

新世纪版/设计家丛书 ART&DESIGN SERIES

POSTER DESIGN

招贴设计

汪泳 编著



国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

西南师范大学出版社
XINAN SHIFAN DAXUE CHUBANSHE



POSTER DESIGN 招贴设计

新世纪版/设计家丛书
ART&DESIGN SERIES

汪泳 编著



国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

西南师范大学出版社
XINAN SHIFAN DAXUE CHUBANSHE

ART & DESIGN SERIES

图书在版编目 (CIP) 数据

招贴设计 / 汪泳编著. — 重庆: 西南师范大学出

版社, 2010.9

(新世纪版设计家丛书)

ISBN 978-7-5621-5048-0

I. ①招… II. ①汪… III. ①宣传画—设计 IV.

①J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第182523号

新世纪版·设计家丛书

招贴设计 汪泳 编著

责任编辑: 王玉菊

书籍设计: 汪泓 王正端

出版发行: 西南师范大学出版社

地址: 重庆市北碚区天生路2号

邮编: 400715

网址: <http://www.xscbs.com.cn>

E-mail: xscbs@swu.edu.cn

电话: (023) 68860895

传真: (023) 68208984

经 销: 新华书店

制 版: 重庆新生代彩印技术有限公司

印 刷: 重庆长虹印务有限公司

开 本: 889mm × 1194mm 1/16

印 张: 9

字 数: 288千字

版 次: 2011年1月 第1版

印 次: 2011年1月 第1次印刷

ISBN 978-7-5621-5048-0

定 价: 48.00元

本书部分作品因无法联系作者, 客观上不能按照法律规定解决版权问题, 我社已将该部分作品的稿酬转存于重庆市版权保护中心, 请未收到稿酬的作者与其联系。
重庆市版权保护中心地址: 重庆江北区杨河一村78号10楼 (400020) 电话 (传真): (023) 67708230

本书如有印装质量问题, 请与我社读者服务部联系更换。

读者服务部电话: (023) 68252471 市场营销部电话: (023) 68868624 68253705 选题策划中心电话: (023) 68254107 艺术教育分社电话: (023) 68254353

序

■
李
巍

21世纪是一个新的世纪，随着全球一体化、信息化、学习化社会的到来，人类已经清醒地认识到21世纪是“教育的世纪”、“学习的世纪”，孩子和成人将成为终身教育、终身学习的主人公。

21世纪是世界范围内教育大发展的世纪，也是教育理念发生急剧的转变和变革的时代，教育的发展呈现出许多历史上任何时期都从未有过的新特点。

21世纪的三个显著的特点，用三个词表示就是：速度、变化、危机。与之相对的应该就是：学习、改变、创业。

面对新世纪的挑战，联合国教科文组织下的“21世纪教育委员会”在《学习：内在的财富》报告中指出，21世纪是知识经济时代，在知识经济时代人人应该建立终身学习的计划，每个人应该从四方面建立知识结构：

1. 学会学习；2. 学会做事；3. 学会做人；4. 学会共处。

21世纪是一个社会经济、科技和文化迅猛发展的新世纪，经济全球化和世界一体化已成为社会发展的进程，其基本特征是科技、资讯、竞争与全球化，是一个科技挂帅、资讯优先的时代，将是人类社会竞争更趋激烈而前景又更令人神往的世纪。

设计是整个人类物质文明和精神文明的结晶，是一个国家科学和文化发展的重要标志，它不仅创造着今天，也规划着明天。

设计作为一种生产力，对推进一个国家或地区的经济发展有着重要的推动作用。正因为如此，设计也越来越受到世界各国的高度重视，成为社会进步与革新的一个重要组成部分，成为投资的重点，设计教育成为许多经济发达国家的基本国策，受到高度的重视。

设计教育是一项面向未来的事业，正面临着世纪转换带来的严峻挑战。

21世纪的艺术设计教育应该有新的培养目标、新的知识结构、新的教育方法、新的教育手段，以培养新型适应未来设计需求的人才。教师不应该是灌输知识、传授技能的教书匠，而应该是培养学生具有自我完善、自我教育能力的灵魂工程师。

知识经济中人力资源、人才素质是关键因素，因为人才是创造、传播、应用知识的源泉和载体，没有知识的人是不可能有所作为的，可以说，谁拥有知识的优势，谁将拥有财富和资源。

未来的社会将是一个变化周期更短的，以信息流动、人才流动、资源流动为特征的更快的社会，它要求我们培养的人才具有更强的主动性与创造性。可持续发展的素质、创造性的品质和能力，已成为设计教育的挑战和新世纪设计人才培养的根本目标。

正是在这样的时代大背景下，在新的设计教育观念的激励下，《21世纪·设计家丛书》在20世纪90年代中期孕育而生，开始为中国的现代设计教育贡献自己的一份力量，受到了社会各界的重视与认同，成为受人瞩目的著名的设计丛书与设计教材品牌。

