

交互性地铁公共艺术的设计策略探究

舒悦

(西华大学, 成都 610039)

摘要: **目的** 研究交互性地铁公共艺术的重要作用、功能特性和设计策略。**方法** 在交互性公共艺术介入地铁空间的基础上, 提出地铁空间中交互性公共艺术最本质的功能特性, 结合案例分析交互性公共艺术的设计策略。**结论** 地铁公共艺术成为城市文化的重要载体和交流窗口, 在数字化背景下, 新媒体技术和交互手段逐步成为现代公共艺术的表现形式, 未来的交互性地铁公共艺术应结合便捷交通功能和交互媒介功能进行综合考量, 并结合交互空间模式、全信息艺术设计、交互媒体叙事和数字情感体验等设计策略进行创新探索, 在吸引乘客参与更多体验的同时, 进一步提升地铁公共艺术的科技性和艺术性。

关键词: 交互性; 地铁公共艺术; 设计策略

中图分类号: J512 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)12-0093-04

Design Strategy of Interactive Public Art of Underground Space

SHU Yue

(Xihua University, Chengdu 610039, China)

ABSTRACT: It researches the important role, features and design strategies of interactive public art of underground space. On the analysis of important role of interactive public art intervention Underground space, it proposes the most essential features of interactive public art, combined with the typical cases, further analyzes the design strategy of interactive public art in the metro space. Metro public art is increasingly becoming an important carrier and communication window of urban culture, in the digital context. New media technology, interactive tools gradually become an important manifestation of modern public art. Future interactive public art should be comprehensive consideration combined with convenient subway transportation function and interactive media features. It explores the innovative design strategy combined with interactive space mode, all information art design, interactive media narrative and emotional experiences, attracts passengers to participate in more qualitative unknown and interactive experience, and to enhance the science and technology and artistry of metro public art.

KEY WORDS: interaction; metro public art; design strategies

国外的城市轨道交通公共艺术发展较早, 在德国、法国、美国、日本的轨道交通建设中, 公共艺术都占有极其重要的位置, 尤其在地铁空间中, 它被誉为是“城市的地下艺术宫殿”。地铁空间有其特殊的公共空间属性, 具有线路的引导性、流通的快

速性和观者的流动性等特性^[1]。地铁公共艺术所得到的关注度是其他城市开放空间中公共艺术关注度的10倍以上, 相较其他形式的城市公共空间而言, 地铁公共空间的展示形式更加封闭和内向, 从叙事结构上更具有线性的序列性和场景化的参与性^[2]。传统

收稿日期: 2016-01-16

基金项目: 四川省哲学社会科学美学研究中心基金项目(QXY1416)

作者简介: 舒悦(1980—), 女, 重庆人, 硕士, 西华大学讲师, 主要研究方向为环境设计。

的地铁公共空间艺术更多的是呈现一种静态的设计特征,在数字化媒体技术的支撑下,公共艺术形式突破了传统的思维局限,打破了传统的技术手法,利用新媒体和新技术呈现了更多元和开放的艺术特征。新型的公共艺术形式从公共性、互动性和临场性等方面,都优于传统静态的公共艺术形式^[3]。伴随着城市功能

的不断完善和数字化技术的不断介入,地铁空间中公共艺术的作用不再是商业广告的展示场,它在调节地铁交通空间整体环境氛围的同时,还从空间形式、调节氛围、承载内涵上改善了乘车体验,交互性公共艺术的介入,优化了地铁空间封闭和内向的空间特征,拓展了公众沟通互动的交流途径,丰富了城市文化的内涵,因此,交互性地铁公共艺术的根本目的是创造丰富的交流体验,营造时代性的城市文化体验容器。

