

全国高等院校设计专业精品教材

海报创意设计

CREATIVE POSTER DESIGN

刘宝岳 丛书主编

韩晓梅 张全 编著

中国建筑工程工业出版社

全国高等院校设计专业精品教材

刘宝岳 丛书主编

海报创意设计

韩晓梅 张全 编著

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

海报创意设计 / 韩晓梅, 张全编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2013.5

(全国高等院校设计专业精品教材)

ISBN 978-7-112-15108-0

I. ①海… II. ①韩…②张… 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031083号

本教材为《全国高等院校设计专业精品教材》中的分册之一。该丛书为艺术设计类本科生的专业教材, 由基础篇和设计篇构成, 共计19部。

海报设计作为广告设计中的重要部分, 其表现形式是人们非常熟悉的, 而很多平面设计师也喜欢利用海报来展现其自身的爱好和兴趣, 并突出海报的艺术性。为了便于学生理解, 本书把海报的一些创作规律进行了分类, 把人们日常使用的海报设计与制作技法进行详细解析。同时, 为了增加海报的效果, 对其风格与气氛的追求也是设计成功的关键, 让学生能够掌握海报设计的关键技巧。

本书展现了强烈的灵感与顿悟的过程, 详尽解析了学生需要掌握的海报基础知识, 帮助读者突破设计困境, 轻易地创建引人注目的海报设计。这里你会发现数以百计能产生大胆创意的直观或文字的方法以及富有独创性的解决之道, 可令你的设计大胆面对挑战。

根据海报设计的基础知识和应用特色, 本书分为海报设计的概述、海报设计之创意、海报设计之版式、海报设计之表现技法、海报设计的分类、海报设计之文案共六章。每一章都有海报设计知识链接及拓展, 帮助读者有效掌握插画设计的基础知识, 通过这样的形式和方法, 锻炼学生对海报设计的感受能力、分析能力和审美能力。

责任编辑: 李成成 李东禧

责任校对: 姜小莲 刘 钰

全国高等院校设计专业精品教材

刘宝岳 丛书主编

海报创意设计

韩晓梅 张 全 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

北京美光设计制版有限公司制版

北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷

*

开本: 880×1230 毫米 1/16 印张: 4¹/₂ 字数: 154千字

2013年10月第一版 2013年10月第一次印刷

定价: 37.00 元

ISBN 978-7-112-15108-0

(23198)

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)

编委会

顾问：张宏伟 于立军 孟庆国

主任：孙奇涵

副主任：闫舒静 何 杰

委员（按姓氏笔画排序）：

于立军	王英亭	王妍珺	白廷阁	任 莉	华 梅
刘 卉	刘 良	刘宝岳	闫舒静	孙奇涵	李 波
李炳训	肖英隽	何 杰	宋 莹	张 立	张宏伟
张海力	陆路平	林乐成	庞 博	庞黎明	孟庆国
战 宁	高 斌	郭津生	郭振山	董 雅	韩晓梅
童慧明	谢基成	蔡 强	魏长增		

序

我国艺术设计教育事业近20年有了长足的发展,尤其是艺术设计专业,教育体系日臻成熟,教学成果日益显著,这种状态下,优选优秀教材的工作就显得十分迫切。可以说,目前国内同类教材的编写,自20世纪70年代以来从无到有,从开始的引进、翻译,到现在的40多个版本,取得了可喜的成绩,这离不开从事艺术设计专业教育的广大教师的努力和探索。然而,作为艺术设计专业课受众最多的教材,也面临许多问题:教材中,有的知识老化,千面一孔;有的理论概念简单,图解化和几何化现象严重;有的过于强调学术性,缺乏作为教材应具有的理论知识及逻辑梳理;有的教材则出现理论教育与设计实践相脱节的情况;还有不少教材的编写粗制滥造。

当前,我国现存的艺术设计专业教材体系和教材的选用基本形成了南北两大体系。南方体系出版的教材具有一定的前卫性,思维活跃,变化快;而北方体系出版教材系统性强,基础坚实。当前存在南方不选用北方教材、北方不选用南方教材的情况。然而我坚信一套优秀的教材会突破南北特性差异及固有的地域界限,会为大家共同接受。

此次编写的《全国高等院校设计专业精品教材》丛书,作者为具有丰富一线教学经验的教师。该丛书是他们集多年教学和研究经验,筛选教学实践中的资料和部分优秀作业的精华,根据我国艺术设计专业课程的教学改革和专业特色,并参照国家教育规划纲要的创新与需要而编写,其特色如下:

1. 该丛书理论体系内容完整、概念清晰,既有基本理论、基础知识,也有基本技法,特别注重理论与实践相结合。
2. 该丛书各章节均以设计为主线,针对性强,重点突出,脉络清晰。
3. 该丛书内容十分丰富,整套丛书所附的设计范图多达数千余幅,多数章节配有设计步骤图,便于指导读者学习或自学,而且还有不少深入浅出的赏析文字,可读性强。
4. 该书无论是设计方法还是具体图例,都严格按照教学大纲要求,源于实践、生动活泼,更切合实用。
5. 此套教材各个章节增加了课程设计,此为创新之举。鼓励学生运用形象思维方式去思考理论创新问题,这使该教材更加符合艺术设计教育的专业特点,即形象化教学的艺术教育规律,此为该丛书第一的特色。
6. 该丛书有别于市场同类教材20年来形成的知识老化、理论概念简单、图解化、几何化的现象,一改基础理论教育与设计实践相脱节的弊病,在深化理论的基础上联系实际,强调基础教学为设计服务的理念,用丰富的艺术形式和艺术语言使其呈现多样性,特色鲜明。此套丛书具有的特色和强人之处,或许可以使艺术设计专业的课程体系更加完善,受到更多师生的欢迎,为一线教学做出贡献。

丛书主编 刘宝岳

前言

海报设计要有相当强的号召力与艺术感染力，要调动形象、色彩、构图、形式感等因素形成强烈的视觉效果。它的画面应有较强的视觉中心，应力求新颖、单纯，还必须具有独特的艺术风格和设计特点。随着国际经济的日益融合，传播空间的巨大变化，艺术文化的交流与互动，人们越来越需要精神世界的多元化与满足，海报艺术作为信息传播的交流媒介，以图形语言和注入文化理念的主题设计碰撞着人们的生活和精神领域，成为最具精神浸透力的传媒之一。

高速信息化带来的行业竞争促使传播媒体迅速发展，狂轰滥炸式的媒体广告使消费者应接不暇，被信息包围的人们已处于视听麻木的状态，接受信息的方式日趋个性化，信息感应遗忘率较高，信息时代的广告媒体将面临新的挑战 and 机遇。近年来，公益海报的主题系列化诉求所形成的大规模视觉优势，可使主题多层次、多角度地进行深度表现，既提高了传播力度，又使主题的引导及说服功能更具亲和力，强化了观念，丰富了视觉表现。

《海报创意设计》重点介绍了海报的艺术风格和表现形式及海报创作的基本规律和步骤，除了注重教材的理论性、科学性、实践性外，还力求图文并茂，深入浅出。在编写过程中，注重突出时代感和创新点，精心收录了写实、时尚、奇幻、新锐等多种当代艺术风格的海报设计作品，从风格和技法上对部分海报设计案例进行剖析、讲解，希望能开阔学生的视野、启迪学生的创造力、提高学生的应用技能。本书的内容组织突出实用性、系统性、综合性、时代性，按照教学目标、教学重点、课后练习等进行内容划分与知识点分析，以对艺术类院校教师的教学起到较好的辅助作用为目的，使本教材更符合设计教育的发展和设计实践的需要。

本书蕴涵了作者多年的教学经验和创作经验，配合了大量的经典图片进行分析说明，具有可看性和可参考性，适合大、中专院校海报专业课程的教学需要，也可供从事海报创意设计的人员和广大的海报爱好者作为参考资料使用。

韩晓梅
二〇一三年

目录

第一章 海报设计的概述	1
1 什么是海报	1
2 海报的历史、起源	1
2.1 海报的起源	1
2.2 海报的发展史	1
2.3 扩展阅读	3
3 海报设计流派与风格	5
3.1 四大招贴设计流派及风格	5
3.2 其他国家海报的独特风格	6
本章小结	8
课后习题	8
第二章 海报设计之创意	9
1 生活即创意	9
1.1 创意	9
1.2 打破固有的思维模式	9
2 创意力是可以学习和训练的	9
2.1 学习之知识是自己积累的	9
2.2 训练之头脑风暴，激发你的创意灵感	11
3 海报的灵魂就是创意	12
3.1 招贴——“创意”	12
3.2 创意准则	12
3.3 创意是一种人生态度	12
本章小结	14
课后习题	14
第三章 海报设计之版式	16
1 什么是版式设计	16
2 海报版式设计要点	16
2.1 海报版式之点线面	16
2.2 海报版式之均衡	19
2.3 海报版式之散点	19
2.4 招贴版式之韵律	20
2.5 招贴版式之对比	20
2.6 招贴版式之动感	24
本章小结	26
课后习题	26

第四章 海报设计之表现技法	27
1 手绘技法	27
2 摄影技法	31
3 综合技法	35
本章小结	35
课后习题	36
第五章 海报设计的分类	37
1 社会公共海报	37
1.1 社会公共招贴的设计目的——关注现实, 关注未来	37
1.2 社会公益海报	37
1.3 社会公共海报主题的确 定原则	37
2 商业类海报	42
2.1 文化娱乐海报	42
2.2 商品宣传类海报	42
2.3 金融类海报	42
2.4 旅游类海报	43
2.5 交通工具类海报	44
2.6 保险类海报	45
2.7 医疗类海报	45
3 文化娱乐海报	47
3.1 运动类海报	47
3.2 影视类海报	47
3.3 音乐会海报	48
3.4 娱乐类海报	48
本章小结	49
课后习题	49
第六章 海报设计之文案	50
1 文案的定义	50
2 文案之核心概念	50
3 文案创意的方法	51
3.1 拟人化	51
3.2 借助热点话题、新闻	51
3.3 逆向思维	51
3.4 利用比喻、象征、联想等手法	51

4 优秀文案欣赏	60
4.1 芝华士父亲节时海报	60
4.2 肯德基广告文案两则	60
本章小结	62
课后习题	62
参考文献	63

第一章 海报设计的概述

核心概念

①什么是海报；②海报的历史、起源；③海报的设计流派与风格

1 什么是海报

招贴在国内被称作“海报”，没有一本中文词典对“海报”一词作过专门解释，但是，据说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”。

也有人根据poster的词根结构来剖释“海报”的词义，认为poster是从“post”转用而来的，“post”的词义为柱子，故poster是指所有张贴于柱子上的告示。

