

国内大型综合运动会宣传画的设计表现与趋势

张腾达

燕京理工学院

[摘要]全运会从1959年第一届到2021年陕西全运会共开展十四届，走过了半个多世纪的时光，也见证了中国体育事业的发展历程，而作为全运会宣传推广的重要途径，整体视觉形象的设计就显得尤为重要。回顾这十四届全运会中重要的节点和设计趋势的变化，设计在与时俱进的同时，视觉传达的作用或者说把信息更好地融合之后加以传播的表现，并不是直线上升的；站在新的起点，全运会视觉形象核心的设计在愈发图形化的同时需要融入更多的民族、文化元素；展望未来，设计将与艺术、文化产生高度的融合，并加以抽象化和符号化的呈现。

[关键词]全运会；宣传画；视觉形象

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.1649

一、大型综合运动会宣传画的研究意义

运动会的宣传画不只局限于它的审美价值，更要注意竞赛会的主题与内涵，这对于以传播公共信息为主要目的的功能性招贴，尤其是面向大众群体的招贴设计是首要的。这就要求设计师在海报的创意构思和艺术呈现时都具有一系列清晰的构思，在这个构想的基础上才能更好地发挥设计师的主观能动性而不会与主题出现偏差，更好地运用可视化的语言创作信息传达更加有效、文艺内涵更加深刻的招贴。

二、宣传画的由来与历史渊源

宣传画又名招贴画，这种称谓沿袭于苏联，并广泛应用于其他社会主义国家。一般用来宣传和制造社会气氛，且带有较强的政治、文化含义，按用途可分为政治宣传画、电影宣传画、文化宣传画、体育宣传画、卫生宣传画等。在我国改革开放之后，宣传画出现了和商业广告融合的趋势。

招贴是媒体广告的一种，是利用平面印刷的方式完成的广告，一般张贴于闹市、街头等公共场所，吸引大众的注意来传播信息，从而引导公众参与到各项活动中去。招贴的两个必要条件，一个是文字的创造和普及，二是印刷技术的发明。

早在十三世纪，我国的木板印刷术被引进到西方，十五世纪中期德国人古登堡制成了活版印刷，到了十六世纪，图文印刷的设计在欧洲得到普及。到了十八世纪，德国发明石板印刷术，使得各式绘画得以真实再现。十九世纪初最先在英国开始的产业革命发明了造纸机、高速印刷机，继而发明了图像摄影技术，这对招贴设计产生了具有历史意义的深远影响。

而海报一说，英文称“poster”，指“（张贴于公共场所的）海报；告示；广告；印成的大照片。”^[1]“传说清朝年间洋人从海上载洋货入我国沿海码头，为推销商品便四处张贴招贴广告，当地的居民由此称其为海报，并沿袭至今。”^[2]综合性运动会海报设计作为运动会整体视觉形象的重要组成部分，或者说是核心之一，其重要性体现在诸多方面。

三、分析我国大型综合运动会的主题宣传画

（一）以苏联模式为范本的表现形式

说道我国的赛会宣传画就不得不提到国内水平最高、规模最大的运动会——全运会，全运会全称中华人民共和国全国运动会，自1959年第一届全运会在北京召开，就诞生了全运会主题宣传画，虽然并没有公开发行，但总体来说，前面的三届全运会宣传画几乎都是仿照苏联的绘画设计风格，除了宣传口号的着重体现，在主体人物的表现和画面元素的构成上相对单一。

（二）改革开放带来的构思转变

1979年第四届全运会宣传画是在开启改革开放新时期进行的饱含人民美好愿景的一项艺术创作，宣传画首次采用了人

物以外的主体元素，创意核心是一个包含1979和4字的熊熊燃烧的火炬，寓意继往开来，同时也呼应了始于四运会的火炬接力活动，时称“新长征火炬接力”的活动一直沿用至今。^[3]当然四运会宣传画的表现方式和色彩多少还是有着早期模式的影子。

到了1983年在上海召开的第五届全运会之时，宣传画有了进一步的突破，人物表现不再以纯粹的写实延续，融入了平面化的方式与构成主义的语言风格。首次将奥林匹克五环标志和体育图标汇入到画面当中。在色彩上也更加大胆的使用了撞色和拼接的方式。

（三）突破创意的六运会

第六届全运会之前的全运会宣传画基本还处于在国外早期偏向写实和装饰性的风格，同时也由于社会体制的原因，我国整体的艺术风格深受苏联的艺术思路的影响。直到第六届广州全运会之后，我国经历了改革开放初期的重要转变，艺术视野大为开阔，开始广泛吸收国外现代化的设计语言和设计思路，在创意构思上有了较大的转变，同时随着电脑制图的技术发展，宣传画的艺术呈现方式也有了更进一步的发展。

