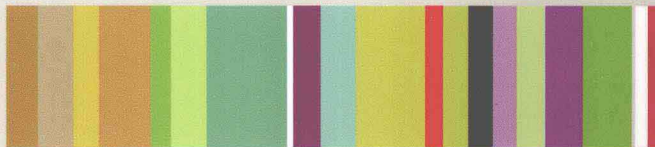




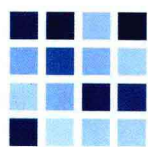
平面设计

——观念、规律、方法



刘明生 审
常樱 编著

清华大学出版社



平面设计

—观念、规律、方法

常
樱
编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是为了适应平面设计教学或自学的实际需要,在借鉴其他学科的思维方式、充分吸纳前人已有成果的基础上,围绕平面设计的核心知识点编写的。旨在帮助读者领会平面设计的本质,认识平面设计的营养源泉,进而启发读者开阔思路、不拘一格进行设计创新。

全书分为5章,分别讲述了平面设计的历史、平面设计的思维方式、形式表现、常见误区,以及中国各类传统视觉元素。本书立足于信息时代平面设计的社会性与应用性,以交叉学科的思维方式对平面设计进行了新的探索与反思,提出了很多具有逻辑性和可操作性的设计思维与表现规律,以此来满足读者学习的需要。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

平面设计——观念、规律、方法 / 常樱编著. --北京:清华大学出版社, 2012.1

ISBN 978-7-302-26919-9

I. ①平… II. ①常… III. ①平面设计 IV. ①J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 194534 号

责任编辑:汪汉友

封面设计:傅瑞学

责任校对:时翠兰

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795954

印 装 者:保定市 中画美凯印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:15

字 数:365 千字

版 次:2012 年 1 月第 1 版

印 次:2012 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:56.00 元

产品编号:041828-01

前言

几年的平面设计教学实践,一直在问自己:到底应该教给学生一些什么?平面设计没有成体系的理论,多是凭学生自己的感悟,对于艺术创作类的教学,自古而然这个途径没有错。但是,在社会对平面设计充满需求的当代,面对走到学校里学习的一张张渴望的面孔,仅仅按照传统做法进行教学是不够的,需要找出大多数同学难以突破的瓶颈,探索适当的方法,帮助学生进行突破。在有限的课堂教学中,老师的任务是为凭感性进行摸索的学生们打开一扇扇窗,随着一条条光线的冲入,学生的设计水平会有很大的提高。其实,很多问题不过是要点破一层窗户纸。

本书的内容酝酿已久,其中第3章是最早完成的,然后是第2章、第1章、第4章,最后是第5章(教师教学运用本书为教材,建议以此顺序进行讲授)。

第3章“穷尽形式变化 挖掘表现技巧”是针对学生们不知如何驾驭和处理形式,不理解同样主体不同的处理方式所带来不同的感觉来写的,对形式问题进行了简单的归纳。

第2章“梳理思维脉络 领悟创意法则”则针对学生的设计思路问题,在如何放开思路方面总结了一些规律。事实上,这两章都以逻辑性的分类、归纳的思维方式对艺术设计问题进行阐述,目的是突破艺术学习的纯感性方法,为应试教育培养的擅长逻辑思维的学生提供攀援的绳索。

第1章是平面设计史,讲述得比较简要,整理了设计思想、风格的发展脉络,对一些设计大师进行了简要介绍。我一直认为,对于学生学习设计史来说,事实性的知识并不是最重要的,重要的是学生能够从中看到设计究竟是什么,设计与社会发展和大众需求有哪些关系,大师为什么是大师,优秀的设计作品应该是怎样的,能够对这些问题有所感触和理解,能够在以后的设计实践中把设计放在一个横向社会、纵向历史的系统中来看待,设计史的任务就算完成了。

