

现代城市形象塑造 及中国本土化研究

宋冬慧 著

XIANDAI CHENGSHI XINGXIANG SUZAO
JI ZHONGGUO BENTUHUA YANJIU

国家一级出版社”



中国纺织出版社

“全国百佳图书出版单位”

现代城市形象塑造 及中国本土化研究

宋冬慧 著



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书不仅论述了城市形象的认知以及多元视野下的城市形象,城市形象的塑造方法与传播,同时也对城市形象与本土化之间的关系,以及如何体现出现代化城市风貌、如何使城市传统文脉得以延续、如何寻求城市各因素的和谐发展、设计符号学在城市形象塑造中的应用等展开研究。最后,本书对中国城市形象建设的现状与发展,北京、宁波等城市形象的中国化探索进行研究。

图书在版编目(CIP)数据

现代城市形象塑造及中国本土化研究 / 宋冬慧著

— 北京:中国纺织出版社,2018.5

ISBN 978-7-5180-4076-6

I. ①现… II. ①宋… III. ①城市—形象—研究—中国 IV. ①TU984.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第231769号

责任编辑:姚 君

责任印制:储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124

销售电话:010-67004422 传真:010-87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://www.weibo.com/2119887771>

虎彩印艺股份有限公司印刷 各地新华书店经销

2018年5月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:14.5

字数:201千字 定价:69.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前 言

城市形象反映了一个城市的特色和内涵。城市形象塑造有利于诱导城市经济、文化良性发展,提升城市竞争力与知名度,增强城市竞争力,改善环境质量和保护机能。

本书共六章,内容可分为三个部分,第一部分第一、二章探讨城市形象的认知以及多元视野下的城市形象;第二部分第三章至第五章阐述城市形象的塑造方法与传播;第三部分第六章介绍中国城市形象建设的现状与发展,并对北京、宁波等城市形象的中国化探索进行探讨。

本书的撰写重点突出以下特色。

学术性。本书不仅综合探讨了城市形象与本土化之间的关系,同时就如何体现出现代化城市风貌、如何使城市传统文脉得以延续、如何寻求城市各因素的和谐发展、设计符号学在城市形象塑造中的应用等展开研究,具有一定的理论与实践及学术价值。

时代性。本书撰写借鉴近年来城市形象研究的理论成果,又大胆突破不适应当前形势需求的城市形象塑造发展模式,从而形成一套具有强烈时代性的研究体系。

启发性。本书通过图文结合的形式阐述了城市形象设计方法、表达、内容等,并选取一些经典作品及一些具有代表性的国家的城市形象设计案例进行分析,使读者不仅能体味出设计理念,也能感悟到人间、时间、空间等的高度融合。

作者在撰写本书时,得到国内外很多专家学者的大力支持,同时也参考借鉴了一些国内外学者的有关理论、材料等,在这里

向著作者表示感谢。本人在撰写过程中,虽极力丰富本书内容,力求著作的完美无瑕,但仍难免存在疏漏之处,还望各位同仁斧正。

编者

2017年7月

目 录

第一章 城市形象的认知·····	1
第一节 城市形象的内涵与实质·····	1
第二节 城市形象研究的现实意义·····	11
第三节 城市形象系统分析·····	15
第四节 城市形象研究的方法与程序·····	22
第二章 多元视野下的城市形象·····	42
第一节 人间、时间、空间维度下的城市形象 ·····	42
第二节 社会、经济、文化、历史、艺术 维度下的城市形象·····	55
第三节 国际视野中的典型城市形象对照·····	69
第三章 城市形象的要素构成·····	80
第一节 城市基础设施与城市形象·····	80
第二节 城市文化要素与精神文明建设·····	104
第三节 城市生态要素与生态文明建设·····	119
第四章 城市形象品牌和视觉识别符号的建构·····	131
第一节 城市形象品牌的建构与设计·····	131
第二节 城市形象符号体系·····	138
第三节 城市视觉识别符号设计·····	139

第五章 城市形象的传播与形象片创作·····	146
第一节 城市形象传播途径·····	146
第二节 城市色彩形象识别与传播·····	162
第三节 城市形象片的创作·····	172
第六章 现代城市形象中国化探索·····	179
第一节 中国城市形象建设的现状与发展 ·····	179
第二节 中国化探索之一——北京城市形象 ·····	182
第三节 中国化探索之二——宁波城市形象 ·····	201
参考文献·····	223

第一章 城市形象的认知

现代城市发展,与现代科学技术、文化内涵、地域分布存在着极大的关系,所以,塑造城市形象也需要基于这一背景进行。当前,城市形象的认知是现代城市发展过程中的重要部分,也是吸引外来人群的“软实力”,需要我们重点关注。本章我们重点论述的就是城市形象的认知,包括基本内涵、实质、城市形象研究的意义等多个方面。

第一节 城市形象的内涵与实质

一、城市形象的内涵

在《Great Britain Encyclopedia》中,“城市”(city)的概念能够被定义成:“一个相对永久性的、高度组织起来的人口集中的地方,比城镇与村庄的规模大一些,也更加重要。”《China Encyclopedia》又将“城市”概括成:“依一定的生产方式和生活方式把一定地域组织起来的居民点,是该地域或更大腹地的经济、政治和文化生活的中心。”“城”和“市”最初是两个不相同的概念,“城”指的是防御功能,“市”则指进行交换与贸易的场所。

随着社会发展到现在,城市已经逐渐形成了一个内容十分庞杂、构成极为繁复、十分难于概括的抽象概念,它代表了在一定时期内的社会生产力发展水平,是人类集中对自然改造的真实反映。图 1-1 至图 1-3 所示的城市体现出的典型特征在于:区别

于农村的经济形式,以非农业活动作为其主体;具有政治、经济、文化等多个方面的中心职能地位;由大量的人口所组成的人类聚集地区,满足了居民特定的生活需要;有着农村地区所不能比拟的物质条件与就业环境。不同的学者对于城市的理解也都存在着极为明显的差异。社会学者认为,城市实际上就是社会化的产物;经济学家则把城市看作人口和经济活动在空间层面上的集中;而建筑师则将城市和多种建筑的形式以及空间组合联系到一起。

“形象”一词在《辞海》中被定义成事物的“形状相貌”,在文学艺术作品中常常是指“文学和艺术区别于科学的一种反映现实的特有手段”。英文中的“Image”,代表“一个人或者具体事物的实体形象”。所以,“形象”也具有双重含义:一方面指的是某一事物的实体形式,另一方面是在艺术作品中,它也是表达现实的重要手段。



图 1-1 日本大阪的现代城市风貌



图 1-2 英国爱丁堡的古典城市形象



图 1-3 英国爱丁堡的现代城市形象

城市形象的研究也恰好是以城市作为参照,从人类感知与形态的表象角度对城市做出研究的一种学科。作为其他学科的重要补充形式,城市形象也是从人类感知的直接经验出发,以艺术与美学的视角建构起城市形态的有关理论研究体系。它同时还是从具体的、可感知的物质形态研究方面出发,探寻建立城市特定视觉秩序的有关原则。除此此外,如果是作为一种艺术品来看待城市形象的话,其同时还具有比较典型的造型艺术特征,它主要是利用不同的艺术形式来表达城市的外在表象,是传达城市有关文化内涵的重要艺术载体(图 1-4)。

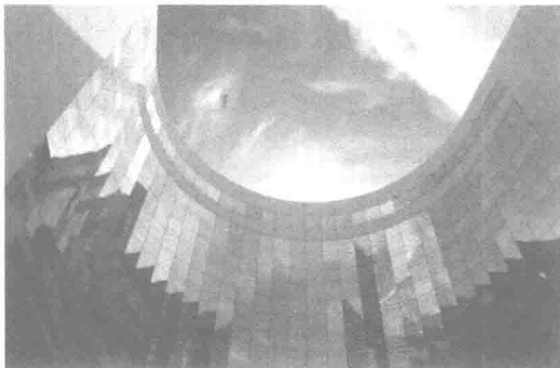


图 1-4 大面积玻璃和钢结构运用代表了现代化

总之,通过对城市形象的研究课题做出进一步的探讨,力求在当前极为快速发展的城市建设过程中,建立起一种相对和谐有序的城市发展环境,使民族文化在当代继续延续,将地域特色凸显出来(图 1-5、图 1-6)。



