

[文章编号] 1009-3729(2013)04-0105-04

设计隐喻的思维模式及其应用

张学东

(安徽工程大学 艺术学院, 安徽 芜湖 241000)

[摘要] 隐喻是人类感知周围世界并形成概念的工具,其实质是通过另一类事物来理解和经历某一类事物。就语意表征而言,设计隐喻是通过意义转换把不同的语义场联系起来,并在两类不同事物间建立相似性从而创造出新的意义。所以,相似性是其逻辑基础,用“物体—属性—值”链可以清晰表达这种“此类事物”与“彼类事物”的逻辑关系。事物之间物理和心理层面的相似性可以促进设计意义的形成与表达,但这种相似性受个人文化背景及生活经历等因素的影响,因而设计者应对隐喻设计中的相似程度仔细揣摩,以做到恰到好处。

[关键词] 隐喻;相似性;设计思维

[中图分类号] J04 **[文献标志码]** A **[DOI]** 10.3969/j.issn.1009-3729.2013.04.020

“隐喻”一词来自希腊语 *Metaphora*,意思是“意义的转换”,即将一个词语在惯用法中表达的意义进行变换,以表达它原本表达不了的意义。“隐喻是在彼类事物的暗示下感知、体验、想象、理解、谈论此类事物的心理行为、语言行为和文化行为。”^[1]传统的隐喻理论认为隐喻是一种语言行为,是最基本的形象化的修辞形式,是从字面意义到修辞性意义的语言“转变”。现代语言学突破了传统的隐喻学范畴,认为隐喻不仅是一种修辞手法,还是人类的一种认知方式,人们通过隐喻来认识、了解和感悟新的事物。隐喻在本质上是人类感知周围世界并形成概念的工具。“隐喻的实质就是通过另一类事物来理解和经历某一类事物。”^[2]设计隐喻是后现代主义的一种设计方法,“隐喻的出现主要是针对国际式反传统、隔断历史、与使用者没有对话、语言单调贫乏的缺点而提出来的”^[3]。现代设计强调产品的意义、语言及符号功能。在这一点上,隐喻可以丰富产品的内涵意指,使得产品易于被人接受、理解,更能产生深远的意义。已有研究多倾向于隐喻的语言学研究,本文拟从设计的角度来探究隐喻在设计中的

思维模式及其应用。

一、隐喻在设计中的语意表征

隐喻是由“彼类事物”、“此类事物”和两者之间的联系这3个元素组成的(见图1),通过在两类事物之间建立起某种相似性的联系而创造出新的意义。所以,隐喻是一种工具,通过这个工具人类可以更好地理解周围世界并形成概念。因此,作为一种情感表现的方式,隐喻在视觉传达设计、产品设计等艺术设计领域得到广泛应用。

设计是创造一种有意味的形式,以表达一种感情、思想、概念或使用方法。设计的意义不能通过设计作品本身的话语表达出来,它只能通过作品的造型符号所形成的语言来传达。但作品的造型符号本身并不形成任何情感与意义,情感与意义的生成靠消费者的理解与感悟。然而,消费者的理解与感悟



图1 隐喻意义的产生

[收稿日期] 2013-04-16

[基金项目] 安徽省省级教学研究项目(2012jyxm270)

[作者简介] 张学东(1975—),男,安徽省望江县人,安徽工程大学副教授,主要研究方向:工业设计理论及实践。

是建立在他们对日常生活经验前理解的基础上。因此,为了使设计表达出一定的意义与情感,只有通过消费者所熟悉的物品或故事来促进其对设计作品的感知、体验、想象和理解。这也是隐喻在设计中所发挥的最大作用。

例如,在电话答录机这个意义领域,典型的事件包括接电话、存电话号码、打电话等;电话簿的典型事件包括打开电话簿、找电话号码、写电话号码等。电话答录机与电话簿这两类不同事物构成不同的语义场。如果我们把电话机设计成电话簿的形态,就把这两个不同的语义场联系起来,在传统的电话簿与尖端电子通讯之间建立一种不言自明的相似性,在技术逻辑与大众心理之间找到一种可以自由、放松、愉悦地交流的设计语言(见图2)。所以设计隐喻的本质是借着参考的方式来设计产品外形,表达暗含的意义。

后现代主义设计充分运用隐喻来表达历史、文脉、思想等事物对我们的意义。“语意派的核心是在于设计上‘隐喻’手法的合‘理’化。”^[4]后现代主义设计通过隐喻的合理化方式,构建了现代与传统之间的文化桥梁。如图3所示的电子罗盘,借助于



