

高等教育美术专业与艺术设计专业“十二五”规划教材

招贴设计

主 编 杨广明 宋 达 郝祥云



高等教育美术专业与艺术设计专业“十二五”规划教材

招贴设计

ZHAOTIE

SHIJI

主 编：杨广明 宋 达 郝祥云

副主编：朱单群 管斐斐 吴 昉 荆 明 李金涛

编委： 田 昱

西安交通大学出版社

内 容 简 介

招贴设计作为艺术设计专业学生的必修专业课程之一,是因为招贴具有视觉传达艺术所具备的绝大多数基本要素,它的设计表现内容与手法广泛且较全面。在媒体多元化的今天,招贴作为信息传递的方式之一,作为平面设计和视觉传播的媒介,在艺术设计领域和广告信息传播中仍然具有其独特的作用和魅力。因此,招贴一直是艺术设计专业中广告学习及艺术设计创作的重点内容之一。本书阐述招贴设计的发展历程,招贴的构成形式、创意设计方法、设计程序等内容,并介绍了中外招贴的大量经典作品。本书主要供高等院校设计艺术专业作为教材使用,亦可供设计从业人员作为参考书。

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计 / 杨广明, 宋达, 郝祥云主编. — 西安: 西安交通大学出版社, 2013. 8

ISBN 978-7-5605-5599-7

I. ①招… II. ①杨… ②宋… ③郝… 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 (2013) 第 197156 号

书 名 招贴设计
主 编 杨广明 宋 达 郝祥云
责任编辑 侯 军 周 冀

出版发行 西安交通大学出版社
(西安市兴庆南路 10 号 邮政编码 710049)

网 址 <http://www.xjtpress.com>

电 话 (029) 82668357 82667874 (发行中心)

(029) 82668315 82669096 (总编办)

传 真 (029) 82668280

印 刷 河北鸿祥印刷有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16 印张 9.25 字数 210 千字

版次印次 2013 年 8 月第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5605-5599-7/J.95

定 价 48.00 元

读者购书、书店添货、如发现印装质量问题,请与本社发行中心联系、调换。

版权所有 侵权必究

前 言

现代社会已经进入到一个信息时代，众多而庞杂的信息媒介充斥着我们生活的各个方面。在这些视觉信息媒介中有一个传统而普通的、独具艺术特色的视觉媒介形式经常在各种各样的场合映入我们的眼帘，这就是招贴。

招贴在平面设计的众多媒介中是一种非常普遍的、大众喜闻乐见的传统视觉媒介形式，是现代广告中使用最频繁、最广泛、最便利、最快捷和最经济的传播手段之一。招贴从诞生以来经历了辉煌的发展时期，直到现在仍然在各个领域的信息传达活动中起着不可替代的作用。它不仅在商业宣传活动中扮演着重要的角色，而且也在政治宣传和观念、文化的传播中起着重要的作用。在当今众多的高科技电子媒介形式中，招贴仍然保持着自己独特的艺术特点与优势。

直到今天，几乎世界上所有知名的视觉设计院校都把招贴设计作为视觉设计的最主要的学习内容。这是因为，招贴具备了视觉设计的绝大多数基本要素，它的设计表现技法比其他媒介更广、更全面，更适合作为基础学习的内容，同时，它在视觉传达的诉求效果上最容易让学生产生深刻印象。学生有了招贴设计的基础，再进行其他媒介设计的学习，相对而言要比其他学习方法容易和有效率得多。

