

贴粹 招精

POSTER

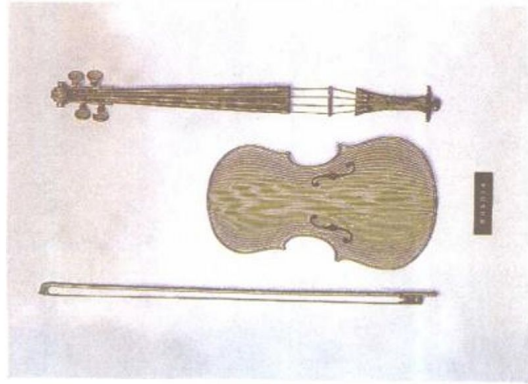
黑龙江美术出版社



POSTER

招贴精萃

黑龙江美术出版社



POSTER 招 贴 精 萃

权伍松 著

黑龙江美术出版社出版
(哈尔滨市道里区安定街 225 号)
黑龙江龙美彩色制版有限公司制版

沈阳新华印刷厂印刷

全国新华书店经销

开本: 889 × 1194mm 1/24 印张: 5

1999 年 1 月第 1 版

1999 年 1 月第 1 次印刷

印数 1-3,000

ISBN 7-5318-0559-6/J · 560 定价: 52.00 元



在今天,除了现代文明没有涉足的极少地区,想找一个从未见过招贴的人是不可能的。招贴这一古老但却不停更新的时代,在人类文明的演进中一直扮演着重要角色。

当今在生活节奏越来越快的节拍中,人们都在商品招贴中领略什么叫市场竞争。无论你是谁,你在哪里,都会明白或不知不觉地接受它正负面的影响。

一句话,自从人类开始进行信息传播以来,招贴是传递信息、沟通人际关系的一种手段和媒介,在不同国家尽管有不同的称谓,从这一文化现象本身来说不永远单纯属于某一性质的领域,而是整个社会生活“沟通”的产物。

在国际视觉设计及行销策划的领域中,人们乐于谈论“COMMUNICATION”和“IDEA”,前者有“交通”、“通讯”、“交流”、“传播”、“沟通”等含义,后者有“想法”、“概念”、“意见”、“主意”、“想象”、“观念”等含义。前者解释为“沟通”——具有强大心理推动力的、不同凡响的主意和策略。从这个意义上看招贴,那种只从传者一方考虑、急功近利的“叫卖”、“说教”及“图解化”,就显得十分幼稚、且毫无推动力可言。

综上所述,自然产生下述二点认识:其一招贴是人与社会、社会团体与社会沟通的重要媒介之一,是人类生存、历史演进、经

济发达、文化勃兴、……的脉搏或日晴雨表。只要浏览一下招贴发展史,就会明白这一点。其二招贴是人类面对共同关心的问题并力图协调解决这些问题的方式和方法所做出的主张,是传播者(主观的提出者)力求使接受者“按其意图有所行动”的一种观念或创意,才可获受者的认同。在今天,单纯的传——仅仅满足于把信息发送出去——已让位给沟通因素,如果传者本身即是受者或以受者的角度、利益点出发去思考、去创意才可获受者的认同。因而今天招贴设计方法论的核心,应是“沟通”和“创意”。基于这一基点招贴的文化品位、艺术魅力及社会使命、伦理原则就不言自明了。

感谢法国Graphic Design,感谢成均馆大学教授白金男先生以及编者的大力支持,将此书提供给了我国艺术界,使我们领略了当今国际图形设计的发展趋势,准确把握设计方法、社会使命提供了宝贵的资料,是学习及表现发展我们自己设计艺术的极好参照。

吴士元

一九九八年六月五日

主 编

权伍松

编著者

白金男 (韩国) 刘福臣 余艳

译 文

韦尔乔 表春英 林国雄 任国铉 李太福

点 评

吴士元

责任编辑

李 旭 李 欣

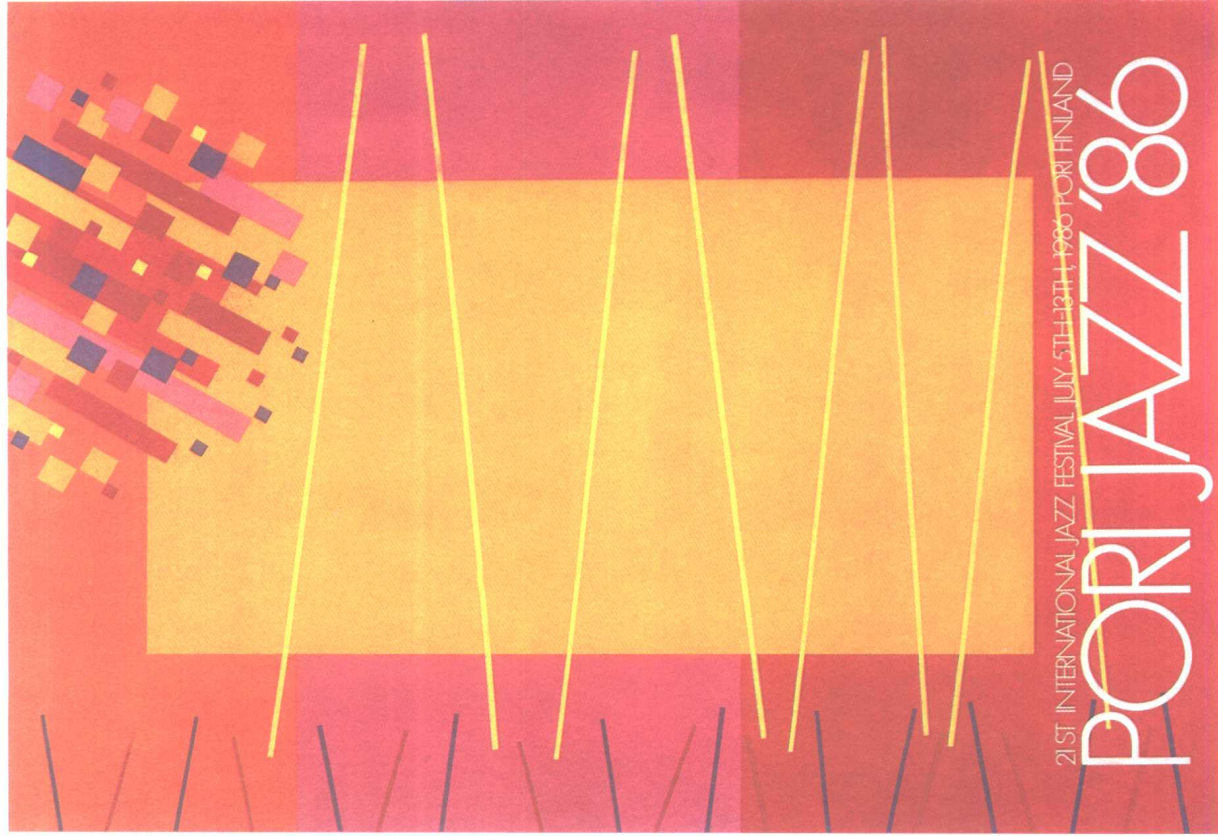
装帧设计

蒋 悦 李 旭

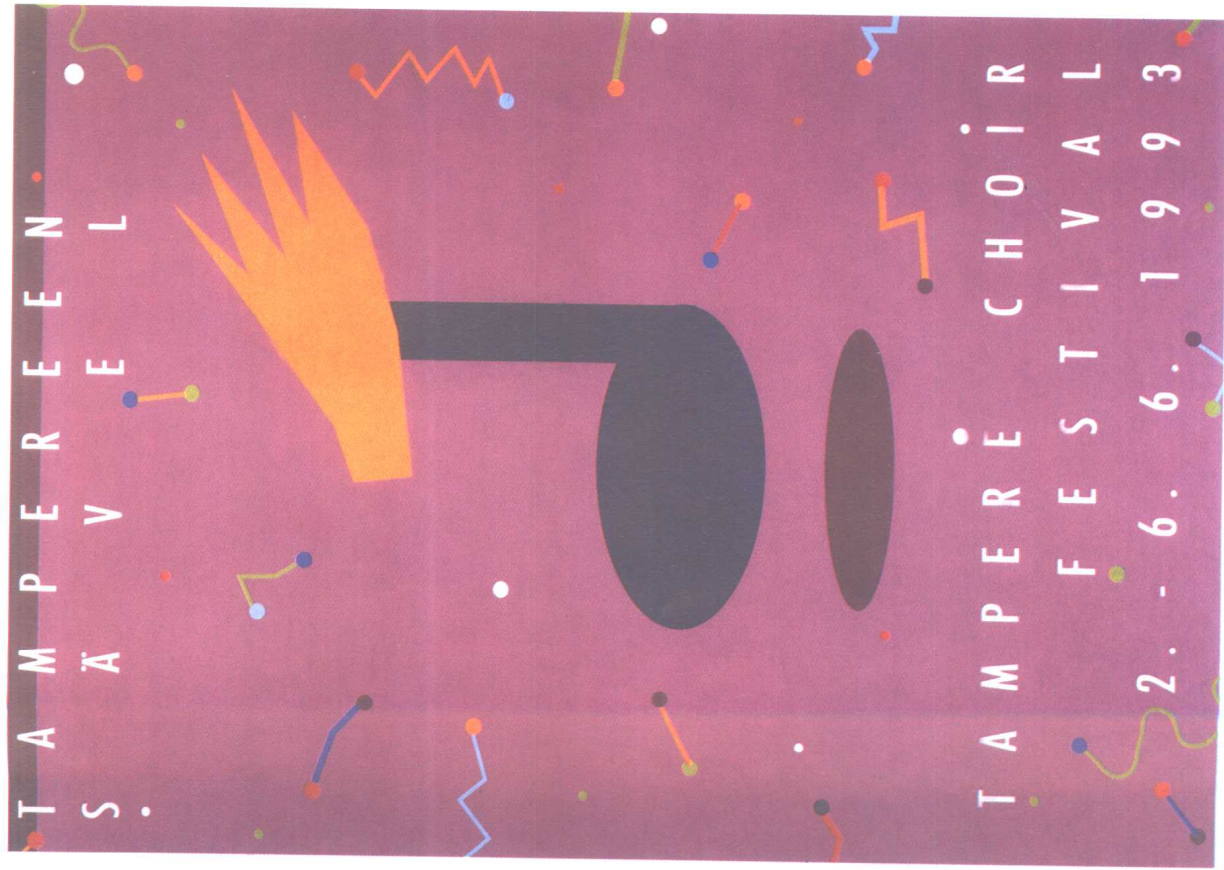
芬兰	1-7
挪威	8-11
法国	12-19
瑞典	20-25
丹麦	26-27
香港	28-29
英国	30-33
美国	34-37
比利时	38-39
捷克共和国	40-42
意大利	43
以色列	44
德国	45-49
台湾	50-51
土耳其	52
奥地利	53
波兰	54-56
葡萄牙	57
斯洛文尼亚	58
日本	59-74
荷兰	75
韩国	76-111



《抵抗》 希尔帕·海耳卡斯 (芬兰)



