

长三角一体化中的文化协调发展研究

丁宏

(江苏省社会科学院博士 南京 210000)

摘要: 现代社会的区域发展中,文化和经济协调的地位和作用表现得越来越突出。本文认为,长江三角洲不仅是一个区域概念,更是一个文化概念,长三角经济协作区的形成,是以源远流长的历史文化互动基础为前提的。文化协调发展为长三角一体化提供了认同基础、精神动力和竞争优势。最后,本文提出了长三角文化协调发展的四大战略。

关键词: 长三角;一体化;文化协调发展

中图分类号: F062.9 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-8263(2007)09-0026-05

长三角是个区域概念,更是个文化概念。这一区域虽然在新中国建国以来并没有形成行政区,但在历史上却有江南、南直隶、两浙路等政区名。^[1]近千年来,这里一直是我国人口最稠密、经济最昌盛、文化最繁荣的地区,是文明进步的象征和时代发展的领潮儿。长三角经济协作区的形成,是以源远流长的历史文化互动为基础的。

一、长三角区域历史与文化互动

早在一万年以前,气候温和、资源丰富的太湖流域就有先民们在此生聚、繁衍。建国以来,长江下游新石器时代文化遗址的大量发现与发掘,揭示了长三角文化发展的历史源头,也向全世界宣告了长江下游存在着可与黄河流域新石器时代文化相媲美的另一个中心。宁镇地区的北阴阳营和湖熟文化、太湖流域的马家浜—崧泽—良渚文化序列,以及宁(波)绍(兴)地区的河姆渡文化,共同构成了长江三角洲灿烂辉煌的史前文明。^[2]

春秋战国时期,长三角区域成为吴越争霸的历史舞台。在长期的地域争斗中,领域瞬息忽变,人民迁移流转,文化渗透交融,长江下游流域在经济和社会上都得到了相当的发展。汉代以来,长三角

区域宜人的气候、丰饶的物产、淳朴的民风,与战争相对隔绝的社会环境,使这一区域成为全国最为安靖的地区,迎来了加速发展的机遇。东汉末年的黄巾起义与西晋末年的永嘉之乱,给吴越地区带来了第一次加速发展的历史性机遇。^[3]“京洛倾覆,中州士女避乱江东者十之六七”,^[4]出现了一次较大规模的移民浪潮,江南“百郡千城,流寓比室”,人口集中度大大增加。以魏晋传统为主导的中原移民携其在政治、经济、文化上的优势,与长三角原有的文化发生激烈冲突、碰撞和趋同、整合,并促成其文化风貌发生巨大移易与转型。^[5]重新整合后的江南文化初步确立起中华文化的主体地位。晚唐的安史之乱和北宋末期的“靖康之难”再次促成中原人口向江南的大规模迁移。这时的长三角区域成为全国的经济文化重心,由此定局。

1840年,鸦片战争爆发,西方列强用坚舰利炮强行打开中国国门。处在东南沿海的长三角,是西方帝国主义进行经济侵略和文化侵略的最前站之一,备受列强的欺凌和屈辱,但这也造就了这一区域跟西方文明的全面接触,长三角文化开始其向近代文化的转型。于1843年开埠的上海成为近现代

中国社会历史变迁的缩影,也成为长三角乃至全国的新文化中心。大量来自长三角区域的移民涌入上海,带去了大量的资本、人才和技术。“他方客弱主人强,独有申江让旅商”,移民奠定了上海成为国际化大都市的基础,进一步加强了上海在长三角经济文化中心的地位,也使得上海与长三角其余地区的联系更加紧密。

新中国成立后,长三角地区继续在文化上蓬勃发展,虽然在大跃进及文化大革命期间有所中断,但在我国社会主义市场经济体制确立后,长三角地区迎来前所未有的历史发展契机。以上海为龙头,长三角地区将其悠久的文化传统和深厚的文化积淀发挥得淋漓尽致,吴文化、越文化和海派文化在这片得天独厚、人杰地灵的土壤上相互整合,交相辉映,创造出累累的文化硕果,衍生出理性开放、兼容并蓄的人文精神,发展出个性鲜明、丰繁灿烂的区域文化,集中反映出长三角人的精神风貌、观念意识、心理态势和人格风范。长三角的文化精神,是长三角在区域竞争中借以制胜争优的“软实力”的核心所在,支撑着长三角创造出一个又一个的经济社会发展奇迹。

