文化让城市增色 市民因文化润泽

——对世界城市视角下上海市民文化发展的思考

上海市文化广播影视管理局局长 胡劲军

在国家和上海文化大政方针框架下，用5年左右时间，推动实施与上海城市功能定位和人民群众精神文化需求相适应的市民文化内涵拓展、品质提升、功能完善、样式创新、氛围营造、成果普惠六大战略，实现上海市民文化元素更加活跃、品种更加丰富、结构更加优化、消费更加发达、特色更加鲜明、影响更加广泛的六大目标，进而将上海建设成全国一流、亚洲知名、具有国际影响力的世界城市市民文化资源集约地、效能示范地和体验首选地。

上海市民摄影大赛颁奖典礼开场舞蹈中，手持相机的舞者们将专注摄影的定格姿态融入节奏明快的舞蹈中。 司 羽 摄

市民文化是世界城市的共同话题，世界城市在全球文化中发挥着至关重要的作用。市民文化从何而来，以人兴文；市民文化做什么，以文化人。全世界一半以上人口集聚在城市，世界城市应致力于塑造市民文化，使市民文化成为世界城市发展的核心引擎与市民共同的精神家园。

上海是一个迅速变化的城市。在这个非同寻常的语境里，文化被视为城市灵魂、命脉与凝聚力的源泉，城市的细胞中充满着文化元素与文化基因，市民文化在城市中扮演着独特角色。与此同时，随着人们思想独立性、思维开放性、个性多元性、需求选择性的增强，市民文化也有理念须不断更新、内涵须更加丰富、样式须大力创造、行为须加强引领等新情况新问题要应对。为此，笔者结合近年来工作实践，做了一些思考。

总的构想是：在国家和上海文化大政方针框架下，用5年左右时间，推动实施与上海城市功能定位和人民群众精神文化需求相适应的市民文化内涵拓展、品质提升、功能完善、样式创新、氛围营造、成果普惠六大战略，实现上海市民文化元素更加活跃、品种更加丰富、结构更加优化、消费更加发达、特色更加鲜明、影响更加广泛的六大目标，进而将上海建设成全国一流、亚洲知名、具有国际影响力的世界城市市民文化资源集约地、效能示范地和体验首选地。

一、用政府主导的公共文化服务市民

30多年来的改革开放，不仅使上海的经济社会发生了巨变，而且使人的思想、观念、情感、愿望及思维方式发生了变化，即文化层面的变化。文化与经济不同，文化润心，悄然无声。现在城市人经济条件好了，生活在日新月异的变化，然而人们活得好像并不那么自在，并不觉得轻松，为什么？文化的缺失是一个重要原因。一位哲学家说过，人在饥饿时，只有一个烦恼，一旦吃饱饭，就会生出无数个烦恼。一个烦恼是生存的烦恼，无数的烦恼则是发展的烦恼。解决一个烦恼靠物质，解决无数的烦恼，则需要靠文化。因此，世界城市不仅要让人致富，更要让致富后的市民变得更有文化，尤其是发展好具有民生意义的公共文化，通过公共文化强化文化认同。《纽约市文化蓝图》提出一个观点："纽约城市的认同感，源于文化的作用。"1998年世界银行发布的《文化与持续发展：行动主题》报告提出："文化为当地发展提供新的经济机会，并能加强社会资本和社会凝聚力。"纽约、伦敦等世界城市注重给予市民以尽可能多的活动和交流空间，在市民的公共活动中，文化渗入生活的方方面面。

上海一直在打造一流的公共文化服务。在上海，公共文化被视为最直接服务于市民的文化，公共文化被放在十分突出的位置研究、部署与推动，创新形成了"双十有"模式。从政府提供公共文化角度，"十有"是指活动有载体、供给有平台、品种有选择、需求有保障、经费有投入、建设有队伍、成果有评估、展示有品牌、融合有支撑、管理有抓手；从市民文化需求角度，"十有"是指发展有规划、娱乐有设施、创作有项目、活动有参与、需求有满足、管理有责任、协调有机制、权益有保障、消费有优惠、效益有考核。我们的公共文化具有鲜明的公益性特征，政府买单，老百姓享用，这是由国情与制度决定的。生活在上海这座充分享受公共文化服务的城市，市民很惬意很舒心。

