

现代平面设计中的孟菲斯风格研究

王新雨, 程亚鹏

(北京林业大学, 北京 100083)

摘要: **目的** 研究现代平面设计中孟菲斯风格的视觉语言、创作手法与情感特征。**方法** 以近年来孟菲斯风格在建筑设计、产品设计和服装设计领域的复兴为启示, 以 20 世纪兴起及发展的装饰艺术、波普艺术、后现代主义等艺术风格为基础, 从符号学、美学和心理学的角度出发, 结合当下典型的孟菲斯风格平面设计作品, 从图形、色彩、构图等方面对孟菲斯风格的视觉语言进行深入研究, 分析这些风格性的视觉元素在设计作品中的象征意义, 并归纳出孟菲斯风格在现代平面设计中的具体创作手法。**结论** 现代平面设计中的孟菲斯风格将艺术与生活、批判与创新完美融合, 与人们追求个体独立性的心理十分契合, 其在现代平面设计中的复兴是大势所趋。

关键词: 孟菲斯风格; 平面设计; 视觉语言; 创作手法; 情感特征

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)06-0359-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.06.049

Study on Memphis Style in Modern Graphic Design

WANG Xin-yu, CHENG Ya-peng

(Beijing Forestry University, Beijing 100083, China)

ABSTRACT: This paper aims to study the visual language, creative techniques and emotional characteristics of Memphis style in modern graphic design. Inspired on the revival of Memphis style in the fields of architectural design, product design and fashion design in recent years, based on the artistic styles of decoration art, pop art, and post-modernism that emerged and developed in the 20th century, from the perspective of semiotics, aesthetics and psychology, combined with the current typical Memphis-style graphic design works, this paper conducts in-depth research on the visual language of Memphis style from the aspects of graphics, color, composition, etc., analyzes the symbolic meaning of these stylistic visual elements in design works, and summarizes the specific creation methods of Memphis style in modern graphic design. The Memphis style in modern graphic design perfectly integrates art and life, criticism and innovation, and fits well with people's psychology of pursuing individual independence, and its revival in modern graphic design is the general trend.

KEY WORDS: Memphis style; graphic design; visual language; creative techniques; emotional characteristics

在 20 世纪 80 年代, 孟菲斯设计小组在意大利激进主义浪潮中诞生。孟菲斯派的设计师认为产品的功能、形式、材料可以独立存在, 形式不仅是为功能服务, 还可以隐喻地表现特定的文化内涵^[1]。受装饰主义大众化趋势的影响, 孟菲斯派注重装饰要素的历史传承性、地方性与人情味的表现, 这种从人文角度出

发的设计思想表达了设计师对工业化设计的不满。同时, 孟菲斯派追求作品形式与象征含义的关联, 企图让人们从感觉和直觉的角度理解作品的意义^[1], 这种对当时新美学准则的迎合是对理性主义的一次强烈冲击, 这使孟菲斯派成为西方“反设计”运动中的典型代表。虽然孟菲斯派因其过激的思想而逐渐衰落,

收稿日期: 2021-11-22

基金项目: 中央高校基本科研业务费专项资金资助 (2019RW05)

作者简介: 王新雨 (1996—), 女, 研究生, 主攻视觉传达设计理论。

通信作者: 程亚鹏 (1972—), 男, 硕士, 教授, 主要研究方向为视觉传达、设计交叉与融合的研究。

但其设计观念早已深深地刻在了设计师与消费者的心中。经过后现代思潮的洗礼,平面设计进入了一个多学科融合的时代^[2],设计的评判标准不再单一和僵化,从社会整体看,人们的审美趣味向多元且开放的状态发展。同时,人们愈加关注文化的发展和自身情感的表达,具有极强装饰性的作品在视觉和心理上满足了消费者对新奇设计的需求。受开放的设计思想、流行文化渗透等因素的影响,设计师对传统设计思维进行了重新定义,希望在设计的形式和功能之间寻求平衡点,在设计作品中注入自己的情感与个性,使设计从精神上融入人们的日常生活中。21世纪以来,众多新兴的设计风格开始走进大众的视野,如蒸汽波风格、赛博朋克风格、故障艺术风格、像素艺术风格等。在设计多元化发展的背景下,孟菲斯风格逐渐出现在建筑设计、服装设计、平面设计等领域,相关的海报、包装、插画等设计作品越来越多地出现在日常生活中。孟菲斯风格在平面设计领域的复兴,既迎合了人们的审美需求,又拓宽了设计师的灵感来源。

1 孟菲斯风格在现代平面设计中的视觉语言

在平面设计中,设计师通过图形、色彩、文字等视觉元素传达作品的基本信息,受众能否成功高效地获取信息直接取决于视觉元素的表现力如何。孟菲斯

风格根植于历史与文化,从波普艺术、装饰艺术和古代艺术等风格中获取灵感,作品以丰富的纹样、艳俗的色彩、自由的布局打破了传统设计的沉闷,视觉元素具有抽象、隐喻的特征。孟菲斯风格的视觉语言表现出对当代抽象美学的迎合姿态,体现了风格本身具有的超越价值。

1.1 几何化的图形元素

图形符号是应用于平面设计的重要元素,它带来的视觉冲击是强烈并且持久的^[3]。20世纪兴起的装饰艺术风格多以简洁的几何形状作为主要图形,辅以重复连续的曲线元素作为装饰^[4],孟菲斯风格从中汲取灵感。除了波点、三角形、圆环等基础图形外,作品中还包含拱形、锯齿形折线、波浪线、十字等外轮廓稍复杂的图形。几何化的孢子和细菌、水磨石斑点、方格等图案成为常用的平铺纹理,还有其他作品引入抽象人物、动物等图案。这些符号化的图形成为设计师的思维载体,既有几何化的艺术美感,又有代表个性和人性意味的符号语义,能让受众快速建立起心理认知,实现情感传递的有效性。例如由米兰平面设计事务所 officemilano.studio 创立的文具品牌 Write Sketch,其中 Super 系列笔记本的表面布满了由水花、彩带、条纹等元素转化的装饰纹理,这些几何趣味图形表现力极强,能激发使用者学习和工作时的创意灵感,展示了不受拘束的创意美学,见图1。



图1 officemilano.studio 设计的《Super》系列笔记本
Fig.1 "Super" series of notebooks designed by officemilano. studio

1.2 装饰化的色彩应用

色彩是能引起人们共同的审美愉悦的、最为敏感的形式要素^[5]。不同色相、彩度和明度的颜色能给人带来不同的心理联想和象征意义,它与历史、文化和人的审美观念息息相关。在20世纪,受波普艺术的影响,孟菲斯派的设计师选取具有强烈对比度和高彩度的色彩来对抗冷漠的国际主义风格。现代平面设计中的孟菲斯风格沿袭了之前的色彩特征,常以鲜亮夸张的色彩装饰作品,如粉红、粉绿等。设计师故意打破配色规律,突破形象的固有色,大胆使用互补色以形成撞色效果。孟菲斯风格具有的色彩反差性给作品

带来了很强的情绪感染力,一方面能从情感上刺激消费者的购买欲望,另一方面也体现了设计师对当代生活的主观感受。例如百事可乐与上海时装周合作打造的限量版包装及周边产品,瓶身配色由高彩度的粉色、亮黄色和蓝色组成,艳丽的色彩与几何元素相结合,具有极强的装饰性,限量版与众不同的外观更能引起消费者的购买冲动,见图2。

1.3 图形化的文字设计

文字图形化是以文字作为基本元素再设计的过程,即将文字与图形进行同构,将文字设计成具有叙事性的视觉形态。孟菲斯风格的文字从粗体无衬线字



图 2 百事可乐与上海时装周合作的限量版设计

Fig.2 Limited edition design of Pepsi Cola and Shanghai fashion week

体的基础上演变而来,设计师擅长将文字的局部或整体夸张变形处理,在可识别的前提下,以简约图形或与文字含义有共鸣的图形进行局部替换,配以明快鲜艳的色彩,使文字具有装饰性和观赏性的特点。文字图形化的设计运用让传统文字具备了形象性、大众化的新面貌,减轻了设计作品受地域、语言、文化差异的阻碍,能够准确传达作品的主题^[6]。同时,文字图形化既能使受众感受到趣味的图形语义,又能使设计师的个性情感得以释放。例如英国插画师 Peter Judson 为书籍《Postmodern Design Complete》设计的封面,图形化的英文配以鲜亮的色彩,以基础的点、线、面甚至是建筑图形进行装饰,与书籍主要内容“后现代设计”的内涵十分契合,见图 3。

