

从北欧设计透视情感化设计在日用产品中的体现

刘 晴

(南昌大学, 南昌 330031)

摘要:以北欧设计制品柔和、简约、充满人情味为启示,分析了北欧设计中“浪漫与理性共生”的风格,阐述了其“为人着想”的设计目的。在此基础上,从视觉体现和日常生活的2个角度出发,论述了情感化设计在日用产品中的体现,进而提出只有将人们在日常生活中,已经遇到的和可能会遇到的细节都进行完整的分析,才能较好的在日用产品中实现情感化设计。

关键词: 北欧设计; 情感化; 日用产品

中图分类号: TB472 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2011)20-0094-04

Reflection of the Emotional Design in the Household Product from the Perspective of Nordic Design

LIU Qing

(Nanchang University, Nanchang 330031, China)

Abstract: Taking the Nordic design products with soft, simple and full of human design as inspiration, it analyzed the "romantic and rational symbiotic" style of Nordic design, and be considerate to provide the public popular beauty products as the basic purpose of their own design. On this basis, from two angles of visual expression and everyday life, it discussed the reflection of emotional design in the household product, then completely analyzed that people had encountered in their daily lives and experienced details to achieve better emotional design in the household product.

Key words: Nordic design; emotional; household product

日用产品的设计在现代工业设计中占有重要的地位,不同于其他产品的设计,日用产品是为了解决人们日常生活中遇到的问题而进行的设计。一直以来,人们都在风格、功能、定位等方面给予其诸多的关注。纵观当今中国的产品设计,人们每天接触到各式各样的科技高超、色彩炫目、个性张扬的各类商品,这些产品无不为生活带来便利与乐趣。然而,当物质条件积累到一定的程度后,人们在精神层面和生活的细节方面会提出越来越多的要求,日用产品的设计不仅要满足人的理性需求,更要满足人的情感需求。现代机械化生产带来的理性化、冷漠化设计面貌,误导了人们对现代设计的解读。如何减轻设计的严肃感,增加设计的情趣性、多样性,最终让人们找到享受设计、欣赏设计之感,注入情感关怀的设计是非常重要的。“情感化设计”是当今一种新的设计潮流,是现代社会出现的一种新的设计理念,反映了现代人的思想变化,进而影响到产品设计文化的价值取向^[1]。探讨情感化设计在日用

产品中的体现,具有一定的研究价值。

“北欧设计不仅具有合理的功能要求,更重要的是强调设计对人心灵的抚慰与寄托。与冰冷的机械功能主义和一味追求时尚的产品设计截然不同,北欧设计体现的是北欧人民对生活的热爱、对传统的眷顾和对人性的关爱^[2]”。20世纪50年代北欧设计以“浪漫与理性的共生”的设计风格名扬天下。笔者拟以这一风格为切入点,探讨设计在情感层面的反映特点及表现。

1 浪漫与理性的共生——北欧设计理念的经典体现

所有钟情于北欧设计制品的消费者,无不为其柔和、简约、充满人情味的设计所打动。“其设计产品洋溢着温馨浪漫的情调,又透露出深刻的理性,这一设计理念得到普遍的认同,北欧工业产品在世界市场上风靡一时,北欧设计遂被公认为是一种典范设计^[3]”。

收稿日期: 2011-05-06

作者简介: 刘晴(1976—),女,江西人,硕士,南昌大学讲师,主要从事装潢设计的教学与研究。

通过对北欧设计的深入分析发现,北欧设计主要是通过2个方面将这一理念被世界各地广泛认可。

1.1 注入情感的自然形态再设计

北欧设计师受启示于北欧大自然风貌,在设计中引入动物及植物的造型。同时,他们又不是将自然形态直接生硬的运用于设计中,而是对自然界中的形态进行注入情感的再设计。这种设计取之于自然,又高于自然。首先,他们善于将周遭特有的环境进行独到而细致的理解,不但满足人们眷顾自然、回归自然的心态,同时又为设计注入了永恒的情感之美。塔皮奥·维尔卡拉设计的木制品,见图1,1951年美国将其



