

中国城市公共空间雕塑的新世纪断想 施 梁、于美成

改革开放之后20多年来,中国城市公共空间雕塑很快勃兴,并经历了迅速发展和巨大变迁。这反映在城市雕塑的设置数量、类型题材、地区分布、艺术水准以及城市雕塑的理论建设、规划和组织管理等重要方面。

20年前,我国的城市公共空间雕塑为数不多,类型单一,并且主要集中在少数几个大城市。起初,人们只是关注雕塑自身和它对城市的装点作用,没有更多地从雕塑与所在城市空间各构成要素之间的互动角度去考虑问题,所以,单从环境艺术的整体要求来看,城市雕塑的水准还很低。如今,我国城市雕塑的数量激增,全国共有城市雕塑4000余座。尽管这些雕塑仍主要分布在北京、上海、广州、重庆等特大城市和大城市,但可喜的是,许多中小城市也纷纷建设了数量可观的城市雕塑。城市雕塑的类型和题材也日趋丰富,突破了过去强调政治教化,以宣传和纪念伟人、英雄人物等为主的单一叙事模式,进而呈现了多元化格局并开始走向和贴近普通市民的日常生活。一些抽象的、装饰性的无主题雕塑频繁登场,涌现出一批优秀的作品。城市雕塑作为城市公共空间的一个构成要素,它与所在环境其他要素不可分离、相辅相成的关系逐渐为人们所认识,并成为评价和欣赏城市雕塑的重要尺度。

城市雕塑理论建设自1980年开始便不断发展。一方面,国外相关理论和评论被大量译介;另一方面,国内的艺术工作者以及城市与建筑界人士为城市雕塑理论建设作了艰苦的基础性工作,积累了不少高质量的学术论文和专著。这些成果已经且将继续成为提升城市雕塑创作和欣赏水平的重要理论资源。城市雕塑的规划和组织管理工作也较早被提到重要的议事日程,并逐渐步入制度化和法制化的轨道:1982年,中央领导同志批准成立了“全国城市雕塑规划组”(1987年更名为“全国城市雕塑建设指导委员会”);1984年,在北京举办了“全国城市雕塑设计方案展览”,召开了“全国城市雕塑规划会议”;1993年,文化部、建设部根据《中华人民共和国城市规划法》和其它有关规定,制定发布了《城市雕塑建设管理办法》;一些地方也颁布了公共艺术建设的法规、条例和纲要,如上海市人民政府发布的《上海市城市雕塑建设管理办法》,北京首都城市雕塑艺术委员会编制的《北京城市雕塑建设规划纲要》,深圳市城市规划委员会建筑与环境艺术委员会审议通过的《深圳经济特区城市雕塑总体规划》等。

然而,从总体上看,目前我国城市雕塑建设状况和水平还不能令人满意,与充分文明和现代化的城市发展要求差距甚远。近来北京、上海拆除了一批劣质城市雕塑,多少对此作了说明。历史业已迈入21世纪的门槛。未来中国城市雕塑建设既要解决上个世纪遗留的问题,又要应对现代化、全球化浪潮带来的挑战,百端待举,任重道远。以下本文着重就城市雕塑与其空间环境的关系问题和现代化、全球化背景下城市雕塑的进一步发展问题展开探讨。

一、城市雕塑与其空间环境的联结与整合

城市雕塑是为特定的城市环境设计和创制的雕塑,与所在环境结合成有机整体是其基本特征和起码要求。如果脱离了具体的城市环境,或者没有处理好与城市环境的关系,不仅雕塑自身的意义会发生畸变,而且它所处的城市环境亦会失之完整;甚至,雕塑还成了城市环境的负担,非但没有提升城市环境的美学价值,反而破坏了城市景观。这一点在理论上已经形成共识,但实践中城市雕塑与城市环境的联结问题,长期以来一直没有得到很好解决,原因来自以下方面:

经验的匮乏。中国的城市公共艺术发展有其先天不足^[1],在雕塑与城市环境其他要素的整合方面,我们还缺乏应有的经验。长期的教化和政治宣传角色,使城市雕塑唯我独尊,注重自我表现,在处理自身与环境其他要素的关系时习惯于考虑和要求的多是其他要素如何烘托和支持自己,而不会照应“别人”,甚或根本就没有考虑环境。

规划的缺失。作为人类有目的的自觉行为,城市公共空间环境营造的成功在很大程度上取决于事先仔细而周密的规划。我国现行城市规划体系中,至今也没有把城市雕塑的规划建设纳入其中。由于缺乏规划的引导和控制,城市雕塑的设计建造便成了一种分散无序的事后补白和见缝插针。这不仅使雕塑创作常常陷于被动,而且建筑和其它环境要素也几乎不可能为照应雕塑再作理想的调整。

专业力量薄弱。雕塑是一种实实在在的三维空间艺术,对作者各方面素质要求都很高,何况城市雕塑远不同于“架上雕塑”,必须应对和协调常常是纷繁多变而棘手的城市空间环境问题。由于历史和体制原因,城市规划和建筑设计工作者对雕塑鲜有染指,而雕塑创作人员对城市和建筑又很少问津。这直接导致两者之间不能取得有效沟通与默契合作,阻滞了城市雕塑艺术质量的提高。

盲目设置城市雕塑。长期以来，我国城市建设普遍存在攀比成风、盲目冒进的流弊，如“广场热”、“草坪热”、“大树热”等；城雕建设也不例外。除了浮雕（或壁饰）之外，雕塑通常都真实占有一定的三维空间，考虑到适宜的观赏角度、观赏距离等因素，雕塑对空间的控制和要求远不止于其自身体积的规模，并非所有城市公共场所都能提供容纳雕塑的适宜空间；另外，城市公共空间美学价值的提升有许多手段和渠道，艺术品的使用仅仅是其中一种选择。因此，对于城市某一具体环境来说，雕塑的设置并不具备必然性。滥用雕塑，画蛇添足，在不需要雕塑的地方使用雕塑，非但不能美化城市环境，反而会使城市环境丧失原有的功能与目的。历史和现实中，这样的例子屡见不鲜。

在处理雕塑与其环境的关系方面，未来城市雕塑建设必须克服上述种种弊端，并对雕塑与环境各要素的相互关系、整合机制、整合方法等有进一步的认识和把握。

城市雕塑与城市环境的联结或整合由表及里，既反映在表层形式各要素，如光色、形象、形体、材质、尺寸、方位等方面，又体现在性格、情调、主题、内容、审美观念等深层诸要素方面。不仅如此，成功的整合关系还在于雕塑与城市环境之间的良性互动，要求雕塑参与其所在城市环境的功能组织、空间划分和对环境尺度的调节[2]。

二、现代化、全球化背景下的中国城市雕塑

我国正处于由传统或前工业社会向现代及工业社会转型的历史阶段。与此同时，另一种变化正悄然改变着我们的社会，这就是日益展现的“全球化”进程。可以说，未来相当长时间内，我国城市雕塑建设始终承受着现代化和本土化的双重压力与挑战。一要努力完成城市雕塑的现代化；二要继承和发掘本土文化中有价值的东西，探索、开拓和创造有自身特色的城市雕塑。

人们对现代化的认识一直存在着这样的偏差：即把现代化等同于西方化，城市雕塑规划建设简单地模仿和照搬西方现代艺术的一些空洞形式。纵观国内所谓的“前卫”作品，其在思想、理念、方法上无不带有西方艺术的种种烙印和痕迹。

