

■ 文 化

城市公共文化在城市发展中的人文价值及其实现

孙 静 蔺宝钢

摘 要 公共文化作为城市公共空间中极富美学感召力和艺术表现力的景观符号,在城市发展过程中承担着独特的文化使命,具有重要的人文价值。城市公共文化通过引人共鸣的视觉形象与人文内涵承载着城市发展的历史文脉,在象征与隐喻中延续着城市发展的集体记忆,凝练着城市的地域特色,同时彰显出公众参与、平等对话、文化共享的精神指向。城市公共文化为我国高速推进的城市化建设发挥着独特的引领作用,提供着强大而可持续的文化力。

关键词 城市公共文化;城市文化力;非物质文化遗产

中图分类号 G05 文献标识码 A 文章编号 1005-3492(2016)11-0115-06

城市公共文化讲述着城市的故事,通过城市公共文化,人们可以找回久违的城市发展的地域文脉,找回对城市家园的依恋情感,这是城市功能化设施无法实现的。因为城市公共文化是一种以物化载体为表现形式的融入了特定文化思维的城市品格,它影响“城市人”之行为,开启“城市人”之生存智慧。从存在形式看,城市公共文化是城市物化载体的公众化展现,它以大众化、公众化为供给对象,共享而非独占是城市公共文化的基本立场。所以,从本质上看,城市公共文化是城市物质空间场域的精神化。建构城市公共文化需要物质与精神、艺术与人文的共同构建。可以说,公共文化是城市人文积淀与发展的外化,是传播城市精神最直观的载体。它以诉诸受众的视觉艺术、谱写城市发展的历史文脉、诠释城市发展的空间美学、构建当代大众审美文化和公共服务体系,日益显现出社会转型期城市发展文化的价值取向。面对全球化的文化冲击,作为城市人文塑造和传播的中心阵地,城市公共文化及其人文价值应引起足够关注。

一、公共文化与城市发展的内在逻辑

(一) 城市是公共文化存在的母体

公共文化与她所栖身的那座“城”密不可分,严格来说,城市公共文化只能矗立于这座“城”而非那座

作者简介:孙静,西安建筑科技大学博士生,西北农林科技大学风景园林艺术学院讲师;蔺宝钢,博士,西安建筑科技大学艺术学院院长、教授、博士生导师。

基金项目:国家社科基金项目“中国城市雕塑的评价体系研究”(批号:13BF053)。

“城”才能展现其人文底蕴。城市带给公共文化品以创作源泉与创造空间,而公共文化则凸显城市本有的人文精神和历史品质。从形态看,城市公共文化既是用雕塑、壁画、景观、装置书写的碎片化“城”史,也是用感情、情绪、价值书写的城里人物肖像志。“城”以及世代生活其中的“人”,是公共文化诞生的“母腹”,这种“指腹为婚”的与生俱来性使得城市公共文化具有鲜明人文归属特性,即凡是城市公共文化,大都撷取于“城”史中的人物或事件,这些城史之人与物,源于史而现于今,尘封的记忆将勾唤起“城市”里的“当下人”,经年累月,终使公共文化里的“人”超然于城里之“人”,超然于常人和后人,而成为这座“城”永恒的精神象征与历史丰碑。

“城市公共文化品需要契合它所在的社会政治、时代经济及其历史文化语境,因为只有这种特定的时代语境才能赋予城市公共文化品以文化的意义。所以,研究城市公共文化需要深度挖掘城市大众的文化历史,借以支撑公共文化与其公共环境的结构统一性。”^①城市公共文化品是城市文化的载体,位于嘉峪关雄关广场的大型城市雕塑《千秋雄关》以一个故事、一种精神、一座城市、一个时代作为贯穿主线,细致刻画了嘉峪关在魏晋时期土地肥沃、安居乐业的生活场景以及以旅游为特色的现代戈壁景观,生动再现了嘉峪关过去、现在的城市风貌,展现了宏伟壮观的长城文化,使市民在观赏雕塑之余对城市发展的认知感和自豪感油然而生。而位于江西鹰潭滨江公园的主题雕塑群则以该市特有的老码头文化为设计依据,通过对码头工人扛包上肩、渔翁轻挑鸬鹚回家、渔船随波渐远等昔日码头生活场景的生动塑造,再现了当年鹰潭老码头货运繁忙、人声鼎沸的繁荣景象。作为历史的一个缩影,雕塑群将唤起人们对鹰潭老码头文化的记忆。

