

# 符號意象在產品造形上之探討

余佳芳、林東龍

E-mail: 9302974@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

一般而言，市面上產品造形發展的方法，已經漸漸從功能取向轉變為心理需求取向，產品設計逐漸被一種產品意象的心理滿足所超越，而義大利的設計風格在符號意象的應用之中，可說是具有其獨特性也直接影響國內的工業設計風格。因此，本研究藉由相關文獻探討以及具義大利後現代設計風格之產品分析，尋求符號意象與產品造形的關聯性。並透過問卷調查、分析的方式，歸納出具義大利後現代設計風格之產品造形特點及符號意涵為設計規範，以作為產品設計開發之參考。最後再透過實作設計的方式，將研究所得應用於產品設計中。結合文獻探討、問卷調查結果以及實作設計心得，歸納出以下幾點結論：（1）義大利後現代設計風格之產品造形，多為簡單的幾何造形形態為主體來作造形變化，也有形體單純的流線造形，再者就是具有直線的幾何形態。（2）在色彩的引用方面，使用較為活潑大膽的鮮豔色彩。（3）在材質的表現上，以高質感的不鏽鋼金屬為主要材料居多，其次為ABS、PVC等塑膠材質。（4）而從造形分析中可以歸納出，具義大利後現代設計風格之產品符號意象需有輕巧的、前衛的、圓滑的及幾何的意涵。本研究結果可提供設計師在設計產品時能透過符號意象之設計規範，有效提供設計師在設計產品時，快速地利用符號意象做聯想和創意。

關鍵詞：符號；造形；意象；義大利設計

## 目錄

第一章 緒論	1	1-1 研究動機及重要性	1	1-2 研究目的	1
1-3 研究範圍及限制	2	1-4 研究流程	3		4
1-5 特定名詞解釋	6	第二章 文獻探討	7	2-1 符號與設計	7
2-2 符號學的基本學說與相關理論	9	2-2-1			
Pierce	11	2-2-2 Saussure	12	2-2-3 Morris	14
2-2-4 國內符號相關研究文獻探討	14	2-2-5 小結	15	2-3 意象與造形	17
2-3-1 產品意象之心理知覺認知	17	2-3-2 感性意象的手法	18	2-3-3 造形的定義	20
2-3-4 產品造形之知覺導向	22	2-3-5 產品造形中符號的認知	24	2-3-6 小結	26
2-4 當今設計潮流	27	2-4-1 義大利的造形風格	28	2-4-2 影響義大利後現代設計的普普藝術	30
2-4-3 普普藝術的延續直至後現代主義	32	2-4-4 義大利設計的造形路線	35	2-4-5 義大利的孟菲斯設計	38
2-5 小結	39	第三章 研究方法	41	3-1 研究架構	41
3-2 調查方法	43	3-3 研究對象	45	3-4 研究工具	45
第四章 分析與結果	47	4-1 產品萃取與分析	47	4-1-1 小結	59
4-2 造形形容詞語彙之調查與收集	59	4-2-1 小結	62	4-3 符號意象分析	63
4-3-1 義大利設計風格意象	69	4-3-2 產品造形的符號意象	74	4-4 小結	78
第五章 符號意象在產品造形上之實務設計	80	5-1 設計規範	80	5-2 義大利風格符號意象在造形設計上之運用	81
5-2-1 設計提案一	82	5-2-2 設計提案二	84	5-3 實作設計之驗證	86
5-3-1 實作驗證之結果	87	5-4 小結	91	第六章 結論與建議	92
6-1 研究結論	92	6-2 研究缺失及建議	94	參考文獻	96
附錄一 收集之產品樣品	100	附錄二 第一階段問卷	102	附錄三 第二階段問卷	104
附錄四 第三階段問卷	105	附錄五 第四階段問卷	108	附錄六 第四階段問卷	109
圖目錄 圖2-1 Meyer-Eppler的傳訊模型	8	圖2-2 Pierce 記號理論	11	圖2-3 Saussure的「意義的元素」	13
圖2-4 Morris記號學的三個面向	14	圖2-5符號三角關係	16	圖2-6 Stefano Giannoni設計之餅乾盒	25
圖2-7 TOYAMA Product Design之計時器設計	25	圖2-8 造形意象發展之脈			

