

# 视觉符号的抽象程度与意义表达

李爽

(北京理工大学,北京:100081)

**摘要:**符号学作为一种新的方法论正逐步进入其他学科领域。同时,有价值的符号学讨论也已不局限于最初所确立的符号学领域中。对于视觉传达这一学科来讲,研究符号与其指代物之间的关系,以及视觉符号本身的抽象程度对信息传达、意义表述的影响,是一个非常有益的课题。这不仅可以提高信息传达的效率和准确性,同时也丰富了视觉传达设计的语言,更为满足现代人的审美要求提供帮助。

**关键词:**视觉符号;抽象程度;意义表达。

**中图分类号:**G206

**文献标识码:**A

**文章编号:**1009-3370(2003)05-0021-03

符号学发源于语言学,如今却已渗透到哲学、文学、自然科学和艺术等众多学科。今日符号学已成为“有关记号,或有关记号过程,或有关记号功能的研究”<sup>[1]</sup>,有价值的符号学讨论已不局限于最初所确立的符号学领域中,具有了一种方法论的意义。符号学的研究方法同样可以运用于现代设计,视觉传达设计本身就是一种符号的表达方式,设计者借助它向受众传达自身的思维过程与结论,达到指导或是劝说的目的。现代设计中以符号学作为研究方法论的历史并不长,也没有形成体系。由于篇幅所限,本文无法全面探讨符号学在视觉传达设计中的应用体系,仅仅将重点放在视觉符号与其指代内容之间的关系上。

## 一、符号及其作用

英国作家斯威夫特在《格列佛游记》中讲述了这样一个虚构的故事:一个国家的几位教授出于对人类健康的考虑,提出了一项废除词汇的计划。他们认为,人每说出一个词,或多或少会对肺部造成伤害。所以,作为弥补,大家在谈到具体事情的时候,就把实物带在身边以便以物示意。这项计划造成的后果可想而知,当两位大学者在街上相遇后,先从快被压断的背上卸下沉重的背包,取出包里的物品谈论上一个多小时,再收起各自的工具,互相帮忙将负荷重新背上后分手道别。故事听起来似乎有些荒谬,但它却机智而深刻地暗示了语言符号的本性所在。

单纯的以物示物,不能称其为符号,只有当以某种东西“代表”其他事物时,它才成为“符号”。按照符号学家罗兰·巴特的理论,一个符号是由“能指”和“所指”两部分构成,能指即一种物质的中介物,所指为其心理再现,能指和所指结合为一体的过程称为意指,其产物便是符号。事实上,人类所有的思维活动和信息交流的进程,都有赖于符号的存在。人的意识过程实质上是一个符号化过程,思维无非是对符号的一种组

合、转换和再生的操作。符号是人类认识事物的媒介,作为信息载体是实现信息存贮和传达的工具,同时又是表达思想情感的物质手段。

鉴于符号的特殊意义,哲学家波普尔曾提出“三个世界”的理论,认为“符号世界”是区别于“天然”的物理客观世界和人的精神世界的“第三世界”,特指“思想的客观内容的世界,尤其是科学思想、诗的思想以及艺术作品的世界”。<sup>[2]</sup>利用波普尔这一的理论,可以推断出符号与它所指代之物的两种关系:第一,符号超越了“事实之物”的领域,这时它所代替的是客观物理世界(即第一世界)存在之物,此时的符号含义要比它所代替之物抽象。即使一幅写实主义的绘画作品,其作者也是经过一定的选择和组织,集中体现被再现场景的本质,所以画的抽象程度仍要高于场景本身。第二,符号专门再现事物“活力的抽象作用力模式”,<sup>[3]</sup>即它代替的是来自第二世界中人类思维观念等东西,此时它的抽象程度就在所替代之物之下。这时的符号应该能为某一类别的事物或某一类“力的作用方式”赋予具体的形状,如用一个具体的人表示整个“人类”的概念,或以五线谱、音符记录的一段音乐旋律。

