U-END CORPORATION SPECIAL EDITION

Posters

[欧·美·日]海报设计

6

本丛书图片由[日本]U-END CORPORATION提供
授权出版简体中文版

图书在版编目（CIP）数据

欧、美、日海报设计/日本江田设计事务所编. —长春:
吉林美术出版社, 2002.9
ISBN 7-5386-1308-0

Ⅰ. 欧… Ⅱ. 日… Ⅲ. 广告—设计—作品集—世界
现代 Ⅳ. J534

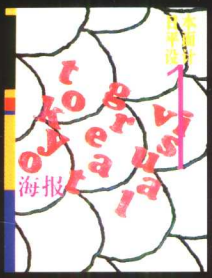
中国版本图书馆CIP数据核字（2002）第056592号

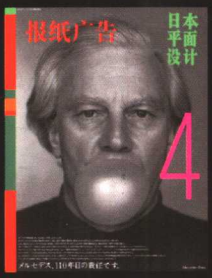
[欧·美·日]海报设计 6

策　　划　江田幸雄+渡边 鹤
主编.设计　朱　锷

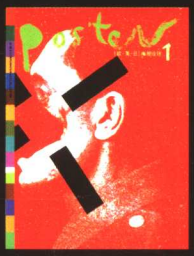
编　　辑　[株]朱锷设计事务所+[有]U-END CORPORATION
制　　作　[北京]朱锷设计事务所
编　　务　潘妮+邹进

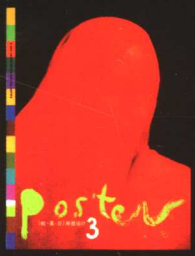
责任编辑　张亚力
技术编辑　赵岫山
印制总监　周镇岚
出　　版　吉林美术出版社
　　长春市人民大街124号
发　　行　吉林美术出版社图书经理部
　　TEL 0431-5637194
经　　销　全国新华书店
制　　版　方嘉·周公印画工作室
印　　刷　北京方嘉彩色印刷有限责任公司
开　　本　887 mm × 1194 mm 1/32
印　　张　3
印　　数　1-6000
版　　次　2003年1月第1版
印　　次　2003年1月第1次印刷
书　　号　ISBN 7-5386-1308-0/J·1015
定　　价　198.00元 套(19.80元·册)

