

人，诗意地安居——打造魅力城市，构建城市公共环境文化

燕群

(莱芜职业技术学院，山东济南 271199)

摘要：通过公共环境建设来传承文化，彰显时代，提升城市品格，更好地为人服务，实现城市的终极人文关怀，体现了可持续发展的原则，突破了城市环境艺术的狭义范畴，拓展了城市环境艺术的内涵和外延。

关键词：城市环境文化；魅力城市；可持续发展；以人为本

Man, Poetically Settled—— Building a Charming City and Building an Urban Public Environment Culture

Yan Qun

Laiwu Vocational and Technical College, Jinan, Shandong 271199

Abstract: Through the construction of public environment, we can inherit culture, highlight the times, improve the character of the city, better serve people, and realize the ultimate humanistic care of the city, which embodies the principle of sustainable development, breaks through the narrow category of urban environmental art, and expands the connotation and extension of urban environmental art.

Keywords: urban environment culture; charming city; sustainable development; people-oriented

城市环境文化是一个城市的形象体现，代表着城市的精神和灵魂，是城市可持续发展的根本。响应国家号召，全面深化改革，完善城市功能、建构城市公共环境文化、带动民生经济发展，打造宜居、宜商、宜游的“魅力城市”，是城市发展的长远目标和规划蓝图。

要完成建设“魅力城市”的长远目标和规划蓝图，把城市建设成一座宜商、宜居、宜游的魅力之城，就必须科学规划先行，以规管建，构建

城市的核心竞争力，提升城市的地域文化品位，塑造城市的独特人文，走可持续发展道路。要从战略角度出发，解决公共环境的本土化进程问题，为快速推进的城市化建设提供持续的文化动力源泉，真正使公共环境为大众服务。以城市公共环境为研究范畴，以“文化观”为主体，以“人性化”为目的，以“现代化”为手段，以“艺术化”为理念，遵循“天人合一”的和谐理想生态观，延续历史文脉、展示本土文化、弘扬城市精

神文明、提升城市环境文化形象，提高文化软实力，将回归人的需求作为出发点。

打造“魅力城市”，构建城市环境文化的思路如下：

一、宏观调控、科学规划，综合协调，确保城市建设有序发展。

依托政府职能，充分发挥其主导作用，结合城市实际，对城市环境建设进行宏观调控、科学规划，组织和协调全社会各方面的力量，确保城市环境建设在统一规划下有序发展。

明确各部门的管理职能，增强各部门对于城市建设的责任意识、危机意识、文化意识、精品意识。各级各部门加大资金投入，不断完善城市基础设施建设，建设好金融保险、交通运输、现代物流等生产性服务业和住宿餐饮、文化旅游、房地产业、社区服务等民生性服务业等等，担负起城市形象建设的长期任务，群策群力，加大“文化惠民”工作力度，为建设魅力城市作出新的更大贡献。

二、深入挖掘，保护传承历史文化

一座城市的历史文化遗产既是城市自身独特的地域文化符号，也是独属于一座城市的财富，值得后人深入研究、传承发展。要树立文化战略的思想高度，深入挖掘城市的历史文化资源。

城市历史文化遗产延绵至今，是树立城市市民文化自信、凝聚向心力、打造城市文化符号的厚重内核所在。在历史发展的长河中，有许多值得人们感怀、纪念、传承的风物遗韵，例如传统的饮食文化、戏曲文化、民俗文化、商业文化、红色文化等等。这些都是城市环境文化建设的源泉，打造魅力城市，就要把握城市形象定位，抓住城市的地域特色。地域特色是城市极富价值和

竞争力的个性所在，城市环境建设应对城市的地域特色、人文环境、民俗风情等做深入的研究，建设彰显鲜明地域风格的城市。

要提炼地域主题文化，形成文化标识。地方特色、民俗风情是一个城市的文化特质和精神内涵的体现。发掘和整理城市文化内涵是一项浩大的系统工程。城市建设需要通过艺术家的设计，以城市环境艺术的形式把文化具体展示出来，树立城市鲜明的公共艺术符号和形象；鼓励专家学者深入城市，收集整理地方人物志、民俗风情故事等；保护文化遗产和民俗资源，如城市特产、城市传统剧目等等，注重挖掘和培养非物质文化遗产传承人，使地域文化薪火相传，绵延不断。

