

文化生态学视阈下的旅游景区导视系统设计研究

王丽梅, 童钰瑶

(西华大学, 成都 610039)

摘要: **目的** 通过分析旅游景区导视系统的设计现状, 探讨了以文化生态学为基石开展旅游景区导视系统设计的必要性。**方法** 采用案例法和分析阐释法, 导视系统可以借助丰富的艺术语言传递关于景区空间环境和人文风貌等信息, 在对相关文化生态理论和具体的景区导视设计作品分析的基础上提出了景区导视系统设计的 4 个原则: 体现功能性、融入文化性、注重生态性、彰显艺术性。**结论** 景区导视系统是旅游资源的一个有机组成部分, 也是加强游客旅游体验的载体。文化生态学视阈下的旅游景区导视系统设计充分尊重了人们的心理期待, 让设计充满了人性和生命力。将文化生态纳入景区导视系统设计的范畴扩大了导视系统设计的广度和深度, 也有利于其学科的研究和发展。

关键词: 文化生态学; 旅游景区; 导视系统; 旅游体验; 设计

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)14-0049-00

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.14.010

Signage Design in Tourist Attractions Based on the Perspective of Cultural Ecology

WANG Li-mei, TONG Yu-yao

(Xihua University, Chengdu 610039, China)

ABSTRACT: The present situation of signage design in some tourist attractions as well as the necessity of signage design on the basis of cultural ecology is given. By using case analysis method and the interpretation method, space environment and humanities style in tourist attractions can be transmitted by signage system with rich artistic language. On the basis of the related cultural ecology theory and the specific signage design works in tourist attractions, the following four basic principles such as embodying function, integrating cultural factors, preserving environment and highlighting artistry are proposed. Signage system is an organic part of tourism resources, and also a carrier to enhance tourist experience. Signage design from the perspective of cultural ecology can fully satisfy the psychological expectation of the public, making the design full of humanity and vitality. The integration of cultural ecology into the signage design of tourist attractions expands the breadth and depth of the signage design, which is very beneficial to the research and development of the related discipline.

KEY WORDS: cultural ecology; tourist attraction; signage design; travel experience; design

每个旅游景区都有自身独特的旅游资源, 有的拥有丰厚的自然资源, 有的具有悠久的历史。这些旅游空间里的导视系统应与空间氛围相融合, 并凸显这些空间的旅游特色, 以增强旅游景区的旅游氛围。作为面对社会大众的公共设计, 景区导视系统既要构建信息明确、形象统一、制作规范, 方便受众接收信息的视觉体系, 又要与周边的空间环境相协调, 展示出旅游景区的历史文脉与形象特征。同时, 景区导视

设施还是一种艺术审美的载体, 游客可以通过这些设施的形态、色彩等艺术语言接受美的熏陶。导视系统可以成为普通民众审美观照的对象, 经常接触这些生活化了的艺术品, 民众的审美能力和文化体验能够得到相应的提高。因此, 旅游导视系统有必要在文化生态视阈下将景区所处的地域文化与自然环境相结合, 做到既能在特定的旅游环境里给游客以信息提示、体现人与环境之间关系, 又能借人文和科技之力加强游

收稿日期: 2018-04-02

作者简介: 王丽梅 (1977—), 女, 四川人, 博士, 西华大学副教授, 主要研究方向为设计理论、视觉传达设计。

客对景区的整体形象认知,深化游客的旅游体验。本文力图从文化生态学的角度出发,结合设计学研究成果,找到一些对旅游景区导视系统设计具有参考价值的设计原则,以启发导视系统设计研究产生更多更有效的方法和路径。

