

# 论设计中的当代艺术语言形式

闵洁<sup>1</sup>, 李芃<sup>2</sup>, 刘剑伟<sup>2</sup>

(1.上海视觉艺术学院, 上海 201620; 2.上海工程技术大学, 上海 201620)

**摘要:** **目的** 研究设计中当代艺术语言形式的运用与发展, 探讨顺应社会多样化发展与数字时代的艺术与设计趋势, 以及对现代社会生活产生的深远影响。**方法** 以历史与社会的角度, 通过案例分析, 依次从当代艺术创作的设计特点、当代艺术与设计之间的转换、当代艺术的先锋实验性、设计对当代艺术语言形式的运用4个方面展开研究, 分析当代艺术与设计之间不断借鉴与交流形成动态转换的特征, 由此来阐明当代艺术语言形式给设计带来的促进与启示作用。**结论** 随着全球经济、文化一体化的推进, 当代艺术与设计之间的转换日益显著, 当代艺术语言形式使设计焕发出新的活力与生机, 给社会发展带来了独特的功效, 设计对当代艺术语言形式的运用体现了现代信息时代的需求, 同时也为艺术与设计互融发展提供了新思路。

**关键词:** 设计; 当代艺术; 语言形式

**中图分类号:** J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)10-0276-07

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.10.049

## Formation of Contemporary Art Language in Design

MIN Jie<sup>1</sup>, LI Peng<sup>2</sup>, LIU Jian-wei<sup>2</sup>

(1. Shanghai Institute of Visual Art, Shanghai 201620, China;

2. Shanghai University of Engineering Science, Shanghai 201620, China)

**ABSTRACT:** It aims to study application and development of contemporary art language forms in design, and to explore the trend of art and design in the digital era and its profound influences on modern social life. From the perspective of history and society, through case study, the research was carried out from four aspects: design characteristics of contemporary art, transformation between design and art, pioneer experimental nature of contemporary art, and application of language form of contemporary arts in design. It deeply analyzed the characteristics of dynamic transformation formed by constant reference and exchange between contemporary art and design, to clarify promotion and enlightenment of contemporary art language form to design. With the advancement of global economy and cultural integration, transformation of contemporary art and design is becoming more and more remarkable. Contemporary art language forms make design develop with vitality, and bring unique effects to social development. The application of design to contemporary art language forms reflects the demand of modern information age, and provides new ideas for development of art and design.

**KEY WORDS:** contemporary art; design; language forms

近100年来,人类以前所未有的速度向前迈进,因科学技术的突飞猛进引发的价值观和带来的生活方式转变令人惊叹。现代生活中,物质越丰富,精神越空虚;科技越发达,个人的生存空间越受限,人们正处在一个多变而游离的时代。艺术与设计向来有着

密切的关系,却一直被各自的职责划得泾渭分明。今天的艺术似乎不再是一杯纯酿的酒。现代设计作为新兴学科应运而生,被认为是连接艺术与技术的纽带,而且逐步成为与社会、经济、消费、时尚等密切相关的一种文化现象。值得一提的是,当代艺术所显示出

收稿日期: 2019-01-11

基金项目: 全国艺术科学规划项目(17BH157)

作者简介: 闵洁(1973—),女,浙江人,上海戏剧学院博士生,上海视觉艺术学院副教授,主要研究方向为艺术设计。

通信作者: 李芃(1963—),男,武汉人,硕士,上海工程技术大学教授,主要研究方向为视觉传达和广告设计。

的开放特征，已渗入到生活的方方面面，其艺术语言形式频繁为广义上的设计所运用，因此，艺术和设计在新时代里有了新的涵义，它们彼此间的“转换”变得多样而活跃，当代艺术语言形式在设计中，相互融合与推动，使人们获得不同以往的启发与可能。

