
创意产业视角下苏州乡村文化景观建设研究

宋晓真

随着各地美丽乡村建设的进一步推进，如何立足本地资源，改变农村面貌和生产生活条件，优化产业结构，建设有乡土特色的乡村文化景观，对新农村景观进行科学合理的保护、开发和利用已在相关领域形成一定共识并取得一定的成果，如何将这

些乡村特色有效地表现和延续，是现阶段新农村建设亟待解决的问题。

一、乡村文化景观和文化创意产业概念的界定

（一）乡村文化景观

乡村文化景观，简而言之是指整个乡村区域整体人文生态系统的统称。它一方面反映了这些区域的人文地理特征，另一方面也体现着独特的地域精神文化。传统的乡村地域文化景观从空间、时间和特征维度上分别包含乡村景观、传统景观和文化景观。

（二）文化创意产业

文化创意产业，从不同的领域看有不同的解释。从产业发展的角度来看，有些学者把文化创意产业定义为由于某些创意被产业化运作的结果。在国家转变经济发展方式的大背景下和一系列扶植政策的推出，创意产业在原来先天产业条件

不是很好的情况下实现了跨越式发展。目前对创意产业的关注还是着眼于城市的比较多，与农村经济和文化旅游相关联的研究还是比较少。

二、苏州乡村景观及文化产业的发展现状

（一）文化产业发展与乡村文化景观资源的关系

1. 文化产业的发展为乡村文化景观资源的开发提供保护

每个地方都有不同的地域文化，具有不可复制和不可移动性。把发展方式建立在农村特有的乡村风光、乡村经济活动、乡村自然景观、乡村生态环境以及地域优秀文化的循环和传扬的基础上，挖掘其“外表”下面深刻而丰富的文化内涵，有效地避免在大拆大建的农村建设浪潮中村落文化景观独特性丧失，防止在村落建设中落入千篇一律的村落文化景观景象中去，实现在发展中保护，在保护中发展，最终达到地域文化与村庄建设的可持续发展。

2. 丰富的文化景观资源有利于地域文化产业的可持续发展

在发展中必须通过相应的载体转化为具象的形态才能容易被人们感知和接受。村落文化景观作为地域文化的载体，在可持续发展中可以提升文化产业的软硬实力。

（二）苏州乡村文化景观特色与风貌类型

1. 苏州乡村文化景观资源的特点

一是资源数量丰富，品位等级较高。苏州文化景观资源类型丰富且品位等级较高，从物质的日常生活物品、公共活动场所、传统民居建筑等，到已经渗透到当地血液中的村规民俗、传统手工艺和具有地方特色的生产生活模式，共同构成了丰富多样的景观种类。二是景观格局稳定，地域统一。苏州乡村地区受特定的地理地段、河流沟渠、湿地等水流域的影响，村落的居民们与水相连的生产方式和生活方式，使得乡村生态景观格局在这些共同因素漫长且复杂的影响下趋于稳定，其成因、特点、功能等也保持很高的一致性。三是营造顺应自然，尊重环境。小到一幢房子，大到一个村落，布局选址都十分注重天人合一的可持续发展理念，苏州乡村景观文化营造在顺应自然的同时，按照一定规律有节制地改造和利用环境资源。四是文化底蕴深厚，得天独厚的自然景观特质。得益于山川水土这种自然环境的赋予，苏州乡村地区从景观的自然风貌特征和人文空间特质都透露出深厚的文化底蕴和浓浓的历史性。

2. 苏州乡村景观风貌特色类型划分

随着美丽乡村概念的提出，各地一度热衷于乡村风貌整治。具体来讲，传统乡村地域文化景观风貌是乡村文化的外部物质要素的体现。包括自然生态环境、乡土的建筑、农业景观、遗址遗迹、民俗服饰和手工艺等。

（三）苏州乡村文化景观建设存在的问题

苏州很多乡村地区都在经历着从传统农业向现代化工业化的转型，在这一过程中，有经济飞速发展的喜人成绩，也正面临由于缺乏统一规划和管理导致的居民点散乱、生态环境恶化、硬件不硬，软件不足导致的地域风貌丧失的困境，早期粗放型的、无计划的建设后果正在日益凸显出来。

1. 脱离乡村实际，乡村景观“城市化”

