

陶瓷艺术设计理念发展研究

方 愉

(景德镇学院陶瓷美术与设计艺术学院, 江西 景德镇 333000)

[摘要] 中国传统陶瓷艺术博得了世人的欣赏。在传统观念和审美习惯的影响下, 贯穿阴柔阳刚之美的外观造型、精益求精的工艺设计是陶瓷艺术设计的追求, 也是中国传统陶瓷艺术蓬勃发展、陶瓷产品市场愈发繁荣的源动力。

[关键词] 陶瓷; 艺术设计; 理念

[中图分类号] J619.23 **[文献标识码]** C **[文章编号]** 2096-1995(2018)21-0148-02

1 陶瓷产品设计特征

1.1 科学性

在日常生活中, 陶瓷产品被广泛使用。除了满足基本的使用功能, 陶瓷产品还应为使用者提供安全感, 降低发生潜在危险的可能性。在居家生活中, 早期的陶瓷产品给人们的感觉是冷漠、坚硬, 含有潜在的危险因素。为了提升陶瓷的亲合力, 美国的 EOSD 公司研发了新型陶瓷材质技术, 改善了陶瓷产品的科学合理性。通过光合作用、物理剧变, 新技术改变了泥土的排列结构和传统陶瓷冰冷坚硬的质感。同时, 陶瓷材质技术的改良降低了生产陶瓷产品的能耗、污染、陶土资源的消耗。

1.2 审美性

陶瓷产品表达设计语言与境界结合的审美要素主要包括: 客观感官形象和主观内蕴情趣。作为设计语言载体, 陶瓷产品在设计时除了要考虑器物的实用功能还要考虑其观赏性。在使用陶瓷产品时, 消费者能够赏心悦目的体验审美过程, 积累健康的审美经验。

1.2.1 碗类产品的造型设计

陶瓷碗设计的要点是碗的自身容量和口部形状的设计。在确定容量大小之后, 选择合适的直口、敛口、侈口、菱花口、压边纹口以及六边形等多边形口, 是突出陶瓷碗观赏性的主要方式。

1.2.2 盘类产品的造型设计

满足实际使用要求、适用于不同的饮食场合, 是盘类产品的设计要求。盘类产品的主要造型包括: 深型、浅型、平沿型、折沿型、花形口沿型。

1.2.3 茶壶的造型设计

茶壶的设计应以壶身设计为中心, 确保嘴、把、口、盖各部分与壶身的搭配协调。为了增加古拙、敦厚的氛围, 壶身的设计多为扁圆形, 提梁多为竹藤或铜丝。茶杯、碗器形的造型纹样应与主体壶保持一致, 并体现出变换与统一的特质, 增加产品的趣味性。

1.3 创意性

在全球市场经济的冲击下, 量化式陶瓷生产企业的经济效益大幅度下滑。这类企业逐渐意识到研发自主产品的重要性。在用户与产品的交互体验中, 设计者的创作灵感不断迸发。设计者运用多种技艺, 体现了产品的独特性和差异性。从制造商的角度来看, 产品的原创有利于企业的盈利和持续发展。从消费者的角度来看, 产品的原创设计满足了消费者的日常审美需求。从设计者的角度来看, 通过对细节的关注和改善, 设计者体现了对用户群体的关怀。

在市场变化逐渐复杂和不确定因素愈发增多的今天, 创新已经成为了陶瓷企业发展的源动力。陶瓷产品的创新设计, 有

助于产品生命周期的延长, 生产工艺的改进, 市场效应的激发。

通过创新, 陶瓷产品的审美价值不断增加。创新设计赋予了陶瓷产品的时尚性, 体现了家庭的文化档次。陶瓷产品的不断创新, 提高了陶瓷产品的附加值和市场竞争能力, 激发了人的精神欲望和物质欲望, 改变了人们的生活观念和生活方式。为了满足我国陶瓷产品个性化、多样化的需求, 陶瓷企业应对手工制造和机械生产两方面予以重视。

2 陶瓷产品的发展趋势

陶瓷产品不仅是满足人们日常生活需要的普通器物, 也是体现意蕴之美的文化载体。只靠继承传统已经无法满足人们日益增长的精神需求, 陶瓷业开始创新中寻求自身发展的出路。把文化创意熔化为陶瓷产品, 增加了陶瓷产品的内涵, 提高了陶瓷产品的附加值。文化创意不仅是制造商与设计师制作陶瓷产品的附加物与装饰品, 也是陶瓷市场的整体趋向。

2.1 赋予陶瓷产品新型美观的外表

陶瓷设计追求真实之美, 自然之美。陶瓷业历史上的瑰宝不断激励设计师反省过去, 展望未来。设计师应制定不同的设计方案, 满足不同年龄段使用者对陶瓷用途、美观的需求。

