

# 西部地区新农村公共文化服务的创新思路和创新举措

王公尚 车凯龙

(西北大学图书馆 陕西 西安 710069)

【内容摘要】新农村公共文化建设在社会主义新农村建设中的地位与作用日益显现。西部地区农村由于受思想观念等多种条件限制,公共文化服务建设落后于经济、政治和城市的建设。基于此,笔者通过对西部地区农村公共文化服务现状和新农村建设过程中对公共文化需求的分析,探索适合西部地区公共文化服务的创新思路和创新举措。

【关键词】西部地区 新农村 公共文化 服务创新

中图分类号 F320

文献标识码 A

文章编号 :1007-9106(2010)02-0038-04

文化是民族的灵魂,是民族凝聚力和民族自信心的源泉。当今,在世界各地的竞争与发展中文化至关重要。美国著名学者约瑟夫·奈认为,相对于政治经济的“硬力量”来说,文化是一种“软力量”,但它对政治经济社会的影响力和渗透力却是持续不断的<sup>[1]</sup>。所以,党的十七大报告提出了“推动社会主义文化大发展大繁荣”的战略要求,指出当今时代,文化越来越成为综合国力竞争的重要因素,要坚持社会主义先进文化的前进方向,推动社会主义文化大发展大繁荣。在这一大背景下,全面加强农村公共文化服务建设,实现好、维护好、发展好广大农民群众的基本文化权益,为农民群众提供多元化的公共文化产品与公共文化服务,使广大农民分享经济文化发展成果。这对于满足广大农民群众日益增长的精神文化需求,落实科学发展观,构建社会主义和谐社会,推进社会主义新农村建设,促进社会公平正义,都具有重要意义。

## 一、西部地区新农村公共文化服务现状分析

### 1. 西部地区新农村公共文化服务建设成就

在党中央、国务院关怀下,一个以基层和农村为重点,充分发挥现有文化设施作用的实用、便捷、高效的公共文化服务网络的初步形成,构成了当代中国的文化风景。在全国文化事业费增加的基础上,中央和省级财政设立了专项扶持资金,加大对农村地区,特别是老、少、边、穷地区文化建设的扶持力度,农村文化建设呈现了较好的发展局面。农村公共文化设施状况有了很大改善,公共文化服务的能力有了很大提高,农村公共文化服务体系建设得到加强。十六大以来,国家财政用于文化事业支出5年累计3002亿元,同比增长82.8%,5年来累计对农村投入159.44亿元,并以年均16.5%的速度增加,5年来累计对西部地区的文化投入

126.09亿元,年均增长15.4%。从2003—2005年的三年间,送书下乡工程为300个国家贫困县和3614个乡镇赠书137万册,赠送农村适用图书500万册。2005年,全国完成了93926个新通电行政村和已通电50户以上自然村的“村村通工程”建设及“返盲村”的修复等任务。目前,全国共有县以上公共图书馆2799个,文化馆3221个(含群艺馆),文化站38181个,博物馆2400个,社区、村文化室137665个,已经形成了比较成熟的县、乡(镇)农村公共文化服务网络,农村公共文化机构的服务水平有了很大的提高,全国文化信息资源共享工程实施以来,加工整合了全国图书馆、博物馆、美术馆等机构优秀文化信息,共建设文化系统内外基层点12432个,数字资源量已达到68TB,终端数量达到74.8万个,辐射人群过亿。2007年起,我国将新建和扩建2.7万个农村乡镇文化站。2008年,中央投入2亿元,安排了1250个乡镇综合文化站建设项目,“农家书屋”工程截至2008年底,数量将增加到6万个。流动舞台车、古籍保护、中华再造善本等重要工程达到了预期目标。普通百姓的公共文化生活质量将大幅度提升<sup>[2]</sup>。

