

城市文化意象在导视系统中的演绎

倪春洪

(天津职业技术师范大学, 天津 300222)

摘要: **目的** 研究城市文化意象符号在导视系统设计的人文认同感体验设计。**方法** 引入城市文化意象符号基本作用以及对导视系统的基本设计概念进行深入剖析,对城市文化意象符号在导视系统设计中的应用与表现方法进行分析。**结论** 要在人文认同感的体验设计中发现城市文化意象符号,借用导视系统设计来演绎与城市形象之间的共鸣;通过对城市概念、图形、色彩的提炼,分析城市文化意象独特的表达方式,让城市文化意象符号赋予一个城市独特的“排他性”,让生活在这个城市的人通过导视系统设计来感受到独特的城市文化意蕴。

关键词: 城市文化; 意象符号; 导视系统; 地域特色

中图分类号: J525.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2014)20-0016-04

Interpretation of Urban Culture Imagery in the Visual Sign System

NI Chun-hong

(Tianjin University of Technology and Education, Tianjin 300222, China)

ABSTRACT: Objective To study the humanities identity experience design of urban culture imagery in the visual sign system design. **Methods** It introduced the basic role of urban culture imagery symbol and the basic design concept of sign system, and analyzed the application and performance of the urban culture imagery in the visual sign system. **Conclusion** It found urban culture symbols in experience design of humanities identity, deducted the resonance with urban image using sign system; through the refining of urban concept, graphics, color extraction, it analyzed the unique expression of urban culture imagery, and let urban culture imagery bestow an "exclusive" city, so that people living in the city can feel a unique urban cultural meaning through the visual sign system.

KEY WORDS: urban culture; imagery symbol; visual sign system; geographical features

导视系统在解决寻址问路^[1]这一基本问题的基础上,同样具有彰显城市风貌和品牌、地域特色的作用,然而我国国内诸多城市的导视系统设计在现代工业文明的冲击下,传统文化与人文特色在“不自信”中屈服于毫无个性的复制。基于此类问题,探讨导视系统在城市历史文化及人文环境下改进的方法,希望通过城市概念提炼赋予城市文化内涵,以文化意象图形表

现,形成具有地域符号的城市导视系统便赋予了一个城市的排他性。

1 城市文化意象与导视系统解析

城市意象是城市文脉的表现形式,而城市的地域文化又从根本上影响着城市的形象,导视系统设计是

收稿日期: 2014-05-03

基金项目: 天津艺术科学研究规划项目(A12059)

作者简介: 倪春洪(1980—),女,黑龙江人,硕士,天津职业技术师范大学讲师,主要从事视觉传达设计方面的研究。

形成城市文化意象、体现城市形象最直接、最系统化的方式。作为城市视觉形象和品牌特征的重要组成部分,导视系统伴随着城市的快速发展也已经日渐成熟,特别是在有浓厚历史氛围和地域文化^[2]特色的城市中,导视系统的建设和应用更能体现一个城市的历史在与现代文明的交融中形成的精彩文化成果。在一个城市巨大的空间尺度内,它独具特色的地域文化信息是否清晰可读,是否具有排他性,是否合理并且具有人情味,是衡量城市导视系统成功与否的重要标准之一。

