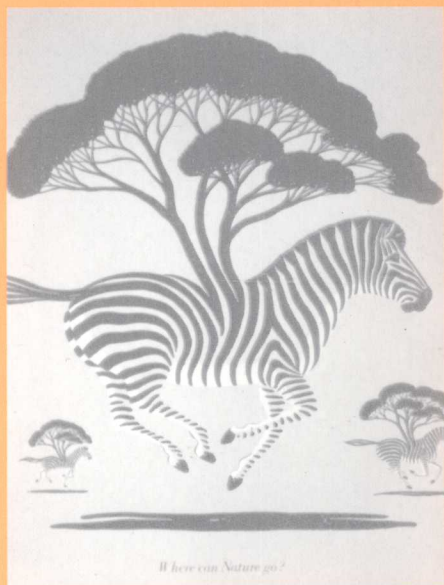




高等院校艺术设计精品教程
顾问 杨永善 丛书主编 陈汗青

ZHAOTIE SHEJI

汤雅莉 牟夏 韩敏 编著

招贴设计

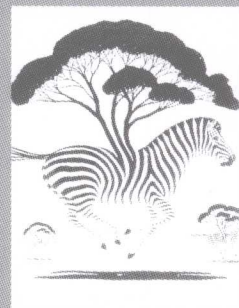
华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

高等院校艺术设计精品教程
顾问 杨永善 丛书主编 陈汗青

**ZHAOTIE
SHEJI**

汤雅莉 牟夏 韩敏 编著



招贴设计

华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国 武汉

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计/汤雅莉 牟 夏 韩 敏 编著. —武汉:华中科技大学出版社, 2008 年 2 月
ISBN 978-7-5609-4222-3

I. 招… II. ①汤… ②牟… ③韩… 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(2007)第 148832 号

招贴设计

汤雅莉 牟 夏 韩 敏 编著

策划编辑:王连弟
责任编辑:余 涛
责任校对:朱 霞

装帧设计:潘 群
责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)
武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)87557437

录 排:武汉正佳数据系统有限公司
印 刷:湖北新华印务有限公司

开本:880mm×1230mm 1/16
版次:2008 年 2 月第 1 版
ISBN 978-7-5609-4222-3/J·63

印张:8.5
印次:2008 年 2 月第 1 次印刷

字数:128 000
定价:42.80 元

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)

高等院校艺术设计精品教程

编 委 会

顾 问 杨永善 清华大学
丛书主编 陈汗青 武汉理工大学

编 委 (按姓氏笔画为序)

王心耀	江汉大学	范汉成	湖北美术学院
过伟敏	江南大学	赵 阳	中国美术学院
全 森	广州美术学院	徐人平	昆明理工大学
汤重熹	广州大学	殷正声	同济大学
李中扬	首都师范大学	涂 伟	武汉科技大学
何 方	武汉理工大学	曹金明	中南民族大学
何 辉	长沙理工大学	黄作林	重庆师范大学
辛艺华	华中师范大学	黄建军	华中科技大学
汪尚麟	武汉工程大学	鲁晓波	清华大学
张乃仁	北京理工大学	蔺宝钢	西安建筑科技大学
张瑞瑞	湖北工业大学	魏 嘉	山东轻工业学院

中国经济的持续发展,促使社会对艺术设计需求持续增长,这直接导致了艺术设计教育的超速发展。据统计,现在全国已有1 000多所高校开设了艺术设计专业,每年的毕业生超过10万人。短短几年,艺术设计专业成为中国继计算机专业后的高等院校第二大专业。经历了数量的快速发展之后,艺术设计教育的质量问题成为全社会关注的焦点。

正如中国科学院院士、人文素质教育的倡导者、华中科技大学教授杨叔子所说:“百年大计,人才为本;人才大计,教育为本;教育大计,教师为本;教师大计,教学为本;教学大计,教材为本。”尽快完善学科建设,确立科学的、适应人才市场需求的教学体系,编写质量高、系统性强的规划教材,是提高艺术设计专业水平,使其适应社会需求的关键。华中科技大学出版社根据全国许多高等院校的要求,在精品课程建设的基础上,由国家精品课程相关负责人牵头,组织全国几十所高等院校艺术设计教育的著名专家及各校精品课程主讲教师,共同开发了“高等院校艺术设计精品教程”。专家们结合精品课程建设实践,深入研讨了艺术设计的教学理念,以及学生必须掌握的基础课与专业课的基本知识、基本技能,研究了大量已出版的艺术设计教材,就怎样形成体系完整、定位清晰、使用方便、质量上乘的艺术设计教材达成了以下共识。

