

# 成都市文化形象建设的思考

邓经武

【摘要】 作为巴蜀文化聚焦的成都市,有着城市文化形象建设最可贵的种类众多特色鲜明的文化资源。把不可复制的特色文化资源通过物质化方式展示给世人,对市民文化素养的提高和审美趣味的提升,有着重要作用。用“文化成都”的样本,显现“文化中国”的一个侧面,也是应对全球化文化趋同的重要战略。

【关键词】 文化建设;成都形象;文化资源;个性特色

【中图分类号】 G112 【文献标识码】 A 【文章编号】 1008-0139(2012)02-0064-4

作为国家“统筹城乡综合配套改革试验区”的成都市,自2003年以来,已经在“统筹城乡协调发展”的改革试验中做出了显著的成绩,已经获得了“三个集中”(工业向集中发展区集中、农民向城镇和新型社区集中、土地向适度规模经营集中)、“六个一体化”(城乡规划、城乡产业发展、城乡市场体制、城乡基础设施、城乡公共服务、城乡管理体制等的“一体化”)的辉煌成就。同时,我们必须看到,这些成就,可以涵盖经济建设、政治建设、社会建设三大领域,却在“文化建设”方面,却

明显缺失。因为,就当下的中国发展的国策而言,需要的是“四位一体”(经济建设、政治建设、文化建设、社会建设)的全面发展。按照这个标准,成都市应该及时跟进,加快文化建设的步伐。

文化建设的内容甚多,城市文化设施如社会公益性文化设施的公共图书馆、美术馆、博物馆、科技馆、体育馆等基础性设施的硬件建设,已经被很多人认识到了。中国的每个城市、包括成都市,都在这方面投入了大量的财力物力和人力。确实,这些硬件设施为广大市民的文化消费与文化艺术活动,提供了条件,为提升普通市民的文化素养、培养现代社会的文明公民,发挥着巨大的作

本文为成都市社科联2010年立项、成都大学社科招标项目《文化成都》的阶段性成果。

〔作者简介〕 邓经武,成都大学教授,四川 成都 610106。

用;这也为文化创造者的文化传承与创新活动提供了良好的空间。

在“现代化”的城市建设理念支配下,中国城市的文化设施建设、包括成都市的城市文化设施建设,大多雷同,缺乏自己的特点。例如,成都市体育中心、四川省与成都市图书馆、成都市娇子音乐厅等大型文化设施的外观形制,如果把其标牌名称去掉后,换上任何一个城市的名称都可以。像天府广场这样的不可置换的城市文化形象设施建设,在成都街头还太少。一个城市的精魂和个性呈现,就在于其对自己传统文化的传承与张扬——这才是城市文化形象建设最困难的所在。

城市建筑的任何一种具体物质形制,都应该让人感受到一种独特的文化韵味。北京的四合院与上海的里弄,就是不同文化风格的民居;同样是皇宫,北京的紫禁城与巴黎的凡尔赛宫,却具有东西方的不同历史文化内涵;伊斯兰文化圈的穹隆建筑以及尖拱窗形式,与西方哥特式高耸的尖塔构成鲜明对比;即使是现代化建筑,纽约的摩天大楼与上海的摩天大楼,都有各自的文化韵味。城市的建筑不仅是凝固的音乐、立体的绘画、实用的雕塑,是技术与艺术的完美结合、实用性与观赏性的统一,而且必须具有鲜明的民族的、地域的、时代的独特文化内涵。

事实上,区域发展的差异性和不平衡性是中国社会、乃至整个世界发展过程中呈现出来的一个基本特点。一个区域的禀赋受到地理、资源、文化传统、民族、基础设施、市场等一系列因素的影响,经历了漫长的历史而形成自己的个性;一个区域的政治、经济、文化等形态,又往往集中体现于一个中心城市形象之中。独特的地理气候条件、资源禀赋、构成因素及分布状况、由之而来的特有的生产、生活方式,以及由这些前提条件决定而形成的文化、制度、人口规模等,这就决定了每一个城市都是独特、不可互换的。一个城市的建设必须体现自己对历史理性和人文精神的理解和体验,展示自己独特的社会图景和地域文化气象。这种图景和气象,固然展示着这个城市

当下的社会面相和精神世界,更要呈现出特定地域社会的文化面貌。我们对一个城市的文化形象的认知,要将其视为一个复杂的、互动的、长期的历史过程的结晶和缩影”,要将这个地域空间中多重因素叠合的社会文化因素,通过物质化的建筑设施,进行显像化的展现。于此,这个城市动态的社会经济文化等发展变化的时间历程,通过不同街区的各种物质化手段,得到立体的“全息化”展示。也就是说,通过对“地域空间”的历时性的过程和场景的重建与再现,常常更有助于广大市民与外来者,对这个区域社会历史脉络与文化创造历程及其特色精妙之处的感悟与理解。

