

设计+生活·国际平面设计师丛书

Andrey Logvin

罗克威



岭南美术出版社
LINGNAN ART PUBLISHING HOUSE

Andrey Logvin Editor+Design: Jianping He Publisher: Lingnan Art Publishing House

图书在版编目(CIP)数据

罗克威/何见平主编. -广州:岭南美术出版社.

2004.2

(设计+生活:国际平面设计师丛书)

ISBN 7-5362-2850-3

I. 罗... II. 何... III. 平面设计-作品集-俄罗斯

斯-现代 IV. J534

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第119237号

版权所有,未经许可不得以任何形式使用

设计+生活·国际平面设计师丛书

书名:罗克威·Andrey Logvin

主编、设计:何见平

选题策划:中艺鲤鱼出版工作室

策划编辑:后来居、章英

责任编辑:杨石友

责任技编:谢芸

翻译:叶尔(纽约) Sonny Kim(柏林)

制作:Hesign Studio Berlin(柏林)

出版、总发行:岭南美术出版社 广州市水荫路11号;邮编:510075

印制:深圳雅昌彩色印刷有限公司

经销:全国新华书店

版次:2004年2月第1版

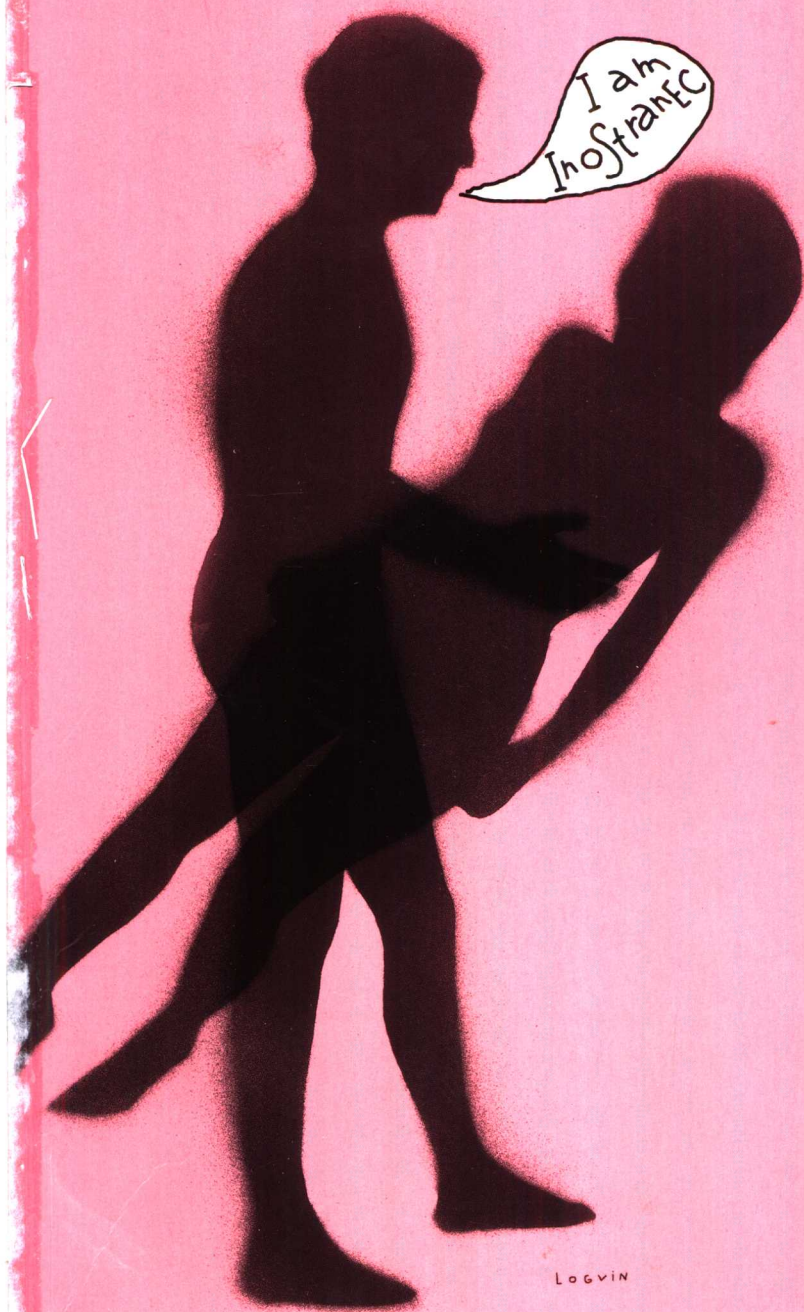
2004年2月第1次印刷

开本:787 x 1092 mm 1/16

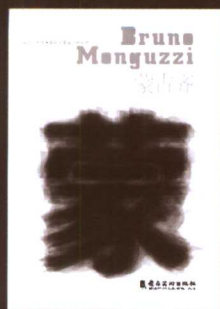
印张:10.25

ISBN 7-5362-2850-3

定价:68.00 元

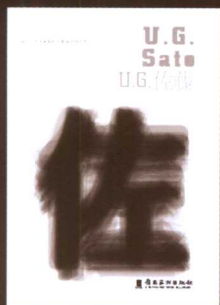


LOGVIN



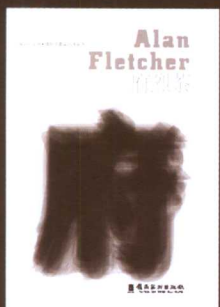
Bruno Monguzzi 蒙古齐

- 1961 在米兰的 Antonio Boggeri 工作室开始了他的个人设计生涯，在瑞士和美国的很多艺术院校讲过学，自1979年至今一直是国际平面设计联盟成员
- 1971 “博多尼奖”
