

Visual Message

STUDYING Toda Seiju

户田正寿的设计技法



视觉语言丛书·著名平面设计家·户田正寿(作品 / 技法)

书 名: 户田正寿的设计技法

策 划: 郑晓颖 姚震西

主 编: 朱 镔

设计制作: 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

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: 635 mm × 965 mm 1/8

印 张: 11.5

版 次: 2000 年 1 月第 1 版

印 次: 2000 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80625-669-5/J·541

定 价: 70.00 元

Visual Message

STUDYING Toda Seiju

户田正寿的设计技法

著者
©
监修
户田正寿
Toda Sejiu

主编
Editor
朱镔
Zhu E

策划
Producer
朱镔
Zhu E
郑晓颖
Zheng Xiaoying

责任编辑
Editor-in-Charge
姚震西
Yao Zhenxi
白桦
Bai Hua

制作设计
Composition
朱镔设计事务所
ZHU E design studio
Editor
大坪辉夫
渡边工
Graphic Design
陶山由纪
石川义明

目录

5	视觉语言丛书·I	
7	作为艺术指导	户田正寿
9	户田正寿·红白情结	朱 鐔
10	Message Poster “莱登君”	
26	Message Poster 《AERA》	
48	“Burberry BLUE LABEL” CAMPAIGN	
68	伊势丹 CI	
88	户田正寿略年谱	
92	后记	朱 鐔

视觉语言丛书·序

Visual Message Books (视觉语言丛书)是由旅日平面设计家和出版人朱镔先生主编、设计并撰文,全面性、系统化介绍日本设计师和设计动向的丛书。令人赞叹的是他花费了几年的时间,亲自走访了几乎每一个设计师,和他们交谈,对他们进行采访,与他们一起整理资料。本丛书几乎包括了战后日本设计史上老、中、青几代设计师中的主要杰出人物,更难能可贵的是每一册作品集中,还收入了这些设计师各自独特的思维、创造过程 and 制作过程,使丛书具有很高的学术研究价值。

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几代设计精英完整地、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,应该是朱镔先生耗费近7年时光来构思和筹划这套丛书的基本出发点和意图。

本丛书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,各自用自己的作品阐述着各自的设计思想。在一套丛书中如此集中、系统地分析、介绍一个设计大国的设计动向,在世界设计图书出版界里也并不多见。书中详尽的作品点评和制作过程剖析以及图片资料形象地阐明了平面设计的主要原理,相信本丛书定能给大家带来许多启示。

本丛书点评的每一位设计家的作品集均由作品部分和制作过程剖析两部分构成,并都配有设计特点评介。本丛书面对中文读者,但为了专业人员查询资料之需,一部分附有英文对照。

作为艺术指导

户田正寿

多少年前，在设计创作时，我基本上从头到尾都是一个人包干的。

但是，现在不仅仅是设计界包括其他任何一个领域在内，一匹狼式的工作方式已经是很少见了。

艺术指导的工作性质，在我看来和电影导演是一样的。

电影导演从选演员开始，到定音乐、定美术、选小道具、定照明等为止，都在他的工作内容范围之内，此外，更重要的是他还要把各方人才的长处集中起来，并且有效地使用到自己导演的作品中，来完成自己的意图。艺术指导的工作范畴虽然没有电影导演那么繁杂，但基本精神还是一致的。

作为艺术指导，他首先要做的工作是决定创作概念，定了概念之后，就要挑选合适的创作人员，创作人员包括摄影师、模特、形象设计师等。挑选创作人员时最重要也是最关键的事，是一定要合适那个创作概念的，否则，即使那人再优秀，也还是不用为好。

在创作人员中，不乏有较强自我意识的人，但那种自我意识对于艺术家来说是很重要的，是否适用在设计世界里却是应该斟酌的，作为艺术指导在这个时候更是应该很明确地知道自己想要什么。

艺术指导要做的不是按着个人喜好去做事，要做的是明确地表述出他对好还是不好的态度，是否能清晰果断明确地做出判断是决定一个艺术指导称职与否的根本所在。

最后到了开始印刷的阶段，从这时开始，艺术指导开始进入真正属于他一个人的世界。是否完整地表现和反映了自己所要的那种画面感觉？是不够还是过了？原因又是什么？到什么程度恰到好处？到什么地方见好就收，这些对于艺术指导来说都是非常非常的关键，说一步之差、性命悠关都一点也不过分。