市民文化需要有载体。载体如同一个文化容器，其扩展无非两个条件，一是扩容即硬件，二是增加容器内的密度即软件。而首要的是硬件，这是发展市民文化的必要条件。像纽约、伦敦、巴黎这类有较长发展史的大都市，其文化基础设施都非常健全，拥有诸多世界著名的设施。如纽约的百老汇、林肯艺术表演中心、美国大都会博物馆、美国自然历史博物馆，伦敦的格林尼治、威斯敏斯特和伦敦塔、11个国家级重点博物馆、19个国家博物馆、400个公共图书馆、366个档案馆等。巴黎为了避免城市成为"露天博物馆"，在城市中心区域和边缘地区兴建了许多新的设施。近年来，上海来加快文化设施建设，采取市里出一点、区县出一点和街镇出一点的办法，建成了一批环境、功能、保障一流，全国领先的四级公共文化网络，基本形成15分钟公共文化圈，即市民步行15分钟，就可享受到公共文化服务。今年，上海重点推动了全市重大项目中6个正式和1个预备文化项目建设。

经过持续不断的建设，上海的公共文化设施规模显著扩大，覆盖全市，使市民就近、便捷、均衡享受文化服务成为可能。据《2012年中国公共文化服务发展报告》显示，2012年上海公共文化产品总量在全国排名第一，投入总量排名第三，两项的人均排名第一。目前，上海市共有公共图书馆、博物馆、美术馆、社区公共文化活动中心586家，村（居委）综合文化活动室5245个，可容纳200人至1500人以上的文化广场百余个。特别是世博会中国馆变身为中华艺术宫，城市未来馆变身为上海当代艺术博物馆，在上海城市的天际线上构筑了最具示范性的市民文化新标识。去年10月以来，去上海中华艺术宫参观的中外观众络绎不绝，节假日平均每天要达到1万人次，春节长假每天达到2万人次。参观者认为，到中华艺术宫并不只为看一两个展览，同时也是为了享受美术圣殿的设施环境。从这个角度讲，世界城市一定要有世界级的文化设施。

市民文化需要造氛围。文化氛围犹如地心引力、雨后露珠、解渴甘泉、清新空气，让人近悦远来，与文化相随。文化氛围所产生的凝聚力、辐射力、影响力无疑是巨大的，许多世界城市都相当注重营造城市文化氛围，通过各种手段增强城市空间的文化气息、人文气息与艺术气息。在一些距离世界城市千里之外的小镇可以看到，这里人的文化生活水平与大城市没有太大的区别，而上海中心城区与远郊城镇间的文化差距却显而易见。这种差距很大程度是文化氛围的差距。一座城市要有足够的影响力，让人仰慕，就不能缺乏文化氛围。

上海从去年开始实施文化氛围营造战略，全市上下积极呼应，上海市政府将此列入重点工作推进。上海市文化广播影视管理局制定了《关于上海营造城市文化氛围三年行动计划》及10个分计划，联手区县、动员社会、依靠群众，分10类、100余个项目在全市同步实施剧场、影院、影像、广场、地铁、商圈、集市、街头、机场、市民文化十进工程，让文化穿越于城市乡村、空中地下、大街小区、社会家庭，与市民近距离接触。

在营造氛围中，重点创办了首届市民文化节。这是一个以全新理念、思路及方式办的真正接地气的文化节，市民自编、自导、自唱、自演，自主参与，自得其乐。在举手参与、印发活动全表、网上发布等机制撬动下，社会主体参与办节的热情空前激活，有100多家社会主体积极申办，10项赛事均放在社区举行，吸引了市民参与，整个活动场次预计达2.2万场，参与人次预计超过2400万，这在上海历史上是前所未有的。市民文化若没有市民的参与，就不能说是真正意义上的市民文化。2004年伦敦制定的《文化发展战略》提出，要通过文化加强社区内的联系以保证文化的全民参与。在这一战略实施下，一半以上伦敦人去影院看电影，1/3的人会每年至少去一次剧院或美术馆，每个周六有50万年轻人参加俱乐部活动。悉尼是一个中等规模的世界城市，节庆活动是悉尼的巨大优势，这座城市非常重视运用轻松、欢快的方式让市民参与文化活动。由此说明，各类文化活动不仅要让市民在参与中尽情享受，同时还要让市民在享受中涵养内心，成为有文化的市民。

