

论展示设计中的空间意境传达

赵 潇

(新乡学院, 新乡 453000)

摘要: 分析了展示设计的空间环境和意境, 提出根据造型设计传达设计意念, 从而进行信息传达。在此基础上, 论述了形的意境传达, 并分析了形的传达方式是各种感官在空间心理上的传达, 提出了展示设计的空间形态、“形”和“态”的意境传达以及综合传达。

关键词: 展示设计; 空间意境; 传达; “形”和“态”

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)12-0108-04

On the Artistic Conception Convey of Space in the Exhibition Design

ZHAO Xiao

(College of Xinxiang, Xinxiang 453000, China)

Abstract: It analyzed the space environment and artistic conception in exhibition design, according to modeling design conveying design ideas. Based on these, it discussed the artistic conception of shape, and then analyzed the shape of the convey mode was various senses convey in space and psychological problems, put forward the spatial form of display design, "shape" and "state" of the artistic conception communication and their comprehensive convey.

Key words: exhibition design; space artistic conception; convey; "shape" and "state"

展示设计是以空间环境为重点设计对象和强调道具形式的一种独立的职业。在一定程度上, 当今时代的所有设计都是根据造型传达设计意念的行为, 是一种行为的展示, 也是一种传达信息的方式。在展示设计的过程中, 空间形态占有极其重要的地位, 如果要完整的传达空间的意境, 必须要保证设计者所传达的信息是通过空间传达到观众的视线中的。空间是观众感知的直接场所, 因此, 空间意境的传达效果直接能决定一份设计作品的高度。

1 展示设计的空间形态和意境

空间形态是获得信息与人交流的基础, 展示设计中的意境和空间形态, 能够很有效地帮助人们加深和拓展对展示设计观念的了解, 也用一种空间有助于提高审美能力, 运用视觉等各种感官去综合性地设计作品, 以便加强设计中的美学意境, 创造出更令人赏心悦目的作品。

首先要谈到的是展示设计中的空间形态。空间形态是以立体构成为基本点形成的基本传统课程, 在空间形态中, 它有着这样一个普遍适用于立体构成课程的原则, 也就是靠书面纸张研究空间和造型之间的关系, 而不依靠其他任何材料。由于现代科技的飞速发展, 人们的精神层次逐步提高, 人们对立体构成的要求也在逐渐提高, 这就要求空间设计者们能够以更大的热情、更多的精力投入设计中, 以创造出更具享受价值的视觉环境。空间形态具有以下几点基本特征。(1)空间形态是具体的。在词典上空间意境是指物质存在形式, 哲学上更强调空间的概念, 这里所指的空间是具体的, 是可以通过视觉和触觉感受到的, 任何事物都有具体的空间规定, 在大自然中根本不存在没有具体空间规定的事物。(2)空间形态的表现形式是运动的。空间形态是具体事物的一部分, 它是具体事物分离或抽象出来之后的表现形式, 它有绝对的抽象事物与相对的抽象事物之分, 它的组成部分包括元实体和元本体, 两者相对独立, 但又保持统一, 它们

收稿日期: 2012-12-12

基金项目: 河南省2012年软科学研究计划项目(122400450590)

作者简介: 赵潇(1979—), 女, 河南新乡人, 硕士, 新乡学院讲师, 主要研究方向为环境艺术与景观设计。

广泛存在于大自然中,但也很难被人们感觉到。(3)空间形态是能够被感知到的。通常,谈到的空间是现实生活中一定客观的空间区域,是一个确切的环境条件,大多数人认为空间是没有形态的,但是可以通过自己的感觉感知不可触摸的、不可见的、也是不能被感知的空间的形态。(4)空间形态是广泛遍布于每个角落的。生命必须在空间中才能存在,同时它也存在于人们的思想中,空间形态所追求的是一种更深刻、更高远的意境^[1]。