- 1990 “纽约艺术指导俱乐部金奖”
- 1991 巴黎“PRIX JANUS”以及“日本富山海报3年展”的银奖和铜奖
- 1994 被誉为年度瑞士最佳字体设计家
- 2000 获“日本富山海报3年展”金奖和“龟昌雄策奖”
- 2003 在伦敦被评为皇家荣誉工业设计师



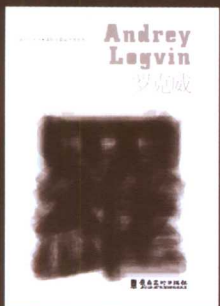
U.G. Sato 佐藤

- 1975 建立了“设计农场”
国际平面设计联盟、日本设计师协会以及TIS的成员
- 1978 “布尔诺国际平面设计双年展”金奖
- 1979 “拉赫蒂海报双年展”金奖
- 1989 “保加利亚艺术家联合会雕塑奖”
- 1996 “华沙国际海报双年展金奖”，莫斯科国际平面设计双年展“金蜂”奖
- 1997/2000 “富山国际海报三年展铜奖”
- 1997/2001 “赫尔辛基海报双年展特别奖”



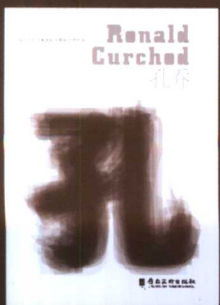
Alan Fletcher 府烈茶

- 1972 与友人合作成立了五星设计联盟公司；
- 1977 与五星设计联盟设计公司的合伙人柯林·福布斯共同获得“D&AD”总裁奖
- 1982 以在设计上的出众成就荣获工业设计家协会的年度奖章
- 1982-1985 成为国际平面设计联盟的主席，册封的皇家工业设计师，英国特许设计协会会员，皇家艺术学院和伦敦学院的资深教员以及金斯敦大学的荣誉教授
- 1992 荣获大英设计师暨艺术指导协会“D&AD”和纽约“One Show”的金奖和银奖
- 1993 被授予菲力浦王子奖年度设计师称号
- 1994 被载入于美国艺术指导俱乐部名人纪念馆



Andrey Logvin 罗克威

- 1992 第一届俄罗斯国际海报双年展全场大奖
- 1995 第五届莫斯科广告节全场大奖和二等奖
- 1996 波兰华沙十五届国际海报双年展商业类金奖
- 1997 第七届莫斯科广告节一等奖、二等奖和评委特别奖
- 1997 成立罗克威设计公司
- 1998 担任莫斯科实用艺术学院助教至今
- 1999 莫斯科平面设计学术委员会成员，国际平面设计联盟成员
- 1998 第八届莫斯科广告节一等奖和二等奖
- 2001 俄罗斯国家艺术奖