倘若一座城市中能有几座这样的公共文化品,无疑会成为城市的一种重要标识,一种让人印象深刻的符号,为城市发展增添一种特有的美韵。城市公共文化品自身的价值已不仅限于单纯的审美功能,从人文层面讲,它是一座城市人文精神的物化,在象征与隐喻中延续着城市的集体记忆;从历史层面讲,它是一个时代社会政治、社会经济和社会文化的折射,是城市在历史发展进程中时代精神风貌的见证和呈现;从艺术层面讲,它是一种创造性的艺术审美形式,诠释城市的美学内涵,体现着与城市公共空间相匹配的和谐美、意蕴美。公共文化的存在与功用构成了现代城市职能的一个显在部分,它在城市精神的塑造和传播中承担着自身的人文使命,彰显着重要的历史价值。正是有了城市公共文化品的存在,才使得城市软实力得以稳步提升,城市功能才能转型为“化力为形,化能量为文化,化死物为活灵灵的艺术形象,化生物繁衍为社会创新。”^②

(二) 城市公共文化是城市发展在视觉范畴中最为形象的展现载体

城市文化由物质文化和精神文化组成,物质文化是有形的,通过一定的载体形式被人们直接感知;精神文化则是无形的,它包括社会观念、社会价值及社会制度等意识形态。矗立于城市公共空间的建筑及艺术品等有形的物质文化,对城市风貌的展现最为直接和具体。而以思想、记忆、感受等无形的状态存在于人们意识中的精神文化,则必须依托于一定的物质载体来得以保留、传达和展现。城市发展中的城市文化在视觉范畴的展现载体有城市建筑、城市空间结构、城市影视戏剧、城市版画招贴等。它们都以有形的艺术形式作用于无形的文化意识形态,以各自特有的表现手法传达着一座城市的人文内涵。在传达方式和力度上,城市公共文化品往往更能直观、鲜明地显示城市发展的人文内涵与精神特性,体现出更为强烈的美学感染力和艺术表现力。如果说城市建筑的第一要务是使用功能,那么城市公共文化品则旨在提供人性教化与艺术欣赏,它已经被赋予了更多的精神价值和审美价值。那些与城市实用性机能与城市景

^① 李建盛《北京公共艺术与首都城市文化建设》,北京联合大学学报(人文社会科学版)2014年第4期。

^② (美)刘易斯·芒福德著,宋俊岭、倪文彦译《城市发展史——起源、演变和前景》,北京:中国建筑工业出版社,2005年。

观相整合的公共文化作品,比之一般的公共建筑和纯功能性的公共设施更能直观展示城市公共领域中不同时期的公共精神、公共意志和公众情怀。另外,相比于其他时间性艺术和视听性艺术,城市公共文化品具有时空存在的持久性,它能提供全天候的城市解读功能,更易在受众心中产生持久的视觉记忆。从造型手法上讲,城市公共文化品多采用三维造型艺术,可接受公众多维度的视觉观赏;从作品尺度上讲,城市公共文化品可以达到其他艺术形式无法企及的超大尺度,从而传达出更为强烈的艺术效果,引发公众共鸣;从构成材质上讲,长期置于室外的城市雕塑等艺术形式,多采用石材、金属等经风耐寒的硬质材料,长久保存的材料特性使其文化艺术的传播更为普及而久远,使城市发展更具文化风韵。