第4章“反思现存问题 走出创作误区”是结合教学中的问题写的,“点破窗户纸”的任务也主要是在这章完成。一句话,就是围绕着学生实践中出现的问题,把课堂上对学生反复解释重申的话落实到了本章的文字上。

特别需要说明的是第5章“立足传统文化 吸收民族精神”,在讨论策划本书的过程中,曾经不只一次提出“要不要第5章”这个问题。表面上看,第5章不是包含于“平面设计”范畴中的内容,但是,也许是因为学平面设计的学生过分关注“平面设计”这一个点,而导致了设计内容贫乏,设计深度不够的现象。中国的设计要靠中国的文化来滋养,对内,博大精深的传统文化流淌在中国人的血液中,以中国文化为灵感来源或素材的设计更加容易被国人所了解和接受;对外,中国的设计,只有扎根于自己的文化深度,所生发的视觉语言走到世界上才有分量。最终决定,第5章必须留,不求广、大、精、深、全,但求为学生提供一个提示,如果对哪个方面感兴趣,可以去查找相关的、介绍更为详尽的专业图书。在写作过程中,第5章也是难度最大的,回头看看,查阅的资料已不胜数,花费的时日也难以计算,但是,当头脑中的一个曾经独立存在的文化结点被新知识打通,这其中的收获和喜悦是无法形容的。

本书插图众多,来源于各种图书和互联网,在最后的参考资料中,已将插图来源全部列出,非常尊重和感谢这些书目的作者和网站电子资源的整理者,不但为我日常的教学提供了帮助,而且为本书的质量和说明能力提供了保证。本书插图大都经过了作者处理,力图使读者能够看到更加清晰的插图。本书配套资源可从清华大学出版社网站(<http://www.tup.com.cn>)本书相应页面下载。

本书献给学习平面设计的各级学生,以及喜欢平面设计和希望了解平面设计的人,兴趣是最大的原动力。也献给希望培养创造性思维能力、在读图时代提高视觉素养的年轻人们,其实,视觉表现、视觉传播与很多学科都有着密切的联系,希望本书能为大家提高专业能力、培养创新能力做出一些贡献。

作 者

2011年8月

目 录

第1章 理解理念基础 寻找风格根源

——从艺术史的角度把握平面设计本质..... 1

1.1 平面设计的历史	1
1.1.1 工艺美术运动	1
1.1.2 新艺术运动	5
1.1.3 现代主义设计	15
1.1.4 图画现代主义	21
1.1.5 观念形象设计	24
1.2 中外平面设计风格	31
1.2.1 日本设计	31
1.2.2 美国设计	38
1.2.3 中国设计	41

第2章 梳理思维脉络 领悟创意法则

——从文艺创作角度打开设计思维黑匣

2.1 创作行为的规律	44
2.1.1 准备阶段	44
2.1.2 孕育阶段	45
2.1.3 明朗阶段	45
2.1.4 验证阶段	46
2.1.5 平面设计创作具体步骤	46
2.2 创意思维方式	47
2.2.1 形象思维	47
2.2.2 逻辑思维	49
2.3 创意思维方法	51
2.3.1 发散思维法	51
2.3.2 聚合思维法	54
2.3.3 水平思考法与垂直思考法	55
2.4 联想、想象与创意	56
2.4.1 联想	56
2.4.2 想象	69
2.5 平面设计的修辞方法	70

2.5.1	比喻	70
2.5.2	象征	71
2.5.3	拟人	73
2.5.4	夸张	73
2.5.5	反问	75
2.5.6	排比	76
2.5.7	对偶	77
2.6	基于视觉语言的创意方式	79
2.6.1	与众不同	79
2.6.2	3B原则	80
2.6.3	美景塑造	81
2.6.4	用事实说话	83
2.6.5	感觉转化为视觉形式	83
2.6.6	抽象内容具象化	83

