

对立与统一视角下的产品符号隐喻修辞

周慧敏

广州美术学院，工业设计学院，广东 广州

收稿日期：2023年7月3日；录用日期：2023年8月30日；发布日期：2023年9月6日

摘要

本文利用设计符号学及哲学辩证法的相关理论，对符号隐喻修辞的产品设计进行研究，并通过分析产品隐喻修辞中修辞格两造的辩证关系，得出隐喻的统一性表现在喻体与本体的相似性联系与最终的产品设计统一文本中；隐喻的对立性表现在隐喻两造的系统独立性与文化背景差异上的结论。隐喻修辞中两造的统一使对立呈现、两造的对立使统一生动，对立与统一相互作用。本文为产品修辞理论的研究和发展提供了哲学基础的视角。

关键词

产品修辞，符号隐喻产品修辞，辩证法，对立与统一

The Metaphoric Rhetoric of Product Symbols from the Perspective of Opposition and Unity

Huimin Zhou

School of Industrial Design, The Guangzhou Academy of Fine Arts, Guangzhou Guangdong

Received: Jul. 3rd, 2023; accepted: Aug. 30th, 2023; published: Sep. 6th, 2023

Abstract

This article utilizes theories from semiotics and dialectical philosophy to study metaphorical rhetoric in product design. By analyzing the dialectical relationship between the two aspects of rhetorical figures in metaphorical rhetoric, the article concludes that the unity of metaphor is manifested in the similarity between the vehicle and the tenor, as well as in the final unified textual design of the product. The oppositional nature of metaphor is demonstrated through the independent systems of the two aspects in metaphorical rhetoric and the differences in cultural back-

grounds. The unity of the two aspects in metaphorical rhetoric presents opposition, while the opposition of the two aspects enlivens unity, thus illustrating their mutual interaction. This article provides a philosophical perspective that serves as a foundation for the study and development of rhetorical theory in product design.

Keywords

Product Rhetoric, Symbolic Metaphor Product Rhetoric, Dialectics, Opposition and Unity

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

人的社会生活和个人生活，都淹没在符号的意义世界中。符号学是全部人文与社会学科的共同的方法论，符号学在产品设计中已然发展为成熟的产品语义学，随着符号学与产品设计的不断结合，其必然会为产品设计指明更多前进的方向。“隐喻”曾被定义为一种常用的比喻修辞方法，但随着对隐喻研究的深入，越来越多的研究证明，其不仅仅渗透在语言活动中，其还存在于思维和行动中[1]，且已经纳入了认知科学的新领域。产品符号隐喻修辞，如同语言隐喻在语言修辞中一样，在产品修辞中占据重要地位。产品符号隐喻修辞的两造存在辩证关系，从哲学的对立统一的视角去分析产品隐喻修辞，有助于探索产品张力与整体感的来源及其相互关系，探索隐喻两造义域映射的规律，拓展产品设计的创新方式，促进产品隐喻设计的发展。

2. 产品符号修辞概述

(一) 产品符号

符号是用来表达、传送、解释意义的，任何意义必须靠符号才能传达，不用符号就表达不了任何意义[2]。符号时时刻刻都存在于我们的生活中：左眼皮跳代表好运；春天象征着生命；聋哑人用手语交流等等。只要产品也需要表达意义就不能脱离符号。国内认可度最高的对符号的定义是赵毅衡提出的“符号是被认为携带意义的感知”[3]。那些人类能感知到的各种事物和感受，都被赋予一定的解释意义，而成为符号。这些解释也代表了人类对自然与社会的认知。

产品设计是研究人造物的一门学科。伴随着人类社会文明的发展，产品被设计成各种不同的满足情绪或功能需求的工具。人的身体知觉与生活经验能够帮助人们与产品进行沟通，实现产品与人之间的信息传达。所以产品设计活动就是一个传达意义的过程，产品无论是实现一个功能还是表达某些情感，都是设计师在使用产品向使用者表达意图。单一的符号叫做单符，在系统中，一个单符能表达意义非常有限，所以符号一般会组合成一个合一的表意整体，也就是说所有的产品都是符号集合组成的合一表意的符号文本，且具有文本结构的特征，不可能以单一的符号而存在。赵毅衡认为文本具有两大特征：1、文本中有被组合在一起的符号；2、文本内符号的组合可以被符号的接收者进行合一性解释，并具有合一的时间和意义向度[4]。产品中的色彩、材质、工艺等都是其中的一个个符号。

