

隐喻设计理念在吸尘器形态设计中的应用研究

耿蕊

(苏州工艺美术职业技术学院, 苏州 215000)

摘要: **目的** 研究基于隐喻设计理念的吸尘器的形态设计。**方法** 在分析了尘桶吸尘器的结构和工作原理的基础上,通过设计调研定位了尘桶吸尘器形态的设计目标,选择意向源并提取了其相似性元素,将其运用到了尘桶吸尘器的形态设计中。**结论** 在产品造型、功能和色彩方面运用隐喻设计,可以使消费者从熟悉的喻体特征了解到产品本体相关的使用信息,唤起相似的感觉记忆,实现情感上的认同。研究尘桶吸尘器形态的隐喻设计可以为同类产品外观创新设计提供一个新思路。

关键词: 隐喻; 产品形态设计; 尘桶吸尘器

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2014)20-0038-04

Application of Metaphor Concept in Vacuum Cleaner Chape Design

GENG Rui

(Suzhou Art & Design Technology Institute, Suzhou 215000, China)

ABSTRACT: **Objective** Study on vacuum cleaner form design based on the concept of metaphor. **Methods** Based on the analysis of the vacuum cleaners construction and working principle, positioning objective of the vacuum cleaner shape design through market research, selecting the source to extract its similarity elements for the application in vacuum cleaner shape design. **Conclusion** The use of metaphor in product form, function and color, can make consumers understand the metaphor features familiar to use information products related to ontology; Metaphor design of vacuum cleaner form may provide a new train of thought for the appearance of similar products design.

KEY WORDS: metaphor; product shape design; dust barrel vacuum cleaner

产品形态是传达产品信息的首要因素,是设计师用来向用户传达设计思想和理念的重要手段^[1]。随着科技的进步和经济的发展,产品设计发生了巨大的变化,人们对产品的要求不再只停留在简单的实用性上面,而是要以人为本,满足人们的情感和文化等多方面的体验需求^[2]。隐喻作为一种重要的设计手法,运用到产品形态设计中能够通过转义的方式传达产品的信息,表达产品的情感,提升产品的内涵。这里以吸尘器设计为例,运用隐喻的设计手法进行尘桶吸尘器形态

设计,为产品形态设计实践提供一定的参考作用。

1 隐喻设计概述

“隐喻”一词源于希腊语“metaphora”,主要指一种修辞手法。隐喻是指借助一个领域的概念去理解另一个领域的概念,形成新的认知结构。由此,隐喻不仅仅是语言现象,更重要的是一种设计创意和设计思维现象^[3]。隐喻设计由设计的本体、喻体和比喻词组

收稿日期: 2014-05-18

作者简介: 耿蕊(1981—),女,江苏徐州人,硕士,苏州工艺美术职业技术学院讲师,主要从事电器产品设计研究。

成。本体指的是被比喻的事物,也就是产品本身;喻体指的是用作比喻的事物,指传达某种含义的其他事物形象;比喻词就是连接本体和喻体的关联方式^[4]。

产品形态设计是产品设计的重要组成部分,也是工业设计的主要任务之一^[5]。形态包括两层含义——“形”和“态”。形是指产品的外在形式,态是指产品的精神态势。在产品形态隐喻设计中,把产品的本体形态用另一种语意相似的喻体形态表达,产品实质意义并没有改变。产品形态中隐喻设计可以有效地传递产品的形与态,具体体现在揭示产品功能、提示产品操作、增添产品情感魅力和表现文化传统这4个方面。设计师可以利用隐喻设计方法表达设计意图,增加产品的文化内涵,消费者可以从熟悉的喻体特征上了解到产品本体相关的使用信息,唤起相似的感觉记忆,实现情感上的认同。

2 尘桶吸尘器的结构和工作原理分析

尘桶吸尘器是卧式吸尘器的一种,主要的工作原理是利用空气在集尘桶内旋转从而形成的高速离心力来分离尘气。尘桶吸尘器由动力部分、过滤系统、功能性部分、保护措施和其他的附件这5个系统组成。具体部件包括透明尘桶、尘桶释放钮、软管接口、滤芯、后轮、出风口、电源开关、调速开关、卷线开关和地刷等,尘桶吸尘器结构分析见图1。

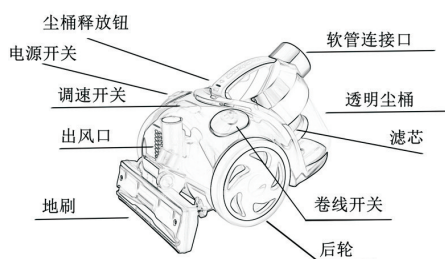


图1 尘桶吸尘器结构分析

Fig.1 Barrels of dust vacuum cleaner construction analysis diagram

3 基于隐喻的尘桶吸尘器造型设计

隐喻表面上是迅速地、直觉地完成的,但是在它的后面却隐藏着使用者的生活经验和视觉体会^[6]。应用隐喻的设计方法来设计尘桶吸尘器的造型时,首先要

确定尘桶吸尘器的功能属性和精神属性,接下来要选择相似的意象源,然后提取意象源的典型特征,最后把这些特征转移到尘桶吸尘器的造型当中。以一款北美洲的尘桶吸尘器设计为例,探讨隐喻设计在这款产品造型中的应用,具体流程包括:(1)确定设计目标;(2)隐喻意象源的确定;(3)对意向源的特征提炼;(4)将抽象的意象特征转换到设计对象;(5)反馈验证。

