

基于弘扬传统文化视角的诗词文化景观研究

——以崂山为例

李明英

(青岛理工大学人文与外国语学院)

摘要: 诗词文化景观彰显一个城市的人文气质,是城市发展不可或缺的历史名片。崂山诗词文化景观的建设与创新将赋予青岛浓厚的文化底蕴,更新游客对青岛的立体记忆。在提高文化软实力,迫切需要弘扬中国传统文化的当下,以旅彰文,将传统文化的精髓通过诗词景观的创新发展融入现代人的血脉,是值得我们思考并积极开发的一条路径。

古诗词是中国传统文化的重要组成部分,是中国古代文人智慧的结晶,中国自古崇尚“读万卷书,行万里路”。古代文人志士在游历中国大江南北的同时,留下了令后人景仰的诗句,形成了富有审美意义的诗词文化景观,这些富有文化气息的景观不仅能加深游客对景点的历史认识,还能形成一定的文化记忆。自然、地理、历史也因这些景观的存在产生了超越时空的交集。

近年来,中国在国际舞台上的影响力日益增强,越来越重视国家文化软实力的提高,对中国传统文化的创新性传播越来越多。比如围绕中国古诗词展开了一系列的文化创新节目,让古诗词重回大众视野。但是,古诗词与文化生活的日常衔接还存在距离,影响着诗词文化浸润作用的发挥。2020年文化旅游部出台《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》,主张在“数字经济格局下推动文化和旅游融合发展,以文塑旅,以旅彰文”,并提出文化产业数字化发展战略。

本课题就是在这样的背景下,尝试对古诗词文化景观进行创新研究,其目的就是寻求“以文塑旅”“以旅彰文”的新路径。本课题研究的主要任务是发现诗词文化景观建设中存在的不足,思索诗词文化景观如何与时俱进,充分利用大数据和人工智能,进行数字化转型,进而实现诗词文化景观对旅游的内容支撑、价值挖掘和创新利用。

物质生活的丰富促使人们不断提高个人对精神文化品质的追求。假期或周末外出旅游的人越来越多。对于诗词文化景观的游览虽因人而异,但是,可以发现,多数游客在诗词镌刻景观前摄影留念的多,仔细研读赏析的少。据相关统计,83%的人认为目前接触的诗词文化景观趣味性较弱,景观形式比较单一。这种走马观花式的游览对游客精神层次的提升是极其有限的。再加上古诗词的语言本身就晦涩难懂,诸多因素都限制了古诗词文化景观影响力的发挥。克服这些阻碍古诗词文化景观影响力发挥的不利因素是当下需要解决的首要任务。

为了发现诗词文化景观建设中存在的问题,本文以崂山为例,对与崂山相关的诗词做了问卷调查,调查对象基本是在青岛生活经历两年以上的学历较高的人群,从数据结果来看,大家都知道青岛有个崂山,但是对于崂山的了解基本都是浮于表面。此次问卷调研了李白、蒲松龄、丘处机等历史人物赞美崂山的诗句。以下是针对调查结果存在的问题提出的创新诗词文化景观建设的思路和见解。

(一)古诗词中有很多待发掘的文化景观,有些诗词历史悠久,但并没有实现景观化。缺少“诗和远方”的完美融合。

在这份调查问卷里,关于崂山的别名,69.64%的调查对象不太了解,近30%的人只是略知一二,崂山的别名有很多,比如说“劳

山”“不其山”“鳌山”“辅唐山”等等,每一个别名都有可考的历史出处,在古代典籍中都有迹可循。

比如,《诗经》中有“渐渐之石,维其高矣。山川悠远,维其劳矣。”相传崂山的名字源于“劳”,便是始于《诗经》中的这句话。可惜的是,如此历史悠久并富有浪漫色彩的诗句,知道的人并不多。众所周知,《诗经》中收集的是中国公元前十一世纪到公元前六世纪的诗歌。如果能把《诗经》中这首诗句,以诗词文化景观的形式展现出来,崂山的悠久历史也因此很立体的呈现在游客面前。再加上诗歌本身所具有的艺术气息,将会为崂山蒙上一层浪漫主义色彩。

(二)诗词文化景观缺乏深度挖掘,诗句中所蕴涵的评价以及宣传要素未得到充分利用。

历史上不乏给予崂山高度评价的诗句:“泰山虽云高,不如东海崂”,相传这句诗出自于十六国时期青州人晏谟所著的《齐记》。此外,崂山别名鳌山,据说鳌山之称始于元代道教全真龙门派的创始人丘处机的诗句:“陕西名山华岳稀,江南尤物九华奇,鳌山下枕东洋海,秀出山东人不知。”在这首诗中,丘处机提到了陕西华山、安徽九华山,最后赞美了崂山东枕大海、波澜壮阔的独有气势。