在这个世界中，在这个过程里，作为艺术指导，向他挑战的是他自身，他要战胜的也是他自己，非死即亡，一点也不含糊的。

户田正寿·红白情结

朱 愕

现在想起来那还是1997年秋天，9月底10月初的时候，已经移居到纽约的好友、展览会策划人宫本武雄和长驻纽约的美术报记者今井玲子突然回到东京，一起给我打来电话，说同去参加由他们策划的世界优秀海报展的开幕式酒会。看到户田正寿的二张1030mm×1456mm的大尺寸海报《VIVRE21》原作，就是在这个展览会上，一张是在海报画面的顶上方，一张是在海报画面的中央，白色底上各自顶天立地着一个类似于巨大现代雕刻的似乎又不像嘴唇的红色奇异构造物，白的雪白、红的血红，惊心动魄。

红色的色性极游离，并不是一种稳定性很好的颜色，用好用坏很微妙，性质有点像中药里的砒霜，恰到好处，是救人，稍一不慎，则有喝死的危险。红色不像蓝色和黄色那么容易安定，比较一下与蓝色在一起的红和与黄色在一起的红，就可以知道红色是随周围的颜色而明显地变化着它自身的色彩感觉的。红色既是血液的颜色，又是火的颜色，还是最具有生理刺激性的颜色，更是人类生命的象征，也许正因如此，红色同时又背负着浓厚的文化背景和内涵。

在白色边上的红色最美，对这一点，我从未怀疑过。白色有着尤如处女般清纯无垢的本性，自古以来一直受到尊敬，白色又是与天界相连，具有神性的人间颜色，在视觉上离人们很近、在精神上离人们又很远。然而，在如此纯洁的白色上一旦加上了红色，瞬间便会有从天上人间到了地上凡界的感觉，相对于天上清澈阳气的白，红是地上世世俗俗的阴。所谓色彩的真实一定是向人展现易于记忆的视觉空间，或是从未有过的视觉体验。

户田正寿的这两张海报的别具一格处除了在于其中体现的东方情结外，最特别的是它的游离的精神状态，游离于远古与现世、游离于已知与未知世界神秘关系间的情绪。户田的这件作品，预示了现代海报设计的一个新的觉醒，即我们如何找到一个让人工物和自然物互融的切入口。由此可见，户田的前卫性在于不只是想和说，而是着着实实地先行了一步。户田在维护现代设计的尊严和开拓新素材新媒体方面很执著，他之后用X光摄影来创作作品即是很好的一例，他常常用作品告诉我们他所发现的那些物质与物质之间神秘的关系。他不同于其他人的是不过分注重人对物的能动感受，而强调人自身的能动思维。人们习惯于将技术与思维分离，户田却是自觉地游离于两者之间，如同《VIVRE21》中表现的那样。

酒会散了以后，踏着东京秋夜的凉风，我们又走去喝啤酒，一路上在我眼前游来游去的竟都是些红红白白、神神秘秘的奇异物体的影像。依稀听到有人在问我什么，我不自禁地答说：“要出版，要出版！”听者满头雾水，只道：“他魔症了！”但我心里很清楚：我决定了什么。

Message Poster

“莱登君”

正在尝试通过视觉语言来表达自己对人类和社会的愿望与希望。经过由来源于哲学概念直至制版核对的、精致周密而且动力主义的系统工程所完成的作品，具有一种从观赏者的眼睛，流畅地传递到心灵深处的神奇力量。



完成后的海报，8色印刷B倍版(1030mm × 1456mm)

