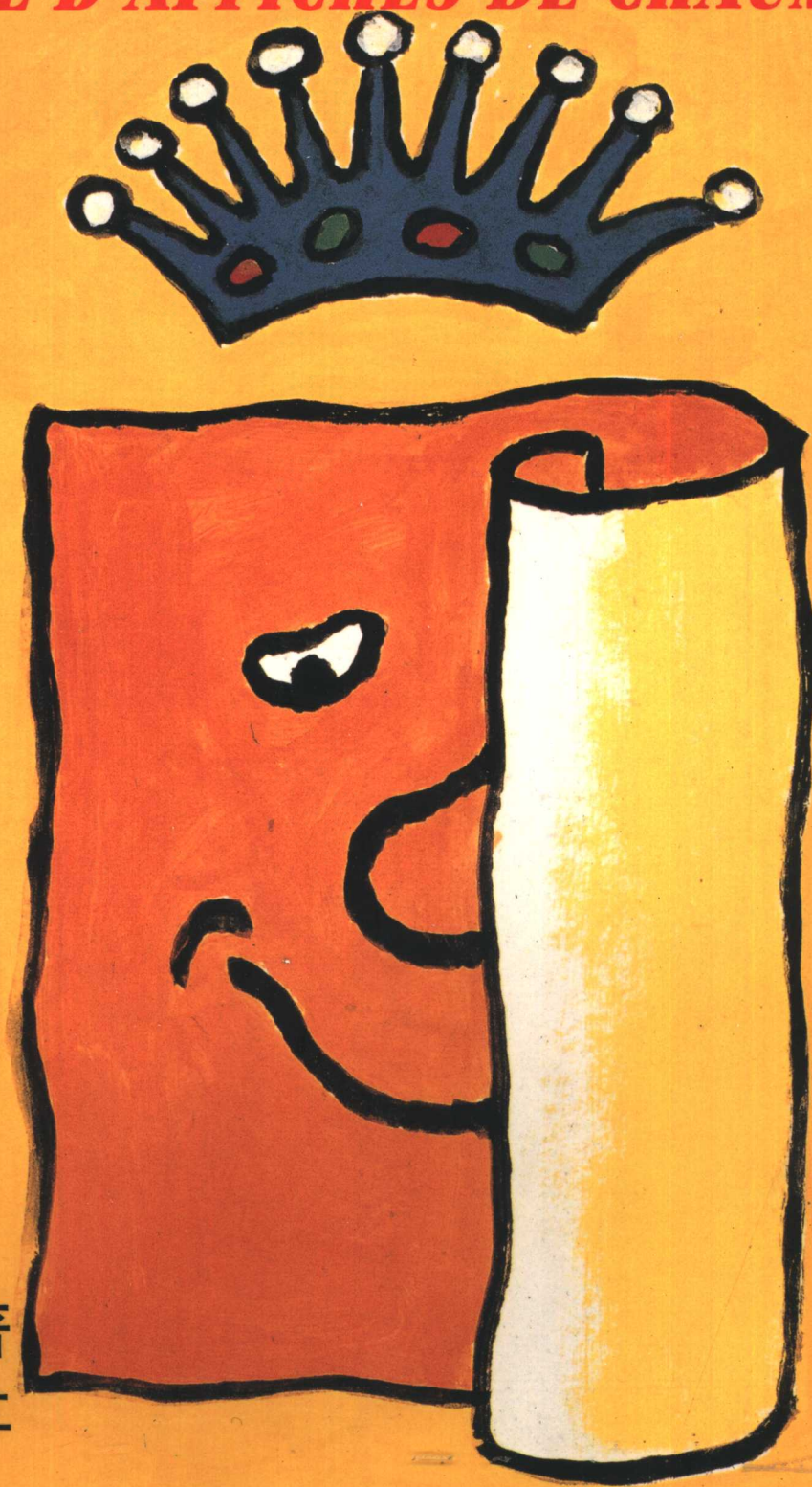


世界著名设计大师名作丛书

纸上的创造

法国肖蒙国际海报节作品集

FESTIVAL D'AFFICHES DE CHAUMONT



陈放 编著
海天出版社

纸上的创造

法国肖蒙国际海报节作品集

FESTIVAL D'AFFICHES DE CHAUMONT

陈 放 编著

海天出版社

图书在版编目(CIP)数据

纸上的创造:法国肖蒙国际海报节 / 陈放编 — 深圳:
海天出版社, 2000.10

(世界著名设计大师名作丛书)

