

基于历史名人资源的地域文化品牌构建与传播策略研究

——以增城湛若水为例

龚楚柔 熊青珍

(广东财经大学艺术与设计学院, 广东 广州 510320)

摘要:目的:以历史名人文化价值角度入手,深入挖掘湛若水文化资源的当代价值,探究名人文化内涵赋能地域文化品牌构建与传播的途径。方法:梳理湛若水历史资源的开发现状及存在问题,总结地域文化品牌构建与历史名人文化资源的内在关联,提出湛若水文化品牌的构建策略及传播手段。结论:文化,是一座城市综合实力的重要标志。打造湛若水文化名人品牌,有利于丰富增城地域文化内涵和表现形态,提升城市文化建设水平,彰显文化自信。

关键词:历史名人资源;地域文化;品牌构建;湛若水

文化是城市发展的底蕴,在我国城镇化建设进入高质量发展阶段,城市的文化建设被摆在更加突出的位置。基于文化会表现出明显的地域特征,在经过价值转化后以文化产业的门类出现,而品牌是引领产业发展的重要抓手,是文化对外传播的载体,因此城市文化建设需要以地域文化品牌为依托。地方历史名人资源具有极高的文化价值,对于地域文化品牌构建与传播能够发挥重要的作用。

增城区作为广东省授牌的“千年古县”之一,历史文化底蕴深厚,涌现了何仙姑、粤词之祖崔与之、三部尚书湛若水等文化名人。虽然政府部门已对名人资源开展相关规划,但总体水平还不高,对于将历史名人文化塑造为地域文化品牌缺少系统性的探索,使名人文化影响力较弱,核心竞争力不强。为加强增城地域文化建设,提升城市魅力,需要将本地的历史名人资源,以文化与经济融合发展的形式,打造具有鲜明特色的地域文化品牌。本文以“南粤先贤”湛若水为例,通过梳理湛若水历史资源的开发现状及存在问题,探析如何将湛若水文化资源进行地域文化品牌的构建及传播,用多元化的方式将若水文化打造成亮丽的地域文化名片。

一、湛若水文化资源对地域文化品牌构建的意义

湛若水,字元明,年轻时师从明代岭南心学的开篇者陈献章,因居广东增城的甘泉都,得称“甘泉先生”。作为广东 56 位南粤先贤之一,他所创立的“甘泉学派”是岭南文化学术思想的重要流派,与王阳明的“阳明学”被时人并称为“王湛之学”,是与王阳明齐名的明朝文化“双子星”。湛若水在弘扬岭南心学的同时,终身致力于讲学授课,培育了一大批文化精英,大力推动岭南文化的发展进程。

作为明代著名的思想家、哲学家,湛若水拥有极高的学术成就,一生著书《古易经传》《诗经厘正》《圣学格物通》等近 20 本,内容涉及经典注释、政治思想、哲学讨论、家庭伦理等方面;在全国各地创办书院近 40 所,在增城就有遗留下 4 所书院旧址,还

有湛若水墓等遗址 3 处。立足地域优势对其文化资源进行深入研究和利用,一是通过挖掘湛若水文化背后的教育价值、学术价值与艺术价值,进一步增强若水文化的影响力,对地方优秀历史文化进行传承和创新,为历史名人文化注入时代价值和意义,助力岭南文化和中华优秀传统文化向前发展。二是通过将湛若水文化资源与城市公共空间、公共设施、公共艺术等进行规划和设计整合,可以把湛若水文化资源转化为能够被大众接受的优质文化产业,实现文化效益、经济效益、社会效益多方面共赢,在提升城市知名度的同时,促进地域文化品牌的建设。三是通过汇聚政府、企业、社会各方的合力,推动影视、娱乐、旅游、教育等多个领域的合作发展,帮助扩大湛若水文化形态,优化传播机制,可以把甘泉文化打造成增城乃至广州高质量建设岭南文化中心区、中华优秀传统文化传承创新示范区的重要文化名片。

二、湛若水文化资源在增城的开发现状与问题

近年来,增城区聚焦“甘泉文化”等发展主题,不断厚植城市文化底蕴,加快推进文化强区建设。为提升甘泉文化的影响力,增城区在 2022 年启动甘泉文化工程,2023 年正式印发《广州市增城区实施甘泉文化工程行动方案》,从加强甘泉文化保护传承、深入开展甘泉文化学术研究、加强甘泉文化展示推广、推动甘泉文化文旅文创融合发展等方面,系统推进甘泉文化工程建设。虽然政府部门已进行了相关规划,但湛若水文化资源的开发暴露出市场化程度不高,影响力不强,品牌意识淡薄等问题。

