

城市景观的文化价值与本土化特色塑造^(*)

○ 陈 刚, 金业斐

(合肥工业大学 建筑与艺术学院, 安徽 合肥 230031)

(摘 要)城市景观有其存在的意义,针对新城建设与城市更新中出现的城市景观特色塑造存在的问题,可以引入广义本土化的概念,透过空间、时间维度的城市景观视角,探讨如何在文化价值为导向下塑造富有本土化特色的城市景观,从而提升城市空间品质和城市景观认同度。

(关键词)城市景观;文化价值;本土化特色

一、从城市美化到城市景观的价值追求

(一) 城市景观存在的意义

城市是人类理想的栖息之地,是人类文明发展的象征,城市在形成之时,其空间景观也就同时存在了。城市空间是城市景观的载体,其多样性的形态特质形成了不同性质的空间类别,如建筑、街道、广场、公园、住区等。城市景观是城市自然—经济—社会的综合体,不同时间和地域条件下呈现出不同的景观环境。

现代城市景观是伴随着城市发展中产生的问题而愈加被重视并蓬勃发展起来的。19世纪末,人们为了改变城市工业化进程中产生的人口集中和卫生条件恶化等问题,城市环境的改善被提上议程。英国海德公园和美国纽约中央公园的出现为解决城市的拥挤和杂乱,缓解阶级之间的矛盾作出了重要贡献。其中,纽约中央公园对纽约百年后的发展展望,对未来城市人口将需要一片绿色环境

作者简介:陈刚,合肥工业大学建筑与艺术学院副教授、硕士生导师,研究方向:城市建筑与空间环境景观研究;金业斐,合肥工业大学建筑与艺术学院硕士研究生,研究方向:风景园林学。

(*) 本文系教育部人文社会科学项目“城市景观的文化价值与地域特色研究”(编号:11YJAZH007)和文化部文化艺术科学研究项目“本土化视野下城市公共空间环境艺术研究”(编号:12DG32)的成果。

的预测,对城中心保留一块绿地的坚持都使得这个公园随着纽约的发展愈加弥足珍贵。其存在的意义不仅在改善环境上,更在于成为城市文化的一部分。刘易斯·芒福德曾说过,“城市是文化的容器”,⁽¹⁾那么城市景观就是文化的重要载体。

城市景观具有自然特征、时代特征和人文特征,它为城市居民提供了活动空间,形成了场所精神,即城市景观的文化特质。这种富有内涵的文化特质有助于城市在发展中明确自己的发展目标,而富有特色的城市景观又将促进城市居民对该城市的认同度并促进城市协调和可持续发展。

(二) 模式化建设带来城市景观的趋同

1. 城市建设不等于城市美化

19世纪末兴起的单纯追求装饰性的“城市美化运动”,主要是对当时城市空间环境进行的大规模改造。“城市美化运动”这一思想和效果被后来不同时期的决策者们青睐,用来作为体现权利和社会秩序的手段。⁽²⁾当今城市大规模建设受到这一思想的影响,逐渐演变为一种模式化的建设与改造,主要体现在城市新区及开发区建设,城市老城区的更新改造,高档住区的开发,象征着城市标志的建筑与街区风貌的塑造。这些建设关注美化效果,追求现代感官的更新,现代材料的运用,大量使用非本土的高档植被,盲目移植欧陆风格和形态,体现出对市场经济利益最大化的追逐。在城市最能体现特色的建筑及公共空间上缺少文化内涵。从这些建设现象上可以看出,当前城市景观存在着价值取向上的偏差。重视经济而轻视了城市本土文化的延续和传承,造成了众多城市景观的同质化倾向,形成城市景观的不协调和空间无序。

城市交通的恶化也越来越限制了城市景观的塑造。城市内部交通方式具有多样性,道路、高架、地铁、河运等的协调统一对城市美化与环境改善起到了重要作用。由此带来的空间形态的变化以及人的行为空间环境尺度的变化,会对城市景观的形成产生影响。道路的扩宽、高架的建设、地铁的出现,改变了城市空间格局,缩短了城市空间两点之间的距离,又相对阻碍了道路两侧的人文交流,减少了绿化空间,产生了相似的道路景观。曾经繁荣的城市内河水运,逐渐向静态的城市滨水活动景观转变,重视滨水区城市空间的道路和视觉衔接,缺少水面上的动态联系和活动,构造了相似的滨水空间景观。城市建设的目标是创造高品质的富有丰富城市特色的公共环境,而不是单纯的美化目标。在城市景观塑造时追求城市特色,需要树立正确的价值导向。

