

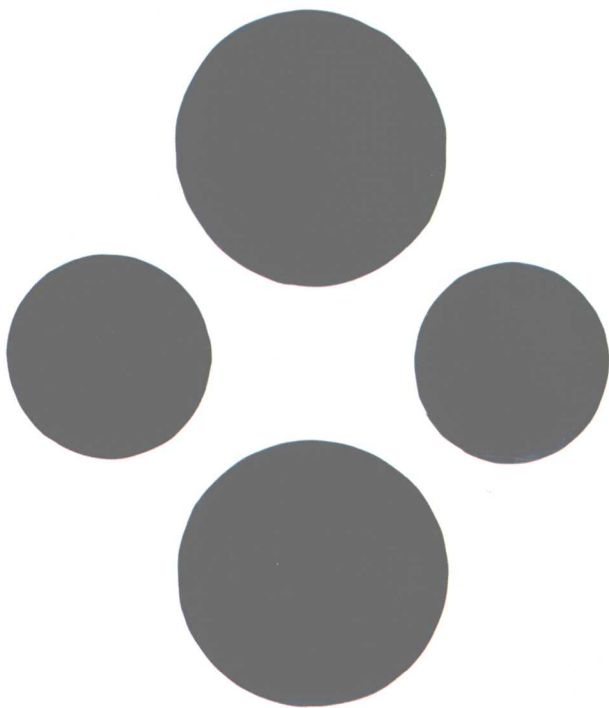
高等艺术学院校视觉传达设计专业教材

海报设计

(第二版)

朱琪颖 编著

中国建筑工业出版社



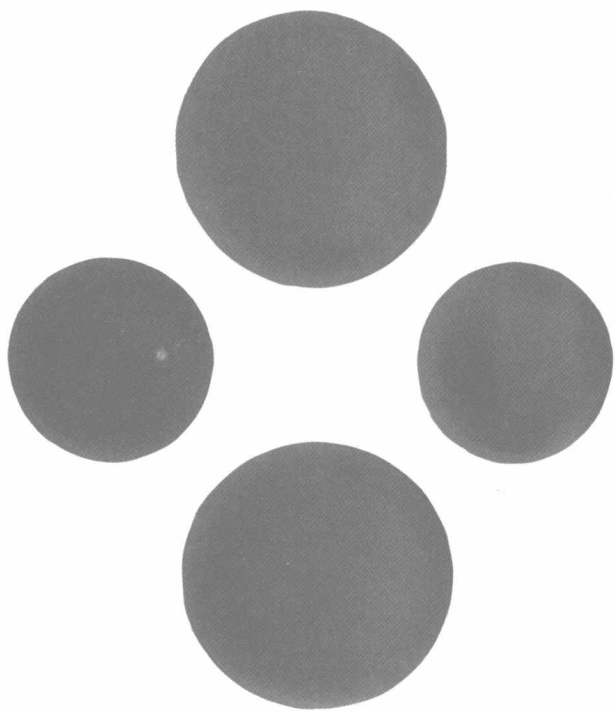
高等艺术院校视觉传达设计专业教材

海报设计

(第二版)

朱琪颖 编著

中国建筑工业出版社



图书在版编目(CIP)数据

海报设计/朱琪颖编著. — 2版. — 北京: 中国建筑工业出版社, 2009

高等艺术院校视觉传达设计专业教材

ISBN 978-7-112-11130-5

I.海… II.朱… III.宣传画—设计—高等学校—教材
IV.J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第117497号

策 划: 陈原川 李东禧

责任编辑: 陈小力 李东禧

整体设计: 陈原川

责任设计: 董建平

责任校对: 李志立 陈晶晶

高等艺术院校视觉传达设计专业教材

海报设计

(第二版)

朱琪颖 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京嘉泰利德公司制版

北京中科印刷有限公司印刷

*

开本: 787×960毫米 1/16 印张: 9 字数: 180千字

2009年8月第二版 2009年8月第三次印刷

定价: 43.00元

ISBN 978-7-112-11130-5

(18363)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

《高等艺术院校视觉传达设计专业教材》编委会

顾 问：陈 坚

过伟敏

主 编：陈原川

编 委：（按姓氏笔画排序）

王 峰

王 俊

朱琪颖

过宏雷

吴建军

莫军华

魏 洁

序

中国艺术设计教育进入了繁荣发展的关键时期，从发展的角度来看，艺术设计教育的早期知识构建及专业知识的传播功不可没。然而，传统的教学方法观念落后，内容陈旧，难以满足高度发展的社会需求。近年来许多院校及时调整了课程设置，完善了课程体系，在教学内容和教学方式上进行了大力改革，并出现了一些教学探索方面的教材和专著，这是一种非常好的现象。要知道艺术设计方面的教材在专业构建的早期可谓寥若晨星，之所以艺术设计专业没有“院编”教材的原因有多种，首先，不同的学校教学目标、办学层次不同；其次，艺术设计是与时俱进的专业，有不断更新补充内容以适应发展需求的特点；再次，艺术设计的创造性思维不同于理工学科，因为有着“艺术”的界定而使设计没有绝对的衡量标准。所以，长期以来艺术设计教育因校不同、因人而异，百家争鸣、百花齐放。

基于这些特点，也基于对设计教育现状的了解，规范性的教材难编写是显而易见的，无形之中对新编系列教材提出了较高的要求。

一个学校的办学思想是非常重要的，江南大学设计学院作为国内第一个明确以“设计”命名的学院，发展历经了50年，形成了自己独有的艺术设计教育理念，积累了科学的设计教育方法。依托设计学院近年所承担的国家级、省部级教学改革研究项目和国家级、省部级教学成果，以及省级“品牌”专业建设的成效，江南大学设计学院与中国建筑工业出版社共同策划并推出本套高等院校视觉传达专业教材。教材以先进的教学理念指引，以前沿的意识更新知识的观念，解决目前艺术设计教育现实的难点。并运用创造性的突出实践、强调科学的设计方法，提出独创的设计训练；倡导专题化的教学，启发同学的创造力、想象力、思考力，与传统意义层面的教学相比较，在思考方式和设计方法上有了相对科学的提高。

本套教材召集了多位江南大学设计学院颇具人气的优秀青年教师，他们卓越创新的精神，丰富的教学经验，带来了这套教材全新的面貌。

教材建设是一个艰难辛苦的探索历程，书中的不足还恳请专家学者批评指正，也希望广大同学朋友通过学习与实践提出宝贵的意见。

感谢参与教材编纂的全体老师，感谢江南大学设计学院视觉传达系，特别感谢为本套教材提供鲜活案例的视觉传达系历届同学们。

江南大学设计学院

陈原川

2009年6月于无锡太湖之滨

1

3

4

7

12

12

21

21

22

24

26

27

28

29

30

32

34

35

36

38

39

41

43

46

52

52

53

54

序

引言——海报传奇

海报史话

现代海报的诞生

“新艺术”运动

现代艺术、装饰艺术及其他

现代艺术——立体主义、未来主义、达达主义、超现实主义、装饰艺术

现代主义的兴起和发展

德国包豪斯

俄国构成主义

荷兰风格派

政治海报与世界战争

战后海报艺术的发展

瑞士风格

美国的纽约学派

波兰学派

波普艺术&欧普艺术

图钉工作室

嬉皮士海报

欧洲“视觉诗人”

格拉普斯工作室

日本的海报创作

后现代种种

中国的海报发展

当代海报的发展状况和趋势

海报的分类、特征与功能

海报的分类

海报的特征

海报的功能

55

55

60

65

70

70

71

72

83

83

84

85

88

88

88

89

90

90

91

92

97

99

99

99

100

102

102

110

111

112

112

132

海报的创意

海报创意的原则

海报创意的手法

海报的设计与表现

海报的图形设计

图形设计的定义

图形设计的原则

图形设计的方法

海报的色彩表现

色彩的心理效应

色彩的象征意义

以色传神、依神设色

海报的版面设计

版面设计概述

版面设计的基本原则

建立合理的视觉流程

版面编排构成

文字与版面

点、线、面

版面设计的形式法则

版面狂潮

海报版面策略

视觉反差

空间力场

空白运用

海报的表现形态

海报的系列表现

海报的立体表现

海报的环境表现

附录

国内外优秀海报作品选登

学生海报作品选登

谨以此书献给热爱海报设计的同仁及同学们

引言——海报传奇

“海报”的名称由来已久，传说是清朝年间洋人从海上运货入我国沿海码头，为了推销其商品而四处张贴广告告示，故当地居民由此称其为海报。海报，英文名称是“Poster”，“Post”在词典中的意思为竖在公共场合的大木柱，“Poster”则是指张贴在木柱或墙上等处的印刷宣传品。在《牛津英汉大词典》中，海报被解释为展示在公共场所的告示。所以在我国，海报还有另外的一个称谓：“招贴”——招引观众注意并能够复制张贴。

海报和招贴所指的概念是一致的，只不过随着时代的发展和观念的更新，海报更多的是与社会政治、公益环保、文化活动联系在一起，而招贴和商业营销关系密切，但在商业领域，我们往往用“广告”这个词来概括各种宣传手段。所以，慢慢地“海报”这个词作为一个通用称谓流传下来，沿袭至今。

海报设计作为平面设计最主要的组成部分之一，涵盖了图形、文字、色彩、版面等诸多要素，其探索空间之大，表现形式之多，是其他设计类别所无法比拟的，可以说，海报设计最能体现平面设计的形式特征。世界上著名的设计师，几乎都因在海报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，对海报设计进行深入研究已经成为设计师获得成功的必经之路。国内外著名的艺术设计院校，都将海报设计列为最主要的专业设计课程之一，培养学生的创新思维观念和设计整合能力。海报的创作，不但需要在形式手法上有所创新，而且要求我们在人文知识、艺术修养方面均有一定的积累，对社会、文化、美学特征方面有所把握。

现代海报的发展已经有一百余年的历史，沧桑百年，海报艺术几经盛衰。随着现代市场经济的发展，海报设计受到了电视、广播、报纸、杂志等众多广告媒体的竞争和挑战，从商业宣传的角度来讲，海报的作用显然已大不如前，但海报并没有因此退出历史舞台，反而成为众多艺术家和设计师表达观念、展现自我的舞台。世界性海报展览不断举行，大量的海报专著、海报年鉴的出版，有力地促进了现代海报朝着更高层次发展，使

得海报设计至今仍处于视觉表现的中轴地位。国际上重要的海报展包括波兰华沙国际海报双年展，捷克布尔诺国际图形设计艺术双年展，美国科罗拉多国际海报邀请展，芬兰拉赫蒂国际海报双年展，墨西哥国际海报设计双年展，日本富山国际海报三年展，法国肖蒙国际海报节，俄罗斯莫斯科国际海报双年展，香港国际海报三年展等。这些高水平的海报比赛及展览，促进了全世界设计师们的交流和了解。

很多国家的艺术博物馆，都把海报收藏列为其重要的组成部分；另有一些国家则专门成立了海报博物馆来举办展览，收藏海报作品（例如芬兰拉赫蒂海报博物馆）；有的国家还成立了海报艺术家的纪念馆，来收藏陈列设计家的作品（例如法国尼斯的谢列特海报艺术馆）。

在欧洲，海报曾被理解为街头的艺术，称其为“街头的孩子”。而今，街头海报走进了博物馆，成为“贵族”的艺术，无论其形式如何变幻，海报始终为人们所钟爱。越来越多的设计师正用自己的智慧和意念谱写着另一段“海报传奇”。

