

聚能焕新——浅谈产业新城公共艺术发展的创新路径

冯祖光¹, 郭青²

1. 北京化工大学, 北京 100029;

2. 中国国家博物馆, 北京 100006

摘要: 产业新城是在新型城镇化背景下, 以人为核心、以产业发展为基石、以“产城融合”为标志的城市发展创新模式, 是推动地方产业转型升级的动力引擎。在产业新城建设发展过程中, 公共艺术作为一种最能为人民服务的艺术形式, 既发挥着公共文化体系中基础设施的作用, 也从不同维度见证着区域特色文化的形成乃至成熟。针对新型城镇化背景下产业新城的发展特征, 梳理分析公共艺术建设的价值指向和目标构成, 提出依靠公共艺术聚合新城文化品牌发展势能, 优化提升“城市信息场域”的发展理念, 并结合典型案例从项目类型、载体形式、运行机制、传播效能等方面, 梳理分析公共艺术赋能产业和文化复合发展的创新模式。

关键词: 公共艺术; 产城融合; 信息场域; 城市品牌

中图分类号: J524

文献标识码: A

文章编号: 2096-6946(2023)02-0058-07

DOI: 10.19798/j.cnki.2096-6946.2023.02.009

Gathering Power for Renewal: An Overview on the Innovative Path of Public Art Development in the New Industry-based Town

FENG Zuguang¹, GUO Qing²

1. Beijing University of Chemical Technology, Beijing 100029, China;

2. National Museum of China, Beijing 100006, China

Abstract: The new industry-based town is an innovative urban development mode with human-orientation as the core, industrial development as the cornerstone and "integration of industry and city" as the signature in the context of novel urbanization, which serves as the power house to drive transformation and upgrading of local industries. In the construction and development of the new industry-based town, as an art form that can best serve the people, the public art not only plays its role as infrastructure in the public cultural system, but also witnesses how the regional culture with its local unique features is shaped and even matures from different dimensions. In view of the development characteristics of the new industry-based town against the background of novel urbanization, this paper teases out and analyzes the value orientation and target composition of public art construction, proposes the development concept of relying on public art to aggregate the potential momentum of new town culture and branding to shape and upgrade the "urban information field". In the meanwhile, in combination with typical cases, this paper organizes and analyzes the innovative modes of how public art manages to empower composite development of industry and culture from the aspects of project type, carrier form, operation mechanism, communication efficiency, etc.

Key words: public art; integration of industry and city; information field; urban brand

收稿日期: 2022-12-16

基金项目: 北京市宣传文化高层次人才培养项目

作者简介: 冯祖光(1986—)男, 博士, 讲师, 主要研究方向为公共艺术与城市更新、文旅产业规划、公共文化政策。

通信作者: 郭青(1986—)女, 硕士, 副研究馆员, 主要研究方向为品牌传播、文博资源创新、城市视觉形象。

产业新城是在新型城镇化背景下,以人为核心、以产业发展为基石、以“产城融合”为标志的城市发展创新模式,是推动地方产业转型升级的动力引擎。产业新城在带动区域快速发展的同时也面临着诸多挑战。伴随全国各地产业新城的快速增长,差异化、长效性发展的挑战不容忽视。产业新城亟待向“产业-(生态)-人-(文化)-城”的综合发展模式跃迁,以突出的城市品牌文化形象占领目标群体的心智定位。因此,不仅在新城建设初期需要构建品牌形象,更需要一种载体和手段来持续发挥“描绘发展方向、凝聚合作共识”的关键作用。公共艺术作为一种集合化的艺术媒介,能够从多个方面支撑产业新城品牌文化的塑造和提升。在数字化转型的大背景下,公共艺术的重要使命在于通过文化内容的梳理整合,以富于创造性的方式介入城市空间,构建现实与虚拟互通协调的城市公共文化体系。可以说,公共艺术不仅作为一种艺术形式,而且应作为一种方法论推动产业新城的高质量发展。

