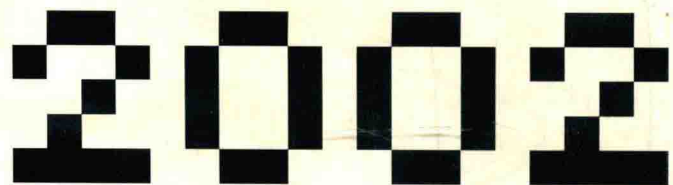


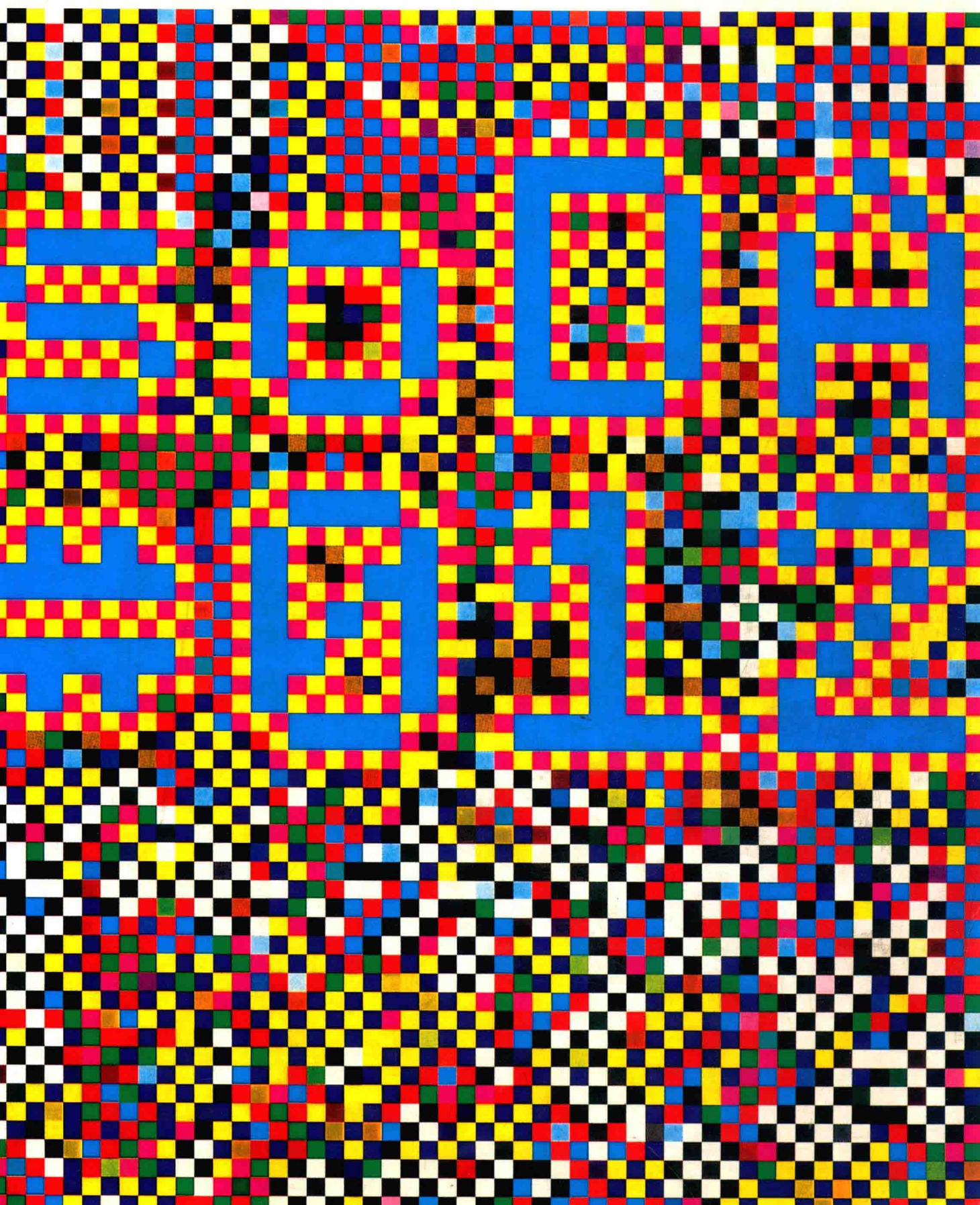
艺术与设计

ART AND DESIGN



抽印本

刊号: CN 11-3909/J 中国设计艺术主导期刊 定价: 70 元



刊号: CN11-3909/J 邮发代号: 82-273 全国各地邮局均可订阅 总第 034 期 定价: 25.00 元

艺术与设计[®]

ART AND DESIGN

中国设计艺术主导期刊



ISSN 1008-2832



9 771008 283023

主管单位 Attached to:

中华人民共和国新闻出版总署

Press and Publication Administration, P.R.China

出版 Published by:

艺术与设计杂志社 Art and Design publishing house

编辑 Edited by:

《艺术与设计》编辑部

Art and Design publishing house

总编·社长

Editor in Chief, Director General

钱竹 Qian Zhu

副总编(兼发行主管) Vice-Director General

李红菲 Li Hongfei

Tel:010-68570937

特约主编 Special Editor in Chief

肖勇 Xiao Yong

责任编辑 Executive Editor

吴铭 Wu Ming 黄灵子 Huang Lingzi

Tel:010-6858 3578

特约编辑 Special Editor

芦影 Lu Ying

设计主管 Chief Designer

吴铭 Wu Ming

封面图形: Boris Bally

设计: 吴铭 Wu Ming 黄灵子 Huang Lingzi

制作: 北京色彩人图文设计制作有限公司

读者服务: 吴笛菲

Tel:010-6857 0912

刊号: CN11-3909/J (国内统一刊号)

ISSN 1008-2832 (国际统一刊号)

出版日期: 2002年2月

总第034期

本刊地址:

北京市西城区阜外大街34号干休所3号楼5层

邮政编码: 100832

Tel:86-10-6858 3578

Fax:86-10-6857 0889 (稿件)

86-10-6857 0933 (发行)

e-mail:qmwm@263.net

COPYRIGHT BY ART AND DESIGN PUBLISHING HOUSE ©

本刊稿件版权所有, 未经许可, 一律不得转载。

印刷: 北京雅昌彩色印刷有限公司

如有印刷、装订质量问题, 请与北京雅昌彩色印刷有限公司联系。

电话 010-88114211

地址 北京市海淀区阜成路42号41栋A座3层

邮编 100036

四封用纸为晶彩系列麻叶纹 250g

由协茂纸业(厦门)有限公司提供

Tel: 0592-6037677

人民币 25.00 元

- ## 04 特稿 Special Articles
- 当平面设计成为一种文化 本刊编辑部
The Day When Graphic Design Becomes a Culture By Art & Design Press
- ## 26 宇航员的“房子”——国际空间站的居住舱设计
- Astronaut's House By Francesca Pierpaoli

- ## 19 平面·平面 Graphics & Graphics
- 西部·西部 郭线庐
West West By Guo Xianlu
- ## 22 会说话的图像——海报作为21世纪的传意媒介 周越
- Images that Can Talk——Poster as Expression Media of the 21st Century By Zhou Yue
- ## 52 生活中洋溢着“0”的时尚 杨富学
- Fashion of 0 Permeating in Life By Yang Fuxue

- ## 33 广告专辑 Advertisement Special
- 因为坚持和相信——奥美 本刊编辑部
Because of Insisting and Believing——Ogilvy By Art & Design Press
- ## 90 广告的工艺 本刊编辑部
- Jean & Montmarin By Laurence Armangau

- ## 37 三边联谈 Tripartite Talks
- 图书装帧知识产权又起纷争 陶澜
Copyright Disputes of Book Design Arose By Tao Lan
- ## 40 广告与平面设计教程·广告学——创造力如何增强广告的表现力 本刊编辑部
- Advertisement and Graphic Design Text Book Advertisement By Art & Design Press
- ## 42 融入时代的主题海报 庞永红 任斌
- Topic Posters Integrated into the Times By Pang Yonghong & Ren Bing
- ## 44 传统图形与现代平面设计 谢燕淞
- Traditional Graphics and Contemporary Graphic Design By Xie Yansong

- ## 02 讯 News
- 图片新闻 新华社等
Photo News By Xinhua News, etc
- ## 36 设计信息
- Design Information
- ## 46 外刊速览
- Overview of Foreign Magazines

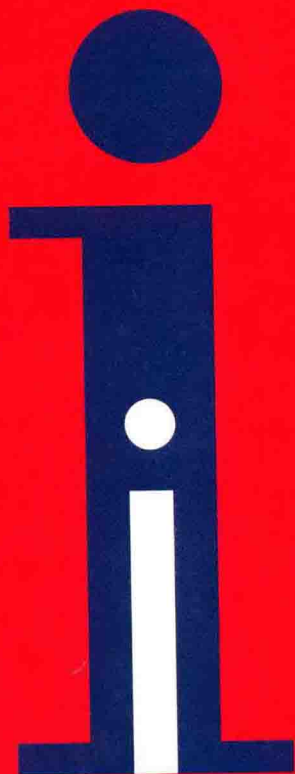
- ## 68 设计空间 Design Space
- 工作的境界——斯科特·桑特罗的设计 肖勇
Worksight-Scott Santoros Design By Xiao Yong
- ## 84 马修·音伯顿教授的启示 臧可心
- Dr. Marthew's Inspiration By Zang Kexin
- ## 58 全能的设计师是这样成长的——韩泰轮胎设计大赛 吴戈
- Hankook Tire Design Competition By Wu Ge

- ## 78 新视点 New Point of View
- 瓦解形式上的美 钱竹
The Beauty of Diverse and Untraditional Form By Qian Zhu

- ## 54 新媒体 New Media
- 动起来 通力传媒
Getting Animated By Toleague Media

广告索引 39《现代设计示范教程》VCD光盘隆重推出
封二 Icoграда / 封三 Elizabeth Arden / 封底 协茂纸业

IdentityIntegrity



icogradaBrno02

It's time for ethics to join aesthetics.
It's time for integrity to balance identity.

New Ways to Shape the Future We live in a world saturated with identities, signs and media. Brand fatigue is being expressed through anti-corporate campaigns. What are we as designers doing to shape the future of the world we live in? How can we serve our clients as well as our clients' clients?

Integrating New Values The Icograda Conference on Identity/Integrity will bring new perspectives to the challenges designers face. We will explore a new course in terms of corporate identity - defining new approaches and integrating new values.

Outstanding Speakers Lecture include: Wally Olins (United Kingdom), David Berman (Canada), Ahn Sang Soo (Korea), Andrew Lam-Po-Tang (Boston Consulting Group, Australia), Charly Fresh (Meta Design, Germany), Ashley Booth (Ashley Booth Design, Norway), Aleš Najbrt (Czech Republic) and Bo Linneman (Kontrapunkt, Denmark)

Brno, Center of Europe Only 100 km from Vienna and 200 km from Prague, Brno is easy to get to. Enjoy the city's warm hospitality, historical architecture, rich traditions, and affordable amenities. The 20th International Biennial of Brno (concurrent with the Icograda Conference) will transform the city into the international capital of design.

www.brno.icograda.org For information, visit the website, e-mail «brno2002@icograda.org» or fax: + 420 5 435 235 72. The Conference fee is \$300 USD (early-bird rate until 31 March is \$250 USD). Inquire about attractive group rates (from \$50 to \$250 USD).

Organized by Icograda with the support of the Design Center of Czech Republic, the City of Brno, and the Ministry of Industry and Trade.

Czech Airlines is a major sponsor and the official carrier of this event, offering a 25% discount on its flights for conference attendees.

18 – 19 June 2002 Brno, Czech Republic



official carrier



general partner

The International Council of Graphic Design Associations (Icograda) is the professional world body for graphic design and visual communication. For more information about Icograda, visit: www.icograda.org

icograda

主管单位 Attached to:

中华人民共和国新闻出版总署

Press and Publication Administration, P.R.China

出版 Published by:

艺术与设计杂志社 Art and Design publishing house

编辑 Edited by:

《艺术与设计》编辑部

Art and Design publishing house

总编·社长

Editor in Chief, Director General

钱竹 Qian Zhu

副总编(兼发行主管) Vice-Director General

李红菲 Li Hongfei

Tel:010-68570937

特约主编 Special Editor in Chief

肖勇 Xiao Yong

责任编辑 Executive Editor

吴铭 Wu Ming 黄灵子 Huang Lingzi

Tel:010-6858 3578

特约编辑 Special Editor

芦影 Lu Ying

设计主管 Chief Designer

吴铭 Wu Ming

封面图形: Boris Bally

设计: 吴铭 Wu Ming 黄灵子 Huang Lingzi

制作: 北京色彩人图文设计制作有限公司

读者服务: 吴笛菲

Tel:010-6857 0912

刊号: CN11-3909/J (国内统一刊号)

ISSN 1008-2832 (国际统一刊号)

出版日期: 2002年2月

总第034期

本刊地址:

北京市西城区阜外大街34号干休所3号楼5层

邮政编码: 100832

Tel:86-10-6858 3578

Fax:86-10-6857 0889 (稿件)

86-10-6857 0933 (发行)

e-mail:qmwm@263.net

COPYRIGHT BY ART AND DESIGN PUBLISHING HOUSE ©

本刊稿件版权所有, 未经许可, 一律不得转载。

印刷: 北京雅昌彩色印刷有限公司

如有印刷、装订质量问题, 请与北京雅昌彩色印刷有限公司联系。

电话 010-88114211

地址: 北京市海淀区阜成路42号41栋A座3层

邮编: 100036

四封用纸为晶彩系列原叶纹 250g

由协茂纸业(厦门)有限公司提供

Tel: 0592-6037677

04 **特稿** *Special Articles*
当平面设计成为一种文化 本刊编辑部
The Day When Graphic Design Becomes a Culture By Art & Design Press

26 宇航员的“房子”——国际空间站的居住舱设计
Astronaut's House By Francesca Pierpaoli

19 **平面·平面** *Graphics & Graphics*
西部·西部 郭线庐
West West By Guo Xianlu

22 会说话的图像——海报作为21世纪的传意媒介 周越
Images that Can Talk——Poster as Expression Media of the 21st Century By Zhou Yue

52 生活中洋溢着“0”的时尚 杨富学
Fashion of 0 Permeating in Life By Yang Fuxue

33 **广告专辑** *Advertisement Special*
因为坚持和相信——奥美 本刊编辑部
Because of Insisting and Believing——Ogilvy By Art & Design Press

90 广告的工艺 本刊编辑部
Jean & Montmarin By By Laurence Armangau

37 **三边联谈** *Tripartite Talks*
图书装帧知识产权又起纷争 陶澜
Copyright Disputes of Book Design Arose By Tao Lan

40 广告与平面设计教程·广告学——创造力如何增强广告的表现力 本刊编辑部
Advertisement and Graphic Design Text Book Advertisement By Art & Design Press

42 融入时代的主题海报 庞永红 任斌
Topic Posters Integrated into the Times By Pang Yonghong & Ren Bing

44 传统图形与现代平面设计 谢燕淞
Traditional Graphics and Contemporary Graphic Design By Xie Yansong

02 **讯** *News*
图片新闻 新华社等
Photo News By Xinhua News, etc

36 设计信息
Design Information

46 外刊速览
Overview of Foreign Magazines

68 **设计空间** *Design Space*
工作的境界——斯科特·桑特罗的设计 肖勇
Worksight-Scott Santoros Design By Xiao Yong

84 马修·音伯顿教授的启示 臧可心
Dr. Marthew's Inspiration By Zang Kexin

58 全能的设计师是这样成长的——韩泰轮胎设计大赛 吴戈
Hankook Tire Design Competition By Wu Ge

78 **新视点** *New Point of View*
瓦解形式上的美 钱竹
The Beauty of Diverse and Untraditional Form By Qian Zhu

54 **新媒体** *New Media*
动起来 通力传媒
Getting Animated By Toleague Media

广告索引

39 《现代设计示范教程》VCD光盘隆重推出
封二 Icoграда / 封三 Elizabeth Arden / 封底 协茂纸业

人民币25.00元

试读结束: 需要全本请在线购买: www.ertongbook.com

主管单位 Attached to:

中华人民共和国新闻出版总署

Press and Publication Administration, P.R.China

出版 Published by:

艺术与设计杂志社 Art and Design publishing house

编辑 Edited by:

《艺术与设计》编辑部

Art and Design publishing house

总编·社长

Editor in Chief, Director General

钱竹 Qian Zhu

副总编(兼发行主管) Vice-Director General

李红菲 Li Hongfei

Tel:010-68570937

特约主编 Special Editor in Chief

肖勇 Xiao Yong

责任编辑 Executive Editor

吴铭 Wu Ming 黄灵子 Huang Lingzi

Tel:010-6858 3578

特约编辑 Special Editor

芦影 Lu Ying

设计主管 Chief Designer

吴铭 Wu Ming

封面图形: Boris Bally

设计: 吴铭 Wu Ming 黄灵子 Huang Lingzi

制作: 北京色彩人图文设计制作有限公司

读者服务: 吴笛菲

Tel:010-6857 0912

刊号: CN11-3909/J (国内统一刊号)

ISSN 1008-2832 (国际统一刊号)

出版日期: 2002年2月

总第034期

本刊地址:

北京市西城区阜外大街34号干休所3号楼5层

邮政编码: 100832

Tel:86-10-6858 3578

Fax:86-10-6857 0889 (稿件)

86-10-6857 0933 (发行)

e-mail:qmwm@263.net

COPYRIGHT BY ART AND DESIGN PUBLISHING HOUSE ©

本刊稿件版权所有, 未经许可, 一律不得转载。

印刷: 北京雅昌彩色印刷有限公司

如有印刷、装订质量问题, 请与北京雅昌彩色印刷有限公司联系。

电话 010-88114211

地址: 北京市海淀区阜成路42号41栋A座3层

邮编: 100036

四封用纸为晶彩系列原叶纹 250g

由协茂纸业(厦门)有限公司提供

Tel: 0592-6037677

人民币 25.00 元

04 **特稿** *Special Articles*
当平面设计成为一种文化 本刊编辑部
The Day When Graphic Design Becomes a Culture By Art & Design Press

26 宇航员的“房子”——国际空间站的居住舱设计
Astronaut's House By Francesca Pierpaoli

19 **平面·平面** *Graphics & Graphics*

西部·西部 郭线庐
West West By Guo Xianlu

22 会说话的图像——海报作为21世纪的传意媒介 周越
Images that Can Talk——Poster as Expression Media of the 21st Century By Zhou Yue

52 生活中洋溢着“0”的时尚 杨富学
Fashion of 0 Permeating in Life By Yang Fuxue

33 **广告专辑** *Advertisement Special*

因为坚持和相信——奥美 本刊编辑部
Because of Insisting and Believing——Ogilvy By Art & Design Press

90 广告的工艺 本刊编辑部
Jean & Montmarin By Laurence Armangau

37 **三边联谈** *Tripartite Talks*

图书装帧知识产权又起纷争 陶澜
Copyright Disputes of Book Design Arose By Tao Lan

40 广告与平面设计教程·广告学——创造力如何增强广告的表现力 本刊编辑部
Advertisement and Graphic Design Text Book Advertisement By Art & Design Press

42 融入时代的主题海报 庞永红 任斌
Topic Posters Integrated into the Times By Pang Yonghong & Ren Bing

44 传统图形与现代平面设计 谢燕淞
Traditional Graphics and Contemporary Graphic Design By Xie Yansong

02 **讯** *News*

图片新闻 新华社等
Photo News By Xinhua News, etc

36 设计信息
Design Information

46 外刊速览
Overview of Foreign Magazines

68 **设计空间** *Design Space*

工作的境界——斯科特·桑特罗的设计 肖勇
Worksight-Scott Santoros Design By Xiao Yong

84 马修·音伯顿教授的启示 臧可心
Dr. Marthew's Inspiration By Zang Kexin

58 全能的设计师是这样成长的——韩泰轮胎设计大赛 吴戈
Hankook Tire Design Competition By Wu Ge

78 **新视点** *New Point of View*

瓦解形式上的美 钱竹
The Beauty of Diverse and Untraditional Form By Qian Zhu

54 **新媒体** *New Media*

动起来 通力传媒
Getting Animated By Toleague Media

广告索引

39 《现代设计示范教程》VCD光盘隆重推出
封二 Icoagrada / 封三 Elizabeth Arden / 封底 协茂纸业



◎◎独具匠心标新立异

西班牙籍工程师兼建筑师圣地亚哥·卡拉特拉瓦以其设计的典雅的桥梁和公共建筑而闻名整个欧洲。这些建筑物虽然各不相同，但都源自19世纪伦敦的水晶宫——这座由钢铁和玻璃构成的温室兼展览场所标志着纯粹的工程作为美学新形式的开始。此次是卡拉特拉瓦在美国完成的第一件作品。在这件作品中，他为密尔沃基艺术博物馆设计了一个受人欢迎的新的扩建工程。在他设计的低矮建筑上有一个宏大的主题——一个向上翘起的遮阳穹顶。这个遮阳穹

顶由一些“羽翼”组成，而每个羽翼则是由72根钢管拱肋构成，就好像一只小鸟站在向上倾斜的跑道上。从技术角度看，卡拉特拉瓦设计的巨大羽翼是很实用的——关闭的时候能够遮蔽阳光。而事实上，这些羽翼的真正功能则是其纯粹的壮丽姿态和四溢的构造活力。

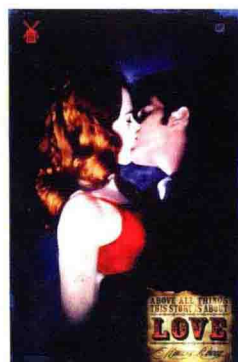


◎◎迷你 Cooper S 型轿车

过去几年，轿车设计师们总是在下面两条道路中选择其一而行之：要么让轿车更像卡车，要么钻进故纸堆里挖掘出例如大众公司的“甲壳虫”车或克莱斯勒公司的PT旅行车。可是，走复古之路有可能会卖不出去。宝马公司出厂的迷你 Cooper 系列在这方面做得不错。Cooper 主型几乎和上个世纪60年代小巧玲珑而且富有激情的前代车型一样相当娇小可爱。超大号的前灯、后挡板中下方的双排气口以及低矮小巧的车身都表明这是一种迷你型车。只有从侧面人们才会发现该车是如此伸展，如此惬意和舒适。

美国《时代》周刊评出2001年十佳设计

'2001 Top 10 Design Works of Times



◎◎红磨坊

当人们在撰写有关赏心悦目的电影的历史时，巴兹·鲁赫曼执导的这部五彩转轮般的性爱电影应该有着属于自己的一席之地。艺术编导凯瑟琳·马丁把这个著名的蒙马特夜总会重新想像成为纽约市里小矮人的戏院，里面满是聪明的想法和阴暗的角落，快要挤破了。这些灵感来自于各个领域——时装摄影、旧时好莱坞中缤纷绚丽的“巴黎”和《薄伽梵歌》，再加上大象身体里的闺房。

◎◎袖珍家具

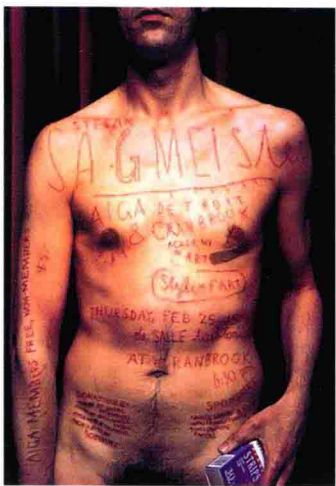
古怪但很有创意的荷兰杜鲁格设计公司得到了著名的雪茄烟盒生产厂家皮克斯公司的青睐，从而找到了充分利用皮克斯公司木材制造技术的新方法。杜鲁格设计公司构想出一系列多功能箱子和盒子。所有这些箱子和盒子可以彼此套装起来，还可以按照多种布局排列。这些容器起源于香烟，可以当作放置香烟的盒子，但也可以用作其他一些好玩的东西如邮票盒、纪念品盒以及精致的新雪茄烟盒。

◎◎纽约普拉达中心商场

在缪科雅·普拉达接触他以前，瑞姆·库哈斯从来没有设计过商场。但他在哈佛大学执教时对购物有所研究。其最初涉足零售业之作是一个设计精巧又变化多样的商场。这里有突降的斜坡、移动的服饰花车以及可以让人们同时看到前后两面的魔镜。但是，换衣间(只需一触按钮玻璃门就能关上)以及将你选中的衣物信息传送到屏幕上的一个小房间就能让它成为一家令人非光顾不可的商店。

