

现代公益海报设计的创意与表现研究

陈冉冉

(赤峰学院, 赤峰 024000)

摘要: **目的** 探究现代公益海报设计的创意与表现方式。**方法** 从公益海报的公益性、通俗性、针对性、长期性等特点入手,探索现代公益海报设计在元素替代、心理干预、国际化演绎3个方面的创意与表现,并以具体事例展开深入论述。**结论** 在多元化的社会大环境下,创新公益海报的设计理念与方式,能够更好地凸显主题,提升艺术效果,使公益海报作品的社会影响力大大提高。

关键词: 公益海报设计; 创意; 公益性; 国际化

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)24-0296-03

Creativity and Performance of Modern Poster Design of Public Welfare

CHEN Ran-ran

(Chifeng University, Chifeng 024000, China)

ABSTRACT: It aims to explore the creative and expressive way of modern poster design of public welfare. Starting from the public welfare, popularity, pertinence and long-term nature of public welfare posters, it explores the creativity and performance of modern poster design in the element substitution, psychological intervention and international interpretation, and makes in-depth discussion on the concrete examples. In the diversified social environment, the design concept and mode of innovative public service posters can better highlight the theme, enhance the artistic effect, so that the social influence of the poster is greatly improved.

KEY WORDS: poster design; creativity; public welfare; internationalization

公益,即有关社会公众的福祉和利益。公益海报是一种特殊的艺术表现形式,其并不以盈利为目的,而是引发大众对某些社会热点、公益事件的关注,通过视觉信息传递服务于社会^[1]。随着时代的进步与发展,公益海报涉及的范围越来越广,形式也更加多样,不仅在信息的传达上更加直观和快速,更开始向着国际化方向发展。为了进一步提高公益海报的设计水平,广大设计师也开始了更多的尝试,通过多种途径丰富公益海报设计的创意与表现,提高感染力,扩大宣传功能,更好地体现了公益海报的社会价值。下面即对现代公益海报的全新设计理念及方式展开探究。

1 公益海报的特点

公益海报主要通过直白的艺术语言,如图形、文字等形式进行传播和宣传,告诉人们该做什么不该做

什么,从而增强人们的道德意识,规范行为。总的来说,公益海报有以下几点突出的特性^[2]。首先,公益性。公益海报最为显著的特征就是公益性,但不以盈利为目的并不等于说从事公益海报是亏本的,从一定程度上说,公益海报能够吸引人们关注热点话题,引起共鸣,促使社会沿着良好的势头发展,而这是商业海报所不具备的^[3]。其次,通俗性。公益海报并不是为某个企业的产品树形象、打知名度而产生的,其主要目的是为社会大众谋利,为公众切身利益服务,因此在内容的选取上经常通俗易懂,最大限度地照顾不同文化层次的群体,使他们能够快速、有效地理解海报所要表达的主题和创作者设计海报的目的。再次,针对性。公益海报代表的是最广大人民的利益,是对某些社会行为或社会事件的直观展现与思想延伸^[4]。这就使得公益海报的内容与形式必须具备针对性,要告诫人们以合乎公众利益的准则去规范自己的行为,

收稿日期: 2017-09-01

作者简介: 陈冉冉(1981—),女,内蒙古人,赤峰学院讲师,主要研究方向为平面设计、水彩。

支持或倡导某种社会事业或社会风尚。最后,长期性。公益海报反映的多是社会中广泛存在的问题,因此是可以长时间使用的。一则优秀的公益海报,不仅能够在此时的时间段使用,在以后的某一时期同样可以使用。基于以上优势,公益海报比商业海报更具备深刻的文化内涵,价值意义更大。尤其随着海报形式、题材的丰富,关注领域的扩大,这种优势愈加明显,使得公益海报不断出现在各大公共场所,成为了人们日常生活中不可或缺的内容。

2 现代公益海报设计的创意与表现

公益海报是为公益事业而生,其所反映和传播的主题和思想,是当时社会人们的意识形态,其简洁明了的图形和极富感染力的色彩,具备强烈的感召力和震撼力,能使传播内容深入人心,因此所以拥有广泛的受众群体,不分年龄,不分性别,甚至有时不分国界与语言^[5]。为了使公益海报的社会价值和艺术价值更进一步,设计师开始了不断的探索与尝试,将富有时代精神和创新意味的元素替代、心理干预和国际化演绎手法融入作品,取得了良好的艺术效果。

