

国内图书分类号：TU986.4

学校代码：10213

国际图书分类号：711.5

密级：公开

## 文学硕士学位论文

# 城市公共空间节庆装饰设计策略研究

硕士研究生： 陈曦  
导 师： 金凯副教授  
申请学位级别： 文学硕士  
学 科、专 业： 设计艺术学  
所 在 单 位： 建筑学院  
答 辩 日 期： 2009年12月  
授 予 学 位 单 位： 哈尔滨工业大学

Classified Index: TU986.4

U.D.C.: 711.5

Dissertation for the Master Degree in Arts

**RESEARCH ON DECORATION DESIGN  
STRATEGY FOR FESTIVAL CELEBRATION IN  
URBAN PUBLIC SPACE**

<b>Candidate:</b>	Chen Xi
<b>Supervisor:</b>	Prof. Jin Kai
<b>Academic Degree Applied for:</b>	Master of Arts
<b>Speciality:</b>	Art Design
<b>Affiliation:</b>	School of Architecture
<b>Date of Defence:</b>	Dec,2009
<b>Degree-Conferring-Institution:</b>	Harbin Institute of Technology

## 摘 要

现代生活中的节日，从来源和形式上看多种多样，既有从过去保留下来的传统节日，如春节、端午节、中秋节，也有在民族国家诞生过程中逐步建立起来的新生节日，如国庆节、教师节，还有不少从国外引进的外来节日，如圣诞节、情人节。如果我们把节日的概念放得再宽一点，把各种非商业性质的、按照一定节期重复举行的庆祝活动，像传统的庙会和当代的电影节、文化节等，全都计算在内的话，就更是数不胜数了。

多样复杂的节日体系，为我们的节日研究和进行这一领域的学术理论建设带来了新的挑战。特别是在社会现代化进程日益加快的今天，一方面传统的节日面临淡化的危机，另一方面人们在面对各种各样的国产的和外来的新型节日时又常有一种迷失和不知所措之感。作为一名环境设计者如何理解节日这种特殊的文化空间的艺术本质？节庆活动的行为方式与城市公共空间环境存在何种关系？节日的公共性和社会价值如何通过空间环境装饰来提升？诸如此类的问题，都有待于通过具体的案例研究给出答案。

当前关于节日的议题，如传统节日民俗的传承、节日的假日化等社会问题，是要落实到城市公共的文化空间才有望解决的大问题。公共空间，特别是公共的传统的文化空间，是公共性的载体和运作领域，“公共空间”、“文化空间”这些范畴能够较好地见证民众生活的历史过程和现实状态，我们从中也可以正面地展望我们的社会前景。因此本文从城市公共空间的维度对节庆环境装饰展开研究。首先，对城市公共空间和节庆装饰的概念系统进行基础研究，强调环境知觉体验及节庆装饰美学形式特征的研究，侧重于人与装饰环境之间的互动关系。其次，对当代城市公共空间节庆装饰艺术的构成要素进行分析，将公共空间节庆装饰艺术理论进行理念、物质和精神两方面的深入研究。着重分析构成节庆装饰艺术的形态、色彩和材质要素，并将节庆装饰艺术融入人类生活的公共空间，研究影响城市公共空间节庆装饰艺术的社会文化要素和审美视觉要素。为设计策略的提出提供丰富的理论依托。最后，从传承传统节日文化的角度来探讨提高城市公共空间的品质问题，通过分析国内外优秀案例，归纳出关于城市公共空间节庆装饰艺术的设计原则和方法，指导当代中国城市公共空间节庆装饰艺术设计，并对节庆设计的现状提出一些改善建议。从而完成了全文完整的结构脉络。

面对中国社会的快速发展，怎样通过保护传统节日来维护和加强社会生活的公共性，是重要的现实问题和迫切的理论议题。作为环境艺术的研究者针对

塑造城市公共空间节日文化氛围的研究是颇具意义的。

**关键词：**城市公共空间；节庆装饰艺术；空间品质；文化传承

## Abstract

The festival of modern life, with the point of view on sources and forms is very diverse, both from the past preserved traditional festivals, such as the Spring Festival, Dragon Boat Festival, Mid-Autumn Festival, and in the process of the birth of the nation-state and gradually built up new festivals, such as the National Day, Teacher's Day, and many imported from abroad, foreign holidays, such as Christmas, Valentine's Day. If we put the concept of the festival in a little wide again to a variety of non-commercial nature, according to a certain period of repeated festival celebrations, like a traditional temple fair and contemporary film festival, cultural festival and so on, are all included in the calculation, they will be even more numerous in.

Diverse and complex festival systems for festivals and conduct our research in this field of academic theory-building has brought new challenges. Especially in the ever-accelerating process of social modernization, today, on the one hand, facing the crisis of the traditional festival play down; on the other hand, people are often confused in the face of various domestic and foreign new festivals. As an environmental designer, how to understand the festival, this particular cultural space, with the essence of art? What is the relation between festivals behavior and Urban Space and Environment? The environment decorated how to improve the public nature and social values of the festival? Questions, such as these, have to be through specific case studies given a conclusion.

Current topics on the festival, such as the transmission of traditional festivals folk, festival holidays and so on social issues is a big problem to implement the culture of urban public space can be expected to solve. The public space, especially the public's traditional cultural space, is the field of public nature carrier and operation, "public space" and "cultural space", these areas are able to better witness human life in the course of history and reality in the state, in which we can also prospect positively of our society. Therefore, this article from the urban public space dimension, start studying with the festive decorations. First, the basic researching on the concept system of urban public space and the festive decorations, emphasis on environmental consciousness experience and aesthetic form characteristics of the festive decorations, focusing on the interaction between

people and the decoration environment. Second, anglicizing the inscape of Festive Art Deco in contemporary urban public space, conduct an in-depth investigation into both material and spiritual of Festive Art Deco theory in public space. Focus on analyzing the shape, color and material elements in Festive Art Deco, and put Festive Art Deco into human public life, study the socio-cultural factors and aesthetic visual elements of Festive Art Deco in urban public space. Provide wealth of theory proposal for the design strategy. Finally, discuss on how to improve the quality of urban public space from the angle of cultural heritage of traditional festivals. By analyzing the domestic and international good practices, sum up design principles and methods of Festive Art Deco of urban public space, guiding Festive Art Deco design of urban public space in contemporary China, put forward some recommendations for improving the current festival design. Consequently, complete the full structural context of text.

In face of the rapid development of Chinese society, how to maintain and strengthen the public nature of social life through the protection of traditional festivals is an important practical problem and a burning question issues of the theory. As environmental art researchers, make a study on shaping the cultural atmosphere of urban public space for festivals is quite significance.

**Keywords:** urban public space; festive art deco; spatial quality; cultural continuity

# 目 录

摘要 .....	I
Abstract .....	III
<b>第 1 章 绪论</b> .....	1
1.1 课题背景和目的及意义 .....	1
1.1.1 课题背景 .....	1
1.1.2 研究目的 .....	2
1.1.3 研究意义 .....	3
1.2 研究基础 .....	5
1.2.1 理论基础 .....	5
1.2.2 现实基础 .....	7
1.3 研究的方法和内容及框架 .....	8
1.3.1 研究方法 .....	8
1.3.2 研究内容 .....	8
1.3.3 研究框架 .....	10
<b>第 2 章 城市公共空间与节庆装饰的理论综述</b> .....	11
2.1 相关概念阐释 .....	11
2.1.1 城市公共空间的相关概念及其属性 .....	11
2.1.2 节庆的概念及其分类 .....	15
2.1.3 节庆装饰艺术的相关概念及其属性 .....	17
2.2 城市公共空间节庆装饰艺术的理论阐释 .....	27
2.2.1 视觉心理感知 .....	27
2.2.2 环境行为学认知 .....	29
2.2.3 文化地理学认知 .....	32
2.3 本章小结 .....	34
<b>第 3 章 城市公共空间节庆装饰艺术的要素构成</b> .....	35
3.1 城市公共空间节庆装饰艺术的理念要素 .....	35
3.1.1 强调“以人为本” .....	35
3.1.2 突出地域特色 .....	37
3.1.3 重视可持续发展 .....	38
3.1.4 强化节日主题 .....	40
3.2 城市公共空间节庆装饰艺术的物质要素 .....	41

3.2.1 形态要素 .....	41
3.2.2 色彩要素 .....	47
3.2.3 材质要素 .....	49
3.3 城市公共空间节庆装饰艺术的精神要素 .....	52
3.3.1 社会文化要素 .....	52
3.3.2 视觉审美要素 .....	56
3.4 本章小结 .....	60
<b>第 4 章 城市公共空间节庆装饰的设计策略 .....</b>	<b>62</b>
4.1 城市公共空间节庆装饰的设计定位 .....	62
4.1.1 注重深层历史文化内涵的挖掘 .....	62
4.1.2 强调时代文化精神 .....	63
4.1.3 体现装饰艺术语言的多样性 .....	63
4.2 城市公共空间节庆装饰的设计原则 .....	65
4.2.1 宏观节庆氛围的标志性营造 .....	65
4.2.2 中观节庆景观的情节塑造 .....	67
4.2.3 微观装饰形态的个性创造 .....	69
4.3 城市公共空间节庆装饰的设计方法 .....	70
4.3.1 装饰母题的提取 .....	70
4.3.2 节奏韵律的构成 .....	71
4.3.3 比例与尺度的控制 .....	73
4.3.4 共性与个性的把握 .....	75
4.4 城市公共空间节庆装饰的设计表达 .....	76
4.4.1 地域性节庆——哈尔滨冰雪节 .....	76
4.4.2 国际性节庆——2008 年北京奥运会 .....	79
4.4.3 民族性节庆——春节、圣诞节 .....	84
4.5 本章小结 .....	88
<b>结论 .....</b>	<b>90</b>
<b>参考文献 .....</b>	<b>91</b>
<b>攻读学位期间发表的学术论文 .....</b>	<b>95</b>
<b>哈尔滨工业大学硕士学位论文原创性声明 .....</b>	<b>96</b>
<b>致谢 .....</b>	<b>97</b>

## 第1章 绪论

### 1.1 课题背景和目的及意义

#### 1.1.1 课题背景

改革开放以来，传统习俗逐渐受到国人的重视，近些年随着民族意识的复苏，如何保护传统节日已成为官方和学界共同热议的话题。在广泛征求社会各界人士意见后。国务院于 2007 年底对《全国年节及纪念日放假办法》进行了第二次修订，取消五一黄金周，新增清明、端午、中秋三个假日，并将春节放假提前至除夕开始。由此可见，节日文化的继承与保护问题已经作为国家传统文化保护的重要内容被提上了议事日程。

说到节日，自然会想起“张灯结彩”这样的词汇。人是眼睛的动物，视觉的形象左右着我们的思维和情绪，节日之为节日，需要一定的形式。这让我想起巴西的现代主义建筑大师尼迈耶的一句话：“当一种形式成为美的时候，形式就是功能。”有时候，仔细想想，节日除了那些热闹的形式，并没有太多其它的内容，但这些形式本身就是它的内容。传统节日的形式，很难说是谁安排和设计的，在漫长的历史演进过程中，应该有许多人贡献了智慧。有的历史学家认为，汉武帝独尊儒术的一个很重要的原因在于只有儒术掌握了一整套仪式的规则，而仪式对于统治具有无可比拟的作用，最典型的例子可能是欧洲的大法官戴假发。因此，形式之于节日是个非常重要的问题，而形式是需要设计的。

节日作为一种非自然产物，从其设置到具体的形式都充满了设计感。封建时代，没有国庆日，只有皇帝的寿诞日称为“万寿节”，家天下的本质望而可知。在今天的社会中，年节的意义也在逐渐发生着变化，春节过完了许多人并不用去播种，但越来越多的家庭需要这样一个团聚的理由。而最敏感的总是商人，节日的经济价值越来越受到人们的重视，也有了节日经济这样的说法。节日成了促销的大好时机，与此这般现代设计也就有了用武之地。此外，在文化日益交融的背景下，细看我们的节日，其中不乏外来的洋节，像圣诞节这样的节日政府从未规定，而民间就这么过起来了。节日正从一种习俗演变为一种传统文化的象征，同时又被赋予了现代的经济意义，因此，城市的节日文化正在被越来越多的学科所关注。

在现代城市中节日的活动场所，除了在一些私人或半公共性场所举行之

外，主要是在一些开阔的或流动性的公共空间(如广场、街道、公园、商场或社区公众文化活动中心)展开的。为了营造节日的环境氛围，城市公共空间的装饰艺术设计(如灯饰照明、建筑装饰、花坛园艺、公共设施、工艺雕塑、橱窗陈设、绘画招贴、水体音乐、节日礼品等)已成为显要的内容和方式。但是，节日的装饰景观设计(大范围视觉元素的综合性规划设计)不仅仅为了让城市穿上盛装给人看，而重要的是在装点 and 美化城市的同时，为市民公众营造出更为亲和的、舒适的、具有文化创造意义的人性化公共空间，以体现传统节日的艺术性、文化性、地域性和时代性。这就需要有创新意识和新的艺术观念的介入。因此，城市公共空间的节庆装饰设计正是在这样一个背景下被提出的。

### 1.1.2 研究目的

节日与素日的不同就在于前者赋予一个原本平凡的日子以不平凡的意义及某种精神色彩。面对中国城市空间环境质量尤其是节日期间公共空间品质不尽人意，城市节日面貌急需改善再设计的现实问题，提出城市公共空间景观节日期间的再设计就显得十分必要了。节庆装饰艺术是镶嵌于人文景观环境中的一门艺术，有效实施节庆装饰艺术，能引导城市开发形成高品质的公共生活空间。但现今中国，在城市公共空间与装饰艺术融合方面正处在探索及有待于进一步成熟和发展的阶段。节庆装饰，作为特定时期的城市装饰艺术也是人类的传统文化，其发展历史悠久，从古代的帝王寿诞到现代的国庆春节，在营造节日气氛中装饰艺术依然扮演着重要角色，而装饰艺术是必须与被装饰者挂钩的，离开赖以生存的条件，装饰便无从谈起。节庆装饰艺术存在一定意义的装饰性，就像装饰艺术与建筑以及景观环境是统一体，没有装饰艺术的景观环境是不可想像的，同时装饰艺术也不能脱离母体而生存。建立整体的意识是节庆装饰艺术设计的关键和最基本的法则，它与一般纯艺术(或架上艺术)的最大区别在于它的非独立存在性，节庆装饰艺术总是要相对于某一特定功能的建筑或人文景观环境而言，不同功能的建筑和景观环境需要具有不同内容和形式的节庆装饰艺术相适应<sup>[1]</sup>。因此节庆装饰艺术必须依附于所承载它的城市空间环境，并能够使其能够较素日更加锦上添花，熠熠生辉。

城市节庆装饰设计旨在将素日城市的景观艺术与公共艺术在节日这样一个特定的时期加以融合，使普通大众有更多需求和机会参与到节日的活动中去，并充分感知和享受到节日景观艺术所造就的审美意趣和文化气息，产生积极的互动效应。本课题基于此目的，将城市节庆装饰作为城市公共空间景观的一个重要组成部分，依据空间环境和装饰设计原理，在视觉、文化、审美三个层面上将传统节庆装饰元素运用现代环境设计的原则作一归纳分析，力争为现代城

市公共空间的节庆装饰设计提出一些更为具体的设计策略。城市节庆装饰作为城市景观的重要组成部分，必定走向形式多样、文化意义丰富、功能更加细致的道路，这是使城市节庆装饰的含义逐渐完善的方向，也是使城市景观的含义逐渐完善的方向。

同时，节日里的城市公共空间装饰尤其需要发挥好政府、企业、商界、艺术界以及其它非政府社团在行政、规划、设计和资金投入等方面的协调关系。以便把一个城市的节日环境设计和展示活动，与本地域的文化艺术、地域经济、城市环境品质及市民人格素养的提升相关联、相协调，使城市节庆装饰的设计和实施过程成为城市硬质景观和人文景观建设相得益彰的市民盛事。

### 1.1.3 研究意义

公共空间是人类聚居环境的一种空间形态。作为节庆装饰艺术存在的三维环境，公共空间是指向公众开放的空间领域。凡有人类文明之处无不有装饰艺术的踪影、城市是它最庞大的杰作。不论是公共空间还是装饰艺术，都与公众密切相关，人类的现实与理想都在其中显现。

公共空间节庆装饰始终与一定的社会形态、经济状况、民族、信仰以及地域环境相适应，它清晰地呈现了一个文明的外在形象，同时又包含丰富而深刻的社会内涵。

#### 1.1.3.1 现实意义

(1) 凝聚民族精神，增进民族团结  
传统节日文化是一个民族共同创造、共同享受的一种文化，这种文化会自然形成一个民族的凝聚力，其精神影响是巨大的<sup>[2]</sup>。节庆装饰除了是一种传统民俗文化的外在表现之外，更凸显着文明的痕迹与民族的认同。中国海外的华人至今保留着中国的传统节日庆祝方式，这种节日的认同感实际上就是文化认同感和民族归属感。因此重新认识并重视节庆装饰在重塑民族传统文化中的意义并使之充分保留民俗文化活力，唤起人们的文化记忆，可以增强民族的凝聚力和向心力。(图 1-1)



图 1-1 各民族共庆佳节

(2) **有利于社会和谐稳定** 传统节日包含着特定的文化感情和习俗，表达着人们对家庭和谐、邻里和谐、天人和諧的美好愿望。重视城市公共空间节庆装饰艺术的塑造，增强节日气氛，强调团圆与交流，营造“和气”、“平安”的生活氛围，可以增进社会和谐，和睦，有利于减少犯罪，使社会秩序更加安定。(图 1-2)



(3) **有利于传承文化** 文化是一种软实力，在全球化的今天，软实力的碰撞正是民族利益所在，坚持本民族的传统文化和习俗，正是坚守本民族的利益。从以色列、日韩对本民族文化的坚守，我们就不难明白这个简单的道理。中国的传统节日是中华民族文化的载体，保持着中华民族独特的文化记忆，坚守传统节日就是坚守传统文化<sup>[3]</sup>。



(4) **有利于推动经济的发展** 节日是一种文化现象，传统节日与祭祀、庆典、聚会等活动是分不开的，因此节日与消费自古以来就是相继相生的。如春节的年画对联、元宵的汤圆、端午的粽子、中秋的月饼等。传统节日提供给人们欢乐、祥和、放松、热闹、喜庆的氛围背后实际上蕴藏着巨大的消费商机，在商品经济全方位渗透到生活的各个角落的今天，政府和消费品的提供者应有效地挖掘与整和城市公共空间的节日资源，营造浓烈的节日氛围，对扩展节日消费，拉动内需，促进经济的发展，奠定坚实的环境物质基础<sup>[3]</sup>。(图 1-3)

图 1-2 节日的团圆景象



### 1.1.3.2 理论意义

节庆装饰艺术作为一种美化环境的艺术，与其环境(人文的、哲学的、地理的、种族的、审美的等)有着密切的联系，并在环境中发挥着特殊的功能和



图 1-3 节日创造的商机

作用。随着人类步入环境时代，以及在设计领域人文关怀的回归，节庆装饰艺术在当代城市公共空间中所起的作用也日趋明显。节庆装饰艺术是造型艺术的一种类型，在公共空间中的运用虽然古已有之，但纵观整个人类社会景观发展体系，这方面的理论与剖析还是为数不多，没有具体展开相关的深入研究工作。事实上，正确认识节庆装饰艺术在人类日常生活的城市公共空间中的重要性，对于提高人类赖以生存的环境质量而言是必要的。

一方面，借鉴发达国家的相关理论，如环境行为学、旅游地理学、文化心理学和哲学审美的理论和方法不断地融入到相关的理论研究之中，对提高艺术设计学的科学性至关重要；另一方面，紧密结合中国的实际情况，对艺术设计实施的效能更加重视，即艺术设计如何在特殊的环境中发挥作用以及艺术设计如何在特定的环境中有效实施。然而，由于“环境艺术”是 20 世纪近现代艺术发展的新产物，相关的理论问题尚处于探索之中。可供社会实践运行的理论体系并未真正建立，因而，有关这方面的研究和实践还有待我们去深入研究与完善。

近年来，针对在提高城市公共空间环境美感上的乏力，传统的装饰艺术开始在中国得到了广泛的关注与重视，当各式各样的装饰被运用到单一的环境中时，这些装饰艺术同当地的自然环境和整个城市景观融为一体，表现出了强有力的艺术感染力和文化熏陶力。对此，研究如何将传统经典的装饰形式加以合理演变，发展成当代城市公共空间内的“闪亮”设计形式，将有极其重要的作用。让我们努力寻求城市公共空间与中国传统装饰艺术融合的和谐性，让美无处不在！

## 1.2 研究基础

### 1.2.1 理论基础

理论基础的意义是对前人提供的理论进行整理，以全面理解不同理论的实质与精神及其实践得失，进而搜寻出与现实问题相关的信息，并能为研究所用。根据城市公共空间和节庆装饰艺术的内在联系，在研究运用设计艺术专业理论的同时，还借鉴其他学科如材料学、工艺学、力学、人机工程学、数学、美学、行为学等相关理论，为解析城市公共空间与节庆装饰艺术的融合提供必要的理论支持。

论文针对当代中国城市公共空间节庆装饰艺术的设计问题，主要从物质因素与精神因素两个方面进行研究。将涉及的多方面理论，以其涉及的主要内容作为研究的依据，论文按照此思路进行理论整理进而对案例分析。论文在内容

广度特别是在深度上可能还不够，敬请批评指正。

1. 《美化与装饰》，[英]克利夫·芒福汀等著，主要对公共空间的装饰要素进行了深入研究。在对街道广场三维装饰要素的设计和布局进行探讨的基础上，概括了地面、街道广场的围墙、转角、屋顶和天际线等装饰要素的基本原理。

2. 《装饰知觉与装饰意境》，郭磊著，以图文形式对装饰美术进行研究，用简洁的文字系统地阐述装饰艺术从感知到表现、从写形到写意等的创意、表现手法和形式。

3. 《城市空间形态解析》，宛素春等编著，阐述了城市空间形态与可持续发展的内容及概念、城市空间形态的构成要素，以及社会经济发展、古城风貌保护、软硬质景观、道路交通等方面对城市空间形态的影响因素，并探讨用量化的方法对城市空间形态进行评价。

4. 《塑造高品质城市公共空间的研究》，周进著，关注城市规划在塑造满足使用者需要的城市公共空间上的作用，以如何通过对城市公共空间建设实施规划和引导提高城市公共空间品质研究主题，展开广泛的讨论强调从使用者的角度评价公共空间品质，并以满足使用者需要为选择规划控制目标和确定规划控制内容的根本原则。

5. 《美化与装饰》，克里夫·芒福汀，重新审视了装饰用于美化城市的意图或目标，理性的探讨城市设计中美化与装饰的性质或要求的一个起点。作者试图在已建成的建筑中，探寻装饰被用于何处以及运用的原因。

6. 《街道的美学》，[日]芦原义信著，以街道的视觉秩序的创造作为建筑平面布局形成设计的出发点，分别从街道的自然特征，美学规律，人文特色出发由浅至深论述如何发掘建筑平面布局形成设计中的视觉秩序规律。

#### 7. 相关硕士论文的研究方向

表 1-1 国内研究方向

	硕士论文题目	研究主要内容
1	城市街道空间景观构成的研究——街道空间人性化与特色化的探讨	论文以人的活动为主线，串联起一系列的街道空间景观构成要素，重点放于对人文活动的分析以及如何塑造特色化的城市街道空间
2	审视中国传统春节的视觉艺术创造	在当下视觉艺术文化被广泛关注，视觉艺术在传承中国传统文化中具有不可取代的作用语境里，选择中国传统春节的视觉艺术创造 作为研究对象，力求对中国传统节日从视觉艺术学科的视点和高度进行专业性、视觉性、专深性的学术讨论，以期获得有益的启示性结论，以促进中国当下多元节日文化的良好生态性发展

3	视觉思维—物的视觉表达式从物的文献性角度看综合造型装置艺术	本文从视觉与思维的角度来看待、讨论装置艺术，把装置艺术看作是用物的形态、文献性、符号性为基本语词，以艺术家的构思和对物的处理手法为语法而建立起来的视觉的表达式
4	论中国传统节日文化的价值与重建	中国传统节日文化历史悠久，内涵丰富，反映民俗民风，包含优秀道德和价值观念，是体现和传承民族文化的重要载体，具有极强的民族凝聚力，同时在促进社会和谐、化解生活矛盾和冲突方面有着积极意义。然而，随着西方节日在我国的传播和发展，中国数千年的传统节日文化式微凸显，我们必须对中国的传统节日文化进行从观念到形式的创新，重建我国的节日文化
5	城市公共空间与装饰艺术的融合	从装饰艺术的角度去探讨美化城市公共空间的问题，归纳与总结当代国内外部分优秀案例，探寻关于城市公共空间与装饰艺术融合的物质要素、精神要素、设计手法、原则及方法心得，并就实际案例进行研究讨论，将理论结合实际
6	利用地域特色创造景观个性	通过对场所的形成，场所内景观，场所受众和场所诸多特征的分类分析，研究得出一些规律性的认知，并分析了在新条件下、新环境中的地域特色的变化和对之利用的方法，以说明设计中如何利用场所本身具有的地域性特色来创造具有个性的场所景观

### 1.2.2 现实基础

节庆装饰艺术的发展总是伴随着社会政治、经济、文化、文明程度、生活方式的发展而演变。在不同的时代、地域、空间中会出现不同的审美需求、功能要求、物质和精神需求等，满足变迁的社会环境和人们的物质、精神世界。

装饰性、装饰手法和装饰表现由来已久，可以追溯到原始社会的彩陶文化时代，从远古至今，节庆装饰艺术的发展在人类生存环境长河中不断变革和完善。当今节庆装饰艺术的发展已走出“泛生”的朴素思想，它的设计系统广泛，涉及到建筑、公共环境、日常生活用品、服饰、金属制品、玻璃、陶瓷、装饰雕塑、绘画、平面设计等领域。它不仅有独立的艺术语言，而且在空间构成中引发人们连绵不断的联想感受，在人的视网膜上产生影像的移位，激发神经兴奋点而增强记忆，并丰富了视觉层次<sup>[4]</sup>。随着信息技术的发展，城市公共空间的节庆装饰艺术也面临着社会进步的压力和新的发展契机。对此，在作出适时调整的同时，也将迎来长足的发展。

## 1.3 研究的方法和内容及框架

### 1.3.1 研究方法

本论文主要采取基础理论与案例研究相结合的研究方法。基础理论研究主要是对相关概念及理论的整理和综合；案例研究主要是通过了解当代国内外优秀案例，进行相关内容的分析，归纳总结出相关的设计原则方法，最后联系实际案例分析。此外，论文还采用综合研究与重点研究相结合的分析方法。综合研究主要从理论结合实践的基础上整体把握应如何做到装饰和美化节庆期间城市公共空间环境；重点研究就针对主要问题展开讨论，即节庆装饰设计与城市公共空间的融合问题。

