



“十二五” 高等教育艺术设计类专业规划教材

招贴设计 与材料应用

ZHAOTIE SHEJI YU CAILIAO
YINGYONG

张 旗 张宇彤 李 翔 主 编



招贴版式设计
表现方法及设计
程序



航空工业出版社

014033091

“十二五”高等教育艺术设计类专业教材 J218.1-43
12

招贴设计与材料应用

张 旗 张宇彤 李 翔 主编



J218.1-43
12

航空工业出版社

北 京



北航

C1721317

内 容 提 要

本书力求向读者介绍设计领域中的新思维、新观念、新理论、新技巧和新作品,帮助读者开阔视野,把握未来设计的发展趋势。在教材编写中,介绍了招贴的设计方法、创意的原则以及设计实践等知识环节,在阐述内容时配以大量经典的大师作品和学生习作,图文并茂,语言简洁明了,将招贴设计的构思方法与该门知识的应用结合呈现出来,以满足设计教学与实践的需要。

图书在版编目(CIP)数据

招贴设计与材料应用 / 张旗, 张宇彤, 李翔主编

— 北京: 航空工业出版社, 2014. 1

“十二五”高等教育艺术设计类专业规划教材

ISBN 978-7-5165-0332-4

I. ①招… II. ①张… ②张… ③李… 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290783号

招贴设计与材料应用

Zhaotie Sheji yu Cailiao Yingyong

航空工业出版社出版发行

(北京市朝阳区北苑路2号院 100012)

发行部电话: 010-84936555 010-64978486

中国电影出版社印刷厂印刷

全国各地新华书店经售

2014年1月第1版

2014年1月第1次印刷

开本: 889×1194 1/16

印张: 7.5

字数: 248千字

印数: 1—3000

定价: 49.00元

『十一·五』高等教育艺术设计类专业规划教材

编写委员会

总主编 张路光 张浩

编委会主任 成红军

编委会副主任 张旗 林涛

编委(按姓氏笔画排序)

马世昌 王佳 王艳 王林林 王京菊 冯欣艳

乔峰 乔通宇 刘静 孙炳明 纪春明 李雪

李健 李翔 李赢 李子厚 李艳红 杨昱

余娜莉 张健 张卫民 张宇彤 张丽敏 陈素霞

姜旬恂 贾佳 高川云 蒋莉 鲁文悦 薄芙丽

引 言

本系列教材由北京联合大学、河北科技大学、河北师范大学美术学院等院校艺术设计和相关专业的学科带头人、一线骨干教师牵头,并组织全国设有艺术设计类专业的本科和高职院校的教师参与编写。本系列教材的编写打破了以往只谈理论、创意、技法的程序化的教学模式,将重点建立在各专业的理论、创意、表现技法基础之上,将技能型课程系统化,强调对材料、工艺的掌握与实际应用,推广实用性、技术型教学模式;将艺术思维、设计理念融会贯通到艺术体验之中,在学习艺术规律性技能的同时获得思维的解放;使各专业的学生毕业后真正掌握各专业在实际工作中的应用,真正做到培养实用型、技术型人才的目的。

本书将视觉传达设计语言与设计实践相结合,总结了笔者十余年视觉传达设计教学与实践的探索与经验,力求向读者介绍设计领域中的新思维、新观念、新理论、新技巧和新作品,帮助读者开阔视野,把握未来设计的发展趋势。在教材编写中,介绍了招贴的设计方法、创意的原则以及设计实践等知识环节,在阐述内容时配以大量经典的大师作品和学生习作,图文并茂,语言简洁明了,将招贴设计的构思方法与该门知识的应用结合呈现出来,应用于教学和实践,以满足设计教学与实践的需要。笔者相信,通过对本书的学习,可紧密结合课程的每个环节,使学生掌握招贴的设计思想和设计法则,培养学生的形式美感、设计思维和创造能力,为今后的包装设计、书籍设计、企业形象设计等专业设计打下扎实的基础。

