

# 英国文化调研解析通俗化民众性文化分类架构

田学军<sup>1</sup>, 熊毅<sup>2</sup>

(1. 南京农业大学 外国语学院, 江苏 南京 210095; 2. 湘潭大学 外国语学院, 湖南 湘潭 411105)

**[摘要]** 受文化要素英国调研激励并着眼于强化文化发展的民众基础, 提出了通俗化民众性文化分类架构。文化在通俗化民众性文化分类架构中可以粗略地归并为三类: 有形类、无/隐形类和创意类: 物性特征在有形类中彰显, 内涵特征在无/隐形类中靓丽, 创意类是灵动于有形类、无/隐形类, 通过文字、图画、声光电多维效应谋就的文化产品(包括旅游创意)。为了形成官民联动、良性务实的社会氛围, 优化我国文化大国、文化强国建设的多维效应, 提出了民众、文化推广、顶层设计和通俗化民众性文化分类架构彼此之间的动态互动关系图。

**[关键词]** 文化要素; 英国文化调研; 通俗化民众性文化分类架构

**[中图分类号]** G 03

**[文献标识码]** A

**[文章编号]** 1008-889X (2018) 01-0098-10

谈及文化, 英国人经常一筹莫展, 法国人却相对津津乐道, 这是因为两个民族的认知不同: 前者相信文化应该是实体化内容, 后者则怀有文化多彩的浓厚情结。文化的蕴含和分类丰富多样, 文化映射的社会面异彩纷呈。文化在一定程度上是检验一个民族或国家内功的试金石, 彰显着社会现状和可持续发展的软实力。当下, 英语国家文化穿透力强、辐射面宽, 与其文化发展和文化传播有着密不可分的联系。发展文化事业, 建设社会主义文化强国, 对于我们, 既是挑战, 也是机遇。但是从哪些方面切入文化才能更加务实、有效、持续地把文化的事情办好呢?

《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》(以下简称《决定》)指出: “坚持以人为本, 贴近实际、贴近生活、贴近群众, 发挥人民在文化

建设中的主体作用, 坚持文化发展为了人民、文化发展依靠人民、文化发展成果由人民共享。”<sup>[1]</sup>由此并从该初心始发, 笔者在英国开启了对英国人的文化要素<sup>①</sup>调研, 力图通过换向思维和路径的文化探究, 发现英国人眼界中我国文化建设进程中的薄弱环节, 把基于文化分类而且有利于于中国文化大国、文化强国建设的文化基础性工作做好, 不断推进我国文化强国战略, 促进精神文明和物质文明的双翼齐飞, 为尽早实现中华民族全面复兴的“中国梦”贡献力量。

定位于文化分类应该扼要明晰, 喜闻乐见, 通俗易懂, 最好贴近民众生活, 笔者在文化要素英国调研的基础上提出了通俗化民众性文化分类架构<sup>[2]146②</sup>, 以期拉近民众和文化的距离, 让民众走入文化、滋养文化, 文化贴近民众、陶冶民众; 拉动管理部门对通俗化民众性文化要素的科

**[收稿日期]** 2017-01-21

**[修回日期]** 2017-05-12

**[基金项目]** 国家留学基金全额奖学金项目(20130B320141); 国家留学基金资助项目(201208430412)

**[作者简介]** 田学军(1963—), 男, 山东德州人, 教授, 博士, 主要从事语言、文化传播、翻译及外语教学研究。

① 笔者认为, 文化要素和推广要素是内涵相同、视角趋异的概念。文化分类的下属成员可以视为文化要素, 推广要素则是文化推广视阈中的文化要素。文化要素和推广要素分别从静态的文化分类和动态的文化推广视角切入。

② 文化在通俗化民众性文化分类架构中可以粗略地归并为三类范畴: 有形类、无/隐形类和创意类: 物性特征在有形类中彰显; 内涵特征在无/隐形类中靓丽; 创意类是灵动于有形类、无/隐形类, 通过文字/图画/声光电多维效应谋就的文化产品(包括旅游创意)。详见笔者论文《民众性文化分类及其国际推广》(《沈阳师范大学学报》(社会科学版), 2017年第2期, 144-147页。)

