当地文化名人作为主要笑话素材,极富地方色彩,但却被搁置在笑话园产业开发之外,阎景村本土笑话与创意产业形成文化脱节。笑话园离开了它所依托的古村落生活环境,像文物一样被束之高阁。

村民就业的边缘化。阎景村村民参与创意产业就业的比例较低,李家大院景区管理中心的员工主要来自运城煤运分公司或是招聘的大学毕业生,清洁工、景区保安和宾馆服务人员等临时工种则从阎景村内部招聘,月收入较低,只能维持家庭日常开销,村民被排斥在公司核心管理部门之外。这样的问题同样存在于万荣笑话园中。从“表演视角”看,笑话是一种展演性的民间艺术,讲述者是表演的核心,然而笑话园只是以静态漫画、塑像等创意产业形式将笑话呈现出来,忽视了笑话讲述者。阎景村内擅长讲笑话者不乏其人,年龄基本在60岁以上。宁保元老人,平时就爱好讲笑话,他的笑话以有趣逗乐为主要特征,讲述时声情并茂,并配以动作手势,受到村民的喜爱。^③宁保元是村内的笑话故事传承

① 《梁上君子受感化》讲的是:有一年两个小偷到李家偷东西,刚到房顶被李道升发现,李说“房上人请下来,夜深危险,如果摔伤,家中父母谁来奉养?等我给你们搬梯子。”小偷听后追悔莫及,从此改邪归正。

② 关于“边缘化”的理论内涵参见段塔丽《西部欠发达地区农村女性在家庭资源分配中被“边缘化”问题探讨》,《陕西师范大学学报》(哲学社会科学版)2008年第1期,122-128页。

③ 被访谈人:宁保元,男,78岁,阎景村村民;访谈人:段友文、王禾奕;访谈时间:2011年7月;访谈地点:阎景村宁保元家中。

人,然而万荣笑话园并未将如此典型的民间故事讲述者整合进创意产业开发当中,游客只能“看到”笑话,不能亲听笑话。总而言之,村民产业就业层次和收入水平普遍较低,参与程度远远不够,无法成为村落创意产业发展的推动力量。

从创意产业评估看,丰富的传统文化资源和新颖的创意形式使阎景村创意产业具有一定的内生竞争力,这是创意产业发展的原动力。同时,园区内较为先进的基础设施以及当地政府投入的财政补助为文化创意产业发展创造了优越的外部环境条件。较强的内在竞争力和宽松的外部环境条件构成了文化创意产业发展的良好基础现状。但如果缺乏后续发展能力,文化创意产业即使拥有良好发展现状,也会缺乏总体竞争力,因此,发展潜力也是创意产业评估的重要因素,它体现的是产业未来发展空间。李家大院景区和笑话园紧临阎景村,随着乡村旅游的兴起,越来越多的游客走进乡村,品赏珍贵的传统文化资源,这为创意带来了潜在的经济收益,阎景村文化创意产业有较大的发展潜力。

总之,阎景村文化创意产业取得了明显的经济和社会效益,但那些具有地方特色的传统文化资源并未整合进来,古村落被边缘化了。古村落是独特的文化空间,应该坚持整体性保护原则,完整地施以开发,不能是片面、分割、单一的。

表1 古村镇传统文化资源与创意产业融合现状评估^②

一级指标	二级指标	指标现状	标准得分	实际得分
资源品相	创意环境	依山傍水、交通要冲	100	100
	创意产品传统文化特色	宗族文化、笑话艺术	100	100
资源效用	创意产业回头客比例	较低	100	50
	创意产业中文化资源的知名度	较高	100	80
资源价值	古村镇居民是否参与到创意产业经营与管理	村民就业的边缘化	160	80
传承能力	创意产业中传统资源的传承状况	缺乏活态传承人	80	40
		产业与资源的隔离	80	40
发展预期	创意产业的经济效益	较高	80	60

