

引文格式: 颜榴红, 孔文. 常州钱维乔名人文化资源保护与传承: 以莎士比亚名人文化为鉴 [J]. 常州大学学报(社会科学版), 2020, 21 (5): 96-103.

常州钱维乔名人文化资源保护与传承 ——以莎士比亚名人文化为鉴

颜榴红, 孔文

摘要: 常州古韵深厚, 名人文化资源丰富, 但因缺乏文化资源保护, 部分名人文化资源遭到了不同程度的破坏, 如常州名人钱维乔故居“半园”的拆除加速了其名人文化资源的消亡。以莎士比亚名人文化资源保护和传承成功经验为鉴, 结合新媒体时代常州文化建设实际, 研究钱维乔名人文化资源保护与传承模式, 可为常州名人钱维乔故居“半园”复建工作以及常州优秀名人文化资源的保护与传承提供有益借鉴。研究表明, 名人文化资源保护与传承需要以名人文化广泛传播为前提、名人文化品牌特色资源建设为基础、名人文化资源的精湛运维为核心。

关键词: 莎士比亚; 钱维乔; 文化传播; 品牌建设; 资源运维; 城市; 空间

作者简介: 颜榴红, 常州大学外国语学院讲师; 孔文, 常州大学外国语学院教授。

基金项目: 周有光语言文化学术研究一般项目“中英名人文化遗产保护利用比较研究——以莎士比亚与钱维乔为例”(ZYG001807)。

中图分类号: K878.2; G127 **文献标志码:** A **Doi:** 10.3969/j.issn.2095-042X.2020.05.011

常州, 吴文化发源地之一, 名士辈出的江南文化名城。自隋唐开科取士以来, 常州科第蝉联、数代不绝、人才辈出。随着常州文化建设的不断推进, 作为重要文化符号的名人文化资源也备受关注, 如《影响中国的常州人》《文学艺术家中的常州人》等常州名人文化普及系列读本陆续出版, 常州名人文化传播展示政府推广平台“常州名人展示馆”的成立, 项目总投资近40亿元的常州名人文化万花筒“青果巷历史文化街区”的修缮等。然而, 如何进一步科学合理地保护与传承常州名人文化资源, 仍是当前常州文化建设中的一个重要课题。

钱维乔是清代常州著名的戏曲家、文学家, 诗画兼长, 其戏曲作品《碧落缘》《鸚鵡媒》《乞食图》受到许多江南名士的赏识, 其戏曲创作实践, 影响了后世常州曲家, 助推了清代中后期常州戏曲创作的高潮。稍感遗憾的是, 由于对名人文化资源缺乏科学保护意识, 其优秀名人文化资源未得到广泛传播。不仅如此, 钱维乔故居“半园”的拆除还进一步加速了该名人文化资源的消亡。目前钱维乔故居“半园”的复建工作尚在进行中, 如能借鉴国内外名人文化资源开发利用的成功经验, 深入挖掘钱维乔名人文化资源, 对推进常州地方特色名人名园“半园”复建工作以及常州优秀名人文化资源的保护与传承都具有重要的现实意义。

一、名人及名人文化资源

所谓“名人”，主要指那些在某一领域对社会发展起较大作用，在人们心中留下深刻印象的人^[1]。名人文化资源是典型的复合型文化资源，就表现形态而言，它既含有名人所遗留的有形文化遗存，如住宅、陵墓等建筑遗迹，也包括他们赖以成名的思想、文学作品、书画题刻、发明成果等^[2]。因此，钱维乔名人文化资源不仅包括其故里建筑、景观等有形文化遗存，还包括与之相关的生平、作品、轶事等精神意识形态资源。钱维乔名人文化资源是常州文化熏陶的结晶，代表了常州地方文化传统、精神诉求、审美情趣，是一座蕴藏丰富的资源宝库。“人类通过文化的创造，留下来的、可以供人类继续发展的文化基础，就叫人文资源。”^[3]不论是物化还是精神形态的文化遗存，只有当它们与现实生活、社会活动及社会发展目标相联系，才能被称之为资源。

