招贴设计中的简约主义风格

黄丽丽
（黑龙江财经学院，哈尔滨 150025）

摘要：目的 探究招贴设计中的简约主义风格。**方法** 以简约主义风格为起点，概括简约主义风格融入招贴设计的重要意义，在此基础上分文字、构图、色彩、图形 4 个方面对招贴设计中的简约主义风格进行论述，配合具体实例总结方式方法。**结论** 在招贴设计中融入简洁主义风格既能够满足大众的精神需求，又能够提升招贴作品的宣传效果，是未来招贴设计的主要发展趋势。

关键词： 招贴设计；简约主义风格；意义
中图分类号： J511 **文献标识码：** A **文章编号：** 1001-3563(2017)16-0254-03

Minimalist Style in Poster Design

HUANG Li-li
(Heilongjiang University of Finance and Economics, Harbin 150025, China)

ABSTRACT: It aims to explore the minimalist style in poster design. With the minimalist style as a starting point, it sums up the significance of minimalist style into the poster design, based on this text, composition, color, graphic aspects, the minimalist style in poster design are discussed, combined with specific examples. The concise style in poster design not only can satisfy people's spiritual needs, but also enhance the poster propaganda effect, which is the main development trend of the future poster design.

KEY WORDS: poster design; minimalism style; significance

招贴是一种在户外或公共场所张贴的广告形式，主要通过图形、文字等设计元素，传递商业、文化等方面的信息，具有观赏时间短、视觉冲击力强、信息表达简洁明了等特点。招贴设计最早起源于 20 世纪早期的商品促销，后逐渐获得了丰富和发展，应用范围与形式逐渐广泛起来。然而，在发展速度加快的当前社会，信息的传播速度已经大大超乎想象。为了追求速度和效率，很多招贴设计作品存在千篇一律、照搬照抄的现象，尤其部分招贴设计一味求繁，认为只有全部罗列才能给观者带来深入的理解与体会[1]。事实上，现代的人们几乎每天都被各种广告包围，加上快节奏的生活对其影响较大，他们渴望的是一种视觉的减压和精神的放松。如果招贴设计总是你搬我抄，或者内容多而杂，不仅不会引起他们的注意，而且会在一定程度上造成视觉疲劳，降低招贴的实际效用。应运而生的简约主义风格招贴设计，凸显了人性化和时代化的一面，不仅画面一目了然，而且有着强烈的视觉冲击力，能够给受众留下深刻的印象，完美地解决了这一问题[2]。

1 简约主义风格

在当前的平面设计中，简约主义设计作为一种具有独特艺术气息的设计风格，被广大设计师推崇，并涉及到平面设计的各个领域，如海报、招贴、VI、字体、影视广告等，具有强大的群众基础和渗透力。所谓简约主义，其实是一种以人为本的设计，其强调删除一切不利于人使用和操作的因素，但这种删减并不是简单的内容删减，而是在充分理解贯通了主题之后，将内容进行提炼，从而以直接的、具有创意的手法展现出其中的精华，给广大观众打造出视觉盛宴[3]。毫不夸张地说，简约主义是一种具有深度艺术气息且备受大众认可的设计理念，简约中不失精致，在简单、稀少的形式规则中求得意境和品位上的

收稿日期： 2017-04-12
作者简介： 黄丽丽（1977—），女，黑龙江人，硕士，黑龙江财经学院副教授，主要从事视觉传达设计方面的研究。

复杂与繁多。

2　简约主义风格融入招贴设计的重要意义

简约主义风格给设计行业注入了新鲜血液，引发了一种潮流。简约主义影响下的招贴设计，不仅具备普通招贴设计的所有特征，而且因画面大、远视强、内容广、兼具性、重复性、新奇、夸张、冲突、直率、简约等特点，引发了观者的情感共鸣，最终被观者认可。将简约主义风格融入招贴设计有着重要的积极意义。首先，为招贴设计带来了更多的受众[4]。简约主义招贴设计作品普遍采用简单易懂的设计理念与方式，将所需要表达的主题彰显出来，虽然不同的人会对这个作品产生不同的理解，但是所有的理解都体现了这个作品的特点。不论你是高级知识分子还是普通民众，都能够通过这个设计表达出自己的理解，并快速了解这个作品的寓意。其次，让受众更容易将设计元素分离出来。简约主义招贴设计所提倡的极简风格，可以快速准确地分离出设计元素，让受众精确地理解设计者所需要传达的信息内涵。这样，受众不但可以理解设计者的内涵，获得的信息远高于复杂设计，而且还可以在分离设计元素的基础上加入自己的想象，获得更加深入的理解[5]。再次，让受众获得精神上的满足。简约主义招贴设计通常会先捕捉人们视觉、心理的印象，然后结合商品招贴的特点，创新商品文字等各元素。如此，不仅能够满足受众对物质消费的需求，而且还能够给他们带来精神和心理上的满足，实现简约明快的视觉效果与个性设计的有机组合。

