

基于公共空间视角下的标识设计研究

刘宇, 方静

(天津理工大学, 天津 300384)

摘要: **目的** 探讨在公共空间视角下的标识的设计原则、方法及趋势。**方法** 从标识设计应遵循的识别性、实用性和环保性设计原则出发,探讨在不同材料、不同光影效果下的标识设计的效果。**结论** 标识设计是城市公共环境的代言词和指向标,它正朝着人性化、地方化、国际化和智能化的方向发展,是人们在公共空间中不可或缺的行动指南。

关键词: 公共空间; 标志设计; 材料; 光影

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)08-0059-04

Logo Design Based on the Public Space Perspective

LIU Yu, FANG Jing

(Tianjin University of Technology, Tianjin 300384, China)

ABSTRACT: It discusses the design principles, method and trends of logo from the perspective of public space. Logo design should follow the identification, practical and environmental design principles. It discusses the effects of logo design in different materials and light. The logo design is the byword and beacon of urban public environment which be more humane, localization, personalization, internationalization and intelligent, is an indispensable guide to action in the public space.

KEY WORDS: public space; logo design; materials; light

经济发展带动了城市发展,城市公共空间中的标识设计逐渐受到重视。公共空间不仅指物理性质上的空间,更是具有一系列功能的社会生活空间。在公共空间中,人们活动的差异性、复杂性、密集性使空间的各种功能有了层次上的叠加。人们在这空间中感受到的多样性和差异性在给人们带来丰富体验的同时,也会让人陷入信息混乱的境况之中。

1 标识的概述

标识是指代表、指示某物或区别物体的记号、符号或信息设备,是一种能够传递信息、指令、要求的图示或行为。标识有组织、策划、索引的功能,标识系统具有很强的功能性。现如今的标识不再局限于视觉

方面,它大到城市规划的索引,小到景观街区的导向,是都市环境的代名词,其发展也越来越具人性化、地方化、个性化、国际化的特征,因此,标识是公共空间中的信息指南。

公共空间环境中的标识设计属于公共设施设计的范畴,而公共设施设计属于边缘设计领域中的非边缘设计领域。城市设计要求公共设施的设计成系统;工业设计强调公共设施的批量化设计;环艺设计则注重设施与环境的协调。公共空间是指那些供城市居民日常生活和社会生活公共使用的室外及室内空间。公共场所中具有使用功能的包括标识设计在内的环境构筑物,是实用公共艺术的一种,也是城市生活的有机组成部分,是能体现该地区人们生活水平和设计水平的显著标志。在公共空间中,人的因素

收稿日期: 2015-12-27

基金项目: 天津市高等学校人文社会科学研究项目(20102301)

作者简介: 刘宇(1978—),男,天津人,博士,天津理工大学副教授,主要研究方向为艺术设计。

作用和反作用于公共设施设计的形态和功能,公共设施的形态和功能又作用和反作用于公共场所的环境,因此,人们就要求公共场所的环境应具有功能性、合理性和感染性特征。公共环境空间中的标识设计分析见图1。公共设施中的标识设计是公共场所中必不可少的信息来源,是公共场所环境空间的主要信息索引。人们往往不会去思考景观街区中熟悉的标识所蕴涵的意义,只有当标识缺失或指示不清时,人们才会意识到它的重要性。

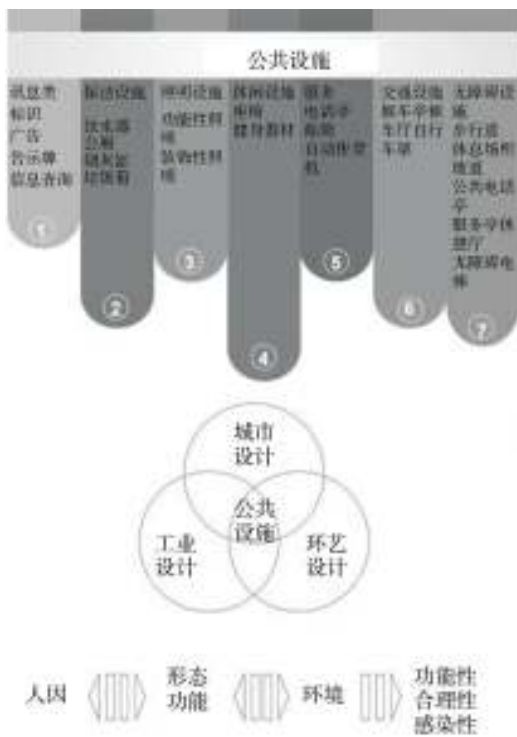


图1 公共环境空间中的标识设计分析
Fig.1 Logo design analysis in public environment space

2 标识在公共空间中的设计原则

公共空间环境中的氛围主要受人行为、状态等因素的影响。人的差异包括人身体、生活习惯、素质、生活状况、审美等的差异。人在满足需求的过程中具有趋同性、随众性、易感染性等心理。公共空间中标识的设计不但应坚持以人为本的设计原则,而且还应坚持识别性、实用性、环保性等设计原则。