ISBN 7-80654-284-1

I. 纸… II. 陈… III. 宣传画 - 作品集 - 世界
IV. J238.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 43213 号

策划编辑 张幼农

责任编辑 张幼农

装帧设计 陈放

责任技编 卢志贵

世界著名设计大师名作丛书

书 名 纸上的创造

法国肖蒙国际海报节作品集

著 编 者 陈放

出版发行者 海天出版社

地址: 深圳市彩田路海天大厦

邮编 518026

制版印刷者 深圳华新彩印制版有限公司

开 本 889mm × 1194mm 1/16

印 张 8.5

字 数 20 (千)

版 次 2000 年 10 月第 1 版

印 次 2000 年 10 月第 1 次

印 数 1-3000 册

I S B N 7-80654-284-1/J · 16

定 价 88.00 元

世界著名设计大师名作丛书

第一辑

陈放 编著

- 艺术的使者
- 激情的几何
- 理性的浪漫
- 纸上的创造
- 心灵的海报
- 纯粹的启示



作者简介:

陈 放 汕头大学教授。1998 年获法国第九届肖蒙国际海报节设计竞赛第一名; 1999 年获美国第十一届科罗拉多国际海报双年展最高奖; 2000 年获俄罗斯第五届莫斯科国际平面设计双年展金蜂奖。曾应邀前往法国出任肖蒙海报节国际评委。

Fang Chen was born in 1959 in Wuhan, Hubei Province, China. He received BFA from Hubei Institute of Technology and MFA from Hubei Academy of Fine Arts. Fang Chen is currently Professor of Graphic Design at Shantou University. He has been awarded several prizes, including First Prize at the Chaumont Poster Festival (1998), Top Prize at the Colorado International Invitational Poster Exhibition (1999) and Golden Bee Award at the Moscow International Biennale of Graphic Design (2000).

目 录

法国肖蒙国际海报节总代表阿兰·威尔 Alain Weill 名片	4
序	5
历届肖蒙国际海报节招贴画	18
历届肖蒙国际海报节获奖作品	30
第十届肖蒙国际海报节经典音乐海报回顾	51
第十届肖蒙国际海报节陈放个展作品	62
第十届肖蒙国际海报节评委海因茨·埃德曼作品	68
第十届肖蒙国际海报节评委拉波拉特里汶作品	80
第十届肖蒙国际海报节评委安妮克·奥利昂热作品	86
第十届肖蒙国际海报节剥皮猫艺术团体作品展	91
第十届肖蒙国际海报节入围作品	96
第十届肖蒙海报节国际学生设计竞赛作品	118
第十届肖蒙国际海报节剪影	124
历届肖蒙国际海报节资料	131
跋	135

纸上的创造

法国肖蒙国际海报节作品集
FESTIVAL D'AFFICHES DE CHAUMONT

陈 放 编著

海天出版社

图书在版编目(CIP)数据

纸上的创造:法国肖蒙国际海报节 / 陈放编 — 深圳:
海天出版社, 2000.10

(世界著名设计大师名作丛书)

ISBN 7-80654-284-1

I. 纸… II. 陈… III. 宣传画 - 作品集 - 世界
IV. J238.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 43213 号

策划编辑 张幼农

责任编辑 张幼农

装帧设计 陈放

责任技编 卢志贵

世界著名设计大师名作丛书

书 名 纸上的创造

法国肖蒙国际海报节作品集

著 编 者 陈放

出版发行者 海天出版社

地址: 深圳市彩田路海天大厦

邮编 518026

制版印刷者 深圳华新彩印制版有限公司

开 本 889mm × 1194mm 1/16

印 张 8.5

字 数 20 (千)

版 次 2000 年 10 月第 1 版

印 次 2000 年 10 月第 1 次

印 数 1-3000 册

I S B N 7-80654-284-1/J · 16

定 价 88.00 元

目 录

法国肖蒙国际海报节总代表阿兰·威尔 Alain Weill 名片	4
序	5
历届肖蒙国际海报节招贴画	18
历届肖蒙国际海报节获奖作品	30
第十届肖蒙国际海报节经典音乐海报回顾	51
第十届肖蒙国际海报节陈放个展作品	62
第十届肖蒙国际海报节评委海因茨·埃德曼作品	68
第十届肖蒙国际海报节评委拉波拉特里汶作品	80
第十届肖蒙国际海报节评委安妮克·奥利昂热作品	86
第十届肖蒙国际海报节剥皮猫艺术团体作品展	91
第十届肖蒙国际海报节入围作品	96
第十届肖蒙海报节国际学生设计竞赛作品	118
第十届肖蒙国际海报节剪影	124
历届肖蒙国际海报节资料	131
跋	135