值得澄清的是，现代化或现代性应该是指现代技术的广泛应用及其扩展对人类精神、人类价值和人类社会处境所带来的一切后果，它有多种实现模式。从概念上说，“现代化”涵盖了“西方化”，而“西方化”则无法包括“现代化”。实际上，西方国家也曾经经历从传统社会向现代社会变迁的历史过程，只不过它们（特别是早期工业化国家）先走了一步，而且其现代化是一种“内生”的过程。中国的现代化起步较晚，并在相当程度上带有“被动”的悲剧性色彩。基于上述理解，未来中国城市雕塑发展呈现或多或少的“西方化”是无可非议的。但问题的关键却在于城市雕塑怎样反映或表现中国社会转型过程中人们新的价值观念和变化了的精神诉求，如何适应并融入新的城市生活，以及契合新的城市形态和城市空间组织方式。这一切则有赖于城市雕塑自身创作理念、创作方法和物质手段的创新，而绝非照搬或挪用西方现代艺术所能凑效的。

过去30多年，国际经济模式中的相互依存性趋势不断增强，导致所谓经济全球化过程的展开。伴随此过程的是文化、艺术、伦理、学术和政治的全球化的凸现。中国加入WTO标志着全球化浪潮已真正向我们袭来。按照英国社会学家阿尔布劳（Albrow）的观点，全球化主要是指“所有那些世界各民族融合成一个单一社会、全球社会的过程”。然而全球化本质上却是一个充满内在矛盾的过程。它呈现一体化的趋势，也包含分裂化的倾向。既有单一化，又有多样化；既是国际化，又是本土化。不同国家、不同群体、不同的人对全球化抱持的态度和观点表现出各种各样的对立。因此，“全球化最好被理解为或多或少同时发生的一系列相互强化的社会转型，其中没有哪一方比另一方更具有意义”[3]。下面我们主要从文化互动的角度来讨论全球化背景下中国城市公共空间雕塑应有的发展。

现代交通和通信技术的发展及其广泛应用，大大改变了时间和空间在人类生活中所扮演的角色，并迫使人类行为重构。“不知有汉，无论魏晋”那样局限在一个地方的封闭式生活已是天方夜谭。地域性（地方性）失去了往日的色彩，导致各种文化相互分离和固定不变的边界正在崩解。大众传媒的兴起和消费主义生活方式的四处传播，使得文化的地方差别被抹平，层次差别被消解。包括因特网在内的各种网络把世界联系得与地方社会一样紧密。正是在这样的情况下，地方性或地方特色变得极易丢失，同时也唾手可得。对于某一地区、某一个人、某一群体来说，地方性或地方特色不再是自然而然的无意识的被动承受，而是自觉主动的刻意追寻。追求个性、地方性已成为全球化社会中人们的消费时尚：比如，你中午刚吃过法国大餐，晚上可能又要参加中式宴席；城市开发中，这里刚建成一片充满澳洲风情的住宅区，那里又在规划建设一处德国镇。凡此种种，不一而足。

“越是民族的，就越是世界的”，近些年来在这个颇具哲理的思想的指导下，许多地方的城市雕塑建设都热衷于发掘和营造“地方特色”。一时期“易经八卦”、“神话故事”、“民间传说”、“历史人物”乃至“动植物特产”等为题材的城市雕塑如同雨后春笋。本文无意反对“地方特色”，相反，我们对此大力推崇和赞扬，因为艺术的生命力就在于个性。

全球化条件下，城市雕塑如何塑造个性或地方性，仍是个有待探讨的问题，需要社会各界特别是城市、建筑和雕塑工作者的认真思索和身体力行。不过有一条原则我们现在可以提出，那就是城市雕塑必须力倡“形式美”（形式美是有规律可循的），必须与它所处的城市空间环境结合成有机整体；背离了这个原则，即便再有个性，再有地方特色的城市雕塑都不是成功的“城市雕塑”，尽管它可能是一件优秀的“雕塑”。

城市雕塑是一种公共艺术，是城市居民日常生活中的成员。公共艺术的设置本质上是一种公众行为。城市公共空间设置雕塑最终应该由公众来决定，具体操作者仅仅是公众的代言人。要避免广大市民的价值与精神需求被少数权力和知识精英的武断与偏执所遮蔽。