张恨水文化品牌的价值及塑造途径

王凤娟

张恨水，安徽省潜山县人，被尊称为现代文学史上的“章回小说大家”和“通俗文学大师”第一人。随着张恨水小说《啼笑因缘》、《金粉世家》等被改编为戏剧和影视作品，使张恨水再度成为文化的热点人物，其知名度和影响力还有越来越大的趋势。张恨水作为安徽省潜山县的文化名人，已经具备了塑造地域文化品牌的基础条件。

一、张恨水文化品牌的价值

（一）张恨水文化品牌的经济价值

张恨水一生不仅创作了大量优秀的文学作品，如《啼笑因缘》《金粉世家》《春明外史》《八十一梦》等，而且张恨水忠孝仁义、坚忍不拔的人格魅力也是张恨水先生为我们留下的一份珍贵的文化遗产。张恨水良好的文化形象构成了张恨水文化品牌的基本内涵。塑造张恨水文化品牌是建构安徽省潜山县地方文化形象重要手段。“地方文化形象设计是地方管理中的新领域，良好的文化形象是促进地方经济发展的无形财富，它可以为地方的招商引资、吸引人才等起到积极的促进作用。”[1]张恨水文化品牌也蕴涵了巨大的经济价值。在安徽文化产业招商网站上的《张恨水文化园项目》招商项目书中写到张恨水文化园项目共需投资1.5亿元人民币，而其经济效益估计非常可观。张恨水文化园“项目投资回收方式为旅游参观门票收入和服务经营收入两种。按天柱山目前年旅游接待人次（2009年87万人次）的50%进入园区，每人次消费200元计算，年收入近亿元，正常年份，投资利润率达32.3%，经营利润率24.4%，投资收益率可达17.8%，投资回报期为8.5年”[2]。除此之外，张恨水文化品牌对地方经济发展还具有隐性刺激作用，如招商引资，刺激消费，拉动旅游产业等。由此可见，张恨水文化品牌的塑造和利用具有长期促进潜山县经济发展的作用。

（二）张恨水文化品牌的地方文化认同价值

符号人类学派认为一个地方的文化体现在这个地区特有的公共符号上，这些符号有物品、事件、关系、活动、空间单位等。比如一个地方特产可以代表和反映一个地方的文化，如南方的各色米糕特产反映南方的稻作文化，而丰富多彩的陕西面食则反映了陕西的麦作文化。“同一地区文化的成员之间，通过这些公共文化符号交流彼此间的世界观、价值观和社会情感。”[3]同样，地方文化认同也需要认同这些“符号”。这些公共文化符号可以是天然形成的，如泰山是山东文化认同的公共符号、黄山是安徽文化认同的公共符号、大兴安岭是东北文化认同的公共符号等等。当然地方文化认同的公共符号更多的则是文化景观，如陕西的秦始皇兵马俑、河南洛阳的龙门石窟、安徽的徽派建筑等。

法国社会学派的代表人物涂尔干认为：“同一个社会的成员共有的信仰和感觉的总和构成具有本身社会特征的一定的体系，这种体系我们称之为集体表象和共同意识。所谓集体表象不是个人从直接经验中取得的，而是社会强加给人的。”[4]现在社会学认为人类可以通过塑造积极健康的“集体表象”来设置地方文化认同的公共符号。很多优秀文化品牌的有效塑造说明了这一点，如黄梅戏已经成为安庆市的标志，安庆文化品质的象征，更是安庆市民地方文化认同的公共符号。张恨水作为杰出优秀的文化名人可以充当安庆市潜山县的公共符号，为潜山县人民提供地方文化认同的支点。

被誉为近世以来最伟大的英国历史学家汤因比认为，在社会文明发展进程中，个别人和少数人的文化创造性和多数人的模仿是社会发展的主要动力，反之，社会文明进程衰败的原因则是少数人失去了文化创造性，而多数人也不去模仿，继而作为一个整体的社会就丧失了社会统一性。再反之，如果少数人创造的积极的文化要素能逐步得到多数人的感知、认可和模仿的话，那么整个社会就会形成积极向上的地方文化精神，这正是地方文化认同的意义所在。而个体对地方文化不同的文化感知，也是在集体表象的作用下，逐步转化为对地方文化精神的共同认识[5]。张恨水的文学成就可以说是“少数人的积极创造”，如果将“少数人的积极创造”通过文化品牌塑造的各种方式为庞大的接受群体所感知，并在此基础上形成积极的集体表象，那么整个地方社会就会形成具有张恨水文化品牌特色的积极向上的地方文化精神。

