

日本平面设计

3

标志
包装

本丛书图片由[日本]U-END CORPORATION 提供
授权出版简体中文版

图书在版编目(CIP)数据

日本平面设计 / 朱锴编. — 长春: 吉林美术出版社,
2002.9
ISBN 7-5386-1316-1

I. 日... II. 朱... III. 平面设计—作品集—日本
IV. J534

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第066778号

日本平面设计 3 标志 包装

策 划: 江田幸雄 + 渡边 鹤
主编、设计: 朱 锴

编 辑: [株]朱锴设计事务所 + [有]U-END CORPORATION
制 作: [北京]朱锴设计事务所
编 务: 潘妮 + 邹进 + 刘瑛瑞

责任编辑: 张亚力

技术编辑: 赵岫山

印制总监: 周镇岚

出 版: 吉林美术出版社
长春市人民大街124号

发 行: 吉林美术出版社图书经理部
TEL: 0431-5637194

经 销: 全国新华书店

制 版: 方嘉·周公印画工作室

印 刷: 北京方嘉彩色印刷有限责任公司

开 本: 887 mm × 1194 mm 1/32

印 张: 5

印 数: 1-5000

版 次: 2003年1月第1版

印 次: 2003年1月第1次印刷

书 号: ISBN 7-5386-1316-1/J · 1023

定 价: 160.00元/套(32.00元/册)

日本平面设计如是观

从风格的开创年代起，就有了关于风格伪装问题的争论和关于从外表上重新接受历史风格的争论。美学、伦理学以及社会学方面错综复杂的革新思想，使之努力在被追求的艺术与生活间的统一以及艺术与自然间的统一中寻找一种新的造型方式，而这种新的造型方式终将由时代氛围所决定，并不仅仅是出自其民族的气质和喜好。也就是说来自正在形成的整体艺术力量的共同理想，来自坚信整体艺术环境、自然环境、经济环境三者不可分割的信念。人们根据各自的气质和不同程度的理论基础选择着各自的道路，日本平面设计就是以这样的道路为样板的。

在对日本平面设计风格形成的经验总结中，我们可以看到的是：没有任何形态和色彩自身能够自成体系，而是所有形态和色彩在同一感觉的功能结构中各显其能，共同发挥作用。结果是全部形态关系和色彩关系的概念要求人们认识到：在社会环境中不存在无价值的形态与色彩，并由此而构成关系整体和教育整体，所以，追求一种代表社会环境的新造型就成了每个新时期的任务。

当人们在找到了一种艺术造型后并开始进一步将其归属时，当人们用审美眼光来审视生活时，纯粹艺术与应用艺术之间的界限就被打破了。一旦社会环境实现了生活水平整体化，那么，艺术将失去其特殊性及优越感，设计家和艺术家们都将尽自己的本份去工作。

1993/10

日本平面设计

3

标志 包装

日本平面设计如是观

从风格的开创年代起，就有了关于风格伪装问题的争论和关于从外表上重新接受历史风格的争论。美学、伦理学以及社会学方面错综复杂的革新思想，使之努力在被追求的艺术与生活间的统一以及艺术与自然间的统一中寻找一种新的造型方式，而这种新的造型方式终将由时代氛围所决定，并不仅仅是出自其民族的气质和喜好。也就是说来自正在形成的整体艺术力量的共同理想，来自坚信整体艺术环境、自然环境、经济环境三者不可分割的信念。人们根据各自的气质和不同程度的理论基础选择着各自的道路，日本平面设计就是以这样的道路为样板的。

在对日本平面设计风格形成的经验总结中，我们可以看到的是：没有任何形态和色彩自身能够自成体系，而是所有形态和色彩在同一感觉的功能结构中各显其能，共同发挥作用。结果是全部形态关系和色彩关系的概念要求人们认识到：在社会环境中不存在无价值的形态与色彩，并由此而构成关系整体和教育整体，所以，追求一种代表社会环境的新造型就成了每个新时期的任务。

当人们在找到了一种艺术造型后并开始进一步将其归属时，当人们用审美眼光来审视生活时，纯粹艺术与应用艺术之间的界限就被打破了。一旦社会环境实现了生活水平整体化，那么，艺术将失去其特殊性及优越感，设计家和艺术家们都将尽自己的本份去工作。