在丘处机眼里,崂山足以媲美五岳,游历丰富的他曾作诗说明崂山没能位齐五岳的原因:“五岳曾经四岳游,群峰未必可相侔。只因海角天涯,不得高名贯九州”,崂山之所以不得位列五岳,只因其地理位置偏远难至,地处“海角天涯”。关于丘处机这首评价崂山的诗,调查结果显示,了解丘处机赞美崂山诗的人很少,在问卷中75.41%的调查对象选择了不知道,另有8.33%的人选择了李白,6.67%的人选择了苏轼。只有8.33%的人选择了丘处机。丘处机是道教名人,也是金庸小说里全真七子之一。喜欢《射雕英雄传》的人都知道丘处机,笔者认为把丘处机评价崂山的诗词用来宣传崂山文旅,应该起到很好的宣传效应。曾先后三次布道崂山的丘处机,留下41首赞颂崂山的诗词,这些诗词很多都镌刻在崂山岩石上,石碑镌刻可以说是传统的诗词文化景观的惯有表达形式。而调查结果却告诉我们,镌刻在岩石上的诗词文化景观并未起到理想的传播效果。丘处机生活在元代,对于当时的人来说,交通不便、生活不富足,旅游不像现在这样普及。寻访名山大川的更多的是文人墨客。对于古代文人来说,欣赏这些诗词景观本身就是游历目的之一,在当时的情况下,诗词镌刻哪怕形式单一,也能够起到文化传播的作用。而现在,交通发达,生活节奏快、电子产品丰富、信息传播形式多样,形式单一的诗词镌刻景观很难引起游客的关注,这也是造成在诗词景观前,游客走马观花,拍照留念的多,赏析品味的少的原因之一。总而言之,丘处机的诗词虽然镌刻在崂山的岩石上,有近千

年的历史,但是并未如其名那样得到广泛传播。抑或是丘处机是道教名人而非以诗人之名著称,但是,对于现代的我们来说,发挥名人效应进行城市宣传,借助丘处机对崂山的评价扩大崂山的影响力,无疑是一条富有文化底蕴而又经济高效的宣传路径。

因此,与时俱进,对于原有的诗词文化景观,有必要融入现代元素,做符合现代生活水平以及能够吸引现代人注意力的诗词文化景观创新,从而充分发挥古诗词文化景观的评价作用以及广告效应。

(三)诗词文化景观缺乏具有互动性、体验性的叙事表达,缺少与现代数字信息技术的结合利用,如果能够借助网络信息平台,做文化创意旅游,促进诗词文化景观的数字化、网络化、智能化发展,将会更好的发挥中国古诗词的文化力量。

在问卷中还调研了蒲松龄赞美崂山美景的诗句:“山水外光连天碧,烟涛万顷玻璃色”,调查结果显示,68.85%的调查对象不知道这句诗的作者,9.84%的人猜测这句诗出自其他诗人,真正了解的只有16.74%。崂山史称“神仙之宅,灵异之府”。据史料记载,蒲松龄曾游览崂山,并且写了《崂山观海市作歌》,游完崂山之后,写了小说《崂山道士》和《香玉》。蒲松龄的诗词与其小说联系在一起,会成为有趣的故事,为崂山增添神秘色彩。在《香玉》这篇小说里,蒲松龄寄情崂山太清宫的白牡丹和山茶,塑造了仙女香玉和绛雪两个可爱的女子,述说了香玉与书生之间情深似海的爱情。小说的背景是崂山太清宫,太清宫的三官殿前有两株山茶树,据说树龄分别是400年和600年,一株开红花,一株开白花,交相辉映。每年花开季节,有很多当地的游客慕名去赏花。蒲松龄笔下的绛雪就是太清宫山茶的化身,“崂山下清宫,耐冬高二丈”,此处的“耐冬”即是山茶花。山茶主要生长在云南,青岛人称其为“耐冬”,耐冬是青岛市花,在青岛的市徽上印有耐冬。关于青岛市花的问题,调研过身边青岛人,很多人来青岛十几年不知道耐冬是市花,更不知道市花来由以及蒲松龄笔下的山茶花。市花是城市形象的重要标志,可以说是现代城市的一张名片。对于城市的名片宣传应该受到重视。山茶花以其耐严寒,四季常青,傲霜雪,抗逆性强,还被称为“清廉君子”,“雪里开花到春晓,笑迎枯草吐翠时。”若能把太清宫的白茶和这些赞美山茶的诗句做成文化景观,不仅能够给游客带来历史文化意味的景点观感,也能扩大青岛本地人对城市形象的认识。在《香玉》最后蒲松龄写道:“情之至者,鬼神可通。花以鬼从,而人以魂寄,非其结于情者深耶?”“人不能贞,亦其情之不笃耳”,玻璃色的烟涛、山茶、白牡丹、绛雪、香玉和书生,这些元素都可以通过叙事加工,重塑诗词文化景观,崂山不仅是“神仙洞府”,修行之地。还有坚贞不渝的爱情传说。

