

您现在的位置: > 简体版 > 设计视角 > 设计论文 > 工业设计 > 符号学理论在产品系统设计中的应用

所有文章快捷检索

符号学理论在产品系统设计中的应用

Go [高级检索] 提示: 关键词间使用空格

发布时间: 2005-06-05

吴志军供稿

[ 未经书面授权, 严禁转载任何内容! ]

--吴志军 那成爱

“从某些方面来看,我想设计师们应用更多的时间去创设符号,余下的才是制造实物。”——当代最负盛名法国设计师,简约主义的代表人物菲利普·斯塔克语。

作为人类文化产物的符号在现代设计中具有的实践性意义十分重要。符号如同产品一样,产生于人类的社会劳动,是人类专有的财富,是一种以物质为载体,体现着人们的精神需求和社会文明的人为事物。产品是人类文化的物质形式,是人——自然——社会之间相互联系的物质媒介,也是人类生活方式的物质媒介,而设计的本质正是在于为人类创造一种合理的生活方式。产品作为人类生活方式的物质媒介,其符号特征是显而易见的。

### 一、符号与符号系统

一切有意义的物质形式都是符号。符号是利用一定媒介来表现或指称某一事物,可以被大众所理解的事物。根据皮尔斯的符号学理论,任一符号都是由三种要素构成,即媒介关联物、对象关联物 and 解释关联物,每个符号都具有三位的关联要素,任何事物若没有表现出这三种关联要素,它就不是一个完整的符号。例如一块石块本身没有任何意义,它最多只能作为符号的媒介联系物而不能作为符号;但是当打磨成石斧而作为工具使用时,石块就能指示出一定的意义——石斧,当这种意义被人们所理解时,石斧就构成了符号。从“石斧”的符号特征可以看出,符号是意义与对象世界之间的结构关系,这种结构关系使对象和意义融合为统一的符号系统。就像人类通过产品改变生活方式,从而使人、自然与社会协调发展,融为一体一样,符号使人与世界沟通,使世界作为意义被主体理解和掌握。符号既不是精神的,也不是物质的,既非主体亦非客体,而是介于心物、主客之间的关系结构,这种关系结构是在解释活动中形成的。

符号是由媒介关联物、对象关联物和解释关联物共同作用而构成的系统。在这个系统中,每个符号都是在与其它符号的差别中确定自身意义的,这种意义具有约定性,符号正是通过差别产生联系,通过约定使联系能够合理解释。符号的约定性和差异性,证明符号是表现为三个关联物的系统,三个关联物只有在全部联系中才能构成符号,同时符号作为意义对象,只有在一定的环境中才能发挥解释的作用,这样符号只有作为系统才能体现出其意义性。

### 二、产品系统的符号分析

产品是人类劳动的物化,是由各种材料以一定的结构和形式组合起来,具有相应功能的系统。产品作为人类生活方式的物质载体,不是目的而是实现目的的手段,而任何一件产品都不是孤立存在的,都必须在特定的环境中通过与人和其它要素的联系,以系统的存在方式才能实现其功能意义。产品外部联系的确立必须通过内部要素以一定的结构方式来体现,要素、结构、功能正是构成产品系统的三因素,其中功能是产品系统的核心,其实现过程正是符号化的过程,产品正是利用语义、语构、语用的方式来形成符号系统,实现人与物质世界和意义世界的联系。

#### 1、产品要素的符号学分析

产品要素是构成产品系统的单元体,任何产品系统都是由若干相互联系的产品要素构成的有机体。任何单元体,只有赋予了意义,形成特定的符号,才能构成产品的要素。要素作为构成产品符号系统的单元体,首先表现在产品符号要素与外部联系的意义,即产品的语义学特征上。产品系统中的每一个要素,都应具有一定的指涉意义,因为只有通过指涉意义才能使产品与外部事物建立起联系,才能实现产品的功能。正如一个圆是没有任何指涉对象的,也就不存在外部联系的意义,自身不能构成符号;但当圆形的按钮作为产品要素时,在形态上能给人以柔和、亲切感,并可提示具有旋转功能;如果圆形按钮的顶部是微微凹下去的弧面,人们通过联想就会与用手指按压这一操作方式相联系,这样产品要素就呈现出一定的意义性,并且能被消费者所理解,产品符号系统的语义就得以形成。其次,产品要素的符号学性质还应该体现在语用学特征上。语用学是研究人与符号之间的关系,产品符号的功能是具有广泛意义的产品与外部环境的联系,而最主要的是产品与人的联系,即人对产品的使用方式,这种合理的使用方式才能使产品具有意义。例如易拉罐的设计正是通过使用方式的变化,为特定时空环境下的人们创造一种合理的饮水方式,产品符号语言的语用学意义也正在于此。