随着世界经济的飞速发展，商界和企业界对自身形象宣传的重视，同时创意设计也越来越受到艺术界的重视，使现代的招贴设计不但具有传播实用的价值，还具极高的艺术欣赏性和收藏性。招贴设计作为高校艺术设计类专业的主要课程和其他设计一样，最重要的是有一个好的创意。好的创意，能恰当地点破主题、提供新颖的表现手法，引人入胜。一张具有高超技巧而没有创意的招贴，就如同一座只有美丽的外壳而没有生命力的塑像一样。因此，高校中的招贴设计教学环节，创意思维的培养也变成一项越来越重要的任务。招贴的生命和灵魂在于创意。创意是招贴创作的核心，它能使招贴的主题突出并具有深刻的内涵，招贴能否在瞬间吸引观众，使人产生心理上的共鸣，从而达到迅速准确地传达信息的目的，已成为招贴作品获得成功的最关键因素，也是现代招贴最主要的特征之一。

目 录

第 1 章 招贴的历史发展与风格流派 /1	第 5 章 招贴的设计流程与表现 /118
1.1 招贴概述 /1	5.1 主题的确定 /118
1.2 招贴的起源与发展概述 /3	5.2 市场调查、收集资料 /118
1.3 现代招贴的产生与发展 /6	5.3 创意的形成 /118
1.4 招贴的风格运动与流派 /15	第 6 章 国内外优秀招贴设计作品赏析 /120
1.5 战争与招贴 /31	6.1 社会公共类招贴 /120
1.6 战后招贴的发展与风格流派 /34	6.2 商业类招贴 /134
第 2 章 招贴的分类、特征与功能 /63	参 考 文 献 /144
2.1 招贴的分类 /63	
2.2 招贴的特征 /72	
2.3 招贴的功能 /74	
第 3 章 招贴的构成要素 /76	
3.1 图形 /76	
3.2 文字 /90	
3.3 招贴的版式 /95	
第 4 章 招贴的创意 /106	
4.1 平面广告创意的思维方式 /106	
4.2 招贴的创意表现与方法 /109	

第1章 招贴的历史发展与风格流派

1.1 招贴概述

招贴,英文名称为“poster”,在牛津英语词典里意指展示于公共场所的告示(Placard displayed in a public place)。法语名称为“Affiche”,德语名称则是“Plakat”。最早指的是张贴在大木柱、木板或车辆上的印刷广告,或以其他方式展示的印刷广告。它是户外广告的主要形式,也是最古老的广告形式之一。中文名称“招贴”二字按其字义解释,“招”是招引注意,“贴”是张贴,即“为招引注意而进行张贴”。招贴的雏形是公告牌和告示牌,由此可见招贴的产生与社会生活和活动紧密相关,是因社会生活中政治和商业行为的需要而产生的。

在我国,招贴也称“海报”、“宣传画”。据说我国清朝时期有洋人以海船载洋货于我国沿海码头停泊,并将 poster 张贴于码头沿街各醒目处,以促销其船货,沿海市民称这种 poster 为海报。依此而发展,以后凡是类似海报目的及其他有传递消息作用的张贴物都称之为“海报”。

现代招贴多数是用制版印刷方式制成,供在公共场所和商店内外张贴。虽然如今广告业发展日新月异,新的理论、新的观念、新的制作技术、新的传播手段、新的媒体形式不断涌现,但招贴始终无法被代替,仍然在特定的领域里施展着活力,并取得了令人满意的广告宣传作用(如图 1-1-1 至图 1-1-4)。



图 1-1-1 早期的告示牌类型的招贴设计



图 1-1-2 橱窗里的招贴



图 1-1-3 欧洲街头的广告柱



图 1-1-4 欧洲地铁的招贴广告

1.2 招贴的起源与发展概述

世界上最早的招贴是古埃及的一张寻人文字广告, 这张 3000 年前的招贴写在用尼罗河上游的芦苇类植物精制成的纸(莎草纸)上, 当时这种手工纸很昂贵, 纸幅尺寸为 20cm×25cm, 只有富商才用得起它。招贴文字表述的意思是: 招贴主愿意悬赏一个金币捉拿一个叫“西姆”的逃跑的奴隶。目前, 这份古老招贴仍保存于英国伦敦博物馆。

