

Analysis of the Applications of Design Semiotics in Sanitary Product Designs

Wang aihong, Su neng

College of Art and Design, Jingdezhen Ceramic Institute, Jingdezhen, Jiangxi, China

Abstract— By utilizing the tools of design semiotics, this paper studies the symbol system of sanitary products and aims to provide a deeper understanding of the modern sanitary products. Specifically, with the notions of signified and signifier from modern design semiotics, we obtain an all-around analysis of the design schematics of modern sanitary products. The design semiotic tools enable us to combine the practical, aesthetic and symbolic values of the sanitary products together, and unifies their forms and functionality in a systematic way. Using the proposed approach of design semiotics, we can design more efficient sanitary products, so as to provide more humanistic services for people.

Keywords—Sanitary products, design semiotics, signified, signifier

设计符号学在卫浴产品设计中的应用解析

王爱红, 苏能

景德镇陶瓷学院设计艺术学院, 景德镇, 江西, 中国

摘要 本文从设计符号学的角度出发, 针对卫浴产品的设计进行了更深刻的理解。从设计符号学的所指和能指两方面着手, 解析现代卫浴产品的设计过程, 集卫浴产品的实用价值、审美价值、象征价值为一体, 使得卫浴产品的形式与功能更好的和谐统一。使用设计符号学的系统工具, 可以创造出更加完善的卫浴产品, 从而为人类生活提供更加人性化的服务。

关键词 卫浴产品, 设计符号学, 所指和能指

卫浴产品是人类社会文明发展的见证, 是一种文化形态的体现。现代的卫浴产品不仅仅是简单的生活用品, 它承载着更丰富的内容和意义。符号作为人类文化的产物, 是人类进行沟通与情感表达的一种重要载体, 其中包含着大量的信息与文化意义^[1]。将符号学理论引入卫浴设计中, 正是希望将符号的价值挖掘出来, 为卫浴设计创作带来更多新理念, 创作出满足现代人情感需求的个性化、人性化产品, 丰富现代卫浴产品的文化内涵。

1. 设计符号学解析

符号是一个抽象的概念, 是人类信息传播的代码, 如字母、号码、名字、语言、动作等, 是一种文化的沉淀和积累, 它必须以人的社会关系和人与人的交往为载体。符号学是研究人类一切文化现象中系统化符号的理论, 其研究核心是一个由符号实现意指(传达)作用的系统^[2]。对产品

而言, 它不仅仅是一个凝结了使用价值和价值的设计造物, 更是一个由众多符号组合的、以传达信息为目的的符号系统。产品是以其特有的符号排列编码向消费者传达设计师想要呈现给世人的信息载体。

设计符号是一种综合的交叉文化表现形式, 设计与符号学的关系非常紧密。符号是负载和传递信息的中介, 是认识事物的一种手段。将符号学的理论引入以重新认识设计, 就是把符号看作设计的元素和基本手段, 它是沟通和联系人与自身, 人与产品, 产品与产品的中介, 直接影响人的生活方式。

设计是一个由“设计表现”和“设计意义”组成的双主体, 它们之间相互作用形成了设计者与消费者之间的沟通与交流。产品设计有一套完整的符号传达系统; 产品设计者, 也就是产品符号的编辑者, 在设计过程肩负着信息传

递的重要任务。在产品实践活动中,符号的编辑者(设计者)对这些被社会群体广泛认知的、约定俗成的特定的造型、材质以及色彩元素进行编码组合,这些元素是用来向消费者传达信息的产品载体的构成要件;产品的消费者是符号的解译者,是信息的接收者,他们对于产品的接纳与体验,是符号或者这个符号系统的解码。只有设计者所“编码”的信息和使用者所“解码”的信息达成一致时,就形成了他们之间共同的语言,设计的意义才会得到充分的表达。一个不能为使用者所理解、认知的设计作品是没有存在的价值。用符号学的原理来研究卫浴产品设计,其最主要目的就是探讨设计师与消费者之间如何实现更好的沟通与传达。

