

gao deng yuan xiao she ji zhuan ye fu dao jiao cai

高等院校设计专业辅导教材

海报设计

H A I B A O S H E J I

郑朝 编著

第一章 海报概论	3
第一节 海报的概念	3
第二节 海报发展的重要历史时期	3
第二章 海报的功能性分类	5
第一节 商业海报	5
第二节 文化海报	6
第三节 公益海报	8
第三章 海报的印刷工艺分类	10
第一节 海报的平版印刷	10
第二节 海报的凸版印刷	10
第三节 海报的凹版印刷	11
第四节 海报的网版印刷	11
第四章 海报的构成要素	12
第一节 海报的图形	12
第二节 海报的文字	14
第三节 海报的色彩	14
第五章 海报的创意方法	16
第六章 国际海报的现状分析	37
第一节 地域差别影响海报风格	37
第二节 21 世纪的海报风格的发展趋势	39
第七章 优秀海报鉴赏	49

高等院校设计专业学生辅导教材

海报设计

● 郑朝 编著

浙江人民美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

海报设计/郑朝编著. —杭州:浙江人民美术出版社, 2006.1

高等院校设计专业辅导教材
ISBN 7-5340-2101-4

I.海... II.郑... III.宣传画—设计—高等学校—教材 IV.J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第159013号

作者 郑朝
责任编辑 水明
责任校对 黄静
装帧设计 水明 李振鹏
作品提供 郑朝 韩绪 郑朝晖 林洲
徐振庭 周峰 胡珂 张洪科
罗蓉 徐文业 朱虹 黄翌洁
陈思宇 常见 陈名颖 段连
陈相涛 王璐 黄晴 成瑶
刘丽媛 张梦溪 刘芳 宣学君
彭斌 丁锋如 周一叶 周纬
李昶 邹斌 聂峻 巴振龙
黄嵘 张心炎 孔维星 沈芸
管继承 王灵毅 肖思宇

海报设计

——高等院校设计专业辅导教材

出版:浙江人民美术出版社出版·发行
(杭州市体育场路347号)

经销:全国各地新华书店

网址: <http://mss.zjcb.com>

印刷:杭州杭新印务有限公司

开本: 889×1194 1/16

印张: 4

印数: 0,001—3,120

版次: 2006年1月第1版·第1次印刷

书号: ISBN 7-5340-2101-4/J·1725

定价: 19.00元

如有印装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换。

海报设计

HAIBAOSHEJI



第一章 海报概论

第一节 海报的概念

海报 (POSTER) 是指展示于公共场所的告示或张贴于墙面、车辆上的印刷广告。在我国又称之为“招贴”、“宣传画”。据传在清朝末年,我国沦为帝国主义国家的殖民地,西方货物直接通过海上运输进入中国,码头上贴出促销洋货的告示,有人称其为“海报”,即从海上过来的信息纸,久而久之但凡贴出告示的宣传都称之为“海报”了。其实在中国也早就有与之相同概念的印刷品,南宋时山东济南刘家功夫针铺的一则以白兔为标记的印刷品可谓历史上最早的商品海报。可以说海报的产生与商业贸易的发展是密不可分的。

第二节 海报发展的重要历史时期

海报的产生和发展经历了几个重要的历史时期:

1. “海报风格”运动是出现于第一次世界大战前后,在德国进行的一场以海报设计为中心的平面设计运动。它的形式特点主要是利用当时艺术上出现新的简单形式和象征性特点,在设计上运用简单的图形、平涂的色彩、鲜明的文字来达到和其他商业平面设计相同的宣传目的。此次运动的奠基人是鲁西安·伯恩哈特,他的设计才能为“海报风格”运动打下了坚实的发展基础(图1-3)。



(图2) 1914年德国设计师鲁西安·伯恩哈特为“马诺里”设计的系列推广海报之二



(图3) 1914年德国设计师鲁西安·伯恩哈特为“马诺里”设计的系列推广海报之三



(图1) 1914年德国设计师鲁西安·伯恩哈特为“马诺里”设计的系列推广海报之一

2. 在1914年的第一次世界大战期间,海报设计迎来了第二个高水平的发展阶段。由于印刷技术的逐步完善,设计思想的进步,再加上特定的时期庞大的社会需求,作战双方都需要大量的海报来传达思想、鼓舞士气,海报作为一种能够直接诉求于大众的工具被各国政府和民间团体采用,因而也具有比以往更好的条件,得以进一步地发展。

3. 第三个重要时期是海报的构成主义风格,源于俄国的构成主义设计,是十月革命后艺术和设计探索运动的内容。从风格上看,它是立体主义和未来主义的综合,俄国前卫艺术家和设计师的目的是要用这种新的形式来推翻沙皇时期的一切传统风格。他们认为否定旧时代,建立新的时代需要新的形式,于是他们采用非常粗糙的纸张印刷来表现无产阶级朴素无华的阶级特征,在版面编排上采用了未来主义杂乱无规矩的方法来表示与传统、典雅、中规中矩的编排方式的决裂。当时的海报也受其影响体现了组织视觉新规律的原则。

