

简析美学视角下城市空间公共艺术设计

何方

(河南物流职业学院)

摘要: 本文主要分析美学视角下城市空间公共艺术设计功能与评估、设计要点以及原则等,并探究出城市地铁车站设计、城市公共空间街道设计办法等,其中规划设计要点包含塑造空间个性;提高经济活性;促进社区韧性;激发城市创造性等,为确保实现公共艺术设计与城市设计的交织,以供参考。

关键词: 美学视角;城市空间;公共艺术;设计

引言:

公共艺术是城市与乡村空间的一种基本元素,也是艺术设计、文化价值以及审美功能等融入到城乡建设中的媒介与工具。城市公共艺术设计以自身特有的符号体系来表达所设计的具体信息,基于美学视角下其独特之处在于,以特定的媒介,将不同的空间艺术“语言”、“形态”“逻辑”结合起来后,彰显其意象与符号结合的艺术体系。

1、美学视角下城市空间公共艺术设计功能与评估

1.1 文化信息

城市空间公共艺术所具有的文化功能体现为,文化精神层面其中包括:心理舒适度的评估,依赖于其物质属性与功能的适宜性;情感舒适度的评估,依赖于对设计审美质量的社会文化标准性,上述提出的几点取决于公众对艺术的认识和对其文化价值观的影响。通过对公众艺术审美信息的观察,可以得出“大众艺术消费”的文化信息视角,以此针对公共艺术美学信息完成评估,进而明确其文化功能,并在此基础上,对构建公共艺术的价值体系作出合理判断,确保彰显其美学观点与实践信息的结合本质。

1.2 美学的“消费”

美学视角下的公共艺术品消费可体现于感知空间的多样性以及公共艺术设计的品质、情感、信息等联结特征,其主要依靠于社会调节并完成其知觉。在“美学消费”中,有三种不同的情绪取向:

第一种“消费者”是居住和工作于都市中的人们,其感官特征具有持续性。比如记忆、习惯、认知等,在某种意义上,时间的延续对城市公共艺术意象的形成起到了一定的促进作用。在这样的公众情绪评估中,主要是以公众的实际情况进行评估,并依据“淘汰”与综合的资料,对公众逐步调整和认知,由此构成了公众观念,并将其从公众的观念转化为不同的公众尺度层次的感知。此类消费者在使用和认识上,存在着显著的社会化趋势。

第二种“消费者”是专为“公共消费”服务的“观众”。在城市空间公共艺术消费群体中,此类消费者较为少见,因其在具体空间内所置于的时间不长。其积极的审美观和评估倾向,常常与公共艺术的实际属性和功能无关。在此情境中知觉点较为短暂,知觉上存在细微差别;对其进行的历史、文化、社会意义的评价并没有起到多大的作用。

第三种“消费者”属于对于城市空间公共艺术所体现的审美特征“无动于衷”的,即“经济情感”。一般来说在社会群体内此类消费者多为下岗职工、城市移民。这些消费群体的特征是,因为其经济条件的制约,他们对于公共艺术的认知产生的情绪较为负面不具备评估价值。

感知消费,是指一定群体对城市公共艺术美学的“消费”程度、对其特性的需求,以及对审美信息的接收。其属于大众艺术审美与大众艺术素质的感知基础。因此,对公共艺术心理消费特征进行判

断,可以理解为选择接受与了解社会化特性便于设计出更为适宜的城市空间。

同时,在确定的情况下或具体情况下,可扩充使用的范围包含以审美视角为主导的感知与真实的公众评估;当感知活动时,新的与基本信息相关的信息会以不同的方式回馈给公众,从而使人们对审美的共同理解得以实现。所以,城市审美感知是由对公共因素的认知程度产生,同时也直接关乎于美学视角下城市公共空间的艺术设计方向,其个体的感知和受过的训练会影响其知觉,并决定着人类日常生活中各个方面的特征,而人类的公共艺术审美感知则会对各类消费产生影响。

2、美学视角下城市空间公共艺术规划设计策略

针对我国现有的城市空间公共艺术设计,其整体规划属于非强制性、非法定的特殊规划,一般来说其标准可采用统一的标准和弹性的编制要求而定,其具体的设计技术包括如下几个方面。