学规划;激发民众对于文化保护、文化发展、文化创新的自觉意识和良好反拨作用;形成上下一心、齐抓共管、良性互动的社会氛围,为文化推广工作和文化大国、文化强国事业的兴盛做出不懈努力。

笔者聚焦三个方面的问题,层层推进,解析通俗化民众性文化分类架构,充分释放通俗化民众性文化分类架构对我国文化发展和文化推广的有力推动作用:(1)文化要素英国调研;(2)文化要素英国调研和通俗化民众性文化分类架构同框互动;(3)民众、文化推广、顶层设计和通俗化民众性文化分类架构动态互动。

## 一、英国文化调研

2012年和2013年,笔者有幸获得国家留学基金资助项目(1年)和国家留学基金全额奖学金项目(1年),在英国兰卡斯特大学语言学 and 英语语言系、英语和创意写作系访学交流。携带早先的文化积累并在拥有了对英国(文化)必要的考察之后,我们在兰卡斯特市进行了文化调研:对象包括兰卡斯特市社会白领(9位)、兰卡斯特大学在读学生(本科生、硕士生、博士生)(7位)、兰卡斯特大学孔子学院学生(7位);从年龄结构上,男性55—69(6位)、26—33(4位),女性42—52(4位)、25—28(4位)、18—20(5位)。

考虑到被调研对象的社会阅历、对文化的感悟以及和笔者的熟悉程度,我们对兰卡斯特市社会白领和兰卡斯特大学在读学生(本科生、硕士生、博士生)采取了访谈为主、问卷为辅的调研方式。前者中的社会白领,4位是当下在职、5位是退休不久的公职人员和教师;1位女性是供职于兰卡斯特大学的知名学者,1位男性在中国某大学讲授英语4年。他们学历较高,业有专长,社会阅历丰富、对文化有着浓厚的感悟;和笔者熟悉,已经成为朋友。在轻松亲切的氛围中访谈,既能适时排解疑惑、准确记录他们的观点和建议,又能及时对所提问题做出调整、

适时进行有效的扩充和追问。兰卡斯特大学孔子学院的学生,在生源、年龄、志趣等方面均和兰卡斯特市社会白领和兰卡斯特大学在读学生(本科生、硕士生、博士生)有较大差异,加之熟悉度、配合度明显较弱,故采取了问卷为主、访谈为辅的方式。

笔者的文化调研共设立了10个大类问题,涵盖29个小项问题:(1)对中国的了解;(2)对中国的态度;(3)对中国的来访;(4)文化蕴含要素;(5)文化推广/传播;(6)文化保护;(7)东西方文化彼此优势;(8)文化对经济发展和社会全面进步的良性反拨;(9)决定国家地位的核心要素;(10)你对中国哪些方面或者话题感兴趣,想了解更多?限于时间和篇幅,我们拟分批、分期对这些问题展开讨论。当下论文的重心是文化要素英国调研解析通俗化民众性文化分类架构。

在文化蕴含(文化/推广要素)中,我们列举了14个选项:政治体制,经济,历史,人和风俗,外交,军事,历史遗迹和自然风景,建筑,宗教和教堂,饮食、服装、住宿和交通,语言,媒介媒体(文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告),文化设施(博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施),其他(花园和公园)等。现将依据勾选人数做出的文化要素排序列表如下(见表1)。

统计数据显示,所列出的14个文化要素,全部被勾选;换言之,笔者对于文化要素的认定是符合英国人对于文化要素的心理预期和理性判断的。依据对文化要素勾选人数的多少,笔者进行了排序,把它们归并进了5个级阶:(1)建筑,文化设施(博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施),历史;(2)语言,宗教和教堂,其他(花园和公园),人和风俗,饮食、服装、住宿和交通,媒介媒体(文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告);(3)历史遗迹和自然风景,政治体制,经济;(4)军事;(5)外交。之所以这

表 1 依据勾选人数做出的文化要素排序

依据勾选人数 所分级阶	文化要素
1	建筑
	文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施）
	历史
	语言
2	宗教和教堂
	其他（花园和公园）
	人和风俗
	饮食、服装、住宿和交通
	媒介媒体（文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告）
3	历史遗迹和自然风景
	政治体制
	经济
4	军事
5	外交