1 旅游景区导视系统的设计现状

当下景区导视设施已成为景区公共设计中的基础设施。笔者曾对四川的旅游景区导视做过较为详尽的调研,从峨眉山、九寨沟、都江堰等全国知名的景区到绿道、主题公园、乡村旅游等一些新兴的地方旅游景点全部设置有导视设施,且使用率很高。这些导视设施根据景区地域环境的不同,在数量和设计的复杂程度上略有不同,为游客在景区里自由通行提供了必要的空间引导,基本能满足对游客空间认知的需求。景区在导视系统的设计和设置上有较明确的目标,在节点的选择和设置上能够与景区的地理环境结合(通常是在岔路口),以保证导视系统能够较准确有效地工作。在导视系统信息提供上较成体系,比如会采用较统一的版式、色彩将一些解说性信息和指示性信息传递出来。一方面,将国家制定的相关标准作为设计参照,另一方面景区管理者和导视系统设计者对各景区的情况作了因地制宜的调研分析,在导视信息的呈现上用较统一的方式展示,保证了导视系统具有较好的整体感。同时,景区在导视信息提供的种类和设置的位置确定上思路是比较清晰的,在哪些节点上设置方向导视、什么地方设置管理导视,用什么样的版式和材料等,皆是在大致统一的基础上实施。

具有一定的设计共性是当前国内旅游景区导视系统的一个特点,四川峨眉山、无锡鼋头渚、山东泰山等景区的部分导视设施看起来别无二致,见图1—图3。导视牌的造型皆以规整的长方形为主,文字主



图2 无锡鼋头渚导视
Fig.2 Signage of Wuxi Yuanoutouzhu



图3 山东泰山导视
Fig.3 Signage of Shandong Taishan



图1 峨眉山导视
Fig.1 Signage of Emei Mountain

要以黑体字为主,材料主要是使用寿命较长的金属或塑料材质,材质的表面被喷上褐色漆面,色彩则是褐底白字。设计的语言较单一,呈现出高度雷同的态势,从中鲜见峨眉山的佛教文化、无锡鼋头渚自然生态特点和泰山的宗教文化,不同景区的特色和文化内涵未被差异化呈现。

可以看出,导视系统过于统一的结果就是缺少个性。旅游景区导视系统设计既要应用国家公共信息标准化体系,又要结合各景区不同的文化作特色化的设计。导视系统在特定的旅游空间中就是空间文化信息的传递载体,可以借助图形符号形成文化链接,塑造出特定的文化“力场”,呈现出“人—环境—文化”的互动互为关系。当游客在旅游目的地活动时,其面临特

定空间场域的滞留、转换和跨越,在其借助导视系统予以辅助的时候,导视设施中使用的材料、色彩、文字、造型等表现语言可以让人感知到公共性设计的存在必要性和重要性。作为功能性应用的旅游导视设计,创作风格也应个性鲜明,富有文化感、艺术感和场域感。

2 旅游景区导视系统以文化生态学为基石的设计必要性

斯图尔德认为,文化与其所处的生态环境密不可分,生态环境的异同与否造就了不同文化形态及其发展线索的不同^[1]。旅游景区导视系统设计要做到将标准化与特色化相结合,就需要将所处的文化生态环境纳入设计考量。从本质上讲,景区导视系统设计与文化生态之间存在着千丝万缕的联系。导视系统作为物质载体,一方面承载传递文化信息的作用,另一方面亦是区域文化生态的组成部分。同时,导视系统亦是一种重要的文化景观,既需要重视区域的文化差异,也强调文化与自然空间环境的互动。将文化生态学作为设计基石,可以将旅游景区文化与其所处的自然环境、技术条件、社会经济、意识形态等看作一个完整的生态系统,运用动态的连续的观点,把景区文化纳入具体的环境之中加以研究^[1]。旅游景区文化生态系统具有复杂系统的特点,尤其是一些大的旅游景区,如四川九寨沟,由藏、羌、汉等多民族文化组成了一个有机整体,在外界变化的条件下处于动态平衡之中,其导视系统的设计应考虑地方文化特色,以保持文化发展的连贯性、同一性和传承性。旅游景区导视系统作为景区生态文化的表层,可以通过各类可感知的、有形的符号将景区文化风貌生动、直观、形象地呈现出来。

