

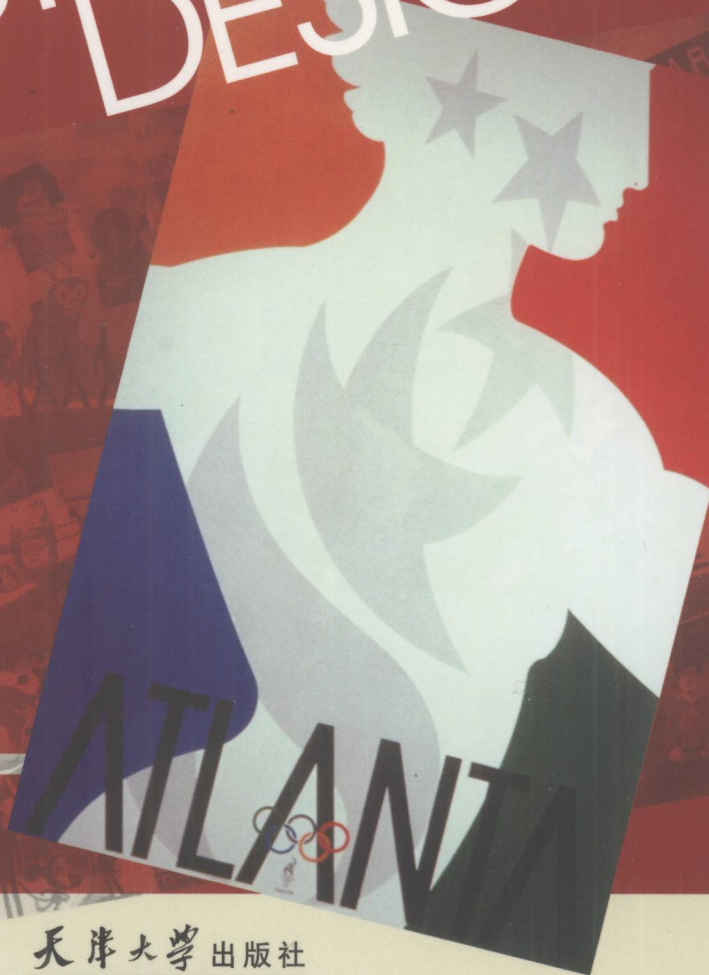
高等院校视觉传达设计系列教材

主编 姜陆 李炳训

招贴广告设计

张永典 陈丹萍 编著

POSTER
DESIGN



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

高等院校视觉传达设计系列教材

招贴广告设计

张永典 陈丹萍 编著

天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

招贴广告设计 / 张永典, 陈丹萍编著. — 天津:
天津大学出版社, 2010.2

(高等院校视觉传达设计系列教材)

ISBN 978-7-5618-3401-5

I. ①招... II. ①张...②陈... III. ①广告—设计—
高等学校—教材 IV. ①J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第025625号

出版发行	天津大学出版社
出 版 人	杨欢
地 址	天津市卫津路92号天津大学内 (邮编:300072)
电 话	发行部:022-27403647 邮购部:022-27402742
网 址	www.tjup.com
印 刷	北京信彩瑞禾印刷厂
经 销	全国各地新华书店
开 本	185mm×260mm
印 张	8
字 数	226千
版 次	2010年3月第1版
印 次	2010年3月第1次
定 价	259.00元 (共7册)

凡购本书如有印装质量问题, 请与本社发行部门联系调换
版权所有 侵权必究

序

“变则通、通则达”。变化是事物存在的重要属性特征，依据不同的环境需求，人的意识也在不断的变化中更迭并得以优化，创造出一种新的互生关系，而这正符合设计教育的规律与要求。长期以来，就视觉传达设计而言，由于人们对它的内涵与外延缺乏应有的动态观念，因此难以形成清晰和全面的理解。如传达媒体由印刷向影像及多媒体领域发展；视觉符号由平面向三维和四维形式扩展；传达方式由单向信息传达向交互式信息传达的转化等。

现今的视觉传达设计是以视觉符号通过视觉媒介传达信息的设计。它是设计艺术领域中历史最悠久且发展最为成熟的专业之一，也是艺术设计领域重要的组成部分，具有强烈的时代特征和丰富的文化内涵。设计艺术所涵盖的内容随着时代的发展和科技的进步而不断丰富，逐渐形成了与其他领域相互交叉，与其他视觉媒介关联并相互协作的设计行业。

我国现今的设计教育面临着前所未有的发展机遇，众多高校纷纷开办了视觉传达设计专业。面对社会对人才需求的持续增长和对人才要求的多元化趋势，如何加快培养出更多符合专业发展要求和社会需求的优秀设计人才，是长期以来摆在该领域教育工作者面前的重要课题。由我院视觉传达设计专业教师精心编写的这套系列教材的目的也正在于此。

天津美术学院视觉传达设计系是以中青年教师为主的教学团队，他们继承了老一代师长的教学经验，把多年的教学研究成果进行了系统的归纳和总结。一方面反映出他们多年来教学探索的轨迹和经历；另一方面也体现出我院在发展与协调中教学改革与实践的成果。本套教材集合了目前视觉传达设计专业的主要课程，课程间相互依托，形成了合理的、独具特色的课程体系，并在多年的教学实践中得到了具体的体现，收到了良好的效果。我们有理由相信，本套教材的出版必将对国内视觉传达设计专业教学水平的提高与专业的发展起到十分积极的作用。

我们的脚步将继续前行，不断为传承中华文化精神，促进社会经济与文化事业的发展，为培养更多的富有创新精神的优秀设计人才贡献我们的力量。同时也真诚地希望本套教材问世后，能够听到各位专家、学者的宝贵意见。