图 1-5 独特的美国布法罗市政厅大楼



图 1-6 风格独特的泰国大皇宫

二、城市形象的构成

城市形象涵盖了十分丰富的内容。其中包括了能够被人们所感知的物质形态元素及其所蕴含的内在文化意蕴。

(一) 城市建筑

城市建筑的好坏对城市的现代化文明程度高低起到了决定性作用。这不但要求现代城市建设过程中需要大规模的现代化建筑样式,充分体现出极高的科技发展水平,而且更加重要的一点是应充分表现为一种对传统的文脉加以继承与发扬的精神,如盖里的建筑设计形式很好地继承了传统(图 1-7)。

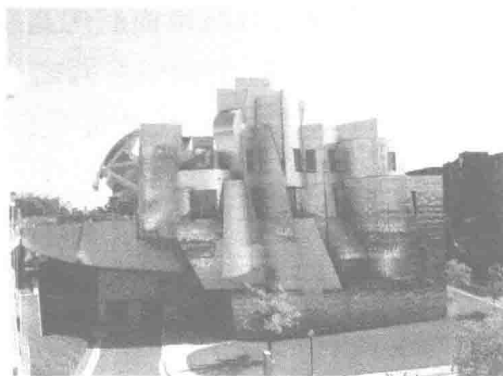


图 1-7 著名建筑师盖里的特色建筑设计

(二) 城市边界

城市边界主要是指分隔不同城市或城市和乡村的主要界线(图1-8)。城市的边界会随着城市的扩张和收缩发生相对的变化,界限也是模糊与不确定的。但是,现代城市的发展则更趋向于要求人们建立一座带有明确城市边界特征的城市,以便于区分不同的地域风貌,并且充分利用这一明确的边界限制城市的发展规模与盲目扩张。城市边界通常都是由道路构成,通过道路分割建立起城市边界移动过程中观察城市的视觉通道,同时展现较好的城市发展线,是现代城市建设整体形象的重要因素。



图 1-8 古城都有属于自己的边界线

(三) 节点

作为现代城市发展的战略性焦点,应该具有十分明显的形象

特色,它能够起到吸引人流及突显城市面貌的重要作用。多个节点的大小、形状及其位置的设置,在城市空间之中应该做到统筹兼顾,建立一个开放型和封闭型的节点之间相互配合、彼此呼应的空间格局。节点能够成为建筑物的组合,也是一个开放的广场空间,它对人群的集聚效用以及内部功能的完善可以起到极大的作用,是一座城市节点得以成功的关键(图 1-9)。



图 1-9 城市中人流较大的节点

(四) 标志物

通常是由艺术作品构成,它的形象特征、体积大小和肌理色彩变化在城市中起到重要的引导和指示作用(图 1-10)。标志物的外在形象特征不仅代表着城市居民的某种文化审美取向,同时它还是一个时代的真实写照,反映了特定民族的内在文化精神气质。



图 1-10 美国华盛顿箭塔碑及周边景物

三、城市形象的实质

一个新城市带给人们富有“城市特质”的个性形象、文化气息或文化内涵,人们便会期望找到这个城市本质的要素来源,而这个本质的要素来源就是基于这个城市的文化。

(一)关于城市文化

土耳其著名诗人纳齐姆·希克梅特说过:“人的一生有两样东西不会忘记,那就是母亲的面孔和城市的面孔。”就城市而言,形象不是一个简单的可供辨认的符号性标志,而是它人文精神的集中体现。城市形象理论是建构在“形象”与“文化”的意义上的。

今天,“文化”已成为使用频率最高的词汇之一,是一个内涵丰富、外延宽广的多维概念。其定义之多、之广,可谓是仁者见仁、智者见智。英国著名人类学家泰勒在《原始文化》中曾对文化做出这样的界说:“文化或文明,就其广泛的民族学意义来说,乃是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗和作为一名社会成员的人而获得的能力和习惯的复杂整体。”文化作为知识体系、信仰体系和生活方式、文化力而存在。“尤其在当代社会,文化越来越成为经济和社会发展的战略资源,成为一国、一地和一市综合竞争力的重要组成部分。”文化成为城市延续的纽带。

城市文化随城市的产生、发展而逐步形成;城市文化的延续过程,记载着城市的过去,叙述着现在,预言着未来。城市文化包括城市的文化品位、城市人的文化涵养、氛围、公众行为群体、设施及具体活动等各种文化要素构成的总和。从形而上的角度看,城市文化是一个城市特有的历史、特有的形象、特有的精神;是城市人所特有的价值观念、思维方式、行为方式、生活方式。每一个城市在发展过程中会因地理环境、经济繁荣程度和交通条件而产生自己的文化特质。