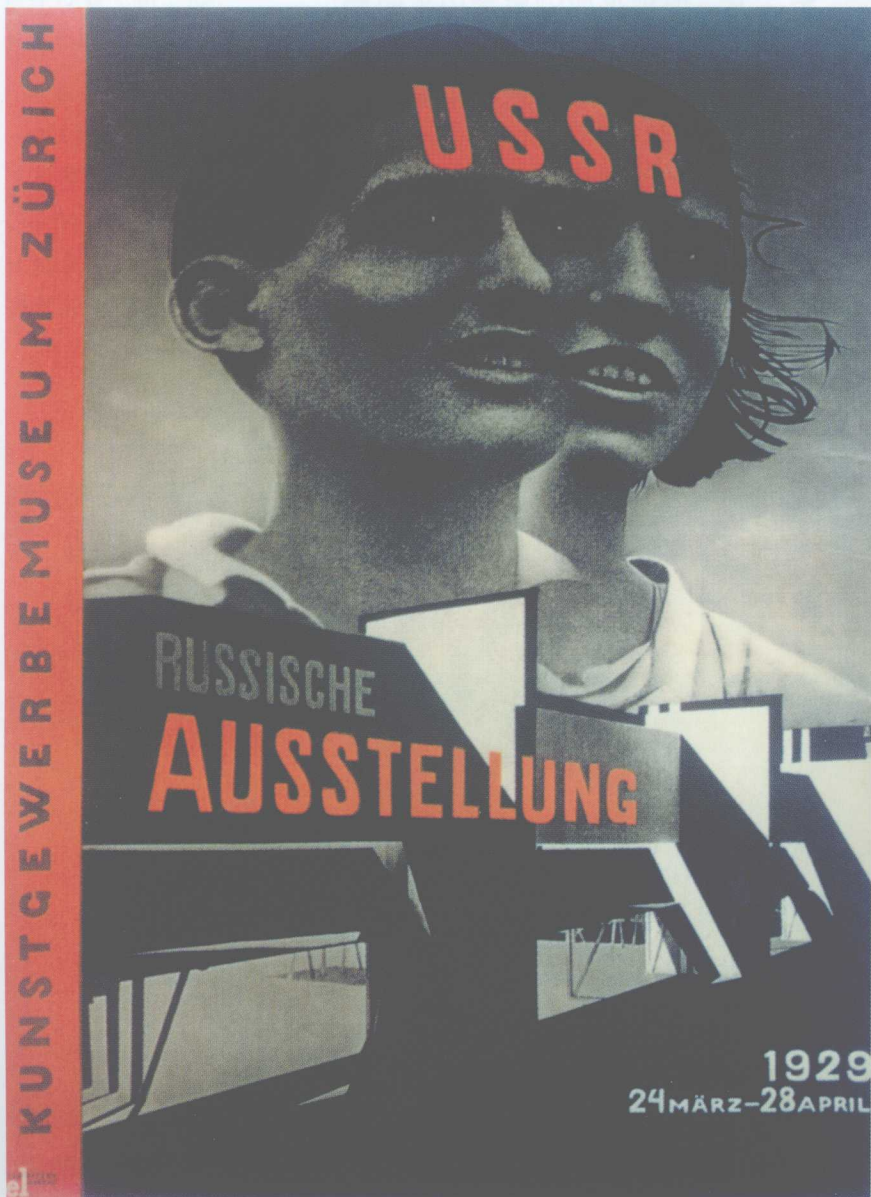
在这一设计概念上集大成者的主要代表是俄国的李西斯基,他对于现代海报直接或间接的影响非常深刻和广泛,促进了现代主义和国际主义海报风格的形成(图4)。