样划分是因为：每组中的各个成员被勾选的数量相同；采取分组处理的方式可以最大限度地展示文化要素英国调研的原貌。现在一定有人会问，在分级阶的文化要素中，一些要素在数量上是平行的，哪在前？谁在后？笔者的考量是这样的：民心系国家大事义不容辞，但是关乎民生的所想所看也一直是我们党不懈推进和加强的工作。本着由近及远、由浅入深、从有形到无形、从感官到感悟的原则，依据文化要素和民众生活息息相关的程度及其在社会生活中的相对重要性和惯常认可程度，笔者对文化要素做出了如上的排序。现在以第 1 级阶（建筑、文化设施、历史）和第 2 级阶中的语言为例解说一下排序的初衷和观测点。

一位外国哲学家曾说：建筑是凝固的音乐。楼房布局、外观颜色、建筑式样、墙体雕刻、内外装潢、所处方位、特色看点等彰显着建筑的律动，和自然风光一样，具有无法复制的品格和韵味。文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施等）和建筑几乎可以划等号，只不过前者更加侧重沿街马路的楼房建筑而已。游览过伦敦和英国城市的很多国人有这样的印象：从生态环境看，风景随处可见；从城市建筑看，几乎一楼一式样。可以

说，在很大程度上，西方的历史在地上，中国的历史在地下。西方历史虽然浅短，但是建筑浸透着工匠精神，地面上的风景即是其历史；反观我们自身，历史绵延久远、珍贵遗产不胜枚举，令人痛心的是地上的很多遗迹文物因为种种原因不复存在。这给我们提出了一个严峻的挑战：地上文化资源的保护刻不容缓，地下历史遗产的挖掘尽力和文化保护相向而行，地上、地下都要珍惜，地上、地下都要抓、都要硬。

历史和文化相互映射，在一定程度上，历史是文化，文化是历史。没有历史，也就没有文化。稍加审视文化要素中的 14 个选项，不难发现，没有哪一项不是历史的产品！只不过这里所说的历史更加侧重一个民族或国家悠久的历史脉络以及蕴含沉淀。现实生活中的文化资源不仅受到了历史的塑造，而且时时处处显现着历史的印记：历史已经深深植入了文化的肌体和血脉，文化要素和民族历史是一脉相通的。历史和文化要素息息相关。民众对历史的认知和融入彰显着文化的魅力和存在价值，他们对民族或国家历史的尊重也恰恰来源于此。

国民对悠久的华夏文明感到自豪本是理所当然的事，但是在国内甚至国外的一部分中国人，对祖国美好的历史心生淡漠，甚至一些人对中国

文化产生了质疑。从当下社会现状看,一部分腐败分子滥用职权,有些人追逐金钱、权力太过急迫、功利,某些方面的道德底线遭到挑战,民众及其生活受到一定程度的困扰甚至是伤害。《决定》提出“坚决纠正以权谋私、造假欺诈、见利忘义、损人利己的歪风邪气”<sup>[1]</sup>。我们党反腐的坚定决心和实际效果已经释放出了明确信号:我们一定继续加大力度,遏制某些社会不公现象,稀释相对固化的人员配置,从根本上唤回民众对历史/民族的自信和敬重。

在英国,几乎每座城市都有展示当地风情的博物馆甚至画馆,院落面积、内部空间比较有限,很多博物馆就是一栋“破旧”的小楼;反观内容甚至布局,则是丰富多面:从城市发展蜕变的模型到配以图画的文字介绍,从民众鞋衣帽的收集到死难者名录的版式制作,从珍贵历史物品的保护展示到战争场面的声光电再现,从博物馆本身的运作经营(总体免费、主题收费、变换氛围、酒吧相伴)到充满浓郁地方风情纪念品的设计、生产、销售,从工作人员的素质涵养和热情导引到专门为孩子们辟出玩耍区域、激励他们探索并在步骤和答案方面实施人性化设计,可以看出,博物馆的功能定位在一定程度上,折射出了民众的生活是否已经和城市紧密相连。恰因此,在周末、节假日,父母常常带着孩子们去博物馆,孩子们在其中也是尽享欢乐。

