

新中国 年画宣传画

CHINESE NEW YEAR PAINTING
AND POSTER IN NEW CHINA

宣传画卷 陈履生 陈都 主编

河北出版传媒集团
河北美术出版社



新中国 年画宣传画

CHINESE NEW YEAR PAINTING
AND POSTER IN NEW CHINA

宣传画卷 陈履生 陈都 主编

河北出版传媒集团
河北美术出版社

总 策 划：杜金卿 张晨光 温廷华
出 品 人：张基春 曹宝泉
策 划：张基春 田 忠 苏征凯
主 编：陈履生 陈 都
部分图片提供：郭玉才
责 任 编 辑：苏征凯 张 静 韩方敏 杨 硕
英 文 翻 译：赵长江
装 帧 设 计：严永亮 苏征凯
图 书 制 作：翰墨文化
摄 影：郭 睿 史 铮 张 涛
特 别 鸣 谢：付爱民 陈 瑜

图书在版编目(CIP)数据

新中国年画宣传画. 宣传画卷 / 陈履生, 陈都主编. -- 石
家庄: 河北美术出版社, 2016.6
ISBN 978-7-5310-7478-6

I. ①新… II. ①陈… ②陈… III. ①宣传画—绘画研究—中
国—现代 IV. ①J218

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 144613 号

新中国年画宣传画

陈履生 陈 都 主编

出版发行：河北出版传媒集团 河北美术出版社

地 址：河北省石家庄市和平西路新文里 8 号

电 话：0311-87060677 85915035

邮政编码：050071

网 址：<http://www.hebms.com>

制版印刷：北京图文天地制版印刷有限公司

开 本：787mm×1092mm 1/8

印 张：116.5

版 次：2016 年 6 月第 1 版

印 次：2016 年 6 月第 1 次印刷

定 价：968.00 元（两卷）



河北美术出版社



淘宝商城



官方微博

质量服务承诺：如发现缺页、倒装等印制质量问题，可直接向本社调换。
服务电话：0311-87060677

宣传画的兴衰与演变

陈履生

宣传画源于广告、海报、招贴，是 20 世纪的产物。

广告、海报、招贴具有一定的商业意义，其艺术性服务于商业目的，并为商业目的而努力。宣传画则不同，它没有具体的商业要求，而有一定的政治目的，其艺术性服务于社会的需要。

宣传画在中国的兴起，是 20 世纪革命运动和战争的需要，曾经在革命运动和战争中发挥了重要的作用。但随着战争的结束和社会政治运动的减少，以及宣传工作在社会生活中的角色转换，加上新兴传媒在现代生活中的影响力的不断加强，宣传画在 20 世纪 80 年代以后逐渐衰落。

兴盛时期的宣传画由于有着特殊的社会地位，曾经吸引了许多在绘画上卓有成就的画家从事宣传画的创作，因此，也使宣传画过多地赋予了它的艺术意义和追求，成为艺术创作和纯绘画展览中的一个重要的和不可缺少的形式。但随着宣传画在社会生活中地位的衰落，人们虽然还是用艺术的眼光去审视它，可是，很少有绘画专业中的著名画家去关注它的生存和发展状况。所以，新世纪现实中的宣传画已经演变为一种和广告、海报、招贴具有同等地位，又等同于广告、海报、招贴的一个品种，开始脱离了绘画界而进入大美术的范围，更多的是进入到设计的领域。

宣传画的兴起与苏联影响

宣传画在中国的出现始于 20 世纪 30 年代，反映了抗战的社会现实要求。在抗日战争中，宣传画表现出了特殊的社会意义，曾经鼓舞了国人的抗日斗志，激励了民族的抗日精神。许多后来在绘画领域内卓有成就的艺术家在那个时代无不留下从事宣传画工作的履历，而他们的哪些充满时代激情的作品，也成了一个时代美术史上的具有代表性意义的范例。

在中国共产党的革命历程中，宣传画也一直受到高度的重视，并在革命战争中发挥了很重要的作用。早期的宣传画由于受到物质条件的限制，一般以木刻为主，以战斗性的表现状况为价值判断的标准。其夸张的造型、激昂的情绪、鲜明的主题，并不太讲究其艺术性，而以呐喊、唤醒、鼓动、激发为特色的形象以及口号，则成为时代中与枪杆子并列的另外一种力量。

1949年后，宣传画和年画、连环画一样，受到了新政权的高度重视。“已在人民群众中具有很大影响的政治宣传画，是新中国成立以后才开始广泛运用的一种艺术形式。这种艺术形式，由于它及时反映了当前的和平运动、民主改革运动和生产改革运动，所以发展很快。五年来仅北京一处即印有一千一百多万份印刷品传播到人民群众中去，有力地鼓舞着群众为和平、为劳动、为创造自由和幸福而奋斗。”^[1]“发行数量因而大大增加”^[2]说明了宣传画在新中国政治生活和社会发展中的地位，“如果我们走到街头或者工厂中，就可以看到色彩鲜明的政治宣传画，已成为商店橱窗、车间、工人俱乐部中经常的装饰物了”。^[3]因此，宣传画也就成为“美术工作的重大发展”的标志之一。