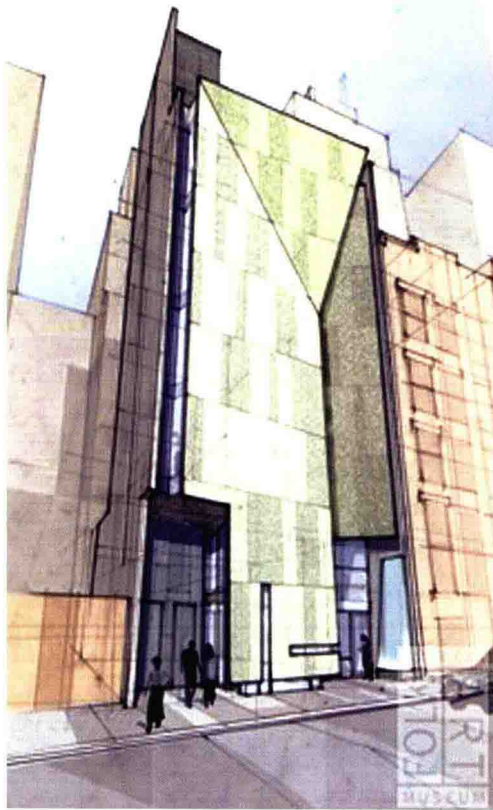
◎◎美国民间艺术博物馆

建筑师伉俪托德·威廉斯和比利·钱是设计这家袖珍纽约城市博物馆的最完美组合。他们对于工艺和材料的超凡感觉是民间艺术家们所能理解的。他们完全是按照现代主义者的风格对石头、玻璃和具有精巧构造的金属进行加工，而他们的做法似乎一点也不古怪或者带有“民俗”气息。谁曾想到竟能把如此多令人愉悦的空间布局和令人叫绝的景色——外加三处楼梯间——融合在一个相对不大的建筑中来？这是一个珠宝盒般的博物馆，而它本身就是一件珠宝。



◎◎《施德明》：吸引你的目光

长期以来受到热爱CD唱片封面艺术的人们推崇的施德明在他休息的一年里准备这本书。书中有一些精巧的设计，比如红色的塑料封面。封面一打开，隐藏的不太令人愉悦的图片和文字就显现出来。但是，书中也有实质内容。施德明曾经把文字刻在身体上，拍成照片当作海报。这一次他大胆地把好的作品连同不好的作品展示出来，通过蜘蛛网似的笔迹加以注解。这样做使这本书读起来很有意思。关于施德明的作品本期另有介绍。



◎◎“魔鬼”收音机

鉴于近年来科技领域出现巨大的进步，消费类电子产品没有理由让人厌倦。乐尚公司的精明人以及几乎所有日本人很早就了解这一点。由埃利斯·贝尔捷设计的“魔鬼”收音机外形像一个沙漏，外面没有开关。转动上半部分就能打开开关，调节音量；转动下半部分可以找到想要的电台。该机设计简单，效果也不错。如果电视新闻糟糕的话，你总能对收音机寄予希望。

◎◎“Go”椅子

今年宣传得最多的一件设计作品便是“Go”椅子——它是世界上第一把用比铝轻的金属镁做成的椅子。对于一把普通的叠椅来说，它一点也不便宜——售价700美元以上——但是“Go”椅自有它的不凡之处。设计师罗斯·洛夫格罗夫设计的纤细侧影充满着液体水银般的魅力。坐在上面，椅子看上去就像进入牵引传送机一样。这是一件名噪一时但昙花一现的奇迹吗？我们认为这种椅子的销售前景不错。



◎◎海姆特·朗服饰

如今，一个追求时尚的年轻人如果不想看上去显得很轻浮，他会穿什么样的衣服呢？海姆特·朗在他2001年秋季时装展上给予了一点令人叫绝的启示。他设计的服装长短结合、黑白相间，有的配有“枪套”，有的则没有，试图表现出朴素、性感、庄重和魅力十足。大多数鉴赏家都会欣赏这一外形。然而，任何一个信心十足的女人也是能穿的。

2001年最差设计



◎◎撕掉N.Y. PD(纽约警察局)和F. D. N. Y(纽约消防局)的徽章

9·11事件后，到处都是穿戴着带有纽约警察和消防部门徽章的帽子、T恤衫和夹克衫的人们，以示对消防警察的支持。然而，这些服装大多没有获得销售许可，因此从中获得的利润并没有用作消防队员和警察的慈善基金，而是进了以最快速度生产出这些服装的商家腰包。

而，任何一个信心十足的女人也是能穿的。

当平面设计成为一种文化



■ 本刊编辑部 By Art & Design Press

KYLE COOPER (1962-) 和他的同事

IMAGINARY FORCES 设计公司

好莱坞 加利福尼亚

(左上两幅)

《七宗罪》

电影编导、演员和制作人员名单, 故事片, 1995年

导演: Kyle Cooper, Imaginary Forces 设计公司

美术设计: Kyle Cooper 和 Jenny Shainin, Imaginary Forces 设计公司

字幕: Peter Frankfurt, Imaginary Forces 设计公司

电影导演: David Fincher

制片人: New Line Cinema

(其它)

《Mimic》

电影编导、演员和制作人员名单, 故事片, 1997年

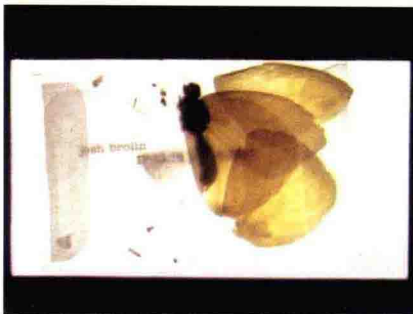
导演: Kyle Cooper

美术设计: Kyle Cooper, Karin Fong, Dana Yee, Scarlett Kim 和 Kimberly Cooper, Imaginary Forces 设计公司

艺术指导: Karin Fong, Imaginary Forces 设计公司

电影导演: Guillermo Del Toro

制片人: Dimension Films/Miramax



有时候,新的创作理念可以在艺术或探索的领域内改变思考过程,由 Kyle Cooper 担任设计指导、David Fincher 导演的电影《Seven》(七宗罪)就是这种变化产生的明证。在这部心理恐怖片中接连发生一系列谋杀案件,而且被害者都死于圣经所记载的罪行,从贪婪和懒惰到性欲和骄傲。影片的开头展示了暴徒在搜集令人毛骨悚然的恐怖记录,纷乱的、残缺的字母跳跃着、东倒西歪地出现屏幕上,同时特写镜头把最常见的复制品像显影盘、剪刀、纸张、磁带等都变成了无所不能的折磨和残害他人的工具。

Cooper 的这种给观众的感觉近乎折磨的探索,也就是制作对人的心理产生影响的图像在电影业产生了立竿见影的效果,甚至比影

片本身更受欢迎。《七宗罪》最后的电影编导、演员和制作人员名单反映出了把背景和图象结合的强烈愿望,一种印刷品设计人员已经很好地掌握的、精妙的数码设计的构思。Cooper把全新的印刷上的敏感带入了摄影领域之中,用排列精妙的印刷细节来表现大型特定摄影效果。《七宗罪》使 Cooper 成为动态艺术的引导潮流者,他的作品被电影、电视和多媒体的众多设计人员所效仿。他近期的作品有《Mimic》,科幻恐怖片,讲述的是关于昆虫的基因实验所引发的灾难性后果。Cooper在影片开始介绍了促发这场灾难性实验的危机,臭虫和蝴蝶的特写镜头(钉在墙上供研究用)和报纸上剪下来的由昆虫引发的流行疾病的相关报道以及因此丧

命的儿童的照片,照片和新闻报道被分成小块钉起来,暗示着残酷的破坏。毫无规律可言的碎纸片构成了长长的、冷冷的阴影,把电影蒙太奇手法的特色发挥得无以复加。

尽管 Cooper 和他的设计公司 Imaginary Forces,以表现邪恶事物的阴暗面闻名,但他们同样可以创作风趣幽默的作品,《Super Cop》(超级警察)(1992)的开头的印刷品有了巨大的改变,它和中国功夫共同构成了滑稽的效果。《Dean Man on Campus》(1998)以看似信手拈来的一页自杀指导开始。

随着他对这一创作手法的迅速掌握,Cooper 已经成功地把字母变成了影片的演员,并且他还创作出了体现其形成过程的电影图像。

BRUCE LICHER (1928-)

Independent Project 出版社

Sedona, 亚利桑那

(上)

INDEPENDENT PROJECT PRESS

名片, 1999年, 凸版印刷品

设计师和摄影师: Bruce Licher, Independent Project 出版社

印刷商: Independent Project 出版社

(中上)

R.E.M. 1998 HOLIDAY FANCLUB VIDEO (假日名人崇拜者俱乐部录像带)

录像带包装, 1998年, 印在硬纸板上的凸版印刷品

设计师: Bruce Licher, Independent Project 出版社

艺术指导: Chris Bilheimer

印刷商: R.E.M./Athens 有限责任公司

(中下)

HAROLD BUDD, FENCELESS NIGHT

CD 包装, 1998年, 胶印在硬纸板和塑料托盘上

设计师: Bruce Licher, Independent Project 出版社

摄影师: Harold Budd

印刷商: Polygram 音乐发行公司

(下)

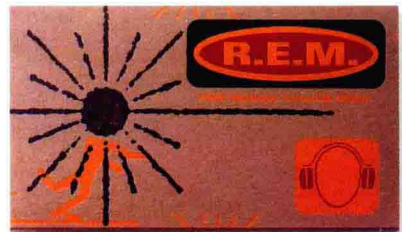
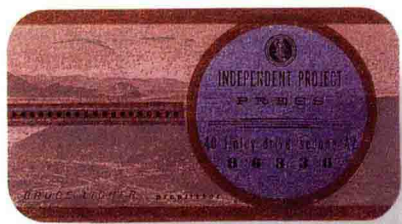
STEREDLAB, THE IN SOUND

7英寸光盘包装, 1999年, 印在硬纸板和含乙炔的树脂材料上的凸版印刷品

设计师: Bruce Licher, Independent Project 出版社

印刷商: Independent Project 唱片公司

这一设计依据 Win Bruder 给 Verve 唱片公司设计的、1965年发行的《The In Sound》创作而成, 当时该封面由 Peter Shulman 绘制, Bruce Licher 将其改编成了凸版印刷品。



Bruce Licher 的职业生涯验证了当今众多设计者和艺术家的冒险或是自力创业的精神。游离于都市生活主流之外, Licher 为独立音乐制片公司制作唱片和 CD 的包装。他使用再简单不过的材料甚至是废弃的铅字来展示印刷的实质。为了充分体现那种铅字印刷的天然状态和不精致, Licher 使用了不能完全覆盖他作品表面的油墨, 此外还有类似浮雕的效果。

铅字印刷术近几十年来又被艺术家、诗人和设计人员旧话重提, 尽管二战之后浮雕艺术由于平板印刷的出现而跟不上时代的步伐, 凸版印刷仍然在纯粹艺术领域存在。同样这一技巧还在各地小型印刷作坊印刷低廉少量的门票或海报时运用。Licher 的作品和其所使用的原材料, 比起纯粹印刷艺术和类似的手工艺创意来, 更多地体现出了印刷的实质。

Independent Project 出版社作品的特色之处

在于凸版印刷采用的特殊材料。Licher 从日常的纸品中抽取“神圣的”事物。他所创作的不仅有名片、信笺头和信封, 而且还有他自创的邮票和银行支票。为了这些作品, Licher 收集了许许多多的印刷品并且采用多层墨水印刷。他在这些原材料用光后还设计了一种新作品, 保证品牌形象的流动性——或许用“独立性”这个词更确切一些——而不是采用僵化的模式。

Licher 的凸版印刷过程中机械工具和数码工具兼而有之。除了用单独的金属字印刷的字母之外, 他还用电子技术制作出浮雕效果。Licher 正在把凸版印刷的特色之处应用到更加商业化的平板印刷品上。给 Harold Budd 制作的 CD 封面印制在木渣板上, 用的是银

色、金色和桔色的油墨, 色彩是 Licher 的凸版印刷作品的主基调, 作为塑料“首饰盒”的替代物, 作品采取的是 Licher 创作的全厚纸板结构的设计。

凸版印刷在印刷物的表面留下了清晰的印记, Licher 用这种传统的技艺来和现代文化进行交流。

GIGI BIEDERMAN (1964-)

DAVID KARAM (1969-)

Post Tool 设计公司

圣弗朗西斯科, 加利福尼亚

(上)

动态画, 1999年

设计和发行: Gigi Biederman 和 David Karam, Post Tool 设计公司

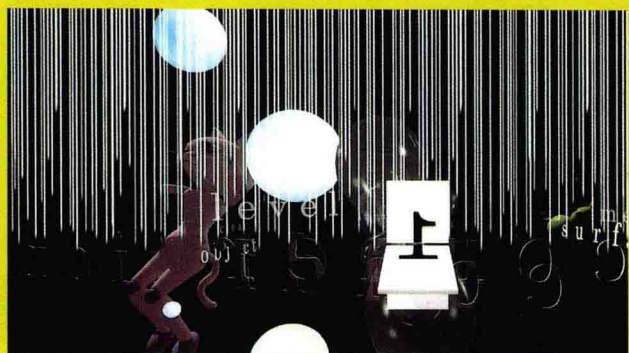
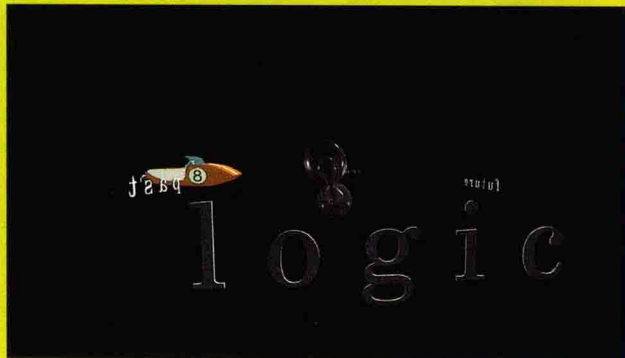
(下)

QUESTIONS AND ANSWERS

互动展览的雏形, 1993年

设计师: Gigi Biederman 和 David Karam, Post Tool 设计公司

音乐制作: Tom Bland, Gravi-tech 音乐工作室



Gigi Biederman和David Karam是Post Tool公司的合作伙伴, 身处于圣弗朗西斯科的高科技环境中, 他们的作品中有和谐但是明显经过深思熟虑的数码技术, 例如《Questions and Answers》(问题与答案)(1993), 儿童博物馆的模型, 把现代科技和诗情画意有机地在视觉和听觉上统一起来。

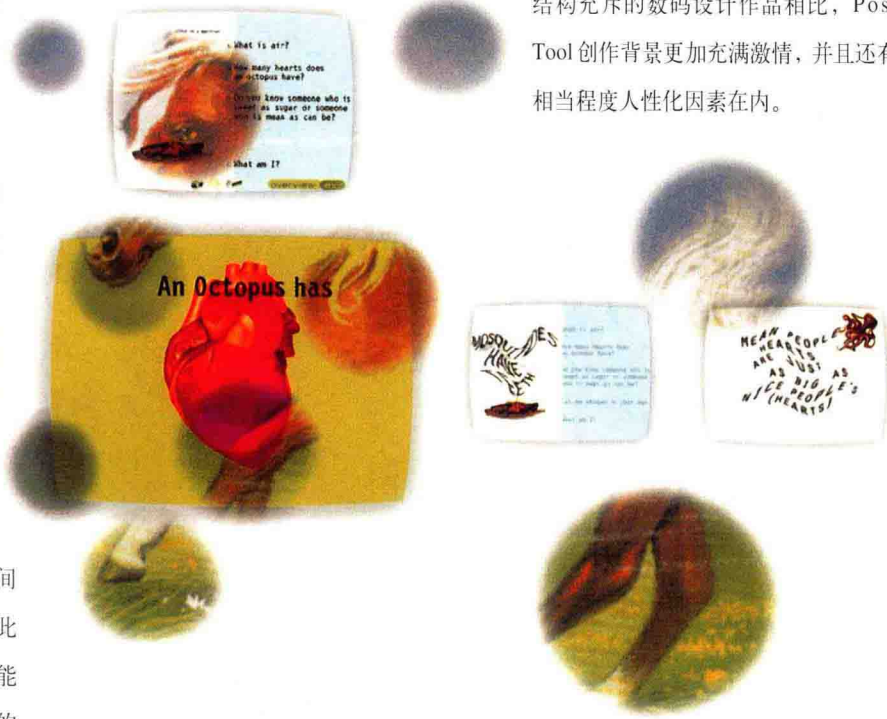
Post Tool 自己印刷的作品《Cardinal Directions》(主流) 则从三维空间的角度探索动态印刷。作品中有四个角色:

一只猫, 一辆轿车, 一头犀牛和无数泡泡, 每一部分都呈

现不同形态和行为: 猫面对着我们, 轿车在行驶, 犀牛在漫步, 泡泡则在漂浮。中间是克莱因瓶, 内部和外部的诸多事物在此交融于一起。克莱因瓶作为无穷无尽的能量之源, 起到的是一种永动的类似奇妙的

空间重力的作用。关键之处有四, 每一个都表明了存在的一个方面: 过去, 将来, 已知, 未知。设计者解释说, 作为建筑的实际环境, 我们选择把自然界的平衡法则打破。

除了创作这些实验性的作品之外, Post Tool 还设计网站、多媒体和给公司设计标志。他们已形成了自己的风格, 并向先前存在的多媒体专家发起挑战。与那些闪闪发光的按钮、大理石般光滑的表面和僵硬的窗式结构充斥的数码设计作品相比, Post Tool 创作背景更加充满激情, 并且还有相当程度人性化因素在内。



B.J. KRIVANEK(1953-)

B.J. Krivanek Art+Design

芝加哥, 伊利诺依

(左上)

FAMILY VOICES/AUSTIN

固定设施的一种创作新理念, 完工于2000年12月, 建筑材料有铝、钢铁、丙烯、乙烯

艺术指导: BJ Krivanek, Community ArchiTexts 公司

环境设计: Joel Breaux

艺术协作: Jennifer Van Winkle

(其它)

STRANDS OF HISTORY

加利福尼亚长滩市固定设施, 1999年, 原材料为铝、不锈钢和玻璃

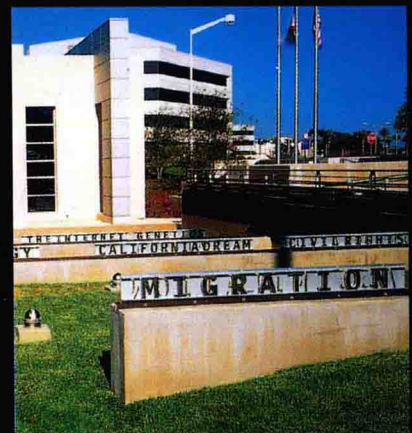
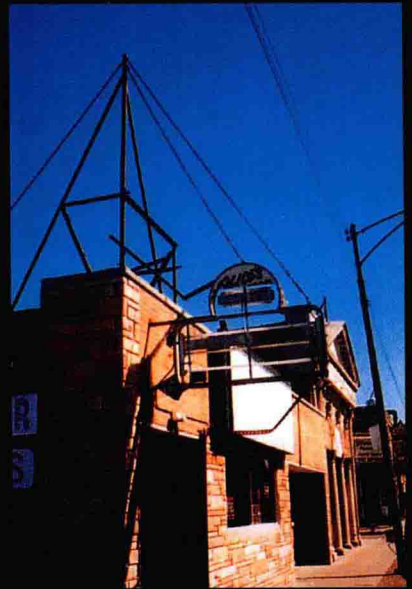
设计: BJ Krivanek

环境设计: Joel Breaux

历史顾问: Lillian Jones

风景建筑: Joseph Yee, LPA

客户: 加利福尼亚国立大学



伊利诺依的芝加哥和加利福尼亚的洛杉矶等地的社区建筑

把书面内容融入到建筑中, B.J. Krivanek把公众和诗意盎然的因素投入到了现代越来越商业化的都市风景之中, Krivanek, 社区建筑组织的发起人, 这是家设在芝加哥和洛杉矶的非赢利机构, 根据不同实际来努力达成类似印刷的效果, 这既融合了建筑特征也融合了社区使用者的想法在内, 他的作品使人们所生活的地方变得更加多元化。

Krivanek所表达的内容既有当地的历史也有社区成员的不同特色, 《Strands of History》

(1999) 坐落在长滩市加利福尼亚国立大学第23校园的新综合办公楼, 建筑包含了形成加利福尼亚文化的种种社会、经济和商业要素, 从主题公园到二战中的集中营, 由于这些令人颇感惊奇的想法, 建筑看上去更像是一首诗。

还在建设中的Family Voices/Austin (2000年12月完工), 建在芝加哥的工商业都极萧条的地区, 把当地的临街铺面和标志建筑都囊括于其中。Krivanek把社区中母亲和保姆们的声音注入了那些废弃的商业建筑中, 后来它们重新派上用场时, 是用于不大的商业用途, 再用新的签名作为有效的支持, 这些城

市结构的变化都旨在促进当地经济的增长。

Krivanek的作品复兴了在建筑物上刻字的传统, 几个世纪以来, 古典风格的公众建筑多用以铭记某事, 而在Krivanek作品中的那些大写字母便回应了这种传统, 但是昔日的刻字多反映了达官贵人们想利用这些建筑表达的观点, Krivanek的作品与此相反, 由于它们工工整整的视觉效果, 多使人自然产生信任感。

Krivanek在当地的特色上构建建筑, 再添加些印刷格式和建筑的结构来让这些地方更有代表性。

JOHN KRICFALUSI (1955-)

Spumco 公司

Glendale, 加利福尼亚

(左下) TURTLE FOOD COLLECTER

漫画书, 1995 年

设计: John Kricfalusi, Spumco 公司

(右)

THE GODDAMN GEORGE LIQUOR PROGRAM

第七部分: "BABYSITTING THE IDIOT" (照顾那个傻瓜)

[从左向右: Sody Pop, George 和 Jimmy the idiot Boy]

动画系列, 1998 年

设计: John Kricfalusi, Spumco 公司

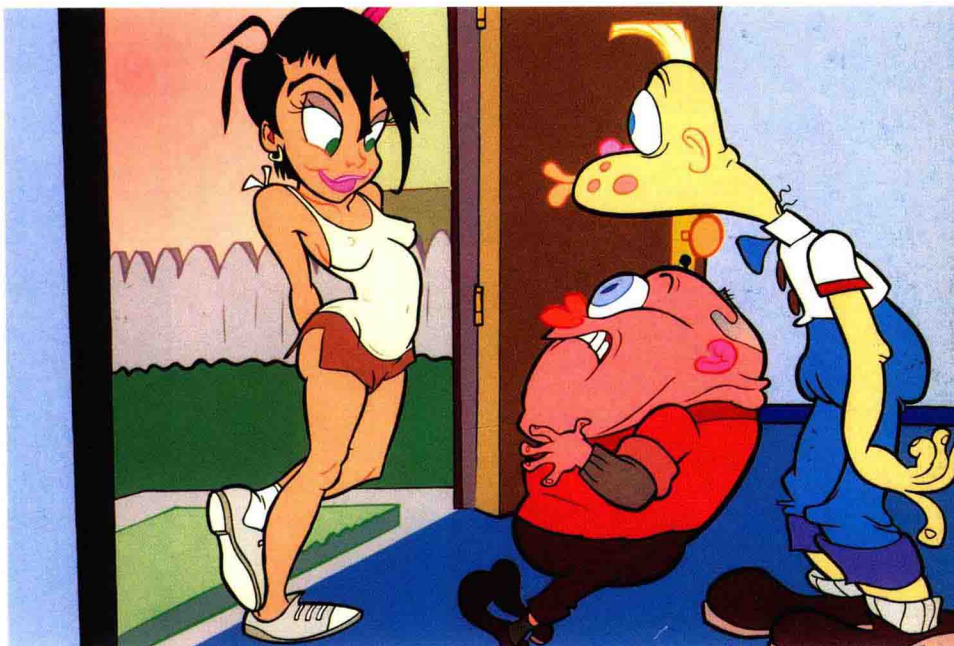
(左上)

BIG BAD WOLF (大坏狼)

商业广告, 1996 年

设计: John Kricfalusi, Spumco 公司

客户: 耐克公司



作为突破性的、扭曲的动画大师, John Kricfalusi 天生就是讲故事的。从前还在 Ralph Bakshi (Fritz the Cat) 的著名动画片的隐蔽下混日子, 他在创作《The Ren & Stimpy Show》之后声名鹊起, 两年后, Nickelodeon 电视网也予以放映。由于互联网的吸引力, Kricfalusi 建立了 Spumco 动画工作室, 还找到了此后的合作伙伴 Jim Smith, 自此其笔下的人物更具网络价值。

