

中外招贴创意设计丛书 / 柳林 主编

创意漫游

CREATIVITY OVERVIEW

会展视觉

张静 王骏 编著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



中外招贴创意设计丛书 / 主编 柳林

张静 王骏 编著



创意漫游

CREATIVITY OVERVIEW

会展视觉

武汉大学出版社

图书版编目(CIP)数据

创意漫游. 会展视觉/张静, 王骏编著. —武汉: 武汉大学出版社, 2006. 5

(中外招贴创意设计丛书/柳林主编)

ISBN 7-307-05012-9

I. 创... II. ①张...②王... III. ①宣传画—作品集—世界—现代②宣传画—艺术评论—世界—现代

IV. J238. 1

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第038706号

责任编辑: 任翔

装帧设计: 柳林 涂驰

版式设计: 柳林

出版发行: 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)

印刷: 武汉精一印刷有限公司

开本: 787×1092 1/16 印张: 6 字数: 180千字

版次: 2006年5月第1版 2006年5月第1次印刷

ISBN 7-307-05012-9/J·72

定价: 28.00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, 请与当地图书销售部门联系调换。

■ 序言

在平面设计领域里，招贴设计通常被视为衡量一个图形设计师艺术水平高低的重要方面，最能体现设计师的个人风格特点。在世界上诸多的平面设计艺术表现形式中，往往以招贴海报的展览和竞赛居多，其规模和影响也最大。世界范围内公认的设计艺术权威大赛包括：波兰华沙设计艺术双年展、芬兰赫尔辛基国际海报双年展、法国肖蒙国际招贴海报艺术节、美国科罗拉多设计艺术双年展和日本富山国际招贴海报三年展等。近几年来，在我国已成功举办了杭州中国国际海报双年展、宁波国际海报双年展，以及以“互动”、“全国环保宣传画”、“苏州印象”、“上海世博会”等为主题的招贴设计大赛，对我国的平面设计教育和招贴设计事业的发展起到了推动作用。

如今的宣传媒介越来越多样化，招贴的首席宣传地位已不复存在。但是招贴并没有被否定，也不存在着新与旧或是与非的学术问题。招贴仍然是一门无法取代的艺术，它是文化的，又是社会经济发展不可缺少的作品。在社会与文化、生产与消费之间，招贴具有的许多优点却是其他媒体无法替代的。随着时间的推移，作为人类文化记录的招贴仍会存在，并将永远保持下来。直至今天，几乎世界上所有知名的艺术设计院校都把招贴作为视觉设计的最重要的学习内容。这足以看出招贴海报对整个世界文明及其发展的巨大影响作用。

招贴创意是平面设计专业创造性、思维性设计活动。它通过图形、文字、色彩等视觉元素，启发学生的思维能力，培养学生对创意内涵的发掘，提高学生审美意识和素养。鉴于学习设计者查阅时的需要，我们按招贴表现的内容不同，分类编撰了这套招贴创意设计丛书。

呈现给读者的这套招贴创意设计丛书，从最初的“旅游招贴”设想，到“创意漫游”丛书的出版，是由武汉大学出版社酝酿、策划到作者们分类收集、整理资料等共同努力的结果。在编撰的过程中，我们舍弃了房地产、体育及纯商业招贴，原因是这类书籍已经较多。根据教学 and 实际运用方面的考虑，从《城市旅游》、《文化追寻》、《形象推广》、《影视戏剧》、《关爱行动》、《人与自然》、《战争与和平》、《会展视觉》、《安全地带》这九个方面进行了分类编撰和赏析。我们希望读者通过本丛书，不仅可以享受到艺术设计的视觉盛宴，而且在点评的引领下，了解招贴创作的背景和意图，领会设计者的创意思维方式及表现手法。作品的创意设计点评中若有不妥之处，敬请不吝指正。

本丛书所选作品主要来源于相关图书和资料，在此我们对这些设计师无私的援助表示由衷的谢意，是您们的这些优秀作品才促成了本丛书的完成。我们希望丛书的面世对促进行业内的交流和学习起到铺垫作用，同时对提高我国招贴设计水平有一些启发意义。因为当手头有了更多、更方便的资料时，才会有好的创意；只有拓宽视野，才能使思维变得敏捷。如果这套丛书能达到以上目的，那是我们最大的满足和欣慰。

