

从“城市精神”看英国的文化创意产业

张毅^{1,2}, 森田昌嗣², 马娃君¹, 李子龙³

(1.广东工业大学, 广州 510075; 2.日本九州大学, 福岡 815-8540; 3.湖南大学, 长沙 410082)

摘要: **目的** 研究伦敦文化创意的源动力来源。**方法** 通过对英国伦敦、利物浦、牛津、利兹的实地考察及关于英国城市精神方面的文献解读,从伦敦的城市文化、科技发展、产业积累与再创造及英国人强烈的公民自豪感等方面进行分析。**结论** 英国的文化意识、人文酿造、文化积累的过程,对于我国在“大众创业、万众创新”思想指导下,汇集民间创新力量,发挥个体创造性,建设富有城市精神内涵的文化创意产业提供研究思路。

关键词: 城市精神; 英国; 文化创意产业; 公民自豪感

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)14-0101-05

From the Perspective of "City Spirit" to Explore the British Cultural and Creative Industries

ZHANG Yi^{1,2}, YOSHITSUGU Morita², MA Wa-jun¹, LI Zi-long³

(1.Guangdong University of Technology, Guangzhou 510075, China;

2.China & Kyushu University, Fukuoka 815-8540, Japan; 3.Hunan University, Changsha 410082, China)

ABSTRACT: It aims to study the source of cultural creativity in London. Through the British London, Liverpool, Oxford, Leeds field test and the British city spirit of the literature interpretation, London's urban culture, technology development, industry accumulation and re-creation and the British strong civic pride are analyzed. That the process of the English culture consciousness, humanistic brewing, cultural accumulation, for our country in the guidance of "public entrepreneurship, innovation" philosophy, provide research ideas for bringing together private innovation strength, playing individual creativity, building the cultural and creative industries city with spirit connotation.

KEY WORDS: city spirit; Britain; cultural and creative industries; civic pride

国内外城市的竞争不再只是经济实力的较量,以高附加值的服务业为首的文化创意产业的发展已成为城市核心竞争力。目前国内各级城市大兴文化创意产业园、复兴古建筑,以及“同质”化的人文旅游、动漫影视等产业。城市的人文精神作为城市竞争的软实力,能最大限度的激发人的创造力和凝聚力,在欧、美、日等发达国家已经成为城市创意产业的根基和生命。“城市竞争的最高目标就是培育人民的自豪感和动机”^[1],日本的一村一庆典、宠物咖啡店、胶囊旅馆等奇思妙想的创意都来源于民众的智慧及对本民

族文化的自豪与再创造。在国内,如何自省各地域的文化特色,以创意设计彰显文化自豪,集结市民力量,如何发挥市民创造主动性、挖掘富有城市精神内涵的创意内容,是体现城市的“差异性”、“个性化”、“可持续性”发展的核心问题。

本文拟从英国的伦敦、牛津、利物浦、利兹的实地考察及文献解读,分析这4座以不同人文、经济背景下展开的独特精神特质的“再建城”风貌。希望通过对英国的不同城市精神下创建的文化产业的解析,为我国城市建设具有独特文化张力的文化产业发展路径提供参考。

收稿日期: 2017-03-31

作者简介: 张毅(1973—),女,江西人,日本九州大学博士生,广东工业大学副教授,主要研究方向为区域文化与城市品牌。

1.2 传统之城、学术之城——牛津

如果说科技、文化、贸易的竞争促使了伦敦大都市自豪感的诞生，那么牛津这座距今有 1100 多年的静逸小城的自豪感则来源于深厚的学术根基和宽容开放的人文环境。这里不仅诞生了近代 200 年内包含英国首相在内的政要人物，还孕育了在生物医药、物理、化学、经济学、文学等众多领域的诺贝尔奖获得者。享誉全球的《爱丽丝梦游仙境》亦是牛津为背景的童话书。

牛津以大学著称，被冠以“学术之城”^[3]，在这座

安静的小城里遍布了图书馆、咖啡馆、剧院、音乐厅。学者们在图书馆里思考、在咖啡馆讨论、在音乐厅里荡漾。这是一座沉思和创造的城市，在这座每 400 个居民中就有一个艺术家之家的城市，不墨守成规或学界人士常说的“盒子之外的思考”是学习和研究中创造力的基础。不墨守成规不仅在大学得到鼓励，而且在城市的各方面都得到包容。在这座城市里部分的交通信号灯是被遮住的，汽车文明在这座城市是要礼让学者的。牛津为不守成规和有怪异行为的学者提供了宽容的学术氛围(见图 2)。