2. 卫浴产品设计的符号系统

卫浴产品的发展是文化积累过程。符号作为一种人类文化的产物,蕴含着大量的信息与文化含义,是人类进行沟通 and 情感表达的一种载体,卫浴产品设计也是一个承载了丰富的文化意义和内涵过程。对卫浴产品符号的研究就不再是针对卫浴产品设计某个单一的符号代码,而是对卫浴产品设计的一个整体的符号系统进行研究。

按照符号学的观点,产品的出现就是为了传达信息。设计师将文化价值赋予产品;消费者在使用过程中更好地接收产品的文化价值。任何一种文化系统都是以传达文化价值为目的的符号系统,因此卫浴设计潜意识下形成了一个符号传达系统。这个符号系统的发信方是以卫浴设计师为代表的群体,以及对建筑的空间和组合搭配有独到见解的实施人,他们根据现代建筑的特点以及人们的心理需求,对卫浴产品的功能,形式,材料,色彩等进行整合,传达。收信人则是广大的使用者群体。符号系统的信道是卫浴产品工业化小批量或大批量生产、销售的渠道。卫浴设计符号系统的信文则是卫浴产品的造型、色彩和材质三个基本要素的符号遵循一定编码规则使其在内容上构成的一个完整的,以功能为核心的文化价值的意指作用。将符号学论引入卫浴设计系统,通过挖掘卫浴造型、色彩、质感等方面的符号价值,为卫浴产品设计带来更多的创作理念,设计出更符合当代人情感需求的人性化卫浴产品,既不失卫浴产品的个性化要求,又能丰富现代卫浴产品的文化内涵。

3. 设计符号学在卫浴产品设计中应用

索绪尔提出符号的存在取决于符号能指与所指的结合,能指是指符号的存在形式,构成表达面——“设计表现”;所指是符号所承载的意义,即象征意义、文化内涵等,构成内涵面^[3]。产品通过各种表现方式(包括形态、结构、

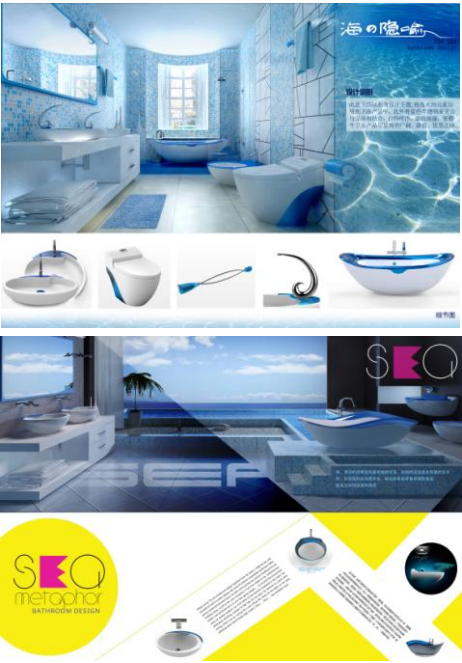
表面工艺等)加以展现,同时,产品本身也具有一些抽象和不可感知的意义(如产品的功能指示、文化价值、象征意义)——“设计意义”。符号具有任意性,因此符号所表达的意义必须根据所处环境的社会观念、习俗规定形成,脱离这些环境,符号意义无法为接受者所解译。德国哲学家卡西尔也认为:符号包含着两个方面的内涵,一方面它是可感知的形式,以形、色、质、味、等想象及进行表达;另一方面它是一种精神的外观,是意指或者意义^[3]。设计符号也是如此,其系统里包含一个表达层面和一个内容层面。

3.1 卫浴产品设计中的能指(设计表现)

设计构成、信息传递的关键在于符号的选择与组合。设计者将不同形式、色彩、材料及结构等的符号重先排列和组合,即可产生变化万千的视觉效果,从而传达出多种形式的意义。现实生活中,想要创造一种全新的符号是很困难的,但是我们从历史文化资源中吸收、借鉴,对民俗生活和自然现象的观察,对抽象几何词汇的归纳等途径来提炼所需的符号,只要保持构造上的逻辑和整体风格上的一致性,都可以成为符号的母体,这也就是对符号编码进行赋值。构成产品视觉效果的符号除了我们通常包括造型,材料、工艺、结构、色彩等符号因素。

