

2001

du 6 octobre au 10 novembre 2000
PAILLON DE VENDÔME
AIX-EN-PROVENCE

37, rue Capoen Tél. 04 42 21 05 78 Musée ouvert du mercredi au lundi de 10h à 12h et de 15h à 17h

法国平面设计经典

卷

王雪青 编著

A large, stylized, dark blue number '2' is the central focus of the page. It is set against a light orange background. The number is thick and has a slightly irregular, hand-drawn feel. The top of the '2' is curved, and the bottom is also curved, with a small gap between the two curves. The overall composition is simple and graphic.

图书在版编目(CIP)数据

法国平面设计经典(下)/王雪青编著—上海:上海画报出版社,2003

ISBN 7-80685-163-1

I.法… II.王… III.平面设计—作品集—法国—现代 IV.J534

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 066415 号

主 编: 邓 明 王雪青
副 主 编: 张仲煜 陈华沙
策 划: 陈华沙
责任编辑: 邓 明
技术编辑: 鲍 屹 李 荀
设计指导: 陈华沙
设 计: 瞿朱珠 赵 洁

法国平面设计经典(下)

王雪青 编著

上海画报出版社出版

(上海长乐路 672 弄 33 号)

新华书店全国发行

上海彩世电脑制版印务有限公司制版

广州大一印刷有限公司印刷

开本 889 × 1194 1/16 印张 10

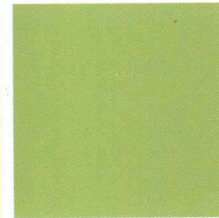
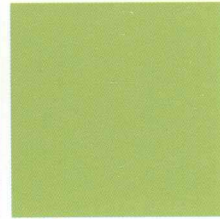
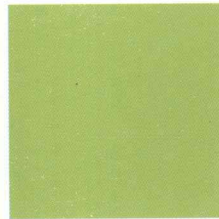
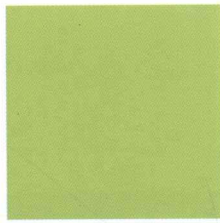
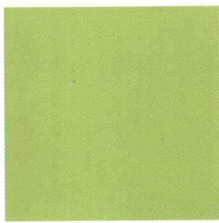
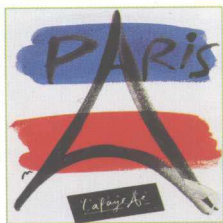
印数 0001—5000

