

首义文化与武汉城市软实力提升研究

——旅游视角下

张春燕^{1,2}

(1. 中南财经政法大学, 湖北 武汉 430074; 2. 武昌职业学院, 湖北 武汉 430074)

摘要:在参考和借鉴国家“软实力”概念的基础上,分析了“城市软实力”的概念及其内涵,阐述了辛亥首义文化旅游与武汉城市软实力提升之间的关系,进而从旅游协同促进的视角,拟就辛亥首义文化建设与武汉城市软实力提升路径进行了深入探讨。

关键词:首义文化;旅游;城市软实力;提升

中图分类号:F2

文献标识码:A

文章编号:1672-3198(2014)15-0009-03

1 引言

1.1 辛亥首义文化内涵及其旅游资源现状

(1) 辛亥首义文化内涵。

1911年10月10日,辛亥革命在武昌爆发,为我们留下了珍贵而丰富的人文资源。辛亥首义文化,是对辛亥革命运动在武昌地区发生与发展的综合概括,主要包括在武昌地区反映辛亥革命运动、革命事件、革命人物的各种文史资料;革命遗址、文物和后世为纪念革命而建造的各种纪念物以及研究辛亥革命的所有成果和历史形成的各种纪念活动。辛亥首义文化以反映中国民主革命、民族进步的辛亥革命运动历史为主线,以表现高度爱国主义思想为精髓,以纪念景观为载体,以武昌辛亥革命临时军政府旧址红楼为中心,集中体现了“敢为天下先”的创新精神、“不竞声华”的实干精神、“振兴乡邦”的爱国精神、“不计生死”的牺牲精神,是都会文化、荆楚文化、黄鹤文化等历史文化的沉淀,是东西文化相互碰撞的结果。首义文化是我省更是武汉市独有的、最靓丽的、最引以为骄傲的名片。武汉是首义精神的城市载体。辛亥首义文化发展对武汉城市的发展具有重要的历史与现实意义。

(2) 辛亥首义文化旅游资源现状。

辛亥革命距今已一个多世纪,一百多年特别是改革开放以来,广大辛亥革命的后裔、亲属、海外侨胞、台胞为继承辛亥革命先辈遗愿,开发利用辛亥首义文化,弘扬民族精神,做了大量卓有成效的工作。目前武汉市区内有为数众多的首义革命遗址和遗迹,同时得益于辛亥首义100周年大典的举办,几乎所有有关首义的旅游资源都得到了很好的整建与扩建。现存的与辛亥首义相关的革命历史遗址有30多处,遍布三镇但集中分布于武昌境内。以辛亥革命为主题的研究也已取得丰硕的成果并得到了国际上的承认。随着武汉城市建设的加快和武汉旅游业的大力发展,一方面,以辛亥革命为主线,以现存首义文化旅游资源为依托,以武昌古城为平台,充分整合辖区内各类旅游资源,打造出若干条凸显“首义文化”的精品旅游线路,具有极大的便利和可操作性。另一方面,由于历经了岁月的沧桑和不断面临城市化的威胁,除红楼等部分遗址为市民所熟知外,现存的许多遗址和遗迹保存状态不甚理想。有的被迫迁址;有的被遗忘于城市的某个角落而鲜为人知;还有的已经不复

存在。坐落于市中心的多数辛亥首义旅游资源都正面临着高层建筑、噪声、垃圾、水体或大气污染的威胁;有些旅游资源被道路、市政工程或其他建筑人为镶嵌、分割;一些核心旅游资源周边交通状况不容乐观,一旦游客众多就会造成拥堵。上述因素的存在,给辛亥首义文化旅游资源的保护与开发工作带来了很大的困难。要使辛亥首义旅游资源健康持续发展,必须将其作为一个整体给予通盘考虑,只有这样才能实现可持续发展。

