

借代在产品语意设计中的应用

黄彦可^{1,2}, 刘宗明^{2①}

(1 湖北工业大学, 武汉 430068 2 湖南工业大学, 湖南 株洲 412008)

摘要: 通过对借代的概念、修辞法的特点和作用的分析, 指出本体与借体的关系, 以及借代在产品 设计中的应用程序; 论述了借代在产品语意传达中的具体运用方法。从借体与本体的亲疏关系上, 借体可大体分为功能对象和关联对象两类, 其中重点论述了功能对象和关联对象的类别以及在设计中的具体运用。
关键词: 借代; 借体; 本体; 功能定义; 功能整理

产品语意学 (Product Semantics) 的理论架构源于语言学, 特别是受到瑞士语言学家索绪尔和美国实用主义哲学家皮尔斯和莫里斯的符号学理论的影响。作为一门方法论的学科, 一些研究学者也尝试将语言学中的一些修辞方法运用到产品语意传达中, 台湾朝阳科技大学的萧明瑜教授所主持的以《汉字六书》的造字原理应用于产品造型之探讨, 是尝试将我们中国汉字的造字法 (六书) 应用于产品造型, 而其他的学者 (余德彰、林荣泰等) 则将语言学中的修辞法应用于产品造型的语意传达中。在语言学中, 常用的修辞手法有: 借代、比喻、比拟、夸张、对偶、排比、反问等, 其中, 借代和比喻这两种修辞法在产品语意传达中的作用尤为值得我们关注。^[1]

一 借代的概念

(一) 借代的定义。在《现代汉语词典》中, 对借代是这样定义的: “不直接说出要说的人或事物, 而是借用与这一人或事物有密切关系的名称来替代, 如以部分代替全体, 用具体代替抽象, 用特征代替本体。”或者说, 借代就是借用一个同甲事物 (本体) 有关的乙事物 (借体) 来代替甲事物, 也就是用借体的名称来代替本体的名称, 又叫换名、代称、代替。借代的基本结构分为两部分: 被替代的叫“本体”, 替代的叫“借体”, “本体”不出现, 用“借体”来代替。

(二) 借代的修辞特点。从定义中, 我们可以看出借代的本体与借体之间有直接相关性, 正由于这

种直接相关性, 使我们藉由借体可以很快地想到本体。例如, 我们看到一个橙子造型的榨汁机, 会直接联想到其功能是榨柑橘类水果, 这里, 橙子作为借体与其本体柑橘类水果有着直接的联系, 故在认知上并不需要思维的跳跃。可见, 借代中借体的选择一般是我们大家都非常熟知的、简单的, 甚至是约定俗成的事物。所以, 在性质上本体和借体是相同的, 是同一个认知领域的; 在关系上借体和本体之间存在指示性联系 (见表 1); 在思维上由借体到本体的联想并不需要思维的跳跃。

表 1 借体和本体的关系		
	借 体	本 体
内涵	具有邻近性联系的符号形式	期望表达然而缺席的功能性语意
案例	水流的形式	洗手台
解析	通过水流的形式来表达潜在的但是缺席的洗手的具体功能属性	
联系	借体和本体存在指示性联系	

借代手法的运用既可以突出产品的功能特征, 又可以实现良好的人机互动, 从而增强形象性, 使产品易懂, 易操作, 并富有变化和幽默感。

(三) 借代的作用。在语意传达中恰当地运用借代不但可以突出产品的功能特征, 还可以表达抽象的产品文化信息和情感特征, 使其更加生动、形象, 唤起观者的联想, 加深对产品的理解和感悟, 从

① 收稿日期: 2008-09-03
基金项目: 2008 年湖南省教育厅科学研究资助项目“面向公共环境的媒体互动研究”
作者简介: 黄彦可, 女, 河南兰考人, 湖北工业大学硕士研究生, 湖南工业大学机械系讲师, 研究方向为工业设计理论及方法; 刘宗明, 男, 江西营丰人, 湖南工业大学讲师, 硕士, 研究方向为工业设计理论及方法。

而使产品更加易读、易用, 能尽量降低错误操作, 或者使之具有某种心理的、社会的、文化的象征价值。^[2]

借代的作用可以表现在以下三个方面: 一是凸显产品特征, 提高产品自明性, 即让产品能自己“讲述”其操作目的和准确的操作方法。二是增强形象性和幽默感, 使观者加深印象和操作的心理体验。三是表达思想和情感特征, 使产品形象“间接”说明产品物质以外的方面, 主要指产品在使用环境中显示出的心理性、社会性或文化性的象征价值。^[3]

