

20 世纪英国朋克音乐出版物中的文字设计

易祖强

(北京电影学院 美术学院, 北京 100088)

摘要: **目的** 针对 20 世纪英国朋克音乐出版物中的文字设计进行文化理论层面的探讨。**方法** 将相关的典型人物及案例放置于包括设计史在内的总体框架中加以观察, 通过借用当代文化理论, 特别是伯明翰学派对青年亚文化展开研究的理论工具, 对当时朋克音乐出版物中的文字设计进行文化意义方面的阐释分析。**结论** 作为青年亚文化代表的朋克及其对应的设计美学, 在 20 世纪七八十年代兴起是二战后文化多元主义转向的一种必然结果, 但局部的, 呈现抵抗意味的文字设计样式风格实质上仍旧被纳入到了设计符号工业生产的总体逻辑之中。

关键词: 朋克; 文化研究; 文字设计

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)24-0023-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.24.005

Typography in 20th Century England Punk Music Publications

YI Zu-qiang

(School of Fine Art, Beijing Film Academy, Beijing 100088, China)

ABSTRACT: A Cultural Research Perspective on the Typography in British Punk Music Publications in the 20th Century. The relevant typical characters and cases are placed in the overall framework including design history to observe the typography in the punk music publications by borrowing contemporary cultural theories, especially the theoretical tools of the Birmingham School to study young subcultures. Interpretation analysis in the cultural sense. As a representative of youth subculture, punk and its corresponding design aesthetics, the rise of the 1970s and 1980s is an inevitable result of the cultural pluralism after World War II, but the partial, typography style of resistance is still essentially It has been incorporated into the overall logic of designing symbolic industrial production.

KEY WORDS: Punk; culture research; typography

文字设计几乎渗透在日常生活的每一个角落, 它不仅是形式与功能的探讨媒介, 也是社会文化的生动载体。以一种文化视角切入文字设计研究, 是为在创作理论之外拓展出进行历史探讨的贴切语境。20 世纪七八十年代, 以朋克 (Punk) 等为代表的青年亚文化有力地对社会内部冲击了原有的社会价值体系, 汇入了文化多元主义拼盘之中。朋克独立出版物及其文字设计作为重要的符号表征物, 对那个时代设计文化的研究探讨具有重要的参考价值。

1 二战后的文字设计与文化多元主义

今日的文字设计, “美学与工程学交汇, 艺术与

数学结合, 昙花一现的字体装饰图案与永恒的价值观念和明晰的实用主义相融^[1]。”就像后现代主义并不是现代主义的终结者, 而是两者在当下呈现明暗交替、交杂共生的现代性 (modernity) 面貌那样^[2], 文化多元主义的背后, 是消费社会内在机制的运作逻辑^[3]。戴维·哈维认为“后现代”这个词语实际上指基于作为一场美学运动的现代主义的感受性方面的一种变化, 其种种观念和实践只是对于新时代的敏感回应, “并不意味着现代性的终结^[4]”。

1.1 符号消费语境中的文字设计

在 20 世纪 50 年代直至之后很长的一段时间里, 瑞士文字设计 (Swiss typography) 拥有着独步全球的

地位。因为其简洁清晰的形式功能体系、工具理性化的精神内核,被许多学者认为是现代主义设计哲学的一种新典范^[5],与大工业时代的技术乌托邦(techno-utopia)传统勾联。“通用体”字族见图 1。而以“有计划的废止制度”为标志,消费主义的盛行开始决定性地改变整个设计领域的生态与面貌。晚期资本主义意味着投资方向愈发分化,而不再针对“大众时代”(age of mass)划一的群体^[6]。美国史学家大卫·瑞兹曼认为,所谓后现代主义的设计应该包含生产和形式两方面的内容,这预示着第二次世界大战以来持续 20 年之久关于设计的争论——设计究竟是社会工程式的,还是在商业动机触发下产生的,将走向终结。相对英雄式的现代主义的宏伟建构理想,后现代主义文字设计更加强调对事物的多元化解读,推崇那些昙花一现而非能够永久流传的设计作品^[6]。一次视觉形式上的奇遇和随着而来商业上的成功远远比永恒美学价值、深沉的人文关怀来得更加迫切重要。也正是基于这种逻辑,以瑞士文字设计为代表的国际主义平面设计,实质上也就成为了一种样式主义被纳入到了后现代主义设计的总体理解逻辑之中。以致 1910—1950 年间在工业世界浮现的各种美学概念和流派——艺术装饰主义、漩涡主义、未来主义、包豪斯等逐渐合并,形成消费社会一开始所知的那种工业产品的现实^[7]。为了增加刺激的多重性和多样性,就连最遥远的各种文化也都被发掘了出来,他们的遗迹(机器的复制品)在大规模的巡回展览中被展出^[8]。

