

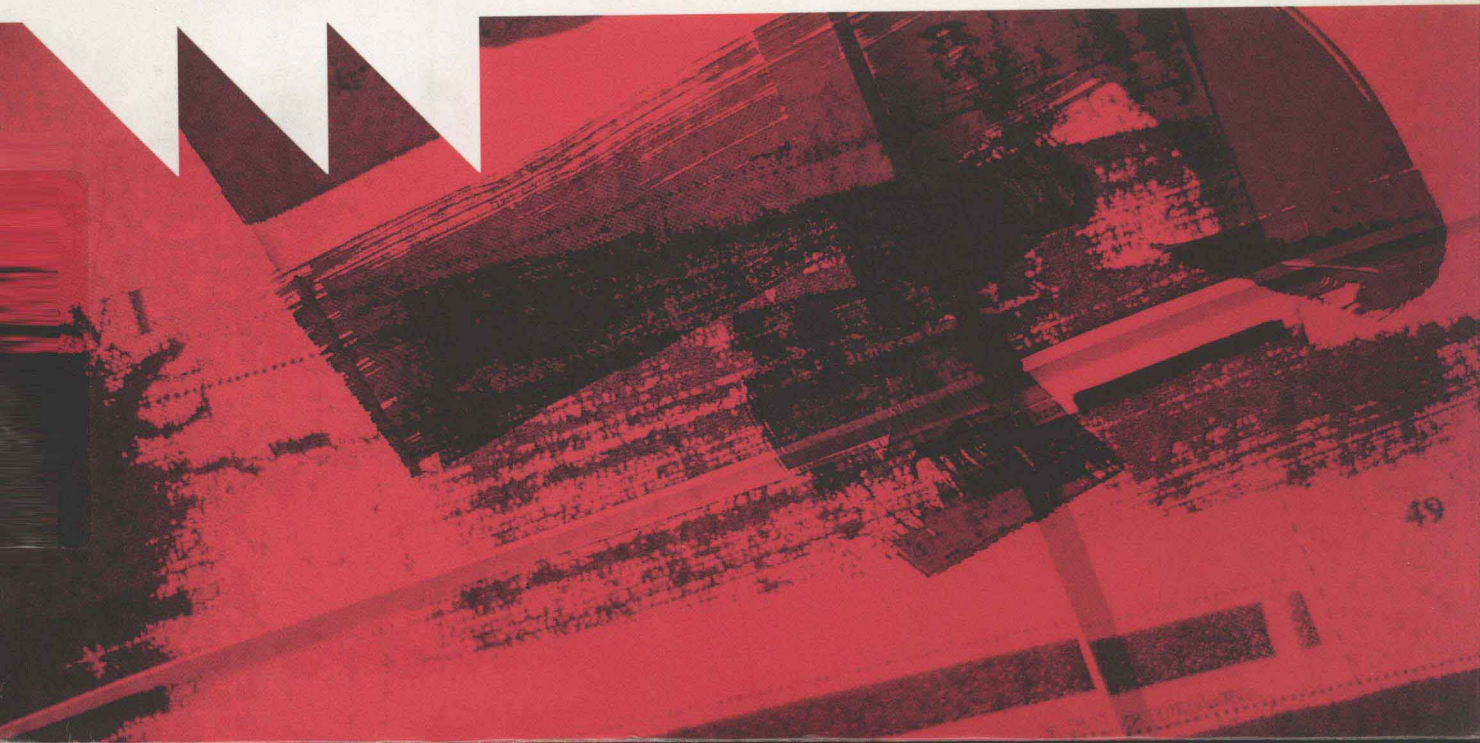
让心理震撼的视觉体验

——招贴设计

吴建华 编著

凤凰出版传媒集团重点出版项目

凤凰出版传媒集团 江苏美术出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

让心理震撼的视觉体验:招贴设计 / 吴建华编著. — 南京: 江苏美术出版社, 2007.8
高职高专艺术类专业实验学程
ISBN 978-7-5344-2429-8

I. 让... II. 吴... III. 宣传画—设计—高等学校: 技术学校—教材 IV. J218.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 124613 号

策划编辑 徐华华
责任编辑 徐华华
邱妍宾
封面设计 武迪
丁健
文字审读 陈文瑛
责任校对 吕猛进
责任监印 贲炜

书 名 让心理震撼的视觉体验:招贴设计
编 著 吴建华
出版发行 凤凰出版传媒集团
江苏美术出版社 (南京中央路 165 号 邮编 210009)
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
制 版 南京新华丰制版有限公司
印 刷 扬中市印刷有限公司
开 本 889 × 1194 1/16
印 张 6
版 次 2007 年 11 月第 1 版 2007 年 11 月第 1 次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5344-2429-8
定 价 30.00 元

