

串珠成链：微旅行线路中街道家具的信息导览构建探索

李亮

(上海工程技术大学, 上海 201620)

摘要: **目的** 将景点与景点之间的景点主题、位置距离、交通方式、周边环境等关键性信息, 以有趣、直观的方式传达给人们, 探究街道家具信息导览设计的路径与方法, 提升城市的可读性。 **方法** 根据人们的寻路行为和在地空间中的认知链特征, 从游客地理认知、景区的地理空间信息、信息传达媒介与方式三个方面构建信息导览系统, 再以虹口微旅行线路为例进行实践探索。 **结果** 得出信息导览设计在微旅行中的实践步骤及设计要点。 **结论** 由于微旅行呈现目的地众多、分布散乱的特点, 构建信息导览系统需要合理预判和引导人们的出行行为, 注重塑造景点之间沿线空间的可识别性, 准确选择适宜的街道家具作为信息导览媒介。在优化城旅一体的景观体系下, 发挥街道家具的多种职能, 以多元的形式帮助人们解读城市的历史文化与生活环境, 为构建高品质的文旅环境提供新思路与新路径。

关键词: 信息导览; 街道家具; 微旅行; 设计路径

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)08-0234-08

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.08.025

Beading into a Chain: Exploration of Information Guide Construction of Street Furniture in Micro Travel Route

LI Liang

(Shanghai University of Engineering Science, Shanghai 201620, China)

ABSTRACT: The work aims to convey the key information such as scenic spot theme, location distance, transportation mode and surrounding environment among scenic spots to people in an interesting and intuitive way and explore the path and method of street furniture information guide design to improve the readability of the city. According to people's path-finding behavior and the characteristics of cognitive chain in geographical space, the information guide system was constructed from three aspects: geographical cognition of tourists, geographical space information of scenic spots, media and ways of information transmission, and then Hongkou micro travel route was taken as an example for practical exploration. The practical steps and key points of information guide design in micro travel were obtained. Because micro travel presents the characteristics of numerous destinations and scattered distribution, the construction of information guide system needs to reasonably predict and guide people's travel behavior, pay attention to the shaping of the identifiability of the space along the scenic spots, and accurately select the appropriate street furniture as the medium of information guide. Under the optimization of landscape system integrating city and tourism, the various functions of street furniture should be brought into play. In addition, diversified forms should be adopted to help people interpret the city's history, culture and living environment, so as to provide new ideas and new paths for building a high-quality cultural and tourism environment.

KEY WORDS: information guide; street furniture; micro travel; design path

当前疫情影响下出境游消费回流, 上海城市居民的文旅消费本地化趋势愈加显著。在《上海市“十四

五”时期深化世界著名旅游城市建设规划》^[1]中, 明确提出打造“街区可漫步”的微旅行产品。基于此,

收稿日期: 2022-11-22

基金项目: 上海市艺术科学规划项目 (YB2021F01)

作者简介: 李亮 (1983—), 女, 博士, 讲师, 主要研究方向为历史景观。

上海策划了“城市微旅行”线路，推出327处建筑可阅读文创产品和87条建筑微旅行线路。面对数目众多、分布零散的历史遗存景点，识别性成为旅行体验的关键。将上海众多存量历史建筑以点成线的形式贯通起来，构成具有人文历史的场景展示，盘活闲置资源，正是微旅行的内涵。因此，针对微旅行线路中涉及的街道家具进行信息导览设计，将城市文化、建筑历史和环境信息准确、快速地传达展示，从细微之处改善微旅行体验，是当前打造海派文化旅游集群切实可行的实践方案。

1 微旅行提出信息导览设计

1.1 与传统导视系统的异同

信息导览的主要功能是调节人们对地理空间的认知模式，将分布于浩瀚的现代化建筑中的景点，进行快速高效地识别，为游客以合适易接受的方式提供景点的地理空间信息和寻路信息。主要通过座椅、地砖、景墙、花坛等街道家具，从基本的满足功能需求，拓展到传递城市信息、讲述历史故事，以独具特色的设计展示城市文化。就像阿兰·B·雅克布斯在《伟大的街道》中说：“人们在街道上看到特别设计的细节、他们曾看到过并永记不忘的东西，以及那些熟知的、能让一条街道变得更加完美的设计概念会格外地兴奋起来。”^[2]

信息导览系统区别于导视标识系统。尽管两者有一定的共性，都是为调节人的地理认知与物质空间环境之间的关系，然而导视标识是能被感知到的标记、图案或符号来表现或区分不同事物、概念或地方的标牌^[3]，有完整的分级导视标识，以显著的标牌形式传递信息。而信息导览系统不局限于标牌的形式，利用与人活动密切相关的街道家具，在细微之处传递信息。另一方面，导视标识系统通常置于景区、医院、地铁等完整的空间内部，或是以城市为层级的交通系统中，而微旅行线路，景点分布零散无规则，常跨越多条街道，更适宜发挥沿线街道家具的多种职能，以多元的风貌成为信息导览的媒介。

