

# 建设文化名城的战略选择

——关于打造文化名城的思考

★ 左帆/编

# 建设文化名城的战略选择

——关于打造文化名城的思考

左帆 编

辽本内出字(2006)第004号

责任编辑 付 泽

版式设计 左 帆

校 对 郑自仁

本溪市人民政府机关印刷厂印刷

开本:16开 字数:250000字

2006年7月1日

# 目 录

## 城市文化与城市

1、城市文化的简要释义	2
2、城市文化与城市发展	11
3、城市文化与和谐城市	18
4、城市文化与城市建筑	25
5、城市文化与文化构成	30
6、城市文化与城市性格	37
7、城市文化与城市旅游	43
8、城市文化与可持续发展	47
9、城市文化与城市竞争力	52

## 从战略高度发展城市文化

1、解放和发展文化生产力	59
2、文化建设存在的问题及对策	67
3、文化建设的战略选择	74
4、文化发展的特点和路径	77
5、立足文化特殊性发展文化事业	81
6、积极推进文化体制改革与创新	85
7、创新：城市文化塑造的灵魂	96
8、文化创新与文化发展	102
9、文化创新与精品生产	107
10、文化的民族性与世界性	111
11、节庆的地方性与国际化	114

12、世界城市文化发展的趋势 .....	119
----------------------	-----

## 共同关注城市历史文化的血脉

1、历史文化遗产的保护和利用 .....	126
2、历史文化名城建设的思考 .....	132
3、历史文化名城建设的再思考 .....	136
4、历史文化名城城市的经济作用 .....	140
5、重视城市历史文脉坐标的保护 .....	146
6、历史文化之城的细部考量 .....	148
7、历史人文资源与旅游产业 .....	151

## 以文化的眼光审视和规划城市建设

1、建设文化城市及发展模式 .....	155
2、用人文尺度规划城市 .....	165
3、描绘城市的色彩个性 .....	172
4、城市景观要注入文化元素 .....	177
5、提升城市建设的景观意识 .....	182
6、挖掘和经营城市的性格 .....	184
7、把城市形象转变为竞争力 .....	190

## 全面提升城市的人文精神

1、城市建设与城市精神 .....	193
2、全面塑造城市精神 .....	200
3、城市精神与人的现代化 .....	205
4、提高市民道德素质与促进城市现代化 .....	212
5、着力打造城市人文群落 .....	218

## 用文化的力量助推城市发展

1、让我们的城市走向文明·····	222
2、以文化力量推动社会发展·····	228
3、现代化进程中的文化驱动力·····	234
4、用文化力打造城市竞争力·····	241
5、发挥文化生产力的作用和力量·····	246
6、以先进文化推进城市现代化·····	251
7、为构建和谐社会提供文化支撑·····	259
编后·····	271

# 城市文化与城市

城市文化对于城市来说十分重要,是一个城市区别于其他城市的精神、灵魂,是经济发展和社会进步的助推器,同时也是城市综合实力的体现和生产力发展的重要标志。当今,注重文化建设已经是历史发展的必然趋势。早在1986年12月,联合国大会通过的《世界文化发展十年规划》中就明确指出,“要对构成21世纪特征的重大世界挑战做出应答,就必须在发展中更强调两个主要目标——发展中的文化尺度和人的文化生活”,“要在经济和技术发展中,将文化和人的价值恢复到中心的位置上来”。城市文化还是众多城市考量其竞争力的重要指标,美国著名学者托夫勒认为,军事力量和经济力量将不再作为衡量国家实力的主要指标,知识的控制是明日争夺世界权力的焦点,谁的文化成为主流文化,谁就是赢家。

## 城市文化的简要释义

随着经济社会的不断进步,越来越多的人认识到文化对于一个城市发展有着巨大的推动作用,越来越多的城市提出并正在着手制定文化发展战略,在大力发展文化事业和文化产业的同时,着力带动城市各项事业的发展 and 核心竞争力的提升。一个城市要正确制定和实施文化发展战略,发展文化生产力,必须正确认识、全面了解城市文化的内涵和构成,据此,才能制定出科学规范的城市文化发展战略。