营销部电话 025-83248515 83245159 营销部地址 南京市中央路 165 号 13 楼
江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

序

职业教育是我国现代化进程中培养高素质劳动技术人才的基础工程。夯实人才金字塔结构的基础,必须坚持以服务为宗旨、以就业为导向、以学生为中心、以能力为本位的办学指导思想,进一步深化职业教育教学改革,真正办出职业教育的特色,提高职业教育的教学质量和办学效益,促进职业教育可持续健康协调地发展。

江苏省高职教育研究会艺术类专业协作委员会在省教育厅高教处的指导下,依托省内高职专科院校一线教师的教学实践和教学经验,组织开发、编写了此套体现江苏特色,反映新知识、新技术、新工艺和新方法的高职高专艺术类专业“四大学程”。课程着力体现能力为本、任务驱动的指导思想,通过任务、活动和主题等多样化的表现形式,将知识点和职业能力实践融进课题训练中,改革教学方法和学生的学习方式,以此提高艺术类专业学生的创造能力和综合素质。

江苏省高职教育研究会艺术类专业协作委员会和江苏美术出版社,经过三年多的研究和努力,在参编院校师生的积极配合下,“四大学程”第一批教材面世了。这是我省职业教育教材建设的新的探索和新的成果。“四大学程”已列入江苏“十一五”期间重点出版项目,是我省高职高专教材建设的新的增长点。希望该课程继续秉持实事求是、创新求精、面向未来的原则,省内各高职高专院校在使用好“四大学程”的教学实践中,进一步修订和完善本教程;同时,能够借鉴国外优秀职业教育专业课程和教材,吸纳全国高职高专院校教材编写的优点,不断优化内容,拓展体系,为加速培养适应我省经济社会发展需要的技术型、技能型人才,为建设江苏和全国的高职高专课程、培养高素质的技术人才做出贡献,为江苏的“富民强省”和“两个率先”服务。

高职高专艺术类专业
“四大学程”编写委员会
2007年5月20日

目录

概述	001
课题一 形式和意义的实验	002
一、视觉的经验——中外视觉经验的差异	004
二、创意的联想——摄影时代与招贴	018
三、无限的想象——计算机时代与招贴	027
课题二 大师如何成为大师	032
一、错觉让瞳孔放大：埃舍尔—福田繁雄—伊斯特万·欧里兹	033
二、张冠李戴的平面游戏——马格利特、冈特·兰堡、霍尔戈·马蒂斯、兰尼·索曼斯	042
课题三 图形与字体设计的整合	049
一、拉丁字母绘写的一般规律	049
二、汉字绘写的一般规律	050
三、招贴中的拉丁字体设计	050
四、招贴中的象形字体设计	056
课题四 以主题引导的招贴设计训练	059
一、反战——人类美好梦想	060
二、绿色家园——人类和谐生存的环境	064
课题五 主题教学两例	066
一、以手为主题的招贴设计案例	066
二、以头为主题的招贴设计案例	076
后记	092
参考书目	092
作者简介	092

概述

一张好的招贴是一种感情、一场视觉的体验，它是一个有力的声明和惊喜；一张好的招贴同时对精神和大脑起作用；一张好的招贴用的不是常见的解决之道，它通常能在两秒钟内抓住你的注意力，让你在很长的时间里发生兴趣。

Ralph Schraivogel (瑞士)

语言是人们用来沟通的工具。电影语言是通过每秒24格的活动画面，在一定时间内向人们讲述一个故事；文学语言是靠文字的叙说来传播信息；招贴则是依赖图形图像和字体的编排组织，在几秒钟内向人们传达信息的一种语言。图形与图像是一种没有国界和语言障碍的传达方式，它构成了招贴视觉传达的基本要素。

招贴设计古已有之，理论上归类于视觉传达设计表现的范畴，源自于“幌子”，是招揽和吸引顾客关注商品内容、介绍商品信息、促进商品销售的手段和形式之一，是一种无声的吆喝。

我们现在说的招贴是指西方工业革命以来，以批量印刷生产为特征的媒介形式。它伴随着社会经济、政治、文化的发展而发展，深印着不同时代的形式烙印。这些形式烙印，反映时代信息的同时还反映时代的审美需求、审美标准、审美取向、设计方法和制作工艺等。因此，招贴从一开始就是依赖内容要求而产生具体方法、手段实现的设计。我们可以从绘画、摄影、计算机辅助等多种不同手法的运用上感受到招贴的形式和内容变化带给人们的心理震动。再加上商品经济的迅速发展，引起商业的激烈竞争，所以，招贴因为竞争的需要，从开始就带着“语不惊人死不休”的设计要求，引发了视觉创意大师在图形语言领域各种吸引人手段的实验、探索及创造，因而也产生了大量精美的、各种艺术设计方法和类型的招贴设计。同时，也为我们今天的学习，提供了丰富多彩的范例。