1.2 信息导览的媒介：街道家具

张钦楠在《阅读城市》写道：“城市也确实像一本书。一栋栋的建筑是‘字’，一条条的街道是‘句’，街坊是‘章节’，公园是‘插图’……^[4]”。可见，人们可以通过建筑、街道阅读城市，也可以通过更小的单位——街道家具认识街道与城市空间。房振兴、严亚^[5]认为人们通过媒介看到的遗址、建筑、交通设施及城市一隅等，都能够讲述主题故事，构建视觉化城市品牌。因此，运用何种媒介传播信息，并没有一定的规定，应当是人们可以选择的、与人的活动密切相关的部分。街道家具正是街道、广场等城市公共空间中不具备结构性意义，但却能对空间品质产生影响，

并与人的行为产生互动的空间元素^[6]，比如雕塑、喷泉、座椅、灯具、树木、装置、小型售货亭等，符合信息导览的要求，是认知街道和认知城市的重要途径。

早在19世纪法国文艺兴盛时期，就出现了公共厕所外墙专职张贴活动海报的结合设计，后来独立出来发展成为著名的“莫里斯柱”，成为代表巴黎的独特纪念物；20世纪60年代，法国街道公共设施与传媒企业家让·克劳德·德考克斯（Jean-Claude Decaux）就在法国里昂首次将汽车站牌与广告相结合，进行商业推广，此后街道家具的概念开始普及^[7]；日本称之为“步行街道的家具”，美国称作“城市街道家具”^[8]。街道家具开始被赋予了更多文化传播的功能。如阿富汗市集文化片区位于澳大利亚维多利亚州的阿富汗商贸集聚区，该片区将定制的休憩座位区的排布方式，重新诠释了阿拉伯传统文化中清真寺中的“suffah”区域，展现了历史及阿富汗裔澳大利亚人的记忆，塑造了一个文化交融的社会空间。

1.3 街道家具走向信息化的成因：公共性与社会性

1.3.1 公共性：包容与多样

作为城市公共空间内重要的构成要素之一，街道家具存在的意义是公共活动，提供给公共空间内涉及的所有人群以功能使用上的体验^[9]，与私人活动相区别，街道家具应具有适宜所有人使用的特性，即公共性。理想的环境中，街道家具应老少皆宜、不分贵贱，所有人群都能平等地使用，并具有使用难度上的包容性，也正由于雕塑、座椅、灯具等家具的功能性，成为公共空间品质和体验的评判标准。

在扬·盖尔^[10]和凯文·林奇^[11]将人性化、多样性、宜居性理念作为现代公共空间的核心之后，公共空间被认为应具有独特性、吸引力、易达性、可识别性和多样性等特征^[12]，这些特征的构成要素与街道家具息息相关，街道家具使用功能上的便捷、易操作，以及设计上的趣味性与审美、文化上的独特性与使用感受上的温暖感，成为街道家具更新的主要手段。因此，人们可以认为，良好的使用体验是街道家具公共属性的衡量标准，也是社会文明发展的衡量尺度^[13]，在街道家具上赋予更多元的功能和更多样的面貌，正是体现其公共性的特性之一。深圳的4所公园设置了5G智慧座椅，Wi-Fi、无线充电、播放音乐等功能，在公园卫生间附近墙面上安装了可视化设备，多数据展现了卫生间使用情况，体现出科技带来的关怀。街道家具的信息化设计，提升了公共空间的使用体验和品质，拓展了街道家具的内涵和范围，其公共性作用也得到了加强和提升。

1.3.2 社会性：可漫步街区空间的需求

街区空间并非由座椅、灯具、雕塑等家具构成，而是由人们产生的各种非目的性行为，如休息、观看、驻足、交往等构成。非目的性行为越多，作为市民生

活空间的街区便开始向社会性空间转变,社会性正是街区空间“可漫步”的前提。街道家具将不同目的地的人们聚集在一起,依靠自身的功能特性创造社会凝聚力,如优美的雕塑吸引人们的视线,适宜的座椅给予人们休息的机会,其本身的功能属性已经创造了可停留的社会性空间,但是对现代社会中复杂的交通和快节奏的生活来说,社会性的职能依然不足。人们进入街区空间,往往是为了抵达明确的目的地,体现在微旅行中是某个旅游景点,人们是否能够将旅程作为风景去享受,是否愿意耗费更多的时间与心力驻足,在人们自身的因素之外,取决于街区空间是否能够满足精神和物质上的双重需求。如休息座椅上雕刻有周边景点的简易地图,装置上记录了周边景点的文化故事,灯具上展示了周边景点的方向。有趣生动的设计引发人们更多的互动,产生更多社会性活动,也赋予了空间更为丰富的内涵;另一方面人们得到更多文化与环境上的信息,满足了自身需求。因此,街区空间的社会性需求需要街道家具赋予更多信息传播的功能。

