

国家艺术杂志

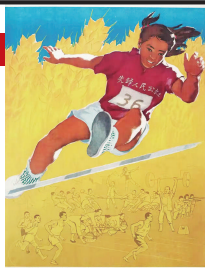
本报副刊部主编 2022年1月26日 星期三 第966期 | 新民晚报 | 主编:吴南瑶 本版编辑:林明杰 钱卫 视觉设计:戚黎明 编辑邮箱: xmss@xmwb.com.cn 20



▲ 迎接第一届全运会(1959)



▲ 练好身体准备为祖国服务(1953) 上海达革出版



◀ 身体锻炼好干劲冲九霄, 体育大开展生产年年高(1958) 上海人民美术出版社

▶ 到第16届奥林匹克运动会去(1956)



▲ 划船(1958) 上海画片出版社

(二九七二) 热烈欢迎亚非各国朋友们 人民美术出版社



◀ 女排夺魁(一九八二) 上海人民美术出版社



▶ 层层破纪录, 个个创成绩(一九五九)



▲ 银球传友谊(1972) 上海人民出版社

迎北京冬奥, 观新中国体育海报—— 当体育精神与艺术设计相遇

◆ 琳恩

老一辈的上海市民中, 不少人对1982年9月25日的一则喜讯仍留有深刻印象。当电波从秘鲁共和国首都利马传来, 中国女排战胜千难万险, 以3:0力克秘鲁队, 夺得第9届世界女子排球锦标赛冠军时, 举国一片欢腾。老一辈的平面画师李慕白、金雪尘也带着激动的心情, 为女排夺魁创作了一幅体育海报。海报上, 女排姑娘戴着金牌, 左手执球, 右手捧杯, 站在五星红旗前, 在鲜花的簇拥下, 尽情地展示着东方之美和运动之美。

整整40年过去了, 从这幅体育海报的设计中, 年轻人不难看到, 改革开放之初, 中国社会昂扬向上的氛围, 海报中的女排运动员形象所代表的“女排精神”鼓舞了一代又一代的追梦人。

从宣传到诠释 创意“定格”运动之美

从事平面设计工作多年的杭佳怡, 曾对中国体育海报设计的发展做过一些研究。“体育海报作为平面设计中的一个分支, 从20世纪90年代逐渐变得热门起来, 从2008年北京奥运之时, 又进入新的阶段, 设计的语言也变得更加丰富、灵动, 给了年轻设计师很大的发挥空间。”

她认为, 体育海报设计看似只是体育领域的事情, 实则与社会经济、文化发展、大众审美观的变化息息相关。中国体育海报设计的趋势变化, 不只是体育产业发展的一面镜子, 更是折射社会经济、文化发展、日常生活审美观念变化的缩影。

按照杭佳怡的解释, 20世纪50年代至80年代, 中国体育海报设计基本都以人物为主。除了体育健儿之外, 还有大量农民、工

今年春节期间, 上海历史博物馆和上海杨培明宣传画收藏艺术馆将共同举办“迎北京冬奥看新中国体育海报”展, 展品中包含了我国20世纪50年代至80年代的大量体育海报作品。从第一届全运会到第五届全运会, 从“乒乓外交”到职工运动、青少年运动、冰上运动……当体育精神与艺术设计相遇, 擦出的耀目火花, 成为一盏盏照亮人们奋斗前行的明灯。——编者

人、青少年的形象出现在海报设计中, 他们以各种健硕的运动姿势向不同的社会群体发出积极参与体育运动、体育赛事的号召, 起到了很强的宣教作用。

“别小看这些前辈的设计, 虽然都是具象的人物形象, 形式上比较单一, 但是很多形象都饱满而鲜明, 这需要很强的观察力, 以及对特定群体的特点、特定运动的场景特色有很强的捕捉、概括能力。即便是数码摄影摄像技术早已普及的今天, 你让一个平面设计师去运用现有的技术, 创作类似的作品, 也未必能有如此精准。”杭佳怡的这番话, 得到了不少业内人士的认同。

从20世纪90年代开始, 中国体育海报设计变得多元化起来。随着改革开放的深入, 一些西方的平面设计理念被引入, 卡通化、符号化、抽象化的设计开始出现于海报中。不少“80后”对1990年北京亚运会吉祥物熊猫盼盼的海报记忆犹新。设计师以熊猫巴斯为原型, 将其形象进行了卡通化后呈现在人们的面前, 成为彼时不少孩子的心头好。让重大体育赛事成为人们日常生活中的热门话题, 形象深入人心的熊猫盼盼作为“启蒙者”功不可没。

实际上, 当时的原创平面设计师们就已经开始思考, 如何让现代的平面设计语言与

博大精深的传统文化相结合。这种探索一直在悄然进行。2008年北京奥运会海报出炉, 奥运会会徽“中国印·舞动的北京”似印非印, 似“京”非“京”, 潇洒飘逸, 充满张力。尺幅之地, 设计师们将肖形印、中国字和五环徽有机地结合起来, 凝聚着东西方气韵; 笔画间的韵律连接起悠久历史和现代创新精神, 以中华文明对奥林匹克精神的首次阐释惊艳了全世界。

国际奥委会奥运景观顾问布雷德·科普兰德一见到“中国印·舞动的北京”便脱口而出: “她是中国的!”

从赛事到生活 设计热力“暖”冰雪

正如杭佳怡所言, 自2008年北京奥运会之后, 平面设计师们发现了一条用中国设计语言讲述国际体育赛事的新路径。

当然, 这也对新一代平面设计师提出了更高的专业要求。海报设计看似门槛不高, 但实际上, 要在平面的方寸之间充分表达多重涵义, 其难度远比人们想象的要大。

事实上, 此次由多方参与的北京冬奥会体育海报设计, 早在申奥成功之时, 就倍受设计行业关注。去年9月21日, 北京冬奥会

组织委员会在北京国际设计周面向社会发布了北京冬奥会宣传海报征集公告, 通过线上线下相结合的方式, 广泛征集宣传海报设计方案。摩拳擦掌已久的设计师、艺术设计院校纷纷递送了自己的得意之作。

征集宣传海报的消息一出, 四川美术学院研究生导师晏莉便带领了研究生团队积极投入到北京冬奥会和冬残奥会宣传海报的设计工作中。“我们花了不少精力, 组织团队进行了专题方案的设计。经过半个月的设计定位、元素提取、主题呈现等多方打磨, 我们才提交了设计方案。”

晏莉带领的设计团队最终投出15份设计方案。其中, 研究生张素筠的海报作品《热情连接世界》经过多轮筛选、深化修改、查重, 被奥组委确定为优秀入选方案。其后, 在进行了一系列的图形语言优化调整之后, 这幅名为《热情连接世界》的作品被正式确定为2022年北京冬奥会和冬残奥会11套(件)官方海报之一。

主创人员表示, 《热情连接世界》中的“奥运五环”“雪花”“中国结”, 秉承了古老传统连接现代奥运精神的设计理念; 背景的“中国红”体现出中国人的热情好客, 与世界相连, 共建“人类命运共同体”的决心和信心, 也为冬奥会的激情走进百姓日常生活开启了一扇窗。

年轻的设计团队, 经过辛苦打磨, 成功地用简洁的设计语言诠释了深刻的涵义, 这是中国体育海报设计当下新人辈出, 后继有人的真实写照。

用设计热力“暖”冰雪, 用创意“定格”运动之美, 承载着积极向上、奋力拼搏体育精神的中国体育海报设计就这样走进了人们的日常生活。