



文化创意在建设“公园城市”中的助力作用*

范玉刚

摘要:城市与城市之间的竞争成为新一轮全球化运动深入发展的表征,而文化是城市发展的重要驱动力之一。随着中国文明型国家崛起步伐的加快,现代化强国建设不仅要形成人与自然的生态和谐,更要实现乡村振兴与城市转型发展。“公园城市”理念的提出,对于中国城市的转型发展具有极高极强的指导意义,这不仅是习近平生态文明思想的生动实践,也不仅是一种新的文明思想的逻辑演进,更是一种新的文化观,一种建设美丽中国的文化表达,同样也是为人类文明进步贡献的中国智慧和方案。在“公园城市”建设中,文化创意有助于在城市空间布局和场景建构上增强文化性,更以文化产业的集聚来助力“公园城市”的可持续发展。

关键词:公园城市;文化城市;文化创意;生态文明;生活美学

中图分类号:G124

文献标识码:A

文章编号:2095-5669(2020)01-0047-06

21世纪是以文化为开端的时代,文化的地位和作用日益在全球凸显。文化创意和数字化互联网技术的应用,在驱动经济社会发展中可谓“互为表里”,成为新一轮全球化运动的新动能之一。不仅如此,文化创意还和生态文明建设相融合,为人类文明的跃升进行着积极的准备。生态文明视野下的文化实力日益成为影响不同城市之间竞争力的核心要素,很多新兴世界城市在发展转型中,都不约而同地把“文化立城”作为新的战略性选择。中华民族的伟大复兴和世界性大国的成长,走出了一条独特的文明型崛起之路,这就是把我国建设成为富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国。其中,文化建设和生态文明建设是实现这一宏伟目标的重要支撑,尤其是在不断创新文化理念视野下,践行习近平生态文明思想成为重要的着力点。党的十九大报告提出:“生态文明制度体系加快形成,主体功能区制度逐步健全,国家

公园体制试点积极推进。”^{[1]5}在“五位一体”的现代化事业总体布局下,国家公园体制建设取得显著进步。2019年,国家出台的一系列举措把文化保护和生态文明建设的融合程度,提升到了时代新高度。文化保护、文化创意和生态文明思想的融合趋势日益显著,这种高质量的融合发展为中华民族伟大复兴奠定了坚实的基础。随着中国文明型国家崛起步伐的加快,现代化强国建设不仅要形成人与自然的生态和谐,更要实现乡村振兴与城市转型发展,从而为人类文明做出更多的贡献。在此语境下,“公园城市”的理念呼之欲出,特别是习近平总书记在考察四川省成都市讲话中对“公园城市”概念的阐述,对中国城市的转型发展具有极高的指导意义,需要我们在理念上和实践中深刻理解与阐发。一定意义上,“公园城市”理念的提出,不仅是习近平生态文明思想的生动实践,也不仅是一种新的文明思想的逻辑演进,更是一种新

收稿日期:2019-11-06

*基金项目:国家社会科学基金重大招标项目“习近平总书记关于文艺工作重要论述与新时代中国文艺理论学术体系建构研究”(18ZD006)阶段性成果。

作者简介:范玉刚,男,中央党校教授、博导,中央党校创新工程首席专家(北京 100091),主要从事文艺理论、文化产业等研究。

的文化观,一种建设美丽中国的文化表达,这同样是为人类文明进步贡献的中国智慧和中國方案。对于城市的转型发展而言,有着生态文明底蕴的文化既是城市可持续发展的实力和形象,更是在全球化舞台上提升城市竞争力的内核和灵魂。

