

# 对发展上海生态文化的思考

上海市文化广播影视管理局局长 胡劲军

- 加强生态文化建设,最重要的是大力发展民生文化,将文化的关切视点,聚焦到百姓的绿色居住、本色生活上来。
- 生态文化从肌理上是生态与文化的资源整合,从内涵上是文化与生态要素的有机融合,从逻辑起点上是用更人性化的生态理念、方式和手段发展文化。
- 发展生态文化,前提是树立生态理念,基础是发育生态基因,根本是创新生态政策,重点是实施生态工程,关键在培育生态人才。



来自首届市民文化节合唱大赛的101支优秀合唱团队,参演人数超1.3万人。

随着美丽中国、生态文明、宜居城市、美好生活目标的提出与推进,生态文化建设的课题客观地摆到了政府面前。对生态文化究竟是什么的内涵、为什么的主旨、做什么的取向和怎么做的方式,从生态的视角开展调研与思考,助推上海建设成为一座不仅在城市存在结构的物理形态上充满文化性,而且在城市广阔空间拥有生态宜居的人文禀赋,是上海建设全球城市的重大命题,是发展城市多元文化、提升城市国际形象的需要,也是实现人们美好城市、美好生活梦想的重大举措。

## 一、厘清生态文化是什么的内涵

一座城市,固然要有文化记忆,更要有宜居的良好人文生态环境。在自然生态上烙上文化符号,追求文化内涵与生态行为的有机统一,是现代城市和社会发展的必然选择。随着文化发展环境由封闭转为开放,人们生活方式由单一转为多元,无论文化的内涵还是外延都大大拓展了。除了文化表达的物理固化形态外,文化还凸显出与时代相契合的内生性生态功能与意义。

文化似雨露。生态文化犹如充满温情的雨露,让一些因饥渴和失意、失恋、失恋、失业、失足的人们,在雨露滋润下重新燃起青春的火焰而活力再现。生态文化不需要喧闹造势,不需要没有实际意义的形式与口号,而需要雨露似的润物无声。

文化似空气。生态文化有如空气,受益不觉,失之难存,需要不断净化、重点保护。如果每个人都注意从生态文化的角度考虑问题,类似毒胶囊、地沟油、黄浦江漂浮死猪事件就会大大减少。生态文化内核可感知却看不见,摸不着,但生态文化对人的影响却是巨大且潜移默化。

文化似食粮。在生态文化的食粮效应下,人生会演绎得更加富有人性、人情、人品与入味。生态文化,是人生赖以幸福生活最重要的食粮基础,缺一不可。次文化、泛文化、泡沫文化、快餐文化,都不是生态文化,唯有给人心力、魄力、魅力、魅力的文化,才是我们需要的生态文化。

文化似沃土。生态文化的沃土,是人们生长的根基,前进的助推、成就事业的支撑。人类一旦叛逆或远离生态文化,就会因缺少灵魂和精神支柱而出现空心现象。生态文化源自于民间、植根于大众。自觉地把自已置身于生态文化的沃土中,信仰、信赖和信服生态文化,应成为人的不懈追求。

## 二、明确生态文化为什么的主旨

文化生态化、生态文化化,在西方包括亚洲地区一些国家和城市,已不仅仅作为文化发展的理念而已成为成功的实践。上海有令人瞩目的良好的生态文化基础,生态文化发展空间十分广大。加强生态文化建设,最重要的是大力发展民生文化,将文化的关切视点,聚焦到百姓的绿色居住、本色生活上来。发展生态文化的主旨,归结起来有四为:

一为民需。随着人们生态文化意识的觉醒,思维和行为方式的改变,物质生活条件的改善,不仅期待拥有丰富的物质生活,而且对精神文化的内生表达、内容供给、样式呈现,也要求呈现生态自然。人们更多追求和崇尚的是富有原生态秉性的轻歌曼舞,充满情趣的休闲放松。适应百姓人性化体验的心理需求,推动文化回归自然,保障百姓的生态文化权益,应该成为生态文化建设的重点导向。

