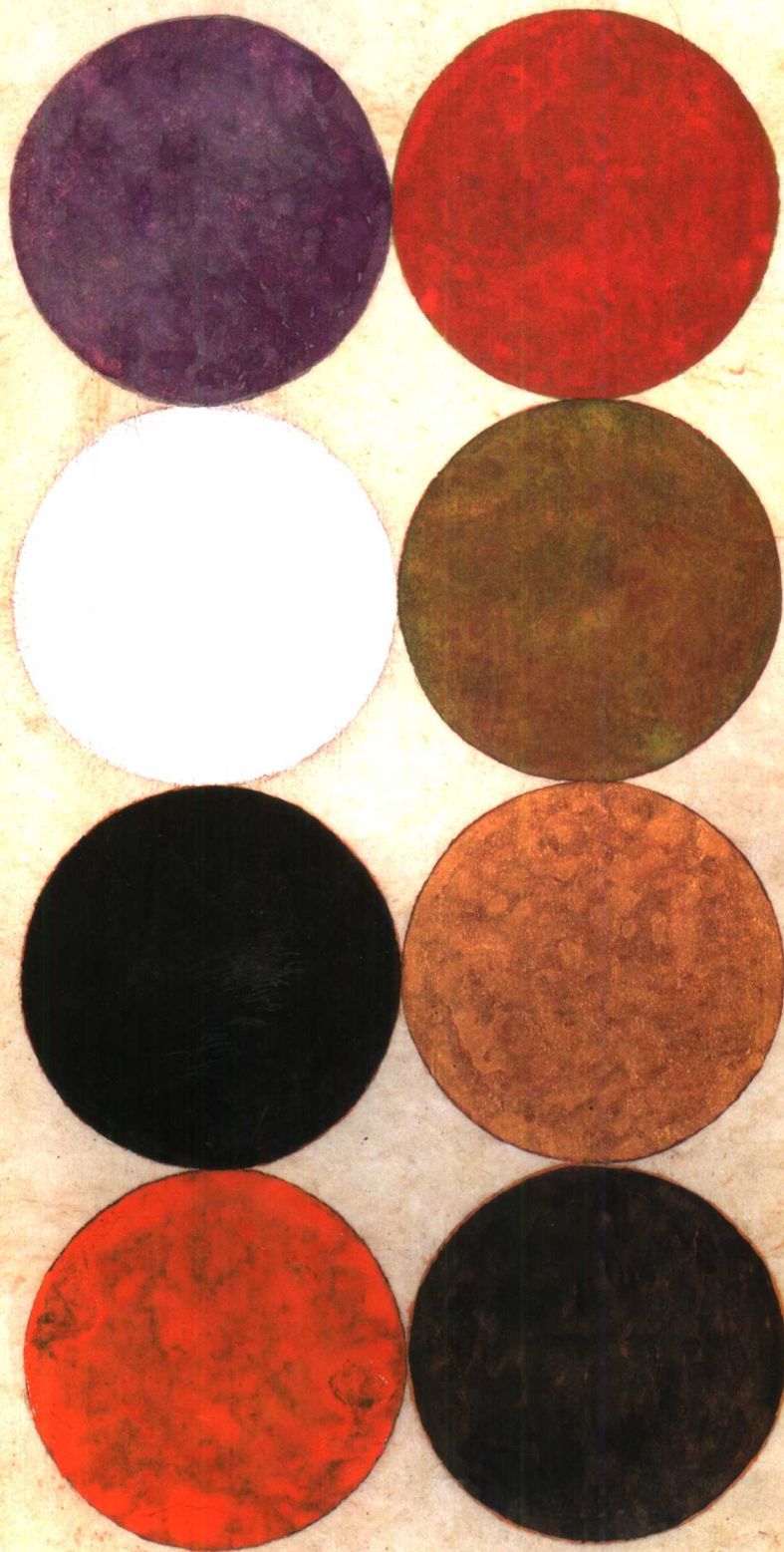




新世代平面设计家 谷口廣樹的设计世界

图书在版编目(CIP)数据

谷口广树的设计世界 / (日)谷口广树 著

——武汉: 湖北美术出版社, 1999.7

(新世代平面设计家 / 朱镔主编)