(二) 产品修辞

产品修辞是设计师编写符号文本时使用的工具，设计师使用产品修辞，就像是文学家写时会用各种的文学修辞手法一样自然平常。运用修辞手法后，语言表达可以更加生动形象、精准细腻，进而文学作

品会更具有感染力。设计也是如此,经过“修辞”的产品,实用功能更加顺手、情感表达更加流畅[5]。同类型的产品经过设计师的不同“修辞”之后,可以满足使用者多样性需求。设计师对产品文本的修辞解释是一切设计活动的本质内容,它增加了产品与社会文化间的交流,并拓展了产品新的感知与概念类型。

设计师要通过产品修辞实现产品文本意义的传递,就要根据自己的设计意图,在产品文本外寻找合适的符号,将其与产品自身符号文本合理和谐的融合在一起,形成一个新的合一表意文本。也就是设计师用产品文本外文化符号对产品文本内符号进行修辞。产品文本外符号所属的文本以及被解释的产品文本就是产品修辞的两造。两造之间的关系即是产品的修辞格。在产品文本编写时,两造指称相互改造融合的不同方式,会形成不同的两造关系,从而形成不同的修辞格。常见的产品修辞格有明喻、转喻、隐喻、提喻、反讽五种。但是改造与调节的过程始终具有系统性的特征:一是产品修辞活动一定是喻体符号修辞本体,本体一定是产品,修辞始终在产品系统的范围,要遵循本体产品系统的基本原则。二是修辞虽然是符号与符号间的意义解释,但是同时符号无法脱离其原有系统,如果喻体是蝴蝶,那就无法摆脱其生物系统在产品文本中表意,如果本体是椅子,那也无法脱离其背后的家具系统。

3. 对立统一规律视角下产品修辞

(一) 辩证唯物主义的对立统一规律

我们熟知的“质量互变”“对立统一”“否定的否定”三大规律是我国哲学界将辩证法规律简化过后的论述[6]。其中“对立统一规律”,来源于黑格尔《逻辑学》中的“本质论”部分,后又被确立为马克思主义辩证法的核心。

对立统一规律就是矛盾规律,对立和统一,也叫斗争和同一,是矛盾双方之间同时存在的两种关系斗争性和同一性是矛盾的两种基本属性[7]。矛盾着的事物即对立,又统一:一方面,“斗争性即寓于同一性之中”。矛盾的斗争是一定的统一体中的斗争,不能离开同一性单独存在。另一方面,“在同一性中存在着斗争性”[7]。所以,分析事物、要了解事物发展规律必须全面把握矛盾双方之间既对立又统一的关系,既要看到同一性中的斗争性,又要看到斗争性中的同一性,不能遗漏任何一个方向。

(二) 对立统一视角下的产品修辞

对立统一规律之所以是唯物主义辩证法最根本的规律,是因为它是客观世界本身的根本规律。矛盾客观存在于一切事物的内部,对立统一的是自然和社会的根本,也是思维的根本。对立统一规律的客观性、普遍性、根本性,体现了对立统一规律与产品修辞的相关性,也决定了我们只有在认识产品修辞理论,分析设计作品时运用对立统一规律,注重产品修辞中的矛盾,才能真正的理解产品修辞的本质。

产品修辞格的两造就是矛盾双方。修辞格两造相互依存,依据某个条件下的共同点通过不同的修辞格手法,被共同编写进产品文本这一个统一体中;又相互排斥相互冲突,不同范畴、多种领域的事物的冲突感并没有因为指称的相互改造协调而消失,反而因距离的缩短被不断对比、并置,增加了作品的深度、趣味。从“对立”的一面出发看待产品修辞,修辞两造之间始终存在着异质因素,因此存在着不可调和的矛盾与冲突,从而使得修辞产品具有“张力感”;从“统一”的一面出发看待产品修辞,修辞两造存在于同一件产品中,异质因素间辩证统一使得整件产品中存在“整体感”。