Preface

历经13个年头的岁月，随着时代的进步与观念的变化，丛书为更好适应设计教育的需求而不断调整修订，并于2005年进行了全面的改版，更名为《新世纪版·设计家丛书》。

《新世纪版·设计家丛书》图书品牌鲜明的特色体现在如下几个方面：

1. 系统性、完整性：丛书整体架构设计合理，从现代设计教学实践出发，有良好的系统性、完整性，选择前后连贯循序渐进的知识板块，构建科学合理的学科知识体系。

2. 前瞻性、引导性：与时代发展同步，适应全球设计观念意识与设计教学模式的新变化，吸纳具有时代前瞻性、引导性的新的观念、新的思维、新的视角、新的技法、新的作品，为读者提供一个思考的线索，展示一个新的思维空间。

3. 应用性、适教性：适应新的教学需求，具有更良好的实用性与操作性，在观念意识、编写体例、内容选取、学习方法等方面强化了适教性，为学生留下必要的思维空间，能有效地引导学生主动地学习。

4. 示范性、启发性：丛书中的随文附图是书的整体不可分割的一部分，也是时代观念变化的形象载体，选择最新的更具时代特色与设计思潮变化的经典图例来佐证书中的观点，具有良好的示范性与启发性。

5. 可视性、精致性：丛书经过精心设计与精美印制，版式新颖别致，极具时代感，有良好的视觉审美效果。尤其对丛书附图作品的印刷上精致细腻，形象清晰，从而使丛书在整体上有良好的视觉效果，并在开本装帧上也有所变化，使丛书面目更具风采。

这次丛书全面修订整合工作，除了根据我国高校设计教学的实际需要要对丛书的品种进行整合完善外，重点是每本书内容的调整与更新，增补了具有当今设计文化内涵的新观念、新思维、新理论、新表现、新案例，强化了丛书的“适教性”，使培养的设计人才能更好的面向世界，面向现代化，面向未来，从而使丛书具有更好的前瞻性、引导性、鲜明的针对性和时代性。

丛书约请的撰写人是国内多所高校身处设计教学第一线的具有高级职称的教师，有丰富的教学经验、长期的学术积累、严谨的治学精神。丛书的编审委员会委员都是国内有威望的资深教育家和设计教育家，对丛书的质量把关起到了很好的保证作用。

力求融科学性、理论性、前瞻性、知识性、实用性于一体，是丛书编写的指导思想，观点明确，深入浅出、图文结合，可读性、可操作性强，是理想的设计教材与自学丛书。

本丛书是为我国高等院校设计专业的学生和在职的年轻设计师编写的，他们将是新世纪中国艺术设计领域的主力军，是中国设计界的未来与希望。

新版丛书仍然奉献给新世纪的年轻的设计师和未来的设计师们！

丛书
编审
委员会
委员

主 编 李巍

王国伦	清华大学美术学院	教授
孙晴义	中国美术学院设计艺术学院	教授
樊文江	西安美术学院设计系	教授
孙 明	鲁迅美术学院视觉传达艺术设计系	教授
应梦燕	广州美术学院装潢艺术设计系	教授
宋乃庆	西南大学	教授
黄宗贤	四川大学艺术学院	教授
张 雪	北京航空航天大学新媒体艺术与设计的学院	教授
辛敬林	青岛科技大学艺术学院	教授
马一平	四川美术学院	教授
李 巍	四川美术学院设计艺术学院	教授
夏镜湖	四川美术学院设计艺术学院	教授
杨仁敏	四川美术学院设计艺术学院	教授
罗 力	四川美术学院	教授
郝大鹏	四川美术学院	教授
尹 淮	重庆市建筑设计	高级建筑师

导 论

招贴是能复制张贴到户外的广告形式,是现代生活中一种有效传递信息的广告形式。

招贴是商业社会的产物。社会生产力和商品经济的发展、社会文明的进步促使了招贴的出现。现代招贴产生于19世纪末20世纪初,至今100多年历史。它以现代生产技术、批量化复制为条件,发展为一个集商业、艺术于一体的成熟的广告形式。招贴从内容来划分,有商业招贴、文化招贴、公益招贴、政治招贴等。本书以非商业的文化招贴和公益招贴为主体,来研究招贴的创意和表现。

招贴和现代生活密不可分,一方面它承载着现代生活大量的信息并予以传递;另一方面它蕴含的观念和美学思想,启发、引领甚至改变了人类观念,促进着人类文明的进步。这种相互促进的关系正是现代招贴之于现代社会生活的影响。同时招贴具有强烈的艺术气息,在设计师眼中,没有什么比招贴更能代表设计水准的。创意表达卓绝的招贴受到了设计界的认可和社会大众的喜爱。

招贴的本质功能是信息传递。从诞生至今,几经变迁,信息时代的信息更具特征。现代社会信息丰富、容量巨大、受众多样、媒介更新,曾经是信息主要载体的招贴也受到来自各方面的冲击和影响。无论如何,只要在现实社会,只要有物质空间,招贴就仍然是信息的载体,其功能也是用合理的手段使信息有效地传递。

招贴是商业社会的产物。在商业社会里,它传播信息,塑造品牌形象,推动销售与促进竞争,培育审美并传播

文化。招贴通过复制张贴到公众场所,对受众起到信息告知、启示、诱导和教育的作用,从而促进受众行为的产生。

招贴是一门科学,它具有严密的逻辑性、科学性,以成功、有效传达信息为使命,讲究实用性;招贴是一门技术,有专业规范的制作、输出和媒介发布等技术规范;招贴是一门艺术,创造美、宣扬美、引领美。从最早的绘画艺术到商业社会的信息媒介,艺术性是招贴的本质属性之一。美的招贴装饰环境、愉悦心灵,开启人类审美眼光,甚至引领美学标杆。

阐述招贴的重要性仿佛显得重复而没有新意,但是事实如此,招贴对于现代生活非常重要。首先,商业和招贴的关系相互依存:商业促进招贴的产生,招贴促进商业的发展。社会生产的发展、文明的进步和商业的发展促使招贴作为信息媒介的出现,海报成为商业信息的载体;现代工业发展和设备的发明使用,为招贴发展注入了新的活力,现代印刷技术使招贴真正走上大规模印刷制作的现代之路;社会的极度繁荣,信息爆炸,消费人群新心理需求的出现,新的时代赋予招贴新特征和个性,招贴更是引领了人类观念的更新……我们已经无法想象没有招贴的商业经济和社会生活是什么模样。

其次,招贴设计和艺术创作有着密切的联系。近代最早的招贴设计来自绘画艺术,近代最早的招贴设计师来自艺术家,专业遍及油画、版画、建筑设计、工业设计等行业。100多年来,技术的变革和思维的更新,艺术风格流派的演进,都深深地影响了招贴艺术,并使其得以丰富和提

高。同时招贴中先进的艺术观念和美学法则,又引领着社会生活的变化。可以说,招贴艺术之所以受到大众的喜爱,具有强烈的艺术感染力,受到行业内国际国内艺术和设计权威机构的认可,成为万千设计师热衷并为之疯狂的设计载体,和它的艺术魅力是密不可分的。

二

商业的发展促使了招贴的出现。世界上最早的招贴迄今已有3000年的历史。现代招贴诞生至今100多年来,作为大众传播最主要的媒介之一,在促进销售、普及知识等方面发挥了很大的作用。

农耕经济、工业经济社会演变至商业经济和信息经济社会,到现在是创意经济社会,信息爆炸,新媒介出现,上至社会意识形态下至人群心理都发生了翻天覆地的变化。我们现在所处的时代,在后现代文化背景下,整个社会面貌出现了一系列新的趋势和特点,招贴作为意识形态的内容,受到冲击和影响,从而也衍生出新的特点。

后现代文化是一种大众文化,新的观点、意念层出不穷,时尚流行元素的更替变化十分迅速,从而形成新的社会生活习俗。后现代大语境下的招贴艺术,通过与新概念的组合组装,发展了新意义,一部分原有的人们所公认的视像元素、思想观念在内涵上已有所发展变化,另一方面由于社会习俗发展、文明进步而产生了形象和含义。招贴除内容之外,设计师也开始开发招贴媒体的特征,激发出新的时代魅力,以顺应信息和创意经济时代的特点。

招贴在传递信息的同时,能够推动新文化概念的传播,形成新的社会风气和生活情趣。我们常常能够感受到旧有概念的新鲜出炉。招贴中融入的新元素、新意识、新观念,有利于新文化时尚的推广,使这种新风气更加盛行,从而推动社会进步。

由于特殊的原因,我国的招贴有着崎岖的历程。封建社会和传统文化的一度繁荣、宋代雕版技术的发达促成我国第一张招贴的产生。我国的现代设计理念是随着列强入侵和西方现代文明起步发展而被动发展的。抗战、内战和建国后的政治原因使招贴设计滞缓,1978年改革开放才使我国的招贴设计真正迎来了新生。

几十年来,商业的发展,开明的文化气氛开始形成,特别是上世纪末到本世纪初,随着我国设计师在国际招贴和设计赛事上频频获得关注,国内招贴赛事成功举办,招贴和设计的国内土壤开始培育并颇有收获,东方国度的文明受到世界关注,招贴设计“百家争鸣、百花齐放”的盛况开始逐步形成。

三

招贴一直是艺术设计专业的重点和传统课程。这个有利的教学环境肯定了招贴设计对于现代视觉传达设计的重要意义。视觉传达设计是研究以设计元素(图形、文字、色彩等)来构架信息传达体系的内容,视觉传达设计教育的最终目的在于培养学生具备用视觉元素进行有效的传达的能力,同时具备创新性和美学化的传达手段。招贴在

视觉传达设计中占据重要而独特的一个空间,没有任何一个设计平台能够像招贴一样,达到实用功能和艺术价值如此完美的统一。招贴的最终目的也在于用原创性且符合美学标准和实用价值的方法来传播信息,传播观念意识,从而引起大众对信息的系列反应或行为。这样才是真正完成了信息传达的过程。

