

吴文化个性与率先实现城市现代化

徐志强

21 世纪是文化决胜的世纪。文化资源、文化特征、文化性格、文化创造力、文化战略、文化传播力、人的素质等软实力要素与文化产业的硬实力对现代化建设的影响巨大,甚至决定着现代化建设的质量与成败。

苏南地区是中国的发达地区,面临着率先基本实现现代化的共同目标,检视这个地区的文化特征等要素,研究这些文化特征对率先基本实现现代化的意义,将是现代化建设向我们提出的时代课题。苏南地区最主要的区域文化便是吴文化,覆盖的主要区域范围为现在的苏锡常沪以及浙江北部地区。这个传统的吴文化区域历史悠久,经济发达,地域文化源远流长、丰博深厚,文化形象鲜明独特、卓有魅力,被誉为“文荟之邦”。

一、生存—生活方式的艺术化与开放聪颖的文化个性

(一) 吴人的生存—生活方式具有艺术化倾向。吴地人的日常生活中充满了浓厚的艺术气息。吴文化的卓越成就之一便体现在文化艺术的创造上。至少在新中国成立前的漫漫几千年中,吴人的日常生活中的文化艺术活动几乎没有政府有目的地组织倡导与资助推动,但依然自发或自觉地在苏州人的日常生活里广泛深入地存在,稳步发展,而且品种逐渐增多,内容愈加丰富。从距今四、五千年良渚文化时期精美的玉琮、玉璧等礼玉的普遍存在,到明清时期的文化艺术品牌众多、大家辈出、蔚为大观、影响深远,吴人的文化艺术活动走过了一个自觉自为的过程。这固然与吴人重商、经济相对发达有关,人们有从事文化艺术活动、审美活动的基础与诉求,固然与吴人尊师重教、文化素养高有关,更与吴人的生存方式、生活方式、习俗礼仪的艺术化有关。从人的生存

的几大要素来说,吴人的最高理想人居是美轮美奂、追求天人合一审美情趣的园林建筑,其次也是粉墙黛瓦的枕河民居和充满吴地生活特色的古宅府第;饮食上则有历史地形成的苏帮菜肴和精美的点心、糖果、小吃,形式与内容俱美;穿着上有吴韵浓郁的精美丝绸服饰和地域特色鲜明的水乡服饰;精神娱乐上有昆曲、评弹、吴歌、锡剧、吴门书画、通俗文学、道教音乐、江南丝竹等等;起居日常用品上有品牌繁多、精美绝伦的吴地工艺美术品。就连吴人的吴侬软语也充满了艺术气息,与此密切相关的艺术样式有昆曲、评弹、锡剧、滑稽戏、通俗文学、吴歌等。可以说,这些生存—生活要素、方式不仅为文人雅士所追求激赏,也为普通市民百姓所喜闻乐见。不仅是文人雅士的构思创造,也是普通市民百姓的智慧结晶。吴人的视、听、吃、读、感、玩都充满了艺术气息,更为重要的是,在长期的历史过程中,吴人在人生与艺术的关系上呈现出了这样一种同构趋势:生活趋于艺术化,艺术趋于人生化。艺术是吴人诗意的精神家园,也是吴人创造的明清风雅的诗性实质。明清时期是吴文化的高潮期。其时,吴地经济发达,城市生活繁荣,市民阶层崛起,市民思潮涌动,地域文化特征得到了充分展现,许多著名的文化艺术品牌园林、昆曲、工艺美术、吴门画派、评弹、通俗文学、江南丝竹、道教音乐、吴歌等广泛地与吴人的日常生活融会一体,其中历史最悠久、成就极高、最有普遍性、典型性、代表性的当数工艺美术。它是吴人生活艺术化、艺术生活化趋向的象征。

(二) 文化心态趋于开放兼容、崇文尚教。从泰伯奔吴,吴文化发展迎来历史上第一个高峰起,吴地历来交通比较发达,南北文化交流频繁,大运河的开通,使吴地与中原、北方连为一体,经济文化交流成

为一种常态,特别是南宋以后,宋王室南迁临安,吴地南北文化交融趋向更为明显。而唐以后,吴地与海外的经济文化交流也逐渐增多,留下了鉴真东渡、郑和七下西洋从浏河港起锚等著名佳话。这种常态化的南北文化交融、中外文化交流渗透于吴人的日常生活之中,使吴人的文化心态一直处于一种开放包容、兼收并蓄的状态。又因为经济相对发达、生活比较稳定,吴地的地域风貌与生活方式相辅相成,文化艺术因素广泛而自然地融汇于吴人的日常生活中,推动吴地逐渐形成了尊师重教、崇尚文化的传统,南北中外交流广而深、文化层次高又使吴人好学勤勉、见多识广、头脑灵活、聪颖敏捷、与时俱进。