3 文化生态学视阈下的旅游景区导视系统设计原则

文化生态学是借用生态学研究人与文化及文化之间的互动关系,是人类所处的整个文化环境的各种因素交互作用所形成的生存智慧^[2]。在旅游景区中,导视系统这一物质载体可以以丰富的艺术语言传递关于空间环境和人文风貌等信息,图形符号、色彩、文字、灯光、材料、形态都是其重要的识别要素。在某种程度上,以旅游景区形象载体出现的导视系统,凭借自身独特的视觉语言向游客传递着关于方位的、形态的、色彩的、尺度的信息。它能够给游客以直观的感受和愉悦的审美体验,从而在某种程度上提升旅游景区的品牌形象。由于旅游景区所拥有的旅游资源不同,这就决定了导视系统应在注重标准化设计的同时,还应将文化生态纳入考量进行特色化设计,以便

有效改善旅游景区形象,彰显旅游景区的优势^[3]。旅游景区视系统的特色化设计不只是将导视图标做得美观,色彩应用得漂亮,字体设计得富有艺术感;还要充分分析和提炼景区独特的旅游资源和文化,比如如何体现出都江堰的水文化、泰山的道教文化,结合景区的品牌规划进行整体设计。尤其是一些以民风民俗、历史文化资源见长的旅游景区导视系统,各种标识的图形符号设计更需要与旅游的形象定位相协调,传递旅游景区的地域文化特点,使景区的形象更加鲜明和突出。唯有呈现出文化生态特色,旅游景区的品牌形象才能得到质的提高。

导视系统作为信息化设计的一种形式,其设计之初就应从社会学层面、文化研究层面、意识形态层面以及景观形态学层面予以充分的考虑^[4]。故笔者认为,文化生态视阈下的旅游景区导视系统设计应遵循以下4个设计原则。

3.1 体现功能性

作为实用性设计,功能第一是旅游景区导视系统设计的第一要素。旅游景区导视系统设计之所以存在,就来自于其能够满足公共空间引导的实用功能,不是单纯为了吸引游客注意而设计的具有美的形态的艺术品。导视系统的实用功能主要表现为引导和识别^[5]。这个功能具有两层意义:(1)实际应用中的引导性,向游客指示景区的空间位置、景区内的景点设置、明确游客所在的空间地点、道路情况以及行为的动势等;(2)给予游客心理上的区域识别,旅游景区导视系统的设计语言可以以统一的形象、连贯的设置、清晰的流线设计,体现出旅游景区的自然和人文特色,给游客以强烈的心理暗示,引导其顺利地陌生空间中自由地通行。设计是否成功的判断标准就是能否准确地传递信息、能否明确地引导人们在陌生环境中活动。要实现这一功能性目标,文化生态学里关于信息场、生态场和文化空间的理论为导视系统设计奠定了理论基础。尤其是景区导视符号和设施的系统性设计上应重视对旅游文化因子的表达,形成以文化信息和空间引导为中介与环境产生相互作用并能够被作为文化主体的人所感知或干预的生态场域^[6]。景区导视系统设计还应从人的生理特点出发,吸引和借鉴人机工学的研究成果,将艺术与科技结合起来,使导视信息的传播和接收更符合人的生理需求。导视系统的标准化设计能够满足普通大众的共同需求,增加导视信息的接收度,提高导视信息的引导能力。

同时,不同的旅游场所的导视系统设计的立足点亦不同,以自然风光为主的观赏型景区和单纯的娱乐型景区对导视体系的要求是不同的,如四川的九寨沟和华侨城欢乐谷,设计导视系统时需要充分考虑景区特色、消费人群的行为特点和心理特征,将景区文化导入导视系统设计之中以塑造鲜明的景区形象。对于