文
的
论
的
现
的

明
大
未
种
时
信
的
而
富
多
圈
传
的
愈
的
人

创
信
代
先

序

艺术作为一种文化现象总是与一定的媒介有关。人类文化史上的造型造物活动,就其发展阶段而言,是和一定的生产力发展水平有着因果联系的;具体就某种形态而论,总是以一定的媒介存在为其基础的,即是以特定时期的媒介状态——人的意识和物的实在历史地界定着的文化现象。因而,在各个不同的历史时期,文化会呈现出不同的时代特征,艺术也就有着不同的表现形态。

(一)

从早期的渔猎社会步入现时的电子网络时代,由于文明朝着技术发展的方向前进,它已使得整个世界产生了巨大的变化。从石器到机器,从陶器到电器,都在向今天和未来的人们昭示着一段曲折漫长的历史进程。艺术作为一种时代生活的反映是历史的见证物,而杰出的艺术家则是时代的代言人。今天,我们所处的是一个行将进入高科技信息社会的后工业时代,我们称之为当代,然而我们时代的艺术何在?这似乎是一个过于简单的问题,但对许多人而言答案却并不十分清晰,尤其是在一个传统积淀十分丰富而社会经济文化的发展又不平衡的第三世界国家中,许多人往往是根据成见来对艺术进行判断和认识的。因此,囿于观念上的偏颇,艺术的发展陷入了两难境地:一方面,传统媒介的艺术形式在昔日的登峰造极之后,在今天它们的作用面越来越窄,在当代科技媒介的作用下其社会价值愈来愈小;另一方面,每时每刻业已存在于我们生活之中的当代艺术的重要形式却没有得到应有的重视,而被许多人大大地忽略了。

招贴海报(Poster)即是这种当代艺术中的一种重要创造形式。招贴海报是一种纸上的艺术,它既可以是一种信息交流的媒介,也可以传播其内在的文化价值观念。当代日本在世界上影响最大的著名的设计艺术大师福田繁雄先生曾经在一本国际招贴海报设计艺术展的作品集序言里

这样写道:“招贴海报是人类智慧和文化的象征”。在韦伯斯特国际大辞典第三版中,招贴海报被定义为一种张贴在公共场所的广告形式。说起来这种形式由来已久,过去在中国,由于历史的原因,人们曾经一度习惯于将招贴海报叫做“宣传画”。而现今在我国诸多正式的广播电视和报纸等宣传媒体中是将其称之为“招贴画”,尽管如此,还是有很多人更愿意将其称之为“招贴广告”或是“广告招贴”,有的更是将其简称为“招贴”、“广告”或是“海报”等。在国际上,招贴海报大体上可分为三大部类:文化招贴海报,社会意识形态招贴海报以及商业招贴海报。之所以将招贴海报设计活动视为后工业时代艺术的一种创造形式是基于当代造型艺术所特有的两个主要特征——即现代科技的媒介特征和民主的大众参与特征,当代艺术的这两个特征,既是历史发展的必然,也是艺术参与者自觉意识使然。

在一般情况下,人们通常认为招贴海报属于广告设计范畴,而从艺术创造的角度来讨论招贴海报的设计问题,可能会因此招致相关的问题产生,人们可能会表示疑义:这些与当代普通人日常生活相关的告示、通知和广告之类能否算是艺术品?因为招贴海报在很大的程度上并非为艺术而生产,而是有其实际用途的。

如果我们不抱任何偏见地回顾一下中国美术史,就会发现:在原始社会时期,作为定居生活不可缺少的物质条件,人们用于储、运、蒸、煮的陶器以及在奴隶社会时期用作礼器、乐器等的青铜器都并没有因为其实用性而失却其艺术价值。千百年过去了,这些原非艺术的产品成了艺术史上当之无愧的艺术珍品!所以,判断某件物品是不是艺术品,不能仅从作者的制作动机和使用何种材料上来分析,更不能只从它是否有实用的功能上来判定。关键是要

看它具有多少艺术的信息和成份。一件艺术品也可以同时是一件有实际用途的物品。的确,艺术确有它不以外在目的为转移的内在价值,但艺术的这种内在价值决不在于它与人们多种多样的生活活动无关,超然独立于人类生活之上,恰恰相反,艺术的价值正在于积极地介入人们的生活并使之在质量上提高。艺术的目的是人类个性才能的自由发展本身,哲学上的自由定义是指人认识了事物发展的规律性而将其自觉地运用到实践中去的过程。招贴海报设计正是在综合考虑了科学技术、艺术、经济和人的诸多因素基础上展开的一种对于人类生活方式进行恰当的设计的创造性活动。

