

平面广告

设计与制作

刘艺琴 郭传菁 编著



全国优秀出版社
武汉大学出版社

珞珈广告学丛书

丛书主编 张金海



423

F712.81

L76

珞珈广告学丛书

丛书主编 张金海

副主编 饶德江

姚 曦

周茂君

平面广告

设计与制作

刘艺琴 郭传菁 编著

全国优秀出版社 武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

平面广告设计与制作/刘艺琴,郭传菁编著. —武汉: 武汉大学出版社, 2002. 6

珞珈广告学丛书/张金海主编

ISBN 7-307-03597-9

I. 平… II. ①刘… ②郭… III. ①广告—平面设计 ②广告—制作 IV.
J542.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 029983 号

责任编辑: 宋玲玲 高璐 责任校对: 程小宜 版式设计: 支 笛

出版: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.whu.edu.cn)

发行: 新华书店湖北发行所

印刷: 武汉大学出版社印刷总厂

开本: 787×960 1/16 印张: 10 字数: 181 千字

版次: 2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 7-307-03597-9/J · 37 定价: 15.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题者, 请与当地图书销售部门联系调换。

目 录

导论 平面设计与平面广告设计	1
第一节 现代艺术对平面设计的影响	1
一、立体主义	1
二、未来主义	2
三、达达主义	3
四、超现实主义	3
五、俄国至上运动	4
第二节 包豪斯与新平面设计风格	4
第三节 当代平面设计的现状	6
一、二次世界大战后平面设计的发展	6
二、后现代主义平面设计	7
三、电脑在平面设计中带来的革命	9

上编 平面设计基础

第一章 平面构成	11
第一节 什么叫平面构成	11
第二节 “形”的认识	11
一、形	11
二、形成形的条件	13
第三节 造型的基本要素：点、线、面	14
一、点	14
二、线	16
三、面	17
第四节 规律性构成方式	19
一、渐变	19
二、重复	19
三、近似	20



四、骨格	21
五、发射	21
六、特异	22
第五节 非规律性构成方式	23
一、对比	23
二、密集	24
三、空间	24
四、错视	25
五、平衡	26
六、韵律	26
第二章 色彩构成	28
第一节 什么叫色彩构成	28
第二节 色彩的类型划分及其属性	30
一、色彩的类型	30
二、色彩的属性	31
三、表色体系	32
第三节 色彩的心理象征性	33
一、红色	35
二、橙色	35
三、黄色	36
四、绿色	36
五、蓝色	37
六、紫色	37
第四节 色彩构成中的色彩对比	38
一、色相对比	38
二、明度对比	38
三、纯度对比	38
四、补色对比	39
五、冷暖对比	39
六、同时对比	39
七、面积与色彩对比	39
八、形状与色彩对比	40
第五节 色彩构成中的色彩调和	40
一、同类调和	40

二、近似调和	40
三、同一调和	40
四、分割调和	41
五、面积调和	41
六、秩序调和	41

下编 平面广告设计与制作

第三章 平面广告画面设计	42
第一节 平面广告画面设计的组成因素	42
一、功能因素	42
二、形式因素	45
第二节 平面广告画面设计的原则	46
一、整体原则	46
二、资源原则	47
三、创新原则	48
四、满足需求原则	48
第三节 平面广告的构成要素	49
一、内容构成要素	49
二、造型构成要素	51
第四章 平面广告的文字设计	57
第一节 文字设计的分类及特性	57
一、汉字	57
二、拉丁文字	59
第二节 文字设计	61
一、文字设计的要求	61
二、广告文字设计的四个统一	62
三、文字设计的方法步骤	64
第三节 文字编排设计	66
一、文字编排的原则	66
二、文字编排的形式	67
第五章 标志设计	70
第一节 标志的产生与发展	70
一、标志的来源	71
二、标志的发展趋势	72