### 一、什么是城市文化的内涵

#### 1. 城市文化含义

城市文化有广义狭义之分。广义的城市文化,是指城市的主人在城市发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。狭义城市文化是指城市主人在城市长期的发展中培育形成的独具特色的共同思想、价值观念、基本信念、城市精神、行为规范等精神财富的总和。通常所讲的城市文化,主要是指狭义城市文化,是与经济、政治、社会并列的城市全部精神活动及其产物,它既包括世界观、人生观、价值观、发展观等具有意识形态性质的部分,也包括科技、教育、习俗、语言文字、生活方式等非意识形态的部分。城市文化作为城市的精神产品,规范着人们的思想和行为,对人的影响是根本的和长远的。

#### 2. 文化对于城市

城市是人类文明的标志,是社会发展的缩影,它不仅是一个国家或地区的经济中心,更是文化的集中地和发源地;城市既积累历史文明,又承载现代文明。城市在长期的发展中,经过积累、沉淀、改造、创新,必然形成特有的城市文化,并成为支撑城市发展的无形力量。城市文化能够丰富城市内涵,提高市民素质,展示城市形象;能够团结和凝聚力量,产生精神动力,鼓舞人心,激励斗志;能够优化投资环境,吸引人才,促进对外交流,扩大对外影响;能够培育新的经济增长点,推动新兴产业发展,拉动经济增长。因此,文化是一个城市的灵魂和内涵,是一个城市的品格的象征。城市文化不仅为城市综合实力的提升提供了精神动力和智力支持,也可以创造城市经济价值、增强城市服务功能和提升城市形象。



因此,城市文化是城市综合实力的体现和生产力发展的重要标志之一。随着社会的进步和物质文明的发展,文化管理理论在知识经济时代将越来越受到人们的重视,先进文化对城市社会经济发展的支撑力和促进作用越来越大。

## 二、城市文化解析

城市文化的内涵有着明显的系统性,与企业文化的构成相似,城市文化作为一个整体系统也可以分为三个层次:一是由城市的建筑风格、地理风貌、人造景观、文化雕塑、广场道路等有形物质因素体现的精神因素;二是在城市法律法规、管理制度、城市形象、行为准则、典礼仪式、组织领导方式以及其他行为方式中所体现的精神因素;三是城市精神、价值观念、最高目标、风俗习惯、道德规范等纯精神观念因素。因此,城市文化中的“文化”主要是指精神方面的因素,即使有些以物质财富的状态存在,但它也主要是指物化中的人的精神,而不是指物质本身。具体表现在以下三个方面:

### 1、表层的物质文化

即见之于形、闻之有声、触之有觉的表层文化,主要是城市直观形象与景观特色,如城市特有的市容、市貌、市歌、市花以及特殊标识、景观、建筑物等。它们虽然以物质形态存在,但能反映城市的历史、风俗、观念、精神等,表层文化更多从感官视觉上给人以强烈感受,其塑造有助于城市特有的外在形象形成。其中城市特有的空间布局结构、以城市建筑为载体的人文景观文化和以城市所在的自然环境为载体的自然景观文化,是城市表层文化的主要部分。城市特有空间布局结构的形成有赖于科学的城市规划和建设,要求继承延续历史文脉,尊重人、尊重自然、尊重文化、尊重多样性,突出城市个性,促进社会文明。城市建筑作为城市形象视觉系统,在展现城市文化中占据非常重要的位置。如何利用城市建筑语言展现城市独特的文化个性,是目前城市规划和城市建设中一个值得高度重视和有待解决的问题。

### 2、中层的行为文化

即以组织制度为载体的行为文化,也可称为制度文化。行为文化是城市理念文化的社会表现,因为人的行为必须在特定的社会组织和特定的制度约束中才能表现出来,所以组织制度是行为文化的载体。一个城市的行为文化具体地表现为城市市民的素质、品位、风俗习惯、生活方式,以及城市的民风、诚信、私人和公共服务等方面。或者说凡是有人人的地方,都有行为文化的存在。一个城市行为文化的整体存在又表现为这个城市“人文文