二为民利。在改革深入推进、社会及人们利益格局大变动、大调整的背景下,人们也必然更加关注自己的生态文化利益,期盼能在更加生态、环保、绿色的文化氛围中,舒心地享受高雅文化、亲近大众文化、参与群众文化、拥有创意文化;期盼能更加公平、便捷、均衡、优惠、低价甚至是免费享受生态文化消费。契合人们的生态文化利益诉求,我们在各类公共文化设施建设布局、使用和开放,在重大文化产业的集聚发展,在文化市场的结构优化、文化教育培训、各类特殊群体特殊文化利益的满足等文化行为上,应更加突出百姓切身文化利益因素的考量。

三为民富。通过大力发展具有生态元素的区域文化、社区文化、农村文化、校园文化、绿地文化、地铁文化、江河文化、商业文化、建筑文化、园区文化、街头文化、家庭文化,不仅可以使人在不经意间领略文化风情,感受文化创意,开阔文化胸襟,调节文化心态,享受文化成果,而且可以使更多人因拥有文化本领施展的平台、拥有更多文化就业机会而走上致富之路。生态文化为民、生态文化致富,是我们党为人民服务宗旨的体现,也是政府的职责所在,我们应积极创造更多的生态文化致富机遇,让更多

的人因发展生态文化而富裕起来。

四为民乐。从生态文化思维出发思考问题,可以让人更加富有梦想与智慧;用生态文化理念引领创新,创新会充满不竭的原动力;以生态文化的方式推动发展,发展会更加科学和可持续;用生态文化的心态调节社会关系,社会会变得更加和谐;用生态文化的思路举办节庆活动,既节俭、节能、环保,又方便百姓参与。首届上海市民文化节不搞大型开幕晚会,不搞豪华制作包装、不片面追求大场面大投入,花钱之少、参与人次之多、社会效果之好,均创本市历史之佳绩。生态文化与民同行、生态文化让民快乐、生态文化促社会公平,我们在这方面还应大力加强。

## 三、把握生态文化做什么的取向

生态文化从肌理上是生态与文化的资源整合,从内涵上是文化与生态要素的有机融合,从逻辑起点上是用更人性化的生态理念、方式和手段发展文化。生态文化应从四方面做:

一做绿色公益。坚持公益性、公共性作为生态文化建设的出发点、落脚点,进一步加强上海东、西、南、北方位,市、区县、街镇、居委(村)四级生态文化设施建设布局优化,加强重点地区覆盖,填补新城地区空白,弥补远郊地区不足,切实完善城市15分钟公共文化设施布局。推动全市各级各类图书馆、文化馆、美术馆、博物馆、社区文化活动中心等公共文化场所,本着更加自然生态、绿色环保的思路,转变服务方式,不断加强具有生态创意、生态内涵、生态品质的人性化功能再造,使文化场馆从环境、布局、设施到内容、运作、服务等细节过程,自始至终充满着生态语言、生态视觉、生态导览、生态服务等生态文化元素。从政策制度层面,推动一线高档文化场所自觉树立公益性生态文化发展意识,不断降低百姓消费门槛,扩大优惠票、低价票、公益场范围,努力为百姓提供绿色生态文化服务。推动各类公益文化主体,从加强生态格局构思、生态品种打造、优质生态服务入手,建立和完善长效免费开放机制。充分发掘各类生态民营文化资源,盘活存量,开拓增量,着力打造生态民营文化的上海样本。鼓励和支持拥有生态文化场所的社会各类主体向市民免费开放,政府提供一定补贴。公益文化应适应生态文化发展需要,建立政府主导、

