

数 字 媒 体 艺 术 设 计 系 列 教 材

数字媒体信息符号设计

INFORMATION SYMBOLS DESIGN OF DIGITAL MEDIA

李斐 编著



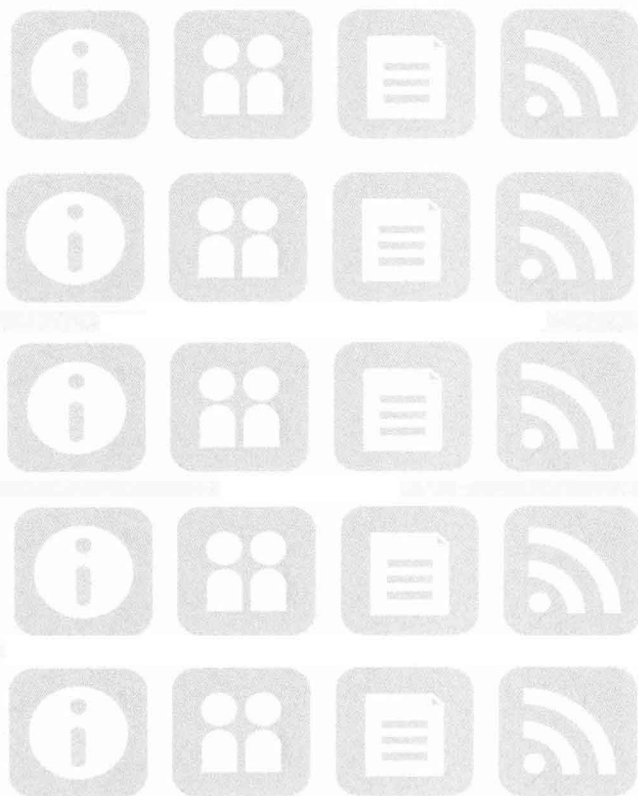
国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

西南师范大学出版社
XINAN SHIFAN DAXUE CHUBANSHE

数字媒体信息符号设计

INFORMATION SYMBOLS DESIGN OF DIGITAL MEDIA

李斐 编著



图书在版编目(CIP)数据

数字媒体信息符号设计 / 李斐编著. -- 重庆: 西
南师范大学出版社, 2011.7
ISBN 978-7-5621-5379-5

I. ①数… II. ①李… III. ①数字化—符号—设计—
高等学校—教材 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第123292号

丛书策划: 李远毅 王正端

数字媒体艺术设计系列教材

主编: 罗力

数字媒体信息符号设计 李斐 编著

责任编辑: 王玉菊

封面设计: 江 颖

版式设计: 杨嘉宏

出版发行: 西南师范大学出版社

地址: 重庆市北碚区天生路2号

邮编: 400715

<http://www.xscbs.com.cn>

E-mail: xscbs@swu.edu.cn

电话: (023)68860895

传真: (023)68208984

经 销: 新华书店

制 版: 重庆新生代彩印技术有限公司

印 刷: 重庆康豪彩印有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 6.5

字 数: 208千字

版 次: 2011年8月 第1版

印 次: 2011年8月 第1次印刷

ISBN: 978-7-5621-5379-5

定 价: 39.00元

本书部分作品因无法联系作者, 客观上不能按照法律规定解决版权问题,
我社已将该部分作品的稿酬转存于重庆市版权保护中心, 请未收到稿酬的
作者与其联系。

重庆市版权保护中心

地址: 重庆江北区杨河一村78号10楼(400020)

电话(传真): (023)67708230

出版、发行高校艺术设计专业教材敬请垂询艺术教育分社

本书如有印装质量问题, 请与我社读者服务部联系更换。

读者服务部电话: (023)68252507

市场营销部电话: (023)68868624 68253705

艺术教育分社电话: (023)68254353 68254107

随着时代的发展,数字媒体逐渐成为社会信息传播的主要方式。何谓数字媒体?概括地讲,数字媒体就是通过数字化设备进行信息采集、设计、制作,将图像、文字、声音等信息元素进行数字编码处理并实现数字化传播的媒体。数字媒体有三个显著的特征,一是依靠了计算机等数字化设备和技术作为信息加工的技术支撑;二是数字媒体很容易实现图像、声音、文字等信息元素的整合,形成视觉、听觉互动的立体传播效应;三是主要以数字化网络、数字化介质如光碟、U盘等进行信息资源的传播,快捷、广泛、灵活、方便。基于这些特点,数字媒体发展速度非常快,应用领域也越来越广,成为当代社会信息传播的主要发展方向。

