



扫一扫发现更多



一路灿烂

你会在地铁里和朋友约见面,但很难找彼此吗?不少城市做了创新尝试,无锡地铁站里有“幸福会合点”,福建地铁站里有“父子接头点”,北京地铁站里有“时髦人士接头点”,佛山地铁站更好玩,有分别为i人、e人、显眼包、特种兵撸铁、武术人设置的接头点……

地铁站域是特别的空间。本地的、外地的、回家的、出游的……城市里每一个奔波的灵魂在这里短暂地相聚,感受着同一个空间,做短暂的休憩。于是,有趣的、感人的、共情的、激动 的故事也在这里上演,人们很容易被这儿的

文化信息吸引。

钢铁脉络编织的地下界域,静卧城市文化罗盘磁针,把城市的美好和气韵都展现出来。

有句话说,一个人的气质里一定藏着你读过的书,走过的路,看过的风景。于城市地铁来说,一座城市的气质与风格,也一定浸透在它的地铁站文化氛围之中。

什么样的氛围让人们觉得舒心而美好?是对城市的热爱,对幸福的向往,在出发时有期盼、在归途中有暖意,有惊喜和感动相伴——这样的地铁之旅,必然一路灿烂。

马梦娅

# 天津大学建筑学院教授、天津仁爱学院建筑学院院长严建伟：我们乘坐地铁时，即在阅读城市性格

■记者马梦娅



严建伟

11月21日,武汉地铁12号线37个站名公开征集意见。地铁为城市文化形象塑造、民族传统传承和都市生活体验提供了绝佳空间,地铁公共空间是城市历史文化、现代文明的宝库,与城市创新性发展紧密相连。

近日,《读+》记者专访天津大学建筑学院教授、天津仁爱学院建筑学院院长严建伟,对谈“地铁公共空间如何塑造城市气质”。她的著作《新媒体时代城市地铁站域文化传播研究》首次系统地将“地铁站域空间”与“新媒体传播”紧密关联,研究城市特定公共空间的文化传播规律,为城市文化传承与发展提供新思路。严建伟表示,地铁站域显示着一个城市的气韵,我们乘坐地铁时,即在阅读城市性格。



◀▼莫斯科地铁站宛如艺术的殿堂。



▲北京南锣鼓巷地铁站内的互动艺术装置。

## 艺术怎么表达，公众说了算

严建伟教授1979年进入天津大学求学,毕业后近40年一直在天津大学建筑学院任教,主要从事交通建筑领域的研究工作。近年来,随着我国各大城市地铁的建设发展,她的研究重心主要集中在地铁领域,如地铁站的选址、地铁上盖的建设、地铁站空间设计等问题,并持续关注媒体环境变迁下的地铁媒介空间。

她自2017年开始关注城市文化与地铁站域的关联研究,历经5年完成了《新媒体时代城市地铁站域文化传播研究》专著,在研究中,首次将新闻传播学与地铁站域空间、城市文化相结合,组建了天津大学建筑学院与天津仁爱学院建筑学院相互协作的研究团队。

严建伟在采访中强调,聚集着大量的人流、物流、资金流和信息流。地铁站域具备适宜文化传播的物理空间特性,地铁空间的封闭性和完整性,使得媒体到达率、有效接触频次和界面阅读频次呈量级增长,对人们视知觉、感官体验、观念植入具有优先影响作用。

在新媒体技术介入下,地铁站域文化传播具有新特点、新规律,相较于传统媒体的新媒体快速发展,正在重塑着文化传播方式与公众感知。

她带领团队对国内外12个城市、748个站点进行基础调研,获得了许多新鲜的感受与思考。

例如印度德里地铁站里,设置了模拟器为游客提供了驾驶地铁的体验感;大屏幕展示地铁网络和旅游景点,为游客提供便利;车厢内加载面部表情识别技术,记录和观察乘客的面部表情,将表情分为快乐、中立、悲伤、愤怒等8个类别,播放滤镜效果,增强地铁上的趣味度。

这种细腻的情感捕捉艺术设置给严建伟留下深刻的印象。在她看来,地域文化的传承源于大众,轨道公共空间的艺术设计并非以艺术家为中心,而是以社区大众的心理和文化需要为基础,其艺术效果取决于公众的心理感受。

为了调研更加全面,她和团队成员一起在国内一些地铁站域的艺术空间做了小测试——艺术设置吸引怎样的人群驻足,他们分别观察多久、关注的内容是什么,为此停留的原因是什么……严建伟强调,人民是地域文化的传承主体。轨道公共空间艺术设计并非以艺术家为基础,而是以人民的心理和文化需求为基础,其艺术效果取决于人民。

在当下现代化的进程中,越来越多的建筑趋于相同,公共空间趋于同质。城市文化要想增强其竞争优势,就必须以其独特的地域文化为基础。在全面了解文化元素与历史传统的前提下,挖掘和重构其文化意蕴是其核心所在。



《新媒体时代城市地铁站域文化传播研究》严建伟等 著 化学工业出版社

读+:您与您的研究团队多年致力于地铁站域相关研究,这些研究给您带来了怎样的感受?