中国古代印刷术于中世纪传到西方, 极大地推动了西方广告业的发展。1450 年, 德国人约翰内斯·古登堡 (Gutenberg, 1387—1468) 发明了金属活字印刷后, 国外最早一张通过印刷手段完成的招贴出现。当时英国第一个印刷家威廉·凯克斯首先采用了印刷手段制成招贴, 并将这种招贴沿伦敦大街和教堂门口张贴, 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。据美国“Advertising Design”一书记载, 15 世纪时, 招贴成了口头宣传外的唯一广告形式。

然而, 据我国考古发现, 我国最早出现的一张印刷招贴比英国印刷家威廉·凯克斯创制的印刷招贴还要早 400 年左右。这张中国招贴是 11 世纪(北宋时期)山东济南刘家功夫针铺的一张印刷广告物。目前, 这一广告物的印刷用铜版陈列在中国历史博物馆内。铜版有 10cm 见方, 上面有“济南刘家功夫针铺”字样, 正中为一幅抱着针的白兔图形, 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二十八字。这一印刷招贴又兼作为针的包装纸用。(如图 1-2-1)

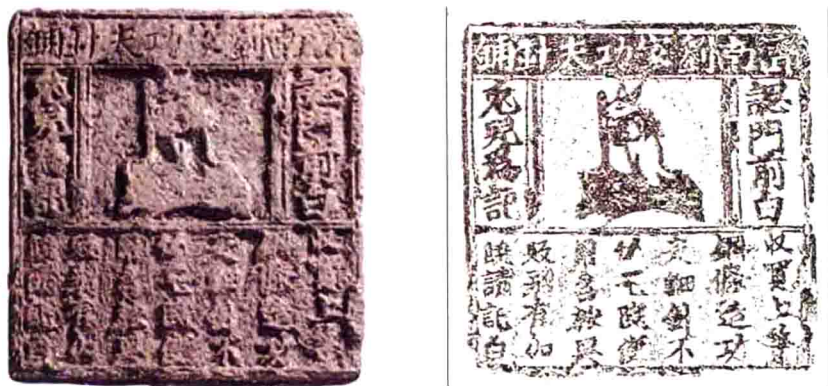


图 1-2-1 北宋时期山东济南刘家功夫针铺的印刷用铜版, 广告内容“收买上等钢条, 造功夫细针, 不误宅院使用, 客转兴贩, 别有加饶, 请记白”。

13 世纪, 中国的木刻版印刷技术引入西方, 彻底改变了欧洲在布料上印刷图形的历史, 木刻版印刷的图形和文字在社会各阶层广泛传播。

15 世纪中期,德国人约翰内斯·古登堡在木刻版印刷的基础上于 1450 年研制成中国的活版印刷,这种在纸张上使用活版印刷的技术,使招贴向作为大众传播信息的一种媒介迈开了坚实的一步。1473 年,英国印刷家威廉·凯克斯印制成一些有关出售祈祷书的招贴并张贴于伦敦的大街和教堂门口,这是国外最早用印刷工艺制成的招贴。从此,采用印刷形式的招贴开始流行,招贴成为向大众传播信息最主要的媒介之一(如图 1-2-2)。

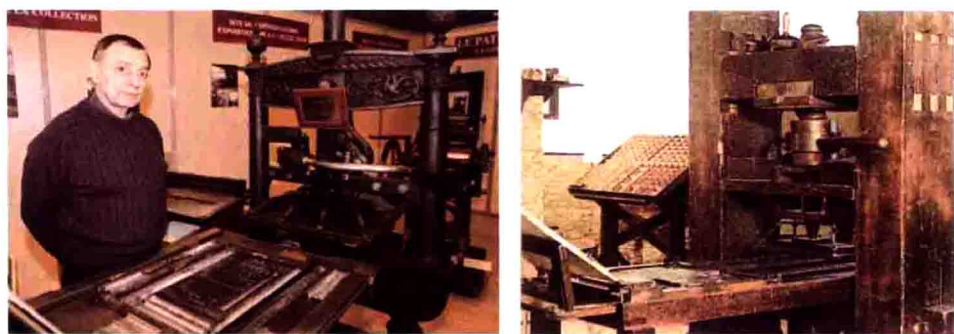


图 1-2-2 约翰内斯·古登堡发明的印刷机

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有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。

