

中国高等院校艺术设计专业系列教材（进阶版）

# 招贴设计

汤义勇 编著



连续15年畅销全国20多个省市  
累计加印26次  
荣获上海普通高校优秀教材奖  
全国高等院校艺术设计专业必备教材

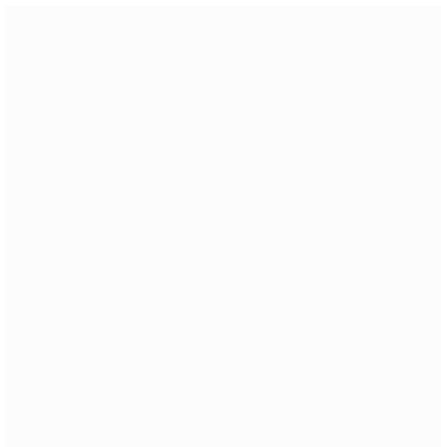
上海人民美术出版社

中国高等院校艺术设计专业系列教材  
(进阶版)

# 招贴设计

## Poster Design

汤义勇



上海人民美術出版社

---

## 图书在版编目 (C I P) 数据

招贴设计: 进阶版 / 汤义勇编著. —上海: 上海人民美术出版社, 2015.7

中国高等院校艺术设计专业系列教材

ISBN 978-7-5322-9445-9

I. ①招… II. ①汤… 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 (2015) 第091937号

---

## 招贴设计 (进阶版) ——中国高等院校艺术设计专业系列教材

---

编 著 者: 汤义勇

责任编辑: 陈 铖

技术编辑: 季 卫

出版发行: 上海人民美术出版社

上海市长乐路672弄33号

邮编: 200040 电话: 021-54044520

网 址: [www.shrmms.com](http://www.shrmms.com)

印 刷: 上海锦佳印刷有限公司

开 本: 787×1092 1/16 10.5印张

版 次: 2015年7月第1版

印 次: 2015年7月第1次

印 数: 0001-3300

书 号: ISBN 978-7-5322-9445-9

定 价: 45.00元

# 前言

招贴广告的英文名称是“Poster”，意为张贴在大木柱上，或墙上，或车辆上的印刷广告。在牛津英汉词典中，意指展示在公共场所的告示（Placard Displayed in Public Place）。

从19世纪下半叶起，招贴就以它独特的魅力在众多宣传媒体中确立了其设计王座的地位。由于招贴兼有绘画和设计的特点，以及招贴在社会上所产生的巨大影响，许多极具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互为融合，把多种表现形式和手段及技法综合运用，使招贴呈现出风格迥异、精彩纷呈的多元化发展的格局。他们的作品既传达了某种观念或信息，又提升了艺术品位和价值，同时也使招贴成为具有历史和艺术价值的收藏品。

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的交流 and 融合，以及现代科技、文化、艺术、现代广告给招贴带来的新观念，招贴已不再受某种风格流派的约束。设计家突破各种常规，在注重信息传达功能的同时，更为注重独特风格的发展和富有创意的设计。他们将招贴广告视为沟通思想的媒介，并把情感融入设计之中，使招贴广告获得了更为打动人心的力量。在激烈的市场经济竞争中，广告已发展成为一种新兴的产业，而招贴作为广告的一种形态，也从单一的活动方式转向

通过团队方式共同协力完成，并从单一的媒介转向全方位、全媒介、一体化的整合广告活动。

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和竞争，但它们始终不能被取代，这是由招贴具有的特征与功能所决定的。大尺寸的画面、强烈的视觉冲击力、卓越的创意构成了现代招贴最主要的特征。它以其独特的方式出现在各种公共场合，远距离就能吸引社会公众的注意力，没有一种媒体能像招贴那样，在一张纸上反映着如此丰富的思想内涵，并迅速而有效地传达具有个性化的信息。正如日本著名设计家田中一光先生所说的那样，“海报不仅传达信息简单明了、能瞬间扣住人心、留下印象，而且搬运简单，无论何时何地都不必借用机器设备就能让人观赏”，“海报是一张充满信息情报的纸”，“作为世界各国人士之间交流的海报，具有设计上独特的普遍手法和情感，优秀的作品可以跨越国境，与人‘促膝谈心’，相互理解，近年各国招贴被人收藏，正因为有它的时代性和永久性”，“海报至今依然是广告宣传的中坚力量”，“海报不仅现在、将来也将永远占有设计王座的地位”，“否则，不会像现在那样，在所有国家和城市举行如此盛大的国际招贴展”。

世界权威性设计机构的创建，国际性招贴展的不断举行，以及有关招贴设计专著、招贴年鉴的出版，有力

地促进了现代招贴朝更高层次方向发展,使招贴至今仍处于视觉表现的主轴地位。国际上重要的招贴展有波兰华沙国际招贴设计艺术双年展、捷克布尔诺国际图形设计艺术双年展、美国科罗拉多国际广告招贴邀请双年展、墨西哥国际广告设计艺术双年展、俄罗斯莫斯科国际广告设计双年展、芬兰拉赫蒂国际广告设计艺术双年展等等。这些高水平的招贴展,不仅吸引了很多观众和设计同行前去欣赏与交流,增进了世界人民之间的了解和友谊,而且还使招贴在更广泛的范围内传播信息,使招贴发挥了更大的广告效应。招贴已发展成为一种普及的视觉艺术并进入了历史上最兴盛的时期。

从招贴的发展历史中,我们可以发现,世界上最卓越的设计师,几乎都因在招贴设计方面取得非凡成就而闻名于世。因此,从某种意义上来说,对招贴设计进行深入的研究也已成为设计家获得成功的必经之路。国内外著名的艺术设计院校,都将招贴设计列为最主要的专业设计课程之一,这是由它在广告设计中的重要地位以及它所具备的特殊的视觉语言所决定的。招贴作为一种视觉传达艺术,最能体现出平面设计的形式特征。它具有视觉设计最主要的基本要素,它的设计理念、表现手段及技法较之其他广告媒介更具典型性。因而先学习招贴设计,然后再学习其他媒介设计,能起到以点带面的