1 交互性地铁公共艺术的功能特性

1.1 交通功能

地铁中的公共艺术有别于一般性的建筑空间、商业空间或景观空间中的公共艺术形式,它作为重要的轨道交通空间,其内在需求包括出口的合理性、路径的便捷性、站台的包容性 3 个重要因素,在地铁空间整体功能上需要首先解决。从空间分布上看,公共艺术作品可置入的区域很多,从地铁的出入口到站层隧道,从扶手电梯到地下月台,从公共顶面到通道墙面都是可利用的空间形式。交互性公共艺术的表现形式具有很强的动态性,同时它对人生理和心理的干扰也很强,容易吸引乘客,因此,在进行艺术作品设置的过程中要结合空间区域进行设置。地铁空间是特殊形式的交通空间,其安全性、合理性和流通性是其重要特性,若作品的交互方式不当,则易产生诸多信息层面的障碍,会得到反作用^[4]。例如,在地铁的出入口或换乘站点若设置互动性较强的新媒体艺术作品,则易产生交通滞留,发生拥堵和踩踏事件;在站台层两侧和顶端若设置亮度过高或影像变换较大的艺术作品,则会干扰司机的观察视线,对乘客的上下安全造成隐患;在站台层设置风动艺术装置会产生噪音,使乘客对周围环境的判断产生误差,造成隐形弊端^[5]。交互式公共艺术应用不当可能会导致功能问题,对空间中活动的

人和物造成一种隐形干扰,因此,地铁公共艺术首先应该解决的问题包括低效率、不确定性和不透明性,而非花哨的艺术作品。

1.2 交互媒介功能

交互性公共艺术具有巨大的媒介功能,它与传统公共艺术的构成模式不同,传统公共艺术的构成模式是一个简单的信息传递过程,由单一信息源到单一目标受众,而交互性公共艺术是双向循环式的信息往复模式,从信息源到目标受众再到信息源。社交网站、搜索引擎和移动手机的进步,推动着公众与超越时空的人和事产生交互,因此成为了重要的信息媒介源。交互性公共艺术作品是观众和机器之间的对话,此过程是双向、往复循环的,是一个信息交流的系统。在地铁空间中,这种交流过程因空间的特殊性呈现出了更加集中和高效的交流模式^[6]。地铁空间中交互公共艺术的实质是“接纳—简化—沟通”的过程,地铁公共艺术不应成为伪装的“艺术品”,而应更多地着力于解决“公众—机器”、“公众—公众”、“公众—环境”间的沟通问题。地铁空间公共艺术的特性应该是开放性、公开性和协作性,应该为所有公众提供一个开放、平等和协作的平台,为他们带来利润或是效率,这也是交互性地铁公共艺术的真正价值所在。

2 交互性地铁公共艺术的设计策略

2.1 交互空间模式

早期的交互性公共艺术主要是平面形式的影像,在空间中的墙面、地面、阶梯、柱子、电梯间以及入口等处都安装了感应器、LED 或数字显像系统,观众可以通过自己的 iPod 和手机扫描二维码进行互动。随着交互设计的不断深入,交互装置从平面延伸到了空间,例如 2012 年威尼斯双年展的俄罗斯馆的 QR 码立体化和荷兰建筑师 Daan Roosegaarde 设计的交互景观项目 Dune 4.0,由纤维、麦克风和感应器构成的交互环境空间给设计师带来了极大的启发^[7],这些实验作品将二维平面的交互形式拓展到了室内空间、建筑空间和景观空间。近年来逐渐呈现的交互性地铁公共艺术多以平面视频形式为主,在地铁空间中安装 LED 屏,乘客通过扫描二维码或触碰感应区达到互动的目的。例如美国艺术家 Megan

Mosholder 的作品《终点站》，见图 1（图 1—2 均摘自百度图片），它通过灯光、丝带、绳子和视频投影的技术手法构成了交互空间，使人与机之间的互动被拓展到了空间环境中；又如意大利那不勒斯大学地铁站公共艺术，见图 2，它不但结合了传统的公共艺术手法，而且还采用了数字化的技术手段，通过变换的抽象影像，让观众可以根据自己的理解来看待周围的世界。随着交互性地铁公共艺术形式与科技的紧密结合，它将逐渐从二维拓展到三维，从平面延伸到空间，实现与乘客更大的接触面和数字能量的转化。



