本版编辑：曹颖新　E-mail:wenshiban@hotmail.com　Tel:010—62806236　　2015年6月29日

文化视野

文化传承的样式

□王海英

中国历史上三种文化传承样式

从历史上看，中华民族的文化传承总是表现为传统文化与现代文化、本土文化与外来文化的融合互动。同时，这一过程会因文化主体的不同境遇，以及由不同境遇造就的不同心态而表现为不同的传承样式。当文化主体自信开放时，文化传承表现为对自身文化的反思继承、对异质文化的兼容并包，以及以上述二者为基础的体现时代发展要求的文化创新；当文化主体骄傲自大时，文化传承表现为对本民族文化传统的顽固坚守，以及对异质文化和时代精神的盲目否定；当文化主体落后于时代时，文化传承表现为对本民族文化传统的怀疑否定，以及对异质文化的全盘接受。

以上三种文化传承样式，在我国历史上都有体现：汉唐对西域等异质文化的开放包容、清末在文化发展上的故步自封、近百年来我们对母体文化的怀疑批判，以及在某些问题上的盲目西化。这些文化传承样式是社会心理和社会意识在特定社会发展中的逻辑结果。从历史和逻辑的双重角度看，文化主体的不良境遇和不良心态会引发文化传承的或保守或激进的倾向，只有文化主体的自信开放才能带来一个民族良性的、稳定的文化发展。另外，以长久观点来看，一个民族的文化传统在文化传承过程中扮演着极为重要的角色。只要这个民族的血脉没有连根斩断，她的文化传统就不会突然断流。任何更新、创造文化的主体都带有传统印记，任何外来文化若能融入本土文化必须获得本土的理解与认同。因此一个民族的文化建设必须建立在对该民族文化传统继承的基础之上，以传统文化为其底蕴吸纳异质文化和时代精神，创造新的文化形式和文化内涵。

对传统文化的继承、转化和创新

改革开放以来，伴随我们国力提升和文化意识觉醒，盘踞在中华大地近一个世纪的文化自卑心理逐渐弱化，代之以不断积累起来的文化自信。自上世纪九十年代以来，传统文化出现了复兴的态势。这场非由官方推动而由民间自发的对母体文化的追思，虽然内容上深浅不一、形式上雅俗各异，但却真实地反映出文化主体的文化自信与文化自觉。这说明文化传承已开始走上良性发展道路。文化传承不是简单的文化复古，同欧洲文艺复兴运动一样，我国传统文化的当代复兴仍然是借文化复兴之名，行文化建设之实。在此过程中，我们需要厘清文化传承的方法和路径，以更好地推动传统文化传承、促进当代文化发展。继承、转化、创新是传统文化与现代文化、本土文化与外来文化融合互动的基本途径。

文化传承首先表现为对传统文化的继承。一种文化之所以绵延不息，贯穿其中的是这个文化的基本理念。雅斯贝尔斯认为，东西方文化的基本理念和路向已然在轴心时代形成，人类每一次飞跃都要回顾轴心时代以被“重新燃起火焰”。我国先秦时期产生的哲学思想作为中华民族文化的“轴心”，其思维方式、价值取向奠定了中国文化“重人生不重知论”（张岱年）的哲学特质。这一特质使中国文化与古希腊传统以来的西方文化相较而言，更加强调人的道德修养和人生意义，更加警惕技术异化带来的危险。现时代我们继承文化传统，需要对传统文化的基本理念或基本精神给予足够的重视和深入的理解。

关于中国传统文化的基本精神，学界多有讨论，张岱年先生曾简要概括为“自强不息、厚德载物”。“自强不息、厚德载物”表现出中华文化独特的创生精神和守成精神，赋予中华文化以绵延不断、兼容并包的力量，使之历经磨难而薪火相传，成为世界唯一一个在文化上延续下来的文明古国。“自强不息、厚德载物”作为中华文化的基本理念，其所传达的发奋图强、包容守德等精神，是当代社会尤其需要珍视和发扬的品德。

文化的传承也表现为对传统文化的转化。传统文化的很多观念虽然在特定历史条件下形成，具有适应当时社会的具体内涵，但经过适当转化可为解决当代问题提供合理视角。中国传统文化中“天人合一”的理念，形成于农业社会，表达了先民在宇宙中的价值取向和自我定位，以及与此相应的思维方式。人与“天”之所以能够具有同一道德属性，就在于人将自身看作自然的有机组成部分。这与把自然置于人的对立面、对自然进行科学研究和掌握控制的古希腊传统志趣迥异，与以天人相分为基础、依靠科技力量建立的现代工业文明更是截然不同。目前面对工业文明中形成的人与自然的尖锐矛盾，可将传统社会“天人合一”的理念进行适当转化来解决问题。具体而言，强调人与自然“一体化”的观念，使工业社会在发展中重新审视人与自然的关系，变“对立—控制”的关系为“一体—和谐”的关系，从而改变人与环境的对立紧张。

文化的传承还表现为对传统文化的创新。人的思维方式以及观念信仰主要是由人的生活方式决定的，在我国从农业社会步入工业社会或者步入可以展望的后工业社会过程中，伴随人们生活方式的转变，一些新鲜的文化理念将会应运而生。既然传统文化具有兼容并包的力量，而且在历史上中华文化的传承本就表现为不同文化的博弈融合，那么传统文化吸纳异质文化、进行时代文化创新，就是可能的与必然的。马克思主义中国化的过程已经对此做出有效说明。

从逻辑上分析，在未来，能够在传统基础上生发出来且是新时代对人们思想的新要求，将表现为公平、正义、民主、自由等现代理念。这些理念的产生既是日益扩大的社会生产和社会交往的结果，又是个人权利和义务在现代社会活动中日益凸显的结果。需要注意的是，这些现代理念虽然源自西方传统，但其内涵将面对中国传统发生适应性的改变。平等理念在一定意义上源自古希腊商贸活动，以及基督教传统中每个人在上帝面前的同等地位，自由也是以此为基础对个体独立性的强调。当这些现代理念面对崇尚和谐、群体意识较强的中国文化时，将获得具有中国文化特征的新内涵。具体表现为在强调人格平等的同时，尊重代际长幼的差异；在挺立个体精神的同时，保留人际和谐的力量。

传承与建设并行

以上文化传承的三条路径，既是文化自觉的过程和结果，又是文化自信的基本表现。同时，因为传统文化的传承与当代文化的建设本是一体之两面，是同一动态过程的不同表现，因此文化自信基础上的文化传承将构成当代文化建设与文化发展的主要内容。在文化建设过程中，上述三条途径同行并进、各自发挥不同作用：继承表现出民族文化发展的持续性与稳定性，转化和创新既表现为传统文化与时代精神的融合互动，也表现出本土文化对外来文化的吸纳包容。唯此三种方式齐头并进，方能显示文化主体的自信和自觉，使文化传承走向良性发展。考虑到中国传统文化重人生的特质，可用张载的四句教训概括这一过程的实质：“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平。”此既为中华文化之魂魄和用意，更应是今天知识分子备感荣光的社会担当。

寻找中国设计风格

我们不愿意花更多时间学习美好的东西，越来越依赖于抄袭，反而把自己好的东西给丧失掉了。

□邱丰顺

很多国家或地区对自己产品的特色和定位很明确。为什么在整个中国的大范围内，我们还没有形成一个广为世界认知的特有风格？我认为有以下几个因素。

第一，我们丢掉了传统文化和工艺精神。我在台湾工作的时候，经常带外国设计师到台北故宫博物院参观中国文化的精品。每次参观完这些珍宝，很多时候他们都会问：你们的祖先有这样优美的创造，为什么现在还抄袭我们？我也一直在问这个问题，一直到我从事文化创意的工作以后，我体会到一个原因，就是我们不愿意花更多时间学习美好的东西，我们越来越依赖于抄袭，反而把自己好的东西给丧失掉了。

第二，中国目前具有生产意识，但是我们缺少品牌的意识。宝马可以在中国生产，全世界最难生产的手机也在中国的富士康生产，乃至于我们可以代工全世界最知名的奢侈品和运动鞋，全世界最难做的、最优良的产品都在中国制造，但是我们没有世界级的品牌。

