Poster? Poster!

2000年日本海报展·1

Poster? Poster! 2000年日本海报展 · 1

视觉语言丛书·2000年日本海报展·1

策　　划：朱　锷
主编、设计：朱　锷
编　　集：(株)朱锷设计事务所
日本国神奈川县横滨市户塚区矢部町941
ARUBERUBIBUI 101
制　　作：(北京)朱锷设计事务所
北京市海淀区万寿路甲1号恩济花园17幢D座501室
FAX：0086-10-8812-7047
E-mail：zhuestudio@sina.com
摄　　影：三好 胜弘 野口 勇 北川 太郎
铃木 里惠 一之濑 惠子
编　　务：彭少江
责任编辑：姚震西　白　桦
出　　版：广西美术出版社
发　　行：广西美术出版社
社　　址：广西南宁市望园路9号(530022)
经　　销：全国新华书店
印　　制：深圳雅昌彩色印刷有限公司
开　　本：887 mm × 1194 mm 1/64
印　　张：1
版　　次：2001年1月第1版
印　　次：2001年1月第1次印刷
书　　号：ISBN 7-80625-883-3/J·739
定　　价：10.00元

VISUAL MESSAGE BOOKS **Edit & Design : Zhu E**

The viewpoint where people'eyes are aimed is the mirror of their emotions. It is consecutive, changeable and unfixed. Such as a multifarious viewpoints should be caused for an object by different time and place. The viewpoint is neither definite nor disciplinary.

—Zhu E

视觉语言丛书　　朱锷 主编、设计

视点是情绪的反映，因时空而异，没有固定的轨迹可寻，即使是对同一个对象，在不同的时间、不同的地点也会产生不同的视点，视点没有规律性，但有连续性。

—朱锷

VISUAL MESSAGE BOOKS · POSTER ? POSTER !

视觉语言丛书 · 2000 年日本海报展 · 1

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertong

2000年日本海报展

Poster ?

Poster !

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongb

设计和日本文化

朱锷

一提到设计许多人喜欢把它解释成创意啦、造型什么的，但我更愿意把它理解成一个“概念”。设计不仅仅只是一种行为，更是一种意识，是一种思维方式。

一个具有好的思维方法和审美观的人，如果能认真研究人的生活样式的话，那么他也会产生顺应时代的设计感觉，即便他不动笔也可以是一名出色的设计师。这种理念如果能扎根于社会和市民生活中的话，就会产生好的设计氛围，生活的设计性就会提高，久而久之就会形成一种文化。

日本从江户时代起就形成了具有浓厚地域色彩的市民文化，浮世绘版画就是一个极好的例子。浮世绘师东州斋写乐创作的戏剧人物形象，实际上就是现在的沙龙人物照。风景浮世绘师广重创作的《东海道五十三次》等版画则相当于现在的明信片，是一种旅游纪念品，也是出版物。这些作品在19世纪末受到欧洲早期印象派人士的高度评价。

日本传统舞台剧“歌舞伎”也一样，它和欧洲的王公贵族投重金培育的皇家芭蕾舞和歌剧不同，最先是在四条河原边上搭小棚子演出开始的。发展到今天，尽管演出的地点已是豪华的大剧院，但它的人情味依然浓厚，是一种极好的享受。与欧洲文化和中国文化不同，日本文化中贵族文化和市民文化之间几乎不存在界线，平民文化的生存土壤极深厚，而且历代权力者对文化政策极少干涉。

所以对于日本人来说，与其说纯艺术还不如说是设计离大家的生活更近些。早在江户时代初期，经过光悦、宗达、光琳等装

饰艺术家的努力就形成了经典的日本装饰风格流派“琳派”，仔细看看，扇面画、屏风画等作品都具有机能性。光悦和宗达创立的“嵯峨本”书型确立了日本图书出版的雏形，宗达的画在某种意义上讲也可以说成是宣传画，这些作品不仅有实用性而且还都具有装饰性、美的价值。

20世纪以后，日本进入工业化时代、生产批量化，导致设计上完全失去了精神方面的东西。以往在日本建筑和工具中所具有的某种精神方面的东西，在现代工业的量化生产中被逐渐省去。企业只注重产品用途和机能，只要价钱便宜，产品即使千篇一律也没关系，如果这样下去，后果是可以想像的。

