

探析当代“伪绿色”设计

贺雪梅, 刘 佳

(陕西科技大学, 西安 710021)

摘要: 对绿色设计发展进行了深入而全面地思考,以工业文明所带来的环境问题为启示,分析了绿色设计的成就,论述了绿色设计下存在的一些“伪绿色”设计。在此基础上,解析了当代绿色设计的发展,呼吁设计道德和责任。

关键词: 反思; 绿色; 伪绿色; 设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)12-0072-04

Analysis of the Contemporary "Fake Green" Design

HE Xue-mei, LIU Jia

(Shaanxi University of Science & Technology, Xi'an 710021, China)

Abstract: A sound and deeply consideration was put into the green design, setting the environment problems which were brought by industrial civilization as the revelation. In the meantime, it analyzed the recent achievement about green design and discussed some "fake green" design which emerged with the development of the green design. Besides, it interpreted about the development of the contemporary green design, and appealed for design morality and responsibility.

Key words: reflection; green; fake green; design

20世纪80年代末,绿色设计作为一股国际设计潮流出现,引导着人们对工业时代所引起的环境及人类生存问题进行反思,并呼吁设计师道德和责任心回归^[1]。随着环保观念增强,绿色设计渐渐走入主流设计领域,设计师们开始理性而深入地探索设计与人和生态的关系。绿色设计的出现无疑是设计发展史上的重大变革,它顺应了可持续发展的时代要求,也是未来产品设计的发展趋势^[2]。

1 绿色设计的成就与反思

绿色设计是新时代可持续发展的设计理念,它对人类社会传统生存观、价值观以及设计观念具有一定的冲击性,它要求人们重新思考经济、科技发展的目标,审视工业化社会与资源、环境间的关系。几十年来,人们对于绿色设计的探析既坚定又充满困惑,这些努力在取得巨大成就的同时,也存在一些亟待解决的问题。

1.1 绿色设计取得的成就

作为减缓资源消耗和降低生态环境污染的有效手段,绿色设计在全世界范围内得到积极地推动。各国政府推出了许多绿色设计相关的发展计划、法律法规,从不同的角度控制了设计产生的污染,促进了资源的循环利用,取得了可观的生态经济效益。从企业来看,越来越多的企业注意到产品绿色设计对于企业长久、可持续发展的重要作用。例如,用塑料制造的电脑机壳会对环境造成污染,IBM为了努力减少资源消耗以及生产消费全过程对环境的危害,其制造的中央处理器的塑料可以百分之百回收^[3]。很多企业不仅将“绿色”贯穿于整个资源配置、技术、生产这些产品的设计和制造方面,同样将绿色的思想拓展到了市场。绿色设计的发展引导了消费观念的转变,越来越多的消费者倾向于选择绿色产品、绿色食品,且注重可持续消费,追求健康、崇尚环保和节约资源。从长远的角度来看,绿色设计正在不断通过消费模式的转变来实现真正的可持续发展^[4]。

收稿日期: 2012-07-25

基金项目: 陕西科技大学自选项目资助(ZX11-42)

作者简介: 贺雪梅(1975—),女,陕西人,博士生,陕西科技大学副教授,主要研究方向为设计方法论及产品造型设计。

1.2 绿色设计下的“伪绿色”

绿色设计着眼于人与自然和谐发展的关系,作为可持续发展观念的延伸,它将环保、可持续的思想融入到设计、生产、物流等各个方面。它需要充分考虑有限的资源使用问题,要求在设计过程的每一个环节都充分考虑到环境效益,尽量将对环境的危害降到最低^[5]。然而,当下的一些设计背离绿色设计的核心理念和原则,将绿色设计形式化、概念化,这些肤浅、片面的设计形成的“伪绿色”,值得思考。

2 “伪绿色”设计探析

在当代,旨在保护环境、节约资源的绿色设计的发展过程中,出现了一些表面繁华虚伪的设计。撕开“环保”、“绿色”的外衣,人们看到的是虚假的、毫无诚意的设计。这样的谎言,使得人们对环保、绿色的追求不止徒劳甚至得不偿失。

2.1 “伪绿色”之“标签化”

近年来,人们对生态环保的关注度逐渐加大,但对于绿色设计的理解,很多人仍旧浅薄。消费者既无法识别真正环保的设计,又狂热地追求由企业、商家构建起来的价值观——“绿色”设计是安全、环保、高档的。在商业利益的驱使下,大量“伪绿色”设计迎合消费者的欲望和需求,打着绿色设计招牌,混淆绿色设计概念,成为了一种实现利益最大化的手段,一种标签,甚至于一种营销噱头。