2. 广义本土化及城市景观特色的价值追求

本土化概念是指相对于全球化的,在一个特定时间段内的特定地域范围里面的政治、经济、文化、社会制度等历史现象。它包含了自然和社会两个方面。地域是具有空间尺度和规模的,带有地理方位的区域空间。特色是生活、地域、历史、文化、民族,在一定时间地点的典型事物。⁽³⁾地域文化、地域建筑、地域特色等都是对城市景观与空间环境进行描述与表达的关键词。地域和本土是两个不同却又相似的概念,很多时候可以通用。地域具有宏观区域的概念,地域特色

在空间环境塑造中更倾向于宏观的景观风貌,并形成有效的表达方式。而本土化更倾向于中观和微观的景观形态。

传统意义上的本土化,是从形态学和符号学的角度去评价景观特色,将本土元素应用在城市景观中,以像与不像作为评价标准,这只是一个方面。随着时代发展,本土化内涵逐渐丰富,涉及到建筑学、社会学、历史学、民俗学、心理学、文化学等学科,成为综合性概念。本文提出“广义本土化”概念,提倡从多元视角去考量、挖掘、整合城市特色的存在,其内容和形式涉及自然环境、城市空间、街道格局、城市中轴线、古建筑的屋顶、门窗、色调、民俗及地方元素、重要赛事等,强调上述各个方面在城市景观特色中所扮演的独特角色并呈现出的丰富内涵。

本土化是一个动态过程。它注重一个城市的文化内涵,也重视吸收非本地的新技术和新技艺,使其成为本地文化的组成部分。在文化价值的追求方面,本土化与当前景观学的前沿思想——景观都市主义相同,都强调景观是所有自然过程和人文过程的载体,重视城市景观与社会文化相结合。美国学者雅克布斯在《美国大城市的死与生》中指出文化在城市景观塑造中扮演着重要角色。同时新城市主义学派也表现出对城市文化现象的关注。即城市景观要关注本土文化的发展,强调本土化的内涵。围绕着特色与文化,在城市景观塑造的中观与微观层面,本土化的概念相比较地域化概念更为贴切。

基于此,在景观特色塑造方面,采用本土化特色的提法更加科学和更有针对性。所以近年来更多的学者开始在研究中使用本土建筑、本土化特色、本土化风貌,并成立了本土化研究中心。著名历史学者阮仪三通过对历史文化名城的研究,提出了广义城市特色概念,与上述广义本土化的概念是相通的。城市在一定的时间段内,其本土化可以找到其表述方式,通过城市景观来承载,而塑造适宜的本土化城市景观特色的前提必须有明确的价值导向。城市景观的价值包括自然价值、文化价值、经济价值、生态价值,其中文化价值最为丰富,也最能引导城市景观创造出区别于其他城市景观的特色。所以在塑造城市的本土化特色时,应着重于强调并研究文化价值的引导作用。

二、文化价值导向下的本土化城市景观特色塑造

文化价值是优化、提升人的生命存在的价值,是促进人“更是人”的价值,⁽⁴⁾是由文化载体和人的文化行为方式共同表现的。现代城市景观应当集中体现城市独特的文化价值。对城市景观而言,城市的文化价值主要体现在城市景观的空间与时间维度。

(一) 空间视角下的本土化城市景观特色

1. 自然环境和气候的影响

任何一个城市都是在改造自然的过程中逐渐发展起来的,自然条件影响了城市景观的自然形态、植物选择等。河网密布的意大利城市威尼斯,城市内建筑临水而建,色彩丰富,以水运作为主要交通方式,形成了美丽的水乡特色。植物

选择从城市的行道树和市树市花选择上可以看出其自然和气候的不同,如海南三亚用椰子树作为行道树,厦门用榕树,北京则是白皮松;上海市花紫玉兰都形成城市独特的自然景观。将自然作为设计灵感运用于城市景观中,如旧金山Levis 牛仔裤总部的里维斯广场的跌水景观,形态上直观地反映了西亚拉山区特色,其设计师哈普林认为:形式来源于自然但不能仅限于对自然的模仿,由本土自然环境引发的并在空间中形成的景观,是城市景观特色最直接的体现,也最容易获得视觉艺术上的感受及本土居民心理上的认同。