17 世纪,欧洲工业使印刷图形材料和制作成本大为降低,招贴广告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,同时印刷家兼具图形设计师的技能和生产技能的时代已被机械化带来的分工所冲破,招贴设计成了一种独立的创造性专业。

18 世纪,许多适合招贴印刷的新字体产生,使埃及体、爱奥尼亚体、透视体、克拉伦登体、拉斯康体、多利安体、哥德体、珍珠体等字体,在比例、分量和美学上更趋完善。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、军事等方面的内容,为现代招贴广告的产生奠定了新的语言形式基础。1798 年,德国人阿洛伊斯·森佛尔德(Aloys Senefelder)发明了石版印刷技术,使各种绘画技术真实的得以再现(如图 1-2-3)。

19 世纪,产业革命引发了一系列发明创造对招贴的发展起到了很大的推动作用,使设计师有了更广阔的表现空间。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古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，使招贴的印刷效率提高了30倍左右。继之，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广告设计。1803年和1811年英国发明了造纸机和高速印刷机，印刷尺寸也有了很大的改观。1826年法国人涅普斯试制成功第一张摄影图像。1830年英国画家夏普研制出分色套印的彩色石版画。1835年英国画家塔尔博特制作显微照片获得成功。摄影技术的发明和发展，对招贴设计产生了重大而深远的影响。

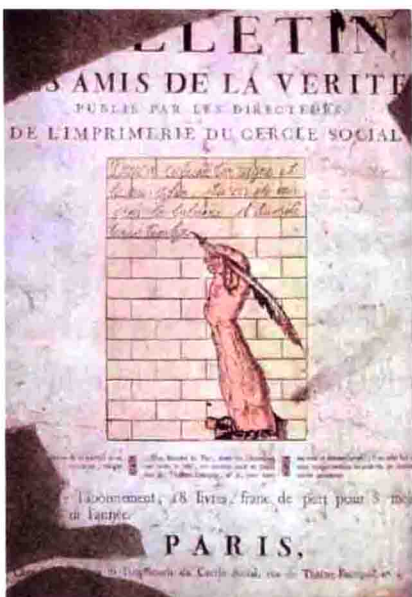


图 1-2-3 《真理公报》招贴 1792 年

20 世纪，观念形象设计对于世界招贴设计的发展来说，是非常重要的一页。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的观念的表达，将良好的视觉传达功能和艺术手法，针对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。随着技术的发展，视觉传达的方式变得复杂且多样化，通讯技术的日趋完善，媒介的多元化，都对招贴设计形成了新的促进和压力，招贴设计开始向更新的未来发展。

1.3 现代招贴的产生与发展

从现代招贴的产生(1866)到第一次世界大战期间,大批富有才华的著名画家和设计家投身于招贴设计行列,创作了具有新艺术运动、象征主义、装饰主义等多种风格的招贴,其数量之多、题材之广、作用之大,前所未有。招贴以其蓬勃发展的态势进入了空前的繁荣期。

1.3.1 招贴设计的初级阶段——自然主义时期

这一时期的招贴设计刚从绘画中分离出来,和传统绘画相比,它更加平面化和简洁,但当时的人们还是把招贴设计看成绘画的一个分支。

法国的朱尔斯·谢雷特(Jules Cheret)最先把绘画语言转化为设计,当时的招贴作品主要是为沙龙和戏剧服务的。1866年,谢雷特在巴黎他自己的印刷厂制作出第一张彩色的平版招贴,标志着现代招贴的产生。谢雷特直接在石板上画招贴,他把多种风格和传统的壁画艺术融入到招贴作品中,使之产生了非常强烈的视觉效果。他的作品具有较为明显的个人风格,有很强的绘画性和装饰性。

