

第一章

环境视觉设计概述

- 第一节 环境视觉设计溯源
- 第二节 环境视觉设计的特征与作用
- 第三节 环境视觉设计的分类
- 第四节 环境视觉设计的要素分析
- 第五节 环境视觉设计的表达

章节提示

对环境视觉设计还没有较明确的界定概念，本章尝试对环境视觉设计理念进行系统的梳理，让学生对环境视觉设计有一个初步认识。第一节是环境视觉设计溯源，对环境视觉设计进行追根溯源，分析它的发展脉络——从古代视觉图形的源起到现代最新的环境视觉理念，寻找环境视觉设计的发展规律；第二节对现代环境视觉设计的特征与作用进行归纳总结；第三节尝试从视觉应用角度对环境视觉设计进行分类，分别从视觉应用形态、视觉应用功能和视觉应用场所将环境视觉设计进行不同层面的划分；第四节对环境视觉设计的要素进行详细剖析，分别从视觉要素、环境要素和文化要素着手进行分析；第五节尝试探析现代环境视觉设计的不同表达形式和表现手法，让学生对环境视觉设计的设计方法有一定了解。

第一节 环境视觉设计溯源

一、环境视觉设计理念的提出

视觉是人们了解世界、认识世界、获取信息的重要感知方式之一。甚至可以说,通过视觉感知获取信息的方式是人类所有能够进行信息收集的方式中最有效的方式。视觉语言是通过二维和三维空间的物质媒介来表达的。视觉语言的构成,是各种视觉形象通过其形态、色彩等传递的,能够被认知的信息。视觉语言具有其特定的语汇和语态。视觉语言的语汇包括色彩、形态、肌理以及点、线、面等,而语态是指通过合理有效的组织方式将视觉语汇进行排列或重组,使其能够被人们接收。视觉艺术—人—环境是一个有机结构,我们在对所有视觉艺术进行探究的过程中,发现这个有机结构几乎作为一个共同要素存在于各个视觉艺术领域当中。所谓环境视觉设计,其中的“环境”是指人们在建筑空间中感受到的生理、情感、体验以及社会意识的总和,“视觉”可以理解为人们通过视觉感知系统所接收到的对外界客观事物的主观认识。“环境视觉设计”正是基于这两者而建立的设计理念。

建筑空间并不仅仅是一个容纳人、事物的物理空间,它还通过与人的心理感受建立关系,从而生发出许多新的“人”的因素。设计师的工作就是通过自己的专业知识和经验来塑造这种空间,通过在其中融入设计者的思想和情感来达到与置身环境之中的人进行交流的目的。因此,环境视觉设计也是具有很强的设计师个人属性的,不同的设计师由于其自身知识结构和审美属性的不同而创造出不同的视觉空间,因而环境视觉设计也能够呈现出更多的面貌和无限的可能。(图 1-1)

随着现代城市形态的不断发展,城市空间的环境视觉设计也在不断地发



图 1-1 楼梯间导视设计

生改变。人们除对环境视觉有最基础的物质与功能上的需求外，对环境所蕴含的文化内涵以及环境视觉带给人的情感体验也有了更多的需求。这种情况主要表现为两点。首先，人们越来越追求艺术化的生活方式，这是由于人类在社会物质条件不断完善的同时，希望精神世界也更加丰富从而达到两者的协调。这也是设计的最终目标，即达到人—自然—社会三者的平衡关系。其次，信息时代促使环境艺术设计本身发生了一些本质上的变化，即从原来单一的认知发展到更加多元化的信息反馈模式，设计方式和内涵也都在发生变化。互联网带来的更加便捷的信息交流使人们对世界的认知得到了前所未有的刺激，从而产生出更多丰富多彩的艺术创造成果，而这些创造成果又带来了新的信息交流，这就是信息时代所带来的全新的交流模式。借由这种模式，城市空间信息的建设和传达这一新概念被融入传统的环境设计当中。

过去的环境视觉设计比较注重城市规划建设中一些物质性和功能性的硬件设施的完善，而忽略了这些设施作为现代城市系统的一部分，除承担一定的物质功能外，还应该具有相应的软性功能，如视觉信息传达中的审美因素所带来的心理感受和情感共鸣等，这些都是现代环境视觉设计所应该考虑的因素。环境视觉设计中的视觉元素在现代复杂的城市系统中起着信息传达的作用，为了更好地进行信息交流，设计需要考虑人的视觉感知系统在不同的环境因素的影响下所产生的微妙变化和因此而带来的心理感受的变化。处理不当的环境视觉设计容易与人产生距离感而达不到有效地传递信息的目的。另外，还有一些不承担物质功能的环境视觉设计，如建筑物环境中的立体装置和设施，它们往往被设计师赋予了更多艺术性的属性。这些装置艺术在让人赏心悦目和感受艺术熏陶的同时，也起着衔接庞大建筑群及其周围环境的作用；作为这整个环境的中心，它会让人更直观地感受到设计师想要传递的思想。

视觉传达设计所涉及的多是行业、企业的视觉和商标设计，并且大多属于平面形态的设计范畴，很少考虑环境或场所的因素，如建筑设计、环境艺术设计、景观设计，而这些设计主要以建筑环境空间功能和空间形式意义为主，将环境和视觉纳入一个整体进行系统研究的并不多见。环境视觉是将环境与视觉这两个领域进行结合的一个完整的概念。

公共环境视觉设计是指在特定的环境中能明确表示内容、性质、方向、原则以及形象等功能的，主要以文字、图形、记号、符号、形态等构成的视觉图像系统的设计，它是构成城市环境整体的重要部分，融环境功能和形象工程为一体。因此，它必须以系统的、整体的观点，而不是分散的、孤立的方式进行设计和研究。环境视觉设计系统的概念分为两部分：一部分是指用来标明方向、区域的图形称号，另一部分是指符号在环境空间中的表现形式。它包括两个方面的因素：一方面，如何用简洁的图形符号来表达准确的含义，并能跨越国界，无须语言，瞬间识别；另一方面，着眼于材质、外观、位置、艺术表现等因素，并且研究如何将图形符号融入整个环境的氛围。（图 1-2）

从广义来讲，把一切用来传达空间概念的视觉符号和表现形式看作视觉设计。视觉设计也可以是文字、图案、环境视觉、建筑等，没有特定的形式。



图 1-2 走廊导视设计

二、环境视觉设计的发展与现状

1. 环境视觉设计的发展

1) 古代环境视觉设计

人类创造的最早的视觉形象可以追溯到古埃及圣符和中国古代甲骨文。尼罗河沿岸发展起来的古埃及人发明了以图形为核心的象形文字，也称为圣符。这些圣符的设计非常单纯，容易理解。古埃及人用单一的颜色、浮世绘的线条来描绘人和动物的侧面轮廓。圣符为日后人们设计具象的视觉符号提供了线索。甲骨文是刻在牛的肩胛骨和龟壳等上面的象形文字，是我国的原始先民用来传递信息和交流思想的图形符号，很难说它究竟是字还是画。我国有着辉煌灿烂的古代文明史，古代视觉符号十分丰富。可以说，象形文字出现之初就是一种视觉符号，它由图画文字演变而来，即把自然中的事物、动物等都变成了固定的、容易写画的符号。(图 1-3)

文字和图像被用在建筑中表现和象征某种特殊意义的情况很多，如秦汉瓦当即具有明显象征意味的视觉图形，在当时多用于宫殿、墓室等建筑上。其装饰图案的内容都是一些具有一定象征意义的文字、动物图案、植物图案等，有象征四方守护神的青龙、白虎、朱雀、玄武的动物图案，也有具有吉祥寓意的其他动植物图案和装饰纹样等。这些瓦当图案是一种装饰，更是一种视觉设计。

在通信不发达的古代，人们有用狼烟来传递信息的方法。“狼烟”因而既是一种传递信息的载体，也是一种符号标志。人们一看到它就能联想到战争，这种远距离而快速的传递效果是文字和语言所无法达到的。这种利用“标志”来传递信息的方式被人们沿用至今，它简单、易识别，却有着极为强烈的符



图 1-3 古埃及的象形文字和中国古代甲骨文



图 1-4 象形符号

号特征。这种利用符号标记传递信息的方式可以追溯到旧石器时代，人们在石头、动物骨骼、树叶等载体上篆刻简单的符号，从而达到记录、传递或者象征信息的作用。最典型的代表应数上古时代的“图腾”，它们开始承载了比较复杂的信息。随着人类文明的不断发展，环境视觉逐渐发展演变为两大类：一类是古代遗留下来的具有非常明显的图腾标志色彩的视觉形象，这些形象被人们运用到造物活动当中，创造出了丰富多彩的视觉文化；另一类则是古人在不断的劳动实践过程中创造的新的视觉形象，如路标、商店的旗帜、碑碣、牌坊、楹联、牌楼等。这些古时候的环境视觉设计在当时起着非常重要的作用。路标、村标等为人们指引方向；碑碣、刻石等能够记录丰富的信息；牌坊、楹联等除作为建筑中书写文字的部分外，更多融入了建造者艺术构想的成分；而亭台、牌楼等则相当于古代的环境设施，具备空间方位视觉和景观小品的双重意义。牌坊、亭台、华表等可以说是古代环境视觉设计的典型代表，它们虽然是一种封建文化观念的产物，但不可否认的是，其为推动环境视觉发展起到了重要作用。这些古代环境设施既是一种视觉信息的承载物，又在环境中起着一定空间定位和识别作用，同时有的还可以供路人休憩。（图 1-4）

2）近代环境视觉设计

近代的环境视觉设计可以说是伴随着后现代主义设计理念同步发展的。后现代主义设计理念提出了“设计的出发点应该是以人为本”的设计观点，强调所有设计都应该以人为中心。环境视觉设计也受到这种理念的影响，开始考虑从视觉审美的角度带给人全新的心理感受，使人体体会到设计美所带来的精神愉悦。新时期的环境视觉设计师因而也面临新的问题，即怎样通过良好的环境视觉设计使置身其中的人得到身心的完全放松，缓解人们在日常生活中产生的压力，并且使其以最好的心态迎接每一天的挑战。设计师们针对这一问题也采取了一系列办法，如通过设计作品的外在形式美感和巧妙的表达方式来衔接人与环境的情感交流，传递人们内心深处对艺术思想的渴求，从而引导人们的内心走向平静，在优美的环境中感受设计艺术所带来的舒适、惬意和愉悦感。

虽然后现代主义提出了理论创新，但环境视觉设计的基本属性并没有改变。设计在考量人的审美需求和情感体验时，要依据空间环境的形式要求，通过对视觉形象的深度提炼，使艺术的自由灵动与理性的构思进行巧妙的融合，如此才能合理有效地表达出环境视觉设计应有的艺术氛围。我们也强调视觉风格与空间环境整体风格保持一致，在此基础上，设计师可以通过视觉艺术的创新来打破建筑空间中原本较为沉闷的局面，创造出风格独特且形式各异的空间环境，并维持作品原有的艺术色彩，这就对新时期的环境视觉设计师提出了更为严格的要求。设计师除要考虑视觉元素表达所用的形态、色彩、材质等基本因素外，还要力求通过作品体现出人们内心的情感需求，为相应的空间环境创造最合适恰当的风格主题，体现设计师的意境，将人的审美追求、精神情感与环境气氛完美地结合在一起，最终创造出既独具艺术风格又能完美诠释“以人为本”的空间环境设计。“它山之石，可以攻玉”，来

自各个领域、各个地域的不同素材，如珍贵的文化古迹、原始的非洲木雕、神秘的热带丛林、独特的部落遗风等，都是设计师们在进行环境视觉作品设计时展示个性和风格的创作灵感来源。

2. 环境视觉设计的现状

环境视觉设计发展到今天，涉及的领域越来越广，取得了许多突破与进展，也面临更多的挑战。环境视觉艺术是结合建筑与环境设计以及视觉传达设计的综合学科，由此显现出了它本身所具有的优势：环境视觉设计既能借助材料来表现肌理美感，又可以通过建筑结构表达设计观点，还可以通过不同的视觉角度呈现表达丰富多彩的效果。环境视觉设计还涉及许多工艺技术的运用、现代科学技术的创新及新的设计思想观念的实践，它是一门集多学科、多知识结构于一体的艺术设计，也正得益于此，它才能适应现代城市空间多层次、多空间、多形态的复杂要求。现代环境视觉设计的目的是创造更适合现代人居住与生活的人性化的城市空间。这个空间中的所有设计都是为人服务的，既服务于人的物质功能需求，又服务于人的情感需求。（图 1-5）

现代环境视觉设计与空间环境有着极大的关系，这就要求设计师熟练掌握环境设计的相关知识。

一方面，环境设计中涉及的整体空间环境意识要求设计师必须具备整体设计观念，这会对原本相对自由的视觉设计产生一定的制约，同时要求视觉元素更加规范化和统一化。环境视觉设计的整体设计观念是空间环境设计的基础，它与传统领域的艺术设计有着本质上的区别，它不能脱离整个大的环境框架而独立存在，而需要与空间环境中的所有元素相呼应、相协调，是一种整合与系统设计观念。这种属性使得现代环境视觉设计必须突破传统艺术设计的分类方式和框架界限，它是不同艺术与学科的相互交融和渗透，并在此基础上生出一些新的内容的现代设计艺术。环境视觉设计首先强调空间环境的存在，其次才是空间环境中的视觉元素。环境中的视觉元素不能脱离特



图 1-5 商业公共空间导视设计

定的空间环境而存在，不能一味地表达自我，即使视觉元素本身尽善尽美，但只要它与空间环境不符，它就可能成为破坏原有空间环境的“丑陋”的东西。所谓美的设计，正是一种能使观者各方感官都能体会到愉悦的设计。在环境视觉设计中，只有强调环境整体与局部达到和谐统一，形式与内容并行不悖，才能称得上优秀的设计。环境视觉设计的整体设计观念决定了环境在一定意义上是会限制艺术表达的发挥的，特别是环境中的视觉设计需要考虑到整体的环境意识，服从于整个大环境的要求。环境视觉设计同时也是强调功能性的设计，这在某种层面上又给设计者设置了一些障碍，在环境尺度、表现材料、结构以及主题等方面都要考虑设计能否准确实现预期的功能，是否符合周围大环境的基本要求等。

另一方面，环境视觉设计又能起到对空间环境进行改善和优化的作用。这说明环境视觉设计并不是一味地迎合整体环境需求，它同时也能在主导地位改变已有的环境格局，使其变得更加和谐。但是，环境视觉设计的这种调节作用只有在准确恰当地把握住了整体环境意识的前提下才能有效发挥。环境视觉设计的调节作用需要借助于空间环境中的点、线、面、体的多种多样的排列组合，从而构成动与静、围与透、分与聚、虚与实的空间环境和视觉效果，如此，既能实现有实在感的空间形体，又能实现有运动感的空间序列。优秀的设计作品之所以优秀，在于它能够淋漓尽致地体现出空间环境的所有属性，增强作品的艺术感染氛围，与此同时又起到提高空间序列的作用，形成一种独有的境界，在这种艺术境界中，人们能体会到如何从一个空间跳跃到另一个空间。不同空间层次内的艺术作品之间相互沟通、交融、渗透，使空间环境布局既有横向的水平序列又有纵向延伸的垂直序列，最终不断递进和发展变化。(图 1-6)