本文根据新型城镇化背景下公共艺术的定位,从产业新城发展的整体需求出发,梳理分析公共艺术建设的价值指向。围绕产业新城品牌文化建设,总结“发展公共艺术积聚新城品牌文化势能”和“依托公共艺术优化‘城市信息场域’”两大发展目标,并整合其中的关键要素提出一种参考性的认知框架。结合典型案例分析提出从“建立专项规划,推进复合型项目;依托城市更新,探索多元化载体;强化社会美育,构建长效运行机制;融合文旅消费,强化立体传播效能”四个方面,实现公共艺术赋能产业新城发展的创新模式。

一、产业新城公共艺术建设的价值指向

习近平总书记在党的二十大报告中指出:“坚持人民城市人民建、人民城市为人民,提高城市规划、建设、治理水平,加快转变超大特大城市发展方式,实施城市更新行动,加强城市基础设施建设,打造宜居、韧性、智慧城市。”^[1]产业新城的发展需要转变价值理念,通过激活城市场域,构建和提升公共文化服务体系,塑造和传播区域和城市品牌。在此背景下,公共艺术能够成为城市文化和公共领域的构建的重要手段,是文化建设、社会建设的关键载体,同时作为城市社区更新的有力途径。综合来看,公共艺术在产业新城发展中的定位和作用可以从公共艺术的城市观、社会观、福利观三个维度进行总结——公共艺术是城市高质量发展的标志,是

为人民服务的艺术形式,是公共文化体系的基础设施。

“用艺术的形式推动城市化的发展,包含着艺术与城市发展、城市文化建构、城市文化想象等多方面的内涵。”^[2]产业新城公共艺术建设的价值指向,不仅针对个体的人,同时关注不同区域的人们发展、享有艺术的平等权利,以及构建本区域公共艺术特色的诉求,将打造城市群、区域发展与乡村振兴协同进行,使产业新城的公共艺术建设成为“发展水平的标识、文化服务的载体、品质生活的配套、城市转型的象征”。

针对公共艺术在城市发展中的作用机制,翁剑青认为:“当代公共艺术通过综合的艺术语言诠释城市空间和地域文化的审美意象、艺术创意和生活思索,表现不同城市的精神和特质,为大众塑造共享的文化空间,提供文化福利和审美的权利,极大地影响人们在城市中生活体验的获得感。公共艺术所呈现出的关怀性和同理心能够提供丰富的文化能量,使参与其中的公众获得独特的精神体验,回应多种类型的审美需求和群体情感的投射,并直接作用于城市精神塑造、市民意识的培育、城市文化共同体的形成。”^[3]而以集体记忆、公共叙事为媒介重塑人与人的联系,将具有公共情感价值的要素连缀成精神“锚点”,同样需要通过各种渠道、媒介强化广大民众对公共艺术的认识和理解。

值得注意的是,产业新城的公共艺术建设需要大量的资源投入,离不开公共艺术产业化发展的支撑。罗子荃、周秀梅认为:“城市公共艺术产业化发展源于当前有关文化需求层面对城市空间品质提升的宏观背景和现有公共艺术发展过程中所积累的主要矛盾应对所需。公共艺术产业发展要走本土化产业变革之路,着力树立好公共艺术产业链条,结合‘文化—政府—市场—社会’四个维度的新型需求,从公共艺术产业链和价值链条角度进行延伸和细化,通过战略节点的升级,加快资本转换,并在产业链的关键环节保证公众参与的介入。”^[4]

二、产业新城公共艺术建设的任务目标

(一) 聚能——发展公共艺术积聚新城品牌文化势能

习近平总书记在党的二十大报告中针对文化艺术发展方向指出:“坚持把社会效益放在首位,社会效益和经济效益相统一。”^[5]公共艺术对城市品牌的塑造可以结合国家政策大势和新城发展战略,体现资源本底优势,进而形成差异化形象,突出城市独特的品牌价

值。公共艺术项目既可以强化城市记忆的承续,也可以讲述新的故事,从城市居民和旅游者等多种角度发出一种城市生活的声音。以公共艺术为抓手的城市品牌建设,可以分解为主题活动品牌(节庆赛会等)、区域场所品牌、产业示范品牌等部分,通过“合作、交流、互鉴、变革”等价值要素体现城市发展理念和蓝图。公共艺术既可以作为品牌的载体,也可以作为其中的组成形式,其社群连接属性和善意表达都能产生正向的品牌资产。

