

我的 — 废纸

朱锴设计作品集

once again packing messages into visuals

FLUXUS

我。不想破坏，却想干扰原则。对于我来说，干扰的过程，也是存活的过程，在我手里，干扰成为造型的媒介，同时也是解决破坏的媒介。

FLUXUS，意译为激浪派，它是一场活跃在二十世纪六七十年代的现代艺术运动，是自由精神的象征。十几年前我在东京，第一次接触到轻松、智慧的激浪派作品，凭直觉，就喜欢上了它，我发现这才是我最感兴趣的。

对设计的认识，我一直坚持“设计不仅仅是行为，更是一种意识”的观点。在行为上，我是尽可能不去依靠、借助特种印刷工艺、特种装订工艺那种外力，我喜欢把自己放在一个极限的位置去直面和思考设计。在意识上，俄罗斯绝对主义大师马列维奇一直是我的精神导师。

图书在版编目(CIP)数据

我的废纸：朱镔设计作品集 / 朱镔著. — 南宁：
广西美术出版社，2003.4

ISBN 7-80674-291-3

I. 我… II. 朱… III. 平面设计 - 作品集 - 中
国 - 现代 IV. J524

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第027729号

书名：我的废纸 - 朱镔的设计作品集

著者：朱镔

策划：陈履生 + 姚震西

设计：朱镔

制作：朱镔设计事务所

编务：曹倩 刘瑛瑞

图片摄影：逢小威

英文翻译：五十岚真纪

英文校译：David Baird + Allison Hughes

责任编辑：姚震西 + 白桦 + 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

制版：方嘉彩印·周公印画

印刷：深圳雅昌彩色印刷有限公司

开本：889mm × 1194mm

印张：7.75

版次：2003年4月第1版

印次：2003年4月第1次印刷

书号：ISBN 7-80674-291-3/J·227

定价：55.00 元

谨以此书献给我的父母和
我永远的导师田中一光！

once again packing messages into visuals

朱博设计作品集

MY FLUXUS 我的废纸

J524

Z840

Visual Communication

"Words are not necessary" tend to be the lines of people who can understand one another in any situation. But conveying thoughts without resorting to words is exceedingly difficult. Take for example advertising. Here, your partner is a consumer whose face you cannot see. Communicating a message without depending on words is the power of the visual medium. Today we become conscious of that power once again.

Visual Message

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。

Qas69/00
043271

/ 0



Once again packing messages into visuals

The "brand" has been much discussed as the key to corporate growth. Then we have methods to convey such visual images as advertisements, shop fronts, packagings and product design, the major factors used to construct that brand. The development of visuals, mainly those utilizing the mass media, has become more effective than previously the case.

Apple Computer has become aware of the power of the visual and utilizes it to plan new departures. Behind the sensational advent of the Macintosh and their new major advertising campaign "Think different." is their unique advertising strategy, and their methods may be one indication of future visual development in the advertisement. Here we will explore the relationship between Steve Jobs, the creator of Apple Computer advertisements, and Apple's agency Chiat/Day, an advertis-

New Dimensions in Visual Communication

The visual power of design is once again receiving attention. And while of course from the 80s to 90s design had been acknowledged as indispensable to business, design that emphasized corporate strategy, slick, cold corporate identities, or calculated brand images had dominated the scene. Possibly in reaction to this the power of design is catching its breath, taking a slightly different perspective from that previously held.

Visual Communication

"Words are not necessary" tend to be the lines of people who can understand one another in any situation. But conveying thoughts without resorting to words is exceedingly difficult. Take for example advertising. Here, your partner is a consumer whose face you cannot see. Communicating a message without depending on words is the power of the visual medium. Today we become conscious of that power once again.

