

《移動的城市》

图书基本信息

书名：《移動的城市》

13位ISBN编号：9789571365009

作者：楊志弘

页数：304

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

內容概要

讀懂一座城市

尋常市民的生活，正是城市居民集體共識的生活型態，反映了城市的腔調、態度、個性、精神和情緒。綜合上述的生活現狀，也形成每座城市各自的「城市氣質」。

不同的人，建構了不同的城市；不同的城市，養育了不同的人。人有氣質，城市也有氣質。人的氣質，決定了個人的人緣；城市的氣質，影響了城市的人氣。

旅人，初到陌生的城市，匆促地走馬看花，甚至是道聽途說，難免流於膚淺，甚至誤解。大陸作家易中天的《讀城記》，在一開始「城市與人」引言中，就將孟庭葦的歌「冬季到台北來看雨」，誤成「夏季」到台北來看雨（第二頁第十五行）。唯有在台北長期生活的人，才能領悟台北冬季綿綿細雨的纏綿。反之，台北夏季的西北雨，往往來得急驟，雨滴大而急促，恐怕不適合「看」到情趣哦。

旅人初來乍到一個陌生城市，往往從自己的經驗，形成城市的第一印象；但是，外地人的第一次接觸，也正因為陌生的反差，更能感受到相對的區別，反而凸顯了城市的獨特性，這種刻板印象是很直接的反應，不一定精準，但往往很形象，也令人難忘。

順口溜出城市百貌，異趣橫生

大家耳熟能詳的大陸城市順口溜，正是典型的例子：「不到北京不知道自己官小，不到上海不知道自己鄉巴佬，不到廣州不知道自己車不好，不到深圳不知道自己錢少，不到東北不知道自己膽小，不到重慶不知道自己結婚早，不到海南不知道自己身體不好。」

當然，台灣開放大陸客來台旅遊後，又加上了：「不到台灣不知道自己生活不好。」台灣的小確幸，的確令大陸客羨慕！

然而，初次接觸的印象，不免和實際狀況有所落差。大陸不同作家對台北就有著不同的定位：台北是「最陌生的城市」（新周刊）、「最說不清的城市」（徐學）和「最多樣的城市」（易中天）。部份未曾來過台灣的大陸人，受到電視螢幕上國會爭執和名嘴吵鬧的影響，不免認為台灣是一個亂糟糟的不平靜社會。然而，一位來台的大陸媒體人，在數度訪台後，卻得出如下結論：「台灣媒體很吵鬧，台灣社會很和諧；大陸媒體很和諧，大陸社會很吵鬧。」

這種淺嘗即止的定調，往往主導了外地人的城市印象。另一則大陸城市順口溜也是例證：「重慶滿街是美女，深圳滿街撿鈔票，廈門隨時可泡茶，廣州什麼都能吃。東北吵架先動手再動口，上海只動口不動手。」

一種米養百樣人，各地風土人情迥異

此外，不同城市的生活方式，也孕育了不同城市人的性格。大陸各城市給予外地人也有不同形象：東北人好鬥，北京人好辯，上海人好省，成都人好閒，武漢人好爽。

再者，大陸南北兩大城市北京和上海，長久的相互較勁，更形成彼此嘲諷的城市印象。北京人自認大氣，嘲諷上海人小氣；上海人自認洋氣，看不起北京人土氣；上海人精緻小巧的小資生活，北京人不屑，譏諷是辦家家酒；反之，北京人瀟灑又隨便地找樂子，上海人也不認同，視為是窮開心。

網路上還有一則大老婆對抗小三段子，多年來流傳不斷。這則段子描繪大陸不同地方女性發現老公在外面有小三的不同反應，這則「老婆徹夜未眠」，發揮各地方特色，分別採取法律（北京）、醜聞（山東）、暴力（東北）、自虐（山西）、報復（湖南）、懷柔（四川）、算計（上海）、或灑脫（廣東）等不同手段，以維護大老婆權益。然而畢竟是段子，不免誇張戲謔，但也十分形象，多少凸顯了各地風土人情的對比差異。

我自認是一個城市移動者，頻頻在城市間移動，很自然地形成個人觀察城市的固定習慣，如果認真一點地說，或許也算是個人觀察城市的方法吧。

吃、穿、玩、樂，盡顯城市腔調

我觀察城市，看的是城市的生活，也就是城市居民日常的食、衣、住、行和娛樂。因為尋常市民的生活，正是城市居民集體共識的生活型態，反映了城市的腔調、態度、個性、精神和情緒。綜合上述的生活現狀，也形成每座城市各自的「城市氣質」。

民以「食」為天，城市市民的吃，絕對是排名第一的日常元素，可算是最常見的一種「城市腔調」。

便利店、超市、傳統市場和假日市集的貨源、種類和價格，呈現了城市的經濟結構與市場興衰；大眾對食物的態度、餐飲的習慣、場所及儀式，在在都是市民的尋常生活方式。如北京人在胡同巷弄擺桌吃喝、上海超市進口食品充斥、廣州酒樓廿四小時不打烊、廈門隨處可見茶館、重慶火鍋換人添料不

《移動的城市》

換鍋底等等，這些不同的飲食文化，展現了不同的生活方式，也描繪了市民的特有腔調。

人要「衣」裝，佛要金裝。當地人的穿著，是當下的生活品味，也反映了市民的「城市態度」。初到陌生城市，我最喜歡上街看人，因為街上是市民生活的舞台，上街的穿著打扮，正是內在氣質的外露——上街看當地女人穿著，可看出城市內斂性格外顯的一面。例如上海冬季溼冷，上海女人卻著短褲、絲襪和長靴輕裝上街，相對於包裹厚重羽絨衣的北方遊客，上海女人細緻巧思的生活態度，表露無遺。反之，夏季有火爐之稱的武漢，室內悶熱有如蒸籠，武漢男人往往將涼蓆竹床擺在戶外的公園、江邊、人行道，不分老少赤膊短褲，睡滿整座武漢城，充分展現武漢敢愛敢恨、直白不做作的城市態度。

上海人人是外國控，北京老外都是中國控

「住」是市民安身之地，城市規劃和建築形式，更是構成城市視覺景觀的主體，是「城市個性」的表現。走進城市的廣場、公園等公共開放空間，可接近市民的平常生活。公共紀念碑反映城市對重要政治社會經濟等的價值觀，與街道的行道樹、休憩椅、街燈和垃圾桶等街道家具，反映了市民的生活美學。商店招牌和街道路標使用多國文字，則是多文化融合的跡象，如上海新四里弄的居民宅，雖然年久失修，顯得殘敗頹廢，然而，依舊可以從褪色的「洋氣」建築中，觀察到十里洋場曾經的輝煌；北京胡同雖然陳舊，卻令人憐惜……，這些可貴的不僅是年代久遠，還有曾經有過的人與事。

觀察市民的「行」，可以衡量城市的社會流動性，了解當地的「城市精神」。城市馬路是行人優先或是汽車霸道橫行，對照了城市的人本價值；而設有自行車專屬的便捷車道，則表現了市民的樂活；老人、幼兒、殘障人士出行的方便，則反映了城市對弱勢族群的同理關懷；而婦女上街的自由開放，則是社會對性別平等的視野。另外，出租車、地鐵、公車的供應量、車款、價格，不只表徵城市的經濟狀況，更是評估城市公共服務及市民生活水準的指標。

「娛樂」是城市最外顯的行為，最容易感受到「城市情緒」。酒吧、咖啡廳、戲院、劇場、街頭藝術，都是城市情緒的表露。譬如上海酒吧樂隊，多半是洋人洋歌，本地樂手只出現在觀光飯店彈古箏、拉二胡；北京酒吧則處處是本土樂團，甚至有老外頭戴瓜皮帽、用中國樂器玩搖滾，因而有俗話說：「上海人人是外國控，北京老外都是中國控。」

尋找臭氣相投的城市氣質，感受魅力

一般人通常從影視、音樂、報刊、出版和道聽途說，形成對某座城市的話印象；可是，唯有親臨現場，親身體驗城市居民的食、衣、住、行和娛樂，才能覺察到城市居民生活的腔調、態度、個性、精神和情緒，真正感受一座城市的魅力。

令人嚮往的城市，通常有著獨特的「城市氣質」，一種與人臭氣相投的「城市氣質」。有的城市甚至吸引人一再舊地重遊，甚至迫使遊人忍不住要移居長住，這股拉扯著讓人離鄉背井的魅力，正是由當地人的生活型態醞釀所出來的「城市氣質」。

《移動的城市》

作者簡介

楊志弘

出生於台北市，台灣政治大學傳播學院博士。

自二〇〇八年起，成為城市的移動者，頻繁在城市間穿梭，在個人FB上標註：「移動的城市 + 城市穿梭 = 台北 + 上海 + 北京 + ...N」。N指的是大陸其他城市，如南京、武漢、長沙、重慶、西安、深圳...；及世界各地的城市，如倫敦、紐約、巴黎、布拉格、維也納、羅馬...

現為台灣傳播管理研究協會理事長，在大陸擔任北京大學、中國傳媒大學等校客座教授。為台灣銘傳大學傳播學院創院院長（一九九九～二〇〇八）暨傳播管理研究所創所所長（一九九五～二〇〇八），獲頒銘傳大學傳播學院終身成就獎（二〇一〇）暨卓越貢獻獎（二〇一五）。

曾擔任台灣的東森、台視、中視和華視等電視公司董事、中國時報集團撰述委員、副總編輯等職。在台灣媒體改革階段，籌設多家廣播電台、報刊雜誌及網路媒體。

曾擔任多項專業評審：「台北金馬國際影展」執行委員和評審（一九九〇～一九九三、一九九五～一九九七）、「美國國際艾美獎」亞非區紀錄片評委（二〇〇五、二〇〇七）、「中國紀錄片第五～七屆國際選片會終評委」（二〇〇八～二〇一〇）、「西安國際民間影像節」終評委（二〇一〇）、「華語網絡傳媒榜」終評委（二〇一〇～二〇一三）、「中國國際大學生微電影」終評委（二〇一三、二〇一四）。

著有「執筆的手」、「國王的新衣」、「解剖媒體」等媒體批評專著，及「台灣地區報社總編輯職業角色」、「網路媒體研究」、「數位多媒體平台的理論與實務」、「媒體人力資源」、「媒體員工創造力」、「媒體企業再造關鍵成功因素」、「媒介化時代融合效應之挑戰」及其他學術專著論文等。

《移動的城市》

書籍目錄

《移動的城市》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com