谢雷特从1866年到19世纪末,共创造出1000多幅招贴广告,有的作品印数20万张,大型招贴的尺寸有时高达2.4m,其创作题材从戏剧到煤油以及电影新星、摩登美女等,几乎无所不包,对社会和艺术界产生了巨大影响。1889年,他获得了国际招贴展览金奖,法国政府授予他荣誉勋章。他逝世后,尼斯城举办了收藏其作品的“谢雷特展览馆”,他被后人誉为“现代招贴之父”(如图1-3-1)。



图 1-3-1 朱尔斯·谢雷特与他的招贴作品

1881 年, 法国政府鼓励出版自由的新法规的公布, 使法国街头成为招贴的海洋, 招贴被人们当作美术作品欣赏。这一时期形成新美术运动。当时, 法国新美术运动的主要人物谢雷特、格拉赛、劳特累克、史太林等, 创造了许多极有影响力的招贴广告, 他们在招贴设计上的卓越成就也提高了他们作为新美术运动画家的知名度。特别是劳特累克 (Henri de Toulouse-Lautrec), 他的招贴画在当时被公认为是世界一流的美术作品。他受到日本浮士绘平涂色彩的影响, 其平面化的造型, 粗犷的线条, 平面动态的构图, 漫画意味的人物造型, 强调大色块的对比和画面形象要素的戏剧化冲突, 这些构成了劳特累克作品特有的风格 (如图 1-3-2)。



图 1-3-2 劳特累克招贴作品

1.3.2 招贴设计的工艺美术时期——新艺术运动

当大工业化的进程向前推进, 越来越多的东西被机器所取代, 工业化似乎席卷了一切, 这引起了部分关注人文主义的艺术家和设计师的抵触不满, 他们排斥冷冰冰的机械化, 呼唤人性和温暖的东西, 以植物和动物等有生命的形象去抗衡冷冰冰的工业化造型。19 世纪末, 法国产生了新艺术运动 (Art Nouveau), 这是从英国工艺美术运动中派生出来的新型的装饰艺术运动。新艺术运动主张对矫饰的维多利亚风格以及传统的装饰风格进行反思。提倡师法自然, 从自然形态中去提取新风格的视觉表现元素, 如从动物、植物的生长规律等方面去发掘其本质的形态。他们中的设计师有: 阿方索·穆卡, 比亚兹莱, 布莱德利, 同时期还有画家克里姆特。

新艺术时期的特点是: 在形象的塑造上采用装饰性的平面的形和色, 大量采用曲线, 对形象作一定的夸张和变形, 并用隐喻和象征的表现手法来拓展其内

涵。追求创新设计的美感,追求绘画装饰效果以及线的表现力;排斥直线(机械化的),用富有内在活力的曲线和有机形态来表现形象。新艺术运动的很多图形都是从自然形态中抽象出来的,其蜿蜒交错的曲线和运动的形态,充满了生命的活力,并具有很强的装饰性和韵律感。又被称为“面条运动”。

英国的弗雷德里克·沃克(Frederick Walker),作为新艺术运动画家创作的题目为《白衣女士》的戏剧招贴,轰动整个伦敦招贴设计界。另一位英国新艺术运动招贴设计大师奥伯利·比亚兹莱(Aubrey Beardsley,(1872年8月21日-1898年3月16日))则以其精美细巧的线性装饰形式的插图给欧美各国的招贴带来强烈而长久的影响(如图1-3-3至图1-3-6)。



图 1-3-3 弗雷德里克·沃克 英国
《白衣女士》戏剧招贴 1871 年

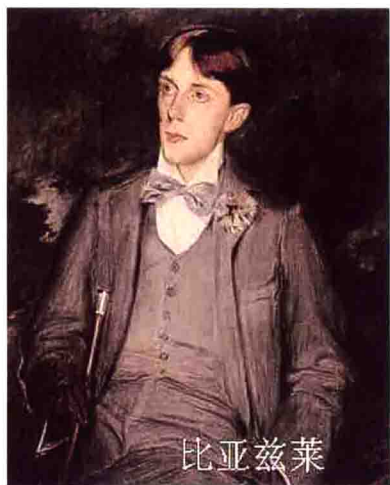


图 1-3-4 比尔兹莱



图 1-3-5 比尔兹莱 英国《莎乐美》插图
——《孔雀裙子 The Peacock Skirt》



图 1-3-6 比尔兹莱《莎乐美》插图——
《舞者的报酬 The Dancers Reward》

阿方索·穆卡 (Aiphonse Mucha 1860—1939), 生于捷克, 法国著名设计家。他的招贴作品体现了法国新艺术运动的主要特征, 如非对称的动态构图, 曲线为主的表现形式, 华丽明快的装饰色彩, 高度概括的形象, 在主观上强调装饰美的因素等。他的作品中经常出现用平面化处理的理想化女性形象, 各种民间图案 (如拜占庭镶嵌图案), 各种动物、植物、花卉 (如棕榈枝叶、葡萄藤蔓、玫瑰、鲜花、孔雀、鸟) 等。富有活力的曲线在画面中按审美需求缠绕, 不同明度的物象根据画面需要进行重叠、穿插处理, 从而产生了丰富的层次美。突出线的变化, 注重大的动态线并用线来统一画面, 具有类似工笔重彩的装饰效果。画面中的字体醒目突出, 具有很好的信息传达功能。他在驾驭装饰艺术语言方面得心应手, 创作出了大量的招贴作品, 是法国新艺术运动杰出的代表 (如图 1-3-7 至图 1-3-9)。



图 1-3-7 阿尔丰斯·穆卡
(Aiphonse Mucha 1860—1939)



图 1-3-8 阿方索·穆卡
《默兹啤酒》1897 年

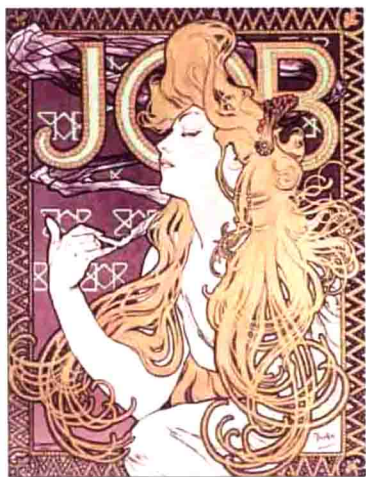


图 1-3-9 阿方索·穆卡
《约伯牌香烟》1898 年

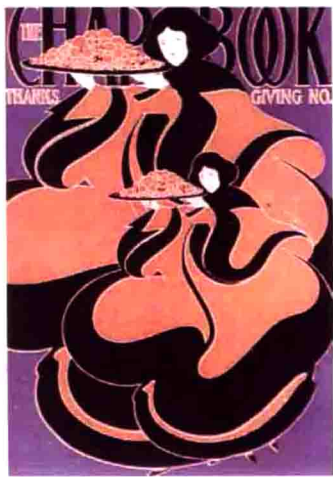


图 1-3-10 威廉·布拉德利 美国
《chapbook》1895 年

美国新艺术运动招贴广告设计的代表人物是雷亚德和布拉德利，前者受维多利亚风格、工艺美术运动风格及抽象设计风格影响，后者受英国设计风格影响，被人称为美国的比亚兹莱。新艺术运动在德国以青年风格派为代表，其招贴设计的主要代表人物是贝伦斯，他的重要贡献在于将平面设计风格从 19 世纪的花卉装饰风格转变为 20 世纪简朴的功能主义风格。新美术运动在奥地利以维也纳分离派为代表，该派在招贴广告设计方面做出主要贡献的人物是莫切尔，他的招贴采用平面几何形式的叠合，具有立体派和装饰画特征。新艺术运动招贴广告的一个显著特征是使这一时期的招贴看上去就像美术作品。新艺术运动对招贴广告的最大贡献就是使招贴在视读普及率上的发展达到了顶峰（如图 1-3-10）。

