

多模态隐喻视角下的产品设计理论方法研究

李妮¹, 苏珂², 褚俊洁¹

(1.中国海洋大学, 青岛 266001; 2.齐鲁工业大学, 济南 250001)

摘要:目的 研究多模态隐喻在产品设计中的设计方法。方法 归纳多模态隐喻在产品设计中的表现形式, 深入分析其在产品设计中的创建机制与方法。结论 提出以产品图像、动作、声音、空间为元素的多模式的产品设计创建方法。

关键词: 多模态隐喻; 产品设计; 设计方法

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)22-0157-04

Theory Method of Product Design in the View of Multimodal Metaphor

LI Ni¹, SU Ke², CHU Jun-Jie¹

(1.Oucean University of China, Qingdao 266001, China; 2.Qilu Industail University of China, Jinan 250001, China)

ABSTRACT: It aims to study the design methods of multimodal metaphor in the product design. It induces the characterization form of multimodal metaphor in the products design and studies the creating mechanism and methods in the process of product design. Product design methods are proposed, which include the product image, movement, sound and space as the elements.

KEY WORDS: multimodal metaphor; product design; design method

隐喻是指一个认知域中的概念系统地用于对另外一个认知域中的概念进行表达^[1]。它是人们借用具体、有形、简单的始源域来表达复杂的目标域的一种表达方法。多模态隐喻是隐喻的一个分支, 它分为始源域和目标域, 主要由两种或两种以上模态来呈现的隐喻^[2]。Forceville 把此概念中的模态分为 9 种, 即图像符号、书面符号、口头符号、手势、声音、音乐、气味、味道和接触。多模态隐喻从图像隐喻发展起来。它使隐喻研究从只关注概念隐喻的文字表征, 转向关注语言文字只担任其中一种交际模式的多模态语篇表征。本文从产品设计的角度入手, 探讨多模态隐喻在产品设计中的构建机制和设计表征。

1 多模态隐喻在产品设计中的创建机制

多模态隐喻在产品中以两种或两种以上模态呈现。它通过产品设计师赋予的始源域来构建目标源, 即产品, 使产品各元素得到相应的物理形式分

配, 最终创建的目标源产品能够传达产品的属性、功用及其心理、社会、文化意义等。

始域源和目标源是多模态隐喻在产品创建过程中的两个方面, 见图 1。始域源分为始域源概念层和

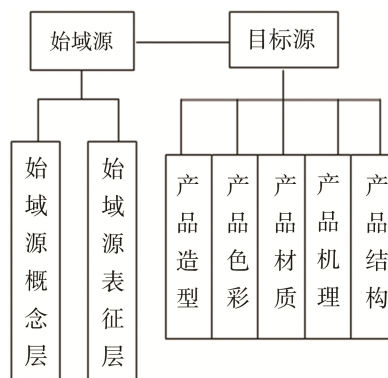


图 1 多模态隐喻在产品设计中的架构模型

Fig.1 The model framework of multimodal metaphor in the product design

收稿日期: 2017-07-30

基金项目: 教育部人文社会科学青年基金资助项目 (14YJCZH131); 山东省高校人文社科研究计划项目 (J14WJ64); 山东省文化艺术科学重点项目阶段性成果 (1506227)

作者简介: 李妮 (1980—), 女, 山东人, 中国海洋大学讲师, 主要研究方向为产品创新设计方法、产品设计战略。

始域源表征层,有时这两层指同一事物,有时则指两种事物,即通过表征层来体现另一事物。目标源指产品属性,即产品的造型、材质、结构、功能、色彩等内容。多模态隐喻在产品中的创建机制在于始域源和目标源的架构。

