

【视觉传达设计】

地域文化元素在地铁导视系统设计中的应用研究

赵婧洁¹, 刘时燕²

(1.西京学院, 西安 710032; 2.西安美术学院, 西安 710065)

摘要: **目的** 以城市区域文化建设为背景, 探讨地域文化元素在地铁导视系统的融合, 总结其应用价值及在新媒体下的发展趋势。**方法** 从地域性文化特征与设计心理学角度出发, 逐一分析不同地域文化元素对城市形象塑造的影响及人文情怀的转译传达; 利用案例分析法探讨地域性特征在西安地铁3号线及成都地铁4号线中文化内涵的传达、情感体验的构建。西安地铁3号线“一线一景”的叙事形式全面地展示丝路文化背景、延伸站点文化的意义; 成都地铁4号线内公共设施的设计无不流露出熊猫故乡的气息, 分析总结在地铁导视设计中地域性、特征化的新方向。**结论** 地域文化元素在地铁导视系统设计中的应用, 有利于打造城市的独特气质, 增加城市的活力及好感度, 促进区域文化自信的提升。

关键词: 地铁导视系统; 地域文化; 设计心理学; 西安地铁

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)24-0226-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.24.033

Application of Regional Cultural Elements in the Design of Metro Guide System

ZHAO Jing-jie¹, LIU Shi-yan²

(1.Xijing University, Xi'an 710032, China; 2.Xi'an Academy of Fine Arts, Xi'an 710065, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the integration of regional cultural elements in the subway guidance system, summarize its application value and development trend under the new media based on the cultural construction of urban areas. From the perspective of regional cultural characteristics and design psychology, the influence of regional cultural elements on the shaping of city image and the translation of humanistic feelings were analyzed; case analysis was conducted to explore the regional characteristics of the cultural connotation and emotional experience in Xi'an Metro Line 3 and Chengdu Metro Line 4. The narrative form of "One Line and One Scene" of Xi'an Metro Line 3 comprehensively demonstrates the significance of the Silk Road culture with extending the site culture; the design of the public facilities in Chengdu Metro Line 4 reveals the atmosphere of the panda hometown. A new direction of regional and characteristic in design of subway guides was summarized. The application of regional cultural elements in design of subway guidance system is conducive to create a unique urban cultural temperament, increase the vitality and goodwill of the city, and enhance the confidence of regional culture.

KEY WORDS: metro guide system; regional culture; design psychology; Xi'an metro

地铁导视系统在城市交通中肩负着信息传达的重要任务, 作为城市的视觉信息媒介, 它引导了人们的出行、规范了交通秩序、改善了城市的环境^[1]。随着城市化发展进程的提速, 地铁导视设计逐步标准化与国际化, 但在其设计中往往忽略了地域文化元素的

融入, 使得地铁环境失去了城市原有的特色。美国城市规划学者葛汉姆认为: 城市风格是由多方面的因素决定的, 如独特的地貌、气候特征、生活习俗、常规活动、装饰风格等具有明显的人文差异, 人们对此也较为敏感^[2]。地铁站是特殊的半封闭空间, 进入内部

收稿日期: 2020-09-17

基金项目: 陕西省重点研发基金项目(2018SF-241); 西京学院基金项目(XJ180203, GZJGYB2001)

作者简介: 赵婧洁(1987—), 女, 陕西人, 硕士, 西京学院讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

通信作者: 刘时燕(1973—), 女, 陕西人, 硕士, 西安美术学院教授, 主要研究方向为信息设计。

后建筑标识、自然环境等的弱化使人空间感缺失,引起烦躁压抑的心理^[3]。笔者认为地铁导视设计应更多地从城市特色和设计心理学出发,将地域文化元素通过色彩、图形、空间等媒介转译为人文符号,最终实现“城市-环境-人”的平衡关系见图 1,因此,地域文化元素的融入在地铁导视设计中显得尤为重要,它不仅增强地域文化的视觉识别性,而且还可以提升城市文化自信,对城市的多样化发展有重要意义。

1 地域文化与地铁导视系统设计现状分析

地铁交通无疑推动了城市化的进程,在方便人们出行的同时也丰富了城市的垂直空间层次。目前,国际上大型城市的地铁设计相对成熟完善,例如在世界上享有“地下艺术殿堂”之称莫斯科地铁站,已有四十四个站点纳入国家文化遗产。巴黎地铁站以其多变的艺术性著称;还有曾经法国大革命时期著名的协和广场,该站点地铁导视墙背景是马赛克字母构成的拼字游戏,仔细的乘客能发现这实际是法国《人权与公民权宣言》的内容,这一设计在调动乘客兴趣的同时将空间艺术与城市历史融为一体。我国地铁建设起步较晚,1969年首条地铁在北京开通,北京是我国地铁发展较为成熟的城市,较有代表性的如南锣鼓巷站,其导视墙主题为《北京记忆》,以琉璃材料勾勒了一幅北京百姓遛鸟打拳的生活画面,材料内不仅有玻璃球、洋片儿等老北京特色的物件,还设置了二维码语音故事,成功构成了乘客与环境互动的现代媒体导视体系。目前,我国地铁数量已位居世界

