

## 现代招贴画中第二空间的表象与内象研究

苏银华

(华东交通大学, 南昌 330013)

**摘要:** 论述了第二空间的概念。通过对现代招贴画与第二空间的关系阐述,分析了现代招贴画中的第二空间表象与内象的概念、关系和范畴。论述了第二空间是现代招贴画设计的灵魂,是图形表象之上的内象,是现代招贴画传播的主旨。并以招贴画中具有代表性的汉字图形和创意图形为例,探析现代招贴画中汉字图形表象与汉文化空间内象的传播,以及创意图形表象与哲学空间内象的表达。

**关键词:** 第二空间; 表象; 内象; 现代招贴画

**中图分类号:** J524.3 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)10-0011-03

### Appearance and Image of Second Space in Modern Poster

SU Yin-hua

(East China Jiaotong University, Nanchang 330013, China)

**Abstract:** It discussed the concept of the second space. Based on the modern spatial relationship with the second poster, it analyzed the concept, relation and scope of appearance and image of second space of modern poster. It elaborated the second space was the soul of modern poster design, was the image under the graphical appearance and was the subject of modern poster spread. Taking posters of representative creative graphics and character graphics for example, it explored the appearance and image of second space in modern posters, expression of creative graphic appearance and philosophy space image.

**Key words:** second space; appearance; images; modern posters

自19世纪末英国工艺美术运动以来,现代平面设计在追求画面形式美的基础上,更加注重内在精神世界的传递,即对第二空间的表达。特别是20世纪蓬勃发展的现代招贴画艺术,借助文字图形、创意图形、摄影图形和拼贴图形等图形语言,推动了主流思想、文化哲学和民族精神的大众化传播。

### 1 第二空间

空间的含义非常复杂,在词典中定义为“物质存在的形式”。人们平常所理解的空间,从某种角度上说是指和客观实体相对的概念,通常用哲学的观点解释,空间是无形态的,只要是实体以外的部分就是空间,空间是不可见,不可触摸,可被感知的<sup>[1]</sup>。20世纪后半叶,空间研究成为后现代显学以来,对空间的解读大体呈现2种向度,空间既被视为具体的物质形式,

又是精神的构建。美国当代著名后现代地理学家爱德华·索亚在此背景下提出了自己的“空间认识论”,其中包括第一空间、第二空间认识论。索亚指出第一空间是物质的,是客观存在的实体周围或实体与实体之间的空间体。而第二空间是相对于第一空间的认识论,集中在构想的空间而不是感知的实体空间,其形式从构想的或者说想象的地理学中获取观念,进而将观念投射向经验世界,阐释事实上使更多成为反思的、主体的、内省的、哲学的、个性化的活动<sup>[2]</sup>。因此第二空间是哲学家、艺术家和个性化的建筑家一显身手的好地方。第二空间是一个思维、想象的空间,包括哲学、文化、民族精神等。

### 2 第二空间与现代招贴画的关系

思想是设计的灵魂,文化是设计的最高体现<sup>[3]</sup>。

收稿日期: 2011-01-12

基金项目: 华东交通大学校立科研基金资助(10YS02)

作者简介: 苏银华(1980-),女,湖南人,硕士,华东交通大学讲师,主要研究方向为视觉艺术设计。

设计师的设计构思过程,是思想活动的过程;设计作品的呈现,是思想的最终体现;设计作品的流通,是观众与设计师之间的思想交流。如果没有思想,作品就会枯竭,没有生命存在的意义。招贴画作为现代社会有效的广告媒介和现代视觉艺术的光辉亮点,不仅反映出不同民族的文化和不同设计风格的面貌,还从平面形式的表象中,传递出第二空间的精神世界,与人们内心深处的思想相沟通。因此,第二空间是现代招贴画设计的灵魂,是图形表象之上的内象,是现代招贴画中隐喻的意象,是现代招贴画传播的主旨。

### 3 现代招贴画中第二空间的表象与内象

黑格尔曾说过:“形式就是本质自己的表露,是本质固有的自己的反思。”在艺术作品中,表象是作品中客观存在的表面形式;内象体现为一种内在逻辑的姿态,“形”而“上”的精神内部。现代招贴画中,附着于画面表面的形式是第二空间存在的表象,其内象是设计者通过形式表象传递给观者的非物质的意象空间,它是招贴画的灵魂。作品的表象决定内象的范畴,内象又影响人们对作品的深度理解。现代招贴画中第二空间的表象由视觉形式组成,包括点、线、面、色彩、图形和文字等具体形态;其内象的范围较广,指作品表面形式之上传递出来的哲学、思想、文化和精神等。以招贴画中具有代表性的创意图形与汉字图形为例,探析现代招贴画中第二空间的表象与内象。