当代艺术的发展使我们有可能从宏观和微观诸方面对世界有更深层和更全面的认知。进而有可能运用新的造型手段,去创造全新的美。从艺术的本质上扩大审美的范畴,使之成为当代世界的直接见证物。美国著名设计艺术大师非里·瑞斯拜克教授曾经说道:“招贴海报是一种非同寻常的传达交流载体,它能以最佳的方式将信息传递给受众。作为一种宣传的工具以及艺术的手段,传达和交流是招贴海报的本质特征,而且主题的精神必须要加以有效的传达。随着时间的推移,人们对于曾经经历过的许许多多事情可能会逐渐淡忘,但招贴海报却常常能唤起我们的回忆:诸如戏剧的演出、歌剧的演唱、学术的演讲、专题的座谈、音乐的演奏、诗歌的朗诵以及各式各样的展览会等等。所有那些曾经激动的心情,绚烂的色彩和丰富的情感都可能会随着时间的推移而离我们远去,然而,只要作为社区和人们文化生活记录的招贴海报还存在,所有这些就会得以保存下来。这也就是为什么在世界上一些著名的图书馆会收藏那些优秀杰出的招贴海报艺术作品,而与此同时在国际间也会一些著名的招贴海报设计艺术作品展览会存在的主要原因之所在了。”当代艺术的有效形式唯有在

符合改变了的感情和文化状态时才充分地显现出来。为此,它要求分外关注现时的媒介状态和整体的文化氛围,真正的当代艺术,当透过时代的媒介系统,去见出人,见出物,见出生活。

(二)

古代中国对人类文明发展的巨大贡献——造纸和印刷术的发明,对艺术的发展具有划时代的意义。滥觞于隋,兴于唐,而盛于明清的刻板印刷,为人类艺术史的进程带来了革命性的变化:艺术品的制作从艺术创作领域进入技术领域,纸上的印制技术使艺术的参与面也产生了相应的变化,唯一性和手绘首次不再成为艺术品艺术价值的必备条件。此项发展对艺术的广泛参与无疑具有重要的意义。其实,纸作为一种手段,是一种大众传播媒介,它们并不构成艺术品的感性形象。同早期的木、泥、石、骨、铜一样(但技术含量却不一样),都有其自身的物理属性,可以用于艺术和艺术以外的许多方面。然而,一旦介入艺术创作活动,它们就使某个艺术品与观众发生关系,艺术也就参与其间。作为文化史组成部分的造型艺术的界限是历史地变化着的,艺术媒介物的发展史已经证明了这一点。

当代文化的诸多方面业已反映出它的时代的发展趋势和整体特征。诚然,对任何一个招贴海报艺术家来说,无论他们的艺术观和表达风格是如何的不同,但有一点是相同的,即希望自己的个性才能的自由发展得到社会的承认,而且在其广度和深度上都是如此。这样他的作品所具有的就不仅仅是自身的艺术价值,而是具有了时代的文化价值。世界艺术史上杰出的设计艺术家们总能给我们以启示,而当代世界各大招贴海报设计竞赛中的优秀作品我们来说都无不裨益。深入浅出,雅俗共赏。艺术的大众化趋势,生活的艺术化,参与艺术和艺术的参与都是不以人的意志为转移的客观规律,具体而言,所有这些当代艺术中

的特质在纸上的艺术形式——招贴海报中得到了集中体现。

上述的海报艺术发展也对一个在中国延袭了数千年之久的传统观念标准作了重要的修订。即认为高层次、好的艺术都是远离公众的，而民众所喜爱的多是一些相对低级和品位不高的艺术。最为典型的是“阳春白雪”和“下里巴人”之论。的确，在人与人的关系处在一种不平等的状况下，也即由于人们在社会活动中经济地位的不同而导致的人们受教育程度的差异还十分大的情况下，文化的不平等现象就是必然的结果。这种不平等也自然而然的会在欣赏水平和爱好习惯中反映出来。但我们必须注意到这样一个事实：随着社会的进步，科学技术的发展以及由此而带来的社会文化水平的普遍提高，各项社会活动在更大范围内的民主化，大众信息传播媒介的渗透和普及。虽然差异不能即刻消逝，而仍会在相当程度上客观存在。但情况已有了相当大的变化。一个勿容置疑的事实即是：曲高未必就和寡。招贴海报的艺术恐怕就不是简单的“雅俗”之说能解释得了的文化现象，而若从当代艺术的发展趋势和媒介的角度去分析或许有助于我们的理解。

通俗不能简单地等同于庸俗，二者有其本质的区别。雅俗也是相对而言的。记得最早对“俗”下定义源起于对人物的评价，古代先哲荀况于《儒效》篇中曰：“不学问，无正义。以富利为隆，是俗人者也。”

