

招贴设计

POSTER DESIGN

凌士义 主编 高校艺术教育“十二五”规划教材·艺术设计系列

招贴设计作为视觉传达设计的一种形式。无论在以往还是现代，在艺术设计领域均占据着举足轻重的地位。在信息媒体匮乏的过去，它是大众传媒的主要渠道，也是集设计艺术、文化传播、商业宣传、信息沟通于一身的重要艺术形式。



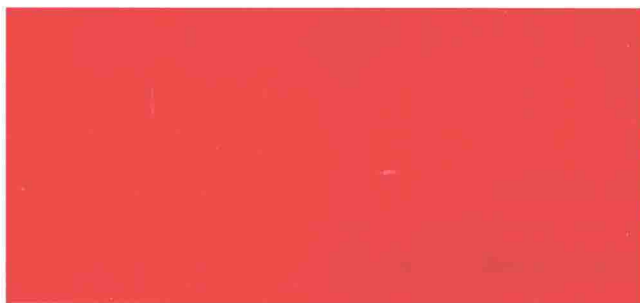
海燕出版社

招贴设计

POSTER DESIGN

凌士义 主编 高校艺术教育“十二五”规划教材·艺术设计系列

招贴设计作为视觉传达设计的一种形式，无论在以往还是现代，在艺术设计领域均占据着举足轻重的地位。在信息媒体匮乏的过去，它是大众传媒的主要渠道，也是集设计艺术、文化传播、商业宣传、信息沟通于一身的重要艺术形式。



海燕出版社

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计 / 凌士义主编. — 郑州: 海燕出版社,
2013.12
高校艺术教育“十二五”规划教材·艺术设计系列
ISBN 978-7-5350-4734-2

I. ①招… II. ①凌… III. ①宣传画—设计—高等
学校—教材 IV. ①J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第174888号

本书编委会

主 编: 凌士义

副主编: 吴军伟 胡艳珍 刘方林

书名: 招贴设计

责任编辑: 王茂森 王 敏

责任校对: 齐 笑

美术编辑: 李 宁

版式设计: 王金磊

出版发行: 海燕出版社

社 址: 河南省郑州市北林路16号(邮编450008)

电 话: 0371—63834455

网 址: <http://www.haiyan.com/>

印 刷: 郑州市毛庄印刷厂

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 14

字 数: 300千字

版 次: 2014年1月第1版

印 次: 2014年1月第1次印刷

定 价: 56.00元

(如发现图书有印装质量问题, 请与承印厂联系)

序

20世纪90年代以来,随着国民经济的繁荣、人们物质文明和精神文明程度的提升以及教育体制改革的深化,我国高校艺术教育进入了一个新的阶段,美术教育得到快速发展。全国各大综合院校和一些专业院校抓住这一机遇,纷纷开设美术和艺术设计专业,扩大招生和办学规模,美术与艺术设计专业在读人数逐年增长。为了适应这一新的发展形势,不少高校不惜投入巨额资金改善教学环境和设施。这几年来,我们看到一座座高大漂亮的教学楼拔地而起,一个个功能齐全的展厅投入使用,禁不住为我国美术教育发展速度之快感到欣喜。但欣喜之余,我们又不能不承认,同这些硬件设施相比,同样重要的教材建设却不免显得有些滞后了。

目前进行的教学内容和课程体系改革决定着学校人才培养的规格,并在很大程度上决定了高校人才培养的质量和水平。高校要培养基础扎实、知识面宽、能力强、素质高的专门人才,就必须下大力气进行教学内容和课程体系方面的改革,而教材建设作为高校进行教学内容和课程体系改革的一个抓手,对高校教学改革和提高人才培养质量具有重要的意义。

教材同时还是实现一定教学目的的重要工具,是体现教学内容和教学思想的知识载体,也是深化教育体制改革、全面推进素质教育、培养创新人才的重要保证。教材建设的滞后,必然影响我国美术教育事业进一步快速健康地发展。

目前高校美术专业教材主要存在以下几方面的问题:一是内容陈旧,不能适应现代教育全面提高学生素质的要求;二是编写者各自为战,缺乏统一组织协调,因而不能形成一个完备的教材体系;三是使用混乱、盲目,用书单位抓到什么用什么,在教材和学生之间缺乏明确的对应关系。要想实现我国美术教育从量到质的全面提高,必须下大力气改变这种状况。这套高等院校美术教育专业教材的编写,就是我们为改变教材建设滞后状况所作的初步尝试。