Ronald Curchod 孔乔

- 1989 成为图形制作自由职业者，开始自由作画。成为了图形画家，举办了第一次个展
- 1996 “第三届 Osnabruck 国际剧院海报竞赛”全场大奖
- 1998 “法国文化海报展”全场大奖和二等奖
- 1998 “第七届 Rzeszow 国际双年展”三等奖
- 2000 “第六届富山国际海报三年展”铜奖
- 2001 “第十三届肖蒙国际海报节”，全场大奖



國際平面設計師叢書

发行:

岭南美术出版社发行科

热线:

020-83798000/83798939

推广策划:

正域集团·广州市汉域文化事业有限公司

精装本销售热线:

020-87361315/87382465

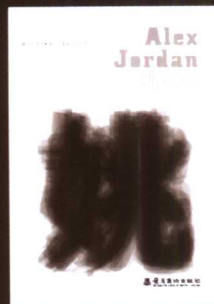
Yossi Lemel 雷又西

- 1994 第十六届捷克布尔诺平面设计双年展银奖
- 1998 第十八届布尔诺平面设计双年展布尔诺市长奖
- 1996-2002 平面设计协会金奖, 黄金分割奖
- 1999 以色列年度广告设计竞赛金奖
- 2001-03 Lemel Cohen广告创作社合伙人兼创作主任
- 2002 首届韩国国际海报双年展大奖
- 2002 第七届墨西哥国际海报双年展金奖
- 2002 第20届布尔诺平面设计双年展评判奖
- 2003 以色列特拉维夫 ASCOLA MEIMAD艺术和设计学院 视觉传达系主任



N.T.E. & Alex Jordan 姚尔丹

- 1976 在Grapus工作, 直到他赢得国家级荣誉
- 1991 进入NTE
- 1993 成为德国柏林白湖艺术学院教授、视觉艺术系主任



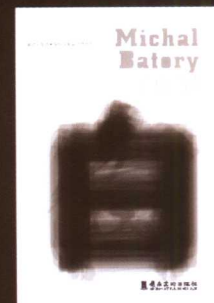
Alain Le Quernec 奎内克

- 1961 为了成为艺术教授而到巴黎学习艺术
- 1972 以教授身份回到布列塔尼, 在这个偏远的省份用简单的技术发展了他的海报创作
- 1990 成为国际平面设计师联盟AGI成员
- 2003 作品保持政治, 社会和文化内容、并越来越远离广告



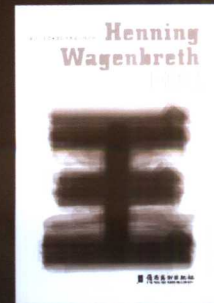
Michal Batory 白同异

- 1987 开始在法国生活
- 1979-1985 波兰Lodz市国立视觉传达学院, 海报专业, 后获平面设计硕士学位
- 1986-1987 获波兰艺术文化部颁发的青年艺术家奖学金
- 1994-1999 作为独立平面设计师为巴黎众多高等学院及文化展览馆设计形象与活动推广



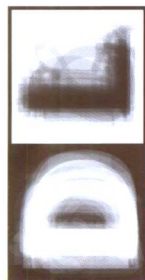
Henning Wagenbreth 王翰尼

- 1982-1987 就读于东柏林艺术学院图形设计专业, 毕业后从事自由平面设计职业
- 1992 Regio, 巴黎歌德学院40位德国和法国插图师展
- 1994 受聘为柏林艺术大学视觉传达专业教授
- 1991/1994 100件最佳德国海报荣誉奖
- 1995 波兰Rzezow 戏剧海报双年展二等奖
- 1996 法国肖蒙海报节一等奖



ALNOGREY
罗克威

嶺南美術出版社



DESIGN + LIFE

设计+生活·国际平面设计师丛书



嘘嘘嘘序 I

“Global”这个词给我们这一时代带来了深刻的影响，它也早通过经济渗入文化的每个角落。世界设计的地域性在快速消失，各民族国家的设计界限已无法区分，这种理论也在许多场合被多数的设计师所谈论和接纳。在这趋势下，公众的聚焦会直接集中到有明显风格符号的设计师身上，成功的设计师总是在他的创作中融入个人性格、生活环境、对社会影响的反饋等因素，设计作品也成为其设计意念、生活哲学、审美情趣和时代感受的表达。< 房龙在《人类的艺术》一书中阐述“生活是人类最伟大的艺术”。我相信，生活也是设计师的创意源泉。于是尝试从“设计 + 生活”的理念关联来介绍一些优秀的设计师。这套丛书第一辑的十位设计师也是我熟悉的朋友。<