卫浴产品的构造上相对与电子产品比较简单。时代的不同,以及人们的审美的多样化,卫浴产品形状几乎可以随意变化。现代卫浴产品设计中常常将曲线,曲面;规则几何形态;有机形态等设计元素逐渐引入,衍生出多样化的产品形态,满足不同人群的审美需求。白色是一种洁净的色彩,不容易隐藏污垢。但是人们长期与白色调的环境物接触,容易引起人的情绪紧张,视力贫乏,造成人们的精神上不愉快^[4]。现代卫浴产品中已经开始了对颜色的尝试,国外某些卫浴公司已经出现了紫色,红色卫浴的设计。这种颜色的应用冲击了人们的视野,打开了人们新的设计思路。紫色的优美、安静、神秘、情欲、鼓舞等等的感受特征,成为了卫浴产品除形态语言外的另一种表情特征^[5]。随科技的发展,卫浴产品材料应用也呈现出多样化,卫浴间不再是单调的陶瓷制品。石材、玻璃、木材等各种材料都成为陶瓷的替代产品,各种材质都有它自带的特性。人造大理石浴缸与人造玛瑙浴缸是采用高分子聚酯树脂、天然大理石粉或氢氧化铝粉等模压而成,表面喷涂仿瓷涂层,表面光洁,质地耐磨,有优于陶瓷的抗冲击性能和良好的保温性能,可生产洗面器、坐便器、浴缸、淋浴房成套产品以满足整体个性化设计的需要。大规格的一体化台盆是

该材料和技术的独特优势，已成为引人注目的一支独秀。木质卫浴产品一般由耐腐蚀性佳的木材所致，这些木材本身一般能散发香味，具有独有的纹理、颜色，让人有置身于大自然的感受。给人感觉淳朴、耳目一新的感觉。木质浴缸对身体也有保健作用，适合追求健康，注重生活品质的人选用。玻璃在其起源时代已经是一种艺术性的物质，人们利用它晶莹透亮、冷峻而坚固，同时具有折光反射的特点在艺术创作上达到变幻莫测、难以预想的艺术效果^[6]。如格拉仕伦卫浴产品以玻璃材质为主努力为客户打造一个水晶风格的“水晶宫”。其颠覆传统浴室风格，引入玻璃材质，以全新“水晶宫”风格带给人们不一样的卫浴空间感观。然而设计师是不能生搬套、任意堆砌拼凑这些卫浴产品符号元素，必须要在理解母体符号内涵以及符号之间的构成关系的基础上组织新符号的表达形式。就如文学创作一样，堆砌华丽辞藻对提升作品的意境和生命力毫无帮助，好的作品表现的是真诚的情感交流，即使是用最质朴的符号语言^[1]。此款名为《海的隐喻》卫浴产品设计将海的元素运用到卫浴产品中，将大海的浪花，蓝色等元素的提炼出来，面盆在形态上体现大海涌动的感觉，材料和颜色的选取上的用的蓝色透明的亚克力与白色陶瓷相结合，凸显出白的纯净，蓝的深邃，经过设计师将几个元素的归纳整合，使整个卫浴产品空间尽显出海面的广阔，蔚蓝。消费者在这样的卫浴产品的空间中，心情会变得开阔，疲劳的身心状态在自然的愉悦中得到了缓解和释放。如图（1），如图（2）。



如图（1）如图（2）海的隐喻

3.2 卫浴产品设计中的所指(设计意义)

符号本身是一种抽象的媒介，两个事物之间的“代表”，符号存在的价值就在于他代表指示物的某种意义。事物背后所蕴含的意义与价值是通过符号来传递，符号的存在必定有其意义和寓意。符号的寓意包含明示意和暗示意两方面。