(一)湛若水文化资源开发运用现状

湛若水文化的内涵是通过具体的文化资源作为载体展现出来的,不同的载体对于湛若水文化有不同的展现方式。以文化资源的存在形式为划分标准,将湛若水的文化资源划分为非物质类文化资源与物质类文化资源,其中湛若水思想文化种类丰富,在诸多领域广泛运用,是湛若水文化资源中最有开发价值的资源类型。

表 1 湛若水文化资源分类

分类	资源类型	具体内容
湛若水文化资源 (非物质类)	思想文化类	哲学领域:倡导“随处体认天理”,主张在高度重视主观能动性的同时,也承认客观万事万物的存在,认为人应该顺应天道而行。 政治领域:以“仁政”“廉洁”为核心,主张实行清廉政治,建立公正、公平、公开的社会制度。 教育领域:以“躬体力行”为核心,主张学生不仅要涵养“德性”,也要躬于“实事”。
	精神品格类	甘泉精神:忠孝仁义礼智信,师教行笃人如名。 反映湛甘泉生平的为人处事、价值观念:信念、信心、毅力、意志、情操、廉洁等。

湛若水文化资源 (物质类)	书籍文本类	著作:《二礼经传测》《春秋正传》《古乐经传》《圣学格物通》《心性图说》《白沙诗教解注》等。 史籍:《明史》《广东通志》《增城县志》等。
	遗址遗迹类	湛若水墓、湛子洞摩崖石刻、莲花书院等。
	纪念建筑类	尚书湛甘泉府邸遗址等。

增城区南香山森林公园内的莲花书院是湛若水创办的40余所书院中目前唯一经过考古发掘且保存完整的重要遗址,目前遗址保护与展示利用项目通过竣工验收,建设项目包括讲堂、先贤祠、正堂、甘泉广场、牌坊等主体功能建筑,项目的完工将为国内外研究、展示、宣传甘泉文化提供最重要的载体平台。同时增城启动了一代大儒湛甘泉纪录片剧本创作及实地拍摄等工作,与属地高校联动推动成立甘泉文化研究中心,把甘泉文化打造成城市文化名片。除此以外,结合湛若水诞辰周年等纪念活动,打造具有影响力的湛若水文化交流论坛及各类特色活动,并积极与新时代媒介接轨,通过短视频等形式邀请“名家解读湛甘泉”,进一步推动甘泉文化的创造性转化、创新性发展。

(二) 湛若水文化资源开发存在问题

从文化资源类型上看,湛甘泉留下的文化资源载体丰富,但内容分散,如果要将其打造成为地域文化品牌,需要对其分散的文化资源进行系统性的整合;其次从宣传力度上看,湛若水文化在学术圈已经拥有了较高的知名度,但在普通大众中,知名度仍然有待提高,对于这类历史名人文化资源的保护和利用,必须在观念上进行革新,这种革新不能过于依赖政府单方面的力量,而是需要社会各方共同努力,共同参与。增城区已致力于开展湛若水文化的传承和保护工作,但是群众对其仍然知之甚少,只有将湛若水文化资源融入人民群众的日常生活中,才能真正让它得以传承和传播。从文化传承角度看,目前的保护更多是停留在遗址遗迹类的维护及重修,对于文化价值传承方面形式单一,主要以举办交流论坛、拍摄纪录片等形式为主,形式较流于表面还有待加强。

三、基于湛若水文化资源的地域文化品牌构建与传播策略

基于历史名人文化资源的地域文化品牌建构,要以政府为主导中心,保护为前提要求,坚持理性开发、因地制宜、整合规划和可持续原则。同时,要充分挖掘湛若水的当代文化价值,将旅游开发和文化遗产、思政教育相结合,进行精准化的文化品牌形象传播,促进地域文化品牌深入人心。

