

### 一座城是需要气质的

吴汐

一座城市是有气质的,不管它是大或小、年轻或衰老。城市的气质涵盖了更多内容,需要对多元文化的包容,以及对新生事物的感受和理解。到过国外一些城市,不管它是历史上年深日久的文化之都,还是某个籍籍无名的小城镇,他们带来的感触都是打动心弦的:自由的音乐人在地铁出口拉琴;某个不经意的一瞥,就可以看到代表城市历史的雕塑;更不要说一些街区、小巷、院校,艺术气息飘荡之外,还充满着人情味儿的温馨,以及交流的快乐。这一切,都是一座城市的气质所在。

涂鸦需要我们去包容。包容是感知、接受的前提。给它一席之地,对潍坊来说是有意义的。对一个新的文化元素的认可不是朝夕可就的事情,需要关注、引领、投入、人才,更多的时候甚至包括细节。正是有了这些充满人文魅力的细节,才构成了我们这座城的气质和内涵。

### 我不懂,但能感到快乐

张楠

每次从白浪河桥下路过,我就能看到那里的涂鸦。虽然我不懂创作者究竟在油彩和笔画中蕴含了怎样的感情,但他们的快乐我却能感觉得到,因为人的感情总是有许多相通之处,不经意间通过细节就能表达。

去北京的时候慕名到过人民大学的涂鸦墙前,看到年轻的男女在那里走走停停,说说看看。创作者的感情通过作品表达出来,诉说的是生活多元和丰富所带来的快乐。就像罗素的那句名言:“须知参差多态,乃是幸福本源。”

潍坊是一座安详文静的城市,身居其中我们会感到她的体贴,那么这份温柔体贴,本就应该是推而广之的,为什么就不能包容一种新的幸福感,尽管它是通过另外一种形式表达出来的?

张扬的涂鸦背后,是一群张扬的青春,一种张扬的文化,一种张扬的时尚。寂静久了的城市,看不懂这群年轻的来客,究竟是他们太任性?还是我们不够包容?



## 涂鸦之困,一座城的年轻烦恼



### 城市涂鸦,节制地去包容

一个城市该不该接受涂鸦这门艺术,这项艺术如何在一个城市立足?记者对此采访了山东大学哲学与社会发展学院王忠武教授。王教授认为,街头涂鸦作为一种艺术,有它的存在价值,但它的表达范围应该规范,建议相关部门出台一定的法规,使街头涂鸦更加规范。

王忠武教授说,街头涂鸦在西方已经非常流行,近几年来,它在中国各大城市也逐渐露出头角,但一直没有针对街头艺术的相关法律法规出台,这也使得街头艺术的处境尴尬。他说,作为一个城市来说,应该有涂鸦艺术存在的空间,但是必须限制在一定范围内。王教授举了一个例子,街头涂鸦主张随性,崇尚自由,但如果涂鸦团队在将作品涂鸦在路人汽车上或者具有古典艺术的主干道上,那它就损坏了公共物品,破坏了公共环境,它的存在价值就给城市减分了。

怎样让它的存在价值与这个城市相符?王教授说,最直接有效的方式就是相关部门将涂鸦规范化。比如,城市管理部门可以划出专门的区域,在这些区域内,涂鸦爱好者可以随心所欲的进行创作。比如一些破旧的老街,那些校园文化墙,涂鸦爱好者进行创作的同时,还美化了环境,这样它的价值表达方式就是正确的。

本报记者 马媛媛

### 气质取决于理性而非纵容

林琅

涂鸦也有个专门的区域吧,它是一种艺术的同时,也可能一种环境污染。代表年轻人追求时尚,表达内心世界的个性张扬,也可能会给接受不了的人带来困扰,不是每一个都接受涂鸦的人。墙壁全是涂鸦,而且是那种有些恐怖,有些消极的,配合着昏暗的灯光,的确有种气氛,有种吓人的气氛,想去轻松一下,聊天散步的心情都没了……

年轻人喜欢涂鸦,是因为他们需要有一个渠道去释放他们的张力和活力,那我们能不能认为,涂鸦是一个青春期的孩子呢?都说城市需要气质,但个人看来,所谓气质,一定是内心深处真正成熟而稳定的思想凝结物,而不能单纯地去理解成张扬、宣泄、无规则和任性的表现方式。所以涂鸦之于城市,不是能不能接受的问题,而是融不融合、适不适合的问题。

### 城市并非处处可张扬

苏小蕾

看过潍坊城区的某些涂鸦,即使知道这是种艺术创作,可对不起的是,我仍觉得太抽象,也谈不上美感。

我喜欢在墙上看到国画,或一些漂亮的儿童画、风景画,这些都挺不错的。以前那些墙画,到现在回忆起来也觉得蛮有意思的。

话说回来,城市需要多姿多彩、个性张扬。但也不能为了画而画,如果涂鸦画跟周围的环境能融合些,那也不错。比如,酒吧街和流行商业区,但在文化广场或者大众集中观景点,这些东西可能就不搭调了。不能随便在哪里都画,我觉得涂鸦代表一种张扬的风格,但我们的城市,并不是处处都可以张扬。

墙画毕竟是随时向外传递城市气质的窗口,是否与城市形象文化氛围统一,也有必要把把关吧。

Advertisement for Weifang Jintun Hospital Men's Department. Features a smiling man in a suit and various service highlights like 'Expert Brand', 'Standardized Brand', 'Tech Brand', and 'International Brand'. Includes a list of services and contact information.