在分析研究的过程中，论文本着从设计艺术专业的角度来考虑，对当代城市公共空间节庆装饰艺术问题进行考察，以期能从中获得些启示。

由于城市公共空间的最大特征在于它的“公共性”，面临的是社会公众参与，面向的是人民大众的空间艺术设计，因此其内的节庆装饰艺术必然要面对来自不同方面的期望、争议以及批评，从某种意义上讲，是一种容易留有遗憾的装饰艺术。

本论文主要采用以下五种研究途径：

1、通过 Internet 和国内外文献资料的查询搜集相关资料和信息，及时了解国内外的最新发展动向。对资料进行归纳总结，作为论文理论研究的基础。

2、进行现场实地的调研，实地感受城市公共空间节日期间的装饰艺术设计，仔细体会节庆装饰艺术在国内外城市公共空间审美原则上的异同，认真总结节庆装饰艺术在城市公共空间的借鉴作用，在研究总结的基础上，汲取精华，充实理论体系。

3、走访对本课题研究有相当造诣的专家、老师，获取第一手资料，听取起意见和建议，充实课题内容，并保证内容的科学性。

4、运用电脑和数学手段，借鉴色彩学、行为学、心理学的理论对城市公共空间节庆装饰艺术分析研究，以便得出相关结论。

### 1.3.2 研究内容

本文的主要研究内容是城市公共空间节庆装饰设计研究，从城市公共空间角度来阐述、研究节庆装饰美感的形式秩序，研究节庆期间城市公共空间内的装饰给人的环境感知引导互动的知觉体验，并以此为触发点，总结当代城市节

庆装饰的现状，提出了文化性、空间装饰结构性以及视觉性三方面策略。

全文共分为四个部分，其中，第一部分是综述，第二部分是基本理论概述，第三部分针对城市公共空间节庆装饰艺术进行深入的理论分析，第四部分是在理论和实践经验的基础上，针对中国城市公共空间节庆装饰设计提出的策略。

第一部分：主要介绍课题的相关背景，探讨选题的目的和意义。最后通过分析国内外的研究成果以及目前存在的问题和论文研究过程中的具体困难情况，提出本论文的预期研究成果。

第二部分：分别从城市公共空间和节庆装饰两个层面，概述城市公共空间节庆装饰理论。对城市公共空间和节庆装饰的概念、类型、特征、功能四个部分进行基础研究，强调节庆装饰美学形式特征的研究及环境知觉体验和文化地域性研究，侧重于人与装饰环境之间的互动关系。为第三部分的设计要素分析以及第四部分的设计原则研究提供了基本的理论支撑。

第三部分：对当代城市公共空间节庆装饰艺术的构成要素进行分析，将公共空间节庆装饰艺术理论进行理念、物质和精神三方面的深入研究。着重分析构成节庆装饰艺术的形态、色彩和材质要素，并将节庆装饰艺术融入人类生活的公共空间，研究影响城市公共空间节庆装饰艺术的社会文化要素和审美视觉要素。从而为全文最后一部分的设计策略提供了全面丰富的理论依据。

第四部分：论文尝试从节庆装饰艺术的角度来探讨提高城市公共空间的品质问题，通过分析国内外优秀案例，归纳出关于城市公共空间节庆装饰艺术的设计原则和方法，指导当代中国城市公共空间节庆装饰艺术设计。从而完成了全文完整的结构脉络。

整篇论文就按照这样一个思路展开，以希望能为以后城市公共空间节庆装饰艺术提供些有价值的理论资料。

### 1.3.3 研究框架

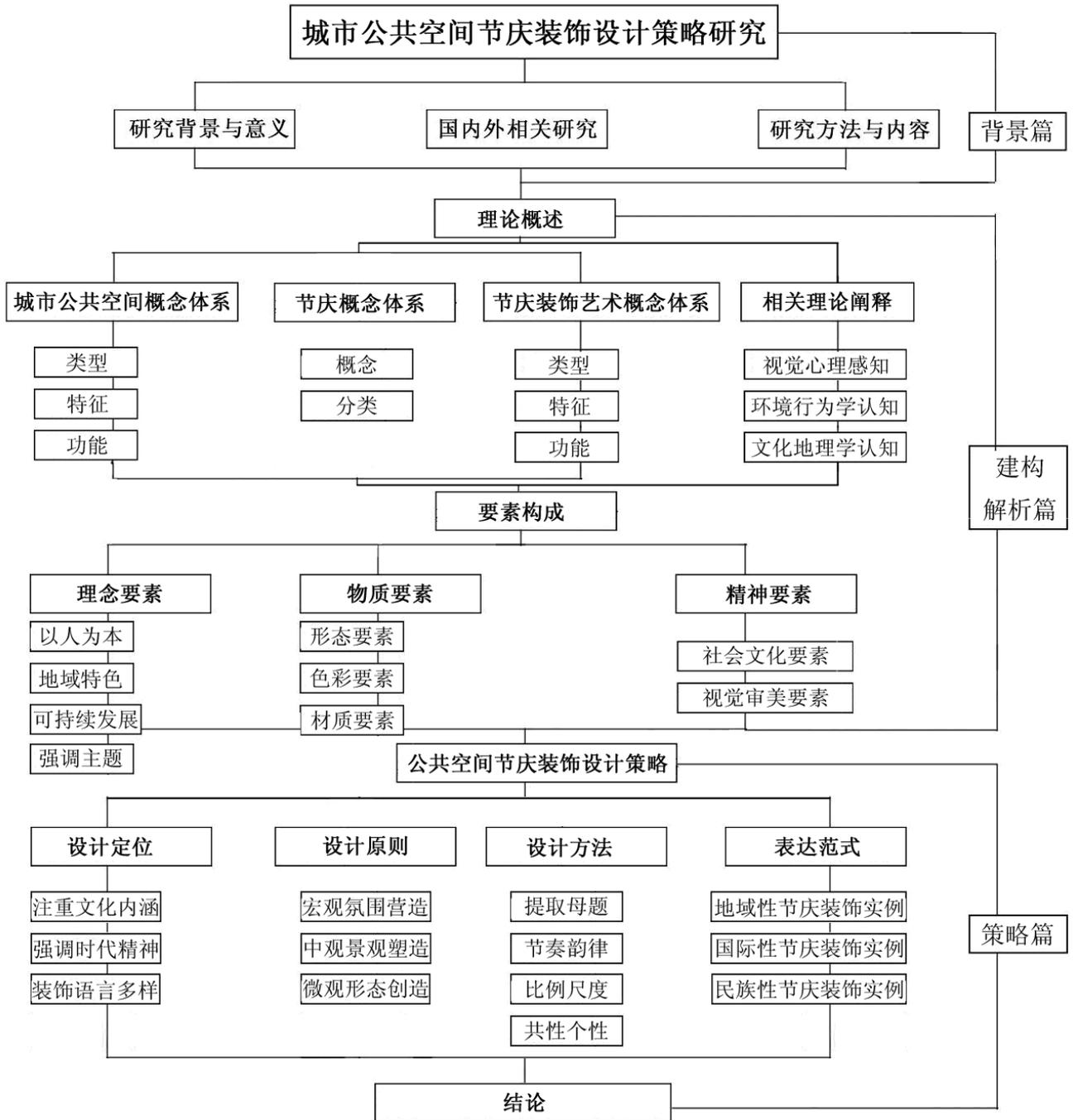


图 1-4 论文框架图

## 第2章 城市公共空间与节庆装饰的理论综述

### 2.1 相关概念阐释

#### 2.1.1 城市公共空间的相关概念及其属性

##### 2.1.1.1 城市公共空间的相关概念

(1) **空间的概念** “空间”一词源自于拉丁文“Spatium”，是万物存在的基本形式，是物质存在的广延性和并存的秩序。人类对空间以及空间各种关系的认识并不是一蹴而就的，而是经历了漫长的历史演进，才逐渐认识到的。真正把“空间”作为一个独立概念并进行研究的首先发端于哲学。

“空间概念”的形成，标志着人们对空间的认识，已从“空间经验”转化为“空间概念”（即从感性认识上升到理性认识）。

中国人在上古时代，就从“日出而作，日落而息”的生活中，建立起由“东”和“西”构成的最早的“二方位”空间意识。到了甲骨文时代，逐渐形成“东”、“西”、“南”、“北”构成的“四方位”空间意识（图 2-1）。

“易有太极，是生两仪，两仪生四象，四象生八卦”，于是，在原有的四方位基础上，又增加了“东南”、“东北”、“西南”、“西北”四个亚方位。当然，人们对空间的认识并没有仅仅停留在平面的层面上，而是逐渐与“天”和“地”或“上”和“下”的方位组合起来，由此，平面的空间意识逐渐演变到立体的空间意识，在外在的空间方位中，作为本体的人的介入（以“中”来表示），于是发展出立体的“七方位”空间图式<sup>[5]</sup>。

(2) **城市空间的概念** 城市空间一直是城市地理学、城市社会学以及建筑学、城市规划等城市建设诸学科关注、研究的焦点。我们常说的“城市空间”被芦原义信称为建筑外部空间，简称“外部空间”（external space），指城市

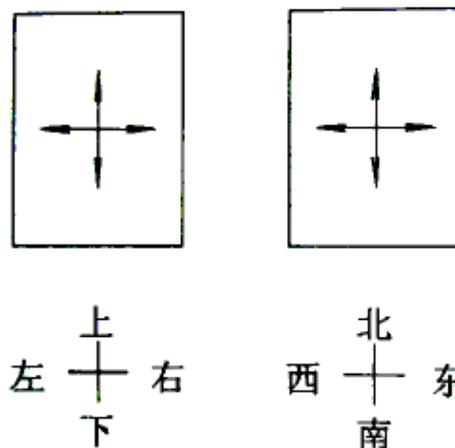


图 2-1 垂直空间方向和水平空间方向

中建筑物之间的“虚空”(voids)。“外部空间因为是作为‘没有屋顶的建筑’考虑的，所以就必须由地面和墙壁这两个要素所限定”<sup>[6]</sup>。克里尔指出，“撇开深刻的审美标准去理解城市空间的概念，可知它仅仅是城市内和其他场所各建筑物之间所有的空间形式。这种空间，依不同的高低层次，几何地联系在一起，它仅仅在几何特征和审美质量方面具有清晰的可辨性，从而容许人们自觉地去领会这个外部空间，即所谓城市空间。”克里尔认为，城市空间有广场和街道两种基本组成部分。城市空间是一种由人们感觉、认知到的知觉空间，其价值在于满足人们各种使用活动的需要。城市空间是人们社会活动的载体，同时也是社会活动的结果。

(3) **城市公共空间的概念** 城市公共空间可以简单的定义为“城市公共产权空间”，这是从城市空间的社会属性角度来定义的。按照这一思路，城市公共空间可以看作是城市空间中属于公共所有或者属于公共价值领域的那一部分，其主体是一种公共物品。

《城市规划原理》定义：“城市公共空间的狭义概念是指那些供城市居民日常生活和社会生活公共使用的室外空间。它包括街道、广场、居住区户外场地、公园、体育场地等。根据居民的生活需求，在城市公共空间可以进行交通、商业交易、表演、展览、体育

竞赛、运动健身、消闲、观光游览、节日集会及人际交往等各类活动。公共空间又分开放空间和专用空间。开放空间有街道、广场、停车场、居住区绿地、街道绿地及公园等。专用空间有运动场等。城市公共空间的广义概念可以扩大到公共设施用地的空间，例如城市中心区、商业区、城市绿地等。”<sup>[7]</sup>

一般来讲，人工化程度较高的城市开放空间对公众会有较大的影响，其公共所有的属性就是城市公共空间的本质特性。从概念所界定的城市空间的广域来看，城市公共空间从属于城市开放空间，广义上讲，城市开放空间则是城市中除建构筑物等实体之外的所有空间。因而，城市公共空间是属于公共价值领域的城市空间，主要是城市人工开放空间，或者说人工因素占主导地位的城市开放空间。

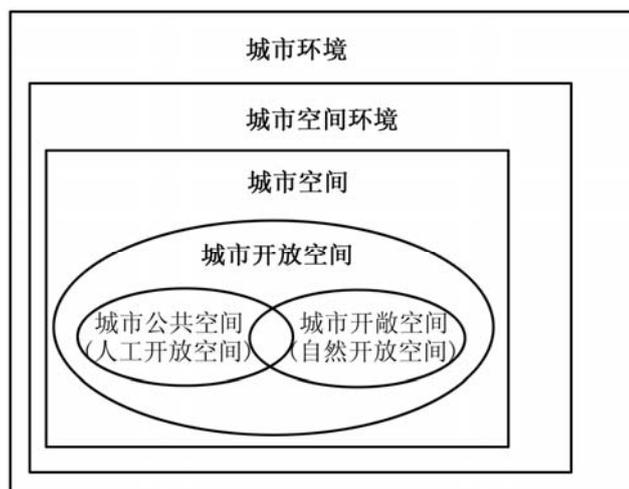


图 2-2 城市空间概念体系

(4) **城市空间概念体系** 城市空间、城市开放空间、城市开敞空间、城市公共空间等概念的提出和运用，为理论研究提供了逻辑分析的语汇，同时也有助于人们深入理解和剖析城市空间的构成。根据前面对这些相关概念的分析，从城市空间的社会属性和物理性状两个方面进行衡量，可以初步建构如下城市空间概念体系。(图 2-2)

### 2.1.1.2 城市公共空间的类型

根据不同的原则，城市公共空间作为特定的城市环境，可按以下原则进行不同的分类。

(1) **不同存在方式的城市公共空间** 根据公共空间用地的产权属性可分为公共产权与非公共产权用地；前者又可分三小类：一是在规划编制中参与用地平衡的城市广场、公共绿地、城市道路；二是居住小区及小区级以下的小游园或集中绿地；三是桥梁、立交桥等大型基础设施用地中的绿地等<sup>[8]</sup>。

因此，城市公共空间可以分为街道、广场、公共绿地、附属公共空间四大类。附属公共空间分别与街道、广场、公共绿地共同形成完整的城市公共空间。(图 2-3、2-4、2-5)

(2) **不同使用方式的城市公共空间** 根据是否使用以汽车为主的交通工具，城市公共空间可以分为车行公共空间和步行公共空间两大类。步行公共空间包括城市道路中的人行道部分、广场、公共绿地、以及附属各类功能用地的道路（人车混合使用）、广场、集中绿地。从行为目的上看，步行公共空间还可分为步行交通空间和步行活动空



图 2-3 城市街道空间



图 2-4 城市广场空间<sup>[68]</sup>



图 2-5 城市公共绿地

间。前者指城市道路中的人行道空间、广场、公共绿地中以交通为主的空间部分等。后者指广场、公共绿地提供活动场地的空间部分，步行是人们使用公共空间的最主要的方式<sup>[9]</sup>。

(3) **不同功能特征的城市公共空间** 根据空间的功能特征可将城市公共空间分为：城市街道空间、城市广场空间、城市公共绿地、城市滨水临山空间、大型市政设施空间五大类。

城市街道空间还可根据道路功能和其服务地块的功能分为交通性道路、商业性街道、生活性街道、文化性街道、政治性街道、综合性街道等；城市广场空间根据其功能设置分为政治型广场、文化型广场、交通型广场、商业型广场、综合型广场等等。人们主要是以步行交通的方式使用和体验广场；城市公共绿地是可游、可玩、可以赏心悦目的地地方，相对广场而言有一定的隐藏性，能为人们提供私密性较强的休憩空间。如上海延安中路大型公共绿地。城市公共绿地包括城市公园与街头绿地（以城市公园为主），属于传统意义的 open space。

### 2.1.1.3 城市公共空间的特征

(1) **城市公共空间是城市空间系统的子系统** 城市公共空间与城市社会系统、经济系统、政治系统、生态系统等较高层次的系统之间存在着有机的联系。表现为城市公共空间是城市社会、经济、政治等力量共同作用的物质载体及其相互关系的物化。城市公共空间可以反映出个城市，一定时期的社会、经济、政治和生态状况。生态良好的城市公共空间为城市环境可持续发展提供了重要的基础设施和环保基地<sup>[10]</sup>。

(2) **城市公共空间是具备承载使用活动功能的物质空间** 城市公共空间首先是物质空间，其核心功能是承载城市的各类公共活动，如道路的交通功能，广场的交通、集会、休闲功能，公共绿地的休闲、游憩功能等等。除城市道路外，人们使用公共空间的各类活动大都采用步行交通方式。即使在道路空间，步行交通也是市民真切地熟悉、体验公共空间的主要方式。在人们步行使用公共空间的过程中，满足生理方面的需要是公共空间最基本的核心功能。

(3) **城市公共空间是人们体验城市的主要领域** 城市公共空间是人们认知、体验城市的最主要领域。城市印象可以说与城市公共空间密不可分，它不仅承载人们的各种使用活动，还为人们观察城市提供必要的条件。城市公共空间的形态因其具有的特色而成为城市的标志。<sup>[11]</sup> 城市中心区以商业活动为主的公共空间，如上海南京路、淮海路。以市民、行政广场为主的行政文化中心公共空间，如北京天安门广场、上海人民广场。以海、江、河、湖等水体与自然山体为主的滨水临山公共空间，如上海外滩、香港维多利亚海湾等。

(4) **城市公共空间是城市公共资源** 由于与城市土地资源的依附关系，城市公共空间必然是一种空间资源。中国宪法（1999 修订）第十条规定：“城市土地属于国家所有。”因此，城市公共空间是公共资源。作为公共资源，城市公共空间品质实际上代表着城市整体利益。城市各类活动都是基于对城市公共资源资源的利用，同时也不可避免地造成对公共资源资源的侵害与污染。

(5) **城市公共空间是拥挤性公共物品** 城市公共空间是拥挤性公共物品（congestible public goods），达到一定的使用水平——拥挤点（point of congestion）后具有竞争性。城市公共空间作为公共物品所具有的正的外部性，表现在公共空间周边地块的房地产租金的提高。

#### 2.1.1.4 城市公共空间的功能

综上所述，城市公共空间的功能可以归纳为聚集游行性、纪念性、休闲性、交通性、商业性等。公共空间构成包括空间的这些作用与人、社会、环境（自然环境）的关系密切。由于城市广场中的人是以社会方式普遍存在的，因此城市公共空间除了以上这些功能外，还具有公共性、场所属性的；生态属性反映的是城市环境层面属性；系统性、标志性则反映的是人、社会与环境之间的关系。城市公共空间的主要特征是其的公众参与性，中国传统“天人合一”的空间环境规划设计思想，强调人与天的高度融合，空间因为人的参与，而显得富有生机。好的公共空间能吸引人们的积极参与，通过人的感知获得对美的视觉感受，人是获得审美感觉的主体。审美视觉的人为性在于通过对空间尺度的把握，指导人们将“感官认识”反馈到人的实际行动中，更好的指导人们创造出美的空间。

#### 2.1.2 节庆的概念及其分类

节庆活动是在固定或不固定的日期内，以特定主题活动方式，约定俗成、世代相传的一种社会活动。我国节庆种类很多，从节庆性质可分为单一性和综合性节庆；从节庆内容可分为祭祀节庆、纪念节庆、庆贺节庆、社交游



图 2-6 古代绘画中的传统节庆场景

乐节庆等；从节庆时代性可分为传统节庆和现代节庆<sup>[12]</sup>。

(1) **传统节庆** 中华民族的传统节庆活动主要包括：春节——中华民族最隆重的节庆就是一年一度的春节。史载，春节最早源于原始神农时代的“腊祭”。民间称春节为“过年”。春节期间的主要庆祝活动包括游憩、娱乐，如扭秧歌、跑旱船、舞狮子等，形式多样，热闹非凡。(图 2-6)

元宵节——正月十五为元宵节，又称上元节、灯节。元宵节有张灯的习俗，其始于东汉，盛于唐代。清明节——清明节亦称鬼节、冥节、踏青节。传统的清明节以扫墓祭祖与踏青为主要内容。清明扫墓与“寒食节”有关。端午节——农历五月五日为端午节，又叫端阳节、重五节。仲秋节——农历八月十五为中秋节，是因为位居秋天的三月之中而得名。

(2) **现代节庆** 主要指改革开放以来的各地的节庆活动。主要包括：

1. 文化艺术节庆活动——文化旅游是结合旅游所在国和所在地的传统文化，用现代旅游活动去诠释传统文化。艺术给人带来感官冲击的同时，也使精神受到陶冶和熏陶。(图 2-7)



图 2-7 文化艺术节庆

2. 商贸节庆活动——商贸节庆的概念和旅游购物紧密交叉，有相同的地方，也有差异。仅从规模和旅游动机来看，旅游购物是规模小，没有明确动机的；而商贸节庆不但规模大，而且有明确的目的。



图 2-8 商业会展

3. 会展活动——随着全球经济的迅速发展，跨国公司的不断壮大，经济合作趋势的日益加强，以城市为中心的各种商务、会议活动数量不断增加，国际交往和国际会议日益频繁，随之带来的大量客流已受到各地的极大重视，并出现了不少会议城市。以

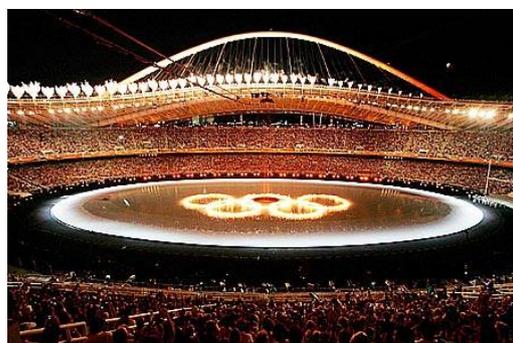


图 2-9 大型体育节庆<sup>[69]</sup>

会议事件活动为主要内容的商务型旅游活动，正是在这样的背景下产生的。由于会议参加者购买力强，服务要求高，影响力大，他正在成为各方愈来愈重视的旅游项目。各国、各地大力建设会议中心，全力争取各种国际、国内会议的举办权。目前美国以及欧洲主要旅游业发达国家都是主要的国际会议举办国。日内瓦是世界上举办会议最多的城市，一年要召开 3 万多次会议。中国每年举办的广交会、海南博鳌亚洲论坛等国际会议，影响越来越大。（图 2-8）

4. 体育节庆活动——主要包括各种国际性和国家性体育竞技比赛的庆祝活动，例如：奥运会、冬运会、全运会、大运会等等。（图 2-9）

### 2.1.3 节庆装饰艺术的相关概念及其属性

#### 2.1.3.1 节庆装饰艺术的相关概念

爱美是人的天性，美是人类的精神家园。正是对美的追求与向往，使“装饰艺术”越来越得到人们的宠信，在经济日益发展的今天，人们与外界的交流也随之频繁起来，在享受生活的同时，对环境要求也不断提高。节日装饰作为日常装饰的重要组成部分，是在人们自发参与和策划的基础上形成的，经过现在生活的不断演进和发展，伴随着城市公共空间的发展和丰富，其装饰艺术的内容和运用范围也在不断变化，在意境上强调“天人合一”，源于自然，高于自然，做到“虽由人作，宛自天开”；在意象上，强调意(情)与象(物象)的互动，强调“情景虽有在心在物之分，而景生情，情生景，……巧藏其宅”；在规划过程中强调“外师造化，内发心源”注重人的主观能动性。于是，节庆装饰艺术的运用范围开始扩展到了城市景观中<sup>[13]</sup>。

表 2-1 认识“艺术”的三个层面

层面	观念	内涵
精神	文化的一个领域	与宗教、哲学、伦理等并列
	文化价值的一种形态	
活动过程	艺术家的自我表现、创造活动	—
	对现实的模仿活动	
活动结果	艺术就是艺术品	(1) 艺术家对客观世界的认识、反应 (2) 艺术家自身的情感、理念、价值观
	艺术的客观存在性	

(1) **艺术的概念** 艺术，通常指用形象来反映现实但比现实有典型性的社会意识形态，包括文学、绘画、雕塑、建筑、音乐、舞蹈、戏剧、电影、曲艺等；也指富有创造性的方式以及形状独特而美观的。艺，在古汉语中本义为植，为治（《广雅·释诂》）。善植善治者有技能，所以艺术也具有技巧和美的含义。<sup>[14]</sup>希腊语中，艺术一词兼有两种含义：①美的作品；②创造、技巧、技艺。古希腊文中的艺术（Texvn）是表示某种专业化的技术形式，如瓶绘工等。英文的艺术（Art）和德文的艺术（Kunst）也表示一种可学的而非本能的技巧和特殊的才能。审美价值，是艺术的最主要、最基本的特征。（见表 2-1）

(2) **装饰的概念** 从字面上看，“装饰”就是修饰、打扮、化妆的意思。中国《现代汉语词典》中，把“装饰”解释为物体或身体表面加些附属的东西，使其美观。“装饰”一词在西方最早出现于 18 世纪，泛指艺术修饰，稍后出现了装饰艺术、装饰流派艺术等术语。英国百科全书介绍：“装饰”（decoration）是指各种能够使人感到赏心悦目的视觉效应。（见表 2-2）

表 2-2 “装饰”的含义与内涵

含义			内涵	
词性	涵义	具体表现形式	广义	狭义
动词	标志一种行为和活动 指示一种工作的性质	使用一定的材料装饰房屋等	装饰现象和活 动	具体的装饰品类、图案、纹饰等
名词	指装饰活动的结果	装饰品、装饰画、装饰艺术等		

在日常生活中，装饰往往被过分狭义化，过分实用化，如“装饰画”、“装饰图案”，都被理解成装饰主体附属物，必须与主体结合在一起，才能形成具有审美和实用价值的艺术形式，离开主体，装饰就失去了存在的意义。这种解释强调了装饰的从属性，忽视了装饰与被装饰之间的价值共存关系。

(3) **节庆装饰艺术的概念** “装饰艺术”（decoration art）指依附于某一主体的绘画或雕塑工艺，使被装饰的主体得到合乎其功利要求的美化，如用以美化人体的服饰、首饰，用以美化建筑环境的各种壁饰、柱饰、门饰、灯饰等<sup>[15]</sup>。装饰艺术是一种风格，是人们对美追求的一种方式，就如人们常提的古典风格、后现代风格、中国式风格、欧式风格等，一种具有装饰功能的画，即依附于特定物体的表层，起着装饰器物作用的绘画形式，如壁画、家俱漆绘、建筑装饰图案以及其它实用器皿上的装饰绘画，包括使用硬质材料、雕绘结合的一种平面化的表现样式。