（三）保护和传承张恨水文学遗产的文化价值

物质资源会因享用者众多而损耗甚至枯竭，但文化资源却相反，文化资源享用者越广泛，其蕴涵的文化价值就越大。如果可以成功地塑造张恨水文化品牌的良好形象，那么这将会带来张恨水文学作品更广泛更持久的传播和阅读，这将有利于发扬光大张恨水文学遗产。在塑造和运用张恨水文化品牌价值的过程也是保护和传承张恨水文学遗产的过程。利用张恨水文学资源的过程是对张恨水文学遗产保护和传承的最好方式。因此，建设张恨水文化品牌还具有保护和传承张恨水文学遗产的文化价值。

二、张恨水文化品牌的塑造途径

文化品牌的塑造和推广主要依赖于各种媒体宣传和标志性文化景观的建设。张恨水文化品牌也可以借助各种媒体资源的宣传和建设标志性文化景观的方式进行塑造和推广。笔者认为张恨水文化品牌的塑造和推广如果可以与安庆地区特色的文化品牌相结合的话，将取得一举两得、事半功倍的效果。鉴于此，塑造张恨水文化品牌一方面可以借助安庆区域文化品牌黄梅戏媒介进行推广，另一方面则可以积极推动张恨水文化景观建设来加快张恨水文化品牌的塑造进程。

（一）与安庆戏剧品牌黄梅戏强强联姻：黄梅剧《张恨水》设计创意

安徽省安庆市素有“安徽之源，黄梅之乡”之称。近些年来，尤其是全国戏剧总体趋势急剧下滑的情况下，黄梅戏却出现“梅开二度”、“梅开三度”的盛况。黄梅戏自身巨大的艺术魅力、各个黄梅戏剧团演职人员的努力、广大黄梅戏戏迷观众的喜爱是黄梅戏取得如此大的成就其内在原因。但笔者认为黄梅戏能取得如此大的成就，是与安庆市各级政府部门为积极建设黄梅戏文化品牌所做出的努力分不开的。一直以来，安庆市把黄梅戏作为最具特色的文化品牌来打造和运作的。不惜花重金投资建设中国黄梅戏博物馆、黄梅戏艺术中心、再芬黄梅公馆、严凤英纪念馆、黄梅戏公馆等黄梅戏艺术展演场所和黄梅戏文化景观。在黄梅戏文化景观的“强化”影响下，经过安庆市各界人士和广大黄梅戏戏迷爱好者的不懈努力，黄梅戏终于成为安庆市最具地方特色的文化品牌。

1、 与地方戏剧黄梅戏联姻的双赢价值

如果将张恨水文化品牌与黄梅戏进行强强联姻的话，将带来推动张恨水文化品牌塑造和提高黄梅戏文化品牌影响力的双赢效果。一方面，张恨水文化品牌与黄梅戏联姻有利于推进张恨水文化品牌的建设。黄梅戏作为安庆市文化品牌，不仅是安庆人喜闻乐见的戏剧艺术形式，而且在全国也拥有具有庞大的接受群体。如果借助黄梅戏这个宣传平台，则可以更好地宣传和塑造张恨水文化品牌。另一方面，张恨水文化品牌与黄梅戏联姻有利于黄梅戏的发展。首先，张恨水戏剧化生平经历可以为黄梅戏《张恨水》提供了文学剧本资源。其次，具有庞大接受群体的张恨水作品的影响力以及张恨水名人效应可以为黄梅戏《张恨水》吸引更多的观众，提高黄梅戏在全国的影响力，与此同时，这也会为黄梅剧《张恨水》带来可观的经济效益。鉴于此，笔者从与黄梅戏文化品牌联姻的角度，对塑造和运用张恨水文化品牌提出自己的设计创意。

2、与地方戏剧黄梅戏联姻的可能性

以黄梅剧的形式来塑造张恨水文化品牌的良好形象具有地缘优势。安徽省在“漫长的历史进程中逐步演化，形成涡淮文化、皖江文化、新安文化（或曰徽州文化）三大文化圈，也可以称之为三大文化板块。它们都是安徽文化的有机组成部分，是安徽文化总体下的亚文化形态”[6]。山清水秀的自然地理环境和崇儒重商人文地理环境使的皖江文化孕育出唱腔优美婉转、以文戏为主、内容通俗的平民艺术黄梅戏。这种平民气质的戏剧艺术与作为通俗文学家的张恨水在内在精神上有高度的一致性。这为黄梅剧《张恨水》创作基调的和谐统一提供了可能。