3　简约主义风格在招贴设计中的应用

招贴设计中的简约主义风格，能够给受众带来视觉上的享受，加速信息的传播[6]，但简约并不代表简单，还要从文字、构图、色彩、图形等方面体现，具有可意会不可言传的独特魅力。

3.1　简约主义风格招贴设计之文字

文字是招贴设计的重要组成部分，然而，文字多、字体变化多的传统招贴设计文字已经与时代不符，无法满足当前人们追求简单时尚的审美需求。这就要求设计师能够在设计方面高度配合文案和传达的效果，做好招贴设计中的文字的“减法”。首先，使用简体字。在对字体进行选择和处理时，应大力提倡简体字，避免繁体与简体混用或者只用繁体字，让受众在鲜明清新的视觉空间中轻松获取信息[7]。公益海报“关注贫困大学生”中，就以“贫困”二字为中心，选取“贫”中的“人”和“困”中的“木”组成“人才”，使“贫困”与“人才”形成了鲜明的视觉冲击，既简洁明快又寓意深刻。其次，控制间行疏密。为了使招贴设计更富感染力，设计师在设计时应合理控制图文关系与字的间行疏密，让作品产生一定的节奏与韵律。例如，2008 年北京奥运会会徽舞动的京字，这一经典之作在设计之初便精心控制间行疏密，给受众带来一种美的视觉享受。再次，避免增添其他元素。简约主义提倡做减法，但并不意味着盲目删减，而是对字体进行合理的拆分和变形，突出设计效果[8]。以“森林”二字为例，设计师在设计此主题的招贴作品时就要摆脱传统思维的限制，摒弃利用抽象的叶子或藤蔓替换两个字的撇捺的做法，大胆将整体字形拉长。这种简单的做法可以迅速给受众带来一种高大茂密森林的视觉感受。总之，在对字体进行选择和处理时要注重艺术性，将字体设计成有个性、有感染力的创意字体，通过形式与内容的统一，准确表达招贴设计的理念及创意。

3.2　简约主义风格招贴设计之构图

为了让受众能够一眼明确招贴所要呈现出来的重点内容，招贴设计需要通过一定的构图方式将特定的寓意或直接或间接表现出来。这一点在简约主义风格作品中同样成立。首先，留白。在简约主义风格影响下，招贴设计应该简短、有力、富于个性地表达它要表达的意念，适当留白便是不错的选择[9]。留白是我国国画当中的常用技法，其通过改变主题与背景之间的结构关系实现，利用得当可以使招贴所表达的意思清晰地传递到受众的眼中，给受众留下足够的想象空间。例如，电影《黄金时代》的招贴设计，便利用大量的留白背景与女主角的厚重衣服相呼应，这种留白迅速将受众的思维与白茫茫的大雪联系起来，形成了简练且深远的意境。需要注意的是，简约主义风格的招贴作品对留白的使用并不固定，可以是小范围的简单运用，可以是大范围的广泛使用，总之，只要是表达需要，设计师就可以根据实际需求灵活选择。其次，分层。简约主义风格的招贴设计对构图的另一个要求便是划分类别，明确层次。例如，洋河酒业的梦之蓝招贴设计便通过蓝色与金色两种色彩将整个画面区分开来，增加了画面的层次感，让受众一眼望去便产生强烈的视觉冲击力，达到了理想的设计效果。

3.3　简约主义风格招贴设计之色彩

色彩在招贴设计中的重要性不言而喻。想要在简约的基础上获得良好的视觉效果，招贴设计必须巧用色彩，既要保证色彩应有的视觉冲击效果，又要考虑招贴本身的色调在简洁中力求精致。可以说，一个正确使用色彩的设计作品基本已成功了大半。例如，可口可乐将红色作为标志性色彩，不仅在商品包装上选用红色，专营店招牌、电视广告、产品海报等一切相关的事物全部将红色作为主体色，这种单一色彩的使用，正迎合了简约主义风格的设计原则，潜移默化中

加深了大众对可口可乐的印象，提高了商品的辨识度和影响力。此外，在选用颜色进行招贴设计的过程中，设计师还要对色彩的个性、情感、联想及相互间的对比协调关系进行深入研究，综合考虑创意动机、受众目标、实施环境等因素，通过对色彩的色相、明度、纯度、面积、肌理等特征的巧妙安排与应用，提高作品的整体感与协调性，让色彩与图形、文字等元素实现完美融合，引起受众的联想，激发共鸣，产生吸引力，而不能仅凭个人喜好确定色彩的配置方案。比如，在地铁走廊这种地下环境中，绿色与白墙的鲜明对比能够给人一种安全感，而在花园中则要选择与艳丽花朵相配的颜色来吸引眼球。总之，在巧妙选用色彩的同时，还要把握多数人对色彩的审美规律。