化场”。

由于城市社会组织及其制度的多样性,也决定了行为文化的多样性。在现代社会中,从组织看有政府组织、企业组织和民间组织;从制度看有正式制度和非正式制度。如果政府、企业和民间团体都是以正式制度存在的组织,那么在这些制度的背后同时又存在着多样的非正式制度。由此,决定了一个城市行为文化的存在,既有以政府组织为载体的具有政治色彩的行为文化,也有以企业组织为载体的商业行为文化,还有以民间组织或非正式组织为载体的生活行为文化。其中,市政府作为城市的领导者和制度设计者,应当高度重视以科学的制度设计和政策制定,管理规范市民行为和企业经营活动,引领城市文化建设。

### 3、深层的观念文化

即以人脑和文字为载体的理念文化。理念文化是一个城市的核心价值观、城市精神、城市本质内涵的高度浓缩和概括。一个城市的理念文化,就像生命遗传的基因一样,它携带着这个城市发展的过去、现在和未来的全部信息。从这个意义上讲,也可以把理念文化称为“原文化”。精神文化层是城市文化的深层结构,是城市文化的核心和灵魂,是一个城市创新和发展的不竭动力,是城市核心竞争力的重要组成部分。要保持城市的独特个性,就要创造与弘扬城市精神文化,使之具有独特的文化魅力,既要塑造城市的外在形象,还要营造城市浓郁的文化氛围,通过培育高素质的市民群体,形成良好的城市精神和市民精神,使文化深深地融入城市生活和经济活动的各个方面。越是富有文化个性的城市,就越能在城市之林中保持独特的魅力,就越富有民族性和世界性城市的意义。

一个城市的理念文化是一个复杂的系统,从对城市发展影响的作用看,可把理念文化分为两大类:主流理念文化与非主流理念文化。所谓主流理念文化,就是在一个城市发展中占据主导地位的,被城市政府倡导的文化。主流文化在国家层次上表现为一国的主流意识形态。由于理念文化的载体是文字和人的大脑,所以,可以从一个城市的发展规划与战略、主要媒体的标语口号以及城市的发展理念、执政方略中发现这个城市的主流文化。非主流理念文化,虽然在公开倡导的媒体系统中不常看到,但决不等于它不存在。非主流的文化在常态下往往表现为具有这个城市特色的民间文化。在社会大变革时代,代表社会进步和富有创新精神的文化往往是以非主流理念文化出现的。如“五四运动”所代表的新文化,最初就是以非主流文化出现的。在现代多元文化中,非主流文化与主流文化,

并不一定是对抗的关系,往往是一种互补的关系,城市政府尤其是宣传和文化管理部门应当注意对非主流文化的把握和引导,发挥其在城市文化建设中的积极效应。

在城市文化的观念层面,城市精神居于核心地位,是城市文化的本质体现。一个城市有什么样的精神,决定了它到底能够走多远,是否能成为有魅力的城市。培育和塑造城市精神,是满足人民精神生活需求和城市发展竞争的需要,是弘扬民族精神的具体实践。因此,党的十六大之后,国内一些重要城市似乎是不约而同地提出要培育和塑造自己的城市精神。如青岛市按照九次党代会关于“着力培育城市精神”的要求,经过历时一年多的讨论、提炼、总结,最终提炼出“诚信、博大、和谐、卓越”的城市精神。青岛市精神文明建设委员会,通过一系列的活动和论坛,把这一源于历史、基于现实、紧跟时代、引领发展和独具特质的城市核心理念,融入到市民的思想观念、道德标准和行为准则之中,形成了开放性、包容性、创新性的城市文化氛围,增强了全市人民的认同感、归属感、责任感,城市精神正转化为全社会的价值取向和精神动力,统一了思想,凝聚了人心,为提升青岛城市竞争力提供了深厚而强大的支撑。2003年春天,上海市人代会把培育上海城市精神、全面塑造上海市民的新形象写进《政府工作报告》。通过全市大讨论,上海城市精神被确定为:海纳百川、服务全国、艰苦奋斗、追求卓越。这是与上海的城市特点和城市地位相适应的。2003年的广州市人代会上提出:要培育“敢为人先、奋发向上、团结友爱、自强不息”的广州人精神。这一精神,包含着广州人品格中最典型的特征、广州人精神的精髓所在——务实。南京开展了“塑造新时期南京市民精神”主题教育活动,提炼出“开放开明,诚朴诚信,博爱博雅,创业创新”,表现南京市民特有的文化性格和南京城市的文化品位,并且有与历史文化传统相衔接的厚重感。重庆、深圳、大连、杭州等城市也都提出了自己的城市精神。

