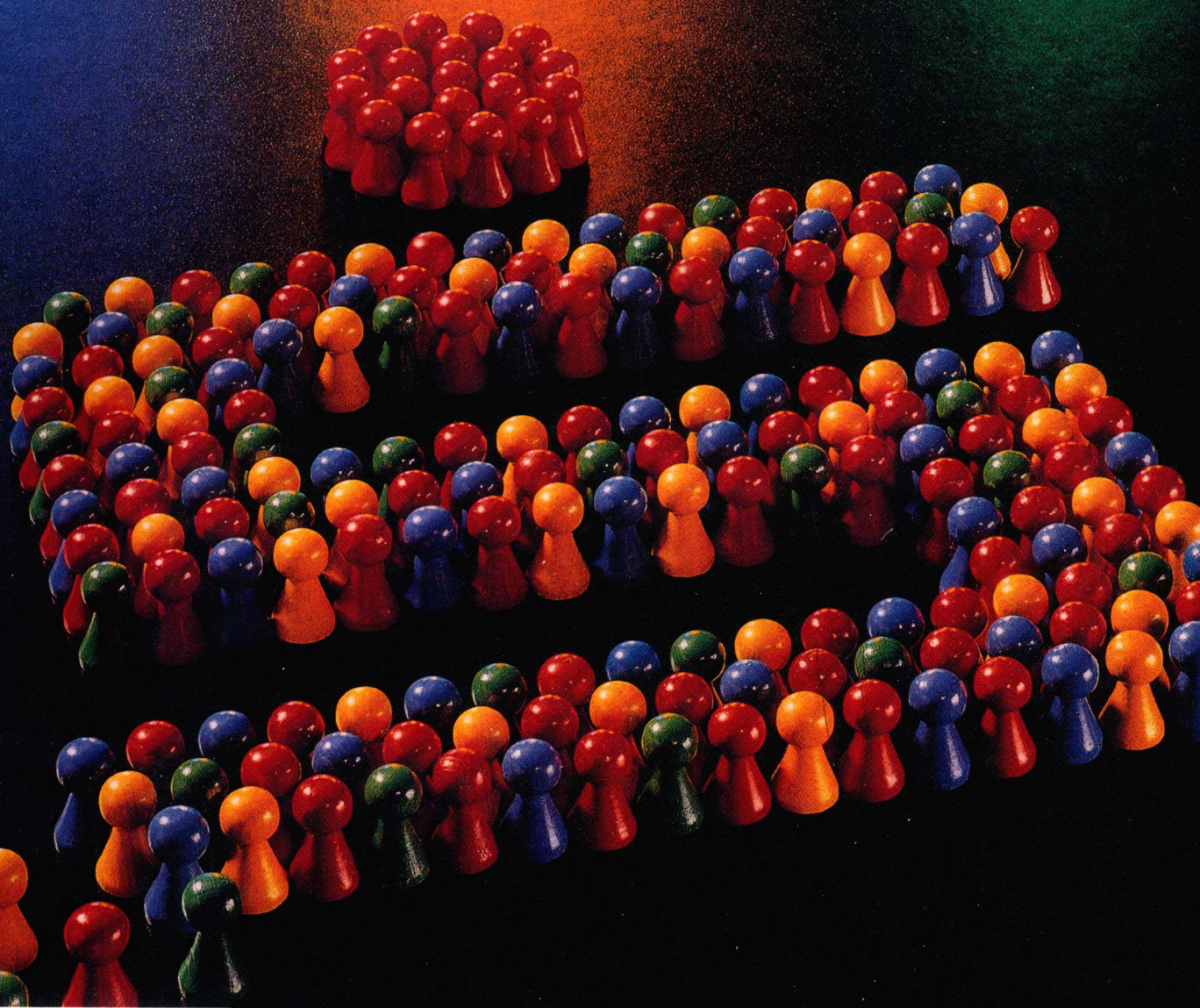


刊号: CN11-3909/J 邮发代号: 82-273 全国各地邮局均可定阅 总第015期 定价: 25元

艺术与设计[®]

ART AND DESIGN

中国设计艺术主导期刊



ISSN 1008-2832



9 771008 283108

J 06-55 / 1:16

主管单位 Attached to:

中华人民共和国新闻出版署

Press and Publication Administration, P.R.China

出版 Publish:

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

编辑 Edite:

《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

e-mail:editorqian@etang.com

副总编(兼发行主管) Vice-Director General

李红菲 Li Hongfei

Tel:010-6601 9295,6605 8123-8009

责任编辑 Executive Editor

钱竹 Qian Zhu 吴铭 Wu Ming

Tel:010-6601 9295,6605 8123-8008

实习编辑 Study Editor

李赫容 Li Herong

封面图形: 克里斯坦

设计: 钱竹 Qian Zhu 吴铭 Wu Ming

制作: 北京色彩人图文设计制作有限公司

读者服务: 王靖 Wang Jing

Tel:010-6601 9295,6605 8123-8003

刊号: CN11-3909/J (国内统一刊号)

ISSN 1008-2832 (国际统一刊号)

出版日期: 2000年10月

总第015期

本刊地址:

北京市西城区学院胡同39号 100032

Tel:86-10-6605 8123, 6605 8049

Fax:86-10-6605 8107

Web: <http://www.design-art.com>

e-mail:editorqian@etang.com

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: 北京印刷学院实习工厂

如有印刷、装订质量问题, 请与北京印刷学院实习工厂联系。

电话: 010-69226434 69244475

地址: 北京大兴黄村兴华北路25号

邮编: 102600

四封用纸为205g 蕨叶纹特种纸

由协茂纸业(北京)有限公司提供

Tel:010-83522867

人民币 25.00 元

特稿

Special

04

德国设计大师——克里斯坦 赵燕

A Famous German Designer By Zhaoyan

平面·平面

Graphics & Graphics

26

蓬皮杜文化中心(法国现代艺术中心)VI系统设计 吕迪·鲍尔

VI System Design for Center Pompidou By Ruedi Baur

73

AIGA 奖章给谁 本刊编辑部

Who Gain The AIGA Medal By Art and Design Press

46

凡尔赛宫的视觉形象 赵丽燕

Chateau de Versailles By Zhao Liyan

49

上海设计师周鹏设计作品 沈浩鹏

Selected Works By Zhoupeng By Shen Haopeng

52

广告样本与版面设计 叶明辉

Catalogue Design and Page Layout By Ye Minghui

34

小島良平 朱愕

Design Technique of Kojima Ryohei By Zhu E

三边联谈

Tripartite Talks

57

艺术设计的世纪转换 夏燕靖

Artistic Design at the Turn of the Century By Xia Yanjing

58

杂志版面设计 毛毛

Magazine Design By Maomao

62

纪念碑 [美]刘墉

Monument By Liuyong

讯

News

02

图片新闻 新华社等

Photo News

64

设计信息

Design Information

设计空间

Image Space

10

当代音乐设计 彼得·肯柏

Contemporary Musical Design By Peter Kemper

新视点

New Point of View

42

中央美术学院设计系99平面助教进修班作品选

Select Poster Design of Central Fine Arts Institute

居艺

Living Arts

88

树的生命——木质的室内装修 晓欣

Tree's Life By Xiaoxin

广告索引

封二 Epson扫描仪

封三 雅昌彩印

封底 现代艺术、艺术与设计征订

内页 佳能打印机

全景图片

艺术世界

J 06-55 / 1:16

主管单位 Attached to:

中华人民共和国新闻出版署

Press and Publication Administration, P.R.China

出版 Publish:

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

编辑 Edite:

《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

e-mail:editorqian@etang.com

副总编(兼发行主管) Vice-Director General

李红菲 Li Hongfei

Tel:010-6601 9295,6605 8123-8009

责任编辑 Executive Editor

钱竹 Qian Zhu 吴铭 Wu Ming

Tel:010-6601 9295,6605 8123-8008

实习编辑 Study Editor

李赫容 Li Herong

封面图形: 克里斯坦

设计: 钱竹 Qian Zhu 吴铭 Wu Ming

制作: 北京色彩人图文设计制作有限公司

读者服务: 王靖 Wang Jing

Tel:010-6601 9295,6605 8123-8003

刊号: CN11-3909/J (国内统一刊号)

ISSN 1008-2832 (国际统一刊号)

出版日期: 2000年10月

总第015期

本刊地址:

北京市西城区学院胡同39号 100032

Tel:86-10-6605 8123, 6605 8049

Fax:86-10-6605 8107

Web: <http://www.design-art.com>

e-mail:editorqian@etang.com

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: 北京印刷学院实习工厂

如有印刷、装订质量问题, 请与北京印刷学院实习工厂联系。

电话: 010-69226434 69244475

地址: 北京大兴黄村兴华北路25号

邮编: 102600

四封用纸为205g 蕨叶纹特种纸

由协茂纸业(北京)有限公司提供

Tel:010-83522867

人民币 25.00 元

特稿

Special

04

德国设计大师——克里斯坦 赵燕

A Famous German Designer By Zhaoyan

平面·平面

Graphics & Graphics

26

蓬皮杜文化中心(法国现代艺术中心)VI系统设计 吕迪·鲍尔

VI System Design for Center Pompidou By Ruedi Baur

73

AIGA 奖章给谁 本刊编辑部

Who Gain The AIGA Medal By Art and Design Press

46

凡尔赛宫的视觉形象 赵丽燕

Chateau de Versailles By Zhao Liyan

49

上海设计师周鹏设计作品 沈浩鹏

Selected Works By Zhoupeng By Shen Haopeng

52

广告样本与版面设计 叶明辉

Catalogue Design and Page Layout By Ye Minghui

34

小島良平 朱愕

Design Technique of Kojima Ryohei By Zhu E

三边联谈

Tripartite Talks

57

艺术设计的世纪转换 夏燕靖

Artistic Design at the Turn of the Century By Xia Yanjing

58

杂志版面设计 毛毛

Magazine Design By Maomao

62

纪念碑 [美]刘塘

Monument By Liuyong

讯

News

02

图片新闻 新华社等

Photo News

64

设计信息

Design Information

设计空间

Image Space

10

当代音乐设计 彼得·肯柏

Contemporary Musical Design By Peter Kemper

新视点

New Point of View

42

中央美术学院设计系99平面助教进修班作品选

Select Poster Design of Central Fine Arts Institute

居艺

Living Arts

88

树的生命——木质的室内装修 晓欣

Tree's Life By Xiaoxin

广告索引

封二 Epson扫描仪

封三 雅昌彩印

封底 现代艺术、艺术与设计征订

内页 佳能打印机

全景图片

艺术世界

J 06-55 / 1:16

主管单位 Attached to:

中华人民共和国新闻出版署

Press and Publication Administration, P.R.China

出版 Publish:

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

编辑 Edite:

《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

e-mail:editorqian@etang.com

副总编(兼发行主管) Vice-Director General

李红菲 Li Hongfei

Tel:010-6601 9295,6605 8123-8009

责任编辑 Executive Editor

钱竹 Qian Zhu 吴铭 Wu Ming

Tel:010-6601 9295,6605 8123-8008

实习编辑 Study Editor

李赫容 Li Herong

封面图形: 克里斯坦

设计: 钱竹 Qian Zhu 吴铭 Wu Ming

制作: 北京色彩人图文设计制作有限公司

读者服务: 王靖 Wang Jing

Tel:010-6601 9295,6605 8123-8003

刊号: CN11-3909/J (国内统一刊号)

ISSN 1008-2832 (国际统一刊号)

出版日期: 2000年10月

总第015期

本刊地址:

北京市西城区学院胡同39号 100032

Tel:86-10-6605 8123, 6605 8049

Fax:86-10-6605 8107

Web: <http://www.design-art.com>

e-mail:editorqian@etang.com

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: 北京印刷学院实习工厂

如有印刷、装订质量问题, 请与北京印刷学院实习工厂联系。

电话: 010-69226434 69244475

地址: 北京大兴黄村兴华北路25号

邮编: 102600

四封用纸为 205g 荷叶纹特种纸

由协茂纸业(北京)有限公司提供

Tel:010-83522867

人民币 25.00 元

特稿

Special

04

德国设计大师——克里斯坦 赵燕

A Famous German Designer By Zhaoyan

平面·平面

Graphics & Graphics

26

蓬皮杜文化中心(法国现代艺术中心)VI系统设计 吕迪·鲍尔

VI System Design for Center Pompidou By Ruedi Baur

73

AIGA 奖章给谁 本刊编辑部

Who Gain The AIGA Medal By Art and Design Press

46

凡尔赛宫的视觉形象 赵丽燕

Chateau de Versailles By Zhao Liyan

49

上海设计师周鹏设计作品 沈浩鹏

Selected Works By Zhoupeng By Shen Haopeng

52

广告样本与版面设计 叶明辉

Catalogue Design and Page Layout By Ye Minghui

34

小島良平 朱愕

Design Technique of Kojima Ryohei By Zhu E

三边联谈

Tripartite Talks

57

艺术设计的世纪转换 夏燕靖

Artistic Design at the Turn of the Century By Xia Yanjing

58

杂志版面设计 毛毛

Magazine Design By Maomao

62

纪念碑 [美]刘塘

Monument By Liuyong

讯

News

02

图片新闻 新华社等

Photo News

64

设计信息

Design Information

设计空间

Image Space

10

当代音乐设计 彼得·肯柏

Contemporary Musical Design By Peter Kemper

新视点

New Point of View

42

中央美术学院设计系99平面助教进修班作品选

Select Poster Design of Central Fine Arts Institute

居艺

Living Arts

88

树的生命——木质的室内装修 晓欣

Tree's Life By Xiaoxin

广告索引

封二 Epson扫描仪

封三 雅昌彩印

封底 现代艺术、艺术与设计征订

内页 佳能打印机

全景图片

艺术世界



悉尼奥运会吉祥物在京亮相

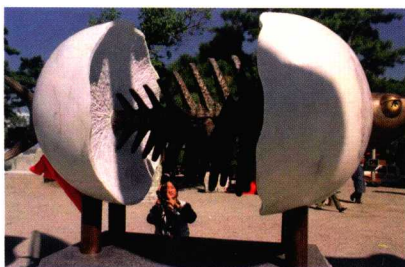
新华网北京专电 2000年悉尼奥运会的三个吉祥物：鸭嘴兽悉德、针鼹米利和笑翠鸟奥利，前不久在北京亮相。