二、城市公共文化的人文价值与体现

(一) 承载历史文脉,追述城市记忆

城市的历史,就是城市的文化血脉。城市的文化血脉,从历史形态看,包括史前史、造城史、战火与兵燹带给城市的血腥史等;从人文形态看,城市的文化血脉就是城市的语言、饮食、服饰、住居、出行、婚丧等构缀的城市民俗史或城市生活史。展现城市公共文化最合适的要素即为城市民俗,各个历史时期的城市公共文化品见证着城市不同阶段的历史文脉,承载着城市各个历史阶段的文化气韵。正是这种历史性的传承与建构,才促成了城市公共文化品能够作为一种重要文化形态,参与到城市公共空间的型塑中来,并铭刻城市独特的历史印迹。哥本哈根的“美人鱼”、布鲁塞尔的“撒尿小孩”、深圳的“孺子牛”、兰州的“黄河母亲”、珠海的“渔女”等,这些标志性的城市公共文化品,无不以闻名遐迩的历史传说、如雷贯耳的历史人物、举足轻重的历史事件甚至更为深远的文化传统,述说了城市的过去与现在,无不与城市市民的繁衍生息、奋斗拼搏、生老病死、苦乐哀愁共生共存,在街道、走廊、公园、广场上闪耀着存在主义的温馨回忆和人本主义的智慧火花。矗立其前,古人的音容笑貌扑面而来,珠玑唾近在耳边,城市曾经的辉煌呼之欲出。尊重历史、保护历史、还原历史,不觉成为城市公共文化介入城市景观的应有态度。

如果说文脉是城市历史演进的结果,那么记忆则是参与演进的文化碎片,是城里“人”对该城沧桑变迁的共同体认。比如走在北京王府井大街上,那些按照实物1:1大小创作的老北京雕塑小品行当,总是那么引人注目,令人流连忘返。《剃头》《单弦说唱》《拉车》中的人物形象惟妙惟肖,生动盎然,公共文化创作者用写实手法鲜活再现了最具老北京特色的往昔情景,赋予了现代繁华商业街一种历史厚重和古城遗韵;同升和鞋店前的《童趣》铜质雕塑,以老字号悠久的历史为题材,塑造了四个孩子试穿巨型皮鞋的诙谐场景,与老字号特定的场所氛围相呼应;皇城根遗址公园里的《时空对话》通过不同时代、不同性别、不同装束、不同神态以及不同文化载体的人物形象并置,塑造了一种富有张力的错时场景。正是这些“在场”的公共文化品,型塑出了与城市“文脉场”交叠辉映、水乳交融的文化场景,它以朴实无华的题材勾勒出了城市历史文化的时间隧道,给人以想象性的旧时印象,使人更直接地感受到城市的文化和城市的历史。

(二) 凝练地域特色,彰显城市个性

毁灭、狂热、畸态,城市化正在严重摧残着富有个性的城市文脉。全球化吞噬了大量极具特色的城市街区,建筑正被标准化的观念所侵蚀,当今的城市规划、建设乃至管理普遍存在着理念趋同、缺乏个性、千人一面的怪象。作为城市的视觉人类学标本,公共文化在塑造城市个性、演绎城市传奇方面有着独特的叙事强度和话语权威。城市公共文化品的创作离不开特定的时代背景和地域特征,时代维度、具体场所限定了城市公共文化品的内容表达、风格表现、技法展出。因此,反映本市、本地、本土特色必然成为公共文化视觉造型的重要抓手。公共文化品在主题立意、表现风格、结构骨架、材料工艺等方面要与此“三本”地域禀赋相关联,并从中汲取文化养分,尊重、融合地方特质,呈现当代甚至当下视阈中的地域审美样态,以彰显城市的独特气质。以西安市公共文化展现为例,其地铁站厅、通道墙面,甚至是地铁顶界面及立柱表面,均由反映西安风貌特征的创意品装饰,各站再以点串联为线性空间,形成了一条延绵不断、穿

越古今文明的文化长廊;体育场站的文化墙《盛世》,将盛行于唐代的马球及蹴鞠项目作为表现元素,塑造了一群唐代仕女骑马飞奔、挥杆击球的运动场景;钟楼站的《大秦腔》则以陕西地方戏曲秦腔的经典剧目《二进宫》《周仁回府》《斩黄袍》等为设计元素,塑造了老生、武生、花旦、大丑等秦腔典型的人物造型,体现了三秦大地独有的文化因子。驻足于前,秦风汉韵扑面而来,仿佛那豪放霸气的“吼腔”再次婉转于耳,让赏者倍感亲切。而延安作为陕北地域特色的文化重点,在公共雕塑文化品的建设中也充分挖掘当地典型的民俗文化视觉符号,并以人们喜闻乐见的文化形式加以创作:石佛沟广场的浮雕《五鼓催春》取材于延安特有的地域鼓舞艺术安塞腰鼓、志丹扇鼓、洛川鼙鼓、宜川胸鼓、黄龙猎鼓等艺术原型,借鉴剪纸艺术手法,通过打鼓人物豪迈粗犷的动作变化、刚劲奔放的雄浑舞姿,在恰如其分地营造出质朴、雄浑、大气的地域文化,同时展现了西北黄土高原农民朴素豪放的性格,张扬了独特的艺术个性。