本丛书图片由[日本]U-END CORPORATION 提供
授权出版简体中文版

图书在版编目(CIP)数据

日本平面设计 / 朱锷编. — 长春: 吉林美术出版社,
2002.9
ISBN 7-5386-1316-1

I. 日... II. 朱... III. 平面设计--作品集--日本
IV. J534

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第066778号

日本平面设计 3 标志 包装

策 划: 江田幸雄 + 渡边 鹤
主编、设计: 朱 锷

编 辑: [株]朱锷设计事务所 + [有]U-END CORPORATION
制 作: [北京]朱锷设计事务所
编 务: 潘妮 + 邹进 + 刘瑛瑞

责任编辑: 张亚力

技术编辑: 赵岫山

印制总监: 周镇岚

出 版: 吉林美术出版社
长春市人民大街124号

发 行: 吉林美术出版社图书经理部
TEL: 0431-5637194

经 销: 全国新华书店

制 版: 方嘉·周公印画工作室

印 刷: 北京方嘉彩色印刷有限责任公司

开 本: 887 mm × 1194 mm 1/32

印 张: 5

印 数: 1-5000

版 次: 2003年1月第1版

印 次: 2003年1月第1次印刷

书 号: ISBN 7-5386-1316-1/J · 1023

定 价: 160.00元/套(32.00元/册)

设计是一种文化

去年六月，在炎黄美术馆举办的《20世纪的海报展》的前言里，我曾写过这样一段文字：设计之所以引人入胜，是因为它们真实而戏剧性地反映出了其所处的时代和产生时的状态。不论它最初是否就是为音乐、艺术、戏剧的商业宣传促销而生，还是在某一特定时代表达一种政治或哲学立场，设计其实都已在不经意间出色地扮演了一个重要的历史角色。例如，图鲁兹·劳特累克（Toulouse-Lautrec）及其同代人的装饰艺术招贴设计（Art Deco posters）盛极一时，最后却被新艺术运动（Esprit Nouveau movement）的作品所取代，尤为引人注目的是卡桑德尔（Cassandre）的英雄主义招贴设计，他撼动了当时整个艺术世界的基础，更预示了那个时期法国文化的由盛及衰。不久以后，法国不仅受到了荷兰风格派（the De Stijl movement）的挑战，而几乎在同时又遭致德国包豪斯（the Bauhaus）的冲击。让·契尔柯德（Jan Tschichold）和赫伯特·巴耶（Herbert Bayer）那些激动人心的革命性地使用了摄影术的招贴设计，牢牢攫住了年轻人的心。正是这种强有力的影响才使得设计如此引人入胜。设计真正的价值在于：它们以可见的形式去证明某一特定时刻，一个国家的哲学走向。比如，在早期的前苏联，俄国构成主义艺术（Russian Constructivism）被全世界的年轻人所渴求；埃尔·利希茨基（El Lissitzky）和古斯塔夫·克鲁西斯（Gustav Klutsis）所发明的摄影蒙太奇技术，被用于颂扬新兴共产主义国家至高无上的社会建构。今天回顾这些设计时，我们得以重新审视那个时代。引人瞩目的是，当墨索里尼（Mussolini）宣布意大利的法西斯国家建立，那些用于鼓吹墨索里尼教条的招贴居然是俄国构成主义更为纯粹的翻版。当希特勒（Hitler）篡取德国政权时，纳粹开始以一种报复性的心理压制包豪斯运动。包豪斯坚定不移的追随者最终逃亡美国，于是，设计史发生了激烈而富于戏剧性的转变。接着，纳粹鼓吹一种古典主义的复兴：所有的视觉表现形式都可以在古希腊罗马的原型中寻找灵感。希特勒借助新古典主义来巩固自己的地位，因而产生了阿尔伯特·斯皮尔（Albert Speer）的建筑、理查德·瓦格纳（Richard Wagner）的音乐、列尼·里芬斯塔（Leni Riefenstahl）的电影以及路德维希·赫尔维恩（Ludwig Hohlwein）的由于其学院主义的嗜好而被重新发现的设计。能够通过

对比各自时代的设计回溯，是多么有趣的一件事。不仅如此，我们还可以弄清逃亡美国的包豪斯成员，在第二次世界大战期间是如何通过他们的设计参与到反对纳粹的战略视觉战争中去。这就是设计为何如此精彩的原因，因为它们充满无限“生机”。