Univers

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

图 1 “通用体”字族

Fig.1 Univers type family

1.2 青年亚文化与文字设计

平面设计师也开始主动创造新的、更自由、更灵活的视觉传达方式,希望借此迎接新的挑战,而 20 世纪 70 年代则是在文字设计领域出现这种新发展的

真正开始^[9]。一种与国际主义设计秩序截然对应的自由式版式(或表现主义的文字设计)在青年亚文化(subculture)^[10]领域最先开始受到欢迎,一些诸如《嗅胶》这样的独立音乐杂志使用粗陋的材料工艺和“非专业”的设计风貌,展现出了那个时代青年亚文化共有的特异激进的反主流气质。而后,由美国苹果公司的“麦金托什”(macintosh)电脑为代表所发展出来“桌面排版”系统,在技术层面上为文字设计的新发展提供了物质基础。数字革命带来的一个有趣结果便是,一系列建立在桌面排版系统技术基础上的文字设计实验与那个时代方兴未艾的青年亚文化浪潮相呼应。90 年代开始,大卫·卡森在《射线枪》、《沙滩文化》(见图 2)等杂志里,大胆运用自由式排版就是这方面的典型案例。



图 2 《沙滩文化》杂志内页

Fig.2 Inside page of "Beach Culture" magazine

2 闪亮的“廉价物”:朋克风格作为符号工业的一种生产质料

青年亚文化是设计文化研究里一个非常值得探讨的议题,它直接与多元主义语境相关,也切实拓展了流行文化的设计之维。20 世纪 70 年代末 80 年代初兴盛的朋克则是后现代诸多“亚文化”流派的一个鲜明代表,它象征着属于那个时代的“混乱”^[10]。从服装设计到出版物中的文字设计,其视觉特征异常鲜明。

2.1 朋克文化的视觉象征符号

朋克最初作为一种音乐上反对一切既存流行样式的反乌托邦叛逆风格存在,“性手枪”(Sex Pistols)与“雷蒙斯合唱团”(The Ramones)是早期代表性乐团。后来朋克的观念逐渐扩展成一种整合了音乐、设计等生活美学内容的消费文化风格。尽管斯图亚特·霍尔将工人阶级青年社群独行叛逆的视觉符号,阐释为保持团结与抵抗的“仪式道具”^[11],但实际上包括设计在内的风格样式往往一旦流行开来,就会进入到符号生产消费的总体机制当中。比如来自青年亚文化族群日常的一些生活样式被提炼出来,并赋予设计

物品以充满挑衅性的美学价值,这些街头的自发创造最后都成了登上大雅之堂的流行之选。

朋克风格最重要服装设计师是被誉为时装界“朋克之母”的英国人薇薇安妮·韦斯特伍德,同时,她的名字也是一个著名朋克风格奢侈时尚品牌,见图 3。因为受到韦斯特伍德的第二任丈夫,也是英国著名摇滚乐队“性手枪”的组建者和经纪人的影响,她通过服装设计媒介使得这种摇滚音乐形式具有了典型的视

觉标志:撕口子或挖洞的衣料、别针或捆绳、夸张的拉链挂饰、印在服装上的色情口号等,来自街头青年自我组装的风格一直影响至今。其品牌标志主要由一种极具装饰感的介于衬线体及哥特体之间的风格字体和一个土星图形构成,一种体现中世纪宗教精神的外观形态在这里被解构成了一种时髦的青年亚文化符号,正是这种看似戏虐的手法更加凸显了朋克文化的放荡不羁。



