

# 从时间角度对设计美的分类研究

文/张 黔

**摘要:**从时间角度来看,设计美可分为古典、新奇和动感等类型。古典之美强调的是回到古代的经典样式或重现古代设计的精神,新奇强调的是超越时代的限制从未来获得灵感,这两者都体现出对当前的常见生活形态的一种否定,都有自觉的时间跨越性与对日常平均状态的超越性。而动感则更多地是直面当代的日常生活体验,是对此时此刻的人生的正面肯定,它源于机械之美,最终又超越了机械之美,而成为人之美的外在显现。

**关键词:**设计美;时间;分类

对于设计美类型的研究,前人已有一些论述,李乐山先生曾对常见的现代审美观念进行了分析,这些观念包括体量感、厚重感、张力感、动感、金属感、机器感、几何感、科技感等,这其实就是一种设计美的分类方法。<sup>[1]</sup>祁嘉华先生则将设计美分为线性之美、力量之美和含蓄(中和)之美三种。<sup>[2]</sup>笔者也曾对设计美进行过分类,将其分为大气、精巧、谐趣、动感、华丽和从众等六种类型。<sup>[3]</sup>经过进一步的研究,并在前辈学者陈汗青教授的启发下,笔者对设计美的类型有了新的理解。设计美可以从天、地、人等不同角度对其进行分类,从时间(天)角度,设计美可分为古典、新奇和动感等类型;从空间(地)角度,设计美可以分为大气、小巧、中和等类型;<sup>[4]</sup>从人自身这一角度,设计美可以分为理趣、诙谐、华丽等类型。这种分类方法可能比已有的分类法更为全面地揭示了设计美的类型,对其深化是笔者近期研究的一个方向。本文试图从时间角度对设计美进行分析,以帮助读者进一步理解设计美的多元性。

## 1 古典

古典是与时间维度有关的设计美形态,它是指对象以对古代某类设计作品的形式特征或更深层的内在精神的传达且以和谐为其内在诉求的审美形态。

从对象形态上看,古典可看作中和与时间维度结合的产物,因此中和所具有的“不大不小”的特征也正是古典的特征。同时,与小巧、华丽等不同的是,古典是一种比较低调的美,它不仅在体量上不张扬,在视觉效果上也是低调平和的。

从内容上看,古典之美往往与主体对历史的传承有着内在的自觉有关,是人的历史感在设计审美领域的体现,它突出体现古已有之的设计形式和内在意义在当代生活中的传承与应用,体现出一种对过去事物的留恋之情。主体(无论是设计实践主体还是欣赏主体)都是有历史感的人,但是并非所有主体都会自觉到对自己所在民族、地区的历史及历史中的事物进行传承,古典之美则体现出一种对历史的自觉,同时它也能帮助那些暂时失去历史感的人重新找回历史感,因而它具有积极的社会历史

意义。但是古典也可能导致一个迷恋过去、执迷于怀旧状态的消极作用,一个过于痴迷于古典之美的人,可能会失去对当下的关注,甚至将古典当作否定当下的标准,而无视历史发展的方向,如英国工艺美术运动的先驱们就在一味推崇中世纪设计风格的同时而将现代机器大生产导致的设计之美一味否定。作为设计之美的古典,不应是“古董”或“古董”的简单复活,而应是具有当下意识的古代形式与创造精神的传承,它应该是基于应用层面的审美形态,而非纯粹的审美对象,设计的应用性使古典之美摆脱其“古董”状态或博物馆艺术状态,而成为一种活生生的存在。

在造型手法上古典与新奇是对立的,它需要大量地借鉴古代曾有过的造型手法,“古已有之”这一时间性成为其造型手法的来源和标准。由于时间性的被强调,因此,粗犷的、细腻的两类对立的手法都可兼容于古典之美中,所以古典可以表现为基于粗犷的古朴,对象形态接近朴素的自然状态,或大刀阔斧,或略加修饰,得自然之妙趣;也可以表现为基于细腻的古雅,体现出古人精致生活态度的当下传承,一切都尽可能地精细,都与古人理想的生活世界、生活态度有内在的联系。

在审美效果上,一般来说,古典之美往往满足了人们的一种怀旧之情,能暗示出对过去时代的怀念与留恋,甚至能强化我们本应有之的历史感,能导致对时间根源与根据的遐想与直觉。由于欣赏主体的个性差异,面对古典之美的设计对象,有两类特殊的审美主体,一类是迷恋古代文化、以古代文化为荣的具有较深厚的传统文化修养的主体,他们往往会无保留地同情与融入到古典之美中去,从而在对古典之美的欣赏中获得强烈的归属感和认同感;另一类则是对古典之物了解不多,大量地与现代设计形式和现代科技打交道,与传统文化断代的年青一代在突然看到古典之物时,或者他们根本将古典之物视为古董之物而不以审美的

眼光去看待,或者会产生一种新奇感,从而获得精神的愉悦。

## 2 新奇

新奇也是一个时间性很强的设计美形态,与古典相对,新奇是指对某一特定的时空范围内的人群而言,从未感受过的、对当前的、常见的设计样式形成鲜明的否定性特征的设计对象形态。在设计活动中普遍强调的创新,往往直接导致了新奇审美效果。新奇的“新”强调前所未有的,闻所未闻;新奇的“奇”强调突破日常的平均状态。新奇具有相对性,这种相对性体现在两方面:一是时间上的,当某个曾经新奇的风格反复出现在人们的视野后,它就不再具有新奇性;二是空间上的,对某一地区具有新奇性的某个设计形态,对于另一地区的人们而言可能不具有新奇性。新奇的双重特性,意味着设计师在设计创造时,不仅要善于创造前所未有的形式,还要开拓自己的视野,善于移植同时其他地区独有的形式;不仅要善于创造新的形式,更要善于延长这种形式的“保鲜期”,通过各种设计手段尽可能地延长一个时间序列中产品的寿命周期。

从内容上看,新奇体现出人们对于进步的、先进的事物的追求与渴望,也体现出人类审美意识与感知系统的求新求变的特征。新奇可以是形式上的,而在内容上可能并无多少新的变化,这类设计往往是改进型的,其目的是延长产品的寿命周期,也是最能体现出设计活动的独立性和设计创造价值。新奇也可能是功能-技术上的,新的技术的运用,新的功能的产生,都可能让人产生新奇之感,而这一意义上的新奇更多地是工程师或技术人员所做的工作,与设计师的工作关系不大,设计师更多地是给这种新技术、新功能设计出一个外观,而这个外观是否具有创新性都未必是最重要的。在技术与功能的发展遇到瓶颈的时候,形式上的设计就显得尤其重要,设计师在整个团队中的重要性也就大大提高。如当代的手机生

产企业,在高度集成的电子技术的发展中,逐渐进入到技术上的一个相对停滞期,这时企业之间的竞争更多地体现在产品外观形式上。因此一些企业适时地调整了整体的经营策略,由技术为主导转变为以设计为主导。

以形式创新为特征的新奇,其造型手法要求突破常态,创造前所未有的形式或对于某一地区的人们未曾见过的形式。因此,只有充分了解当地同类产品的一般形态后设计师才能做出以否定这种形态为特征的新奇设计样式。设计师可以在操作界面、作品体量、作品的比例、作品的外轮廓及线条、色调、色彩关系、材质、生产加工方式等方面进行多方面的创新性尝试,从而形成新奇的审美效果。新奇既与古典形成对立,也与中和形成对立。但是有时古典可能在某个特定的条件下转化为新奇,而中和则与新奇具有一种相互否定性。日常的平均状态是中和的标志性特点,却是新奇首先要否定的。但是从长远来看,新奇的设计形态被普遍接受后,它也会逐渐失去其新奇性,而成为中和之作,如摩托罗拉的超薄手机设计理念,在当时绝对是具有很强视觉冲击力的新奇样式,但在今天已经成为普通的手机的设计语言。但也有一类新奇,因为过于求新求变,而远离了日常运用,甚至因为不具有良好的功能性,结果在审美上固然有了新奇之感,但却只能在较小的群体范围内形成反响与共鸣,因而成为小众化的产品甚至是商业上不成功的产品,对此设计师应该引起充分的注意。