进入经济高度成长期后，有了富余，企业都开始注重开发有个性的商品，使每种商品都有特定的消费层。这样，每种商品都有其个性，构成各种商品各自的文化特性，这对于形成企业大国的形象是很有好处的。

日本人的情感意识应该说是很细腻的。从紫式部的《源氏物语》和清少纳言的《枕草子》这些女文学家的作品里我们可以看到日本文化的根基，那就是具有多愁、善感的审美情感。例如一到秋天，在日本就会出现叫“秋集锦”的菜和点心。秋风吹，树落叶，蘑菇生，树结果。风吹树叶堆成堆，日本人把这样的风景看成美。在西洋人眼里也许被看做垃圾的东西，必须扫掉的枯叶干果，日本人把它们分成栗子、银杏、蘑菇，漂亮地装饰在一起，这种美感是日本独有的，它不是大陆型文化。我们有必要重新审视重新认识这种美感。

由于日本文化的特征过于情感性而缺乏理论系统，所以很难发展成为一个主义什么的。现在在日本出现的主义，在美术方面比如说印象派、抽象派、新写实主义等几乎都是从外国引进的。日本缺乏把在本国产生的思想发展成有体系的能力。

日本在文化方面向外国传播的文化是什么？能和世界进行交流的东西又是什么？这是我们必须重视的。不能只看日本现代设计作品，而应该更珍视他周围的环境氛围。现在一谈到介绍日本，马上就提到禅啦、茶啦、花啦、歌舞伎啦、能乐啦这些东西。要不然就突然地说汽车、电视机、计算机，给人的印象很奇怪，总觉得好像是中间部分缺了点什么似的。

日本从18世纪以后，一直保持着高度的市民文化。到现在为止，在日本人的生活中，“大和”和“西洋”经常同时存在。筷子和叉子、和服和西服，和室和洋室，日本画和西洋画等等。在这期间，因大和和西洋两种文化的碰撞而产生的痛苦，不断摸索试验，体验着各种可笑的事情，才一点点地达到和洋融合。但是一般来讲，西洋人不是那么主动地接近东洋文化，所以日本人可以说是混合文化的先行者。

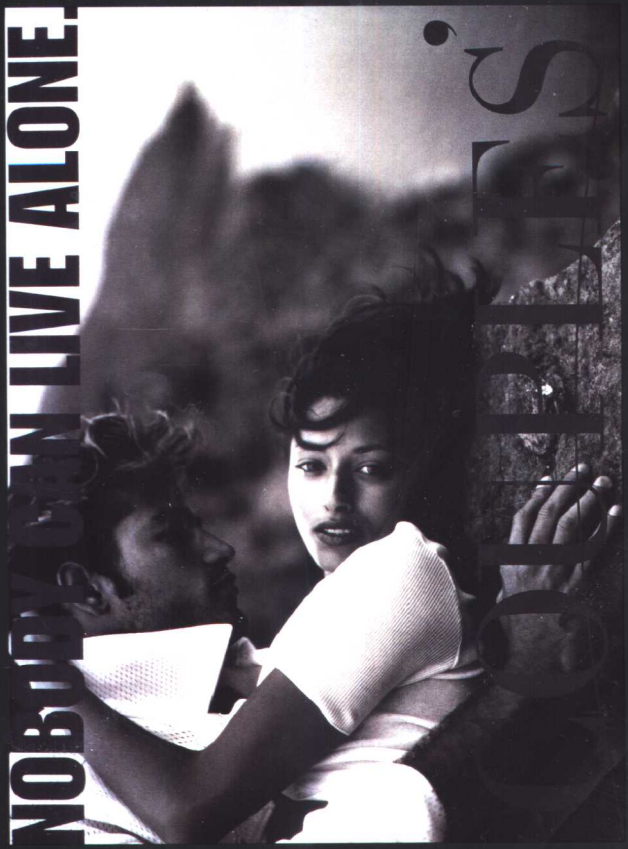
这也和大米和植物一样，只有不同品种东西的不断杂交，才能产生生命力更强更优良的品种，日本文化现在处在一种非常好的状态中。现在我们如果努力学习东洋和日本文化，达到能超越文化隔阂带来的痛苦的话，那么一定会长出新芽，给地球文化带来无限的活力。

13

青木克宪

AOKI Katsunori

1997 年



此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongk