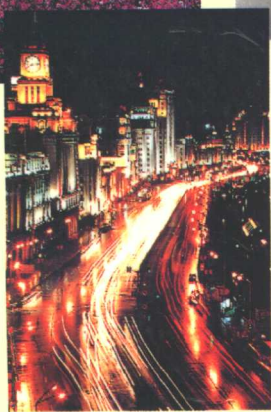
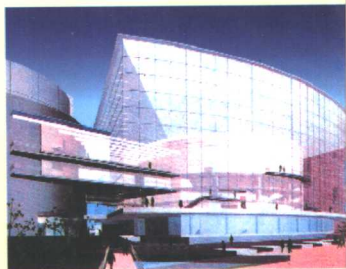
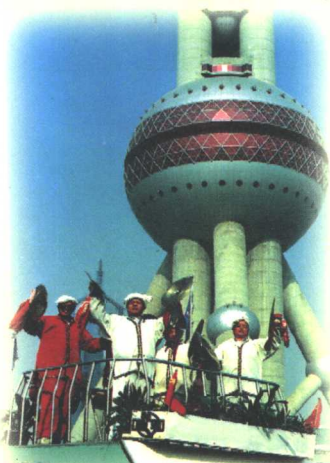


王国荣 ● 著



上海社会科学院出版社

跨世纪的 上海都市 文化形象



跨世纪的 上海都市 文化形象

*Kuashijide
Shanghai Dushi
Wenhua Xingxiang*

王国荣 ● 著

上海社会科学院出版社

责任编辑 方小芬

封面设计 闵 敏

跨世纪的上海都市文化形象

王国荣 著

上海社会科学院出版社出版

(上海淮海中路622弄7号)

新华书店上海发行所发行 上海新文印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 5.5 插页 2 字数 121000

1998年9月 第1版 1998年9月第1次印刷

印数 1—1000

ISBN 7-80618-479-1/C.70

定价:12.00 元

导言：都市文化形象

——可持续发展的人文生态系统

如果说，都市形象是一个整体；那么，都市文化形象是它最具个性的脸。纪元晋千，世纪更迭，论及跨世纪的上海都市形象，就要从理论上描述上海整体形象的这个最重要、最生动的组成部分。在考察上海都市文化形象前，首先简略地回顾上海都市文化形象的历史。

自1291年上海建城，已有700多年的历史。700多年来，中国发生的变化可谓“翻天覆地”。而上海，在这翻天覆地的变化中，尤其在中国近代化过程中，占有独一无二的地位。人们曾称之为“远东明珠”、“东方巴黎”，它曾是中国的经济中心、贸易中心、工业中心、金融中心、文化中心。近代中国的沿革，从文化的视角来考察，乃两种根本不同的文化撞击与冲突。西方凭借其火炮利器带来了声光化电的近代科技及与中国传统文化迥然而异的典章制度、价值观念；中国传统文化巨大的吞噬力、融合力失去了威力。在屡屡败绩中，先进的知识分子向西方文化中寻找出路。上海，这个从蕞尔渔村发展起来的海岸城市，由于所处的特殊地位，成为中西两大文化撞击、冲突的焦点。中西两大

文化在上海先有前哨之战,然后辐射全国——近代洋务运动最显著的成就表现于上海,维新思想传播盛著于上海,辛亥革命在国内的活动与宣传中心是上海,五四新文化运动也发端于上海,上海的都市文化形象,具有丰厚的历史根基。

考察上海都市文化形象,一是不能割断历史,二是不能过于宽泛,因为文化是个涵盖面相当广泛的概念。描述都市文化形象不能不对其涵盖面作出一定的限制。

我们知道,大文化概念指人类社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。显然,我们所论塑造都市文化形象要考察的文化,不是广义上使用的文化概念。而狭义的文化概念,指以文学艺术为主体,包括音像、出版和与此相应的文化艺术服务。同样显然,我们所论塑造都市文化形象,其文化涵义比狭义的文化概念要宽泛些。

在这大文化概念与狭义文化概念之间,有一个涵盖都市学术文化、都市规范文化(道德与法律规范)、都市艺术文化、都市传播文化、都市交际文化、都市习俗文化、都市保健文化(医疗、卫生、体育等方面的精神形式)、都市教育文化等的甚为广泛的领域。

90年代的上海面临千载难逢的历史性机遇,即:上海从全国改革开放的后卫被推到前沿,中央宣布浦东开发开放和确定上海的跨世纪战略目标,为上海发展成为现代化国际性大都市提供了新的契机。上海的都市形象发生着深刻的变化而被重塑。

我们这里要研究与描述的上海都市文化形象,同上海市经济社会发展“九五”计划与2010年远景目标的文化部分相衔接,

其研究范围不包括科技、教育、体育等领域,而界定为:

在改革、开放与上海将建成国际经济、金融、贸易中心的大背景下,都市文化形象的塑造与定位,都市文化形象与都市经济社会发展即整体形象的关系,同国际性大都市接轨并具中国特色、“海派”风格的都市文化艺术及服务,都市文化设施的“硬件”,文化管理、文化法规与都市人文化素质、文化消费结构之类的“软件”。

从文化主办者的视角来考察,都市文化可分为由国家主办的公益文化,由社会主办的社区文化、企业文化、商业文化等,以及市场经营者主办的娱乐文化及个人为主参与的大众文化——饮食文化、服饰文化、家庭文化。代表都市文化水平与都市文化形象的是公益文化或大众娱乐文化中的高雅文化。比如图书馆、博物馆等所代表的公益文化,歌剧院、音乐厅和具有“世界可比性”的歌剧、交响乐与传统剧种——京剧等为“硬件”或载体的高雅文化(其内容必须兼具教育、娱乐功能,其形式必须尽可能完美)。这些文化担负着提高民族科学文化、道德素质与继承、发扬中外优秀文化精华的主导责任,代表具有世界可比性的都市文化品位,因而处于都市文化的高层地位。大众娱乐文化也有这种责任,其精品也可归属高雅文化,但其总体不起主导作用,有的只要求其有益无害。

上海作为一个国际性大都市,其文化形象表现为可持续发展的人文生态。正如生态环境问题是在经济发展到一定阶段,人类面临生态环境的报复性挑战时才引起国际社会关注的:一些西方发达国家的国际性大都市,在城市建设上曾见物不见人,

因此经历过“城市空心化”的危机,后来,他们意识到问题的严重性,才逐步重视起城市的人文生态。可持续发展的人文生态,应体现以人为本,以满足多层次、多样化的人的文化精神需求与人的全面发展为宗旨。这就需要打破把文化看作单纯的意识形态的旧观念,确定文化产品兼具意识形态与商品属性的新观念;打破集中计划管理的旧体制,确定符合国际惯例、社会化与产业化的新体制。它还要求文化设施的“硬件”符合国际一流水准,标志性文化设施能同上海这个国际性大都市相称:要求都市现代化的文化产业有齐全的法律保障与政策配套支持,文化产业规模在都市第三产业结构中布局合理。都市人的文化素质在全国处于领先地位,可同国际著名大都市相比,并对全国起到跨世纪的、小康社会的文化生活示范。

都市人的文化素质有两层含义,一是指都市“文化人”即都市文化产品创造者(兼具消费者)的素质,一是指市民即都市文化参与者与消费者的文化素质。

“文化人”是都市文化这种特殊的精神产品的生产者、经营者。以文化生产、经营为生、为职业的“文化人”的出现,是都市文化市场形成的充分与必要条件,是都市文化形象的发言人。20世纪几乎所有的文化思潮,都是在国际性大都市发源的,这同都市“文化人”群体的存在有着密切的关系。中国近、现代的著名文化人,几乎都把上海作为他们的主要活动地点。上海要塑造一流的都市文化形象,就要依靠像鲁迅、郭沫若、茅盾、巴金这样的卓然大家和一大批高素质的“文化人”,提供精美的文化产品,在文化产业的社会化、现代化上作出表率;同时,文化形象归根结蒂还得依靠广大市民共同塑造,使其文化消费、文化生活

与文化观念现代化,并成为建设社会主义精神文明的一部分,这是一切问题的关键。

可见,跨世纪的上海都市文化形象,是个多层面的系统。包括:同上海“一个龙头、三个中心”目标定位相称的、与国际接轨的、具有中国特色与“海派风格”的一流文化设施与标志建筑;满足人们日益增长的多层次、多样化文化需求与全面发展需求的文化产品生产——消费系统;管理科学、文化法规与配套服务齐全;人们的文化素质居国内领先与国际一流水准。

文化的核心是建立什么样的文化价值观。上海人的文化价值观应以宏阔的文化视野与博大的文化胸襟,以社会主义的、民族的、现代化的文化为主流,兼容传统的、外来的、一切无违四项基本原则的文化支流,确立两者相容、互补、协同发展的文化形态。