多年来，西方的招贴设计教学课程，通过各种渠道传播到中国，国内的许多院校在平面设计专业课程中，把招贴设计作为训练学生创意与设计的综合课程。因此，招贴设计课程为学生视觉传达设计的学习提供了一个平台。

我们把课程的重点放在了招贴的图形生成与设计训练上，目的是通过招贴设计实验方法的训练，拓展学生的思维空间，提高学生的设计能力。



课题一 形式和意义的实验

课题概述

招贴成为信息传播的媒介形式之一,在现今多媒体信息如此发达的状况下,依然受到人们的青睐,其中一定存在着值得我们探究学习的原因。课题试图通过形式和意义的实验,寻找西方哲学研究和现代艺术运动、摄影技术应用、计算机软件发展对招贴设计产生的影响和作用;通过西方与东方视觉经验的比较,来理解招贴形式生成的过程、形式和意义,以具体的设计师作品,引导学生进行招贴设计。

课题目标

本课题训练通过学习搜集、比较、整理资料,培养学生在搜集整理资料的过程中,思考东西方文化中视觉语言形式,尤其关注19世纪末到20世纪西方美术各种流派的理念对招贴设计产生的影响,从中找到招贴设计的切入点。

知识点

伴随现代印刷技术革命进程的招贴设计,经历了上世纪包豪斯主义、构成主义、字体革命的深刻变革,结合摄影技术、计算机技术在招贴设计上的运用,进入了今天的图文信息时代,展现出全新的风格与视觉面貌。招贴不再是单纯的一种技术编排,而是通过设计视觉化、形象化传递出具有理念与感觉、主观与客观、秩序与超越、效果与功能、现代与传统的系统体验和完整信息,来广泛调动公众的激情与理解,从而实现招贴设计的要求。招贴设计作用于现代广告、展示、书籍等文化和商业产品,为媒体传播功能提供了不可取代的附加值,这也正是我们重视招贴设计训练的原因所在。

今天,作为现代设计艺术的招贴设计已构成视觉传达的公共语言。招贴版面运用图形、字体、色彩等达意的广泛性及艺术表现和技巧传递的多样化,为人们构建新的思想和文化理念提供了空间,成为人们理解时代和认同社会的重要界面之一。

招贴又称海报,以纸质印刷,是可以大量复制且张贴范围广大的视觉形式。20世纪60年代在中国它被赋予了教育人民的作用,称之为“宣传画”。

招贴在西方许多国家相当发达,因此,很久以来造就了许多的招贴设计师,培育了许许多多的招贴观众,人们形成了一种从招贴设计中阅读信息、欣赏视觉艺术的习惯。虽然这种习惯的形成经历了很长的时间,甚至长达几个世纪,但这种视觉经验的积累,为西方现代设计的发达提供了人文环境的基础。我们可以从中外视觉经验上找出差异,找出方法,促进思考,促动学习(图1-1~图1-10)。