从表中可知,传统文化资源与创意产业融合评估可从资源品相、资源效用、资源价值、传承能力、发展预期5个方面来评判,满分为800分。融合状况分为五个等级,即:A级,不低于640分;B级,不低于560分;C级,不低于480分;D级,不低于400分;E级,400分以下。分值越高,表明二者的融合情况越好,越是达到了“深度融合”。阎景村“融合”评估得分为550分,属于C级,这说明该村的文化资源与创意产业的融合效果不佳,还未形成“深度融合”,从前文的个案

古村落的产业开发还应是活态的、行为的和生命的,不能成为仅供他人观赏的、为他人演示的作秀形式。因此,我们需要寻求一条能够推动文化与旅游及相关产业深度融合的古村落可持续发展之路。

三 古村落传统文化资源与创意产业的融合机制

(一) 融合的类型与评估

从传统文化资源和创意产业的融合程度来看,可将其分为完全融合、部分融合、虚假融合三种类型。^①完全融合指创意产业将传统文化资源充分纳入开发规划中,物尽其用,这种融合可称为“深度融合”,是理想的融合形式。部分融合指创意产业只开发了部分传统文化资源,还不能达到深度融合的形态标准,这是最为普遍的现象。虚假融合,虽然出现了二者融合的创意产品,但真正的深度融合并未出现,是一种以固态产业形式出现的表层融合。目前,多数古村落的文化创意产业属于部分融合,投资者仅将那些名气大的传统文化资源作为产业开发对象,以期增加经济收益,却忽视了其他珍贵的村落文化资源。

那么如何判定创意产业与传统文化资源的融合程度,这就需要建立“融合”的评估体系,我们仍以阎景村为例。

分析来看,这一分值是符合实际情况的。因此,上述评估体系普遍适用于多数类似的古村镇。

(二) 供给与需求:融合的动力系统^③

从目前来看,很多原因造成古村镇传统文化资源与创意产业未能达到“深度融合”的理想状态。我们将借用经济学领域中的“供给与需求”理论来做具体分析。供给系统产生的推力、需求系统产生的拉力和作为支持力系统的外部环境三股力量共同构成了“融合”的动力系统。三者相互作用,

① 马健《产业融合识别的理论探讨》,《社会科学辑刊》2005年第3期。本文所使用的融合类型的三个概念均是借鉴产业融合的类型划分,但是从本文探讨的角度出发做新的理论阐释。

② 此表是作者根据申维辰主编《文化资源评估与文化产业评价研究》(山西教育出版社,2004年版)一书中提出的文化资源评估、旅游资源评估和文化产业评估体系综合之后创作出来的。

③ 供给与需求理论本属经济学领域,文化创意产业是一种经济发展形态,笔者借鉴这一理论分析产业与文化资源融合的动力系统。

影响着文化资源与创意产业的融合程度。

推力系统包括创意产业经营管理公司、文化创意团队和民众的文化资源观。经营管理公司只关注产业的经济收益,忽视了它所依托的村落文化空间。阎景村李家大院景区虽然以“慈善世家”为产业主打品牌,但古村落中与之有关的物质文化景观被排斥在外。文化创意团队则是二者能否深度融合的决定性力量。传统文化资源与产业的融合发展需要一批有创意的高级复合型人才,培养创意人才,文化是基础,没有文化基础,创意人才做出的产品会过于技术化,缺少文化内涵;富有文化内涵的创意人才,能够充分挖掘出传统资源的人文底蕴,将文化气息融入创意产品当中。^[25]万荣笑话园的创意开发团队为产业园区创作出了形式新颖的创意产品,如富含特色的“笑话大门”,但这些创意人才大多是学习建筑工程、美术设计专业的,没有充分认识到传统文化资源的重要性,于是古村落中世代传承的“李子用笑话”被置放于创意产业之外了。此外,民众的文化资源观也是重要的影响因素。对传统文化资源的忽视成为普遍的社会现象,随着科技的进步,阎景村昔日发挥重要作用的泊池被闲置,渐渐被人们淡忘;村中年轻人外出打工,又有谁还会记得那留在讲述者口中的地方笑话?传统文化的消失是社会发展的趋势之一,这已经成为不容否定的真实存在。可以说,推力系统的三方作用是传统文化资源与创意产业能否深度融合的主观因素。