三个层次由外及内的分布形成了城市文化的系统结构,其中,观念文化层决定了行文文化层和物质文化层,制度文化层是观念文化层和物质文化层的中介,物质文化层是观念文化层和制度文化层的体现,三者相互影响,相互作用,共同构成城市文化的完整体系。

### 三、城市文化的主体与内容构成

#### (一)城市文化的主体构成

城市基层单位包括党政机关、企业、学校、社区,是城市这个生命有机体的细胞和两个文明建设的主体。城市基层单位文化培育和建设,是城市文化建设的基础,为城市文化提

供发展的土壤,丰富城市文化的内容。按照建设和塑造城市文化的主体划分,其构成主要是:

1、机关文化。机关文化是指党政事业机关及其成员在组织经济建设和管理社会事务的长期实践中形成的,为多数成员共同遵守的基本信念、价值标准、行为规范、管理制度以及群体意识、精神风貌、形象标识等的统称,也称为行政文化。与企业文化、校园文化、社区文化不同,机关文化具有对象的特殊性、形式的多样性、内容的示范性、时间的经常性等特征。

各级党委政府及其所属部门,是社会的管理者,对外开放的“窗口”。因此,党政机关文化建设是城市文化建设的重要组成部分,体现了党和政府的执政理念;抓好党政机关的文化建设,能推动社会风气好转、社会文化品位提高,有利于树立廉洁高效的政府形象,提高执政能力。良好的机关文化能够产生一种尊重人、关心人、培养人的良好氛围,产生一种精神振奋、朝气蓬勃、开拓创新、积极进取的良好风气,激发单位成员的创造热情,从而形成一种强有力的、胜过行政命令的激励环境和激励机制。

机关文化建设不能流于一般性号召,要有强烈的目的性。正如企业文化建设是为了提高经济效益一样,机关文化建设必须围绕提高机关工作效能,立足于解决机关管理中的问题,紧密配合政府职能转变,促进机关作风转变等工作展开。只有这样,才能使先进的行政文化理念在广大党政机关人员的日常行为中得以贯彻和体现。

2、企业文化。企业文化是指在一定的社会经济条件下通过社会实践所形成的并为全体成员遵循的共同意识、价值观念、职业道德、行为规范和准则的总和,是一个企业或一个组织在自身发展过程中形成的以价值为核心的独特的文化管理模式。

现代城市的发展,需要产业的支撑,没有现代企业经营的城市经营,将是脆弱的。城市文化建设,也需要企业文化丰富其内涵。企业是一个城市“两个文明”建设的主力军和重要平台,作为微观组织文化的企业文化,是城市文化的领航文化。作为一种经济文化和管理文化,企业文化能够营造良好的文化小环境,通过在一定范围内提高职工群体的文化素质,对城市文化产生积极的作用。企业文化既是企业的灵魂,也是民族的灵魂,是城市、国家和民族竞争力的体现。企业文化建设既是城市精神文明建设的基础和重要组成部分,又是企业增强群体凝聚力,提高管理水平,丰富品牌内涵,提升企业社会形象,增强企业竞争力的手段。一个企业,若没有强大的企业文化,没有卓越的价值观、企业精神、哲学

信仰和良好的道德风尚,将是没有灵魂和生命力的,再高明的企业战略也无法成功。一个城市,若没有众多优秀企业的支持,这个城市将是脆弱的,缺乏生命力、竞争力和活力的城市。