3.4 简约主义风格招贴设计之图形

图形是招贴的视觉体现，是人类通用的视觉符号。在招贴设计中巧妙利用图形可以激活整个画面，同时通过图形传递想要表达的信息，交流观念和思想，赋予招贴作品更加多元化的艺术风格。从这一点看，简约主义风格招贴设计同样离不开图形的魅力[10—11]。首先，简约化图形。简约化图形有着更加广泛的题材和更加理念化的表现，具备节奏、韵律、对比等形式美感，比复杂图形更容易引发受众的阅读且便于理解，因此，在进行简约化招贴设计时，简约图形必然是首选。例如，麦当劳的广告招贴 WiFi 篇，设计师仅以几根长短不一弯曲的薯条简单的排列成 WiFi 的信号图形，配合简单醒目的红与黄的搭配，成功以简洁的语言表达了广告信息。其次，形象化图形。形象化图形比抽象的文字更具视觉感染力，也更容易在受众心里留下深刻印象，从而实现信息的快速识别和传递。仍以麦当劳的广告招贴为例。麦当劳的布丁甜筒的招贴选用了倒着的布丁甜筒造型，形象化的简约图形迅速向人们传达了这个甜筒就是布丁味道，既生动形象又更具有说服力。

4 结语

在当前这个被钢筋混凝土包围的世界，人们的生活快速而枯燥，强大的工作压力与生活重担，使人们更加渴望寻找一块宁静的土地与休憩的空间。面对品种多样、花招百出的招贴设计，人们更加愿意选择其中那些能够吸引视线、震撼心灵、美化生活的简约风格作品，因此，在未来的招贴设计中，设计师应跟随时代的脚步，从人们实际的心理需求出发，摒弃复杂的设计理念与方法，将简约溶于血液，将复杂的事情简单化，使人们在招贴有限的画面中联想到更广阔的生活空间，感受到新的意义。

参考文献：

[1] 丁玉竹. 谈招贴设计的简约样式[J]. 金田, 2015(12): 88—89.
DING Yu-zhu. Talk about the Minimalist Style in Poster Design[J]. Kaneda, 2015(12): 88—89.

[2] 江杉. 产品设计的简洁美[J]. 扬州职业大学学报, 2002(4): 6—9.
JIANG Shan. The Concise Beauty of Product Design[J]. Journal of Yangzhou Polytechnic College, 2002(4): 6—9.

[3] 李利民. 试论招贴设计艺术的表现手法[J]. 温州大学学报, 2001(1): 20—23.
LI Li-min. Expression on the Poster Design Art[J]. Journal of Wenzhou University, 2001(1): 20—23.

[4] 裴炅. 招贴广告中图形设计的简约合宜原则[J]. 中国科技信息, 2007(14): 170—172.
PEI Jiong. Simple Expedient Principle of Graphic Design in Poster Advertisement[J]. Chinese Science and Technology Information, 2007(14): 170—172.

[5] 刘磊. 浅析招贴设计中的简约风格[J]. 戏剧之家, 2015(14): 193—194.
LIU Lei. Analysis of Minimalist Style in Poster Design [J]. Drama House, 2015(14): 193—194.

[6] 王成凤. 简约风格在广告招贴设计中的应用[J]. 艺术科技, 2015(4): 174—175.
WANG Cheng-feng. Application of Simple Style in Advertising Poster Design[J]. Art Technology, 2015(4): 174—175.

[7] 裴炅. 招贴设计中图形简约合宜的方法表现[J]. 装饰, 2008(6): 84—85.
PEI Jiong. Method Performance of Graphic Brief and Fair in Poster Design[J]. Zhuangshi, 2008(6): 84—85.

[8] 李轶, 贾志宾, 董艳. 招贴设计中的“少即是多”——简约主义[J]. 安徽文学月刊, 2009(2): 148.
LI Yi, JIA Zhi-bin, DONG Yan. Poster Design in the "Less is More": the Minimalist[J]. Anhui Literary Magazine, 2009(2): 148.

[9] 谢燕淞. 诉之以简动之以情——谈招贴广告设计的简约性和情感化[J]. 艺术百家, 1998(3): 117—118.
XIE Yan-song. Dialogue in Simple Way and Emotionally Moving: Talk about Simplicity and Emotional in Poster Design[J]. Hundred Schools in Art, 1998(3): 117—118.

[10] 马涛. 产品设计中的材料质感与肌理辨析[J]. 家具与室内装饰, 2016(3): 20—21.
MA Tao. Analysis of Material Texture and Texture in Product Design[J]. Furniture and Interior Design, 2016(3): 20—21.

[11] 徐红. 平面设计中的简约主义[J]. 大舞台, 2011(10): 114—115.
XU Hong. The Simplicity of the Graphic Design[J]. Big Stage, 2011(10): 114—115.