编 者

2013年6月

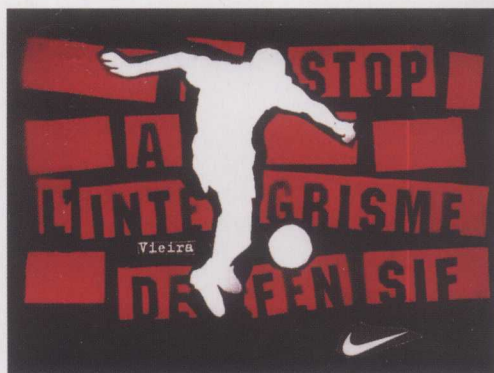
目 录



第一章	招贴的历史▲1
第一节	招贴的历史沿革▲2
第二节	现代招贴的风格流派▲5
第三节	著名招贴设计大师▲13

第二章 招贴的特征与功能▲27

第一节	招贴的定义及分类▲28
第二节	招贴的特征▲32
第三节	招贴的功能▲36



第三章 招贴的创意思维▲39

第一节	创意思维概述▲40
第二节	招贴思维的类别▲40
第三节	创意思维的特点▲43
第四节	打开创意之门▲46

第四章 招贴的构成要素▲55

第一节	招贴设计中的图形▲56
第二节	招贴设计中的文字▲57
第三节	招贴设计中的色彩▲67

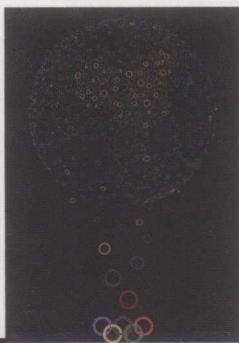


第五章 招贴的版式设计▲71

第一节 招贴的版式原则▲72

第二节 招贴版式的类别与特点▲74

第三节 招贴版式的表现形式▲79



第六章 招贴的表现方法及设计程序▲83

第一节 招贴的表现方法▲84

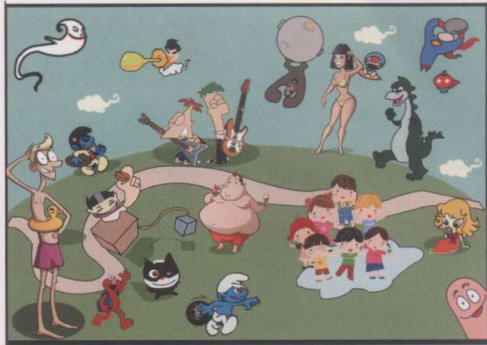
第二节 招贴的设计程序▲99



第七章 招贴设计的材料与工艺流程▲101

第一节 招贴设计的材料▲102

第二节 招贴设计的工艺流程▲103



第八章 招贴设计的专题练习▲111

第一节 专题练习(一)▲112

第二节 专题练习(二)▲113

第

章

招贴的历史



第一章 招贴的历史

招贴是以印刷为主张贴在公共场所传播活动信息或者理念的视觉艺术形式。招贴在不同的历史时期具有不同的意义。

从19世纪下半叶开始,招贴就以它独特的魅力在众多宣传媒体中确立了其设计王座的地位。

随着社会的进步、科学技术的飞速发展、东西方文化日益频繁的交流和融合,以及现代科技、文化、艺术、广告给招贴带来的新观念,招贴已不再受某种风格流派的约束。在注重信息传达功能的同时,更为注重独特风格的发展和富有创意的设计。

纵观招贴发展史,我们可以看到前人的作品在其所代表和反映的时代,以及设计观念、表现形式与审美情趣方面的演变,可以感受到作品所透射出的深层文化底蕴,并由此去探究社会政治、经济、文化、艺术与招贴的密切关系,从而了解招贴的起源、发展和风格流派的形成。

第一节 招贴的历史沿革

世界上最早的招贴是埃及的一张寻人文字广告,尺寸为20厘米×25厘米,内容为追捕一名逃跑的奴隶,广告主愿以金币酬赏。这张3000年前写在“莎草纸”上的招贴现存于英国伦敦博物馆。

1. 原始告示贴时期

远古时代,就有向人们传递信息、颁布法令、传达部落协议的告示牌、公告牌出现,这种告示牌传递信息较为直观、快速,成为原始信息传递的有效载体。(图1-1)

古巴比伦:在公元前2000年的古巴比伦王朝,就出现了汉穆拉比法典的公告牌,在高达2米的石柱上镌刻着汉穆拉比从太阳神那里取回法典的形象传达着视觉信息。(图1-2)

古希腊:一些沿海城市的商业比较发达,出现了不同形式、不同性质的招贴告示牌,根据活动需要而



图 1-1 《真理公报》(1792年)



图 1-2 汉穆拉比石碑(古巴比伦)

放置各地发布体育比赛(图1-3)、推销商品、文艺活动、寻人启事等消息。



图 1-3 1894年古希腊第一届奥运会海报招贴

古罗马:各个城市都有用石灰涂成白色的绘有装饰图案的公共墙,用红色或者黑色颜料在上面书写法律和指令来发布消息,或在墙壁上贴上商品信息,或者由奴隶们写好挂牌,悬挂在全城固定的地点传达信息。

古埃及:现存世界上最早的带有招贴性质的张贴物是距今3000年前,英国军队在埃及古城底比斯遗址发现的一份以文字为主的寻人启事,目前陈列于英国伦敦博物馆内。这种张贴物用纸是由尼罗河上游的芦苇类植物“纸莎草”精制成的。