絡-----	27	圖2-9 Boalum燈具-----	31	圖2-10 Zanotta公司生產Blow充氣
椅-----	31	圖2-11 Zanotta公司生產的Sacco沙發-----	31	圖2-12 Joes sofa 沙發-----
圖2-13 Victor Vasarely “ Alom ” -----	33	圖2-14 Bridget Riley瀑布 ” 1967-----	33	圖2-15 Joseph Kosuth
的《一把和三把椅子》-----	34	圖2-16 Lexicon 80手動打字機-----	36	圖2-17 GioPonti設計的咖啡
機-----	36	圖2-18 Vespa速克達機車-----	36	圖2-19 Cisitalia汽車-----
圖2-20 Joan Miro-----	37	圖2-21 Spalter真空吸塵器-----	37	圖2-22 Ettore Sottsovs設計
Carlton書架-----	38	圖2-23 Michael Graves 1985年設計的水壺-----	39	圖4-1 收集之產品樣品
圖-----	49	圖4-2 第一成分相關圖-----	56	圖4-3 第二成分相關
圖-----	57	圖4-4 第三成分相關圖-----	58	圖4-5 第二階段問卷
圖-----	59	圖4-6 各圖之造形意涵評量結果-----	68	圖4-7 集群分析結果
圖-----	72	圖4-8 符號意象散佈圖-----	73	圖5-1 設計提案一之
圖1-----	82	圖5-2 設計提案一之圖2-----	83	圖5-3 設計提案一之
圖3-----	83	圖5-4 設計提案二之圖1-----	84	圖5-5 設計提案二之
圖2-----	85	圖5-6 設計提案二之圖3-----	85	表目錄 表1-1 論文架構
圖-----	5	表2-1 語言與言語的區別-----	12	表3-1 研究流程圖
-----	42	表4-1 各圖得分統計表-----	50	表4-2 各圖平均數列
表-----	50	表4-3 產品造形分析表-----	51	表4-4 解說總變異數量結果
表-----	55	表4-5 具義大利設計造形風格相關矩陣成分分析結果-----	60	表4-6 造形形容詞之認同總分
表-----	60	表4-7 造形形容詞之認同數列表-----	61	表4-8 22個造形形容詞句用語
-----	62	表4-9 各圖造形符號形容詞認同統計表-----	63	表4-10 造形符號意涵平均數列
表-----	65	表4-11 造形符號形容詞彙之認同表-----	67	表4-12 解說總變異數量結果表
-----	69	表4-13 具義大利設計造形符號意象相關矩陣成份表 -----	70	表4-14 符號認同統計
表-----	74	表4-15 造形符號認同統計結果表-----	77	表5-1 驗證設計產品
表-----	86	表5-2 認同平均數統計結果表-----	88	表5-3 輕巧的意象數列
表-----	88	表5-4 前衛的意象數列表-----	89	表5-5 圓滑的意象數列
表-----	89	表5-6 幾何的意象數列表-----	90	表5-7 具義大利設計風格之意象數列
表-----	90			

