

互动体验理念下城市商业空间的装置艺术研究

段 澈, 梁 晶

南京林业大学艺术设计学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年4月19日; 录用日期: 2024年6月13日; 发布日期: 2024年6月21日

摘 要

随着体验经济的兴起, 互动体验理念逐渐成为城市商业空间设计的重要指导思想。本文通过对互动体验理念下城市商业空间装置艺术理论的研究历程和设计现状进行总结, 界定不同商业空间互动体验装置艺术的差异性, 并对互动体验理念下城市商业空间装置艺术的创新性呈现方式进行研究, 以期为城市商业空间装置艺术的设计提供理论支持和实践指导。

关键词

互动体验, 城市商业空间, 装置艺术, 创新性呈现方式

Research on Installation Art of Urban Commercial Space under the Concept of Interactive Experience

Lian Duan, Jing Liang

College of Art and Design, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 19th, 2024; accepted: Jun. 13th, 2024; published: Jun. 21st, 2024

Abstract

With the rise of the experience economy, the concept of interactive experience has gradually become an important guiding ideology in urban commercial space design. This article summarizes the research process and design status of urban commercial space installation art theory under the concept of interactive experience, defines the differences of interactive experience installation art in different commercial spaces, and studies the innovative presentation methods of urban commercial space installation art under the concept of interactive experience, in order to provide theoretical support and practical guidance for the design of urban commercial space installation art.

文章引用: 段澈, 梁晶. 互动体验理念下城市商业空间的装置艺术研究[J]. 设计, 2024, 9(3): 627-633.

DOI: 10.12677/design.2024.93361

Keywords

Interactive Experience, Urban Commercial Space, Installation Art, Innovative Presentation Methods

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

互动体验理念强调消费者在商业空间中的参与和互动,城市商业空间作为城市经济活动的重要载体,其设计理念和表现形式对城市形象、商业活动和居民生活质量具有重要影响。在体验经济时代背景下,互动体验理念逐渐成为城市商业空间设计的重要指导思想。装置艺术作为一种能够与观众产生互动并引发情感共鸣的艺术形式,与互动体验理念相契合,为商业空间注入了新的活力。

本文旨在通过对互动体验理念下城市商业空间装置艺术的深入研究,结合理论与实践,探讨其在提升商业空间品质、增强消费者体验等方面的作用。同时,本文还将展望装置艺术在城市商业空间中的发展趋势,为相关领域的研究和实践提供有益的参考。

2. 城市商业空间装置艺术的发展

2.1. 研究历程

互动体验理念下的城市商业空间装置艺术理论的研究历程可以概括为以下几个阶段。

首先是传统商业空间装置艺术阶段:互动装置艺术起源于 20 世纪初期,随着科技的发展和艺术思潮的碰撞[1],艺术家们开始将新媒体艺术融入作品中,形成了互动装置艺术。这种艺术形式与传统的装置艺术不同,它强调观众的参与和互动,使得艺术作品不仅是观看的对象,也是体验的场所。随着人们对于交流和互动需求的增加,互动装置艺术逐渐成为公共空间设计的重要组成部分。早期的城市商业空间装置艺术主要以商品展示为主要目的,强调艺术性和视觉冲击力。这一阶段的装置艺术作品往往注重形式美和视觉吸引力,以吸引顾客的注意力,促进商品销售。

其次是体验经济背景下的商业空间装置艺术阶段:随着体验经济的兴起,城市化进程的加快,城市商业空间不断扩大。消费者的需求也发生了变化,从基本的购物功能转向更加注重消费体验。

因此,商业空间设计开始从强调物质空间转向强调消费者的参与和体验,这一阶段的装置艺术作品强调互动性和趣味性,通过与消费者的互动,提供独特的体验,增加空间的吸引力和记忆点。这为互动装置艺术在城市商业空间中的应用提供了新的机遇[2]。

最后是互动体验理念下的商业空间装置艺术阶段:在互动体验理念的指导下,城市商业空间装置艺术开始以人的需求为中心,强调人与空间的互动关系。这一阶段的装置艺术作品注重消费者的沉浸式体验,通过艺术作品与观众的互动,创造一种身临其境的感受。很快便以其新颖的多媒体媒介手段和强烈的感官体验吸引着大众广泛参与。这种艺术形式不仅提高了大众的艺术审美水平,还增强了商业空间的吸引力和活力[3]。例如,2017 年在菲律宾马尼拉市中心由 NIKE 建造的“无限赛道”互动艺术装置,就是一个成功的案例。这条位于马尼拉的市中心的 LED 跑道名为“无限赛道”(Unlimited Stadium),是 Nike 在马尼拉建的世界第一条 LED 跑道!大小为 80 米 × 20 米,总长约 200 米,形如一个鞋子,最大的亮点是跑道内圈有 LED 屏幕墙。从空中俯瞰,这个跑道酷炫无比,就像一个巨大的脚印。此次 Nike 再一次

