

# 畫

## UT FRAME 外

月訊 No.004

指導單位 | 嘉義市政府  
嘉義市政府文化局  
發行單位 | 嘉義市立美術館  
地址 | 60081 嘉義市忠孝路275號  
電話 | (05)278-8225  
信箱 | art@ems.chiayi.gov.tw  
企劃製作 | 沃時文化有限公司  
美術設計 | 理式意象設計有限公司  
印刷 | 崎威彩藝有限公司  
出版日期 | 2020年4月

嘉義市立美術館  
CHIAYI ART MUSEUM

## 從視覺設計，回頭尋找 美術館的「嘉義」特色

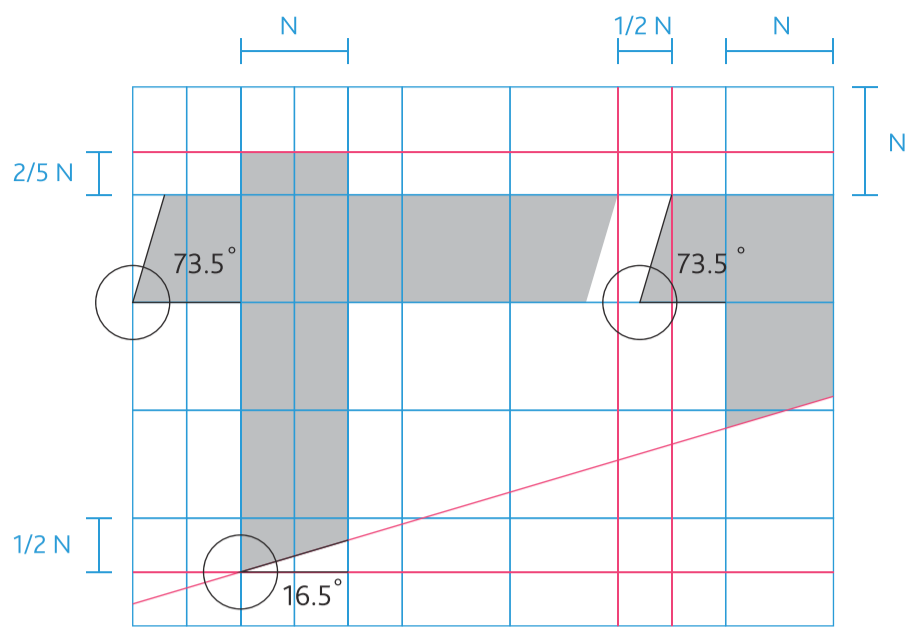
採訪 | 陳韋臻、林怡秀 · 撰文 | 陳韋臻

一棟美術館從無到有，視覺識別系統（VISUAL IDENTITY SYSTEM，簡稱VIS）的存在，究竟展示著什麼意涵，以及其中的衍生應用究竟從何展開？即將在2020年開館的嘉義市立美術館（以下簡稱嘉美館），從去年中迄今，與VIS設計團隊共同經驗了一遭「從何展開設計」之路。

### || 核心價值，誰來裁決？ ||

美術館籌備之時，館長賴依欣為嘉美館設定三大發展方向。首先，以早年嘉義畫都為基底，爬梳嘉義美術史；次者，從當代觀點回望、思考藝術相關議題；三，從在地出發，與臺灣其他甚至國際藝術領域建立對話與接軌。然而，身為一座新設的機構，若想透過視覺設計建立館舍品牌的辨識度，且與市民溝通美術館的定位，傳達館舍的願景與方向，其視覺語彙該如何從其核心價值進行建構，並且在美術館與大眾之間搭建有效的視覺溝通橋樑？

「我當時在思考，假設嘉美館要建構視覺辨識系統，除了我們所希望傳遞的核心價值，再交由設計師進行視覺化的轉化，我們也希望能雙向的理解，我們的觀眾或一起工作的夥伴，包括嘉美館館員、在地藝文人士等，如何想像這座美術館。」館長賴依欣說道。角白設計工作室的莊濟寰說，由於館方與設計之間已建立尊重彼此專業的合作關係，當館長提出舉辦在地工作坊、聆聽各界意見以逆反「由館內思考出發」設計邏輯的可能性時，設計團隊二話不說地允諾，並在2019年底協助策辦兩場館內外的活動。莊濟寰表示：「這是這個設計案最特別的地方。嘉美館是完全嶄新的機構，尤其當嘉美館是嘉義第一座公共美術館時，大家都對它充滿各種期待，甚至各種要求。這些期待遠遠超出我們最初對於『美術館』的傳統想像。」



### || 民眾參與，共創「不只 是美術館」的可能性 ||

去年11月18、19日，嘉美館與設計團隊共同舉辦兩場工作坊，分別為「內部館員共識工作坊」、「地方焦點藝文團體訪談」。首先，為了讓全體館員都能理解並進入VIS的想像與討論，設計師以專業講座說明VIS與品牌形象的關係和影響力，並分享國際美術館案例再進入分組討論。讓莊濟寰印象深刻的是，這場名為「內部館員共識」的工作坊，館員並不侷限於「美術館」典藏、展覽、教育的基本功能，他們同時也代表了嘉義一般市民，說出對於新興美術館的觀眾期許——與學校開放性的結合、家庭休閒功能、美術館夜間活動等。

另外，「地方焦點藝文團體訪談」則以議題討論為主幹，聽取當地文化團隊對文化發展及美術館功能的期待。館方邀請在地的年輕藝文團隊，正式溝通與理解彼此。田野學校、阮劇團、島呼冊店、嘉義文創園區、在地藝術家，紛紛藉此平台分享對美術館的期待：美術館能否「跨界」？流動型的實驗劇場如何進入美術館？怎麼策辦更親民、開放式的活動？對於一家老小的家庭市民，是否能提供舒服自在的藝文場所？孩童音量、活動量乃至於玩樂空間的突破性何在？在在都是溢出傳統「美術館」的功能職責。



▲ LOGO「+1」同時也隱約呼應了嘉美館的建築鳥瞰結構。



▲ 嘉美館 LOGO以「桃城」及「木都」的桃木雙色為標準色。

工作坊落幕，設計師深受感動，認為嘉美館開始擁有自己的個性了！做為其他城市的居民，莊濟寰難以想像，一座美術館在還未開館時，「就有很多人都想要來了。每個人都很想參與其中，想變成Part of it！」嘉美館的核心價值，在此浮現。如館長所言，嘉美館的展場與公共服務空間、展覽及藝術推廣的占比，相較其他美術館更需要著重在地社區服務，核心價值也是。嘉美館必須「不只是」美術館，另一方面，更是無論職業、年齡、族群，都想「參與」的美術館。美術館的存在意義，於焉誕生。

◀ 視覺標示系統委託設計「藝文焦點團體座談」。(嘉義市立美術館提供)



# 面向市民的嘉美館

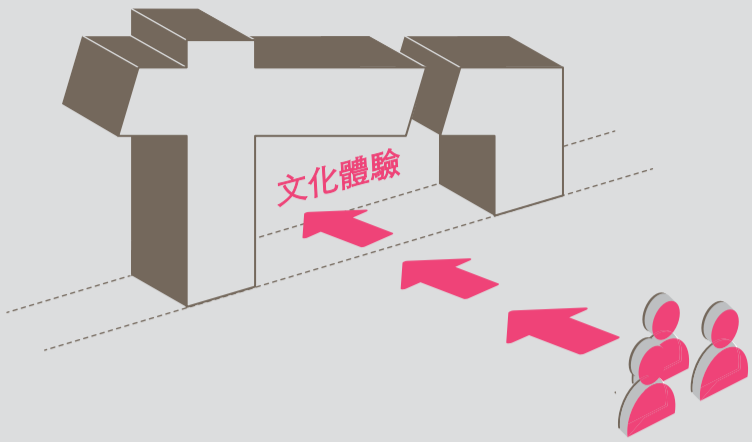
採訪——陳韋臻、林怡秀  
撰文——陳韋臻

## ——視覺識別系統的成形與「+1」

一座美術館的誕生，除了硬體空間與體制、展演內涵的規劃，視覺識別系統的建構，亦是賦予美術館生命的重要推手。其中，CIS (Corporate Identity System，企業識別系統) 和 VIS (Visual Identity System，視覺識別系統) 是最常被討論的兩個部分，而CIS除了VI (視覺識別)，還包含BI (行為識別) 和MI (理念識別)。當嘉義市立美術館即將面世，負責此次視覺識別系統設計的設計師莊濟寰說道：「當我們要為全新機構打造一套形象時，VI往往是最先行的，因為視覺體驗是民眾認識美術館的第一步，是故，將美術館的精神內涵視覺化有其優先性和必要性。」