在河南省高校教材委员会和海燕出版社的大力支持下,我们于2009年3月召开了高校美术专业教材编写会议,成立了编委会,邀请

具有多年创作、设计和教学实践经验的专家、教授参与编写美术与艺术设计专业的各科教材，拟向各高校美术、艺术设计等专业的师生和社会上的美术爱好者推荐使用。

与以往同类教材相比，这套教材在内容质量上有新的突破，其突出特点是注重基本素质教育，力求内容新、体系新、方法新、手段新，力求具有科学性、启发性和现代美术教育教与学的适用性。在编写上注重创新能力的培养，更有利于艺术院校学生知识、能力、审美悟性等方面综合素质的协调发展。这套教材图例新颖，时代特点突出，可提高学生的学习兴趣并供其借鉴创造。我相信，这套教材的出版，将为培养具有创新精神和创造能力的复合型人才，提高他们的审美能力和文化修养，开发他们的潜能，促进他们的全面发展起到不可估量的作用。

这套教材的出版得到了河南省教育厅领导的高度重视，也得到了海燕出版社的大力支持，在此，我谨代表参与编写的专家、学者表示诚挚的谢意！

在美术教育教学不断改革发展的进程中，编写出版这套教材，一定会存在一些不足和有待改进、完善之处，我们期望同行、专家不吝赐教。

教育部高等学校美术教学指导委员会委员

河南大学艺术学院教授 王彦发

2011年1月16日

前言

招贴设计作为视觉传达设计的一种形式,无论在以往还是现代,在艺术设计领域均占据着举足轻重的地位。在信息媒体匮乏的过去,它是大众传媒的主要渠道,也是集设计艺术、文化传播、商业宣传、信息沟通于一身的重要艺术形式。即便是数码技术高度发展的今天,招贴仍以特有的平面视觉魅力成为视觉艺术的一道风景。在现代社会活动中,我们均能见到招贴的身影,如文化交流、世博会、奥运会、商业贸易、公益宣传等。它不仅以成本经济为优势,更能以主题突出、言简意赅、制作快捷为特点,以图形符号准确、表现方法多样为个性,终究成为人们不愿舍弃的融艺术、文化、信息为一体,并与之互动的设计载体。招贴能够适应不同的传播环境、传播对象、介质载体,同时也能充分运用现代技术资源不断丰富其设计手段与设计形式。

作为高校教材,招贴设计不仅是平面设计的重要课程,也是其他相关设计的补充,它具有视觉艺术设计的普遍规律。在读图时代,信息的传达穿越了国家、民族、文字语言等界限,图形、图像设计成为视觉艺术设计的核心。招贴设计一书即是对于此类问题的分析、解读,并积极寻求相应的构成方法与技巧,为学生提供发现问题、解决问题的钥匙以及富有个性化的思维方法,从而更好地提升学生的设计创新能力。

本教材的编写注重基础理论与基本技能的提升,在理论方面着重讲解基本概念与基本方法,融入新观念、新技术、新材料、新工艺。依照艺术设计专业本科生的知识水平,尽量使知识点达到易理解、易掌握、易操作。在讲述普遍规律的同时,凝结知识节点,以达成共识,再以特殊性与个案分析辐射普遍规律的存在,强调招贴设计的时代特征与文化影响,强调设计中构成元素的背景信息容量。在实践知识方面,突出对具体设计的分析,从整体到局部,以内容及传达主题为主干,在设计构成、表现风格、图形创意、字体设计、版面编排、印刷工艺等方面均进行了深入细致的讲解。其中突出了招贴设计中视觉语言的编码与解码技巧和方法,使学生通过学习了解并掌握招贴设计中内在的脉络及原则,从而提高独立创新的思维能力和意识。书中在每

个章节之后均有相应的思考实训,以巩固已学知识并使其延展,最后一章为案例分析,通过讲解,使学生感受到成功案例中蕴藏的普遍规律与创意亮点,从中受到启发,由此触发设计创意灵感。其中一、二、七章由胡艳珍编写,三、四章由吴军伟编写,五、六章由刘方林编写,凌士义负责全书统稿与审核。

在本书编写过程中,由于时间及作者水平所限,难免有疏漏之处,望广大读者和师生批评指正。

编 者

2011年7月

第一章 概 述

本章要点

1. 招贴的含义及产生、发展历程。
2. 招贴发展中的推动因素。
3. 招贴的发展及风格流派演变。
4. 数码时代的招贴设计。

第一节 招贴的含义及产生、发展历程

一、招贴的含义

“招贴”，英文拼写为“poster”，从字面上讲，“招”是引人注目，“贴”是张贴，即“为招引注意而进行张贴”。《现代汉语词典》里的解释是：“贴在街头或公共场所，以达到宣传目的的文字、图画。”当一张无意义、无生命的白纸，被设计师有目的、有策划地设计并印刷出来，纸就有了生命，有了思想，有了存在的意义和价值。它可以使我们有所触动，引导我们的思想和行为，这就是招贴。其中，戏剧、电影等演出或球赛等活动的招贴又称为海报。

招贴是广告的媒体之一。招贴是广告的行为，广告是招贴的目的。招贴是以张贴的形式来传递目的信息，并展示于公共场所的广告媒介。有人说建筑是设计之母，电影是媒体之母，那么招贴可以说是广告之母。尽管在数字信息为背景的媒体传播时代里招贴媒体已不占主流地位，但招贴设计依然作为今天高校艺术设计类专业的主要课程并被视觉和数字媒体行业所推崇。这是因为它是一种独立的视觉语言，其图形语言是口语和文字所无法表达的。在欣赏招贴时，我们可以明其形，品其意。所谓明其形，即好的招贴造型简洁，形态优美，我们可以静静地欣赏它们的用形、用色，体验它们所造就的视觉震撼。招贴是美的艺术。在学习中，我们会遇到很多由于文化背景差异而看不懂的招贴。但形与色的融合，可以帮助我们领悟到形式美的创造，因为好的形式本身亦是一种设计。所谓品其意，即真正的招贴是有目的、有意义的，大都可以跨越国家、民族的界限，被多层次的人们欣



图 1.1
金特·凯泽 招贴作品

赏、品味,实现其传播的价值。它是一种无声的世界语,用最简洁的图形语言表现了最深刻的内涵(图1.1至图1.3)。

二、招贴的产生、发展历程

世界上最早的一张招贴目前保存于英国伦敦博物馆。这张古老的招贴其实是埃及的一张寻人广告,内容为悬赏捉拿一个在逃的奴隶,写在一张莎草纸上,纸幅尺寸为20cm×25cm。这张招贴是在埃及的某个小镇、遗址中发现的。这个小镇在一次火山爆发中被瞬间淹没,从而使那张寻人招贴得以完好封存,重现世人面前。

英国印刷家威廉·凯科斯第一次采用印刷手段制成招贴,并将这种招贴张贴于伦敦大街和教堂门口,以向牧师兜售复活节用的教规书籍,从此印刷形式的招贴大为流行。

然而,据考古发现,我国最早出现的一张印刷招贴比威廉·凯科斯创作的印刷招贴还要早400年左右。如图1.4所示,这张中国招贴是11世纪(宋朝时期)山东济南刘家功夫针铺的一张印刷广告。上面雕有“济南刘家功夫针铺”字样,正中为一抱着针的白兔图形,两边写着“认门前白兔儿为记”,下部是说明产品质地和销售办法的七行28个字。同时,这一印刷招贴又可以兼作为针的包装用纸,一举两得。

16世纪,人们不断探索科学与艺术相结合的道路,在图形和字体设计领域开始运用数比法则。尤其值得一提的是,设计师开始注重对观念的表达,在图形设计中所采用的表现手法近乎现代超现实主义的倾向。合理的比例、装饰字体的设计、精美的插图,在法国巴黎形成了优美典雅的“国际风格”,并很快流行于西方。为适应社会对印刷设计的大量需求,欧洲很多国家相继建立了印刷图形设计中心,图文印刷设计在欧洲得到了普及和提高。