Visual Message

视觉语言

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。

sign: _____

ZhuE Art Director, Graphic Designer

朱镔 艺术指导、视觉设计师

著作

作品集

《花·鸟·风·月》1995年 16开 日本群马县仁叟寺对外宣传事业部 出版

《朱镔海报设计作品集》1996年 16开 中国美术学院出版社 出版

《朱镔的平面艺术》2000年 64开 广西美术出版社 出版

《我的废纸—朱镔设计作品集》2003年 32开 广西美术出版社 出版

论文集

《1990-1999 日本海报图史》2000年 32开 广西美术出版社 出版

《设计桌的前后左右》即将出版 32开 广西美术出版社 出版

散文集

《未显影的风景—理解设计需要不停地去看》2002年 32开 广西美术出版社 出版

重要编著作品

《现代平面设计巨匠·田中一光的设计世界》1998年 16开 中国青年出版社 出版

《文字·形态·历史》2001年 32开 广西美术出版社 出版

《日本海报设计的形态》2001年 32开 广西美术出版社 出版

《田中一光作品全集》2002年 32开 广西美术出版社 出版

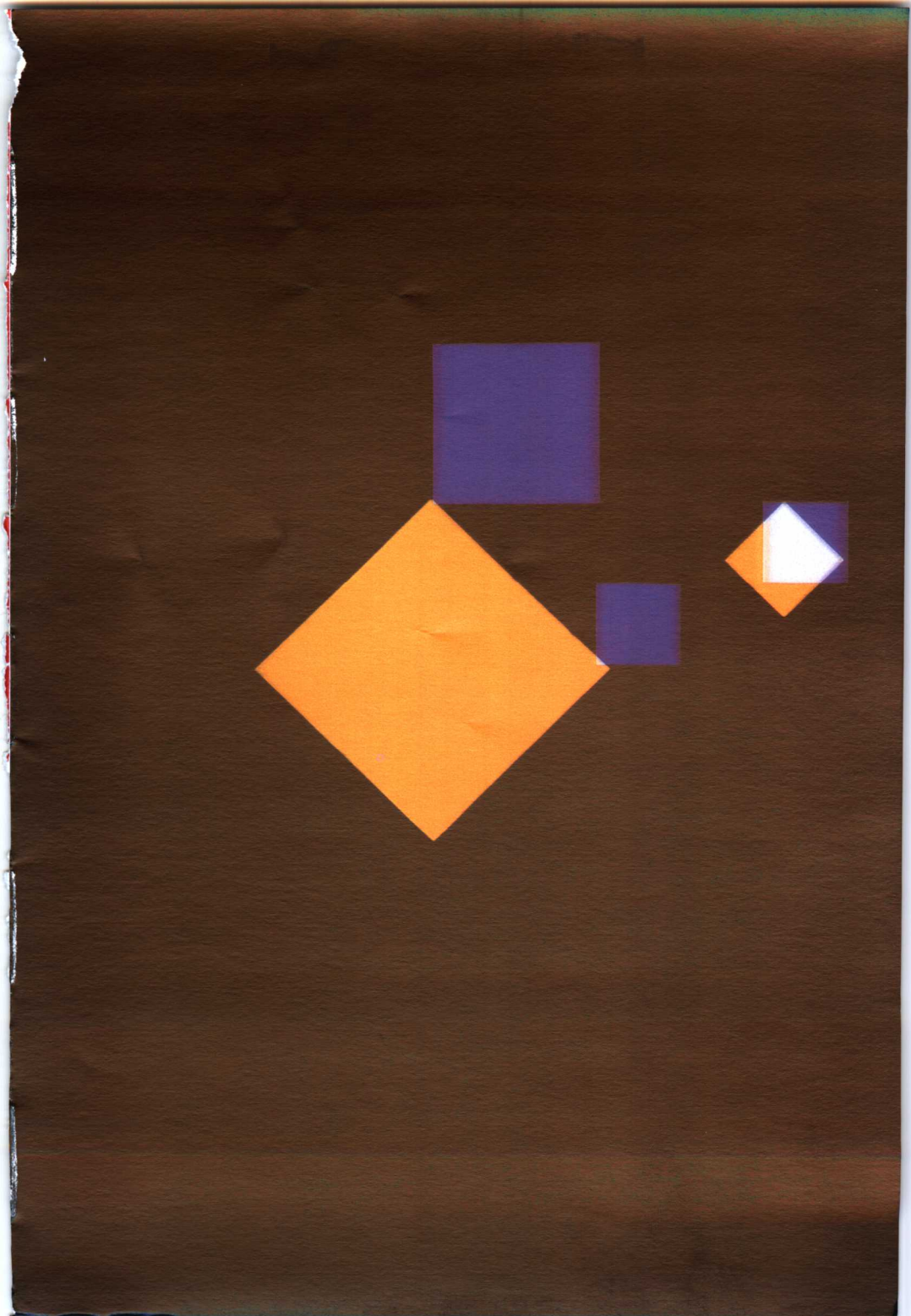
《书装设计1-8》2002年 64开 广西美术出版社 出版

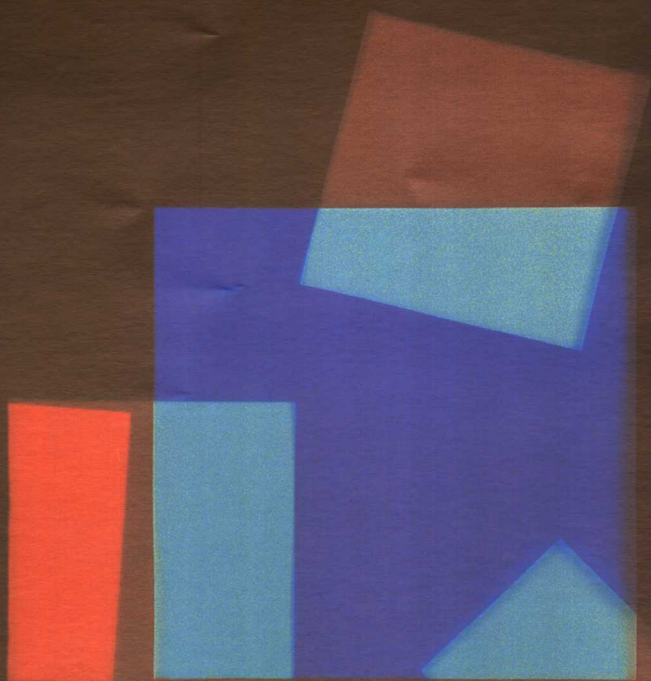
其他编著作品

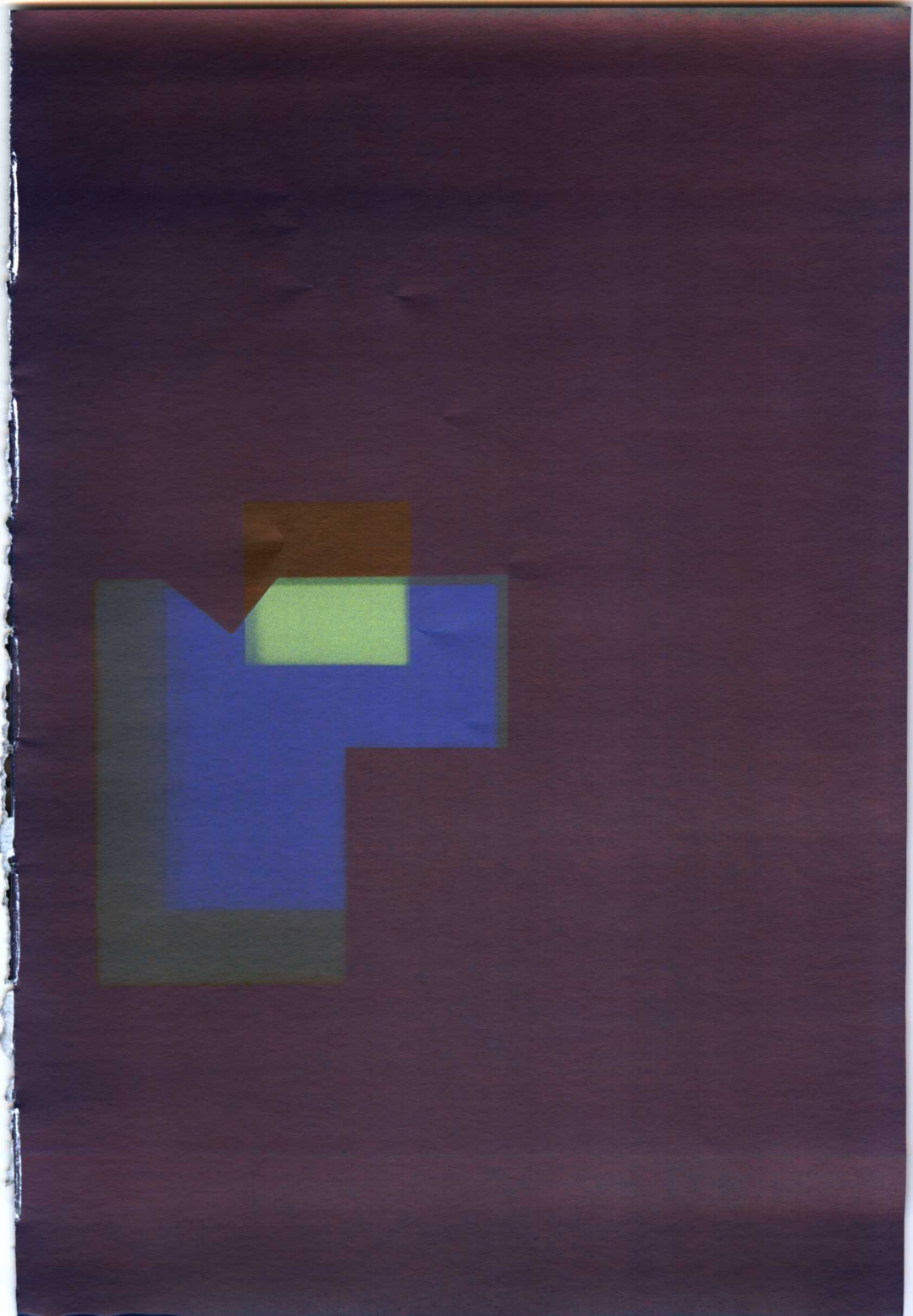
《视觉语言丛书》100种160册 1999—2002年 64开 广西美术出版社 出版

