

深圳市改革开放主题美术馆微信公众号的视觉设计研究

黄洋婧

深圳大学艺术学部, 广东 深圳

收稿日期: 2024年8月8日; 录用日期: 2024年10月3日; 发布日期: 2024年10月10日

摘要

美术馆公众号是美术馆公共教育资源的数字化传播平台和服务平台, 也是美术馆品牌形象的宣传渠道。公众号的现状呈现了美术馆馆藏资源数字化构建的进展, 其本身也成为增进美术馆与公众的纽带。本文以深圳改革开放文化为主题, 探讨了我国部分红色文化展览馆微信公众号的内容与传播方式, 分析其交互特征, 并针对现有展示方式中的问题提出改进建议。本研究旨在为我国红色文化主题美术馆在公众号建设上的发展提供方向, 推动在以人为本原则下的红色文化数字化传播与服务。

关键词

展览微信公众号, 文化传播, 视觉优化, 阅读视线

Visual Design Research on the Shenzhen Reform and Opening-Up Theme Art Museum's WeChat Official Account

Yangjing Huang

Division of Arts, Shenzhen University, Shenzhen Guangdong

Received: Aug. 8th, 2024; accepted: Oct. 3rd, 2024; published: Oct. 10th, 2024

Abstract

The official WeChat account of an art museum serves as a digital platform for disseminating public educational resources and providing services. It is also a channel for promoting the brand image of museum. The current state of these accounts reflects the progress in the digital construction of museum collections, and they have become an important link between museums and the public. This

文章引用: 黄洋婧. 深圳市改革开放主题美术馆微信公众号的视觉设计研究[J]. 设计, 2024, 9(5): 291-297.

DOI: 10.12677/design.2024.95560

paper focuses on the cultural theme of China's reform and opening-up, examining the content and methods of WeChat accounts of museums dedicated to certain aspects of red culture. The study explores their interactive features and proposes suggestions for improving the display methods used by these accounts. The aim is to offer guidance for the development of WeChat accounts related to red culture-themed museums in China, promoting the digital dissemination and service of red culture with a people-centered approach.

Keywords

Exhibition WeChat Official Account, Cultural Communication, Visual Optimization, Reading Path

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 研究背景

博物馆现今开放越来越多类型的线上数字展览,在更大的空间和时间尺度上服务于更广泛的公众。微信公众号可以通过文字、图片、语音、视频等多种多样的混合形式向观众推送博物馆信息,其丰富的形式极大地契合了新媒体时代观众的体验需求。人人皆可订阅的公众号平台,作为集页面视觉设计与传播为一身的新型信息载体,如何在视觉设计上给读者留下深刻印象、提高信息传递效率、引发情感共鸣,是博物馆在使用该平台展示内容时面临的重要设计难题。随着公众号平台的阅读用户日益增多,公众号文章的视觉设计已从早期的文字内容,发展为拥有自身风格的页面设计。不同的页面设计直接影响了公众号与观众的互动方式。

1.2. 研究意义

革命纪念馆是一类围绕红色文化主题的特定博物馆。它的建立旨在更好地保存、宣传与研究红色文化,肩负着党和人民赋予的历史使命与现实责任。丰富而真实的红色文化素材是进行爱国主义教育的宝贵资源,革命纪念馆有责任将这些资源充分利用,努力做到为后人提供警示和教育。

在如今的互联网环境下,作为中华民族重要文化载体的革命纪念馆广泛开通微信公共平台,展现出亲民风格的转型、展陈手段的创新以及藏品解读方式的提升,使公众对红色文化的兴趣持续增加。同时,“互联网+中华文明”行动的开展使得革命纪念馆运用创新思维提升展览展示水平,使传统文化与红色文化的传承得以与互联网发展同步。

2. 相关理论研究

2.1. 视觉冲击中心理论概述

20世纪40年代,美国心理学家B. F.斯金纳(Burrhus Frederic Skinner)在报纸版式编排的基础上,提出视觉冲击中心理论,认为“一个没有变化的表面,不能引导观察者向任何明确的方向移动,但如果我们放一个对比色或对比点,那么眼睛无不例外地将沿着这个点的方向移动。”也就是说,首先引起读者注意并全情观赏的部分(通常是吸引眼球的图片)就是作品的视觉冲击中心。视觉冲击中心所带来的版面视觉强度,即所谓的视觉冲击力,使得该区域具备在数秒内抓住读者注意力的能力。

在智能手机上,视觉冲击中心表现为视觉焦点。在互联网设计中,观看者的注意力会被吸引到手机屏幕上的特定区域,这些区域、点和元素会被称为视觉焦点。从报纸版面中心到手机屏幕焦点,至少经历了以下变化:(一)阅读区域从大版面的报纸缩小为手机屏幕,读者的“大焦点”转化为“微焦点”;(二)编排方式增加了色彩、图片、视频和互动元素参与的“眼球大战”;(三)报纸上的强势区域通常位于头版或版面的上半部分,而在手机屏幕上,由于内容可上下滑动浏览,强势区域更加灵活多变,主要由内容决定。

2.2. 深圳特区改革开放精神概述

2.2.1. 地域红色文化的传承

改革开放 40 年来,国家经济日益强盛,在物质生活日益丰富的同时,民众对精神文化的需求也逐步提升。地域红色文化是社会主义核心价值观更接地气的传播介质,是地方经济转型发展的助推器。在新时代,我们要弘扬改革开放精神,推进地域红色文化的传承与发展,深化红色文化的价值挖掘和创新利用,坚定社会主义文化自信,建设社会主义文化强国[1]。

2.2.2. 改革开放精神与深圳特区精神的关系

深圳特区精神与改革开放精神密切相关。在 2018 年举行的庆祝改革开放 40 周年大会上,习近平总书记指出:“改革开放铸就的伟大改革开放精神,极大丰富了民族精神内涵,成为当代中国人民最鲜明的精神标识!”“敢闯敢试、开放包容、务实尚法、追求卓越”的新时代深圳特区精神,是深圳在改革开放 40 多年来对城市价值体系的提炼与总结。改革开放使深圳从名不见经传的小渔村一跃成为有国际影响力的现代化大都市。以改革创新为核心的深圳精神,提供了发展所需的精神支柱与内生动力。未来,深圳经济特区应继续解放思想,坚持改革开放,弘扬改革开放精神,为全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴中国梦提供思想资源和精神滋养[2]。

2.3. 美术馆微信公众号概述

2.3.1. 使用现状

美术馆微信公众号是美术馆通过微信公众号,用于发布馆内动态、传播美术信息等,是美术馆进行公共美育的重要渠道。我国美术馆注重微信公众号的运营与发展,许多重要美术馆早已开通并运营公众号,见表 1 所示。微信公众号已经成为美术馆文化传播和公众交流的窗口,也是美术馆教育的延伸与发展。国内现有研究主要集中在数字美术馆的教育现状、微信公众号的服务功能及传播效果等方面[3]。

Table 1. The official WeChat accounts of the first batch of national key art museums

表 1. 首批国家重点美术馆微信公众号开通情况

美术馆	微信公众号名称	最早推文发布时间
中国美术馆	中国美术馆	2014 年 8 月 14 日
上海美术馆	中华艺术宫	2014 年 2 月 8 日
陕西省美术博物馆	陕西省美术博物馆	2014 年 11 月 27 日
深圳市关山月美术馆	深圳市关山月美术馆	2017 年 6 月 26 日
湖北美术馆	湖北美术馆	2014 年 12 月 8 日
北京画院美术馆	北京画院	2014 年 3 月 17 日
江苏省美术馆	江苏省美术馆	2014 年 4 月 17 日
中央美术学院美术馆	中央美术学院美术馆	2014 年 3 月 28 日
广东美术馆	广东美术馆	2014 年 7 月 27 日

2.3.2. 美术馆微信公众号中的视觉优化

本文主要聚焦美术馆微信公众号的视觉优化设计。陈镇在《微信公众号平台中的视觉构成优化探析》中,通过分析微信公众号平台的视觉要素,总结了其视觉构成现状并探讨了适用规律。后续相关研究也强调了微信公众号视觉优化的重要性。对于美术馆微信公众号,符合品牌定位的视觉设计不仅能提升用户的审美体验,还能优化教育内容的建设,进而增强文化传播效果[4]。