柳林

二〇〇六年四月

会展·招贴·文化

会展的定义可分为“广义”和“狭义”两种。从广义上讲，它可以包括所有形式的展览会、会议和大型节事活动的统称；从狭义上讲，会展指贸易和宣传性质的展览，包括交易会、贸易洽谈会、展销会、看样订货会、成就展览等。在中文里，会展名称有博览会、展览会、展览、展销会、博览展销会、看样订货会、展览交流会、交易会、贸易洽谈会、展示会、展评会、样品陈列、庙会、集市、圩、场，等等。在现代展览业中，展览会是使用最多、含义最广的展览名称。展览会作为一个概念，《辞海》中的定义是：“用固定或巡回方式公开展出工农业产品、手工业制品、艺术作品、图书、图片以及各种重要实物、标本、模型等供群众参观、欣赏的一种临时性组织。”

会展具有信息传播功能，会展在国家之间、民族之间、古今之间、人与人之间建立起有效的信息、知识、思想、文化的交流传播纽带。会展是信息传播的重要模式之一，即“传播者→信息→媒介→受传者→效果”，而且展览也符合信息传播的“信息共享性、互动性、共同意义空间、行为性、过程性、系统性”等特点，参展者为“传播者”，展品包含“信息”，展台为“媒介”，观众为“受传者”，会展的教育或贸易结果是“效果”。会展中具有丰富多样的传播媒介：实物媒介、口语媒介、印刷媒介、电子媒介、网络媒介、活动媒介、空间媒介等，这些媒介都可以传播各类信息：实物信息、口语信息、文字信息、网络信息、感情信息等。

就会展特征而言，会展具有集聚性与辐射性的突出特征。会展集聚性指世界聚焦于会展，会展辐射性指从会展走向世界。会展集聚性使得大量的人、物品、信息在同一时间、空间上集聚。大型会议、展览活动可以给会展举办地带来源源不断的商流、物流、人流、资金流、信息流。展场和会场是陈列展品、构建形象、负载信息的物质实体，是个综合的全息媒介，汇集了种类繁多的信息。1851年的英国“万国工业博览会”堪称世界展览会历史上的里程碑，历时5个月，观众600多万人次，这标志着人类发现了一种国际间大规模文明交流的新形式。会展举办地点集群化，也是现代会展集聚特性的另一表现形式。世界众多会展名城和会展城市圈，多处于经济发达地区。会展名城，从国际上看，在瑞士日内瓦，德国汉诺威、慕尼黑、法兰克福，美国拉斯维加斯、纽约，法国巴黎，英国伦敦，新加坡和我国香港等这些世界著名的“展览城”，会展业为其带来了直接的收益和经济的繁荣。北京作为中国的首

都，是中国政治、经济、文化的中心，汇聚了政府的各级职能部门，全国主要的工业协会、学会和商会，以及世界工商界驻中国的代表，是中国重要会展的策划、发源地。会展集聚性，与辐射性相辅相成，强聚集性必然对应强辐射性。成功的品牌展会享有很高的知名度和美誉度，具有很强的辐射能力，新人物、新知识、新发明、新产品、新品种往往在展会上一炮走红，一夜之间誉满全球。盈利性与公益性也是会展的特征之一。参展企业或组织通过会展形式与其他企业、组织或个人建立各类商业贸易往来，彼此获得各自的商业利益；而举办各类会展又可以取得最大程度的民众参与性收到良好的社会公益效果。同时，会展还具有高效益性与高风险性，竞争性与人文性，标准化与特色化，传统性与时尚性，直观性与虚拟性，互动性与内省性，艺术性与科学性，关联性与独立性等特征。

会展海报作为传统的信息传播媒介，在会展业中起到了非常重要的传达作用。会展海报属于视觉传达艺术范畴，它通过艺术化的视觉语言，有效地宣传、沟通展会信息内容，是展会核心内容的视觉传播。海报的设计范围宽泛，包括各种不同类型的海报设计，其中会展海报设计是海报设计中目的性、实效性、传播性、广泛性极为突出的一类海报设计。面对当前快速国际化的商业进程以及随之而来的科学、文化、艺术等领域交流的需要，各类会展形式日趋多样，从而要求海报设计者需要具有广阔的文化视野，深厚的艺术修养，宽泛的信息储备，多元的思维角度，准确的传达手段，睿智的设计方案。这就对我们广大的海报设计从业者提出了更高的要求。