(三)文化情趣崇尚精巧秀慧、典雅自然。吴地艺术的共同特征是精美细腻,烙印着吴人心灵手巧、秀外慧中的精神个性,反映了吴人对精巧细腻的美学品格有一种超乎寻常的心理领悟力和把握力;吴人在艺术构思上善于师法造化,追求天人合一、委婉隽永,工艺美术的精细雅洁,园林的融人居之美、揽山水之胜于一体,昆曲的高雅秀逸都典型地表现了吴人文化性格上的独到之处。以成就最为卓著的吴地工艺美术为例,它集生活的日用性与高雅的艺术的情趣于一体,有着深厚的吴文化底蕴和精细雅洁的风格,技艺精湛,历史悠久,地域色彩浓郁,品种繁多,名家辈出,明人郑元勋在《国冶》中将他们称为“国能”。明宋应星《天工开物》赞道:“良玉虽集京师,工巧则推吴郡”;清代诗人汪皇氏《塑赠项天成》中道:“吴中山水绕其秀,虎丘一卷推领袖。钟玲往往多技能……江东妙手更无人。”类似的赞美,在古籍里很常见。总之,吴地能工巧匠们的作品,往往构思巧妙、玲珑精巧、手法高超、寓意隽永、典雅自然、形神俱佳,却又为文人和普通市民所共赏,这恰恰深刻地表征着吴人的文化情趣与文化个性。

(四)文化个性倾向言利务实、内敛自适。吴地日常生活比较安定,经济比较发达,至明清时期,吴地终于迎来了一个经济文化发展的高峰期,产生了商品经济萌芽,市场形态、市场经济有了最初的发育与发展,据考证,清代高潮时期,光苏州一地,各省各地商人所建的会馆就达300多家。城市经济的发达与生活繁荣催生了城市的市民阶层,商品经济中的交易性更推动他们言利务实个性的发展。明代文学家冯梦龙的通俗文学作品“三言”,堪称明代吴地社会的民情风俗史,生动描绘了当时吴地三教九流、市民平

民的日常生活与情趣,描述了市民、商人的言利务实个性以及他们在言利务实的时代坚守情义的困惑与挣扎。同时,吴人的生活与艺术内敛自适特征明显,私家园林姓私,门外看上去极为普通,不事张扬,进门后始见令人惊叹的精美大花园,昆曲是贵族之家请去表演的,工艺美术品是自我把玩的。精明求利、不尚奢华、返璞归真、自适自足正是吴人的性格之一。

二、以吴文化个性为基点的率先实现现代化战略

其一,努力推进文化立区、立市进程。丰博深厚的文化积淀是吴地最引人骄傲的基础性资源,聪颖灵巧的文化个性曾经创造了吴文化的辉煌。文化立区立市便是以吴文化个性为构思苏南经济社会发展的基本立足点,保持并发展吴地的文化个性应成为贯串于苏南整个发展过程的精神价值导向,文化个性化思维应渗透于发展的各个环节。这里主要有两层意思:一是应培育与苏南文化鲜明个性相符的核心产业、支柱产业。这种个性性格便是别人难以模仿的核心竞争力。比如,德意志民族的严谨刻板认真使其在机械制造上成为世界第一,法国人的浪漫使其在时装、香水制造上独领风骚,吴人的精巧秀慧使其在工艺美术上技冠天下。因此,苏南的支柱产业设置应与苏南人的独特个性相符合,以便扬其文化性格之长,形成别人难以企及的核心竞争力。目前,苏南重点发展的电子信息产业、纳米科技产业就比较符合吴人灵慧精巧的文化个性。二是在城市化、现代化进程中坚持弘扬吴文化个性。一座城市应该有一座城市的性格,文化个性就是特色,就是城市的独特形象,就是城市存在的理由,就是竞争力。城市化、现代化决非城市风貌的高楼大厦化和雷同化,更非城市特色的丧失和个性的泯灭,城市化、现代化应该使城市的文化个性更加鲜明、文化形象更加突出。这是城市科学发展的题中应有之意。吴文化的个性在于人的诗性的生存——生活方式和聪颖灵慧的内在气质,在于其粉墙黛瓦、小桥流水、人家枕河、古迹众多的城市风貌,在于其园林诗情、水乡气韵洋溢的城市氛围,等等。传统文化使苏南城市特色鲜明、韵味悠长,这种诗意浓郁的城市形象也是一份厚重的文化遗产,必须模范地继承弘扬。苏南城市在保持自己城市的文化个性上有很多成功的经验,也有值得反思的深刻教训。总之,继承弘扬发展吴文化个性,在发展与建设中贯串文化思维,是苏南地区锻造核心竞争力、提升城市综合竞争力、积极应对经济文化一体化

