JAPAN

Als vor etwa sechs Jahren in dieser Zeitschrift K. Okuno das damalige gebrauchsgraphische Schaffen Japans einer kritischen Betrachtung würdigte, stellte er abschließend fest, daß sich die Werbegraphik seines Heimatlandes zwar noch in einer „Übergangsperiode" befinde, daß man aber doch wohl von ihr „in ihrer zukünftigen Entwicklung einen eigenen Stil erwarten" dürfe. Wenn man die früheren gebrauchsgraphischen Leistungen Japans mit den hier heute gezeigten Arbeiten aus letzter Zeit vergleicht, gewinnt man unzweifelhaft den Eindruck, daß sich die japanische Gebrauchsgraphik offensichtlich künstlerisch vervollkommnet hat und daß sie tatsächlich auf dem besten Wege ist, einen eigenen Stil zu entwickeln. Um die Schwierigkeiten und die ganze Bedeutung dieser Entwicklung richtig zu verstehen, muß man

野上・京東

屋坂松

大阪 | 古屋 | 静岡 | 銀座

電話
下谷 (83)
代表番号
0155 番
1111 銀
1121 番
1131 番
8111 番
工務部・特別販売部
1111 番代
附 110 番

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19380110/24 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT