

中外招贴创意设计丛书 / 柳林 主编

创意漫游

CREATIVITY OVERVIEW

安全地带

黄劲松 周祺 编著

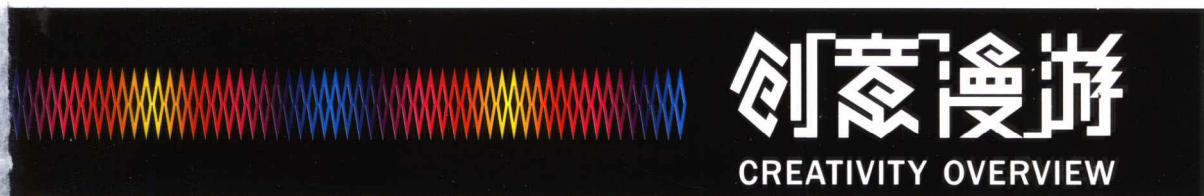


WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

中外招贴创意设计丛书 / 主编 柳 杯

黄劲松 周 祺 编著



安全地带

武汉大学出版社

图书版编目(CIP)数据

创意漫游. 安全地带/黄劲松, 周祺编著. —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 7-307-05013-7

I. 创... II. ①黄...②周... 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038705号

责任编辑: 任翔 张灼

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 7-307-05013-7/J·73

定价: 28.00元

■ 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 and 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;只有扩宽视野,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

安全与生活

“安全”一词已成为人们最常用的词汇之一。“安全”一词由“安”和“全”两个语素构成为并列式。“安”字结构比较简单，“安”字的上面代表房屋，意思就是房屋下面有一个女人。古人造字认为：房屋下面有一个女人家庭才能平安。由此可见“安”字蕴涵着平安幸福的含义。“全”字是一个会意字，由“人”和“王”组成。“人”指内部，“王”就是玉。《说文解字》解释：“全，完也。”“全”的本意就是玉在内部而本质独立的意思。也就是说，完好的、纯粹的玉叫做全。“全”的引申义有纯粹的意思，如全心全意，就是一心一意，不含半点杂念。“全”有完整、完好的意思，与残缺、残损相对。完整、完好是需要保护才有的，所以，全也有保全、保护的意思。

由“安”和“全”两个字构成“安全”这一双音节词，自然成为人们生活、工作最基本的理论，也成为人们最基本的一种愿望。人们常把理想的安全状态作为追求的目标。一部人类历史，就是一部劳动创造人，劳动创造世界物质财富和精神财富的历史，而这部历史的写成，正是劳动过程中始终与不安全因素作斗争的历史。生产越发展，科技越进步，提醒人们注意安全的要求也就越高。如果说，原始社会、奴隶社会中人类在劳动过程中不安全因素很多，比如狩猎及后来的农业、畜牧业、简单的手工业。生产力的高度发展，科技事业突飞猛进，新材料、新工艺层出不穷，但也带来了严重的事故隐患。安全文化，就是要时时提醒人们，决不可对安全隐患麻痹大意，等闲视之。安全文化的寓意随着科技的发展、社会的进步而在其深度与广度上日益加深和扩大。安全文化伴随人类的产生而产生，伴随人类社会的进步而发展。有了人类生存就有了原始安全文化的萌发，人类的生存、繁衍和发展，社会的进步和文明，都是以人类的安全生产、安全生存活动为基础的。人类经历了远古安全文化、近代安全文化、现代安全文化。

20世纪80年代以后，宇航工业和核工业的崛起，提出了系统化、自动化、智能化的要求，高危害和高风险与高科技同时产生，于是，以人为本，把人的生命与安全放在首位成为最高目标，为了保护人的身心安全与健康，设备与技术的安全性、可靠性，必须是能超前预知的、可控的。在这种要求下，安全文化论即广义的安全文化得以形成。人类社会的发展证明，理想的绝对的安全状态是难以达到的。其主要原因是，人类对自然物和人造物的本质及活动规律的认识能力和控制能力总是有限的，调节人与物之间关系的系统控制和协调能力也是有限的，难以使人与物之间实现绝对和谐的并存状态，这就必然引发事故与灾害，造成人

和物的伤害和损失。安全问题存在于人的一切活动领域中，现代科技的发展使各种传播媒体、传播手段以及新的技术、新的设计理念不断涌现，为设计者对安全问题本身的研究和重视开辟了新的广阔的表现空间，同时也使安全主题的内涵和外延发生深刻变化。安全与不安全的因素在同时增长，让设计师在主题限定下多角度、多方位、多视野地以视觉语言去阐释人与人、人与社会、人与自然的话题，去展现传统道德、公共伦理及社会关怀。其实，在人类日趋拓展的视野中，那种以视觉为基础而构筑的知觉体系，以及围绕着记忆的经验体系正交织成一种形象、一种感悟，驱使人类不断地调整和丰富着自己的视野。内涵丰富而鲜明的主题设计传播着人类文明，支配着公众的思想意识和行为方式。例如：本书中以“安全”为主题的公益招贴海报和产品设计中，许多作品都体现了设计者对交通安全、生产安全、信息安全、产品安全、环境安全、金融安全、人身安全、国家安全、儿童安全等问题的关注。设计涵盖了众多领域，除了关注人的动机、欲望、气质、情感和能力之外，还有其更为独特的丰富多彩的物质表现形式，如生活空间和操作环境中的色彩图形，每当我们看到红色，就会联想到太阳、血、火、玫瑰、消防车和危险标志；看到绿色则会联想到森林、绿色草原、安全指示灯等；而蓝色让人联想到宽阔的大海、明净的天空。在人类生活的周围，任何物象都有自己的形状、色彩、结构、属性和作用，不管是自然生长的还是人工制造的，都对人有不同的心理作用，良好的、有序的生活环境和安全、卫生的工作条件，可以引发人们的生活热情和劳动积极性；符合人机工程学原理的工业设计，可以大大缓解操作者的劳累程度；配备了灵敏可靠的安全防护预警装置的设备、工具，可以让人享受到一种无忧无虑的舒畅之感；安全管理的科学化、现代化，可以让人们永远摆脱心理和生理上的视觉疲劳、感觉迟缓、情绪低落及精神疲惫，等等。

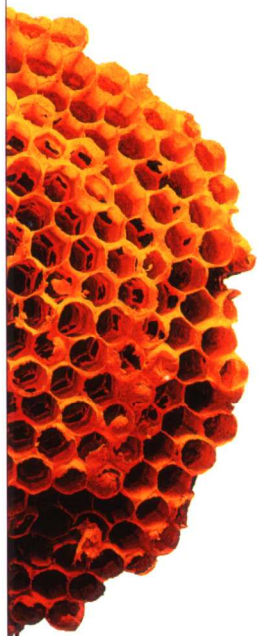
纵观以安全为主题的艺术设计作品采用的多层次、多角度的表现形式，不仅提高了传播力度，而且使主题的引导及说服更具亲和力，强化了观念，丰富了思维。同时，设计还从社会价值角度、个人观念的角度、危害的角度等挖掘新创意，或采用绘画、摄影的手法来表现真实形象；或采用对比、夸张、联想、隐形、空间等多样化的表现手法来塑造主题意境；或采用文字语言的象征性来诠释作品主题等，这种与众不同的表现风格体现出作品的个性魅力。具有深度思考力的作品其实是来源于设计师对生活的感悟和价值观、审美、创造的哲理性，既是最能让广大观众在情感上引起共鸣的话题，又是借助不同的表现科技活动来间接暗示的深刻哲理，因而能给人们更多的启示。

战国时期政治家荀子说：“先其未然谓之防，发而止之谓其救，行而责之谓之戒”。正是对现在安全文化理念的昭示和表达，安全文化是人类文化的珍贵宝库，它是保护生产力、

发展生产力的重要保障，它是当代科技开发与发展的基本准则，是人文、文化教育的社会效力的体现。可以说“以人为本是安全文化的核心理念，一切为了人的人本观念是安全文化建设的基本准则。

本书选择以安全为主题的海报招贴旨在让广大读者认识到安全文化作为人类理性的成果，其深邃的内涵和广阔的外延，对许多人来说，无疑具有越来越强烈的吸引力。因为人们已经开始意识到，安全文化绝不是枯燥、呆板的说教，它同样包含着一种艺术美、一种生活美、一种科技美，而这种美的发现和创造其实是建立在对社会、对生活、对科学的深刻体验和从容品味之中的。因此说，人类也只有发掘出了这种美，才能获得一种真正意义上的自由。

Delta Air Lines
ON TOP OF THE WORLD™



We fly wherever you do.