图1 木制品

Fig. 1 Wooden product

木盘设计被誉为本年度“最美的物品”。这件作品在一定程度上迎合了北美人的“自然主义”情感需求,设计语言简洁、纯粹,含蓄而不张扬。造型与材质的完美结合,工艺与功能的巧妙呼应,将北欧生活的浪漫情调表现得淋漓精致。这种舒畅和缓接近自然的形态极好地解决了人为造型的情感缺乏。“情感作为人特有的复杂心理活动是艺术赖以产生的基础,艺术创作的本质是经由情感体验而来,再作为情感体验的对象传播出去,引起他人共鸣^[4]”。将情感融入自然形态的设计是北欧设计中浪漫特质的完美体现。北欧设计借助于诗意、浪漫的艺术形式,将“美的产品”去充实“日常生活”,同时又满足人们对自然、超越日常生活束缚的生产方式的憧憬。

1.2 “为人着想”的设计追求

“以人为本是当今社会进步的重要体现,人本关怀的出现使得设计光鲜亮丽,其功能性才是突出的标志^[5]”。北欧各国均实行民主制度,公民享有广泛的权利参与法律的制定和国家的管理。因此,在北欧设计中民主的理念是其主要特征之一,为公众提供大众化的美的产品是其设计的基本目的。这一目的充分展现其为普通人群设计,为大众日常生活服务,因此北

欧设计追求“为人着想”的设计。

1999年瑞典设计师组成“人机设计组”,专门为残障人士设计餐具及日常生活用品。他们认为:残障人士使用的产品不应区别于主流大众,而应有其独特的内涵与风格。他们与医生、理疗学家、残障人士通力合作,用心研究机器与使用者之间的关系。北欧设计中“为人着想”之设计追求,不仅面向的是普通大众,同时为残障人士提供优质、无声、细致的设计。柠檬萃取器见图2。人们在使用时,只要将萃



图2 柠檬萃取器

Fig.2 Lemon extractor

取器插入柠檬当中,用手挤压,就可以让柠檬汁顺着精心设计的角度流出。这样,既可以避免挤柠檬把手弄湿,又可省去切开的麻烦。

北欧设计师信奉以人为中心,关注人的情感,立足人类根本需求和利益,一方面将对生活的热爱、自然的亲近融合于设计中;另一方面又在人体工程学、环境心理学、生态理论等各方面取得很大成就,创造了科学、合理、舒适的优秀设计,将浪漫与理性共生于每一件作品中。

2 情感化设计在日用产品中的体现

“设计的本质是解决社会上多数人共同面临的问题,在问题解决过程——也是设计过程中产生的那种人类能够共同感受到的价值观或精神,以及由此引发的感动,这就是设计最有魅力的地方^[6]”。设计在生活中无处不在、无时不有。现代社会发展日新月异,在享受科技带来的便利同时,人类也承受着工作与生活的巨大压力。这些压力不仅体现在生理上,更多的还是来自于心理。越来越多的抑郁症患者似乎从一个侧面反映了当代社会人们的心态现状,而作为每天与人们息息相关的设计,关怀应不仅体现在生理层面,心理层面的关怀也正在逐步的影响着每一个人。这些设计在缓解心理负担、调节心情的同时,也在潜移默化地改变生活方式。

2.1 基于材质和形态的情感化设计

不同的质感肌理能给人不同的心理感受,如玻璃、

钢材可以表达产品的科技气息;木材、竹材可以表达自然、古朴、人情意味等。又如利用木、竹、藤、棉、麻等编制产生的产品,具有温和朴素的质感,用这些材料制造的产品就很自然,给人温暖柔和、真诚的亲近感。原研哉在给一家妇产医院设计标识系统时,其最大特征是标识本身都是用布做成。一般的标识都是采用金属、树脂、木材或玻璃制作,然而白色的纯棉布材质不但传达出不同于一般引导标识所具有的感觉,同时又满足了入院者“清洁”的情感诉求,不知不觉中传递出医院先进的技术和育婴理念。牛奶瓶灯见图3,把荷兰传统



