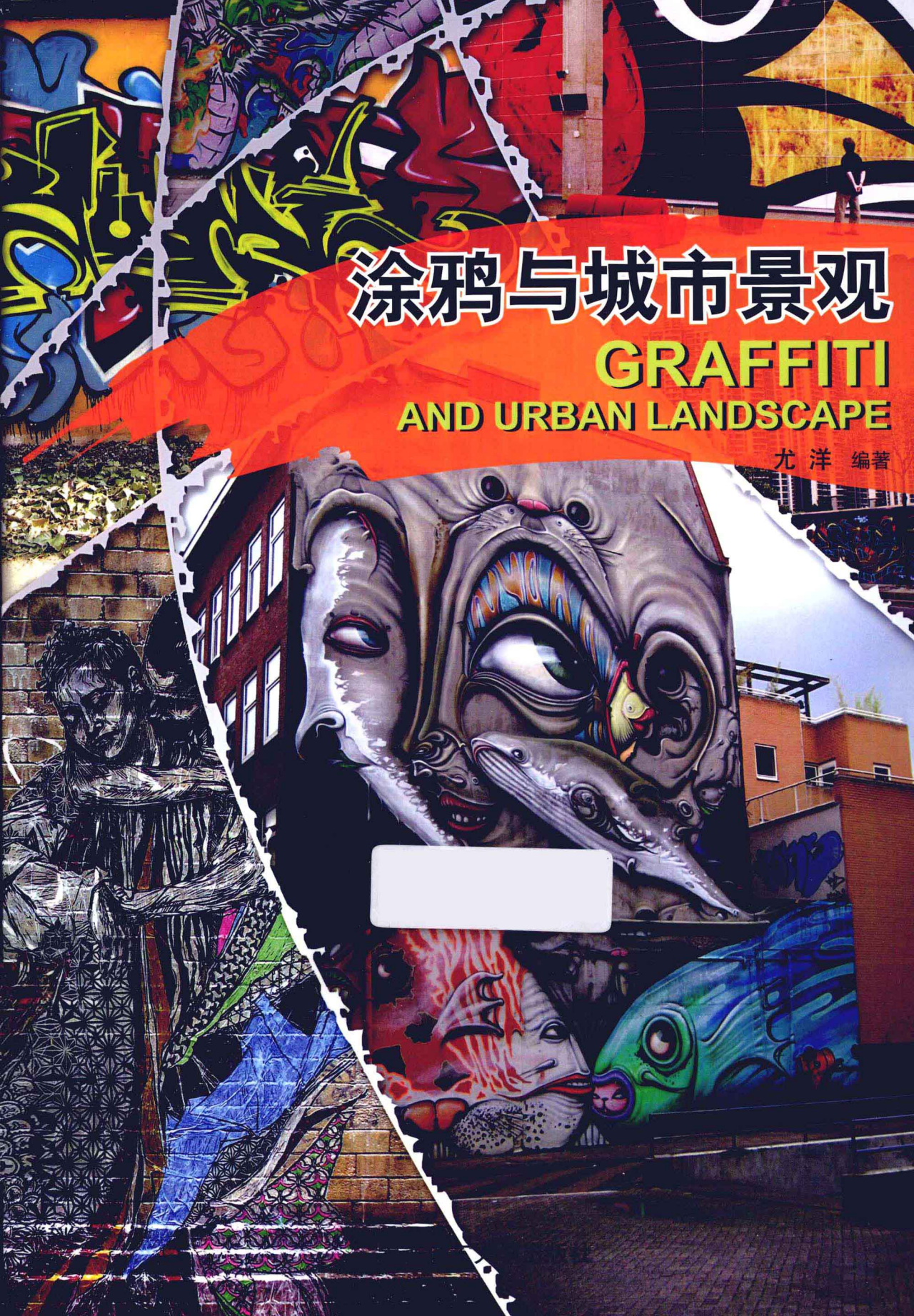




涂鸦与城市景观

GRAFFITI AND URBAN LANDSCAPE

尤 洋 编著



涂鸦与城市景观

GRAFFITI AND URBAN LANDSCAPE

尤 洋 编著

大连理工大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

涂鸦与城市景观 / 尤洋编著. —大连: 大连理工大学出版社, 2013.3
ISBN 978-7-5611-7628-3

I. ①涂… II. ①尤… III. ①城市景观 - 景观设计 - 研究 - 中国 IV. ①TU-856

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 025211 号

出版发行: 大连理工大学出版社

(地址: 大连市软件园路 80 号 邮编: 116023)

印刷: 深圳市精彩印联合印务有限公司

幅面尺寸: 185mm × 260mm

印 张: 11

出版时间: 2013 年 3 月第 1 版

印刷时间: 2013 年 3 月第 1 次印刷

策划编辑: 刘 蓉

责任编辑: 刘 蓉

责任校对: 王 琴

封面设计: 温广强

ISBN 978-7-5611-7628-3

定 价: 45.00 元

电话: 0411-84708842

传真: 0411-84701466

邮购: 0411-84703636

E-mail: designbooks_dutp@yahoo.com.cn

URL: <http://www.dutp.cn>

如有质量问题请联系出版中心: (0411) 84709246 84709043

前言



现代城市的景观是多元的，除了硬质景观和软质景观，文化景观特别是城市间的区域文化景观代表着一个城市文化多元的创意与活力。涂鸦带在城市中是让人感动的，无论是它集群张扬的视觉个性、桀骜不驯的创作风格，还是它目空一切的不死精神，这些让人感动的魅力是城市其他艺术形式集聚区所无法给予的；而今天这种前卫的视觉形式开始被应用到城市街区的环境装点中去，成为城市打造新兴景观名片的规划手段之一。因此，在条件成熟的时段编写了这本书，出版这本书的目的是为了引起国内对涂鸦创作的重视。希望涂鸦在未来能真正地以一种成熟的都市景观姿态融入到我们的城市环境中去，也希望它在国内房地产行业飞速发展的背景下，在城市建设过程中扮演好城市公共艺术景观的重要角色。

在国内，很多人一生未进过一次美术馆，但并不觉得自身的生活缺少什么。是我们的国民不热爱艺术吗？还是象牙塔里的作品与其平凡生活关联不大？当代艺术应该走出专业艺术的圈子，以一种资源共享的环境审美意识和文化信息传播的态度，以一种朴素的唯美形式与大众共鸣共舞；让艺术的传播以一种美化环境、提升市民审美水平的实用功能出现在城市的公共环境和公共空间里。

城市景观是现代都市新兴的规划区块，它的设计将在很大程度上影响到城市未来的文化艺术产业和经济发展水平。当今城市景观设计已经不仅仅考虑硬质景观和软质景观的设计，而是更加重视城市人文景观的塑造，它是现代化都市文化可持续发展的标志。

本书以城市公共艺术为研究方向，以涂鸦创作这个中国城市新兴的艺术形式为切入点，对涂鸦街区所承载的文化特点和涂鸦创意人群的特点进行分析，归纳出城市街区和文化创意产业园区涂鸦景观的具体设计方法，以及涂鸦资源的整合和规划，保护城市区域历史文脉和现代艺术元素介入的有效结合等方面的设计策略。对我国城市街区景观设计进行了多层面的研究，提出相应的问题和针对性的解决办法，并结合中国国内和西方各国代表性的城市涂鸦案例总结出城市涂鸦景观的设计特点。涂鸦区的景观环境规划设计涉及涂鸦艺术的创作特点、城区历史文脉保护、涂鸦人群工作性质等诸多环节，同时还涉及到社会、经济、文化等诸多因素。

本书系统地研究了其特有性质，通过公共空间对景观的特殊要求分析，力图总结出适合城市长远发展的，具有区域性、多元性、普适性和创新性的，艺术与生活相结合的涂鸦景观规划设计方法和发展模式。

尤 洋

2013年1月于东北师范大学

目录

第一部分 涂鸦与我们城市的墙面 ----- 005

第一章 涂鸦的概念 ----- 006

1. 涂鸦与涂鸦景观 ----- 006
2. 涂鸦景观形成的社区文化基础 ----- 008
3. 涂鸦景观在公共街区中的魅力 ----- 011
4. 景观带的策划与创作过程 ----- 014

第二章 涂鸦景观的艺术特质与景观理念 ----- 015

1. 涂鸦景观的商业化 ----- 015
2. 涂鸦景观的功能和形态 ----- 015
3. 涂鸦景观所秉承的文化价值理念 ----- 016
4. 景观带的社会应用价值 ----- 019
5. 不同空间区域内的涂鸦景观设计 ----- 019

第三章 涂鸦与城市景观 ----- 022

1. 涂鸦与城市 ----- 022
2. 涂鸦与城市公共艺术 ----- 022
3. 涂鸦与城市人文景观环境 ----- 023
4. 涂鸦与城市文化创意产业园 ----- 024
5. 涂鸦与城市社区文化景观改造 ----- 027

第四章 涂鸦景观的具体设计营造 ----- 028

1. 涂鸦景观设计的风格样式 ----- 028
2. 涂鸦景观设计中的问题 ----- 028
3. 不同涂鸦景观带的解决办法 ----- 031
4. 城市涂鸦景观的展望 ----- 035

