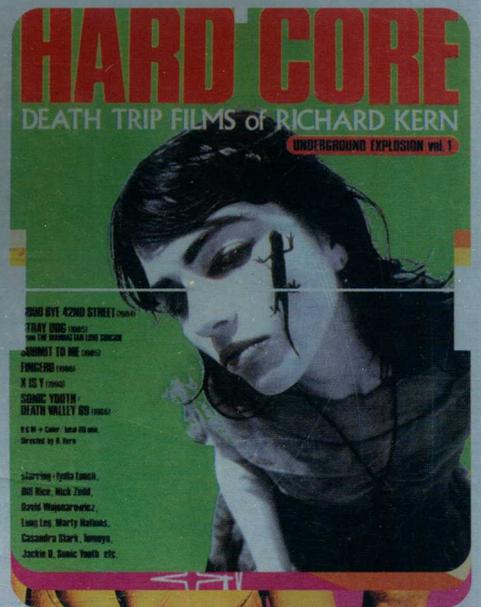
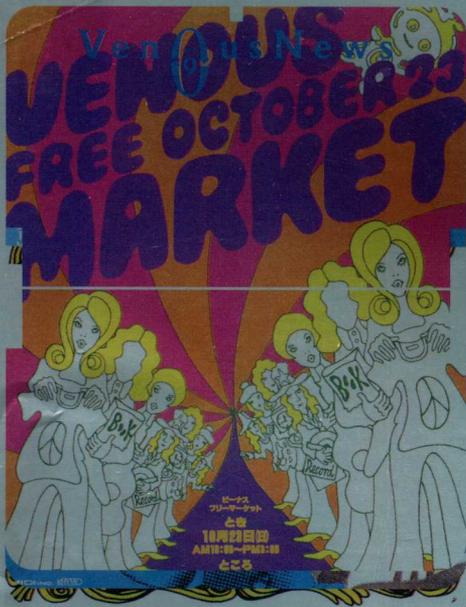


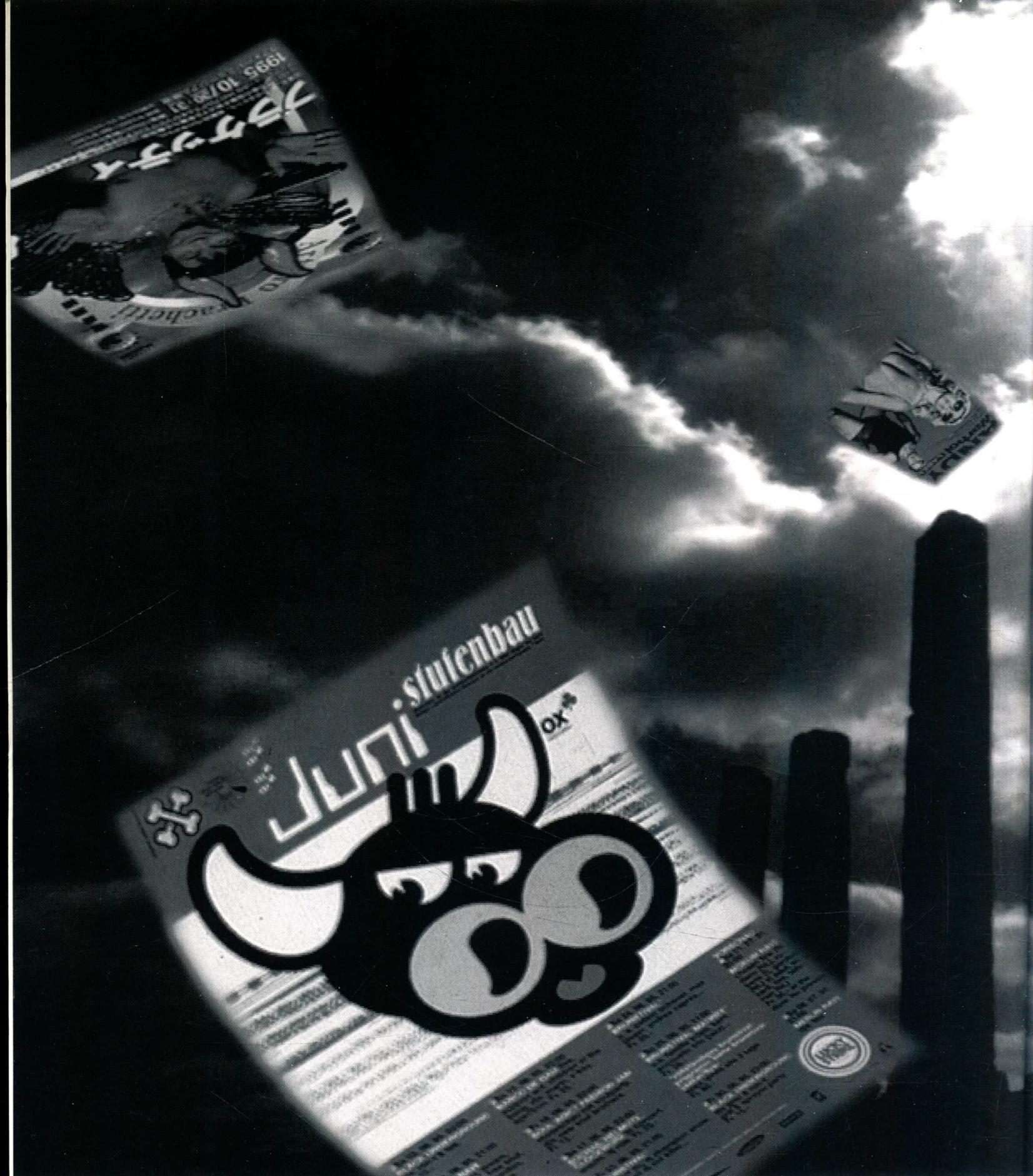
EVENT FLYER COLLECTION

MOVIES, MUSIC, ARTS, THEATRE, AND MORE.



EVENT FLYER COLLECTION

MOVIES, MUSIC, ARTS, THEATRE, AND MORE.



event flyer collection

©2002 P·I·E BOOKS

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means, graphic, electronic or mechanical, including photocopying and recording by an information storage and retrieval system, without permission in writing from the publisher.

P·I·E BOOKS

#301, 4-14-6, Komagome, Toshima-ku, Tokyo 170-0003 Japan

Phone: +81-3-3940-8302 Fax: +81-3-3576-7361

e-mail: editor@piebooks.com sales@piebooks.com

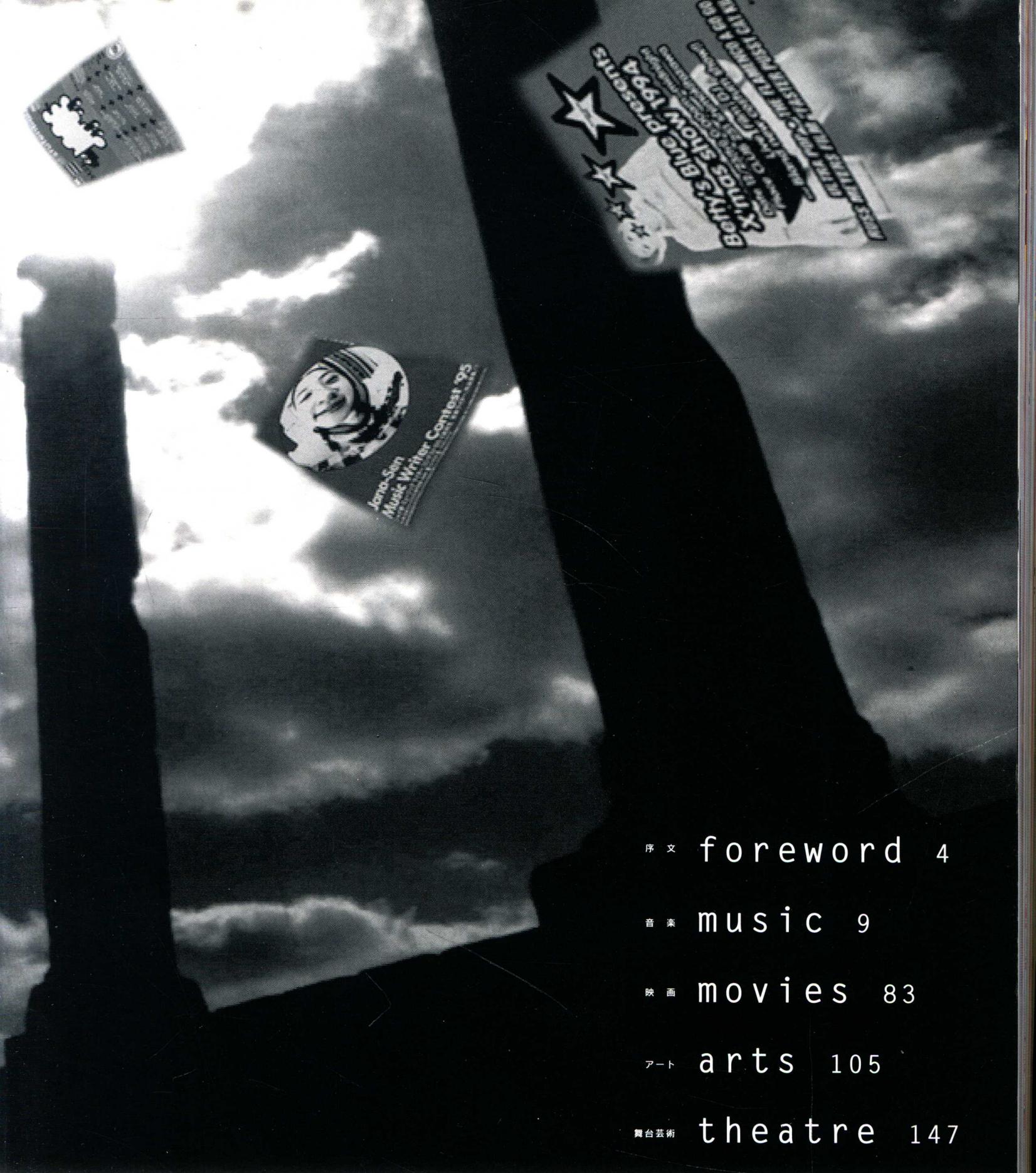
http://www.piebooks.com

ISBN4-89444-221-3 C3070

Printed in Japan

C

O



序文 foreword 4

音楽 music 9

映画 movies 83

アート arts 105

舞台芸術 theatre 147

その他 others 185

インデックス index of
submitters 217

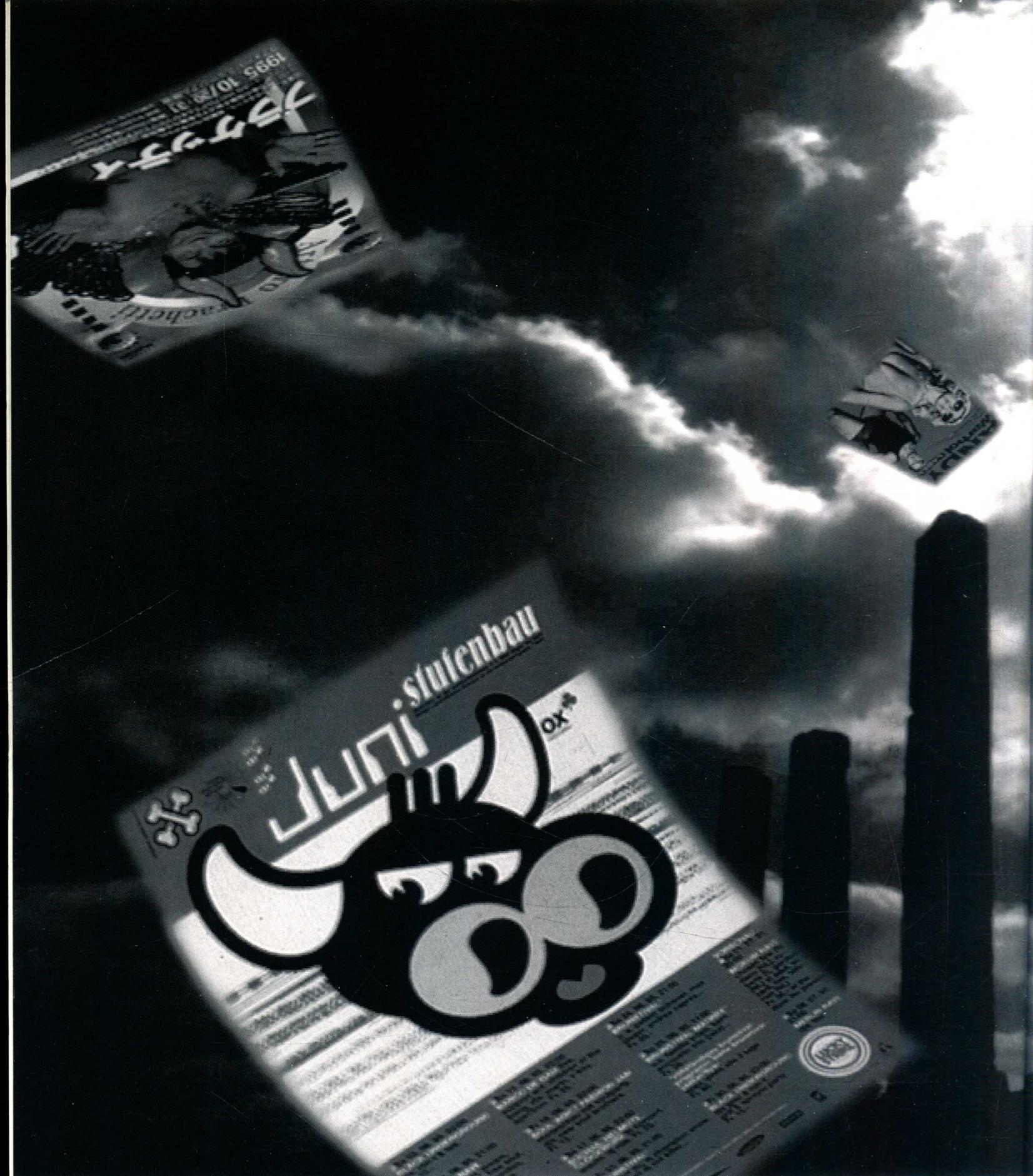
本書は好評につき完売した「イベントチラシ・グラフィックス」の改訂版です。
序文は上記タイトルのために書かれたものを使用しています。

This book was previously published in a popular hardcover edition entitled
"Event Flyer Graphics". References to the title in the foreword of hence
reflect the original title.

n t e n t s

EVENT FLYER COLLECTION

MOVIES, MUSIC, ARTS, THEATRE, AND MORE.



event flyer collection

©2002 P·I·E BOOKS

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means, graphic, electronic or mechanical, including photocopying and recording by an information storage and retrieval system, without permission in writing from the publisher.

P·I·E BOOKS

#301, 4-14-6, Komagome, Toshima-ku, Tokyo 170-0003 Japan

Phone: +81-3-3940-8302 Fax: +81-3-3576-7361

e-mail: editor@piebooks.com sales@piebooks.com

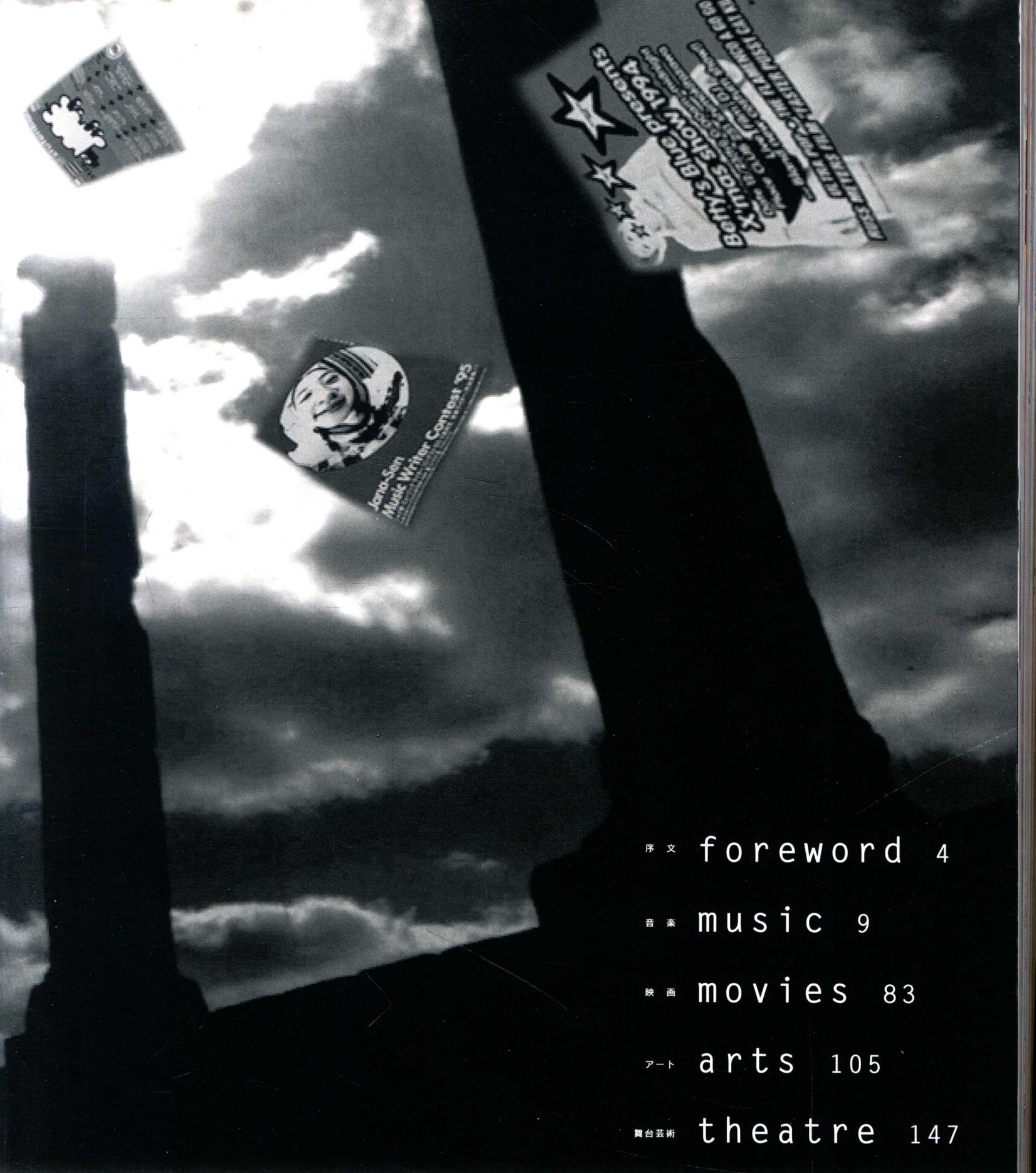
http://www.piebooks.com

ISBN4-89444-221-3 C3070

Printed in Japan

C

O



序文 foreword 4

音楽 music 9

映画 movies 83

アート arts 105

舞台芸術 theatre 147

その他 others 185

インデックス index of
submitters 217

本書は好評につき完売した「イベントチラシ・グラフィックス」の改訂版です。
序文は上記タイトルのために書かれたものを使用しています。

This book was previously published in a popular hardcover edition entitled
"Event Flyer Graphics". References to the title in the foreword of hence
reflect the original title.

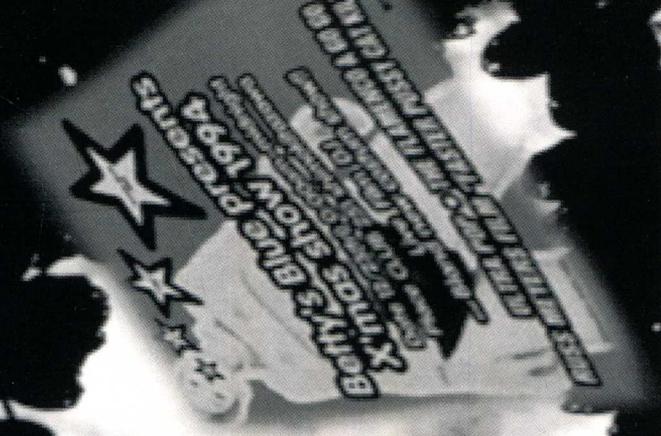
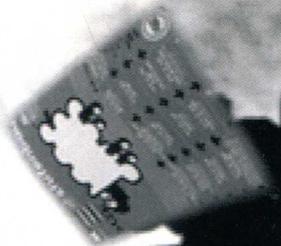
n t e n t s

フライヤーはどのようにして人々の目にふれるだろう？ 街頭で手渡される。あるいは穴を開けて街角にぶらさげられていたりする。コンサート・ライブ会場で配られる。CD・レコードショップにある。劇場で配られる、あるいは置かれている。チケット売りのカウンターに積まれてる。美術館・ギャラリーのスタンドに、あるいは然るべきショップの店頭で置かれている。郵送される。ファックスされる。路上の塀・電柱に貼られる。電話ボックスの中にゲリラ的に貼られている。素材は何だろう？ 紙が主だが、その質は種々雑多。紙以外のものもありそうだ。形？ 日本ではA4判が主流だが、ポストカードタイプあり、正方形あり三角形に円形に、もちろん不定形もある。しかも大小さまざま。表現はどうだろうか？ カラー印刷、モノクロ印刷、写植、ワープロ、切り貼りコピーにDTP。1枚ずつ手書きもある。なかなかの迫力である。しかも1点ものとは贅沢である。写真をそのままフライヤーにしてしまう手もある。コンピュータで制作したものもかなり増えてきている。平面なら素人も手を出せそうだ。必要な情報だけが切り抜かれたり、折りたたまれてポケットに入れられたり、あるいはひっくり返してメモ用紙にされたり。用が済めばポイと捨てられる。かと思えばコレクターに大切に保管されたり、人によっては気に入ったものはピンで壁に飾られたり。配付部数も、10部でも10000部でもフライヤーだ。クライアントも個人から大企業まで予算もまちまち。なんとまあ自由自在なんだろうか。まるで風呂敷のような媒体だ。他の媒体に比べて許容範囲がかなり広いと思う。だからこそ比較的自由に自己表現や実験的なこともできるのではないだろうか。そしてまたこの自由さ多様さこそがフライヤーの最大の魅力なのではないだろうか。ところでこのあまりにも曖昧としたフライヤーというものに、本書のために少しだけ条件を与えてみた。(1)1枚の紙で構成されているもの(2)イベント——日常生活に関連深いものに対する非日常的なもの——を告知するもの(3)1988年以降に制作されたもの。以上多少の例外を含みつつも、おおかたこの3点を柱に国籍不問で募集、収集してみた。そして、少々乱暴ではあるが5つに分類してみた、がその作業の困難なこと……この作業の困難さはフライヤーそのものの持つ曖昧さのせいではなく、そのフライヤーのが告知しようとしている内容によるものであることに気がついた。「～のイベント」とは括れない。イベントはイベントなのだ。「パーティ」に「イベント」なんとも曖昧かつ便利な日本語だ。ともかくもご覧いただければわかるが、音楽に関するものが多数を占めた。これも時代を反映しているのだろう。フライヤーの知らせるイベントの内容と、その紙面の上に表現されているデザインと、そしてその表現を許容する社会という3つの側面から今の時代という、曖昧にして仮に区切られたある短い期間の傾向の一端を窺うことができ面白い。今後もまた新しい何かにとって、そしてまたサブカルチャーにとってフライヤーという媒体が1つの表現の場、実験の場であればいいと思う。フライヤーは楽しい。廃れず、進化もしない。多様化するのだ。

は じ め に

小社から既にチラシ・コレクションがシリーズで出ているが、今回は内容の多様化に伴いイベントとそれ以外のものの2冊に分冊した。特に今回の「イベント フライヤー コレクション」はフライヤーというものの本質についているのではないだろうか。2冊合わせて参考にしていただければと思う。

そして最後に。本書のために快く作品を提供くださり、また協力してくださった提供者の方々、改めて心より感謝申し上げます。



How are flyers brought to people's attention? Well, they're passed out on street corners. Or they have holes punched in them so they can be hung on hooks or nails. They're distributed at venues for concerts and live band appearances. They're put out in record stores, and at theatres and cinemas. They're piled up on the counters of ticket agencies. You find them in art galleries and museums. At the entrances of smart shops. They arrive in the mail or out of the fax. They're stuck up on walls and lighting poles in the street. Phone boxes are invariably plastered with them.

What are they made of? Usually paper, but it varies widely in type and quality. Occasionally something else instead of paper. Shape? In Japan A4 paper size is most common, although some are postcard size. There are also square ones, triangular ones, round ones, and all sorts of other odd shapes. In all sizes.

How are flyers produced? They're professionally printed in colour or black and white, produced by photo-typesetting, printed off word processors, pasted up and photocopied, or created through DTP. Occasionally you get them individually hand drawn, which is pretty compelling and has the added value that each one's unique. Some are made out of photos. More and more are now created on a computer, and with today's software, as long as it's not 3D, anyone can try their hand at that. On the receiving end, some people like to cut out the vital nugget of information to slip in their diary, others fold them up and tuck them in a pocket, or use them for noting down shopping lists or telephone numbers on the back. Once their job's over, they're thrown away. But not always: collectors keep them, and there are people who decorate their rooms with them.

f o r e w o r d

The numbers produced might be anything from fifty or a hundred to many thousands. The clients who sponsor them range from individuals all the way to giant corporations, with budgets pretty well to match. And what versatility! Compared to other advertising media, they certainly seem to be allowed plenty of scope. Maybe that's why designers feel more able to do their own thing or try out experimental ideas. It's this artistic freedom and diversity that make flyers so very attractive.

But it also makes them hard to pin down, so we were forced to set a few conditions for the artwork included in this collection: one, it had to be designed for a single sheet of paper, two, it had to be promoting some event, defined as a non-everyday occurrence, and three, it had to be produced after 1988. Allowing that there would likely be some exceptions, we went ahead and collected submissions on this basis from all over the world. We then divided them, with a fair degree of coercion, into five categories. A hard task! It was not that the flyers themselves were in any sense ambiguous. It was the vast range of events the flyers were promoting that caused the difficulty. We marvelled that a single label—event—could be hi-jacked to apply to such a multiplicity of occasions and purposes, and realized what a conveniently imprecise term it is!

As you will see as you look through this book, many of the flyers are associated with music. This would seem to reflect the times we live in. In three separate respects—the types of events they promote, their design, and the social environment that underlies that design—flyers give us a fascinating insight into the trends of that vaguely defined short span of months or years that we think of as our current 'times'. And in future, too, for new trends and newly developing subcultures, flyers will be an appropriate medium to serve as a design forum, an experimental laboratory. Flyers are fun. They face neither extinction nor ongoing evolution. They will merely proliferate.

PIE Books has already published collections of flyer graphics, but this time, in view of the wide-ranging subject matter of the flyers we collected, we have divided them between two books: this one featuring flyers promoting events, and another featuring other types of flyers. We feel this volume comes particularly close to demonstrating exactly what flyers are all about, and we hope readers will find it useful to refer to both volumes together.

Lastly, may we once again express our deepest thanks to all those who contributed artwork and assisted us in other ways with this publication.

Wie bringt man Flugblätter an die Leute und erregt damit Aufmerksamkeit? Sie werden an Straßenecken verteilt. Sie werden mit Klebstoff oder Reißzwecken an Wänden befestigt. Sie werden auf Konzerten und in Discos verteilt. Sie werden in Plattenläden, in Theatern und Kinos ausgelegt. Sie werden auf den Schaltern von Konzertkartenagenturen gestapelt. Man findet sie in Kunstgalerien und Museen aber auch in den Eingängen von populären Läden. Sie kommen mit der Post oder sogar aus dem Fax. Sie werden an Wänden und Pfosten am Straßenrand angebracht und Telefonzellen werden damit beklebt.

Woraus sind Flugblätter gemacht? Normalerweise sind sie aus Papier, aber dieses variiert stark in Art und Qualität. Manchmal wird auch anderes Material benutzt. Und die Form? In Japan, wie auch in Europa ist A4 das weitverbreitetste Format, aber auch die Postkartengröße kommt häufiger vor. Es gibt auch rechteckige, dreieckige, runde und andere ungewöhnliche Formen in allen Größen.

Wie werden sie produziert? Sie werden meist professionell gedruckt, in Farbe oder in Schwarz/Weiß gestaltet und die Vorbereitung für den Druck erfolgt oft mit Desktop Publishing Systemen. Gelegentlich werden sie auch individuell handgezeichnet, was sehr ansprechend ist durch den zusätzlichen Effekt, daß jedes Exemplar einzigartig ist. Einige sind aus Photos gemacht. Fast alle sind heute mit dem Computer gestaltet, was mit der derzeitig verfügbaren Software für fast jedermann möglich ist, solange es nicht 3D ist. Von den Empfängern bevorzugen es einige, die Termininformation auszuschneiden und in ihren Taschenkalender einzulegen, andere falten sie zusammen und stecken sie in die Taschen, wieder andere benutzen sie als Notizzettel für den Einkauf oder für Telefonnummern. Wenn ihre Arbeit getan ist, werden die Flugblätter weggeworfen, doch nicht immer: Sammler bewahren sie auf. Es gibt auch Leute, die damit ihre Zimmer ausschmücken.

Die Auflagen reichen von fünfzig oder einhundert bis zu mehreren tausend Stück. Die Sponsoren sind Privatpersonen und Firmen bis hin zu Großunternehmen mit Riesenetats. Und wie nützlich Flugblätter sind! Verglichen mit anderen Werbemitteln scheint ihnen viel Freiraum gewährt zu werden. Wahrscheinlich deswegen fühlen sich die Gestalter aufgefordert, ihren eigenen Stil zu entwickeln und auch experimentell zu arbeiten. Es ist diese künstlerische Freiheit und Vielfalt, die die Flugblätter so attraktiv macht.

V O R W O R T

Aber es ist auch schwierig, sie zu beurteilen. Deshalb haben wir für die Arbeiten in diesem Buch einige Auswahlkriterien definiert: zum einen muß das Design für ein einziges Blatt gestaltet sein, zum zweiten muß es eine nicht alltägliche Veranstaltung ankündigen und zum dritten muß es vor 1988 geschaffen worden sein. In dem Bewußtsein, daß eventuell doch Abweichungen zugelassen werden müßten, haben wir Arbeiten aus aller Welt zusammengetragen. Diese wurden dann grob in fünf Kategorien eingeteilt. Eine schwierige Aufgabe! Es war nicht so, daß die Flugblätter selbst in irgendeiner Weise zwiespältig waren. Es war allein die schiere Menge von Arbeiten, die die Schwierigkeiten verursachte. Wir staunten, daß das Etikett "Veranstaltung" auf eine solche Vielfalt von Anlässen und Zwecken passen soll. Wirrealisierten, wie bequem unpräzise diese Bezeichnung ist.