三、弘扬城市文化核心价值观，提升市民文化品位

提炼城市核心价值，形成“人人参与文化、人人建设文化、人人享受文化”的良好氛围，有力提升市民的整体文化品位。

1、重视市民精神文明教育，通过各种媒体网络宣传、市民讲座、城市文化墙、城市标语、公园文化角等形式宣传中国优秀的传统伦理道德观念。加强社会精神文明的宣传教育，通过清明、端午、中秋等民俗节日宣传中国传统的民俗节日文化，还可以通过植树节、国庆节、劳动节等大力弘扬积极正向的社会主义文化价值观等等。

2、大力组织开展群众性文化活动，如组织各种企业文化、校园文化、社区文化等的宣传教育活动，提高文化在市民阶层的普及性，培养人人参与城市环境建设的市民意识。通过市民参与问卷调查、投票选举等参与社会体验类活动，动员全民参与城市形象设计活动；重视群众社区文化，增加资金投入，完善社区文娱活动基本设施，提

高群众参与的积极性,提升居民文化自觉。文明城市建设应给公众参与留足空间,充分发挥人民群众的主体作用,鼓励市民通过各种方式参与城市建设和管理,最大限度调动群众的积极性、主动性、创造性,在共治共管、共建共享中提升幸福感。

四、注重“以人为本”的城市环境建设理念

1、注重“以人为本”的公共设施建设。要处处体现出对人的尊重与关心。在城市公共设施建设要考虑以人为本的理念,一切基于人的需求,方便市民出行和生活为第一要素,注重公共设施的细节建设。公共环境的发达完善程度是城市形象和文明程度的重要标志。

2、塑造魅力城市公共空间,满足广大市民的生理、心理层面的需求,达到让人安全、舒适、愉悦的目的。城市公共空间设计应强调群众性、场所性。注重空间系统布局,创造空间个性特色。关于城市人性化公共空间设计手法思路如下:

①规划居住区公共空间设计,有机融入自然环境因素,创造丰富的景观,组织多层次的绿色空间环境。重视市民活动广场承载的功能和意义,开发郊区公园、综合性公共公园供市民休闲游玩。

②开放空间的设计要注重人的隐私性,创造具有生态美学的自然环境景观。精心规划设计市容市貌,设计城市标识景观,如城市标识雕塑、吉祥物形象、园林绿化造型等等。

③城市公共环境需要“见缝插针”搞建设,大处着眼、小处着手,在建筑物环境装置中预留有艺术性的雕塑或立体装饰的空间。加强城市环境整治、维护管理,让这些城市“小空间”发挥作用,使之成为市民游客学习、休憩的打卡胜地。

④凸显城市标识元素,确立标志性建筑景观。

城市雕塑是“城市的眼睛”,需要一个能代表整个城市发展定位、体现城市文化内涵的雕塑景观作为城市标志,能够让这个城市雕塑成为凝聚城市人心的标杆。壁画是最亲民的环境艺术,在城市公共环境摆放一些能够反映本地历史、文化、民俗特色题材的壁画,让广大市民欣赏了解,这将对塑造整个城市空间魅力产生连锁效果。城市建筑内外的大型招贴画、广告牌等可以营造美好城市的良好氛围,宣传城市经济文化发展成效,打造城市魅力形象。

五、建设人与自然之间的和谐关系,因地制宜,人人受益

以人本价值作为推动城市发展的核心取向,让城市设施建设“人人受益”,让城市环境建设融入到广大市民鲜活的日常生活之中,这体现出城市特有的人文精神。

1、重视美术馆、音乐厅、人民剧院、文化广场、主题公园、娱乐中心、图书中心等文化基础设施建设,为城市居民休闲文化活动提供必要的场所。

2、在文化基础设施建设上要注意因地制宜。“空间所处的地理方位不同,所依傍的生态风貌万千,其可以承载的美学价值与社会学意义也各有侧重。”^[1]在城市文化设施布局明确功能分区,以绿化植物配置来烘托建筑和城市景观气氛。城市文化设施、建筑物的环境设计之间要相互配合,构筑城市建筑有机次序,打造城市整体特色文化。重视艺术景观与自然环境的融合,充分利用城市周围独特的自然环境,根据自然地形,建设城市公共艺术景观,让人工环境与自然环境相统一,满足市民大众的日常生活的需要。

六、打造城市文化名片,推介城市形象、增强城市魅力

依靠地区独特优势，整合文化资源，打造强势而响亮的城市文化符号。

（一）注重城市形象传播

完善以“魅力城市”为核心价值的城市标识系统，全面开展城市形象传播。大众心目中的城市形象很大程度上来自于传媒强大的传播功能。城市形象的塑造离不开有效的城市传播。利用媒体广告、直接营销促销、公共关系、个人销售等媒介载体进行传播，建立体现城市独特核心价值的城市形象，使得大众产生初步的形象认知进而上升到更高阶层的文化认同。塑造“魅力城市”不仅要并用多种传播途径，而且要将政府公关、宣传活动、教育引导等多种方式加以综合利用，以求实现传播效率最大化。

一方面应努力加大投入，通过在国内主流媒体展示城市形象，创作以城市为背景的歌舞、戏剧、影视、动漫等文化题材；通过挖掘、整理城市地域文化等多种方式，充分整合城市资源，扩大对外影响，有力提升城市在全国的知名度。

另一方面，可以借助商品博览会、书画展览、戏曲展演等契机，对外交流宣传，并通过播放城市形象片、专题片、网页宣传等，全方位展现城市的良好形象，使人们对城市形象有一个更加直观的了解。

（二）建立城市标识使用规范

确保城市标识在传播过程中的统一性，必须制定城市标识使用规范，出台和完善具有中英文字体、标准色彩、象征图案及其组合形式等基础标识要素的城市标识视觉手册，

对全市各部门如何使用城市标识进行细化和明确，确保标识应用规范有序。

（三）制作官方对外城市标识宣传品

官方制作系列城市宣传片，应以“魅力城市”为主题，从人物、产业、景色、文化等不同视角，拍摄一系列富有创意、能吸引人的宣传短片，并通过电视、网络、传媒等途径广泛播放。

制作城市宣传画册、折页。通过摄影大赛等形式，向全社会征集最能展现城市的人文、景观、历史、经济等各方面形象的精美图片；以“魅力城市”为主题，制作出版城市宣传画册，在机场、汽车站、火车站、邮政网点等地免费发放，并作为宣传资料应用在政府对外公务活动场合。

本文试图从文化战略的理论层面入手，深入研究城市环境的文化建设与社会职能，并探讨传统文化、民俗风情、地理环境等因素间的相互关系。通过公共环境建设来传承文化，彰显时代，提升城市品格，更好地为人服务，实现城市的终极人文关怀，强调城市公共环境建设要体现文化自觉和文化意识，树立文化战略的理念，体现了可持续发展的原则，突破了城市环境艺术的狭义范畴，拓展了城市环境艺术的内涵和外延。城市公共环境要明确城市定位，打造空间主题，保护生态环境的同时强调地域特色，兼顾城市公共环境中文化建构的理论指导性和实践的可操作性，实现以民为本、服务大众的愿景。

德国哲学家海德格尔曾说：“人充满劳绩，但还诗意地安居于这块大地之上。”^[2]城市环

境宜居、宜商、宜游是我们的梦想。城市建设重视人性化尺度，时刻从市民大众的角度出发，更快实现“人，诗意地安居”的理想目标。

参考文献

- [1] 吴凤思.《打造新型公共文化空间，为城市叙事打开更多可能性》[N]. 南方都市报，2023-11-29.

- [2] 海德格尔.《人，诗意地安居——海德格尔语要》[M]. 郅元宝,译. 上海：上海远东出版社，2011.

版权所有©2024本文作者和香港科技出版集团。本作品根据知识共享署名国际许可证(CC BY 4.0)获得许可。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access