戏剧家、文学家莎士比亚的故里英国斯特拉夫德镇，人口仅约3万，但因充分活化利用了莎士比亚名人文化资源，使得这位400多年前的戏剧家跨越时空，成为“永恒的莎士比亚”^[4]，年均吸引几百万游客，极大促进了当地文化传承与经济发展，其名人文化资源保护和传承模式颇具借鉴意义。

二、莎士比亚名人文化资源保护与传承成功经验分析

从英国斯特拉夫德镇多年经营莎士比亚名人文化资源的经验来看，莎翁故里的持续繁荣主要得益于三方面的举措：一是名人文化的传播，二是名人文化资源建设，三是名人文化资源的经营管理。

（一）莎士比亚名人文化的传播

名人文化广泛传播是名人文化资源保护与传承的前提。莎士比亚名人文化的传播体现了其传播主体、传播受众的广泛性和传播渠道的多样性。

莎士比亚名人文化的传播主体包括英国众多机构和各类人才，从政府部门、半官方机构到民间机构，从文化机构、教育机构到艺术机构，从外交官、教育家到艺术家等^[5]，莎士比亚名人文化的广泛传播离不开各传播主体的共同支持。英国政府行之有效的文化管理机制和财政扶持是莎翁文化繁荣的坚实后盾。政府通过英格兰艺术委员会等半官方机构对莎翁文化传播进行财政资助；利用各种公共外交平台进行莎翁文化推广，增强其世界影响力。国家成熟的戏剧教育体系促进了莎剧在年轻一代中的普及。譬如，英国国家课程标准规定，11至14岁的中小学生必须学习两部莎翁戏剧，皇家莎士比亚剧团负责承担到英国各中小学开办莎翁戏剧课程的教学任务^[6]。民间机构对莎翁文化的传播也起着举足轻重的作用。莎士比亚出生地基金会和皇家莎士比亚剧团这两个民间机构，通过各种创意活动，为旅游产业发展、莎剧教育与研究、莎剧宣传做出了巨大贡献，真正将莎剧艺术发扬光大^[7]。不仅如此，由英国新锐艺术家领衔制作的莎剧经典情节短片向全球推广，启发世界各地年轻人探讨莎翁作品内涵并鼓励他们制作短片参加网上竞赛，展现自己对莎翁作品的理解^[8]。

莎士比亚名人文化的传播渠道包括传统大众媒体(报纸、广播、电视、电影等)与社交媒体(微博、微信、论坛等)。多元媒介传播渠道的有效利用促进了莎士比亚名人文化的广泛传播。传统大众媒体传播方面,莎翁经典作品及近百种语言的译本在国内外各大知名出版社出版发行,与莎翁文化相关的广播系列节目通过世界闻名的新闻媒体英国广播公司(BBC)制作推出,许多莎翁作品被拍成电影、改编成歌剧和舞蹈等在国内外各大剧院上映表演。与传统媒体相比,社交媒体具有传播范围广、速度快、形式多样、互动性强、影响力大等特点。2016年,为纪念莎翁逝世400周年举办的全球性纪念活动就充分利用社交媒体对莎翁文化进行了推广。活动期间,来自英国27所学校的百余名师生参演莎剧并制成视频在网上播放,莎翁文化爱好者们在新浪微博分享各自喜爱的莎翁名言。另外,活动主办方还邀请莎士比亚专业演员通过网上公开课介绍、引导大家讨论莎翁戏剧,线上征集莎翁著名戏剧片段翻译,开展了莎翁相关内容线上答题等一系列活动^{[5]77-78}。