Wie Sie beim Durchblättern dieses Buches bemerken werden, stehen viele der Flugblätter in Bezug zur Musik. Dieses scheint eine Reflektion der Zeit zu sein, in der wir leben. Unter drei verschiedenen Gesichtspunkten, der Art der angekündigten Veranstaltung, ihrem Design und dem sozialen Umfeld, das dem Design unterliegt, geben uns die Flugblätter einen faszinierenden Einblick in die Trends der vage definierten kurzen Spanne von Monaten oder Jahren, die wir als "unsere Zeit" ansehen. Auch in der Zukunft werden Flugblätter für neue Trends und sich neu entwickelnde Subkulturen ein passendes Medium sein, um als Design Forum, als ein Experimentallabor der Gestaltung zu dienen. Flugblätter sind Spaß. Sie sind weder mit dem Aussterben konfrontiert noch mit der fortschreitenden Evolution. Sie werden einfach weiter wuchern.

Der Verlag PIE Books hat schon mehrere Sammlungen von Flugblättern veröffentlicht. Diesmal haben wir wegen des umfassenden Themas zwei Bände geschaffen: dieses Buch hier beinhaltet Veranstaltungsflugblätter, der nächste Band wird andere Arten von Flugblättern zeigen. Wir glauben, daß dieses Buch besonders gut demonstriert, was Flugblätter genau sind, und hoffen, daß beide Bände für die Betrachter nützliche Referenzwerke sein werden.

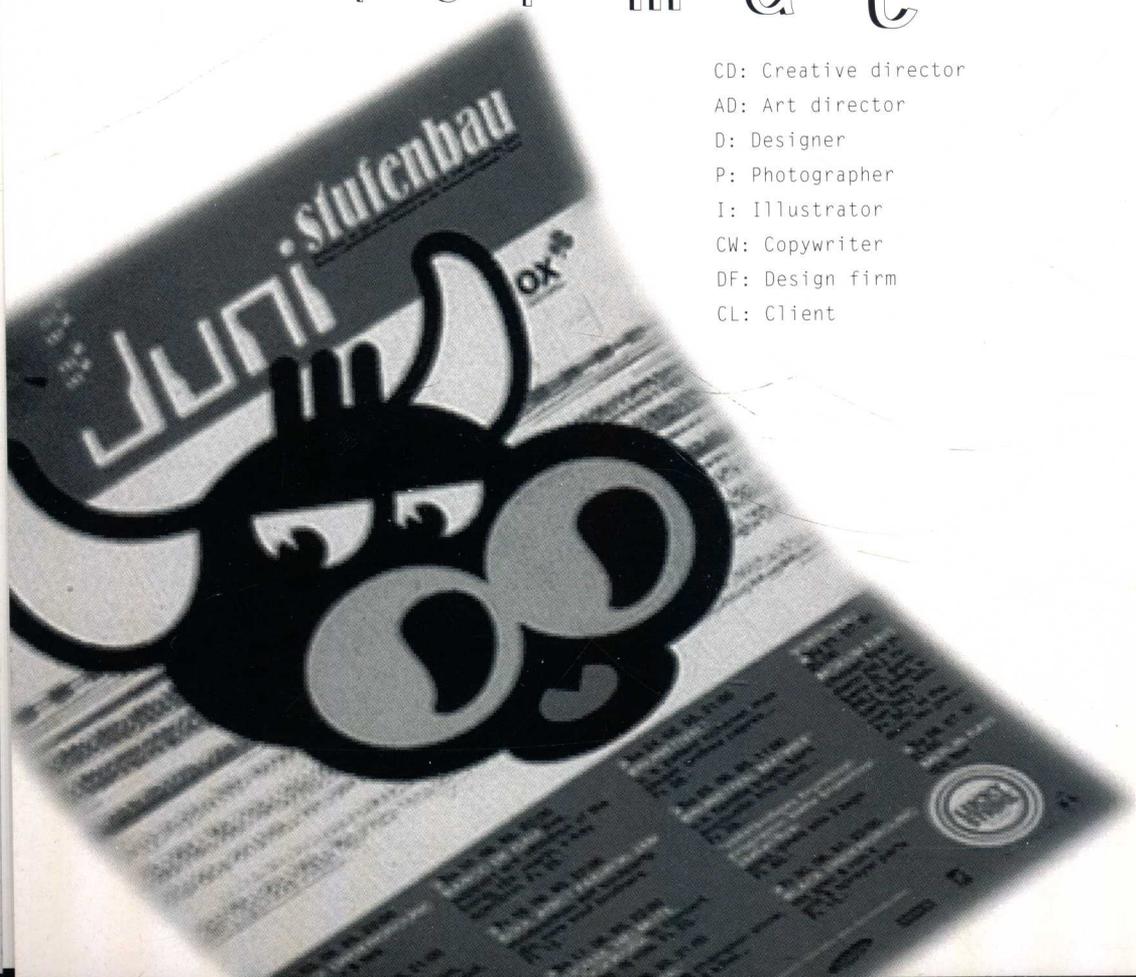
Zum Schluß möchten wir uns bei allen recht herzlich bedanken, die uns ihre Arbeiten geschickt haben und uns bei der Publikation dieses Buches behilflich waren.



C r e d i t f o r m a t

Type of event 告知内容
Submittor's nationality 国名
Year of completion 制作年度

CD: Creative director
AD: Art director
D: Designer
P: Photographer
I: Illustrator
CW: Copywriter
DF: Design firm
CL: Client