图1-1 流行欧洲的广告已经有上百年的历史 法国广告柱



*Design: Finke, 1979

图1-2 德国广告柱



图 1-3



图 1-4

图 1-3、图 1-4 广告柱用来张贴招贴，形式是多种多样的。德国的广告柱体现了德国人务实、实用的风格，广告柱上没有多余的装饰。



图 1-5



图 1-6



图 1-7

图 1-5~图 1-7 在欧洲招贴的广告栏里通常每两周更换一次新内容。无论在街头或是地铁内，时常可以看见那些设计独特，印刷诱人的招贴。



图 1-8 法国广告柱的柱顶像戴着一顶帽子，那是 19 世纪末 20 世纪初风行法国的装饰运动留下的痕迹。



图 1-9 法国广告柱



图 1-10 欧里兹为自己的作品展作的招贴

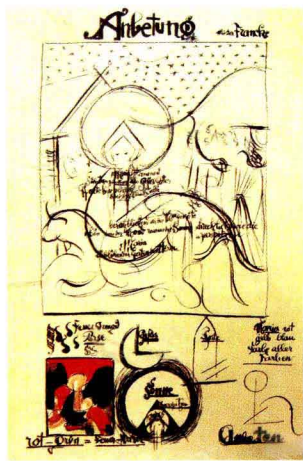


图 1-11 这是一幅伊顿 1921 年关于绘画大师作品分析的草稿。在计算机软件发达的今天,坚持用草图表达创意,是训练招贴基础能力所提倡的。



图 1-12 《兔子还是鸭子》 福田繁雄
多义性是招贴图形训练的一种能力。

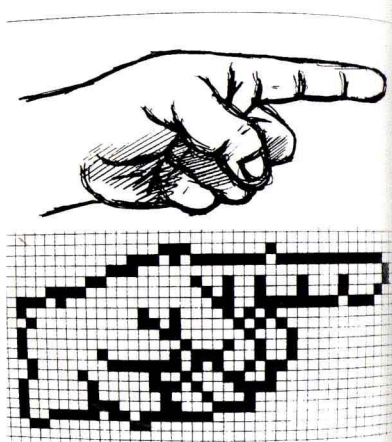


图 1-13 福田繁雄 这是一种招贴设计的方法,从上、下两只手可看出速写草稿与填格式的视觉效果差异。这种来自早期计算机图形中马赛克现象,被设计家创造性的借用了。

一、视觉的经验——中外视觉经验的差异

1. 国外绘画与招贴设计

我们这里所讲的国外绘画,主要指以欧美为主体的油画、水彩画或丙烯画等。显然它们是以图形的形态和形式来表现的,主要可分为具象、抽象与装饰三种类型。其中具象即写实主义的表现源自于西方的哲学理念和审美原则,从古希腊爱琴海流域的雕塑,到意大利文艺复兴时期的架上绘画,客观“再现”是此阶段的重要特征(图 1-11~图 1-14)。

当西方视觉艺术发展的主线从“再现”走向“表现”时,引发了人们在视觉形态和形式语言上的思考与实践。因为自然物象的表现性改变,视觉形态点、线、面基础元素的提取、分解、整合后形成的新形式,不仅成为视觉表述和视觉经验的重要探索和实验,同时也蕴含了丰富的情感和经验,成为现代表现性艺术的重要思想依据和表现手段。在学习欣赏国外招贴设计时,有一个障碍困惑着我们,就是国外招贴语言中的抽象元素。如图 1-12《兔子还是鸭子》是一例典型的有着双重意义的图形,这在现今西方设计教学中非常常见,作者往往不会直接将结果通过图形告诉观众,而是需要观众通过想象的过程寻找到设计的答案。

随着现代绘画的发展,对形式和意义的实验与探索成为视觉艺术发展的主导趋势。19 世纪末流行着一种观念,认为音乐的、视觉的或文学的感受,都可借由另一种等同的媒介来呈现,为此“共感”(synesthesia),促进了抽象表现主义的发展(图 1-15~图 1-17)。抽象绘画最早出现在 1910~1913 年间,先驱人物之一是在慕尼黑的俄国艺术家瓦西利·康定斯基(Wassily Kandinsky)。抽象表现主义是现代绘画发展的结果、弗洛伊德心理学研究的成果,伊顿的色彩抽象理论奠定了其思想基础。表现主义是抽象的前提,其图形不受纯客观对象的束缚,既可高度写实,也可高度简化,更可巧妙地夸张,对表现的对象加以取舍与主观加工,使形象比客观对象更完美、更典型、更理想。其结果是形体轮廓被简化,色彩与明暗关系被概括,画面效果往往比细腻微妙的逼真表现更强烈而有视觉冲击力。在归纳简化基础上还可以作夸张变化形式的处理,即强调变形地描绘对象的外形、体态、比例、动作、表情情节与环境的高度夸张,改变一般常态规律,使表现对象更生动(图 1-18)。

