

高等院校视觉传达设计系列教材

环境视觉导识设计

主 编 王艺湘

副主编 王芝湘



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

作者简介

王艺湘 女，副教授，1971年生于天津，硕士生导师，现任教于天津科技大学艺术设计学院视觉传达设计系，担任系主任工作已十余年。1994年本科毕业于天津美术学院，现攻读硕士学位。

王芝湘 女，讲师，1975年生于天津，现任教于天津工业大学艺术与服装学院视觉传达设计系。1997年本科毕业于天津美术学院，现攻读硕士学位。

图书在版编目（CIP）数据

环境视觉导识设计 / 王艺湘主编. —天津：天津大学出版社，2008.8

（高等院校视觉传达设计系列教材）

ISBN 978-7-5618-2672-0

I.环... II.王... III.环境设计—高等学校—教材
IV.TU856

中国版本图书馆CIP数据核字（2008）第057575号

出版发行：天津大学出版社

出版人：杨欢

地址：天津市卫津路92号天津大学内

电话：发行部：022-27403647

邮购部：022-27402742

邮编：300072

印刷：保定市中华美凯印刷有限公司

经销：全国各地新华书店

开本：185mm×260mm

印张：9

字数：315千字

版次：2008年8月第1版

印次：2008年8月第1次

定价：78.00元（共2册）

凡购本书如有印装质量问题，请与本社发行部门联系调换

版权所有 侵权必究

导言

环境视觉导识系统设计是人们对生存环境进行艺术化的规划、安排,以满足人们的使用要求和精神享受。环境视觉导识系统设计是一个综合性的系统工程,是空间经营的艺术,设计的最终目的是以人为本,为人类创造合情合理、方便快捷的视觉系统空间。

从19世纪以来,平面设计师们就已经卷入了某些我们现在所称的“环境视觉设计”,当时它被称为“标识绘制”。但这并不是说如今的环境视觉设计就是它的全部。从最原始的意义而言,环境设计师关注的是一些标识的外观和感觉,这些标识可以从一个简单的零售商店的招牌到医院、剧院或博物馆的整个指示系统的任何东西。前者可以是一块木板,上面的东西可以与这座建筑的其他部分或内部设计没有什么关系;后者则常常是整体导识系统中的主要成分,它与一个机构的标识和相关的平面因素联系在一起,显示出整体的环境特征。要成功地完成这项设计,并不像拨动一个开关那样把一维、二维变成三维那样简单。相反,它需要高超的能力,把平面的东西变成动态的三维物体。而且,这并不是一个抽象的过程,环境设计师们必须对各种新的材料和制作过程富有经验,有最新的知识,这样才能把纸上的构思变成具有功能的对象。今天,环境平面设计师们从事着广泛的设计活动,从广告牌到导向标志和触摸显示屏等多项设计。实际上每种与户外或户内环境有关的设计,都可以说是环境设计师的天地。对于那些对建筑和内部设计感兴趣的人,这个领域则是一个交汇点。

经过半个世纪的探索,环境设计在我国已经逐渐形成了具有自己特色的专业教育体系。环境设计中的平面设计已经从单一的标识设计走向了环境视觉设计、环境标识设计、环境导向设计、公共建筑设计等多元化设计领域。特别是20世纪90年代后期以来,随着我国社会主义市场经济的迅猛发展,艺术院校招生规模和社会需求都在不断扩大,环境设计教育也在进行调整和把握人才培养的目标,以满足社会的实际需要。为了环境视觉设计教学的需要,我们编写了这本《环境视觉导识设计》,以满足专业教学的需要。

本书从总体安排上力求突出四个特点:一是突出环境艺术基础教育的全面系统性,把握设计艺术教育厚基础、宽口径的原则;二是结合新的设计理念和实例,体现环境艺术设计的现代特点和国际化趋势;三是体现环境艺术设计专业的实用性特点,注重教学需要;四是突显环境视觉导识系统设计在环境视觉设计中的重要位置。

本书的编写力求融科学性、理论性、前瞻性、知识性和实用性于一体,观点明确、深入浅出、图文并茂。但限于编者的水平,谬误之处在所难免,恳请读者批评指正。

本书主编为王艺湘,副主编为王芝湘。其中王艺湘完成本书205千字的编写工作,王芝湘完成本书110千字的编写工作。

本书在编写过程中得到天津大学出版社的大力支持,责任编辑提出了许多宝贵意见,并对图文进行了辛勤的校勘,在此一并表示衷心的感谢!

