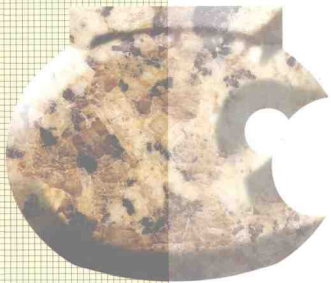


中国美术学院新设计系列教材

招贴设计基础

上海人民美術出版社

杜士英 著



中国美术学院新设计系列教材

招贴设计基础

上海人民美术出版社

杜士英 著



图书在版编目(CIP)数据

招贴设计基础/杜士英著.-上海:上海人民美术出版社,2009.1

(中国美术学院新设计系列教材)

ISBN 978-7-5322-5612-9

I. 招… II. 杜… III. 宣传画-设计-高等学校-教材 IV. J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 156970 号

中国美术学院新设计系列教材

招贴设计基础

总策划:李 新

著 者:杜士英

责任编辑:姚宏翔

流程编辑:赵春园

封面设计:陈厥川

版式设计:杜士英

技术编辑:季 卫

出版发行:上海人民美术出版社

(地址:上海长乐路672弄33号 邮编:200040)

印刷:上海丽佳制版印刷有限公司

开 本:700×910 1/12 12印张

版 次:2009年1月第1版

印 次:2009年1月第1次

印 数:0001-3300

书 号:ISBN 978-7-5322-5612-9

定 价:38.00 元

前 言

招贴在平面设计的众多媒介中是一种非常传统的、普通的、大众喜闻乐见的视觉媒介形式。现在,视觉媒介丰富多样,特别是电子媒介和网络媒介的普及,曾几次出现过招贴设计即将衰退的预言,可至今招贴广告仍然健在,仍然受到广大受众的欢迎。理由很简单,因为招贴只是用纸张印刷而成的,制作费用相对较低,并且很容易与展示的空间尺寸相结合,张贴、移动、保管方法都很简便。再加上它近乎于绘画的表现,使作者可以充分地发挥想象力和个性表现。另外,由于招贴设计涉及到平面设计的各种基本要素,所以它也是检验设计家实力的一个最好的方法。无论是在平面设计的展览中,还是在本科或研究生的入学考试中,招贴设计都是一项重要的内容。

然而,由于近年来数字技术的发展,大部分的招贴设计开始使用电脑来制作完成。电脑的确给设计带来了极大的方便,减少了很多繁琐的制作程序,还可以创造出一些意想不到的视觉效果。这种发展趋势是不可阻挡的。但是,在电脑给设计带来许多方便的同时,也给设计带来了一些弊端。在招贴设计过程中,由于一些设计步骤和制作过程被电脑的程序所取代,在一定程度上限制了作者的创作体验和想象力发挥。特别是在学习阶段,有些学生往往不会正确地使用电脑,将电脑变成了手,忽视了设计体验和对设计技术的刻苦磨练,通过电脑简单地将一些图片和文字进行拼贴,或直接运用程序路径的一些效果便轻松地完成了设计。这样无法对招贴设计的本质进行理解,对设计的学习是非常不利的。所以,在招贴设计的教学中,如何解决手绘和电脑的平衡关系显得尤为重要。

本书在撰写中,围绕招贴设计的本质,对招贴设计的历史与发展、招贴的传达功能;以及手绘的创作方法与电脑制作两方面加以详细介绍,并且列举了大量的经典设计作品,以供设计同行和设计院校的师生参考。

杜士英

2008年1月于上海大学美术学院

03	前言
05	第一章 招贴设计概述
06	一 招贴的由来与定义
08	二 招贴的功能
10	三 招贴的种类及其特点
16	四 招贴的印刷材料与尺寸
18	五 招贴设计的特征
23	第二章 招贴设计的历史和发展
24	一 招贴设计的发展与繁荣
26	二 以绘画为核心的招贴设计
28	三 招贴设计中的装饰风格
34	四 新形式语言的出现
35	五 国际主义风格
36	六 观念的视觉表达
48	七 多元的视觉语言
56	八 后现代主义
58	九 数码时代的到来
61	第三章 招贴设计的要素
62	一 文字要素
70	二 图像要素
86	三 色彩要素
90	四 版面的编排
97	第四章 招贴设计的表现形式
98	一 形态类型与表现形式
106	二 表现方法与表现形式
118	三 以文字为主的招贴设计
125	第五章 招贴设计的创作方法与步骤
126	一 招贴设计的创意
130	二 手绘制作与电脑制作
137	第六章 招贴设计课程教学实践
138	一 课程介绍
138	二 作业练习
142	后记
143	参考文献