第3章 穷尽形式变化 挖掘表现技巧

——从形式创新角度创作新意风格		86
3.1	构图	86
3.1.1	满版型	86
3.1.2	主体居中型	86
3.1.3	上下分割型	87
3.1.4	左右分割型	88
3.1.5	曲线型	90
3.1.6	斜线型	91
3.1.7	散点型	92
3.1.8	三角形	94
3.1.9	一角型	95
3.1.10	包围型	95
3.2	色彩	97
3.2.1	色相配合	97
3.2.2	色调配合	102
3.3	元素	107
3.3.1	绘画方式	108
3.3.2	点状方式	109
3.3.3	三维方式	109
3.3.4	破坏方式	112
3.3.5	框架方式	112
3.3.6	线条方式	113
3.3.7	替代方式	115

3.3.8	放大方式	115
3.3.9	重复方式	116
3.3.10	空白方式	116
3.3.11	移花接木	118
3.3.12	形中套物	119
3.3.13	变形方式	119
3.3.14	加减方式	120
3.3.15	正负方式	121
3.4	文字	122
3.4.1	文字编排	122
3.4.2	文字变形	123
3.4.3	文字解构	124
3.4.4	图文组合	125

第4章 反思现存问题 走出创作误区

	——从具体问题角度探讨学生普遍存在的障碍	128
4.1	灵感从何而来	128
4.2	用什么来表现	131
4.2.1	用什么来表现主题	131
4.2.2	把握“拿来主义”	132
4.3	形式问题	133
4.3.1	“欠把火”的形式	133
4.3.2	文字的处理	134
4.3.3	拼凑不是设计	136
4.3.4	拒绝粗糙制作	139
4.4	如何学习典范	140
4.4.1	何为“典范”	140
4.4.2	寻求突破点	145
4.5	学会换位思考	147
4.5.1	受众第一	147
4.5.2	换位思考	148
4.5.3	受众需要解释	150
4.6	必要的情感酝酿	150
4.6.1	艺术作品的情感	151
4.6.2	平面设计的情感	152
4.6.3	平面设计的情感酝酿	154
4.7	平面设计的领域	155
4.7.1	招贴设计	156
4.7.2	书籍装帧设计	158

4.7.3	包装设计	160
4.7.4	标志设计	160
4.7.5	宣传卡册设计	160
4.7.6	网页设计	162
4.7.7	软件界面设计	163
第5章 立足传统文化 吸收民族精神		
——从“中国特色”角度寻找平面设计突破点		165
5.1	传统视觉艺术美学精神之民间精神	166
5.1.1	陶器	166
5.1.2	年画	167
5.1.3	剪纸	171
5.1.4	织绣	176
5.1.5	戏曲	182
5.2	传统视觉艺术美学精神之庙堂精神	187
5.2.1	青铜器	187
5.2.2	玉器	189
5.2.3	建筑	191
5.2.4	雕塑	195
5.3	传统视觉艺术美学精神之文人精神	199
5.3.1	书法	199
5.3.2	玺印章刻	201
5.3.3	瓷器	205
5.4	传统吉祥图案	207
5.4.1	各路神仙	208
5.4.2	鸟兽、植物和器物	210
5.4.3	历史传说、戏曲故事	222
5.4.4	生活场景	226
 参考文献		229

第1章 理解理念基础 寻找风格根源

——从艺术史的角度把握平面设计本质

1.1 平面设计的历史

一般认为,现代设计史是从19世纪中期工业革命成功后开始的。事实上,从远古以来,中西方绘画艺术、手工艺的理念一直更接近于“设计”,只有在中国元代文人画与西方印象主义产生后,才完全形成了专注于个人内在精神性的“艺术”。