第二部分 城市涂鸦景观实例赏析(国外篇) -- 037

1. 荷兰 阿姆斯特丹 ----- 038
2. 荷兰 乌特勒支 ----- 040
3. 荷兰 埃因霍温 ----- 042
4. 荷兰 代尔夫特 ----- 044
5. 荷兰 鹿特丹 ----- 046
6. 捷克 布拉格 ----- 050
7. 希腊 雅典 ----- 054
8. 意大利 威尼斯 ----- 056
9. 美国 明尼苏达 ----- 060
10. 美国 纽约 ----- 066
11. 法国 洛里昂 ----- 074
12. 泰国 曼谷 ----- 082
13. 马来西亚 吉隆坡 ----- 083
14. 日本 东京 ----- 084

第三部分 城市涂鸦景观实例赏析(国内篇) -- 093

1. 北京 ----- 094
2. 上海 ----- 124
3. 乌鲁木齐 ----- 138
4. 成都 ----- 142
5. 武汉 ----- 143
6. 沈阳 ----- 148
7. 长春 ----- 153
8. 重庆 ----- 164

- 后记 ----- 176



第一部分

涂鸦与我们城市的墙面

Graffiti on the Wall of
Our City

第一章 涂鸦的概念

1. 涂鸦与涂鸦景观

1997年的夏天,在沈阳鲁迅美术学院当时破败的后街,一群光着膀子梳着马尾辫的鲁美男生在夕阳下手拿喷灌漆的创作景象,在当时周边路人看来,无论是涂鸦行为还是涂鸦图像风格,都是十分新奇的。

上世纪90年代中期,涂鸦开始出现于中国几个文化信息相对发达的城市街头,从出现到今天也只有短短的十几年时间,所以涂鸦在中国是个非常年轻的艺术表达形式(如图

1.1)。和世界上大部分政府一样,我国政府也没有承认随意在街道墙壁上涂鸦的合法性。目前我国的涂鸦一般是由企业出资,经政府文化部门批准后,再在规定区域内进行商业化的涂鸦。所以涂鸦行为和涂鸦作品一直没有形成大气候的公共艺术,也因此涂鸦行为和涂鸦作品一直像火种一样生存在城市的社区街道墙壁上。



图1.1 上海废旧老屋的涂鸦形象

在高度商业化的今天,涂鸦开始以商业壁画的形式出现在中国少数几个城市的创意园内,比如北京的798,上海的M50,重庆的黄桷坪,以及乌鲁木齐的七坊街等(如图1.2、1.3)。涂鸦行为成为创意产业园对外宣传自己的一部分,涂鸦艺术作品也成为创意产业园的一个特殊景观,甚至成为自身的符号,并且这一城市景观艺术形式也正开始被其他省会级城市的市区景观规划所慢慢采纳,因此,涂鸦这种二维的视觉艺术形式在国内还会有很大的规划发展空间,涂鸦景观的形成正处于进行时。

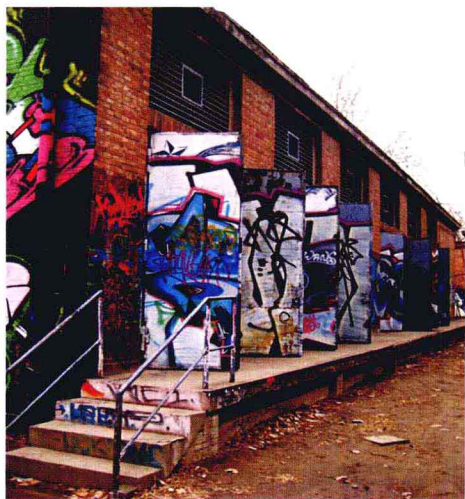


图1.2 创意园艺术家工作室的涂鸦创意

那么什么是涂鸦？它的概念该如何定义？

现代都市涂鸦的英文写法是graffiti，《牛津高阶英汉双解词典》对graffiti的解释是：drawings or writing on a wall, in public place, usually rude, humorous or political. (公共过街地道或墙壁上粗俗、幽默或含有政治内容的乱七八糟的涂写图画或文字)。

唐朝的卢仝写过一首诗：“忽来案上翻墨汁，涂抹诗书如老鸦”，是讲卢仝说其儿子乱写乱画顽皮之行，典故出自《玉川子集·云添丁》。卢仝有个儿子叫添丁，喜欢乱涂



图1.3 创意园艺术家工作室的典型涂鸦

乱写，常把卢仝的书册弄得又脏又乱。卢仝的诗句把儿子的顽皮和自己的无奈描写得惟妙惟肖。后来，人们便从卢仝的诗句里得出“涂鸦”一词，在汉语里流传至今。由此可见，涂鸦行为是人从小就有的天性。