2. 城市建设及其格局

中国古代城市建设多受《周礼·考工记》的影响,此书记载的“匠人营国,方九里,旁三门。国中九经九纬,经涂九轨。左祖右社,前朝后市”对城市格局影响非常大。至今,西安的老城墙和城墙内街道还保留着四四方方的形态和九经九纬的布局;老北京的故宫中轴线仍是现在北京南北的中轴线,中轴线的涵义已经从皇权的统治地位变为北京至全国中心的影射,而故宫方正的形态伴随着城市扩大融入在北京的环线交通之中;美国华盛顿规划中以国会大厦为中心,一条主轴线通向波托马克河滨,以国会和白宫两点向四面八方延伸出放射形道路,通往各个广场、纪念碑、纪念堂等重要公共建筑物,并结合林荫绿地,构成放射形和方格形相结合的道路系统。中外城市空间格局折射出中国古代皇权思想和西方尊崇基督教及其十字架象征的文化背景,反映在空间布局上,具有丰富的城市特色。⁽⁵⁾

3. 建筑空间与构造的表现

建筑作为城市景观与空间环境中重要的景观元素之一,它的特色与形象有时候成为城市景观的标志。在建筑创作时,传统建筑的形态往往成为新建筑的灵感来源。北京的四合院,福建的土楼,徽州古民居的聚落空间,湘西的吊脚楼,以及中国传统建筑中的典型构件的肌理等,墙体构件、门窗、屋顶及细部处理都体现了本土文化特色。建筑师贝聿铭设计的苏州博物馆,建筑本体借鉴了苏州传统建筑的形态,屋顶结构的错落,建筑色彩采用传统的粉墙黛瓦色调,内部庭院吸取了苏州园林精巧的山水景致,运用了以白墙为画布衬托内景的思想,凭借着苏州文化内涵,恰当地融入了苏州这个城市,赢得了居民的好评。建筑使用的材料 and 设计技艺也会成为一个建筑的特色,荣获普利茨克建筑奖的王澍设计的中国美术学院象山校区,搜集杭州各处的旧黛色瓦片与杉木,丰富的墙面细节,多变的窗格,传统的木质构架共同形成简单朴素而丰富多变的文化味道,并能够与整个杭州的文化氛围相呼应。

4. 民俗及地方元素的应用

民俗和本土的一些传统图案,如中国结、京剧脸谱、剪纸等,在发现和挖掘后,采用联想、隐喻的方式将本土文化再现出来,转化为新的图案、花纹、图形等,装点在城市景观元素之中,如景墙、公共设施、景观小品等,形成空间环境的本土化特色。景墙上的图绘最常见也最直接,而城市公共设施,在整体城市景观功能

上虽处于辅助地位,但通过其有规律的重复出现、公共设施自身的协调及其与环境的统一将增加城市景观的可识别性和有序性,使之成为城市景观中视觉成效的重要组成部分。西安大雁塔旁边的戏曲园,戏曲造型的各色小品,灯具上的皮影戏花纹,景观墙上的戏曲剧情雕刻,都是深入挖掘地方戏曲文化,反映在现代城市生活的设施中,得到了当地居民、戏曲爱好者和旅游者的青睐,唤醒了公众对戏曲的热情,对中国传统文化的兴趣,也体现出陕西本土文化的丰富内涵。

5. 重大赛事与重要展览后期的特色活动

世界上的重大赛事及重要展览会对一个城市的发展起到促进作用,形成挥之不去的烙印与特色,当我们提到某届赛事或展览场馆时,就会浮现出那一届赛事和展览的重要标志性建筑或活动空间,如19世纪第一届万博工业世博会的水晶宫,1958年在布鲁塞尔举办的战后第一个世界博览会上的原子能结构的球形展馆,古希腊奥林匹克运动会开始形成的运动场地,2008年北京奥运会的鸟巢,青岛奥帆中心,2010上海世博会的中国馆等。

(二) 时间视角下的本土化城市景观特色

1. 周期的景观变化

景观具有动态性、时间性,文化具有生态性、历史性。从时间的角度来看,文化价值一直伴随着城市景观的演变而不断丰富。变化的自然环境和气候使得城市景观处于四季交替变换之中。许多景点就是直接与自然现象发生关系的,如旧西湖十景当中用四季命名的苏堤春晓,断桥残雪,平湖秋月,曲院风荷;后来,又评出了新西湖十景,其中宝石留霞是将天象景观作为名景,赞颂了朝阳和落霞时间的美景。有些景观以模拟四季变化而出名,如扬州的个园采用植物和石材的搭配营造出代表四季的经典园林,用竹子和笋石表达春意,常绿古柏和太湖石表达夏景,红枫和黄石假山表达秋味,腊梅、雪石和墙上风洞传递冬寒。在2011年西安世博园里的四盒园是对个园的营造思想的借鉴及拓展,创建了竹林春盒,花架夏盒,石墙秋盒和白色冬盒,春冬相接成为四季循环。又如哈尔滨市每年冬季举行的滑雪与冰雕艺术展,成为这个城市的品牌与象征,也成为哈尔滨人引以为自豪的特色活动与特色景观。