数字媒体作为新兴的传播媒体,具有广阔的发展前景。数字媒体方面的人才需求也成为高校关注的焦点,许多高校纷纷设立了数字媒体专业,为培养时代需求的专业人才做出了努力和贡献。但是,各高校数字媒体专业的人才培养目标及方式存在很大的差异,大致可分为五种类型:第一类是以数字媒体技术的应用与开发为重点,它往往是在计算机专业的背景下建立起来的;第二类是利用数字媒介作为艺术作品的载体,实现当代艺术表现形式的创新,主要是美术专业拓展的新媒体艺术方向;第三类是以互联网的信息资源策划、设计为主要内容,培养网站策划、网页设计的专业人才;第四类是借助了计算机多媒体的数字化平台,主要培养动画、游戏方面的专门人才;第五类是在视觉传达设计专业的基础上,为拓展数字化信息传播的新领域,培养运用数字媒体技术和艺术设计方法,进行数字化信息传播媒体艺术设计的专门人才。这套数字媒体艺术设计的系列教材,正是针对上述第五类艺术设计人才的培养,建构的较为完整的主干课程教材体系。

传统的视觉传达设计专业主要培养从事平面设计的人才,如商品包装、招贴广告、书籍装帧、印刷版式、标志符号等设计,所面对的传播媒体主要是印刷媒体。当新兴的数字媒体出现后,为加强学生社会适应能力的培养,视觉传达设计专业往往也开设了一些与数字媒体相关的课程,如数字图像设计制作、网页设计、Flash动画等课程,但面对新的媒体仍然是沿用了平面设计的理念和方法。经过我们多年的教学与设计实践却发现:作为信息传播的平面媒体设计与数字网络、数字视频媒体设计是完全不同的概念。比如:平面设计的主要构成要素包括了图形图像、文字、色彩、二维平面构成,而数字媒体设计的构成要素往往增加了运动、时间,以及三维空间的组织结构等;平面设计的内容往往是专题性的,版式是静态的,而网络媒体的内容是多主题的,版式是动态的、互动的;平面印刷设计的色彩使用的是颜料、油墨等物质,而视频媒体运用的是色光,比颜料的色彩丰富很多,等等。因此,我们认为数字媒体艺术设计的教学一定不是传统的设计理念和方法简单地加上数字媒体技术。针对数字化的新型传播媒体,我们应该具有全新的艺术设计理念和系统的方法。组织“数字媒体艺术设计系列教材”的编写与出版,正是为了建构以数字媒体技术为支撑的视觉传达艺术设计新观念和新方法的专业课程体系,培养能够正确掌握和驾驭数字媒体艺术设计的专业人才,并通过艺术设计推动数字媒体在社会信息传播中得到更好的发展。

从以上角度来编写数字媒体艺术设计教材的在全国确属少有,我们也没有更多的参考和借鉴,并且由于数字媒体设计人群的年轻化,编写教材的作者没有太多资深的名家教授,更多的是研究生毕业不久的青年教师。虽然他们曾对教材的内容进行过专题的研究并实施了几年的教学实践,但就编写教材来讲还缺乏经验,因此,难免教材中有不尽完善之处,还请全国的同行给予宝贵的意见和建议,并殷切希望各位同行能参与到系列教材的修订与完善工作中来。但是尽管如此,我相信这套教材对于视觉传达设计范畴的数字媒体艺术设计专业的课程体系建设具有积极的作用,对于培养具有数字媒体视野和创新思维的艺术设计人才建构系统的知识和能力具有重要的引导作用。