严建伟:20多年来,我一直致力于交通建筑及站域规划、地铁上盖建设、轨道交通与土地利用相关研究。提出了基于TOD理论的地铁站点规划优化策略,为天津地铁上盖规划提供指导性意见;建立了轨道交通站点用地评价体系与优化模型,为站域规划提供可操作性技术策略。

我国地铁建设相较国外城市起步较晚,关于地铁站域相关理论研究滞后,尤其缺乏地铁站域文化传播的系统性规律研究。以往地铁站域研究偏向于站域综合开发与土地溢

读+:在您看来,公共文化艺术在进行文化传播的过程中,应该注意什么,该有何作为?

严建伟:在文化传播中,地铁站域太有优势了。作为城市交通大动脉,地铁线网地理覆盖广,聚集着大量的人流、物流、资金流和信息流。地铁站域具备适宜文化传播的物理空间特性,地铁空间的封闭性和完整性,使得媒体到达率、有效接触频次和界面阅读频次呈量级增长,对人们视知觉、感官体验、观念植入具有优先影响作用。

作为城市特定公共空间,地铁空间有条件承载展示、表达、传播城市文化的使命。站厅、站台、出入口以及文化标识等,空间场景多样,每座城市文化资源丰富,地铁站域作为城市文化传播的全新载体,具有城市文化传播的使命。

地铁空间的场景化、共情性、教育性以及互动性,都是其他空间无法比拟的,随着城市建设的深度发展,地铁必将成为覆盖城市全域,体验城市文脉的“第二界面”。

读+:您在相关工作中,发现地铁文化建设

读+:我国正处于地铁建设和发展的高峰时期,与一些发达国家和地区相比,我们的公共文化空间发展优势在哪,有哪些不足?

严建伟:我国地铁建设、公共文化空间塑造起步较晚。1863年英国伦敦地铁正式通车,1971年我国北京地铁才开始运营,这是整整一个世纪的跨度。

然而在硬件设计上,我们国家的地铁是遥遥领先的。我曾经走访多个国家的机场、地铁站,很多发达国家的地铁站比较破旧,远不如我们国家一些城市地铁站的大气、整洁、舒适。

有些发达国家更加注重地铁文化空间的体验化设计。结合前沿技术创新,增强乘客的互动体验以及乘坐感受,从乘客生理和心理需求

价等问题,对地铁站域的文化传播研究缺少系统的理论构建,尤其对新媒体介入地铁站域空间文化传播的研究尚未形成系统性学术成果。

这些年来,我和团队的伙伴们对国内外12个城市、748个站点进行基础调研。调研显示,尽管我国较发达国家还有一定差距,但我们也欣喜地发现,我国逐渐重视并发展地铁站域文化的相关建设工作。

地铁站域文化传播,是地铁建设和发展一定阶段的必然需求,也是公众文化素养和社会整体文化环境提升的必由之路。

存在什么问题?

严建伟:我自2017年开始关注城市文化与地铁站域的关联研究,参与过许多地铁文化建设的活动,与一些城市的地铁运营公司也有合作。

说实话,我认为很多地铁运营公司在文化设计与研究上是需要更多专业人士来指导的。

对于交通运行这件事,地铁运营公司是内行,但在文化宣传方面,还需要提升更高的视野。在我看来,他们需要专业的文化艺术指导组织来协助建设文化站域。

研究地域的文化传播,是要在硬件建设、承载城市的意识形态以及文化素质的灌输和滋养等几个方面做研究。

特大型城市中的外来人口越来越多,我们有义务在公共场合和条件下向他们复述我们城市的历史特点。我们应该利用好地铁这个窗口,对城市多些历史层面的了解——这也是我研究的初心和动力。

在这样的基础上,艺术空间的打造要深入人民生活,通过艺术的形式表达人民的心声,传递正能量,不仅在形式上要有创新,还要在内容上具有深度和广度,能够吸引并感染乘客们,提升人们的审美水平和文化素养。

## 构建更好的地铁文化设计与运营机制

出发,实现城市文化内核传播。

我国主要城市的地铁建设,以政府财政投资为主,是国有基础设施建设。从技术发展来看,我国新媒体技术如AR、VR等数字化发展速度之快,是另一优势。

但我们也要看到一些不足,例如顶层设计与管理方面,我国亟须构建地铁文化管理主体与运行机制。国外如伦敦交通局辖下地铁艺术计划组(Art on the Underground)、布鲁塞尔交通艺术委员会(CAID)、蒙特利尔交通局(STM)和公共艺术局(Art Public MTL)等均为层级较高的管理机构。

其次,我们的文化表现形式与主题还比较单一,缺少地域文化的特色表达与传播。地上

读+:在您看来,地铁站域中的文化艺术设计,首先应该注意什么?

