
传统文化在城市品牌建设中的运用探讨

——以荆州市为例

李景行¹

(兰州财经大学 商务传媒学院, 甘肃 兰州 730020)

【摘要】: 随着经济的迅速发展、城市化进程的加快,城市品牌建设越来越重要。传统文化作为软实力,对城市品牌的建设有十分重要的作用。荆州传统文化积淀深厚,综合荆州的传统文化特色,结合现实品牌建设需要,荆州可以从“艺术荆州”、“工艺荆州”、“三国荆州”、“楚都荆州”、“名人荆州”等方面着手,在城市建设中植入传统文化,以此来打造荆州城市品牌。提升城市形象、打造城市品牌,可以吸收借鉴、大力弘扬传统文化的合理内核,实现古今文化的融会贯通,让传统文化更好地为城市品牌建设贡献力量。

【关键词】: 传统文化 城市品牌 荆州

【中图分类号】:F27 **【文献标识码】:**A

1 问题的提出

城市品牌,是一个城市竞争力的重要体现。在市场经济高速发展的今天,品牌的效应日益凸显。城市品牌是城市价值的直接体现,是城市的无形资产。打造有影响力的城市品牌,可以塑造良好的城市形象,从而提升城市竞争力。传统文化是民族历史上各种思想文化、观念形态的总体表征,其表现形式多样。传统文化是根,是源,影响着现代生活。

城市品牌建设的研究由来已久。学者之前多从经济硬实力的角度研究,或从山水等自然资源角度研究。近年来,文化软实力,尤其是传统文化的城市品牌效应研究逐渐受到重视。荆州独特的传统文化,会给城市品牌的打造注入活力。

2 传统文化助力“文旅荆州”城市品牌建设

《2019年荆州市人民政府工作报告》提出:必须大力推动产业高质量发展。该报告论述“提升服务业影响力”时提出:要突破性发展文化旅游业,高位推进荆州历史文化名城保护与利用,打造楚文化、三国文化交相辉映的文化旅游板块。综合荆州的传统文化特色,结合现实品牌建设需要,荆州可以从以下方面着手,打造如下城市品牌:

“艺术荆州”:作为楚文化的发祥地,南风、楚声等楚地歌谣在此繁衍发展,荆州素有“音乐舞蹈之邦”的美称。《诗经》十五国风中居前两位的《周南》、《召南》,对应地区即为楚国所辖之地。为了纪念殉国自沉的屈原,端午节吃粽子划龙舟的习俗,在荆州沿袭千年不衰;有别于中原的崇龙文化,楚人以凤为图腾,“洪湖凤舟”就是生动的体现,这使得荆州的民俗文化很有地域特色。

作者简介: 李景行(1995-),女,广东深圳人,兰州财经大学商务传媒学院新闻与传播专业硕士在读,研究方向:财经新闻。

传统艺术的表现形式及表现内容,可以结合时代变化加以丰富、提升,使之在保留古韵的同时更好地适应并服务于现代生活。可通过举办“艺术节”的形式,以“青铜艺术展”“楚风艺术节”“龙舟邀请赛”“凤舟邀请赛”等活动为主题,扩大影响力,提高知名度,强化荆州“发源地、集大成者”的地位,强化品牌意识;同时注重在市民中推广传承,建立相对固定的活动场所、队伍,让整个城市充满艺术气息,打造“艺术荆州”的品牌。

“工艺荆州”:荆州的传统手工技艺精湛。作为南方青铜器的重要出土地,这里出土的青铜器样式繁复,精美绝伦。国家非物质文化遗产——铅锡刻镂技艺就是楚式青铜器具的重要工艺,也是古代青铜器制造的核心技术。作为曾经蜚声海内外的轻工业城市,荆州历史上的“工匠精神”,在当代得到了很好地传承,荆州曾涌现出“活力28”等著名品牌,并曾名噪一时。通过在本地及外地举办“工艺品展”等形式,大力推介荆州传统工艺,打造“工艺荆州”城市品牌,为“工业立市”扬名助威。

“楚都荆州”:楚国是我国古代历时最长的诸侯国,共历800余年。公元前689年,楚文王定都郢,荆州作为楚国都城历经了411年,见证了20代楚王。作为春秋战国时期的强国,楚国在历史长河中创造了可圈可点的文明成果。楚人“筚路蓝缕”的进取意识,“鸣将惊人”的开拓精神,“抚夷属夏”的开放胸襟和“深固难徙”的爱国情怀,对后世产生了深远的影响。打造“楚都”品牌,可以展示文化底蕴,增强城市自信。

