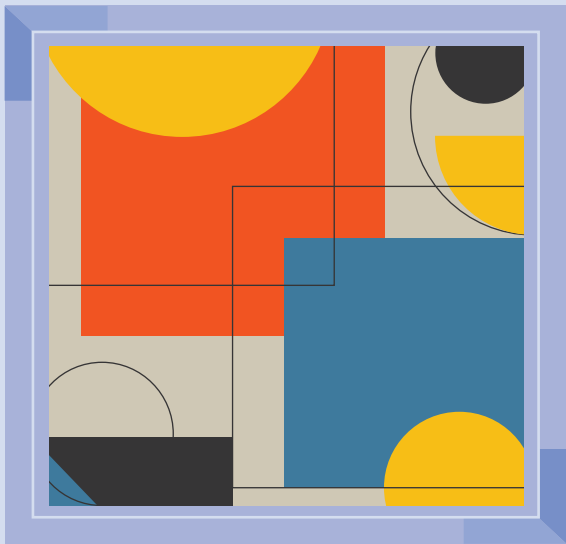




读科学 得真知
科学普及出版社漫漫读微信号



定价：65.00元

「互联网+」新形态立体化教材
艺术设计类系列丛书

招贴设计教程

支 林 吴宏敏 樊俊涛 主编

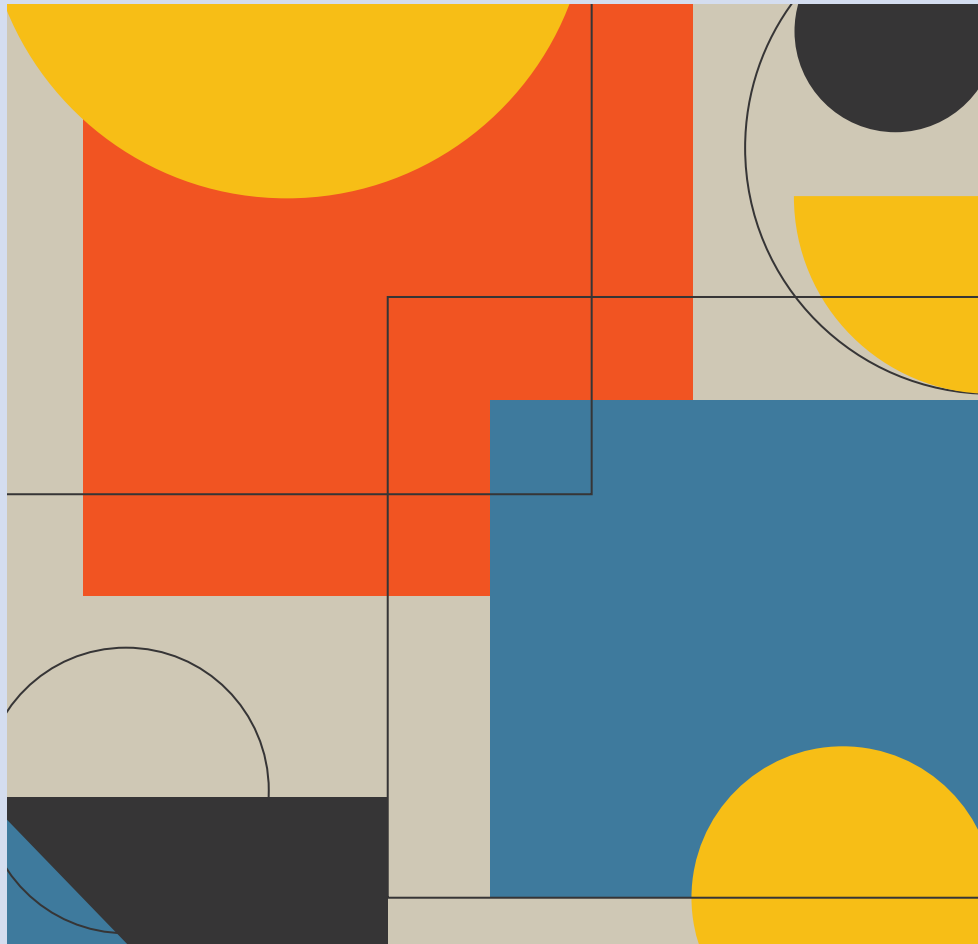
中国科学技术出版社



“互联网+”新形态立体化教材·艺术设计类系列丛书

招贴设计教程

支 林 吴宏敏 樊俊涛 主编



 中国科学技术出版社
CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS



“互联网+”新形态立体化教材·艺术设计类系列丛书

招贴设计教程

支 林 吴宏敏 樊俊涛 主编



中国科学技术出版社

· 北 京 ·

图书在版编目（CIP）数据

招贴设计教程 / 支林, 吴宏敏, 樊俊涛主编.

北京 : 中国科学技术出版社, 2024. 7. -- (“互联网+”
新形态立体化教材) (艺术设计类系列丛书).

ISBN 978-7-5236-0896-8

I. J218.1

中国国家版本馆 CIP 数据核字第 2024T0U288 号

策划编辑 王晓义
责任编辑 林 然
装帧设计 唐韵设计
责任校对 吕传新
责任印制 徐 飞

出 版 中国科学技术出版社
发 行 中国科学技术出版社有限公司
地 址 北京市海淀区中关村南大街 16 号
邮 编 100081
发行电话 010-62173865
传 真 010-62173081
网 址 <http://www.cspbooks.com.cn>

开 本 889mm × 1194mm 1/16
字 数 266 千字
印 张 10.5
版 次 2024 年 7 月第 1 版
印 次 2024 年 7 月第 1 次印刷
印 刷 北京荣玉印刷有限公司
书 号 ISBN 978-7-5236-0896-8 / J · 103
定 价 65.00 元

(凡购买本社图书, 如有缺页、倒页、脱页者, 本社销售中心负责调换)

前言

招贴，又称海报或宣传画，作为户外广告的一种形式，具有重要的宣传和传达功能。招贴在各类公共场所广泛出现，如街道、影（剧）院、展览会、商业区、机场、码头、车站、公园等，为大众提供信息与指引，具有较强的宣传效果。在国外，招贴设计也被称为“瞬间”的街头艺术，凸显其在美学和视觉传达方面的独特魅力。虽然如今广告业发展日新月异，但招贴始终无法被代替，仍然在特定的领域里展现着活力。

“招贴设计基础”是视觉传达方向学生的必修课程和其他方向学生的选修课程。作为一门富有思想性和艺术性的学科，它不仅是美的展示，更是体现国家经济、文化、社会等发展与变迁的重要窗口。招贴不仅是简单的传媒工具，更承担着倡导者和引导者的重要角色。作为新时代的设计者和创作者，我们需要有更大的责任感与担当，要始终坚持以社会主义核心价值观为引领，以党的二十大精神为航标，秉持爱国、合作、进步、自强的价值观念，传递正能量，弘扬主旋律，以更具创新力的招贴设计形式展示出党的声音、国家的形象和人民的期待。

本教程从招贴设计的概念、分类及历史发展入手，注重概念的讲解和剖析，结合招贴设计的特征，通过大量的图例和作品分析说明招贴设计的创意思维方法，并结合国内外不同时代背景、不同社会环境、不同思想文化的招贴实例，讲解招贴设计的创作程序和艺术表现手法，使本教程在招贴设计的教学中更具实用性、更有价值。

本教程共分三章。第一章讲述了招贴设计的基本概念、中外发展简况、类别、创意思维。第二章讲述了招贴作品创作的表现要素、招贴设计的多种艺术表现手法，还有招贴设计视觉与创作的流程。第三章是设计案例赏析，分析鉴赏了多个国内外设计大赛中的优秀招贴设计作品，希望能帮助学生提升鉴赏水平。此外，本教程编者还为一线教师及设计师提供了服务于本教程的教学资源，有需要者可发邮件至 2393867076@qq.com。

教程中不当之处请广大师生提出宝贵意见，以便我们在今后编写教材的过程中进一步提高水平。

最后，希望本教程的探索成果能够为当前招贴设计的教学与研究做出贡献，推动招贴设计教学的不断发展。

课时安排

章 名	章节内容	参考学时	学时合计
第一章 招贴设计的概念与基础	第一节 招贴设计的基本概念	2 ~ 3	8 ~ 12
	第二节 招贴设计的中外发展简况	2 ~ 3	
	第三节 招贴设计的类别	2 ~ 3	
	第四节 招贴设计的创意思维	2 ~ 3	
第二章 招贴设计的艺术表现 手法与创作	第一节 绘画表现的招贴设计	3 ~ 4	12 ~ 16
	第二节 招贴设计的表现手法	3 ~ 4	
	第三节 招贴设计视觉与流程	3 ~ 4	
	第四节 招贴创作的程序	3 ~ 4	
第三章 招贴设计案例赏析	第一节 中国国际广告节及其作品赏析	2 ~ 3	12 ~ 18
	第二节 戛纳国际广告节及其作品赏析	2 ~ 3	
	第三节 纽约国际广告节及其作品赏析	2 ~ 3	
	第四节 伦敦国际广告节及其作品赏析	2 ~ 3	
	第五节 One Show 广告节及其作品赏析	2 ~ 3	
	第六节 全国大学生广告艺术大赛及其作品赏析	2 ~ 3	

目 录

第一章 招贴设计的概念与基础

第一节 招贴设计的基本概念	3
一、招贴的概念	4
二、招贴设计的特点	10
三、招贴设计的作用	18
第二节 招贴设计的中外发展简况	22
一、中国招贴设计发展简况	22
二、外国招贴设计发展简况	28
第三节 招贴设计的类别	37
一、商业招贴	37
二、公益招贴	42
三、文化招贴	47
第四节 招贴设计的创意思维	52
一、创意思维的概念	52
二、招贴设计创意思维的基础	53
三、招贴设计创意思维的手法	57
四、招贴设计创意思维的技巧及表现	70

第二章 招贴设计的艺术表现手法与创作

第一节 绘画表现的招贴设计	83
一、表现要素	83
二、视觉语言的应用	97
第二节 招贴设计的表现手法	110
一、绘画表现的招贴设计	110
二、多维化表现的招贴设计	116

第三节 招贴设计视觉与流程	120
一、视觉流程设计的概念	120
二、视觉流程设计在招贴设计中的作用	120
三、视觉流程设计的种类及特点	121
第四节 招贴创作的程序	123
一、明确主题	123
二、调研分析	123
三、创意表现	123
四、设计制作	124

第三章 招贴设计案例赏析

第一节 中国国际广告节及其作品赏析	129
一、中国国际广告节简介	129
二、中国国际广告节作品赏析	130
第二节 戛纳国际广告节及其作品赏析	133
一、戛纳国际广告节简介	133
二、戛纳国际广告节作品赏析	133
第三节 纽约国际广告节及其作品赏析	138
一、纽约国际广告节简介	138
二、纽约国际广告节作品赏析	138
第四节 伦敦国际广告节及其作品赏析	141
一、伦敦国际广告节简介	141
二、伦敦国际广告节作品赏析	141
第五节 One Show 广告节及其作品赏析	146
一、One Show 广告节简介	146
二、One Show 广告节作品赏析	146
第六节 全国大学生广告艺术大赛及其作品赏析	149
一、全国大学生广告艺术大赛简介	149
二、全国大学生广告艺术大赛作品赏析	149

参考文献	153
后 记	154

第一章

招贴设计的艺术表现 手法与创作

第一节 绘画表现的招贴设计

第二节 招贴设计的表现手法

第三节 招贴设计视觉与流程

第四节 招贴创作的程序

| 本章概述 |

本章以招贴设计的艺术表现手法与创作为重点，首先讲解招贴设计的视觉表现要素——图形、文字、色彩、版式在招贴设计中的作用等，以及视觉语言在招贴设计中的应用基础理论；其次讲解绘画表现和肌理语言表现在招贴设计中的表现手法；再次讲解招贴设计的视觉流程设计；最后让学生按照招贴创作的第四步程序开展有目的的、高效率的设计活动。

| 学习目标 |

1. 通过本章内容的学习，明确招贴设计的视觉表现元素的内容及作用，为之后的学习做准备。
2. 掌握招贴设计中图形、色彩及肌理语言的表现。
3. 深入了解并掌握招贴艺术表现手法，并将其应用于设计创作实践。

| 本章重点 |

1. 了解招贴设计的表现形式、设计方法。
2. 了解创意与表现的关系。
3. 认识与掌握招贴设计程序。





第一节 绘画表现的招贴设计

招贴设计作为一种用来传递信息、表达诉求、传播观点的艺术形式,已经被人们广泛地运用和重视。但并不是所有的招贴作品都能够具备有效传播信息的能力,因为平庸的艺术表现手法会产出平庸的招贴作品,反之,富有创意且震撼人心的艺术表现手法能成就一幅优秀的招贴设计作品。基于上述考虑,招贴设计的艺术表现手法尤为重要,本节我们将就招贴设计的艺术手法展开研究。

一、表现要素

招贴设计是设计师综合运用各种视觉构成要素,围绕主题进行构思、创意、制作的设计活动。视觉构成要素包含图形、色彩、文字、版式等。

(一) 图形

1. 图形的概念

图形是一种说明性的视觉符号,其本意是通过可视的设计形态来表达创造性的意念。图形是一种视觉形式,通过图形的创造给设计思想以形状,使设计的形状成为传达信息的载体,并且能够通过印刷及其他媒体进行大量的复制和广泛的传播。

2. 图形在招贴设计中的作用

图形在招贴设计中扮演着举足轻重的角色,是构成招贴的主体,也是引起人们对招贴关注的首要因素。招贴设计中的图形不仅能够通过可视的造型传递信息,具有独特的艺术内涵,而且招贴设计中的图形也体现了设计师的独特风格和艺术修养。例如,美国设计师兰尼·索曼斯喜欢用随意的线绘插图来创作招贴设计(图 2-1-1);日本设计师福田繁雄偏好用简洁、形象、概括性的图形来创作招贴设计(图 2-1-2)。



▲ 图 2-1-1 有随意线绘插图的招贴(兰尼·索曼斯)



▲ 图 2-1-2 有简洁、形象、概括性图形的招贴(福田繁雄)