1.2 武汉城市软实力现状

(1) 武汉城市软实力发展基础良好。

武汉市具有河湖交错、山水相间的优美自然环境,而且也形成了以首义文化为主体的丰厚的人文环境。她以其深厚的历史文化底蕴,多彩的民俗记忆,丰富的人才储备,和谐的社会环境等显著特色独秀于我国名城之林。除了拥有上述软实力资源之外,目前武汉经济实力雄厚,产业结构较为合理,城市硬件设施也得到了很大的改善。总体来看,武汉城市软实力发展具有较强的“硬实力”基础。

(2) 武汉城市软实力有待进一步提升。

在全球化、信息化的背景下,全球文化的同质化正在席卷世界各个角落。武汉城市建设的过程,特别是对城市遗存的破旧街区进行改造、重建的过程,本是为了改善生活环境,但同时也使历史遗迹或老街区消失,打破了原有的社会脉络,使得文化遗产的历史记忆空间逐渐狭窄甚至消失。目前武汉市在文化资源的整合、培育、利用上还应付出更多的努力;在提高城市管理与公共服务的质量上,在打造城市创新与传媒沟通能力上,在改善城市社会环境、人才培养与吸引等方面都还有很大的上升空间。

1.3 大众休闲旅游时代的到来

随着我国经济社会的不断发展和人民生活水平的日益提高,旅游越来越成为人们生活的重要内容,越来越关系到大众的切身利益和根本利益。休闲度假也已成为旅游业最具活力的新业态。武汉市目前正处于一个全民大众化出游、爆发式增长阶段。旅游的发展关系到武汉的政治、经济、文化和民生,也关系到武汉城市的对外关系。以综合法、人本法、促进法为特点的《旅游法》明确要求各级政府要加强和改善公共服务。国务院办公厅于今年年初印发的《国民旅游休闲纲要(2013—2020)》,明确指出要推进国民

基金项目:国家旅游局规划项目:基于旅游业协同促进的文化软实力建设研究(项目编号:12TABK003)。

作者简介:张春燕(1983—),女,湖北松滋人,中南财经政法大学工商管理学院旅游管理专业2012级博士研究生,讲师,研究方向:城市旅游、旅游产业发展与软实力建设。

旅游休闲基础设施建设,完善国民旅游休闲公共服务。在大众休闲旅游时代来临的新形势下,大力发展辛亥首义文化旅游,将文化产业与旅游产业深度融合,不仅是对革命先辈的最好纪念,而且可以更好的满足广大市民与游客对休闲旅游的迫切需要,同时也是教育炎黄子孙继承发扬革命传统,振奋爱国主义精神,将精神引力,文化引力,经济引力融合在一起,全方位提升武汉城市软实力的重要手段。

2 辛亥首义文化旅游与武汉城市软实力提升

2.1 城市软实力

(1)城市软实力的内涵。

美国著名学者、哈佛大学著名教授约瑟夫·奈(Joseph S. Nye)最早提出了“硬实力”和“软实力”的概念。在奈教授看来,一个健康和谐的社会,不仅需要要有有形的“硬实力”的增长,还需要有文化、意识形态等无形的“软实力”的增长。随着软实力理论的日益成熟,软实力的概念也被很快应用于区域、城市、企业、组织等不同主体的研究之中,城市软实力越来越成为人们关注的焦点。关于城市软实力的概念,学者们持不同的观点。通过文献梳理,笔者发现学界对城市软实力的界定大多是简单移植国家软实力的概念,忽视了城市软实力的目标受众和城市沟通能力这两大要素。在借鉴国内外学者相关研究成果的基础之上,笔者将城市软实力概括为:以城市硬实力为基础,以城市文化力等非物质资源为构成要素,以城市内外所有组织、民众为目标受众,通过非强迫方式达到推动城市经济社会可持续发展并融入全球城市网络的一种能力,它是城市凝聚力、说服力、导向力、吸引力和同化力的总和。这种“软”的力量,最终通过内部公众(市民)对城市的认可和城市对外部公众的吸引产生作用。

(2)城市软实力的构成要素。

城市软实力是一个由若干子系统(要素)组成的有机整体。笔者认为其主要包括:城市文化力、城市管理与公共服务力、城市创新力、传媒沟通力、环境舒适度、人力素质力6个方面。