(四) 借代的程序与方法。第一步: 功能定义。用户购买产品其实是购买其功能, 所以功能是连接生产与消费的本质性的东西。功能定义就是界定产品或零部件的效用或作用, 目的就是要把产品功能用简明、准确的语言做出表述。对功能进行分类, 按重要程度分为: 基本功能和辅助功能; 根据用户要求分为: 必要功能和不必要功能; 按其满足需要的性质分为: 使用功能和美学功能; 按功能整理的顺序分为: 上位功能和下位功能。^[4]

功能定义通常用动词和名词简洁、抽象的表述, 做到准确且不限思路。以例说明 (见表 2)。

表 2 功能定义

定义对象	功	能
主语 (名词)	谓语 (动词)	宾语 (名词)
手表	指示	时间
杯子	盛	水
电线	传送	电流
机床	切削	工件
日光灯	照	明
闹钟	提醒	时间、事件

其中, 动词要尽量用抽象的词汇, 这样可以扩大思路, 如钻孔改为做孔, 就可以想到用铸件铸造。名词要尽量用可测定的词汇, 如热源可以用可度量单位“卡”、“千卡”衡量。

第二步: 功能整理。对已经进行了功能定义的研究对象, 按照各组成部分的内在逻辑关系形成一个体系, 从局部功能和整体功能的相互关系上进行分析, 找出和排除不必要的功能, 补充不足的功能, 按“目的与手段”关系绘制功能系统图。例如, 对于以下课题: 设计一种提醒方式, 那么其功能系统图如图 1 所示。

第三步: 选择借体。在对提醒方式的功能整理中, 找出最佳借体 (公鸡)。古时候的人听到鸡叫后, 就知道天亮了, 该起床了。所谓“雄鸡一唱天下

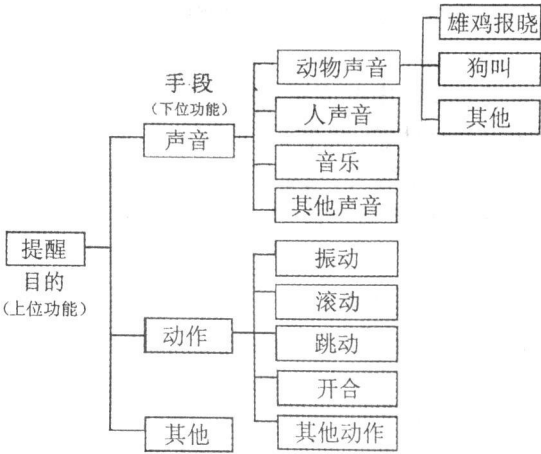


图 1 “提醒”功能系统图

白” (李贺), “飞来峰上千寻塔, 闻道鸡鸣见日升” (王安石); 而现代的人则是利用闹钟的铃声使自己从睡梦中惊醒, 虽然闹钟提醒非常准时, 但是总令人感觉不如鸡鸣来得亲切而且有情感。那么在闹钟设计中选择公鸡作为借体, 一方面很容易由公鸡联想到其打鸣的功能, 另一方面也是对人类这种古老提醒方式的追忆, 具有其象征性的内涵。

借体作为符号, 其范围是很广泛的, 包括: 生物 (动物、植物)、人造物 (器物、图样 / 纹样、文字)、自然 (自然景观, 如山川、日月、星辰、云、气候) 等。^[5]

二 借代的常用手法

从借体与本体的亲疏关系上, 借体大体可以分为两类: 功能对象和关联对象。

功能对象 (也叫目的对象) 是指产品功能的作用、服务对象。例如砧板的作用对象是各种蔬菜水果, 那么蔬菜水果就是砧板的功能对象。体重称的作用对象是人, 那么在体重称面板上出现一对脚丫, 就是功能对象作为借体的直接体现。功能对象作为借体, 可以起到很明显的提示作用: 这是个什么东西? 这个东西是做什么用的? 这个东西怎么使用?

