

色彩在展示设计中的体现研究

罗维安

(华中科技大学文华学院, 武汉 430074)

摘要: 通过对展示设计含义的介绍, 论述了作为展示设计中重要组成部分的色彩, 在展示设计运用时应注意的问题和关键所在, 以及色彩在展示设计中的重要作用, 希望使展示设计能更上一个台阶, 更好地为社会和人们的生活服务。

关键词: 展示设计; 色彩; 体现

中图分类号: J513; J525.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)06-0120-02

Research on Manifestation of the Color in the Display Design

LUO Wei-an

(Wenhua College of Huazhong University of Science and Technology, Wuhan 430074, China)

Abstract: Through the introduction to the exhibition design implications, it discussed the color as a important part in the display design in use should pay attention to the problem and the key, and the important role of the colors in the display design. It hope to make the display design to a higher level, the better for the society and people's lives.

Key words: display design; color; manifestation

作为展示设计中重要的组成部分——色彩, 为展示设计带来了生机与活力。色彩对人的心理、情感、视觉都有很大的影响, 如色彩的合理运用可以营造良好的展览氛围, 让参观者带着一种舒缓、平和的心态慢慢观赏展品。比较理想的展示色彩设计, 一方面, 不仅对参观者有较强的视觉冲击力, 吸引他们的观赏兴趣; 另一方面, 对展示空间的艺术魅力的体现有很大的帮助, 因此, 要重视展示设计中色彩的合理运用, 真正地将其落到实处, 让展示设计的发展有一个很高的突破。

1 展示设计的含义

随着社会经济的发展, 竞争也日益激烈, 在展示设计领域也不例外。为了顺应社会的需求, 展示设计在设计艺术方面必须要有更大范围、更高层次的提升。首先, 可以将物质设计与非物质设计以及不同的设计形态有机的统一起来, 这些要素有机结合在一起就可以形成一个新的设计系统工程, 即一种具有革命

意义的完整的系统设计; 其次, 在展示设计中注意视觉的可塑性, 在展示设计中添加合适的色彩则可以达到比较好的视觉效果。2010年中国上海世博会, 其博览会上的展示设计, 就有以下内容: 世博会主题的确立、标志符号、相关文化的定位、整体的规划、广告的宣传、场馆的环境以及室内的必要装饰等内容; 而其展示设计中的设计理念秉承绿色环保, “城市让生活更美好”的主题, 从艺术设计的观念到展览品, 都与当今社会的发展, 人们生活的现实需求紧密联系着, 只有这样才能达到展览会所要的目的。

展示设计是一个比较广泛的概念, 不同于一般的设计, 它是一种多方位的立体综合性设计, 是采用先进的设计方法, 运用艺术设计, 结合相关文化对某一展品的造型进行美化与修饰来获得良好展示效果的设计活动。展示设计的范围和内容比较广泛, 有商业展销会设计、工业展览会设计、购物环境设计等; 在社会文化方面有艺术展览会设计、博物馆陈列设计等; 在社会生活上有旅游观光景点展示设计、节庆礼仪场景设计等。从这些不同类型的展示设计中可以看出,

收稿日期: 2012-10-27

作者简介: 罗维安(1980—), 男, 湖南郴州人, 硕士, 华中科技大学文华学院讲师, 主要从事环境艺术设计研究。

展示设计要考虑的内容首先是展示程序、内容以及侧重点等展示品本身比较实用的因素;其次,要考虑展示环境氛围的艺术创造等展示设计的外在因素;再次,要考虑展示设计的客体即接受观赏者的心理因素以及他们的视觉趋向等。只有这样才可以设计出科学的、合理的、具有赏心悦目的观赏流程的展示设计,给人留下深刻的印象,从而让展示设计凸显出其内在的价值。

2 展示设计中色彩运用应注意的问题

一件物品在有色彩之前和色彩之后,给人的感觉是有差别的,色彩对人的情绪、心理、行为都或多或少会产生一定的影响。在社会的生产生活当中,要重视色彩的运用,在展示设计领域也一样,色彩的运用必须得到重视。