2 微旅行信息导览设计的要素

信息导览最大的目的在于将景点与景点之间的关键性信息,如景点主题、位置距离、交通方式、周边环境等,以有趣、直观的方式传达给人们,助力人们阅读城市。需要考虑的因素不仅是人们的寻路行为,还需要引导人们展开寻路行为。因此,应根据游客的寻路过程及感知特性构建信息导览系统,主要包含游客地理认知、景区的地理空间信息、信息传达媒介与方式三个方面^[14]。

2.1 游客地理认知要素

游客地理认知要素是游客对景点地理环境信息的整体认知,贯穿于整个游览过程中。主要分为两个层面:一是对旅游目的地的形象认知,依托于目的地本身的历史文脉、地域背景,从而获得的景点相关的信息,通常不涉及具体的地理环境,而是与景点所在区位和景点形象有关,如上海大世界,外地游客会有上海近代游乐场所的认知,但是具体的位置、交通和游览方式等信息,还需要进一步探究;二是对景点位

置和空间尺度的认知,游客根据景点与景点之间的距离、分布、视域等具体地理环境,对空间进行判断^[15]。

如何有效地提升游客对景点的地理认知,预判游客的出行目的与行为,提前在关键地点展示景点信息是关键之一。如在上海虹口有一条鲁迅小道,这是由四川北路、多伦路、长春路、长山路构成的一条围和型步行道路,道路串联了鲁迅故居、内山书店、左翼作家联盟会址纪念馆、木刻讲习所旧址等多处历史遗址,展示了鲁迅日常的生活轨迹,它正是最适宜微旅行的线路之一。大多数来此游览的行人都是为了追寻历史的记忆,因此在判断出游客的心理预期基础上,沿着这条道路,所有的步行道路地面间隔几米就能看到一块特殊的地砖(上面雕刻“鲁迅小道”字样及笔刷图像),游客可以循着这条指引的标记去追寻鲁迅的故事,发现淹没在城市中的历史遗存,以有趣高效的方式获得对附近地理信息的认知,见图1—3。

2.2 景区的地理空间信息要素

地理空间信息要素包含关键地理信息区位与地理信息内容两个方面。

2.2.1 关键地理信息区位

关键地理信息区位是在微旅行线路中适宜给予方向指引与信息展示的地点。在微观尺度中,关键地理信息区位依据游客的出行行为而确定^[16]。从游览模式来看,微旅行线路中存在组团任意游式和单线式,应区别对待。首先,单线式游览模式涉及景区空间和沿线空间,景区空间的关键点在出入口处;沿线空间重点保证信息的连续性,在所有节点处,包括交叉路口处、视域良好的位置、高差显著的区域等^[17],见表1。参考游客的行为,保证沿线空间的脉络清晰,见图4。

从出行动机来看,一种游客是有明确的游览目的的,这部分游客线路规划清晰,为了减少不必要的时间浪费,通常采取搭乘公共交通的方式或是骑行,因此针对这部分游客,需要考虑公交车站附近的地理信息,以及景点空间对车站、自行车停车处的指引;另一种是体验慢生活的游客,想要深入体验风土人情的游客,这部分游客在1~2 km可接受步行的范围内,会首选步行,因此针对这部分游客,需要考虑景点之间沿线空间的信息连续性。



图1 鲁迅小道地砖
Fig.1 Floor tile on Luxun Trail

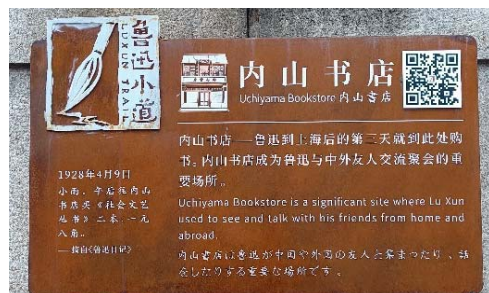


图2 内山书店墙面导视
Fig.2 Wall guide of Uchiyama Bookstore



图3 鲁迅小道路口导视
Fig.3 Intersection guide on Luxun Trail

表 1 关键地理信息区位
Tab.1 Key geographical information locations

空间区分	关键地理信息区位
景区空间	出入口
	交叉路口
沿线空间	视域良好的位置
	纵向落差较大处
	公交车站

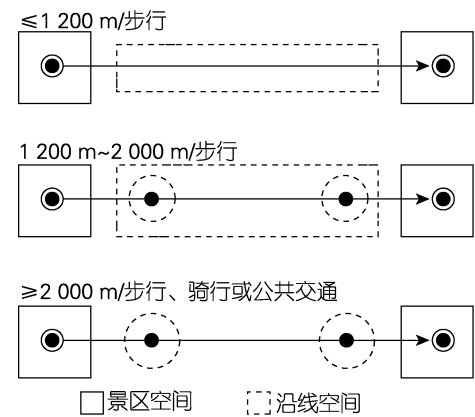


图 4 不同距离的关键地理信息区位
Fig.4 Key geographical information locations at different distances