4. 隐喻修辞中的辩证关系

(一) 产品符号隐喻修辞

“隐喻”一词源于希腊语“metaphora”,是以类比或相似性为基础的一种比喻修辞手法[8]。在语言

学中它是一种隐含着比喻，将本体与喻体间隐藏着像似性通过语言含蓄的表达出来，以追求它们关联后的性质改变；在认知学中，隐喻是人类认识事物的基本方法，是指借助一个领域的概念去理解另一个领域的概念，形成新的认知结构；拓展到设计学领域，隐喻的本体和喻体的关联不仅可以是概念相似，还可以是造型、色彩、材质等的相似。产品符号隐喻修辞是将喻体的部分符号编写进本体符号文本中，来加强本体产品原有意义或赋予本体产品没有的意义。喻体与本体之间某个层面的相似性联系，是隐喻修辞区别于其他修辞格的关键。产品符号隐喻修辞的本质是将不同认知域的产品两造事物，进行并置、对比，利用使用者对熟悉事物已有的感知，来帮助传达产品本身难以传递和表达的产品功能、操作方式、身份归属、使用情感、传统文化等意义信息[8]。

(二) 产品隐喻修辞两造对立与统一及其相互作用

1、统一使对立呈现

产品隐喻两造的统一，表现在两个方面，第一体现在喻体与本体的相似性联系上，也正是因为本体与喻体的这种统一，产品隐喻修辞的才具有理据性，隐喻两造的对关系才能有得以呈现的条件。第二体现在喻体符号进入本体时，两造指称相互改造融合后形成合一表意的文本中。而有了这种统一，产品才能被称为产品，两造的对立才最终被呈现出来。

日本设计工作室 YOY 的 BLOW，见图 1，本体符号是置物架，喻体符号是被风吹起的纸张。纸张的轻柔飘逸被编写进置物架文本中，使置物架和置物架上的物品都有了随风飘动的动感，但是置物架的使用功能没有被改变。置物架的固定与纸张的飘动的对立被隐喻产品的统一文本呈现出来，整体设计给人新奇之感。



Figure 1. Blow
图 1. “吹”^①

2、对立使统一生动

产品隐喻两造的对立是一直存在的，世界万物的斗争性是无条件的，绝对的。当产品隐喻修辞完成后，隐喻两造的对立有了具体的呈现，其一是喻体与本体各自产品系统独立性的对比，其二是有些生动的产品隐喻会涉及两个不同的义域，比如事物与感觉的对比等等。这时修辞的对比已经跳出产品的范围，来自于其文化背景的对立。

要在不一致性中发现一致性需要个体思维的努力。隐喻建立了新的意义和新的相似点，这些意义与相似点，因为建立在不相像的事物之上，才能更加生动、更加具有张力。设计师也往往是因为隐喻两造深刻的对立性显示出更加深邃的观察力。正如钱钟书先生的“远取譬”理论中提出的，文学作品中的隐喻越是出乎情理、出人意料，越能让其产生独特的韵味[9]。在产品隐喻修辞设计中也是如此：修辞两造

的距离越远，其间的统一才能越新奇。

日本设计师铃木康広的作品拉链船，见图 2，从产品外形来看，本体是船，喻体是拉链，但隐喻的两造实际上是衣服上滑动的拉链与在大海上行驶的船只。设计师看到了拉链滑动与船行驶时的相似点，这种相似来源于与船和拉链这两个毫不相似的事物之上，就更显深刻生动。设计大师深泽直人的壁挂式 CD 播放器，见图 3，设计将排气扇的符号编写进 CD 机中，CD 转动与排气扇转动的产生相似的联系，音乐飘来就像是舒缓的微风吹过一样，触觉与听觉的相似的背后是听觉与触觉的对立，使得产品传达出的意境更加的动人。

比较两件作品可以看出，深泽直人壁挂式 CD 播放器中隐喻两造的对立来自感知，是听觉与触觉之间的冲突，从视觉上看起来一片祥和，就像是语言中的隐喻，只能是概念的统一与冲突，而拉链船中隐喻两造的对立不仅来自于感知，也来自于产品的外形，船与拉链的不同造型融合在一起的对立感，来自于拉链和船背后产品系统的独立性，这是产品隐喻独有的，语言隐喻无法做到的。



Figure 2. Ship of the zipper
图 2. 拉链船[®]