3.1 确定设计目标

产品形态设计建立在对产品语意的目标设定上,在做尘桶吸尘器形态设计之前先进行相关的设计调研,从而确定产品造型设计目标。调研包括3个方面,首先是产品的目标消费群体的需求,经过相关的研究,明确了北美洲的消费者喜欢扎实耐用、性价比高的产品;其次是委托设计的客户方对产品的设计要求,通过沟通了解到委托设计的客户希望此款产品能够体现高端大气、高性能的感觉;最后就是定位这款产品的生产成本,与客户商讨之后确定做一款成本不高、性价比高的产品。综合以上设计的考量因素,最终定下来的设计目标是一款扎实耐用,造型大气,有科技感,成本不算高的产品。

3.2 隐喻意向源的确定

确定隐喻的意向源也就是确定喻体,这要综合考虑社会观念、用户的文化背景和认知能力等,意向源可以从自然物、人工物、历史物和抽象物中选取。意象源的选取要找到与要表达产品的相似性特征,并且该特征是为人们所熟知并且能够感知到的^[7]。根据确定的尘桶吸尘器设计目标,结合北美客户的文化背景和认知方面的因素,进行头脑风暴,见图2,再通过联想、推理和类比等方法列出了多个适合表达本体形态的意向源。

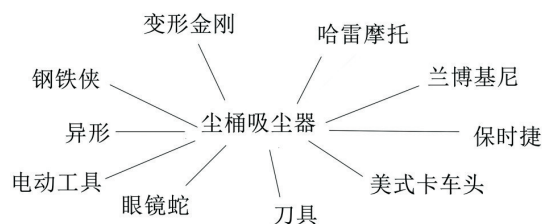


图2 头脑风暴

Fig.2 Brainstorm diagram

在众多的意向源中,考虑到喻体与本体的相似度,造型的表现力,造型语言提取的难易程度,同时考虑到与市场上其他同类产品造型的差异性,决定选用具有管状元素的哈雷摩托作为喻体的最终形态。哈雷摩托是美国常见的交通工具,其造型体现了手工打造的完美机械感,性能卓越,扎实耐用,与尘桶吸尘器造型的语意具有高度的相似性。

3.3 对意向源的特征提炼

对作为喻体的哈雷摩托的形态进行详细的特征分析,提炼出哈雷摩托整体和细节的特征,见图3,确定最能体现本体设计目标的表达要素,主要包括形态、材质、色彩等。哈雷摩托整体造型给人充满了动感的感觉;细节上的典型特征元素是其排气管的圆管状造型和发动机上面的条纹状排列造型;材质上突出高反光的金属质感,色彩上多见金属银色与其他颜色对比使用。哈雷摩托造型特征分析见图3。



图3 哈雷摩托造型特征分析

Fig.3 Analysis of characteristics of Harley motorcycle

3.4 将抽象的意象特征转移到设计对象

抽象出来的意象特征运用简化、重组和夸张等方法进行概括,结合尘桶吸尘器的结构和功能特点后运用到其造型设计当中。构建产品最基本的要素包括产品的造型、功能、色彩和材质,这些视觉元素也是传达产品的隐喻语言。

3.4.1 造型的隐喻

将哈雷摩托的排气管、发动机的造型进行抽象表达,应用到尘桶吸尘器的造型设计中,做到取其“形”,延其“意”,传其“神”。尘桶吸尘器设计的整体造型见图4。尘桶桶盖的设计提取了哈雷摩托排气管的造型元素,表面的凸起采用管状元素旋转而成,形成强烈的

外骨骼效果。机身侧面的主体造型也是模仿哈雷摩托的圆管状排气管,两个管状造型上下并置,形成了侧面的主体形态。管状形态从进风口到后轮由细到粗的变化,与哈雷摩托的侧面造型具有高度的相似性。侧面出风口的造型借鉴了哈雷摩托发动机上面的条纹元素,重复排列而成,条纹状镂空设计既符合吸尘器出风的需要,又丰富了产品侧面的造型细节。

3.4.2 功能的隐喻

高科技产品的功能日趋复杂,操作界面常使人眼花缭乱,现代的产品设计应该把复杂的产品操作变得更为简洁明了,操作界面的视觉形式及其外在形态以语意的方式加以形象象征化,可暗示操作^[8]。产品功能的隐喻基于本体和喻体在产品功能层面上具有的相似性,哈雷摩托的排气管具有向后喷气的功能,而吸尘器的电源线也是向后拉出的,因而把尘桶吸尘器卷线口设计成哈雷摩托排气管出口的造型,这不仅从形式上,更是从功能层面上都具有了高度的一致性。此处的隐喻设计给吸尘器使用者带来了熟悉的体验效果,更容易辨别这一部分的操作方式。