这些传递信息的告示牌数量少,不能复制,传递信息非常局限。因此,人们也在逐渐寻求一种快速、直接、大量复制的传递信息的方式,招贴的雏形就应运而生了。

2. 早期印刷招贴时期

中国最早的招贴出现于11世纪(宋朝)。它是山东济南刘家功夫针铺的一张印刷广告,铜板四寸见方,内容是有关产品的质地和销售办法,画面图文结合,并通过雕刻铜板印刷工艺完成。它是迄今为止世

界上发现的最早印刷广告,比英国的印刷广告早400年左右,现存于中国历史博物馆。(图1-4)



图 1-4 山东济南刘家功夫针铺招贴

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

15世纪:德国人约翰·谷登堡(Johann Gutenberg)发明了西方的第一台活字印刷机,奠定西方早期印刷招贴的基础。1475年,英国人威廉·凯克斯(Wilhelm Kykers)在英国创办的印刷所复制印刷出首张招贴。威廉用印刷手段复制的这些招贴,沿着伦敦大街及教堂门口张贴,这是国外最早用印刷工艺制成的招贴。此后,印刷业逐渐在欧洲大陆的其他国家得以发展,招贴成为向大众传播信息最主要的媒介之一。

16世纪:在图形和字体设计领域开始运用数比法则,并不断探索科学与艺术相结合的道路。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、花饰字体的设计、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。随着资本主义经济进一步发展和扩张,需要新的宣传媒介为之服务,促进了现代形式的广告媒介报纸的形成。

17世纪:意大利的巴洛克风格流行于欧洲图形设

计领域,在形、色、质及细部刻画等方面都表现得极为精致,具有热情、奔放、奇特和豪华的时代特征。1622年,第一份英文报纸《每周新闻》在伦敦出版,其中载有一份书籍的宣传招贴。1704年,美国的第一份报纸《波士顿新闻报》创刊,在其创刊号上刊发了一份宣传招贴。

18世纪:在图形与字体设计领域,先后出现了法国的“洛可可风格”和意大利的“现代风格”。前者的装饰设计具有崇尚贵族风尚的时代特征,后者注重几何形和空间的设计,强调对比与统一,构图均衡、色调柔和轻快。与此同时,字体研究也有了突破性的进展,创造出了许多适合招贴印刷用的新字体,如埃及体、爱奥尼亚体、透视体、克拉伦登体、多利安体、珍珠体等。随着科学技术的发展,还出现了许多新学科的符号系统,如数学、天文、物理、化学、生物、地理等,这些都为现代招贴注入了新的视觉表现元素。1798年,德国人阿罗斯·塞纳菲尔德(Alois Senefelder)发明了石版印刷技术,使各种绘画作品能真实地得以再现,使艺术家有可能直接在石版上进行各种创作,这项技术对招贴设计的发展具有重要意义。腐蚀版印刷,使单一的色彩印刷变得层次丰富,色彩逼真,可以进行大尺寸画幅的批量复制,为招贴印刷复制的进一步发展奠定了基础。

19世纪:产业革命引发了一系列的发明创造,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。

以上这一系列的重要因素,为现代招贴的产生奠定了新的视觉语言形式基础和必要的物质基础,预示着招贴设计全新时期即将到来。

3. 现代招贴时期

19世纪中期欧洲工业革命后,资本主义商品经济的繁荣及海外殖民的扩张带动了招贴设计的发展,加之印刷业的工业革命,出现了大批量大尺寸的印刷机,使招贴的印刷效率大大提高,形成了招贴的“黄金时期”。1855年,德国印刷商厄恩斯特·利特菲斯(Ernst Litfass)建造了矗立于街头的专用于张贴招贴的圆形立柱,这使立柱成为“Poster”的载体之一,一直沿用至今。1866年,法国的朱尔斯·谢雷特(Jules Cheret, 1836—1932)在巴黎自己的印刷厂制作出第一张彩色的招贴,到19世纪末,共制作出1000多幅招贴。他的作品风格鲜明、强烈,带有个人风格色彩,成为早期招贴与现代招贴的分界线,因此朱尔斯·谢雷特被称为“现代招贴艺术之父”。(图1-5)

在现代招贴创作初期,许多艺术家笔下都生成过



图 1-5 朱尔斯·谢雷特的剧院演出海报

许多著名的招贴画,尤其突出的是后期印象主义画家亨利·土鲁斯·劳特雷克(Henri de Toulouse-Lautrec, 1864—1901)的宣传招贴,璀璨生动,带有一种愤世嫉俗的激情。华丽妖艳的色彩、滑稽卡通的人物造型、强烈不稳定的画面构图成为劳特雷克招贴中特有的美。歌剧《红磨坊》中舞女珍妮·艾弗瑞尔被描绘得惟妙惟肖,正是劳特雷克的招贴画,使《红磨坊》成为人们了解巴黎文化的载体之一,被称为“巴黎的金玫瑰”。(图1-6~图1-7)

这一时期,还有一些重要的代表人物,如法国的招贴设计家西奥菲尔·亚历山大·斯坦林(Theophile-Alexandre Steinlen, 1899—1923)、英国的艾穆利·沃克(Emery Walker, 1851—1933)、H. S. 马克(H. S. Mark)和西班牙的拉蒙·卡萨斯(Ramon Casas)等。(图1-8)

这一时期(新艺术运动之前)出现的招贴还没有脱离绘画的束缚,仍停留在“自然主义”的表达阶段上,文字的编排、图形的处理及色彩的运用还相当简陋,大都出于画家、艺术家之手,他们扮演着主要角色,因此被称为绘画性招贴(Art Poster)或早期现代招贴(Early Modern Poster)。在表现现代思想的新艺



图 1-6 劳特雷克的歌舞招贴 (1893年)



图 1-8 拉蒙·卡萨斯的招贴作品

术运动,装饰艺术、现代设计运动及教育思想之后的招贴,语言明显具有现代设计思维和表现,被称为现代招贴设计。

《佩尔与普洛玛》文化艺术杂志出版时采用了卡萨斯的画作(图1-8),较为突出的是它与众不同的横幅格式。由于其视觉的不平衡性和另类的女性形象等因素也成为现代主义运动中颇具争议的一张招贴画。这张招贴画的主体形象依然是女性,设计师巧妙地运用对角线构图,让女性主题形象呈现出慵懒的躺姿,但是手、脚、围巾又使躺姿产生视觉的不平衡性,令人感到匪夷所思但又充满联想。

第二节 现代招贴的风格流派

1. 流派(1945~1985年)

第二次世界大战后,世界经济开始复苏并进入迅速发展、日益繁荣的阶段,招贴在社会政治、经济、文化等领域继续发挥着重要的作用。

随着社会的进步和科学技术的飞速发展,东西方文化日益频繁的交流和融合,以及现代科技、文化、艺术给招贴设计带来的新观念,招贴已不再受某种单一风格流派的约束。世界各国杰出的设计家突破民族、国界,以及媒介、常规等界限,追求独特风格的发展和富有创造性的设计,使招贴出现了百花齐放、绚丽多彩、蔚为壮观的景象。这个时期的招贴(尤其是20世纪60年代以后)已很难用几个流派的名称来加以界定,招贴进入了历史上最兴盛的时期。

2. 风格

风格是作品在整体上呈现出的具有代表性、独特、鲜明的个性特征和面貌。它是通过作品表现出来的相对稳定、更为内在和深刻,从而更为本质地反映出时代的、民族的或设计师个人的思想观念、审美理



图 1-7 劳特雷克的招贴作品

想、精神气质等内在特性和外部印记。在艺术上,同一类型的风格往往会形成一种艺术流派,风格包括视觉语言的运用、表现手段的个性和艺术的存在形式等方面。

风格是设计师设计走向成熟的标志,是设计个性化的体现,不同国家、地域,以及民族等均有不同的本体文化,形成的设计风格也各异,而各种风格又相互影响、多元化地向前发展。

(1) 瑞士

瑞士的招贴设计在第二次世界大战后取得了令人瞩目的成就,并与波兰、美国纽约学派等一起成为战后初期世界招贴设计的重要学派。

瑞士风格是在包豪斯、荷兰风格派、俄国构成主义等基础上发展起来的。瑞士招贴设计追求几何学的严谨、简洁明快的版面编排体系、无衬线字的运用、完美的造型和绝对和谐的整体,形成了高度功能化,非感情、理性化的独特风格。

瑞士风格的主要代表人物还有巴尔默(Theo Balmer, 1902—1965)、马克斯·比尔(Max Bill)、马克斯·胡贝尔(Max Huber)等。瑞士风格时期的字体,如“通用体”(Univers)和“赫维提卡体”(Helvetica)至今还在流行。瑞士设计师在表现技法方面也有所拓展,如利用印刷油墨的透明性和复叠、透叠手法来创造画面的深度感,以便有效地传达信息。20世纪60年代以后,瑞士设计师开始将国外的各种风格流派融入到自己的作品中,使招贴具有了多种风格特征。(图1-9~图1-10)

(2) 波兰

第二次世界大战后的波兰招贴以其独特的风格,赢得了世界性的声誉,在现代招贴史上具有重要的地位。波兰从战争阴影中走向和平、光明的世界,其招

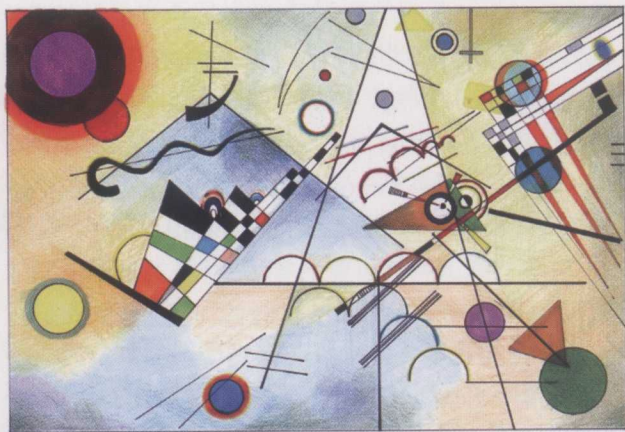


图 1-9 康定斯基作品(New York City)



图 1-10 斯特·施密特的德国包豪斯学院设计作品展招贴(1923年)

贴设计风格也随之发生了巨大变化。在富有民族特色的基础上,融入了现代主义等多种风格,使具有个人设计风格的波兰招贴呈现出多元化发展的趋势。波兰设计家对招贴抱以极大的热忱,并以民族意识和道德责任感投身于招贴设计中。

波兰招贴设计的主要代表人物有:特列普科夫斯基(Tadeusz Trepcowski, 1914—1956)、兰尼卡(Jan Nenica)、斯维尔齐(Waldemar Swierzy)、克利莫夫斯基(Andrzej Klimowski)、J. 姆洛多兹(J' mlodozem)。

(3) 美国纽约学派

20世纪50年代,以纽约为中心的美国独创性的招贴异军突起,并很快就占据了世界招贴设计超级大国的位置,成为第二次世界大战后世界招贴设计的重要学派。

美国著名设计家赫伯·鲁巴林(Herb Lubalin, 1918—1981)在字体图形化方面作出了杰出的贡献,对招贴设计产生了重大的影响。他摒弃了传统印刷排版的规则,对字体的放大、缩小、连接、复叠、透叠、行距与字距的疏密,以及字体的变形、倾斜、翻转等进行了大胆的创新。对文字的结构、含义及其在画面中

的作用进行解析,并创造性地使字体图形化(如采用各种形象来取代字母等),以表达一定的观念。他将字体和图形各自的语义复合成为新的语义,不仅揭示了字体与内容之间的内在联系,而且还吸引了观众并使其产生了相关的联想。

第二次世界大战后初期著名设计师还有哈立克(Rudolph de Harak)、戈尔登(Wam Golden, 1911—1959)、杜夫斯曼(Lou Dorfsman)、弗德里科(Gene Federico)等。(图1-11)

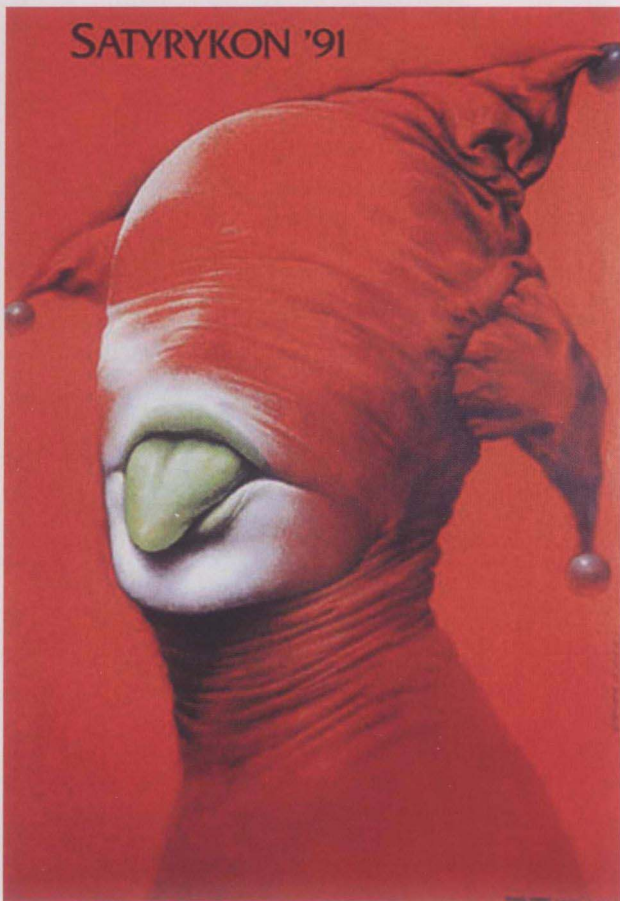


图 1-11 20世纪60年代匡威All Star帆布球鞋的招贴广告

(4)意大利“米兰风格”