拉力系统是拉动传统文化资源与创意产业融合的客观因素,主要表现为市场需求。文化创意产业是具有根本性经济特征的产业,它的发展趋向理应受到市场需求的影响。“村里那些老建筑好是好,可看上去没意思。”“小时候很喜欢听爷爷奶奶讲故事,大了就没耐心了,而且也听不懂村里人讲话,倒不如直接看买来的介绍性书籍。”这是游客的内心呼声。^①可见,传统文化没新意,应当以更加便捷的方式传播传统文化成为当前的市场需求,产业管理部门为迎合消费者的文化口味也不得不转变经营策略。市场需求受游客的文化偏好支配,资源与产业的融合程度受到文化偏好的左右,把握好拉力系统和游客文化偏好之间的平衡是创意产业成功的关键。^[26]由此,传统文化资源与创意产业能否达到深度融合也应该以市场需求为度量衡。

传统文化资源与创意产业的融合还离不开整个社会的外部大环境,它主要包括政治、经济、文化以及科学技术的发展。同时,古村落良好的社会氛围也促使传统文化资源与创意产业更易形成深度融合。综上所述,供给系统、需求系统和支持力系统共同作用于文化资源与创意产业的融合程度,形成了一个三角形的动力系统机制。

(三) 静态与动态:古村镇传统文化资源与创意产业的良性互动

传统文化资源与创意产业的疏离是当下众多古村镇保护与开发存在的问题之一。基于阎景村创意产业开发的个案探讨,我们总结出三种古村镇传统文化资源与创意产业的良性互动模式,以期使二者最终达到深度融合。

1. 空间延伸型融合模式

传统古村落拥有优越的创意产业开发环境,是和谐的人聚空间,因此在古村落中发展文化创意产业就不能机械地将产业园区限定在某个特定的地域范围之内,忽略其所依托的人居生态环境,应该扩展文化空间,将创意产业置放在村落整体空间背景之中,这样,创意产业就从传统的静态人造式博物馆转变为动态的生态型博物馆,为参观者提供了更为广阔的历史文化情境,使之散发着民俗文化的魅力。^[27]意大利乡村创意产业建设就是这样,以生态型博物馆为主,将村落自然环境和文化遗产一体化地、整体互动地展示给外来参观者。乡村内建有室内博物馆,展示着其他富有特色的创意产品,但只是作为生态博物馆的一个组成部分。^[28]李家大院景区可以借鉴这种方法,设计合理的旅游路线,拓展游览空间,打开西门,让游客在参观完李家大院之后直达阎景村,更真切地了解李氏宗族文化。

2. 资源重组型融合模式

这种融合方式主要是将原有创意产业的价值链解散,保留原有产业价值链的核心增值环节,融入其他文化资源,重新整合为一条新的价值链,构筑出新型融合型产业,推进创意产业的升级换代。^[26]阎景村保留着不少活态的、富含本土特色的传统文化资源,它们也应该是创意产业开发的一个组成部分。村内前庙、结义庙、关庙、送子娘娘庙等庙宇至今仍是村民举行祭祀祈福活动的核心场所,游客可以参与其中,走进村民的精神世界,在欣赏参观李家大院景区的同时也能够体验到当地特有的生活习俗。新中国成立以前,宗祠祭祀一直就是李氏家族特有的文化传统,倘若能恢复家族祭祀,让散居在各处的李氏后人回乡祭祖,这对扩大阎景村的社会影响力有重要作用。在景区宾馆的餐桌上,摆放一壶浓香四溢的阎景大叶清茶,它也许并不名贵,却能够让游人身临其境地领略阎景村的日常生活图景。开发者还可将村内善于讲笑话的表演者整合进创意产业中,让游客切身感受创意,不再是创意的旁观者。