近些年的乡村治理和建设项目，虽然初衷都是为了提高村民的生活水平，改善居住环境，但实际操作时却产生一些问题。如部分村庄效仿城市的做法，大肆兴建大亭子、大牌坊、大公园、大广场，但就实际使用情况来看不甚如意，因为农民的活动场所大都在院子或者屋子前后附近的区域，适合左邻右舍的闲谈还不耽误干活，不会经常去较远又比较大型的集中地场所，由此造成了空间的浪费。此外，部分村庄采用草皮、灌木等城市园艺手法搞绿化，把原先的石板路改成硬化水泥路，制作假山假石等人造风景，这些“城市化”的做法不仅使得后期维修成本高，也失去了乡土风貌。

2. 破坏乡村风貌和自然生态

部分村庄无序建设破坏水网结构，强行干预水体结构，硬化溪流、沟渠驳岸，把原本自然的河道硬是由弯改直，这不仅减少了河道长度，也破坏了水生物的栖息场所。

3. 传统与现代之间处理不当

很多乡村景观建设项目往往处理不好传统和现代的关系，容易犯两类极端的错误，好的设计开发一定是能在两者之间取得平衡的。如南京东郊的桦墅村，当特色建筑、民俗小吃街模式被遍地移植时，他们发现产业单一容易导致后劲不足，于是在现有的民居基础上，通过融入老建筑风格、老物件、宗祠、书塾、作坊、字号等自然和文化元素，将现有街巷单元化、条理化、个性化，整合资源、打出招牌、突出特点，布局“嚶栖书院”“青果文化”等业态，将传统民俗与现代创意结合在一起。因此，乡村旅游在保留传统文化的基础上，应进行适当改良，使传统与现代融合，而不是绝对的鄙弃一方。

4. 村庄基础设施相对落后，缺乏规划引导

由于各级乡村规划内容和体系不完整，且名目繁多，重规划、轻管理，管理人员重视不够、能力不足，导致管理滞后。如不少旅游村庄基础设施配套不到位，个别村庄不准村民们私建厕所，甚至公共厕所未建之前就强行把私建厕所推倒。厕所事小，却关系着农村环境治理的大事，需要谨慎对待。

5. 乡土风情经历变迁

目前，苏州乡村的村民逐渐演变成不同的群体，有仍然专门从事传统农业耕作的，也有不脱离土地但依靠二三产业打工生活的，等等。这导致原本的生产生活方式发生了一定的转变，一些具有鲜明特色的传统文化技艺逐步消失，人们对住房水平和居住环境要求越来越高，攀比心理越来越重。因此，传统与现代价值观之间的碰撞是导致一系列问题产生的重要内在原因。

三、植入文化创意产业的苏州乡村文化景观的实施策略与思考

（一）全面掌握资源动态，科学规划开发项目和设置区域景观形象

在乡村景观规划过程中，首先要立足本土区域，以严谨科学的态度对区域空间里景观发展的完整过程进行跟踪分析。苏州乡村文化景观资源不仅数量非常丰富，且具有一定的变化性。因此，要合理开发利用该资源必须要从苏州各地的地域地理环境人手，摸排各自的资源状况，明确发展定位。

为有效认知村庄历史文化价值特色和空间特色，可以抽调高校和政府企业相关专业人士组成调研队伍，收集调研相关资料，利用自己的理论知识加上一手的调研材料来拓展对不同乡村的价值认知。在此过程中组织相应的民意调查，利用公众参与拓展规划原始资料收集途径，在摸清新农村的地域基础和各地区文化景观资源特征的基础上尊重村庄既有现状，按不同村庄类型和资源禀赋结合现代新农村的产业特色进行分类指导，以实现对其科学合理的开发利用。

（二）让艺术介入乡村——新乡村修复计划

所谓新乡村修复计划，即以艺术推动村落复兴为手段，颠覆现有的“新农村建设”偏差和误区。艺术修复乡村计划即借助集聚的艺术文化要素，提取并优化艺术群体与农村群体融合的优势，重新梳理和更新村落文化生态，构建乡村环境下的再生机制，打造乡村能与时代同步的、全新的生活方式与文明习惯，将新农村建设推向一个史无前例、真正可持续的发展高度。

在日本，著名策展人北川富朗先生提出了“艺术激活区域”理念，即在广阔的乡村地域中，以艺术为坐标，强调人与自然的连接，引入企业与全社会参与，运用艺术的力量、当地居民的智慧和地区自身资源，实现村庄与村庄、艺术与自然、城市和乡村之间的串联，以崭新模式为区域发展注入活力。借由此理念，如果运用到真实的乡村建设中需要以下做法：