2.3.3. 美术馆微信公众号视觉优的发展方向

基于读者的视觉特性,美术馆微信公众号文章内容应以人本主义设计观为导向进行优化。首先,应遵循视觉认识规律。人眼仅是接收外部环境信息的器官,大脑才是信号处理的最终器官。因此,视觉认知的影响因素可从眼睛和大脑两方面考虑。物体的形状、颜色、大小、强度、质感等是眼睛接收的客观要素,而观察者的心理、价值观等则是大脑处理的主观要素[5]。其次,设计应树立“读者即设计师”意识。文章发布后,作品的价值需要通过读者的阅读与接受来体现。因此,设计师应以读者的审美经验与兴趣为首要考虑,确保推文设计能被读者更好地接受。最后,推文可采用多种形式吸引用户被动注意。在重度用户体验时代,用户视觉在没有心理需求时不易被引起注意。标题、色彩、构图等客观因素在刺激用户注意力方面发挥决定性作用。高质量图像不仅能吸引用户驻足,还能延长阅读时间,从而实现美术馆微信公众号的传播价值。

3. 研究方法和设计目标

3.1. 研究方法

(1) 文献研究法。借助文献和网络资源,梳理美术馆微信公众号的发展背景与演变过程,了解国内外相关研究现状。基于视觉冲击中心理论,总结美术馆微信公众号从纸媒到手机媒介的转变过程中,视觉焦点元素的类型与变化。

(2) 案例分析法。以深圳党史馆微信公众号和深圳改革开放相关主题推文为例,从教育内容、教育方式与视觉效果三方面进行分析,探讨红色文化主题美术馆微信公众号的教育传播特征与主要受众群体。

3.2. 设计目标

微信平台在传播红色文化方面具有独特优势,革命纪念馆的微信展览也具备独特的展示方式。本设计以深圳改革开放精神和相关文化为主题,结合深圳三个美术馆微信公众号的现有内容,将改革开放精神融入其视觉设计,以期增强用户与深圳红色文化的互动,提高红色文化主题美术馆微信公众号的用户体验。

4. 红色展馆公众号平台的视觉设计应用——以“深圳市改革开放展览馆”为例

4.1. 设计意义

深圳在红色文化的挖掘与保护方面尤为重视,其中,改革开放精神极大增强了民族自信与自豪感,为这座年轻城市注入了厚重的传统文化内涵,夯实了城市文明的文化根基。

4.2. 微信公众号推文中的视觉导向设计分析

微信公众号文章中通常采用多种阅读形式混合编排,常见的阅读视线主要分为文字导向型、色彩导向型与图形导向型。

(1) 文字导向型:关注文字的大小、颜色、字体和数量变化,分析其对用户阅读视线的引导作用。

(2) 色彩导向型:依靠色彩区分推文内容,三原色是常用色,间色和消色次之。红色常用于文章中的

重点标记,蓝色用于分析类文章以保持读者的专注,黄色则用于休闲娱乐类文章,营造轻松氛围。

(3) 图形导向型:包括 LOGO、艺术字与卡通图形等元素,通过图形强化视觉导向。

4.3. 微信公众号推文的视觉设计方案及效果

根据文字导向型、色彩导向型与图形导向型,以深圳近百年党史内的相关历史事件和重要文件为资料来源,选取合适的主题内容,提出深圳市改革开放展览馆微信公众平台的视觉设计优化方案[6]。

4.3.1. 文字导向型阅读视线的美术馆微信公众号文章设计

以 1978 年 12 月党的十一届三中全会为例,围绕“十一届三中全会”、“影响”和“历史回顾”等内容,采用红黑两色为主色,重点内容用红色突出,字体层级划分为四个等级。页面设计结合历史感的 Banner 与二维码,分别置于文章头尾,以增强视觉效果并提高用户关注度,设计效果见图 1 所示。



Figure 1. Text oriented WeChat public number article design renderings
图 1. 文字导向型微信公众号文章设计效果图