莎士比亚名人文化的传播受众广泛。莎士比亚研究涉及历史学、社会学、伦理学、哲学、人类学、心理学、生态学、影视艺术等多个学科和领域^[9],多方面影响着世界各国多领域的专家学者。莎剧的大众传播受众主要包括戏剧观众、戏剧读者、戏剧评论者等^[10]。受众群体的广泛化和精准化,有利于实现莎翁文化传播价值的最大化。新媒体时代的核心受众趋于年轻化,如莎翁经典作品被译成近百种语言供世界各国中小学生阅读、学习。

(二) 莎士比亚名人文化资源建设

名人文化品牌特色资源建设是名人文化资源保护与传承的基础。斯特拉夫德镇优越的地理位置,合理的景区空间布局、游览线路,原生态的建筑外观及内部陈设无不体现了莎翁故里科学合理的名人特色文化资源建设。

1. 景区地理位置与交通

斯特拉夫德镇莎士比亚文化资源保护开发较早,地理位置优越,交通便利。从小镇火车站步行至莎翁故居只需10分钟,离英国名城伯明翰仅45分钟火车车程。斯特拉夫德镇周边市镇的公共汽车站、火车站均有莎翁故里相关宣传资料,车站开设斯特拉夫德专线,方便游客旅行。

2. 景区空间布局、游览线路

莎翁故居体系空间布局丰富、合理,顺着小镇莎翁文化旅游线路,参观者可感受到莎翁的成长历程。莎翁出生地、新居与纳什之屋、霍尔农庄、安妮小屋、玛丽·雅顿农庄等,多处与莎翁相关的房屋或原样复建,或保存修缮完好,共同组成了莎翁故居体系,与圣三一教堂、爱德华六世国王学校、莎士比亚皇家剧院等交相呼应。

3. 景区建筑外观及内部陈设

莎翁故居体系尽量还原了房屋建筑外观、内部结构、家具物品陈设等,体现了莎翁时代的原生态风貌,让游人获得鲜活、形象的历史文化感知。莎翁出生地的客厅、卧室、主厅、作坊均按其少年时代式样布置,摆放着16世纪英国中产阶级家庭家居用品;新居和纳什之屋,带有恬静的伊丽莎白风格花园,格子结构的传统植物园艺设计等还原了莎翁晚年生活和创作剧本的场景;霍尔农庄是莎翁女儿和女婿霍尔(当地名医)的故居,詹姆斯一世建筑风格的农庄小楼内保留着霍尔医生诊疗室的摆设;安妮小屋是莎翁妻子的婚前旧居,这个古朴的茅草屋内展示了16世纪保存至今的家具;莎翁母亲童年故居玛丽·雅顿农庄是一座半木质结构的古老建筑,展示了几个世纪以来的当地农家宅院风貌。

(三) 莎士比亚名人文化资源的运营管理

名人文化资源的精湛运维是名人文化资源保护与传承的核心。专业精干的景区经营管理团队通过不断创新的景区互动体验活动,延伸景区拓展配套产业,赋予这些静态故居体系以生命,使其真正“活”起来,并持续保持竞争优势。

1. 景区经营管理者

莎翁故居景区管理的运营主体是莎士比亚出生地基金会。基金会的重大事项由理事会决策,借助业内顶级专家与社会各界精英的智慧,保证了决策的专业性与前瞻性;基金会由管理理念先进的职业经理人团队负责日常运营^[11]。景区经营管理者以多形态、多角度、多渠道的多模态呈现方式来诠释、展示莎翁名人文化的魅力。