意大利米兰聚集了一批相当有才华的设计师,他们以现代主义风格创作的招贴,在设计界和社会上引起了较大的反响。主要代表人物有博格利(Boggeri)、X. 沙维斯基(X. Schaiwinsky)、马克斯·赫伯(Max Hube)、G. 平托里(G. Pintori)、佛朗戈·格里格拉尼(Franco Grignani)、M.尼佐利(M. Nizzoli)。

(5)光效应艺术

光效应艺术(Op Art)又称欧普艺术或视觉派艺术。

法籍匈牙利人瓦萨列里(Victor Vasarely)是光效应艺术的创始人和核心人物。他于1930年定居巴黎,

第二次世界大战后,开始对知觉、幻觉及抽象派理论进行深入研究。他利用视觉网膜的错觉来创造视幻效果,用光色原理来探索色彩的各种组合变化。他用数学逻辑结构组成的抽象几何图形,或变异,或透视,或旋转,创造出了色彩强烈的视觉颤动和各种类型令人眩目的光色效果,并具有三度空间的立体感。图与底的相互作用,形的大小、虚实变幻产生的节奏韵律感,各种线性方向组成的视错觉运动感等,使他的作品充满了光效应和视幻因素。这种表现运动、幻觉的抽象派艺术,在20世纪40年代末开始流行,在60年代中期则达到了它的鼎盛期,在欧美各国以及日本的设计、建筑、电影等领域产生了重大影响,尤其是对招贴设计的创新起到了很好的推动作用。

该种艺术风格的主要代表人物还有法国的朱利奥·勒·帕尔克(Julio Le Parc)、意大利的基安尼·哥伦布(Juanni Colombo)、英国的布利奇特·赖利(Bridget Riley)。

(6)“嬉皮士”招贴(Hippy Poster)

20世纪60年代初期,美国旧金山地区出现了一种特定的社会现象:思想颓废、对社会不满、反传统文化和价值观念、吸毒、流行奇装异服和长发等。随着这股社会思潮的涌动,在颓废派(嬉皮士)亚文化群中开始出现魔幻风格的招贴,并在美国掀起了一股招贴狂潮,这是由社会行动主义促成的一种群众性运动。

“嬉皮士”招贴综合了多种招贴风格的特点,如维也纳分离派的装饰图案化的造型,光效应艺术中色彩强烈的视觉颤动,以及令人眩目的视幻效果,新艺术运动中的弯曲弧线,波普艺术中的大众偶像和强烈的色彩对比等。“嬉皮士”招贴图形怪诞而令人费解,字体弯曲变形而不易辨认。正负形线条交错凸现,色彩艳丽刺激。他们运用绘画、摄影、拼贴、印刷工艺等多种表现方法,自由随意地进行设计、制作。他们那些放纵不羁的图形设计,弥漫着当代青年愤世嫉俗的情感,体现了价值观念的改变,是一种典型的反传统的象征性表现。这种特定时期的招贴,被张贴在社会公众场所以及公寓建筑物的墙上,引起了社会公众的高度关注和巨大反响。20世纪到70年代初,这种招贴狂潮达到了它的顶峰,并在大学校园内盛行,招贴成为青年人室内最时髦的装饰艺术品。“嬉皮士”魔幻风格的招贴,在20世纪60年代曾风靡世界,并成为60年代后期招贴设计的主流风格。

魏斯·威尔逊(Wes Wilson)是该风格的创始者,维克多·莫斯克索(Victor Moscoso)是众多创作者中唯一受过正规美术教育的重要设计家。“嬉皮士”风

格主要人物还有:麦克斯(Peter Max)、萨姆斯(Lanny Sommese)、戈伊尼斯(David Lance Goines)等。

(7) 美国“波什平”(Push Pin)设计事务所

1954年,以西摩·切瓦斯特(Seymour Chwast)、格拉塞(Milton Glaser)、沙雷尔(Edward Sorel)等设计家为主的“波什平”设计事务所在纽约成立。他们从美国民间艺术、原始艺术、传统绘画以及现代设计作品中吸收营养,提取形象资料并在造型上予以创造性发展;他们倡导用各种绘画性表现语言,尤其是写实的水彩画技巧来塑造形象,使手绘的作品在设计界得到了重新的认可和高度重视。“波什平”设计事务所的招贴设计家还开发了富有特色的新颖字体,并运用流畅的书写字体以及涂鸦式字体来进行设计,使字体和图形结合成装饰性的整体。20世纪60年代至70年代中期“波什平”设计事务所的招贴设计家开拓的多种新的视觉表现形式,以及作品所表达的观念和深刻内涵,对美国招贴设计产生了广泛的影响。