社会参与、百姓参加、成果共享的公益性生态文化建设绩效跟踪评估体系,坚持用人文尺度检验城市公共文化服务效果。

二做人文内容。充分发挥政府创作机构、民间创作资源、大专院校创作新生力量、全球创作精英的合力作用,集中创作和打磨一批思想性、艺术性、观赏性、生态性俱佳的为人民群众喜闻乐见的文化精品力作。在环人民广场剧场集群打造中,应充分融入生态文化理念、手段及技术,将该剧场群建设成在国内外具有广泛影响力的重点生态文化内容提供、功能示范基地。应大力发展上海生态传播文化,应通过加强规划调控、科技手段监管、推动跨区域和跨国界发展、持续实施炭屏净化工程,消除炭屏污染,构建传播文化环保体系,努力提升上海生态传播文化内涵品质。切实加强对社会各类视频、互联网文化、新媒体及各类文化类广告内容的有效监管,让百姓感知和享受生态文化视觉艺术。运用首届市民文化节的经验,推动上海国际艺术节等一系列重大节庆和群文活动强化内容办节、低碳办节,生态办节,改变大投入、大制作、大场景的思维模式,使节庆的办节方式、表现形式更加宜人生态和绿色环保。应依托5个东方系列内容供给系统,加强上下对接、适销对路、供需统一的生态型内容生产,使生产的内容更加符合百姓口味。推动全市文化产业创意园区、重点文化产业基地、休闲娱乐场所、游戏游艺机房和网吧,立足绿色环保、低碳高能、资源节约、产品人文等内涵要素,促进生态文化柔性发展。推动迪斯尼、梦工厂等品牌项目的生态文化内容的生产与供给,将这两个项目打造成生态文化内容的国际生产商与供应商。

三做融合文章。坚持文化与相关领域有机融合,在融合中合趣、合体、合力,是生态文化建设的必然要求。加强文科融合,在公共文化服务、文化重点产业发展、文化市场体系建设、文博事业发展中引入数字技术,开展数字化生态文化服务,打造数字化生态文化产业,培育数字化生态文化市场,构建数字化生态文博发展体系。推动文教融合,从文化、教育各自的资源优势出发,实施强强联合,开展优势互补,着力在设施资源共用、人才资源共享、发展成果共享等方面,联手打造出在全国具有示范作用的生态文化、生态教育融合发

展的上海样板。着力在文旅上融合,以生态文化、生态旅游、生态文化旅游集聚区建设为目标,精心打造更加宜人的精品旅游品种和线路,推动打造上海市旅游节、青浦水文化节、闸北茶文化节、奉贤菜花节、金山沙滩音乐节、崇明生态旅游文化节等系列生态文化节庆品牌,在节庆中融入生态思想、生态智慧和生态技术,彰显旅游的生态人文效应。注重加强文绿结合,在更具有人文生态的城市绿地举办高雅艺术音乐会、群众性歌会,在城市景观绿地树立多媒体生态文化传播大屏,在人员集聚大型绿地培育和举办面向市民的生态艺术集市。做到哪里有绿地、哪里就充满生态文化氛围,形成纵横交错、点面结合、市区贯通、比比皆是的海城市生态文化网点。推动文化与城市开发建设部门融合,建立融合机制,加强信息交流,确保城市生态文化资源的刚性保护。探索文化与交通运输部门融合发展新路,在司乘人员中营造温馨友善的生态人文行车乘车环境,维护城市的交通秩序。在文化与卫生医疗系统有机融合中创新抓手与路径,使与每个城市人生命健康息息相关的医疗卫生系统更具生态人文特性,医患关系更加和睦。加强对家装行业、建筑行业、城管系统生态文化的推介与移植,运用生态文化的撬动杠杆作用,助推城市装饰环境、建筑功能和城市管理更加体现以人为本的主旨。做好文金融融合发展工作,借助上海的金融优势,着力为生态文化建设提供资金保障。