3. 图形的分类

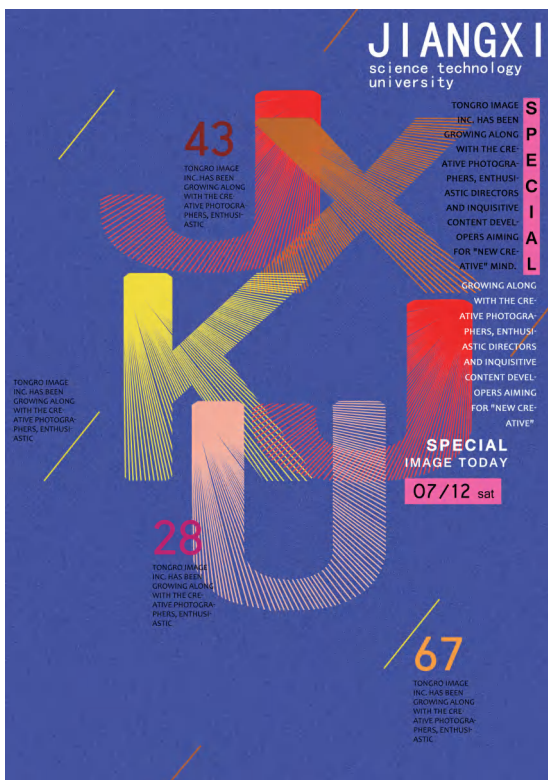
图形的种类五花八门，下面我们将从图形的表现形式入手，对图形进行分类、整理。

(1) 点线图形。

点线图形是以点和线为主要视觉元素的图形，分为以点为主的图形和以线为主的图形两种。这类图形是运用点或线的大小变化、疏密变化、浓淡变化、方向变化的方式，结合平面构成的视觉变化规律设计创作的图形。例如，图 2-1-3 用点线的交错展现出时尚，字母与图形的面切割，利用遮挡关系丰富设计层次感。图 2-1-4 则是用放射状线条组成字母形状，背景色和主体内容的颜色形成强烈的对比关系。



▲ 图 2-1-3 点线交错设计 (张爱清)



▲ 图 2-1-4 放射状线条设计 (钟彪)

(2) 重叠图形。

重叠图形是指通过图形之间的相互重叠，前面的图形遮住后面图形的一部分，使图形中必要的部分显露出来，不必要的部分被掩盖起来。重叠可以发生在两个图形中，也可以发生在多个图形中。例如，图 2-1-5 和图 2-1-6 是运用镂空物体轮廓与其他背景图片重叠的图形创意方式制作的招贴，使用这种方式可以使画面更具有趣味性。

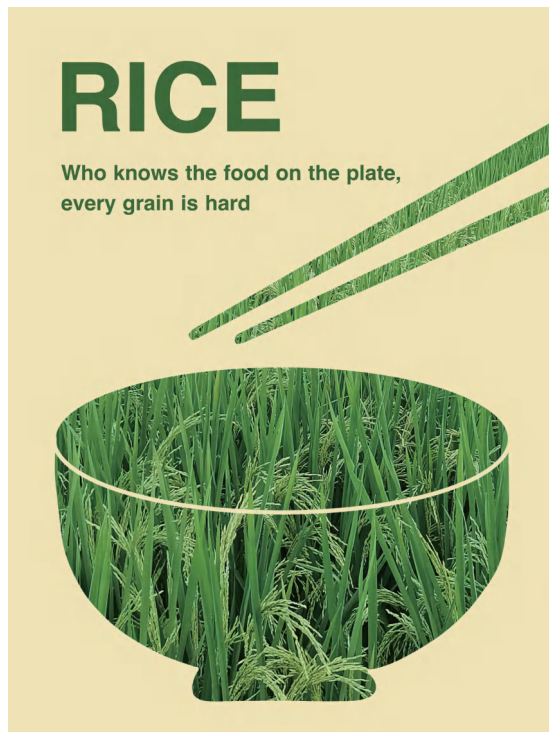
(3) 切割图形。

切割图形是将一个完整的图形做若干次等分或不等分的切割，使原来的图形被中断或分离，从而形成若干个不同的局部，这些局部作为新的图形组成一个不同层次的排列。例如，图 2-1-7 的画面中，人的头部侧影被一反常态地切开，这种类型的图形突破了人们的常规认知而具有趣味性。图 2-1-8 用热烈的红色作为背景色，主体物的比萨斜塔被切割重叠重

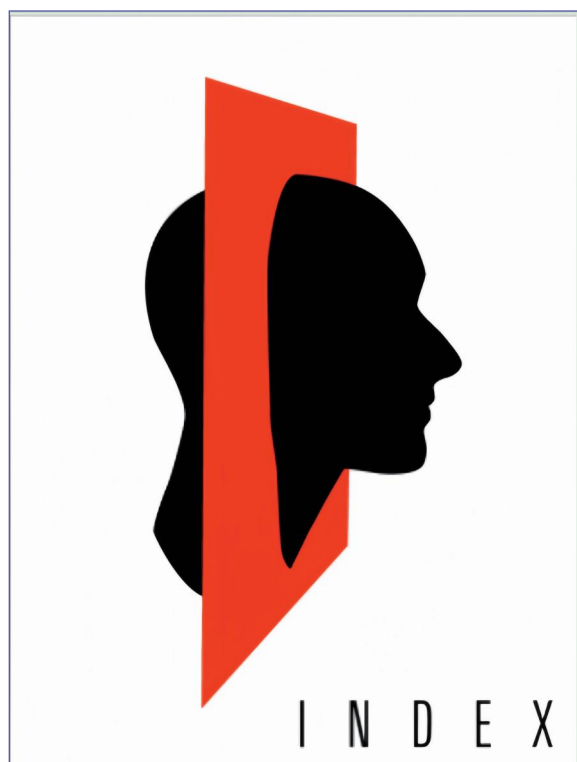
构成直立状，充满设计趣味。



▲ 图 2-1-5 重叠图形设计 (范乃干)



▲ 图 2-1-6 重叠图形设计 (蔡钰)



▲ 图 2-1-7 切割图形设计 (一)(福田繁雄)



▲ 图 2-1-8 切割图形设计 (二)(福田繁雄)

（4）趣结图形。

趣结图形是指将现实生活中和人们的观念中不可能成结的物体弯曲编织成一个结，形成趣味性的、新颖的视觉图形。例如，图 2-1-9 中原本坚硬的象牙竟如麻绳一般柔软地缠绕起来，新奇荒谬的图形揭示了人类大量猎杀非洲象的生态问题；图 2-1-10 为“21 世纪的和平——反核战争大会”招贴，作品将象征战争的武器出人意料地打了个结，以示终结战争。



▲ 图 2-1-9 趣结图形招贴（一）（福田繁雄）



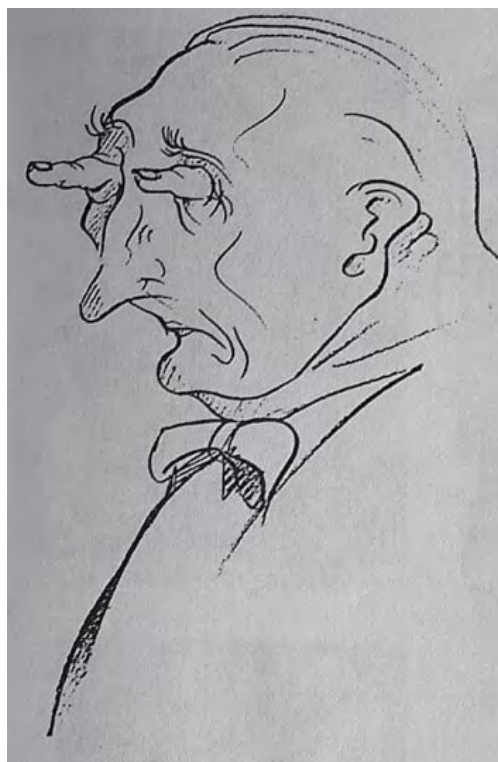
▲ 图 2-1-10 趣结图形招贴（二）（福田繁雄）

（5）趣透图形。

趣透图形是创造一种物体穿透另一种物体的视觉效果，而这些物体在生活中不可能存在相互穿透的现象，从而产生惊喜和趣味性的视觉效果（图 2-1-11、图 2-1-12）。

（6）趣弯图形。

趣弯图形是指利用物体弯曲、变形以后产生的形态变化来设计、创作的图形。趣弯图形的“弯”需要有趣且出人意料。例如，图 2-1-13 中的两支枪，枪口变形内弯组成一个爱心的形状，象征着战争终止，并期待和平的到来；图 2-1-14 中两条手臂被弯曲、变形，从而组合成一个迷宫，十分具有趣味性。



▲ 图 2-1-11 趣透图形招贴(一)(薛雨萌)



▲ 图 2-1-12 趣透图形招贴(二)(薛雨萌)



▲ 图 2-1-13 趣弯图形招贴(一)(福田繁雄)



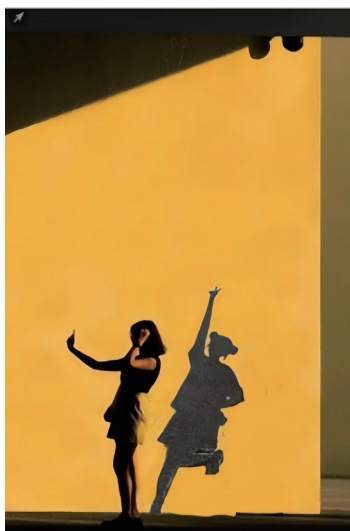
▲ 图 2-1-14 趣弯图形招贴(二)(福田繁雄)

(7) 异影图形。

异影图形是指改变日常生活中的影子的一般概念，利用大胆的变形，对物体的影子进行全面的“再造”，使之成为有趣的、似是而非的“影子”。例如，图 2-1-15 和图 2-1-16 这两幅招贴都使用了异影图形，通过真实人物在地面投影的“再造”，暗示人物故事。



▲ 图 2-1-15 异影图形招贴 (一)(马保霞)



▲ 图 2-1-16 异影图形招贴 (二)(马保霞)

(8) 正负图形。

正负图形是指借助图（正形）和底（负形）的相互反转、借用、依存的关系，设计出有趣味的图形。正负图形以福田繁雄的经典招贴作品为例，是该设计师最具有代表性的视觉符号之一。图 2-1-17、图 2-1-18 巧妙利用黑白棕及黑红颜色搭配，将拿咖啡杯的手部造型及男女腿部造型以正负图形形式结合，进行重复旋转，形成格外有趣的一种视觉效果。



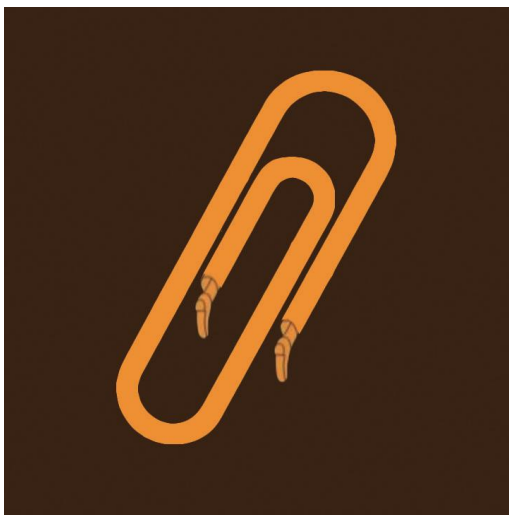
▲ 图 2-1-17 正负图形招贴 (一)



▲ 图 2-1-18 正负图形招贴 (二)

（9）共生图形。

共生图形是指图形与图形之间共用一部分或共用轮廓线，两个或多个图形之间相互借用、相互依存，以一种非常紧密的方式整合，形成一个不可分割的整体。例如，图 2-1-19 为曲别针和腿的共生设计，将腿的轮廓拉伸和变形，构成了曲别针形态。该设计构思大胆，生动有趣。图 2-1-20 是某酒类品牌早期的宣传招贴海报设计，将建筑与酒瓶外形结合，构成一幅具有共生关系的设计作品。该设计饱含隐喻，留有丰富的想象空间。



▲ 图 2-1-19 共生图形招贴（福田繁雄）



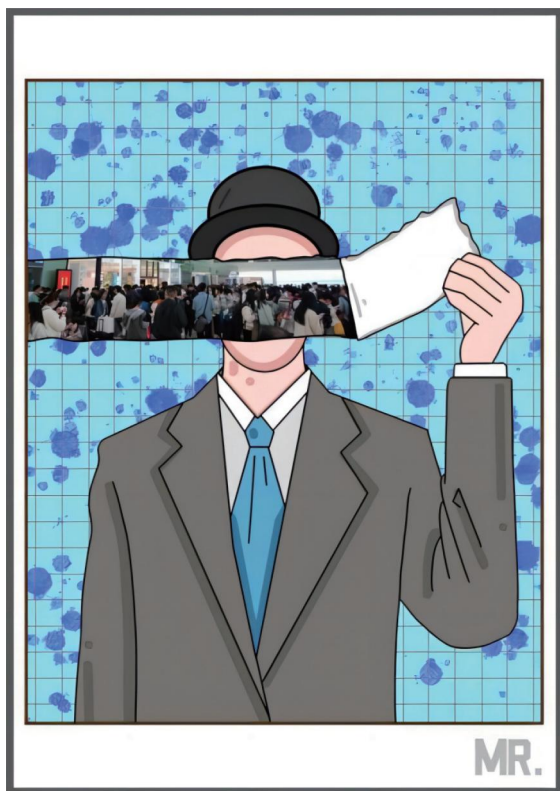
▲ 图 2-1-20 共生图形招贴

（10）悖理图形。

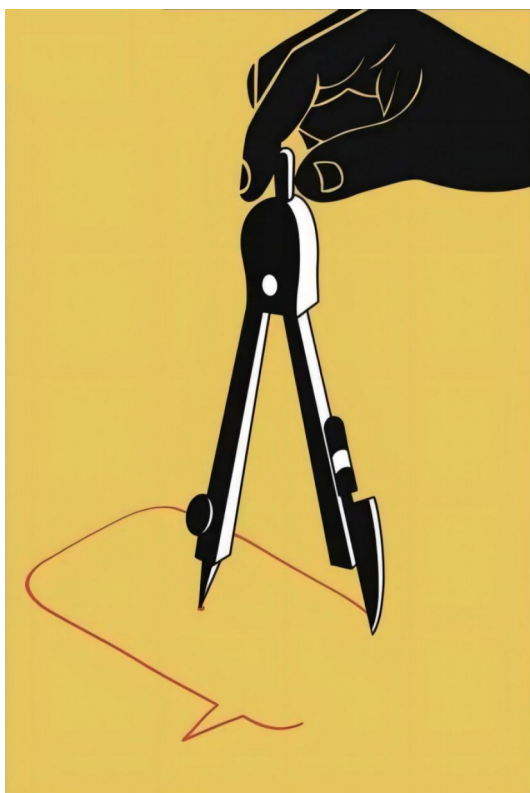
悖理图形是与客观现实相悖、生活中不可能存在与出现的图形，其中以西班牙画家达利和比利时画家雷内·马格利特为代表。图 2-1-21 中，画中人将画撕裂，这显然是生活中不可能发生、有悖常理的场景，作者创造出这样一个悖理图形，以极具趣味性的方式讽刺现实生活中的某种现象。图 2-1-22 画面中的手用圆规画出了一个方形轮廓的对话框，是与生活规律相悖的，该设计很好地展现了悖论图形的理论。

