

您现在的位置: > 简体版 > 设计视角 > 设计论文 > 工业设计 > 产品设计的形式审美特征及成因

所有文章快捷检索

产品设计的形式审美特征及成因

高级检索 提示: 关键词间使用空格

发布时间: 2005-12-29

> 设计在线专稿(赵建国)

[ 未经书面授权, 严禁转载任何内容! ]

页码: 1

--赵建国 (湖南科技大学 工业设计系, 湖南 湘潭, 411201)

摘要: 产品设计的形式具有使用功能和审美双重属性, 其形式审美功能显示出越来越重要的作用, 是产品的高品质性能的外在体现。文章对构成产品形式审美特征的技术因素(材料、结构、工艺等), 艺术因素(形式美法则)以及社会环境因素等进行了分析, 有助于在设计中提高对产品形式审美特征的把握。

关键词: 产品设计; 功能; 形式; 形式审美特征

美学家克莱夫·贝尔在他的著作《艺术》中指出: “一种艺术品的根本性质是有意味的形式”。它包括意味和形式两个方面: “意味”就是审美情感, “形式”就是构成作品的各种因素及其相互之间的一种关系[1]。一件作品通过点、线、面、色彩、肌理等基本构成元素组合而成的某种形式及形式关系, 激起人们的审美情感, 这种构成关系、这些具有审美情感的形式就称之为有意味的形式。现代产品设计是技术和艺术的有机结合, 要解决的本质问题就是将产品与人的关系形式化, 这种形式除了要满足消费者的使用需求外还要满足其审美的需求, 因此也是一种有意味的形式, 产品设计的形式研究不能脱离审美的范畴。就最后的设计成果而言, 在现代产品设计中美学的因素已成为考量其优劣程度的标准之一。意大利建筑家奈尔维(P. L. Nervi, 1891-1979)指出“一个技术上完善的作品, 有可能在艺术上效果甚差。但是无论是古代还是现代, 却没有一个从美学观点上公认的杰作而在技术上却不是一件优秀的作品。优良的技术对于优良的建筑来说, 虽不是充分的, 但却是必要的条件”。[2]优秀的产品设计, 技术与艺术的有机结合可以从他的审美效果上体现出来。随着社会的不断发展, 科学技术日新月异, 当技术相对于产品来说已经不成为主要问题的时候, 形式审美就显示出越来越重要的作用, 因此分析产品的形式审美特征对于现代产品设计具有积极的意义。

就纯粹的形式美而言, 可以不依赖于其他内容而存在, 它具有独立的意义, 德国哲学家康德称之为自由的美, 狄德罗则称之为绝对的美或独立的美, 在产品形式上表现为秩序、和谐等基本的形式美法则, 用以满足消费者的审美趣味; 当然, 产品设计的形式美不可能那么绝对自由, 确切地讲要受到材料、结构、工艺等技术上的制约, 因此也有人称之为羁绊美; 另外, 产品设计的形式还必须与使用功能、操作性能紧密地结合在一起, 是功能性与视觉形式的有机结合, 产品外在形式是内在功能的承载与表现, 体现出产品的高品质性能, 表现为功能美; 同时, 产品设计是在一定的社会环境下进行的并且是以满足社会需求为前提, 因此在一定程度上也是社会文化生活的综合体现。

### 一、 产品设计的形式是产品功能的外在表现, 其形式美受材料、结构、工艺等技术因素的制约

产品的外形既是外部构造的承担者, 同时又是内在功能的传达者, 而所有这些都通过一定的材料来表达, 不同的材料同时就具备不同的材质美感。《考工记》记载: “天有时, 地有气, 材有美, 工有巧, 合此四者, 然后可以为良”, 依靠材料的性能和特点来表现美的特征自古已有。从设计史上我们知道不同设计风格的演变往往与新材料的发展和应用是同步进行的, 不同性质的材料与它组成的不同结构的产品都会呈现出不同的视觉特征, 给人不同的视觉感受。现代工业产品的形式在很大程度上是依靠对材料的运用和加工来表现的。造型材料是形式表现的内容之一, 同时他又自身的特点, 不同的材料有不同的“品格”, 其本身就蕴藏着形式美的特征。现代设计中常见的有金属、塑料、陶瓷、玻璃、皮革、织物以及不断出现的新兴复合材料, 而其中的金属和塑料在产品中应用的最广泛。金属材料其光洁的表面、闪烁的金属光泽、干净整洁却显得冷漠的外观给人一种高科技感, 有时也会给人一种神秘、高贵感。塑料制品一般来讲可能让人感觉廉价、大众化。[3]这也许可以解释为什么很多塑料产品表面要喷涂成金属质感的原因。比如手机的金属外壳其实都是塑料制品。但是即使是塑料制品这种让人感觉廉价的材料通过技术手段也能显示高雅的质感, 苹果公司的IMAC电脑机箱的半透明塑料材质就迷倒全世界, 成为一种时尚。

各种材料都有其自身的结构美感要素, 产品结构的美感要素往往来源于对这些材料的合理加工使用。不同的材料适合于不同的加工工艺从而形成不同的结构形态。金属板材适合冲压加工, 但是冲

压加工使产品的成型结构又受到一定的限制, 20世纪初的流线型风格就是因为当时的冲压成型技术无法控制金属材料受压后的反弹而形成大弧面的流线型造型风格, 而随着冲压成型技术的进步, 金属能加工成平、薄、小弧面的结构形态, 显示出整洁、精致的风格。塑料由于其本身的可热融性而采用注塑成型, 特别是现在的CAD/CAM技术, 使塑料制品的结构、形式具有了更加丰富多样的选择, 能满足各种各样的审美需求。

设计源于“制器造物”的人类活动, 艺术起源于劳动, 实用重于审美。《易·系辞》说“备物致用, 立成器以为天下利” [4], 这是人类祖先朴素的器物思想。现代产品设计的目的也在于实用, 也就是说不管什么样的审美形式都不能脱离产品的使用功能, 产品设计的形式审美不是来源于对产品表面的纯粹装饰, 而是产品功能的外在表现, 产品功能的传达者。过分装饰的产品反而会使人无所适从。如20世纪30年代的机器美学风格在设计上鼓吹表现新技术, 罗维设计的收音机面板上布满各种旋钮、控制键和各种非常精确的显示仪表作为装饰, 却让使用者恐惧, 不知如何操作[5]。回顾历史, 从芝加哥学派的中坚人物路易斯·沙利文提出的“形式追随功能”到包豪斯的格罗皮乌斯提出“艺术与技术的统一”奠定了现代主义的设计思想到后现代主义的极简设计代表人物菲利普·斯塔克, 无论其设计的产品是以何种形式出现, 都是以满足其基本使用功能为前提。在历史的长河中我们也可看到真正能广为流传的好设计从来都是形式与功能的高度统一。

现代产品的设计是通过采用适当的材料, 运用合理的加工手段以恰当的内、外结构形式来传达产品的使用功能同时具备审美功能。

### 二、 产品设计是创造有意味的形式, 要符合形式美的基本法则

运用不同的材料、适当的结构关系、必要的生产工艺最终生产出具有目标功能的产品。而作为产品的终端用户即消费者所见到的只是产品的形态、色彩、肌理等外表, 即产品的外观形式。产品在满足所需功能要求的前提下, 形态是否具有意味是否符合消费审美成了能否打动消费者从而满足市场需求的关键。美感最初主要来源于人们在生活中对美的事物的体验, 长期以来人们通过不断的实践体验, 对自然中天然

特别推荐

相关旧文快速搜索

> 没有相关文章.

存在的一些事物美的因素的归纳与概括,形成了具有普遍意义的美学规则。产品设计中形式审美的掌握在很大程度上影响到产品造型的审美价值,产品的形式美在某种意义上成了产品设计中艺术造型的核心。既然美的形式法则是人们社会实践中总结出的普遍规律,而产品设计的目的是为满足大众消费需求的,因此必须遵循这些基本的形式美法则。概括起来主要有以下几方面内容:统一与变化,“统一”使人感觉单纯、整齐、利落,“变化”带来新奇和刺激,打破单调与乏味;对比与调和,“对比”强调了变化和个性,“调和”则强调了事物间的共同因素,在设计中要讲求同存异,没有对比没有变化就觉得呆板、不活跃,变化太多又会有凌乱之嫌;还有对称与均衡、节奏与韵律、呼应与重点、比例与尺度等等。产品形式美感的产生直接来源于构成形态的基本要素,即对点、线、面等形式及其所构成的形式关系的理解而产生的生理与心理反映,当色彩、形态、材质肌理等形式要素通过不同的点、线、面的组合符合形式规则时,使人产生了美的感觉。

设计产品不同于传统工艺制品,前苏联学者诺维科娃曾说:“手艺人使用的技术是极初步的,从本质上说,这种技艺是手控能力的完善和加强”[6]。产品设计是现代文明的标志,与人们日常生活息息相关,因此在运用形式美法则时,应该强调以充分发挥产品使用功能为前提,以创造功能与审美相统一的形式为原则。并且作为设计者还必须认识到,西方美学家阿恩海姆虽然发现了“心理-物理”场的规律,分析了“形式”与“心理”的同质异构关系,但是却忽视了“形式美”的社会和历史原因[7]。在产品设计中谈论纯粹的形式美是无意义的,产品设计的形式美必须与消费者与市场联系起来,要通过研究市场研究消费者将设计者的审美体验和消费者对美的需求结合起来,从而创造出符合需要的美的形式。而且形式美法则也并不是金科玉律,一成不变的,随着时代的进步,人们审美观念的更新,形式美法则也必然会发生变化。