开车进景区游览的游客来讲,导视牌的设置方式和其中的文字排版的大小就有特别的要求,要能满足其快速地读取和识别信息的需要;设置在以徒步为主的游览景区中的导视系统,要充分考虑导视系统与周围空间之间的立体关系,通过线性的设计让游客能愉悦地完成旅行^[7]。在这种情况下,游客有更多的时间和精力来接收信息,其导视系统的特色化设计就有更多更大的空间。注重信息流构建和文化空间的塑造亦有利于导视系统功能性的实现。

3.2 融入文化性

旅游景区导视系统作为现代设计的一个门类、艺术的一个分枝,具有美育社会、善化人性、愉悦人生的作用。要实现这些功能,导视系统设计就要在尊重社会公众的文化认知、文化体验的前提下,聚集和彰显旅游景区的地域自然特点与文化资源优势,以艺术的方式为载体,实现艺术与社会现实的关联,展现景区优质的旅游资源。通过设计表现和文化观念的注入,在物质基础和思想理性基础上营造出令人赏心悦目、愉悦心智的旅游氛围,在这里人们可以自由地进行人生思考,文化的交流,艺术审美视野的拓展,甚至还可以参与到文化的建构活动之中。由于文化的地域性,某些文化资源在同一文化共同体内是可以共享的,超了这一范围则难以实现共享,这就是生态学的“生态跨度”问题^[1]。对于一些处于较为封闭环境中的民族文化,在旅行的流动人群中借助各种外显的宣传符号实现文化的传播和“生态跨度”是可能的。景区的导视系统就是一个很好的传播载体。

旅游景区导视系统借助视觉符号体系已然成为了文化与文化之间旨在进行的精神情感与思想交流的重要方式。在众多资源中,区域文化最具专属性与识别性,因此往往成为设计的主题与精髓。在导视系统中对区域文化的创造性运用,通过信息传递,既展现景区的人文精神及文化内涵,更好地保持个性与差异,又使地域传统文化得以传承和共享、更新与超越。成都黄龙溪古镇的导视系统在文化性呈现方面即是一个典型。黄龙溪古镇以古街、古树、古庙、古堤、古埝、古民居、古码头、古战场、古崖墓和古衙门为旅游特色资源,其导视设施的造型与文化景观相结合,提取了当地自然环境和和谐统一的石碾、水车等符号作为主要元素,与当地民俗民风相呼应,

有力地烘托出了旅游氛围,强化了地域文化场,亦部分地实现文化共享,见图4。与景区内的其它公共设施相比,导视系统更能鲜明和直接地显示其具有的精神特质和文化内涵,彰显出艺术的魅力和美的感染力。作为艺术创作作品的导视体系借助符号间的形与形、形与色、材质与肌理、技巧与工艺等物质形态关系,展现出了一定的视觉审美效应和视觉心理的冲击力,以艺术的造物形式建构一个特定文化空间和环境形象。



图4 黄龙溪景区导视
Fig.4 Signage of Huanglongxi

3.3 注重生态性

有学者认为,文化生态场的整体由无数个更小的空间的具体的文化生态场以各种不同的结构组合而成。文化生态场在空间的外延上是有限的,要求人们保护现存的文化生态空间。在内涵上,文化生态场则具有无限拓展的条件和可能。一个文化生态场中所含的文化因子和环境因子越多,结构越复杂,文化生态场的强度就可能越强,文化氛围愈加浓厚^[6]。在物质生活日渐丰富的今天,人们渴望精神生活的充实和满足,在旅行中体会原生态的文化和自然成为了时下流行的生活方式。因此,景区导视系统设计不能脱离具体的物理空间和文化属性而独自存在,尽管大多数景区属于商业经营,但其更多的是一种人、物与环境的互动融合,针对的是社会大众,从本质上讲属于一种社会行为。因而,在景区导视系统的设计过程里,要顺应自然环境的需求,保证信息传递准确的同时,构建文化生态场,体现出人文关怀。