塑造跨世纪的上海都市文化形象,需要对上海都市文化发展的现状、“存量”进行全面的考察与评价;需要以国际一流大都市的文化形象为参照系,作对比研究;需要同上海经济社会发展目标指向相衔接作出科学的定位;需要作出辩证的思考、理论的描述、系统的把握,并提出可操作性的对策建议。

本书由

上海社会科学院黄逸峰学术著作出版
基金资助出版

目 录

导言:都市文化形象——可持续发展的人文生态系统	(1)
第一章 国际性大都市魅力的探寻	(1)
第一节 都市文化个性与文化形象的时代性	(1)
第二节 “海派”、“京派”、“粤派”、“港派”——都市 文化形象比较	(8)
第三节 国际文化交流:都市文化的活力	(17)
第二章 都市文化生态平衡问题: ——公益文化、高雅文化与大众娱乐文化	(24)
第一节 上海的公益文化与高雅文化	(25)
第二节 都市公益文化与高雅文化的主导地位及 发展途径	(31)
第三节 发展公益文化与高雅文化的政策模式	(43)
第四节 上海的大众娱乐文化与市民文化消费走势 ..	(47)
第五节 都市人文化活动基点——社区	(60)
第三章 都市文化精神的再发现	(66)
第一节 标志性建筑的文化内涵与定位	(66)
第二节 “万国建筑博览会”的新时代涵义	(71)
第三节 都市环境艺术:让建筑物成为艺术品	(78)
第四节 上海的广场建筑与广场文化	(83)

第五节	城市雕塑与都市文化品位	(87)
第六节	文化节:都市文化资源的开发、优化与 积聚效应	(93)
第四章	都市文化形象的各个层面	(97)
第一节	企业文化、商业文化、交通文化、旅游文化等	(97)
第二节	都市“绿文化”及上海的“环城绿带”方案	(110)
第三节	都市文化形象与文化中介问题	(116)
第四节	来沪外国人的文化生活问题与“国民待遇”	(120)
第五节	都市文化的一个世界性难题:色情问题 及其对策	(123)
第五章	塑造跨世纪的上海都市文化形象的思路 与对策	(129)
第一节	上海经济社会发展战略的一个实施关键: 都市文化功能的开发	(129)
第二节	上海都市文化形象的目标集合 与指标体系	(134)
第三节	上海的都市文化设施形态布局	(139)
第四节	都市文化管理体制的改革	(147)
第五节	充满希望的热土——浦东新区文化及其 在上海都市文化形象中的地位	(150)
第六节	致力于都市人文化素质的提高	(155)

第一章 国际性大都市魅力的探寻

人类即将进入千年一遇的纪元更替,并进入了以生产、分配和利用知识与信息为基础的知识经济时代:以微电子、电子计算机、生物工程的发展与应用为代表的新科技革命的浪潮汹涌而来;世界经济的全球化与经济信息的网络化给发展格局带来新模式、新气象;经济格局的变迁引起文化的变迁,审美观念具有新世纪的印记……世纪之交的现代市场经济面临着精神升华,包括把单纯的物质财富追求导向社会责任感、生态伦理意识、生活质量等更符合知识经济时代的价值观念。

国际性大都市正面对这样全新的机遇与挑战,正面临着重塑都市形象包括都市文化形象的重大课题。因为,现代市场经济在新一轮新科技革命冲激与知识经济时代来临的背景下,要实现精神升华,就得进行文化价值观念的超越与文化形象的重塑。这一重大的世界性、世纪级课题,对正在建设国际经济、金融、贸易中心之一的上海,具有重要的现实意义。

第一节 都市文化个性与文化形象的时代性

城市的文化功能是在城市的发展、沿革中逐步被开发出来

的。原始社会末期产生的城市的雏型,是部落或部落联盟的中心,不要说文化功能,就是经济功能还在萌芽中。早期城市随着奴隶制的诞生而产生。我国古代,“城”指四面围着城墙,扼守交通要冲的军事据点;“市”是交易市场。“城”、“市”渐结合为一体,成为政治、经济与商业中心。城市的发展经历了前工业城市时期、工业城市时期与城市化综合发展时期,城市的文化功能才被发现与开发,从而使城市同时成为文化中心。

城市成为文化中心,使城市功能得以充分发挥、魅力得以充分体现;使城市更适合追求新的价值、新的生活的人们居住与活动。

美国权威的经济周刊《幸福》不久前举行了一次大规模的调查,评选出世界十座最佳商业城市。按其排名依次为:新加坡、旧金山湾区、伦敦、纽约、法兰克福、香港、亚特兰大、多伦多、巴黎和东京。这次调查,动员了大批资深的咨询专家队伍,处理了60个城市的巨量数据。调查结果引起城市问题专家与各界人士的关注。

那么,究竟是什么因素使这十大城市显示出与众不同的素质呢?它们的魅力又在哪里?