新奇所引起的审美效果,最典型的特征是眼前一亮,甚至发出惊叹。但是,新奇在这种效应之后,也经常面临着另一方面的问题:缺乏审美后劲。要由这种眼球效应进一步发展为审美效应,新奇还需要有内容做支撑,人们不仅希望新瓶装旧酒式的新奇,更希望新瓶与新酒的统一,既有形式上的创新,又有工艺技术上的创新;既有视觉上的吸引力,又有操作应用层面的称心如意。只有这样,新奇才能由仅

仅引起审美注意,到引起进一步的审美互动和更深层次的审美体验。

### 3 动感

作为设计美形态的动感是一个现代设计美学才有的概念,是在现代科技迅猛发展的基础上产生出来的与人类对速度的追求联系在一起审美范畴,其突出特征以随机曲线象征追求速度的时代精神。动感是一个时间性很强的设计美范畴,它具有很强的现代性、当代性。与古典的复古、新奇的超前等时间意识不同,动感体现出对我们正在经历的历史状况的肯定,而不强调对当前的经验的否定。作为现代设计美学概念的动感最初是机器美学发展的结果,是在现代空气动力学的最新成果的基础上形成对高速运动物体特征的集中表现。但是在进一步的发展中,动感未必与高速运动的物体有关,它所有的流线型特征被更多地与人自身或高等动物的身体形态联系起来,而获得更丰富的情感内涵。

对称形具有稳定性和内向性,不容易与运动产生关联,因而要让作品产生动感,就需要能暗示运动的非对称形。国际著名美学家和心理学家阿恩海姆认为:“‘运动性’首先取决于比例。举例说,当艺术由文艺复兴风格发展到巴洛克风格时,建筑艺术中所喜爱的形状就由圆形和正方形转变为椭圆形和长方形”<sup>[5]</sup>,从他的论述不难看出:对称性越强的形体,越具有稳定性,越不容易产生动感;而对称性越弱的形体,越容易产生动感。所以非对称是产生运动感的重要条件。而要让运动的轨迹接近“流”的效果,就需要借助流线型,而非一般的简单的直线形。

动感之美具有特殊的社会内容,首先,它是快节奏的现代社会的象征,具有鲜明的时代性,是一种容易引起对现代社会的快节奏有深入体验的人的较普遍的审美感受的设计美的形态。它来源于现代设计先驱对新时代的向往与讴歌,体现出一种乐观向上的时代精神。因



此,动感之美最初是在高速运动的机器如汽车、轮船、火车等上面得到体现,它们的速度和节奏具有新时代的突出特征。但是,很快这种动感之美扩展到其他设计领域,非高速运动的设计对象也被赋予了流线型,这是时代精神的进一步推广,是其功能性内容向审美性内容的扩展。其次,后来它被发现与人自身的随机曲线有直接的相似性,甚至就是人自身的生命形态特征的外在显现,因而在高节奏越来越成为现代都市人的一种沉重的心理负担后,流线型并没有获得任何负面的评价,相反,它重新又获得了静态的内涵:与人的身体形态特征对应,让无生命的设计对象获得类似于人的生命形态,对象也因此具有了生命的意蕴,流线型在新时代重新建构出一种审美范式。再次,从功能上看,流线型相对回圆转的过渡,不止是帮助人们摆脱了机器产品带来的冷硬感而具有温馨的情感暗示,它还有更方便操作、更有利于对人自身的保护等特点,这也是它大行其道的原因。

动感之美是通过舍弃细节的流线型来实现的,舍弃细节,意谓它不需要装饰,也不需要复杂的色彩变化,具有现代设计的单纯性。细节过多,会冲淡人们对流线型的整体接受,甚至让细节本身成为关注的焦点,毕竟细节在一定程度上形成了秩序的中断,而中断之处正是人们对其关注之处。因此除了必要的功能性元素外,流线型设计是不要其他细节的。不要细节还体现在线条本身,虽有一定的起伏变化,但都是大弧度的过渡而没有小圆弧的联接,这就使得这种线条整体感非常强,感觉较为大气。

在动感之美的造型语言的运用中,需要注意的是,它往往只在自身形态不对称情况下使用,一旦对称,其动感就会大打折扣。流线型就等于不对称的随机曲线。因此,在对称形的塑造中,一般是不用流线形这个概念的,如汽车的前脸设计,需要严格对称,也会用到弧线,但