作用,是进行专业设计学习的一个行之有效的好方法。

当今世界已进入信息时代,现代高新科技的发展,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、广阔的表现空间,同时也将使设计的内涵与外延发生重大的变化。而知识经济的到来和市场的发展,以及竞争的日趋加剧,市场对设计人才也有着更高的要求。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。如社会学、经济学、心理学、广告学、营销学、美学、文学、绘画、印刷工艺、多媒体技术、各种应用软件等等。要全面提高设计者的综合素质,使设计者对人类和社会有较为深刻的理解,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的需要。它将有助于开拓创造性的构想,有助于从新的视角来发现和审视相距遥远的事物之间的关联性和新的组合关系,在多向的思维中独辟蹊径,并取得创造性的成果。

我们正在走向一个崭新的时代,我们关注现实,但更寄希望于未来。今天,具有中国独特风格的招贴,在世界性的招贴展中频频获奖,取得了具有历史意义的突破性的进展。明天,我们深信中国设计师将会在招贴设计领域取得更为辉煌的成就。

# 目录

|                                     |    |                    |    |
|-------------------------------------|----|--------------------|----|
| 第一章 招贴的历史                           | 1  | 八、波普艺术             | 30 |
| 第一节 招贴的起源（1866年以前的招贴）               | 1  | 九、德国               | 31 |
| 第二节 现代招贴的产生、发展与风格流派<br>（1866—1918年） | 3  | 十、日本               | 32 |
| 一、现代招贴的产生                           | 3  | 十一、中国              | 34 |
| 二、新艺术运动                             | 5  | 十二、后现代主义           | 36 |
| 三、象征主义                              | 8  | 十三、法国格拉普斯设计集团      | 38 |
| 四、表现主义                              | 8  |                    |    |
| 第三节 装饰艺术、现代主义与招贴的繁盛<br>（1918—1945年） | 9  | 第二章 招贴的分类、特征与功能    | 41 |
| 一、装饰艺术                              | 9  | 第一节 招贴的分类          | 41 |
| 二、客观广告                              | 13 | 一、社会公共招贴           | 41 |
| 三、构成主义                              | 13 | 二、商业招贴             | 41 |
| 四、荷兰风格派                             | 14 | 三、艺术招贴             | 41 |
| 五、包豪斯                               | 15 | 第二节 招贴的特征          | 41 |
| 六、立体主义                              | 16 | 一、大尺寸的画面           | 41 |
| 七、未来主义                              | 16 | 二、强烈的视觉冲击力         | 41 |
| 八、达达派                               | 17 | 三、卓越的创意            | 42 |
| 九、超现实主义                             | 18 | 第三节 招贴的功能          | 43 |
| 十、战争与招贴                             | 20 |                    |    |
| 第四节 战后招贴的发展与风格流派<br>（1945—1985年）    | 23 | 第三章 招贴的创意          | 47 |
| 一、瑞士风格                              | 23 | 第一节 招贴创意的含义        | 47 |
| 二、波兰招贴                              | 24 | 第二节 社会公共招贴与创意      | 48 |
| 三、美国纽约学派                            | 26 | 一、关注现实，关注未来        | 49 |
| 四、意大利“米兰风格”                         | 28 | 二、社会调研和资料的分析与研究    | 50 |
| 五、光效应艺术                             | 28 | 三、社会公共招贴主题的确       | 52 |
| 六、“嬉皮士”招贴                           | 29 | 第三节 商业招贴与创意        | 53 |
| 七、美国“波什平”设计事务所                      | 30 | 一、市场调研与分析——创意的前提条件 | 53 |
|                                     |    | 二、创意的策略要点          | 56 |
|                                     |    | 三、创意与消费者心理         | 57 |
|                                     |    | 四、商业招贴主题的确         | 59 |

|                  |    |                     |     |
|------------------|----|---------------------|-----|
| 第四节 创造性思维        | 60 | 八、矛盾空间              | 98  |
| 一、创造性思维的含义       | 60 | 九、置换                | 99  |
| 二、创造性思维的特征       | 60 | 十、形的破坏              | 100 |
| 三、发散思维           | 61 | 十一、夸张与变形            | 102 |
| 第五节 创意的原则与方法     | 64 | 十二、幽默与讽刺            | 103 |
| 一、创意的原则          | 64 | 十三、倒置               | 104 |
| 二、创意的方法          | 65 | 十四、摄影蒙太奇            | 105 |
|                  |    | 十五、隐形构成             | 105 |
|                  |    | 十六、名作利用             | 106 |
| 第四章 招贴的构成要素与编排设计 | 67 | 第二节 招贴的表现形式与技法      | 107 |
| 第一节 招贴的构成要素      | 67 | 一、绘画表现形式            | 107 |
| 一、图形             | 67 | 二、摄影表现形式            | 108 |
| 二、文字             | 73 | 三、电脑设计              | 110 |
| 三、色彩             | 78 |                     |     |
| 第二节 招贴的编排设计      | 80 | 第六章 招贴的设计程序与实例解析    | 115 |
| 一、编排设计的可视性与逻辑性   | 80 | 第一节 招贴的设计程序         | 115 |
| 二、视觉流程规律         | 80 | 一、招贴的选题方式           | 115 |
| 三、视线的诱导因素        | 81 | 二、主题的确定与创意的形成       | 115 |
| 四、编排设计中的空间运用     | 81 | 三、选择和确定恰当的表现手段和表现形式 | 116 |
| 五、图形与文字的编排设计     | 83 | 四、设计制作过程            | 116 |
|                  |    | 第二节 实例解析            | 116 |
| 第五章 招贴创作与表现      | 87 | 第三节 国内外艺术设计院校作品     | 120 |
| 第一节 招贴的表现手段      | 87 |                     |     |
| 一、想象             | 87 | 附录 国内外优秀招贴作品        | 127 |
| 二、比喻             | 90 | 后记                  | 158 |
| 三、象征             | 91 | 参考书目                | 159 |
| 四、拟人             | 93 |                     |     |
| 五、图形同构           | 93 |                     |     |
| 六、重复             | 96 |                     |     |
| 七、变异             | 97 |                     |     |