从第六届全运会到第八届全运会，随着卡通动画艺术的发展，吉祥物成为全运会平面设计中着重表现的核心元素，吉祥物的创意本身就带有体育精神和地方的文化元素，这无疑是意识形态的一个新的转变，不再沿用原本直接具象的创意元素，而是利用独具特色的卡通形象，这让我国大型综合性运动会宣传画从严谨拘束的表现风格中跳了出来，构成元素更加丰富，画面结构更加多元，色彩应用更加明丽。

（四）新千年之际承前启后的艺术表现

2001年再一次来到广州的第九届全运会，在这个开放前沿的城市再一次绽放了他的生机，作为新千年新时期的我国的第一场大型体育盛会，他有着承前启后的重要作用，在九运会的宣传画上也第一次运用了图像摄影结合电脑图像处理的技术，不得不说是一次大胆的新尝试。首次在南京举办的全运会，很好地吸收了之前的艺术手法和表现方式，以活泼可爱、现代气息浓郁的吉祥物“金麟”为主体表现元素，色彩鲜明和谐。

现代大型综合性运动会的招贴设计是在二十世纪末电脑绘图技术慢慢普及后才由早期的手绘宣传画转变成电脑制作，由于当时落后的经济基础和外部因素，在现代设计的发展道路上也落后于国外的脚步。但自改革开放以来，特别是二十一世纪，国内的平面设计进入到了一个相对高速的发展阶段，以2008年北京奥运会为节点，综合性运动会视觉形象设计进入到了一个全新的阶段。尤其是宣传画设计，作为运动会视觉形象元素最早的开端，在今天仍值得我们思考和进一步探究其设计实践过程中的种种问题。

（五）后奥运时代的运动会宣传画

2008北京奥运会的胜利召开奠定了中国新世纪以来的一个日渐成熟化的运动会宣传画，这点从之后国内举办的三届全运会视觉形象设计就得以体现，最近举办的山东、辽宁、天津全运会在宣传画的表现形式上趋向多元化的发展，在设计思路上也都有所统一。

与2008年北京奥运会只有一年之隔的山东全运会在有效借鉴奥运会设计实践的基础上，进一步产生了新时期的大型综合性运动会宣传画的创作思路，四个系列共十一幅作品的宣传画涵盖了会徽、吉祥物、运动员与地域文化等诸多创意元素。之后辽宁十二运的全套八幅宣传画，其中五张运动形态的宣传画，更是将图形化的构成元素应用到整个系列的表现当中，构思上融入地方历史传统文化，两者同构，设计思路与风格都进一步成熟。

四、以十三运为例分析大型综合运动会宣传画的设计表现

宣传画作为平面设计中的一个重要内涵，通过印刷制作用来张贴的大型宣传画，可以有效的传播主办方的赛会信息，而创意则是宣传画设计的核心所在。

全运会宣传海报由六幅组成。分别为会徽、吉祥物、运动两幅及文化两幅。从视觉主形象、运动与文化三个不同视觉角度综合展示出第十三届全运会及天津城市风貌和文化特征。设计采用传统与现代相结合的设计表现手法，整体设计把握在生动、自然、内涵丰富的设计风格。

会徽：画面由第十三届全运会会徽“奔向未来”与天津城市风光天眼、津塔、津湾等地标性建筑元素组成，飞翔的海鸥体现出天津海洋城市的特点也强劲的发展态势与魅力天津的风采。吉祥物：画面由第十三届全运会主吉祥物“津娃”与天津奥林匹克体育中心等元素组成，天津奥林匹克体育中心由天津体育馆，水滴体育场和天津游泳馆三个馆构成，旨在体现天津优质的体育设，也体现出综合性运动会的特点。同时“津娃”挥舞红色绸带做出跳跃的动作欢迎来自祖国各地宾客和运动员并预祝运动会取得圆满成功的美好心愿。

缤纷赛场：以天津的优秀比赛项目网球及柔道的人物形象为设计主要元素，展示出了天津体育运动的风采。背景主要以核心图形配以缤纷又富于动感的线条，代表了运动员拼搏奋进的崇高体育精神，又让人仿佛置身于欢乐与精彩的赛会氛围中。共享全运：以本次运动会群众体育项目吉祥物象棋、柔力球为设计主要元素，群众体育项目也是本次运动会的一大特点，旨在体现全民参与快乐全运的概念，背景主要以核心图形配以缤纷又富于动感的线条，代表了运动员拼搏奋进的崇高体育精神，又让人仿佛置身于欢乐与精彩的赛会氛围中。