特定的区域,既是人类在一个特定空间中生存的历史过程单位,同时也是他们基于特定自然条件禀赋而进行生存活动与文化创造的空间。这个具体的时空,一方面为该区域人类的活动提供了条件和限制,但同时也是他们进行独特历史创造的“场”,一种独特的历史就在这种特定空间展示了自己的过程。作为巴蜀大盆地社会政治经济文化中心的成都市,应该承担起这个任务。因为位处巴蜀大盆地的成都,有着自己漫长的发展历史,一直是内陆大都市、大陆型农耕文化圈城市的典型。

成都形象定位是“文化、历史之都”,这早已被四川省与成都市政府、本土学术界与广大市民所确认,成都市为这种城市文化形象的建设,也做了大量工作,努力把这种品牌形象特征用物质化、视觉化的方式,外显出来,昭示世界。在武侯祠、杜甫草堂、青羊宫、文殊院、大慈寺、宝光寺、都江堰与二王庙、青城山等历史文化保护地的完美化建设等方面,投入极大并获得很好效果;在锦里、宽窄巷子、文殊坊等街区的文化形象设施建设上,也取得较好成绩。

但是,可以被称为“文化、历史之都”的城市尚多,中华人民共和国国务院行文批准并对它们进行重点保护的中国历史文化名城,截至今天至少已经有113座。所以,作为“中国历史文化名城”的成都城市建设,必须探索一条自己的路子。

## 二

寻找一个城市的独特定位,以塑造自我形象,是全球一体化浪潮中世界各国、各城市都在热切关注的问题,城市经济的发展需要品牌形象的塑造,而文化形象的打造,则是最具有吸引力的标识,活动吸引、设施吸引、景观与环境吸引、氛围吸引,都属于城市形象吸引的内容。城市首先因其独特形象而引发外部世界的关注兴趣,形象设施是一切社会经济文化活动得以进行的物质基础。设施的建设,首先应该是其独特文化设施的建设,一个城市文化建设的意义,就在于此。耸立的高楼,宽阔的大道,繁华的商业,是所有大都市的共同点,成都应该以自己独特的形象标识,来打造国际知名的城市文化品牌。当下人们纷纷探讨“绿心城市”、“生态城市”、“田园城市”的建设问题,思考一个城市给居住者营造的生理健康条件;而立足于这个城市居民心理的健康发展、尤其是在全球化趋同形势下“文化中国”的重建问题,成都市的城市文化形象建设,就应该在“文化中国”的成都版本探索上,做出自己的贡献。

作为“西僻之国”又是“戎狄之长”巴蜀大地的首府,成都的“天府”物质优势孕育了独特而丰富的文化,这大量见载于文字典籍,也沉积在街道地名中,五担山、金牛坝、支机石街、天涯石街、五块石、石室等所蕴含的神话传说故事,君平街、驷马桥、万里桥、琴台、金马街等所记录的古代文化名人的事迹,这就是当年杜甫入蜀时所看到的“新人民”奇异风俗,感受蜀地“异俗嗟可怪”的原因。《古今图书集成·坤舆典》卷14“五块石”条:“(成都)府城治南万里桥之西,有五石相叠,高一丈余,围倍之。相传下有海眼,昔人尝起其石,风雨暴作”。再如天涯石,《四川通志》卷49引《旧志》:“(天涯石)在府河之西岸,其石入地不知几许,高六尺余,周围五尺余。若有掘之者,有风雷之异。”明代曹学佺的《蜀中名胜记》卷二载:“成都风俗,岁以三月二十一日游城东海玄寺,摸石于池中,以为求子之祥”。巴蜀“大石崇拜”文化

的特征,就由此展现出来。

在物质层面,以金沙遗址、宝墩遗址命名的六座文化遗址,十二桥“羊子山土台”建筑群遗址,已经成为人类早期物质文明的一个文化标杆。

“椎髻左衽”民俗风习,就是巴蜀先民在发型、服饰和价值观念等方面特定审美倾向的体现。无论是巴地的双椎髻还是蜀地的单椎髻发型,都与当时本地的陶器、铜器型制的高、尖(如小平底和尖底罐)造型相一致,从而与中原地区崇尚鼎、盒及与荆楚地区偏好鼎、敦一类厚重、稳固、合比例的器物形制构成鲜明对比。窄长细似柳叶的“巴剑”和窄长无胡的三角援“蜀戈”,都饰有手心纹、虎纹等繁复花纹,这种喜好华美的审美取向,区别于北方民族尚质朴节俭“实发实秀、实坚实好”。盛行蚕桑之事的蜀中,汉代就以“细密黄润”的蜀布行销全国,甚至远至西亚地区,诸葛亮常以之作为外交礼物,致使曹丕感叹“前后每得蜀锦殊不相似”。唐代蜀锦更是以“简中黄润,一端数金”的细腻艳丽而再次显现着巴蜀人对美的高度把握程度。