一、创意驱动是文化助力城市的主要来源

当今世界已经步入“城市的时代”,文化在城市化和再城市化过程中的作用日益凸显,文化创意的能力在城市竞争中的权重在逐渐上升。文化是城市发展的重要驱动力之一,城市与城市之间的竞争成为新一轮全球化运动深入发展的重要现象,有着生态文明意味的文化策略越来越成为世界城市发展的重要选项,这某种程度上已成为国际共识,其动能特征日趋明显。联合国贸易暨发展会议委员会(UNCTAD)在《2020全球核心趋势报告》中指出,所有产业均将成为文化艺术的创作产业,一个以文化创意为发展动力的新时代已经来临,并成为“人类第四波动力”^[2]。越来越多的发展迹象表明,城市的升级本质上是一种生态文明的跃升、文化创意的驱动、文化价值的衍变和思想的开放,这在深层次上是一种文明观的逻辑演进。在中国城市现代化实践中,文化创意和生态文明意识相融合的“公园城市”理念的提出,在价值意味上契合的就是这种趋势。践行生态文明思想、文化创意、思想创新、知识产权及其品牌授权,是城市可持续发展的新动能,它既是文化新业态与新思想生成的现实基础,更是优化产业结构,实现中国经济高质量发展的重要资源。放眼全球,世界发展趋势表明,文化与经济的融合度在不断加深,文化经济、创意经济已成长为全球新兴的主导性产业,其显著特征表现为产业国际分工体系的价值链高端,也是处于价值传播制高点的势力经济,产业竞争的背后同时也是文化价值观的博弈。在城市转型发展实践中,就品位塑造和形象建构而言,文化助力城市发展主要源自创意的驱动,正是文化创意的培育使城市孵化为一个超级大IP,城市转型升级

就是对IP的开发与运营,它不但能够创造财富,还能收获思想、情趣和幸福^[2]。

“公园城市”理念的提出,一方面体现了生态文明和以人民为中心的发展观,另一方面也推动了中国城市化发展模式的理论创新与实践探索。2018年2月,习近平总书记在视察成都市天府新区规划时,对“公园城市”的理念有过重要阐述。建设高品位的宜居宜业宜游公园城市,是习近平总书记对新时期城市发展做出的战略谋划、指明的方向路径、描绘的美好蓝图。“公园城市”理念的提出,也日益引发了学者们的关注和社会热议。“公园城市”的理念是生态文明意识和文化保护、文化创意的融合。“公园城市”的理念是在生态文明视野中,旨在把城市发展中的文化建设与生态意识进行提升并进行相互交融,使城市发展形态趋于公园化的品位提升,老百姓走出来就像在自己家里的后花园一样,在不断增强市民的获得感中,强化城市的归属感和认同感。

所谓公园一般指政府修建并经营的、作为自然观赏和供公众休息与游玩的公共区域。公园的本质是实现使人放松、休闲和身心的愉悦,使人能够有机融入自然环境,与人文社会环境和谐共处,是实现人们精神丰富和人格健全的载体之一。我国著名美学家宗白华在《美学散步》中深刻指出,中国美学竟是出发于“人物品藻”之美学,美的概念、范畴、形容词,发源于人格美的评赏。由人及物再到环境直至一个城市,这是一种美的精神的生成和弘扬,其底蕴既是中华美学精神,更是一种深层次的民族精神,这种精神成为一种力量在价值规范上引导着中国城市的发展。因此,在宜居乐业的城市中如何丰富人的本性,不断张扬人的审美追求,就成为新时代中国人对美好生活的诉求。作为对城市品位的塑造和人性化的促进,“公园城市”契合了城市为人的本质、为人的自由发展和生活的便利化、舒适宜居提供便利的需求。“公园城市”的发展理念既是对传统历史文化基因的弘扬,也是一种文化创意的生动实践。其实,“天人合一”的思想传统一直蕴藏在中国人的天性中,天然地有着与自然的亲近感,正如中国人骨子里就喜欢松、竹、梅、兰、菊等,正是这种自然

的人性化属性,使得公园与城市有了文化的亲缘性。“公园城市”的命名只是把这种关系显性化、概念化、文化化了,这是地道的中国本土化的审美观,也是一种中华美学精神的传播。

二、公园城市是城市新兴文化业态的审美性生成

在中国城市化进程中,曾经对城市有过“田园城市”“园林城市”“森林城市”等命名,其立意主要处理的是城市与乡村之间的生态关系,是对城市发展过程中人与自然关系的类型化特征概括。“公园城市”的命名则有着新时代的意味,除了要处理城市与乡村之间的生态关系,还要着重处理好城市与社会、城市与人、城市与文化发展、城市与创意驱动之间的内在性意味,着重凸显城市的人文属性与生态化的审美追求。究其现实性而言,这是一种生活美学的实践形态,对这一命名要把握四组关键词:新时代、生态文明、以人民为中心的城市发展理念、生命共同体意识。“公园城市”在理念上是对新时代城市人居环境发展特征的高度凝练和形象概括,是城市化和再城市化发展模式与路径转变的理论创新与实践探索,是一个渐趋成形的、走在途中的文明概念。它着眼于凸显人居环境,使城市空间结为人与自然、人与社会、人与人和谐共处的生命共同体,从而传递一种生态文明观、一种生活美学观,这是中国发展进入新的历史方位之后,一种新的城市文化的生成。

新时代是历史语境的界定,是城市升级的时代背景。以人民为中心的城市发展理念彰显的是公平正义,这是公园城市的价值底蕴。美丽、共享则使人民群众有更多的获得感;协调共生、互促共荣,注重的是发展方式的可持续性,旨在突出城市转型发展的生态化、智能化、创意化、园林化、审美化,这是一种创新性的文化价值,更是一种文明意义上的审美价值。公园即城市,城市即公园。城市与公园融合发展,体现了城市发展的创新理念,彰显的是“美丽”价值,传递的是城市转型升级的文化内涵和审美内涵。它不是“公园+城市”,而是整体性的城市升级,是创新理念的践行,需要全社会跨界协同合力而为。

事实上,“公园城市”虽然是习近平总书记在视察四川时提出的,但神州大地上很多城市都具有建设“公园城市”的基础和潜质。诸如,花园城市杭州不仅生态优美、休闲宜居,而且人文底蕴深厚,还富有创新包容精神,应该是建设公园城市的领先者。再如,四季如春的昆明市、森林城市南宁市、贵阳市,都具备建设“公园城市”的现实条件。不仅南方城市具备天然的生态条件,一些北方城市如青岛市、秦皇岛市、北戴河市、吉林市等,其生态资源基础良好,人文历史积淀深厚,在新发展理念引导下完全可以朝着“公园城市”迈进。在此意义上,“公园城市”是新时代的一种理念,是中国城市发展的现实追求,更是近年来中国生态文明建设成就的充分展示,是以人民为中心的工作导向的充分彰显。正如习近平总书记指出的,良好的生态环境是最公平的公共产品,生态文明建设不只是治理污染,更重要的是增加社会的公共环境财富,真正实现发展为了人民、发展依靠人民、发展成果惠及全体人民,是社会主义制度优越性的体现。这是一种生态文明观,更是一种文化观。正是因为有生态文明的底色,“公园城市”才能够为居民供给丰富的生态产品,彰显“天人合一”(山、水、人、城和谐共在)的生态理念和美丽的价值追求。以人民为中心的城乡一体化协调发展,践行的是新型城乡人居环境的“生命共同体”意识,新时代满足人民日益增长的美好生活需求,就需要城市提供更加丰富的生态产品和完善的公共服务,需要在城市绿地系统与公园体系相互融合中实现人与自然、人与社会、人与人之间关系的生态化,以和谐共生作为存在形态,进而推动城市由功能型走向城市治理的善治。

三、文化创意在“公园城市”建设中心要发挥助力作用

在“公园城市”建设中,文化创意要在规划设计中发挥助力作用。文化创意在“公园城市”建设中,不仅在设计理念和价值传播中发挥“虚灵的真实”的引领作用,还有利于在城市空间布局和场景建构中增强文化性,更是以价值感召

和辐射功能培育文化产业群,以支撑“公园城市”的可持续发展。在城市转型升级发展中,“公园城市”成为城市的精彩亮点,是城市的名片和展示的窗口,在城市与公园的相互衬托和促进中相互成全。因此,建设“公园城市”不能沦为概念炒作,只见公园而不见了人,更不是区域内现有公园的开放问题。“公园城市”的发展,一方面是生态文明的实践,是文化创意和思想创新的生动显现;另一方面是一个城市发展理念和城市空间布局的升级。