天津美术学院院长 教授

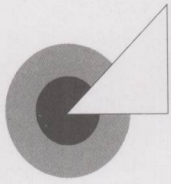
2009年6月



目录

第一章 招贴设计简史	002	第一节 招贴的分类	029
第一节 招贴设计概述	002	一、社会公共招贴	029
一、视觉传达中的招贴广告	002	二、商业招贴	034
二、招贴设计的概念	002	三、文化招贴	035
三、招贴设计的现状	003	第二节 招贴的功能	036
第二节 招贴设计的产生与发展	004	一、传播信息	036
第三节 现代招贴的发展与风格的形成	006	二、利于竞争	038
一、新艺术运动	007	三、刺激需求	040
二、象征主义	011	四、审美功能	042
三、装饰艺术	011	第三章 招贴的创意特点	045
四、第一次世界大战期间的招贴设计	013	第一节 商业性招贴的设计程序	045
五、战后招贴的发展	021	一、市场分析	045
第二章 招贴广告的类型及功能	029	二、设计创意	049

三、设计表现	049	三、色彩	069
四、广告发布	050	第二节 招贴的编排设计	071
五、信息反馈	051	一、视觉流程规律	071
六、案例分析——中国移动公司“动感地带”	051	二、编排设计中的空间运用	072
第二节 商业性招贴的创意	052	第三节 招贴的表现形式与技法	076
一、创意原则	053	一、绘画表现形式	076
二、招贴创意策略的要点	055	二、摄影表现形式	076
三、创意表现手法	056	三、电脑设计	077
四、案例分析——德国大众汽车“甲壳虫”	064	第四节 招贴的功能与定位	078
第四章 招贴广告的设计表现	066	第五节 招贴的发展趋势与未来	080
第一节 招贴的构成要素	066	第五章 招贴广告作品欣赏	083
一、图形	066	参考书目	124
二、文字	068		



第一章 招贴设计简史

ZHAOTIESHEJIJIANSHI



第一节 招贴设计概述

一、视觉传达中的招贴广告

招贴设计也称为“海报”，是平面设计诸多形式中非常具有代表性的形式之一。招贴设计是视觉传达专业方向的必修课程，是实践类实验性课程。通过本课程的学习，使学生系统地了解招贴设计的产生和发展历程中的几个不同时期及其特点，进而了解招贴设计独特的组合要素、设计原则、艺术语言、表现形式及设计方法，强化学生的创造性思维，使其设计表达能力得到进一步的提高。

二、招贴设计的概念

按“招贴”字义解释，“招”是引起注意的意思，“贴”是指张贴、组合起来的意思，因此“招贴”是“为引起注意而进行张贴”。招贴的英文是“poster”，指张贴在纸板、墙体、大木板或车辆上的印刷广告。在牛津英语词典里意指展示于公共场所的告示。招贴是户外广告的主要形式之一，也是最古老的广告形式之一。

“招贴”也称为“海报”，传说在我国清朝年间，当时的洋货传入中国主要靠海运，路经沿海码头时，为了销售其产品经常张贴一些宣传产品的告示，这种告示被当地的居民称为海报。

三、招贴设计的现状

招贴大多采用制版印刷方式制成，供公共场所和商店内外张贴。也有一些用于临时性目的的招贴，不用印刷，只以手绘方式完成。此类招贴属POP性质，例如商品临时优惠降价；通知商业或文化活动的信息，如展销会、交易会、招聘会的时间、地点等。这种手绘式招贴大多以手绘美术字为主，有时兼有插图，且较为随意、快捷，它不及印刷招贴构图严谨，制作精良，但其优点是能及时传播信息，费用较低，制作简便。

印刷招贴可分为商业招贴和公共招贴两类，商业招贴以推销商品、满足消费者需要的内容为题材，特别是市场经济的出现和日益发展，商业招贴作用也越来越重要，越来越广泛地被使用；公共招贴则以社会公益性问题为主题，例如交通安全、戒烟、计划生育、献血、环境保护、文体活动宣传等。

在平面设计的发展过程中，商业招贴产生了重要的促进作用。自19世纪下半叶开始，商业招贴在欧洲蓬勃发展，很快也在美国得到普及。招贴的发展归功于欧美资本主义经济的高速发展。许多非常有才华的艺术家和设计家纷纷参与招贴设计，他们将绘画和设计的各种风格相互融合，使招贴呈现出风格迥异、多元化发展的格局。

伴随着社会经济和科学技术的发展，东西方文化交流日趋频繁，加之现代科技、文化、艺术为现代广告带来许多新的理念，设计师们突破各种常规，在注重信息传达功能的同时，更加追求具有独特个性、富有创意的招贴广告。招贴广告是交流思想的媒介，并将情感融入其中。在激烈的市场竞争中，广告已发展成为一种新兴产业。而招贴作为广告的一种媒体，已从单一的媒介转为全方位、一体化的整合，成为广告活动的一个重要组成部分。

招贴广告虽然受到来自电视、广播、报纸、杂志等多种广告媒体的挑战，但是它的生命力依然旺盛，这是由于招贴所具有的特性决定的。大

尺寸的画面、鲜明的色彩、强烈的视觉冲击力、优秀的创意构成了现代招贴广告最重要的特征。它以其独特的方式展现在各种公共场所，及时传播商业与文化的信息。

随着20世纪80年代电子制版的出现，设计师吸收了先进技术，创造了更加引人注目的表现语言，招贴的许多优点是任何媒介无法替代的。当今世界已进入信息时代，现代高科技的发展，使各种新的广告媒体、新的传播手段、新的制作技术以及新的设计理念不断涌现。这些既为设计者开辟了新的表现空间，也使设计的内涵和外延发生了重大的变化。发展到今天，几乎所有著名的艺术设计院校都把招贴设计作为视觉设计的主要教学内容。招贴设计具备了视觉设计的基本要素，它的设计表现方法比其他媒介更广、更全面、更适合作为基础学习的内容，同时它在视觉传达的诉求效果上，最容易让人产生深刻的印象。而知识经济的到来和文化观念的更新，对设计人才也有更高的要求。因此，设计者不仅要努力学习招贴设计的专业知识，而且也要学习和积累各方面的知识。要全面提高设计者的综合素质，使设计者对当代文化倾向和美学特征有所把握，对新的表现形式、手段及技术能熟练运用，以适应信息时代社会与市场需求。

国内外许多著名画家都曾涉足招贴设计，他们的艺术风格和独特的画面语言，对招贴设计的发展有着深远的影响，如劳特累克、达利、马蒂斯、毕加索等人的作品都展现了招贴设计的新风貌。



第二节 招贴设计的产生与发展 ■

在某种意义上人类历史的进程，可以说是一场技术的革命史，而现今人类已经跨入信息技术时代的洪流当中，各种新兴的技术领域越发主宰着我们的日常生活和社会活动。经济的繁荣是现今各个国家不遗余力追求的整体目标之一，而信息的流通无疑是其得到充分有效运转的一种有力前提。根据研究，人类的信息流通之中，有高达80%以上的内容是通过视觉进行的，这就必然要求在有关视觉领域的各种技术中开发出一种有效的信息传达手段，用以快速准确地传达信息，以提高社会经济生活的速度。有种技术在人类历史的早期就已经被创造出来并得以运用，这就是在现今的设计行业中，我们称之为“招贴设计”的视觉传达艺术。迄今为止世界上最早的印刷招贴是在埃及古城底比斯遗址发现的：一张写在“莎草纸”上悬赏追捕逃跑奴隶的寻人启事。这张文字招贴现存于英国伦敦博物馆。我们可以看到这种印刷招贴已经初步具备了传达准确信息的视觉功效。

不仅国外历史上存在这种招贴设计，在我国的历史上也早已产生了类似的视觉信息传达设计。据考古发现，我国最早的印刷招贴公推“济南刘家功夫针铺”。北宋时期(公元960年~1279年)，济南刘姓主人将自己的针铺用“白兔”当作商标，商标上端印刻铺名“济南刘家功夫针铺”，两侧有“认门前白兔儿为记”八个字，下面文字为“收买上等钢条，造功夫细针，不误宅院使用，转卖兴贩，别有加饶，请记白(兔)”。印制这一广告的版至今仍完好无缺，现存于上海历史博物馆内。据考证，这是我国现存最早的印刷广告。这一广告招贴从一个侧面充分反映了北宋时期商品贸易的繁盛，也从另一方面体现出印刷招贴广告已为当时的商贩广泛使用，同时也进一步说明招贴设计与以技术进步为先导的社会经济活动的紧密性与同步性。

招贴设计首先大量应用于西方社会，并逐渐演变成为一种行业细分之后专业性很强的技术职业，并时刻与科学技术的变革同步，不断发展完善新的设计与印刷技术，创造出带有不同时期明显特征的形式。



北宋时期“济南刘家功夫针铺”所使用的印刷广告及其印刷版

15世纪,由于社会经济的发展和文化的繁荣,民众对于商品信息的诉求与对书籍等文化载体的渴望都急剧增强,源自中国的木版印刷和手抄本形式的书籍等原始的信息媒介早已经无法适应社会空前增长的信息流量,于是西方各国都在致力研究更加高效的印刷新技术。德国人谷登堡(Gutenberg, 1387~1468)于1450年研制成活版印刷,其方法是使用铅作为材料制成金属字模,并进行活字印刷。这虽然比中国的毕昇发明活字印刷术晚了300多年,但是更适合批量印刷。西方第一部活字印刷品《三十一行书信集》就是由这种技术制作完成的。这种技术不仅扩大了印刷的数量,而且产生了现代设计中的“排版”概念,使得以后陆续产生的报纸、广告海报等现代意义上的信息传达媒介都具备了版面设计和大量印刷的可能性,从而使招贴作为大众传播信息的一种特殊方式迈开了坚实的一步。

1473年,英国人威廉凯克斯印制了一些有关出售祈祷书的招贴,并张贴于伦敦的大街和教堂门口,这是国外最早用印刷工艺制成的招贴。从此印刷招贴被应用于各种各样的领域,教会用印刷传单劝导人们来教堂分享圣餐,并发布有关宗教仪式的各种消息;小商贩则向顾客分发印有插图的店铺广告传单,或挨门挨户分发给那些潜在顾客;成药制造商则开始把类似招贴画的货签贴在瓶子上。还有其他一些信息的传播也以印刷形式出现了,如官方的通知、公告、菜单,还有展览、博物馆、教堂、街道和旅馆等的路线图等等。印刷形式的招贴逐渐开始广为流行,并成为向大众传播信息的重要媒介之一。

16世纪,设计师开始注重对观念的表达,在图形设计中所采用的表现手法有近乎超现实主义的倾向。此时的设计者已经开始把数比法则运用到此领域当中。当时正值欧洲文艺复兴时期,在设计中最显著的特色是花卉图案装饰的大量应用,在法国巴黎已经形成“国际风格”。当时的各种平面媒体中大量采用卷草图案装饰,版面设计上讲求简洁,具有优美的古典风格。因为大量的图文印刷设计在欧洲得到普及和提高,欧

洲很多国家建立了印刷图形中心,随之图文印刷在西方国家得到了快速的提高。

17世纪,欧洲的工业革命带来了工业化,机械技术的发明应用到了印刷材料的加工和生产领域,而且印刷机械的产生也大大加快了设计成品的生产速度。这一切都使印刷图形材料和制作成本大为降低,信息媒介与社会生活的融合有了决定性的提高,与此同时招贴广告也从初始时期进入到发展时期。招贴作为各类商品广告,在促销商品、促进生产、提高生活质量、普及教育和科学技术知识方面发挥了空前的作用,同时印刷家兼图形设计师的生产技能时代已被机械化带来的分工所打破,招贴设计成为一种独立的创造性专业。在设计风格方面,意大利的巴洛克风格流行于欧洲图形设计领域,大量采用曲线造型,装饰性的复杂程度与整体版面的对称工整并重;同时法国还设立了印刷学术委员会,专门研究图形与字体的印刷设计。

18世纪,1798年德国人阿洛伊斯·森佛尔德(Aloys Senefelder)发明了石版印刷技术,使各种绘画作品能真实地得以再现,使艺术家有可能直接在石板上进行各种创作。这项技术对招贴设计的发展具有重要意义。许多适合招贴印刷的新字体在这一时期产生,如埃及体、爱奥尼亚体、透视体、克拉伦登体、拉斯康体、多利安体、哥德体、珍珠体等,在字体的比例、分量和美学上更趋完善。除了字体,还出现了数百种学科的符号系统,包括数字、天文、物理、化学、生物、地理、军事等方面的内容,为现代招贴广

告的产生奠定了新的语言形式的基础。

19世纪,产业革命带来了一系列发明创造,大量采用曲线造型,装饰性的复杂程度与整体版面的对称工整并重,这对招贴的发展起到了很大的推动作用。此外随着新型机械诸如铸铁印刷机、蒸汽动力印刷机、造纸机的出现,高速印刷形式替代了谷登堡时代的手动印刷形式,机器生产的纸张淘汰了手工制作的纸张,机械排版方式取代了传统的手工排版,提高了排版的速度,使招贴的印刷效率提高30%左右。继之,摄影技术的出现及彩色石印技术的产生,又使招贴成为大众传播的主要媒介,一大批优秀的美术家也开始作招贴广告设计。1871年,纽约发明家约翰·莫斯开始尝试把摄影技术应用于印刷制版。1875年,法国的查尔斯·吉洛特在巴黎创立了法国第一家照相制版公司。从整体上看,19世纪的下半叶,西方有大量的人员开始研究如何把摄影应用于制版工艺当中,因为彩色摄影的印刷工艺使得图像清晰,色彩真实,而且成像速度大大提高。特别是用摄影图片的方法来设计插图版面,有效地降低了从前由手工插图绘制人员进行手绘图片而消耗的制作时间,这使得手工插图的应用范围逐渐减小,而且也在某种程度上迫使大批优秀的插图画家改变谋生的手段,加入到了包括招贴设计在内的平面设计行业当中。可以说19世纪出现的一系列技术革新使千百年来的手工业传统形态得到了彻底的改观,它不仅影响了设计行业的传统工作方式,也为20世纪现代设计包括招贴设计在内的众多视觉传达领域的风格改变提供了强有

第三节 现代招贴的发展与风格的形成

1866年,法国的朱尔斯·谢雷特(Jules Cheret 1836~1932)在巴黎他自己的印刷厂制作出第一张彩色的平版招贴,象征着现代招贴广告的产生。谢雷特从1866年到19世纪末,共创造出1000多幅招贴广告,其题材从戏剧到电影新星、摩登美女等,几乎无所不包,被后人誉为“现代招贴之父”。1881年法国政府鼓励出版的公布自

由新法规,使法国马路街头成为招贴的海洋,招贴被人们当作美术作品欣赏。当时,作为法国新美术运动的主要人物:谢雷特、格拉赛、劳特累克、史太林、马查等人创造了许多极有影响力的招贴广告,他们在招贴设计上的成就也提高了他们作为新美术运动画家的知名度。

一、新艺术运动

19世纪末在欧洲和美国掀起一场影响面相当大的新艺术运动,运动主张反对矫饰的维多利亚风格,并对传统的装饰风格进行反思。主张从自然形态中提取新风格的视觉表现元素。在形式应用上,新艺术运动强调自然主义倾向,重点突出有机形态的组合与变形应用。在平面表达上,采用大量的生物造型,如植物花茎、昆虫形体等,取得强烈的装饰效果。新艺术运动追求设计的美感、绘画装饰效果以及线的表现力,否定直线而用富有内在活力的曲线和有机形态来表现形象。在形象的塑造上采用装饰性的形和色,对形象作一定的夸张和变形,并用隐喻和象征的表现手法来拓展其内涵。

新艺术运动对欧美艺术和招贴设计产生了巨大影响,具有广泛的国际性,形成多元化的装饰艺术风格。在法国、英国、美国称之为“新艺术”,在奥地利维也纳称之为“分离派风格”(Seccessionist),在意大利称之为“自由派风格”(Stile Liberty),在德国则称之为“青年风格”(Jugendstil)。

法国的新艺术运动对于欧美的这个运动具有重要作用,法国是新艺术运动的发源地。被称为“现代招贴之父”的朱尔斯·谢雷特作为法国著名海报设计家和平面设计家,他的色彩运用讲究柔和的处理,效果与水彩类似,无论是构图还是笔触、色彩,都流畅而自然,画面充满动感,版面编排活泼生动,字体与海报画面的主题密切相关。他的作品具有高度的娱乐性,同时又不失艺术品位,成为巴黎街头最受瞩目的设计作品。