用“just do it”的一贯主张,延续了品牌坚持的调性。据了解,“无限赛道”的造型灵感来自 Nike 的 Lunar Epic 跑鞋的鞋底,设计师将它放大了 100 倍,流畅的曲线使它看起来就像是一个放大的数字“8”。同时这个跑道也像 ∞ 符号,代表着无限和无穷大的意思,这也代表着 Nike 鼓励大家挑战自己的极限。它能记录你跑步时的虚拟影像并且投影出来。在你准备跑步前,会在运动鞋上安装一个 RFID (Radio-frequency identification)传感器,它会通过射频信号追踪你的运动,从而通过射频信号识别你这一圈跑步的时间、运动状态等信息。它不仅是一个运动场所,还提供了新颖的互动体验,吸引了大量参与者,提升了当地的艺术氛围和经济活力。

2.2. 设计现状

互动体验理念下的城市商业空间装置艺术呈现出融合与多元化的特点。

在艺术性与商业性的融合方面,现代城市商业空间装置艺术作品不仅具有艺术性,还能为商业空间带来经济效益。艺术作品成为商业空间的一部分,通过吸引顾客的注意力,提升空间的商业价值。现代城市商业空间装置艺术利用现代科技手段,如投影、动作跟踪、虚拟现实、声控、增强现实等实现了多种互动体验[4]。这些互动方式不仅增加了观众的参与度,还提供了更加丰富和多元的体验。现代城市商业空间装置艺术作品往往具有明确的主题和故事性,通过艺术作品讲述品牌故事,提升消费者的情感共鸣。这种主题性和故事性的强化使得艺术作品更具吸引力和感染力。同时利用科技手段创造新颖的互动体验方式,使用户体验不断趋于多元化。例如,通过投影技术将艺术作品投射到建筑物的外墙,创造巨大的视觉冲击力;利用虚拟现实技术创造虚拟的艺术空间,让观众身临其境。这使得现代城市商业空间装置艺术作品不仅是一种艺术品,还具有社交属性[5]。通过社交媒体平台的推广和分享,艺术作品成为人们交流和分享的对象,形成一种社交互动。

另外在可持续发展方面,现代城市商业空间装置艺术作品开始注重永续性和环保意识,通过使用可回收材料和节能技术,减少对环境的影响。这种注重环保的设计理念也体现了现代城市商业空间对社会责任的承担。

总的来说,互动装置艺术在城市商业空间中的应用是一个不断发展的领域,它经历了从传统到现代的转变,从单一的商品展示到注重消费者体验和参与[6]。它不仅反映了艺术与科技的结合,也体现了现代城市空间设计中对体验和互动的重视。设计现状方面,现代城市商业空间装置艺术作品呈现出艺术性与商业性的融合、互动方式的多样化和主题性的强化等特点,为城市商业空间注入了新的活力和魅力。随着科技的发展和人们审美需求的不断提升,互动体验理念下的城市商业空间装置艺术将呈现出更加丰富多样的形式,为城市商业空间的体验设计提供更多可能性[7]。

3. 城市商业空间互动体验装置艺术的特征分析

3.1. 商业公共空间的特征

随着经济的发展,商业空间已不仅仅局限于购物功能,而是逐渐转变为提供情感体验的空间。

这些空间通常具有人群多样性、时代前沿性和场景可塑性等特点。不同的商业空间所具备的人流特点和客流需求也是不同的。例如,不同商业空间通过结合文化性和时代潮流,举办不同类型适合该场地的商业活动,来吸引不同层次和类型的消费者,增加人流量。

商业空间的类型

商业空间主要分为以下几种类型:

(1) 购物中心:作为最常见的商业空间类型,购物中心以购物、餐饮、娱乐等多种功能于一体,吸引

了大量的消费者。在购物中心中, 互动体验装置艺术往往以吸引顾客、提升购物体验为目的, 具有较强的娱乐性和互动性。

(2) 商业街区: 商业街区通常以步行街的形式出现, 聚集了各种商铺、餐厅和娱乐设施。互动体验装置艺术在商业街区中的应用更加注重与周围环境的融合, 以及为游客提供独特的互动体验。