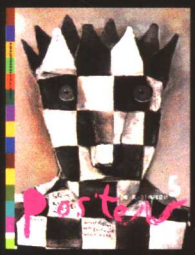


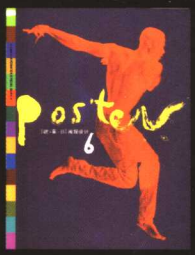


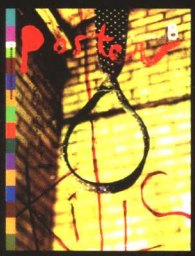
日本平面设计　1～5册

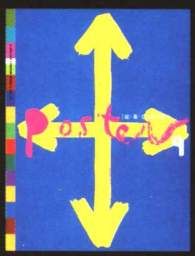


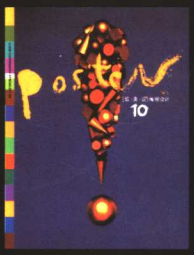












[欧·美·日]海报设计　1～10册

U-END CORPORATION SPECIAL EDITION

Poster

[欧·美·日]海报设计

6

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

本丛书图片由[日本]U-END CORPORATION提供
授权出版简体中文版

图书在版编目（CIP）数据

欧、美、日海报设计/日本江田设计事务所编. —长春:
吉林美术出版社, 2002.9
ISBN 7-5386-1308-0

Ⅰ. 欧… Ⅱ. 日… Ⅲ. 广告—设计—作品集—世界
现代 Ⅳ. J534

中国版本图书馆CIP数据核字（2002）第056592号

[欧·美·日]海报设计 6

策　　划　江田幸雄+渡边 鹤
主编.设计　朱　锷

编　　辑　[株]朱锷设计事务所+[有]U-END CORPORATION
制　　作　[北京]朱锷设计事务所
编　　务　潘妮+邹进

责任编辑　张亚力
技术编辑　赵岫山
印制总监　周镇岚
出　　版　吉林美术出版社
　　长春市人民大街124号
发　　行　吉林美术出版社图书经理部
　　TEL 0431-5637194
经　　销　全国新华书店
制　　版　方嘉·周公印画工作室
印　　刷　北京方嘉彩色印刷有限责任公司
开　　本　887 mm × 1194 mm 1/32
印　　张　3
印　　数　1-6000
版　　次　2003年1月第1版
印　　次　2003年1月第1次印刷
书　　号　ISBN 7-5386-1308-0/J·1015
定　　价　198.00元 套(19.80元·册)

6

如是说

经常会有一些朋友和我聊天，到最后都会要求我给青年设计师们一些建议。一般我会这样说："要想成为一个成功的设计师，你必须用你的真情实感去热爱你的设计工作。想有超凡出众的设计成就，就必须尽可能地从其它艺术门类，如美术、电影、音乐中汲取营养，只有这样才能砺练你的艺术感受。然而，在一个设计信息异常丰富的世界里，虽然你想要多少就能找到多少，但你却只能选择那些对自己的个性创造有价值的东西。这种选择过程本身将成为你事业发展中非常重要的一环。"

经过几个月的集稿和编辑工作，《欧·美·日海报设计》终于完稿了。在写这篇文章以前，我决定慢慢地、仔细地回顾一下所有的内容。事实上，这个工作比我想像的要累得多。看完后，我觉得自己快要昏厥过去了。之所以如此疲惫，我想是因为《欧·美·日海报设计》没有给读者以喘息之机：每一页都十分紧凑，包含着丰富的内容。这套海报资料集就像是一场短程速跑比赛，没有一页可以让你停下来看看风景、呼吸一下新鲜空气或喝杯水、休息休息。因为每页纸中都充满着某位设计师创作时的焦虑、忍耐和汗水。显然，不屑说，只有那些具有强烈的个性表达的设计师才能被首先选入《欧·美·日海报设计》中来，因为他们有着独一无二的艺术感受，独一无二的设计世界和独一无二的个人特征。

出于好奇，我决定数一下《欧·美·日海报设计》中收录的设计师，按国家算的话，各占多少。结果，日本最多，美国第二，然后是波兰、瑞士、法国、意大利、加拿大。除此之外，还有几个国家各有1到2位艺术家作为代表。只看这些统计数字，你也许会说：日本和美国几乎是"势均力敌"嘛。然而从个人素质方面来讲，美国艺术家要远远超出其日本的同行。实际上，美国是设计师的乐园，它对全世界的艺术发展都具有相当广泛的影响。就日本来说，虽然近些年来设计这个行业已逐渐成熟，目前得到了国际上更多的关注，日本的设计师往往因在艺术表现上的微妙细致、技艺精湛而倍受世人称赞。然而，他们仍旧缺乏一种强劲的活力，不像美国设计师那样具有稳定的创作力和表现欲。瑞士设计师因其作品的明晰巧智而受人注目，他们似乎对德国的设计发展有着巨大的影响。瑞士的设计极为纯粹，有时真让人有清心寡欲之感。然而与此恰恰相反的是波兰的设计师，其强烈的风格影响了整个东欧。他们风格

独特，描绘的是生理上的疼痛，但却铭刻着这个民族由于多年来寄人篱下而造成的巨大的心理创伤。总之，对《欧·美·日海报设计》的重新检视使我发现了设计界的四条主流：美国的、瑞士的、波兰的和日本的。无可否认，这种判断只是个人意见，别人也许会批评我的结论过于武断。当然，还会认为：那些设计师都是我个人认为非常有创造力和价值、足以入选《欧·美·日海报设计》的人。

