

从叙事到述行谈信息的传播设计

孙丹丽

(四川美术学院, 重庆 401311)

摘要: **目的** 提高在展示设计中信息传播的效用。**方法** 对展示设计中信息传播的过程进行研究, 总结现有设计的表达形式, 利用教学案例, 分析人、物、空间在信息传播中的作用, 并预测展示信息传播的新方向。**结论** 从静态方面观看走向, 多感官、多体验、多媒介、多形式的信息传播设计将成为未来设计的发展方向。通过运用叙事性、体验性、述行性的信息传播方式, 将更有利于信息的传播。

关键词: 信息传播; 叙事; 体验; 述行

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)24-0066-05

Talking about the Communication Design of Information from Narration to Interaction

SUN Dan-li

(Sichuan Fine Arts institute, Chongqing 401311, China)

ABSTRACT: It aims to improve the effectiveness of information dissemination in display design. By analyzing the process of information dissemination in the exhibition, it summarizes the existing forms of design expression, and uses the case analysis to illustrate the role of people-information-space in the process of displaying the information dissemination, and predicts the new direction of information dissemination. In display from the static view to the interactive participation, multi-sensory, more experience, more media, more forms of information dissemination process design will be the future development direction. Integrated use of narrative, experiential, line of expression form of information transmission, is more advantageous to display the information transmission.

KEY WORDS: information dissemination; narrative; experiential; interaction

随着经济的发展和科技的进步,“互联网+”的时代已经到来,大众对文化生活的需求不断提升,展示信息的传播设计也将面临新的契机和挑战。“观展”已经从“知识科普”转变为“大众生活的一种休闲方式”,对于观展过程的设计,已经不再是简单的空间结构、空间组织、空间形式、信息版式的设计,而是人、物、空间三者之间的交互设计。在交互设计中,空间是信息传播的载体,也是观众获取信息、并与信息产生交互关系的场所,设计师既需要通过改变形态、结构、色彩等空间要素,形成直观、形象、系统、通俗易懂、生动有趣的空间视觉形式,又要将展示信息有计划、有目的、符合逻辑地展现给观众,从而完成展示者的传达意图。在现代信息的传播过程中,信息传播的形式可以概括为叙事性、体验性、述行性 3 种表达方式,

而这 3 种表达方式一般会穿插在整个观展的行径过程中,给观众带来跌倒起伏的空间感受,从而调动观众的观展兴趣,缓解观众的视觉疲劳。

1 叙事性表达

叙事性表达,即根据展示主题,将各类展示信息在归纳整理的基础上,对展示内容的故事脚本进行设计。通过对展示信息的加工、提炼、抽象、简化,使观众借助“故事”来解读信息内容,从而引导和帮助观众更好地理解展示的内容。

英语“叙事”(narrative)一词源于拉丁文 ratio,本意是指行为和具有连续性的体验。人们可以通过叙事来理解世界,也可以通过叙事来讲述世界^[1]。叙事

收稿日期: 2017-05-30

基金项目: 四川美术学院校级科研项目(805170313)

作者简介: 孙丹丽(1977—),女,安徽人,硕士,四川美术学院副教授,主要从事设计艺术学方面的研究。

手法最早出自于文学中的写作手法，是一种谋篇布局的结构。“叙事”意思是以讲故事的方法来阐释设计主题，叙事性表达既是一种设计方法，也是一种设计思维，即通过故事引导观众进行一段情节性的旅程。为了构建有感染力的信息传播场所，在进行信息结构的编排时，设计师应该引入生活情节及其深层体验的框架，同时借用剧作学的一些方法，例如顺叙、倒叙、插叙，并结合活动功能、对相关的题材进行一系列的组织和编排，从而诠释展示信息的意义^[2]。

在上海电影博物馆内，观众能欣赏到上海电影业从传奇的 1896 开篇时代直至今日 3D 电影风靡一时的点点滴滴。设计师以讲故事的方式来创造意象，借助

空间与观众进行互动，观众的心理跟随故事主题的变化而变化，他们能充分感受到展示形态在不同情节上的丰富变化。设计师通过一个个有故事情节的信息组织方式，诱导观众不断探寻下一个信息点，使整个观展过程变得生动有趣。该展馆将观众的个人生活与记忆联系在了一起，将观众变为一个上海电影故事的参与者。设计师通过叙事性的设计表达，不仅满足了观众的审美需求，还满足了观众获取信息的认知需求。通过对“时间”的拉伸或扭曲，将“过去”与“将来”映射到“现在”，将一连串的故事情节编织起来，同时借助信息和空间对观众进行引导，激发观众的想象力，从而完成信息的有效传播。上海电影博物馆见图 1。