草图



彻底是黑人儿童，但是大人的脸
不找到好模特不罢休，
瞳孔像泪一样溢出，
具备清洁感、温顺感的模特
眼睛用白人模特，尽量完成的自
然。

把由明快的哲学概念所形成的视觉要素和简洁的广告文案融合在一起。作品带着一种新的生命力开始叙述内容。

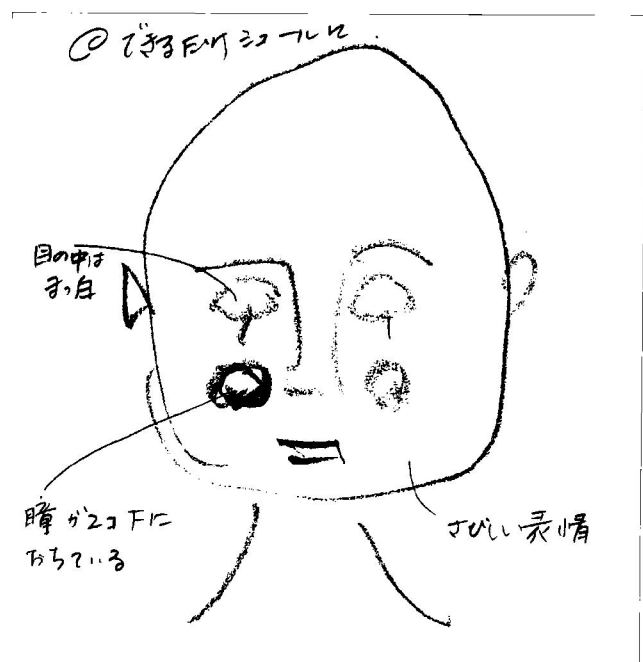
1995年，集中了全日本美术指导的东京ADC协会在迎接建会40周年之际，总数达70人之多的会员提供了以《环境》、《爱滋病》、《差别》等为主题创作的作品，揭开了旨在向全世界传送讯息和展览会“来自东京的海报展”的帷幕。户田正寿从周游世界的见闻里积累起来的经验中真实地感觉到由于人种和宗教而造成的差别实在是根深蒂固。所以他要发起挑战，要制作一幅海报来呼吁：这种差别是毫无意义的。

信念性海报始终是把内心想传送的信息通过视觉表现来构成的。在把反对这种差别的心情还原到视觉的时候，户田正寿决定把对世界上存在的这种差别现状的悲哀=眼泪当作视觉的主题。但仅仅是流着眼泪的照片，全世界到处可见，太多了，从某种意义上来说，已陈腐不堪。把涌出眼泪的瞳孔本身画成像眼泪那样流出来，让无限深沉的悲哀浮现上来，有了这样一种前所未有的新的视觉构想，作为一张音讯海报的轮廓就渐渐地显现出来了。

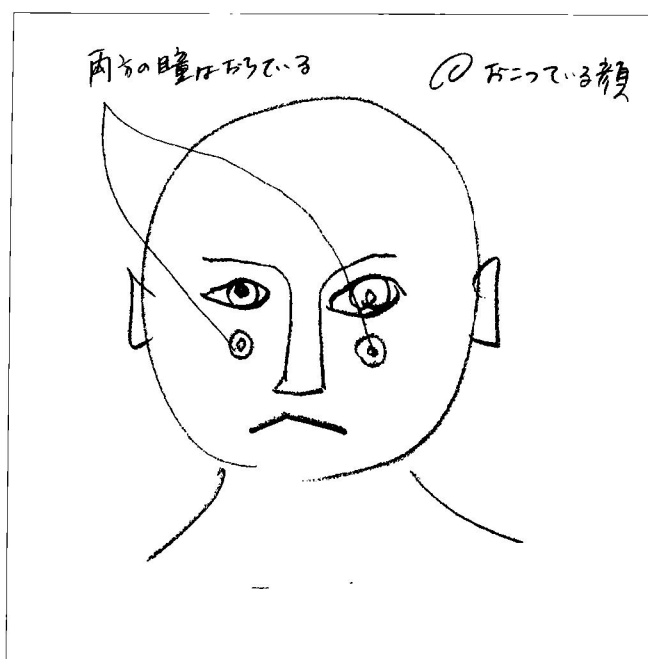
另外，如果要向全世界发送信息，户田正寿还有这样的想法：想把创造世界明天的孩子们摆在视野中心的位置上。在二连作的一张中，户田正寿起用了儿童模特儿，以黑人儿童作为主体，配以使用10岁左右的白人儿童的瞳孔，再加上制作者是日本人的形式来完成这种工作是因为想使观赏者浮想起人为地制造不同人种之间的障碍是毫无意义的。还有另一张作品也是用黑人和白人的模特儿，以及日本人的制作者，三位一体做成的。

