

略论工业设计的美学特征

虞海良

(造型系)

工业设计,作为一门新的产品设计学,世界工业设计学会联合会在1980年第十一届年会上确立了以下定义:“就批量生产的工业产品而言,凭藉训练、技术知识、经验以及视觉感受而赋予材料、结构、形态、色彩、表面加工以及装饰以新的品质和资格,叫做工业设计。”显然,这是在一定的经验基础及先进的生产方式、生产水平下形成的一门学科,对于旧的概念与含义,诸如称之为工艺美术,装潢设计、造型设计、工业美术、工商美术等,无疑是一种否定,而赋予了新的概念与内容。在国外,自二次产业革命后,德国的“包豪斯”教学体系的形成与崛起,事实上开创了这一门学科。当然,国内的工业设计队伍与教学体系尚处在形成阶段。目前,重要的一点,就是必须使各有关学科对“工业设计”有一个明确的认识,引起足够的重视。现代的“工业设计”不仅仅是目前所谓“工业美术”对产品外部形式的设计,而是将涉及到产品的全体,贯穿到生产的全过程,它不仅是依附于已定的内在结构的外表装饰,而是参与产品内外全体的设计,以适时、恰当的外在形式对产品的本质力量作最后的肯定,成为产品最终的存在方式。这包括生活实用产品及用于再生产的产品(如机器、工具等)的设计。

“工业设计”将越来越广泛、普遍地涉及到社会生活的各个方面,负有对社会物质生活再创造、再组织的重要使命,需要依靠社会、生产体系的力量来完成,需要各学科知识的综合。作为工科院校中的这一专业,就具备了这一优势。本文将从美学角度概略阐述“工业设计”的一些基本问题,以引起其它学科的关注。

首先就工业设计或目前工业美术设计来看,这种创造性劳动是否是一种艺术实践?是否属于艺术范畴呢?当然,历来的观念是这样认识的,近来也有“艺术加技术”一类的提法。诚然,工业设计必需应用美术中某一部分的基本技巧、手段、借助某种艺术形式,但这一切都是由设计的目的性所决定的,而更多地只是在应用审美经验,研究审美心理、审美观念及抽象形式。艺术作品创造的是精神世界,工业设计只是极大地丰富物质世界,满足人们不断增长的物质需求。艺术作品必须体现情感与一定的思想性。而产品设计主要是从属于它的目的性与功利性。工业设计的产品是通过现代技术、材料与生产方式批量生产的,整个过程决不是依靠个人的力量所能完成的。这完全不同于艺术创造的个体创作或“自我表现”。工业设计必须有多种学科(实际上几乎涉及工业系统所有学科)的协作。如设计一件玩具,就必须涉及物理、工艺、材料、机械、电子、数学、力学、人体工学、视觉与触觉心理及色彩学等学

社会科学等多学科的综合应用,而其产品主要体现为一种使用价值,而不是艺术作品的观赏价值。因此,没有理由可以说工业设计的产品即是一种艺术,其设计过程决不等于艺术实践,而更多的是一种理智的、冷静的审美经验的再现。这些经过设计的产品构成社会生活美,但又不是生活美的直接,当然也不属于艺术美或自然美,这种符合于人类生活的目的性理想性与审美潮流而又显示出现代科学技术、加工工艺、材料特征的展示出时代性的美,应当称之为“设计美”。“设计美”是人类精神与物质需求、精神与物质创造的高度的结晶,既是理性的再现,又是感性的接受,既是一种定型的产品,又是不断变换而展示时代特色的审美形态。称之为“设计美”,虽不见诸于黑格尔以至近代美学家的论著,但必须充分认识到“设计美”的客观存在与独立性,再也不能用艺术美的标准来衡量工业设计,而必须将它作为一个新的领域来开拓、探索。

工业设计首先是为人而设计的,根本的目的是人类生活的理想化,使物质生活(当然也包括精神生活)极大丰富与充实。工业产品的设计与生产,就是马克思指出的“物化劳动”是“人化”的过程,也就是设计的全过程。使无生命的产品能与人的情感相融洽一致,感到是“应当如此生活”(车尔尼雪夫斯基)中的组成部分,那么,设计首先就要赋予产品形式以现代人的情感、情趣及现代生活的情调,使产品形式与人的心理、生理节奏、生活节律同构对应,相互合拍,使产品创造生活气氛,构成生活气息。而事实上“人所创造的一切东西,每一物件中,都包含着他的灵魂。”(高尔基),工业设计应当倾注人所独具的本质力量,使产品生活情调化,体现一种与人们生活情趣、习俗、追求相一致的形式,给生活带来一种具体可感的、向上的、创造性的气氛,使人们感到一种和谐的、恬适的、充实的感觉,从而也就产生美感。这种美感恰如鲍桑葵(英国美学家)所认为的“平易的美”,而不是某些艺术所展示的“艰难的美”,是“雅俗共赏”,具有广泛民众性的,一般人均能感受到的美,这是工业设计总的基调,正如车尔尼雪夫斯基所说:“任何东西,凡是独自表现生活或使人忆起生活的,那就是美的”。工业设计的宗旨,是要给人类社会创造一个“美奐美轮”的物质世界,导致人们向上的情绪。综上所述,最根本一点就是工业设计是从“人”出发的,不能忽略“人”这一主体,这是一个重要的美学问题。