## 二、视觉符号的抽象性问题

语言符号仅仅是整个符号世界的一个部分,另一个重要部分便是视觉符号,即那些通过人的视觉被感知的符号。视觉符号在信息的传递方面具有很多特别的优点。它依靠图形直观地进行表述,同时它所具有的象征性在人类精神和情感的表达方面是其他类型符号所不能比拟的。相对于语言符号来讲,视觉符号的信息传达更加迅速,内涵更加宽广。视觉符号在人类认知世界的过程中同样起着巨大作用。人类对一件事物的认知,实质上是他对事物某些最基本和最突出的结构特征的认识,“以物示物”并非最理想、最科学的信息传达方式。因此,人类在对世界认知活动中,一直不断确立形形色色的视

收稿日期:2003-08-20

作者简介:李爽(1978-),男,北京理工大学设计艺术学院,硕士研究生,研究方向为设计艺术学。

觉符号来帮助自己。这些符号不是对原物机械的复制,而是思维经过积极组织或建构重组后形成的替代品,是对事物本质特征和结构的最直接表述,它们是人类在长期认知活动中的经验之上,以及丰富的联想之下生成的。

符号所指代的内容既可以比它本身抽象,也可以不如其抽象,这取决于所指代内容的性质,视觉符号亦如此。而从另一个角度来讲,作为视觉符号的图形,其本身的抽象程度也会影响到信息的传达。如果这个符号相当写实,一方面它为某个概念的结构骨架赋予了血肉之躯,以一种逼真的形象把意义传达出来,另一方面也可能得到截然相反的情况。对于一个画家或雕塑家的作品而言,它越是酷似实物,作者就越难以用它表达出自己的某种观念。这是因为图形的形象越具体,它展示出的特征也就越多,人们也就越不容易明确它的哪一种特征是最主要的。这时,这个符号所要传达的本质,或它所蕴涵的象征意义,可能会被观看者忽略。西方某些国家的老式交通信号牌,以一条逼真的蛇的形象来提醒驾驶员减速行驶。这种方式确实要比“减速行驶”这四个字更能引起驾驶员的注意。但蛇的形象本身并不是一个“专职”用于交通信号的视觉符号,人们可以从它身上看到其他特性(比如细长弯曲和引起恐惧等),或是让人以为这是提醒人们保护野生动物的标志。

由此可以看出,具象的视觉符号可以使观看者迅速辨认出一幅海报、一个信号牌所展示的东西是什么,但不容易从中看出较深一层的抽象意义。在这种情况下,将视觉符号的形象抽象化就相当必要了,它能帮助我们将某种特殊的性质准确地抽取出来。但也并非视觉符号的形象越抽象,对意义的表达和信息的传递就越有益。一个外形高度抽象的视觉符号,假如它的形象与所标示的东西之间很少或根本没有相似之处,其符号作用也相当有限,甚至有时会阻碍信息的传达。最明显的例子就是“卍”字符,在梵文中有“吉祥之所集”之意,而在希特勒将反方向的“卍”用作纳粹党徽之后,由于视觉上的高度相似,这两个不同的符号经常被混淆。

像这样抽象程度很高的符号在使用时,由于符号本身并不直接反映所表达内容的典型视觉特征,能指和所指之间的指代关系往往是人为规定的。在这种情况下,它所处的环境背景对信息的传达就起了相当重要的作用,设计者必须附加一些解释性的前后联系或背景资料,才能使观看者明白,否则就会造成严重的歧义。

### 三、视觉符号意义的表达

随着信息时代的到来,人类已逐步进入一种高速度、近乎失调无序的生活状态。人类迫切要求信息传达能够以一种最简便、最迅速、效率最高的方式进行。在视觉传达设计领域,则要求那些作为信息载体的视觉符号能够在瞬间将它们所代表的意义传递给受众。上文已经提到,一个作为视觉符号的图形,它的形象过于抽象或过于具体,都直接影响到信息传达效率。因此,作为设计者如何把握这个“度”,如何发掘视觉符号最大的潜质,使其以最直观、最准确、最迅速的途径传达设计

者的意图,是一个值得深入探讨的问题。下文将以标志设计为例,对这一问题进行论述。

现代视觉传达设计中的商标或标志设计,往往是以一个高度凝练的图形作为视觉符号,使观看者从中辨认出某一公司、某个品牌、某一组织或某种观念。作为一个符号,商标和标志要将公司的经营理念、产品的品质、组织机构的目的等抽象的概念固化下来,进行表述。



