

行走的文明

刘晓波 著



中国文联出版社

责任编辑：薛燕平

封面设计：刘鹏飞

ISBN 7-5059-2916-X



9 787505 929166 >

ISBN7-5059-2916-X/G·0072

定价：21.00元



刘晓波著

大文化评论集

行走的文明

中国文联出版公司

图书在版编目 (CIP) 数据

行走的文明/刘晓波著.-北京:中国文联出版公司,1998.2

(天马文丛/汪兆骞主编)

ISBN 7-5059-2916-X

I. 行… II. 刘… III. ①文化评论-作品集-中国-当代

IV. I247.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 00780 号

书 名	行走的文明
作 者	刘晓波 著
出 版	中国文联出版公司
发 行	中国文联出版公司 发行部
地 址	农展馆南里 10 号 (100026)
经 销	全国新华书店
责任编辑	薛燕平
责任印制	胡元义
封面设计	刘彦刚
印 刷	北京南方印刷厂
开 本	850×1168 1/32
字 数	21.5
印 张	8.5
版 次	1998 年 2 月第 1 版第 1 次印刷
印 数	00001—10000 册
书 号	ISBN 7-5059-2916-X\C·0072
定 价	21.00 元

本书如有印装质量问题, 请直接与出版社联系

文化 明天的经济

——大文化系列栏目回眸

谨以此文为序。

已到年终，我们的大文化系列栏目将告一段落。回首我们在一年多时间里的努力挖掘与沉沉思索，我们仍感到只提出了一系列观点，有的只是粗浅地点了一下题目，但一年下来所得的收获，仍觉得沉甸甸的，理由是，我们的确可以用理性的目光关注我们的城市了，而且发现：本溪，很有文化韵味！

单单是回顾一下我们所做过的题目就能感受到这一点。

“洞穴，丰厚的文化土层”；

“寻找‘老字号’”

“风格，是一种文化”；

“本溪可否有条‘文化街’”；

“博物馆，地域文明的历史”；

“走近音乐厅”；

“商业行为？文化展示？”

“文化设施标志城市文明”；

“图书馆，未来文明的学校”；

“构筑山水工业城”；……

在我们十余万字的大文化系列文章里，我们试图通过文化的

视角，挖掘我们城市古老的文明，展示城市发展中的文化特征，诸如，民间文化、校园文化、地域文化、社区文化、企业文化等等，殷殷之心只为一点，那就是塑造我们城市现代文明。

今年上半年，大文化系列出 50 期时，青年学者、现任本溪日报副总编王重旭以《寻找文化家园》为题发表述评；6 月 21 日，本报又与市风景名胜资源管理局共同举办了“大文化系列”作品研讨会，会上市委书记董九洲的一番话给我们极大鼓舞，他说：“文化的内涵涉及内容极其丰富，大文化建设要搞好，只一、两个领域不够，只有少数人参与不够……本溪不光是工业城市，还要逐步发展成为文化城市，这是一项长期的任务。”

这是否昭示文化城市的模式是我们城市发展战略的触发点？

任何一座城市在发展中都程度不同地体现文化的份量，文化城市的模式也许不单是我们城市发展的最好方式，文化也难成为我市的一个支柱产业，但有一点是毋庸置疑的，无论哪一种发展战略，文化的份量都将具有深远的意义。然而，城市发展，眼前的、长远的，若都能从文化的高度出发，无疑是功在千秋的大业。何况，我们的城市文化韵味自有别具一格之处，关爱自己城市的人士就该为此做不懈的努力。