图 1 《终点站》
Fig.1 "The terminal"



图 2 地铁站公共艺术
Fig.2 Subway station public art

2.2 全信息艺术设计

目前，在国内大部分的地铁空间中的交互设计主要是交互广告牌的形式，其目的更多是为了满足商业需求，但缺少艺术形式，乘客手机和二维码间的简单互动更多是预存信息的简单交换或商业信息的单一传递。当人们将品牌设计、公共艺术和交互设计等领域交叉融合，将平面和空间结合运用，实现公共艺术与视觉传达设计在城市空间中的延展时，也就产生了一种新型的全信息艺术设计模式^[8]。这种艺术手法打破了将思维局限在某一领域的设计模式，将多维的艺术设计手法结合起来，将现代艺术、数字科技和信息传播结合起来。例如 2015 年中央美术学院毕业展上易鸣设计的作品《海月》见图 3 和黄清芳设计的作品《文》见图 4，这两件作品都尝试性地将视觉传达设计、视觉影像和公共艺术设计的手法结合到一起，目的是将地域特色、民族文化和城市文脉融入到城市公共空间的设计中。当交互性公共艺术融入全信息艺术设计思维时，就可以用多维的艺术手法来表现独特的城市文化，尤其在地铁空间中，这样的城市印象和城市记忆会更加深刻。

2.3 交互媒体叙事

传统公共艺术往往将人们的思维凝固在单一的



图 3 《海月》
Fig.3 "Sea moon"



图 4 《文》
Fig.4 "Wen"

时空模式中，而交互性公共艺术的优势则可以跨越历史时空，一些数码时代出现的某些实验性和创新性作品表达了非线性的空间观念^[9]。叙事原本是电影和文学中的表现手法，地铁空间因其特殊、封闭的线性空间形式，将若干站台连接起来，这些站台又将人和事联系起来，因此常常成为叙事性主题选择的空间和时空交互情感体验的独特场所。例如法国艺术家简·弗兰索瓦的《成双的月亮》见图 5，位于札幌车站南口广场的地下出入口，此出入口为东西双向，简在平面的作品里表现了运动，是人们的记忆影像与实际影像的共鸣，时间和运动在这里被凝固了下来，这一案例通过交互性公共艺术手法让地铁空间超越了时空的限制。作品《窥》见图 6，是陈健、蔡淑莹在台北捷运新店线上的互动式公共艺术作品，此作品利用了投影机、摄影机和屏幕等装置，在车站的月台内外和上下都安装了摄影机和投影机，旅客可以窥视地下月台人们的一举一动，自己的影像也同时可以被地下月台的陌生人看到，这些作品是交互媒体叙事的公共艺术作品，使乘客在短暂的乘车过程中体验到了丰富的时空感受。



图 5 《成双的月亮》
Fig.5 "Double moons"



图 6 《窥》
Fig.6 "Kui"

2.4 数字情感体验

日常生活中，人们往往通过情感交流来分享经验，交互性公共艺术的技术手段更加多元，它将图像、音乐、故事和声音结合在一起，赋予场景中的人物和角色故事性色彩，以故事介入空间进行设计，其感染力是极强的。在结合数字化技术手段进行展现时，观众被代入的场景会更真实，能体验到的情景也更丰富，

记忆也就更深刻^[10]。例如作品《旋》见图7,它是硅晶族群在台北捷运南港线昆阳站上的触摸式公共艺术作品,采用了烤漆不锈钢板、玻璃、红外线、马达、发声器等材质,在创作主题和视觉形象上选用了“旋转木马”的概念,利用了触发装置,当旅客靠近时触动装置,木马的剪影伴随音乐舞动,让观众能自主控制作品的呈现,也间接参与了作品呈现的过程。“旋转木马”是当代城市生活的凝固符号,儿时关于“旋转木马”的符号也随之而来,能引起观者跨越时间和空间的记忆;2012年宋家庄地铁站的公共艺术作品《宜其家室》见图8,用速写画的形式,勾勒出了19世纪普通家庭的室内景象,并在门窗位置设置了不锈钢镜面,映射了环境与行人,传达了“在过去的室内看到室外现在的自己”这一奇妙的视觉感受,传达了“温暖、祥和、成长”这一互动主题。