2.1 识别性原则

在公共空间环境中,标识的识别性原则应该是最简洁的,它能指明公共空间中场所、公共设施的功能、用途。当人们置身于公共空间时,必须依靠一系列对空间的表述和介绍才可能对空间有一个基本的判断和了解。如果公共空间里的标识不能被人们所识别,

那么这个公共空间就可能会丧失社会意义甚至被社会废弃。麦当劳得来速的标识见图2(图片摘自百度图片),它具有很高的识别性,能被公路上想就餐和正在找就餐地点的行车人一眼看到。



图2 麦当劳得来速的标识
Fig.2 McDonald's drive-thru logo

2.2 实用性原则

标识的实用性原则是指标识应能明确易懂地指出公共空间里的有效信息。标识的设置安放应安全合理,标识的载体应符合人机工程学特征,应能充分适用于公共空间甚至是露天、人流拥挤的空间。此外,在标识设计中,凡是具有导识功能和意义的标识在整个公共空间标识系统中都应享有平等的地位。

2.3 环保性原则

在倡导低碳生活的今天,公共空间中的标识设计也越来越遵循环保性原则。标识设计的环保性原则主要表现在标识的绿色、节能方面。要想体现标识的环保性,首先就得让标识及其载体能够做到可持久、可回收、可再循环利用,其次还应考虑设计制作过程中的成本耗材问题,应尽量降低成本。

低碳环保是当今设计的主要理念之一,它贯穿于设计的每一类别中。公共空间中的标志设计尤其要遵循这一设计理念,它能使标识在传达有效信息的同时,向人们传达一种绿色、环保的设计理念和生活方式。

3 标识设计在公共空间中的表现形式

作为环境构筑物的标识,公共空间中标识设计的表现形式十分重要,其表现形式的变化不仅体现在比例、大小、颜色、材料、肌理等形态要素上,而且还包括采光、空间位置、视觉效果等环境要素。公共空间中的标识设计如果想要实现形态与功能的统一,应主要从以下两个方面入手。

3.1 材料的表现形式

标识材料的应用及表现能直观地反映出—个标

识设计的好坏。公共空间中标识的材料选择要从其功能及表现形式入手,进行选择。在选择材料时不仅要考虑材料的光泽、质感,而且还得考虑材料制作、加工、施工的复杂程度和材料的成本、使用寿命等。常用的标识材料有金属材料、板材、石材、人工合成石材、复合材料、构筑材料、现代材料以及其他辅助材料,其中金属材料、石材、构筑材料比较耐用,而板材、木材稍逊。这里着重介绍了金属材料在公共空间环境中的应用。

在公共空间环境中,标识设计通常使用金属材料。北京798艺术区工业厂房见图3,它原本是一个破旧的工业厂房。北京798艺术区中的导视标识见图4,整个标识用简单的线条充分地展现了原有工业建筑的特点。整个导视标识都运用了原钢材作为主材料,巧妙地衬托、呼应了工业厂区的公共场景。



图3 北京798艺术区工业厂房 Fig.3 Beijing 798 industrial plants

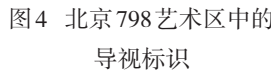


图4 北京798艺术区中的导视标识 Fig.4 Guiding logo in Beijing 798 art district

美国高线公园的标识设计见图5,从中也可以看出美国高线公园原有的铁道旧址缩影。它用黄色鲜明地标出了公共设施的路线。上海的K11标志设计见图6,这个用金属点组成的标识能让人体验到现代感和科技感。



图5 美国高线公园的标识设计 Fig.5 Logo design of US high line park



图6 上海的K11标志设计 Fig.6 Logo design of Shanghai K11

3.2 光影的表现形式

设计师在做任何设计时都应考虑光影对设计对象的影响。在公共环境空间中,标识设计的光影设计 and 应用非常重要。光线不仅能照亮物体,而且还能优化、强调物体的形态。标识的光影环境包括自然采光和人工补光。自然采光会随着时间的推移而变化,气候、天气、光线、角度等大都很难控制,光线角度、强弱以及光线的色彩等也很难控制。公共空间中标识的自然采光效果在很大程度上也会受到标识放置位置的影响。

