

# 城市·文化·软实力

## ——围绕城市话语的探讨

□ 晏 晨

(北京大学 艺术学院 北京 100871)

[摘要] 现代城市发展普遍面临经济增长乏力、城市生态环境严峻、城市面目单调乏味和城市人群精神状况堪忧的现实焦虑,城市文化成为解决城市发展问题的对策凸显了文化在促进城市经济发展、建构美学品格、改善城市人群精神状况以及从根本上塑造城市精神与价值观方面的显著作用。以城市文化为基础,城市文化软实力兴起于城市发展和城市文化复兴的大视野之下,城市文化软实力的提出从顶层设计上进一步巩固了城市文化的地位,也更有利于城市文化实力的彰显和城市的长效健康发展。

[关键词] 城市发展;城市文化;软实力

[DOI 编号] 10.14180/j.cnki.1004-0544.2015.04.015

[中图分类号] G122

[文献标识码] A

[文章编号] 1004-0544(2015)04-0077-05

### 1 现代城市发展的困境

城市,根据辞源的解释为“人口密集、工商业发达的地方”,<sup>[1](P326)]</sup>从中看到,城市的两大特征一是人口聚集,二是工商业发达。城与市构成了城市的两个侧面,人筑城而居并在此开展集市贸易活动,城市最初因人类商贸活动的开展而兴起,物质财富的积累极大地提高了人们生活的水平,也带来了城市的发展和繁荣。经济活动是城市崛起最重要的条件之一,城市的经济功能也始终是城市的首要功能。机器大工业时代以来,由生产率的突飞猛进带来经济实力的提升使西方城市率先步入现代化进程,随后,殖民扩张和世界市场的拓展将东方也裹挟进现代化浪潮中,城市以令人惊异的速度走上了快速发展之路,城市规模急剧膨胀,全球城市发展一度欣欣向荣。但由此而来的,是因传统产业衰落、资源消耗和环境污染带来的城市发展困境,普遍出现城市增长乏力、可持续性发展动力不足,城市生态也遭到破坏的困局,上世纪一些产业密集型和资源依赖型工业城市如英国曼彻斯特和德国鲁尔的衰败便是典型例证,不仅国外,国内城市如汽车之城长春、煤都神木也是如此。在现今信息技术高速发展和全球分工协

作的经济一体化大背景下,过度依赖单一传统产业的城市经济更陷入了无法摆脱的泥淖,城市经济的转型升级势在必行。

不仅可持续发展受限,标准化、单一化的工业流水线作业也带来了各地城市雷同、千篇一律的现象,城市想象力和美感损失殆尽。首先是城市历史和传统的失落。在现代化大潮下,现实的经济指标和增长数据被摆在首位,讲求效率和利益最大化的社会会努力清除一切阻碍前进的因素,当下城市中传统的生活方式、建筑样式都已被快速发展的城市经济和城市大规模开发所改变便是证明。其次是现代化发展与趋同的困局。无差别的建筑样式和规划模式已严重阻碍了城市想象力的发挥。城市化进程中,城市建筑和规划也变成了流水线上的产品,城市景观和建筑的复制、移植现象随处可见,毫无二致的现代高楼大厦、统一平整的绿化规划和公园布局,以及密集的居住社区等都极大地削弱了城市的美感,究其原因在于城市建设规划与地域特色、文化风貌的割裂。片面追求统一化、标准化外观不仅造成了城市建设想象力极度缺乏,也制约了城市的创造力,城市同质化发展的必然后果是城市个性的泯灭与消失。同质化的另一伴生现象是城市中“突兀的新异”,在

基金项目:北京市社会科学院重点规划课题(2014A2283)。

作者简介:晏晨(1985-),女,湖北汉川人,哲学博士,北京大学艺术学院博士后流动站研究人员,北京市社会科学院助理研究员。

城市主体建筑中粗暴地插入“新奇异”以彰显“独特性”。时下部分城市新建的仿古建筑、仿(复制)他地著名建筑、景观,或刻意求新求异建造脱离整体城市语境和周边环境因素的古怪建筑,实质上都是城市同质化的“后续”,也集中体现了城市文化想象力的匮乏和城市科学整体规划与长远设计指导的缺席。

