


艺术设计人文丛书

主编 李砚祖

# 场景与图像

——20世纪的中国招贴艺术



郑立君 著



重庆大学出版社

<http://www.cqp.com.cn>



艺术设计人文丛书

主编 李砚祖

# 场景与图像

——20世纪的中国招贴艺术

郑立君 著

东南大学出版社

changjing yu tuxiang

—20 shiji de zhongguo zhaotie yishu

## 图书在版编目(CIP)数据

场景与图像:20世纪的中国招贴艺术/郑立君著. —重庆:重庆大学出版社,2007.4

(艺术设计人文丛书)

ISBN 978-7-5624-4045-1

I. 场… II. 郑… III. 宣传画—艺术评论—中国—现代  
IV. J218.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 039609 号

## 场景与图像

——20世纪的中国招贴艺术

郑立君 著

责任编辑:周晓夏宇 版式设计:王子源

责任校对:刘雯娜 责任印制:张策

\*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(市场营销部)

全国新华书店经销

重庆华林大美印务有限公司印刷

\*

开本:890×1240 1/32 印张:11 字数:379千

2007年4月第1版 2007年4月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-4045-1 定价:27.00元

---

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

## 郑立君

男，1968年出生于安徽颍上县。先后就读于安徽阜阳师范学院美术系、东南大学艺术学系、清华大学美术学院，获设计艺术学博士学位。现任教于杭州师范大学美术学院，任理论教研室主任。在《装饰》等期刊上发表论文十多篇，曾编著《西方现代艺术设计简史》，并多次至南开大学、安徽大学等高校进行讲座。2006年当选杭州市“131”优秀中青年人才。

## 设计的建设责任

李砚祖

### 一、中国现代设计发展的三个阶段

中国的现代设计,从学科层面上说,其历史可以上溯到20世纪初叶使用“工艺美术”、“图案”、“实用美术”一类的概念之时。其时也是中国产品的生产从传统手工业方式大跨度地向着机械生产方式转变之时。

由此,我曾把中国现代设计乃至设计教育的历史分为三个阶段:

一是20世纪上半叶,甚至包括以前一段时间(鸦片战争以后)。这一阶段是现代设计思想启蒙、现代设计意识扩散,现代设计企业(广告公司等)、职业产生,现代设计产品(无论国内所产还是舶来品“洋货”)推广的一个重要阶段。对于中国现代设计来说,这一阶段面临着外来设计文化撞击、传统设计必然性地需要转型的境况。

第二阶段是新中国建立以后的30年,中国的现代设计进入了一个自觉的、建设性的阶段。所谓自觉,首先是设计教育的

从业者们对现代设计认识的自觉,政府层面亦意识到设计对于国民经济发展的重要性,创办各类相关高校和专业,如1956年创办中央工艺美术学院。生产企业普遍设立各种形式的设计科室,从事设计(主要是非艺术类设计),艺术设计受到重视。这30年,艺术设计学科建设有了一个好的基础,培养了一支教师队伍和为数不多的设计人员。这一阶段设计发展的一个重要特征是它统在“工艺美术”这一代名词之下,犹如我国第一所真正的国家级设计学院——中央工艺美术学院一样,学院的专业教育,不是传统手工艺型的“工艺美术”,而是面向大机器工业和现代社会生活的各类现代型的设计。

第三个阶段是20世纪80年代改革开放至今。这一时期,国际设计主流或先锋已进入所谓的后现代阶段,西方世界的各种设计思潮、流派、方法、产品大量进入中国;教育界亦首先派出留学人员充当中外设计交流、学习的桥梁,这些学成回国人员将自身在国外学习的体验加上外国设计的种种法门介绍和搬至国内,由此有了1987年中国工业美术协会(后改称为中国工业设计协会)的成立,有了综合大学的艺术设计专业(如湖南大学工业设计专业),有了所谓“三大构成教学”的普及。具有象征意义的是1998年由教育部主持更改学科和教学专业目录,以“艺术设计”取代使用了近50年的“工艺美术”专业名称。此更改专业名称之时,设计教育在全国“如火如荼”地“大发展”,至近年,设计教育已遍地开花,上千所高校大多办了各类设计院系专业,不仅农业大学办了,音乐学院也办了。办学数量为中國高教史上罕见,学设计、学美术的人也达到了前所未有的规模,仅山东省一地近年的美术类考生就达十四五万人,报考人数不算太大的江苏省,亦在四五万人左右,在校美术设计类学生已数十万计。