一是创新“公园城市”建设理念。“公园城市”建设需要创新理念,以人民为中心是“公园城市”的理念,这是一种回归文化本性的价值观,其定位契合的是人民的城市本位,是对人的自由本性的尊重。城市、公园和文化有着内在肌理的一致性,体现了“以文化上”“文德教化”的人文追求,彰显了共同的文化价值表达和对人的关怀。在人文理念的弘扬上,城市就是一个大公园,它不能以豪华和冷漠远人,体现的是新时代的包容和共享的发展理念。“公园城市”旨在品位上以丰富的生态产品、人文追求和完善的便利设施及其场景建构,彰显绿色、简约而舒适的生活美学理念,成为契合新时代的生活方式和审美观。“公园城市”以公园建设为载体,体现的是人与自然生态的和谐共处。“公园城市”也是以城市发展为载体,体现空间布局的为人属性,彰显了人文教化的价值理念。而文化创意的价值理念主要源自生活美学本质上是生活环境的美化,由此引领当代中国人追求高品质的生活^[2]。其实,文化创意原本就是一种生活概念的体现,我国台湾地区有“创意生活产业”门类,文化创意旨在提升民众的美感体验和生活品位,以独具风格的文创产品营造一种生活美学,展现出文化的质感与审美追求。随着城市发展进入新时代,“公园城市”成为这种理念的实践载体,它使人的日常生活审美化有了实在感。例如,文化创意在传统手工艺振兴中,以创意激发了传统民族工艺、民间文化的复兴,使本土化生活美学、地方文化得以张扬,从而传播了一种与时代特点相契合的生活方式。“城市让生活更美好”不能沦为一种抽象的口号,就一定要有载体和实践,它需要通

过一种文化理想、一种审美追求和品位塑造,在城市形象建构中引领“中国样式”的盛景,也在审美价值的高扬中重新定义了“诗意的中国”“品位的中国”“文化的中国”,从而建构具有新时代意味的中国样式的美学形态。可以说,具有新时代意味的“公园城市”理念的生动实践,在文明价值的意味上满足了大众对美好生活的想象与观念形态的空间建构,是大城市转型发展的方向所在^[3]。

二是引导“公园城市”设施规划布局的宜人化。在建设实践中,“公园城市”要规划布局大量公共设施,包括自然景观和城市场景建设,实现人在公园、公园在城市、城市与公园相互依存交融、城市就是大公园的目标。不同于当下城市化运动中的扩张,“公园城市”建设在物理空间布局上要实现城市为公园建设让步,丰富城市的内涵和形态。要在内容上增加城市的文化属性、娱乐人的身心、安放人的灵魂、激发人的理想追求,使城市真正成为现代人的精神家园、心灵安放地和信仰高地。这一切必然关乎城市规划中公园的布局与城市设施建设,而由设施到场景的关键,在于文化创意的融入,关涉自然生态、人、建筑、场馆、产业布局、周遭环境与城市设施的生活美学化。作为存在关系和城市场景的规划与设计,实现对“公园城市”的空间建构,可以借助本土化、民族化等文化符号的展示,塑造城市新空间,传递生活美学的理念。新时代人民日益增长的美好生活需求,为生活美学复兴提供了现实基础,也对城市空间规划布局和城市场景建构提出了更高的审美要求。

在文化强国建设的征程中,一个时代的画卷,底色是人心;一个民族的复兴,关键在精神。建构什么样的场景,有助于增进大众对民族文化的认同感、对传统文化的接受度、对生活的美好追求,彰显高质量生活需求的价值导向,这是一个值得认真重视的问题。打动人心的不仅是积淀的文化传统,更是中华美学精神和追求生活之美的精气神。场景建构要激发城市活力,还要成为传承和创新文化的载体。不同的城市场景蕴含了差异化的文化价值取向,某些城市场域会上升到文化和价值层面,因意义的生成和价值观的传播而成为文化空间。在规划