一般不被理解为是流线型。

由于动感之美所赖以产生的流线型在自身的运用历史中先后获得过多重意义,这就使得它的审美效果相应地较为复杂,它既可以是心理内部的下意识的运动,也可以是一种时代象征导致的乐观与振奋,还可以是仅仅因为发现对象形态与人自身形象之间的相似性而产生的亲切,也可以是这几者兼而有之。

心理内部的运动是动感之美的突出审美效果,西方心理学用内模仿来特别指向这一效果。当对象在运动时,我们内心也会跟着一起运动。而当对象并非真在运动但产生了一种对运动的暗示时,我们内心也会推测这一即将发生的运动的方向和轨迹。按内模仿这种观点,动感之美的审美魅力其实并不在于它客观上与运动的联系,而在于它与人主观上就是一个运动者有关。我运动(这当然是人的一个本质),所以我希望周围的对象也有这个特点——其实这也正是由动力带动的各种机器得以产生的一个内在动力,对于即使不能运动的物体,我们也会虚构出、想象出它运动的“前景”,从而满足了自我要求运动的愿望,也实现了对人的运动本质的确证。

对于动感之美的心理学分析,我们不同意鲁道夫·阿恩海姆的观点。他认为只要是知觉形式就都内含着运动的趋势,这其中甚至不需要想象的参与,“一切知觉样式都是能动的。而知觉式样所具有的这个最基本的特征,恰恰又是对艺术最有用的一个特征。”<sup>[5]</sup>他将这种心理学现象还原为一种生理反应,“我们在不动的式样中看到的‘运动’或‘具有倾向性的张力,’恰恰就是由这样一些生理力的活动和表演造成的。换言之,我们在不动的式样中感受到的‘运动’,就是大脑在对知觉刺激进行组织时激起的生理活动的‘运动’,就是大脑在对知觉刺激进行组织时激起的生理活动的心理对应物。”<sup>[5]</sup>对此我们认为,要求对象具有运动的特征,是一种以己度物的价值需

要的结果,但这种价值的投射行为由于历史的积淀而变得更象是一种生理本能,但并非就是生理本能,就象审美似乎也被简化为一种本能的直觉一样。

象汽车这类运动的机器,虽然它最终是在运动中实现其功能的,但对其审美欣赏却是在静止中欣赏的。因此我们并不是在欣赏汽车的运动中而感悟到其动态之美,相反我们是在其静止状态、尤其是其侧面状态中才感受到其动感之美的,这种心理感受,是运动本身所不能给我们的。

动感之美带给我们的其他审美感受如振奋、亲切等,在其他一些审美形态上均可见到,

兹不赘述。

**参考文献:**

- [1]李乐山.美学与设计[M].西安:西安交通大学出版社,2010:14-21.
- [2]祁嘉华.设计美学[M].武汉:华中科技大学出版社,2009:64-70.
- [3]张黔.设计艺术美学[M].北京:清华大学出版社,2007:166-169.
- [4]张黔.从空间形态角度对设计美的分类[J].设计艺术研究,2014(2):1-5.
- [5][美]鲁道夫·阿恩海姆.艺术与视知觉——视觉艺术心理学[M].滕守尧、朱疆源译.北京:中国社会科学出版社,1984:578.

附表:基于时间角度对设计美的分类依据

	对象的构成形态	对象的造型手法	客观的社会内容	客体与主体的关系	主体被确证的本质	审美效果	设计容易出现的问题
古典	古代设计的元素或精神的应用	复古元素,装饰	历史感,怀旧意识,对世俗社会的远离	有怀旧意识的主体与复古风格对象的统一	复古情结、历史感	认同感、归属感,新奇感	没有当代内容的古董
新奇	前所未有的设计形式,对日常状态的否定	求新求变	面向未来的意识,商业社会的竞争需要,对现实的否定性	有未来意识的主体与新变风格对象的统一	热爱新鲜事物	新奇感,认同感	没有技术和功能作支持的纯粹形式
动感	现代性很强的非对称的流线型	流线型	以快节奏、高速度为特征的现代都市生活	自得于这个时代的主体与现代风格的统一	活在当下,享受当代生活	认同感、归属感	无动感

(收稿日期:2014年12月11日)