2. 历史的继承和创新性

城市始终处于发展的动态之中,城市景观也是如此,伴随着社会条件、经济技术、社会文化发展和价值观的变化而不断提升并适应当今的生活方式。正如芬兰建筑师阿尔瓦·阿尔托说“我们的感情是因为有了记忆才能被激动”。^[6]在西方许多发达国家,都有意识地保护利用历史性建筑和场地,取得了可观的经济和社会效益,维护了城市景观的历史延续。它们针对历史建筑和历史街区有相应的保护法案和措施,如在英国,建筑类文化遗址被分别纳入各地城乡规划中,通过控制开发规模来保护。除保护建筑外,在保护区内的树木、广告的设置都受到严格限制。这对维护城市景观的延续起到重要作用。城市更新当中的废弃地,如工业废弃遗址,从文化记忆的角度而言具有保护的价值,从景观美感和现

代化发展的角度又急需要被替换为更有生机活力的城市空间。将工业遗址的空间保留或者仅仅保留其中的代表性的设备作为景观节点,置换场地当中的工业活动为商业活动或者是休闲娱乐活动、科研活动、环境修复活动是当前常见的手法。上海1933老洋坊保留建筑结构,引入销售、演出、餐饮行业,成为一处具有特色的商业场所。德国鲁尔工业园区将其中部分区域改造,完成了废弃厂房到博物馆、科技园、表演馆、游泳馆、花园、攀岩公园等的转变。并且欧洲工业遗址改造后,人们将它们联系起来成为欧洲工业遗址主题旅游路线,提供了解和学习历史文化的机会。

三、结语:构建本土化的城市景观特色

在快速城镇化的发展过程中,一个城市的自然资源已经显现出对城市可持续发展支持力的不足,而文化资源的取之不尽用之不竭,成为了城市未来发展追求的动力。具有特色的本土文化显然是可再生文化资源的基础和来源。

任何一个城市景观的特色都是在与其他城市景观的比较中得出的,也是城市在更新中对历史的留存取舍上和周边城市的不同,是对该城市所处地域环境下的政治、经济、文化、历史的反映,这种不同成为了城市景观的本土化特色与城市发展定位与目标。

特色景观可以成为一个地区的品牌,⁽⁷⁾这需要符合时代的文化价值导向下的本土文化为这个城市景观提供生长的土壤和养分。虽然城市不像乡村那样拥有更加稳定悠久的本土文化,但是本土化的城市景观依然可以成为一个城市对外的品牌窗口。从北京率先提出建设“宜居城市”,上海提出建设“文化大都市”⁽⁸⁾的口号,和其他城市纷纷效仿,提出的“生态城市”、“旅游城市”等发展目标中可见一斑。具有本土化的城市景观特色,具有强烈的辨识度、认知度、整体性,能够与城市精神相契合,能够强化其在不同城市或者相似城市中的独特之处,能够让城市居民找到归属感,更能够与城市居民产生共鸣,得到城市居民的认同,促进整个城市景观可持续发展的协调发展。

注释:

- (1)张川《基于地域文化的场所设计》,南京林业大学2006年硕士学位论文。
- (2)陈望衡《城市如何让生活更美好》,《郑州大学学报(哲学社会科学版)》2012年第1期。
- (3)何小娥、阮雷虹《试论地域文化与城市特色的创造》,《中外建筑》2004年第2期。
- (4)孙美堂《从价值到文化价值文化价值的学科意义与现实意义》,《学术研究》2005年第7期。
- (5)叶涯剑《现代化约束下中国城市空间重构的内在逻辑》,《暨南学报》2012年第2期。
- (6)王今琪《利用地域特色创造景观个性》,北京林业大学2005年硕士学位论文。
- (7)Silvia Tobias, Priska Muller Wahl: Can place branding support landscape conservation in city - regions? A case study from Switzerland. Land Use Policy 2013, 30 pp. 266 - 275.
- (8)刘士林《特色文化城市与中国城市化的战略转型》,《天津社会科学》2013年第1期。

(责任编辑:书缘)