关联对象是指除了产品直接作用对象之外, 在功能系统图处于手段功能的对象, 例如雄鸡报晓是闹钟提醒手段的一种, 电话机的造型用电话簿的形式, 也是基于电话与话簿的连带关系。关联对象作为借体, 则往往具有更深层次的涵义, 能引发观者更丰富的联想和感悟。

(一) 功能对象的借代手法

1. 借目标对象代功能属性

在语言中的应用。“纨绔不饿死, 儒冠多误身。” (杜甫《赠韦左丞诗》), “纨绔”借代富家不肖子。纨绔, 原指用自色细绢裁制的套夸, 这是古代贵

族子弟所穿的衣服。因此,后世就以之代指好吃懒做的富家子弟。

在产品设计中的应用。这种手法适用于产品的目标对象是具体的、简单的、熟知的事物,例如自然界中的生物(包括人、动物、植物)。如果产品的目标对象属于此类,就可以用其作为借体,从而提示其功能特征。

2 借具体代抽象

在语言中的应用。“南国烽烟正十年。”(《梅岭三章》),“烽烟”原是古代边境用以敌情报警的烟火信号,这里代指战争,把战争这个抽象的概念具体化、形象化了。

在产品设计中的应用。这种手法的特点是把抽象的概念用具象的功能对象替代,从而提高产品形象化和自明性。例如,要设计一个“挂钥匙”的挂钩,那么采用钥匙作为借体则不啻为一种最佳选择。

3 借部分代整体

在语言中的应用。“过尽千帆皆不是,斜晖脉脉水悠悠。”(温庭筠《望江南》),“帆”为船上之器物,借代为船之全体。

在产品设计中的应用。有些时候并不需要借用完整的功能对象,而只需以其特征部位作为借体。这种手法适用于功能对象具有独特的局部特征,从而使人们由“一斑而窥全貌”。例如以高跟鞋指代女性,以烟斗指代男性,都是采用提取男性与女性的特征部分,从而以偏概全。

4 借结果代原因

在语言中的应用。“汉皇重色思倾国,御宇多年求不得。”(白居易《长恨歌》),“倾国”指佳人。

在产品设计中的应用。这是把产品使用的结果作为强调,着意进行表现。例如心情、身体好坏,产品使用后的独特状态,对环境的影响等。例如,以一滩水的形象做的杯垫,难道不是设计师或者某人失手打翻水杯后的景象,或者说结果所产生的吗?

(二)关联对象的借代手法

1 借所属代本体

在语言中的应用。“什么!旧毡帽朋友几乎不相信他们的耳朵。”(叶圣陶《多收了三五斗》),“旧毡帽”是卖米农民戴的帽子,用来代替卖米农民。

在产品设计中的应用。这种手法特别适用于一些新产品的开发,由于考虑到消费者缺乏对新事物的认知而影响销量,所以,在产品形态中选择同一类

并且大家都很熟悉的符号作为借体。例如,在电话的设计中出现电话薄的符号,在音箱的设计中出现音符的符号,在灶具的设计中出现火焰的符号等,都是采用了与本体所属同一个认知领域的借体。

2 借所在代本体

在语言中的应用。“衣冠士女,下迨蓫屋。”(袁宏道《虎丘记》),“蓫屋”是处所,代替贫民。

在产品设计中的应用。这种手法适用于产地具有特殊意义,或者使用场合具有独特性的产品。例如,我们都知道象鼻山是桂林著名的景点之一,那么,在相关旅游纪念品的设计中出现的象鼻山的形象就是一种明智的作法。一般在借体的选用上,可以采用最能代表该地点的符号,例如人为符号(分为人文符号:神话、文学历史、宗教、哲学等;人造符号:器物、图样纹样等)、自然符号(包括自然景观,例如山川、气候、日月星辰等;抽象自然现象,例如时间、方位、天象等)。^[6]

三 结论

综上所述,借代这种手法在产品设计中,可以起到很好的语意传达效果。不但可以实现产品较好的自明性,同时还可以使产品意象鲜明,特征凸显,有时甚至有化凡为奇的效果,令人印象深刻。所以,把语言学中修辞法的相关理论和方法借用到产品语意学中是非常可行的方法。诚然,目前修辞手法的大量运用还是在语言学中,在产品语意学中作为设计方法的运用还处于探索阶段,有待深入。

参考文献:

- [1] 陈浩,高筠.语意的传达——产品设计符号理论与方法[M].北京:中国建筑工业出版社,2005:93-100
- [2] 李乐山.工业设计思想基础[M].北京:中国建筑工业出版社,2001:95-120
- [3] 张凌浩.产品的语意[M].北京:中国建筑工业出版社,2005:14-31
- [4] 唐林.产品概念设计基本原理与方法[M].北京:国防工业出版社,2006:86-90
- [5] 胡飞.设计符号与产品语意[M].北京:中国建筑工业出版社,2003:76-8
- [6] 程为宝,刘建国,等.包装经济学[M].南昌:江西美术出版社,2005:132-133

(责任编辑:王友良)