图 3 “薇薇安妮·韦斯特伍德”牌标志与时装
Fig.3 "Vivienne Westwood" 's logo and clothing

2.2 朋克风格作为符号工业的生产质料

这些以青年亚文化为灵感源泉甚至价值内核的表现主义设计风格,本质上都可以看成是在后工业时代“紧张、不安、冲突和日常危机的表象之下涌动着现代生活的挑战,在这种潮流之下,还蕴藏着使我们之所以成为人类的东西:对精神指导的探求、对探索的好奇心、对理解的满足、表达我们创造性才能的天分以及引导我们的往昔^[12]。”但资本力量的商业嗅觉总是出奇的敏锐,任何一种符号形式被贴上“灵晕”(Aura)^[13]式标签后,都会被转化为一种精致的符号商品被兜售。各种新的群体化了的观念及其衍生的符号系统一旦出现并形成关注,马上就会被商家用“符号交换”的法则加以利用。波德里亚甚至认为“多样的、风格独特的”群体,可以便捷地通过消费时尚的方式获得身份认同,而这类身份“越来越少地依赖物质商品甚至服务的交换”。在这种情况下,那种外露的我自标签可能就成为了一种市场需要,而不是一种自我解放的方式^[14]。而这种转变并非大规模政治、文化信仰改变所致,而是出于“某些严酷的经济考虑”^[15],因此,处于经济因素考虑的实用折衷主义大行其道。从 20 世纪 80 年代开始,设计就已经“失去了清晰的组织原则和隐喻^[16]”。而要从样式材料分析

的角度看,这种变化的证据恰恰可以从那个时代青年亚文化相关的设计物中清晰找寻到,以朋克风格为代表的符号内容深刻地影响到了今天人们对于“街头”、“叛逆”、“放纵”这类词眼的视觉想象及物品消费。

在文字设计领域,一群年轻人用“非专业”的方法自办朋克音乐独立杂志,并开创出一种“毫无规矩”也无所约束的风格样式——简单粗糙的字符拼贴。他们就像一般所说的典型的后现代主义设计者:在第二次世界大战之后长大成人,欢迎大众文化,更倾向于用一种玩耍的方式来激发创造力^[12]。

3 快感的拼贴:朋克音乐出版物中的文字设计

总的来说,朋克音乐粗糙特点是在一种肆意快感的情境中创造的,这种对既有“自律”秩序的反抗也特别体现在 1970 年代摇滚音乐背景相关的设计风格之中。在这里,音乐行业再次显示了它面对挑战时具有短命、猎奇等特性^[1]。这一特征也毫无意外地延伸到了其文字设计领域。

3.1 《嗅胶》与“素人设计”

随着朋克音乐的横空出世,一种叫“素人设计”

(do-it-yourself graphics) 的潮流在独立杂志中突然流行起来, 文字设计成为那个时代人人都能上手一试的绝佳操作途径。一名叫做佩特·施莱德的荷兰作家、编辑兼设计师曾在了一本叫作《放上去, 排好它》(Lay In, Lay Out, 1977 年) 的书中, 诙谐地描述这种素人设计的要诀: “1、取一张纸; 2、开始排版^[9]。”

1976 年的伦敦, 在看了美国乐队“雷蒙斯合唱团”的一场演出后, 19 岁的马克·佩里在他自己的卧室中, 用一台儿童打字机制作出了第 1 期的朋克音乐独立杂志《嗅胶》, 杂志的名称就来自于“雷蒙斯”乐队的一句歌词。在随后的朋克浪潮中, 《嗅胶》一共出了 14 期^[17], 见图 4。自由的版式、散漫的手写、混搭的字族、粗糙的制作是《嗅胶》这类独立出版物最常见的设计风格^[17], 许多让人眼花缭乱的探索和实验, 反映了多元化价值观和表现主义的盛行。人们常说, 表现主义式的交流是“超越文字”的, “它们绕过脑中的逻辑、理性的中心区域而直奔人们能够不用思考就能认识的部分。从这点上看, 它的作用就如同音乐一样——在你向乐曲索取合法身份时, 它却早已流淌而过了——直接而率真^[18]。”这种文字设计中的激进主义在不久之后开始成为青年文化领域的主流。热金属工艺实验, 甚至是手写加复印的拼贴冒险所带来各种风格化探索, 使得这种文字设计面貌与讲究清晰精准的主流典范有了很大不同。