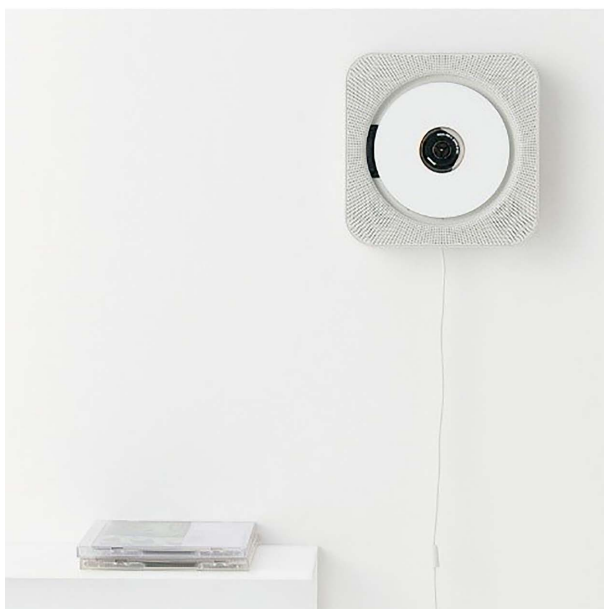


Figure 3. Wall mounted CD player
图 3. 壁挂式 CD 播放器[®]

(三) 统一性与对立性的变化

在具体的隐喻产品设计中, 由于始源域特征的加入, 使得产品乍一看是不熟悉甚至是不真实的, 即产品中存在张力感。但是随着这样的隐喻修辞的连续使用, 张力感所表现出的对立冲突会消失, 统一性会增加, 产品中的隐喻会被逐渐忽略。比如小猪存钱罐刚刚出现时, 将钱投进猪里的行为, 可能会让人感觉不适, 但是随着产品的普及与流行, 到现在, 小猪形象的存钱罐反而成为了人们认知中存钱罐的原型。也就是说, 产品中的统一性会随着隐喻修辞的不断使用而增加, 相应的, 对立性会逐渐减弱。

5. 总结

生动的隐喻联系是很难被发现的, 这些隐喻修辞的两造往往那个来源于不同的义域, 是两个“不相似的事物”。所以在解读设计作品时, 人们往往更突出其可比较的相似点, 乐于探寻其不一致性中的真实, 反而忽略了隐喻两造之间的本应很明显的冲突性。但是产品修辞中的对立和统一很难被排序, 他们相互作用, 共同成就了好的隐喻产品, 也就是说, 好的符号隐喻修辞产品是对立与统一、相似性与差异性的“相反相成”, 辩证统一。

本文从哲学辩证法视角审视产品符号修辞, 发现隐喻修辞中对立和统一的关系, 分析对立统一的相互作用, 有助于以多维的视角认识产品修辞, 从而拓展设计创新的途径, 发掘设计的评价标准, 为产品修辞学的发展提供积极的意义。

注 释

- ①图 1 来源: 网页引用, <https://yoy-idea.jp/>
- ②图 2 来源: 网页引用, <http://www.mabataki.com/>
- ③图 3 来源: 网页引用, <https://www.muji.com.cn/>

参考文献

- [1] 胡壮麟. 认知隐喻学[M]. 北京: 北京大学出版社, 2020: 88.
- [2] 赵毅衡. 趣味符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2016: 1.
- [3] 赵毅衡. 符号学原理与推演[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2005.
- [4] 赵毅衡. 广义符号叙述学: 一门新兴学科的现状与前景[J]. 湖南社会科学, 2013(3): 191-195.
- [5] 刘宝顺, 曾爽. 修辞手法在产品情感化设计中的应用研究[J]. 美术大观, 2018(10): 114-115.
- [6] 杨水远, 王坤. “对立统一”作为辩证法核心的确立及其文论影响[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版), 2017, 48(1): 19-26.
- [7] 田心铭. 对立统一规律的系统阐述——《矛盾论》研读[J]. 贵州师范大学学报(社会科学版), 2011(3): 20-28.
- [8] 宋文娟, 杨永发, 王坤茜. 产品设计的符号隐喻修辞方法研究[J]. 包装工程, 2015, 36(16): 91-94+103.
- [9] 郭振伟. 钱钟书隐喻理论研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2014: 140.