美国学者H·L·葛汉姆在《维护场所精神——城市特色的保护过程》中曾提到:城市鲜明的特色与强烈的地方感受取决于建筑风格、气候、独特的自然环境、记忆与隐喻、建筑材料的使用技艺、历史建筑和桥梁选址的敏感性、文化差异与历史、人的价值观、高质量的公共环境、日常性和季节性的全城活动等方面。由此可见,城市的文化意象实际上是一个内涵很丰富的概念。结合我国博大精深的历史文化和广阔领土所呈现出的南北西东的文化差异,从文明古迹、自然景观、物质和精神文明、城市建造格局、地方民族特色等几个方面出发,具有地域文化特色的城市大致可以分为以下几个类别。古都型文化古迹城市:以历史上在此建都有皇朝历史文明古迹的城市为主,呈现古都风貌为特点,如北京、西安^[3]等城市;物质文明和精神文明型城市:主要体现在一个城市丰富多彩的物质文化艺术和精神艺术传统上,如景德镇、深圳等城市;自然风景名胜型城市:由具有地域特色的山水风景与建筑相呼应的特色鲜明的城市,如苏州、平遥古城等城市;民族特色型城市:多以具有强烈少数民族地域特色和民族文化风情的城市为主,如拉萨、乌鲁木齐、丽江等城市;近现代文明融合型城市:多以具有近现代半殖民地特色为主的城市,如天津^[4]、西安、上海等城市。此类城市中城市图形、城市色彩、城市概念特色凸显,导视系统在其中作用功不可没。

2 导视系统设计与当代文明的碰撞与融合

建立城市导视系统的目的其实很简单,就是要解决一个寻址问路的问题。然而这样一个看似简单的问题要面对的服务对象却是来自五湖四海的人。导视系统要以人为本,以群众喜闻乐见的传统方式和现代技术手段相结合,用简单直观的图形语言和语音服

务的方式为公众服务,使人们在城市中随时都可以知道自己在何地,要去哪个地方,行走路线如何设计等。在具有地域文化特色的城市中,文化概念所形成的符号^[5]语言、图形语言既可以凸显城市的文化底蕴,更加为城市导视系统的建设增加了更清晰的辨识度、整体性和艺术性。

2.1 图形与内涵的升华

如果把带有地域特色的传统文化比作底蕴和基石,那建立在这基础之上的具有现代文明的设计就是它的延伸和深化,就像一切艺术的升华都来自于生活和实际一样,最终都要进行改进和升华^[6]。通过这种方法设计的导视系统才能体现传统文化中的意象和精髓,而并不是对传统纹样和造型简单粗暴的截取、拼接,硬性的碰撞得到的结果往往是不和谐的。

2.2 信息与接受的融合

目前在我国导视信息的应用缺少连贯性、系统性以及规范性^[7]。由于我国在很长一段时间里导视系统设计都是作为环境景观设计或者展示设计的辅助系统而存在的,很少进入城市规划与系统设计的专业领域对其进行关注,在一个城市的尺度空间内,导视系统的连续性和整体性就更难把握了,这是一项基于城市网络系统工程,而并非锦上添花的工作,如果在到达预定目标之前丢失信息或者摄取到无效信息,那么这个导视系统是不完善甚至是片面的。

2.3 设计与表达的统一

导视设计的系统性同样包含视觉形象的系统性^[8]、整体性和统一性,对文化符号应用过多会造成导视系统形象的混乱,从而导致导视功能的效力下降,甚至是断裂不连贯。目前国内一些城市规划管理者为了提升城市品质加快城市化建设,但是在较长的城市建设周期内又难以保证政策的延续性,城市统一风貌难以形成,新建筑的风格、材料、色彩、高度等方面缺乏统一引导的原则,容易产生混乱,基于城市建设的导视系统也受其影响容易受到多样选择的干扰,造成形象混乱。

3 基于城市文化意象的导视系统设计

对于个人而言,每个人都有自身的文化认同和审

美取向,城市的文脉就像印在每个人大脑里的标签,方言、服饰、美食甚至是建筑风格、民俗传统等都可以看作是城市文化意象,个人的文化归属感将城市文化意象烙印在每个人的心里,城市导向系统设计同样是城市意象的体现,具有强烈的文化属性、区域关系属性和文化认同属性,是一个城市的文化符号。然而,这个符号提炼的角度和方法是有源可溯,有据可循的,城市丰富深厚物质文化和人文民俗特色是导向系统的一个主要来源:指城市中具有显著特色的人文风貌在导向系统中的具体体现,是城市风貌的图像化体现,这一类导向系统往往让人印象深刻并且加深了对城市的了解。

