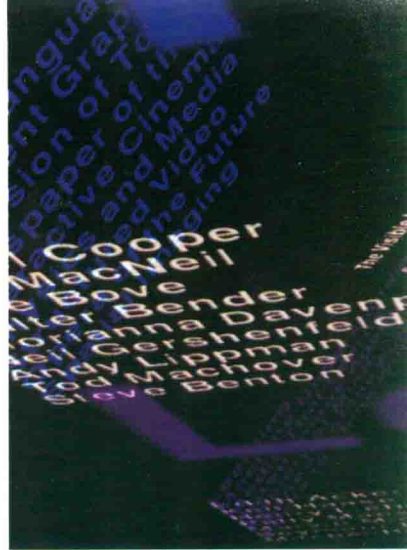




百年先驱

GRAPHIC ICONS

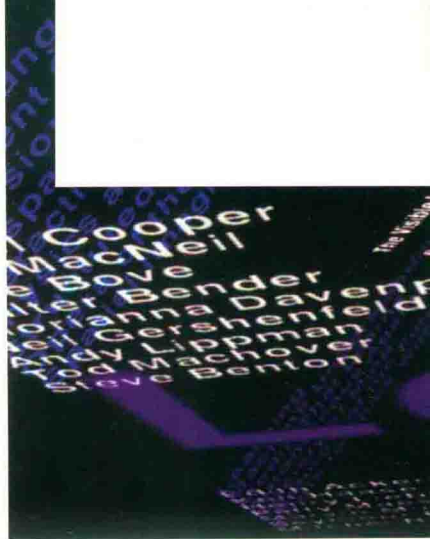
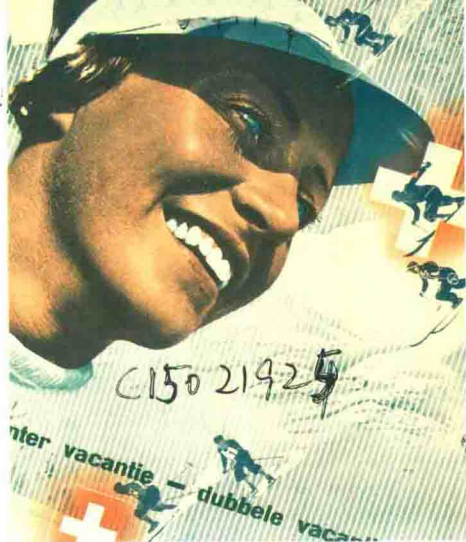
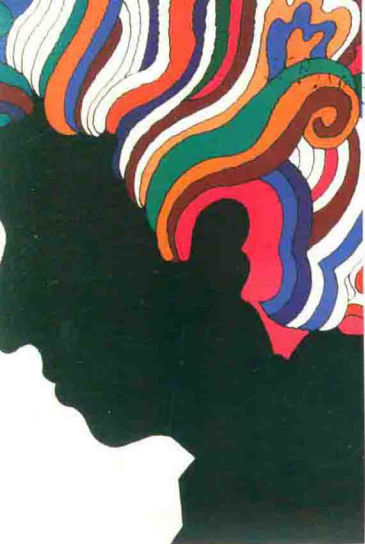
VISIONARIES WHO SHAPED
MODERN GRAPHIC DESIGN

现代平面设计史中的50位巨匠

【美】John Clifford 著 陈莞莢 译



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



百年先驱

现代平面设计史中的50位巨匠

GRAPHIC ICONS
VISIONARIES WHO SHAPED
MODERN GRAPHIC DESIGN

【美】John Clifford 著 陈莞美 译



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

百年先驱 : 现代平面设计史中的50位巨匠 / (美)
克利福德 (Clifford, J.) 著 ; 陈莞莢译. — 北京 : 人
民邮电出版社, 2015. 3
ISBN 978-7-115-34538-7

I. ①百… II. ①克… ②陈… III. ①平面设计—设
计师—介绍—世界—现代②平面设计—作品集—世界—现
代 IV. ①K815.72②J534

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第016328号

版权声明

Graphic Icons: Visionaries Who Shaped Modern Graphic Design
John Clifford
Copyright © 2014

All rights reserved. No part of this work may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or by any information storage or retrieval system, without the prior written permission of the copyright owner and the publisher.