2. 景区互动体验活动

基金会通过全年开展各类定期和季节性体验活动,给人以身临其境的历史体验感,进而加深了人们对莎翁生活、作品、时代的了解。譬如,莎翁各处故居内有身着莎翁时代服饰的讲解员,介绍莎翁故居房屋历史、房屋与莎翁家族的关系,以及当时的生活场景;莎翁出生地花园中定时表演莎翁经典戏剧,新居举行不同主题的莎翁电影节,霍尔农庄屋外草坪可租赁举行婚礼仪式,安妮小屋经常在周末和节假日举办创意手工等亲子活动,玛丽·雅顿农庄每天定时进行猎鹰表演和都铎时期餐饮展示,通过沉浸式的互动体验使人们深入感受莎翁时代的生活。基金会每年定期设立常规教育学习项目,如提供各类课程、组织学术出版、提供奖学金等,不定期举办展览、讲座、工作坊、学习日^[12];开展一年一度的莎翁诞辰纪念游行、斯特拉夫德文学节、莎翁马拉松赛等活动^[13],人们可以在学习、比赛中加深对莎翁文化的了解。

3. 景区拓展配套产业

周边各类酒店(住宿加早餐酒店、乡村旅馆、自助式公寓、房车露营地等)、购物(古董、珠宝、艺术品、手工艺品、玩具、书、文具、食物、烟草等)、餐饮(餐馆、茶室、酒吧等)、娱乐配套资源(皇家莎士比亚剧院、埃文河泛舟与河畔观光、蝴蝶园、高尔夫俱乐部、斯帕克林罗德特公园、考克斯院子、机械艺术设计博物馆、哈弗故居等),切合游客多层次需求,形成了布局合理的产业生态。

英国政府和民间机构融合多种渠道不断推动莎翁文化的国内外传播;莎翁故里多年的发展积淀,奠定了其雄厚的莎翁名人文化资源基础;莎翁名人文化资源的高效经营管理使其故里不断吸引着国内外慕名而来的游客,推动景区持续发展。因此,斯特拉夫德名人文化资源保护与传承成功经验具有重要的启发和借鉴意义。

三、常州钱维乔名人文化资源的保护与传承模式探索

由于钱维乔、莎士比亚文化的地域与客观环境存在差异,关注其共性的同时应突出其差异性,在借鉴斯特拉夫德名人文化资源保护与传承成功经验的同时,结合新媒体时代常州文化建设实际,构建彰显常州钱维乔名人文化资源特色和优势的 protection 与传承模式。

(一) 钱维乔名人文化的广泛传播

钱维乔名人文化传播主体主要是地方政府和民间力量,两者相互配合、优势互补。常州地方

政府对钱维乔名人文化传播起着关键作用。政府可适当加大钱维乔名人文化的传播力度,辅以财政资助、宏观政策保障,利用政府公共平台推广,加强景区宣传团队建设等。譬如,鉴于皇家莎士比亚剧团在开展学校戏剧教育课程方面的成功经验,景区管理部门可与戏曲院团携手合作,在地方政府已有政策支持下(2018年常州市宣传、教育、财政、文化四部门协同推进“戏曲进校园”工作),通过在试点学校开设戏曲选修课程、戏曲社团建设、定期举办以学生为主体的戏曲展演和戏曲比赛活动等方式,使戏曲进校园形成常态。特别是当今新媒体时代,“戏曲进大学校园”的活动形式可以更加多样化。高等院校各专业学生可以从事不同的戏曲传承工作:艺术专业可以将钱维乔戏曲作品《鸚鵡媒》《乞食图》设计改编成戏曲漫画;影视专业可联合中文专业将其戏曲作品翻译改编成现代白话文剧本,并联合计算机软件专业完成微电影拍摄,开发相应网站加以推广;英文专业可将其剧本翻译成英文,邀请本校外国留学生一起参演,助力钱维乔名人文化的国际传播。钱维乔戏曲作品可以在大众化过程中得到广泛传播,虽然可能改变了其高雅文化特质,但“名著的永恒就在于不同时代的读者反复地创造出自己的解读,这也恰恰是名著的生命力之所在”^[1-2]。此外,政府可充分利用数字公共文化服务平台“文旅常州云”^[14]向大众传播钱维乔品牌文化。

政府层面的优势是任何民间层面机构无可比拟的,但民间力量也不可或缺。传统曲艺锡剧是常锡剧的简称,至今已有一百多年的历史。锡剧植根于农村,具有朴实的感情和浓厚的乡土色彩,是通俗化的农民文艺。如能将钱维乔戏曲作品创排成传统锡剧,结合钱维乔文化相关的口头文学、手工技艺、民间知识等,依附民间丰富的民俗活动不断延续、传承、创新发展,则有利于钱维乔名人文化的民间推广。

钱维乔名人文化传播需开辟多元媒介渠道。钱维乔文化除了可以通过传统大众媒体(报纸、广播、电视、电影等)推广外,为进一步增强趣味性、亲近性、互动性、个性化,吸引更多受众,重点应通过“两微一端”(微博、微信和移动客户端)等新媒体开展以下五方面的微传播^[15]。第一,开通钱维乔故居官方微博,对钱维乔生平、作品、轶事等相关文化知识进行图文并茂的介绍,通过有针对性地设计一些长期性的欣赏类、文化类、资讯类、活动类话题和季节性的系列话题^[16],持续吸引人们关注。第二,开通“文创淘宝”等其他微博账号来进行品牌文创产品的推广宣传。譬如,以钱维乔戏曲作品、题画诗、画作等为主题,设计常州非遗文化(金坛刻纸、留青竹刻、乱针绣、梳篦等)系列、日常用品系列、儿童玩具和学习用具系列等社会大众乐于使用的文创产品。第三,创建钱维乔故居微信公众号,用于发布“半园故事”“展馆讲解”“导览服务”等游园服务资源和各类活动信息(展览活动、钱维乔戏曲和诗画比赛、钱维乔文化宣传作品投稿、志愿者招募等),利用微信公众号便捷、用户量大、信息传播能力和人际传播影响力强的特点,获得更广泛的受众。第四,利用具有“亲民的娱乐内容、快速的播放节奏、精确化的传播主体、病毒式的传播速度”^[17]等传播特征的抖音微视频,以直观、有趣的方式诠释钱维乔文化,以迎合移动互联网和智能手机普及时代年轻人快节奏生活下的阅读习惯,让青年一代感受传统文化魅力,通过微视频赋予传统文化以现代价值。第五,推出“常州半园定制版App”,提供各类公共或商业服务,如游园规划、电子导览、自助语音导游、活动预约、场馆预订、文旅资讯、艺术培训、社团招募、志愿服务等。

钱维乔名人文化传播需在广泛受众基础上,细分传播受众,尝试按照不同受众的需求进行

精准传播。譬如,社交媒体的服务和功能更先进、多元,而费用相对便宜或免费,因此广受现代年轻人喜爱。因此,新媒体文化运营团队可利用青年一代所具有的对新事物接受能力强,信息资源获得、分享、传播速度快的特点,研究挖掘钱维乔主题文化,将其与年轻人的生活需求对接,并通过各种社交媒体开展针对年轻人的宣传推广。新媒体文化运营团队还可进一步利用后台用户数据,关注不同人群的兴趣点,精准定位,保障其宣传内容和传播方式贴近受众心理。

(二) 钱维乔名人文化品牌特色资源建设

1. 地理位置与交通

常州地处长江下游“金三角”中心,北携长江,南衔太湖,与上海、南京等距相望,沪宁铁路、沪宁高速公路、京杭大运河穿城而过。钱维乔故居位于青果巷中段北侧,为“唐氏八宅”之一的贞和堂,西与易书堂相连,东邻刘国钧故居,南近周有光旧居^[18],毗邻常州市中心商业区百年老街南大街商业步行街,地理位置优越,交通便利。