1. 艺术设计教育首先应依据设计学科特点,采用科学的方法,优化知识结构,建构良好的、符合培养目标的教育体系,以便更好地向学生传授本学科基本的问题求解方法,并通过基本理论知识的传授,达到培养基本能力(含创新能力和技能)、基本素质的目的;注重培养学生的社会责任感,强化设计服务于社会、服务于人类的思想,从而造就适应学科和社会发展需要的高级设计人才。

2. 艺术设计基础课教学要改变传统的美术教育模式,突出鲜明的设计观念,体现艺术设计专业特色,探索适应21世纪应用型、设计型人才需求的基础教育模式。

3. 艺术设计是一门实践性很强的学科,社会需要大批应用型设计人才,因此教材编写应力求以专业基础理论为主,突出实用性。

4. 艺术设计是创造性劳动,在教学方法上要通过案例式教学加以分析和启发,使学生了解设计程序和艺术设计的特殊性,从而掌握其规律,在设计中发挥创造精神。

5. 艺术设计是科学技术和文化艺术的结合，是转化为生产力的核心环节，是构建和谐社会不可缺少的组成部分。艺术设计的本质是创新、致用、致美。要引导学生在实训中掌握设计原则，培养创新设计思维。

6. “高等院校艺术设计精品教程”将依托华中科技大学出版社的优势，立体化开发各类配套电子出版物，包括电子教案、教学网站、配套习题集，以增强教材在教学中的实效，体现教学改革的需要，为高等院校精品课程建设服务。

令人欣慰的是，在上述思想指导下编写的部分教材已得到艺术设计教育专家的广泛认同，其中有的已被列为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。希望“高等院校艺术设计精品教程”在教学实践中得到不断的完善和充实，并在课程教学中发挥更好的作用。

国务院学位委员会艺术学科评议委员会委员

中国教育学会美术教育专业委员会主任

教育部艺术教育委员会常务委员

清华大学美术学院学位委员会主席

清华大学美术学院教授、博导

楊永善
2006年8月19日

招贴的英文名称是“poster”，意指展示在公共场所的告示。

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者的地位。由于招贴兼有绘画和设计的特点，其大尺寸的画面、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。没有一种媒体能像招贴那样在一张纸上反映如此丰富的思想内涵。所以，招贴具有历史和艺术收藏品的价值，招贴在社会上有着巨大的影响力。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、艺术和现代广告的发展均给招贴设计带来了新观念。设计家突破各种常规束缚，招贴设计不再受某种风格流派的约束，在注重招贴信息传达功能的同时，更注重其独特风格的展现和富有创意的设计，将招贴广告视为沟通思想的媒介，因为他们认识到情景交融的设计会使招贴广告更打动人心。

本书的编写，既注重探讨如何在招贴文化的大背景历史下发展现代招贴设计文化的整体优势，又强调招贴设计对文化素养、审美品味和艺术鉴赏力的提高，并且在掌握先进的视觉传达工具和技术的基础上，培养设计者敏锐的洞察力、丰富的想象创作力以及果断的决策能力等方面所起的作用。同时，在编写宗旨上力图做到“从理论到实践，从艺术规律到形式语言”，深入浅出、言之有理，以便给读者一个切实的、可操作的范本。

在编写本书的过程中，得到日本爱知县立艺术大学白木彰教授，西安美术学院郭线庐、彭程、刘西莉、陈青教授和刘时燕、李路葵等教师以及西安建筑科技大学艺术学院领导的热心帮助和鼎力支持，在此谨致谢意。为了使本书内容更加系统、充实，观点更加明确，既有一定的理论价值，又具有历史性、知识性、可读性，在编写中我们还查阅了国内外诸多研究平面视觉艺术前辈和专家的著作，并有选择地借鉴或吸收他们的研究成果，同时，还编选、引用了大量的图片及作品，在此，一并向他们表示深深的谢意。

本书由汤雅莉编写提纲，并作最后的统稿工作。具体分工是：汤雅莉编写前言、第一章、第二章第二节、第三章、第五章第一节、第六章；牟夏编写第二章第一节、第四章、第五章第二节；韩敏编写第二章第三节、第四节。

由于我们经验不足，难免存在疏漏或不准确之处，期望各位专家、同行及广大读者批评赐教。

汤雅莉

2007年8月

第一章 招贴的历史

1

第一节 招贴的起源与发展	2
一、招贴的起源	2
二、招贴的产生	3
第二节 西方招贴设计的发展与变迁	5
一、现代主义艺术运动与招贴设计的演变	6
二、现代主义设计运动与招贴的黄金时代	6
三、第二次世界大战后招贴的发展与风格流派	8
四、后现代主义设计运动与招贴的多元化发展	11
第三节 日本招贴设计的发展与变迁	15
第四节 中国招贴设计的发展与变迁	19
一、中国古代的招贴	19
二、中国近现代的招贴	23
三、中国现当代的招贴	24
综合练习	28

第二章 招贴设计的构成

2

第一节 招贴的概述	30
一、招贴的定义	30
二、招贴设计的分类	30
三、招贴设计的特征	32
四、招贴设计的构成元素	33
五、招贴设计的作用	34
六、招贴设计作品应具备的条件	35
第二节 招贴的图形设计	36
一、图形的概述	36
二、图形设计的目的及意义	38
第三节 招贴的文字设计	40
一、招贴的文字设计概述	40
二、招贴的文案设计	41
三、招贴语言修辞格	42
四、招贴的字体设计	45
第四节 招贴的色彩设计	48
一、色彩在招贴中的作用	48
二、色彩在招贴设计中的情感性表达	48
三、色彩设计的象征性表达	49
四、色彩在招贴设计中的功能性	49
综合练习	50

第三章 招贴的创意设计

3

第一节 创意是招贴设计的灵魂	54
一、创意的概述	54
二、招贴的创意设计	55

56	三、招贴的创意过程
56	四、招贴的创意思维特征
57	五、招贴的创意思维模式
60	第二节 创造性思维——招贴创意的根本
60	一、创造性思维的含义
60	二、创造性思维的方法
62	三、激发创造性思维的条件
63	四、创造性思维的表达
68	综合练习

4

第四章 招贴的编排设计及构图形式

70	第一节 编排设计的基本概要
70	一、编排设计的概念、目的、作用
70	二、编排设计的艺术效果与逻辑性
70	三、编排设计中的视觉流程
72	四、编排设计中的空间运用
73	五、编排设计中应注意的几个方面
74	第二节 文字与图形的编排设计
74	一、文字的编排
77	二、点、线、面与图形、文字的编排
78	第三节 招贴的构图及形式
78	一、构图的形式法则
79	二、常见的构图形式
80	综合练习

5

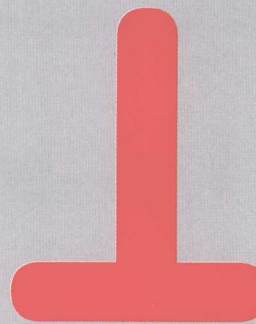
第五章 招贴的创作与表现

82	第一节 招贴设计的表现形式
82	一、异构图形的表现
84	二、同构图形的表现
86	三、重构图形的表现
88	四、解构图形的表现
91	五、模仿图形的表现
93	六、寓意图形的表现
96	第二节 招贴的具体制作、表现技法及张贴环境
96	一、招贴的具体制作
97	二、招贴的表现技法
99	三、招贴的张贴环境
99	综合练习

6

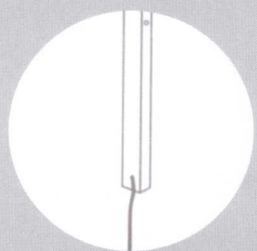
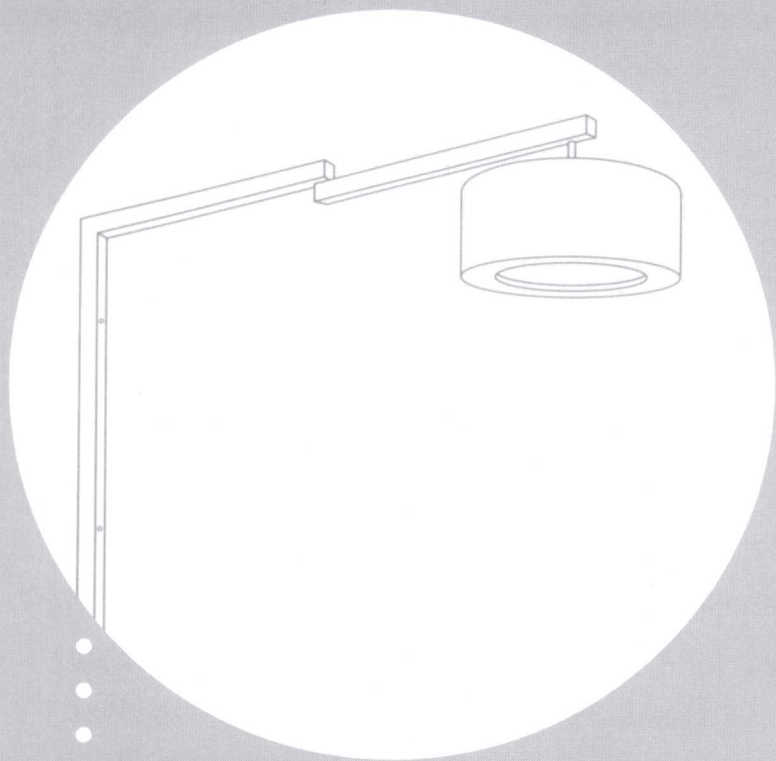
第六章 招贴作品解析与欣赏