享誉中外的民间艺术：以天津四大民间艺术形式中杨柳青年画及天津的风箏为画面的核心元素，配以本次运动会核心图形，综合展示出具有强烈民族气息和地域风格的民间艺术，体现了天津浓厚的艺术文化气息。中西合璧的建筑艺术：以西方建筑风格的典型建筑——天津音乐厅和体现天津传统建筑风格的建筑——津门故里作为画面的核心元素，配以本次运动会核心图形，综合展示出了天津中西合璧的建筑风貌与地方文化特点。飞翔的白鸽代表运动会的团结与和谐，并且预示了天津巨大的发展潜力。

五、体育精神与地域文化在赛会宣传画中的作用

宣传画作为综合性运动会核心视觉形象之一，其基本构成依然是海报的三要素：图形、文字与色彩，近现代的运动宣传画多采用主办方的历史人文景观、传统可视文化、新时期

科技成就等元素融入其中，主体元素一般为运动会标志、吉祥物、宣传口号、人物、比赛场馆等，这样不但可以增强赛会的宣传力度，也可以更广泛地传播东道主地域文化。因此，大型综合性运动会的海报设计作为体育精神、地域文化、艺术审美的集中体现，这一点，自从“现代奥林匹克之父”顾拜旦开始，就备受瞩目。

六、大型综合运动会宣传画的发展趋势

现代大型综合性运动会的招贴设计正走在一个更加创新、更加多元化艺术风格的发展道路上。它应当继续凝练和挖掘区域性文化的特征，借用体育文化和区域文化融合升级出一系列新的文化语言和文化风潮。同时，处在在二十一世纪数字媒体、云端大数据以及人工智能大发展和大繁荣阶段，平面设计在利用好这些传播媒介的同时，不应只停步于形式上的融合，在注重招贴艺术公共性与交互性体验的同时，更应该赋予其愈发深刻的人文精神与内涵，运动会主办方的的人文精神与城市文脉应在设计当中予以体现，从而让我们的设计更加深刻，为人类体育精神和城市化发展注入艺术的甘泉。

进入当代社会，运动会海报设计的本土性研究与当代人文化的体育精神研究不能再用二分法来看待，我们需要探索两者与当代艺术呈现的结合，符合公众需要的创意精神予以体现。从设计自身来讲，近些年对于先前国际主义风格的发展为了顺应一体化的趋势产生的弊端进行了反思。各国各地区建立起具有本土风格和区域特色的设计成为新时代强有力的呼声。这就是我们当前面临并要解决的问题，需要我们在保证信息的有效传达基础之上保持本土的艺术特性，做好艺术表现与区域文脉和人文精神的深刻认知与协同发展。

总结：

在当代全运会，整体设计语言的高度一致性和风格的统一是全运会视觉形象设计成功与否的重要标准之一。

一旦会徽得以确立，接下来的火炬、奖牌、招贴都需要对会徽进行一脉相承的设计；反观在场馆装点中起到重要作用的核心图形与体育图标，他们的设计思路也需要延续和呼应会徽，细化到工作人员的服装、道具等，可见其在全运整体视觉形象中的重要地位。而场馆装点设计作为赛会现场设计中极为重要的一点，既要烘托出不同赛事场馆的功能需要，体现全运特色，又不能影响到参赛人员，特别是运动员的竞赛，这就需要进行大量的现场调研考察，并参阅相关赛事的经验资料，在此基础上进行再创作。

纵观全局，全运会的视觉形象设计是评估全运会是否成功举办的重要因素之一，尤其是其核心的视觉形象，不但承托着全运理念的传递、社会宣传的功效，在当代更要体现文化传承和其自身的艺术价值。

所以说全运会视觉形象核心设计高速推进的必然趋势也要求我们以更新的视角、更高的水平、更严谨务实的态度，创作出具有艺术特性、文化特性的更好的传播体。更好的地推进当代中国体育事业的发展，推动体育精神的传播。

参考文献：

- [1] 郭磊 1979年第四届全国运动会 新长征火炬接力 [N] 人民体育出版社
- [2] 郭磊1983年第五届全运会 光荣属于八十年代的新一辈 [N] 人民体育出版社
- [3] 王军著《奥林匹克视觉形象的历史研究》 [M]. 北京, 北京体育大学出版社, 2004