2003 年 8 月 第 1 版

2003 年 8 月 第 1 次印刷

ISBN 7-80685-163-1

定价: 78 元

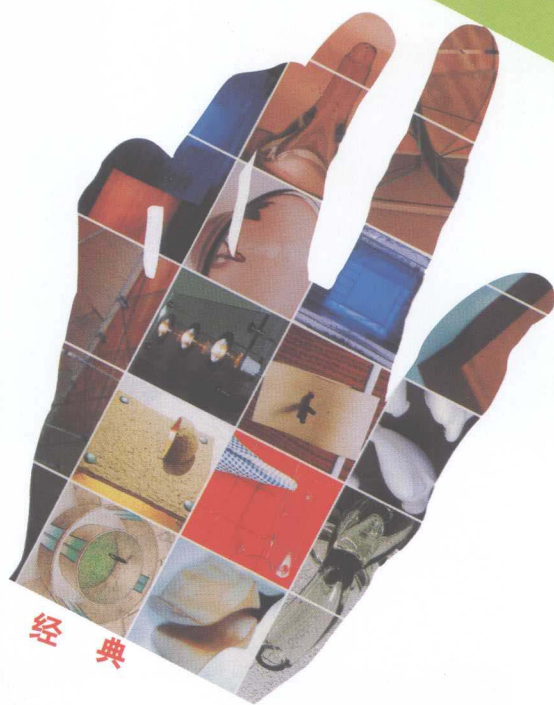


INDUSTRY

上海画报出版社



DESIGN IN FRANCE



法 国 平 面
设 计 经 典



法 兰 西 民 族 是 一 个 浪 漫 、 自 由 、 有 着 很 高 艺 术 素 质 的 民 族

法国平面设计经典



东、西、南、北、中——从“法国风格”所想到的……

INDUSTRY DESIGN IN

FRANCE

● 王雪青

法兰西民族是一个浪漫、自由、有着很高艺术素质的民族。法国的平面设计也明显地带有她本民族的风范：自由、随意与充满灵气……

当我面对着堆得满地的这几百张“珍藏品”时，我一遍又一遍地浏览了这些作品，这其中聚集了我十余年的努力，那一盒盒的“珍藏品”如同一幢我自己用砖一块块垒起来的小屋，那不仅仅是十余年在欧洲生活时对平面设计作品的点滴但又精心的积累，更是汇集了一批反映两代设计师在这十余年里走过的历程，那多种设计风格的并存以及它们随着时代所发生的风格演变……十年，一个不平凡的十年！从历史的角度来说十年算不了什么，但在平面设计领域这十年却是天翻地覆、日新月异的十年。电子计算机技术被普遍应用到设计中，它导致了“黑白稿”的消失、照像植字业的覆灭、大批靠着传统印刷排版方式而生存的行业的倒闭，取而代之的是设计家自己主宰从设计到制版的命运，同时也带来了设计观念上的革命。**初**到巴黎，当时的第一印象是这儿的设计真不错，而每当你想为自己的专业收集一些什么的时候，却又很难找到真正能打动你的作品，可谓是精品难求！随着时间的推移，我终于明白了我看到的外部现象只不过是一个高质量的大的设计氛围，一个较高的设计层次。**应**该说有些作品是“不朽”的，或者说它们是跨时代的。每次当我面对这些作品时，常常会对这几张“不朽之作”发出感慨。五年、十年在平面设计界应该算是一个大的跨度了，但在这些作品上我看不出时代的变迁，这就是超前意识，这就是经典之作！精品难求，然而精品能长存……**由**于职业原因，敏锐地观察周围的一切，尤其是周围的平面设计作品是我日常生活中的一个平凡而重要的习惯性工作。尽管我们说欧洲的设计水平很高，但在这十多年间，当你真正要收集精品时却是一大难题。比如说地铁中有许多招贴，而且在不停地更换，但真正能使你驻足并按动照相机快门的却并不常见。信箱里“无意”中收到的宣传卡也比比皆是，却引不起我的“收藏”兴致。而每当我为一个吸引我的设计作品而兴奋，除了欣赏“作品”外，验明作品“正身”便是一个重要项目。有时在作品前止步是因为作品精彩，也有时为的是一个似曾熟悉的风格，一种似曾相识的图形语言，但也常常二者兼而有之。在我们的周边有太多的信息，众多的东西都试图吸引我们的视线，但要赢得观众却不容易。只有真正有个性的设计家的作品才会在成百张作品中夺目而出、吸引关注。比如说在我国设计界较了解的设计家中米歇尔·布维（Michel Bouvet）、菲利普·阿勃卢瓦（Philippe Apeloig）便是我常常注意到的。当然，这并不说明他们一定强于其他一些高水平的设计家，因为，我觉得有时一个人的作品是否常被人们注意，除了设计本身的质量外，其实也有许多其他因素，如你所设计的对象是什么，是否常有与大众在公共场所见面的机会，等等……如前两位设计家，一个固定为某剧院设计海报，另一个常为一些图书馆搞设计，自然我与他们的作品在街头不约而会成了一种很容易的事，但也有不少非常杰出的设计家他们设计了许多精彩杰作，却往往因

