

历经10年建造打磨、总建筑面积32.1万平方米的之江文化中心,是目前全国体量最大的省级公共文化设施集聚群。这艘引人注目的“文化航母”,以独特的文化气质和高雅的艺术格调,不断吸引着市民和游客前去刷新自己的文化体验。自8月29日启用以来,这座具有鲜明辨识度的文化地标,无疑实现了多维度的共生共促,成为浙江悠远文脉的一处“点睛之笔”。

之江文化中心 “公共文化共同体”的浙江创新范例

◎ 阮可(浙大城市学院文化产业研究所所长)

之江文化中心是浙江忠实践行习近平总书记擘画的“八八战略”的一项文化惠民工程,也是浙江在高质量发展中奋力推进“两个先行”标志性文化成果。它的建成开放让之江大地长出繁茂的文化根系和气质,也带来了极为珍贵的精神财富。盛世之下,之江文化中心和浙江农村文化礼堂、历代绘画大系、国家版本馆杭州分馆、德寿宫等“文化重器”绘就了社会主义先进文化的群像图。可预期的是,之江文化中心不仅会成为浙江的“文化会客厅”,也将成为市民和游客共享的“公共文化共同体”。

站在全国省级文化设施的角度来看,32万的建筑体量无疑是首屈一指,从它开始建设时,各省都很关注浙江这个“文化航母”。从国际上来看,正如埃菲尔铁塔之于巴黎、悉尼歌剧院之于悉尼、金门大桥之于旧金山,国际都市都有它地标性建筑,有别于以上文化建筑,作为公共文化设施的之江文化中心,兼有文脉传承、知识传播、艺术普及、文学熏陶、审美教育等功能;当然之江文化中心还具有很高的观赏、游览打卡功能,合院式的建筑充分彰显了诗画江南、活力浙江的韵味和气质,之前有些地方喜欢造一些奇形怪状的文化设施,往往是形式大于内容,“中看不中用”,而之江文化中心的4馆一中心格局让文化服务功能更集成、更互补、更便民。此外,公共服务中心让省文投来运营,除了能提供足够的场馆保障之外,也可开发文创产品,用产业思维来为场馆“造血”。

对之江文化中心有哪些期待?

一是“馆界融合”。打破“孤岛”,消除图书馆、博物馆、非遗馆、文学馆的物理服务边界,在保持主业的前提下,每个场馆在服务上都可以相互融合,做到“你中有我”“我中有你”。例如,博物馆内可以嵌入新型阅读空间,逛累的游客可以休憩阅读,图书馆内可以有非遗方面的文献专题展览,文学馆内可以有历代浙派作家的古籍展示,公共文化中



心可以有非遗小吃,让市民可以一站式品尝“百县千碗”,实现业务混搭、功能互嵌、资源共享。

二是“馆内引流”。依托之江文化中心,可将宣传、团委、民政、教育、残联、工会、旅游等部门及各类社会力量的资源导入进来,成为文化资源“蓄水池”。可把周边宋城、六和塔等周边景区和酒店串珠成链,构建新的研学和文化旅游线路。此外,还可依靠毗邻中国美术学院、中国音乐学院等高校区位优势,吸引聚集大批新锐的书画艺术家、音乐创作家,进而

吸引文创机构入驻周边地区,孵化新型文化创意园区、文化艺术特色小镇。

三是“馆外导流”。之江文化中心不仅成为服务周边“十五分钟文化圈”的极核,还将成为催生更多的文旅业态的重要引擎,将构建更大范围的文化生态圈。它会带动周边闲置空间变得灵动时尚,也让更多周边居民原本生疏、冷漠的邻里关系变得温馨亲切,形成“文化社群”。在之江文化中心的辐射下,会越来越更多的社会力量参与“新型文化空间”“流动博物馆”“街头艺术角”的建设。之江文化中心应定位“文化总部”,不仅为杭州的学校、场馆、机构,还可为全省各地配送最优质、最“落胃”的文化大餐。譬如山区二十六县可“点单”,申请历史文物、典藏古籍、非遗技艺等展览、活动共享,之江文化中心通过“派单”实现优质服务资源下沉,进一步推动省域公共文化服务均等化。

四是“馆中数智”。文化场馆数智能化能增强用户的体验感、获得感、可及性。比如目前图书馆采用的虚拟导航技术,读者打开手机跟着手机走

就可以了,精准找到所需书籍。“一键借阅书”让读者足不出户,就能享受“线上点单、线下送书”的便利。利用虚拟现实技术,可让中华文化全景呈现,让游客沉浸体验,穿越时空,穿越历史。通过动漫游戏应用,还能寓教于乐让小朋友与中华优秀传统文化面对面互动。相信会有越来越多的数智场景在之江文化中心应用,能让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍上的文字都活起来。之江文化中心还会丰富“浙江文化圈”服务内容和功能,打造线下线上一站式文化链接,让浙江人民的文化生活“触手可及”。

五是“打通两侧”。其他省份也会更关注之江文化中心的场馆运营和机制创新等问题,期待浙江能在构建“公共文化共同体”上率先破题。我认为,首要的是考虑更好“打通两侧”的问题,打通供给侧及需求侧,真正做到“供需对接”。这里要整合公共文化机构供应链生态的产品及服务供给与市民消费需求精准匹配,促进产品及服务价值不断提升,驱动市民文化消费升级,与此同时通过获取的场馆数据进行分析挖掘形成指导、监管、赋能作用,从而形成供应链生态端、政府部门、企事业单位、市民群众四端深度融的正向循环,最终促进人、服务、场景、社会关系、消费的融合,实现文化产业与文化事业相互赋能,释放出巨大的社会效益,从而建构出具有浙江辨识度的“公共文化共同体”。