节庆装饰艺术则依托装饰艺术的基本要素，主要围绕城市的天际线、街区轮廓、建筑立面、广场景象及园林片区的造型、色彩、光线、节奏、空间及片面对元素进行视觉化的艺术设计。实际上，这些是在非节日期间就打下的城市景观之基础上的“锦上添花”，在区别于普通城市景观中使用或汲取装饰艺术的形式特点创作的空间环境装饰作品。它们是自成主体、有自己内涵的独立型艺术，其强烈的特征使其欣赏性更强，造型上有一定幅度的夸张变形，并呈图案化趋向，色彩上多重视平面空间的对比关系。正如世界著名设计师沃纳姆认为：“每一种正确的装饰设计都是一种组合或形式规则的延续……”。<sup>[16]</sup>

### 2.1.3.2 节庆装饰艺术的类型

(1) 从城市公共空间节庆装饰艺术的对象来分 生活在城市中的人们，紧张而忙碌。每日穿梭在街道与楼宇间，陌生的环境渐渐变得熟悉，新鲜的事物慢慢变得平淡。这时，节日在包涵千年传承而来的民俗与文化之外，对大多数人而言，更是一种重要的生活调剂。而首先让我们感到丰富和不同平常的，便是城市空间的装点—彩灯、花坛、红绸……当这一切在眼前闪烁和飘动时，我们的情绪也不由得被调动起来，产生了节前的期盼、节时的享受以及节后的怀念。节日本身也在铺垫与营造中显得愈发隆重和生动。

所谓被装饰对象是指装饰所附着的具体物体。既然称之为装饰，则必定先有被装饰对象，真所谓“皮之不存，毛之焉附”。（《左传·僖公十四年》）本论文主要从节庆时期城市空间景观的角度来分，大体有街道广场设施及夜景亮化装饰、植物装饰、雕塑装饰、墙体装饰四个方面。

①城市街道广场设施及夜景亮化装饰设施小品是指城市公共空间中那些具有三维空间的构筑要素，这些构筑物



图 2-10 元宵张灯



图 2-11 春节花灯

能在由地形、植物、以及建筑物等共同构成的较大空间范围内，完成特殊的功能。而作为节日气氛营造工具的城市街道广场设计装饰，是及日景和夜景装饰功能于一体的。白天作为街道、广场色彩的调和性装饰；夜晚则作为城市公共空间节日装饰的主体，展现出其特殊的装饰功能。本文主要以节日装饰花灯、烟火和彩绸作为城市街道广场设施及夜景亮化的主要节庆装饰。<sup>[17]</sup>

a.花灯 节日的庆祝与城市的夜生活紧密联系，通宵达旦，聚戏朋游，彩灯在承担部分照明作用之外，也成为装点街道、烘托节日气氛的城市饰品。

中国：元宵张灯（图 2-10、图 2-11）在中国，“正月十五看花灯”是延续千年的节日传统。它最早兴于汉代的“嫩灯表佛”，至隋唐，已向民间普及，并逐渐演变为持续数日的盛大活动。在这期间，城市里坊解除宵禁。隋场帝杨广曾有诗句：“灯树千光照，花焰七枝开。”由此，可以想见当时普天同庆的盛景。现在，太阳的东升西落已不能再决定城市的作息。华灯初上，霓虹闪烁，城市照明成为城市生活中不可或缺的一部分。但是，元宵张灯的习俗始终传承，灯市琳琅满目，霓虹灯、水下灯、投光灯……品种繁多.让花灯锦簇的热闹情景有增无减。不过，与过去相比，花灯已不再是元宵节的专属。在 2008 年的国庆节，净高 9.9 米的巨型宫灯在天安门广场亮相。花灯、彩灯已成为一种节日的符号，为人们带来喜庆与欢愉。

美国纽约：新年夜灯球（图 2-12）在美国，纽约时代广场（Times Square）的新年夜灯球（New Years Eve ball）倒数下降活动已经成为一项传统的节日盛事。这一习俗起源于 19 世纪初期英国港口每天在下午 1 时准点降球，为附近船只报时的传统。1907 年，纽约禁止新年燃放烟花爆竹，为了填补因没有焰火而缺失的节日气氛，政府决定引人降下新年夜灯球的活动。每年，新年夜灯球的

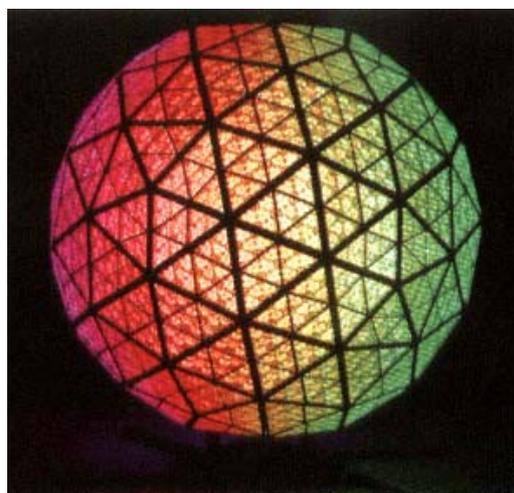


图 2-12 美国纽约：新年夜灯球<sup>[11]</sup>

图案和色彩都成为节前媒体竞相报道的新闻。2009 年的新年夜水晶球比以往体积大一倍，它直径达 3.7 米，重 6 吨，钱嵌普 2668 拉沃特福德（Waterford）水晶，内设有 32356 盏高效节能灯。它以“让这里充满快乐”为主题，希望带给人们新年的憧憬，一扫 2008 年底的阴蔽。

倒数活动一般从 12 月 31 日 18 点开始，高潮则在午夜时分。当纽约市长及受邀的社会名流共同启动按钮，百万民众热情高涨地齐声倒数最后十秒。在辞旧迎新的一刹那，彩球打开，飘散出无数祝愿的彩带，万片碎纸、气球漫天飞舞，灿烂的烟花在天际怒放、彩灯闪烁，人们尽情欢呼。一个简单的亮灯仪式，却让整个时代广场成为持续数小时的巨大的狂欢派对。

**b.烟火** “爆竹一声除旧岁，桃符万户换新春。”放鞭炮是中国春节的传统习俗。人们在震耳欲聋的鞭炮声中释放情绪，也将春节的庆祝带入最高潮。1994 年，北京市政府曾以影响城市环境的理由禁止燃放鞭炮。北京人在寂静中度过了 12 个除夕之夜。2006 年，政府再次颁布法令，允许春节鸣鞭。这种由禁放到解禁的过程，既反映出政府对于燃放鞭炮的矛盾心理，又反映出民众对它的期盼。



图 2-13 香港维多利亚港的烟火表演

放鞭炮属个人行为，而耗资巨大的烟火表演则往往是由政府组织的集体行为。中国通常在整十年的国庆才放烟火。届时，满城烟火将城市点亮，万朵烟花齐放，红色、橘色、绿色、紫色，璀璨缤纷温暖了北京的夜空。而在 2008 年的北京奥运会开幕式上，烟火总设计师蔡国强将他的火药美学发挥至极致。从开场缓缓向国家体育馆行进的 29 个脚印，到演出期间适时绽放的烟火，比表演变得更加立体。而这种稍纵即逝的美，也成为人们难以忘却的回忆。（图 2-13）

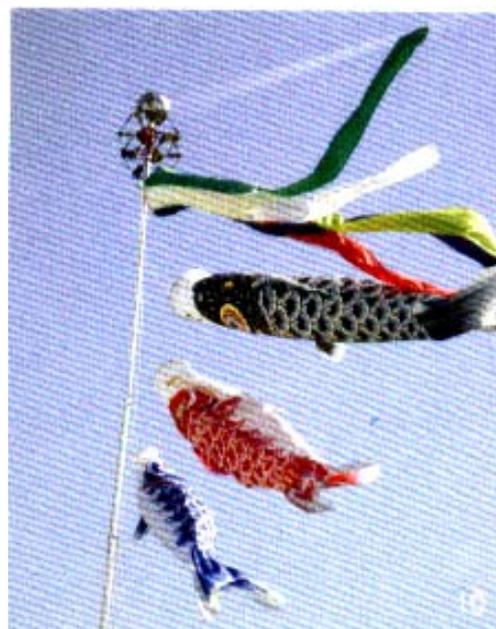


图 2-14 日本鲤鱼旗

**c.彩绸** 当花灯和烟火为城市的夜晚增色时。花坛与彩绸则是在白天

最为引人注目的城市装饰。

日本：鲤鱼旗

悬挂鲤鱼旗的习俗原本起源于日本江户时代的武士家族。在端午节即农历五月五日，由希望生男孩的家庭在家门庭前用纸、布等描绘鲤鱼的图案，使之随风飘动，模仿鲤鱼游动的风幡。明治维新后，悬挂鲤鱼旗的时间转为阳历 5 月 5 日，作为夏天将来的象征。悬挂鲤鱼旗的习俗来自中国古代“鲤跃龙门”的传说。

其实，鲤鱼旗迎风飘动的景象。恰能反映彩绸在城市空间中的作用。楼、街和树都是静态的，在静态的背景中点缀动态的旗帜，整个氛围就变得活跃起来。而且，在旗帜上能够印制标语，还可增强节日的说明性。（图 2-14）

表 2-3 植物在节日景观中的作用

完善作用		<p>通过重现房屋的形状和块面的方式，或将房屋轮廓线延伸至其相邻的周围环境中的方式 （图为上海世博会施工期间适逢国庆，为阻隔工地，营造节日气氛而建的花墙）</p>
统一作用		<p>充当一条普通的导线，将环境中所有不同的成分从视觉上连接在一起</p>
强调作用		<p>突出或强调某些特殊的景物</p>
识别作用		<p>植物的质地、形状等特殊性 （图为芒通的柠檬节标志物，由无数柠檬和柑橙组合搭建起的大型彩雕）</p>
软化作用		<p>使户外空间中形态粗糙及僵硬的构筑物得到软化 （图为介于建筑物和道路之间的节日花带）</p>

②**植物装饰** 色彩是具有性格的。红色代表激情、粉红代表浪漫、黄色给人以乐观的感觉、白色象征完美、绿色象征生命、紫色具有时尚感<sup>[18]</sup>……这些美好的颜色，都能在鲜花中找到。因此，在温度适宜的节日期间，通过摆花丰富城市空间的色彩，是另外一种常用的装饰方式。同时，由于花期时间短，无法长期设置，更能体现出节日的特殊与短暂，吸引人们聚集和庆祝。（表 2-3）



图 2-15 布鲁塞尔大广场的鲜花地毯<sup>[11]</sup>

比利时：布鲁塞尔大广场的鲜花地毯（图 2-15）<sup>[11]</sup>，在节庆期间用鲜花营造气氛的同时，鲜花本身也能成为节日。大广场是布鲁塞尔最重要的城市景观和人群集中地，两年一度的鲜花地毯节，就是一个为鲜花设立的节日。鲜花地毯面积宽 25 米，长 75 米，1875 平方米的面积几乎布满整个广场。志愿者大约需要 3 天的时间摆放鲜花，每一平方米需要至少 300 朵。其中必有布鲁塞尔的市花百合花和秋海棠。因此，鲜花地毯节的时间也定在了秋海棠开花的 8 月。

③**雕塑装饰** 雕塑是节庆造型艺术的一种，是用各种可塑材料或可雕、可刻的硬质材料，创造出具有一定空间的可视、可触的艺术形象。其装饰反映社会生活、表达人们审美感受、审美情感，并限制室外空间，影响视线、影响毗邻景观的功能结构。

图 2-16 为西雅图市标志雕塑——瑞秋猪，诞生于 1986 年 8 月 17 日，是雕塑家 Georgia Gerber 根据 1985 年 Island 县展览会的冠军猪（重达 750 磅，名为瑞秋“Rachel”）制作的铸铜雕塑<sup>[19]</sup>。

在喧闹繁杂的街区市场，人们从

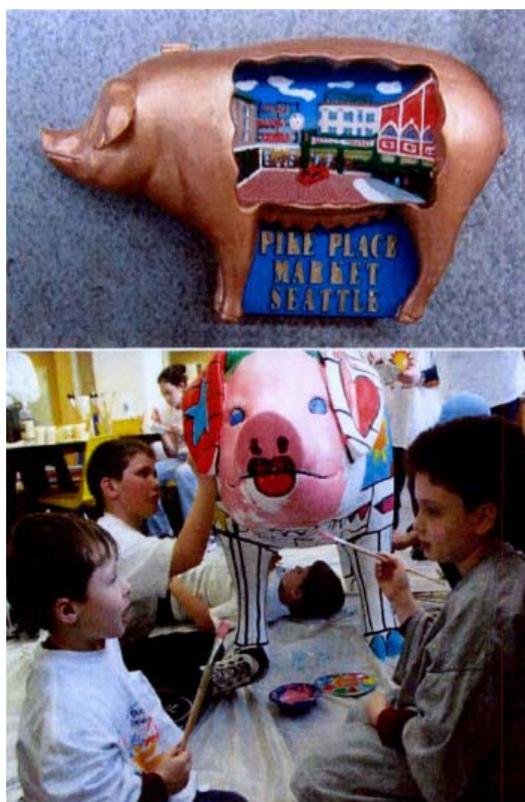


图 2-16 西雅图市标志雕塑——瑞秋猪

嵌入地面并刻有文字的猪蹄印寻觅到瑞秋猪的身影。这一作品一经诞生即成为最受西雅图市民欢迎的公共艺术品之一，并形成了新的城市文化传统，每年以此为契机举行各种庆典活动。2007年瑞秋猪将庆祝21岁生日，基金会发出了艺术创作邀请，将举行一系列活动，成为社区居民的文化节日。以瑞秋猪为原型制作的各种纪念品深受大众和旅游者的喜爱。艺术家在雕塑上设计了一个投币孔，用娱乐参与的方式募集资金，Pike Place市场基金会每年通过瑞秋猪筹集6000—9000美金，为市场所在社区的近1万低收入居民提供帮助。



图 2-17 北京街头“国庆文化”涂鸦墙

④**墙体装饰** 这里的墙体主要指空间内的景墙及空间内建筑外墙。图 2-17 为北京街头的“国庆文化”涂鸦墙，装点了城市街景，成为节日期间一道亮丽的风景线，吸引了不少路人的目光。

(2) **从城市公共空间角度按节庆装饰形式结构分类** 所谓节庆装饰形式结构实际是指节庆装饰造型的具体的风格特征，这种分类具有较大的直观性，一般可以分为：具象形式、抽象形式、意象形式和想象形式四大类。

①**具象形式** 所谓具象形式，就是按照被表现对象本来的样子和生长规律进行造型，具象形式的装饰造型表现为对自然的真实模拟，常见于立体花坛等的造型，装置讲究对表现对象的比例、结构的准确再现，平面的造型也以追求模拟真实的立体效果为目标<sup>[20]</sup>。

图 2-18 为天安门广场前以水立方和鸟巢为设计元素的立体花坛，按同比例缩小或放大放置在花坛中，直接表达奥运主题，为现代城市节庆最为常见的装饰手法。

②**抽象形式** 所谓抽象形式，是相对于造型艺术中的具象和意象而言的，是指非具体所指的形象。抽象几何形的装饰是城市公共空间节庆装饰艺术中运用最多的，变化形式最为丰富的形式。其普遍和流行的重要原因在于具有其他任何形式都无法比拟的适应性，可以随着被装饰对象的形体的变化而应用自如。

图 2-19 以奥运为主题的雕塑，采用抽象形式将运动中的人加以变化，将人形和奥运五环有机结合抽象演变成形成一个线性编织而成的群雕，有很强的艺术性效果，体现了抽象形式在城市公共空间节庆装饰艺术中的运用。

③**意象形式** 所谓意象形式，是指装饰的造型虽有具体所指，但却并非完全地按照对象本来应有的样子进行表现，即不拘泥于被表现对象的原型，而是在抓住被表现对象的主要特征之后，做诸如夸张、变形、组合、添加、简化等处理，使所创造的艺术形象既能联想到具体的现实中的事物，又不完全是现实形象的模拟和再现，给观者留出了联想和想象的空间。（图 2-20）



图 2-18 大型具象立体花坛雕塑

④**想象形式** 所谓想象形式，是指出于某种观念性的目的人为地创造出来的形象。与抽象几何形装饰不同，是群体内部的一种默契和认同。



图 2-19 抽象雕塑

（3）**从城市公共空间角度按节庆装饰题材分类** 大致分几何形、动物、人物、植物、神怪以及综合性的题材等六大类

①**几何形** 几何形装饰可分规则几何形和不规则几何形两种。规则几何形如方形、圆形、三角形、梯形、五角形等；不规则几何形在构成上较为自由，形态变化也就相对较多。



图 2-20 世界环保节的大型广场装饰

②**动物** 仅次于几何形的题材，其中包括禽鸟类、兽类、牲畜类、水生动物和爬行动物类（如鱼、龟、蛇等）、昆虫类等。大量出现在花坛和街景装饰物的图案中。

③**人物** 常见于立体雕塑、装饰景墙以及装饰画等平面装饰中。

④**植物** 纹样出现的不多，但在雕塑、植物花境及平面装饰纹样等中常见。

⑤**神怪** 往往与民族传统节庆、地域特色节庆和宗教节庆等有关，通常是以人或动物的形状为基础，充分体现艺术创造力。往往给人一种神秘莫测的视觉感受。我国传统春节装饰中多以神仙的形象为主题，表达出人们祈求神明保

佑的美好愿望。

⑥**综合性题材** 在很多装饰中所采用的题材常常是具有综合性的，一个为主，一个或多个为陪衬。多见于大型节庆活动以综合素材为主的装饰中。

### 2.1.3.3 节庆装饰艺术的特征

节庆装饰艺术设计作为一种有独立意义的艺术形式存在有其自身的特点，节庆装饰艺术设计是在对比、均衡、节奏等造型原则的基础上而形成的一种艺术门类，在形式上是完整的，是为满足人们的精神需求而存在的<sup>[21]</sup>。一方面它是其他艺术种类的附属，另一方面可以完全忽视人类的某种实用功能的需要（但要满足装饰物自身的功能需要，如室外装饰物要考虑到耐久性以及气候条件等因素）。装饰艺术具有三个主要特征，即装饰性、时效性和工艺性。

（1）**装饰性** “装饰”一词是指装点、修饰之意。既然装饰艺术具有“美化”的实用功能，它的表现形式和内容也必须具备装饰的特征。因此装饰艺术的表现题材多体现人类对美好生活的向往和追求，多具有美的特性的内容，是大众化意志的表露。装饰艺术的表现形式和内容具有浪漫主义精神，强调韵味追求意境美，近似中国古典文学中的诗词。构图不受自然真实的约束，服从主观的视觉美感，重视形式美，具有完整性、统一性的面貌；色彩语言的表达，强调主观性、理想性和象征性。

（2）**时效性** 大多数的节庆装饰艺术都具有时效性，因为节日本身作为一种非常规状态的特殊时期其本身就具有短期的暂时性和长期的循环性，所以节日期间的装饰艺术是适应了节日这种特殊的生活状态而产生的。

正因为节日的非常规状态，使得人们特意创造出了一种空间意向，希望改变日常的行为模式，创造一种理想的生活环境，因此，节庆装饰便成为人们表达这种愿望的有效途径。人们将常见的街边绿地装饰一新，塑造立体雕塑；将建筑物表面挂上与节日气氛相符的装饰物；夜间悬挂彩灯和燃放烟花。

而当这种忘我的狂欢和过度的消费以及非常态的生活状态持续一定时间之后，人们又逐渐恢复，生活又进入了下一个“循环”。此时，节庆装饰艺术作为一种“应景艺术”也逐渐的退出日常生活环境，表现出了明显的即时性和短暂性。

（3）**工艺性** 所谓“工艺性”，即节庆装饰艺术要受到所选择的工艺材料和加工工艺的制约。这些制约往往会影响到作品的表现形式和艺术风格。

此外，节庆装饰艺术还具有意蕴美、韵律美、形象性等特性。

### 2.1.3.4 节庆装饰艺术的功能

节庆装饰艺术有三个相互联系的功能：

其一，超越单体的装饰并丰富整个空间的装饰主题；  
 其二，提升空间物质的、社会的和精神的品质，即强化场所的特征；  
 其三，增强空间的可识别性。回眸过去，重新寻找装饰艺术的理性所在，  
 以有助于城市机体的健康。

## 2.2 城市公共空间节庆装饰艺术的理论阐释

### 2.2.1 视觉心理感知

#### 2.2.1.1 视知觉原理

视知觉力是由人的生理力本身的活动和表演造成的，就是大脑在对视知觉刺激进行组织时激起的生理活动的心理对应物。运动知觉是视知觉研究很重要的一部分，包括局部运动、整体运动、运动模型、与复杂运动等各种类别。早在十九世纪末，著名的 Helmholtz 便已对[视觉系统如何从刺激在网膜上影像的移动以及观察者的眼动这两者之间的关系，来推知究竟外界刺激是否有移动]这点做了清楚的理论推导与实验验证，然而更精细的区分却要到本世纪才得以彰显。此外，在注意力与运动知觉之间的关系研究中(如图 2-21)，有些视觉研究者也将注意力的影响纳入他们的运动知觉模型中，较令人瞩目的是留美华人南加大教授吕宗霖与加大 Irvine 分校的 George Sperling 所提出，三阶段运动系统模型中的

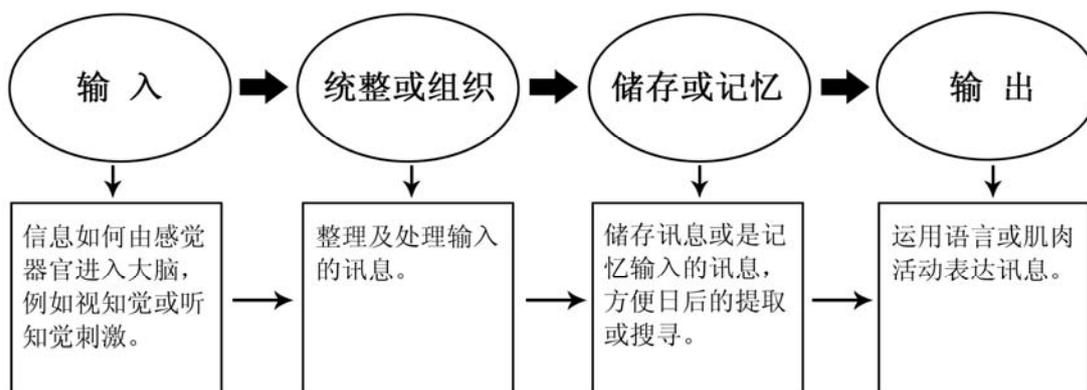


图 2-21 由视知觉引发大脑感知事物的过程

第三阶段：由注意力所影响的运动知觉，以及哈佛大学的 Patrick Cavanagh 所提出的注意力追踪所导致的运动知觉<sup>[22]</sup>。无论细部的理论差异是否关键，可以确认的是，运动知觉与形状知觉、眼动、立体知觉与注意力等其它历程都有着密切的关连。当然，研究者早已知道这些都有关连，但只有当单纯的运动知

觉历程达到足够的累积成果，以及当代的技术足以处理复杂的历程之后，这些复杂历程的探讨才成为可能。

视知觉力剖析：Nicholas Wade 在 “The natural history of vision” 书中，以各种旁征博引的范例说明：知觉现象是科学家与艺术家共同的语言，然而两者却以背道而驰的方向对待知觉现象。科学家们简化现象，以达科学研究的目的，而艺术家们繁化现象，以达审美与愉悦的效果。尽管如此，两者仍能藉由知觉现象此一共同语言而互相影响。然而维吉尼亚大学心理学系的 Kubovy 教授，却以[视觉引发的乐趣] (“visually driven pleasure”) 为题，论证以科学方法研究视觉艺术是不可能的<sup>[23]</sup>。他认为艺术可引发因审美而致的趣味感，而此趣味感的来源主要在于事后回想事件本身所引起的情绪感受。由于具有[事后回想]与[主观情绪感受]两种特质，因此为个人所特有，无法视为一普同原则而采科学方法研究之。

### 2.2.1.2 公共空间中人的心理需求

人是空间的主角，人是城市公共空间中不可缺少的要素，人的存在及活动为空间赋予意义。所以，城市公共空间存在着人的要素。人的活动方式及心理的需求又对空间在组织构成上提出要求。

亚立山大曾以心理行为模式为方法之研究，提出了人类心理需求取向第 3 章城市公共化中介空间构成类型与构成要素关系的层次。

1. 趋向活动  
所在之趋向—公共取向
2. 趋向孤立  
之趋向—私密取向
3. 趋向中性，即亦公亦私密  
之趋向—转换取向

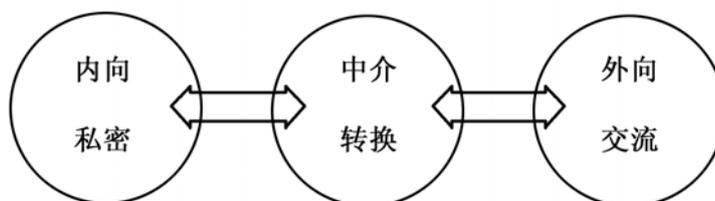


图 2-22 心理行为需求层次

卢原义信曾以空间性质权属作为分类标准，显示了空间在层次中的次序关系，概括如下：(图 2-22)

- 外部 <—> 半外半内 <—> 内部
- 公共 <—> 半公共半私密 <—> 私密
- 动态 <—> 半动态半静态 <—> 静态

无论是心理层次或空间层次显示出的层次关系都说明了人类心理的活动是连续而渐变的，如果内外空间之间缺乏了中介转换的形态，人们在空间的行径过程中，遇到内外截然不同的对比，就会产生压迫与不悦的感觉。城市公共化中介空间作为城市的外部空间与内部空间、城市公共与私密的过渡空间正是满

足了人们在城市生活中的心理行为的层次需求。

长期以来，分析空间环境中人们视知觉的心理感知使设计师们认识到：表现作品的整体感与和谐感是十分重要的。他们根据直觉的观察和对自我的视觉表现的自觉评价，以及受众的反应得出结论：无论是设计师本人或是观者，都不欣赏那种混乱无序的形象。一个整体性很差的形象即缺乏视觉整体感、和谐感的形象，产生的视觉效果是缺乏联系、细节零散而无整体性，破坏了人们的视觉安定感，这样的视觉形象势必为人们所忽视，乃至拒绝接受。独立的区域型空间装饰能形成具有空间容量的场所，使人们感受到这是可以发生节庆活动的场所，引导人们驻足停留。

## 2.2.2 环境行为学认知

### 2.2.2.1 城市公共空间研究理论基础：环境——行为研究

环境——行为研究领域有多种名称：建筑心理学、环境心理学、环境设计研究、环境与行为、人——环境研究等等。环境——行为研究作为通用术语泛指这一领域的研究与实践<sup>[24]</sup>。环境——行为研究的是环境与人的外显行为之间的相互关系和相互影响。人在具体环境中的各种行为特征，可以较为准确地反映其对所处环境的各种特质的要求，环境——行为研究已逐渐成为当今解决公共空间问题的基础理论之一，因此本文将环境——行为研究作为主要的理论基础。