3.4.3 材质色彩的隐喻

色彩具有在第一时间让人心动力量,在一瞬间就能感染人。在如今感性消费、体验式消费的时代,色彩并不是商品的点缀,它同时可以为商品带去不同的符号、文化等内涵^[9]。哈雷摩托以裸露闪亮的铬和钢为典型特征,配以黑色、蓝色、红色等色彩体现出一种男性化的、绚丽的、坚固扎实的内在感受。尘桶吸尘器设计应用了哈雷摩托的配色方案,将紫色(R:68;G:0;B:98)、蓝色(R:0;G:104;B:183)、黑色(R:0;G:0;B:0)等色彩与金属银色(R:160;G:160;B:160)相结合,产生了系列色彩方案,供消费者在购买时选择,见图5。

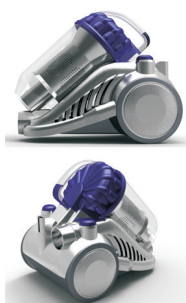


图4 整体造型

Fig.4 Overall shape



图5 色彩方案

Fig.5 Color designing scheme

3.5 反馈验证

方案制作完成后进行市场调查,倾听调查对象的反馈意见,询问他们看到方案后的想象和联想。调查的结果表明这款造型的接受程度较高,调查对象基本上都认为这款产品结实耐用,结构精密,有科技感,大气上档次。这些反馈意见与当初的设计目标基本一致,证明此款设计圆满完成。最后确定了尘桶吸尘器整机的尺寸为:长350 mm,宽250 mm,高300 mm。同时考虑到人机工学的合理性,尘桶拎手空间的尺寸确保做到长100 mm以上,高30 mm以上。

4 结语

隐喻是将陌生或待解释的事物引入到某种熟悉的事物中去的一个过程,通过隐喻可以让使用者想起曾经有过的经验并以此唤起更多的相似记忆和情感^[10]。隐喻设计理念运用到产品设计中具有重要的意义,人们在选购产品的时候,可以通过解读产品的造型,唤起曾经的相似记忆,体会到产品背后代表的意义和情感,实现精神上的满足。

参考文献:

- [1] 林昇.德日产品形态比较研究[D].济南:山东大学,2006.
LIN Sheng.Germany and Japanese Product Forms Comparison Study[D].Jinan:Shandong University,2006.
- [2] 张琳.基于隐喻的产品形态设计研究[D].哈尔滨:哈尔滨工程大学,2010.
ZHANG Lin.The Reserch of Product from Design Based on Metaphor[D].Harbin:Harbin Engineering University,2010.
- [3] 余从刚,赵江洪.一种基于隐喻思维的产品设计创意方法[J].包装工程,2013,34(12):68—71.
YU Cong-gang, ZHAO Jiang-hong.A Creative Method of Product Design Based on Metaphor Thinking[J].Packaging Engineering,2013,34(12):68—71.
- [4] 杨华芸,刘轲.隐喻在灯具设计中的研究[J].大众文艺,2011(18):52.
YANG Hua-yun, LIU Ke.Metaphor Study in Design of Lamps and Lanterns[J].Dazhong Wenyi,2011(18):52.
- [5] 贺莲花.线元素在产品中的应用[J].包装工程,2012,33(18):92—95.
HE Lian-hua.Application of Line Elements in Products Form Design[J].Packaging Engineering,2012,33(18):92—95.
- [6] 姚江,封冰.对用户界面设计中隐喻的研究[J].包装工程,2012,33(20):83—97.
YAO Jiang, FENG Bing.The Research on Metaphor in the User Interface Design[J].Packaging Engineering,2012,33(20):83—97.
- [7] 赵艳梅.基于用户认知心理的隐喻设计方法应用研究[J].艺术与设计,2009(3):172—174.
ZHAO Yan-mei.The Research of Metaphor Method Application Based on Psychological Perception of Users[J].Art and Design,2009(3):172—174.
- [8] 李方.立象求意——产品设计中的隐喻特征剖析[J].艺术与设计,2007(10):139—141.
LI Fang.Implication by the Representation——Analyze Metaphorical Character in Product Design[J].Art and Design,2007(10):139—141.
- [9] 王效杰.工业设计趋势与策略[M].北京:中国轻工业出版社,2009.
WANG Xiao-jie.Industry Design:Trend and Strategy[M].Beijing:China Light Industry Press,2009.
- [10] 关荣芝.隐喻方法在产品中的运用研究[D].长沙:湖南大学,2004.
GUAN Rong-zhi.Metaphor Methods in the Study of the Application of Product Design[D].Changsha:Hunan University,2004.