图 1-6 置于墙顶的导视设计

环境视觉设计中的空间环境意识与环境视觉表现的结合有许多既定的形态,在考虑环境视觉表现时,要根据特定空间环境来选择最适合的视觉表现形式。在选择环境视觉表现的主题时,既要顾及视觉表现本身的艺术性,又要使主题与空间环境形态产生关联,并且具有自己的特色,还要立意新颖大胆。最终,通过各种方式将主题尽可能完美地表达出来,既能别致突出,又能有机地协调各方面因素。其实,设计作品的最终目的就是传达创作者的某种思想,而优秀的设计作品在传达作者某种思想的同时,必然会相应地引起欣赏者思想上的共鸣,给欣赏者思想上以一定的震撼或启迪。所以,有这样一句话:“一件作品,与其使人喜,不如令人爱;与其令人爱,不如使人思。”环境视觉艺术的设计主题内容是十分广泛的,设计师可以结合本国的历史文化背景来寻求不同的文化风格,从各地的风俗民情、文学艺术、历史故事、时代风范、地理气候、科学技术等各方面追求艺术灵感的撞击,找到独特的创意和特定的艺术理念。主题的选定可以很直接地反映出设计师的思想,主题是一件作品的灵魂;主题的选定还反映了设计师本身的文化层次和艺术造诣。环境视觉作品的艺术主题与空间环境、文化环境等相辅相成,有益于较为客观地展示出主题创作的精华。

随着现代社会经济、文化、科学技术等的迅猛发展,环境视觉设计也遭遇到许多新的发展契机与挑战。国际化的公共标志在世界范围内得到推广,大到一个国家形象的识别,小到一个商品的外观设计,人们越来越追求通过设计师精心设计从而具有较高的审美标准和实用功能的标志设计。这种情况甚至衍生出了一门现代新兴学科“符号标志学”。现代化的城市体系越来越庞大而复杂,标志、符号等通用视觉元素在这种繁复的体系中显得尤为重要。现代都市里的人们生活节奏迅速,阅读时间都被碎片化,一眼就能看懂的视



图 1-7 Planting Poetry —

觉符号设计因此也受到青睐。现代城市空间需要大量的指示灯、车站牌、信息指示栏等具有指示作用的环境视觉设计，它们起着重要的信息传递作用，甚至对维护城市秩序来说必不可少。如何将这些环境视觉元素设计得更加符合现代人的阅读需求是现代环境视觉设计的重要内容之一。

除此之外，环境视觉设计中的景观设计作为城市的视觉设施，又承担着美化城市的作用。它既是城市环境视觉设计的重要内容，又是构成城市空间环境的要素。它更象征着一个城市的文明程度、社会的开放程度，并且承载着这个城市所流传的历史文脉、文化传统、风俗人情等人文因素。(图 1-7、图 1-8)



图 1-8 Planting Poetry 二

3. 环境视觉设计的多元化发展

1) 自然的追求

现代环境视觉设计的风格呈现出多元化发展的趋势。近几年,愈发火热的互联网思维更是给环境视觉设计的发展注入新能量。环境视觉设计不仅使环境具有鲜明的识别性,而且让原本沉闷的建筑空间更富人情味,充满设计师的巧思,具有非常强烈的主观意识和感官冲击力。设计师不断寻求让大众更容易接受的环境视觉表现形式和思想内容。

计算机技术在设计中的大量应用促进了设计观念的进一步解放和表现技术的优化。然而,人的思想、意识却日益朝着随意、自然、回归的方向发展。欧美发达国家近十年来的标志设计,大量运用了中世纪版画和自然形态的手法。这种自然、回归的趋向,正是人们在现代工业文明中向自然和历史寻求精神慰藉的反映,而这也为公共环境标志设计注入了新的活力。

2) 简约的设计

简洁性原则,即环境视觉设计多以文字和图形的组合形式来取得视觉传达效应。因此,其造型特征应形象鲜明,具有强烈的视觉冲击力和凝聚力。从视觉传达的有效性来看,设计中所采用的形象元素应是经过对显示内容的高度概括和抽象处理而形成的图形或符号。也就是说,设计应使图形、符号与标志客体间有相似的特征,便于理解或辨认。辨认图形和符号的速度和准确性与图形和符号的特征数量有关,并不是符号的形状越简单越容易辨认。因此,为了提高对图形和符号的辨认速度和准确性,应注意设计的图形和符号要反映出客体的特征,并用高度概括、简练、生动的形象表现出基本特征,这样才能适宜观者辨认。(图1-9、图1-10)

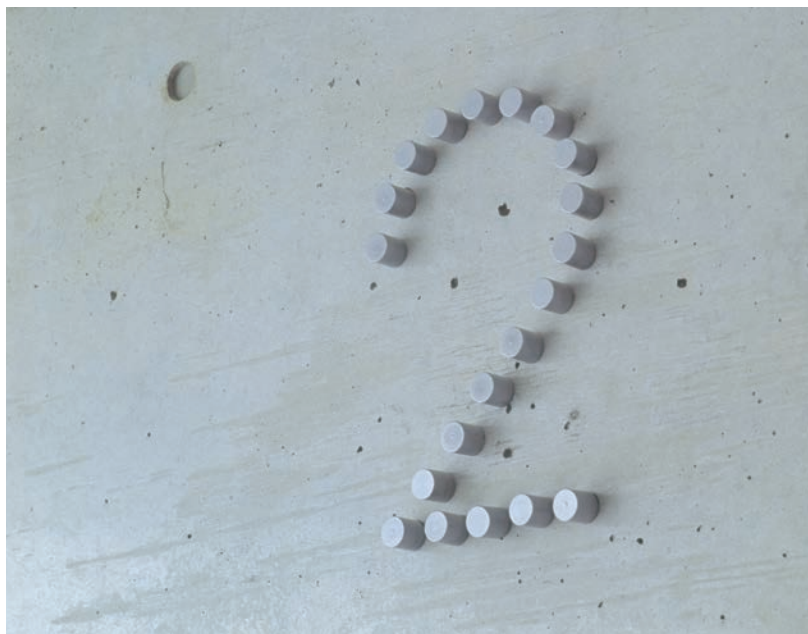


图1-9 区域划分导视设计一



图 1-10 区域划分导视设计二

第二节 环境视觉设计的特征与作用

一、环境视觉设计的特征

1. 视知觉的原理与特征

人身体的不同构造能对外界环境产生不同的反应，如视觉、嗅觉、触觉等都能让人感受到一定的审美愉悦。而视知觉是人的感知系统里相对复杂的一部分，视知觉的产生是需要经历多个过程的，它不只是简单的视觉感知过程，因此不能按照视觉系统的“刺激－反应”模式来进行分析。这是因为视知觉所谈的“看”除涉及眼睛外，还涉及人的大脑。通过将眼前所见与以往的视觉经验对比之后，大脑会据此为眼前的对象下定义，并决定是否需要给予注意以及给予多大程度的注意。设计师要想使自己设计的环境视觉能够最大效率地传递出使用者的所需所想，那就必须清楚人对环境的认知需要与人本能的自动感知机制之间的关系。任何有生命质量的人都需要获取视觉信息，视觉在人的感觉系统中起主导作用，它不同于触觉，并不是一次只能单独感知一个事物，而是能够感知主体所处的整个大环境。人的视觉感知系统可以分为视觉知觉和视觉抽象两个层面。

视觉知觉，即视觉感知，知觉是一种交流信息，是一种特殊语言，艺术家和设计师通过它们传达自己的想法、情感和思维过程，信息接收者则通过接收和感知这些信息和语言，然后通过自己的认知对它们的内涵和意义加以剖析，这是一个相对主观的过程。知觉是人的大脑对外界客观事物的刺激所做出的全部反应。对设计师和艺术家们来说，知觉则是通过感知客观事物，

经过情感再造，将其变成自己的创作“养分”。(图 1-11)

从知觉到认知模式，有两种属性能够让知觉转化为视觉概念：相对普遍性和客观认知性。最开始大概地感知到一个模棱两可的形态或完形，之后通过获取更多的信息逐渐对其进行修改、润色和丰富细节。形态是由各种简单的基础形构成的，色彩也是由最单纯的原色混合而成的——印刷三原色红、黄、蓝或是光色红、绿、蓝。对形态和色彩的认知接受能力与信息接收者所受到的知识教育和文化熏陶有极大的关系。

关于视觉抽象，德国古典美学奠定者康德说：“没有抽象的视觉谓之盲，没有视觉形象的抽象谓之空。”人们一般是把抽象与具体变成两个相互排斥或截然相反的东西，实际上一种意象能代表或再现同类中所有其他个别现象，这就是一般普遍性或抽象化，如仅考虑它自身就是个别的。视觉只要有了注意力，且当人们的心灵有了足够的警醒和使注意力高度集中的能力时，就已经具有了抽象力。

视知觉原理除涉及视觉感知系统的不同层面外，还包括视觉感知形成的具体过程。视觉感知过程不论是对于形态、光感或是色彩的认识，还是对已有的客观事物的体验，都会涉及观察者的内心活动。这些活动包括了心理力场、形式心理、错觉幻觉以及光色视觉等诸多心理活动。分析它们是为了巩固事物的重心，理清对象的条理以达到成熟的结果。

(1) 心理力场。依据视觉的主要特征，事物所孕育的发射、打散与聚集，都是在心理力场内部相互作用而产生的矛盾关系与复杂变化的结果，从而构成了心理力场。所谓的视觉心理力具有一定的反应机制，主要目的是引起人们的关注，并且传递和转移一部分外界信息，即在移步换景的变化过程中完整地诠释出客观事物。

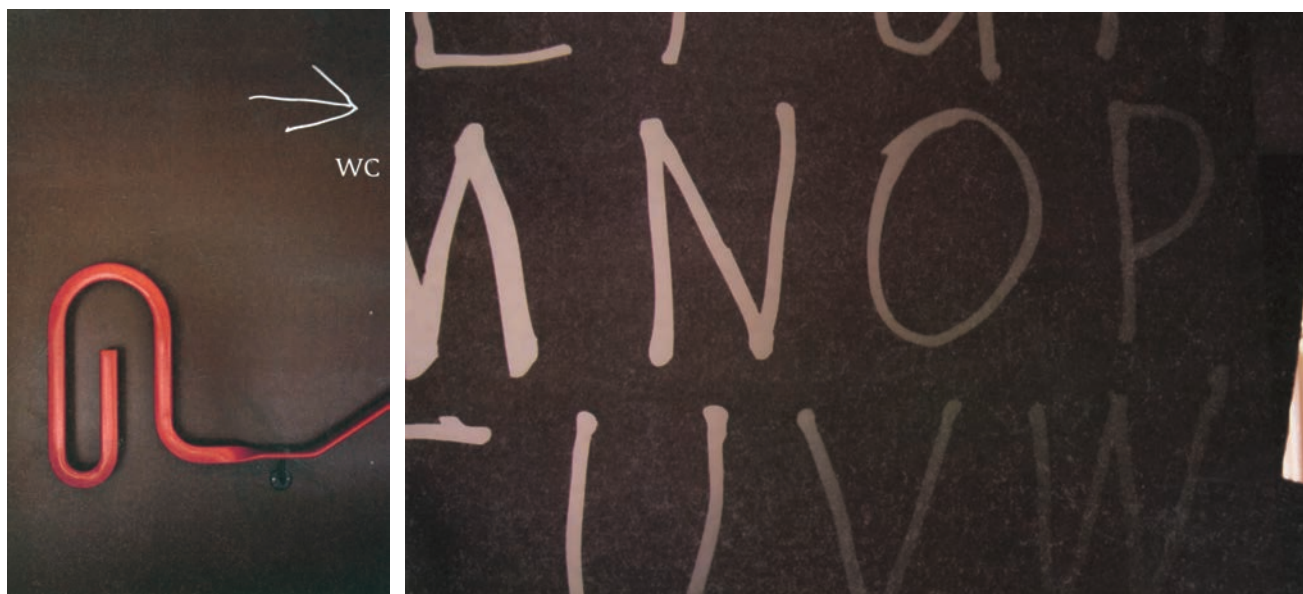


图 1-11 手写式的楼梯导视设计



图 1-12 楼梯导视设计

(2) 形式心理。形式心理是人们对事物的形式感所生出的自然反应。事物在客观的时空中存在的形态,其矛盾的相互关系制造出了不一样的形式心理。

(3) 错觉幻觉。所有的自然界事物均处在永不停止的变化当中,因此在视觉上产生了一定的视觉混乱和图像认知错误是无法避免的,解决这种问题的有效办法,一是予以修改,二是给予一定的视觉强化从而达到某种固定的认知效果。视觉混乱和图像认知错误有时会给人的心理造成相当程度的影响,因此可以“将计就计”,借助这种混乱和错误创造出令人意想不到而又使人印象深刻的环境视觉。

(4) 光色视觉。人眼对于光和色的感觉是非常敏感的,不管是明暗变化、强弱对比,还是色彩联想,都能给人的生理和心理带来不同程度的影响,有时候甚至可以改变人们的正常生理和心理感受。(图 1-12)

2. 环境视觉设计的指示性和图形性特征

视觉符号是人类发展遗留的产物，它们数量众多且往往具有复杂的意象，故只能将它们进行强制性划分，大体可以划分为指示性和图形性两大类。

具有指示性意向的视觉符号一般比较常见于建筑空间当中，它们常常作

为某种标志与环境中具有明确使用功能的部件密切联系在一起。例如，公共建筑中具有很强功能性的路标、安全出口（指示方向）、规定性符号或是作为升降电梯、电动扶梯和公共厕所等人们较常使用的场所的标志为人们指引方位和路线。另外，也有一些用整体建筑形象来“指示”使用者的，如一些商场的果汁铺的“水果屋”的建筑，就是用各种水果的形象来指示出它的功能。这种将视觉符号具象化的形式往往能够起到直观、形象、明确的传达效果，而且指示的方式也非常直截了当，但是这样也会有一些弊端，那就是会使得整体环境视觉缺乏丰富的“意境”。因为毫无保留地把本来就相对不多的信息全部告诉了消费者。有一些指示性的视觉符号会与文字或者其他符号一起出现、配合使用，会使设计背后想要传递的信息更明确，也更容易被人们识别，如产品商标。这些视觉符号有时候会在同一所建筑空间的不同区域反复出现，目的是加强视觉符号带给人的印象，使人们的记忆深刻。

然而，并不是所有与文字一同出现的符号都具有指示性功能。例如，我国古代的人喜欢在建筑的一些部位题字，在门上放置匾额题“对联”，而且这种形式几乎出现在所有古代建筑中，不论是店铺、民宅，还是官府和宫殿。它们的作用已经远远超出简单的标示功能了。特别是在以欣赏为主要目的的园林建筑中，这些符号主要是为了体现整体环境的审美意义。题有优美诗词的匾额不仅有为建筑点题的作用，还能为整体环境增添“诗情画意”，特别是那些经典的诗文和书法，它们自身所带有的极高的文学和艺术内涵会使建筑环境充满文化底蕴，从而达到一种能够引人深思的意境，并且使观者离开以后还能回味无穷，而这正是我国古代优秀的园林建造家们毕其一生所追求的崇高境界。（图 1-13）



图 1-13 无锡“天下第二泉”题字

图形性视觉符号的范围很广，可以说文字也是一种经过抽象提取再造的图形。从广义上来看，基本上建筑符号都是有相当图形性色彩的，所有建筑符号都是由基础的几何符号通过各种方式以一定的要素排列组合所构成的。而从狭义上来讲，图形性符号一般是指那些具有非常容易识别的图形特征或有特别含义的符号。建筑上的装饰图形和纹样及其组成部件也可以称为一种符号，当然这些符号一般有较高的概括性，并且在表现形式、构成法则以及视觉效果上都具有一定的造诣，它们作为一种纯粹为审美性服务的装饰性符号，往往能够为观者带来一种视觉上的美好印象。

