

# 手机交互界面中图标的隐喻设计研究

任美琪<sup>1</sup>, 谢庆森<sup>2</sup>

(1. 河北工业大学, 天津 300401; 2. 天津大学, 天津 300072)

**摘要:** **目的** 研究手机交互界面中图标的隐喻设计。**方法** 从符号学的角度论证了视觉隐喻手段在手机界面图标设计过程中应用的必然性, 论述了隐喻在界面图标设计中的重要作用, 并从隐喻设计的类型和隐喻设计的评判标准两个方面对手机界面图标中的隐喻设计进行了研究。**结论** 总结出了图标隐喻设计的类型及图标隐喻设计的评判标准, 为界面图标设计工作提供参考。

**关键词:** 手机界面; 图标设计; 隐喻设计

**中图分类号:** J524.1 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2014)04-0029-03

## Metaphor Design in the Mobile Phone Interface Icon

REN Mei-qi<sup>1</sup>, XIE Qing-sen<sup>2</sup>

(1. Hebei University of Technology, Tianjin 300401, China; 2. Tianjin University, Tianjin 300072, China)

**ABSTRACT:** **Objective** It researched metaphor design in mobile phone interface icon. **Methods** It demonstrated the necessity of the visual metaphor used in mobile phone interface in icon design from the perspective of semiotics, affirmed the important role of metaphor in the interface icon design. It studied the metaphor design in the mobile phone interface icon from the type and criteria of metaphor design. **Conclusion** It summarized the types and criteria of icon metaphor design, which provided the reference and the enlightenment for the actual icon design work.

**KEY WORDS:** mobile phone interface; icon design; metaphor design

隐喻是一种比喻,用一种事物暗喻另一种事物,是在彼类事物的暗示下感知、体验、想象、理解、谈论此类事物的心理行为、语言行为和文化行为。隐喻的字源意思是“意义的转换”<sup>[1]</sup>。在信息时代的今天,随着网络、无线终端、计算机技术的发展,人们越来越倾向于采用人机对话的方式获取信息和处理工作。界面中的图标是人与机器之间沟通的重要通道。在图标设计中设计师会遇到很多抽象概念,比如菜单、返回等,这些抽象概念在自然界中很难找到确切的事物来表达,传统的直接表意使用户不得不花费大量的时间与精力去理解和操作。相较之下具有隐喻修辞的

界面图标设计可以化繁为简,将抽象的事物涵义明确化,让用户更容易理解,显著地提高了人机交互的有效性和准确性。

### 1 图标设计隐喻化的必然性

符号学是研究符号、指示会意和指示会意系统的一门科学,是关于符号的基本理论学说<sup>[2]</sup>。文字、画面和图标都是符号。符号由能指和所指构成。能指是具体的事物(符号形式),所指是心理上的概念(符号内容)。符号是符号形式(能指)和符号内容(所指)的结合

收稿日期: 2013-07-12

作者简介: 任美琪(1989—),女,河北人,河北工业大学硕士生,主攻产品设计。

通讯作者: 谢庆森(1952—),男,天津人,硕士,天津大学教授,主要研究方向为产品设计。

体<sup>[3]</sup>。例如手机界面中的 "dock" 区图标,见图1,以最右端的浏览器图标为例,符号的“能指”就是地球的外观,符号的“所指”就是图标所表达的“上网、浏览”的内容。在符号学的视角中,图标与界面的关系,即符号与背景之间不再是以往单纯的图与底的关系,而是有着某种生活的内在联系<sup>[4]</sup>。图标不单是人机界面的视觉符号,同时还具有指代某件事物或者概念的交互功能。



图1 "dock" 区图标

Fig.1 Icon in "dock"

隐喻本属于语言学的范畴,是语言学修辞的一种手法。在图标设计中,隐喻设计指将复杂抽象的概念简单化、具体化,用人们所熟知的自然中的具体事物作为图标元素来表达,方便用户更快地理解图标的涵义,避免误操作,提高工作效率。

图标作为一种符号标识,它的根本意义就是向用户传达一种概念或者功能,让用户理解、操作。早期的图标设计往往使用文字或者不具有修辞性的图形来表现,久而久之这种图标就会导致部分用户的审美疲劳,同时当遇到复杂的操作和抽象概念的表达时,常常困难重重。隐喻性图标则简化了用户对抽象概念的认知过程,不仅可以提高图标的识别度,还能在使用过程中给用户带来愉悦感。可见,手机界面图标设计的隐喻修辞化发展是一个必然趋势。

## 2 图标隐喻设计的类型

### 2.1 借物隐喻

借物隐喻是指某个图标要表达的概念,可以通过一个具体的事物来表现。它重在交互内容和交互方式的层面上,让用户找到“现实依据”和“似曾相识的感觉”<sup>[5]</sup>。在设计此类图标时,可以抓住相关物体的主要特征,在形状或颜色上尽量与原物体相近,准确借助原物体的形象来表达图标的涵义。现实中的照相机和照相机图标见图2,现实中的照相机见图2a,照相机图标见图2b。设计师直接用生活中常见的照相机

形象来设计照相机图标,使用户很直观地辨认出相机这一形象,快速理解该图标的涵义。



图2 现实中的照相机和照相机图标

Fig.2 The camera in reality and the camera icon

### 2.2 拟人隐喻

拟人隐喻是指图标要表达的涵义,可以采用拟人化的手法来表达,这样有助于用户的理解 and 操作。现实中的圣诞老人和联系人图标见图3,现实中的圣诞老人见图3a,联系人图标见图3b。设计师把圣诞老人作为设计元素,烘托圣诞节气氛的同时又准确地表达了联系人的涵义。