3.1 图形的抽象性表达

图形的抽象性表达即将城市具象的物化特色进行局部提炼或整体概括,历史遗留的文化古迹、自然景观等比较容易出现在导向系统设计中,这一类的设计集中提取了城市最具特色和最有代表性的特色进行图形化处理,一些旅游城市比较常用这一类的手法进行设计,有具象设计和抽象设计,另有一种形式是抽象化表现,天津“蓝色之滨”社区导视系统采用“鱼”为主要元素预示该社区所在地为“鱼米之乡”的领域内,见图1;德国卡尔斯豪斯特的药房和诊所定位系统中有一个导向形象就是根据受伤的手指抽象图形化而来,手指本身就有指向的作用,在这个定位系统中,室内和室外的图标和定位系统的设计重点是摆放药品的柜子的色彩和位置排列。

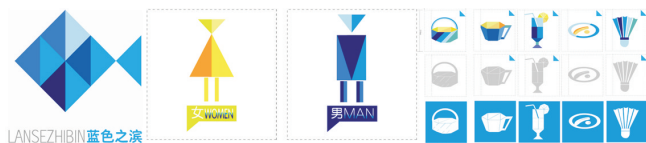


图1 天津“蓝色之滨”社区导视系统

Fig.1 Tianjin "blue community" sign system

3.2 概念的具象性表现

导向系统在解决寻址问路问题的基础上更多的是要体现一个城市、一个社区或者一个机构的风貌和性格特征。导向系统是最有效也是最能深入到城市各个角落的有力工具,一个城市如同一个人,即便没有令人

羡慕的美貌与财富,独特的品味和格调同样也能让人眼前一亮。东莞石排镇为城市形象面向全国征集优秀创意,一组带有城市概念的方案最终脱颖而出,一举中标,在中标方案中最让人感到眼前一亮的是创意方对石排镇的概念界定和形象定位,取名“无限石排n次方”的方案中图形化的概念是一个小写的字母“n”,这个字母化的图形取自石排镇建筑中具有岭南特色的鳌鱼墙,这是一类头顶的官帽样屋墙,又叫硬山顶锅耳式封火山墙,外形与n字非常接近,见图2。



图2 东莞石排镇城市形象

Fig.2 City image of Shipai town in Dongguan

3.3 色彩的意向性表现

城市色彩是指城市公共空间中所有裸露物体外部被感知的色彩总和。生活中常用的人文色彩,例如建筑物、交通工具、广告等属人工色。北京城市建筑定下了“外立面主要采用以灰色调为主的复合色”的调子,既映衬着皇城根儿的独有气质,又体现着政治文化中心的恢弘气势。在北京地铁内的导向系统及地铁内部装饰以及北京的出租车车身色彩设计等都体现了这一点:高级灰色调又不失色彩的丰富性,整体统一的基础下体现色彩的现代性。澳大利亚第二大城市有“花园之州”美誉的墨尔本见图3,兼收并蓄的丰富色彩来容纳多语种、多语言、多习俗等生活方式,多姿多彩的色彩更加体现了墨尔本的活力、多元、创新、宜居^[9]与包容。



图3 澳大利亚墨尔本城市形象设计

Fig.3 Australia Melbourne city image design

城市色彩应用到导向系统中更增加了城市的细节美感,然而如若应用不当,没有统一规划,容易造成色彩污染。2011年上海市交通运输和港口管理局曾就上海的轨道交通网络导向系统实施方案进行过一次面向大众的意见征询,其中对“两种或多种颜色相拼”实施方案的对比研究,得出的结论是:双拼色方案从单纯逻辑上来看是合理的,但是在实际应用时存在很大的问题,地铁内环境空间比较局促,色彩信息量已经很大,双拼色如应用在车站环境中会出现色彩繁杂、含义混淆、干扰识别等情况,该方案未获得通过。可见,色彩不见得多就是好,色彩本身是没有美丑之分的,问题主要还是在统筹规划上欠缺功夫。