海报史话

回顾历史不是为了过去，而是为了展现未来。研究海报的发展史有助于我们从历史的角度来审视和借鉴前人的经验，帮助我们认识历史上各种海报风格的起源及发展，从中找到设计创意的源泉和自我风格的定位。

据认为世界上最早的海报是一张埃及的寻人启事，现存于英国伦敦博物馆。海报全为文字表述，讲的是追捕一位逃跑的奴隶，悬赏一枚硬币等等。而据中国的考古证明，最早的印刷海报应该是出现在公元 11 世纪的宋朝，也就是说，要比英国的还要早 400 年。这幅海报便是著名的山东济南刘家功夫针铺的一张印刷广告。它由铜版印制，四寸见方，上书有“济南刘家功夫针铺”字样，中间为一只白兔抱着铁杵捣药的插图，左右还分别写着“认门前白兔儿为记”等相当于广告用语的文字，下部还有一些关于商品及销售方面的说明。这幅图文并茂的印刷品同时也被认为是古老商标的起源，具有重要的历史价值，现存于中国历史博物馆。

随着经济的发展和机械加工工艺的提高，印刷技术、制版工艺不断进步，采用印刷的教会宣传、各类商品广告、戏剧海报等遍布欧洲街头。海报设计开始流行，并向大众信息传媒迈出了坚实的一步。同时，海报的发展也促进了印刷设计的普及和提高，为现代海报的诞生创造了有利的技术条件。

18 世纪末之前的海报，我们称之为“早期海报广告”，与后来的现代海报艺术发展相比，还是比较粗陋和原始的。在这些海报上面，文字扮演了主要角色，插图简单，缺乏吸引力，除了一些装饰花纹之外，图形并没有起到真正传达信息的作用。但随着工业革命的推动，社会经济的快速增长，资本主义现代工业和商业发展的需要，为现代的海报艺术的发展奠定了坚实的物质基础，加上印刷技术的推动，这些都预示了一个新的时代即将到来。



(上) 山东济南刘家功夫针铺
(下) 真理公告 (法国海报, 1792 年)

现代海报的诞生

现代海报的诞生与印刷技术的发展完善有着直接的关系。1798年，腐蚀版印刷技术的发明，艺术家们可以直接在蚀版上进行多种色调变化的艺术创作，使得印制色彩丰富、形象逼真的艺术作品成为可能。经过几十年的发展，随着技术的不断完善，到了1855年左右，蚀版印刷机已经能够高速地复制各类绘画作品，达到每小时1万张的效率，其成本也大幅降低，这就为现代海报艺术的发展提供了现实条件。在这个时期，各国相继涌现出一批以海报设计作为主要创作对象的艺术家，由他们掀起了海报发展史上的第一个高潮。

朱利斯·谢列特（Jules Cheret，1836–1932），法国著名的画家、海报设计家、印刷家。他一生设计了上千张海报，也是发明“三色石版套印技术”，进行海报设计和印刷的第一人，在现代海报史上具有划时代的意义，被设计界誉为“现代海报之父”。



剧院演出海报 / 朱利斯·谢列特 (Jules Cheret)

谢列特是把传统的插图绘画语言转变为海报设计表现语言的先驱。在他以前的海报作品，作者往往直接把绘画技巧应用于海报创作，造型写实而呆板，缺少变化。谢列特则对图案造型和色彩进行了整体的简化和夸张，图形简洁流畅，色彩明快华丽，画面洋溢着热烈欢快的气氛，增强了作品的艺术表现力和吸引

力。他的作品和传统的海报相比，显得更明亮，更有张力，有一种呼之欲出的视觉感染力，具有现代海报艺术的基本特征：清晰、强烈，具有个人风格。由此界定了传统的早期海报和现代海报的分界线。