“波什平”设计事务所的主要代表人物还有拉芬斯(Roynolds Ruffons)、齐特(Barry Zaid)、麦克密伦(James McMullah)、戴维斯(Paul Davis)。切瓦斯特采用侧面剪影式形象,发型以抽象的弧线、曲线和绚丽的色彩构成(这种具有阿拉伯图案式的发型与著名摇摆舞民间歌唱家达兰的身份非常吻合),设计了一张广为流行的招贴,印数达6007份,成为战后美国印数最多的广告(图1-12)。图1-13是切瓦斯特设计的反战海报。

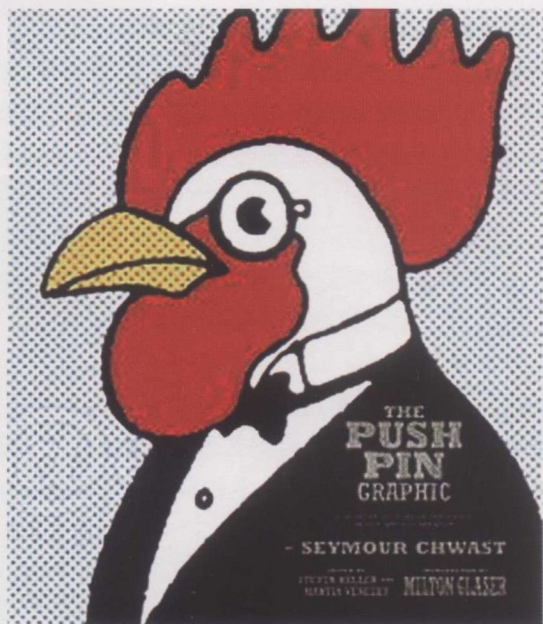


图 1-12 切瓦斯特的招贴作品



图 1-13 切瓦斯特的招贴作品

(8) 波普艺术

波普艺术(Popart)又称流行艺术。20世纪50年代后期,英国和美国先后出现了波普艺术。这是一种与抽象表现主义相对立的大众化流行艺术。理查德·汉密尔顿(Richard Hamilton),英国画家,波普艺术主要代表人物。他采用照片、画报、广告画等材料组成的拼贴画《是什么使今天的家庭如此不同又如此吸引人》被公认为是第一幅波普艺术作品。美国波普艺术主要代表人物劳申柏格和约翰斯追求作品的“绝对的客观性”,将印刷品、片、实物等拼合在一起并用色彩涂绘,形象逼真、制作精良,打破了各种艺术之间的界限,使艺术与现实更贴近。安迪·沃霍尔(Andy Warhol, 1928—1987)的作品,有时采用制版印刷工艺来完成。《玛丽莲·梦露》是波普艺术平面作品中最有影响的代表作。它采用照相版丝网漏印技术,将画面左半部分处理成套色错位;右半部分出现印刷第一道工序的黑线效果,重复50次地印制排列在画面上,具有很强烈的视觉效果。这在现代招贴在设计、制作、张贴方式(可连续重复张贴)及其产生的视觉效果等方面,给予了直接的启示。

波普艺术风格的招贴,形象亲切、温柔、愉悦、幽默,容易辨认,容易理解,符合大众的趣味和审美需求,符合现代流行的生活方式,具有都市大众文化现象和消费文化的特征,因而很快获得了大众的喜爱。

从20世纪60年代至今,波普艺术在世界各地流行并产生了广泛的影响。

图1-14是波普艺术最有名的开创者之一,波普艺术之父安迪·沃霍尔设计的作品《坎贝尔的罐头》(Campbell's Soup Can)。在20世纪60年代初,人民生活富庶,人人喜爱消费,社会出现严重物质化,出现一个个消费形象。安迪·沃霍尔把这些日常生活普及物品形象重新诠释,这张以七彩颜色所绘成的罐头作品是反映物欲年代的经典作品。



图 1-14 安迪·沃霍尔的平面作品

图1-15是格兰特·伍德(Grant Wood)的作品《美国哥特式》(American Gothic)。在20世纪30年代早期,欣赏这幅画的评论家也认为这幅画意在嘲讽美国乡村或小镇生活的刻板。但是几年之后,美国遭遇了大萧条,工业化程度高、更讲究精致的东部人民生活不下去了,种地为生的中西部人照样可以自给。人们开始以不同的眼光看待伍德的这幅画,它不再被理解为讽刺,而是变成了对大众民粹主义的颂扬。评论者认为农夫和他的妻子是美国精神的化身:“美国的

民主以有着勇敢的心和结实的下巴的劳动者为基础,就是这幅画所画的这样的人。”