1. 创意阶层的引入

创意人群的工作属性决定了他们需要一个相对安静，不受外界干扰的工作和生活环境，苏州乡村地区丰富的景观资源和优美的自然环境很好地契合了与他们当下生存状态相联系的审美趣味和需求。由此，可以打造以村落创意环境为基础，以多元化的创意生态为特色的文化创意产业集聚区和创意阶层孵化基地。此外，创意产业阶层介入乡村实践需要触发各方通力协作，艺术家、农业与社会学者、经济与商业人士以及团队运作的行政人员等团队之间的平衡协调是未来乡村创意产业发展的保障，借助创意产业的发展不仅可以促进村落经济的发展，还可以更好地保护村落的原生态和景观环境。

2. 依托高校兴建“智库”，激发村庄活力

民宿经济作为美丽乡村建设的新内涵、旅游经济发展的新业态，对于贯彻农村发展新理念将起到重要推动作用。为适应新农村文化景观旅游小规模、求特色的需要，因地制宜，充分利用山水自然资源优势，借助高校文创资源，打造特色民宿文化景观也是一种发展策略。

2016年，苏州创博会组委会启动了“中国苏州美丽乡村与半岛民宿设计大赛”。大赛以实际村落为蓝本，用创意的形式打造符合苏州地域文化的特色村落民宿。大赛选取吴中区光福镇香雪村作为设计基地，希望通过有创意的建筑、景观环境设计和旅游策划，将“农村休闲旅游”与“创意设计”相结合，催生“苏州丘陵盆地特色的滨水民宿村落”，并以此为示范点，进一步推动整个苏州美丽乡村与民宿建设的发展。苏州高校师生群策群力，出现了一批新颖、经典的设计方案，最终实现了“乡村生态”与“文化创意经济”的完美重构。此外，还有一批艺术院校也开展了带项目下乡活动，2017年，苏州工艺美院的师生深入苏州长沙岛社区乡村进行文化服务实践，不仅把艺术课堂办成了乡村实践课堂，并且发挥专业特长，测绘村庄现有状态，力求帮助农家展现文化特色，提升社区公共区域的文化环境，起到了“抓党建富民强村，引文化扮靓社区”的成效。

3. 旅游文创品牌的开发

旅游文创品牌的开发不仅仅是馈赠一个产品这么简单，需要通过原创者对作品本身和当地文化有充足的了解，然后结合相关的专业知识进行研发，从产品的定位、创意、包装等方面形成独具地方特色的创新产品，让商品成为地方文化的代表，以此打造一系列品牌形象。

（三）有效整合文化创意产业价值链，真正实现“文化”景观旅游

在新一轮美丽乡村建设背景下的文化景观旅游与以前的乡村旅游有本质不同，它是以乡村文化景观资源为核心，伴随着创意产业刚刚发展起来的体验式旅行，能够让游客品读历程、让文化与旅游深度融合的可持续的新型旅游模式，体现出更为丰富的层次和内涵。因此，将苏州乡村地缘范围内的所有有效资源进行梳理归纳，打造多角度、多层次的旅游文化创意产业价值链就显得十分必要。

1. 资源共享，优势互补

在纵向上，加快创新，打通产业链各个环节的相互渗透与融合，让其产生长久持续的功效。横向上，促进不同企业和不同空间地域之间形成联盟，利用资源共享等方式提高资源影响力，彼此共融才能发挥最大的集合效应。如环太湖地区的苏、锡、常地区由于地理位置相近、乡村旅游发展同质化竞争十分激烈，可以形成战略联盟，共享资源。

2. 构建完整的创意人才链条

创意文化旅游的发展不仅需要专业的创作和设计人才，更需要懂各种链条的操作，既懂管理又懂旅游开发的全方位的人才，还需要有专门研究当地经济文化及产业发展规律，并能研究和把控二者走向的人士。所以有效整合人才创意链条，才能保障真正的“文化”景观旅游的实现。

（四）建立特色性乡村文化景观资源评判标准和机制

为了重视文化景观资源开发利用的环境规划，需要对乡村景观资源进行定量与定性评价。目前，我国对乡村景观的整体评价没有统一的标准，已有的生态评价指标体系大多针对城市，针对乡村地区的很少。因此，要合理构建乡村景观的动态评价机

制，这是一项复杂工程，涉及到社会经济、自然文化甚至美学等多个领域。所以评价指标应考虑定性定量评价综合使用，对一些品位等级较高的景观资源要严格把关、提高标准，并遵从科学性、可行性的原则，尽可能做出客观真实的反映，以便有效地指导各地乡村人居环境建设。

本文系江苏高校哲学社会科学研究重点项目（编号 2017ZDIXM140）的阶段性成果。

（作者单位：苏州工艺美术职业技术学院）