

民间故事传说在景区景观设计中的运用探讨

于小然

北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司

DOI:10.12238/btr.v5i2.3936

[摘要] 随着我国旅游业的发展,当代景区建设对于景观设计的美学诉求相当迫切,但是整体快速粗放的发展模式带来了同质化,文化错位运用,缺乏地域文化特色,过分借鉴甚至盲目抄袭国外设计等一系列问题,导致很多景区并没有呈现出其应当承载的社会性,人文性和美学价值。面对当前严峻的时代背景,本文以甘泉大峡谷景区之中的龙巴沟为例,笔者调研和提炼了当地的上古文化传说,创新的将文化传说落入到景观叙事和空间层次之中,并结合场地情况,设计了极具神秘感,趣味性,符合当地文脉灵魂而又吸引人的景观空间,以期当代景区的建设提供一定的借鉴和参考。

[关键词] 旅游景区; 景观设计; 场地设计; 文化铸魂

中图分类号: TU2 **文献标识码:** A

Exploration on the application of Folklore in Landscape Design of Scenic Spots

Xiaoran Yu

Beijing Dianfeng Zhiye Travel Cultural Creativity Co., Ltd

[Abstract] Along with the development of the tourism industry in our country, the contemporary construction of scenic spots for landscape design aesthetic appeal is quite urgent, but the overall rapid and extensive development pattern has brought the homogeneity, the cultural dislocation, lack of regional cultural features, too much to learn from and even blindly copying foreign design and a series of problems, which lead to many scenic spots do not present a it should carry social, humanistic and aesthetic values. Facing the current severe background of the times, this paper takes Longba Valley in Ganquan Grand Canyon Scenic Area as an example, the author investigates and refines the local ancient cultural legends, innovatively puts the cultural legends into the landscape narrative and space level, and designs a mysterious, interesting and attractive landscape space that conforms to the local context and soul, with a view to providing some reference for the construction of contemporary scenic spots.

[Key words] Scenic spot; landscape design; Site design; Cultural soul casting

文旅景观设计建设之中,场地的精神性,文化性是不可或缺的元素。场地内的历史脉络,文化灵魂,一直生活着的人民群众口耳相传的民间故事,这些都能够对场地设计有启发性的灵感,以保证场地设计的独特性和美感,作为景区设计的文化内核,发挥着重要的作用。

1 民间故事传说的概念

民间故事传说指的是在漫长的历史发展之中,人民群众所创造,编撰和代代相传的传说故事,它起源于人类社会群体生活的需要,在历史的发展长河中,在人民群众一代又一代的口耳相传中,不

断扩大和演变,为民众的日常生活中增加精神力量。民间故事作为口承民俗的一个重要部分,其定义是人民大众以口头形式创作并传承至今的各类叙事性文学作品。故事中蕴含着人生哲理,象征了精神指引,阐述了世界变化,也是不同时代背景下人民对于生活,劳动的价值观体现,更反应了人民群众的思考和憧憬。民间故事传说的内容大多是通过善恶斗争,神仙降临人间等题材,渲染出人民群众的智慧,勇敢与善良。鼓舞人们积极向上,表现高尚的审美趣味和理性知识,以别开生面的艺术魅力使人们在潜移默化

之中受到道德和行为上的教育和指引。同时民间故事中蕴含着丰富的想象力,夸张的艺术描绘手法,清晰的人物形象和生动的故事情节。民间传说故事作为一种宝贵的精神财富,在当代语境中更应该以多种媒介更加全面地展示在世界和人民面前。笔者认为,景观设计,本身也是在创造一种空间体验,自然也可以作为民间传说的展示媒介,给人一种感官上的冲击。

2 项目基本情况介绍

2.1 项目背景

位于陕西省延安甘泉县的甘泉大峡谷

谷有着千万年风沙磨砺出的丹霞地貌,由大小120余条峡谷组成,历经数千万年风沙切割和流水溶蚀、冲刷而成,是典型的地理式峡谷,丹霞地貌,国内罕见,具有唯一性,享有“黄土高原自然地缝奇观”之美称,堪比美国羚羊大峡谷,享誉国内外。整个甘泉大峡谷现正处于开发阶段,是一处潜力无穷的自然景区。在总体规划之中,以打造5A级景区为建设出发点,要求各峡谷要保留在地文化,展现地域自然风貌,营造综合型旅游的总体规划原则,打造一个充满梦幻、浪漫、活力的景区,以“丹霞峡谷”为要素,提供丹霞、沟谷、绿道、广场、游服等多样化空间。在设计上要体现节点设计原则。不同的峡谷节点都有不同的特色和文化底蕴,因此在设计上充分考虑到各个节点的特色,同时赋予功能性,把文化特色和景观配套有效的结合起来,注重每一个节点景观的整体性。在总体风格统一的基础上求变化。在景观设计中,采用与周围环境相融合的设计方法,因地制宜,减少跳跃感和割裂感。在细部处理上,充分做到人性化考虑,提供合适的人体尺度。充分运用景观设计元素,在构造(立面和平面)、材料、质感、植物形态及色彩等各个方面相配合,形成步移景异的视觉美感。