## 第一章 招贴的历史

纵观招贴发展史，我们可以看到前人的作品所代表和反映的时代，以及设计观念、表现形式与审美情趣方面的演变，可以感受到作品透射出的深层文化底蕴，并由此探究社会政治、经济、文化、艺术与招贴的密切关系，从而了解招贴的起源、发展和风格流派的形成。

回顾和研究历史不是为了过去，而是为了现在和未来。它有助于我们从历史的角度去审视和借鉴前人的经验，理顺传统与现代的关系，扩大视野；更有助于我们在优秀传统文化和现代文明的基础上，运用现代设计理念和表现形式，满怀信心地去创造光辉灿烂的未来。

### 第一节 招贴的起源

（1866年以前的招贴）

世界上最早的招贴是埃及的一张寻人文字广告，尺寸 20cm × 25cm，内容为追捕一名逃跑的奴隶，广告主愿以金币酬赏。这张 3000 年前写在“莎草纸”上的招贴现存于英国伦敦博物馆。

中国最早的招贴出现于 11 世纪（宋朝），它是山东济南刘家功夫针铺的一张印刷广告。铜版 4 寸见方，内容是有关产品的质地和销售办法，画面图文结合，并通过雕刻铜版印

刷工艺完成。它是迄今为止世界上发现的最早的印刷广告，比英国的印刷广告要早 400 年左右，现存于中国历史博物馆。

13 世纪，中国的木刻版印刷技术被引入西方，彻底改变了欧洲在布料上印刷图形的历史，木刻版印刷的图形和文字在社会各阶层广泛传播。

15 世纪，德国人古登堡（Gutenberg，1387—1468 年）在木刻版印刷的基础上于 1450 年研制成活版印刷，这种在纸张上使用活版印刷的技术，使招贴作为一种向大众传播信息的媒介迈开了坚实的一步。1473 年，英国印刷家威廉·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



1 山东济南刘家功夫针铺广告，11世纪

门口,这是国外最早用印刷工艺制成的招贴。从此,采用印刷形式的招贴开始流行,招贴成为向大众传播信息最主要的媒介之一。

16世纪,在图形和字体设计领域开始运用数比法则,并不断探索科学与艺术相结合的道路。尤其值得一提的是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现代超现实主义倾向。合理的比例、花饰字体的设计、精美的插图,在法国巴黎形成了优美典雅的“国际风格”,并很快流行于西方。为适应社会对印刷设计的大量需求,欧洲很多国家相继建立了印刷图形设计中心,图文印刷设计在欧洲得到了普及和提高。

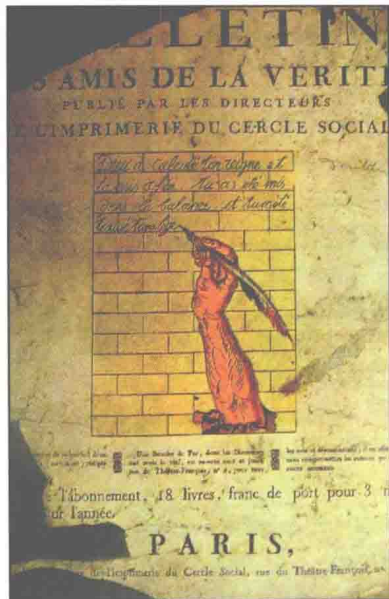
17世纪,意大利的巴洛克风格流行于欧洲图形设计领域,在形、色、质及细部刻画等方面都表现得极为精致,具有热情、奔放、奇特和豪华的时代特征。由于印刷设计的巨大影响,法国还设立了印刷学术委员会,专门研究图形与字体的印刷设计。

18世纪,在图形与字体设计领域,先后出现了法国的洛可可风格和意大利的现代风格。前者的装饰设计具有崇尚贵族风尚的时代特征,后者注重几何形和空间的设

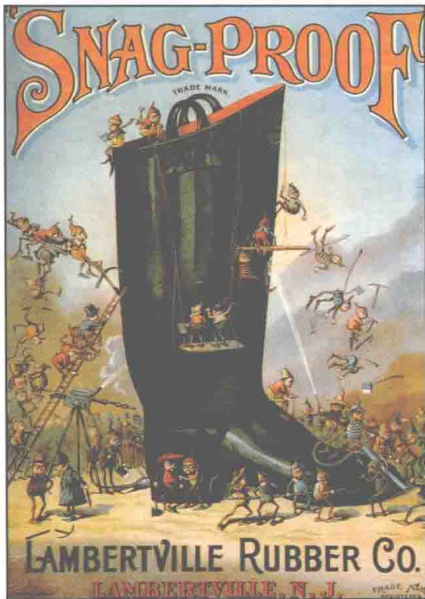
计,强调对比与统一,构图均衡、色调柔和轻快。与此同时,字体研究也有了突破性的进展,创造出了许多适合招贴印刷用的新字体,如埃及体、爱奥尼亚体、透视体、克拉伦登体、多利安体、珍珠体等。随着科学技术的发展,还出现了许多新学科的符号系统,如数学、天文、物理、化学、生物、地理等,这些都为现代招贴注入了新的视觉表现元素。1798年,德国人阿洛伊斯·森佛尔德(Aloys Senefelder)发明了石版印刷技术,使各种绘画作品能真实地得以再现,使艺术家有可能直接在石板上进行各种创作,这项技术对招贴设计的发展具有重要意义。

19世纪,产业革命引发了一系列的发明创造,对招贴的发展起到了很大的推动作用,使设计师有了更广阔的表现空间。1803年和1811年,英国先后发明了造纸机和高速印刷机,效率高、成本低,印刷尺寸也有了很大改观。1826年,法国人涅普斯试制成功第一张摄影图像。1830年,英国画家夏普研制出分色套印的彩色石版画,具有很好的视觉效果,逼真而又富有绘画艺术性,可以达到近似油画的效果,使源于古希腊的“石印”在19世纪得到了空前的发展。1835年,英