新型城镇化背景下的公共艺术还可以探索城市“公共艺术立方”概念,引导公共艺术项目策划从面积覆盖向空间占位转变。公共艺术所积聚的“品牌发展势能”指向一种“脉—势—意”的结构(见图1),即“脉络与格局、趋势与场域、感知与想象”。这种结构既是空间、信息、能量的系统结构,也是持续塑造、提升、跃迁的生长结构,与当下公共艺术的“全域化”发展趋势相契合,并能够有效融入国土空间规划体系,系统呈现城市文化的发展路径。产业新城公共艺术建设从专项

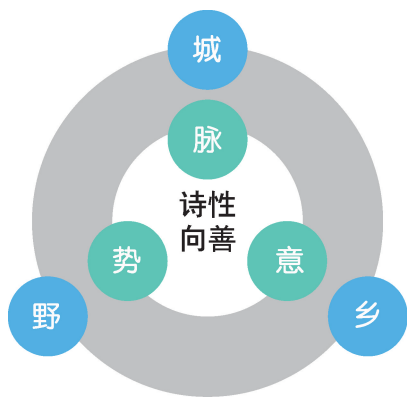


图1 公共艺术积聚城市品牌势能

发展规划的编制到重点项目、作品的落地,都可以围绕这样一种认知模式来开展。抓住产业新城发展的关键节点,基于新的城市规划结构和“产业+生活”模式,围绕“脉—势—意”的结构建立公共艺术体系,能够有效塑造新城整体的文化谱系,从多个“赛道”占领受众心智,抢占发展先机。

(二) 焕新——依托公共艺术优化“城市信息场域”

公共艺术概念的内涵是从项目概念、作品概念逐渐扩展为文化生态概念,其潜在的功能意义和价值传导始终围绕着一个核心——“场域”。在城市数字化转型和第三次分配的整体背景下,公共艺术所介入和构建的场域应该进一步被理解为综合性的“城市信息场域”。

“城市信息场域”可以划分为物理类和媒介类两大组成部分(见图2)。“城市信息场域”区别于常用的“城市空间”一词。“城市空间”侧重生产模式和文化层面的概念表达,对应具有指向性的功能区域。而“城市信息场域”更关注生态化、综合性的系统。公共艺术在通过对空间的直接塑造与空间信息流的导引,发挥“价值要素的承载体、城市感知的联合体、社群意识的凝结体”的多重作用。通过发展公共艺术能够有效推动城市信息场域的运行管理,从城市风貌管理、文化品牌营造、精神价值传递等方面强化其场域氛围和影响力。

“城市信息场域”的“焕新”体现在四个方面——内容体系的整合创新、表现形式的特色创新、运行模式的机制创新、评价方式的维度创新。公共艺术作为纽带和契机,有效推动城市信息场域从结构、节点到传播的整体升级。当下,作为城市信息场域中一部分的虚拟

城市空间体系和媒体信息场域梳理：

5大重点空间类型：



10大类空间主题要素：



媒体信息场域：

渠道（传统媒体、网络自媒体、其它媒体端）

媒介（图像、音视频、文创产品、广播电视作品、游戏等）

评估（城市品牌评价、宜居、创新指数等、产业专业评价、城市管理大数据动态评估，区域热度活力等）

图2 城市信息场域要素整合

公共空间,形成了“更灵活、普遍渗透和反身性的信息发展模式,它的原料和产品都是信息,因而由信息构成了流动的空间”^[5]。结合以城市融媒体为核心的传播矩阵,公共艺术得以全面地点亮城市,表明产业新城不是更大的产业园或生产基地,而是更优质、更集约、更宜居的未来城市。因此,城市信息场域的优化与满足人民美好生活需要的发展目标相适应,既是认识水平的体现,也是治理能力的彰显。