近年来，人们闲暇时间的增多，使得更多的人走出家门走向户外，走向公共空间中去活动、交往、娱乐。但目前大多公共空间的设计趋向于形式化、功能化、理性化，就连曾在城市设计圈子里引起震动和讨论的几本著作罗（Rowe）和柯特（Koetter）的《大学城》、罗西（Rossi）的《城市的建筑》以及罗布和里昂·克里尔（Leon Krier）的《城市空间和理性建筑》里评价，我们都会发现它们展现的更多的仍是形式主义观点、史料参考以及

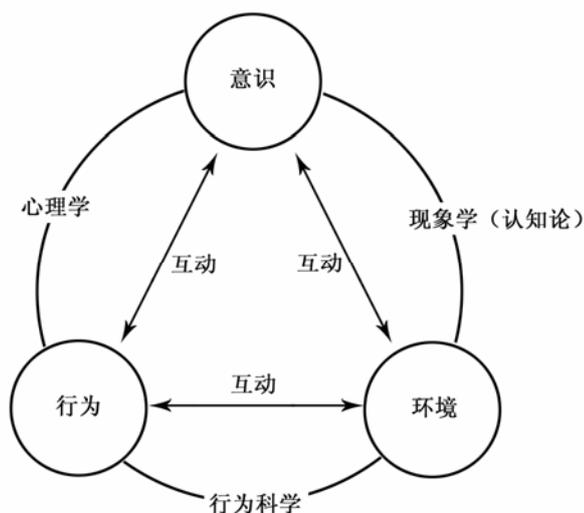


图 2-23 环境行为学概念模式

哲学探讨，仍然没有谈及人们在公共场所中的真实需求和愿望，以及人们对这类空间的使用情况。随着人们环境意识和人本意识开始提高，许多学者开始为创造适宜人类居住的城市而进行探索。加上哲学及自然科学，尤其是与环境一行为研究密切相关的生理学、心理学和社会学等学科的发展与进步，众多来自不同母学科的学者从不同的领域出发，探讨人类生活与实质居住环境的问题。

随着对环境一行为研究的广泛展开，建筑学和城市规划领域也开始从人的行为、认知、心理、情感与环境的关系中广泛研究中寻求满足使用者心理需求和爱好的场所。

### 2.2.2.2 环境与行为关系的研究

人类在环境中做各种各样的行为活动，人类往往是先有意识而后产生行为，也就是说人类先有意识而所行使的行为才有意义。因此人类与环境的关系可以分成“人类意识与环境的关系”和“人类行为与环境的关系”来分别加以考察。前者的相关关系研究即为现象学中的“认知论”范畴，如凯文·林奇的《都市的意象》一书所论及其研究即为一显明的例子，而后者则为行为科学的范畴，较为偏重人类行为与环境互动关系的研究，也是历年来建筑计划学的基础研究部分，或可将其规范为《环境行为学》，以一简图（见图 2-23）表示“人类与环境关系概念模型”。

今天作为建筑或城市环境的设计规划者，为使所规划的建筑或城市环境能更合乎人类生活的需求，不仅对环境与行为关系研究投注极大的关心，同时对整个规划设计的过程亦求更透明和更科学。环境行为研究与规划设计过程的关系如图 2-24 所示。

研究者从

“意识与环境关系”或“行为与环境关系”所研习获得的结果，再由规划设计者引用或归纳成为建筑或环境设计，依次来设计建筑或城市环境，相信

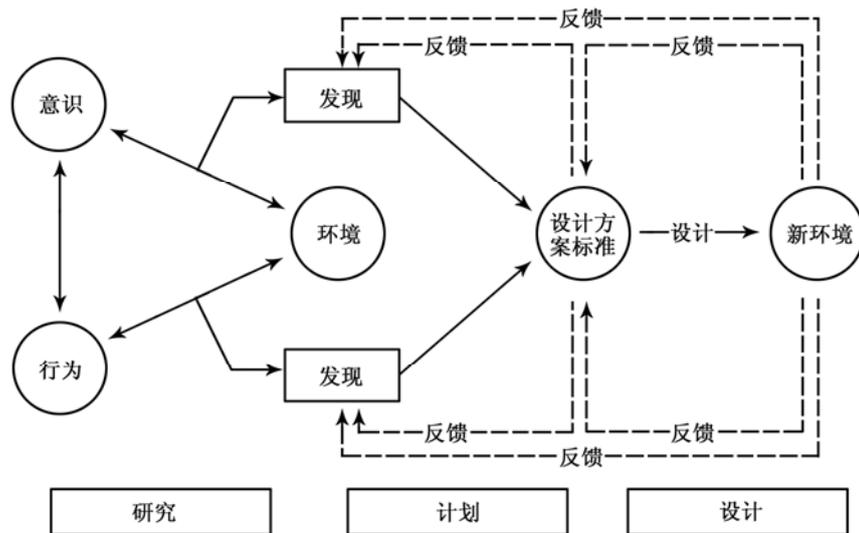


图 2-24 环境行为研究与规划设计过程的关系

方能设计合乎人性需求的建筑及环境。在环境与行为关系的研究上，有所谓的“定性”（Qualitative）和“定量”（Quantitative）两方向的研究，借以理清人类行为与环境关系的“属性”及“量化”等问题。而此项研究的结果往往可以作为环境规划方案的基础资料。在此系统中，有关行为与环境互动中必须遵循一些“行为准则”，也就是说任何环境、空间的设计其方案必须包括“内容”、“量化”、及“行为准则”三项，这样才能确实掌握规划设计的对象，才能合乎人性的行为需求。

### 2.2.2.3 人在公共空间中的行为分布及流动特征

人在空间中常处于运动的状态，在空间中移动的人流具有不同的流动特性，根据流动的目的性可分为四种类型：<sup>[25]</sup>

(1) 有目的的移动—通过人流。通常有固定的较短的路径，流动速度较快。

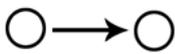
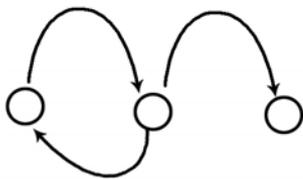
(2) 随意移动—购物、观览人流。方向、线路不固定，路径并非最短，流动速度较慢。

(3) 以移动过程为目的的移动—散步、游览。

(4) 停滞状态—等候，休息、受阻。

这四种类型的移动可以借助流速、流量等指标进行量化的分析，从而得出行为的流动特性。

表 2-4 人的流动类型 来源：《环境心理学与室内设计》

人流的内容	抽象图示	行为表现	平均步行速度 (m/min)
具有行为目的的		避难、通勤、上学	80~150
伴随其他行为目的的随意移动		购物、游园、观览	40~80
移动过程即行为目的的移动		散步、郊游	50~70
移动的停滞状态		等候、休息、受阻	0

每种节庆装饰都有着自身的空间组织形式，而这些形式同样也是环境主要的造景要素，它能把“情绪”赋予环境，使人产生心理共鸣。一般来说，节庆装饰作为公共空间中节日活动生活的“景”，是其所在环境的主要观赏要素。所以其分布形式多以人们在空间中的行为方式为基准，做到全面而不沉闷，统一而不单调。装饰色彩常以高明度及高纯度的主体色系为基调，以少量或少面积的其他色彩做装饰性点缀，如果色彩过于繁杂跳跃，可能造成景观空间杂乱无序。现代意义上的城市公共空间节庆装饰设计在中国的发展较晚，但是从古代的题材形式简单统一到现代的多样繁复，纷纷扰扰中已走过了近百年的历史。在这种变化中，节庆装饰设计无不与之相对应的社会政治、经济、文化密切相关。二十一世纪初的中国，与世界的联系更加紧密，社会发展加速，文化浮躁的时代已经来临，在这样一个社会氛围中，人们对美的渴求从来没有停止过，相反显得更加强烈，越来越追求个性和对人性本身的终极关怀，人文主义、人本思想在设计上被提到战略高度。

## 2.2.3 文化地理学认知

### 2.2.3.1 文化地理学的研究概况

西方文化地理学形成于 20 世纪 20 年代，其标志是 1925 年美国文化地理学家索尔《景观的形态》一书的发表，主要研究内容为运用文化景观研究区域人文地理特征，书中认为文化地理学主要研究人类创造的文化地域。

新文化地理学发端于 20 世纪 70 年代，并在 80 年代真正产生，其倡议者为杰克森（Peter Jackson）等。新文化地理学的研究特点为：<sup>[26]</sup>

1、景观分析新视角：（1）新文化地理学试图将景观的概念与其历史发展联系起来，尝试揭示景观中折射出来的人们对待自然的特殊意识形态；（2）注重分析景观的符号学意义。研究景观是由那些符号构成了可供阅读的文本。

2、强调文化的空间性新文化地理学认为文化渗透在生活的每个过程中，并决定着我们的生活空间性的实践，新文化地理学注重空间，认为文化是通过空间形成的。

中国文化地理的思想起源很早，历代各类著作、方志中有大量文化地理资料记载，但很少有人专门从事这方面的研究。

20 世纪 80 年代中期到 90 年代，我国文化地理学研究侧重于谈论地理环境与文化形成之间的相互关系，有的学者也进行了区域文化地理学的初步研究，对国外文化地理学研究也进行了一定成果的引进。我国文化地理学是在国外先进理念冲击下与自身传统文化相结合进行的创新研究，文化地理学研究及

其应用与经济建设的联系还存在一定的差距。

### 2.2.3.2 文化地理学领域的景观科学研究

景观研究是一个多学科共同研究的交叉领域，是一个多层次、多功能的研究体系，各学派的研究都是对整个景观研究架构的补充和完善，他们之间是相互补充的，来自建筑学、城市规划学、地理学、应用生态学、风景美学、土地科学和旅游科学的研究人员从不同学科角度研究景观，形成了诸如景观设计学（Landscape Architecture）、景观地理学（Landscape Geography）、自然景观（Physical Landscape）、人文景观（Human Landscape）、农业景观（Agricultural Landscape）等特色研究领域<sup>[27]</sup>。

19 世纪初，近代地理学创始人洪堡首次将景观概念引入地理学，并作为“自然地域综合体”的代名词，景观内涵在强调其地域整体性的同时，更强调综合性，认为景观是由气候、地貌、水文、土壤、植被等自然要素，以及文化要素组成的地理综合体。后辈地理学家完善了景观研究，定义的

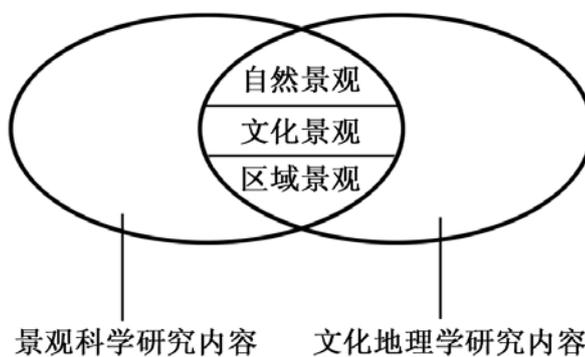


图 2-25 景观科学与文化地理学关联

景观是指土地及土地上的空间和物体所构成的综合体。可见，文化地理学意义下的景观内涵不仅具有了自然属性、文化属性，而且具有了空间属性。因此，从文化地理学的研究角度出发，景观的要素可被归纳为区域景观、自然景观、文化景观三方面（图 2-25）。

景观科学以是否经过人为力的标准将景观划分为自然景观与人文景观两个方面。文化地理学领域的景观研究注重景观的空间属性、自然属性、文化属性要素，通过强化景观的地域空间差异和文化要素内涵，更加深刻地体现了景观的地域空间内涵、自然景观内涵和文化内涵，因此，文化地理学视角的城市景观认识更能体现景观的功能与意义。

### 2.2.3.3 文化地理学领域的节庆文化景观

(1) 节庆文化景观 在一定区域某个民族的发展过程中，总存在着这个群体的值得纪念意义的日子，这些发生过影响这个种族生存、繁衍、发生发展的重大日子，一般被作为节日而确定下来，在规定的日子以一定方式庆祝以纪念。如藏历年、白族的三月节、彝族的火把节、壮族的歌婆节，西方的圣诞

日、复活节、万圣节等，在宗族内具有纪念意义的日子里，约定协成，载歌载舞，形成了具有鲜明特色的节庆文化。

因此，节庆文化的活动含有大量丰富的故事传说，节庆活动、歌舞文化作为节庆活动的内容而大加展示。

(2) **民俗文化景观** 民俗文化是民众在长期生活过程中反复积淀构成的民间文化，是有关民众生活的一种文化智慧。移风易俗，在我国绝大部分地区，都有自己的民俗文化，比如四时八节：春节、元宵、清明、端午、重阳、中秋等，还有婚丧嫁娶等。西方国家民俗文化节日有巴西的狂欢节、西班牙的奔牛节等等。(图 2-26)

民俗文化一般作为一种生活形式而存在，一种传承性的生活的样子，没有文字或人规定我们这么做，但我们会不自觉的进行这样一种生活方式。从文化层面来讲，民俗文化作为一种文化形式而存在，是一种文化的模式。这种模式往往是无形的、口头的、和非物质的，但确实确实存在于我们的生活中。



图 2-26 中、西文化背景下的节庆装饰

## 2.3 本章小结

本章为基础性理论研究部分，对城市公共空间和节庆装饰艺术的主要概念和属性进行了详细的阐述，其内容包括概念、类型、特征及功能等方面。并通过视觉心理感知、环境行为学认知，以及文化地理学认知三个角度，解析了城市公共空间节庆装饰艺术的理论构成。通过从城市公共空间节庆装饰艺术的概念出发到城市公共空间节庆装饰艺术具备的特点再到城市公共空间节庆装饰艺术的类型，对城市公共空间节庆装饰艺术有一个系统的了解，为下面进一步全面理解城市公共空间节庆装饰的构成方式和设计方法建立了一个理论基础。

## 第3章 城市公共空间节庆装饰艺术的要素构成

本章就城市公共空间节庆装饰设计的影响因素展开论述，主要从物质要素与精神要素两方面展开；城市公共空间节庆装饰的设计必须遵循形式美法则，而其中形态、色彩、材质又最能体现的方面，因而在城市公共空间节庆装饰设计的物质要素上主要从这三方面来论述；而人作为环境的主要参与者，在城市公共空间节庆装饰中也起着至关重要的作用，精神要素主要从人类社会文化与审美视觉两大方面来谈论城市公共空间节庆装饰设计精神要素的体现。



图 3-1 城市公共空间的节庆装饰

### 3.1 城市公共空间节庆装饰艺术的理念要素

#### 3.1.1 强调“以人为本”

人类聚居是人类居住活动的现象、过程和形态，是人类生存和发展的基本起点，也是人类活动的最终目的和人类文明成果的集中表现。城市环境是人类聚居生活的地方，是与人类生存活动密切相关的地表空间。城市环境的核心是人，基础是自然环境。一个城市节日空间规划设计的成败、水平的高低以及吸引人的程度，归根结底要看它在多大程度上满足人类户外环境活动的需要，是否符合人类的户外行为需求。城市公共空间是人与人交流的地方，一个供人分享、同欢、看和被看的所在，是寄托希望并以其为归属的地方。

在城市节日空间规划与设计，强调以人为本的规划设计原则，在充分满足人自身需要的基础上，发挥人的参与作用（图 3-2），强调人与自然的和谐统一是城市节日空间规划设计的关键所在。一个城市的魅力，在于有一群人在伴随他成长。因此，一个成功的城市节日空

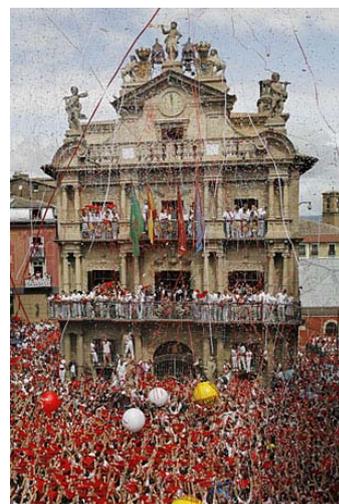


图 3-2 西班牙奔牛节的人群<sup>[69]</sup>

间的基础不仅在于其良好的物质城市空间，还在于空间内生气勃勃的人的活动。人们在城市中观光、游览、行走、与人交谈或驻足小憩、观赏周围的景物，使城市空间充满生气。公共空间或城市空间不是让人参观、向人展示的，而是供人使用、让人成为其中的一部分，离开了人的活动、人的故事和精神，城市公共空间便失去了意义。而人的各种活动如购物、交往、观赏、表演等节庆活动都给城市公共空间带来了勃勃生机（图 3-3）。城市节日空间的设计是一个持续的过程，同时也是一个人文的艺术过程，城市节日空间的规划和设计不但要考虑到人们的要求，从功能、实用层面满足人们的要求，也要照顾到人们的行为和习惯。除了车、路面和周围的自然景物，还要从满足人们在特定节庆时期的心理需求出发，还要研究其中人的活动。



图 3-3 节庆期间的购物空间



图 3-4 节日地面装饰增加亲密度

以人为本就是要充分考虑人的情感、人的心理及生理的需要。城市节日空间及装饰设施的布局与尺度要符合人的视觉观赏位置、角度以及人体工程学的要求，装饰物的摆放位置要考虑人对私密空间的需要。在城市节日空间布局设计中，要根据婴幼儿、青少年、成年人的行为心理特点，还要充分考虑到老人及残疾人对城市空间环境的特殊需要，落实在休息区、可参与型景观尺度、专用人行道、坡道、专用公厕等临时设施的规划设计(图 3-4)中，使城市节日空间真正成为大众所喜爱的休闲、游憩场所。因此城市节日空间需要人性化的设计，需要人性化的改造和管理，城市节日空间也需要人们去呵护，去关爱，以实现人与自然的和谐。人本主义是中世纪欧洲文艺复兴时期的主要美学思想，主张思想自由和人性解放，强调以人为本，突出人性化原则。人本主义将人类的意识、人类能动性、人类知觉及人类创造性放在中心和主动的地位。今天，人本主义思想已成为社会发展趋势。“以人为本”的城市化理念成为城市化进程中的重要指导原则。

城市节日空间设计应更多地关注人的感知、视觉上的舒适性及其与周边城

市空间环境的协调性。在城市节日空间中体现以人为本，主要体现人们的主人翁地位，在总体规划中详细规划（图 3-5）城市节日空间设计。各种服务性设施的配置以及在城市节日空间的建设实施过程中都要从人的角度出发，满足人的心理和生理的要求。



图 3-5 节庆的游行队伍<sup>[68]</sup>

### 3.1.2 突出地域特色

不同地域中不同的环境与不同的民俗，必然孕育出不同的文化，影响节日装饰的形式特征。如西方传统圣诞节的圣诞树，中国传统春节的大红灯笼、年画、对联等等。而很多装饰形式是对特定地区的气候条件及地形特点而产生的自然而然的回应，如我国南方炎热地区节庆景观中丰富的水体、自然景观装饰（图 3-6）；北方多雪的地区，利用得天独厚的自然条件，运用不同形式的冰景观和雪景观来装饰节日期间的城市空间。（图 3-7）



图 3-6 太湖的节日景观

地域性在精神环境方面的表现是更为深层次和影响深远的，一定地域的装饰要素的形式中总是凝聚着一定地域内政治、经济基础上产生的价值取向、社会心态、生活方式和审美情趣等内容，即地域的文化背景。日本建筑师黑川纪章称之为“非眼能见的传统”，地域文化因素虽是内在的、抽象的，但又是实实在在地存在的。装饰要素的意义应与地方文脉相连，并成为地方文脉的诠释。



图 3-7 北方节日的雪雕景观

文化是一个群体或社会所共有的价值观和意义体系，包括使这些

价值观和意义体系具体化的物质实体。装饰要素就是这样一种“物质实体”，一方面它具有历史的连续性和对未来的限定性，并且直接对人们的心理、生理施加影响；另一方面环境艺术设计文化是一种物质化的生活态度和生活方式。装饰要素不仅是文化的载体，而且其本身就是人类的一种文化活动和文化产物。

### 3.1.3 重视可持续发展

城市公共空间节庆装饰规划的可持续发展的原则从宏观的角度来看追求的是人与环境、当代人与后代人之间的一种协调关系。发展必须以保护自然和环境为基础，在注重经济快速发展的同时，必须对自然和环境予以充分的考虑，使经济发展的同时，必须对自然和环境予以充分的考虑，使经济发展和资源保护的关系始终处于平衡或协调状态，即协调好人与自然的关系。<sup>[28]</sup>

从微观角度来说，城市公共空间节庆装饰规划的可持续发展原则就是节庆装饰装置的可持续利用及资源节约问题以及装饰环境的后节日化利用问题。节庆装饰装置设计时必须注重装饰材料的可回收利用性，图 3-8 是为庆祝印尼当地的穆斯林斋月而制作的巧克力清真寺，这座清真寺高 5 米，由 200 公斤巧克力做成，按照当地的传统习俗，在节日的最后一天，由寺院长老将这座寺塔分割并分发给当地的百姓，以求吉祥平安。对于消耗型装置，必须考虑所需资源的节约问题，例如大量节日夜景的设计中要考虑节能、环保的问题。（图 3-9）2009 年国庆之夜的烟火燃放装置就是通过装置安全环保的小型烟火筒，在燃放时精确设计燃放路径，控制燃放时间，较以往的常规烟火表演既增强了节日装饰效果又达到了环保节约的目的。

可持续发展是二十一世纪的主题，它有两层意思，一层是强调满足人的需要，以提高人的生活水平为目标；一层是关注影响发展的因素。1980 年 3 月，联合国向全世界发出



图 3-8 “能吃的”节庆装饰



图 3-9 国庆网幕烟花<sup>[68]</sup>

“必须研究自然的、社会的、生态的、经济的以及利用自然资源过程中的基本关系，确保全球的可持续发展”的呼吁。1992年6月，联合国环境与发展大会通过了《里约环境与发展宣言》和《21世纪议程》，明确提出促进环境保护与经济社会发展的总体策略—可持续发展战略，标志着人类自觉而全面的对待环境与发展问题的时代真正到来。

自然城市空间资源和传统城市空间资源是不可再生资源，在城市节日空间规划中，要对自然城市空间资源和传统城市空间资源加以合理的保护与利用，不应在建造新的城市公共节日环境的同时，否定原有的环境景观，更不应以破坏自然城市空间资源为代价，应以自然城市空间资源、传统城市空间资源为设计基础，创造出既有自然特征、又有历史延续、更有现代个性的城市公共节日空间。图



图 3-10 威尼斯节日里的垃圾桶

3-10，是威尼斯街头节日期间装饰一新的垃圾桶，利用道路两旁的公共设施，就地取材，省去了重新制作节日装饰的资源浪费，同时又增添了街道空间的节日氛围。

善待自然与环境，规范人类资源开发行为，减少对生态环境的破坏和干扰，实现城市空间资源的可持续利用，是城市公共节日空间规划设计的一项主要任务和原则。考虑城市公共节日空间的可持续性，可以从它对城市空间结构的影响，对城市空间格局变迁所发挥的作用，及它所实现的城市功能，它的建设与运营过程中的资源利用效率，它对城市生活环境质量带来的影响，它对城市生态安全格局影响等多方面来进行评价，而这将涉及到城市空间的建设指导理念，建设决策、规划管理和城市整体建设等过程。<sup>[29]</sup>

尽管人们对可持续发展的理解角度不同，对达到可持续发展的途径看法不同，但可持续发展战略的核心就是让经济发展与保护资源、保护生态环境协调一致，使我们的子孙后代能够享有充分的资源和良好的自然环境。可持续发展战略是中国现代化建设的重大战略，而城市公共节日空间设计与经济、社会、资源、生态等都是密不可分的，因此以可持续发展作为城市公共节日空间设计的原则是其实施的生命法则。

### 3.1.4 强化节日主题

无论是什么类型的城市节日空间，都应有其主题。不同类型的节日，城市公共空间装饰设计的主题不同，按其使用功能也有不同的定位。哈尔滨素有“东方莫斯科”、“东方小巴黎”的美称，俄罗斯风格、新艺术运动风格和多种折衷主义风格的近代建筑数量既多、艺术造诣又高，形成了城市的特色景观。当冰雪艺术与这些城市特色建筑景观有机地结合时，两者的特色都会得到强化。因此，保持并发扬城市建筑、雕塑等景观的地域特点，并形成系统化的分布和设置，对于开发冰雪文化资本潜力，美化城市节日空间是非常重要的。2006年哈尔滨冰雪节的文化主题是展现俄罗斯文化（图 3-11），2007年的文化主题是展现韩国文化，这些展示异域文化的冰雪景观给城市节日空间增加了另外一个层次，形成了城市景观独特的文化风景。异域文化、冰雪文化和地域文化等审美信息集中在一个城市，必然会增加人们的审美欲望和审美愉悦，增强城市节日景观的吸引力。而且每年冰雪文化主题都在变化，决定了冬季城市公共空间节日景观的新鲜感和生命力。

不同的国家、民族、地域



图 3-11 欧式建筑主题冰雪节



图 3-12 “桑巴”主题的巴西狂欢节游行<sup>[70]</sup>



图 3-13 万圣节南瓜主题装饰<sup>[68]</sup>

都有不可替代的城市公共节日空间形态和形式，皆因地形地貌、历史文化、风土人情各具特色。例如，欧洲各国的城市节日空间，或是热情奔放（图 3-12），或是朴实亲切（图 3-13），或是动人浪漫，都会令人们流连忘返并留下永久的记忆，我们在给城市公共节日空间定位前，首先应对该城市自然、人文、经济等方面进行全面的了解，并通过提炼和概括，推敲出能够反映该城市的地域性、文化性和时代性的主题和将要采用的风格。

## 3.2 城市公共空间节庆装饰艺术的物质要素

### 3.2.1 形态要素

#### 3.2.1.1 概念及分类

形态(Shape)，在《辞海》中被解释为“形状和神态”；“形”有形象、形体、形状、外貌等含义；“态”有姿态、体态、情状、风致等含义。“态”是“形”的外在形状所显露出来的神态。形与态是互动关系，由于形是形成物质的外在形状，因而物质也就具有了可识别性；由于态是物质外在形状显露出来的神态，从而得到心理上的反映和认知，由此产生了对物质的性质、意义的理解和把握，并在此基础上，产生出主观形态的非物质形态（图 3-14）。<sup>[30]</sup>

