

西方经典设计理论译丛

李砚祖 主编

Design Literacy

# 设计文化

Understanding Graphic Design

理解平面设计

(原著第二版)

[美] 史蒂文·赫勒 著

张朵朵 王树良 张玉花 朱怡芳 译

中国建筑工业出版社

Design Literacy

# 设计文化

Understanding Graphic Design

理解平面设计

(原著第二版)

[美] 史蒂文·赫勒 著

长朵朵 王树良 张玉花 朱怡芳 译

中国建筑工业出版社

著作权合同登记图字：01-2005-6626号

图书在版编目（CIP）数据

设计文化——理解平面设计（原著第二版）/（美）赫勒  
著；张朵朵等译 —北京：中国建筑工业出版社，2009  
（西方经典设计理论译丛）  
ISBN 978-7-112-11379-8

I 设… II ①赫…②张… III.平面设计—研究 IV J506

中国版本图书馆CIP数据核字（2009）第176369号

DESIGN LITERACY: UNDERSTANDING GRAPHIC DESIGN by STEVEN  
HELLER, KAREN POMEROY

Copyright: ©1997 BY STEVEN HELLER, KAREN POMEROY

This edition arranged with JEAN V NAGGAR LITERARY AGENCY, INC  
through BIG APPLE TUTTLE-MORI AGENCY, LABUAN, MALAYSIA.  
Simplified Chinese edition copyright:

2009 CHINA ARCHITECTURE & BUILDING PRESS

All rights reserved.

本书由美国Allworth出版社授权翻译出版

责任编辑：程素荣 张 晶

责任设计：赵明霞

责任校对：陈 波 关 健

西方经典设计理论译丛

设计文化——理解平面设计  
（原著第二版）

〔美〕史蒂文 赫勒 著

张朵朵 王树良 张玉花 朱怡芳 译

\*

中国建筑工业出版社出版、发行（北京西郊百万庄）

各地新华书店、建筑书店经销

北京嘉泰利德公司制版

北京云浩印刷有限责任公司印刷

\*

开本：787×1092毫米 1/16 印张：24 字数：582千字

2010年9月第一版 2010年9月第一次印刷

定价：58.00元

ISBN 978-7-112-11379-8

(18634)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题，可寄本社退换

（邮政编码 100037）

# 致谢

如果不是由于 Allworth 出版社的出版商泰德·克劳福德 (Tad Crawford) 的鼎力支持和鼓励,《设计文化》一书恐怕还是一座空中楼阁。同样非常感谢执行主编尼科尔·波特 (Nicole Potter), 助理编辑莫妮卡·罗德里格斯 (Monica Rodriguez), 以及为我在 Allworth 出版的书籍进行设计的设计师詹姆士·维克托 (James Victore)。

再次感谢克伦·波梅洛 (Karen Pomeroy), 他与我一起合作了《设计文化》的第一版, 并对许多保留在修订版中的文章作出了无可估量的贡献。

本书中的一些文章以略区别于设计杂志中的形式出现。非常感谢这些杂志编辑的智慧、专业和热心。感谢《印刷》(*Print*) 杂志的前总编马丁·福克斯 (Martin Fox), 现任总编乔伊斯·茹特·凯依 (Joyce Rutter Kaye); 《工业设计》(*I.D.*) 杂志的编辑朱莉·拉斯基 (Julie Lasky); 《眼睛》(*Eye*) 杂志的前任编辑里克·波因纳 (Rick Poynor), 现任编辑约翰·沃特斯 (John Walters); 《基线》(*Baseline*) 杂志的编辑汉斯·戴特·理查特 (Hans Dieter Reichert), 以及《步调》(*Step*) 杂志的编辑艾米丽·波特斯 (Emily Potts)。同样感谢美国图形艺术研究协会 (American Institute of Graphic Arts) 的前任卡罗琳·海陶玮 (Caroline Hightower), 现任主任瑞克·格雷夫 (Ric Grefe) 在我还是 AIGA 平面设计月刊 (*AIGA Journal of Graphic Design*) 编辑时对我的建议。