## 1 当代艺术创作表现的设计特点

### 1.1 设计语言进入当代艺术中

21世纪以来，当代艺术以强烈的颠覆态度和出位的表现不断拓展着新的艺术语言、挑战着未知的世界。当代艺术家们乐于制造设计中常用的符号化象征，使带有强烈设计性的直白表达方式有了用武之地，当代艺术中的设计特点越发明显。其中，最为突出的是对美的认识转变。在当代艺术语境中，通常意义上的美不再是确定的，艺术品的创造与欣赏没有了单一、绝对的标准，更多的是用概念化的语言来表达观念与思想。尤其是90年代的代表人物达明·赫斯特，作为“英国年轻艺术家”运动的领军人物，国际当代艺术界无法绕开他。达明·赫斯特善于挑衅观众、重审观念、搅动市场，他的干涉已经不是简单的艺术形式，其作品可以如偏执狂般将药片井然有序地摆放在玻璃器皿内；也可以恶心到把苍蝇与蛆放置在真实的牛头上叮咬，这些惨不忍睹的表达让人在视觉与心理上受到强烈冲击。不论是质朴还是邪恶，往往讨论的主题是关于生与死、美与丑、神圣和亵渎等。他把概念主义从艺术边缘引进主流，从中可以看到，具有设计性的语汇极大地丰富了当代艺术的表现手法，使缺乏美感的风格得以展现。正如后现代思想家们所提出的日常生活单调、刻板、重复、无趣，工具理性、精英文化以及体制权力对日常生活进行了极大地控制，只有艺术能承担救赎的使命，弥合生活和艺术之间的界限<sup>[1]</sup>。

### 1.2 当代艺术语言的“日常化”特征

在后现代的消费社会中，当代艺术的另一特征，即日常化、游戏性的传递创造了新的文化现象，当代艺术家们把艺术扩大到日常生活领域。美国艺术家杰夫·昆斯经常从商场里搬来日常用品、玩具等，或是用大众化的形象来进行拷问，并且宣称他的作品不包含隐藏的意义，“气球狗”见图1，“郁金香花束”见图2。实质上，其作品代表了对时代文化的认同，把艺术更加地世俗化，他将波普艺术推向了一个新高度。这种消费品与艺术品的对换，消解了艺术的崇高性，彻底打破了艺术与设计之间的界限。艺术品既可以是商店里普通大众触手可及的生活日用品，又可以是美术馆内供人欣赏的艺术品，这引发了日常生活的审美化，强调将艺术设计的范畴扩大到生活的各个方面，使大众生活时刻被设计所包围，其结果是商品的使用价值

不再具有支配作用，取而代之的是抽象符号价值的提升。可以说波普是促使艺术与设计相融合的主因，其中，广告设计是符号生产的重要手段。某种程度上，广告遮蔽了商品的真实性，符号的意义被无限放大，人们享受到的是日常审美化带来的虚拟价值。全球经济化的今天，消费者不是为了满足实际的功能需求而消费，而是为了取得某些附加值，为存在于符号系统中的符号意义而买单<sup>[2]</sup>。



图1 “气球狗”  
Fig.1 "Balloon dog"



图2 “郁金香花束”  
Fig.2 "Bouquet of tulips"

### 1.3 当代艺术与设计的语言融合

现代设计从根本上改变了人们的物质世界，现代生活的丰盛正是来自于应接不暇的视觉冲击，人们对于设计的要求变得更为复杂。充斥着感官刺激的虚拟与色情，带有魔幻、媚俗色彩的视觉文化大行其道，无疑，这种审美趣味的转变直接影响到当代设计与艺术的审美取向，通过哗众取宠的方式，极大地扩充了人们的审美心理<sup>[3]</sup>。当代艺术的表现方式不断被应用到设计作品之中，并受到年轻消费者的追捧。然而，日常生活的含义在扩展，普通人对现实的要求是提高生活品质并获得价值的提升，这显然又有大众回归到小众的趋向，也就是消费市场的多样化现象日益显著。就如列斐伏尔所说：“让生活变成一件艺术品。”现代设计师们在进行设计创作时，在考虑设计作品的

