

JAPAN

POSTER

GAME



# 目录

## 前言

## 设计和日本文化

## List of Exhibition

山崎正亲	03
朱钙	04-05
	124-127

### 参展设计家:

006-11	栗津洁 AWAZU KIYOSHI
012-14	虾名龙郎 EBINA TATSUO
015-19	大贯卓也 ONUKI TAKUYA
020-22	葛西薰 KASAI KAORU
023-25	胜井三雄 KATSUI MITSUO
026-29	北川一成 KITAGAWA ISSEI
030-31	小矶裕司 KOISO YUJI
032-35	齐藤诚 SAITO MAKOTO
036-38	佐藤晃一 SATO KOICHI
039-43	涩谷克彦 SHIBUYA KATSUHIKO
044-48	杉崎真之助 SUGISAKI SHINNOSUKE
049-53	高桥善丸 TAKAHASHI YOSHIMARU
054-57	田中一光 TANAKA IKKO
058-64	田中 NORIYUKI TANAKA NORIYUKI
065-69	户田正寿 TODA SEIJU
070-74	永井一正 NAGAI KAZUMASA
075-79	南部俊安 NANBU TOSHIYASU
080-83	野田胤 NODA NOBU
084-87	服部一成 HATTORI ISSEI
088-93	原研哉 HARA KENYA
094-97	平野敬子 HIRANO KEIKO
098-101	广村正彰 HIROMURA MASAAKI
102-104	福岛治 FUKUSHIMA OSAMU
105-109	松下计 MATSUSHITA KEI
110-114	松永真 MATSUNAGA SHIN
115-119	矢萩喜从郎 YAHAGI KIJIRO
120-123	山形季央 YAMAGATA TOSHIO

## 前言

日本国际交流基金会北京事务所所藏海报的作品集能够正式出版，我感到非常高兴。

2001年6月，日本国际交流基金会北京事务所和朱镔设计事务所共同策划把日本著名平面设计师制作的海报作品收集在一起举办了展览会。此部海报作品集中心刊登的142幅海报作品是我们为召开本次展览会，向各位日本的设计师发出提供作品的请求收集而来的。为了向中国的朋友们介绍日本海报，27位设计师都提供了各自的代表作和最新作品。

随着中国市场经济不断深化，人们对广告设计的重要性的认识也与日俱增。我们期待这部荟萃了日本优秀海报作品的作品集能够对中国的广告界、艺术界的发展起到很大的帮助作用。此外，我们日本国际交流基金会北京事务所为了能让大家亲眼看到这些作品，正在计划今后把这些收藏品在中国各地举行巡回展。届时，希望能够有更多的朋友前来观赏。

此部作品集的出版，得到了广西美术出版社以及朱镔设计事务所的理解和支持，在此表示感谢。并借此机会，郑重向为此次中国展览会提供了珍贵作品的27位设计师表示深深的谢意。

日本国际交流基金会  
北京事务所  
所长 山崎正亲

一提到设计，许多人喜欢把它解释成创意啦、造型什么的，但我更愿意把它理解成一个“概念”。设计不仅仅只是一种行为，更是一种意识，是一种思维方式。

一个具有好的思维方法和审美观的人，如果能认真研究人的生活方式的话，那么他也会产生顺应时代的设计感觉，即便他不动笔，也可以是一名出色的设计师。这种理念如果能扎根于社会和市民生活中的话，就会产生好的设计氛围，生活的设计性就会提高，久而久之就会形成一种文化。

日本从江户时代起就形成了具有浓厚地域色彩的市民文化，浮世绘版画就是一个极好的例子。浮世绘师东州斋写乐创作的戏剧人物形象，实际上就是现在的沙龙人物照。风景浮世绘师广重创作的《东海道五十三次》等版画则相当于现在的明信片，是一种旅游纪念品，也是出版物。这些作品在19世纪末受到欧洲早期印象派人士的高度评价。日本传统舞台剧“歌舞伎”也一样，它和欧洲的王公贵族投重金培育的皇家芭蕾舞和歌剧不同，最先是在四条河原边上搭小棚子演出开始的。发展到今天，尽管演出的地点已是豪华的大剧院，但它的人情味依然浓厚，给人一种极好的享受。与欧洲文化和中国文化不同，日本文化中贵族文化和市民文化之间几乎不存在界线，平民文化的生存土壤极深厚。