F
R
A
N
C
E

法国平面设计经典

Le
Fau
ism
ou l'épre
du feu

为这些作品仅在某些特定的场所流通，如若你正好不在其中，或是没有一次合适的出版或展览机会，人们很少会了解他们。**应**该说，在这批收藏中并不是所有的“藏品”都是非常杰出的，除了一些经典之作外，我之所以选择它们，是出于这样、那样的目的。或是由于字体与排版的特殊；或是因为一个独特的创意或一个完美的图形；也可以是一套纯商业的宣传设计，尽管不那么出类拔粹，却准确、恰如其分地完成了一项信息服务；也可能是其中一个局部有些闪光的东西值得我们思考、借鉴。作为一个设计家，一定要以敏锐的眼光观察周围的一切，丰富自己的知识范围，留意时尚，留意时代趋势，这是一个好的设计家应该具备的。**东**、西方的文化有着其不同的文脉，东、西方的教育也有着它们各自不同的地方。记得在十七年前，当我第一次到法国，第一次进入欧洲的平面设计领域时，我突然发现在中国与西方之间所存在的一条鸿沟，一种从技术条件到设计理念的巨大差异。当我们还是人手一个水粉颜料盒时，西方的设计家却在使用刮字纸、麦克笔，继而又是电子计算机……我常常感慨：如果把双方的设计家放在一起作比较，这对中国设计家无疑很不公平，因为在工作条件方面，我们双方并不在同一条起跑线上。那时我常常想起中国的这句古语：“是骡子是马，拉出来遛遛”，但是，假如人家拉出来的既不是骡子也不是马呢？在设计理念上，当我看着让·维德迈（Jean Widmer）教授把我自认为的两张“最佳选择”的方案从数十张稿子中选出作为“首先排除”的对象时，我已经感到了肩上的责任之艰巨。“你在设计中试图描绘一个美好的故事，而在当代平面设计中，我们则希望简单、明了地传递一个信息”，这是他十七年前给我的告戒。**然**而，当年发生在我身上的故事17年后的今天仍在发生：仍是在同一国度同一个学院，仍是在中国学生与法国教授之间，老师喜欢的学生不喜欢，老师不喜欢的学生喜欢……我能理解这其中发生的原由，作为曾亲身经历过这一切之后又在法国高等艺术学院任教十余年的我，每每当我亲眼目睹中国学生拿着从石膏头像、水粉静物、风景写生到图案变形的“作品集”前来应考而屡战屡败的情景时，我曾为在对艺术的理解上的“耐差”以及东、西方艺术教育体系的不同而感慨。我深感到在艺术教育领域如何保留我们自己的文化底蕴而又能很好地了解西方的艺术教育体系的长处，了解这个时代的西方人对艺术与艺术设计作品的喜好及评判标准，从而加速艺术教育与国际接轨的重要性。

在十七年后的今天，如果谈及中国平面设计界目前的现状，假如让我再作一个比较，我想我可以比较自信地说，就平面设计的技术平台而论，东、西方已经几乎站在了同一条水准线上，这为我们与国际接轨奠定了坚实的基础。而中国平面设计家的整体设计水平也已有了一个相当大的提高，尤其是这儿顶尖水平的设计家已经具备了与西方设计家平等对话的水准。之所以在短期内能有这样的进步，我想原因有三：一是中国的经济发展迅速，国力增强，使我们开始有能力走出去，见他山之石。也能够把一些一流专家请进来进行各