2.1 编制格式统一化

为了确保城市公共艺术规划成果的可信度,必须有编制目的、编制框架、编制方法、成果表述等统一的编制格式。首先,应按照上述突出的感知消费以及价值基点,明确所描述的规划目标,并按照其核心需求,完善城市空间集体的认同性,但是,其运行过程及其成果的外在显性特点是激活空间活力,表现历史文化,创造风景特色。因此,它与多类专项规划在城市总体规划中有着联系。其次,编制的框架、方法及结果的表述可以参照城市总体规划中有关的特殊规划。一般来说城市规划结果可分为两大类:一是只列入规划的专题规划;二是在前期的成果基础上,单独制定具体的方案^[1]。

2.2 编制过程协同化

在美学视角下,其规划过程应达到协同化,并明确规划结果与其他规划的协调关系,进而合理发挥建筑美学设计特点,确保城市公共艺术空间从景观、设施以及绿地系统等方面有着密切的联系。其次,城市公共艺术项目的实施很难一蹴而就,由于其所处的土地性质不同,被划分为不同的特殊计划。因此,对城市公共艺术规划与其他有关专业规划之间的关系可按照如下进行设定:一是针对规划中有关的专项规划进行分析,确保其达到同步进行效果,在总体布局、形态设置上考虑到开放性空间、绿地系统、园林景观的规划,针对城市保护、风貌以及特色、旅游等应完成其统筹规划内容;二是对城市公共艺术计划的结果进行细致编制,应当优先于其他的专题计划(尤其是与具体土地有关的或用于指导建设性详细计划);如果没有进行具体的规划,那么在编制其他专项计划时,可以参照城市总体规划的结果^[2]。

3、美学视角下城市空间公共艺术规划设计要点

3.1 塑造空间个性

公共艺术是城市空间的主要美学目标,其以独特造型、色彩等表现手段,创造出具有强烈认可度的城市空间形态。其中在塑造空

间个性的同时也标志着城市的审美特点。在我国城市建设迅猛发展的今天,人们往往把公共艺术作为一种重要的文化载体,特别是在城市公共空间的设计层面,但由于部分设计人员过于追求宏大的规模和壮观而忽略了与周围环境的和谐。在进行城市空间造型时,设计人员需要明确意识到,“装饰美化”与“个性”只是“公共艺术”的一种功能,在提出其建筑美学特点后,小型的美学作品也可赋予城市公共空间独有的“审美特征”。就像伯明翰的公共艺术策略所说一样,“每座城市都有自己的特点,历史,习惯,和方言,这些都需要用不同的艺术品来表现。”

3.2 提高经济活性

在全球资金流的推动下,景观再造成为城市之间的一种主要竞争方式。其公共艺术在彰显景观特色后,体现了城市的创新发展与生机,提高了城市的知名度。而城市公共艺术则可以成为促进社会经济活力的催化剂。在美学视角下,设计人员通过设计出独特的艺术空间,并在此基础上进行媒体传播,以“乘数效应”使城市经济加速发展,这对于那些试图突破自身局限、实现短期高收益的城市来说有一定的帮助^[4]。

3.3 促进社区韧性

在国外许多城市进行公共空间艺术设计时,都在积极寻找与当地的历史和文化联系,以提升居民自豪感、认同感发挥其艺术特点,其也成了当地特有的互动工具。通过设计出具有审美特征的城市公共空间,可集合各种背景的人们,对区域历史和个体认同进行思考,从而为个体参与当地叙述提供了一个空间锚定点。多元参与能够创造群体之间的沟通行为,减轻社会排斥,从而增强社区管理的弹性,同时也能激发公共空间的活力^[5]。

例如,在节日上许多国家都会装饰城市广场的雕塑,或设计出具有节日氛围的广场装饰。在此,通过加强地方的黏附力和归属感,激发了居民对地方文化的反思,而人与环境之间的不断互动与关联,则是城市公共空间设计所体现的独特精神以及设计时所产生的源泉^[6]。

3.4 激发城市创造性

现代化城市公共艺术设计已摆脱了传统的雕塑、壁画等形式,在艺术上产生了巨大的革新。可以说城市公共空间的设计为当地市民提供了创作的机会,而不只是单纯地观赏大众艺术。相反,当地市民可积极地去探讨和体验大众的艺术,并且成为其创造者,参与者,甚至领导者。在基于美学视角下的城市公共空间设计,是在材料与技术上进行的革新,并通过设计人员所具有的空间想象力以完成合理的创作,确保对时间与地域的故事进行再阐释。在此可显示出其想象力和创造力。对当地政府而言,培育公民的创造性是未来城市发展的关键,为此通过所设计的艺术性、观赏性的城市公共空间,可激发当地居民对生活世界的理解,并促进城市创意产业的可持续性发展^[7]。