我国历史悠久、文化灿烂,建有很多博物馆,对文化遗产也实施了必要的保护。倘若更多城市将城市发展、民众生活图文并茂地展现于博物馆,民众不仅能够看到自身和邻里生活的变化,还可以深刻地感受到历史的温暖:历史中有我,我就在历史中。从博物馆的藏品展示、开放经营和与民众互动等细节入手,让民众生活和城市发展及其历史记忆紧密相连,成为命运共同体;举国齐力同心,政府心系民众,民众情牵国运,为中华民族复兴付出实在的耕耘;如此良性互动成为美好记忆,印刻在城市发展进程中,温馨、活力与正能量不断加力城市/民族/国家的健康、可持续发展。

拟或有人持有这样的观点:英国有钱,可以办理文化的事情;我们物质条件有限,所以要先发展经济,等经济发展好了再来做大做强文化事业。如何处理好两者的互动关系,事关文化繁荣(文化保护是文化繁荣的重要组成部分)和经济发展的平衡和谐。在经济发展进程中,文化疏忽会使一些文化遗产遭受损害,某些本应该得到保护的没有被保护或者保护力度不够,这种损伤是补救措施很难甚至是无法挽回的。等到我们有了经济条件,或许忽然发现,需要保护的不存在了,应该保护的差不多了,本来能够保护完好的已经没有办法保护了。这是惨痛的历史教训,已经验证过的了。物质文明和精神文明两手都要抓两手都要硬,在经济发展和文化保护面前也应该两手都要抓两手都要硬。

语言是民族或国家文化的重要载体,也是文化的重要组成部分。语言承载着民族或国家尊严和强烈的政治、经济、地位等附加值。语言学着容易、写着流畅、用着便利,本身就是吸引、感染他人,助力文化推广的重要路径。英语是我们感同身受的语言例证。因此把汉语言推广的事情办好是当下亟需发力的一项任务,孔子学院和华文学校无疑发挥着中流砥柱的作用。从现实权宜的措施出发,我们应该从年龄阶段、学习汉语人数、实际效果等方面扎实推动。由此引发了另外一个问题——汉语言教学,需要从教学大纲、师资配备、教材研发、教法设计、课程创新、教学拓展等方面进行谋划,从(国家汉办)管理者到每一位汉语教师,不仅要把汉语言教学作为一项教学、管理工作做大做强,而且要把汉语言教学作为一项利国利民的事业,脚踏实地地调顺每一个环节,更加高效率从而实现民众的美好预期。

在文化调研过程中,笔者对兰卡斯特市的社会白领进行了重点访谈。他们诚恳解说我们对于每一个问题的疑惑和追寻,还列出了两个版本的文化要素排序:自己判断排序和拟想大众排序(见表2)。

表 2 社会白领文化要素排序

自己判断排序	拟想大众排序
文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施）	政治体制
历史	历史
人和风俗	人和风俗
宗教和教堂	语言
政治体制	媒介媒体（文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告）
媒介媒体（文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告）	经济
历史遗迹和自然风景	外交
饮食、服装、住宿和交通	文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施）
语言	军事
经济	饮食、服装、住宿和交通
建筑	宗教
外交	建筑
军事	历史遗迹和自然风景
其他（花园和公园）	作者注：被访谈对象没有列出其他（花园和公园）选项

依据英国人对文化要素的位置排序（社会白领除外），笔者进行了必要适当的技术处理，获取了他们对于文化要素的总体排序：（1）人和风俗；（2）历史；（3）语言；（4）饮食、服装、住宿和交通；（5）文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施）；（6）建筑；（7）其他（花园和公园）；（8）宗教和教堂；（9）历史遗迹和自然风景；（10）政治体制；（11）经济；（12）媒介媒体（文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告）；（13）外交；（14）军事。现在我们把四个文化要素排序同框（见表 3），审视一下它们之间的映照关系。

在表 3 中，最左侧一栏，不像右侧的三栏每格对应，而是沿用了先前划分好的五个级阶。与第一级阶对应、排序最靠前的三个要素中，历史全部出现（4 次），人和风俗 3 次，文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大

学、娱乐和健身设施）2 次。在与第二级阶对应的要素中，宗教和教堂 3 次，媒介媒体（文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告）3 次，饮食、服装、住宿和交通 3 次，文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施）2 次，历史遗迹和自然风景 2 次。与第三级阶对应的要素中，经济 3 次，政治体制 2 次，建筑 2 次。与第四级阶对应的要素中，军事 2 次。与第五级阶对应的要素中，其他（花园和公园）2 次。如果对这些信息进行再整理，最核心的文化要素应该是历史，人和风俗，文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施），语言，饮食、服装、住宿和交通，宗教和教堂<sup>①</sup>，媒介媒体（文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告），历史遗迹和自然风景。

① 这里的排序，主要是基于文化要素英国调研（表 5 中的宗教排序与此类同）。在我国，宗教的排序拟或在位置上会呈现出较大变化。

表3 文化要素排序比对信息

按勾选人数排序	英国人排序 (社会白领除外)	社会白领排序	
		自己判断排序	拟想大众排序
建筑	人和风俗	文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施）	政治体制
文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施）			
历史	历史	历史	历史
语言	语言	人和风俗	人和风俗
宗教和教堂	饮食、服装、住宿和交通	宗教和教堂	语言
	文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施）	政治体制	媒介媒体（文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告）
其他（花园和公园）	建筑	媒介媒体（文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告）	经济
人和风俗			
饮食、服装、住宿和交通	其他（花园和公园）	历史遗迹和自然风景	外交
媒介媒体（文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告）	宗教和教堂	饮食、服装、住宿和交通	文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施）
	历史遗迹和自然风景	语言	军事
历史遗迹和自然风景	政治体制	经济	饮食、服装、住宿和交通
	经济	建筑	宗教和教堂
政治体制	媒介媒体（文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告）	外交	建筑
经济			
军事	外交	军事	历史遗迹和自然风景
外交	军事	其他（花园和公园）	其他（花园和公园）

为什么它们成为文化要素的核心成分呢？稍加思索就会发现，它们具有这样的属性：（1）谈及文化，它们一般被首先激活；借用认知语言学术语，它们是文化范畴的典型成员/核心成员，基本能够包纳文化的核心要素，凸显文化的支柱架构；（2）它们能够积淀、孕育、挥洒一个民族/城市/国家不同于其他民族/城市/国家的底蕴、涵养、气质和性格，能够彰显这一民族/城市/国家的个性和自豪感；（3）它们和民众生活息息相关，渗透入民众生活的方方面面。文化，这样认知，就会灵动起来：有充分丰富的土壤滋

养，保持青春和活力，可持续地健康发展。

对于其他的文化要素，政治体制和历史，从某种意义上说，是彼此映照甚至相互决定的关系。建筑在一定程度上和文化设施（博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施）、教堂、历史遗迹有着诸多相通的地方；具有鲜明地域文化特色的精美建筑常常给我们留下最为深刻的印象。其他（花园和公园）同历史遗迹和自然风景密不可分；花园和公园是城市中的自然风景，且园内不乏故居等人文景观；伦敦的海德公园、摄政公园就是鲜活的例

证。经济和历史、政治体制有着千丝万缕的联系,渗透入并折射出其他文化要素。

非核心的文化要素,一般不是率先跃入我们意识状态的文化要素,它们相当于认知语言学中的外围成员/边缘成员,对核心文化要素发挥着加力、促进、烘托等作用;非核心文化要素的工作扎实了,无疑会良性反拨核心文化要素工作、文化事业的加速和优化发展。

在访谈、问卷中被提及到的其他文化要素还有书店、音乐、歌曲、舞蹈、武术、科学、自然保护、文化发展等;除了文化发展可以统领或者嵌入文化要素,科学渗透入经济,其他各项则能够大致在图书馆、艺术、娱乐和健身设施、历史遗迹和自然风景、其他(花园和公园)中找到落脚点。

