

中国当代平面设计师的创作范式

黄本亮

(盐城工学院 设计艺术学院,江苏 盐城 224051)

摘要:从分析范式基本内涵出发,结合中国当代著名平面设计师作品与平面设计现状,探讨了平面设计师创作的三种范式规律,即以理性视觉再现为导向的功能范式、以形式视觉表现为导向的形式范式、以情感体验为导向的体验范式。

关键词:平面设计;创作范式;功能;形式;体验

中图分类号:J06 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-5322(2013)02-0086-04

平面设计作为满足人类自身审美、信息需求的一种创造性活动,它所呈现出来的集体性特征始终受到科学技术、文化特征的影响。不同文化技术背景下形成了不同的设计标准、流程模式、生产方式、审美取向、评价体系和创作规律。印刷术的诞生消解了手书的人文情怀,以机械性、硬性、规范性特征提高了信息复制的步伐;摄影术的发明摧垮了写实绘画的仿像世界,定格了视觉图像的真实;虚拟技术为社会群体营造处于不确定状态的时空中,生成拟像的幻觉世界……这些技术与平面设计融合成为技术所处时代平面设计中普遍采用的标准范式,并呈现出与其相对应的视觉特征。

托马斯·库恩的“范式”(Paradigm)是指特定的科学共同体从事某一类科学活动所共同掌握并必须遵守的一般原理、模型和范例^[1]。库恩肯定了原理、模型和范例在模式转化和规律确立过程中的作用。在平面设计共同体中,设计师在特定的社会与文化发展阶段,作品所呈现出的某种范型、样式、格式的规范表达方式和集体性特征,必将成为那个时代平面设计领域的范式标准。就当代中国平面设计而言,先进的平面设计技术以及多样性的设计文化逐渐确立起的新范式正推动着平面设计生产方式与视觉风格的变化。在分析大量平面设计作品后发现,功能性设计以理性视

觉呈现为主,震惊而个性的表现形式成为视觉吸引的法宝,技术趣尚建构受众多维情感体验,这三者视觉集体性特征和表达方式映射出中国当代平面设计师主要的创作范式。

一、功能范式:理性视觉的再现

理性视觉是古希腊艺术为追求真实的理想以及由此探寻的科学观察方法,无论是古希腊哲学家赫拉克利特的“艺术模仿自然”理念,柏拉图的“理式”,还是欧洲古典主义写实绘画,都强调艺术忠实于客观世界对象,要真实传递客观对象基本信息。平面设计核心使命是传递信息,无论借助文本进行直接信息告知,还是借助摄影进行相关信息再现,或者借助写实图像进行仿像表达,这些都是功能的理性外化。

首先,文字是信息传递最直接的形式。文字的诞生是语言发展到无法满足人类对信息存储、传递的需要而产生。文字在平面设计中的运用主要以文本、书法、创意字体的形式存在。文本首要作用是准确、清晰、直接地传递设计所要传达的信息,其特点是具有良好的识别性,直截了当呈现信息,容易把信息说清楚,可以是包装中的品牌名称,书籍装帧中书名,产品说明书中的基本信息,平面广告中的标题、口号、正文等。如著名设计师劳双恩设计的三九皮炎平广告《“抹”》(如图1)

收稿日期:2013-05-08

基金项目:江苏省教育厅2012年度高校哲学社会科学研究指导项目(2012SJD760033);盐城工学院人才引进基金项目(XKR2011044)

作者简介:黄本亮(1978-),男,江苏盱眙人,讲师,硕士,研究方向:视觉传达设计。

就完全采用文本语言进行,“抓、扎、打、扒、挠、捏、搓、搔、揉……”等动词巧妙地传递出“瘙痒”难忍时的痛苦心理。书法以多变的墨色、笔势、章法等,在方寸之间演绎了汉字的设计意识。创意字体是对文字进行符合设计对象要求的艺术处理,来增强文字的传播效果。它不仅具有文本良好的识别性,更以丰富的艺术个性给设计增添了艺术灵性和生命力。著名设计师蒋华设计的《靳埭

强、卡里·碧波、肖勇设计讲座》文化海报(如图2),直接用3人的中文名作为设计元素,结合汉字中最典型的老宋体构成汉字图形,尽管宋体横笔画被省略,但依然能清晰地识别出靳埭强、卡里·碧波、肖勇这些汉字的结构特征,作者将汉字的美和魅力借助有序的结构特征文雅地呈现出来,透着浓浓的书卷气息。