第二节 商标的功能与作用	73
一、有利于消费者识别商品	73
二、有利于宣传产品、传递产品信息	74
三、有利于进行产品的广告宣传	74
第三节 标志设计	75
一、标志设计的造型要素	75
二、标志设计中的文字	75
三、标志的设计准则	77
四、标志的表现形式	77
五、标志的标准化制作	78
第六章 平面广告编排设计	80
第一节 编排的目的及意义	80
一、提高广告的注目率	80
二、迅速准确地传达广告信息	81
三、企业品牌印象的留存	82
第二节 版面编排的顺序及步骤	82
第三节 版面编排中的视觉流程	84
一、画面的视觉焦点	84
二、视觉流程规律	85
三、视线的诱导因素	86
第四节 编排设计中的空间处理	86
一、力势	86
二、空白的运用	87
第五节 版面编排设计方法	88
一、感性编排设计	89
二、理性编排设计	90
第六节 版面编排设计的类型	91
第七章 报刊广告设计	94
第一节 报纸广告	94
一、报纸广告的优势	95
二、报纸广告的劣势	96
第二节 杂志广告特点	96
一、杂志广告的优势	97
二、杂志广告的劣势	97



第三节 报刊广告设计	98
一、报纸广告设计	98
二、报刊广告的版式	99
三、报刊广告的表现手段	100
第八章 户外广告设计	102
第一节 户外广告	102
一、户外广告的特点	102
二、户外广告的分类	103
第二节 户外广告的设计	105
一、户外广告的设计准则	105
二、户外广告的设计要求	106
第三节 户外广告制作	110
一、构架部分的制作	110
二、画面部分的制作	110
三、广告位置的选择	112
四、照明部分的制作	112
五、画面材料类别	114
第九章 POP 广告设计	115
第一节 POP 广告	115
一、POP 广告概述	115
二、POP 广告产生的原因及其作用	116
三、POP 广告的发展	117
四、POP 广告的造型特点	118
第二节 POP 广告的分类	118
一、时间分类	118
二、制作材料分类	119
三、广告展示和陈列方式分类	119
四、POP 广告的主要类型	119
第三节 POP 广告的设计及制作	121
一、POP 广告的策划过程	122
二、POP 广告的设计	123
三、POP 广告的制作	125
四、POP 广告使用的检查要点	126
第十章 计算机平面广告设计	127



第一节 计算机与平面设计	127
一、计算机的出现与使用给平面设计带来重大变革	127
二、计算机技术的发展给平面设计带来新的课题	128
第二节 计算机平面设计基础	129
一、计算机图形种类	129
二、分辨率	130
三、文件格式	132
第三节 色彩深度和色彩模式	137
一、色彩深度	137
二、色彩模式	139
第四节 平面设计软件概述	144
一、Photoshop——世界标准的图像编辑软件	145
二、Illustrator——工业标准的矢量绘图软件	146
三、PageMaker——专业排版软件	147
四、Painter——手工绘图软件	148
五、CorelDRAW——超级矢量绘图、插图软件	149
主要参考书目	150



导论 平面设计与平面广告设计

第一节 现代艺术对平面设计的影响

20 世纪初,在欧洲和美国相继出现了一系列的艺术改革运动,特别是在 1907 年至第二次世界大战期间,这些运动发展得有声有色,如火如荼,结果是从思想方法、表现形式、创作手段、表达媒介上,对人类自从古典文明以来所完成的传统艺术进行了全面的、革命性的、彻底的改革,完全改变了视觉艺术的内容和形式。这个庞大的艺术运动浪潮,我们往往笼统地称之为现代主义艺术或者现代艺术,英语称为“moder art”。这个艺术运动浪潮的影响是极其深远的,它不仅仅改变了艺术的内容,比如艺术的目的、艺术的价值观、艺术服务的对象和艺术的思想内容,同时还完全改变了艺术的表现形式。而随着这一系列艺术运动所产生的主要艺术流派对平面设计的发展也起着极其深远的影响。

一、立体主义

立体主义绘画是 1907 年以毕加索的作品《亚维农的少女》为标志开始的。立体主义是一个全新的绘画和雕塑运动,主张完全不模仿客观对象,重视艺术家自我的理解和表现。作为一个运动,立体主义是在 1908 年展开的,倡导者和奠基人是毕加索和乔治·布拉克。从 1908 年开始,一直延续到 20 世纪 20 年代中期为止的立体主义发展,对 20 世纪初期的前卫艺术家带来非常重大的影响,并且直接导致了新艺术运动的出现,比如达达艺术(DADA)、超现实主义艺术、未来主义和其他形式的抽象艺术等等,对于表现主义也具有强大的影响作用。可以说立体主义是 20 世纪初期的现代主义艺术运动的核心和起源。