第三，中国目前缺少领军的设计人才。在一个国家，特别是在文化产业领域，要有一些知名的文化领军人物，唯这样的人物登高一呼的时候，才能有更多的学生和设计师通过能力的积累找到更好的方向。

第四，美学和设计观念目前尚未普及化。比如，我们设计一台电视的时候，必须要对它的里里外外做一个研究。当我拆开一台国产品牌的电视机时，发现线路排布非常混乱，拆开一台国际品牌的电视，发现里面的线路却是规规矩矩的。还有现在全世界有号称七大最知名的建筑就在北京，远远看去很棒的建筑物，走近以后仔细观看，发现有些细节是有待于加强的。这是一个态度的问题。我们要传播很高的设计品质，追究高品质的态度，这是设计第一线工作人员很重要的任务。

对一个国家的文化的认知，有时是基于使用这个国家产品品牌的印象。日本是我们一面很好的镜子，日本的汽车、电子产品、家电用品等，体现了他们的设计风格，他们通过这些产品展示了他们的文化。日本建筑界有很多知名的设计师在传播日本文化，他们的影响力正在扩张。另外，日本对当代文化影响最大的就是动漫，很多人小时候看动漫，并不知道是日本人创作的，后来才发现看的都是日本的动漫，只是翻译成了中文。日本的动漫深深地影响了东亚甚至是全世界的一代人，就是因为融入了日本独特的风格。

欧洲有三个著名汽车品牌，瑞典的沃尔沃、德国的宝马、意大利的法拉利，这三个品牌就体现了各自特色。沃尔沃更在意的是汽车的安全性，因为在北欧的恶劣环境里怎样保护驾驶人，让他能够在恶劣的环境下驾驶，这是一个最重要的因素；相对来说德国可能就不会面临恶劣的环境，更注重的是舒适性；意大利四季如春，更在意的是炫耀车子本身。三个国家同样都是造汽车，但是理念不同。汽车不仅是交通工具，更是一个国家文化的表现，制造国的风土人情和地理环境赋予了设计师们制造这种汽车的文化大环境。

以中国文化为底蕴，通过各种设计方法或表达技巧，在符合国际审美标准下，设计出代表中国文化特色、风土民情、生活习惯的文化产品和符号，就可以称作中国设计风格。

我们本来就有中国传统工艺精神的基因，只要挖掘出来就好，能够代表这种精神复兴的品牌，就代表中国的设计风格。比如法兰瓷，作为比较高端的瓷器品牌，就部分地复兴了中国文化的传统。再比如琉璃工房，琉璃在战国时代就有，工艺相当复杂，只是某一段时间我们这个工艺丧失了，琉璃工房两位创办人花了不少钱，去美国又把这个工艺学回来。琉璃工房把文化意义布局进去，做出了很多相当出色的具有中国文化特色的产品。

申奥的符号是一个既有中国文化特色，又有国际审美标准的作品。它运用了打太极的动作，气韵生动地把人和五环的形象结合在一起，把运动会和运动的含义结合起来，是非常棒的设计。2008年北京奥运会会徽也很精彩，因为它应用了几样中国的传统符号：第一是印章；第二是汉字，文字是中国文化区别于其他文化的特色；第三是把书法的精神应用到了字体里面。

随想录



作者：李铁



作者：阿朗一笔

中华『和』文化一印一书法系列作品

和四时

有文化的节日才有精气神

□范玉刚

清明节、端午节和中秋节一同在2007年12月由国务院公布为国家法定假日，人们就此每年能享受三天假期。一定意义上讲，节日是大众庸常生活的飞白，它带给人们的是回忆、回味和回归，是对某种价值观的再体认和精神的弘扬。可以说，大众以节日表达了对生活的情感、愿望和理想，因此，“文化是民族的血脉和精神家园”，在节日文化中体现得最为生动形象。

习近平总书记在系列重要讲话中，一再强调优秀传统文化对增强我们做中国人的底气和骨气的重要价值。优秀的传统文化恰是增强文化自信的根基，而传统文化的弘扬离不开一定的仪式和活动载体与传播平台，传统节日是传承民族精神和传统美德的重要载体。随着传统文化的复兴和文化地位的凸显，民族节日越来越受到政府和民众的重视，如何使节日过得既有意义，成为传承文化价值的一种方式，又能赋予时代内涵，成为培育和践行社会主义核心价值观的有效路径和载体，这是一个值得思考的问题。

