

Analysis on the Content Design of Calendar Format

Manyu Zhang

College of Literature and Art, Southwest University of Science and Technology, Mianyang Sichuan

Email: 2464439791@qq.com

Received: Jul. 8th, 2019; accepted: Jul. 22nd, 2019; published: Jul. 29th, 2019

Abstract

The "Calendar" advertisement in Shanghai, which was born at the end of the 19th century, truly reflects the changes in modern Chinese society, as well as the expression techniques and creative methods used in advertising, and the mutual inclusiveness of Chinese and Western art and culture, making it one of the important forms of commercial advertising in the modern advertising media of China. This article analyzes the pattern of the Calendar, mainly analyzing the graphics, text, color, and the influence of the format design of the month sign on modern designers.

Keywords

Calendar, Image, Word, Color

浅析月份牌版式内容设计

张曼玉

西南科技大学文学与艺术学院, 四川 绵阳

Email: 2464439791@qq.com

收稿日期: 2019年7月8日; 录用日期: 2019年7月22日; 发布日期: 2019年7月29日

摘要

诞生于19世纪末的上海“月牌”广告, 真实地反映着近代中国社会所发生的一系列变化, 以及广告中使用的表现技法、创作方式、中西方艺术文化的相互包容性, 使其成为中国近代广告传播媒介中重要的商业广告形式之一。本文对月份牌版式的分析, 主要是分析图形、文字、色彩方面, 以及月份牌版式设计对现代设计师的影响。

文章引用: 张曼玉. 浅析月份牌版式内容设计[J]. 设计, 2019, 4(2): 13-16

DOI: 10.12677/design.2019.42004

关键词

月份牌, 图形, 文字, 色彩

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

从清朝末年开始,我国传统的招贴广告开始发生巨大的变革,各种各样的报纸、出版物开始出现,特别是以图片、文字的形式出现,月份牌最早印刷发行时间是1876年[1],图片附有12个月的日历和季节性表格,主题大多是身着旗袍的美女或者中国古代故事,深受中国人民的喜爱。既可以用来装饰家庭,供人们欣赏,又具有实用性。它受到公众的欢迎,公司也用它来推销商品。这是中国最早的具有商业性的平面广告。从月份牌的版式设计中可以看出,它在当时反映了人们的商业观念,具有了传统年画所没有的商业意义。

2. 月份牌版式内容分析

2.1. 图形

“月份牌”版式中的图形主要分为两类,商品图和装饰图案。最早的月份牌广告是长方形的框架,最底部是日历,上面印着商号,中间是主体物,广告两边分布着十二个月的年历,商品图置于画的两侧。在装饰图案的设计上,通常是以中国画的形式体现,有中国传统的年画风也有水墨淡彩的国画风。当月份牌广告设计逐渐趋于成熟的时候,它的图形设计也有了稳定的风格。在这个时期,广告中的装饰图形以人物画像为主,特别是身着旗袍的卷发女郎,深受老百姓的喜爱。画像依旧居于整幅画面的视觉中心,但是在技法上,与之前却大有不同。初期是以中国传统工笔淡彩、重彩的方式描绘,后来开始学习西方的擦笔水彩画法,这种画法画出的人物比较真实自然,也深受老百姓喜欢。从边框装饰图案上看,月份牌广告画面中的装饰文案主要以中国传统图案为主,如三角纹、水波纹、绳索纹流云纹等[2],也有部分借鉴了西方装饰图案,使得月份牌的广告设计中有了西方装饰的艺术魅力。早期的月份牌广告设计中,图形与图形之间并无关联,画面比较僵硬,后来的融入型将商品与人物很好的结合在一起,使画面比较和谐。月份牌广告中图形的变化就像月份牌的发展史一样,由简到繁,由谨慎到开放,成长的期间不断改变,不停地吸取优秀的元素,敢于学习利用西方色彩,对于我们年轻人来说,是非常优秀的案例,将别人的优点运用到自己的作品上,创作出更加优秀的作品。

2.2. 文字

在广告设计中,“文字”信息的传达是必不可少的,月份牌广告设计中的文字,大多是商号、商品名称以及广告语。早期以商号为主,日历为辅,商号位于广告的正上方,且字体较大,多以粗体、手写体为主,日历位于广告的两边或下方,字体较小,且基本上是印刷体,无设计感。中期的月份牌广告商业化更加明显,除了商号、商品名称还会加一些有趣的广告语。月份牌的广告语多编排在广告画面的边缘,借鉴传统木板年画中的文字布局或仿效传统楹联形式,清晰、明确地传达出了广告信息。鼎盛期时,月份牌广告板式设计中开始加入英文字体,中西结合,英文字体的加入,扩大了广告的宣传,也提升了