长江三角洲地域相近、人文相通、交通便利,在长期的历史发展中,长三角诸地区通过彼此的嬗演、流变、分离和重叠,共同开发资源,共享共利,分工经济协作,互补互动,形成了密切的网络化区域关系。如今,长江三角洲在国际化大都市——上海的带动下,已成为中国经济最强、动力最足和能级最高的地区,并将成为中国经济发展的“主引擎”、中国现代化的“领航区”和中国城市化的“示范区”。^[6]与全国其他区域相比,长三角在地理、资源、能源环境上并非独占优势,然而千百年来却一直保持着经济繁荣的势头,人们在破解这“经济奇迹”的难题时,不可避免地把目光转向长三角深厚的文化底蕴、丰富的人才资源和亲商的人文精神,^[7]转向隐藏在经济数据、技术装备和区位优势等“硬实力”背后的“软实力”。区域一体化必然包括经济、社会的一体化和文化的一体化,区域能否实现一体化或在一体化方面能走多远很大程度上要取决于文化的认同。费孝通在一次被采访中谈

到:“……洲级经济区域概念的提出,也许是走向这个共同体的一个起点。但这也仅仅是一种可能,如果没有共同的价值观念,仅是经济上的联系,将不易达到。”^[8]长三角不仅应该是发展强劲的“经济增长极”,也必然是活力澎湃的“文化核心圈”。在长三角经济一体化成为目前最热门的话题的同时,推进长三角文化协调发展、构建长三角现代文化圈业已成为人们关注的焦点。

二、共同文化基础对长三角一体化的推动

认同是主体对自己身份、角色、地位和关系的一种定位,一种认识和把握,也可以说是一种自我意识。^[9]在一个国家或地域的长期历史进程中,文化认同已经给其人民打上了深刻的烙印,对本地文化特质和文化传统的珍视和坚守形成一股强大的力量,影响着人们对超越地域的经济或政治机制的选择。没有文化认同的黏结,区域整合也就难以实现。区域一体化并非要抹杀文化的自我认同感,然而,如果文化“个性”过于强烈,将在区域的一体化过程中产生过多的文化碰撞和冲突,无法形成有意义、有效力的、能够将区域人民共同联合起来的文化意识和象征符号,使人们对一体化事务难以存在普遍而持续的热情,从而影响一体化的总体进程。

实现区域经济协调有序、健康快速发展,离不开先进文化的指导,离不开文化力的支撑。文化可以为经济发展提供价值导向和精神动力。^[10]文化中的理想信念、价值标准、道德风尚、行为规范等,反映着一定社会群体的利益、愿望和意志,支配着人们的行为,调节着社会关系,对社会经济发展有着巨大的影响。长期以来,具有浓郁区域特色的长三角文化,推进了长三角地方经济的振兴。

长三角区域从先秦时期就属于吴越文化区,“人性柔慧,敏于习文,疏于用武”,“山水清佳,风气朴茂,男务耕桑,女勤蚕丝”,^[11]有着相近的文化习惯和特质。在其后的历史演进中,虽有区域间的竞争及吴文化、越文化和海派文化等亚文化圈的衍生,但总体而言,该区域属于同一个文化圈。长三角的文化是共性与个性的结合,共性的地方非常多,表现在同根同源、互融互通。^[12]长三角深厚的文化认同渊源是其区域一体化进程的宝贵财富,以