前茅,但在地铁导视设计中区域文化的体现、设计心理学的考虑等还与国际水平有一定差距。研究者朱丽敏通过实地考察,对北京地铁与巴黎地铁环境设计进行了比较分析,发现我国地铁在导视设计和空间装饰方面与巴黎地铁相比有待提升^[4]。也有研究认为国内大多数城市地铁导视过于标准化,设计风格较为固化,缺少差异化城市人文的体现^[5],因此,如何将地域文化元素融入地铁导视系统设计中,在发挥出导视功能性的同时展现城市的人文气息,是地铁导视设计的研究方向之一。

2 地域文化元素的构成

2.1 地域性色彩

色彩作为重要的视觉元素之一,在地铁导视设计中可以指示方向、标注位置、提醒警告、丰富表现形式等作用^[6]。从色彩心理学角度讲,合理的色彩搭配使用不仅可以提高导视系统设计的识别性,而且还可以增加乘客对所在城市的认同感。各城市有不同的历史文化、自然地理环境差异,最终形成多样性的城市人文色彩,如西北地区的高灰度色调、川西民居的灰白色调等,更符合人们对传统城市的印象;通过协调色彩的基本属性即色相、明度、饱和度的统一性与对比性营造色彩氛围,可以更好地缓解乘客压抑情绪^[7]。如重庆气候多雨阴霾,其轻轨导视设计多采用黑色文字搭配黄白底色,不仅提高了辨识度,也给人们带来了轻松明快的旅途心情,因此,在地铁导视系统设计



图 1 “城市-环境-人”的平衡关系

Fig.1 Equilibrium relationship of “city-environment-people”



图2 西安地铁3号线小寨地铁站导视文化墙设计

Fig.2 Design of guiding cultural wall of Xiaozhai Subway Station on Xi'an Metro Line 3

中,要发挥好色彩本身具有的地域属性特点,强调视觉冲击力的同时关注人文色彩表达,实现城市和地域性色彩在地铁环境中的和谐统一。

2.2 地域性图形

在导视设计系统中各个设计元素都是相互补充依存的,文字信息的传达往往不够充分,图文组合的方式有更好的传达效果。图形的补充可以给特殊人群提供准确的公共信息,为行人提供便利。大部分的图形符号有国际惯用标准,其优势在于比较直观,不受语言、民族、教育程度的限制。而地铁线路贯穿整个城市之中,站点设立往往是城市中的生活区片名称、地标建筑、路名,生活在这里的市民已经对这一区域有一定的认识和视觉记忆,这些记忆会让人们产生归属感,所以强调地域性是城市地铁导视设计的必然性。除了满足地铁导视系统的基本功能外,还要给游客传递引导信息,通过图形符号的提示迅速获得有用信息,让人们身临其境,让生活这里的市民在阅读图文信息时感到熟悉亲切,使地上地下空间带给人们的感觉印象融合一致。在地铁标识导视中站名和图形符号的设计可以突出更多地域特色细节、文化特色和人文关怀。

2.3 地域性空间

研究显示,人们突然进入地铁后方向识别能力及地点认同感会弱化,无差别的地铁空间设计让人产生空间怀疑,加之大都市地铁线路的延伸与人流量的加大,如何通过多维空间设计提升出行体验成为了重要议题。剑桥大学心理学家格列高里曾提出:人们对物体的视觉包含了许多信息来源。这种经验不限于视觉,可能还包括触觉、听觉等其他感觉^[8]。西安地铁三号线大雁塔站在步行通道设计了“钢琴楼梯”,行人走在楼梯台阶上,每踩一级就点亮灯带并伴有琴键声,一度成为西安地铁的网红景点。最近,地铁广州塔站B出口的楼梯也采用了同样的设计,每一级产生的音符,可连成《我和我的祖国》的旋律,在体现城市个性的同时也传播了正能量。在地铁导视空间设计中除使用平面设计,也可结合多感官体验方式,声、光、电技术的参与也提高了行人的好奇心,与新媒体艺术的融合使人们更乐意参与体验,加深了乘客对城