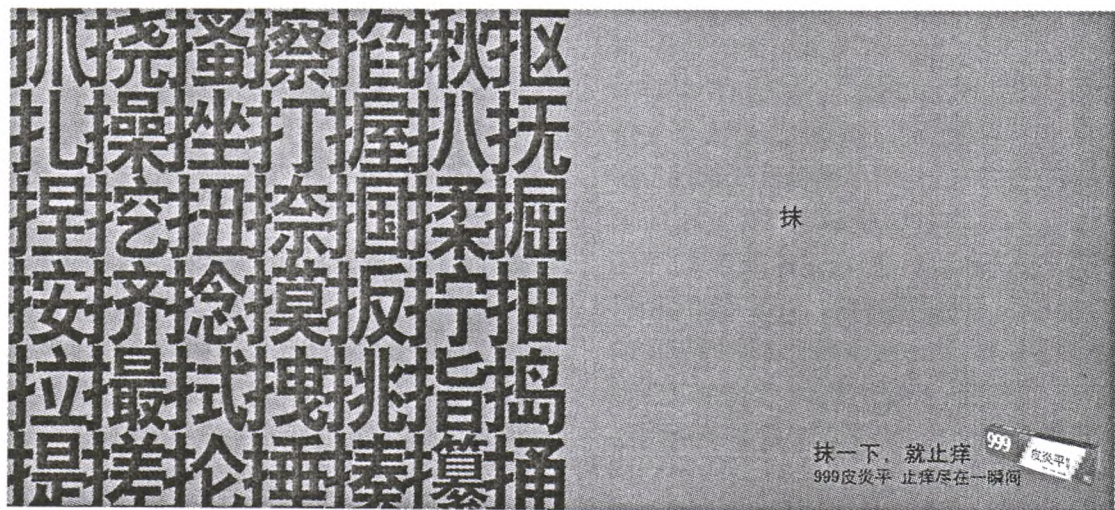


图1 皮炎平平面广告《“抹”》

Fig. 1 Print ad of compound dexamethasone acetate cream



图2 《靳埭强、卡里·碧波、肖勇设计讲座》海报

Fig. 2 Poster of Jin Dai qiang, Kari Piippo, Xiao Yong

其次,摄影和仿像再现图像信息。摄影面对实在世界的物象和人像,改变了人只能凭眼睛记录客观世界。摄影的非人化特征使图像生产进入了大批量复制阶段。平面设计中的摄影能充分展示产品,有利于受众获取直观真实印象,但摄影毕竟是自然的翻铸模型,是对象的客观复制,永远不

可能像一座雕像那样美妙。仿佛是对对象的模拟再现,既遵循真实规律,又掩盖和篡改某种基本真实,消解真实中瑕疵,与摄影相比,仿佛更具有人的主观情怀。平面设计中的仿像一方面能展示出图像的客观信息,另一方面又能表现出“人的痕迹”、“人情”的设计语言。仿像难得的“手工味”成为当代设计难得的视觉奢侈品。

二、形式范式:形式视觉的表现

内容主导性平面设计是理性地观察和体验平面信息传递的逻辑性,从而辨识形式表达之理,满足了受众“看什么”的信息需求。当代平面设计处在一个信息爆炸、图像泛滥、视觉极度疲劳的状态。受众不再囿于对文本内容、图像信息的获取,而是把形式与内容作为一个整体纳入自身的审美场域。那么,理性视觉范式中的文字、摄影、仿像则以“有意味的形式”进行重构以彰显形式的独立价值,这种将内容转化为形式的表现方式成为当代平面设计一个重要的范式特征。

平面信息从发出到受众对该信息产生行为反应大致经历:注意→兴趣→欲望→行动四个阶段。

如何使内容快速引起消费者注意,内容的视觉呈现形式起到关键性作用。“有意味的形式”正是吸引受众视觉注意,激起受众内在欲望与审美情感的常用方式。“有意味的形式”本身具有一定的新奇度和审美性,这促使平面设计中的线条、色彩、图像、文字力求以某种“有意味的形式”形成某种新奇的形式关系来吸引受众注意。如深圳新锐平面设计师杨振的作品《绿》以躁动的笔触、破坏的意味、毒素的绿色在人的大脑和乳房处形成残破的孔洞,这种焦虑不安,充满恐怖的气息,震惊的形式使得作品富有震慑力,传递出作者对环境恶化的焦虑(如图3、4)。靳埭强的作品善于运用中国传统元素符号,并对中国传统元素进行解构,并重新构成极具现代感的“有意味的形式”。中国文化的独特韵味,现代感的形式,国际化的视野是其作品的重要特征。王粤飞作品则以超越中西语言障碍,能够被中西方人共同识读的“纯粹图形”形式进行视觉诠释,尽管这种以图形为核心的“有意味的形式”无异于世界语的创始人波兰籍犹太人柴门霍夫(Ludovik Lazaro Zamenhof)在文化推广上所采用的“世界语”,消解着文化的地域多元性,但恰恰是这种形式上的“文化普遍主义”探索,成就了王粤飞独特的范式特征与世界级大师地位^[2]。

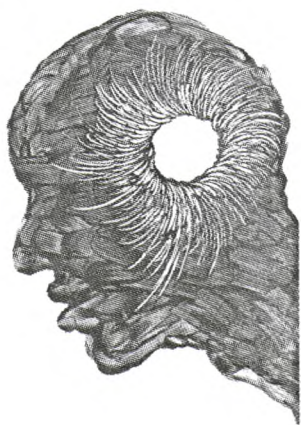


图3 《绿》系列1

Fig.3 Green 1

在比较我国当代平面设计大师不同时期作品之后发现:不同时代受众的眼光在不断地发展演变,新样式使形式本体经历着根本性的价值变异,从图像样式上来看,是自然朴素因素逐渐减少,人为设计因素逐渐占主导地位的过程^[3],设计师对形式人化的痕迹日趋明显。如靳埭强早期作品凸



图4 《绿》系列2

Fig.4 Green 2

显手工绘画的水墨韵味,近来作品呈现出解构重构特色及动感模糊、像素特征、虚拟元素等计算机辅助设计技术的魅力。就纯粹的形式表现而言,强调审美的形式无疑相对忽略或抑低了作品传达的内容,但平面设计中的形式表现不是“形式至上”。形式至上将形式的相对独立性、自由性凌驾于功能之上,而平面设计中的形式是内容的视觉性含义,是信息传递通道中吸引受众注意力的方法,是平面信息内容的牵引,没有新颖的形式吸引受众注意,信息就无法进入传播通道。

三、体验范式:体验视觉的沉浸

体验是建立在感觉系统对外部信息感知的基础之上,是人类获取情感的认知方式和行为活动的结果。在平面设计中,不同设计元素所承载的信息内容可能诱发受众不同的情感反应,不同设计形式美感可能带给受众不同的艺术审美体验,不同的参与程度带给受众不一样的操作体验。首先,多维设计元素激发受众多感官体验。新的设计语境下,平面设计元素已不再局限于图形、文字、色彩、图像等视觉元素。听觉、味觉、嗅觉、触觉等感性元素日益深入到平面设计中,这些多感官系统与平面设计结合能够产生多元感官体验。多感官系统参与下的平面信息内容的解读和传递也需要多种感觉系统的相互综合。声音与平面设计结合,如贺卡、幼儿书籍设计中的音乐参与增添了平面设计的时空属性,带给受众听觉体验;气味与平面设计结合,如各类水果味的香烟包装,带给烟民以味觉体验;新型材料与平面设计结合带给受众全新的触觉体验。计算机仿真技术把客观真

实的图像模仿到真实的极至状态形成超真实图像。超真实图像反映了主观意识状态下对真实的需求,是引导审美主体进入自我审美欲望状态下的真实。虚拟技术的发展促使当代平面图像所覆盖的范围远远超越了客观真实的视觉状态。设计师利用计算机虚拟技术不仅可创造出比现实世界图像要更具艺术美感、更真实的图像,还能创造出客观世界所没有的艺术形象,甚至能构建一个完全虚拟的拟像世界。拟像是后现代社会独特的产物,是一种虚拟的超现实的数字化图像,具有虚拟性、复制性、时空性、速度性等特征,它以仿真的逻辑消融了“真实”与“虚假”、“现实”与“幻像”之间的差别,以视觉、听觉、触觉的方式使受众产生艺术幻象与沉浸感^[4]。其次,数字交互技术激发受众操作体验。传统的平面设计是借助纸张、油墨等物质的形态进行视觉呈现,但计算机数字技术与平面设计的结合颠覆了传统平面设计的物质形态,平面信息内容呈现数据化、程序化,甚至虚拟化的特征。如在网页设计中,文本实质是由HTML语言生成,色彩实质是一串十六进制代码,动画甚至是一串JAVA程序,这些文字、色彩、动画已不是传统意义上的视觉对象,而是数据化的视觉呈现。计算机、虚拟仿真、数码信息等技术 with 平面设计的结合,动画、影像也被纳入平面设计的范畴,同时产生了诸如软件程序、网络礼包、电子贺卡、网页、游戏装备等虚拟产品,与其相适应的界面设计、虚拟包装设计等也成为平面领域新型的设计形态。消费者可通过手控来查看虚拟包装的任何角度与亲手打开或关闭包装,体验产品(如图5),还可依据交互技术对人的声音、气味的相应识别功能,来实现对虚拟产品包装的操作体验^[5](如图6)。在此过程中,动画、影像与虚拟包装、游戏界面、手机触屏等设计相结合能带给受众以操作体验。这不仅颠覆了传统平面设计信息的传播模式,而且彻底消解信息的显示方式。当代平面设计不再局限于单向的传播模式和线性的叙述方式进行设计表达。信息传播者和接受者的角色不再固定,传统的信息由传播者向接受者传递的单向模式可能演变为传播者和接受者的互动模式,其角色之间的界限越来越迷糊,这不仅消解了审美主客体之间的距离,而且内容的数据化、模式

的互动性与开放性特征为欣赏进入作品的审美场域提供了可能。那么作者、欣赏者与作品的一体性就消除了传统的审美主客体二元对立结构,拓展了大众审美心理的沉浸感。



图5 洞穴式产品操作展示系统

Fig.5 CAVE automatic virtual enviroment



图6 游戏界面的操作体验

Fig.6 The operating experience of games products

设计范式是一个开放的体系,它一直在记录这个世界,折射着这个世界的变化,它包括功能的拓展,形式范畴的扩大,新技术的接纳认同。如果说功能范式强调的是“用”,形式范式强调的是“形”,那么体验范式强调的则是“情”,是以反设计本体的姿态把设计的功能性、艺术性演变成无处不在的生活感觉状态。至此,设计开始由对客观对象的观照转向了对主体内心世界的体验,为视觉文化打开了一个完整的互文本世界。中国当代平面设计,设计师首先是依附于对作品信息传递功能的把握,进而拓展设计的形式语言,从而激发受众相应的情感体验。

(下转第94页)

- [5] ZTT. 日本火柴设计,你被秒到了吗? [EB/OL]. (2012-02-20)[2013-02-05]. <http://opus.arting365.com/package/2012-02-20/1329702702d255286.html>.
- [6] 王亚非,子侗. 包装设计基础[M]. 沈阳:辽宁美术出版社,2009.
- [7] ZTT. Maja Matas 圣诞茶包,让彼此更亲密 [EB/OL]. (2011-12-19)[2013-02-05]. <http://tu.arting365.com/view/871511>.

Under the Consumption Culture of Packaging Design

XU Dan-dan

(School of Design, Jiangnan University, Wuxi Jiangsu 214000, China)

Abstract: Consumption of development is inevitable with the development of consumer culture, and packaging design as a kind of cultural and creative activity, and it is a penetration of consumer culture in the spheres of life. Based on the basic requirement of consumer psychology, respectively from diversification, greening, personalized and localized these four aspects discusses the contemporary characteristics of consumer culture. At the same time with packaging design as the basis, from the diversity of style, thinking of the innovation and the sustainable materials of the four angle carries on the detailed analysis. At last, summing up the elements of interaction between the two connected, and to discover its intrinsic value.

Keywords: consumer culture; packaging design; character; relationship

(责任编辑:李开玲)

(上接第 89 页)

参考文献:

- [1] [美]库恩. 科学革命的结构[M]. 金吾伦,译. 北京:北京大学出版社,2003:18.
- [2] 祝帅. 中国文化与中国设计十讲[M]. 北京:中国电力出版社,2008:217.
- [3] 孙晶. 视觉范式[M]. 南京:江苏美术出版社,2008:46.
- [4] 支宇. 类像[J]. 外国文学,2005(5):56-63.
- [5] 赵九铭. 网络环境下虚拟产品包装的用户体验研究[J]. 包装工程,2011(1):90-94.

The Creative Paradigm of Chinese contemporary Graphic Designer

HANG Ben-liang

(Art and Design School, Yancheng Institute of Technology, Yancheng Jiangsu 224051, China)

Abstract: This paper analyzes the basic connotation of paradigm, with combining the Chinese contemporary famous graphic designer works and design status, discusses the three paradigm of graphic design, that is, functional paradigm, in which the design is guided by rational visual representation; form paradigm, in which the design is guided by form visual representation; emotional experience paradigm, in which the design is guided by human's emotion

Keywords: graphic design; creative paradigm; function; form; emotional experience

(责任编辑:李开玲)