城市空间布局上,城市文化空间无疑具有杂糅性,然而在总体价值意味上,不同文化娱乐设施显然有着不同的价值取向,如开放或保守、张扬或寂静、愉悦或沉闷等。差异化的文化价值取向往往吸引不同的群体前来进行文化实践,从而推动区域经济社会的发展。对于具体的消费者来讲,这个文化空间就是文化场景——一个提供生活舒适性和便利性的场域,这里的社会纽带由希望、欲望和梦想来定义,健康的社会纽带经由对这些价值观念的体验来实现。“公园城市”的理念践行,可以在实践中使市民、公园、城市三者关系更具生态化,并作为满足市民对美好生活追求的重要内容。在“公园城市”建设中,城乡一体化的融合发展体现的是协调发展的理念,践行的是新型“命运共同体”的城乡人居环境的生态化诉求^[2]。

城市的升级必然会建造大量的城市设施,这些设施是“公园城市”场景建构的基础,它有别于单纯的服务设施、公共设施、文化场馆。这些迥异之处主要表现为,场景在文化城市中传播的是一种价值观(积极的、开放的、包容的、反叛的、保守的、时尚的、传统的),会形成一种城市的价值取向,从而会影响某些特定人群的生活与工作,因场景与经济特别是某些产业有正向度关系,同时场景与社区环境特别是文化的自主表达有着内在关联,因而场景建构会影响城市的经济与政治格局。美国芝加哥学派代表性理论家克拉克教授就非常注重场景对一个创意城市及其创意阶层形成的重要作用,并建构了测量城市场景的方法和维度。作为一种生态文明追求,“公园城市”注重的不单是自然景观,更是城市场景的建构和生活美学的价值再现。“公园城市”的场景建构,是一种休闲文化、地方文化的张扬,也是一种文化创意的集聚和价值观的感召。场景建构的价值观,是一种体验式的文化价值感召,因此场景建构要注重文明传承、文化延续,让城市留下记忆,要在“公园城市”建设中保留“乡愁”。场景在“公园城市”建设中的重要性不言而喻,它传达的是一种价值观,是对创意人才集聚的感召。在文化创意和文化经济时代,艺术家、时尚设计者、工程师、作家、金融家等,特别是其中的一些年轻人,往往

为一个城市的氛围尤其是场景的感召而来,由此集聚为一个城市的创意阶层。在城市空间布局的实践中,文化场景是一个人文意味的概念,是“公园城市”文化空间的价值显现。而城市创意阶层的集聚,更多依靠文化的包容性、艺术的多样化、审美品味的塑造和城市创意氛围的营造及其价值认同感的吸引力,尤其是对创意成果的保护和IP形象授权的商业开发^[4]。由此,城市在规划设计上的宜人性,就显现为是否可以做到自然生态、景观元素和城市文化气质的内在统一,这将直接关乎“公园城市”中场景的空间布局和价值观建构,从而影响城市的文化品位。从场景建构来看,如何使城市的文化气质及其包容开放的文化态度与“公园城市”的设施建设关联起来,文化创意的内蕴会助力“公园城市”场景建构,使之与城市底蕴和社会主流价值传播相契合。事实上,与场景建构相关的“创意阶层”已成为城市转型发展的新动力,在“公园城市”中注重场景建构与流行文化的品位塑造,能够使城市愈加具有活力和竞争力,在城市竞争中收获更多的注意力。就此而言,文化创意之于城市空间规划布局的引导作用,有利于其在“命运共同体”中塑造公共空间、凝练城市精神,使大众有充分的体验感和文化获得感^[2]。

三是以产业孵化支撑“公园城市”的可持续发展。在建设实践中,“公园城市”不仅是空间布局,还要关乎民生,实现宜居乐业,需要诸多与发展阶段和新时代城市建设要求相切近的产业或产业群来支撑,以解决区域内居民的生存就业以及生活便利化等问题。“公园城市”在建设要充分考量由消费高地演化为生产流通展示之地和对外开放高地,要凸显鲜明地域特色和浓厚历史氛围的街区,植入以文化为基石的商业元素。对于地方文化特色餐饮、非遗等工艺品的展示,能够产生价值上的感召作用,使游客能感同身受浓郁的地方民俗生活场景,从而使文化价值兑现为经济价值。在“公园城市”建设中可以设计多种业态,在健全产业链中为城市创造财富。在“公园城市”的建设实践中,需要有人气的集聚、适宜的产业植入和文化载体建设,为城市创新凝聚更多资源与力量。