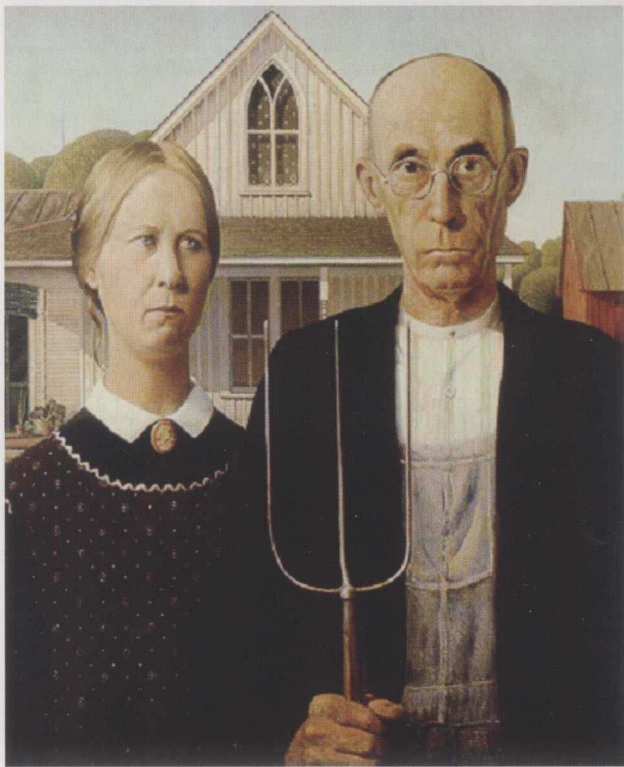


图 1-15 格兰特·伍德的作品《美国哥特式》

波普艺术在一定程度上反映了西方现代文化的潮流和流行生活方式。波普艺术的题材不批判任何事物,也不美的事物,所画的一切是“我们当代自身生活的一些象征性符号”。

波普艺术风格的招贴,运用大众文化、商业艺术形象,通俗易懂地表达了自己的观念,并有效地传达了商品信息。如运用大众语言,通过男女形象尤其是亮丽女性的形象来传达商品信息,吸引公众的注意力。招贴画面中的名人、大众偶像、民间艺术,以及工业产品、各类商品等,通过幽默、夸张、写实(包括超级写实主义)、摄影、拼贴等表现手段和形式,产生了很强的艺术感染力和视觉冲击力,具有很好的信息传达功能。(图1-16)

(9) 联邦德国

20世纪60年代,联邦德国一批富有创见和革新精神的卓越设计家,如金特·凯瑟、拉姆博、列勒迈耶、凡·德·山等,推出了众多富有创造力的优秀招贴作品,对世界设计界产生了广泛而又重大的影响。这是一种以创意为先导,用摄影的照片合成为特色的招贴。设计家采用超现实主义等风格和表现技法,使



图 1-16 安迪·沃霍尔的作品《玛丽莲·梦露》

几个形象合成的图形具有特殊的生命力,引起了人们情感上的感应和共鸣,具有非常强烈的震撼力和视觉效果。(图1-17~图1-19)



图 1-18 霍尔戈·马蒂斯平面设计作品(2)



图 1-17 霍尔戈·马蒂斯平面设计作品(1)

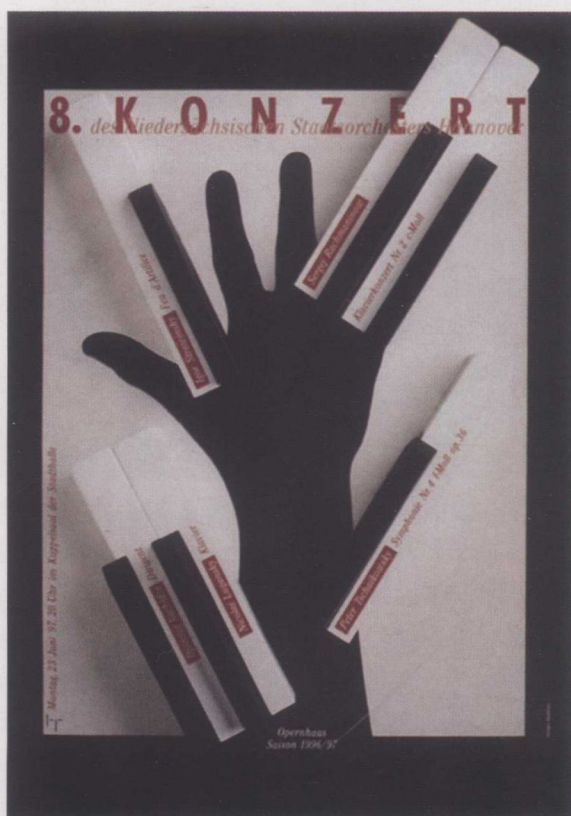


图 1-19 霍尔戈·马蒂斯平面设计作品(3)