

城市文化经营的设计城市规划师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/647/2021_2022__E5_9F_8E_E5_B8_82_E6_96_87_E5_c61_647127.htm (一)打造具有个性的城市文化理念 来源：www.100test.com 以理念创新,打造城市文化核心竞争力。有竞争力的城市必须具有有竞争力的文化。随着城市化的推进和城市经营的发展,中国城市经营者越来越认识到城市的文化理念定位和创新在城市经营中的作用。山水城市、生态城市、花园城市、商贸城市、文化城市等以理念创新塑造城市品牌的概念层出不穷。城市经营中,必须在城市产业、城市文化特征、城市风格类型等问题上有一个比较明确的定位,在未来的世界城市之林中,城市将以什么形象出现,这是城市文化经营的一个很重要的前提。在城市理念文化的具体设计中应把握以下两点: 本文来源:百考试题网 一是要做到把城市核心理念当成丰富城市文化内涵的核心要素来看待。目前中国城市经营中,往往把城市的理念文化当作赶时髦的城市名称来看待,在这种认识下,提出的城市文化理念缺乏深度和内涵,缺乏创新和个性,没有真正表达出城市内在的特质。几乎所有的城市都提出要建山水城、花园城。创新的和有价值的理念文化,它既包含着一个城市的过去、现在与未来,更是这个城市经济、社会与自然等多方位文化信息的浓缩和提升。二是要做到把城市的理念文化当成价值高度浓缩的原价值来看待。高度浓缩价值的理念文化来自高密度创新型的精神劳动。理念文化的这种特性,是理念文化设计成为文化体系设计中所需要创新性最强、知识密度和跨度最大、难度最高的设计。城市文化理念的设计必须在经过广泛的深入调查和充

分认证的基础上进行,此任务可以由专业化著名的咨询公司承担,应避免仅仅成了领导的设计或常委会讨论式的设计。(二)进行充满创新活力的制度设计 独特的理念文化是一个城市文化的灵魂所在。但是如果理念文化不能转化为充满活力的行为文化,理念创新不能变成行动的创新,理念文化也就会失去其应有的价值。所以,要提升城市文化竞争力,就有一个在理念文化的指导下,如何进行城市行为文化建设的问题。不可否认,文化艺术、教育宣传确实是文化建设的内容之一,然而,推动行为文化建设的最有效的途径和杠杆是制度的设计和建设。新制度理论告诉我们,人的社会存在就是在特定组织制度约束下的存在。当我们发现在一个社会中,存在着有损社会文化和精神健康发展的不良行为时,决不能简单地认为这是一个个体的认识问题,或是教育失败的问题。从制度理论来看,这是一个制度缺陷问题。要从根本上纠正这种不良的行为文化,就应当从解决制度的缺陷着手。在城市文化经营中,不仅要利用传统的教育、文化活动这有形之手,更要利用制度这只无形之手来推动行为文化的创新设计,以形成城市文化竞争力源头之水。

百考试题论坛 (三)在系统整合中塑造城市魅力 从城市文化内涵中,可以发现城市文化是系统整合的存在。成功的城市文化设计,应当是在充分展现城市文化内容多样性的同时,又不失文化整体中所要表达的传神的内在魅力和无形的吸引力。从这个意义上讲城市文化的竞争力,就是一个城市的文化为这个城市所增添的内涵的魅力和吸引力。在市场经济的条件下,这种魅力和吸引力,不仅会使生活在这个城市人爱这个城市,为城市的发展而努力,而且吸引更多的人来这个城市。这样文化的魅力就会变成吸引经济发展要素的生产力,变成这个城市财富的一

部分。但是要达到这样一种效果,不仅要有一个具有内在魅力的城市理念的设计,更需要有一个如何充分利用多样性文化载体将这种理念内涵变成人们容易接受的传神的信息的设计。城市经营中,要使城市文化得到传神的表现,文化设计过程中需要注意以下问题:第一,要实现行为文化、人文景观文化、自然景观文化三个系统文化的统一。三者之间要在相互辉映中实现所要表达内容的聚焦,在聚焦中实现文化理念传神的表现。要达到这样一种境界,就必须走出传统的城市规划的路子,使城市建筑和城市景观的设计,既不能成为表现领导偏好的设计,也不能成为单纯的设计者个人技术和艺术才能展现的设计,而应当是在市民参与的基础上有各方面专家参加的综合设计。城市的建筑语言不能成为简单的建筑美学的符号,而应当是展现城市特有理念的符号。第二,物质与精神两元相统一。就是要在城市文化设计中,实现公共文化产品形成的外溢资产与产业文化系统产出的私人产品之间的良性互动。城市文化设计在考虑如何利用公共文化的魅力提高城市吸引力的同时,还要考虑如何推动产业文化的发展,实现城市文化产品的输出,提高城市的辐射力。百考试题 - 全国最大教育类网站(100test.com) (四)形成城市文化品牌的聚焦经营 如何在城市文化设计的指导下,创造性地进行城市文化增值经营,是城市经营亟需解决的问题。城市文化经营所面临的任务,就是要通过城市文化经营,将城市像品牌产品一样营销出去。城市文化经营归根到底是如何将城市文化的传神魅力变成城市品牌和城市竞争力。所谓城市文化聚焦经营,就是选定最能表示城市内涵和传神魅力的文化标识作为核心,在有限资源的条件下,充分利用各种文化载体和多种媒体手段,使整个城市最有效的文化信息不断在城市

文化标识上积聚,使城市文化标识在高度聚焦中闪光发亮,成为看得见、感受到的城市魅力和城市竞争力。城市文化的聚焦经营,要求找出城市文化的核心内涵,以文化创新设计为手段,有重点、有目标的进行全方位的有效经营.在城市的文化经营的过程中要求保持在空间上聚焦、在时间上连续.城市的文化经营要求在明确的城市文化标识的前提下进行,以形成城市文化经营的聚焦效应。 相关推荐：城市文化体系 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com