本章学习重点

学习和了解海报的理论知识,理清海报历史的发展脉络,熟练掌握其重要发展阶段的相关知识。

课后作业

收集国内外优秀海报设计作品并挑选10件作品进行分析和评论。



(图4) 1929年俄国设计师李西斯基设计的艺术展览海报

第二章 海报的功能性分类

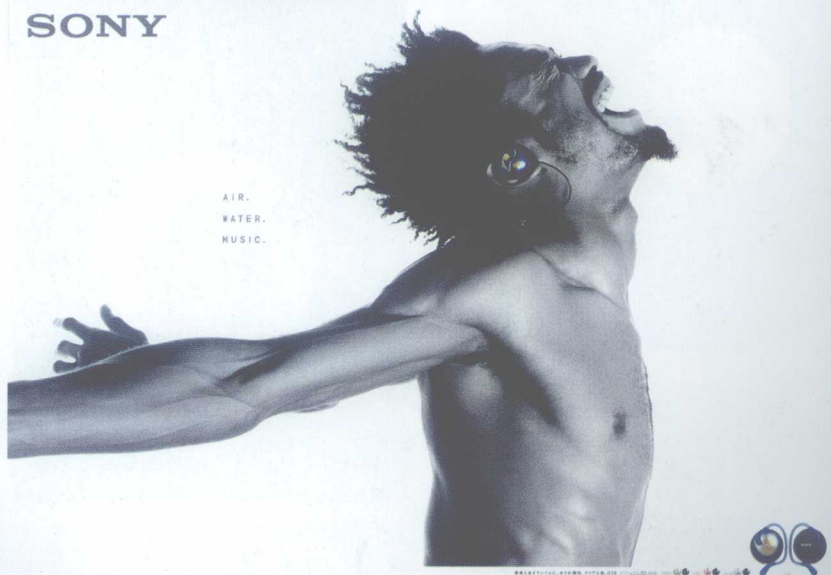
第一节 商业海报

19世纪后期,工业革命在欧洲的兴起、人口的增长、消费能力的上升和经济的发展大大刺激了商业海报的蓬勃发展。而在目前的国际设计界,美国商业海报占据绝对的数量优势,欧洲和日本商业海报则在各自独特的风格上吸引了人们的视线。

商业海报是运用最为广泛的一种海报形式,它是商业推广活动中必不可少的组成部分,更成为现代企业形象一体化系统设计中的重要媒介之一。它的功能是宣传销售特定的产品和服务项目并提升企业、集团、公司的统一形象。商业海报的基本特征是:在画面中鲜明地展现商品本身、商品商标以及型号,同时配和极具诱导性的文字,印刷效果则追求清晰、鲜亮(图5-6)。



(图5) 2002年索尼公司为新款耳机设计的推广海报之一



(图6) 2002年索尼公司为新款耳机设计的推广海报之二

第二节 文化海报

文化海报是社会进步和文明的标志，它包括了戏剧海报、电影海报、展览海报、艺术海报、体育海报、观光海报等内容。相对于商业海报，文化海报不以赢利为目的，主要是为某种活动概念的推广而设计的。随着人们物质文化生活水平的提高，精神生活的需求日益增加，文化海报的数量和质量都大大提高。

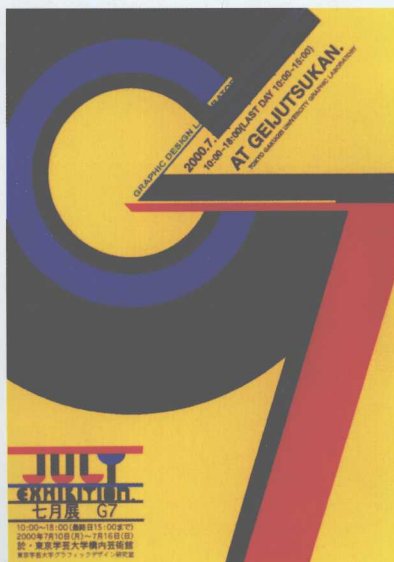
欧洲是世界上文化海报最高产的地区，这和欧洲各国对戏剧、展览、音乐会等文化活动的关注和热情息息相关。比如，法国巴黎的著名剧院都在各个演出季推出各具特色的戏剧节或戏剧周活动，而且密集度和频率都很高，由此产生了大批有关戏剧的文化海报。欧洲城市也纷纷以市政府为后盾，以官方名义举办各类综合性文化节、艺术节，这也为欧洲文化海报提供了展示的平台和生长的温床（图7-11）。



(图7) 2003年“中国，我的祖国”主题海报之一（作者：郑朝）



(图8) 2003年“中国，我的祖国”主题海报之二（作者：郑朝）



(图9) 2000年东京学艺大学七月艺术展（作者：郑朝辉）



(图10) 2003年“土耳其印象之幸运符”文化海报（作者：韩绪）

X-POWER DESIGN FESTIVAL 2003
IT IS A TOTEM REPRESENTING THE UNKNOWN
DENOTING THE REBELLIOUS SPIRIT

THE UNKNOWN IS LIKE THE OTHER SHORE FOR THE BOAT OF CREATIVITY

SPACE & TIME

THE EAST & THE WEST

THE TRADITION & THE AVANT GARDE
ART & SCIENCE
CULTURE & COMMERCE

(图 11) 2003 年“X 符号”主题海报 (作者: 郑朝)

第三节 公益海报

公益海报是国家或各地政府、媒体、医疗机构、公益团体为宣传精神文明建设而设计张贴的海报，它的主题包括：环保、反战、戒烟、缉毒、扶贫、教育、交通、国防、廉政、税务等等。公益海报是一个城市和国家的窗口，是营造文明城市的亮点。