图 1 上海电影博物馆
Fig.1 Shanghai film museum

2 体验性表达

体验性表达，是指从物理环境中得到一种信息或视觉印象后，获得认知并产生反应。在观众和展示空间之间应该形成一种双向的交流，交流双方都能在交流的过程中得到精神上的愉悦感和参与感，并通过空间造型刺激观众，使其产生情感上的共鸣，给观众留下独特的场所记忆。

体验即是一种情感体验，从心理学的角度来看，情感体验是人根据客观事物是否能满足自己的需要而产生的态度体验^[3]。情感体验使展示信息更贴近观众的心灵，更容易感染观众，从而能更快地被观众接受。体验性表达是多种造型元素和手段的综合运用，色彩、光影、造型等都是人内心情感和情绪的延伸和外化形式，并且通过信息的编排、组织、表达、隐喻，进而产生更丰富的想象和联想，以此展现空间以外的信息内容，同时以视觉暗示或心理暗示影响观众，使其产生情感上的共鸣。设计师给这些信息赋予了生命、活力、表情和情感，因此，体验性表达可以分为场景搭建、氛围营造、沉浸式体验等形式。

2.1 场景搭建

场景搭建是指设计师根据展示的主题与展示的内容，通过仿制某一真实场景，在既定的空间中通过情境再现呈现出戏剧的效果。同时，向观众展现事物、事情、事件的发生、发展、经过或变化，为观众创造出时空穿梭的空间感受^[4]。例如 X-GAME 极限运动体验馆，见图 2。该运动体验馆结合极限运动“更高、更快、更强”的精神，使观众充分感受到极限运动所带来的惊险和刺激，从而让观众了解并喜爱极限运动。

2.2 氛围营造

氛围营造是一种以传播信息为主要目的的信息空间形式，它的特点是表现形式的综合性、传达方式的先进性、与人交流的直接性、传播范围的广泛性以及创造观念的独特性^[5]，使信息内容和传播媒体给观众带来一种具有亲和力的对话。例如在水主题展馆《若水》中，设计师通过情感化的信息空间设计可以拉近与观众之间的距离，促进信息的传达。利用现实生活中的实景转换，使观众体验到造型、材料、质感、图像、声音的生命力。设计师通过营造出有关水的仿



图2 X-GAME 极限运动体验馆

Fig.2 X-GAME experience extreme sports pavilion

真场景,令整个观展过程都是在水的不同状态的空间中穿梭,使观众置身其中,充分了解水的相关信息,伸手就可以摸到水、亲近水,同时紧密结合展馆的“水·感”、“水·相”、“近·水”、“惜·水”4个主题,使观众在迷人的水世界中充分地体验水、感受水、了解水。水主题展馆《若水》见图3。

2.3 沉浸式体验

沉浸是指让观众专注在当前由设计师营造的情境中,而忘记真实世界的情境,是随着数字媒体技术的发展,衍生出来的一种给观众带来强烈震撼的视觉、听觉冲击,并使其享受身临其境的高科技的虚拟体验。例如新加坡艺术博物馆展出的“时髦的森林”主题,将实体空间与虚拟现实相结合,通过声、光、电以及对数字媒体技术等多种手段进行运用,结合展示主题营造出具有视觉冲击力的空间氛围,并对展示信息进行视觉化、感官化的处理。强调观众的积极性和能动性,解构传统艺术的认知与审美方式,构建出全新的视觉体验,达到人和虚拟对象自然、和谐的交流方式。通过夸张、比拟的手法,以全新的方式阐述了自然生态的展示主题信息内容,从而以独特的视觉形式呈现给观众,并穿插到各个不同的信息层次中。观众在这个虚拟的生态系统的展示空间里,通过生物和新的粒子系统,开发出一个新版本的艺术花园展览。在这里,儿童可以用他们的身体创建树木,然后把水从瀑布引到树边,以此延长它们的生命,而树木的健康情况又会影响森林的整体健康和生物的栖息。该博物馆的设计巧妙绝伦,让观众在具有沉浸感的空间中能充分获取信息并与之进行信息交流。新加坡滨海湾金沙艺术科学博物馆见图4。

