

符号学在旅游主题景观设计中的应用

李会云 陈 谨 张位中

[摘要] 随着社会经济的发展和物质生活水平的提高,人们开始追求一种田园生态、个性创意、宜居宜人、休闲舒适的生活方式,在这种趋势带动下旅游主题景观应运而生,它一经产生便具有了符号的意义和特征。然而,目前国内从符号学角度出发研究旅游主题景观的尝试几乎是空白。为此,本文从符号学的角度出发,对旅游主题景观的概念进行了界定,并在此基础上结合符号学的理论探讨了旅游主题景观的设计理念、设计原则和设计流程。

[关键词] 旅游学;符号学;主题景观;设计与应用

中图分类号: F590.1

文献标识码: A

文章编号: 1004-3926(2011)05-0139-04

作者简介: 李会云(1978—),女,河北保定人,四川大学历史文化学院文化遗产与旅游开发方向博士研究生,研究方向:文化遗产与旅游开发; 陈谨(1974—),男,四川成都人,四川大学历史文化学院讲师,博士研究生; 张位中(1988—),男,甘肃景泰人,四川大学旅游学院旅游管理专业硕士研究生。四川大学历史文化学院。四川 成都 60065

随着社会发展和物质生活的提高,人们开始追求一种趋向于精神层面的生活方式和旅游方式,旅游主题景观便产生于此趋势需求下。旅游主题景观承担了情感归属的意义传递载体,并通过这个载体传达人们所追求的生活方式,这种通过载体传达意义的过程实际上就是交际过程,而一切为满足交际需要所创造的媒介物如手势、有声语言、书写文字、图画、预先约定的信号等等都是符号。从这个意义上来讲旅游主题景观天然是一种符号,而这个符号是社会交际系统里众多符号中的一种。因此,我们从符号学的角度认识旅游主题景观才能够准确把握其意义特征,只有把握了其意义特征才能对旅游主题景观的设计原则、设计理念、设计流程等做出合理的分析和把握。

一、相关理论研究综述

(一)国内外关于符号学的研究进展及动态

符号学是研究符号的科学,即“符号学是系统地研究语言符号和非语言符号的学问”。^[1]现代符号学思想有两个源头:一个是瑞士语言学家索绪尔(F. de Saussure),另一个是美国逻辑学家皮尔斯(Charles Sanders Peirce)。他们几乎是在同一时期提出了“符号的科学”这一概念,被视为现代符号学的奠基人。作为一门独立的学科,符号学的研究始于20世纪60年代的法国,之后迅速勃兴于美国和前苏联等国家。目前,符号学的研究已

形成一种国际性的学术热潮。它不仅正以强劲的发展势头向各个学科渗透,而且已成为跨学科、跨领域的方法论之一。

(二)国内外关于旅游主题景观设计的研究综述

19世纪美国开始产生了景观学(Landscape Architecture),发展到今天已经形成了一系列的理论著述。如:汤姆·特纳(英)的《景观规划与环境影响设计》;迪克逊(美)的《城市空间与景观设计》等。在景观学不断发展过程中,主题旅游及主题社区也在不断兴起。在此过程中出现了一些关于旅游主题景观设计的研究内容,如恩斯特·斯登博格(Ernest Steinhilber)在《旅游体验肖像学》(The iconography of the tourism experience)中以北美尼亚加拉瀑布为例,从肖像学的角度对如何设计有效的旅游体验,增强主题形象进行了探讨和研究。^[2]

就国内而言,景观学科的研究内容主要集中在景观设计、景观教育、景观理论、景观美学等方面。^[3]如孙力扬,周静敏在《景观与建筑——融于风景和水景中的建筑》中选取了51个典型案例,从不同的角度反映了建筑与自然和景观相互协调、相互影响的关系。^[4]从目前CNKI网收录的9篇关于旅游主题景观研究的论文来看,其研究内容主要集中在某一类旅游主题景观的设计研究上,如对地质古生物旅游主题景观的设计,^[5]对梅花旅游主题景观园的设计^[6]等。然而,无论是从景观学的角度,还是从主题旅游的角度,目前都没

有人对旅游主题景观的设计做出过系统的研究和论证,更很少有人从符号学的角度对旅游主题景观做出过研究。

二、用符号学理论认识旅游主题景观的概念

(一)抽象概念

所有的文化现象实际上都属于符号系统,景观也不例外。旅游主题景观的形式构成与语言的规则有着某种难以言说的相似性。例如在逻辑形式上,历史比较语言学认为语言符号本质有两大要素:意义要素和关系要素。而旅游主题景观同样具有意义要素和关系要素,旅游主题景观的意义要素在于旅游主题景观需要表达一定的意义转换生成,而其关系要素表现在旅游主题景观的形式与功能以及景观各部分之间有着一定的逻辑关系。因此,在旅游主题景观中引入符号学中的语言符号理论研究方法,能更加清楚地了解景观意义的创造过程和意义的表达过程,也能使设计更加有条理,使景观作品能更有效地表达出蕴含于其中的意义。