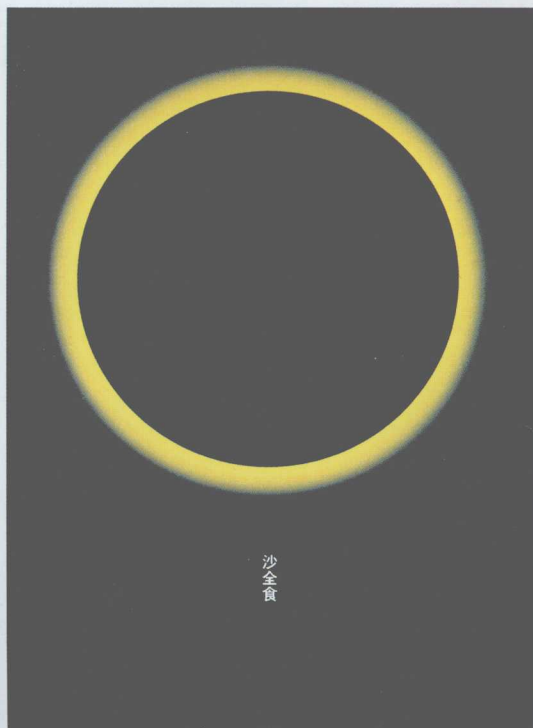
公益海报的产生与社会民主政治逐步开明有密切的关系，越来越多的人考虑的不仅仅是个人得失，而是对生存环境的保护、固有文化的传承、社会丑恶现象的反思等问题。公益海报为配合公益团体的相关活动发挥了越来越重要的作用，它以形象直观的图形、犀利的标题、易懂的含义，把枯燥费解的公益主旨表达得淋漓尽致，很受普通民众欢迎（图12-14）。

本章学习重点

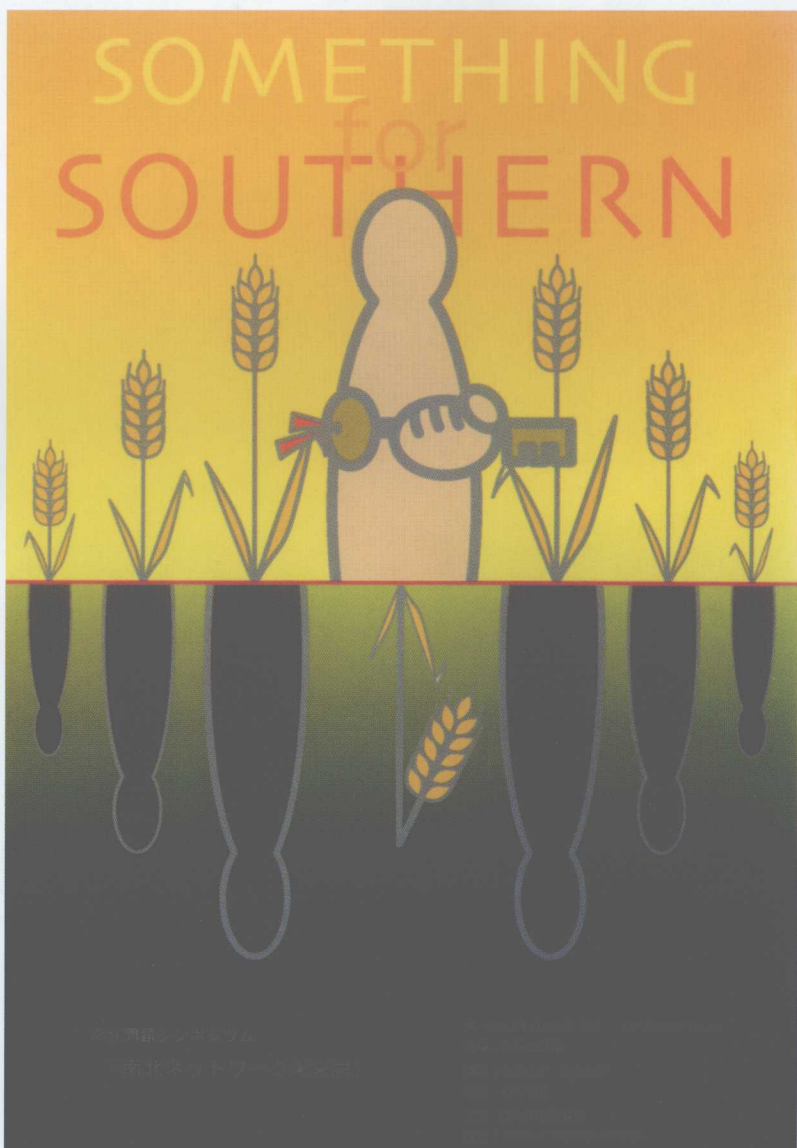
了解海报的分类，由点及面，放射性地进行学习。

课后作业

将收集的海报进行分类，并将每一类别的作品进行对比。



(图12) 2000年首届白金创意“沙尘暴与环境保护”金奖作品（作者：张洪科）



(图13) 2001年“南北贫富问题”主题海报（作者：郑朝辉）

生存序号

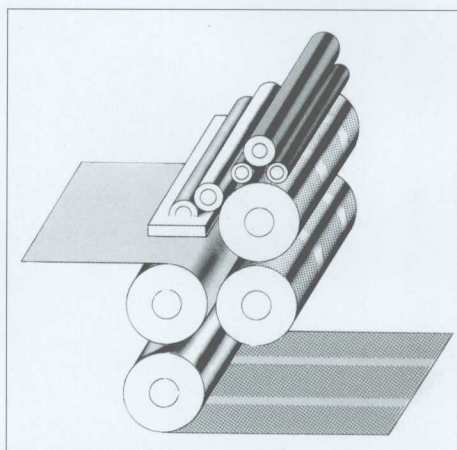
夜市的货架
带来民工生存机会
而货架的序号
是他们的生存位置
相同的货架埋没了个性
也带来了希望