最后, 我还要把本书献给所有我过去、现在和将来的学生们。

——史蒂文·赫勒

# 导言

## 设计文化的修订，回顾与回归

在《设计文化》第一版的简介中这样写道：

现在人们认识到，平面设计并非和印刷它的纸张一样昙花一现。某些广告、海报、包装、标志、书籍和杂志经受了时间的考验，成为艺术、商业和技术成就的里程碑，而且比纯艺术作品更能表达特殊时代或环境的信息。不少平面设计作品被人们保存和研究，并不只是作为历史上的装饰墙纸。可是，令人好奇的是，这些海报的创始者——平面设计师，一度曾低估这些诞生于他们自家后院作品的历史意义。而当说到理解和欣赏这些烙上了他们自己实践语言印记的作品时，这些主张视觉文化的人通常也显得很无知。

尽管在课堂、博客、杂志上的设计评论和历史，都有了令人欣喜的增长，但是，核心的假设仍旧没有变化：那些主张视觉文化的人通常显得很无知。因此，正如我当时阐述的，而且一直到现在还在不断努力的，就是这本《设计文化：理解平面设计》的第二版，作为一种包含了多篇论文的文集，本书仅保留了那些引发人们视觉注意的平面设计，并考虑了各种不同类型的单个作品，聚焦于它们在平面设计和大众文化更宽阔的历史背景中的重要意义。

尽管平面设计可以被定义为根据市场的指令而变化的造型与风格的批判性集合，但是通过客观和主观评价标准对某件作品或是某一类作品进行分析和理解，可以帮助我们确定具有个性的设计师是如何让平面设计具有长期影响的。

与传统案例研究所用的追溯创造和生产的过程不同，本书所载的文章是从所有媒体中折中选取了过去的经典作品和当代作品，并强调这些作品的理性、启发性和历史性。每篇文章都展示了某个受到其他设计文化运动影响或与之相关的独特事件。在这里，作品不再被视为偶像（至少，我试图不让它们以这种

方式展现),而是将这些作品看做是根据专门的商业或艺术需要进行的表达,将它们作为特殊问题的解决方案、甚至是独特个性的展示。

此外,本书中这些所谓的作品教程为过去教学中的传统惯例提供了另一种可选方案。比如过去将创作者置于某一规范或伟人位置的“大师”原则;将某些特征归因于某所学校或理念的“伟大运动”原则;或是根据时代、流行或趋势将设计分类划分的“伟大风格”原则(上述原则我在其他文章中坚持将其当做必备的需求)。这些方式并非无效,但是我主张在文脉中理解作品,可以将平面设计从纯粹的造型舞台上撤下,转移到文化和政治的舞台上。

在第一版中我选择了许多知名设计师的作品,而在《设计文化》(续)中,除了那些有明确出处的设计,还加入了更多无名氏的作品。这本修订版很好地控制了知名和不知名作品在数量上的比例。虽然在单篇文章不足以叙述出整个故事时,会通过几篇文章来描述更大的类别,但大部分文章还是对单件作品或是相关内容进行了解析。例如,为女性香烟做广告的那篇文章,宗教小手册,或是现代平装书封面。

某些作品已经被提升到了经典设计的高度,譬如,A·M·卡桑德尔(A. M. Cassandre)的佩尼奥(Peignot)字体,索尔·巴斯(Saul Bass)的平面设计《金臂人》(*Man with a Golden Arm*),或是米尔顿·格拉泽(Milton Glaser)的德兰(Dylan)海报。其他内容就只是获得了少许关注,如果在设计史上还有那么点关注的话。比如,罗比·科纳(Robbie Conal)《没有嘴唇的男人》,阿特·钱特里(Art Chantry)的宣传海报,或是《东村他者》(*the East Village Other*)。还有一部分作品得以入选,是因为它们都是各自时代的象征,如和平标志;其他内容则是由于它们设计得比较新奇,虽然它们在平面设计文本中无足轻重,如剃刀刀片的商标。

那些跨越整个20世纪的设计作品——从卢西恩·伯恩哈德(Lucian Bernhard)1906年的海报《普里斯特火柴》(*Priester Match*)到保拉·舍尔(Paula Scher)1996年的纽约公共剧院招贴——本书中的这些文章最好沿着历史的时间顺序,作为补充文献进行阅读。尽管如此,这些材料却并未按照年代顺序排列,而是根据这些作品对文化和商业的作用按主题组织的。