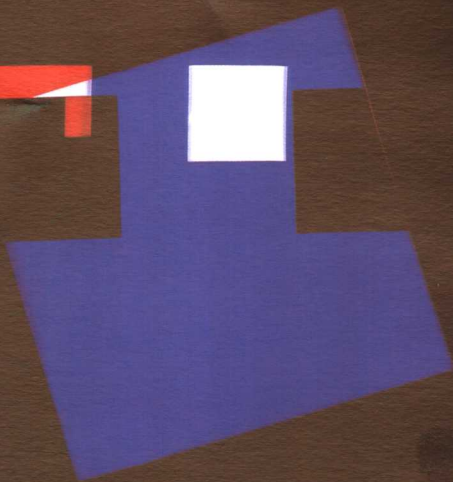
《欧美海报设计1-10》2003年 32开 吉林美术出版社 出版

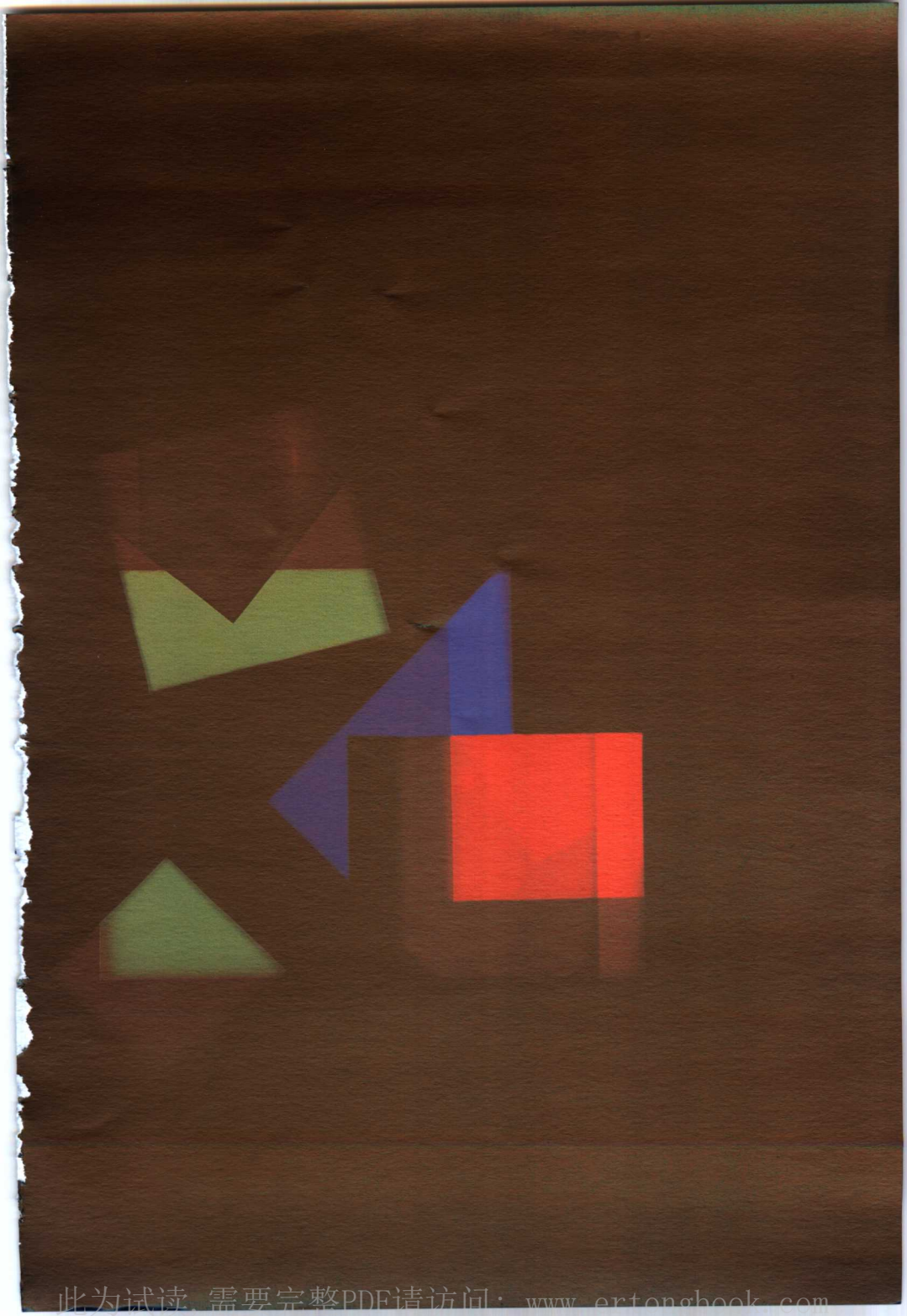
《日本平面设计1-5》2003年 32开 吉林美术出版社 出版













目录 CONTENTS

序·谈中国与西方、现代与传统的接点 ————— 13

谈设计师必须对社会要有发言权 ————— 20

谈大师 ————— 24

谈印刷总监和设计师的连接点 ————— 27

谈美国海报 ————— 30

谈设计中的光泽纸、无光纸 ————— 33

余白处的魅力·佐藤晃一的平面设计 ————— 34

红白情结·户田正寿的海报设计 ————— 36

理解设计需要不停地去看 ————— 38

图版 PLATES

DOT点 ————— 44

LINE线 ————— 72

谈二维和三维 ————— 75

看不腻的巴黎 ————— 84

谈俄罗斯海报 ————— 95

谈迷离都市 ————— 100

小书大世界 ————— 104

LETTERS & CHARACTERS文字 ————— 116

为《田中一光》序 ————— 118

谈文字 ————— 136

谈汉字字体 ————— 142

谈三宅一生的从一块布开始 ————— 166

COLOR色彩+PLANE面 ————— 172

我的色彩观 ————— 175

从色彩中看中国人的衣食住 ————— 181

谈《周渔的火车》 ————— 208

AIMEI暧昧 ————— 224

关于暧昧的如此宣言 ————— 231

谢辞 ————— 244



序 · 谈中国与西方、现代与传统的接点

龟仓雄策先生生前曾和我讲过一段他早年的亲身经历，那是20世纪50年代的事，龟仓雄策去纽约面见了一名著名的美国设计师，他是一本知名杂志的艺术总监，龟仓雄策在那本杂志上还发表过许多关于尼康相机的海报作品。但当龟仓雄策将这些海报放在他面前的时候，他问龟仓雄策为什么对欧洲风格的设计那么感兴趣，他想知道为什么龟仓雄策没有像浮世绘那样以一种更加传统的心绪来做设计。他说像他一样的美国设计师对龟仓雄策这样的现代日本设计并不感兴趣。

受了这个刺激，龟仓雄策开始回过头来，重新审视了自己的基础设计哲学，重新面对以浮世绘、家纹徽章为代表的传统艺术，探索日本设计风格，历经两代人十数年的努力，终成大果。的确，对年轻一代的设计师来说，传统究竟意味着什么？如果有，那在古典传统与津津乐道的现代之间又存在着什么样的接点呢？缺乏渊博的东方艺术传统知识的美国设计师，同样也无法了解东方当代设计的境况。龟仓雄策先生的这一番话，当时听的时候我感觉还就那么回事，随着时间的推移，每每回想起来，感慨是一次比一次大。