4 结语

城市的导视系统来自于城市的地域文化特征又作用于城市的视觉形象建设,是一个城市静态的识别符号^[10],是城市形象设计外延最为广泛的一部分,也是城市形象最具体最直观的体现。通过对城市导视系统进行研究,突出城市独特的文化符号和地域特色,提高城市知名度,从而为经济的发展提供良好的外部环境^[11]。可以说,具有地域符号的城市导视系统赋予了一个城市的排他性,完整提升了城市形象,并且有利于城市现代化、国际化的进程^[2]。

参考文献:

- [1] 王磊.提高寻路绩效的导向标识系统连贯性设计研究[J].包装工程,2013,34(20):8—10.
WANG Lei.Study on the Consistency Design of Signage System for Better Way-finding Effects[J].Packaging Engineering, 2013,34(20):8—10.
- [2] 杜羿纬.寻找地域性设计与跨文化沟通的平衡——以世界期刊大会品牌形象设计为例[J].装饰,2013(8):131—132.
DU Yi-wei.Finding a Balance of the Regional Design and Intercultural Communication:Example of the FIPP Word Magazine Congress Brand Image Design[J].Zhuangshi, 2013(8):131—132.
- [3] 唐晨迪,赵郇安.西安市公交车站导视系统初探——以600路公交车始发站为例[J].装饰,2013(8):120—122.
TANG Chen-di, ZHAO Yun-an.Design of Sign System on Bus Station of Xi'an: Illustrated by Case of NO.600 Bus' Starting Station[J].Zhuangshi, 2013(8):120—122.
- [4] 张爱鹏.天津地铁空间公共艺术设计中的地域文化应用[J].包装工程,2013,34(10):1—3.
ZHANG Ai-peng.The Application of Regional Culture in the Public Space Design of Tianjin Metro[J].Packaging Engineering, 2013,34(10):1—3.
- [5] 郝孝华.标志设计符号的灵感创意与品牌文化[J].包装工程,2013,34(6):109—112.
HAO Xiao-hua.Inspiration Creativity and Brand Culture of Logo Design Symbol[J].Packaging Engineering, 2013,34(6):109—112.
- [6] 崔生国.以形寓意:关于图形视觉形态和意义的思考[J].装饰,2013(2):127—128.
CUI Sheng-guo.Shape Expression: Thinking about the Visual Form and Meaning of the Graphics[J].Zhuangshi, 2013(2):127—128.
- [7] 赵鹏飞.以受众需求为导向的公共空间信息传达设计[J].包装工程,2013,34(20):88—90.
ZHAO Peng-fei.Public Space Information Communication Design Based on the Guidance of Audience Demand[J].Packaging Engineering, 2013,34(20):88—90.
- [8] 刘宝成,郑颖.VI设计在城市品牌形象设计中的应用[J].包装工程,2013,34(22):6—8.
LIU Bao-cheng, ZHENG Ying.Application of VI Design in Urban Brand Image Construction[J].Packaging Engineering, 2013,34(22):6—8.
- [9] 伍学进.城市社区公共空间宜居性研究[M].北京:科学出版社,2013.
WU Xue-jin.Research on the Inhabitability of Public Space of Urban Community[M].Beijing: Science Press, 2013.
- [10] 丁熊,刘珊.以广州为基点的城市公共设施设计地域性特征研究[J].装饰,2013(3):129—130.
DING Xiong, LIU Shan.Study on the Regional Characteristics of Urban Facility Design Based in Guangzhou[J].Zhuangshi, 2013(3):129—130.
- [11] 黄艳.城市景观与居民文化身份定位[J].装饰,2012(12):60—61.
HUANG Yan.City Landscape and the Position of Citizen Culture Identity[J].Zhuangshi, 2012(12):60—61.