至于意境,它具有艺术中的相通性,在思想指导上又保持着统一的状态,意境在不同的学科领域中的表达形式手段各不相同。笔者简单地介绍意境的几点基本特征。(1)主题和风格可以制约意境。设计作品的主题和风格影响着意境的传达。意境对于风格有着很大的影响,因为风格是形式和内容统一结合的产物。根据对设计作品的了解可以知道,设计的作品表达的主要思想就是设计的主题,也就是核心思想内容。意境的起源是出自我国历史悠久的文化遗产中,所以它很深刻地体现了中华民族的艺术风格,也包含着哲学的韵味。而西方国家所说的意境,是与各种风格、主义相搭配的设计内涵。在很多情况下,风格和主题能够很大程度上决定意境。(2)意境的体现是以形象为载体的。人们对于一个事物的直接影响直接体现在事物的形象上,大多数人对事物所产生的意境都是通过事物的形象产生的,当然,也包含着许多对事物理解状态的成分,这其中包含的也就是视觉的感受与感觉的感知。形象是体现意境的直接媒介,也就是说,在设计作品情感表达中,形象是至关重要的。(3)意境的表达是使设计作品的内涵得到升华。人们之所以希望能够很好地表达意境,是因为意境与设计作品的价值是统一的,这样做的目的也就是为了使设计作品的艺术价值能够超越它本身的价值,而上升到另一个高度。实现这种价值超越的过程需要由印象的再现去达到表达情感的目的,这个过程也就是一个审美过程。在此期间的情境交融、虚实相生、意象的统一是设计所追求的最具高度的境界,也是最具美感的感觉体验,是广大设计者、艺术家以及各行各业人们不懈追求的最高目标。(4)意境可以使设计作品的层次从境的高度提升到意的层次。意境所体现的是主观感情与客观状态的统一形态。一般设计作品受大众喜爱的原因有2种,“以境胜”或“以意胜”,前者是通过客观事物的状态来取胜,

后者则是凭借主观的感受来取胜。主观感情和客观事物状态的多种多样导致了意境的形成结果的多样化,以哪种方法取胜,最重要的是靠设计者的思想内涵。

2 展示设计中“形”的意境传达

在空间设计中,形的意境传达主要包括空间物理的形体传达和空间心理的形体传达。

空间物理的形体传达主要包括4个传达方式。(1)线性自由传达。线条的形状、位置、长短的变化等各方面在展示设计中形的表达中起着重要的作用,它们可以组成不同形态的物体,给人多种不同的感觉,或轻快或流动的动态美。当然,线的原材料也会影响设计作品的整体效果,不同材料的线,所传达出来的意境是完全不同的。只有靠多种材料的巧妙搭配,才能带给观众一种灵动的、别具一格的视觉享受。(2)面料的自由传达。面料所指的也就是板材,3条线构成1个面,所以面是线的延伸和完善,也是运动者的线,当然,面料的不同形态也是由线条的不同造成的,在设计面料的时候,可以根据自己设计的创意,选择合适的板材,来传达设计者所要表达的意念。也就是说,在选择面板时,可以分割、叠加不同的面,也可以错位、分组、发射、渐变等不同的面板,只需要特别注意意境与运动的关系就可以了。(3)板材自由传达。在立体造型中,最基本的表现形式是板材,它具有更复杂的多向度特征,能够更有力的展现出空间设计的充实性、体量感以及立体状态。在设计板材的时候,可以选择单一的板材,也可以用不同的板材相结合,形成错落而又有层次的空间形态。看似一个整体,同时也是相互分离的,最终形成一个有机整体形态,以传达出更完美的空间设计艺术形态^[2]。(4)材料的综合传达。要传达出一份完整的设计创作意境,仅仅包含以上的线性,面板,板材是远远不够的,更重要的是这三者之间的综合运用。在选择好相应的线性、板材、面料之后,还要确定各部分的比列、大小、重叠等各方面的关系。要合理地传达出设计者的正确信息,最重要的是要避免带给观众一种凌乱不协调或单一呆板的印象,同时也可以加入一些现代高科技的成分,如光电技术等。