三、公共艺术赋能产业新城发展的创新模式

(一) 建立专项规划,推进复合型项目

产业新城公共艺术建设和运行肩负着多个方面的发展任务——聚焦发展定位、完善基础配套、探索智慧建设、资源整合创新。在项目策划建设之初,应充分考虑公共艺术与所在区域不同产业领域联动运行的可能性,尝试建立项目实施后的运行模型,保证项目建设成果持续发挥作用。在编制公共艺术专项规划的过程中应注重“三个建立”。

其一,建立特色生活街区与公共艺术体系。在加快发展公共艺术的同时保持所在区域个性,发展建设高水平且特色鲜明的城市文化,提供更多公共文化福利。

其二,建立新城形象品牌与代表性体验点。通过在公共空间设置具有地域性特征的艺术作品、公共家具,形成独有的文化风景线,使公共艺术成为建设“新城品牌”的关键抓手。

其三,建立高质量专业标准与典型模式。公共艺术的规划、实施采用跨学科(如艺术学、美学、哲学、规划学、建筑学、社会学、历史学等)合作、多团队(艺术创作团队、智库团队、建设管理团队等)联合模式推进调

研及创作工作。

专项规划应从资源配置、项目属性、作用区域等多个维度聚焦空间价值提升,推动复合型项目建设。资源配置的复合应结合自身产业优势及特色,最大化形成文化集聚效应和空间场地效能,如广东东莞松湖智谷通过加强公共艺术建设支撑“产学研展销”全产业链及“产城人文旅”融合发展,以通湖礼廊连接滨湖文化艺术街区,建设博物馆、美术馆、科学家俱乐部、水秀剧场等文化艺术设施,实现科技、艺术、生活的高度融合。

以“社区型”“专项文旅型”“城市综合文化空间型”等为代表的公共艺术项目,其投资运作模式应该是以时间为量度的渐进式开发过程,即从投资理念、投资模式、效果评估等多个层面进行重构,将公共艺术投资运行的目标聚焦于建设完成后的运营,开发的成果除了环境设施和景观内容的提升之外,还包括成系统的衍生内容、产品和媒介要素集合,注重对城市历史文化的传承与城市文脉的延续^[6]。

此类规划模式和运行机制可以参考雄安新区“漫生活”街区价值提升项目(见图3)。该项目是以公共艺术为主要抓手的城市更新示范项目,以1 km长的城市街道及其相邻城市街区为改造范围,通过运行模式的创新激发旧城活力。该项目在编制公共艺术规划的过程中,明确以可持续、可运行的系统打造为主要目标,结合智慧化的运营和内容孵化平台,强化街区的整体活力。公共艺术在该项目中既发挥了品牌重塑的核心作用,同时也切实增加了区域内的文化内容和功能设施。主题要素的选择和载体形式的植入,充分考虑了该区域原有的产业特色和文化传承,将原有的制造业要素和居民日常的衣食住行有机结合,形成了兼具在地



图3 雄安“漫生活”公共艺术街区核心节点

(图片来源于深圳建筑科学研究院团队)

性和创新性的城市空间风貌。值得一提的是,该项目在运行过程中将周期性、可变性的街区状态纳入规划考量,探索了多种形式的业态组成,具有参考意义。

(二) 依托城市更新,探索多元化载体

《“十四五”规划和2035远景目标纲要》中明确提出:“顺应城市发展新理念新趋势,开展城市现代化试点示范,建设宜居、创新、智慧、绿色、人文、韧性城市。^[7]”产业新城的“更新”不仅意味着以新代旧,更强调建立新的模式,不断生成“新景”、滋养“新人”、培育“新业”。以公共艺术为特征的主题街区更新和艺术活动在空间价值提升方面能够产生良好的效果和反馈。公共空间所具有的综合潜能,在公共艺术的助推下能够得到有效地释放。公共艺术的载体不仅是根据体验形式进行区分的艺术门类和形态,而且不同的艺术介入方式所包含的符号、语汇、功能要素,会通过各种物理空间或虚拟空间的传导形成跨媒介的综合效应。围绕“综合信息场域”的建设目标,可以从五个方面归纳产业新城建设中的公共艺术载体类型——主题型区域、聚焦型节点、延伸性界面、互动式媒体、成长性记录(见图4)。