## 二、文化要素英国调研和通俗化民众性文化分类架构同框互动

短缺了民众的肥沃土壤和丰富营养,文化犹如无源之水、无本之木,发展的动力、后劲、韧劲和活力就会严重不足。换言之,渗入民众生活的文化要素调理好了,其他要素只要跟上,文化全盘就会灵动起来,众多文化问题就会迎刃而解,文化的蛋糕就能做好、做大,如此文化发展就会步入良性健康发展的轨道,就会带动很多产业的发展;受益最直接的是旅游业、餐饮业和文化产业。

如前所述,文化要素英国调研和通俗化民众性文化分类架构的初衷是相向而行的,都是力图加强文化建设、文化强国的民众基础,着力推进文化事业,民众和官方都要抓,都要硬。只有官民联动,全民同心,文化繁荣和文化推广的健康跨越式发展才会在不远的将来成为现实;也只有这样,文化哺养文化的美好愿景才会早日实现。现在把文化要素英国调研的数据结果和通俗化民众性文化分类架构同框互动(见表4)。

最右侧一栏是文化要素英国调研所列举的文

化要素和推广要素,从它们和其左侧文化要素(通俗化民众性文化分类架构)的匹配程度看,几乎囊括了通俗化民众性文化分类架构中的所有内容,这也从另一个侧面印证了文化要素英国调研的必要性和现实性。如前所述,文化在通俗化民众性文化分类架构中可以粗略地归并为三大范畴:有形类、无/隐形类和创意类。对三类范畴涵盖的文化要素,做这样的排序,两方面的考量是最必不可少的:(1)“文化价值”的相对浓厚程度;(2)由近及远,从具体到抽象,即相对更加贴近民众生活的要素在先。如果将三类范畴(通俗化民众性文化分类架构中的文化分类和核心示例)和文化要素英国调研(数据结果中的文化/推广要素)稍做比对,就会发现,通俗化民众性文化分类架构包含了更加细化的文化要素,例如科技(有形类),行为规范、价值观和人赋蕴含(无/隐形类),动画片、歌舞会、文化宣传片、文化旅游、旅游纪念品(创意类)。之所以将它们分别归入有形类、无/隐形类和创意类,主要是考虑到它们的主流属性:科技在我们身边,轻而易举就能眼看、手摸其日新月异的变化;行为规范、价值观比较抽象,界限模糊,感受得到,但是又很难看清楚;动画片、歌舞会尤其是广告宣传片则是充分发挥现代技术手段创意制造的优美动感广告。<sup>①</sup>

## 三、民众、文化推广、顶层设计和通俗化民众性文化分类架构动态互动

只有加强实施文化战略和文化推广的民众基础——民众心系文化,文化深入民众,民众和文化休戚与共,相互利好——才能在官民联动、良性务实的社会氛围中优化我国文化大国、文化强国建设的多维效应,这也是满足民众日益增长的多面精神需求的宗旨所在。为此,笔者拟就了民众、文化推广、顶层设计和通俗化民众性文化分类架构彼此之间的动态互动关系图(见图2)。

<sup>①</sup> 素质涵养/音容笑貌和行为规范,一“浅”一“深”,一“表面”一“背景”,在人际交往中的点睛作用愈发凸显,包括现实生活和各类旅游。详见笔者论文《民众性文化分类及其国际推广》(《沈阳师范大学学报》(社会科学版),2017年第2期,144-147页)。其他文化要素拟在分项探讨中予以展开并详细阐释。

