



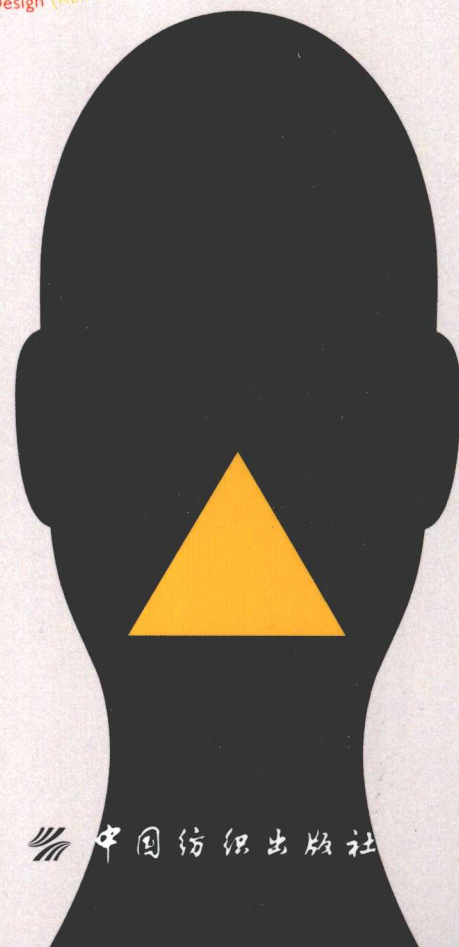
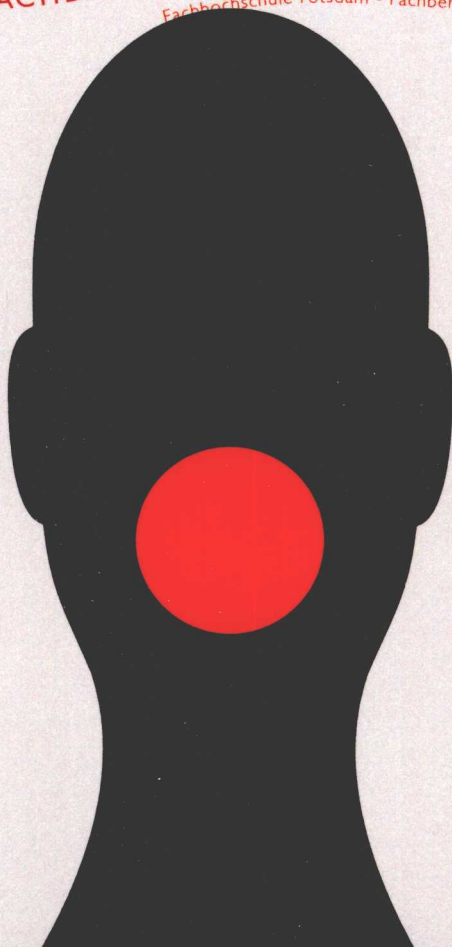
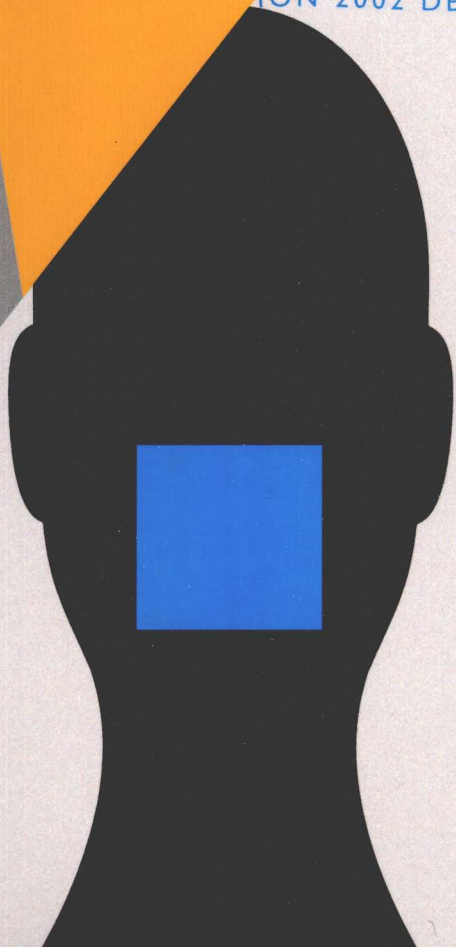
高等教育艺术设计专业“十一五”部委级规划教材（本科）

招贴设计

P O S T E R D E S I G N

王 坚 主编 王言升 李渭涛 副主编

10 Uhr. Ausstellung: 10. und 11. Juli 2002, 11.00 bis 20.00 Uhr.
EXHIBITION 2002 DES FACHBEREICHS DESIGN DER FACHHOCHSCHULE POTSDAM
Fachhochschule Potsdam - Fachbereich Design (Kommunikationsdesign, Produktdesign) Pappelallee 8




中国纺织出版社



高等教育艺术设计专业“十一五”部委级规划教材（本科）

招贴设计

王坚 主编 王言升 李渭涛 副主编

 中国纺织出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

招贴设计 / 王坚主编. —北京: 中国纺织出版社, 2010.9
高等教育艺术设计专业“十一五”部委级规划教材. 本科
ISBN 978-7-5064-6406-2

I. ①招… II. ①王… III. ①宣传画—设计—高等学校—教材 IV. ①J218.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 078232 号

策划编辑: 余莉花 责任校对: 王花妮
版式设计: 余莉花 责任印制: 陈 涛

中国纺织出版社出版发行
地址: 北京东直门南大街 6 号 邮政编码: 100027
邮购电话: 010—64168110 传真: 010—64168231
<http://www.c-textilep.com>
E-mail: faxing@c-textilep.com
北京利丰雅高长城印刷有限公司制版印刷 各地新华书店经销
2010 年 9 月第 1 版第 1 次印刷
开本: 889 × 1194 1/16 印张: 6.5
字数: 102 千字 定价: 38.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