城市政治、经济、社会、地理、环境、资源、历史等诸多构成要

素在城市的人间、空间与时间同时发生作用时形成一股合力,促成了独特的城市文化整体。这个城市文化整体由众多子系统组成,广义地分为三个层次,即物质文化层次、制度文化层和精神文化层。城市的精神文化是城市文化的内核或深层结构,一部分是通过物质载体,另一部分则以城市市民的心理观念等形式存在。

(二)城市形象与城市文化

城市是人类文明和创造力的源泉。城市是有形象的,而且是有理论的,城市形象的系统设计是要受到该城市地域文化的“心理”要因的制约,从文化与形象的意义对城市进行总体的设计,进行一种美学的思考,使得城市形象更好。

城市文化是城市形象的根之所系、脉之所维。每一座城市经历时空的旅程,都有自己的历史值得去深入挖掘,有珍贵的历史遗迹需要保存,有历史脉络有待延续和完善。城市记忆是一座城市文化价值的重要体现,给城市市民亲切和温馨的归属感。

城市是有灵魂和记忆的生命体,它存在着、生长着,为人类持续创造一种舒适、便利及精神层面的慰藉。环顾世界,凡是在人们的脑海中留下比较深刻印象的城市且具有强大发展竞争力的城市,都有它们独特的文化符号。如尼泊尔的首都加德满都就是一座有着一千多年发展史的古老城市,它以精美的木石雕刻、独特风格建筑而成为尼泊尔古代文化的象征(图 1-11)。在城市化大发展的总体趋势下,人们的生存以及具体的生活方式是以城市为中心,在物质方面发展得越来越多,在空间上的发展也变得越来越大,同时在这个发展过程之中,城市文化自身也是在“润物细无声”中影响着人、陶冶着人,凝聚人心。城市形象一方面展示鲜活的城市个性,另一方面也凝聚这座城市人民精神的力量源泉。



图 1-11 尼泊尔加德满都城市形象和传统文化的结合

显而易见,城市文化对城市形象的塑造十分重要。

首先,有助于更好地理解城市形象研究的意义。世界文化与经济、政治相互融合的趋势日益明显,文化的内涵和功能对经济和社会的影响越来越强。如果良好的城市形象是普适的,那么就需要通过城市文化个性来增强城市形象的差异性。此外,由于全球化进程威胁到了整体文化的多样性,尊重现存的文化变得日益重要。

其次,注重文化的城市形象研究,必然建立在对城市形象诸要素统筹考虑的基础之上。城市的文化底蕴、市民的文化素质和文化氛围,已日益成为城市发展重要的软环境。

最后,城市文化优势正在成为城市形象竞争比较优势。21 世纪,城市以文化论输赢。对城市文化的充分研究,将对建立城市形象系统起到重要作用,使城市形象在构建中形成历史文化与现代文明的多元共融,形成多样统一的城市文化形象。

(三) 城市形象与城市文化的涵容与选择

城市本身就是文化遗产。日本东京就是将现代与传统融为一体的国际大都市。身在东京的人能一边穿梭在摩天大楼间,体味现代化的东京大都市气度和风尚(图 1-12),一边撞见江户时期的建筑、店铺等,领略传统的风俗,感受东京对传统的呵护和钟爱(图 1-13),以及对传统的民间习俗等极大的尊重和弘扬。东

京是寸土寸金之地,却星罗棋布地坐落着两万个寺庙。现代中透着传统,传统中散发着时尚,古风犹存,令人景仰。我们是否可以这样认为:城市文化是城市得以延续的重要内容。



图 1-12 日本东京现代化大都市的气度和风尚



图 1-13 日本东京江户时期的传统建筑

文化的发展具有两种选择模式:一种是替代性,一种是积累性。城市文化因此具有双重性:最妙与最先进的科学文化和行为观念以及相对退步与衰弱的文化也同样产生在城市里面。即使在世界上最发达的城市,也有污染、交通拥堵、犯罪、吸毒、自杀等现代的“城市病”。

也正因为城市存在着上述病症,才需要淘汰城市文化中的糟粕,不断构建城市的新形象。由此,我们的概念逐步清晰起来:城市形象的塑造,也是在塑造城市文化,是“城市文化资本”的增值性经营。值得注意的是,要避免为了挖掘文化而陷入城市文化