在展示设计中要考虑到色彩对人的心理影响。展示设计中色彩的运用会刺激人的心理和情感。色彩可以让人产生温度感,蓝、灰、黑、绿等冷色调使人感到寒冷,而红、黄、橙等暖色调则令人感到温暖。色彩也可以让人对物品产生体量上的错觉,具有高明度颜色和暖色的物品具有膨胀感,使人觉得物品体量大,而具有低明度颜色和冷色的物品则有一种收缩感,令人感到物体的体量看起来较小。色彩也可以让人产生重量感,高明度的色彩看起来比较轻巧,而低明度的色彩则有一种沉重感。色彩对人心理也有很大的影响,可以让人产生远近感,暖色调使人具有前进的接近感,而冷色调则让人有一种远离和分散的感觉。从这些可以看出,色彩对人的心理有着重要的影响,因此,在展示设计中要注意对色彩的运用。

展示空间界面的色彩设计应遵循以下几个原则。首先,色彩要有基调,不能太花哨。一方面,可以更好的展示主题内容;另一方面,注意安全因素,可以避免刺激甚至是伤害观众的视觉器官的情况发生,便于观众进行参观。其次,展示设计中的色彩要特别注意观众对色彩的喜好和禁忌,因为不同国家、地区、民族、文化传统对色彩的偏好是不同的,色彩的象征意义也存在很大差异,所以,展示设计中色彩的运用应在根据展览性质、展览地点等方面的基础上结合各种参观对象的喜好与禁忌进行具体分析,做到符合观众的审美习惯。

3 展示设计中色彩运用的关键

展示设计中色彩的运用可以让展览品显得更有艺术魅力,也可以营造良好的展览氛围,但是展示设计中色彩的运用也要注意几个关键点,即确定好展场的色彩基调、展览专用色、各展区之间的色彩关系,才能更好的为展览服务。

展示设计中要根据展览的主题以及展览的时间来确定展场的色彩基调。色彩基调的运用是要讲究技巧的。例如,对于一般商业性质的展览活动,展示色彩设计大多以中性柔和的色调为主,这样可以更好的突出展品;而在一个历史性题材的展览上,为了反映历史变迁的沧桑,传统文化的庄严与凝重,在展示设计中色彩应以厚重、庄严、沉稳的低色调为主;而对于类似销售性质的展览活动,为了激发参观者的消费欲望,活跃展览的气氛,则运用高色调的设计。当然,展示设计中也必须考虑到展览时间。例如,冬季展览中,由于室外非常寒冷,为了给人营造一种温暖、热烈的氛围,满足人们的心理需求,暖色调应是整个展场的主色调,这样与人的心理需求相吻合,可以更吸引参观者的注意;在夏季展览中,由于户外温度很高,为了给参观者一种凉爽、宁静的感觉,展示设计中就应以冷色调为主。

展示设计中应根据展览的性质、展览的标志来确定展览专用色。一般而言,每一个展览都有自己标志的标准色即展览专用色。展览专用色运用得是否恰当,直接对参观者的心理、视觉产生很大的影响。展览专用色的运用包括墙面海报、悬挂旗帜、指示标牌等,这些是参观者进入展馆时第一时间可以注意到的,因此,设计师要在此着手,使参观者对该展览留下深刻的印象。一方面不仅有利于场内色彩的和谐统一,营造良好的展览氛围;另一方面,对展览品牌效应的形成有很大的促进作用。

4 展示设计中色彩的重要作用

展示设计中色彩可以吸引观众的眼球。展示设计中色彩的适当运用可以营造良好的展览氛围,理想完美的展示色彩设计,具有较强的视觉吸引力,能充

(下转第 124 页)

新形式,势必能使设计更符合现代人的审美需求,并获得更多年龄段人群接受。

3.3 意象

中国所崇尚的含蓄、内敛,是自然界许多实物所具备的独特的文化内涵,例如莲花象征高洁,牡丹象征富贵,明月包含思乡的意味等。这些出现在古代文学作品中的意象,现在也可以运用于艺术设计中,这就使受众自然而然地将图形本身的寓意以及文化内涵带入到该商品中,间接的赋予了商品一种文化层面上的意义。这种设计不仅帮助商家提高了销量,达到经济目的,同时也给消费者带来美感以及在馈赠亲友时更富情趣。

4 结语

将文化因素运用于艺术设计,不仅能使设计活动中的设计意图深化、设计理念增强、设计内涵与意义增加、设计的延伸性与多向性提升,更是在营销层面上吸引顾客。当然,文化因素的应用不能简单地照抄和拷贝,而需要对传统造型进行再创造,是一个重新选择和重新发现的过程,使当代的艺术设计成品能够

表达这个时代的某种理念和时代特色,同时也体现民族个性。

参考文献:

- [1] 蒋之炜.多元文化因素在艺术设计中的影响[J].浙江工艺美术,2007(2):25—27.
JIANG Zhi-wei.Multi-cultural Influences in Art and Design [J].Zhejiang Arts and Crafts,2007(2):25—27.
- [2] 张凯.中国传统文化对现代设计的影响[J].金田,2011(11):81.
ZHANG Kai.The Influence for Modern Design of Chinese Traditional Culture[J].Jin Tian,2011(11):81.
- [3] 黄静.现代包装设计中的传统文化元素[J].包装工程,2005,26(1):180—181.
HUANG Jing.Elements of Traditional Culture in Modern Packaging Design[J].Packaging Engineering,2005,26(1):180—181.
- [4] 岳广军,徐明霞.传统文化元素在当代艺术设计中的营销传播[J].北方经贸,2012(2):65—67.
YUE Guang-jun, XU Ming-xia.The Marketing Communications of Element of Traditional Culture in the Modern Art and Design[J].Northern Economy and Trade,2012(2):65—67.

(上接第121页)

分体现展示空间的艺术魅力。

在展示设计中色彩可以区分不同的区域。运用色彩区分展览馆的不同区域,例如,运用色彩分别显示走道区、休息区、展示区和洽谈区等区域。一方面,使观众可以在第一时间弄清各个区域,少走弯路,减轻观众因为参观而产生的疲劳;另一方面,可以提高工作人员的工作效率,便于管理。

展示设计中色彩可以体现展示的个性。随着当今展示设计的变化与发展,展示设计个性的体现已经成为衡量一件展品质量高低的重要标准。在日益激烈的市场竞争面前,如何在众多企业的展位中脱颖而出,体现本企业的产品、品牌和特色,从而吸引参观者,展示设计中“设计个性”便显得尤为重要。要突出展示的个性,色彩个性化设计则必须得到充分地运用,只有科学合理地作为企业标志色及其延伸色彩的运用,营造出一种和谐统一的有别于其他展位的视觉环境,才能吸引参观者的注意。

5 结语

在展览设计中要充分运用色彩的作用,并结合相关的设计美术知识,让展览设计再上一个台阶,更好的为社会以及人们的生活服务。

参考文献:

- [1] 王贞辉.建筑设计色彩的应用[J].土木建筑学术文库,2009(12):49.
WANG Zhen-hui.Architectural Design and Application of Color[J].Civil Engineering and Architecture Academic Library,2009(12):49.
- [2] 芝兰斯基·保罗.色彩概论[M].文沛,译.上海:上海人民美术出版社,2004.
CHILANSKY Paul.Color Introduction[M].WEN Pei, Translate. Shanghai: People's Fine Arts Publishing House,2004.
- [3] 姜澄清.中国色彩论[M].兰州:甘肃人民美术出版社,2008.
JIANG Cheng-qing.China's Color Theory[M].Lanzhou: Gansu People's Fine Publishing House,2008.