102	第一节 招贴作品精彩案例解析
105	第二节 招贴作品欣赏
126	参考文献



第一章 招贴的历史

ZHAOTIE DE LISHI



第一章 招贴的历史

回顾和研究招贴的发展史,讲述招贴的起源与发展,可以从中看到前人作品所反映的在时代、观念、表现形式与审美情趣等诸多方面的认识和阐释,历史不应该只是对过去的重现,更重要的是对于未来的启迪。只有“鉴古而知今,温故而知新”,才能使我们能够从历史的角度去审视和借鉴古人的经验,理顺“传统”与“现代”、“民族”与“世界”的文脉关系,扩大视野,洞悉美术运动,尤其是现代艺术对招贴设计的影响,阐明国际设计思潮与招贴的风格流派的形成,探讨研究招贴与社会政治、经济、文化、艺术的密切关系。这些历史经验有助于我们从中获得更多、更大的启迪,激励和鼓舞着我们去继承和发扬优秀传统文化,运用现代设计理念和表现形式,去创造现代招贴语言,为推动中国现代招贴艺术设计的进一步发展而努力。

第一节 招贴的起源与发展

一、招贴的起源

纵观几千年历史,人类设计的创造和发展有着悠久的历史渊源。四大文明古国——埃及、古巴比伦、印度和中国,其设计发展历史都走过同样的岁月,在由原始社会向奴隶社会过渡的末期,人类经历了漫长的石器、陶器、铜器时代。在劳动中,人们不断有意识、有目的地改进和制造生产工具,使生产力不断地提高,出现了大量剩余产品和社会分工。因此,相互交换产品,成为当时人们不可缺少的社会活动。如何互通信息,把要交换的产品的信息传播出去,人们尝试了各种方式,除了口头吆喝、实物展示外,就是以图文告示的方式向人们传递信息。这种图文告示可称为最早的招贴。

招贴是人类在社会活动中的自然创造,是人类认识事物和交流信息的媒介,是把想要说的话和情感用文字和绘画的方式向其他人表达的一种传播载体。文字和绘画是它的语言形式,广告和宣传是它最基本的功能和目的。

1. 世界最早的招贴

世界上最早的招贴是由英国军队在埃及古城底比斯遗址发现的一张寻人文字招贴广告。这是公元前1000年古代埃及首都特贝散发的广告传单,尺寸为20×25 cm,内容是这样的:“一个叫谢姆的男奴隶,从善良的织布匠哈甫家逃走了。首都特贝一切善良的市民们,谁能把他领回来的话,有赏。谢姆是Hitler(民族名),身高5英尺2英吋,红脸,茶色眼珠。谁能提供下落,就赏给他半个金币;如果谁能把谢姆送到技艺高超的织布匠哈甫的店铺来,就赏给他一个金币。”可以看出,这是一张为追捕一名逃跑的奴隶而利用广告传单作为媒介进行的寻人广告。这张3000

多年前写在“莎草纸”上的寻人招贴现存于英国伦敦博物馆。

2. 中国最早的招贴

中国是一个地大物博的文明古国，创造过辉煌灿烂的设计文化，其广告历史也非常悠久。由于我国的社会发展与西方国家的发展轨迹不同，中国的历史上没有经历过工业革命。因此，中国现代艺术设计的发展，受到了严重阻碍。本章对于招贴艺术设计的历史发展主要是以西方国家的艺术设计历史文脉为线索来进行阐述的。

《周易·系辞》中有记载，传说神农时代即已出现了实物交换。商周·春秋之际，货币发行量极大，商业极为发达。此时，出现各种的形式广告，如口头叫卖广告、旗子酒招贴广告。唐宋时期，由于经济繁荣，商业往来更加频繁，旗子、幌子、招牌、仿单、包装纸、招贴等各种广告形式得到进一步发展，并且一直延续到明清时期甚至当今时代。

中国现存最早的招贴实物是宋朝山东“济南刘家功夫针铺”广告（图1-1），现珍藏于北京历史博物馆。隋唐时期，已经发明雕版印刷工艺，到宋代又有了雕刻铜版印刷技术，这块铜版上不仅刻有店名和广告语句，而且还有“白兔”商标，是不可多得的珍贵文物。该铜版长18.4 cm，宽13.2 cm，版面以双线为框，内分三层：第一层栏内阴刻楷书，“济南刘家功夫针铺”；第二层中部为白兔持杵捣春图案，两侧各有四个楷书阳文；第三层下部是推销产品的文字“收买上等钢条，造功夫细针，不误宅院使用，客转兴贩，别有加饶。请记白”。其内容不但对产品原料、质量、销售方法，作了详细的介绍，还提出让利销售的优惠条件，是一张既可张贴，也可作为针的包装纸的广告招贴，是完全具备现代广告功能的招贴告示。这块铜版的发现，不但是广告的珍贵文物，而且也能说明我国的印刷术要比德国古登堡大约在1450年发明的活字印刷术要早几百年，说明当时人们已经知道利用商标与图形来传播信息并用于门面装潢的意识。这是一块非常成功的招贴广告实物。