古希腊、罗马的雕塑都是实用性的,中世纪的绘画是为了不识字的教众理解基督教的教义,为教堂创造庄严神秘的氛围;文艺复兴时期的绘画除了教会的订单,还有一些是应贵族装饰厅堂的需要而做;巴洛克时期订单的来源更加多样,教会、王室、贵族,甚至在新教国家荷兰,新兴的市民阶级也将绘画作为家中的装饰,便宜一些的小幅作品大行其道;法国罗可可绘画风格的兴盛,就是由于女性贵族偏爱白色、蓝色、金色以及曲线等清丽而雅致的装饰的缘故;新古典主义的画家以画笔为武器,为法国革命呐喊助威……以上所谓的“艺术”,实际上都是某种“设计”,它要求被某一人群欣赏,要求有某种功利的作用,而画家个人的个性、天才和情感,则需要与这些要求相融合,使这些基于实用的绘画作品,表现出某种独特的、动人的艺术力量。

大约出现浪漫主义以来,画家才开始自觉探索绘画艺术中个人情感甚至生命力的表达。德拉克洛瓦笔下的雄狮不是设计,是绘画艺术作品;米勒笔下的虔诚朴拙的农民是米勒内心情感的外化;因为迷恋自然界光与色彩的美妙变化,莫奈一幅幅画着睡莲;而凡高笔下的向日葵、星空、麦田,创作的动力则超越了情感,简直就是画家生命的体现……这才是绘画艺术。

与此同时,工业革命的胜利呼唤着与艺术有着很大关联的一种行业——“现代设计”的诞生。

1.1.1 工艺美术运动

1. 背景

工业革命是从英国开始的一场基于新能源的技术革命,从1760年前后开始,到1840年前后完成。这场革命极大地促进了生产力的发展,工业化大生产代替了传统手工业作坊,中产阶级日趋壮大,公民受教育程度普遍提高,历史上第一次产生了大众范围的文化需求。大众传播在此时诞生:报纸发行量激增,大众杂志、儿童读物兴起并迅速发展,新的工业品需要印刷包装、需要各种平面广告,各种娱乐海报贴遍大街小巷,市场需求呼吁适应和引导大众口味的平面设计。

19世纪的西方工业国家,一种叫做“维多利亚风格”(英国维多利亚女王在位时间

1837—1901 年)的设计风格蔓延着,见图 1-1-1 和图 1-1-2。此时的英国政治较为安定,经济高速发展,设计风格出现了由于物质充裕而形成的讲究烦琐装饰的倾向(类似于中国清代康熙盛世时期讲究烦琐装饰的瓷器),这种装饰风格在印刷、建筑、家具、家庭用品等领域大行其道。主要特点如下:

- (1) 造型丰富饱满。
- (2) 从各种复古风格和异国情调中借鉴纹样,如罗可可涡卷纹、哥特风格的尖塔纹、文艺复兴式的纹缠纹等。
- (3) 设计中运用的走兽、飞禽、花卉果实以写实风格呈现。



图 1-1-1

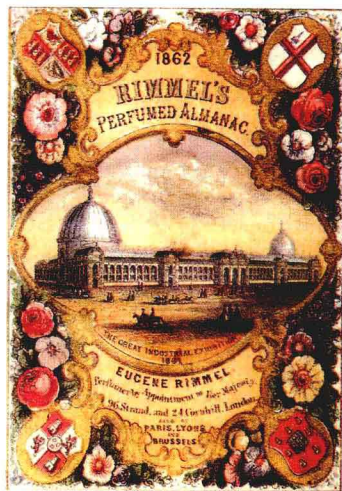


图 1-1-2

图 1-1-1 浆衣粉海报。

图 1-1-2 香水海报。

19 世纪初,平面印刷技术上出现了一种叫做“彩石板印刷”的工艺,这种工艺较之木刻印刷和金属印刷,特点是能够印刷出层次分明、色彩绚丽、拥有细腻美妙的细节的图像,这种工艺与维多利亚风格相结合,一时间平面设计领域烦琐复杂、追求华贵高雅感的装饰之风劲吹。

2. 思想

17 世纪、18 世纪的资产阶级革命已经在民众中树立了民主主义观念,自由、平等、博爱成为很多资产阶级知识分子的理想。但是,革命后并未形成一个人人平等的理想社会,反而是随着工业化的发展,城市贫民数量迅速增长。