招贴设计概述

现今的社会已经进入到信息时代,众多而庞杂的信息媒介充斥着我们生活的各个方面。在这些视觉信息媒介中有一个传统而普通的、独具艺术特色的视觉媒介形式经常在各种各样的场合映入我们的眼帘,这就是招贴。招贴从诞生以来经历了辉煌的发展时期,直到现在仍然在各个领域的信息传达活动中起着不可替代的作用。招贴已成为一种最为普通、最为常见的媒体形式,它不仅在商业宣传活动中扮演着重要的角色,而且也在政治宣传和观念、文化的传播中起着重要的作用。在现在众多的高科技电子媒介中,招贴仍然保持着自己独特的艺术特点与优势。

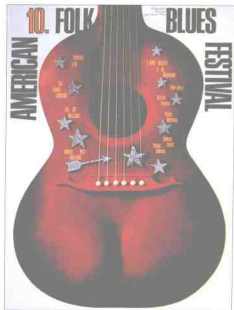
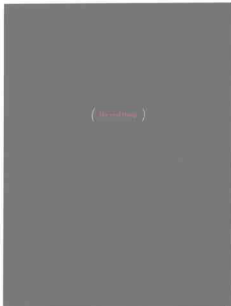
一 招贴的由来与定义

招贴的英文是 poster,是从英文的 post 一词派生而来的。原指贴在信箱或柱子上的小型广告(告示),后来逐渐地从柱子上转移到了墙上,尺寸也逐渐变大。从柱子转到墙壁上,对招贴广告来说是一个巨大的飞跃。

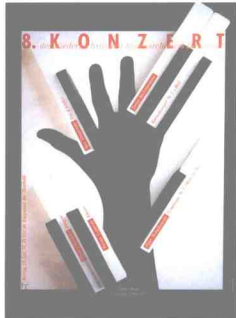
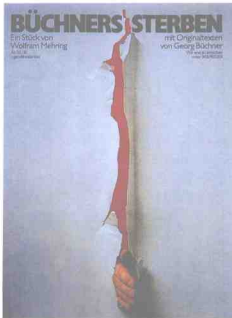
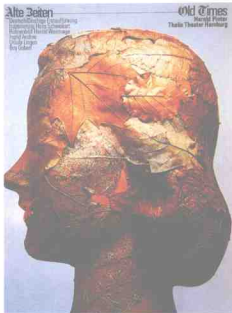
招贴是 poster 的汉译,有人也将之译成“海报”。招贴在《现代汉语词典》中解释为“贴在街头或公共场所,以达到宣传目的的文字、图画”。将招贴画解释为宣传画,将海报解释为“戏剧、电影等演出或球赛等活动的招贴”。

招贴是广告中一种特殊的,也是一种最早的形式。招贴是一种以传达信息为目的,以印刷媒介为主的,张贴为形式的广告。有些人可能会把招贴与广告的概念相混淆,认为招贴就

是广告,广告就是招贴。其实,广告不只是招贴,广告是一个更大的概念,广告中包含了很多媒介形式,如广播广告、报纸广告、电视广告、招贴广告、店头广告(POP)、户外广告、直邮广告以及其他媒介形式。所以说招贴是广告中的一种特殊媒介形式,广告的概念中包括了招贴。广告的根本理念是传达信息,“广告是以付费的方式,通过一定的媒介,向一定的人,传达一定的信息,以期达到一定的目的、有责任的传播活动。”(广告专业基础知识)。现代广告的概念和理论完全适合于招贴设计,但招贴设计也具有自己独特的特征。从媒介的形式类别来看,招贴属于视觉媒介形式,从招贴的功能和目的来说,是传达信息。所以,招贴属于视觉传达设计中的一个重要组成部分。在我国的设计院校中,招贴设计也成为视觉传达设计的一个重要课程。



