

FEATURE

www.davidberman.com

## 大规模欺骗性武器——平面设计与社会责任

随着全球一体化，所有的人都住在一个全球的实验室里，一旦发生错误我们怎么办？平面设计师的社会职责是什么？David Berman 提出了一系列他的思考……

演讲：David Berman 编辑 整理：姜倩

### 谎言与过度消费

在我女儿十一岁的时候我带她一起去旅行，一天她看到了一个牛奶的广告牌，上面写着：“喝牛奶，爱生活。”她对我说：“我讨厌喝牛奶。”她的确不喜欢喝牛奶。“难道我不爱喝牛奶的话，那就说明我不爱生活了吗？”我告诉她并不是这样。她指着这个广告问：“那为什么这个牌子要说谎呢？”

的确，我们的生活周围有太多这样的谎言。例如我记得曾看过一个香烟的广告，上面的广告词是：“如果我们吸烟的话我们能结识更多的朋友”。

大家知道美国出口量最大的是什么呢？是垃圾。成千上万的垃圾从纽约港被运送往南美洲。大家知道北美洲最大的出口是什么呢？是一个观念——“过度消费”。西方国家要保证人类过度消费的习惯才可以平衡和维持发展，因此我们必须不断地让其他发展中国家的一些人们相信并做到过度消费。为了让人过度消费，我们的平面设计传达了什么信息呢？我们就得不断地告诉大家“这样做”或“那样做”，也许是营造一种生活方式或者一种潮流。我们需要更多谎言和欺骗来造成人们的过度消费。

### 品牌与潮流

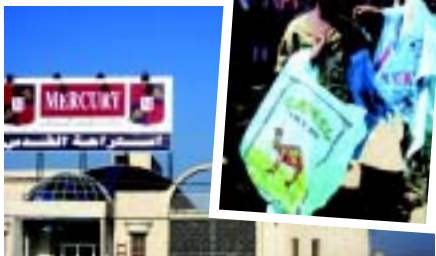
大家应该都知道骆驼牌香烟吧，我很喜欢抽这个牌子的烟，在世界各地旅行的时候也经



David Berman 有 20 多年在图形设计和视觉传达方面的经验，包括网页设计和软件界面设计。

现在作为一个专业的演说家、图形设计师、传播策划者，他的工作在过去几年里发展到了世界 10 多个国家。他的客户包括 IBM、国际空间站、加拿大政府、世界银行等。目前 David Berman 担任 Icoqrada 国际设计协会联合会副主席。

→ 提着骆驼香烟广告手提袋的男孩



↑ 骆驼香烟广告牌：“高等的美国品位”

常会随身带几包。有一次我去坦桑尼亚旅行，在一个古镇上我看见一个小男孩提着一个大袋子，上面印着骆驼香烟的广告，我估计他的人生中看到的唯一的骆驼可能就是在这个包装上的骆驼了吧。这个镇是一个古老而贫乏的老镇，我认识一个小女孩，她家的房子顶上有一个巨大的骆驼香烟广告牌，上面写的是“高等的美国品位”。这让我很惊讶，因为与坦桑尼亚、布丹和印尼不同的是，加拿大从来不允许香烟做广告，我 15 岁的女儿从小到大都没有见到过香烟的广告。美国也是这样，大部分的香烟广告是为国外所做的。

就像世界上很多国家的人都会说一个英文单词——“OK”一样，还有一种东西在世界范围内也十分的流行，那就是——可口可乐 (Colokala)。它恐怕是世界上最流行的饮料，我之所以这么说并不是因为他们花钱雇我做广告，事实上从 1999 年开始，每三瓶可口可乐中有两瓶都是在北美以外的国家被销售掉的。可口可乐的目标是要将他们的产品销售到世界上各个角落，于是我们可以看到一个绝妙的发明——一个两米高的自动贩卖机，我们随处在街边就可以看到的。而让我感到纳闷的是，在我家附近的一个便利店内可以买到可口可乐，但店门口外还放置了一台自动售货机。我在跟当地的可口可乐的负责人谈话之后，他不得不向我承



