

规则的颠覆——对“新丑风”字体设计风格的研究与思考

苏泉

(苏州大学艺术学院, 江苏 苏州 215000)

【摘要】字体设计作为平面设计中重要的视觉设计符号,是平面视觉设计中的重要组成部分之一,“新丑风”字体设计风格在近几年逐渐进入大众视野,“新丑风”字体设计风格以其独特的丑陋的姿态呈现裹挟新鲜趣味的表现形式,将美与丑的精髓相互杂糅,形成了反传统审美,重视生活经验的特立独行的“新丑风”设计逻辑,本文通过对“新丑风”字体设计风格的研究进而试图去理解这样一种风格的形成缘由以及未来带给平面设计行业的启示。

【关键词】新丑; 高田唯; 素人设计; 设计语言

一、“新丑风”字体设计风格概念的提出及发展

(一)“新丑风”设计风格概念的提出

在传统的设计逻辑中,如何将“美”的概念融入到设计作品中一直是优秀的设计师们所追求的。传统的字体设计风格形式一直以讲究美感及和谐为主,通过文字以及图形的分工,文字传递信息,而颜色以及图案反应作品呈现的情感基调,二者相辅相成,再通过正确的网格系统进行排版,即使这样呈现的作品有可能中庸,普通的,但是在信息传递以及基础的艺术表现层次方面也多数是及格的。但是,不同的时代总会有逆时代的声浪,在这样一个极其讲究审美的时代,不愿墨守成规的设计师们开始尝试突破美感的壁垒,打破原有审美的秩序,拆散了传统模式下有板有眼的字体设计风格,抛去美感的束缚,逐渐形成了逆时代潮流的“审丑风”,这种风格发展到二十一世纪的前二十年,逐渐形成了“新丑风(The New Ugly)”这一打破规则,令人感觉刺激,激进,丑陋且粗犷的字体设计风格。

最早将“丑”这一反审美的概念引入设计圈进行讨论的是时任纽约视觉艺术学院设计系主任的史蒂芬·海勒(Steven Heller),他在名为《EYE》的杂志上发表了一篇名为《Cult of the Ugly》的文章,在文中他提出了一个观点:“过去,设计往往代表了美丽和秩序。但如今,设计界现有的系统需要重新评估,秩序受到莫大的冲击,不同形式的冲突接踵而至,那么如何在后现代的设计环境中定义丑陋?”伴随着这一观点的提出,平面设计行业开始重新审视自身所曾追求的“精致的美学”观念,同时伴随着后现代主义的浪潮涌起,一股强烈的“审丑”风暴以挑衅的姿态,戏谑的面目登场,理性的审美被感性的审丑所挑战,至此以后,各种“丑陋”风格的作品开始进入公众视野。

2007年8月,《Creative Review》的杂志主编

帕特里克·伯戈恩(Patrick Burgoyne)在互联网上撰写了一篇名为《The New Ugly》的文章,文章中重申了这一次的“审丑”浪潮,并且提出了“新丑(New Ugly)”这一概念,在业界形成了一次对于“新丑风”的论战,文中指出:这种风格目前已经演变成了一种跨学科的运动,涵盖时装、音乐和设计界,左小祖咒、横尾忠则等人的作品都是代表。

(二)“新丑风”设计风格在大陆的发展

“新丑风”设计风格最早可以追溯到二十世纪七十年代的日耳曼民族的设计,这一时期的日耳曼民族的设计作品被称之为“野蛮设计”。而当代“新丑风”字体设计风格的发展,不得不提的一个区域就是中国大陆。与西方国家的设计风格演变和探索不同,中国大陆由于自身设计行业发展较晚,在设计行业发展前期缺失完善的设计理论体系;但是随着经济文化的发展与民众审美水平的提高,以及改革开放后的中国大陆的印刷技术的迅速普及,二十世纪末以及新世纪初期,在中国大陆出现了一种造价低廉,分布广泛,造价平民化的“素人设计”风格,这种设计风格以广告,宣传册,喷绘,宣传标语以及招贴海报为载体,出现在寻常巷陌,街头巷尾,大到写字楼外墙,小至墙角牛皮癣。这种“素人设计”风格具有强烈的实用主义风格,并且最大的特点就是这些街头巷尾的设计作品的设计师大多是未经过专业训练的民众,设计作品具有强烈的目的性和功能性,几乎不存在过多的装饰性和艺术性。丑陋,粗俗,不入流,过时大都是这一类设计作品的代名词。

大陆这种离经叛道的“素人设计”又可以称之为“野生设计”,在后现代主义风潮爆发的当下,伴随着平面设计中的“审丑”这一概念的再一次提出,时隔数十年又再一次的引起了平面设计行业的重视,最经典的平面设计产品莫过于王光兴用 word 设计出的风靡几