艺术性同时,还要强调艺术的个性化特征,因此,今天的设计师要解决的不仅是物与物之间的关系,而且要解决物与人的关系,来满足人们不断变化着的艺术、文化与心理的需求。如果说,设计中的理智与艺术中的放任已经相互消弭,那么,设计远非是简单的艺术加技术,应该说,设计与艺术正在经历跨学科的转变,它们之间的语言转换将会越来越频繁。

## 2 当代艺术创作与设计之间的相互转换

### 2.1 当代艺术家与设计师的角色转换

显然,今天的艺术家仅仅停留在自我意识中是远远不够的,创作主题也由直觉感知更多地被当下的社会、经济、文化、全球化等焦点问题所替代。甚至,对于当代艺术中的佼佼者,仅用艺术家来称呼似乎太受局限,其角色涵盖到思想家、发明家、策划者、设计师、导演等。另一方面,新技术的推陈出新给当代艺术的创作提供了更大的发展空间,诸如电影、视频、音频、装置、交互、表演、文本、新媒体等,已成为艺术家们常用及随意组合的创作媒介。这免不了需要运用策划来操作,至此,设计思维顺理成章地渗透到艺术活动中,换言之,当代艺术本身就是一种设计行为<sup>[4]</sup>。艺术家逐渐摆脱了以往单纯的创作,而是进行一系列有规模地设计、策划和统筹,并且显示出群体智慧的力量。蔡国强就是兼具艺术家与设计师双重身份的典型,在思想、观念上他是一个艺术家,而在策划与组织活动上,他又是一个出色的设计师。作为焰火演示的总设计,无论是他在奥运上《大脚印》的“火药”艺术见图3,还是作品《天梯》见图4,都引爆了东方文化。可以说他的作品是设计与艺术的形式转换,是东西方艺术的碰撞,所产生的陌生感使得东方哲学魅力得到了前所未有的释放。在全球西方化的艺术语境下,其作品能脱颖而出并成为世界关注的焦点,这与他所扮演的多重角色分不开。同时,蔡国强的表达媒介与操作方式也给予了设计界很多启示。



图3 《大脚印》  
Fig.3 "Big Footprints"



图4 《天梯》  
Fig.4 "Sky Ladder"

### 2.2 当代艺术与设计创作过程的转换

当代艺术的创作过程,不仅意味着摆脱了对客观事物描摹,而且以披露的方式与现实无限接近。从表现形式上,人们已经很难区分艺术创作还是广告设计或平面设计,很难界定新媒体艺术还是新媒体设计,分不清现代雕塑、建筑还是装置艺术等。当代艺术的创作过程与设计的过程也十分相似,由收集素材、信息,经过分析、提炼形成概念,最终将其表现出来。随着新技术的出现,更强化了人们从直觉中获得一种新认知的能力,以特有的记录方式来体验生活的创新感官能力。当代艺术与设计利用高科技和新媒体的技术完成作品,使艺术与技术达到高度融合,两者创作与执行过程的转换更为容易。然而,艺术与技术的关系不是简单的对等关系,而是双向的互动关系。新技术作为一个高效、便捷的辅助工具,是当代艺术与设计实现的一种手段,它提供了实现创意的无限潜能,近年来新媒体技术应用于传统工艺而焕发出鲜活的生命力就是很好的例证<sup>[5]</sup>,因此,当代艺术与设计需要互相借鉴各种艺术活动经验,可以通过人类感官等人性化的技术来感知、交流与传播信息<sup>[6]</sup>。将设计纳入强烈的当代艺术的视角来加以审视,从文化理念中构建现代设计的内容,使人们可以获得普遍追求科技与情感的平衡,而这种平衡有助于先进技术创造出更适合人类生存的方式。

## 3 当代艺术语言的先锋实验性

### 3.1 当代艺术观念对现代设计的影响

实验仿佛注定是当代艺术的特权。各艺术门类通

过相互交叉尝试,以期寻找到新的突破。从一个艺术活动的整体来看,当代艺术家运用富有创意的方法来折射社会的各个侧影,促使人类对生存思考与人性追问。德国当代艺术家约瑟夫·波依斯是具有开拓性意义的人物,他的概念艺术包括哲学、政治学、社会学,作为 20 世纪六七十年代极富影响力的行为艺术家,把艺术完全变成一种社会的行为,他的社会雕塑思想完成了现代艺术的形式革命,让公众参与到整个过程当中,极大地拓展了当代艺术的边界。艺术创作的使命感是体现当代性的重要方面。英国当代艺术家赫斯

特在 1991 年创作了《在某些活的人的心目中不可能的物理死亡》见图 5,是一个非常惊人的作品,他用一个巨大的金属箱,内中以福尔马林溶液泡着一条巨大的鲨鱼标本<sup>[7]</sup>。人与自然、自然与社会的冲突极为强烈,这样的作品超越了娱乐的范畴,触及到社会学、人类学、博物学等。当代艺术也引发了为人服务的方式探究,现代设计理论对于环境保护、生态平衡等问题的关注日益增强,这就从设计伦理观上极大地深化了设计的思考层面,推动了现代设计观念付诸于社会实践中。



图 5 《在某些活的人的心目中不可能的物理死亡》  
Fig.5 "Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Alive"

### 3.2 当代艺术与设计的互动体验

当代艺术作品的价值在于借助看得见、摸得着的实体形象,把个人情绪传递给观众,再通过互动后被重新定义,这体现了当代艺术思想的包容性。与观众保持距离已经不是艺术欣赏的唯一途径,艺术家移交

给观众一部分主动权,让观众参与并表演,最终达到共同完成作品的意义,这使得当代艺术更受关注。随着新媒介技术的不断发展,艺术家运用新媒介与观众作沟通互动,使互动艺术成为当代艺术的重要表现形式之一,而这种互动形式正是现代设计所提倡的一种新方向<sup>[8]</sup>。芝加哥千禧公园的皇冠喷泉见图 6,艺术



图 6 芝加哥千禧公园的皇冠喷泉  
Fig.6 Crown Fountain of Chicago Millenium Park

家普伦萨采集了大量芝加哥市民的面部影像,用两块电子屏竖立在广场上,当脸部“吐水”的时候,水便从屏幕中流出,这样的公共艺术让民众参与,寻求一种双重互动的方式来感受芝加哥独特的城市文化,产生了积极的社会影响力。今天,文化消费已变为了一种消极的逃避,消费者在接受文化的过程中以乐趣为主,受众在消费主义的大力倡导下变得盲目拜物<sup>[9]</sup>。利用现场性与时效性,让观众主动参与其中获得体验、引发思考,今天的设计与当代艺术更为接近,让受众、消费者站在舞台的中心,通过向公众展示反映生活的本质与态度来达到可持续性、更广泛的商业传播效应。

## 4 设计对当代艺术语言形式的运用

### 4.1 设计借助当代艺术沟通方式引爆新媒体

沟通带来隔阂,交互造成疏离。互联网的诞生果真把人们的距离拉近了吗?实际上,在这个以移动互联网、数字技术为标志的崭新时代,每一个消费者就是一个媒体,人人都是艺术家已经变为事实。人们不得不正视媒介传播的变革和数字化信息技术的日异

月新<sup>[10]</sup>。移动互联时代是以粉丝经济、小众狂欢来驱动商业运营与管理,通过不断升级来提升商业价值。中国在微博、微信、论坛、贴吧风起云涌的同时,个人媒体扩张也不断推进,面对大众出现了小众,如今,一些小众产品、小规模效应也能引起轩然大波,就如低成本、抓眼球的H5小游戏,竟然一夜火爆无比<sup>[11]</sup>。设计可以借助当代艺术好似不经意的情境来达到偶发性的个体体验,将隐藏的观念一层层地剥离出来呈现给观众,再推波助澜到群体效应。社交媒体已成为当下不容忽视的沟通平台,设计需要整合传统媒体与数字媒体之间的关联。2017年宜家在加拿大店内发起的“Cook This Page”活动见图7,以鼓励使用宜家厨具和食品。向顾客推荐了一系列用食品安全墨水印在可烹饪羊皮纸上的简易食谱表,按说明在羊皮纸上配制食物,最后将其卷起并烘烤。结合社交媒体制造亮点话题,18个地点提供的所有12500张羊皮纸食谱在数小时内被抢走,使宜家简单、有趣的品牌理念深入人心。在新的传媒时代下,过量、过度的信息早已使大众审美疲劳,应该通过新的沟通方式,来重申设计,从而引爆网络平台。



