

Takahashi Yoshimaru Design World No.2
POSTER FOR CULTURE EVENT

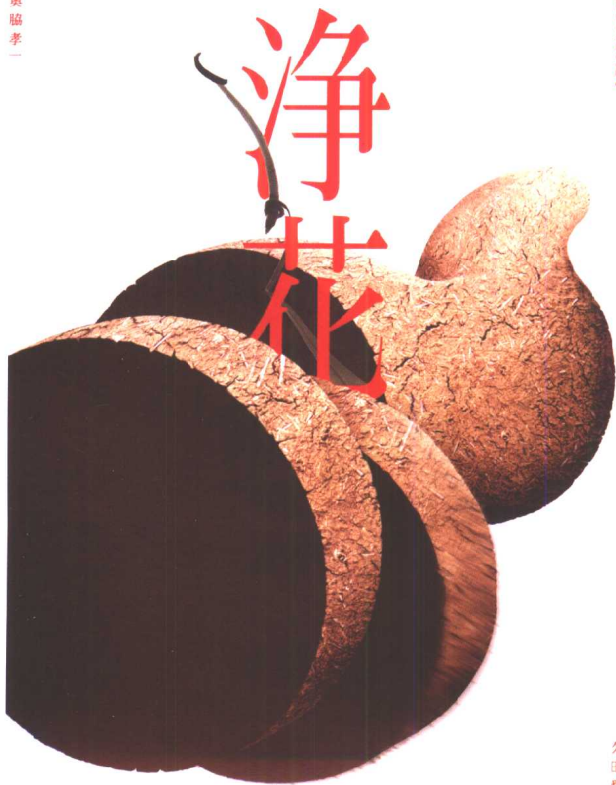
高桥善丸设计世界

第2卷
文化活动策划海报



■ 奥脇孝一

ROJI ■ 1997.10.24



■ 萩原健次郎

久住 賢一 郎 ■

图书在版编目 (CIP) 数据

高桥善丸设计世界. 第2卷 (日) 高桥善丸著.

南宁: 广西美术出版社, 2001. 12

(视觉语言丛书 朱锺主编)

ISBN 7-80674-073-2

I. 高… II. 高… III. 工艺美术—设计—日本—
现代—图集 IV. J53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2001) 第078238号

视觉语言丛书·高桥善丸设计世界·2

策 划: 朱 锺 · 江田幸雄

主编、设计: 朱 锺

编 集: 朱锺设计事务所 + U-EDA CORPORATION

日本国东京都中央区日本桥滨町 3-35-5

OFFICE30-702

FAX: 0081+3-3661-8200

E-mail: eda@u-eda.co.jp

制 作: (北京)创意田图文设计有限公司 + 朱锺设计事务所

北京市海淀区万寿路甲1号恩济花园17幢D座201室

FAX: 0086-10-8812-7047

E-mail: zhuestudio@sina.com

编 务: 陈玉媚

责任编辑: 姚震西 白 桦

文字编辑: 何庆军

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: 889 mm × 1194 mm 1/64

印 张: 1

版 次: 2001年12月第1版

印 次: 2001年12月第1次印刷

书 号: ISBN 7-80674-073-2/J·54

定 价: 10.00元

VISUAL MESSAGE BOOKS Edit & Design : Zhu E

The viewpoint where people's 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 鐸 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 鐸

Takahashi Yoshimaru Design World No.2
POSTER FOR CULTURE EVENT
高桥善丸设计世界 第2卷 文化活动宣传海报



我认为成长环境和习惯是缔造人的个性的精神构造之根源所在。人确实有其他人无论如何也无法介入的某个部分的感觉。这体现在民族间的文化差异中也同样如此，并且非常具有魅力。

个性的差异能够使邂逅成为快乐，地域风俗的差异能够使旅行充满惊奇，同样的，符合各自地域的民族和情况、以获得更高层次的共鸣为目的的对美的感受和表现方法能够酝酿文化。媒介如此发达的今天，世界各地域和文化的特性及多样性愈来愈少。其结果是，各自的意识和思维趋于共同化，交流也变得更加容易，这一点是有利的。然而，我不禁对连文化也会趋于共同化产生疑问。这似乎意味着文化的形成形态中产生了些许变化，即用地域作分母的创造力变成了用流行这个时间作分母的创造力。也就是说，价值观和审美意识并非是随着地点的变化而变化，而是随着时间的流逝价值观就会改变。也可以解释为文化本身与其说是日趋成熟，不如说是被当成了一次性物品。于是，大众不得不不停地追赶流行的脚步。当今的日本可谓是最显著的范例。追根溯源，日本文化的源流是从中国和韩国传入的，之后经过自己的培育形成了本国文化。然而，众所周知，100年前从闭关锁国到对外开放时，受到了强烈冲击，突然对本国文化产生了很强的劣等感，开始全面吸收西方文化，甚至价值观也发生了改变。如今，试图表现日本文化时，不得不搬出100多年以前的古典文化。可是，仅仅是浮世绘和歌舞伎，日本人对它们的感受尚且变得越来越模糊。创造新的文化不用多言，我认为对这些传统文化，一味地继承或消费是不够的，应该通过美术印刷设计使其呈现出新的一面，并且得以发展。譬如，不管是展览会还是戏剧表演，为舞台所设计的宣传海报，是舞台的入口的同时，对于用户来说，它的存在已经是一个模

