

工业产品设计与民族元素的碰撞

林玮琪

广东省机械技师学院

[摘要]工业产品设计与民族元素的碰撞实例屡见不鲜,其中不乏优秀的设计影响着一代又一代的工业产品。当然,这样的“碰撞”并不只是考虑融合,而是在融合的基础上实现了质的飞跃,也就是说,现代工业产品设计与民族元素的融合已经成了发展主要趋势。18世纪60年代,英国发生了第一次工业革命,这次工业革命以纺织工业的机械化为开端,走进了现代化生产的新纪元。到今天,人们的生活水平提高了,工业产品设计美学受到了广泛的关注,协调产品优势展现美学也已经成了工业设计的发展主要趋势。

[关键词]工业产品;民族元素;碰撞与融合

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.10.845

引言

在世界工业产品设计中,每个国家的工业产品都彰显着民族特色与独特魅力。以美国工业引领的粗犷和狂野是独属于美国人民的热情;以法国工业引领的柔和与协调是独属于法国人民的浪漫主义。而在我国工业产品设计中,急需融入中国民族元素进行再创造与再设计。鲁迅先生曾说:只有民族的,才是世界的,这句话也是在说只有被大众认可且具有一定历史意义、民族精神的东西才能够广泛传播。那么,中国现代工业产品设计中就必须融入属于我们的民族元素,使附有中国民族元素的现代工业产品在世界舞台上闪光。

一、工业产品设计的特性

(一) 功能性

工业产品的设计是为其功能服务的,不论是体现了怎样的工业美学,它们都不能缺乏功能性和实用性。一般来说,“功能性”又被称为“功能主义”,其讲究的是理性、简约的设计,也就是要用最直观的设计表现最实用的功能。19世纪,一位来自美国的设计师路易斯·沙利文提出了“形式追随功能”的说法,即自然界中的一切东西都具有一种形状。这一学说开辟了现代工业产品设计的新纪元,也让外在形式成了工业产品的一种功能体现,而这样的工业美学正是兼顾美观性与实用性的。自古以来,诞生于人们欲望之下的产品源源不断、层出不穷,使得现代产品、商品与人们之间的交流越来越密切,这也意味着部分现代工业产品的设计师也能够结合“人”的主观感受设计产品,使得功能性逐渐融入产品的形式与外观中。

(二) 艺术性

工业革命前,生产力水平还远远达不到机械化量产的标准,那时的许多商品都为人工所制,因此也有许多产品是稀缺的奢侈品。工业革命后,机械化生产大大提升了生产力水平,也使得人们更加关注工业产品的艺术性了。直至现代,人们关注的焦点再一次转移,逐渐从产品本体过渡到了产品的包装、包装艺术性等等。克莱夫·贝尔曾经提出,艺术是“有意味的形式”,产品设计以形态为载体,也可以理解为“有意味的形式”。也就是说,产品的艺术性不是凭空产生的,其既满足了产品的性能需求,也满足了人们的审美需求。这样的设计美学不正是现代设计者所追随的焦点吗?产品的形式具有艺术表达、艺术价值,这是一件可喜的事,但正因如此,现代工业产品设计者切不可天马行空、胡乱编造,而是应当基于艺术传承、艺术发展来推陈出新,争取让现代工业产品设计闪耀民族文化的光芒。

(三) 创新性

设计本身兼具创新性,任何产品在大获成功,都离不开推陈出新,这既是对旧产品的完善,也是启航新产品的开拓与创新。目前,创新性早已成为了现代工业产品设计的标

志,任何一个产品的系统、模式、形式都没有固定的套路,相关设计者可以进行“任意设计”。但是,这里的“任意设计”并不是字面意思,其表达的是在现实基础上任意设计,它与现代工业产品设计的艺术性相同,既不是凭空产生的,也并没有固定套路和模板限制。在能源逐渐减少的今天,许多现代工业产品设计者基于现实条件提出了“可持续设计”,更有以色列设计师根据人体工学对旧浴缸进行改造,制作出了符合人体舒适度的椅子,充分利用对产品的想象创造出了一种新的产品。这是一种现代工业产品设计的新方向,但与创新相关的产品设计方向还有许多,更有待现代工业产品设计者的挖掘和探索。

二、工业产品设计与民族元素的碰撞

(一) 西方设计者眼中的中国民族元素

目前,仍然有许多西方设计师对“中国民族元素”存在误解,他们或许会认为京剧脸谱、青花瓷、兵马俑、刺绣、生肖等是中国民族元素,但实际上,这些具象化的事物仅仅是中国民族元素的代表,其并不意味着全部和整体,也就是说中国民族元素远不止于此。由于设计者的意识形态中隐含了优先现代设计的思想和大众审美的错误导向,使得西方设计者对中国产品设计的解读出现了误差,至此,“中国符号”诞生了,广为流传的“球鞋文化”恰恰证实了这一点。当这样的中国民族元素被传播媒体以符号的形象输出时,其对于人民群众的审美又产生了错误引导,使得“中国符号”成了部分人眼中的“中国民族元素”或“中国风设计”。

对于中国消费者来说,融入“中国符号”设计和生产的产品在一定程度上引领了消费,消费者不论是否能够接受其好坏、美丑、理念与形式等,都会“无脑”下单和消费。究其根本是因为这样的中国符号具有一定伪装性与欺骗性,它扭曲了大众审美,更限制了现代工业产品设计的创新与发展。如,在鼠标设计中融入“生肖”的概念,仅从其外观和表现来看,这一设计并没有多大作用,更达不到传神的效果。也就是说,并不是所有中国民族元素都能够融入现代工业产品设计中,能够传承中国民族文化的设计一定是具有历史、科学、艺术价值与魅力的,而绝不仅仅是模仿外观与外形。这也启发现代工业产品设计者应当切实考量具象化元素的直接运用是否恰当,似乎对中国民族元素的剖析、拆解、改造、融合等才是符合现代化设计发展趋势的新潮流。

(二) 中西文化融合下的中国民族元素

中西文化融合背景下,中国传统美学在现代工业产品设计上的体现发生了巨大变化。时代文化是基于生产方式的变革、工业产品的创新生成的,它能够客观反映出某一时期、某一地区的科技水平以及人文观念。也就是说,现代工业产品设计中的元素极具现代化科技水平、人文观念,它也与中西文化、世界文化的融合息息相关。中国时代文化具有鲜明的民族特色,

但同时也融入了现代化的生产方式与先进思想，我们在讲究人与自然、动物和谐相处的同时，也将目光聚焦到了科技力量与先进思想上，而这也正是中国民族元素的价值与魅力所在。

在全球文化共享的今天，我们足不出户也能够知晓天下事，而中国民族元素也早已融入西方艺术设计中。汉斯·瓦格纳是丹麦著名的家具设计师，其设计中很少出现生硬、转折的线条，给人一种由内而外散发的亲近感。1944-1945年间，他研究了中国明式坐具设计的精华之后，便融合现代技术设计出了“中国椅”，使得现代简约风与中国风再一次发生了碰撞与融合。现代工业产品设计中，中西方文化的融合变得越来越重要，鲁迅先生的“只有民族的，才是世界的”也对中国工业产品设计师的思维模式起到了启发作用。中国工业产品设计师应当让西方文化为中国民族文化赋能，焕发出中国制造新的活力和生机，真正将东方的含蓄之美、平衡之美融入现代工业产品设计中。

三、工业产品设计与民族元素的融合

（一）挖掘现代工业产品设计中的中国民族元素

挖掘现代工业产品设计中的中国民族元素还应当追溯到清朝时期，那时的中国古老文明极具东方神秘色彩，也令许多西方设计者着迷，但闭关锁国使得我国最终走向了衰败。直至现代，西方设计者也未曾停止过探索中国民族元素的角度，其从具象化元素的直接运用过程中一路走来，似乎还未找到中国民族元素与现代工业产品设计的融合之道。实际上，每个国家都有独特的历史与文化，挖掘现代工业产品设计中的中国民族元素还应当从心出发，去探索中国古老的文明之源、去体味中国民族文化的价值与魅力所在。

以“车”为例，其是中国古代器具设计的一种。古人说：“盖夏初奚仲作车，或尚以人挽之；至相土作乘马，王亥作服牛，而车之用益广”。在当时的生产力水平下，车的功能与动力远远算不上先进，但确实能够满足人们的乘坐、出行需求，也多用在战争、运输等方面。现代汽车的设计思路与之不谋而合，汽车能够满足现代人的出行需求，甚至因此研发出了多种车型。与此同时，现代汽车更符合现代化的审美，其流线型的设计、悦耳的轰鸣声无一不彰显着人与现代化机械的互动，而这也正是中国民族艺术设计深度与广度的外在表现。