2.2 提高陶瓷产品的收藏价值

传统陶瓷艺术的发展历史漫长而曲折。文化设计的发展性和承接性体现了一个时代的特征, 富含时代元素的陶瓷产品具有较强的借鉴意义。陶瓷文化设计的发展过程体现了历史的发展, 时代的变迁, 凝聚并传承了民族各个时代设计文化。由于陶瓷的烧制方法、雕刻技巧、外观设计可以体现时代特征, 历史悠久的陶瓷产品更具有收藏价值。通过对这三方面进行划时代的设计, 设计师能够赋予陶瓷产品浓郁的时代气息, 提高陶瓷产品的收藏价值。

2.3 提高陶瓷产品的实用性

从使用者的角度来说, 陶瓷产品的价值主要体现在陶瓷的实用性上。用户需求已成为设计师进行新型陶瓷设计的考虑重点。用户认可的前提是陶瓷产品的设计符合用户的使用需要。设计使用舒适度较高的陶瓷产品, 有利于提高用户的使用体验。

3 设计理念的转变

3.1 非线性设计理念

科技飞速进步, 生活品质不断提高, 人们对陶瓷产品的认知发生了改变, 逐渐体现出对陶瓷产品多用途的需求。在日常生活中, 由于陶瓷与盛放物的关系, 陶瓷与环境的关系, 陶瓷与人的关系三者并存, 陶瓷产品需要较强的适应性应对这种复杂情况。

在语言造型中充满律动性, 流动感的起伏变化营造了出丰富的遐想空间。这种非线性传递的抽象之美使人心情舒畅。非线性的陶瓷制作和生产方式, 是陶瓷艺术的重要设计语言。在

工艺和成型设计中,运用非线性手法有助于陶瓷设计理念的传达。

运用非线性设计理念设计不仅要注重曲线设计的表面形式,更重要的是确保设计流程的系统性。不同于传统的陶瓷设计,非线性设计理念系统的审视了陶瓷设计的整体结构,从产品的使用方式,使用者的体验感受,更广泛的产品用途等多方面进行了陶瓷设计的综合考量。通过发散性思维,非线性设计理念深化了陶瓷产品的整体设计,完善了陶瓷产品的每一个功能。因此,在使用陶瓷的各个方面,非线性设计理念均体现出较强的逻辑性、灵活性、适应性。

3.2 数字化技术理念

技艺和艺术两者相辅相成,密不可分。在古希腊语中技艺和艺术两者共同组成了“技术”一词。陶瓷兼具商业产品与艺术作品的特质,是富有艺术表现力的工业技术载体。在设计过程中运用数字技术,有助于设计理念的表达和设计要素的表现。数字化技术简化了制作工序,提高了设计质量。在设计流程,设计、制作周期,制作精度等方面,数字技术的应用提供了实现设计理念的友好平台,促进了陶瓷的产业化。虚拟视觉效果实现、造型制图、贴花分色印刷、和数字制模是数字化技术在陶瓷设计中的主要应用。在设计创作前期,运用数字化技术有利于设计师表达设计理念,交流设计构思。

应用数字化技术的进行陶瓷设计是对传统陶瓷设计的继承和演变,是现代陶瓷设计的发展趋势。

为了满足实现预期设计的需要,为了创造设计交流的虚拟环境,为了提供陶瓷设计的精确、快捷的交流空间,数字化设计软件继承了大量的功能模块。运用数字化技术,设计师缩短了陶瓷设计的过程,创新了陶瓷产品的图样和造型。

3.3 传统文化元素理念

在陶瓷的传承过程中,经过历代陶瓷匠师的不懈努力,器形丰富的陶瓷器皿被创造出来。在制陶技术不断提高的历史进程中,传统陶瓷的造型逐渐体现出由简单到复杂、由单一到多样的特点。随着生活水平的不断提高,人类自身的精神需求有了新的改观和提升。原始陶瓷仅仅被当作普通容器使用,并不具有复杂的外观造型。陶器造型不断演变,从模仿自然物象到对写实事物的抽象、提炼,陶器造型逐渐形成了自身的造型语言。在时代变迁中,大量的考古文物和考古文献体现出陶器造型总是或多或少的继承了前代造型的特征。陶器造型在继承前代的基础上不断改进和更新,向更美观更符合当代大众审美需求的方向发展。

遗留至今的经典传统陶器器形,是先民非凡想象力和集体智慧的结晶。制作技艺的提高和审美水平的提高是陶瓷造型发展的源动力。陶瓷制作工艺从传统的手工捏制成型发展到今天的拉胚轮制成型,是设计者不断研究实践的结果。在传统文化的影响下,现代陶瓷沿袭了许多经典传统器形和使用方式。部分已经不适用于现代生活需求的传统陶瓷,逐渐成为了陈设装饰用的器皿。