主 编：罗 力

编 委：何 洁 教授 清华大学美术学院副院长

郭线庐 教授 西安美术学院副院长

郝大鹏 教授 四川美术学院副院长

贾荣林 教授 北京服装学院副院长

余 强 教授 四川美术学院设计学院副院长

范汉成 教授 湖北美术学院设计系主任

夏光富 教授 重庆邮电大学传媒艺术学院院长

许世虎 教授 重庆大学艺术学院院长

周小波 教授 四川美术学院影视动画学院院长

胡 红 教授 重庆工商大学设计艺术学院院长

前言

随着科技的发展,在日常生活中,我们能够接触到很多人机交互的媒体,除了我们熟悉的手机、电脑之外,还有一些是我们从来都不曾感觉到的“互动”媒介载体。比如我们出行时,使用的地铁自动售票机;参观博物馆时,接触到的交互式导览系统;玩游戏时,通过传感器进行操作的各类游戏设备;甚至我们在看数字电视时,使用的频道选择、重播的操作系统等,这些都是本书研究的对象——信息符号所依存的载体。其实,在从人们逐渐适应计算机到计算机不断适应人的互动过程中,人机交互的技术和实现方式也变得多样化了,从键盘输入、鼠标点击到手柄操作、手指触摸等,都是一个个实现信息传递,完成人与机器之间“对话”的过程。

在这些对话的过程中,信息符号的出现起到了尤为重要的作用,因为它们不仅仅承担着传递多种信息,为用户提供方便的实用功能,还承担着为商家、产品塑造品牌形象的视觉识别功能。因此,当涉及信息符号的设计时,可能很多人会把它们想得非常复杂。事实上也确实是这样的。因为真正的信息符号设计并不是做几个图标,简单地将其放在界面中,追求视觉上的美观就行了,或者在按钮上使用一些小动画,让用户感觉新奇就行了;而是一个需要设计者重视用户舒适体验、全面考虑的过程。但是,这也并不意味着进行信息符号设计是一件可望而不可即的事情。其实,信息符号的设计也同其他类型的设计一样,有其自身的设计规律,只要我们找到并掌握那些贯穿始终的设计规律,就可以顺利而高效地开展设计活动,达到事半功倍的效果。

《数字媒体信息符号设计》一书正是通过大量的优秀经典案例对设计的概念和方法进行系统阐述和探讨,力图找到这些规律。本书从视觉设计的角度出发,结合数字化时代的特点,从信息时代的定义、信息传播的特点等多角度入手,阐述了信息符号的基本理论,梳理出图形符号的发展历程,并对数字信息符号的分类及其特点进行了归纳,总结出数字信息符号的设计程序与方法,以及如何对其进行测试与应用。

另外,值得指出的是本书的撰写过程同时也是一个交流和研讨的过程。因为信息符号设计作为随计算机技术发展而产生的新兴设计领域,也是一个多学科交叉的领域。目前,能够收集到的资料非常有限,有相当一部分概念和设计规律是从传统的视觉设计和交互设计中借鉴过来的,所以,从某种角度来说,本书也仅仅是起到抛砖引玉的作用。由于笔者水平有限,书中难免有疏漏和不足之处,敬请广大读者和专家批评指正。

最后,书稿能够顺利地与大家见面,在此,特别感谢四川美术学院的罗力教授,他提出了不少有益的建设性意见,使本书的框架结构和基本观点更加明确,重点突出。另外,有不少学生和朋友积极地为笔者提供了许多的宝贵材料和作品,在这里一并表示衷心的感谢。

目录

第一章 概述

第一节 信息时代与数字媒体	1
一、信息时代概述	2
二、数字媒体概述	4
第二节 数字媒体与信息符号	7
一、数字媒体中信息符号的定义	7
二、信息符号在数字媒体传播中的价值和意义	7
第三节 信息符号的基本理论	8
一、符号的基本概念	8
二、视觉符号的概念及特点	9
三、信息符号设计的基本原理	10
第四节 图形符号的发展历程	14
一、原始岩画中的图形符号	14
二、文字的起源与图形符号	15
三、古代器物中的图形符号	17
四、近代媒体中的图形符号	18
五、现代视觉信息符号的设计	19
六、奥林匹克运动会的催化	20
七、图形符号的多领域应用	22
八、图形符号的新领域拓展	23

