

上海世博“变法”：应对公共雕塑爆发式增长

2010年上海世博会园区的城市雕塑,规划在大约5.28平方公里的里设置200座雕塑,这是中国公共雕塑建设中史无前例的大单子;更有意思的是,主办方采用向全球公开征集《中国2010年上海世博会园区雕塑项目》策划方案的新模式,挑选相关项目的策划团队。

值此第一轮方案评选结果揭晓之际,本报专题采访了相关的专家和业内人士,共同梳理中国公共雕塑的历史与现状,上海世博会园区雕塑项目策展团队的遴选机制的创新以及中国公共雕塑多元投资渠道的形成等课题。

◎本报记者 邱家和 杨琳



新闻与背景：上海世博新举措史无前例

【新闻背景】《中国2010年上海世博会园区雕塑项目》蔚为壮观

根据《中国2010年上海世博会园区城市雕塑规划》,在世博会园区规划红线范围内大约5.28平方公里的用地面积里,将计划设置200座雕塑,按内容和区域分为五大项目,分别是:上海世博会园区标志性雕塑、主要出入口雕塑、世博轴雕塑长廊、江南广场雕塑和沿江景观带雕塑。如此规模的雕塑项目可谓史无前例,业内人士分析,这个项目的重要性,不仅在于其规模空前巨大,更重要的是恰逢世博会这样的全球盛会,据他们估计,这批雕塑的建设费用,将在1亿到2亿元之间。此外,中国公共雕塑正处在爆发式增长的当口,这个项目的结果将会对中国今后公共雕塑的建设机制、市场需求产生深远的影响。

【最新消息】首轮评选结果揭晓

由上海世博会事务协调局和上海城市规划管理局联手向全球公开征集《中国2010年上海世博会园区雕塑项目》策划方案的工作,最近传来最新消息:6月27日(上周五),策划方案的第一轮评选结果由上海世博会事务协调局在世博网上正式公布。3月31日,上海世博会事务协调局和上海城市规划管理局联手向全球公开征集《中国2010年上海世博会园区雕塑项目》策划方案。这次征集的策划方案所包括的项目,除了世博会标志性雕塑以外,包括了所有其他4个园区雕塑项目。与众不同之处在于,这次评选从策划方案的征集人手,然后由遴选出的优秀策划团队或策划人来组织具体项目的征集,而不是由主办方直接征集作品。

世博雕塑建设工作小组办公室主任高级主管余郭平告诉记者,策划团队或策划人须在充分理解上海世博会主题的基础上,结合世博园区雕塑建设的背景及实际情况,提出富有创新力和想像力的策划方案,并负责组织艺术家进行创作。因此,众多优秀的海内外专业机构组成的策划团队都

参与了这次征集活动。最初共有233家策划团队和个人参与了报名,但最后递交的策划方案为175个,而通过方案资格审查的只有101个。6月19日至20日,上海世博会事务协调局和上海城市规划管理局根据《中国2010年上海世博会园区雕塑项目策划方案征集书》的要求,组织专家对中国2010年上海世博会园区雕塑项目策划方案应征稿进行了评选。余郭平透露,由来自全国各个相关专业和领域的80多位专家,组成了策划方案的评审小组,对上述的101个方案进行了严格的评选,挑选出了7个策划团队提交的11个方案。这7个策划团队国内与国外参半,具体中标方案分配情况是:

“中国2010年上海世博会园区主要入口广场雕塑项目”,由清水敬男艺术事务所、澳洲UAP公司与上海现代建筑设计集团联合团队和中国美术学院城市视觉艺术研究中心入围;“中国2010年上海世博会园区世博轴雕塑长廊”,则是法国密特朗艺术中心、中国雕塑学会和上海交通大学上海湖文化传播有限公司伊藤隆道联合团队入围;

“中国2010年上海世博会园区江南广场雕塑项目”,只有中国美术学院综合艺术系和中国雕塑学会入选;“中国2010年上海世博会园区沿江景观带雕塑”,则是清水敬男艺术事务所、中国美术学院城市视觉艺术研究中心和中国雕塑学会3家的策划方案入选。