本书中文简体版由 Peachpit 公司授权人民邮电出版社独家出版。
未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书内容。
版权所有, 侵权必究。

-
- ◆ 著 [美] John Clifford
 - 译 陈莞莢
 - 责任编辑 赵 轩
 - 责任印制 张佳莹 焦志炜
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京捷迅佳彩印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 880×1230 1/24
印张: 9.67
字数: 227 千字 2015 年 3 月第 1 版
印数: 1-3 500 册 2015 年 3 月北京第 1 次印刷
-
- 著作权合同登记号 图字: 01-2013-8451 号

定价: 59.00 元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316
反盗版热线: (010)81055315

献给我的家人，Tim和Will。

本书英文版图片提供者如下：

封面上方（左至右）：Milton Glaser、Herbert Matter、Muriel Cooper

封面下方：El Lissitzky

封底（左至右）：Saul Bass、Cipe Pineles、Theo van Doesburg、Paula Scher

本书英文版字体为：Univers 和Scala。

前言

这是一本关于人名的书。大多数人都对建筑师、艺术家以及时尚设计师的名字如数家珍，但没有几个人了解平面设计师的名字。对我来说这很奇怪，因为正是平面设计师创造了世界上如此多的东西：图书、杂志、网页、logo、海报、包装、路标、移动应用、电影和电视图像等。

本书介绍了许多对20世纪产生重要影响的平面设计师，由于本书篇幅有限，所以并没有将他们悉数收录。

本书介绍的是人物，并不是主题或思想。我将这些设计师以时间段为线索大致分为了4组。因此，某些特定的作品可能不属于早期现代作品，但我把该作品的设计师放在第1章，作为一个时代的参考。此外，有的设计师的职业生涯长达数十年，我依然以时间为线索安排他们在书中的位置，而不会给他们贴上风格的标签。

20世纪90年代，我就读于加利福尼亚工艺美术学院（现在的加利福尼亚艺术学院）。那时候的平面设计很复杂，至少我注意到的设计都非常复杂，层层覆盖的材质、扭曲的图像和模糊纠结的字体等混乱不堪，有时候竟然难以辨认。虽然我比较喜欢这种设计方式，但是却绝对不会去做这种设计，我个人一直比较喜欢整洁、清晰和直击要点的设计。我曾经幼稚地认为，因为所有的设计师都在创作垃圾，所以，如果想成为设计师也必须创作垃圾。而事实是，在我非常艰难地通过了我的第一门课后，我对设计这件事完全没有了想法。

然后，我跟着Steve Reoult学习了平面设计史这门课程，我曾认为这种历史课既无聊又没用，但这堂课绝非如此，我被彻底征服了：El Lissitzky的简单质朴；Edward McKnight Kauffer的明亮色彩；Herbert Bayer的粗体字母；Jan Tschichold的非对称设计与留白；Herbert Matter的抽象与约束。这里的每一位设计师都给了我希望，如果他们能做到“少即是多”，那么，我也可以。

这是一本我一直想写给自己的书。我是一位不善学术的教师，但我想给我的学生们一本启蒙读本。我也是一位不精于历史的实践型设计师，但我愿启发灵感故而写下这本关于现代设计师的简单参考书。

当然，现在市面上已经有了不少设计史方面的优秀图书，如Philip B. Meggs和Alston W. Purvis合著的经典之作《Meggs' History of Graphic Design》。我之所以自己写这本书，不是要取代之前的经典，相反，我希望能够引导读者重读并深入探索这些著作。

本书中的这些人对我和我的工作产生了至关重要的影响。此外，那些我从学校中了解到的设计师先驱、我上学时设计学院的院长、我的老上司以及20世纪90年代诸多设计师也在书有所介绍，正是他们改变了平面设计。我希望各位读者能通过阅读本书而有所感悟，正如我在写作过程中所得到的。