3. 环境渗透型融合模式

古村镇传统文化资源与创意产业的深度融合应当是一个赋予原有文化物种生命力和发展动力的有层次的互动过程,古村落人居环境与产业创意环境彼此渗透,最终形成一个稳定和谐的良性发展文化生态场域。^[29]因此,开发者不能将创意产业置放在阎景村整体环境之外,应该从文化生态的整体保护视角出发把二者融合起来,构建一个古村落自然环

① 被访谈人:LYH,男,23岁,某高校大学生;访谈人:段友文,王禾奕;访谈时间:2011年7月;访谈地点:阎景村李家大院景区内。

境、历史文化、人力资源与创意产业和谐共存的有机文化生态系统。^[30]桂林市著名的文化创意产业品牌《印象·刘三姐》即是如此,它把“甲天下”的桂林漓江山水和关于“刘三姐”的民间文化进行巧妙嫁接和有机的融合,让自然风光与人文精神交相辉映。作品以渔家生活为素材,以桂林漓江山水实景为舞台和背景,以当地青年为演员主体,把传统民歌、民间故事、民族风情与现代创意形式的恢宏气势、独特效果结合起来,开创了中国山水实景演出的全新模式。这一创意产业再现了浓郁的桂林民族风情。^[3] 阎景村文化创意产业可以效仿桂林市,朝着多层次环境渗透型融合模式发展,这是最理想的资源与产业融合形式,但它不是一蹴而就的,需要内部动力系统多方面的努力。

古村镇传统文化资源与创意产业互动的三种模式均体现着由静转动的融合特点,三者之间是递进的关系,融合的深度和广度在不断加强。从开发的角度考虑,空间延伸型互动模式是最容易的,阻碍小、时间短,但需要政府的政策支持;环境渗透型模式是最难开发的,既需要开发者与政府的合作联盟,也必须引进既懂创意设计又能深入领会村落文化意蕴的高素质创意人才。

四 结语

在文化创意产业兴起的时代背景下,不少古村落将村中珍贵的传统文化资源作为产业开发的文化资本,但由于缺乏正确的认识,古村落传统文化资源的优势没有得到充分发挥,古村落的创意产业开发陷入困境。于是,根据我国古村落发展的现状和存在的问题,顺应古村落开发逐步升温的势头,笔者打破了常规视角,从创意产业的角度分析了古村落这一特殊文化空间中的资源构成及其独特的文化价值,以期使古村落传统文化重新焕发光彩。通过对万荣县阎景村进行深入调查、研究和分析,本文得出古村落文化创意产业发展的一系列相关结论:文化创意产业开发是古村落保护与发展的有效方式之一,有利于古村落“减贫”,增加经济收入。然而过度的商业化让古村镇失去其本来的韵味,古村镇被隔离在创意产业开发之外。古村镇传统文化资源与创意产业的融合不能是单一静态的,只有将二者全面互动地“深度融合”,才能走出一条古村镇可持续发展之路。

参考文献:

- [1]金元浦.文化创意产业概论[M].北京:高等教育出版社,2010:30.
- [2]徐仲伟,周兴茂,谈 娅.关于文化创意产业的几个基本理论问题[J].重庆邮电大学学报:社会科学版,2007(6):60-66.
- [3]黄永林.论民间文化资源与发展文化产业的主要关系[J].华中师范大学学报:人文社会科学版,2008(2):76-80.
- [4]刘沛林.古村落:和谐的人聚空间[M].上海:上海三联书店,1998:98-100.
- [5]张刚忍,李 军.李氏创建祠堂记[M]//慈善世家——李家大院.太原:山西人民出版社,2008:71.
- [6]张刚忍.话说李氏宗祠[Z].李家大院内部资料,2008:19.
- [7]张刚忍,李 军.山西省议会议员清奉直大夫蓝翎盐提举衔河南候补分府省吾李公墓志铭[M]//慈善世家——李家大院.太原:山西人民出版社,2008.
- [8]张刚忍,李 军.万泉李选堂先生墓志铭[M]//慈善世家——李家大院.太原:山西人民出版社,2008:127.
- [9]张刚忍,李 军.哀启[M]//慈善世家——李家大院.太原:山西人民出版社,2008:103.
- [10][明]胡 广,等.性理大全:卷四·西铭[M].济南:山东友谊书社,1989:4-5.
- [11]何燊修,冯文瑞.万泉县志:卷四“人物志”[M].“民国”六年(1917).中国台北:成文出版社,1976:359.
- [12]李子用.李子用入民革的亲笔申请书[M]//张刚忍,李 军.慈善世家——李家大院.太原:山西人民出版社,2008:45.
- [13]刘余莉.儒家伦理学——规则与美德的统一[M].北京:中国社会科学出版社,2011:64.
- [14]潘朝阳.台湾民俗宗教分布的意义[J].(中国台湾)地理研究,1986(12):143-178.
- [15]陈春声.信仰空间与社区历史的演变——以樟林的神庙系统为例[J].清史研究,1999(2):1-13.
- [16]赵世瑜.中国传统庙会中的狂欢精神[J].中国社会科学,1996(1):183-196.
- [17][德]格奥尔格·西美尔.宗教社会学[M].上海:上海人民出版社,2003:24-25.
- [18]李育全,马 雁.乡土社会中民间法的审视[M]//民间法:第四卷.济南:山东人民出版社,2005:360.
- [19]万建中.民间文学引论[M].北京:北京大学出版社,2006:195.
- [20][俄]巴赫金(Bakhtin).弗朗索瓦·拉伯雷的创作与中世纪和文艺复兴时期的民间文化[M].莫斯科:文艺出版社,1990:114.
- [21]孙明泉.古村镇历史文化资源的再生营造与体验化开发[J].西北大学学报:哲学社会科学版,2009(5):60-65.
- [22]金元浦.文化创意产业概论[M].北京:高等教育出版社,2010:89-93.
- [23]徐子宏.周易全译[M].贵阳:贵州人民出版社,1993:369.
- [24]钱谷融,鲁枢元.文学心理学[M].上海:华东师范大学出版社,2003:373.
- [25]李洋洋.我国文化创意产业与旅游业融合模式研究[D].北京第二外国语学院硕士学位论文,2010.

- [26]牛宏宝. 文化资本与文化(创意)产业[J]. 中国人民大学学报 2010(1): 145-153.
- [27]单霁翔. 论生态博物馆的原生态环境保护: 下[J]. 中国名城 2011(4): 4-11.
- [28]单霁翔. 论生态博物馆的原生态环境保护: 上[J]. 中国名城 2011(3): 4-10.
- [29]罗昌勤. 文化生态学视角下探析民族地区文化产业的生态缺失及对策[J]. 经济与社会发展 2011(10): 121-125.
- [30]司马云杰. 文化社会学[M]. 太原: 山西教育出版社, 2007: 121.

On the In - depth Integration of Traditional Cultural Resources of Ancient Villages and Creative Industries:

In the Case of Yan Jing Village of Wanrong County in Shanxi Province

DUAN You - wen ,WANG He - yi

(School of Chinese Language and Literature ,Shanxi University ,Taiyuan 030006 ,China)

Abstract: Cultural creative industries is a new industries which emerged in Britain in 1990s and its combination with the traditional cultural resources has become a trend. The village is the important space in which traditional cultural resources can be inherited ,and the development of cultural and creative industries is one of the effective ways to protect and develop the ancient village. But in practice ,the government and the local and indigenous people only pay attention to the economic benefits of industrial development ,ignoring the humanistic value of traditional cultural resources ,which results in the segregation and fragmentation of traditional creative industries and cultural resources. Taking Yan Jing Village of Wanrong County in Shanxi Province for example ,this paper analyzes the advantages and shortcomings of the development of local creative industries by excavating and sorting out of traditional cultural resources with distinctive feature in the village ,thus to put forward the preserving mode of the in - depth integration of traditional cultural resources and creative industries.

Key words: ancient village; traditional cultural resources; cultural creative industries; in - depth integration

(责任编辑 魏晓虹)