3. 环境视觉设计的象征性或隐喻性特征

传统建筑领域有许多具有象征性的符号，国内外不乏典型的例子。象征性符号也广泛地出现在我国传统建筑当中，这些符号往往被赋予美好的寓意。例如，丰富多彩的如意图案，寄托着“吉祥如意”的美好祝愿。古代房屋屋脊的两端被设计成“鸱尾”的形象，它是将鲸鱼的形象进行抽象提取，因为古人认为鲸鱼能喷水，而“水能攻火”。故而“鸱尾”既是一种建筑装饰，又表达人们祈求房屋远离火灾的愿望。这是因为我国古代的建筑用材大多都是树木，出现火灾的概率较高，将“鸱尾”这种象征大海的符号融入建筑结构当中，一来是寄托人们的一种心理安慰，中国人办事都讲究“图个吉利”，这是对平安幸福的期盼；二来，这些符号作为一种建筑结构装饰让比较沉闷的建筑造型变得更加美观、生动有趣。因此，可以说这些建筑符号都具有内在和外在的双重含义。（图 1-14）

美国当代著名建筑理论家文丘里对建筑的象征主义表现手法发表过一些具有参考意义的言论：“建筑师在建筑中传统地使用象征主义以丰富建筑的



图 1-14 中国鸱尾

内容，同时使它不再是一个纯粹的空间工具，象征意义的范围扩大了，不仅仅表现其自身，也赋予含义，并发出不仅是内涵，而且也是外延的明确的信息。”这段话不仅指明了建筑的象征意义可以通过相关的语言学翻译为较为明确的信息，同时还指出建筑外观存在的意义不能只是为了表达外在的形式美感，还要赋予建筑本身一些更深层的内容美感。他所强调的作为建筑附加属性的象征意义，是为了表达建筑师的设计思想，这些都使得建筑物从原本“纯粹的空间”延伸出许多内涵性的意义，建筑物也因此成为具有丰厚文化意义的“设计艺术”。具有象征主义的建筑往往是通过整体形象来传递象征意义的，象征主义最著名的代表要数悉尼歌剧院了，它的象征意义具有多义性，不同的人能解读出不同的含义：有人通过它联想到蔚蓝大海上撑起来一片片白色风帆，也有一些评论家认为它像张开的贝壳。（图 1-15）

隐喻与象征从某种意义上来说很相似，但又不同。隐喻最大的特征是暗示。根据审美知觉理论，“艺术作品的形式作为一个整体，不但包括直接表露的意象，而且包括那些根据某些文化的习惯用法能最确切论证的暗示的内容”。具有隐喻性的视觉符号可以划分出两种不同层次：第一个层次的隐喻比较浅显易懂，其可以称为“明隐喻”，如将具有明显历史特征的装饰或构件用于现代建筑中，就可以非常容易让人联想到传统文化；第二个层次的隐喻暗示性比较隐晦和含混，需要经过一些解读才能被理解，这种隐喻称为“多重隐喻”或“复杂隐喻”。



图 1-15 悉尼歌剧院

4. 环境视觉设计的符号性特征

符号是在人类的生产劳动中逐渐发展出来并走向成熟的，它是对人类的生活以及造物过程的记录和描绘。在原始社会，人们还没有发明文字，只能在石头或木头等载体上刻画一些简单的图形符号来记录和传递一些简单的信息，后来经不断发展，从结绳记事到早期各种象形文字的产生再到较为成熟的古代文字，这些都可以看作人们对符号学的发展。

从视觉传递的角度来认识环境视觉设计，它则属于空间信息传播媒介。清华大学美术学院李砚祖教授在《视觉传达设计的历史与美学》（中国人民大学出版社，2000年第1版）一书中说：“视觉生活是一项极其奥妙而深刻的东西，视觉语言表面上是它的客观表示，借造型的特性来起推广作用。借助视觉的性能，发挥了原始时代视觉语言的初级功效。进入了现代，科学带了路，一切都变了，变得很特别，在时间和空间的争夺下，一切好像要变成统一的大量的符号世界，人类使用视觉语言的世纪已成为了过去，视觉语言反而有意要来统治我们的样子。”视觉符号的传递正在逐渐变成人们日常生活环境中不可缺少的一种文化。进入20世纪80年代，开始有学者将视觉符号作为一种独立的文化形态并进行系统的学理研究。到了20世纪90年代，视觉符号的传递开始进入研究传播学的学者视野，并得社会的一些关注。如今，视觉符号的系统化传播越来越以视觉研究为中心，收获颇丰，并且逐渐向传统的语言和文字符号等的传播提出质疑与挑战。人们日益认识到视觉符号传播对于人类生存环境的重要意义。（图1-16）



图 1-16 导视设计中的符号应用

现代环境视觉借助科技的发展开始在设计上采用一些创新的手段，如运用不锈钢、塑料、复合材料、环保材料等最新的高科技材料。环境视觉的形态也逐渐脱离传统的平面造型而向多元化的方向发展，如立体化的城市公共艺术雕塑及最新的交互空间等。即便如此，环境视觉设计也不能脱离设计根本，它一定要有传递信息和象征表达的作用，上面所提到新的创新只是在它的传递手段和表现方式层面上。现代建筑空间越来越趋于简洁化，但有些部件上即使没有任何文字和符号等信息，观众也能通过设计师所营造的氛围和现代审美系统培养出来的视觉经验或多或少地感觉到这种“空白”构筑的象征意义和内涵。一些以实用功能为主的环境视觉设计需要根据它的具体功能和使用情境承载一些特殊的内容和信息，如路牌、地标、指示牌、导视系统等，它们频繁地出现在现代城市空间当中，具有丰富多彩的组织系统、色彩构成以及存在形态。(图 1-17)

综上所述，环境视觉设计中的符号意义在于赋予复杂事物直观的、能够被轻易识别的信息特质，是对某种特定事物特征的高度概括，从而拥有了强烈的符号特性，这种符号特性正是现代环境视觉设计中空间导向和识别系统的基础。而公共空间的环境景观设计则是要根据公共空间的不同属性和特点，让置身其中的人能够通过理解视觉符号得到正确的指示信息，从而规范自身的行为举止，除此之外，还能感受到由设计师所构筑的空间环境带来的审美体验。



图 1-17 商业大厦视觉符号设计

5. 环境视觉设计的环境意识特征

环境视觉设计在最早出现时就不可避免地和环境产生密不可分的联系。正因如此，进行环境视觉设计的设计师应该在设计的全过程中都把环境因素放在首位，在充分考察、调研并理解所要设计的环境的基础上，挖掘环境所包含的内涵并完成设计意向。(图 1-18)

一般来讲，环境视觉设计中所涉及的环境指的就是人们生存空间中的自然环境和社会环境。自然环境包括山川湖泊、花草树木等，社会环境包括农村城镇、居民街区、城市商业街区等。这种相对复杂的环境划分是伴随人类发展逐渐演变而来的，但是正式形成相对成熟的结构模式则要追溯到工业革命之后。随着信息时代的汹汹来袭，这种复杂的环境系统相互之间组成的结构模式变得更加紧密。而在这种新的结构模式中，最为突出的就是现代城市空间里异军突起的公共建筑，它是现代超大型城市发展的产物，是城市空间里的人们产生社会关系的主要场所和纽带，人们的相互来往因此变得尤其密切。人们在公共建筑环境中工作、休闲、娱乐，公共建筑的兴起改变了现代城市人群的生活方式，这也标志着新时代的来临。(图 1-19)



图 1-18 社会公共空间座椅设计一 / Mathieu Lehanneur

现代环境视觉揭示了自身与周围环境的本质性格，引发出环境的灵性，与周围环境巧妙地融合在一起，引出了新的含义。环境视觉以它独特的表现形式在艺术设计中起到了重要作用。环境视觉的设计需要多方位的思考和论定，环境视觉作品已不是孤立地供人欣赏的作品。环境视觉作品本身在造型上、题材风格上都需要和设计地域的历史、文化和地理环境、周边景物相吻合，直到成为环境中不可分割的一部分，其作用也因该区域需要的变化而转移，这种需要就是环境的制约。正是由于环境视觉与环境的这种密不可分的关系，环境意识的培养才成为一个重要的内容。

现代科学技术的飞速发展导致社会生活节奏不断加快，生活质量不断提高，人们对赖以生存的环境开始重新思考并提出了更高层次的要求，可持续发展观正引起全球的共识。发展的内涵不再只是经济增长和物质发达，人们正逐步重视其生存环境的质量。人们将环境意识和审美意识相结合，并加强了对人文因素的关注，使之成为现代艺术思想和艺术理念中不可缺少的一个组成部分。加之越来越多的人逐渐认同环境视觉艺术发展，所以它对每个人的身心需求所起的作用是不可低估的。因而，环境意识在环境视觉的设计理念中也越来越引起创作者的重视。(图 1-20)



图 1-19 社会公共空间座椅设计二 / Mathieu Lehanneur



图 1-20 社会公共空间座椅设计三 / Mathieu Lehanneur

二、环境视觉设计的作用

1. 环境视觉是信息传递的媒介

在环境视觉设计中，导视系统设计占据了很大一部分板块。公共设施主要起观赏性作用，与此不同，导视系统主要承担着传递信息的重要作用。人们进入一个陌生的空间之后，需要这些环境导视系统来为他们指路和导航。设计师 Per Mollerup 认为导视系统起到的作用准确的说法应该是“指路”，而不是表面意思上的“寻路”，这是因为“指路”更明确地反映出导视系统设计师的工作是引导他的使用者能够轻易地找到自己想要抵达的地方，“指”比“寻”对使用者来说更加容易，而这正是设计所要起到的作用，即更加人性化地为人们的日常生活带来便利。寻找自己的居住环境周围的路是大自然中所有动物的本能需求。鸽子能够找到相隔千里之外的家，这是它们与生俱来的天赋。而人类的身体能力在这方面似乎没有任何优势，当我们处在一个陌生的环境中时，我们的感官系统似乎都变得迟钝了，这尤其会影响我们的理性判断能力，只有当我们慢慢摸索出比较明确的行走线路时才能恢复正常。导视系统就是人们在陌生空间中能够快速熟悉环境的最佳助手。事实上，科技的迅猛发展正在弥补人类生理上的许多不足之处，未来甚至现在的技术发展会让传统的导视系统变成多余的事物。便携式的穿戴设备会用最简单有效又让人们感觉舒适的方法为人们指明道路。任何陌生环境在某种意义上来说都会变得“熟悉”，但这种新的指路方式又何尝不是新的导视系统的又一种信息传递媒介呢？（图 1-21）

2. 环境视觉是社会文化活动的桥梁

环境视觉作为置身于城市公共环境中的作品，应该具有与公众产生交流的性质，它不能是完全独立的作品，要注重公众对作品的参与性、可及性等。



图 1-21 城市公共艺术一

而城市的环境视觉普遍缺少与人们的交流性、可及性，这是一个历史问题。环境视觉艺术进入现代主义后，强调个性、自律自足，无须与大众交流，更不用说让公众参与其中，它忽视了大众在艺术本质中的主体地位。当今的城市环境视觉已经逐步摆脱了原先的弱点和不足，环境视觉正逐渐拉近艺术与大众之间的距离。(图 1-22)

现代环境视觉设计开始提倡关注人的需求，除充分满足人们的基础需求外，它还要考虑到公众的更深层的心理需求，这就决定了环境视觉不能仅仅是传统的静态呈现的形式，它最好能做到让公众有兴趣参与其中。让使用者参与到设计作品当中去，不仅能够让他们获得新奇的体验，还能将他们的行为反应和肢体动作语言变成整个环境视觉设计的一部分。这种具有良性互动的形式既能更好地向人们传递信息，又能完善和提升设计本身。当环境视觉设计能够充分将使用者的行为和心理需求考虑进去之后，使用者便会自然而然地感受到整个环境所传递出来的人文关怀，也因此更加主动积极地投入到环境的氛围当中去，实现设计的最大价值。

法国著名画家马蒂斯曾说过：“我所梦想的是一种平衡、纯洁、宁静，不含有使人不安或沮丧的题材的艺术。对于一切脑力工作者，无论是商人或作家，它好像一种抚慰，像一种镇静剂，或者像一把舒适的安乐椅，可以消除他的疲劳。”这种把人的全部需求放在第一考量位置的设计作品或许没有前卫激进的思想，起不到带领设计的先锋作用，也不会那么犀利或者深奥，但却能够实实在在地让使用者感受到愉悦。这个时候设计师不再是信息和情感的单向传递者，使用者的参与让设计师的作品变得具有生命力，设计师借由与不同使用者的互动也获得更多信息的反馈，从而促使自己更好地完成下一个作品的设计。环境视觉设计作品与参与其中的公众之间的对话，强调作品与公众之间的互动关系，是环境视觉设计创作中的一个重要环节。在城市空间



图 1-22 城市公共艺术二

的公共环境中，人从传统的一味接受的被动角色转换到自由参与的主动一方，人的因素被放大，成为现代环境视觉设计中具有决定性的因素，无论是从尺度层面上还是从表达形式上，环境视觉设计作品都要特别关注与使用者之间的互动关系。例如，在一些旅游景区，设置一些有品质、有内涵又形式新颖的设计作品，以陶冶社会大众的审美情操；在城市当中人流密集的商业中心，设置一些精心设计的现代感强、具有极高参与性的环境视觉作品，可使得人们在疲惫的玩乐之余能够全身心地放松下来；在一些儿童游乐的区域中，应该设置活泼可爱、生动有趣、简单易懂、色彩鲜明的设计作品。

总而言之，环境视觉设计应该为公共空间增添活力，与公众产生互动和情感交流。另外，环境视觉设计还要尊重不同地区、民族的文化差异，照顾不同群体的审美需求，在满足人们物质实用需求的同时也满足人们审美观赏的需求。

第三节 环境视觉设计的分类

一、按视觉应用形态分类

所谓视觉形态是指人的视觉系统在外界环境的刺激下产生的知觉反馈。眼睛是人体感受光的器官，它对一切可视光，以及反射光源的物体都有精度较高的感知能力，人眼可以捕捉光的强弱和色彩的细微变化。因此，通过反射不同波长和频率的光线，物体将它们的准确形态呈现在人们的眼前，所有物体的组合构成了人们的生活环境，人们就是用这种方式来感知周遭的空间环境的。

视觉形态由点、线、面、色、形、空间、材质、肌理等基本元素构成，这些几乎都是人们视觉能够识别的最小的物质单位形态。这些物质形态在自然力或者人为意图的驱使下在空间环境中以不同方式建立起各种关系，由此呈现出能够被人们认知的图像，这些图像经过不同个体的知识结构和文化背景的消化，直接或间接地传递出各种信息。

视觉传达设计师对视觉形态有着更加深入的把握，环境视觉设计师也要具备这种能力，那便是利用各种图形的固有属性让他们承担一种视觉语言传达的载体的作用，而且在一些场合中，图形甚至成为超越语言的传达信息的媒介，发挥出更加直观和强大的功效。近年来的视觉设计潮流似乎又回归到运用点、线、面、色、形、空间、材质、肌理等基本元素来表达复杂多意内容的潮流，同时引领着新的视觉审美方向。

1. 平面形态

1) 平面色彩形态

俄国画家和美术理论家康定斯基说：“色彩和谐统一的关键最终在于人类

心灵有目的的启示激发，这是内在需要的指导原则之一。”我们自身情感对色彩产生的条件反射，我们都深有体会。人的视觉所感知的色彩，其三要素为明度、色相和纯度。明度通过黑、白、灰的关系呈现出来，是色彩的基础和色彩结构的关键；色相则如同肌肤，呈现出五光十色的视觉感受；纯度以饱和程度和清浊程度表现。合理的调配三者之间的关系，可满足人的生理和心理需求。