近年来,海尔、青啤、双星、海信、澳柯玛等全国名牌企业相继崛起,扎堆青岛,使青岛成为全国名牌企业会集的城市,形成著名的“青岛现象”。这些企业均十分重视企业文化建设,形成了一批鼓舞士气、凝聚人心的先进企业文化理念,是城市文化的一笔不可多得的宝贵资源。名牌企业追求卓越的价值观,已成为青岛精神的重要内容。名牌企业群的形成,提升了城市的知名度和竞争力。如:在由央视组织的“2004CCTV 中国最具经济活力城市”评选活动中,包括青岛在内的 10 座城市获得了这一称号。“城市中国”对青岛这样点评:这是一个随时就能感受到品牌力量的城市。这里诞生的品牌,已经影响了中国,正在影响世界。这座海边的城市,目光早已放之四海;这座追求卓越的城市,正携手奥运、将目标指向更高。

加入 WTO 以后,经济国际化进程将逐步深入,企业文化建设将面临许多新的挑战:一是规范市场经济的挑战;二是经济全球化的挑战;三是新经济的挑战。应对这些挑战,企业文化建设尤其需要弘扬诚信精神、创新精神和不断学习的精神。这些企业精神,也是一个城市应追求的价值观,其培育和塑造必将丰富城市文化的内容。

3. 校园文化。校园文化是学校在长期发展演变过程中,逐渐积累下来的能够体现本校特色的教育理念、办学宗旨和管理思想。它是为全体师生员工所认同和接受共同理念(学校精神、校训)、群体意识、学校氛围(教风和学风)和行为操守等,这种文化是通过学校师生员工共同的实践活动并历史的积淀、选择、凝聚发展而成。人们主要通过这些校园文化特征来识别、评判一个学校的格调。学校文化是体现一个学校人文精神和教育理念的灵魂。高校文化与城市文化紧密相连。大学是城市中文明传播、文化创新的主导力量,其办学理念、学习风气、知名度等,对城市文化和城市形象的贡献是巨大的。

培育先进的大学文化是城市文化建设的要求。先进的大学文化应是全面协调发展的文化。在大学文化的物质文化、观念文化、制度文化、习俗文化的建设中,应当全面规划,统筹兼顾,重点突破,整体发展。高校必须有“两手都要硬”的意识,在物质文化建设取得了一定程度的阶段性成果后,应把工作重点逐步转移到观念文化、制度文化、习俗文化的协调发展上来。在大学观念文化的建设中,应当重视对教育理念的建设,用科学精神与人

文精神相统一的“大学精神”武装广大师生,使师生的政治取向、价值观念、道德意识、思维方式、教育思想、文化心理、风俗习惯主动地适应世界科技革命、产业革命、经济全球化、世界政治多极化、教育国际化和社会主义市场经济的发展等。

在大学行为文化建设中,目前似乎相对比较重视制度文化建设,关注改革学校的管理体制与管理机制,而对师生日常生活习俗性行为文化建设则相对重视不足。高校的师生习俗性行为文化,主要表现为一所学校的学风和校风。学校的学风和校风是在历史中不断积累形成的,又是不断适应现实环境的产物。追求崇高,崇尚学术,求真求实,刻苦勤奋的学风和校风是对师生的无形鞭策,是学校的重要文化竞争力。面对许多师生在改革开放环境和市场经济的诸多诱惑中产生的不同程度的浮躁心态,如何传承学校历史光荣传统,开创一代新风,仍是大学文化建设的重要课题。

4、社区文化。社区文化是一定区域内社会共同体所反映出来的有关人的行为模式、社会习俗、生活方式、价值观念、思维定向、地域心态等文化现象的总和。它包括社区人文精神、社区教育、社区科普、社区文娱、社区体育等。社区文化为社区成员共同创造、吸纳创新、共同承载、共同分享,对社区成员具有强大的凝聚力和感召作用。社区文化建设是精神文明建设的重要组成部分。社区文化的形态和层次如何,必然体现在社区的人文精神上,即在人生价值、目标追求、理想信念、道德伦理等方面所体现出来的精神状态。马克思主义强调的科学世界观、人生观、价值观中所包含的文明高尚、崇尚善良、健康向上的精神,就是我们要发扬的人文精神。社区的人文精神是社区文化的内核。而社区文化的构成和形态,主要是受社区的人群构成、生活习俗、历史传统、地理环境、经济状况等因素的直接影响。因此,要有效地加强社区文化建设,必须从研究这些影响因素入手。

推进城市社区文化建设,是繁荣基层文化生活,加强社会主义精神文明建设的有效措施。改革开放以来,特别是党的十六大以来,以社区建设为载体,活跃基层文化生活和加强社会主义精神文明建设的工作呈现出了扎实推进、持续发展的良好态势。随着创建文明社区活动的深入开展,社区面貌明显改观,社区风气逐步好转,文明楼院、文明小区数量不断增多,对促进城市改革、发展、稳定发挥了积极的作用。实践证明,大力开展社区教育,引导居民爱祖国、爱城市、爱社区,可以形成崇尚先进、团结互助、扶正祛邪、积极向上的社区道德风尚;经常组织具有社区特色的群众性文体活动,丰富居民精神文化生活,可以增强社区的凝聚力,形成科学文明健康的生活方式;紧紧抓住社区居民关心的热点、难

点问题,有针对性地开展思想政治工作,并坚持把解决思想问题同解决实际问题结合起来,加强社区服务与管理,可以进一步密切党同人民群众的联系,广泛调动社区居民“讲文明树新风、共建美好家园”的积极性。

### (二)城市文化的内容构成

城市文化的内容,由可开发和深加工的资源性文化转变成的资产性文化构成。资源文化,是处于一种储存状态的价值,未开发利用之前是一种潜在的财富,而不是现实的财富。经过开发和深加工,资源性文化能够转变为资产性文化、形成文化产业,为一个城市带来财富并成为城市品牌的一部分。为此,需挖掘、整合和利用城市文化资源,通过有效的城市文化经营,使城市文化资源变成可增值的文化资产和文化产品。这些文化资产和文化产品,有的可以直接进行经营,有的渗透到某些产业领域并对该产业起到重要的支撑作用。它们构成了城市文化的内容,具体包括:民俗文化、节庆文化、艺术文化、建筑文化、服装文化、饮食文化、旅游文化、商业文化、休闲文化、历史文化、生态文化、体育文化等。在此介绍几种有代表性的文化。

1、民俗文化。民俗文化是以民间文化和民俗风情为主体的民族民间的物质上、精神上 and 制度上的传统,它包括生产与生活习俗、游艺竞技习俗、岁时节日习俗、礼仪制度习俗、社会组织习俗、民间文学艺术等,其内容相当庞杂丰富。民俗文化是对历史传统和民间风情的承接,历史渊源久远,是一种高层次的旅游文化,由于它满足了游客“求新、求异、求乐、求知”的心理需求,成为旅游行为和旅游开发的重要内容之一。目前,无论发达国家和发展中国家,民俗旅游均已蓬勃发展:北美的“活人博物馆”通过仿照当年样式建造的房屋、棚圈、碉堡、果园组成的“移民村”,再现了几百年前欧洲抵美移民的生活、劳动和风俗习惯;科特迪瓦利用其独特精巧的人造面具表现其传统文化,还举办了全国舞蹈节;突尼斯根据西方游客喜欢猎奇的心理,利用本国土著居民的村落古迹、山洞住宅、民族服饰和车马游玩等民俗文化来发展旅游业,已成为非洲和阿拉伯国家中的旅游大国。在国内,深圳中国民俗文化村汇集了全国几十个民族的灿烂文化;昆明云南民族村也展示了云南 25 个少数民族的风俗;在广东,岭南文化、客家文化的旅游开发等,既是民俗文化的集中体现,也是这些地区旅游业的一大卖点。