王艺湘

2008年3月

目录

第一章 环境视觉标识设计

第一节 环境视觉标识设计概论	002
一、概念	002
二、环境视觉标识设计的特征与作用	003
三、环境视觉标识设计的多元化发展	004
第二节 环境视觉标识设计的形式	007
一、比例	007
二、形状	009
三、体积	011
四、材料	013
五、构成	014
第三节 环境视觉标识设计的分类与设计方法	015
一、按视觉形态分类	015
二、按视觉应用功能分类	018
三、按视觉应用环境分类	022
四、环境视觉标识设计的设计表达手法	024
思考题	027

第二章 环境视觉导向设计

第一节 环境视觉导向设计概论	028
一、概念	028
二、环境视觉导向设计在人居环境中的信息作用	030
第二节 环境视觉导向设计的设计形式	032
一、文字式表现形式	032
二、符号式表现形式	032

三、图示式表现形式	033
四、立体式表现形式	033
五、媒体表现形式	033
第三节 环境视觉导向设计的表现类别	034
一、环境空间的视觉导向	034
二、环境信息的视觉导向	035
思考题	038

第三章 环境视觉导识系统设计

第一节 环境视觉导识系统设计概论	039
第二节 环境视觉导识系统设计的设计分类	042
一、按视觉导识系统的形式分类	042
二、按视觉导识系统的结构分类	044
三、按视觉导识系统的性质分类	045
第三节 环境视觉导识系统设计的设计过程	052
一、设计决定因素	052
二、有序的设计	054
思考题	056

第四章 交通环境视觉导识系统设计

第一节 城市道路交通视觉导识设计	057
第二节 地铁交通视觉导识设计	060
第三节 机场交通视觉导识设计	062
第四节 公共汽车站站台视觉导识设计	064
思考题	065

第五章 园林景观视觉导识系统设计

第一节 园林地图视觉导识系统设计	066
第二节 园林展板视觉导识系统设计	067
第三节 动植物科普文化视觉导识系统设计	069
第四节 旅游环境视觉导识系统设计	071
一、导游视觉导识系统设计	071
二、旅游服务场所视觉导识系统设计	071
三、旅游景点视觉导识系统设计	072
思考题	072

第六章 公共建筑视觉导识系统设计

第一节 城市医院视觉导识系统设计	073
一、医院导识的分类	075
二、导识的设计形式	078
第二节 体育场视觉导识系统设计	081
第三节 学校视觉导识系统设计	083
第四节 办公商务楼宇视觉导识系统设计	087
第五节 住宅街区视觉导识系统设计	092
思考题	096

第七章 商业环境视觉导识系统设计

第一节 商业店面视觉导识系统设计	102
一、店面导识的造型	102
二、店面导识的色彩	103
三、店面导识的材质	104
四、店面的照明	105

五、店面导识的作用

第二节 商业招牌视觉导识系统设计	106
一、商业招牌是最具分量的商业导识	107
二、商业招牌设计的基本做法	111
第三节 商业橱窗视觉导识系统设计	112
一、商业橱窗的构造形式	112
二、商业橱窗视觉导识系统设计的形式特征	113
思考题	113

第八章 展示空间环境视觉导识系统设计

第一节 展示空间环境视觉导识系统设计	
的类型与要求	114
一、展示空间环境视觉导识系统类型	114
二、展示空间环境视觉导向系统的设计要求	116
第二节 展示空间环境视觉导识系统设计	
的形式与方法	117
一、展示空间环境视觉导识设计的形式	118
二、展示空间环境视觉导识设计的方法	118
第三节 展示空间环境视觉导识系统设计	
的材质表现与创新	119
一、根据所要展示的环境和品牌形象， 选择材质和加工方式	119
二、新型展示空间环境视觉导识系统设计	121
思考题	123