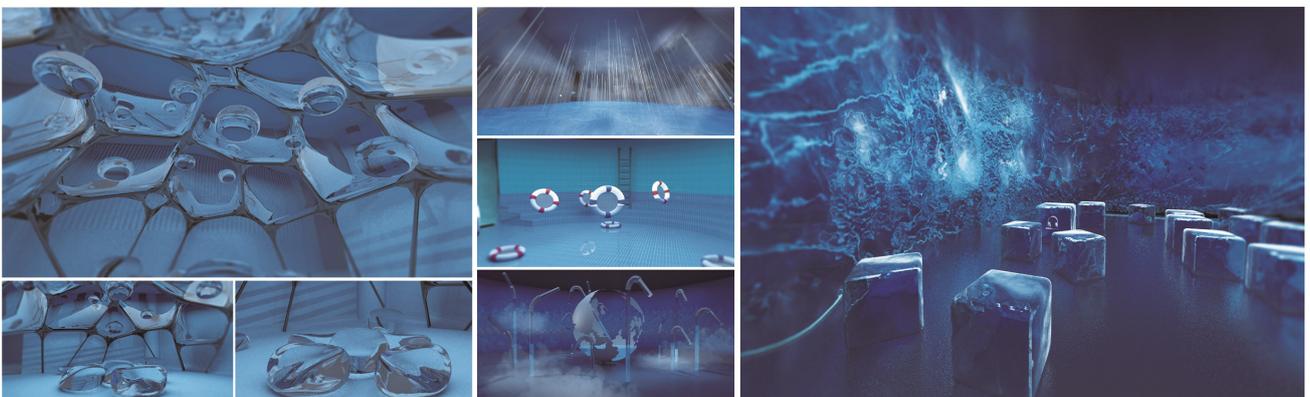


图3 水主题展馆《若水》

Fig.3 If the water of theme museum



图4 新加坡滨海湾金沙艺术科学博物馆

Fig.4 Singapore art museum

3 述行性表达

述行性表达，是一种展示设计方法，也是一种信息传播的组织模式。现在展示信息传播设计的发展趋势是重视展品与观众之间的互动，强调人对展示空间的切实感受，注重人的情感需求，把握参观者在移动过程中的心情变化，通过“以人为本”的动态展示形式启发观众好奇心和求知欲，引导观众的行为参与，以形成人与空间、人与信息、人与人之间的良性互动，最终完成观众对展示信息的接受与反馈。

述行是主题信息传播的一种组织模式，更是基于观众行为模式、认知需求和传播思维的完美呈现。如今，现代展示开始强调和关注观众在观展过程中的各种需求，从而搭建起展示信息和观众情感之间的一座无形的桥梁。例如在米兰世博会上的日本国家馆，见图 5。该馆根据展示主题和传播原理，以“共存的多样性”为主题，采用多样的展示手段，诠释了东方的健康生活方式与理念，同时展示了日本当代的饮食文化，也为述行性表达做了最好的诠释。日本馆通过感官调动、行为参与、数字化互动来展示食物的相关信息，在信息传播过程的设计中，设计师关注观众的各种需求，协调展示信息与观众之间的关系，把以“静态”为主的观展方式转变为观众“动态”参与的互动方式，让观众沉浸在一种既是“表演者”又是观众的别样的观展体验中。馆内的 3 个互动展区是最大的亮点，首先是在一片稻田中呈现了日本饮食文化起源的背景。观众进入这个宛如漫步在稻田的情境空间里，

