

奥林匹克背景下公共艺术助推城市文化复兴

林樱子 陈芄宇

柳州工学院

[摘要]奥运会在不同的历史时期在全球不同国家举办,随着城市化进程和经济全球化发展,公共艺术无形中助推着各国城市更新和文化传播。本文围绕奥林匹克运动会举办国开启的公共艺术城市更新行动,将各国政府主要引导下的奥林匹克公共艺术助推城市复兴的案例典范进行分析,阐述以公共艺术活动振兴城市经济并完成城市文化复兴的成果。

[关键词]奥林匹克;公共艺术;城市更新;文化复兴

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.04.1272

引言:国际奥林匹克运动会围绕申奥国城市而建,整体规划以奥林匹克参赛体育项目建设体育设施和更新城市空间,以提供全球文化、体育、艺术交流平台,奥林匹克公共艺术助推城市更新将集中展示包含有形、无形、共有、私有的资源,是国家城市规划、历史文化、科技教育等综合实力的体现,聚焦全人类智慧,促进全球文化交流。奥运会从一场体育赛事,变成凝聚全国民心、展示国家形象、带动社会发展、推广本国文化的盛事,公共艺术作为具有公共性、公众性、社会性的艺术行为成为推动国家文化交流的重要手段。

一、奥运会促进国家城市发展概述

(一) 日本东京

日本是世界上第一个借助奥运会带动国家高速发展、经济复苏、城市更新的国家。1945年日本战败投降东京满目疮痍,1964年举行的日本东京奥运会是奥运会第一次在亚洲举办,政府通过一系列城市兴建计划运用体育赛事为日本战后重建和城市复兴带来活力,拯救了低迷的日本经济和重塑日本民众对政府执政能力的信心。日本东京奥运会的选址原是美军住宅基地,经过两年交涉,美军住宅统一改为奥运村,通过一系列公共艺术活动,重拾日本民族文化信心。奥运会带来的城市重建和国民心灵重塑,是精神和物质层面的。日本以奥运会为契机,快速发展经济、重振实业,并在国际舞台宣传日本文化。1966年,日本东京经济发展赶超英国,1967年赶超法国,1968年日本再次承办大阪世博会,通过国际赛事促进国家城市发展复兴,推动国家文化建设成为日本战后快速崛起的关键,随后成为世界第二大经济强国,被称为“世界经济奇迹”。

(二) 巴塞罗那

1992年巴塞罗那奥运会举办,以奥运会为契机进行城市更新,将巴塞罗那变成一座人称“开放空间的雕塑博物馆”,打造艺术城市,地方政府开始以全额预算购买艺术家的作品,巴塞罗那在奥运期间展现出最完美的“地方形象”,创造出前所未有的城市规划与公共艺术。1979年至1986年间,城市规划建设更多的公园、花园、广场与人行道,开放式打造“艺术博物馆”,奥运会期间政府举办“融入城市一景展”活动,邀请国内外艺术家研读地方习性、文化、民俗等,创作富有象征符号和地方特色的艺术品,并修订公共艺术法,使得公共艺术的范围扩展到古迹维修、各地历史文物等层面。二十世纪现代主义建筑之父安东尼奥高迪,一生中17件建筑作品都被西班牙政府作为国家级文物。不只国家宪法规定的百分比艺术政策,通