第九章 优秀作品赏析

124

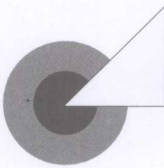
高等院校视觉传达设计系列教材

环境视觉导识设计

主 编 王芝湘

副主编 王芝湘

天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS



第一章 环境视觉标识设计

HUANJINGSHIJUEBIAOSHISHEJI



第一节 环境视觉标识设计概论

当我们从环境设计的角度重新认识和研究过去一直不被人们所重视的标识牌、导向指示牌、路标等城市识别设施时,发觉以往往往只注重环境设计的硬件建设,而忽略了与这些物质与功能相对应的视觉识别和视觉信息传递等软件设施。环境视觉标识设计在复杂的空间环境中可以起到信息传递和信息沟通的桥梁作用。而在环境中设置平面或立体装饰标志,其目的就是利用特别的造型以确立建筑物的视觉形象。这些具有功能性的视觉系统设计,使人在生活环境中除了感到舒适方便外,亦能受到艺术气氛的熏陶,有效地在空间环境中使人得到适当的信息。而其艺术性、装饰性如何与功能性结合,则是设计师、环境建设者及发展商共同关注和探讨的课题。

视觉标识设计所涉及的多种行业、企业的视觉和商标设计,多属于平面形态的设计范畴,很少考虑环境或场所的因素,而建筑设计、环境艺术设计、景观设计则主要以建筑环境空间功能和空间形式意义为主。但将环境和视觉纳入一个整体进行系统研究的并不多见。环境视觉标识设计就是将环境与视觉这两个领域进行结合的一个完整的概念。目前,环境视觉标识设计已成为环境视觉导识系统设计的一项重要内容。

那种认为平面设计不是建筑,不会倒塌,所以永远不会危害到个人的说法,用在环境视觉设计上就不成立了。制造或搭建一个质量很差的户外标识会产生实实在在的危害。事实上,现在已有一些法令和规则对这类设计作了一些基本的规范,所以环境设计师们——他们中有许多是由印刷设计师转过来的——就必须受到严格的训练,必须在主营这类设

计的公司中学习。绝大多数艺术院校和设计院校都在平面设计科目中开设了环境视觉设计课程,但对于那些真正想从事这一工作的人来说,还要进行更为专门的学习。

总之,环境视觉设计已经是一种无可争议的实用艺术,但环境视觉标识设计却更要求对功能的注意,因为它对公众有着直接的影响。

一、概念

标识的主要功能是使用在商业用途上。从字面上看,“标志”与“标识”两个词都有“标”字,“标”是表识,是一种最古老的记忆方法,是记忆的一种符号或记号。“标志”与“标识”两个词后缀不同,在使用上一定有着某种区别。“志”在古代通“帜”,是一种让人识别的标记,不但可以用一种形式来帮助记忆,也可以张扬自身的形象。而“识”虽有时同“志”,但首要的意义在于“知道”“认识”,是要让人熟悉、记住。而且“识”字则除了“记住”的意义外,还有“认得”“识别”的进一步要求,更多的是一种沟通。可能在古代“志”与“识”同音,故有借用之嫌。所以,“标志”与“标识”既可以混用,也可以区分其特殊使用场合。在现代城市中,标识与标志二者能否完全地等同起来?这是一个需要探讨的问题。虽然在很多的场合有混用的现象,但在使用时出现了明显不同的意义范围,“标志”这一名词较多地指向一类图形或图形与文字相结合的记号,作为某一类事物的表征;而“标识”既能代表图形类的符号,也用于表述文字、数字、方向标等记号,有着更广泛的使用领域。应该说,标志是标识的一个部分,如图1-1所示。本章主要是研究标识应用在环境视觉设计中,故叫环境视觉标识设计。

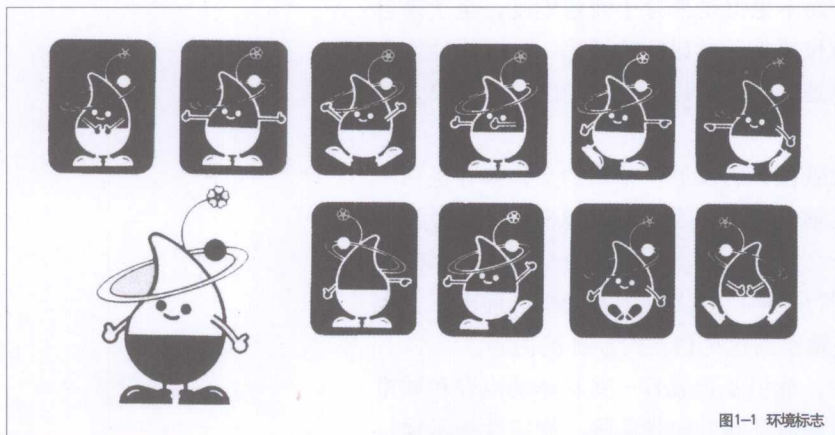


图1-1 环境标志

环境视觉标识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,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。环境视觉标识设计的概念分为两部分。一是指用来标明方向、区域的图形称号。二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:一方面是如何用简洁的图形符