高等教育艺术设计专业“十一五”
部委级规划教材（本科）编委会

主编 廖 军（苏州大学）
贾荣林（北京服装学院）

编委（以姓氏笔画为序）

王芙亭（天津工业大学）
王 坚（西安工程大学）
王 峰（江南大学）
王晓林（浙江理工大学）
王铁城（北京服装学院）
王 鹏（中国人民大学）
孙 戈（天津工业大学）
任文东（大连工业大学）
许正立（天津工业大学）
过伟敏（江南大学）
任利民（浙江理工大学）
刘 佳（苏州大学）
孙 青（大连工业大学）
孙宝珍（青岛大学）
朱瑞波（西安工程大学）
张 立（天津工业大学）
李加林（浙江理工大学）
吴 洪（深圳大学）
沈爱凤（苏州大学）
李超德（苏州大学）
庞少杰（东北电力大学）
邹宁馨（北京服装学院）
陈琦昌（西安工程大学）
陈嘉全（江南大学）
林 璐（浙江理工大学）
郑 泓（浙江理工大学）
赵 明（江南大学）
高华云（大连工业大学）
徐百佳（苏州大学）
徐青青（西安工程大学）
徐海鸥（苏州大学）
黄 艾（苏州大学）
梁昭华（西安工程大学）
彭 波（东华大学）
谢登喜（西安工程大学）
解基程（天津工业大学）
潘 荣（浙江理工大学）

全面推进素质教育，着力培养基础扎实、知识面宽、能力强、素质高的人才，已成为当今本科教育的主题。教材建设作为教学的重要组成部分，如何适应新形势下我国教学改革要求，与时俱进，编写出高质量的教材，在人才培养中发挥作用，成为院校和出版人共同努力的目标。2005年1月，教育部颁发了教高[2005]1号文件“教育部关于印发《关于进一步加强高等学校本科教学工作的若干意见》”（以下简称《意见》），明确指出我国本科教学工作要着眼于国家现代化建设和人才的全面发展需要，着力提高大学生的学习能力、实践能力和创新能力。《意见》提出要推进课程改革，不断优化学科专业结构，加强新设置专业建设和管理，把拓宽专业口径与灵活设置专业方向有机结合。要继续推进课程体系、教学内容、教学方法和手段的改革，构建新的课程结构，加大选修课程开设比例，积极推进弹性学习制度建设。要切实改变课堂讲授所占学时过多的状况，为学生提供更多的自主学习的时间和空间。大力加强实践教学，切实提高大学生的实践能力。区别不同学科对实践教学的要求，合理制定实践

教学方案，完善实践教学体系。《意见》强调要加强教材建设，大力锤炼精品教材，并把精品教材作为教材选用的主要目标。对发展迅速和应用性强的课程，要不断更新教材内容，积极开发新教材，并使高质量的新版教材成为教材选用的主体。

随着《意见》出台，教育部组织制定了普通高等教育“十一五”国家级教材规划，并于2006年8月10日正式下发了教材规划，确定了9716种“十一五”国家级教材规划选题，我社共有103种教材被纳入国家级教材规划。在此基础上，中国纺织服装教育学会与我社共同组织各院校制定出“十一五”部委级教材规划。为在“十一五”期间切实做好国家级及部委级本科教材的出版工作，我社主动进行了教材创新型模式的深入策划，力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应，充分体现教材的适用性、科学性、系统性和新颖性，使教材内容具有以下三个特点。

(1) 围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点，从提高学生分析问题、解决问题的能力入手，教材附有课程设置指导，并于章首介绍

本章知识点、重点、难点及专业技能，增加相关学科的最新研究理论、研究热点或历史背景，章后附形式多样的思考题等，提高教材的可读性，增加学生学习兴趣和自学能力，提升学生科技素养和人文素养。

(2) 突出一个环节——实践环节。教材出版突出应用性学科的特点，注重理论与生产实践的结合，有针对性地设置教材内容，增加实践、实验内容。

(3) 实现一个立体——多媒体教材资源包。充分利用现代教育技术手段，将授课知识点制作成教学课件，以直观的形式、丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分，为出版高质量的教材，出版社严格甄选作者，组织专家评审，并对出版全过程进行过程跟踪，及时了解教材编写进度、编写质量，力求做到作者权威，编辑专业，审读严格，精品出版。我们愿与院校一起，共同探讨、完善教材出版，不断推出精品教材，以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社教材出版中心

序 | PREFACE

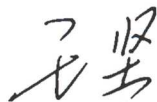
19世纪中叶以后,在当时仅有的印刷手段作为公共传播媒介支持的背景下,招贴设计开始进入了它发展的黄金时代。兼具绘画与设计特点的招贴设计在当时得到了极大的发展,众多艺术家也参与到招贴设计当中,并逐渐产生了专业的招贴设计人员。各种风格不同、精彩异常的招贴设计作品,在当时大为盛行,并受到了人们的喜爱,也因此繁荣了当时的社会文化生活,有力地推动了当时的社会政治、经济、文化的发展。

如今,各类艺术设计类专业如雨后春笋般在全国各地的大专院校建立起

来,在艺术设计专业中,多半有平面设计专业方向,而招贴作为一种视觉传达艺术,最能体现出平面设计的形成特征。为便于广大学生更好地学习招贴设计,编者结合国内一些兄弟院校开展该课程教学活动多年的经验,由中国纺织出版社牵头,组织部分高校联合编写此教材。本书针对学生学习特点,对理论的讲述简明扼要、深入浅出,并配置了大量国内外优秀招贴设计作品图片,以此更好地开拓学生设计的视野,且便于了解和掌握并运用到实践中去。

本书第一章内容由西安工程大学王

坚、西安工业大学周著和天津工业大学陆路平编写;第二章内容由西安工业大学周著和天津工业大学陆路平编写;第三章内容由西安工程大学王坚、李渭涛和苏州大学王言升编写;第四章内容由西安工程大学李渭涛和苏州大学王言升编写。作为本书的主编,王坚负责全书提纲的编写和统稿工作。