艺术美的创造主要是靠形象,但作为设计美的体现,则主要是依靠“抽象形式”的组合。“一切艺术倾向于音乐”,谢林把建筑称之为“凝固的音乐”,而工业设计正是具体地显示出这种美感,有类似音乐以“表情”为主的抽象表现的特点。虽然作为产品设计不乏再现或摹拟生活中某一具体形象的例子,也有不少成功的作品,但肯定这种手法不是主要倾向,只能是一小支流,聊备一格而已。因为具象的形式只能给人带来单纯的直感与肤浅的生活联想,而“抽象形式”不仅能很好创造生活情调与气息,而且能唤起人们深层的、广泛的美感经验与心理联想,因此,“抽象形式”也更耐人寻味。另外,“抽象形式”能更迅速正确地传递信息,如厂矿中大型仪表有合乎科学的设计,那么无论从色彩到造型,都能使人感受舒适、谐调,使人反应敏捷、操作便利、避免差错、提高工效。典型例子如传递各种信息的路标设计。因此,“抽象形式”是工业设计的主要手段,是设计美的普遍形式。

“抽象形式”除了要研究其科学性(例如涉及物理性与效应心理的色彩学、人体工学等)之外,主要体现为形式美。形式美被康德称之为自由美”,认为是那种为自身而存在的,不以对象的概念为前提的、纯粹的美。工业设计如忽略形式美,将否定其全部。形式美对于工业设

乐、绘画、诗歌,或如书法中,确可很大程度地摆脱内容的束缚,更多地在形式上有所追求。而工业设计必须建立在社会需求与产品功能的基础上,受到生产可能如工艺、材料等的约束,是限止中的自由,约束中的发挥,但这也构成了产品的特征。因此,这种形式美的应用却有似于康德所说的“依存美”。黑格尔将“抽象形式”的美归结为:“整齐一律,平衡对称”

“符合规律”“和谐”三条,而后总结的形式法则诸如变化统一、条理反复、均齐平衡、对称呼应,对比调和、比例权衡、节奏韵律等对工业设计均有指导意义,但归根到底只是一条即宇宙的根本规律——对立统一,其余均是这条原则的派生与体现方式。工业设计形式美所能传递给人的美感,主要是外部结构、质地上自然赋予人的无声的节奏与韵律感,设计上如节奏与韵律感能与时代的节奏、人们的生活节奏及内在韵律异质同构引起共鸣,那么,设计就成功了,也就把握了设计美的真谛。可见,工业设计是必须在审美理想与审美经验指导下的一项实践行动。

工业设计的材料美占有一个很显著的地位,这里包含了材料本身,以及材料自然具备的和通过加工工艺(如机械加工、化学作用、材料等表面处理)而产生的特殊的肌理效果。不把握这一方面的知识,就难以进行设计。材料美也包括了技术美,机械美等,这方面正日益受到重视。作为艺术形态的材料,往往有其固定不变与相对稳定的一面,如中国画之于笔、墨、宣纸等,但目前也注意到材料的变革与材料本身质地所显示的美,不过局限甚大。工业设计是建立在现代科技与生产水平上的,科技飞速的进步带来了不断创制的新材料,每一种新材料就带来一种新的款式,新材料的应用不仅降低产品成本,改进功能,同时必然带来一种新颖的美感。再就目前常用的中介物质材料来看,也充分利用本身存在的、加工产生的、各种表面处理获得的、及有意识制作和偶然截获的各种肌理感、质感,构成了材料的质的美。总之,工业设计产品所独具的美感,显示着这一时代的科技水平与生产水平。随着社会的进步这一特殊性将愈益显著。

工业设计涉及的面十分广泛,人类越是趋向高度文明,对产品形式与质要求越高。大量的生活实用品或特殊对象的实用品,以及再生产的仪表工具,宇宙空间如卫星、飞船、以至口红、发夹、卷笔刀,凡人类通过工业生产的产品都可以是工业设计涉及的范畴。这里就有一个与社会和生活环境相关的问题,是美化还是污染环境,既有精神方面也有物质方面的问题(例如包装过剩会造成严重的环境污染),就美学角度而言,有设计如何创造社会主义现代化气息,构成人类社会合理的、科学的、理想的环境问题。设计会影响人们的情绪与生活行动。设计不应迎合某些低调需求,设计应当启迪、引导人们的审美观念,应当为中华民族的物质文明与精神文明起积极的作用。因此,诸如流行色的研究,服装款式的预测,大量的信息工作、市场调查,消费心理学的研究,都是进行工业设计十分必要的课目,而最终都是对审美观念与审美心理的研究,是一个美学问题。缺乏这些研究,设计就缺乏指南,就不可能对社会起积极向上的作用,不可能为创造一个崭新的社会环境作出贡献。

随着社会的进步,生产高速发展与消费水平的提高,产品更新换代的频率也在加快。社会生活的无限丰富性决定了人们生活需求与审美观念的多样性。工业设计的一个重要使命就是要赶上时代的需求,适应日益增长的不同层次不同角度不同爱好的需求。新颖,永远展示出工业设计的生命力。那么,是否还需要民族风格、民族形式呢?这也是理所应当的。但工业设计首先应当建立在社会的进步性与生活的合理性上,近代国外建筑就有这方面明确的共同趋向。民族风格也不是一个一成不变的概念,但工业设计主要还是由实用性与时时代性规范

其形式的。体现民族风格应当具体产品具体对待，不能片面地不根据内容不恰当地求民族风格，更不能仅是局部的截取某些纹样与手法，甚至把糟粕当精华，关键是如何把民族独具的气质、精神情操、气魂体现出来，逐渐形成具有中国气质、特色的工业设计，这是需不断加以探索的美学课题。