和长三角一体化时代趋势的必然要求。

其二,在长三角一体化进程中充分发挥吴文化作用。长三角一体化应是经济社会文化发展的全面一体化。作为长三角地区发育完备、影响力最大的地域文化,吴文化对长三角一体化的意义与作用重大。目前,在长三角一体化启动之初,被忽略的恰恰是长三角区域文化一体化的推进。当前应该发挥吴文化务实创新、兼容并蓄能力强的特点,从两个方面来改进与加强这方面的工作:一是建立长三角区域文化论坛,加强对长三角经济社会文化的一体化的研讨,特别要着重探讨长三角文化一体化的进程与方式,研究如何既保留吴文化、越文化、淮扬文化、徽州文化各自的个性,又共同建设具有新时代长三角区域特色的文化。二是创建长三角区域文化交流载体。这方面,苏州的张家港市成功地创立了“长江文化节”,每年一届把长江流域的所有城市召集过来进行文化交流、文艺汇演,目前,该节已经与文化部和中国文联联办,已成为长江流域最具影响力的当代文化品牌。吴江市创立了由江浙沪部分城市和地区参加的“区域文化联动”机制,常年成功地举办跨省区群众文化联动活动,成为了文化部2009年度全国七个文化创新奖之一。这些实践为长三角创立区域文化交流机制与载体准备了范例。在这种交流中,吴文化才能充分发挥自己的魅力,长三角的区域文化才能在交流中取长补短,共谋创新发展,形成新的精神特征。

其三,在文化交流中树立“吴文化”品牌并丰富发展自己的文化性格。这是苏南乃至长三角一体化战略的重要组成部分。在全球化背景下,文化交流的重要性已凸显无余。对于一个城市而言,文化交流是其确立自身形象和文化品牌的主要途径。从策略上说,苏南应以园林、昆曲、工艺美术等取得辉煌成就的文化艺术品牌为依托,在中外文化交流中寻找契机,将这些品牌推向世界,藉此在世界上树立起自己的文化形象并不断提升其魅力。与园林、昆曲、锡剧相比,工艺美术除苏绣等少数数项外,多数品种还养在深闺人未识,吴人在工艺美术上的杰出成就还未能以品牌形象为世界广泛认可,因此,苏南要在保护继承好工艺美术的过程中,充分挖掘其古老文化品牌的现代意义,并向世界展示其卓越成就。苏南是外资投资热土,这个地区外籍人士很多,让他们充分感受吴文化的魅力,也是吴文化走向世界的重要途径。同时,在交流中学习外籍人士和外资企业带给苏南

的新的文化、管理理念,在交流中汲取外来文化的精华,保持地域文化的先进性,使自己的文化性格更富有时代精神,使苏南和区域城市形象更加鲜明突出,市民素质得到进一步提高。这是文化交流所要实现的另一个目标。只有在文化交流中实现宣传自己和学习别人的良性双向互动,吴文化在苏南率先基本实现现代化过程中才能真正起到提升该地区的综合竞争力的作用。

其四,大力加强当代文化建设。吴文化传统博大精深,因此,一方面,要真正保护继承好传统文化,充分发挥优秀传统文化的品牌效应,同时在继承和创新中做好传统文化的现代转换工作;另一方面,要积极发掘吴文化的诗性内涵,弘扬吴人艺术化生存——生活方式的合理性,发挥吴人传统的艺术创造力优势,积极推动当代社会主义核心价值观建设,解放文化生产力,推进当代文化精品的创作,在审美熏陶中陶冶吴人的情操,提高人的素质,使审美文化活动为精神文明建设贡献更多的份额。与此同时,通过加强文化硬件设施建设,提升城市的现代化功能和水平。苏南城市基本上都提出了建设文化强市或国际大都市的目标,并制定了相应的文化建设规划,实现这个目标,就能普遍提高苏南地区的城市文明程度。

其五,大力发展文化产业。发展文化产业是经济文化一体化的内在要求,是社会进步的必然要求。吴地的文化艺术品牌众多,文化产业在吴地历史上就有遗迹可寻,这份丰厚的遗产是苏南大力发展文化产业的坚实基础。一方面,吴人在文化艺术品经营上的经验应被很好地借鉴,吴人言利务实的作风应在发展文化产业的过程中被创造性地发扬;另一方面,应借鉴国内外的成功经验,根据苏南实际,不断克服体制性障碍,不断探索文化产业的市场化运作方式,努力把文化产业培育成该地区的核心支柱产业之一。许多传统的文化艺术品牌也应在当代苏南地区文化建设、文化产业的发展中得到更好的保护与继承,发挥出新的品牌效应。

吴文化既是传统,又与现实生活密切相关,因为它活化渗透在吴地人的日常生活中,在苏南乃至长三角率先基本实现现代化的进程中,它应该为也能确立这个进程的具体战略构想作出贡献,这也是吴文化传统现代化转换的主要途径。

(作者单位:中共苏州市委宣传部)

[责任编辑:长弓]