

Design and analysis of signage system of East Wangyang Scenic spot in Macao

Yue Fu Siqu Huang

Guangdong Hotel Management Vocational and Technical College, Dongguan, Guangdong, 523000, China

Abstract

Guidance systems are everywhere in our lives and have become part of our daily lives. Especially in the public space of the scenic spot, the scenic guide system should be associated with regional culture and characteristics of the scenic spot. This study analyzes the design of the scenic guide system of the East Wangyang Scenic spot of Macao from the perspective of tourists, including the contents, color senses and cultural expression, and makes suggestions on the design of the scenic guide system for the East Wangyang Scenic spot. The semi-structured interview method is used to conduct in-depth interviews with tourists who have played in the scenic spot. At the same time, the field survey of East Wangyang scenic spot was carried out to obtain first-hand data. Based on the scenic navigation system, this study analyzes the design of East Wangyang Scenic spot navigation system and provides direction for the design of East Wangyang Scenic spot navigation system.

Keywords

East Wangyang Scenic; design; guide system

澳门东望洋景区导视系统设计分析

符粤 黄思琪

广东酒店管理职业技术学院, 中国·广东 东莞 523000

摘要

导视系统在我们的生活中随处可见,已然成为我们日常生活的一部分。特别在景区这个公共空间里,其景区导视系统应当将地域文化与景区特征与之关联,本研究从游客的层面出发对澳门东望洋景区导视系统设计进行分析,包含其中的导视内容、色彩感官、文化表现并作出针对东望洋景区的导视系统设计的建议。研究采用半结构式访谈法对在景区内游玩过的游客进行深度采访。同时自行对东望洋景区进行田野调查,获取一手资料。本研究基于景区导视系统对东望洋导视设计进行分析,为东望洋景区导视系统设计提供方向。

关键词

东望洋景区; 设计; 导视系统

1 前言

1.1 研究背景

东望洋景区。位于澳门半岛最高的东望洋山上,为澳门八景之一,中国现存最古老的西式炮台建筑群之一,东望洋山上三大名胜古迹之一。2005年作为澳门历史城区的一部分被列入世界文化遗产名录内。导视系统在日常生活中是随处可见的,其在景区中也是必须所具备的,通常景区的导视系统会根据其城市特性或是景区定位特性给予不同样式风格的设计,但万变不离其宗,它为游客指引着方向,一个优秀的导视系统可让游客节省时间成本,提升游客满意度。

1.2 研究范围

本研究范围为松山市政公园和东望洋炮台,其二龙喉

公园虽位于东望洋山山脚但根据澳门八景的名称为灯塔松涛,故指松山及其东望洋灯塔。其导视路标牌等也只局限于松山市政公园及其东望洋灯塔。任何关于市政景区规划等城规方向的设计分析均不在本次研究范围之内。

1.3 研究目的

本研究充分考虑到游客对东望洋导视系统的反馈程度,从游客对于其色彩搭配、内容是否易识别、有无当地特色文化程度出发进行研究分析。经过本次研究希望给导视设计者提供可供参考的理论价值,为澳门旅游、东望洋旅游带来旅游生机。

2 文献探讨

2.1 色彩视觉

色彩是物体最直观的表达,不管我们在看向什么物体时,它都是最先引起我们对物体的反应(韩继平,2021)。其中色彩又可以分为四种特性,分别为色彩的识别性:指的

【作者简介】符粤(1996-),男,中国广东佛山人,硕士,从事品牌设计研究。

是在自然中能够清楚辨识颜色的差别,不管是单色属性还是肤色属性。要做到对于色彩有易识别或是马上认知出何种色彩。色彩的形象性:固有色与惯有色这两类都是基于某个事物具体的色彩特征。有前才有后,不是凭空捏造的。所以任何不同颜色的产出都是与人的主观意向而产生的,这就造就了当我们看到某一色彩时,基本就能判断它的作用与功能。色彩的情感性:可以称为色彩的情感效应。主要指人看到不同的颜色而产生的不同情绪反应。比如,暖色系的色彩会使人产生兴奋的情绪,冷色系的色彩会使人产生沉静的情绪。此外,还会产生一些其他的视觉心理感受,比如重量感、软硬感、冷暖感、胀缩感等。不同的人对同一色彩会有不同的情感反应,这种色彩的情感效应主要与人的性别、年龄层次以及文化背景等因素息息相关。色彩的象征性:指的是更进一步的色彩联想,更富有色彩的社会属性。从符号学的角度来讲,色彩也是一种“有意味的符号”,色彩的象征性存在于色彩客体与人类社会主体之间,它是人们在长期的社会生活中逐渐形成的,是人们在感受色彩影响时的一种精神联想(李战鹏,2020)。不同的国家,不同地域背景、文化背景的人们,对色彩的象征意义有不同的认知。

2.2 导视系统

2.2.1 导视系统

导视也就是导向是用来辨识方向的系统,导视是人类社会必然的产物,这也是社会进步的一个指标。为大众所喜爱的导视系统不仅是单一的指示牌设计,其必须严谨且精准地把握当地城市风格以及社会形象和城市定位,而旅游景区的视觉导视系统也仅存在于景区中,主要以视觉形象为游客提供指引游览路线及位置明确与安全警示等一系列的方向服务,其中视觉形象又包含了色彩、造型、符号等元素。基于导视系统,游客能够对景区整体形象具有更为清晰、准确的认知与理解。在旅游层面,增强景区视觉审美性,实现景区文化内涵、地域特色、发展理念的有效传达与彰显(张圣林、冯思豫,2018)。导视系统隶属于环境平面设计,导视系统是环境平面设计的分支,它是文化符号的象征,其将配色、景观、图形、建筑等多领域学科结合起来的门类。最终形成建筑空间和环境相结合的具有系统性特征风格的设计,是理性思维和艺术创设的结合设计。

2.2.2 视觉元素

视觉元素在环境空间中的设计与运用有着十分悠久的历史,最早可以追溯到公元前两千多年人们使用的楔形文字。楔形文字是最早自生文字,它具有传播交流与文化记录等重要信息功能,当然文字从本意义上突破了空间与时间的束缚。而楔形文字的使用标志着人们使用抽象符号记录事件和思想的开端,也为日后抽象视觉符号的发展提供了基础。尼罗河沿岸的埃及人发明了“圣符”,打破了文字抽象符号单一主宰记录的功能,开拓了图像象形文字的文明,为具象化的视觉符号设计提供条件(史倩云、沈葶,2020)。

2.3 关于东望洋

整个东望洋片区由三部分组成,分别是二龙喉公园、松山市政公园、东望洋炮台(灯塔)。其二龙喉公园位于山脚下,其中包含了二龙喉中葡小学以及缆车乘坐点。松山市政公园故称琴山,本为荒芜山冈。澳葡政府早在19世纪,已在此山进行绿化工作,由于以松树为种植对象,故被称为松山。1997年,山顶部分被开辟为松山市政公园。松山市政公园是位于澳门半岛最高的东望洋山山顶,占地约14.3万平方米。为澳门本地规模最大的公园,四周景色很优美,园内设有跑步径、健康径、儿童游乐园、露天剧场、大型壁画及登山缆车。松山的山顶还保存着灯塔、炮台和教堂三大古迹,各项娱乐、康体、休憩设施,与浓厚的大自然气息融为一体,绿树掩映。

3 研究方法

3.1 半结构式访谈法

本次研究共采访6名游客,分别日间4名,夜间2名。针对半结构式访谈法一共提出六个问题,方向分别为对于东望洋景区的导视内容感触和是否留意过导视或对景区中的导视需求与导视系统的整体视觉设计和当地文化内涵体现景区内涵体现以及对于景区中导视牌的第一印象和结构上作为自然景观景区的防蚊虫的开放式问答。经过访谈得知景区里面导致游客迷路的情况时有发生,其导视牌的字体与配色也造成了阅读困难,还有反光不易识别,加上蚊虫多,导致旅游体验感不佳,因为导视的统一性所以在东望洋的文化没有体现,造成景区本体文化缺失。根据访谈选取权重大于0.8的词汇。其中“特色”“迷路”权重分别是0.97、0.94。“昏暗反光”和“配色”权重为0.89、0.85和0.85。“蚊虫搭配”为0.8。从高频词汇中舍弃不具参考意义的名词,因是词汇总结,所以结果套取的名词只做对照验证。

3.2 田野调查法

经过对东望洋景区进行实地走访,第一次从二龙喉公园入口经二龙吼中葡小学,乘坐缆车至松山市政公园缆车到达处,通过健康径步行至松山防空洞(东望洋炮台下),由健康径上至东望洋炮台和东望洋灯塔、圣母雪地殿教堂。

