

产品形态设计主题探析

罗京

(四川工商学院, 成都 611745)

摘要: **目的** 对产品设计 with 产品形态的关系进行研究。**方法** 通过对产品“工具性”、“人性化”、“文化内涵”、“社会意义”的分析,立足于产品功能作为产品设计主导的因素,探析影响产品设计形态符号的因素。**结论** 产品不仅仅只是简单的审美对象,它与艺术品不同,消费者通常都将产品视为生活中的一种“美”的“工具”。产品不但具备良好的使用功能,还具备良好的视觉审美,产品设计是一个比较严谨的设计活动过程。产品设计必须考虑到产品的形态要符合产品的使用功能,产品的形态便是产品外观结构的反映。

关键词: 产品; 形态; 功能; 形式

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)02-0172-03

Theme of Product Form Design

LUO Jing

(Sichuan Technology and Business University, Chengdu 611745, China)

ABSTRACT: It aims to study the relationship between the product design and product form. Through the analysis of product "instrumental", "human nature", "culture connotation", "social significance", based on the product function as the dominant factor of product design, it analyzes the factors influencing product design form symbols. Product is more than just a simple aesthetic object, which is different from art. Consumers often regard product as the life of a "tool" of "beauty". Products not only have good use function, but also have good visual aesthetic. The product design process is a more rigorous design activities. Product design must consider the product form to qualify for the use of the product function, product form is the structure of the product appearance.

KEY WORDS: products; morphology; function; form

事物通过视觉的形态元素语言传递给人类最生动、直观的视觉感受信息。功能作为产品的载体,通过形态来诠释产品的功能。同时产品的形态还具备产品内涵意义的传达,它具有语言一样的功能,可以传递出各种信息,同使用者进行交流。产品设计本身有其语言系统,使用正确的设计语言,它就能够准确地表达设计的意图和设计含义,直接沟通了设计者与使用者的互通关系。产品设计思想媒介是设计的物化形态。这种形态的意义包含着一种设计思想,设计语言是表达它的工具,又是形态化的语言和符号化的语言^[1]。

1 产品设计“工具性”主题

产品设计最基础的原则就是产品的功能化,如果一个没有实际使用功能的产品出现在社会里,这个产品是不能被人类所接受的,因为产品最本质的属性就是功能,所以,人类初期称之为“工具”。人类可以通过这样的“工具”来锻炼自己的四肢和大脑,并锻炼了人类对自然环境的适应能力,这是人类在长期的生活、劳动实践中创造出来的“工具”,也是人类生活的重要手段。从原始社会到现代化的信息社会,“工具”是人类

收稿日期: 2015-09-14

作者简介: 罗京(1980—),男,四川人,硕士,四川工商学院讲师,主要研究方向为工业设计。

改变世界的重要手段。“工具”是通过功能来体现它在人类面前的地位和作用^[2]。“工具”功能运用的好坏直接影响到人类改变世界的进度和人类生活的质量。在产品设计中,“工具”的功能设计,也是产品设计的重要环节,它会影响产品形态的设计,因为功能要通过形态来实现功能的表现。技术的运用是工具功能的重要体现,技术的美感也是一种不同于其他美的审美。

1.1 产品设计形态符号表现工具的效能

形态符号可以直接由产品设计功能的结构构成。用户是看不见,也摸不着“工具”的功效的,但产品形态会通过视觉元素直观地告诉观者它的形象,观者通过形象了解到产品的功效,从而才能进一步了解、认识产品,以及如何使用该产品,所以,产品的功能可以直接引导产品的形态塑造^[3]。

产品的功能与产品的形态在某种意义上可以相互转换,在人类生活实践中,对产品的功能有了不同的追求,这样就会影响到产品功能,以及左右到由功能决定的产品形态。有很多物件和产品都能体现出功能和形态之间的转化,比如:建筑物、产品、工具、器物等。

1.2 产品设计形态符号对科技外在艺术性的表现

产品的功能是通过产品的形态来实现的,产品的形态要通过材料来形成的,形态的物质形成就必须通过一定的技术来支撑,所以,他们之间是相互联系、相互影响的,是密不可分的,从而形成了具有一定韵味的“技术美”。

1.3 产品设计功能表现内容

如一款商务手机设计,其使用者为男性成功人士,在造型方面采用弧度较大的曲面,体现出一种大气的视觉审美,在侧边的造型上,通过体量和长度的比例,体现出小巧感。

力量和力度能够给产品带来自身的性格和情感,这样的形式美感很巧妙地结合于产品的形式中,它有一种力的美感。比如,在一些汽车的设计中,车尾灯的设计给人具有活力的秩序感和跳动感,一些肯定的直线给人以力量感。在办公用座椅的设计中,刚直且具有节奏的折线,给人高效感;支撑的桌子腿给人承重向上感。

2 产品设计“人性化”主题

人性化设计能够很好地满足人类的物质需求和

精神需求,并且能够不断地发现人类的内在潜能。对人的关怀是人性化设计最为强调的一个理念,达到人的需求是人性化设计的最终目的。设计师在进行产品设计的时候,必须考虑到人的能动性、意识性、文化性以及情感性等重要影响人们心理感受的因素,这样才能充分体现人性化的关怀。