第二章 数字信息符号的分类及其特点

第一节	计算机网络媒体的信息符号及其特点	32
第二节	移动通讯媒体的信息符号及其特点	35
第三节	便携游戏媒体的信息符号及其特点	38
第四节	数字信息符号在其他媒体中的应用及其特点	40

第三章 数字信息符号的设计程序与方法

第一节	信息符号概念传达与设计定位	45
一、	信息符号的传达概念与属性归类	45
二、	信息符号的设计定位	48
第二节	信息符号的图形选择与提炼	50
一、	信息符号图形的选择	50
二、	信息符号设计概念的提取	52
第三节	信息符号的数字化表现与设计方法	55
一、	信息符号设计的前期构思	55
二、	信息符号的数字化设计	58
第四节	数字信息符号的规范与创新	71
一、	数字信息符号应用的规范	71
二、	数字信息符号的创新	73

第四章 数字信息符号的测试与应用

第一节	数字信息符号的测试	79
一、	数字信息符号的识别性测试	79
二、	数字信息符号的技术性测试	86
第二节	数字信息符号的应用	87
一、	观察者的反应	87
二、	信息符号的应用空间环境及应用载体	90
第三节	数字信息符号的保护	92

第一章

概述

第一节 信息时代与数字媒体

在人类文明的发展进程中,人们常用当时最具代表性的生产工具来表示一个历史时期,如石器时代、青铜时代、电气时代、信息时代等。随着计算机的出现和迅速普及,大量信息的生产传播、高速处理的能力以及信息应用的程度等均以惊人的速度在增长,有效信息的传播对整个社会的影响逐步上升到一种绝对重要的地位,人类历史开始了一个划时代的伟大转折。

一、信息时代概述

1. 信息时代的定义

当代, 数字技术给信息传播带来了巨大而深刻的变化, 这是显而易见的。而早在20世纪70年代, 被称为“传播学鼻祖”的美国著名传播学家威尔伯·施拉姆 (Wilbur Schramm) 就曾谈到, 人类传播方式的变化速度在不断加快, 并具有深远意义, 同时他指出: 从古至今人类的传播方式经历了“从语言到文字, 几万年; 从文字到印刷, 几千年; 从印刷到电影和广播, 400年; 从第一次实验电视到从月球播回实况电视, 50年。下一步是什么? 某些新形式媒介正在地平线上出现……但是十分清楚的是, 我们正在进入一个信息时代……”。如今, 从儿童到成年人、从城市到乡村、从办公事务到网上娱乐, 计算机和互联网技术已经渗透到社会生活的方方面面, 影响着、服务着人类的日常生活, 如图1-01为日常生活中常见的能够与互联网连接的电子产品。

事实上, 自20世纪70年代以来, 随着数字化和网络化技术的发展, 大量数字化出版物的出现以及对信息消费和掌控的强烈需求, 人们早已习惯沉浸在信息的海洋中。关于“信息时代”的定义也是颇多的, 其中德国社会学家R·布吉顿斯坦对信息时代的定义是: “人们花费在个人交往和信息交流上的时间, 大大超出了消耗在工业产品生产上的时间。”由此可见信息对于人们生活的重要性。



图1-01 日常生活中的电子产品

2. 信息传播的特点

所谓信息传播是指信息的发布和扩散,存在于人与人、人与群体或社会之间双向的信息交流与沟通的过程之中,是加强主客体双方相互联系的桥梁和纽带。数字时代的信息在传播过程中具有以下特点,即传播模式的复合性特点、传播途径的多样性特点、传播内容的丰富性特点、传播速度的即时性特点和传播操作的交互性特点。

信息传播模式的复合性特点是指:以信息传播受众范围为依据,可以将信息传播模式划分为四种——自身传播、人际传播、组织传播和大众传播。当代信息传播模式是几种传播模式的复合体,它拓宽了信息传播的广度和深度,打破了以往各种信息传播模式之间的界限,既可以是点对点的信息传播,点对面、面对点的信息传播,又可以是面对面的信息传播。