那么什么是涂鸦景观呢？今天的涂鸦集聚区是已经商业化了的二维艺术视觉表达形式，是典型的都市公共艺术形式之一（如图1.4），同时也成为了新兴城市景观的一部分。当涂鸦作品集聚创作在同一处公共区域内，使该街区的整体视觉环境以一种都市文化符号的形式出现时，也就形成了生活在该区域内的人所创作的痕迹，即形成了该区域内的涂鸦景观带。



图1.4 上海简单的墙体涂鸦

2. 涂鸦景观形成的社区文化基础

涂鸦这一发源于西方的当代艺术形式的魅力何在？何以形成今天城市特有的街区景观带？涂鸦出现早期，无论国内国外，都被看作是非主流艺术表达形式之一，其表现形式是对社会不满的一种反主流的情感表达，是对个性自由的追求而已，并不具备独立的艺术审美价值，甚至不能被称为艺术，更不具备作为城市景观而言的应用价值。

上世纪60年代，对于成长于二战后的第一代美国婴儿潮，在欧洲还没有完全复苏，日本还没有完全崛起，前苏联还没有绝对实力和美国对抗的历史大环境下，拥有无限的优越感；然而随后的经济金融风暴，社会贫富差异过大，尤其是越南战争的失败这一系列社会危机和社会压力导致了大量年轻人的迷茫和叛逆的性格，从而催生了大量的次文化边缘人群，尤其是在失业率居高不下和受教育水平较差的黑人社社区，那里的人们更愿意在公共空间涂鸦出自己青年黑帮的标志。所以，从某种意义上说，像其他反文化形式如重金属摇滚音乐的产生一样，越战在一定程度上也成为涂鸦艺术成型的时代催化剂，而次文化人群聚居的社区是涂鸦产生的母体，它的诞生带有很大的草根性。

涂鸦成为部分年轻人表达参与社会事务，显示自我存在，发泄个人情绪的具有较强平民色彩的手段，成为边缘人群对话语权把握的一个自发的强制性的表现形式。涂鸦在越南战争后期的美国费城黑人社区出现，到上世纪80年代在纽约达到了创作顶峰，之后其创作的核心焦点地带转移到了柏林墙，涂鸦自此开始被西方主流社会所接受，对涂鸦文化的看法也开始由“亚文化”现象向“街头文化”的审美态度转变（如图1.5）。世界范围内的反

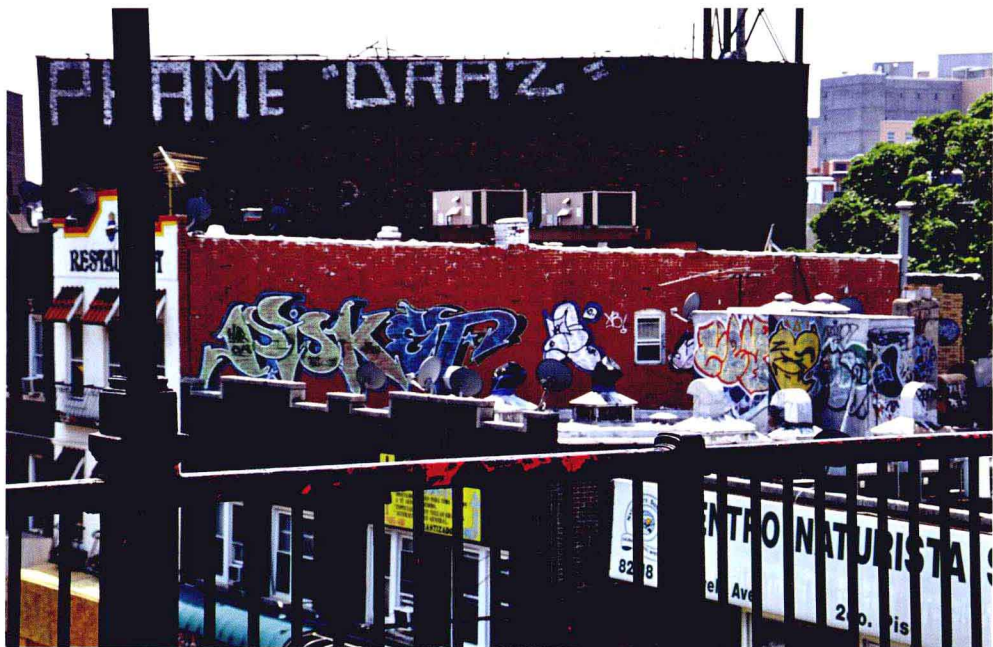


图1.5 涂鸦的形象设计和创作表达开始形成专业化

对越战的青年浪潮以及德国柏林墙的反铁幕政策运动等诸多时代历史因素，催生了充满叛逆精神、追求自由、追求自我表达的街头文化，而涂鸦就是街头艺术中最为典型和重要的一环（如图1.6）。