物本主义,人们把其作为人性化的相对思想。在20世纪初,有一种企业管理的方法为泰勒管理法,这种管理方法最能体现出物本主义的思想,在这个管理体制中,人被看成能够行走的机器。这种管理体制能够很好地管理好一个人的每一个行为动作,也能够规定好每一个动作的同时,尽最大程度地发挥人的极限,这样的管理体制就限制了人性的特点,忽略了人性化的存在^[4]。

产品设计是设计师将自己的思想和思维通过视觉元素阐述出来,这个过程就是物化的演变。在某一个层面来讲,产品设计能够不断地完善人类的物质生活;从另一个层面来讲,产品设计也能够达到人们精神需求的满足。在当今世界精神文化已经是人类生活中不可缺少的一部分,产品设计时必须体现出人类的精神需求,包括:人们的追求、尊重、地位、个性等^[5]。

3 产品设计“文化内涵”主题

文化作为产品设计的本质之一,有着不同于其他设计元素的运用,它体现了产品设计本身的内涵文化,是一个产品设计的灵魂。文化随着人类文明的不断进步而得到进一步的发展,它的进程为内在自然和外在自然的人化^[6]。产品设计是出在外在自然的人化过程的节点上,不断地推动着物质文化的发展。对文化的诠释与自然现象有着必然的联系,人类在长期的生活中,对自然界万物的利用,以及改造,而形成社会现象,这种社会现象就沉淀了社会文化形态,大致有4种形态,包括:智能文化、器物文化、制度文化、观念文化。智能文化就是人们不断地积累的现代知识;器物文化就是人们在生产生活劳动中,不断地制造出的物质成果;制度文化就是人们不断地改善和调节社会环境而形成的;观念文化就是人们在长期生活中形成的意识形态而体现出来的价值观^[7]。

物质文化与自然环境的关系可以用最为活跃、最为密切来形容,社会科学技术以及生产力的发展可以直接推动物质文化建设。在新的观念的引导下,当今新型的物质文化对原来的制度文化产生着巨大的影响,同时也突破了原来的约定俗成的观念^[8]。

4 产品设计“社会意义”主题

目前人类社会已经面临着人口、环境、资源三大主要问题,对人类社会的发展造成巨大的危害,环境因素也是当今社会面临最大的问题。人类社会天天所使用的工业产品以及人们所使用的日用产品都是由制造业通过对资源的转化而得到的,这已经成为人们财富产业的支柱,同时也给人们的生活环境造成了极大的污染。绿色设计,这种设计方法强调考虑产品的设计、生产、使用、回收的全部过程中,对环境带来的危害,产品设计到生产,以及产品的使用,还有使用后的回收的整个产品的生命周期阶段,各个环节,比如:材料的获取、产品的生产、销售前的运输、产品的使用都会涉及到对环境的负面影响^[9]。

产品生产完成后的产品包装,为产品的形象美观起到了一个补充作用,同时也对产品有了一定的保护作用,但包装量的增加同样会带来对环境的影响,因此,设计时就不得不降低包装量,以及包装的材料、工艺、回收等对环境带来的危害;模块化产品设计,就是在产品设计时充分考虑到复杂产品的分解,使其具备一定的组合成型、多功能的变化性,这样就能让产品根据不同的需求^[10],进行不同形式的组合而达到多种功能的运用,增加产品的使用价值;可回收、拆卸,通过重复利用提高原材料的使用效率,从而减轻工业生产对环境的负面影响。

5 结语

在对产品设计形态符号进行分析的过程中,应运用符合学来分析产品形态的优势。作为文化分析手段的符合学,让人们认识到了形态不断变化的背后所存在的共同模式。不仅存在产品形态与设计形式美法则的联系,而且与产品形态的象征意义有一定的联系,它起源于经验、系统、文化和关系。产品设计中,什么才是一个好的产品形态?首先,产品形态为形式规律的多样统一性服务,使其得到满足,具有一定的情感和性格的抽象的形式,具有独特的底蕴;其次,产品性质以及传播意义由产品形态来体现。经过这样的设计,使设计的产品与观者达到一定的统一,并得到对产品认同的最终目的的意义。一个比较好的产品设计必须满足功能的识别,从而传达出设计的统

一,即是形式与内容表达一致。

参考文献:

- [1] 卡尔·尤里奇.产品设计与开发[M].北京:机械工业出版社,2014.
- [2] 苏颜丽.产品形态设计教程[M].上海:上海科技出版社,2014.
- [3] 任新宇.论产品设计中形态信息的继承性表达[J].包装工程,2014,35(24):12.
- [4] 张雅丽.产品形态设计与消费者心理分析[J].科技致富向导,2014(15):149.
- [5] 于键昕.工程机械产品形态设计与语义传达研究[D].长沙:中南大学,2014.
- [6] 王文龙.融合符号学的产品形态创新设计方法应用研究[J].设计,2014(12):171—172.
- [7] 李平平.多方法集成创新在产品形态设计中的应用研究[J].现代制造工程,2014(1):33.
- [8] 王伟伟.基于形状文法的产品形态创新设计研究与实践[J].图学学报,2014(1):68—73.
- [9] 蔡狄坚.浅谈信息化影响下的产品形态语言与设计思考[J].艺术科技,2014(4):248.
- [10] 张祖耀.面向设计知识重用的产品形态分析[J].包装工程,2014,35(18):46.