当然，编辑者的爱好仅仅只是个人观点。按照理想的说法，编辑者应该超越个人趣味，始终保持客观。但编辑也是人。与每个正常人一样，不可能总是在艺术表现的价值判断上无所偏倚。鉴于这种困惑，我曾经让我最具活力的两位年轻助手，从《欧·美·日海报设计》中挑选与其趣味相投的设计师。我很想看看他们会有什么样的反应，因为他们两个都是同龄人，都主张设计的艺术性，对自己的工作都有着基本相同的态度，也都一直在探索新的表现技巧。我想，他们俩也许会选出差不多相同的艺术家。结果，我完全错了，他们俩的选择竟然大相径庭。这证明：人类的趣味是不能用逻辑和情感解释的。我原本希望他们的选择过程和结果会有助于对自己编辑的分析思考，但最终并未如愿。不过，我认识到人类的趣味是各种各样的，它超越任何的界限。回顾这些已经脱稿，摆在案头的《欧·美·日海报设计》完成稿，我发现自己始终在做一件事，即挑选出我认为其职业生涯真正具有水准的艺术家。当然，如何设定这个"标准"的确不容易。它非常抽象，它不过是我脑子里的一条分界线——基于我的个人感悟和思维。

所以，开篇我给年轻朋友的那些忠告和建议也不是事先准备好的，那是自然而然的结论。"在一个设计信息异常丰富的世界里，虽然你想要多少就能找到多少，但你却只能选择那些对自己的个性创造有价值的东西。"这也是我编辑《欧·美·日海报设计》时的一个潜在想法。由于这样一种态度，这套资料集才会在任何地方都不给读者以喘息之机。它没做多少提炼，也缺乏幽默。但它饱含了艺术家的辛苦耕耘和勤奋创造——这也许会使读者觉得有些疲惫。从一开始，我就试想探求设计的真实本质，揭示出人类在设计上能有的作为。很高兴我是这样做的，而且一直坚持到了最后。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

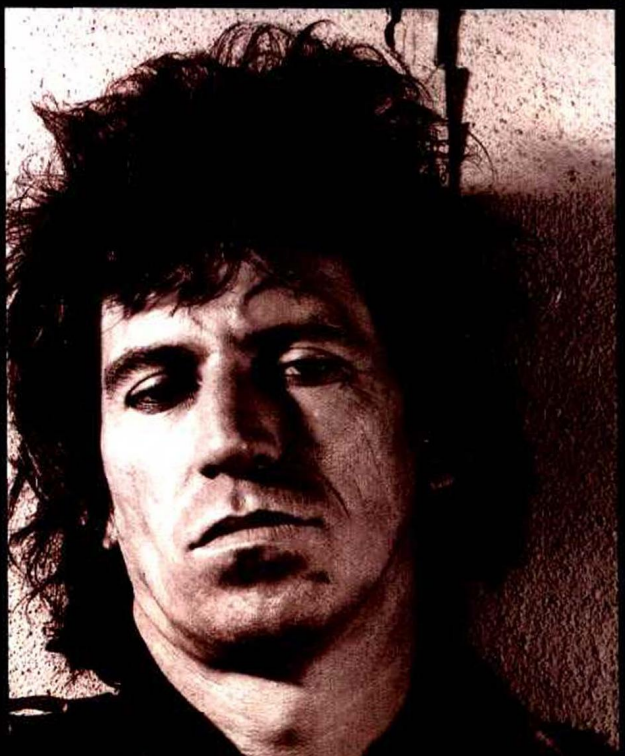
图 版

仲よし。
西友の贈り物
SEIYU

食べたいくらい
好き。
SEIYU

地の球の へそのを。
isle
LAUGHING STONE
池袋子十葉在華
6月21日–6月25日
SPACE PART3
PARCO

地の球の はらみご。
isle
LAUGHING STONE
池袋子十葉在華
6月21日–6月25日
SPACE PART3
PARCO



BACKSTAGE · FOTOGRAFIE VON HELMWEIR

MAINTAGE · DIE ALLTÄGLICHE WAHNSINN DES ROCK N ROLL · BUCHVORSTELLUNG ALBERT KOEHNER · S FISCHER TASCHENBUCH VERLAG FRANKFURT · AUSSTELLUNG VOM 19.10.–16.11.1986 · DIENSTAG/FREITAG UND SONNTAG 11–18 UHR KULTURZENTRUM MAINZ · DAGOBERTSTRASSE 38 · IN ZUSAMMENARBEIT MIT DEM JUGENDZENT MAINZ · EINTRITT 6,– DM

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com