本文收集了部分平面设计师的会展海报作品。这些海报作品以新奇的创意、单纯独特的构图、强烈的形式感等表现方式构成了对我们视觉及心灵上的震撼。强烈、简洁、直接的视觉元素，正是海报魅力之所在，它的感染力往往超越了文字、时间及空间的限制。从这些会展海报作品中不难发现，历史上成功的平面设计师，其作品的风格往往蕴含着作者多年的造型艺术的实践功底、深厚的艺术史知识、审美的独到见解以及丰富的生活阅历和所处的政治、经济、文化等社会条件的影响，每一张作品的文化内涵和艺术表现形式都有一定的渊源可循。

图1所示是波兰设计师约翰·莱尼卡1976年设计的《华沙海报双年展》海报。自从1956年匈牙利事件发生以来，波兰的政治气氛也出现了很微妙的改变，波兰人民对于大量驻扎在波兰的苏联军队表示出强烈的不满和不安，因此，这个时期的海报设计开始出现了以超现实主义的隐喻方法，超自然的形而上的设计趋向，形成一种比较沉重的、自省的、阴暗的新气氛，这是设计家对于当时社会政治变化的心理写照。这张海报便是这一时期的典型作品。画面利用弯曲的超现实主义图形，组成内容含糊不清的形式，弯曲升起的、好像烟雾一

样的曲线之间有一只眼睛，这种风格在波兰当时非常流行，也受到人民广泛的喜爱。

图2所示是格拉普斯1982年设计的展览海报。“格拉普斯工作室”是法国当时激进学生运动的参加者组成的一个工作中心。“格拉普斯”在法语中是“渣”、“社会的废物”的意思，因为法国当时的激进学生运动成员被称为“斯大林的渣滓”，这个命名本身就具有明确的政治宣言成分。

因为是为激进的学生运动设计的平面作品，他们需要强调运动的激进特色，因此，字体常采用涂鸦式的，具有强烈的反主流、反传统、破坏性和否定性的形式特色。

格拉普斯工作室的设计具有当时学生运动的鲜明特色，是这个动荡时代的代表。20世纪70年代后，刺激社会动荡的因素逐渐消失，法国学生运动也随之停止，但是作为一种设计风格，格拉普斯依然具有它对法国平面设计界的影响力，它的愤世嫉俗的情绪始终存在，法国海报设计中，依然可以见到采用象征形象来作为信息传达的核心，米老鼠的耳朵、希特勒的头发和胡须等，成为大众熟悉的象征形象，具有鲜明的政治象征内涵。

从这些会展海报作品中不难看出，作品在文化内涵和艺术表现形式上都有一定的渊源可循，并不是“无源之水，无本之木”。在现实的社会条件下，其风格和样式不断受到政治、经济和文化以及其他社会条件的波动而变化，某一种艺术形式的成功，不是一种个人行为，而是带有时代特征，是社会文化、政治历史发展过程的综合体现。



图2



图1

由于篇幅有限，本书对所收集的会展海报作品只做了简要的点评，但从这些国内外优秀的会展海报作品中我们发现，无论什么时期的作品，其设计在形式与审美观念上总是受到当时的政治、经济、文化条件以及不同的绘画风格流派的影响，并且从作品中也可以看到设计师们所积淀的深厚的艺术修养，感受到他们的审美取向和才情的自然流露。

在经济发达与设计水平较高的国家，会展海报一直是平面设计师的主要设计内容，甚至许多平面设计师都专门从事会展海报的设计工作。随着我国社会经济的发展，在政治、经济、文化、体育等领域的国际交流活动将日益频繁，各项会展活动也必将频繁地展开，今后的平面设计师在会展视觉这一设计领域中也大有

发挥的空间。

浏览本书收集的会展海报作品，我们应当认真地分析并研究每一张作品的文化内涵和艺术表现形式的渊源，同时应当意识到，要真正提高我们的设计水平与能力，必须深入学习和研究设计与绘画的发展史，并且积累广博的人文知识与深厚的艺术修养以及不断关注社会政治、经济、文化的新动态。现代艺术设计的母体原型是文化，富有生命力的设计作品必须建立在文脉基础上，否则，就没有感染力和竞争力。