不同的色彩具有各自不同的属性，能够给人带来不同的视觉体验。具体来说，色彩通过影响视知觉的变化给人的生理、心理、情感分别带来不同程度的感受。康定斯基对于不同色彩带给人的不同影响有过精彩而有趣的评论：“当我们的眼睛接收到一组色彩的时候，我们会产生两种不同层面的感受。第一种是表面的纯感官体验，即神经单纯地被呈现在视网膜上的色彩的魅力吸引，从而感到愉悦和满足的心理慰藉，就像是我们的舌头品尝到一道美食，眼睛感受到类似于美食对舌头的刺激一样的体验，视神经变得平静而爽快，就像我们的手指触碰到冰块。但是，这些生理体验都是短暂而肤浅的，我们每天接触到太多这样的外界信息，很容易就遗忘了它们中的一个。就像手指在冰块上感受到寒冷，把手拿走之后寒冷的感觉慢慢消失，我们也就遗忘了那种感受，因为它们很难被我们的大脑记住。同样，当我们的眼睛看到一种颜色之后转向别处，这种颜色带给我们的视觉记忆也很容易被我们忘却。第二种体验则更复杂，因为感官作用在我们的神经中枢中渗透得越深入，它就能带起越多的连锁反应，从而变成一连串的心理体验，这种体验更容易被我们牢记。同样，色彩的单纯印象经过发展会成为一种感受经验而被人们记住。”（图 1-23）



图 1-23 楼层导视设计 / Studio Up 工作室

色彩形态是不能独立存在的，它要借助具体物像呈现在人们的眼前。因此，色彩形态往往与其他视觉形态相互作用、相互影响。色彩形态在受到事物外在形体的表现的同时，也通过自身属性强化事物形体的视觉效果，无论色彩形态被如何修饰，它都必然与其他视觉形态建立相互对应的关系。这些视觉形态以对应关系存在于环境空间当中，组织出一种特殊的视觉语言，传递出事物外在和内在的直觉特性。

2) 平面符号形态

平面只是一个视觉图像载体，它的目的就是传递表达意义、发现意义，创造、交流和理解。它分属于各个不同的表达空间，在不同的时间、地点和环境中，通过不同的方式来贴近和配合传达的对象，促进交流和对话最大限度地开展和完善，使其功能发挥极致。纵观平面传达的历史长河，平面及其构成的图像作为人类相互间交流思想和意志的载体，实际上是一种积淀了社会内容的“有意味的形式”。它所传达的不单纯是一个符号或一种意味，就平面自身而言，“它本身是一个活着的生命，是有呼吸的”，充满了情趣和意味的表达空间。（图 1-24、图 1-25、图 1-26）



图 1-24 平面化的导视设计一



图 1-25 平面化的导视设计二



图 1-26 平面化的导视设计三

2. 立体形态

立体空间实现了从平面向立体的转变，使得视觉语言的空间更加广泛，更加准确形象地表达对象。立体和空间密不可分，两者相辅相成。没有一定的空间，就不存在立体的概念；没有立体形态的分割，就很难给空间定位。不同的立体形态和不同的空间环境可以形成变化无穷的优美形式。立体空间作为一种表现形式、一种创造方法载体，它通过对各种复杂的视觉表面现象的形态要素进行分析，从而发现并创造出新的表现方式和规律，在视觉上给人们带来新的欣赏方式。它的表现、创造和运用是平面设计的重要组成部分。所有立体空间形态都是建立在平面的基础上，只有在此基础之上，才能进行合理而丰富的立体空间和形态的创造。立体空间形态是从形体的角度，考虑各个形体构成的空间的形式，通过形体、穿插、凹凸等形式表现空间感。立体空间形态要素作为传达各种信息的符号，以它独特的形式向人们传达着各种信息，实现了产品与人之间的情感交流。无论是立体空间还是平面空间，都为人们提供了一种观察事物的角度。在设计中，要有意识地运用空间引导和吸引人们，激发他们的好奇心，并使他们参与进来，达到互动与交流的目的。(图 1-27)



图 1-27 展览馆插片立体结构导向牌

3. 虚拟形态

所谓虚拟形态，就是以信息技术为工具，以数字为媒介，运用数字化的方式进行表现的具有完整审美概念的视觉形式。信息技术拓宽了传统视觉传达门类的范畴，让视觉传达的领域变得更加宽广，涵盖的层面更加丰富。同时，信息技术还更新了视觉传达设计的设计方式，设计师运用信息技术和互联网创做出许多让人耳目一新的视觉体验，这不仅让视觉艺术更加繁荣，也改变了人们对于视觉设计的固有认识和接受程度。

21 世纪被人们称作信息时代，又或者是数字化时代，这种颠覆式的技术改变了大部分工作领域，新媒体技术便是这一时代的新产物。随着时间的推移和技术的成熟，新媒体将会深入到人们日常生活的方方面面。新媒体取代了传统信息传递媒介，广告、海报、书籍、画册等传统纸媒体面临着产业的革新，原来静止单一的视觉形象已经不足以诠释新时代的许多设计主题，而即便是用一系列视觉画面呈现的方式也难以取得较好的效果，新的动画视频却能够轻易解决这一问题。因此，现在的网页设计都开始采用一系列动画效果来与使用者进行互动，人们使用经过设计师精心设计的操作界面来控制眼前的影像和画面，在愉悦流畅的操作体验中轻松而又迅速地获取自己想要的信息。与传统的信息传播方式相比，这种动态的、邀请使用者进行互动的传播形式更加能抓住使用者的心。以往，我们所看到的广告视频多以实物实景拍摄为主，在呈现方式上较单一，也受到许多限制，新媒体就不受这种困扰，因此也拓宽了人们欣赏影视画面的体验。以往的影视作品在处理很多画面，尤其是一些虚构场景和真实世界不存在的形象时，都会表现得真实度不够高，从而使作者原本想要带给观众的视觉冲击和情感渲染大打折扣。数字动画技术的进步可以逼真地呈现几乎任何虚拟人物和场景，3D 电影甚至让人们有身



图 1-28 投影信息栏

临其境的真实感受。这些视觉呈现方式或多或少已经被运用到了环境视觉设计当中，它们所呈现出来的虚拟形态更加丰富有趣，大大拓宽了环境视觉设计的原有领域。(图 1-28)

二、按视觉应用功能分类

环境视觉既是动态的又是静态的，既是物质的又是精神的。这里我们根据物质性功能对环境视觉设计进行分类，主要可以分为指示性功能、识别性功能、指意性功能和展示性功能。

1. 指示性功能

环境设计中的导视系统主要承担着指示性的功能，导视系统设计前期需要对整体环境进行把控，分析局部信息，再进行细化分类和梳理，最后通过简洁、抽象化的图形符号、文字以及色彩组成来呈现，目的是向公众传达一些指定性的说明性信息。它在环境空间中承担着引导和指示性的功能，通过经过设计的指示性图形或符号将空间信息以系统化的方式传达给环境中的人，让人们行动更加方便快捷。对于环境视觉设计的指示性功能而言，它包含了两层含义：第一层是显性的指示符号，第二层是隐性的空间导向符号。显性的指示符号是环境视觉设计的最基本功能，它帮助公众指明行动方向，让人们能够迅速而又准确地找到目标区域和自己所处的方位。对于社会领导层而言，在复杂的公共空间设置系统清晰的导视系统，为人们提供及时的帮助，可以体现出当地良好的社会风貌和对秩序的维护，从而让城市管理变得更加便捷。而对于隐性的空间导向符号而言，环境视觉设计意味着视觉空间的延续和众所周知的行动规则。视觉空间的延续要求设计师精准地把握每一个视觉导向设置的具体位置，从而让人们能够得到连续而不中断的提示；众所周知的行动规则存在的意义是方便视觉设计符号的统一性，如厕所的标志几乎都以男和女的人物形象表示，这种约定俗成的图形背后就是视觉导视设计应该遵从的规则。因此，在环境视觉设计中所涉及的视觉符号的设置，必须经过标准化、简洁化和准确化的处理，让公众能够“墨守成规”。(图 1-29)



图 1-29 指示性导视设计

2. 识别性功能

现代城市系统中的环境视觉导视设计首先提倡实用功能，旨在为社会大众的日常生活提供帮助，遵从服务设计原则，使人们能够以最快的速度准确获取视觉设计的图形符号等传递的信息。同时，环境视觉导视设计还应该具有较高的识别性。人们生活的城市空间中存在着各种各样的视觉导视系统和其他环境视觉，要想使这些复杂的信息能够有条不紊地被人们接受，发挥它们规范人们行为举止的作用，就要求设计师们不断地对导视系统乃至视觉认知学等进行构成要素的发现、分析、归纳、总结和完善，让导视系统的信息传播畅通无阻，不断加强图形符号的识别性。以图 1-30 中的信息查询区域的导视设计为例，运用数字符号和抽象化的图形标识来强化要向公众传递的信息，这种方式比传统的文字解说和简单的图片演示更加具有说服力和易识别性。把经过设计的视觉图形直接印在建筑的墙上和门上，既能带来意想不到的视觉冲击和审美效果，又让人过目不忘，迅速获取重要信息。

优秀的环境视觉导视设计应该让公众在视觉接触到承载导视信息的装置和设施的同时马上做出反应，并能够在脑海中明确地获取到相关文字、符号和图形所传递的信息。环境导视系统的安置也很有讲究，在设计城市公共空间的导视系统时，一般都会考虑将导向牌安置在人口密集、交通活跃、环境纷乱的地方。这些地方最需要导视系统，但导视系统也会因此很容易融入周围环境当中，甚至被各种不可预知的事物遮挡，再加上导视系统一般分布范围较大，与各种视觉信息混在一起，这时识别性就显得尤其重要。为此，一些设计师尝试在导视系统中加入除视觉外的触觉、听觉、嗅觉、味觉等因素，如在装置物上加入听觉识别和触觉识别因素，让人们获取信息的渠道变得更加立体。视觉导视设计除要满足以上要求外，还要在设计的时候考虑环境空间上视觉可及范围的连续性和流动性的特性。这就要求设计师在规划和设置



图 1-30 楼梯间信息栏设计



图 1-31 会堂大厅导视设计

导视系统的时候进行一定的计算，注意信息分布的流畅性和均匀性，这样才能使导视系统发挥最大功效。在线路纷繁交错的立体空间里，要根据环境自身的特点来因地制宜地设计和规划导向牌，这样的个性化设计才能让公众无论处于任何环境中都能轻易识别并获取信息，避免迷失。图形识别和符号识别也具有一定的原则，信息传递的准确性和图形符号本身的特性有关，与它们的数量也有一定的关系，而并不是人们理所当然地认为的，形状越简单越突出的图形符号就越容易被人们识别。只有经过设计师用专业知识和能力高度概括、提取、设计过的图形符号才能客观地反映信息的准确性和真实度。（图 1-30、图 1-31）

3. 指意性功能

环境视觉设计既能够迅速给人们传递信息，又能营造、烘托环境并体现设计者的思想和情感，为我们的生活增添艺术气息。同时，环境视觉设计还具有指意性作用，这一隐性功能常常会被人们忽略，但是它对我们的日常生活环境来说实在是必不可少的。环境视觉设计的指意性包含了两层含义：第一层含义属于表征层面，是指通过环境视觉设计来塑造现代城市环境，即准确地体现并改善城市形象。环境视觉设计将现代城市空间中的具体物像的特征进行提取运用，用符号化的标志来表达所指物体的形态，从而用这种方式达到为人们传达信息的目的。随着城市体系的不断进化和完善，打

造地域特色开始被人们重视,在这种为凸显特定环境的设计情境下,环境视觉设计的表征性具有了更加值得探索的价值。第二层含义是表象性,所谓表象性就是把具体的物象用指示的形式抽象成形象或者图形,从而实现预期的各项功能。但是,在环境视觉设计中,表象性特征的形成需要设计者直观地反映现实生活中的人或物,直截了当地表达和体现事物的形态和特征,并用图像的形式进行传达,带给观者一种具有指意性的信息。在人们生活的城市环境中,标志性建筑、公共设施以及公共艺术等具有景观效应的环境视觉设计中明显具有这种表象性特征,因此称为指意性作用。(图1-32)

4. 展示性功能

环境视觉设计的重要作用是传递信息,信息则通过各种媒介传达到人眼中。因此,环境视觉设计必须具有有效的信息展示功能。人是具有一套非常精密的信息接收系统的生物。图像这种外界信息通过人体的感官系统进入人的大脑,并唤醒人的大脑记忆,从而在大脑中生成图像。环境视觉设计的开展进程意味着人对这一过程的积极参与,设计师将信息以视觉化的形式展示在空间环境中,与人们展开多元化的互动,由此唤起人们对空间的情感共鸣。所谓的展示性功能并不仅仅是传统意义上停留在商业货品的陈列和销售展示的层面。现代的环境视觉设计力求通过对空间环境的设计创新,让信息展示的方式脱离被动又单一的形式,而让置身环境空间中的人主动参与进来,从

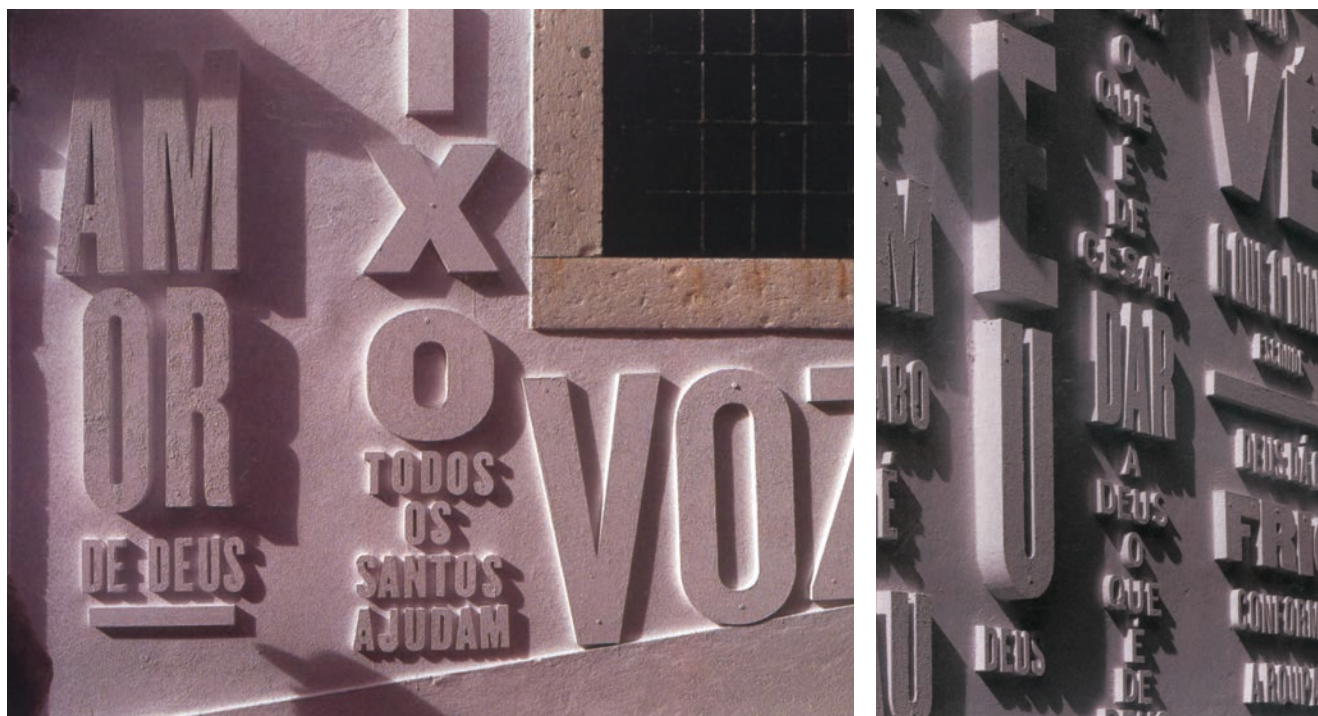


图1-32 墙面立体字母



图 1-33 日本盐尻市社区中心导视设计 /Terada Design

而形成一种信息与行为的交互空间。展示性功能本身是一种抽象性的功能，它需要通过空间媒介和载体来实现，因此作为载体的环境空间的设计显得尤为重要，它直接决定了展示性功能是否能够高质高效地完成。环境视觉设计的不同领域都会涉及信息的展示，从小的标志到导视系统，再到空间规模庞大的商业展览、大型活动乃至国际博览会等，展示的性质已经不只是简单的信息传达，它更体现了一个城市乃至国家的文明和发展，是各个地区的人们知识、审美、教育水平的集中体现。换句话说，环境视觉设计就是空间环境的一种展示性名片。（图 1-33）