全书包括“说服力”(服务于控制和影响的设计);“大众媒体”(作为大众交流的设计);“语言”(作为不同习语和词汇的设计);“识别”(设计作为签名);“信息”(设计作为路标和路径);“风格”(设计作为审美和时尚);和“商业”(设计作为市场工具)。在该修订版中,一个额外的,名为“字体”的部分将风格、语言、插图等联系在了一起。必须承认的是,在某一部分中的有些文章会与其他部分的内容重合,不过这也如同设计在世界上的运作一样。因此,这里从不同门类中选出的每件作品都为了解设计是如何服务于这些专题,为了解这些专门提供了一扇窗口。

无论这些设计师有多大可能在其他文字中被引用,但《设计文化》决不是对他们各自

经历的逐字复述。本书中的文章结合了分析与批评，辅以设计者的描述，但又不单单是根据他们所揭示出来的内容。此外，本书还包含评论，这些评论有时与这些经典作品产生共鸣，有时又对它们形成挑战。本书的目标是提供一个可行的基础，来理解将来会对发展设计语言文化有所裨益的这一过程。

我承认，阅读本书不会为不懂设计的人提供一剂万灵丹。真正的设计文化需要同时从实践上和理论上对其进行理解，如设计是如何制作的？设计是如何既作为一种文化符号，又作为一种市场工具起作用？这需要多年的学习和经验才能获得。标题《设计文化》旨在分享一些常识——某些事实、印象和观念——关于平面设计和与其相关的更广阔的文化背景，但这并不是关于如何设计或者设计什么的教科书。通过表白的方式，该标题更精确地反映的是我个人的旅程。尽管我希望本书将用于增长知识，但这里搜集的文章也是在我自己学习过程中的起步基石——我如何成为设计学者，不仅与设计语言有关，而且与传统、个人及作品都有联系。

本修订版大部分文章来自《设计文化》第一版，小部分来自《设计文化》（续），新文章有一定数量。写什么，完全是根据我对这些作品的兴趣（或热情）而定的。作为我为杂志和书籍所作的大量历史或人物评论中的一部分，我对这些作品已经持续进行了多年研究。这一部分包括什么文章，要么根据我认为它是由一位至关重要的开拓者所做的一件作品（某个特殊类别的原型或范本），要么只是由于这件作品激起了我的好奇心。

米尔顿·格拉泽（Milton Glaser）曾这样评价《设计文化》的第一版，“全都是肉，而没有土豆”，建议我采用补充文章的方式将这些文章联系起来，却缺乏必要的学术性内容。按照格拉泽的说法，第一版存在的不足之处，在于没有使一件作品或某篇文章与其他作品或文章之间形成有力的连接。我那令人尊敬的批评者并不希望将这些故事作为独立单元，如同我在本书中试图做到的那样，他希望能获得一种更明确的概括性看法，并将精选的设计作品和主题作为总结论的支持。我不这么做的原因很简单：传统的平面设计史已经根据时间线进行了线性描述，追随某个运动、时代或风格，并由此及彼，但这只是多种历史描述方法中的一种。对我来说，关键问题是并非所有的设计都能在已经较为完善的设计分类目录中各就各位。再者，本书只是对菲利普·B·梅格斯（Philip B Meggs）的《平面设计史》（*A History of Graphic Design*）和理查德·霍利斯（Richard Hollis）的《平面设计：一段简明史》（*Graphic Design: A Concise History*）的赞扬，而非一种线性描述。

尽管如此，我意识到，包含在《设计文化》和《设计文化》（续）中的一些主题并未作为平面设计经典作品为人熟知，在本书中，这些内容被放到严肃的设计论文中，是对它们影响力的扩展。还有一位我相当崇拜的设计师对这一版进行了评价，他强烈地反对看到过于质朴或幼稚的设计——比如20世纪60年代无名氏设计的射击的靶子和淫秽的地下报纸——与其他非常专业的作品如保罗·兰德（Paul Rand）、威尔·比尔坦（Will

Burtin)或是索尔·巴斯的设计以同样受尊敬的程度,在同一本书中相提并论。因此,更好的方式是比较这些作品在视觉交流中的优点,而不是严肃而恭敬地在设计相关的范畴内对其造型因素进行评价——高或低——如果造型因素能揭示出对设计师所作设计的本质而言很重要的内容。