“伪绿色”设计甚嚣尘上,其中最典型的莫过于建筑设计。当下,房地产建筑在国内如火如荼地进行着,在广告炒作、概念盛行的年代,“绿色设计”这顶帽子毫无疑问成了楼盘销售的有力助推剂。许多企业试图从纷杂的市场突围而出,因而,大量建设园林植被、采取自然的造型或建筑立面使用生态元素,这就成了“绿色”建筑。实际上,绿化和仿生不等同于绿色设计,那些矫揉造作、斥巨资建造的植物景观,与真实的绿色设计过程完全没有关系。

LV的东京环保旗舰店见图1,为了契合同时期推出的环保产品,其建筑立面的窗户采用了绿叶元素。由此不禁质疑,几片抽象的叶子造型就能让拥有复杂曲线的外立面以及繁复的电梯设计的建筑变得“绿色”?法国建筑师Arnaud Baril评论这座旗舰店设计:“当我们揭下环保的外皮,看到的并非绿色建筑设计



图1 日本LV旗舰店蓝图

Fig.1 Japan LV flagship's blueprint

的方法和节能的结构设计,而是迷宫般的流线和流线旁的植物布置^[6]。”

2.2 “伪绿色”之“贵族化”

“伪绿色”设计的另一个特点便是总与高科技、高成本分不开。设计师们倾尽一切手段高调环保、奢华环保。他们不怕成本过高,因为总有追逐潮流的“环保人士”竞相为此买单。

在外国,因生态领域的研究建树而闻名的设计师当中,有很多人是依靠高科技支持、巨额资金供应来完成绿色设计的。这些设计师不计资源消耗,只一心追求“绿色”的行为,堪称奢华的“绿色”主义^[7]。如喜好奢华的迪拜人消耗巨大财富和资源在沙漠中建立一座常年不化的“冰山”酒店,见图2,并号称其为“可



图2 迪拜“冰山”酒店效果图

Fig.2 Rendering of Iceberg hotel in Dubai

持续发展”建筑。这座“冰山”要想在夏季将近50℃的环境中屹立不倒,其能源消耗必将是“无底深渊”。因而,它被称为全球五大奢华“伪环保”建筑之一。

在国内,许多标榜高科技、现代化的“绿色”建筑设计打出了“智能”牌。许多设计忽略了降低消耗、少

用能源的根本途径,而采取复杂的电路设计、昂贵的装潢结构、高科技的操作模式,来满足“生态”的效果。这些“绿色”设计,就像是奢侈品,是贵族阶级的消遣娱乐。

2.3 “伪绿色”之“片面化”

绿色设计发展的几十年里,人们对于“生态”这一命题,从追求变成了坚定不移的信仰。

设计界认为绿色设计是为人类服务的,它有着高尚而伟大的情怀。这种高度一致的认知使得设计师们蜂拥而上,人人都希望紧跟主流的步调,为“公理”和“正义”奋不顾身。然而,绿色设计虽成为了至高无上的责任,但有一些设计只是为了绿色而“绿色”,没有真正致力于生态和谐,显得夸张而片面。大自然复杂的多样性被抹杀,取而代之的是标准化、千篇一律的颜色。

有些设计师,甚至将人类与生态对立开来。著名园林设计、规划师麦克哈格曾说:“不要和我们谈论你家的花园。不要问我们关于你那株该死的玫瑰花的任何问题。不要向我们咨询如何拯救你那株快要死掉的鬼树。这些皮毛小事无需向我们求教,我们要告诉你的是事关生存的问题^[8]。”他将所谓的“生存”与人和心灵完全割裂,将人类与自然、设计与生态推到了相互对立的角度的。

3 解析当代“绿色设计”发展

随着社会的发展,绿色设计方法将会被更加广泛地使用,绿色设计理念将会更加深入人心。作为与时俱进的设计思想,绿色设计不应仅仅停留在产品这一层面,还应考虑产品设计价值的延续性以及对生活方式的影响。

3.1 “绿色设计”与产品生命力

绿色设计应该是具有生命力的设计。这种“生命力”,是指消费者能够长久喜爱^[9],这是与有计划的商品废止制对立的观念。这样的设计,不只是将产品的某一方面融入“绿色”,也不是只从产品自身考虑环保的需求,而是站在消费者的角度,满足实用主义的同时,要求设计和品质做到经久不衰。

日本明治牛乳的纸盒设计,使用寿命长达7年之久。它避免了过度设计,采用简洁而经典的造型,为人们长久喜爱,为市场长久需求,称得上别具生命力

的设计。它不单将生态观念融合于包装设计,并且将“设计”这一工作变得“绿色”起来。

3.2 “绿色设计”与价值延续

绿色设计理念不应仅用于“制造”,而应当在设计之初就考虑产品的资源回收、可持续再利用的价值延续。

从四川长虹平板电视的包装来看,虽然目前家电产品的包装多是采用纸板等材料,污染小、环保性强,但大量的包装箱造成了回收成本的增加。因而,其对产品外包装的设计进行了新的思考和尝试,使外包装在完成运输流程之后可作为一个新的设计使用^[10]。这样的设计简洁且富有情感,使得产品包装物尽其用且充满人性和趣味,见图3。