F
R
A
N
C
E

法国平面设计经典



种层面的直接交流；二是中国在专业出版物方面以西方无法比拟的人力与财力投入，大量地对西方平面设计领域的最新设计动向与成果进行了迅速的介绍与追踪报道。加之英特网的迅速发展，它在信息传递上的便利比以往任何一个时候都更迅速、更直接、更有效。种种这些，使国内的设计家不出国门也能不断地接触到最新的国际设计动向；三是电子计算机这一划时代的工具在世界范围内的飞跃发展与更新，使得不同地域、不同文化、不同基础的设计家在工具上有可能站在同一起跑线上，种种这些，都加速了中国的平面设计家更快地接近世界先进水平的步伐。今天的时代是信息的时代，是沟通的时代，是这个世界的时空与距离正在逐渐缩小的时代。而这个世界变小，时速加快的最重要的特征，便是各类传播媒体的不断开发、发展与更新。正是这一点，为我们与这个世界的沟通提供了以往任何时候所无法比拟的先决条件。平面设计是一项特殊的工作，它与艺术有关，又有别于纯艺术。譬如，一个画家可以在作品中自由地抒发自己的艺术感受而不考虑他人的因素。但一个平面设计家却要首先顾及回答一种需求，换言之：客户的要求，因为你所从事的是一种服务。然而，他也要去作艺术的处理，而这时“艺术的发挥”则在一个大的功能范围的约束之中。就招贴而论，这是一个传达信息的媒介，它必须给人们带去一个信息：诸如，是什么事件，音乐节？展览会？那么，随之而来的就有何时？何地？何人组织？等等……假如是为了一个产品，那么：什么产品？它的品牌？功能？制造商？等等……这时的平面设计家就成了一个使者，一个介于他的客户与受众之间的使者。他既要去认识与了解他的客户，成为他们的合作者，又要以准确，恰当的手法把信息传递出去，在潜在的顾客群中引起反响。这时，使用什么样的手段与方法就成了平面设计家的“艺术”。由于每个设计的对象不同，它的艺术表现形式便可能是多种多样的，也许它可以很具有艺术性与观赏性，也可以并不具备这些特征，但信息传达得非常简洁明了，单刀直入。我觉得无论设计家使用何种手法，目的只有一个，即恰如其分地把信息传递出去，引起观众最大限度的共鸣。所以，此时此刻我强调的是“恰当”。我觉得，一个好的设计家的力度应该是在有限的空间范围的约束中（客户与宣传的要求），去尽量大地发挥自己的创造空间，而这种“自我发挥”即是从各种不同的手段中用自己的智慧为客户找出最为理想与满意的答案，并引导客户接受你为他合理安排的一切，这也是一个设计家重要的工作之一。一个好的设计家不能只是去迎合客户，设计家一定要重视品位，一定要争取引导潮流，让客户跟着你的设计思路走，因为你是这方面的“专家”，但是你必须真正地为客户着想。从这点上说，在法国十几年的工作经历还是使我看到了法国人在这方面较高素质的一面。十余年中，几乎没有与客户间在审稿时有什么分歧，从来没有碰到稿子无法通过的状况。当然每次看稿子时我所掌握的要点是让客户一目了然地看到未来的设计出样时的真实面目，只有这样，我们之间的沟通才是最

F
R
A
N
C
E

法国平面设计经典



贴近现实的。在法国，客户会很认真地听取你的介绍与建议，很少会告诉你应该如何、如何。在他们看来，之所以来找你，因为你是专家，他们选择了信赖你。甚至有时会碰到这样的客户，把一切全盘地交给你掌握，由设计家决定一切，甚至在付印之前不要求审稿！

1990年底在埃克斯市为美国著名画家安迪·沃霍尔（Andy Warhol）举办的纪念周所设计的海报正是在这种“完全自由”的状况下完成的。越是如此，我越觉得要对客户负责，对自己负责。**我**常常这样形容不同的设计，这如同人们说话的技巧一样：有的人说得少，但说得不好；也有的人说得多，却说得很糟糕；还有些人说得多，但说得很好；更有一些人说得少，却说得很精彩。我赞赏这后两种人，尤其是最后一种。**关**于“创新、走自己的路”。坦言之，在这点上我较欣赏西方的学生，这体现在他们对工作的态度与方法上。如找资料、看资料，西方的学生在深挖主题时很重视对资料的寻找——从文字资料到图片资料，对他们来说这是创作时起步的调查，是个寻源的过程。他们在整个创作中很重视“过程”，从一开始的寻找资料，到进一步的分析、小稿方案等等他们都会集中收集起来，把这些作为创作的源泉与过程的记录，通过这些来找出一个带有自己的个性的艺术创作，而我们中国的学生在我的接触中所反映出来的却不是这样的一种态度，他们中的一部分人往往会去寻找一些可借用、甚至可以抄袭的东西。在这点上，西方的学生则完全不同。一般来说，西方学生不愿意去模仿别人的风格，他们很重视找到自己的路。我想，这是一种正确的方式。**为**了不断地充实自己，学习与借鉴世界上不同设计家的优秀风格，向他们吸取养料是一个很好的学习过程。我想这个学习是一种多方面的学习，世界上有不少公认的大师，我国也做过了不少跟踪报道。但有这么一种情况值得我们注意，在好的设计师中可能有这样两类人，一类，他们的设计很不错，但同时也很关注社会问题，关注参与社会活动。如这个大奖赛、那个大奖赛；这个双年展，那个双年展。很多优秀的设计家常常奔波于这些活动之中，但假如你能把所有重要的赛事展事的评委都梳理一遍，可能会发现总是在这些人之中……应该承认，这是一批优秀的设计家，他们不仅自己能做出好的设计，同时也关注社会问题，关注这个行业的发展。此外还有一些设计家，他们可能未必关注这些活动，但他们都是相当好的设计家，他们只注意了自己公司的工作与一些教学活动，他们的设计具有很高的水准，并得到了一些重要项目的认可（可能一些大的国际招标均由他们获得），但他们不一定钟情于这些社会的活动与赛事，原因很多。此外，当今的时代是一个多方位、多风格的时代，已不再是这个或那个风格能代表一个设计趋势的时代。在这个信息爆炸，“英雄”各显神通的状况下，我们应该关注这一代的年轻人，你会发现有一批很年轻的设计家能做出一项令先辈吃惊的东西，在学院，学生做出来的东西也常常给教师一份意外的惊喜。“后生可畏”！所以我觉得我们的设计师，包括年轻一代的未来的设计师，应该把视野放在更宽泛的