三、按视觉应用场所分类

1. 导向性场所

导向性场所一般指复杂的综合性空间，如商场、景区、学校等。它们的范围较大，因此需要设计导视系统来为人们提供信息等指示。导向性功能设计包含了独立视觉的指示标识和连续感知的空间指示标识，其要完成城市视觉导视系统的引导作用，采用经过科学的设计方法完成的统一且清晰的指示标识，把环境空间中的空间关系、区域特征以及公众想要到达的目标区域的信息传达给观者。这种统一、显而易见、清晰易懂的指示标识能够帮助观者迅速地了解自己所处区域的基本情况，并能够起到引导、指示的作用，让观者能够方便快捷地在环境空间中自由活动。因此，环境视觉设计必须建立一套统一有序、需要较低知识门槛的引导标识。这样，在人口众多、环境复杂的环境空间中，一套标准的导视系统便可以服务于各类人群，即使是文化水平不高的人或者拥有不同文化习俗的外国参观者。环境视觉设计的最终

目的就是提高城市空间的社会服务质量以及保障人们日常高效地工作、生活。导视设计需要营造能够使人连续感知的视觉空间，这是导视设计传递连续性信息的基础。视觉感知的延续习惯是人们在生活中逐渐形成并约定俗成的，深入研究这些习惯能够使设计师的设计更加科学、系统、有效。人们通过判断空间环境中的视觉导向载体的形式、颜色、比例等，并联想到以往的经验，在此基础上做出如何进行下一步行动的判断。视觉导视设计就是要保证人们都能轻易做出正确的方向判断。以无锡交通导视系统为例：无锡市交通导视系统大多拥有国际通用的交通符号，其形式与颜色均得到部分的完整统一。然而，现代交通导视系统并非单一的展示行为，其设计特色依据人性化设计和区域特色，不断更新，更具规范化。具有特色的指引导符号、人性化内容的释义、区域特色标识的展现，都是缓解人们生活中的视觉疲劳、提高城市的亲和力的必要手段。近些年，这方面的设计也逐步得到应用，如在若干城市相继出现了一批以注意安全为主的温馨提示等系列符号及系列导向牌。

2. 公共设施场所

城市公共设施场所是城市建设中的又一重要组成部分。城市的文化建设、娱乐设施、休闲场所、旅游区域等需要有效的文化视觉导视系统来表现，这些文化类内容需要整合统一，在它们之间建立整体的视觉设计及其导向联系。以文化、娱乐、休闲、旅游不同特色作基点，以形式为载体形成一个统一的既独立又有相关关联的系统。它体现了准确的导向性，又把说明性与导向性相结合，形成一种稳定、可靠、愉悦的内心感受。文化视觉导视系统的设计需要通过对城市文化深度了解、综合后加以展示，在体现城市文化内涵、文



图 1-34 大家的森林——日本岐阜市媒体宇宙图书馆设计 / 伊东丰雄

化精神的同时，进行视觉序列化的说明和创意。文化视觉导视系统作为城市文化的载体，体现和宣传城市的文化定位，展现城市文化深层含义与城市文化特色的魅力。一个城市的文化性视觉导视系统在形象处理上要寻找区域与区域之间的联系，明确其地域性、民族性及其发展个性，要研究城市历史的来龙去脉，首先要保障其导向识别功能，外观形式、设计风格、展示方式等元素都要尽可能与城市的文化氛围相辅相成。文化性视觉导视系统的设计在大多数城市中，缺乏文化深层的研究与延续，对城市文化的集合与再造也缺乏创新。这需要我们进一步利用城市的历史特色把文化与审美融合，通过视觉导视系统的设计，全力展现、寻求城市文化精神上的沟通，从而实现媒介与说明的双重作用。(图 1-34)

3. 交互性场所

所谓交互性场所是指人们能够与环境视觉设计产生互动的场所。“交互设计”是现代环境视觉设计提出的比较新的设计理念，这一设计理念并不诞生于环境视觉设计，但是它的核心宗旨与环境视觉设计不谋而合。交互设计提倡人人、人机、人物、物物等多元化的互动，彼此融入构成良性的互动系统，将这一理念运用到环境视觉设计中，应该提倡人与建筑、空间、环境的互动，这种有机的结合会使环境视觉设计更加富有感染力。交互设计理念存在于不同设计的不同阶段。不论是环境的整体规划还是建筑设计，或者是公共景观设计，甚至是与整个环境设计相关的构成元素都是交互设计的内容。只有这些元素相互作用、统一在一起，才能保证交互设计的有效进行。同时，交互设计在不同的阶段涉及的形式、内容也是不一样的。(图 1-35)

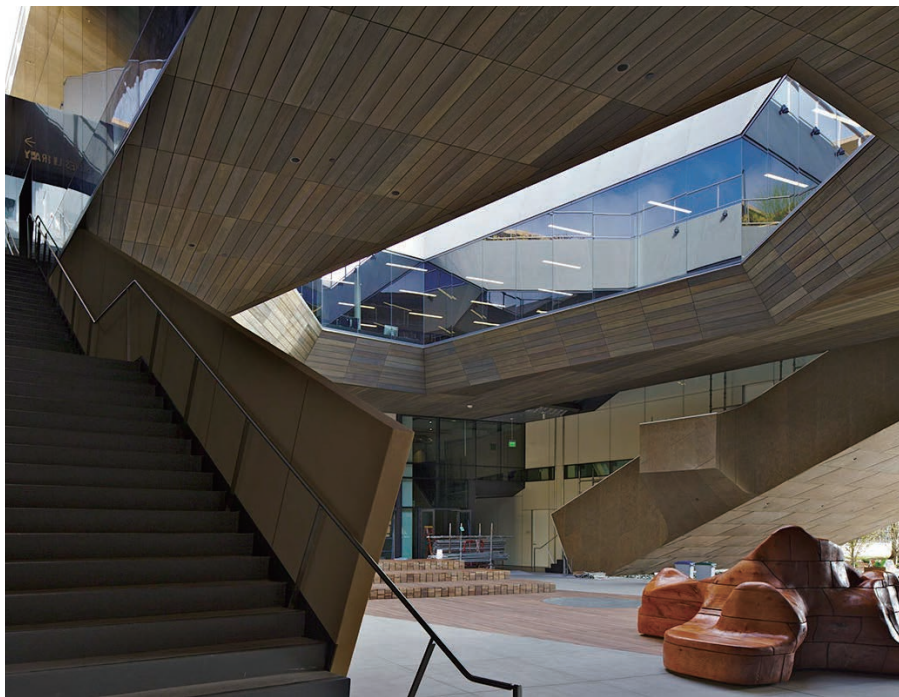


图 1-35 交互性场所 / David Crawford



图 1-36 美国穆迪花园

交互设计在环境视觉设计中应注意的因素如下：第一，设计师必须考虑到所作的设计与周围环境的融合。在设计的过程中都应该充分考察周围环境的情况，不仅要考察物理环境，还要考察周围人们的生活习惯和文化习俗等，然后将这些融入设计中；最终，环境视觉设计要符合当地城市文化内涵和地域性特色。第二，设计师应该站在公众的角度来考虑环境视觉设计的功能性。交互设计理念运用到环境视觉设计领域的目的是满足公众的使用要求，由过去单向的行为模式变为多向行为相互参与，使公众更合理地使用其功能。最后，环境视觉设计应该强调设计的交互性。互动性贯穿于整个环境视觉设计的全过程，与传统的设计最终呈现的作品不同，它体现的内容更多的是与大众的互动性，而设计原则中最主要的就是互动性、体验性和科技性等。（图 1-36）

第四节 环境视觉设计的要素分析

一、环境视觉设计中的视觉要素

1. 视觉设计的基本原则

图形、文字、色彩是基本的视觉要素，在空间构成中占有一定比例；同时，其作为传达、展示信息的主要形态也发挥了重要作用。它们对空间视觉效果和空间信息传达效率的影响表现在和其他形态的对比、占有的比例和疏密关系上，也是在视觉环境中，遵循视觉环境设计存在法则的表现。

1) 视觉设计要素的简化

在视觉环境设计中，以视觉环境中的整体性和造型特征为首要目标，其细节也需要尽量依赖于整体的造型特质作为局部造型的依据。形，在视觉语言中即图形的概念。在视觉环境中，以二维或三维的主要形态为设计依据，将二维的形导入到三维空间并以此达到对元素的再设计，这叫作对元素的简化。对视觉元素的简化有形态和组合规律性的要求，需要把视觉对象按照对称、平衡、重复、渐变等一系列设计方法进行重组运用，使处在某空间中的人们可以根据简化的视觉元素快速认知传达信息，并以此迅速确定空间的基本形态和构成规律。所以，环境视觉设计需要统一的展示形式作为基础和前提，视觉元素的简化也包含着视觉元素的丰富性、多元的处理手法和丰富多彩的设计概念。所谓的简化，并不是传统意义上数量的加减，而是少量的视觉语言和形态元素所组成的视觉环境，以及用尽量少的形态和结构特征的视觉元素有序组成的整体空间。

2) 视觉设计要素的发现

视觉元素的再设计不但要简化，而且要清晰、快速地向处在空间中的人

对它进行有效的信息认知。唯物辩证法认为，联系是指事物之间以及事物内部诸要素之间的相互影响、相互作用的关系，相互联系是事物存在的基本条件，联系构成事物的运动、变化和发展。人的视觉发展也是辩证发展的关系，它是不断追求更新、变化事物的过程。对于一个相对熟悉的造型，人们会对它产生审美疲劳并希望用新的改变来打破这种单调从而达到新的审美追求。在展示空间设计中，基于视觉元素设计的统一性和整体性，同时又基于视觉元素设计的发现、拒绝重复性等特征，需要使用一些如不对称图形、不规律元素和不同色彩的方法作为设计的手段。

2. 视觉设计中的艺术美感

视觉美感是人类所共有的生理感受，它不受种族、地域、文化、宗教等因素的影响。在展示设计中，视觉美感是指对统一空间中富有规律性变化的造型的感受，以及对阴暗、抑制性色彩和杂乱空间的反感等。因此，空间中传递大量、色彩杂乱、光域不适合等不符合视觉功能设计因素的信息，不注意物品的展示和空间中造型和元素的统一运用，会造成对人视觉生理极限的超越。经过人类长时间的视觉生理发展，视觉美感有一定的规律可循，具体表现为简练与单纯性、平衡、对比、节奏、韵律和意境。它们都遵循着统一变化的规律，并以此为前提成为可见的形式与美感统一的具体体现。(图 1-37)



图 1-37 色彩鲜明的艺术设计——DCU students' union / Aad 设计公司

注: DCU 为 Dublin City University 的简称, DCU Students' Union 即都柏林城市大学学生联盟

1) 简练与单纯性

艺术设计领域内的简练规律，不是一味地精简，而是在特定目的下，所使用的不超出该目的的形态与材料的量，在此基础上的简练才能创造出审美效果。

单纯性是指以尽量小的代价换取尽可能大的心理效果和物理效果。造型简练、材料简化的形态有利于人们记忆和识别。所以，对于较复杂的造型则可通过秩序化使其简化，以便于记忆。

2) 平衡

平衡不论在何种艺术中都是一种极其重要的特质，正如在建筑设计中，平衡会给人带来坚固、安全、可靠的感觉。不论是物理平衡还是视觉平衡，其本质都是指物体的整体和局部在相对停止的状态下所构成的一种分布情况。平衡的作品构成，因其形象、方向、位置等诸因素的结构具有不可变更性，它会给观察者营造出一种含义清晰、和谐稳定的感觉。

3) 对比

对比是指具有明显差异、矛盾和对立的双方，在一定条件下，共同处于一个完整的统一体中所形成的相辅相成的呼应关系。对比是创造美的重要手段。

4) 节奏

节奏是创造艺术、设计作品的重要表现力之一，它具有在艺术中表现、传达人心理情感的基本特征，人们能够在舒缓的节奏、和谐的韵律中感受到美。

5) 韵律

韵律的呈现是构成动态感觉表达形式美的有效方法。同一要素反复出现并被重新编织，会形成运动的感觉，使画面呈现多样性。

6) 意境

艺术意境是指一种可悟、回味无穷却又难以表达的意蕴和境界，是艺术家“熔铸”在具体艺术作品中的形神情理的统一、丰富心灵的深刻意味、虚实有无的协调等。这些艺术作品不仅在感官上给予人们刺激，更直接使观者的心灵荡漾。任何一种艺术形式，其最终目的都是通过各种或生于意外，或蕴于象内的表现形式来达到某种意境，也就是将作者的思想感情融入艺术作品本身，让观者通过视知觉感受到作品所要表达的含义。

3. 视觉设计中的图形创意

不论是快节奏的展览会，还是有着浓重历史气息的博物馆，包括文化性公共景观展示的空间，视觉图形语言都会以各种清晰、直接、简练的平面形式占据着人们的视野。在展示空间的版面设计中，也经常可以看到以图形、

摄影、图形设计、文字设计等方法为主或为辅的排版方式。这些图形的整体构成以直观的方式向人们呈现着空间的信息。(图 1-38)

从符号学的角度上来说,图形符号识别是指带有导向所指含义的图形,在实际设计运用中,导视系统就是以这种替代物作为图形符号来传达信息的。从有关图形符号识别系统的历史背景的文献资料来看,古代城市结构简单,且不具有人性化的导视系统的设施。人们最早、最常见的用来指示和识别的导视系统是商业活动上的门牌图形。随着社会的变迁发展,人们的寻求需要在这种代表性的图形符号上得到满足,它不仅发挥了指示的作用,同时也容易让人识别与记忆,由此,视觉导向图形符号才慢慢地在人们生活中发展及演化。

在这种环境背景下,可将视觉导向图形符号分为具象型图形符号标识和抽象型图形符号标识。具象型图形符号标识是指采用所指代对象的具体形象作为表现形式的导视图形符号。而抽象型图形符号标识则体现在指代对象的抽象形象上。一般情况下,“具象型图形符号的形式与它所指代的对象的形象是相对应的,并且是通过形象模拟直接反映出所指代的事物。然而,从符号学的角度来看,图形符号的形式与它所指代的对象之间的关系既属于一种镜像关系,又属于一种指索关系。因此,它既是图像符号又是指索符号”。由于具象型图形与目标对象形象是改良和原版的关系,因而,它是可以让人们感触的图形,人们通过视觉经验就能对其进行真实、直观、清晰的理解和识别,这也是一种一体性的优势。在不同年龄、文化知识水平以及不同语言的人群中,具象图形因其直观、简洁、明了、易懂与易于记忆的特点,以及跨领域、跨语言形式信息系统识别的效果,被广泛应用到社会各行各业,以及生活场所中的各个领域。