如何评价这百余年中国现代设计乃至现代设计教育的历史和现状,当是仁者见仁,智者见智,但必须是历史地辩证地看。我的看法是,中国的设计和 design 教育总体上是发展的、进步的、良性的。即使是现今设计教育在扩招、师资队伍、培养人才的素质诸多方面存在问题,似可看做今后设计教育高级阶段所必须经过的一个阶段,因此具有历史的必然性之外,还必须看到其时代的客观必然性。随着中国经济的发展和社会文化、生活水平的提高,对艺术设计人才的需求也处在一个前所未有的时期;中国设计和 design 教育本身自律性的发展也要求进入一个规模发展期,以为未来的“精英期”或经典期做准备。我是在总体肯定的基础上看问题的。

从设计的本质上看,它不同于纯艺术。纯艺术可以不随着社会的发展进步而发展进步,有时甚至相反。设计则不然,设计是社会经济、科技、生活文化的晴雨表,它既不能超越其上,也不可能处于其外,它一直被捆绑在经济、科技和生活的时代列车上。一个世纪以来的发展,尤其是改革开放以来社会发展进步的历史也是设计发展成长的历史,这是总体趋势和实际。但我们不能不看到问题和差距,而且问题很多,差距很大。这些问题,既有艺术设计本身的问题,又有非艺术设计本身的问题。

这里,以我们日常所用的 IT 产品数码相机为例。与艺术设计专业密切相关的外观设计,对于经过了五十余年发展的中国产品设计界而言,设计诸如“卡片式”数码相机的诸多造型并非难事。但我们看到,近年迅速发展的数码相机市场,中国产品的份额越来越少,以日本为首的外国数码相机占国内市场份额的 95% 以上。有业内专家称中国数码相机行业现在是全面的、整体的败退。早在 1999 年,我国就扶持海鸥等传统相机企业进军数码相机市场,国家“十五”规划中明确

制订了“到2005年国产数码相机产量要达到500万台,市场占有率达到50%左右”的计划。其后,方正、紫光、联想、华旗资讯等都涉足数码相机产业,但迄今产量不足万台,而2006年国内数码相机的销售量已近800万台,占全球销售量的十分之一。国内企业在数码相机产业上的整体落败,其原因不在于艺术设计,也不在于资金,而是科技水平。

有专家指出:“我们与日本在照相机和数码相机领域上的差距,不是十年、二十年,而是至少三四十年甚至更多。”<sup>[1]</sup>从

[1]于琪琳.数码相机品牌纵横谈[J].摄影与摄像,2007(4).

这一案例可以看出,艺术设计是产品设计的一部分,虽然重要,但它仍不总是决定性的,这也说明艺术设计是捆绑在诸如科学技术、社会经济和生活文化上的东西,具有一定的从属性和局限性。

## 二、从产品形态到人文精神

艺术设计是一般设计的审美化、艺术化、特殊化的产物,即这种设计是艺术的设计,是通过形式审美化、艺术化的方式进行设计的一种手段和方法。在起源的意义上,艺术设计产生于一般设计之中。如果我们把“工艺美术”在狭义上作为传统手工艺术,那么,它同样是一般手工生产的审美化、艺术化特征的产物,这与现代艺术设计和一般设计的关系一样。而且,作为手工业时代造物艺术的“工艺美术”必然是现代大机器造物艺术的前一阶段,即现代艺术设计是传统造物艺术“工艺美术”的当代新形式。不理解这一点、不承认这一点,必将导致现代艺术设计失去自己的文化之根乃至文化身份。

无论是在手工业时代还是现代大机器生产时代,其“造物的艺术”在存在意义上有着不同的指向,以其实用功能作为一切价值的基础层面;第二是审美的、形式的层面;



第三是统合甚至是超越实用和审美的伦理层面。与此相应,在接受和理解的层面上,同样也存着一个不同的层次差别和视角。基础层面,也是大众的层面,将其视为商品,视为生活之物(虽然是美的、设计的)。专业层面,将其视为营销的工具,“设计”是不会说话的推销员,企业家用其开发新产品,占领新市场。设计师将其作为创造的产物,实现艺术理想的途径。