市民文化需要靠融合。到过上海世博会的人都有这样的感受，那些具有异国人文风情的影像展示，即使若干年后也会记忆犹新。世界城市发展的实践表明，文化不可能孤立地存在，文化只有更好地与相关领域融合，求同存异、和而不同，才能释放出更大的能量。巴黎在制定城市发展策略时，优先考虑文化的融合发展。2004年《台北文化政策白皮书》指出，文化与产业、社会与教育相结合，呈现更丰富的文化内容与生活品质。这是台北维持世界级竞争力，打造都市化、国际化魅力台北文化城必不可少的一环。

适应全球文化经济化、经济文化化趋势，上海加快了上海文化与全国、全球文化融合的步伐，重点推动了文化与科技、文化与教育、文化与旅游、文化与金融、文化与商业、文化与贸易等十方面融合。我们把提升市民文化品质作为融合取向，依托科技手段，打造"一朵云和四个下一代"；立足提升市民特别是青少年文化素养融合，在学科建设、人才培养、实践基地与项目建设四方面与教育合作；注重在丰富市民的旅游文化生活上融合，实施文化进宾馆、进景点、进机场、进地铁、进公交工程；在增强商业体中文化内涵方面融合，把环球港四楼1万平方米空间打造成面向广大市民的公共文化服务平台。在文金、文贸等融合中，上海也都将市民文化放在融合的天平上考量。还有中华文化与世界文化融合，未来5年内，中国会有4亿人次到海外，上海在与世界文化融合中大有可为。融合不仅可拓展市民文化空间，而且可让市民享受到更多文化融合成果。

市民文化，说到底是为人民大众服务的文化。随着改革的深入特别是利益格局的调整和市场经济体系的完善，满足市民文化需求，不仅要更好地发挥公共文化服务的作用，而且要借助市场的手段。市民文化依托于公共文化，公共文化服务于市民文化。既要运用公共文化促进市民文化，又要利用市民文化检验公共文化。特别要加强公共文化服务设施、项目、范围、标准、投入、评估等制度化设计与安排，更常态化地实行公共文化场所免费开放政策，将公共文化场所真正建成市民文化之家。

二、用开放包容的多元文化润泽市民

上海和世界其他城市一样正处于一个特殊的历史时期，城市尤其需要文化滋养，市民特别需要文化润泽。当下的世界是一个开放的世界，开放的世界需要开放的文化。余华在《兄弟》一书中说，别的国家400年的经历，我们在40年就全部经历了。这是一个被压缩的历史过程，也是上海文化不断开放走向世界的过程。上海文化的最大优势是对外开放，开放的城市性格造就了上海多元与多彩的特有文脉。上海拥有近2400万人口，每年入境海外游客与纽约相当，具有许多世界城市无可比拟的市民文化庞大且多样化的受众群。如何让近2400万人口人人都能拥有文化？这是一个大课题，不仅我们关心，世界也在关注。世界城市已无法忽略上海，上海的发展也不可能脱离世界。

世界城市的市民文化应该有自己的视角，否则就会千城一面。伦敦是文化多元性最为广泛的城市之一，几个世纪以来，大量的犹太人、东欧移民和非洲人、亚洲定居者来到伦敦。现在全英国近一半的外来人口居住在伦敦。东京的独特性来源于其平等主义的文化，其在高雅与通俗文化间区分也不明显。虽然这座城市表面上可能并不显得特别多元，但事实上它有许多不同文化。上海的多元文化源远流长，讲好上海市民文化故事，不能没有上海视角，应用上海视角进行国际化表达，做到既坚持一元又不排斥多元，在坚守我们文化主心骨的同时，让世界不同文化在上海碰撞、交融、生存与发展。