图 1-38 Ryadom 医疗诊所有趣的图形创意符号 / Tigran Kazaryan

4. 视觉设计中的字体设计

文字是视觉元素的重要组成部分，运用数码软件和其他装饰材料可对文字进行重组加工，结合立体构成的方法，对文字进行艺术设计。在平面设计中，文字在页面的协调和布局上达到了综合效果；在展示空间中，文字也具有导向作用，通过文字达到了引导和协调信息的目的。此时，文字无声胜有声。文字向人们讲述着历史、文化，传承着人类文明；同时，文字又是另一种形式的图形，它用抽象的呈现形态指引着看客。在视觉传达设计中，文字是一种信息传递的介质，引领着人们向更多元化的世界探索。自从人类有了文明，文字就成了一种无所不在的工具，不论是在平面还是在空间、有意识的还是无意识的、有声的还是无声的、古代社会还是现代社会，只要信息需要被传播，就有很大的可能运用到视觉元素中的文字语言。在平面广告设计中，文字的应用会直接影响到信息的有效传达，以及视觉设计中的画面整体效果的冲击力和平衡感。在 2011 年 GDC（影响中国未来的设计，前身为平面设计在中国）展系列活动中叫作“回到中国”的主题邀请展中，汉字作为历史极其悠久的文字体系，以其独特的文字构成形式和丰富的美学价值成了设计中富有生命力和感染力的设计元素。（图 1-39）



图 1-39 字体创意设计 / 广村正彰

5. 视觉设计中的配色法则

1) 色彩空间

色彩空间包括二维色彩空间、三维色彩空间，以及数字技术带来的虚拟色彩空间。在设计中，主要研究二维色彩空间和三维色彩空间，本书论述的展示性空间属于三维色彩空间。三维色彩空间包括室内色彩空间、建筑色彩空间和景观色彩空间。因为展示空间有着强烈的信息传递和引导的功能特殊性，所以色彩在空间中有着举足轻重的位置，色彩的对比和调和可以影响展示空间传递出的空间情感、视觉色彩感受和心理联想。冷暖色调、虚实、远近，这些色彩的特质经常会用于展示空间之中。在色彩学中，颜色的划分也是由经验和人类的发展过程慢慢总结而来的：色相可以分为暖、冷、中三个层次；在色相环上，红、橙、黄到黄绿色为暖色，蓝、青一直到青绿色为冷色。其中，橙色是最暖的色彩，青色是最冷的色彩。紫色是红、青的结合调配，绿色是黄、青的结合调配，所以它们被称为中性色。色相的不同呈现也有着不同的寓意，如红色代表着喜庆和奔放，蓝色代表着冷静和理智，黑色代表着帅气或黑暗。同时，色彩的不同搭配会给人以立体中前后、凹凸的感觉，这与在画面中明度和饱和度相对较低的色彩让所描绘的物体有一种远离感是一样的道理。另外，也有利用人们对色彩的不同心理感受来改变实体空间的抽象大小的情况。（图 1-40）

2) 色彩与光

美国色彩学家波布尔曾说：“色彩是光的使者。”物体因本身的材质不同导致反射的光线量不同而呈现出不同的物体色彩。在没有光的环境下，人们难以观察到人或物体。反之，在光线充足、视野良好的情况下，人们会观察到物体的不同面貌。人眼感知色彩的必要条件是光，光是创造色彩的根本来源，

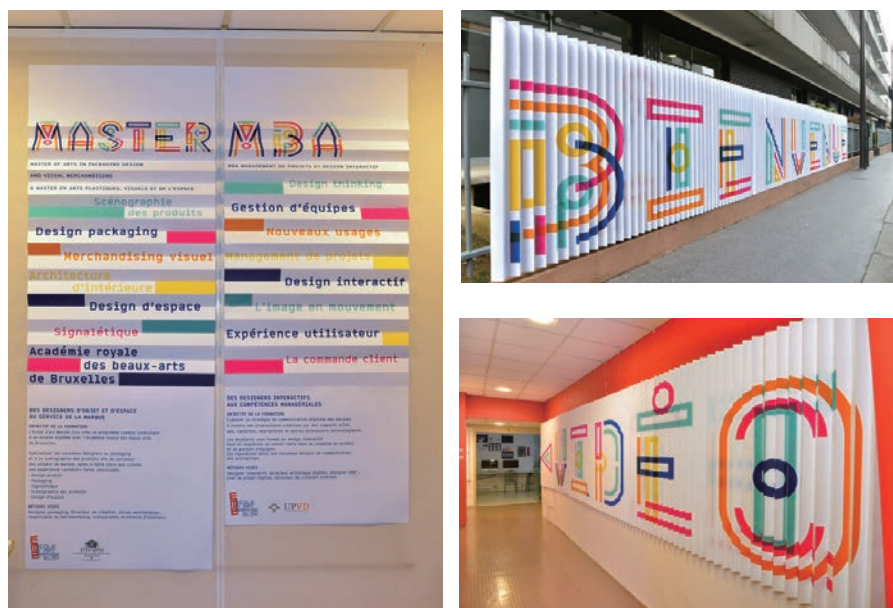


图 1-40 Maryse Eloy / Joséphine Thai, Romain Gorisse, Sébastien M

色彩是光的表现形式。人只有通过光才能感受物体的形状、色彩等，从而认识客观世界。

二、环境视觉设计中的环境要素

1. 环境设计的基本原则

1) 注重整体规划思路

在环境艺术设计中，不仅仅存在众多的设计实体，还涉及整体的设计思想、意识等方面的理念，可以说环境艺术是物质和精神的一大融合，要从整体上通盘进行思考。在古代，周边环境的营造都体现了一定的整体规划思想，或上升到宗教，或上升到哲学的范畴。在现代，自然和人工因素有机集合，在集成古代总体而和谐的人文设计理念的基础上，可以说整体和谐的原则就是要强调局部构成整体。从更高层面上讲，就是要做到环境与人的和合共生。(图 1-41)

2) 科学发展模式

从根本上讲，人类对大自然的索取是为了建设更好的家园，但过度的开发和利用及自然资源的减损，对环境造成了严重的破坏。科学发展观要求，在环境艺术设计中要脚踏实地，真正落实到“绿色设计”和“可持续发展”上。环境的运用也要从联系的角度来看，不仅要考虑到自己，也要为子孙后代着想。从具体地域环境设计或室内环境设计来看，低碳环保元素是基本要求，这不仅仅是对设计的要求，也是对材料本身的要求，其对人类健康的影响和其自身使用寿命对环境设计的前瞻性和可预见性、环境的长久生存和发展起

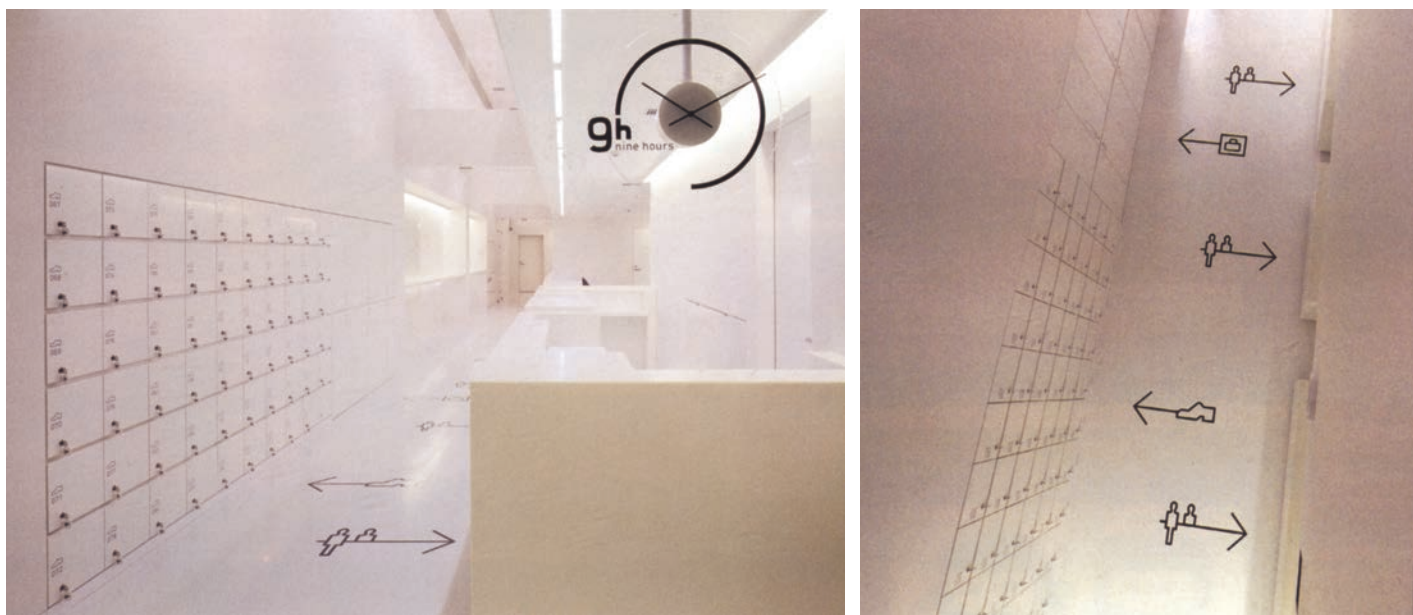


图 1-41 日本京都 9 H Hotel 精品胶囊旅馆一 / 柴田文江等



着重要作用。

3) 以人为本

环境是相对于人类而言的，人类在从事各类活动时，在被动适应环境的同时会下意识地改造环境，为我所用。所以，环境设计的基本要求就是满足人的最初的生理需求，如空气、光等。长期以来，这是人们之于环境设计的基本层面，但在实际环境设计时，设计师们往往忽略了人的主体地位，过度强调环境的实体创造，造成环境设计看似很美却往往不被认同的尴尬场面。所以，以人为本的环境设计不仅仅强调为人服务，同时为人类创造了一个可以依存的重要场所，在按照人的理想和需求进行环境设计时，一定要考虑环境对人的反作用，尤其是对人类高层次的心理需求满足上的反作用。

2. 环境设计中的材料肌理表现

肌理本身是暗含一定的心理映射的。材质是材料和质感的结合，这会给人带来间接的物理及心理感受。人们可以将材料的质感视为一种单独存在的视觉符号，甚至可以脱离本体直接将其视为一种可利用的媒介。(图 1-42)

1) 材质质感与造型风格

建筑物的外观、风格、质感等不同的特征可以从“指示过程”中传递信息。建筑物的玻璃外观利用透明质感的指示标识，给人们建立一种相应质感的心理感觉。以日本东京的山崎花园酒店为例，山崎花园酒店内的导视标识采用钢铁材料，钢铁质感坚硬，给人挺拔、现代之感，符合酒店立体的现代建筑风格；标识以吊坠为设计灵感，利用钢铁的平面与立体的特性制作，是一种造型概念与材料特性的匹配结合。

2) 材质的联觉

基于人对导视标识的识别，标识材质在空间中的延伸应用可视为标识在空间环境中的视觉引导。例如，将木质的导向牌与楼梯和地面的材质相互呼应，设计师凭借人们对木质材料的经验，将木质表面特征给予的信息印象延续到空间环境中。凭借生理对标识材料的观察所得的联觉，帮助人们从中寻找“看不见的信息”，启发对信息的回忆与联想。

3) 光源效果

灯是一个城市和导视的主要材料。在材质上，它本身具有低碳的作用，体积小且使用寿命长；在技术上，它可以利用高科技实现远程或近程的间接操控，方便且快速，也是延展导视系统操控弹性的展现。它可以利用多变的信号、图形特性，展现信息呈现的多变特征，从而引起受众的关注，达到预期的信息传递效果；也可以将灯放置于编排图形或文字的设计上，利用照明产

图 1-42 铁丝的运用——牙科诊所导视设计 / Greco Design



图 1-43 错位空间导视设计 / 高桥善丸

生独特的视觉效果。例如，将原本的文字用点亮灯的形式来展现，不仅在视觉上吸引人的注意，在空间上同样也会达到良好的指引效果。光源的同向密集排布是一种创新的个性化形态，呈现出置身于科幻场景的效果。这种科技感让人产生速度与方向的视觉印象，结合墙柱与地面的导视标识，营造了多维指引的环境氛围。

3. 环境设计中的空间运用

1) 三维透视的空间表现

透视原理是呈现变换空间形态的常见方法，该方法在遵循透视学的基本规律的基础上，又在此规律中进行设计夸张或强化，致力于二维创意的视觉角度，使之表现出透视规律与增强视觉、创意思维与创意图形共同表达空间感受的氛围。“焦点透视给人带来视觉纵深感，多点透视呈现距离延伸感”，这是一种对透视规律主观掌控的做法，旨在凝练二维创意设计中的视觉元素，进而把透视原理语言化，并体现在视觉图形上。这种语言化的透视应用手段在提供了技术支撑、遵循基本规律的同时，又体现了设计师极具想象的创造力和创造思维。(图 1-43)

2) 色彩对比的空间表现

在平面设计中呈现的多种层次效果拓展了作品的内涵，提高了信息传递的有效性和数量。单元形，创意元素，点、线、面的利用与相互组合是呈现多层次视觉效果的方法之一，色彩的对比空间表现也是丰富作品的重要因素。相比单元形等基本的排列组合创意图形方式，色彩更可以增强整个作品的美感，以及丰富设计元素的逻辑性。

3) 形态错位与重复的空间表现

平衡、对称、和谐是最传统的平面创意设计的呈现方式。当代的平面设计发生了很大变化，在基本框架的基础上，强调了视觉创意空间形态。其创意更为突出，视觉张力更为强烈，图像形态更为新奇，更容易充斥观众的眼球等方面。为了达到这些效果，传统固有的模式已不能满足，打破视觉稳重是发展的必然产物。同时，以此为创意设计的出发点来构思作品设计必然也是对设计的创新性探索。这种传统与现代设计的平衡特性主要从两方面来理解：一方面是指图像的视觉平衡的打破，另一方面是指图像的视觉平衡被打破后的心理平衡。一般来说，打破视觉平衡会给人带来一种突破的视觉体验，从而能够进一步激发二维创意的思维以及升华设计的审美趣味，这种打破的平衡又被要求不影响信息的辨识与传递。这种独特的视觉样式通常是将原有创意思维的偷换概念、错位、大量重复出现作为使用方法。近年来的平面设计充分利用创意元素使之错位和重复来打破视觉平衡，这也逐渐演变为二维创意设计中立体视觉图形的重要表达方式。

4) 立体物象的空间表现

立体物象的空间表现着力于将物体的三维特征合理转化为二维元素或创意元素，并对其进一步补充和完善。对三维立体物象的把握和利用本质上是对二维图像的把握和利用，这是对平面创意设计探索积极有效的启示。平面设计中常用的正负形空间表现手法会让人产生不同的视觉空间的心理感受。正负形空间表现手法是利用正负形关系和矛盾空间，使人们产生视错觉的印象，运用人群观察切入点错位的特点，不仅造成视觉的错觉，也造成心理的视觉错位。矛盾空间与正负形空间都会造成心理的错觉，但矛盾空间本身就是利用心理视觉错位来完成的。两者都是呈现心理视觉错位的有效途径，都是信息传播的有效载体，都是在平面设计中实现空间形态表现的重要方法。