(三) 突显公众需求,实现市民文化权利

公共艺术最为显著的特质就是公共性。公共文化不同于以个人情感和个人艺术风格表达为主的架上艺术,它为公众开启了一扇走向艺术的大门,是在文化建构上与普通市民的情感联系。文化的作用方式由原来的宏大式、教化式、威严感转化为参与式、亲切式与交流式,曾经的阳春白雪、精英文化、个人主义的表达方式也逐渐被雅俗共赏、生活化、平民化的话语所代替。公众参与、平等对话、文化共享成为公共文化基本的精神指向。正如有研究者在谈到城市公共文化时所言:如果文化是社会性的福利,那么它在这个意义上就应该体现城市居民的需要:解放他们的想象、帮助公共空间的设计和推动表达公共领域的社会批评,这些利益都应该得到认可。公共文化的根本目的在于塑造一种共享的公共空间,一种人文的福利和审美的民主,为城市的宜居性生活增添人文美学的维度。^①

在协调公共文化与公众关系的问题上,公共文化的公共性决定了它一方面必须与公众进行有效的沟通,公共文化品创作者和相关部门要多方面了解公共环境、区域文化和居民的意见及建议,并在此基础上尽可能地为公众提供可供选择的方案。继而通过方案公示、公开评标等方式吸引公众参与,让公共文化创作成为一种公众高度参与的民主审美、作者与读者充分互动的大众文化“众神狂欢”^②。另一方面,城市公共文化品创作需注重公众参与机会的创造,强调面向公众的平和而亲切的接受方式,以便于观众更倾向于把公共文化品当做“第二课堂”来学习、研修城市的历史与人文精神。于是,城市公共文化品则成为大众在“公共课堂”中的特色视觉“教材”,让整个教育过程变的更直观、更生动。创作大众喜闻乐见的、能与公众产生良好互动并具备较高审美价值的作品,正是城市公共文化品创作者作为“传者”的使命担当。当公共文化品成为市民阶层甚至芸芸草根在城市公共空间感悟“高大上”的对象时,公共文化品要构建的将远不止是某种物理性的公共空间和某位观众绕以欣赏的独立客体,它将更应该成为一种人文空间,一种市民聊以享受并参与其中的情境化世界和市民化场所。

三、品质提升的实现

(一) 培育公共文化品创作者的公共意识

之于“公共艺术家”这一概念,孙振华曾做过以下界定:所谓公共艺术家首先必须是社会艺术家,这一社会身份特征要求公共艺术家在创作过程中必须面对社会,面向整个城市。公共艺术家必须主动了解公众意愿,注重与公众的协调与沟通,而不是拿着自己的艺术作品进行社会教化与思想启蒙。^③孙振华先生对公共艺术家的这一界定为公共文化品创作者作出了质的规定,即城市公共文化品要成为城市文明