信息传播途径的多样性特点是指:在数字时代,信息传播的途径是多种多样的,有我们所熟悉的报刊、广播电视,还有互联网络和移动媒体,它们为信息传播提供了基础平台。如图1-02为即时通信(如QQ、MSN Messenger和Skype等)、视频电话、各类网站、微博等,由此可见一些新兴的数字化传播途径正走进人们的视线,在人们生活中逐渐崭露头角。

信息传播内容的丰富性特点是指:在漫长的社会发展过程中,由语言传播带来了人类传播手段的巨大进步,文字传播克服了口语传播的局限性,印刷传播扩大了分享信息的能力,以及如今的电子传播方式提高了信息传播速度,但这些都是建立在存储技术的进步和网络带宽普及的基础之上的。数字



图1-02 即时通信——聊天软件

媒体时代的信息传播不仅可以传递大量文字信息,而且可以传递音频信息、视频信号等多媒体信息,实现了海量信息的传播。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)于2008年1月发布的《第21次中国互联网络发展状况统计报告》显示,我国域名总数是1193万个,年增长率达到190.4%;网站数量已有150万个,年增长率达到78.4%;网页总数已近亿,年增长率达到89.4%;IP地址数达到1.35亿个,年增长率为38%;中国互联网国际出口带宽数达到3927Mbps,年增长率为43.7%。这些指标的绝对数量和增长速度无不揭示网络信息内容的海量性,而从世界范围来看,中国域内的信息仅是整个互联网信息中的沧海一粟。

信息传播速度的即时性特点是指:在以往的时代中,无论信息的媒介载体是报纸、广播,还是电视,在信息发布前要经过排版、印刷或者录制、剪辑等制作过程,并且受到传统信息发布方式的制约,而在数字时代,信息的排版制作过程相对简单,这无疑加快了信息提供速度,从源头上确保了信息传播的即时性。信息的传播不受出版周期、播出时段限制,随时可提供最新动态信息,而且信息一经发布即可在世界范围内共享,突破了信息传播地域局限,具有跨地域性传播的特点。

信息传播操作的交互性特点是指:以往传统的信息传播媒介主要以“推送”的方式来进行信息的传播,信息接收者对信息的反馈力度较弱,信息推送者也很难及时地、大量地接收受众的反馈信息。而数字时代的信息传播则大大提高了受众反馈信息的能力,交互性操作越来越强,而且还能让用户主动地获取信息。

二、数字媒体概述

1. 数字媒体的定义

媒体的定义有狭义和广义之分,狭义的媒体就是指信息传播的通路,而广义的媒体则可看做是信息传递的过程。在人类社会中信息的表现形式和传播方式是多种多样的,使用“0”或“1”来记录和传播信息是计算机的特点,这些“0”和“1”可以用来表现文字、图像、动画、影视、语音及音乐等信息,因此,我们把通过计算机存储、处理和传播信息的媒体称为数字媒体(Digital Media)。数字媒体包括了图像、文字以及音频、视频等各种形式,并且在传播形式和传播内容中采用数字化,即信息的采集、存取、加工和分发的数字化过程。数字媒体是以信息科学和数字技术为主导,以大众传播理论为依据,以现代艺术为指导,将信息传播技术应用到科技、文化、艺术、商业、教育和管理领域的科学与艺术高度融合的综合交叉学科。数字媒体已经成为继语言、文字和电子技术之后的最新的信息载体。

2. 数字媒体的分类

由于所依据的标准和参照不同,数字媒体的分类也是多样化的。数字媒体如果按照当前的表现形式来分类,则分成数字报刊、数字音乐、数字电影、数字动画、网络游戏以及网络媒体等;按时间属性分,可分成静止媒体(Still media)和连续媒体(Continues media),静止媒体是指内容不会随着时间而变化的数字媒体,比如文本和图片,而连续媒体是指内容随着时间而变化的数字媒体,比如音频和视频;按信息来源属性分,则可分成自然媒体(Natural media)和合成媒体(Synthetic media),其中自然媒体是指客观世界存在的景物、声音等经过专门的设备,进行数字化和编码处理之后得到的数字信息,比如数码相机拍的照片,而合成媒体则是指以计算机为工具,采用特定符号语言或算法表示的由计算机生成(合成)的文本、音乐、语音、图像和动画等,比如用3D制作软件制作出来的动画角色;按组成元素分,则又可以分成单一媒体(Single media)和多媒体(Multi media),顾名思义,单一媒体就是指单一信息载体组成的媒介载体,而多媒体则是指多种信息载体的表现形式和传递方式。一般而言,通常意义下所称的数字媒体常常指数字化的感觉媒体(Perception),即指能够直接作用于人的感觉器官,使人产生直接感觉(视、听、嗅、味、触觉)的媒体,如语言、音乐、图形、图像、动画、文本等。