二、招贴的产生

当历史的脚步踏进19世纪最后20年这个富于创造发明的时期，工业革命使整个世界发生了天翻地覆的变化。平面设计业除了石版



图 1-1 山东“济南刘家功夫针铺”广告……………

印刷技术和摄影技术的发明与发展以外,职业的具体分工也开始明确,这些都大大地促进了平面设计的发展。书籍插图、漫画报刊和招贴广告在19世纪中叶以后成为社会上的重要事业。在那个时代,作为传播媒介的招贴广告具有绘画和设计双重身份的特征,它作为美术与实用美术、文化与商业的连接纽带,成为综合绘画、摄影照片和印刷工艺为一体的新行业。另外,社会的急剧需求,使得从事这一商业性的艺术设计可以得到相对稳定的收入,从而吸引了许多著名的画家和设计家纷纷参与招贴广告设计。巴黎街头如同海报的艺术画廊,当时的伦敦就有150名张贴工人,每周要张贴大约19万张宣传画。这些既是广告又是美术作品的招贴画不仅震撼了艺术界和商业界,同时也引起了社会的极大关注和反响。至此招贴得到了空前的普及和繁荣,并成为大众传播信息的最主要媒介之一。1884年,法国巴黎举办首次招贴设计展。1891年,法国萨戈特画廊举办了招贴画展,这是画廊首次单独为招贴举办的展览,同时,也是艺术与招贴广告第一次聚首的最好见证。

在这股招贴热潮中,涌现出一批杰出的平面设计家,其中比较突出的是印刷改革的开路先锋、法国“新艺术”运动过渡时期最重要的代表人物朱利斯·谢列特和“新艺术”运动中最杰出的艺术家、设计家图鲁斯·劳特累克。

1. “现代招贴之父”——朱利斯·谢列特

谢列特是法国著名的海报设计家和平面设计家。他于1866年在巴黎自己的印刷厂设计制作了第一张彩色石版招贴,它标志着现代招贴的诞生,在平面设计史上具有划时代的意义。

19世纪70年代,谢列特摆脱了维多利亚装饰风格的束缚,形成了自己的设计风格。其采用简洁、明快、自然流畅和充满浪漫艺术色彩的表现手法,设计出了相当数量的海报,成为法国巴黎家喻户晓、极受欢迎的平面设计家。

谢列特之所以被誉为世界招贴历史上第一位大师,并不仅仅因为他创作了数以千计的招贴作品,而在于他娴熟、高超的绘画技艺和对于彩色石版印刷技术的运用。他所创作的那些艺术佳品无一不令人为之而倾倒。他那具有勃勃生机的伟大艺术作品不仅具有“新艺术”运动的自然主义装饰特色,同时又有着自己鲜明的艺术特点。谢列特的招贴作品最大的特征就是尺寸很大,高达2.4 m,题材涉及社会生活的各个方面。他一生共创作了大约1 020幅不同类型的招贴作品,有的作品印数达20万张,其中有关女性形象的招贴作品引起大众特别是青年女性的喜爱,并成为竞相模仿的对象,那些为剧院和舞会创作的招贴画成为整个城市谈论的话题。因此,谢列特艺术作品对社会艺术界以及设计界均产生了巨大的影响。

1889年,谢列特在法国国际博览会上获得金奖;1890年,又获得法国政府颁发的荣誉军团勋章,他的事业达到登峰造极的高度。谢列特退休后在法国南部尼斯城从事粉笔绘画创作。在他逝世后,法国政府在那里建立了“谢列特博物馆”,专门收藏并展示他的作品。谢列特活到97岁高龄,他把维多利亚的招贴风格带入了20世纪。在他的一生当中,法国招贴设计一直处于黄金时代,他成为“新艺术”运动中平面设计和招贴设计的重要人物。谢列特以旺盛的精力和卓越的艺术天赋,使招贴事业成为一个独立、充满活力,并真正为大众宣传信息的媒介。因此,他的努力对社会经济和文化传播的发展都作出了巨大贡献,在设计史上被誉为“现代招贴之父”。(图1-2,图1-3)