在此基础上,围绕城市更新和民生改善可以建立以公共艺术为纽带的城市级品牌活动。上海城市空间艺术季是国内公共艺术节庆中比较有代表性的案例。2021年,艺术季围绕“15分钟生活圈”建设为发展目标,在全市范围内形成系统性的结构,纳入到城市发展的年度工作计划中。在艺术节的筹备运行过程中,基层社区的组织能力得以体现,公共艺术策划团队和协作组织的共创,营造了民众广泛参与的有利条件。人们通过多种方式增进与社区、政府的沟通和协作,体现了以公共艺术为抓手推进城市品质提升和内涵式发展的示范意义。

拓展公共艺术的多元化载体,可以依托城市更新的“全过程咨询服务”,贯穿各类项目设计、施工、运营。公共艺术发展评估标准(城市融合度、社区结合

度、居民活力度、品牌传播度等),可以对标国内外公共艺术发展的成功案例,探索建立由作品和活动构成的节点网络,突出智慧型公共艺术作品和设施以彰显创新环境。

(三) 强化社会美育,构建长效运行机制

文化驻地和在地社群既是公共艺术项目运行的有效保障,也是公共艺术发展的成果之一。公共艺术的长效发展仅依靠策划执行团队是远远不够的,发展文化驻地才能持续产生新内容。从现有的公共文化服务资源配置来看,很多产业新城的硬件配置足够支撑文化驻地(创作型空间)的运行,相对欠缺的是整体的谋划及专业资源的持续注入。因此,应该在公共艺术项目规划中加入文化驻地的部分,提升项目所在区域的创新力,通过“重构在地性创新协作”来建立产业新城文化创新体系,注入创新“基因”,让“人”成为新城创新的源头活水^[8]。

响应党的二十大报告提出的“实施国家文化数字化战略,健全现代公共文化服务体系,创新实施文化惠民工程”重要发展战略,发展文化驻地可以从政策许可、资源支持和人员组织三个方面落实机制创新,鼓励艺术平台进入社区和公共场所,将更多的公共文化场域培育成创作、创新的场所,公共艺术所带来的美育和教化作用才能常态化。

此类机制创新可以参考“好公社”(NICE2035未来生活原型街)(见图5)。“好公社”位于上海市杨浦区四平路街道鞍山五村与公交新村之间,是由同济大学创意学院与街道联手完成的社区更新项目。项目团队对小餐饮、五金配件等居民投诉多、业态能级低的店家实施微更新改造,成为社区创意生产和社区服务场所(“公共会客厅”)。该项目由意大利设计大师Aldo Cibic(孟菲斯风格的代表人物)主持,整体风格俏皮且充满乐趣,为整个空间带来灵动气质。此外,朱哲琴声音实验室、阿斯顿马丁实验室等项目也相继在此落地,高校学生的创新实践和本区域的公共教育都在这里开



图4 公共艺术载体类型梳理



图5 上海NICE2035“好公社”

展。“好公社”使社区从创新链和产业链的末端变为源头,并辐射服务周边居民区,营造出独具特色的公共文化生态。

在地社群既可以是专门的协会组织,也可以是具有凝聚力的爱好者群体。此类群体在特定的文化消费领域具有较强的传播和转化能力。专业社群通过共享内容资源等方式形成联动发展模式。在雄安新区建立的“伊工社”和“伊美术馆”通过“城市记忆保护小组”等社群,收集城市记忆和口述史资料,以社会剧场等形式展示城市更新过程中珍贵而易逝的集体记忆。该小组组织举办了包括街巷艺术展在内的多种公共艺术共建活动,取得了很好的反响。

(四) 融合文旅消费,强化立体传播效能

公共艺术的传播效能不仅取决于传播媒介和渠道,还受到公共艺术与城市文旅消费融合度的影响。公共艺术在发挥精神堡垒、游线节点、仪式空间等作用的同时,应该通过营造现代化产业景观增强城市空间的多样性,融入休闲文娱配套、商业配套、社区配套,彰显产业文化创新、区域发展脉络、人文内涵信息等综合属性。