他最初的“网络卡通”, 《The Goddman George Liquor Program》关注的是同名的小丑, 还有 Pop, Jimmy (一个傻孩子)。鼓起来的眼睛, 迅猛跳动的血管, Georgy 急待发

泄其内心的痛苦, 这种妄想又通过荒诞的行为来加以平衡; Jimmy 是 George 最后的杰作, 一事无成的小侄子, 其无知让人倍感折磨, 还有爱睏眼的脾气; Sody Pop 使得一切更加生动, 她简直就是女性化的 Kricfalusi, 大眼睛, 紧身衣, 多姿多彩的肢体语言。

Spumco 工作室实际开始创作网络卡通是在微软公司委托的系列作品《Weekend Pussy Hunt》之后, 你很难想象这是比尔盖茨做出的决定, 作品最后只完成了很少一部分。从那之后, Kricfalusi 创作了一系列网络动画, Spumco 的业务范围也扩大到了给包括耐克和 Old Navy 在内的客户创作商业广告, 以

及给爱尔兰流行歌手 Bjork 创作音乐电视。

Kricfalusi 全凭感觉来创作网络动画, 他根据直觉来寻求大量的细节和白色空间之间的适当平衡, 采用了一系列复杂的绘制过程, 比起电视卡通来, Kricfalusi 的作品线条更加平滑、流畅。

为了增加产生奇迹和喜剧化效果的可能, 他相信卡通是一种本能, Kricfalusi 因此投身网络创作, 在此他可以用急躁甚至有些邈远的作品来突破技术和文化的限制, 同样可以更自由利用视觉效果, 根据观众的喜好来作出改动。

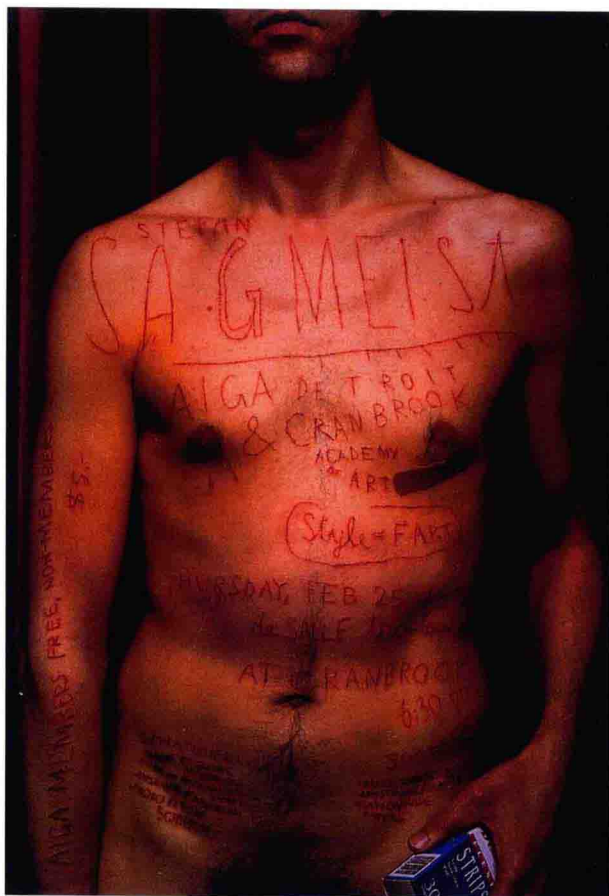
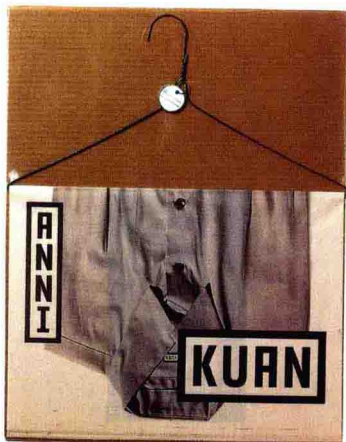
GIGI BIEDERMAN (1964-)
DAVID KARAM (1969-)

Post Tool 设计公司

圣弗朗西斯科, 加利福尼亚

(右) STEFAN SAGMEISTER:
ALGA DEROIT
海报, 1999年, 胶印
艺术指导: Stefan Sagmeister
设计: Martin Woodtli
摄影: Tom Schierlitz
出版商: AIGA Detroit

(左)
ANNI KUAN
宣传手册, 1999年, 胶印在装饰有波状板、铁制衣架和塑料包装的新闻纸上
艺术指导: Stefan Sagmeister
设计: Hjalti Karlsson
摄影: Tom Schierlitz
插图: Martin Woodtli
客户: Anni Kuan



Stefan Sagmeister 已经创作出许多非常有文学性和象征意义的作品, 他抛弃了那些把设计需要像刀刮过一般天衣无缝的表面的概念, Sagmeister 用具体的事件和可触知的经历作为创作源泉。为进一步阐释其作品, Sagmeister 让他的助手用手术刀把海报的内容刻到他身上, 他正在滴血的身体把海报的词句和形象展示出来, 表达了 Sagmeister 把印刷术作为一种物质形态的观点。

Sagmeister 的作品主要用于文化领域, 特别是音乐上。他把传统 CD 包装中小而密集

的空间变成了不加任何束缚的场景, 使观众产生身临其境的感觉。Sagmeister 在 Skeleton Key 的《Fantastic Spikes through Balloon》(1999) CD 封面上制作出无数小孔, 而在 David Byrne《Feeling》的 CD 封面则是五彩缤纷的、看似科学的“感情调节器”。

其他的作品则把商业包装材料放在了令人吃惊的背景中, 为了包装时装设计师 Anni Kuan, Sagmeister 把新出版的印刷物折叠起来挂在铁丝制的衣架上, 背景是波状纸板, 并且把这样的作品直接邮寄。Anni Kuan 废

物利用那些日常商业文化中的材料, 以此来制作廉价并且令人难忘的作品, 本页的其他相关包装则探索了物质的不同方面。比如说, Sagmeister 用剪出来的塑料条在地板上贴成字, 再拍下来, 而在另一幅作品中他用数码技术把 Kuan 的名字拼贴成曼哈顿干洗店的楼前巨大签名, 这些实验使字母变成了具体的物体和三维的体现。

Sagmeister 指出, 作为一个过程, 设计是实现原材料、背景、形象和目的的物质过程, 而作为最终产品, 设计又对他的使用者、制作者和世界产生具体而微的影响。

STEFAN SAGMEISTER (1962-)

Sagmeister 公司

纽约市

(右上)

DSP ANNUAL REPORT

年度报告, 1998年, 胶印

设计: Jennifer Sterling

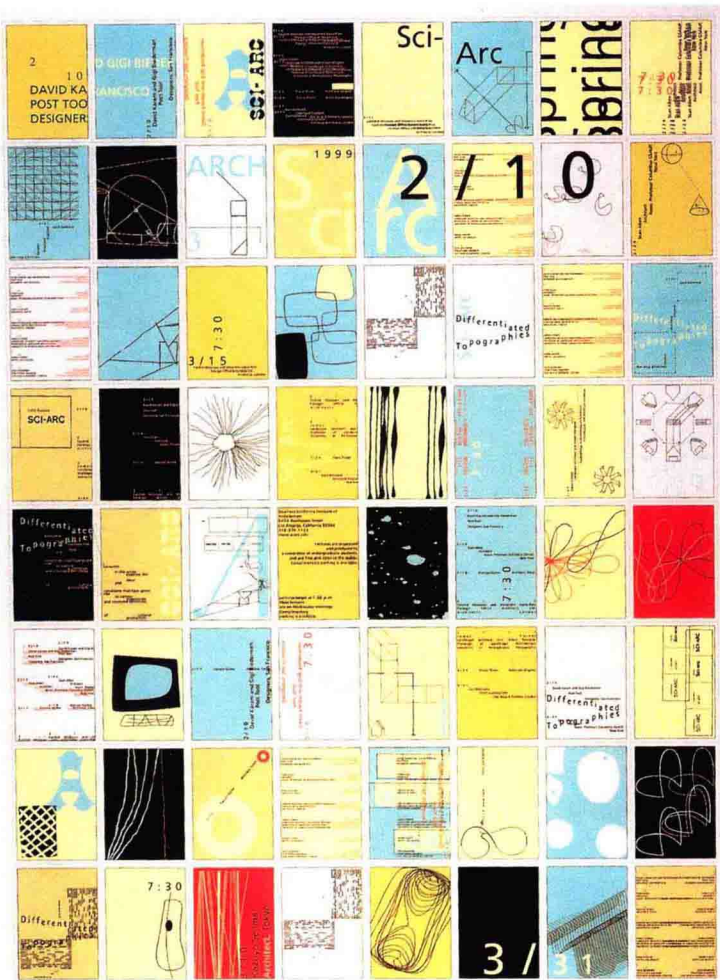
广告文字撰写: Eric LaBrecque

出版商: DSP Communication 公司

(右下)