1912 年毕加索和布拉克发明了拼贴和纸拼贴的新技术,在绘画色彩和技法上,都采取综合方式。他们的这个探索,开始打破传统艺术的媒介局限,绘画不仅仅是用色彩,还可以加入其他的材料,比如旧报纸、海报残片、音乐曲谱、废公共汽车票等等,以后更加发展到各种其他材料,如木片、沙、金属等



等。这种改变,是自从绘画艺术产生以来的一次重大改革,是对艺术千年传统媒介的革命,使创作的重心日益转向对于不同媒介的组合的综合考虑和设计,通过组合和搭配,达到视觉和谐的目的。因此,这个阶段称为“综合立体主义”阶段。立体主义在第一次世界大战前后成为影响各个欧美国家的国际艺术运动,它突现出对于具体对象的分析、重新构造和综合处理的特征,这个特征在某些国家得到更加理性的进一步发展。这种发展造成对平面结构的分析和组合,并且把这种组合规律化、体系化,强调纵横的结合规律,强调理性规律在表现“真实”中的关键作用。这种探索,在荷兰的“风格派”运动中,在俄国十月革命后的“构成主义”运动中,特别是在整个德国世界最早和最现代的设计教育中心——包豪斯设计学院中得到发扬光大,并且体现在建筑设计、工业产品设计和平面设计中。因此,可以说,立体主义提供了现代平面设计的形式基础。

二、未来主义

未来主义运动是意大利在 20 世纪初期出现于绘画、雕塑和建筑设计的一场影响深刻的现代艺术运动。它的开端,是以意大利未来主义奠基人费里波·马里涅蒂(Filippo Tommaso Marinetti, 1876~1944 年)于 1909 年 2 月份在法国《费加罗报》上发表的《未来主义宣言》(以下简称《宣言》)为标志的。马里涅蒂在《宣言》中对 20 世纪的工业化、对机器日益占主导地位的时代特征顶礼膜拜。他认为,“一辆轰鸣飞驰而过的汽车,看上去像是炮弹的飞奔”,要比任何传统绘画要美得多,提出应该庆祝速度和战争的暴力,认为这些活动才是代表未来的实质。他反对任何传统的艺术形式,认为真正艺术创作的灵感来源应该是意大利和欧洲的技术成就,而不是古典的传统。在这个《宣言》中,他提出要捣毁图书馆、博物馆、学院,摧毁陈旧的城市,因为它们都是坟墓,所以需要革命,需要歌颂技术之美、战争之美、现代技术之美和速度之美。这一运动的思想根源,是当时欧洲流行的无政府主义思潮,具体反映在当时的哲学家亨利·伯格森和佛里德里奇·尼采的哲学思想中。他们的绘画努力表现时代精神——高速运动的汽车、飞机、现代建筑等等,他们认为这是作为未来的形式和艺术探索真实的途径。他们的绘画表现了对对象的移动感、震动感,趋向表达速度和运动,这是未来主义的核心部分。未来主义在平面设计上提供了高度自由的编排借鉴,当现代主义平面设计风格形成之后,特别是“二战”后在西方确立成为国际主义风格之后,这种趋向反理性和规律性的风格就基本上被主流设计界否定了。但是,随着国际主义风格的呆板特征受到不断的挑战,平面设计家又转而从以往各种风格中找寻能够与国际主义风格抗争的形式。20 世纪 80 年代末到 90 年代,未来主义风格在西方的平面设计界中重新得到重视,特别是电脑在设计上的广泛应用,使设计变得