- 1 《真理公报》招贴,1872年
- 2 LAMBERTVILLE橡胶公司广告(美国),1890年
- 3 咖啡馆海报,劳特累克(法国),1892年



1



2



3

国画家塔尔博特制作显微照片获得成功。摄影技术的发明和发展,对招贴设计产生了重大和深远的影响,摄影已发展成为现代招贴设计最主要的表现形式之一。1860年,大版面印刷机问世,大尺寸的招贴开始出现在街头、广场等大众场所,产生很好的远视效果。1881年,法国巴黎的杂志印刷首次采用彩色照相制版工艺,使印刷质量有了质的飞跃。招贴作为大众传播最主要的媒介之一,在促进销售、普及知识等方面发挥了很大的作用。

上述一系列的重要因素,为现代招贴的产生奠定了新的视觉语言形式基础和必要的物质基础,预示着招贴设计全新时期即将到来。

## 第二节 现代招贴的产生、发展与风格流派 (1866—1918年)

从现代招贴的产生到第一次世界大战这一期间,大批有才华的著名画家和设计家投身于招贴设计行列,创作了具有新艺术运动、象征主义、表现主义等多种风格的招贴。其数量之多、题材之广、作用之大,前所未有。招贴所产生的巨大影响,引起了社会公众极大的关注和热烈响应。招贴再度成为大众传

播最主要的媒介,同时也确立其设计王座的地位。招贴以其蓬勃发展的态势进入了空前的繁荣期。

### 一、现代招贴的产生

朱尔斯·谢雷特(Jules Cheret, 1836—1932年),法国著名画家和设计家。他于1866年在巴黎自己的印刷厂设计制作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。

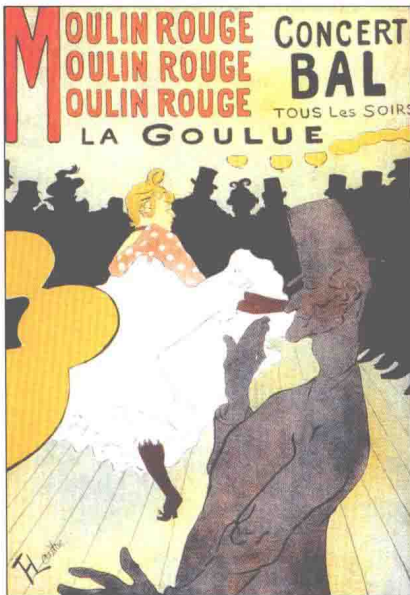
谢雷特直接在石板上画招贴作品,图形写实,色彩明快华丽,形式多样,整个画面洋溢着热烈欢快的情调。他把多种绘画风格和传统的壁画艺术融入招贴作品,使之产生非常强烈的视觉效果。他的作品具有较为明显的个人风格,有很强的绘画性和装饰性,正如丁·巴尼克所指出的:“谢雷特之所以成为世界招贴历史上第一位大师,并不是因为他创作了数以千计的招贴作品,而是因为这些作品都是伟大的艺术品。”

谢雷特一生创作了1000多幅各类招贴作品,有的作品印数多达20万张,大型招贴的尺寸有时高达2.4米,其题材涉及社会生活的各个方面,对社会和艺术界产生了巨大影响。1889年,谢雷特获得了国际招贴设计的金奖。

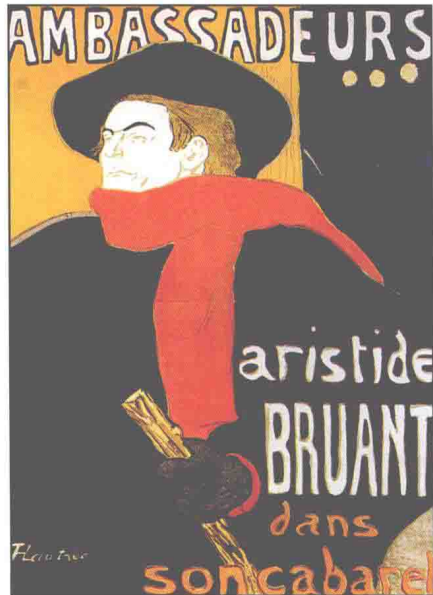
- 4 BROOK牌羊毛线, 1879年
- 5 《红磨坊》, 劳特累克(法国), 1891年
- 6 《大使》戏剧演出海报, 劳特累克(法国), 1892年



4



5



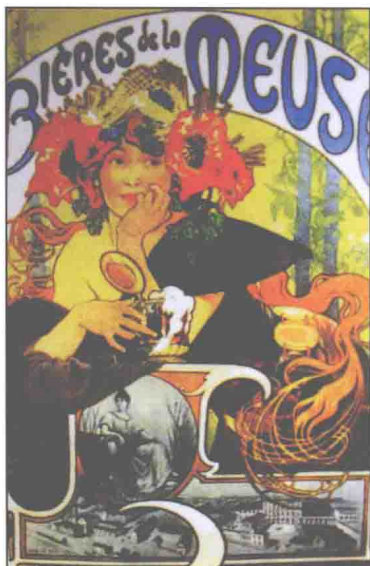
6



1



2



3



4

1/2 JEROME B. RICE公司蔬菜广告(美国), 广告协会, 1887—1889年

3 默兹啤酒, 穆查(法国), 1897年

4 香水广告, 利维蒙特(比利时), 1899年

1890年, 法国政府授予他荣誉勋章。在他逝世后, 尼斯城还设立了谢雷特的展览馆, 专门收藏并展示他的作品。谢雷特以他特有的艺术天赋和旺盛的精力, 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作出了很大贡献, 被史学家誉为“现代招贴之父”。

土鲁斯·劳特累克(Toulouse Lautrec, 1864—1901年), 法国后期印象主义著名画家和设计家, 在招贴历史上占有重要的地位。他的作品具有浪漫主义的特色, 注重理念的表达, 图形高度概括, 色彩和谐统一, 画面强调装饰性。他还受到了日本浮世绘木版画的影响, 如平面动态构图以及粗犷的外轮廓线等。劳特累克的作品具有一种愤世嫉俗的激情, 招贴题材多为表现娱乐场所的生活景象, 他采用富有漫画意味的幽默和讽刺的表现手段, 使招贴的主题具有一定的寓意和象征, 因而更具深刻的社会意义。