从招贴的发展历史中,我们可以发现,世界上最卓越的设计师,几乎都因在招贴设计方面取得非凡成就而闻名于世。因此,从某种意义上来说,对招贴设计进行深入研究已成为设计家获得成功的必经之路。招贴作为一种视觉传达艺术,最能体现出平面设计的形式特征。它具有视觉设计最主要的基本要素,它的设计理念、表现手段及技法较之其他广告媒介更具典型性。

新时代要求教学与时俱进,从前的“传道授业解惑”固然重要,现在的设计教育更倡导“教书育人”。怎么解释?即让学生了解设计的基本规范,更重要的是建立一套正确科学的方法论、学习观和设计观,甚至积极健康的工作观和人生观。因为重要的不是会做设计,而是做好设计。设计教育是个非常有趣的课堂,人人都是老师,人人都是学生,思维各有闪光而表现各有不同。创意需要的不是否定,而是积极地肯定和引导,只不过需要合理运用专业体系来判断,某某创意是否有意义去进行,能达到什么样良性的实用和艺术意义。点金术寓言中的道理也是如此,我们的教学更希望学生能够学会点金之术。

创意是招贴的灵魂。视觉传达设计教育中的招贴,其原创精神,恰好是一个实施头脑风暴、进行创意洗脑的思想花园;其美学标准,正好是一个表现手段个性发挥、大展拳脚的实验室;其实用价值,又会是一个艺术通向社会和商业的传送带。由此看来,招贴设计有着极强的教育和学术意义。在教学过程中,如能恰当地引入实际项目、竞赛展览、交流沟通等内容,加之合理的学习观方法论的引导,势必能获得理想的教学效果。

四

招贴一直是信息传递的重要媒介之一,也是视觉传达设计中研究创作的重点内容。在新媒介日益发展的今天,招贴的内容和形式也演变出新的趋势来应对万变的社会,因此,研究招贴的设计方法和新时代的趋向,成为新时代视觉传达中招贴设计课程的主要内容。

作为高等院校艺术设计专业的教材,本书重点致力于介绍现代招贴设计的基本概念和原理、基本法则和技巧,力求把现代招贴设计中最具时代意义、最具启发性的理论与技巧带给热爱招贴设计、期冀投身设计事业的莘莘学子。

本书的基本内容包括七个大的板块:21世纪招贴设计艺术的发展趋势、招贴的概述、招贴的发展历程、招贴的媒体特征和制作、招贴设计的创意、招贴设计的表现和制作、招贴设计新语境体验。针对视觉传达专业的教学特点,立足招贴的基础知识和理论体系,深入浅出、全面地

剖析招贴设计的发展、特征以及创意表现方法,展望招贴设计的前沿趋势。同时,组织并分析大量国际经典招贴作品和部分典型学生作品200余例,力图生动直观地展示和佐证招贴设计的方法原理,为读者提供一个欣赏、学习、借鉴的楷模,帮助读者更有效地把握广告的基本概念、原理、准则、技巧。每章的阅读提示,为读者提出了思考空间,学思互动,加强对招贴设计课程或体系的主动研究。

不仅要掌握招贴设计的专业知识,而且也要学习和积累如社会学、经济学、心理学、广告学、营销学、美学、文学、绘画、印刷工艺、多媒体技术、各种应用软件等方面的知识,这是对招贴设计的综合素质的要求。设计者必须对人类和社会有较为深刻的理解,对当代人文和美学特征有所把握,对新的表现形式、手段及技术能熟练运用,以适应信息时代社会与市场的需求。专业性和综合性,不但是对招贴设计人才更是对创造性人才的时代要求。

希望读者不是以“看”的方式来学习这些理论和优秀作品,而是要阅读出其中之“悦”,认真深入、体验现代招贴的来龙去脉、基本原理以及前沿趋势。这样就不难发现,学习非难事,做好设计的奥妙和关键在于:理念之上,培养自己正确的人生观、学习观、方法论;提炼心智,扩充视角,以规范专业的技术为指导;观摩能者,潜心治学,必能把握到招贴设计的真谛。

本书讲解全面深入,既是有益的学习教程,也不失为设计师的阅读图本。本书期冀:带来现代招贴设计之本质原理、弘扬现代招贴设计之艺术魅力、激发现代招贴设计之热爱情绪、推动现代招贴设计之教学过程。对以上方面若能有一定意义,则是笔者最大的心愿。

第一章 21世纪招贴设计艺术的发展趋势

- 一、传递图像化 003
- 二、诉求多元化 004
- 三、表现个性化 007
- 四、内涵人性化 009
- 五、创意艺术化 011
- 六、风格民族化 013