↑ 高中校外的可口可乐广告牌



↑ 机场外的可口可乐广告牌



↑ 麦当劳广告牌



↑ 高速公路边的可口可乐广告里程碑



↑ 医院外的可口可乐广告牌

认，他们在这种自动售货机的投放上确实是一种浪费资金的行为，但他们仍然继续要这么做。

如果你去坦桑尼亚，你会感受到这里非常漂亮，但你会发现城镇街道上到处都是可口可乐的巨大广告牌和可口可乐的标志。坦桑尼亚最主要的高速公路的路牌上，甚至是“欢迎来到机场来”这样的标牌旁边都有，甚至连学校、医院等正规机构的建筑物顶上也有。那么可口可乐公司在这样的镇子做如此多的广告需要花多少钱呢？我做了一下调查后发现，只要花600美元一年。为什么这些村庄会为了这么一点的钱而放弃村庄里本来应该有的面貌呢？因为有可口可乐作为他们的赞助商他们感到非常骄傲。

大家也许会觉得这是一个多么高明和成功的市场宣传。在信息社会时代，我们可以把我们的信息传播到很远的国家，而耗费却是有史以来最少的。但是任意的广告设置却引起一些人的质疑。在坦桑尼亚，一瓶可乐卖5块钱，而治疗疟疾的药片也是5块钱，每年死于疟疾的数百万人中大部分都是儿童，有一种说法是，许多坦桑尼亚人看见医院顶上的可口可乐广告牌误认为可口可乐就是药，他们买错药从而导致了儿童死亡。

在美国通常在街边就可以买到爆米花如果给它设计一个好看的包装放到高档的超市出售就可以翻20倍的利润。在法国 Channi 是最有名的香水及服饰品牌，而现在他们开始把标志印在太阳眼镜上，但以前他们从来不做太阳眼

镜。现在有了 Channi 标志的太阳镜的售价变一下由几十美元飙升到几百块钱。而时尚界流行的服装风格，也使得很多爱美的年轻女孩们过瘦而导致健康问题。这就是品牌及潮流的魔力。

### 醉翁之意不在酒

有公司愿意为公园免费提供椅子，而同时他们的条件是要在椅子上做广告。这不难理解，但有一些举动却让人想不明白，举个例子吧，加拿大有些高速公路边上设置了一些垃圾箱，当然这都是各种公司做的公益事业，但如果司机们要使用这些垃圾箱唯一的办法，就是非常慢地行驶到垃圾箱旁边然后瞄准把垃圾扔出去。而实际上大多数人都不会冒这个险。

醉翁之意不在酒的例

子更明显的体现是，利用美女的性感的照片来做产品的广告，这一点大家一定也司空见惯了，我们随便看看周围就能发现，无论是手机广告、牛仔裤广告、内衣广告、啤酒广告，没有一个是真正说产品的。几乎所有的时尚或生活类杂志，封面也全都是各式各样的美女在向你微笑。

毫不顾忌地做一件事情，这是我们现在面临的一个问题。

### 大实验室

我想大家都知道我们曾经拥有两座世界上最高的楼，那是在美国。而现在，世界上最高的建筑物是台北101大楼，2004年建成，共101层，楼高1671英尺(509米)。有专家指出，台北近年来频繁的地震活动与1997年这座大楼的施工有关。如果想想70万吨的材料集中在一点，会造成地震也就不足为怪了。

想象一下人类都坐在一条巨大的船上，如此大的船要掉转方向就需要为此提前很长时间做好筹划和准备，为了要避开前面海域的一大片海滩，需要提前1000公里就开始掉转方向，因此我们现在做的事决定了未来10年的境况。

在21世纪我们所面临的一个可怕的问题是，随着全球一体化，所有的人都住在一个全球的实验室里，一旦发生错误我们怎么办？平面设计师的职责是，不仅要有好创意还要有头脑，不仅要做得很酷的设计还要做有助于我们未来和谐发展的事。所以我们已经不能承受重大的错误。什么是我们最要担心的，是恐怖主义吗？我不这么认为，更需要担心是人类的贪婪。



↑ 目前世界上最高的建筑物：台北101大楼