“招贴”，按其字义解释，“招”是指引注意，“贴”是张贴，即“为招引注意而进行张贴”。招贴的英文名字叫“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)。

在伦敦的国际教科书出版公司出版的广告词典里，poster意指张贴于纸板、墙、大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，广告最古老的形式之一。

海报多数是用制版印刷工艺制作的，通常在公共场所和商店内外张贴。还有另外一类，不用印刷，只以手绘方式完成，此类招贴被称为POP海报，例如商品临时降价优惠，通知展销会、交易会、时装表演或食品品尝会的时间、地点等。这种即兴手绘式招贴，有时用即时贴代替，大多以手绘美术字为主，有时兼有插画，十分随意、快捷。

2 海报的历史、起源

2.1 海报的起源

世界上最早的一张招贴海报是英国军队在埃及古城底比斯遗址中发现的一份3000年前的文字招贴。这种招贴用纸是由尼罗河上游的芦苇类植物——纸莎草精制而成的，当时，这种手工纸很贵，纸幅尺寸只有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逃跑的奴隶。目前，这份古老的招贴仍保存于英国伦敦博物馆。

国外最早的一张通过印刷手段完成的海报就是在中国的印刷术于中世纪传入欧洲后，德国的谷登堡又于1450年发明活字印刷后才出现的。当时英国第一位印刷家威廉·凯克斯首先采用了印刷手段制成招贴海报，并将这种海报沿伦敦大街和教堂门口张贴，以向牧师兜售复活节时用的教规书籍，从此，印刷形式的招贴海报广为流行。据美国的《广告设计》(Advertising Design)一书记载，15世纪时，招贴是除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海报比英国印刷家威廉·凯克斯创制的印刷海报还要早400年左右。这张中国海报是11世纪(宋朝)山东济南的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。铜版四寸见方，上面雕有“济南齐家功夫针铺”字样，中间是白兔抱铁杵捣药的插图，右边四字为“认门前白”，左边四字为“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。这一印刷海报又兼作针的包装纸。

2.2 海报的发展史

1840年鸦片战争后，侵略者得到割地赔款，在通商口岸、沿海城市等地出现了大量促销西方商品的招贴海报，外国商人为设计符合中国民情和习俗的招贴广告，聘请中国画家为其商

品绘制宣传海报，其中最具视觉冲击力和艺术美感的当属20世纪20~40年代绘制的月历牌广告，称为“月历牌”是因为在画面上除印有商品广告外，还印有商号和全年的月份年历，由商家大量印刷，逢年过节馈赠客户。

月历牌广告最大的特征就是主要画面全部是大美女，隐藏在背后的商品是烟草、洋酒及化妆品，通过凸显女性的魅力以博得公众对企业的好感。这些作品为我们提供了了解当时的历史、民众喜好以及艺术家创作思维的线索。梁鼎铭、谢之光、杭雅英、李慕白是当时的先驱艺术家。

月份牌广告特点：

- (1) 无论哪种商品品牌，全部使用美女，可见人民的追求。
- (2) 深受欧洲早期海报影响，装饰图案也以欧式为主。
- (3) 偶尔出现中国文化元素中的山水、花鸟、美人和国画中的构图感觉。

近代中国招贴海报的代表——月历牌如图1-1~图1-3所示。

17世纪欧洲的工业革命带来的工业化，使制作成本大为降低，招贴广告也从初始时期进入到发达时期。海报作为商品广告，在促销商品，促进生产，提高生活质量，普及教育和科学

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技能和生产技能的时代已被机械化带来的分工所改变，海报设计成了一种独立的创造性专业。

18世纪，许多适合招贴海报印刷的新字体产生，如埃及体、爱奥尼体、透视体、克拉伦登体、拉斯康体、多利安体、歌德体、珍珠体等，在字体的比例、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，包括数字、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的基础。

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，使招贴海报的印刷效率提高了30%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做招贴海报设计。

19世纪末，欧洲传统文化与日常生活的矛盾日益突出，艺术无法从时代中汲取养分，工业化与传统的和谐和古典美相矛盾，此后1880年左右由法国开始而逐渐遍及泛滥欧洲及美国的国际新艺术运动，此为第一个真正的现代国际风格。该风格一直持续到1950年，后来逐渐演变，最终为现代主义所取代。

1866年，法国的朱尔斯·谢雷特(Jules Cheret, 1836-1932)在位于巴黎的他自己的印刷厂制作出第一张彩色的平版招贴海报，象征着现代招贴海报的产生。从1866年到19世纪末，谢雷特共创造出1000多幅招贴广告，其题材包括从戏剧到煤油以及电影新星、摩登美女等，几乎无所不有。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，尼斯城开办了收藏其作品的“谢雷特展览馆”，他被后人誉为“现代招贴之父”。

1881年，法国政府鼓励出版自由的新法规的公布使法国的马路、街头成了招贴的海洋，招贴被人们当作美术作品欣赏。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、马查等人创造了许多极有影响力的招贴海报，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，他的招贴画在当时被公认为是世界一流的美术作品。下面，我们来欣赏当时被誉为一流的招贴海报，如图1-4、图1-5所示。