来自伦敦的府烈茶是英国现代设计的骄傲，世界设计团体五星设计联盟的创始人，这次我延用了田中一光先生为他取的汉名“阿兰·府烈茶”，但你就算不熟悉他的名字，也应该熟悉他的作品；姚尔丹教授是来自巴黎的德国设计师，我原本不信文质彬彬的他会是激进的左派设计团体“Grapus”的核心成员；王翰尼是我柏林艺术大学的同事，生活在同一个城市，却难得见到一面；U.G. 佐藤先生生活在东京，我们却在东欧相识；雷又西来自以色列的特拉维夫，他是我多年的好友，我们的友谊是Internet的受益者，孔乔是生活在法国图卢兹的瑞士移民，我难忘和他初次在肖蒙海报节的见面，他手指着我，惊讶地问Holger Matthies教授：“为什么这个人会说德语？！”；蒙古齐来自瑞士的意大利语区，他是最温和可亲的教授，也是最有前辈风范的设计师，他的友谊令我如沐春风；白同异是生活在巴黎的波兰设计师，他最了解异地创作的甘苦，却一直不理解我为何愿意留在柏林生活；罗克威生活在寒冷的莫斯科，但他的热情好动老令我疑惑，他如何创作出那么理性的作品——是构成主义的遗传？来自法国布列塔尼的周伯通，但在工作中他却是一丝不苟，我希望他能重新回忆起他的中文。<

感谢章英，我的美院同学，是你促成了这套丛书的出版。 何见平2003年6月Berlin

十问十答

1. 设计在您的生活中占多大比例?

“我不知道。因为我活在镜子后面的世界。”

2. 您设计的灵感来源于生活吗? 您如何获取灵感?

“我所有的灵感和经验都来自书本。我在小镇上一直生活到17岁, 那个地方大概从未有人听过“设计”这个词。甚至现在, 每当我捧着设计书籍, 我就会感到一阵战栗, 并对自己说: ‘妈的, 我是非此不做了。’”

3. 从生活的角度, 谁对您的影响最大?

“我年轻时有幸会见的一些人, 他们为我揭示了一个可以不同于厨房餐桌的未来。还有我年轻时看的一些影片, 如Tarkovsky的片子。还有我的父母、兄弟、孩子、以及我的梦想。”

从设计的专业角度, 谁对您的影响最大?

“波兰和日本海报。与Uwe Lössch的会面。”

4. 您的生活哲学是什么? 您的设计哲学又是什么?

“永远不停止惊奇。” “永远不停止学习。”

5. 您最大的生活乐趣是什么?

“我儿子出世。”

6. 促使您一直从事设计的动力是什么?

“我是偶然才成为设计师的, 我学了戏剧美术多年, 然后就参军了。等服完兵役回来, 那所学校已经不再教授设计课程了。我不得不改修设计课程。现在我就干这行, 还很不赖。”

7. 您如何理解您最大的个人成就?

“也许是学会了宽容。”

8. 您如何处理您的空闲时间?

“每个礼拜五晚上, 我做很多的bortsch (一种俄罗斯、乌克兰菜)。我所有的朋友都知道9点以后在我的工作室会有美味佳肴和愉快的聚会在等着他们。有时会在夜总会通宵跳舞, 我爱跳舞! 还有的时候, 我会试着花上好几天的时间到俄罗斯北部采蘑菇和钓鱼。”

9. 您的业余爱好是什么?

“看漂亮的女孩子。”

10. 您准备何时退休? 退休后您如何选择生活方式?

“哈哈, 我这辈子从没听过比这更滑稽的问题了。”

10 answers for 10 questions

1. How is design present in your life?

"I don't know because in general I live in a world-behind-mirrors."

2. Does your design inspiration come from your life-experience? Where does your inspiration come from?

"All my inspiration and experience come from books - for until the age of 17 I lived in a small village town, where probably no one had even heard of the word "design".