*Maybe it's to present that anxious
proposal clenched tightly in your
hands. Or simply to accept an
award earned for a lifetime's work.
Whatever your reason for flying,
you have business on your mind.
And the fact that you arrive relaxed
and prepared is just as important
to us as why and where
you're going. Which is why, at
Delta Air Lines, we make it our
business to ensure getting
to that important place is
as smooth as possible.*

©1999 Delta Air Lines, Inc.

Call your Travel Agent or Delta Air Lines at 1-800-221-1212, or visit us at www.delta-air.com.

■ 我们可以飞往任何您想去的地方 / 航空公司广告

蜜蜂是勤劳的代言人，画面用辛勤的工蜂比喻那些整日飞来飞去的工商界乘客是再恰当不过了，同时，也表现出该航空公司一如既往的敬业精神。



■ 航线 飞行 安全

航线是飞机安全飞行的重要保障，它承载着飞机上所有人的生命安全。画面以航线为主轴，旨在说明航线是贯穿飞机飞行始终的生命线。

■最安全舒适的飞行方式 / 英国航空公司广告

画面采用对比、诙谐的手法，把具备飞行功能的候鸟和飞机进行比较，意在凸显飞机飞行更具安全性、舒适性的优势。



The Club World Cradle Seat. The most comfortable way to fly.

In order to make business travel as restful as possible, British Airways Club World™ offers you the patented Cradle Seat™. It's the business class seat that lifts as a whole, raising your knees, distributing your weight evenly and relaxing every part of your body. You'll appreciate it from the moment you umm... take flight.

1-800-AIRWAYS
www.british-airways.com

BRITISH AIRWAYS
The world's favourite airline



98% of the time you spend in the air is spent sitting. So we always offer a roomy Coach seat—over 1,000 sq. in. of comfort.

Yes, this Coach seat is leather. You'll find them on all our planes.

Not only will you like our seat, you'll be impressed with what's below it—more leg room than most.

Instead of talking to you about flying, we want to talk to you about sitting.

Here's another comforting fact. You can earn American Airlines® AAdvantage® miles on every Midway Airlines flight. For reservations, call your travel professional or 1-800-44-MIDWAY.

Midway
AIRLINES

FEEL LIKE FLYING AGAIN™

■先与您讲讲我们的座椅 / 航空公司广告

在飞机上的安全设施中，座椅对飞机乘客来讲相当重要，因为在乘机时，98%的时间是在座椅上度过的。画面把飞机座椅作为主对象，对座椅的功能和安全性进行说明，意在传达“飞机安全从坐开始”的理念。