4. 环境设计中的空间视觉运动

1) “点与线”视觉运动

某跨越三座大楼的五层建筑体，每层楼选取不同颜色的导视标识。不同建筑的每个楼层都是相连的，楼层的线路十分复杂，对该建筑不熟悉的人很容易迷失方向。因此，每一楼层中准确的方位指引在这里显得尤为重要。标有楼层数字的墙面标识设置在人抬头仰视的位置，在人流密集的时候也不会被遮挡。其旁边有十分清晰的楼层解构图解，图解运用了帮助人们辨析方位的创意图形元素，以区分楼与楼之间的方向。当人在行走时，视线不会一直保持水平移动，而是会微微向下。根据人体工学，最佳视域是指水平视线往上到往下的范围区间。在走廊上，操作空间与办公室的标识形成醒目的条形标识。人在行走时，根据线性标识的引导向目标位置移动。大楼中的导视标识的空间布局充分发挥了方位感的运用。定位“点”与引导“线”使得复杂的空间变得有秩序。(图 1-44)



图 1-44 色彩鲜明的楼层导视设计

2) 重复图形的视觉延伸

环境导视系统有时会导入一系列重复感很强的形象图形，使得标识在引导和传递时起到统一、协作的作用。重复多遍，质感、色彩、形状拥有相似点的物体很容易被感知为“整体”。当人在识别图形时，尽管它们可能是静态分布，但“物以类聚”的分类简化刺激现象已经深入人心，所以当其出现于同一空间中时，人们会自动同时识别这些已经有了联结性的标识。

3) 三维空间的视觉布局

结合三维空间的结构布局导视标识，让布局结构辅助示意标识含义。视觉展示空间中以三维形态结构标识来布局，用以引导人们识别标识的视线流向，是视觉布局的重要方法。如图 1-45 所示，这是某学校大楼阶梯上的楼层标识。据此导视系统的设计师阐述，这栋建筑显示了极强的工业感和强硬感，因此设计师也为此配合了简洁形式的导视系统。人们进入大楼后，都必须经入口处的楼梯才能上楼，故将楼层标识置于楼梯处是最恰当的选择。楼层数字的递增与阶梯的层层递升的结构进行了巧妙结合，是为了让人产生每走一个阶梯似乎递升一层楼这种心理暗示。以无形换有形，直观空间结构有助于信息的示意。(图 1-45)

5. 环境设计中的人体工学

在现代环境设计中，需要人体工程学（简称人体工学）的科学测量来作为制定规模大小的依据，以均等身高和坐高得出的立姿眼高和坐姿眼高无疑成为导视系统尺度设计里使用者视点的科学依据。在考虑便于人们认知设施，并且在设备的反馈上是以舒服的视野和明确清晰的指示来作为指标，人体工

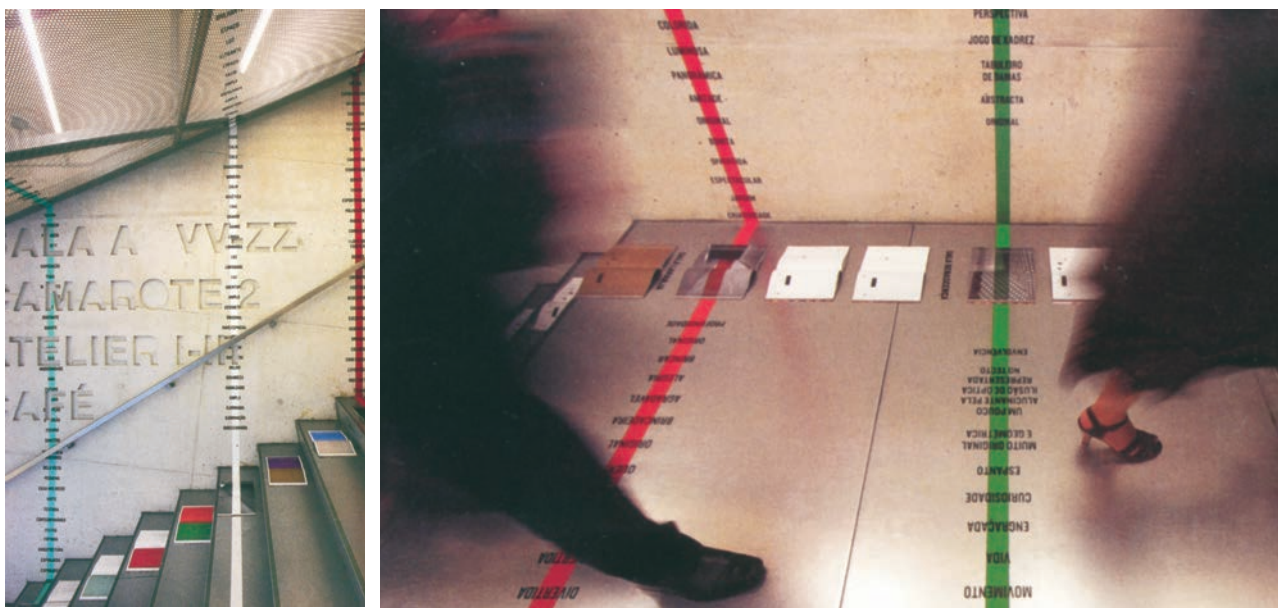


图 1-45 三维空间布局的导视设计

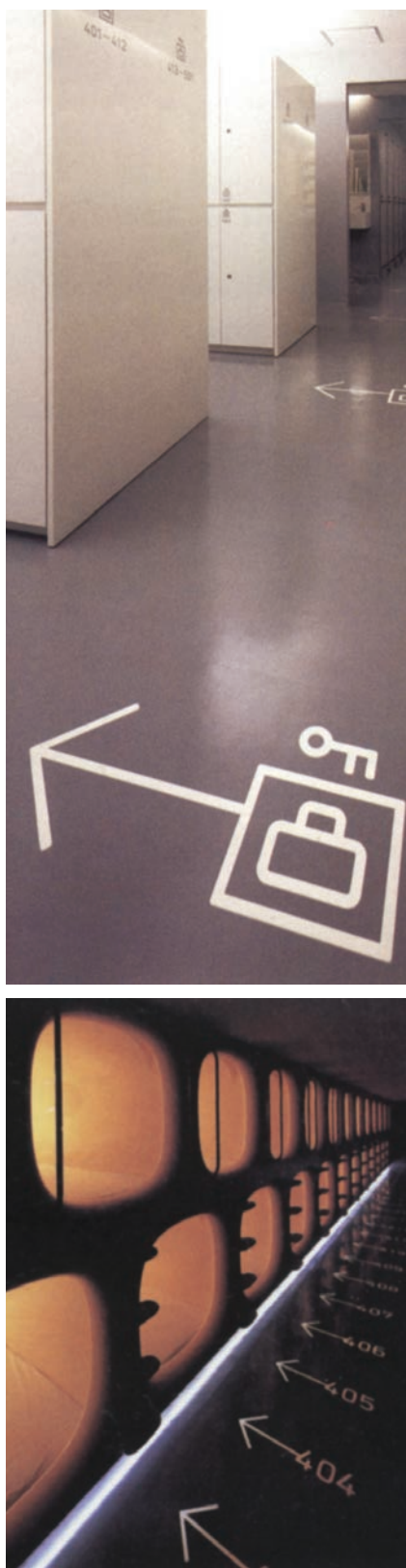


图 1-46 日本京都 9H Hotel 精品胶囊旅馆二 / 柴田文江等

学的科学测量是必不可少的前提。(图 1-46)

视觉是由眼睛、视神经和视觉中枢的共同活动完成的。眼睛是视觉感知的生理器官，导视系统的传播依靠人的眼睛与环境互动。因此，人的视觉认知规律对导视系统的设计起着重要作用。例如，人的眼睛视野是向上约 55° ，向下约 70° ，左右各约 94° ，而且对不同的色彩其视野也是有区别的。所以，导向牌的设计就要在不影响观察的情况下尽量安排在视野内，并且要将使用频率高的、需要辨认的放在主视野内，将不常用的或提示与警告性的放在其余视野内。

在导视系统设计所营造的视觉环境中，光是视觉适宜刺激的基础。因此，在导视设计时要考虑环境中的光元素，且要注意亮度在人眼视觉舒适的范围内。人是单独的个体，这必然造成了视觉适应的差异。所以，每个人对于亮度的需求程度是不一样的，如儿童要求照度低，老人要求照度高。在导视系统中，通过人与环境的对话，我们发现，人的视觉运动规律与视觉机能应该被贯穿到标识牌设置、图形符号、字体大小和环境设计之中，以此来获得良好的视觉效能。具体的视觉运动的一般规律如下：

(1) 眼睛沿水平方向运动比沿垂直方向运动速度要快，而且水平运动比垂直运动轻松舒适。所以，水平排列标识与垂直排列标识相比，水平排列标识的辨认率更高。

(2) 人的视线变化习惯先从左到右，再从上往下运动，以及沿顺时针方向运动。所以，根据这一生理习惯特点，导视系统的版式设计一般应遵循这一规律。

(3) 在人眼偏离视觉中心，并且在偏离距离相等的情况下，人眼对左上角的观察效率优于右上角，其次为左下角，最差为右下角。视区内的标识牌布置必须遵循这一特点。

(4) 人的视觉对越简单易懂的检索信息，刺激越强，并且检索时间越短。这就说明被视觉检索的元素数量对检索时间有重要影响。

(5) 人对在视野的最佳范围内的目标，感知速度既快又准，并且这种认读不易引起视觉疲劳。因此，在最佳视野范围之内应放置最重要的导视信息或标识等。

(6) 人的眼睛对直线轮廓比对曲线轮廓更容易接受。

(7) 人两眼的运动总是协调、同步的。在正常情况下，不可能一眼视物，而另一眼空闲。因而，设计应以双眼视野为设计依据。

(8) 人眼的色觉和色视野决定了其辨色能力，并与颜色对比有一定的关系。当人在相等距离的远视情况下，最易辨认出来的是红色，其次是绿色，然后才是黄色和白色。所以，停车与危险信号标志全世界都一致采用红色信号灯。而当两种颜色搭配在一起使用时，最易辨认的是黄底黑字，其次才是黑底白字、蓝底白字、白底黑字等。因而，公路两旁的交通警示常用黄底黑字或黑色图形。

三、环境视觉设计中的文化要素

1. 传统文化的继承

文化是一个城市的灵魂，它体现在人们生活的方方面面。环境设计与社会、城市的发展密切相关，它传承了一个城市的文化，对满足人们日常生活中物质文化和精神文化的需求起到了极为重要的作用。将传统文化中的传统造型应用于现代环境设计，是未来发展的必然趋势，也是体现传统文化精神与内涵、传承和创新的重要手段。这些传统造型元素经过再设计可以应用于各个领域，如公园、广场、商业街、居住区等场所。（图 1-47）其中，就公园来说，它大致可以包括风景名胜公园、纪念性公园、历史名园、森林公园、遗址公园、博览园、室外博物馆、雕塑园等需要表达传统文化的场所；街道景观场所大致有历史街区、仿古商业街等。传统造型元素的广泛应用，必然会使人们在休闲娱乐或工作之余对传统文化产生兴趣，在环境设计的启发下，这也是提高国民整体素质，弘扬传统文化，推动真正的“民族设计”的潜在方式。同时，它也鼓励人们去探究、设计和参观真正拥有传统内涵的人文环境设计，而不是粗糙“山寨”、浪费资源、污染环境、毫无特色的低品质环境设计。



图 1-47 日本养老所导视设计

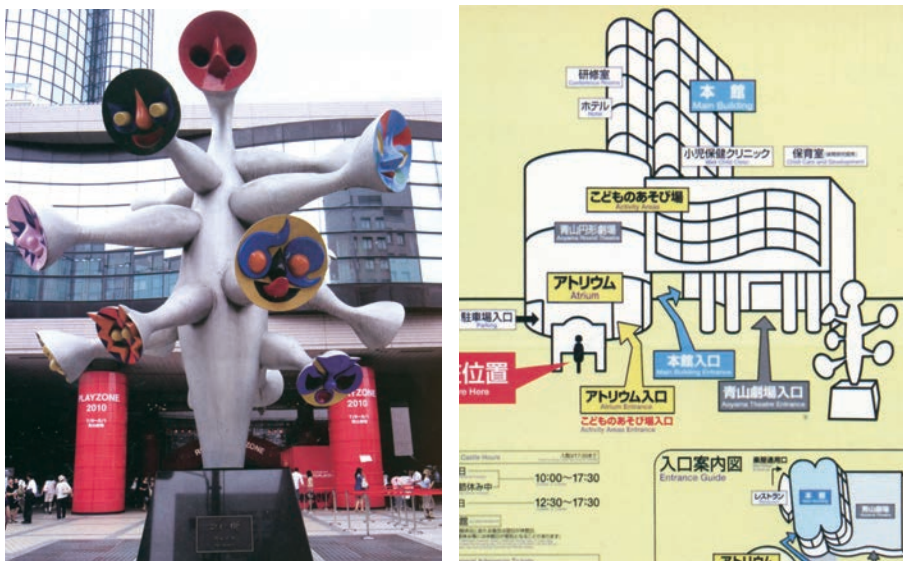


图 1-48 儿童城堡导视设计

在环境设计的认识过程中，传统元素造型以媒介的姿态出现，影响着设计者和使用者对环境的理解。传统元素造型的形成是历史累积的结果，设计者应追本溯源，取其精华，去其糟粕，将真正的文化理性地应用到环境设计中。即使出现了非理性的元素也是在理性指导下发生发展的，设计者不能把传统造型元素从主、客体中剥离开。在环境设计中，面对场地对象时将会遇到种种问题和矛盾，这时环境和设计者是相互作用、相互影响的，既存的传统元素造型在这种作用下发生转化，设计者潜移默化地受其影响，于是，设计就开始了。设计者通过传统元素造型这种物化的形式向场地表明其感情，从而实现人与环境的情感交流。（图 1-48）

2. 现代文化的创新

在环境设计中，人们不仅能查询到所需要的咨询信息，更能在这种设计中感受到这一区域甚至城市的文脉信息。环境设计中文化信息的体现，更能让人们切身地体会到只属于这个场地的本土文化，更享受包围在其中的氛围感。例如，在艺术之都奥地利维也纳，其街头的临时标识都散发着浓浓的艺术气息；我国香港理工大学里的“苹果树”，由各类捐助者的信息构成，让香港理工大学校园里的爱心氛围时时刻刻感染着每一位学者及游客；德国法兰克福的现代艺术博物馆里的资料馆被设计成一排巨大的文件夹，信息传达明确，形象生动，大面积的黑、白和少量红色搭配显亮且充满艺术感；美国街头麦当劳的广告和路灯的完美结合，让人耳目一新，并且与环境创新融合，充满惊喜与趣味。

3. 人文情怀的体现

在西方，狭义的人文精神是指文艺复兴时期的一种思潮，其核心思想如下：其一，关心人，以人为本，重视人的价值，反对神学对人性的压抑；其二，张扬人的理性，反对神学对理性的贬低；其三，主张灵肉和谐、立足于尘世生活的超越性精神追求，反对神学的灵肉对立、用天国生活否定尘世生活。在我国，人文知识是人类认识、改造自身和社会的经验总结，人文精神是人文知识化育而成的内在主题的精神成果，表现为对人的尊严、价值、命运的维护、追求和关切，它蕴含于人的内心世界，见之于人的行为动作及其结果。从某种意义上说，人之所以是万物之灵，就在于它有人文，有自己独特的精神文化。