劳特累克创作的招贴作品, 既是向大众传播信息的媒介, 同时又是公认的世界一流的绘画作品。他在招贴设计领域的杰出成就, 将招贴这一独立的艺术形式提升了品位和质量, 同时也提高了他的知名度。劳特累克的

招贴作品对当时绘画界的影响很大, 如他的《玛丽·弥尔顿》就挂在毕加索在巴黎居住的屋内墙上, 这在毕加索的作品《蓝屋》中可得到佐证。

弗雷德里克·沃克(Frederick Walker), 英国著名招贴设计家。他的戏剧招贴《白衣女士》(The Woman in White, 1871年)具有现代招贴设计的特征, 画面主体形象突出, 信息传达明确, 当时轰动伦敦设计界。

由于招贴兼有绘画和设计的特点, 而且它能产生巨大的影响, 一些著名的画家和设计师纷纷参与招贴设计。如夏尔丹的商业招贴、马奈的书籍招贴、柴特的戏剧招贴, 还有华尔克、格拉赛、马查等人的招贴, 风格迥异, 精彩纷呈。这些既是广告又是美术作品的招贴极具艺术性和影响力, 在公众场所——街道、广场张贴, 立刻震惊了艺术界和商业界, 引起社会极大的关注和巨大反响。1881年, 法国政府鼓励出版自由法规的公布, 使马路、街头、广场等公众场合立刻成了招贴的世界。招贴在“露天画廊”被视为艺术品欣赏, 这在19世纪美术史上被称为“绘画室外化”的大事件。招贴得到了空前的普及, 并再度成为大众传播的最主要的媒介之一。

1884年, 法国巴黎举办首次招贴设计展,

吸引了众多参观者。与此同时,有关招贴设计的专著出版发行,招贴开始成为具有历史和艺术价值的收藏品。1891年,法国萨戈特画廊举办招贴画展,展出了许多艺术家精彩的作品,这是画廊首次单独为招贴举办的展览。

## 二、新艺术运动

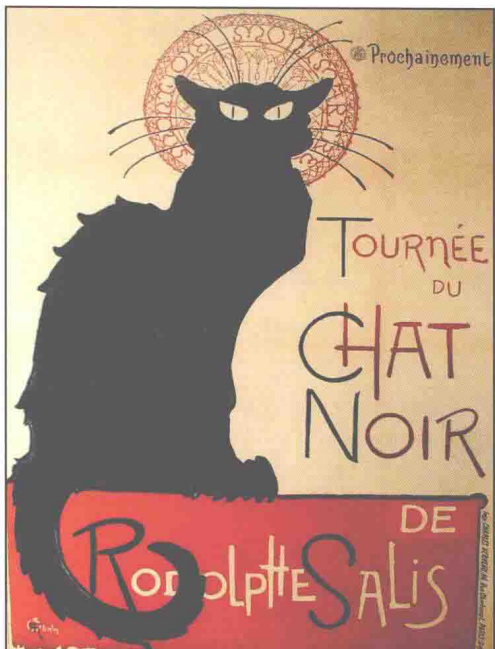
19世纪末,法国产生了新艺术运动(Art Nouveau),这是从英国工艺美术运动中派生出来的新型的装饰艺术运动。

新艺术运动主张对矫饰的维多利亚风格以及传统的装饰风格进行反思,提倡师法自然,从自然形态中提取新风格的视觉表现元素,如从动物、植物的生长规律等方面去发掘其本质的形态。新艺术运动追求创新设计的美感,追求绘画装饰效果以及线的表现力,否定直线,用富有内在活力的曲线和有机形态来表现形象。新艺术运动的很多图形都是从自然形态中抽象出来的,其蜿蜒交错的曲线和运动的形态充满了生命的活力,并具有很强的装饰性和韵律感。在形象的塑造上,采用装饰性的平面的形和色,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。

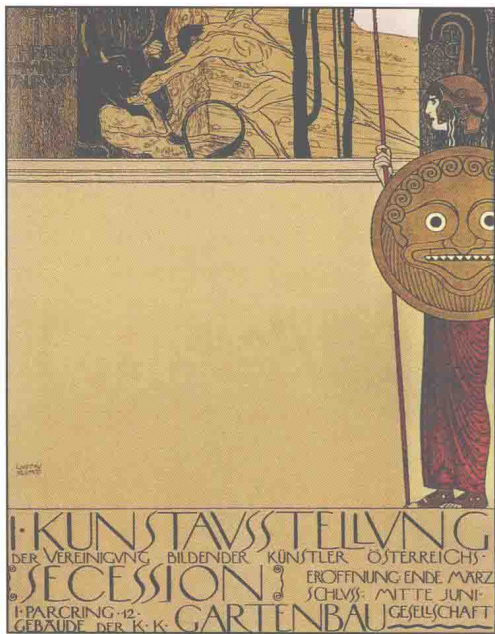
新艺术运动对欧美艺术和招贴设计产生了巨大的影响,形成了多元化的装饰艺术风格。新艺术运动在不同国家名称也不尽相同,在法国、美国、英国称之为新艺术,而在意大利称之为自由派风格(Seile Liberty Style),在奥地利维也纳称之为分离派风格(Secession Style),在德国称之为青年风格(Jugendstil Style)。

阿尔丰斯·穆查(Aiphonse Mucha, 1860—1939年),法国著名设计家。他的招贴作品体现了法国新艺术运动的主要特征,如非对称的动态构图、以曲线为主的表现形式、华丽明快的装饰色彩、高度概括的理想形象、在主观上强调装饰美的因素等。他的作品中经常出现用平面化处理的理想化女性形象,各种民间图案(包括拜占庭镶嵌图案),各种动物、植物、花卉,如棕榈枝叶、葡萄藤蔓、

玫瑰、鲜花、孔雀、鸟。富有活力的曲线在画面中按审美需求缠绕,不同明度的物象根据画面需要进行重叠和穿插处理,从而产生了丰富的层次美。突出线的变化,注重大的动态线并用线来统一画面,具有类似工笔重彩的装饰效果。画面中的字体醒目突出,具有很好的信息传达功能。他在驾驭装饰艺术