图3 现实中的圣诞老人和联系人图标

Fig.3 Santa Claus in reality and the contacts icon

### 2.3 功能隐喻

功能隐喻是指从图标的功能出发,借鉴现实事物的特征,使用户对该图标的功能或者操作一目了然。这种隐喻方法要抓住物体具有代表性和普遍性的功能,才能方便用户认知<sup>[6]</sup>。剃须刀中的推拉开关和开关图标见图4,剃须刀中的推拉开关见图4a,开关图标见图4b。开关图标的设计借鉴了现实中推拉开关的

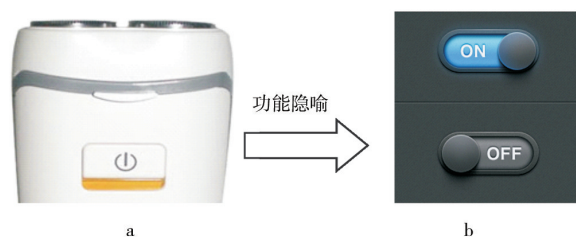


图4 剃须刀中的推拉开关和开关图标

Fig.4 Push and pull the switch in the razor and switch icon

方式,这种功能隐喻设计,很直观地表达出了图标的涵义(开关)和操作方式(推拉)。

### 3 图标隐喻设计的评判标准

#### 3.1 避免完全隐喻

图标设计中的完全隐喻是指图标的外形、功能、使用环境等因素与喻体完全一致。完全隐喻在隐喻设计中是个“沼泽”,一方面当人们创造出与现实世界完全一样的“界面”后,会使人生活在“幻象”之中,后果可想而知;另一方面这样的界面在可用性上也会出现瑕疵<sup>[7]</sup>,因此,检验图标运用隐喻设计是否合理的一个评判标准是,看它是否避免了完全隐喻。

#### 3.2 符合现实逻辑

在设计完一个使用隐喻修辞的图标时,还需要检验这样的隐喻是否符合真实世界的逻辑。比如手机界面中“我的主题”这一图标,常用“衣服”的图形形象来表达。作为具有手机界面装饰功能的“我的主题”图标,操作目的是为了更换图标和界面的风格,这一过程与日常生活中人们的换装很相似,因此用“衣服”的形象来比喻“我的主题”完全符合现实逻辑。

#### 3.3 跨文化认同性

作为隐喻喻体所代表的图标涵义,应该能够被各个研究领域和不同文化背景的人所理解,这样就能避免由于文化差异给用户带来的不便,因此跨文化的认同也是图标隐喻设计的一个标准。例如手机最基本和最初的功能就是通话,手机界面中的“手机”图标就自然地代表了“拨号”的涵义,这种隐喻被全世界所认同。

### 4 结语

隐喻设计是界面设计中的重要组成部分,它解决了通过图形界面传达抽象信息的难题,使界面设计化繁为简,把复杂的问题变得简单了<sup>[8]</sup>。图标中的隐喻

设计使用户对手机界面图标的认知行为变得更加迅速和直观,在图标设计中合理地利用隐喻修辞将会减轻用户的辨识难度,让用户在轻松愉悦的状态下完成交互过程。

#### 参考文献:

- [1] 姚江,封冰.对用户界面设计中隐喻的研究[J].包装工程,2012,33(20):83—85.  
YAO Jiang, FENG Bing. Research on Metaphor in the User Interface Design[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(20): 83—85.
- [2] 曹新炜.符号学在图标设计中的应用[J].艺术与设计,2010(2):201—203.  
CAO Xin-wei. The Application of Semiotics Theory in Icon Design[J]. Art and Design, 2010(2): 201—203.
- [3] 张宪荣,耿新颜.工业设计的符号学审视[J].包装工程,2002,23(3):123—125.  
ZHANG Xian-rong, GENG Xin-yan. Using Semiotics View Analyzing Industrial Design[J]. Packaging Engineering, 2002, 23(3): 123—125.
- [4] 何人可.工业设计史[M].北京:北京理工大学出版社,2000.  
HE Ren-ke. The History of Industrial Design[M]. Beijing: Beijing Institute of Technology Press, 2000.
- [5] 胡壮麟.认知隐喻学[M].北京:北京大学出版社,2004.  
HU Zhuang-lin. Metaphor and Cognition[M]. Beijing: Peking University Press, 2004.
- [6] 殷润年.产品设计中感官评价的要素分析与质量控制[J].包装工程,2009,30(10):128—129.  
YIN Run-nian. Product Design of Sensory Evaluation Factor Analysis and Quality Control[J]. Packaging Engineering, 2009, 30(10): 128—129.
- [7] 廖宏勇.图形界面的隐喻设计[J].同济大学学报,2010(3):76—82.  
LIAO Hong-yong. Conceiving the Metaphor in UI Design[J]. Tongji University Journal, 2010(3): 76—82.
- [8] 王鑫威,廖雪澄,张华良.手机界面中的隐喻设计研究[J].数位时尚,2012(2):91—92.  
WANG Xin-wei, LIAO Xue-cheng, ZHANG Hua-liang. Study on the Design of Mobile Phone Interface Metaphor[J]. Digital Fashion, 2012(2): 91—92.