音 楽

m u s i c

Valentine's Weekend
The Kit Kat Collective
invites you to experience

EL AMOR

A Love That Transcends Time

02.10.96 * PHILADELPHIA

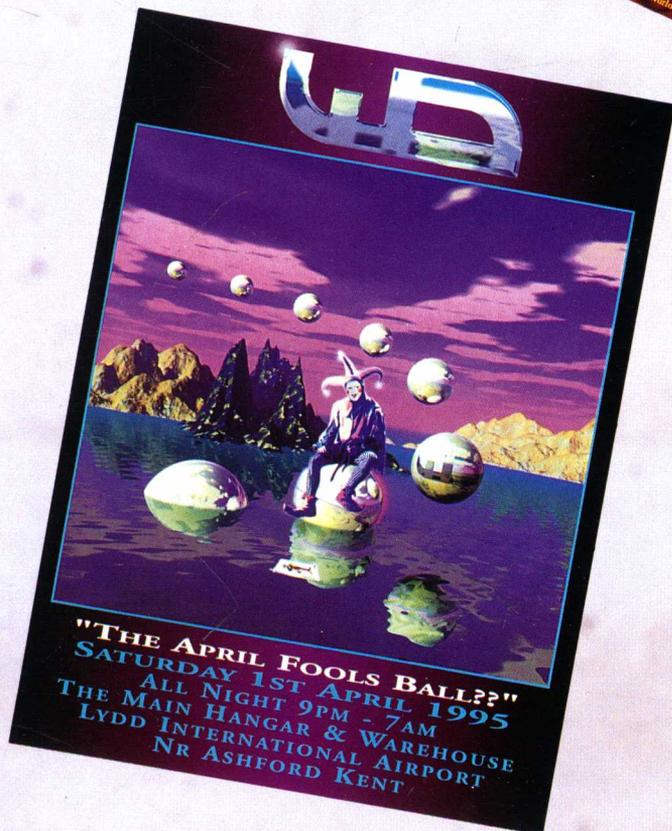
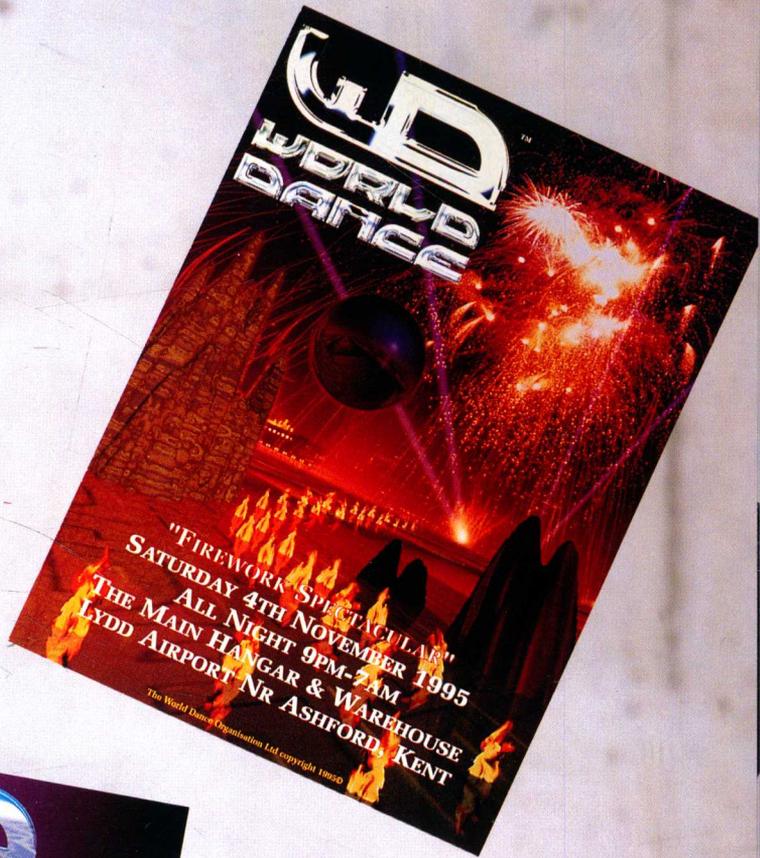
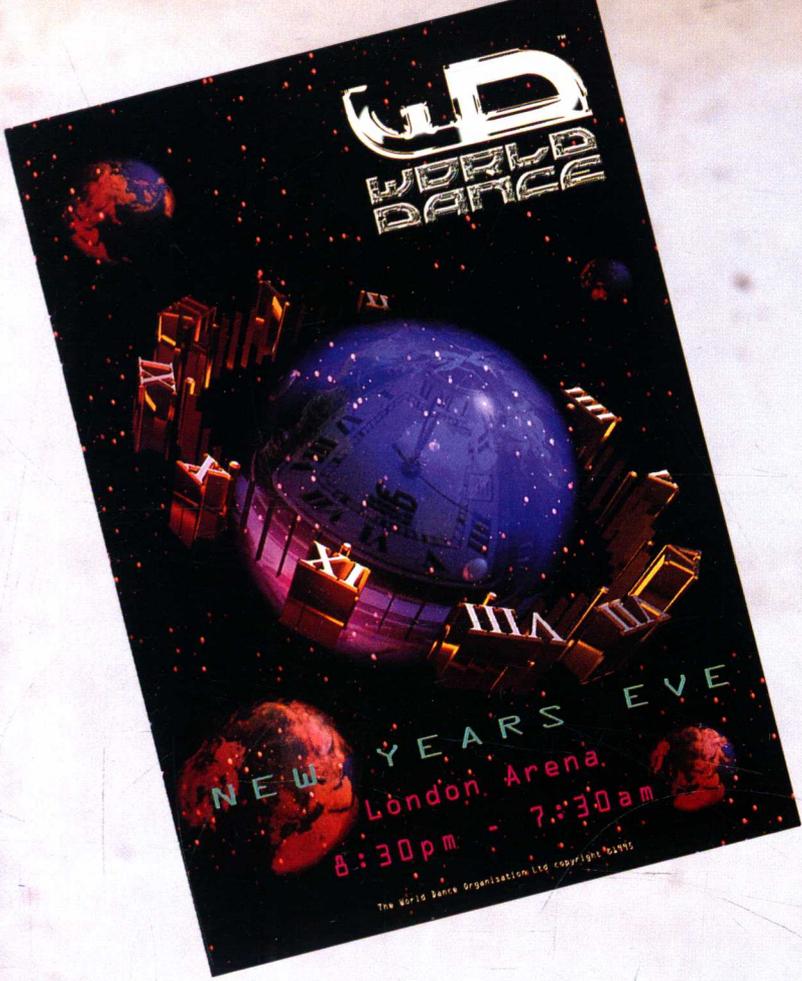
phat o productions
brings you

SOLAR

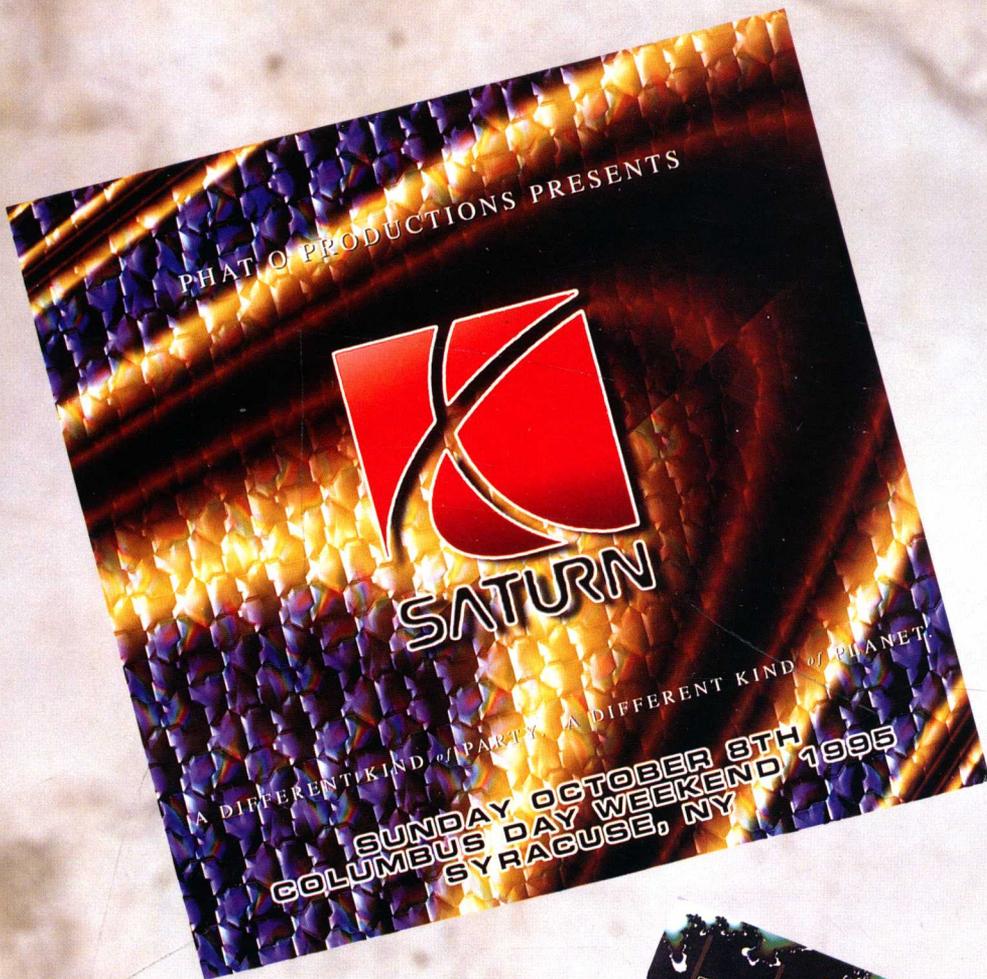
SUNDAY SEPTEMBER 5RD
LABOR DAY WEEKEND 1995
SYRACUSE, NY

1. クラブイベント Club Event, USA 1995
AD,D,CW: Joel T.Jordan CD,CW: Nick D. DF: E:earth digital design CL: Kit Kat Collective

2. クラブイベント Club Event, USA 1995
CD,AD,D,CW: Joel T.Jordan CD,CW: Patrick Oot DF: E:earth digital design CL: Phato Productions



クラブイベント Club Event, UK 1995
CD,AD,D,I: Damon Kroonsberg DF: Design Asylum Ltd. CL: World Dance Organisation

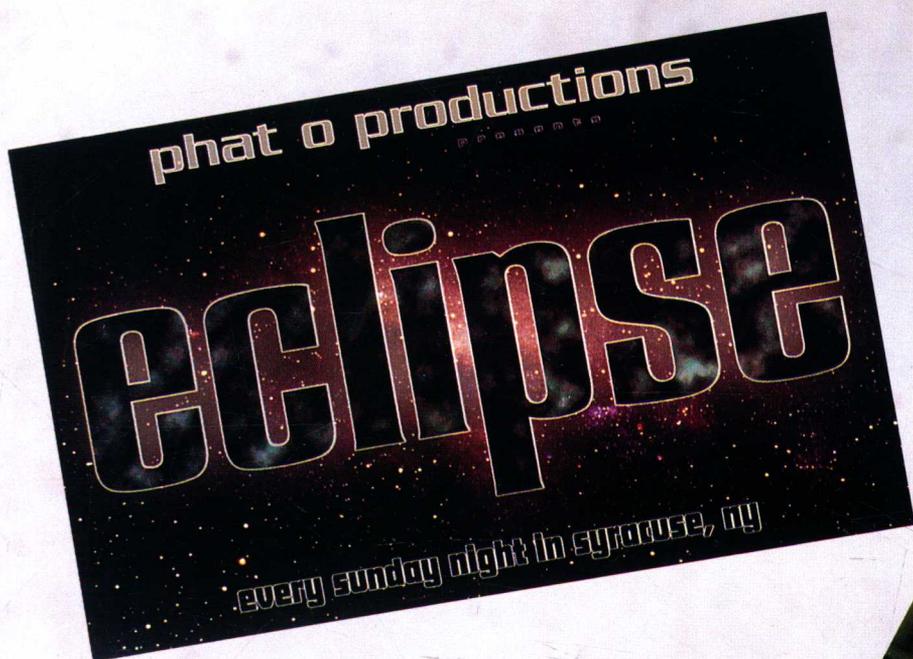


1. クラブイベント **Club Event**, USA 1995

AD,D,CW: Joel T.Jordan CD,CW: Patrick Oot DF: E:earth digital design CL: Phato Productions

2. **CD**, USA 1995

AD,D: Joel T.Jordan CW: from Details and Melody Maker magazines DF: E:earth digital design CL: Sony Music/Columbia Records



1. クラブイベント **Club Event**, USA 1995
CD,AD,D,CW: Joel T.Jordan CD,CW: Patrick Oot DF: E\earth digital design CL: Phato Productions
2. クラブイベント **Club Event**, USA 1995
CD,AD,D,CW: Joel T.Jordan CD,CW: Joey Utah DF: E\earth diegital design CL: Twilight Zone
3. クラブ **Club**, Japan 1995
AD: 田中 徹 Toru Tanaka DF: スパイラリングサーファー Spiralling Surfer CL: サークル Circle