历史的车轮驶进 19 世纪最后 20 年中，世界因工业革命而发生了巨大变化。这个被称做发明的年代诞生了电话、留声机、电灯、照相机等新奇玩意；火车只用六天便可穿越美国；卡尔·奔驰正在制造他的汽车模型；而自行车已是屡见不鲜。这也是一个招贴画的黄金年代。1880 年，招贴画在英国街头几乎随处可见。事实上，当时的伦敦就有 150 名张贴工，他们每周要贴大约九万张海报（如图 1-3-11 至图 1-3-12）。

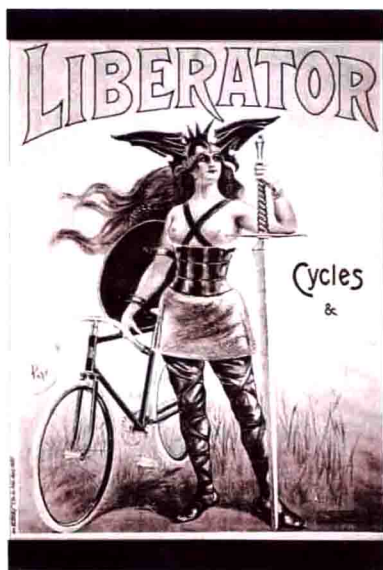


图 1-3-11 英国 19 世纪的自行车招贴



图 1-3-12 19 世纪的自行车招贴

新艺术运动对欧美艺术和招贴设计产生了巨大影响，形成了多元化的装饰艺术风格。新艺术运动在不同国家名称也不尽相同，法国、美国、英国称之为新艺术，而意大利称之为自由派风格，奥地利维也纳称之为分离派风格，德国称之为青年风格（如图 1-3-13 至图 1-3-18）。



图 1-3-13 斯坦林 法国
《消毒牛奶》1894 年



图 1-3-14 克里姆特 奥地利《第一届
维也纳分离派展览招贴》1889 年

这是历史上第一批成功的工业产品招贴广告之一，这幅作品用几何图形分割画面，点的疏密组合来表现灯泡的光感，简洁，高度功能化的风格体现出典型的“德国精神”。贝伦斯被视为德国现代设计之父。

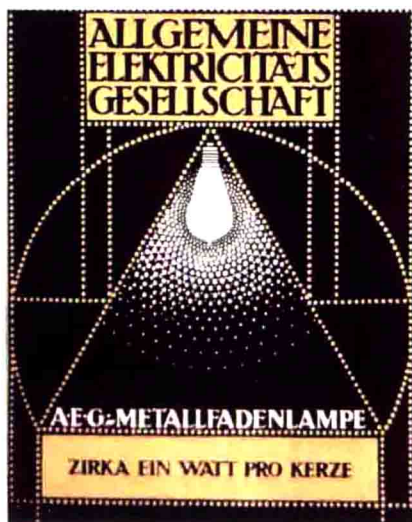


图 1-3-15 贝伦斯 德国 AGE 电灯泡 1889 年



图 1-3-16 胶鞋招贴 美国 1890 年

整体场面及生动的人物形象刻画得细致入微，夸张的手法体现出美国人的幽默。美国的招贴较注重商业功能，这是早期商业招贴的经典之作。



图 1-3-17 麦金托什 英国
《苏格兰音乐回顾》1896 年



图 1-3-18 凡·德·维尔德 比利时
《Tropon》1897 年

1.3.3 招贴设计的现代主义时期

这一时期，常规观念受到新的技术，新的介质，新的社会价值观的不断挑战和冲击，不断向前发展（如图 1-3-19）。



图 1-3-19 1908 年英国肯特郡房屋上的招贴广告