这样的文化认同感为基础, 树立长三角意识, 确立区域共赢发展的大局观, 是长三角区域一体化得以实现的必要保证。

吴文化中重商主义的特质和浓厚的商品意识, 使得苏南地区民众的思想观念与市场经济具有天然的适应性, 并养成了勤劳、智慧、心灵手巧、精于算计、务实、求稳、包容、开放的竞争意识, 这些宝贵的精神财富对苏南地区经济的发展产生了重大影响, 直接促使“苏南模式”的形成。^[13]“讲求实效, 注重功利”是浙江传统文化精神的一个显著特征, 注重经世致用的浙东学派为浙江留下了“义利并存”和“工商皆本”的精神遗产, 浸润于浙江民间的社会实践和思想观念并长期延续下来, 对改革开放以来浙江经济体制变迁的轨迹产生了深刻的作用。^[14]而秉承了吴越文化优点、吸纳了诸多移民文化精华而形成的敏感时尚、开放创新的上海文化, 更是张扬了上海国际化大都市的城市魅力, 集聚和培养了众多的文化技术人才, 巩固了其在中国经济发展的龙头地位。吴文化、越文化和上海文化, 把这些积淀深厚的文化传统有效地利用起来, 弃其糟粕、纳其精华, 共同构成推动长三角一体化发展的持续动力。

长三角经济文化共同发展是提升长三角区域综合竞争力的重要途径。文化作为综合国力的重要标志。在当代, 国家、地区和城市的竞争, 直接地表现为经济和科技力的竞争, 但本质上还是人的素质的竞争和文化力的竞争。经济、文化的互相渗透和融合, 使商品附加值和竞争力越来越取决于科技和文化的含量, 也使城市投资环境的竞争越来越取决于城市的文化品位和文化科技的含量。在新形势下, 城市竞争力的提升, 越来越依赖于文化产业, 文化产业成为城市竞争力中的核心竞争力。纽约、伦敦、新加坡、香港等一些世界级城市 (World city) 纷纷实施文化竞争战略, 确立成为世界或国际文化中心的城市目标;^[15]日本学者青木保文在考察了上海的投资环境后, 感叹道, 亚洲城市“文化大竞争”的时代开始了, 为了在大竞争时代成为赢家, 下阶段的方向性战略是立足于“文化”。^[16]

因此, 提高长三角地区的综合竞争力, 必须依

靠文化力的发展, 提高文化的竞争力、影响力和辐射力。与此同时, 文化产业在国民经济中正占据日益重要的地位, 它能带动相关产业的发展, 使产业结构合理化、高度化。文化产业虽属第三产业, 但又依托一、二产业, 具有极大的经济潜力, 对于丰富文化生活、提高公民素质, 促进经济发展具有重大作用。长三角的文化消费需求旺盛, 文化消费市场潜力大, 文化产业必将成为长三角新的经济增长点。

2003年, “长江三角洲文化合作与发展”论坛在上海举行, 标志着“长三角”区域文化合作与发展迈上了一个新台阶。紧接着, 江浙沪文化厅局于2004年1月在杭州签署了《江浙沪文化市场合作与发展意向书》、《长三角区域演出市场合作与发展实施意见》三地的文化合作开始进入实施阶段。8月, 江浙沪文化厅局长联席会议召开, 三地签署了《关于加强长三角文化合作的协议》标志着三地间的文化合作迈出了实质性步伐, 开始从对话性合作向制度性合作推进。^[17]

但不可否认的是, 长江三角洲文化一体化建设才刚刚起步, 再加上这一地区目前还分属于三个不同的大行政区域和十六个小行政区域, 且各自为政、无序竞争, 文化政策、体制差异等较大, 因此, 目前的长江三角洲文化一体化建设还存在着许多问题。

三、长三角文化协调发展的战略思路

1. 打破围墙, 协调共赢。作为世界第六大城市群, 作为我国经济发展最快的地区, 作为地缘相近、人缘相亲的繁华之地, 长三角应该致力于成为全国文化内容创新最多、文化辐射力最大、文化消费能力最强的地区。长三角区域长久的文化积淀彼此包容、影响、碰撞、吸引、融合, 形成了共同和谐的文化圈域, 创造出悠久灿烂的历史篇章, 有着源远流长的人文亲和力。在新的历史时期下, 长三角城市群迎来了新一轮发展契机。文化是城市之魂, 是经济发展之动力, 加强长三角地域文化的合作与交流, 促进区域文化交流和联动发展, 是这本就同质同源、一脉相承的文化的必然性, 其更将有利于提高区域整体竞争力, 加速长三角区域的一体化

进程,从而在中国乃至世界的文化格局中占据令人瞩目的重要地位。

长三角区域共 16 个城市,分属 2 省 1 市,行政区划的分割难免造成各地文化市场及文化管理体制上的分割,省、市之间,甚至同省的城市之间都存在着不同程度的文化壁垒。从文化规划上看,各市都有着打造各自的文化大市或文化强市的宏伟蓝图,却少有如何与其他城市交流协作的构想,构造长三角文化圈的规划远远落后于构造长三角经济圈的规划;从文化管理体制上看,各市文化管理部门的职责、管理范围各有不同,为政府层面特别是文化工作部门的互动与合作带来一定的障碍。

要实现长三角区域文化真正的融合,形成“长江三角洲新文化中心”,必须更新观念,打破行政区划的藩篱,变各自为政、以自我为中心的独赢思维为相互协同、联动发展的共赢思维;将长三角地域的文化事业和文化产业真正做大做强,消除市场分割的体制性因素,实现开放条件下地区的整体融合,达到地区优势间的互补效应,体现长三角区域的整体文化竞争力。

2 制度创新,共建平台。行政壁垒是目前长三角区域文化合作的一大障碍,为长江三角洲文化的长远发展和融合建立强有力的组织协调机制,政府应该有所作为。各地政府应着眼于长三角区域一体化的长远利益,加快文化管理体制改革步伐,尽快突破行政“瓶颈”的体制性障碍,积极进行制度创新,建立正式的区域文化合作交流协调组织,充分发挥政府的主导作用,使长江三角洲 16 个城市的文化建设和发展形成一个整体,共同参与国内、国际的文化市场竞争。

目前,每年举办一次的“长江三角洲文化合作与发展”论坛为长三角文化合作提供了良好的政府及民间的对话平台。可考虑在此基础上,建立更为紧密型的文化交流合作组织,由各省市的文化主管部门、文化业务部门、重要文化企业及知名的文化学者共同组成,定期召开工作会议,进一步推动文化资源共享,提出长三角文化合作的整体思路和设想,从空间资源的整体性和网络关联性出发,编制长三角文化发展的整体规划、基础设施联合建设

规划等,各省市的文化规划需接受该规划的指导,与其相协调,相配合。以该组织为核心,积极鼓励成立各类官方或非官方的其他文化交流组织,充分发挥民间力量在推进区域文化合作中的有利作用,逐步形成长三角地区政府引导、市场主导的良性合作机制,有组织、有序地推动区域文化建设和发展。

3 资源共享,市场共通。长三角地区拥有极为丰沛的文化资源,文化人才层出不穷,文化设施网络齐全,文化建设成果累累。如果这些文化资源局限在某一省某一市中,各自画地为牢,无疑难以发挥其推进先进文化建设、满足人民群众精神需求的最大效果,造成资源闲置和极大浪费。长三角又是中国经济最为繁荣、城市最为密集、交通最为便利的地区,自古人文荟萃,居民收入和文化鉴赏水平较高,有着成为中国最大的区域文化消费市场的潜力。为此,我们建议尽快推进建立长三角开放、畅通、一体化的区域文化共同市场,以市场化的手段促进区域文化资源的共享和优化配置,保证各种生产要素通过市场规律自由地流动。

(1)资本流动。长三角区域内应统一文化事业和文化产业进入的市场准入门槛,统一税费,统一市场和游戏规则,建立普惠制式的文化投融资体制,各地出台的优惠政策或是鼓励文化事业、文化产业发展的支持政策,应在区域内共享。鼓励文化资本在区域内的自由流动,鼓励文化产业的跨地区、跨行业、跨种类经营,鼓励文化企业间自发自觉的联合或合并,打造国内领先、具有国际竞争力的文化旗舰。

(2)人才流动。通过各种形式,加强长三角区域内各类文化人才的流动和合作。打破对人才的禁锢和封闭传统,逐步构建统一的人才市场,共同创造公平竞争的人才环境,防止过度竞争和无序流动。以项目为龙头,使文化策划人才、创作人才、表演人才和经营人才实现强强联合,进行文化用人制度的创新。合作进行各类文化人才培养和培训,整合长三角诸多著名院校的师资力量,培养现代型的文化复合人才。