表 4 文化要素英国调研和通俗化民众性文化分类架构同框互动

范畴	特征	分类	核心示例	(表 3 文化要素排序比对信息中所列文化/推广要素)
有形类	面对面 (手可摸/眼能见)	(物质/有形)文化遗产	历史文物、历史建筑、文化遗址	文化设施 (博物馆、艺术馆、展览馆、图书馆、学校和大学、娱乐和健身设施) 历史遗迹和自然风景
		特色建筑	建筑、园林、城市特色	建筑
		城市风情		宗教和教堂
				其他 (公园、花园)
		地貌/风景	山水、田园、奇观、稻作	历史遗迹和自然风景
		语言/文字	语言、文字及其实体产品例如碑文、篆刻、法典、卷宗、书籍	语言
		文学/艺术/媒体	实体作品例如音乐、歌舞、绘画、杂技、小说、散文、诗歌、影视	媒介媒体 (文学、艺术、雕塑、报纸、杂志、电影、电视、互联网、广告)
		衣食住行	饮食、服装、住宅、设施	饮食、服装、住宿和交通
		比赛/游戏	竞技比赛、游戏	娱乐和健身设施
		素质涵养/音容笑貌	谈吐、气质、性格、自省意识	人和风俗
无/隐形类	感悟/咀嚼	科技	现代科技、生命科学、空间科学	
		社会体制	社会体制/结构/运作/建设	政治体制
		宗教	宗教历史/派别/信仰/法典/仪式	宗教和教堂
		经济	经济体制/理论/模式/结构/运作	经济
		教育	教育体制/理念/政策/管理	学校和大学
		历史	历史积淀、印记和思想遗产例如哲学学说、文化流派、礼乐制度	历史
		军事	军事理论/战略/战术/情报	军事
		外交	外交思想/政策/战略/关系	外交
		非物质文化遗产	民间文学、曲艺、游艺与杂技、传统音乐/舞蹈/戏剧/美术/技艺/医药/体育、民俗	人和风俗
		行为规范	法规法纪、伦理道德、职业规范、社交礼仪	
		价值观	信仰、世界观、价值观	
		人赋蕴含	传说、中国红、中国结、中国龙	
创意类	文字、图画、声光电多维效应和旅游创意	多模态媒介	电视剧	多模态作品/旅游创意
			电影	
			动画片	
			歌舞会	
			互联网	
			广告	
			文化宣传片	
		旅游创意	文化旅游 旅游纪念品	

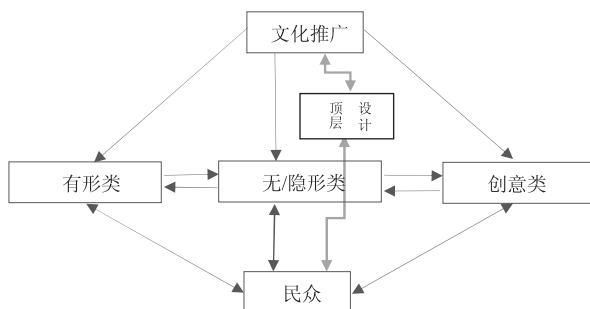


图2 民众、文化推广、顶层设计和通俗化民众性文化分类架构动态关系图

民众、文化推广、顶层设计和通俗化民众性文化分类架构（有形类、无/隐形类、创意类）文化/推广要素之间是立体的、交互的、动态的关系：文化推广是手段和路径，民众是主体和力量，通俗化民众性文化分类架构是载体和源泉，顶层设计和民众之间的曲折双向箭头表示两者之间存在着隐性互动关系，顶层设计导引民众积极投身文化推广，针对性更强、措施更有效、传播效应更凸显；民众是顶层设计的践行者、反馈员，顶层设计中是否装满了民众诉求，民众的检验是评判的标准。顶层设计和文化推广之间的曲折双向箭头表示两者之间存在着隐性互动关系，文化推广需要总体布局、有效引领和必要监管，文化推广（实践和经验）不断激励、灵动、反拨顶层设计。文化推广和民众之间也存在着隐性互动关系，文化推广离不开民众，民众是文化推广的基础和主体——民众融入文化推广，献言献计，利好顶层设计的科学规划和有效管控，换言之，民众是在顶层设计引领和激励下文化推广不可或缺的力量，其潜能的释放直接

决定文化推广的宽度、强度和韧劲；文化推广的对象和受益者是民众（包括国内）。

换个视角，文化的保护、弘扬和深入人心是无法回避而且亟需应对的课题。其定位和努力的重心是，有形类：积极保护、合理修缮、设施配套、良性运作、多维宣介；无/隐形类：整理归档、抢救濒危、挖掘内涵、多维宣介、弘扬传承；创意类：精心谋划、注重实效、优美制作、科学展播。如此，把文化遗产保护好，把文化推广工作做好。只有这样，中国文化大国、文化强国的愿景才会早日实现，中华民族全面复兴的“中国梦”才会落到实处。