十年的“椰树牌椰汁”的包装设计，黑色瓶身、红黄蓝三原色的配色、黑体字，从平面设计的审美角度来看，无论哪一点，看起来总是那么的格格不入，不符合标准。这种随意的，缺乏规范的，不走寻常路的离经叛道式的作品呈现在很多专业的设计工作者面前常常是会失去话语和丧失某种设计解读能力的。

（三）“新丑风”设计风格在其他地区的发展

当“椰树牌椰奶”这样一种格格不入的设计风格在国内经常成为设计师们调侃和解构的对象的同时，而令人意想不到的，这一令人捉摸不透的包装设计在邻国日本的设计圈内却引起了很大的轰动，并兴起了一阵强烈的“新丑风格”设计风潮。这其中的代表人物是新生代日本平面设计师，东京造型大学的教授高田唯（YuiTakada）。无论是在公开场合还是在社交媒体上，高田唯讨论到自己的设计理念的时候，总是会拿出椰树牌椰奶的例子，并称之为“了不起的设计”。

2017年，高田唯凭借着2011年JAGDA新人奖的头衔参与了代表日本平面设计最高荣誉的JAGDA日本平面设计展的主视觉和年鉴封面的设计（图1-1），设计作品一经问世，就在设计界引起了极大的讨论。潦草简单的图形、刺眼的配色、混乱的排版，很难想象这是作为JAGDA主视觉的平面设计作品。草率变形的字体、粗糙简陋的图片和漫不经心的版式都无法令人把高田唯和通常意义上的日本设计联系在一起。”



图 1-1 Graphic Design In Japan 2017

高田唯以挑衅的设计语言向传统的设计规则传递出了自身的不屑的态度，他将自己的设计实践跳脱出日本设计过于强调规范和秩序的桎梏，在平面设计产业设计风格同质化的当下，用肆无忌惮的设计语言故意营造出的粗糙感和廉价感的离经叛道的作品，因此，高田唯也被业内人士戏谑的称为“设计界的坏孩子”。

二、“新丑风”字体设计风格的主要视觉特征

（一）高饱和度的色彩

“新丑风”字体设计风格最鲜明的特点就是视觉信息部分的颜色的“高饱和度”，通过对上世纪末大陆街

头出现的“素人设计”作品的整理，不难看出高亮的黄色，红色以及亮蓝色等亮度极其夸张的颜色占据了这一类作品中的绝大部分，又或是在黑色的背景下布置金黄色字体，又或是白色的塑料底上直接用红色或者黑色的黑体字夸张的写上内容，这类作品以数码形式进行输出，直接输出为高饱和度的色彩，强烈的色彩对比给与观者视觉最直接，最强烈，最激烈的视觉冲击力，通过最直观的“视觉暴力”形式传递想要传达的信息。

（二）无衬线字体以及夸张的字体变形

“新丑风”字体设计多数采用无衬线的字体作为主体字，无衬线字体简洁美观，现代感，用于标题以及副标题等不需要长时间阅读的地方，有利于接收者对于信息的捕捉，简单的几何特征，却在某种程度上又不丢失文字感情的传递。但是在有限的版面内过多的使用无衬线字体，会造成可读性的丢失，甚至会发生行间的阅读错误。“新丑风”设计作品将无衬线字体作为标题和内容字体进行“无组织性”的大规模使用，这无疑给观者的视觉阅读造成了很大的困扰，当你从头到尾阅读完这样一张平面作品，伴随着强烈的视觉冲击力而来的是双眼阅读之后的视觉疲劳感。

不仅是字体使用的“反常规”，在“新丑风”设计风格中，字体的大小同样可以根据版面的上下安排从而进行随意的拉伸，变换，字体仅仅是安置在有限的版面或区域内，此时的文字几乎失去了传统字体设计中比较重视的形式感，通过一种“朴素的安放”形式，将无衬线字体肆意变形，安放在“觉得合适的视觉点”，在混乱中形成独特的“混乱的秩序感”，强大的功能感替换掉多余的艺术表现形式（图2-1）。



图 2-1 For Stockists Exhibition 2011 海报

（三）信息层级的混乱

层级是指信息在整体中的上下结构关系，简单来说就是重要信息与次要信息之间的关系，不同的版面关系需要设计师根据不同的文案内容去划分不同的层级之间的优先关系。在“新丑风”文字设计风格中，文字之间的逻辑和语法不在变得重要，信息的不同权重也不再那么的严谨，对于关键词的密度，主次要信息的权重对比

也不再讲究,对于文字的“拆”和“组”以一种极其随性的方法进行布置,用一种所谓高度“物尽其用”的排版方式,将文字信息展现在版面之中,时常出现单个页面中所有信息的体量大小相差很少,甚至相同,各级别的信息出现在同一级别,由于信息过多而“全部很小”或者希望放大一切的信息而“全部很大”的情况。

