



当前位置: 首页>借鉴世界>项目与产品策划>正文

## 旅游设计中的动感化设计思路探析(上)

文章来源: 中国旅游报 文章作者: 北京绿维创景规划设计院 周波 发布时间: 2007-08-16 字体: [大 中 小]

### 一、动感现象和动感印象

社会发展如果只用一个字来概括的话,“快”字最贴切,经济的快速发展决定了人们娱乐休闲活动生活中充满动感的形式与内容——体育运动、音乐舞蹈、美术绘画等等,运动已经成为一个时尚的用语,运动的人是健康、有活力、姿态优美的人,商场娱乐场所充斥的都是时下流行的动感的快节奏R&B风格的音乐,广场街头不时会看到穿着宽松的Hip-Hop舞者,美术绘画雕塑中也有了更多的动感的艺术形式,有表现力度的动势描绘型的雕塑,有在二维平面上表现矛盾空间的街头彩绘、表现线条的涂鸦,也有在三维的人体、车体上表现生动主题画面的人体彩绘、车绘等表现形式;我们日常生活中,萦绕在我们周围的从“动感地带”,到“脉动”饮料,再到“动漫世界”,“动”,成为突破“静态”事务的强大工具。我们发现,特别是在创意型产业中,似乎一切都在“动起来”,一切都在向“动感”方向发展。

### 二、旅游设计中动感现象的成因

放在现在的旅游活动的场所中,动感这一要素就显得尤为重要了,因为合理的动的要素总能给人以很大的吸引力并留下很深刻的印象——极限运动场本身就是一处极富动感形态和活动的场所,动感的U形台、波形台,极限爱好者所不停展现的不同的极富技巧性和想象力的动作;民族风情园中少数民族的艳丽服饰、动感舞蹈;休闲广场中的抽象的钢架雕塑……

社会经济的发展导致人们的需求类型发生演变,旅游游乐方式日益发生变化,从单纯的好奇的心理转向认知需求,发展到现在,人们的需求已经进一步发展到感知需求,这是如今信息扩张化、膨胀化、爆炸化的直接结果,坐在家就可以洞察世界已经在很大程度上满足了人们的猎奇心理,众多的媒介已经满足了人们的认知心理,人们需要的是参与性的感知,进而形成了参与和互动。举个例子,有句老话——老虎的屁股摸不得,这体现了人们对老虎有了一定的认知,但是只停留在谈虎色变的层面上,越来越多的有关于老虎的信息满足了人们对这种动物的好奇层面的认知,人们了解到老虎除了有凶猛的一面外,更有聪明可爱、可以与人做朋友的一面,人们有了对老虎进一步感知的需求,于是人们对于老虎的行为从单纯的静态有距离地观赏走到了今天的与虎互动——抚摸、拥抱、亲近甚至与之游戏。同样的,这种感知需求导致人们对旅游景区的游乐方式提出了超越单一静态观赏静态景观的要求,单纯的视觉感受早已满足不了人们的胃口,互动、参与、情境体验都是人们对于景观游乐场动起来的要求。因此,在景区景观提升中引入“动感”,就成为对传统静态景观进行创新的一类有效的手段。

### 三、动感与旅游景区的动感化提升(一)动感的存在形式

对于旅游设计研究而言,我们需要把握的是动感存在的形式和人的动感游憩的方式,这些形式对我们有很积极的借鉴意义。

#### 1、从古代寻找动感痕迹

古代由古琴、琵琶弹奏的乐曲充满律动感,壁画中所描绘的飞天形象更是体现了飞舞的感觉,古代的舞蹈、马术……由于年代久远古代所展现给我们的动感总是透露出一种稳重,但仍然让我们从有限的视角窥探到了古人对动态形象事物的偏爱,古装题材的影视剧、旅游景点中的古装实景剧都在这些因素上有把握。

#### 2、从民族寻找动感符号

提到民族我们会想到少数民族艳丽飘动的服饰,伴着攒动的火焰、众人跃动的篝火晚会,富有激情的Samba,搭配非洲手鼓而响起富有磁性的土著黑人歌声,各国各民族的人在生活中所展现出来的娱乐方式是旅游人心中所无限向往和想要去感受的。

#### 3、从视觉上看动感的要素

视觉感官是感受设计信息量的最主要途径。从视觉传达的角度来看,构成视觉信息的要素有几个方面——一形态、色彩、布局、动态景观及景观互动,前三个方面是相对的静态要素,但同样也蕴含了丰富和必要的景观要素。