图2 电话答录机



图3 电子罗盘

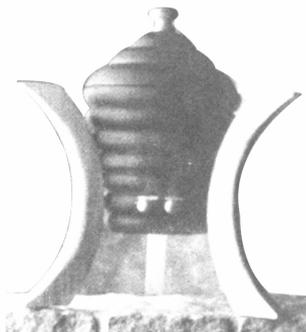


图4 电子壶

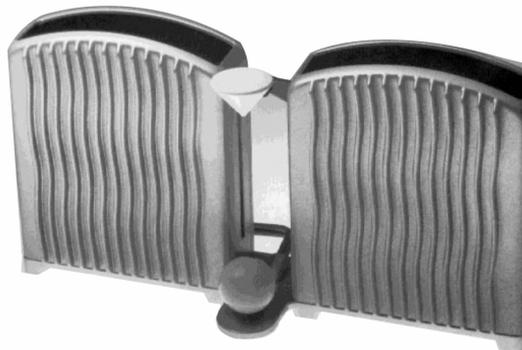


图5 烤面包机

图4所示的电子壶,参考了古代鼎的造型,表达了电子产品的功能与造型的设计诉求。图5所示的烤面包机,通过铝制的外壳波纹隐喻烤面包过程的热气,而轴的对称则见证了典礼仪式的进行。

二、隐喻在设计中的思维逻辑

就设计隐喻而言,设计师通过隐喻去探讨人类情感愉悦的体验,当人类自身特定的遗传、习惯、学识、修养等认识图式与视觉对象所蕴涵的意义产生视觉交融时,心理表现可以达到认同与平衡。^[5]

设计隐喻是在彼类事物的暗示下感知、体验、想象、理解当前物品所隐含的意义。要达到这一目的,就必须以彼类事物与此类事物之间的相似性作为意义转换的基础。作为一种需要想象力的方法,隐喻可以在一种逻辑的基础上创造出来,因为隐喻本身就源于一些逻辑基础,所有的比较都必须有赖于某种逻辑关系。正是这类逻辑关系才使得语义“转换”得以完成。

隐喻是通过已存的符号来塑造一个新的目标。在设计领域,这里的已存符号被看成是一个潜在的象征符号,它是一个已存在的物体或物体的一部分。之所以能形成隐喻关系,是由于其与“其他事物”具有相同或相似的属性。

为了理清“此类事物”与“彼类事物”的关系,可用图6来阐释这种逻辑联系。我们假设此类事物A是具有特征 a_1, a_2, a_3, \dots 的已存物,并且具有典型形态 A_s ;彼类事物X是一个新的具有特征 x_1, x_2, x_3, \dots 的未知物体(新目标),并且还没有一个既定的形态。在一般情况下,一个设计者选择 A_s 作为一个参照形态来塑造 X_s 或 X_s 的一部分,是因为特征 a_1 等于或近似于 x_1 ,或者 a_2 等于或近似于 x_2, \dots 。

运用“物体—属性—值”链可以更加清晰地表达它们的关系。在图7中A是一个拥有属性 $a_1, a_2,$

$a_3 \dots$ 的既存单体,它们的值是 $Va_1、Va_2、Va_3 \dots$, A_s 代表 A 的形态;X 是一个具有属性 $x_1、x_2、x_3 \dots$ 的未知单体,它们的值是 $Vx_1、Vx_2、Vx_3 \dots$, X_s 是一个未知的形态。如在“我的衣服颜色是黑色”这句话中,物体是“衣服”,属性是“颜色”,值是“黑”。例如在隐喻“他是一只老鼠”中,他的个性与老鼠的属性具有相同的值即“羞、怯”,所以用老鼠来隐喻他们的羞、怯这一特征。图 8 中的电话答录机设计重在探讨乡土文化、乡土艺术因素在设计创意上的运用,整体造型灵感来自于美国各地司空见惯的邮箱,其表面页状的平行突起部分加强了这一意象。之所以能用邮箱来隐喻电话答录机这一目标,是因为邮箱与电话答录机两者共有的一个功能属性值——接受或发出信息——是相似的。当把邮箱这一个在逐渐消失的语义场运用到电话答录机语义场时,在不经意之间就引起了人们对历史与乡土的追忆,从而达到了设计要传达的意义(见图 9)。可见,在设计隐喻中,建立相似性是意义得以表达的基础。