非常容易,因而成为一种新的时尚。

三、达达主义

达达主义艺术运动,是小资产阶级知识分子在第一次世界大战期间,对社会前途感到失望和对发展感到困惑的时候,首先在瑞士的苏黎世,之后在德国的柏林、法国巴黎和美国的纽约发展起来的一个高度无政府主义的艺术运动。强调自我、非理性、荒谬和怪诞、杂乱无章和混乱,是这个运动的主要特征。

达达主义运动主要的发展是1915年至1922年。运动的成员明确地宣布:运动的目的是要反对第一次世界大战的毫无意义的暴力,他们认为这种暴力的残酷,使得所有现存的道德和美学价值变得毫无意义。“达达”这个词在法文中是“玩具马”的意思,在俄文中是“是”的意思。其实,这个词本身就没有什么特别的含义,只是运动组织者在词典中随便翻出来的字眼。运动的命名本身即已表现出运动的荒诞。“达达”反所有的现存艺术,反理性,认为世界是没有任何的规律可以遵循,惟一可以遵循的是机会性和偶然性。“达达”具有强烈的虚无主义特点,同时也是一种有计划的无计划性,有目的的非目的性,有组织的无政府主义,有内容的虚无主义,是知识分子在特殊情况下的一种个人情绪的宣泄。1915年杜尚迁移到美国纽约从事创作活动,这一年他开始发明“现成”制品的艺术创作。他认为生活本身就充满了偶然性,充满了无法预测的机会性,因此,反映艺术或者生活的实质,只能是通过偶然的方法。艺术创作的方法仅仅是个人的决定和选择而已,艺术是绝对自由的,不受任何规律、规范、机构和行为准则的限制。他用自行车轮、男厕所的小便器等等现成的物品制作艺术品,在大师达·芬奇的名作“蒙娜丽莎”的脸上画胡须,所表达的仅仅是艺术的绝对自由性。达达主义在平面设计上的影响,与未来主义有相似之处。其中最大的影响在于利用拼贴方法设计版面,利用照片的摄影拼贴的方法来创作插图,以及版面编排上的无规律化、自由化。达达主义对传统的大胆突破,它对偶然性、机会性在艺术和设计中的强调,以及在平面设计上对于传统版面设计原则的革命性突破,都对后来的艺术和设计发展产生了极大的影响和作用。达达主义对意大利未来主义的精神和形式进行探索并加以发展,继而为超现实主义的产生奠定了基础。

四、超现实主义

超现实主义是发生于欧洲的另外一个重要的现代主义艺术运动,在文学上、戏剧上和艺术上都有不同程度的发展。顾名思义,“超现实”是指凌驾于“现实主义”之上的一种反美学的流派。这一艺术思潮最初形成于第一次世界



大战刚刚结束的时期。战争对欧洲文明造成的巨大破坏和损害，使大量知识分子感到茫然，因此不少人出现了虚无主义的思想。他们认为社会的所谓真实表象是虚伪的，他们的创作目的是要找寻比真的还要真的东西，找寻实质，而在了解社会实质上，只有艺术家的自我感觉可以依赖和相信。艺术创作的核心，是表达艺术家自己的心理状态、思想状态，比如梦，就是思想的真实，它比社会表明的形态更能够反映社会的实质。这种思潮很快在艺术界、戏剧界、文学界、电影界得到认同，发展成为一个运动。

超现实主义反对传统交流的模式，比如语言、文字等等，都被认为是虚假的、人为的、不真实的。他们认为人类自发的、无计划的、无设计的、突如其来的思想比语言、语法、文字更加真实，因为它是思想的真实流露。从这个时期开始，超现实主义艺术集团开始形成。其主要代表有莎尔瓦多·达利、林恩·马格里特、依佛斯·唐吉等。这些画家都尽力捕捉他们梦中的感觉、梦中所看到的景象，并利用写实主义手法表现出来。超现实主义对于现代平面设计的影响主要是意识形态和精神方面的。它提示了人类的潜在意识，并且通过艺术创作表达这种意思，对于日后现代平面设计在观念上、在创造性的启迪上有一定的促进作用。