市区域文化的印象。

3 地域文化元素在地铁导视系统中的应用分析

3.1 西安地铁3号线为例

地域性文化元素在地铁环境设计中的应用可以突出信息的辨识度、调节空间的单调气氛、与城市记忆形成有效连接,与市民游客形成良好的互动体验。比如在西安地铁导视中,站名字体采用了颜体书法字体,颜体书法字体温润饱满,突出了西安十三朝古都的历史特点,目前西安运行的四条地铁线路站名均采用了图文结合的方法,在导视设计中既保持了高识别度,又与游客市民产生了积极的视觉互动。针对人们熟知的城市特色,基于马斯洛“需求层次理论”的城市文化融合设计^[9],更容易增加市民的归属感,旨在营造王国维先生所说的“所造之境必合乎自然”的意境。

视觉艺术评论家克莱夫也曾指出:人类的情感体验往往是视觉印象激发的,激发人情感的组合是视觉艺术的共性。例如,西安地铁三号线站内的设计,突破了站点单一文化背景局限,采用“一线一景”的表现手法,以西安丝绸之路为文化背景,结合站点特色串联展现“新丝路之旅”的导视墙主题。其中,最具特色的西安雁塔区小寨地铁站,既是换乘枢纽,又是国贸中心,人流量大,该站导视文化墙《一路锦绣》采用十二块浮雕相连的方式,西安地铁3号线小寨地铁站导视文化墙设计见图2,分别展示了丝绸之路上各个节点国家的民俗风貌。浮雕上古罗马斗兽场、雅典战神、伊斯兰清真寺、敦煌飞天、古都兵马俑等图案代表了亚欧大陆上古老而璀璨的文明,首尾两块浮雕以阿拉伯海船黑石号和明代的福船相呼应,展现了深厚的丝路文化,同时向外界传递了古城西安作为丝绸之路的核心地位和经济带标示。

3.2 成都地铁4号线为例

“城市复兴”作为深刻的城市革命为城市整体设计带来建设依据,其中文脉传承为重要内容之一。一个城市的文明程度与导视系统的完善度密切相关,一些发达国家的城市在早期发展时,甚至将地铁导视被



图 3 成都地铁 4 号线熊猫大道站导视服务体系

Fig.3 Guideline service system of Panda Avenue Station of Chengdu Metro Line 4



图 4 广州地铁手机导视 APP 界面设计

Fig.4 Interface design of Guangzhou Metro mobile phone guide APP

视作基础的城市设施，在环境设计之初就进行了统一布局，最大限度地与城市风格融为一体。近年来，我国地铁导视设计也逐渐呈现加大了对地域文化的关注。地铁空间作为城市文明的延伸，地域文化元素通过的提炼、组合、解析、转译等设计应用方法来渗透着城市文化，满足了行人游客对城市记忆的追溯与感受^[10]。例如，成都作为热门的旅游胜地，在地铁视觉环境中融入了较多的地方特色元素，如成都地铁 4 号线的熊猫大道站，因临近大熊猫基地所以该站以大熊猫为该站导视设计主题，成都地铁 4 号线熊猫大道站导视服务体系见图 3，导视文化墙及导视公共设施都采用拟人化手法展示了国宝大熊猫们的乐趣生活，形象栩栩如生。正如格式塔心理学中所强调的“相似性原理”^[11]，成都地铁线的导视设计乃至整个城市的规划设计无不体现着“熊猫”元素^[12]。熊猫大道站导视设计整体以现代主义风格为主，演绎了以“熊猫故乡、文明旅游、文明乘车”等城市文明理念的车站导视服务体系。

4 地域文化元素设计在新媒体时代的发展趋势

当下，新媒体技术承载了现代城市文化语言，通

过数字图像、移动媒介、互动装置等多种视觉手段的转译展示了城市文化的多样性，满足受众的感官体验^[13]。地铁导视系统作为城市文化的间接展示，应该具备多样的文化传播功能，始终致力于地铁乘客的参与度与体验度。比如广州地铁手机 APP，除了基本的路线查询功能外，还融合了 2019 广州地铁马拉松、智慧地铁 AR 导航、广州城市博物馆等功能和信息，旨在倡导“健康出行、低碳环保”的生活理念。新媒体技术的灵活融入，既方便人们的生活，又兼顾了城市品牌的树立推广，广州地铁手机导视 APP 界面设计见图 4，是值得借鉴的模板。近年来，长沙、北京、上海等多个城市也都设计上线了自己的城市地铁 APP，在移动互联网的时代打开了地铁导视的另外一面窗口，有助于树立了城市个性化的形象。新媒体技术的融合让地铁导视设计具有更强的展示互动性，潜移默化地增加了市民游客的认同感，是时代发展下的新需求。

