

公共空间中信息导识设计的识别性研究

臧勇, 汤洪泉

(江苏理工学院, 常州 213000)

摘要: **目的** 解决社会生活中存在的相对复杂的信息识别问题, 总结应用中易识别、易理解的设计原则。 **方法** 论证了空间中导识系统的客观存在与现实设计原则, 通过对当下信息导识设计的认知, 解析构成信息导识设计的主要元素, 由此确立了导识系统的设计原则。 **结论** 良好的信息导识设计能够使信息传达得更为明确, 从而便捷生活, 保证人们日常的出行质量。

关键词: 信息; 导识设计; 公共空间; 识别性

中图分类号: J516 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2014)24-0108-04

Indentification of Information Guide Design in Public Space

ZANG Yong, TANG Hong-quan

(Jiangsu University of Technology, Changzhou 213000, China)

ABSTRACT: Objective To promote the relatively complex information identification in social life, put forward the design principles easily to indentify and understand. **Methods** It demonstrated the objective existence and reality design principles of guide knowledge system in space. Based on present cognition of information system, analysis formed main elements of guide design system, and the design principle of guide knowledge system was established. **Conclusion** Information guide is designed to promote convey information more clear, convenient life, ensure the quality of the people's daily travel.

KEY WORDS: information; guide design; public space; identification

公共信息导识设计, 就是给身处公共空间或场所中的人们指引方向的一套形象识别系统。城市的公共设施大多数都是以个体的形式存在的, 各项公共设施是需要与城市环境相协调的整体系统^[1]。当人们穿行于城市的公共场所、休闲服务区等环境中, 需要不停地做出方向判断, 寻找可到达目的地的便捷而清晰的路径信息, 导识系统正是为人们提供所需信息指示功能的公共设施。信息导识设计作为城市管理的一种有效手段, 参与公共空间的信息识别管理, 在人流疏导, 减缓交通压力, 舒缓堵塞导致的民众心理与精

神压力等方面均有不同程度的积极作用。导识系统不仅提供了人与环境的良好沟通方式, 同时督促人们遵循正确的行为规范, 引导并保障了公共秩序, 它作为公共空间秩序规范的核心, 其标准性与系统化是城市文明程度的象征。

公共空间的信息设计始于20世纪70年代, 由英国五角星设计工作室提出, 是基于产品服务体系的平面设计^[2]。信息设计的概念逐渐扩展, 其范围倾向于和信息有关的各项门类的集合, 是跨越设计学、社会学、符号学、统计学、心理学、建筑学、管理学、信息

收稿日期: 2014-07-21

基金项目: 教育部人文社会科学一般课题基金项目(10YJC760093)

作者简介: 臧勇(1972—), 男, 山东潍坊人, 硕士, 江苏理工学院副教授, 主要从事视觉传达设计与理论的相关研究。

工程等多方向的综合性交叉学科。信息设计的应用性自然渗透到人们日常外出活动所触及的各类公共场所与空间,包括大型商贸中心、客运中心、旅游景区、等复杂功能空间的信息指示系统以及城市街区的路标、路牌、地铁、飞机场、公交系统等交通标识导向识别系统^[3]。实际上公共空间的导识系统应该是一个综合的城市导视网络,主要功能在于指示并引导人流动向^[4]。

1 信息导识设计的阐述

识别性在公共空间的导识系统中占有极其重要的地位,根据受众的心理反应和实际行为,通过科学设定的色彩,合理选择的材质,精确校正的文字,并统一规范,使得系统易读、易识别,是实用与艺术的结合。信息导识设计是公共信息更为细化的界定,是为了方便人们识别方向或辨识前往目的地的路径规划,是地标物信息可视化的导向识别体系。信息导识设计就是凭借人们实际生活的共同需求与认知习惯,将信息梳理为可视化符号的“化学反应”,其准确性决定着导识系统清晰、科学的识别作用。信息导识设计需要逻辑思维和形象思维的双重表现力,能够把握公共空间信息的宏观与微观、共性与个性的互动关系,才能设计出符合准确识别性能的导识系统。例如交通工具中的“怀抱婴儿、孕、老、弱”的信息标识,还有整个数码影像市场中不可或缺的亚特雷设计的流程图标,分别见图1和图2。



图1 交通工具中的信息标识

Fig.1 Information icon in public transport

图2 流程图标

Fig.2 Flow chart design

美国学者马修·克莱门斯多年来一直致力于视觉信息模型的研究,对人的思维方式、工作流程、接受习惯等制作了大量视觉图例。马修·克莱门斯说:“我的工作重点就是将复杂问题简单化,用视觉表现人类的思维,通过哲学、认知心理学、进化心理学、反射心理学、视觉规划等知识的综合来实现这目标^[5]。”

2 信息导识设计的构成元素

2.1 全息特征的图形标识

早在远古时期,人们就已经开始使用图画、图形来记录和传递生活信息,通过现存的遗迹记录其象形性和符号意义。这些古老的图形符号与沿用至今的标记相比,从外形到内涵寓意虽然历经了几千年的时光,但传递的信息依然精准深邃^[5]。岩壁或洞窟中的图绘痕迹是当今文字的雏形,且其中相当多的图形符号具有标识的指示、说明或警告作用。导识辨别属于智慧生存的根本意识,因此只要有人类活动,就有识别导向的客观存在。