所以对于日本人来说，与其说纯艺术还不如说是设计离大家的生活更近些。早在江户时代初期，经过光悦、宗达、光琳等装饰艺术家的努力就已形成了经典的日本装饰风格流派“琳派”，仔细看看，扇面画、屏风画等作品都具有机能性。光悦和宗达创立的“嵯峨本”书型确立了日本图书出版的雏形，宗达的画在某种意义上讲也可以说成是宣传画，这些作品不仅有实用性，而且还都具有装饰性和美的价值。

20世纪以后，日本进入工业化时代，生产批量化导致设计上完全失去了精神方面的东西。以往在日本建筑和工具中所具有的某种精神方面的东西，在现代工业的批量化生产中被逐渐省去。企业只注重产品用途和机能，只要价钱便宜，产品即使千篇一律也没关系。如果这样下去，后果是可以想象的。

进入经济高度成长期后，有了富余，企业都开始注重开发有个性的商品，使每种商品都有特定的消费层。这样，每种商品都有其个性，构成各种商品各自的文化特性，这

对于形成企业大国的形象是很有好处的。

日本人的情感意识应该说是很细腻的。从紫式部的《源氏物语》和清少纳言的《枕草子》这些女文学家的作品里，我们可以看到日本文化的根基，那就是具有多愁善感的审美情感。例如一到秋天，在日本就会出现叫“秋集锦”的菜和点心。秋风吹，树落叶，蘑菇生，树结果，风吹树叶堆成堆，日本人把这样的风景看成美。在西洋人眼里也许被看作垃圾的东西，必须扫掉的枯叶干果，日本人把它们分成栗子、银杏、蘑菇，漂亮地装饰在一起。这种美感是日本独有的，它不是大陆型文化。我们有必要重新审视、重新认识这种美感。

由于日本文化的特征过于感性而缺乏理论系统，所以很难发展成为一个主义什么的。现在在日本出现的主义，在纯艺术方面比如说印象派、抽象派、新写实主义等几乎都是外国引进的。日本缺乏把在本国产生的思想发展成体系的能力。

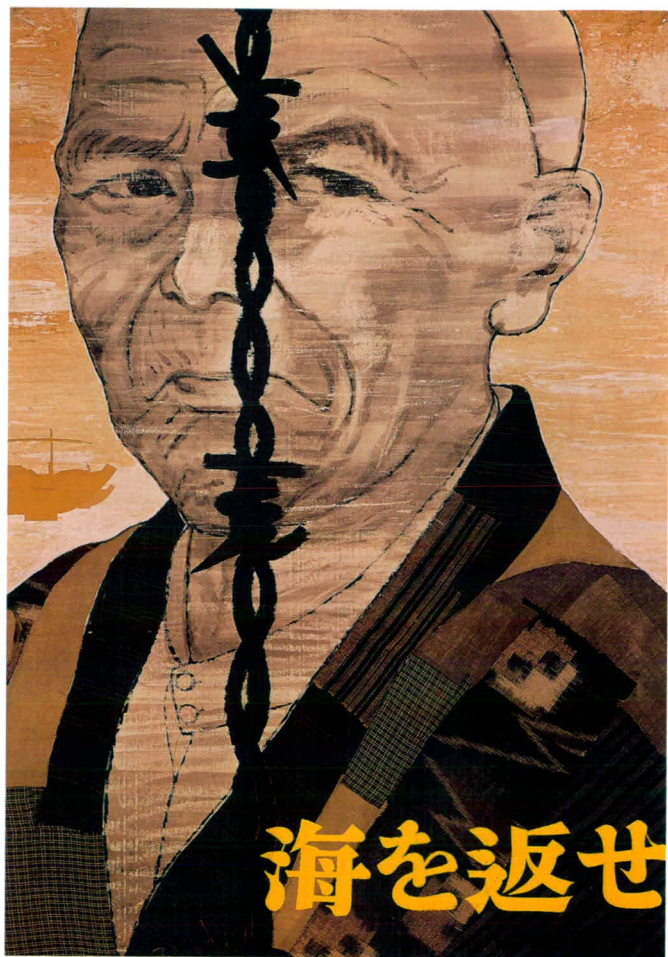
日本在文化方面向外国传播的是什么？能和世界进行交流的东西又是什么？这是我们必须重视的。不能只看日本现代设计作品，而应该更珍视它周围的环境氛围。现在一谈到日本，马上就提到禅啦、茶啦、花啦、歌舞伎啦、能乐啦这些东西，要不然就突然地说汽车、电视机、计算机，给人的印象很奇怪，总觉得好像是中间部分缺了点什么的。

日本从18世纪以后，一直保持着高度的市民文化。到现在为止，在日本人的生活中，“大和”和“西洋”经常同时存在，比如：筷子和叉子，和服和西服，和室和洋室，日本画和西洋画等等。在这期间，因大和和西洋两种文化的碰撞而产生的痛苦，不断探索试验，体验了各种可笑的事情后，才一点点地达到和洋融合。但是一般来讲，西洋人不是那么主动地接近东洋文化，所以日本人可以说是混合文化的先行者。这也和大米和植物一样，只有不同品种的东西不断杂交，才能产生生命力更强更优良的品种。日本文化现在正处在一种非常好的状态中。现在我们如果借鉴日本文化，达到能超越文化隔阂带来的痛苦的话，那么一定会长出新芽，给世界文化带来多元化的活力。

栗津洁

AWAZU KIYOSHI

栗津洁是想在自己的作品里以自己特有的色彩和力度来引发观者的共鸣。





第5回  
現代日本彫刻展

形と色

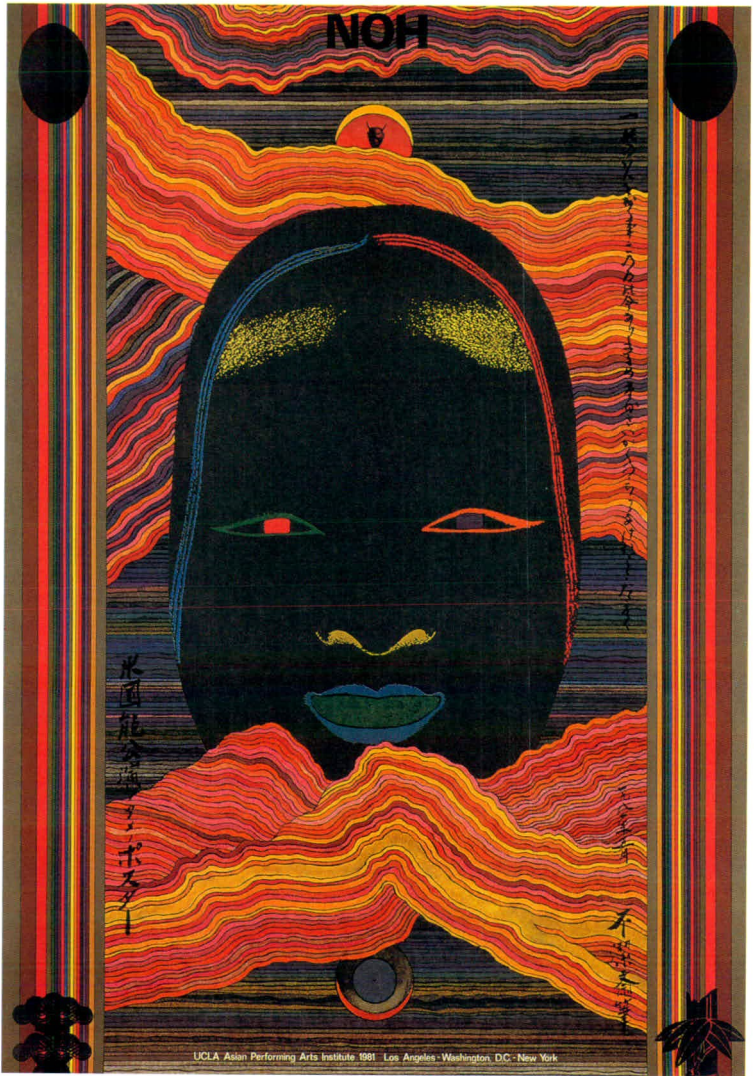
会場 一字部市野外形彫美術館

会期 1973年10月1日-11月10日

主催 一字部市野外形彫美術館 協賛 一字部市野外形彫美術館

協賛 一字部市野外形彫美術館

天



LOVE

HIROSHIMA APPEALS  
1984

PEACE

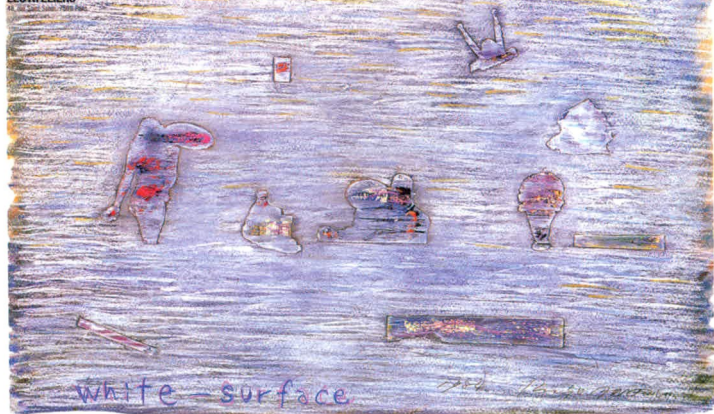