### 三、产品设计的形式美要体现设计的人性化关怀,遵循可持续性发展等设计观

产品设计是一个时代文化发展的综合体现,产品设计的风格伴随着工业生产的时代文化背景以及设计师个人的才华与智慧,留下了时代信息、文化风貌、企业特征与个人情感的印迹。设计的本质是一种创新活动,创造思维讲究独创性,人们总是对新鲜、变化甚至陌生的东西有某种心理渴求。阿道夫·格勒提出:“审美疲劳”的解释:熟悉的东西比不熟悉的东西较少引起人们的注意,因而人们总是要求更强烈的刺激。[8]在当今社会,新奇的产品越来越受到人们的欢迎。在纯艺术中特别珍视哪种自由与个性的创造,但是作为产品设计是为社会消费主体服务的,而这种消费主体必然会形成某种特定的人文环境及社会风尚,反过来也就必然影响到产品的设计,尤其表现在产品的形式审美上,并且这种审美趣味又具有很强的变异性,随着时间的变化因特定的人文环境及社会风尚的变化而变化。正如包豪斯的格罗皮乌斯在《全面建筑观》中所阐述的:从历史的角度来看,美的观念随着思想和技术的进步而改变,谁要是以为自己发现了永恒的美,那么一定会陷入模仿和停滞不前[9]。产品相比于建筑更具灵活性,更易受到特定人文环境、社会风尚等的影响。流线型风格产生于二次世界大战之间美国人对设计的态度,即把产品的外观造型作为促进销售的重要手段。采用象征性的表现手法体现工业时代的精神,给20世纪30年代大萧条中的人民带来解脱和希望。产品风格的流行是通过日常消费的行为来完成的,大众文化的流行对消费观念起着主导作用。无论是产生于20世纪20年代的流线型风格、艺术装饰风格,20世纪60年代的POP风格、高技术风格,还是产生于20世纪80年代的简约主义风格、新锋锐风格,无不带着不同区域的消费观念和大众文化流行与发展的痕迹。正是世界各国文化融合的复杂性,促使了设计多元化的形成和发展,文化在设计风格和流派的形成和发展中起着举足轻重的作用。

产品设计发展到今天已不只是当初的“形式追随功能”的单纯的功能主义了。随着社会的进步,社会物质财富和精神财富日趋丰富,产品设计已演变为对生活方式的设计,在某种意义上讲设计已成为提高生活质量及生活品位的一门艺术。产品设计虽然以物质功能为表现前提,却也越来越关注人类精神的需求,并且随着这种对人类精神需求关注的深化,在产品设计上表现出一种人性化的关怀。这一方面是由于日常产品技术同质化的原由,使生产者转向于开拓产品对于消费者的新的精神方面的享受(精神的享受是无止进的,这方面也可以给生产者提供更广阔的市场空间),另一方面也是消费者在满足基本需求后的更高层次追求。比如运用人机工程学使产品更适于人的操作使用;追求产品的趣味性和娱乐性,满足现代人追求轻松、幽默、愉悦的心理需求;对残疾人设计领域的关注等等。形式美的内容已不止是一种表面的装饰,而是“以人为本”将功能与审美有机的结合,考虑到人的心理感受和生理舒适,反映出设计与实用、设计与情感、设计与舒适等的多方面的统一。

人们在注重产品的实用性及情感的享受的同时,不应忽视随着设计的过度商业化已引发生态环境的破坏以及资源、能源的过度消耗和浪费,并对地球的生态平衡造成了很大的损害。可持续性发展设计观就是倡导设计不只是屈从于商业目的,而应着眼于长远利益,考虑人与自然的生态平衡关系,在设计过程的每一步充分考虑到环境效益,减少对环境的破坏。在设计形式美上不过分强调外观形式上的标新立异、材料的堆砌及奢华的色彩,而将重点放在创新上,创造出既单纯简洁而又意味的形式,满足使用与审美的高度统一,符合可持续性发展的要求。

#### 参考文献:

- [1] [英]克莱夫·贝尔著,周金环、马钟元译.艺术[M].中国文联出版公司,1984.
- [2] 凌继尧,徐恒醇.艺术设计学[M].上海人民出版社,2001.
- [3] 吴翔.产品系统设计[M].中国轻工业出版社,2000.
- [4] 赵江洪.设计艺术的含义[M].湖南大学出版社,1999.
- [5] 何人可.工业设计史(修订版)[M].北京理工大学出版社,2000.
- [6] [俄]诺维科娃.劳动美学.引自陈望衡.艺术设计美学[M].武汉大学出版社,2000
- [7] 装帧艺术的形式美感[N].人民日报海外版,2004-05-21
- [8] 引自韩晨平.室内设计与社会风尚[J].装饰,2004.(3)
- [9] [英]弗兰克·惠特福德著,林鹤译.包豪斯[M].三联书店,2001.

#### 相关链接

» 没有相关链接.

页码: 1

责任编辑: dolcn

设计在线链接代码

@esignonline



 Designonline  
http://www.DOLCN.com

正式启用CNNIC官方中文域名  
设计在线.CN; 设计在线.CN; 设计在线.中国

© 1997-2005 DesignOnline

关于我们 | 豁免条例 | 广告赞助 | 网站地图 | 活动支持 | 友好同盟 | 返回首页