“中国现代文学史上，还很少有哪位作家如张恨水那样，与戏剧结下了如此深厚的不解之缘——身为报人，以报刊为园地，采取笔谈方式、运用散文笔调发表自己对戏剧的见解；作为作家，在他的多部小说里融入戏剧因素，营构故事情节，成功塑造众多与命运抗争的戏剧艺人形象，为受难者鸣不平。”[7]一方面，张恨水的戏剧世界和戏剧情缘为黄梅剧《张恨水》情节设计提供了便利。另一方面，张恨水人生经历的戏剧性、典型性为黄梅剧《张恨水》的趣味性、立意深刻性提供了支撑。张恨水戏剧性的人生起伏和颇具戏剧性的婚姻生活可为黄梅剧《张恨水》趣味性提供素材。作为新旧交替社会转型时期的知识分子张恨水，他关于传统文化和新文化及其它们如何生存发展的思考具有时代典型性。鉴于以上几点，笔者认为编排黄梅剧《张恨水》具有可能性和现实必要性。

3、黄梅剧《张恨水》设计设想

张恨水一生七十年丰富的人生经历不可能在短短几幕黄梅戏中尽显眼底，当然也没有必要事无巨细地演艺张恨水先生一生的所有经历。黄梅剧《张恨水》的设计需要根据建设张恨水文化品牌形象的需要而对其生平经历进行有意识地选择、加工、提炼，最终使张恨水先生生命中重要时刻和人格魅力通过黄梅戏特有的表演形式表现出来。当然这一切的前提是基本忠实于张恨水先生实际的人生经历，但可以穿插一些张恨水代表性作品中的内容。笔者从黄梅剧《张恨水》的创作主题、人物形象设计、典型环境设计、情节线索设计等方面做出尝试。这一尝试仅仅是抛砖引玉，如果真能编排黄梅剧《张恨水》的话，真正的设计还需要各位专家，尤其是黄梅戏编剧、导演、艺术总监、演员等各方面的积极努力。

（1）主题的设计设想

结合张恨水先生的实际经历和塑造张恨水文化品牌的需要，笔者认为黄梅剧《张恨水》可以设定爱家、爱情、爱国三个主题。首先，黄梅剧《张恨水》要表现的爱家主题，一方面是指张恨水先生非常爱安徽省潜山县的家乡，这与塑造张恨水文化品牌有很大关联，也符合张恨水先生的实际情感。张恨水的女儿张正在其著作《魂梦潜山——张恨水纪传》[8]中多次说明“父亲”(张恨水)对潜山的依恋和感情。爱家主题另一方面是指张恨水先生非常爱护自己的家人，上至母亲，下至儿女子孙。其次，爱情主题。张恨水先生一生经历了三次婚姻，每一次婚姻都给他带来人生的转变，既蕴涵地域民俗文化的特征，又具有时代的典型性。第三，爱国主题。张恨水先生虽为一介书生，但从没有忘记自己民族身份。“国难当头，张恨水为鼓舞民气，唤醒国人，以笔代枪，借助语言文字，呼唤国人救亡图存。作家宁愿牺牲艺术的委婉细腻，也想用足力喊出一位富有良知的文人的心声。”[9]

（2）人物形象的设计设想

结合张恨水先生生命中最重要的几个人物实际经历和塑造张恨水文化品牌的需要，笔者认为黄梅剧《张恨水》主要塑造张恨水、张恨水母亲、张恨水第一任妻子徐文淑、张恨水第三任妻子周南四位人物形象。首先，是张恨水本人的形象设计。笔者认为张恨水的形象可以设定为既有家国情怀又有浪漫情怀，才华横溢的风流文人作家。其次，张恨水的母亲形象可以设定为坚忍不拔、忍辱负重抚养六个孩子长大的寡母形象。第三，张恨水第一任妻子徐文淑虽然和张恨水实际接触时间很少，但对张恨水一生影响很大，而且徐文淑的人生经历具有时代的典型性和地域的典型性。第四，张恨水第三任妻子周南可以设定为“红袖添香夜伴读”中国古典佳人形象。