五、俄国至上运动

俄国至上运动的核心人物是卡西米尔·马列维奇（1878～1935年）。他很早就受到立体主义和未来主义的影响，早在十月革命以前，他已经开始探索艺术创作的目的性，并逐渐形成自己的构成主义艺术和设计风格。他采用的简单、立体结构和解体结构的组合，以及采用鲜明的、简单的色彩计划，完全抽象的、没有主题的艺术形式。他否认艺术上的实用主义的功能性和图画的再现性，提出要用绝对的、至上的探索，来表现自我感觉。早在1913年，马列维奇就认为艺术的经验只是色彩的感觉效果而已，因此曾经设计过一个完全和仅仅由黑色方块构成的创作《黑方块》，说明仅仅是对比表达了艺术的真实。1915年以后，他开始利用立体主义结构的组合创作，简单的几何形式和鲜明的色彩对比组成了他的绘画的全部结构内容，视觉形式成为内容，而不是手段。这个探索，从根本上改变了艺术的“内容决定形式”的原则，他的立场是“形式就是内容”。

第二节 包豪斯与新平面设计风格

1919年由德国著名的建筑家沃尔特·格罗佩斯在德国魏玛市建立的“国立



包豪斯学院”，是欧洲现代主义设计集大成的核心。欧洲整整半个世纪对于现代设计的探索和试验，在这个学院中终于得以完善，形成体系，影响世界，对于平面设计来说，包豪斯所奠定的思想基础和风格基础，也是决定性的、重要的。第二次世界大战后的国际主义平面风格在很大程度上是在包豪斯基础上发展起来的。

格罗佩斯的设计思想一直具有鲜明的民主色彩和社会主义特征。他一直希望他的设计能够为广大的劳动人民而不仅仅是为少数权贵服务。他之所以采用钢筋混凝土、玻璃、钢材等等现代材料，并且采用简单的、没有装饰的设计，是考虑到造价低廉的问题。他希望能够为社会提供大众化的建筑和产品，使人人都享受设计。设计应该为广大人民服务，设计应该为全社会服务，而版面编排风格，采用无装饰性字体，这种平面设计风格，也就自然成为设计能够为大众服务的形式内容之一，成为包豪斯的平面设计风格。

包豪斯从魏玛时期（1919～1924年）到迪索时期（1925～1930年），一直到接近衰亡的柏林时期（1931～1933年）。早期的包豪斯与中期的包豪斯在基本艺术观念上有本质区别，真正在世界范围产生巨大影响的是中期的包豪斯的艺术思想和实践。大约从1923年起，学院开始走向理性主义，比较接近科学方式的艺术与设计教育，开始强调适应大工业生产的设计，原来的那种个人的、行会式的浪漫主义色彩逐渐消失了。而这正是德国工业发展迅速、政治与经济局势稳定的时期，因而，包豪斯的变化是顺应了社会大环境的改变的。

包豪斯在迪索时期进入了成熟阶段，在平面设计上也形成了自己完整的面貌和形象。包豪斯的平面设计基本是在荷兰“风格派”和俄国的“构成主义”双方的影响下形成的，因此，具有高度理性化、功能化、简单化、减少主义化和几何形式化的特点。以拜耶和纳吉的影响最大。

莫霍里·纳吉的设计强调几何结构的非对称性平衡，严谨的结构，完全不采用任何装饰细节等，简单扼要，主题鲜明，具有时代感。莫霍里·纳吉是大量采用照片拼贴、抽象摄影技术来从事设计的先锋之一。他在这个时期拍摄了相当多的抽象照片，利用细节放大或者特殊角度等等方法，他从具体生活主题中抽象出完全没有具象的形象，具有非常强烈的现代感受。而他又往往把这些照片用于平面设计中，造成平面设计的现代感。

拜耶主要集中在字体设计上，习惯采用非常简单的字体，在版面设计上采用非对称方式，明显受到荷兰“风格派”和他的老师莫霍里·纳吉的影响。

迪索时期的包豪斯出版了自己的校刊《包豪斯》，这份刊物成为包豪斯平面设计试验的主要阵地。纳吉和拜耶在这份刊物的设计上广泛采用了无装饰线体，简单的版面编排，构成主义的形式，达到非常功能化的形式。1925年，