第三章 海报的印刷工艺分类

把油墨转移到一个平面上去以印出图像的方法主要有四种：平版印刷、凹版印刷、凸版印刷和漏版印刷。

第一节 海报的平版印刷

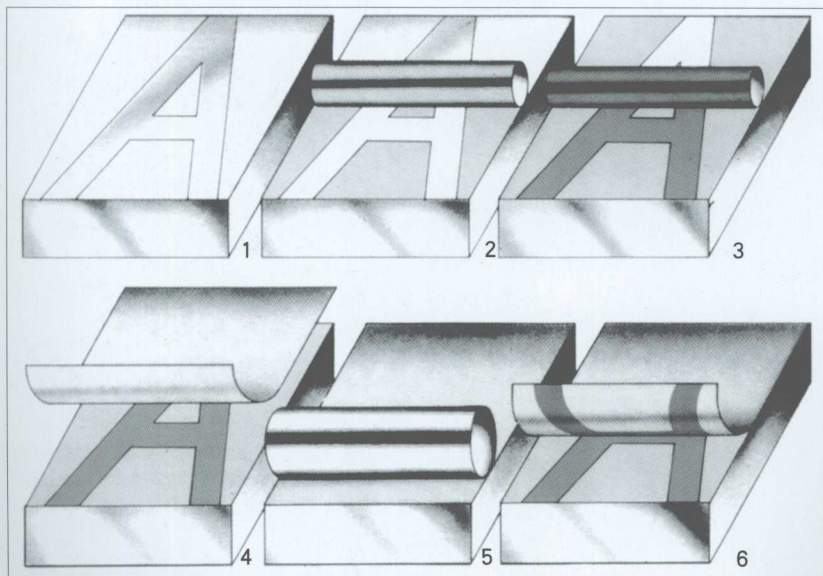
今天用的最多也是最普遍的印刷方法是平版印刷，它利用油和水不相溶的原理，在需要印刷的部分用油来吸收油墨，在非印刷区则用水来排斥油墨。它用滚筒压印的方法，印版采用强韧的薄金属或塑料片，甚至用纸制成。当然最普遍用的是铝，因为它轻而强韧，具有极佳的平版印刷质量。在印刷时印版先后和两个滚筒接触，一个加湿、一个上墨，然后印版和胶滚筒接触，通过胶滚筒来传印，可避免精细的平印版在接触纸面时因摩擦而受到损伤。胶能抵受所有不规则的表面，故而可印在各种各样的纸张上面，从质地粗糙的报纸到光滑的画纸都行。由于印版并不直接接触待印的纸张，所以常称平版胶印。又因用胶版，故也称胶版印刷。平版胶印既依赖于物理特性又依赖于化学特性，不仅依靠机器也需要工人的技巧和空气的传导条件，油墨、纸张和空气条件都是影响印刷质量的重要因素。（图 15）



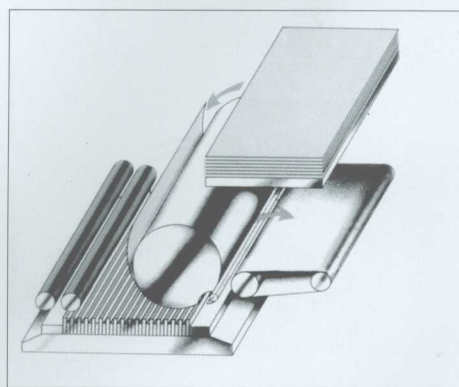
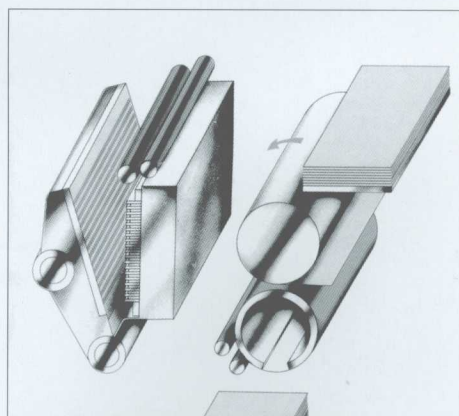
（图 15）海报的平版印刷

第二节 海报的凸版印刷

凸版印刷是在木版或金属版凸起的表面上加上油墨，然后把纸张压在突起的部分上进行印刷。一般在特殊要求中用到。它的制版原理是在图版上镀了一层感光物质，待干后进行曝光，镀层被光照到的地方变硬，然后用酸去腐蚀，变硬的图形部分保留而其他部分被腐蚀掉，成为突起的图形。（图 16）