据澳大利亚使馆新闻处官员介绍，作为三位一体，他们象征着水、土地和空气。他们的名字分别代表悉尼、千年，以及奥运会和奥林匹克运动。这三个吉祥物代表着澳大利亚独有的动物，其中鸭嘴兽和针鼹是世界上仅有的两种下蛋的哺乳动物（单孔目动物）。吉祥物体现了澳大利亚的精华——具有强烈反差色彩的国土及其祥和、友好、热爱运动的乐观的人民。

吉祥物针鼹米利寓意信息首领，展望未来充满希望和自信。主办者解释其含义，称他是天生的教育家，坚信以通过运动来教育人的方式可以帮助建立一个更加和平的世界。米利象征朝气和乐观精神的澳大利亚人民。

吉祥物笑翠鸟奥利寓意诚实、热情、爱交际，并有坦率胸怀。奥利致力于坚持公平竞赛的原则，并成为奥林匹克宪章的监护人。



长春，2000年9月12日 雕塑奇观

2000年长春国际雕塑作品展目前正在长春市胜利公园举行。此次展览以“和平、友谊、春天”为主题，展示来自世界23个国家的50名艺术家历时两个月现场创作的68件风格迥异的雕塑作品。图为雕塑《时空之谜》。（新华社传真照片）



悉尼奥运会组委会重新解释奖牌图案

最近，悉尼奥运会组委会官员不得不向当地希腊裔社区作出解释，本届奥运会奖牌上的剧场图案只是取材于一座普通的圆形剧场，并非著名的罗马圆形大剧场。此前，当地希腊裔社区对奥运奖牌上的图案选用罗马圆形大剧场而非雅典的帕特农神庙表示不满。图为悉尼奥运会金牌样品。（新华社传真照片，路透）

墨西哥古代文物空运中国准备展出

8月24日凌晨起，186件墨西哥古代文物开始分两批空运中国，准备在10月1日中国西安举行的《玛雅——重现的文明》墨西哥古代文物展上展出。这将是迄今最大规模的有关古代美洲文明的展览。图为展品中一件在奇瓦瓦出土的陶制彩绘人像杯。（数码相机翻拍照片）



“艺术欧元方案”展在法兰克福举行

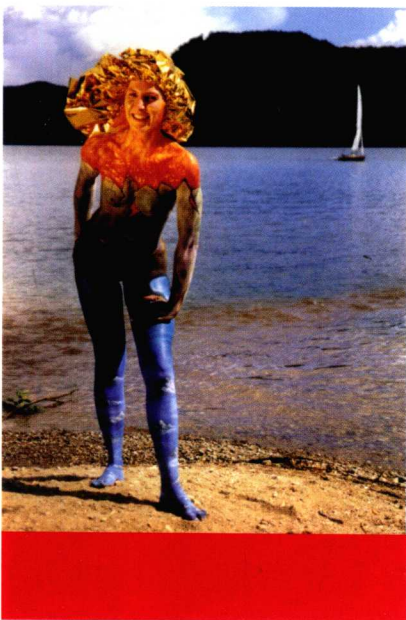
1000个欧元硬币巨型模型中有25个由儿童设计。它们将在网上拍卖为欧洲儿童癌症基金会筹措资金。新华社专发（法新社传真照片）



“唐老鸭之父” 99 岁逝世

2000 年 8 月 25 日是著名卡通形象唐老鸭最伤心的日子，因为它的“父亲”——99 岁的美国著名漫画家卡尔·巴克斯于这一天的上午 12 时 15 分（当地时间）去世了。

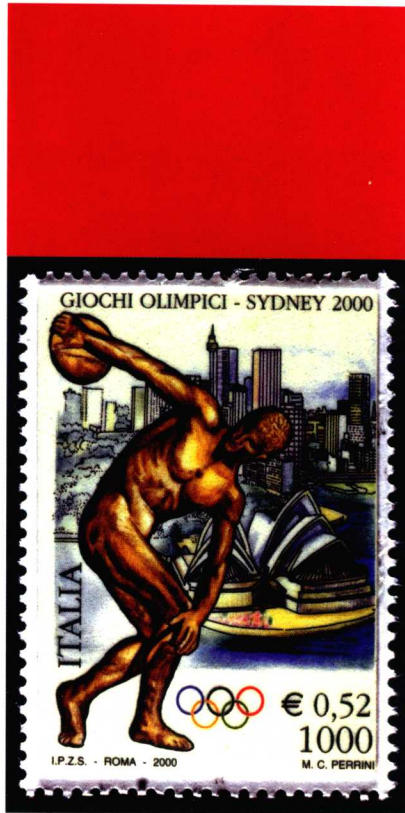
美国迪斯尼公司说，卡尔·巴克斯在俄勒冈南部他的家中永远离开了人世。在过去三十年中，他致力于绘画脍炙人口的唐老鸭漫画书。他笔下的这个呱呱叫的水禽动物受到全世界人们的喜爱。



奥地利第 3 届“画身”艺术节

奥地利南部小镇波登在国际上原本名不见经传，但恰恰是这个既不出名模、也不出画身艺术家、更没有出过著名摄影家的弹丸之地却在欧洲的画身艺术节一炮打响，成了欧洲最有影响的画身艺术沙龙。

1998 年起该地共成功地举办了三届“画身艺术节”和画身艺术摄影竞赛。在刚于今年 7 月 27-30 日结束的第三届“欧洲画身艺术节”上，来自欧洲和远洋各地的画身艺术家们再聚奥地利，用喷枪和画笔在近 100 名裸体男女身上展示了新近日益流行的“画身艺术”（Bodypainting）。艺术节期间设置的众多的摄影场地，为来自欧洲各地的著名摄影家们和部分摄影“发烧友”提供了欧洲独一无二的“画身艺术摄影”良机。艺术节还将评选出“奥地利 2000 年画身小姐”，其画家将参加随后在新加坡举行的“世界画身艺术决赛”（侯树人）



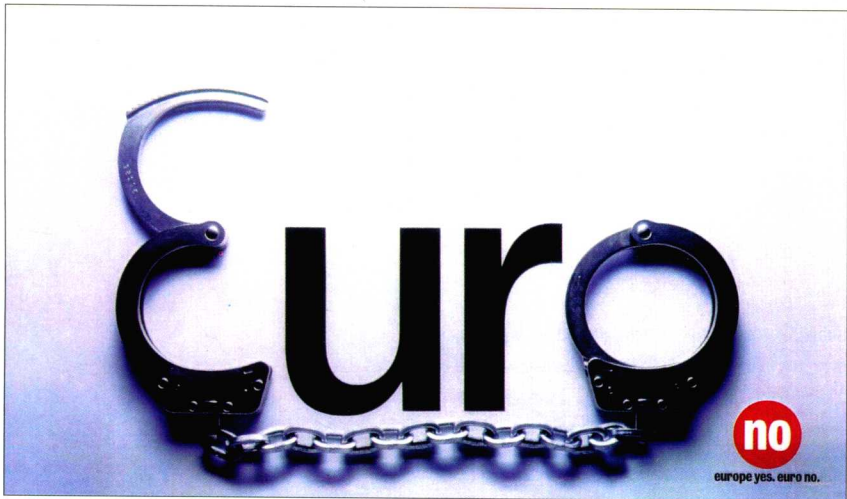
意大利发行奥运会纪念邮票

9 月 5 日，意大利邮政部门发行了第 27 届奥运会的纪念邮票。这枚面值 1,000 里拉（0.52 欧元）的邮票采用著名的古希腊雕塑掷铁饼者为前景，配以悉尼歌剧院为背景。新华社体育专线（法新社传真照片）



黎巴嫩做好亚洲杯足球赛准备工作

8 月 22 日，黎巴嫩工人在首都贝鲁特体育场前竖立起 2000 年亚洲杯足球赛的吉祥物。该吉祥物是一只名叫“努尔”的小鸟，它在阿拉伯语中是“光明”的意思。（新华 / 路透）



英国发起反欧元运动

英国伦敦的反欧元运动贴出“对欧元说不”的海报。英国最近出现的反对新欧元运动将对英国加入这一欧洲单一货币流通体制产生阻碍。新华社专发（法新社传真照片）

德国设计大师

克里斯坦

A Famous German Designer

■ 赵 燕 Zhao Yan



应中国美术学院视觉传达设计系邀请，德国海报设计大师、柏林艺术大学自由艺术系主任汉兹·尤尔根·克里斯坦教授不久前在杭州中国美术学院进行为期一周的题为“欧洲海报艺术周”学术交流活动。

克里斯坦教授早年毕业于德国杜塞尔多夫市国立艺术大学，主攻“实用艺术”和“自由设计艺术”，受任大师生，1974年被聘为柏林艺术大学绘画艺术史系主任，1975年任柏林艺术大学视觉传达设计学院院长，1990年任柏林艺术大学绘画艺术史系主任，现任柏林艺术大学自由艺术系主任和新媒体设计终身四级教授。

70年代至今，克里斯坦教授为柏林国家银行、柏林储蓄银行、德国电力水力能源公司、德国戴姆乐奔驰公司、德国WALL城市公共设施和公共媒体公司、柏林城市清洁公司等设计大量海报作品，他的个人作品曾在“芬兰拉赫蒂国际广告双年展”、“德国埃森招贴博物馆广告三年展”、“波兰华沙国际广告双年展”、日本东京“德国招贴艺术展”、“斯图加特市设计中心招贴展”、“德国图形与设计展”等世界级大展中获奖三十余项。

克里斯坦来中国美术学院进行学术交流活动的内容有：1、欧洲海报150年发展史，展示欧洲各国各时期的海报作品250余件。2、平面设计在柏林，展示100余件80年代和90年代的柏林海报作品。3、克里斯坦个人海报代表作品120余件。克里斯坦教授除了主持大型讲座二次以外，还分别与中国美术学院视传系教师和平面设计专业学生面对面地座谈交流，并对师生作品300余件进行评论和研讨。

在“欧洲海报艺术周”期间，师生们对克里斯坦带来的大师信息和精湛作品目不暇接、惊叹不已。克里斯坦教授对中国学生的努力求索精神和美院教师创作成果予以高度评价。笔者还就国内平面设计交流情况和设计教育情况向克里斯坦教授作了简要地介绍。

图中展示的是克里斯坦教授为柏林国家银行和柏林储蓄银行设计的系列海报作品。



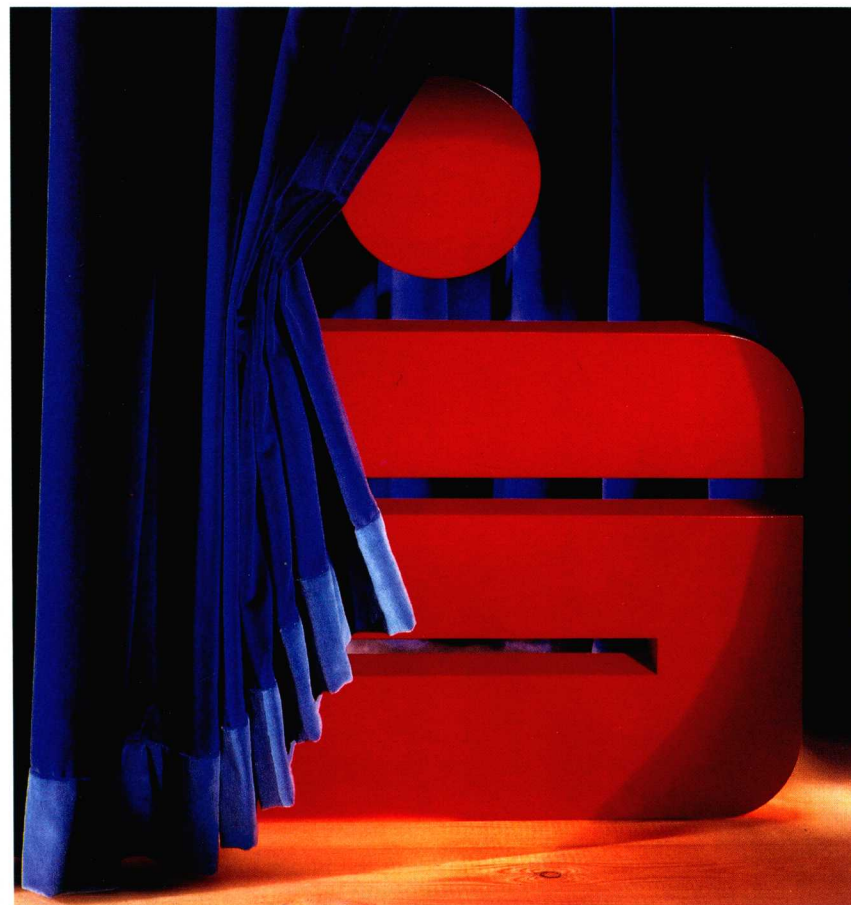
克里斯坦教授与中国同行交流



图一



图二



图三

这里展现给读者的克里斯坦教授的作品是以纯字母方式创作的德国国家银行的海报、宣传品基础图案。克里斯坦的作品形态拙壮，布局简洁而富有变化，蕴含力度。

图一、以木质的“S”形成调色板，各笔筒形成沉稳的画面结构，渐变形式增添了丰富性。

图二、将“S”用于航空手提箱，意味着无论你在何处，德国国家银行也能给你提供贴身的服务。

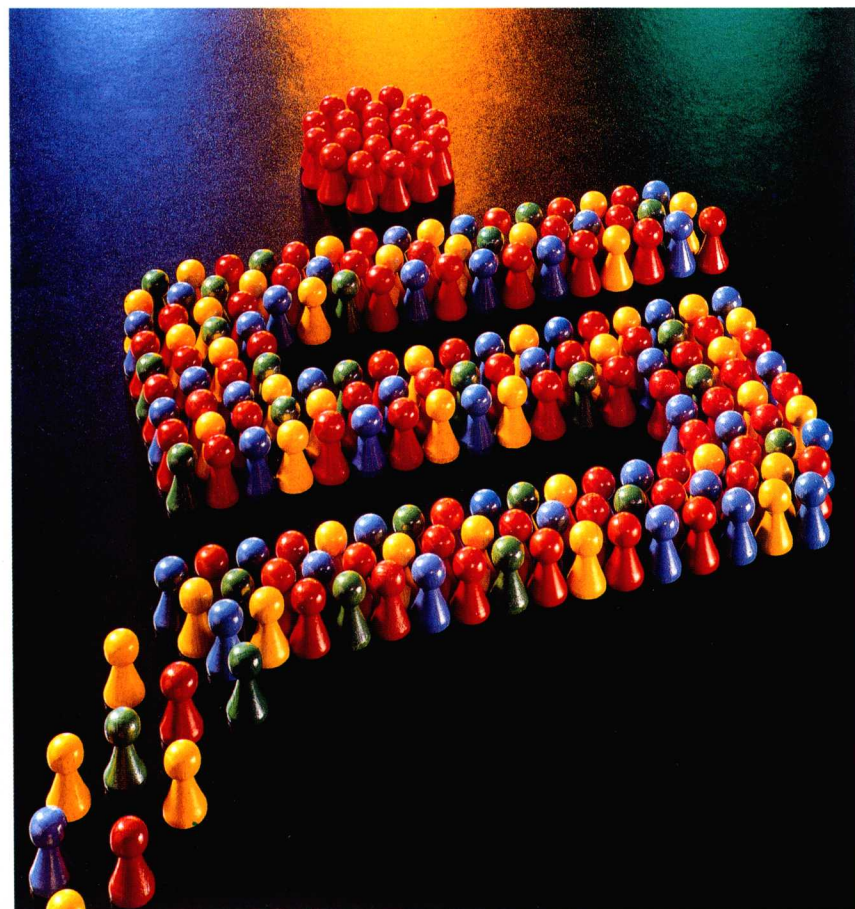
图三、“S”成了剧场的明星，灯光正好提示出“S”的亮度。这种拟人化的手法使画面富有戏剧性的效果。



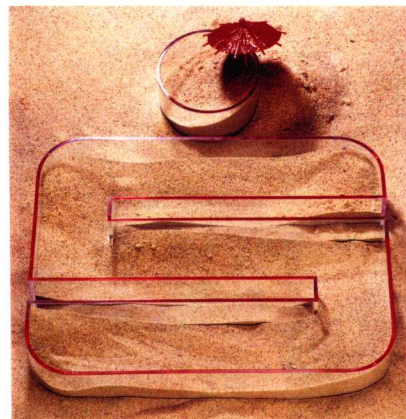
图四



图五



图七



图六

图四、(左页图)数码化的特征表示德国国家银行任何时候都会走在世界银行科技化的前端,虽然是一家有历史的银行,但绝不是老化的银行。整个画面富有动感,暖色的调子蕴含了丰富的对比关系。

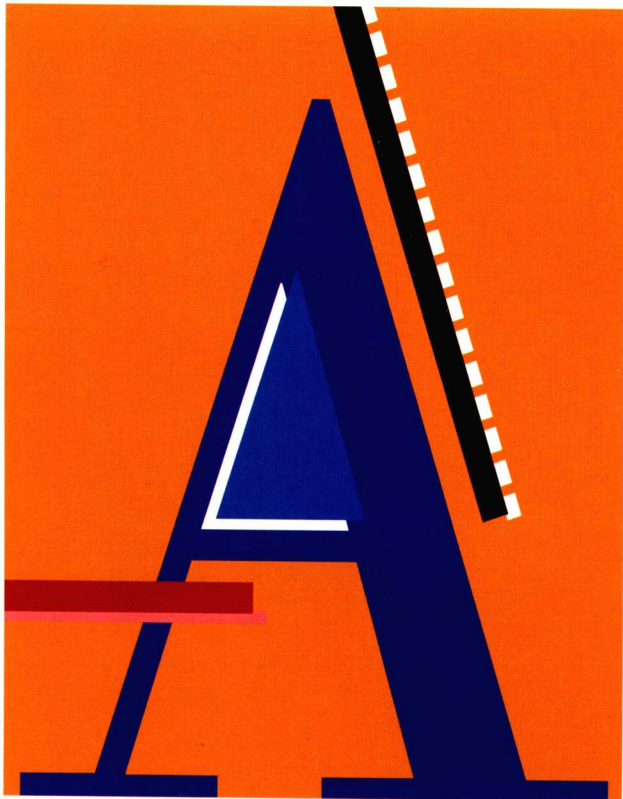
图五、克里斯坦以大胆的想象力将“S”这一银行的标志由园艺表现出了。天马行空的思维方式与严整的构成格局体现了作者的天才。

图六、标志在沙砾中体现,是作者的实验手段之一。

图七、由一个个小棋子组成的标志。棋子寓示着银行为大众服务的特质。值得注意的是画面顶端的灯光正好是棋子的色彩,这样形成的画面有许多呼应之处,使图形富有舞台效果。



图八



图九



图十

图八、字母连续地以展墙的形式出现，各种明快的色彩(多以对比色出现)、大个头的字母，能迅速地吸引路人的目光。

图九、图十为图八的局部。



图十一



图十二



图十三

G von Zeit nicht für die Hausnummeren kommen. Man von aktiver Freizeitgestaltung und sportlicher Beschäftigung liegt in wirtschaftlicher Hinsicht nicht nur bei der Überwindung von langen Distanzen Präzision und strategisches Denken in drei entscheidenden Faktoren. Nur wer sein Ziel nicht aus dem Augen verliert, kommt zum Erfolg.

