

探讨视觉语言在会展设计中的应用表现

胡宇轩

(江汉大学 湖北武汉 430000)

摘要: 会展设计作为一种视觉造型艺术, 对于视觉语言的应用, 能够帮助人们快速获取产品信息, 并利用体验化的动态展示方式, 给人留下深刻的视觉感受, 达到艺术空间规划的目的。当前, 视觉语言在会展设计中的应用, 还存在视觉语言解读率不高的现实问题。对此, 通过科学的提取视觉语言符号、丰富会展空间形态、创意设计, 优化会展设计的艺术效果。

关键词: 视觉语言; 会展设计; 艺术表现

引言

视觉语言经过高度的概括, 将抽象的符号赋予多种形态, 更为精准地传递信息。在信息时代背景下, 视觉语言被广泛的应用于展会设计中, 通过视觉符号的精准应用, 完成展会空间情感、色彩、文化的融合, 使会展空间有点较强的生命力, 在传递传递信息的基础上, 给参观者更为深刻的视觉体验。对此, 需要视觉要素的紧密配合, 通过视觉语言的合理设计和应用, 使呈现强大的生命力, 并达到渲染、推动、传释的设计效果。

一、会展设计中的视觉语言

会展设计主要是利用多种设计手法, 借助电视媒体、新媒体完成对宣传内容的有效传播, 不但能够营造具有特色的视觉空间, 还能够使参观者有着身临其境的感受, 达成宣传企业文化, 相互交流沟通的目标。而视觉语言是会展视觉设计的重要载体, 人们对视觉语言的认识初始于表象, 并通过大脑进一步分析加工, 形成对会展主题的主观认知。在会展设计中利用视觉语言和符号, 能够借助文字、图片、色彩、视频的信息内容, 将信息内容符号化的转变, 帮助人们快速聚焦重点, 实现信息视觉的系统化、规范化, 促进信息的传播和信息接受。在融媒体时代背景下, 各类视觉和媒体技术的快速发展, 人们能够通过多种感官来了解展品, 这就需要视觉语言的应用, 融合造型、灯光、色彩、机理的要素, 借助新的载体, 使人们产生充分的想象, 领悟会展设计设计的主题。同时探究视觉感受和理性思维的关系, 借助对比、疏密、排列等手法, 对观众进行视觉上的刺激, 从而使人们更加深入的思考, 并观察物品的外在形象, 建立起参观者与产品之间的联系, 调动人们多感官、情感、思维, 通过积极的参与, 帮助人们感知设计所表达的含义, 从而实现视觉语言的转释功能。

二、视觉语言在会展设计中的应用现状

在会展设计中, 应用视觉语言的根本目的, 是传递产品信息。因此参观产品的注目率、参观点、精准度, 都是衡量视觉语言应用效果的重要因素。当前, 会展视觉语言的解读率不高, 仍然存在着视觉语言, 理解错位、误读的问题, 表明视觉语言的应用仍然需要进一步优化和完善。具体而言, 一是视觉语言解读率不低。很多视觉语言的设计者, 不能贴合参观者的审美

需求, 而是利用特定的形态框架, 确定视觉符号, 导致很多参观者, 不能够了解设计意图, 只能利用自己的偏好观赏展品, 容易出现展会内容的理解错位, 降低视觉语言的解读率。二是出现表达上的问题。很多会展设计者, 根据产品信息选择视觉元素, 不能深刻的展现展品背后蕴含的文化内涵与精神。过于直观的展示视觉符号, 削弱视觉语言的传播功能, 难以引发参观充足的联想和思考。三是语言符号的误用和滥用。很多设计者采用夸张、刺激、偏离主题的视觉语言, 滥用色彩和光电技术, 增加参观者的视觉压力, 也导致产品信息的传达不够精准, 难以体现展会的设计主题。四是产品缺少主体性。会展设计中, 产品是视觉设计的中心。设计者不但需要贴和受众者的审美需求, 完成各种视觉符号的创新应用。还要处理好产品信息和视觉符号的关系, 保障会展视觉设计不会主次颠倒。但是, 很多设计者过于重视展厅、展台、视觉元素的设计, 而缺少对产品信息的解读, 导致产品信息的传递出现阻碍, 偏离会展视觉设计的主旨。

三、视觉语言在会展设计中的应用对策

(一) 紧密结合观众兴趣与需求, 科学选择视觉语言符号

在会展设计中应用视觉语言, 必须要紧密结合观众对于会展视觉语言的兴趣特点与实际需求, 贯彻落实以观众为中心的设计理念, 能够更好地促进观众与设计者进行时空交流, 拉近观众与会展之间的距离, 增强设计效果与吸引力。因此, 在会展设计中应用视觉语言, 必须要注重深入分析、研究当代社会群众对于会展视觉形态的实际需求与兴趣偏好, 结合观众需求, 科学设计会展视觉语言符号, 能够切实提升会展空间设计针对性、有效性, 增强吸引力。首先, 应注重视觉语言应用的时代性。由于每个时代都会形成不同形态, 且独具时代特征的视觉语言符号, 就像当前发展迅猛的网络时代, 便生成了很多流传广泛、备受认可的网络语言。基于这一特点, 在会展设计中应用视觉语言, 也应当体现时代性特点, 才能将展示信息清晰、准确地传达给同一时代的观众。比如, 单纯的知识科普、物品展览都是较为死板的会展形态, 而利用视觉语言将会展内容与当前流行元素相结合, 能够使会展变得更加生动、有趣, 不再枯燥, 拉近会展与观者之间的距离。其次, 在视觉语言设计中,