2. 空间布局、游览线路

钱维乔名人文化资源的开发可利用“青果巷历史文化街区”修缮的契机,借青果巷其他名人故居的知名度,改变其目前“藏在深闺无人识”的状况。青果巷被誉为“江南名士第一巷”,“至今遗存的名人故居、旧居多达近20处,在原址立牌保护的全国及省市级文保单位达20处,常州历史建筑保护单位达22处,其他尚遗存有各时期民居建筑10多处”^[19],有利于形成主题集中的名人文化专项游线。譬如,同为清代著名戏曲家的钱维乔与汤贻汾,其故居均在青果巷,其戏曲作品可以通过修缮好的青果巷戏楼演出,吸引更多戏曲文化爱好者。

3. 建筑外观及内部陈设

青果巷钱维乔故居半园,乃钱维乔退居林下之后,于嘉庆八年(1803)购得唐宇昭“半园”的一半为宅,名之曰“半园之半”。我们除了尽量还原主人栽花种竹、享幽栖之乐的房屋建筑外观及内部陈设外,可利用互动多媒体技术鲜活地展现其文化元素。譬如,我们可利用数字沙盘、互动投影、虚拟翻书、全息触摸屏等多种新型互动多媒体展示方式,在有限空间内动态呈现钱维乔身世、从政业绩、艺术成就、历史见解、与同时代文化名人关系等,使静态展品得到拓展,增强展示效果的趣味性与生动性。

(三) 钱维乔名人文化资源的精湛运维

1. 景区经营管理者

钱维乔名人文化资源管理可以联合业内各领域的专家(文化研究、新媒体文化运营、艺术设计、法律实务、工商管理等)、艺术精英(剧团导演、骨干演员等)、资深职业经理人等,开展具有品牌特色的创新设计,通过智库决策与专业管理经验打造钱维乔名人文化品牌。

2. 景区互动体验活动

除了互动多媒体技术的运用外,钱维乔故居半园可以开展各种名人文化特色活动。半园可作为“戏曲进校园”活动、学生戏曲表演和比赛的固定场所,定期举行活动。半园可邀请地方戏曲院团将钱维乔戏曲作品创排成常州传统曲艺锡剧,进行民间艺术文化展演;开设“诗社”“画室”,开展钱维乔诗画展,邀请专家现场讲学;举办钱维乔名人文化节;开展钱维乔文化相关学术研讨会、文化合作交流等活动。

3. 景区拓展配套产业

钱维乔故居地处常州市中心,酒店、购物、餐饮、娱乐配套设施可以满足人们多样化多层次消费需求。此外,还可以全面整合周边南市河和前后北岸历史文化街区、天宁寺、红梅公园、东坡公园等景区资源,提升区域旅游品质,让名人文化资源保持持久活力。

四、结语

常州名人文化资源的保护和传承是一项长期、复杂而艰巨的系统工程。钱维乔名人文化资源的保护与传承,可利用常州市政府的大力扶持政策,以及当前新媒体时代交互性、全息化、数字化、网络化等优势,以莎士比亚名人文化资源保护和传承成功经验为鉴,深入挖掘钱维乔名人文化资源特色,凝练文化内涵,构建“以名人文化广泛传播为前提、名人文化品牌特色资源建设为基础、名人文化资源的精湛运维为核心”的名人文化资源保护与传承模式。基于该模式的名人文化资源保护与传承,有利于充分发挥政府主导和宣传、民间力量支撑和支持的合力,从而将名人文化打造为常州重要文化品牌,形成特色鲜明的文化产业链,持续保持文化竞争优势,使常州成为名副其实的“天下名士有部落,东南无与常匹俦”的历史名人名城,成为江南名人文化保护与传承的成功典范。

参考文献:

- [1] 冯昆思. 试论云南历史名人旅游资源及其保护与开发 [D]. 北京: 中央民族大学, 2003.
- [2] 崔瑾. “互联网+”背景下山西历史名人文化资源的资本化 [J]. 山西档案, 2017 (5): 186-188.
- [3] 费孝通, 方李莉. 关于西部人文资源研究的对话 [J]. 民族艺术, 2001 (1): 8-19.
- [4] 张慧宇. 媒介融合时代的莎士比亚传播: 以电影《莎翁情史》为例 [J]. 廊坊师范学院学报(社会科学版), 2016, 32 (4): 17-20.
- [5] 章晓英. 英国“莎士比亚叙事”的传播策略 [J]. 对外传播, 2016 (7): 76-78.
- [6] 谢雍君. 全本戏复原: 莎士比亚与汤显祖的对话 [J]. 当代戏剧, 2016 (3): 10-13.
- [7] 朱琳. 对于莎士比亚戏剧成功传播的分析和研究 [D]. 北京: 北京外国语大学, 2015.
- [8] 赵建新. 莫让经典陷沉默: 汤显祖作品传播得失谈 [J]. 中国文艺评论, 2016 (11): 90-94.
- [9] 冉从敬, 李新来, 赵洋, 等. 数字人文视角下莎士比亚研究热点计量分析 [J]. 图书馆建设, 2018 (5): 20-27.
- [10] 李萍. 当代川剧对外传播策略: 顺应与创新: 基于莎士比亚戏剧的对外传播经验 [J]. 四川戏剧, 2016 (7): 25-29.
- [11] 肖波, 陈泥. 陷阱与突围: 论莎士比亚故里的保护与开发 [J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2016 (4): 63-70.
- [12] Education: courses and resources for teachers and students of Shakespeare at all levels of study [EB/OL]. (2019-08-01) [2019-12-01]. <https://www.shakespeare.org.uk/education>.
- [13] Welcome to Stratford-upon-Avon: festivals and events in Stratford-upon-Avon 2020 [EB/OL]. (2019-08-19) [2020-01-16]. <http://www.stratford-upon-avon.co.uk>.
- [14] 文化广电和旅游局. “文旅常州云”正式上线 [EB/OL]. (2019-09-16) [2020-01-16]. http://www.changzhou.gov.cn/ns_news/391568615987483.
- [15] 何依宁. 新媒体时代故宫博物院的品牌文化传播路径分析 [J]. 新媒体研究, 2019 (4): 54-56.
- [16] 宋扬. 北京故宫博物院的新媒体运营战略研究 [J]. 传媒, 2018 (19): 45-47.
- [17] 邵征锋. 抖音传播的特征、挑战及未来发展趋势探析 [J]. 现代教育技术, 2018 (12): 80-86.
- [18] 陆志刚, 包立本. 常州青果古巷 [M]. 南京: 南京大学出版社, 2012: 154.
- [19] 徐沐阳. 常州青果巷历史文化街区遗产保护及改造设计研究 [D]. 南京: 东南大学, 2017.

Protection and Inheritance of Cultural Resources of the Celebrity Qian Weiqiao in Changzhou:

By Reference to the Case of Shakespeare

Yan Liuhong, Kong Wen

Abstract: Changzhou, with a great ancient charm, has rich celebrity cultural resources. However, due to the lack of cultural resource protection, some celebrity cultural resources have been damaged to varying degrees, such as the demolition of “Half Garden”, the former residence of the celebrity Qian Weiqiao in Changzhou, accelerating the fading of its cultural resources. By reference to the successful case of Shakespeare, taking advantage of the current conditions of local cultural construction in the new media era, a mode of the protection and inheritance of cultural resources about Qian Weiqiao is studied, which provides reference for the reconstruction of Qian Weiqiao’s former residence, “Half Garden”, and the protection and inheritance of the celebrity cultural resources in Changzhou. Research results show that the premise of the protection and inheritance of celebrity cultural resources is the wide spread of the celebrity culture, the foundation is the construction of celebrity cultural resources with a brand characteristic, and the core is the excellent management and operation of celebrity cultural resources.

Keywords: Shakespeare; Qian Weiqiao; cultural transmission; brand construction; resource management and operation; city; space

(收稿日期: 2020-02-23; 责任编辑: 陈鸿)