城市所蕴含的人文内涵是人类实践活动所创造的物质财富和精神财富的总和，设计者要对自然界与人的关系进行观察和思考，运用全新的设计语言进行诠释和表达，达到真正意义上人与自然的和谐，从而唤醒人对自然美的认识。

对于环境艺术设计中应用传统造型元素而言，人文就是人类与历史文化的交流、对话、融合后的行为再现，是对历史的延续，更是对当代人文艺术特色的表现。因此，设计中要关注对历史文化内涵、民族精神、社会习俗和宗教信仰的思考。

环境设计强调人与文化的作用，强调人精神形态的规划、活动行为及其深层心理的感知。所以，人文概念是设计不可缺少的核心概念之一，是环境设计更新和发展的体现。人文内涵的主要内容是精神文明，也几乎囊括社会文化、自然生态文化的所有方面，且影响到物质文明建设，城市思想因高品位的环境人文内涵而得到丰富，是可持续发展思想的延续。带有人文内涵的城市设计思潮的兴起使文化性元素的使用在城市环境形象塑造中起着更为重要的作用。(图 1-49)



图 1-49 Rheinbasion 城堡导视设计



图 1-50 以文字为主的导视设计

第五节 环境视觉设计的表达

一、以文字为主的表达形式

文字，不论是作为传达符号，还是作为图形，它都受设计师们重视。在空间环境设计中，平面设计的延展形式很多时候也将文字作为重要的传媒形式加以利用。如图 1-50 所示，英文字体在墙壁上的空间环境中运用，字体整齐排列，与指示性图形相互交叉融合，改变了原先空间环境单一的视觉效果。

平面设计元素应用于空间环境时，文字是除图形外的另一重点，有些文字已经被设计成人们所不熟知的形式，如丧失了其可读性而转向了偏向图形化的不可读性，字体被重组和调配，或打散拆分，或虚化，或重叠，或旋转。这时，文字已经不再是传统意义上的文字，它冲破了传统观念的束缚，成为另一种图形形式，文字之间的尺度、排列方式与图形有机结合成为设计的要点。这些文字图形给人留下了深刻的印象，是平面设计在空间环境应用中不可缺少的元素之一。例如，纽约印刷董事俱乐部空间环境中的应用设计，通过在空间中运用较大体量的不同方向的文字、数字形象，使空间环境充满了

强烈的设计感。

文字在空间中的应用设计是根据视觉传达设计的基本规律加以整合的编排与组合。人们在将文字应用于空间环境时,首先想到的是应用空间的类型和所需功能。文字的基本功能是识别,通常文字设计在空间环境中的应用有两种情况:有实际字面意义的文字元素在空间环境中的应用和没有实际字面意义的文字元素在空间环境中的应用。有实际字面意义的文字元素的应用其实就是指文字的可读性,而没有实际字面意义的文字元素的应用就是指文字设计的整体或局部的不可读性。“可读”的文字元素在空间环境设计的应用设计中通常是让人们来分辨、识别文字的字体、大小、清晰度是否达到人们视觉和经验所能理解的程度;“不可读”的文字元素在空间环境设计的应用设计中通常是已经转化成图形化的文字,往往强调形式感,在处理手法上使用类似虚化、叠加等“不可读”的方式,力图用这些新颖的东西来吸引观者。当然,在表现手法上“不可读”并不是将文字胡乱拆分,选择各种形态进行毫无边际的组合,而是指在运用视觉语言符号上,设计者可以选择各种形态,但必须要给观者留下再创作的空间,这样的设计才能真正地发挥它应有的作用,并且与观者的情感产生交流。如果一味地追求怪异的信仰,那么便只是形式上的花哨,必会舍本逐末。

将精心设计的文字应用到室外空间环境中，既取得了标识性的效果，又使建筑有了一定的特色。文字的整体设计在设计师们看来只是文字设计中的一种符号化设计，这并不能够满足设计师们的要求，设计感觉趋于单一。于是，在遵循美学、设计原则的范围内，文字的一个局部或几个细节



图 1-51 艺术中心大楼外观



图 1-52 baby room (育婴室) 导视系统设计

就成了设计师的设计对象。同时，文字发展历史悠久，每个国家或民族都创造性地谱写出了属于自己的文字，这些文字本身就是有特定内涵和固定形态的图形化文字。文字元素的解构、重置、错位，甚至颠倒，这种偏细节的设计，强调文字原来笔画的基本特征，插入抽象或者具象的图形，作为一种视觉效果，或冲突，或协调，突出了文字的趣味和字义，也让观者理解得非常直观。(图 1-51)

二、以图形符号为主的表达形式

图形是说明性的图画形象，是为了向别人阐释某种观念或传达某种内容的视觉形象。从形式上看，它不同于单纯的标识、符号或图案，它是在特定的思想意识下对视觉元素蓄意刻画和表达的形式，这既是美学意义上的升华，又富有一定的寓意。环境视觉设计中的图形不像文字那样，文字会受到国家、文化、语种等的限制，而图形能被更广泛的人群所理解，但也不是所有的图形都会被大众所接受。在空间环境设计中运用图形的目的是使给定信息以一定形式的视觉化方式呈现，并为广泛的、多层次的群众所接受，让传递的信息一目了然，这就要求设计师必须寻求图形符号的大众化、国际化的表达方式。(图 1-52)

空间环境视觉设计图形语言在信息传播活动中具备许多优势。它可以承载大量的信息,可以通过简练、直接、抽象甚至真实的形象传递信息;它较容易被辨识和记忆,它具有像文字一样的言辞表达功能,能像文字描写一样体现思维的明晰性。优秀的空间环境视觉设计作品除能够传递信息的思想内容外,更需要兼顾文化性和艺术性。优秀的空间环境视觉设计应有着强烈的视觉效果,能够吸引人们去注意、去关注它所表达的内容。这就要求在空间中的视觉设计语言要富有冲击力、感染力和新意。视觉形式应简洁明了、辨识度强、容易被人记忆,同时简洁而不简单,透着丰富的不断变换的面貌;既要将复杂的信息内容清晰传递,又要给观者一定的视觉冲击记忆,让人在瞬间记住,甚至过目不忘。视觉设计语言对观者来说是亲切的,是观者受到其自身魅力的影响而自动产生好感并采取行动的瞬间。因此,作为环境视觉设计语言,图形元素的空间环境延展运用相当广泛。作为环境视觉设计元素,它并不仅仅是一种图案化的装饰,也是信息传播过程中的重要载体。

人们对图形的感知较文字更敏感、更直接,在人的感知力中,视觉是最重要的感觉。图形是最容易被人注意和记忆的,它具有知觉的情感色彩。无论是具象图形还是抽象图形,都能在空间环境中营造出一种可以快速传递信息的印象,而图形本身比文字更具有可视性。图形在空间环境中的应用范畴涉及真实影像、建筑、城市等,表达方式可以是创造想象,也可以是夸张幽默,还可以是概括简约,甚至可以用几何抽象的方式表达内心想要表达的东西。

图形语言是空间环境视觉设计的一个重要表现手段,优秀的创意只有通过有效的传达才能真正对观者产生影响。发挥创造性思维,追求多元的视觉表现手段来表现主题,是现代平面设计师应努力的方向。准确把握空间环境视觉设计图形语言的运用对未来新视觉语言的发展有着不可估量的影响。(图 1-53)

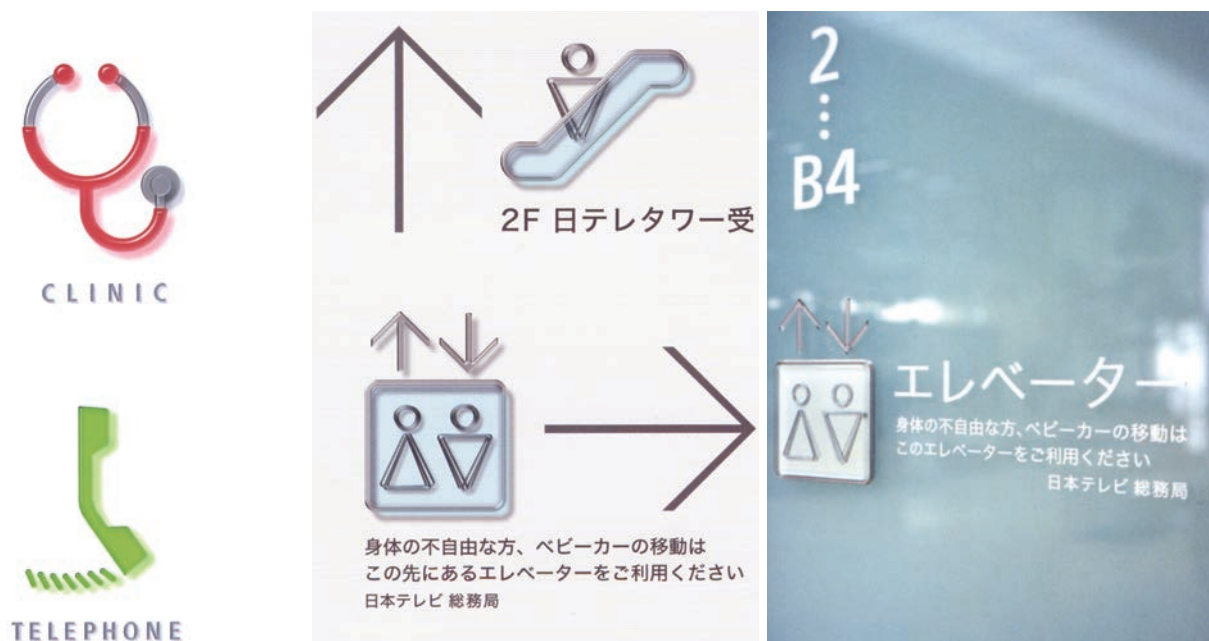


图 1-53 以图形符号为主的视觉导向

三、主题延展式表现手法

环境视觉设计中的主题延展式表现手法常见于商业场合，如大型主题公园的整体环境视觉设计，或者是大型商场的整体视觉设计。它要求所有设计元素都匹配同一个主题，是在此基础上做出延展的表现手法。这要求一般环境视觉里的导视系统设计除具备必备的标准指示功能外，还应将它视为静态景观的一部分，这种景观视觉要求使导视系统具有了独特的设计原则和设计方式。每一个场馆建筑所对应的导向牌设计都应在其建筑形态特制的基础上进行衍生，导视设计不仅仅是对功能的视觉化设计，还涉及如何合理地应用与设置，适度的设计要比烦冗的设计更具有现实意义。准确反应主题，引导层次清晰且对每一个关键点有所提示，对人流路线和聚集疏散的峰谷点把握准确等，都要求导视设计更进一步的合理化、精准化、人性化和具有极强的现实操作意义。

导视系统的具体实施在制作工艺上有标准化制作、个性化制作和人性化制作三种。标准化制作以型材组合为基础，符合多数行业的功能要求，在制作过程中通过版式调整、组合搭配、表面色彩和肌理处理达到多样化的结果，能快速提供高效、统一、标准化的标识系统。这种导视系统不适合主题丰富的乐园等强调个性的空间环境。个性化制作由更具专业的公司提供专属设计，可以配合使用方对复杂造型、优质选材、特种规格和精细工艺的更加具体的要求，可以提供视觉形象更加自由、体现企业个性特点与文化内涵的服务，并且设计含量更为浓厚。而人性化制作能够更充分地体现出使用方的文化诉求，并能运用丰富的设计语言满足受众的内在情感需要和设计期望，对环保和节能提出了更具体的解决方案，对无障碍设计与标识的定位更充分合理。

主题延展式表现手法要求设计除符合标识系统规范和标志用公共信息图形符号的相关标准外，还需要根据主题本身的文化特点和视觉识别进行再设计，使得整个导视标识系统与环境系统的风格统一，且在导视标识中充分考虑到所服务群体的差异性。在具体设计过程中，要结合实际的人流、地形、功能等方面进行导视标识尺寸的设计。导向牌并不是一种视觉平面形象，而是一个集立体性、多层次性于一体的三维甚至四维系统形象，从其制作工艺和尺度上都要结合当地的特色、工艺，包括时间与季节等地理问题进行综合考量。在材料的运用上应遵循国家环保标准和当地地方性法规，秉持节能、维护合理、更新便捷的原则，充分结合地域和主题特色进行应用。(图 1-54)



图 1-54 动物园的导视系统设计

四、艺术化表现手法

环境视觉设计的艺术化表现就是在视觉上冲破人们观念的同时，向人们提供一种潜在的心理理解。空间环境视觉设计所要达到的效果就是突破平面和无限延展，空间环境视觉设计必定是在准确有效传达信息的基础上的新形势美学。

1. 简洁与繁复

空间环境视觉设计的简洁与繁复视其具体需求来进行。所谓空间环境视觉设计中“繁”的设计，就是在设计中运用复杂的装饰、多元的色彩并结合其他手段进行设计；而空间环境视觉设计中“简”的设计则是在造型、线条、颜色、装饰上尽量单纯，甚至没有，以极其简练的视觉语言呈现在人们面前，但要简洁而不简单，单纯中又蕴含了设计者的完整意图。（图 1-55）

2. 含蓄与意境

空间环境视觉设计，可以将一定的情感通过视觉符号表现出来，观者在设计师缜密的设计思维和灵敏的设计思想的引导下心悦诚服。含蓄可以触动人们对整合呈现出来的图形、文字以及色彩的好奇心，不那么明显地让人发现，似乎更有一种耐人寻味的美。

3. 妙想与趣味

趣味是很容易被设计师忽略的点，而事实上，趣味性具有相对独立的艺



图 1-55 楼梯间信息导向

术价值，就好比画龙点睛。趣味性的东西也是设计师奇思妙想的一种结果。趣味和幽默的空间环境视觉设计的运用其实也很普遍。往往在设计中使用趣味手法，会很容易吸引观者的视线和注意力，从而提高记忆效果，一举两得。(图 1-56)

五、交互式表现手法

视觉设计向空间环境的延展应用不仅仅在于视觉设计手段和介质的改变。空间环境中的视觉设计，已经不仅仅是人们通常所说的平面设计，它的实际操作范围已经扩大，体量和空间距离、运动和尺度这些因素都成为设计时要考虑的重要因素。“视觉设计”本身是静态的，但由于在空间中的应用，随着观者视线的变化、位置的变化，它就变成动态的了。设计师可以探究这种“静态”到“动态”的转换变化，从而提取其中的设计方法。这样，对于环境视觉设计来说，设计不再仅仅局限于纸张或室内的小型作品了，依附于空间、装置等环境是现代和未来发展的趋势。当人们观察一部大型作品时，随着视



图 1-56 动物园走廊

线的变化，作品的画面也在发生着变化，而这种变化又分为被动和主动。环境视觉设计与立体、空间、时间的结合改变着传统的平面设计方式，也改变着人们对平面设计和空间设计的理解和认知方式，这种新的设计模式为交互式表现手法提供可能。

交互式表现手法是将视觉设计作品与自身所处空间环境之间的关系作为设计的核心，并使置身于这一环境之中的人参与进来，其最终目的不但是要具有美化空间环境的功能，而且是要通过这种互动使空间中的视觉形象更具有良好的信息传达功能，并带给人独特的体验。

平面设计的欣赏角度随着环境视觉的发展也在发生着改变，受众通过运动参与到互动中来，用自己的视觉经验和被给予的视觉符号解读新的视觉内容，不但促成了信息的传达，而且对环境的视觉效果也大有改观。环境视觉设计利用交互式表现手法，催动人们的好奇心、探究心，引导人们运动从而吸引受众参与进来。因此，利用运动与互动也是平面设计向空间环境延展应用的一种有效的方式。(图 1-57)



图 1-57 可参与交互的导向牌设计