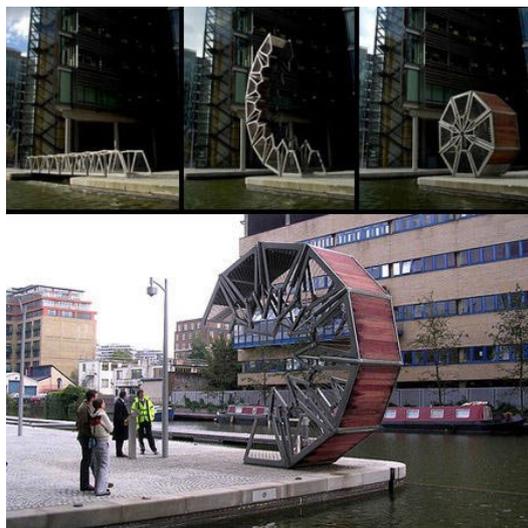


图 3-14 形态与环境的融合

表 3-1 形态要素分类表

形态要素	基本要素	点、线、面、体
	限定要素	水平要素
		垂直要素
	基本形	几何形
		自然形
非具象形		

从形态构成来说，装饰实体与空间形态的关系是既相互联系又相互区别的关系。作为空间形态的城市公共空间本身而言，虽是广延性的，但并无形态可

言，只是由于有了装饰实体的围合与限定，才得以度量，有了体积，使其形态化，形成空间形态。形态大体分类如表 3-1。

(1) **基本要素** 基本要素是由抽象化的点、线、面、体所组成，点是任何“形”的原生要素，一连串的点可以延伸为线，由线可以展开为面，而面又可以聚成为体，在一定方式条件下是可以相互转化的，图 3-15 运用基本要素中的点（圆形鼓面），通过大小间隔变化，按照一定秩序排列，形成一定的走向，由一连串的圆点，延伸形成线，又有变化的线形成面，抽象化的点、线、面在该都得到了很好的运用与表现；通过调和，彼此和谐、互相联系，调和中求变化，使空间环境空间丰富多彩、主题突出、风格统一。



图 3-15 点的融合

(2) **限定要素** (表 3-2)

表 3-2 限定要素分类及产生的心理感受

	基面	较为抽象的限定
水平要素	基面下沉	具体的限定
	基面抬起	具体的限定
	顶面	由顶面的形状、大小及背景上的高度决定
垂直要素	垂直线	垂直线数量多少决定
	单一垂直面	两个空间的界面
	平行垂直面	方向感，并有外向性感受
	“L”型垂直面	运动感，转角内向性、边界处外向性感受
	“U”型垂直面	方向感，内部内向性、敞开处外向性感受
	“口”型垂直面	封闭感，内心性感受
综合要素	—	与水平要素、垂直要素相比较，空间封闭感最强，内向性最为显著，空间形态也更加趋于明确和完善

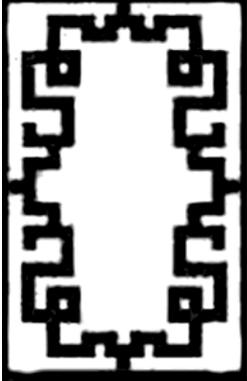
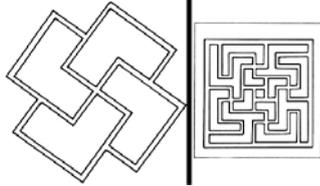
(3) **基本形**

基本形是由基本要素构成的具有一定几何特征的形体，一般来说，形体越是单纯和规则，则越是容易为人感知和识别，如：(见表格 3-3)

表 3-3 节庆装饰的基本形态符号示意

样式分类	名称	象征意义	图示
几何形	方形	正方形表现出纯正与理性，方形是几何形中最规整的基本形态，在空间环境形态融合中具有最稳定的平衡性	
	圆形	圆形是一种紧凑而内敛的形状，这种内向是对着自己的圆心自行聚焦。它表现形状的一致性、连续性和构成的严谨性。	
	三角形	三角形表现稳定，其装饰能使人产生凉爽、锐利、坚固、干燥、强壮、收缩、轻巧、华丽的联想。	
自然形	龙凤纹	在中国传统的吉祥图案中，龙凤是很好看的一种。画面上，龙、凤各居一半。龙是升龙，张口旋身，回首望凤；凤是翔凤，展翅翘尾，举目眺龙。周围瑞云朵朵，一派祥和之气。	

<p>鱼纹</p>	<p>金鱼还可以认为是慧眼的象征，因为鱼的眼睛可以透视混浊的泥水。金鱼还代表佛陀的眼睛。表示活泼健康，充满活力，是趋吉避邪的象征</p>	
<p>如意纹</p>	<p>如意结（盘长）作为节日的装饰，象征福禄绵绵无尽，长命百岁</p>	
<p>莲花纹</p>	<p>莲藕主要表现在生殖繁衍、男女爱情、品德情操三个方面。在传统的图形有许多用莲藕表示子嗣，单独的莲藕造型象征为官清正廉洁</p>	
<p>牡丹纹</p>	<p>牡丹为花中之王，寓意富贵。牡丹引凤，传统吉祥图案。丹、凤结合，象征着美好、光明和幸福。民间常把以凤凰、牡丹为主题的纹样，称之为“凤穿牡丹”、“凤喜牡丹”及“牡丹引凤”等，视为祥瑞、美好、富贵的象征。</p>	
<p>云纹</p>	<p>古代吉祥图案，象征高升和如意，应用较广。有“如意云”和“四合云”等多种。</p>	
<p>卷叶纹</p>	<p>卷枝纹源于忍冬纹，但较之更规范也更细致，通常只作为辅助纹饰。</p>	

非具象形	品字纹	一种辅助纹样，因纹样如中国文字“品”字而得名。表现稳定，其装饰能使人产生凉爽、锐利、坚固、干燥、强壮、收缩、轻巧、华丽的联想。	
	回纹	一种辅助纹样，因纹样如中国文字“回”字而得名。其寓意吉利深长，江南民间称之为“富贵不断头”。	
	井字纹	鹿和“禄”谐音，所以鹿也就成了富贵和幸福的象征。古典园林装饰性铺地中对于鹿图案应用也包含另一层意义，即表现道家的神仙风骨和潇洒飘逸	
	福寿纹	“寿”字出现在五福捧寿的复合铺地图形中，五只蝙蝠象征五福，围绕一个寿字，表示福寿双全，延绵不绝。中间的“寿”字的写法其实是万字的写法，又名万字寿，象征万寿无疆，长命百岁。	
	万字纹	八卦被赋予一种神秘的性质，人们认为它可以祛除一切邪恶灾害，因此八卦被当作一种特殊的装饰在运用的时候，其文化民俗寓意是非常清楚的，即消灾纳祥，营造人生的好运和幸福。	

①**几何形** 几何形几乎主宰了空间设计的环境构成。在实际设计中，各种几何形式可以独立存在，也可以相互组合，以生成另外一种新的形式，如方和

圆，叠加或旋转都会演化出新的组合形式。<sup>[31]</sup>

a. **方形** 正方形表现出纯正与理性，方形是几何形中最规整的基本形态，在空间环境形态融合中具有最稳定的平衡性。

图示为城市公共空间节庆装饰艺术的直线形态融合，直线本身虽是中性的，但它很容易适应环境，在空间中给人以感觉平直、稳定，具有向两端延伸性。

b. **圆形** 圆形是一种紧凑而内敛的形状，这种内向是对着自己的圆心自行聚焦。它表现形状的一致性、连续性和构成的严谨性。

图示通过以圆形为基础造型的灯笼排列，体现了城市公共空间节庆装饰艺术的圆形形态融合，巧妙的布阵及排列，增强了整体装置的气势，烘托了所在节日空间的热烈气氛，同时，也起到一定的软隔断作用，产生舒缓或急促的节奏形式。

c. **三角形** 三角形表现稳定，其装饰能使人产生凉爽、锐利、坚固、干燥、强壮、收缩、轻巧、华丽的联想。

图示将高低错落的红色植物饰片按竖琴式样摆放装饰，运用线脚自身产生的韵律形成装饰节奏感，来进行装饰美化城市公共空间，巧妙运用三角形形状上的能动性，将它三边上的角度关系灵活转变，既美化空间又起到软隔断作用。

②**自然形** 自然形表现了自然界中的各种形象和体形，这些形状可以被加以抽象化，但仍保留着它们天然来源的根本特点。中国传统的节庆装饰图案纹样中多采用自然形为主，主要有：蜂窝纹、鱼鳞纹、钱纹、秋叶纹、海棠纹、如意纹、龟纹、波纹、冰裂纹、菱花纹、葵花纹、绳纹、莲花纹、牡丹纹、云纹、卷草纹、卷叶纹。图腾形式纹样有：龙纹、鱼纹、蛙纹等。

③**非具象形** 不模仿特定的物体，也没有去参照某个特定的主题，只是按照某一程式化演变出来，携带着某种象征性的涵义。主要常见于取材文字和图腾的节庆装饰。文字形式纹样有：井字纹、品字纹、回纹、万字流水纹、雷纹、寿字纹、米字纹等。

### 3.2.1.2 形态融合产生的感受

城市公共空间节庆装饰艺术的形态融合（图 3-1）是给空间内人们的第一感觉，具有很强的直观性，正如我们面对一个陌生人的第一印象：身高和胖矮等。

大自然中的形态形式很多，如何将它适宜地融入到我们的空间环境中，是值得深思的地方，什么样的城市公共空间就应该有什么样的形态形式。空间环境规划的首要一步是：确定合理、适宜的形态（表 3-4）。

表 3-4 影响空间感受的因素

(1)	空间感受的形成与“心物场”有关。(人知觉外界物体的场称为“心物场”)
(2)	空间感受的形成与人对空间的认知过程有关
(3)	空间感受的形成与人的主观能动性有关

当然在城市公共空间节庆装饰艺术各种形态相互融合的过程中，还应该不断挖掘出不同形态的装饰形式来丰富城市公共空间的美化。

### 3.2.2 色彩要素

#### 3.2.2.1 概念及分类

色彩是人们视觉感官所能感知的空间性的美。它是形式美的重要因素，也是美感中最大众化的形式。在城市公共空间内的装饰色彩是一门追求审美意象的主观表现性的色彩艺术。人们对色彩有着天然的敏感性，通过装饰色彩，可以恰当地渲染出意境与情调。色彩作为一种主要的视觉语言，具有强烈的视觉冲击力，可以表现出人类的感情和意识，而它传达给人们的视觉感受又真挚影响着所描绘的城市效果。<sup>[32]</sup>



图 3-16 节日装饰的艳丽色彩

城市公共空间内的色彩多种多样，由于节庆装饰艺术的体现必须有附属的实体，而赋予在实体上的色彩除固有色（材质的颜色），还受光照、灯光照明的影响，因而，空间内同一实体在白天光照和晚上灯照的情况下，给人的视觉感受也是不一样的，充分合理运用不同材质所呈现的色彩性时，我们生活的城市公共空间才会更具美感，更好地为人类的精神生活缔造出“灵性空间”的主题。图 3-16 通过空间与节庆装饰艺术的色彩融合来美化空间环境，图中色彩有红有绿有蓝有黄，通过不同材质表现的色彩即装饰美化空间又起到一定的引导作用。



图 3-17 节日色彩缤纷的景观墙

### 3.2.2.2 色彩融合产生的感受

我们生活中若没有色彩的装饰，将是单调乏味的。色彩能对人的心理、生理产生特有的视觉效果，不同的色彩往往给人以冷暖、轻重、宽窄、大小、厚薄、远近和动静等特异感受。透过不同空间环境元素独特倾向的色彩，使人们易辨认和产生亲近感，这种色彩倾向性，体现在空间环境元素的装饰设计艺术上，还能起到很好的感染与诱导作用（图 3-17）为城市空间内对墙面的装饰，同样运用了色彩的融合，将缤纷的人工色彩与空间自然的植物色彩、天空色彩加以融合，（图 3-18）为西雅图城市空间内极富装饰色彩的装饰绘画，内容积极向上，以马赛克的形式通过拼贴的形式加以表现。



图 3-18 西雅图城市里的装饰绘画

表 3-5 色彩的作用

节庆装饰色彩的作用	色彩可以使人对某物引起注意，或使其重要性降低
	色彩可以使目的物变得最大或最小
	色彩可以强化空间形式，也可破坏其形式
	色彩可以通过反衬来修饰

表 3-6 常用色彩产生的效果及其象征

色相	视觉效应	象征意义
黄色	兴奋、愉悦、温润、扩大、华丽、醒目感	象征高贵的色相
绿色	沉静、健康、湿润、生命、安定感	象征生命的色相
红色	喜悦、热烈、扩张、锐利、狂躁感	象征火焰的色相
蓝色	理智、凉爽、湿润、坚固、收缩、沉重、忧郁感	象征清澈的色相
古铜色	稳定、亲切、安全感	象征健康的色相
白色	明亮、干净、畅快、朴素、雅致与贞洁感	象征光明的色相
黑色	稳定、庄重感	象征庄严的色相
紫色	优雅、高贵、魅力、神秘、压迫感	象征虔诚的色相

在空间环境中充分运用色彩的视觉美感来进行装饰与美化，将会演绎出新的节庆装饰设计艺术的新空间（表 3-5、表 3-6）。

空间的不同使用目的，其色彩要求、性格体现、气氛形成也各异，不同方

位在自然光线作用下的色彩也是不同的，冷暖感有差别，可利用色彩来进行调整。在不同的年龄层次中，少年和儿童喜欢鲜亮、饱和、单纯的色彩；青年人喜欢追求新颖、独特的色彩风格，就像清新的春季，到处透视着明媚亮丽的色彩；中年人则偏好典雅、高贵的十分雅致的色调；而老年人则喜欢朴素大方、洁净的色彩。

### 3.2.3 材质要素

欧文·埃德曼曾经把艺术定义为“一种包含着一切种类的实践或其他对材料的控制性处理的领域”。<sup>[33]</sup>

#### 3.2.3.1 概念及分类

什么是材质？《迈尔新百科全书》对“材质”是这样解释的：“材质是自原料中取得的、为生产半成品、工件、部件和成品的初始物料，如金属、石块、木材等。”材质是构成装饰艺术形式美的第一要素。不同材质的运用，可以形成不同的艺术特色。用于装饰艺术造型的物质材料很多，能引起不同的联想，从而使人在公共空间里能够产生宜人或不宜人的感觉。图 3-19 主要采用软材（植物、水）与硬材（石墙），透明材质（水）与



图 3-19 天安门广场节庆装饰的材质融合



图 3-20 国庆广场装饰新材料的运用——光立方

不透明材质（石墙）相融合，体现城市公共空间节庆装饰艺术的材质融合。

所有的材质都有其基本的性格，各种形质的材料，其形状、纹理、色泽、质感等都蕴含着装饰艺术表达情感的艺术语言，都有可能诱发出艺术创作的理由和想象力（图 3-20）。装饰材料的特性主要表现在肌理美感、色彩美感、质地美感三方面。材料的美感和功能可从多方面体现出来，如木材纹理别致、自然淳朴、轻松舒适；石材光泽美观、稳重、雄伟庄严；在于充分地审视材料，使每一种材料都能得到最恰当、最理想的表现，从而更彻底地利用各种材料的性能及表现力。<sup>[34]</sup>

表 3-7 常用节庆装饰材料

节庆装饰材料	装饰示例	释义说明
植物		<p>花坛用草花宜选择株形整齐、具有多花性、开花齐整而花期长、花色鲜明、能耐干燥、抗病虫害和矮生性的品种。常用的有金鱼草、雏菊、金盏菊、翠菊、鸡冠花、石竹、矮牵牛、一串红、万寿菊、三色堇、百日草等。</p>
水体		<p>适于参与、有管理条件的地方采用旱地喷水；而只适于观赏的要采用水池喷泉；园林环境下可考虑采用自然式浅池喷水。</p>
石材		<p>石材根据设计要求，确定石材的品种颜色、花纹和尺寸规格，并严格控制，检查其强度，吸水率等性能。</p>
金属		<p>金属装饰材料分为黑色金属和有色金属两大类。黑色金属包括铸；铸铁、钢材，其中的钢材主要是作房屋、桥梁等的结构材料，只有钢材的不锈钢用作装饰使用。有色金属包括有铝及其合金、铜及铜合金；金、银等，它们广泛地用于环境装饰中。</p>
塑料		<p>塑料具有良好的装饰性能，能制成线条清晰、色彩鲜艳、光泽明亮的图案。塑料制品色彩绚丽，表面富有光泽，图案清晰，可以模仿天然材料的纹理达到以假乱真的程度。塑料还可电镀、热压、烫金制成各种图案和花型，使其表面具有立体感和金属的质感，通过电镀技术处理，还可使塑料具有导电、耐磨和对电磁波的屏障作用等功能。</p>

<p>纤维</p>		<p>纤维装饰材料包括玻璃纤维材料、纺织品、及木材纤维材料等等。其可塑性强，易控制，耐磨损，抗腐蚀能力强。</p>
<p>新科技</p>		<p>国庆节晚会设置的“光立方”，由四千多棵光艺的 LED“发光树”组成。这些“树”具有高科技含量。每一棵“树”的 LED 管，通过电脑操作，可以变换七种颜色，“树”不仅可以变换高度，也可以左右摇摆。表演者站在“树”下，用手持的道具配合“发光树”，按照导演的指令进行表演。</p>

### 3.2.3.2 材质融合产生的感受

面对有用的材料，我们要去把握它；面对没用的材料，我们应去尝试它；面对司空见惯的材料，我们可以将其打破重组，使之成为新材料，产生新精神。

总之，材质的宜人感、材质的稀有贵重感、加工的精致化、外表的美观加快了材质美的发展进程。中国人传统喜爱玉、石等材料，并将其象征人的高尚品格，以玉言志。如“宁为玉碎，不为瓦全”象征着忠贞不渝的高贵的气节和情操。

“因材施艺，巧夺天工”，是节庆装饰艺术创作的最高境界（图 3-21）。材料不仅决定着一定的加工技艺，而且制约着一定的装饰手法和艺术表现风格。材料从某种程度上确定着形式，同时使人能够感觉到风格。



图 3-21 多种装饰材料塑造的天安门广场国庆夜

同时，在城市公共空间里，做到合理运用不同的材质的特性，还从以下四个主要方面来考虑：<sup>[35]</sup>

- I 在特定的城市公共空间内，要考虑可能使用什么材料
- II 在运用这种材料前，还要考虑适用何种制作技术体现
- III 在运用的过程中，应从整体出发考虑部分与部分之间的关系是否协调
- IV 要融入人的感情，对旁观者和使用者来说，整体效果如何

### 3.3 城市公共空间节庆装饰艺术的精神要素

#### 3.3.1 社会文化要素

今天，节庆装饰艺术设计已深入到我们生活的方方面面，其服务的对象主要还是公众，城市公共空间节庆装饰艺术设计除物质要素外，更重要的是精神要素，即关于人的审美、文化、心理、行为等。图 3-22 城市市花标志性雕塑，体现了城市空间文化与装饰艺术的融合。中国是一个多民族国家，很具有代表性，在这里就中国简要谈谈社会文化要素。



图 3-22 城市空间节庆装饰

(1) 民族性 ①涵义及特点  
民族性，主要指“运用本民族独特的艺术文化形式、艺术手法来反映与空间环境的融合，使其装饰有民族气派和民族风格。每个民族，由于不同的自然条件和社会条件的制约必然形成自己独特的语言、道德、思维和审美观念，产生民族特有的文化，直接或间接地影响他们的设计风格特征，图 3-23 体现了城市公共空间与装饰艺术的民族性融合，皮影是陕西特有的民俗特色，在西安城市节日期间，点缀的皮影装饰不仅起到美化环境的作用还能烘托



图 3-23 陕西城市节庆装饰

出当地文化特色。

中国由于地域辽阔，民族众多，地形及气候复杂多样，加之各民族文化习惯和宗教信仰各异，因而，在城市公共空间中的节庆装饰也呈现出多元化文化趋势，不同地域有不同装饰艺术。

②**意义及作用** 中国的民族文化性非常渊源，如何利用这些丰富的传统文化要素，加以现代演绎使之焕发出新意，是一个很好的尝试。中国历史源远流长，众多的民族文化故事和传统图案既是设计的源泉，也是设计所受的域性限制的特定文化背景。

中国有句成语叫“流水不腐”，只有不断地吸收和借鉴一切民族的优秀文化，才能壮大自己，才能获得文化的繁荣。每个民族和国家都有着自长期以来所形成的



图 3-24 哈尔滨民族特色的节庆装饰

特有的审美习惯，它融贯在民族的脉搏之中，构成各民族文化的个性特征。图 3-24 为哈尔滨某商场门前具有“中国浓郁特色”的春节装饰造型，与商场春节促销的热闹气氛妙地融合在一起。

(2) **公共性** ①**涵义及特点** 主要指城市公共空间节庆装饰艺术在公众中所产生的文化共鸣，即形成的普遍性设计规律，生活在中华民族这块黄土地上的人，有着共同的黄皮肤，同时也有着自阐释事物的方法，他们喜欢美好的、寓意祥和的事物，在视觉文化形象上的反映为许许多多的吉祥纹样、吉祥话语，并且做到“图必有意，意必吉祥”；同时，城市空间中的节庆装饰艺术也主要面对大众，尽量能用符合大众独特视觉审美习惯的图形来说话，选择较为贴切的形象来表现主题。

②**意义及作用** 整个中国在形成统一的社会文化公共性后，能在整体上形成一个空间环境设计的指导思想，将各自的民族特色统一成整体，形成统一的整体文化特色，并从中寻找当代城市公共空间节庆装饰艺术与社会文化共融点，将其归整成一个统一的具有“中国浓郁特色”的空间环境，而这种共同的文化特色往往是最为经典的、也是最值得流传的。

(3) **时代性** ①**涵义及特点** 在一个民族历史发展的不同阶段，该民族的设计会表现出明显的时代特征。如车尔尼雪夫斯基曾正确地指出：“每一代的美都是而且也应该是为那一代而存在……当美与那一代一同消逝的时候，再下

一代就将会有它自己的美，新的美，谁也不会有所抱怨的”，设计风格会因为各自欣赏性美术风格的不同而各具特色。设计艺术的发展还受到了文学中所描写的某些意境的影响，并发展出了一系列源自唐宋诗词意境的寓意性装饰形式。

②**意义及作用** 在设计转向非物质的时代，当代城市公共空间追求一种不确定的多元化价值和能引起人诗意反映的体验式表述语言，创造一种“形式”与“功能”的多变与复合、东西方文化差异的融合与对话，传统与现代的拼贴与交融的平衡关系。

这种多元价值的思考与装饰艺术不谋而合，正如艺术已走出架上绘画，艺术形式与对象不再是表现与被表现的关系，当代艺术追求一种不确定的情感及其引发的思考。文化的交流是满足新价值产生与发展的源泉与动力，“社会发展需要文化的不断更新进步，而文化的更新能力从历史规律来看，交流是其巨大的推动力。没有出现过哪种封闭发展的文化在时间的进程中永远保持领先优势。”<sup>[36]</sup>

(4) **技术性** ①**涵义及特点** 技术，是人类在利用自然和改造自然的过程中积累起来并在生产劳动中体现出来的经验和知识，也泛指其他操作方面的技巧。<sup>[37]</sup>随着新材料的不断涌现，技术性要求也相应增多，进而形成进行技术指导社会文化，必然也会造成多元化的设计技术要求。

表 3-8 中国部分有关技术性书籍

《考工记》	是中国先秦时期的手工艺专著，反应了当时中国所达到的科技及工艺水平	将商周以来积累的冶金知识归纳为“金有六齐”	已知世界上最早的青铜合金配置法则，它揭示了青铜机械性能随锡含量变化的规律
《园冶》	是一部阐述造园艺术等的专著。明代计成所著，共三卷。崇祯四年成书。对中国造园艺术有着一定的指导作用。	是一部造园艺术的重要专著，内容丰富，论述系统，对各项业务活动的阐述较为详尽	包括立基、造论、园说、相地、屋宇、装折、栏杆、门窗、铺地、墙垣、掇山、借景等篇。尤其对园地的选择、建筑布局、园林造景、叠山理水及造园指导思想等诸方面均作了较系统的阐明
《营造法式》	是北宋官方颁布的一部建筑设计、施工的规范书	刊行于宋崇宁二年（1103年）	时中国古籍中最完整的一部建筑技术专著

技术是属于肌肉熟练之劳动，但技术的手，可以愈来愈灵巧，然而，这都需要社会文化进行指导，假使没有心意之创造活动的艺术的根据，手无论如何熟练，无论如何能适应新的更复杂的工作，决不会产生拉斐尔的绘画，托淮特孙的雕塑，白嘉尼的音乐。

②**意义及作用** 艺术和技术是密不可分的，只要有手工的工作，艺术就在其中以这样或那样的方式出现了，即使在一座不是“艺术作品”的小木屋中，圆木的组合方式也有借鉴了一种构图方式的痕迹。任何艺术都是与某个社会相关联的，我们要分析的是某个特定的社会生活形态（它以某种技术状态，某些社会关系为特点）是如何成为作品的创作背景的。<sup>[38]</sup>

设计是基于新知识的设计，这就要求设计师一直处于新知识的学习之中，不断更新自己的知识结构，不断开阔视野，掌握新方法、新知识、新观念，使设计真正成为创新的设计，成为新知识的一部分（表 3-8）。

(5) **商业性** ①**涵义及特点** 随着社会经济的发展，越来越多的商业色彩融入到现在的城市公共空间节庆装饰环境中，但由于各个国家各个地区经济发展进程的不同，导致其形成的社会文化也不同，随之产生的城市公共节庆空间也就有着不同的空间环境风貌（图 3-25）。



图 3-25 商业空间的节日装饰

②**意义及作用** 在全球经济、大工业潮流中，各国相互交流、相互吸引、相互竞争的同时，越来越多的国家注意到，并研究自身的历史传统和经济、政治、文化背景，保持本国教育的民族特色、地方特色。经济的快速发展导致社会的快速进步，进步的社会促使各民族的社会文化的不断发展，而城市公共空间内的节庆装饰艺术实体又体现了一个社会一个时期的设计风格。

对于当代中国城市公共空间节庆装饰艺术而言，经济与文化是两个相互影响的外在因素。“经济的文化化和文化的经济化”是全球化也是后现代的特征之一。在全球化的态势中，发展本土化的设计，从民族文化中汲取优秀的传统精神，用全球化视野创建有民族特色、先进的设计文化，不仅是发展经济、参与国际化竞争的需要，也是建设民族新文化的时代任务和职责。

### 3.3.2 视觉审美要素

欣赏城市公共空间内的节庆装饰艺术是一种审美心境的展开过程。品“节庆装饰”艺术，其实也是在“装饰”艺术里寻诗。“节庆装饰”艺术的最高境界不是可以读得懂的，“装饰”艺术的美妙处在于透过视觉而直诉诸人的心灵。面对现在日益变化的城市公共空间环境，品“节庆装饰”艺术，不失为身在繁杂的空间环境中的人们提供一种心灵上的享受（图3-26）。