中国现在的情况也是这样。中国人要谈设计，我觉得首先要静下心来看一下自己的本源在哪里，无可非议现代设计的源头在欧洲。因为长年旅居国外，又做设计、出版工作的原因吧，十几年来我看了无数的东西，平心静气地想想后发现，好像中国设计现在努力在做的一切，其标准都是欧洲的，与中国的传统没有什么大关系。

风格的形成，一定与形成这种风格的国家或地区的历史传承分不开，中国也不例外。中国的设计师不可能撇开自己的文化传承，再说要撇也撇不开，先天娘胎里带来的加上后天环境潜移默化的，千丝万缕，怎么撇得了。既然撇不了，就要去了解。其实，在中国传统建筑、水墨画、陶瓷等领域里，只要静静地去体会，有许多东西是与现代设计原理暗合的。

要说我自己是怎么在做的，我没有别的招，就是看，一个劲儿地看，多看。就说10世纪山水画家范宽的代表作《溪山行旅图》，可以说是中国绘画史上最杰出的山水画作之一，灵感据说来自于他漫游过

的如梦如幻的华山。华山是中国的五大名山之一。但西洋人初次看到此类中国画，并不能马上领略其价值，甚至无法视其为艺术，直到现在都是一样。能真正领略其价值的只是极少的一部分，不像西方的油画在中国那样普及，还是各大美术院校的主科。

可能是我父亲就是一个很出色的中国画家的缘故，从小耳濡目染，很小的时候我就知道想了解中国画必须先了解书法。书法是毛笔的艺术。中国书法的缘起可以追溯到3000年前，中国当时的巫师在兽龟甲骨上刻画象形图案，把兽骨放在火上烤，用来占卜，以显现上天的旨意，巫师根据火烤后兽骨上的裂痕触解天意。远在初始，书写这种行为就不仅仅是人与人之间的沟通方式，也是与精神世界联系的一种方法。这种刻在龟甲兽骨上的图案后来被命名为“甲骨文”。研究甲骨文可以了解这些象形文字是如何在几千年间演变为以毛笔来挥洒的造型符号的。

中国文字是象形文字，非常造型，每个字都有意义，把字组合起来，以表达一种抽象的意义。中国文字又是会意字，它并非真实世界的物体图形，而是代表观念的符号。就像把“日”与“月”加起来是“明”；把“女”和“子”加起来是“好”，有女有子，儿孙满堂，皆大欢喜，就是好！因此中国山水的要素，石、水、山、木就成了观念的符号，像长寿坚韧如松鹤则代表长寿，梅、兰、竹、菊有四君子之称，反映其内在的内量，尤其是竹子能屈能伸‘不畏横逆’代表了文人的风骨，因此，对中国人而言，以毛笔作画，无论是写是画，都是兼具表面及隐喻的象征。

中文里“文明”这个词，就是由“文字”和“光明”两层意思构成的，从字面上就能知道。词义是由识字而启蒙，不识字是两眼一抹黑，睁眼瞎。因此，书写对士大夫而言有双重意义，兼具文明和性灵。

被后世尊为书圣的王羲之，将书法提升为抽象艺术形式，后人评他的书法是“飘如浮云，矫若游龙”。和方正严谨的楷书大异其趣，其书法结体横细竖粗，抑扬顿挫，无形中与道家的阴阳论，即万物相生相克之理暗合。同样，阴阳也隐藏于中国画的构图中，相临的山石树木有主客关系，主树主石高大明晰，客树客石则虚透远避。书法用笔有湿笔、枯笔，线有粗有细，字有大有小，运笔有快有慢，主客原则可以运用到石对石、山对山、或人对人的关系，因此，一幅好的书法、好的中国画一定具有虚实和谐之感。

中国画的独特工具，不能不说也是造成中国画独特的因素，它既可

书写也可作画。欧洲则将两者分开，用羽毛笔在纸上写字，取代古美索不达米亚人在软黏土版上用的芦苇秆和铁笔，作画则用扁刷子。画画用刷，写字用笔，泾渭分明，丝毫不乱，中国则没有这种区别。根据毛的种类的不同制成不同的毛笔，常用的有狼毫笔、羊毫笔、马毫笔，特殊的也有，像熊毫笔、鼠毫笔、胎毫笔等。

传统的西洋画是运用近大远小、近实远虚的透视原理，用明暗五调子的方法来创作，表现他所看见的真实世界。许多西方人以为中国画家不懂写实，无法描绘物体的正确轮廓，也不会运用光影原理。但中国人的确很早就懂得并也使用这些技巧了。在12世纪的宋王朝时代，由宋徽宗亲自倡导的工笔写实画派，非常严谨，观察细腻入微，用色华丽鲜艳，擅于写实的透视和用色技巧，完全脱离了11世纪抽象山水画的范畴。

宋代大儒苏东坡有一次突然兴起，用朱色画了一张竹子的画，画完后拿给同僚看，被同僚以“世间何来红竹”讥笑了一番，苏东坡反以“世间何来墨竹”反问，众人顿时哑然。这个故事一针见血地说明了一个道理：中国传统艺术求的是神似而不是形似。还有一个故事，那是1601年的时候，欧洲传教士在经过数十年的努力后，终于获准登岸并被召见，当他们把作为贡品的写实肖像油画在大殿上展示时，立即招来上下一片嘘吁之声，莫不惊呼，他们从未见过如此栩栩如生的画。但重要的是，随后大家的反应，就如第一次见到中国画的西洋人一样，一致说，这不是艺术，只是巧匠之为。这就是东与西文化的差异。

与西洋画的一点光源、一点透视相比，中国画则是散点光源、散点透视。散点透视使得观者如徒步旅行的游人，随景远走。中国11世纪的画论中有“山水皆应全局观之，以观其绵互无尽之全貌”的说法。中国山水画家常把同座山的不同角度融于一画中，并用“云遮之，雾挡之”的手法将全图上下融合得天衣无缝，这种手法和立体派很相似。

秦始皇是中国第一位皇帝，时代比耶稣早200年。秦始皇是杰出的战士与艺术家，他打败所有战国时期的其他邦国，创立帝制，这个制度一直沿用至1904年。他的陵墓正如其野心一样宏伟，他花了30年工夫，动用70万工人，可能比法老建造金字塔所用人力更多，在地底墓穴中重建他的王国。虽说人死后什么也带不走，但秦始皇却通通想带走，墓穴有数百名陶俑守卫，黏土房屋模型也设计制作得叫人称奇，诸如谷仓、房舍、瞭望塔等，这些2000年前的模型是中