2.1 公益海报设计中的元素替代

元素替代作为一种创意手法,因其新鲜的图像图形和强烈的视觉冲击力,在公益海报设计中经常使用。具体而言,元素替代就是在保持元素轮廓的基本特征前提下,将原图形中的全部或部分用其他相似的图形替换,创作出焕然一新又富有新鲜意味的新形象、新图形^[6]。这种手法看似荒诞,不合逻辑,实则能够使公益海报产生意想不到的惊奇效果,在给观者留下深刻印象的同时,还能带来超越思维与想象且富有哲理的启示。首先,形义替换。形义替换是指用图形的形和义的联系来替换,用这种手法所设计出来的作品,只是基于形与义的联系,找寻新的出发点,用图形的一部分来替换另一个图形,讲究在不影响整体的情况下与设计作品主题相符。比如,一则宣传和和平的公益海报设计,就用手榴弹替代了鸟巢中的小鸟,手榴弹和小鸟看上去毫无关联,却在受众的内心形成了刚硬冰冷与柔软温暖这种对比强烈的感受,深刻的含义让人印象深刻^[7]。其次,空间替换。空间替换是指在保持基本元素的情况下,改变图形的填充物,进行不符合常规逻辑的空间变换。这种手法主要通过缩小或者放大空间关系,营造强烈的视觉冲击力。比如,一则反映动车组相撞事故的主题海报,其设计理念是将人体骨头与动车外形作空间替换,制造出一种强烈的空间冲突,将伤痛感直接带到受众的骨子里,给人以强烈的伤痛感。最后,感觉替换。听觉、触觉、视觉、味觉和嗅觉等感觉同样能够传达视觉目的,在公益海报设计中,两种或多种感觉的替换能够形象生动

地表达设计主题,传达情感。比如,一则提倡多吃蔬菜的公益海报,为了凸显“并非没每朵蘑菇云都对身体有害,请多吃西兰花(蔬菜)”的设计主题,在保留西兰花的外观形状基础上,跟原子弹爆炸产生的蘑菇云形状进行替换,表现了一种云朵翻腾的感觉,产生了强烈的视觉冲击力和心理震撼力,这种将视觉、味觉、触觉相互融合与替换的手法,更显得西兰花清脆可口,有效诱发了受众的食欲。

2.2 公益海报设计中的心理干预

在公益海报设计中,设计师为了在强化海报主题的同时,引发受众强烈的情感共鸣,常常会借用色彩带来的不同心理情感对受众进行心理干预。这是因为色彩在心理学角度看有着丰富的象征意义。比如,红色象征热情,令人心情振奋;蓝色代表宽广,让人镇静。这些色彩能够直观吸引受众的注意力,从潜意识角度影响他们的情绪,起到心理干预的作用^[8]。首先,利用色彩的象征寓意。不同的色彩能引起人们不同的心理感受。在公益海报设计中,色彩运用得当,可以增强主题的表现力,引发受众的心理共鸣。比如,一则以禁烟为主题的公益海报设计,将红色作为底色,与白色的香烟变形成的绳节形态形成了强烈的色彩对比,进一步强调了吸烟的危害,让人不得不冷静下来进行反思,而这种效果的实现恰恰是发挥色彩暗示力的结果。其次,配合几何图形。圆形、三角形、方形等单纯的几何图形一旦与公益海报中的色彩元素相结合,便会被赋予新的涵义,成为设计师和受众心理世界互动的桥梁。比如,一则宣传音乐的公益海报,设计师将许多颜色鲜艳的方形配合红、黄、绿等高纯度色彩在黑色背景的映衬下显得更加活泼、明快,将爵士乐的音高变化赋予色彩感,给受众带来一种想要自由摇摆、跳动的强烈心理感受,这种视觉暗示的手法使得公益海报更具引导性和说服力。

2.3 公益海报中的国际化演绎

无论是商业海报还是公益海报,优秀的海报作品总是能够定位准确,从而吸引它所面对的受众群体。就公益海报而言,其内容根植于社会生活的各个方面,所面对的人群是也是普通的社会大众,所以具有很强的社会性。随着时代的进步,世界各国的交流日益频繁和密切,公益海报只限于本国民众的情况已经无法适应全新的社会环境。想要发挥更加广泛的社会影响力,必须将国际化作为未来的发展方向,在满足本国人民需求的同时,跨越国界和种族的限制,在国际上形成一定的影响力^[9]。首先,选题的国际化。既然面对的受众群体是世界范围内的人民大众,在公益海报设计中,设计师就要从选题定位开始,找准切入点,使海报作品在世界范围内产生应有的影响力。比如,冈特兰堡的《书籍》系列公益海报设计,就将受