图 3-26 东京城市节庆装饰

城市公共空间节庆装饰艺术有着自己独特的审美特性和感知方式。在人类“基本需要”的诸多层级中，审美的需要是高层次的需要。美是可知的、是具体的、是明快的、大方的。

这样的美，是精神力量的源泉，它使人高尚，使人愉悦，使人鼓舞，使人进取；它使人热爱生活，从而去创造更美的未来。<sup>[36]</sup>

(1) **新鲜性** 新鲜性，即人们通过对空间环境的视觉感受，所产生的审美感觉。要使一个空间环境能对人产生一股吸引力，必须有良好的美感，给人一种新鲜感，让观者有亲近的欲望（图3-27）。

正如托马斯·阿奎那认为：“凡是一眼见到就使人愉快的东西才叫做美的”。蔡仪认为：美的东西就是典型的东西，美的本质就是事物的典型性。美并不是事物本身的一种性质。它只存在于观赏者的心里，每一个心见出一种不同的美。



图 3-27 欧洲“人鱼节”大游行<sup>[68]</sup>

“空间与行为相结合便构成了场所，场所是有明确特征的空间”。（诺伯格·舒尔茨），当空间环境与人们

活动相结合时就具有场所意义，需要通过环境设计引发人们特定的、符合活动心理场所感的产生。用凯文·林奇的话来说：“个性是指人们在一定程度上能识别出或回忆起一个与其他场所不同的并具有自己生动、独特、特定性格的场所。”公共空间节日场所感的创造，关键在于节日环境个性的创造，创造符合公共活动性格特点，可激发人们热情的场所氛围。<sup>[39]</sup>

在公共空间中有意识地、恰当地应用一些室内装饰要素，如室内尺度要素的应用，露天摆些桌椅，提供饮料食品等都可以促使人熟悉感的产生，从而加强归属感。德国哲学家谢林在他的《艺术哲学》中说：“在真正的艺术作品中是没有个别美的，只有整体才是美的。因此谁如果不把自己提高到整体的观念，他就完全没有能力判断一件艺术品。”完全没有内容的视野不能刺激视觉神经的兴奋点，视觉茫然一片，看不到任何具体内容或者有内容却单调乏味就会出现视觉饥渴。

建造空间就是为人类寻找精神家园，不仅在物质层面上满足各种实用与舒适程度的要求，同时也要使这些要求与视觉审美方面的要求相结合。美是人人所喜爱和所想拥有的，凡有生命活力的地方，就有美的意识和形态。人类对精神家园的寻找，是一种高尚的心理冲动，文化创造又将这种幸福转化为人的一种本质力量，艺术文化满足了人类寻找精神家园的这种心理冲动。人的心理需求是多方面的，艺术所能够提供给人们的审美新鲜感受也同样是多方面的。

(2) 人为性 人是自然的一员，人与自然相互友爱、和谐相处。人通过道德修养、艺术审美等人文追求，使人的存在和发展保持主体性，使人的心灵世界更广袤、更深沉、更美丽。人总要使其行为与其意义、价值和目的相联系。我们有着各自的知觉世界，这是在特定的社会组织中发展起来的，我们属于这种社群并且与社群中的成员在一定程度上共享某种知觉结构。每一个人各自以其自己的方式去观察和理解并对其环境所呈现的暗示作出反应（图 3-28）。

视觉信息是人形成空间知觉的基础。节日空间作为一个特殊的心理活动场所，对人形成的心理感受也是不同于一般的。在节庆环境下的心理活动过程中，视线的高低也影响着人的心理活动。当视线高度相近时，相关主体在心理上容易获得平



图 3-28 云南国庆民众庆典场面

衡，容易产生亲近感；当视线高于他物时，一般会产生一种置身事外的感受；

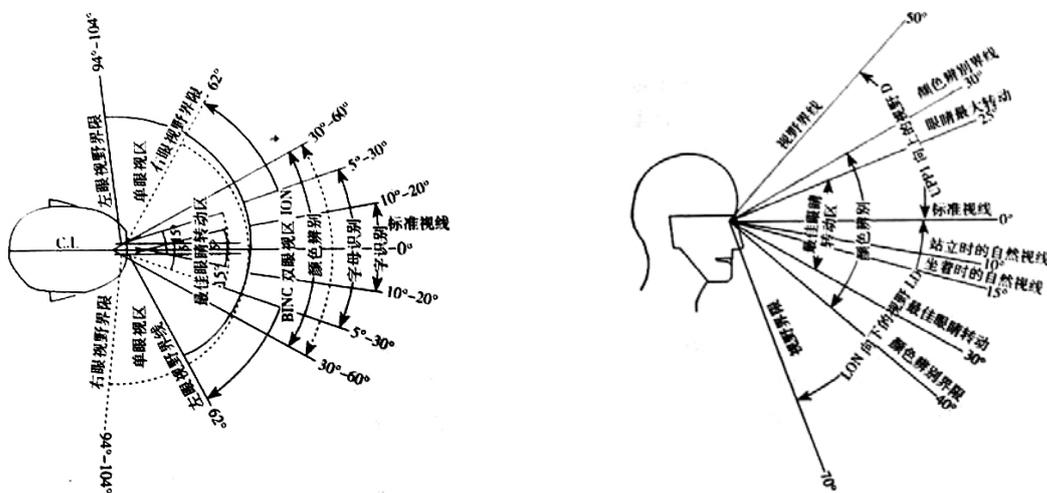


图 3-29 人眼的垂直视角（左）与水平视角（右）

当视线低于他物时，往往会形成一种身临其境，融入其中的归属感。对于公共空间研究来说，这个心理活动特征有助于解释这样一种现象：人们总是倾向于选择在周围环境装饰丰富的地方拍照留念。同时，也可总结出一条关于公共空间中近景空间节日悬挂装置物的设计原则：提供高于自然人站立时视线高度（一般可取 2—3 米）的空间。（图 3-29）

由于每个人在空间环境中的活动动机是不尽相同，每个人在不同时间、场所采用活动的方式也是不一样的，在这里，简单的说说以下几种主要形式：放松性、游戏性、社会性、健身性等。<sup>[40]</sup>

①**放松性** 放松性活动能让空间环境中的人们达到身心放松，以放松为主要目的休闲行为主要有散步、慢跑等，这些活动可以使人们的身心都处于完全悠闲状态。在读书、学习、工作疲惫之时，这种体力消耗不大的休闲活动成了最好的选择。放松性的



图 3-30 啤酒节的空间环境



图 3-31 冰雪雕塑的可参与性

行为形式，还可以让人在放松的同时领略到自然的生机与美丽，享受生活的情趣（图 3-30）。

②**游戏性** 游戏性行为活动多出现在儿童和老人身上。对于儿童而言，大部分的活动都可以归纳为游戏。通过放风筝、拍球、骑车、玩沙子以及游戏场上的滑梯、秋千、溜冰等游戏形式，儿童的智力和身体都可以得到各种各样的发展；而对老年人而言，由于生理原因，其休闲时间相对比较多，多为下棋打牌、吹拉弹唱、垂钓等游戏活动。（图 3-31）

③**社会性** 人活动的社会性是使人们在休闲活动中得以发展友谊，获得知识，表现自我，实现自我价值。人们在公共空间中活动的社会性形成了公共空间环境的文化。在这里，市民不仅可以进行体育锻炼，还可以参与到与休闲有关的比赛中去。

(3) **距离性** 距离，实际上指的是适合的尺度，不同的距离产生的视觉效果不同（表 3-9）。

表 3-9 人的交往距离表

亲密距离	0-45cm		双方身体最为接近，视线模糊	—
个人距离	45-122cm	45-75cm	能够观察到对方面部细节和细微表情的距离	—
		76-122cm	此距离与个人空间距离基本一致	与个人空间距离基本一致
社交距离	122-136cm	122-214cm	双方不会干扰对方的个人空间，能看到对方的身体大部分	一般进行工作、社交时的距离
		214-366cm	双方的身体都能被看见，面部细节被忽略	正规社交场所采用的距离
公共距离	366-762cm		对方的身体细节看不太清楚，声音较大	陌生人之间的距离

良好的视觉距离审美不仅有利于节日空间装饰文化的发展，而且更有助于一种装饰文化的稳定。它培养我们在观看、倾听和阅读艺术作品时如何去获得一种形象，这事实上也就是培养人们的眼睛成为艺术家的眼睛。从现实生活中

所取得的一个图案、一束鲜花、一片风景、一桩历史事件或一桩回忆、生活中的任意一种花样或课题，都被转化为一件浸透着艺术活力的想象物，这样以来，就使每一件普通的现实物都染上了一个造物所应具有的意味。这就是自然的主观化，也正是这种主观化，才使得现实本身被转变成了生命和情感的符号。

就视觉的空间形态而言，要求人工环境的建设，做到节日装饰规划适度，装置设置布局合理。在不破坏城市整体统一的天际线的同时又富于变化。在适当的位置合理安置装饰设施，最终目的还是要形成线型流畅，富于情调和节日意境浓厚的视觉环境。

### 3.4 本章小结

本章节从城市公共空间节庆装饰艺术的理念要素、物质要素及精神要素三个方面详细展开相关研究，由于篇幅有限，在深度与广度上可能还不够全面，图片实例也只是针对研究问题而选用，没有特定于某一领域，在实际设计中，我们还应该注意到不同感觉特性的评价、抽象表达，本着美化装饰城市的目的，要不断开发出更具美感的节日装饰艺术。

每个城市都是“生长”在一定的自然环境之中，正因为这样，城市美化装饰设计就不应只从物质因素考虑“千城一面”，随“风”而抄，而要融入人的思想，将城市特有的自然、经济、人文、历史、地形和本土文化装饰艺术化，充分挖掘和利用城市的人文历史资源，通过统一与变化、尺度与比例、协调与对比、均衡与突出等构图法则的运用，将城市中的各种物质、文化特色融入到空间，形成构成元素，产生鲜明而富有特色的节日主题。不同的城市公共空间应赋予不同风格的节日装饰艺术，人是主要参与者，当符合人的行为，满足人的心理需求时，就能产生美的节日装饰艺术（图 3-32）。



图 3-32 城市公共空间的节庆装饰

许多优秀节日设计装饰成果很值得我们去学习，虽然各个国家地区经济发展不平衡，同时宗教、文化等多方面加以影响，使节庆装饰艺术呈现出丰富多彩的融合形式，所附属的装饰物品又越来越多，已经不单单停留在单一的空间融合上。在这一重要阶段，设计“装饰论”不是孤立的“民族装饰化”，而应

是在全球化的比照中进行思考度量的装饰化。我们需要以开阔的全球化视野和心态，来审视设计的过去、现在和未来，思考在全球化的历史进程中中国设计的地位、处境和方向；思考在全球化的背景下参与国际设计大竞争的问题，在当今提倡设计回归本土化的情况下，发展具有中国民族文化特色的城市节日公共空间环境。

## 第4章 城市公共空间节庆装饰的设计策略

### 4.1 城市公共空间节庆装饰的设计定位

不论是传统节日还是新兴的节日都是被赋予了特定的社会文化意义的日子，有特定的风俗习惯和意义。节日的形式多样，内容丰富，是一个城市乃至民族悠久历史文化的重要组成部分，是中华民族文化遗产中的宝贵财富，更是传统文化的驿站，是承载民族认同感，传承民族文化生命，增强民族凝聚的载体。因此，兼顾实用功能与审美功能的城市公共空间节庆装饰艺术在近年来越来越受到广大市民的重视与喜爱。节庆装饰景观设计（大范围视觉元素的综合性规划设计）不仅仅为了让城市穿上盛装给人看，而重要的是在装点或美化城市的同时，为市民公众营造出更为喜庆、热烈、亲和的、具有文化创造意义的人性化节日空间，以体现传统节日的艺术性、当代性、地域性和文化性。



图 4-1 节日期间的世贸天街

#### 4.1.1 注重深层历史文化内涵的挖掘

城市传统节庆装饰是这个城市历史发展过程中优秀的民族文化长期沉积的形式反映，对于研究该城市的历史发展、文化传统、风土人情都有着重要的参考价值。以中国城市传统节日为例，城市节庆装饰艺术的文化定位就是由传统节日的历史文化内涵演变来的。

(1) **蕴涵孝道和感恩精神** “祭祀祖先，中国人行之已久，中外闻名，举世无双，历代相传”。<sup>[41]</sup> 春节、清明节、中元节是中国人传统的祭祀日子，表达着人们慎终追远的情怀。古代中国在春节期间无论是政府还是民间都要举行隆重虔诚的祭祀活动，报天地之恩，感祖宗之恩。清明和中元相似，内容都是祭祀祖先，人们在春秋两季举行祭祀活动，缅怀先人，感恩先人，因为在

国孝道和祭祀已经合二为一了。

(2) **体现家庭温情与和谐** 中国传统的农耕文明决定了中国人安土重迁和向往祥和圆满的民族文化心理。这种心理充分体现在传统节日文化里。“每逢佳节倍思亲”，中国传统节日表达了人们对亲人、家庭的思念和维系。春节、中秋节都是中国人合家团圆的日子。春节是中国人最为重视的节日，即使再苦再忙也要往家里赶，与家人团聚。躲债的杨白劳宁愿冒着被抓的危险也一定要回家过年。中秋节月亮圆满，象征的是一家团圆，因而又叫“团圆节”。明月中天的中秋之夜，一家人围坐在一起吃着水果月饼，品茗饮酒，倾诉着团圆的喜悦，怀恋着远方的亲人。中秋月圆人应圆，人们即使漂泊在外，也要表达对家人的思念，“千里共婵娟”。

(3) **富含娱乐精神** “由于中国古代农耕社会结构的影响，形成了中国人日出而作，日落而息的劳作习惯，因而使当时人们的游娱时间主要体现在节庆活动期间。”在传统节日里，古代中国人有着极为丰富的娱乐活动形式，几乎每一个传统节日都有特定的娱乐活动。“上元酌灯，端午酌彩丝，七夕酌双星，中秋酌月，重九酌菊，则吾友俱备矣。”<sup>[40]</sup>娱乐性的游憩活动如清明郊游、重阳登高等；观赏性游憩如元宵观灯、中秋赏月等；竞技性娱乐如春节舞龙耍狮、端午赛龙舟、七夕乞巧等；祭祀性娱乐如清明前后的春社等。这些大众积极参与的娱乐活动，可以让人们尽情享受生命和生活的美好与快乐。

#### 4.1.2 强调时代文化精神

当代城市的节庆活动中，相当大一部分是新兴的节日节俗，有商业性质的，如啤酒节、狂欢节等；还有民族国家诞生过程中逐步建立起来的新生节日，如国庆节、教师节等。不论是传统的节日还是新生的节日，在节庆活动空间环境装饰的定位上，都要突出时代文化精神，顺应社会经济的发展趋势。尝试通过节庆活动的举办和节日氛围的营造，为当代社会物质文明和精神文明的发展提供良好的契机。

#### 4.1.3 体现装饰艺术语言的多样性

艺术作品的内容，最终必须通过一定的艺术语言才能成为可供欣赏的艺术作品，节庆装饰艺术语言就其表现手法上来说，分为写实、抒情、夸张、隐喻等。通过各种艺术语言，充分地反映作品的寓意。如民间年画作品中，往往以鸳鸯戏水、花开并蒂、莲年有鱼等象征隐喻的艺术语言，来表达美好的愿望。在装饰艺术的作品中，用得最多的是象征的语言，亦属曲折隐喻类了。艺术表

述往往不显而易见，而常常深藏在作品内蕴中。

多样性的表述，既是内容和功能要求所至，也是国家民族地区艺术传统的表现。另一方面，当代高科技的迅猛发展，各种新材料新工艺的出现带来了多性艺术表现的活力，材料作为特定的艺术语言，在节庆装饰艺术的应用上，具有重要意义。<sup>[41]</sup>首先，可以利用材料的不同特性，来丰富艺术内容，从而拓宽我们在创作思维上的空间，使我们不囿于某种特定的模式。各种材料都有其不同的特质，如铜质材料温暖而坚硬，不锈钢不乏洁净而冷峻之感，大理石具有庄重典雅的品格，其抽象纹理与含灰色泽又具各种不同的天然特性。(图 4-2)

在中国传统的节庆装饰艺术中，固然也不乏用综合材料设计制作的作品，但和现代思维的内涵不在一个意义上，现代艺术家必然从传统艺术中有所借鉴，但却是用来拓展了当代节庆装饰艺术的思维空间。

近些年，艺术家们还充分运用声、光、电、磁、水、火、冰、气等现代科技材料激发造形灵感，做成了各种别出心裁、有趣新奇的造型；电动、声动、磁动、发光、发声、遥控、冰雕、火龙、氢气球，以及大型音乐喷泉、水花、水柱……都使得现代人赏心悦目。

当代的节庆霓虹灯雕塑利用霓虹灯重叠进行塑造，可称得上真正的光雕塑。在玻璃材料的思维上又是另一番新奇景象：捷克斯洛伐克著名新玻璃艺术家考培基教授，利用玻璃材料所特有的锐利感和光影反射出现的透明效果，用平板玻璃错落有致的组合、切割组成立体造型，在淡雅色彩之间找到了丰富的折射变



图 4-2 春节题材装饰语言的多样性

化，达到了出神入化、新鲜神奇的境界。这些现代材料和现代工艺做成的作品，更具有实用性和欣赏性，最大限度地满足了现代人的审美需求和标新立异的个性追求。

## 4.2 城市公共空间节庆装饰的设计原则

城市节庆景观是城市景观系统的重要组成部分，是承载了城市社会经济和乡土人文、结合城市自然环境条件而形成的城市物质环境。城市节庆装饰特色是城市社会经济和乡土人文特色的物化形式，它同时具有城市功能性与文化性的双重特征，是自然演进与人工营造的共同结果。<sup>[42]</sup>

城市节庆景观作为一种物化的景观形式，从物质构成要素分析，可分为人工环境景观和自然环境景观两大类。根据城市的层面划分，城市节庆景观可分为宏观、中观和微观三个层面。宏观层面的城市节庆景观包括节日期间城市的空间形态、空间景观结构、开敞空间系统等，节庆装饰是具有城市尺度的装饰类型，因此它能够对城市的宏观景观施加影响作用，这种影响体现在城市天际线的改变与城市景观意象的塑造；中观层面的城市景观包括城市景观风貌区、城市景观风貌地段以及城市景观节点等，与节庆装饰联系较密切的中观层面景观包括城市景观视廊，城市区域景观和城市特色空间景观；微观层面的城市景观包括城市环境设施景观等，节庆装饰的设置与城市微观层面产生较多关联，主要作为参与构成围护面的要素，其界面的处理，颜色，空间的围合与退让等近人尺度的处理，都与人的行为密切相关。

基于以上论述，由宏观、中观与微观三大层次空间构成要素的相互作用，最终共同构成了城市景观的主要内容，同时节庆装饰也正是通过这三种构成要素对城市景观产生影响的。

### 4.2.1 宏观节庆氛围的标志性营造

(1) **城市天际线的组织** 天际线是城市特色构成的积极因素，它可以是某一开敞空间所看到的城市图景，也可以是从城市若干个高层建筑的窗口所看到的城市建筑群的轮廓线；更为完整的可能是从河对岸、海面上看到的城市建筑群体的天际轮廓线。<sup>[43]</sup>本文所指的天际线是当人相距一组城市形体足够远时，个体特征隐含于群体形象之后的一种群体形象的特征。它主要是由节日期间城市中不同建筑的顶部装饰构成的一条轮廓线。这样城市中的装饰个体以群体的方式表现，并显示了其高度的群体化特征。

天际线轮廓应与景观视廓相配合，相协调。城市是文化的容器，而保留天

际轮廓线的美更是一个城市文化品位的象征。如何既保留城市经典之美，又在原轮廓线形基础上添加节日装饰，增强城市公共空间纵面的节日氛围，并且在两者之间找到一条两全其美的道路是我们关注的问题。

(2) **标志性的创造** 标志性装饰是城市节庆景观中不可或缺的构成要素，一个好的城市节日形象离不开标志性装饰构件。标志性装饰对城市的意象形态具有重要价值，它的外在城市意象对于形成一个具有清晰结构和良好视觉秩序的城市节日环境是十分重要的。节庆装饰对于建立一个易于识别、富有特色、有序发展的整体个性空间，起着举足轻重的作用。

首先，节庆装饰获得标志性的第一途径就是体量，因此，这个原因同时也说明为何超大体量的装饰物在各个国家大型庆祝活动中都是不可或缺的。(图 4-3、4-5) 其次，节庆装饰营造标志性的另一个方面则体现为装饰元素强烈的色彩对比(图 4-4)。其中包含了装饰个性这个重要因素。第三，节庆装饰单体的标志性的创造和城市整体节庆环境标志性的创造并不完全统一。城市的整体美感高于节庆装饰单体的美感的叠加。在城市中要避免“高度分布的离散化”的趋势，即节庆装饰单体的随意分布，导致中心空间的弱化；同时还要避免装饰形象的个性竞争，导致城市形象的混乱。



图 4-3 拉萨雪顿节超大体量的山体装饰



图 4-4 商业公司百年庆典的超大可乐雕塑



图 4-5 波兰反战庆典的巨大倒计时雕塑

## 4.2.2 中观节庆景观的情节塑造

(1) 景观视廊的创造与保护 景观视廊是城市景观资源的重要体现，是城市结构的外化。在不同的城市，节庆景观视廊的表达方式并不一样。有的是自然环境的融合，有的是历史节点的汇聚。

无论是自然性还是历史性的景观视廊，节庆装饰都要从城市设计的高度加以尊重。主要通过下面两种方式实现：  
 ①强化视廊节点：(图 4-7) 天安门广场作为国庆时期长安街景观带装饰的中心节点，是整个街道景观视廊的亮点所在。其中，天安门广场设置一组中心花坛，长安街沿线步道将布置 22 处立体花坛，面积达十万余平米。因此，天安门广场的节庆装饰以形式集中、风格独特、体量庞大的群体型装饰为主，提升了整条街道，乃至整个城市的节日氛围。  
 ②整合视廊序列：处在节庆景观视廊序列的装饰应自觉地服从和服务于城市塑造的整体要求，不可标新立异，体型设计和空间布局应该要有利于城市节庆景观视廊的序列感的形成(图 4-8~11)。



图 4-6 国庆长安街景观视廊



图 4-7 长安街景观节点 1—天安门广场

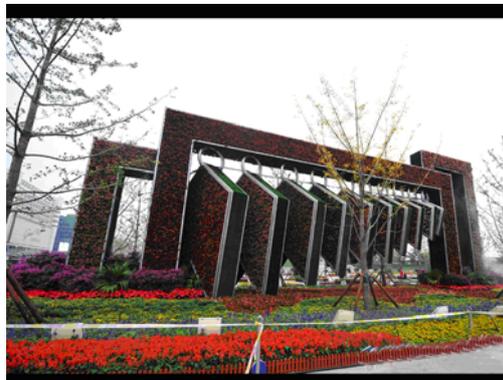


图 4-8 长安街景观节点 2—西单



图 4-9 长安街景观节点 3—东单



图 4-10 长安街景观节点 4—军博



图 4-11 长安街景观节点 5—前门

(2) 特色城市空间的塑造与凸现 在这里我们主要探讨两大类城市特色空间：商业街区（图 4-12）与政务中心区（图 4-13）。

首先，城市滨水区是城市中重要的空间场所，是展示城市文化个性的窗口。在许多历史性的滨水区域，连续展开的精美的建筑群体呈现出丰富多彩而又和谐统一的面貌，和水域空间一起，构成一幅幅流动的画面，达到了很高的艺术成就。同时，由于在滨水区空间比较开阔，建筑实体与自然环境的映衬关



图 4-12 商业购物街节日景观



图 4-13 政务中心区广场节日景观

系十分强烈，高层建筑出现在滨水区域内，让这种对比关系更为强烈，所以高

层建筑(群)是滨水区重要的空间要素之一。

①**形成聚落感** 商业密集区一般用地紧张，建筑密度较大，街道空间相对狭窄，因此空间中的节庆装饰应该适应这种特色，同时相对集中的建筑群体使得建筑的空间和装饰的空间比较容易相互交融形成协调统一的整体。②**产生层次感** 不论是商业中心区的空间界面还是政务中心区的广场界面同样都要具有层次感，为了获得通畅的景观视廊，依附于日常景观的节庆摆放和悬挂装饰是城市公共空间节庆装饰的基本形态。③**创造性格，凸现核心** 塑造公共空间装饰氛围上的整体性要求某些景观的陪衬作用，避免一味追求个体的表现，孤立地突出自身形象，破坏整体的协调性和相关性，就如电影作品中的配角一样，但是陪衬并不是对装饰形象没有要求，节庆装饰设计中反映一定的城市空间的特色，形成统一的格调，是塑造城市形象，激发场所认同感的需要。

### 4.2.3 微观装饰形态的个性创造

(1) **节庆装饰与建筑单体** 节庆装饰景观形成的城市街道界面与一般日常景观的街道界面不同，根据人的感知形式不同在垂直方向上可以分为上下两个部分，底层部分与人的接触机会较多，因而是街道界面中最容易给人留下深刻印象的部分。节庆装饰景观形成的街道界面的上部主要有建筑外立面装饰和街道灯饰围合出来，这一部分可以是实际连续的界面，也可以是几个高层形体组成的在心理连续的界面。(图 4-14)香港的 HSBC (汇丰银行) 的建筑设计得非常特别，一层完全是一个开放的广场，这样适逢节日期间，公众的庆祝活动就利用这块场地来举行，使建筑内部空间成为城市节庆公共空间的一部分。



图 4-14 香港的 HSBC 的节日空间



图 4-15 香港海港城的特色入口空间

节庆装饰的景观界面的处理要重视完整性、韵律性和协调性的原则。完整性原则就是装饰与建筑的围合界面要保持连续，不能随意的退后或断开削弱街道的线性空间感；韵律感原则指为了加强街道整体气氛，在立面元素和空间要素的使用上要具有重复或相似的特性；而协调性的原则是指界面的形式处理上要与相邻的街道界面相互协调，追求风格的相似，有利于形成街道明确的空间意象。

(2) 节庆装饰与过渡空间 在城市公共空间节庆装饰中，街道与建筑的过渡空间是最具亲和力的装饰空间，被喻为不同类型空间的“要塞”。节庆装饰与过渡空间的互动关系可以从下面的几个方面去讨论：作为街道主要装饰节点——过渡空间处于建筑内部节日空间和城市街道节日环境的中介空间具有不可忽视的地位，在位置、体量和形象上处于绝对醒目的地位，通过节庆装饰的标志性构筑，建筑的可识别性和场所性格也得到了强化。<sup>[44]</sup>图 4-15 为香港海港城前的灯饰因为入口处的位置得天独厚，总是显得特别有气质，每年圣诞新年时入口处的大台阶经常被拍照的人挤得水泄不通。