节日需要仪式化，但仪式需要内容支撑，不能沦为空壳。随着文化的地位和作用在全球的凸显，文化成了当下经济社会发展的一种重要资源，于是我们看到节日经济的火爆，节日俨然成了商家“快意恩仇”的平台。豪华的包装、天价的粽子、高档的烟酒遮蔽了节日本有的精神底蕴和文化价值。很多人在节日游玩或者在酒店吃着高价粽子的时候，有多少人会想起我们伟大的诗人屈原呢？我们的邻居韩国人，在2005年11月25日成功申遗，“江陵端午祭”被世界教科文组织认定为人类口头和无形遗产。一个民间节日不仅成为韩国江陵文化的标志，还成了韩国民族精神的象征，成为外界认识韩国文化和江陵民情的一个窗口。每年韩国江陵端午祭都会吸引数百万游客，这不能不归功于韩国江陵市政府对民间无形文化的高度重视和有效保护。韩国成功申遗刺激了我们民族的文化神经，“端午申遗”之争虽已尘埃落定，但尘封的记忆并未远去，它时时警醒着我们对传统文化资源的保护和价值传承。其实，全球化语境下，作为传统文化资源的节日不在于谁曾经拥有，而在于谁传承保护得好，以及谁经由创意和资本化开发得好，最终形成有影响的文化产品和满足大众的精神享受。文化说到底可以全世界共享，但文化影响力却是一个国家实力的显现。

其实，任何节日背后都有着相应的文化阐释与价值表达系统，都有着节日的美好情怀和现实的人生关怀，通过一定的仪式来传达，就此来说，文化符号与文化内涵互为表里。文化不是不能用于商业，节日经济可以带来商业效应，但是文化与商业相互契合时才能使民众心悦诚服，使大众觉得钱花得舒服熨帖。近年来各级政府和民间纷纷包装和筹办节日文化，政府借助财政为百姓办实事，商家借助节日平台赚眼球，都意在经济上有所为。节庆文化有经济的诉求，但不能仅仅注重节日的经济价值，更要传承其中的文化内涵，没有文化依托的经济不可能持续，节庆经济可持续性的底蕴是文化，是老百姓认同的文化价值。节庆文化不能只见经济不见文化，当然也不能回到故纸堆的繁文缛节中，而要与当下人的生活状态相切近相交融，让大众徜徉在传统节日的氛围中，并在这种氛围中感受传统节日的意义，而不是被商业化包装成文化的空壳，不顾节日内涵的商业行为只能使文化韵味渐趋稀薄，不但失去助推经济发展的动力，还糟蹋、破坏了文化资源和文化生态。

防止节日空壳化，就必须杜绝节日异化为表演秀，进而导致意义感的疏离。当下普通民众都感觉节日越来越无味，把过节等同于在家休息、休闲、吃喝，传统节日感越来越淡。所以，节日期间安排一些青年人或人人都能参与的活动便显得格外有意义，只有在一些特定符号仪式化的真实体验的活动中，民众尤其是青年人才会对民族节日有一种文化认同感和归属感，才会觉得意义就在亲身参与的活动中，而不是自己作为“看客”欣赏一些仪式化的表演。因此，政府对节日活动安排的引导要注重互动性、体验性和本土化，还要加入时代性内涵，而谨防只剩仪式的表演，否则民众会感觉到无聊，好像那是政府的事与己无关，各过各的，各热闹各的，政府没少花钱，老百姓却视作表演秀而不买账。

如何感受节日的温情和温度，如何在节日的仪式中感受厚重多彩的民族民俗文化，在传统节日的仪式中弘扬民族精神，需要我们认真思考。中华民族的共有精神家园就在节日意义的生成中，意义就在当下的日常生活中，在家乡、故土和我们的心中。