（3）典型环境的设计设想

结合张恨水先生生活的时代和塑造张恨水文化品牌的需要，笔者认为黄梅剧《张恨水》舞台背景设计可以突出表现安徽潜山自然地理环境和人文环境特色。安徽潜山县“地处安徽省西南部，大别山东南麓，长江北岸，皖河上游。西北与岳西县及舒城县毗连，东北与桐城市接壤，东南与怀宁县相邻。……国家级著名风景区天柱山坐落在本县境内西北部，海拨1538.6米，为全县最高峰。中部丘陵，岗川相间，丘林交错。东南圩畈，阡陌纵横，河湖穿插，良田相连”[10]。黄梅剧《张恨水》舞台背景设计可以以潜山县自然地貌特征为基础进行设计。

（4）情节线索的设计设想

结合张恨水先生的实际经历和塑造张恨水文化品牌的需要，笔者认为黄梅剧《张恨水》可以设定为六幕剧。第一幕，父亲临终，托付全家。父亲的突然离世不仅折断了张恨水飞翔的翅膀，而且留下了沉重的养家重担。第二幕，调包劣计，苦涩一婚。徐家采用掉包计使张恨水满腹惆怅离开家乡，从此开始了浪迹江湖的笔墨生涯。第三幕，浪迹江湖，北漂一族。张恨水在这个阶段当过报纸编辑、当过常德文明戏剧团的演员、当过记者，后终于成为杰出的作家。第三幕，人道主义，酸辣二婚。作为北漂的一名文人，情感的空虚使张恨水时时感受到孤独，于是在朋友的建议下，他来到北平一所专门收养流浪女子的平民习艺所里，找到了第二位妻子胡秋霞。但是因为胡秋霞的文化程度跟张恨水相差太远，彼此之间没有多少共同语言，精神上的裂痕无法弥合，因孤独而寻觅的妻子仍没有摆脱孤独的纠缠。第四幕，国难当头，以笔代枪。“抗战八年，张恨水马不停蹄，写了多部歌颂英勇、正义的英雄小说。”[11]第五幕，琴瑟和鸣，甜蜜三婚。经过爱情的磨难，终于成就“红袖添香夜读书”琴瑟和鸣的美满婚姻。

（二）张恨水文化园文化景观设计的建议

1、张恨水文化园文化景观设计概貌

2011年10月，安徽省潜山县启动了张恨水文化园项目建设[12]。张恨水文化园是与天柱山风景区相结合的张恨水文化景观。

张恨水文化园文化景观基本设计概貌如下：项目用地250.05亩；园内主体建筑及功能分工区：

（1）陈展区：①张恨水全身主体塑像；②张恨水纪念馆：一堂(三千万言堂)，总体展示张恨水全部著作；二厅(张恨水生平事迹展厅和张恨水学术研究成果展厅)；③张恨水故居群(仿)：潜山的黄土书屋，安庆的无宁巷，重庆的待漏斋，北京的砖塔胡同等；④张恨水小说精品主要人物蜡像馆；⑤诗联碑林；⑥恨水聪明泉兴心远亭；⑦张恨水墓园。

（2）服务区：兴建长江流域第一个供作家、学者采风创作、休闲度假的庄园。

①创作楼（含写作室与餐饮客房）；②文化公司写字楼；③艺术厅(诗书画、摄影、工艺品陈展)；④健身房、小型游泳池及文化娱乐场所；⑤休闲广场和停车场；⑥小型梅园及皖西南盆景园。

（3）商业区：①旅游工艺品、文化产品经营区等；②地方特色的土产品经营区；③张恨水作品影像展示区(含音乐茶座)。

（4）管理区：①安徽省张恨水研究会秘书处；②张恨水研究资料中心（含张恨水网站）；③张恨水文化园管理处；④会议厅；⑤其他配套建设设施。[13]

2、张恨水文化园文化景观设计建议

张恨水文化园项目的启动一方面是对张恨水文化品牌的开发利用，另一方面也对张恨水文化品牌的塑造、强化起到很大的促进作用。张恨水文化园文化景观的设计基本涵盖了张恨水文化品牌塑造的主要因素，但笔者还想从区域文化地理、地方文化品牌形象设计原则、区域文化生态保护的角度提出一些建议供大家讨论和思考，更希望得到政府各部门以及学者们的关注，从而使张恨水文化品牌为皖江社会、经济、文化各个方面做出更大的贡献。