3. 数字媒体的基本特点

首先,数字媒体能让受众由被动接受转换为主动参与。传统媒体在传播信息时通常是单向的传播,是一个“推”(push)信息的过程,而数字媒体是双向的交流,是“拉”(pull)信息的过程,使人们不再被动地接受传媒灌输的信息,而是有了更大的自由空间和技术能力去选择信息、创造信息和传播信息。随着网络带宽的提高和软件技术的不断发展,数字媒体的传播将不断地引入更为丰富的媒体表现形式,例如网络上的众多主页已经不再是简单的图片加文字,而是被更多的具有互动功能的形式所代替,见图1-03所示在《食破天惊》



图1-03 《食破天惊》官方网站

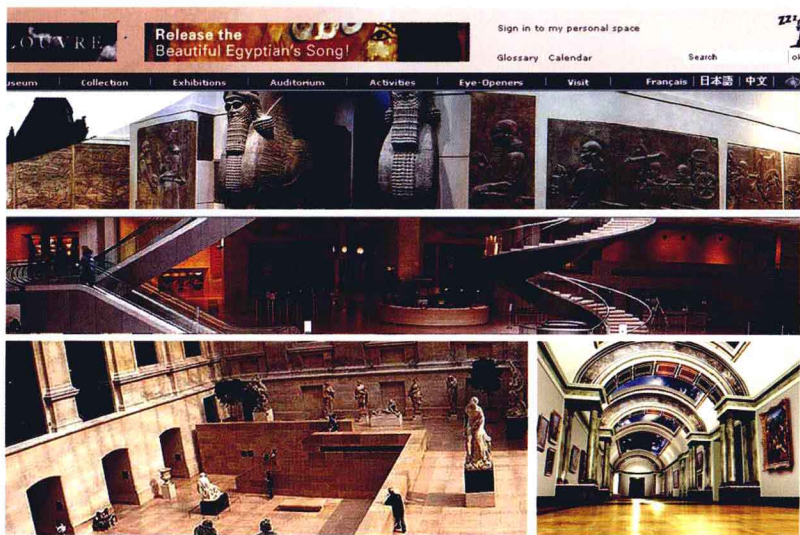


图1-04 《卢浮宫》虚拟空间

(Cloudy with a Chance of Meatballs) 的官方网站中, 不仅可以让访问者了解剧情, 还可以玩与影片情节相关的游戏, 增强了动画片的趣味性。图1-04为《卢浮宫》多媒体光盘截图, 观赏者可以进入虚拟的博物馆, 运用漫游程序观看建筑的空间结构和珍贵藏品。

其次, 数字媒体是技术与艺术的融合。从照相机、摄像机、电影的发展和应用来看, 数字媒体虽然在表现形式、传播途径、传播形式和传播效能上较传统媒体有了很大的飞跃, 但在媒体本质上却与传统媒体没有太大区别。数字媒体及其传播是随着科学技术的不断发展而产生的新兴事物, 技术在其中所占的比重较在传统媒体中要大, 因为多半的数字媒体要建立在强大的技术支持下才能实现信息的传播, 所以数字媒体一方面保留了传统传播媒体人文艺术的本质特点, 另一方面又由强大的技术支持来实现, 因而数字媒体是技术与艺术的融合。

第二节 数字媒体与信息符号

一、数字媒体中信息符号的定义

数码媒体中的信息符号主要是指：信息传播中直接作用于人的感知符号，如语言、文字、图形、图像、音乐、音效、动画、视频等形式的符号，并在各类传播途径中具有组织信息内容、规范传播秩序、引导传播识别、提示受众注意等其他服务功能的信息符号，所传播的信息为典型信息概念，而不是全部的、具体的信息内容，也可以讲是一种狭义的信息符号范畴。