另外，我们还应当意识到，我国五千年灿烂的文明史，造就了中国传统文化的博大精深，这些正是构成设计丰富内涵的独特资源。对于设计者来说，将自身文化层面的修养和综合素质的修炼立足于本土根基之上，透过形式把握实质，将中国传统文化精髓转化为自身修养，就能源源不断地为设计注入持久的生命力，在伴随中国社会经济腾飞而带来的各种频繁展开的会展交流活动中才能设计出有深度和厚重的海报作品。

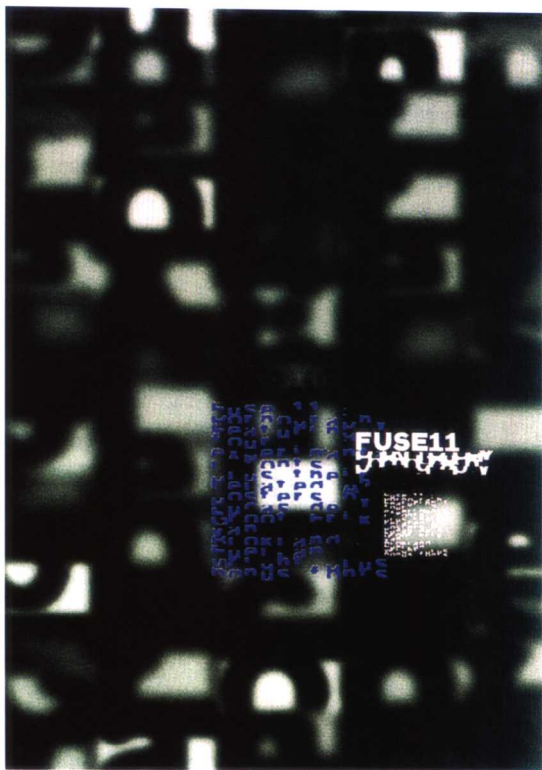
■ 一百幅优秀日本海报 / Jan Rajlich Jr

仿佛一个窗帘，透过去就可以看见日本。“窗帘”上的文字顺形而势动，版面生动活泼。



■ 国际平面设计联合会会员商标展海报 / Zdenek Ziegler

一层一层的指向，一层一层的串联，将全部信息连接成一个整体。设计元素单一，但版面效果却显得丰富。整个版式充满了张力美和秩序美。

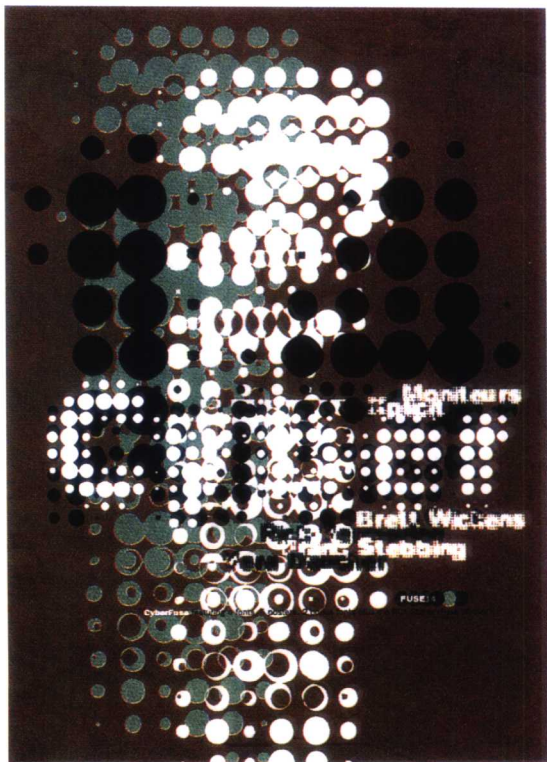


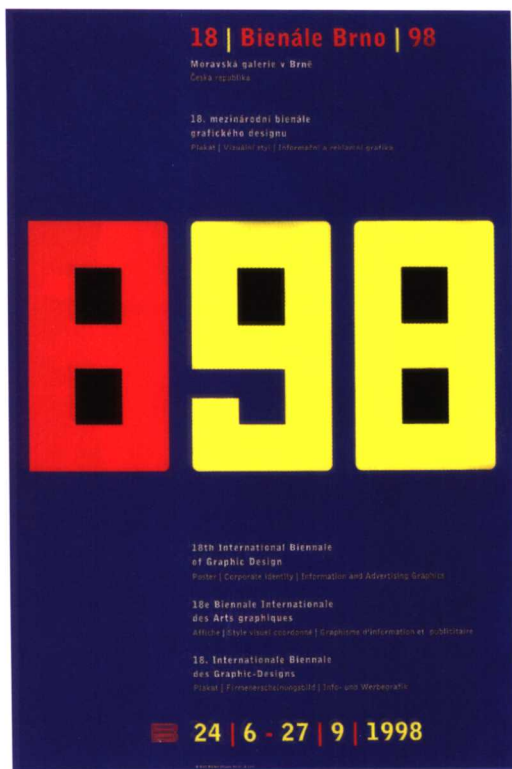
■ 1995年国际自由字体展 / Neville Brody