在公共艺术项目开展之初,可以统筹各类媒体资源形成传播工具矩阵。策划方可以预先制定公共艺术项目的传播策略方案,通过整合渠道流量和预算来保证全过程的社交媒体投放。重点渠道的投放能促进项目价值的转化,并在项目运营中发挥作用。从支撑工具的发展趋势来看,公共艺术的传播正在向“媒体平台—虚拟社区—元宇宙”三个维度联动发展。目前媒体平台的投放可以比较清晰地进行经费预估和筹备(可以通过官方媒体、学术媒体、一般社交媒体三个主线构建传播工具包)。而定制化的虚拟社区则需要根据实际功能需求进行开发,其优点是可以与项目相关业态联动(艺术节点打卡、内容二次创作、消费体验等),建立“文

化基因图谱”,并围绕这一谱系不断生长、繁衍出更加丰富的文化内容。

“数字时代又强化了公共艺术的可及性和参与性”^[9]。在项目的实施过程中,公共艺术成果的记录和传播,选取合适的形式载体变得非常重要。传统公共艺术传播的媒介方式主要是通过图片推送和视频展示,这些信息媒介通常很快被淹没^[10]。在公共艺术实践中,可以将活动型的公共艺术项目内容进行多维度的记录转化。现实场域和沉浸式的虚拟空间产生密切联动应该在不久之后就会变为常态。而在“元宇宙”的加持下,现实空间中的公共艺术很可能变为更加仪式化的打卡节点。虚拟社区则能更加有效地收集公众对公共艺术项目的反馈,便于评估项目的社会效益。雄安“漫生活”公共艺术街区在对外开放的推广周期内与字节跳动等大型社交媒体资源方进行深度合作,在京津冀地区累计产生上亿次点击量,在重点受众群体中展开集中传播,结合新闻报道、推送文章、微博和小视频形成立体形象集群。

五、结语

在产业新城建设发展过程中,公共艺术作为一种最能为人民服务的艺术形式,既发挥着公共文化体系中基础设施的作用,也从不同维度见证区域特色文化的形成乃至成熟。围绕“以人为本”的新型城镇化发展,政府主导、企业运作、民众参与的公共艺术建设,将有力推动产业新城品牌文化的提升,实现“聚能焕新”的发展目标。在这一过程中,各种新理念、新模式、新方法都将通过系统规划和复合型的项目实践,有机融入城市更新的进程,并在综合性的传播和信息场域的升级中实现更大效能。产业新城通过公共艺术强化存量资源整合和增量资源获取的能力,将使其不断优化成为具有全域感召力的“未来之城”。

参考文献

- [1] 中华人民共和国中央人民政府. 习近平:高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL]. (2022-10-25)[2022-11-15]. http://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm.
- [2] 李建盛. 公共艺术与城市的文化空间建构[J]. 华南师范大学学报(社会科学版), 2017(1): 150-156.
- [3] 王青云, 翁剑青. 公共艺术与当代城市文化[J]. 建筑知识, 2012, 32(3): 114-117.
- [4] 罗子荃, 周秀梅. 城市公共艺术产业发展的内在逻辑与创新机制[J]. 学习与实践, 2018(8): 104-111.
- [5] 张钟菊. 数字时代的艺术风险:公共艺术与大数据资本主义[J]. 公共艺术, 2020(3): 24-29.
- [6] 白丽君. 城市微更新中公共艺术的介入研究[D]. 南京: 南京林业大学, 2020: 43.
- [7] 中华人民共和国中央人民政府. 中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要[EB/OL]. (2021-03-13)[2022-11-15]. http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/13/content_5592681.htm.
- [8] 许爱萍. 产城融合视角下产业新城经济高质量发展路径[J]. 开发研究, 2019(6): 65-71.
- [9] 翁剑青. 公共艺术与信息传播[J]. 雕塑, 2005(5): 24-25.
- [10] 潘鹏程. 数字化参与:虚拟空间中的公共艺术[J]. 公共艺术, 2021(3): 103-107.

责任编辑:陈作