(3) 办公空间: 办公空间是城市商业环境中不可或缺的一部分。随着共享办公、联合办公等新型办公模式的兴起, 互动体验装置艺术在办公空间中的应用也越来越受到重视。这类装置艺术主要以提升办公氛围、增强员工互动为目的。

(4) 酒店: 酒店作为提供住宿服务的商业空间, 互动体验装置艺术在酒店中的应用主要以提升客房体验、打造独特的酒店文化为目标。

3.2. 互动体验装置艺术的特性

互动装置艺术是艺术与科技相结合的产物, 它强调作品的互动性、趣味性和科技性。与传统装置艺术相比, 互动装置艺术更加重视公众的参与和体验, 通过数字媒体技术实现信息的双向传播。艺术家们利用新媒体科技强调作品的概念性, 同时结合商业空间的需求, 创造独特的艺术体验。而互动装置艺术最重要的特性就是其互动性, 互动性是互动体验装置艺术的核心特征, 它强调观众与艺术作品之间的互动和沟通。通过观众的参与, 艺术作品得以完整呈现, 观众也能从中获得独特的体验。其次是科技性: 互动体验装置艺术通常运用现代科技手段, 如传感器、投影技术、虚拟现实等, 为观众带来新颖的互动体验。最后是多样性和可持续性: 互动体验装置艺术的形式多样, 可以是实体装置、多媒体投影、虚拟现实等多种形式, 为不同商业空间提供了丰富的选择。在其创作过程中, 往往更注重环保和可持续性, 以减少对环境的影响。

3.3. 互动体验装置艺术的差异性

互动装置艺术与商业空间的关系表现在概念表达、艺术氛围和相融性等方面。而不同的商业空间所匹配的互动体验装置也是根据该商业空间的所属特性而界定的。我们应从一下四个方面来分析其差异性:

(1) 功能目的: 不同商业空间下, 互动体验装置艺术的功能目的存在差异。如在购物中心, 装置艺术主要以吸引顾客、提升购物体验为目的; 而在办公空间, 则以提升办公氛围、增强员工互动为主。

(2) 表现形式: 不同商业空间下, 互动体验装置艺术的表现形式也有所不同^[1]。如在商业街区, 装置艺术更注重与周围环境的融合, 以及为游客提供独特的互动体验; 而在酒店中, 则以提升客房体验、打造独特的酒店文化为目标。

(3) 技术手段: 不同商业空间下, 互动体验装置艺术所运用的技术手段也存在差异。如在购物中心, 装置艺术可能更注重娱乐性和互动性, 运用投影技术、虚拟现实等手段; 而在办公空间, 则可能更注重实用性和环保性, 运用传感器、可再生能源等技术。

(4) 受众群体: 不同商业空间下, 互动体验装置艺术的受众群体也有所不同。如在购物中心, 受众主要为消费者; 而在办公空间, 则主要为员工。

3.4. 互动体验装置艺术的适宜性

随着科技的发展和消费者需求的变化, 装置艺术在城市商业空间中的创新也在不断涌现。例如, 一些装置艺术作品开始融入 AR、VR 等技术, 为消费者提供更加沉浸式的体验; 一些作品则开始关注环保和可持续发展等社会问题, 通过艺术的方式传递正能量。互动装置艺术通过提供新颖的体验方式, 强化了消费者对商场空间的情感联系, 提升了他们的购物体验。这种艺术形式不仅仅是视觉上的享受, 更通

过互动体验增强了公众对艺术的理解和参与, 为商业空间带来了新的活力和吸引力。不同商业空间下互动体验装置艺术的差异性主要体现在功能目的、表现形式、技术手段和受众群体等方面。

然而, 装置艺术在城市商业空间中的应用也面临着一些挑战。例如, 如何确保装置艺术作品与商业空间的风格相协调, 避免因艺术性过强而影响商业氛围; 如何维护和更新装置艺术作品, 确保其长期发挥作用等。在实际应用中, 应根据商业空间的类型和特点, 选择合适的互动体验装置艺术, 以实现最佳的应用效果。