图7 《旋》
Fig.7 "Xuan"

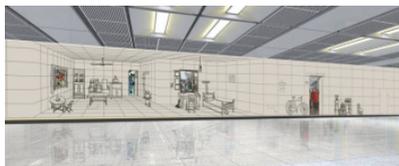


图8 《宜其家室》
Fig.8 "Should be the families of their own"

3 结语

交互性公共艺术作为一种新的技术媒介,将使城市生活方式产生重大变化,应用在地铁空间时,也会使乘客行为发生转变,但这种媒介方式并非没有弊端,它具有诱惑性和局限性,在传媒业的运用中尤其显著,它并不能完全代替传统公共艺术对公众的作用,也不能完全取代传统公共艺术的实体性、材料性和接触性等优势,它的图像视觉性也呈现出完全不同的物与像的主客体关系。交互性技术在地铁公共艺术设计中的介入,不能盲目地应用和实施,首先应搞清楚实施目的,再通过科学的统计和调研等进行分类与评估,最重要的是要慎重地评价其对环境和人的影响及作用。

参考文献:

[1] 王峰,魏洁.交互性城市公共艺术的未来发展趋向[J].艺

术百家,2011(6):151—154.

WANG Feng WEI Jie.Development Tendency of Interactive Urban Public Art[J].Hundred Schools in Arts, 2011(6): 151—154.

[2] 李卉.数字媒体艺术的交互性在公共空间中的应用研究[D].合肥:合肥工业大学,2011.

LI Hui.Research about the Interaction of Digital Media Art in the Public Space[D].Hefei: Hefei University of Technology, 2011.

[3] 莫娜,张伶俐,刘勇.中国传统景观意境的时空交互性[J].华中建筑,2010(8):18—20.

MO Na, ZHANG Ling-ling, LIU Yong.Space-time Interaction in Artistic Conception of the Traditional Landscape in China[J].Huazhong Architecture, 2010(8): 18—20.

[4] 周静.多媒体交互设计创新方法研究[J].包装工程,2014,35(8):78—80.

ZHOU Jing.Research on the Innovative Method of Multimedia Interactive Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(8): 78—80.

[5] 臧雪.新媒体介入地铁公共艺术的应用研究[D].北京:中国美术学院,2013.

ZANG Xue. The Application of New Media to the Study on Subway Public Art[D]. Beijing: China Academy of Art, 2013.

[6] 戴东方.数字媒体艺术本体研究:存在方式及其价值[J].设计艺术,2015(1):22—25.

DAI Dong-fang. Research on the Ontology of Digital Media Art: Existence Method and Its Value[J]. Art of Design, 2015(1): 22—25.

[7] 王佳洲.城市空间中交互空间的设计研究[D].南京:南京林业大学,2013.

WANG Jia-zhou. Design Research of Interactive Space in Urban Environments[D]. Nanjing: Nanjing Forestry University, 2013.

[8] 周玉基,裴朝军.信息设计概念辨析[J].包装工程,2014,35(12):141—144.

ZHOU Yu-ji, PEI Chao-jun. Information Design Connotation[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(12): 141—144.

[9] 孙为.交互式媒体叙事研究[D].南京:南京艺术学院,2011.

SUN Wei. Interactive Media Narrative Research[D]. Nanjing: Nanjing Arts Institute, 2011.

[10] 郑隆威.基于AIR的交互式数字化叙事环境的设计和实现[D].扬州:扬州大学,2013.

ZHENG Long-wei. The Design and Implementation of Interactive Digital Narrative Environment Based on AIR[D]. Yangzhou: Yangzhou University, 2013.