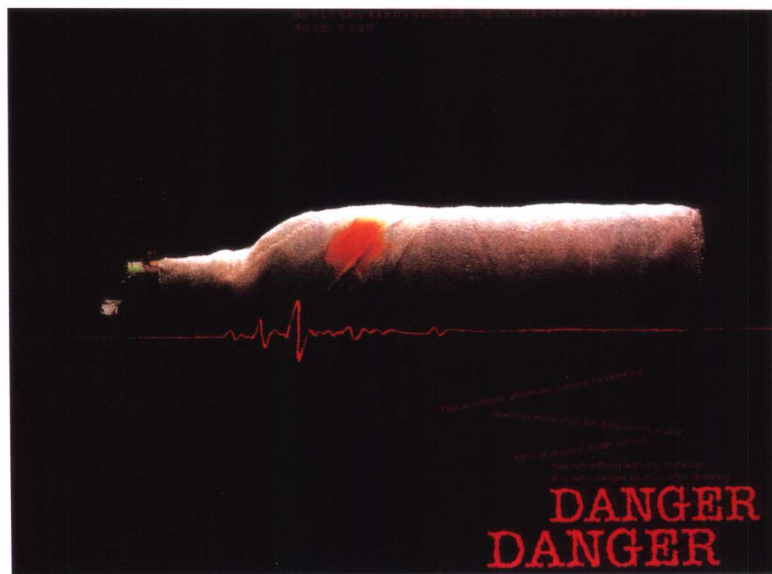
■ 法国航空公司

夸张的表现手法描绘飞机在飞行过程中精准的方向感。画面中OK的手势表达，不仅提示了飞机飞行的安全性和平稳性，还预示飞机将带着人们飞向美好的未来。



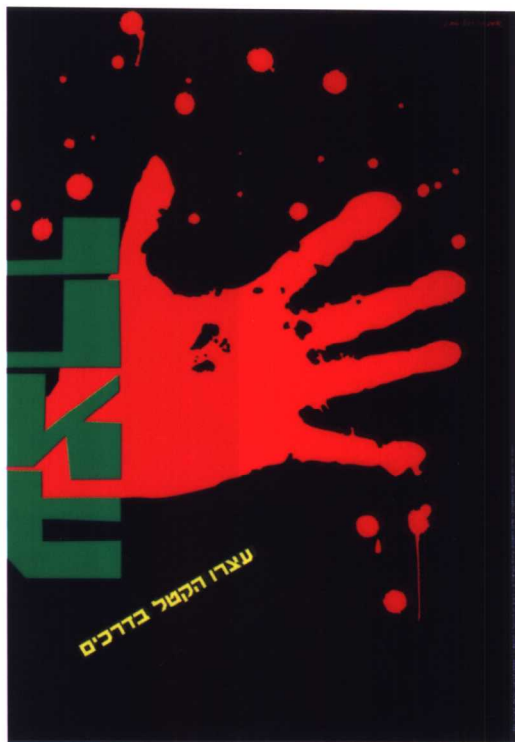
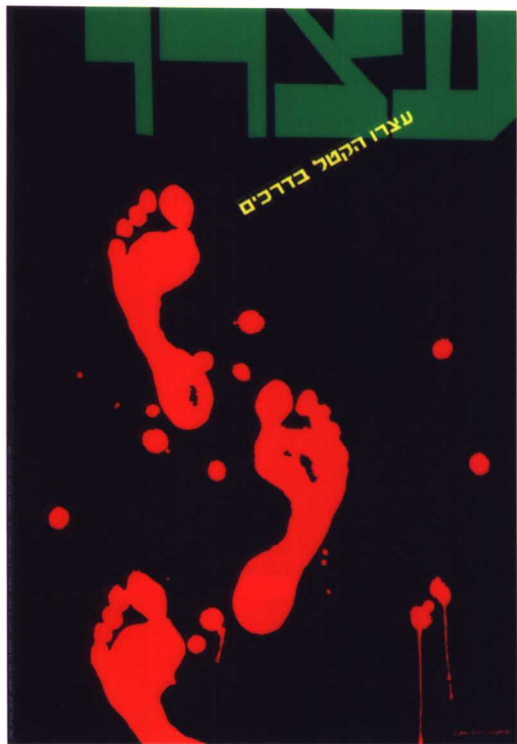
■ 法国航空公司

美丽的绿叶、清澈的水滴勾勒出自然的环境。飞机在这样的背景中飞行，标志着该航空公司倡导全程一体化的绿色环境、绿色服务理念，让乘客的旅途更加安心和舒心。



■ 酒后驾车，非常危险 / 张朴

第一幅画面中的红色运用，让人产生紧迫感和危机感，绕满红线的酒瓶象征一辆飞驰的汽车，环绕的红线形容饮酒后人体毛细血管膨胀，血流加速，神情恍惚的状态。第二幅画面中，被浸有鲜血的纱布包裹着的酒瓶如同一具僵尸，配以强烈无序的心电波图形，给人一种躁动不安的感觉。这两幅招贴画都预示着危险的到来！



■ 制止道路事故系列海报

该系列均以黑色为背景，分别用带有血迹的脚印、手印和交通灯作设计要素，主题明确，对比强烈，色彩明快，言简意赅地道出违反交通规则将付出血的代价，说明了人们在“行”的方式上存在着许多潜在的危险。



■ “吻”我

招贴以“禁止酒后驾驶”交通安全警示牌为设计中心，色彩对比强烈，运用拟人表现手法，暗示了违章驾驶的严重后果。

■ 请勿酒后驾车 / 北京麦肯·光明广告有限公司

画面以斑驳的血迹作为背景，暗示交通意外的发生，用被包扎的拐杖暗示受害者受伤的严重性，采用以小见大的手法达到了警示的作用。



安全驾驶 笑口常开



违规驾驶 痛苦常伴



遵守交通法规
珍惜生命安全

■ 遵守交通法规，珍爱生命安全 —— 方向盘篇

作者采用拟人化的手法，赋予了汽车方向盘在两种驾驶情况下的不同表情 —— “笑”与“哭”，形式活泼，寓意深刻。

遵守交通法规
珍惜生命安全



酒前？酒后？酒后！！



■ 遵守交通法规，珍爱生命安全 —— 酒杯篇

画面描述了车从酒前到酒后驾驶过程的变化，借助酒杯作为产生此变化的关键物件，并把酒前和酒后汽车的状态进行了形象的对比，立意明确，表达直接。



■ “人行横道”