2009年5月于西安

第一章 现代招贴的发展	001
第一节 早期的现代招贴	001
一、现代招贴的诞生	001
二、风格特征	002
第二节 第一次世界大战后的招贴设计	004
一、装饰艺术风格的招贴	004
二、其他风格的招贴	005
第三节 第二次世界大战后的招贴设计	006
一、现代招贴在“二战”后的发展	006
二、风格特征	008
三、现代招贴的发展趋势	008
第四节 我国近现代招贴的发展	009
第二章 招贴的特征、功能与分类	011
第一节 招贴的特征	011
一、丰富的视觉表现力	011
二、创意表现的多样性	011
第二节 招贴的功能	011
一、信息传播功能	011
二、形象塑造功能	012
第三节 招贴的分类	012
一、公共招贴	012
二、商业招贴	015
第三章 招贴设计的构成要素	017
第一节 招贴中的图形设计	017
一、图形的概念	017

018	二、图形的表现形式
022	三、招贴设计中图形的特性
027	第二节 招贴中的色彩设计
027	一、招贴设计中色彩的生理表现
029	二、招贴设计中色彩的心理表现
030	三、招贴设计中色彩的配色法则
031	第三节 招贴中的文字设计
032	一、文本
033	二、字体设计
035	第四节 招贴中的版式编排
035	一、视觉流程
038	二、版面编排的逻辑性与可视性
039	三、图形与文字的编排设计
041	第四章 招贴设计的程序与表现
041	第一节 设计程序
041	一、确定主题
041	二、构思
041	三、设计草图
042	四、审核方案
042	五、准备元素
042	六、完成正稿
043	七、审核终稿
045	八、交付发布
045	第二节 创作构思的原则和方法
045	一、创作构思的原则
048	二、创作构思的方法
049	第三节 招贴的表现方法
049	一、直接展示
050	二、突出特征

三、对比衬托	050
四、合理夸张	050
五、以小见大	050
六、运用联想	050
七、富有幽默	052
八、借用比喻	052
九、以情托物	053
十、悬念安排	054
十一、选择偶像	054
十二、神奇迷幻	054
十三、谐趣变化	055
十四、连续系列	055
第四节 招贴的表现技法	056
一、绘画风格的表现形式	056
二、运用摄影图片的表现形式	056
三、运用计算机技术的表现形式	057
第五节 招贴的传播规律	060
一、明确传达对象	060
二、明确传达信息	060
三、确定诉求方式	060
四、招贴传播的原则	060
第六节 招贴的制版印刷	061
一、印前设计制版	061
二、确定印刷方式	061
三、纸张选择	062
作品欣赏	063
参考文献	093
后记	094

随着媒介技术的发展,视觉符号在社会生活中已越来越显示出其重要的地位,我们也开始进入到一个对“视觉”空前热情的时代。被称为后工业之父的丹尼尔·贝尔指出:“目前居统治地位的是视觉观念。声音和影像,尤其是后者,组织了美学,统帅了观众。”因此可以看出,视觉文化在媒介中的重要,招贴设计便是其中一种主要的表现形式。

所谓招贴,按其字义解释,“招”是招引注意的意思,“贴”是张贴,即“为招引注意而进行张贴”之意。招贴的英语为“poster”,在牛津词典里意指展示于公共场所的告示(placard displayed in a public place)。在伦敦国际教科书出版公司出版的广告词典里,“poster”意指张贴于墙壁、木板或车辆上的印刷广告,或以其他方式展示的印刷广告,它是户外广告的主要形式,也是广告最古老的形式之一。

招贴广告最早是伴随着商业活动产生的,从原始社会开始,它就伴随着社会的发展进程逐渐形成,并在信息传递层面起着重要的作用。

招贴也称为海报,是以平面、视觉的形式传递信息的一种方式 and 介质。招贴作为一种视觉传达艺术,因为与印刷相联系,往往受到印刷服务对象限制和要求的影响,从而与各个不同时代的社会背景有着密切的关系,它的这一特点比其他各种艺术设计形式都明显。因此,招贴设计也最容易受到

意识形态的影响,它的发展、兴衰可以看作是社会发展史的一个缩影。可以说,我们对招贴发展历史的回顾的同时,也是从艺术设计角度对特定社会形态进行再认知的过程。

第一节 早期的现代招贴

一、现代招贴的诞生

作为视觉传播形式的招贴有着悠久的历史,冠之以“现代”是因为它与社会发展进程中的诸多因素息息相关,这首先表现在现代招贴艺术与不断完善的印刷技术的直接关系。

没有媒体传播的广告就如同没有声音的音乐一样,现代招贴的产生在很大程度上得益于印刷业的快速发展。自工业革命到19世纪末,印刷技术有了质的提高,特别是1798年奥地利工程师阿洛伊斯·塞尼菲尔德发明了腐蚀版印刷技术以后,使原先色彩单一、没有层次变化的印刷复制技术提高到了能够非常逼真地再现各种绘画作品的水平。

腐蚀版技术的出现是平面设计及印刷史上的一个重要事件。随着印刷技术的不断完善,到1855年前后,腐蚀版印刷机已经能高速地复制各类绘画作品,印刷成本降低了很多,这就为现代招贴艺术的发展提供了坚实的物质条件和技术条件。此时,一大批设计师开始利用这一技术大胆尝试新的表现方法,各国相继出现了一批主要以

招贴广告为创作对象的艺术家的,如有“现代招贴之父”之称的法国著名画家及设计师朱尔斯·谢雷特(Jules Cheret, 1836—1932),他是这一时期非常重要的代表人物。

作为印刷字体设计师的儿子和巴黎腐蚀版印刷工厂的学徒,谢雷特对印刷技术有着深刻的了解。1866年,谢雷特在巴黎自己的印刷厂设计制作出的第一张彩色石版招贴,在现代招贴史上具有划时代的意义,它标志着现代招贴的诞生。谢雷特的招贴作品,图形写实,色彩明快、华丽、形式多样,整个画面洋溢着热烈、欢快的情调。他的作品具有较明显的个人风格和很强的绘画性和装饰性。谢雷特最先把绘画语言转化为设计,卓有成效地开辟了一个崭新的艺术领域,使招贴发展成为一个独立的、充满活力的艺术形式,对社会经济和文化传播业的发展做出了很大贡献,故被后人誉为“现代招贴之父”。