面对汹汹来势的大工业生产所造成的众多社会问题,一部分知识分子看到了资产阶级与无产阶级两大阶级的对立,提出了新的社会主义学说,要求无产阶级以革命形式推翻资本主义制度,1848 年,德国思想家卡尔·马克思的光辉著作《共产党宣言》诞生。然而,更多的知识分子表现出来的是矛盾、困惑和无奈,他们希望利用宗教的力量引人向善,通过统治者和富人们的良心发现来解决社会问题,这显然是行不通的,于是他们选择了逃避现实。中世纪是艺术家们想象中的桃花源,充满田园牧歌般的情调,虔诚、优美而宁静,通过艺术与设计寻找和创造中世纪的乌托邦,这就是工艺美术运动的根源。

由于这些知识分子思想的困惑和矛盾,工艺美术运动的思想也有一些是矛盾的。这场

运动的思想领袖约翰·拉斯金(John Ruskin, 1819—1900, 见图 1-1-3)的主要思想如下。

(1) 只能为少数人理解、感动,而不能让人民大众了解的艺术是没有用的,真正的艺术是为人民而创作的。

(2) 只有那些有闲情逸致把美丽的东西放在身边赏玩的人,才有可能创造出优美的作品。

(3) 没有工业,也就没有美术可言,工业越发达的地方,美术也越发达。

(4) 要从中世纪哥特式风格和自然主义风格中找寻艺术设计的出路。

这两对思想无疑是矛盾的,表现出具有一定民主主义思想的知识分子的困惑与探索。

拉斯金作为一名重要的艺术设计理论家,他的关于艺术与设计的理论和艺术设计教育的理论,在今天仍然具有进步意义。关于艺术与设计,他提出了“大艺术”与“小艺术”的概念,将传统理解上的绘画、雕塑等造型艺术称为“大艺术”,将室内装饰、工艺美术等实用艺术称为“小艺术”,并且强调了“小艺术”的重要性,主张艺术家要从事产品设计,主张艺术与技术相结合。关于艺术设计教育,拉斯金认为,建立完整的设计教育体系,从中小学开始进行艺术设计教育,提高全民艺术设计水准,是解决社会问题,建设完美社会的渠道之一。他还提出应重建一套艺术教育体系,不能用大艺术的方法培养小艺术家。在拉斯金的思想驱动下,1892年,英国皇家美术学院建立了相关的小艺术专业。

工艺美术运动最重要的代表人物威廉·莫里斯(William Morris, 1834—1896, 见图 1-1-4)与拉斯金的思想一脉相承,他否认工业化带来的粗糙产品,否认装饰做作的维多利亚风格,认为只有中世纪的手工产品设计才是真挚的设计,只有复兴中世纪的手工业,才可能在工业化横冲直撞的时刻挽救民族的、高品味的设计精神。

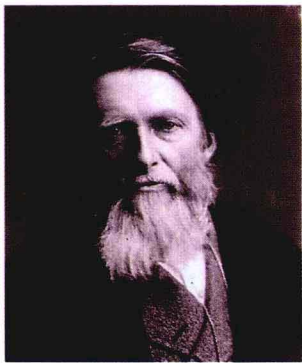


图 1-1-3

图 1-1-3 约翰·拉斯金。



图 1-1-4

图 1-1-4 威廉·莫里斯。

关于“大艺术”与“小艺术”,莫里斯的思想是“我们没有办法区分所谓的大艺术和小艺术,把艺术如此区分并没有任何好处。因为如此区分,小艺术就会变成毫无价值的、机械的、没有理智的东西,失去对于流行风格的抵抗能力,失去了改革的力量。而从另一方面来说,失去了小艺术的支持,大艺术也就失去了为大众服务的价值,而成为毫无意义的附庸,成为有钱人的玩物。”我们要看到,莫里斯的这种思想是对拉斯金思想的发展,而不是反对。“大艺术”与“小艺术”是不同的,应该有一个模糊的界定,人们对此应当有清楚的认识。然而,不能机械性地分解这两种艺术,它们之间是相辅相成的,大艺术是小艺术的源泉,小艺术是