Die Unternehmensgruppe Landeshank Berlin mit ihrem großen Geschäftsbereich – Berlin, Spandau und Landkreis-Gruppe Berlin – steht stetig und kompetent mit innovativen und interessanten Finanzprodukten und großer Präzision, die ihren Kunden zugute kommt.

Das LBB hat die Sicherheit der Zeit erkannt.

Landeshank Berlin
Königsplatz 101
10119 Berlin
Telefon 030 200 100 00

Die Unternehmensgruppe
Landeshank Berlin
Berlin, Spandau,
Landkreis, Prenzlau,
Landeshauptstadt Berlin,
Innsprache, Verkehrswege

LBB LandesBank
Berlin

图十三

图十一、各色的有机塑料以规则的形式摆成，视觉的空间距离在不随意中形成，事实上一切“随意”在刻意中形成的。光滑的塑料和粗颗粒的地毯形成明确的对比。这是一幅相当有童心的画面。

图十二、“S”反手表的形式出现，时尚的色彩使画面明快起来了。

图十三、图八的局部，每幅海报既可以独立存在，又可以组成一组“字母墙”。

图十四、这幅颇具意味的海报具有工业时代的特征系统化。红色和白色使画面活了起来。德国国家银行是国家的核心。有如汽车发动机一样。



图十四



谁会为了封面而买碟呢？

Contemporary Musical Design

当代音乐设计

■彼得·肯柏 翻译：文文 By Peter Kemper

在冷静的后现代的九十年代，波普文化也许称得上是文化主流。一个曾经是摇滚乐队一员的人，现在是英国首相，而所谓的“自由世界的领袖，”则在吹着凄凉的萨克斯。流行音乐最初冷冷清清，现在已经脱去了文化中卑微的外衣。而这对唱片封面的境遇同样适用。看起来简直难以置信，在这个特别的千禧年，如果有人要为许多著名的封套正名，一个唱片簿封面有可能成为一场文化变革的催化剂。谁能辩驳，那个在JIMI HENDRIX的唱片“电力女士地带”（TRACK，1969年）封面上袒露上身的女人，不是成为六十年代蓬勃兴起的性解放运动的导火线？谁又能预见到，那在HUNKY DORY（RCA，1971年）的封面上，大卫·邦威所穿的衣服竟会风靡一时，穿在了全球每个年轻人的身上呢？谁又能预计到，鲍伯·玛雷印在他的七十年代唱片封面上既自信又反叛的形象，在年轻黑人心里，会产生这样大的影响呢？

对封套设计者而言，虽然并没有成为一种重要的文化角色，但这种遗憾被视觉文化的发展中，

封套设计所承担的另一新的和关键的文化身份所弥补。就像 J.G. BALLARD 在他的著作《通向千禧年的使用指南》中说到的那样，我们生活在一个后文字时代，在这个世界里，书面文字已经被视觉上的交流所替代。当这点确认之后，研究的重点就转向更加完善的表达方式上。但是，如果我们试图在那些占据主要地位的正统平面设计那儿寻找的话，就只会无功而返。因为那些受雇于大公司的设计师们，为了满足他们的主顾的要求，已经使平面设计变成了市场经济下的工具，从而使原本旺盛的生命力变得枯竭，而失去了艺术表达的能力。因此，我们必须将目光转向那些调皮的个人，那些致力于创新和表现力的设计者小团体，而这些在封套设计者的身上表现得最为充分。

一直以来，唱片封套设计者就扮演了一种不断寻找视觉交流表达的新途径的开拓者的角色，这样的现象一直延续至今。封套设计始终保持着不断创新的活力，它的影响可以见之于许多方面。但是，它的先锋性工作一直得不到认可。与设计世界的主流人物比较起来（如与大型设计咨询公司的合作者、艺术学校的高级教师、以及那些评定艺术奖项的人），封套设计只是一项轻浮的行为，在职业设计师眼里不值一提。封套仅仅被视为年轻文化的一个部落，而比较之下的真正的设计关心策略，品牌，以及“问题的解决”。

这种想法的欠妥之处在于，在欣赏水平不断提高、受过教育的大众心中，设计是一种文化。对更高标准的设计的需求扩展到现代生活的方方面面：家具、服装、电器、书的包装等等。在视觉交流方面，这种需求导致了对前卫的设计的兴趣和接纳。这一点，广告代理商最清楚。他们意识到，在这个尖锐的媒体语言的时代，客户们不再满足于粗制滥造、不假思索的平庸之作，而那些大的设计集团只软弱地提供中性的“设计解决方案”，看起来庞大而没有新意，将自己封闭进一个狭小的圈子。

时装设计师和零售商保尔·斯密斯是一个设计革新的强烈鼓吹者。他最近的一篇文章里，提出一个问题：“为什么所有的东西都看上去一样？”他有一个看法：杂志、零售环境、公司标识、超市包装，他们的设计都因为相互的克隆而萎缩。斯密斯试图实行他的学说，采用个性化的方式销售服装，结果建立起了好几百万英镑的服装帝国。但他的成功，采用的是一种在设计和交流领域极端的、不

能程式化的方式。

在英国，体现在最好的封套设计上的特立独行的精神慢慢地渗到了主流领域。ORANGE 公司，一家领先的移动通信公司的公司标志，就是由设计者和商业界人士共同完成的，取得了成功。但它那呈现出迷你主义色彩的低矮的设计引起争议，被认为是八十年代唱片封套风格的再版。而英国另一项引起争议的设计，而且引发传统者和先锋派之间逐渐激烈的设计与商业性的争论的，是英国国家航空公司的制服。设计采用一系列具有种族色彩的图案，看起来迷人而新奇，并且很和谐。这种“同中有异”的途径不仅仅限于封套设计，而是许多唱片运动的特点：一个家族的封套和招贴在主要的设计思路路上彼此印证，但每一个又有自身的特点，使人们产生兴趣。在过几十年里对封套行业标准的实践，在这儿达到了成功，形成了一个统一的全球性商标。