现代城市发展的困境,除了表现为工业时代片面追求GDP的经济发展模式给城市经济良性发展和城市面貌、环境带来巨大压力,也造成了普遍的个体心灵危机与人性异化。在早期一些探讨城市生活的学者的论文中,往往涉及到城市中人的外部感知、精神生活和都市生活方式等一系列在乡村和传统社会中不曾有过的问题<sup>①</sup>,他们的论点集中在城市中人们感知外部世界的变化和城市对居民施加的影响。现代城市实现了对传统生活方式的彻底倾覆,与之伴随,传统社会中人与人之间形成的熟人社会也被瓦解,个体从传统纽带中独立出来,竞争和疏离取代了传统习俗影响和情感联系,“高频度的近距离身体接触”和“巨大的社交距离”<sup>②</sup>之间的巨大反差加剧了城市居民之间的陌生感和孤独感,这导致了他们的精神生活每况愈下。另一方面,随着城市劳动和职业分工日益细致,城市中人群的固定身份隐藏并压制了个性表达的渠道,人变得脆弱无依,不同收入、受教育程度、职业、土地租金等差异带来的居住区域的划分产生的城市隔离政策,更导致了人与人之间壁垒森严……由经济力量决定的城市发展在GDP总量急速膨胀的同时,人的异化不可避免,城市文化认同不复存在,文化多样性也在文化工业(大众文化消费)的侵蚀下变得平面和单一化,如何克服异化、重建城市的精神家园是摆在现代城市发展面前一个亟待解决的难题。

## 2 城市文化的解决进路

伴随着工业社会兴起的现代城市发展以科学与理性为准则,理性又可分为工具理性和价值理性,工具理性通过工具的有用性追求功效最大化,它坚持利益导向,而价值理性则注重行为本身的价值而非结果,坚持价值导向。如果说前者代表人类和城市发展阶段的物

质文明,那么后者就反映时代特征和思想状况的精神文化,现实的城市发展往往过度追求前者而忽视后者,殊不知二者紧密联系,后者的匮乏也从根本上制约了前者的长效健康发展。良性的城市发展实则需要巧妙平衡物质文明和精神文化的关系,现阶段尤其需要重视文化的重要性。当前城市发展疲软、动力不足和城市人群的精神境况等种种困境需要城市文化复兴来更新城市发展理念、完善城市运行和发展机制,积极以城市文化灌注于城市物质实践和城市精神之中。城市文化的重要性体现在如下几个方面:

城市文化繁荣、复兴城市经济。第一,从心态层面看,城市文化通过对人们心理的影响反映到城市经济生活中决定经济活动的原则。套用斯特斯·林赛关于文化与国家发展关系的论断,文化在城市繁荣中也扮演着决定性的作用,“因为文化影响到个人对风险、报偿和机会的看法……(文化)形成人们组织经济活动所遵循的原则,而没有经济活动,就不可能有进步”。<sup>[2](P343)</sup>文化通过影响人们对工作、信任、竞争和权威的态度,影响人们作选择时的信念体系和心理模式,从而对城市经济活动产生影响。第二,从产业发展的角度看,城市文化作为发展资源影响并决定城市创意产业。城市创意学家查尔斯·兰德利曾指出,“文化资源是城市的原料,也是它的价值基础,其中的资产取代了煤、钢铁,或黄金。”<sup>[3](P51)</sup>他通过城市实例来说明文化如何参与刺激创意、建立城市特色和提升发展活力中,英国海伊镇书城的图书贸易、芬兰凯米镇的冰雪城堡旅游开发等都是整合并发掘当地文化资源和创意元素带来城市繁荣的范例。以文化为发展创新点已成为城市复兴的重要契机,一些传统城市在规划设计和实施方案上大力凸显文化内容,如纽约的文化多样性发展规划、伦敦和曼彻斯特的创意文化战略、新加坡的文艺复兴城市报告以及“德国工业的心脏”鲁尔转型为“欧洲文化之都”等都是文化促进城市复兴、经济繁荣的成功尝试。城市文化为城市创意提供了生长沃土和发挥平台,也为城市的历久弥新和持续繁荣提供了可能。

城市文化打造城市美学品格。美学品格是一个城市突出地展现自身的文化气质、历史渊源和人文氛围

如瓦尔特·本雅明、格奥尔格·西美尔、路易·沃斯、简·雅各布斯等,他们的《拱廊街计划》、《大都会与精神生活》、《作为一种生活方式的都市主义》、《美国大城市的死与生》更是都市文化研究或城市规划的必读文章和书目。

路易·沃斯在《大都会与精神生活》中指出了都市中普遍存在的这一现象,参见汪民安、陈永国、马海良.城市文化读本[M].北京:北京大学出版社,2008:150.

的重要品质,城市美学品格深植于城市文化、历史背景,同时与都市主义、城市规划有着密切的互动。美学家海因茨·佩茨沃德指出,兴起于19世纪后半叶的都市主义是一种“旨在对作为整体的城市的结构进行理论阐释和实际介入的新型话语”,<sup>[4](P68)</sup>它以其高度专业化的话语为我们提供了“理论研究的工具”和城市“实际干预的工具”,<sup>[4](P70)</sup>也通过城市建筑、城市街道、城市公共绿化等城市部件反映了城市的美学旨趣。文化话语就是其中一种,文化话语集中反映了城市中人文关怀和公众审美需求的呼唤,海因茨认为霍华德田园城市理论塑造了一种都市主义的文化主义范式,“城市的文化使命成为重中之重,审美生境(aesthetic habitat)、文化制度以及符合人类尺度的物质生产模式都受到了重视和强调。城市设计不应盲从工业化的要求。”<sup>[4](P70)</sup>工业化的大批量、单一化生产和消费模式遏制了城市的文化想象和美学品质,城市要作为属于人的审美化生存的场所,必须以当地文化作为积极力量创造宜人的、诗意的空间,打造独特、灵动且富深度的城市美学场景,在城市建筑、景观、人居生活中体现城市的独特魅力。“城市总是有自己的文化,它们创造了别具一格的文化产品、人文景观、建筑及独特生活方式。甚至我们可以带着文化主义的腔调说,城市中的那些空间构形、建筑物的布局设计,本身恰恰是具体文化符号的表现。”<sup>[5](P139)</sup>此外,城市美学的营造还有赖于城市个体的美学素养养成。城市人的审美趣味培育需要挣脱大众消费和娱乐的锁链,去艺术作品<sup>①</sup>中发掘真实的人类“共通感”(康德设置的用于确保审美判断之普遍有效性的主观条件,体现为人人均会感受愉悦的心理状态)。围绕艺术作品的公众的艺术话语讨论必须将城市文化置于探讨的核心,去艺术作品中体味城市的文化魅力和精神风度。现实中,我们往往可以从一座城市的博物馆、美术画廊和音乐厅中获得此种文化体验。需要指出的是,城市文化不是消除了差别的大众文化,而是以公众判断力为基础的民众趣味形成。

城市文化推动了城市个体的伦理性(ethicity)生成。现代城市中,压抑的人体现为一种碎片化、陌生化的主体性,一切都处于被波德莱尔称为过渡、短暂、偶然的现代性之中,五光十色而又转瞬即逝的都市生活经验加深了个人的分裂感和片段化,而孤独和隔离带

来的边缘化体验也加重了城市主体的心灵负担,对个体自由、品性完善的伦理追求成为现时代的紧迫任务。“自由不只是一个观念,一个抽象的原则。它是进行一些特别工作的力量、实际的力量。”<sup>[6](P89)</sup>在实用主义哲学家杜威看来,自由往往与权力相关,表现为展开行动、实践自身意志的权力;同时它也是社会性和关系性的,取决于主体与其他个体和周围环境的关系,因此个体自由的发挥必须依赖于人的社会性展开和都市生活实践,伦理维度成为关键。都市人的这种自由精神需求必然要借助文化的力量,“……文化,可以被称作人不断解放自身的历程……人发现并且证实了一种新的力量——建设一个人自己的世界、一个‘理想’世界的力量。”<sup>[7](P389)</sup>文化赋予人探索希望、追求理想、丰富自我的权力,在此种语境下,文化是人的真正本质,“人只有在创造文化的活动中才成为真正意义上的人,也只有在文化活动中,人才能获得真正的‘自由’。”<sup>[7](中译本序 P7-8)</sup>城市中的人只有借助生活于其间的文化才能满足自我实现的道德理想价值,本真的个人伦理性生成也只有从文化的角度才得以可能。

城市文化对解决城市问题起到了不可替代的重要作用,但是最根本地来说,城市文化是城市精神动力和价值观的来源。美国著名社会学家、城市规划师刘易斯·芒福德提到“城市是文化的容器”,容器一词形容文化,既表明文化有容纳城市万有的作用,又表明文化从根本上定形并托举着城市的一切,而能定形城市的唯有精神的力量,那就是最根本的内在精神气质。在加拿大学者贝淡宁所著《城市的精神》一书中,他对全球不同地区的城市进行了精神上的归纳和阐释,从耶路撒冷到北京、从香港到纽约的不同城市精神分别凸显城市作为整体的文化特性和内在气质。另外,城市文化也塑造了价值观。城市价值观的形成以城市文化为精神养料,表现为城市自身的价值定位和对外界的认知判断。城市发展以价值观为导向引领,城市价值观凝聚着城市信仰的力量、道德的力量、创新的力量,也反映了民众精神风貌,积极充当着城市的精神指向标。植根于城市文化的城市伦理价值基础应积极平衡个人与个人、个人与集体的需求,以应付“全球化的不公平分配效应”和“城市自由发展的破坏性冲击”,<sup>[3](P344)</sup>确保城市的良性发展。按照经济学家的看法,城市的持续发展有

① 汉娜·阿伦特指出,艺术作品的持存性和其显著的永恒性使得世界图景纯粹和清晰,参见[美]汉娜·阿伦特.人的条件[M].上海:上海人民出版社,1999:161.



赖于其内在价值观(不计个人得失均予以遵循)而非完全追求利益实现的经济价值观,<sup>[2](189)</sup> 城市文化在精神支撑、伦理基础和价值导向上为价值观塑造提供了思想资源和环境氛围。

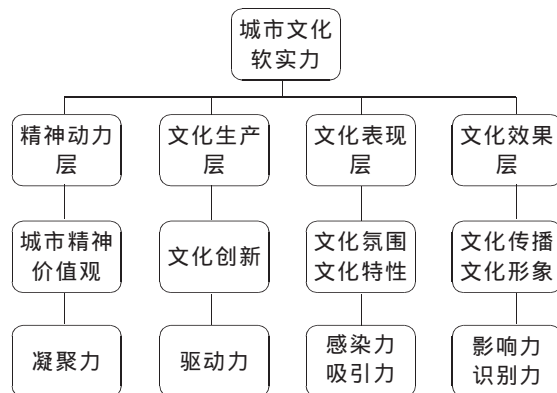
值得指出,以上探讨从城市文化对城市经济、美学品格、城市个体伦理生成的影响以及城市精神的角度分析了城市文化对促进城市发展、解决城市问题的重要性,但这种影响并不是单方面的,无论是城市的经济发展、美学追求还是主体个性完善、城市精神、价值观的养成都是和城市文化处于互动联通的状态之中,它们共同积极构建着城市的当前发展和未来图景。但不可否认,当今时代背景下,城市文化在城市相关问题的探讨中发挥着不容忽视的重要作用,甚至是关键性的作用,我们始终应该牢记芒福德所做的“城市是文化的容器”的经典判断。

### 3 基于城市文化的软实力构建

城市文化既可以体现为城市创意产业、街道和建筑、艺术品等有形的硬性资产,也可以体现为城市精神、美学品格、市民风貌等无形的软性资源,二者借助城市文化软实力能更好地发挥出其对内对外效果和公众影响力。作为软实力的衍生概念,城市文化软实力兴起于软实力和城市文化研究热潮的大背景之下。以城市发展为导向,城市文化软实力十分强调发挥城市文化的吸引力、对外影响力等软性力量和柔化手段,但已不太着重软实力概念中原本权威性(往往与政治、外交策略和政策制定相联系)的一面。当然,城市文化软实力并不专指城市文化的软性资产(城市景观、文化产业也是城市文化软实力的体现),它也并不是城市文化和软实力两个概念的简单相加;城市文化软实力强调的是城市文化作为整体与各有机组成部分展现在内外公众面前的文化凝聚力、文化吸引力和文化影响力,它是一种依靠吸引力达到目标与期望的能力,借助塑造人们喜好以获得期待性效果。城市文化软实力的提出和兴起从城市发展的顶层设计上进一步巩固了城市文化的地位,也更有利于城市文化实力的彰显,从长远的角度促进城市发展更新。

城市文化软实力以城市文化为基础,通过软性方式彰显城市文化的方方面面,它既包括了内在的精神和意涵层面,也包括了组织制度层面以及物质实体层面,但三者并非各自独立,也很难明确地划归出各自专属的对象和领域,而是作为合力共同彰显了城市文化

资源和文化实力的总体面貌。因此,对城市文化软实力的概念和内涵探讨不能简单地进行三分法,而需要从城市文化的发生层面加以分析。据笔者来看,城市文化软实力主要包括精神动力层、文化生产层、文化表现层和文化效果层四个层次。城市精神居于城市文化软实力的最内层,反映城市整体和个人的精神状况,是城市发展的动力来源;第二层为文化生产的能力,体现了城市由文化决定的经济生产活动;第三层为文化氛围和城市文化的表现力,体现为城市的总体文化环境和文化特性,彰显城市的人文气质和美学品格;最外层为城市文化的传播能力和文化形象,是公众心中对城市文化软实力的直接感知。由此,城市文化软实力要素具体包括城市精神的凝聚力、城市文化创新的驱动力、城市文化氛围的感染力、城市文化特性的吸引力、城市文化传播的影响力、城市文化形象的识别力等六个方面,如下图所示。