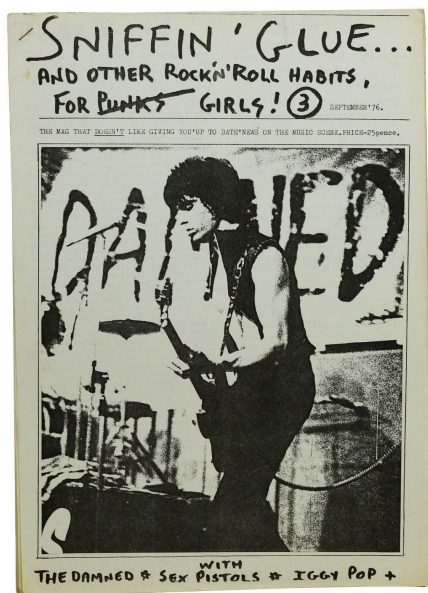


图 4 《嗅胶》杂志第 3 期封面
Fig.4 The Cover of Sniffin'Glue: issue 3

3.2 布洛迪的朋克风格文字设计

如果说马克·佩里和他的《嗅胶》代表了那个年代朋克风格文字设计半地下的平民参与精神, 那么真正通过商业印刷媒介(唱片封套、海报等)产生了较大社会影响的显赫设计人物就非内维尔·布洛迪莫属

了, 他那些反经典现代主义的文字设计作品, 鼓舞了众多未经科班训练的年轻人投身到朋克音乐的视觉传播事业中去^[9]。布洛迪对文字设计进行了诸多冒险尝试, 很多看上去甚至只是对标准严谨的企业样本故意进行拙劣模仿, 充满了嘲讽意味。在 1980 年为摇滚乐队“伏泰尔餐厅”设计的海报使人联想起了达达(DaDa)拼贴风格的视觉处理手法, 见图 5。来自他本人的创意阐释很好地揭示了 20 世纪 80 年代英国文化中辖制与反抗并存的“自相矛盾的本质”, 表达了当时设计师们对于从限制了表达自由的那种“精致”的主流消费文化中突围的渴望, 对于当代符号工业里当代所有艺术表达方式都只有短暂生命这个事实的接受或迎合。

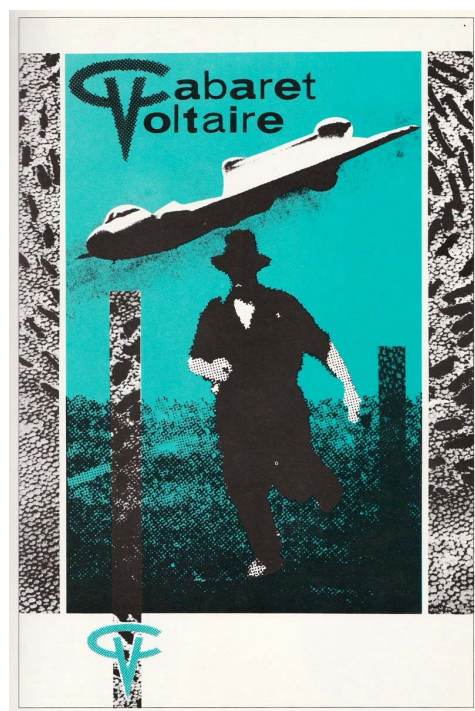


图 5 布洛迪设计的“伏泰尔餐厅”乐队海报
Fig.5 The poster design of Neville Brody for "Cabaret Voltaire"

在为“伏泰尔餐厅”设计的每一张封面上, 都主要描绘了衰变的过程。人们通过机械进行交流的后果是, 人类身份在交流的过程中丧失了, 机械不再只是为人类的交流服务, 而是成为了交流的前提……朋克首先是一种个人表达的方式……也是对权威的反抗^[6]。

4 结语

无论何立场贬低或赞美那个时期朋克风格的文字设计, 一种基于形式品质感的争议实质已经退隐到背后, 设计的文化意义被更多的提及, 即朋克文化作为后现代框架中的一个特殊现象, 与主流文化形成一种对峙的张力, 它企图颠覆但并没有彻底摒弃这个商品化的世界所拥有的多重符号和内涵。在 20 世纪七八十年代英国的文字设计领域, 无论是地下发行还