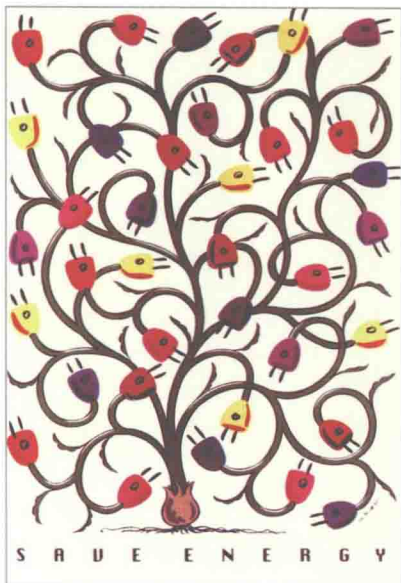


图 1.2
U.G. 佐藤 招贴作品

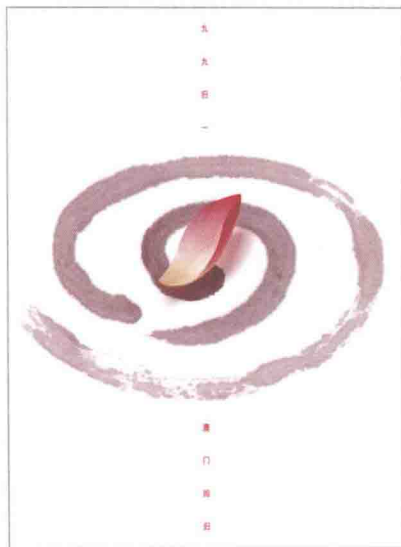


图 1.3
靳埭强《九九归一 澳门回归》



图 1.4
北宋刘家功夫针铺招贴广告

17 世纪，欧洲工业使图形印刷的材料和制作成本大为降低，招贴也从初始时期进入到发达时期。招贴在促销商品、促进生产、提高生活质量、普及教育和普及科学技术知识方面发挥了空前的作用，同时印刷家兼图形设计师的模式已被机械化带来的分工所打破，招贴设计成为一门独立的创造性艺术专业。

18 世纪，许多适合招贴印刷的新字体产生，使埃及体、艾奥尼亚体、透视体、克拉伦体、哥特体、罗马体等字体在比例、分量和美学上日趋完善。除了字体，还出现了数百种学科的符号系统，包括数学、天文、物理、化学、生物、地理、等方面的内容，为现代招贴的产生奠定了新的语言形式基础。

19 世纪，随着铸铁印刷机、蒸汽动力印刷机、造纸机的出现，高速印刷形式替代了谷登堡时代的手动印刷形式，机器生产的纸张淘汰了手工制作的纸张，使招贴印刷效率提高了 30 倍左右。随后，摄影术的出现及彩色石印技术的产生，又使招贴成为大众传播的主要媒介，一大批优秀的美术家也开始从事招贴设计了。

20 世纪，对于世界招贴设计的发展来说，观念形象设计的出现是非常重要的。它丰富了设计的手法，进一步强调了设计上的个人和社会个别群体观念的表达，将良好的视觉传达功能、艺术手法，与大众的视觉传达效果和个人的表象结合起来，从而把招贴设计推进到一个新的高度（图 1.5 至图 1.7）。随着技术的发展，视觉传达的方式变得复杂且多样化，通信技术的日趋完善，媒介的多元化，都对招贴设计产生了新的促进和压力，招贴设计开始向更广阔的未来发展。



图 1.5
福田繁雄 招贴作品



图 1.6
冈特·兰堡 招贴作品



图 1.7
霍尔戈·马蒂斯 招贴作品

第二节 招贴发展中的推动因素

纵观招贴的历史，我们不难发现，招贴的每一步发展都会受到很多因素的影响。比如政治因素、经济因素的影响等。尤其值得注意的是科学技术的进步以及百年奥运对招贴发展产生了至关重要的推动和促进作用。

一、科学技术进步对招贴发展的影响

科学技术作为第一生产力，是促进社会经济不断向前发展的活跃的因素。科学技术不但通过对社会经济的推进积极影响招贴的发展，而且还通过对各项技术的不断改进，直接促成招贴设计的不断变革。造纸术、印刷术、摄影等，都是推动招贴发展的重要因素。

（一）造纸术与招贴发展

造纸术是中国古代伟大发明之一，也是人类文明史上的一项杰出成就。它的发明使文字的载体成本大幅度地降低，使知识的传播方式变得简单，传播范围极大扩展，在人类文明史上具有划时代的伟大意义。根据考古发现，西汉时期，我国已经有了麻质纤维纸，但其质地粗糙，且数量少，成本高，不便普及。公元1世纪初，蔡伦总结前人经验，改进了造纸术。他以树皮、麻头、破布、旧渔网等为原料，经过捣、烘等一系列的工艺加工，制造出了植物纤维纸。蔡伦的造纸术大大提高了纸张的质量和生产效率，扩大了纸的原料来源，降低了纸的成本，为纸的制造开创了新纪元。