在理论层面上,艺术设计不仅是艺术之物、生活之物,在根本意义上还是文化之物,它是时代人文精神的产物。因此,对设计的认知不应局限在产品的、市场的领域,也不仅局限在设计的专业领域,而要用人文的眼光看设计,理解设计,当然更需要用人文精神来做设计,来理解设计,传播设计。上述“造物的艺术”在存在的意义上的第三指向,即统合了、超越了实用和审美的伦理层面,本质上是人文精神的层面。俗话说,生命之树常青,理论总是灰色的。设计之树常青,设计理论也是灰色的。但灰色不等于暗淡。理论之所以相比于生命之树、设计之树而是灰色的,主要因为它是理论形态的、抽象的东西,而不是具体的、鲜活的、多变的、丰富的生命和设计本身。但灰色的理论来源于常青的生命之树和设计之树,它又是这些生命之树的本质折射,也是其指路的灯塔。

革命导师恩格斯说:“一个民族要想站在科学的最高峰,就一刻也不能没有理论思维。”<sup>[1]</sup>理论是理论思维的产物,也是实践的产物。理论和实践不是一对矛盾,而是事物的不同呈现方式,是互为的。设计实践与设计理论的关系也是如此。

[1]恩格斯.自然辩证法[M].于光远,等,编译.北京:人民出版社,1984:47.

但从设计本身来看,它有很强的工具性,它既是一种产业,又是一种职业。有人说,设计是干出来的,不是喊(理论)出来的。这句话本身不错,但它背后对理论的轻视则是显见的。

我一直以为,当代中国设计的发展,不是缺少实践,而是缺少对这些实践本身的思考,更缺少从思考上升的理论。中外设计发展的历史表明,设计水平的高低,早已不是设计的技巧问题,

更多的是设计者的素质问题,也可以说是设计的理论问题。理论上不去,设计实践也不可能行之太远。

对于中国设计界而言,一方面是缺少理论,即没有自己的理论体系;一方面是不重视理论,鄙视理论。在高校职称的评定中,虽然有一定分量的论文、论著发表的要求,以致每年在全国各类杂志报刊发表的设计专业论文上万篇,但真正有理论价值和理论创新的不多。问题的关键在于设计界对设计理论的轻视和不了解。

近 20 年,我是在设计理论的学习和教学中度过的。作为一名从事设计史论教学的老师,在一个以设计为主的院校中,并没有如鱼得水的感觉。理论不受重视,不仅是社会现象,在专业学校也是如此。这里,不是指搞理论的个人是否得到重视,而是指理论研究和理论本身。我常困惑的是,每年那么多的论文,那么多的研讨会,轰轰烈烈、热热闹闹,若干年过去了,还总是在经验的层面上各说各的,鲜见有理论深度的思考和探讨。面对这样一种情况,我希望自己是一个建设者,当一个设计学界的农民工。农民工用自己不知疲倦的双手建设城市、建设国家,当然,他们自己只知道是建筑了某座楼,修了某座桥,铺了某条路。农民的身份使他不可能被他所劳作的城市接纳。在这里,他付出劳力,在收获有限的工资时还收获了无数轻蔑的眼光,因此,你会看到农民工淳朴憨厚的脸上,总有那双茫然无光的眼睛。面对设计界越来越多的“学术盛景”、交流的壮观场面,我亦双眼茫然,与农民工无异。

### 三、设计的建设责任:关于本丛书

1987年初,由中国艺术研究院美术研究所主办的《中国美术报》,曾围绕现代设计与工艺美术的问题开展了一场讨论,我也是讨论的参加者之一。当时存有两种意见,一种认为工艺美术阻碍了现代设计的发展,是绊脚石,宣称“工艺美术死了,应进博物馆”。一种意见是从理论上主张看工艺美术和现代设计的异同和承继关系,它们不是矛盾的,而是前后相续的关系,工艺美术不仅不是绊脚石,而是现代设计的基础和发展的根源。其后,中国现代设计及设计教育20年的发展是以第一种意见为基础的。因此,我们看当代中国的设计,是没有文化身份的设计,是以西方设计为参照的拷贝式设计,因为在20世纪80年代,许许多多的设计教育工作者,设计师在尊崇西方设计否定工艺美术之时,有意无意地将自己民族设计的文化之根割断了。我一直持第二种意见<sup>[1]</sup>,赞同张道一先生认为现代设计是工艺美术的当代新形式的观点。

[1]李砚祖:《工艺美术与工业设计》[N].中国美术报,1987-03-16(01).