但并不是说，唱片封套的设计就是唯一平面设计创新的地方。在其他的区域，有许多了不起的平面设计师做出了高品质的产品。但这种工作似乎不在日常生活的主渠道，如艺术、服装零售业等。到吴尔沃夫下的任何一家连锁店，在玩具柜台的旁边，你可以找到凡高·奥里佛 (4AD)、彼得·萨威里 (PULP)、汤姆·辛斯顿 (MASSIVE ATTACK) 以及 ME 公司 (BJORK) 等设计的唱片封面。这种现象似乎加强了这种看法：封套设计是商业文化领域中，唯一有着永恒的视觉艺术创新的基地。因此，如果那些最优秀的封套设计者们（许多在本文中已经提到），成绩不被其他领域的设计家所认可，那么他们至少值得欣慰的是，他们在设计平面交流的前景时先行一步。尽管少有封套艺术家意识到了这一点。相反，当解释为何从事与音乐有关的设计时，他们通常用些其他借口：表达的自由，不愿与平面设计公司妥协等；有些人会承认是从音乐中汲取灵感。就像九十年代的音乐人被圈为激进的折衷主义者一样，现在的音乐设计家也是一样。

实际上，九十年代音乐设计的显著特点就是无拘束的折衷主义。在九十年代，再也没有占主导地位的形象风格，就好像再也没有占主导地位的音乐风格一样。产生这种风格的多样性有很多原因，其中，但也许其中最重要的一个因素是廉价样品设备更易获得了。这些给予音乐人和非音乐人（如 DI 群）通向“声音的海洋”（借用大

卫·图普的术语)。各种各样的声音、旋律以及音乐碎片组合到一起,成为一种新音乐。在平面设计方面也有同样的创作方式。新的低价的数码科技和软件使得有思想、有雄心的设计师们可以扩大他们的范围,再也没有“掠夺的时代”那样森严的界限了。

这种视觉上的折衷主义带来的后果之一,就是九十年代的封套设计充满各种各样的潮流和风格。也许其中的主导潮流是许多美国乐队的反设计姿态。这些年轻的美国乐队有意地避开传统的艺术设计。他们的封套经常由自己动手设计——听起来像回到了迷幻药时代和朋克时代的业余设计潮流,但其中最重要的一点区别在于,他们对形象的选择充满了机智和智慧。除了对传统平面设计和唱片行业表示欢迎以外,这些封套经常对时髦的美国平面设计不屑一顾,尤其是 RAY GUN 学校的“音乐+风格”的趋势。相反,他们的灵感来自于日常生活中的方言、习语、喜剧书、卡通电视、现代商业的通俗艺术。芝加哥唱片公司 SKIN GRAFT 是这场潮流的代表。

没有比“龟”乐队的“YNT”(THRILL JOCKEY, 1998年)更能诠释这个时代了:他将浮夸和单纯结合在一起,对限制做了突破。乐队的这个设计,在理论上可以将之归于过去三十年的任何时间产生的作品,但是,他的确是九十年代的精粹。他们的唱片公司(设在芝加哥的 TRILL JOCKEY)拒绝任何对设计的深刻理解,认为天真的插图是对摇滚批评过度严肃的唯一合适的反应。

封套同时证明了另一种潮流:唱片本身与外在的结合。当然,这点可能是几十年来,封套设计的一个特点,尤其对爵士乐封套而言。随便问一个音乐人,他希望在唱片封面上印上什么,毫无例外,他们会告诉你:是他们录音棚的照片。对新生代音乐人而言,他们的录音棚和六十年代爵士乐乐队所在的杂乱无章的工作间毫无共同之处。相反,这儿布满了计算机屏幕和高科技设备,简直使人恍然以为置身于 NASA 的飞行舱里。“龟”乐队将制作这张 CD 的过程记录下来,以此作为对此过程的敬意。在再现这个过程时,他们并不孤独。巴黎著名时装设计作坊 A.P.C. 将这点进一步发挥,最后的设计已经难以和送到 CD 工厂的唱片区分。

设计家的敏感在设计家斯维芬·塞格麦斯特的作品中得到了最好的体现。住在纽约的塞格麦斯特吸引了许多著名的名字:滚石、大卫·拜恩和劳·瑞得。也许是他的澳大利亚成长的背景,使他对波普传

统总是格格不入。他的作品聪慧而有创意,有巴洛克风格的复杂。而且,他的创作天才似乎并没有被 CD 的可怜的尺寸所损害,同时,大唱片公司在制作和生产方面的限制似乎也不能奈何他,虽然这些通常造成其他的唱片制作的平庸和公式化。他为“骨头钥匙”的“气球上的疯狂的大钉”(CAPITOL 唱片, 1997年)所做的封面,在不经意间摧毁了文本,是一个大胆的、毁神性的设计。

在英国,自从八十年代中期以来,舞蹈音乐对封套设计产生了有力的、广泛的促进作用。这种没有歌词和歌唱的音乐,从本质上反映了抽象,有力地阐明了设计者的直觉理念,形成抽象封套中多种形象中的一支。当然,这并非认为在这个种类的所有封套都是精品。那些最好的作品(通常都是无名氏的作品,不屑于突出某位大众明星),通常都具备“艺术家”所缺乏的一种精神,那就是为自己的形象而设计的思想。对主要的唱片公司而言,这是另一个谜:你如何能去包装一个根本不想被包装的艺术家?因此,在音乐电视频道上,充斥着糟糕的音乐电视,到处都是平庸的唱片封面。

在大的唱片公司挣扎着试图回应市场需求,以及市场拒绝被大公司控制的变革中,另一些唱片公司兴起,提供了生存的其他可能性。在英国,最杰出的榜样是 MOWAX。这个由 DJ 詹姆斯·拉维里创建的唱片公司目前已在全球有了影响,他的特点是将十余种音乐风格和谐地调和起来。和过去音乐唱片公司的负责人相比,拉维里并没有与当前的唱片行业传统妥协,这一点在他唱片的视觉表现方面最为突出。拉维里和设计家本·朱力合作,为自己的唱片公司设计了房屋,尽管与传统意义上的楼房观念有所背离,但却完美地表现了他的公司那种城市音乐冷静的氛围,并且享誉全球。

MOWAX 受到广泛好评的一点在于,他敢于拒绝采用最常见的“首饰盒式”的包装。拉维里尝试各种可能的包装方式,每一次唱片的发行都争取为人们提供新的可能性:用装比萨饼的盒包装 UNKLE 的作品“塞恩斯小说”向人们展示出来的形象智慧和赏心悦目,意义几乎不亚于六十年代的著名事件。

德国唱片公司 ECM 所做的封套一直保持着公司固有的音乐传统。ECM 在 1969 年由 MANFRED EICHER 创建,从创建之初,就走出了一条坚实的个性化道路。EICHER 拒绝任何时髦的音乐和形式,与设计家 BARBARA WOJIRSCH 和 DIETER REHM、以及少数杰

