

现代展示空间发展的新特点

孙鸣瑗 刘 妍

(沈阳大学 沈阳 辽宁 110000)

[摘要] 展示空间随着科技时代的发展和社会的进步,越来越倾向于艺术与文化的综合美学追求。展示陈列的设计不在于对尺度的合理性研究和对基本功能的满足,更力求从视觉角度出发使人在空间中的心理需求角度出发打造一个可以满足情感的精神场所。这促进了展示空间的不断发展,逐渐成为可以满足人对审美的高度需求的开放空间。在这种情况下展示空间逐渐呈现了特殊的发展特点。

[关键词] 展示空间;展示陈列;发展

一、艺术性

人的审美需求自远古时代就已经存在了,从出土文物中的早期人面鱼纹碗就能感受到人对秩序、形象、色彩等基本审美要素都有所追求。现代人的想象能力是惊人的,我们经常会在儿童的涂鸦中觉察到人天生就有潜在的艺术基因。又或者在许多著名的艺术作品中我们都能够看到人在孩提时到就已经具有的艺术天分。这也许就是为什么孩子反而对理解抽象的艺术作品和绘画作品更加容易,甚至他们能够理解成年人很难理解的趣味性,和深刻内涵。

人具有审美天性和艺术天性,这决定了人们对艺术的崇拜和向往,也增强了人们对于美术馆、博物馆的参观愿望。因此文化类型的展示空间能够实现其他空间所无法比拟的审美教育作用。例如人们再有机会的情况下对于法国卢浮宫、美国大都会等艺术馆的参观热度都非常高涨。有机会接触这些艺术作品是人们对于审美的一种理想,具有特殊的魅力和价值。这就是文化艺术的力量。

我们见到的传统美术馆、艺术馆等文化类展馆很少有夸张的建筑外观,但却可以吸引成千上万人的观看,甚至其内部空间很少有过于复杂的变化仅仅依靠陈列艺术品的魅力几乎就足够吸引人了。

二、交流性

一个户外的咖啡店,如果空无一人,也许很长一段时间都没有人会轻易坐下。但是如果其中三三两两的坐了一些人,那么这很可能就成为更多人停留下来的原因。人们总是习惯于在合适的场合聚集在一起,因为人本身有对交往的需求,人们需要通过交流抒发自己对事物的看法。人们通过交流传递意见,这与展示的信息传播作用如出一辙,因此聚集本身就是一种户型影响的体验。

人们的观点与观念就是通过与其他人的交流建立起来的,在展示空间中更是如此。人们通过交流来不断修正自己的看法,也审视其他人的看法,最终从志同道合的意见中获取认同感和愉悦的情感。这种得到认同的愉悦感在展示空间中的互动环节体现的尤为明显。展示活动中经常会涉及互动环节,使参与者亲自动手操作,或者作为多人之一参与某一种开放性的活动。例如人们在参观商业类型的展览时,就经常被允许对电子产品进行体验性的操作。这种操作会加深人们对于展品或产品的认知,加强其购买的欲望,这也是商业类型的展示中常用的互动手段。这种互动就是一种交流。

另外,人们在观看展览时总会产生相应的情绪。例如人们在观看战争纪念馆的时候通常会产生沉重与沉痛的情绪;人们在参

观艺术作品展览时总会产生沉醉或感动的情绪;在参观科技展示空间时总会产生愉悦或激动的心理情绪;在参观历史博物馆时又会感受到强烈的骄傲感和自豪感等。而这些情绪通过交流可以与他人产生共鸣,自己的观念被他人认可,也是人们在展示空间中的一项特殊心理需求。因此,设计良好的展示空间中总会根据这种需求提供舒适的、适合聚集与交流的自由空间。因为这种通过交流而强化了的情绪能够加深人们对展示活动本身的印象。

三、娱乐性互动

娱乐是一种能够激起人们兴趣的手段,如果人们有机会亲自参与操作,这种兴趣和乐趣就会大大增加。在展示空间营造中除了利用造型去建立形象空间之外还有一种重要的手段调动人们的情绪,使人们加深对展示活动的兴趣,那就是增加娱乐环节来提升人们的参与度、渲染现场的活跃气氛。其中紧张、刺激的娱乐性活动和表演性活动能够在最大程度上直接吸引人们的眼光。例如东京未来科学博物馆中的机器人表演活动:受邀的孩子们可以与著名的机器人一起踢球,而且其间机器人还会向孩子们提问、与孩子们进行互动。这样的活动充满童趣,总能吸引大部分孩子的目光。

人们以习惯的方式去体验身边的事物,对同样的展示展品和同样的环境,每个人的体验却不尽相同。因此展示空间需要为人们提供更多的娱乐性活动来调动每一个人的情绪。对于综合展示空间而言在展示中心区域、衔接空间中甚至餐饮空间中都会设立各种娱乐性活动。针对参观者的主要人群特点设计相应的体验活动可以增强人们的参与机会,使人们对展示空间留下更加深刻的印象,并从中感到乐趣和兴趣。

现代展示设计多采用参与互动环节、模拟真实场景、科技娱乐体验等手段增加参与者的参观兴趣。展示中涉及诸多可以参与的表演节目、印章环节、纪念品售卖环节,这本身就有利于人们产生愉悦的情绪。人们的娱乐需求在得以满足时也会让人们增加愉悦感,这也人们在参观展示空间是特殊精神需求。

随着科技时代的不断发展,展示空间呈现了越来越丰富的发展特点。而技术的进步也成就了展示空间发展中的更多新奇手段,虚拟现实、影像技术、人工智能技术的蓬勃发展会促进展示手段的不断推陈出新,未来的展示空间会呈现出更为丰富的新特色。

参考文献

[1] 马园. 互动体验对展示空间环境的影响研究[D]. 山东建筑大学, 2017.

[2] 张铜凯. 浅谈展示空间设计的创新与发展[J]. 现代装饰(理论), 2017(02): 141.