空间心理形体传达主要包含各种感官在空间心理上的传达,主要从视觉、听觉、嗅觉3个方面展开。在视觉上,可以运用不同的灯光效果给观众带来不一

样的享受,也可以通过调节各个部分的空间布局和各个方向来形成不同的效果;在听觉上,要想传达出不一样的意境,就必须借助动态与静态的物体,静态给人的感觉是宁静的,而动态带来的感觉则是与之相对应的声音;在嗅觉上,看似很难把握,其实很容易,鲜亮的颜色能够让人感受到香味,给人带来愉悦,而暗沉的颜色则容易让人觉得有难闻的味道,而感到新奇不适。所以,一个善于传达空间设计意念的人,要懂得如何综合地利用视觉、听觉、嗅觉这三者的关系。

当然,最重要的是要综合空间物理和心理这2个方面,忽视了其中的任何一个方面,在展示设计作品的时候都会不完整,都会存在很大的缺陷。

3 展示设计中“态”的意境传达

在展示设计中,态的意境传达主要强调心理方面的状况,它是空间状态传达的一种延续,也使得人们在欣赏创作作品的过程中,思想不受客观空间条件的限制。展示设计中“态”的意境传达主要分为以下2个方面,也就是事物本身的传达和主观的传达。

事物本身的传达所包含的是事物的形态所传达的意境和事物所处的空间条件所传达的信息,它是由展示作品的本身形态、颜色、大小、光线等方面的固有方面和所处空间的大小、形态等传达出来的。

展示设计中的主观传达主要包括以下2个方面。(1)观众对事物本身感觉。在不同时间,同一空间的环境下,由于时间和空间相互对应的关系,空间会出现错综复杂的情况,如镜头的重复叠加等。人们对设计作品的具体体验过程,要靠人们把作品的意境置于特定的空间环境中去,这样展示设计的空间意境才能更好地传达到观众的心里。有时候把许多细小的意念完美的结合,融入作品中,也会给作品增添一份灵动的色彩,并且延伸了设计作品的空间意境,使得设计作品能够更好地传达出它所要表达的信息。(2)观众对空间环境的感受。在相同的时间和空间,去看同一件作品的某一个部位,观众的所有注意力都集中在这个部位,同时其他部位的作用就变小了。任何一个细小的部分都可能成为主要观察的那个部分,所以它的环境也是相对而言的,展现设计作品的每一部分都能够直接传达设计的空间意念,因此更要注意加强设计作品的每一部位的惊喜完整的状况。

结合主观和客观2个方面的内容,笔者想强调的是要充分利用主观和客观2个方面的作用,不可忽视任何一方面,这样才能更好地完成传达意境的功能,同时,也要注意物质此时展示设计作品意境构成的主体,它需要人们在视觉上去感受,并由此发挥无尽的想象力。

4 展示设计的综合形态传达

一般情况下,仅仅依靠“形”和“态”这2个方面来传达展示设计的空间意境是远远不够的,这始终需要两者的完美结合,依靠客观和主观这2种形态的结合,这样才能够完善展示设计空间意境的传达。

那么要理解的是以下2点:(1)设计外部和内部之间的关系。在一个设计的整体中,需要运用一定的技巧把设计的整体分成相对对立却又始终保持着统一关系的整体,这样就增加了设计的层次性和多样性,展示设计空间意境的传达中,整体的各个细小部分又能更好的完成各自的功能,也就是能够更好地传达出了设计的空间意境。(2)虚拟和实际之间的关系。实际所指的就是设计者在展示设计的过程中所要运用的实际材料,它所指的是具体的、可触摸的东西;而虚拟的则是运用一定的技术手段,改变某种视觉效果,以达到另一种新的视觉,比如在狭小的空间的墙上设置几面镜子,这样就很好的营造了一定的虚拟环境,扩大了观众的视觉范围,使观众产生某种错觉,同时也令人倍感舒适。

要想完整的展示设计作品的空间意境,必须以极大的热情和精力投入设计中,把握空间设计的内涵,懂得展示设计各个细小部分的设计技能,掌握传达设计空间意境的技巧,结合“形”和“态”2个方面的综合研究,完整地传达出展示设计中的空间意境,给观众带来更深刻的更愉悦的视觉享受。

