

## CREATIVE INDUSTRY IN DETROIT: THE NEXT BROOKLYN? 底特律创意产业：下一个布鲁克林？

文 Article > 许伟舜 Xu Weishun

2013年7月18日，底特律根据联邦破产法提交了破产保护申请，这也成为美国历史上最大的城市申请破产案件。在过去几十年中，曾经辉煌的汽车城人口从180万骤降到70万，留下大量的后工业用地和废弃住宅，整个城市满目疮痍。然而就在这片废墟中，一个创意产业的传奇似乎已经悄然萌芽。



> 艺术家斯科特·霍金 (Scott Hocking) 以底特律废弃厂房和材料为创意制作的作品《底特律中央冢》(Detroit Midden Mound)，旨在表现城市的空置地危机，供图：斯科特·霍金、底特律Susanne Hilberry画廊

### 创意产业：底特律的最后挣扎

因为更新汽车产业而欠下的巨额债务，因为城市过度增长而无法缩减的公共开支，以及经济萧条和社会问题造成市民流失后的税收骤降，是底特律长期以来无法扭转自身命运的三大根本原因。2010年，底特律市长戴维·宾(Dave Bing)发起了“底特律能行”计划(Detroit Works Project)，力图重新构筑一个底特律的可持续发展图景。这个方案被分成短期行动和长期规划两部分，而长期规划的研究结果，则演变成了一个独立的“底特律未来都市”计划(Detroit Future City)，为底特律的未来规划提供理论框架。在“未来都市”计划中，除了拯救汽车产业、化工等重工业、食品加工工业和以交通线为基础的物流业这些底特

律传统产业之外，艺术创意产业成为了底特律官方的新希望，一个令人瞩目的突破口。与许多后工业时代城市相同的是，底特律的艺术创意产业街区占领的是过去的工厂以及周边的仓库等大型空间，因为这些场所提供了艺术创作和展示所必须的物理环境：放大的房间尺寸、相对丰富却色调统一的室内背景、方便艺术家交往和展示的流线设计等等。但与上海红坊、巴黎Le Marais街区等后工业时代艺术街区不同的是，底特律的创意产业萌芽并不是政府刻意投资、引导产业的结果。恰恰相反，艺术街区以及设计行业的兴起直接来自于底特律政府对城市衰败迁延不愈的无能为力。在底特律，工业的消退并不在经济结构转型的计划之中，并且，这种衰退来得既迅猛又

持久。长期经济低迷导致大量工业用地或是被返还给市政厅（在美国的土地税收制度中，用地所有者如果无法交纳土地税，政府可以将土地没收），或是生产停滞，工厂靠廉价出租厂房给小商业者维持土地所有权。无论是哪种情形，废弃的工业用地都造成了房租和地价的大幅下降；又由于市政府甚至无力承担向这些设施提供足够的水电和街道照明，高昂的拆除和污染治理费用自然无人负担，这些厂房难以被大规模就地改造；这种相对不理想的环境却恰好让这些厂房和仓库成为全国艺术家理想的创作之地——无论如何，描述社会挣扎不仅仅是好的艺术主题，也是积极地影响周边环境，创造艺术家个人价值的方式。底特律强烈的今昔对比似乎激发了艺术家们



> 在底特律，大量房屋被政府回收拆毁。《冰屋》(Ice House) 项目是两位布鲁克林艺术家在一幢即将被拆毁的房子上用冰呈现这一危机的紧迫性，供图：《冰屋》项目

的普遍共情心态和创作动力。不单个人和小型创作工作室看重这些用地，不动产开发商也将之视为未来创意产业的温床：作为阿尔伯特·康(Albert Kahn)设计的占地超过20万平方米的巨大工业园区，拉塞尔工业中心(Russell Industrial Center) 曾经以先后生产过福特轿车和B-17轰炸机闻名遐迩。这座巨大设施经过废弃和再开发，已经在最近十年间被专注底特律地区创意产业的地产商丹尼斯·凯法里诺斯(Dennis Kefallinos) 买断；经过一个房间一个房间的修复，拉塞尔工业中心如今是有超过300家创意公司和艺术家驻扎的美国中西部最大的艺术社区。通过有效的小额借贷，艺术家们还在源源不断地涌来。凯法里诺斯希望这个社区