001

第二章 招贴的概述

- 第一节 招贴的基本概念 016
- 第二节 招贴的起源和发展 020
- 第三节 招贴的作用和意义 022
- 第四节 招贴的分类 025

016

第三章 招贴的发展历程

- 第一节 西方招贴的发展与变迁 029
- 第二节 我国招贴的发展与变迁 044
- 第三节 波兰、德国、日本等国对当代招贴设计的影响和推动 047

029

第四章 招贴的媒体特征和制作

- 第一节 招贴的媒体特征 058
- 第二节 招贴的规格和常规制作手段 064

058

第五章 招贴设计的创意

- 第一节 创意的概念及方法 069
- 第二节 招贴设计中创意的基本准则 079
- 第三节 招贴设计中创意的意义与价值 083

069

第六章 招贴设计的表现和制作

- 第一节 招贴设计的程序 085
- 第二节 招贴的主要元素及其特性 086
- 第三节 招贴设计的主要形式和表现手法 094
- 第四节 招贴信息传递的过程 111
- 第五节 招贴设计的原则 112

085

第七章 优秀作品赏析——招贴设计新语境体验

- 一、原创唯先——招贴生命的延续 119
- 二、感官效应——招贴活力的启动 122
- 三、媒介新生——招贴环境的开发 126
- 四、艺术回归——概念招贴的初探 129

119

后记

- 参考书目 135

135



图1-001

这里,引用马克思·加罗(Max Gallo)《历史中的招贴》中的话作为开场白吧:招贴,如同城市的风景一样,覆盖着我们身边的街道。如果没有招贴的话,城市顿时失去色彩,陷入死寂般的灰色中。马克思·加罗的描述正是现代商业社会的真实写照:现代招贴经过一个多世纪的发展,俨然已成为现代商业社会的名片。它张贴在户外空间随处可见;它是一个媒介,转载着商业信息;它具有丰富的视觉效果和独特的艺术魅力,装饰着多彩的社会生活。

招贴在当今社会的意义非比以往了,马克思·加罗的描述生动而形象地展现了招贴对现代生活的影响。现在,无论你身处人潮涌动的大街或是车辆急速驰过的高速道路、喧闹的影院抑或充满活力的校园、繁华的商场或者安静的书店,现代商业社会的每个角落无不活跃着招贴的身姿。

现代商业社会中,招贴诉求着商业信息、触及人类内心感觉、刺激欲求和梦想,促进着社会文明和商业的发展。招贴作为现代广告一个重要的类别和构成部分,在传递现代社会文化信息、促进国家和地区之间的文化交流、体现国家和民族文化遗产的价值、满足人们日益增长的文化需求、提高人们的审美素质和情趣等方面,有着不可忽略的价值和作用。



图1-002

图1-001、图1-002
欧洲街头招贴一瞥

生产力决定意识形态,有什么样的社会物质基础,就有什么样的意识,招贴设计也不例外。现代招贴诞生迄今100多年的历史中,我们看到属于意识形态内容的招贴设计,在生产力的变革作用下发生风格变化,同时,设计风格和观念也会引领风气意识的变化从而影响社会文明。招贴发展中受到各个意识流的影响呈现的不同风格,体现了当时的时代进步意义。

现代社会的高速发展不断地产生着新的生活观念和方式,招贴设计在新的时代走向中体现出新的特点和趋势。

我们所处的社会大背景是后现代的文化背景。工业革命以来,人类征服、改造自然的能力增强,表面上人类自身的生存状态随着这些活动而进步了,世界却由于工业文明和技术文明的反作用,遭受了毁灭性的灾难。世界大战、环境污染、生态破坏、人口爆炸等等,物质和精神的进步并没有得到同步的发展,而成了消长的状态:物质进步了,精神却在衰颓。

人类在自我意识、自我认同感的丧失中,感受着一种与本质自我相异的生存矛盾,进步的幻灭产生了对往昔的追忆、对世界无神论和物质主义的反省。从20世纪60年代开始,西方国家转向了对传统宗教和精神价值的再肯定。“对历史的寻求”、“对传统的寻求”、“寻根”意识、重新肯定“过去”、向往中世纪的田园牧歌、故乡亲情、人性自我意识的回归……这是“后现代”意识出现的大时代背景。

同时,随着和平富裕年代的到来,战后新生代也逐渐成长,他们被称为“自我的一代”(“the me generation”),这是反叛和自我的一代。新一代年轻人出现在社会舞台上的时候,上一代人的价值观已经不再适用,他们在探索属于自己的生活方式和行为模式,一种能够代表他自己而非别人的东西。这一代人的努力形成了新青年文化运动。女性主义的蓬勃发展使消费社会又多了一道亮丽的风景线。“妇女的解放”,使“妇女自我认定”的时刻终于到来了。这样的消费群体产生了新的社会需求,造就了新的设计风格——后现代设计风格。

21世纪新纪元的到来,世界又增添了许多新的色彩:

“和平与发展”大主线继续进行着,世界共同倡导环保意识和可持续发展战略;发达国家和发展中国家在尖锐中进行对话,恐怖分子不时点燃动乱的引线,西亚中东人们仍然遭受着战争——疾病——贫穷的恶性循环;网络成功入主人类生活,成为不可或缺的平台,在改变社会生活程度的角度上甚至堪与爱迪生发明的电灯媲美;生活在同质化的城市中,沟通无限制的呼声使人与人的交流增加了广度却不

能更加深入；北京奥运会后人们看到了以中国为代表的发展中国家的崛起；世界各地间或的自然或人为灾难鸣响着不安分的警钟；奥巴马胜出的美国大选谱写出了自由梦美国的新民主；20世纪末21世纪初经济的高调坚挺后，终于让经济危机的飓风一夜间吹遍全球，摧毁了经济帝国的顽强堡垒，世纪预言之声此起彼伏；相比经济危机影响后的世界政治和经济格局如何演变，我们更关心“中国制造”如何向“中国创造”转型……

我们正生活在这种极度多元而复杂的社会形态中。物质发展相对平缓、经济问题的冷静使人类有更多思考问题的可能。在招贴设计中，我们看到了一系列新的特点和趋势。

一、传递图像化

后现代文化是多元的、信息化的。20世纪80年代，西方世界进入后工业社会，物质发展、媒体进步使人类在物质生活需要得到满足后渴望精神的满足，在这样的社会变革和文明发展中，形象得到了全面复苏。后现代文化是一种大众文化，是一个信息爆炸的社会文化。正是因为这样的文化特点，所以后现代文化是典型的快餐文化，讲求快捷准确，谁第一时间吸引受众眼球，谁就第一时间掌握市场先机。

招贴的首要目的在于如何快捷准确地传递信息，使信息转化成受众的心理反应，最终形成一定的效应。信息传递演变成信息传递效率的竞赛。后现代消解深度模式，主张形象的回归，从图形到图形，一切不需要解释，只讲求体验。

以图形为主要诉求中心和主要传递要素的方式，正是后现代招贴表现的主要特征。图形成为后现代招贴设计这个生产流程的生产工具。连费尔巴哈也对视觉化的形象这么说道：“可以肯定，对于符号胜过实物、摹本胜过原本，现象胜过本质的这个时代，只有幻想才是神圣的。而真理，却反而被认为是非神圣的，是的，神圣性正随着真理减少和幻想增加在上升，所以，最高级的幻想也就是最高级的神圣。”

招贴是适合户外远距离传播的媒体，讲求图形的视觉冲击力。生动具体、形象直观、内涵明确、易认易记的图形，在诉说信息的时候，不需要人们过多的思考和领悟就能领会其意旨。形象是人类的第一知觉，形象化的表现、富有装饰性的风格具有很强的表现力，使信息能够在信息海洋中突显，吸引受众眼球，人们也可以直观知晓要领，从而把握信息，无疑极大增强信息的快捷传递。形象的复兴，在招贴中呈现大量的具象、生动、充满装饰性的形象，与现代主义设计理性、简洁、冷漠的风格形成鲜明对比，体现出强烈的人性化色彩和打动人心的趣味，能极大地引起观众的心理共鸣，缩短信息与受众的距离，有效率地完成信息传达。

日本的福田繁雄（1932年~2009年），其作品是体现当今这个图像化特点的典型，我们可以从他的设计作品中具体体验招贴图像化的特点。被誉为“五位一体的视觉创意大师”的他是多才多艺的全能设计人、变幻莫测的视觉魔术师、推陈出新的方法实践家、热情机智的人道关怀者、幽默灵巧的老顽童。他和德国的冈特·兰堡、美国的西摩·切瓦斯特并称世界三大平面设计师。这位日本当代天才的平面

设计家，既深谙日本传统，又掌握现代感知心理学，一生勤奋，创作杰作无数，全心致力设计事业，对20世纪后半叶的设计界产生了深远的影响。

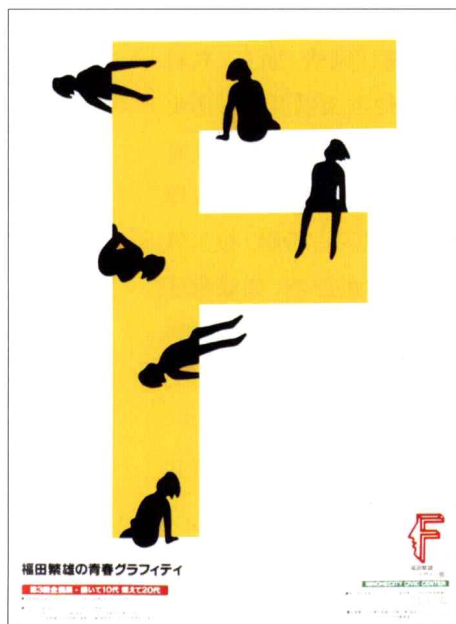


图1-003



图1-004

图1-003、图1-004

福田繁雄作品展《F》招贴系列（部分作品）【日】福田繁雄 2003年

设计师以自己的名字字首“F”为设计主体，创造了令人浮想联翩的图形世界。他的作品紧扣主题、富于幻想、令人着迷，同时又极其简洁，具有一种嬉戏般的幽默感，并善于用视错觉来创造一种怪异的情趣。



图1-005

图1-005
自由的表达 [芬兰] Berry Timo

表达的自由是以如此的代价来实现，
十分具有当代讽刺意味。



图1-006

图1-006
Roberto Zucco无机杀人事件
[法] 白同异

设计师用自己擅长制造的戏剧性的手
法来表达话剧剧情。

二、诉求多元化

后现代主义作为现代主义的延续与反叛，包容并存又特立独行，它集纷繁复杂于一身，呈现给我们前所未有的视觉体验。多种思潮影响着后现代的设计风格：朋克、高科技、低技术、现代主义、极少主义、解构主义以及各种历史主义变体。设计风格丰富多元：后现代主义风格仍然继续着现代主义的技术特征和优良设计的宗旨，剩下的尽情演绎通俗文化的乐观与风趣，或者重新尝试学习古希腊、拉丁风格或装饰的语法，有些还受到一些新观念的影响，如绿色环保问题等，但是它们都有着非理性的特征。这种多样化风格现象的出现是对现代主义的最大挑战，它抹杀了现代主义设计的纯洁性和至上性，将设计带入到一种可以是“很多”的状态。文化的多元来自社会的多元。社会是个矛盾和谐共生的多面体：战争的、和平的，媚俗的、个性的，奢侈的、环保的，混沌的、纯洁的，无所不包地展现了复杂的一面，也奇迹般地显示了世界多元共生一体的聚合能力。

后现代主义反权威、反绝对、反中心,倡导多元性、相对性、差异性和开放性的思想,体现出与传统截然不同的思维方式,一种强烈的叛逆精神和价值选择的自由性。主张多元思维风格和多角度看问题的思维方式,有利于解放人们被禁锢的头脑,激发人们的自由创造能力,开拓人们的视野。因此它坚决反对艺术创作的标准化模式,反对赋予某种思想或见解以霸主地位的权利,承认历史中存在的每一种学术思想都具有存在的价值和意义,主张各种思想、风格共存、平等对话,从狭窄的自我关注中走出去,倾听其他不同语言和思维的心声。

诉求是制定某种道德、动机、认同,或是说服受众应该去做某件事的理由。招贴中的诉求(Appeal)指的是招贴信息的利益点,即招贴向受众诉说以求达到所期望的反应。招贴中的诉求理应具有强烈的感染力。诉求可以是理性的、感性的或是道义的。

新时代的人们从生活方式到观念意识、思维方式甚至消费观念都发生了翻天覆地的变化。传统语境的消解,旧有文化程序的变化和思想观念的转型,使得价值观念从旧到新的更替也在所难免。人类对精神世界、内心感受和欲望的不懈追求,也必然导致新的思维模式和表现形式的出现。社会形式的复杂,信息的丰富、观念的开放、生活方式的多元,这些都促使招贴诉求多元化特点的出现。多元化的诉求特征符合了当前的社会和市场行情,满足了当前的受众的各色心理需要,发展丰富了招贴的面貌。

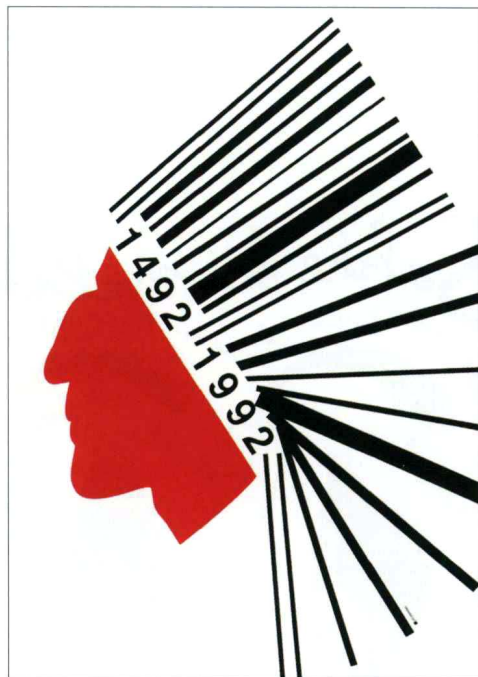


图1-007

图1-007

1492—1992 [波兰] 克莱斯·德文斯基

从1492年哥伦布发现拉丁美洲开始,拉美寻求解放的500年,也是殖民时代的开始和垮塌的500年。

图1-008

爱的招贴 [荷] NLXL

求婚宣言“Dionne, will you marry me (Dionne, 你愿意嫁给我吗)”浪漫而热烈,融汇在设计师令人眩晕的五彩光圈中。求婚也可以如此传达! NLXL为朋友设计的求婚招贴成为其最好的婚礼祝福。



图1-008

A large, stylized clock face is the central focus of the advertisement. It features thick, black, minimalist hour markers around the perimeter and two large, solid black hands. The clock is set against a light, textured background that includes a faint, large-scale diamond pattern. In the upper right corner, the text 'SEPTEMBER 2001 NEW YORK CITY' is printed in a small, sans-serif font.