^① 李建盛《公共艺术与城市文化》北京:北京大学出版社,2004年。

^② 孟繁华《众神狂欢:世纪之交的中国文化现象》北京:中国人民大学出版社,2009年。

^③ 沈烈毅《“公共性”·“艺术性”——探究公共艺术与公共艺术教育之内核精神》中国美术学院,2009年,第80页。

的传播手段,公共文化品创作者必须充分接近公众,成为公众的代言人和城市精神的传播者。一个出色的公共文化品创作者应有海纳百川、宠辱不惊、虚怀若谷的文化包容力,他们应通过自己的文化作品,体现公众意志,引领大众审美走向,这样才能将社会公众的真实情感与创作者自身的创作特质结合起来。这首先要要求公共文化品创作者具有坚定的公众意识。公共文化项目的运作与实施是一个极其复杂和艰苦的过程,从最初的方案设计、方案加工制作到最终方案落地,往往要经历少则几月多则几年的周期,期间还会出现诸多意想不到的难题。所以,要促成方案尽善尽美,合乎各方诉求,首先得确保文化创作的“公共性”,这也是对城市公共文化品创作者创作素质的第一界定。其次,公共文化品创作者要有高度的社会责任感。“公共性”是“责任感”的前提,“责任感”是“公共性”之保证。公共文化品创作者在践行其艺术理念的同时,更要树立用艺术创造去服务人民、回报社会的责任感。然而,当下部分文化品创作者更多地将城市公共文化的艺术性与个人的作者创作相对立,把个人的架上艺术创作视为个人的创作生命与追求,将服务于人民大众的城市公共文化品原本特性于不顾,忽略公共文化品所彰显艺术“公共性”,从而降低了城市公共文化品的人文价值。作为一个有理想有抱负的文化品创作者,应将服务人民大众、传播人类文明为己任,充分发挥城市公共文化创作引领时代风尚的重要作用,不断推动中华文化的传承与创新。所以说,当代公共文化创作不能规避公共意识。公共文化品创作者必须具有强烈“天下为公”^①的公共意识和“铁肩担道义”^②的救世情怀,做一个城市人文星空的守夜人和城市精神家园的守望者。公共文化创作需要由表现个人小家碧玉、顾影自怜的“小我”创作转换成表现大众企求、社会共识的“大我”创作,多思考作品中的“公”在何处,“共”于何时,以最巧妙的艺术符号和最合适的艺术造型语汇最大化的社会正能量。

(二) 建立促进公共文化良性发展的长效机制

公共文化是社会公共事业,为使更广泛的社会公众能够参与、共享社会文化品活动及其创作成果,城市公共文化品创作应建构合理的管理运作机制及其相应的法律配套制度。正如刘淑娟所言,作为一种非物质文化遗产,促进公共文化创作需要“强化‘三法’”^③,建立良性的运作与发展长效机制。孙振华先生也曾指出“就当前中国的公共文化创作而言,我们可以对它的现状挑出很多毛病,指出很多问题,但是最关键的是制度建设,即在公共文化的建设中,由人治转向法制;由拍脑袋走向程序化;由随意性的行为变成制度化的行为;这些应该是当前建设中国公共文化之关键。”^④城市公共文化品创作与历史上的文人创作不同,它直接产生于制度;如果没有可靠的制度保障,出现混乱则难以避免。早在1959年,美国费城就率先通过了“百分比艺术条例”,条例中明确指出:凡由政府参与投资的城市建设工程,必须将工程总费用资金的1%用于与之配套的城市公共文化品建设。目前该政策得到国际社会的高度认同,法国、美国其他各州、意大利、瑞典、荷兰、瑞士、丹麦、日本等国或地区都有相应的政策界定,其中丹麦的比例高达2%。除了这个资金保证制度外,许多国家还针对公共文化品的选题、策划、选址、创作、作品甄选、艺术品维护等制定了相应的法律法规和专门的公共文化管理机构,以法制化推动公共文化创作的长期健康发展。

保护非物质文化遗产是政府的要务,作为非物质文化遗产,城市公共文化品的创作与发展应受国家法律保护,而我国目前尚无此方面的立法。国内的一些城市,虽然出现了城市雕塑办公室等较为单一的具有公共文化建设指导意义的职能机构,但跨学科、跨行业的城市公共文化创作的联动协同管理机构尚未存有,促进城市公共文化良性发展的长效机制亟需跟进:首先,构筑城市公共文化品建设资金保障与监

① 《礼记·礼运》:“大道之行也,天下为公。”