1.1 相似性是多模态隐喻在产品设计中创建的基础

产品设计的多模态隐喻是在没有任何联系的概念范畴之间寻求相似性,从而建立始域源与目标源的架构机制。相似性的寻求主要从事物的现象特征和质地内容两方面。从产品设计角度而言,现象特征主要指形态、色彩、材质等表面可感知的内容。质地内容主要指产品的功能、性能、特质或产品文化理念意义等内涵。隐喻学者 Forceville 还指出,相似性不仅限于事物或情景内部的结构特征,更是出于事物或情景之间及外部的临近关系,以及事物或情景所附带的基于文化规约的情感、态度、愿望等^[3],因此,始域源和目标源之间的相似性未必是预先客观存在的,该相似性可以通过设计者创造性地表达出来^[4]。产品设计中始源域与目标域的相似性,是设计师透析产品本身和外围临近关系,结合用户及自身经验知识来认识事物的结果。

1.2 产品用户的意象性是多模态隐喻发生的重要条件

多模态隐喻在产品中的应用要符合产品用户意象认知特征。这涉及到产品特定用户群体的思维定势、审美取向、知识储备、社会风俗、人群惯例等心理场内容。意象本身是始源域和目标域映射到用户大脑神经中的产物,它促进了产品多模态隐喻的发生。设计者只有把握用户的意象,才会使用户更易解读多模态隐喻中产品的个性、文化理念、功能优势等。当然,用户文化性的差异,也引起隐喻映射的差异。这种差异来自进化过程中不同生存环境的塑造,也有文化规则和宗教信仰等文化因素的作用^[5]。

1.3 转喻体的选择是多模态产品设计的关键

多模态隐喻意义整合的过程是一个非常复杂的动态运演过程^[6],其运演的前提是概念转喻过程:在同一理想化认知模型或认知域矩阵中,以概念相对凸显为原则,用一个认知域激活另一认知域的操作过程^[7]。学者 Panther & Thornburg 认为,转喻的主要作用是指称与激活两个范畴域^[8]。多模态隐喻产品的概念转喻过程通常用某一局部或细节中的造型、色彩、机理、构造等来表征概念成分,担当源域的概念参照点,激活满足隐喻投射所需要的概念成分。厨房收纳用具见图 2,其设计重点是勺子把柄。它的特殊设计激活了始域源和目标源。勺子柄部分特征激活了整体概念,使产品收纳到盒子里时

像个牛头。勺子充当指称转喻,用部分概念代替整体概念,主要作用是指称。与勺柄配合的收纳盒形态充当了述位转喻,即对两个范畴域的相关特性进一步转喻拓展。



图2 厨房收纳用具
Fig.2 Kitchen ware

2 多模态隐喻在产品中的表征形式

2.1 以图像置换为主要表现手法的多模态隐喻产品

图像确立过程就是组织意义生成的过程^[9]。随着电子化的发展及人们对黑箱子式产品的厌恶,以图像造型为主元素的隐喻产品得到发展。在产品设计中,图像隐喻的表达分 3 种。一是产品实体本身做装饰图像表达;二是借助产品自身实体空间进行图像表达;三是产品图像的隐喻由内置软界面加以表达。飞利浦剃须刀侧面曲线就是截取男性喉结局部特征进行置换;咖啡杯见图 3,通过整体图像造型营造温馨休闲气氛。产品中所刻画的图像往往是始域源或目标域内形态、色彩、质地、形体、构造等直观特征的形象或场景。



图3 咖啡杯
Fig.3 Coffee cup

2.2 由两种模态构成的多模态隐喻产品

2.2.1 图像和空间环境配合的多模态隐喻

Lakoff 和 Johnson 认为,空间隐喻在人类的认知和抽象概念系统的形成中占据着中心地位^[10]。产品

设计中，空间环境作为一种辅助模态，可帮助产品更完整、生动地表现产品内容。酒架见图 4，运用酒瓶图像造就空间变化状态，其塑造的形象时而丰盈时而瘦弱。空间还具有亲密特征。产品的空间变化能带给用户不同的动态画面和心理体验。



图 4 酒架
Fig.4 Wine rack

2.2.2 图像和声音配合的多模态隐喻叠加

语言学隐喻的研究中，Sellers 认为书写的持续性和声音的韵律，通过彼此间的相互转换可以创造出一种震撼的效果^[11]。产品设计融入声音功能可使产品在图像等功能基础上增添新体验。ALESSI 的鸣叫水壶将小鸟转喻体通过声音鸣叫的述位转喻来强调水烧开的特征，其始域源概念层是表达提醒水烧开的功能。产品中声音隐喻使用户通过听觉器官达到知觉与视觉的多模态合成。

2.2.3 图像和动作配合的多模态隐喻叠加

国内学者张辉曾依据隐喻手势来研究奥巴马和罗姆尼在电视辩论中的认知识别。动作隐喻已在学科研究中展开。产品设计中动作隐喻方法可概括为两个方面。一为产品自身动作配合引发的多模态隐喻，二为借助用户动作配合引发的多模态隐喻。开瓶器见图 5，安娜人物不仅仅是静态的图像隐喻，当用户使用开瓶器时，安娜张开双臂不断旋转，如同



图 5 开瓶器
Fig.5 Corkscrew

舞者。动作配合产生新的动态图像隐喻。这个案例属于自身动作配合引发的多模态隐喻。

2.3 由三种模态配合的多模态产品隐喻

2.3.1 声音、动作和图像配合的产品隐喻

声音、动作和图像配合的产品隐喻将产品的操作与形态有机的结合在一起。设计师李剑叶的设计作品门铃就以钢琴琴键做为图像元素。当按门铃动作发生时，悦耳铃声产生。犹如弹奏钢琴般美妙的体验。图像、声音、动作配合，创造了令人愉悦的产品使用体验。

2.3.2 空间、动作和图像配合的产品隐喻

碎纸机见图 6，是空间、动作、图像配合的案例产品。碎纸机的特殊处在于刀口为树叶形，它是“图像”产生的前提。当使用碎纸机时，纸张通过刀口成树叶状，飘落在下方虚空间环境中。这就是多模态隐喻中的“空间”。而后人们扫落叶的感受又增强了产品体验。本案例中树叶形纸为多模态产品隐喻的“图像”，“空间”则是碎纸机下方的虚空间。“动作”有两个，一是使用碎纸机的动作，二是扫落叶的动作。两次动作增强人机互动，人的心智也通过空间动作有了心灵体验。



图 6 碎纸机
Fig.6 Paper shredder

通过以上多模态隐喻产品的表征元素与形式，可以发现图像是产品多模态隐喻的基本元素，动作是产品多模态隐喻的常用元素，优秀的多模态隐喻产品往往是混合多种构成元素来表达设计思维。

3 案例实践

本文以办公用品转笔刀为例进行多模态隐喻产品设计。市面常见的运用仿生设计手法的转笔刀，虽具可爱造型，但用户使用时有暗箱操作感，不能知晓笔的加工状态，需凭经验或多次拨出以观察削笔状

态。因此设计的出发点为改变用户的暗箱操作感,提升使用体验。这成为多模态隐喻创建机制中始域源概念层。解决的方法为做“可视化”的削笔刀。笔者学生运用发散思维和多模态隐喻设计方法获得的4个概念设计方案,见图7,分别通过头盔、咖啡杯、火山、小人作为始域源表征形式赋予到转笔刀中。其中方案头盔、咖啡杯、火山是通过物理状态的可视化解决用户暗箱操作感,即可视化的透明空间。从多模态隐喻设计手法分析,头盔式转笔刀采用的是单纯的图像造型法。火山、咖啡杯采用了图像、动作、空间的综合表达方法。当转笔动作开始时,空间状态发生变化,犹如火山喷发或咖啡杯内鼓泡泡的体验。小人图形的方案在解决暗箱操作问题的方法上与其他几种方案不同,采用的是心理空间的“可视化感知”来解决问题。当转笔动作发生时,小人开始围绕圆台走路,音乐响起。当笔削完时,音乐停止,小人走完完整的圆台。小人图像的设计采用了二次动作加音乐的方式,由转笔的动作带动小人走路,同时又加入声音的元素,其运用到的是声音、动作、图像的综合设计方法,用户的体验感知力更强。