形态针对景观构筑物而言,包含了外形、结构、色彩、材质,针对动感场所的要求,这些都可以承载足够的动感要素,海洋博物馆的外形可以是极富波动感的,现代音乐纪念馆的入口可以采用富有张力的钢架结构,动感雕塑群的色彩可以采用热情的红、跳动的黄、律动的蓝,CG产业展览馆的内装可以用到很多的闪烁的玻璃所构成的形态。

推荐文章

热点文章

- 社区参与和农村旅游业的可
- 湖泊休闲度假旅游开发要点
- 滨海旅游: 模式转换与创新
- 滨海旅游: 模式转换与创新
- 滨海旅游: 模式转换与创新
- 旅游咨询业: 学院派 民营
- 海洋非物质文化遗产的旅游
- 旅游策划借势八法: 决策 事

相关文章

- 旅游设计中的动感化设计思
- 社区参与和农村旅游业的可
- 滨海旅游: 模式转换与创新
- 滨海旅游: 模式转换与创新
- 滨海旅游: 模式转换与创新
- 湖泊休闲度假旅游开发要点
- 海洋非物质文化遗产的旅游
- 旅游策划借势八法: 决策 事

**吸收研究员公告**

到邮局订阅  
《中国旅游报》  
邮发代号: 1-40 全年228元

**中国旅游报**

**海南旅游金牌榜**

**TOHainan.com**  
海南岛度假网

会长、副会长、秘书长

- 毕 华 (会长)
- 杨哲昆 (副会长)
- 蒙乐生 (副会长)
- 李澄怡 (副会长)
- 张 晖 (副会长)
- 代国夫 (副会长)
- 张会发 (副会长)
- 房新海 (副会长)
- 杨文博 (副会长)
- 王健生 (副会长兼秘书长)
- 苏 群 (副秘书长)

专题回顾

色彩是指整个景点的色彩倾向性，一般在有绿化的旅游景区中，绿色是比重最大分布也最广的颜色，大面积的绿色会让人的视觉平稳，打破这种平稳的动态要素有几种，上述的改变形态是一种做法，做成动物形态或者其它抽象形态，还有大面积地做色彩层次——绿化树种、观形树种、结合有色灌木、多色花卉，从颜色上让人感到动的气息。此外，大地景观的做法是抓住动感要素的有效手段，在大地上做动感形象总会让人印象深刻。

布局是指在可视点和可视角度的范围内，由景观构筑物、植物、道路等围合成的动感布局，这种布局动而不乱，动感游乐场让人从布局上就已经对场所的属性有了充分的认识。

动态景观有两方面的含义，一是静态景观显露动势，景观形象本身并没有动，而是由于其形象的视觉呈现不稳定因素给人心理造成了动势感觉，比如动感雕塑、动感彩绘等等；二是景观景象的动态，景观本身就会动，游乐景点中有很多这样的动态景观，常见的游乐设施时时在动，人在动态景观中扮演重要角色，比如舞台上的领舞者，舞台下的跟舞者，动感的舞台装饰就作为为了提升动感视觉的部分。

#### 4、从心理上看过感的节点

从视觉传达的角度来讲，动的感觉是一种相对平稳的状态中存在或者正在产生的一个或多个、一种或多种凸起元素。同样，这种感觉上的凸起，在心理的反应就是让人有突发感应的兴奋点——在景区设计中，这些兴奋点便是游线中大小不一、内容各异的节点了。

面积较大的景区往往具备复合型构成的特点，因为其可以接纳不同需求层次的游客，面对这种景区的设计，我们需要把各个节点在考虑联系的前提下分别定位，针对不同层次游客的心理，形成不同的动感设计思路，一是不同的节点不同的动感手法形成不同的动感主题，二是在一个节点中不同的景观形象采用不同的动感形式，动感的节点是由景区的游线串联起来的，我们把第一种思路叫做“线上找点”，选择适合的节点打造适合的动感主题，在一个动漫的基地中选择点，涂鸦乐园和野战营的动感主题是完全不同的。第二种思路叫做“点中抓点”，任何的动感节点中都会有不同的动感形式，在一个节点中往往一个动感的形象和内容决定了这个节点的动感的属性，比如一个节点中主要以举办篝火晚会为主，篝火晚会便成了活动核心，那这个节点的动感属性就十分明确了。

[↑返回顶部](#) [打印本页](#) [关闭窗口↓](#)

用户名:  (新注册) 密码:   匿名评论 [所有评论]

评论内容: (不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。)

§ 最新评论:

海南省旅游发展研究会 秘书处 [位置示意图](#)

地址: 海口市南海大道28号四季华庭5栋 B座首层 中国旅游报社海南记传真: 31653050

网址: [www.hi898.com](http://www.hi898.com) 邮箱: [66800778@163.com](mailto:66800778@163.com) 邮编: 570216