2. 图鲁斯·劳特累克

劳特累克是法国后期著名的印象主义画家和设计家。他的画风是19世纪的绘画向20世纪初期表现主义倾向过渡的

主要桥梁,在招贴历史上同样占有重要的地位。劳特累克的作品所描绘的对象大都是舞厅、歌舞团、夜总会,所描绘的女性大部分是歌舞场上的风尘女子,这些是他作品的主要特征。另外,在色彩上追求简单平涂与和谐统一的手法,内容形象生动、突出,图形高度概括,具有很高的装饰性。他还受到日本浮士绘木版画的影响,如平面动态构图以及粗犷的外轮廓线等。事实上,这种用线来完成面的作法,与高更以及其他象征主义画家们的色彩模式是并驾齐驱的。劳特累克的作品成为20世纪初期抽象色彩作品最初的典型代表。因此,从劳特累克的作品特征上看,他为后人所作的最大贡献是他发展了招贴与艺术的相互联系,提高了招贴在艺术形式上的质量,并使之达到完整与统一。

劳特累克的招贴艺术是在谢列特成就之上的、更有意义的延伸,而谢列特艺术特征仅仅是把招贴作为一种信息媒体形式同以往艺术产生联系,这就是二人在艺术成就上的最大差异。劳特累克为戏剧女明星设计的唱片封面就是因为人们不能接受他的设计风格而无法出版,这是因为他的招贴风格同谢列特轻松愉快的招贴风格形成鲜明的反差,他的作品具有一种愤世嫉俗的激情,富有漫画意味的幽默和讽刺。劳特累克对招贴艺术最大的贡献就是使招贴的主题思想产生了一定的象征寓意和社会学方面的意义。

劳特累克一生只设计过32张彩色石版招贴,但是,它们都是法国“新艺术”运动平面设计中最重要的经典作品。劳特累克只活到37岁,有人曾设想如果他和谢列特一样活到97岁,那么他可以活到1961年,难以想象他将会对招贴设计和绘画艺术的影响会是何种情景。(图1-4,图1-5)

第二节 西方招贴设计的发展与变迁

自1866年谢列特的第一张彩色石版招贴画的完成到第一次世界大战期间,随着摄影技术的发明与发展,以及彩色石版印刷技术的革新,招贴广告摆脱了长期以来以文字为主的设计风格。19世纪中期以后,彩色印刷品进入了千家万户,具有图画式的彩色招贴海报日益成为流行的广告形式。作为一种为大众传播媒介的招贴广告,