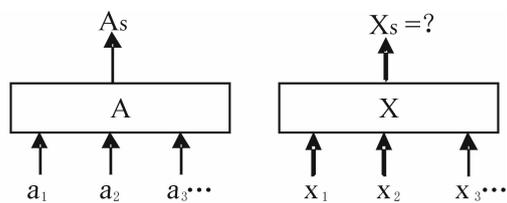


图6 A有典型形态 A_s , X 还没有一个形态

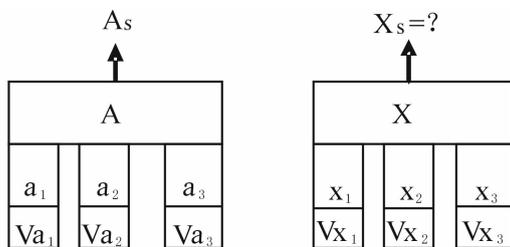


图7 “物体—属性—值”解释

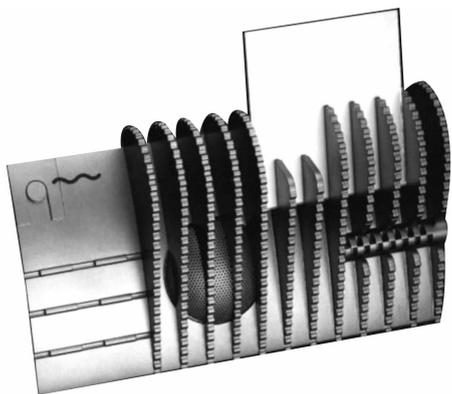


图8 电话答录机

在设计隐喻中,相似性包含物理相似性和心理相似性两个方面。物理相似性主要指概念与符号之间在形状、外表和功能等方面相似。如图 10 所示的时钟,以红色转盘的旋转隐喻从山谷里上升的太阳,涂金小铁条上的固定刻度则是阳光的光芒;以日月交替(各半圈时针分别以太阳——白色点与月亮——黄色点代表白天与晚上),日复一日的观点来表达时间永恒。

设计隐喻的心理方面的相似性主要是指概念与符号在特殊的文化语境中存在的相似性。图 11 的海棠式杯运用“棠”与“堂”之间的谐音来隐喻“富贵满堂”和“金玉满堂”之意。这种吉祥隐喻是建立在特定文化范围的心理认同基础上,局外人对于其中的意义很难理解。此类相似性的建立在不同的文化中存在很大差异。

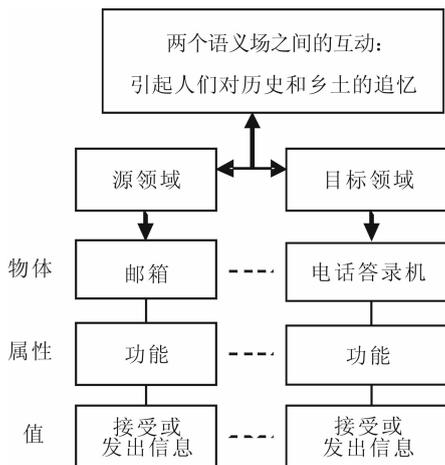


图9 设计隐喻的语意分析

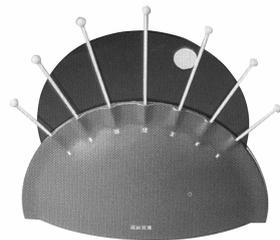


图10 时钟



图11 白釉海棠式杯

三、设计隐喻的相似性程度

需要指出的是,在设计隐喻中,这种创造性的相似性比较容易产生语意病理。因为产品自己不能说话,不能表达自己是什么,只能靠消费者的体会和感觉。对相似性的理解与人的文化背景、生活经历以及知识储备有关,不同的人对相似性的理解存在差异。基于这种考虑,设计隐喻中相似性的建立需要把握好“度”,即相似性的程度。过于相似则显得太直白,相似性隐藏得太深则有可能不为人所理解。其实,隐喻之所以具有存在的可能,也正是因为事物之间的这种特殊关系——彼类事物与此类事物之间的意义转移只是部分特征的转移。如果两个事物完全相同,或两者绝然没有相似之处,隐喻都不可能成立。

在设计隐喻中,有的相似性看起来很容易理解。例如图12所示的饮水器,运用水的涟漪来隐喻产品的用途,在视觉上很容易产生联系。这类隐喻往往在诠释产品的功能用途时比较常见。而在另外一些设计隐喻中,两类事物之间的相似形却非常晦涩。例如说一个好人“是正方形的”时,通常就很难理解,正方形与好人之间不存在任何形状或功能上的相似性,但是“好人”和“正方形”都是完美的。可见他们是建立在“完美的事物”这个概念基础上的。如图13所示的电话答录机借用抽象艺术形式来为隐喻服务,通过对高度抽象化、概念化的一座花园的隐喻,表现民俗文化对设计的影响。这类晦涩、玄奥的隐喻在暗指某种哲学或思想时运用较多。

在设计隐喻中,相似性的程度是一个很难把握的尺度。如果相似性太大,在理解上就容易引起乏味;如果相似性太弱,则在理解上不能达到设计的目的,甚至引起相反的解读。因此,设计者应仔细揣

度,以做到恰到好处。



图 12 饮水器



图 13 电话答录机

[参 考 文 献]

- [1] 季广茂. 隐喻视野中的诗性传统[M]. 北京:高等教育出版社,1998:14.
- [2] 束定芳. 隐喻学研究[M]. 上海:上海外语教育出版社,2000:29.
- [3] 刘先觉. 现代建筑理论[M]. 北京:中国建筑工业出版社,1999:58.
- [4] 杨裕富. 设计的文化基础[M]. 台北:亚太图书出版社,1998:174.
- [5] 韩巍. 孟菲斯设计[M]. 南京:江苏美术出版社,2001:185.