TRADITION ET NOUVELLES TECHNIQUES 12 GRAPHISTES JAPONAIS 22 OCTOBRE - 15 NOVEMBRE 1984

LES ATELIERS



MINISTÈRE DE LA CULTURE DÉLÉGATION AUX ARTS PLASTIQUES - TOPPAN PRINTING CO., LTD.

MINISTÈRE DE LA CULTURE DÉLÉGATION AUX ARTS PLASTIQUES - TOPPAN PRINTING CO., LTD.

CCO graphic design

Tatsuo Ebina

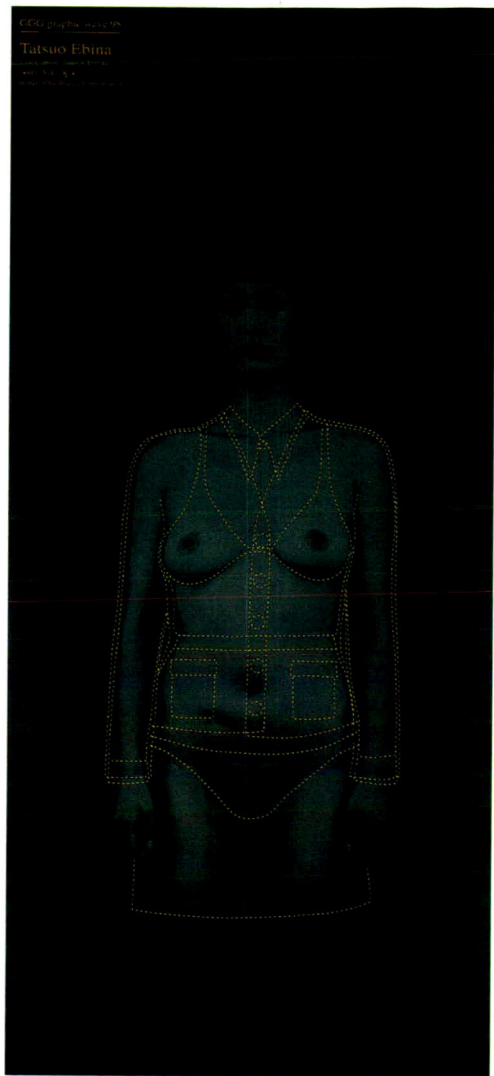
1931-2008

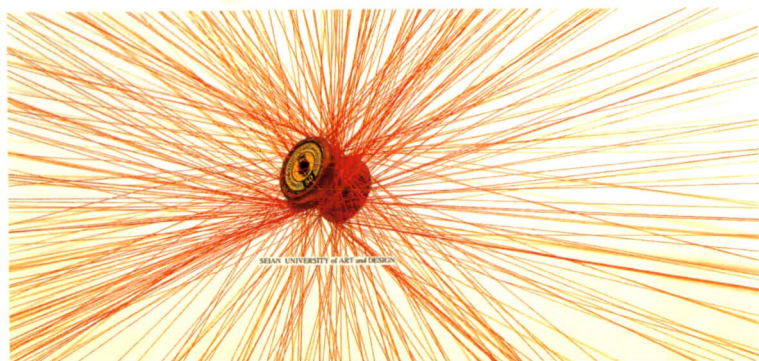
www.tatsuoebina.com

# 虾名龙郎

EBINA TATSUO

虾名龙郎的作风是线面相加,用色随意,造型稚拙,纯朴,没有矫揉造作的痕迹,自成一格。





テレビを卒業したらラジオ。

聞けば、見えてくる。TBSラジオ 95%



# 大贯卓也

ONUKE TAKUYA

大贯卓也的高明之处就在于善于把现实感和超现实感巧妙地结合在一起。