5



6

5 黑野猫剧院海报,西奥菲·斯特勒恩(法国),1896年

运用变形的表现手段对猫进行了适度的夸张,除了结构的变形外,还特别注重各种装饰细节的处理。

6 第一届维也纳分离派展览,克里姆特(奥地利),1902年

语言方面得心应手，创作出了大量的招贴作品，是法国新艺术运动杰出的代表。

法国新艺术运动时期招贴设计代表人物还有彼尔·博纳德（Pierre Bonnard）、斯坦林（Alexandre Steinlen）、格拉赛（Grasset）、白松（Paul Berthon）、马内艾尔·沃拉兹（Manuel Orazi）、乔治·德·弗赫（Georges De Feure）。

彼得·贝伦斯（Peter Behrens, 1868—1940年），德国青年风格中最有影响、最杰出的设计师之一。他从动物、植物、花卉中探索抽象的蔓叶花饰和几何形式，探索大工业时代的视觉传达语言，追求简朴的功能主义风格。他那主观的色彩和超时空的抽象形象已初具现代设计意识。他于1907年成为世界上最大的德国通用电器公司的设计师，负责该公司的印刷品设计、工业产品设计和建筑设计。

德国新艺术运动青年风格时期招贴设计的代表人物还有维克多·舒菲斯基（Victory Schufinsky）、约瑟夫·萨特勒（Josef Satter）、保罗·肖依尔克（Paul Scheurich）、埃德蒙·埃德尔（Edmund Edel）等。

古斯塔夫·克里姆特（Gustav Klimt, 1862—1918年），奥地利维也纳分离派的领

袖人物，著名画家。他强调个人的审美趣味、情绪的表现和想象的创造，他的作品中既有象征主义绘画内容上的哲理性，同时又具有东方的装饰趣味。他注重空间的比例分割和线的表现力，注重形式主义的设计风格。他那非对称的构图、装饰图案化的造型、重彩与线描的风格、金碧辉煌的基调、象征中潜在的神秘主义色彩、强烈的平面感和富丽璀璨的装饰效果，使画面弥漫着强烈的个性气质，对绘画艺术和招贴设计产生了巨大而又深远的影响。克里姆特的作品提升了招贴的艺术品位和价值，同时也使他名扬四海。

科罗曼·莫塞尔（Koloman Moser, 1878—1918年），维也纳分离派的主要成员。他的作品具有装饰美术和立体派的风格，倾向抽象的几何图形和构成设计，注重富有个性化的形象语言和视觉形式。

维也纳分离派招贴设计的代表人物还有艾尔弗雷德·罗勒（Alfred Rouel, 1864—1935年）、约瑟夫·霍夫曼（Josef Hoffmann, 1870—1956年）、约瑟夫·奥布里奇（Joseph Oblich, 1867—1908年）等。

英国新艺术运动时期的招贴，受比亚兹莱（Aubrey Beardsley）书籍插图的影响较

1 《拍卖周刊》海报，乔治·德·弗赫（法国），1899年

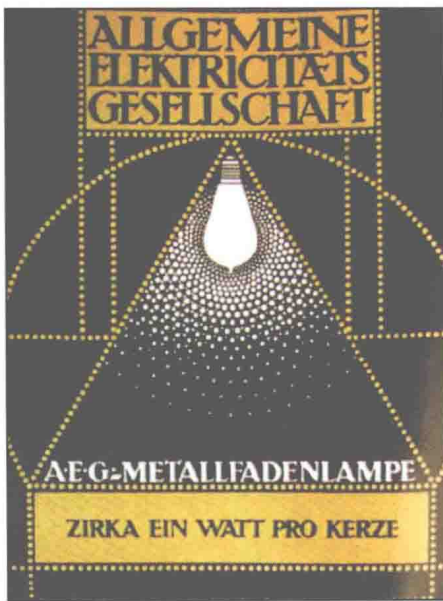
法国画家乔治·德·弗赫的招贴作品体现了法国新艺术运动的主要特征。他受波德莱尔诗歌与象征主义的影响，画面中平面化处理的理想化女性形象显得格外神秘与静谧。

2 AEG电灯泡，贝伦斯（德国），1910年  
用点的组合来对画面进行空间分割，通过点的密集与疏散来表现光的效果，视觉造型语言简洁、强烈，在一定程度上体现了设计家的特定个性。

3 《书写的墨水》，1911年



1



2



3



- 4 萨拉·本哈特美国巡演海报，阿尔丰斯·穆查（法国），1895年  
穆查的作品中经常出现理想化的美女形象、各种民间图案以及各种动植物。他追求线的表现力，注重丰富的层次感，强调装饰美的因素。华丽的“穆查风格”是早期法国新艺术的起源，同时他也是法国新艺术运动最主要的代表人物之一。
- 5 《欢乐女孩》，达德雷·哈迪（英国），1894年  
富有健康活力与韵味的少女，形象高度概括，线条流畅，背景简练。这张海报是达德雷·哈迪的最为著名的代表作品。

4

5

深，他们用精美细巧的线条和曲线为主的线性表现，使画面显得精致优美；用平面化处理的形象，使画面显得简洁而又概括；用对比调和的大色块，使画面更富有强烈的装饰性。在苏格兰，则注重格拉斯哥风格（Glasgow Style）：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、圆弧线的线性表现力等。

英国新艺术运动时期的主要设计师查尔斯·麦金托什的招贴作品《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，具有较强的装饰风格。

达德雷·哈迪（Dudley Hardy）在19世纪末被英国公众誉为“招贴之王”。他的戏剧招贴作品《欢乐女孩》（Agaity Girl, 1898年），画面高度简洁精炼，线条流畅洒脱，富有活力和韵味，受到英国公众的青睐。