And even now every time that I hold a design book in my hands I feel a thrill, and say to myself: "Damn it, I will never do anything as good!"

3. Who is the main influence in your life?

"A few people who I was lucky to meet in my youth and who revealed to me, that the world could be seen from a different perspective than that of a kitchen table. A few films that I saw when I was young - among them the films of Tarkovsky. My parents. My brother. My children. My dreams."

Who is the main influence in your design?

"Polish and Japanese poster. Meeting Uwe Lössch."

4. What is your life-philosophy? And what is your design-philosophy?

"Never to stop being surprised."

And what is your design-philosophy?

"Never to stop learning."

5. Which was the happiest moment in your life?

"The birth of my son."

6. What is your motivation to stick to the design-job?

"I became a designer by chance. I studied for years to become a theatre artist (artist for theatre), then I went to serve in the army - and when I returned, the theatre course at the school where I studied had disappeared - and I had to study design instead. And now I am in for it, for good!"

7. What are your top personal achievements?

"Perhaps the fact that I have learnt to be tolerant..."

8. How do you manage your free time?

"Each Friday night I make a lot of bortsch (a national Ukrainian dish) and all my friends know that after 9 pm a tasty meal and pleasant company expect them at my studio. Sometimes I spend the whole night dancing in night club - I love dancing! And sometimes I try to spend a few days in the far north of Russia - where I go mushroom-picking and fishing."

9. What are your hobbies?

"To look at pretty girls."

10. When do you plan to retire and how do you plan after your retirement?

"Ha-ha-ha, I have never heard a funnier question in my life!"

《成功生活》后的生活

作者把本文中最好的一切归功于这位英雄。

英雄的话在本文中用**粗体**表示。

真遗憾罗克威这么年轻。我不是说他的生理年龄（我们应该从哪一个侧面来看待他的33岁），而是指他的职业年龄。罗克威刚好在新一轮全国平面设计全面升温的前夕开始起步。这次升温与广告业的繁荣密切相关。<

如今罗克威已很有名了，正如一个在我们这个时代、我们这个国家的设计师可能的那样有名，被同行与评论家们所尊重（二个或三个，写这些评论的人），同时被一些客户所认识（不管是十个还是一百个）。如果罗克威的年资再老一点，他的名字也许会写入新的国家设计史。那他就会成为这股热潮萌芽期的一个国立学院的创始人，一位最新召集的平面设计先锋。罗克威出生于Stavropol的一个教师及公务员之家。假期他会去牧羊（我很讨厌乡村生活，那种生活根本谈不上动脑），他对剧院十分痴迷。后来他搬到莫斯科，到了所以1905年大革命来命名的学校（这是一所提倡改革的学校）。他很幸运地碰到了这些人：他和一些未来的权威一起学习（在我们课程很深的那年前后），并且是老一代中最杰出的教授们的好朋友。（Dobrovinskij曾告诉我

Life after "Life's succeeded"

The author owes all the best things in the text to the hero.

Hero's words in the text are in **Italics**.

It's a shame that Logvin is young. I'm not talking about physical age (*from what side we should look at his 33 years*), but about the professional one. Logvin commenced exactly on the eve of the big general increase in the new national graphic design. This increase is the echo of the boom in advertisement.<

Now Logvin is famous. As famous as a designer can be in our time and in our country, which means famous, honored by colleagues and critics (*2 or 3, that is those that write*), and also known by some clients (*whether that be 10 or 100*). If Logvin were old, his name might enter the new history of national design. There was, at the dawn of the increase, such a founder of the national school, a pioneer of graphic design of the latest call. Born in Stavropol, son of a school-teacher and a State clerk, during the holidays he would herd sheep (*I hate country life, there's no space for the head to work*), loved theater madly. Then he moved to Moscow and went to the school named after the 1905 revolution (*It was a progressive school*).<

He was lucky with the people he met: he studied with some future authorities (*the year before and the year after our course were very strong*) and