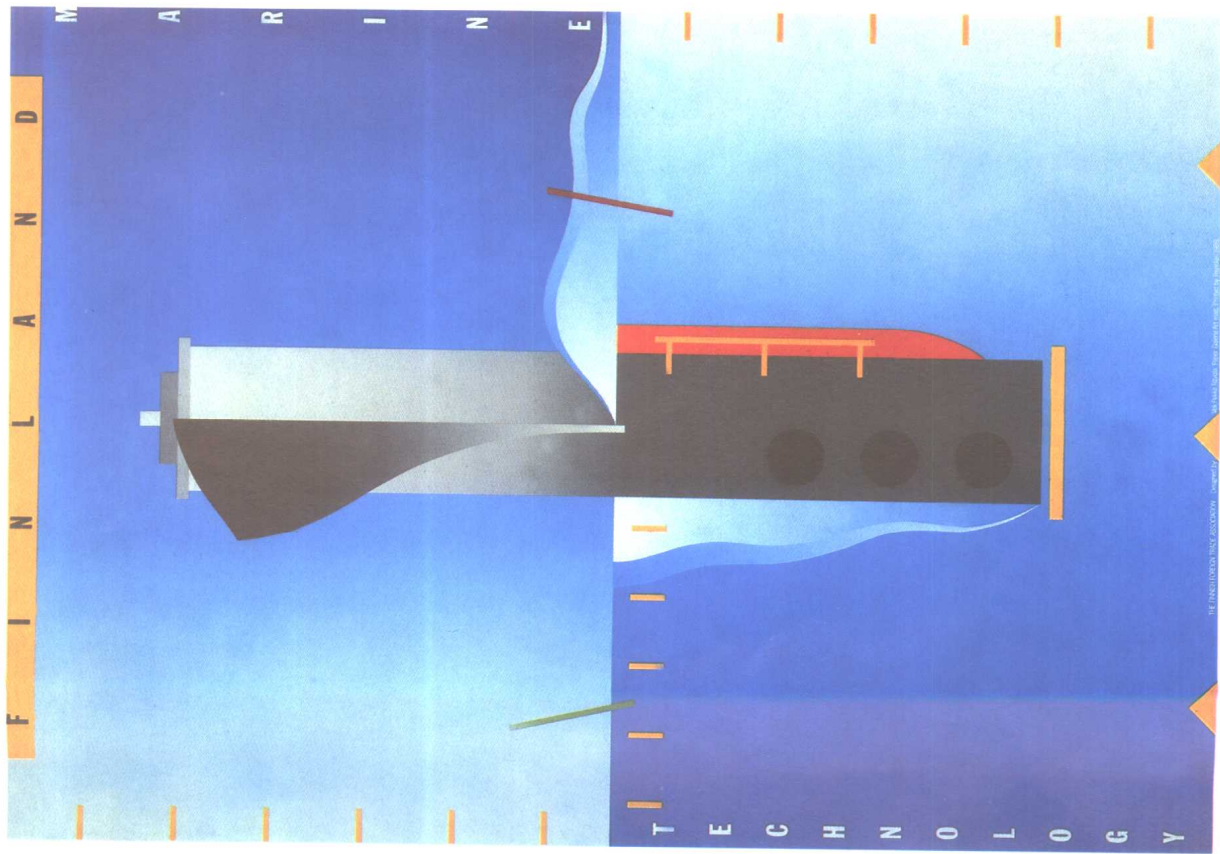
爵士音乐节招贴 艾里克·鲁辛 (芬兰)