出的摄影师合作，创造出了一系列世俗包装业下的杰作，而且对声音和形象的组合意味着超越。ECM的封套抓住了ECM音乐的精髓。EMC作为独立的唱片公司的意义将永存。

许多的唱片公司为保住封套设计战斗不息。他们中的许多名字将在这里提到：WARP, TOUCH, MUTE, THRILL JOCKEY和NUDE。

但是波普音乐需要与之相配的波普封套。伦敦的设计家群体“蓝色资源”将自己定位为当代波普封套设计的精炼者。他们最好的封面作品显示了字体学上的纯熟技艺，以及与摄影上的完美结合。他们的封套有很强的商业宣传性质，流露出时尚的优美。在最近为GOMEZ的“促成”专辑（HUT, 1998）做的宣传活动中，“蓝色资源”对插图富于灵感的运用，和为“纯真永存”专辑（岛屿, 1998年）他们对摄影的原始元素的借用，都显示了现代性封套设计的本能直觉。

而由兰·安德孙创办的、以雪非耳为基地的“设计家共和国”则显示了更加疯狂的流行触角。他们的独特的风格甚至为他们赢得了音乐界以外的声誉：这主要归功于他们在计算机游戏方面的设计，而不是他们多产的封套设计。一系列非官方网站对DR在视觉上的启示致敬，但是最近，他们显然摒弃了以往的基于电脑的视觉风格，转向更加破碎的、有机体的风格，表明他们愿意进一步发展的愿望。他们这些最近的转变可以在为AUTECHRE的工作中看出来。

这些对历史上和时下的封套设计的探讨仅仅局限在英国和美国。但是这种盎格鲁—美国视角不再存在。长久以来声誉不佳的法国流行音乐，突然转变为充满活力和原创精神的一群，成为法国移民的出声地带。这些在音乐和封面设计上带来难以预料的力量。巴黎一些小唱片公司将作品设计得极其美丽，而一些独立的RAP公司则充满了美国同行的时髦和嘈杂。

在德国和瑞士，有同样的众声喧哗。两个国家都有值得尊敬的平面设计传统以及生命蓬勃的当代音乐背景，但是，这些似乎都没有体现在封套艺术上。不过，一切都在变化。一些年轻的瑞士设计家毫不理睬商业性的音乐包装，将其中一张磁带封面放在一本杂志里。

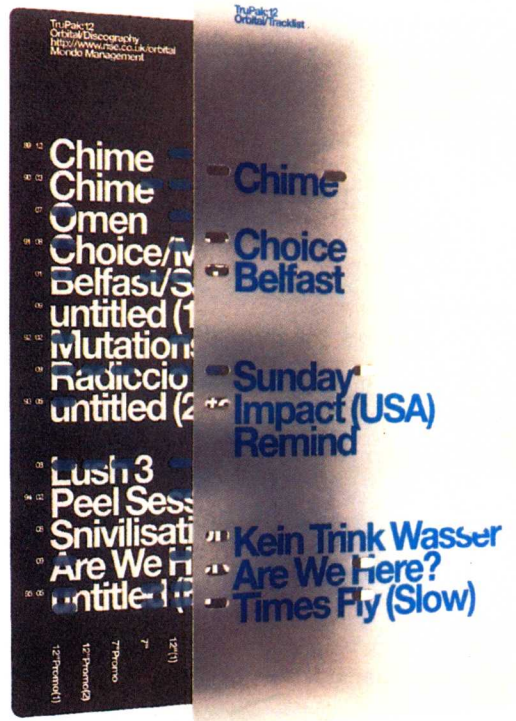
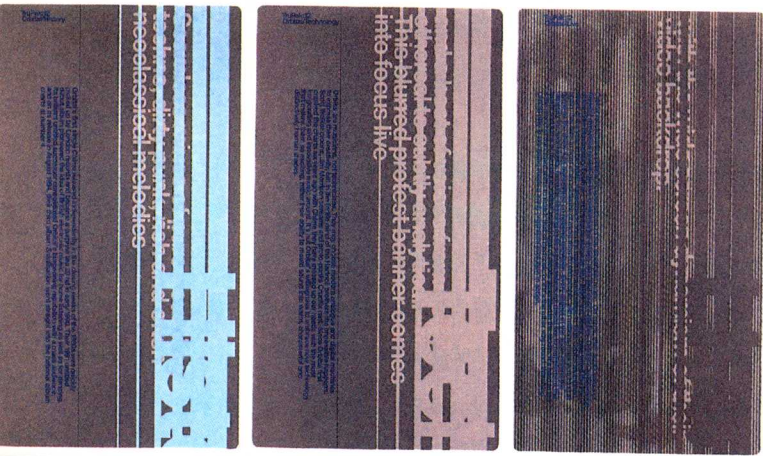
也许封套设计的明天存在于第三世界国家。全球化的音乐对音乐迷

们产生了持久的吸引力，他们厌倦了西方波普的轰雷声。但这种音乐最好还是和真正的包装相配合。就像每一个从摩洛哥的小店里，或里约热内卢的街道边，或孟买的集市里购买过磁带的人，都可以证明。当然，在牙买加明快活泼的音乐背景更能说明这一点。牙买加音乐的封套设计从没有达到过牙买加音乐的高度，但是，也有本地火辣辣的原始热力，受到牙买加音乐迷的喜爱。

对疲倦的设计者来说，又有一场战斗展开了：在CD之后，采取何种样式。唱片行业对最终样式的选择是无情的。有许多可供选择：迷你碟已经存在，并且显示了强有力的存在势头；DVD（听觉与视觉的结合体）大有希望；可刻录光盘已经有了自己的市场；其他样式正在等待时机。其中一个不可避免的趋势就是越来越小。但是这个趋势对封套设计者并非福音，因此，无论本书中提到的任何创新的努力，封套设计者仍将输掉这场斗争；而封套设计也可能不再是自由发挥、创造的天地。

然而，样式的多样化带来的最可能的后果，就是唱片购买群体会转向因特网，而音乐人将会越过传统的唱片行业，直接面向顾客。已经有一个十多岁的少年音乐迷组成的乐队，在各自家中通过万维网互相联系，闪烁的网页和无穷的下下载吸引着他们。他们已经不去逛唱片店，不再阅读音乐书籍。他们从网上获得所需的信息。硬件供应厂商已经在考虑设计一种“随身听”似的播放机，可以载入网上获取的音乐，用数据储存起来，并且能不断地回听。当然，对封套设计家来说，这样的消息听起来就像唱片方面的死期。

但是，对敢于冒险的设计者而言，这并不意味着这条道路的终结。也许下一个彼得·布莱克、拿·帕克和彼得·萨威里将是网页设计师。对真正雄心勃勃的设计师而言，网络比封套印刷品提供了更广阔的驰骋天地：网络的生机，书本长度的文本容量，图片夹，更方便的工具。有朝一日，网络会成为封套设计者的救命草，设计者应该抓住它，就像他们早先在平面设计界的先驱慧眼独识当年封套的潜力一样。不过，传统主义者仍有两个遗憾：你不能将一个网页夹在胳膊下走路，也不能再将它卷起来。■



Orbital
Orbital TruPak: 12
设计：西蒙·肯尼迪，保罗·文特
@Lab Projects
Internal
1996