英国新艺术运动时期的代表人物还有贝

格斯塔夫兄弟（Begarstaff Brothers）等。

凡·德·维尔德（Henry van de Velde, 1863—1957年），比利时新艺术运动的创始者，20世纪抽象表现主义的先驱，一个具有历史意义的承上启下的著名设计家。他早年从事绘画、建筑，后投身于设计事业。1899年移居德国，筹建魏玛工艺美校，即“包豪斯”（Bau Haus）前身并任校长。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。他从装饰图案和象征观念中提取抽象的表现元素，并把它应用到招贴设计中，使作品蕴含了抽象表现主义的潜在因素。动态的曲线、卷曲的花式、风格化的意象以及字体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。

在比利时新艺术运动时期，招贴设计的代表人物还有利维蒙特（Privat Livemont）、尤金·格拉塞特（Eugene Grasset）、亨利·莫涅（Henri Meunie）、维克多·米格诺（Victor

Mignot)。

1890年,招贴开始在美国流行。新艺术运动的风格成为招贴设计的主流,并出现了一批富有才华的招贴设计师,如威尔·布拉德利(Will Bradley, 1868—1962年)、爱德华·本菲尔德(Edward Penthiel, 1886—1926年)。

### 三、象征主义

1880年,法国出现了象征主义(Symbolism)。它受到新艺术运动风格(如维也纳分离派、德国的青年风格等)广泛而深刻的影响,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来传达出某种意念或思想。象征主义用外界的物象来隐喻、暗示某种神秘的构成,用新艺术运动的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家有荷兰著名画家简·特鲁普(Jan Toorop)、柯诺夫(Khnopff)、费利西安·罗普斯(Felicien Rops, 1833—1898年)。

### 四、表现主义

20世纪初,德国和奥地利等国开始流行表现主义(Expressionism)。表现主义有抽象和具象之分。

挪威著名画家蒙克(Edward Munch, 1863—1944年)的表现主义风格对整个北欧具有决定性的影响。《呐喊》是他的组画《生命》(1895年)中最负盛名的代表作,象征和隐喻的手法、扭曲变形的形象、主观的色彩、粗犷随意的笔触和激烈流动的线条组成的意象,给人以噩梦般的孤独和强烈的不安感,象征19世纪末人们的忧虑、恐惧和彷徨的心理。

德国表现主义画家埃米尔·诺尔德坚持的原则是:“转变真实的对象,直到它符合不曾表达过的情感为止。”他往往以具象的形体表现抽象的内容,强调色彩的动力和力量,作品中的形象和色彩极具夸张和寓意。

表现主义风格的招贴,注重主观意象和表现自我感受,用感情去夸张自然形象和色彩,用各种强有力的表现技巧来增加艺术感染力,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。表现主义开创了一个表现人的内心世界的天地,在世界范围内形成了广泛的影响,并在20世纪80年代发展成为新表现主义的设计美学。

奥斯卡·柯柯施卡(Oskar Kokoch Ka, 1886—1980年)是表现主义时期招贴设计的主要代表人物。从他的作品中可以感受到表现主义绘画因素的影响以及作为招贴设计的形式特征。

珂勒惠支(Kanthe Kollwitz, 1867—1945年),德国著名女画家。她的招贴作品《不要战争!》,画面简洁有力,在世界上产生了很大的影响。

表现主义时期招贴设计的主要代表人物还有凯尔希纳(Ernst Ludwig Kirchner),他的作品《Die Bneke 艺术运动展》被认为是第一幅具有表现主义风格的招贴,如粗犷有力的木刻表现形式、夸张和平面化处理的形象、对比强烈的色彩效果等。表现主义对现代招贴设计产生了广泛而深远的影响。



- 1 《弗兰德斯传说》, 罗普斯(荷兰), 1858年
- 2 柯柯施卡展览, 柯柯施卡(德国), 1907年  
具有表现主义风格的招贴。
- 3 《不要战争!》, 珂勒惠支(德国), 1923年
- 4 博尔萨利诺帽海报, Marcello Dudovich(意大利), 1911年
- 5 金巴利酒, 里昂尼塔·卡比罗(意大利), 1921年
- 6 农夫宁卫演出招贴, 达德雷·哈迪(英国)
- 7 Robert Portner 葡萄酒招贴(美国), 1900年

### 第三节 装饰艺术、现代主义与招贴的繁盛（1918—1945年）

20 世纪前半叶，两次世界大战及经济危机使整个社会动荡不安。在政治变革和科技、文化的双重冲击下，现代主义艺术的各种风格流派标新立异，此起彼伏，成因错综复杂。这种向传统观念挑战的新思潮，深刻影响了招贴设计家的创作理念。他们摒弃了旧有的设计模式，将绘画和设计的各种风格互为交

融，取长补短，创作出了具有装饰艺术、构成主义、风格派、包豪斯、立体主义、未来主义、达达派、超现实主义等多种风格的招贴，并使之呈现出风格迥异、精彩纷呈的多元化发展格局，招贴开始步入历史性的黄金时代。

#### 一、装饰艺术

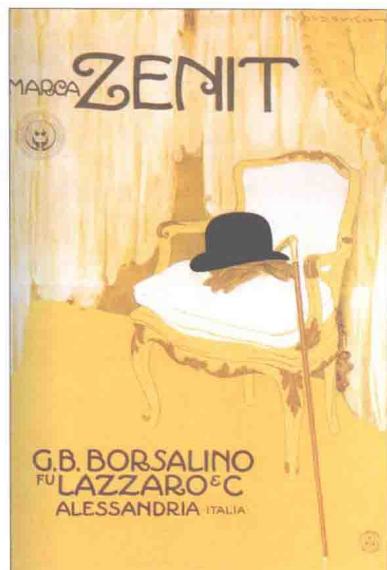
装饰艺术 (Art Deco) 1925 年起源于法国，后流行于世界，是 20 世纪前半叶的主导设计风格之一。法国不仅是招贴的发源地，而且也是各种不同风格流派盛行的中心，这就使