说：“你知道在一个设计师的工作中什么事最难？——是将屁股从沙发上抬起来。”）。然后他在最好的专业公司工作，像Promgrafic，IMA出版社，Limija Grafic。如今他已有自己的广告集团，“罗克威设计”（我的牌子非常有名）。在这本关于俄国主要图像设计师创造力之形成的未必真实的自传中写入特殊的这么一事，于孩子对广袤的西伯利亚大草原思考所产生的影响是很有价值的，比如这荒芜的大草原已经让Chaika学会去爱这片流淌着神秘溪流的空间。虽然这片大草原并未教给罗克威任何此类东西，但肯定罗克威作为一个专家所具有的重要素质依然十分重要：那种自然的紧迫感。俄国文化中很多喜剧作家都来自南方：Gogol, Bulgakov, Zhvanezkij.....<

但罗克威还不到可以总结、口述自传的年纪，尽管实际上确实有些东西可以总结，而且录音机也已经打开了。设计对长寿的人来说很重要，许多世界闻名的设计师年纪很大却非常活跃，他们会定期维护他们在职业圣地所拥有的地位。罗克威是个极其聪明、热情、有商业头脑的年轻人，他被认为是在这个创造性艺术领域（这是个赚钱的行业）最杰出的三位大师（或者5个、10个？）之一已经有很多年了。罗克威很能干，也很有热情（才能并没什么，干劲才是最重要的），他的商业化比较适度，他希望能成为最好、或者少数几个较好的人中的一个。他不只一次在国际上获奖，而且现在少了它们还不行。竞争越来越激烈（Kuzjajvski和Guron是那么出色），一些同行不甘示弱紧随其后，如何才能让自己立于不败之地？保持自己的特色，继续做自己的事。<上面提到的紧迫感保证了罗克威在专业上的成功，我们目前所有的广告（主要的使用者以及平面设计的Mecenat）有点落伍，里面很少有荒诞轻松的搞笑。

was a friend of the best professionals of the old generation.(Once Dobrovinskij told me: "Do you know what's the most difficult thing in a designer's job? To lift your ass off the sofa"). Then he worked in the best professional companies, Promgrafic, "IMA Press", Limija Grafic. Now Logvin has his own virtual advertisement group, "logvindesign" (my label is very well known). It's worth devoting a particular passage in this hypothetical biography to the influence of child contemplation of wide extensive steppes on the formation of the main Russian graphic designers' creativity. For instance, the steppe has taught Chaika to love the empty space crossed by mystic streams.<

The steppe hasn't taught Logvin anything of this kind. But here it's important to name Logvin-professional's main quality: the natural feeling of the ridiculous. Many comedy writers in Russian culture come from the south: Gogol, Bulgakov, Zhvanezkij....< But Logvin is not at that age where you can sum up and dictate your autobiography, in spite of the fact that there is something to be summed up and the voice-recorders are switched-on. Design is a matter for long-livers, many world-famous designers are very old but extremely active and they regularly assert their place in the professional Olympus. Logvin is expected to be for many years one of the 3 (5, 10?) best masters of that field of creative art to which money has gone today, and together with that money the most mercantile, talented and passionate young people. Logvin is talented and passionate enough (talent is nothing, energy is everything), and he is moderately mercantile, but he likes being the best, or one of the few better ones. He received more than one international prize, and now he can't do without them. And competition increases (Kuzjajvski and Guron works so well) and some colleagues are close on his heels. How to hold on? Keep going one's own.<

我看到每个看罗克威那幅《成功生活》海报的人都会笑，从年轻的清洁工到年老的学者。然后他们会以各自不同的方式来描述它。他们的“翻译”对罗克威来说似乎是一种欠缺。海报是一种视觉艺术，但我们生活在一个以各种标识为中心的国家，在这种国家视觉的东西比言辞的东西更难采纳。这并不意味着我们比日本和荷兰人差，我们和他们不同。当然我们可以因为它们的不足而和这种国家特色叫阵，但不如就此使用他们那样更实际一点。因为这个原因所以罗克威亦谐亦庄——自从他和民俗学打上交道（开玩笑）他便是这个国家唯一真正的民族设计师——他真的是就这样亦谐亦庄。<

另一方面这很奇怪为什么一个国家对字这么敏感，事实上很少有人能有这种搞笑的天赋。可能这是因为人们通常不情愿为搞笑的东西掏腰包。对顾客来说，同样的亦谐亦庄，最终让他们为那些漂亮和显贵的东西付钱似乎更容易些。在这种意义上，损失的不仅是阿谀者，还包括那些喜欢罗克威的人。罗克威最好的海报很容易由电话传递的事实并不意味着“图像”是失败的。它是成功的，因为图像里隐藏着狡猾的视觉把戏。比如，你可能不会马上看出海报上的字是用黑鱼子酱写在红鱼子酱上的，或者用红鱼子酱涂在薄饼上来描绘世界。这种逐步的认知使观众很振奋，从没失败过。我很明白这位英雄那含有民俗内容的最新作品。首先，在职业圈以外其他人没有如此广泛的成功。其次，以我的观点，正是那些作品显现了罗克威在专业上的领导才能（以前乌书勒斯曾告诉我：“一个设计师必须知道是什么及如何做，至少你应该总是知道是什么”）。就艺术作品而言，罗克威有很多竞争对手。但他们在这里永远不会那么流行——至少目前是这样。但是评论家们很快就会冷落罗克威，他们大多是严肃的人，有着精致的视觉品位。但最让人关心的事是：顾客会选择什么。事实上未来俄国国家设计的性质取向将由他决定。<

O.Kabanova 《罗克威〈生活改善〉后的生活》，设计协会No.1，莫斯科1998年

Logvin's professional success has been guaranteed by the above mentioned sense of the ridiculous. All our present advertising (*the main user and mecenate of graphic design*) is a bit corny and seldom the joke in it is light and ridiculous. Everybody I saw looking at Logvin's poster "Life's succeeded" was laughing, starting from the young cleaner to the white-haired academic. And then they would say it in their words. It might seem that this their "interpreting" is a minus for Logvin. A poster is visual art. But we live in a logocentric country, where visual things are taken in with more difficulty than verbal. And this doesn't mean that we are worse than Japanese or Dutch people, we are different. Of course we can fight against national traits considering them defects, but it's more pragmatical to use them. For this reason Logvin's half mockery, according to which he's the only real folk designer in this country since he works with the folklore (*joke*), is just a formal half-mockery.<

On the other hand it's a mystery why in a country sensitive to the word, there are few people with a natural gift for the ridiculous. Maybe this is due to the fact that people usually don't pay willingly for something funny. For the client it's easier to pay big money for something great and beautiful, for the same half-mockery, in the end. In this sense those who lose are not only the flatterers, but also those like Logvin.<

The fact that Logvin's best posters by are easily conveyed by telephone, doesn't mean at all that the "picture" isn't successful. It is successful, and in it there are certain cunning visual tricks. For instance, you don't at once see that the words of the posters are written with black caviar on red

caviar, or the world is drawn with red caviar on a pancake. This gradual recognition cheers up the spectator without fail < I consciously understand only my hero's last works, those with a folk content. Firstly, the others didn't have such a wide success outside the professional circle. Secondly, from my point of view it's in those works that Logvin's professional leadership is evident (*Once Uwe Lösch told me "A designer must know what and how. At least you always know what"*). As far as artistry is concerned, Logvin has more rivals. But they'll never be so popular here – at least now. But soon critics will stop loving Logvin, most of them are serious people with refined visual tastes. But the most interesting thing is: what will the client prefer. In fact it's on him that the future character of Russian national design depends.<

O.Kabanova «Logvin. Life after <Life Turned out Well>», Design Union _1, Moscow 1998

P13: 裂缝
/ 电影海报 / 莫斯科TTL电
影工作室 / 103.5 x 71.5 cm
/ 胶印 / 摄影: Leonid Ogarev
/ 1991年
P14: 牛仔故事
/ 戏剧海报 / 俄罗斯
Saratov木偶戏剧院
/ 90 x 60 cm / 胶印 / 这件
海报的插图也出自罗克威
之手 / 1991年
P15: Sascha
/ 展览海报 / 莫斯科Punkt
画廊 / 为一个平面设计展
览作的海报 / 93 x 63 cm
/ 胶印 / 1992年
P16: 莫斯科IMA出版社:
设计与印刷
/ 推广海报 / 莫斯科IMA
出版社 / 90 x 60cm
/ 胶印 / 1992年
P17: 育人们的秘密社会
/ 音乐会海报 / 莫斯科
IMA出版社 / 为一个摇滚
音乐会创作的海报。当然
罗克威也是这里的插图师
/ 60 x 40 cm / 胶印 / 1993年