2.2.2 地理信息内容

包含了主题与历史风俗、场馆分布、距离、交通方式等周边景点信息，其中，需要选择地将关键性的地理信息传达给游客，如根据距离的远近推荐交通方式，是步行还是车行，或是多路口容易造成识别困难的区域，给予方向上的引导。

罗美迪·帕西尼将游客的寻路过程分为三个阶段：意图的确立、意图的转化和意图的执行^[18]。信息导航首先需要吸引人们确立意图，因此在景区空间的关键地理信息区位，将线路中邻近的景点信息作为传达内容给予展示，该部分信息突出展示景点的主题、历史和风俗。当游客产生了游览意图，确定了游览目的地，并为此展开计划与出行行为，便进入了第二个阶段（意图的转化阶段），这时期需要的信息是目的地的具体位置、距离以及出行方式。此时游客对目的地有了进一步的认知，进入第三个阶段（意图的执行），由一系列的寻路过程来完成，如从景点 a 先步行至路口 b，获得下一个路口 c 的信息指引，最终目的地为景点 d，这些一层层阶段性目标称之为子意图。在这个过程中，信息导航系统对寻路过程中的子意图给予指引，在沿线空间的关键地理信息区位处将景点 d 和子意图 b 给予清晰指示，见表 2。

表 2 不同空间的地理信息内容
Tab.2 Geographical information content in different spaces

寻路过程	空间区分	关键地理信息区位	信息传达内容
意图的确立	景区空间	景区空间内部以及出入口	主题、历史和风俗
意图的转化	景区空间	景区空间出入口	具体位置、距离及出行方式
意图的执行	景区空间	景区空间出入口	子意图的具体位置、距离及出行方式
	沿线空间	交叉路口、视域良好的位置、纵向落差较大处、公交车站	子意图的具体位置、距离及出行方式

2.2.3 信息传达媒介要素

信息传达媒介要素是在关键内容确定的前提下，确定具体环境下的信息导航媒介，如利用街道家具与新媒体、新技术手段融合的方式，具体通过文字、图像、符号等进行信息传达。在以历史风貌为主的旅游线路中，街道家具能够作为媒介展示信息，与导视系统相比，街道家具能够在更细微处与人产生互动，展现方式也更为多元。例如，在华沙克拉科夫郊区街，有一组特殊的座凳，凳面上刻着肖邦生活轨迹的记忆地图和相关文字说明^[19]；行人来此休息的同时，按动座椅旁的按钮，便能听到动听的肖邦钢琴曲传来，全方位地获得对景点的认知。

3 实证探索：上海虹口微旅行线路的信息
导航建构

虹口因虹口港而得名，区域内历史建筑丰富，海派文化深厚，记录了上海近代历史的变迁。包含 283

处历史文化遗址遗迹，3 处历史风貌保护区，分别是山阴路、溧阳路和提篮桥，另有 3 处国家级、3 处上海市级文物保护单位及众多优秀保护建筑^[20]。虹口是 20 世纪初文化界的重地，也是许多文坛名流曾经工作与居住的地方，鲁迅故居、茅盾旧居、瞿秋白旧居、郭沫若旧居、左翼作家联盟等，其中只有少数遗迹如鲁迅故居对外开放，大部分遗迹仍闲置，淹没在逐渐商业化与国际化的现代生活场景中，以致人们置身其中也难以感受到场所的文化精神与历史故事。在上海策划的 10 条经典“城市微旅行”线路中，虹口区域内将 13 处历史景点串联成文艺气息浓郁的微旅行线路。目前该线路中景点主要依靠少数路口的高大导视牌给予指引，见图 5，只有“鲁迅小道”多伦路段通过照壁、灯光、雕塑、地砖等设施塑造了历史语境的场所，见图 6—7，大部分景点依然识别性不足。因此，考虑历史文化内涵与市民诉求，对线路中的街道家具进行信息导航设计研究，是增强景点识别性的设计举措，也为盘活历史资源、实现可漫步的街区提供新路径。