城市文化软实力集中体现为城市文化展示出的软性力量,凝聚力、感染力、驱动力、吸引力、影响力、识别力六项文化力量从不同方面概括了城市的软性特质,它涉及到城市精神、文化氛围、创新能力、文化特性、传播能力、文化形象等诸多方面。(1)城市精神和价值观的凝聚力集中展现了城市的精神气度、社会风习和人们的道德理想在城市内外部公众中产生的感召和归化能力,城市精神体现了城市文化中最为本质核心的部分,是城市文化的凝练和升华,也是一城市区别于其他城市的最根本原因。城市的文化气质和精神风尚以无形的方式对城市的内涵进行了诗化表达,是所有城市文化的要项中最能展示文化软实力的核心部分,也是影响城市居民最为深刻的心理和精神要素,影响和决定了其他文化要素。(2)城市文化创新的驱动力是城市实现创新发展的直接动力,文化是创新创意的温床,也是城市历久弥新的精神资源,城市文化创新以文化资

源为基础,通过拟定计划和实施方案塑造生气勃勃的城市文化景象,最大限度地激发城市的文化活力。(3)城市文化环境的感染力突出城市培育文化、促进文化创新和发展的总体文化环境,一般说来,自由、宽松、和谐、开放的文化环境能为城市中多元文化的共存和发展创造良好的外围条件,而封闭、狭隘、自大则容易将城市文化的发展推向反面。城市文化环境的形成既有历史文化的塑造,也有当下频繁文化交流的互动影响,同时还需在牢牢把握城市未来走向的基础上营造适合于城市长远发展的环境氛围。(4)城市文化特性的吸引力是在当前文化全球化的大背景下一城的文化特色所展现出的独特魅力和吸引力,文化特色鲜明的城市更容易在全球城市竞争中占据优势,纵观古往今来的著名城市无不具有鲜明的文化特色和文化禀赋,城市文化特性成为城市文化软实力的独特标识。(5)城市文化传播的影响力集中展示了城市文化在内外公众心目中的文化实力,有效畅通的文化传播方式和优质的文化内容能为城市文化的全球扩散搭建良好的桥梁和信息传播渠道,扩大城市文化的影响力。(6)城市文化形象的识别力是城市个体城市文化最为显著的表现方式,文化形象体现为城市中一切可见的文化要素,如城市的建筑形象、历史古迹、户外广告、交通标识、各类文化活动、市民行为素质等都是城市文化形象的具体体现,以感性直观方式显现的城市文化集中反映了城市的文化水准和文化品质,也是城市主观印象的重要组成部分。城市文化软实力总体而言是一种综合性的文化实力,它反映了城市文化的整体水准、发展实力以及呈现在人们眼中的文化面貌,也是生活于城市中个体的心灵和道德慰藉,当然,对它的理解还要建立在现实的城市语境和具体文化发展情况上。

以上分析表明,城市文化软实力是指通过城市的

文化和思想价值系统,通过开发和运用多种文化合力影响城市内外部公众文化感知的包括城市精神凝聚力、文化创新驱动动力、文化环境感染力、文化特性吸引力、文化传播影响力、文化形象识别力在内的各种软性力量的总和。对城市文化软实力的内涵和要项把握不仅有助于我们对城市基本形态和总体实力的把握,还借此让我们了解不同城市的个性、特色以及城市个体的文化面貌、精神气质,更为重要的是,它为彰显城市文化、提升城市发展提供了可资借鉴的途径和实施方式。

#### 参考文献:

- [1]辞源[M].北京:商务印书馆,1993.
- [2][美]赛缪尔·亨廷顿,劳伦斯·哈里森.文化的重要作用——价值观如何影响人类进步[M].程克雄译.北京:新华出版社,2010.
- [3][英]查尔斯·兰德利.创意城市[M].杨幼兰译.北京:清华大学出版社,2009.
- [4][德]海因茨·佩茨沃德.符号、文化、城市:文化批评哲学五题[M].邓文华译.成都:四川人民出版社,2008.
- [5][英]迈克·费瑟斯通.消费文化与后现代主义[M].刘精明译.南京:译林出版社,2000.
- [6][美]杜威.人的问题[M].傅统先,邱椿译.上海:上海人民出版社,1985.
- [7][德]恩斯特·卡西尔.人论——人类文化哲学导论[M].甘阳译.上海:译文出版社,2013.

责任编辑 段君峰