

建设文明武汉背景下的古琴台开发策略研究

丁永玲

(武汉商业服务学院, 湖北 武汉 430056)

【摘要】古琴台因知音文化闻名于世, 具有极高的艺术价值、观赏价值, 但其发展现状却令人堪忧。“文明武汉”观点的提出, 为古琴台的发展带来了契机, 知音文化与文明武汉之间的内在目标具有一致性, 文明武汉的发展呼吁知音文化, 知音文化能够成为文明武汉建设的重要内驱力。古琴台需更为深入地打造知音文化载体: 加大知音文化的挖掘力度, 打造古琴台游览亮点; 以点带面形成文化旅游区, 提升古琴台影响力度; 增加古琴台景区公益元素, 搭建文化传播平台。

【关键词】古琴台; 知音文化; 文明武汉

一、问题的提出

坐落于武汉市汉阳区龟山西麓、月湖东畔的古琴台, 因俞伯牙、钟子期“高山流水觅知音”而闻名于世, 其所彰显的知音文化更是千百年来得到经久不衰的传颂。同时古琴台景区经多次修缮后, 景色秀丽、幽静宜人, 是湖北省、武汉市重点文物保护单位之一。但是, 在武汉旅游业的发展中, 古琴台却始终处于“弱势”, 无法与黄鹤楼、红楼、归元寺等旅游景点分庭抗礼。日前, 笔者在对武汉一日游行程的搜索过程中发现, 目前的一日游行程中的必游景点为黄鹤楼, 红楼、东湖, 在搜索过程中未发现一家旅行社将古琴台纳入游览行程, 这与古琴台的旅游资源丰富度是极为不匹配的, 古琴台应当有着更好的发展远景。与此同时, 武汉市委书记阮成发于2011年12月20日在武汉市第十二次代表大会上作了题为《敢为人先追求卓越为建设国家中心城市复兴大武汉而努力奋斗》的报告, 在报告中其提出了文明武汉的观点。城市不仅是物化的高度凝聚, 更是文化的传承延续, 在文明武汉的打造中, 应该抓住其内核, 从内驱力上着手, 带动武汉的全面复兴。这也给笔者提出了这样两个问题: 文明武汉与古琴台之间是否存在契合点? 能否借助文明武汉打造之际, 促进古琴台旅游资源的发展?

二、文献综述

为了解决上述两个问题, 笔者进行了文献查找与梳理。在文献梳理的过程中发现, 对文明城市的研究多集中在政府部门, 以学者身份对该问题进行深入研究的极为有限, 但研究成果上依然不乏闪光之处: 在张志刚(2002)看来, 城市的出现不仅是文明的成果, 而且是文明的载体, 现代文明城市建设应当体现物质文明、精神文明与生态文明和谐统一的科学理念; 蔡育权(2008)对《文明城市测评体系》进行了研究, 认为城市文明由城市的形态文明、功能文明、素质文明三方面构成, 其中形态文明是文明城市的形象, 功能文明和素质文明却是文明的内在本质特征, 更值得一提的是, 在其阐述的素质文明中, 将城市社会精神生活的进步开化状态放在了重要位置; 严富华(2009)探讨了公益广告对文明城市形象建设的优化作用, 认为文明城市内涵包括以科学技术为先导的经济文明, 以社会事业为载体的精神文明, 以健全民主与法制、完善社会服务为保障的政治文明和科学、文明、健康生活方式的社会文明, 文明城市的核心竞争力体现在城市人的现代生活方式和现代价值观念的城市模式化, 而公益广告在推动文明城市形象建设中起着不可忽视的重要作用。

古琴台不仅仅是纯粹的观光型旅游景区, 而更应该属于文化旅游的范畴, 具有非常可观的欣赏价值, 于是笔者围绕文化旅游进行文献的查找。据世界旅游及旅行理事会(WTCC)2004年对旅游者的旅游动机进行的有关统计中发现, 在商务、度假、购

物、探险以及文化体验五种旅游动机中，文化体验已居于首位。可见文化旅游作为一种追溯文化内涵，获得精神享受的高层次旅游活动，越来越受到广大旅游者的青睐。在张明川（2007）的研究中，将文化旅游开发与经济建设联系起来，认为旅游开发将促进县域经济的发展，能够实现旅游产业的可持续发展；舒锡慧（2007）认为文化是旅游者出游的出发点和归结点，是旅游景观吸引力的源泉，是旅游产业发展的灵魂，同时旅游资源的文化优势在一定条件下可以转换为产品优势，并最终形成产业优势；毕劲（2008）认为文化旅游的实质是一种大规模的文化交流活动，其本身涵盖了物质文化和精神文化双重内容的以体验异国他乡文化风情、丰富阅历和满足精神享受为主要目的的特殊生活方式；在吴红超看来，文化旅游与生态文明建设之间存在着一定的相关性，其资源消耗相对较少、环境成本相对较低，一般不会对资源和环境产生直接的硬消耗，有利于自然文化资源和生态环境的永续利用。