图 5 路口导视牌
Fig.5 Intersection sign



图 6 多伦路段导视牌
Fig.6 Sign of Duolun Section



图 7 多伦路照壁
Fig.7 Screen wall of Duolun road

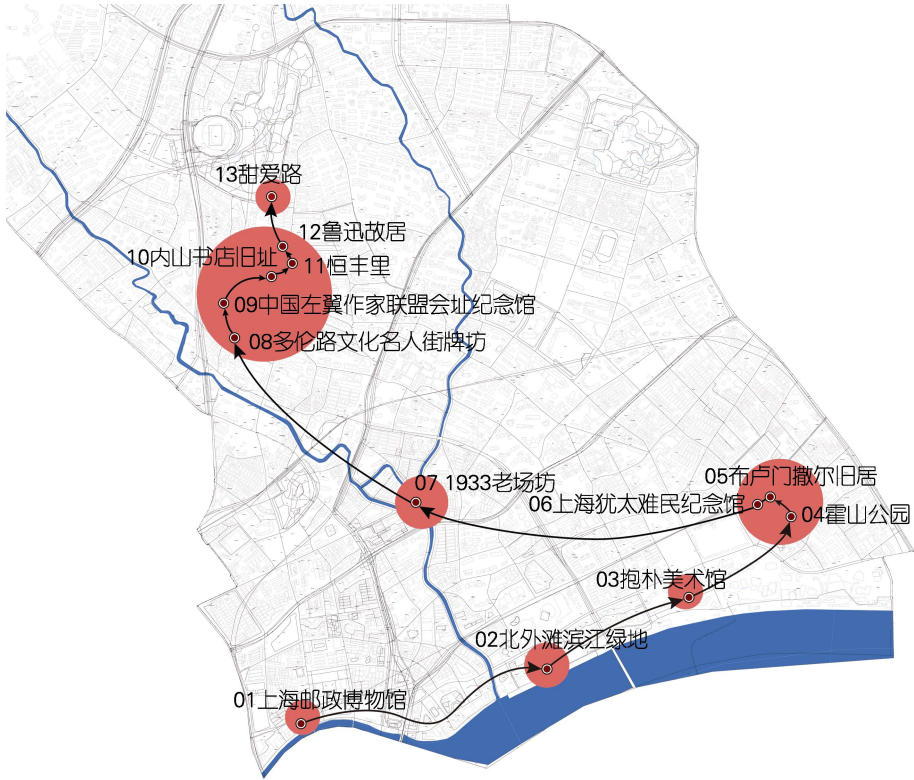


图 8 虹口微旅行线路
Fig.8 Hongkou micro travel route

3.1 景点分布特征及游客出行方式

在虹口微旅行线路中涉及 13 处历史遗存景点，分布并不均衡，大体可以分成 2 个聚集区：多伦路聚集区和犹太难民纪念馆聚集区。景点之间最远距离为 2.2 km，最近距离仅为 90 m，整体上相对距离在 1 km 左右，因此步行是最佳出游交通方式，也符合微旅行的出游特点，见图 8—9。

具体分析各景点之间的距离，判断最适宜的出行方式，可发现分为三个等级：第一为 5 分钟步行。按照普通人的正常速度，5 分钟步行距离为 400 m，在此范围内可认为景点之间距离接近。包括霍山公园—布鲁门撒

尔旧居、布鲁门撒尔旧居—犹太难民纪念馆、多伦路文化历史名人街—左联会址纪念馆—内山书店旧址—恒丰里—鲁迅故居—甜爱路共 7 个路段。第二为 15 分钟步行。参考 15 分钟步行圈的距离设定为 1 200 m，这也是大多数人能接受的步行最长距离。包括北外滩滨江绿地—抱朴美术馆—霍山公园共 2 个路段。第三为步行或骑行。超过 1 200 m 之后，一部分人会选择更便利的交通方式，如骑行或公共交通。虹口微旅行线路最长距离路段是从犹太难民纪念馆到 1933 老场坊为 2 200 m，还包括上海邮政博物馆—北外滩滨江绿地、1933 老场坊—多伦路文化历史名人街共 3 个路段，见图 10、表 3。

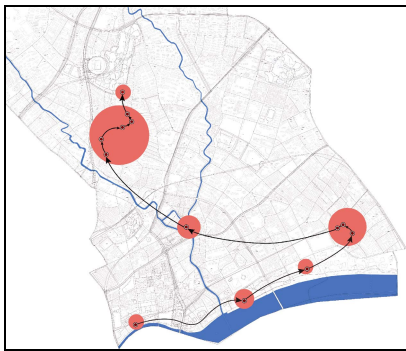


图 9 景点分布结构
Fig.9 Scenic spot distribution structure

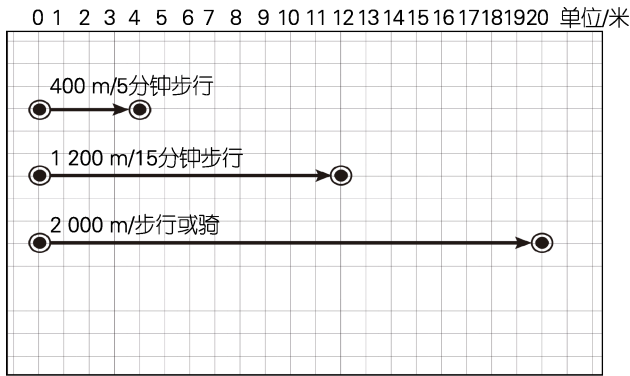


图 10 微旅行交通方式
Fig.10 Transportation mode for micro travel

表 3 虹口微旅行游览模式
Tab.3 Tour mode in Hongkou micro travel

序号	路段	距离/mm	适合出行方式	游览模式
01	06-07	2 200		
02	07-08	1 900	步行或骑行	单线式
03	01-02	1 400		
04	02-03	850		
05	03-04	810	15 分钟步行	单线式
06	09-10	400		
07	12-13	360		
08	08-09	220		
09	04-05	150	5 分钟步行	环游式
10	10-11	130		
11	05-06	110		
12	11-12	90		