（11）同构图形。

同构图形是指将若干个毫不相干的图形，通过某种方式组合在一起，形成一个新的完整的图形。图 2-1-23 是福田繁雄设计的一幅音乐家贝多芬的肖像剪影轮廓，用散落的音符和演奏家们的剪影构成贝多芬的头发。图 2-1-24 则是在绿植上对树叶和鸟进行了有趣的结合，营造美丽自然的氛围。



▲ 图 2-1-21 悖理图形招贴 (欧阳楷文)



▲ 图 2-1-22 悖理图形招贴 (张子彤)



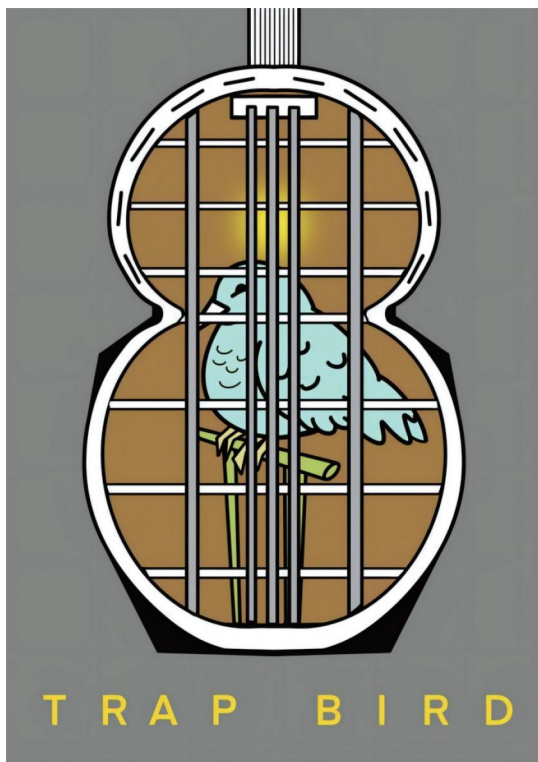
▲ 图 2-1-23 同构图形招贴 (福田繁雄)



▲ 图 2-1-24 同构图形招贴 (欧阳楷文)

（12）置换图形。

置换图形是指依据图形创意表达的需要，将图形的某一个局部用另一个图形替换而形成新的图形。图 2-1-25 中将吉他的内部置换成了一只关在铁栅栏里的鸟儿，通过这样有趣的置换表达音乐节的风格。图 2-1-26 中表现的则是将鹿角和流出的血置换成了纸钞，运用这样的置换图形来表达保护动物的设计主题。



▲ 图 2-1-25 置换图形招贴（欧阳楷文）



▲ 图 2-1-26 置换图形招贴（李瑞欣）

（二）色彩

1. 色彩在招贴设计中的作用

色彩能够迅速地刺激人的感官，在招贴设计中可以通过强烈的视觉冲击力，直接引起人们的注意与情感上的反应。此外，色彩还可以更加深刻地揭示形象的个性特点和招贴的主题，强化感知力度，使人留下深刻的印象和记忆。

2. 招贴设计中的色彩关系——对比与调和

招贴设计的色彩关系可以直接影响画面的视觉效果、信息传达的准确度和观看时的感受，所以我们需要对招贴设计中色彩的对比关系和调和关系进行了解。

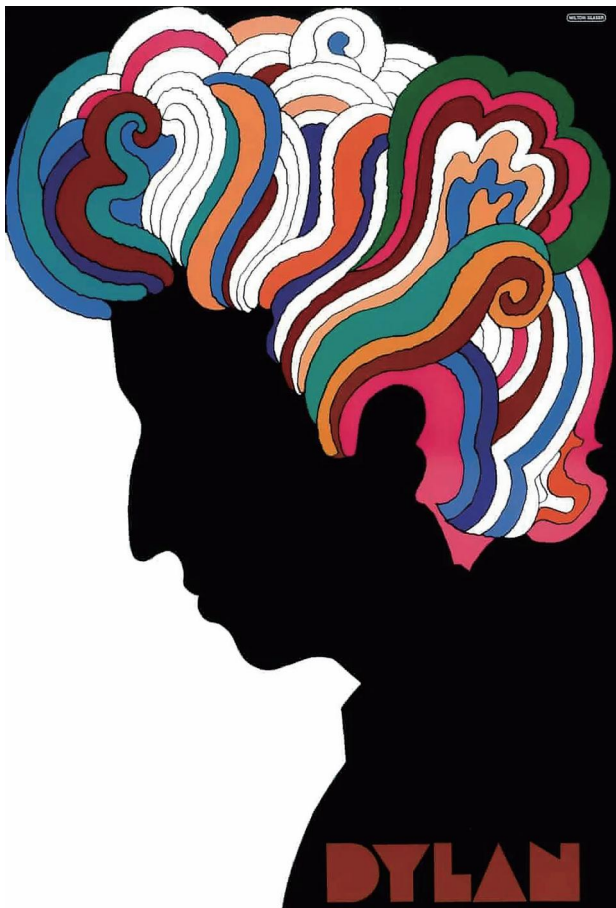
（1）色彩的对比关系。

色彩的对比关系是制造画面视觉冲击力的有效手段，可以更快速、集中地吸引人们的注意。图 2-1-27 是荷兰设计师杰瑞 - 李·波斯曼斯（Jerry-Lee Bosmans）的作品，主要采

用了色彩的三原色——红、黄、蓝三种颜色，通过色彩与基本形状的结合，使画面张力十足，强烈冲撞的色彩具有很强的视觉冲击力。图 2-1-28 是梅顿·戈拉瑟（Milton Glaser）的作品，用黑白两色勾勒出的音乐家鲍勃·迪伦的侧脸剪影，但在人物头发部位运用了高纯度的色彩进行表达，和黑白背景产生强烈的对比，以此突出头发部位，彰显音乐家的气质与风采。



▲ 图 2-1-27 色彩对比招贴 (杰瑞-李·博斯曼斯)



▲ 图 2-1-28 色彩对比招贴 (梅顿·戈拉瑟)

(2) 色彩的调和关系。

色彩的调和关系是指一个画面中各种色彩相互融合而形成一定的色彩倾向。在招贴设计中，色彩的倾向性可以被用来制造特定的气氛与意境，促使招贴设计形成独特的风格与特征。“调和的色彩关系常常体现出一种理性”，是一种有规律的色彩设计，能够通过制造的意境与气氛引导观者观看。图 2-1-29 为玉米须风味茶饮料的招贴，画面采用和玉米近似的暖橙色，令消费者充满对口味的期待和购买欲。图 2-1-30 为美颜相机国潮风格的妆容特效宣传招贴，画面中运用了国风青绿山水的色彩元素，配合画面中的古典人物妆容，设计协调统一，富有美感。



▲ 图 2-1-29 色彩调和招贴 (一)(王荔枝)



▲ 图 2-1-30 色彩调和招贴 (二)(严秋童)

(三) 文字

1. 文字在招贴设计中的作用

文字是人类社会中交流思想、表达情感的工具。在招贴设计中,文字也起着传递信息、表达诉求的作用。招贴设计中的文字设计包括文案设计与字体设计两部分。文案设计具有明确的语义传达作用,是对主题内容的说明。字体设计则是在此基础上,运用不同的字体形象和字体组合形象来加强语义的传达,并与画面中的其他要素相协调。字体设计侧重于字体的表现形式,通过对主题的理解和把握创作新颖的、多样的文字造型。

2. 招贴设计中文字的表现形式

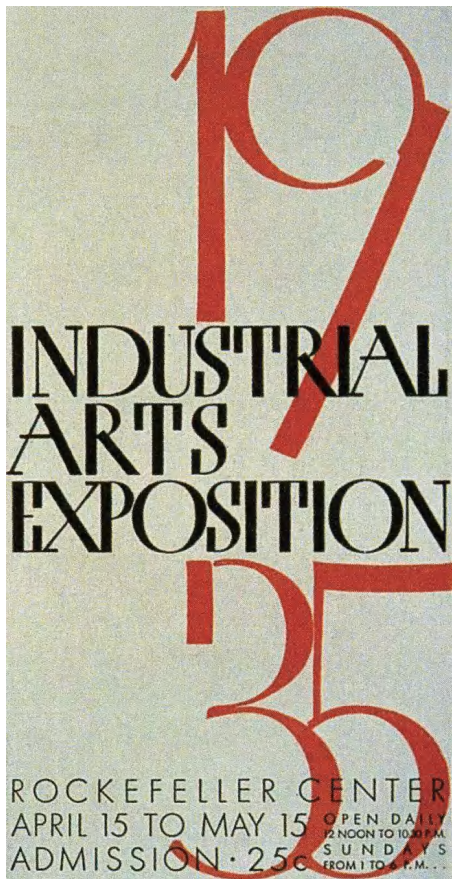
文字作为传递信息的符号,在招贴设计中应该以恰当的形式来表现招贴的内容与意义,具体应注意以下几点。

(1) 文字大小对比。

通过文字的字号大小对比来区分招贴信息中的标题、副标题和正文,放大重要信息,让观众能快速获取招贴的主题。例如,图 2-1-31 是保罗·兰德为 1935 工业艺术博览会所设计的宣传海报,作品中文字的大小将信息分为四个层次,从上至下,由左至右,主次分明。

（2）文字粗细对比。

在进行招贴设计时，应根据文字信息的分类和具体意义将标题或关键内容用粗体突出表现出来，以引起观者注意。这样不仅在视觉上区分了关键信息与次要信息，也使得画面更具有层次感。例如，图 2-1-32 是田中一光的招贴设计，作品中的文字信息通过字体的粗细变化显现出三个层次，粗体为最主要的信息，细体则是对粗体主要信息的解释和补充。



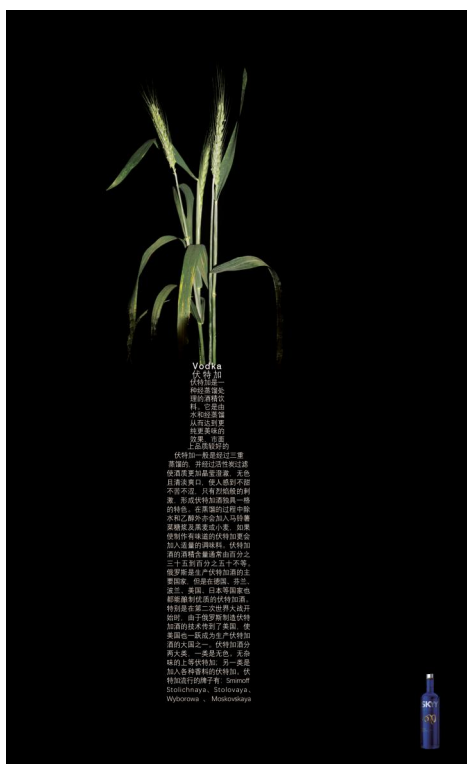
▲ 图 2-1-31 保罗·兰德设计的艺术博览会招贴



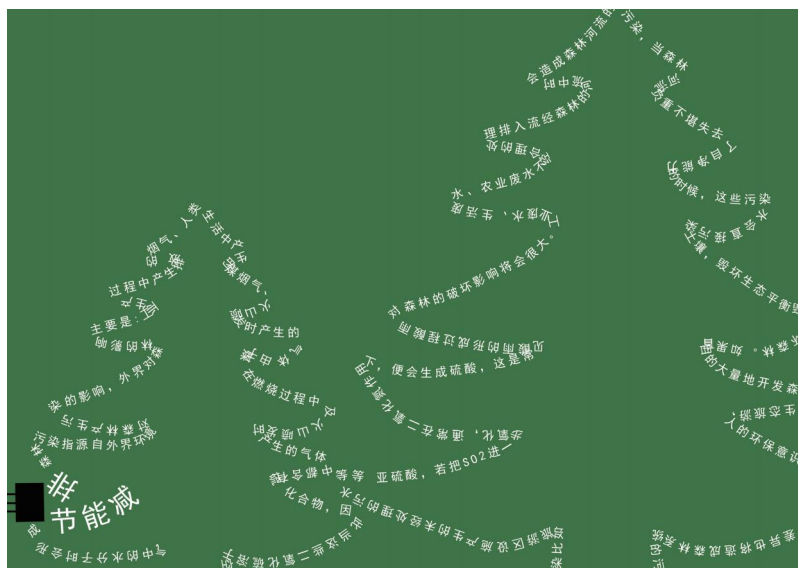
▲ 图 2-1-32 田中一光的招贴设计

（3）文字组合。

一个字在招贴作品中可以被看作一个点，多个文字的组合则可以看成一条线或一个面，甚至还可以组成三维的空间效果。设计师可以根据设计需要和自身的设计理念来编排组合，以达到理想的效果。图 2-1-33 将文字组合设计成具有空间感和纵深感的块体，仿佛一个充满禅意的插花瓶。图 2-1-34 是文字构成图形轮廓的招贴设计，作品用文字勾勒出树的轮廓并表达了节能减排的主题思想，文字不仅传达了招贴的主要信息，也构成了招贴中的主要图形。



▲ 图 2-1-33 文字组合招贴(一)(谢雅玲)



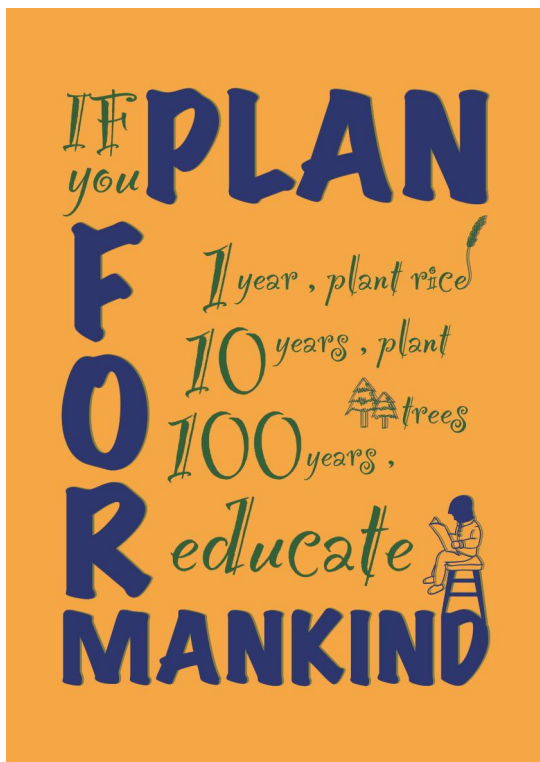
▲ 图 2-1-34 文字组合招贴(二)(谢雅玲)