### 4.3 城市公共空间节庆装饰的设计方法

#### 4.3.1 装饰母题的提取

“母题” (MOTIF)，主要是源于民间文学、民俗学研究，它是从国外引进的。“母题”是叙事作品中结合得非常紧密的最小事件，持续存在传统中，能引起人们的多种联想，它是一个完整的故事，本身能独立存在，也能与其他故事结合在一起，生出新的故事。<sup>[45]</sup>

延伸到装饰艺术中，母题所指我们可以理解为：一个完整的具有独立性的装饰元素，本身能独立存在，也能作为其他装饰要素的主要构成元素而存在。在节庆装饰中，装饰母题和主导图案是构成节庆装饰主题的重要象征性标志，其程式化的组合往往阐明了节日所要表达的寓意，或者是一种文化的、或明或暗的比喻意味。如同建



图 4-16 菲律宾的复活节游行



图 4-17 中国传统节庆纹样

筑中的装饰母题，节庆装饰的母题同样来源于来源于传统的装饰纹样，同时又同宗教信仰的神性之意很好的结合，根据节日性质的不同，其装饰母题又服从于各自的传统文化。正如西方文化下的节庆装饰以十字形符饰、神话人物、螺旋、花叶纹等为主要装饰母题；中国民族古典则以龙凤、祥云纹等为特征。图 4-16 是菲律宾一年一度纪念耶稣复活的节日，最富特色的活动是自我鞭笞赎罪和钉十字架。图 4-17 是中国传统农历新年的平面节庆装饰图样，同样是源自本民族的神话传说了，风俗习惯。

因此，节庆装饰母题的提炼与把握应在重视不同节日民族风俗文化的前提下，研究传统装饰纹样的发展与演变，提炼与现代元素相融合的装饰母题，从而创造与现在城市空间环境相适应的节庆装饰。

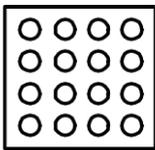
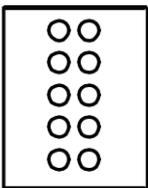
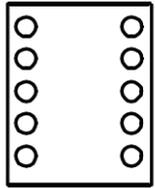
### 4.3.2 节奏韵律的构成

节奏是指有秩序的变化、有规律的反复的排列组合。没有变化的事物谈不上节奏，必须有同有异、同异交替并且反复出现，才能形成节奏。节奏既在时间中存在，也在空间中存在。运动中的节奏构成有两个重要关系：一是时间关系，即运动周期的时间长短；二是力度关系，即周期性的强弱变化。把运动中的这种强弱变化有规律地组织起来加以反复，便形成节奏。节庆装饰空间分布的高低错落、疏密聚散，单体装饰的整体造型和元素排列等，都可以形成不同的节奏。像中国的佛塔，塔身和塔檐一层层不断上升，然后逐渐收缩，具有相当明快的节奏感。

节庆装饰设计在街景装饰中就充分体现了节奏感和韵律感，主要体现在：强弱和长短、疏密、高底、刚柔、曲直、方圆、大小、错落、等对比关系的配合。如道路两旁和狭长形地域的装饰物配置，我们应该注意竖向的立体轮廓线和空间的变换，设计时做到高低搭配，有起有落，形成节奏与韵律，这样就可以避免呆板的布局。

在单个形态的秩序排列中，虽然同样形态不断的反复能够形成强烈的韵律效果。但如果能再结合渐变的处理，韵律的形式将变得更加富有层次和节奏感。节奏可为规律的重复，在景观设计中用连续的方法可以组织空间，由于点作为景观的基本形的反复出现而产生节奏感。韵律则为节奏的变化形式，它给了节奏以强弱起伏、抑扬顿挫的变化。在节庆装饰中节奏赋予它机械美，韵律赋予它音乐的美感。设计中通过景观中各构成元素的大与小、强与弱、虚与实、疏与密、明与暗，或方向、位置等方面有规律的组合，以赋予整个环境节奏与韵律。

表 4-1 节庆装饰节律感示意

图片示意	抽象图示	均衡感
		<p>既是横向对称又是竖向对称，表现出一种强烈的均质和稳定</p>
		<p>圆面间距离小于圆面到边缘的距离时，圆面自身被突出</p>
		<p>圆面间距大于圆面到边缘的距离时，圆面的排列表现圆面自身的同时又强化突出边线</p>

(1) **单一节奏** (图 4-18) 以一种或几种要素连续地排列，朝着一定方向运动可以形成一条线，在几何学中，线没有宽度、深度，只有长度；而在铺装界面，线有长短、粗细曲直之分。线的形象有一个重要的特征，就是长宽的比例差别较大。最单纯的节奏就是不断重复。



图 4-18 单一节奏

(2) **交错节奏** (图 4-19) 连续重复的要素相互交织穿插，产生时隐时现的韵律美。为产生韵律而使用的重复原则与为达到统一而使用的重复略有不同。为了产生韵律感，重复原则在一个设计中运用重复的元素或一组元素以创造出显而易见的次序。例如，对于其中每一个例子，眼睛有节奏地从一个元素



图 4-19 交错节奏

移到另一个元素，这种节奏有点象音乐中的节拍。在这些例子中，元素之间的间隔决定了韵律的特征和速度。要做一个交替韵律，最简单的就是建立一个基于重复的式样，接着又规律地把序列上的某些元素更换成另一种。因此，一个基于交替而产生的韵律式样比基于重复而产生的韵律式样由更多的变化，更有视觉趣味。更换后的元素在序列中能够起到令人惊奇和放松的效果，像为了统一的重复一样，为了产生韵律的重复也不能滥用，否则会过于单调。

(3) **起伏韵律** (图 4-20) 保持连续变化的要素时起时伏，具有波浪状的韵律特征或连续重复的要素按一定的规律逐渐变化。起伏是通过将序列中重复的元素的一个或更多特性逐渐地改变而成。



图 4-20 起伏韵律

(4) **呼应韵律** (图 4-21) 艺术始终要讲内在的延续，一种艺术形式的产生及被容纳，需要特定的历史文化背景，其中包括一个民族的生活方式、习俗、伦理道德、审美习惯等，构成了潜在的深层文化结构，深锁于民族的心理和精神之中。中国传统艺术讲究均衡和内在的节律，我国篆刻艺术中有所谓



图 4-21 呼应韵律

“疏可走马、密不透风”的布局法则，强调变化中的均衡，这既符合科学上相对的原理，也符合艺术上形式美的规律。

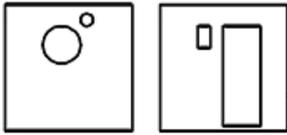
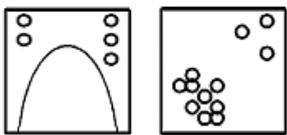
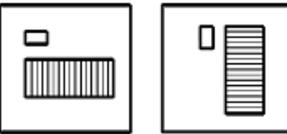
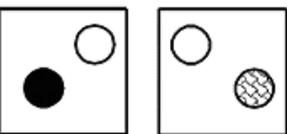
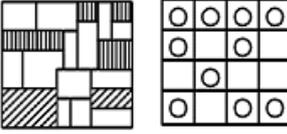
### 4.3.3 比例与尺度的控制

比例是指事物的整体与局部以及局部与局部之间基于一定数量关系的排列组合。由不同的比例关系构成的事物，其审美特性往往有很大的差异。有的给人以修长、纤细之感，有的给人以粗壮、有力之感；有的显得稳定，有的显得动荡；有的显得单纯，有的显得复杂。如果人体各部分比例适当，就称之为匀称；如果比例严重失调，就成了畸形。比例问题早就引起了人们的注意。如我国古代的人物画有所谓“立七坐五蹲三”和“五配三匀”之说。

节日景观中，良好的比例不只是直觉的产物，而且是符合科学理论的。也可以认为，它是用几何语言对节日景观美的描述，是一种以数学的词汇来表现

现代生活和现代科学技术美的抽象艺术形式。

表 4-2 节庆装饰均衡感示意

图片示意	抽象图示	均衡感
		<p>图形大小的均衡</p>
		<p>图形多少的均衡</p>
		<p>图形方向的均衡</p>
		<p>图形轻重与繁简的均衡</p>
		<p>框架的稳定感使原本不均衡的元素产生均衡感</p>

尺度指的是其整体和局部与人或人的习见标准，人的使用生理相适应的大小关系。尺度与节日景观的功能效用是分不开的。它们无论被设计在什么形式的景观上，必须与人的心理、生理特点相适应，而不能单纯的从比例美的角度出发来设计它们的尺度。我们可以说，尺度的把握是节日景观物质功能体现的关键。

在自然界或人工环境中，大凡具有良好功能的东西都具有良好的比例关

系。节日环境中大到建筑装饰，小到栏杆、指示牌等环境小品的装饰，无一不需要经过精心的比例与尺度的推敲，从而创造出既符合人的生理及心理需求，同时又能给人以美的视觉享受。

#### 4.3.4 共性与个性的把握

共性指不同事物的普遍性质；个性指一事物区别于他事物的特殊性质。共性和个性是一切事物固有的本性，每一事物既有共性又有个性。共性决定事物的基本性质；个性揭示事物之间的差异性。体现在装饰构成的形式美法则中，就表现为多样统一的高级形式。所谓多样，是指整体中所包含的各种要素在形式上的对立性和差别性，它体现了事物的多姿多彩和丰富变化；所谓统一，是

表 4-3 共性与个性

	<p>传统圣诞树装饰</p>		<p>福州市宝龙广场上一棵高达 9 米、用 4000 多只啤酒瓶砌成的圣诞树吸引许多市民前来观赏。</p>
	<p>上海街头的彩灯圣诞树</p>		<p>钻石圣诞树，新加坡珠宝设计师设计的这款圣诞树是目前世界上最贵的圣诞树，其价格为 \$1,005,000。总共花去了 21,798 颗钻石。</p>
	<p>2008 年圣诞节，施华洛世奇特别打造二座全中国规模最大、造价过千万，以超过百万颗仿水晶造成的仿水晶圣诞树，以闪烁高耸的水晶光芒传递无限圣诞祝福。</p>		<p>日本传统图案装饰的圣诞树</p>

指整体中的各种要素在形式上的相干性和依从性，它体现了事物的普遍联系和相互转化。

黑格尔把多样统一称为和谐，他说：“和谐一方面见出本质上的差异面的整体，另一方面也消除了这些差异面的纯然对立，因此它们的互相依从和内在联系就显现为它们的统一。”可见，所谓多样统一，就是寓多于一，以一统多，在变化中求统一，在统一中求变化。它有两个突出的特点：一是复杂多样，二是有机统一。只有多样而无统一，就会使人感到支离破碎，杂乱无章；只有统一而无多样，就会使人感到单调呆板，枯燥乏味。只有把两方面有机地结合起来，才会使人感到既丰富又单纯，既活泼又稳重，既发散又收敛，既多样又统一。多样统一这一法则在各种审美对象中都可以见到。

世上没有完全相同的两个物体，但有相近或相似的事物，这些不同却又相近相似的事物使世间万物处于一个和谐统一体中，而统一则意味着和谐。艺术形式美的表现就在于整体的和谐。

艺术设计中和谐追求，是设计造型表现解决的重要课题。设计中的和谐在于各种设计要素之间的相互协调，设计的要素既有形式要素，也有内容要素，形式与内容各自的组成元素多种多样，各有特点，将这种多样化的、个性活跃的元素组合到一个统一体中，成为设计完美组合的最终效果。（表 4-3）

## 4.4 城市公共空间节庆装饰的设计表达

前面就城市公共空间与节庆装饰艺术的融合问题与设计原则做了简单了解，下面就结合前面所提出的关于城市公共空间节庆装饰设计的要素、问题、方法针对国内代表性城市的一些案例具体分析它们是如何将城市公共空间与节庆装饰艺术有机结合的，即理论联系实际的部分，根据现有案例的深入分析并结合前面的理论，试归纳总结出一些城市公共空间节庆装饰的设计方法。

### 4.4.1 地域性节庆——哈尔滨冰雪节

哈尔滨冰雪节作为一年一度的庆典事件，每年冬季，人们在主题公园、城市广场、街巷与住宅区内装点大量的冰雕、雪雕及冰雪构筑物，更有以模拟东西方著名建筑为主题的冰雪建筑。（图 4-23）

这样大规模的景观装置与相应的旅客人流周期性介入到城市之中，一方面必然对城市空间与城市居民的日常生活产生重要的影响。另一方面，冰雪装置与冰雪建筑的选择，直接映射了人们对于建筑及空间的理解与趣味。冰雪节作为一种有独特的时间性与地域性的城市事件。既是大众所想象的美好城市的缩影，又是世俗文化的生动演绎。（图 4-22~24）

#### 4.4.1.1 明确哈尔滨城市地域性冰雪文化特征

相对于其它城市，哈尔滨冰雪文化具有以下特征：其一是地域垄断性。一方面，由于气候、地理及民俗背景原因，决定了哈尔滨冰雪文化的许多内容和形式。尤其是和城市的其它特色资源相结合，如松花江上的冬泳活动，形成了特有的地域氛围，从此角度讲这一文化资本是哈尔滨城市空间所独有的，具有很高的垄断性；另一方面，资本形成垄断的必要条件之一就是抢先占有，哈尔滨是国内冰雪文化的主要发源地，很多文化内容都是国内、甚至是世界最早出现的，拥有多项冰雪雕塑规模的吉尼斯记录。其二是运营高效性。垄断必然导致资本的高效益，回顾哈尔滨冰雪文化的发展历程，20世纪60年代后，尤其在改革开放以来，哈尔滨冰雪文化不但自身得以壮大。而且迅速成为城市发展的动力因子，带动了经贸、旅游、体育、文化等多个产业的发展，为城市创造了丰厚的经济与文化财富。其三是周期发生性。哈尔滨主要的冰雪文化活动集中在冬季的4~5个月的时间内，这既是不利条件，又含有利因素。不利方面在于运营条件的高要求以及收效时间较短；有利因素体现在季节文化的可变性大，更新力强、保障了每年都有新的内容，增强了文化活力。

#### 4.4.1.2 城市公共空间冰雪景观的塑造

进入20世纪90年代，冰雪景观艺术已经逐渐成为哈尔滨冬季环境美丽的象征，它不再仅仅是公园里的游乐场所。开始大量走入大街和广场，将冰雪景观和城市的环境特点相结合，从而构建了由集中冰雪游乐景观公园和城市中分



图 4-22 松花江冰雕原材料采集



图 4-23 大型冰雪建筑的制作



图 4-24 哈尔滨冰雪艺术园

散的街道、广场等景观构成的城市冰雪景观系统。城市的冰雪公园集中并突出表现出了冰雪景观的艺术美感，并随着各种冰雪运动的开展，冰雪公园已经成为冬季人们的绝好去处。而城市中分散的冰雪景观，则力图创造具有个性的冰雪空间以及独特的冰城形象。<sup>[46]</sup>

相对于特定地点的集中冰雪园区，哈尔滨的街道冰雪景观是一种线性景观，主要分布在街道两侧，其主要形式为成行灯柱，主题冰雪景观和建筑入口冰雪标志等（图 4-25）。另外在街头局部放大的开放空间中，还会形成小型的冰雪艺术园，如龙塔、会展中心广场、小型街头广场和居住区的入口等。冰雪雕塑结合街道、广场及两侧建筑，起到框景，障景和围合空间的作用，改善了哈尔滨冬季单调的街景，因此它能有机的与城市景观相融和，并充分展示哈尔滨的市民文化和人文景观。根据街道的不同尺度和性质，街道冰雪雕塑所起的作用也不同。大尺度的交通性干道，两侧冰景主要供人观赏和划分街道空间层次，如沿街的人造冰雪墙，将街道划分为若干部分，形成空间序列；小尺度的生活性道路或步行商业街设置的冰雪雕塑，则具有很强的群众参与性，人们不仅可以近距离、多角度的欣赏，还可以参加一些简易的冰雪活动。遵循哈尔滨特色景观规划，冰雪景观正在逐步形成“冰雪景观点——冰雪观光走廊——冰雪景观区域”，形成“点、线、面”的冰雪景观网络格局。

#### 4.4.1.3 针对哈尔滨城市冰雪景观环境提出的建议

目前哈尔滨冰雪景观面临的问题主要集中在：一是城市冰雪景观体系尚待建立。城市冰雪景观规划设计应根据城市整体景观序列、城市公共空间的肌理和脉络、城市的地形地貌等基础条件和冰雪材料的建设特点，有秩序地安排景



图 4-25 中央大街冰雪景观长廊

观、组织活动，形成有机、系统、多层次的城市冰雪景观整体。由于街道冰雪景观一定程度上会影响哈尔滨的冬季街道景观和功能。因此，在街道冰雪景观的规划与设计应考虑：①应保持街道景观的连续性；②要减少对街道功能的影响；③是要进一步增强人的参与性；④是要避免布局分散和内容重复。街道冰雪景观应具有统一的引导和规划，使其能点线面相结合，成为连续的景观；不要重复内容建设，以免造成资源浪费。⑤是要注意后期维护。二是艺术形式缺乏创新，单纯从求大、求最、求全上下功夫，对冰灯的传播往往只注意它的娱乐性而不是艺术性，更谈不到文化性了，这样的冰雪雕塑作品展往往缺少精品，艺术水准不高，文化内涵很少，所以观看的重复率很低。三是周期性的投资浪费。冰雪艺术季节性周期性的特点不可避免地造成重复建设，加重了市政管理的负担。而且年度的设计、施工不到位还容易造成景观质量的下降。因此应当向先进的管理模式学习，充分发挥当地深厚的群众基础，使冰雪活动能够在大众参与和国际比赛两个层次上展开。另外，每年各个景点从采冰到建造、维护、撤展，不仅浪费了大量原材料、还对城市原有的公共设施和场地造成巨大的破坏。因此，加强施工的科学管理和对专业施工人员的素质培训也是当务之急，并且使公众不仅成为空间的使用者，还要成为空间设计的参与者和管理的维护者。

总之，要重视哈尔滨街道冰雪景观在城市景观整体塑造中的作用，通过冰雪艺术与旅游产业的有机结合，使其成为哈尔滨冬季“节庆城市”中一道靓丽的风景线。

#### 4.4.2 国际性节庆——2008年北京奥运会

奥运会经过百年的发展和演变，已经由最初的单纯体育性比赛变成了现代社会中以国际性体育赛事为载体，以带动主办城市经济、文化和环境发展为目的的全球性商业型庆典活动。2008年，北京成功举办了第29届奥运会，以和谐为设计的核心价值理念、充分体现中国文化是北京奥运会节庆景观最为突出的特色之一。反思奥运会节庆景观设计，对于深入理解中国设计以推进中国设计的发展，是一个重要而直接的切入点。

奥运会后，北京市已经把“人文北京、科技北京、绿色北京”作为北京新的发展战略，让北京奥运思想遗产、管理遗产和文化遗产转化为常态化。因此，如何将奥运会节庆景观设计中的核心价值理念和设计规划“常态化”，亦是我们应当认真分析和总结的。<sup>[47]</sup>

##### 4.4.2.1 中国文化元素的充分运用

北京奥运会形象元素中，“祥云”图形在此次奥运会景观中应用面非常大，具有着核心图形的地位，是北京奥运会景观的主体形象（图 4-25）。看似丰富多彩的祥云图形，其实都是依据同一种祥云“母版”通过不同的切割和组合的方式构成的，它既实现了功能分区、色彩识别的需要，又不破坏整体景观的统一性和秩序感。从景观旗、竞赛场地围挡、观众席装饰到建筑外立面景观软装饰，在场馆景观和城市景观的每一个角落几乎都有“祥云”的身影。



图 4-25 祥云图案及其在平面设计、景观装饰设计中的运用

祥云图形之外，北京奥运景观还大量采用了中国传统文化的元素，比如主新闻中心分别以“风”、“雅”、“颂”为题，规划出三层主街的文化定位，地下一层以北京城市人文与自然景观为表现题材，地上一层主街两侧的景观装饰屏风使用了中国古代体育项目图片(如蹴鞠、马球、摔跤等)与现代奥运体育项目图片相对应的方式，借以表达体育文化的演变与发展。在地上二层主街两侧的景观装饰屏风上则展示着历代经典书法碑帖，展现中国汉字及书法艺术的传承与延续。<sup>[48]</sup>五个新闻发布厅则分别以“梅”、“兰”、“竹”、“菊”、“松”命名，各新闻发布厅门区设置“梅”、“兰”、“竹”、“菊”、“松”的意象盆景和绿植装置，并与此对应设置“红黄”、“蓝白”、“蓝绿”、“黄红”、“绿蓝”的渐变色彩图形，这种设置既起到丰富空间形式的作用，又具有区域识别功能。（图 4-26）

为增添场馆景观的人文特色，在主新闻中心(MPC)和国际广播中心(IBC)的大堂、文字记者和摄影记者工作间中展陈了“从洛桑到北京”国际纤维艺术双年展的 38 幅现代纤维艺术作品，将纤维艺术与场馆空间有机的结合起来，在现代空间中融入手工情结，很好地起到了柔化室内空间、丰富环境色彩的作用，展现了鲜明的中国艺术设计文化特色。

在体现中国文化特色方面，还采取了“因地制宜、借势发挥”的方法，如北京大学体育馆的设计，就利用建筑室内圆形弯顶的空间结构，采用红黄色调由中心点向四周渐变的装饰来强化圆形弯顶的视觉效果，这种“弯顶”设计与以蓝色调为主的正方形区域的比赛场地相呼应，巧妙地引发“天圆地方”的联想，中国文化意味由此脱颖而出。这些形象元素和景观体系创造性地诠释和表

现了中国文化内涵，展现给全世界一个与众不同、无与伦比的奥运景观。



图 4-26 奥运会会场装饰

#### 4.4.2.2 色彩渐变体系的创新设计

为了更好地展示中国文化特点和文化元素，北京奥运会色彩系统采用由中国红、青花蓝、国槐绿、琉璃黄、长城灰、玉脂白 6 组主色和 10 种辅助色彩构成的色彩系统，并以双色、四色和多色渐变形式来呈现祥云纹样，使之与中国传统文化内敛、优雅、质朴的性格相贴切（图 4-27）。以往奥运会如悉尼、雅典的核心图形都是通过色块切割来表现的，而北京奥运景观首次采用了双色、多色渐变效果，显得更加丰富，充满梦幻和活力。为了避免过于花哨的感觉，保持场馆景观的高度统一，要“添彩不添乱”，为此，形象景观规定了不同的使用形式和适用范围。如在场馆景观中，之所以很少出现福娃的形象，仅在场馆与城市边界



图 4-27 奥运色彩系统

的安保围挡上点缀福娃的形象，就是为了保持场馆景观系统的层次性。

在竞赛场馆的色彩设置方面，由于体育竞赛要求，比赛区域（FOP）原则上以蓝色的冷色调为主，避免出现多色彩的背景，否则容易干扰运动员的视线。特别是部分竞赛的体育器材如手球本身是红色，球门也是红色，因此如果比赛区域（FOP）的 A 型围挡和地面景观装饰为红黄色调，就会没有色彩反差而影响运动员比赛水平的发挥。<sup>[49]</sup>所以，北京奥运会大多数 A 型围挡和地面景观装饰以蓝色调为主。在历届奥运场馆比赛区域（FOP）基本上均以冷色调为主，并且以同类色图形组合或单色为主。但考虑到北京奥运会要尽可能体现中国特色，国际奥委会景观官员、专家建议部分场馆的比赛区域（FOP）局部景观设施可以出现红黄色调，并以此丰富和提亮比赛区域的视觉效果。经过竞赛部门和电视转播机构（BOB）的测试，该部分场馆比赛区域（FOP）的调整了部分红黄色调，既符合竞赛和电视转播要求，又体现了北京奥运会的景观特色。根据不同赛事的特点，有些场馆需要营造一个比较热烈的场景，有些则可能是相对比较平和的氛围和调性。比如“水立方”，本身就是一个梦幻般的蓝色立方体空间，而赛事特点也要求场馆保持“蓝调”，在主调是蓝色的基础上，适当运用红黄和蓝绿色调加以局部点缀，使整个空间显得有序而整体，同时突出了“水”的特点和个性。

由于比赛区域以蓝色的冷色调为主，在场馆室内整体景观色彩处理上，原则上采取了自下而上、由冷到暖渐变的色彩层级关系，从蓝绿色调到红黄色调，利用观众席装饰带和媒体看台装饰条，有序地形成色彩分层。其目的就是丰富和强化场馆室内的景观效果，使电视镜头画面呈现出北京奥运会的中国特



图 4-28 奥运场馆的色彩设计

色，而不是悉尼、雅典奥运场馆景观的翻版。（图 4-28）

#### 4.4.2.3 场馆景观与城市景观的协调关系

北京奥运会场馆主要集中在城区，沿南北中轴线和东西主轴线（长安街），形成以鸟巢、水立方为核心的奥林匹克公园中心区，以北京工人体育场、馆为核心的东部场馆区和以五棵松篮球馆、棒球场为核心的西部场馆区的北京奥运会三大场馆区及辐射区。北京奥运场馆分布广、建筑体量大且风格多样，城市空间结构与场景复杂，因此，强化场馆景观与城市景观的协调关系十分重要。以两轴、五条环线路网为框架，以场馆景观为主体，以 24 个北京城市奥运文化广场、老北京文化保护区、商业中心、历史与文化旅游区等为城市空间景观节点，串联起动静相宜、传统与现代互动的城市形象景观格局。（图 4-29）

同时，为了体现奥运景观的人文和谐之美，根据北京奥组委形象景观总体规划，景观设计的形象元素必须是高度统一的，景观形象要与建筑风格保持协调一致，并与场馆周边的城市景观保持和谐关系。在形象景观风格统一前提下，可适度体现京外奥运项目举办城市地域特点和赛事的特色，但应控制在 20% 的量化比例以下，以形成和谐统一、具有一定特色的奥运城市景观，如香港城市景观画面就采取了中环、青马大桥等代表香港城市特色的场景。<sup>[50]</sup>

奥运会城市景观的目标是在保护城市文化遗产的前提下，建设和展示有个



a) 奥运场馆及周边环境装饰



图 4-29 b) 奥运期间城市环境装饰

性、有特色的城市，让奥运赛时景观与城市文化特色和谐共处。这就必须由城市景观总体规划来主导，才能保证决策的完整性和实施的统一性。

创新型的奥运会形象景观对于促进中国城市形象建设的开发与管理模式，具有现实的借鉴意义。个性化的城市离不开城市形象设计的开发建设，通过分析城市文化理念，运用系统性的设计管理方法，制定城市形象景观建设总体规划方案，才能更好的创造出有特色的城市文化形象、人性化的城市景观环境。