4 东望洋景区视觉导视分析

4.1 导视文字内容

通过研究发现东望洋的导视内容是由三种语言构成,分别是中文繁体、葡萄牙语以及英文。但一个导视牌的面积有限,所以将三种语言放置上去时就会显得拥挤,只能将字体缩小或者导视牌变大,但因为澳门历史城区所使用的导视统一化,所以只能选择前者将导视上的字体缩小但由于数字代表非常较小,且用色方面容易忽略掉有效信息,这对于游客群体来说体验感是不友好的,也会加大其时间成本。如图2所示,晚上的导视内容识别更加让它自身价值从一个功能性设施直接变成一个摆件。晚上景区内灯光昏暗,导视牌在

黑暗中更难看清楚，甚至需要游客自己打着手电凑近才能看清楚其内容如图3所示。



图2 日间指示牌(本研究拍摄)



图3 夜间指示牌(本研究拍摄)

4.2 色彩感官

研究可知，其东望洋导视牌都是运用大面积的绿色做主色，金色点缀轮廓，整个视觉上给人一种葡国风情，在它整个造型上都区别于其他内地地方景点。在导视内容中，其颜色搭配也是金色样式的字落在绿色底纹上，但其金色颜色明度低，不饱和，整体看起来偏灰，不太容易亮眼，只有强烈反差的颜色才能吸引人的眼球，也更易于识别，且金色和绿色非常容易互溶，这就导致识别度低。且在这类自然景观景区中，绿色是常见色，大片的绿植较为容易遮蔽导视牌，则导视牌与环境融为一体，在粗略的扫视过去不太容易发现导视的存在。在天气晴朗的情况下并不会存在什么问题，反而因为金色而显得独特。但在晚上的时候，此种色彩搭配的问题就会逐渐显现，想要看清得借助手电等辅助照明。从整体视觉感官上来讲其颜色搭配对于实用性来说稍欠妥当，没有考虑到人类对于色彩所带来的感知需求及视觉功能需求。

4.3 文化表现

经过田野调查和访谈发现东望洋景区的灯塔是最具代表性的，它不仅是中国沿海地区的第一座灯塔，更是远东地区的第一座灯塔，意义非凡，历史悠久。如果将东望洋灯塔的元素加入在景区的导视系统中那也是承载了东望洋山这一片土地的历史意义。在旅游中倾听来自东望洋的故事叙述，增添的旅游的意义的同时将当地文化传播到世界各地，用故事去带动文化传承，让游客带回去的不止手信，还有满腔的文化情怀。

在地面导视中可以将地图雕刻在游客必经之路上，在上面增加与东望洋景区相关的文化趣味导视，只有在具有趣味性的且富有内涵的图形上才能更加吸引游客观光者的注意，在趣味产生时同时也在产生好奇。主动去了解比起被动灌输式更加高效且遗忘周期长，甚至一直记忆。利用不同的表达方式让游客看到东望洋。将故事融入景区，让游客在无形中感受当地景区文化，增加游客文化体验度的同时又传播着属于澳门属于东望洋的精彩一面。

5 结语

本研究从导视内容、色彩感官、文化表现三点分别探讨了东望洋景区的导视系统设计所存在的问题与建议，从颜色上，合理的颜色搭配在景区导视系统中总是会让游客眼前一亮的，颜色搭配偏灰的一般都识别较吃力，且受外界光源变化而变化。在搭配颜色中当然要考虑环境色，如与环境色一致，那导视就处于半隐形状态。就不太容易被发现，而导视所需要的就是显眼。但从文化表现上来说，加上属于自己的文化符号或概念会让人记忆深刻，且具有当地代表性。一段舒适的旅行体验是与导视系统分不开的，只有建设好景区的方方面面，这样才能让文化传播，让旅游经济崛起。

参考文献

- [1] 李战鹏.基于色彩视觉心理特征的医院室内设计及导视设计探究[J].设计,2020,33(08):111-113.
- [2] 胡梦露.色彩语言与视觉心理在平面设计中的应用研究[J].上海包装,2023,(01):42-44.
- [3] 张圣林,冯思豫.交互式理念指导下的旅游景区视觉导视系统的研究[J].智能建筑与智慧城市,2018,(10):135-136.
- [4] 史倩云,沈萍.视觉导视系统的人文关怀在环境空间中的体现与发展趋势展望[J].美与时代(上),2020,(06):89-91.