画面围绕人行横道展开设计，并用一具具白布裹着的尸体排成了人行横道，不仅增强了画面的形式感和视觉冲击力，而且丰富了内容，强调尊重人行横道是以为人、关爱生命的体现。



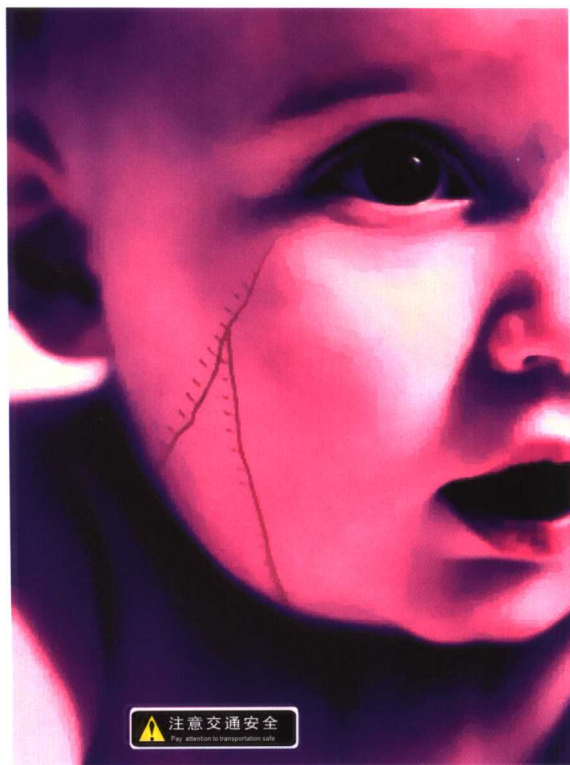
■ 交通安全 / 陈绍华

以壁虎的尾巴具有再生功能这一特质作为切入点，将其与人类进行对比，借以警示人们要注意交通安全，珍爱自己的生命！



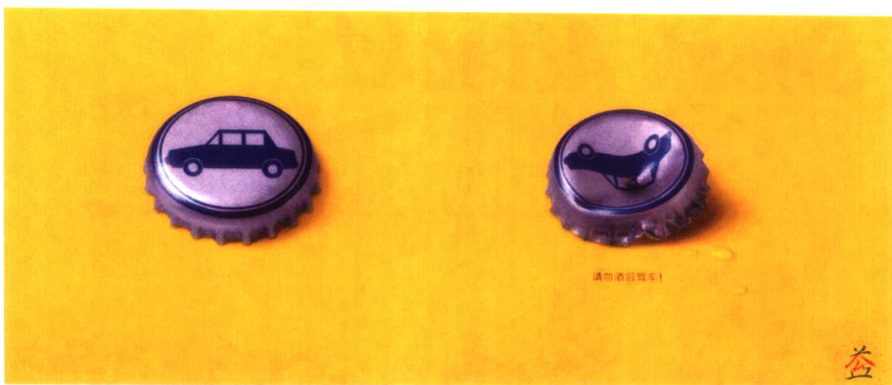
■ 开车时, 请不要打手机

招贴针对许多驾驶者在驾车的过程中打手机的危险习惯, 透过手机操作界面, 重点突出“通话”和“结束通话”两个功能键与汽车标志的结合设计, 提示人们开车时打手机的危险性。



■ 小心驾驶

儿童是世界的未来, 在婴儿稚嫩的脸上留下伤疤是让人心痛的事。设计者用道路线来揭示伤疤的内容, 意在强调交通事故是儿童遭遇的最大伤害。



■ 请勿酒后驾车 / 广东公益海报

这幅禁止酒后驾驶的招贴，以酒瓶盖为设计素材，通过酒瓶盖的扭曲变化反映酒后驾车的危险性。

■ 汽车杀手 / 美国禁酒协会公益广告

鸡尾酒是一种含酒精的色、香、味俱佳的混合饮料。在闲眠时，享用一杯鸡尾酒是妙不可言的事情，但是，对于驾驶者而言，它就可能成为隐形的杀手。究竟美酒与生命孰轻孰重？