□ 图1-1 上海月历牌系列海报1

□ 图1-2 上海月历牌系列海报2

□ 图1-3 上海月历牌系列海报3



图1-4 谢雷特海报设计作品1

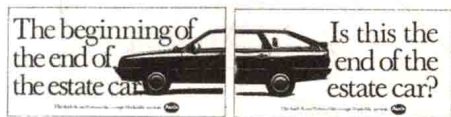
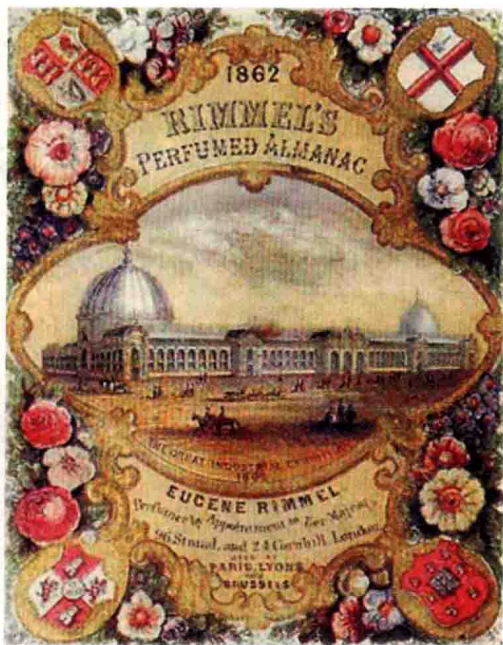


图1-5 谢雷特海报设计作品2

图1-6 贝伦斯海报设计作品



新美术运动画家创作的海报广告，在英国，有题为“白衣女士”的戏剧海报，它曾轰动整个伦敦招贴设计界。另一位英国新美术运动招贴设计大师比亚兹莱则以其精美细巧的线性装饰形式的插图，给欧美各国的招贴海报设计带来了强烈而长久的影响。美国新美术运动招贴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。新美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世纪的简朴的功能主义风格（图1-6）。

新美术运动在奥地利以维也纳分离派为代表，该派在招贴海报设计方面作出主要贡献的人物是莫泽尔，他的招贴设计采用平面几何形式的叠合，具有立体派和装饰画特征。新美术运动招贴设计的一个显著特征是这一时期的招贴看上去就像美术作品，新美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发展到了顶峰。

从19世纪下半叶起，招贴就以它独特的魅力在众多宣传媒体中确立了其设计之王的地位。由于招贴兼有绘画和设计的特点以及招贴在社会上所产生的巨大影响，许多极具才华的艺术家和设计家纷纷参与招贴设计，他们将绘画和设计的各种风格互为融合，综合运用多种表现形式和手段及技法，使招贴呈现出

风格迥异、精彩纷呈的多元化发展的格局。他们的作品既传达了某种观念或信息，又提升了艺术品位和价值，同时也使招贴成为具有历史和艺术价值的收藏品。

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地交流和融合，现代科技、文化、艺术、广告给招贴带来了新观念，招贴已不再受某种风格流派的约束。设计家突破各种常规，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。他们将招贴海报视为沟通思想的媒介，并把情感融入设计之中，使招贴海报具有了更为打动人心的力量。在激烈的市场经济竞争中，广告已发展成为一种新兴的产业，而海报作为广告的一种形态，也从单一的活动方式转向通过团队共同协力完成，并从单一的媒介转向全方位、全媒介、一体化的整合广告活动。

2.3 扩展阅读

海报的独特力量

海报虽然受到来自电视、广播、报纸、杂志等多种广告媒体的挑战和竞争，但它们始终不能取代海报，这是由海报所具有的特征与功能所决定的。大尺寸的画面、强烈的视觉冲击力、卓越的创意构成了现代招贴海报最主要的特征。它以其独特的方式出现在各种公共场合，远距离就能吸引社会公众的注意力，没有一种媒体能像海报那样，在一张纸上反映着如此丰富的思