国际著名设计艺术大师、德国的冈特·兰勃教授曾经就招贴海报和我们所处时代的艺术之间的关系问题表述过如下的见解：“图形设计师是这样的一些职业工作者，他们通过形态的变化将某种社会事物浓缩成一种视觉的符号、标记和代码，而使之成为一种具有政治、经济、宗教

或文化运动价值的东西，并以此来表现任何主体。就图形设计艺术而论，不同的人有不同的见解，由于设计常常被委托人狭隘地理解为某种产品宣传或事件得以延伸扩展的手段，以至于一些设计艺术家的愿望有时也往往局限在此范围以内。然而，如果设计艺术家愿意的话，不拘一格的意念和艺术家内心的自然情感也能出现在一种非凡的图形设计之中。自从文艺复兴以来，就出现了这样一类艺术家，他们的艺术观念十分明确——即只按艺术家个人的理解和愿望去进行创造（结合他们自己的文化和艺术知识）。所幸的是，由于招贴海报极大地影响了我们的社会，这些卓越的艺术家的个性、始终不渝的和不屈不挠的信念，在招贴海报这种媒体中得以充分表现出来。”自从十九世纪起，在欧洲和世界其它地方的的大都会中心，就出现了圆形的招贴广告柱，高约11英尺，周长约14英尺，重量约为一吨，通称广告塔，上面张贴的是各式各样的消息、通知和广告。起初，这些招贴海报在规格大小和文字图形的显著程度等方面，设计者是考虑适应着当时的过路行人的步伐以及公用和私人交通工具的行进速度的。随着科学技术的迅速发展和汽车的大量生产，人类已步入了一个崭新的时代，于是，大量的广告牌和招贴栏逐渐取代了在城市中占主导地位的圆柱招贴海报形式。十九世纪末在欧洲出现了现代招贴海报，当时奥图·费歇尔和彼得·贝伦斯所设计的招贴广告就以其典型的德国样式而著称；而法国的图鲁斯·劳特累克（Henri de Toulouse — Lautrec）的招贴海报更是闻名于世。其后由于印刷技术的发展完善以及社会政治经济生活的需要刺激，招贴海报成为一种最重要的大众传播媒介，在当时的社会生活中发挥着巨大作用。受俄国构成艺术和荷兰抽象运动的影响，德国设计师约翰·赫特菲尔德首创了摄影合成的招贴海报，并将这种广告形式运用于许多政治性招贴画之中，这种摄影合成的广告形式和包豪斯的影响促使招贴海报国际样式的形成。其后虽然又广泛

出现了无线电和其它高新科技的电子传播媒介,但招贴海报仍然以其自身不可替代的优势而成为当代世界上户外广告的主要形式。

(三)

在平面设计艺术领域里,招贴或海报的设计通常被视为是最能体现出一个图形设计师艺术水平高低的重要方面。这也就是为什么几乎所有从事平面图形设计艺术的设计师在自己的工作或设计生涯中或多或少都设计过招贴海报的缘故。在世界各个国家里,专门以招贴海报设计艺术作为自己一生事业追求的艺术家的为数不少,其中也不乏国际著名的招贴海报设计艺术大师。招贴海报不仅是当代社会信息传递的一种重要媒介,在某种意义上,其中还有一点似乎显得更为重要:即招贴海报的创造是艺术家们对时代生活的反映——当代艺术所具有的一种重要形式!它能集中地表现出时代的艺术精神和设计师的个人风格特点。招贴海报的设计无论是在图形设计艺术领域里还是在图形设计教育过程中都占有一个非常重要的地位。

从古至今,人们就通过一系列的方式来不断地向自然和自身挑战,就如同国际奥林匹克竞赛是在不断地向人类自身的体能极限挑战一样;诸多的国际设计艺术竞赛也是在不断地向人类智慧的创造极限挑战。如果说体育运动竞赛的宗旨是更高、更快和更强;那么设计艺术竞赛的目的就是更新、更好和更美。曾经有一位德国教授在谈到国际间文化交流的意义和重要性时,他形象地比喻说道:倘若这个世界上只有一个德国,而没有其它国家的话;那么我自己就不可能知道我自己究竟是德国人或是其他什么人;如果这个世界上只有男人而没有女人的话,那么同样我自己也不可能知道我自己究竟是不是男人或是其他什么人……有比较才有鉴别。人们都是通过比较来认识自然和自身的,是通过比较来认识世界的。众所周知,在通常情

况下任何事物往往是有比较才能有鉴别。因此就有了各种类型的设计和艺术竞赛举行,它的目的是有效地提高设计职业和设计艺术的学术水准。事实上,正是通过不断的交流、比较和竞争,才使得我们人类的文明持续向前发展,各行业的职业水平不但得以提高。这也就是竞赛的意义所在。

虽然图形设计艺术所包括的内容及范围是如此之广泛,但比较而言,招贴海报的设计一直以来都被认为是其中最为重要的一个门类。由于海报艺术所具有的这些特质,所以在世界上诸多的图形设计艺术展览和竞赛中,往往以招贴海报的展览和竞赛居多,其规模和影响亦最大。在世界范围内,公认的设计艺术权威大赛包括:法国肖蒙(Chaumont)国际招贴海报艺术节,波兰华沙(Warsaw)国际招贴海报设计艺术双年展,美国科罗拉多(Colorado)国际招贴海报设计艺术双年展,芬兰拉赫蒂(Lahti)国际招贴海报设计艺术双年展,墨西哥(Mexico City)国际招贴海报设计艺术双年展,捷克布尔诺(Brno)国际图形设计艺术双年展,俄罗斯莫斯科(Moscow)国际图形设计艺术双年展以及日本富山(Toyama)现代艺术博物馆主办的国际招贴海报设计艺术三年展等等。

(四)

法国肖蒙国际海报节是法国文化部(Ministry of Culture)主办、国际图形设计联合会(International Council of Graphic Design Associations,简称: Icograda)认可的国际权威图形设计竞赛之一,同时也得到国际设计艺术展协调委员会(Ibccc)的正式认同。法国肖蒙海报节和在世界其它地方举行的国际招贴海报双年展或三年展比较起来具有以下特点:首先,肖蒙海报节是世界范围内唯一的一个年度国际性的招贴海报艺术节,每年定期在法国举办一届;其次,肖蒙海报节也是世界范围内唯一的一个

主题性的年度国际招贴海报艺术赛事,每一届都会选择一个不同的海报竞赛主题。国际著名的法国艺术评论家、法国政府文化部官员、招贴海报研究专家阿兰·威尔先生(Alain Weill)出任肖蒙海报节总代表,具体指导海报节的各项工作。

肖蒙是法国香槟—阿登大区上马恩省的省会,是一座美丽而宁静的小城。处在巴黎通往瑞士巴塞尔的铁路和公路干线上,从巴黎乘火车向东南方向行驶约需两个小时即可到达这个具有典型法国特征的小城市。该城位于上马恩河谷,地处马恩河与叙兹河汇合处。原名卡尔维蒙斯,是围绕着一个十世纪的城堡建立起来的。1814年英国、奥地利、俄国和普鲁士在此曾经缔结过肖蒙条约。法国肖蒙海报节也和波兰华沙等地的海报双年展一样,是国际上公认最为著名的海报展之一,在国际图形艺术设计界享有盛名。正因为如此,规模宏大的国际海报艺术设计盛会为这座美丽的城市增添了更加绚丽多姿的色彩,使之锦上添花。

在法国海报文化的传统,在城市的街头或是地铁站,到处都有招贴海报。许多著名的艺术家都曾经设计过招贴海报,毕加索也设计过海报。对西方艺术家而言,招贴海报中的新颖和独创性是首要的问题,是需要认真加以考虑的问题,至于在海报创作中运用何种媒介去进行表达,相对来说则成为一个次要的问题。在过去的欧洲,艺术是贵族生活的一种基本需要。将一个人自己的观念凝结到绘画、雕塑或其它艺术品中作为一种生活方式已经深深根植于欧洲文化的土壤之中。工业革命后又逐渐将艺术应用于工业品之上和普通人的日常生活之中,使大多数人都可以使用具有高艺术水准的工业制成品和欣赏艺术,因而导致了大众对招贴海报的欣赏也达到了相当高的艺术水

准。可以说海报已经成为工业化国家社会生活中不可或缺的一个组成部分。甚至于在世界各地还建立了不少专门的招贴海报艺术博物馆。而一些世界著名的综合性艺术博物馆现在也多设有招贴海报艺术部来专门负责海报艺术作品的收藏和展览工作。另外一些国立、私立或是大学的图书馆也选择收藏和展览具有较高文化艺术价值的招贴海报作品。仅在法国肖蒙的一座图书馆里就收藏了超过12000幅来自世界50多个国家和地区的招贴海报艺术作品。

(五)