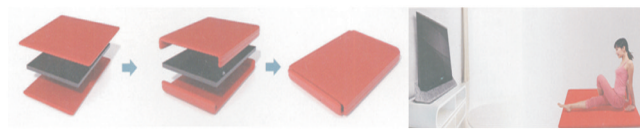


图3 长虹平板电视外包装可作为坐垫使用

Fig.3 The packaging of CHANGHONG flat TV which can use as a cushion

3.3 “绿色设计”与生活方式

客观来说,不给环境造成负担的设计实际上是不存在的。仅仅希望通过“绿色”设计来拯救失衡的自然生态这种愿望也是不现实的。设计既能满足人们的各种需求,又完全不会对环境造成伤害,这仅仅是空想^[11]。因此,只从产品层面看待绿色设计,是狭隘而片面的,绿色设计应当融入人类生活。

面对生态环保,首先要思考的不是如何做好设计,不能一面毫无节制的大肆破坏环境,一面渴望通过新的设计来弥补过失、改变现状。人们需要变革思想观念,将“绿色”变成一种生活理念。绿色设计需要考虑这个要点,通过设计引导人们形成健康、环保的生活方式。在设计“绿色”的同时,思想和行为“绿色”也相当重要。

4 结语

绿色设计不是一个狭隘的生态学命题。它是设计师的一种责任,是人们对于和谐生活的一种追求。对于当代绿色设计中那些腐朽的、虚伪的因素,人们

需要不断反思。未来的绿色设计应该摒弃做作、媚俗的形式,从设计的核心价值出发,提倡设计道德,呼吁责任回归^[12]。以有形的绿色设计引导无形的“绿色”观念,再通过观念革新,推动绿色设计的进步,从而寻找到未来绿色设计的发展之路。

参考文献:

- [1] 许彧青.绿色设计[M].北京:北京理工大学出版社,2007.
XU Yu-qing.Green Design[M].Beijing: Beijing Institute of Technology Press,2007.
- [2] 许世国,姚国栋,冯婷.工业产品设计中的绿色之道[J].包装工程,2010,31(12):136—138.
XU Shi-guo, YAO Guo-dong, FENG Ting.Green Design in the Industrial Product Design[J].Packaging Engineering, 2010,31(12):136—138.
- [3] 吴江,刘莹.产品绿色设计——企业可持续发展的新思路[J].企业经济,2008(11):72—74.
WU Jiang, LIU Ying.Product Green Design: New Ideas of Enterprise Sustainable Development[J].Enterprise Economy, 2008(11):72—74.
- [4] 陈羽.绿色设计对消费行为的引导[J].包装工程,2003,24(3):83—85.
CHEN Yu.Description of the Guiding of Green Design to Consumer Behavior[J].Packaging Engineering, 2003, 24(3): 83—85.
- [5] 刘志峰,刘光复.绿色设计[M].北京:机械工业出版社,2000.
LIU Zhi-feng, LIU Guang-fu.Green Design[M].Beijing: China Machine Press,2000.
- [6] BRILLIANCY S.奢侈品,请撕下昂贵的环保表皮[N].21世纪经济报道.(余不详)
BRILLIANCY S.Luxury, Please Tear off Your Expensive Environment-friendly Appearance[N].Financial Report of the 21st Century.
- [7] 孟彤.单一的绿色:生态设计与设计“生态”[J].中国园林,2010(9):47—49.
MENG Tong.Single Green, Eco Design and Designed Ecologies[J].Chinese Garden,2010(9):47—49.
- [8] 俞孔坚.生存的艺术[M].北京:中国建筑工业出版社,2006.
YU Kong-jian.The Art of Survival[M].Beijing: China Building Industry Press,2006.
- [9] 别样绿色——德国设计的逻辑性[J].设计家,2010(3):120—121.(余不详)
Design Logicality in Germany: Ecological, Green[J].Designer, 2010(3):120—121.
- [10] 叶根军,蔡年贵,郭焘,等.“平板电视绿色设计”项目纪实[J].生态经济,2011(2):196—199.
YE Gen-jun, CAI Nian-gui, GUO Tao, et al.Project Documentary: Green Design of Flat TV[J].Ecological Economy, 2011(2):196—199.
- [11] 顾群业,王拓.对设计“以人为本”和“绿色设计”两个观点的反思[J].设计艺术,2008(4):48—49.
GU Qun-ye, WANG Tuo.Rethink of the Design Concepts of "People First" and "Green Design"[J].Art and Design, 2008(4):48—49.
- [12] 陆志国.论工业设计的核心价值[J].包装工程,2011,32(16):112—114.
LU Zhi-guo.The Core Value of Industrial Design[J].Packaging Engineering,2011,32(16):112—114.