还可通过艺术手段赋予其表情与人格,用于表达不同会展主题、形态背后的含义。在具体实践中,应紧密结合当代年轻观者群体对色彩的偏好、文字阅读量等特点,在会展视觉语言设计中进行提取符号元素。在会刊的表现、展会邀请函内容设计中,也应简单概括明了,且增加一些创意设计,能够更好地吸引观者前来参展。此外,视觉语言在会展设计中的应用普遍存在错误现象,设计者应通过写实、抽象等艺术设计方法,根据会展设计所想表达的具体含义呈现出来,科学选择视觉语言符号,解决会展视觉语言设计中的错位现象。其中,可通过采取类比性手法、几何性手法对视觉语言内容进行布局设计、编排构图,参照现实对象虚拟出的视觉语言表达含义,对会展视觉语言形态进行科学设计。通过点、线、面有效结合,利用视觉语言简洁造型,精准传递会展信息,能够实现传播者与观者之间的信息交流。

(二) 利用视觉语言丰富会展空间形态,增强趣味性与吸引力

空间形态是会展设计所要掌握的重要视觉语言符号之一,面对空旷的场地,为更好的、精准的传达视觉语言,设计者必须对空间进行分割与重组,合理的分割与重组后,空间才会呈现不同视觉语言形态,产生不同设计风格与艺术效果。比如,直线、曲线、三角形、矩形等等,不同视觉语言形态所呈现的视觉效果也有所差异。其中,直线在几何学中具有非常强烈的视觉穿透力,是现代会展设计中最基本的设计表现方式之一。在会展设计中应用有秩序的直线排列设计手法,能够有效统一、规划空间界面,给人一种强烈的方向指引感与秩序感;曲线在形态上更具自由、活泼且变化多样,能够打破直线理性视觉习惯,赋予人一种极其稀有、趣味的感受;在会展设计中应用圆形视觉语言形态,能够形成非常集中的视觉中心,增强展览物品相互之间的协调性与适应性。由此可以看出,不同空间造型设计出的会展,视觉语言形态、整体风格和布局都有着非常大的差异性,应根据实际展览需求,科学选择。另外,还可选择适当借鉴新型视觉语言表现形态,即借助新媒体丰富视觉语言表现形态,打破以往仅依靠图片、文字、音频、视频传达语言符号的会展设计形式。积极应用新材料、新技术,搭配声、光、色、像等融合元素,利用VR、AR等虚拟现实技术,设计能够与观者形成虚拟互动的会展空间。让观者能够在虚拟、立体的会展空间中近距离接触、体验各种展示效果、展览信息,让观众身临其境、参与其中,感同身受,增强设计互动性与有效性。

(三) 借鉴视觉语言创意设计会展形式,增强会展设计艺术效果

借助视觉语言创意设计会展形式,一是借助视觉语言创意设计会展中的版面设计环节,包括展板版面设计、展览说明书

及样本版式设计、展览海报招贴版式设计以及请柬与参观券版式设计。参照现代视觉语言形态,围绕版式设计规范与要求、艺术规律、艺术手法和禁忌,增强版式设计科学性、多样性和有效性,使整个版式设计形式独特,极具吸引力。二是以美学、色彩心理学、营销学为基础,利用视觉语言丰富会展设计中的色彩设计形态,营造良好视觉空间环境,有效、准确传递商品属性、内涵,营造赏心悦目的展示空间意境。三是合理搭配环境色,慎重考虑、认真推敲,根据不同会展空间风格形态,选择与之相对应的环境色调,以更好地提升会展空间设计视觉效果。同时,展品作为会展设计的中心和主体,应作为色彩设计的重点与核心,其他色彩则作为衬托,色彩选择应注重整体协调,不宜花哨,起到渲染环境情绪的作用。

结语

总而言之,艺术展示空间作为信息传递的载体,会展设计的最终目的是吸引参观者的关注,更为准确地传达产品的信息。视觉语言作为展示空间设计不可缺少的视觉符号,有着较高的审美性和艺术性,能够与现代媒体技术型融合,将产品的内容多种形式呈现给参观者,从而促进产品信息的高效传递,并带给人们深刻的艺术感受,更好地发挥视觉语言符号传播和解释的功能。当前,现代视觉语言的应用,仍然存在着视觉语言解读率不高、忽视展会主体、缺少创新等现实问题。对此,需要紧密结合受众者的审美兴趣和需求,科学的提升视觉语言符号,利用多种形态的视觉语言,丰富会展空间形态,精准地传递产品信息,提升产品的解读率。与此同时,融入创意要素,不断更新视觉语言呈现的效果,打造具有趣味性、吸引力、个性化的会展空间,从而达成展会设计的目标,促进会展产品信息的高效传递。

参考文献:

- [1]赵雪薇.碳中和视角下会展设计方向探索——北京工业设计促进会可持续设计专业委员会解读《低碳会展设计导则》[J].设计,2022,35(24):64-67.
 - [2]杨子奇.融入传统文化的环境设计专业教学——以千金湖笔会展展示设计为例[A].中国建筑学会室内设计分会.2019室内设计论文集[C].中国建筑学会室内设计分会:中国建筑学会室内设计分会,2019:139-141.
 - [3]刘志平.探析“微”模式在高职会展专业教学中的应用——以会展展示设计实务为例[J].时代农机,2017,44(05):202+204.
 - [4]王岷.会展设计中虚拟技术的应用——以2016北京国际车展为例[J].吉林工程技术师范学院学报,2017,33(02):81-83.
- 胡宇轩,男,汉族,1999-2,湖北武汉,江汉大学,本科学历,研究生在读。