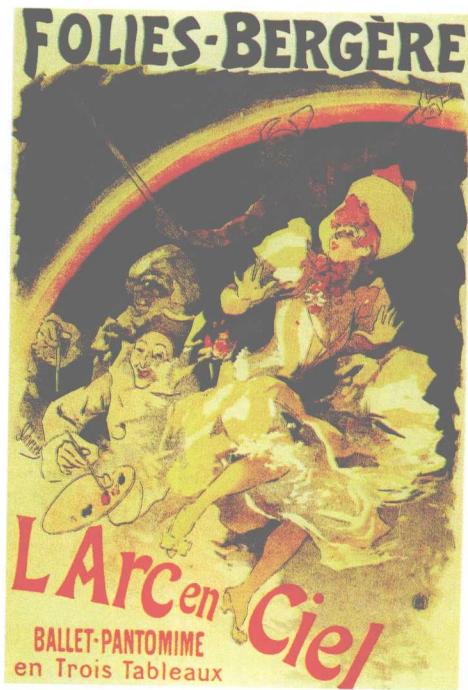


图1-2 谢列特 BERGERE艺术沙龙 1893



图 1-3 谢列特 NOUVEAU剧院招贴

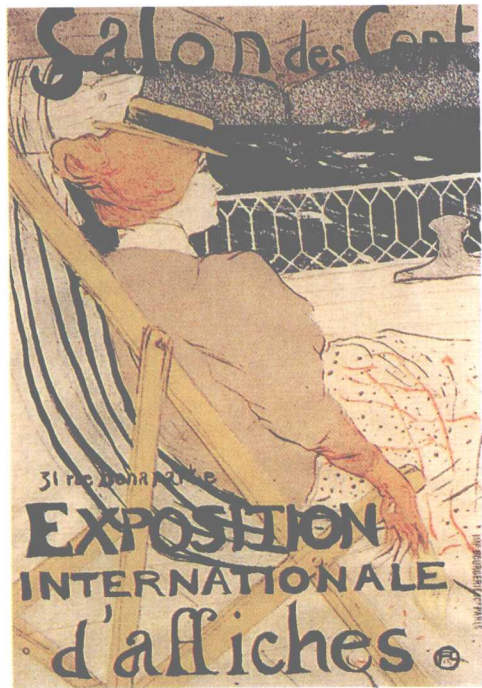


图 1-4 劳特累克 国际招贴展 1896



图 1-5 劳特累克 VICTOR JOZE出版社招贴画

其设计王者的地位被确立下来。由于招贴广告始终连接着美术与实用美术、文化与商业、绘画与设计，因而吸引着大批富有才华的著名画家和各类设计家投身于招贴设计行列。在他们的不断努力和探索求新的感召之下，19世纪中期，从英国的“工艺美术”运动开始，在欧洲大陆接连不断地掀起了规模宏大、影响范围广的“新艺术”运动、象征主义运动、装饰主义运动等多种风格的尝试，其招贴作品之多、题材之广、作用之大是前所未有的。这种蓬勃发展的势态使招贴艺术进入了空前的繁荣时期。

一、现代主义艺术运动与招贴设计的演变

历史的车轮驶进了20世纪这个新旧交替的时期。这时候人们往往会以以往视觉艺术所走过的足迹进行总结，而这种心理状况使得世纪之交的艺术风格产生重大转变。

这一时期，欧美国家的工业技术迅速发展，新的设备，如机械、工具等不断被发明出来。这种工业技术的飞速发展，不但给社会结构和社会生活带来很大的冲击，同时也为艺术家们带来新的艺术内容和新的表现形式。立体主义、未来主义、表现主义，各种标新立异的现代艺术流派层出不穷。另外，尽管工业印刷技术得到了改进，然而现代设计却没有得到相应的发展，新的商业海报、广告书籍大量涌现，公共标志、公共传播媒介也与日俱增。自1907年到第二次世界大战期间，在欧洲和美国相继出现了一系列的艺术改革运动。现代主义艺术运动就是在这期间针对传统艺术进行全面的、革命性的、彻底的视觉艺术革新。因此，现代艺术运动的兴起为现代视觉设计领域注入了新的活力，极大地丰富了招贴设计的视觉语言。

作为连接绘画与设计、文化与商业的招贴海报艺术，无论是从创作理念上还是从表现形式上均受到现代主义艺术思潮的深刻影响，进而加快了招贴艺术进入历史性的成熟阶段的步伐。（图1-6至图1-10）

二、现代主义设计运动与招贴的黄金时代

20世纪前叶，随着一系列科学技术的重大发展，艺术家和设计师们开始敏感地认识到科学技术对日常生活中的社会实践所起的重要作用以及时代发展的必然性。他们用诚挚与理性的思考态度取代了“新

艺术”运动那种回避机械化和现代化的狂热艺术设计梦想。因此，在新的时代，设计也具有新的含义。科学技术的进步引领了设计态度及观念的变革，观念的分歧体现了人类进入更高层的文明与进步。然而，这一前提条件只有在不断地改变设计功能和艺术风格中，才能应付新时代的需求，顺应社会发展的趋势。