图 2 “学术之城”——牛津

Fig.2 "Academic city": Oxford

人材的培养、学术氛围的营造、对学者的尊重，保持优秀的学术传统不为外来文化所侵蚀，牛津学者维护着这种尊严、城市管理者包容着这种气质，正是这种气质孕育了牛津的城市精神，成为目前依然是万众瞩目、敬仰的学术之城。这不仅是牛津的独特，也是英国创造性人材积累、迸发的根据地、国家可持续发展的源动力。

1.3 传统制造业重振再生、文化之都——利物浦、利兹

利物浦，作为英国的港口城市，曾经是英国著名的制造业中心。从 1970 年起利物浦的船坞和传统制造业急剧衰落。而今以“2008 年欧洲文化之都”重振了

当地的文化产业。利物浦作为现代摇滚音乐、著名的披头士乐队的诞生地，以披头士乐队的主唱约翰·列侬命名了该城的机场名，并拥有获得过 18 次英格兰甲级联赛冠军的利物浦足球俱乐部。在重新开发的沿港湾公园中有小片的市民足球场、有摇滚音乐的博物馆、酒吧、餐厅、音乐、足球用品商店，城中遍布着音乐、足球的气息(见图 3)。利兹，从 14 世纪起作为毛纺织工业起家的历史古城，在新旧城市建设和改造中现代设计链接着城市的活力，小到街边的配电箱设计、市民编制艺术品展览，大到图书馆、美术馆的外墙装饰、购物中心的建筑设计无一不体现了现代设计与传统文化融和发展带来的时尚魅力(见图 4)。



图 3 散发着足球、音乐、时尚的利物浦

Fig.3 Football, music, fashion Liverpool



图 4 现代设计与传统交融的利兹
Fig.4 Leeds: modern design and traditional blending

再生,不是从零开始,而是根植于与本地的产业、人文遗产,从城市的公共设施、公共活动的改造展开,将激活城市市民的内在活力,从而获得外界的认可。西班牙的毕尔巴鄂古根海姆博物馆亦是港口工业城市更新计划中的典范。

2 城市精神——公民自豪感与文化创意产业的形成

在英国处处能感受到历史名人、现代名人、地方特色带来的国家/城市自豪感,由名人、地方特色派生出来的文化产业不断塑造着大英的品牌形象。这种自豪感的由来有其重要的社会经济、人文历史渊源。

2.1 公民自豪感与文化意识溯源

“公民自豪感”作为社会重要的概念可以追溯到英国的维多利亚时代(1837—1901)。18 世纪到 19 世纪前半期,由于农业革命丧失了耕种的农民,向产业革命急需工厂劳动者的城市极速涌入,英国经历了未曾有过的城市化经验。从工业和商贸中获利的市民阶级拥有力量开始,产生了巨大的变革。他们当中的自豪感来自于自身塑造了城市的自信^[4]。

“公民自豪感”作为市民的心灵归属成为了必要的象征媒介。建筑作为文化的载体,为市民兴建的市民中心、音乐厅、美术馆、学校等建筑的设计竞赛成为市民关心的话题^[5]。壮丽的建筑不仅是商业的热情,还提升了市民对美的感受和对艺术品的鉴赏力,文化氛围的营造为维多利亚时代的市民提供了精神食粮,使得在工业文明形成的都市中散发着文化的气息,市民在文化艺术的环境熏陶下形成了理解、认同、消费文化的潜意识,由初入城市的“农民”向“有文化的城市人”转变。

2.2 自豪感的力量与文化创意产业的形成

150 余年后,公民自豪感的研究与城市再生的研究再次引起关注。1970 年以来,英国的城市出现经济危机,制造业衰退,人口、企业从城市中心迁出等重要问题。针对此种情况,撒切尔政权构建了城市再生机制。撒切尔坚决放弃英国已丧失竞争优势的传统产业,关闭了全国差不多所有的煤矿以及许多效益低下的钢铁、造船等重工业。虽然当时英国经济处于困境,失业率飙升,但这剂猛药彻底改变了英国的经济结构,为日后服务业的大力发展奠定了基础。之后梅杰、布莱尔政权继续推进伦敦的大规模再开发,1997 年成立了由多个政府部门和产业界代表组成的创意产业工作组,1998 年发表了“城市复兴”倡议书,2000 年“我们的城市”的白皮书里,“我们的城市里有很多引人骄傲的东西”,城市再生不仅是物理环境的再生,重心转向了以人为本的、柔性的社会再生^[6]。英国以“酷不列颠尼亚”为国家形象的文化创意产业正式拉开帷幕。