旅游主题景观的设计过程实际上就是旅游主题景观语言符号的形成过程。旅游主题景观的设计完成后,就需要通过一定的途径将景观展现给游客,也就是旅游主题景观语言符号意义的传递,符号与意义间属于“语义关系”,依靠的是编码传递机制。其具体模式如下图。^[7]

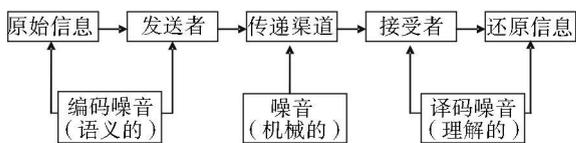


图1 编码传递模式

在旅游主题景观语言符号的编码传递模式中,“原始信息”是旅游主题景观的语言符号(包括旅游主题景观的形状、颜色、材质、主题及设计师的设计思路、设计理念等),“发送者”是景观设计师,“传递渠道”是感官系统,“接受者”就是游客,而模式中的“还原信息”即是游客所理解的意义,也就是旅游主题景观作品的意义。编码噪声则可能是设计师审美偏差造成的失误,译码噪声则是游客误解了设计师的设计理念而造成的偏差。

综上,对旅游主题景观的概念可以定义为:“景观设计师通过自己的设计构思、创意灵感,文化修养、审美情趣等,有意识地创造符号并构成语言体系,从而达到客观世界或关于设计传达过程的任何一方的感情的、审美的、意义的等能够使文

化得以建立和延续的外在形式和内在体验。”

(二)具象概念

前面我们从符号学的角度分析了旅游主题景观的抽象概念,但是,任何的符号都是对具体意义的归纳总结以及形式的展现,在其抽象的形式下必定包含着具体的内涵,在本文的研究中我们并非就符号概念而论概念,而是要从符号学的角度和基础上演绎出旅游景观所包含的具体内容。因此,我们主要从旅游主题景观语言符号的内在体验及外在形式两个方面进行演绎。

1. 旅游主题景观语言符号的内在体验:“主题”的概念

从旅游主题景观语言符号中的内在体验我们演绎出了“主题”的概念,主题可称为主题思想、核心概念。主题并不是赤裸裸的抽象思想,而是与具体的题材与艺术形象的特殊性密不可分的结合在一起。^[8]主题是由专业规划人员根据项目的具体目标,以规划区物质环境的基础资料为依据,整合项目的各种优势资源,通过客观的市场调研和定位分析,提出的核心理念,在空间上贯穿于整个规划区的内外环境,其内容具备了一定的文化内涵。

2. 旅游主题景观语言符号的外在形式:“景观”的概念

同样,从符号学的角度来讲,“景观”就是旅游主题景观语言符号的外在形式,它是指人类生活所在的土地以及土地上的空间和物体所构成的综合体,传统意义上的景观概念可分为自然生态景观、社会人文景观和经济产业景观等三个层面。自然生态景观包括地质地貌景观、水文景观、生物景观和气候气象景观等;社会人文景观包括古代人文景观、近代人文景观、现代人文景观等;经济产业景观包括农业景观、工业景观、商业景观等。

(三)“旅游主题景观”的概念

旅游主题景观是社会经济发展到一定阶段的产物,它体现出了人们对一种新型生活方式的向往和追求。旅游主题景观是在对区域背景、区域环境、区域文化、区域特征等方面系统、全面分析基础上,由主题和景观整合提升出的具有浓郁地域特色的文化景观。它主张居住生活文明化、景观塑造特色化、设施服务完备化的设计意境,从整体上追求自然生态、社会人文向文化层面的转变,形成一种集田园生态、个性创意、宜居宜人、休闲舒适等为一体的新型生活方式。

三、从符号学层面看旅游主题景观的构成

旅游主题景观是一定区域内文化积聚的产物,它是精英文化与大众文化融合的产物;是抽象文化具化和细化的产物;是文化经济化和现代化的产物;是自然景观文化与人文景观文化不断创新的产物。因此,文化不仅是旅游主题景观设计的“引擎”,也是旅游主题景观设计的“源泉”,更是旅游主题景观设计的“灵魂”。

(一) 旅游主题景观的符号学构成

关于旅游主题景观语言符号的构成可以用符号学的结构主义理论进行分析,旅游主题景观的语言符号包括表层结构和深层结构,^[9]表层结构是其外在形式,简单地讲就是旅游主题景观作品各部分,各要素之间的排列与组合,也就是旅游主题景观所表现出来的形状、材质、颜色等。而旅游主题景观语言符号的深层结构则是指在旅游主题景观表象背后存在着某种特殊的结构,表现出深刻的审美意象,通达具有哲理意味的人生境界,能够激发游客生发丰富的思绪,给人以无尽的遐思。从这个意义上来说,旅游主题景观语言符号的深层结构还包括旅游主题景观的主题选取、设计者的设计思想、设计理念以及审美情趣等因素。