图3 牛奶瓶灯

Fig.3 Milk bottle lamp

的12个牛奶瓶分3排4列(与牛奶箱放置的方式相同)用长长的电线吊挂起来,灯光透过玻璃牛奶瓶散发出来,给人以无限的情感记忆。该作品的经典之处即在于其突破了传统的灯具存在方式,在材料运用上契合了人们对荷兰牧场的记忆,同时,这些牛奶瓶是运用回收的奶瓶加工而成的,又满足了人们对环保的情感需求。通过2个例子的分析可以认为:当材质的物理特性和潜在的表现性因素被引发出某种意蕴时,它们会更贴切的与设计主题和内容融合成一体,从而使设计具有更生动、更强烈的艺术魅力。

形态是设计的表情因素,形态作为传递设计的第一要素,主要通过产品的尺度、形状、比例及层次关系对心理体验的影响,使人产生夸张、含蓄、趣味、愉悦、轻松、神秘等不同的心理情绪。北欧设计对欧洲功能主义最卓越的贡献在于后来被世人誉为的“诗意的功能主义”,不同于“形式服从功能”的原则。北欧的功能主义则更为突出体现富于变化的造型、综合的材料在设计中的作用,既符合功能要求又投合使用者心理的有机造型,使北欧设计具有亲切的意味。餐具见图4,独具特色,相同的手柄造型显示了系列设计的概念,运用了极其简练节制的弧度,刻画出勺、刀与叉的功能特征。貌似简单的设计包含了极尽心思与创造性的设



图4 餐具

Fig.4 Tableware

计,追求在精炼的形式上完全地实现其功能。它已是北欧设计的典范之作。形态在某种程度上是设计与受众之间沟通的最重要媒介,人们在看到它的第一眼时就开始与其进行对话了,也许是快乐的,也许是幽默的,也许是痛苦的。所有的一切尽在形态的表现之中,所以形态是最能引起人们情感共鸣的设计语言,亦是情感化设计的重要表现方面。

2.2 基于日常生活方式的情感化设计

北欧家居设计及制造商“宜家”被公认为是民主设计的典范。在宜家,消费者获得的是“体验式”的购物经历。没有销售人员的亦步亦趋,消费者可以尽情地挑选,试用琳琅满目的产品。产品上的标签会告诉人们如何购物,当然,如果需要帮助,卖场的销售人员会非常愿意效劳。长期以来宜家始终坚持为普通人的生活设计更加美观的产品这一宗旨。宜家的家居设计从色彩、用材、空间感等方面体现了自然的庄重与洁净。在北欧漫长而寒冷的暗夜里,这些轻松、明快的生活空间给人带来温暖的安全感。例如:芬兰设计师卡伊·弗兰克于1953年指导设计的日用陶瓷产品“Kulta”,对北欧人的日常生活具有极高的实用性,改变了芬兰家庭的餐桌面貌。设计中采用了系列配套的设计思路,并有多种釉色可供消费者选择,以满足迅速增长的城市中产阶级的要求和个人趣味。情感化设计在细节中得以体现:色彩协调被充分地考虑,易于相互间的配合,且不易磨损褪色;原木塞、藤编托架等材料制作的相关部件,使全套产品散发出北欧设计传统中注重运用自然材质的讯息;摞叠方便,碗盖采用了扣盖结构。作品普遍的适用性及艺术化所具有的内在美质,满足人们日常生活的真实需求。“因此观察北欧设计的现代化之路,可以发现他们的设计文化是建立在尊重民族生活习惯、民族审美特质和民族生存环境之上的^[7]”。