自从平面设计师同时从专业和非专业源头获得启发以来,就没有任何理由把视野仅局限于精美的设计上。我相信由职业印刷工人于20世纪20年代至30年代制作的广告牌和20世纪60年代获得大奖的《西部》(*West*)杂志同样是平面设计历史中不可缺少的一部分。在探索的过程中,人们熟知的和遗忘的作品应该是具有相同的价值。顺便提及一下,本书中精选的作品并没有受到任何专门的意识形态(譬如,现代主义或后现代主义)的驱使,这也说明了本书中展示的作品、理念以及个人的折中主义。

《设计文化》(第二版)不仅仅是我的第三次机会来纠正某些批评家在前两本书中发现的问题。尽管我尊重他们的观念并接受他们的意见,即一本少点折中主义,更主题化的统一的著作的优点更明显,但这次我仍旧选择了保留自己的视角。正如标题所暗示的,本书延续了我对各种被设计的事物和支撑它们理念的强烈兴趣和探究过程。顺便提及,这个版本并不是一个由从前两本书中选剩作品组成的废铅字箱(这是垃圾箱的一种晦涩、热门而且是印刷用的专业词汇)。实际上,不少前两本书中的作品在本版本中已然了无踪迹了。

借用米尔顿·格拉泽生动而令人开胃的类比,那些寻求一顿满汉全席的读者可能在读过《设计文化》(第二版)后仍旧会感到饥肠辘辘。这是一个好现象,因为没有任何一本书或作者能够提供完善设计文化所需的全部营养,对那些乐意获得大开眼界机会的读者来说,就请开怀享用这顿美餐吧。

注:不少文章是从《印刷》、《眼睛》(*EYE*)、《U&Ic》、《基线》(*Baseline*)、《步调》(*Step*)及《工业设计》(*I.D.*)杂志和AIGA平面设计月刊等刊物中的论文、杂论和评论文章改编而来;其他文章则是为本书特别撰写的。

# 目 录

|                        |                                                                |    |
|------------------------|----------------------------------------------------------------|----|
| 说服力<br>( Persuasion )  | 简约 ( <i>Simplicissimus</i> ) 海报 .....                          | 2  |
|                        | 《新青年》( <i>Neue Jugend</i> ) .....                              | 5  |
|                        | 《不》( <i>Nie</i> ) .....                                        | 8  |
|                        | 纸炸弹 ( <i>Paper Bombs</i> ) .....                               | 10 |
|                        | 和平标志 ( <i>The Peace Symbol</i> ) .....                         | 12 |
|                        | 蘑菇云 ( <i>Mushroom Clouds</i> ) .....                           | 14 |
|                        | 黑色力量 / 白色力量 ( <i>Black Power/White Power</i> ) .....           | 18 |
|                        | 结束糟糕的呼吸 ( <i>End Bad Breath</i> ) .....                        | 20 |
|                        | 没有嘴唇的男人 ( <i>Men With No Lips</i> ) .....                      | 24 |
|                        | 格拉佩斯海报 ( <i>Grapus Posters</i> ) .....                         | 27 |
|                        | 新开放海报 ( <i>Glasnost Posters</i> ) .....                        | 30 |
|                        | 香烟广告 ( <i>Cigarette Advertisement</i> ) .....                  | 32 |
|                        | 宗教小手册 ( <i>Religious Tracts</i> ) .....                        | 35 |
|                        | 种族主义 ( <i>Racism</i> ) .....                                   | 39 |
|                        | 阿什克罗夫特……你是下一个！<br>( <i>Ashcroft…… You're Next !</i> ) .....    | 44 |
| 大众媒体<br>( Mass Media ) | 青年杂志和简约 ( <i>Jugend and Simplicissimus</i> ) .....             | 48 |
|                        | 《制片人》和《艺术总监》( <i>PM and AD</i> ) .....                         | 50 |
|                        | 20 世纪 30 年代的画报 ( <i>Picture Magazines of the 1930s</i> ) ..... | 53 |
|                        | 《方向》( <i>Direction</i> ) .....                                 | 60 |
|                        | 戴尔地图封底书籍 ( <i>Dell Mapbacks</i> ) .....                        | 63 |
|                        | 书籍封面 ( <i>Book cover</i> ) .....                               | 65 |
|                        | 《公文包》( <i>Portfolio</i> ) .....                                | 69 |
|                        | 《工业设计》( <i>Industrial Design</i> ) .....                       | 71 |
|                        | 《假日》( <i>Holiday</i> ) .....                                   | 73 |

