

# 地域特色民族文化资源创意开发思考

常国山

(凯里学院 旅游学院, 贵州 凯里 556000)

**摘要:** 特色民族文化资源创意开发是民族地区实现社会经济跨越式发展的重要途径。创新管理机制, 培养特色文化资源创意开发人才, 鼓励多渠道资金进入, 培养市场主体, 创造地域特色文化品牌, 合理开发文化资源, 保护文化生态等是地域特色民族文化资源创意开发的途径。

**关键词:** 地域; 特色文化; 创意; 开发

**中图分类号:** F124.5      **文献标志码:** A      **文章编号:** 1671-1807(2012)04-0030-03

在我国少数民族地区, 尤其是西部民族地区, 民族民间文化资源丰富多样, 是民族地区最具开发价值的资源。顺应 21 世纪全球经济发展趋势及国内经济结构调整要求, 民族地区政府和人民都认识到了开发民族文化资源的重要性和可行性, 文化产业作为一个新兴朝阳产业, 成为民族地区未来实现跨越式发展的一个有效途径。

## 1 地域特色民族文化资源与特色民族文化产业

### 1.1 地域特色民族文化资源

地域特色民族文化资源, 是指特定地域范围内的人们在长期的生产、生活实践中所形成的共同价值观, 是人类文明史上特定地域范围内的人们所创造并传承下来的民族精神财富, 是可供当今和未来人类研究、开发和利用的文化遗产。它包括各地域民族传承下来的生活习惯、风俗礼仪、民族服饰、文学艺术、实物器具以及附着其上的民族精神等。在具体内容上, 包括我国民族民间流传的诗歌、音乐、舞蹈、戏曲、绘画、说唱、谣谚、剪纸、皮影、刺绣、编织、印染、服饰、首饰、雕刻、工具、器具、建筑、标识以及特定的文化区域或场所等等。在形态上, 它除了有形的主要部分外, 还包括无形的部分, 即那些依附个人、群体存在的非物质形态化的部分, 如口传文学及语言、传统表演艺术、传统工艺技能、传统民俗节庆、传统知识、特定的文化场所或空间等<sup>[1]</sup>。地域特色民族文化是经过长期历史发展的积淀而逐渐形成的, 反映了特定地域的人文历史。

### 1.2 地域特色民族文化产业

地域特色民族文化产业是文化产业在特定地域空间的具体实现形式, 是立足地域特色文化资源、依托现代高新技术优势进行文化创意, 以满足人民精神文化消费需求为目标, 由市场化的行为主体以产业化生产方式手段, 向社会提供精神文化产品和服务, 并具有跨地域影响力的文化产业。如特色民族文化产品制造业、民族体育业、民族文化旅游业、民族饮食文化的经营、民族歌舞表演经营等。我国广大民族地区由于特殊的自然环境、社会历史和经济发展等原因, 各民族长期在相对封闭的环境里, 比较完整地保留了自身的民族文化和民族风情, 如民族习俗、民族服饰、民族建筑、民族工艺、民族佳肴、神化史诗、传说故事、民族歌舞等, 其内容丰富, 风格独特, 形成了各具特色的民族文化区域。这些宝贵的地域民族文化资源, 对于民族地区尚处于起步阶段的特色民族文化产业来说, 创意开发这些文化资源, 就可能形成具有地域特色的民族文化产业, 并将带动民族地区经济实现跨越式增长和社会的全面发展。

## 2 地域特色民族文化资源创意开发的意义

### 2.1 文化生产就是文化创意

文化生产的终极性问题就是“文化创意”的生产。也正是在这个意义上, 有的学者乃至有的国家把文化产业称为“创意产业”。这其实说明, 没有文化创意就没有真正意义上的文化产业。没有“文化创意”的文化产业是不可思议的。与物质产品的生产相比, 文化产品作为精神产品的生产, 显然应具有更高的创意含

收稿日期: 2012-02-21

基金项目: 凯里学院院级规划项目(Z1118)

作者简介: 常国山(1974—), 男, 云南昭通人, 凯里学院旅游学院讲师, 硕士, 研究方向: 文化经济。

量,也应具有更高的创意追求。我们当下许多自称为文化产业的文化生产,普遍缺少高质量的文化创意。究其原因,有的是过于关注文化产品的物质形态而忽略其精神内涵,有的是过低估计人民群众的精神文化需求水平而一味忽悠<sup>[2]</sup>。

## 2.2 对特色民族文化资源进行创意开发是塑造地域民族文化品牌的关键

要形成有竞争力的文化品牌,首先必须对特色地域文化资源进行差异化创意开发,挖掘特色文化的核心价值。否则,就会迷失自我,丢失民族特色,一味模仿西方企业品牌建设方式,这不可能建立真正的民族品牌。如,服饰作为一种文化形态,贯穿了中华五千年的文化艺术发展过程,其文化是非常悠久深厚的,可挖掘性很强,然而我国男装品牌虽多,却没有能体现民族文化走向世界的民族品牌,这对我国来说不能不说是个缺憾。在世界文化产业蓬勃发展的今天,创意开发地域民族文化资源,形成有价值的民族文化品牌,不仅有利于我国转变经济增长方式,优化产业结构,还可以借助民族文化与产业发展相结合的契机,打造出能走向世界的特色民族文化品牌<sup>[3]</sup>。

## 2.3 文化资源创意开发可增强地域特色民族文化产业的核心竞争力

充分发挥人的灵感智慧,借助先进科技对地域特色民族文化资源进行创意开发,突出民族个性和自身优势,才能形成可持续的、有核心竞争力的地域民族文化产业。越是民族的,就越是世界的,越具有民族特色,就越受到世界的青睐,在当今这个开放的世界尤其如此。这给我国发展地域特色民族文化创意产业提供了丰富的文化资源。因此,开发地域特色民族文化资源,应立足特色民族文化进行创意开发,把民族文化融入到创意产业中,实现差异化,提高我国特色民族文化创意产业在国际上的核心竞争力。

## 2.4 特色民族文化资源创意开发,可有效保护、传承和繁荣地域民族文化

深层次的创意开发是对地域特色民族文化的最好保护途径。对特色民族文化资源的浅层次的简单开发,不能形成有价值的著名文化品牌,不能将宝贵的文化资源附着在品牌上,使得当前我国有些珍贵的民族民间文化面临失传甚至消亡的困境,如戏曲、民间工艺。民族民间文化蕴含着各民族文化的本体特质,如果消失了,一个民族就会失去记忆,那将是十分可悲的。把民族文化作为一种独特的经济资源,结合先进科技进行创意开发,将个人的创意、思想、艺术创作冲动与实体产品相融合,并由此产生知识产权,形

成价值文化品牌,借助产业运作的力量,实现其经济价值,使之得到可持续发展,实现衍生保护、传承、传播民族文化的良性循环。比如被列为世界文化遗产的丽江,有着举世无双、原汁原味的东巴文化。经过创意形成的东巴文化产业,年收入逾千万元。特色民族文化资源创意开发有效地保护、传承和弘扬了东巴文化<sup>[3]</sup>。

## 3 地域特色民族文化资源创意开发途径

### 3.1 创新管理机制,营造特色民族文化产业环境

从国外文化产业发展经验来看,发展特色民族文化产业,需要政府创新管理机制进行扶持和引导。要强化认识,培育有利于创意的社会文化氛围,构筑创意产品产业化的促进机制,要健全与完善创意产业发展的制度与功能设施服务体系,建设非赢利性的文化产业公共服务平台,如金融、法律、会计、投资等服务机构。针对我国民族地区,尤其是面临消亡危险的西部民族地区大量亟待保护和创意开发的原生态特色民族文化资源,需要各级政府站在战略高度,为特色文化产业的发展培育良好的发展环境,制定相关倾斜政策,加大对其创意开发的文化产业政策扶持力度,要统筹规划,整合资源,引导外部资金、技术、人员对其进行创意开发。

### 3.2 培养特色民族文化产业创意人才,夯实智力基础

大力发展特色民族文化产业已经成为民族地区经济、社会发展的重大战略选择,而文化产业的核心人才——创意人才是文化产业发展的重要驱动力。特色民族文化资源富集地区应根据自己的实际情况,选择适当的模式,培养特色民族文化创意人才。首先要营造适宜地域特色民族文化创意人才的成长环境,促进民族文化创意人才良性发展。其次要制定和完善特色文化创意和经营创新人才的引进、流动政策。只有制定科学的人才培养、引进、流动政策,积极从外部引进专家型人才,才能克服目前民族文化资源富集地区文化产业发展中的人才瓶颈问题,为文化产业的快速发展提供人才支持和发展后劲<sup>[4]</sup>。最后要培养具有深厚民族文化功底的创意人才。地域特色民族文化作为特殊产品开发具有其与众不同的特质,不仅需要具有创新精神的企业管理人员,更需要具有深厚民族文化功底的创意人才。当地政府和地方高等院校应注重培养具有民族文化功底的创意人才,可开设有关地域特色民族文化的课程,培养特色文化资源创意开发优秀人才。

3.3 立足原创性和民族性,塑造独特风格,创造特色文化品牌

品牌是一个企业的产品和服务在市场中获得竞争优势的重要资源之一。发展文化产业需要树立品牌意识,打造品牌文化。民族文化创意产品的开发要传承优秀民族文化,形成独特风格,打造唯我独有、唯我是优的民俗文化品牌,让游客留下深刻的记忆<sup>[5]</sup>。民族地区要积极挖掘自身特色文化资源,集中力量重点推出能代表本地区民族文化的一两个品牌,强化对外宣传,扩大特色民族文化艺术精品在国内外的展演,让本地区民族文化和文化产业走向全国,走向世界。地域特色民族文化品牌建设重在积累,创造文化品牌需要长久不息的追求。总之,要高度关注文化产业著名品牌建设,展示自身文化资源的特色和优势,实施差别化竞争。

3.4 鼓励多渠道资金进入,培养市场主体

民族地区在市场经济体制下开发地域特色文化资源,必须改变现有陈旧体制,鼓励多渠道资金进入,培养强有力的市场主体,提高文化企业的市场竞争力,形成多种所有制共同发展的特色文化产业格局。要发展民族地区特色文化产业,首先应尝试重组文化机构与文化企业,按照现代企业制度,探索促进文化企业良好运行的管理新体制。同时,对于民族地区的文化经营单位普遍存在规模偏小、资金短缺的问题,可从金融、财税等政策给予一定倾斜。选择具有潜力的文化企业重点扶持,以培育规模化、集团化的大型文化企业,形成示范带动效应<sup>[6]</sup>。

3.5 合理有序开发文化资源,保护文化生态,传承民族文化

当前许多地区文化产业化过程中较普遍地存在短视行为,致使一些文物古迹在开发的名义下遭到严重破坏。许多民间歌舞、习俗被庸俗化、简单化。这些行为损害了民族文化原有的神韵,破坏了文化的生态平衡,无疑是得不偿失的。为此,一方面要全面普查文化资源,合理有序开发。文化产业是保护与开发并重的事业,开发地域特色民族文化资源,需要有高度的文化保护意识。民族文化产业的发展应依循科学发展的原则,遵循艺术生产的市场经济规律,进行合理、有序开发<sup>[6]</sup>。另一方面要从保障当地社区的权益为出发点,强化民族文化保护与传承。要提升当地居民参与民族文化创意的积极性,从制度方面保障当地居民在文化资源开发中享受一定的收益,培养民间艺人,使独具魅力的民族文化资源得到更好地保护与传承。

参考文献

[1] 黄晓. 产业化视角下的贵州民族民间文化资源保护[J]. 贵州社会科学, 2006(2): 51-53.  
[2] 于平. 文化产品及其相关范畴再论[J]. 艺术百家, 2010(6): 1-6.  
[3] 郑雪英. 我国民族文化融入创意产业发展浅探[J]. 改革与战略, 2010(10): 133-135.  
[4] 杨燕英, 张相林. 我国文化产业创意人才的素质特征与开发[J]. 中国广播电视学刊, 2010(9): 33-35.  
[5] 王兆峰. 湘西凤凰县民族文化旅游创意产业发展研究[J]. 中央民族大学学报: 哲学社会科学版, 2010(2): 21-29.  
[6] 马东平. 少数民族地区文化产业发展中的思考[J]. 开发研究, 2009(3): 153-157.

On the Creative Development of Characteristic Ethnic Cultural Resources

CHANG Guo-shan

(Tourism College, Kaili University, Kaili Guizhou 556000, China)

**Abstract:** The creative development of ethnic cultural resources is very important for the development of Ethnic Areas. Innovating management mechanism, cultivating creative talent, introducing capital, Creating famous brand, protecting cultural ecology, etc, are the ideas of the development of ethnic cultural resources.

**Key words:** area; characteristic culture; creativity; development