图7 宜家“Cook This Page”活动  
Fig.7 "Cook This Page" activity of IKEA

### 4.2 设计运用当代艺术语言形式进行跨界策划

显然,消费文化的需求成为艺术与设计跨界合作的内在动力。设计师的困境是致力于提升生活品质的同时,又不断增加商品附加值。设计更需要一种超乎寻常的引导力,通过不同领域的资源整合,寻找新鲜点来吸引有太多选择的大众。人们可以看到,今天设计所面临的挑战在于不断追求扩张、潜藏的心理特征,把熟悉的东西变得陌生,引发好奇心推动大众的参与和分享。新世纪,科技的进步将理性与感性的撞击带入到各个设计领域,各学科的界限变得越发模糊,跨界使消费者所购买的产品具有某种特定的文化和精神内涵,在消费过程中产生了愉悦的情感体验,这已成为当代设计发展的新趋

势。平面设计师出身的施德明表现尤为突出,他不单为滚石乐队、路瑞德获奖专辑等设计过封套,还涉足电影置景、家具、海报及书籍设计等各个领域,他宣称的“有尺度的大胆设计”中充斥着当代艺术语言的挑衅与怪异,作品《我一生中所学到的东西》和《当下更好》见图8。人们所看到的狂热艺术语言背后是理性的设计策划。他被誉为全方位发展的国际艺术家,更充当起媒体明星,成为公众关注的焦点。应该说,当代艺术语言形式在设计作品中的频频运用,使跨界合作的倾向更突出,从某种程度上,消弱设计的实用性与目的性,由艺术家式的出轨方式来结合周密的商业策划已演变为现代市场涟漪效应的通用方式。



图 8 作品《我一生中所学到的东西》和《当下更好》  
Fig.8 "Things I Have Learned in My Life so Far" and "Now is Better"

### 4.3 设计运用当代艺术思维达成社会使命

今天，无论设计还是艺术，其核心就是创意，它将成为各个行业中最关键的能力，而不仅是作为商业利润最大化的工具。2012 年多个国际广告大奖颁给了这样的作品：世界上延续时间最长的哥伦比亚革命武装力量，有 6000 游击队仍在哥伦比亚丛林中。哥伦比亚国防部委托广告公司，要求想一个办法遣散剩余的游击队员。由于他们隐藏在丛林深处，传递复员消息十分困难。由于圣诞节是一年中感情最丰富的时候，所以一项为期四天“带圣诞节入丛林”的行动实施，在丛林深处选择了一棵 25 米高的树用灯装饰。当游击队靠近树时，运动传感器使它照亮，显示出横幅标语：“如果圣诞节能够来到丛林，你可以回家了。复员吧！圣诞节一切皆有可能。”结果，331 个游击

队员放下了武器复员。这个活动显示了创意的感召力与网络的力量，通过世界各地的视频、网站、社交网络和博客，吸引了国际主流媒体进行报道。对于国家内部冲突，政府首次采用了人性化的方式来解决。2016 年，哥伦比亚政府与哥伦比亚革命武装力量签订了和平条约。为纪念这一历史性事件，广告公司为教育部开发了一个创意，回收由国有武器制造商 Indumil 停用的实弹制成钢笔，分发给该国的领导层，子弹钢笔见图 9。Bullet Pens 传递了“教育超越战争”的理念。今天，评价设计作品的优劣除了着眼于基本功能与商业价值，还应考虑更大的命题。创意设计无所不在，其广泛性与主动性在不断延伸，设计可以通过全球化语境，承担更多的社会责任，解决社会难题、抚慰心灵，甚至凝聚人的力量。