最终能容纳超过500家小型创意产业，再次成为底特律振兴的发动机。

#### 可持续文化产业：向布鲁克林学习

也许在美国人看来，底特律现在的故事有些眼熟：上世纪40年代的布鲁克林，经济的凋敝使得政府对厂房和公寓产权人要求改善市政基础设施、增加供水供电的要求置之不理，随着原住户迁出日渐破败的公寓和厂房，原创作家和艺术家开始慢慢占领布鲁克林的街头。这些占领活动在当时未必合法，甚至带来了许多如噪音、治安等社会问题，但是当时的纽约市政府同样对此睁一只眼闭一只眼。与当下的底特律一样，昔日的布鲁克林也生活在阴影之中——但与被历史笼罩的底特律不同，布鲁

克林的阴影来自一河之隔的曼哈顿；如果说底特律的艺术创作核心之一在于它辉煌的和阴霾的未来之间的对比，数十年前促使布鲁克林创意产业发展的则是它与物欲横流的曼哈顿岛的强烈对照。事实上，许多艺术家从曼哈顿岛外迁到布鲁克林，唯一的原因只是：这里不是曼哈顿。与消费文化主导的曼哈顿相比，布鲁克林带有强烈的蓝领、无产阶级气息，这种氛围不仅仅扎根在它的社群文化中，也浅显易懂地表现在它的建筑风格上：巨大的烟囱，锈蚀的铁窗，无不辐射出一种劳动生产的氛围，激励着以创作为主业的艺术家们。这种衰败建筑造成的氛围在上世纪70年代以后逐渐变成一个流行词汇：gritty（具有不妥协性的现实主义风格的），被作为布鲁克林文



> 斯科特·霍金，《赫菲斯托斯与众神花园》(Hephaestus and the Garden of the Gods), 2011, 供图: 斯科特·霍金、底特律Susanne Hilberry画廊



> 斯科特·霍金，《鸡蛋和密歇根中央火车站》(The Egg and Michigan Central Train Station), 2012, 供图: 斯科特·霍金、底特律Susanne Hilberry画廊

化产业的标志, 广泛见于之后数十年的媒体报道。

也许布鲁克林创意产业的源头与底特律颇有可比之处, 但接下来艺术家们打造布鲁克林品牌的本事, 也许才是底特律人真正需要学习借鉴的。在布鲁克林扎根以后, 艺术家们并没有着眼于眼前利益, 而是利用彼此之间的共性迅速建立社区, 在牺牲部分收入的基础上维持布鲁克林的整体形象。以威廉斯堡(Williamsburg)社区对麦克卡伦(McCarren)公园游泳池的再利用为例: 麦克卡伦公园的泳池是在上世纪30年代建造, 曾经有高峰时期日均六千人的利用率。自从70年代不同移民对泳池的利用产生争执后泳池就停用了。在那个年代, 布鲁克林的公共空间被认为是种族冲突的代名词。但是自从艺术家们进入社区, 他们开始自发地利用干涸的泳

池作为舞台, 在每周五晚提供免费音乐会和其他表演, 试图以“艺术家”或者“创作者”作为新的种族形象, 改善人们对布鲁克林种族冲突的看法。其结果是富有的白人, 尤其是年轻人因为这些创作活动的吸引慢慢迁入曾经被少数族裔占领的街区。另外一方面, 少数族裔作为一种身份标签开始帮助布鲁克林的艺术家们进行创作和宣传, 比如在非洲裔美国人中盛行一时的“黑帮说唱”(gangsta rap)就以布鲁克林作为其文化宣传的原点。在这种情况下, 原来泾渭分明的少数人族裔和白人居住区开始慢慢打破界线, 形成一种马赛克般的混居分布。值得一提的是, 艺术家们为了维持独立创作的社区形象, 多次拒绝了商业表演机构对泳池空间的买断请求, 坚持使用免费表演的形式。这种互助互利的社区形象被迅速贴上了“布鲁克林正宗”的