(4) 文字布局。

文字在招贴作品中的布局是灵活多变的,可以采用左对齐、右对齐、居中对齐等整齐有序的方式布局,也可以采用随行排列、排文成形的自由方式布局。文字在方向上也是不受限制的,横排、竖排或各种斜度的排列都是可行的。文字布局方式和方向的选择,都是为了满足形式或阅读的需要。例如,图 2-1-35 是字和图形不规则交错组合的招贴设计,为百年树人的教育主题,黄蓝对比色突出了文字内容。图 2-1-36 是关于苏打水饮品的招贴设计作品,整个画面选用清新的粉色和气泡来展示苏打水清爽的口感和花香口味,对文字的布局采用了多种方式的处理。这种把字体当作视觉图像的处理手法,非常符合当今广告的发展趋势。

(5) 独特的字体。

在使用字体和进行字体设计前,应先分析、研究招贴的信息特征和表现氛围,在此基础上再选择与之相匹配的字体或设计字体加以表现,让字体与画面中的其他元素相互配合、融合,形成独特的字体表现。例如,图 2-1-37 和图 2-1-38 是关于保护环境、减少砍伐、全球变暖的主题招贴设计,通过对汉字字形、笔画的设计处理与合理的组合,形成视觉感非常独特的效果。



▲ 图 2-1-35 文字布局招贴 (蔡钰)



▲ 图 2-1-36 文字布局招贴 (李泽鹏)



▲ 图 2-1-37 独特字体招贴 (一)(匡榜涛)



▲ 图 2-1-38 独特字体招贴 (二)(匡榜涛)

（四）版式

版式即版面格式，在招贴设计中则是指招贴画面中的版面样式。版式是招贴设计的重要组成部分。版式设计可以通过对招贴画面中各元素的合理布局与组合，使画面表现出清晰的视觉逻辑和美感，让观者能够轻松地获取招贴信息。

1. 版式设计的概念

版式设计是将招贴的构成要素依据招贴主题和创意需求，通过对各要素进行创造性组合，在平面上进行展示的手段。成功的版式设计能够引导观者的视线，以一个明确的视线导向进行观看。

2. 版式设计的作用

合理有效的版式设计能使招贴设计中的各要素之间产生有机的联系，并形成一個简洁明快、重点突出、完整丰富的信息集合体。版式设计既需要符合人们认知过程的心理顺序和思维发展的逻辑顺序，又需要在瞬间抓住人们的视线进行有限的信息传达。

二、视觉语言的应用

（一）图形语言表现的招贴设计

1. 图形语言表现招贴设计的概念

图形语言是人类发明和创造的多种语言之一。在今天这个读图的时代，图形语言以生动、鲜活、形象、直观的优势，被设计师广泛地运用于作品设计中，通过运用图形的语言功能来传达信息。尹定邦在《论图形的产生》一文中指出：“所谓图形，就是图而成形，正是这里所说的认为创造的形象。”由此可见，图形的一个主要功能就是传达信息。

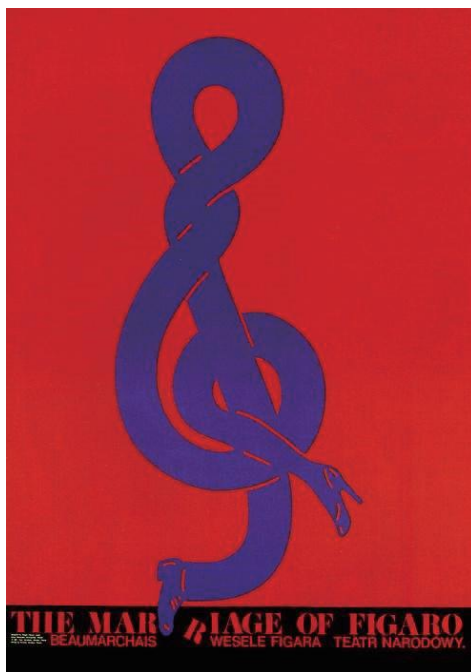
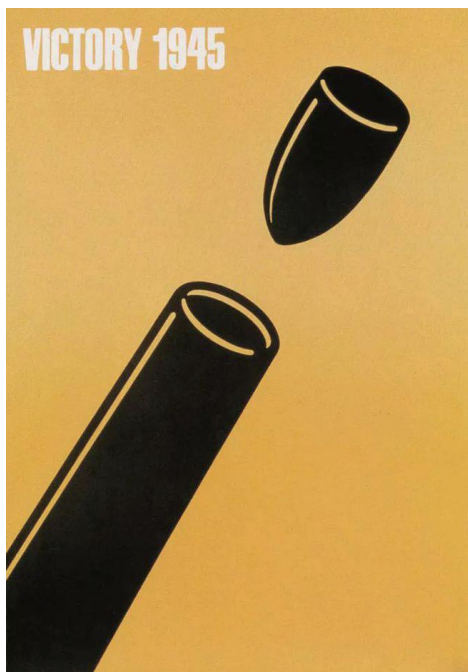
招贴设计作品中的图形语言则是用点、线、面和肌理的不同形态或具象、或抽象地作为基本图形元素，协调组织它们之间的大小、面积、空间、虚实、节奏、韵律等关系，通过对图形元素的组织协调，形成语言来表达、传递招贴的内容和信息。

2. 图形语言表现招贴设计的艺术特点

在招贴设计中，图形语言的表现是说明性图画形象。较之文字，它更加含蓄有意味；较之色彩，则更加形象直观。运用图形语言表现手法的目的之一就是将特定的信息以形象化的视觉形式表现出来，使招贴在面对广泛的、多层次的观者时，表达的信息能够一目了然、简单明确。图形语言表现招贴设计的艺术特点主要体现在以下几方面。

（1）指示性。

图形语言能够承载大量的信息，并通过简洁、直观甚至真实的形象指向某一内容物，让观者产生联想并传递信息。它具有明晰的言辞表达功能，能像文字描写一样体现思维的明晰。例如，图 2-1-39 是福田繁雄设计的一幅反战招贴，通过简洁的图形警示人们发动战争带来的恶果；图 2-1-40 为他设计的另一幅招贴，所用的图形语言在功能上也有异曲同工之妙。



▲ 图 2-1-39 《1945 年的胜利》(福田繁雄) ▲ 图 2-1-40 《费加罗的婚姻》(福田繁雄)

(2) 文化性。

招贴设计中的图形是由一定文化环境中的人创造的，其创造和解读都需要建立在一定的文化基础之上。在创作时，绘制的形象受到设计者所处的文化环境的影响和限制。最终形成的图形在解读时，虽然不同的人对图形有不同的理解和解读，但多数理解都是建立在图形创意的文化特征基础上而求得某种共识的。图 2-1-41 是美国设计师 J. 霍华德·米勒的手绘宣传海报，旨在鼓励第二次世界大战期间的女性劳动者。图 2-1-42 是中华人民共和国成立初期以“劳动”为题材的宣传画。两幅图呈现出的是外国设计师与中国设计师在绘画上的不同表现。



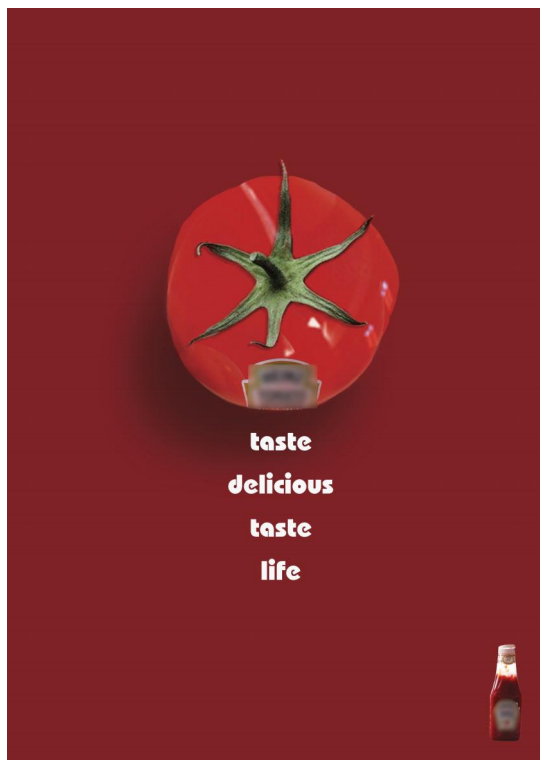
▲ 图 2-1-41 外国劳动宣传招贴 ▲ 图 2-1-42 中国劳动宣传招贴

（3）简洁性。

图形语言表现招贴设计的简洁性体现为图形的创作通过抽象、概括及夸张等手法来抓住事物本质的特征，使图形形象本身的信息简单化，让观者能够迅速地抓住图形特点，并清晰地把握图形所象征的信息。例如，图 2-1-43 这幅伏特加酿酒过程的演示招贴海报抽象地概括展示了粮食原料酿造成酒的工艺过程，让消费者对产品产生进一步了解；图 2-1-44 是关于番茄酱的产品招贴设计，画面主体是热烈的番茄红，居中部分是一个贴着番茄酱品牌标签的新鲜番茄，体现出番茄酱取材新鲜、原汁原味。



▲ 图 2-1-43 伏特加酿酒过程招贴（谢雅玲）



▲ 图 2-1-44 番茄酱产品招贴（谢雅玲）

3. 图形语言表现招贴设计的设计要点

图形语言是招贴设计中的一个重要表现手段，要将信息完整地、形象地传递给观者，就要求设计师掌握住图形语言应用于招贴设计中的要点，让图形语言在招贴设计中充分发挥作用。

（1）信息表达的准确性。

招贴设计的目的是通过设计让需要传播的信息更好、更准确、更快速地传递给观者，这就需要图形的表达，通过创意、编排、表现的过程，围绕主题进行，以具体的图形清晰地、准确地表现设计所传达的内容、情节和感情。所以，在设计中要将图形语言表达信息的准确性放在首位，不能单纯地追求视觉效果和个性的表现而忽略了招贴设计的“初心”。例如，图 2-1-45 为一幅环保主题的招贴。该设计运用准确的图形语言，用动物轮廓拼贴成时尚女性的服饰，呼吁人们保护动物，禁止使用动物皮草制作衣服，使受众能准确的接受设计者所要传

递的思想；图 2-1-46 所示为一个被丝带缠绕着的小女孩，隐喻出小女孩的成长过程被心结所束缚，呼吁人们关爱未成年儿童心理健康，建立良性沟通，不要让“爱”成为心灵的枷锁。



▲ 图 2-1-45 环保主题招贴（谢雅玲）

▲ 图 2-1-46 关爱儿童心理健康招贴（王诗懿）

（2）视觉表现的独特性。

图形的独特性表现在三个方面：视觉冲击力、感染力和趣味性。图形语言传达的信息是图示的、归纳的、概括的。以图形语言表现为主的招贴能够抓住观者的眼球并与他们产生互动。通过对图形的思考、联想和解释来释放图形的内在信息，这就需要图形能够在视觉上表现出独特性，将路人的眼球和思维留在招贴上，以确保信息的传送。图 2-1-47 整幅招贴采用的是非对称式构图，画面中心是林·美术馆标识与庭院之间意象化的表达，标识中间的一抹玫红色与黑白画面形成色彩对比，强化了视觉中心。另外，作者通过调整竹林间距产生远近空间对比，让画面具有纵深感，丰富了招贴的节奏层次，活跃了招贴的整体氛围。图 2-1-48 招贴围绕林·美术馆制作，取林字为主题，将笔画结构以突出层次感的渐变直线条的形态融入其中，再以少数曲线辅助，打破画面局限性。色彩搭配上采用大面积深色系，将主体标识置于亮色块之上，形成明暗强烈对比，给人鲜明、简洁、国际化的感觉。

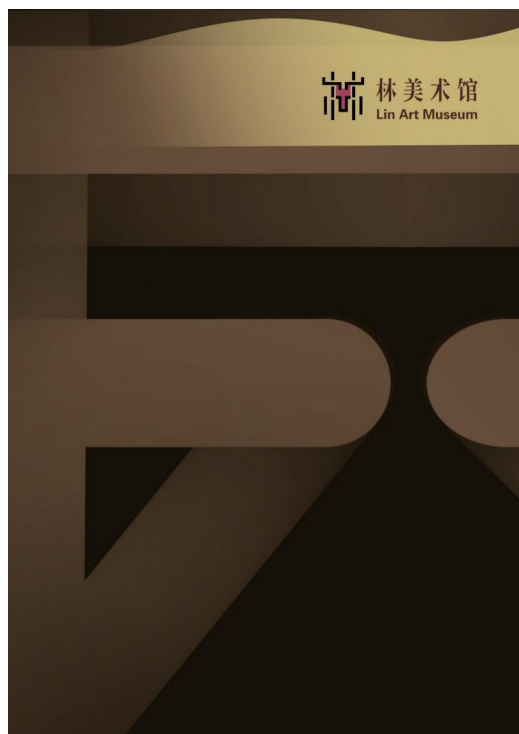
（3）图形语言的适应性。

虽然图形语言具有超越国界和语言障碍的优越性，是一种能够直观传达信息、交流思想的特殊语言形式，但图形语言的文化性使得它受到文化的限制，从而导致图形在其他文化环境中的传播遇到障碍。所以，在使用图形语言表现招贴设计时要考虑到不同地区、国家、民族的文化，以增强图形语言的适应性，减少招贴信息的传播障碍。图 2-1-49 和图 2-1-50

均为福田繁雄的作品。他所使用的图形语言能跨越国界和语言的障碍，受众也能顺利解读作品所蕴含的寓意。



▲ 图 2-1-47 林·美术馆招贴(魏子月)



▲ 图 2-1-48 林·美术馆招贴(万颖)



▲ 图 2-1-49 招贴作品(一)(福田繁雄)



▲ 图 2-1-50 招贴作品(二)(福田繁雄)

（二）色彩语言表现招贴设计

1. 色彩语言的概念

在生活中，无论何时何地，我们都会受到色彩的影响。人们通过光的照射感受到色彩，继而产生生理和心理上的反应，色彩无时无刻不在影响着我们的生活、工作。在招贴设计中，色彩可以清晰明了地向观者表达设计的意图，传递信息。招贴设计中的色彩语言即是用色彩通过视觉作用传达出设计意图，让人理解招贴作品的视觉形式语意。

色彩语言表现的招贴设计即是有目的、有计划、有程序地对色彩进行规划与实施，通过运用色彩的语言特征传递招贴信息。例如，在需要传递热烈和张扬的美食效果时，常常使用黄色和红色为招贴主色调，这样可以更快速地吸引观者的视线并引起注意，如图 2-1-51、图 2-1-52 所示。