4. 城市商业空间互动体验装置艺术的创新思路

4.1. 研究方向

互动体验理念下城市商业空间装置艺术的创新型呈现方式可以从: 创作要素, 互动要素, 情感要素等方面对互动体验装置艺术进行深入分析。

首先是创作要素包括材料与媒介的创新, 使用新型材料或结合数字媒介, 如 LED 屏幕、透明显示技术等, 创造视觉效果丰富的艺术作品; 空间布局设计, 考虑商业空间的独特布局, 设计能够与空间相融合的装置艺术, 如利用楼梯、中庭等空间特点进行创作; 环境适应性, 装置艺术应考虑周围环境因素, 如光线、声音、人流等, 以增强其与环境的互动性和适应性; 可持续性, 使用可回收或可再利用的材料, 强调环保理念, 同时考虑作品的长期展示和维护。

其次互动要素需要更加注重用户参与感和多感官多平台的体验。设计互动环节, 让观众通过触摸、动作、声音等方式与艺术作品互动, 成为体验的一部分。结合视觉、听觉、触觉等多种感官, 创造全方位的互动体验, 提升观众的沉浸感。同时运用传感器、移动应用等技术, 实现艺术作品与观众之间的实时互动, 如通过手机应用控制装置的变化。还可以利用社交平台, 鼓励观众分享互动体验, 扩大艺术作品的影响力。

最后是互动体验理念下城市商业空间装置艺术的创新型呈现方式需要和用户建立情感共鸣, 通过艺术作品传达情感, 引发观众的共鸣, 如通过色彩、形状、材质等表达特定的情感状态。结合装置艺术讲述故事, 通过故事情节引发观众的情感投入和思考。并且融入地域文化元素, 增强观众的文化认同感, 展示当地历史、传统或社会价值观。通过装置艺术探讨社会议题, 激发观众对社会问题的关注和讨论。例如, 耐克在马尼拉市中心创建的“世界上第一个全尺寸 LED 跑道”和北京市世贸天阶的超豪华 LED 天幕, 都是互动装置艺术在城市商业空间中的成功应用案例。这些案例展示了互动装置艺术如何通过创新的呈现方式, 吸引公众参与, 提升商业空间的文化和艺术价值。

4.2. 融合创新

近年来, 越来越多的城市商业空间开始尝试将互动体验理念与装置艺术相结合, 创造出了一系列具有创新性的项目。这些项目不仅提升了商业空间的品质, 也为消费者提供了独特的购物体验。

以某知名购物中心为例, 该中心在改造升级过程中, 充分考虑了互动体验理念与装置艺术的结合。首先, 在空间布局上, 设计师采用了开放式的设计理念, 使得消费者在购物过程中能够自由穿梭于各个店铺之间。同时, 中心内设置了多个互动体验区, 如 VR 体验馆、亲子互动区等, 为消费者提供了多样化的娱乐和休闲选择。在装置艺术方面, 购物中心邀请了国内外知名的装置艺术家创作了一系列与购物主题相关的装置艺术作品。这些作品巧妙地将购物中心的品牌形象与艺术元素相结合, 为消费者提供了一场视觉和心灵的盛宴。例如, 一件名为“购物之旅”的装置艺术作品, 通过模拟购物流程中的各个环节, 让消费者在互动的过程中感受到购物的乐趣和艺术的魅力。

此外, 购物中心还利用现代科技手段, 将互动体验理念与装置艺术相结合。例如, 通过 AR 技术,

消费者可以在手机上查看虚拟的商品展示和试穿效果;通过智能导购系统,消费者可以获取实时的商品信息和导航服务。这些创新的应用不仅提高了消费者的购物效率,也为商业空间带来了新的增长点。

4.3. 创新思路

在互动体验理念下,城市商业空间装置艺术的创新性呈现方式是多种多样的,它们通常结合了最新的科技手段和艺术创意,以吸引观众的注意力并提升他们的参与度。以下是一些研究和探索的方向:

(1) 增强现实(AR)和虚拟现实(VR)技术的应用:通过 AR 和 VR 技术,装置艺术可以创造出超现实的体验空间,观众可以通过穿戴设备或移动设备进入一个全新的虚拟世界,与艺术作品进行互动。这种技术尤其适合于购物中心和展览馆等场所,可以创造独特的消费体验和艺术展览[8]。

(2) 智能材料和传感技术的运用:利用智能材料和传感技术,装置艺术可以对外界环境变化(如温度、湿度、光线、声音等)做出反应,从而改变自身的形态或功能。用户可以通过触摸感应等方式与艺术装置进行互动。这种动态变化的特性可以增加艺术作品的互动性和趣味性,为观众带来新鲜感。例如,巴比肯艺术中心(The Barbican)和 KOJIMA 制作公司(KOJIMA Productions)邀请 MILL 的体验团队将其游戏作品之《死亡搁浅》重新设计名为《虚拟领域》的体验式互动艺术作品。在一个独特的超宽交互式触摸表面,同步使用 8 个 Kinect,能准确跟踪互动情况,持续识别了解整个空间和空间内的人的情况。引发人们对同一个世界中,却有不同境遇、不同的生命形式的思考。