(四)建设全民参与的数字文化生态,打造动态的符合当代网络信息传播方式的诗词文化景观。

李白的诗在中国可以说是人尽皆知,在问卷中,关于李白游崂山的故事,只有41.54%的人知道,近60%的人不知道。在崂山蟠桃峰有纪念李白游崂山的太白碑,此外,还镌刻了李白游崂山的诗词:“我昔东海上,劳山餐紫霞。亲见安期公,食枣大如瓜。”关于这首诗,在问卷调查中,83.61%的人不知道作者是谁。与丘处机和蒲松龄的赞美崂山诗词相比,太白碑与蟠桃峰的诗词镌刻似乎起到了一些推广效应,但是效果并不显著。李白诗词文化景观的建设并未随着时代的推进而有所创新,也没有伴随网络新媒体的普及拓宽对受众的影响。“食枣大如瓜”,能够赋予崂山枣最丰富文化底蕴和想象力的广告代言。还有近几年流行的崂山民宿,如果能够把李白的“愿随夫子天坛上,闲与仙人扫落花”加以景观创新,会给游客带来别有意境的文旅体验。现代人工作节奏快,假期或周末来一场“闲与

仙人扫落花“崂山餐紫霞”的民宿旅行,不仅能够缓解工作带来的疲惫,还能提升家族成员的文化修养,远离城市的喧嚣与浮躁,融入自然,享受诗文里的恬淡。在自然的静谧,海的玄旷,潺潺溪水的陶冶下,与古人同品味,穿越时空,实现一脉相承的心灵对接,提升自身的精神境界。

李白不只属于唐朝,他属于当今的每一个中国人,崂山蟠桃峰的李白诗词文化景观,在传播媒介形式多样的现在,完全可以通过抖音、微视频等形式做更深层次的推广,实现历史和现代的文化交织,丰富当代人文精神,提升大众的文化修养。相信每个游客都会形成独自の“劳山餐紫霞”景观诠释,更会有不同的“闲与仙人扫落花”体验,诗与生活不再是风马牛不相及的存在,一首诗让崂山民宿变成诗意人生的载体。不仅提升了民宿的层次,也在不知不觉中陶冶着旅人的诗意情怀。因此,我们要发挥诗词文化景观独具的休闲品味提升功能与推介效应。每一个来民宿的人都可能成为诗词景观的再造者,一张图片一句诗,打造全民参与的新时代诗词文化景观。崂山之名、崂山之味、崂山之形、崂山之韵,也会通过游客的手机端而远播。

综合以上,因为种种原因,原有的诗词文化景观在现代社会的受容并未达到理想的程度,游客对人文历史景观虽有很高的期待,但是,单一的诗词景观建设距离满足这种期待还存在差距。在调查问卷中,60.56%的人喜欢人文历史相关的旅游景点。近63%的调查对象看重旅游景点的文化底蕴。关于文化资源开发面临的问题,59%的调查对象选择了社会保护意识不够高,这个调查结果告诉我们,做好历史文化资源的保护与传承是当代大多数人的心声,诗词文化景观作为历史文化遗产,非常有必要与时俱进,加强开发创新。通过分析我们也发现,影响诗词文化景观在当代受容的因素主要有两个方面,一是语言障碍,读懂文言文确实有难度。这个问题可以通过现代语音解说加以解决。二是现代人生活节奏的加快以及各种娱乐形式的吸睛表达,弱化了形式单一的诗词文化景观对受众的影响力。因此,在诗词景观的创新建设上,纳入时代元素,增加受容度是首先需要解决的问题。“移动互联网的发展带来了传播技术和传播生态的变革”^[1],以当代电子信息技术进行实景虚拟呈现,打造沉浸式文旅模式,增加游客的体验感和互动感,不仅可以增强诗词文化景观的感染力,也能改变走马观花式的观光旅游,引导游客走向强调人文情怀、情感体验、以文化为主题导向的文化深度游。

此外,在诗词文化景观的开发上,尚有大量待挖掘的历史文化资源。诗词文化景观蕴含的广告宣传作用以及品味提升功能亟待开发。当下数字科技发展迅猛,“2017年短视频市场规模达57.3亿,同比增长达183.9%。”建议政府部门通过建设文化智慧终端的形式,开展动漫赋能诗词文化景观建设,增加线上讲解、开发数字化保护系统,开创智慧旅游新时代。通过与时俱进的时代元素介入,丰富和活化已有的诗词文化景观,对古人留下的古诗词进行创新发掘,将诗词景观的历史、文化、艺术等融为一体,增进游客与诗词景观之间的互动性、体验性交流,从而达到“以旅彰文”的目的,潜移默化的提升人民群众的诗词欣赏水平和精神文化品味,提升中国传统文化的认同感和文化自信。

参考文献:

[1]顾晓.多屏时代传统文化传播的创新路径研究[J],文化传播研究,2018.11

[2]艾瑞咨询.《2017中国短视频行业研究报告》,[R].2017

注:本文为2021年度山东省文化和旅游研究课题(综合类项目)的研究成果。