公元7世纪初期（隋末唐初），造纸术开始东传至朝鲜、日本；8世纪西传入撒马尔罕，就是后来的阿拉伯，接着又传入巴格达；10世纪传到马士格、开罗；11世纪传入摩洛哥；13世纪传入印度；14世纪传到意大利，意大利很多城市都建了造纸厂，成为欧洲造纸术传播的重要基地，从那里再传到德国；16世纪传入俄国、荷兰；17世纪传到英国；19世纪传入加拿大、美国。造纸术的发明和广泛应用，为文化的传播创造了有利的基本条件。另外一种对招贴的发展起到决定性作用的技术——印刷术也应运而生。

（二）印刷术与招贴的发展

中国印刷术的渊源，可以追溯到公元前4世纪战国时期出现的印章和公元2世纪东汉时出现的碑拓。早期印刷术是印章式的盖印技术与拓印技术。后来人们将两种技术综合，又将刻在石碑上的文字刻在木板上再进行捶拓，产生了雕版印刷技术。中国虽然较早发明了印刷术，但雕版印刷及毕昇发明的活字印刷的制作工序相当烦琐，造价非常昂贵，使得这种印刷术在早期招贴制作上难以推广应用。

在中国印制术的影响下，1450年前后，德国人约翰尼斯·谷登堡用所制活字模浇铸铅活字，为现代金属活字印刷术奠定了基础，使机器进入了人类信息传播的过程，使人类复制和分享信息的能力得以大幅度提高，信息传播的范围也极大地扩展了。谷登堡的现代活字印刷术使用的是浇铸而成的金属活字，第一台印刷机是用一台榨葡萄酒的机器改装而成的。印刷机的使用，大大提高了印刷的质量和速度。现代活字印刷术的发明迅速带动了造纸工业的改革，也使出版业和发行业应运而生。这个滚动效应使谷登堡获得了“世界现代媒体之父”的荣誉。在造纸术和印刷术的推动下，招贴进入了真正的发展时期。摄影技术的出现及发展又大大地丰富了招贴的形式。

(三) 摄影与招贴的发展

1839年8月19日,法国画家达盖尔公布了他发明的“达盖尔银版摄影术”,从此摄影术诞生了。彩色技术是物理学家马克斯威1861年发明的。从1839年至1924年这段时间可以称为照相机发展的第一阶段,各种相应技术及配套产品还不够成熟。从1925年至1938年为照相机发展的第二阶段,这段时间照相机制造业开始大批量生产照相机。黑白感光胶片的感光度、分辨率和宽容度不断提高;彩色感光片开始推广,从而使摄影队伍迅速扩大并走向专业化。1939年之后为照相机发展的第三阶段,此阶段的前半期即20世纪60年代之前,黑白、彩色胶片的质量有了进一步的提高,光学工业技术迅速发展,出现了变焦、折反射式、广角等多种摄影镜头,使照相机的质量、产量有了大幅度的提高。这些摄影器材的技术提升为摄影技术在招贴设计上的应用提供了必备的条件。另外,20世纪50年代以瑞士为代表的彩色印刷技术日臻完善,也推动了日后五彩缤纷的招贴广告的发展。

1854年巴黎出现了将不动产的照片贴在广告上以招徕顾客的招贴形式,开创了将摄影应用于招贴的先例。而早期摄影在招贴上的应用还只是剪贴等初级手段。随着摄影技术在商业领域需求的不断增大,广告摄影作为一种商业宣传手段不断发展起来。20世纪以后,一批抽象摄影家或剪贴,或将绘画与照片组合,或直接将实物放在感光纸上感光等,对摄影的表现方式及暗房技术进行了大量的研究。他们成功地把照片与印刷图案、文字结合,构成一幅完整的印刷广告照片。第二次世界大战以后,广告摄影飞速发展,在招贴中得以大量应用,从而极大地推动了招贴表现形式的发展。图1.8、图1.9为摄影蒙太奇招贴的创始者——金特·凯泽的作品。