### 2. 西部地区新农村公共文化服务建设中存在的主要问题及其原因

“十五”以来,西部地区相继启动、实施了若干农村文化工程项目,由政府主导的城乡一体化公共文化服务体系建设取得了很大的成就。但由于受行政体制分割的制约,彼此之间缺乏有效协调、配合,大部分“文化工程”之间不能配套、衔接,资金、技术、设施设备、专业人才、资源难以共享。再加上受西部地广人稀的自然地理条件、城市化进展相对缓慢、文化投入总量的严重不足以及社会资源要素和财政资源要素大部分倾向于工业和城市,城乡差距和西、中、东

\* 作者简介:王公尚,馆员,研究方向为文献信息资源建设、图书馆管理。车凯龙,馆员,研究方向为信息检索与利用、数字图书馆建设。

部地区经济差距拉大(如下表) 城乡二元结构等条件的限制 致使地区城乡之间公共文化服务体系发展严重不平衡。西部地区农村公共文化服务建设落后于经济、政治和城市的建设。

表 1 2004 年全国文化产业法人单位、产业活动单位情况

地区	法人单位(个)	产业活动单位(个)	
		法人单位所属	非法人单位所属
东部	199154(62.65%)	218381(61.99)	10138(36.77%)
东北中部	62275(19.59%)	69322(19.68%)	9042(32.79%)
西部	56454(17.75%)	64546(18.32%)	8389(30.42%)

表 2 2004 年全国文化产业从业人员、资产、营业收入情况

地区	从业人员(万)	资产(亿)	营业收入(亿)
东部	656.31(65.87%)	13837.88 (74.59%)	13750.39 (79.87%)
东北中部	195.77(19.64%)	2662.58 (14.35%)	2034.07 (11.81%)
西部	144.29(14.48%)	2051.39 (11.05%)	1429.36 (8.30%)

表 3 2004 年全国文化产业增加值及其占 GDP 比重情况

地区	GDP 总量(亿)	文化产业增加值(亿)	文化产业增加值占 GDP 比重
东部	88541.59(55.38%)	2460.89(71.54%)	2.77%
东北中部	44034.26(27.54%)	593.37(17.25%)	1.34%
西部	27302.14(17.07%)	385.47(11.20%)	1.41%

(附注 1 :上表引自 2007 年 :中国文化产业发 展报告 / 张晓明 胡慧林 章建刚.北京 :社会科学文献出版社)

西部地区新农村公共文化服务建设落后的主要原因 :地广人稀的地理条件、复杂多变的气候条件、发展失衡的生态条件 ,是公共文化服务建设的自然资源障碍 ;经济发展总量低、公共文化投入不足、产业结构不平衡、基础设施滞后 ,是公共文化服务建设的经济障碍 ;教育不平衡、农民自身文化素质低、思想观念落后、文化专业人员匮乏 ,是公共文化服务建设的人力资源障碍 ;农村党支部、基层组织理念落后 ,公共文化服务机构不健全、活力不足 ,文化工作的组织者、管理者的观念陈旧 ,创新意识不强 ,基层政府错位、缺位、管理不到位 ,体制机制不活 ,政策法规不完善 ,是公共文化服务建设的政治障碍 ;资源配置不合理 ,公共文化服务、产品供给不足且与农民文化需求时常脱节 ,大量农民还未树立文化消费观念和文化投资意识 ,农村腐朽落后文化的根深蒂固及影响 ,是公共文化服务建设的社会障碍。

二、西部地区新农村公共文化服务的创新思路和创新举措

创新是一个民族进步的灵魂 ,也是任何事业得到发展的前提。在公共文化服务领域进行创新显得尤为重要 ,它是一个社会的公民能否得到高质量的公共文化服务 ,激发社

会整体创造能力 ,形成整个社会创新意识的基础组成部分。

1.观念理念创新

文化是一个民族进步的灵魂 ,文化力也是一种生产力 ,文化力的高低是衡量一个国家强弱的重要指标。文化是一个民族进步的灵魂和精神支柱 ,也是一个民族凝聚力、创造力的重要源泉。随着国际竞争日益激烈 ,文化越来越引起普遍重视。如今的时代是一个知识经济的时代 ,知识经济时代的最大特征是作为智力因素的知识、文化、思想、观念、信息和技能等因素在整个社会生产力的发展中 ,已经占据着越来越重要的地位。科学技术是第一生产力 ,文化力也是一种生产力 ,是一种间接的生产力 ,它是通过文化和知识渗透和依附的生产力。西部文化资源丰富 ,潜力巨大 ,市场广阔。因此 ,树立文化生产力的观念 ,是推动西部地区大发展大繁荣的强大动力。