市民文化的内涵要多元。文化属于大众，每个市民都生活在文化之中，都自觉不自觉地创造或体现着某种文化。英国学者查尔斯·兰德利曾说，成功的多元文化道路也是一种智慧的选择与创造。与许多世界城市一样，上海市民文化的积淀深厚、内涵丰富、结构多元，市民文化对市民的启迪、陶冶、审美、怡情等作用，体现间接与深远，常常发生在潜移默化中。上海市民文化多元而不割裂、流动而不流俗、动态而不凝固、重形式而不轻内涵。从商也好、从政也好，本市也好、外来也好，在上海总能找到属于自己的文化。

广播电视是传统与现代兼备的市民文化最生动的表现方式。上海从各类城市群体的视觉文化需求出发，以新媒体和网络文化为重点，积极发展全国广电制作"又一中心"，全市广电制作机构总量近800家，市民足不出户，每天有152套电视节目可供观看，其中高清节目18套。高雅文化在市民中有着不错的观众群，上海大力发展京昆、交响、芭蕾等高雅文化，以高雅文化为标志的各种文艺形态完整发达，上海市156家文艺团体每年可向市民提供3万多场文艺演出。大众文化在市民中广受青睐，上海注重发展通俗文化、民间文化、大众文化与小众文化，每年组织群文活动40万场，参与人次3200万。创意文化愈来愈受到众多市民的追捧，上海着力发展演艺、动漫、艺术品、休闲娱乐、网络游戏等创意文化，上海市100多家创意园区让市民文化的选择性体验大大增强。时尚文化成为最具市场潜力的文化，上海是一个时尚之都，世界著名品牌95%在上海集聚。迪斯尼、梦工厂和佳士得落地上海，强化了上海时尚文化的磁场效应。文化市场是市民文化的温床，上海重视市场主体培育，上海市文化经营机构超过7000家，文化市场产值首破400亿元。演出经纪机构517家，主营年收入7.2亿元。娱乐场所1865家，在《2012年世界城市文化报告》调查的12个城市中名列前茅，上海文化市场发展充满了活力。

市民文化不仅要让城市美丽，还要让市民心灵美好。习近平总书记在全国宣传思想工作会议上指出，要弘扬主旋律，传播正能量。这为市民文化发展指明了方向。市民文化提倡什么、反对什么、追求什么，这是市民文化发展的原则问题，不能含糊和动摇。市民文化的样式要多元。世界城市发展模式不尽相同，但有一点是相似的，那就是文化。文化让城市走向世界，文化的语言是世界通用的语言，文化的方式是最容易被人接受的方式。世界城市大都是市民文化品种样式丰富多元的城市。与大多世界城市一样，上海市民文化产品生产什么、为谁生产、怎样生产，完全取决于市民的多样化需求。针对不同市民群体的诉求发展不同样式的文化品种，但不因为发展多元文化而放弃主流文化的主导地位。

在活动文化方面，上海市积极办好市民喜闻乐见的国际、国家和市级重大文化活动，每年有近千批次、超万场中国上海国际艺术节、上海国际电影节的涉外演出奉献给市民。去年，上海通过全市户外大屏向市民免费直播中国上海国际艺术节重点演出。在舞台艺术方面，着力推动国家舞台艺术精品工程，扶持新人新作，有40家文化机构的83个节目申报"2013年上海市小剧（节）目评选展演"。在美术方面，上海以43个反映上海的人物、事件、风俗、建筑等题材为切入点，开展上海历史文脉美术创作工程。在文博文化方面，上海立足于挖掘、保护和利用并举，既加深了城市的历史文化积累，又发挥了文博资源的利民价值。在影视方面，上海鼓励现实题材电视剧创作生产，力争使当代题材电视剧达到全年电视剧总产量的50%。实施上海电影新青年计划，创作一批微电影、微视频，依托全市172个展馆开展大学生独立影像放映活动，与南加大电影学院、温哥华电影学院合作，打造中国一流影视教育基地。今天的上海，市民文化呈现出多姿多彩局面。市民们普遍感到，文化生活比以前更丰富了。