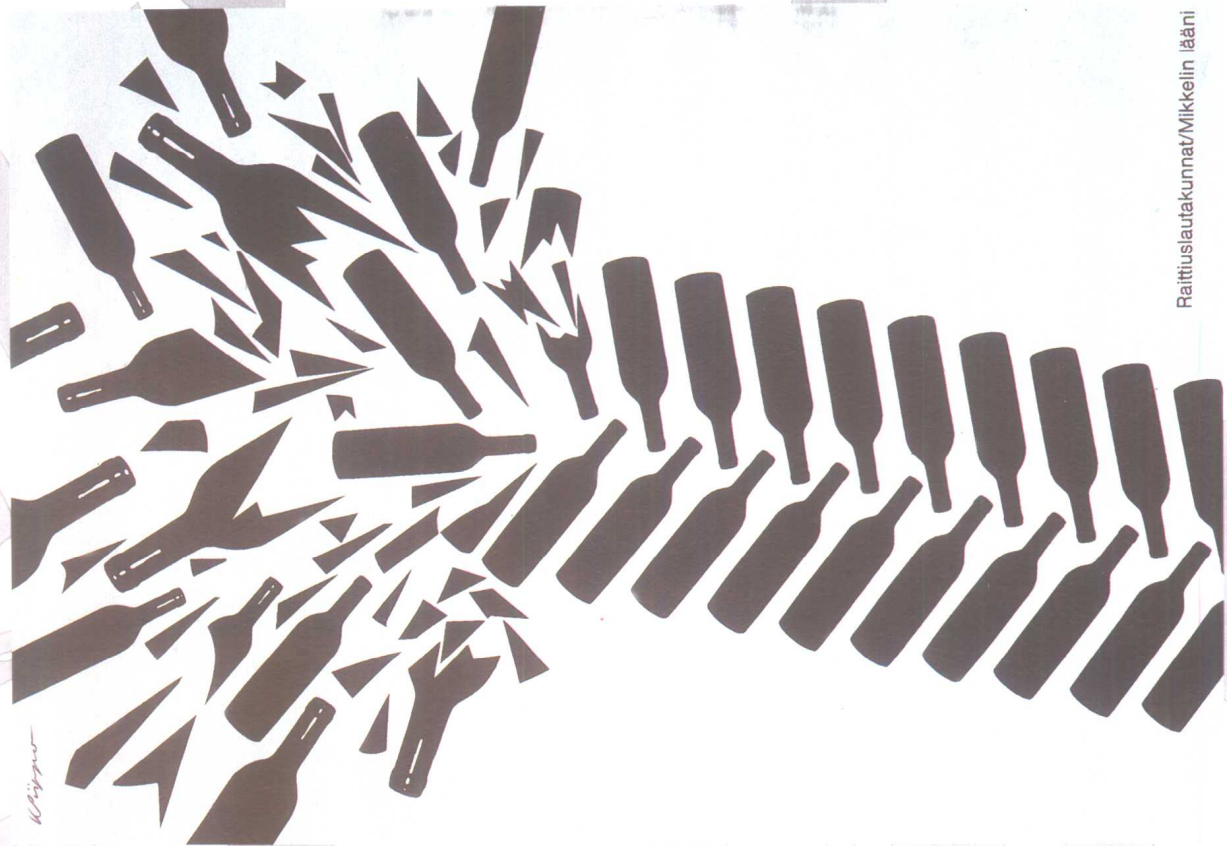
《坦帕利合唱节》萨塔·潘诺（芬兰）



《伊多梅纽斯》佩卡·劳里(芬兰)



《海洋技术》 维利·佩卡·里沃拉 (芬兰)