四做氛围营造。应立足生态文化建设的本体内涵,通过田园式、校园式、家园式、乐园式、水文式等生态文化载体,大力加强社会主义核心价值观体系建设。应在各种具有生态元素的文化活动、文化载体、反映生态主题的文艺作品中,注重融入社会主义核心价值观体系内涵,真正使社会主义核心价值观体系在不知不觉中深入人心,成为每个人的自觉行动。在社会发展和管理中,应更多地融入生态人文关怀,坚持通过平等式、互通式、交流式、启发式协调和处理各类社会矛盾。面对改革进入深水区、各种利益格局深度调整和利益主体多元的现实,应从生态文化面前人人平等的视角,大力提倡生态文化的社会公平正义,加强生态文化公平顶层制度设计,建立百姓共享文化成果的公平保障机制,聚焦生态城市发展中的生态文化

建设导向,不断加强城市中开发生态文化资源的保护和利用,推动生态文化保护立法,有效延续城市生态文脉的记忆、积淀和释放效应。契合人们选择居住中生态文化砝码的加重,从点滴入手、从细微做起,切实推动城市生态文化氛围的营造,全方位实施生态文化进地铁空间、进广场绿地、进商圈商街、进剧场、进社区、进外来人员集聚区,让文化与生态牵手,润泽广大市民。

## 四、创新生态文化怎么做的方式

推动生态文化建设,必须着眼于生态文化的内生规律,实现人与人、人与社会、人与自然的和谐共处。具体可创新以下四种做法:

一是依法做。对新出台的《上海市社区公共文化服务规定》等法律法规,应加大宣传力度,推动贯彻执行。对国家层面近几年出台的一系列文化政策,要结合上海实际,积极推动落地。对现有的各类文化规划引领类、政策扶持类、财政保障类、金融支持类、民营文化发展类政策,要按照以人为本、生态发展的要求,开展梳理、调整和完善,力求用足用好,发挥其最大的政策效应。应着眼生态文化发展,加强政策创新突破,研究制定生态文化发展和保护利用政策、生态文化与相关领域融合发展引导与支持政策、具有生态元素的文化设施品牌政策向生态化转型发展的优惠扶持政策、具有自然生态内涵的重点文化民生项目促进政策、生态文化园区和基地发育与引领政策、生态文化发展成果的评定及表彰激励政策。

二是合力做。生态文化具有流动性、区域性特征。应充分发挥全市17个区县的合力,形成生态文化建设的市区联动、区际互补、资源整合、整体带动效应。围绕生态文化发展,在区县层面组织试点,摸索在全国具有示范效应的经验。在市委宣传部领导下,加强对上海电影集团、上海东方传媒集团等大型国有文化集团生态文化建设的指导和引领,充分发挥他们在城市生态文化建设中的宣传造势、舆论主导、主动参与、影响社会作用。协同有关部门,围绕浦东、虹桥机场、车站、码头、星级宾馆、酒店、大型综合商场、超市等人文窗口,实施生态文化融入工程,让广大宾客充分领略和享受生态文化服务的惬意。以深化政府职能转变为核心,进一步处理好政府、社会、市场之间的关系,大力发展和培植各类社会机构、行业组织和民营企业,从解决人从哪来、事从哪来、钱从哪来等关键问题入手,逐步将可由各类社会组织、中介机构、基金会等承担的相关事务从政府手上转交出去。以市场为导向,进一步推动政府简政放权,将政府工作的重点真正转移到宏观调控、行业监管、社会管理和公共服务上来。对完全可由市场主导的,政府坚决不干预;对依靠市场自身力量可调节的,政府坚决不插手;对市场中的矛盾,坚持依靠解决市场而不是行政的手段解决;对市场中的失序、失范、失控行为,政府坚持依法依规加强管理,确保市场公平、有序运营。

三是凝心做。针对生态文化的便民、利民、乐民、亲民品质,大力加强生态型公共文化服务类人才队伍建设,与上海视觉艺术学院联手,开展万人公共服务人员培训计划。立足演艺业、影视

业、动漫业、娱乐业等八大重点生态文化产业的快速集聚、链式发展,利用开展辅导、岗位锻炼、项目实践等途径,推动生态文化发展创意型、经营型、复合型人才队伍建设。着眼上海文化市场的生态布局、生态结构、生态环境的完善与优化,积极抓好社会文化市场巡查员、义务督导员、283个社区窗口服务人员、17个区县市场科科长和专管员队伍建设。利用上海文广影视培训中心、上海文广影视行政事务受理中心和上海市群艺馆等平台,开展生态文化建设规划设计类、业务专题类、群文类人才主题培训。借鉴办博经验,通过文教结合、社会招聘等方法,大力加强生态文化服务志愿者队伍建设,开展生态文化大使评比。结合文化走出去与引进来,借助外高桥对外文化贸易平台,推动外向型骨干人才队伍建设,构建人才智库,加强人才储备,为生态文化造福人类、走向世界提供人才支撑。充分利用上海独特的生态文化资源优势,通过广播影视等媒体,开展对市民生态文化思想宣传教育,使发展生态文化成为市民共识。着眼上海步入老年化社会的特点,着力发展老年生态文化,用生态的手段设计城市为老人而不是人为城市的功能,将城市打造成为老年人的养老乐园。

四是创意做。生态文化发展有赖于理念创新、设计出新、平台推新和机制造新。坚持从自然生态的思维出发,确定文化思路,推动文化发展,将文化发展促进GDP增长的思维模式转到促进生态平衡、民生幸福指数考量上来;将文化产业发展的经济标准转到可持续发展的生态标准上来。加强生态文化与政治、经济、社会等统筹发展规划设计,研究制定上海市生态文化建设近期、中期、长期发展规划和三年行动计划,创新生态文化发展由市领导牵头、文化部门负责、体育、旅游、教育、绿化、卫生、环保、城管等部门共同参与的综合协调、合力推动平台,全市生态文化发展的绿色许可准入平台,长三角地区生态企业及生态文化品牌的联动发展支持平台。加强对文化高科技企业、外向型骨干企业、具有自主知识产权的重大原创企业发展的生态引领,推进生态文化优先发展、品质发展和特色发展。大力发展生态型艺术超市、剧场超市、娱乐超市、动漫超市,让平民与生态艺术、商品结缘。重点加强郊区农村和外来人员重点导入区的生态文化建设,让生态文化在与农民、外来人员结缘中,更加凸显地气与活力。加强对社会关系中绿色交往引导,重礼仪、轻礼品,重情感、轻情面,有利于遏制公款浪费,改进作风。坚持将生态文化建设纳入各级政府文化部门职责范围,并相应创新建立生态文化建设责任主体负责机制、信息汇总交流机制、督促检查和考核评估机制、国有与民企同等扶持机制、重点生态文化品牌的催生与支持机制。

总而言之,生态文化与文化生态、生态文明、生态城市建设一样,同样需要梦想。生态文化是一项全新课题,是政府面临的一项重要任务。发展生态文化,前提是树立生态理念,基础是发育生态基因,根本是创新生态政策,重点是实施生态工程,关键在培育生态人才。推动上海生态文化建设,政府最重要的责任在于营造城市生生态的生态文化建设氛围。上海是一个拥有近2400万人口的巨型城市,生态文化大都市,应切实将生态文化建设摆上重要议事日程,精心组织部署,扎实推进,寻求阶段突破,确保取得实效,努力将上海建设成具有生态文化内涵与特质、在全国甚至全球具有示范效应的美丽宜居城市。



全场万余市民合唱《致世博》向世博会致敬。梅赛德斯奔驰文化中心是中国2010上海世博会开幕以及落幕的地方,曾是“世博梦”圆梦之地。



“魅力童心”板块中,两支青少年队伍正在争夺“最美童声”称号。当晚的评分来自全场上万名市民观众代表的掌声分贝数。