结 语

归根结底,在发展理念上,城市是为人的,它需要实实在在的抓手和载体,需要生动的地方实践。在城市转型升级中,与时代发展相契合的“公园城市”的发展和建设更是为了人们的美好生活,旨在使城市发展成为现代人诗意地栖居之所。这才是“公园城市”得以成为城市转型升级的文明指向,这是新时代中国人精神文化表达的价值指向,这种无限的可能性需要文化创意的多维度支撑,并不断丰富着中国特色社会主义发展道路的内涵,成为中国特色社会主义文化自信的坚实支撑。正是文化创意的多维度支撑,使城市在高质量发展中迈向文化经济,以文化经济助力新时代人民群众对美好生活的追求^[2]。严格意义上,文化经济是文化与经济交融之后的一种经济形态的升级,是契合时代特点高质量发展的、有品质的人性化的经济,是具有价值传播意味的势力经济的一种形态,它以低碳、绿色的物质消耗获取最大化生活幸福,使文化与经济发展在更高阶段上回归“以人为本”的轨道上。文化产业原本有推动产业升级、提升民众生活质量和幸福感、改善社会环境的功能,如某些有影响力的节庆活动、具有意味的场景建构,通过结合在地文化特性,创造出不同的艺术价值,不断提升民众的趣味和在地性资源原有的产值,形成有影响力的文化品牌,

在与周边相关产业融合发展中有利于改善社区、城区、城市的环境与气质,进而在竞争中提升城市的人文性与艺术魅力。文化创意最大的效益是改善环境,带动相关产业发展,任何产业只有注入文化内涵,才能更有可持续发展的活力。日常生活审美化之可能,在实践中离不开文化创意的多维度支撑。作为一种实践方式,创意设计就是生活;创意设计就是文化体验,其背后是价值观和人生态度。在发展理念上,文化创意引领一种生活方式,越来越成为重构大众日常生活的重要力量,也越来越成为满足人民美好生活、提升人的生活品质和审美品位的主导方式,也成为新时代城市转型发展的新动能和内生动力。公园是有形的载体,在“虚灵的真实”中审美与文化是城市的肌理和内涵,弘扬文化、创造文化就是城市无形的效益扩张,就是城市的影响力和美誉度,就是广泛性的价值感召,这是“公园城市”发展的价值指归。

参考文献

- [1] 习近平.决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利[M].北京:人民出版社,2017.
- [2] 范玉刚.提升文化创意力 彰显公园城市的人文价值[N].成都日报.2018-11-21.
- [3] 范玉刚.提升文化创意力 彰显公园城市的人文价值[J].新重庆.2019(3):46-48.
- [4] 范玉刚.雄安新区的文化建构和价值传达[J].河北大学学报(哲社版).2017(4):78-85.

Cultural Creativity Plays an Important Role in the Construction of Park Cities

Fan Yugang

Abstract: the competition between cities has become the symbol of the new round of globalization, and culture is one of the important driving forces of urban development. With the acceleration of the rise of Chinese civilization, the building of a great modern country should not only form the ecological harmony between man and nature, but also realize the rural revitalization and urban transformation and development. Put forward the concept of “park city”, to the transformation of China’s urban development has the very strong guiding significance, not only is the vivid practice of xi jiping, ecological civilization thought, a new logic evolution of civilization thought, but also a new concept, construction of a beautiful expression of Chinese culture, is also contributing to human civilization and progress of Chinese wisdom and solutions in China. In the construction of “park city”, cultural creativity is conducive to enhancing the cultural character in the spatial layout and scene construction of the city, and helping the sustainable development of “park city” with the agglomeration of cultural industries.

Key words: park city; cultural city; cultural creativity; ecological civilization; life aesthetics

[责任编辑/李 齐]