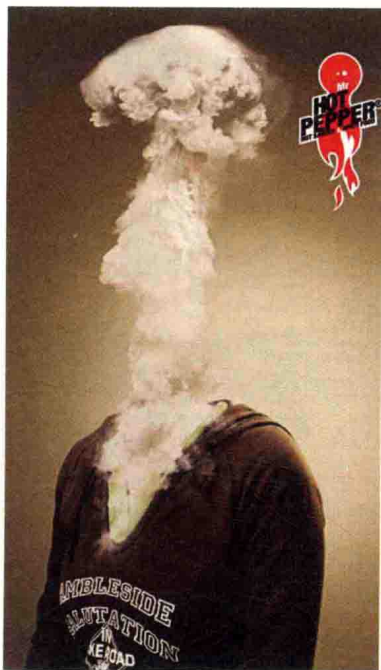


图1-7 hot pepper海报设计

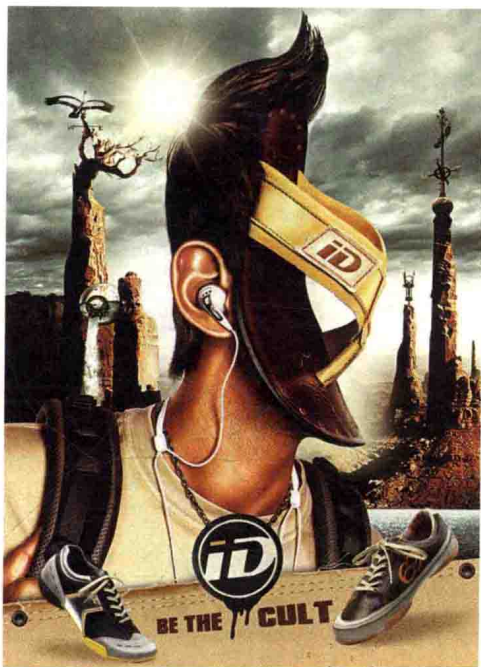


图1-8 id海报设计

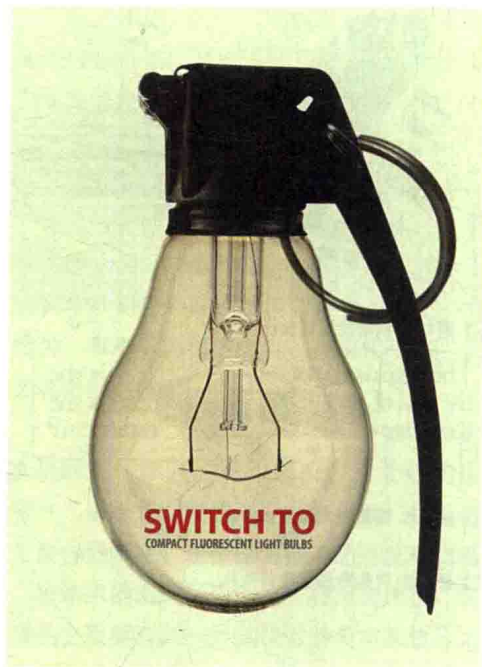


图1-9 swith 海报设计

想内涵，并迅速而有效地传达个性化的信息。

正如日本著名设计家田中一光先生所说的那样：“海报不仅传达信息简单明了，能瞬间扣住人心，留下印象，而且搬运简单，无论何时何地都不必借用机器设备就能让人观赏。”“海报是一张充满信息情报的纸……作为世界各国人士之间交流工具的海报，具有设计上独特的手法和情感，优秀的作品可以跨越国境，促膝谈心，相互理解，近年各国招贴为人收藏，正因为有它的时代性和永久性。”“海报至今依然是广告宣传的中坚武器。海报不仅现在是，将来也将永远占有设计之王的地位。否则，不会像现在那样，在所有国家和城市举行如此盛大的国际招贴展。”

世界权威性设计机构的创建，国际性招贴展的不断举行以及有关招贴设计专著、招贴年鉴的出版，有力地促进了现代招贴朝更高层次的方向发展，使招贴至今仍处于视觉表现的主轴地位。国际上重要的招贴海报展有波兰华沙国际招贴设计艺术双年展、捷克布尔诺国际图形设计艺术双年展、美国科罗拉多国际广告招贴邀请双年展、墨西哥国际广告设计艺术双年展、俄罗斯莫斯科国际广告设计双年展、芬兰拉赫蒂国际广告设计艺术双年展等。这些高水平的招贴展不仅吸引了很多观众和设计同行前去欣赏与交流，增进了世界人民之间的了解和友谊，而

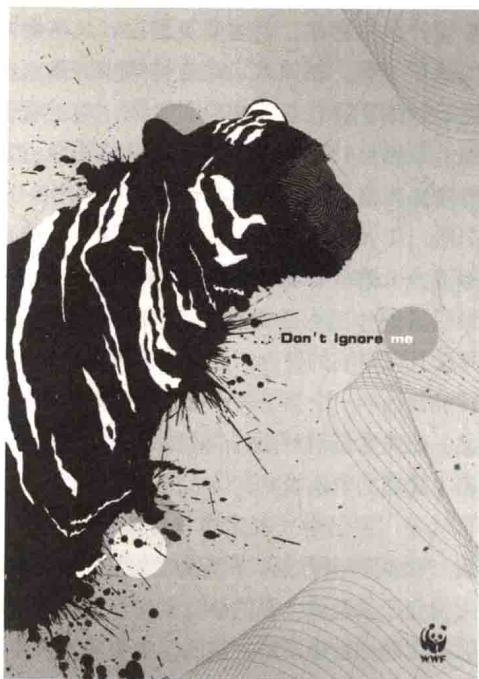


图1-10 wwff海报设计

且还使招贴在更大的范围内传播信息,使招贴海报发挥了更大的广告效应。招贴海报已发展成为一种普及的视觉艺术并进入了历史上最兴盛的时期。

3 海报设计流派与风格

3.1 四大招贴设计流派及风格

德国招贴作为世界招贴的重要学派之一,早于第二次世界大战之前就已形成,如德国包豪斯的著名教授纳基的组合照片形式的招贴设计,包豪斯招贴设计导师拜尔的利用垂直线形式的招

贴构图,德国创造的拼贴式招贴等,这些招贴的共同特征是强调功能性和构成主义风格,应用象征意义的手法,使人产生新的联想和意境。

瑞士虽然是一个小国,但在第二次世界大战之后却取得了令人瞩目的招贴大国的地位,其招贴成了世界招贴的重要学派之一。瑞士的招贴发展中心有两个,一个是苏黎世,另一个是巴塞尔。瑞士招贴海报风格最为突出的表现就在于注重字体设计在招贴中的传达信息的作用,同时也特别讲究图形符号在招贴画面中的合理应用。

海报欣赏:

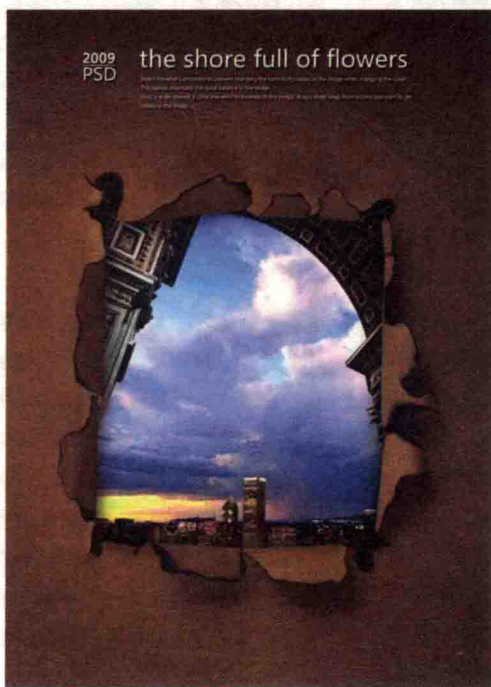


图1-11 海报设计1

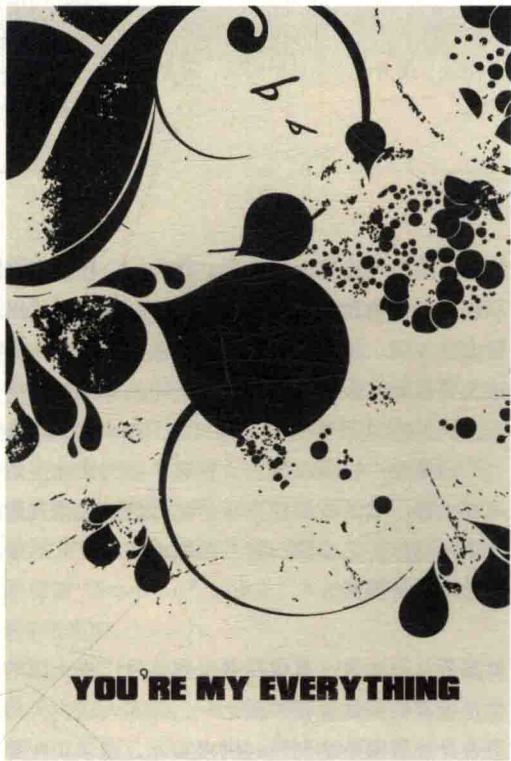


图1-12 海报设计2



图1-13 海报设计3

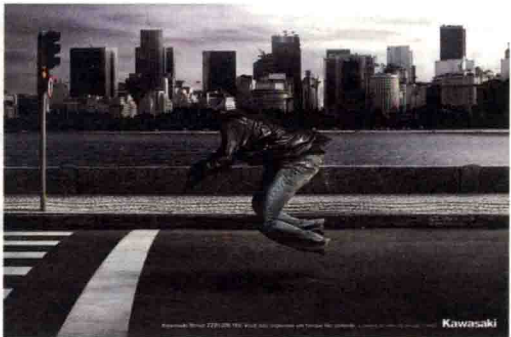


图1-14 海报设计4

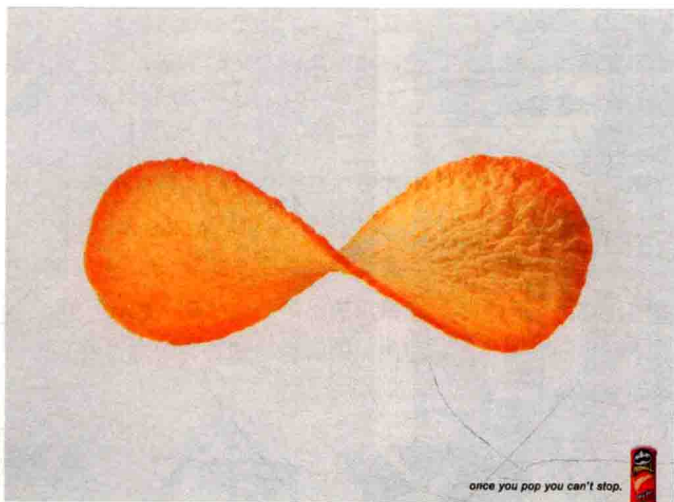


图1-15 薯片海报设计

波兰在第二次世界大战之后，作为一个社会主义国家，其招贴不以商业性为目的，而是以一种社会教育形式出现，却得到了极大的发展，也成了世界招贴的重要学派之一。波兰招贴的发达主要靠两大因素，其一是政府特别重视招贴的发展，其二是群众特别喜欢观赏招贴。波兰从1964年开始主办隔年一次的“华沙招贴广告双年展”，并成了波兰文化生活中两年一度的大事。波兰政府还在华沙附近的维拉诺夫建成了世界上第一座招贴广告艺术馆。波兰招贴的特点在艺术表现形式上丰富多彩，水准很高。

美国近几十年来一直保持着世界头号广告大国的地位，其招贴也是世界招贴的重要学派之一。美国人较少受传统束缚，其海报设计注重商业功利性，讲求实际，追求功能第一的原则。其风格以利用摄影技术和现代印刷手段直接表现商品为主，但也不乏其他表现风格。

3.2 其他国家海报的独特风格

除了上述这四大流派，招贴广告在日本、法国、英国及意大利等国都各具特色。

日本招贴的领袖人物是龟仓雄策，他将欧洲包豪斯构成主义系统与日本传统形式相杂交，形成了日本独特的画面构成形式，奠定了日本招贴广告发展的基础。随之，日本第二代招贴设计师栗津洁、水进一正及福田繁雄等人又努力将龟仓雄策奠定的基础继续深入，特别是福田繁雄，由于其独特的想