5 结语

地域文化元素在地铁导视系统设计中的应用对促进城市公共交通系统的特色发展和城市人文形象建设均有积极的意义。本文从地域性文化特征与设计

心理学角度出发^[14], 着眼与“城市-环境-人”的交互关系, 具体以成都、西安、广州等城市为例, 详细解析了地域文化元素在地铁导视设计(色彩、图形、空间)中的运用, 最后对新媒体时代下地铁导视设计发展趋势进行了探讨, 以期为我国的城市地铁交通整体形象的塑造和解读提供一种可供参考的视角和思路。

参考文献:

- [1] 方兴, 田颖慧. 现代地铁导视系统的交互数字化研究[J]. 包装工程, 2019, 40(4): 87-92.
FANG Xing, TIAN Ying-hui. Digital Interaction of Modern Metro Sign System[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(4): 87-92.
- [2] 倪春洪. 城市文化意象在导视系统中的演绎[J]. 包装工程, 2014, 35(20): 16-19.
NI Chun-hong. Interpretation of Urban Culture Imagery in the Visual Sign System. Packaging Engineering[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(20): 16-19.
- [3] 张艺. 论地铁公共空间艺术对城市记忆的重塑[D]. 北京: 中国美术学院, 2015.
ZHANG Yi. The Study of Subway Public Space Art Which Rebuilding the City Memory[D]. Beijing: China Academy of Art, 2015.
- [4] 朱丽敏. 北京与巴黎地铁环境设计之比较[J]. 装饰, 2007, 161(3): 10-11.
ZHU Li-min. Compare Beijing's Subway Envirometal Design With Paris'[J]. Zhuangshi, 2007, 161(3): 10-11.
- [5] 田丹丹. 城铁空间标识与导视系统的合理性设计—以西安地铁二号线为例[D]. 西安: 西安建筑科技大学, 2011.
TIAN Dan-dan. Rational Design of Urban Railway Space Identification and Guidance System: A Case Study of Xi'an Metro Line 2[D]. Xian: Xian University of Architecture and Technology, 2011.
- [6] 唐笑非. 色彩在文化创意产品设计中的作用及情感表达[J]. 包装工程, 2017, 38(4): 38-41.
TANG Xiao-fei. The Role and Emotional Expression of Color in the Cultural and Creative Product Design[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(4): 38-41.
- [7] 郭曙光. 色彩在艺术设计中的应用[J]. 包装工程, 2019, 38(4): 38-41.
GUO Shu-guang. The Application of Color in Art Design[J]. Packaging Engineering, 2019, 38(4): 41-49.
- [8] 鲁道夫·阿恩海姆. 艺术与视知觉[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1984.
RUDOLF Arnheim. Aesthetic Designart Esucation[M]. Beijing: China Social Sciences Press, 1984.
- [9] 余就荣. 城市商业步行街公共空间的人性化设计研究[D]. 广州: 华南理工大学, 2017.
YU Jiu-rong. The Research of Humanized Design of Public Space of City Commercial Pedestrian Street[D]. Guangzhou: South China University of Technology, 2017.
- [10] 刘珏. 公共空间环境中导视系统的风格定位研究[J]. 美术大观, 2016, 8(8): 118-119.
LIU Yu. Study on the Style Orientation of the Guidance System in the Public Space Environment[J]. Art Panorama, 2016, 8(8): 118-119.
- [11] 金雅庆, 赵越. 浅析格式塔心理学在城市导视系统设计中的应用[J]. 工业设计, 2016(6): 75-77.
JIN Ya-qing, ZHAO Yue. The Application of Gestalt Psychology in the Design of City Guidance System[J]. Industrial Design, 2016(6): 75-77.
- [12] 魏峰, 董石羽, 徐平. 城市公共交通形象识别系统的应用研究[J]. 包装工程, 2017, 38(2): 40-44.
WEI Feng, DONG Shi-yu, XU Ping. Application Research of the Urban Public Transport Identity System[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(2): 40-44.
- [13] 方浩, 张丹丹, 张言林. 智能用车APP用户体验量化模型构建[J]. 包装工程, 2017, 38(20): 120-125.
FANG Hao, ZHANG Dan-dan, ZHANG Yan-lin. User Experience Quantitative Model of the Smart Car APP[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(20): 120-125.
- [14] 周艺. 基于地域性视觉符号作用的地铁导视系统分析[J]. 工业工程设计, 2019, 1(1): 46-49.
ZHOU Yi. Analysis of subway Guiding System Based on the Function of Regional Visual Symbols[J]. Industrial & Engineering Design, 2019, 1(1): 46-49.