因此,当下的成都的城市文化形象建设,无论是色彩线条、花纹绘饰、图案形制、器物体式、雕塑型制等方面,都有着数量极为丰富、品种繁多的地域文化资源,可供采用。只有采取这样的建设理念,成都市的形象建设,才会显示出不可复制、不可混淆的自我特色,从而真正达到“这里是成都”的理想效果。

## 三

成都市是国务院首批公布的24个国家级历史文化名城之一。现有世界文化遗产、各级文物保护单位有上百处,但许多尚未没有得到更好的打造与转化。“既丽且崇,实号成都”的历史文化内涵还需要更好地进行现代性展现。成都市地处巴蜀文化的核心,地域文化底蕴丰富,对非物质文化遗产的保护、开发和创新,合理转化利用传统文化资源,强化成都文化形象,以及“成都造”的品牌资源。



例如,“汉代文章两司马”中的司马相如,至今还没有建立起巨型雕塑;尤其令人遗憾地是,成都市大力打造的文殊坊仿古街区,在仿古建筑设计方面做了大量工作以求体现出“历史文化”,但是真正的历史文化却未能抓住,位于其中的金马街,就缺失了当年居住在那里写《金马碧鸡赋》的汉代名人王褒的雕像;又如钯钹街,是以中国古代尤其是明代盛行的一种兵器命名的,是大慈寺僧人练武存放兵器的地方,应该有的中国古代兵器展示内容却未能得到体现;水井坊街区的设计,应该抓住中国酒文化尤其是四川酒业历史的流变历史而进行形象演示;汉代扬雄的《蜀都赋》以及引起“洛阳纸贵”盛况的晋代左思《蜀都赋》,还没有通过形象直观的方式展示出来。

既然唐代以来就有“天下诗人皆入蜀”的盛况,成都市的街头应该以“繁星闪烁”的各种雕塑、石刻、碑文铭牌,直观地凸显“文化成都”的独特魅力。成都的巴金、李劫人,新都的杨慎、艾芜,郫县的扬雄、温江的王光祈、崇州的常璩、邛崃的司马相如卓文君等名人文化品牌都需要着力打造。成都市南部的“南方丝绸之路”沿途的文化景观,需要强化建设,这对中国乃至世界上古历史、中外交流沟通的研究,尤其是对成都形象的厚重历史内涵的外显等,包括文化产业的发展,都具有重要意义。用“全域成都”的视野,构筑城乡一体、既富于民族化本土化特色、又具有高度现代文明色彩的成都文化形象,尚有巨大的拓展空间,如沱江流域的金堂县城、金堂县的淮口镇、五凤镇应该大力发掘打造“川江号子”等非物质文化遗产。利用巴蜀文化的文化积累,少消耗不可再生的自然资源,多开发智能性、知识性文化资源,加大地方文化资源的保护与开发力度,形成地域文化特色,增强文化的吸引力,从而强化自己的文化软实力。

在城市形态上,把文化内涵与文化理念体现和渗透在城市规划设计和建设中;在城市精神上,让城市具有独特的文化品位、个性魅力和时

代特征;在城市产业上,让城市有蓬勃活跃和持续发展的文化产业;在市民心态上,让市民有进步的心态和良好的综合素质;在评价体系上,用文化指标来评价和考量城市的发展水平、愿景和潜力。

但是,除了一些专业人士外,绝大多数成都市民和外来游客,都对这些文化积淀了解太少,其原因就是城市建设未能把厚重的文化内蕴通过物质形态,实实在在地呈现于世人的面前。一个有着悠久历史的城市,汇合着所在区域物质形态与精神形态的文化诸因素。城市的布局、建筑形制、道路、通讯设施、公共场所、水源及给排水设施、垃圾处理设施,以及行道树、草坪、花卉等“人化自然”等构成了城市的物质外形。路桥景观、城市雕塑、街头憩园、机关学校、楼堂馆舍、居民小区等的物质化建设上,有着营造文化氛围的极好空间。特色鲜明个性独异的巴蜀文化各要素,可以通过通过显像化物质的有形传播,形成“润物细无声”的无形影响。

外来游客在城市观光、休闲的同时,可以获得丰富的历史和文化知识而产生“不枉一游”的满足感,同时也因为直观形象、具体可感的雕塑石刻而获得赏心悦目的美感。同样地,本地市民在日常生活中,被随处可见、可触可摸的实实在在的文化设施所熏染,在潜移默化中自然产生对自己所居住的城市的骄傲和自豪感,从而强化热爱成都、建设成都的巨大热情。在休闲之际,面对眼前的石刻、雕塑,观赏艺术造型之美,领略其中厚重的文化内蕴,市民们徜徉于历史、文化氛围中,思想境界和胸怀都得到极大的拓展,精神生活得到极大地丰富,审美能力获得巨大的提高,高素质的市民养成,就有了具体的、最好的途径。这也是“以美育代宗教”、“人是文化的产物”等理论的具体实现方式,从而达到宣传和提升成都形象的目的,使物质文明与精神文明建设同时并举,这也是我们的预期价值。

(责任编辑 彭东焕)