众定位成世界范围内的普通大众,借助巧妙的视觉想象营造了一个有趣的书籍和现实相结合的奇幻场景,这一场景没有理解的障碍,从而使不同年龄层次和文化背景的人都能轻松从中感受到作品的主题。其次,创意的国际化。巧妙、新鲜的图形创意,能够让设计师充分发挥自己的聪明才智,创作出令人惊叹的设计作品。正因如此,在对公益海报进行国际化演绎时,图形创意必不可少。比如,一则在以“水是生命”为主题的海报设计大赛中的获奖作品,就将图形创意发挥到极致。在这则公益海报中,设计师融合了东方篆刻艺术,在“循”字之中包含鱼、人、水3种事物,这种将中国古老的篆刻文化和图形相结合的方式,很好地表达了水和人之间是一种平衡和循环的关系,同时也将中国传统文化之美传递给了世界人民。再次,手法的国际化。从传统的手绘风格发展至今,海报的表现手法已经有了极大的丰富,摄影拼贴、数码风格等新形式不断出现,给海报设计带来了更多的可能性,国际化趋势更加明显,影响也更加广泛。比如,同样是一则以“水是生命”为主题的公益海报设计,这则海报的设计师选用了摄影的方式表达作品的诉求点,配合摄影的写实魅力,能够跨越国界,给人带来强烈的震撼,这种真实的视觉体验和强烈的心理冲击是其他表现手法所无法替代的。另一则名为《共同的水》的公益海报设计,选用的是插画风格,清新而温情的现代插画风格本来可以让观者感动,却偏偏被严肃的水污染问题所破坏^[10]。这种跨越国籍和文化的图形的语言,以童话般的叙述手法传递给受众水污染的危害性,没有多余的文字解释,却震撼人心。

3 结语

随着世界经济的不断发展,文化艺术的交流日益频繁,各种艺术形式呈现出欣欣向荣的良好发展势头。公益海报设计作为其中的一个艺术门类,其独特的构图与表现方式、巧妙的色彩搭配,配合良好的创作素材,能够带给受众强烈的认同感,迎合人们主观上向往美好生活的愿望,具有极强的社会意义。对于平面设计师而言,公益海报设计是一种挑战,更是一件激动人心的事情。因此,在实际的设计过程中,设计师应具备创新意识,以全新的视角和手法展开创意,将元素替代、心理干预以及国际化诠释等手法做到极致,创作出反映时代文化、先进文化同时具有强大生命力的公益海报作品。

参考文献:

- [1] 侯敏. 浅谈现代公益海报设计的人文内涵[J]. 艺术时尚旬刊, 2014(5): 92—92.
HOU Min. On the Cultural Connotation of Modern Poster Design of Public Welfare[J]. Art and Fashion Magazine Modern Poster Design, 2014(5): 92—92.
- [2] 汪小卉. 浅析当今公益海报的设计[J]. 才智, 2015(35): 90—91.
WANG Xiao-hui. Modern Poster Design[J]. Intelligence, 2015(35): 90—91.
- [3] 代广红. 环保公益海报[J]. 戏剧之家, 2016(1): 154.
DAI Guang-hong. Environmental Protection Public Welfare Poster[J]. Drama House, 2016(1): 154.
- [4] 朱晓华. 谈现代公益海报设计与探讨[J]. 科技资讯, 2012(28): 206.
ZHU Xiao-hua. Design and Discussion of Modern Public Service Poster[J]. Science and Technology Information, 2012(28): 206.
- [5] 邓小慧. 浅析公益海报中几何图形的视觉暗示[J]. 金田, 2015(4): 57—58.
DENG Xiao-hui. Analysis on Visual Cues of Geometric Figure in Public Poster [J]. Kaneda, 2015(4): 57—58.
- [6] 黄天灵, 刘骏. 论现代公益海报设计的创意与表现[J]. 南通纺织职业技术学院学报, 2009(2): 54—56.
HUANG Tian-ling, LIU Jun. Creativity and Performance of Modern Public Service Poster Design[J]. Journal of Nantong Textile Vocational Technology College, 2009(2): 54—56.
- [7] 贾方英. 略论公益海报设计中的元素替代[J]. 设计, 2015(1): 171—172.
JIA Fang-ying. A Brief Discussion on the Element Substitution in Public Welfare Poster Design[J]. Design, 2015(1): 171—172.
- [8] 张真. 公益海报设计中色彩的心理干预作用[J]. 现代装饰, 2013(1): 196—197.
ZHANG Zhen. The Psychological Intervention Role of Color in the Design of Public Service Poster Design[J]. Modern Decoration, 2013(1): 196—197.
- [9] 解健. 主题性公益海报的国际化演绎——国际“水是生命”海报大赛获奖作品解析[J]. 设计, 2016(2): 108—109.
XIE Jian. International Interpretation of the Theme of Public Welfare Poster: International "Water is the Life" Poster Contest Winning Entries Analytical[J]. Design, 2016(2): 108—109.
- [10] 李茜. 浅析插画在公益海报设计中的应用[J]. 大众文艺, 2016(1): 124.
LI Qian. A Brief Analysis of the Application of Illustration in the Design of Public Service Posters[J]. Popular Literature and Art, 2016(1): 124.