投影图像会随着观众的行为及位置的变化而变化，在这里观众能感受到日本独有的稻田生长、自然变化和一年四季的劳作景象。穿过这片稻田观众将抵达一条名为《多样性》的数字瀑布，沿着圆柱倾斜而下的图片上附有介绍食物起源和重要性的相关信息，观众可以通过手机 APP 将这些图片传送到自己的智能手机上并带回家。观众准备进入一个叫做“未来餐厅”的互动剧场前，有日本导览小姐和大家做一些小游戏，还可以看到一段循环播放的关于如何使用筷子的短片，还有。进入模拟的日本餐厅后，观众被分配到各个餐桌，两名主持人为观众进行表演，每个观众面前的桌子上都有一块显示屏和一双筷子，观众必须用筷子选择自己喜爱的食物，并根据“未来餐厅”推荐的个性化菜单选择菜品，从春天一直吃到冬天，伴随着樱花飘落到大雪纷飞，这美轮美奂的场景，让观众过足了眼瘾，也吊足了观众的胃口。从“未来餐厅”出来便是日本餐厅，让观众体验到另一种美食文化。值得一提的是，场馆的标识也是用筷子的形状组成，将“筷子文化”深深地印在了观众的心里。整个看展过程都紧紧围绕着观众的行为、感官、情感等各个方面进行设计，强调了空间、人、信息、时间之间的对话，也将日本的饮食文化表现得淋漓尽致。设计师关注观众的观展体验和强调信息的有效传播，不仅满足了观众的情感需求，还激发了观众的好奇心和求知欲，诱导观众亲身参与，形成人与空间、人与信息、人与人之间的良性互动，最终完成信息的接受与反馈，也将日本的饮食文化表现得淋漓尽致。



图 5 2015 米兰世博会日本国家馆

Fig.5 2015 Milan expo Japan pavilion

4 结语

随着社会的发展，信息的传播已经从“物”的时代进入“人”的时代，设计师只有不断提高观众的参与度和认知度，使信息的传递从“被动接受”转变为“主动探索”，这样才能提高信息传播的有效性。无论是叙事、体验，还是述行，都是以空间为载体，以信息传播为目的，以多媒介为手段，以服务观众为诉求的信息传播过程的设计。在展示中，多感官、多体验、多

媒介、多形式的信息传播过程的设计将成为未来设计的发展方向。根据展示主题，综合运用叙事性、体验性、述行性的信息传播的表达形式，将更有利于展示信息的传播。

参考文献：

- [1] 帕姆·洛克. 展示设计[M]. 北京：中国青年出版社，2011.
LOCKE P. Exhibition Design[M]. Beijing: The China

- Youth Press, 2011.
- [2] 吴诗中. 展示陈列中的叙事空间设计[J]. 装饰, 2012, 7(231): 120—122.
WU Shi-zhong. The Narrative Space in the Exhibition Design[J]. Zhuangshi, 2012, 7(231): 120—122.
- [3] DONALD A. 设计心理学 [M]. 北京: 中信出版社, 2015.
DONALD A. Design Psychology[M]. Beijing: Citic Press, 2015.
- [4] 德尼. 英国展示设计高级教程[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 2007.
DENIS H. The Display Design Advanced Tutorial[M]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing House, 2007.
- [5] 李伟. 论展示空间的语境营造[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2005(4): 124.
LI Wei. Building the Context of Theory of Exhibition Space[J]. Journal of Nanjing Art Institute (Fine Art and design Edition), 2005(4): 124.
- [6] 黄建成, 刘如凯. 历史·空间·媒介——湖南省博物馆陈列展示设计[M]. 长沙: 湖南美术出版社, 2003.
HUANG Jian-cheng, LIU ru-kai. The History, Space, Media: Hunan Museum Display Design Liu Rukai Compiled[M]. Hunan Fine Arts Publishing House, 2003.
- [7] 殷俊, 喻婷. 论数字时代背景下互动展示的“微”趣味[J]. 包装工程, 2012, 33(18): 12—13.
YAN Jun, YU Ting. On the "Micro" Interest of Interactive Display in the Background of the Digital Age[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(18): 12—13.
- [8] 黄建成. 空间展示设计[M]. 北京: 北京大学出版社, 2007.
HUANG Jian-cheng. The Space Display Design[M]. Beijing University Press, 2007.
- [9] 王国彬. 展陈设计中交互式博物馆的理念剖析[J]. 包装工程, 2015, 36(8): 26—29.
WANG Guo-bin. Concept Analysis of Interactive Museum in Exhibition Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(8): 26—29.
- [10] 沈冠东. 数字图像叙事设计模式研究[J]. 包装工程, 2016, 37(4): 41—45.
SHEN Guan-dong. Digital Image Narrative Study Pattern Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(4): 41—45.
- [11] 张盈盈, 史习平, 覃京燕. 服务导向的博物馆可持续性体验设计研究[J]. 包装工程, 2016, 36(22): 1—4.
ZHANG Ying-ying, SHI Xi-ping, QIN Jing-yan. Service Oriented Sustainability Museum Experience Design Research[J]. Packaging Engineering, 2016, 36(22): 1—4.