理念的创新源于政府对服务对象的重视 ,关注农民群众 ,创新服务理念 ,是目前各级政府在新农村公共文化服务建设中顺利实现由掌舵向服务角色转换的关键所在。在宏观层面上 ,切实转变重经济轻文化的落后理念 ,树立经济发展与文化建设并重的新理念 ;在中观层面上 ,切实转变重政绩轻实效的落后理念 ,树立以人为本、惠及全民的公共文化服务事业科学发展观 ;在微观层面上 ,切实转变重数量轻质量的落后理念 ,树立数量与质量并重的新理念。

2.体制机制创新

在体制创新上 ,进一步深化文化体制改革 ,解放思想 ,充分调动文化工作者的积极性 ,解放文化生产力。我国传统的文化体制是适应计划经济的需要建立起来的 ,它只强调了文化作为思想道德教育手段和国家意识形态的属性 ,忽视乃至排斥了文化作为消费产品的商品属性 ,忽视乃至排斥文化产业在发展现代经济 ,以至于发展现代文化中的积极作用。为此 ,要深化体制改革 ,理顺政府与社会、市场及文化单位的关系 ,实现政府由办文化向管文化转变 ,由管微观向管宏观转变 ,由管、办、养合一的直接生产方式向政府主导、多元参与的供给方式转变 ,完善宏观管理体制 ,促使文化资源逐步由单一计划分配 ,转向国家、市场、社会共同配置 ,文化服务由国家包办转向由公共部门、市场部门、社会部门共同提供 ,三种机制协调运行是我国文化发展的趋势。

公共文化服务体系建设应以政府为主导、鼓励全社会积极参与 ,在保证公共部门承担主要职能特别是基本公共文化服务职能基础上 ,积极发挥企业、社会组织作用。民办非营利文化机构在许多国家是公共文化服务的重要生产者 ,因而应积极培育发展民办非营利文化机构 ,发挥其提供公共文化服务中的积极作用。企业的主战场虽在文化产业 ,但其强大生产能力与较高组织效率 ,在提供产业支撑与经济资源等方面有不可忽视的作用 ,应积极促进文化企业发展 ,并鼓励各类企业通过公私合作、公益捐助等多种方式广泛参与公共文化服务 ,成为公共文化服务体系的重要补充力量。

3.内容形式创新

(1)努力培养西部地区农民的公共文化意识

要在西部地区广泛开展人文社科、文艺欣赏、法制、科技卫生等基础知识的普及工作。加强村镇文化、社区文化、

校园文化、企业文化、家庭文化建设。推动文学、音乐、绘画、戏剧、曲艺、舞蹈、雕塑、工艺品、风俗、技艺等到农村。加强群众文化创作,充分利用传统节日、重大节庆、广场文化活动等载体,开展歌咏、书法、朗诵、读书、科普知识等各种群众性文化活动。积极鼓励农民自己组织起来开展形式多样的文艺活动,通过农民文化节等当地农民喜闻乐见的文化形式,让农民发挥自身优势,自己演,演自己。通过各级文艺团体的传、帮、带,帮助农村建设一支支稳定的文化队伍,激发农民的文化自豪感、表演欲和文化活力,创造农村本土文化,逐步培养农村文化的造血功能和旺盛的生命力。同时,帮助、鼓励、扶植、呵护农民宣传队、农民书社、个体放映队、民间职业剧团和农村业余剧团等文化实体,充分调动和发挥农民自办文化的热情和潜力,在丰富多彩的文化创造中形成农民健康的文化人格,从而提高农民的公共文化意识。