图7 方案
Fig.7 Solution

4 结语

本文从多模态产品隐喻的概念内涵、创建机制、设计表征形式方面做了一定的理论研究和分析,特别是归纳提炼了产品图像、动作、声音、空间的在产品中的配合表征方法,并通过转笔刀案例进一步说明多模态隐喻设计相关理论问题。多模态隐喻在产品上的研究属于跨学科非语言隐喻研究,它给产品设计理论研究和设计方法带来崭新的视野。随着多模态隐喻研究热潮的展开,多模态隐喻产品的设计研究也将为产品设计方法提供更为丰富的理论依据。

参考文献:

- [1] 殷融. 具身认知视角下的概念隐喻理论[J]. 心理科学进展, 2013(2).
YIN Rong. Study for the Conceptual Metaphor Theory in the View of Embodied Cognition[J]. The Progress of Psychological Science, 2013(2).
- [2] 费思沃斯. 愤怒的理想化认知的可视化表示[J]. 语用学杂志, 2005, 37: 69—88.
FORCEVIL C. Visual Representations of the Idealized Cognitive Model of Anger in the Asterix Album La Zizanie[J]. Journal of Pragmatics, 2005, 37: 69—88.
- [3] 费思沃斯. 在认知框架里非语言多模态隐喻研究[C]. 费思沃斯隐喻论文集, 2009.
FORCEVILLE C. Non-verbal and Multimodal Metaphor in a Cognition Frame Work: Agendas for Research[C]. A Collection of Essays on Metaphor, 2009.
- [4] 费思沃斯. 广告上的图像隐喻[M]. 伦敦: 1996.
FORCEVILLE C. Pictorial Metaphor in Advertising [M]. London: 1996.
- [5] 雷克奥夫, 约翰逊. 肉中的哲学: 体现的思想及其对西方思想的挑战[C]. 芝加哥: 芝加哥大学出版社, 1999.
LAKOFF G, JOHNSON M. Philosophy in the Flesh: the Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought[C]. Chicago: University of Chicago Press, 1999.
- [6] 赵秀凤, 苏会艳. 多模态隐喻性语篇意义的认知构建——多模态转喻和隐喻互动下的整合[J]. 北京科技大学学报, 2010(12).
ZHAO Xiu-feng, SU Hui-yan. The Cognitive Construction of Multimodal Metaphorical Discourse Meaning: the Integration of Multimodal Metonymy and Metaphor[J]. Journal of University of Science and Technology Beijing Social Sciences, 2010(12).
- [7] 科绕夫特. 隐喻和转喻解释中的作用[J]. 认知语言学, 1993(4).
CROFT W. The Role of Domains in the Interpretation of Metaphors and Metonymies[J]. Cognitive Linguistics, 1993(4).
- [8] 潘贲, 瑞顿. 语言与思维中的转喻[C]. 阿姆斯特丹: 1999.
PANTHER K U, RADDEN G. Metonymy in Language and Thought[C]. Amsterdam: 1999.
- [9] 杨冬. 图像隐喻与意识形态修辞——从20世纪50年代月份牌年画中的女性形象谈起[J]. 江西社会科学, 2009(1).
YANG Dong. Image Metaphor and Ideology Rhetoric: Talking from the Image of Women in the 1950s Calendar New Year Paintings[J]. Jiangxi Social Sciences, 2009(1).
- [10] 约翰逊·雷克奥夫. 我们赖以生存的隐喻[M]. 芝加哥: 芝加哥大学出版社, 2003.
JOHNSON L G. Metaphors We Live[M]. Chicago: University of Chicago Press, 2003.
- [11] 苏珊·塞乐. 海伦西克苏手记手记[C]. 2004.
SUSAN S. The Writing Note Books of Helene Cixous[C]. 2004.