1999年是肖蒙国际海报艺术节的十周年纪念庆典,这不仅标志着十年来肖蒙海报节美和创造的历程,同时也是国际招贴海报设计艺术发展的一个重要里程碑。1999年5月下旬,我应邀作为国际评委前往法国参加了第十届肖蒙国际海报节。去年6月,我的作品《胜利!》在第九届肖蒙国际海报竞赛中获得了冠军。根据比赛规则:第一名得主除了获得五万法国法郎的奖金之外还享有另一项殊荣——应邀在来年的法国肖蒙国际海报节上举办个人的招贴海报设计艺术作品展览,这是肖蒙海报节的惯例。上一届冠军的个展也是海报节的主要展览项目之一。

日本东京出版的国际平面设计权威杂志《意念》(IDEA)在1998年9月号上曾经发表了第十届肖蒙海报节国际评委、日本著名的艺术设计大师斋藤诚(Makoto Saito)先生的署名评论文章,他在文中写道:“在第9届肖蒙国际竞赛中使我印象最为深刻的是一幅名为《胜利》的招贴作品,这幅招贴画描绘了一只爆炸之后残留着两个手指的手,形成了一个胜利的手势,获国际评审团一致通过而赢得了第一名。在许多国际比赛中,最高奖的获得往往仅是以微弱的差别取胜;然而今年的第一名获得者却是以压倒性的优势成为毫无异议的选择。另一方面,今年比赛中的第二、三名却是在评审团经过激烈的辩论之后才

产生的，最后授给了法国的 Les Graphistes Associes。其实，这两项奖也有可能授给其他人，由于意见分歧，虽然经评委们交换意见和讨论，但最终的结果还是由投票来表决的，所以我认为第二、三名的产生也是相当严格的。获国际评审团一致认可的一等奖作品、陈放的《胜利》确是一幅令人心悦诚服的杰作。仅剩两个指头的手表达了战争的现实，令人震惊。作品类似于艾克斯光效果的画面处理具有视觉的震撼力。“胜利”在此是意味着战争中的胜利？还是在表现那种不顾战争后果的胜利？由于这幅作品没有任何文字，所以人们可以对此有不同的解释。一幅图文并茂的作品往往很容易就能使人理解，但常常也就是仅此而已，到此为止了；但这幅作品却能促使人们去思考，从而拓展了作品表现的空间。在艺术作品中，运用简洁有效的视觉形象和文字去回答作品自身的问题是常见的；然而，从这幅作品中我感到它正扩散出一种明确无误的信息。可以说这幅作品具有改变传统的表述以及广告方式的可能。”

第十届肖蒙国际海报节确定的设计竞赛主题是：“音乐海报”。事前国际海报节组委会曾经向世界各地的图形设计师，设计工作室，广告业代理机构以及其它相关的团体和个人广泛公开地征集参赛作品。截止到3月21号的截稿日，海报节组委会共收到了来自世界32个国家的261名设计师的978幅参赛海报作品。经过由马克·博格斯(Marc Borgers)、阿兰·里科尼克(Alain Le Querrec)、马尔迪·马丁(Malte Martin)、安妮克·奥利昂热(Annick Orliange)和蒂埃里·萨菲斯(Thierry Sarfis)等6名法国图形设计师组成的法国评审团初审，结果只有15个国家的106幅作品获选入围，约占全部参赛作品10.8%。这其中来自日本的作品为最多，共有27幅入围，是获选率最高的国家；东道主法国有17幅海报作品获选，名列第二；其它依次是波兰有13幅获选；瑞士12幅获选；德国

10幅获选；美国9幅获选；荷兰7幅获选；中国有3幅作品获选；葡萄牙2幅获选；奥地利、比利时、保加利亚、丹麦、阿根廷和以色列各有1幅作品获选。全部获选的106幅作品都在主展览大厅展出并收入了正式出版发行的《第十届肖蒙国际海报节作品集》。

招贴海报艺术是在一定文化背景之下产生出来的，东西方之间的文化差异也使得中国的招贴海报艺术往往一时难以被国际所认可，尤其是在当代西方的文化价值观念占主导地位的情况下就更是如此。然而，优秀的招贴海报艺术设计应当是一种国际语言。作为一个设计师，应当意识到当代设计及其教育在国际上已发展到了一个崭新的阶段，对此认真地加以研究和学习，运用新的理念和方法对我们来说是刻不容缓的一项重要工作。在信息时代，图形设计及其艺术研究的深入发展必须有赖于对世界当代设计艺术的全面了解和整体把握，必须学习和研究最先进的当代世界设计成果，这一点是毋庸置疑的。此次有来自中国上海和深圳的三幅作品入围第十届肖蒙国际海报节，另外还有一名在德国学习的中国留学生的作品也获选入围。这是迄今为止中国设计师在历届肖蒙国际海报节中入围率最高的一次，在以往中国设计师（包括香港）曾经入选的几届肖蒙国际海报节竞赛中，几乎每年都只是一幅作品获选入围。在淘汰率如此之高的评选中能有四幅作品进入这项权威的国际赛事，表现出了中国图形设计师的设计实力与创造智慧。但另一方面，我们也可以从这个选拔严格的国际赛事中看到：中国图形设计的整体水平与其它发达国家的相比较还有较为明显的差异，尤其是与我们的近邻日本相比这个差距就更为明显。