#### (2) 努力探索西部地区农村民办文化的新路子

民办文化是丰富和推动公共文化发展的有机组成部分。通过政策扶持、民办公助,鼓励农民自办文化,开展各种面向农村、面向农民的文化经营活动,使农民群众成为农村文化建设的主体。积极扶持热心文化公益事业的农户组建文化大院、文化活动户、文化室、图书室等,鼓励其以市场运作的方式开展形式多样的文化活动。大力支持农民群众自筹资金、自己组织、自负盈亏、自我管理,兴办农民书社、集体或个体放映队等,大力扶持民间职业剧团和农村业余剧团的发展。引导文化专业户相互联合,进行市场化运作,逐步向个体、私营等非公有制文化企业发展。扶持以公司加农户、专业加农户等形式,从事农村特色文化产品开发和 cultural 服务,促进农村文化产业发展。鼓励社会资本在政策范围内,以各种形式兴办文化实体。

#### (3) 努力培养一批服务西部地区农村公共文化事业的新型人才队伍

公共文化人才队伍是由参与农村公共文化服务的专业干部、文化团体以及业余的文化队伍、支撑农村公共文化服务的管理人员、辅助人员等组成的农村公共文化服务的人才队伍。抓好文化队伍建设是发展农村文化事业、活跃农村文化生活的重要条件。因此,一要选择好文化带头人。在用人上打破原有的机制,鼓励多层面人员参与竞争,选出工作事业心强、业务水平高、群众信得过的人来做文化带头人。同时,通过竞争上岗,按标准选送文化站的其他业务人员,真正让懂文化、会管理、擅经营的新人、能人脱颖而出。二要发挥骨干作用。要通过各种方式把农民中热爱文化艺术、具有某方面特长、又有一定组织能力的骨干组织起来,充分发挥他们的示范带头作用,团结带动更多的农民群众参与到各项文化活动中来。三要抓好业务培训。文化管理部门要制定计划,定期或不定期地举办音乐、舞蹈、乐器及书法等方面的培训,努力发现和培养业余文化人才和业务骨干,帮助他们不断提高业务水平和组织能力,真正形成一支政治强、业务精、作风正的新型农村公共文化服务人才队伍,推动农村文化事业的可持续发展。

#### (4) 探索以文化产业驱动西部地区农村公共文化繁荣发展的新途径

文化与科技相结合形成文化生产力,文化与经济相结

合形成文化产业。以文化产业驱动西部地区农村公共文化的繁荣发展是一条可持续的新途径。西部地区具有丰厚的中国传统文化底蕴和鲜明的民族特色,拥有一批世界级遗产、国家级风景名胜区、历史文化名城、重点文物保护单位,这些遗产和开发保护文化资源蕴藏着巨大的社会效益和经济效益。在经济全球化的趋势下,投资特色文化资源保护,是一个地区发展的有效途径。远古遗址、西周遗风、汉唐气象、巴蜀辉煌、大理余韵、西夏风采,文化底蕴非常深厚。加之高山雪域、冰川冻土、大漠戈壁、草原游牧、边塞风光,景观特色独特别致。这些独特的文化资源无疑是西部地区参与未来竞争的品牌。在文化开发上,要突出特有性。陕西的仿唐乐舞、甘肃的敦煌舞蹈、青海的花儿、新疆的民族歌舞,以及影视、音像、书报刊、文物复仿制品、民间工艺品,都具有良好的市场前景,我们应进一步推进文化旅游产品的开发,探索文化产业化的道路,在文化产业开发中实现文化产品的高效益。

#### (5) 着力创新发展富有西部地区农村特色的公共文化

加强对西部地区农村优秀民族民间文化资源的发掘、整理和保护。授予秉承传统、技艺精湛的民间艺人“民间艺术大师”、“民间工艺大师”等称号,开展“民间艺术之乡”、“特色艺术之乡”命名活动。对农村传统文化生态保持较完整并具有特殊价值的村落或特定区域进行动态整体性保护,逐步建立科学有效的民族民间文化遗产传承机制。积极开发具有民族传统和地域特色的剪纸、绘画、陶瓷、泥塑、雕刻、编织等民间工艺项目,戏曲、杂技、花灯、社火、舞狮舞龙等民间艺术和民俗表演项目,古镇游、生态游、农家乐等民俗旅游项目。实施特色文化品牌战略,培育一批文化名镇、名村、名园、名人、名品。