3.2 游客游览模式及地理认知

微旅行与传统的微观尺度旅游类似，都是在不同景点之间的旅行模式。Lew 与 McKercher^[21]归纳出目的地内部游客空间活动模型，包括点对点、环游、复杂等三种线性旅行模式。与宏观尺度旅行相比，呈现目的地众多、分布散乱的特点，因此游客的认知与行为方式成为决定线路游览模式的关键点。

旅行目的地呈现线性扩散。根据游客在地理空间的认知链特征^[15]，无论是市民游客，还是外地游客，都会对认知链中的第一层级有所了解，即对微旅行线路中的某些景点的地域背景有所熟知，这里往往成为游客的最初目的地^[22]，如北外滩滨江绿地网红打卡点或是鲁迅故居。在旅游空间模式中，一直存在着主要目的地和次要目的地，由主要目的地开始，协同次要目的地，可提升旅游吸引力^[23]。通过信息导览系统设计，游客能了解到周边 500 m 内存在更多景点，时间允许的条件下可顺路造访其他景点^[24]，让线性旅行成为了可能，对周边历史遗存的盘活给予助力。

景点根据距离远近呈现出交通方式的不同，导致游览模式发生变化。微旅行线路中通常呈现两种游览

模式：组团任意游式和单线式，见图 11。在虹口微旅行线路中，2 个聚集区内各景点距离均在 200 m 内，距离较近、数量较多，从而形成了组团任意游模式，任意游给游客的地理认知带来障碍，当进入一个四面八方都有景点的区域，导向性反而异常重要，此时的信息导览系统应至少包含两个方面的职能：一是对各个方向景点的指引；二是将线路有机串联，并有意识地引导游客的行动方向。除了密集的聚集区，其他景点构成了单线式游览模式。

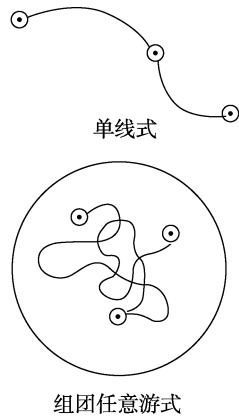


图 11 两种游览模式
Fig.11 Two tour modes

3.3 关键地理信息区位及内容

游览模式决定了信息导览的地理布点。虹口微旅行线路中的 2 个聚集区呈现环游式游览，游览方式为步行（由于景点距离较近，并拥有关联性的历史背景）。在聚集区内，可参考旅游景区导视系统，以统一的主题构建整体，如“鲁迅小道”，拥有文化上的关联性，游客会感知到进入了沉浸式的历史空间。在 04-06 路段聚集区，霍山公园和犹太难民纪念馆的出入口承担了集聚区的进出，是聚集区的关键地理信息区位，在此处显著位置应存在信息导览设计。在 08-13 路段聚集区，鲁迅故居由于正位于公交车站附近，并且作为聚集区的核心景点，成为关键地理信息区位；另一处关键区位为多伦路文化历史名人街，衔接四川

北路,在聚集区最南端,是步行或骑行游客的首要选择。这两处景点就像旅游景区的入口和出口,运用艺术手段展现出聚集区地图,如鲁迅生活轨迹地图,让人们清晰地感受到历史信息,增加景区的可识别性。

涉及上海邮政博物馆、北外滩滨江绿地、抱朴美术馆、1933 老场坊的 4 处景点为单线式游览模式。景点之间的距离平均在 1 500 m 左右,适合骑行或公共交通,因此根据寻路过程,在沿线空间处如交叉路口、视野良好的位置、公交车站等关键地理信息区位布置导览系统。如邮政博物馆到北外滩滨江绿地路程为 1 400 m,涉及 9 个交叉路口,其中 2 个为重要的分岔路口,视野开阔,适合给予寻路指引。另外,公共汽车站距离两处景点都 100 m 左右,共 2 站车程,也是不错的交通选择,因此在景点出入口应给予交通方式上的指导,以供人们选择。北外滩滨江绿地到抱朴美术馆路段比较特殊,因滨江绿地狭长,如果选择步行漫步,那么在走完滨江绿地全程的同时,抵达美术馆。如果在滨江绿地只打卡网红景点,然后选择骑行,那么将通过 3 个交叉路口抵达美术馆。因此,两条路线都应确立关键地理信息区位给予导览,见图 12、表 4。

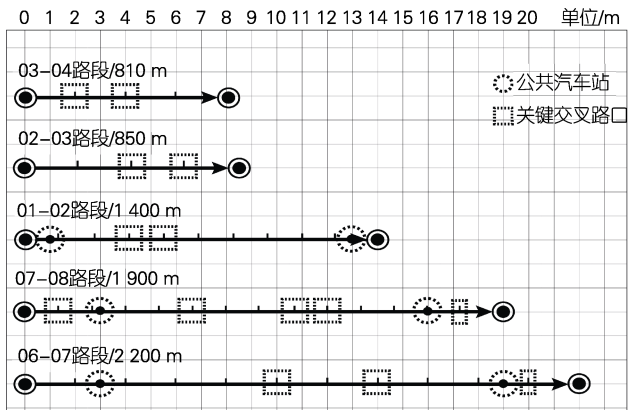


图 12 虹口微旅行关键地理信息区位
Fig.12 Key geographical information location of Hongkou micro travel