象力而被国际招贴界公认为当代世界最知名的招贴设计大师之一。

后来，又有以横尾忠则为旗手的日本第三代招贴设计师出现，使日本海报成为了古代文化与现代文化、东方思想与西方思想、手工业生产与现代工业生产并存的新视觉形式的连续统一体。

【知识链接】

日本招贴：民族标签与借鉴包容

日本的民族性格里似乎先天就有一种“特有”的模仿能力，无论是古代日本积极寻求和模仿中国盛唐时期的先进社会文明和文化制度，还是近代打开国门，虚心学习和模仿先进的欧美文明，或是在现代凭借其高超的模仿技术学到了许多以美国为代表的欧美先进国家的尖端技术和管理经验，都充分体现了日本民族的模仿性格的独特历史作用。据说，日本人对世界有两大贡献，一是发明了方便面，二是发明了卡拉ok，让五音不全的人都可以自信地像歌手一样一展歌喉。

日本招贴在国际上影响巨大，其鲜明的民族标签令人印象深刻，过目难忘。聪明的设计师很好地继承和发展了民族文化的精华，并善于借鉴世界各国招贴艺术的表现手法，严谨的国民性格保证了日本文化的传承和发展。日本民族非常好学和努力，并且有极强的借鉴能力，善于发现本土文化和外来文化的优势和缺陷，积极进行改良从而形成为我所用、供我所需的独特文化。招贴设计有很强的民族特征，同时又对外来文化吸收包容，因此其招贴的风格形式也很多样。绳纹时期的陶艺、江户时期的浮世绘、“二战”前后的美国艺术及德国的构成主义都为日本招贴风格的形成提供了大量可供借鉴的素材。

日本的招贴设计中，能被明显地感觉到的就是东方的图形意向与包豪斯式的几何构成的组合。日本设计师精益求精，对单个元素的安排和意义都十分考究。对于福田繁雄、田中一光、原研哉等大师的作品，同学们有必要好好研究一下。

福田繁雄 (Shigeo Fukuda)

福田繁雄是世界三大平面设计师之一[福田繁雄教授与岗特·兰堡 (Gunter Rambow) (德)、西摩·切瓦斯特(Seymour Chwast) (美)并称“世界三大平面设计师”]，他的设计理念及设计作品享誉世界，对20世纪后半叶的设计界产生了深远的影响，在现行的每一本平面设计教材中几乎都能发现他的作品。作为战后国际知名的新时

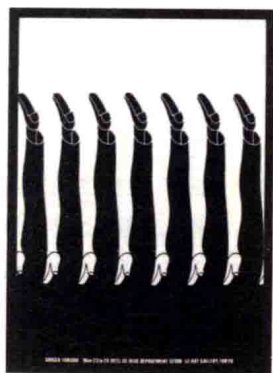


图1-16 福田繁雄作品1

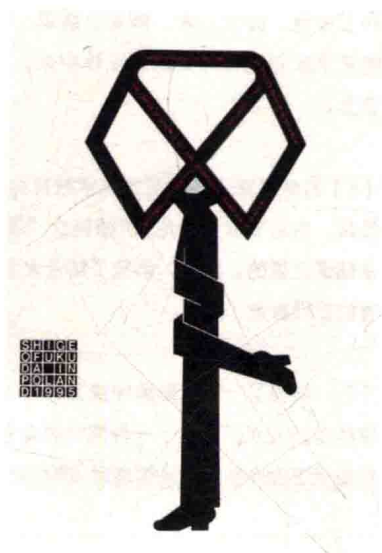


图1-17 福田繁雄作品2

代平面设计师，其作品风格以清晰的结构和简单的造型以及视错觉的插图著称，被称为“日本的埃舍尔”。2009年1月11日，巨星陨落，福田繁雄去世，享年76岁。

田中一光 (Ikko Tanaka)

田中一光是日本设计协会、AGI(国际平面设计协会)成员，是日本卓有成就的平面设计师，对战后日本平面设计的发展有很大的贡献，在世界平面设计界占有相当重要的地位。他受到琳派的影响，把现代设计观念糅合到日本传统艺术中，作品带有明显的个性：优雅、素净和单纯，富有一定的表现主义色彩，设计语言简洁洗练、意境清新、形式优美，在融合东西方传统美学观念与东西方文化特征方面，有独到的思路与手法，以其独特的表现形式和视觉语言以及鲜明的个性，在日本设计界掀起了一场对传统精神的再创造运动。在他的设计作品中，有着京都的雅致、大阪的现实感以及古江户的遗韵，从广义上看，这些正是日本人传统感情的结晶。

田中一光用最基本的几何形体来归纳一个日本女人的头像，他用三个黑色方块和两个暗灰色的三角形表现她的精致、传统的头饰，用一个红色的方形和两个鲜艳的三角形表现女人的和服。

他用这种方式颠覆和继承了日本传统文化中的线条和色彩。在继承和发展民族文化这点上，我们要向我们的邻国日本学习。

法国的招贴设计则较注重优雅和自由的表达、设计语言的探索以及美术范畴的探索，有时也注重古典主义、人文主义的表达。

英国在第二次世界大战后，开创出了一种合理主义图形设计风格，其招贴注重哲理的分析，他们认为：一切都为人的需要服务，风格是次要的，但英国招贴设计师的理智分析和功能主义视觉特征的招贴表现形式具有国际影响力。