拜耶提出字母的大写和小写在读音上毫无区别,因此没有存在大写的必要,他在这一年开始在所有包豪斯出版物上取消了大写字母,是一个非常激进的改革。他的目的是要创造出一个平衡的版面来,所有字体的形成因素都必须为版面的最佳传达效果服务。他设计出来的版面和字体非常强而有力。

包豪斯的最后阶段朱斯特·史密斯成为平面设计的负责人,他把包豪斯的平面设计传统继承下来,并且加以进一步发展。他发展了利用方格在工整的网格上进行设计的一套新的理性设计体系和方法,对于设计上的次序化和严格化起到了重要作用。学院在1930年遭到来自政府部门和德国右翼社会组织的攻击,终于在1933年4月被纳粹封杀。

第三节 当代平面设计的现状

一、二次世界大战后平面设计的发展

从20世纪50年代开始,日本设计界对于欧美的现代主义设计进行了历史的、全面的了解和审视。他们自己的理性的设计美学与欧洲的构成主义美学之间有相当多类似之处,因此,日本的设计家,特别是平面设计家对构成主义是情有独钟。构成主义设计和艺术对于几何结构,特别是纵横结构的严格分析和运用,使日本设计界入迷。但是,日本设计家更加喜欢对称化的布局,而不是构成主义的非对称化方式。中轴对称是日本长期的传统设计的重要构成部分,因此日本的设计对欧洲的构成主义进行了调整,把传统设计中一些简单化的象征性图案,比如花草、动物、植物纹样等等,都加入到日本式的构成主义设计中。日本现代设计的奠基人Yusaku Kamekura,非常注意日本的设计应该具有国际能够认同的基本视觉因素,同时具有日本的民族象征性。1964年,日本在东京举办国际奥林匹克运动会,Yusaku Kamekura负责设计总体的平面内容,包括标志、海报、视觉传达系统等等。他这个设计是完全国际化的,无论是形象、视觉标记和符号、色彩计划还是总体视觉设计,都具有典型的国际化色彩。但是,他在整个设计中牢牢地贯通日本国旗中红色的圆形——所谓太阳的符号,把这个圆形和国际奥林匹克运动会的五个圆环联系在一起,取得既有民族特征,又具有准确的国际认同的效果,是国际奥林匹克运动会系统设计中的杰出作品。

日本二次世界大战后开始发展起来的现代平面设计,经过40年的发展,已经成为非常成熟的设计体系。日本与欧洲、美国的设计具有相当密切的关系,在现代艺术、现代设计、现代文化等方面,日本并没有完全受到西方设计



潮流的改变而改变，而是在国际风格、流行的西方风格与日本的民族设计中找寻结合的可能性。从二次世界大战后到 20 世纪 90 年代日本现代设计发展的过程，表明它的这个探索是成功的。其民族绘画、民族传统设计风格、民族文化观念、民族的色彩计划、民族的审美立场、民族的文字（特别是书法）等等，都能够在一定水平上得到保存和发展，通过与现代设计的结合，得到国际的认同。日本的平面设计，影响了许多远东的亚洲国家和地区，比如韩国、新加坡及我国的台湾和香港等等，通过这些国家和地区的设计家的共同努力，在 20 世纪 90 年代前后形成了远东平面设计的新面貌。

所谓远东的平面设计新面貌，其实在很大程度上是指把民族的动机、民族的风格，包括文字和书法与国际主义的平面设计原则、现代艺术的手法结合起来的方式，日本在 20 世纪 50 年代、60 年代就开始了各种试验和探索，其他国家和远东地区也在 70 年代前后开始进行了类似的试验和探索，取得了相当可观的成就。比如我国香港的平面设计界就是一个非常突出的典范，它成功地把中国的民族特征和国际性的视觉传达要求、现代艺术的一些特征融为一体。

二、后现代主义平面设计

对于现代主义、国际主义设计的厌恶是后现代主义发展的一个非常重要的转折因素。如果说文化上的后现代风格是一个循序渐进的过程，那么，我们则可以从设计上，特别是建筑设计上找到一个从国际主义、现代主义向后现代主义转折的时期。从米斯·凡德洛垄断一切的“少则多”到罗伯特·温图利的“少则烦”，其间的转变只用了几年的时间，因此，可以说设计上的转折是有明确的时间性和阶段性的。