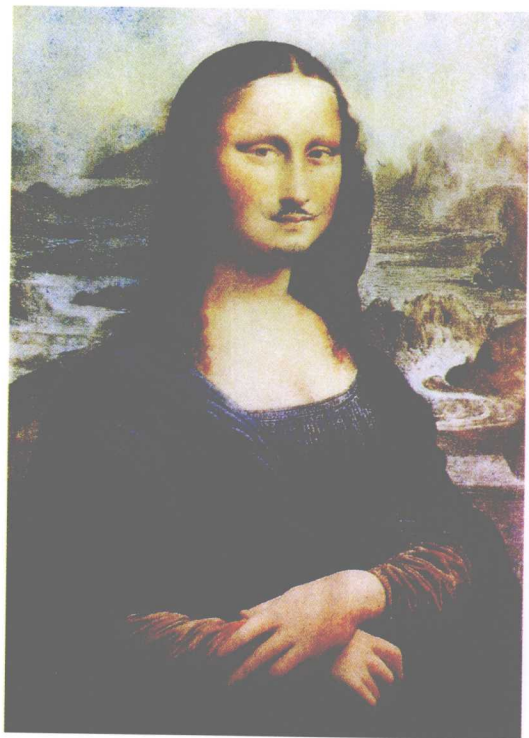


图 1-6 杜桑《画了胡须的蒙娜丽莎》1919



图 1-7 马格里特《形象的背叛》1928



图 1-8 马格里特《错误的镜子》1928

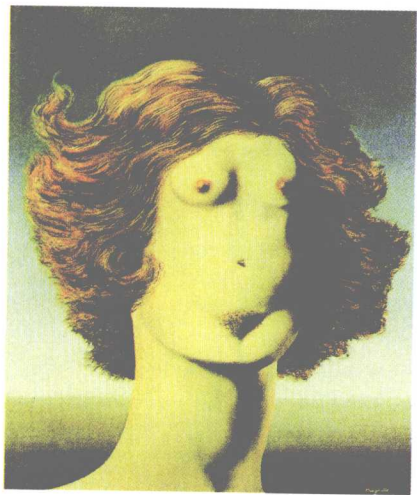


图 1-9 马格里特《凌辱》1934



图 1-10 米罗《构图》1933

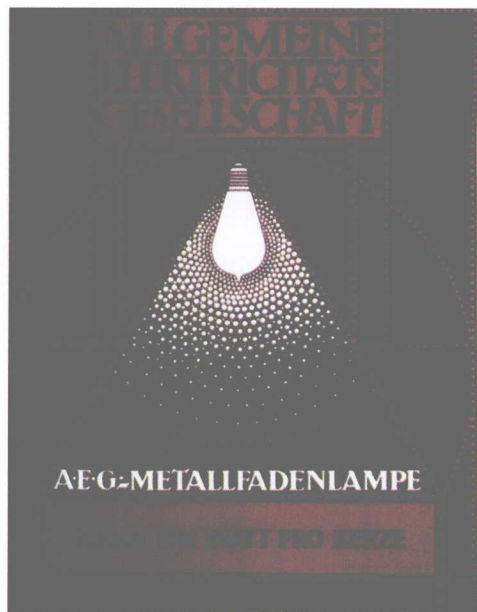


图 1-11 贝伦斯 德国电气公司AEG招贴
1910

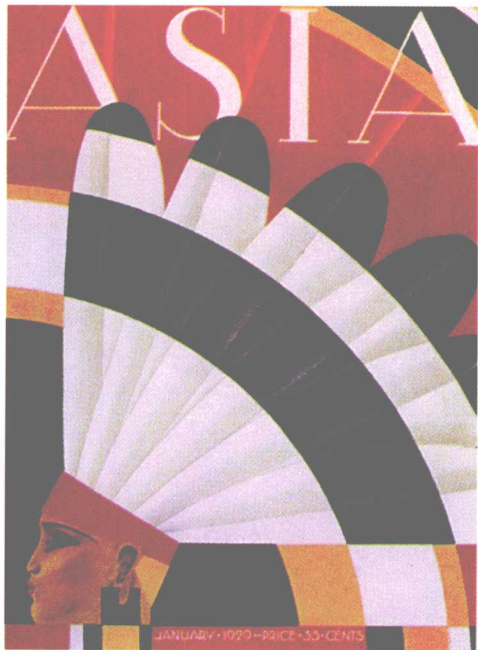


图 1-12 马金托什《亚细亚》杂志封面
1929

现代主义设计运动是20世纪初到第二次世界大战结束以后相当长一个时期内，席卷欧美各个意识形态的广泛运动，它与欧洲的装饰艺术运动几乎同时发生。这一时期，一系列的艺术改革运动，如立体主义、未来主义、达达派等也相继产生，这三类划时代的艺术及设计运动此起彼伏，错综复杂，三者之间相互交叉影响，渗透借鉴，并存而发展。然而，装饰艺术运动完全有别于现代艺术与现代主义设计运动，属于不同范畴的运动，其最大差异就是装饰艺术运动是传统的、服务于少数资产阶级权贵和上层社会的运动，而现代主义设计运动是革命的、民主的、个性的、大众的，是艺术与科学相结合，适应时代发展具有空前规模的一场运动。这一设计运动主要体现于俄国的构成主义、荷兰的风格派运动、德国的包豪斯设计运动。这三个产生于欧洲的核心运动在20世纪30年代第二次世界大战爆发之后转移到美国，以美国为中心并在美国生存继而发展下来。美国集欧洲各国设计运动之大成，完成并搭成了现代主义运动的任务和结构。战争结束后，由于美国广泛的影响力，现代主义运动成为国际主义运动的坚实基础。

视觉平面设计的发展与这个时期的发展是一致的。作为平面设计的主要范畴，招贴设计在受到来自不同方面的影响和刺激下，其设计思想与表现形式也有了很大的发展，呈现出风格迥异，精彩纷呈的多元化情景，招贴设计开始进入黄金时代。（图1-11至图1-24）

三、第二次世界大战后招贴的发展与风格流派

战争对整个世界造成了不可估量的打击和损失，战争也基本上摧毁了欧洲作为现代艺术和设计的中心地位。法国和德国作为现代主义艺术设计的核心地位，由于战争而被彻底破坏了，取而代之的是美国。大部分杰出的艺术家和设计家移民美国，纽约成为世界现代艺术和设计的中心。这个地位的重大转变不仅促使美国的视觉艺术发生了根本性的变化，也使整个世界的艺术和设计进入一个新的时期。第二次世界大战后，人们开始重建家园，世界各国都处于经