对中国民族元素的挖掘是中国民族元素产品发展的必然需求，我国设计师应当在推陈出新的过程中深入挖掘中国民族元素的艺术构成形式，探究当下我国文化的外在体现，尽可能在工业产品设计中融入新理念与新技术，构建出一套符合中国民族元素产品的理论模式。与此同时，诸多设计者如何达到统一标准、诸多具象化元素如何“聚其神”等都是需要进一步探索与实践的，中国民族元素产品的发展也将寄希望于我们民族的天文、地理、历史、文化、思想、艺术等不断融合与创新。总之，中国民族元素值得现代工业产品设计师挖掘和探索，它是中国民族元素产品发展的未来，更是中国民族文化走向现代化的实现路径。

（二）借助工业产品中的民族元素弘扬中国文化

借助工业产品中的民族元素弘扬中国文化至关重要，想要实现这一目标更需要构建一个理论框架，逐层建立中国民族元素的理论体系。第一，要强调中国民族元素的整体性研究与运用，尽可能避免与“中国符号”类似的创新设计。现代工业产品设计师应当聚焦中国民族元素整体与各分支的联系上，而不是单纯的具象化符号上。第二，要细化探究中国民族元素的内涵，而不是仅仅停留在表层与浅层次。中国民族元素中包含

历史文化、民族气节等，它们之间存在必要联系，更可以通过视觉语言设计来集中体现。第三，中国民族元素要想在世界舞台上闪光，还应当主动与现代工业产品设计元素相融合，实际运用中考虑环境因素、大众审美，以此为导向进行现代化创造和制造。第四，现代工业产品设计中融入中国民族元素并不是照搬，而是需要对元素进行分析、拆解、改造、整合，使其与产品的功能性、艺术性、创新性相结合，真正体现出产品的独特功能和艺术特征。这样的融合才是成功的，才是具有现代化创造、制造意义的，也更能够达到弘扬中国文化的效果。

以“北京奥运会祥云火炬”为例，这一形象依旧让中国人民难忘。当年，奥组委曾收到来自各个部门的388个竞标方案，最终以优秀传统文化渗透的祥云脱颖而出，一举点燃了奥运之火。北京奥运会火炬设计将祥云作为主图案，还体现了传统文化中的书卷形象，由祥云昭示吉祥如意，由书卷代表浓厚的中国韵味，这两种意境相互融合、相互促进，表达出了独属于中国人民的厚重与朴实。这是现代工业产品与中国文化的碰撞与融合，更实现了中国民族元素中的历史、文化、艺术、人文的交融。总之，北京奥运会祥云火炬这一设计充分体现了中国文化，并受到了广泛设计者、人民群众的认可，这值得更多现代工业产品设计者的借鉴和参考。

（三）工业产品设计中继承中国民族元素的策略

清朝末期，虎门销烟的政治家林则徐自家府前提出对联，“海纳百川，有容乃大；壁立千仞，无欲则刚”。他的意思是大海可以容纳百川汇流，高山也不会因为琐事困扰，大海有包罗万象之力，高山屹立于群山之巅，而中国民族元素也应当与大海和高山一样，在现代化生产与制造中传承、创新，既不失对过去“精华”的继承，又不乏基于发展的展望和创新。现代工业产品设计中的中国民族元素继承至关重要，中国铁路之父詹天佑曾说：“各出所学，各尽所知，使国家富强不受外侮，足以自立于地球之上”；中国工程热物理学家吴仲华曾说：“中国人搞出的理论，首先要为中国人服务”。由此可见，中国民族元素的传承应当建立在进步和发展的基础上，既然现代工业产品设计需要继承中国民族元素，何不给予其精神力量和先进技术上的支持呢？

结束语

总而言之，工业产品设计与民族元素的融合不是一蹴而就的，它需要现代工业产品设计师不断推陈出新，同时也有待一线生产线的检验与测试，这是一个需要长期积累的过程。不可否认的是，现代工业产品设计兼具功能性、艺术性、创新性良好特性，已经在过去的历史舞台上取得了瞩目的成就，但想要真正带领工业产品设计走向现代化，我们的设计者仍然需要在现有的设计基础上融合民族元素、中国元素。

参考文献：

- [1]金银燕.《以“工业产品设计与创客实践”竞赛为平台，促进<机械制图>教学质量提高”研究方案[C]//2020年“区域优质教育资源的整合研究”研讨会论文集,2020:1433-1437.
- [2]杨伯军,赵凡,温迎强,苏明岳.基于PSS理念与技术进化理论的工业产品包装设计研究[J].包装工程,2021,42(10):213-222.
- [3]吴卓斌.探析现代工业产品设计中民族元素的合理融入[J].西部皮革,2017,39(12):112.
- [4]徐芮.贵州民间吉祥纹样在工业产品中的应用[D].贵州师范大学,2014.