5 结语

做好展示设计的空间意境的传达工作,是每个设计工作人员都应该熟练掌握的。在前辈们的设计意境传达作品中,欣赏到了许多很有效地传达出设计的空间意境的作品,但是始终有一些地方令人感到惋惜,因为许多设计者还是停留在已有的设计层面上,设计的作品经常会给人一种困惑的感觉,始终有一些

人没有把握好展现设计作品空间意境传达的要领,笔者相信这始终是一个需要更多的人力投入的领域,也需要做更多的努力,所以,在今后的设计过程中,要积极吸取前辈们留下的精华部分,以最有效的方式完整地传达展示设计的空间意境^[3]。

参考文献:

[1] 韩斌.展示设计学[M].哈尔滨:黑龙江美术出版社,1996.

HAN Bin.Display Design[M].Harbin: Heilongjiang Fine Arts Publishing House, 1996.

[2] 吴晓涛.如何做好现代展览的展示设计[J].现代装饰,2012(6):87.

WU Xiao-tao.How to the Modern Exhibition Display Design [J].Modern Decoration,2012(6):87.

[3] 张虎.展示设计[M].武汉:湖北美术出版社,2006.

ZHANG Hu.Display Design[M].Wuhan:Hubei Fine Arts Publishing House,2006.

(上接第86页)

中,设计师应擅于找出一个着力点,以这一着力点显示其余。由于不和盘托出,所以显得无穷无尽,即所谓引一以概万,言有尽而意无尽,以达到“空则有、有则空”的含蓄美的最高境界^[6]。这一“着力点”的选取至关重要,要恰当合理,避免过犹不及:过度的表现则有堆砌做作之感,没有灵动意境可言;毫无原则地深藏不露则会显得空洞无物。只有具备以上3点,才能设计出不拘泥于表面形式、具有民族文化意境的中式产品设计,见图5。



图5 现代中式卫浴产品设计

Fig.5 Modern Chinese-style bathroom product design

4 结语

中国传统文化历经几千年的传承与发展,有着独特的魅力和表达方式。在全球一体化的浪潮中,要想在各类设计风格并存的背景下,将华夏文明在产品领域继续得以延续,就需要重新审视属于自己的民族文化,摒弃在产品设计中一味的复古、堆砌行为,擅于把握当下新科技、新技术、新材料,洞察消费者心理、生理不断变化的需求,在领悟传统造物思想的基

础上,积极综合地运用各种不同的设计方法,将中国传统文化巧妙地融入到产品设计中,最终创造出具有当代中国风格特色的产品设计。

参考文献:

[1] 曾晓云.中国传统色彩观的传承与发展[J].包装工程,2005,26(4):179—181.

ZENG Xiao-yun.The Transmission and Development of Chinese Traditional Color View[J].Packaging Engineering, 2005, 26(4):179—181.

[2] 胡飞.“天时地气材美工巧”的再思考[J].包装工程,2007,28(5):84—87.

HU Fei.Rethinking on Being Harmonious with Time, Environment, Material, and Art[J].Packaging Engineering, 2007,28(5):84—87.

[3] 陈原川.中国元素设计[M].北京:中国建筑工业出版社,2010.

CHEN Yuan-chuan.Chinese Elements Design[M].Beijing: China Architecture & Building Press,2010.

[4] 何灿群,董佳丽,向威.设计与文化[M].长沙:湖南大学出版社,2009.

HE Can-qun, DONG Jia-li, XIANG Wei.Design and Culture [M].Changsha:Hunan University Press,2009.

[5] 苗延荣.中国民族艺术设计[M].沈阳:辽宁科学技术出版社,2010.

MIAO Yan-rong.Chinese Traditional Art Design[M].Shenyang: Liaoning Science and Technology Publishing House, 2010.

[6] 徐江,张敏.论中国传统文化符号在产品中的重构[J].包装工程,2007,28(1):166—167.

XU Jiang,ZHANG Min.Reconstruction of Traditional Chinese Cultural Sign in Product Design[J].Packaging Engineering, 2007,28(1):166—167.