

探析室内公共空间的创意与手法

◆李超 金振峰

(大连工业大学 辽宁省大连市 116034)

摘要: 空间设计能够在一定程度上提升我们日常生活环境的舒适度,人们对日常生活精神文明以及物质文明追求水平的不断提升往往也在一定程度上激发着人们在空间设计理念以及设计手法上的设计灵感。在当今社会经济、文化以及科学信息技术应用水平不断提升的带动和影响下,以休闲娱乐空间为例,对室内公共空间的创意以及设计手法进行的研究逐渐受到社会各界人士的广泛关注。

关键词: 室内公共空间; 休闲娱乐空间; 创意与手法

前言:

创意不仅是人们在常见事物中发现新内涵的思维过程,还包括人们内心的新想法与新思维。创意是设计行业发展的关键,在设计领域发挥着重要作用。室内公共空间也不例外。在室内公共空间中,设计师需要根据原本事物,发挥自己的创意,将其付诸于实践,通过多种设计手法实现自己的创意,营造出实用性与艺术性兼备的室内公共空间,缓解城市居民的生活压力与工作压力,为其带来更好的服务体验。

一、室内公共空间的设计创意

室内公共空间的设计创意,是将相应设计师创新思想应用到实际空间设计的过程。办公、医疗、酒店以及休闲娱乐等等多种不同种类的空间类型都是室内公共空间设计创意工作能够涉及到的针对对象。室内公共空间的设计创意对相应空间设计师的个人素质以及工作能力都有较高水平的要求。室内空间家具的陈设、装饰物件等等,设计师室内空间创意设计的设计理念可以通过多种不同的途径和渠道表现出来。需要设计师尤为注意的是,室内公共空间的设计除了能够确保最大限度的展现设计特色以外,还要更加全面的表现出设计成品潜在的艺术内涵。

二、室内公共空间设计主题的表现手法

在我国当今社会的发展进程中,在社会经济、文化以及科学信息技术水平不断应用的带动和影响下,室内公共空间的设计主题也呈现出了不同的表现形式。一般情况下,相应设计师普遍愿意通过空间的划分以及空间的装饰两种方式表现相应设计成品中的空间设计主题。空间一直以来都是室内公共空间设计工作开展过程中最为主要和关键的载体形式之一,对空间进行合理的划分也是相关设计师在室内公共空间设计工作开展过程中最为重要的工作环节。

在此基础上,通过运用不同材质以及外形存在方式的空间装饰,直接有效的营造相应空间的氛围,能够对更好的体现室内公共空间设计中的潜在内涵提供强有力的前提保障。色彩的搭配、灯光的调节以及建筑材料质地的选取等,都是需要设计师在表现室内公共空间设计主题时尤为关注的表现途径。

三、休闲娱乐空间中室内公共空间创意与手法的体现

(一) 室内公共空间中休闲娱乐空间的种类

在我国当今社会的发展进程之中,随着人们物质文明水平的不断提升,人们的精神文明追求水平也在不断提高。室内公共空间中的娱乐空间就是在这一社会发展背景下出现和产生的。一般情况下,当今社会发展进程之中的室内公共娱乐空间可以分为现代简约的娱乐空间。生活化的娱乐空间以及崇尚自然的娱乐空间等多种不同的类型,不同类型的娱乐空间在设计手法与设计理念上也各不相同。简约型的娱乐空间更多的引入现代化的设计元素,追求生态化的娱乐空间则更多的融入大量的自然元素,而生活化的娱乐空间则主要体现出温馨、舒适等多元化的设计主题。

(二) 休闲娱乐空间的地域与文化特色

休闲娱乐空间中设计创意与空间设计主题的内容以及表现形式,在一定程度上会受到所在地区文化以及风土人情的影响。不同地域的休闲娱乐空间所采用的设计创意以及表现手法的不同能够展现出当地特有的地域风情,能够为娱乐空间的设计添加与众不同的文化内涵。比如在北京旧城区的茶楼和茶馆,无论是室内大厅中的戏台搭建还是整体的建筑设计风格,都在一定程度

上体现出了老北京独有的地域风情,突出了设计师表现老北京文化的设计主题。



(三) 休闲娱乐空间中夸张设计创意的应用于表现

休闲娱乐空间中神秘空间的设计以及在神秘空间设计过程中夸张设计创意的应用和体现,一直以来都是休闲娱乐空间设计

工作开展过程中较为主要和关键的设计内容。对神秘感的追求是每个人固有的心理特征,这一心理特点在休闲娱乐空间的创意设计以及主题表现中也有显著的体现。相比其他功能和类型的娱乐空间区域,神秘空间更能吸引人们的注意。相关设计工作人员可以通过对色彩的搭配以及灯光效果的展现形式等方式,将神秘空间与众不同的夸张设计风格更好的表现出来。奇妙的构思方式、大胆新奇的创新理念,是对相应设计工作者最基本的素质要求。



四、结语

总而言之,创意是室内公共空间设计工作开展过程中必不可少的重要组成部分之一。创意水平的高低有时能够直接影响甚至决定相应室内空间设计成品的整体设计效果。只有相关设计工作人员真正认识到创意以及主题表现手法在室内公共空间设计过程中发挥的重要作用,才能树立更加科学的认知观念。只有设计师积极转变自身的创新理念,才能最终实现其设计成品社会价值的显著提升。

参考文献:

- [1]马皎.从消费文化到低碳经济——室内公共空间低碳设计的创意手法研究[J].美术大观, 2011(06): 95.
- [2]马仁锋,沈玉芳.中国创意产业区理论研究的进展与问题[J].世界地理研究, 2010(02): 91-101.
- [3]王伟,郑成芬.浅析户外广告在公共空间中的巧妙应用[J].设计, 2013(08): 100-101.
- [4]殷正洲.室内创意设计[M]. 化学工业出版社.2010
- [5]刘旭.图解室内设计思维[M]. 中国建筑工业出版社.2007
- [6]蒲海燕.浅谈绿色创意在建筑设计中的应用[J].门窗.2013(04)