1. 可口可乐50周年招贴/委托: CoCa Cola, Inc./Saque Sagaz
2. 美国民间布鲁斯音乐节招贴/设计师: 金特·凯泽 德国
3. 老时光(为德国汉堡市塔利亚剧院设计的招贴)/设计师: 霍尔戈·马蒂斯 德国
4. 戏剧爱好者请一起来(为德国基尔市剧院设计的招贴)/设计师: 霍尔戈·马蒂斯 德国
5. 布许纳之死(为德国基尔市青年剧院设计的招贴)/设计师: 霍尔戈·马蒂斯 德国
6. 德国汉诺威乐团的音乐会招贴/设计师: 霍尔戈·马蒂斯 德国



二 招贴的功能

我们知道招贴是一种特殊的广告形式,无疑,它的主要功能是传达信息,最初多用在商业宣传和商业信息的传递方面。随着社会的发展,招贴设计也在不断地发展与完善,招贴不仅具有传达商业信息,促进销售的功能作用,还具有传播文化、美化生活环境等社会性功能作用。招贴设计的功能多元化的,主要的功能有以下几种:

1 信息功能(沟通的桥梁,传递信息)经

济功能(促进产品或服务的营销和经济发展)

2 社会功能(活跃人们的思想,丰富物质和文化生活,有助公共、公益事业的发展)

3 宣传功能(是社会宣传的一种形式,带来大量的科学、文化、体育、艺术等方面的新知识)

4 心理功能(引起消费者的注意、兴趣和购买欲望)

5 审美功能(作为一种艺术形式,体现美

的形象、美的语言、美的形态等)

6 环境功能(给环境增添艺术和时尚的气息)

不言而喻,招贴的主要功能是传达信息,不论是在商业、政治还是文化教育等方面,招贴的最终目的和目标是使用视觉语言的手段准确而有效地传达信息。尤其是在商业宣传方面,招贴具有非常实用的价值,在商品促销等经济活动中起着重要的作用。

1 酒瓶广告招贴/设计师: 泽田泰广 日本/这是为 SUNTORY 株式会社设计的商品招贴,作者运用强烈的视觉冲击效果,表现出了烈酒威士忌的特征。

2 反战招贴/设计师: Luba Lukova 美国/作者使用了图形同构的手法将各种武器的图形构成了一个和平鸽的形象,画面简洁而有力,突出了反战的主题。

3 个展招贴/设计师: Jukka Velisto 芬兰/极具个性的绘画性表现,使招贴具有强烈的艺术特征。



1

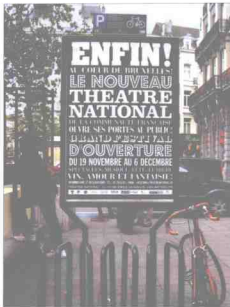


2



3

但是, 我们也不能忽视招贴的其他功能作用。招贴与其他媒介所不同的是它的绘画性特征。招贴是一种在瞬间传达信息的媒介, 其手段主要是通过视觉形象来完成, 也就是说, 不是通过理论和说服性的方法, 而是通过感觉的、印象的方法。所以招贴运用各种艺术的表现手段, 更加注意艺术的表现性。因此, 招贴又具有很高的美学价值和审美功能。另外, 招贴经常张贴在人员集聚的场所和城市的主要街道上, 对城市环境起着重要的影响作用, 招贴的绘画性特点, 给城市 and 街道带来了浓厚的艺术气息, 所以招贴又具有美化环境的功能。招贴在传达信息交流思想观念的同时, 也反映出一个国家的社会、环境和人文的发展面貌, 不同时期的招贴也反映出了不同时代的精神面貌, 并且不同风格的招贴设计充分地体现出了设计师的思想观念、艺术风格 and 个性。所以说, 招贴不仅具有商业方面的实用价值, 同时也很高的文化价值。



欧洲的街头招贴/在欧洲城市的街道上到处都可以看到各种具有艺术性和时代气息的招贴, 招贴已经成为城市风景的一部分。

三 招贴的种类及其特点

招贴由于内容的不同,在设计制作方面也采取不同的方法,并在最终的印象和效果上也是各自不同的。虽然招贴所宣传的内容和涉及的范围非常广泛。但我们还是可以根据不同的内容将招贴归纳出几种类型:

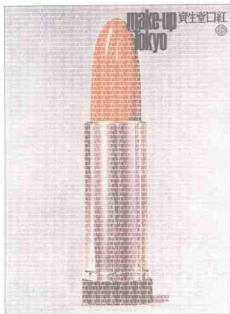
1 商业招贴

这类招贴是为了企业的产品销售及其他商业推广而设计的招贴。目的是向消费者宣传新产品,促进商品的销售,提高企业和品牌的知名度,以获得商业的更大利益。商品的种类非常的丰富,类型繁多,我们可以根据商品的种类划分成不同的商业招贴类别,如食品、饮料、服装、医药和保健品、家电、家庭用品、办公用品、文教用品、书籍等。当然,住宅、土地等不动产和各种商业服务也是商品的一种。所以,又可以分为房地产、金融、保险、通讯、旅游等。另外,随着企业CI战略的引入,许多企业也通过招贴来宣传和树立自己的企业形象。

商业招贴在表现方面,由于商品的类别不同在表现上也有所区别,但一般是以较为直观的方法为主,将主要的商业信息置于画面的重要位置,让人们清楚地看到所要传达的信息。在表现手段上多以摄影照片等写实的手法为主。但近年来,商业招贴也越来越重视文化和艺术方面的表现,以获得更高的传达效果。



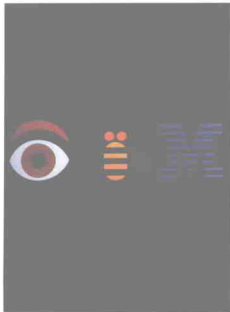
Hafele America公司的商品招贴 / 设计公司: 埃尔本森·塞格 美国 / 为体现出公司的室内装潢器械和五金用品适合于各层次顾客需求的创意,以现有的公司产品目录,用后现代符号化的手法构成各种表情的人脸形象,生动有趣地突出了创意的主题,获得了很好的宣传效果。



1



2



3



4

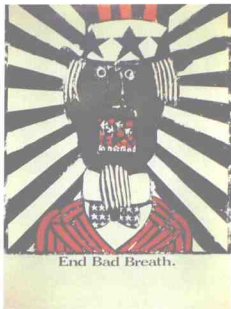
- 1 资生堂 make-up Tokyo/设计师: 中村诚 日本/这是资生堂借东京奥运会的契机进行产品推广的口红产品招贴。以文字make-up Tokyo作为摄影照片的版底, 创造出了用文字编排出的口红的特写形象。这是利用新的印刷技术, 使用摄影与文字编排设计进行结合的试验性作品, 取得了独特的视觉效果。
- 2 “SNOW”(平和纸业招贴)/设计师: 三木 健 日本/为了体现产品的魅力, 表现纸张像雪一样洁白的产品特征, 利用文字 SNOW 的等高线构成了雪山的形象, 并进行了类似现代水墨画的黑白效果处理。
- 3 IBM公司招贴/设计师: 保罗·兰德 美国/本来这幅字谜似的图形是为了在华盛顿D.C.召开的IBM设计师会议而制作的。但是, 当时公司的董事们认为这个幽默是对企业形象损害和愚弄的表现, 为此而拒绝采纳。将这些图形用在招贴上是几年后的事情。然而, 这个有过争议的招贴却表现出了一语胜千金的效果, 那种双重解读的方法使人印象深刻难以忘怀。这也向世界证明了保罗·兰德的哲学观念, 给以后的企业形象设计带来了很大的影响。
- 4 哥本哈根机场招贴/设计师: Per Arnoldt 丹麦/作者使用极其单纯的造型手段, 饱和的色彩和卡通的飞机形象, 给人一种亲切感受。