“三国荆州”:有华人的地方就有“三国”。三国文化,是荆州传统文化中浓墨重彩的一笔,是提升荆州知名度、让荆州名扬四海的最好载体,也是创建文旅品牌值得大书特书的核心。荆州是三国文化的核心地,《三国演义》120回,就有82回写到荆州。“刘备借荆州”、“关羽失荆州”等脍炙人口的故事,妇孺皆知。可以根据《三国志》的相关记载、《三国演义》的相关回目,复原场景,突出故事性,建立景点;可以为有关三国故事的影视作品提供场地,让海内外进一步熟知荆州,把三国和荆州很自然地联系起来。

“名人荆州”:荆州被誉为“帝王之都”、“宰相之城”。34位帝王曾在此建都,130多位宰相出自这里。这里造就了老庄哲学、楚辞歌赋,关联了老子、庄子、屈原、楚庄王、孙叔敖、伍子胥、岑参、张居正、裴纶等历史人物,他们的故居、活动地或墓地有迹可循。做好历史名人和荆州关系的考证,可以因人设景,一人一景,组成连片旅游群。久而久之,就会建立历史名人和古城荆州的对应关系,提高荆州的知名度。

荆州已有较好的品牌创建基础。荆州是国务院确定的全国首批24座国家历史文化名城之一(1982年)。荆州城拥有长达10.5公里且保存完好的古城墙,被誉为“中国江南不可多得的完璧”。荆州已有7个传统项目进入国家非物质文化遗产保护名录,另有多个项目进入省、地级名录。荆州市也很重视“非遗”工作的宣传和传承,经常组织社会各界开展活动,并在多所学校设立了志愿者组织。

3 实现城市品牌和传统文化的有机结合

实现历史与现代的对接。创建城市品牌,既要借助传统文化,也要找到传统文化在现实中的对接点。如关羽重情重义的气节,可以和“荆江分洪”、“98抗洪”等体现荆州人民深明大义的家国情怀对接。这样的精神,经过提炼升华,可以作为城市精神来塑造,是很好的城市品牌。同时,政府及相关部门也应该加大现存古建筑的保护力度,新建场景场馆尽量复原传统。加大考古考证力度,加大相关人、事、地沿革变迁的说明力度,辅之以相关的天文、地理、气候、堪舆方面的知识,最大限度地发挥景物的宣传、普及功能。

整合特色文化,促进相关文化产业、旅游业的发展。例如,可以在旅游景点举办一些大型特色演出,还原历史情境,以舞台剧的形式让游客更好地了解、参与荆州的历史。加大推广力度,让更多的人了解、喜爱、传承这些文化遗产,做到宣传推广与传承相向而行。

开发相关的文创产品、游戏。针对荆州的三国文化,以三国时期的荆州为背景,在游戏里设置一些著名的人物,游戏的故事情节围绕荆州展开,串起一系列地名、人名,让玩家可以选择历史人物来进行游戏,这样的形式更能吸引年轻人的参与,在游戏的过程中增进对荆州历史文化的了解。在一些景点,可以开发一些文创产品,与景点文化相结合,例如,开发一些具有荆州传统工艺特色、展示荆州传统文化古色古香的工艺品、日用品,这些承载了荆州传统文化的文创产品就是荆州“可以带走的文化品牌”。楚文化的普及程度不如三国文化高,更需要借助受众喜闻乐见的形式,走近寻常百姓,为荆州“着色”。

充分利用音乐宣传城市。将城市的文化元素融入,以民谣的形式传播,民谣传唱度高,宣传效果更好。同时,在城市品牌的宣传方面要利用新媒体,加大宣传力度,让更多的人了解荆州,建立一个文化底蕴深厚的荆州品牌形象。

4 结语

传统文化有助于城市品牌建设。提升城市形象、打造城市品牌,可以吸收借鉴、大力弘扬传统文化的合理内核,实现古今文化的融会贯通,让传统文化更好地为城市品牌建设贡献力量。政府相关部门要加大荆州非物质文化遗产的传承和保护,传统文化是荆州发展的根本,保护并传承下去才能使城市品牌屹立不倒。

参考文献:

- [1]大力培育与发展城市品牌竞争力[N].中国城市报,2018-05-07(002).
- [2]邹火明,李博,唐磊利.大开放视域下荆州形象建构研究[J].长江大学学报(社会科学版),2018,(04).
- [3]王维,陈晨.略论荆州历史文化名城保护问题[J].四川建材,2014,(05).
- [4]荆州古城城市形象定位思考[J].安康学院学报,2010,(05).
- [5]宋刚,祝波,何永红.荆州市实施“工业兴市”战略的思考[J].当代经济,2004,(10).
- [6]陈映.城市形象的媒体建构——概念分析与理论框架[J].新闻界,2009,(05).
- [7]张首映.增强品牌竞争力生命力[N].人民日报,2019-01-07(010).