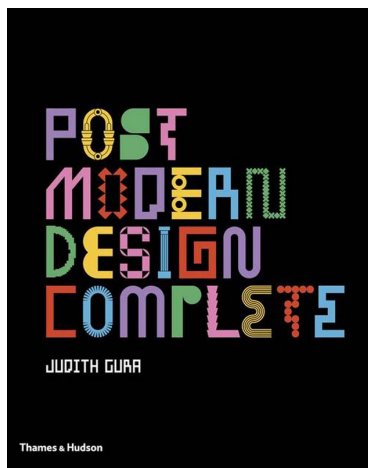


图 3 Peter Judson 设计的

《Postmodern Design Complete》书籍封面

Fig.3 "Postmodern Design Complete" book cover designed by Peter Judson

1.4 自由无序的版式布局

版式设计是将图形、色彩、文字等视觉元素进行合理安排,使画面具有高效传达信息功能的形式美。孟菲斯风格的设计版面由点线面随机组合,图形与色彩不受栅格限制,作品整体具有随意性、流动性、不对称性等特点。从格式塔心理学的角度来看,这种看似混乱的版式能吸引观者更长时间的视觉停留,并能

引发参观者强烈的好奇心,使其主动地探索作品的意义^[7]。孟菲斯风格的设计师从设计学和心理学的角度共同出发,合理安排图形和文字的布局,掌握作品的视觉基调和受众的浏览节奏,使信息传达更加准确、高效。因此,无序化的版式布局可以当作是对现代平面设计的进一步补充。例如德国平面设计杂志《Novum》其中一期的封面设计,画面以扁平化插画的形式呈现,4个不同表情和动作的卡通人物散乱分布,孟菲斯风格的元素随意地点缀在四周,由众多点排列组成的圆形背景对整体布局起到协调统一的作用,画面显得饱满丰富,充满了张力,见图 4。



图 4 德国平面设计杂志《Novum》封面

Fig.4 Cover of German graphic design magazine "Novum"

2 孟菲斯风格在现代平面设计中的创作手法

在平面设计传达信息的形式上,点线面的结合十分关键,这是受众获得图形、色彩和文字的重要途径。但在某些情况下,传统的二维空间不能有效地将信息传达给参观者,这时就需要将设计画面拓展为三维空间,从而更好地发挥视觉元素的引导功能。在现代平面设计中,孟菲斯风格在视觉上打破了传统的平面装饰手法,创造出三维空间形态的表现形式,包括叠压、分割、拼接、穿插等手法。新颖多样的创作手法是将设计师的创新性思维具体化的过程,将作品在视觉上从静态转化为动态结构,能增强设计的装饰感与随意性,充满了后现代解构之意,其最终目的是引导受众以新颖的形式去探寻视觉元素所要传达的信息。

2.1 重复排列

重复并不是简单的复制,而是将视觉元素按照一定的规律排列组合,最终达到一种有秩序的美的效果。重复手法一般选取简单的视觉元素,既可以是形状,也可以是色彩,元素以不同的数量、间距和方向重复出现,具有极强的视觉冲击力,能够有效地吸引参观者注意并传达信息。重复的波点、三角、方块等

距排列是常用的表现形式。阶梯形状是孟菲斯风格在平面设计中常用的造型,即由平直流畅的细线条重复排列组成,这种造型在 20 世纪的装饰艺术风格中运用得很普遍。重复的多样化运用,不仅使形象原有特质得以保存,更使画面增强了节奏感,变化莫测又和谐统一^[8]。例如由斯堪的纳维亚壁纸品牌 FEATHR 和 AANDACHT 工作室合作为荷兰时尚杂志 LINDA. wonen 拍摄的孟菲斯风格时尚摄影作品《"MEMPHIS MAD" EDITORIAL》,作品中的墙纸上布满了秩序排列的伪立体图形,色彩随图形不断重复,画面具有强烈的节奏感,见图 5。

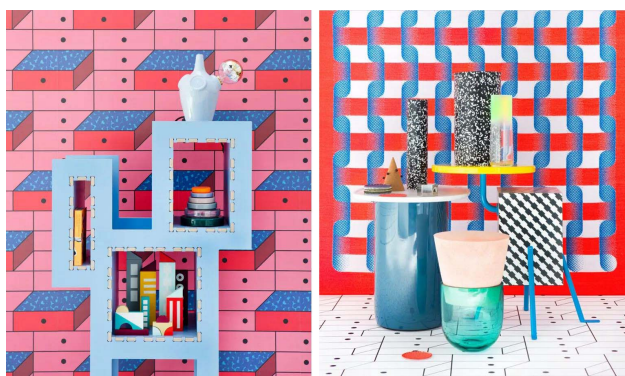


图 5 壁纸品牌 FEATHR 和 AANDACHT 工作室合作的摄影作品

Fig.5 Wallpaper brand FEATHR and AANDACHT studio collaboration photography works

2.2 分解重构

在 20 世纪 60 年代,解构主义的发展使西方社会出现一股反理性、反主流的思想,这种思想逐渐从哲学蔓延到其他学科,孟菲斯风格受到了解构主义思想的影响并延续至今^[9]。设计师擅长将图形分割后,巧妙地改变图形原有的结构,如改变图形的比例、色彩、方向等,利用平移、倾斜、倒转等手法进行错位重构,使元素间产生碰撞,力求避免规则、完整、对称的结构。此外,设计师常用伪立体图形分割画面,即利用观者视点的转换使图形处于二维与三维之间的形态,不同维度图形的重新组合给人空间混乱的感觉。矛盾空间的视错觉手法能够在平面设计效果中实现变幻不定的层次感、虚实不定的空间感^[10]。例如由 MVM design label 工作室设计的 2018 年草莓音乐节海报,设计师将圆形、方形等元素切割,改变图形的大小和颜色后进行错位拼接,多个不规则图案的重新组合使画面不再单一,颠覆了原有海报的视觉形象,满足了当代年轻人宣泄情绪的欲望,见图 6。

2.3 前后叠压

叠压是指将一个图形覆盖在另一个图形之上的状态,观者在视觉上能感受到一定的空间关系,主要表现在线面、面与面之间。线与面的组合包含两种



图 6 MVM design label 工作室设计的 2018 年草莓音乐节海报

Fig.6 2018 Strawberry music festival poster designed by MVM design label

情况,一种是线与面的无规则穿插,另一种是色块与轮廓线产生错位关系,造成视觉偏差感知。穿插交叠产生的视觉效果并不在于叠压面积的大小,面与面、线与面或微小边缘的叠压都能造成视觉上的层次感。这种层叠繁复的结构能使元素之间产生一定的关联性,使自由排布的元素更加紧凑,进而增强画面的整体性。例如瑞士 Raffinerie 工作室设计的第 52 届索洛图恩电影节海报,设计师改变了以往电影海报的僵化形式,将“S”(瑞士,索洛图恩州)和“O”(胶片)在仍可识别的基础上进行有趣地更改,电影镜头与变形的字母图形层层叠压,不规则的图形边缘使海报在视觉上保持运动和变化见图 7。



图 7 Raffinerie 工作室设计的第 52 届索洛图恩电影节海报
Fig.7 Poster for the 52nd Solothurn film festival designed by raffinerie studio

2.4 新旧冲突

受蒸汽波艺术、故障艺术等新兴艺术风格的影响,孟菲斯风格的创作手法也在不断更新,真实的图像逐渐融入画面。设计师大胆创新,秉承着冲突之美的设计理念,在画面中加入复古元素。复古元素兴起

的原因是它在情感诉求上容易打动人^[11]，复古与怀旧的画面传递着富有个性的文化内涵，增强了画面的真实性，给观者营造了一种睿智、典雅的画面氛围。在孟菲斯风格中，古典元素与几何图形的结合表现出过去与现代场景的对比，打破了作品的完全平面化，新与旧的语言充满了矛盾与统一的哲学意味。外观崭新的画面引起观看者强烈的感官刺激，可以在短时间内给人留下深刻的印象。例如乌克兰基辅媒体艺术学院的海报设计，具有明快色彩的几何图形与无彩度的古典雕像结合，几何图形的不规则边缘与古典雕塑圆润的轮廓相互碰撞，画面充斥着超现实主义的荒诞和自由的联想，见图 8。

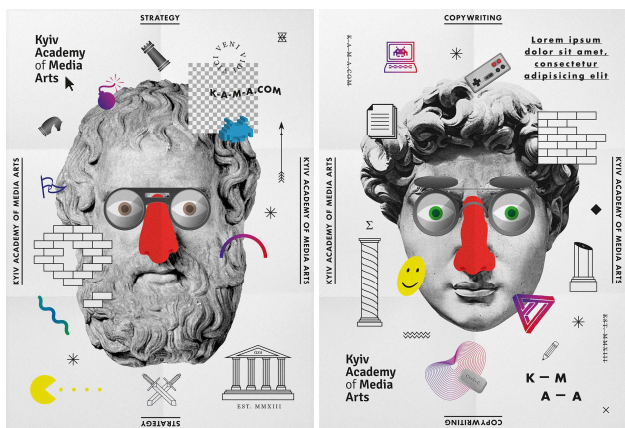


图 8 乌克兰基辅媒体艺术学院的海报设计

Fig.8 Poster design of the kyiv institute of media arts, Ukraine

3 孟菲斯风格在现代平面设计中的情感特征

在 20 世纪，孟菲斯派的设计师把作品当作与大众交流感情的媒介。在当下，爆炸式的视觉信息反复出现在人们的生活中，只有当设计师将内在情感与作品的外在形式有机结合，使观者感受到设计作品的生命力，作品的存在价值才得以显现。孟菲斯风格的设计师对原有的设计理念加以继承和创新，汲取当下流行文化的情感语言，结合自身对现实生活的感悟，赋予作品视觉元素与创作手法的双重语义，一方面向观者传达具体信息，另一方面向观者传达自身创作的情感，进而让观者对社会文化和日常生活产生感悟。

3.1 开放性

在繁荣的信息化时代，类似、重复的视觉信息使人们感到审美疲劳，传统的、程式化的设计作品已经无法满足消费者日益个性化、多样化的需求。受解构主义的影响，孟菲斯风格的视觉语言与创作手法突破了传统的设计秩序，对固有的传统设计思维进行了重新定义。在孟菲斯派看来，不断更新和多元化的后工业社会，问题不是一成不变的不动事件，而是一个不断变化运动着的多变事件^[12]。现代孟菲斯风格表现出

打破陈规的开放理念，其极具批判精神与创新精神的设计形式十分契合当代年轻人的审美需求与价值观。平面设计师不受拘束，将设计与符号学、心理学、哲学等多种学科建立联系，在设计中注重人文关怀。变化多端的设计思路和设计手法体现了设计师敢于创新、热情乐观的生活态度，他们自由而热烈的情感在作品中生动呈现。

3.2 趣味性

在物质文化丰富的时代里，人们开始推崇高品质的生活。从现代消费特征来看，人们的需求已经逐渐从以物质为中心转换为以情感为中心，其主要特征表现为对审美享受的重视^[13]。在 20 世纪，孟菲斯派的设计师通过汲取大众文化元素，打破理性设计的单调、冷漠与乏味^[14]，设计作品即呈现出童真怪诞的情感意境。当代的平面设计师以 20 世纪孟菲斯风格的表现形式为基础，开阔思维，融合当代趣味元素，如矛盾空间的运用、抽象且极具概括性的流行图案、充满稚气的描边轮廓等，各种形式赋予了画面崭新的装饰语言，其中的趣味因子与人们的情感欲求不谋而合，能唤起观者的童心。多种趣味化的表现形式引起观看者强烈的好奇心，人们主动探索画面信息，像是畅游在五彩斑斓的海洋世界，并在此过程中释放自身情绪。同时，设计师也享受到了自由创作的乐趣。

3.3 象征性

在符号学流行的时代，产品所具备的符号功能成为了使用者身份的标志，大众消费越来越呈现出一种符号消费的形式，符号化消费带来了人们对消费品象征意义的认同感^[15]。大众对孟菲斯风格的认同即说明孟菲斯风格逐渐成为了一种审美符号。孟菲斯风格作品中夸张变形的图形元素、扭曲蜿蜒的纹理、冲突碰撞的配色、创意拼接的手法同时吸引着大众的目光，这些夸张的视觉语言在他们眼中变成了个性生活的象征。孟菲斯风格以抽象的形式隐喻其意义，但并不是固定的某个含义，而是受到观者审美观念、生活阅历、时代背景等因素的影响。观者通过想象、联想与回忆，以自己的审美经验感受作品的象征意义，结果是模糊多变的，设计的意义也有了多种解释。孟菲斯风格的作品成为了表达设计师和大众情感的隐喻符号，这是其存在的意义。

4 结语

孟菲斯风格设计将大众对生活的态度实物化，用点、线、面和色彩创造抽象的图形样式，以绚丽夸张的视觉特征和开放自由的情感特征满足了人们对个体独立性与个性生活的追求，迎合了大众不同层次的审美趣味，得到了市场的接纳与消费者的认可。但到目前为止，孟菲斯风格在平面设计领域尚未形成完善

的理论体系和实践体系,依然处于发展阶段。虽然多样化的表现形式展现了视觉元素间的相互碰撞,但也要避免繁复的画面造成视觉疲劳、配色呈现廉价感、信息传达层次错乱等问题。如今,社会发展越来越快,大众对设计的需求和评判标准也处于变化之中,设计师应秉持开放的态度,将孟菲斯风格与其他风格有机融合,使其处于持续成长的状态,这样孟菲斯风格体系才能逐渐完善。同样,人们也应该以开放的姿态迎接中国设计的未来。设计师要始终保持敏锐的洞察力去关注人们当下的视觉需求,勇于批判和创新,引导大众适应设计风格的发展与变化,让消费者在设计作品形成情感认同。设计师除了要满足人们对设计的要求,还要让设计作品给大众日常生活带来创造性的启示。当设计逐渐成为一种生活方式时,中国的当代设计就会朝着更加成熟的方向发展。

参考文献:

- [1] 韩巍. 孟菲斯派设计[M]. 南京: 江苏美术出版社, 2001.
HAN Wei. Memphis Design[M]. Nanjing: Jiangsu Fine Arts Press, 2001.
- [2] 隋静. 平面设计的现状与现代平面设计的发展[J]. 艺术科技, 2018, 31(11): 210-211.
SUI Jing. The Status Quo of Graphic Design and the Development of Modern Graphic Design[J]. Art Science and Technology, 2018, 31(11): 210-211.
- [3] 曾涵喻. 平面设计中图形的符号视觉传达分析[J]. 大众文艺, 2016(16): 141.
Zeng Han-yu. Analysis of Visual Communication of Graphics in Graphic Design[J]. Popular literature, 2016(16): 141.
- [4] 王受之. 世界现代设计史[M]. 北京: 中国青年出版社, 2002.
WANG Shou-zhi. A History of Modern Design[M]. Beijing: China Youth Press, 2002.
- [5] 汪阳. 色彩语言在平面设计中的应用研究[J]. 工业设计, 2021(2): 67-68.
WANG Yang. Research on the Application of Color Language in Graphic Design[J]. Industrial Design, 2021(2): 67-68.
- [6] 田雨. 符号学视角下文字图形化在海报设计中的运用[J]. 设计, 2016(19): 128-129.
TIAN Yu. Semiotics Perspective of Graphical Character Used in the Poster Design[J]. Design, 2016(19): 128-129.
- [7] 唐长安. 从视觉心理角度解读自由版式中的视觉游戏[J]. 包装工程, 2017, 38(2): 180-183.
TANG Chan-gan. Comprehending Visual Games in Free Layout Design from the Angle of Visual Psychology[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(2): 180-183.
- [8] 郭宇承, 刘森. 海报设计中图像表现形式的创新[J]. 包装工程, 2014, 35(24): 76-79.
GUO Yu-cheng, LIU Miao. Innovation of Image Form in the Poster Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(24): 76-79.
- [9] 刘子川. “孟菲斯”的“解构”设计观[J]. 装饰, 2004(2): 64.
LIU Zi-chuan. The Design View of "Deconstruction" of "Memphis"[J]. Art & Design, 2004(2): 64.
- [10] 姜理理. 视错觉在平面设计中的应用与研究[J]. 科技传播, 2019, 11(22): 180-182.
JIANG Li-li. The Application and Research of Optical Illusion in Graphic Design[J]. Public Communication of Science & Technology, 2019, 11(22): 180-182.
- [11] 李麒. 复古元素在平面招贴设计中的应用研究[D]. 合肥: 合肥工业大学, 2012.
LI Qi. Research on Application of Retro Elements on Plane Poster Design[D]. Hefei: Hefei University of Technology, 2012.
- [12] 章伟. “孟菲斯”设计的产生背景及设计思想研究[D]. 上海: 华东师范大学, 2018.
ZHANG Wei. Research on the Background and Design Idea of "Memphis" Design[D]. Shanghai: East China Normal University, 2018.
- [13] 朵兰. 现代平面设计中的趣味性探究[J]. 包装工程, 2016, 37(24): 248-251.
DUO Lan. Interesting Inquiry in the Modern Graphic Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(24): 248-251.
- [14] 唐霖. “孟菲斯”设计的技术理性批判策略研究[J]. 包装工程, 2020, 41(12): 191-196.
TANG Lin. Critical Strategy of Technical Rationality in "Memphis" Design[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(12): 191-196.
- [15] 梁梅. 从消费的设计到审美的设计——消费时代的技术、生活与设计美学[J]. 艺术百家, 2020, 36(6): 23-29.
LIANG Mei. From Consumer Design to Aesthetic Design: Technology, Life and Design Aesthetics in the Consumer Age[J]. Hundred Schools in Arts, 2020, 36(6): 23-29.