江丰在中华全国美术工作者协会全国委员会扩大会议上的报告中，列举了四年来美术创作中产生的一批比较优秀的、在形式和风格方面有独创性的作品，特别提到了李宗津的政治宣传画《学习苏联先进生产经验》，从一个方面表明了宣传画在当时的美术创作中已经具有一定的地位。然而，如同“学习苏联先进生产经验”一样，随着革命政权的确立，过去一切的因陋就简也逐步开始了向正规化的转变，因此，像学习苏联的政治体制一样，在社会生活中的各个方面也开始了向苏联学习。

1951年4月3日，北京举行了“苏联宣传画和讽刺画展览会”，这个展览作为较早引进的苏联美术展览，不仅表现了社会对宣传画工作的重视，而且也为宣传画学习苏联的经验提供了最为直接的机会。因此，许多重要的理论家都撰文发表观感或总结经验，《人民日报》也给予了充分的版面，1951年3月25日，率先发表了锺惦棐的《向苏联的美术家学习——苏联宣传画、讽刺画观后感》，并刊发了伊万诺夫的《饮第聂伯河水，将饮普特河、尼曼河、布格河水，把法西斯们从苏维埃国土上清除干净》和毕列夫斯基的《大家去选举》。锺惦棐特别指出：“这个展览会将帮助中国的绘画创作向前推进一步。尤其是其中为我们平时所不易见的许多宣传画，对于加强抗美援朝运动中的绘画宣传工作，是有着极其重要的意义的。”4月9日蔡若虹的《两个世界的缩影——介绍苏联宣传画和讽刺画展览会》、袁水柏的《仿佛到了我们亲密的盟邦——参观苏联宣传画和讽刺画展览会》、华君武的《苏联的宣传画和讽刺画》、严蒙的《记苏联宣传画讽刺画展览会》，《人民日报》还以整版的篇幅发表了这个展览会中的作品。此后，苏联的经验和模式就成了中国宣传画的榜样，特别是在艺术形式上将延安时期的那种比较简朴鲜明的宣传画风格，转化为以西画为背景的激烈而富有战斗性又讲究艺术性的样式。

[1] 载《美术》，1954年第10期。

[2] 江丰：《四年来美术工作的状况和全国美协今后的任务——在中华全国美术工作者协会全国委员会扩大会议上的报告》，载《文艺报》，1953年第19期。

[3] 江丰：《美术工作的重大发展》，载《美术》，1954年第10期。

宣传画在苏联是受到高度重视的一种艺术形式，被视为“英勇先进的艺术——是全民事业中不可分割的一部分”。^[1]40年代的后期，联共（布）中央通过了《关于政治宣传画出版的缺点与改善办法的决议》，要求各界“把宣传画作为劳动人民共产主义教育与眼前的政治鼓动的一种重要工具而加以注意”。在这个决议中，还责成中央、共和国、边区和各省报纸的编辑部以及《艺术》杂志与《星火》杂志的编辑部对于已出版的宣传画，系统地发表评论。1949年，苏联举办了规模盛大的“苏联优秀宣传画展览会”，并在许多加盟共和国巡展。所以，苏联美协主席盖拉西莫夫撰文《苏联宣传画——布尔什维克鼓动工作的重要工具》，他提出：“苏联宣传画艺术的崇高的作用，以及高度的、随着社会主义文化的发展而不断增长的广大观众的要求，就使得党的组织和从事宣传画事业的人员——画家、编辑、出版者、艺术理论家，有责任在今后更进一步提高宣传画的政治思想内容水平及其艺术和印刷质量上，必须不倦地工作。”^[2]与苏联影响相应的还有东欧的一些社会主义国家的影响，特别是波兰的电影宣传画，也深深影响了20世纪50年代中国的宣传画创作。1957年4月，“波兰宣传画和书籍插图展览”在北京举行，其中的电影宣传画以其鲜明的形象、强烈的风格和民族的形式，成为后来许多宣传画画家的参照。这种借鉴是中国宣传画发展的一个过程，也是中国宣传画的艺术水平在短时间内得到提高的一个捷径。1954年，朝花美术出版社出版了苏联理论家维·依凡诺夫等著的《谈政治宣传画》一书，又从理论上影响了中国宣传画的发展。

宣传画的高潮与社会作用

20世纪50年代以后，中国的宣传画在政治运动的催发下，在苏联艺术的影响下，已经初具规模，并在社会生活中担当了重要的角色。这之中，一方面是因为当时巩固政权和建设新社会的需要，另一方面是因为不断的政治运动的需要。因此，在社会生活中，宣传鼓动工作就成为展开社会政治运动的先行任务。通过各种宣传，及时地向群众进行宣传教育，提高群众的认识，统一大家的意志，组织大家的力量，从而把运动引向决策者所希望的方向。特别是在当时的国民中，文盲居多，而地域广阔，加上资讯传播的不发达，充分利用造型艺术形式进行宣传鼓动工作，就成为那个时代所选择的最合适的方式。所以，在现实的氛围中，一种具有时代特点的公共艺术的氛围，就是在宣传的主题词中表现出时代的轰轰烈烈的群众性，各种墙报、壁报、宣传栏、城乡壁画，以及游行的队伍、集会的场所，都印证了这种时代的必然。无疑，造型艺

[1] 依凡诺夫等著：《谈政治宣传画》，朝花美术出版社，1954年。

[2] 盖拉西莫夫：《为社会主义现实主义而斗争》。

术中的宣传画是最富宣传鼓动作用、最富群众性的艺术形式，它与时代契合，不仅体现出它在特定时代中的价值，而且也从另一方面记录了这个时代运动的历程。

20世纪50年代的宣传画在宣传建国方略、参与政治运动等方面，始终走在造型艺术的前列。在形式上，它改变了延安时期的简陋风格，开始向艺术性的宣传画方向发展，在历次的全国美展上，宣传画都作为一个艺术门类参加了展出，成为那个时代中大众艺术形式走向象牙之塔的象征之一。而一大批专业美术工作者的参与，则从整体上提升了宣传画的艺术水平。

1954年，江丰对五年来的美术工作做了一个总结，关于宣传画，他认为“已在群众中具有很大的影响”，“五年来仅北京一处即印有一千一百多万份印刷品传播到人民群众中去，有力地鼓舞着群众为和平、为劳动、为创造自由和幸福而奋斗。”在1955年的第二届全国美术展览会上，出现了哈琼文的《一定要把五星红旗插遍台湾》、方菁的《我愿做个和平鸽》等一批新时期的代表作，几乎是家喻户晓。这一时期的宣传画仅人民美术出版社就出版了180余种，发行总数有1260余万份，其中的《我们热爱和平》，发行数就高达243.35万份。

1955年，《美术》第8期发表了一组关于宣传画的文章，对一个时期以来的宣传画所取得的成绩和出现的问题，做了比较好的总结，由此可以看出在专业的范围内已将宣传画的问题从实际的运用转向对学术的关注。邹雅在《亟须把宣传画创作提高一步》一文中，指出了宣传画创作中存在的几个问题：1. 宣传画创作的数量还远远不能满足于现实日益增长的需要，主要表现在不少美术工作者的思想里，有些不正确的想法；几年来和这门艺术有关的领导机关始终没有重视和提倡这门艺术形式；创作组织工作还很差劲。2. 宣传画的创作质量落后于群众日益增长的要求。有些宣传画，在处理题材和表现主题上存在着严重的概念化的缺点，在技巧上还严重地存在着公式化的毛病。3. 形式风格上千篇一律的毛病还很严重。沈鹏在《必须加强宣传画的鼓动力量》一文中提出：“为了把宣传画创作从现有的基础上提高一步，使更加充分发挥它的宣传教育作用，就必须研究宣传画的鼓动作用。”他指出：“一方面，不能把宣传画和一般的绘画决然分开，抹杀宣传画与一般绘画的共同性；另一方面，更重要的是必须充分理解到宣传画的特殊性，那就是它的强烈的鼓动作用。”马克从调查入手，在《重视群众意见改进政治宣传画创作》一文中，反映了群众的意见：1. 政治宣传画题材还不够广泛。2. 在选择题材上画家的生活视野狭隘，另一方面也感到在处理题材上不够深刻，表现方法一般化。

1959年12月23日，这是20世纪中国宣传画发展史上具有重要意义的日子，由全国美术家协会、人民美术出版社联合举办了“十年宣传画展览”，共展出政治宣传画175幅，电影宣传画21幅。这个展览第一次大规模地展示了宣传画的成就，直接影响了后来的宣传画的发展。为了研究宣传画的成就和今后如何继续提高质量的问题，举办单位在展出期间组织召开了座谈会，

蔡若虹、邵宇、张光宇、古元、西野、邹雅、郁风、安林、王角、赵域、方菁、盛此君、沙更世、詹建俊、邵晶坤、王朝闻等四十余人出席了会议。会议着重讨论了三方面的问题：1. 十年来宣传画的成就。2. 如何配合革命群众运动的需要，进一步提高宣传画的思想水平。3. 关于宣传画的特点及民族化与群众化的问题。《美术》1960年第2期以《促进宣传画创作的更大发展》为题发表了座谈会上的发言。据统计，1950年至1957年，共出版宣传画286种，印刷1653万份，1958年至1959年，共出版宣传画241种，印刷1134万份。其中人民美术出版社在这一年里出版宣传画的数量则等于前8年的总和。代表作品有张汝济的《武装干涉吓不倒争取独立的人民》、蔡振华的《共同劳动，共享成果》、钱大昕的《争取更大的丰收，献给社会主义》、哈琼文的《毛主席万岁》、杨文秀的《猪多肥多粮产高》等。

1960年7月30日，中国美术家协会第二次会员代表大会在北京举行，蔡若虹在开幕式上作了《为创造最新最美的艺术而奋斗》的报告，他在报告的第一章中首先提出了年画、连环画、宣传画的问题，认为这是“美术向广大群众普及最广的作品”^[1]。从20世纪50年代末到60年代初，宣传画已经到了高速发展期，表明了宣传画在社会政治生活中的地位和作用，也反映了这一时期社会越来越政治化的问题。基于这样的社会现实，宣传画在美术的各个画种中也占有重要的份额，而由这一社会现实和需求所导引的是，大批纯绘画的画家转向了宣传画的创作，他们像苏联的画家那样，不仅审慎地选择适合时代要求的题材，而且用自己的绘画专业表现能力给宣传画以艺术的提高，在美术界也得到了画家们的重视。这些与广告、海报、招贴相关的属于设计的绘画，在过去都是从事油画、国画的画家们所不屑一顾的，这种现象反映了新中国美术史上的一个普遍规律，即在社会的要求和政策的倡导下，符合大众要求、能够进入大众领域的一些画种，受到了前所未有的重视，也得到了前所未有的发展。因此，从事各个画种的画家都在画宣传画，关心宣传画，促使了宣传画整体水平的迅速提高，如油画家邵晶坤的《向社会主义建设积极分子学习》、詹建俊的《棉花增产指标》、国画家蒋兆和的《沿着社会主义的道路前进》、林楷的《颗颗金，粒粒黄，合作化的道路真正强》，都表现出了很强的绘画性。

“必须及时地通过鲜明的绘画形象宣传党的政策，宣传共产主义思想，反映人民在社会主义革命和建设的实际斗争中的豪迈气概和雄心壮志，激励人民为建立一个现代工业、现代农业和现代科学文化的社会主义强国而战斗。”因此，“在各个革命发展阶段中，我们的政治宣传画都是召唤群众向着党所指示的方向前进的一面战鼓。”所以，50年代以来的宣传画紧密地配合着当时的政治任务。在这时代的配合之中，对于宣传画，不仅要求内容深刻，而且在形式语言上，

[1] 蔡若虹：《为创造最新最美的艺术而奋斗》，载《美术》，1960年第8、9期合刊。

还要求风格新颖、形象生动、简洁明朗，富有概括性和强烈的吸引力，“使人百看不厌”^[1]。哈琼文的《人民公社万岁》、顾祝君的《高产、优质、节约》、中央工艺美院集体创作的《城市公社化，万户是一家》等，不仅紧密地结合了当时“人民公社”化和技术革命等运动，而且在艺术上也是这一时期的代表。

接近 20 世纪 60 年代中期的时候，“文革”前夜的中国社会的政治化倾向越来越明显，各种形式和各种名目的宣传活动也是此起彼伏。1965 年 9 月，由全国美术家协会举办的“说唱宣传画片表演观摩会”在北京中国美术馆开幕。^[2]展览邀请了河北邢台专区文化展览宣传队演唱了六场，并组织中央美院、中央工艺美术学院的部分师生及其他单位的美术工作者约 900 余人观摩，中宣部和文化部的有关负责人也观看了表演。这套说唱宣传画片是参加当地社教运动的中央工艺美术学院和河北师范学院的部分师生集体画成的，共九张。以宣传画与说唱艺术的结合，使宣传的艺术呈现出一种新的时代形式，虽然在后来没有得到预期的普及，却成为发展中的一段历程。

1966 年 2 月 7 日，新华社发表长篇通讯《县委书记的榜样——焦裕禄》和社论《向毛泽东同志的好学生——焦裕禄同志学习》。正在北京举行的“华北区 1966 年年画版画展览观摩会”的领导小组立即组织了与会者学习，并连夜布置画焦裕禄的创作任务，与会的美术工作者在会余用一天两夜的时间创作了多幅宣传画，及时提供给报刊发表和印刷发行。这是继学习毛泽东著作运动，学习雷锋等先进人物之后的又一次大规模的宣传画创作的高潮。

从 20 世纪 50 年代以来，为了适应社会的需要，各级美术院校的教学活动也结合宣传画创作的需要，开设了专门的课程，其中四川美术学院工艺美术系的师生在 1960 年 9 月 5 日到 23 日的时间内，结合课堂教学和课外作业，围绕以保粮保钢为中心的增产节约运动及十六字的建国方针，积极开展创作活动，创作了各类形式的宣传画 30 幅左右，当年的《美术》第 8、第 9 期合刊还作了专门的介绍。而像北京市群众艺术馆 1963 年 6 月以举办宣传画学习班的方式来开展宣传画工作的，则是一种普遍的做法。其他还有送宣传画下乡等，也为宣传各种方针政策以及宣传画的普及做出了贡献。

政治宣传画“在社会主义革命和建设中日显现出它的战斗作用”的同时，另一方面是紧密配合国际社会中出现的一些符合中国外交政策的国际性事件，这之间从 1955 年的反对使用原子武器；1956 年的支援埃及人民反对英、美侵略；1958 年的反对美、英侵略伊拉克、黎巴嫩、约旦；1960 年的支援拉丁美洲、韩国、日本、土耳其人民的革命斗争。许多美术家都用宣传画

[1] 沈柔坚：《谈谈连环画、年画、政治宣传画创作中的一些问题》，载《美术》，1960 年第 10、11 期合刊。

[2] 载《美术》，1965 年第 5 期。

的方式参与反帝斗争、保卫世界和平等方面的活动，而在每一次事件发生后，美术家们，尤其是中央美院、中央工艺美术学院、北京艺术师范学院和全国各地美术院校的师生，都是通宵达旦地组织创作，“把画笔当作斗争的武器，制作了许多有力的宣传品”^[1]，这些宣传画往往在第二天就出现在示威游行和集会场合中。北京、上海、天津等地的出版社也赶绘、赶印了多种宣传画。1960年的5月20日，为抗议美国间谍飞机入侵苏联领空，全国城乡相继举行大规模的集会和示威，其中北京就有320万人的集会，在持续四天的活动中，全国美术家不仅是积极参加，还绘制了无数的宣传画、漫画和标语牌。因此，这一时期的与国际时事相关的政治宣传画，就成为这一时期宣传画创作的一个特点，代表作品有中央美院集体创作的《全世界人民团结起来，打倒美帝国主义！》等。这些作品作为“有力的宣传武器”，被认为“是用大声说话的艺术”，所以，“应具有强烈的鼓动性和令人信服的力量，在短促的瞬间里给人深刻的印象”^[2]。与之相关的国际上社会主义国家间的宣传画艺术的交流，也在一定程度上促进了宣传画艺术的发展，如“罗马尼亚宣传画、图片展览会”^[3]“古巴宣传画展览”^[4]宣传画与连环画、漫画等属于大众的普及艺术形式，在逐步进入到新中国美术殿堂的过程中，人们也像要求其他绘画形式一样，开始关注它的民族化的问题，因此，宣传画也和油画、版画等外来画种一起，承担着这一历史发展过程中的又一课题。所以，60年代以后的宣传画开始摆脱了20世纪50年代模仿苏联、波兰的倾向，出现了一批既有民族风格又有时代特色的作品。同时，在宣传画的面貌上也产生了一些政治性不是很强的具有社会公益性质的宣传画，在整体面貌上降低了过于浓烈的政治激情，而融合了许多生活上的温情。

“文革”的十年，宣传画在狂热的政治运动中被推向了峰巅。这一运动的史无前例，以及这一运动在国家政治中所具有的特殊性质，使“大批判”成为主要形式，宣传成了主要工作，而宣传画也就非常自然地在这—运动中扮演着重要的角色。尽管在这十年中，宣传画“大有用武之地”，但是，由于整个绘画审美体系的破坏与扭曲，宣传画在艺术上和这一时期的绘画一样，以“红光亮”的战斗性为特征，失去了审美的意义。这一时期的宣传画从“文革”初期沈尧伊的《紧跟毛主席在大风大浪中前进》《马列主义毛泽东思想万岁》，倪震、葛维墨、秦龙的《毛主席是世界革命人民心中的红太阳》、王晖的《大海航行靠舵手 干革命靠毛泽东思想》、万昌平的《努力塑造工农兵英雄形象》等，到1972年全国美展中的马良顺、许程义、赵纪寰、苑清岐的宣传画《学

[1] 记者：《中国美术家坚决支持南朝鲜、土耳其、日本人民的爱国正义斗争》，载《美术》，1960年第5期。

[2] 马克：《漫画、宣传画是有力的宣传武器》，载《美术》，1960年第8、9期合刊。

[3] 1960年8月23日至9月8日，由对外文委、中罗友协联合举办，在北京劳动人民文化宫举行，共展出120余幅作品。

[4] 1964年7月26日至8月8日，在北京举行。《美术》第5期发表了邵宇的文章《英雄的人民战斗的图画》。

好社会主义文化课》、单联孝的宣传画《做人要做这样的人》，可以看出“文革”的发展过程。“文革”初期的宣传画既是“红海洋”的组成部分，又是“红海洋”中区别于那些没有技术含量的“语录牌”的艺术表现。在那个各种绘画都是宣传画的年代，宣传画率先确立了“红光亮”的“文革”模式，而各种舞台亮相式的造型，更是在现实基础上极度的政治夸张，所突出的“歌颂性”“战斗性”“批判性”，则与“文革”关键词中的诸多政治事件相吻合，而这些形式都影响了其他画种。

“文革”时期的宣传画不计其数，美术界中除了被打倒、进牛棚的老画家或专家之外，几乎是全民皆画。社会需要所造成的宣传画的盛世，不仅有着众多原创的宣传画用于展览或印刷，还有无数复制的宣传画矗立在公共场所。这一时期的宣传画印制的数量巨大，影响也很广泛，而作为年画张贴在千家万户，则反映了它的覆盖面已经深入到基层。所以说，这十年是一个宣传画的年代。

宣传画的衰落与当代问题

经历了“文革”，国家受到了重创，人民也深陷于思想的困惑，饱受了政治带来的贫困。在粉碎“四人帮”之后，虽然有揭批“四人帮”运动，但是，精神的振奋并没有完全消除思想的疲倦。人们已经厌恶了运动。改革开放，人们树立了新的价值观，把经济工作作为重点将人们的视线集中到对一种美好生活的企盼，因此，社会开始转型。尽管社会上还有一些波动，在意识形态领域内还有一些论争，然而，人们已经不希望或不愿意用运动的方式来解决社会问题，所以，与运动相联系的宣传画则急剧衰落。

在这种衰落中，人们没有留恋，只有出版单位在经济的比照中回首于过去的盛事。宣传画几乎被人忘却，成了旧货摊上被人收藏的旧物。同时我们也看到，我们的社会生活中还有许多为全体公民所关注的政治性的大事，如香港和澳门的回归、抗洪救灾、申奥等，还有一些公益性的活动，如义务献血、防治艾滋病、积极纳税、打击走私、保护环境等，政府也动用了各种宣传手段。但是，在这些宣传活动中，宣传画即使有，也不像以前那样贴遍大街小巷和车间田头。这说明了现在宣传力度不如以前，也说明了现在的宣传方式发生了变化，特别是像电视这样的新媒体的普及性发展，就宣传的能力方面而言，宣传画是“廉颇老矣”。

从社会需求看，在当代中国的发展过程中，国家的大事不断，而与社会公益相关的各种活动也越来越受到人们的重视，像保护环境、积极纳税、义务献血、打击走私、计划生育、安全生产等，关系到每一个人的具体利益，通过宣传的手段使其家喻户晓，人人皆知，这是政府管理社会的必要手段。那么，宣传画还有用武之地。

从现实状况看，宣传画还是有一些，但集中在大城市的繁华地区，不够普及。一方面，乡村普遍还是用墙上刷标语的方式，而城市的胡同里基本上是居委会老太太们手写的小牌牌，这些既不美观，也感觉不到社会的发展，有点儿像新中国成立初期的状况。另一方面，虽然出版单位并没有完全放弃这一领域，但重视得不够，而发行渠道不畅，则是造成宣传画难以普及的在操作层面上的一个重要原因。

从艺术状况看，在大城市现在有一些超过以往的巨大的宣传牌，绝大部分为广告所占领，也有一些政治性或公益性的宣传画，但一般都是摄影加文字的表现方法。比如宣传改革开放，画面通常是邓小平的摄影形象叠加一些高楼大厦；宣传纳税，则是一个或几个漂亮的税务人员的形象加一条文字口号，如此等等。与美术相关的仅是编排设计和电脑制作。而绘画性的艺术宣传画基本上脱离了公共艺术的范围，成为全国美展中的一个保留项目。现在的社会比较重视像雕塑这样的公共艺术，但是对于那些眼前能够经常见到的、又经常变化的宣传画的艺术性状况却视而不见；相反，那些商业性的广告、海报、招贴却因为商业的原因，在商家的努力下，这几年在艺术性上得到了较大的提高，而与国家政治、社会民生相关的宣传画却得不到重视和扶持，处于自生自灭、随遇而安的状态。在经济社会中，期望那些有成就的画家从事宣传画的创作已经不可能，那么当代宣传画艺术水平的提高，其历史性的任务又是靠谁来完成呢？

显然，社会的发展并没有淘汰宣传画——只是方式发生了变化，只是相关部门没有有效地利用这一形式，只是画家们放弃了这一形式，而让位于摄影和电脑制作。那么，在一个多元化的社会中，宣传画怎么就显示不出多元的艺术发展呢？无疑这是值得深思的一个问题。

The Rise and Fall of Posters for Publicity as Well as Their Evolution

Chen Lyu-sheng

Posters for publicity evolve from advertisements, posters and placards, a product of the 20th century.

Advertisements, posters and placards have some commercial meaning and their artistry serves the commercial needs. However, posters for publicity are not characteristic of the commercial demand, but of political purpose, and their artistry serves the social needs.

Posters for publicity rose from the needs of China's revolutionary movements and wars in the 20th century and also played such an important role as the new-typed Chinese New-year painting did. With the end of the wars, fewer and fewer social and political movements, the transformation of propaganda in social life and in addition the rise of new media, posters for publicity began to decline in the 1980s.

Posters for publicity occupied a special social position in their prime time and attracted many famous painters, so they were full of artistic meaning and pursuit, thus becoming an important and necessary kind of art in the creation and exhibition. With the fall of posters for publicity in the social life, people still examine them in an artistic demand, but fewer famous painters pay attention to their existence and development. In the new century, posters for publicity have functioned as advertisements and posters or have an equal position like advertisements and posters. They have begun to break away from the painting area and gone into the big scope of fine arts. In the field of design, posters for publicity are often seen now.

The Rise of Posters for Publicity and the Influence of the Soviet Union

Posters for publicity began to appear in the 1930s and reflected the social requirements against the Japanese invaders. In the War of Resistance against Japan, posters for publicity represented a special social meaning, inspired the anti-Japanese morale and encouraged

people's anti-Japanese spirit. Many successful painters painted posters for publicity in that period, and their posters for publicity were full of enthusiasm and became representative examples in the Chinese history of fine arts.

In the course of the CPC's revolution, posters for publicity had been valued much and played an important role in the revolutionary wars. The early posters for publicity were restricted by objective conditions, so they were mainly in woodcut and regarded the expression of fighting as the value criterion. Usually, they had exaggerated images, high spirits and stronger themes, but did not value much of artistry. The images full of crying, waking, inspiring, exciting as well as slogans, became another kind of force in addition to guns.

After 1949, posters for publicity like the Chinese New-year painting and picture books were valued much by the governments of the CPC. "And political posters for publicity also appeared, which had great influence among the people as a popular art. The posters developed rapidly because they could reflect the movements of peace, democratic reform and productive reform. By 1954, only in Beijing more than 11 million copies had been distributed to encourage people to struggle for peace, work, freedom and happiness." "The large number of distribution" showed the position of posters for publicity in the political life and social development of New China. If we were in the streets or factories, we could see that the colorful political posters for publicity "had become ornaments in the shop windows, workshops and workers clubs." Thus, posters for publicity also had become one of the most important marks in "the great development of fine arts".

In his report made at the Enlarged Meeting of the National Committee of the Chinese Artists Association, Jiang Feng listed some excellent and innovative posters in the artistic style and form, of which he especially mentioned the political poster for publicity of Learning the Advanced Experience from the Soviet Union by Li Zong-jin. This showed that posters for publicity occupied a position in the creation of fine arts. However, like "Learning the Advanced Experience from the Soviet Union." with the founding of the People's Republic of China, everything in the past went away. China began to learn everything from the Soviet Union including the political system, social life and so on.

On April 3, 1951, the Exhibition of Posters for Publicity and Caricatures from the Soviet Union was held in Beijing. This was the early introduction to the exhibition of fine arts of the Soviet Union, which not only showed the importance of posters for publicity in the society, but also provided the direct opportunity of acquiring experience from the Soviet Union. Many important theorists wrote articles to express their feelings or make

summaries. On March 25, 1951, People's Daily published Zhong Dian-fei's article of Learning from the Artists of the Soviet Union: Feelings after Visiting the Posters for Publicity of the Soviet Union as well as two posters for publicity and of the Soviet Union. and published Ivanov's Drink the *Dnieper River Water, and will Prink Putra River Niemen River and Bougner River*, Clearing away the Caricatures Fascists from Soviet Land and Bilevski's *Vote to All* Zhong Dian-fei wrote, "This exhibition will push China's fine art ahead, and especially many posters for publicity rarely seen will be of great significance to strengthening the work of posters for publicity in the field of resisting the U. S. aggression and aiding Korea." On April 9, 1951, Cai Ruo-hong's *The Miniature of Two Worlds: Introduction to the Exhibition of Posters for Publicity and Caricatures from the Soviet Union*, Yuan Shui-pai's *Seeming to See Our Close Ally: Visiting the Exhibition of Posters for Publicity and Caricatures from the Soviet Union*, Huan Jun-wu's *Posters for Publicity and Caricatures from the Soviet Union* and Yan Meng's Something about the *Exhibition of Posters for Publicity and Caricatures from the Soviet Union* were published in *People's Daily*. In addition, People's Daily published some selected works from this exhibition in full pages. From this time on, the experience and model of the Soviet Union set an example in China, and especially the simple and distinctive style of posters for publicity in the period of Yan'an turned into a model full of fighting spirit and delicate artistry with the Western painting style as the background.