尽管我们的呼唤是微弱的，但是，我们不能忘却去为城市文化发展战略思考、发现。

作为一个栏目，大文化系列只作了浅浅的尝试，我们仍留一片天地给予热爱自己城市并执著于此的人们。

作者 刘晓波

目 录

序（大文化系列栏目回眸） 1

第一部分

·让本溪也成为“名城” 1

·名城，是一种地域文化 3

·寻找“老字号” 6

·本溪可否有条“文化街” 8

·旧字号并非老字号 10

·本溪没有音乐厅 11

·走近“音乐厅” 13

·本溪还要不要有“音乐厅” 15

·博物馆 地域文明的历史 17

·城市建设凝聚城市魅力 19

·地名 折射着文化内涵 21

·风格 是一种文化 23

·文化设施标志城市文明 25

·在建筑中注入文化 27

·让社区文化展现城市风情 29

·民间文化不该被遗忘 31

·洞穴 丰厚的文化土层 33

·街头店面 城市文化的橱窗 35

·广场文化 悄然兴起·····	37
·营造城市的文化氛围·····	39
·寻找校园文化的支点·····	42
·城雕 一种城市文化·····	44
·让园林意趣处处在·····	46
·城区公园觅清幽·····	48
·给儿童公园一个文化主题·····	50
·商业行为? 文化展示? ·····	52
·让本溪消费渗透文化·····	54
·文物, 不能再生·····	56
·名胜, 应发掘出文化底蕴·····	58
·风景, 综合的文化资源·····	60
·我们不要受伤的风景·····	62
·风景, 还要文化氛围烘托·····	65
·为历史留下文化·····	67
·过去的文化 今天的经济·····	69
·构筑山水工业城(上篇)·····	72
·谁先升起谁就是太阳《构筑山水工业城》(下篇)·····	84
·人类进步的阶梯·····	96
·营造城市健康的文化氛围·····	98
·人潮涌动为哪般 只缘文化下乡来·····	100
·丹青孕育山水间·····	102
·翰墨芳香润生活·····	104
·给自己一个文明有序的城市·····	106
·走走“步行街”·····	108
·“步行街”走进城市文明·····	110
·文明城市是一个开放空间·····	112

·润染绿色文化城	114
·语言 一种文化的积淀	117
·环境 蕴藏的是文化	120
·城市呼唤绿色的未来	122
·图书馆, 未来文明的学校	124
·电影何需回到昔日的辉煌	126
·服装 展示着社会的文明	128
·画廊不该被冷落	130
·给老年人一个精神家园	132
·给艺术真诚的舞台	134
·谁是知音	137
·少儿馆 撑起五彩缤纷的一片天	139
·独领风骚能几时	141
·为孩子辟一片净土	143
·群众文化出路在哪	145
·趟出脚下一条路	147
·别无选择	149
·城市需要音乐	152
·城市电影的出路	154
·购书 令人惶惑	156
·绿色交响曲	158
·建起朝气蓬勃的精神家园	160
·让本溪人学会玩	162
·街巷 愿你留下飘香的文化	164
·让民间文化重现独特的地域风情	166
·东风吹彻满城花	169
·绿的雕塑	171

·绿色瀑布	173
·绿的源泉	175
·主动为经济建设服务	177
·路边盆花呼唤文明	179
·建筑 承载城市历史和文化	181
·静坐剧场看评剧	183
·城市夜色也是资源	185
·城市风情来自地域文化	187

第二部分

·清风·古韵·慈航寺	190
·贤名未逝萨哈廉	192
·沧桑未定访“窑街”	194
·茶叶香飘“公益成”	196
·百忧千思明代边墙	198
·沧海桑田访威宁	200
·“永盛”兴衰话今昔	202
·翻云覆雨点将台	204
·询问“辽砚”	206
·江月初照青山湖	208
·乐器花瓶古色香	210
·不夜风景不夜天	212
·洞主潘建民	215
·老少喜爱田连元	217
·人到中年	220
·画品三则	226
·“女团长”李燕娜	228

- 丹心一片“坠”玉楼 230
- 人生自是有情痴 233
- 他从大山“飞出” 235
- 从“小女婿”到大经理 237
- 钢花里的歌声 239
- 唱出职工的心声 242
- 拜谒范钦 244
- 感受尼克劳斯 246

第三部分

- 寻找文化家园 王重旭 248
- 揭示大文化内涵 服务本溪发展进步 本溪日报记者 252
- 我市召开大文化系列研讨会 本溪晚报记者 孙承 254
- 文化是明天的经济 刘晓波 255
- 独特的视角带来文章的张力 肖哲 258