譬如在上届以“摄影海报”为主题的1998年肖蒙国际海报竞赛中，共有来自世界28个国家的271名设计师

的1352幅海报作品参赛,结果只有12个国家的84幅作品获选入围,约占全部参赛作品6.2%。其中日本获选入围的作品就有36幅,占全部入围作品的42.8%!是获选率最高的国家。其它依次是东道主法国有22幅作品获选,名列第二;德国有11幅作品获选;瑞士4幅作品获选;美国3幅作品获选;意大利2幅作品获选;奥地利1幅作品获选;荷兰1幅作品获选;英国1幅作品获选;中国有1幅作品获选;非洲的津巴布韦有1幅作品获选,是唯一的一幅来自非洲大陆的入围作品;阿根廷1幅作品获选,也是唯一的一幅来自拉丁美洲大陆的入围作品。日本的作品不仅在数量上占有绝对优势,在招贴海报的印刷工艺质量上也远超过其它许多国家的作品。

而1997年,在以“字体海报”为主题的第八届肖蒙国际海报竞赛中,共有来自世界35个国家的1382幅作品参赛,结果只有83幅作品获选入围,获选作品约占全部参赛作品的6%。1996年,以“戏剧海报”为主题的第七届肖蒙国际海报竞赛中,共有来自世界40个国家的1500幅作品参赛,结果只有100幅作品获选入围,获选作品约占全部参赛作品的6.6%。1994年,在以“展览海报”为主题的第五届肖蒙国际海报竞赛中,共有39个国家的2000幅作品参赛,只有123幅作品获选入围,约占全部参赛作品的6.1%。1993年,第四届肖蒙国际海报竞赛主题是“爵士、波普、摇滚”,参赛作品来自34个国家,共900幅,经初选后有118幅作品入围,获选率为13.1%。1992年,第三届肖蒙国际海报竞赛主题是“环境海报”,有来自33个国家的914幅海报作品参赛,160幅入围。作品获选率为17.5%。通过上述对历届肖蒙主题海报竞赛的简单回顾,人们不难看到:来自世界各国各地区数以千计的参赛招贴作品只有在经过了严格的第一轮初选淘汰之后,才有少数优秀的设计作品入选一年一度的国际海报节。在很大的程

度上,或许也正是因为评选程序这个关键问题上的严格,使得肖蒙海报节成为世界范围内最具影响的海报艺术竞赛之一。

根据国际比赛规则,在经过法国国家评审团的初选入围之后,再由一个国际评审团在入围作品中评出获奖作品。肖蒙国际海报竞赛共设有以下几个奖项并有总金额10万法国法郎的奖金,奖项分别是一等奖(Premier prix / First prize,奖金5万法国法郎)、二等奖(Deuxième prix / Second prize,奖金3万法国法郎)、三等奖(Troisième prix / Third prize,奖金2万法国法郎)各一名以及国际图形设计联合会优异奖(Prix Icograda / Icograda Excellence Award)一项。其中国际图形设计联合会优异奖是一项荣誉奖,只颁发获奖荣誉证书但没有奖金。从1990年第一届到1992年的第三届肖蒙国际海报节还曾经设过一项特别奖(Prix Spécial / Special Award),但在以后的各届肖蒙海报节中,没有再评选特别奖。

1999年第十届肖蒙海报节的国际评审团由来自英国、德国、法国、荷兰和中国的五名评委组成。他们分别是来自英国的彼德·沙维里先生(Peter Saville),德国的海因茨·艾德曼教授(Heinz Edelmann),法国的安妮克·奥里克热女士(Annick Orliange),荷兰阿姆斯特丹“Laboratorivm”设计集团的两名设计艺术指导路德魏基和简森(Krijn van Noordwijk and Robbert Jansen)(该集团的两名代表在评比时按一票计)和来自中国的陈放。

评比围绕着“音乐”的主题展开,着重于作品的意念和视觉传达功能,因为肖蒙国际艺术竞赛仅设四个奖项,所以评比是按严格的程序进行的。所有的评委在事前都到展览大厅现场仔细地看过全部海报展品,评比时工作人员