专家们分析,除了良好的交通、发达的电讯、金融、商业系统、丰富人才资源等,其魅力的重要底蕴,是浓厚的、独具个性的文化氛围。

公认的全球级经济中心、三个国际性大都市——伦敦、纽约、东京无一不同时是全球著名的文化中心,它们有着独特的都市文化个性。

伦敦以它悠久的历史、斑斓的色彩、雄伟的风姿屹立于世界

名城之林,其建城已有 2000 多年的历史:还在 19 世纪,它就是世界上最大的城市和港口与最重要的贸易与金融中心。泰晤士河北岸的伦敦中心区——伦敦城,云集了来自世界各国的银行总部。同时,伦敦拥有 150 家剧院与演出歌舞的餐馆、伦敦大学等 100 多所高等院校,称其为“文化首都”是当之无愧的。伦敦每天晚上有 6 万个座位迎候观众观赏电影和音乐会等,每周有多达 50 万年轻人从欧洲与英国各地涌来度周末,这个都市为人们举办 1500 个各类文化活动。在迎合各种品味的各式俱乐部内,可听到各种流派的音乐。其内容之丰富,可称世界之最。以致伦敦有句名言:“如果你厌倦了伦敦,那么说明你已经厌倦了生活。”建于 1753 年的大英博物馆,是世界上最大的博物馆,展藏从埃及的木乃伊到中国商代青铜器等世界各地的文物,它的藏书之丰富也著称于世,它迄今每天免费开放、任凭参观。

伦敦同样是时装之都,甚至连巴黎、米兰、纽约都难以匹敌。同时,伦敦表现欧洲传统文化的典型特征,这从毗邻繁华商业区与海德公园的当代王宫——白金汉宫的宫前御林卫士的装束上,得到充分的、形象的体现。无论女王是否在王宫,也无论什么季节,他们都穿红上衣,戴黑熊皮帽,肃然而立,使伦敦这个被苏格兰诗人邓巴称之为“万城之花”的都会,增添了一种独特的色彩。

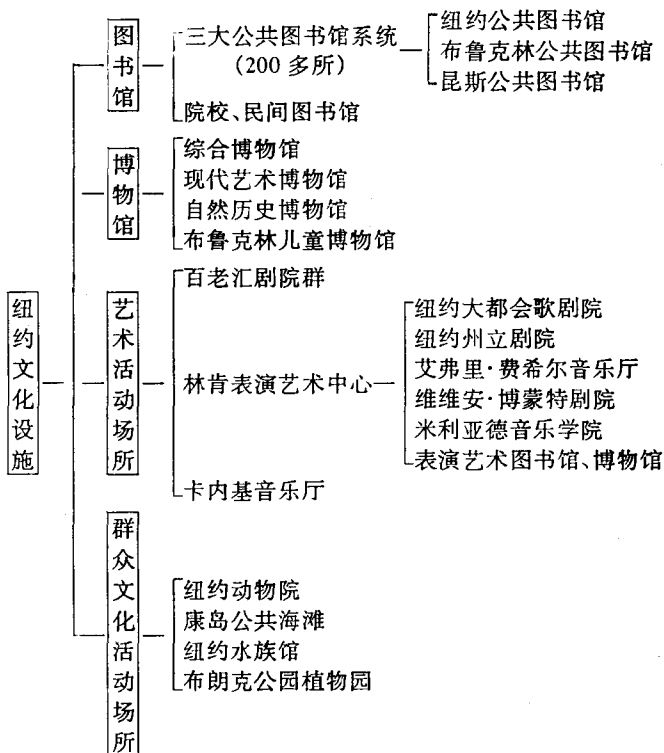
纽约不仅是世界的金融中心、商业中心,金钱味很浓;而且又是世界的新闻中心、通讯中心、文化中心,文化味同样很浓。《华尔街日报》《今日美国报》《每日新闻报》与《纽约时报》等是具有世界影响的日报。在纽约,几乎全世界所有的报纸都能买到。纽约的报刊发行公司零售报刊达 2000 多种,涵盖 40 多种语言。