|                                                     |     |
|-----------------------------------------------------|-----|
| 《时尚》( <i>Vogue</i> )                                | 75  |
| 《范围》( <i>Scope</i> )                                | 78  |
| 《先驱论坛报》( <i>Herald Tribune</i> )                    | 81  |
| 《生活》( <i>Life</i> )                                 | 83  |
| 《君子》( <i>Esquire</i> )                              | 86  |
| 《十七》( <i>Seventeen</i> )                            | 90  |
| 《爱神》和《先锋》( <i>Eros and Avant Garde</i> )            | 93  |
| 《图钉画报》( <i>Push Pin Graphic</i> )                   | 95  |
| 《常青树》和《壁垒》( <i>Evergreen and Ramparts</i> )         | 98  |
| 《东村他者》( <i>East Village Other</i> )                 | 103 |
| 《滚石》( <i>Rolling Stone</i> )                        | 105 |
| 《疯狂》戏仿作品 ( <i>MAD Parodies</i> )                    | 107 |
| 《间谍》( <i>SPY</i> )                                  | 109 |
| 《文化小报》( <i>Culture Tabloids</i> )                   | 111 |
| 《面孔》( <i>The Face</i> )                             | 115 |
| 《移居者》( <i>Emigre</i> )                              | 119 |
| 《原生态》( <i>Raw</i> )                                 | 121 |
| 《海滩文化》( <i>Beach Culture</i> )                      | 124 |
| 《色彩》( <i>Colors</i> )                               | 126 |
| <b>字体</b>                                           |     |
| ( <b>Type</b> )                                     |     |
| 黑体 ( <i>Blackletter</i> )                           | 130 |
| 包豪斯和新版面设计 ( <i>Bauhaus and the New Typography</i> ) | 133 |
| 儿童图书版面设计 ( <i>Typography for children</i> )         | 135 |
| 佩尼奥字体 ( <i>Peignot</i> )                            | 139 |
| 库珀黑字体 ( <i>Cooper Black</i> )                       | 141 |
| 20 世纪 60 年代的美国版面设计                                  |     |
| ( <i>American Typography of the 1960s</i> )         | 145 |
| 手写字体 ( <i>Hand Lettering</i> )                      | 147 |
| 伊夫斯夫人字体 ( <i>Mrs Eaves</i> )                        | 150 |
| 普西·加洛罗字体 ( <i>Pussy Galore type</i> )               | 155 |

|                    |                                                                       |     |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----|
|                    | ACME 的漫画字体 ( <i>ACME Comics Lettering</i> )                           | 159 |
|                    | “模版哥特” 字体 ( <i>Template Gothic</i> )                                  | 163 |
|                    | 曼森 / 梅森字体 ( <i>Manson/Mason</i> )                                     | 166 |
| 语言<br>( Language ) | 与装载茶和咖啡的船同行<br>( <i>Slodí jež dováží čaj kávu</i> )                   | 170 |
|                    | 德佩罗: 未来主义设计家 ( <i>Depero:Futurista</i> )                              | 172 |
|                    | 韦斯瓦科《灵感》( <i>Westvaco Inspirations</i> )                              | 175 |
|                    | 《洛尔卡: 三个悲剧》( <i>Lorca: Three Tragedies</i> )                          | 178 |
|                    | 装饰性的书籍护封 ( <i>Decorative Book Jackets</i> )                           | 181 |
|                    | 默尔·阿米蒂奇的书籍设计 ( <i>Merle Armitage's Books</i> )                        | 184 |
|                    | 《关于美国》( <i>About U.S.</i> )                                           | 188 |
|                    | 哈哈: 笑到最后的人笑得最好 ( <i>Ha Ha Ha:He Laughs Best<br/>Who Laughs Last</i> ) | 190 |
|                    | 外出 ( <i>Going Out</i> )                                               | 192 |
|                    | 《金臂人》( <i>Man with the Golden Arm</i> )                               | 194 |
|                    | 划定地区代码的括号 ( <i>The Area Code ( Parenthesis )</i> )                    | 197 |
|                    | 瑞士海报 ( <i>Swiss Posters</i> )                                         | 200 |
|                    | 现代平装书的封面 ( <i>Modern Paperback Covers</i> )                           | 204 |
|                    | 畅销的书籍护封 ( <i>Bestseller Book Jackets</i> )                            | 209 |
|                    | 《秃头歌女》( <i>The Bald Soprano</i> )                                     | 214 |
|                    | 《电路》海报 ( <i>Electric Circus</i> )                                     | 219 |
|                    | 《布鲁斯歌曲方案》( <i>Blues Project</i> )                                     | 222 |
|                    | 《最好的爵士乐》( <i>Best of Jazz</i> )                                       | 224 |
|                    | 《巴塞尔艺术博览会 1976/1977》海报 ( <i>Basel<br/>Kunstcredit 1976/1977</i> )     | 227 |
|                    | 克兰布鲁克 ( <i>Cranbrook</i> )                                            | 230 |
|                    | 《中产阶级朴素的小饰品》( <i>The Discrete Charm of the<br/>Bourgeoisie</i> )      | 234 |
|                    | 激进的现代主义 ( <i>Radical Modernism</i> )                                  | 236 |