通过文献的检索后发现，笔者有两方面的启示：第一，目前国内鲜有学者将文明城市与文化旅游结合起来展开研究，这使得本研究具有一定的理论价值；第二，在文明城市的文献中学者们的定义均突出了“精神文明”的概念，认为精神文明是文明城市的重要组成部分，而人们的行为习惯、生活方式实质是精神文明的外显。文明是文化的载体，是文化的传承，古琴台是知音文化的物质表现形式，这让笔者产生了从文化入手，寻找知音文化与精神文明的契合点，从而形成文明内驱力，实现古琴台与文明武汉的和谐发展。

三、知音文化与文明武汉的内在联系

1、两者内在目标一致性

我国创建文明城市的活动始于1983年，至今已取得了可喜的成绩。武汉作为华中地区最大的都市及中心城市，有着丰富历史底蕴的城市，却仍然在文明城市的道路上不断探索。文明武汉建设的目的是为了通过文明武汉提高城市的综合竞争力，将武汉建设成为立足中部、面向全国、走向世界的国家中心城市，实现大武汉新的伟大复兴，最终提高城市的幸福指数，提高人民的生活品质，让人民得到实惠。知音文化是中国传统文化的一种，其以古琴台为物质载体，从春秋流传至今已有千年。积极的传统文化具有凝聚、润滑、整合的作用，其能化解社会矛盾，促进社会和谐，文化也是经济发展的助推器，积极的文化能有效的推动社会经济的发展、促进社会文明的进步、实现人民生活品质的不断提升。千年的知音文化积淀影响着人们的生活方式，成为人们的行为准则之一，其作为传统文化的优秀典范，将对人民生活品质的提升产生重要影响。由此可见，知音文化与文明武汉创建的根本落脚点具有一致性，均是以民生为出发点，以提升生活品质为根本目的。

2、文明武汉创建呼吁知音文化

武汉两次参加创建“全国文明城市”，两次折戟。随着社会经济的不断发展，武汉的城市面貌也发生着日新月异的变化，而文明城市并不仅仅局限于物质文明，在硬件提升的同时，更应当注重软实力着陆，从精神文明、生态文明的角度创建文明武汉。而市民素质是软实力的根本，要提升市民素质，应当从养成习惯着手，让市民将文明变成习惯、变成一种生活状态。而文化却恰恰具有此种功能。通过优秀传统文化，能够让市民在潜移默化中实现观念的转变，真正做到“文明创建从我做起”。知音文化中的“知己”、“诚信”是当代社会经济发展所不可或缺的文化支撑，更是传统文化的精髓。因此，文明武汉的创建呼喊着知音文化。

3、知音文化推动文明武汉创建

文化沟通着历史与未来。“高山流水觅知音”的故事为我们诠释了知己的真谛，为我们展现了诚信的精髓。几千年来知音文化已成为中华民族精神的元素之一，成为民族情感寄托的重要载体。对一个民族而言，文化是其根、是其魂，将影响着民族的发展道路和前进方向；对一个城市而言，文化是根本，是城市发展的重要内驱力。知音文化是中国传统文化的精华，其在发展的过程中融合了积极的文化因素，并在武汉具有广泛的社会性，能得到市民的普遍认同。同时知音文化亦存在着有形展示，

如古琴台及各种因知音故事而得名的街道景观，均成为武汉城市形象展示的重要构成元素。知音文化的大力弘扬，是对中国传统文化的传承，将逐步改善武汉市民的生活习惯及行为方式，从精神层面提高武汉市民的素质。因此，借助知音文化的弘扬，能够提升武汉市精神文明建设的高度，并以精神文明建设作为中介力量，最终成为文明武汉建设的重要驱动因素之一。

四、以古琴台为载体推动文明武汉创建

1、加大知音文化的挖掘力度，打造古琴台游览亮点

对于古琴台来说，“知音文化”是其存在的根本与依托的灵魂。但从古琴台的发展现状来看，景区规模较小、部分景点损害严重，同时多数景点以实物的静态展示为主，这成为了古琴台发展过程中的瓶颈。若想使古琴台在弘扬知音文化、建设文明武汉的过程中发挥更大的作用，则必须对古琴台景区进行大力开发。第一，加大挖掘与“知音”主题相关的历史传说，使知音文化的内涵在原有基础上不断地丰富和发展，通过无形旅游资源物化，以此来增强有形旅游资源的神秘感、观赏性，提高游客对古琴台的游览兴趣；第二，对现有的有形旅游资源进行整合，在“知音文化”这个大的主题定位下，实现景区区域化游览模式，为各个游览区域设置相关主题，在确立主题的过程中要紧扣知音文化，从旅游资源的文脉角度深挖；第三，加大对原有旅游资源的保护与修缮，因为文化旅游资源大多为典型的不可再生资源，同时古琴台的现有保护情况堪忧，急需加大投入进行修缮；第四，实现展示手段的多样化，借助多媒体技术，采用声、光、电等多种方式，变被动静态展示为主动动态展示，增强景区游览的体验性，提高游客的游览兴趣；第五，适度增加人造旅游景点，人造旅游景点一方面能够使古琴台摆脱当前旅游景点总量不足的困境，另一方面能切合当今人们物质与高层次的精神需求，当然人造旅游景点应围绕“知音文化”主题来设置，同时在设计的过程中应注重布局的合理性，达到“虽由人作，宛如天成”的设计效果，不能破坏景区整体的和谐性。

2、以点带面形成文化旅游区，提升古琴台影响力度

在汉阳除了古琴台是知音文化的重要展示载体外，还有众多零散的元素也富含着知音文化的底蕴，如古琴台附近的地名，钟家村——钟子期隐居即俞伯牙痛失知音的村子，琴台——两位知音切磋之处，琴断口俞伯牙绝望摔琴的渡口——琴台大剧院也因“知音”而得名。现在的问题是，许多市民知晓道路名称，但却对道路名称的来源毫不知情。若要弘扬知音文化，则要培育知音文化：首先，建立知音文化形象识别，对道路指示标识进行系统的改造，其实国外已有许多城市将道路指标识作为景观来进行打造，在我国优秀旅游城市也有着此类作法，但在武汉却鲜有此种做法。在对道路指示标识进行改造的过程中，应对道路的来历进行图文并茂的介绍，突出知音文化，另外也可思考对部分附近路名进行重新调整，使其更切合知音文化的整体氛围。其次，以古琴台为核心，对汉阳区、蔡甸区的知音文化旅游资源进行有机整合，形成大知音文化旅游区，跨行政区域联动发展，融文化旅游与自然观光旅游为一体，推出精品旅游线路，使大知音文化旅游区成为市民休闲游憩的绝佳去处，成为武汉城市旅游的新亮点。再次，选择多渠道宣传，除了借助传统的纸质、电视、广播等宣传途径外，还应寻求新媒介的支持，如在网络上、微博上进行宣传推广，并积极参加国内外旅游博览会，扩大知音文化的知名度。同时在宣传推介时，应以大知音文化旅游区进行整体推介，并辅以古琴台的重点推介，通过古琴台点缀大知音文化旅游区，通过大知音文化旅游区的打造提高古琴台的影响力度，最终实现以点带面、以面促点的双赢效果。

3、增加古琴台景区公益元素，搭建文化传播平台

在对古琴台进行打造的过程中，不应将其仅视为“旅游景点”来进行打造。“知音文化”是古琴台魅力之源泉，而亦对建设文明武汉有着极大的推动性。当“古琴台”被看归为旅游景点时，它的定位将是游览功能，而“知音文化”却要在市民中得到推广，这就需要在定位上对古琴台进行改变，适当地增加公益元素在其中，使其变成文化教育、市民休闲的场所，而不是供游客游览的“旅游景点”。第一，可以参照博物馆、科技馆的开放模式，在可接受的范围内将古琴台给予一周一次或两次的免费开放，也可对青少年予以免费开放，省博的免费开放虽然带来了一定的环境问题，但却使更多的市民愿意接受文化洗礼。古琴台若能适度的开放，将吸引更多的市民前来参观游览，将古琴台真正打造成“知音文化”的传播基地。第二，结合月湖、古

琴台的自然资源，进行休闲活动的开放，增加古琴台的休闲属性，将其变为武汉市民周末休闲的绝佳去处，而不能仅仅只吸引外地游客。本地游客的增加，将加大其接受知音文化教育的机会，也能够让其在体验休闲的同时，品味湖光山色，体味文化底蕴，使古琴台的功能性更为全面。第三，利用琴台广场的地理位置优势、面积优势，在琴台广场上有计划、有步骤地开展“知音文化”展览，其展览形式可以是图片、影音资料、文字资料等，通过多种形式宣传推广知音文化，让更多的市民了解知音文化；同时加大对古琴台的绿化投入，使其不仅成为武汉城市精神文明的展示窗口，也成为武汉城市生态文明的展示窗口。

五、结语

文明武汉需要挖掘城市底蕴，展现城市文化，古琴台所承载的知音文化是中华民族真、善、美的彰显，是武汉文化精髓的重要体现。建设文明武汉为古琴台发展带来了契机，而古琴台若想真正抓住此次发展机会，则要从知音文化着手，对古琴台进行更为深入的开发，最终使古琴台与武汉文明城市建设达到双赢。

【参考文献】

- [1] 赵丽、张秀芝：文化人类学视野中的城市文化[J].大连理工大学学报，2001（9）.
- [2] 张志刚：文明城市建设的理论范式[J].学术交流，2002（1）.
- [3] 向德平、田北海：论我国城市文化建设存在的问题及对策[J].武汉大学学报，2003（3）.
- [4] 蔡育权：《文明城市测评体系》研究[D].厦门大学，2008.
- [5] 严富华：公益广告对文明城市形象建设的优化作用研究[D].重庆大学，2009.
- [6] 张明川：以旅游开发促县域经济发展[J].沧桑，2007（5）.
- [7] 舒锡慧：文化资源的旅游深度开发研究[D].华东师范大学，2007.
- [8] 毕劲：论文化在文化旅游中的价值[J].当代经济，2008（7）.