#### 3.1 汉字图形表象与汉文化空间内象的传播

汉字作为世界上最古老的文字之一,有着悠久的历史。《淮南子·本经训》中记载:“昔者仓颉作书,而天雨粟,鬼夜哭。”<sup>[5]</sup>汉字既有抽象性的形象结构,又有语义的第二空间,许多设计师垂青于它,将它图形化。现代招贴画中,汉字图形结合了汉字与图形的魅力,取其长弃其短,借鉴西方设计手法以及外文字体设计形式,融会贯通中华5 000年的汉字艺术和书法艺术,设计出优秀的图形语言。它使汉字语义的第二空间进一步清晰,同时更超越了汉字本身的意义,不仅代表一个国家和民族的文化,而且在其构筑的图形意象空间中,传递出汉民族文化特征的第二空间内象。

设计师借助汉字书法艺术的创作手法传播汉族佛教文化空间内象。书法汉字又被称为“线的艺术”,在传递信息的同时,以美的形式带给人们不同的感想

<sup>[5]</sup>。现代招贴画中设计师们常常借助水墨的肌理来传递传统的文化空间,通常采用将书法汉字与自然图形结合的表现手法。如:中国平面设计师靳埭强先生为“自在”花纹纸设计的推广海报,见图1,海报主题思想



图1 “自在”花纹纸的海报

Fig.1 Posters of promotional pattern paper

来源于佛教思想“色即是空,空即是色”超越生死的“大自在”精神。设计师在纸纹上运用了手造纸毛边,宣纸竹纹变化和书法字“坐”、“行”共同构成山水自然的意象,以传统和自然的物象,表现中国人追求无忧无虑、悠然自得的生活态度的第二空间内象<sup>[6]</sup>。

设计师借助汉字造字法的创作手法传播华夏文化空间内象。汉字造字法——六书是古人分析汉字的结构归纳出来的6种条例。早在春秋时期,就盛行解说文字的风气,古籍中有不少记载。班固《汉书·艺文志》:“古者八岁入小学,故周官保氏掌养国子,教之六书。象形、象事、会意、象声、转注、假借,造字六本也。”<sup>[4]</sup>其中象形和会意是汉字图形常用的表现手法。象形——六书谓之首,顾名思义象形就是象实物之形。现代招贴画中设计师利用汉字代表的意义图形,在不破坏汉字字形的基础上代替汉字的一部分笔画,形成新的汉字图形。如:香港平面设计师韩秉华先生为宁波服饰与国际海报交流会做的招贴画,便是采用象形的手法设计汉字图形,见图2。整张招贴



图2 汉字“衣”的招贴

Fig.2 Poster of “Clothes” character

以汉字“衣”为设计对象,借用传统服饰中的图像细节,替换“衣”字的部分笔画,使招贴中汉字图形更具有生动性,在明确反映了主题思想的同时,构筑出汉族传统服饰文化的第二空间内象,这种手法与造字六法中的“象形”有异曲同工之处。会意字突破了象形造字法的局限,用2个或2个以上的字组合起来以表示新的意义,组合的形式灵活多样,表达的意义更加明显。平面设计师刘小康设计的招贴画中的汉字图形,就是借助中国汉字造字六法中的“会意”,以“乐”、“爱”、“国”等字作为招贴的主体,以多意并为一意的手法进一步强化了这几个字的意义。以其中“国”字招贴为例,见图3,从远观“国”字的外形没有大的变



图3 汉字“国”的招贴

Fig.3 Poster of "Country" character

化,但“国”字方框里的“玉”字用“天”、“下”、“太”、“平”4个字所代替,以天下太平多意并为一意的“会意”手法,反映出汉族人民对“国”字的理解——天下太平的第二空间内象。

### 3.2 创意图形表象与哲学空间内象的表达

哲学的本质特点是思考深层问题,其思维方法就是透过现象看本质,从而主动地把握事物的变化规律。现代招贴画设计是在传播内象与形式表象的统一中取得自身的审美价值,那种回避内象去追求表象的做法,就如同无水之波、无本之花。现代招贴画中优秀的创意图形不是刻意标榜“表象”,而是和传播的第二空间内象亲密无间地结合在一起,以至让人们遗忘了“表象”的存在。

广告招贴画中追求“物质本源”哲学空间内象的创意图形。日本设计师原研哉先生就是一位善于抓住所物本质力量的人,他的作品总是表现出一种简约玄澹,超然绝俗的哲学美<sup>[7]</sup>。如他为“无印良品”产品设计的招贴,见图4。无印良品的品牌概念是追求生活中的美,将商品的生产、制作工序彻底简化,尽量保持物质的本源,从而生产出既纯粹又环保的商品。原研哉先生的招贴设计正是基于这一点,简约的画面构