厂牌标签, 被作为威廉斯堡“原创酷”(authentic cool)文化的一部分, 一直流传到今天。

而在今天的底特律, 尽管创意产业蒸蒸日上, 然而以城市为标签的统一品牌似乎尚未形成。虽然凯法里诺斯等开发商有意识地与艺术家们合作, 牺牲一部分利润空间来控制租金和重新装修的支出, 以确保更多人能够参与, 但这离整体性的城市印象显然还有一段距离。更由于艺术家的入住, 市区中产化(gentrification)已经开始, 伴随而来的就是局部的地价和物价上涨, 本地弱势社会群体被迫迁离。作为种族冲突尤为激烈的地区, 如何让新兴的创意产业造福原来居住的非裔美国人劳工群体, 达到长期有效的发展, 不仅仅是政府要考虑的问题, 也是艺术家和设计师们在创作过程中需要照顾的因素。



> 斯科特·霍金，《通灵塔，东，夏之二》(Ziggurat, East, Summer II), 2008, 供图: 斯科特·霍金、底特律Susanne Hilberry画廊



> 麦克洛尔酸菜厂使用老照片讲述家庭厨房创作的故事，以此作为营销手段，供图: 麦克洛尔酸菜厂



> 在拉塞尔工业中心，艺术家不但占领了内部空间，也灵活运用室外的场地组织展览会和交流会等活动，摄影: Michael Carian

### 创意产业结构：底特律的机遇

与布鲁克林的创意产业发展不同的是，底特律从政府到个人都有了更多现成的经验可以吸取，也更早从多方面建立介入的计划。意识到低租金对创意产业的巨大帮助，底特律政府建立了土地银行制度，用来控制创意产业的长期地产支出，并且鼓励创意产业在工业生产、社会创新和教育行业的植入性结合，使得艺术家对环境、对城市的积极影响能充分体现在市民的日常生活中，并影响下一代人。

从艺术家个人而言，学习布鲁克林的经验有助于手工商业从业者对产业发展的方向有更好的估计：从地价吸引艺术家进入到创意产业初具雏形，布鲁克林大概用了40年，而底特律的艺术街区似乎只用了短短十年时间就有了

足够规模。这一方面是因为互联网等技术的发展使得个人创业更加容易，另外一方面，布鲁克林已经成功的创业艺术家们把经验，甚至直接把工作室和生产设备搬到底特律的比比皆是。在布鲁克林，创意产业经过20余年的发展，从文学、音乐等纯艺术形式慢慢过度到轻工生产及消费为主的创意产业，比如艺术家美食、创意酿酒、产品设计等，而在以各型工业为基础的底特律，这些周边产业结合了艺术家的个人创意以后发展非常迅速。麦克洛尔酸菜厂(McClure's Pickles)就是从这种混合产业中受益的一例：它的雇主来自布鲁克林文化产业区，吸收了那里的创业经验以后，麦克洛尔在底特律开始生产“太祖母配方”酸菜系列；品牌以创立人(一位音乐家和哲学作家)的家庭厨房创作故事作为宣

传背景，加上特别定制的富有艺术气息的包装，以及随季节随时变动并公诸于众的产量，让人感觉这些产品是出自后花园栽培，通过有品位的厨师私人配方腌制，而不是来自冷冰冰的恒温大棚和大规模食品加工厂。加上底特律原有的食品加工运营人员和强大的物流业作为基础，麦克洛尔的产品迅速行销全国。在底特律，有更多这样艺术家领导的混合产业正在兴起。

虽然底特律的未来还不确定，但是创意产业的迅猛发展给了这座城市新的希望。这些案例给我们的启示也许远远超过艺术设计创作本身：在当代的创意产业中，个人产品必须从社会背景出发，具有大局观，才能更好地结合所在社区，形成规模效应，以求得更成功的可持续发展。■(编辑: 孙源)