|                       |                                                               |     |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------|-----|
|                       | 同类产品的设计 ( <i>Generic Design</i> )                             | 238 |
| 识别<br>( Identity )    | 《飞行》( <i>Flight</i> )                                         | 244 |
|                       | 邮票设计 ( <i>Postage Stampes</i> )                               | 248 |
|                       | 麦克劳 - 希尔平装书封面 ( <i>McGraw Hill Paperback</i> )                | 250 |
|                       | 《德兰》( <i>Dylan</i> )                                          | 252 |
|                       | NeXT 标志                                                       | 254 |
|                       | 电影《奇爱博士》( <i>Dr. Strangelove</i> )                            | 257 |
|                       | 弗洛伦特饭店 ( <i>Restaurant Florent</i> )                          | 260 |
|                       | 迪斯尼世界的告示 ( <i>Disney World Signage</i> )                      | 262 |
|                       | 公共剧院海报设计 ( <i>The Public Theater Posters</i> )                | 266 |
|                       | 公共剧院 ( <i>The Public Theater</i> )                            | 268 |
|                       | 阿尔特里亚的标志 ( <i>Altria Logo</i> )                               | 271 |
| 信息<br>( Information ) | 里普利的信不信由你! ( <i>Ripey's Believe It or Not!</i> )              | 276 |
|                       | 目录设计程序 ( <i>Catalog Design Progress</i> )                     | 279 |
|                       | 媒介即信息 ( <i>The Medium is the Massage</i> )                    | 281 |
|                       | 纽约地铁线路图 ( <i>New York City Subway Map</i> )                   | 284 |
| 插图<br>( Iconography ) | 英雄偶像 ( <i>Heroic Icons</i> )                                  | 288 |
|                       | 1939/1940 年纽约世界博览会 ( <i>1939/1940 New York World's Fair</i> ) | 293 |
|                       | 《美国空军》海报 ( <i>Air Corps U.S. Army</i> )                       | 296 |
|                       | 射击的靶子 ( <i>Shooting Targets</i> )                             | 299 |
|                       | 黑人牙膏 ( <i>Darkie Toothpaste</i> )                             | 301 |
|                       | 《它有意义吗?》( <i>Does It Make Sense?</i> )                        | 304 |
|                       | 《什锦菜肴》( <i>Jambalaya</i> )                                    | 306 |
| 风格<br>( Style )       | 花饰字体 ( <i>Novelty Typefaces</i> )                             | 312 |
|                       | 日本电影票 ( <i>Japanese Movie Ticket</i> )                        | 315 |
|                       | 《巨人传》( <i>The Great Gargantua and Pantagruel</i> )            | 317 |