朱尔斯·谢雷特的演出招贴

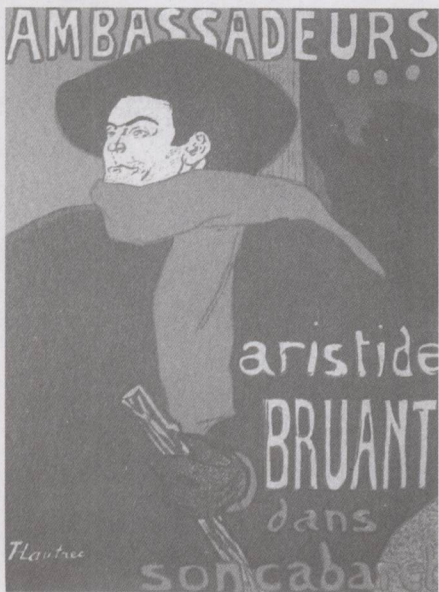
尤金·格拉谢特 (Eugene Grasset 1841~1917) 是杰出的插图画家和平面设计家, 他运用强烈的黑白对比方法, 以及从日本的浮世绘木刻中汲取的装饰风格, 在海报设计中体现得淋漓尽致, 因此被认为是当时与谢雷特同样重要的法国平面设计大师。

图卢兹·劳德雷克 (Henri De Toulouse Lautrec 1864~1901) 是法国新艺术运动最杰出的艺术家和设计家之一, 他的作品《红磨坊》海报让法国新艺术运动的领导人物谢雷特也认为是开创新风格、新设计的经典作品。他的设计并不强调层次感和立体感, 有很高的装饰性, 很多作品日后都成为法国新艺术运动平面设计最重要的经典之作。

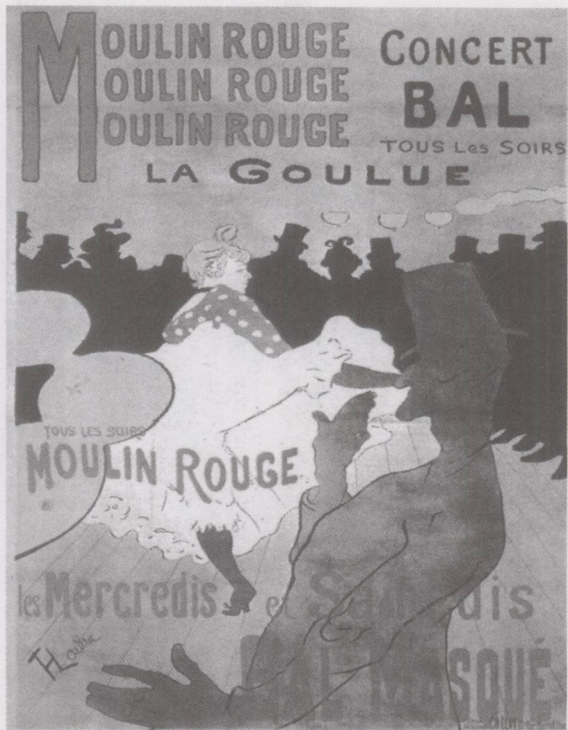
法国新艺术运动的代表人物、平面设计达到登峰造极的另外一个大师是阿尔丰斯·穆卡 (Alphonse Mucha 1860~1939), 他的设计具有鲜明的新艺术运动特征, 也有强烈的个人特点。他运用以植物纹样为中心的曲线作为设计手段, 具有强烈的装饰性, 而他设计的大量海报中的女性, 都具有理性化的典雅、美丽和性感的特点。他设计的海报成为社会收藏的对象, 影响越过法国边界, 远及欧美各个国家。当时作为法国新艺术运动招贴设计代表的还有: 彼尔·邦纳德 (Pierre Bounard)、柏松 (Paul Berthon)、马内艾·尔奥拉兹 (Manuel Orazi) 等人。