2 政治性招贴

招贴不仅可以传达商业信息,也是向大众宣传政府的政策和法律的有效媒介。各个政治团体也通过招贴反映人们所关注的社会问题和政治观点,如政治宣传、政党活动、政治运

举等都属于政治性范畴。政治性招贴一般采用通俗易懂的表现,追求视觉上的力度,经常使用幽默、讽刺的手法以获得更好的效果。

1. “制造:美国的回答”/设计师:让·卡吕(Jean Carlu) 美国/作品以简洁有力的视觉语言为美国政府在二战期间的宣传起了很大的作用。
2. “End Bad Breath”/设计师:西摩·什瓦斯特(Seymour Chwast) 美国/这是以“那种气味要使人窒息”为题的反战招贴。这幅招贴与宣传参加战争的招贴“山姆大叔”正好相反,又描绘出了另一个阻止战争的“山姆大叔”。为何这个老人(山姆大叔)口气有臭味,可以让人想象出在口中展开的悲剧情节。
3. “死刑嘲笑公正”/设计师:詹姆斯·维克托(James Victore) 美国/这是为国际“有色人种促进协会”而作的政治性招贴。作品运用黑色幽默的表现手法,由内心的笔触描绘出辛辣讽刺的形象,给人留下了深刻的印象。



2



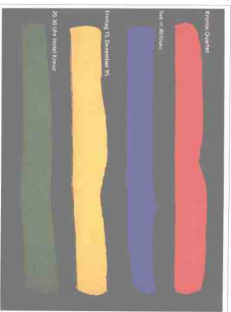
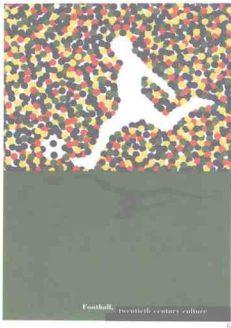
1



3

3 文化性招贴

招贴设计不只是用于商业信息方面的宣传,也广泛地用于文化、艺术、教育和体育活动等的信息传播。例如:各种展览会、音乐会、运动会以及各种文化活动等的招贴,都属于这类招贴。这类文化性的信息内容给设计师们提供了更加广阔的艺术想象和艺术表现的空间,设计师们通过敢于创新的精神和敢于突破的胆量,使用自己高超的表现技巧和独特的艺术语言,阐释出自己对文化的理解。另外,由于不同的民族和地域,都具有不同的文化特色,所以文化性招贴体现出了很高的艺术价值。

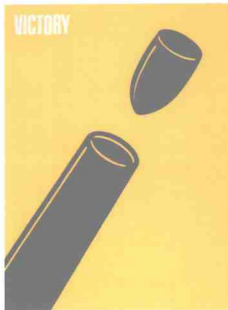


- 4 歌剧“Tosca”招贴/设计师:Waldemar Świerzy 波兰 1992/作品以奔放有力的笔触,饱和而明亮的色彩,表现出了歌剧的内涵,具有很高的艺术表现性。
- 5 法国1998年世界杯足球招贴/设计师:拉夫勒·范特纳拉、毛里齐奥·赛马,插图画家:马塞洛·凯撒/设计师使用奥林匹克五环中的五种色彩构成了一幅活力四射的世界杯足球招贴,背景的点彩处理,使人想起了法国的点彩画派,每一个小色点又代表着到场的观众,象征世界各地的球迷。
- 6 维利莱爵士乐招贴/设计师:尼科拉斯·托克斯勒/Niklaus Troxler/瑞士/这是为在瑞士维利莱年度表演艺术节上演出的爵士乐队设计的招贴,这招贴色彩对比强烈,充满激情,造型简洁,十分引人注目,给观者带来强烈的视觉震撼。

4 公益招贴

为了人类的生存、文明、和平,国家或各种公益事业团体经常利用招贴这种媒介形式向公众宣传各种公益方面的信息,其目的是为了宣传社会道德和社会规范,提高人们的公共意识,增强对公益事业的认识和理解,促进人类社会和平美好的发展。如反战、反对核武器的扩散、反吸毒、保护环境、节约资源、预防艾滋病、预防各种自然灾害、交通安全以及各种公益服务为题材的招贴,都属于公益类招贴。公益招贴也成为招贴设计的一个永恒性题材,经常出现在各种设计展览和设计竞赛中。

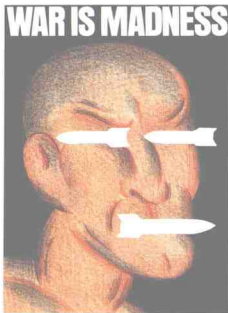
公益招贴应规避那种过分强调细节或故弄玄虚的处理,应以简洁的、内容容易理解的强有力表现为主。最近经常可以看到一些强调情感或幽默感的公益性招贴,但不能忘记公益招贴所特有的那种简单清澈的视觉特征和信赖感,在注意到视觉吸引力的同时也要注意到公共性和通俗性。



1.