余郭平透露,这还不是这4个雕塑项目最后的实施策划团队名单。待各个策划团队细化策划方案后还要经过一轮评选,然后经过谈判和沟通后才会选出各个项目的执行团队是谁。

【新闻透视】新的尝试来自新的理念

据记者了解,在此次《中国2010年上海世博会园区城市雕塑项目》的征集书中,虽然对各个空间的主题、雕塑数量、体量与尺度、色彩等都有各自不同的具体要求和标准,但其统一要求则是:雕塑本身要与空间

周边环境乃至整个园区的基本特质密切配合,使雕塑能够充分表达出雕塑家的创作意图,并被更多人接受和认可,从而提高“公众艺术”的亲亲和力和开放性。由此可以看出,2010年上海世博会园区城市雕塑项目对于“城市雕塑”在理念上已有了新的认知、阐释和标准。

世博雕塑建设工作小组成员之一、上海城市雕塑艺术中心馆长谢林在接受记者采访时表示,世博会园区雕塑项目的规划目标,就是传承和发扬世博精神,展示世界文化,增进全球范围内的文化影响力,全面提升上海城市雕塑艺术水平和城市景观品质并凸现城市魅力,促进旅游及相关产业发展。因此,上海既然承办了这个国际化项目,就应该给予它新的理念。

他表示:“城市雕塑的概念在当下已经有了更加宽泛的理解,它已经不再是上世纪80年代初仅仅只是‘城市空间要有文化可看’的理念,而应该更加注重雕塑作品与城市的景观、环境之间的关联以及与民众之间的互动和交流。同时,与多媒体、装置等高科技相结合的城市家具等具有实用功能性的公共艺术也将被列入其中。”他表示,2010年上海世博会园区城市雕塑项目将是一次国家文化和艺术发展水平的集中呈现。这个空间是艺术作品的展示空间,更是国家经济和文化的展示空间。

谢林告诉记者,早在2005年,这项规划就已经形成,并得到市政府批示,要在这个空间里请一些有创意、有想法的策展团队来实施。政府提供大的主题和想法,让他们策划,根据空间的特点拿出好的策划方案。他说,如今结果已公示,从结果显示来看,这次评选的总体质量是很不错的。

他强调,这次方案征集与众不同:原来传统的做法是根据规划直接让艺术家设计,然后放进空间就完了。这样的结果是,尽管艺术家的设计是好的,但与空间本体、与周边环境、与民众和主题的相关性不够。而现在,无论是建设理念还是实施策略都有了改变,要求通过专业团队的策划,在对环境和主题理念有充分的认知后,再与艺术家合作产生设计,这样的做法让业内人士表示了认同和赞赏。



历史与现状：从“城市雕塑”到“公共雕塑”

【历史】刚刚告别“城市雕塑”概念

上海张江当代艺术馆馆长李旭,主持过近两年来著名的“现场张江”的大型公共艺术活动,在艺术馆所在的张江公园,建设了一批全国著名的艺术家公共雕塑作品。他在接受记者采访时回顾了中国公共雕塑简短的历史。他指出,中国的公共艺术直到上世纪90年代中期以后才开始成长。在这之前,中国只有“城市雕塑”这个概念,常见的做法,就是把雕塑作品放在城市中文本和概念都比较合适的社区。他指出,这种做法,已经不适合现代城市的复杂性,尤其在中国,经历文化的转型,大多数城市都处在新老交替的状态。买一个现成的东西放在公共空间,有很大的风险。

他指出,90年代的公共艺术的实验,留下了一些很有意思的案例,比如深圳的华侨城、青岛的香港路、成都的府南河活水公园等。从这些案例可以看出,公共艺术与传统城市雕塑不同,

艺术家要做田野考察,必须充分考虑周围的各种空间因素,考虑城市的文脉,才能让作品真正融入周围的公共空间,为其增色,起到画龙点睛的作用。他说,至于作品的形态,却可以显得很多样:既可以是散落在绿地中,也可能铺在人行道上,有时候甚至可以是一个事件,在公众的参与中达到其艺术效果。

李旭强调,这些实践证明,公共雕塑需要专家班子,或者叫策展组,需要一个好的策划人或者团队。因为公共雕塑要有整体性的考虑,与所在地的地面建筑、天际线、道路、河流、桥梁等环境细节相吻合。

此次参与方案投标的法国密特朗艺术中心,其中国区负责人廖宜国也表示,传统的城市雕塑已不符合时代的发展,以前城市雕塑不是政治议题就是美感和幻想等议题,所以要么是政府不接受某些艺术家的作品作为城市雕塑;要么就是某些艺术家对于城市雕塑绝对排斥。他认为,这样的对立迟早会被打破。只要公共雕塑在空间中的呈现方式不一样,那么在位者的观念也会产生改变。