(3) 互动投影和数字媒体艺术的结合:通过投影技术和数字媒体艺术,可以在任何表面上创造出动态的视觉影像,观众可以通过触摸、动作甚至声音来与之互动,影响投影的内容和形式。这种艺术形式适合于大型公共空间,如商业广场和步行街,可以吸引大量观众的参与。

(4) 社交媒体和互联网的融合:利用社交媒体和互联网,装置艺术可以跨越物理空间的限制,实现线上线下的互动。观众可以通过社交媒体分享他们的体验,甚至远程参与艺术作品的创作。这种方式尤其适合于品牌旗舰店和特色商店,可以增加品牌的知名度和顾客的忠诚度。

(5) 可持续设计和环保材料的推广:在创作装置艺术时,使用可持续设计和环保材料不仅体现了对环境的责任感,也可以成为艺术作品的一部分。这种设计理念适合于所有商业空间,可以提升企业的社会责任形象,并吸引环保意识较强的消费者。

(6) 故事性和主题性的强化:通过故事性和主题性的强化,装置艺术可以讲述一个故事或传达一个主题,使观众在互动的过程中产生共鸣。例如伦敦艺术大学的设计作品:《觉醒:气味档案》,一个以表演和艺术工作坊为主要表现形式的实验性气味互动装置。该项目旨在探索人类感官和存在的界限,以及在某些特定场合中气味在唤醒遗忘记忆中的作用。根据普鲁斯特效应,气味具有独特的能力,可以立即唤醒以前被遗忘但生动且充满情感的记忆。气味是与呼吸共生的存在,人类的大部分情感记忆都储存在嗅觉中。这种艺术形式适合于有特定文化或品牌背景的商业空间,如博物馆商店和主题餐厅,可以增强空间的文化内涵和品牌形象,加强人类的自我感知。

通过对这些创新性呈现方式的研究,我们可以发现互动体验理念下的城市商业空间装置艺术不仅是一种视觉和技术的展示,更是一种全新的消费体验和文化传播的途径。它们为商业空间带来了新的活力和魅力,也为艺术家和设计师提供了更多的创作可能性和挑战。

5. 结论

互动体验理念下的城市商业空间装置艺术以其独特的创新性呈现方式,为城市商业空间注入了新的活力。通过对互动体验理念下城市商业空间装置艺术的研究,本文通过对互动体验理念在城市商业空间中的应用进行深入分析,结合装置艺术的理论与实践,探讨了其在提升商业空间品质、增强消费者体验

等方面的作用。界定不同商业空间互动体验装置艺术的差异性,并探讨了创新性呈现方式。未来,随着科技的发展和人们审美需求的不断提升,互动体验理念下的城市商业空间装置艺术将呈现出更加丰富多样的形式,为城市商业空间的设计提供更多可能性。

基金项目

本论文为 2023 年江苏省大学生创新训练计划项目“互动体验理念下城市商业空间的装置艺术研究”研究成果,项目编号:202310298121Y;2021 年度江苏省高校哲学社会科学研究项目“基于江苏红色文化传承的城市公共文化空间创新”研究成果,项目编号:2021SJA0132。

参考文献

- [1] 杜成巍,周阿成. 互动装置艺术在城市商业空间的应用研究[J]. 设计, 2019, 32(7): 56-57.
- [2] 来凯飞. 互动装置艺术介入城市商业空间的设计探究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西师范大学, 2021.
- [3] 杜成巍. 互动装置艺术在城市商业空间中的设计应用研究[D]: [硕士学位论文]. 无锡: 江南大学, 2019.
- [4] 付德昌. 互动媒体装置在艺术展厅设计中的应用研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2023.
- [5] 姜子闻. 装置艺术介入城市公共艺术及其交互性研究[D]: [博士学位论文]. 无锡: 江南大学, 2022.
- [6] 吴世庚. 实验艺术装置在商业空间展示中的个性化表达与消费体验优化[J]. 艺术品鉴, 2024(6): 20-23.
- [7] 赵幸辉. 数字智能技术赋能下公共空间的交互设计研究[J]. 美与时代(城市版), 2023(6): 77-79.
- [8] 唐斯佳. 面向城市商业空间的互动装置艺术设计应用研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京邮电大学, 2022.