当然,印刷技术为现代招贴的发展提供的仅仅是一种技术,促使现代招贴不断发展的还有诸多其他非技术的因素,如商业目的、文化艺术的发展等。19世纪中叶,欧洲工业革命后,社会经济快速增长,海外殖民地的扩张和贸易全球化使得国际资本主义市场逐步形成。在新兴工业的资本家开辟出越来越多的市场以便推销其产品之后,他们的目标便从争夺新的领域转向如何使他们苦心经营的市场能够更

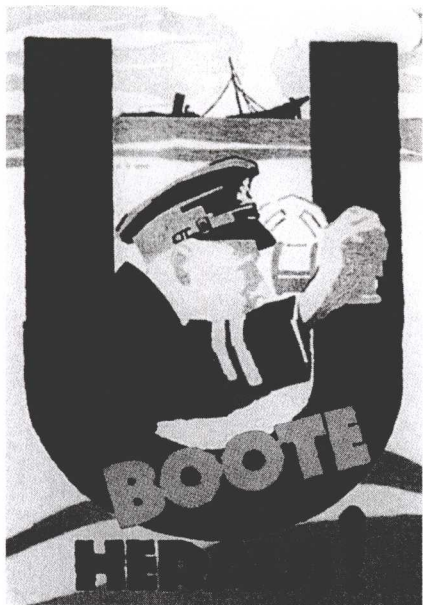


图 1-1 U艇出击 厄尔德

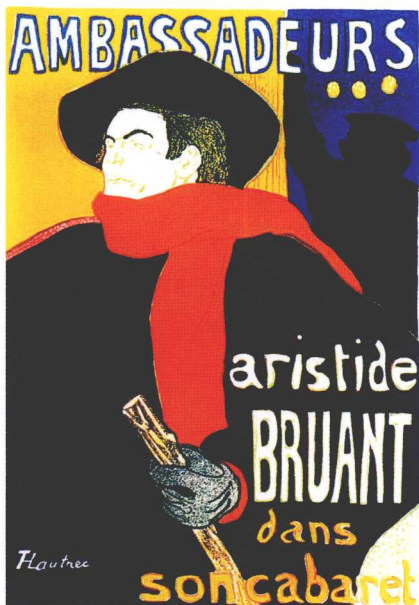


图 1-2 劳特累克作品

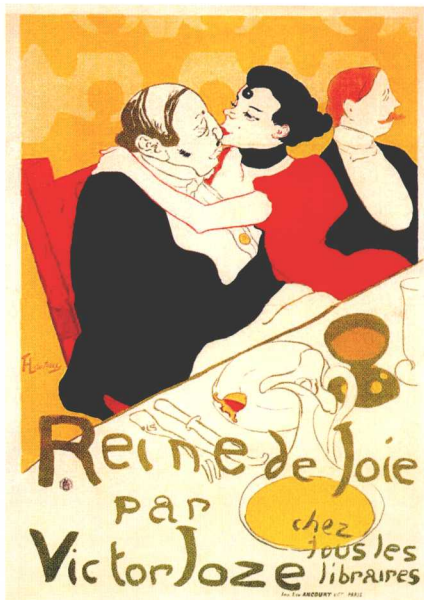


图 1-3 劳特累克作品

加巩固，并挖掘出更大的潜力，同时使自己的产品更为消费者所熟知。而作为产品促销宣传手段的招贴广告自然得到了商人们的重视。因此，争夺市场的斗争日趋激烈，同时也为招贴艺术的发展增添了一份动力。

世纪之交的欧洲文化艺术的发展为现代招贴艺术的发展起到了积极的推动作用。如英国的工艺美术运动产生的大量包括平面设计在内的精美作品，不仅将英国的设计水平推到了世界的最前列，而且对之后的招贴艺

术，尤其是新艺术风格的招贴艺术有着非常直接的影响。

19世纪末，商业招贴在都市环境中显得越来越重要，此时巴黎的街道与墙壁几乎成为招贴艺术画廊，各式各样的商品广告在填补城市的每一个空白之处。1881年，巴黎市政府颁布了一条法令，规定招贴必须在指定的区域内张贴，而且上面必须有政府公章，表明已交纳“张贴费”，这最终促成了招贴标准尺寸的产生。与此同时，当时席卷欧洲，以印象主义为代表

的新绘画浪潮，也将各种绘画艺术从传统的桎梏中解放出来。艺术家们的天才创造赋予了绘画艺术不断更新的表现形式，其中有一部分艺术家开始进行招贴的创作，并产生了一批优秀的设计作品，使现代招贴为纯绘画与装饰艺术之间建立了一座桥梁，并吸引了大批艺术家投身平面设计的创作，这其中就包括著名画家图鲁兹·劳特雷克（Toulouse Lautrec）（图1-1~图1-3）。

二、风格特征

早期诸多现代招贴设计师是从纯造型艺术家演变而来的，如劳特雷克、谢雷特等，他们中很多人在观念上只是把招贴看成绘画艺术的一种延伸或分支，并力图从传统的绘画基础上发展出自己的表现语言。所以早期的现代招贴是从绘画走向设计的，它没有完全摆脱绘画的影响，因此有人把现代招贴诞生后这一阶段的招贴称为“绘画性广告”（图1-4、图1-5）。

（一）“新艺术”风格

19世纪末，“新艺术”成为一种艺术主流，它结合了资产阶级自然感性与异族文化图案，用装饰性的线条表现视觉感受。劳特雷克就是此艺术流派的早期代表人物之一，其表现形式的主要特



图 1-4 彼特·贝朗作品



图 1-5 威尔·布拉德里作品



图 1-6 康乃馨和百合 穆查(法国)



图 1-7 羽毛和樱花草 穆查(法国)

点是写实中注意画面的平面化处理，强调大色块的对比和画面形象要素之间的戏剧化冲突。此后，以阿尔丰斯·穆查(Alphonse Mucha)等为代表的设计作品则装饰性越来越强，画面越发精美，在构图编排方面则趋向平稳对称，大量的图案支撑和分割背景，与前景中的人物形成了明确的层次关系(图1-6~图1-8)。

新艺术运动具有广泛的国际性，无论在哪个国家或地区，其作品在形式上都有一个共同而基本的特点，就是装饰性。装饰性是一种艺术处理方法，它是在人类长期的艺术创作实践中，特别是在受材料、工艺限制的工艺美术的设计制作中，逐步发展起来的。这种装饰风格中最重要的特征就是充满着有活力、波浪形和流动的线条。和绘画性广告相比，新艺术运动的招贴设计在对象征性、隐喻性图形语言的运用中有了非常重要的进步，这也是新艺术招贴的一个基本特点(图1-9)。

新艺术运动的设计者通常会将象征主义引入到招贴设计中，且常常以神话人物为主题，并通过一些宗教题材来象征滑稽、崇高或恐惧之义。



图 1-8 李奥列托·卡佩罗作品(意大利)

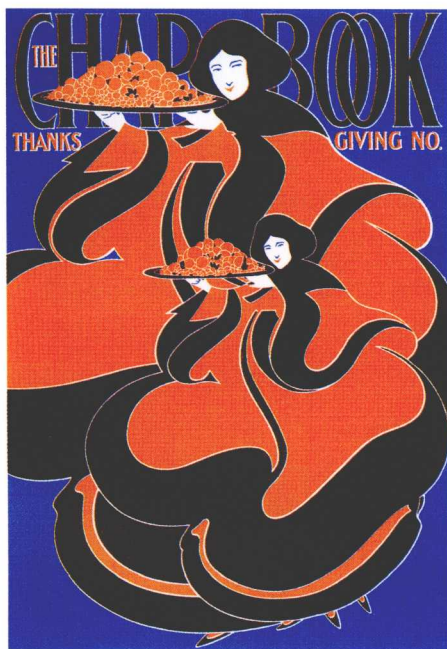


图 1-9 威尔·布拉德里作品

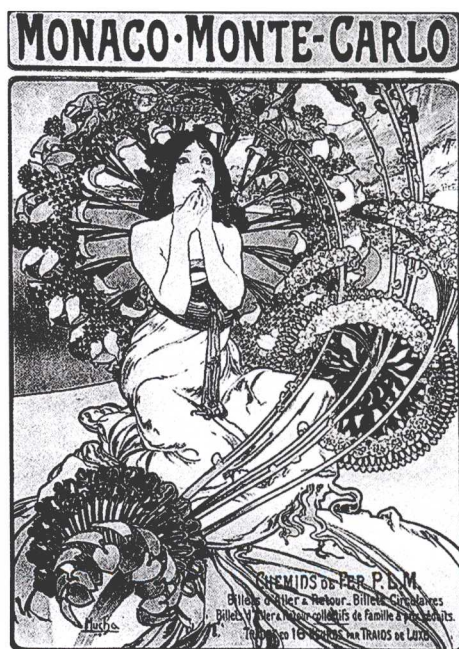


图 1-10 新艺术运动时期作品 马卡



图 1-11 阿尔弗雷德·里特作品

新艺术运动的招贴设计师一般来源于两个阵营——插图画家和建筑设计师。从插图设计转向招贴设计的这些艺术家，受传统绘画的影响比较大，他们虽然也运用装饰性手法处理画面，但往往并不彻底。而从建筑设计转向招贴设计的艺术家，对装饰的理解则完全不同。他们在装饰性的细节处理方面则更为直接、更为简洁，对纹样图案的把握更是驾轻就熟，这和艺术家对建筑方面知识的了解有直接的关系（图 1-10）。

（二）象征主义风格

象征主义于 1880 年出现于法国，其特点是采用理性和抽象的表现手法，在作品中注入创作者的主观理念和情感，强调形象和色彩的象征性与隐喻性。这种招贴中含有更广泛的人性的东西在里面，其中包含着作者的心理，从中可以看出作者所要表达的内在的东西。通过线性形式和有机形态来表现神话中的形象或民间流传的形象，象征某一事物或观念，以彼物来表现此物，形成了早期象征主义神秘、浪漫的特征。这个时期的招贴设计师代表人物有费利西安·罗普斯（Flicien Rops）等。



图 1-12 乔治·布兰克作品

（三）表现主义风格

表现主义于 20 世纪初在德国和奥地利等国开始流行，分为具象和抽象两种。表现主义风格的招贴，注重主观意象和表现自我感受，用情感去夸张自然形象和色彩，并用各种强有力的表现技巧来增强艺术感染力，以表达出特定的情调、节奏和意境。如黑白对比强烈的木刻表现形式，象征的色彩、粗犷的笔触、流畅的线条，夸张、变形和扭曲的形态等。表现主义时期招贴设计的主要代表人物有恩斯特·路德维希·凯尔希纳（Ernst Ludwig Kirchner）等。

此外，在第一次世界大战期间，招贴成为战争双方重要的宣传工具，很快便成为战争中不可分割的一部分。为了进行战争宣传，参战各国均出现了大批带有强烈感情色彩、并具有较强煽动性的政治招贴（图 1-11）。此期间和俄国十月革命前后，俄国产生了至上主义与构成主义艺术，这对招贴设计产生了重大影响。

随着经济的飞速发展和繁荣，商业性质的招贴逐渐增多，人们的文化生活也变得丰富多彩。进入 20 世纪以后，招贴设计师越来越注重画面形象

与产品或者主题的一致性，力图通过视觉因素来达到引人注目和宣传的目的。在广告作品的创作风格上，更注意线条的运用和色彩的装饰性，逐步摆脱了纯绘画的表现手法，而当时出现的立体派、野兽派、未来派等一大批艺术流派，对招贴的设计风格也有一定的影响。招贴设计最终发展为一种独立的艺术门类。

第二节 第一次世界大战后的招贴设计

在动荡的社会背景下，现代招贴设计师们的创作理念不断得到更新，并在政治、科技和文化的冲击下创造了许多前所未有的招贴形式。特别是经过第一次世界大战的硝烟后，在经济复苏与繁荣的十年中，现代招贴有着比上世纪其他年代更为鲜明的特点。同时，1919年包豪斯学院的成立使得欧洲整整半个世纪对于现代设计的探索 and 实验终于在这里得以完善。虽然它于 1933 年就被迫关闭了，但是它在版面设计、字体设计、平面设计以及设计理念上的革命对现代招贴设计的发展有着不可磨灭的作用，其影响一直延续至今。

一、装饰艺术风格的招贴

在新艺术与法国时装插画的影响下，装饰艺术成为 20 世纪 30 年代初期最流行的国际化设计风格之一。这种风格 1925 年源于法国，后流行于世界（图 1-12）。

20 世纪初，一批艺术家和设计师不再回避机械化的式样，也不回避新的材料，从而最终使“装饰艺术”风格得以产生。装饰艺术结合了因工业文明所兴起的机械美学，以较机械式的、几何的、纯粹的装饰线条进行招贴设计，如扇形辐射的太阳光、齿轮、流

线型线条和对称、简洁的几何形构图等(图1-13)。这种艺术具有鲜明、强烈的色彩特征,与以往讲究典雅的各种设计风格的色彩大相径庭。它重视色彩明快、线条清晰并具有装饰意味,同时非常注重平面上的装饰构图,大量采用曲折线条、呈棱角的面、抽象的色彩构成,产生高度装饰的效果。这种风格被大量运用于现代招贴设计之中,并取得相当惊人的成就。后来,远东、中东、希腊、埃及及玛雅等古老文化的物品或图腾,也都成为此时招贴设计的素材来源。

法国不仅是现代招贴的发源地,同时也是各种艺术风格流派盛行的中心,这就使装饰艺术风格的招贴可以吸取各个流派的装饰特点,形成自己独特的风格。科夫是这一时期招贴设计的重要代表人物。1918年,他为英国重要的报纸《每日论坛报》设计海报,得到英国设计界的一致好评。他为伦敦地铁系统设计的海报,采用立体主义的形式特征来设计,图形大量采用几何形式,色彩鲜艳,大胆地采用现代素材,可以说已经具有“装饰艺术”的基本特征了(图1-14)。

喷笔的发明使设计师有了更自由的表达方式,最开始使用这一新工具的是法国的卡桑德雷(A.M. Cassandre)。卡桑德雷的视觉作品是现代图像传播的先导,他为法国大西洋航线公司设计的系列海报,就将这种新工艺发挥得淋漓尽致。俄国的卡桑德尔(Cassandre)也是装饰艺术运动时期最负盛名的设计师之一,在现代招贴史上有着极其重要的地位。卡桑德尔招贴设计的独特风格主要表现在:高度概括的形体,强烈、明快的色彩,粗壮、醒目的字体,多角度的视点和透视手法,作品充满了强烈的时代感和形式感。他将构成主义、未来主义等风格融入自己的作品中,以强调透

视等手法来表现列车疾驰的速度感和画面的空间感,很好地体现了人们对机器、力量、速度的赞美,这种风格化的表现使画面形成了强烈的视觉冲击力,适应了飞速发展的新时代和人们的审美需求,因而受到公众的高度评价(图1-15)。

二、其他风格的招贴

除了装饰艺术风格外,其他诸多的形式与之共同构成了此时期招贴的整体面貌。

1910年起源于德国柏林的“客观广告”,倡导用“简而又简”的表达方式来客观地陈述事实,使有限的画面有效地传达出必要的商品信息。这种“功能决定形式”的原则,使招贴广告很好地适应了现代商业市场的需求,被视为现代商业广告的起始。

产生于俄国的构成主义招贴中,亚历山大·罗德钦柯(Alexander Rodchenko)的招贴设计风格具有鲜明的个性,他运用抽象的点、线、面构成了富有动感和变化的几何空间,造型严谨精确,线条流畅洒脱。而史登柏格兄弟招贴作品中的逼真形象则采用坐标方

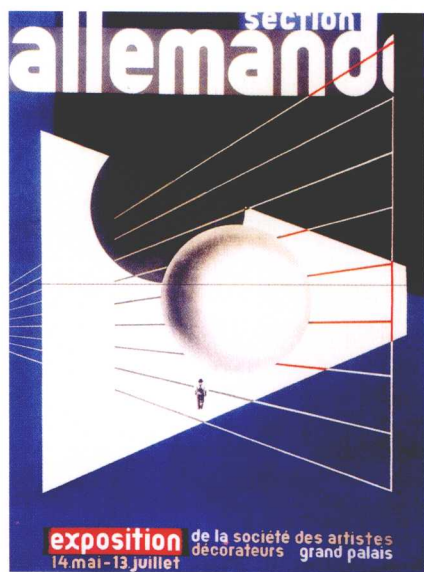


图1-13 赫伯特·拜尔作品(奥地利)

格和放大投影方法绘制,具有强烈的视觉效果。他们还运用综合性绘画、摄影图片、平面构成等多种形式设计招贴,尤其是在运用黑白照片和色彩构成方面具有非凡的才华,招贴作品中的色彩和造型及其画面结构,具有较为明显的构成主义特征。

20世纪初产生的荷兰风格派,是由荷兰画家、作家、设计师凡·杜斯堡和蒙德里安组织创立的。风格派纯抽象的现代艺术运动,主张抽象和简化,平面、直线、矩形成为艺术中的支



图1-14 奥利维蒂(Olivetti)打字机



图1-15 卡桑德尔作品(俄国)

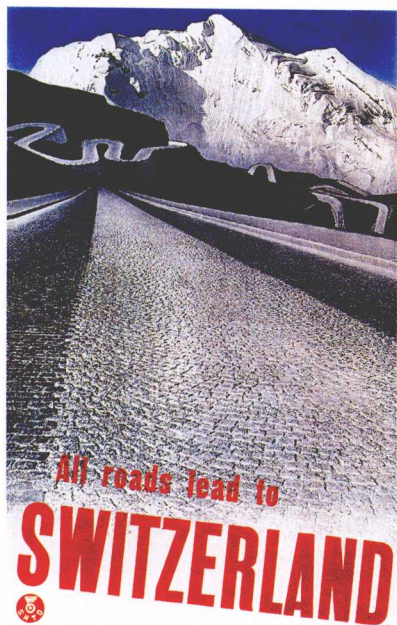


图 1-16 赫伯特·马特作品

柱，色彩减至红黄蓝三原色及黑白灰三非色，其几何风格对招贴设计产生了深刻的国际性的影响。蒙德里安主张排除主观情绪和意志的影响，理性地将自然物象的形和色转化为纯抽象的视觉语言，用数理逻辑来营造画面的构图，使反映宇宙秩序的潜在法则呈现为纯抽象的画面，并产生冷静、明朗、精确与均衡之美感。

除此之外，20世纪初流行于法国的立体主义也对现代艺术和招贴设计产生了广泛而深远的影响。立体主义对自然物象进行分析和判断，从中提取纯粹的形，并使之几何形体化。尤其

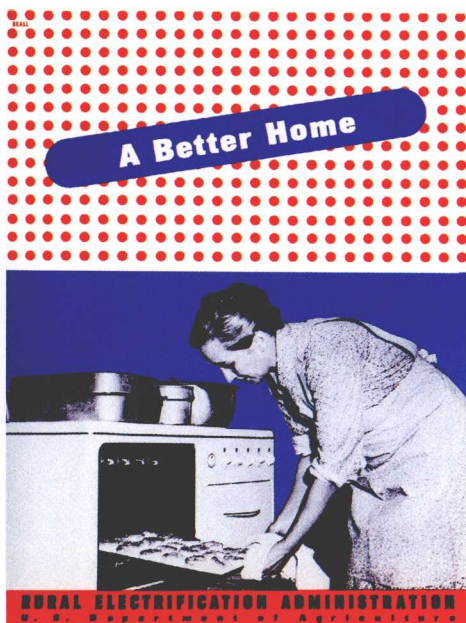


图 1-17 莱斯特·比尔作品(美国)

是在抽象画面中融入文字和字母的探索，给现代招贴设计注入了新的创造性因素，极大地丰富了招贴设计的视觉语言。

这一时期的广告业还出现了一次重大的变革——产品宣传前的市场调研与整体规划成为必不可少的一环。同时，从1935年起，广告公司必须对其作品的真实性负法律责任，如果失真将有可能面临起诉。此时，诞生了一批经典的广告策划与作品，它们有着鲜明的视觉形象、引人注目的文案、设计独特的字体，这不仅是现代广告成熟的标志，同时也推动了商业招贴的发

展(图1-16~图1-19)。

因为战争的缘故，当时许多艺术家和设计师的招贴设计作品中，还具有明显的政治宣传色彩。随着印刷和摄影技术的发展和完善，艺术思潮的变迁，摄影合成等新的招贴设计手段代替了粗犷单一的版画性制作手段。平版胶印和照片的大量使用，使绘画插图的比重有所下降。招贴的内容从反映战争的士兵形象到日常用品均被用来作为画面的主体，并用错视法表现，逐渐出现了幽默风格的招贴设计(图1-20~图1-22)。

第三节 第二次世界大战后的招贴设计

一、现代招贴在“二战”后的发展

“二战”后初期，由于战争对欧洲和亚洲各国经济带来的巨大损失，大部分国家正在经历艰苦的重建过程，所以，除了美国之外，国际上的招贴设计在风格上没有什么创新之处。经过几年艰苦奋斗之后，国际政治、经济形势的发展出现了新的格局。欧洲部分国家的经济得到迅速恢复，经济的发展对于设计的强烈要求促进了设计的发展，而市场的日趋国际化，又对设计的国际化面貌和



图 1-18 卢帕忒作品



图 1-19 未来主义者



图 1-20 政治招贴《列宁同志》



图 1-21 政治招贴《保卫祖国》



图 1-22 政治招贴《第八次战争捐款》

特点提出了具体的、强烈的要求。在艺术方面，日本与西方的交流是亚洲国家中走得最远的，西方的设计思想在日本与其他西方文化一样找到了合适的土壤，而以龟仓雄策为代表的第一代日本设计大师的作品以本国文化为根本而兼取西洋理念，拥有极强的现代性的同时又具有日本传统族徽式的象征性和简洁性（图 1-23）。

从 20 世纪 40 年代初到 60 年代，在相对稳定繁荣的政治经济发展背景下，面对新的机遇和挑战，战前一代招贴设计大师继续进行着他们的创作，而新的设计师和设计流派则以自己的风格赢得人们的注意。总体来讲，当时世界招贴艺术的发展显示出以下几个特点。

(1) 广告的专业化促使了设计师在商业广告设计过程中的地位和作用发生改变。

(2) 战后信息媒体的发展突飞猛进，电视、广播、报纸杂志等广告媒体逐步取代招贴，成为企业进行广告宣传的主体，招贴广告过去的那种无可替代的地位已永远地失去了。

(3) 技术的进步仍然是促进招贴艺术发展的重要因素。

(4) 现代主义运动继续影响着各个设计领域，并主导着这一时期招贴设计的发展。

(5) 战后世界上一些新兴国家在政治经济方面崛起，使它们原本基础较差的设计水平得到迅速的提高。

20 世纪 60~70 年代，海报在商业中的作用越来越边缘化，在美国，投放到电视、电台和杂志上的广告占全部广告的 90%。而在 20 世纪初独占鳌头的招贴却只剩下不到 5%。因为有摇滚乐与越战，才让这一时期的艺术家找到了表达的主题。他们创作的海报受到当时“反文化”浪潮的影响，和音乐、绘画等艺术形式一样，成为反文化意识形态的喉舌。怪异的设计、迷幻的字体与颜色是其主要特点，具有强烈的时代和个人主义色彩，人们将之称为“怪异海报”。

在电视等新兴媒体占主导的年代，招贴的亮点出现在处于战后重建的波兰。招贴艺术家们用率真、自由的画笔，为戏剧、马戏、摇滚乐及其他文化活动创作了大量艺术价值极高的招贴作品。相对孤立的政治与地理环境使他们没有受到当时国际化、全球化设计思潮的影响，而仍然采用传统的

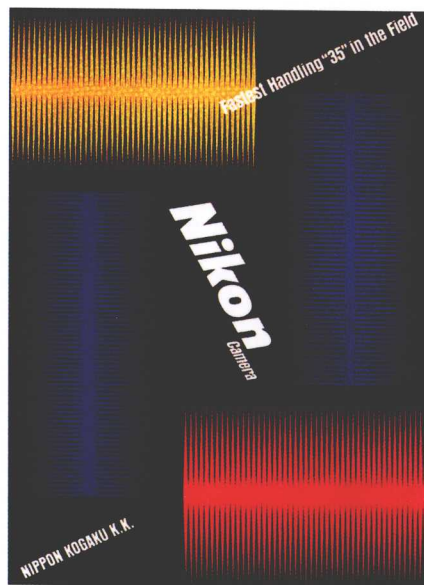


图 1-23 尼康招贴 龟仓雄策（日本）

手绘方式，字体也避免了冷冰冰的形式，使画面显得活泼生动。

20 世纪 80 年代以后世界经济得到了蓬勃发展，专业化的平面设计队伍也开始形成。随着广告业的迅速发展，分工越来越细，艺术指导、创意指导、插图、摄影、版式编排、制版印刷和发行等都分工明确。那种由印刷商创意、设计、印刷与传播的作坊式流程已经一去不复返。而计算机的诞生更是一场巨大的革命，除了广告创作的初步构思，它几乎在所有步骤中担任了主要角色。



图 1-24 西蒙·查斯特作品(美国)

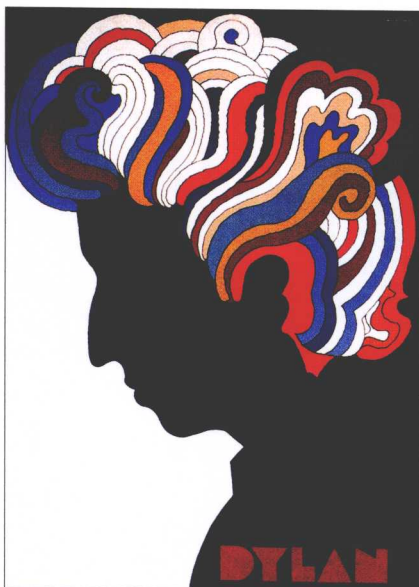


图 1-25 密尔顿·格拉泽作品



图 1-26 ignorance is bliss Erik Jonsson

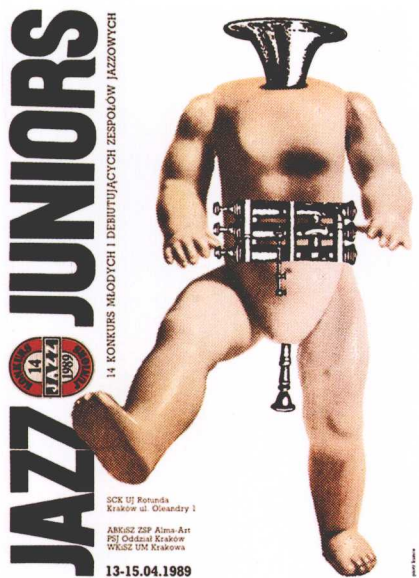


图 1-27 Jazz Juniors Piotr

二、风格特征

经历了两次世界大战后，世界经济逐步复苏并进入高速发展、日益繁荣的阶段。作为视觉艺术的现代招贴在社会政治、经济、文化等领域继续发挥着重要作用，其中以波兰、瑞士、纽约等风格流派为主的招贴在战后初期影响着全世界招贴发展的方向。而 20 世纪 60 年代现代主义之后的各种风格流派成为招贴设计的主流方向，如光效应艺术、“嬉皮士”招贴、波普艺术

等；70 年代至 80 年代中期，后现代主义，如“新浪潮”、“朋克”艺术等风格的招贴开始盛行；80 年代开始，美国等西方国家将计算机运用到招贴设计领域，对现代招贴设计产生了极为深刻的影响，特别是随着社会的进步和科学技术的飞速发展，东西方文化日益频繁交流和融合以及现代科技、文化、艺术等给招贴设计带来的新观念，使招贴已不再受某种单一风格流派的约束。世界各国杰出的设计师突破民族、国界以及媒介界限，融合各种元素，追求独特风格和富有创造性的设计，使招贴出现了百花齐放、绚丽多彩、蔚为壮观的景象（图 1-24 ~ 图 1-27）。

三、现代招贴的发展趋势

随着政治的相对稳定和经济、科学技术的不断发展，现代招贴设计作为社会形态的反应，也将呈现出其自有的特征。这首先表现在计算机辅助设计在技术上的越来越完善，使招贴设计的发展在技术手段上有革命性的突变。计算机特定的编辑和处理图像的巨大潜力，使其迅速成为设计师们新的表现工具。计算机不仅代替了一

些传统的表现手段，而且在设计上形成了一种特有的表现形式和风格。

在技术逐步完善和进步的今天，在技术理性和自然人性的大讨论中，手绘方法进行的设计又越来越受到设计师和观众的推崇和喜爱。现代招贴设计，乃至整个视觉传达设计方面，都力图表现“人的痕迹”、“人情”的设计语言，甚至用技术的方法来将图像进行处理，使之具有“手工味”也构成了一种正在发展的流行趋势。

另外，网络媒介的诞生和兴起为影像传播提供了前所未有的便利，信息的传播从此打破了地域的限制。此时，作为视觉信息载体的现代设计开始进入双向发展的思考，一方面是社会日益国际化，人们力图使设计语言成为一种跨越民族、国家界限的世界语，世界贸易的发展和信息传播媒介的溢涨，确实使这一需求逐步变为现实；另一方面，为了在世界性的信息大交流中保持自己的民族个性，许多设计师不得不从自己民族的文化遗产中寻找创作的源泉，怎样充分利用本民族的优秀文化资源来创造国际性的视觉语言成为现代招贴设计发展急需思考的问题。