目录

引言——工艺美术	1
新艺术运动：工业化塑造视觉文化	1
早期现代——当简单遇到前卫	6
Lucian Bernhard (吕希安·伯恩哈德)	8
Hans Rudi Erdt (汉斯·鲁迪·埃尔特)	14
Ludwig Hohlwein (路德维希·霍尔维恩)	17
Filippo Tommaso Marinetti (菲利波·托马索·马里内蒂)	20
Edward McKnight Kauffer (爱德华·麦克奈特·考弗)	22
El Lissitzky (埃尔·利西茨基)	28
Alexander Rodchenko (亚历山大·罗德琴科)	34
Stenberg Brothers (斯坦伯格兄弟)	37
Theo van Doesburg (提奥·范·杜斯伯格)	38
包豪斯	42
Herbert Bayer (赫伯特·拜尔)	44
A.M. Cassandre (A.M.卡桑德尔)	49
William Addison Dwiggins (威廉·爱迪生·德威金斯)	50
Jan Tschichold (扬·奇肖尔德)	55
中世纪现代艺术——现代主义来到美国	58
Lester Beall (莱斯特·比尔)	60
Alexey Brodovitch (阿列克谢·布罗多维奇)	64
Alex Steinweiss (阿列克斯·斯坦维坦)	71
Herbert Matter (赫伯特·马特)	72
Ladislav Sutnar (拉吉斯拉夫·苏特纳尔)	78
Alvin Lustig (阿尔文·鲁斯提)	84
Cipe Pineles (赛伯·潘列斯)	90
平面设计作品收藏 (Collecting Graphic Design)	94
Bradbury Thompson (布拉德伯里·汤姆逊)	96
Erik Nitsche (艾瑞克·尼切)	100

Josef Müller-Brockmann (约瑟夫·穆勒·布洛克曼)	105
Paul Rand (保罗·兰德)	108
Saul Bass (索尔·巴斯)	114
Georg Olden (乔治·奥尔登)	120
Will Burtin (威尔·伯丁)	124
后现代——社会变革点燃新的表达方式	128
Ivan Chermayeff和Tom Geismar (伊万·切玛耶夫和汤姆·盖斯马尔)	130
Yusaku Kamekura (龟仓雄策)	134
Herb Lubalin (赫伯·鲁巴林)	139
集结号! 食物与字体	144
Seymour Chwast (西摩·切瓦斯特)	146
Milton Glaser (米尔顿·格拉塞)	150
George Lois (乔治·路易斯)	157
Wim Crouwel (维姆·克劳威尔)	158
Walter Landor (瓦特·朗涛)	163
Otl Aicher (奥托·艾舍)	164
Michael Vanderbyl (麦克·凡德比尔)	166
Peter Saville (彼得·萨维尔)	170
数字时代——电脑改变了一切	174
April Greiman (艾普瑞尔·格丽曼)	176
Rudy Vanderlans和Zuzana Licko (鲁迪·凡德兰斯和祖赞娜·利科)	182
Edward fella (爱德华·费拉)	186
Muriel Cooper (穆里尔·库珀)	191
Steven Heller (史蒂芬·海勒)	192
Stephen Doyle (斯蒂芬·道尔)	194
Paula Scher (薛·博兰)	200
Michael Bierut (迈克尔·布雷特)	207
John Maeda (约翰·梅达)	212
Stefan Sagmeister (史蒂芬·施德明)	216
注释	222
精选参考	223
致谢	225

引言——工艺美术

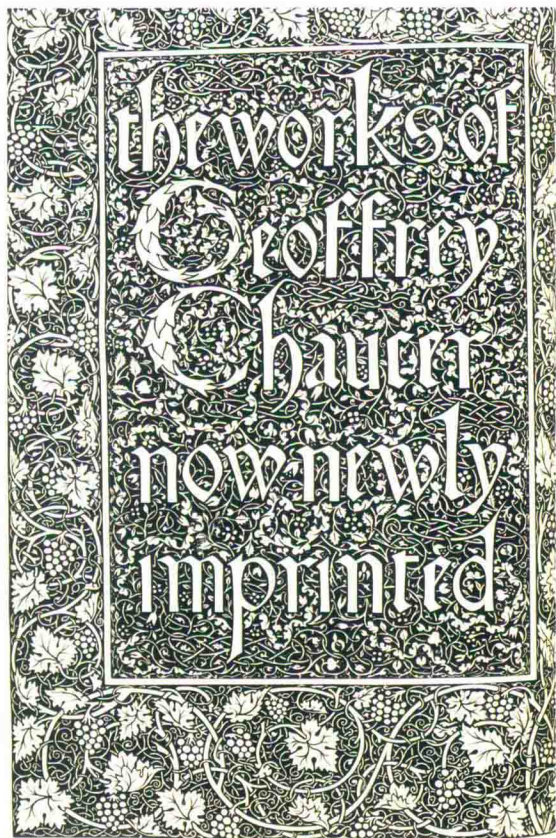
新艺术运动：工业化塑造视觉文化

20世纪到来之前，世界已经经历了巨大的变革。工业革命，起始于18世纪初的英国，继而在19世纪席卷了欧洲和美国，它几乎为一切人类活动都创造了全新的方式，从手工制造到旅游，再到通信等。机器的兴起使大规模生产成为可能，产品生产变得更简单，商品也更便宜。此外，工业革命也带来了更多的工作岗位，让市区更加集中。人们离开了乡间农场，转而至城市中谋求生计。

人口迁移、工业化、大众传播等力量将塑造视觉文化（通过艺术家和设计师创造），并在之后的几十年内影响世界。

随着城市的增多，街头海报成为吸引顾客最为有效的方式。相比手工生产，蒸汽印刷机能以更高的质量，更快地生产出海报、图书、杂志和报纸。印刷材料不再是稀缺资源，手工制品也开始走入工人们的生活，而不再是“富人专属”。随着教育的普及，使识字率上升，通过印刷来传达信息的方式也就此得到发展。

然而，并不是所有人都热衷于大规模生产和机械效率。William Morris就拒绝“机器美学”，并在19世纪80年代发起了“工艺美术”（Arts and Crafts）运动。它的目的是将卓越的审美与传统手工制造的精湛工艺完美结合。Morris不但反对机器，还拒绝平庸，因为大多数大规模生产的制品通常质量低下、缺乏美感。



William Morris, 《The Works of Geoffrey Chaucer》的扉页，1896年



Henri de Toulouse-Lautrec, 《Reine de Joie par Victor Joze》海报，1892年



喜多川歌麿的版画，1798—1801年

Morris创办了凯姆斯科特出版社，出版自己的书籍。这些书有着木刻边框和细节装饰，字体的灵感来源于15世纪时的形式。在那个时期，如果没有机械化，是无法持续运营一家出版社的，以劳动密集型为基础生产出来的图书相当昂贵，无法触及普通人群。工艺美术运动产生了持续的影响，基于自然和植物的装饰形式成为了“新艺术”（Art Nouveau）运动的重要组成部分。

在巴黎，海报艺术不仅在艺术圈蓬勃发展，也引来了收藏家的关注。艺术家们在创作作品中发现了机遇，他们可以为产品提升艺术感，并增加娱乐性。Jules Cheret，被称为“现代海报之父”，他将艺术性与实用性相结合，除了绘制海报，还开发了一种方法来再现它们。Cheret通过套印技术将绘画风格和传统的壁画艺术融入到他明快华丽的设计中。19世纪后期，日本开始与美洲大陆有了贸易往来，随后，日本版画艺术的非对称形式和色彩平涂技法对Cheret和其他一些欧洲艺术家产生了重要影响。通过使用女人的画像和手写字母，Cheret开创了一种独特的风格。在他的海报中，女人的形象通常生气勃勃、享受生活，如跳舞、饮酒或吞云吐雾，这在当时是很不寻常的。一些艺术家，如法国的Henri de Toulouse-Lautrec和意大利的Leonetto Cappiello纷纷效仿。

出生于摩洛维亚小镇（现捷克境内）的Alphonse Mucha在巴黎工作，是新艺术运动的代表人物：平涂色彩、创意字母以及风格化的有机形式。他在画中加入细致的马赛克背景，并且为画中女性绘制了长长的、具有流动感的卷发。女演员Sarah



Alphonse Mucha为Sarah Bernhardt设计的美国巡演海报，1896年



Aubrey Beardsley, 海报, 1894年

作品在艺术圈内得到了肯定,但是却无法赚到钱。

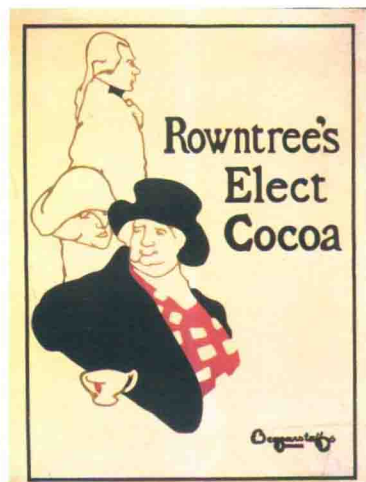
Will Bradley将新艺术运动引入到美国,并在马萨诸塞州的斯普林菲尔创办了Wayside出版社。通过他的海报设计和出版图书期刊可以看出,他的创作深受Aubrey Beardsley和William Morris的影响,视觉要素与文字相得益彰,最终形成了独特的艺术风格。



Peter Behrens, 《The Kiss》, 1898年

Bernhard相信,Mucha真正地捕捉到了她的神态,这是其他艺术家没有做到的。于是,她与Mucha签下了独家合约,让Mucha负责她的海报、舞台布景和演出服装的设计。

在英国,一位名叫Aubrey Beardsley的插画师简化了自然的形式,其作品以黑白图像、重重的轮廓和扭曲的人物身体而闻名于世。当Beardsley将图像与烫印分开处理时,画家James Pryde和William Nicholson,即众所周知的Beggarstaff兄弟,却将烫印整合到他们的作品构图中。他们的插画在视觉上往往是不完整的,为观者留下了用想象将残缺补全的空间。Beggarstaff兄弟合作的时间很短,虽然他们的



Beggarstaffs设计的Rowntree's elect cocoa海报, 1895年

在德国,新艺术运动又被称为“青年风”(young style, 德语为Jugendstil),德国的艺术家和设计师们尝试着将这种风格加以创新。

Peter Behrens的灵感最初来源于法国新艺术运动,但在世纪之交,他开始摒弃作品上的浮华装饰。Behrens和其他设计师逐渐变得更加客观,他们的作品不再使用花卉图案,转而更加注重几何逻辑和秩序感。在转变的过程中,最具代表的人物来自奥地利的维也纳分离画派,如Gustav Klimt和Koloman Moser。

1900年后,印刷品的设计,包括海报、书籍、期刊,变得越来越简单,越来越结构化,现代主义风潮蔓延至整个欧洲。很快,艺术家和工匠们有了新的头衔——平面设计师(graphic designer)。

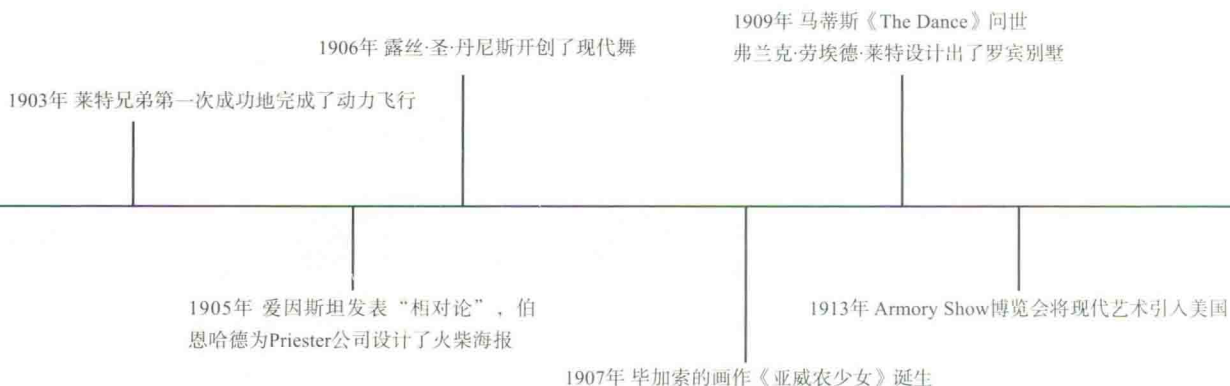
SPRINGFIELD BICYCLE CLUB TOURNAMENT



WILL M. BRADLEY '95

SPRINGFIELD MASS SEPT. 11 AND 12, 1895

Will Bradley, 斯普林菲尔德自行车俱乐部锦标赛海报, 1895年



早期现代——当简单遇到前卫

20世纪，社会、文化和日常生活都迎来了实验、创新和改变。艺术家、作家、建筑师和设计师都拒绝历史风格和思想，他们厌倦了工业时代的设计，转而为新时代的需求和可能性提出新的概念。