因此，我认为，设计更准确地说，应该是一种“文化”而不是“艺术”。因为，至少在我看来，设计更想实现的是文化而不是艺术价值。

设计常被分为五种类型：建筑设计、室内设计、工业产品设计、平面设计和时装设计。然而，随之而来的问题是：当谈到“设计”时，我究竟指的是什么？或者，如果像我刚才所说的“设计是文化”的话，“文化”指的是什么？文化与文明之间是什么关系？文明与技术又是什么关系？最后，我所说的“一种艺术”，到底指的什么？我急切地想弄清楚这些问题的答案。

冒昧地说，我认为：几乎没有谁会把我所说的“技术”、“文明”、“文化”或“艺术”这些词当作一回事。它们似乎在日常交谈中已司空见惯，没必要大惊小怪。因此，我决定在“百科全书”中查一下这些词，我期待着能从中为我上述的问题找到一个清晰的答案。然而，我发现的只是些模糊晦涩的解释，让我摸不着头脑。我惟一得出的结论就是：编写百科全书的那些人与像我一样做这些事的人，实际上并非同类。前一种是依靠理论，而后一种则相信直觉。

我想说，人类的进步从技术开始。后来，技术不断发展，遂成为文明的象征。而学术权威告诉我们，文明直接

导向文化。由此我们可以得出结论：当技术和文明为人类生活带来益处时，它们便形成了文化。因为对于一个农民来说，便利的生活即是文化进步的明证。在这里，“进步”指的是一种快乐与满足。然而从本能上说，人们寻求的又不仅仅是这些。“本能”这个词无疑暗示着人类五种基本的知觉：视觉、听觉、味觉、触觉、嗅觉。眼、耳、舌在这之中，尤为敏感。为此，人类产生了欣赏优美的艺术品和美妙的音乐，以及品尝美味佳肴的欲望。准确地说，它们就是我们所指的“艺术”。

那么，为何我会觉得设计是文化而不是艺术的一部分呢？让我们看看人类最基本的欲求：衣、食、住。这三者都直接与设计相连。实际上，人们完全可以说衣、食、住均建立在设计之上。我们的生活处处都离不开设计，设计也对应着我们生活环境的每一方面：社会秩序、理性思维、感性美丽、宽宏大量、舒适安乐。我相信，正是这些因素构成了我们所说的“文化”。

记得在刚成为一位设计师的时候，我曾被刘易斯·芒福德（Lewis Mumford）的那本《技术与文明》（《Technics and Civilization》）感动不已。我现在才认识到，我今天所持有的许多观点都得益于他的影响。芒福德认为：人类智慧的最初体现可追溯到古埃及和古希腊时代伟大的建筑工程。尽管它们相当原始，但却已经使用了包括滑轮与起重机等工具。这些发明为进入一个技术文明，并最终进入现代的城市文明提供了动力。文明给我们的最大馈赠就是美丽舒适的家园和规划良好的社会。难道这些馈赠不是文化的基础吗？

人们常说，动物依据本能和基因有所行动。一些学者指出，人类除此之外，还会借助于经验、想象，以及通过语言进行思想交流等其它的方式。动物游荡在丛林中，为生存而寻觅食物。它们会按照自己的习性来选择食物，

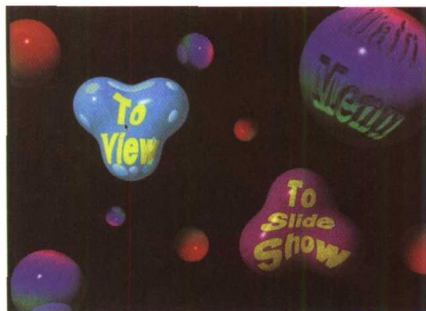
即便是昆虫也不例外。然而英国动物学家戴维·阿滕波勒 (David Attenborough) 证明，单纯依靠“选择性”并不能构成我们所说的“饮食文化”——尽管他认为饮食文化的证据在沿海山区生活的某些猴群中可以找到。我们知道，猴子会下山到低海拔的地方偷吃土豆。吃之前，它们总要先到海水里洗一洗。海水的咸味使得土豆更加可口。这是因为，一个猴宝宝偶然将一个土豆抛到海里，结果发现它比以前更好吃。于是从那时起，这只小猴子便在吃土豆之前，先用海水把每个土豆都洗干净。不久大猴子们也开始仿效。这一令人忍俊不禁的行为首次证明了在动物王国中得到积极确认的“饮食文化”。在这个过程中，那只猴宝宝再清楚不过地实践了我们所谓的“文化”。

毫不夸张地说，设计与人类生存所需的每一样东西都紧密相连。在人类进步催生出城市文明之后，社会组织得到发展和演进。反过来，社会也会创造出物质文明所需的阶级文化和纳税系统。接着，文化所做的就是为与文明一起出现的理性注入精神性和感知力。随后，世界上出现了哲学、诗歌，而后是音乐、绘画和雕塑，所有这一切都是对人类五种感官的刺激。在这一过程中，智力与教育不仅提升了人类依靠自我实现梦想的情感，反过来又使人类得以创造出新的价值。

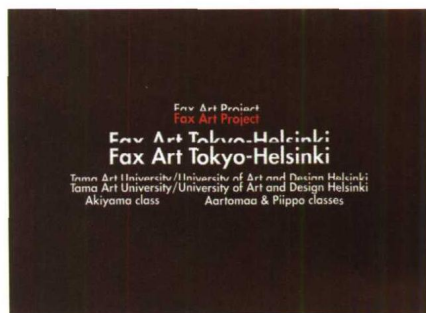
尽管我说过“设计构成了文化”，但最终，人们仍旧不会忽视设计亦有艺术效力的这样一个事实。这恰恰是讨论设计问题的一个内在困难。也就是说，我们弄不清文化在哪里结束，艺术从哪里开始。何处是二者的清晰分界？同样，我们也难以确定文明在哪里结束，文化从哪里开始。正是这样的迷惑才使得设计如此神秘诱人、如此难以了解，然而却如此充满永恒的魅惑。



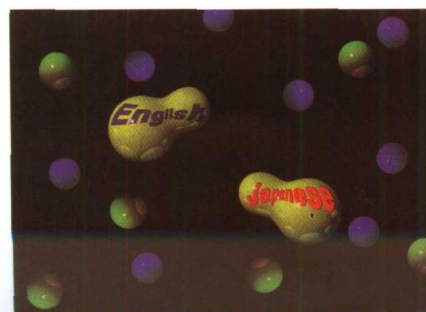
GENERAL PUBLICATIONS
PACKAGE DESIGN
C.S. SYMBOLS AND LOGOTYPES #3



1



2



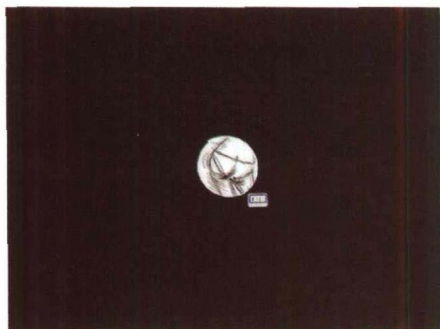
3

1-3

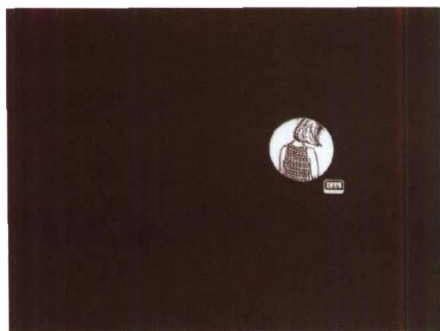
AD 东泉一郎 Higashizumi Ichiro

D 东泉一郎 Higashizumi Ichiro

CL A&A PCoordinator Japan



1



2



3

1-4

PR 木村正彦 Kimura Masahiko
 CD 木村正彦 Kimura Masahiko
 C 长谷昭夫 Hasegawa Sachio
 I 寺西 彻 Teranishi Toru
 CL 高岛孝次商店
 Takashimaya Dept. Store

5

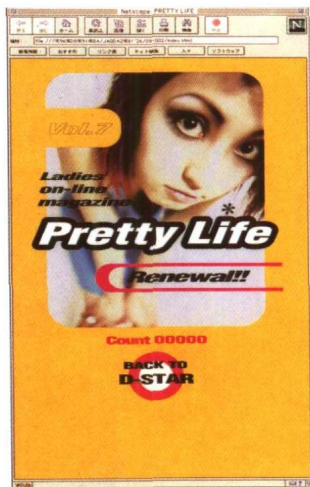
AD 伊藤博巨 Ito Hiroomi
 D 内田耕二 Uchida Koji
 大富克己 Ohata Katsumi
 中村友美 Nakamura Tomomi
 CL 大新社 Daishinsha



1



2



5



2. BLACK BOTTOM BRASS BAND

3



4

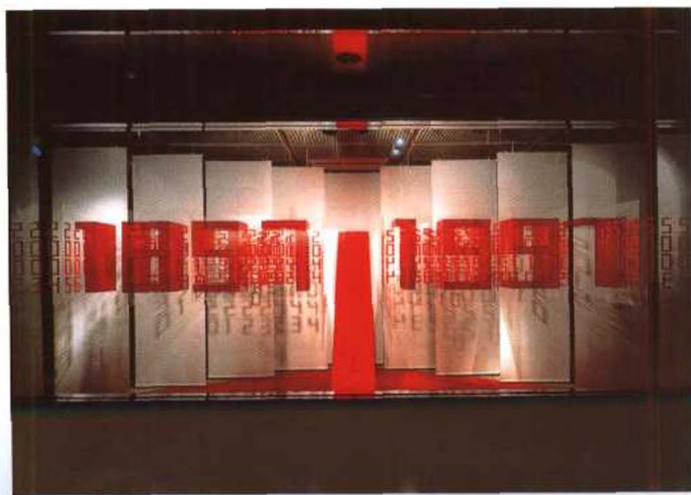
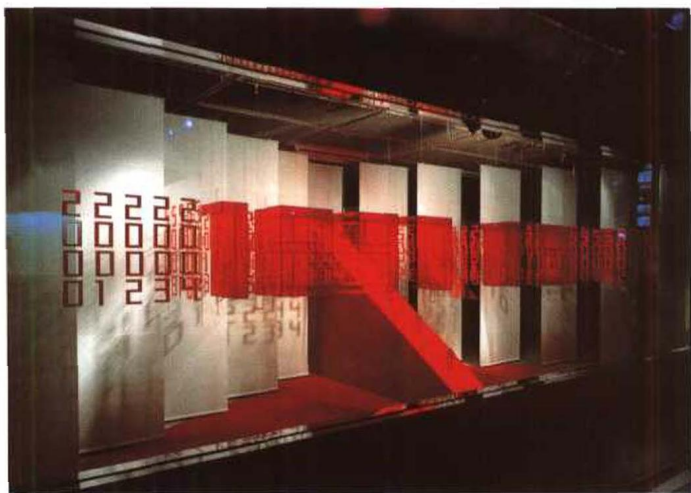
1-2

AD 上藤青石 602: Ag22

D 正长辉石 Kfs: An25

④ 大田雅雄 Ota Masao

Q 奕生堂 S=seing



1-2

AD 平野遼太郎 Hirano Kotaro

D 平野遼太郎 Hirano Kotaro

须见高士 Sumi Takashi

CL 竹尾 Takeo

3-4

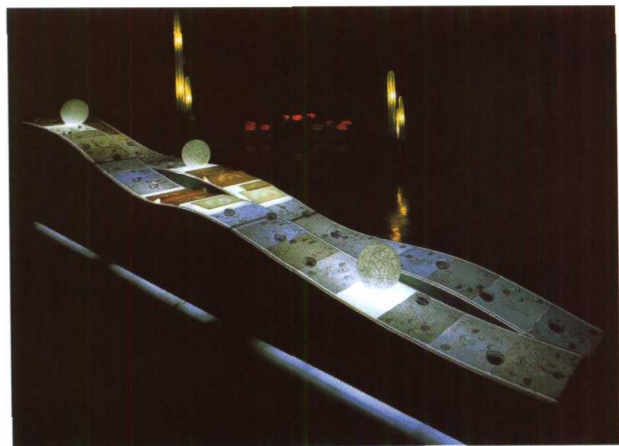
AD 山形季央 Yamagata Toshio

D 工藤青石 Kudō Aoshi

CD 大田雅雅 Ota Masao

D 菊地泰輔 Kikuchi Taisuke

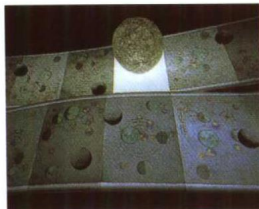
CL 资生堂 Shiseido



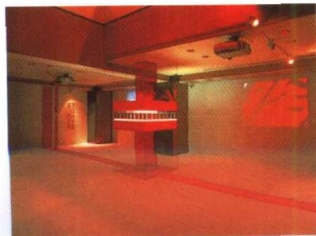
1



3



2



4