

以「會意」原理應用於多功能性產品之創意發想

蕭明瑜

朝陽科技大學工業設計系

摘要

進行產品設計的過程，應是在建構一個能夠被理解以及解釋，聯結和組織，綜合化和普遍化的圖像式符號系統，並非是無邊無盡的思維活動。造形既是圖像式符號系統，那麼其構成體系應可與漢字符號系統做一比較。「會意」原理是漢字「六書」造字方法中其中一項，其主要內容為將兩個或兩個以上的象形文字組合起來，以表達一個新的意思。應用於產品設計之創意開展，則是產品設計具有會意的特質特徵，即將兩種或兩種以上的產品功能或是性質組合起來，以形成一個新的複合功能產品。例如新力(Sony)的社長盛田昭夫將走路與音響結合，成為隨身聽；而耐吉(Nike)將彈跳與球鞋結合，成為氣墊球鞋；均是產品設計具備「會意」原理特徵的設計方式。「六書」作為一種漢字的分類方法，同時也具備可依據發展的原理原則。因此，本文即依據「會意」原理做為產品設計之創意開展的應用方法做論述。

關鍵詞：產品設計；圖像式符號；會意；漢字六書；創意開展

1. 前言

符號的形成是一種邏輯思考的結果，也是人類對於自然事物基本認知的結果。除了創造出基本的符號用以溝通與承載訊息，人類更具有運用符號以創造並延續文化的本能，含括神話、語言、歷史、科學、藝術、工業產品等等，均是人經由符號化的活動所創造出來的。

進行設計的過程，和其它符號化的活動一樣，都是在建構一個能夠被理解以及解釋，聯結和組織，綜合化和普遍化的符號系統。設計並不是漫無目的的抽象性思維活動，若是沒有經過形式構成予以表現，則無法具備設計解釋和解決人與物之間的問題之功能，因而設計是具有明顯目的論結構的創造過程。我們理解設計作品或是要建構產品形式，便需要理解構成產品形式的符號系統。而藉由原文化母語的

符號架構系統，作為產品符號形成規則的輔佐說明或是佐證，對於造型的形構與內涵訊息的相關性，應該比較容易掌握。因此筆者引藉公元前一百年，東漢許慎所著的《說文解字》所歸結的漢字「六書」原理^{註1}作為分析產品符號形成與分類的方法，詳細研究內容與結果請參閱網址<http://de-sign.creativity.edu.tw>^{註2}；本文則以「會意」原理做為產品設計之創意開展的應用方法做論述。

2. 研究目的

本文嘗試以漢字六書中「會意」原理之構字法則，建構一套使用漢字語系的設計師可以快速理解及學習應用的產品創意開展方法。

符號建構是邏輯思考結果，也是人類對於自然事物基本認知的結果，其與生活經驗及文化背景具有絕對的關係。但是工業設計教育與

觀念源自於德國包浩斯，東西方文化體系不同，教育與語言系統不同，對於自然與事物的認知亦不同。勉力使用西方的造形圖像建構方法，雖在學習後仍可使用自若，但在思維的本質上，仍有相當差異。若可以引藉原文化中語言文字的符號系統作為工業設計時造形與功能的發展原理，應更能整合設計時的思維，而非僅以西方美學體系作為工業設計的單一法則。

3. 文獻探討

所謂符號學(semiotics or semiology)，就是研究「符號」的學科，即研究如何將文字、圖像或是聲音轉變為訊息符號，符號與符號之間相互作用的關係，以及符號功能。「符號」並非自然的產物，而是人類文化的產物。一百多年來，研究與詮釋符號學的相關學者相當多，研究的領域也從語言學範疇擴及各學科，包括莫里斯(Charles William Morris)、索緒爾(Ferdinand de Saussure)、羅蘭·巴特(Roland Barthes)、德希達(Jacques Derrida)等外國學者。

國內學者研究產品語意學者亦多，包括實踐大學官政能教授運用產品語意以詮釋產品訊息的研究；雲林科技大學林盛宏教授深入探究符號與造形演變的可能性；雲林科技大學陳國祥教授在產品造形與風格語意之研究…等等。但是將六書的原則首度應用於產品設計之文獻，則首見於交通大學應用藝術研究所莊明振教授與林漢裕老師於85年所發表的「應用六書的原則來激發產品造形發展的探討」^{註3}論文中。內容以漢字六書作為分析現有產品的方法。86年，莊明振教授計畫「應用六書的原則來激發產品造形發展的探討」，進一步以工業設計的觀點來重新詮釋六書的意義。86年之後，則未見有其他學者針對六書原則著述再論。

4. 研究成果

4.1. 六書的構字原理

回歸符號建立的法則，訴諸於中外語言文字與圖像符號建立之初，均以「象形」為始。雖西方後以拼音字取代象形字，但始於象形則為既存歷史，此原為人類將所見所聞以及對於自然(符徵)的觀察並予以形象簡化的結果。中國語言學中能指的建構與所指具有絕對的關聯性，具有形義相因、形音相依、意義相因的特性。因為漢字的形體(能指)和意義(所指)的關係非常密切，這與西方以拼音文字構成語言的方式有極大的差異。因而我們可以藉由理解漢字的形構過程，即公元前一百年，東漢許慎所著的《說文解字》一書中所歸結的「六書」作為符號形成的說明。六書裡詳載漢字中字形、字音與字義的關係，其中的象形、指事、會意都是以字形來表示意義的能指，而以諧聲形成的形聲、轉注、假借等漢字規則，一邊是意符，一邊是聲符，仍有一半與字形有關。

漢字的認知與解讀方式與人類對於自然認知的過程相符合，因而我們在辨識漢字時，可以運用「說文解字」的方式予以解讀。其中符號的形成除了象形文字為絕對的「具象仿生」之外，其餘五書均為符號形成的變化，這與造形符號的建構與認知過程有異曲同工之妙，因而我們可以藉由原文化母語的符號架構系統，作為造形符號形成規則的輔佐說明或是佐證，對於造型的形構與內涵訊息的相關性，應該比較容易掌握。

自許慎著書解字至今，後人僅著述解釋或增刪，並無重訂漢字六書的架構。既是如此，六書作為符號建立與分類的法則，應是能兼顧基礎與變化的。因此筆者引借「漢字六書」作為圖像符號的建構法則，並獲得92年度補助計畫：「以『漢字六書』的造字原理應用於產品造形教學之探討」^{註4}。本文則以「六書」中之「會


意」原理作為說明。

4.2. 會意之構字原理與設計應用

(1) 會意的本意

《說文解字·敘》：「會意者，比類合誼，以見指偽，武信是也。」其意為將兩個或以上的象形文字組合起來或者會合其意，以表達一個新的意義；即「形符」加「形符」而產生新的意義，為會意。例如「益」，字意為水滿出來，所以與「水」及「皿」相關；且兩事物必須具備共同特質，如器皿可盛水，才有水滿溢的狀態。再舉「男」字為例，並列表說明於下：

表 1 會意之構字原理

會意字	
會意：比類合誼，緣事構形。合體字。	
男 = 田 + 力	會意 = 形符 + 形符
	
甲骨文 特徵：在田裡用力耕作者為男子。 簡化條件：結合「田」與「力」之意義特徵。	

「會意」之構字原理可再區分為兩類：

A. 異文會意：是由不同的「文」或「字」構成的字。如「步」為「止+止」所構成，形象上為兩隻腳一前一後走路的模樣。如「涉」則為「止+水+止」所構成，意指涉水時水從兩腳間流過的形象。

B. 同文會意：是由兩個或兩個以上相同的「文」或「字」構成的字。如：明，炎，林、鑫、森、淼、轟、品、蟲、轟、晶、彗等字。

(2) 會意構字原理應用於設計

「會意」原理應用於產品設計之創意開展，則是產品設計具有會意的特質特徵，即將兩種或兩種以上的產品功能或是性質組合起

來，以形成一個新的複合功能產品。以設計的觀點將「會意」原理重新定義，可以做這樣的解釋：「形符」可以表示產品功能或是性質。在此，嘗試用一個運算式作為說明：

$$\text{會意} = \text{形符} + \text{形符}$$

⇓ ⇓ ⇓

$$\text{設計} = \text{形符} + \text{形符}$$

⇓ ⇓ ⇓

$$f(x) = x + y$$



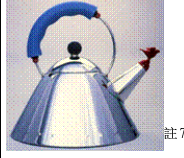
x = 形符， y = 形符

x = 產品功能、性質。

y = 產品功能、性質。

以下表舉例說明：

表 2 會意在產品設計方面的應用

	$f(x) = x + y$
	隨身聽 = 走路 + 音響 (性質)(功能)
	避震球鞋 = 彈簧 + 球鞋 (功能)(功能)
	笛壺 = 鳴叫的鳥 + 茶壺 (性質及造型)(功能)