(二) 旅游主题景观的一般构成

旅游主题景观的一般构成主要由自然生态文化景观、社会人文文化景观和经济产业文化景观等三个层面构成(见图2)。

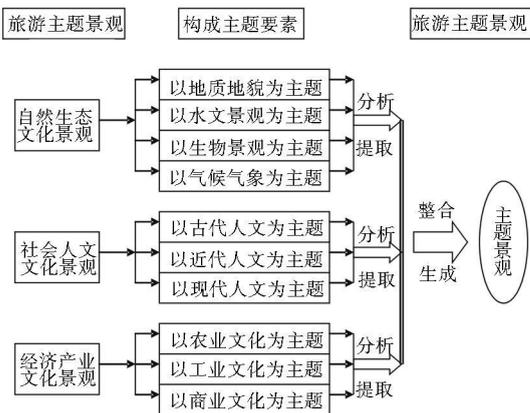


图2 旅游主题景观构成示意图

图示中,自然生态文化景观包括分别以地质地貌、水文景观、生物景观、气候气象等四个方面为主题的景观;社会人文文化景观包括分别以古代人文文化、近代人文文化、现代人文文化等四个方面为主题的景观;经济产业文化景观包括分别以农业文化、工业文化、商业文化等四个方面为主

题的景观。

四、基于符号形成过程的旅游主题景观设计流程研究

(一) 基于符号形成过程的旅游主题景观设计构思

从符号学的角度来讲,旅游主题景观是人类文化的一部分,把符号学引入景观设计不仅有其现实性,而且有助于把研究的目光转向人类创造旅游主题景观文化的体验形式,而非作为客体的景观物。既然景观像语言一样是一种符号系统,那么以符号学语言符号理论作为构思出发点进行景观设计,应能达到既沿承文脉并与环境相协调,又在景观上有所创新的目的。

同时,旅游主题景观的设计是在对区域背景、区域环境、区域资源、区域特征、区域文化、区域市场等多方面分析的基础上,在整合提炼出区域的独特主题、景观等概念的前提下,通过对主题和景观的系统、全面分析,在主题和景观融合并深层次挖掘提取的过程中形成旅游主题景观。最后在支撑旅游规划、促进旅游产业变革、推动旅游业持续健康发展的同时,形成符合现代人所需的生活方式(见图3)。

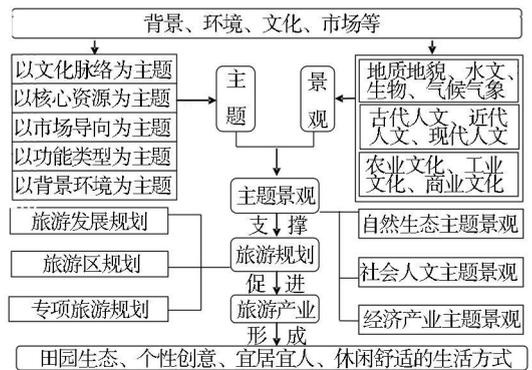


图3 旅游主题景观设计构思图

(二) 从符号形成的过程演绎主题景观的设计流程

1. 符号的形成过程及其对旅游主题景观设计流程的启示

从语言符号学的角度来讲,语言符号的形成过程可以分为信息收集、信息整合、信息筛选、符号形成以及符号传递五个阶段。信息收集是符号形成的基础,主要是原始信息的积累及强化;信息整合主要是对收集的原始信息进行归纳和整理将同类及相似信息进行归类,形成系统的信息体系;信息筛选是对整合以后的信息进行甄别,剔除无用信息和干扰信息;信息筛选之后还需通过编码、译码等方式,对符号元素进行编译形成符号;符号形成以后又通过视觉、听觉或触觉等不同的方式

对外进行传播,因此外界就感知到了符号的存在。

符号的形成过程对我们研究旅游主题景观设计流程给予了很大的启发,在分析了符号形成过程之后,相对应地,我们推理出了旅游主题景观设计在旅游规划流程中的五个阶段,即研究分析阶段(信息收集)、整合提升阶段(信息整合)、主题界定阶段(信息筛选)、景观生成阶段(符号形成)和采纳实施阶段(符号传递)。从整个设计的流程上我们不仅再一次证明了旅游主题景观是天然符号的论断,而且我们正是通过对旅游主题景观语言符号形成过程的深入剖析才更加详细准确地划分出了旅游规划中的旅游主题景观设计流程。具体设计流程示意图(见图4)。