大艺术的实用性表现,这就是莫里斯告诉我们的两种艺术之间的关系。

关于设计的民主思想,莫里斯也在拉斯金的基础上有所发展。一方面,他强调产品设计和建筑设计是为大众服务的,而不是为少数人的活动;另一方面,设计工作本身也是集体劳动,而非个体劳动。

然而,拉斯金与莫里斯的民主主义思想在他们回到中世纪、恢复手工艺的方案下是无法实现的,莫里斯的设计也就真正沦为为少数人服务了,但他们的设计思想和实践为现代设计奠定了基础。

除约翰·拉斯金和威廉·莫里斯之外,还有一批思想家活跃在工艺美术运动时期,世纪行会出版的刊物《玩具马》就是工艺美术运动的思想阵地,其中的文章曾经提出平面设计的各个要素都应具有自身的美学价值,平面设计家、产品设计家和艺术家应具有平等的社会地位等先进观点。

3. 运动

工艺美术运动很大程度上是围绕威廉·莫里斯的实践经历进行的。他在大学时代接受了拉斯金的思想,毕业后,于1857年参加了“拉斐尔前派兄弟会”。19世纪英国皇家美术学院一直把拉斐尔的艺术视为典范,致使画界追摹古典画风,流行秀媚甜俗的匠气艺术。这种情况下,亨特、米莱斯和罗赛蒂于1848年发起成立了一个画派,史称“拉斐尔前派”,竭力推崇拉斐尔以前中世纪时的朴实真挚的画风。“拉斐尔前派”在绘画中强调自然与象征作用,题材以圣经或富于基督教思想的文学作品为主。这个画派的风格集中体现了当时知识分子的迷茫,缺乏前进方向,到想象中的唯美世界中寻求慰藉的状态,见图1-1-5和图1-1-6。莫里斯不是其中的主力,而此时来临的婚姻成为莫里斯事业生涯转折的契机。莫里斯婚前设计了自己的住宅以及一系列的家具、装饰、用品等,一反当时流行的维多利亚风格,重视朴实的形式和良好的功能,为设计界吹来一阵清风,引起了广泛的好评。1864年,莫里斯开设了设计事务所,接受从建筑到家装、用具等全方位的设计任务。



图 1-1-5



图 1-1-6

图 1-1-5 拉斐尔前派罗赛蒂的作品《白日梦》。

图 1-1-6 爱德华·伯恩·琼斯的作品《圣母显圣》。

莫里斯的设计主要有 3 个来源：一是中世纪哥特风格；二是发扬拉斯金“向自然学习”的理念，设计利用大量的卷草、花卉、鸟类纹样，见图 1-1-7；三是日本传统的平面装饰风格。

在平面设计方面，工艺美术运动时期的一些设计家们着眼于高艺术水平和设计表现，他们探讨了版面空间比例、文字行间距、字体风格、纸张的选择等一系列问题，莫里斯本人也设计了一些字体。莫里斯的平面版式设计主要理念是恢复中世纪手抄本的特色，见图 1-1-8。最重要的作品是他与伯恩·琼斯共同设计的《乔叟集》。作品版面编排非常拥挤，扉页和每个章节的第一页，都充满了缠植花草图案，首写字母装饰繁杂华贵，琼斯的木刻插图精细唯美。当时，这种设计因违背了工艺美术运动的民主化立场而遭到批判，今天看来，我们仍会惊讶于这种作品出自于倡导民主主义和质朴诚实的设计的工艺美术领袖之手，只能从中世纪虔诚瑰丽的手抄本中寻找母体和答案。



