

图书在版编目 (CIP) 数据

黑白报纸广告设计 / 陈华沙编著, 一上海: 上海画报出版社, 2002
(国际设计传真)

ISBN 7-80530-872-1

I. 黑… II. 陈… III. 广告—设计—世界—图集 IV. J534.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 017275 号

国际设计传真

黑白报纸广告设计

陈华沙 编著

上海画报出版社出版

(上海长乐路 672 弄 33 号)

新华书店上海发行所发行

上海质胜印刷有限公司印刷

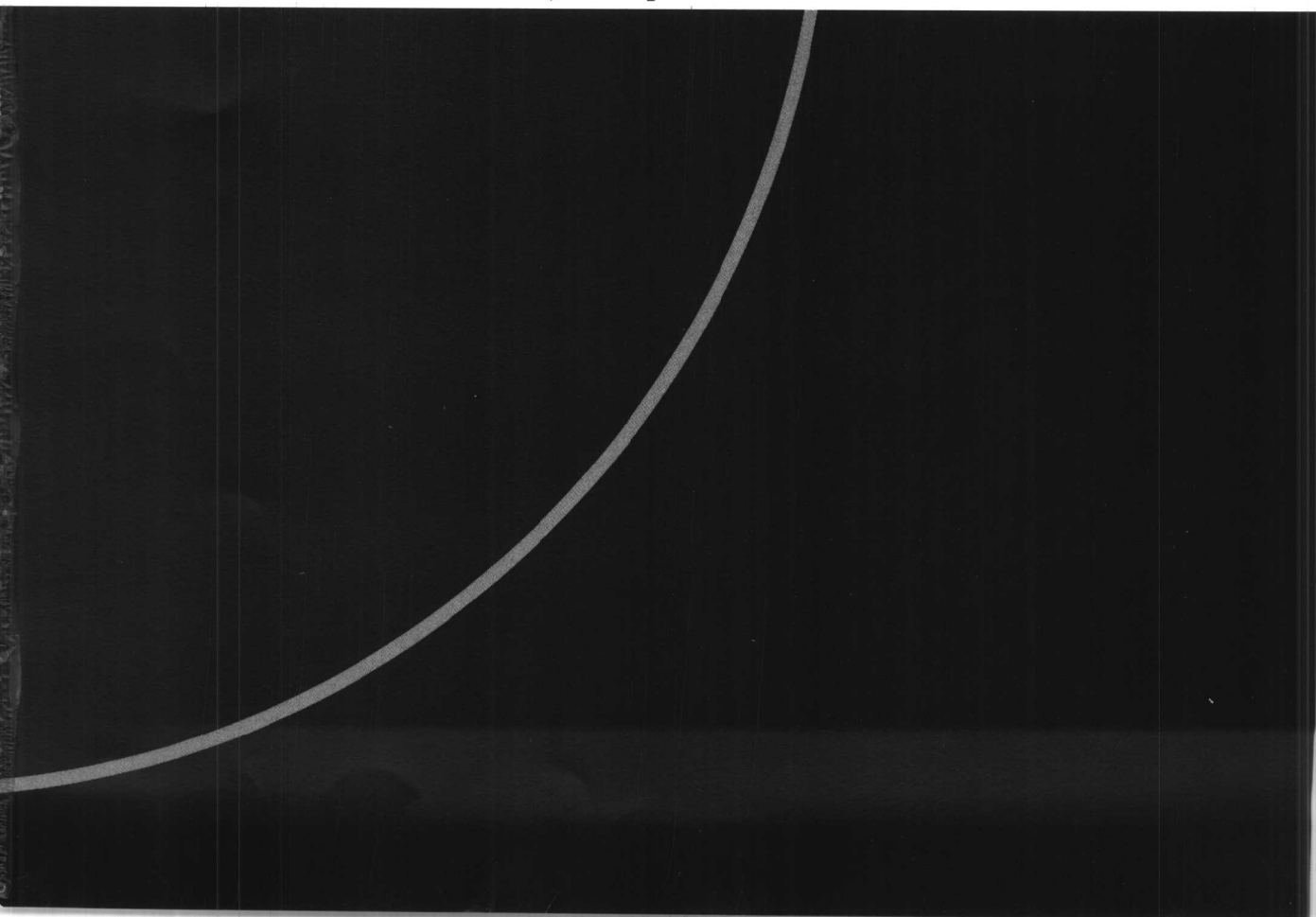
开本 787 × 1092 1/16 印张 8 印数 0001 - 5000

2002 年 5 月 第 1 版 2002 年 5 月 第 1 次印刷

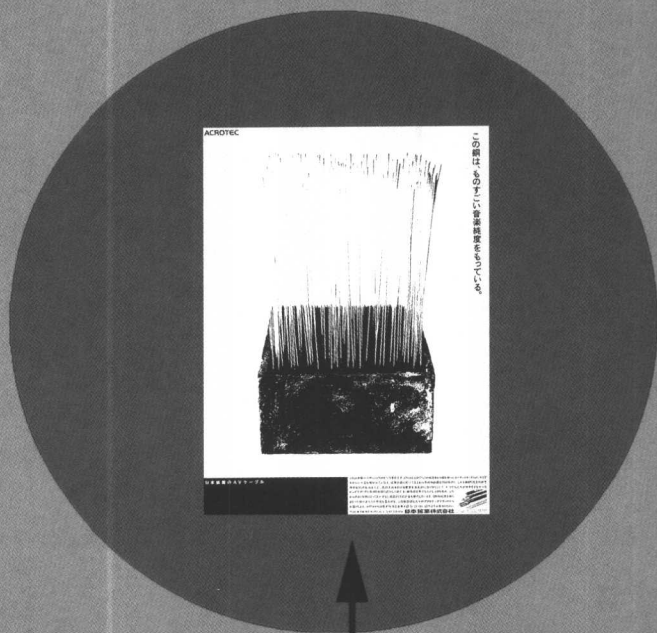
ISBN 7-80530-872-1/J · 873

定价: 39.00 元

International Design Update 国际设计传真







International Design Update

MAF08/13

黑白·黑白

—— 报纸广告从广告的媒体分类上来看，从属于直邮广告。

在现代广告媒体中，报纸广告无疑占据着相当大的比例，据不完全统计，我国现在共有1700多种报纸从事广告刊登业务，它传播的信息量大，传播面广，它和电视广告、路牌广告一起，被人们视为现代社会中最重要的几种广告媒体。

在现代快节奏的社会里，报纸广告对人们的消费行为的影响是巨大的，在当今西方发达国家里，许许多多百货公司、超级市场每周都要出2至4大张的零售商品促销报纸广告，上面除了各种商品的性能介绍和价格外，还附有各种COPON和奖券，消费者可以凭此享受减价或免费的优惠，这种报纸COPON极受人们的欢迎，它可以使消费者每周节约20%—30%的日常开支。在西方国家，特别是日本的报纸也常常是很快就变得碎碎烂烂的。一切以功利为目标。因此，好的报纸广告设计也难得一见，这种速效的“标签”式广告每天如浪潮般涌向大众的眼帘。据统计，在西方发达国家里，几乎百分之八十的消费者都是看了报纸广告，拿了COPON来购物的。由此可见，在现代社会中，报纸

广告的渗透力是极强的，有着其他广告媒体所无法替代的功能与作用。

从设计上讲，报纸广告具有其特殊性，它的信息容量要比户外的那些路牌、霓虹灯、灯箱以及招贴广告要大得多，形式上也要丰富得多。我们从大量的黑白广告中，选取极少量的被称为“设计”过的报纸、杂志等黑白广告作品，试图通过对此类作品的审美价值的示范，传达一个理念，即无论东方或西方都在急速的时间流变中通过这种传播面最大的黑白广告传达着东西方文化的特性。它包含了商业、娱乐、政治、民间民俗等内容。从文案上讲，它可以是口号式的，也可以是散文式的、诗歌式的。从样式上讲，也可以是单一的，它还可以和猜谜、评选等促销活动组合在一起。报纸广告可让它的读者全面和详尽地了解企业所要传递的信息。再如，由于报纸是大批量印刷的，所以在图形、文字及编排方面，报纸广告有着其表现形式上的限定，它也有着自己独特的设计语言。

广告的发展和经济的发展是同步的，日本高速发展的经济促进了日本整体广告设

计水平的发展,今天日本的报纸广告和其他广告媒体一样,在质和量两方面的水准都很高。和欧美报纸广告不同的是,日本的报纸广告设计在文案的创意、图文的编排等方面更为活泼多样,体现出东方人所特有的机巧和人情味。特别要指出的是,日本设计家们十分注重本民族文化传统的继承和发展,对广告中的字体设计、编排设计和图形处理进行了深入的研究,使日本的报纸广告设计较好地解决了现代性和民族性相统一的问题。对于中国设计家来讲,日本的报纸广告要比其他国家的报纸广告往往更具有有一种文化方面的亲切感,更有学习、借鉴的价值。

西方的报纸广告则承袭了欧美的传统文化,更强调以人为本的设计观念,在图形与字体的设计中强调了极度对比或优雅的柔美,从局部的细节化处理开始到整体的概括,都反映出当代欧美设计文化的理念,其触角所至无处不包含了他们的宗教与政治的理念。相比东方的报纸广告,西方的设计显得更开放与大胆,形式也更显多元。

中国在报纸广告方面的发展有着巨大的潜力,笔者认为,中国的报纸广告有一个从复苏到发展,再到高速发展的过程。但从总体上讲,目前中国报纸广告无论在广告艺

International Design Update

国 际 设 计 传 真

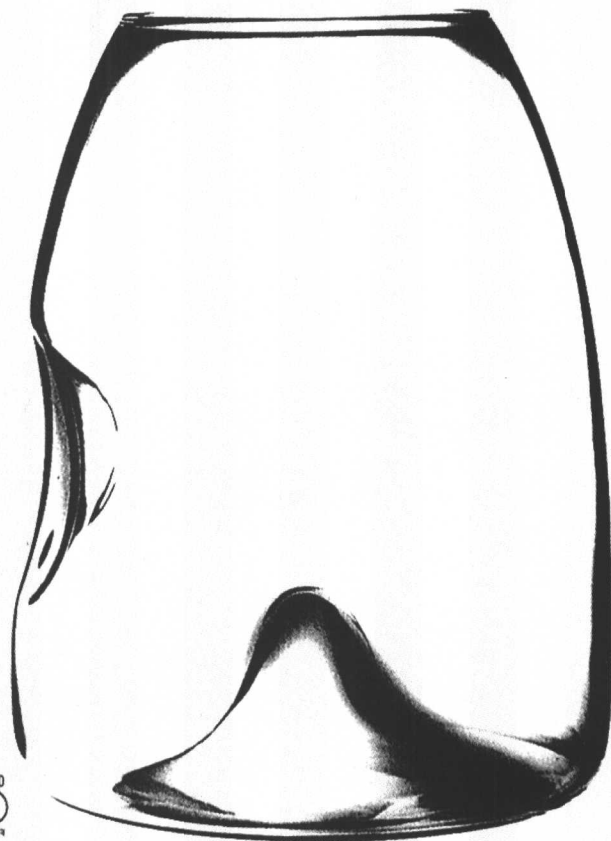
术方面的创新和发展的速度方面,都大大落后于其它姐妹广告艺术(如电视广告、路牌广告等)。由于报纸广告受到设计制作周期短促、手工绘制成分多、业务量大等许多客观因素的限制,尤其对一些设计力量较薄弱的报纸来说,“一般广告批字号,开张广告挂灯笼”已成为一种固定的模式,无疑是有损于报纸广告健康发展的,也大大削弱了报纸广告应有的广告效应,倒了读者的胃口。要充分发挥出积极的广告效应,必须重视报纸广告的前期设计,创意第一的设计观念,报纸广告的图形处理,字体的编排,报纸的印刷质量等各方面都有待提高,有关方面的学术研究也有待于展开。本书作为国内少数几本有关报纸广告设计的书籍之一,收集了大量日本和西方的报纸广告设计资料,它的出版,将有助于广大的设计工作者在这方面的研究探讨,促进我国广告设计水平的全面提高,这也是编者的愿望所在。


 中国记协
 中国新闻工作者协会
 地址：北京新闻大厦
 电话：(010) 63096000



10

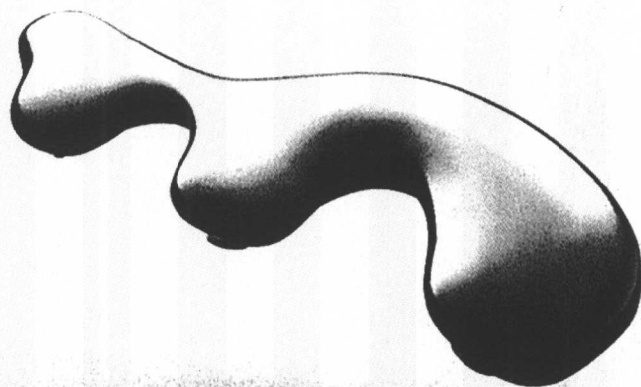
死んでいった人だ。うん、イギリスの海軍に属する。イギリスの海軍に属する。

[illegible]

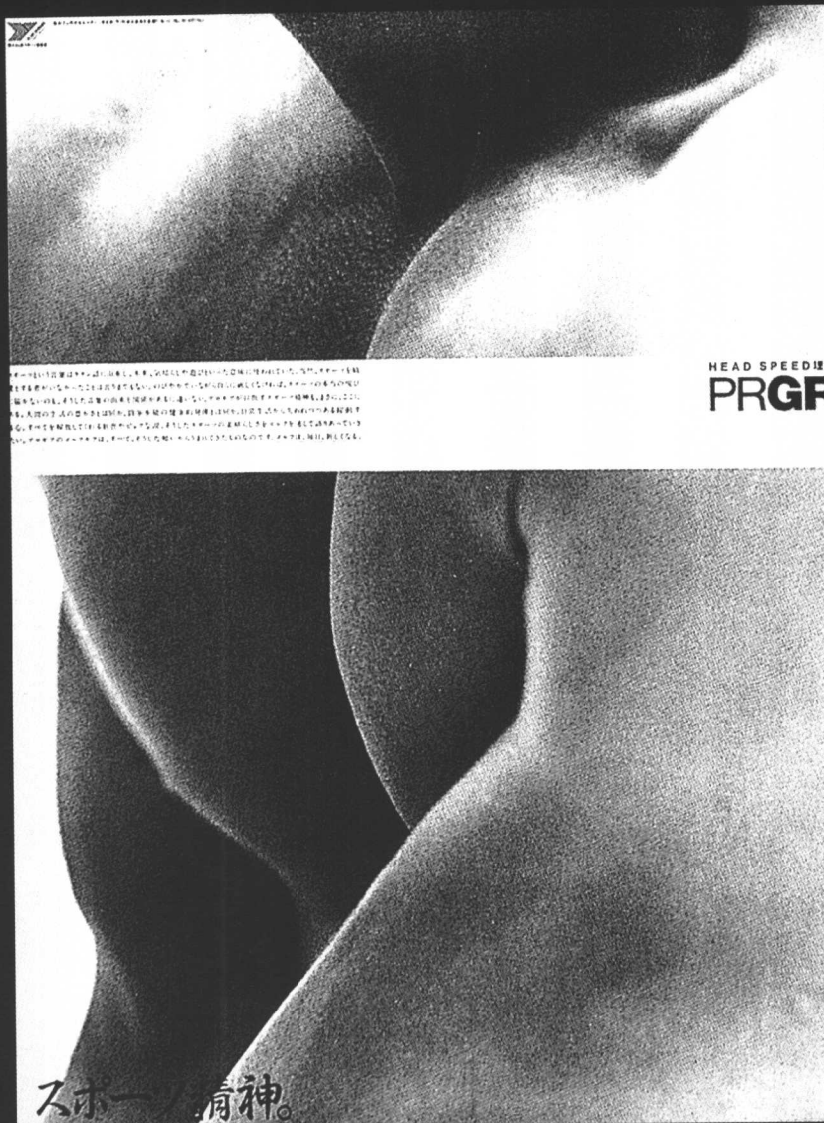
1890-1990
おかげさまで創業100年
株式会社
大沢商会

生活に役立つモノの上へ、さらに気持ちいいコト、ワクワクするコト、キーン
 キーンするコトを加えたいのです。TOTOは、この1990年代のはじまりを契機
 に、感度の高い商品をつぎつぎと発表いたします。それは21世紀の生活
 文化への提案。そのひとつが、新しい商品シリーズ「ZAZA」。「ZAZA」は、
 ちょっと刺激的であつたり、不思議な夢のようであつ
 たりする、ドラマチックなコトを起こすモノたちです。 **TOTO**

ZAZA
 THE NEW ZAZA COLLECTION
 BY TOTO DESIGN



絵を買う気持ちと、
 花を選ぶ気持ちと、
 TOTOを使う気持ちが
 近くなりますように。



日本黑白报纸广告设计



よりにも多く言われ過ぎた言葉であるが、ゴルフにおけるメンタルな要素は驚くほど大きい。それは、
 正しいフォームを打つスイングであることや最終的には、自分の思いにならなければならないことが理由
 であるからだろう。しかし、そのメンタルな変化が、また、ゴルフをこのように変えてしまっている
 最も関連が深い。ただ筋肉が力加減を働かすのには、例にまよって動いてくれない。ゴルフ
 においては、筋肉にも心があるように思える。こうした、メンタルな部分に心を寄せ、メンタルな筋
 肉に安定を与えるようなゴルフアウェアネスをトレーニングしています。ゴルフは、面白、そしてなる。

HEAD SPEED
 PRGR



日本黒白報紙广告设计