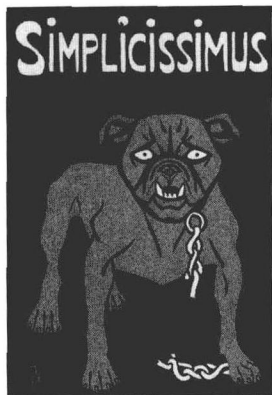
|                    |                                                                          |     |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----|
|                    | 《名利场》和《财富》封面 ( <i>Vanity Fair and Fortune Covers</i> ) .....             | 319 |
|                    | 阿托尼墨汁包装 ( <i>Artone</i> ) .....                                          | 322 |
|                    | 《情人》( <i>The Lover</i> ) .....                                           | 324 |
|                    | 法国纸业 ( <i>French Paper</i> ) .....                                       | 327 |
|                    | 《宣传》( <i>Propaganda</i> ) .....                                          | 329 |
| 商业<br>( Commerce ) | 广告牌 ( <i>Show Cards</i> ) .....                                          | 334 |
|                    | 刀片商标 ( <i>Razor Blade Labels</i> ) .....                                 | 336 |
|                    | 日本火柴盒标签 ( <i>Japanese Matchbox Labels</i> ) .....                        | 339 |
|                    | 《普里斯特火柴》海报 ( <i>Priester Match Poster</i> ) .....                        | 341 |
|                    | 金花蜜 ( <i>Golden Blossom Honey</i> ) .....                                | 344 |
|                    | 广告宣传扇 ( <i>Advertising Fans</i> ) .....                                  | 346 |
|                    | 20 世纪 30 年代的招贴板 ( <i>Billboard of the 1930s</i> ) .....                  | 348 |
|                    | 连环漫画广告 ( <i>Comic Strip Ads</i> ) .....                                  | 350 |
|                    | 第一个唱片封套 ( <i>The First Record Album</i> ) .....                          | 352 |
|                    | 《廉价的刺激》专辑封面 ( <i>Cheap Thrills</i> ) .....                               | 354 |
|                    | 20 世纪 20—30 年代的灰尘封套 ( <i>Dust Jackets of the 1920s and 1930s</i> ) ..... | 357 |
|                    | 招贴邮票 ( <i>Advertising Stamps</i> ) .....                                 | 359 |
|                    | 和平的原子 ( <i>Atoms for Peace</i> ) .....                                   | 361 |
|                    | 沃夫斯密特伏特加广告 ( <i>Wolfschmidt</i> ) .....                                  | 363 |
|                    | NYNEX 海报 .....                                                           | 367 |
|                    | 译后记 .....                                                                | 369 |

说服力  
PERSUASION



## 简约 ( *Simplicissimus* ) 海报

托马斯·希尔多·海涅 ( Thomas Theodore Heine )



一只红色的斗牛犬凶神恶煞地瞪着一双阴冷的白眼睛。破损的链条从它的脖子上悬垂而下。斗牛犬迫切地期待能用自己那尖锐、长钉般的牙齿袭击那些毫不设防的傻子、笨蛋和政府的弄臣。

注意！这并不只是一条狂躁的犬科动物，而是有史以来人类构想出的一只最坚强的看家狗。组成它的并非血肉，人们借助墨水和笔刷，使这只斗牛犬成为民族愤怒的具象表现，也是有史以来发行刊物中最发人深省、最具有讽刺意味的评论杂志——《简约》( *Simplicissimus* ) 所采用的浓墨重彩的平面标志。斗牛犬的色彩是一面旗帜，而斗牛犬这一品种则象征着这份周报咆哮的编辑方针。1896年，《简约》创刊于德国慕尼黑，以包括托马斯·曼 ( Thomas Mann ) 在内的一群艺术家和作家为核心组成，在抵制物质主义 ( materialism ) 和现代化 ( modernization ) 的过程中，《简约》强烈地反对中产阶级和顽固不化的普鲁士精神 ( *Volkish, populist* )。

众所周知，《简约》又称 *der Simpl*，在它对德国皇帝威廉二世 ( Wilhelm II ) 及其大臣、新教牧师、军队官员、政府官僚机构以及都市化和工业化进行猛烈攻击的同时，却将乡下的农民和工人奉为了可歌可诵的座上宾。虽然比现实情况略有夸张，这条红色的斗牛犬象征着大众 ( Volk ) 或普通民众，作为统治阶级有胆识的反对者，他们在该杂志的连环画和讽刺画中得到了形象的表现。

为了掩住斗牛犬的口鼻，当局采取了各种苛刻的手段。不过，尽管经历频繁地检查，编辑也时不时地遭到逮捕，这本带插图的小报却几乎从未间断任何一期的出版。在刊物最终被警察查抄之时，斗牛犬泰然自若地站立于这张黑、红、白三色海报中。正如《简约》不会长期被封锁一样，斗牛犬仍是大众的朋友，统治阶级的敌人。成排的海报——该海报1897年由卡通画家兼《简约》的合作编辑托马斯·希尔多·海涅 ( 1867~1948 ) 设计——一次会挂好几个月，并周期性地以新印刷的海报来替换。换个角度来看，禁令仅持续了一两个星期，而且吸引了比被禁数量更多的新读者。