变化的字体构成画面不同的空间层次，形成跳跃的视觉焦点。

■ 1997年国际自由字体展 / Neville Brody

把字体作为视觉元素进行变化，形成画面黑、白、灰不同明度层次和空间层次，造成视觉上的跳跃感和律动感。



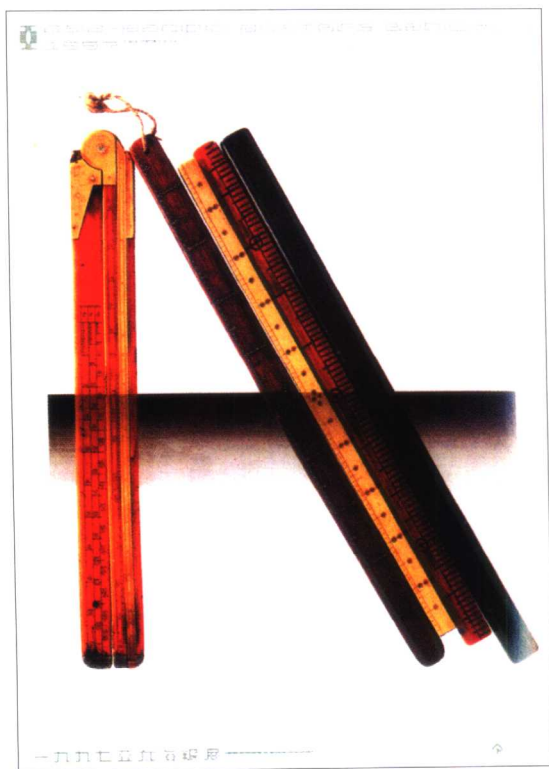


■ 1998年18届布尔诺国际平面设计双年展海报 / Ales Najbrt

运用国际主义平面设计风格，精准的计算、严谨的排版，考究的字体，以及黄金分割的运用，使版面具有严谨美。

■ 亚太海报展 / 靳埭强

四位亚洲设计师和一位欧洲设计师合力评判亚太地区海报。其中“A”字则是亚太的英文首写字母，点明主题。



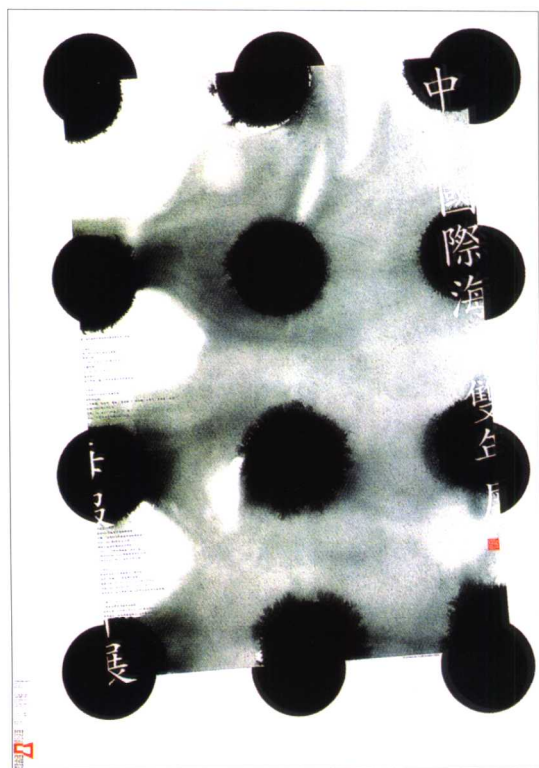
■ 日本1945~1989年优秀海报展览 / Radomir Postl

手握着一双筷子又好像是笔，通过体现日本民族特征来体现海报的主题。



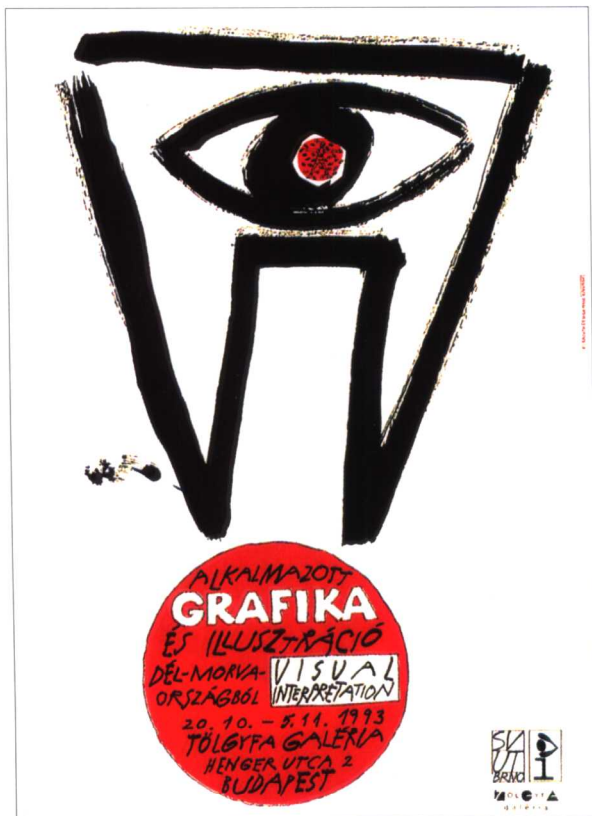
■ 中国国际海报双年展 / 袁由敏

此招贴将传统的水墨与现代元素巧妙地融合起来，从形式与内涵上突出了展览的主题。