公共图形标识是人们在长期社会生活中逐渐沉淀或沿袭下来的共同认知和遵循的图形符号,具有直观、简明、易懂、易记的特征以及强烈的美感和艺术张力。导识系统通过视觉符号来传递信息,其最终目的是以最优化的信息形态让人们产生正确的联想与动作。公共图形标识必须满足清晰度、理解度、明确度3个方面的基本要求^[6]。因此,导识信息的视觉设计就是用最清晰明了的图标、色彩、文字及信息结构来解释复杂的公共空间环境的指示信息。如古罗马地图中不同等级的城镇图标,见图3,在公元前3世纪庞大的古罗马地图中用形象语言的标识指代不同等级的城镇。

导识图标设计不同于理性的逻辑抽象,更倾向于一种感性的艺术抽象。它产生于生活中感性的形象事物,以新颖独特的创意面貌示人,其指意不能臆造,需缔结文化根脉的相容性,并代表公共的思想意识和理解,方可被人们所认知、接受并喜爱。图形标识是艺术设计提炼的产物,与语言文字相比更容易被人识别和理解。盖尔德·安茨绘制的图标见图4,具有明显的现代标识特征,对后来标识的发展有着重要作用。



图3 古罗马地图中不同等级的城镇图标

Fig.3 Different levels of towns icon in ancient Rome map



图4 盖尔德·安茨绘制的图标

Fig.4 Drawing icon by Geld Ants

当图标与文字共同作用时,图形标识的生动性,会提升信息识别的表现力和内涵,使得导识系统的信息传达更加准确与科学。

2.2 规范字体的识别性

文字是信息导识设计的另一重要元素,与图形标识形成互补关系,文字信息的意义在于不需要将其还原为图形物象就能准确而快速地被人所理解。文字是信息交流的主导,文字配合图标会增强导识识别的全面性,因为文字的描述与图形的直观共同致力于信息的传递,从而提高导识的识别性功能。

导识系统的字体应用要严格遵守统一规范。例如,在现行的交通导识系统中,确定了国标规范字体,并对尺寸和形状进行了严格的使用约束。黑体字和宋体字具有普遍认知基础,因此成为我国目前导识系统中主体字形。在特定环境下底色会影响文字的识别质量与速度,因此标牌底色与字体色彩搭配所产生的视觉张力也应得到重视。标牌中文字内容的编排方式,文字造型的个性化与共识性的权衡关系,文字尺寸大小的标准约定,文字与标牌大小的视觉比例关系,以及使用字体的风格特征等都需要在设计过程中按照识别规律进行校正和细化处理。

2.3 先声夺人的色彩识别

色彩具有强烈的识别性,在信息导识设计的传达中具有归类、区分、提示等功能。通过色彩的关联性和差异性来介入空间的识别,是导识系统常规分层管理的设计方法,该方法有助于受众从色彩的辨识中快速理解,并作出有效判断。通过不同的色相来识别不同线路、不同功能、不同区域、不同程度,从而达到清晰辨识的目的。这既提高了指示导引的效率,又营造了和谐、有序的空间氛围。例如法国W&CIE设计工作室为巴黎机场的形象作出的调整,标识造型选用了游客心目中法国印象最深刻的符号——埃菲尔铁塔,设计风格沿用了毕加索的艺术风格,最关键的是给机场单调的空间加入了色彩设计,体现了生动的法国艺术。一方面利用强烈而醒目的橙色来表示提供帮助的相关服务体系;另一方面采用蓝色调来识别航空指示体系,深蓝色表示航班出发和取得联系,天蓝色表示航班到达等。调整后的机场形象时尚炫丽且功能明确。

当导识系统的色系具备统一的规范构成时,受众才能清晰地感受到明确的指示信息。不同的颜色会造成不同的视觉感受和心理变化,因此导识的色彩设计要根据人们的视觉生理与心理的不同反应来规划色彩的设计方案,若是非常重要的信息,就应采用较为鲜艳的颜色加以强调,受众便能以最短的时间捕捉到跳跃的色彩所引导的信息。对于常规信息,一般采用色度相对较低的色彩来设定,这样既不会干扰重点信息又显得十分和谐,因此色彩的识别性是标注指示信息紧迫性的重要手段,须做到主次分明,张弛有度,传递识别信息并与环境相互映衬。一套导识系统中的色彩不应超过5种,否则色彩识别的优势将受到严重影响。

心理学研究表明,人类对色彩的识别记忆是黑白记忆的3.5倍,而人的视觉器官在观察事物的最初20秒内色彩感觉可占80%,形体感觉只占20%,5分钟后,两者各占一半,并且这种状态将持续下去^[7]。此外,导识设计的色彩规划要具有普遍适用性。受众的差异导致对色彩的感受存在差异性,这就要求在个性差异中寻求最大化的共性认识,不宜过于极端或个性化。