#### 2、产品结构的符号学分析

结构是若干要素相互联系、相互作用的方式,即产品系统的结构是产品系统内部各要素相互作用的秩序。产品结构的符号学特征首先体现在产品要素之间的关系上,即产品语构学的特征上。正是有了要素与要素之间的有机结构关系,要素才能作为媒介关联物在符号系统中发挥其内涵和外延的作用,产品才能形成系统,实现特定的功能。产品结构的符号学意义还体现在自身的语义特征和语用特征上,产品的对称结构本身就能给人以均等、平衡和稳定的语义感觉,螺旋式的结构设计能创造出旋转的使用方式,产品符号的语义和语用关系能通过合理的产品结构得到明确的设计。

#### 3、产品功能的符号学分析

功能是产品系统所体现出来的外部意义,是作为媒介关联物的产品与外部环境相互联系和作用过程的秩序及能力。功能作为产品符号的目的性,作为设计的最终目标,是产品符号系统的深层结构关系,而功能又必须通过产品符号系统的表层结构——产品要素和结构来实现,所以产品系统的功能是通过产品符号意义的内涵表现出来的产品符号意义外延,其实现过程正是产品符号的解释关联物发挥作用的过程,也是产品在人们的心灵中唤起观念的符号化的过程。产品符号意义的表述往往是复杂的,表述得过于直接,就会使产品语义失去其复杂性而变得浅薄,表述得过于隐晦,其意义又很难被解释和接受,所以设计师必须根据具体的状况而选择适当的方式,使产品系统的功能能够被广大消费者所理解。

特别推荐

相关旧文快速搜索

» 实用层面符号学析 [2004-02-12]

» 新的工业设计 [2003-12-29]

### 三、产品系统设计的符号化过程

产品功能实现的过程是产品符号系统由表层结构向深层结构转化的过程。任一产品系统必须起始于不同的客体，在各客体之间建立一定的结构联系，并通过这种联系产生出既定的结果，其系统过程为客体（要素）——内部联系（结构）——外部联系（功能），功能是要素与结构共同作用的结果。这一作用过程正是人类意识的符号化的过程，符号系统也正是通过（媒介关联物→对象关联物）→解释关联物而发生作用的，解释是符号系统建立在媒介关联和对象关联物基础上的功能体现。与符号解释的过程相反，产品符号系统形成的过程是由深层结构向表层结构的转化，即在设计的过程中，往往首先确定产品的功能目标，其次是确定产品的结构和要素。例如在对木椅的设计时，首先应该根据使用者和使用环境确定产品的功能目标；其次确定采用何种结构和要素，即设计的方案。设计方案要考虑的因素有造型、构造、连接等结构关系和材料、工艺、尺度、色彩、人体工学等要素特征，结构和要素的变化都可以使方案多样化，系统设计的过程正是要在多种方案中选择最优方案。

产品符号系统的设计是十分复杂的，不同的消费者从同一产品获得的意义和使用方式是多样化的，即产品符号在与外部环境发生联系的过程中所扮演的角色是很难准确定位的。正如菲利普·斯塔克所设计的“多汁的沙利夫”柠檬榨汁器，他自己有一段说明式描述：“对我而言，它主要是件小雕塑，而不是有着什么实质功能的家庭日用品。它存在的真正目的不是去榨千百万个柠檬，而是想让一个新上门的女婿与岳母有些饭后的谈资。”榨汁器的意义在特定的环境和使用者之间显然是复杂的。产品系统设计的意义也正是用系统的思维方式，以产品符号为物质媒介，在复杂的文化环境中创造更合理的多元化的生活方式。

#### 参考文献

- 【1】 [德] 马克斯·本泽，伊丽莎白·瓦尔特著，徐恒醇编译：《广义符号学及其在设计中的应用》，北京：中国社会科学出版社，1992年8月
- 【2】 吴翔编著：《产品系统设计，产品设计（2）》，北京：中国轻工业出版社，2000年6月
- 【3】 罗越著：《视觉传达》，哈尔滨：黑龙江科学技术出版社，1996年10月
- 【4】 (英)卡梅尔—亚瑟编著，连冕译：《菲利普·斯塔克》，北京：中国轻工业出版社，2002

原文发表于装饰 2004.NO.7

Application of Sign Learns Theories in Product System Design  
Wu Zhijun/Na Chengai

#### 相关链接

» None

责任编辑: dolcn

设计在线链接代码

@esignonline



 designonline  
http://www.DOLCN.com

正式启用CNNIC官方中文域名  
设计在线.CN; 設計在線.CN; 设计在线.中国

© 1997-2005 DesignOnLine

关于我们 | 豁免条例 | 广告赞助 | 网站地图 | 活动支持 | 友好同盟 | 返回首页