图 9 子弹钢笔  
Fig.9 Bullet pens

## 5 结语

当代艺术的形式与观念可谓层出不穷，由于审美标准变得模糊，在纷繁复杂的表象下，不乏庸劣之作混迹其中。然而，不论如何变动，其本质仍是发掘人

类自由与纯粹的精神。艺术家不再需要借助人们习惯的载体，以其独特的方式展现了一种带有设计的理性思考。而设计虽然依旧以功能与实用目的为前提，却悄然形成了与传统、历史、文化和自然及意识形态相联系的复杂文化态势，并转换为了新的价值取向，它

需要挖掘当代艺术中的激情来揭示隐藏的市场潜能。随着社会多元化发展与数字时代的到来,艺术与设计的转换在经历了各自的演变之后势必会更加活跃,始终不能停止的是对世界的探索与人性的反思。设计中当代艺术语言形式的频繁运用,将更多地体现出社会价值与责任感。总而言之,艺术用燃烧自我的方式发出光亮,设计便是那个不断加注的燃料,它们之间的互动激发出了这个时代的精神火花。

#### 参考文献:

- [1] 杭间. 设计的善意[M]. 广西: 广西师范大学出版社, 2011.  
HANG Jian. The Kindness of Design[M]. Guangxi: Guangxi Normal University Press, 2011.
- [2] 洪潇楠. 日常生活审美化语境下的当代艺术设计审美取向[J]. 艺术教育, 2016(12): 258—259.  
HONG Xiao-nan. Aesthetic Orientation of Contemporary Art Design in the Context of Aestheticization of Daily Life[J]. Art Education, 2016(12): 258—259.
- [3] 大卫·瑞兹曼. 现代设计史[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2007.  
DAVID R. History of Modern Design[M]. Beijing: Renmin University of China Press, 2007.
- [4] 鲁明军. 设计、“超设计”与当代艺术[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2009(2): 67—70.  
LU Ming-jun. Design, "Super Design" and Contemporary Art[J]. Art Journal of Nanjing Arts Institute Fine(Arts & Design), 2009(2): 67—70.
- [5] 杨吟兵. 传统材料在当代设计中的艺术化运用[J]. 包装工程, 2016, 37(12): 1—4.  
YANG Yin-bing. The Artistic Application of Traditional Materials in Contemporary Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(12): 1—4.
- [6] 覃京燕. 大数据时代的大交互设计[J]. 包装工程, 2015, 36(8): 3—4.  
QIN Jing-yan. Grand Interaction Design in Big Data Information Era[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(8): 3—4.
- [7] 王受之. 世界当代艺术史[M]. 北京: 中国青年出版社, 2002.  
WANG Shou-zhi. Art Now[M]. Beijing: Chinese Youth Press, 2002.
- [8] 帕特里克·弗兰克. 视觉艺术史[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 2008.  
FRANK P. Art Forms: History of Visual Art[M]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing House, 2008.
- [9] 迈克·费瑟斯通. 消费文化与后现代主义[M]. 南京: 译林出版社, 2000.  
MIKE S. Consumer Culture and Postmodernism[M]. Nanjing: Yilin Press, 2000.
- [10] 史纲. 数字化背景下的当代设计与当代艺术[J]. 美术观察, 2015(6): 124—125.  
SHI Gang. Contemporary Design and Contemporary Art under the Background of Digitalization[J]. Art Observation, 2015(6): 124—125.
- [11] 谭坤, 吕悦宁. 基于微信平台的 H5 广告设计策略分析[J]. 包装工程, 2016, 37(20): 198—202.  
TAN Kun, LYU Yue-ning. Analysis of H5 Advertising Design Strategy Based on Wechat Platform[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(20): 198—202.