对工艺美术持全盘否定的观点,我认为它对现代设计学科的发展是破坏性的,我们的当务之急,不是破坏而是建设。1988年我到中央工艺美术学院读博士学位后,曾在学院院刊的小报上写了一篇《工艺美术学科要建设》的短文,迄今近20年了,我一直认为“建设”应是永恒的主题。我以为,“设计”是一个过程,也是一种工具。作为“过程”,它是造物、生产、行动的前奏;“设计”具有明显的工具性,它是造物、生产乃至人行为的方式、方法之工具。要造物即先得“设计”;要造好这个“物”,则更要“设计”。“设计”实质是建设的工具和过程,“建设”由此也就必然性地成为“设计”的本质之一。作为学科的“设计”,所谓“艺术设计”、“设计艺术”,同样具有“建设”的本质意义,而且其学科本身亦需要建设。

我作为一名史论教师,所谓“建设”,主要意味着两方面:一是在学科范围内培养学生;一是搞教材建设,或者在理论上有所“建树”。本丛书即是这两方面共同作用的结果。从本丛书的着眼点来看,试图从人文的视野来看设计、解读设计,以及观照设计发展的历史。从本丛书的作者来看,大都是硕士、博士、博士后层次上的研究者,他们是设计学界的新生力量,代表着设计学界未来的希望。他们的努力是一种学科建设的努力,而不是个人的些许成就。当然,设计是本难念的经,因此,这些著述也就难免存在各种局限性和问题,但其理论指向和研究的视角等仍值得关注。我愿将其作为一种建设的积累,犹如农民工盖的房、铺的路、植的树。

2007年3月19日记于集虚书屋

## 前 言

20 世纪的中国历史发展波澜壮阔,跌宕起伏,每一个时期都留下了诸多值得回忆的人情世故、值得深思与研究的文化艺术现象。“前车之鉴,后世之师!”深入研究 20 世纪中国不同历史时期的文化艺术,对新世纪的文化艺术的发展是大有裨益的。本书以 20 世纪中国不同历史时期的招贴艺术为研究案例,即以二三十年代的月份牌、五六十年代的宣传画和八九十年代的商业招贴图像为研究对象,尤以人物形象为主,阐述了不同历史时期政治、经济、文化和生活方式的变迁,带来的审美观念、视觉接受方式的变革与转换,从而导致招贴艺术图像的转变。

月份牌、宣传画和八九十年代的商业招贴,不仅是 20 世纪中国招贴艺术中典型的样式,而且从月份牌到宣传画再到八九十年代的商业招贴图像的变换,充分反映出了 20 世纪中国招贴艺术图像形态由传统向现代转型的脉络。尤其是作为这三种招贴艺术图像中人物形象的变化,譬如从二三十年代月份牌中的“摩登女性”,到五六十年代宣传画中的工农兵形象,再到八九十年代商业招贴艺术图像中的现代时尚男女,人物的发式、脸型、五官的塑造、面部表情与身体动作的刻画和衣着服饰的描绘,以及人物与背景的图底关系的描绘、选择,等等,这一系列的人物图像志的变化,都深刻地表征出 20 世纪不同历史时期,由于政治、经济、文化和生活方式的变迁,带来的人们审美观念、视觉接受方式的变革与转换等,从而导致招贴艺术图像的转换。

本书分三大部分共四章构成。以时序为经线,以月份牌、宣传画和商业招贴图像分析,与同时期的电影招贴画、国画、油画人物形象比较,宣传画与月份牌比较,商业招贴与前两者比较、分析为纬线,展开论述。既各自梳理它们产生与发展的脉络,分析图像的能指符号、总结概括图像背后的所指意义,也把它们

贯串在 20 世纪中国招贴艺术发展的主线上,进行理论概括,总结 20 世纪中国招贴艺术发展的规律。如月份牌及其图像范式先后经历了发生、发展与转型等过程,每一个时期的月份牌图像的特点与风格也是有区别的。所以,在这一部分,时间跨度上自 19 世纪 70 年代,下至五六十年代描述月份牌产生与发展的过程,分析其图像特征和论述其产生与发展和性质与图像转换的社会基础、根本原因等。

本书不是单纯地梳理 20 世纪中国招贴艺术发展的历史过程或罗列史料,也不是对月份牌、宣传画和商业招贴艺术图像作简单的图解,或作“‘技艺’的剖析,而是通过对三者的图像志分析,挖掘它们的图像学意义,即通过研究不同历史发展时期招贴艺术设计作品的图像演变,探索出 20 世纪中国艺术设计发生发展的本质、规律。把不同时期招贴艺术图像置于一个较完整的社会政治、经济、文化和生活方式中加以研究,“要在历史条件下来理解艺术品,来确定它们的整体含义,而不是孤立的、就事论事的评论、研究艺术品的含义”(E·潘诺夫斯基,1987)。这将会对当代和未来中国招贴艺术发展、建设中国的设计艺术学科等起到促进作用。

本书力图从综合性的学术视角出发,紧紧围绕主题进行梳理和展开论述。语言质朴、流畅,结构清晰、严谨,资料翔实,深入浅出,既有很强的学术性,又适宜一般读者的阅读。力求通过对三种典型的招贴艺术分析、研究,展现近现代以来中国艺术设计和社会历史的面貌。

# 目 录

第1章 引 言	1
关于招贴艺术和中国招贴艺术发展的历史线索	1
关于招贴艺术	1
中国招贴艺术发展的历史线索	3
20世纪中国招贴艺术研究的现状分析	5
场景与图像的主题和范围	10
主题	10
范围	12
第2章 二三十年代的招贴艺术:月份牌	15
月份牌最早发行的时间分析与考证	15
月份牌最早发行的时间分析	15
月份牌的性质与功能	23
早期月份牌的图像范式分析	25
早期月份牌的图像范式	25
辛亥革命前后的月份牌图像范式	27
二三十年代的月份牌图像范式分析	29
二三十年代的月份牌图像范式	29
月份牌与同时期的电影招贴画、 国画、油画人物造型比较	41
影响月份牌图像语言建构的主要因素	46
民间木版年画与月份牌图像的 产生	46
西方绘画艺术对月份牌图像语言 的建构	52

	中国画改革对月份牌图像语言的影响	59
	摄影对月份牌图像语言的影响	64
	印刷技术对月份牌图像语言的建构	73
■■■■■	月份牌产生与发展的社会历史语境	75
■■■■■	政治体制的变革	76
	经济结构的转换	77
	多元文化语境的形成	80
■■■■■	近代商业社会的形成与月份牌的产生与发展	81
■■■■■	近代商业社会的形成	81
	近代商业社会的发展与月份牌的产生与发展	83
■■■■■	近代通俗文化与月份牌的发展	89
	新式美术教育与月份牌的发展	94
■■■■■	土山湾的美术教育与月份牌	94
	新式美术教育与月份牌的发展	97
■■■■■	月份牌图像转换的深层原因	102
■■■■■	哲学、社会思想观念的改变	102
	生活方式的变迁与时风的变换	103
■■■■■	月份牌对二三十年代生活方式和社会风尚变换的影响作用	114
■■■■■	第3章 五六十年代的招贴艺术:宣传画	119
■■■■■	辛亥革命前后至抗日战争时期的宣传画	121
■■■■■	辛亥革命前后到抗战爆发前的宣传画	121
	抗日战争时期的新兴木刻版画	125
■■■■■	五六十年代的宣传画图像分析	136
■■■■■	宣传画的题材与内容	136
	宣传画的艺术表现手法与风格	138



	宣传画中的人物造型	143
	宣传画与同时期的电影宣传画、 国画、油画人物造型比较	148
■■■■■	毛泽东《在延安文艺座谈会上的讲话》精神 对宣传画图像的规约	154
	外来宣传画的影响	164
■■■■■	苏联宣传画的影响	164
	波兰宣传画的影响	170
■■■■■	社会环境与宣传画的繁荣发展	176
■■■■■	宣传画繁荣发展的社会环境	176
	社会环境对宣传画繁荣发展的 促进作用	178
■■■■■	宣传画繁荣发展的根本原因与意义	185
	宣传画对政治运动的促进作用	191
	宣传画与月份牌图像范式比较	195
■■■■■	图像结构与人物形象	196
	创作群体与观众	201
	女性人物的造型、作用与蕴涵的 权力意义	203
	两种图像范式嬗变的根本原因	208
■■■■■	“文化大革命”时期的宣传画	214
■■■■■	宣传画的种类与形式分析	214
	“文化大革命”时期的宣传画 终结	224
■■■■■	第4章 八九十年代的招贴艺术:商业招贴	229
■■■■■	商业招贴图像范式分析	230
■■■■■	招贴艺术的类型与风格	230
	商业招贴图像中的人物造型	240
	商业招贴与同时期电影招贴画、 宣传画人物造型比较	251