文化新论

智慧城市建设应关注人文性

□张立群

据统计，截至2015年4月7日，国家智慧城市试点已遍布全国各地，达到484个。这些试点在为今后的智慧城市建设提供经验和借鉴的同时，也出了一些问题。

智慧城市的类型

智慧城市可以分为三大类：

第一类是以数字科技为中心的科技型智慧城市，强调通过信息通讯技术的广泛充分应用，提升城市信息化水平，它较多地是关注科学技术的应用。因此，这种智慧城市主要是以自然科学为基础，强调物质世界的“真”的智慧。

第二类是以管理服务为中心的管理型智慧城市，强调以技术实现更高效的城市管理，主要是以政府为主体，以服务政府为目的。这种智慧城市主要强调政府管理在“真”的基础上获得“善”的智慧。

第三类是以人文科学为基础的人文型智慧城市。人文型智慧城市强调提升城市的人文关怀和文化精神，是以城市居民为主体，强调居民体验，实现居民满意幸福。这种智慧城市主要强调在“真”和“善”的基础上获得终极的城市生活之“美”。目前，当代社会最关心也是最需要的就是人文型智慧城市。

智慧城市的建设困境

城市建设的最高目的是，既要有物质与技术的便利，有制度和秩序的保障，还要有人的幸福和梦想。与之相应，智慧城市发展的理想形态是科技型、管理型、人文型的有机结合和包容发展，从整体上解决城市发展需要的物质基础、制度文明和人文精神问题。任何单一型智慧城市规划与建设，都只解决局部的问题，必然导致城市的片面发展，这是当今城市很多问题和危机的根源。

智慧城市起源于科技发展，然而科技虽然极大促进了社会进步，但过分强调技术也会给整个城市带来诸多不利的影响。一是为技术而技术，忽略了技术对城市发展、企业生产和人们生活的真正功用。技术是手段而不是目的，如果技术不能够与其他要素有机结合产生足够的社会效用，那这种技术就不能真正称得上是有价值的技术。智慧的技术必须是既经济又实用的好技术。二是科学技术一方面使城市变得更加美好，但另一方面也给城市带来环境的污染和气候的恶化。空气污染、噪音污染、水体破坏、气候变暖无不是现代工业技术带来的负面影响。此外每年大量的高科技垃圾也在不断增加城市的环保负担。当前很多地方智慧城市建设一哄而上，其中有一些城市一味追求技术上的先进性，这只会给城市的发展带来更多的负面影响。

管理型智慧城市逐渐成为关注的焦点。但长期以来，政府对城市管理存在两种倾向：一种是把管理当作权力，政府高高在上，权威不容质疑；二是在管理中过分追求经济的增长。这两种倾向忽视了政府管理的目的既是要为了维持城市的运转和发展，更是为了使人们能够更好地享受城市的生活。管理型智慧城市虽然能够提高政府管理的效率，却没有从根本上改变这两种倾向，甚至随着技术的广泛应用，会进一步强化这两种倾向。而从经济的角度看，智慧城市建设已经被许多政府当作经济发展的又一重要驱动力，但如果缺少足够的公众意识，这种立场也会造成新一轮的“经济型城市化”。

人文型智慧城市

信息技术和数字科技只是智慧城市建设和成长中的手段，不能为了启用更多方面的数字、信息、互联网应用，而给社会和人们造成更多的浪费和困扰。片面发展科技型智慧城市，过度强度技术本身，这是一种舍本逐末的行为。而片面发展管理型智慧城市，过度强调智能管控和经济增长，既是与智慧城市在本质上致力于“改变组织之间的信息交互模式，优化政府、企业和全社会协同机制”的思想背道而驰，也是与“城市，让生活更美好”的理想相脱节。智慧城市强调的是城市的综合发展，其根本的出发点和最终的归宿点是城市居民，最终的表现形态是在“真”和“善”的基础上实现城市之“美”。这就必然要求以人文型智慧城市建设为根本推进智慧城市的全面发展。人文型智慧城市要求将信息化技术手段与人文服务理念和措施相结合，技术要有人文目的，管理要有人文理念，最终实现城市具有人文情怀，也就是以智慧技术创造一个真正适合人生活的城市。

伴随着“以人为本”的城镇化进程不断推进，越来越多的人认识到技术和管理不是智慧城市发展的目的，让城市生活更加美好才是智慧城市的根本。