市民文化的供给要多元。信息社会市民的思想不同于封闭年代，既开放又多元，文化供给仍像过去一样政府唱独角戏显然是不行的，必须发挥社会的力量实行多元化供给。许多世界城市市民文化普遍被人们所认同与接受，多元化供给保障是不可忽视的因素。纽约拥有2000家非营利文化艺术机构，拥有80多种有线新闻服务、4个国家级电视网总部、24家有线电视公司，集聚了35家以纽约市为基地的广播电台和100多家地区性广播电台，在纽约的任何地方都能感受到极其丰富的文化供给。法国人乐于也善于文化供给，但在200多年前，只有皇室和贵族才能享用这些供给。上海人的文化供给观变化也很快，享用文化供给的热情与冲动与过去已不可同日而语。他们不仅心仪文化、崇尚文化，把文化作为一种生活方式，而且对个性化、便捷性的要求也越来越高。

市民文化供给最重要的是体现文魂、文气、文味。我们把以社会主义核心价值体系为主要内容的供给作为核心要务，在供给中大打文化民生牌，以东方宣教中心、东方大讲坛、东方社区学校服务指导中心、东方社区信息苑、东方社区文艺指导中心文化配送系统为依托，采用资源整合、百姓点菜、政府买单、区县联动、按需配送方式，为上海市基层、社区、农村提供节目、讲座、教育培训、数字电影、文艺指导员等服务，年受益近6000万人次。满足市民的读书求知需求，是供给的重中之重，上海以上海市中心图书馆一卡通服务为重点，建成三级图书馆网络，通借通还书刊人藏量达720.32万册。上海开展上海学子非遗展馆行活动，特制了《上海学子非遗展览馆行护照》，所有在沪学生均可免费领取和到指定非遗展馆免费参观。利用基层的文化平台开展供给，有利于提高供给的效能，上海重视利用市、区、街镇图书馆、阅览室、农家书屋、居民点、楼宇等市民身边的文化网点开展供给，让市民就近享受文化服务。建立公共文化设施免费开放长效机制，是有效供给的保障，上海扩大图书馆、美术馆、博物馆、文化馆和社区文化活动中心免费开放范围，建立长效免费开放机制，并首推"文化上海"发布、导览、品鉴、典藏四大系列丛书。市民文化幸福指数显著提升。

开放、包容是上海市民文化的最重要特征，重要的是开放不是放任，包容也不意味着什么都容纳。应充分利用浦东发展自贸区机遇，在进一步加强文化开放包容的同时，有效加强对多元文化的引导。市民文化是一个开放系统，上海市民文化总体上是开放的，但又有开放不够的一面。美国的文化遍及世界，在全球具有极强的话语权，高度的开放融入是不可忽视的因素。上海具有独特的市民文化对外开放优势，应以更加开放的胸怀，推动上海市民文化走出上海、走向全国、走进世界。

三、用人文关怀的体验文化感染市民

市民文化是关乎每个市民的文化，其核心是促进人的全面发展。这几年上海做的一些节目，比如达人秀、梦之声、舞林大会、外滩灯光秀、时装舞蹈秀等，又比如首届市民文化节中的音乐、舞蹈、戏剧、美术、书法、创意、摄影、收藏、创作、家庭音乐会十项赛事活动等，很受欢迎，一定程度上反映了市民的文化需求倾向。在上海，市民文化需求被视为政府文化部门的第一信号，政策支持体系注重针对不同人群、年龄、身份、学历、性格、个体兴趣爱好设计制定，市民需要不需要、喜欢不喜欢、满意不满意被作为评估标准。市民文化成为最具市民元素的文化。

市民文化权益要用法制去保障。市民文化既要人性化服务，也要科学化管理。上海正在加强建设国际文化大都市，在这一过程中，市民文化还存在层次上参差不齐的问题，有高格调的，也有低格调的；有正能量的，也有负效应的，就看善不善管理。上海市民文化近几年发展势头很快很好，这得益于管理。一是不断深化政府职能转变，准确定位，把市民文化的重点由审批转变为监管。去年以来，上海将审批从91项减为73项，市民文化发展的门槛大大降低。将部分权力向区县、社会和行业组织下放与转移，真正实现由管脚下向管天下、由管系统向管社会、由单一管理向综合管理三个转变，市民文化主管与主导的边界责任更为清晰。建立由上海市委宣传部统筹、市发改委等相关部门参与的上海市公共文化服务体系建设领导小组，市民文化发展统筹更为高效。实施社会化、专业化运行管理体制，对近百家公共文化设施实行委托管理，市民文化管理更加专业。

（下转第七版）