后现代主义产生的另外一个重要原因是二次世界大战后新生的一代青年消费者，他们被称为“自我一代”，他们强调自我，沉溺于物质主义之中，对于世界、国家的发展毫不关心，关心的只是自己的享乐和满足。针对这一代人的设计，当然不能是单调的、社会功能性的国际主义风格，而装饰主义在这种情况下自然大行其是。换言之，社会的市场需求造成了新的设计风格——后现代主义风格。

后现代主义设计运动是从美国发展起来的。所谓“后现代主义”平面设计，其实是对现代主义的一个改良，而方法主要是把装饰性的、历史性的内容加到设计上，使之成为平面设计的一个组成因素。在平面设计上，它融合了 20 世纪 60 年代开始发展起来的“后人文主义”风格，加入了各种历史的装饰动机。后现代主义的平面设计可以粗略地分成几个类型，以下分别加以介绍。

1. “新浪潮平面设计运动”



这个运动是由瑞士巴塞尔的几个原来与瑞士国际主义平面设计运动关系密切的瑞士设计家发起的，目的是打破国际主义对于平面设计的垄断。这个运动的领导人是瑞士巴塞尔的平面设计家沃夫根·魏纳特。魏纳特努力探索新的字体系统，他的设计与1920年前后的荷兰“风格派”、俄国的“构成主义”和德国的包豪斯的字体设计探索非常接近，具有强烈的构成主义特色。字体的设计与编排在很大程度上是新的构成主义的组合。他采用了非常简单的几何图形作为字体设计的基础，不采用装饰线，只是采用粗细长短不同的线条以及版面编排上的构成主义特征来达到强烈的平面视觉效果。他对于平面设计的文字、文章部分也进行了新的设计安排，他认为没有必要把文字完全放在一起，文字部分也可以进行切割、打碎、分解、重组，以增加平面的趣味性，形成新的风格。他采用了设计制版的方法，来进行这种类似解构的版面编排设计，无论字体、插图还是文章本身，都经过结构上的分解、重构设计，照片插图也进行了拼贴组合，他的设计因此充满了活跃、纷乱、生动的特点，与传统的国际主义风格大相径庭。

20世纪70年代中期以来，魏纳特的设计重点转移到制版的摄影机的技巧上。制版照相机原来的功能仅仅是客观地把设计好的内容变成制版的底片，而魏纳特则开始把制版照相机作为工具，通过照相机对已经设计好的版面进行变形、改良、歪曲处理，最大限度地运用这个新的设计因素，来改变原来版面的刻板性，使自己的设计更加五光十色、扑朔迷离。他这个时期的一系列海报设计，通过采用这个方法，变得更加生动、有趣，同时拥有一种超现实主义的韵味。他设计的艺术展览海报、演出海报等等，都具有非常强烈的否定国际主义的倾向，充满了个人风格的特征，震动了世界的平面设计界。

2. 意大利米兰市20世纪80年代产生的激进装饰主义运动“孟菲斯集体”和旧金山激进平面设计运动

20世纪80年代是设计史上后现代主义的重要发展时期，意大利的孟菲斯集团是引起世界注意的最重要的后现代主义设计集团。这个集团的精神领导是建筑设计和工业产品设计家艾托·索扎斯。这个集团之所以称为“孟菲斯”，是表现了它对于通俗文化、大众文化、古代文化的装饰的认同立场。“孟菲斯”主要从事产品设计，同时也设计平面作品，他们本末倒置地处理设计中的关系：功能往往从属于形式。对于他们这些意大利设计家来说，设计的中心是形式主义的表现，而不是功能性的好坏。他们在设计中采用了各种复杂、色彩鲜艳的表面图案，纹样、肌理、设计形式上充满了不实际的幻想、浪漫的细节，往往流于艳俗，而这种艳俗的效果，正是他们追求的目的。因为经历了长期单调、乏味的国际主义风格垄断之后，他们希望能够通过这种矫枉过正的方法来