

簡約美學的設計構成探討 = A Study on How to Design a Simple but Beautiful Product Form : 以椅子為例

古智升、楊旻洲

E-mail: 354900@mail.dyu.edu.tw

摘要

當今物品繁多，而環保意識興起，如能將物品簡化，但維持良好美感，將更具吸引力，且亦是環保永續之道。有鑑於此，本研究嘗試以單人座椅為例，探討簡潔而美的座椅幾何構成特徵。研究首先蒐集現有單人座椅圖片，請受測者依美感與簡潔度兩個向度評價樣本椅，再針對每一張樣本椅評價多項幾何構成特徵，以幾何構成特徵評價結果為自變數，美感與簡潔度評價結果為因變數，進行線性複迴歸分析，探討出幾何構成特徵對美感與簡潔度的影響比重。結果顯示，影響美感的幾何構成特徵依由大而小的比重次序為：椅背、椅座、椅腳接合連續順暢、椅背元件構成可視為單一元件或多元件構成但可視為單一元件、外形左右對稱、椅背為有曲度變化的滑順曲面。影響簡潔度的幾何構成特徵依由大而小的比重次序為：椅座為有曲度變化的曲面、不具有過多的裝飾性構件、椅背椅座椅腳的比例均衡、椅腳上下端之間之形式或尺寸變化小。如欲設計出簡潔又具美感的單人座椅，當同時把握這些原則並依其影響比重取捨進行設計。關鍵字：座椅，美感，簡潔，造形，複迴歸分析

關鍵詞：座椅、簡潔、造形、複迴歸分析

目錄

封面內頁 簽名頁 中文摘要	iii	英文摘要	iv	誌謝	v	目錄	vi
圖目錄	vi	表目錄	viii	第一章 緒論 1.1 研究背景	01	1.2 研究目標	02
1.3 研究範圍與限制	02	1.4 論文架構	03	第二章 文獻探討 2.1 椅子設計歷史	05	2.2 美學	11
2.3 型態辨識	14	2.4 相關研究方法	21	2.5 文獻小節	24	第三章 研究方法 3.1 選定樣本椅	27
3.2 樣本椅美感與簡潔度的評價	29	3.3 造形構成特徵的影響比重分析	32	第四章 實驗結果與分析 4.1 40樣本評價結果分析	42	4.2 幾何構成特徵評價分析	48
第五章 結論 5.1 結論	60	5.2 檢討與建議	61	參考文獻	62		

參考文獻

- 一、中文部分 1.Kenneth S. Bordens、Bruce B.Abbot 著。呂以榮、張子翔譯（2005）。研究設計與方法。六合出版社。2.伊彬、林演慶(2008)。近一世紀審美實徵研究趨勢。設計學報第13卷第2期。3.李薦宏(1980)。椅子工學與設計。六合出版社。4.林銘煌、艾序繁(2003)。產品的審美判斷與符號意涵 - 以Swatch為例。設計學報第9卷第1期。5.翁英惠（1997）。造形原理。正文圖書有限公司。6.高明家（2001）。SPSS統計資料分析。碁峰資訊股份有限公司。7.張文智、林旻樺（2004）。產品造形意象與造形特徵之相關性研究。設計學報第9卷第3期。8.莊明振、馬永川(2001)以微電子產品為例探討產品意象與造形呈現對應關係。設計學報第6卷第1期。9.莊明振、陳俊智(2004)。產品形態特徵與構成關係影響消費者感性評價之研究 以水壺的設計為例。設計學報第9卷第3期。10.莊明振、蕭坤安(1996)。建構圈椅風格的造型要素及操作之探討。11.許峻誠、王韋堯(2010)。圖形外形特徵數量與簡化程度之認知研究。設計學報第15卷第3期。12.陳啟雄、程英斌（2005）。應用風格理論探索明代靠背椅風格之研究。設計學報第10卷第4期。13.遊曉貞、陳國祥、鄧怡華（2007）。Mackintosh 座椅風格型態建構研究。設計學報第12卷第3期。14.黃台生（2007）。產品造形意象元素設計系統之研究 - 以行動影音產品為例。設計學報第12卷第4期。15.黃意文(2007)。應用分析層級層次法(AHP)建立產品設計評價模式之研究-以行動電話為例。論文。16.鄭昭明（1982）。人類的圖形辨識。科學月刊第154期。17.鄭昭明（1995）。認知心理學:理論與實踐。桂冠圖書公司。18.蕭坤安(2006)。造形簡潔度認知與視覺記憶關係之探討。設計學報第11卷第4期。19.蕭坤安、陳平餘(2010)。愉悅產品之認知與設計特徵。設計學報第15卷第2期。二、英文部分 1.Charlotte Fiell and Peter Fiell(2001). Design of the 20th Century. TASCHEN. 2.Chen, K.L, Charles.Owen(1997). Form Language and Style Description. Design Studies.pp249~274. 3.Green, P. E.J, Carmone. S,Smith (1989). Multidimensional Scaling- Concepts and Applications, Allyn & Bacon, Boston. 4.Ling-Zhong and Tsuen-Ho Hsu(2010). Application of fuzzy measures in the product appearance value assessment. Applied Soft Computing 11. 5.Mark, S. S. and J. M, Ernest (1987). Human Factors in Engineering and Design.McGraw-Hill International Editions. New York. 6.McCormacka, J. J, Cagan and C,Vogel (2004). Speaking the Buick language: capturing. Understanding. and exploring brand identity with shape grammars. Design Studies. 25. pp1-29.