二、信息符号在数字媒体传播中的价值和意义

自20世纪90年代以来，随着网络化和数字化技术的发展，在信息飞速增长的同时，信息传播的速度也是越来越快，其中数字媒体技术就是当今最具代表性的传播技术之一。信息符号系统作为以传达概念、规范秩序、引导识别、提供人性化服务为目的的特殊符号，在信息传播中得到了广泛的认知和应用。

由于信息的视觉化传播显示出强大的优势，已形成视觉化传播的主流趋势，因此，信息符号系统的视觉设计对于信息的有效传播尤为重要。同时，信息符号的视觉设计也成为视觉文化的重要载体。在视觉化传播过程中信息符号的可视化运用是承载信息传播的关键部分，是引起受众注意、直接进行交流、有效指导受众获得信息的媒介。在信息时代，人们时刻淹没在信息的海洋里，却常常为难以获得有效信息而苦恼。一方面人们被海量的信息包围，另一方面却又不知如何及时有效地获取所需的信息，从而产生了所谓的信息焦虑。信息符号的视觉化设计就是以简洁、醒目、准确、优美、个性化的图形或文字符号方式，对信息进行分类组织、准确引导、快速捕获并带给人们获取信息的乐趣。因此，信息符号的视觉化设计应从传播学的角度研究如何实现信息的注意、兴趣、识别、记忆、作用等有效传播；应从设计方法的角度研究如何实现功能与审美的结合、空间环境与视觉符号的协调、识别与个性的统一、材质与艺术表现的整体性等；应从人文精神角度研究如何使技术服务于人，实现信息符号设计的人性化关怀等等。这些都对信息符号设计在数字媒体的传播具有重要意义，是值得深入探讨的问题。

第三节 信息符号的基本理论

一、符号的基本概念

符号一般指具有指代意义的语言、文字、电码、数学符号、科学符号、标志标识、肢体语言、行为语言等,以及文学、艺术、仪式、游戏等所构成的要素。符号是信息的外在形式或物质载体,是传达信息的基本手段。语言学家索绪尔认为,一个符号包括了两个不可分割的组成部分,能指(即语言的一套表述语音或一套印刷、书写的记号)和所指(即作为符号含义的概念或观念)。符号学是种系统的思考方法,由美国的实用主义者查尔斯·桑德斯·皮尔斯(Charles Sanders Peirce)首创,后经过查尔斯·莫里斯(Charles Morris)的进一步细化和区分得到了发展。

1. 从语义学的角度来分析符号

当人们面临多种多样的符号,想要理解它们所包含的信息就必须参照和依赖本土的文化,凭借着已有的知识在不同的语境中去分析,并获得该符号的具体含义。符号与表达对象之间的关系实质上是抽象化程度和题材说明之间的关系。对于本书讨论的对象——信息符号设计而言,符号形式的具象或抽象程度的差异,直接与受众能否正确无误地获取信息紧密相关,无论这些信息符号是文字还是图形都必须具有信息概念,能够起到提示、引导、指导等信息服务的作用。

2. 从句法学的角度来分析符号

从句法学的角度来理解符号,就好比学习语言时要认识文字、积累词汇,还需要掌握一定的语法知识,然后才能通过词汇组成句子并表达出句子间的逻辑,实现传情达意的信息交流,进而写出漂亮的文章。信息符号的视觉设计也是这个道理,应对形式元素、构成关系、色彩配置、表现材质以及运动方式等进行有机的组织,形成准确的信息概念,才能够被受众识别和记忆。

3. 从语用学的角度来分析符号

从语用学角度来分析符号,实质上是着重反映符号及其传者和受者之间的关系,传者是通过使用命令式(意愿、义务)、启发式(感受)、陈述式(信息知识)性质的符号向受者传递预期内容。查尔斯·莫里斯指出:“语用学是符号学的一部分,它结合符号出现的行为活动来研究符号的来源、用法和功能。”信息符号设计同样存在信息传播主体、传播客体、设计师三者的权利关系,设计的作用更在于兼顾主、客体利益的统一性,绝不是设计师自以为是的自我艺术表现。