ISBN 7-5394-0823-5

I、谷…

II、谷…

III、平面—造型设计—日本—图集

IV、J 506

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 17293 号

新世代平面设计家

——谷口广树的设计世界

出版: 湖北美术出版社

发行: 湖北美术出版社

地址: 武汉市黄陂路 75 号

电话: (027) 86787105 邮编: 430077

经销: 新华书店

制作: 朱镔设计事务所

日本国神奈川县横滨市户塚区矢部町941 ARUBERUBIBUI 101

FAX: 0081-45-862-4755

印制: 利丰雅高印刷(深圳)有限公司

版次: 1999 年 7 月第 1 版 1999 年 7 月第 1 次印刷

开本: 210mm × 285mm

印张: 8.75

印数: 1-3,000 册

ISBN 7-5394-0823-5/J·762

定价: 86 元

目录 Index

11	编者	
13	边序边说	朱 愕
15	自叙	谷口廣樹
17	图版	
126	作品一览	
130	略年谱	

新世代平面设计家 谷口廣樹的设计世界

目录 Index

11	编者	
13	边序边说	朱 愕
15	自叙	谷口廣樹
17	图版	
126	作品一览	
130	略年谱	

Visual Message Books

主编
Editor
朱愕
Zhu E

策划
Producer
朱愕
Zhu E
郑晓颖
Zheng Xiaoying

终审
Consultant
余澜
Yu Lan

责任编辑
Editor-in-Charge
桂美武
Gui Meiwu

装帧设计
Graphic Design
制作
Composition
朱愕设计事务所
ZHU E design studio

New Generation Graphic Designer **Taniguchi Hiroki**

著者

©

谷口廣樹

Taniguchi Hiroki

监修
Creative Director
朱锴
Zhu E

视觉语言丛书

Visual Message Books (视觉语言丛书)是由旅日平面设计家朱镔主编、设计、湖北美术出版社付梓印行,全面介绍日本新世代设计师和设计动向的丛书。

在后现代消解一切的时代里,在消解经典、消解权威的同时,更需要的是冷静的研究、理性的阐释。在这样的时代氛围中把日本新世代设计精英完整地、如实地摆到中国的设计师面前,为走向21世纪的设计艺术和设计审美文化的发展提供合理化借鉴,是编辑这套丛书的基本出发点和意图。

本丛书所介绍的设计师都有着彼此不同的理论模式,持有各不相同的见解,各自用作品阐述着各自的设计思想。用这样大的规模、集中地、完整且系统地介绍一个设计大国的设计动向,在中国还属首次。

这些新世代设计师们以个人作品集的形式来发表自己的作品,大多数是第一次,所以相信丛书的出版发行,必将对中日文化交流,中日两国平面设计的发展起到推动作用。

编 者

监修
Creative Director
朱镔
Zhu E

边序边说

朱锴

从一名设计师的角度看，感兴趣的不是一个时代变化的最终结果，而是在不断变化的时间和空间中的人的状态和变化，所以设计师应该清楚真正要给人看的是什么，必须特别明白自己从对象上发现了什么，而后给人提示的是一个什么样的视点，即画面怎么处理、怎么构成，画面要引导观者看什么，对设计师来说，这几乎就是一切，设计师是要带着第三只眼睛看世界的。

设计的“眼”在于如何处理和体现商业行为与艺术行为的关系，艺术行为是要面对藏在自己内心深处的全部情感，避开喧哗。而商业行为很真实，在现实面前，所有的情感都会变得严肃起来，矛盾冲突非常大，设计的所有文章都是在这种关系上做的。

艺术行为要求设计师的是艺术理想，而商业行为要求设计师的则是具有普遍性的生活理想，艺术理想同生活理想之间是冲突的，冲突最终要在设计师手里得到统一。设计师给人提供的不是思想、不是情节、不是故事，提供的是一种人的关系，设计的所有内涵都是从人的关系里升出来的，还要尽量使形象趋于视觉化，如果做不到视觉化和易于沟通的话，设计就没有意义了。设计根本就是一个独特的世界。在这个世界中，人所使用的语言和我们日常生活中的语言有极其密切的关系，但完全不是同一种语言。在纯艺术里，无论是现实生活影响到作品还是作品反映了现实生活，都是以不那么直接的方式进行的。而设计则直接被生活局限，它的本质是应时的，所以着重考虑的不是被具体的环境和具体的事物局限的个人精神状态，而是在被具体的环境和具体的事物局限中反映出来的普遍状态。设计师要诉说的不是对事物的精神态度，而是他的选择。

设计创作像盖楼，开始只是有一些想法，一张作品的产生是一个不断具体化的过程，先有一点想法再建立起一个结构，然后一点点地感觉它、不断添砖加瓦，设计行为实际上是一种替人做证明的行为，只有在业主对自己的产品还没有安全感时才会去做的行为，这有点像替被告打官司的律师。

设计艺术发展到今天，已经没有什么闻所未闻的技巧可言，没有什么技巧、手法没有被使用过。同样的技巧、同样的手法，会有很多人在用，关键在于用的方法如何，怎么样去用那些技巧、手法，倒是很重要的。

今天，单纯的画面意象已经无法支撑起一张作品的全部生命，都市中的古玩不一定代表传统特色，都市中的摇滚也不一定代表现代精神，都市文化已呈现出一种多元化的局面，每个人熟悉的都只是都市的一部分，都市里的人越来越走向个性化，都市里的人也越来越多元化，在每个人心中的都市文化都不一样，各人表现着各自所感受到的那一部分都市。尤其在一个被人文主义包裹着的社会里，当时代当环境发生变化时，明确地知道自己是谁是一件必须做的事，所谓知道自己是谁，其实就是获得自觉，然后以人的能动性精神力量去控制自己的创作走向。日本新世代平面设计师都很注重这种能动性，所以才会看到当今日本设计最先端的一些年轻人的活跃场面。这些人真正让我心动的不是他们的作品，而是他们自觉地偏离经典，偏离权威，从既定价值体系中心离去的行为。当整个社会都对一种权威的、经典的潮流膜拜或服从的时候，当所有的人都说是“是”的时候，有一些人勇敢地在说“不”，这就是这些新世代设计师的全部。