(a)



(b)

图1.6 纽约布鲁克林的社区墙体涂鸦艺术

涂鸦作品商业化后，它的风格图案开始在平面广告、时装，尤其是创意园中出现，从某种程度上说，涂鸦甚至成为创意流行时尚的一种风格体现。涂鸦艺术开始以一种新生的都市特有的街头文化艺术形式进入到人们视线当中，吸引着当代社会的眼球。以墙壁为载体所构成的二维景观模式已经成为城市街区景观最为显著的时尚代言符号，城市新兴景观设计样式的风格和符号化变得更加显著。也因此，涂鸦开始被主流社会所包容和接受，成为公众和政府都能够接纳的公共艺术景观形式之一。美国、澳大利亚等国经常举办以废弃公共交通设施作为涂鸦行为载体的公共艺术活动，创作内容常常反映该地区的生活环境状态（如图1.7）。而成型后的涂鸦作品在聚集展示的同时，自然形成了该街区内的涂鸦景观带。景观带的最初形成带有了明显的草根阶层的大众社区文化基础，也因此，涂鸦景观带在形成后被接受并最终成功地实现了商业化运作。

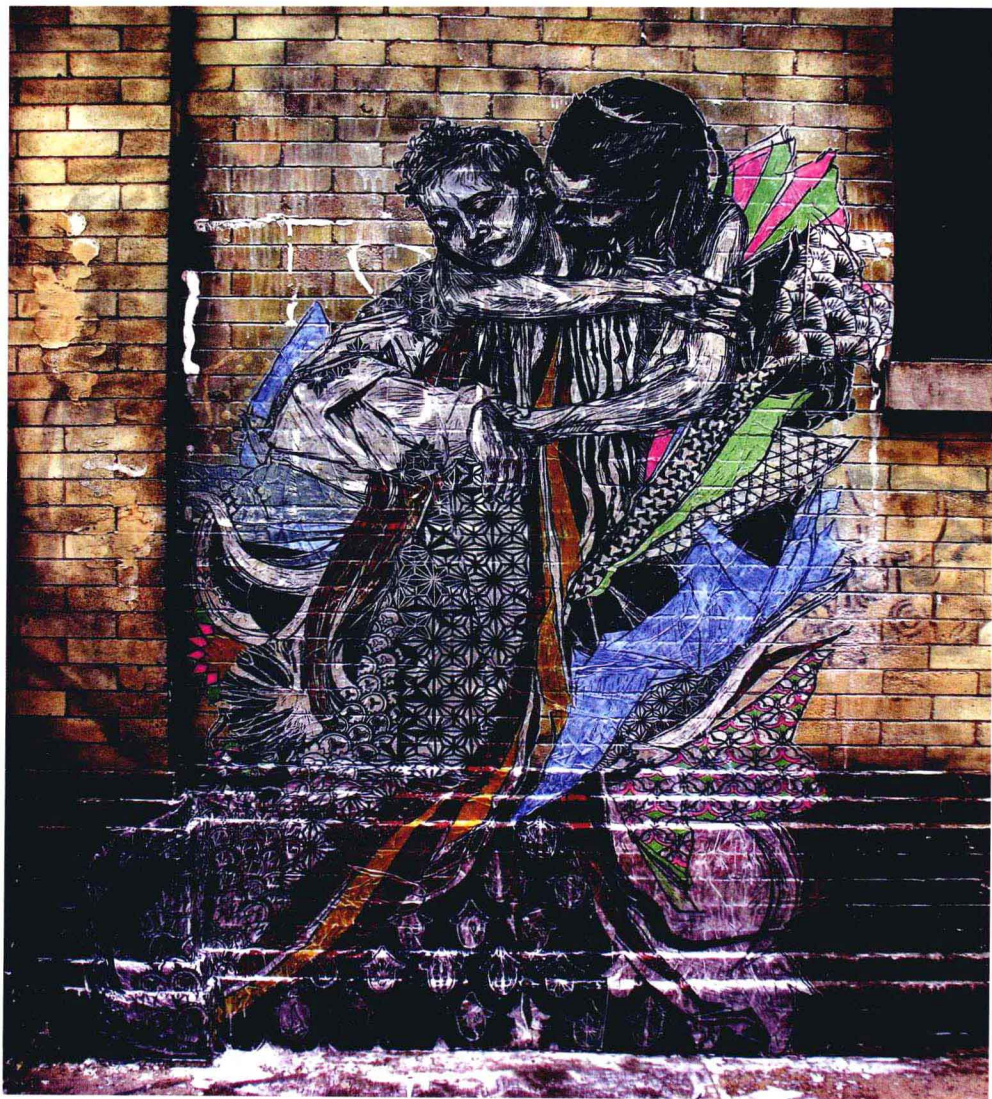


图1.7 纽约布鲁克林的街头墙体涂鸦，表现该空间环境内时常发生的生活缩影

3. 涂鸦景观在公共街区中的魅力

乘坐长春轻轨在亚泰大街站下车后会发现涂鸦创作带，在一个并不是很时尚并且相对安逸的省会级二线城市看到了涂鸦是让人惊喜的。涂鸦人群也正游走于这座城市的街头巷角（如图1.8）。像长春这样的城市涂鸦资源急待发展和整合，商业化后涂鸦景观带正逐渐在中国的二线城市呈现形成和发展的趋势。

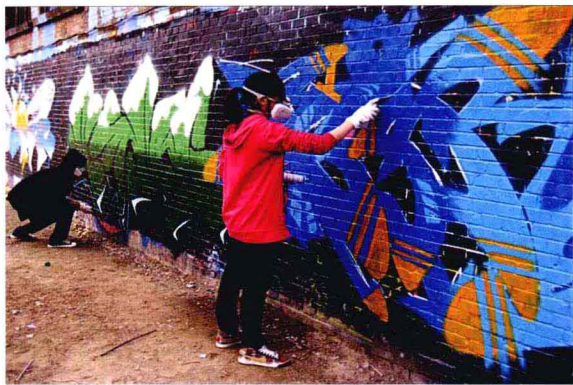


图1.8 年轻的涂鸦者在创作

很多活动使涂鸦作品开始被称为“涂鸦艺术”，从街头巷角走进美术馆的大厅和画廊的展台。1975年联合艺术家协会（United Graffiti Artists）艺术家空间（Artists Space）举办的作品展览博得了纽约艺术界的关注。作家诺曼·梅勒（Norman Mailer）将涂鸦浪漫地解释为社会自由的无秩序显示。一批街头“愤青”喷绘人员被当成艺术家请到艺术拍卖行正式推销自己曾经在街头或地铁创作过的图案作品。如美国著名的涂鸦代表人物基司·哈林（Keith Haring），他的作品曾经被多家画廊和美术馆展出、拍卖和收藏，1986年在柏林墙上涂画更让自己名声大噪。在这一时期，涂鸦由以前简单的涂写绘画向专业化和艺术化方向大幅度发展，涂鸦艺术表达的内容更加广泛，表达手法更加纯熟，参与创作的人员更加宽泛，同时也更加频繁地被应用到城市街区建筑的二维墙壁上去，成为一个城市新兴景观符号的一部分。

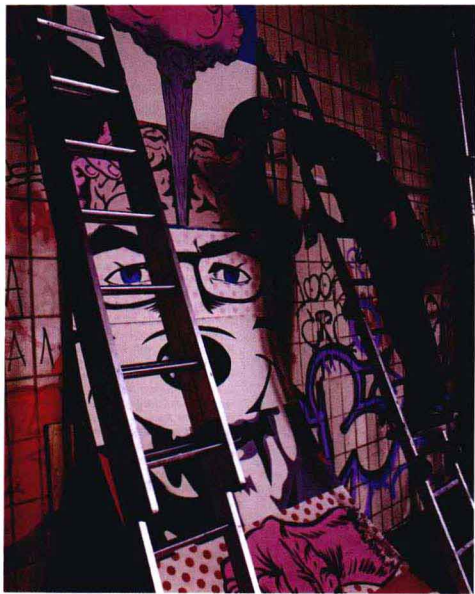


图1.9 纽约地铁涂鸦创作过程

涂鸦创作人群一般为25岁以下的青年，年龄整体上呈年轻化。对于年轻的涂鸦创意人群而言，必然希望追求符合自己价值取向的城市环境，而城市涂鸦人群的环境心理需求，对于街区公共空间向着最有利于自己存在感的环境土壤发展，是其创作最重要的部分之一。因此，涂鸦行为在全球开始流行（如图1.9）。涂鸦创意阶层无论是工作性质还是工作态度一直都标榜着强烈的个性化。而空间环境的个性化标志着其个人领域，因此标榜个性的涂鸦阶层需要城市给予其足够的个性化空间。而个性化空间既包括其个人空间的个性化，也包括街区涂鸦作品展示空间的个性化标志和风格。



图1.10 上海弄堂公共空间内的涂鸦作品

意性，它的创作表达内容包含社会生活的各个层面，而且涂鸦人在创作的时候都是在墙上原来的他人涂鸦作品之上进行自己的创作，作品本身就是不断替代翻新的，这种不断创新的特性本身非常符合现代社会创意产业的工作特点。例如北京798中的涂鸦受到园区入驻艺术家的鼎力支持。

涂鸦从出现到被商业化之前，它的表达一直带有浓郁的批判性，批判精神一直被认为是涂鸦作为

涂鸦人群更愿意在公共空间以视觉强行介入的形式将作品展示，因此涂鸦人带有很大的公共性，公共性是人渴望和他人交流的需求，在交流的过程中人自身被他人所了解，同时被他人肯定（如图1.10）。涂鸦人和涂鸦人之间，通过集体创作的沟通和交流来激发彼此的思维灵感，也因此现在很多大型的涂鸦区的最初成型都始于少数艺术家的工作室聚集，如北京798和上海M50。

涂鸦之所以成为城市景观环境设计的公共艺术元素之一，原因在于它时刻翻新的艺术创作特性符合了现代社会创意产业要求不断创新的行业特征，也符合了现代城市开放性公共性的文化艺术环境要求，同时满足了城市涂鸦人群自身追求个性的行为模式和强调自我表达的心理需求（如图1.11）。涂鸦艺术本身的特性就带有很大的创



图1.11 柏林社区公共艺术涂鸦形象



图1.12 柏林街头涂鸦创作



图1.13 柏林普伦茨劳堡区的涂鸦作品

公共艺术的一大特点和价值所在，也因此，涂鸦向周围环境传递信息的特性十分鲜明，这一特征没有因商业化的过程而消失，反而传达信息的特性更加明显，涂鸦在相当大的程度上成为了创意产业园的广告宣传媒介。

作为城市公共艺术的二维艺术表达形式，涂鸦需要大量的艺术创作人员相互交流协作才能完成，有其广泛的大众参与性。这也是涂鸦成为现代都市街区景观的根本价值和艺术生命力所在。涂鸦艺术是公共艺术“多元化”大众参与的一个标志，是城市公共性创意思维的集中体现（如图1.12）。

涂鸦的表达风格充满着强烈的个人色彩，其张扬的不修边幅的图案和字体带有极强的个性化，涂鸦没有统一的风格样式，在具备整体的统一张扬个性外，每个涂鸦作者所创作出来的内容和风格各不相同，因此，涂鸦的个性化特点非常符合现代社会年轻阶层的价值取向。涂鸦行为具有桀骜不驯的青春不死精神（如图1.13）。

4. 景观带的策划与创作过程

作为城市公共艺术景观的涂鸦创作，它的表达是以建筑或街道的墙面为二维载体的，因此，它的规划主要侧重于不同块面的二维设计。在一个社区街道环境内，先确定好涂鸦的区域和非涂鸦的区域，不是整个墙面都要涂满，原先区域的环境要有呈现，原先墙面的肌理还要有所保留。预先策划设计的地点必须考虑到公众视线的最大观察度，因为涂鸦的魅力在于展示的效果。

作为商业行为的涂鸦，自然要考虑到涂鸦创作团队的雇用和选择问题。对于中小型的规划场地，选择单一的涂鸦团队比较适合，因为创作的风格比较统一；而对于较大型的规划场地，可以选择几个创作团队同时进行创作，这样显得集聚区的视觉效果更为突出，以后创作的可持续性也更有活力；但大型场地的涂鸦规划在整合几支团队的创作时，需要策划人对整体规划设计环境有一个宏观的规划和把握，第四章将做重点讲解。

涂鸦的工具多种多样，没有严格的界限，装修板刷、油画笔、喷漆罐等都可以进行涂鸦创作，有时候面积大的涂鸦还需要梯子和脚手架。但主要的涂鸦者更多的是使用喷漆罐。喷漆罐从出现到使用就和涂鸦行为有着某种天生的绝配意味，它的绘制速度和创作覆盖力非常适合涂鸦行为，也因此被涂鸦人群奉为最爱，甚至成为涂鸦人的代言符号。

涂鸦的创作一般是即兴发挥来表达作者的激情和理念，这也是涂鸦非常具有活力的魅力之一，但面积较大、表达手法细腻的创作则需要有个事先的策划过程，一般会有草图、勾线稿、上色、进一步调整的创作过程，最后达到作者满意的一个视觉效果（如图1.14）。



(a)



(b)

图1.14 墙体涂鸦从线稿、上色到喷漆的整体制作过程，流程工艺很简单，但视觉效果奇炫，喷漆色系大体如此

第二章

涂鸦景观的艺术特质与景观理念

1. 涂鸦景观的商业化

涂鸦到底能不能被称为艺术? 野地里成长的涂鸦到底能不能被商业化招安? 关于这些方面的学术争论已经足够多了, 笔者不想表达过于偏激的想法而将前人的观点全部否定, 但其实道理非常简单: 在一个社会资源共享的时代趋势下, 公共艺术在城市里肯定是要大量发展的, 而资源共享在很大一个层面上是信息共享, 在一个传播的时代大背景下, 能够被最基层的人所认知的艺术形式自然是要以商业化的方式在传播中发挥到极致。

在当代文化艺术发达和创意产业蓬勃发展的城市里, 涂鸦艺术开始广泛存在和发展起来。可以说涂鸦艺术的存在和其所承载的母体——城市创意产业园区, 有着密不可分的关系, 与城市的公共空间和城市环境有着直接的联系。作为城市艺术存在的载体, 开放性的创意产业园区承载了城市公共艺术的发展与演变, 创意产业园区的作用和创意人群的工作是个性化的, 因此, 创意园区的公共空间的环境与其他园区相比有着明显的不同, 其工作性质的不同使涂鸦首先在这里合法产生和大量发展起来(如图2.1)。



图2.1 上海莫干山路的涂鸦特色景致

随着时代的变化, 大众有能力通过艺术手段创造社区快乐生活。尽管这些活动不是很专业, 也很难创造出永恒的艺术作品, 尤其像涂鸦这样不断翻新, 像樱花般转瞬即逝的艺术形式, 但它却能释放人的表现欲望和创造才能, 尤其是年轻人, 而涂鸦正是为他们提供了随意挥洒才能的机会和条件。

2. 涂鸦景观的功能和形态

在城市公共场所和创意园区周围最为显著的二维视觉艺术作品就是涂鸦艺术, 涂鸦之所以大量创作于公共空间, 很大的原因在于它的艺术特性符合了城市公共艺术对场所设置的要求和创意阶层追求自我生活的形态。作为一种在国内新兴的艺术形式, 秉承了个性化表达的涂鸦正以前所未有的生命活力绽放在城市公共街区和创意园区内(如图2.2)。



图2.2 纽约街区的涂鸦表现

涂鸦艺术在公共场所和创意园区的出现与发展跟现代城市的发展是分不开的。在城市化的进程中,经济的发展使城市基础设施建设得到发展,也促使了文化艺术的发展。涂鸦艺术的出现环境遵循一定的规律,例如在历史悠久、人文环境艺术氛围浓厚、城市信息繁荣程度较高的城市,这种面向公众宣扬自身存在的视觉图形艺术形式的出现频率会高于其他地区。

涂鸦的出现丰富了城市街区的色彩饱和度和多样性,由于涂鸦创作是人为的创作行为,因此,将原本割裂开来的人和环境以一种人为的活动痕迹联系起来,这在现代都市以个体为单位的生活中显得十分珍贵和亲切,涂鸦创作的内容更直接地捕捉了当前社会的热点和关怀,也因此将这种环境和置身于环境中的人的联系衔接得更为紧密。

3. 涂鸦景观所秉承的文化价值理念

涂鸦之所以成为城市公共艺术设计的符号元素之一,原因在于它的艺术特性符合了城市公共艺术的特征,满足了涂鸦阶层的行为模式和心理需求。归纳起来有如下几点:

(1) **公共性** 作为城市街区景观的二维艺术表达形式,涂鸦需要大量的艺术创作人员相互交流协作才能完成,有其广泛的大众参与性。这也是涂鸦成为城市公共艺术的根本价值和艺术生命力所在。涂鸦艺术是现代都市倡导的公共艺术“多元化”大众参与的一个标志,是市民公共性创意思维的集中体现(如图2.3)。



图2.3 上海莫干山路的涂鸦

(2) **个性化** 涂鸦的表达风格充满着强烈的个人色彩,其张扬的不修边幅的图案和字体带有极强的个性化,涂鸦没有统一的风格样式,在具备整体的统一张扬个性外,每个涂鸦作者所创作出来的内容和风格各不相同,因此,涂鸦的个性化特点非常符合现代社会尤其是年轻人的价值取向和工作性质(如图2.4)。



图2.4 上海莫干山路的个性化涂鸦形象