随着全球化进程,现代城市间的竞争已经超越国家的界限,开始了争取人口、产业、观光、投资的全球竞争。现代城市、城市再生的进程中,以“人的创造力”为核心的文化创意产业,是强调个体文化或文化因素依靠个人(团体)通过技术、创意和产业化的方式方式开发、营销知识产权的行业。以历史的眼光来看英国早期文化资本的积累、基础产业链完备的社会环境,激发那些具有良好文化素质、文化传统精神的、经历了 1 个半世纪城市文明改造的“有文化的城市人”的积极性,便成为了整个产业升级转型的关键。以重视每一个公民的文化自省、内心的骄傲感、成就感、认同感,以丰富的交流活动、宣传活动、公共空间、工作坊等作为载体的城市创意战略,在英国受到

重视。自豪感是行动的集结,是每个个体独创性行动的原动力。自豪感是个人的情感意识,个人骄傲还原成对城市自豪感的认同即成为公民自豪感。城市不仅给予了市民拥有值得骄傲的美好人生,作为回馈,人们将自己的智慧、技术投入到城市中,成为城市的资本,组织、汇总这些散发在城市各个角落的资源,自豪感将成为城市转型中最重要的力量^[6]。

2014年的官方数据显示英国创意产业每小时为英国带来800万英镑。创意产业在2012年增长近10%,超过其他所有英国产业。这种创意产业规模的形成与英国早期的文化扩展、产业积累、文化意识的形成、人文环境的酿造是息息相关的。

3 结语

纵观英国伦敦、牛津、利物浦、利兹几个不同城市,依据其各自不同的文化特点、人文背景、经济产业特点,在城市振兴、城市再造方面都提供了不同的启示。伦敦以其深厚、多元的文化、金融及科技,彰显的自豪感,驱动着新一轮的城市再生。牛津以其传统的、不紧不慢的节奏、宽容的学术氛围、对学者尊重的城市管理,磨砺着其学术之城的精神品质。利物浦、利兹以衰败的工业、制造业的换血,以现代设计、服务业、娱乐业的重振使得城市更具竞争力。这种以自身文化、技术、产业背景积淀下的“差异化”城市精神,为城市再生的文化创意产业提供了内容源泉,长久积淀下来的为市民认可、以此为傲的“个性化”城市精神激发了市民的创造性,集结市民主动创造的文化业态,为城市的可持续发展提供了动力。

中国从来都不缺少令人自豪的历史文化资源,改

革开放后的经济崛起使中国重新回到了世界舞台的中心。李克强总理在政府工作报告中说到的“大众创业万众创新”的国家愿景,从汇集市民力量,发挥市民创造主动性的角度来看,将作为城市文化创意产业的重要指引。现代城市再生的中心是根植与市民自豪感的市民行动,自豪感是行动的集结,是每个个体创造性的原动力。发挥市民创造主动性、树立富有城市精神内涵的创意氛围,是城市文化产业可持续发展的重要路径。

参考文献:

- [1] 西蒙·安浩. 铸造国家、城市和地区的品牌: 竞争优势识别系统[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2010. SIMON A. Competitive Identity: the New Brand for Nation, Cities and Regions[M]. Shanghai: Shanghai Jiao Tong University Press, 2010.
- [2] 鲍里斯·约翰逊. 伦敦精神[M]. 重庆: 重庆出版社, 2014. BORIS J. The Spirit of London[M]. Chongqing: Chongqing Press, 2014.
- [3] 贝淡宁. 城市的精神[M]. 重庆: 重庆出版社, 2012. DANIEL. The Spirit of the City[M]. Chongqing: Chongqing Press, 2012.
- [4] ASA B. Victorian Cities: a Brilliant and Absorbing History of Their Development[M]. London: Penguin Books, 1963.
- [5] TRISTRAM H. Building Jerusalem: the Rise and Fall of the Victorian City[J]. Burlington Magazine, London, 2005, 1230(147): 523—528.
- [6] ITO K. シビックプライド: 都市のコミュニケーションをデザインする[C]. 宣伝会議, 东京, 2013.