2、节庆文化。世界节庆经济近年来发展非常迅速,已成为当今世界经济的一个重要组成部分。它往往与一个国家、一个城市的品牌紧密相连,给举办城市带来巨大的经济联

动效益和社会效益,成为经济发展和社会发展的催化剂和助推器。近年来,利用城市文化资源推出的节庆活动在全国各地此起彼伏,如大连的国际服装节、青岛的啤酒节、杭州西湖的狂欢节、南宁的民歌艺术节等等,形成了一种“文化搭台,经贸唱戏”的模式。节庆文化活动已经成为各地发展文化产业的重要内容。有几大优势:一是可以扩大城市知名度。知名度是城市竞争力的重要方面。二是可以提高人们的心理预期。乐观的心理预期会带动消费。三是可以推动旅游业的发展。四是节庆活动多有经贸洽谈活动,可以带动投资的增长。五是节庆活动一般都有学术交流,可以带来新的理念,改善城市的软环境。许多城市举办的节庆文化活动使得举办城市在提高自身知名度、招商引资,特别是旅游方面收获颇丰。青岛啤酒节、南宁民歌艺术节带来的旅游收益与“黄金周”不相上下。以往,过了“十一”,杭州的旅游业就进入淡季。而西湖博览会的召开,使杭州多了一个“黄金月”。节庆活动给城市带来的人流、物流、信息流和资金流,又是一笔看得见与看不见的巨大财富,极大地推进了举办城市的经济发展进程。

3、建筑文化。无论一座建筑是老是新,它都是城市历史、文化及人文习惯等的体现。建筑文化是一个地域、一个时代的风俗、时尚及技术条件在建筑上的反映,往往被首先看作是某种建筑风格。建筑风格有着两层含义:建筑样式和建筑性格。建筑样式犹如人的穿着打扮,诉诸于外在的形象,且随着时代的变化而变化;建筑性格却像人的性格,是内在的,相对稳定的,取决于同时反映着一个地方所特有的环境特征、文化基因以及价值取向。正是通过这一栋栋的建筑,城市文化才得到了最大的体现。青岛有很多红瓦尖顶的德国建筑,与青岛的自然景观、人文景观已密不可分,就形成了青岛独特的城市文化。许多城市也是由于其一座座的优秀建筑,而闻名于世。北京、西安等城市的古建筑反映了其深厚的历史文化底蕴;苏州因园林而闻名于世;埃菲尔铁塔、巴黎圣母院、卢浮宫与世界名城巴黎交相辉映。

总之,不断加快的城市化进程正深刻影响着社会生活,急剧改变人们的生活方式、交往方式和价值取向,个体与公共空间、人与自然形成了前所未有的新型关系。每个城市如果重视研究自己的历史、文化,总结其经验教训,创造性地利用自己的文化优势,则城市的文化建设和城市发展必将前景美好。



## 城市文化与城市发展

文化是一个社会文明程度的标志,是城市的灵魂。改革开放以来,经济建设获得了巨大发展,但文化的发展却落后于经济的发展,成为经济及社会发展的瓶颈,一系列社会问题的出现都与文化发展的滞后有关。因此通过实施文化战略,提高人民文化水平,培育先进的城市文化,必将对城市经济及社会的发展起到巨大的引导和推动作用。

### 一、城市文化的特点及内容

#### (一)城市文化的特点

“文化”是一个被广泛应用的词汇,中外对“文化”一词的解释有二十多种。一般来说,它可以作广义和狭义的解释。广义的文化是指人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和;狭义的文化则指精神财富,如文学、艺术、教育、科学、观念、道德等。文化是历史的积淀,无所不在,城市本身就是一件杰出的文化产品。文化既是民族精神的结晶,又是民族发展的动力源泉。文化的基本功能是培养人的素质,规范人的行为,开发人的智慧,启迪人的良知,提高人的能力。城市文化也可以从狭义与广义两个方面来看,狭义的城市文化,主要指知识形态、意识形态、艺术形态等城市的精神财富;而广义的城市文化,则包括一个城市所拥有的全部人类物质财富和精神财富。城市文化具有如下特征:

1、**独特性**。正如每个人都有他与众不同的气质一样,每个城市也都有其与众不同的文化。这是因为每一个城市都有自己的文化基因,在数千年时间里,基于这个地区的地理环境、生产方式,形成了这个地区人们的与众不同的精神气质,构成了这个城市的特殊文化标志。

2、**综合性**。城市文化既包括物质文化也包括精神文化,其中的每一种都承载着不同的观念、传统、价值取向和人文精神,它是丰富多彩和包容的。

3、**集聚性**。集聚性是城市最基本的特征和规律,这种集聚性也同样反映在文化上。人是文化的创造者和享受者,人口在城市的集聚必然带来文化在城市的集聚和繁荣。城