透过文化要素英国调研，不难发现、感悟、消化英国人对于文化要素的感知以及英语国家文化建设之长，明晰我国文化建设的误区、欠缺和努力方向，在加强我国文化和西方文化的沟通互鉴中，增强文化建设和文化推广的动力和韧劲，尽早实现文化事业的健康跨越式可持续发展。在文化要素英国调研基础上提出通俗化民众性文化分类架构并通过文化要素英国调研解析民众性文化分类架构，旨在凸显“以人为本”的通俗化民众性文化分类架构，把“高大上”文化拉近到民众身边；让文化贴近民众，滋养民众，民众融入文化，自觉助力文化，实现民众和文化的良性互动。但是怎样才能挥洒民众在文化建设中的主动性、创造性以及韧性呢？《决定》建设性地指明了努力方向：“满足人民基本文化需求是社会主义文化建设的基本任务。必须坚持政府主导，按照公益性、基本性、均等性、便利性的要求，加强文化基础设施建设，完善公共文化服务网络，让群众广泛享有免费或优惠的基本公共文化服务。”<sup>[1]</sup>

通俗化民众性文化分类架构，对于文化事业的全面发展和文化推广工作的提档升级，无疑发挥着基础、核心、关键和枢纽的作用。当然，通俗化民众性文化分类架构和英国文化调研中的文化/推广要素拟或不是每人认同和最理想的文化分类状态，但是整体框架经过了作者的深思熟虑，也比较全面地展现了文化的支撑性内容。我们有理由相信，顺此思路，文化保护、文化发展和文化推广就有了明确的方向、永恒的载体和不竭的动力。文化保护、文化发展、文化推广的事情办

好了, 无疑就推进了我国文化强国战略, 促进了精神文明和物质文明的双翼齐飞。只有这样, 我们文化大国、文化强国和中华民族全面复兴的道路才会一路坦途, 走得好, 走得稳, 走得远。

#### [参考文献]

[1] 中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化

大发展大繁荣若干重大问题的决定. 2011 年 10 月 18 日中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议通过 [J]. 求是, 2011 (21): 3-14.

[2] 田学军, 熊毅. 民众性文化分类及其国际推广 [J]. 沈阳师范大学学报 (社会科学版), 2017 (2): 144-147.

## Culture Classification Structure Promoted by Culture Element Research in UK

TIAN Xue-jun<sup>1</sup>, XIONG Yi<sup>2</sup>

(1. College of Foreign Languages, Nanjing Agricultural University, Nanjing 210095, China;

2. College of Foreign Languages, Xiangtan University, Xiangtan 411105, China)

**Abstract:** Motivated by the research and targeted at strengthening the basis of the general public, the Popular Culture Classification Structure was suggested. Culture, under the Popular Culture Classification Structure, may be roughly grouped into three categories, namely, the tangible, the invisible and the creative. The physical feature is manifested in the tangible, the connotative feature is beautiful in the invisible, and what highlights the creative are cultural products (including creative tourism), originated from the tangible and the invisible, through multi-dimensional effects for teletexts/pictures/musics/photoelectric devices. For a solid and preferable social atmosphere, with endeavours from both ordinary people and governmental officials, the dynamic and interactive mechanism was moved, involving the relations among the general public, culture promotion, government management and the Popular Culture Classification Structure, to enhance the multi-dimensional effects of making a better China with culture.

**Key words:** culture element; culture research in UK; Popular Culture Classification Structure

(责任编辑 陈蒙腰)

(上接第 92 页)

## Men as Time and Women as Space: The “Fault” Theme of Shiga Naoya’s *Walk in the Dark*

LIN Wan-jiao

(School of Foreign Languages, Jimei University, Xiamen 361021, China)

**Abstract:** *Walk in the Dark*, written by Shiga Naoya, tells two “faults”: a mother’s fault and its impact on her son, and a wife’s fault and its impact on her husband. The paper tries to analyze the male’s posture as an object and the female’s fate as a subject when the faults happen, and expose the deep inequalities behind the background of *Walk in the Dark* where the female is regarded as the extrinsic, while the male as the intrinsic. Besides, the female’s significance for the male lies in the fact that the male attempts to realize the self-evolution in contrast to the female.

**Key words:** Shiga naoya; *Walk in the Dark*; faults; men; women

(责任编辑 杨中启)