让本溪也成为名城

认识自己的目的，当然是为了创造、发展。

本溪人提出“两快两好”的发展目标，探讨如何发展与繁荣本溪也各有见地，令人鼓舞。但有一个视角，不能忽视：名城，给一个城市带来的经济效益会有多么巨大。

“本溪也不是历史名城，话扯这么远，干嘛！”

你并不了解本溪。

你知道东北道教最早产生于太子河上游吗？你知道北京周口店当时较进步的猿人会打制石器，而本溪地区的猿人比他们更先进，已会制作把手等砍砸器吗？你知道东北亚人类踪迹是从本溪地区开始，向外演化的吗？你知道目前世界最大的陶灶是在我们本溪吗？……

被誉为名城，很大程度取决于文化沉积在此的古迹、文物。名城，记载的是灿烂的文明历史，并不管现今繁荣程度如何。

但是因为名城，而得天独厚地唤得天时、地利、人和。名城，就是一个巨大磁场，吸引更多的人才于此，吸引更多的资金于此。从而，带起经济、贸易的发展与繁荣。

哪搞风筝节，哪办名胜游览……其目的很简单——城不“名”则难发展。

本溪用不着“吹”，你走遍全国博物馆后，再回本溪自家博物馆看看，你保准儿生出许多自豪感。透过庙后山文化、太子河上游青铜时代洞穴墓葬文化以及高句丽文化，你会发现，本溪当

时对周边地区影响的深远性与广泛性。壁画、素面釉陶灶、四耳罐、鎏金饰件等等，都证明着本溪曾有的较高物质文明与精神文明。

就上月下旬，美国皮奥里亚市访问团到本溪，点名要参观本溪博物馆。西方人的观念里，“名城”对他们格外有征服力，甚至决定投资取向。

山不在高，有仙则名；水不在深，有龙则灵。对于一个城市，有名则生机盎然。经济发展需要的就是这种状态。

其实，我们最不爱说的就是过去的辉煌。当面对步伐拉不开时，我们需要铺垫，我们更需要补充。

“名城，毕竟是对历史的鉴定，我们要的是现在”。

创造现在的“名城”，以发展繁荣经济，是本溪人的聪明之举。

名城，是一种地域文化

本月10日《让本溪也成为名城》一文，引起许多有识之士的关注。于是，我们邀请部分知名人士畅抒己见——

●：了解本溪，也不会使本溪一夜“城”名，何况又冒出那么多“先天不足”。但问题是：了解本溪，振奋不了别人，却足可以激励我们自己。

老乔（本溪电视台文艺部编导）：构成名城有几大要素：名山、名水、名古迹、名人、名文化。我们呢？没有那样名的水、山、人。如果出个秦始皇、屈原、李白来，再不出个副总理，我们擎个现成的，对本溪“城”名也有相当大的补益。可我们只有努尔哈赤在温泉给狗洗了个澡。

其实，最为关键的是现成的要素诸如水洞、庙后山及现成的八山等等，我们也没充分利用开发好。就像本溪过去有的就是大杨树，除了树大，荫凉两点外，恐怕就是落叶焚烧污染和闹虫害了。

“名”出自己的人文特点，就会名声大振。可本溪能人儒气太重，“核能量”挺大，只能和平利用，个别搞搞“核试验”。都怕自己是西瓜，从高楼往下抛，“炸”出的只是一点红色和吓人一跳，偏又听见：嘿，不是沙瓢。

话说回来，了解我们自己，调配好自然景观、人文景观，用以创造当今，本溪应该是这样的名城。

●：常把电视频道调到山东卫视台。也疑虑山东早有孔府、孔庙、孔林；有泰山、有大明湖；有李清照、有邓世昌，可山东

“城名”，更在当今。它直接说明的一个问题就是，名城只是一张优质地毯。行路生风的更在足下。

如斯（市新闻处处长）：

本溪不是名城，但本溪不是不可以成为名城。

名城要有历史如罗马，名城要有文化如巴黎，名城要有名人如维也纳，名城要有风光如威尼斯，名城要有故事如哥本哈根，名城要有民俗如夏威夷岛，名城要有经济奇迹如香港。

本溪有历史如庙后山，本溪有文物如陶灶，本溪有风光如水洞，本溪有故事如铁刹山，但本溪却不是名城，这是为什么？

巴比伦被历史所湮灭却没有被人们所忘记，庙后山遗迹尚存却连本溪人自己都知之甚少。人们忙于现在又有谁关心历史？人们关注金钱又有谁关心文化？

本溪应该成为名城，但本溪成为名城的目的如果仅仅是为了加快经济的发展，那只能是一种急功近利的短视，那种以为城市只要有了名之后经济便会加快发展的想法只能算是善良的天真。潍坊的发展并不仅仅是因为借造名之机，很多城市如深圳、珠海、温州却是在经济发展之后才有了名的。况且名城至今依然贫困的并不少见。

名城可以给一个城市的经济发展带来诸多便利，却和经济发展没有必然的联系。那么，我们为什么还要制造名城呢？

制造名城就是制造自信心。

制造名城就是制造责任感。

制造名城就是重塑我们自己。

●：任何一种事物，它都不会独立存在与发展。对于经济尤其是。它确实需要天时、地利、人和这些要素，更需要创造出如此要素的心智与才智。

孙承（本溪晚报副总编）：我们没做过首都却当过首府；我

们虽不特繁华，却也是全国较大的市；我们虽不以园林见长却也不乏文物古迹；我们虽不是革命圣地却也有得天独厚的风光；我们的风物特产、城市建设也不逊色。那为何未列入名城之列呢？就是因为我们仅与名城的标志沾边，而缺少更多标新立异、高人一筹的东西。看来，万事同理，只有出类拔萃，才能声名远播。屈于中游，只能平庸。

我历来欣赏这样一句话：只要有了人，什么人间奇迹都能创造出来。

名城靠人也能创造出来！

我们本溪也有人啊！

●：规划与设计因未有结局而显天真。但是每一种大成功，超人的思路总是第一步。

潘建民（水洞风景管理局局长）：本溪全市大小景点共有158处，被太子河、汤河环抱其间，可谓山水相缠。那么，让本溪城“名”，就该立足于此，建造一座山水工业名城。

就拿太子河、汤河来说，可以建出“漫坝式”风格，顺水势一级一级涨高，通过水闸调整而形成一段段湖面。莱茵河于瑞士发源，流经整个德国，注入波兰，就是这种风格，不但可以展示特色文化、风土人情，而且受益，成为了贸易通道。

而我们目前对水的利用只是发电、灌溉。

本溪有山、有水、有洞、有泉、有湖、有寺观、有文化遗址，又是地质摇篮。它完全可以成为集观光游览、休养度假、医疗保健、科学教育、体育娱乐于一体的长年开放的东北地区著名风景旅游胜地。

以旅游开放，促进经济放开，去造名城。

●：名城可待，不过只会数手指头计算日子，好的思路就只能好的梦想。

寻找“老字号”

如果问年轻人，“本溪有多少老字号？”他们会被问出一头雾水，会说：本溪还有“老字号”么？

去问中老年人，不少人会说，有啊，唉哟，可记不起几个了。

你若提起“永盛缸场”、“马家烧锅”、“茶汤李”、“溢仓米店”……他们会热烈地回应，对对，记起来了，并能讲上一大串一大串故事来。

提起“老字号”，就会有一种亲切感涌上心头，思想会沉浸在古风古韵之中。“老字号”确如时光一样流淌，日久也不会陈旧，虽然城市不断发展变化，但“老字号”能够遗世独立，依然故我。因为，“老字号”已成为一座城市的某种文化，融入城市之中。

我们本溪究竟有多少“老字号”，很少有人能说清，这不能不说是一种遗憾。

一位老同志最近打来一个电话说：本溪有好多老字号，七八十岁的人都知道，如果不采访、整理、收集，本溪的“老字号”可就流失了。

我们当然不会不清楚，“老字号”究竟会给城市注入什么！

一座新兴城市，可能现代气息很浓，可是，因缺少城市的历史沉积，因而，会让城市显得过于年轻而难免显得单薄，感觉到传统文化的贫瘠。