

产品的指示与识别设计

张 剑

产品的指示与识别设计是将产品的功能及特性准确合理地阐述的一种设计方式。为了准确而形象演绎指示与识别，产品自身形态的确立；使用方式与操作方法的选择；以及产品操作界面的设计，都是体现这一目的的重要方面与手段。

产品自身形态的确立是产品设计初期所要面临的问题，这种形态的确立包括造型样式，色彩方案，材质选用，表面肌理效果，以及设计的主导风格或流派。作为指示的组成部分，形态的确立所起的作用是主导性的，它可以确定一个产品的设计对象与使用层次。鲜艳的色彩，简洁稚嫩的体块造型，可爱的卡通形象，便于使用的操作方式，这种形体指示表明是为少儿设计的，在许多功能及特征一定的情况下，形态的不同，指示着不同的使用目的，使用群，及使用环境等。这种指示是无形的，是使用者在购买产品，使用产品过程及使用以后的感受中而产生的习惯性与特定的心理指示。这种心理指示实质则是产品设计的第二功能——精神功能（情感功能）的一种延伸与体现。至此，我们可以很清楚的看到，决定和影响产品的造型语言不只是产品的自身功能与特性，更为重要的是使用层对于产品功能外的心理感受与情感追求。这种设计与指示方式已在功能较单一，特征性不明显的家用产品中广泛地被采用。对于设计师而言，要准确把握产品使用层的普遍心理，并将其运用在具体的设计中，使产品具有一种指示特征，即产品的针对性。这种指示是以产品自身形态为语言体现的，因而极具醒目的特征。一种极具推广性的好的产品外形设计，要能体现出它的功能用途及特性。换句最为明了的话说：一种产品设计出来，至少它的外形能让人知道它的用途。在街上我们经常可以看到同样是摩托车的造型，有的制成打火机，有的制成收音机，从追求趣味方面而言这也许是一种尝试，但作为一种具有能够起到自身指示作用的产品形体设计，至少我们不能说它好，因为我们看见它第一眼的时候，的确不知道它是用来点烟、还是用来收听音乐节目。让使用者一眼便知产品的功能，用途与特性，这是作为产品外部造型指示的根本目的与设计方向，是附加于产品设计之上诸如风格、流派、主义等的先决要求与条件。

产品的使用与操作方式的设计能使产品在原有旧的使用方式方法上加以革新与改良，更突出，从而引起使用者的注意与兴趣。作为一种指示，它要求产品设计的过程中充分地把握人机工学的要求，以及使用者的使用心理。作为一种新的使用与操作方式，它应该在使用与操作产品时更加合理，而非是哗众取宠地卖弄。它应符合使用者的使用习惯与心理。对于旧的落后的生活方式，不合理的使用心态作一正确的引导与指示。任何一种新的产品或是使用操作方式的推出，它的作用只对于使用群的生活方式与普遍心理作一正确引导。作为产品设计师，我们不应夸大自己的社会使命。因此，没有哪一种产品能从本质方面去改变使用群体的心理与生活习惯，特有的操作心理已随着人机工学的合理方式早已根深蒂固于使用者内心，除非这种产品以一种强制性作为推广手段，但只要存在着合理的产品设计，消费者不再会对这种强制的改变产生丝毫兴趣。

产品使用与操作界面的指示与识别设计是具体使用过程中最为直接与现实的问题。科技的飞速发展，产品自身的功能愈来愈丰富，这就给使用者的操作带来许多不便。许许多多的按钮，各种各样的功能与指示，让人不知从何下手。对于设计师而言，首先应在产品界面的设计过程中要力求简洁清晰，要坚决地摒弃繁琐与无味地装饰（我们并不反对装饰，相反，装饰在某种程度上更能巧妙地解决操作界面的处理与分割）同时设计师要将繁杂的操作键及指示分区或分性质归类布置，这可以通过不同的形状、色彩、材质及指示线来加以区分说明。另一方面，在力求操作界面简洁化的同时，形象而生动地体现各部位的功能与操作。这要求每一个设计师都应具有立体形状的设计与组织能力，把握每一个具体功能所能运用的最为简洁与生动的立体造型的塑造。网状或条形的空槽，大多用于散热，通风或是发声；对于手握的部位可用防滑小球冠，或防滑突起，以及增加材质表面的粗糙程度等作指示；以及红色，绿色，黄色，蓝色按键代表的不同功能指示。所有的这些都无需用文字注解即生动形象地体现了操作的作用与功能，这种具有国际化通用的立体指示操作界面越来越多的被许多产品采用，并正成为当今产品界面设计的主导潮流。也许地球村的梦想会因地域，种族，文化等客观因素的限制难以实现，但并不妨碍产品操作界面的国际通用化的形成。一种以高科技为手段，国际化感知文化交流与沟通距离日益缩小为背景的产品界面指示通用化已悄然形成。

产品的指示与识别系统的设计要充分地为功能服务（物质功能，精神功能）。那种繁琐的装饰与贴涂只能起到产品的美化与修饰，有时甚至会产生不必要的视觉误导，要清楚地区分装饰与指示的界域，并在产品指示与识别的设计中成功并合理地进行必要的装饰。产品的指示与识别从产品形态上来讲是对于产品自身功能，情感，价值的演绎；从操作方式与手段上来看则是为其物质与精神功能服务的体现与阐述；操作界面的指示设计是功能的进一步完善和补充。这三方面的指示与识别不同程度地受到产品自身物质与精神功能以及使用群，环境等综合因素的限制与影响；但同时这种限制与影响则又是我们着手进行识别设计的初始点与目标之一。

最后我们所要说的是在所有的设计活动中，存在着一种源于每一件成功的产品设计中，基于每一种成功的创新过程中的指示，这种更深层次的指示是针对于整个使用群的精神面貌，生活方式与生存理念的正确引导。这种指示在每一次成功的设计活动中蓬勃发展着，并以一种极具时代性的抽象语言要求着每一位设计师，在这种指示与引导的要求声中，我们的设计活动将更趋完善、具体与进步。

2000 年于南京

发表于《美术与设计》2005年第2期