（图 17）海报的凹版印刷之一



（图 16）海报的凸版印刷

本章学习重点

了解海报印刷工艺流程，多收集不同纸样，了解纸样特性，并将印刷和纸质结合、搭配，尝试工艺上的创新。

课后作业

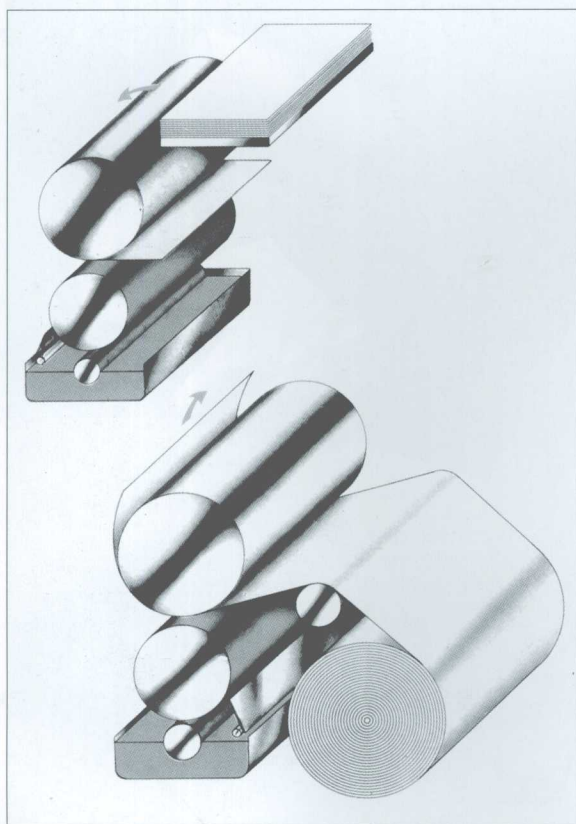
由教师带领，参观当地一家中等规模以上的印刷厂，并完成参观报告。

第三节 海报的凹版印刷

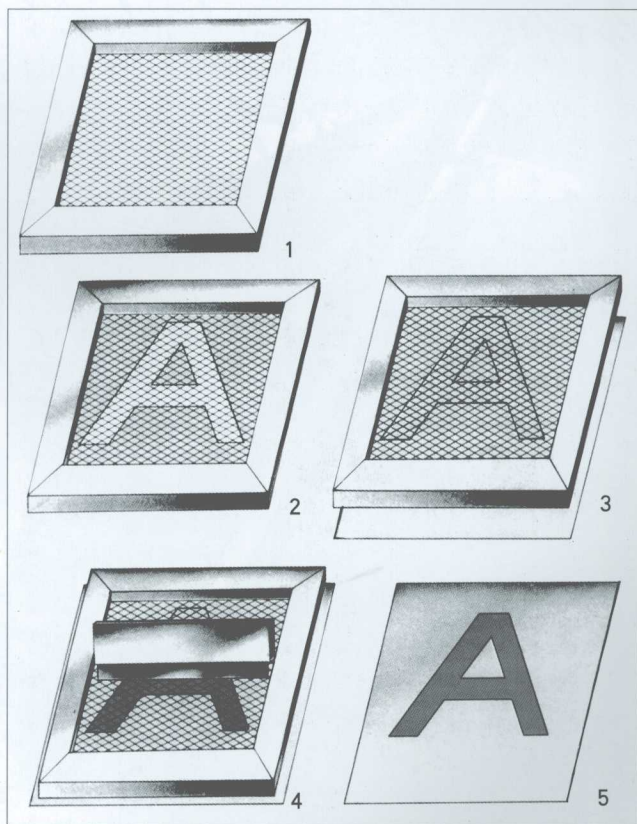
凹版印刷是用凹雕来实施印刷的过程，油墨是由印版的小凹孔流出印到纸上。这一印刷工艺多用于杂志和包装，也常用来印刷玻璃纸、装饰薄膜、墙纸、邮票等，用途广泛。它的印刷表面通常是用电镀的方法，在实心金属滚筒上镀上一层薄铜形成，表面经镌刻后再镀铬来保护，让它长期使用后仍然不受损。凹版印刷的工序价格较高，而且难以修改，一般宜于大量印刷。(图 17-18)

第四节 海报的网版印刷

网版印刷也叫丝网印刷，是一种简单、廉价的印刷方法。将模版和丝网固定在一起，而丝网则绷紧装在一个木制或金属制的框架上。制作方法是把镀上感光膜的网屏和图形的正片紧贴，并在紫外光下曝光。非图区的乳剂部分感光后会变硬，而留下图形的非感光部分的可溶乳剂用水冲洗掉，然后将纸张放到网下，按照角落上的对齐标志准确定位，当网屏和纸张在框架下组合妥当后即可进行印刷了。印刷油墨用一个胶刮扫过网屏，让油墨通过模版印于纸面上。丝网印刷可用于大多数物质，包括木质、玻璃、金属、塑料和纤维等。(图 19)