以奢侈材料堆砌的产品并不能称为非凡设计。生活当中,平凡、妥当和细微的设计最能契合民生之需求^[8]”。因此,情感化设计必须基于日常生活的点点滴滴,因为,“小”是一种更伟大的关怀。日常生活中的各种细节正是设计的灵感源泉,是产生“好设计”的来源。情感化设计是解决人们情感需求与心理感受的设计,只有将人们在日常生活中已经遇到的和可能会遇到的细节都进行完整的分析,才能较好地实现情感化设计。

3 结语

杭间说过:“在中国的现在或者未来,如果真能够出现一些称得上“杰出”的设计师,那必定不是制造和服务产业的发达造就,而是那些能够深刻理解设计的民主精神的人^[9]”。这句话凸显了情感化设计在设计中的重要性,北欧设计师早在20世纪初就认识到并努力的去实现。作为设计行业尚不发达,与欧美国家差距较大的中国,只有充分认识到设计不是某种体制的附属品,而是真正的为人民服务,为人着想的事业,才

能在设计征途中走出光明的前途。

参考文献:

- [1] 张焘.情感化设计给产品设计创新带来新的机遇[J].包装工程,2009,30(7):119—120.
- [2] 孙娜蒙,李雨红.谈北欧室内与家具设计理念同儒家思想的契合[J].艺术教育,2007(1).(余不详)
- [3] 易晓.北欧设计的风格与历程[M].武汉:武汉大学出版社,2005.
- [4] NORMAN Donald A.情感化设计[M].付秋芳,程进三,译.北京:电子工业出版社,2005.
- [5] 熊兴福,李姝瑶.感官代偿设计在产品中的应用[J].包装工程,2009,30(10):131—132.
- [6] 原研哉.设计中的设计[M].朱锷,译.济南:山东人民出版社,2006.
- [7] 王明治,袁平.比较北欧、日本工业设计构建中国现代设计美学[J].包装工程,2005,26(6):183—185.
- [8] 孟祥勇.设计关怀与民生消费[J].南京艺术学院学报(美术与设计版),2010(2):160—161.
- [9] 杭间.设计的民主精神[J].装饰,2010(7):13—16.

(上接第90页)

装设计实践中,认真履行社会责任,树立尊重生命、自然与传统的设计思维,倡导简约的设计风格、简朴的生活作风,坚持商业性与文化性、时代性与传统性并重的思想准则。

4 结语

中秋节及节日内涵是中华民族的宝贵文化遗产,坚持自觉保护、合理利用、创新发展的立场,养成自觉、自律、自信的民族文化意识是人们的责任。月饼包装设计是传播节日传统文化、民族艺术、时代需求与商业信息的载体。在新时期的节日商品生产、包装设计与市场消费等活动中,贯彻节能降耗与成本控制、适度包装与绿色消费、绿色设计与可持续发展相结合的原则;在改革开放与市场经济繁荣的大潮中,让民众的自觉意识与国家的法律制度为幸福生活、文化事业、商业经济、和谐社会等国家利益保驾护航。

参考文献:

- [1] 张世满,王守恩.中外民俗概要[M].天津:南开大学出版社,2005.
- [2] 严考亮.实用民俗礼仪百事通[M].上海:上海远东出版社,2006.
- [3] 柯鸿图.传统文化元素的现代设计运用[M].台北:世界文物出版社,1998.
- [4] 寻胜兰.源与流——传统文化与现代设计[M].南昌:江西美术出版社,2007.
- [5] 褚晓珂.台湾月饼包装中多元化设计风格研究[J].包装工程,2010,31(14):61.
- [6] 张天涛,刘媛.食品包装的安全与防伤害设计探析[J].包装工程,2010,31(16):115.
- [7] 张道一.设计艺术的历史使命[J].南京艺术学院学报,2010(1):50.
- [8] 张福昌.感悟设计[M].北京:中国青年出版社,2004.
- [9] 杨路,王安霞.对后金融危机时代解决过度包装的一点思考[J].包装工程,2011,32(2):88.