拟舞台。正因为如此，应该在那里创造一个超越信息告之的情感世界。此外，所要告之的活动的设计如果不能跳出用户既有的形象范围，就只能停留在对一部分固有的爱好者的参加动员，最终会走向衰退。想要扩大新的爱好者的范围，吸引新生代的参与，还是需要使海报本身能散发出一种能唤起用户的兴趣，独立的标新立异的印象。可以说被告之的对象是文化，那么告之它的海报本身也应该创造出文化。日本文化原本并不是像西欧一样由王族保护培育下来，浮世绘也好，歌舞伎也好，都是从民众中作为大众娱乐诞生出来。从这个意义上说，我不把同生活紧密相连的美术印刷设计简单地看作是以广告为目的的一种交流手段，而是基于使其发展成为讲述自信的时代和地域的文化的认识。

高桥善丸

EXHIBITION

展览会告知海报

■ 奥脇孝 ■

ROJI ■ 1997.10.24

浄化



■ 萩原健次郎 ■

久住 賢一 著

「お薬グラフィティ」

出版記念展

1998年6月2日(火)～20日(土)

ダブル・クロック
マルキメディアライブラリー・デザインギャラリー
株式会社光臨社 3階

「お薬グラフィティ」

著者：高橋善光

発行：光臨社出版株式会社

体裁：210mm×270mm/銅版色刷・フルカラー

定価：2,800円(税別)





お薬

のグラフィック展

モリサワ・ライオン・タカラ・スズキ 第20期企画展

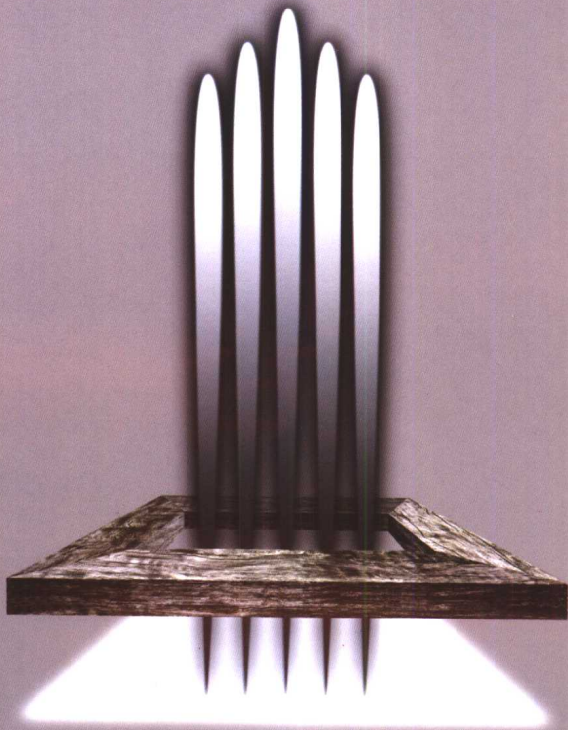
2000年4月3日(月) - 5月31日(水)

AM10:00 - 19:00 日曜・祭日・4月29日・5月7日休館

江戸から現代まで、お薬のグラフィック展。お薬の歴史と文化を、お薬のグラフィックを通して、お薬のグラフィック展。お薬の歴史と文化を、お薬のグラフィックを通して、お薬のグラフィック展。

お薬のグラフィック展。お薬の歴史と文化を、お薬のグラフィックを通して、お薬のグラフィック展。

mo's



美術展

公彫展

日本画、洋画、彫刻、工芸、書、写真、水墨画

平成19年10月17日(土)～25日(日)

大分県立芸術会館 大分県アーツアザ・大野町中華小学校体育館 ほか

アジア彫刻・陶芸の祭典

平成20年10月18日(日)

～20日(火)

明徳文化記念会館

企画展

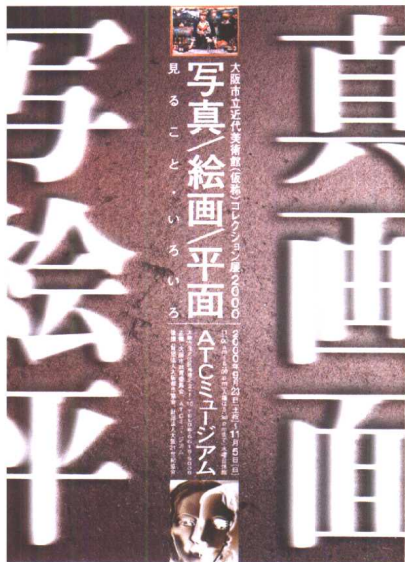
大分の日本画200年、ジュニア作品展

平成19年10月17日(土)～25日(日)

大分県立芸術会館 大分県立総合文化センター

主催／文化庁、大分県、大分市、大野町、朝地町 ほか

国民文化祭・おおい98



TOSHIYUKI