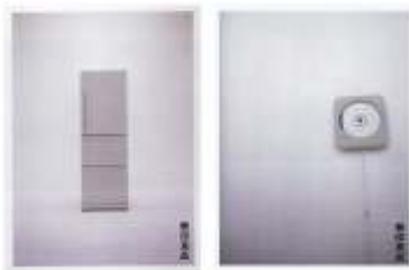


图4 无印良品广告招贴

Fig.4 Muji posters

筑出无印良品追求物质本源的哲学空间。在招贴画中,全力表现产品的本质特征,整幅画面没有任何多余的修饰,色彩也是采用本源色——白,这与“无印良品”这个品牌追求物质本源的思想是一致的。

文化类招贴中创意图形能对中国传统哲学空间内象进行表达。西方传统哲学思想是一种主、客两元对立的自然观,中国传统哲学同样谈到对立、两极。在老子的《道德经》中涉及“两极”的地方就有几十处。《庄子》对它们的涉及更是数不胜数。老子和庄子不主张一成不变的两极,认为两极是相对存在并可以互相转化的,是运动的。老子说:“有无相生,难易相生,长短相生,高下相生,音声相生,前后相随。”现代招贴画中,一些创意图形也表达出这一哲学空间,如陈放先生设计的以“胜利”为名称的招贴画作品,正是道家哲学思想的体现。《胜利》招贴见图5,图中残破的



图5 《胜利》招贴

Fig.5 "Victory" posters

胜利手势,预示敌对的后果,同时,揭示了两极相生、互为转换的道家哲学思想。

## 4 结语

第二空间表象与内象广泛存在于现代招贴画中,

(下转第21页)

平面状态,二者的结合给读者提供了丰富的联想与想象情境。这种立体书形式突破了传统出版物利用纸张的三维特性来形成凹凸感或空间感,而是将翻阅的过程和所形成的空间考虑在内,在真实三维空间的尺度上大胆扩张,从而创造出更为生动有趣、富含联想和想象的空间。

#### 4 结语

随着社会不断发展,人们的物质精神生活越来越丰富,传统的平面设计手法仅仅靠二维空间中图形、文字、色彩等元素的设计编排已不能满足受众的需要。而平面设计向三维空间拓展,将平面的虚拟设计元素与三维中立体的、动态的、真实的设计元素融为一体进行设计创作,符合设计创新的要求,顺应了新时代背景下各个学科交叉融合的发展趋势,有利于发掘新的设计思路和设计语言,拓宽平面设计的研究与

发展空间。

#### 参考文献:

- [1] 王受之.世界平面设计史[M].广州:中国青年出版社,2002.
- [2] 白雪松.平面设计中立体空间的创造与表现[J].包装工程,2009,30(8):189-191.
- [3] 高喜银,郗建业.平面设计的空间创意[J].包装工程,2005,26(3):177-178.
- [4] 艾默里·文森特.艾默里·文森特设计图集[M].杨晓梅,译.北京:中国青年出版社,1988.
- [5] 李砚祖.外国设计艺术经典论著选读(下)[M].北京:清华大学出版社,2006.
- [6] 郭庆光.传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社,1999.
- [7] 李行健.现代汉语规范词典[M].北京:外语教学与研究出版社,2004.
- [8] 刘花弟.“趣味性”在平面设计中的表现[J].装饰,2007(1):126.

(上接第13页)

二者相辅相成,无论是汉字图形与汉文化空间,还是创意图形与哲学空间,它都丰富了二维视觉艺术,给观者带来视觉变幻的享受和精神的愉悦。对于现代招贴画中第二空间表象与内象的研究,还需要许多新鲜的血液,也许,可以从近年后现代学术中的一个热门话题“第三空间”中得到启发:一切空间都汇聚在设计作品中,主体与客体、抽象与具象、真实与想象、可知与未知、重复与差异、精神与肉体、意识与无意识、学科与跨学科等。重新估价一、二空间论的产物,向一切新的空间思考模式敞开大门,拥有更多的“空间”去思考未来的招贴设计。

#### 参考文献:

- [1] 包亚明.现代性与空间生产[M].上海:上海教育出版社,2003.
- [2] 爱德华·索亚.第三空间——去往洛杉矶和其他真实和想象地方的旅程[M].陆扬,译.上海:上海教育出版社,2005.
- [3] 吴晨荣.思想的设计——黑川雅之于日本的当代设计文化[M].上海:上海书店出版社,2005.
- [4] 班吉庆.汉字学纲要[M].南昌:江西古籍出版社,2001.
- [5] 邱振中.书法的形态与阐述[M].北京:中国人民大学出版社,2005.
- [6] 靳埭强.视觉传达设计实践[M].上海:上海文艺出版社,2005.
- [7] 宗白华.美学散步[M].上海:上海人民出版社,2005.