Posters for publicity in the Soviet Union were regarded as an artistic form valued much by the governments and also as "a brave and advanced art, and integral part of the universal cause." In the late 1940s, Publication Resolutions on the Shortcomings and Improvements of *Political Posters for Publicity issued by the Central Committee of the Soviet Communist Party demanded* that "all circles should regard posters for publicity" as an important instrument of communist education and political encouragement. In this resolution, newspaper editorial offices of the Central, Republics, Border Areas and Provinces and editors from the journals of *Arts and Sparks* were asked to comment on the published posters for publicity. In 1949, a large scale of "exhibition of posters for publicity was held in the Soviet Union" and the roving exhibition went into many constituent republics, so Director of the Soviet Artists Association wrote an article of *The Soviet Posters for Publicity: an Important Instrument of Encouragement by Bolsheviks* and pointed out, "The sublime role of the Soviet posters for publicity and the increasing requirements of the masses, with the development of socialist culture, demand that the people in charge of organization and propaganda of the Party, namely, painters, editors, publishers and

theorists, should shoulder the responsibilities of improving the quality of political ideas and contents in the future and work tirelessly for artistry and printing quality.” In addition to the Soviet influences, there were some influences from some Eastern European socialist countries, and especially the film posters for publicity from Poland had a great influence on China’s creation of posters for publicity in the 1950s. In April 1957, “the Exhibition of Poland Posters for Publicity and Illustrations” was held in Beijing, of which the film posters for publicity was characteristic of distinctive image, intense style and national form, thus becoming the reference of many painters. This reference shows the course of China’s posters for publicity and also a shortcut of improving artistry in a short time. In 1954, *Talking about Political Posters for Publicity* by the Soviet theorists was published in Zhaohua Publishing House of Fine Arts, which had a deep theoretical influence on the development of China’s posters for publicity.

The Prosperity of Posters for Publicity and Its Social Function

After the 1950s, China’s posters for publicity promoted by political movements and influenced by the Soviet arts were beginning to take shape and played an important role in the social life. The reasons for this are, in the one hand, that the new regime needed to be consolidated and new society to be constructed, and in the other hand, continuous political movements needed posters for publicity because propaganda and agitation had become the first mission in the social political movements. Through various propagandas, the masses were educated in time, their awareness was raised, everyone’s will was unified, everyone’s strength was organized so that political movements may be guided to go to the direction that policy-makers indicated. At that time most people were illiterate, and in addition there was vast land and poor media, so full use of the plastic arts in the form of propaganda and agitation had become the fittest selection of propaganda at that time. In the atmosphere of reality, a public art closely related with the society should have its base among the masses in the propaganda of themes, various wall papers, propaganda columns, mural paintings in urban and rural areas as well as parade and assembly place, leaving the marks or traces of this age. It’s doubtless that posters for publicity of plastic arts are the most agitating and popular among the people. Catering to the needs of the times, this kind of art reflects the value in a special age and also records the process and history of movements.

Posters for publicity in the 1950s always walked in the forefront of plastic arts in the propaganda of national policies and political movements. In the field of form, it broke

away from the simple style in the period of Yan'an and began to turn to artistry. As a kind of art, posters for publicity were visited at any national exhibition and became one of the symbols that popular art went into the ivory tower at that time. The artistic level of posters for publicity as a whole was raised for many painters participated in them.

In 1954, Jiang Feng made a summary of fine arts in the past 5 years. As for posters for publicity, he thought that "they had had great influences among the masses." In the past five years, over 11 million copies spread to the masses only in Beijing, inspiring strongly people to struggle for peace work, freedom and happiness. At the Second National Exhibition of Fine Arts in 1955, the representative works of *Five-star Red Flags in All Over Taiwan* by Ha Qiong-wen, *I'm Willing to Be a Dove of Peace* by Fang Jing and others were well known in China. In this period, People's Fine Arts Publishing House published 180 varieties and distributed copies reached over 126 million, of which *We Love Peace* reached 2.4335 million.

In 1955, a group of articles about posters for publicity was published in No. 8 Issue of *Fine Arts*, which made a better summary of achievements and existing problems in this period. It can be seen that posters for publicity attracted the attention of the academic circle instead of its use in the reality. In his article of *Badly Needing to Improving Posters for Publicity Further*, Zou Ya pointed out some problems in the creation of posters for publicity:

Firstly, the number of posters for publicity can not satisfy the increasing needs because some painters have wrong ideas; the leading organs have not promoted or valued much of this kind of art in the past few years; organizational work is poor.

Secondly, the quality of posters for publicity was poor compared with the increasing requirements of the masses. Some posters for publicity have serious shortcomings of conceptualization in dealing with subject matter and themes. In addition, there exists a serious formulated problem in its painting technique.

Thirdly, there exists an inclination of stereotype in the artistic style. In his article of *Strengthening the Agitating Force of Posters for Publicity*, Shen Peng wrote, "To make posters for publicity better and fully play its role in public education, agitating function must be researched completely." He pointed out, "In the one hand, posters for publicity and paintings can not be separated to prevent the loss of their common points, and in the other hand, what's more important is that the special nature of posters for publicity should be understood, namely, the intense agitating function." After making a deep investigation, Ma Ke wrote an article of *Valuing the Opinions of the Masses and Improving the Creation*