▲ 图 2-1-51 方泽钰招贴作品（一）



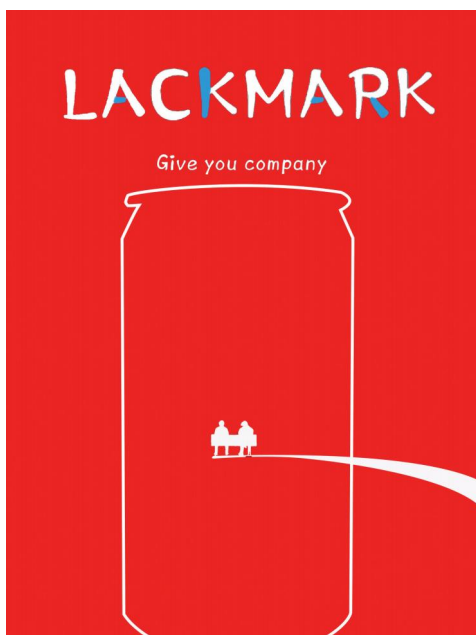
▲ 图 2-1-52 方泽钰招贴作品（二）

2. 色彩语言表现招贴设计的艺术特点

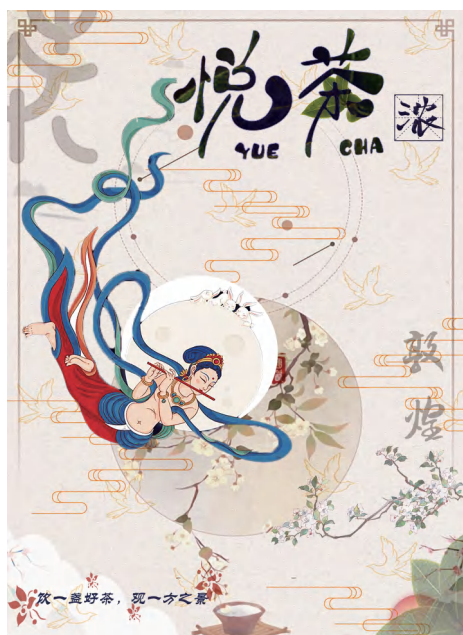
在招贴设计中运用色彩语言具有信息传递、设计语言沟通、设计语言理解、设计语言引导的作用，也使招贴设计展现出了不同的艺术特点。

（1）象征性。

色彩语言表现招贴设计的象征性，即是招贴作品中的一种色彩（或几种色彩的组合）能够促使见到这种色彩的观者引起共同的联想，或对观者具有共同的暗示。例如，图 2-1-53 是关于饮料的招贴，整个画面看似非常简单，但是定睛一看，中间是两个像素块构成的主体人物依偎在长椅上，与宣传标语互相呼应，带给人们无限的想象。图 2-1-54 是由中国敦煌飞天元素构成的茶饮品招贴设计，色调和飞天元素很好地体现了古风茶韵，整个画面非常简单、干净，充满诗情画意。



▲ 图 2-1-53 饮料招贴 (王志两)



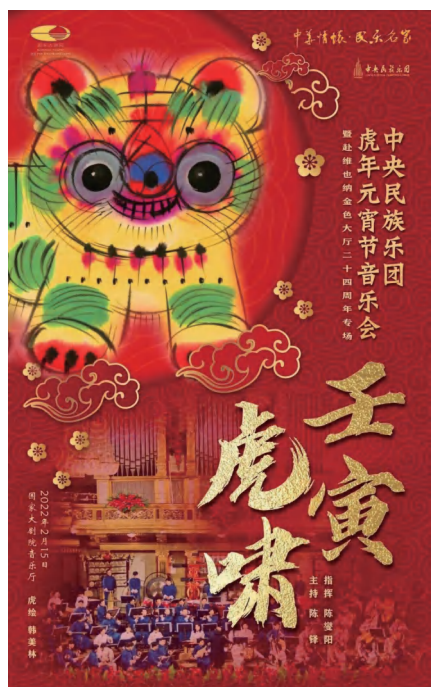
▲ 图 2-1-54 茶饮品招贴 (陈丽霞)

(2) 情感性。

色彩与人的情感联想关系密切，人们可以通过色彩来表达情感。在招贴设计中，色彩语言的情感性表现在设计者会依据需要表达的情感而变换色彩和形式。例如，图 2-1-55 是一幅以表现焦虑、抑郁等心理疾病为主题的招贴设计，为了表现这个主题，设计师在色彩的选择上运用了阴郁、沉闷的色调。图 2-1-56 是一幅晚会宣传招贴，用热烈的红色为主色调来展示人们对春节时的欢快情绪。



▲ 图 2-1-55 心理疾病主题招贴 (王一然)



▲ 图 2-1-56 晚会宣传招贴 (韩美林)



▲ 图 2-1-57 芭蕾舞演出招贴设计 (艾布拉姆·盖姆斯)

(3) 延伸性。

色彩所唤起的人的生理和心理反应是可以延伸的, 与人的听觉、味觉、嗅觉相互转换, 呈现出难以用语言表达的通感中的色彩之美。人的感觉器官是相互联系、相互依存、相互作用的一个整体, 任何一种感觉器官受到外界的刺激, 都会诱发视觉、听觉、嗅觉等感觉系统的反应, 这种伴随感觉在心理学上称为“通感”。色彩语言传达给观者, 随后便在观者的感官中延伸, 这就是色彩语言在招贴设计中的延伸性特点的表现。如图 2-1-57 是设计师艾布拉姆·盖姆斯的招贴作品, 画面中跳芭蕾舞的女性定格在了旋转的那一刹那, 衣服随着身体的转动而变得轻盈起来, 犹如蝴蝶的翅膀。这幅作品就是典型的延伸性设计, 给受众带来了动态视觉的连锁反应。

3. 色彩语言表现招贴设计的设计要点

(1) 理性地运用色彩。

色彩语言不是靠主观的猜想, 而是需要经过调研、分析等合理性的思维活动, 是一种系统的方法, 需要按照色彩自身的语言规律完成设计。色彩自身的语言来自人们对客观事物、现实体验、民族文化的感受和经验, 要想完成信息的传递, 必须以此为基础, 才能让观者解读出色彩所象征的内容与含义, 达到传播信息和交流的目的。所以, 在运用色彩语言表现招贴的设计中要理性地选择、运用色彩, 选择能够准确描述信息、表达情感的色彩语言。例如, 图 2-1-58 运用了跳跃的色调来表现现代化交流的主题, 图 2-1-59 为了表达环境友好型社会的寓意, 背景采用明亮的黄色以起到警示的作用, 而地球采用绿色这样清新的色彩来

表达对未来社会良好环境的期待。

(2) 善于运用视知觉规律。

人们对色彩象征性的解读源于实践, 所以, 要想使色彩快速地进入人们的视线, 并使观者对此产生强烈的反应, 我们还需要借助理论, 善于运用视知觉的原理与规律。视知觉在心理学中是一种对到



▲ 图 2-1-58 现代化交流主题招贴 (福田繁雄)



▲ 图 2-1-59 环境友好型社会主题招贴 (福田繁雄)

达眼睛的可见光信息进行解释,并利用其来计划或行动的能力。视知觉是更进一步地从眼球接收器官到视觉刺激后,一路传导到大脑接收和辨识的过程。它可以帮助设计者更好地了解色彩在人的心理和思维中的作用和运作,从而有针对性地进行招贴设计,提升传递信息的效率。

(3) 增加对流行色的运用。

流行色是在一定时期、地域,受社会政治、文化取向、事件发生、社会心态、经济状况、科技水平、审美趣味、信息传播等诸多方面影响而广泛出现的一种色彩现象。图 2-1-60、图 2-1-61 运用富有科技感与现代感的粉色、蓝色系,此色彩系是当今互联网时代的流行色,也反映了当下的社会趋势和社会现象。该作品在对色彩语言进行编排时,增加了对流行色的运用,这样有利于作品与潮流同步,表达出时代的声音。



▲ 图 2-1-60 赛博朋克主题招贴



▲ 图 2-1-61 室内古典音乐会宣传招贴

(三) 肌理语言表现招贴设计

1. 肌理语言表现招贴设计的概念

肌理是指物体表面的组织纹理结构,即各种纵横交错、高低不平、粗糙平滑的纹理变化。它的特点是体现某种物体本身的质感。当这种肌理成为艺术家们进行艺术创作的工具时,它便被引申到艺术的范畴中,成为艺术作品中的一种形式要素。

肌理有三种形式,即视觉肌理、触觉肌理和听觉肌理。这三种形式可以在人的感官中互相转化。肌理的语言即通过对肌理的感知,获得对对应物的材料和质感方面的感知。

招贴设计是在二维空间内的设计,肌理语言表现的招贴设计就是以视觉和图形的方式来表现肌理,从而让观者联想到肌理所对应、指示的材料,并唤起观者对物象质感的真挚感受,对招贴画面进行联想与思考,以此传达信息和情感。尽管招贴设计中不会有实实在在的可触摸的物质对象,但是对肌理语言的运用,除了能给人带来视觉上的体验,还能刺激其他

感官的知觉。

2. 肌理语言表现招贴设计的艺术特点

肌理语言表现招贴设计的独特性在于能对画面进行表面细节的处理,丰富画面内容,并加强立体感与质感。同时,它也使得画面中的图形、色彩表现得更加生动、细致和具体。肌理语言表现招贴设计具有如下艺术特点。

(1) 直观性。

肌理是存在于客观物象外表最明显的视觉形态之一。肌理语言能向观者传达对应物质的外在特质,如色泽、纹理、形态等,这些信息都是直观的,可以在画面中直接获取。只需要观者结合生活经验,即可掌握肌理所对应的软硬、糙滑、温凉等方面的感受。例如,图 2-1-62 这幅作品直接将海浪放在鱼缸里,底下的水波纹和海洋垃圾都是生活中常见的元素,包括外面的钓鱼竿,让人一目了然,知道这幅招贴表达的是什么。图 2-1-63 也用的是常见的生活化图形:碗筷、鱼骨。不同的是,碗底蔓延的鲜血在直观的同时又引人深思:为什么吃饭还会流血?这时候,文字信息往往能为我们拨开云雾。



▲ 图 2-1-62 爱护海洋招贴作品(陆诗雨)



▲ 图 2-1-63 关怀海洋生物招贴作品(陆诗雨)

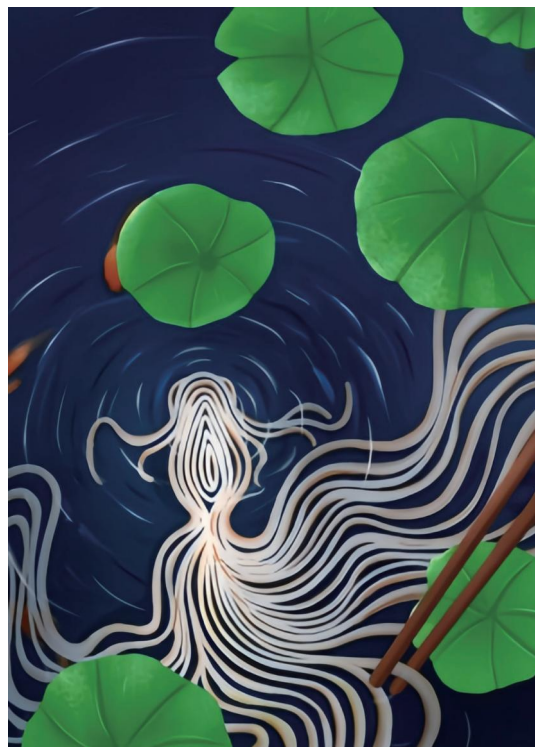
(2) 审美性。

招贴设计运用肌理的偶然性和随机性所造成的非平衡结构模式的视觉图案,具有强烈的形式意味和激活力,可以有效地唤起审美主体的心理活动,并强化审美主体的情感体验。例如,图 2-1-64 把西红柿当作日出东山之上的红日,体现了设计作品的趣味性与独特性。图 2-1-65 则是面条与金鱼的结合,这组作品旨在发扬国潮风格绘画,并与对人类来说极其重要的食物相结合,构思巧妙,抓人眼球,引人深思。这两幅作品选取的元素恰到好处,西红

柿的固有色属性是红色，红色与青绿山水的搭配可谓古香古色、回味无穷，红日也代表着积极向上的感情色彩；而面条这类食物都需要下水煮沸才能食用，一碗清汤面是多少人的儿时记忆？面条的线属性自带流动感，与金鱼不谋而合，天造地设。



▲ 图 2-1-64 食物与自然主题招贴（一）(陆诗雨)



▲ 图 2-1-65 食物与自然主题招贴（二）(陆诗雨)

（3）时代性。

肌理语言的表现需要依靠物质材料，肌理语言表现的招贴设计在一定程度上反映了当下的文化趋势、社会现状、生产水平和技术。新材料、新肌理伴随社会与科学的发展不断涌现，肌理语言也会随之改变和更新。图 2-1-66 和图 2-1-67 是设计师韩美林的生肖形象招贴设计，用抽象概念化的水墨语言勾勒出中国十二生肖中虎和羊的造型，使用中国元素在发扬传统的同时加入了现代创新的设计语言。



▲ 图 2-1-66 生肖形象招贴（一）



▲ 图 2-1-67 生肖形象招贴（二）

3. 肌理语言表现招贴设计的设计要点

为适应现代人们丰富自由的情感和更深层次的审美需求,在使用肌理语言表现招贴的设计中,设计师在设计作品时要掌握其设计要点,对肌理运用进行有意识的取舍与创新。

(1) 肌理的使用需要进行艺术处理。

简单地说,就是在使用肌理语言表现招贴的设计时,通过必要的技术和艺术手段对肌理进行再创造,使语言功能和审美潜能充分地释放出来。舍弃肌理的模糊、不具代表性的部分,选取明确、直观的部分进行艺术处理,转化为符合传达主题和审美的要求。图 2-1-68 和图 2-1-69 是宣传润肤产品润泽效果的招贴,图中人物在皮肤皴裂部分涂抹该产品,所涂之处干裂的皮肤变得宛若蛋清般细腻。



▲ 图 2-1-68 润肤产品招贴 (一)



▲ 图 2-1-69 润肤产品招贴 (二)

(2) 有序的编排肌理在招贴中的布局。

肌理具有偶然、随机的特性。这种特性表现为它们常常是无目的地、多样地呈现在画面中,使画面显得凌乱、无条理、非对称、不平衡等。只有用肌理构成相对有序的布局,造成一种整体气氛,才能使观者更快速、更便捷地获得招贴需要传达的信息。图 2-1-70 和图 2-1-71 是一组关于未来感植物的设计,通过对植物的变形和肌理的叠罩来尝试更多未来元素创作的可能性,在创新试验的同时,呼吁人们保护环境,保护生态系统正常运行,保护植物多样性,并保证人类的可持续发展。

(3) 审美性与功能性的统一。

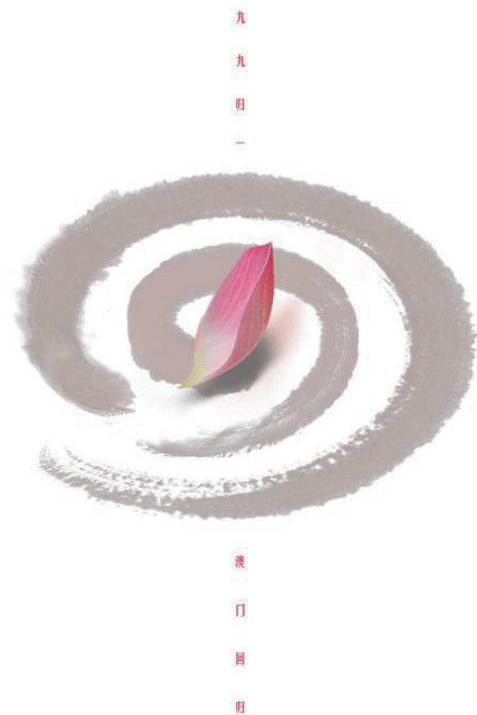
招贴设计作为一种视觉传达的媒体,必须同时具有审美性和功能性。所以,在招贴设计中,肌理语言的运用不仅要满足功能需求,还要符合大众的审美。在肌理的运用中必须依据传达的信息和接受的对象选用适合的肌理语言,不能盲目地追求审美而忽略其功能性。要以功能性为基础,依据设计者的审美取向和对物象特质的感受,利用不同的处理方式和合理的

布局，在招贴画面中完成肌理语言的编辑。例如，图 2-1-72 是在第一章第三节展示过的靳埭强为庆祝澳门“九九回归”设计的招贴作品，运用了水墨肌理，使图形既表达了回归的含义，又具有水墨画的韵味。图 2-1-73 也是运用水墨肌理的两个相连的音符既表达了“旋律”的信息，还为画面增添了韵味。这两幅作品都较好地体现了审美性与功能性的统一。



▲ 图 2-1-70 植物多样性保护宣传招贴（一）(范乃干)

▲ 图 2-1-71 植物多样性保护宣传招贴（二）(范乃干)



▲ 图 2-1-72 澳门“九九回归”招贴《九九归一》
(靳埭强)



▲ 图 2-1-73 儿童主题招贴
(靳埭强)

第二节 招贴设计的表现手法

一、绘画表现的招贴设计

（一）绘画表现招贴设计的概念

要了解绘画表现招贴设计的概念，需要对绘画的概念进行了解。绘画是一种造型艺术，《辞海》中关于“绘画”一词的解释为：“造型艺术之一。用笔、刀等工具，墨、颜料、化合物等物质材料，在纸、木板、纺织物或墙壁等平面上，通过构图、造型和设色等表现手段，创制可视的形象。”除此之外，“绘画”也可解释为“作画”“图画”，如韩愈的《进撰表》中提道：“乾坤之容，日月之光，知其不可绘画，强颜为之，以塞诏旨。”其中，“绘画”作为动词，解释为作画。再如，鲁迅的《且介亭杂文·病后杂谈之余——关于“舒愤懣”》中写道：“我也爱看绘画，尤其是人物。”其中，“绘画”作为名词，解释为绘画作品、图画。本节探讨的是绘画作为一种造型艺术运用于招贴设计中。

绘画表现招贴设计，即将绘画艺术运用于招贴设计中来帮助理念的表达和信息的传递。现代招贴设计的艺术表现形式源于绘画，招贴设计的发展也始终伴随着绘画。在招贴设计中，设计者根据需要传达的信息绘制图画，不仅能通过绘画传达信息，增强招贴设计的表现力，还能满足观者和设计者对艺术的追求以及对审美的需求。图 2-2-1 是《兴隆洋行》商业招贴作品，这幅作品运用水彩的绘画语言，通过细腻的人物刻画，展现了一个手拿产品的时尚女性的形象。同时，画面以暖色调为主，并配以少许的冷色调，使画面冷暖合一。该作品的图形语言占据画面的主要部分，文字处于次要地位，使整个画面主次分明，视觉信息一目了然，令观者可以清晰地接收到招贴画面所要传达的信息。图 2-2-2 是 70 年代创作的《龙江农场》宣传招贴，作品使用版画的绘画语言描绘了一幅人群围坐的学习情景。画面中以浓墨描画的人物为视觉中心，淡彩的金色麦田为背景，营造了远近虚实的空间关系，突出了人们学习探讨的祥和气氛。图 2-2-3 是庆祝中华人民共和国成立四十周年的招贴。图 2-2-4 是一幅福田繁雄招贴展中的招贴设计，台前静止地坐着四个不同视角的人，用简单的线、面造成空间的穿插，大面积的黄色与人物黑色剪影形成对比，产生相当强烈的视觉冲击效果，在视觉表现上具有多重意义。图 2-2-1 ~ 图 2-2-4 反映了各种绘画元素构成的招贴设计风格，有老上海的女性用品细腻绘画风格的招贴广告，有版画风格的知识青年与群众交谈的场景，有中华人民共和国成立后各民族人民大团结的广告绘画风格，还有充满设计感的用色大胆简约、空间交错折叠的设计风格。



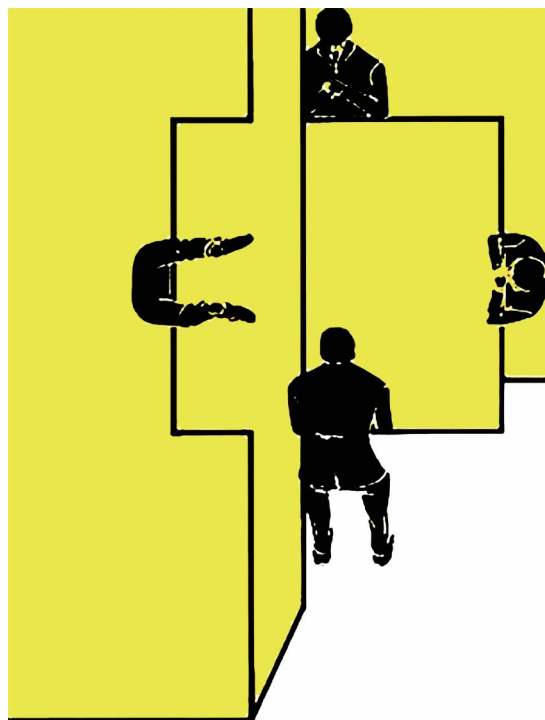
▲ 图 2-2-1 《兴隆洋行》商业招贴



▲ 图 2-2-2 《龙江农场》宣传招贴



▲ 图 2-2-3 庆祝中华人民共和国成立四十周年招贴



▲ 图 2-2-4 充满设计感的招贴设计 (福田繁雄)

（二）绘画表现招贴设计的艺术特点

绘画是传统的招贴表现形式，可以充分发挥设计者的艺术天赋和创造力。在招贴设计中运用绘画的表现形式，融合绘画的优势和特点，可以使招贴的视觉表现力和丰富性大大提升，同时也使绘画表现形式的招贴设计表现出特殊的艺术性。下面将从三个方面对绘画表现招贴设计的艺术特点进行探讨。

1. 现实性

绘画需要依靠物质媒介——创作所使用的物质材料才能完成，这决定了绘画的现实性特征。将绘画作为一种表现形式应用于招贴设计中，可使招贴设计也凸显现实性的艺术特点。



▲ 图 2-2-5 三宅一生作品（一）

这要求设计者的思维和理念通过绘画的形式快速地转化成现实作品，并在设计过程中选择性地对其所表现的对象进行编辑，使传达的信息更加集中和具体。图 2-2-5 和图 2-2-6 是三宅一生的作品，他用一块布“征服了全世界”——如果不是三宅一生，全世界的纸都会被烫平，皱褶的美感都会被熨斗铲平。图 2-2-7 是《神秘河》电影的招贴，三个人在河里投下倒影，河里的影子属于岸上的人，但岸上的人是否愿意面对河里的影子呢？蓝色的河水和黑色影子都暗示着我们每个人都面临着挣扎，每个人都被迫去面对内心那个真正的自我，每个人都必须回头注视自己不为人知的过去，不论是美好还是痛苦。



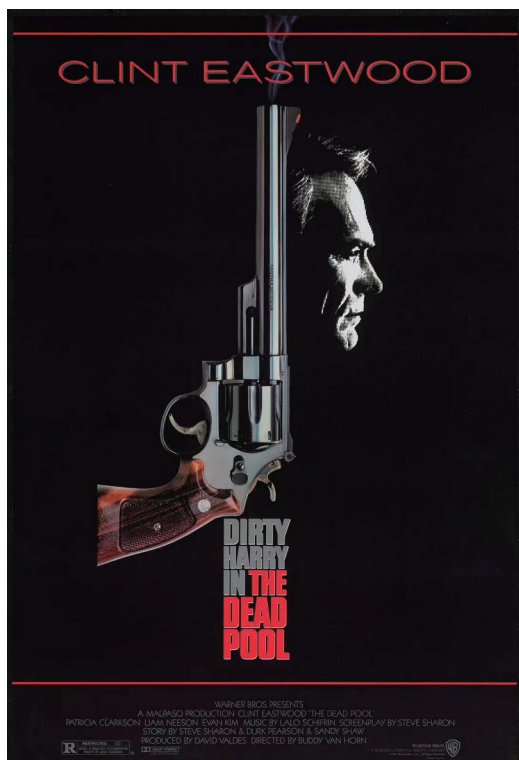
▲ 图 2-2-6 三宅一生作品（二）



▲ 图 2-2-7 《神秘河》电影招贴

2. 直观性

绘画语言的直观性表现在：绘画最终会以物质的形态呈现在观者眼前，供人们观看、联想、思考。在招贴设计中使用绘画的方式对要传达的信息和情感进行表现，当观者的视线与招贴相遇时，他们可以直观地看到其精神内涵的外在表现。例如，图 2-2-8 这幅《虎探追魂》的电影招贴通过设计直观地展现了重型暴力动作的视觉感。图 2-2-9 是米尔顿·格拉瑟绘制的“我爱纽约”的旅游广告词和标志，直观地为纽约的旅游业做宣传，该标志还成了纽约市的城标。



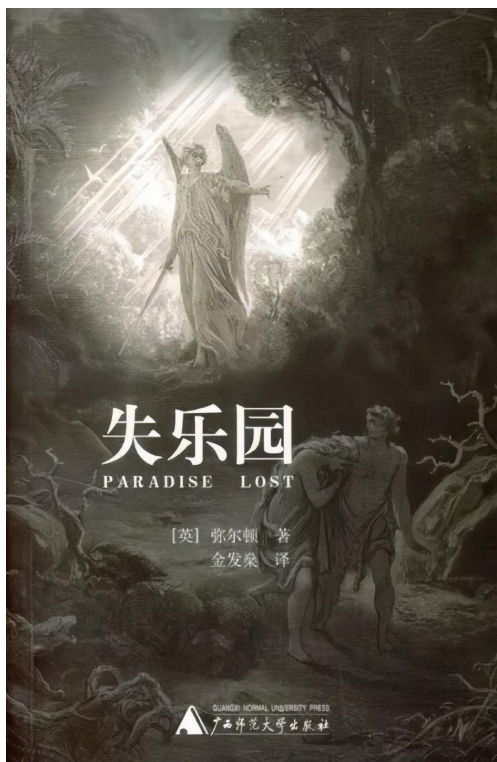
▲ 图 2-2-8 《虎探追魂》电影招贴



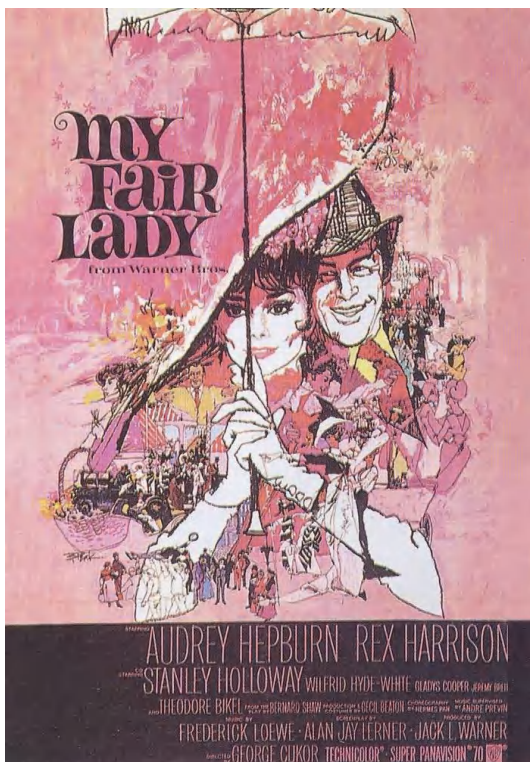
▲ 图 2-2-9 “我爱纽约”广告词和标志

3. 叙事性

绘画表现的招贴设计的叙事性表现在：通过一个定格画面中的可以辨认的指示性符号来触动观者的情感联想，从而完成故事的叙述。画面元素越充分，画面叙事性就越强。正是由于绘画表现的叙事性，才让招贴设计的内容更加丰满，信息的传递更加清晰有力。图 2-2-10 是弥尔顿的《失乐园》的封面，表达了只有善良的人才钟爱自由，其他的人不是爱自由，而是爱放纵。图 2-2-11 是电影《窈窕淑女》的招贴作品，讲述着卖花女被语言学教授改造成优雅贵妇的故事，设计风格洋溢着幽默和雅趣，使寓意和主题尽显。



▲ 图 2-2-10 《失乐园》封面



▲ 图 2-2-11 电影《窈窕淑女》招贴

（三）绘画表现招贴设计的设计要点

绘画表现招贴设计具有较强的艺术感染力和视觉冲击力。

1. 绘画形式服从内容

在绘画表现招贴设计中，绘画形式的选择是为了更好地表现内容，所以绘画表现的招贴设计应该做到形式与内容统一。宗白华在他的《艺术形式美二题》中指出：“真正的艺术家想通过完美的形式感动人，自然要有内容，要有饱满的情感，还要有思想。”由此可见，以绘画表现的招贴设计的目的并不在于形式，而是内容的视觉转化和设计师情感的表达，最终

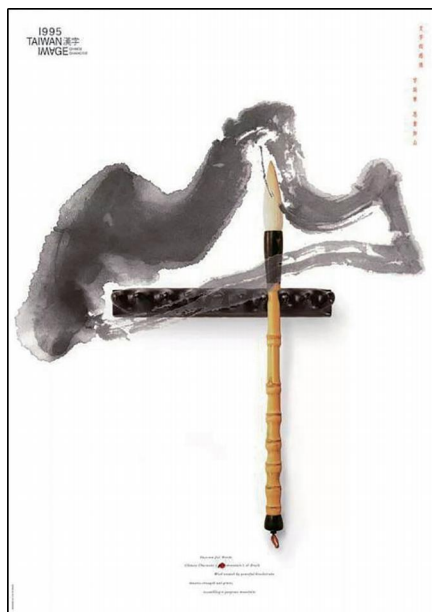
实现传递信息、引起共鸣、延伸思想的目的。要避免为了盲目地追求绘画效果而忽略内容的展现，忽略招贴设计的功能和诉求。例如，图 2-2-12 为一张经典的手绘招贴，1991 年荣获澳大利亚亚太地区艺术与设计大赛金奖。设计元素有和平鸽、线描茶叶、地球等，这些元素体现了丝绸之路各国之间友谊传递的丰富文化内涵，宣传了公司的茶叶品质及提升经济效益的公司文化，充满了时代性。