LAVRISHA/LABRECQUE

有书皮的书, 1998年, 胶印, 天鹅绒封面



设计: Jennifer Sterling

出版商: Lavrisha/LaBrecque

(左)

DIFFERENTIATED TOPOGRAPHIES

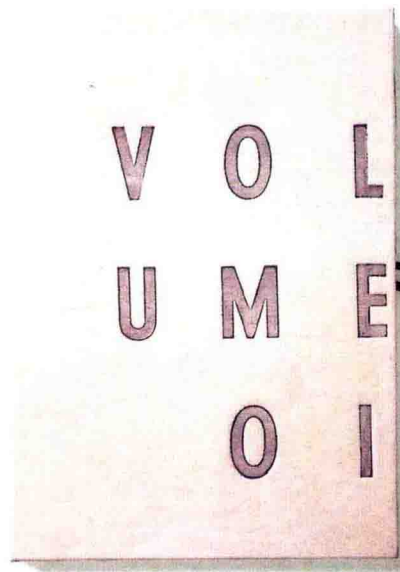
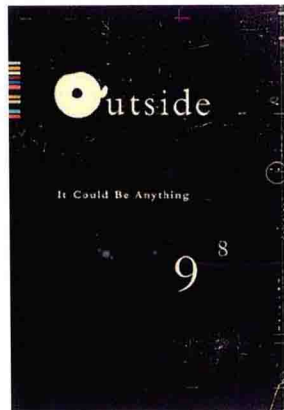
海报, 胶印, 类似邮票的骑缝处打孔的作品

设计: Jennifer Sterling

插图: Jennifer Sterling, Amy Hayson

文字撰写: Margi Reeves

出版商: 南加利福尼亚建筑研究协会



Jenifer Sterling 把精妙的印刷技术和物理过程合在一起, 封面上打满了孔, 几何字体放在天鹅绒的背景上, 孔状接缝把巨大的海报分成了几十个小部分, 从精选纸张到细挑印刷再到琢磨装订方法, Sterling 从各个角度来衡量其中的每一个细节, 她把微妙的线条和珠宝商人的眼光结合在一起, 并且用此来装饰。

Sterling 的创作生涯始于圣弗朗西斯科的 Steve Tolleson 工作室, 在这里她用古典风格的印刷精神来向传统的年度报告的设计发起挑战。Sterling 在 1996 年在圣弗朗西斯科

建立了她自己的公司——Sterling 设计公司, 该公司为公司本身和其他客户设计年度报告以及海报和印刷品。

年度报告的大小和结构就以 Sterling 作品为准, 以此来作为物化过程的证据, 无论作品是真实的还是虚构的。近期 DSP 传媒公司的年度报告, 比平装的贸易书大不了多少, 你可以很舒服地拿在手里, 而其封面看上去则更是破破旧旧, 不像样子。

为宣传摄影家 Marko Larrisha 和广告文字人 Eric La Brecque 的作品, Sterling 制作了一套

家具套式的印刷品 (1998), 封面用天鹅绒制成, 再印上加大的凸版字体, 墨迹很淡, 以此让印刷字间的空格变得更加显眼。

给南加利福尼亚建筑研究协会设计的海报, 这些都有所体现。在单幅画的位置上, Sterling 分成了一系列小格, 纸上的每一个小格都形成一个独立空间, 它们每一部分的风格、颜色和规模都使得海报形成了有机的整体, 虽然齿缝间的小孔使得人们想把它撕开。

对 Sterling 来说, 她把读者的切身经历和制作者的手法完美地结合在她的作品之中。

ALEXANDER GELMAN (1967-)

Design Machine 设计公司

纽约市

(左上)

OBSCURE OBJECT

标志, 1996年

设计: Alexander Gelman, Design Machine 公司

(左下)

BE DIRECT (直接点)

广告, 1999年, 胶印

设计: Alexander Gelman, Design Machine 公司

创意指导: Eric Revels

客户: Dell 电脑

(右)

NUCLEAR CONVERSATION (核对话)

插图, 1998年, 胶印

设计: Alexander Gelman, Design Machine 公司

艺术指导: Nickolas Blechman

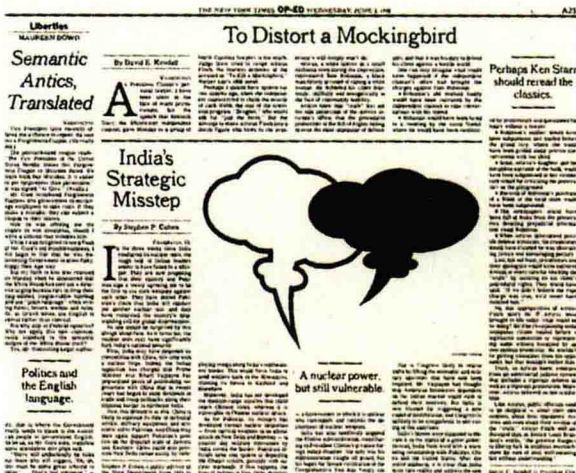
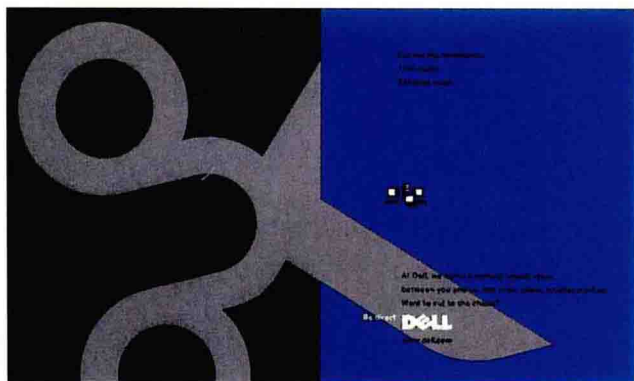
出版: 纽约时报

(下) SIDE

手表, 塑料和玻璃构造的手表

设计: Alexander Gelman, Design Machine 公司

生产商: Swatch



出生于俄罗斯的平面设计家 Alexander Gelman 与商业设计的主流以及后现代先锋派的设计风格都迥然不同, Gelman 的作品抛弃了把嬉皮风格的复杂性作为移植而来的背景和分散的形式做法, 相反, 他在大面积的颜色中随心所欲地挥洒近乎僵硬的印刷方式和简单的图形。Gelman 这种简单的做法反而产生了复杂方式难以达到的效果, 比如他为自己公司的出版物《Obscure Objects》(模糊物体)设计的标志, 作为开头字母的两个“O”被用一个正方形和一个圆表现出来, 每一个又都跟着与之形状相反的标志, 方圆在此互异, 这一标志把现代艺术家们所谓的几何平衡转变成了简洁的

符号体系。自称是“减法大师”, Gelman 说, “我通过清除来创作, 我用消除纸的层次来达到层次感”。在 Janou Rakter 招募新丁的系列海报和广告中, 他用几何图形和折叠的印刷品来形成深度的错觉。在 Dell 电脑的一幅广告中, 用简单的电脑技术制作的巨大的图像——看像是要把广告剪开的剪刀——象征人们对数码工具的巨大期待。Gelman 在作品中往往使用相似的图像, 例如《纽约时报》的一篇关于印度继续进行核试验的插图, Gelman 把二十世纪的蘑菇云

和插图中说话时常用的泡泡放在一起, 以此来描述一场“核对话”。给 Swatch 设计的手表以普普通通的、透明的表带和表面, 这是块没有公司标记、没有明亮的颜色、也没有突出的主题的 Swatch 表, 斜斜地穿过手表表面的是 Swatch 公司早期出品的最普通的黑色手表 (推出于 19 世纪 80 年代), 这种简单的黑色手表在此作为一种公司的标志物或象征文化。在一个信息泛滥、个人风格盛行的社会, Gelman 这种小小的构造创造出了视觉风暴中的冷眼旁观者, 让思想在这一安静的角落真正得以展现。