过奥运会进行艺术政策的改革,推动艺术城市建设,打造富有本国特色的文化艺术城市建设。巴塞罗那通过“城市美化”运动与“城市复兴”运动推动国家发展的典型。

(三) 伦敦奥运会

2004年发布的伦敦城市规划中将伦敦东区作为吸引投资和促进经济增长的潜力区域。英国伦敦东区有着200年的工业史,曾经面临着产业衰退、失业率高、环境污染等难题,借助奥运会在修复环境、建设交通轨道等基础设施、增强社区包容性等方面持续投入资金,从体育、文化、环境和产业等方面推动伦敦东区城市更新规划落实,助力伦敦东区实现快速发展,在预算不足的情况下通过合作融资等手段建起了奥运村与媒体中心,成功对伦敦东区进行重新规划改建。在获得2012年伦敦奥运会主办权之后,伦敦泰晤士河发展公司联合大伦敦市政府等公共部门,将奥运会规划纳入伦敦东区城市更新计划。伦敦市发展机构和伦敦交付局联合发布了《城市可持续性更新承诺》,提出城市更新的三大领域,既满足举办奥运会的需求和城市可持续发展的需求。英国伦敦东区通过奥运会完成的城市更新被称为“欧洲最大的城市更新项目”,以奥运为契机的伦敦东区城市更新项目转化成为吸引各方高科技产业和解决社会就业的可持续遗产。

二、公共艺术计划助推城市更新

(一) 更新城市版图,扩大交通网络

1964年东京奥运会,日本政府投入300亿美元用于奥运会的城市改造,美军住宅统一改为奥运村,丹下健三提出了“都市轴”理论,都市轴把传统的点状市中心变成带状的市中心,以此轴将高速环状的交通系统并,更新城市交通系统,奥运会开始前10天新干线开通,流动的轨道广告以艺术视觉形式在新干线宣传日本文化。同时还提出了功能典型化的城市设计理念,赋予建筑理性的形式,用本土设计师彰显民族自信,称他为日本重建之父。

针对有百年历史的圣潘克勒斯火车站英国政府投入68亿英镑在2007年完成整修,为迎接2012年伦敦奥运会,重构国家高铁系统成为英格兰和欧洲大陆“欧洲之星”的新起点,英国第一次列入欧洲高速铁路网络。19世纪经过工业革命洗礼的英国,世界第一条地铁的开通和公共汽车的运营,英国城市交通网络发达,英国经济突飞猛进。结合哈利波特、蜘蛛侠等场景拍摄电影,英国圣潘克勒斯火车站成为城市宣传名片,其钢铁和玻璃结合的建筑形式和公共艺术设施,成为英国工业文化的象征。

（二）场馆规划赛后利用，推动产业发展

1. 绿色发展

2012年伦敦奥运会结束后，伦敦奥林匹克公园改名为伊丽莎白女王奥林匹克公园，针对其改造改建为一个旅游观光的休闲胜地。奥林匹克公园对占地250英亩的原工业用地进行了大幅度改造，原计划的四座巨型足球场在赛后计划改建为四座花园，以供当地人种植水果蔬菜，打造全生态农业，形成可持续发展提供伦敦市民观赏及满足农业需求的场所。

2. 数字科技

“文化奥运”是2012年伦敦奥运会的口号，在2008年英国奥运战略报导指出：“我们希望奥运为我们带来的不仅仅是一座座崭新的体育赛场，更是一种新的具有创造性和可持续性的生活方式”。奥林匹克公园建设之初，便邀请当地艺术家及国际知名艺术家参与艺术城市建设，将极具现代性、公共性、社会性的公共艺术作品进行征集设计。伦敦奥运会催化伦敦东科技城发展，从原来几乎被遗弃的重工业贫民区进行改建，场地集科技、数字和创意等企业群聚的中心，目前已超过1600多家公司入驻，成为欧洲成长最快的科技枢纽，并仅次于美国硅谷的全球高科技和创意新聚落。

3. 教育文化

日本代代木国立综合体育馆是日本现代艺术和创造艺术的碰撞，造型上将日本神社形式和竖穴式居所元素结合，将国家文化赋予建筑形式达到了现代化审美、材料、功能、结构、比例、历史观的高度统一，被称为20世纪世界最美的建筑之一，日本现代建筑甚至以此体育馆为界，划分前后两个历史时期。受此建筑影响，日本传统民族文化自信油然而生，对于本国文化符号的传递和民艺发展无形中产生影响，奥运会后的场所变为了日本文化的孵化地之一，与新宿并称为“24小时不眠之街”，成为日本国内外各种流行风尚发源地。