总的看来，欧洲的招贴较注重人情味和文化性，美国的招贴较注重实用主义和商业性，日本的招贴较注重东、西方特点的结合。随着历史的发展，全球招贴对话的时代到来，招贴设计超越了国家界限，各国招贴设计师相互取长补短，在20世纪五六十年代占优势的招贴四大学派到70年代以后逐渐失去其原有的国家属性，至90年代，我们已看到：美国的随心所欲的自由设计对欧洲的影响，欧洲的纯粹几何构成及有人情味的招贴文化已渗透到各国，亚洲特有的东方色彩、构图也被美国招贴设计师所接受。

【知识拓展】

包豪斯

包豪斯 (Bauhaus, 1919.4.1—1933.7)，是德国魏玛市的“公立包豪斯学校” (Staatliches Bauhaus) 的简称，后改称“设计学院” (Hochschule für Gestaltung)，习惯上仍沿称“包豪斯”。在两德统一后，位于魏玛的设计学院更名为魏玛包豪斯大学 (Bauhaus-Universität Weimar)，它的成立标志着现代设计的诞生，对世界现代设计的发展产生了深远的影响。包豪斯也是世界上第一所完全为发展现代设计教育而建立的学院。“包豪斯”一词是格罗皮乌斯创造出来的，是德语“Bauhaus”的译音，由德语“Hausbau” (房屋建筑) 一词倒置而成。

包豪斯 (Bauhaus) 作为一种设计体系在当年风靡整个世界，在现代工业设计领域中，它的思想和美学趣味可以说整整影响了一代人。虽然现代主义的崛起对包豪斯的设计思想来说是一种冲击、一种进步，但包豪斯的某些思想、观念对现代工业设计和技术美学仍然有启迪作用，特别是对发展中国家的工业设计道路的方向的选择是有帮助的。它的原则和概念对一切工业设计都是有影响的。弗兰克·皮克 (Frank Pick) 认为：“必须制定一种压倒一切的科学原则和概念，来指导日用品的设计，像建筑方面那些指导房屋设计的原则那样。”

现代主义流派的推动者“包豪斯学派”

包豪斯对于现代工业设计的贡献是巨大的，特别是它的设计教育有着深远的影响，其教学方式成了世界许多学校艺术教育的基础，它培养出的杰出建筑师和设计师把现代建筑与设计推向了新的高度。相比之

下,包豪斯所设计出来的实际的工业产品,无论在范围上还是在数量上,都是不显著的,在世界主要工业国之一——德国的整体设计发展过程中,包豪斯的产品并未起到举足轻重的作用。包豪斯的影响不在于它的实际成就,而在于它的精神。包豪斯的思想在一段时间内被奉为现代主义的经典,但包豪斯的局限性也逐渐为人们所认识,因而它对工业设计造成的不良影响受到了批评,例如包豪斯为了追求新的、工业时代的表现形式,在设计中过分强调抽象的几何图形。“立方体就是上帝”,无论何种产品、何种材料,都采用几何造型,从而走上了形式主义的道路,有时甚至破坏了产品的使用功能。

包豪斯(Bauhaus)的历史贡献

(1) 强调集体工作方式,用以打败艺术教育的个人藩篱,为企业工作奠定基础。

(2) 强调标准,用以打破艺术教育造成的漫不经心的自由化和非标准化。

(3) 设法建立在科学基础上的新的教育体系,强调科学的、逻辑的工作方法和艺术表现的结合。以上几个要点,已经将教学的中心从比较个人的艺术型教育体系转移到理工型体系的方向上来了。

(4) 把设计一向流于“创作外形”的教育重心转移到“解决问题”上去,因而设计第一次摆脱了“玩形式”的弊病,走向了真正的提供方便、实用、经济、美观的设计体系,为现代设计奠定了坚实的发展基础。

(5) 在比利时设计家亨利·凡·德·费尔德的试验基础上,开创了各

种工作室,如金、木、陶瓷、纺织、摄影等。团结了一批卓有建树的艺术家与设计师介入到设计中来,将设计教育建立在科学的基础之上。

(6) 打破了陈旧的学院式美术教育的框框,1920年,包豪斯的重要教员、色彩专家约翰尼·伊顿创立“基础课”,在此之前是没有所谓基础课之说的。同时,创造了结合大工业生产的方式,为现代设计教育的发展奠定了基础。

(7) 培养了一批既熟悉传统工艺又了解现代工业生产方式与设计规律的专门人才,形成了一种简明的适合大机器生产方式的美学风格,将现代工业产品的设计提高到了新的水平。

本章小结

在对招贴定义和它的起源发展有所了解后,大家已对招贴有了一个初步的认识。和其他平面艺术一样,招贴直观地揭示了社会、政治、经济的方方面面以及三者之间存在的联系。除此之外,它还可以说是艺术潮流的折射,反映不同时期的审美趋向。它与绘画艺术同生共赢,相互影响,彼此借鉴。招贴海报还是连接大众与时代前沿的纽带,从而使开拓者们的新发现逐渐转化为一种“日常艺术”。

课后习题

- (1) 谈谈你是怎样定义海报的?
- (2) 你对朱尔斯·谢雷特的海报作品有什么观点?
- (3) 阐述绘画艺术对海报的影响作用。