图 1.8
金特·凯泽 招贴作品之一

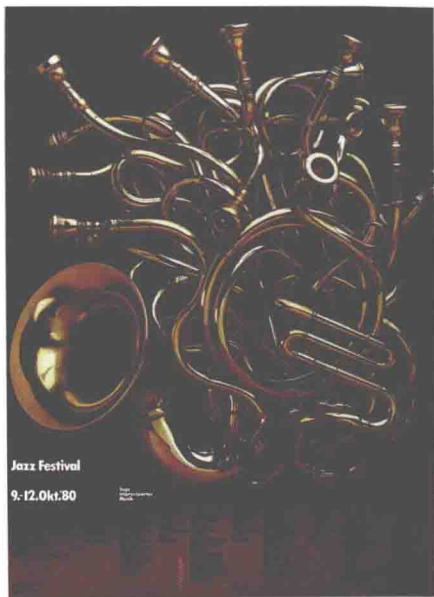


图 1.9
金特·凯泽 招贴作品之二

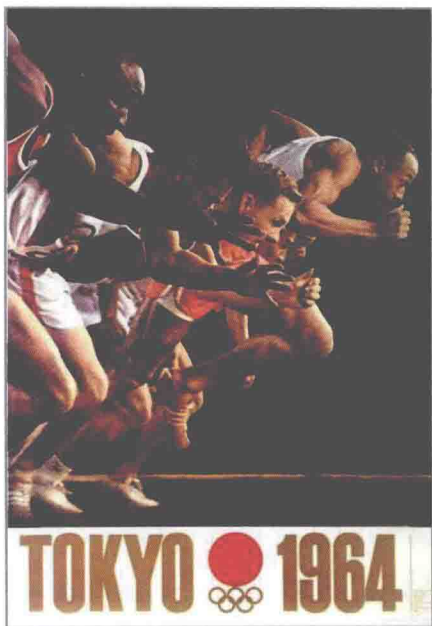


图 1.10
1964 年东京奥运会招贴

二、百年奥林匹克运动会ⁱ对招贴发展的影响

奥运会对招贴艺术所产生的影响实质是奥林匹克运动的精神对招贴艺术带来的重大影响与变革。

（一）奥运会使招贴艺术国际化

奥运会作为一项具有世界影响力的国际性社会活动，其宣传招贴必须面对整个世界，运用国际化的视觉语言，向不同的国家与人民传播。这对招贴设计提出了视觉语言的新课题，视觉语言应该没有通常语言的文化差异、传承差异，应该是一种人类共通的直觉语言、无障碍语言。奥运会促使招贴艺术摆脱地域文化的局限性，成为最大众、最普及的艺术。1964 年东京奥运会的招贴设计突出不同肤色的选手在同一起跑线上冲刺的场面，简洁直接的 TOKYO 和 1964，加上东京奥运会的标志，构成一幅视觉语言简练、面向世界的画面（图 1.10）。当 1968 年冬季奥运会在法国阿尔卑斯山地区举办时，法国的让·布莱恩设计的招贴大胆求实，创作了奥运五环竞相飞滑的有趣画面，视觉语言十分生动。

（二）奥运会将竞赛意识导入招贴艺术

奥运会是体育竞赛，不断超越的竞赛意识，是奥运永恒的生命力。由于奥林匹克运动强大的魅力及奥运会巨大的国际影响力，世界各国几乎都会调动大量的人力、财力、创造力来争办奥运会。在申办与筹备奥运会的前期，在奥运会体育竞争之前，率先体现的恰恰是文化，尤其是视觉文化的竞争。各主办国总是下决心超越前一届东道主，将其视为国家的形象所在。因此，这场视觉文化的竞赛往往会调

ⁱ 以下简称奥运会。

动一个国家各行各业中最优秀的人才广泛参与。如果能在奥运会视觉文化竞赛中荣获大奖,无论是建筑、环境、设施,还是标志、招贴的设计,其荣誉几乎不亚于夺得奥运会的金牌,这是视觉文化艺术中的最高褒奖。因此,参与者有很大的积极性与竞争性。由此可见,奥运可以推动一个国家的整体提升与进步,也推动了一个国家视觉文化的整体提升与进步。奥运创造了充满竞争性的“更快、更高、更强”的力的美学,这给招贴设计带来了对力量、动感的追求,使得许多奥运招贴都极具运动之感和阳刚之气(图1.11)。