在纽约,世界上的一些重要报纸,当天就能看到。纽约地铁中心站的报刊亭,出售的杂志品种有 1000 多种。纽约 1 座城市向海外打的电话就占全美海外电话的 1/3,它每天的贸易量相当于美国 GDP 的 1/5。它有 3 家全国性电视台、新闻媒介巨头德国的贝特尔斯曼集团及美国时代-沃纳公司的办事处、百老汇大街、纽约时代广场。人们有称它为“世界艺术的首都”,有称它为“现代舞蹈和芭蕾的第一流城市”,有称它为“世界上最著名的歌剧之家”。

纽约的文化设施之多,使旅游指南无法一一标列。仅美术画廊,就有 400 多个。因此,纽约的旅游指南索性标列艺术家数量,比如指出纽约有 12000 名艺术家与雕塑家,他们靠艺术创造谋生。这不能不使纽约成为当代美术思潮的发祥地之一。在纽约现代艺术博物馆,收藏着全世界最完整的美术作品;纽约大都会博物馆,其规模之大可以与不列颠博物馆和法国卢浮宫博物馆媲美。其收藏十分丰富,从古埃及到 20 世纪,全世界各个历史时期与各个地区的艺术品都有收藏,可称得上世界艺术品宝库。纽约还有古根海姆博物馆、收藏中世纪珍品的隐修院回廊、布鲁克林博物馆、弗里克美术收藏馆、国立图案博物馆、美国工艺博物馆与惠特尼现代艺术博物馆等。通过这些博物馆的美术展出,诸多的美术思潮——抽象表现主义、行动画派、波普艺术、最小主义艺术、光感现实主义等宣告诞生。众多的艺术家在这里走红、走向世界。难怪人们戏称,“纽约的艺术家比强盗还多”。纽约的百老汇大道鼎盛时期曾汇集了 80 家剧院,每年上演的剧目就达 280 个之多。苏霍街的画店密集,据统计,有 230 家,成为名符其实的画市。纽约的图书馆更形成三大系统:纽约

公共图书馆、布鲁克林公共图书馆、昆斯公共图书馆。三大系统共有 200 多所分馆, 仅纽约公共图书馆就藏书 900 多万册。伴随计算机网络的普及, 纽约公共图书馆系统率先向公众免费提供在馆员指导下的“信息高速公路”服务, 允许读者在家中免费挂接检索系统(见图 1)。

图 1 美国纽约的文化设施



如果说,纽约是美国多元文化的聚汇点;那么,东京的文化形象,既有着浓郁的东方传统文化的特色,又吸纳着西方文化的价值观念与审美观念。东京的工业总产值占全国 50%;它还集中了 90% 资本在 50 亿日元以上的上市公司与全国各大银行的总行;同时它又是日本的文化教育中心。东京集中了全国 49% 的大学,它的出版社占全国的 80%,书籍发行量占全国的 90%。岩波书店是亚洲最大的书店。神田书店街,藏书极为丰富,是世界著名的书店区之一,有许多古籍书店与新书店,还有专售中国书籍的内山书店。国立博物馆、西洋美术馆、国立图书馆等不仅在日本,而且在世界上都是著名的文化设施。

国际性大都市的这种个性,是它们的民族性的强烈表现。纽约的多元文化,也是美国多元化民族的强烈表现。当然,国际性大都市文化又有其共性,这就是它们的时代性,表现为:

其一,文化设施所蕴含的时代精神,例如巴黎的蓬皮杜艺术文化中心,被称为世界上最奇特的建筑,看上去就像一座炼油厂或宇宙飞船发射架,它体现了工业时代的时代特征与求实精神。

其二,文化思潮所反映的时代特征。国际性大都市往往是各种文化思潮的发祥地,例如现代主义与后现代主义的文化思潮,它源于伦敦、巴黎、纽约等大都市,反映了本世纪的两次大战对人们的精神压力与战后人口、环境、精神危机对人们的严重挑战。都市文化形象不能忽略、否定文化思潮的影响。

其三,文化样式所表现的时代变革。以艺术样式为例。传统的戏剧形式——例如在伦敦、巴黎上演的话剧、歌剧,曾是风