(图 18) 海报的凹版印刷之二



(图 19) 海报的网版印刷

第四章 海报的构成要素

第一节 海报的图形

德国著名平面设计大师霍尔戈·马蒂斯曾说：“一幅好的海报，应该是靠图形说话而不是靠文字注解。”图形是设计作品的表现形式，是设计作品中十分敏感和倍受关注的视觉中心。图形区别于标记、标志和图案，它既非一种单纯的标示、记录，也不是单纯的符号，更不是单纯以审美为目的的一种装饰，而是在特定思想意识支配下对某个或多个元素组合的表现和表达形式，有时是美学意义上的升华，有时是富有深刻寓意的哲理给人以启示。在一张海报中，图形是最快速的传达信息的媒介。无论是哪种表现手法，图形无疑是最重要和有效的，它能一目了然地与读者进行沟通。优秀的海报一定能以简洁明快的图形语言，有效地将主题传达给观者。

图形的表现手段很多，最常见的是通过插图和摄影的手法来表现。

1. 摄影的发明和设计的发展是密切相关的。被公认为最重要的发明家，也是最早完成现代摄影实验的是一位法国人——约瑟夫·尼波斯。1820年左



(图 20) 德国设计大师冈特·兰堡为费舍尔书店设计的海报作品之一

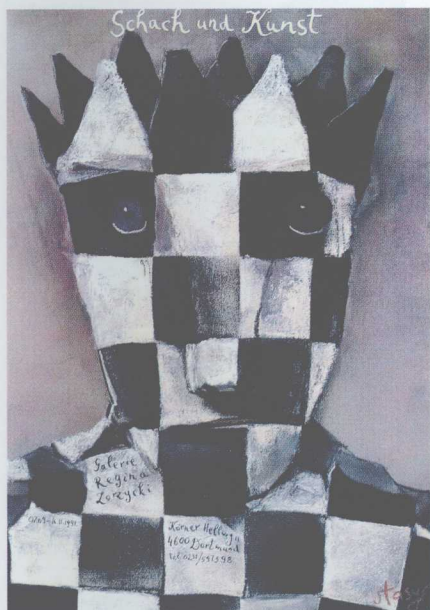


(图 21) 德国设计大师冈特·兰堡为费舍尔书店设计的海报作品之二

右,他采用了感光涂层,通过曝光引起化学变化,从而把影像捕捉在暗箱里的一个平面上,这就是最早的摄影技术。因此,他成为摄影技术的奠基人。

摄影的手段为许多设计师所采用,最为擅长和具有影响力的当数德国的冈特·兰堡、霍戈尔·马蒂斯、金特·凯泽等人。特别值得一提的是冈特·兰堡,他在近40年的创作生涯中所展出的200余件代表作,可以将其分为三个阶段:20世纪60年代——绘画图形广告时期;20世纪70、80年代——摄影图形广告时期;20世纪90年代——符号性图形广告时期。兰堡在60年代创作的绘画图形广告,其造型艺术表现自然、沉稳、深刻,注重画面整体设计意念的把握,尽可能地摆脱纯绘画艺术中直观的写实表现。70、80年代的摄影图形广告风格是兰堡艺术的又一个顶峰时期,摄影图形把广告艺术带入了一个新时代,引导了国际潮流。他善于用摄影手段表现梦幻世界和现实世界、虚与实之间的关系,注重把各种元素的叠合视感作为强烈的对照物研究。他的海报以其细腻的写实性摄影图形形式著称,他感兴趣的是物体、照片和抽象概念的综合艺术效果。这一时期的摄影海报作品不仅感染了观众,也使我们的摄影艺术家们感觉到了摄影艺术的自我价值和应用价值的存在。摄影在这一刻的运用完美地诠释了设计师的创作灵感(图20-21)。

2. 插图是最为自由和广泛的海报创作表现手法,早期的分工没有专门的设计师,海报宣传任务都是由画家完成,因画种的不同,海报的面貌也呈现不同的特色。插图的表现联系着设计者的每一根神经,深刻地反映了作者的内心感受和风格特征。这里我向大家介绍波兰设计大师斯塔萨的戏剧海报作品(图22-23),他的作品以强烈、夸张的艺术手法博得众人的赞誉。“童年是他创造力的源泉,是想像力可靠的保证。”斯塔萨的童年是其作品中反复出现的、引发强烈震撼的阴暗脸庞的创作源泉。由于经历了一段不快乐的时光,他在20世纪70年代后期的作品中明显表达出这种矛盾、痛苦的感受,他用超现实主义风格,以拟人的手法描绘出带有忧伤面容和无奈眼神的形象。这些作品显示出他将一切想像转化为艺术的高深功力。



(图22) 1991年斯塔萨创作的文化海报



(图23) 1987年斯塔萨为波兰举行的西班牙音乐节所创作的戏剧海报

海报设计 “每一件作品都是不可思议的”、“像奇迹一样”，“既没有过多的修饰，也没有抽象的感觉，他完全是一名孤独的艺术大师”。赞誉纷至沓来，斯塔萨始终认为自己是绝对自由的人，他只有一个名字——艺术家。

第二节 海报的文字

文字也是海报中的重要组成部分，它包括字体设计和文案创意。与欧美的字体设计相比，中国的字体设计还处在较为落后的阶段。当今平面设计师的责任是投入到新字体的设计和使用中去，特别是汉字的设计应用。国外的一些海报是以纯文字来表现主题的，或以文字来构成图形，形式自由，变化多样。特别是德国设计大师格特·冯德利希的作品，他把创作的要素限制在字体与版面这两方面，产生了令人惊讶的强烈效果。他的设计兼有随意性和原则性，摒弃一切不必要的元素，无限强调起决定作用的因素。他将传统字体设计得极具现代感，同时善于以对比的手法创造出新奇而巧妙的画面。