谢列特改变了传统海报的内涵，使其不再是一个单纯传递信息的媒介，而是赋予了海报美学意义上的价值。在他看来，海报不必要百分之百地传达一件商品或者事件的信息，只需要唤起观赏者的共鸣。1889年，巴黎举办了谢列特海报作品展，这也是历史上第一次海报设计家的个展。同年，他获得了国际海报设计的金奖。1890年，法国政府授予他荣誉勋章。在他逝世后，尼斯城还设立了“谢列特展览馆”，专门收藏和展示他的作品。史论家们高度评价了谢列特在海报创作方面的成就，正如丁·巴尼克特在《海报简史》中指出的那样，“谢列特之所以成为世界海报历史上第一位大师的原因，并不是因为他创作了数以千计的海报作品，而是因为这些都是伟大的艺术品”。

亨利·德·图卢兹·劳特累克（Henri De Toulouse Lautrec，1864–1901）法国著名的画家和设计家。在绘画史上，劳特累克是后期印象主义重要的代表人物，和德加、修拉等齐名；而在海报艺术史上，他的作品对现代海报发展的贡献也很巨大，虽然他短短的一生（只活了37岁）仅创作了32幅海报，在数量上无法和谢列特相比，但影响力却是相近的。

与谢列特的那种亮丽、悦目的风格不同，劳特累克的海报中充满了辛酸的讽刺意味和愤世嫉俗的激情，带有一种“病态”的美感：色彩是平涂的，缺乏层次和立体感，显得不太协调，但却有很强的装饰性；主题形象生动，注重理念的表达；不稳定的画面构图，图形单纯而概括。他的作品题材多为一些娱乐场所的生活景象，描绘的女性形象，大部分是歌舞场上的风尘女子，这与他特定的生活经历有关：矮小的个头和身患残疾使本是贵族出身的他被排斥于上流社会之外，终年混迹于歌厅酒吧，狎妓酗酒，以舞女、妓女为模特，创作了一批绘画史上的杰作，却不受重视，艺术上屡受挫折，在法国和英国的



红磨坊 / 劳特累克 (Toulouse Lautrec)

个展多次受到冷遇。但这也造就了他放纵不羁的个性和气质，形成了独特的画风。因此，他借助商业海报这样的信息媒介来宣泄自己的艺术情感。凭借扎实的艺术功底和对社会阶层生活的独特了解，他创作的海报都非常浪漫传神，深受社会的欢迎。

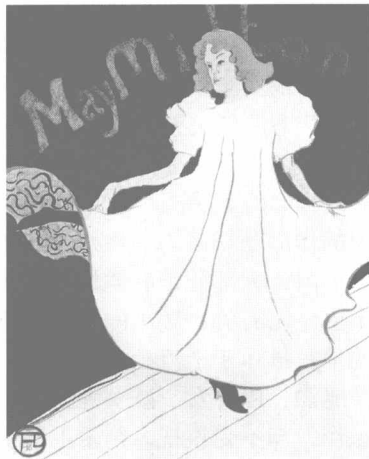
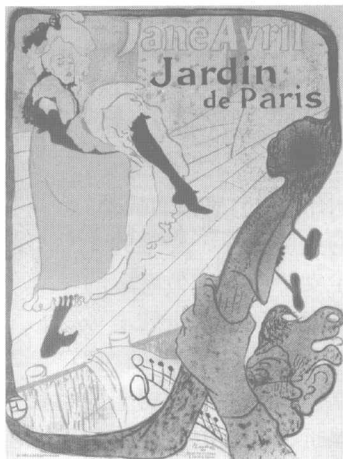
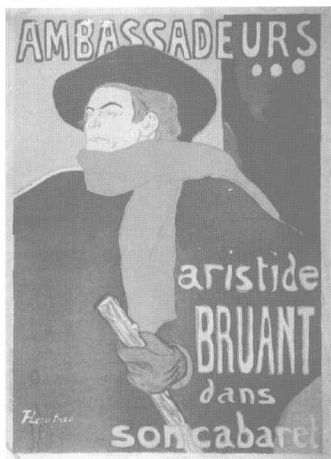
劳特累克在海报设计上的杰出成就，大大提升了海报创作的品位和质量，使得海报从此成为一种独立设计艺术形式，进入了人们的日常生活；他在作品中所运用的幽默讽刺和隐喻性的手法，成为海报设计表现主义和讽刺性广告的发展源头，对艺术界和设计界都影响巨大、意义深远。