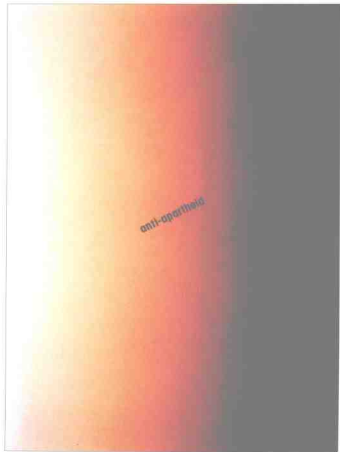
2.



3.



4.



5



6

1. **VICTORY 1945**/设计师: 福田繁雄 日本 1975~1976/这幅招贴是福田的代表作之一,是华沙的“二战胜利30周年纪念国际招贴展”的征集作品。作者通过本来发射出去的炮弹文返回炮弹中去的铁画表现,把战争的愚蠢与徒劳,用仅有的视觉要素和文字信息出色地表现出来,并在这次的招贴展中获得了最高奖。
2. **死去的树木**/设计师: 尼科拉斯·托克斯勒(Niklaus Troxler) 瑞士/这幅对森林破坏警告的招贴,是以被砍伐后树木的断面与实际有生命的肉体一样为创意的出发点,表现上明确并带有些恐怖感。当时是为联合国环境会议而作的招贴,但由于表现上过于强烈和刺激,被会议方面拒绝采用。
3. **反战招贴**/设计师: 西摩·什瓦斯特(Seymour Chwast) 美国/什瓦斯特是美国“图钉”设计集团的代表人物之一,他的设计风格通俗易懂,经常把各种不同的媒介混合使用。
4. **反吸毒招贴**/设计师: Jukka Velton 芬兰 1970/作品运用照相合成技术进行处理,把幻觉症状所产生的幻想世界与昏迷而导致的死亡形象融为一体,比单单是一种反对的表现更具说服力。
5. **反种族歧视招贴**/设计师: 佐藤晃一 日本 1989/作者使用蒙版的技法,按各人种的肤色(白色、黄色、棕色、黑色)做渐变过度效果的处理,使其融为一体,用象征的手法来表现消除种族差别主题。
6. **环保招贴**/设计师: 兰尼·萨姆斯/这是一幅描绘复杂精细的招贴,在招贴上利用正负形的手段描绘出了多种多样的动植物,正负形的黑白转换巧妙地把这些动物和植物融合在一起,力图艺术地再现各物种之间的相互联系。这幅招贴就像猜谜画一样有趣,让人们停下脚步细加观看。后来被宾夕法尼亚州立大学野生生物组织收藏。

四 招贴的印刷材料与尺寸

招贴发展到现在主要还是以印刷为主,使用的材料也主要是纸张。现在大多数的招贴都是采用胶版印刷制成的,胶版印刷属凹版印刷,具有印刷速度快、印制精美、色彩丰富等特点。但有时根据不同的使用目的,也可以使用传统的丝网印刷或专色印刷印制招贴,由于招贴经常以简洁的形象和单纯的色彩进行

表现,丝网印刷和专色印刷可以使色彩更加纯正和艳丽,并且还可以运用色彩的重叠产生丰富的色彩效果,也可以使用金色、银色等特殊专色营造出特殊的色彩效果。印制招贴的纸张一般多用白色的铜版纸或粉纸,但根据不同的目的也可以使用各种色彩或肌理的艺术纸,以表达特殊的视觉效果。

- 1 在威斯巴博物馆的个展招贴/设计师:冈特·兰堡 德国 1988/作品以摄影结合图形的方法,表现出了独特的视觉效果。
- 2 戏剧招贴/设计师:冈特·兰堡 德国 1998/设计者使用了极为简洁的图形表现手法,将主体文字以指环的造型进行处理,发挥出了文字在造型表现方面的功能。