尤其是在导视系统材料的选择上,一定要充分了解所用材料的属性,在挖掘材料的艺术特质的同时,注重资源的合理利用和环境生态的保护。石材、钢材、泥土、木材等都能够成为景区导视系统的艺术介质。当然,这些物质材料的选择依据来自对景区自然资源和人文历史的理解和表现,其形态和展现方式应折射出当地文化的属性与品质。最好是能够取材于自然,让导视系统能够与所处的环境和谐共处,节约资源,减少能源消耗。成都蒲江明月村的导视设计有一定的参考价值。该村推广现代休闲农业生态观光旅游,有一座被业界誉为目前唯一“活着的邛窑”的民间窑。其部分导视设施突出了该村的这一文化特色,用含蕴自然的瓷、木等材质呈现旅游文化属性,见图5。设计者以文化生态为设计基石,通过巧妙的艺术表现,让景区导视系统超越物质和生命之间的关系,维护生态的多样性和审美特性;在具体的设计中要充分认识、

理解和尊重旅游景区的空间环境生态,在细节处理上体现出对自然生态的关照,在满足精神愉悦和自然的生态和谐中走向理性思维及价值理解的统一,造就出多样而独具审美效应的旅游生态环境。



图 5 蒲江明月村导视

Fig.5 Signage of Pujiang Mingyue village

3.4 彰显艺术性

文化生态领域中有生态美学观念,这种观念将自然美观视为人类生存的基础,是生命与其所处的自然环境协调所展现出来的一种美的形式。它以当代生态文化观念对相应审美对象的再认识,把人类历史上自发形成的生态审美观,提高到一种理性的自觉,由此形成了生态美的特定审美范畴^[1]。景区导视系统设计作为为生活服务的实用艺术的一个重要内容,具有艺术门类里共通的艺术感染力和强烈视觉的张力,能够满足人们对美的追求,其艺术语言丰富,能够用形象来表现抽象的思想和观念,以达到生态美学上的理性自觉。在导视系统的设计中,所有设计要素皆具有与生俱来的艺术气质,无论是图形符号、色彩、文字,亦或是材料,乃至工艺。在导视语言体系中,色彩的深浅、形的疏密、量的轻重、质的轻柔与粗糙能够将旅游文化表述出来,并有效地改善空间里的形态和艺术品质。在其共同努力下,人们受到美的熏陶。由文字、色彩、材料、符号等组成的视觉语言,在物质形态的关系处理上和人的意志、观念、情感方面兼具功能性和精神性,能够让游客在思维层面增加审美感受和艺术体验。导视系统具有的可识别性与引导性使之成为了形式与意义的集合体,受众可以与之进行双向交流与互动。在标准化的导视系统设计中,规范的视觉语言给人以统一、程式、严谨的美,在多元化特色化的导视系统设计里,人们更多地感受到思维创造的无限可能和艺术自由的表现力。当下的导视系统设计单有功能性还远远不够,审美性、文化性等日益成为

了现代民众心理需求^[8]。在旅游景区导视系统这一设计领域,人类共同的视觉符号是文化累积的结果,亦是文化信息传达的载体,见证和叙述着复杂的空间关系,显示着人造物的才华,表现着抽象的观念意识和审美情感。彰显旅游景区导视系统的艺术性需要以旅游景区所拥有的自然景观、人文历史、地域特色乃至民俗风情作为设计基础,体现旅游景区的品牌定位,体现出生态美学的活力美、和谐美、创造性与参与性特点。在发挥其公共审美效应的同时,更多地展现出文化包容和情感交流的可能,让游客体验到艺术欣赏的愉悦。