这就是《简约》的力量，刊名借用的是15世纪的一位文学人物辛普利留斯·辛普利西斯缪斯（Simplicus Simplicissimus）<sup>1</sup>，他在贵族统治的圈子中扮演一个傻子，戏弄贵族，暴露他们的愚蠢和腐败。这就是为什么海涅会设计这个有点喜剧效果的斗牛犬象征物，而不是设计一个更令人害怕的平面图标的原因。

这只红色的斗牛犬只是《简约》平面宝库中的武器之一。《简约》中有许多其他的象征物，尽管没有一个是万能的。无论他是不是海涅海报中最愤怒的版本，或是更具滑稽的重复版本（其中有一张包括斗牛犬正往某个官员腿上撒尿），任何正在寻求脱离威廉压迫信仰的人都能够在这里找到同盟，至少是每周一次在报纸上，在斗牛犬的标志下。

在Simplicissimus被迫被征用为德国的宣传工具之前，它对现实猛烈的批判一直持续到第一次世界大战。不过，即便是作为德国的宣传工具，《简约》依然是发人深省的，它证明了幽默也能够为错误的原因而有效地使用。战后，20世纪20年代至30年代初，《简约》重新开始了对意大利法西斯主义、第一次出现德国自由军（准军事化的右翼民兵）以及后来的法西斯主义的攻击。在这个时代中“人民”（Volk）不再被描绘成英雄。工人和农民阶级的浪漫主义被不祥的预兆和犬儒主义所替代——一种对破坏性和恐怖战争的合乎逻辑的反应。当战争结束之时，魏玛共和国替代了德国皇帝，作为民主实验品的Simplicissimus必然会因为领导的无能和不足而受到批评。尽管如此，红色的斗牛犬依然继续充当着象征物，而《简约》也还是社会性的看家狗（监察员），直到1933年纳粹上台，将该杂志变成了他们的哈巴狗。

1896~1914年是*Der Simpl*的黄金时期，那时期的作品令人难以忘怀。当时它已经出版了上百期政治性和社会性的讽刺漫画和卡通画来攻击现实社会和政治上耗费巨大而又无意义的事情。其他的几本杂志也起到了同样深远的影响，不仅是在公众观念上，同样也是在平面风格上。19世纪90年代末是艺术革命的年代，《简约》和其他兄弟文化杂志《青年》（*Jugend*）一起，给充满争议的平面设计引进了一种名为“新青年风格”（Jugendstil）的法国新艺术运动的变体。德国对所谓的新青年风格更加倾向于直线而非曲线，抵制法国流行的过多的繁茂装饰。强调明暗处理的重要性并以粗笔刷描边，《简约》的艺术家脱离了一般的学院派的写实主义；反而通过一种十分基础的表现主义艺术进行实践。

《简约》是现代主义早期一个未被人们所认知的大论坛。红色的斗牛犬例证了现代主义的简洁性。以木刻画的形式展现，海涅使用白颜料去除了无关紧要的线条，仅保留了最具描述性的特征和后面有穿透力的表情。海涅的设计就是一个现代标志设计的原型。在随后反复出现的相关设计中，这条红色的斗牛犬被进一步几何化，逐渐产生了20世纪70年代末公司商标的源头。

在红色斗牛犬的时代中，海涅的《简约》海报激进地背离了传统的繁琐招贴上层层叠叠的过度装饰和多种色彩。8年之后，Lucian Bernhard在柏林创作的卢西恩·伯恩哈德German Saehplakcet（德国萨卡拉卡特或称实物海报）则是以那个黑色为背景的红色斗牛犬

为参照原型的。伯恩哈德海报设计的特点是单个事物以纯色为背景，其上以粗体标题标出要作广告的商标名称。

海涅的红色斗牛犬海报由于其不甚优雅而颇受争议。而《简约》的无衬线标志比海报上的字体要精细得多。海涅的字体是粗粗地用手写的（在海报的那些版本中还包含了 10 芬尼的价格，明显很凌乱）。因此海报就是一个整体。字体暗示了即时和补充了斗牛犬的紧绷的、冷酷的姿势。这可能是海涅最优秀、最具说服力和最图像化的作品之一；随后的作品只是卡通画而已。

#### 注释：

1. 辛普利留斯 · 辛普利西斯缪斯（Simplicus Simplicissimus）是《痴儿西木传》的主人公。——译者注