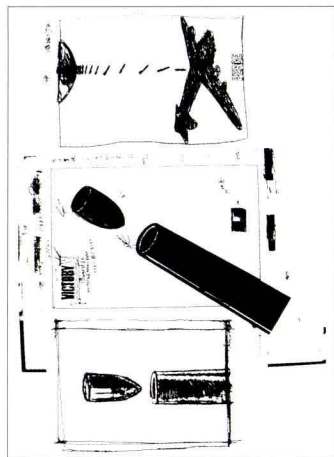


图 1-14 福田繁雄
视觉图形不再是传统绘画中的画面内容,重要的是图形给予人们关联性的想象能力。

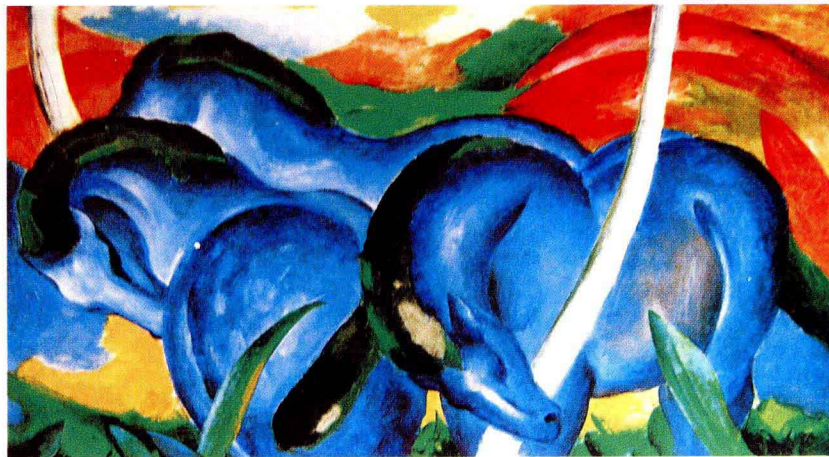


图 1-15 《大蓝马》 马克
西方绘画艺术从 19 世纪以前非常写实的图像语言,到 20 世纪初逐渐被抽象了。



图 1-16 《共和国的机器人》 格魯茲



图 1-17 米罗 这种抽象的图形语言,从绘画渗透影响到了招贴等其他的艺术形式。

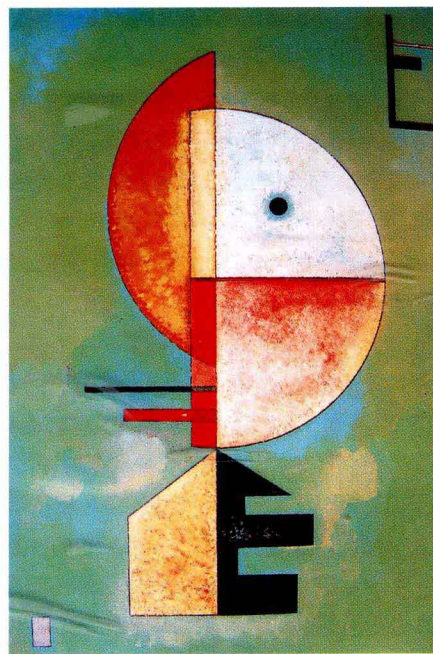


图 1-18 《时髦的女低音》 康定斯基



图 1-19 《麦田》 凡·高 1889 年 同时绘画的色彩在画家的笔下也不再那么理性,而是情感直接而真诚地表现。



图 1-20 马蒂斯 在色彩方面的研究不仅影响了绘画色彩语言,也影响到人们的日常生活。

20 世纪 40 年代中期到 50 年代,抽象表现主义综合了发展现代绘画的诸种本源,使抽象表现主义全面成熟,从凡·高 (Van Gogh) 的表现主义到康定斯基的抽象主义,从马蒂斯 (Henri Matisse) 饱满明亮的色面到米罗 (Joan Miro) 的有机造型,以及达利充满潜意识心理幻象的超现实主义。艺术家们采用各种手段,在这个混杂着高度内省思绪与精神性元素的艺术形态中探索 (图 1-19 ~ 图 1-22)。

为了追求视觉效果差异和更具现代美感,抽象图形成了画家的首选。它虽然没有直接的含义,但是同样可以传达一定的信息,可以引导观者的联想感受。设计师们从中发现用点、线、面变化形式构成的非具象图形,在画中具有更广阔的表现余地,有着独特的表现力。

设计师们在长期实验后总结出了抽象图形表现的三种类型。

① 几何形平面构成的抽象图形。

这类图形又被称为“数字图形”,由不同样式的规则形态进行有秩序的构成。最常见的是先设计确定一个基本形,经组合与构成后形成整体图形。两个基本形之间的组合,可采用分离、接触、联合、透叠、覆盖、减缺、套叠、差叠等形式表现出来。在基本形不变的情况下,由于组合形式不一,复形的变化多种多样,可运用基本形的重复、近似、渐变、实变、辐射、密集、对比等进行组织 (招贴设计中拼贴等手法的运用)。

② 自由曲线构成的抽象图形

自由曲线即不规则曲线,它的组合构成的图形,较数字图形有更大的“活动自由”与随意性。其手法的运用强调动感及夸张对象的形态与神韵,使之形成曲与直、疏与密、虚与实、粗与细、动与静的对比,进行理想化的强调,甚至将对象进行符号化的处理 (招贴设计中涂鸦等手法的运用)。

③ 偶然纹样、肌理效果构成的抽象图形

“偶然纹样”即利用偶然性效果 (现象) 所形成的纹样。“肌理”原指各种物质具备的不同触感的表层组织结构,诸如木、石、金属、玻璃、织物的质地与纹理,其细部的微观效果的图形往往会产生幻象,以取得特殊效果 (招贴设计超现实主义等手法的表现,导致摄影技术成果的运用和创意联想的划时代性)。



图 1-21 《原子的丽达》 达利



图 1-22 米罗



图 1-23 格里斯



图 1-24 《毛皮茶杯》 奥本海姆



图 1-25 《水果盆和杯子》 布拉克

(1) 拼贴

为正确理解当代招贴设计大师丰富的、变化多端的形式，自然需要从方法上找到帮助我们认识的钥匙。“拼贴”这个名词来自法文动词“胶粘”(coller)。在英文中，它既是动词也是名词：将纸或物体贴在一个二维的平面上，由此创作出一幅拼贴的形象画面。