(四) 非常规的网格系统

平面设计作品给人带来的观感应该是易懂的,客观的,功能性的和具有数学美感的,通过搭建合理,逻辑性的网格系统,能够让设计作品更加的具有功能性,逻辑性和视觉美感,通过合理的网格系统,能够让设计师在二维世界,以建筑的角度驾驭内外空间。

在“新丑风”设计风格中存在着既不同于经典西文排印规整的网格,也不同于更早时期中文广告设计中讲究一定图像美感的“画意”,在杂乱的版面中肆意穿插着不同的版面及内容,以强大的主观感性认知构建主题:文字信息,图片信息,反系统性,反逻辑性的构建文本和插图类材料;在有限的空间内,有意识地破坏紧凑的文本和插图之间的节奏关系;无组织地“布置”材料,以一种困扰式阅读行为形成独特的视觉张力和感官刺激。

三、“新丑风”字体设计风格对现代平面设计的启示

日本设计师高田唯在讲述自己的设计理念时提到:“单单只把东西做得美观,这样的人实在太多了,所以我要探寻一条如何将设计表现得更生动的路。”在他看来,专业上的“完美标准”可能会使设计丧失活力,而日常生活中的审美偏差则更富有表现力。而“新丑风”的作品就是对他的设计理念的最好的诠释。当下的平面设计太过于规整和审美一致性,在这样高度成熟发达的设计规范体系之中,沉浸于规整的设计环境之下,会使得受众慢慢对规整的设计产生适应和视觉舒适,同时在美的舒适感之下必然会有一部分视觉刺激的丢失,伴随着视觉刺激丢失问题的产生,必然会产生对过往设计的一种反向思考。

高田唯等人在风格同质化的设计生态下逐渐开辟出了一条新的方向,或许他们所追求的并非风格本身,而是他由对设计的思考和领悟开辟出的另外一条蹊径。对于“新丑风”风格设计,不少人会认为这样对规则进行挑衅的离经叛道式的作品是一种设计上的投机取巧,是一种对设计规则的漠视和背叛,并不足以成为气候甚至具有一定的误导性。但就是设计出这样“丑陋不堪”的设计作品的设计师们,察觉到了暴露于日常视觉文化中的审美差异,并将其视为设计原点,最终呈现出一种基于功能主义立场的“粗陋”面貌。与市场上众多技术日

益繁复、造价高昂却华而不实的媚俗商业设计相比,这一类低预算的独立设计,以直觉、即兴的姿态逼近真实的生活经验,从而引起了人们广泛的共鸣。

“新丑风”风格的作品在另一维度上给了我们思考我们标榜许久的传统审美界限的机会,这看起来时对传统,对约定俗成,对旧时代的挑衅,但是,不妨换种角度,“新丑风”的诞生,也许也只是提出了一种可能,在专业化硬性要求过多的当下设计界,“去专业化”的设计是否能够生存,平面设计可不可以不受到太多条框的束缚,有效传达信息且突破那么一些美,并且还能传达更多趣味和灵动。事实却如此,“去专业化”带给了平面设计的更多的可能以及趣味的解读与表达,仿佛平面设计是可以玩出来的,设计师是具有的专业知识支撑的职业人群,以高田唯为首的“新丑风”设计师以“非专业性”的角度带领大众进行设计解读,对平面设计行业的开拓和传递出一个更加具有包容属性的信号,唤醒了作为普通人的设计本能。

另一方面,现代设计的发展脉络从前现代到现代再到后现代以及新现代,其的探讨核心是聚集于设计中的形式主义与功能主义的配比问题。而“新丑风”时介于功能主义和形式主义之间的一种折衷形式的设计主义,宣告了一种新的设计可能,并且在“美-丑-美”的观念迭代中重新引起了我们对当代设计审美价值判断标准。在未来的设计实践中,是继续打破现代设计的框架还是延续现代设计的脉络进行发展,其间种种的矛盾性和复杂性,也展示了“新丑风”设计风格在未来的无限可能性。

参考文献:

- [1] 厉坤.“图文快印”式设计的视觉文化现象研究[J]. 东西南北,2020(10):114-118.
- [2] 王晖.日常、模糊与更多的拙稚[D]. 江西财经大学,2020.
- [3] 武怡帆,阴耀耀.汉字字体设计阶段性发展研究[J]. 大众文艺,2019(16):47-48.
- [4] 孟明明,张国斌.从标志看字体设计中的“出丑效应”[J]. 长春师范大学学报,2019,38(04):172-174.
- [5] 王辉.从中西方字体形态发展看现代背景下的中国汉字设计[J]. 美与时代(上),2016(05):79-81.
- [6] 杨萍.赋权、审丑与后现代:互联网土味文化之解读与反思[J]. 中国青年研究,2019(03):24-28.

作者简介: 苏泉(1996—),男,安徽蚌埠人,苏州大学艺术学院,19级在读研究生,硕士,研究方向:视觉传达。