#### 4. 科技创新

文化与科技的有机融合,对文化的发展和社会普及具有革命性的推动作用,用现代的文化科技装备文化事业,是发展文化艺术生产力、增强文化竞争力的根本出路。文化馆、图书馆、博物馆、艺术表演团体、新闻出版等文化事业,是传播先进文化的阵地,要加大科技创新,提高其现代化的传播能力。

西部地区拥有丰富的文化资源,所缺的就是技术、人才、资金、项目。加速科技进步与创新,是解决产业结构不合理、劳动生产率低、经济增长质量不高,发展高新技术产业,增强经济抵御各种风险能力,推进社会全面进步的强大动力。高科技对传统文化的支配和渗透,使文化本身的发展出现巨大的变化。20世纪以来,印刷复制、录音录像、电子排版、网络传输、数字化等技术在文化领域的广泛应用,使文化艺术品可以批量生产,正是文化产品具有的技术性、复制性和商品性,为文化的产业化发展奠定了基础。现代经营管理方式和组织形式,以及市场经济的规则在文化领域的运用和推广,更加速了文化产业发展步伐。高科技的发展,特别是信息产业的渗透,使文化产业出现多种形态。最典型的就是互联网的出现使其成为第四媒体,并由此产生了网上电影、网上论坛、数字图书等一系列新的文化形态。互联网从发展前景看是一种信息量最大、信息内容最新、传递速度最快、功能最齐全的文化传播工具,是最具开发潜力的



一种思想文化交流的工具<sup>[9]</sup>。必须充分运用这一先进的技术手段,通过网络为西部地区公共文化的弘扬和公共文化发展搭建一个科技大平台。为此,我们要建立西部地区农村公共文化服务信息服务平台,开展农村数字化文化信服务。要建立一个关于农村文化社会信息的收集、分析、发布的系统,让广大农民群众直接了解农村公共文化服务的内容、程序、方式、地点等相关信息。这一体系既包括国际互联网上的公共文化电子政务系统,也包括全国文化信息资源共享工程的农村基层服务点和正在建设的中国数字图书馆工程,以及网上博物馆、网上艺术馆、远程教育、网络学校等利用现代化手段为农民群众提供公共文化服务的项目。

参考文献:

- [1]文化软实力研究述评[EB].<http://www.yinxiangcn.com/xueshu/200812/12656.html>.
- [2]蔡武.改革开放 30 年中国文化的发展[N].人民日报, 2009- 02- 17.

(上接第 37 页)游产品中提供免费的旅游景点,具有特色的免费租车,免费的戏院门票等,提高企业员工的文化素质,做好售前、售中及售后服务。最后,创造品牌文化产品,树立品牌形象。

#### (四)培养青海旅游文化营销专业人才

人才培养是青海旅游业发展的关键,必须高度重视青海文化旅游人才的培养和从业人员素质的提高,旅游营销是一种跨文化的营销活动,旅游营销人员必须了解旅游者的文化背景,并以此提供符合具有不同文化需求的各类旅游产品。同时,文化本身不是一成不变的,旅游营销人员应努力发现文化转型所带来的消费者旅游消费行为的变化,以寻求开发新产品的机会,随之调整营销战略。首先,大力培育具有青海本土文化背景的导游人员。要实现旅游文化的价值,就要传播优秀文化,切实提高旅游服务人员的素质,确保优秀文化与游客的交流畅通无阻;其次,聘请高素质的创新型管理人才和旅游服务人才,使青海当地文化具有持久的生命力;最后,培训旅游从业人员对青海当地文化的理解和文化可持续发展观念的灌输和深化。