4.3.2. 色彩导向型阅读视线的美术馆微信公众号文章设计

2019 年 8 月,中共中央、国务院出台《关于支持深圳建设中国特色社会主义先行示范区的意见》,这一政策是继兴办经济特区之后,深圳迎来的又一重大历史性机遇,必将引领深圳在新时代再创奇迹[7]。围绕这一内容,本文进行了 H5 互动页面设计。



Figure 2. Color oriented WeChat public number article design renderings
图 2. 色彩导向型微信公众号文章设计效果图

在多媒体时代,冰冷的屏幕不再仅仅呈现文字。在内容层面,H5页面通过视频、动画、动态图、漫画、声音等多感官信息呈现形式,调动读者的视觉、听觉和触觉,丰富信息传达效果。推文以红色为主色调,搭配轻松愉悦的背景音乐,并结合滑动、点击、长按、拖拽等简单的交互行为。页面采用通识性较高的按钮图标,读者只需轻触屏幕即可继续浏览;文章末尾还加入了相关书籍推荐和一键购买功能,进一步探索微信公众号平台的商业价值,设计效果见图2所示。

4.3.3. 图形导向型阅读视线的美术馆微信公众号文章设计

“2010年7月,深圳经济特区正式扩容,范围从原来的罗湖、福田、南山、盐田四区扩大到全市,特区面积从327平方公里扩大至1991平方公里[8]。”围绕这一内容,设计方案通过拟人化手法提升区域卡通形象的亲和力。在创作区域卡通形象时,首先进行拟人化处理,使动作与表情具有生命感,将物体赋予人或动物的特征。深圳各区形象以动物造型呈现,符合各区域发展的特点,蓝绿配色展现了区域蓬勃发展的活力。同时,推文内容添加了语气词和标点符号,使其更像一个在与读者对话的生命体,赋予这些区域形象对未来的憧憬之意,从而增强读者对区域发展的亲近感,设计效果见图3所示。



Figure 3. Graphic oriented WeChat public number article design renderings
图3. 图形导向型微信公众号文章设计效果图

5. 结语

互联网的发展为红色文化传播带来了诸多便利。以往对于美术馆微信公众号的研究多集中于品牌传播,而对其视觉传达设计的研究相对不足。本文以红色文化纪念馆微信公众号的视觉传达设计为研究对象,基于视觉冲击中心理论,提出公众号文章的视觉设计优化方案,旨在提高历史资料信息的传达效率。综上所述,本文的研究不仅限于美术馆微信公众号的视觉设计,更关注受众的视觉接受与情感体验。可见,在人本主义设计观、叙事观、情感观的指导下进行视觉传达设计,是提升阅读体验的有效途径。未来,红色文化纪念馆应探索数字时代的技术功能,用新的形式弘扬红色文化,增强传播效果,使红色文化真正融入人们的生活。

注 释

文中所有图片均为作者自绘。

参考文献

- [1] 王丽,滕慧君. 秉持改革开放精神传承地域红色文化[J]. 人民论坛, 2018(25): 136-137.
- [2] 人民网. 改革开放精神,当代中国人民最鲜明的精神标识——论中国共产党人的精神谱系之四十三[EB/OL].

-
- <http://dangjian.people.com.cn/n1/2021/1129/c117092-32294612.html>, 2021-11-29.
- [3] 杨增崇, 赵月. 深圳特区精神与改革开放精神的逻辑关系[J]. 特区实践与理论, 2021(4): 103-109.
- [4] 韩李. 微信公众平台的视觉传达设计研究[D]: [硕士学位论文]. 徐州: 江苏师范大学, 2019.
- [5] 咸朝晖. VI设计[M]. 哈尔滨: 黑龙江美术出版社, 2006.
- [6] 王蔚. “互联网+”背景下微信展览对红色文化的传播研究——以“新中国从这里走来”五馆联展为例[J]. 红色文化资源研究, 2018, 4(2): 197-204.
- [7] 深圳政府在线. 特区 40 年|奏响先行示范的新时代强音[EB/OL].
https://www.sz.gov.cn/cn/xxgk/zfxxgj/zwdt/content/post_8008960.html, 2020-08-18.
- [8] 胡秀兰. 改革创新, 深圳精神的灵魂——纪念改革开放四十周年[J]. 魅力中国, 2018(36): 68.