② 语出[明]嘉靖年间南京兵部员外郎中杨继盛的诗文,李大钊十分推崇此句。

③ 刘淑娟《欧美国家非物质文化遗产法律保护经验对我国的启示》,华侨大学学报(哲学社会科学版)2015年,第2期。

④ 刘亚东《公共艺术:期待公众参与意识》,中国文化报,2005年5月24日。

督机制:可借鉴美国等发达国家以法律的形式规定公共文化项目在城市工程建设总预算中占有一定的资金比例,并配以相应的专项资金使用、管理和监督制度;其次,建立以策划人、艺术家为创作主体,知名专业文化品创作者为评选主体,公众为评议主体的城市公共文化创作方案遴选体制;健全城市公共文化的准入机制,严把艺术关与质量关,保证公共文化作品征集、评审过程的透明化与合法性;建立城市公共文化品保护、城市历史保护以及城市生态保护等制约性法律法规,并制定相应的城市公共文化品知识产权保护的条款,建立相应的城市公共文化品管理、更换、拆迁等法律法规。^①最终促成城市公共文化的长期、持续、健康发展。

(三) 确保公共文化品创作及实施过程的民主化

文化评论家卡特琳·格鲁曾言“置于户外的公共文化品不能奢望具备美术馆作品的所有特性(即使我们将城市视为一个大展览馆);它要唤起公众体认,得到多数人的认可,需要结合两种能量:其一为艺术,它可跨越时空界限,属于公共品的上游精神;其二则是作为不相识的个体集会与交流的公共空间。”^②于是,我们有理由相信,公共文化的舞台是城市公共空间,而公众是公共文化最终惠及的对象,他们对城市及其空间结构布局有着最为直接的发言权。公众参与是公共文化实现其人文价值的前提和保证。只有引发大众的普遍关注,同时让公众积极而直接地介入城市公共文化项目运作的每一个环节,公共文化才能成为有效的大众传播媒介。其中,城市公共资讯披露的公开性、广泛而有效的公众参与性以及公共文化创作方案遴选表决的平等性,是确保城市公共文化品创作及其实施过程民主化的主要因素。^③(1) 资讯披露的公开性。公共文化建设主体应将公共文化创作备选方案的如题材内容、表现形式、材质工艺、设置地点、经费来源及遴选规则等资讯,以合适的渠道及时向社会公布,以便确保社会公众享有充分的知情权与参与权。(2) 广泛而有效的公众参与性。公共文化品设计方案付诸实施之前,要通过方案公示、评审公开的方式,向社会发布公共文化品设计方案及其执行情况,确保公众具有同等的参与机会,并将公众对公共文化创作方案的认可度作为方案择优的重要标准。(3) 方案遴选表决的平等性。在公共文化创作备选方案遴选决策时,所有参与成员的表决投票权都应是平等而有效的。城市公共文化创作及实施过程的民主化,在北京地铁公共艺术建构上有着很好的体现。在北京地铁公共艺术建构时,市规划委、城雕办等公共艺术规划部门会同轨道交通建设部门,将即将开通的地铁6号线、8号线、10号线等39个车站的100余件公共文化品设计方案公布于网上,接受公众的评选。市民可通过点击市规划委网站“地铁公共文化我参与”的入口链接,参与网上评议,就方案的主题形式、表现风格、工艺材料、设置位置、作品名称等方面提出意见与建议;公共文化品创作者在充分吸收公众意见后,对作品实行修改与再设计。据悉,活动期间共收到了3743张投票,约2000条意见和建议。^④这一举措在国内地铁公共艺术的建设中尚属首次,通过公众热情、民主化的参与过程,不仅有效保证了文化品建成后的质量和艺术感染力,更使公众以公平参与、共同决策的民主方式参与到了城市公共文化品的设计与规划中,更好地实现了城市公共文化公共性与艺术性的交融。

责任编辑:尚卓玛

^① 郝卫国、李玉仓《走向景观的公共艺术》,北京:中国建筑工业出版社,2011年,第117页。

^② 卡特琳·格鲁,姚孟吟译《艺术介入空间——都会里的艺术创作》,桂林:广西大学出版社,2005年,第102页。

^③ 翁剑青《公共艺术的观念与取向:当代公共艺术的文化及价值研究》,北京:北京大学出版社,2002年,第165页。

^④ 北京市规划委员会官网:http://www.bjghw.gov.cn/web/dtgysy/dtgysy_list10.html。