第三节 海报的色彩

按生理学家的研究，触及人类五官最敏感的莫过于色彩。色彩是市场信息和产品竞争的重要条件，因此它在广告上有着极强的诉求力。特别是远距离传达的海报，给人最强烈的视觉冲击莫过于色彩。和各类艺术创作一样，作品所呈现的色彩直接反映了作者的审美情趣。我们说世界的每一抹色彩都是美的，关键在于如何使之和谐或者对比。海报的色彩能在远距离第一时间抓住观者的眼睛，因而在户外远距离的状态下，色彩的传达功能比图或字更强。海报的色彩可分为对比色调和谐色调，根据不同的环境、季节、气氛和主题的要求可进行不同的处理（图28-31）。

本章学习重点

掌握图、文、色三者的关系并能更好地协调应用。加强手绘的能力、字体创造和文案创意的能力以及对色彩的敏感度的培养。

课后作业

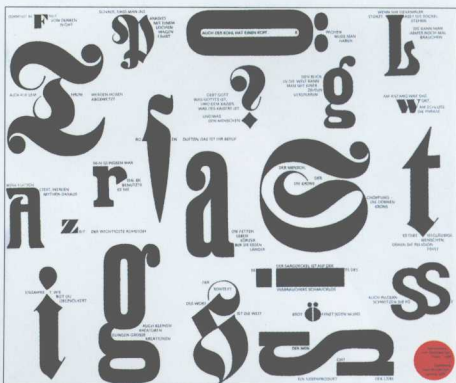
按照拟定的主题进行海报创作；要求一张以手绘方式表现，一张纯粹以文字来诠释主题。



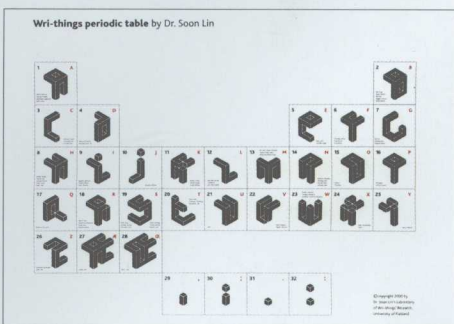
(图25) 1991年德国设计大师格特·冯德利希为莱比锡书籍艺术与平面设计展创作的海报作品



(图26) 1984年德国设计大师格特·冯德利希为莱比锡书籍艺术与字体博物馆100周年创作的海报作品



(图24) 1988年德国设计大师格特·冯德利希为首届慕尼黑国际广告艺术双年展设计的海报作品



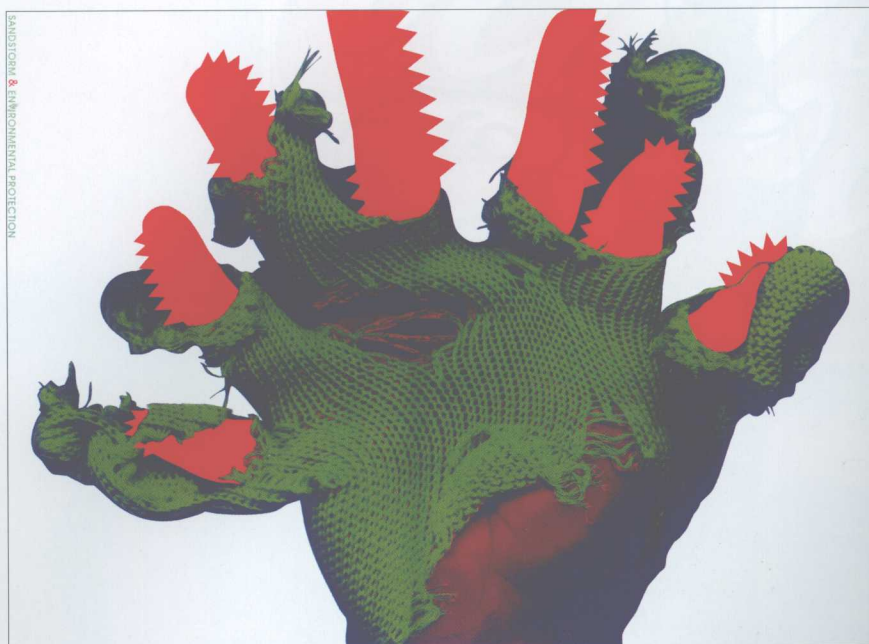
(图27) 2001年意大利设计师索诺里·雷那多设计的纯文字海报



(图 28) 2005 年荷兰设计师哈门·林博格设计的文化海报



(图 29) 2003 年第四届白金创意“安全与危险”入选作品 (作者: 罗蓉)



(图 30) 2000 年首届白金创意“沙尘暴与环境保护”优秀奖作品 (作者: 徐文业)