(3)信息流动。运用现代信息技术手段,建立公开、透明、完整的信息平台,使区域内的文化信息

资源进行实时传播、异地交流。依托各地的图书馆网络和文化门户网站, 共建“长三角文化信息网”, 发布各地最新的文化政策、文化市场动态、文化演出信息、人才需求信息等, 使企业和市民及时掌握长三角区域内文化发展的第一手信息, 加速和引导区域文化资源的合理流动, 推动区域统一文化大市场的形成。

4 和而不同, 错位发展。长三角文化是相融相通、一脉相承的; 由于地理、自然环境的相近性和历史渊源的久远, 不少城市在文化资源上有共性, 甚至有交织难解之处。如近年来镇江杭州有“许仙”之争, 宁波宜兴有“梁祝”之争。在文化设施建设和文化发展定位上, 大多数城市也多有雷同之处, 追求小而全的痕迹较重。

孔子曰: “君子和而不同。”著名社会学家费孝通也曾提出其“文化自觉”的理论, “各美其美, 美人其美, 美美与共, 世界大同。”从文化的发展形态来看, 虽同属一文化圈, 苏沪浙三地经过漫长的历史时期已有其不同的文化特色, 如江苏的悠远深邃、雍容气度, 上海的优雅精致、国际风范, 浙江的灵动多变、激进昂扬。从文化发展的趋势看, 多样性的文化无疑比一致性的文化更具吸引力, “越是民族的就越是世界的”, 只有多元的和差异的文化, 才能保持旺盛的生命力。只有各城市都保持自己的地方特色, 创造出属于自身的文化品牌, 才能在文化竞争市场中有一席之地, 区域文化的合作和交融才有其现实基础。

根据当地的历史特色、自然风情和人文区隔, 根据在长三角文化圈内不同城市文化发展的定位要求, 坚持和而不同、错位发展的战略, 真正创造出各具特色、形式多样的地方文化品牌, 对本地文化传统进行继承与创新, 发挥文化区位优势以取得竞争优势, 是丰富长三角区域内文化特色, 形成资源互补, 形成长三角文化大品牌, 实现文化合作和联动的可持续发展的必然途径。

[1]陈学文:《从时空嬗演看历史上长江三角洲的互动关系》《史林》, 2005年第1期, 第21页。

[2]王友三:《吴文化史丛》江苏人民出版社, 1993年版, 第6页。

[3]董楚平:《吴越文化的三次发展机遇》,《浙江社会科学》2001年第5期, 第133页。

[4]《晋书·王导传》。

[5]孔定芳:《永嘉乱后的中原移民与江左文化》《江海学刊》, 1998年第5期, 第116页。

[6]张颖瀚:《长三角的功能定位、发展目标及推进区域发展的战略重点》,《长三角一体化发展初探》新华出版社, 2004年版, 第17页。

[7]本刊评论员:《“活力江南”的文化之源》《江南论坛》2005年第2期, 第1页。

[8]刘晓凤, 任卫峰:《长江三角洲经济一体化的文化机理研究初探》《嘉兴学院学报》2004年第4期, 第21页。

[9]陈刚:《全球化与文化认同》《江海学刊》, 2002年第5期, 第50页。

[10]王立人:《长三角区域文化共同发展之思考》《江南论坛》, 2004年第10期, 第15页

[11]《吴越春秋》。

[12]宋言奇、马乙玉:《以文化认同促长三角经济合作》《江南论坛》, 2004年第10期, 第20页。

[13]欧人:《论苏南经济发展模式与吴文化之关系》《现代财经》2004年第12期, 第66页。

[14]陈立旭:《浙江经济发展的历史和文化底蕴》《中共浙江省委党校学报》, 2002年第3期, 第38页。

[15]杨荣斌, 陈超:《世界城市文化发展趋向》《2004年中国文化产业报告》, 社会科学文献出版社, 2004年版, 第279页。

[16]青木保文:“上海软件活力论”, 载《世界文化产业发展前沿报告》社会科学文献出版社, 2004年版, 第307页。

[17]潘剑凯:《长三角文化圈呼之欲出》《光明日报》2004年2月4日。

〔责任编辑: 竹林〕

注:

二〇〇七年第九期

南京社会科学