F R A N C E

法国平面设计经典



区域里，不要只盯着几个大赛、几个评委，应该全方位地关注当今世界平面设计的发展，哪怕是一些小小的局部区域内的东西，假如能给我们一点启示，我们都应该去重视他，去学习、了解。**我**觉得中国人是有“才华”与“潜力”的。但往往我们听到一些批评，尤其是一些来自我们行业内部的呼声，说中国人缺乏创新精神。我觉得要全面地看这个问题，往往许多东西是与周边状态联系在一起的，这涉及到技术与观念两个领域。的确，由于经济起步早的原因，西方的设计在很多方面走在我们前面，而他们的技术与观念跟随着时代的推进也在不断地更新。技术的更新往往会带动整个设计理念的发展。其实，中国人的才华是无可置疑的，我坚信这一点。所以我们面对“不行”要分析，也许有的只是“暂时不行”，也有的要提出问题“为什么不行？”。从设计方面讲，有工具、技术、信息等问题。工具、技术随着中国的经济发展，尤其是中国进入WTO以后，我想障碍会越来越少。就平面设计而言，目前在工具、技术上与西方是基本上达到了同一标准的。这时决定好坏的是“设计理念”，这个理念的问题对中国设计师来说是一种挑战，即我们如果在技术上同处一个平台时，应该争取可以与别人平等对话。甚至在一定的时候，一定的层面上我们可以争取超过别人，甚至由我们去领导潮流。我们不妨暂且说句“为什么不呢？”。那么，对当今世界整体的设计理念的理解与把握，这就成了一个重要的问题。要了解对方，了解世界，要不断更新，要将一些不再适应时代要求的東西进行革新与调整。从设计到教育均是如此。教育是奠定今后中国设计基础的东西，如果我们能在这方面把握好，加上我们在关注中得到的信息，在实践中积累的经验，凭我们中国人的才华，我相信总有一天我们能迈出领先于世界的一步。**设计**是一个世界性的东西，但又是由一个国家、民族的文化精神、风格所组成的东西。我很赞成那句话——“越是民族的东西越具有国际性”。但这一个在大的框架下的观点。此问题在具体设计中要一分为二来看，设计有其功能性的面，涉及每一个不同的设计，我想未必均要强调“民族性”。如设计一个冰箱，是否一定要把他弄成带有民族文化精神的东西？我想未必。因为冰箱是现代生活中的一个能为人们带来便利的而并非明显带有文脉特质的东西。这与家具或与某些设计比起来就不一样，要注意设计“为什么”的问题。有很多领域或主题可以明显地带有对文化精神的要求，如果我们注意到并处理好这个问题，那我们的设计就很容易被人们关注并得到世界的认可。如日本的设计家，尤其是平面设计家始终走在时代的前列，让人们从他们的设计中浓烈地感受到日本文化的渗透，让人一看便知道这是日本的，又是现代的。在谈这个问题时，我想起十多年前我在对法国著名设计家让·维德迈（Jean Widmer）教授的采访时间的一个问题，我问他“如果您今天除了设计外还有什么事想做的话，您会想做什么？”他回答说：“假如我还年轻（当时他六十岁）我会希望去日本学习，我觉得日本设计家真正解决了一个文化精神与现代理念很好地融合的问题”

F
R
A
N
C
E

法国平面设计经典