2



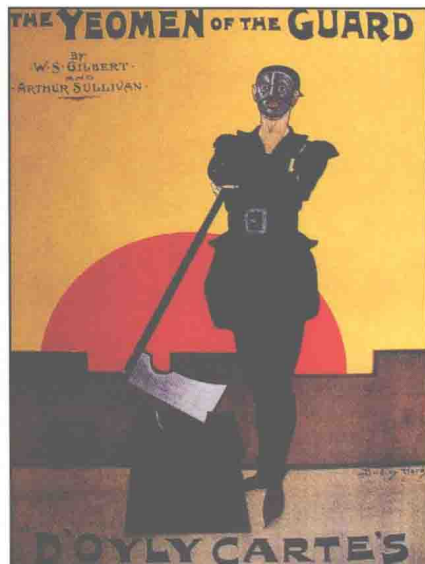
3



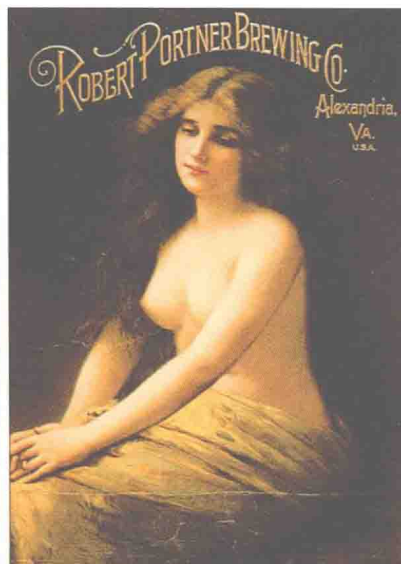
4



5



6



7

装饰艺术可以吸取当代各种流派（如维也纳分离派、包豪斯、立体主义、超现实主义等）的装饰特点，并形成自己独特的风格。如平面化处理的形象、夸张变形的造型、明快的色彩、不对称的几何图形、抽象的构成形式、综合性的表现技法、强烈的装饰性和时代感等。装饰艺术影响深远，在 20 世纪 80 年代体现在后现代主义的风格中。

卡桑德尔（Cassander, 1901—1968 年），装饰艺术运动时期最负盛名的设计家，1915 年从俄国移民到法国。他在全盛时期（1923—1930 年）创作的作品主要有《北方特快》、《L'Intran Sigeant》、《北方之星》、《Dubo-Dubo-Dubonnet》等。他为振兴法国的招贴艺术作出了巨大贡献，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、多角度的视点和透视手法，使作品充满了强烈的时代感和形式感，构成了卡桑德尔招贴设计的独特风格。

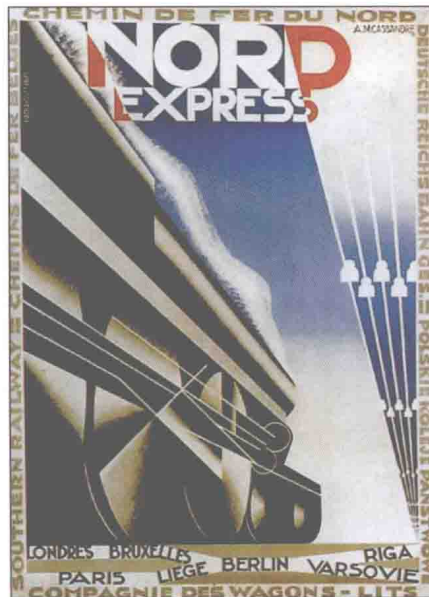
1927 年创作的名作《北方特快》确立了卡桑德尔作为招贴设计大师的地位。他将构成主义、未来主义等风格融入自己的作品中，探索高度简洁的形与明快的色彩对比产生的

感情表达，倡导对时代生活的感受和形式与内容的统一。他用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。

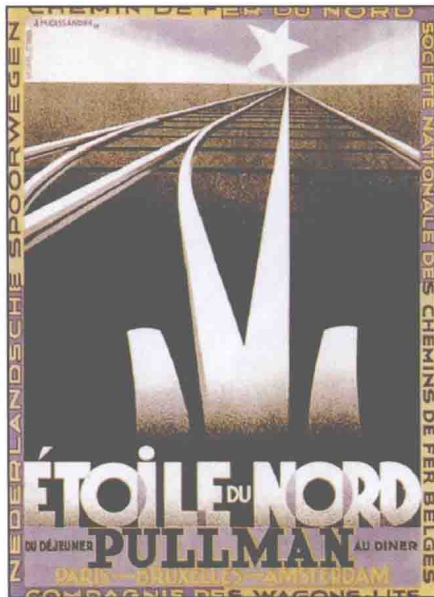
1927 年创作的名作《北方之星》是一幅为巴黎到阿姆斯特丹的“北方之星”夜班火车所作的招贴。如果说《北方特快》从夸张的仰视角度很好地表现了速度感的话，那么《北方之星》用近大远小的焦点透视，成功地体现了远在天边、近在眼前的空间感。卡桑德尔将形象简化到近乎图解的符号，并以抽象元素来表现和深化主题。他把文字作为视觉传达要素融入画面中，并与图形一起作由下而上的渐变，将视线导向纵深的北方之星，视觉流程合理、通畅，信息传达明确、清晰。

1931 年创作的旅游招贴《诺曼底号》，采用了正面仰视的角度，简洁的几何形构成的巨大船体形象直逼观众。他把空间设计成一个紧张的力场，通过大小、疏密、宽窄、黑白等强有力的对比，造成形体向四周扩张的力度感。这种左右对称的静态构图，使单纯

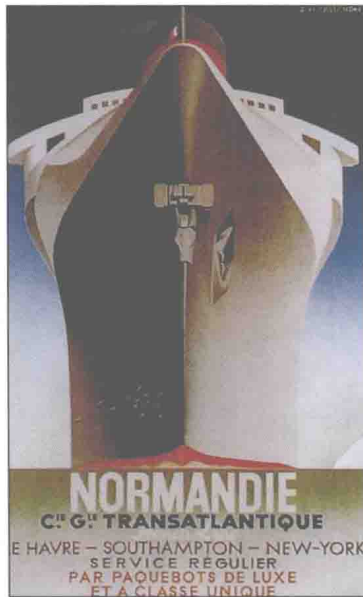
- 1 《北方特快》，卡桑德尔（法国），1927 年
- 2 《北方之星》，卡桑德尔（法国），1927 年
- 3 《诺曼底号》，卡桑德尔（法国），1931 年



1



2



3