1) 符号的明示意。符号的明示意顾名思义是人们在感觉器官上从视觉上直接获取形态、尺寸、结构、色彩、状态等特征，触觉上感知产品的温度、硬度、肌理等符号信息。通过对产品的结构、造型，尤其是操作部分、特征部分和显示部分的设计来清晰无误地向人们解释它们所要传达的信息。例如，水龙头开关装置上面的红色和蓝色标记，这标记是暗示人们一边是凉水开关，另一边是冷水开关。使用者可以根据自身的水温需求进行调节开关，如图（3）。残疾人由于身体上的不便而造成生活中的困难，进浴缸洗澡时常常需要别人帮助，此款浴缸是侧面开门浴缸，残疾人可以在不需要他人的帮助下将浴缸门打开，进入浴缸之内，避免了一些因自己身体不适造成的尴尬局面，如图（4）。这些明确的符号语言都向使用者传达使用的信息，使用者能更加合理，舒适，科学的使用此类产品。

2) 符号的暗示意。卫浴产品表达其内容除了用直接的外在形象外，通常还包含很多隐晦的含义。一些不能直接表现的“潜在”的较高层次的信息包括：文化内涵、心理感受、意境、特定社会的价值取向等等。例如特定的社会政治环境、宗教信仰、文化背景、心理状态等潜在意义，接受者对符号的这些特征信息的解译方式往往因人而异，只有在某个领域有共同的领悟或理解的人们，方能认知这些特殊的信息。如图（5）是意大利卫浴品牌 BMood，以极简线条构成卫浴配件，呈现出犹如天使展翅般的浴房，让整体空间确保和谐宽敞。体现出追求形式上的异化及娱乐化的表现主义倾向的波普风格。如图（6）是“浪漫之夜”卫浴产品，其采用明亮的色彩可以让人心情愉悦。鲜亮的黄色，为卫生间带来一份浪漫，圆润的弧线，为都市个性一族带来经典、浪漫、时尚的卫浴情怀。这款设计体现了将轻松愉快带入日常生活，使每天的行动不再像举行宗教仪式般严肃、刻板、通俗化等特征。将人们从简单、机械的枯燥生活中解救出来，重新回到真实的生活后现代主义设计风格。



如图 (3) 有标识的水龙头



如图 (4) 开门浴缸如图



如图 (5) BMood 卫浴品牌



如图 (6) 浪漫之夜”卫浴产品

4. 结语

符号所能传达的意义来源于人们对传统文化及观念的提炼，反之，亦能将传统符号学概念运用到现代文化中进行改造，从而推陈出新创造出新的符号。把符号学原理引入卫浴产品设计中，在整个卫浴设计符号系统中，符号的表现与内容是一个相互作用的统一体，相互依赖，集卫浴的实用价值、审美价值、象征价值为一体，使卫浴产品的形式与功能更好的和谐统一，才能创造出相对完美的卫浴产品。通过挖掘更深刻的符号价值，给卫浴设计带来更多的想法，设计出形态更美观、功能更优异、更符合现代人情感需求的人性化卫浴，同时也丰富了卫浴的文化内涵。

参考文献(References)

- [1] Li LI, Fang WANG, "The applications of design semiotics in modern furniture," *Market Modernization*, 2009-04, pp 210-211.
- [2] Kai FU, Lian YU, "An analysis of sitting furniture using design semiotics," *Packaging Engineering*, 2012-01, 28 (9) pp 36-38.
- [3] Shaohong LI, "A re-design of Cultural artifacts using the design semiotics: with Liangzhu pottery as an example," Zhejiang province, Zhejiang university of technology, 2013-04.
- [4] Juanyan XU, "A study on the development of sanitary products," *Packaging Engineering*, 2008. 07, 29 (7) pp 141-144.
- [5] Fei LIU, "A study on modern sanitary product design," Shanghai, Tongji University, 2006-03.
- [6] Tingting ZHAO, "Cold processing technology changes the texture and tactility of glass materias," *Journal of Guangdong polytechnic normal university*, 2008, 12 pp 78-81.