### 4.4.3 民族性节庆——春节、圣诞节

#### 4.4.3.1 春节的装饰艺术解析

(1) **春节视觉装饰的主题观** 中国传统的春节文化，是中国人生命延续、文化积淀、人生观念、思维方式、哲学思想、审美表达、伦理教化、宗教观念的圆融物。每年的春节活动都要围绕一定的寓意主题来开展，从而赋予春节文化的特定含义。这些寓意的主题是人们长期积累的对自然、天地、人的认识和看法的智慧结果。没有这些系统的饱含生意的民族文化内涵，春节就失去了它的意义和价值，成为一个空壳。我们从春节的特性出发，将春节寓意主题观归纳为以下六个方面。

①**欢庆祥和的生活观** 传统春节中人们欢庆祥和的生活观主要表现在两个方面：一是对乐观自信向上的生命追求。“向上性”，是中国民族文化和艺术精神的核心内涵之一。春节视觉艺术也不例外。二是春节活动红红火火的氛围场面。春节是一年中最为喜庆的节日，是全民性的盛大活动，男女老少毫无例外的投入到这欢快的海洋中。欢乐、吉祥、喜庆、团圆、美好、幸福……等都是欢庆祥和生活观主题的选择。因此，春节视觉艺术作品的创造立意、表达追求、作品气象等都与此密切相联。(图 4-30)

②**伦理教化的道德观** 中国自古就是一个伦理大



图 4-30 春节装饰营造的祥和氛围



图 4-31 求福避邪

国，上可追溯到原始的祖先崇拜，后可到儒家从古代众多的德目中概括、提炼出来的五种最基本的道德规范——五常（仁、义、礼、智、信）。<sup>[51]</sup>春节视觉艺术作品的创造和解读，也就以此为逻辑起点和切入点而展开。人们在丰富多彩的春节活动中，包括观看春节视觉艺术作品，无形中就接受了这种传统道德的教化。由此可见，春节视觉艺术作品的内涵是丰富多元的，它往往超过了一般的节日内涵。③**求福避邪的生命观**求福与避邪在春节的活动中占有很大的分量。在春节的整个庆贺过程中这一主题始终被持续着，经久不衰。三多、五福、求喜、避邪、除病、长寿、求子等都是从求福避邪的生命观中繁衍出的主题。这些都构成了春节视觉艺术作品中不可缺失的寓意主题内涵，也成为春节视觉艺术作品创造选择的长盛不衰的主题。（图 4-31）④**娱乐休闲的情趣观**春节一方面是人们对自己一年辛苦劳作的犒劳，另一方面是积蓄能量准备下一年生产生活的需要。放爆竹、拜年、逛街、购物、游耍、巧对春联、智猜灯谜、赏灯，高跷、旱船、舞龙、舞狮、秧歌……都是娱乐休闲情趣观的表现。在丰富的传统春节视觉艺术作品中，选择表现这些主题内容的作品比比皆是，春节视觉艺术作品在传承春节文化和丰富民众精神文化生活中发挥了积极的促进作用，在营造春节浓浓的节日氛围感上起到了良好的烘托效果。（图 4-32）



图 4-32 舞龙舞狮

（2）**春节装饰艺术的视觉化表现** ①**阴阳、五行观的造型** 阴阳、五行、八卦的造型是指按照阴阳、五行、八卦的中国传统哲学思维来造型。<sup>[52]</sup>这种造型结构比例多有对称、均衡、平稳之感。（图 4-33）②**多元素拼接造型** 多元素拼接组合造型是指把不同元素的东西按照寓意的需要拼接组合成一个物体的造型方法。春节时创造的聚宝盆、摇钱树等作品，就是把不同的元素按照春

节的寓意拼接组合成的春节吉祥物。也就是把金、银、珠宝、铜钱、牡丹、莲花等等不同代表福、禄、寿等吉祥元素的东西拼接组合在一个盆里或挂在一棵树上，就产生了聚宝盆、摇钱树之类的图示形象。③**稚拙拟态造型** 稚拙拟态造型是指只取物体的外在轮廓，但是使之按照稚拙需要进行拟态的造型方法。这类造型多应用于玩具和杂耍类的春节视觉艺术作品创作中，如：玩具（叫鸡、叫虎、泥猪、泥狗……）、杂耍舞龙舞狮的视觉形象、木偶表演的动物形象等。

（图 4-34、35）④**功能比尺度造型** 功能比尺度造型指的是依照事物功能大小为尺度之比例而造型的方法。春节装饰艺术的呈现很多都是多种独立元素组合而成的，在这种组合中是以独立元素的功能价值来决定其比例的。这样的造型往往抓住事物的主要特征，运用概括、夸张、变形的手法予以表现。如“面花”艺术中的娃娃造型都是头大身小，因为人们觉得头是智慧的象征，所以头的比例要造得大一些。（图 4-29）⑤**以型合用的造型** 以型合用的造型是指以满足生活实用功能为目的造型表现方法。春节装饰艺术是人们生活中重要的一部分，它有现实的功利性。它要围绕能否满足人们的生活实用而造型。它包括满足人们的生理结构，环境构造和心理需要等等。

### （3）春节装饰艺术的环境整合

从中国传统的视觉艺术创造中，我们可以看到我们中国人独特的视觉创造



图 4-33 春节饮食文化中的阴阳五行



图 4-34 “面花”艺术



图 4-35 春节玩具装饰

体系，这对当下的新生节日寻求视觉创造资源提供了很好的参考价值。传统春节装饰艺术的绝妙之处，就是在于它能创造一种普天同庆与升华民族情感和血肉亲情弥漫的情景。让人们在这种情感弥漫的氩氛中，深深体会到天地人三者和谐的关系。人们对春节的依恋和深情正是因为春节装饰艺术把千般情万般爱、多种祝福带到每个人的身旁，沁入每个人的心脾而快乐和幸福。（图 4-30、图 4-31）

#### 4.4.3.2 圣诞节装饰设计解析——以港澳地区为例

香港与澳门，这两座城市，因为历史的缘故，曾经的中西文化碰撞，造就了它们多样与丰富的城市性格，既保留有很多连内地都自叹不如的传统习俗，又有各式“舶来品”落地生根。比如在香港、澳门，西方的节日好多因为成为了法定公共假期，时至今日已然成为本土的节日了。当然在一年众多的节日中，又尤以圣诞节是最隆重与热闹的，漫步街头，商铺、餐厅、酒吧都可以发现很多设计有趣、制作精良的装饰灯饰布置，虽然它们只会展示短暂的一个多月，却总是可以为人们带来快乐与美妙的回忆。<sup>[53]</sup>

相信每一个在圣诞节与除夕时到过香港的人都会对那铺天盖地的节日气氛留下强烈的印象。香港城市高楼林立，霓虹灯绚烂，在维多利亚港与尖沙咀看夜景本来就是游览香港的一项重要内容。到圣诞节前一个月，几



图 4-30 北京街头的节庆装饰与空间的融合

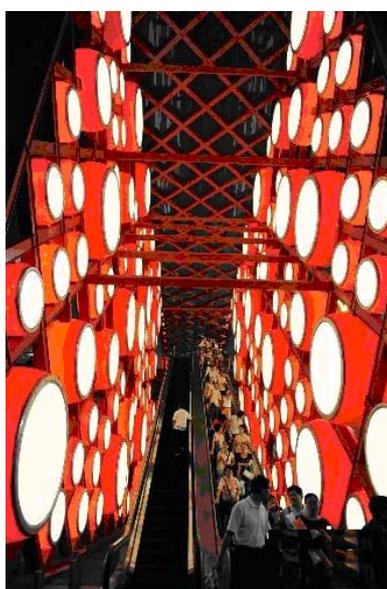


图 4-31 城市广场中节庆装饰与空间的融合



图 4-32 香港的皇后广场圣诞装饰

乎维多利亚港两边的每一座大楼都会设计出不同的霓虹灯图案与字样以示庆祝，再配上除夕夜的烟花，视觉效果绝对称得上“震撼”。

岁末前后正是香港旅游的旺季。购物本身就是一件让人热血沸腾的事情，如果恰逢节日就更加给了自己放纵一下的理由。香港的商人完全读懂大家的心思，每一年都换着花样，铆足了劲儿布置、打扮着自己的店铺、餐厅、酒吧，让整个城市成了一个嘉年华，而每一位游客就像来参加了一场华丽的派对。坦率地说，与圣诞节发源地的欧洲城市相比，香港圣诞节原有的宗教色彩已经大大降低，圣诞节的装饰感更多地来自商业需要，带给人们一种视觉上的愉悦。图 4-32 为香港的皇后广场在写字楼与酒店林立的中环，圣诞期间搭建了许愿墙，两侧用红色的小灯相连。每个人都可以写下自己的心愿挂在墙上，增加观光的趣味性。图 4-33，这间餐厅圣诞的装饰用了与店面呼应的蓝色与白色，与餐吧的气质非常吻合。

澳门虽然与香港只是咫尺之隔，两座城市的风貌却相当不同。除去那些拉斯维加斯赌业巨头与本地赌场集中的区域，老城区一带仍然保留有葡萄牙殖民地时期的特征。城市的步伐好像也比香港慢了好儿拍。因为赌业蓬勃发展，澳门政府这几年可以拿出更多的钱用来装饰布置城中的街道与公共空间。图 4-34 为澳门老城区的中心——议事厅前地（Largo do Senado）广场，圣诞节时将喷水池改装成了一棵大圣诞树。



图 4-33 路边建筑的节庆装饰



图 4-34 澳门议事厅前地广场圣诞装饰

## 4.5 本章小结

本节针对几个国内案例，结合城市公共空间节庆装饰艺术的相关概念理

论、设计原则、设计要素、融合问题等，简单谈了城市公共空间是如何将物质要素、精神要素有机融合在一起，其实空间是一个大的盒子，顶面是天空，地面是铺装，四周是一个个封闭、半封闭、开敞的空间，如何融合，归根到底是看装饰附属在什么样的材质物体上，是否符合人们的审美与社会文化，并没有什么固定的模式，正如解释什么是美一样的，有的人眼里是美有的人眼里是丑，为什么呢？因为有了比较，因而美与丑就只是相对的，世上没有最美最丑的设计，只有更好更差的设计。那么城市公共空间节庆装饰的设计呢？是怎样表现的呢？通过之前的一些研究，本人认为主要是色彩氛围的把握、材质的运用、形态的融合，因为这三方面是形式美法则的重要体现，在融合中，我们还要考虑功能性、尺度感等一些人为的感受，毕竟空间是给人享受生活的。在这样一个城市大规模新建的历程中，只有每个城市的公共空间的色彩、材质、形态会有所区分，而遵循的感受评价、设计原则等是一样的，其实怎么融合两者也并没有固定的设计模式，但有一点是肯定的，那就是节庆装饰产生的审美视觉是一样的：美、实用、舒适。既然设计是为人设计的，那么如何融合空间与装饰，就需要我们不断去挖掘身边的自然环境。在案例中，我们不难看出其设计的大宗旨是服务周边人需要，满足人们的渴望，那么为此所做的空间与装饰的任何融合都是美的。哈尔滨的冰雪节庆装饰体现了当地的城市文化与城市发展，奥运节日景观则体现了如何将具有中国特色的设计元素融入国际性节日盛会的装饰艺术之中。因此，城市公共空间节庆装饰艺术的表现形式是多元化的，没有固定的设计形式可参考，我们必须改变原来盲目跟风的装饰设计，一个地方适合的装饰方法，不一定任何空间内都适合。我们所要做的是抓住装饰的点，挖掘中国传统五千年的经典装饰纹样，将其演变到城市公共空间内，创造有中国特色的城市公共空间，而不是随波逐流的跟国外的设计风格。其实，在现实空间中我们也常看到一些有中国传统元素的装饰设计，但运用时可能还存在一些问题，但我坚信以后会有越来越多的人去修饰美化我们的环境，而且是有中国特色的装饰环境。

## 结 论

文章力图通过优秀实例图片及清晰有力的分析图示，从平面艺术构成逻辑和视觉审美角度全面解析城市公共空间节庆装饰景观环境，总结出其独特的景观框架，通过四个章节的叙述，引入对比评价概念，运用形式美法则对节庆装饰艺术进行了平面界面，空间装饰元素及视觉审美精神层面这样三个层次来分析和研究节庆装饰艺术的意义构成，从而达到对城市公共空间节庆装饰的策略性研究目的。文章经过研究得出以下两个结论：

(1) 节庆装饰作为一种融合平面和空间视觉艺术的景观构成形式、契合形式法则与构图方式在一定范围内的构成逻辑。本文认为对于空间构成理论可以在一定程度上象数学公式一样使用，这即可在某种程度上解决节庆装饰设计过程中创作的无序状态，又可很好的解决装饰元素与装饰环境的融合问题。通过不同角度总结出城市公共空间构成为节庆装饰环境提供诸如：空间限定，肌理控制，材料表现，综合自然因素从细节方向丰富节庆装饰环境层次，构建景观框架，带给观者强烈的知觉感受与意蕴信息。

(2) 对应人的需求，使得节庆装饰进入一个新的层面，形成形象的情感度，“感人心者，莫过于情”，它和装饰图形风格、形态组合及情节密切相关，通过某种情节或是意境来煽情实现高层次的情感沟通与交流，从而产生感情的冲动，形成强烈的心理震撼。视觉艺术对节庆装饰的影响是多维的，包括横向和纵向的，空间性和穿越历史的时间性。节庆装饰表现力的产生依靠形象的敏锐度，这里的敏锐是指构成形象的形态、颜色、材质是否反映出所要装饰空间的气氛、情态等，这样的形象必然作为代表某种文化形态而传播出去，产生节庆装饰的影响力。

节庆装饰在城市公共空间的设计中，不应该成为最后的摆设和点缀，视觉艺术对节庆装饰设计而言，也不只是一种形式语言借鉴的来源，而是一种思维方式。沿用传统形式美中的以艺术审美为指导的方法论，在当今全国“千城一面”的情况下，节庆装饰作为一种思想工具，在节日空间设计的创新中应该发挥它应有的魅力。

## 参考文献

1. 吴培秀编著, 新世纪版·设计家丛书—装饰绘画[M], 重庆: 西南师范大学出版社, 2006年8月第1版
2. 翁剑青著, 形式与意蕴—中国传统装饰艺术八讲[M], 北京: 北京大学出版社, 2006年8月第1版
3. 荆鹏举著, 21世纪设计基础新主张—装饰绘画[M], 重庆: 西南师范大学出版社, 2005年12月第1版
4. 王豫湘、全森主编, 装饰基础[M], 湖南: 湖南美术出版社, 2005年11月第1版
5. 邹文著, 艺术东西丛书: 美术社会观—当代美术与公共文化[M], 北京: 中国人民大学出版社, 2005年6月第1版
6. 金银珍、罗小华主编, 艺术概论[M], 湖北: 武汉理工大学出版社, 2006年8月第1版
7. 肖鹰著, 美学与艺术欣赏[M], 北京: 高等教育出版社, 2004年7月第1版
8. 程帆主编, 听大师讲学丛书—我听傅雷讲艺术[M], 北京: 中国致公出版社, 2002年9月第1版
9. [瑞士]海因里希·沃尔夫林著, 意大利文艺复兴艺术导论[M], 北京: 中国人民大学出版社, 2004年1月第1版
10. 张兰编著, 陈苑、洛齐主编, 二维装饰与设计表现[M], 浙江: 西泠印社出版社, 2006年9月第1版
11. 莫筱, 张灯结彩, 庆赏佳节, 中国装饰杂志社, 北京: 2009.2
12. 研究生郭庆红, 壁画与公共环境艺术, 指导教师王艳副教授, 武汉理工大学设计艺术学院设计艺术学, 2003年
13. 黄海澄著, 艺术美学[M], 北京: 中国轻工业出版社, 2006年8月第1版
14. 倪建林著, 设计艺术基础理论丛书—中西设计艺术比较[M], 重庆: 重庆大学出版社, 2007年4月第1版
15. 艾红华主编, 设计学院设计基础教材—西方设计史[M], 北京: 中国建筑工业出版社, 2007年5月第1版
16. 胡光华主编, 设计学院设计基础教材—中国设计史[M], 北京: 中国建筑工业出版社, 2007年7月第1版
17. 诸葛雨阳编著, 公共艺术设计[M], 北京: 中国电力出版社, 2007年3月第1版

18. 凌继尧著, 名家通识讲座书系—美学十五讲[M], 北京: 北京大学出版社, 2003年8月第1版
19. 焦健、付予主编, 空间环境设计原理[M], 湖南: 湖南大学出版社, 2007年7月第1版
20. [英]理查德·韦斯顿著, 材料、形式和建筑[M], 北京: 中国水利水电出版社, 2005年7月第1版
21. [英]克利夫·芒福汀等著, 国外城市设计丛书—美化与装饰[M], 北京: 中国建筑工业出版社, 2004年2月第1版
22. [美]阿摩斯·拉普卜特著, 建成环境意义: 非言语表达方法[M], 北京: 中国建筑工业出版社, 2003年8月第1版
23. 沈蔚、李竹、张腾辉、蒋瑾著, 室外环境艺术设计[M], 上海人民美术出版社, 2005年6月第1版
24. 窦世强、刘卫国编著, 环境艺术设计制图[M], 重庆大学出版社, 2005年3月第一版, 2005年3月第1次印刷
25. 王峰著, 环境视觉设计[M], 中国建筑工业出版社, 2005年9月第一版, 2005年9月第1次印刷
26. 宋峰、胡睿、李正芳主编, 中外建筑构造参考文献[M], 四川建工出版社, 2000年第1版
27. 辛敬林编著, 装饰设计[M], 西南师范大学出版社, 1999年6月第一版, 2001年7月第3次印刷
28. 杨文会、梅映雪等编著, 装饰艺术设计[M], 河北美术出版社, 2002年7月第一版, 2002年7月第1次印刷
29. 邱志涛著, 欧洲设计风景线[M], 北京理工大学出版社, 2005年7月第一版, 2005年7月第1次印刷
30. 唐星明、甘小华编著, 装饰艺术设计[M], 重庆大学出版社, 2002年8月第一版, 2003年6月第4次印刷
31. 陈瑛编著, 现代装饰设计[M], 武汉大学出版社, 2005年9月第一版, 2005年9月第1次印刷
32. 高阳著, 中国传统装饰与现代设计[M], 福建美术出版社, 2005年8月第一版, 2005年8月第1次印刷
33. 沈黎明编著, 装饰画与色彩构成[M], 东华大学出版社, 2006年1月第一版, 2006年1月第1次印刷
34. 邱长沛编著, 现代环境艺术[M], 西南师范大学出版社, 2000年3月第一版, 2000年3月第1次印刷

35. 中国建筑学会主编, 城市环境艺术①[J], 辽宁科学技术出版社, 2002 年 2 月第一版, 2002 年 2 月第 1 次印刷
36. 李砚祖主编, 环境艺术设计[M], 中国人民大学出版社, 2005 年 4 月第一版, 2005 年 4 月第 1 次印刷
37. [美]阿摩斯·拉普卜特著, 文化特性与建筑设计[M], 中国建筑工业出版社, 2004 年 5 月第一版
38. 文剑刚编著, 小城镇形象与环境艺术设计[M], 东南大学出版社, 2001 年 5 月第一版, 2001 年 5 月第 1 次印刷
39. 金儒霖主编, 张敖春等编著, 人造水景设计营造与观赏[M], 中国建筑工业出版社, 2006 年 5 月第一版
40. 邬烈炎著, 装饰语意设计[M], 江苏美术出版社, 2002 年 2 月第一版, 2002 年 2 月第 1 次印刷
41. 郭磊著, 装饰知觉与装饰意境[M], 山东美术出版社, 2004 年 1 月第一版, 2004 年 4 月第 2 次印刷
42. 郑宏编著, 环境景观设计(第二版)[M], 中国建筑工业出版社, 2006 年 9 月第二版, 2006 年 9 月第 12 次印刷
43. 李永清编著, 公共艺术设计实务[M], 江苏美术出版社, 2005 年 8 月第一版, 2005 年 8 月第 1 次印刷
44. 张文忠主编, 公共建筑设计原理(第三版)[M], 中国建筑工业出版社, 2005 年 8 月第三版
45. 王元等译, A. D. 亚历山大洛夫, 数学—它的内容、方法和意义: 第一卷[J], 北京科学出版社, 1960: 21
46. 陈青, 装饰画与装饰画风[J], 中国美术教育, 1997 年第三期, 福建师大美术系
47. 刘俐利, 装饰经典的现代应用—瓦当艺术[J], 艺术设计, 2005 年第 6 期
48. 宛素春等编著, 城市空间形态解析[M], 科学出版社, 2004 年 1 月第一版
49. 郑曙暘主编, 郑曙暘、张月等编著, 环境艺术设计[M], 中国建筑工业出版社, 2007 年 7 月第 1 版
50. 梁雪、肖连望著, 城市空间设计[M], 天津大学出版社, 2006 年 9 月第 2 版[75]杨茂川著, 空间设计[M], 江西美术出版社, 2006 年 10 月第 1 版
51. 詹和平编著, 空间[M], 东南大学出版社, 2006 年 4 月第 1 版
52. 李晓东等著, 中国空间[M], 中国建筑工业出版社, 2007 年 8 月第 1 版
53. 周进著, 塑造高品质城市公共空间的研究[M], 中国建筑工业出版社, 2005 年 10 月第 1 版

54. Wang ke. Recent progress on spherical harmonic approximation made by BNU research group.2003: 4 35-36 57
55. David Dernie. Alastair Carew-Cox. Victor Horta. Academy Editions. 1995:15 8-10 32 -34
56. Elena Borisova, Grigory Sternin. Russian Art Nouveau. Rizzoli New York.1998, 54-57
57. Stephen J .Craig-Smith, Michael Fagence. Recreation and tourism as a catalyst for urban waterfront redevelopment: an international survey. westport, Conn.: Praeger, 1995
58. K.N.White, Urban waterside regeneration: problems and prospects. New York :E. Hor wood, 1993
59. Beazley, E.(1960)Design and Detail of the Space Between Buildings[M] (London:The Architectural Press).
60. Benson, J.F.&Roe,M.H.(2000)Landscape and Sustainability[M](London:Spon Press).
61. Julings, P.(1999)Social side to the urban renaissance[J], Letter to the Editor, Landscape Design, 286 p.7.
62. Colvin, B.(1979)Land and Landscape[M](London:John Murray,Council of Europe).
63. Crowe, S.(1960)The Landscape of Roads[M](London:Architectural Press).
64. Crowe, S.(1956)Tomor r o w's Landscape[M](London:Architectural Press).
65. <http://baike.baidu.com/view/1334407.htm>
66. <http://images.google.cn/images?gbv=2&hl=zh-CN&newwindow=1&q=%E6%98%A5%E8%8A%82&sa=N&start=260&ndsp=20>
67. <http://images.google.cn/images?gbv=2&hl=zh-CN&newwindow=1&sa=1&q=%E8%88%9E%E7%8B%AE&aq=f&oq=&start=0>
68. <http://images.xinhua.cn/>
69. <http://images.cctv5.cn//images?gbv=2&hl=zh>
70. <http://images.baidu.com/images?gbv=2&hl=zh-CN&newwindow=1&sa>

## 攻读学位期间发表的学术论文

1. 张瀚元, 陈曦. 现代景观设计的美学探究. 第六届全国研究生建筑与规划年会论文集. 哈尔滨工大出版社. 2008

## 哈尔滨工业大学硕士学位论文原创性声明

本人郑重声明：此处所提交的硕士学位论文《城市公共空间节庆装饰设计策略研究》，是本人在导师指导下，在哈尔滨工业大学攻读硕士学位期间独立进行研究工作所取得的成果。据本人所知，论文中除已注明部分外不包含他人已发表或撰写过的研究成果。对本文的研究工作做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式注明。本声明的法律结果将完全由本人承担。

作者签字：陈曦

日期：2009年12月24日

## 哈尔滨工业大学硕士学位论文使用授权书

《城市公共空间节庆装饰设计策略研究》系本人在哈尔滨工业大学攻读硕士学位期间在导师指导下完成的硕士学位论文。本论文的研究成果归哈尔滨工业大学所有，本论文的研究内容不得以其它单位的名义发表。本人完全了解哈尔滨工业大学关于保存、使用学位论文的规定，同意学校保留并向有关部门送交论文的复印件和电子版本，允许论文被查阅和借阅，同意学校将论文加入《中国优秀博硕士学位论文全文数据库》和编入《中国知识资源总库》。本人授权哈尔滨工业大学，可以采用影印、缩印或其他复制手段保存论文，可以公布论文的全部或部分内容。

本学位论文属于（请在以上相应方框内打“√”）：

保密 ，在 \_\_\_\_\_ 年解密后适用本授权书

不保密

作者签名：陈曦

日期：2009年12月24日

导师签名：

日期：2009年12月24日

## 致 谢

研究生的学习生活即将结束，回首来路，我的心中充满了感激之情。

首先衷心感谢导师金凯副教授一直以来的关怀与教诲，人言“经师易得，人师难求”，在建筑学院学习的三年间，严谨的学风、良好的学习、生活环境及悉心的教诲，使我收获很大，从本文选题，调研到成文无数次的批阅与修改，点点滴滴的成果无不倾注了导师大量的精力与心血，在论文完成之际，再次向您敬以最真诚的谢意，感谢您多年来对我们父亲般的关爱与呵护。

感谢林建群教授、邵龙教授、吕勤智副教授、张伟明副教授、杨维副教授、马辉老师，在论文写作期间给予的帮助与指正，感谢多年来一直从各个方面关心、爱护我的全体建筑学院各个专业老师们，是他们在教学、设计实践和学术交流上提供了许多良好机会，为本课题的顺利进行给予支持。我还要感谢我的同窗好友们，特别是感谢最初的以及现在的 341 工作组，大家的热情关怀深深地融合在硕士学习的整个阶段中。

在本论文的写作过程中，我参阅了大量的相关书籍和网站上的文献，文中有大量的数据和图片是从这些文献资料上得来的。在此，谨向这些文献资料的原作者表示衷心的感谢。

最后要特别感谢男友的家人对我的悉心照料，使整个论文的完成过程更加顺畅，衷心谢谢叔叔和阿姨以及男友对我生活上无微不至的关怀，思想上的孜孜不倦的鼓励和鞭策；由衷的感谢和思念我的父母，为了论文的完成父母给我提供了经济上的支持与资助，精神上的鼓励与指引，生活上的照顾与关怀，并且牺牲了一年团聚两次的幸福时光。在此我再次表示衷心的感谢！