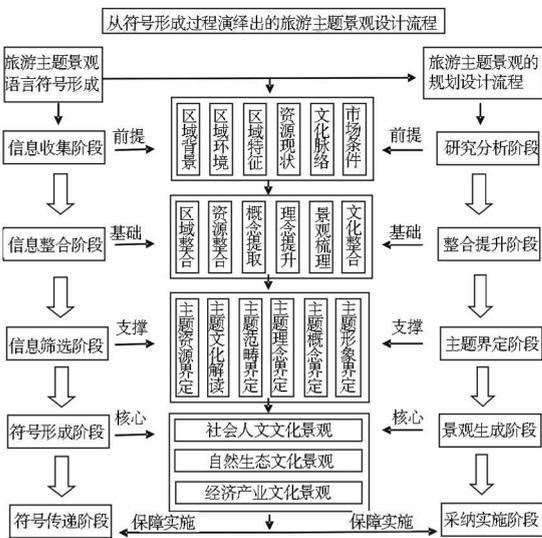


图4 旅游主题景观设计流程演绎分析图

2 从符号学中推理出的主题景观设计流程及其实施

旅游主题景观的设计流程可分为分析阶段、整合提升阶段、主题界定阶段、景观生成阶段和采纳实施阶段。

分析阶段主要是在对目的地进行现场勘查、资料收集、周边环境调查的基础上,系统全面的对目的地的区域背景、区域环境、区域特征、资源现状、文化脉络、市场条件等要素进行系统全面的分析研究,为旅游主题景观的设计掌握第一手资料,并初步形成设计思路框架和构思理念。

整合提升阶段是在研究分析阶段的基础上,通过对第一手资料的系统全面整合、研究、分析,对目的地的区域情况、资源要素进行整合,针对性的提出目的地所特有的概念、理念,并对目的地可能形成的景观要素进行梳理,把握旅游主题景观设计的主要景观元素。

主题界定阶段是在研究分析阶段和整合提升

阶段的基础上,对目的地的主题资源、主题文化、主题范畴、主题概念、主题理念、主题形象等分别进行界定。主题资源界定是整合提升出目的地的品牌资源、核心资源;主题文化界定是梳理出目的地的特色文化内涵;主题范畴界定是确定出目的地旅游主题景观设计的总体范围,即确定目的地的主体景观要素;主题概念和理念的界定是在研究分析、整合提升的基础上,提炼出独具目的地特色的、符合目的地实际情况的主体设计概念或理念。

景观生成阶段是在对目的地的现状分析研究,整合提升的前提下,梳理出目的地独具特色的景观要素、文化内涵,确定旅游主题景观设计的核心范畴,即属于社会文化景观、自然生态景观、经济产业景观中的那个范围。其次,在所确定的主题思想引导下,附以文化内涵,确定出旅游主题景观设计的核心风格、风貌、色调、以及空间结构和分布等系列内容。最后,对旅游主题景观进行设计。

采纳实施阶段是在旅游主题景观设计完成之时,经委托方采纳,且最终实施的阶段。

由于旅游主题景观与文化景观有着密切的联系,而文化景观作为一种特殊的遗产类型又有很高的研究价值,但随着对历史遗产认识的深入,人们逐渐意识到一些遗产类型既难以完全泾渭分明地归入到“文化”和“自然”这两大范畴中,同时又兼具“有形”与“无形”的特征。在这种背景下文化景观的概念应运而生,它作为一种特殊的遗产类型,是对既有历史遗产构成体系的补充和完善。

参考文献:

- [1] James Comer. The Hermeneutic Landscape. Princeton, N. J. Princeton Architecture Press, 1991.
- [2] Ernest Stenberq. The Iconography of the Tourism Experience. Annals of Tourism Research, 1997, 24(4).
- [3] 刘滨谊. 现代景观规划设计[M]. 南京: 东南大学出版社, 2010.
- [4] 孙力扬, 周静敏. 景观与建筑—融于风景和水景中的建筑[M]. 中国建筑工业出版社, 2004.
- [5] 王煜, 贺晓娟. 地质古生物旅游主题景观设计—以广西来宾“金钉子”地质公园为例[J]. 风景园林规划设计, 2010(2).
- [6] 金陵, 周洁. 浅谈梅花专类园及旅游主题景观园的植物配置[J]. 园林规划与设计, 2006(10).
- [7] 王铭玉. 语言符号学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2004.
- [8] 百度百科. 主题[EB/OL]. http://baike.baidu.com/view/64290.htm?fr=ala0_1_1
- [9] 特伦斯·霍克斯著, 瞿铁鹏译. 结构主义和符号学[M]. 上海译文出版社, 1987.

收稿日期: 2010-12-16 责任编辑 吴生