第一次世界大战后，达达艺术家将取自街上的碎物转变为他们时而政治化、时而鼓动性的拼贴作品，而超现实主义的拼贴则反映出他们心理上的感悟。德国达达艺术家运用照相碎片发明了拼贴技法，形成了所谓摄影蒙太奇(Photomontage)的手法。

毕加索应该是拼贴画的发明者，他的作品可以描述为任何外来物质与画的表面融合；而布拉克则是纸拼贴的发明者之一，它是拼贴画的一种特殊形式，其中纸条或碎片被运用于画的表面。拼贴在智力上和美学上的含义更加广泛。

拼贴是通过剪裁和排列带有不同肌理的材料产生画面形象的一种技法，用拼贴做招贴的优点是，在招贴的形象未加固定前有充分的调整余地。拼贴技巧的关键是造型和排列富于表现力，设计的画面形象是通过形状所产生的视觉效果对材料进行添加或修减，以确定构图形式，这种构图通过设计师的创造转换成二维平面。平常我们运用最多的拼贴材料是纸张，纸张有厚薄粗细之分，还可以随意着色。纸张特性可以有剪的光滑，可以有撕的粗糙，可以有叠的立体。除了纸张以外，常用的拼贴材料还有织物、纤维、网状和锡箔、聚合物、边料、树叶等(图 1-23~图 1-25)。



(2) 涂鸦

涂鸦 (Graffiti) 是指在墙面或其他附着面上乱涂写出的图像或文字画。涂鸦可以追溯到洞窟的原始绘画 (壁画)。

20 世纪 70 年代初期, 罐装喷漆随处可购得后, 在巴黎、纽约的地铁车厢上, 大量出现了被涂绘着色彩鲜艳的字与图。大部分涂鸦艺术家的涂鸦与原始绘画如出一辙, 充满着激情与活力 (图 1-26)。

许多重要的活动促使涂鸦艺术由街头走进了画廊, 并出现了由专业艺术家发展出的涂鸦艺术风格, 如基斯·哈林 (Keith Haring)。1983 年是涂鸦艺术的巅峰期 (图 1-27 ~ 图 1-29)。

涂鸦艺术的风行让人们开始提出不寻常的美学观与社会学的影响等问题。涂鸦艺术是一种破坏性主张吗? 是民俗艺术吗? 作家诺曼·梅勒 (Norman Mailer) 将它浪漫地解释为社会自由的无秩序显示。艺评家如苏西·加布立克 (Suzi Gablik) 则认为, 那些街头少年被渴求新鲜的艺术市场所发掘。如被快速地画在金属上并在动态中呈现着的地铁车厢上的文字与图像。涂鸦艺术最新的流行从街头蹿起, 然后很快地被商业化, 其表现手法也被借鉴并运用到招贴设计的形式语义中。

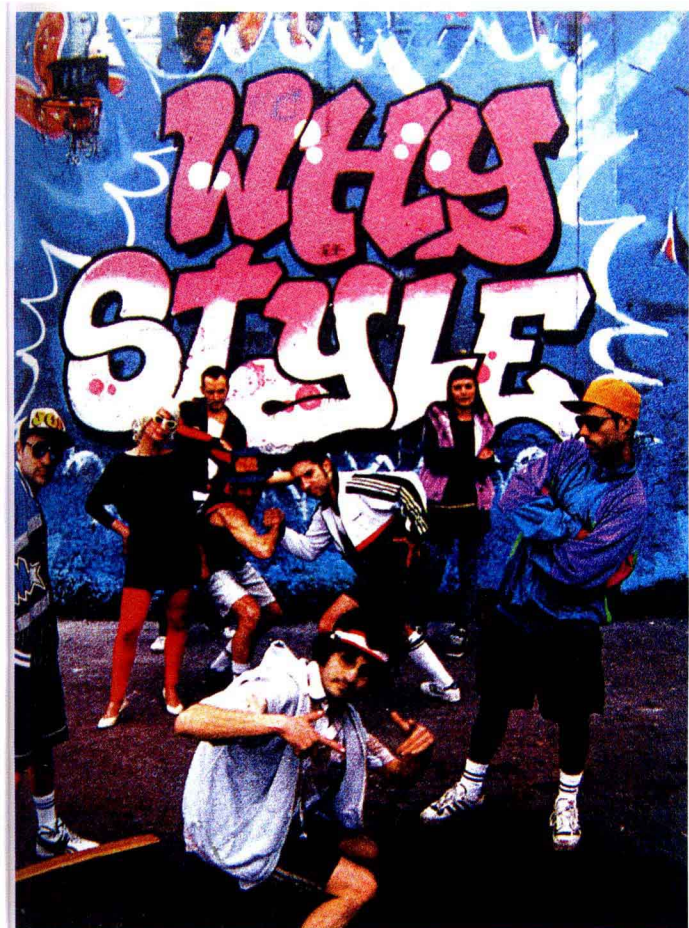


图 1-26 涂鸦 1



图 1-27 涂鸦 2



图 1-28 涂鸦 3



图 1-29 涂鸦 4

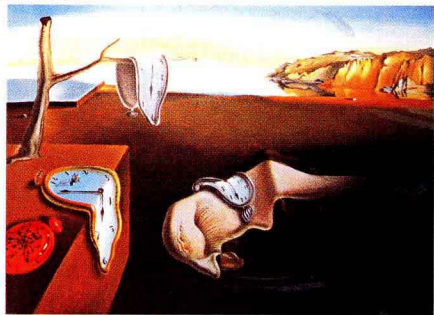


图 1-30 《永恒的记忆》 达利

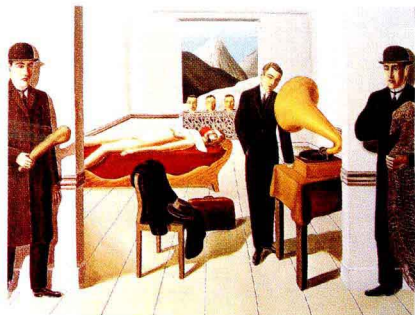


图 1-31 《被惊吓的谋杀者》 马格利特

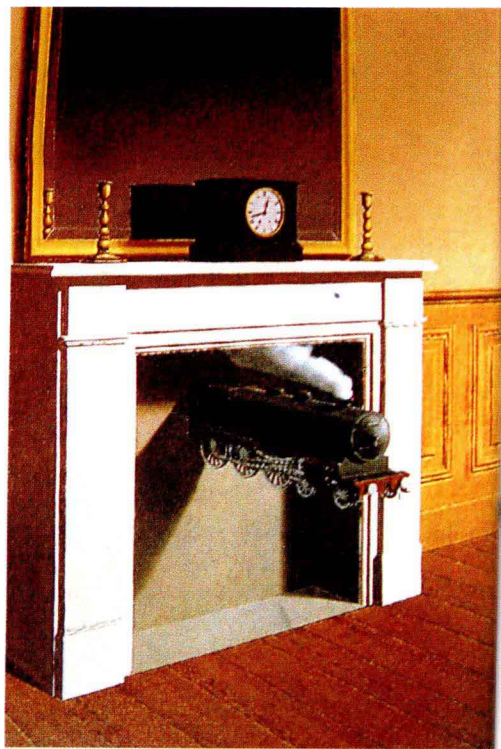


图 1-32 《被穿透的时间》 马格利特

（3）超现实主义

超现实主义表现手法主导了20世纪20~40年代间的艺术与文学，它是现代艺术的中枢。它那持久的重要性，来自其开创性的题材与对战后抽象绘画的影响力。

这名词现在被引用得太广泛了。它的含义则由法国诗人安德列·布雷东(Andre Breton)在1924年首次提出的“超现实主义宣言——超现实主义的出生证明”中被陈述出来。布雷东定义它为“纯粹心理的自动现象，由此表达出思想的真实功能。在理智的掌控消失，以及与所有美学和道德的先入成见之外，思想即为主导”。

超现实主义乃达达派艺术的直系之嗣，而达达派艺术家马克斯·恩斯特与让·阿尔普即是跨向超现实主义的桥梁。达达派艺术开创出的特质是对偶发与意外的实验，对拾得物、生物形态论与自动性（非图像的联想）的兴趣。超现实主义者则在对达达派艺术关注的基础上，加之以心理学的酵素，推广弗洛伊德对性、梦与无意识的内容。

20世纪20年代，超现实主义绘画风格得到发展。萨尔瓦多·达利的怪异、幻想的梦境图像，是一种明确而写实的风格。对许多观察者而言，这种回归到幻想的图像，在不断趋向抽象发展的现代艺术脉络中，不仅经由绘画艺术，还经由影片、广告招贴与服装，进入到一般人的想象中（图1-30~图1-32）。

国外的绘画招贴最初是以劳特累克为鼻祖，绵延至今。即使在计算机运用非常发达的今天，依然有许多的招贴设计家我行我素，坚持绘画状态下的招贴设计。正因为如此，丰富而充满活力的绘画形式的招贴层出不穷（图1-33~图1-41）。



图 1-33 谢雷



图 1-35 施瓦布 这是一幅装饰风格极强的作品，装饰的形式给人们以一种宁静的理性特征。



图 1-36 劳特累克



图 1-34 《独特的孩子》 路库娃
路库娃的作品率直而简洁的线条所营造的风格，是人们孩童时代才有的绘画感觉。

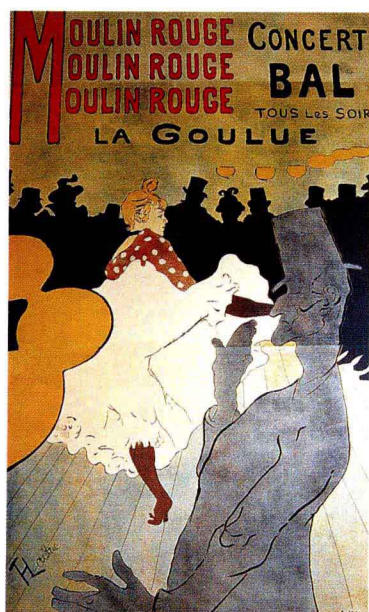


图 1-37 劳特累克为红磨坊设计的招贴，大多是石板画印制的。



图 1-38 麦哲伦是一位创意天才，图形直观、简洁、抽象。



图 1-39 理查德



图 1-40 索曼斯

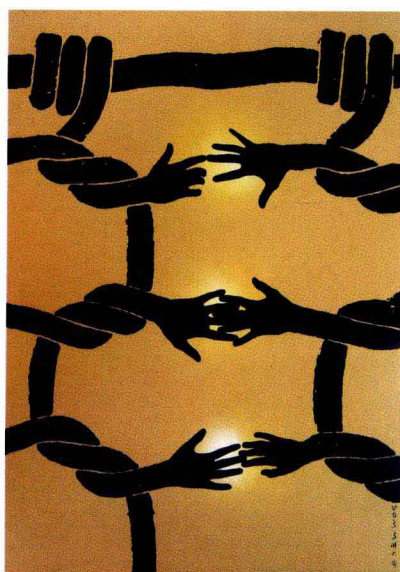


图 1-41 索曼斯

图 1-40、图 1-41 索曼斯的招贴画一贯以轻松幽默的风格著称，似乎很随意的、漫不经心的线条，表现了令人深思的内容。



图 1-42 南洋烟草广告



图 1-43 可口可乐广告



图 1-44 香烟广告

2. 国内绘画与招贴设计

我们常常会把一个国家的文化发展和这个国家的地域及这个国家的经济联系在一起。“中国的招贴艺术以自己特定的发展道路和风格，赢得了世界招贴史上的一席之地。”（朱国勤《现代招贴艺术史》，p.106）

“1911年和1914年，上海的英美烟草公司和商务印书馆，引入了石版印刷技术。新技术的成本低、效果好，迅速地取代了原先的木版印刷法。”（朱国勤《现代招贴艺术史》，p.106）

20世纪20年代左右，中国的资本主义经济有了一定规模的发展，“当时的上海出现了招贴广告的一个十分特殊的形式——月份牌广告。它们主要是张贴在家庭里，作为原先的年画的替代物”（朱国勤《现代招贴艺术史》，p.106）。那一时期，月份牌画家郑曼陀先生成功地创造了将炭精粉擦笔法和水彩表现相结合的表现技术，奠定了月份牌画法的基础。曾经师从德国设计家的杭樾英先生将月份牌的制作推向了高峰，这样的情况延续到40年代末（图1-42~图1-44）。

新中国成立后，为了配合各种运动和经济建设的需要，形成了政治宣传画发展的第一个高峰。在文学艺术必须为政治服务、为工农兵服务的精神指导下，宣传画、招贴画不免陷入一种特殊的模式中去。20世纪50~70年代，我们在文化艺术方面与发达国家的交流甚少，这方面的教育和信息也十分匮乏。美术或艺术学院的教学方法大多依赖于50年代来自前苏联或东欧国家的影响。“红、光、亮”，“高、大、全”，成为60~70年代末宣传画的一种定式，并推到了极端的地步。“这种发展使作品显得非常生硬和概念化，脱离了人民和社会现实，远离了群众的审美要求。”（朱国勤《现代招贴艺术史》，p.109）（图1-45~图1-52）

20世纪80年代中国开始将国家的首要任务转移到经济建设中来，并制定了改革开放的基本国策。中国从此开始真正放眼世界，而世界也开始认识尘封了多年的中国（图1-53、图1-54）。

时隔50年后，包豪斯的设计教学影响到中国，在各大艺术院校和设计院校中，三大构成成了必修课。与此同时，现代主义、国际主义风格、波普艺术、后现代主义、极少主义、当代艺术运动等，西方社会经历了近一个世纪的艺术设计实践成果，一下子同时展现在我们的面前。经过了20年的设计教育实践，招贴设计教学从当初借助尺、鸭嘴笔、喷枪实现的作业，逐渐拓展到运用摄影、丝网印刷，尤其是计算机应用技术的导入和运用，大大缩短了我们与发达国家的距离，为招贴设计提供了丰富的视觉及形式变化（图1-55~图1-63）。