新闻焦点：如何挑选策展团队？

【跟踪报道一】策划方案如何评选？

此次方案的征集执行方,世博雕塑建设工作小组办公室高级主管的余郭平告诉记者,征集公告一出,海内外与雕塑、景观、建筑、环艺、美术等相关领域有关的专业人士和机构,可以说是积极响应,共233家策划者和团队报名,最后方案递交数为175个。余郭平透露,这些参选团队,都是看好世博会对公共雕塑发展所带来的良好远景;同时,这次《中国2010年上海世博园区雕塑项目》中所提出并实施的策展人模式,对于中国公共艺术也具有开创性意义。

余郭平透露,整个评选专家小组,是在全国范围内的6个领域中选中的80多位专家组成,其中包括园林规划、雕塑、美术、艺术评论、规划管理以及建筑管理等专业。另外,由于有的专家同时是参选的策展团队的专家,与投标机构存在利益关系,还采取了回避原则,就不能担任主办方的评审专家。他提到,中国雕塑学会会长曾成钢和中国美术学院院长许江,就都因此没有成为评审团队成员。

【跟踪报道二】投标方如何迎战？

法国密特朗艺术中心的廖宜国表示,这次参与方案投标,在中国是公共雕

塑领域最好、最大的一次机会,也是国际性公共展示的第一次。因此,他们事先作了比较充分的准备。他们非常注重团队的组合(其中各个专业如建筑、景观、艺术呈现(科技和多媒体技术)、还有国际策展、制作等各个领域的人才都囊括其中。因为他们知道,这个项目的关键,是看团队的整体策划能力和最后方案的执行实施能力。

他透露,他们法国密特朗艺术中心作为国际雕塑展览的专业策划机构,首先是在方案中提出很多专业的、具有国际标准的、与中国传统思路不一样的意见,同时又尽量符合上海世博会这个平台的需求,完全尊重主办方的考量,尤其是在安全性和公共性问题、与民众的互动性问题等方面,围绕主办方关心的议题提出自己的方案。

【跟踪报道三】评选标准是什么？

那么,世博会方面又是如何遴选策展团队,他们根据的是什么标准呢?据余郭平介绍,在此次评选策展团队过程中,主办方给予评审专家组4个评选标准作为参考:

首先,是参选策展团队对于世博各个项目主题的理解和方案创新性;其次,是方案中所提出的作品征集和方案实施能力;

其三,是策展团队的实力,即是否有能力在全球范围内找到合适2010世博会主题的优秀艺术家和作品;

最后,就是策展团队对资金的运作能力,即如何在世博会这个巨大平台上运用最少的资金实现最好的作品呈现。

【跟踪报道四】应征方案有什么高招？

余郭平还说,在入围方案中,有策划团队提出采用举办国际雕塑大赛的,以此来征集全球范围内最优秀的雕塑作品。他认为,大赛的举办对于世博会来说可以拥有一次最佳的国际雕塑大展,而对于参赛者来说则可以有机会让世界文化博览会这样的盛大舞台上亮相并有机会被世博会永久保留,同时在比赛后这些作品还可以参加全球性拍卖;这些方案的提出,体现了主办方所提出的“不用花费大量的资金就可以拥有一次优秀的雕塑展”的理念。另外,还有的方案提出了一系列包括捐赠、赞助以及租借在内的减少开支的方案。

因此,余郭平表示,提出好的方案是参选的一大标准。但是,对于策展团队而言,如何能够比较好地实施方案,又拥有比较好的资金运作能力,那是问题的关键,也是第二轮评选的主要标准。

结论：中国公共雕塑面临爆发性增长

资料显示,1984年美国在洛杉矶奥运会上投放了大量公共艺术品,大大提升了周边地区的经济价值。有分析表明,在这些公共艺术品上,每投一分钱都在当地获得了24倍的经济效益。显示了公共雕塑和城市发展之间的密切联系。

中国经济成长,已经到了类似的历史关口,中国公共雕塑面临爆发性增长的历史关口。问题是,如何形成有序而多元的公共艺术品的投资与开发的市场需求、开发机制与投资渠道?