图 1-1-7

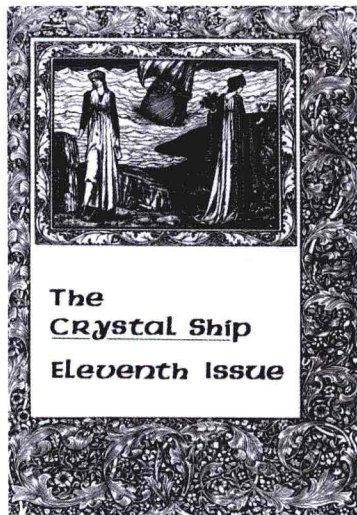


图 1-1-8

图 1-1-7 莫里斯设计的墙纸图案。

图 1-1-8 工艺美术风格的书籍装帧。

莫里斯去世后，工艺美术运动仍然得到一定发展，直到 20 世纪初，工业化批量生产已成大局，艺术设计与工业结合日趋紧密，工艺美术运动便寿终正寝了。

1.1.2 新艺术运动

1. 背景与思想

新艺术运动是 1890—1910 年在西方广泛兴起的一种装饰艺术运动，它起源于法国，得名于 1895 年 12 月巴黎开设的一个新画廊——“新艺术之家”，店内的主要装饰均有着明显的新艺术风格形式特点——大量曲线和有机形态，推崇艺术与技术紧密结合的设计，推崇精工制作的手工艺，要求设计、制作出的产品美观实用，涉及包括建筑、家具、日用品、插图、海报等几乎全部实用艺术领域，力求创造一种新的时代风格。见图 1-1-9～图 1-1-11。



图 1-1-9



图 1-1-10



图 1-1-11

图 1-1-9 莫里斯公司设计的博物馆室内装饰。

图 1-1-10 新艺术风格的工艺品。

图 1-1-11 新艺术风格的书籍装帧。

新艺术运动与工艺美术运动有着相似的背景,因此也有着诸多相似之处:都在工业化背景下倡导手工艺的传统;都采用自然的装饰动机,自然中的有机体(如植物、动物)成为主要装饰图案;都受到了日本的装饰风格——特别是江户时代的浮世绘线描和平涂风格的影响。然而,新艺术运动与工艺美术运动在指导思想方面却有着明显的不同:它基本上没有借鉴任何一种传统装饰风格,而是强调向自然学习,既然自然界的有机体没有任何直线形式,那么在设计中就要用曲线,见图 1-1-12 和图 1-1-13。

大量曲线的运用为新艺术运动带来“面条风格”、“蚯蚓风格”甚至“女性风格”的绰号,而对各种历史风格的大胆否定,也奠定了以后的设计运动不再标榜借鉴某种历史风格的基础,解放了艺术家和公众的想象力。印刷技术的发展与普及,更使新艺术运动进一步推动了工艺美术运动的一个目标——为大众设计。

新艺术运动是一次运动,而非一种统一的形式风格。它作为一种思潮影响了当时多个西方资本主义国家,且在各国表现出不同的特色。在德国,这个风格被称为“青年风格”;在维也纳,它被称为“分离派风格”;在意大利,被称为“自由风格”。而从历史发展的角度看,新艺术是一种从传统主义向现代主义过渡的一个承上启下的阶段和运动。

2. 法国新艺术运动

新艺术运动发源于法国,平面设计的中心在巴黎。19世纪到20世纪初的巴黎是世界艺术的中心,荟萃了来自各国的艺术家,1881年前后,法国政府不再禁止公开张贴海报,海报成为商业宣传的重要手段,一时间涌现出一批杰出的平面设计家。