3.4 人性化理念

3.4.1 人性化造型原则

人性化造型原则包括实用性原则、审美性原则、认知性原则、经济性原则。其中,实用性原则是人性化造型原则中的重要组成部分。日用陶瓷产品的主要作用是满足人们的日常生活需求。实用性原则是设计日用陶瓷产品造型的第一原则。陶瓷产品的技术设计和工业设计都需要考虑产品的实用性。实用性原则包括有效性、易用性、安全性。

审美性原则是指日用陶瓷产品的设计需要符合大众的审美品位。塑造产品形体是日用陶瓷设计师的主要任务。如何使用材料、工具、技术,构成符合当前社会审美品位的陶瓷产品,是衡量陶瓷设计师工作能力的重要标准。产品的造型必须同时

具有功能性和审美性。设计师生产的产品不能只注重功能,放弃了审美;也不能只注重审美,使产品完全没有使用价值。审美性造型原则包括功能审美和形式审美。

认知性原则是指日用陶瓷产品中包含的地域文化需要易于被使用者发现和接受。不同的文化环境使陶瓷产品具有不同的表现形式。西方的咖啡悲剧和东方的茶具,其具体造型是不同的。不同的文化环境时陶瓷产品的造型有了本质上的区别。

经济性原则是指陶瓷产品应当以实用性、审美性、认知性原则为基础,尽量节约制造成本,降低售卖价格,使更多的人可以使用陶瓷产品。经济性原则包括生产与制造的经济性、运输的经济性、废弃的经济性。

3.4.2 人性化理念在日用陶瓷造型设计上的体现

人性化设计的目的是维持产品和使用者的和谐关系。人性化设计包括绿色设计、个性化设计、人文化设计,并遵循实用性原则、经济性原则、认知性原则、审美性原则。日用陶瓷的造型设计应当以实用性原则为前提,产品的造型需符合大众的审美,可以满足使用者的情感需求。日用陶瓷造型设计不仅需要具有一定的象征意义,满足使用者的心理需求;还要具有一定的个性化审美,使使用者的个性可以得到张扬,满足使用者的个性化需求。

3.4.3 人性化理念在日用陶瓷装饰设计上的体现

设计是为了营造使用者、产品、环境三者之间的和谐关系。在装饰设计方面,日用陶瓷的设计需要维持产品和使用者的和谐关系。

在色彩方面,日用陶瓷的装饰用色应满足用户的心理需求,对待不同年龄段的客户群体选择不同风格的颜色。产品的造型要和产品配合保持统一,不能使产品的配色出现混乱或不协调。设计师还需要参考产品的使用环境决定日用陶瓷的配色设计。在比较庄重的场合中,陶瓷产品的色调一般比较沉重、正式;在比较欢快的场合中,陶瓷产品的色调一般比较明快;在医疗卫生等环境中,陶瓷产品一般使用干净的白色。

4 结语

总之,作为我们日常生活中广泛使用的器物,陶瓷产品集科学性、审美性、创意性于一体,不仅是满足人们日常生活需要的普通器物,也是体现意蕴之美的文化载体。因此,文化创意不仅是制造商与设计师制作陶瓷产品的附加物与装饰品,也是陶瓷市场的整体趋向。面对全球市场经济的冲击,陶瓷市场日渐复杂,不确定因素增多,创新已经成为了陶瓷企业发展的源动力。为了提高用户与产品的交互体验度,量化式陶瓷生产企业必须不断强化研发具有独特性和差异性的自主产品,关注细节的改善,把文化创意熔化为陶瓷产品,增加陶瓷产品的内涵,提高陶瓷产品的附加值,体现对用户群体的关怀,设计出更多具有独创特性的创新产品,同时不断改进生产工艺,才能有助于产品生命周期的延长。

【参考文献】

- [1] 冯婧. 浅析陶瓷艺术设计思维 [J]. 艺术评鉴, 2017(19):45-46.
- [2] 熊阳漾. 中国传统文化在现代环境艺术设计中的创新应用研究 [J]. 艺术科技, 2015,28(12):238.
- [3] 贾璟. 酝酿生命激情的陶瓷艺术 [J]. 陶瓷研究, 2015,30(04):42-45.
- [4] 吴晓云. 论“慢设计”在当代粉彩瓷艺术中的引入 [J]. 江苏陶瓷, 2013,46(04):3-4.



知网查重限时 7折 最高可优惠 120元

本科定稿，硕博定稿，查重结果与学校一致

立即检测

免费论文查重: <http://www.paperyy.com>

3亿免费文献下载: <http://www.ixueshu.com>

超值论文自动降重: http://www.paperyy.com/reduce_repetition

PPT免费模版下载: <http://ppt.ixueshu.com>