以上所列之運算式中，X 與 Y 分別代表不同的未知數，即不同之產品功能或性質。例如 Sony 的社長盛田昭夫將走路與音響結合，發展為隨身聽，成為二十世紀極具代表性的產品。而 Nike 將彈跳與球鞋結合成為氣墊球鞋，改革了「鞋」的定義與意象。因此運用「會意」原理作為產品複合功能的創意思維發展方法，有其創意發展特殊之處。

根據運算式，我們可以藉由兩種方式獲得複合功能產品之創意構想發展。

A. X 為變數：將 Y 設定為某類產品，如手機；只考慮變數 X 之性質與產品功能，如相機、MP3、隨身日記、電子寵物…等等。所結合之複合性功能產品則為手機 + 相機、手機 + MP3、手機 + 隨身日記、手機 + 電子寵物等等。

B. X 與 Y 均為變數：X 與 Y 均為不確定之產品功能與性質。若：

X = 相機、微波爐、音樂、慢跑鞋、籃球

Y = 翅膀、帽子、背包、手機、燈

則 F(x) 就有 25 種可能，包括：相機 + 帽子、微波爐 + 手機、音樂 + 帽子、慢跑鞋 + 翅膀、音樂 + 背包、籃球 + 翅膀…等等。

初組合之產品乍看之下自然會有相當不合理或是怪異之處，但是隨身聽在產品構想提案的初期同樣也是怪異的提案。但是經過仔細深思之後，這些複合功能的產品並非不能被發展，而且有的類似產品已經被設計出來了。包括飛利浦公司在 1995 年提出的可被清洗的 T 榭隨身聽，或是 IDEO 設計公司所設計之裝上翅膀的橄欖球。

(3) 會意構字法則應用於產品設計上優點

以會意原理應用於複合功能性產品的創意發展，可以發現會意字具有創意思考中拼圖式的思維模式，即將兩者以上不同的事物組合在一起形成新的使用意義。此類創意思維模式在產品設計的應用發展方面，可以讓設計師或是產品企劃人員在規劃新產品時，先跳脫制式的思維模式，而以類比聯想或是隨機組合之方式組合出新的複合功能性產品，因此容易規劃出具有創新功能的產品發展。

5. 結語

本研究以設計的角度新詮釋「漢字六書」之「會意」的構字法則，企圖以原文化母語之

符號架構系統，作為產品符號形成規則的輔佐說明或是佐證。並嘗試建構出對應之設計應用方法，並將此方法在設計實務以及教學中實施，期望此研究結果可以提供設計相關從業者及學子實質上的幫助。

同時也期望透過研究成果的公開及數位化，可以提供產品符號學及產品語意學的研究者，運用六書構字法則作為產品分類以及建構產品造形及功能的可能性思考。

6. 參考文獻

註 1 本文以「江舉謙著，(1970)，說文解字綜合研究，東海大學，中央書局，台北，初版」一書，作為六書釋義之主要根據基礎。不足處再輔以其他中國語言學者之論述。

註 2 筆者 92 年度研究計畫「以『漢字六書』的造字原理應用於產品造形教學之探討」之研究成果獲得「93 年度教育部顧問室『數位化創意智庫計畫』補助，將相關研究成果數位化，網址 <http://de-sign.creativity.edu.tw>。

註 3 莊明振，林漢裕，(1996)，「應用六書的原則來激發產品造形發展的探討」，設計學會「第一屆研究成果論文研討會」論文集，第 46 頁至 53 頁。

註 4 筆者 92 年度研究計畫「以『漢字六書』的造字原理應用於產品造形教學之探討」(NSC-92-2411 -H-324 -003)，相關研究論文發表於朝陽學報第十期(2005)。

註 5 圖片來源：Asahi Sonorama, (1993), 'Sony Walkman TPS-L2'(首部隨身聽, 1979 年), Sony Design, Asahi Sonorama, Japan, p198

註 6 圖片來源：www.nike.com

註 7 圖片來源：Michael Graves 設計，(1985)，www.alessi.com