首先，张恨水文化园文化景观的设计要突出皖江地域文化的独特性。张恨水文化园文化景观的设计不仅要突出张恨水先生文学上的丰功伟绩，而更要突出张恨水先生身上独特的地域文化色彩，这才更能使张恨水文化品牌与皖江地域文化相融合，才能得到广大皖江民众的积极文化认同感。如果张恨水文化园文化景观设计忽略了皖江地域文化的特色的话，很容易被其它地方模仿而失去其独特性。独特性是区域文化景观的生命，一旦丢失，其文化品牌的价值将大打折扣。因此，笔者建议张恨水文化园文化景观的设计一定充分考虑皖江地域文化景观的独特性的利用和展示，这才能使张恨水文化品牌在安徽皖江文化圈扎根并“长治久安”。

其次，张恨水文化园文化景观的设计要符合地方文化品牌形象设计的积极向上原则。张恨水文化园文化景观的设计不仅要突出张恨水外在形象的设计和展示，更要注重张恨水先生内在的人格魅力、人生智慧的展示，因为只有饱含健康向上积极因素的文化品牌才更能促进地方社会经济文化发展，才能感染民众并提升民众的人文素养和精神境界。因此，笔者建议张恨水文化园文化景观的设计一定要多考虑张恨水先生内在的积极向上的文化内涵的展示，这才能使张恨水文化品牌对地方经济文化等方面发挥更大的作用。

第三，张恨水文化园文化景观的设计要注意协调和保护区域文化生态。张恨水文化园文化景观的设计不仅要突出张恨水文化品牌的塑造，更要尽最大努力避免破坏整个区域文化生态的风险。受“文化搭台，经济唱戏”发展模式的影响，很多原来颇具特色、良好的区域文化生态在恶性开发利用的过程，遭到形神俱毁的严重后果。把原来的文化生态绿洲变成了文化的沙漠。比如不少江南古镇在开发利用的过程中，不注意协调和保护文化生态，已经造成原来居民迁出、商家过渡涉入、环境污染、原有生态破坏的严重后果。鉴于此，在张恨水文化园文化景观设计中一定要秉承“文化搭台，经济文化共同唱戏”的原则。只有这样才能保证张恨水文化品牌生态的可持续性发展。

参考文献：

[1]周尚意、孔翔、朱竑.文化地理学[M].北京：高等教育出版社，2004:268.

[2]《张恨水文化园项目》招商公告，引自：安徽文化产业招商网站：http://ah.anhuinews.com/system/2013/04/14/005587966.shtml.

[3] 参见：王海龙.文化人类学历史导引[M].北京：学林出版社，1992:378，转引自周尚意、孔翔、朱竑.文化地理学[M].北京：高等教育出版社，2004:267.

[4]参见：郭齐勇.文化学概论[M].武汉：湖北人民出版社，1990：53-55，70，72-73，转引自周尚意、孔翔、朱竑.文化地理学[M].北京：高等教育出版社，2004:266.

[5] 参见：汤因比.历史研究[M].曹未风等译.上海：上海人民出版社，1997，转引自周尚意、孔翔、朱竑.文化地理学[M].北京：高等教育出版社，2004:267-268.

[6]郭因.中国地域文化通览•安徽卷 [M].北京：中华书局，2013:2.

[7] 谢家顺. 张恨水戏剧渊源探析[J].中国戏剧，2005（1）.

[8]张正. 魂梦潜山——张恨水纪传[M].太原：山西人民出版社，1999.

[9]闻涛.张恨水传[M].北京：团结出版社，1999：163.

[10]百度百科“潜山县”词条，网址：http://baike.baidu.com/view/192162.htm?fr=aladdin.

[11]闻涛.张恨水传[M].北京：团结出版社，1999：199.

[12]《潜山县将启动张恨水文化园项目建设》，引自安庆旅游局网站：http://www.aqtour.com/a/lvyouzhengwu/lvyoudongtai/2011/1024/4298.html.

[13] 《张恨水文化园项目》招商公告，引自：安徽文化产业招商网站：http://ah.anhuinews.com/system/2013/04/14/005587966.shtml.

**作者简介：王凤娟，女，池州学院中文系讲师，复旦大学中文系博士。**