图 1



图 2

图1是某乳业公司的商标,由其产品的性质——牛奶液滴作为基本元素,图形经过抽象后成为一个替代其实际产品的视觉符号。作者把自己所要描绘的对象约简成了一个非常简单明确的图案,这种直接的方式使我们很容易理解公司的产品是什么。但由于它仅仅是一个液滴的抽象化图案,因此我们无法通过这个符号了解到关于这个公司的更多的东西,比如产品特点,或者经营理念等等。作为商标或标志的视觉符号如果仅是由客观实在之物(产品)抽象得来,它充其量只能成为实物的替代品,对人们理解精神领域的内容没有帮助。

图2是“爱心2000”的标志,这是一项援助残疾人的公益活动。作者的任务是如何将“爱心”这一抽象的概念固化下来,并以视觉符号的方式表达出来,使观众看到这个标志,就会自然想到“爱心”这个概念。作者选择了一些我们已经熟知的图形和概念作为媒介来表述。观众可以很容易从整体图案中看出一只手的抽象图形,熟悉手语的人很快会看出这个手势代表“爱”这个字,作为一个符号,它首先将“关爱”这一喻意传递给我们。

同时经过抽象后的图形,引起观看者兴趣的就并不是手本身,而是手势的内容。观众还可以辨认出汉字“心”的形状,看到一只鸽子的形象,从而联想到早已为人熟知的含义。最后,坚强挺立的三个手指使我们仿佛看到了残疾人坚忍不拔、不屈不挠与命运抗争的可贵精神。作者每一步要表达的都是相当抽象的概念,然而这些概念又都经过图形传递给我们,这些图形本身即是视觉符号,它们进而组合在一起,形成一个新的视觉符号,也就是标志本身,将这个公益活动的主旨精神——关爱和自强完全表述出来。

由此可见,具有深刻喻意的视觉符号,它所指代的内容往往来源于人类的精神世界(波普尔所谓“第二世界”)之中,而其形象又来源于客观物质世界(“第一世界”)当中。视觉符号的目的就是将设计者的思维活动中产生的抽象概念,通过具体的图形固化下来,从而通过视觉语言传递给受众。而为了使这种精神的沟通、信息的传达更加快捷有效,视觉符号图形的选择就必须建立在设计者和受众双方都认同的基础上。因此设计者必须挑选人们熟知的事物作为视觉符号的来源,将

其简化为抽象程度适宜的图形,作为概念的载体,在人们的精神沟通上架起一座桥梁。这样才同时体现了鲁道夫·阿恩海姆所说的表达抽象概念所需的“形式复杂性”和写实形象向“纯形式”靠拢的视知觉理论。

视觉传达设计是运用视觉语言传达信息,以物质的方式沟通人与人精神世界的手段。随着科技的进步,时代的发展,

生活水平的不断提高,人们的审美观念也在随之改变,因此留给设计人的任务也越来越艰巨。视觉语言的丰富有赖于更多视觉符号的发掘,而形形色色的视觉符号则蕴藏在浩瀚无边的自然世界与人类的精神世界中,等待我们去探寻。这种寻寻觅觅虽然是一个漫长而无止境的过程,却又是推动设计不断发展,不断进步的强大动力。

参考文献:

- [1] 李幼蒸.理论符号学导论[M].北京:社会科学文献出版社,1999年,第2页.
- [2] 李伯聪.高科技时代的符号世界[M].天津:天津科学技术出版社,2001年,第6页.
- [3] [美]鲁道夫·阿恩海姆.滕守尧译.视觉思维——审美直觉心理学[M].重庆:四川人民出版社,1998年,第178页.
- [4] 尹定邦.图形与意义[M].长沙:湖南科学技术出版社,2001年.
- [5] 王受之.世界平面设计史[M].北京:中国青年出版社,1999年.

## The Abstract Degree of Visual Signs and the Corresponding Expression of Meanings

*Li Shuang*

(Beijing Institute of Technology, Beijing:100081)

**Abstract:**Signics as a new methodology has gradually applied in other fields,and meanwhile valuable discussions about signics are not limited to the field of signics.As for the visual conveying, it is significant to study the relationship between signs and their references and the influence of the abstract degree of the visual signs on information conveying and meaning expression.The kind of study can help convey information more effectively and accurately,and can also enrich the design language of visual conveying and can meet the needs of the people's taste.

**Keywords:** Visual signs; Abstract degree; Expression of meanings.