本次笔者设计的龙巴沟是一条独立的天然峡谷,位于整体甘泉大峡谷景区北部,是最早一批发现的峡谷之一,资源优异:龙巴沟峡谷全长2500米,前800米为旅游景观,后段1700米为探险景观。谷高10~20米,宽为1米,谷底最窄5厘米,游览时间大约为2小时,游览路线为椭圆形,不需要原路返回,峡谷内800米处有一出口,如感体力不支或身体不适,可以从此出口返回。龙巴沟同时也是所有峡谷中最惊险,神奇的一条峡谷,峡谷时宽、时窄,需攀爬或俯身方可通过。峡谷以原始自然的生态环境,神奇的自然景观和青苔、草甸为主体,具有雄、齐、险、幽等特点,呈现的是刚柔并济、色彩丰富的立体景观。谷内狭长幽深、九曲回转。当阳光穿透峡谷裂缝时,更给深谷幽静涂抹上一种神秘的色彩。

2.2 有关文化的调研结果和要素提取

来到龙巴沟的游客们,本身就会被龙巴沟狭长陡峭的地形带来的刺激,神秘和原生态的野趣所折服,在此基础上的设计不仅要因地制宜,更要加强龙巴沟的特色,作出龙巴沟的招牌,让游客们见之难忘。景观设计的灵感与要素都源于在地文化。通过景观设计的空间呈现来向每一位来客传达地域文化。对于旅游景区更是如此,景区的吸引力一部分源于天然基底,而文化铸魂才能更好的推广景区之美。因此,不但要重视场地本身的自然地理条件,更要对场地内人文特征进行整理,挖掘,归纳,提炼,对历史民间文学进行充分调研。

经笔者深度调研,甘泉一地流传着这样的民间神话传说:在上古时代,此地山间经常爆发山洪,已达数百年之久,给当地的百姓带来了无法计量的损失。洛神之灵不忍百姓受此磨难,便化身小巴蛇,向大禹学习治水之法数十载,学成归来,致力于此地山洪治理,因其有70变之多,所以此地形成了形态各异的沟壑。龙巴沟也是因此得名。

因此,笔者在设计要素的提取中,选择了神话故事中的“蛇”作为符号。“蛇”的意象贯穿整个设计之中,落实到全部的设计要素:景观的构成语言,颜色,标识系统和游客服务中心建筑里。

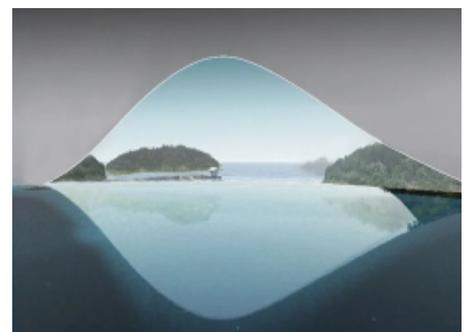
“蛇”这一符号意象,能够直接转化为设计语言的即是形态和颜色,能够延伸发散联想的是这种生物的神秘诡谲气息。蛇本身的弯曲形态让笔者提炼出曲线的设计语言。而在人们的印象中,大自然里的蛇类的表皮总是色彩斑斓的,饱和度和较高的,在阳光下反映出斑驳光彩。从而我们将斑斓缤纷的,饱和度高的色彩定为景观设计的主要配色。

因此,将蛇的意向落实到空间中来,从中提炼出蛇形的曲线元素与神秘的气息,整体用景观和建筑营造一种热烈而幽静,神秘但迷人,让人兴趣盎然的氛围感。

2.3 参考案例

在笔者进行设计之前,也着手深入

研究了相关案例。也发现了将民间传说故事与景观设计结合比较成功的项目。比如,道合景观设计的《福州世茂,印山海》。设计灵感便是以《山海经》整个设计由海边山坡上逐渐探入海中的一组景观广场,台地和阶梯组成。其中最为引人注目的便是整个设计的入口处,位于项目最高点,由于场地中山水氤氲连绵,先天条件已经极富吸引力,所以景观设计的干预以尊重场地为主,致敬山海。场地入口平台设计灵感来源于《山海经》中的“阴山渔水中多文贝,硅山蒙水多黄贝。”“蛟龙之属大贝为蜃,蜃吐气而成亭台楼阁”——不难得知这段文字描述的是山水中的贝和大贝吐气成为海市蜃楼的情境,充满了迷幻的气息。将这段文字落实到景观设计中,便是入口广场上的景观构筑物以及七大造出的半开敞空间,在整个项目的最高点,我们可以看到一个白色舒缓的弧线跨接天际构建入口,大气流畅的姿态像是要邀人进入这场迷幻蜃梦,拱门也形成了框景展示海天相接。走过这个“巨型贝”的拱门,便是入口平台性质的小广场,可让游人于高处,吹着海风,远眺山海连天,近瞰浪吻五虎礁之景,将山海尽收眼底。沉浸在度假的悠然惬意,如梦似幻的心境之中。贝型的景观构筑物直观的将场地的迷幻,古意气质展示了出来,也完美体现了线条之美。可谓是将文化故事在空间中实现的优秀案例。也是笔者做设计时的参考。



2.4 设计运用

2.4.1 建筑设计

龙巴沟游客服务中心建筑总面积391平方米,其中包含大厅120平方米,展览区160平方米,零售区30平方米,办公区30平方米,其他50平方米。建筑一共一

层,但局部做了挑空设计,还设计了半开敞滑梯作为特色出口。这座建筑坐落在景区高点,位于龙巴广场西南侧,在褶皱起伏的土地上,建筑也顺应着扭曲,并转折伸展约30米,层高仅一层但中间挑空的结构使得整体造型类似一条盘踞在山林之中的蛇,含纳环境,语言柔和。连绵起伏的形态和蓝绿马赛克拼贴的外立面材质让建筑隐居于青翠山林之中,不规则的开窗如若蛇鳞达到了内部的均匀照明。建筑与整个场地的关系是安静的,不过分张扬但有自然生长的姿态,与整个场地产生交互与共振。建筑中间挑空的部分让建筑有了空气感,类似蛇摆尾的滑梯给人以延长的空间美感。整体语言活泼又亲切的欢迎着前来的游客。

整体线性的形态使内部空间有无限延长纵深之感。从入口进入后,一条幽深,间接被光照亮的通道贯穿整个建筑,近5米的层高使阳光充分倾泻有仪式感。其中大厅,零售和展览空间被有效组织,为不同类型的游客群体提供了充足的设施。人们可以自由行走不同的区域。仅仅凝视空间内的光影都富有柔和而神秘的气息,宁静而辉煌。建筑另一端设计了孩童最爱的滑梯出口,增加延伸感和趣味性的同时,也象征着蛇尾的延伸。

2.4.2 景观设计

龙巴沟的主题广场总面积较为广阔,所以在尺度把握上需要多加注意,太过空旷的地方会使游客感觉到没有安全感,所以在设计时相应进行了空间划分,没有直接做一个大广场而是将南侧广场设计成无动力乐园,即是龙巴广场的延伸与拓展,也能够为游客提供更多样的消遣方式。这样的设计既扩大了广场的服务半径,也满足了人们深层次多样化的需要,为家庭亲子游提供了更多可能。从而提高了本地游客服务中心的利用率,并且根据不同的功能,塑造出了符合其功能的合理宜人的尺度,使整个游客服务中心及广场更具亲和力。

在景观空间划分的形态上,依然延伸着斗折蛇行的设计语言,采用流畅,跳脱的不规则曲线勾勒分区,整体鸟瞰中,

能看出地面上蛇形的活跃自由线条感。铺装选择明亮而饱和的碎拼地面,不但对建筑材料的呼应,也象征着灵蛇闪闪发光的鳞片。在植被搭配之中,选择色叶树木和常绿树木,灌木地被相交替。整体来看这座广场,在本身就很有魅力的峡谷山林之中,层层叠叠的多彩树林和明亮撞色的地面铺装交相辉映,造出一种光影闪烁,影影绰绰,极具野趣的视觉效果。



2.4.3 小品设计

考虑到龙巴沟游客服务中心广场不仅是重要的游客集散地,也是一个综合性服务场所,就像是龙巴沟的一个“多功能厅”,所以应当让游客得到方便快捷的服务,因此笔者也尽可能的多设置了美观,有个性,有场地语言又耐用的服务设施,提升广场的服务品质,体现广场设计的人性化原则。在景区之中,景观小品不仅仅是配景,更是信息的传递和景区的招牌,应该对设计主题有着“画龙点睛”的作用,当有了具象的符号时,为了增加场地的主题性和趣味性,笔者选择直接将符号转化为具体形象。在座椅的设计上,直接设计了流线蛇形座椅,为了避免夏天烫,冬天凉的尴尬局面,选择了原生石材做座椅材料,和地面铺装相辅相成,既符合小巴蛇的主题形象,又能够满足游客休闲娱乐的多种需要,还创新的增加了高靠背椅和可以躺的椅子,让人的休闲方式多种多样。在景区标识牌及售票处设计上,别出心裁的用了破土而出的蛇尾和张开大口的蛇头的形象,直截了当地传达了蛇的主题,具象的小品设计既能够和建筑,广场的设计语言相呼应,也能够直接进行文化输出,成为游客难忘的景致。

龙巴沟整体设计既满足游客的多层次功能需求,又在审美上价值极高,富有特色。通过对蛇的解析和空间演绎,游客服务中心建筑及广场欣欣向荣又充满野趣的气质既满足了游客们渴望探险,融入的心愿,又能极大程度的保护场地现有资源。



3 结语

近年来随着文旅产业的发展,各地特色文化主题公园的建立,景区的修建,为人们带来了全新的旅游体验,在文旅景观不断发展的进程中,作为设计师应当时刻注重场地的文化传承,把具有地域特色的民间故事传说同景区景观设计相结合,不仅体现出区域的在地精神,也为景区打造寻找了更多思路,打造出具有鲜明特色的景区名片,真正做到“一地一景”,而不是“千城一面”。本文分析了民间故事的概念定义及其文化价值,并将景区景观设计与民间故事传说相结合,在此基础上通过分析相关设计案例,提出从分析调研,元素提炼,选择载体和表现形式四个方面相贯穿的设计思路,合理有效地利用民间故事传说进行景观创意设计,以期对保护和传承地方特色文化以及打造旅游景观提出有价值的参考。

[参考文献]

- [1]《视觉文化导论》[J].中国图书评论,2007,(1):87.
- [2]姜乃瑜.西方现代主义绘画材料语言的运用与拓展研究[D].杭州:浙江师范大学,2010:.
- [3]马莉.人性场所——城市开放空间的人性化设计[J].和田师范专科学校学报,2008,(03):216-217.
- [4]陆娇桦,戴洪.基于环境行为学的

公共庭院设计[J].贵阳学院学报(自然科学版),2020,15(03):116-120.

[5]黄彪,陈拓,陈伟.《交往与空间》概念性与话语性总结[J].中外建筑,2013,(9):48-49.

[6]刘晓哲.景观空间设计要素的视觉心理学分析[J].中国园艺文摘,2016,32(06):138-139+159.

[7]刘尹祯.景观设计中生态设计理念的整合应用实践[J].现代园艺,2017,(04):61-62.

[8]谷兰菊.古典园林在现代建筑及城市景观设计中的应用[J].建筑工程技术与设计,2021,(3):1722.

[9]魏威.《浅析园林铺装在园林设计中的应用》现代园艺,2020,(11):116-117.

[10]余赞军.《风景园林工程中软质景观和硬质景观施工探讨》现代园艺,2020,(11)212-213.

作者简介:

于小然(1992--),女,汉族,辽宁省大连人,2016级研究生,研究方向:文旅景观设计。

中国知网数据库简介:

CNKI介绍

国家知识基础设施(National Knowledge Infrastructure, NKI)的概念由世界银行《1998年度世界发展报告》提出。1999年3月,以全面打通知识生产、传播、扩散与利用各环节信息通道,打造支持全国各行业知识创新、学习和应用的交流合作平台为总目标,王明亮提出建设中国知识基础设施工程(China National Knowledge Infrastructure, CNKI),并被列为清华大学重点项目。

CNKI 1.0

CNKI 1.0是在建成《中国知识资源总库》基础工程后,从文献信息服务转向知识服务的一个重要转型。CNKI1.0目标是面向特定行业领域知识需求进行系统化和定制化知识组织,构建基于内容内在关联的“知网节”、并进行基于知识发现的知识元及其关联关系挖掘,代表了中国知网服务知识创新与知识学习、支持科学决策的产业战略发展方向。

CNKI 2.0

在CNKI1.0基本建成以后,中国知网充分总结近五年行业知识服务的经验教训,以全面应用大数据与人工智能技术打造知识创新服务业为新起点,CNKI工程跨入了2.0时代。CNKI 2.0目标是将CNKI 1.0基于公共知识整合提供的知识服务,深化到与各行业机构知识创新的过程与结果相结合,通过更为精准、系统、完备的显性管理,以及嵌入工作与学习具体过程的隐性知识管理,提供面向问题的知识服务和激发群体智慧的协同研究平台。其重要标志是建成“世界知识大数据(WKBD)”、建成各单位充分利用“世界知识大数据”进行内外脑协同创新、协同学习的知识基础设施(NKI)、启动“百行知识创新服务工程”、全方位服务中国世界一流科技期刊建设及共建“双一流数字图书馆”。