（三）公共艺术提升人民生活质量

起初靠近地中海的巴塞罗那工业污染严重，以奥运会为契机从环境治理开始改造污染海滩，计划兴建全市第一个海滨社区，政府组织围绕特色建筑重新开始城市规划布局和改建工程，重新打造5公里海滨海滩，不断完善基建，升级机场建设，更新城市排水系统。为减轻奥组委财政负担，奥运村建设以海滨住宅区建设，奥运会结束后该住宅区可作为商品房对外销售，奥运村楼下是海边进行奥林匹克水上竞技，奥运会结束后该地变成停放私下游艇港口，沿路建设海滨浴场和滨海公路，环形打造滨海旅游区，为赛后可持续旅游业发展做好系统规划。以奥运会为契机将城市公共空间进行改造，巴塞罗那从一座没有广场之名的城市，演变到人称“开放空间的雕塑美术馆”城市，被全世界的艺评家称为“世界上最摩登的城市，不只在欧洲被称为最有活力的城市，也被赞誉为城市规划最前卫的一个代表符号”。城市围绕可持续设计为主，奥运村整体规划在奥运会结束后依旧提供满足城市人民需求的场所，完善的城市规划和艺术城市建设，吸引了大量前往旅游的游客，提高了国民GDP和财政税收。

三、公共艺术促进城市更新作用

（一）全球层面

奥运会是全球性围绕体育竞技为核心的赛事，还包含了文化、艺术之间的交流，更聚焦解决全人类、全球性的问题，奥运会举办国在城市设计中往往聚焦解决全人类共同面对的问题，为奥林匹克“更快、更高、更强、更团结”提供极具参考价值的解决方案。

（二）国家层面

奥林匹克运动会是一场艺术复兴城市的实践，也是国家团结各方力量的统一，国家层面的决策者的决策，将直接或间接决定奥林匹克赛前、赛后国家城市规划下国民生活的方式。国家层面往往借助奥运会开幕式、闭幕式等公共艺术行为及城市整体规划，达到宣传国家文化形象，展现国家综合实力达到提升国际地位的目的。2008年中国北京奥运会，通过奥运会开、闭幕式展现了中国5000年中华文化，精彩的开、闭幕式现场给全球各国人民留下了深刻的记忆，展现了我国文化软实力和社会主义现代化国家。

（三）社会层面

奥运会是全民参与的文化运动，将举国之力承办的体育赛事将提升国民国家自豪感。2004年哈佛大学一项研究报告成果的核心结论指出，世界经济重心正在向文化积累厚重的城市转移。世界竞争战略之父迈克尔·波特认为，基于文化的优势是最根本的，是难以替代和模仿的，是最持久和最核心的竞争力。基于各国城市发展迫切需要找到超越既往城市化范式的发展思路，通过奥林匹克舞台全方面展现国家各领域实力，以文化艺术促进社会发展，提高人民生活质量。

四、结论和启示

全球面临着诸多亟待解决的城市问题，奥林匹克是全人类聚焦传播国家文化和促进未来城市建设的重要载体。奥运会朝着产业化和全民化的方向发展，奥运会起初以体育赛事突破人的无限可能，以单纯的体育比赛的范畴逐步拓展到全球化多元化文化交流格局。申办国通过奥运会所呈现的国家形象、公共艺术、科技文化已经成为城市发展和文化复兴的重要助推力，公共艺术作为奥运会综合艺术的集中体现，其公共参与性艺术形式为全人类高质量生活和具有持久活力的城市生活提供创新模式。

参考文献：

- [1]王中.《公共艺术概论》(第二版)[M].北京大学出版社,2014.
- [2]丁亚慧.激荡中的线索[D].中央美术学院,2019.

本文为国家社科基金艺术学一般项目《公共艺术政策助推“城市文化复兴”价值研究》，项目代码18BH5八、

作者简介：林樱子，1992年，汉，柳州工学院，讲师、中级工艺美术师，研究方向：公共艺术、工艺美术。

陈芄宇，1991年，汉，柳州工学院，讲师，研究方向：景观设计、在地化设计。