这样形成的明快的视觉语言，再配上简洁的标题文字，并且文字通过视觉处理，整个画面融合成为一体时，海报就可以传达出作者想要传达的明确意念了。

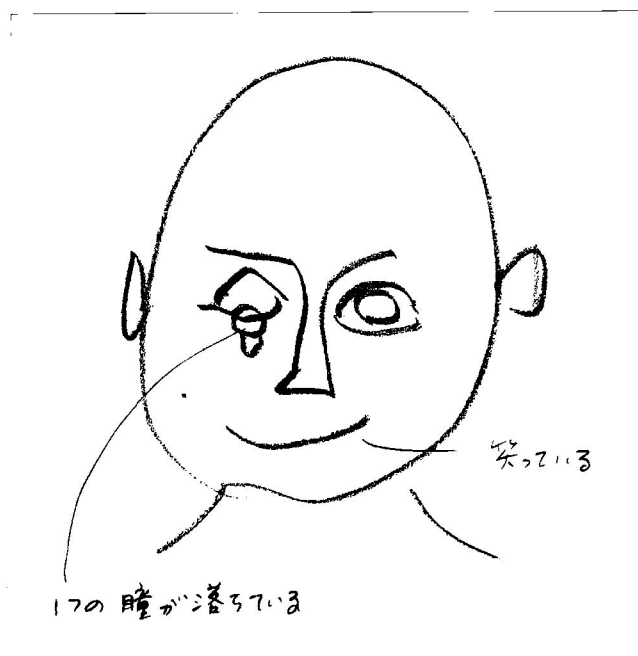
正像是上天启示所得到的构思，绘好素描草图，再把细节的意念描绘进去，最后加上形象的实体。



尽量超现实：眼睛里是白色，瞳孔向下坠落：寂寞的表情



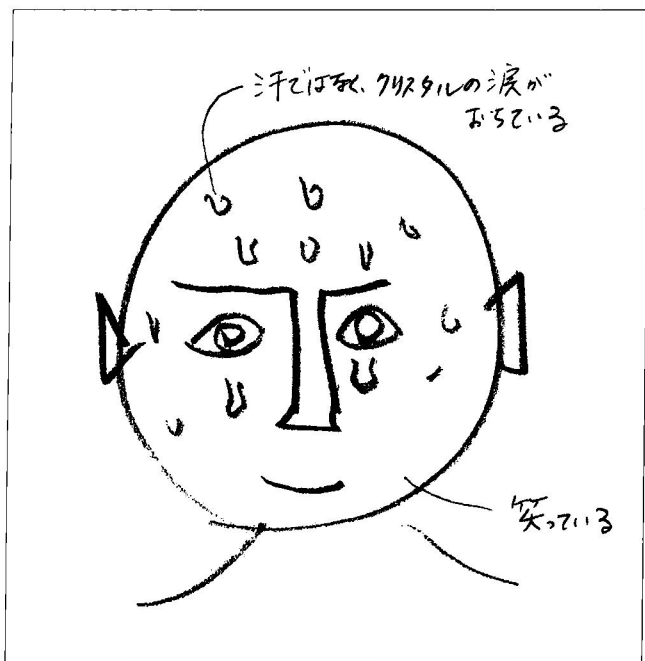
两个瞳孔要落下：生气的脸



一只瞳孔溢出：笑着的脸



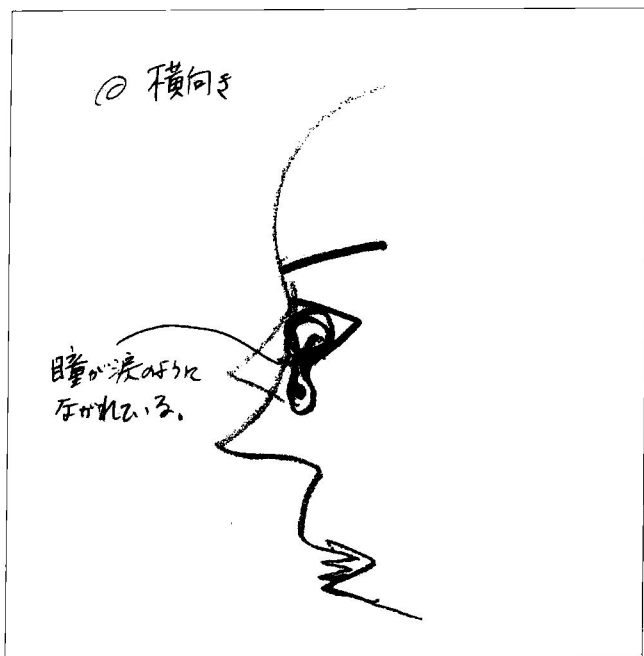
泪，极端立体，做成分不清是玻璃还是晶体的泪



落下的不是汗水而是晶体似的泪水；在笑的脸



裸体的儿童；流淌两滴真实的泪、在其中放入睫毛



横向侧面；瞳孔像泪一样流出来

在创意阶段的时候，户田正寿画了很多肖像的素描草图。画面上使用黑人儿童和泪珠的形象的创作的思想虽然早就已经决定，但是为了发现儿童和眼泪的关系，户田正寿做了大量的细节描绘探索。为了强调含着眼泪的笑容连把眼泪画成立体的侧脸等等的构思也都考虑到了。