▲ 图 2-2-12 《传递友谊，送来一片温馨》手绘招贴（支林）

2. 画面要符合人们的审美原则

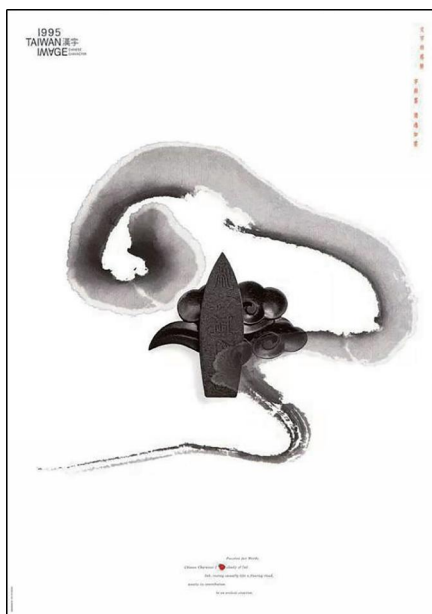
招贴设计中的绘画创作要符合美的要求,因为观者对招贴广告的关注度和理解力更多地体现在对视觉图形的审美关注和对信息的认知上面。所以,通过绘画语言表现招贴设计的画面要符合大众的审美,才能更快速地被人们的视线捕捉并留下深刻印象,以实现信息的传播。例如,图 2-2-13 ~图 2-2-16 是靳埭强设计的“山水云风系列”招贴作品,体现了非常强的意境美,不仅能实现传递招贴信息的目的,也能令观者在视觉上产生美的享受。



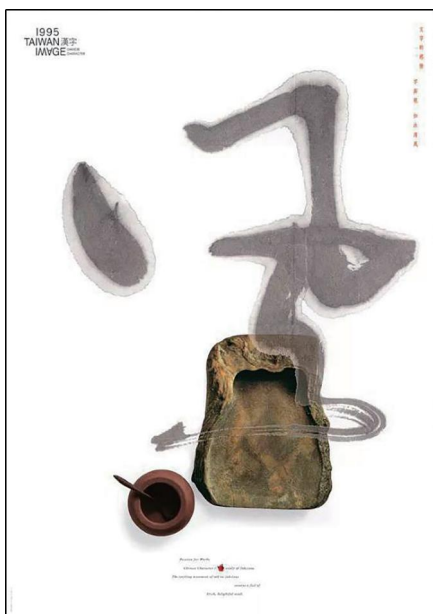
▲ 图 2-2-13 《山水云风》系列招贴作品(一)(靳埭强)



▲ 图 2-2-14 《山水云风》系列招贴作品(二)(靳埭强)



▲ 图 2-2-15 《山水云风》系列招贴作品(三)(靳埭强)



▲ 图 2-2-16 《山水云风》系列招贴作品(四)(靳埭强)

3. 与其他设计元素保持和谐统一

招贴设计的绘画需要与其他元素（图形、字体、文字、色彩、标志等）相互配合、呼应、协调，组成整体性的、系统化的集合体，在内容的传达中共同发挥作用。在一件招贴艺术作品里，如果过于追求变化，就会杂乱无章，而过于强调统一则又会呆板单调、没有生气。只有处理好这种关系，才能使作品获得既生动又协调的艺术效果。例如，图 2-2-17、图 2-2-18 这两幅招贴设计运用疏密的关系和统一的颜色，既突出重点，又能使画面统一，而不显得杂乱无章。



▲ 图 2-2-17 《富强》招贴（张培源）



▲ 图 2-2-18 《友善》招贴（张培源）

二、多维化表现的招贴设计

（一）多维化表现招贴设计的概念

进入 21 世纪以来，科学技术的快速发展带动了设计输出形式的革新。在传统印刷技术制作招贴的基础上，新工艺、新材料和新技术的出现为招贴设计的展示提供了更多可能性。另外，互联网的发展让人们在信息化时代下获取信息越来越快速、便捷，信息的内容也越来越丰富且混杂，于是公众对设计的期望也不断提高，对于更新颖、更实用的设计作品更加向往。

在对设计更高要求和更多需求的当下，设计的发展呈现出多维化的趋势。“多维化”是指对同一信息采用不同的视角和技术手段来展现，给观者更真实、更直观的感受。

招贴设计中的多维化指的是设计的表现不再被局限于平面媒体之中,而是结合三维的空间、时间及人的感官和人的行为,逐渐形成多维化的平面设计思考方式,从而增加平面设计的维度。

在视觉信息不断向更加纵深、广泛、多元的方向发展的背景下,招贴设计的多维化表现可以使之在面对现代社会多媒体信息技术的冲击下,突破传统的设计领域和空间限制,释放设计师的活力和灵感。

(二) 多维化表现招贴设计的要点

多维化表现招贴设计要求设计师要突破传统的设计思维,从而释放新的思维活力,并灵活地掌握当下的先进理念和技术,应用于设计活动中。下面我们将从空间、视觉元素、表现手段和信息传递的方式上来分析多维化表现招贴设计的要点。

第一,在空间上,招贴设计可以突破平面的维度限制,充分利用平面设计表现语言在不同维度的渗透力,在二维平面空间之外,构成多维度的视觉形态语言,即通过设计语言让观者的联想突破二维空间,进入多维度空间之中。例如,图 2-2-19、图 2-2-20 都将画面由二维的布局上升到三维的布局,让画面更丰富、更具有层次感。

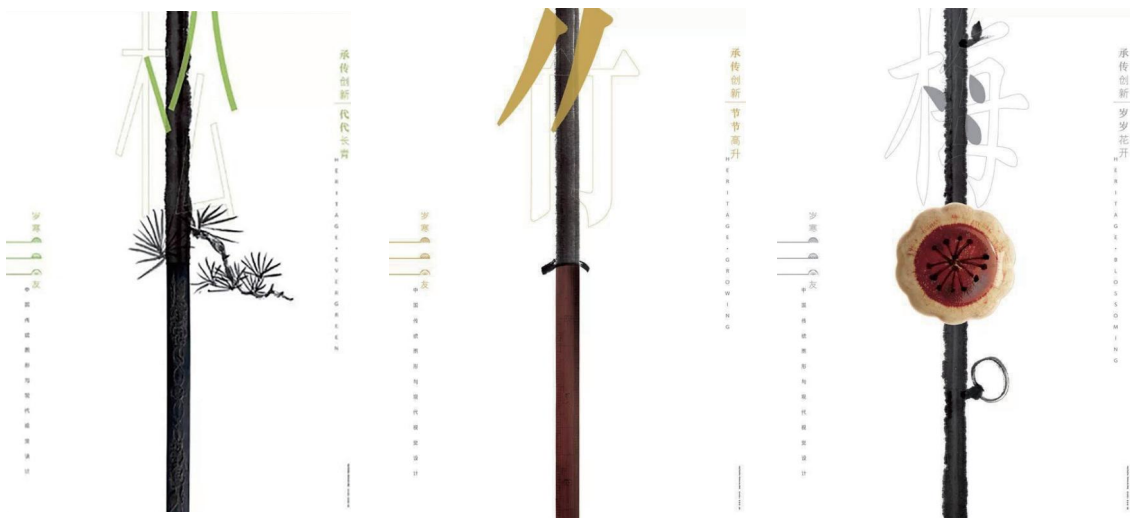


▲ 图 2-2-19 三维招贴 (一)(福田繁雄)



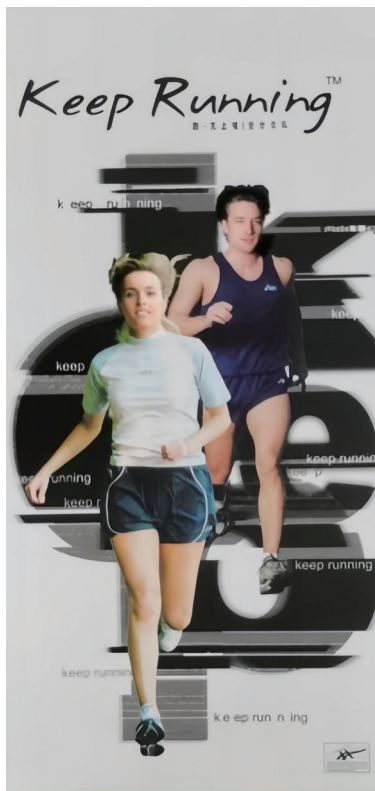
▲ 图 2-2-20 三维招贴 (二)(福田繁雄)

第二,在视觉元素上,将文字、图形、色彩等基本元素进行大胆创新和综合利用,实现元素组合的多元模式和多维表现。例如,图 2-2-21 是靳埭强的系列作品《岁寒三友》,作品将文字、图形、色彩相互融合,运用多维的表现手法加以呈现,取得了与众不同的视觉效果。

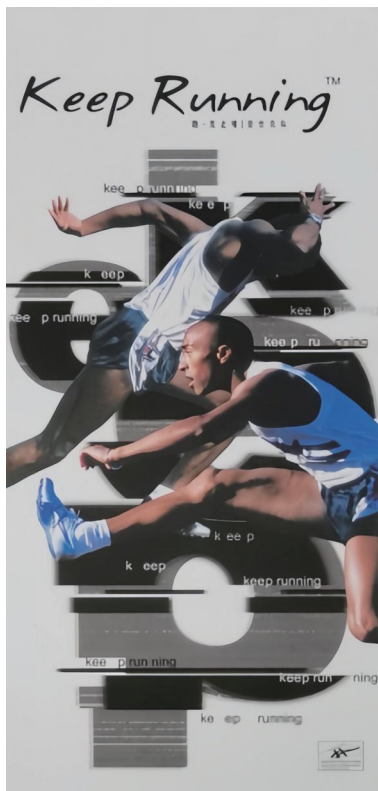


▲ 图 2-2-21 《岁寒三友》招贴

第三，在表现手段上，灵活运用当下各种视觉媒体，拓展表现空间。善于运用新科技、新材料表现招贴主题，并结合多媒体技术综合处理招贴的视觉信息，使其突破传统招贴的“静态”语言，拓展到“动态”，使招贴设计作品从表现语言、表现手段和展示方式上都向多维化发展。例如，图 2-2-22、图 2-2-23 都通过对动态人物和字母的拼贴，使招贴作品的设计二维与三维交错，体现出动态张力，有效地拓展了受众的视觉空间，提升了作品的视觉冲击力。

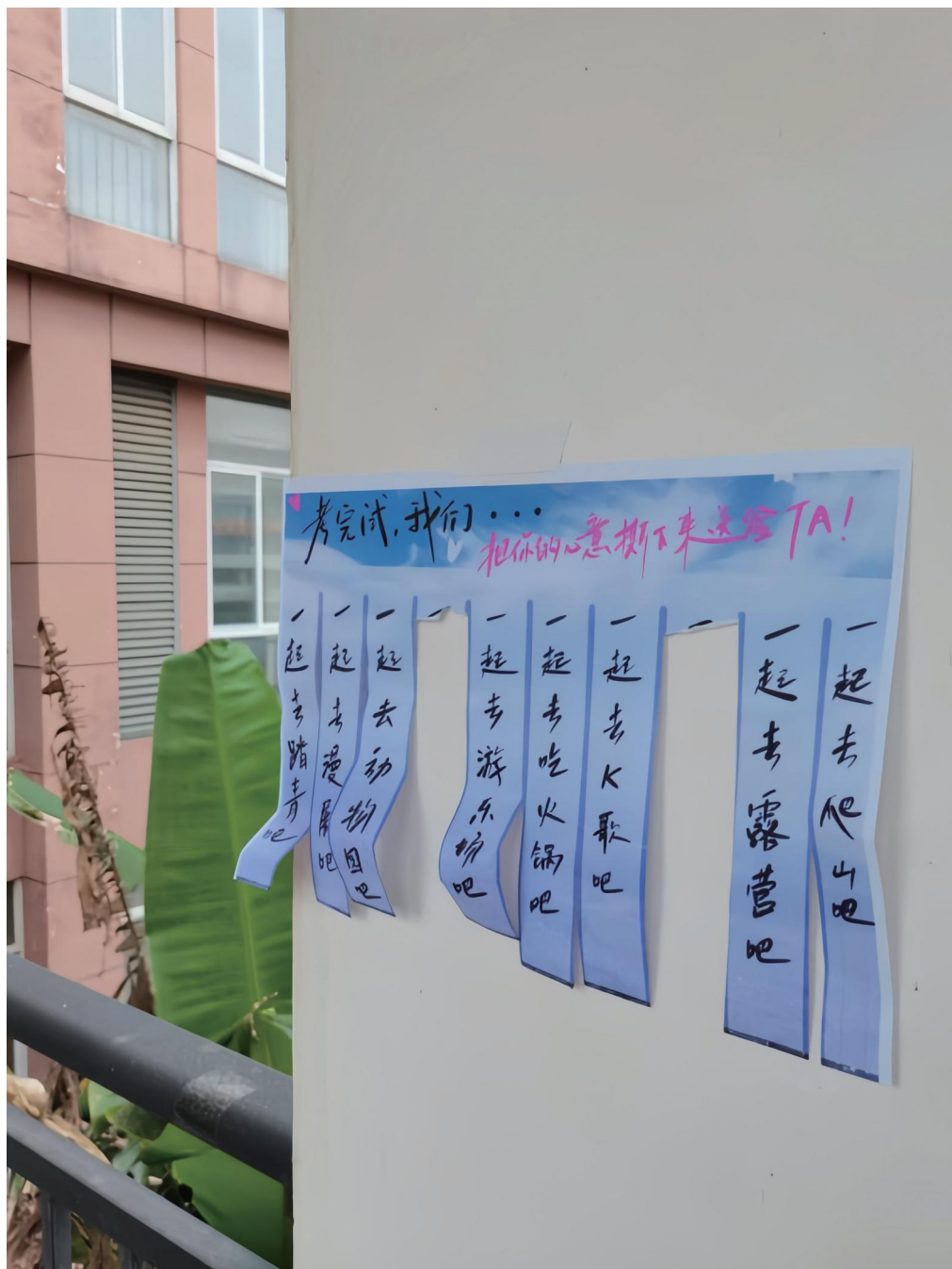


▲ 图 2-2-22 运动产品招贴（一）



▲ 图 2-2-23 运动产品招贴（二）

第四，在信息传递方式上，应注重观者与作品的互动，即“注重受众在整个视觉语境中所起的作用”，从而提升观者在信息传递过程中的参与感，使观者从被动接受信息转变为主动感受信息。例如，图 2-2-24 中的这种招贴是当代校园中较为流行的一种招贴形式，在师生们日常会走过的地方贴上想要表达的语言，吸引观者驻足参与其中。此招贴形式让设计贴近生活，人人可以成为设计的一部分，人人都是设计的参与者，使招贴作品不仅可以观看，还可以与观者产生互动。