是商业模式,很多年轻激进的设计师作品都或多或少地表现出了这种朋克文化特色。无论最后它是否被符号消费所吞噬,“不讲道理”的设计面相终究是那个时代里知识分子的乌托邦冲动与街头青年亚文化化合效应之后随风摇曳的“抵抗仪式”的蜕壳。

参考文献:

- [1] 路易斯·布莱克威尔. 西方字体设计一百年[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 2005.
BLACKWELL L. 20th-Century Type, Shanghai: People's Fine Arts Publishing House, 2005.
- [2] MUGGLETON D. Inside Subculture: the Postmodern Meaning of Style[M]. New York: Berg, 2000.
- [3] 詹明信. 晚期资本主义的文化逻辑[M]. 北京: 三联书店, 1997.
JAMESON F. The Cultural Logic of the Late Capitalism[M]. Beijing: SDX Joint Publishing, 1997.
- [4] 戴维·哈维. 后现代的状况[M]. 北京: 商务印书馆, 2004.
HARVEY D. The Condition of Postmodernity: an Enquiry into the Origins of Cultural Change[M]. Beijing: The Commercial Press, 2004.
- [5] 王受之. 世界平面设计史[M]. 北京: 中国青年出版社, 2002.
WANG Shou-zhi. A History of Graphic Design[M]. Beijing: China Youth Press, 2002.
- [6] 大卫·瑞兹曼. 现代设计史[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2007.
RAIZMAN D. History of Modern Design[M]. Beijing: China Renmin University Press, 2007.
- [7] 马克·第亚尼. 非物质社会——后工业世界的设计、文化与技术[M]. 成都: 四川人民出版社, 1998.
DIANI M. The Immaterial Society[M]. Chengdu: Sichuan People's Publishing House, 1998.
- [8] 阿诺德·盖伦. 技术时代的人类心灵: 工业社会的社会心理问题[M]. 上海: 上海科技教育出版社, 2008.
GEHLEN A. Man in the Age of Technology[M]. Shanghai: Shanghai Science and Technology Education Press, 2008.
- [9] KINROSS R. Modern Typography: an Essay in Critical History, London: Hyphen Press, 2004.
- [10] 迪克·赫迪伯格. 亚文化: 风格的意义[M]. 北京: 北京大学出版社, 2008.
HEBDIGE D. Subculture, the Meaning of Style, Beijing: Peking University Press, 2008.
- [11] 斯图亚特·霍尔, 托尼·杰斐逊. 通过仪式抵抗: 战后英国的青年亚文化[M]. 北京: 中国青年出版社, 2015.
HALL S, JEFFERSON T. Resistance through Rituals: Youth Subculture in Post-War Britain[M]. Beijing: China Youth Press, 2015.
- [12] 罗伊·T·马修斯, 德维特·普拉特, 托马斯·F·X·诺贝尔. 人文通识课: 从法国大革命到全球化时代[M]. 北京: 世界图书出版公司北京公司, 2013.
MATTHEWS R, PLATT D, NOBLE T. The Western Humanities[M]. Beijing: World Book Inc, 2013.
- [13] 瓦尔特·本雅明. 迎向灵光消逝的年代: 本雅明论艺术[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2008.
BENJAMIN W. A Short History of Photography: the Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction[M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2008.
- [14] 史蒂文·康纳. 后现代主义文化: 当代理论导引[M]. 北京: 商务印书馆, 2002.
CONNOR S. Postmodernist Culture[M]. Beijing: The Commercial Press, 2002.
- [15] 娜奥米·克莱恩. NO LOGO: 颠覆品牌全球统治[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2009.
KLEIN N. No Logo: Taking Aim at the Branding Bullies[M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2009.
- [16] 彼得·多默. 现代设计的意义[M]. 南京: 译林出版社, 2013.
DORMER P. The Meaning of Modern Design[M]. Nanjing: Yilin Press, 2013.
- [17] POYNOR R. Oh So Pretty: Punk in Print 1976-1980[M]. London: Phaidon Press Limited, 2016.
- [18] 李维斯·布莱威尔. 印刷的终结[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2003.
LEWIS B. The End of Print: the Grafik Design of David Carson[M]. Beijing: China Textile and Apparel Press, 2003.