伴随着资本主义经济的发展和印刷技术的迅速普及，欧美各国的海报艺术在 19 世纪的最后 20 年里迅速流行起来。不同国家的不同文化特色使得各国的海报创作呈现出不同的艺术风格，但各国设计家探求的方向可以说还是非常接近的。以谢列特为代表的这一代设计家，他们更多的只是把海报看作是绘画艺术的一种延伸或者分支，力图从传统的绘画基础上发展出自己的表现语言，还停留在绘画性的“自然主义”的表达阶段上。然而必须指出的是，这一代设计家中的很多人已经注意到海报设计语言的特殊性，在印刷技术许可的条件下，尽量使画面简单化、平面化。尽管在文字、编排等各个环节都还相当粗糙，海报艺术还是在这一时期从绘画走向了设计的第一步，也是决定性的一步，在形式上确定了现代海报设计的基本要素及构成方式。

(左) 在大使馆前的布鲁安 / 演出海报 / 劳特累克 (Toulouse Lautrec)

(中) 巴黎花园的珍妮·雅茉莉 / 演出海报 / 劳特累克 (Toulouse Lautrec)

(右) 梅·米尔顿演出海报 / 劳特累克 (Toulouse Lautrec)



“新艺术”运动

“新艺术”运动（Art Nouveau）是19世纪末、20世纪初在欧洲和美国产生和发展的一次重要的装饰艺术运动，对当时的建筑、艺术及包括海报在内的多个设计领域产生了重要的影响。Art Nouveau源自法文，Nouveau是新的意思。“新艺术”运动被认为是“表现了20世纪新的社会发展、新的技术和新的精神”。

“新艺术”运动有以下几个重要的特点：一、反对繁琐矫饰的维多利亚风格和其他过分装饰的风格，强调“师从自然”，从自然形态中汲取装饰动机，自然主义倾向是它最主要的形式特征。二、拒绝传统，认为传统风格不过是历史的遗留，对发展新的设计没有参考价值。“新艺术”运动是历史上第一个完全抛弃对历史装饰和设计风格的依赖，以自然风格作为发展依据的设计运动。三、学习和吸收东方艺术的特点，特别是受日本江户时期的艺术装饰风格和浮世绘木刻版画的影响比较大。

“新艺术”运动对欧美各国的海报设计都产生了巨大的影响。在装饰手法上，“新艺术”运动海报强化了视觉效果，采用了平面化的形态与色彩对比分割关系，进行适当的变形和夸张，使形象更明晰，色彩更饱和。此外，运用象征性的隐喻手法来表达创作主题和概念也是“新艺术”运动海报的一个重要的特点。人类很早就运用特定的图形、符号来象征某些事物，表达自己的某些观念。这些图形符号与各民族的人文历史、风俗习惯以及神话传奇都有着密切的联系，有着特定的指向性。相对于绘画性海报客观地再现对象，“新艺术”运动的设计家通过各种隐喻图形重新构筑了海报的表达空间，更准确、更有效地进行信息传达。

“新艺术”运动具有广泛的国际性，在各个国家的名称也不尽相同，包括法国、英国在内的五六个欧洲国家称之为“新艺术”，美国沿用了这一名称；德国则称这场运动为“青年风格”（Jugendstil），意大利称之为“自由派风格”（Stile Liberty），在奥地利的维也纳则为“分离派”（Secessionist），在斯堪的纳维亚各国又被称为“工艺美术”运动。尽管名称各异，但在追求装饰、探索新风格这一点上，各个国家是相近的。