4 结语

随着人民文化水平的提高,物质的满足不再是生活的唯一追求,精神需求的满足成为旅游体验中的重要内容。要让景区导视系统成为旅游资源的一个有机组成部分,成为加深加强游客旅游体验的载体,应充分考量文化生态的重要性,以其为设计基石,遵循体现功能性、融入文化性、注重生态性、彰显艺术性等原则。景区导视系统对地域文化特质的呈现,可以在提供给人们以某种感性形式的基础上去显露它们背后蕴含的某种特定史文化内涵和人文意蕴,成为直接或间接向公众揭示其内在文化脉络与时代风格的符号^[9]。在具体设计中,从导视系统的设计要素——图形、色彩、文字、材料等入手做到特色化的设计,借助导视系统的视觉语言表现“识别”意义和文化上的“传达意义”。通过导视系统视觉化的形象规范人们行为、明确指示方向和空间信息以及传达环境特性,提供人们对活动于陌生空间的环境形态及引导作用的直接认知和帮助。从文化生态学视阈关照现代旅游景区导视系统设计,可以让导视系统的设计有实际的支撑,以人的需求为设计的原点,让设计充满了人性和生命感^[10]。将文化生态纳入景区导视系统设计的范畴扩大了导视系统设计的广度和深度,非常有利于其学科的发展和研究。

参考文献:

- [1] 候鑫. 基于文化生态学的城市空间理论[M]. 南京: 东南大学出版社, 2006.
HOU Xin. Urban Space Theory Based on Cultural Ecology[M]. Nanjing: Nanjing Southeast University Press, 2006.
- [2] 刘志成. 文化生态学: 背景、构建与价值[J]. 求索, 2016(3): 17—21
LIU Zhi-cheng. Cultural Ecology: Background, Construction and Value[J]. Seeker, 2016(3): 17—21.
- [3] 王丽梅. 四川旅游景区导视系统特色化设计探析[J]. 包装工程, 2013, 34(1): 1—4.
WANG Li-mei. Study on Characteristic Signage De-

- sign of Tourist Attraction in Sichuan[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(1): 1—4.
- [4] 徐文廷, 林建群. 文化生态学视角的文化景观研究[J]. 华南理工大学学报, 2015(3): 82—88.
XUN Wen-ting, LIN Jian-qun. Research on Cultural Landscape from Perspective of Cultural Ecology[J]. Journal of South China University of Technology, 2015 (3): 82—88.
- [5] 吴冠聪. 景区导视系统设计的本土化策略[J]. 艺术工作, 2016(8): 107—109.
WU Guan-cong. Localization Strategy of Scenic Spot System Design[J]. Art Work, 2016(8): 107—109.
- [6] 戢斗勇. 文化生态学——珠江三角洲现代化的文化生态研究[M]. 兰州: 甘肃人民出版社, 2006.
JI Dou-yong. Cultural Ecology Study on the Cultural Ecology of Pearl River Delta[M]. Lanzhou: Gansu People's Press, 2006.
- [7] 冯悦. 基于可步行性体验的滨水慢性空间设计[J]. 装饰, 2017(8): 130—131.
FENG Yue. The Waterfront Non-motorized Space Design Based on Walkable Experience[J]. Zhuangshi, 2017(8): 130—131.
- [8] 王越. 交互式理念下城市视觉导视系统设计研究[J]. 包装工程, 2017, 38(16): 249—253.
WANG Yue. Design of Urban Visual Guide System Based on Interactive Concept[J]. Packing Engineering, 2017, 38(16): 249—253.
- [9] 翁剑青. 城市公共艺术[M]. 南京: 东南大学出版社, 2004.
WENG Jian-qin. City Public Art[M]. Nanjing: Southeast University Press, 2004.
- [10] 王丽梅, 裴西宏. 基于旅游体验的旅游景区导视系统标准化设计探析[J]. 包装工程, 2012, 33(8): 17—20.
WANG Li-mei, PEI Xi-hong. Analysis of Signage Standardization Design in Tourist Spots Based on Travel Experiences[J]. Packing Engineering, 2012, 33(8): 17—20.