北京红砖美术馆的标志设计见图7,其特别的建筑空间造型加上独特的光影效果,使整个美术馆给人带来了一种迷离幽美的感觉。标识在光影上的应用会随着经济、商业、科技和人们审美水平的提高而改变,会越来越多地应用于商业区。Aape品牌的临街标识见图8,动态的霓虹灯在效果和成果上都丝毫不逊于视频。



图7 北京红砖美术馆的标志设计 Fig.7 Logo design of Beijing red brick art gallery



图8 Aape品牌的临街标识 Fig.8 Street logo of Aape

4 标识设计在公共空间中的发展趋势

标识设计在公共环境空间中的应用形式越来越多样化。随着科学技术的进步,标识设计也越来越讲究以人为本。随着科技的进步,网络、手机的大面积覆盖以及手机APP的迅猛发展,未来的公共空间标识甚至是商业空间标识都很可能与手机APP、手机GPS定位、动态标识搜索等相连。标识会逐渐成为具有广告播放、公共空间信息查询、导航等强大功能的公共空间信息综合查询引导体。

天津先农大院中的标识见图9,其采用了电子计时的标识形式来记录大院中流逝的时光,科技与标识



图9 天津先农大院中的标识

Fig.9 Logo of Tianjin Xiannong Yard

设计的结合给人一种时尚、怀旧的感觉。这种与科技结合的标识设计能让商场的标识系统更易更换信息内容、更智能低碳。

5 结语

真正人性化的标识设计并非是一味地迁就于人,但它一定是以人为本的。标志的本身是一种语言,是城市公共空间的重要组成部分,亦是一个城市历史的重要组成部分。城市的经济水平、文化素养和开放程度越高,这个城市对标识系统的要求也就会越高。标识设计是现代城市信息导视系统的重要组成部分,是城市现代化程度、市民文化素养的重要体现。标识设计在城市公共空间中占有重要地位,是高度信息化社会模式下的必然结果。标识设计应该与城市管理系统达成一体化共识。一个好的标识设计能提升城市形象、促进城市经济的发展、缔造美好的生活环境、提高市民的凝聚力和归属感。

参考文献:

- [1] 王蕾.汉字在视觉传达设计中的灵性探析[J].包装工程, 2013, 34(2): 14—17.
WANG Lei.Character Spirituality in Visual Communication Design Analysis[J].Packaging Engineering, 2013, 34(2): 14—17.
- [2] 姜超,高晨晖.围绕城市地标的宁波旅游纪念品设计对策研究[J].包装工程, 2013, 34(2): 24—27.
JIANG Chao, GAO Chen-hui.Ningbo City Landmark Tourism Souvenir Design Countermeasures around Research[J].Packaging Engineering, 2013, 34(2): 24—27.
- [3] 李晋尘.跨学科性的参数化图形设计分析[J].包装工程, 2014, 35(2): 126—130.
LI Jin-chen.Interdisciplinary Parametric Graphic Design and Analysis[J].Packaging Engineering, 2014, 35(2): 126—130.
- [4] 何玉莲.文化导向下的常州主题公园导视系统设计[J].包装工程, 2014, 35(18): 100—103.
HE Yu-lian.Changzhou Cultural Theme Park Guides Guided System Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35(18): 100—103.
- [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.The Flag Design Symbols and Brand Culture Creative Inspiration[J].Packaging Engineering, 2013, 34(6): 109—112.
- [6] 刘千桂.广告大逆转——众媒介与新广告[M].北京:清华大学出版, 2009.
LIU Qian-gui.Advertising Reversal: All the Media and Advertising[M].Beijing: Tsinghua University Press, 2009.
- [7] ALAN C.交互设计精髓[M].北京:电子工业出版社, 2008
ALAN C.Interactive Design of the Essence[M].Beijing: Publishing House of Electronics Industry, 2008.
- [8] 张晋升.论传媒引导和受众参与的意识互动[D].广州:暨南大学, 2000.
ZHANG Jin-sheng.Consciousness of the Media Guide and Interactive Audience Participation[D].Guangzhou: Jinan University, 2000.
- [9] 中国传媒大学广告主研究所.新媒体激变[M].北京:中信出版社, 2008.
The Communication University of China Institute of Advertisers. In Order to the New Media[M].Beijing: China Citic Press, 2008.
- [10] 尹定邦.现代设计社会学[M].长沙:湖南科学技术出版社, 2005.
YIN Ding-bang.Modern Design Sociology[M].Changsha: Hunan Science and Technology Publishing House, 2005.