表 4 虹口微旅行关键地理信息
Tab.4 Key geographical information of Hongkou micro travel

路段	距离/mm	路口数量	关键交叉 路口数量	公交车站 距离/m
06-07	2 200	10	3	350
07-08	1 900	13	5	350
01-02	1 400	9	2	100
02-03	850	3	2	
03-04	810	3	2	

3.4 信息传达媒介的选择

街道家具可以分成娱乐服务、信息、卫生、交通、艺术景观共五大类^[25]。这 5 类设施与人互动的频率和密切度都不尽相同,对承担信息传达的街道家具,首

先应具有较高的互动性,提供给人们产生非目的行为,如开敞休闲广场上的座椅,或是公交车站旁的垃圾桶等都具有较高的使用频率。其次是区位的适宜性,根据信息传达的关键地理信息区位确定媒介。在单线式沿线空间,在分岔路口通过设置雕塑装置、花坛、路灯等传播信息;沿线经过的开敞广场或步行街道,适合选择座椅、雕塑小品作为互动的媒介;在环游式区域内部,通过墙面的文字标识、主题小品、地砖、灯光等有意识地引导,共同塑造完整的主题氛围^[26],构建连通性的历史场所。最后是根据人们的感知特性选择,利用新媒体、新技术,以适宜的方式融合街道家具,如夜间可发光的路障及花箱,以独特有趣的设计和互动,提高识别性,构建高语境的场所。

4 结论

虹口微旅行线路具备了典型的微旅行特征,拥有 2~3 处热门旅游景点,并且景点之间文化背景相互连通,13 处景点分布距离适度,动线流畅。然而,微观尺度旅行目的地众多、分布散乱的特点,依然呈现了出行方式的多元化和游客游览模式的复杂性。因此,针对微旅行信息导览系统的构建需要重点考虑以下 3 个方面。

1) 合理预判和引导人们的出行行为。人们对景点的地理认知有迹可循,通过网络社交平台的大数据分析获得首选目的地,往往是知名历史遗存或是网红打卡地,为了挖掘和盘活更多的历史遗存,需要在预判人们的出行目的与行为的基础上,引导人们展开针对次要目的地的进一步寻路行为。为此,通过调查大数据及实地考察,获得微旅行线路中人们的第一热门地,并在考察人群构成成分的基础上预判人们的心理,提前在关键地点展示文化与地理信息,引导人们对次要目的地的造访,让线性旅行成为可能。

2) 注重塑造景点之间沿线空间的可识别性。景点依据微旅行路线科学合理规划,但依然存在部分历史遗存之间距离较远,在超过 1.5 km 的情况下,需要选择步行、骑行、车行等多种交通方式,产生多种复杂的出行行为,需要以人为视角进行细致准确的关键节点位置分析,结合适宜的街道家具设计传达信息。

3) 准确选择适宜的街道家具作为信息导览媒介。不同类型的街道家具与人互动的频率和密切度都不尽相同。首先应具有较高的互动性,提供给人们产生非目的行为;其次是区位的适宜性,根据信息传达的关键地理区位确定媒介;最后是根据人们的感知特性选择,利用新媒体、新技术,以适宜的方式融合街道家具。

5 结语

街道家具自诞生以来,便承担着信息传播、文化

展示、服务大众的多元职能,更是构建社会性空间,凝聚人群活力的关键要素。微旅行对认知城市、认知街道提出了更高要求,街道家具作为阅读城市的媒介之一,也应承担更多的职能。一方面与功能强大的网络系统相比,现实世界的信息展示与传播简单且粗暴,街道家具信息导览设计,让身处“自然”空间的人们能够快速认知地域文化和周边环境信息,提升文旅体验;另一方面,与传统单一的导视系统相比较,街道家具能够在更细微处与人产生互动,展现方式也更为多元,阐述空间背后的文化故事。在已确立的经典微旅行线路中,通过考察游客地理认知、景区的地理空间信息,确立信息传达媒介与融合方式,建立科学的信息导览系统,有意识地指引并引导人们的游览路线,既能够盘活本地旅游资源,又优化提升了旅行体验,对构建一个有明显标识、可识别的社会空间具有重要意义。同时,从市民文化诉求和审美习惯的视角,分析街道家具融入信息导览的可能,是在当下建设城旅一体的环境下,未来设计探索的方向与路径。

参考文献:

- [1] 上海市人民政府办公厅. 上海市“十四五”时期深化世界著名旅游城市建设规划[EB/OL]. (2021-06-09) [2022-03-29]. <https://www.shanghai.gov.cn/nw12344/20210622/aa237680c16d4433a2ce1951a3b204de.html>.
General Office of Shanghai Municipal People's Government. Deepening the Construction Plan of World Famous Tourism Cities in Shanghai during the "14th Five Year Plan" Period[EB/OL]. (2021-06-09) [2022-03-29]. <https://www.shanghai.gov.cn/nw12344/20210622/aa237680c16d4433a2ce1951a3b204de.html>.
- [2] 阿兰·B. 雅各布斯. 伟大的街道[M]. 王又佳, 金秋野, 译. 北京: 中国建筑工业出版社, 2009.
ACOBBS A B. Great Streets[M]. WANG You-jia, JIN Qiu-ye, Translated. Beijing: China Architecture & Building Press, 2009.
- [3] 吴小玲. 基于游客寻路行为的景区导向标识系统评价研究[D]. 南京: 南京师范大学, 2015.
WU Xiao-ling. Evaluation of Signage and Wayfinding System Based on Tourist Wayfinding Behavior in Scenic Spot[D]. Nanjing: Nanjing Normal University, 2015.
- [4] 张钦楠. 阅读城市[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2004.
ZHANG Qin-nan. Reading City[M]. Beijing: SDX Joint Publishing Company, 2004.
- [5] 房振兴, 严亚. 视觉话语中的城市文本与城市阅读[J]. 新闻战线, 2017(18): 39-41.
FANG Zhen-xing, YAN Ya. Urban Text and Urban Reading in Visual Discourse[J]. The Press, 2017(18): 39-41.
- [6] 蔡永洁. 城市广场—历史脉络·发展动力·空间品质[M]. 南京: 东南大学出版社, 2005.
CAI Yong-jie. City Square: Historical Context, Development Momentum, Space Quality[M]. Nanjing: Publishing House of Southeast University, 2005.
- [7] 蔡永洁, 刘韩昕. 空间中的秘密主角——欧洲城市家具的历史溯源[J]. 城市设计, 2016(4): 44-55.
CAI Yong-jie, LIU Han-xin. The Secret Lead of Urban Space: Origin of Urban Furniture in Europe[J]. Urban Design, 2016(4): 44-55.
- [8] 唐真, 魏昌海. 基于科学知识图谱分析的国内外街道家具比较研究[J]. 包装工程, 2022, 43(2): 276-285, 289.
TANG Zhen, WEI Chang-hai. Comparison of Street Furniture at Home and Abroad Based on Analysis of Scientific Knowledge Mapping[J]. Packaging Engineering, 2022, 43(2): 276-285, 289.
- [9] 刘韩昕, 蔡永洁. 空间中的秘密主角——城市家具的环境行为价值初探[J]. 城市设计, 2016(3): 62-71.
LIU Han-xin, CAI Yong-jie. The Secret Lead of Urban Space: Behavioral Value of Urban Furniture[J]. Urban Design, 2016(3): 62-71.
- [10] 扬·盖尔. 交往与空间[M]. 何人可, 译. 北京: 中国建筑工业出版社, 2002.
GEHL J. Life Between Buildings[M]. HE Ren-ke, Translated. Beijing: China Architecture & Building Press, 2002.
- [11] 林奇. 城市的印象[M]. 项秉仁, 译. 北京: 中国建筑工业出版社, 1990.
LYNCH K. The Image of the City[M]. XING Bing-ren, Translated. Beijing: China Architecture & Building Press, 1990.
- [12] 杨叶红. “城市家具”——城市公共设施设计研究[D]. 成都: 西南交通大学, 2007.
YANG Ye-hong. "The City Furniture"-City Public Utility Design Research[D]. Chengdu: Southwest Jiaotong University, 2007.
- [13] 周波. 基于未来智慧城市愿景的城市家具设计研究[D]. 杭州: 中国美术学院, 2019.
ZHOU Bo. Research on Urban Furniture Design Based on Future Vision of Smart City[D]. Hangzhou: China Academy of Art, 2019.
- [14] 李健. 旅游景区导向标识的系统结构及空间导航模式分析[J]. 中国城市林业, 2011, 9(1): 37-39.
LI Jian. A Study of System Structure and Spatial Navigation Model of Oriented Signs in Tourism Scenic Spots[J]. Journal of Chinese Urban Forestry, 2011, 9(1): 37-39.
- [15] 李蕾蕾. 旅游目的地形象的空间认知过程与规律[J]. 地理科学, 2000, 20(6): 563-568.
LI Lei-lei. A Discussion on Spatial Rules of Tourist Destination's Image Perception[J]. Scientia Geographica Sinica, 2000, 20(6): 563-568.
- [16] 史春云, 朱传耿, 赵玉宗, 等. 国外旅游线路空间模式研究进展[J]. 人文地理, 2010, 25(4): 31-35.
SHI Chun-yun, ZHU Chuan-geng, ZHAO Yu-zong, et al. Research Progress of Spatial Patterns of Travel Itineraries in Foreign Countries[J]. Human Geography, 2010, 25(4): 31-35.

(下转第264页)