(一) 扩大湛若水文化形态,加强增城地域文化氛围

随着文化旅游成为时代主流,各类文化资源的规划开发成为政府的重点项目,其中与历史名人相关的项目建设主要是以故居或者墓址为基础的主题园区建设。根据政府部门推行的甘泉文化工程规划,将建设湛若水纪念馆,用于宣传湛若水的文化思想精神,结合优秀案例经验总结,纪念馆的设计风格 and 布局要明确开发主题,深度挖掘文化价值的内涵,可以将图片、文字、视频、器物等展示媒介有机结合,增加以视、听、触等感官为主的场馆互动体验,激发群众的参观积极性;同时政府也在推进湛若水墓保护及修缮设计工作,围绕湛若水墓本体及周边环境,打造若水文化主题园区,主题园区的设计风格 and 布局要突出湛若水思想文化特点、生平经历,集山水景观、文艺演出、餐饮购物等主题为一体。将增城的历史人文资源融入若水文化,连片打造特色文化地标,增强地域文化氛围,从而将若水文化打造成地域文化品牌。

(二) 结合湛若水文化内涵,推出若水文旅研学路线

作为教育家,湛若水的教育思想很值得今人借鉴,甘泉文化中还蕴含着哲学、心学、仁政、民本、生态、科技等诸多思想,

以及湛若水的成长经历、学术思想、家风家教等也是宝贵的文化财富,可以将其转化为学校思政课程、社会教育的重要资源。可以结合湛若水在增城的历史遗存、文化遗迹及活动足迹,梳理湛若水讲学路线,推出若水文化旅游研学路线,研学项目内容以参观湛若水相关景点设施为主,趣味性游戏活动为辅,以寓教于乐的形式让大众更深刻的认识甘泉文化内涵;书院可以发挥历史名人资源的教育价值,开设沉浸式研学剧游“若水讲学”活动,通过角色扮演、剧情表演和知识挑战的形式,提升群众参与热情,潜移默化中接受甘泉文化的熏陶,提升自我的文化修养,增强民族自豪感和文化自信心。

(三) 围绕湛若水文化价值,打造若水文化特色产品

如今承载文化的媒介十分丰富,涵盖了衣食住行玩各个领域,可以通过深度挖掘湛若水文化元素,将若水文化成果、重点遗址文物、历史故事与现代生活相结合,研发具有若水文化内涵,符合当代实际需求的文化产品。在进行产品构思时,可以选取湛若水的人物形象、人物性格、历史故事,经典语录,文学作品、历史事件、生活趣事等作为设计元素,避免从单一的角度入手;同时可以根据湛若水的讲学历程,开发一款“甘泉游子”的游戏,在游戏过程中可以将若水文化思想进行植入,使用户在娱乐的过程中,学习到甘泉文化;也可以将湛若水生平事件排练成情景剧,通过剧目展演,用鲜活的人物、幽默与温情的故事,丰富湛若水文化品牌魅力,吸引群众靠近历史,从优秀传统文化中汲取精神力量。

四、结语

品牌是文化的载体,文化是品牌的核心,只有将历史名人文化资源通过系统的品牌策划,通过创意将名人文化内涵进行符合当代文化价值的设计,才能打造高质量的地域文化品牌。湛若水丰富的人生历程及思想精神,为增城建设地域文化及打造文化品牌提供了优质的文化资源。目前增城对于地域历史名人资源缺少系统的开发运用,探究如何发挥湛若水为代表的本土历史文化名人资源所蕴含的当代文化价值,探寻建构和传播地域文化品牌的策略,对于增城这座中小型城市的文化建设具有重要意义。

参考文献:

- [1] 林敏霞.文化资源开发[M].北京:知识产权出版社,2021.
- [2] 曹吴玮.基于历史名人资源的地域文化品牌建设策略研究——以柳州杨廷理爱国诗文主题建设为例[J].文化创新比较研究,2022(25):130-133.
- [3] 赵国正,万晓玉.名人文化IP助力城市品牌打造[J].商业文化,2022(17):43-45.
- [4] 南方日报.廉润南粤|湛若水:慎以终始,完节全名[N/OL].(2020-7-17)[2023-9-13].https://www.gdjt.gd.gov.cn/zhwyw/content/post_30900.html
- [5] 黄骞.增城:增光添彩,以文兴城 通过打造4张名片提升城市文化品位[N/OL].信息时报.(2020-7-17)[2023-9-13].<https://mp.pdnews.cn/Pc/ArtInfoApi/article?id=36653408>

作者简介:

龚楚柔,广东财经大学艺术与设计学院,设计学硕士。
熊青珍,广东财经大学艺术与设计学院,教授。