### 「+1」標誌的當代性風格

嘉美館與設計團隊共同策辦了在地工作坊，從中確立VIS設計方向，莊濟寰也著手調整初版的LOGO設計，從回應建築體的直觀設計，轉向呈現「不只是美術館」及「全民參與」的價值觀。然而，如何從核心价值，凝聚出簡練的標誌、標準字，並確認整體視覺風格、色彩等，則是接下來的任務。



LOGO造型承載「文化之門」的意義。

「嘉美館不能只是美術館，觀眾也不僅是一般美術館服務的觀眾」——「+1」的概念，就這樣浮現在設計師腦中。莊濟寰先將「+1」化為符號，並進一步調整結構比例，呈現立體可視的「文化之門」。他描述，經過工作坊體悟到嘉美館不僅承載藝術專業責任，更是連結市民與文化的紐帶，因此，設計時將LOGO做為「文化之門」，以「入口」的概念讓市民透過美術館活動的參與，進入更廣義的文化體驗，一般美術館難以包攬的跨界、跨功能，都是嘉美館不可迴避之責，「美術館必須創造各種文化的可能性。」



嘉美館LOGO延伸應用設計示意圖。(角白設計提供)

在符號內涵確定後，接下來就是整體視覺風格的選擇，這是影響觀眾對於嘉美館形象建立的關鍵。莊濟寰說，LOGO的核心任務是在最短時間內傳達理念和建立印象，「像是極度濃縮的一個表情，短短三秒鐘內要講好一件事。」在傳統與當代風格的抉擇中，回應館長所說：以現在、當代串連歷史的觀照方式是美術館的發展方向。為了表達美術館的「當代」特質，LOGO以幾何矩形為基礎架構，並客製化無襯線 (Sans-serif) 的館名中英文標準字，將整體視覺推向更簡明有力的氛圍。



概念視覺化的過程中，嘉美館也考量市民的接納度、符號的可親近性。在幾款「+1」LOGO設計提案中，館員一致決議選擇易讀、方便民眾記憶，又留有聯想空間的版本。莊濟寰對此相當認同：「不能讓市民抗拒或覺得看不懂，LOGO造型一定要非常簡潔直接，連小孩看了都能馬上畫出來。沒有艱澀的符號學理論，就是+1，這就是嘉義。」令人驚喜的是，「+1」同時也隱約呼應了嘉美館的建築鳥瞰結構。

### VIS的延伸應用

VIS的功能之一是提供美術館日後延伸應用的依據，因為美術館的業務龐大，後續的應用製作不一定要由同一位設計師掌控，因此，統整並確立嘉美館的整體視覺形象，以及未來的使用需求，都必須未雨綢繆。無論美術館招牌，或是文宣品、票券、海報，甚至館內引導指示、網站設計，都是設計師的考量範疇。

要解決往後可能面臨的狀況，一本「視覺識別應用規範手冊」就成為必需。莊濟寰在色彩計畫上，呼應嘉義的



嘉美館LOGO延伸應用設計示意圖。(角白設計提供)



視覺標示系統委託設計「館員共識工作坊」。(嘉義市立美術館提供)

文化底蘊，以「桃城」的桃色及「木都」的木色做為兩大色系，並設定主色、輔色的露出比例，以因應未來美術館各種傳統或當代的展演活動需求。同時，定義出標誌和標準字等元素之間的組合形式、LOGO露出時周邊淨空的範圍，以及變形、扭曲、旋轉或組合原則等禁用規範，如此一來，在未來眾多美術館製作物設計需求下，仍能維持視覺識別的一致性。莊濟寰也預先針對行政事務用品、宣傳品、贈品進行範例設計，包含名片、信封、識別證、FB、IG圖示、托特包、徽章、T恤等，舉凡一間美術館想像範圍內可/需製作的物件，都一併規劃在內，以確認美術館視覺形象的統一及維繫。「當嘉美館面對的是一整個城市的人，大人、小孩、老人，就必須思考更多面向。設計會反應時代風格，但不能隨波逐流，否則易被時代所淘汰。因此，制定視覺系統就必須更精準。」

追根究柢，嘉美館與設計師之間，保有一貫的共識：為公立美術館「S」設計，是「公共性質」的服務案，設計師的喜好、館方的意志，不應凌駕在「公共服務」之上。而嘉美館的「+1」形象如何被傳遞與實踐，有待市民的共同參與。