(三)奥运会成为注意力经济的活动,带动和发展了招贴艺术

第14届奥运会在英国伦敦举办,为伦敦带来了2.5万英镑的盈利,这为奥运的发展带来了新的契机。此后每届奥运会都开始重视盈利。1984年第23届奥运会在美国洛杉矶举办。作为首届由民间承办的奥运会,它带来了2.25亿美元的盈利。奥运会是全球的盛会,凝聚了全球的目光,故而最终演化成为一种经济力、生产力,带来了无限商机和无数的创业及就业机遇,形成了注意力经济。奥运经济的迅速发展,必然促进奥运自身的发展,也带动了招贴等视觉文化的全方位发展。商业赞助已成为奥运会的运作方式,随之而来的是大量的商业广告。奥运与商业广告的结合,不乏优秀成功的案例。尤其是有了经济的依托,招贴艺术得以在更大层面、更多媒体上进行展示。可口可乐是全球著名企业,自1928年第9届阿姆斯特丹奥运会开始,就是长期支持奥运会的赞助商。在各种各样的赞助中有很多出色的操作,也产生了不少优秀的招贴作品(图1.12、图1.13)。斯沃奇表是第26届奥运会指定的计时器,公司特地设计了四版新表系列——斯沃奇奥林匹克100周年系列,每一系列都有重点,包括奥林匹克历史、成就、艺术和设计。

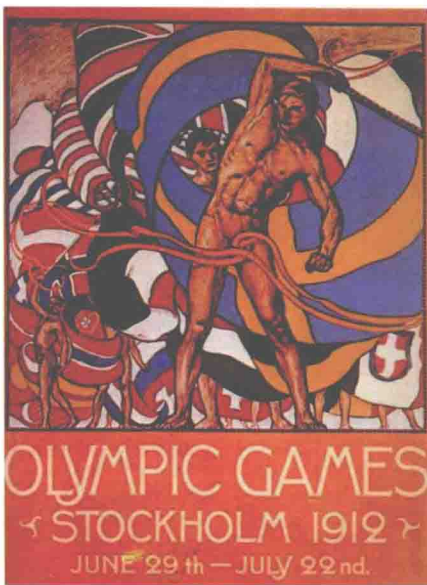


图 1.11
1912年第5届斯德哥尔摩奥运会招贴



图 1.12
可口可乐奥运会招贴之一



图 1.13
可口可乐奥运会招贴之二

（四）奥运拓展了招贴的民族、地域文化特色



图 1.14
1960年第17届罗马奥运会招贴

历届奥运会在不同地域、不同国家举办，涉及不同民族的文化差异性。奥运会给各个国家提供了本土文化走向国际的平台，主办国，主办城市往往有意识地通过举办奥运会来大力宣传本国的区域文化、民族文化，即将本国历史文化中那些传承下来的最乡土的、最本色的东西展现在全世界人民面前。因为这些文化的差异，恰恰是异国人民最感兴趣的亮点。一个国家本土文化中深层次的东西富有神秘感、新鲜感，蕴藏着一个民族、一种文化永恒的生命力。这就是通常说的“越是民族的就越是世界的”。体现这种文化差异性和生命的张力，就成为每届奥运会招贴创意的出发点，从而促使各主办国创作大批为世界人民所喜闻乐见的作品。奥运会招贴用十分经典的图形、色彩向世界人民展示着一个国家、一个民族的悠久历史、传统文化、民俗特质和社会现状。透过这些作品，我们可以看到世界各国文化中的经典，这是奥运会招贴艺术的一大特色，也深刻影响了其后招贴的设计取向。1960年第17届罗马奥运会招贴将罗马的历史、传说作为主要艺术语言（图1.14）。1968年第19届墨西哥城奥运会的官方海报很有代表性。墨西哥有古老而又神秘的玛雅文化，有古代印第安人建造的太阳金字塔、月亮金字塔以及托尔特克和阿斯特克文化雕塑与装饰物，而且在其古代的与现代的建筑物上到处都饰以壁画，因此这届奥运会招贴要展示出印第安文化，让人想起墨西哥的民间艺术。来自纽约的设计师莱曼借鉴了墨西哥古代雕刻的线条排列方法，利用现代派光谱艺术手法，借助一根根带有律动感的平行线条，创造出一种流动的画面效果。海报上面，奥运五环标志在黑与白的衬托下非常醒目，且成为数字“68”的一部分。此外，这一海报强烈的眩晕效果和无限的空间感，给观者留下了极其深刻的印象。1972年第20届慕尼黑奥运会的招贴中，将