Raitiuslautakunnat/Mikkelin lääni

《麦克林拉奈》卡里·皮波（芬兰）

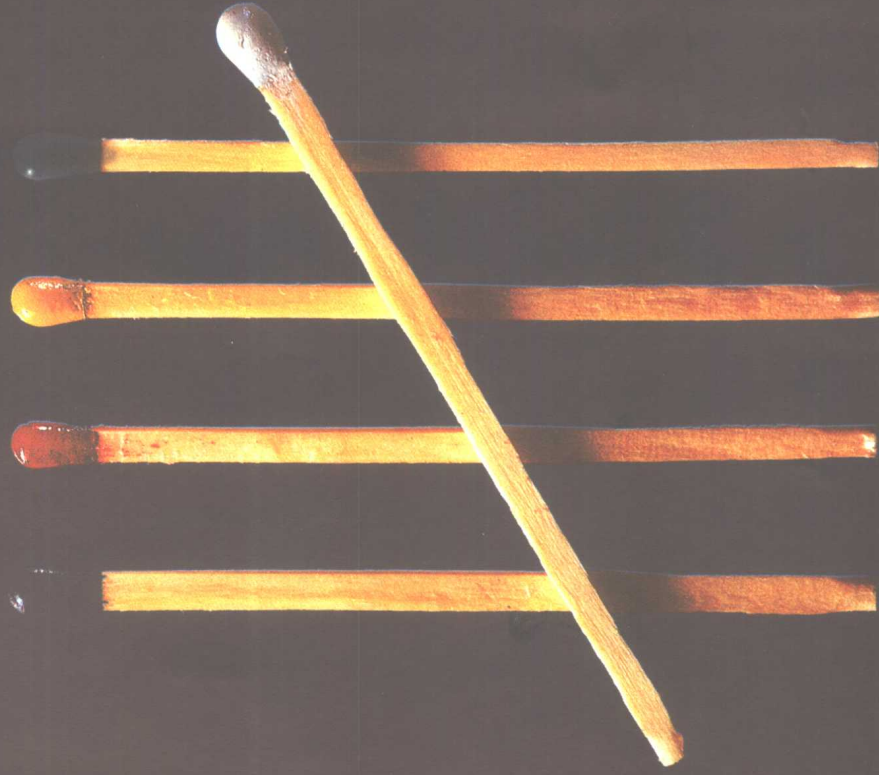
Martti Mykkänen

1951 se alkoi.
Merkejä, taittoja,
juusteita, logoja,
kansiä, kuvituksia.
Tuli väkisi 1991.

Graphic Design



《设计》马尔蒂·梅克宁（芬兰）

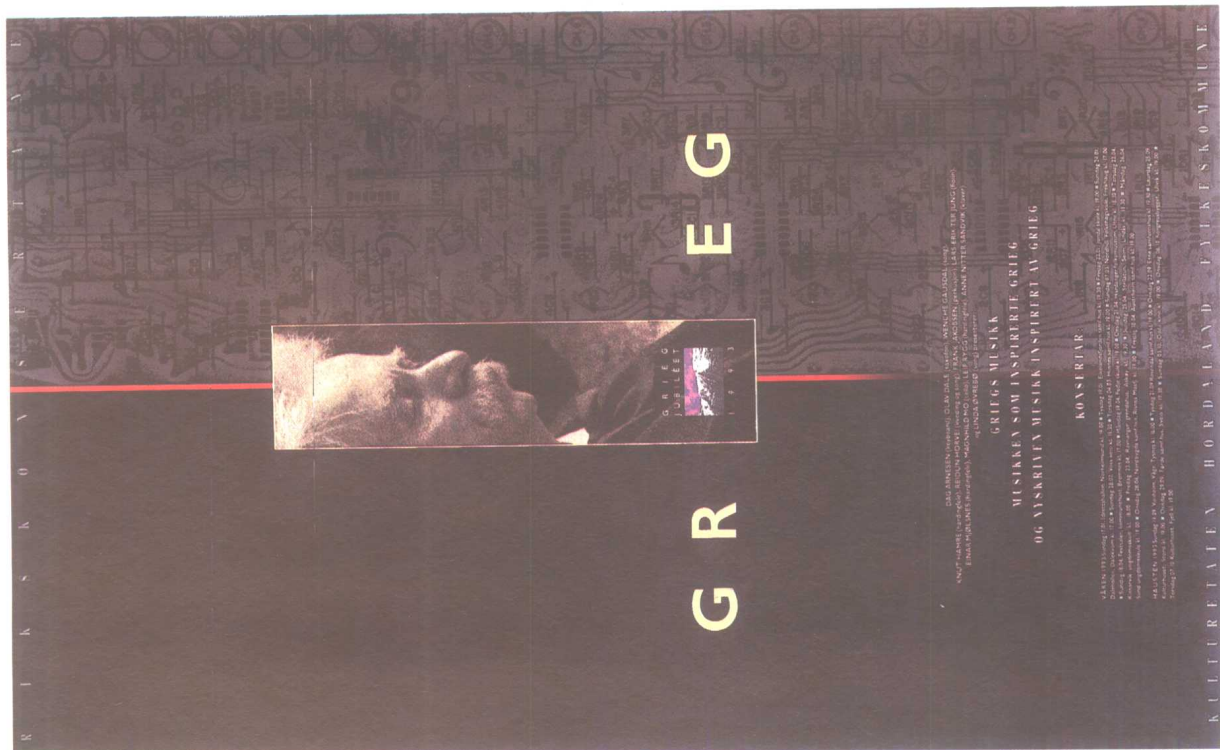


《白人种族主义》雷欧·斯劳罗姆（芬兰）

WHITE RACISM



《特里科》莱夫·安尼施达里（挪威）



《格里格》拉瑟·伯恩琴（挪威）