新兴的审美是对之前风格的延续。比如，艺术家和设计师依然抛开新艺术风格的浮华装饰，采用抽象的几何形式。平面设计（虽然在多年之后才被人这样称呼）在那时深受现代艺术风格的影响，这些风格包括立体主义、未来主义、构成主义、风格派和达达主义，提倡简单和创新的表达方式。在设计中，一种更具功能性的传达方法出现了，它的目的是清晰地传达信息。在欧洲，带有这种新感觉的海报成为流行的广告形式，促进了商业和经济的活力，并在工业时代成为主导。

1917年，世界政治动荡不安，但这也启发了设计师，他们相信，一个彻底的变化可以改变这个世界。通过对几何形状、摄影和简单的排版等视觉语言的探索，可以将来自不同文化和阶



层的人团结起来，志同道合的设计师和思想家们组成小组，讨论和推广这些新的想法。

与此同时，技术的发展让艺术家和设计师能够触及更广泛的大众，并发挥出更大的影响力。

摄影的进步，尤其是胶卷取代了银版，使照相机成为大众商品，让人们能够充分发挥自己的创意。工业时代的大规模生产让普通人也可以用既漂亮又实用的物件装饰自己的家，这也为设计师们创造了新的机遇，甚至连生产这些物件的机器也被认为是十分漂亮的。对于印刷，已经从一种装饰工艺转变为一种传达新想法和信息的有力手段。

早期现代时期，新想法遇到了新技术，改变了大众、公司和政府使用视觉媒介传达信息的方式。

Lucian Bernhard (吕希安·伯恩哈德)



1883–1972 | 生于德国斯图加特 | 就读于慕尼黑艺术学院

Bernhard发明了“object poster”这种以突出产品为特征的海报。

Bernhard拒绝新艺术风格中复杂的装饰。

Bernhard设计了多种字体。

Lucian Bernhard 20岁时参加了由Priester火柴公司赞助的海报设计大赛（可以将其视为“众包”的早期形式）。虽然那时正在盛行拥有复杂装饰和花卉图案的新艺术风格的作品，但Bernhard有其不同的创作方向。他只画了一个简单的场景，画中是一只放在烟灰缸上的点燃的雪茄以及几根火柴。一位朋友看到这幅作品后觉得这是在突出雪茄，随后Bernhard便去掉了所有无关的细节，只剩下两根红色的火柴。最后，他又画上了火柴品牌的名称。虽然没有宣传语，也没有其他任何东西，但人们的注意力却无法从产品及其品牌上转移。

Bernhard的设计风格受英国Beggarrstaff兄弟简化轮廓和极简主义的影响。像Beggarrstaffs兄弟一样，Bernhard也使用平涂色彩，但其独特之处在于他没有为作品中独立的形状画上轮廓。

Bernhard为Priester公司设计的海报不仅赢得了比赛，还开创了一种新的、直截了当的广告风格，德国公司尤其喜爱这种全新的极简主义风格，他们称其为“Sachplakat”（海报风）。广告商认为，新艺术风格错综复杂的装饰不但会掩盖产品本身，甚至会与产品产生竞争。海报必须能够快速给路人一个深刻的印象，因为路人不会停下来花时间探究海报的细节消息。Bernhard的设计突出了产品本身和产品名称，从而解决了这个问题。

Bernhard在1906年创办了自己的公司，雇佣了20多位设计师。随后他移居纽约，在那里，他的业务扩展到室内设计，并与他人合作创立了Contempora公司，销售纺织品及家居用品。此外，他还设计了Bernhard Modern和Bernhard Gothic字体，这两种字体至今仍在被人们广泛使用。

Lucian Bernhard为Priester公司火柴海报大赛提交的作品并没有被立刻接受，而是在一开始就被评委扔进了垃圾桶，但另一位姗姗来迟的评委Ernst Growald却从废物中将这个作品拾起来，仔细研究了一番后说道：“这是一个天才。”Growald在说服了其他评委后，Bernhard的海报获得了一等奖。

Priester



HOLLERBAUM & SCHMIDT · BERLIN-N. 65

BERN
HARD

Priester公司的火柴海报，1905年

试读结束，需要全本PDF请购买 www.ertongbook.com