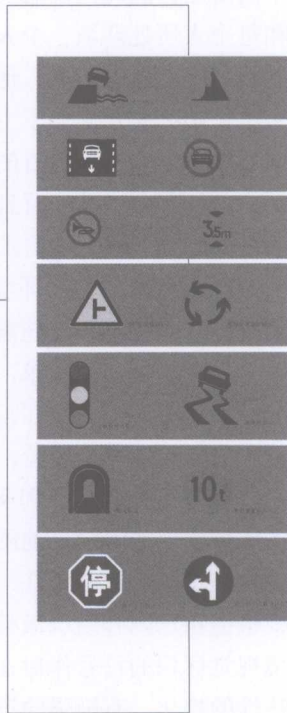


图1-1 环境标志

号来表达准确的含义,并能跨越国界,无需语言,瞬间识别;另一方面是着眼于材质、外观、位置、艺术表现等因素,并使图形符号融入整个环境的氛围中,如图1-2所示。

二、环境视觉标识设计的特征与作用

环境视觉标识设计要适合所处的时代环境,即环境视觉标识设计要适合所处时期的审美特征,同时在空间配合时间的情况下形成一个完整的空间度。而且,这种空间度必须适合于时代,因为有很多环境视觉标识的出现会令人有时空混淆的错觉,如某些造型元素明明存在于唐宋年间,却将其一成不变地移植到现代来。每个时代各有其不同的美学取向或时空背景,历史因素虽然会产生特殊造型,但这些造型都是美学观念,即使是经创造而得出的结果,也必须要符合这个时代。有些观点宣称这种环境视觉标识设计是使用后现代的手法,运用古典元素,做出某种程度的结合。但事实上,将不同的元素结合在一起,要求环境视觉设计者本身具有深厚的文化根基,应在具有清楚的设计概念的状况下方能使用。否则,这种结合不同元素的创作手法,就会变成一种简单的拼凑手法,当然不可能创作出适合时代审美要求的作品。

环境视觉标识设计要适合公众的需求,是指要为公众设计适当的环境视觉标识设计作品。事实上,环境视觉标识设计从一定意义上讲是一种公众化的艺术,公众必定有其基本要求。由于公众来自社会的不同阶层,因此他们的美感度就不尽相同,而这种综合美学的探讨应和每个人所处环境、个人修养有关系,和学历并无直接关系。例如有些居住在欧洲的居民,他们的教育程度也许仅到高中程度,但他们的美学、美感却是来自于生活,而不见得是来自于教育程度。至于来自于生活,即是从从小就有的接触和培养,而如此的训练,也成为他们生活中的一部分。从小看到的都是些美的事物,长时期的耳濡目染,自然培养出对“美”的追求。

面对我们的生活环境,随着社会的发展,公众的文化修养也在不断提高,对美的事物的需求也越来越多。因此,环境视觉标识设计要适合公众的审美和需求,为公众的生活创造良好的视觉环境,以满足公众的需求,使公众在没有进行任何信息文字内容分析的前提下,也能凭借以往的视觉经验,直接觉察到这种构筑所象征的内容。

根据其使用功能和实用性,标识要负载着一些具体的内容和城市空间信息,如路标、地图、传递信息的方向指示牌、规定性指示物、方向指示牌等,有时在一个景观标识构筑上至少要有几个指示标识,要根据指示内容组织最具直接感官刺激的颜色和造型来完成。所以环境视觉标识的符号作用在于表述它所表达的事物特征,是特定事物特性的物化,有极强的符号特性,而这种符号特性也就是空间导向和空间识别的本质。环境视觉标识设计正是要根据公共空间不同,使城市空间环境中的人在欣赏理解标识构筑符号同时,得到正确指导自身行为的第一信息,从而起到规范引导方向行为的作用。可见,环境视



图1-2 环境视觉标识

觉标识设计是整个环境视觉导识系统设计的第一步,也是最重要的部分。

环境视觉标识设计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特性,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。环境视觉标识设计正逐渐拉近艺术和大众之间的距离,关注人性,让人们的行为在不经意的状态下成为艺术的一部分,让公众参与其中,并使公众的反应行为和肢体语言成为作品的一部分,以这样一种具有互动性的形式向人们传达某些信息。当这些作品充分考虑到公众的心理和行为之后,公众将会自然地感受到设计所散发的亲切感,也会更积极主动地参与到作品中去。不论室外还是室内环境视觉标识,在视觉与心理上都受制于不同空间环境和使用功能。同

时,其自身也以不同的形式参与了空间环境的再创造。有的人认为广告牌是对环境的破坏,其实并不如此。路边的自然美景令人心旷神怡,这无人怀疑,而广告牌和电子显示屏作为信息传达的方式也很有价值。在全国各地的商业区域,那些设计精彩的户外广告,不但在销售某种产品,而且传达着一种信息,并且提供着娱乐。如果设计师们富有责任感,经过巧妙的设计并非所有这些东西都是对环境的破坏,如图1-3所示。

随着科学技术的不断发展,新的材料和新的建筑层出不穷,设计师只有永远保持清新的头脑,不断学习,不断创新,多方面培养自己的学识、经验,提高对历史与现代文化的综合修养,注重环境意识思维,才能创作出更好的环境视觉设计作品。



图1-3 广告牌

三、环境视觉标识设计的多元化发展

现代环境虽然形态各异,但是国际化显然是其共同的特征之一。环境视觉标识设计作为现代环境的有机组成部分,受国际化思潮的影响也非常明显。建筑作为环境的主体,在国际化思潮的影响下,发展方向越来越趋于相同;单纯从建筑形态上已经分辨不出城市特征,城市在这个时代正逐步变为地球村的一部分。随着信息时代的来临和多元文化的冲击,环境视觉标识不仅具有鲜明的识别性,而且富有强烈的主观性和视觉冲击力。设计师希望以一种更轻松、更富有个性的原则,使人们更容易接受环境视觉标识的内容。

首先是自然原则。自然风格是环境视觉标识风格的一个具体体现,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。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,而这也为环境视觉标识设计注入了新的活力,如图1-4所示。

其次是简洁性原则。环境视觉标识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所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,应使图形、符号与标识客体间有相似的特征,以便于理解或辨认。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易辨认。因此,为了提高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,才能适于观者辨认,如图1-5所示。

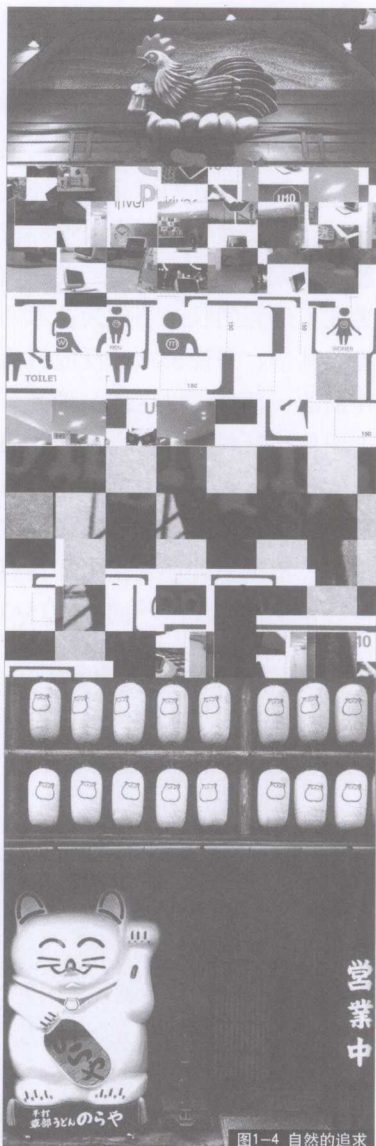
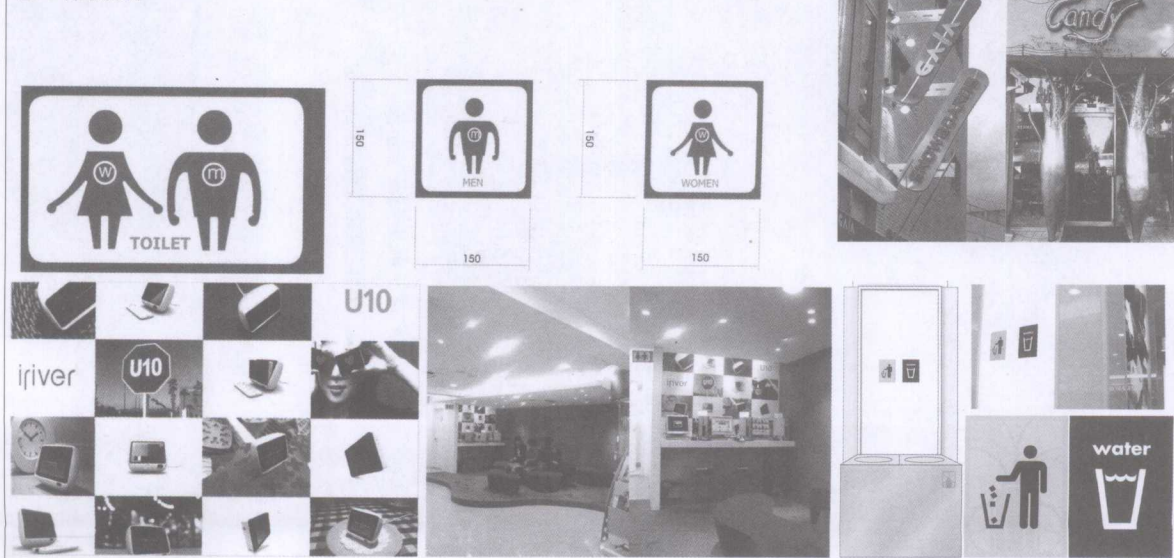


图1-4 自然的追求

图1-5 简约的设计



另外还有独特性原则。环境视觉标识设计应有特色、有个性,这是判断其形式与造型优劣的重要因素。一般化和雷同的设计使人记忆混杂模糊,从而失去作用。而新颖奇特、与众不同并能够刺激人知觉的图形和符号,往往能提高观者的反应速度,减少知觉的时间,加强对符号的记忆。在环境视觉标识设计中,可运用比喻、象征、寓意等手法,使图形更具内涵,强化形象对人的知觉感染力和理性接受能力,如图1-6所示。



图1-6 个性化的设计



第二节 环境视觉标识设计的形式

一、比例

比例是各种视觉元素之间的综合关系。环境视觉标识处于一定环境之中,由各种材料组成,在设计时除了要考虑长度、面积的比例之外,还要注意形体、材料、肌理、色彩上的比例关系以及空间大小、所处位置、设计理念、形式风格等,综合考虑各种因素,营造舒适的形态。在具体设计中,要耐心进行细微调整,这种细微的调整虽然不易察觉,却对设计的最终效果有着重要的影响。环境视觉标识设计既要做到外部比例和谐统一,又要做到内部比例协调一致。外部比例是指环境视觉与整体环境之间的比例关系,包括与建筑、景观构筑物、铺地、草坪、树木等具体环境元素之间的比例,如图1-7所示;内部比例是指环境视觉标识内部各部分之间的比例关系,具体包括整体和局部、局部和局部之间的比例。环境视觉标识的比例要具有时代性。是和一定历史时



图1-7 环境视觉标识与建筑的关系

期的文化程度、思想意识、审美取向、技术条件分不开的。在人类历史上,比例一直是视觉美学的重要内容。传统设计中,黄金比例是一种常用的比例,它可以产生视觉均衡性和古典美。中国古代对于比例的研究也取得了很高的成就。我国古代的秦砖、汉瓦,建筑的开间和进深以及建筑立面的比例关系近似于黄金比例。在现代设计

中,黄金比例仍然是各种比例设计的基准。在实际设计中,往往采用黄金比例的近似值。除了黄金比例外,夸张和特异的比例也经常出现在环境视觉标识设计中。比例设计的通用法则就是要尽可能找到各个元素的相互关系,然后为它们量身制作比例标准。总之,比例就是形式美的法则之一。