广告的档次。总的来说,在民国时期的月份牌广告设计中,主要以图形设计为主,文字设计的比重不大,文字的作用只是向消费者们传达了商品的信息,没有任何的装饰作用。但是在现代广告设计中,文字的作用不仅仅是传达信息,还有装饰的作用,设计师们往往会在字体上做一些设计,我们除了对图形、色彩有着高要求外,还要重视文字的作用,月份牌广告设计中对字体的设计并没有多少,正因为这样,才值得我们去思考,任何作品都不是完美的,总会有一些缺陷,我们在发现别人的不足的同时,更要反观自己的作品,有没有同样的缺点。

2.3. 色彩

早期的月份牌绘画手法是中国传统淡彩或重彩,色彩整体偏向灰色,明度和饱和度偏低,画面中的颜色相较于后期来说,也比较少,且色彩不会占满画面中线条勾勒的部分,时而有时无,虚实对比强烈。中期时,月份牌广告既有对中国传统色彩与绘画手法的继承,也有模仿西方写实色彩和光影处理手法的运用。郑曼陀先生是月份牌广告设计中的一位重要人物[3],他把西方的水彩、水粉画结合起进行创新,创作出一种新的画法——擦笔水彩画法,这种画法表现细腻,立体感强,色彩明丽,真实自然,成为月份牌广告的专用画法。从整体上看,月份牌整体色调是统一的,主色调突出、直观,且与其它元素的色彩对比强烈,无论是对比色调还是调和色调,月份牌的画师们都把握的十分巧妙,达到了“色多而不繁、色少而不散”的境界[4],将西方水彩的光影,透视,晕染效果与中国传统色彩绘画技巧相结合,使画面既具有东方韵味,又具有西方色彩,使整幅画面浓淡相宜。月份牌在色彩上给我们的启发最大的应该就是郑曼陀先生了,他的绘画技法的创新值得我们学习,虽然我们不一定会向郑曼陀先生一样创新出新的画法,但是会引发我们的思考,让我们学会观察、学会创新。

3. 总结

从版式内容上看,月份牌的基本要素有:图形、文字、色彩,细分有商品图、装饰图案、日历、商品名称、商号、商标、文字介绍等,然而并非所有的元素都会同时出现在同一个地方,否则整体的构图就会杂乱无章,所以它的版式设计是有讲究的。月份牌的主要图片总是在画面的中间,对于其它元素,月份牌的设计师们通常会将它们融为一个整体,使之成为边框设计中的一部分。不管什么类型的广告,都具有审美性与实用性,月份牌的广告设计,不仅具有强烈的审美功能,并且具备宣传性和商业性。

版式设计可以说是广告设计中的一种方式,是广告设计中的重要组成部分。月份牌广告设计师是如何处理中西方、现代与传统、商业与艺术之间的融合问题,值得我们深思。月份牌画报随着时代的变迁,在版式设计上的改变就是一种对传统文化的继承与发展,也可以运用到现代版式设计中,是可借鉴创新的。月份牌广告画很好地实现了“中西合璧”的概念,并且画报体现了当时的社会审美。中国传统元素与西方设计成功结合的实践,它在版式设计上的特色更能对我们当代的版式设计起到一个借鉴和引领的作用,无论是开放的画风、亮丽的色彩、古典的边框,亦或是多种类型的版心,流畅的排版布局,月份牌通过其缜密的排版安排,体现了具有中国韵味的内涵美,无不彰显着那个年代设计师们的巧思,值得我们深入的研究与学习。今天的设计者们在观察平行设计时,回头去看看身后的足迹,对于走好将来的设计之路,是百利无害的[5]。作为新一代的设计师,我们也要学会观察我们这个时代的时代气息、时代风貌,将作品与时代与社会融会贯通,做出符合时代需求的广告作品。

参考文献

- [1] 傅中望. 流年似水: 旧上海广告月份牌特展[J]. 长江文艺. 2018(8): 82-87.
- [2] 周丹. 独具特色的“月份牌”广告设计[J]. 城市广告设计, 2014(6): 44.

- [3] 施晓琴. 杭穉英: 具开拓精神的月份牌名家[J]. 公关世界, 2019(6): 36-39.
- [4] 由国庆. 月份牌广告画“机关”巧算尽[J]. 中国收藏, 2019(2): 82.
- [5] 刘潇. 月份牌广告对现代广告业的启示[J]. 青年记者, 2017(11): 97-98.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网首页: <http://cnki.net/>, 点击页面中“外文资源总库 CNKI SCHOLAR”, 跳转至: <http://scholar.cnki.net/new>, 搜索框内直接输入文章标题, 即可查询;
或点击“高级检索”, 下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2476-1516, 即可查询。
2. 通过知网首页 <http://cnki.net/>顶部“旧版入口”进入知网旧版: <http://www.cnki.net/old/>, 左侧选择“国际文献总库”进入, 搜索框直接输入文章标题, 即可查询。

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: design@hanspub.org