严建伟:这么说吧,你去一位朋友家做客,第一眼看到的是什么?是他们家的客厅,对吧?他家是什么装修风格,表达什么样的氛围,就是这家人想传达的艺术品位和文化素养。

在我看来,一座城市的地铁文化建设,就是这座城市营造的氛围,它往往第一时间传达给这里的人们——下了飞机,走出火车站,进入地铁,人们很容易就被地铁站域里的氛围影响。

地铁是城市骨干交通,其艺术空间是城市

递正能量,不仅在形式上要有创新,还要在内容上具有深度和广度,能够吸引并感染乘客们,提升人们的审美水平和文化素养。

随着城市建设的脚步、国力的提升以及老百姓对文化需求的渴望和需要,我们一定会大步提升这方面的设计和思考。

读+:根据您多年研究走访来看,不同的城市气质体现在公共文化艺术呈现上有着怎样的考量?

严建伟:城市气质或城市性格是由一个地区的历史、地理、经济、文化和社会环境共同塑造的。一是公共文化艺术应契合城市特有的文化“性格”,反映每座城市独有的历史底蕴、人文精神和文化特色。二是公共文化艺术需要统筹规划,与城市整体文化风格相协调。

我们研究团队历时5年,对国内外12个城市、748个地铁站点进行基础调研。重点选取伦敦、巴黎、北京、上海、广州、深圳、天津、西安、南京9个国内外典型城市,34个不同层级地铁站点进行深度调研评析。以下我举几个例子,是

地下互动形式和体验感还没有调动起来,结合城市特质的地铁站域文化传播还有待加强。

最后,应该强调技术革新与乘客体验升级。技术与地铁场景的结合、技术与乘客体验的互动、技术与城市文化的连通,是我国地铁公共文化空间营建的目标。

读+:在您看来,未来,地铁站域文化艺术的发展趋势是什么?

严建伟:自我国步入地铁时代以来,地铁文化建设的价值与意义日益凸显。从最初的功能性交通设施,到如今成为城市文化传播的重要窗口,地铁文化建设见证了我国城市文化的蓬勃发展。

链接

## 全球地铁站域空间范例

程结晶和艺术品结合的高标准建造。莫斯科地铁的每个车站都有一个主题,不仅是艺术的殿堂,还完美展现了一幅幅激情澎湃的历史画卷。

巴黎——城市形象·工艺美术

由法国建筑设计师赫克特·吉玛德设计的

地铁出入口,将玻璃、金属等材料进行艺术融合,展现美好曲线。

伦敦——场景营造·文化更新

福尔摩斯在贝克街221号的公寓如今被改造为福尔摩斯博物馆,它与贝克街地铁站构成

我们走访调研时感受比较深刻的。

上海地铁建成时间较早,且发展迅速,是我国现有地铁线路最多、最长的城市。在上海地铁站,你能明显感受到其国际化、商业化特点。

深圳是中国改革开放的窗口和新兴移民城市,在中国高新技术产业、金融服务业、外贸出口等多方面占有重要地位,创造了举世瞩目的“深圳速度”。相应地,深圳地铁文化集中展现城市精神、时代精神与企业精神。

南京地铁以人文地铁为主题,集中展现历史文化、地域文化、民俗文化、公益文化等。

西安地铁践行“一站一景”的设计理念,所有车站的站内外均做整体设计,天花板采用中国传统的宫灯格局,每座车站均有主文化墙和副文化墙,展现了历史厚重感与文化底蕴。

长沙地铁的数字艺术馆给我留下深刻印象,长沙地铁深湾镇站拥有全国首座双8K数字艺术馆,在2000平方米的换乘空间里,6个大型立体LED艺术装置林立其中,让地铁空间变身充满科技感和潮流感的艺术空间。

地铁文化在对外传播中具有重要的价值和作用,是传播好中国声音的文化载体,也是展现中国良好国际形象的重要窗口。

我们的城市地铁文化建设起步虽晚,但发展迅速,文化主题的多元化展现了丰富多彩的城市风貌和历史底蕴。从站内主题墙策划、站内空间装修、风格定位,到地铁线网文化廊道规划,再到线上线下线下互动体验增强,最后由物理空间向虚拟空间转变,抑或物理与虚拟空间交融互通对文化传播的全面承载。地铁逐渐成为人们生活的主流空间,是城市另一维度的“网络”空间。作为骨干交通力量,随着客流量、媒介量、“流量”的逐级递增,地铁站域文化艺术将深度参与并影响着城市文化形象的塑造。

一体化的文化空间,成为伦敦最著名城市景点。

伦敦地铁还曾举办“一分钱的娱乐(Penny Gaffs)”,在车站创造了一个即兴电影表演装置,人们用一分钱随时随地参与享受即兴的戏剧表演活动,包括舞蹈、杂技、短剧等娱乐项目。

斯德哥尔摩——全景场域·视觉盛宴

90个地铁站不同主题,风格各异,从站台里的墙壁、装饰到灯具无不匠心打造,被称为“世界上最长的艺术长廊”。

严建伟