图1-8 形式美分析



二、形状

这里是指标识外观形式,包括外形式(形体、色彩、材质等)与内形式(运用这些外形式元素按一定规律组合起来,以完美表现内容的结构等)。外形式与内形式被人通过感官感知,给人以美感。标识的形式多种多样,是人们在实践活动中积淀了丰富的社会生活内容形式。人们在长期社会实践和审美实践中,按照美的规律塑造标识外形,从而逐步发现一些形式美法则,如图1-8所示。

1. 节省律与单纯化

艺术领域的节省律,要求标识设计所使用的形态与材料不能超出要达到一个特定目的所应该需要的量,只有这个定义上的节省律,才能创造出审美效果。单纯化指的是以尽量小的代价换取尽可能大的心理效果和物理效果。构造简单、材料少的形态有利于识别,而容易识别的信息更容易记忆。对于较复杂的形态则可以形成使其单纯化,以便于记忆,如图1-9所示。

2. 平衡

对任何一种艺术形式来说,平衡都是极其重要的,就如一座建筑物,只有平衡才会给人坚固、安全、可靠的感觉。在标识设计平衡的构成中,形象、方向、位置诸因素都应给人一种稳定和谐的感觉,这样其结构就具有一种确定和不可变更的特性,从而将所要表达的含义清晰地呈现在观者眼中,如图1-10所示。

图1-9 单纯化



图1-10 平衡



3. 对比

对比是创造标识设计美的重要手段。对比指的是使具有明显差异、矛盾和对立的双方,在一定条件下共同处于同一个完整的统一体中,形成相辅相成的呼应关系,如图1-11所示。

4. 节奏

节奏是标识设计的重要表现力之一,它能在艺术中表现,以传达人的心理情感,人能通过优美的节奏感到和谐美,如图1-12所示。

5. 韵律

韵律是标识设计表达动态感觉的造型方法之一,当同一要素反复出现时,会形成运动的感觉,使画面充满生机,如图1-13所示。

图1-11 对比

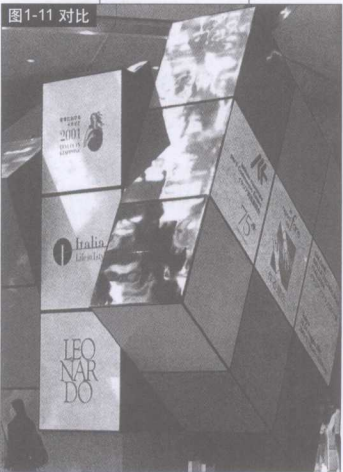




图1-12 节奏



图1-13 韵律



图1-14 意境

6. 意境

意境是指艺术家熔铸在具体设计作品中的有深刻意味的、丰富的心灵、情思和境界，这些不仅刺激听觉或视觉，更能直接打动鉴赏者的心灵。任何一件标识设计作品，其最终目的都是通过各种表现形式来表达某种意境，将设计者的思想感情赋予在设计作品中，让观众通过视觉感受到设计所要表达的含义，如图1-14所示。

三、体积

标识设计可以置身于一种形态中，任何形态都是一个“体”。体在造型学上有三个基本形：球体、立方体和圆锥体。而根据构成形态区分，又可分为半立体、点立体、线立体、面立体和块立体等几个主要类型。半立体是以平面为基础，将其部分空间立体化，如浮雕；点立体是以点的形态产生空间视觉凝聚力的形体，如灯泡、气球、珠子等；线立体是以线的形态，产生空间长度感的形体，如铁丝、竹签等；面立体

是以平面形态在空间构成产生的形体,如镜子、书等;块立体是三维体有重量、体积的形态在空间构成完全封闭的立体,如石块、建筑物等。半立体具有凹凸层次感和各种变化的光影效果;点立体具有玲珑活泼、凝聚视觉的效果;线立体具有穿透性、富有深度的效果,通过直线、曲线以及线的软硬可产生刚强、柔和、纤弱等不同的效果;面立体有分离空间,产生或虚或实、或开或闭的效果;块立体则有厚实、凝重的效果。在环境视觉标识设计中,要根据需要恰当运用各种立体形状,在有体积感的形态中去设计,如图1-15所示。

图1-15 置于有雕塑感的形态中