006/007

招贴设计中重新肯定了“百家争鸣、百花齐放”的价值。简洁与繁复、直白与含蓄、平面与立体、有序与紊乱、拼贴与错位、暴力与婉约、理智与情感、严肃与幽默，甚至是与非、对与错、正与反、黑与白都有机共存在后现代的招贴设计中。招贴设计对差异性、他异性、杂糅性的赞扬，出现了非标准化、多样性、分散化的丰富局面，形成了面貌的多样性。生活的多元化和复杂性推动着受众不断出现新的审美倾向，不断挖掘出潜在的审美需要。同时，后现代主义的招贴以折中主义的手法将历史与时尚、高雅与通俗、新科技与旧技术融为一体，形成了自身特有的“风格的自由和自由的风格”。

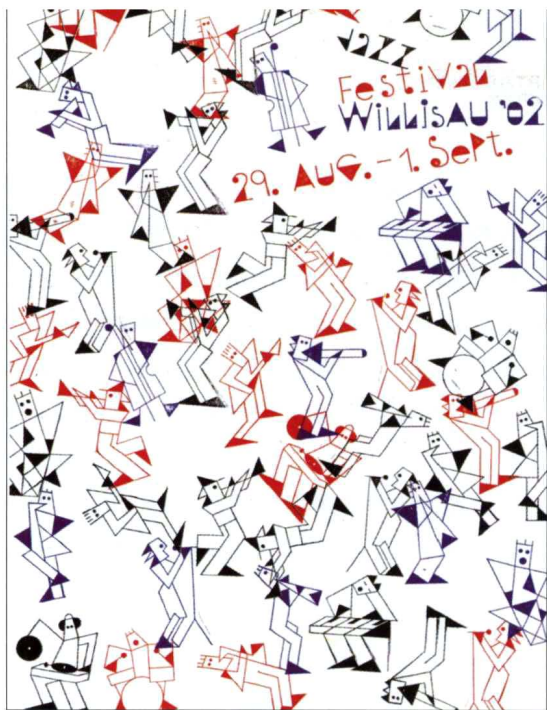


图1-011

三、表现个性化

个性在心理学中的解释是：区别于他人的，在不同环境中显现出来的，相对稳定的，影响人的外显和内隐性行为模式的心理特征的总和。人有着自我肯定和自我认可的天性。个性化更是现代人重要的社会标记。

在现代物资发达饱和的状态中，地区之间变得越来越没有区别，城市化的加剧使社会生产同质化现象更趋明显。现代化一方面发展便利了社会生活，另一方面就是让人们生活在千人一面的雷同世界中。由于生产的发展和网络的普及，人们的生活节奏、消费方式以及商品市场、物质资源等，越发显得一致，特色逐步消失。这种导致抹杀个性的状态本来就和人类的自我肯定相冲突，人们更加在精神领域中寻求个性的回归。人类呼吁个性，渴求特征。

现在受众中一个特殊而重要的群体——80后90后，其个性特点比上个世纪“自我的一代”（“the mengeneration”）更加突出。在物质富裕、精心呵护下成长起来的年轻一代，沉溺于自我的喜好和追求，敢说敢言，具有非常自我的价值观、属于自我的生活方式和行为模式。他们不要相似，不要雷同，不要模仿，他们要非传统、非大众、非主流，需要一种能够代表是他自己而非别人的东西。个性化不但表现在这类人群的心理特征上，而且在新时代商品形态、用途、市场竞争、消费行为和心理都显示出强烈的个性特征。

信息化社会中要抓住消费者和市场，个性化的语言是首要前提。信息的个性化、信息诉说方式的个性化，充满创意、独具特色的个性化表现，有利于信息第一时间抓住受众眼球，抓住市场先机，实现有效传达信息的第一步。



图1-012

图1-011、图1-012

Willisan爵士音乐会 [瑞士] Niklaus Troxler

Niklaus Troxler为该爵士音乐会创作的招贴中的两张。这是为一场免费的双人爵士音乐会而设计的海报。两位演奏者：萨克斯演奏者Ellery Eskelin和鼓手Han Bennink。在第一幅设计里，设计师一边听他们的音乐，一边自然挥动笔墨，在以后的招贴里，设计师尝试了其他的表达方式。海报是行为婉转的书面表达，设计师想表达该音乐会的信息是免费的音乐和免费的招贴。可以看出，设计师用放荡不羁的各种手法（泼墨、指纹、几何色块等）表达了该爵士音乐的本质。设计师既是爵士音乐会招贴的设计者，同时又是爵士音乐会的组织者。作为组织者，他将瑞士内地的小镇变为世界爵士乐的一个重要舞台，将自己和当地的公众变为一个联结世界的纽带。同时，作为设计者，他在设计中追求尽善尽美、不遗余力地想象，并不受任何其他因素的干扰。