▲ 图 2-2-24 声音工作室系列招贴海报（支林 摄）

第三节 招贴设计视觉与流程

招贴设计常常被称为“瞬间的艺术”，设计师如果想要人们在短时间内被招贴画面所吸引，并完成信息的传递，就必须使设计的画面呈现出最符合设计意图的视觉效果。如果单纯依靠视觉表现要素的堆砌和摆放，是不足以达到最佳视觉效果的，还需要通过视觉流程的合理设计来实现有效引导。

一、视觉流程设计的概念

人的视觉注意力是有差异的，视觉流程就是由于视觉注意力的差异而导致人们在观察一个对象时会形成“第一眼看哪，第二眼看哪，哪里多看一会，哪里少看一会”的顺序和过程。视觉流程设计则是对观者从注意力的捕捉起到最后印象的留存这一程序的规划，使观者的视线按照设计师编排的视觉流程线方向流动，按主题要求分层次地引导观者解读。图 2-3-1 和图 2-3-2 运用导弹图形的指向性对观者的视线进行引导，构成镂空的单词和骷髅图形传达作者反对战争、热爱和平的心声。



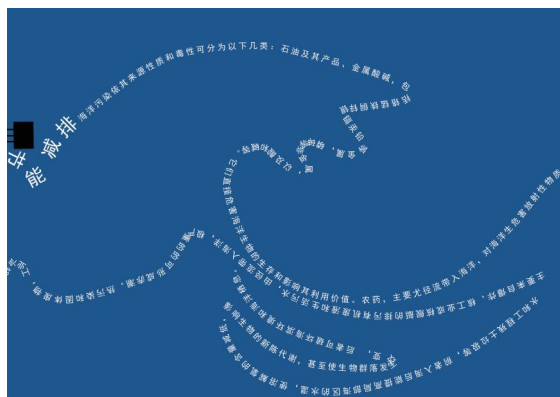
▲ 图 2-3-1 反战招贴 (一)(福田繁雄)



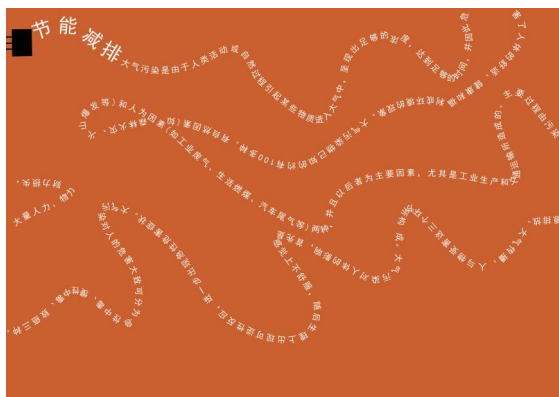
▲ 图 2-3-2 反战招贴 (二)(福田繁雄)

二、视觉流程设计在招贴设计中的作用

在招贴设计中，一个成功的视觉流程设计能够引导观者的视线按照设计师的意图，以合理的顺序、快捷的途径和有效的感知方式去获取信息，以实现信息的有效获取和层次变化。例如，图 2-3-3 和图 2-3-4 通过对画面中的文字的布局安排形成动势，使观者受到暗示，顺着图形运动态势所指的方向进行观看，再通过对文字大小的安排让观者首先捕捉到显眼的文字，然后注意到较弱化的文字，直接通过线条走向引导人们观看。



▲ 图 2-3-3 文字招贴 (一)(谢雅玲)



▲ 图 2-3-4 文字招贴 (二)(谢雅玲)

三、视觉流程设计的种类及特点

视觉流程设计要求设计师依据视觉运动法则来对画面进行设计,视觉运动法则即视觉的运动受到信息强弱的方向、形态及动态的心理暗示、注意力区域的选择和构成要素的影响。那么,根据视觉运动法则可将视觉流程设计分为三类。

第一类,通过信息强弱对比设计视觉流程,即设计师通过大小、明暗、简繁的对比将需要优先被观者捕捉的信息进行突出处理。通过强弱对比的视觉流程设计,画面具有很强的冲击力,人们在观看时,视觉的运动是跳跃性的。

第二类,通过视觉元素的形态和动态形成心理暗示的视觉流程设计,即设计师在画面中利用具有指示性的元素或通过元素打造一定方向的动势来对观者进行心理暗示,使观者顺着指示或动势所指的方向对画面中的信息进行关注。这类视觉流程设计使画面具有动感和节奏感,视觉的运动是连贯、流畅的。例如,图 2-3-5 的画面通过明暗对比形成指向,使观者的视觉被引导至飞鸟的方向,这只飞鸟是招贴要展现的主体。图 2-3-6 中,垃圾形成的武器落向北极熊生存的家园,揭示了垃圾对生态环境的破坏所带来的恶劣影响。



▲ 图 2-3-5 飞鸟主题招贴 (谢雅玲)



▲ 图 2-3-6 减少白色垃圾宣传招贴 (黄正伟)

第三类,通过

注意力区域的选择设计视觉流程，即将主要信息置于画面的最佳视域（在一个界定的范围内，人的视觉注意力是有差异的，注意力价值最大的是上部、左侧、左上和中上，称为最佳视域），首先被观者读取。次要信息则置于次等的视域，以此类推。通过注意力区域的选择设计视觉流程，视觉的流动更为简明和自然，主题内容的表达更加直接。图 2-3-7 是关于茶具产品礼盒的招贴设计，画面将重点内容置于画面中间的最佳视域，让观者第一眼就能捕捉招贴的主题，画面色调也符合茶文化的雅致特性。



▲ 图 2-3-7 茶具产品礼盒招贴（谢雅玲）



第四节 招贴创作的程序

招贴设计是一个系列性的、严谨的设计活动，在不断的实践过程中形成了一套规范程序，使设计和制作过程规范化。按照其程序进行设计活动，可以使设计师有目的地、高效率地开展设计，还可以降低设计作品的出错率。招贴设计的程序分为明确主题、调研分析、创意表现、设计制作几个步骤。

一、明确主题

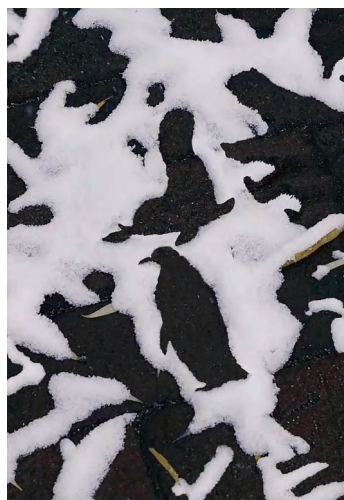
招贴的主题确定有任选题和命题两种方式。任选题是指设计者根据自己的诉求确定主题，这使得主题具有主观性，并有一定的自由度。命题则是委托方或任务发出者提出的具有严格限制的主题要求，主题的自由度相对较小。所以，主题的明确主要有两种方式——自主命题和被动接受任务。例如，2019 白金创意国际大学生平面设计大赛中既有主题竞赛设计单元，给出“AUPU 奥普——爱的温暖时光”和“Catch：猎我所见”两个主题，也有自由主题设计竞赛单元，不对主题进行限制。

二、调研分析

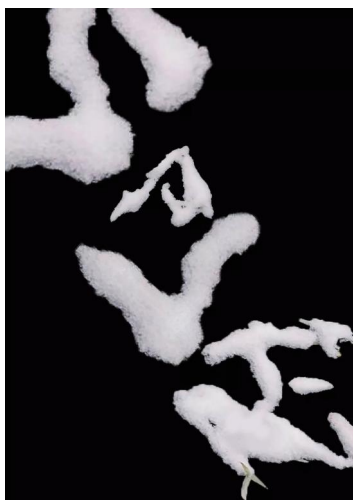
无论是文化招贴、公益招贴还是商业招贴，在着手创意设计前都需要围绕主题进行市场调研与分析。招贴设计程序的调研和分析环节实质上包含两个内容：一个是“调研”，另一个是“分析”。“调研”就是市场调查，通过各种可能的方式获取招贴设计所需的信息，如市场信息、产品信息及委托方的要求和建议。此外，还要对招贴设计所需的素材进行搜集，素材包括与主题相关的图形、图像、声音、文字、色彩等。“分析”主要是为了明确招贴设计目标的市场定位，其中包括设计目标的品牌定位、产品定位和受众定位。“分析”需要建立在“调研”的基础上，对设计目标进行准确的定位，才能使设计具有竞争力，既能树立独特的印象，又能满足观者的需求和偏好。

三、创意表现

如果说前面的两个步骤是招贴设计中发现问题、分析问题的阶段，那么创意表现则是解决问题的阶段。在创意表现中，设计者首先需要积极联想一切与主题相关的元素，并一一罗列出来。然后，从多种角度探索它们与主题之间各种创造性组合的可能性和效果，并创作出多个设计方案。最后，将众多设计方案进行比较，确定最恰当的一则方案。在招贴设计的过程中，创意的形成需要进行反复的思考和尝试。随着创意过程的深入，设计者会越发熟悉主题，思路也随之开阔，好的创意也会不断涌现。例如，图 2-4-1~图 2-4-3 是崔思雨设计的一套系列招贴作品，设计师高度关注全球气候变暖带来的各种危害。该系列作品采用了正负形的手法，色调统一，黑白对比强烈，在即将融化的白雪中显示出企鹅、北极熊等形象。作品告诫人们：全球变暖让许多动物面临消失的危机，就像即将消融的雪一样脆弱。



▲ 图 2-4-1 环保招贴 (一)
(崔思雨)



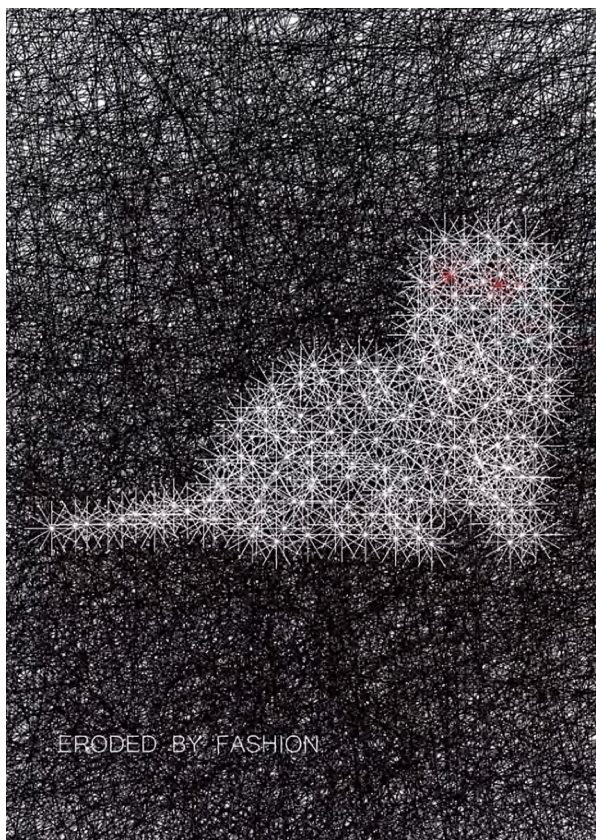
▲ 图 2-4-2 环保招贴 (二)
(崔思雨)



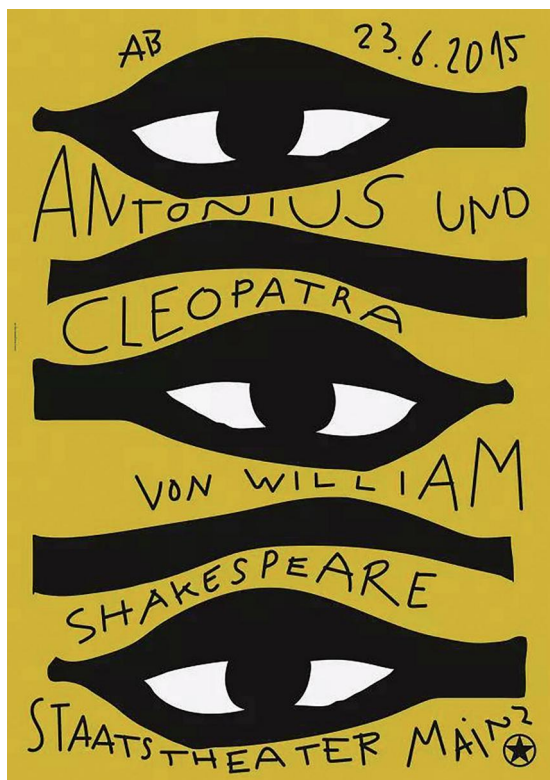
▲ 图 2-4-3 环保招贴 (三)
(崔思雨)

四、设计制作

当招贴的主题与创意确定后,就需要进行招贴的实施和发布。设计者需要对招贴的用纸、招贴的尺寸和招贴的印刷等问题进行考虑和选择,除了要满足委托方的要求,还要考虑招贴最终的呈现效果。例如,图 2-4-4 是 2016 年红点设计大奖的获奖作品,主题是“抵抗动物皮毛制衣”,考虑到这幅招贴会在墙面上进行张贴,所以尺寸就要大一些,基本在 50 cm×70 cm。在印刷时,为了保证图像清晰,分辨率一般是 300 dpi,并选用有肌理的特种纸,能让观者感受到动物皮毛的质感。再如,图 2-4-5、图 2-4-6 是德国美因茨州立剧院的招贴设计,主要用于商业宣传,为了吸引大众的注意,增加售票率,故而选用了 A4 大小的纸张,容易浏览,便于印刷。印刷时可以选用铜版纸,铜版纸表面光滑、洁白度高、吸墨着墨性能很好,并且价格低廉,非常适用于商业宣传。



▲ 图 2-4-4 抵抗动物皮毛制衣公益招贴 (谢其文)



▲ 图 2-4-5 剧院宣传招贴（一）



▲ 图 2-4-6 剧院宣传招贴（二）

思考与实践

1. 临摹优秀的招贴作品，领会招贴艺术的表现手法。
2. 以文字类招贴进行自命题实训，运用图形的表现形式，按设计程序创作一幅或系列作品，单幅作品尺寸不小于 297 mm × 210 mm。
3. 选择现有的热门商业题材或社会热点问题进行创意设计，要求单幅作品尺寸不小于 297 mm × 210 mm。
4. 分析各种招贴艺术表现手法的优势与不足。