(3)城市软实力的生成机理。

首先,与城市硬实力一样,城市软实力以城市软实力资源作为其生成的基础,但是软实力资源并不等同于也不会自动转换成城市软实力。其次,城市软实力根源于城市内部,形成于与外部社会的良性互动。最后,城市硬实力与软实力具有共生兼容、非均衡对称和动态互馈的关系。

(4)城市软实力建设的终极目标。

发展城市软实力,就是要大力提高全体市民文明素质,满足人民丰富精神文化生活的热切愿望,实现广大市民的全面发展。构建“以人为本”的和谐城市是城市软实力建设的终极目标。旅游可以对城市内部产生凝聚效应、吸引效应与活力效应,实现广大市民的安居乐业;对外部产生认可、认同和同化效应,实现外部公众对整个城市的理解、赞赏、效仿与支持。大力发展文化旅游产业是增强人民幸福感的有效途径,更是提升武汉城市软实力的思路创新。

2.2 辛亥首义文化旅游对武汉城市软实力提升的功能研究

优秀的城市文化元素只有与适合的载体融合在一起,才能够打造出更具地方特色与影响力的城市文化品牌,才能更好的服务于城市文化软实力的提升。大众休闲旅游时代,辛亥首义文化旅游的发展,对辛亥首义文化旅游资源转化为武汉城市软实力起到硬化、聚化、创新、引领和美化的功能。

(1)辛亥首义文化旅游发展对武汉城市软实力提升的

“硬化”功能。

以旅游为抓手,大力开发辛亥首义文化经济,将会进一步扩大对外开放,广泛吸引外资和先进技术,促进武汉产业结构的优化升级以及经济的全面发展。将辛亥首义文化经济开发与武汉市旅游业发展相结合,是将民族文化、民族精神与现代经济社会建设有机结合,相互促进、协调发展的有效途径。辛亥首义文化开发与利用的进程,是武汉市旅游业发展的进程;是武汉城市经济实力提升的进程。与此同时,也正是硬化武汉城市软实力赖以存在的基础——硬实力的过程。

(2)辛亥首义文化旅游发展对广大民众的“聚化”功能。

辛亥首义文化作为一种精神力量,是凝聚江城人民的重要力量。这种凝聚力是实现文化功能,提高武汉城市软实力特别是城市文化软实力的内在驱动力。大力发展辛亥首义文化旅游,以辛亥首义文化旅游资源为载体,为广大民众提供深度认识辛亥首义文化的空间,使广大市民在旅游的体验中加深对辛亥首义文化的了解。革命与创新精神的内化所产生的向心力、凝聚力将会激励、引导市民热爱自己的城市,关心武汉城市的发展,为武汉的进步贡献智慧和汗水。独特的城市文化可以吸引外部人才、资源、资金等的流入,城市内外环境的优化可以使城市的组织效能、资源整合能力越来越强,城市的软实力得到进一步的提升。

(3)辛亥首义文化旅游发展对武汉城市核心竞争力的“创新”功能。

城市精神离不开所处的时代,不可避免地会打上时代的烙印,这要求城市精神能够反映并体现先进文化和时代前进的方向。以旅游为载体,大力开发辛亥首义文化资源本身就是对革命精神的传承,对革命文化内容的丰富,也是对其展现形式的拓展与创新。内容生动健康,形式新颖多样,具有强烈吸引力和感染力的文化旅游产品让广大市民在不自觉中实现了对“创新”与“进取”精神的内化,秉承“创新”与“进取”精神的广大城市主体将为城市的兴旺发达提供不竭动力,最终实现城市的不断进步和持续发展。

(4)辛亥首义文化旅游发展对武汉构建和谐城市的“引领”功能。

提升城市的“软实力”,核心是人,落脚点也是人。城市和谐是指城市各阶层、各组成部分、各种要素处于一种相互协调的状态。城市的和谐包括政治和谐、经济和谐、社会秩序和谐等诸多方面。在生态旅游、全民旅游、旅游惠民等理念的指导下,辛亥首义文化旅游的开发,是一种以人为本的经济活动目的的回归体现,可以改善武汉城市环境,提高公共服务水平。内涵积极的旅游产品可以培养广大市民“与人为善”的宽阔胸襟和“和谐共存”的积极心态,最终实现人与人、人与社会、人与自然之间的协调发展。

(5)辛亥首义文化旅游对武汉城市形象发挥着“升华”功能。

城市形象是城市内部、外部公众对城市形态和特征进行高度概括与提炼后所形成的总体看法和评价。依靠大众传媒构建的“媒介”形象和依靠人际传播构建的“口碑”形象,是城市形象传播的两个最重要的方面。在全球不同文化加深融合的今天,城市要树立良好的形象,就必须以更加主动的姿态融入世界潮流中去。辛亥首义文化旅游具有“请进来”与“走出去”的双重功能,这种功能对内产生凝聚力、感召力;对外产生吸引力和同化力。辛亥首义文化旅游

资源的开发,本身是对辛亥首义文化的保护与传承,可以提高武汉城市的文化品位,增强广大市民的凝聚力和向心力,改善武汉城市的整体面貌,起到美化武汉城市形象的功能。另外,旅游作为一种民间活动,既是大众传媒的“资源”与“媒介”,又是人际传播的“载体”与“工具”,国内旅游与国际旅游的共同发展,可以增强辛亥首义文化与武汉城市的关注度,提高其知名度与美誉度,从而起到进一步升华武汉城市形象的作用。

3 辛亥首义文化旅游发展路径选择

3.1 深入挖掘和提炼辛亥首义文化内涵

辛亥首义在武汉爆发有着深刻的时代背景和地域背景,将首义文化列为武汉生态城市建设的重要品牌也有其深刻的历史缘由与文化因素。因此,对首义文化植根其间的楚文化,对与首义文化相关的革命历史传统以及中西文化交融的文化背景,都要进行深入的挖掘。通过寻根溯源,进一步提高对首义文化的总体认识和把握,更好地对其开发与利用作出明确的定位。

3.2 着力完善辛亥首义文化旅游相关规划

在城镇化快速发展的进程中,武汉城市内涵正在趋同,特色正在消失;武汉城市规模的扩张,带来了诸如环境恶化、人口拥挤、交通堵塞等一系列的城市问题。如今的武汉已经是一座不太宜居的城市。因此,武汉市各级政府与辛亥首义文化相关管理部门都要树立可持续发展理念,在《国民旅游休闲纲要(2013—2020)》与《旅游法》的指导下,进一步革新武汉传统的城市规划,加强武汉城市休闲公园、休闲街区、环城市游憩带的建设,营造居民休闲空间。

3.3 进一步加强辛亥首义文化旅游产品的开发与整合

首先,打造辛亥首义精品旅游线路。在旅游线路的设计上,应着眼于实际可操作性和游客的便利性,着重将武昌区内辛亥首义旅游资源串联起来,形成主题各异的辛亥首义特色旅游线路,并与旅游区内户部巷美食街、胭脂风情街、昙华林民俗街等资源结合起来。其次,加大旅游产品的科技含量创新辛亥首义文化旅游的形式。目前辛亥首义旅游景区的旅游开发多以橱窗、实物展示等静态的呈现方式为主,旅游者参与程度极为有限。要充分利用声、光、电等现代手段,利用更多有效且多样化的形式来加强游客在旅游中的参与性,提高旅游本身的趣味性,从而进一步促进辛亥首义旅游的可持续发展。再次,继续举办好以辛亥首义为主题的各种文化交流活动。像米兰时装周、奥斯卡电影节等具有自主品牌与国际影响力的文化交流活动有利于城市软实力的提升。辛亥首义文化交流活动的开展,不仅可以带来可观的经济收入,而且对首义文化的研究与发展,对“爱我中华”民族情感的培养,对武汉城市知名度与美誉度的提高都有着巨大的战略意义。最后,加大景区与旅行社、学校等企事业单位的合作。在与旅行社合作的同时,辛亥首义文化旅游管理部门也应该加大与其他各企、事业单位特别是教育部门与教育机构的合作。充分发挥武汉丰富的教育资源,积极倡导包括大、中、小学生在内的所有在校学生参加辛亥首义文化旅游。

3.4 努力营造武汉和谐的社会环境

管理本身就是一种软实力资源,城市资源只有在良好管理的调控下,才能发挥应有的效能。借助于辛亥首义旅游的契机,各级政府管理部门都应树立“以人为本”全新的管理理念,以城市管理和公共服务为抓手营造和谐的宜居

环境,加强城市管理并提高公共服务水平,以高质量、高品质的公共产品来满足广大市民与游客的公共需求,确保社会的安全稳定与和谐发展。

3.5 充分发挥媒体与旅游在武汉形象塑造与传播中的作用

城市软实力资源是城市软实力产生的基础,然而城市的软实力资源只有通过媒体向外界有效的输出才能生成软实力。城市软实力建设,应该以受众需求为导向,整合各种传播资源和传播手段,运用多种传播媒介和方式,特别是运用影响力度比大众传播更大的人际传播和口碑传播,形成耦合效应,才能最大程度的发挥传媒的双重作用。有学者通过结构方程模型证实了传媒与城市软实力的关系,其结果表明,传媒既是软式力资源,又是其他软实力资源向效果转化的中介。从“资源”角度看传媒,模型拟合显示,“文化资源”三项指标中,“大众传媒指数”的因子载荷为0.81,居文化资源诸要素之首,可见传媒对软实力建设的重要性。其次,充分发挥旅游在城市形象塑造与传播中的作用。相关研究表明,非政府行为(民间行为)也是影响城市软实力消长的重要因素。旅游作为非政府行为之一,具有自上而下,民间推动的特点,其立体化、生活化的民间软接触方式使得城市软实力更具渗透性、广泛性、感染力与持久性。辛亥首义文化旅游活动对武汉城市形象的美化与传播发挥着重要的作用。因此,可以通过大力开发辛亥首义文化旅游产品和适时举办好各种辛亥首义文化旅游节事活动来提高武汉城市的知名度和认知度。

4 结语

旅游,大众休闲旅游,可以体现城市的民族精神,时代精神,人文精神,生态精神与开放精神。整合辛亥首义文化旅游资源,加大文化产业与旅游产业的深度融合,不仅对彰显武汉历史文化名城的个性魅力,武汉和谐宜居城市的构建有着重要的作用,而且对振奋民族精神,提高武汉在世界的知名度、美誉度都有着十分深远的历史与现实意义。辛亥首义文化资源的保护与进一步开发以及武汉城市未来的发展,还有待社会各界献计献策,给予更多的关注与探索。

参考文献

- [1] 严昌洪,20世纪90年代辛亥革命研究综述[J],理论月刊,2001,(10).
- [2] 杨书林,武汉市红色旅游业发展现状及对策研究[J],城市旅游规划,2011,(11).
- [3] 龚娜,罗芳洲,“城市软实力”综合评价指标体系的构建及其评价方法[J],沈阳教育学院学报,2008,(12).
- [4] 汤艳,丁德军,“中国近代第一城”——南通城市软实力的创新构建[J],延边党校学报,2012,(4).
- [5] 陶建杰,城市软实力评价指标体系的构建与运用——基于中国大陆50个城市的实证研究[J],中州学刊,2010,(3).
- [6] 中国城市软实力调查研究课题组,2009中国城市软实力报告[J],瞭望东方周刊,2009,(7).
- [7] Joseph S. Nye Jr. Public Diplomacy and Soft Power[J], AN-NALS, AAPSS, 2008,(3).
- [8] 陈志,杨拉克,城市软实力[M],广州:广东人民出版社,2008.
- [9] 赵力平,城市文化建设[M],北京:中国社会科学出版社,2005.
- [10] 付宝华,城市主题文化与名牌城市战略[M],北京:中国经济出版社,2008.
- [11] 诸山,生态学视阈下的城市文化[M],南昌:江西人民出版社,2010.