(1) 朱利斯·谢列特(Jules Cheret,1836—1933,见图1-1-14)。



图 1-1-12



图 1-1-13



图 1-1-14

图 1-1-12 《穿高绑腿靴子的少女》歌舞演出海报(1889)。

图 1-1-13 展览海报(1894)。

图 1-1-14 朱利斯·谢列特。

被称为“现代海报之父”的朱利斯·谢列特出身清苦,未受过正规艺术教育,学徒出身的他精通彩石板印刷技术,设计风格自然流畅,色彩鲜艳,讲究线条,画面充满动感。特别值得一提的是,谢列特笔下的女性非常具有特色,她们穿着时髦,成熟而充满活力,其仪表和穿着成为当时巴黎妇女效仿的样板,欣赏者为她们赋予了一个统一的称号——“谢列特女性”,见图1-1-15和图1-1-16,认为这些女性形象代表了古板的维多利亚时期妇女向19世纪末“欢乐一代”妇女转换的模式,谢列特也由此被称为“法国妇女解放之父”。在19世纪70年代以后,谢列特成为巴黎最受欢迎的平面设计家,设计的海报最大尺寸达到两米高,成为巴黎街头引人注目的风景。

(2) 图卢兹·劳德里克(Henri de Toulouse-Lautrec,1864—1901,见图1-1-17)。

图卢兹·劳德里克出身贵族家庭,13岁时由于事故导致双股骨骨折,成为终身残疾。他性格内向,喜欢绘画,画风受当时的印象主义和后印象主义影响很大,色彩往往是平涂的,线条简洁,利用透视表现前景、中景与背景的关系,给人以层次感和难忘的印象,见图1-1-18和图1-1-19。劳德里克经常沉醉于巴黎繁华的夜生活中,流连于各个夜总会和歌舞厅,所以其海报多以演出等活动为题材,主要人物多为舞女和女伶等,成名作品《红磨坊》见图1-1-18。

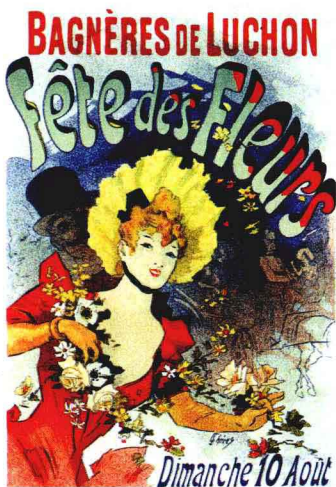


图 1-1-15



图 1-1-16



图 1-1-17



图 1-1-18

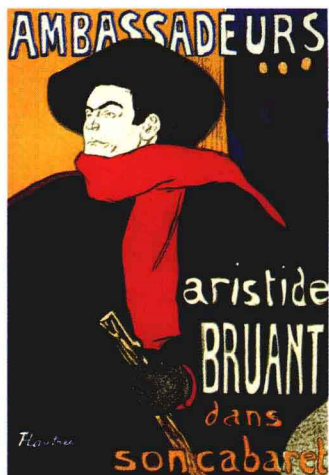


图 1-1-19

图 1-1-15、图 1-1-16 谢列特设计的商业海报。

图 1-1-17 图卢兹·劳德里克。

图 1-1-18 红磨坊演出海报(1891)。

图 1-1-19 为演员布鲁安在大使餐馆演出设计的海报(1892)。

(3) 阿尔方斯·穆卡(Aphonse Mucha, 1860—1939, 见图 1-1-20)。

阿尔方斯·穆卡是前捷克斯洛伐克人, 他的风格影响了整整一代法国平面设计师。穆卡的平面设计作品精致细腻, 色彩绚丽, 图案、字体等高度统一, 具有非常高的装饰性, 被认为是新艺术平面设计的最高典范。在创作方式上, 穆卡往往采用单线平涂的描绘方法, 充分运用“新艺术”运动所倡导的以植物纹样为中心的曲线进行设计, 同时学习拜占庭风格, 马赛克镶嵌的元素也时常出现在他的平面设计中。穆卡笔下的女性与谢列特、劳德里克笔下的女性不同, 她们脱离世俗, 典雅而优美, 宛若女神, 大约是受到了英国绘画