3 信息导识设计的设计原则

明确的信息架构是视觉沟通过程中最重要的因素,能够在信息和受众间建立良好的层级通道,从而快速、准确地指引受众一步步获取有效信息^[8]。

3.1 识别性

识别性是信息导识设计的构成元素,通过科学的视觉实验得出准确并显著的认知特征,达到受众易于识别、记忆和判断的标准。设计过程中舍弃冗余信息,通过符号指示语义和图像的象征性等创造出能被受众理解的图标,配合文字,传达导识系统的人性化。导识系统要求人在该环境中须按照信息导识设计的约束来执行,从而提示自然意识的行为规范。格特·登贝设计的“一个安全的地方”见图5,它应用于公共场所,起到灾难警示的作用。

3.2 准确性

受众面对导识系统的快速识别固然重要,但对标识符的准确读取更为重要。每一组设计出来的图标



图5 格特·登贝设计的“一个安全的地方”

Fig.5 "A Place of Safety" design by Gert Dumbur

都需要经过多次与原始数据的比对,反复推敲、取舍,避免过于简化而失去本质语义,校正繁缛的形体特征,规避多余修饰而显得画蛇添足的资讯,并通过市场调研听取受众的反馈来进行调整,最终得出能准确传达信息且符合阅读习惯的图标设计。设计学、心理学、管理学、社会学等多种学科交叉后优化而生的导识系统才能保证其信息传达的准确性,导识设计的准确性还存在民族认知与地域差异的干扰,其准确性建立在差异性的优化上。

3.3 规范性

规范性主要体现在导识系统的一致性和标准化上,通过图形、色彩、文字搭配组合后的统一范式,承载信息传达的统一职能。无论从大小比例和风格色调都保证设计制作及其展示场景的标准化和规范性,使导识系统在流通传播的过程中达到一致性,即便是不同阅历的群体也能顺畅沟通,如公共交通、餐饮、卫生间等标识设计。

3.4 有效性

信息导识设计是与受众沟通的一种方式,而沟通要有的放矢,因此导识设计需要考虑受众群体的目标意识,还要注重社会阶层、文化、经验、素质的差异。设计难度是客观存在的,但要尽最大可能使得设计成果有助于受众群体的使用,综合考虑各方面的裙带关系,力求所涉及的载体比例、色调、材质、形式、大小、视角、风格等达到高度的协调一致,注重视觉上的形式美感,同时与受众保持良好的沟通,此时导视系统的识别性才能真正得到发挥^[9]。

4 结语

信息导识设计规范公共空间中的图形标识和文

字信息,增强其视觉识别功能,让受众理解图标符号信息并正确指导受众的行为,从而形成公共空间的公共秩序。信息导识设计是感性与理性的统一,美观与实用的统一,是社会服务与城市生活和谐的体现,其范围与功能不仅停留在导向和识别上,也是城市基础设施建设公共信息的服务平台,有益于提高人们城市生活的质量。由此可见,公共空间的信息导识设计对于当今社会的城市发展具有重要意义。

参考文献:

- [1] 蒋卫平.就工业设计的角度谈城市公共设施设计[J].包装工程,2013,34(2):111.
JIANG Wei-ping.The Point of View of Industrial Design about Urban Public Facilities Design[J].Packaging Engineering, 2013,34(2):111.
- [2] 孙湘明.信息设计[M].北京:中国轻工业出版社,2013.
SUN Xiang-ming.Information Design[M].Beijing: China Light Industry Press,2013.
- [3] 孙浩琼.图形对话[M].北京:清华大学出版社,2011.
SUN Hao-qiong.Graphics Dialogue[M].Beijing: Tsinghua University Press,2011.
- [4] 臧勇.信息邂逅导视系统的社会应用性研究[J].艺术百家,2012(8):184—185.
ZANG Yong.Information is Met Advertising System Applied Research Society[J].Hundred Schools in Arts,2012(8):184—185.
- [5] 臧勇.图形从平面空间到三维空间的创意探索——基于图形创意课程的教学实践[J].装饰,2014(3):82.
ZANG Yong.Graphics from Planar Space to Creative Exploration in Three Dimensional Space: Based on Graphic Creative Teaching Practice[J].Zhuangshi,2014(3):82.
- [6] 王瑾.北京地铁与东京地铁导向信息设计比较[J].装饰,2011(11):102.
WANG Jin.Compared with the Tokyo Subway Oriented Information Design of Beijing Subway[J].Zhuangshi,2011(11):102.
- [7] 何猛修.现代广告学[M].上海:复旦大学出版社,2001.
HE Meng-xiu.Modern Advertising[M].Shanghai: Fudan University Press,2001.
- [8] 萧沁.解读新加坡城市公共信息设计[J].包装工程,2013,34(4):9.
XIAO Qin.Singapore City Public Information Design[J].Packaging Engineering,2013,34(4):9.
- [9] 冯乙.城市导视系统色彩设计[M].北京:中国林业出版社,2012.
FENG Yi.Urban Color Design Advertising Syetem[M].Beijing: China Forestry Publishing House, 2012.