■ 第15届布尔诺国际平面设计双年展海报 / Jaroslav Sure

手上拿着平面的标志，海报的主题可想而知。创意直白，作者对手的形象的补拙化变形非常到位，能打动读者。



■ 在匈牙利布达佩斯举办的南摩拉维安平面设计展 / Jan Rajlich Jr

表现方式轻松随意，形象的结合夸张有趣。

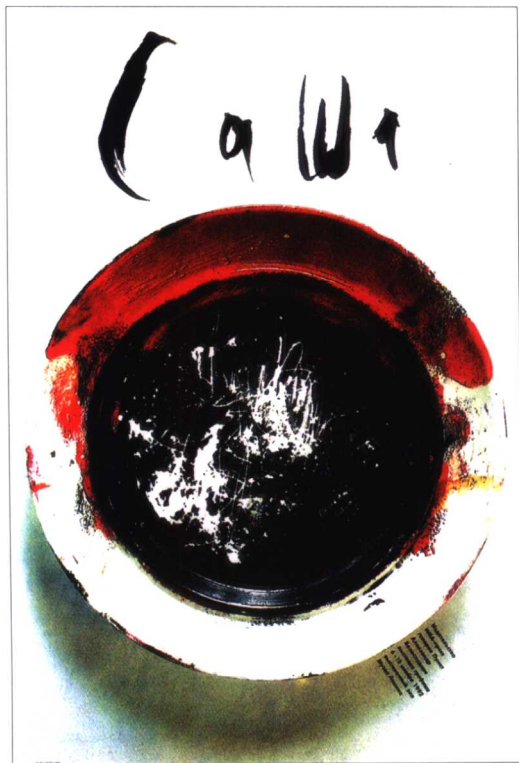


■ 第16届布尔诺国际平面设计双年展海报 / Ales Najbrt

来自于英文字母“M”的变形简洁大方，给人无穷的想象空间。

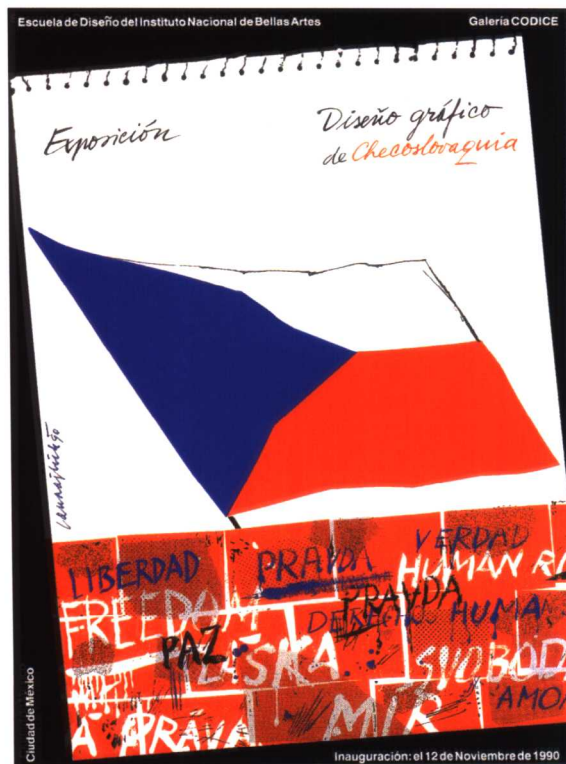
■ 平面设计展海报 / 罗克威

通过一个调过颜料的碗，体现艰辛的创作过程，同时暗示展览中的作品是精彩的。



■ 现代捷克斯洛伐克海报展 / Josef Flejsar

将圆形和眼睛结合，朴实的造型直接体现展览的视觉特征。白、蓝、红的用色让人联想到捷克斯洛伐克。



■ 捷克斯洛伐克平面设计展 / Jan Rajlich sr

飘扬的国旗寓意这是捷克斯洛伐克设计师的天地。

Sansho Ikkapendren An
Calligrapher japonaise moderne