法国密特朗艺术中心的廖宜国指出,公共雕塑的发展对于周边经济的爆发力是很强大的;首先,它将是恢复雕塑与建筑的对话关系的最好机会;

其次,这可以让民众提早接触到当代艺术的发展,认知到最新的城市雕塑和公共艺术的创作理念;最后,由此将吸引来中国的企业和机构进入艺术领域,不仅可以带来巨大的赞助、广告机会,还会产生一些直接支持艺术家创作的连锁反应。

确实,城市雕塑、公共艺术的发展不仅是城市形象和文化的一大促进,同时也是文化经济的一大催生剂。谢林指出,中国2010年上海世博会园区城市雕塑项目或许不能说是产生怎样直接的经济效益,但必将在公共雕塑观念上引起企业、机构和民众的足够重视;同时民众对于艺术的认知度也必将提升,由此,对于艺术的收藏和投资也会接踵而来。

上海证大现代艺术馆馆长沈其斌则指出,中国的公共艺术在认知上还是很初级的。一直以来,中国的公共艺术都是物体化的、装饰性的、景观化的东西,非常滞后,与艺术的发展是脱节的,需要教育和引导。而这需要时间,需要由谁带来的变化,更需要社会的参与。公共艺术不是简单的装饰品,而是与民众互动并产生关系的作品。所以其中有几个问题:谁来创作公共艺术?谁来决定公共艺术产生?评选机制是怎样的?评审专家又是哪些人?这些人与城市是否有关系?当代艺术的学术观念是否含在其中等等?

【现状】问题是临门一脚

同样参与此次方案投标的上海圆顶艺术机构负责人毛文采,此前已在静安区的吴江路和静安雕塑公园做过法国雕塑家苏泰的公共雕塑作品。她指出,中国经历了从“城市雕塑”到“公共雕塑”的变化,关键在于,公共雕塑不是孤立的。因此,他们每做一个公共雕

塑个案,都有一个整体的方案,包括对周围环境的调查、对这个公共雕塑的准确定位以及全套的解决方案。她认为,这些日常工作恰恰反映了中国公共雕塑的现状,她所经手的项目有的做的很顺利很愉快,有的就做得很别扭,而这往往涉及到行政首长。因此她感叹,中国公共雕塑并不缺少合适的甚或是好的作品,问题总是出在临门一脚,往往是作品摆到特定的环境里却不是那么一回事。她特别提到了公共雕塑的底座——她记得,对安放在静安雕塑公园里的公共雕塑“天使荣归”,静安区绿化局局长对雕塑底座的处理提出了非常专业的意见,让她口服心服。

毛文采还特别提到,在雕塑与环境的对话中,要特别注意让公众参与,因此她每做一个作品都提供很详细的文字说明。她认为,雕塑可以有不同的解说,但至少做雕塑的机构应该有一个清晰乃至感人的解说。

李旭则提到了张江在公共艺术方面的经验。他说,张江有很多无法比拟的优势,给公共艺术的实验留下了广阔的空

间。关键在于,张江和浦东的领导,对于周围环境的调查、对这个公共雕塑的准确定位以及全套的解决方案。同时,“现场张江”有一个很大的特点,学术上的掌控权都在专家手里而不是行政首长手里,请来做主的,都是中国美术馆馆长或者专业的策展人,他们的视野,投向的是全国的艺术家。

通过“现场张江”展开的大规模的公共艺术活动,围绕张江当代艺术馆在张江公园里形成了许多出自中国当代艺术家的公共雕塑与装置,李旭在谈到其中的甘苦时,重点谈了两条:一是主创团队必须有稳定的背景,因为公共雕塑从方案提出到论证、施工、维护和保养,周期很长;二是行政干预对艺术创作的对话中,投资方必须相信创作团队。因为公共雕塑的效果会慢慢显示出来。他特别提到,行政首长的变化,会影响方案,甚至导致其夭折。

他指出,目前公共艺术产生的可能性很少,特别是操作时间太短,而世博会却给予了2年多的时间,这是非常难得的。而且,最重要的改变还是在观念上的突破,那就是公共艺术在项目或建筑以及空间开始规划时就会被通盘考虑,而不是等建筑或空间落成之后再考虑。

他说,这样的思路是迟早会到来的,只是时间的快慢而已。不过,这些变化已经在本次世博会项目中开始了,因此,他们有特别的期待。

【投标人】期待新变化

法国密特朗艺术中心的廖宜国则