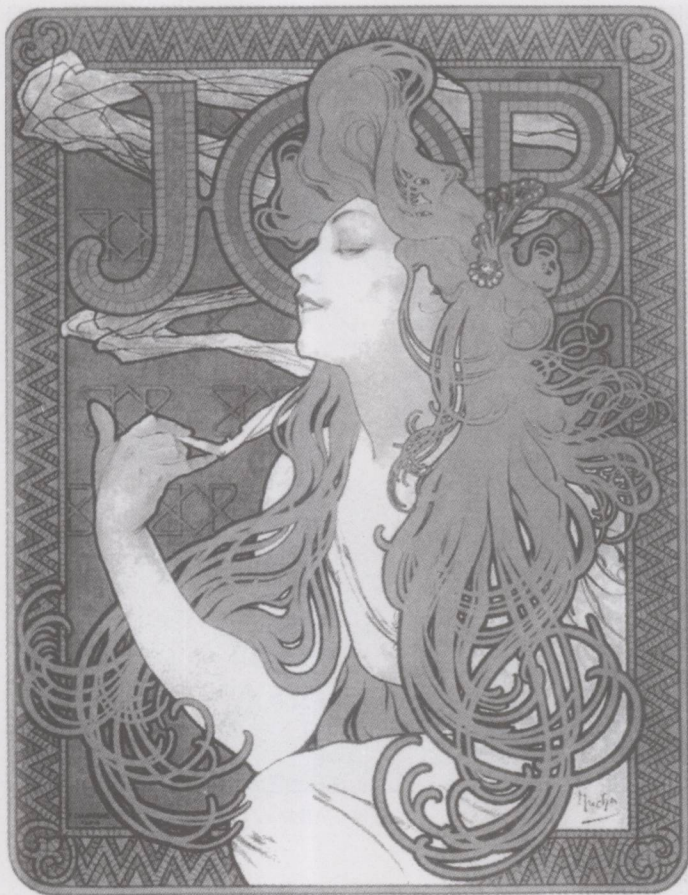
尤金·格拉谢特设计的招贴



图卢兹·劳德雷克设计的演出招贴海报



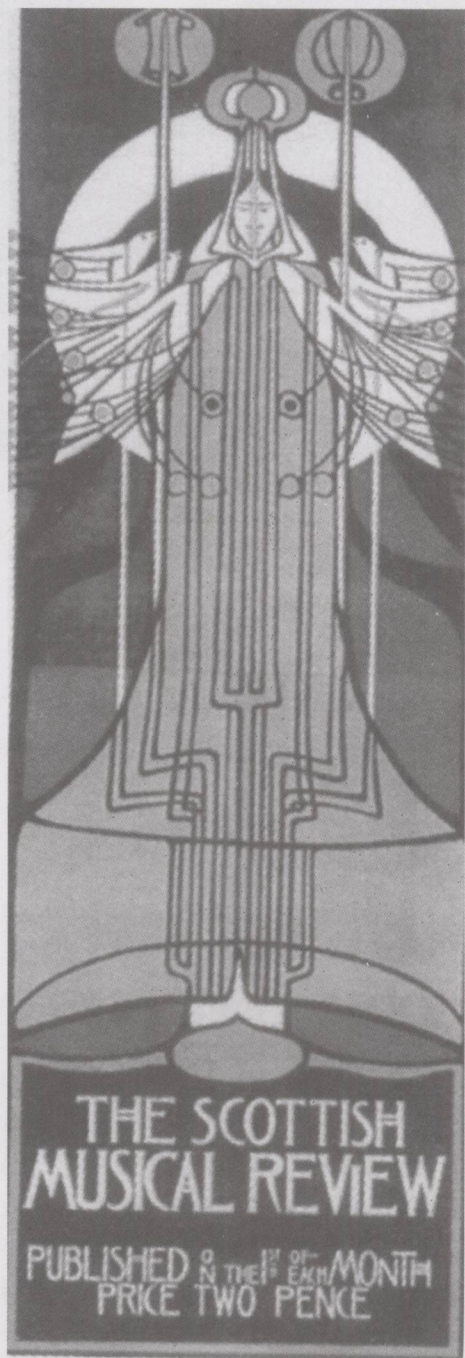
图卢兹·劳德雷克设计的《红磨坊》招贴



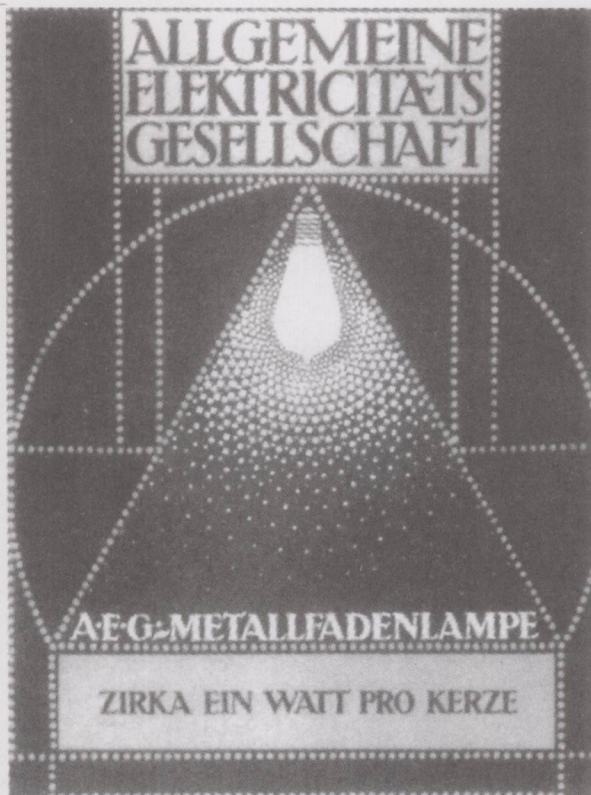
阿尔丰斯·穆卡的香烟海报

英国新艺术运动时期的招贴，画面精致优美。用平面化处理的形象，使画面显得简洁概括；用对比调和的大色块，使画面更富有强烈的装饰性。曲线与直线结合而成的几何结构，空间比例分割与有机形式的结合，平面化形象的装饰处理以及直线、弧线的表现力都非常出色。英国这一时期的主要设计师查尔斯·伦尼·麦金托什（Charles Rennie Mackintosh 1868~1928）的招贴作品《苏格兰音乐回顾》构图匀称严谨，平面化处理的人物形象被有意识地拉长，具有很强的装饰风格。

1890年以后，新艺术运动从法国进入比利时，在比利时的设计界中开始发展。亨利·凡德·维尔德（Henry Van de Velde）是比利时新艺术运动的创始人、20世纪抽象主义的先驱。他在招贴设计中注重装饰性的表现形式和精巧的技术以及图形的正负形与虚实空间的处理，从装饰图案和象征观念中提取抽象的表现元素并把它们运用到招贴设计中，使作品蕴含了抽象表现主义的潜在因素。其动态的曲线、卷曲的花纹、风格化的意象以及文字的运用和信息的传达，使他的作品充满了新艺术运动的特征。



查尔斯·伦尼·麦金托什的《苏格兰音乐回顾》



彼得·贝伦斯的《AEG电灯泡》产品海报

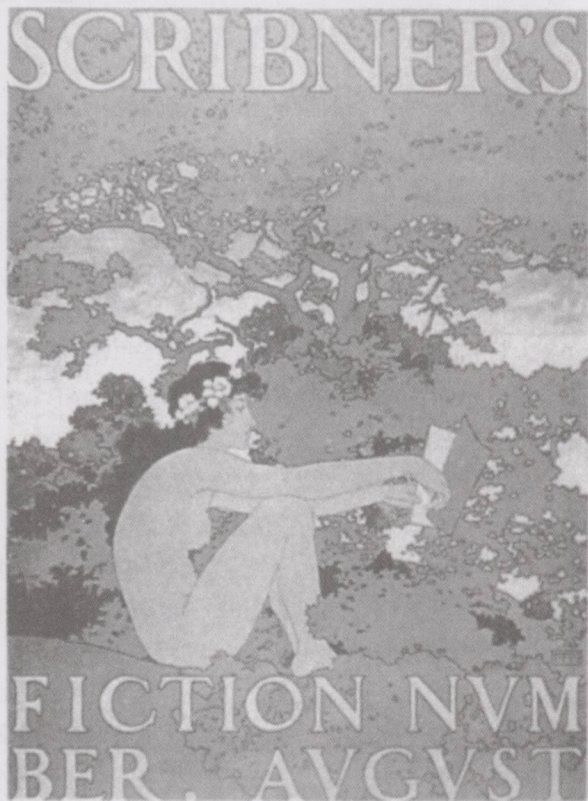


彼得·贝伦斯的《吻》

新艺术运动也在德国出现并发展，但是德国人称这个新艺术运动为“青年风格”运动。其中两个非常重要的平面设计家，他们是彼得·贝伦斯和奥托艾克曼。他们的设计风格受法国新艺术运动海报的影响，同时也具有自己的个人特色。

彼得·贝伦斯（Peter Behrens 1868～1940）是德国青年风格中最具影响力的设计师之一，他的创作灵感往往来自于动植物，从中探索并凝练出抽象的集合纹样。他的作品探求“工业化时代的视觉传达”，其主观色彩和抽象形象已具有现代设计意识。

美国新艺术运动日益集中到海报和书籍插图两个方面，特别是海报设计吸引了很多年轻的艺术家和设计家的兴趣。20世纪初期，美国涌现出新一代的平面设计师，他们把上一代的工作继续下去。其中比较重要的是杰出的设计家和艺术家马克斯菲尔德·派里什（Maxfield Parrish），他设计了大量的书籍、插图、海报，逐步形成自己的独特风格。



马克斯菲尔德·派里什的海报作品

二、象征主义

象征主义艺术是19世纪末出现在法国的非常显著的艺术运动流派。象征主义的招贴采用理性和抽象的表现手法，在作品中注入了作者的主观理念和情感，强调形象和色彩的象征性、隐喻性，通过艺术化了的客观对应物象来暗示某种神秘的构成。采用新艺术运动的线性形式和有机形态来表现神话中或民间流传的形象，象征某一事物或观念，形成早期象征主义的神秘特征。代表人物有荷兰画家简·特鲁普（Jan Toorop）等。

三、装饰艺术

装饰艺术运动是20世纪20到30年代在法国、美国 and 英国等国家开展的一次风格特殊的设计运动，后流行于世界，是20世纪前半叶最重要的设计运动之一。该运动受到现代主义运动很大的影响，所以在造型和色彩上或多或少带有现代主义的特征。但是它的服务对象依然是社会上层和权贵。在当时的历史背景下，现代化的工业发展已经改变了传统的社会生活和人们的总体意识形态，而设计师与艺术家也在这样的历史环境中寻求一种新颖的艺术设计样式，针对当时的社会背景用这种新的装饰风格体现出现代性的生活特征。在设计理念上，装饰艺术运动是对新艺术运动过多强调装饰性意味的一种否定，它反对古典主义与自然主义及单纯手工艺形态，主张采用现代社会产生的机械形式而形成的审美态度。从设计史的角度反观其发展，这种现代性的设计趋向是符合历史发展逻辑的，体现出一种设计的理性与进步。但这场运动没有深入到设计内涵等更深的层面，大多停留在装饰形式的改变上，即以新的装饰替代旧的装饰。仅从平面设计的角度而言，装饰艺术运动最大的贡献在于色彩的表现上和造型的组合上体现了更多的现代性意味。这些平面作品注重色彩与图案线条的清晰性，大量采用简单抽象的几何形态和直线性的装饰图案，达到了一种符合现代性审美倾向的简约明快的装饰效果。

装饰运动在风格形式上受到下列几个因素的影响而形成：埃及等古代装饰风格的实用性借鉴；原始艺术的影响；简单几何外形的运用；舞台艺术及现代汽车等的影响，从而形成自己独特的色彩系列。

法国不仅是招贴的发源地，也是各种不同风格流派盛行的中心，1925年“装饰艺术展览会”使法国的装饰运动影响到世界各国。装饰运动在法国的招贴设计注重色彩明快和线条清晰，强调装饰味道。大量的法国艺术家和设计家在这一时期从事商业招贴和其他平面设计，在这些领域中发展了这场运动的风格，取得了相当惊人的成就。他们不少是为推销产品而创作的，但这些广告、海报都具有特别的形式主义特点，色彩明快、构图特别，不只是简单的产品照片或者效果图，而是很多都采用巴黎的夜生活作为背景，具有强烈的时代感。

卡桑德尔（Cassander，1901～1968）是从俄国移民到法国的画家，曾专门为巴黎赌场卡西诺设计海报，作品主要有《北方快递》、《L'Intran Sigeant》、《北方之星》等，都成为装饰运动的经典之作。卡桑德尔也是装饰艺术运动时期极负盛名的设计家，他的设计受立



卡桑德尔的《北方快递》



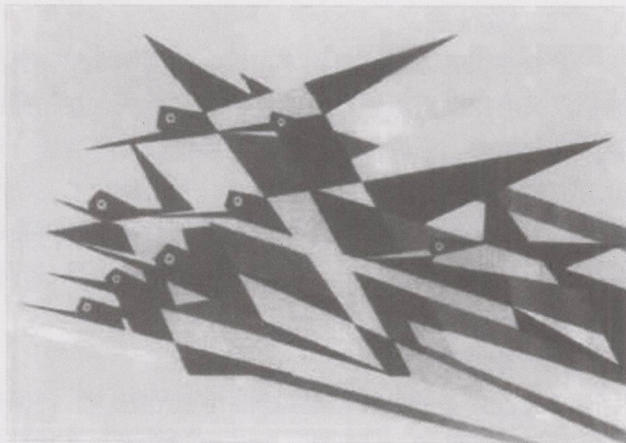
卡桑德尔的《北方之星》

体主义绘画的影响深刻，同时具有强烈的装饰艺术运动特色。他为振兴法国招贴艺术做出了巨大贡献，在现代招贴史上有极其重要的地位。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 and 透视方法，使其作品充满了时代感和形式感，构成了卡桑德尔招贴设计的独特风格。

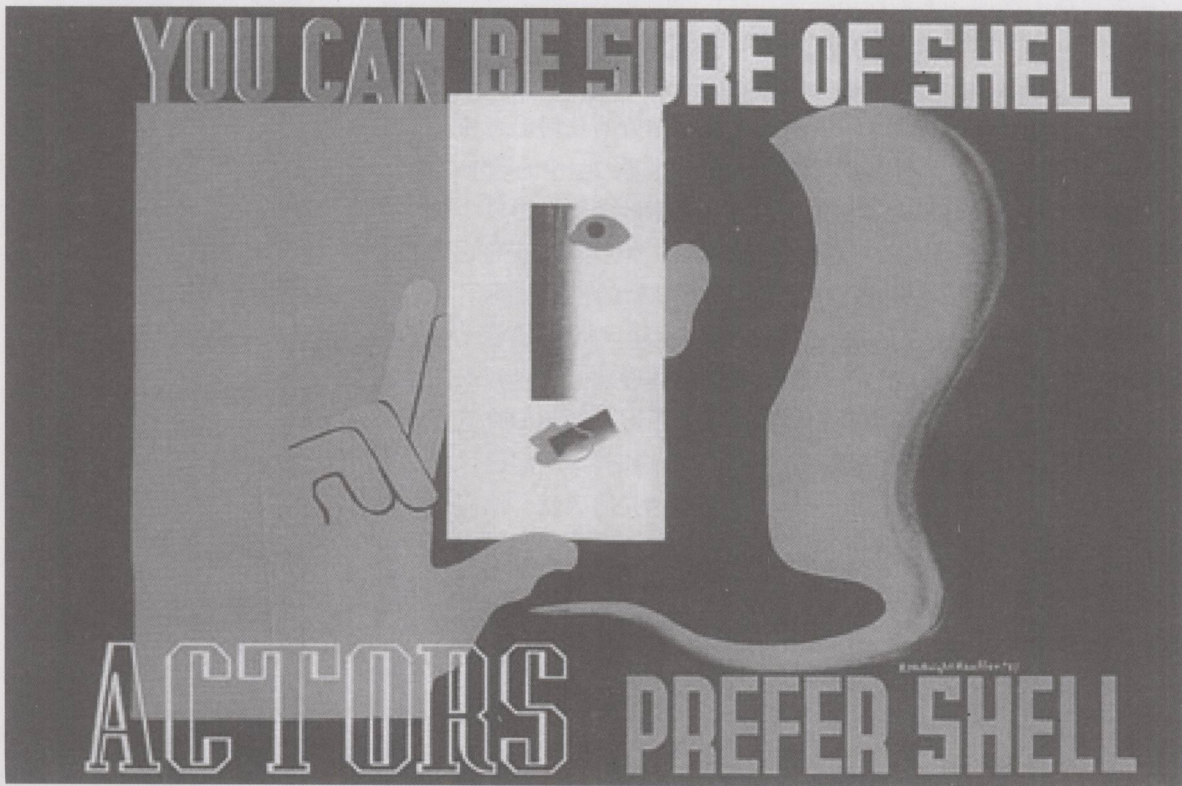
这一时期的招贴设计师还有伊·麦克奈特·考佛（Edward Mcknight Kauffer 1890~1954）。出生在美国的考佛是装饰艺术运动平面设计的重要代表人物，他设计的海报具有个人的鲜明风格：色彩鲜艳，图形

大量采用几何形式，特别是明显地采用立体主义的形式特征来进行设计，而反映的内容也具有现代化的特征。比如大胆采用现代化风景、性感女性为题材，可以说已经具有装饰艺术运动的基本特征，它的海报对当时的平面设计产生了很大的影响。

此外，在“装饰艺术”运动的影响下，欧美一些国家逐渐兴起了以招贴海报为主的一种新平面设计运动，称为“图画现代主义”运动。该运动以绘画作为设计的中心内容，兼而受到了现代主义艺术运动的影响，因此这个运动的风格与设计形式对日后，特别是二战以后的大量商业性海报的创作起到了一定的影响。



伊·麦克奈特·考佛的《鸟的飞翔》招贴



伊·麦克奈特·考佛的招贴