Du 23 oct 1993
au 2 janv 1994

Affiches japonaises

contemporain
1978-1993



Musée
des arts
décoratifs
Lausanne

12

创意
漫游

■ 洛桑装饰艺术博物馆日本海报展 / 温拿·桀克

随意轻松的圆形图案，用毛笔笔触的感觉来表达，流露了东方文化的特征，让人很自然地想到日本。



南部俊安のタイポグラフィック展

ONE WEEK ONE SHOW

Feb.23[Mon.]-28[Sat.], 1987

12:00AM-7:00PM

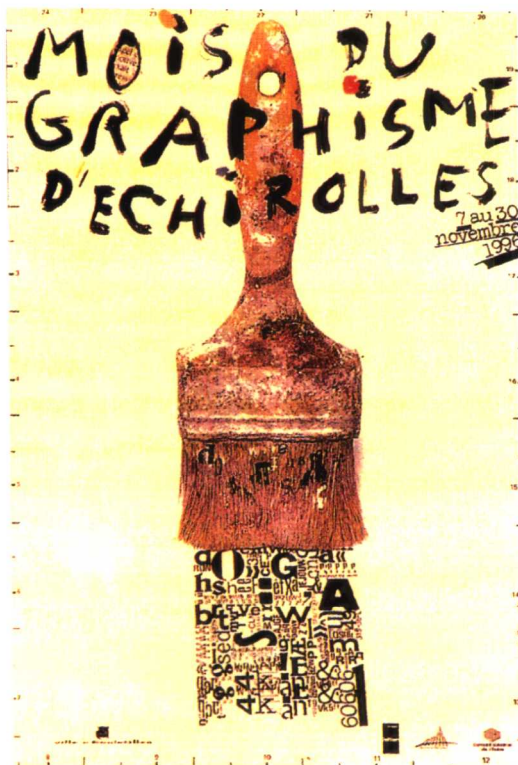
NEA
MUSEUM
DES
ARTS
DÉCORATIFS
LAUSANNE

■ 文字编排设计展 / 南部俊安

用手势和抽象图形组合而成文字，点明展览的主题。

■ 法国平面艺术节海报 / 米雪布维

文字和刷子巧妙结合，仿佛由刷子刷成的文字提高了作品的趣味性。



■ 瑞士书籍设计展览海报 / 皮尔·门德尔

十字架一样的图形，既像翻动的书，又是瑞士国旗的形状，与展览的主题十分吻合。