4、美学视角下城市空间公共艺术设计原则

在美学视角下应按照上述提出的公共艺术功能以及设计要点明确其根本原则,进而将三者结合确保所设计出的城市空间公共艺术具有公共性、艺术性、观赏性。首先,遵循现代性的基本原理。即体现出时代特征,不得没有时代气息。其次,应遵守地域文化的基本原理。各国、各城市、各地区的历史发展不尽相同,因此,地域文化也就自然而然地产生了,在此需尊重区域文化,合理进行城市空间公共艺术设计,并尊重当地居民,因为公共艺术是为某一地区的居民提供服务,需获得该地区居民的认同。与此同时,应遵循实用性和美学功能相结合的原则。比如,在规划园林时,既要注重实用性,还要兼顾景观的美感,还需考虑整体的规划是否合理^[7]。

5、美学视角下城市空间公共艺术设计措施

5.1 城市地铁站公共空间设计艺术

城市地铁站公共空间已成为市民每日的聚集地,其室内的艺术设计既可以给人以审美的享受,同时也能体现出这座城市的历史和文化。从建筑学的角度说,公共空间属于城市空间的组成部分,其不仅是被人类感知到的物质空间。也属于土地界定的形成部分。而现代都市的公共空间,既是物质的存在,又是各类功能组织的集合,也属于人们交流与生活的场所。

从设计办法上来说,应合理突出地铁线路文化定位,其中应包含城市形象特点以及有关的基本理念。同时,在实际设计过程中,不得受到地铁线路的影响,应尽可能地彰显其社会性、历史性以及艺术性特点,其也属于地铁站点的设计依据。

例如,金桥客运站结合车站周围河湿地生态,以点带面,将南宁百花齐放的百花齐放、邕江水景做设计要素,将南宁的繁华与舒适融为一体,将南宁美丽的城市环境和形象展示出来,让广大人民群众共享生态文明的成果^[8]。

5.2 城市公共空间街道设计艺术

街道在城市公共空间中,属于多维度空间,其由多个界面和元素组成,从道路边缘到建筑的边缘,属于为人们提供步行和休息的区域。该空间包括绿化、街道家具、道路铺装、视觉标识、艺术品等,这些要素使得街道能够适应不同的活动,并且也塑造出了街道的空间“体验感”。因此,在对城市公共空间街道进行设计时,可参考如下设计计划。(1)公共艺术应当设置在步行环境友好的地方,作为公园和广场的焦点,或者作为“惊喜”出现其中,以给人们产生一种视觉的吸引力。(2)设计人员可将艺术元素和其他标准化的街道元素相结合,比如灯杆,长椅,垃圾箱,市政设施等。艺术设计可为人们带来诸如地图、标识、有趣的当地历史文化等信息。(3)公共艺术应当为残障人士提供,并在不影响运输方便的情况下完成设计。

结束语:

综上所述,公共艺术属于城市的基本思想,也是当代文化的“意识形态”可以说在基于美学视角下,城市公共空间设计不仅体现了城市的文化价值、居民的身份特征也增加了城市精神财富,对于促进城市空间的高质量发展,以及持续性的艺术介入具有一定的价值,为此在城市公共空间设计中应将更多的美术元素、艺术元素融入其中,以持续不断地提高城市审美韵味,提升其文化品位。

参考文献:

- [1]余茜.浅谈城市公共空间环境艺术设计应用研究[J].科教导刊-电子版(中旬),2021(9):243-244.
- [2]余彩霞.基于城市公共空间塑造的雕塑艺术设计策略研究[J].绥化学院学报,2021,41(8):96-98.
- [3]金世强.公共艺术设计在城市公共空间中的介入与应用[J].美与时代·城市,2021(5):76-77.
- [4]雷依雪,杨卫华.探索公共艺术设计在城市公共空间的介入与应用[J].西部皮革,2021,43(8):22-23.
- [5]董盼盼,兰超.日常审美背景下的城市生活空间公共艺术设计探究[J].设计,2021,34(9):52-54.
- [6]张建颖.艺术设计介入城市公共空间的探究——以重庆市渝中区铁板巷街道光艺术设计为例[J].灯与照明,2021,45(3):32-35.
- [7]刘钟文.城市轨道交通车站公共空间设计艺术探讨——以杭州地铁5号线车站为例[J].中国建筑装饰装修,2020(1):79.
- [8]王诗语.装置艺术在城市公共空间景观设计中的应用[J].现代园艺,2020,43(24):138-141.