#### (五)加大对旅游文化经费的投入

在国家总的方针政策指导下,结合青海的实际,改善投资环境,多方筹集资金来发展青海文化旅游业,为文化旅游营销的发展创造基本条件,推动青海文化旅游商品营销形成一种良好的市场氛围,为文化旅游营销创造基本条件。首先通过社会集资投入旅游文化建设,选择条件充裕的旅游文化风景区优先开发,使投资者明显看到经济效益,在具体的组织机构、规划、建设过程中让集资者的代表参加考察、论证,共同决策,树立主人翁的思想,也可邀请社会名流前去考察游览,加以宣传。青海省的尖扎坎布拉、北山林场、慈利寺药泉水等风景名胜,开发条件好,稍加投资,在几年内可以收回全部投资。其次引进外资,创造一个良好宽松的投资环境,吸引青海邻近省(区)甘、新、陕、川、东部经济发达地区,甚至港澳及国外资金来发展青海文化旅游业。最后利用国家投资,优先用于国家级文物保护单位、国家级自然保护区、国家级风景名胜保护区等,促进旅游文化建设。

- [3]彭岚嘉,陈占彪.中国西部文化发展战略研究[M].中国社会科学出版社, 2002.
- [4]李景源.2007 中国公共文化服务发展报告[M].社会科学文献出版社, 2007 年 11 月.
- [5]陈崇林.新农村建设中的公共服务[M].中国社会科学出版社, 2006 年.
- [6]孙家正.中国文化年鉴[M].新华出版社, 2007.
- [7]中共中央关于推进农村改革发展若干重大问题的决定[EB].[http://news.xinhuanet.com/newscenter/2008-10/19/content\\_10218932.htm](http://news.xinhuanet.com/newscenter/2008-10/19/content_10218932.htm)(访问日期 2008- 10- 25).
- [8]高举中国特色社会主义伟大旗帜为夺取全面建设小康社会新胜利而奋斗——在中国共产党第十七次全国代表大会上的报告[EB].[http://news.xinhuanet.com/newscenter/2007-10/24/content\\_6938568.htm](http://news.xinhuanet.com/newscenter/2007-10/24/content_6938568.htm)(访问日期 2008- 10- 25).
- [9]中华人民共和国文化部网站[EB].<http://www.ccicgov.cn>.
- [10]中国文化管理传播网[EB].<http://www.yinxiangcn.com>.

#### (六)将文化渗透到经营的方方面面

根据青海的旅游环境,在开发旅游资源时采取企业化管理和规模化经营,讲求综合经济效益,做到每一个旅游景区形成一个产业链,增强旅游的文化含量与参与性,使旅游者每到一个旅游点,就能享受具有本旅游景点特色的看、玩、购、吃、住等一站式服务,增加旅游的附加值,发展具有浓厚地方特色和深刻文化烙印的特色产业,做到吃有食文化,穿有服装文化,喝有茶文化、酒文化,住有建筑文化,行有交通文化,休闲有娱乐文化等,提高这些产业门类的文化品位,注入历史、艺术和情感的内涵,增加文化附加值。例如,每年的 6 月 - 9 月是旅游者来青海湖休闲、度假、避暑的好地方,尤其二郎剑景区和沙岛景区是旅游者文化体验和运动休闲地基地,除了让旅游者进行水上自行车、水上摩托艇、乘水上滑翔伞、骑沙地摩托车等活动外,享用高原美食,让游客体验青海独具特色的地方饮食文化;还可以为游客提供别具特色的草原帐篷,让游客体验游牧民族的浓郁生活风情。

#### 结论

青海文化旅游资源类型之多、分布之广泛和组合复杂都决定了对青海文化旅游资源的研究与开发是一个浩大的系统工程,需要一个较长的时间来建立和完善,如若将本文的策略有效的应用于实践,使其在实践中尽快发挥作用。

参考文献:

- [1]徐沛林.市场营销新潮流[M].北京:中国经济出版社, 2000: 27- 29.
- [2]王方华,伏宝会.文化营销[M].太原:山西经济出版社, 1998: 36—39.
- [3]赵西萍.旅游市场营销学[M].北京:高等教育出版社, 2002: 17—18.
- [4]王霞.市场营销原理[M].北京:清华大学出版社, 2003: 58.
- [5]张忠孝.青海旅游资源[M].西宁:青海人民出版社, 1992: 60—62.
- [6]唐勇.文化营销与旅游品牌塑造[J].《商场现代化》2006, (6): 101—102.