## 參考文獻

- 中文文獻 1. Bernhard E. B?rdek, 胡佑宗 譯, 1996年, 工業設計-產品造型的歷史、理論及實務, 亞太圖書, 第148-150頁 2. 葉蜚聲、徐通鏘, 1993年, 語言學綱要, 書林出版有限公司 3. 夏征農, 1992年10月, 辭海-中卷, 東華書局股份有限公司 4. 夏征農, 1992年10月, 辭海-下卷, 東華書局股份有限公司 5. 伍至學, 1998年, 人性與符號形式 卡希勒《人論》解讀, 台灣書店 6. 楊裕富, 1998年, 設計的文化基礎 設計、符號、溝通, 亞太圖書出版社 7. John Fiske, 張錦華 譯, 1995年, 傳播符號學理論, 遠流出版事業股份有限公司, 第59-65頁 8. Roland Barthes 羅蘭 巴特, 董學文、王葵 譯, 1992年, 符號學美學, 商鼎文化出版 9. 勵忠發, 1996年, 記號 藝術 情報, 正中書局 10. 齊隆王, 1992年10月, 電影符號學, 書林出版有限公司, 第7-9頁 11. 韋長華, 2000年, 以Alessi產品造形設計為例探討符號在情感傳達上的作用, 國立台灣科技大學碩士論文 12. 陳秀雯, 1992年, 探討情慾觀點應用於造形設計之發展模式, 實踐大學碩士論文 13. 黃慶賢, 2000年, 比喻設計手法的探討與認知, 國立台灣科技大學碩士論文 14. 鄭昭明, 1993年, 認知心理學 理論與實踐, 桂冠圖書 15. 鄭麗玉, 1994年, 認知心理學 理論與應用, 五南圖書 16. 高日菘, 1996年, 產品意象及其表徵設計的研究 以收音機為例, 國立雲林科技大學碩士論 17. 黃崇彬、原田昭, 1998年, 日本感性工學發展現況及其在遠隔控制介面設計上應用的可能性, 1998 中日設計教育研討會, 雲林科技大學, 第8、17-26頁 18. 周君瑞、陳國祥, 2002年, 感性化產品造形之塑造 以造形特徵為例, 設計學報, 中華民國設計學會, 第79頁 19. 簡麗如, 2002年, 產品之材料意象在感覺認知之研究 以桌燈為例, 東海大學碩士論文 20. 丘永福, 1993年, 造形原理, 藝風堂出版社 21. 林崇宏, 1998年, 造形意義與本質的探索, 工業設計 第27卷 第一期 22. 林崇宏, 1998年, 產品造形記號理論應用之研究, 東海學報 第39卷, 第11頁 23. 平島廉久 著, 黃美卿 譯, 1990年, 創、遊、美、人, 遠流出版事業股份有限公司, 第143-146頁 24. 黃侑祥, 2000年, 隱喻手法於產品造形發展之應用, 國立台灣科技大學碩士論文 25. 黃淑真, 1992年, 以使用情境為基礎知產品造形發展因素研究, 國立交通大學碩士論文 26. 薛美禪, 2002年, 極簡主義之理念在現代設計中實踐之研究 - 以德、義、日為例, 國立臺灣師範大學碩士論文 27. 張承志 編著, 2001年, 現代十大設計理念 波普設計, 江蘇美術出版社, 第164-174、185-190頁 28. 林萬福、楊裕富, 2002年, 後現代設計藝術, 田園城市 29. 李玉龍、張建成 譯, 1995年, 新設計史, 六合出版社 30. 詹和平 編著, 2001年, 現代十大設計理念 後現代主義設計, 江蘇美術出版社 31. 原田昭, 1998, 「感性工學的架構 感性工學的研究領域及對象」, 1998 中日設計教育研討會, 雲林科技大學, 第2-16頁 32. 黃室苗, 1993年, 產品語意學及其在設計上之應用, 工業設計 82 期, 第22卷 第3期, 第170-174頁 33. 林銘煌, 2000年, 產品造形中的符號與符碼, 設計學報 第5卷 第2期, 第74頁 34. 林崇宏, 1999 年, 造形 設計 藝術, 田園城市文化 35. 李欣樺, 2001年, 符號意象在情感及傳達上作用的探究-以坐椅設計為例, 國立師範

大學碩士論文 36.李培守，1998年， 影響產品造型發展因素之研究 ，大葉大學碩士論文 37.黃啟梧，1996年， 如何教產品說話 產品語意與易用性 ，工業設計 94期，第25卷，第3期，第50-52頁 38.柯志偉 譯，1989年， 模式與形態 ，六合出版社 39.楊裕富，2000年12月， 創意活力-產品設計方法論 ，田園城市文化事業有限公司發行 中華初版 40.丑宛茹、鄧建國，1997年， 產品設計中生活關懷與創意詮釋 ，97海峽兩岸暨國際工業設計研討會-論文集，視傳文化 41.朱文一，1995年10月， 空間 符號 城市 ，淑馨出版社 英文文獻 42.Alberto Alessi， THE DREAM FACTORY- ALESSI SINCE 1921 ，Crusinallo，Italy，1998 43.TOYAMA Product Design，1996年， AXIS V.60 ，p.124 44.Alberto Alessi， The Dream Factory ，Crusinallo ，Italy，Elemond Editori Associati，2000 45.Cassell & Co， THE DREAM CATALOG ，United Kingdom，New York，2001