

论环境设计中的氛围营造

吴伟雄 厦门大学艺术学院 福建厦门 361005

摘要：氛围设计作为环境艺术设计的一个延伸和拓展,很好的反映除了人类社会的生存形态,因为它承载着人们对美好生活的追求。设计者通过对环境的氛围进行设计,来促成整体环境的完美与和谐。通过从整体到局部的人、道具和背景的反复搭配过程产生感官认知的飞跃,来提升环境给人的美与和谐的感受。从而得到氛围中艺术与精神的融合。本文通过对氛围营造在环境设计中的重要性探讨,更好的诠释了设计中的氛围,从而使人们更好的体验完美生活的滋味。

关键词：环境设计；氛围的营造与体验；意境

人的一生,绝大部分的时间都是在空间环境中度过的,避免不了的长时间和环境打交道,因此,人们创造出来的环境必然直接影响到人们的生活质量,关系到人们的安全、健康、舒适等。在今普遍注重提升环境在保障安全和有利于人们身心健康两方面功能的同时,更该进一步重视环境空间中氛围的营造和设计,并倚靠艺术表现形式,塑造一个精神与物质并重的生活环境。在环境设计中,氛围的巧妙营造,是环境设计中提高意境的不可或缺的一种升华途径,它能更好地诠释设计的理念,突显时代的进步性。

以往我们对设计的研究都是有具体的对象,如建筑设计、工业设计、空间设计等,很少对设计现象本身进行讨论。就好比曾经出现过的功能主义一样,氛围的设计营造也包括其他设计问题的解决,只不过核心是氛围问题的解决。功能主义靠高新技术来解决,而氛围的营造就看设计者如何从满足人的多元化情感需求入手了,因为氛围恰恰是情感的孵化器,并潜在的影响着我们的情绪,如欢快热烈、朴实无华、安静亲切、古朴典雅等用来表述氛围。古人云:“故食必常饱,然后求美;衣必常暖,然后求丽;居必常安,然后求乐”正是强调了氛围设计的感性属性,目的是人的感受和体验。

1 氛围营造依托于道具和背景,核心是人

人、道具和背景是氛围设计的三大构成要素。人的需求与感受在氛围营造中扮演着至关重要的角色,道具和背景均围绕着我的需求展开并且始终要为人所认知与解读。通过形、色、光、声等外在道具的物质表现刺激人的感官,强调处理形式、空间、色彩、材质、光、声等与氛围的关系,结合深藏于内、不易察觉的如地理气候、社会关系、意识形态、民俗风情等不同时代与特殊地域的非物质性文化因素,有助于更好的营造氛围。

2 氛围营造必须始终抓住整体空间氛围的心理感受

要抓住整体空间氛围的心里感受,我们可以通过采取完全情景复制或部分情节再现的情景展示法,如现在全国各地所兴建的三国城、水浒城等;可以通过运用抽象的符号或较为具体的事物来代表或比喻较为抽象的事物或隐含意义的象征指示法,如革命烈士纪念馆通过陈列大量烈士遗物而引发人们对先烈的缅怀和战争年对的回忆;可以通过采取动态反馈机制促进和增强人与环境“互动”的动态交互法,如模拟驾驶的游戏机往往处于设计成驾驶室的环境中,结合屏幕上随着人的驾驶不断发生着变化的情景,从而使玩家更加切身的体验到驾驶的乐趣;可以通过设置故事情节并让观众扮演角色从而产生身临其境感受的角色扮演法,如中央电视台的综艺节目《非常6+1》就是提供了一个让普通人扮演明星的机会,并营造出舞台表演的氛围;可以通过借助形态、语言、文字等“力”的结构样式引发人心里产生相应张力的心里诱导法,如在朗香教堂造型中各个方向大小不相等的“倾向性张力”给人游离不定的动感;可以通过根据情绪易于相互感染规律的情绪渲染法,利用物质环境的特征或者群体共同体验和感受来影响

个体情绪,总之在环境中氛围营造的过程中,始终保持统筹兼顾,大力协同,多中选优原则,以达到优化氛围的整体营造。

3 氛围营造建筑于客观实在的基础上,密切联系人的主观能动性

客观实在即人、道具、背景等要素相互作用、相互依存所共同组成的一个具有系统性、地域性、文化性的有机系统,具有整体性、相关性、目的性和功能、环境适应性、动态性以及有序性等特征。氛围营造的对象是某些人造物所组成的环境,但缺少不了人的参与和活动,故在空间氛围的营造中又需要格外的注重结合过程的参与性、整体的主题性以及人的情感性等因素,力图实现和满足人的感性需求这一非功能主义要求。如北京的一家名为“恐龙谷”的大型主题酒吧、东京迪斯尼乐园和巴黎迪斯尼乐园、北京昆仑饭店的“东部好莱坞”夜总会、河南开封的宋城、苏州乐园等场所就使得环境在人们在参与过程中得到了很好的实现和延伸,从而形成了自身的特色,也就是属于自身的氛围。

4 氛围营造过程要注重把握整体格调、虚实关系、注重文化的传承

在营造氛围时,不应计较单个事物静止状态下的运动再现,把重心放在体现整个空间大环境中的神韵,也就是气势或者说意境;实由虚而生,虚因实而成,始终保持虚实关系贯穿由实境诱发情绪的心理空间;注重文化的传承,努力抓住人们对文化的认同感和归宿感,从传统主流文化、地方区域亚文化出发,通过充分缜密的文化调查分析提炼文化特色,提取文化精髓,形成个性化文化氛围,通过有效持续的传播交流,最终达成环境中人们对空间所营造出的氛围的认同感和共鸣感。

环境设计中的氛围营造是一项复杂的系统工程。以营造特定氛围为目的,强调多种感官刺激,只是按一种格局、一种情趣、一种感受显然已经无法满足公众的多种审美取向,必须灵活地运用多种设计技巧有机地组织政治、经济、文化、科技等多元化信息素材,加强空间体验的心理过程感受,营造出一种意象,传递一种感觉来满足人们潜在的情感需要,满足人们更高层次需求的氛围设计必将在环境设计中发挥自身优势和作用。(指导老师:王海涛)

参考文献:

[1] 氛围设计/余晓宝编著——北京.清华大学出版社.2006年.10月第一版.

[2] 室内设计/程瑜怀编著——南宁.广西美术出版社.2006年.1月第一版.

作者简介:

吴伟雄,男,汉族,福建泉州人,厦门大学艺术学院2010级硕士研究生,研究方向:艺术设计学。