

XIANDAI ZHAOTIE YISHUSHI

XIANDAI ZHAOTIE YISHUSHI

xiandai
XIANDAI
ZHAOTIE YISHUSHI

XIANDAI ZHAOTIE YISHUSHI

Zhaotie

XIANDAI

ZHAOTIE YISHUSHI

现代招贴艺术史

朱国勤 著

上
海
书
店
出
版
社

XIANDAI
ZHAOTIE YISHUSHI

XIANDAI ZHAOTIE YISHUSHI

现代招贴艺术史

朱国勤 著

上
海
书
店
出
版
社



图书在版编目(CIP)数据

现代招贴艺术史 / 朱国勤著. —上海: 上海书店出版社, 2000. 3

ISBN 7-80622-523-4

I. 现... II. 朱... III. 宣传画—绘画史—世界
IV. J218.1

中国版本图书馆CIP数据核字(1999)第57127号

现代招贴艺术史

编 著 朱国勤
责任编辑 柯国富
技术编辑 毛志明
封面设计 一步平面设计工作室
出版发行 世纪出版集团
上海书店出版社(福州路424号 邮编200001)
经 销 新华书店上海发行所
印 刷 上海展望印刷厂
开 本 787×1092毫米1/16
印 张 12.25
印 数 0001-3000
出版日期 2000年5月第1版 2000年5月第1次印刷
书 号 ISBN 7-80622-523-4/J·171
定 价 58元

序

中国的设计教学经过近几十年的发展，已有了一定的基础。但设计教学的基础理论 还是十分薄弱的。特别是对设计史的研究，在大多数领域，几乎是处于空白状态。近年来，也有一些介绍国外设计家和设计作品的书籍问世，但大多数只是停留在推介几个设计家的作品，学生只见一斑，难窥全豹。有的著作者并非设计师出身，在推介作者的创作思想时，从哲学谈到历史，不可不谓深刻，但常常令学生难以领会。

在现代设计教学体系中，设计史是一个不可缺少的组成部分。设计史里有创作思想的演变、有表现风格的发展。在今天，有几本阐述全面、分析详尽，能够真正让学生读懂读通的设计史对设计教学来讲是太重要了。我认为，由朱国勤编写的这本《现代招贴艺术史》，视野开阔、阐述全面、材料丰富，并且对设计作品从专业角度 进行了独到的分析，是一本值得推荐的好书。

朱国勤是我的学生，我认识他已有近二十年了。从他担任教师那天起，我就对他提出了十分严格的要求。他的课总是备得认真而充实，并且担任过平面设计的各种课程的教学，这对他以后在教学和学术上的发展打下了坚实的基础。十几年来，朱国勤在设计实践和设计理论方面一直在努力钻研。除了创作了大量CIS 等平面设计作品外，他还编、译了六本有关设计方面的著作，撰写了许多论文。编写本书，朱国勤花了许多精力，他在国外的几次进修期间，收集了大量的资料，阅读了许多有关文献。作为设计师和教师的朱国勤在设计及其理论方面也有自己独到和全面的见解。这些，都为写好本书创造了可以说是“得天独厚”的条件。

在搞设计的这一圈子里，相对而言，朱国勤为人谨慎。他多次表示本书只是提供了招贴史一个粗略的框架，期望在以后如果有可能再版时能进行进一步的充实。我希望他能继续努力，在实现这一愿望的同时，在教学和学术上取得更大的进步！

丁浩

2002/03

导 言

一

首先,让我们来对有关招贴的名称进行讨论,简单地做一点“正名”的工作。招贴广告的英文名称为“POSTER”,“POST”意为竖在公共场合中的大木柱,POSTER指张贴在大木柱上的告示。在牛津英汉大词典中,招贴被解释为展示在公共场合的告示(Placard displayed in public place)。在国外出版的一些设计词典里,招贴常常被指定为张贴于街道上的墙或大木板,以及车辆上的印刷广告。按照现代英文的划分法,招贴不同于Notice Board(通知牌),也不同于Bill Board(大型的路牌广告)。

就招贴的中文含义而言,招贴的招是指广招人们注意,而贴则为张贴的意思,二字合起来,招贴的特点便凸显出来了:一能引起公众关注,传播信息;二能复制能张贴。

招贴作为一种视觉传达艺术,在其历史发展过程中形成了多种多样的表现形式,并各自具备着不同的功能,但在今天,招贴的内涵正日益明晰起来,这就是:招贴是一种具有可复制性和可传播性,以图形文字等平面设计表现手段,传递商业的文化和其他方面信息的视觉传递媒体。所谓的可复制性,是指它可以通过印刷或其他方法进行大量的复制;所谓的可传播性,是指它那特定的传递方法——通过张贴在各种公共场合,迅速而有效地传播信息;所谓的图形文字等平面设计表现手段,是指它主要是通过图形这一视觉表现语言,并通过文字的辅助(当然也有极少数的例外),来传递信息这样的一种媒体形式特点。

在一般情况下,人们把招贴称为招贴广告,并常常把它和直邮广告、售点广告等其他广告形式合为一体,构成一个功能各不相同的广告大家庭。然而,事实上招贴在形式和功能等各方面远远不局限于此。除了商业性的招贴广告外,我们还可以将招贴进一步细分为文化活动招贴(包括电影戏剧招贴)、公益招贴、政治宣传招贴、艺术招贴(艺术家为自己的画展设计的招贴)等。

在中国,和招贴相关的还有许多其他名称和叫法,它们分别反映了人们在不同时期对不同功能招贴的不同理解。海报是用得比较广泛的一个招贴别称。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。但在今天的日常生活中,海报这个词较少地被应用于表达商业性广告,更多地和文化活动招贴联系在一起,如电影海报、戏

刷海报等。宣传画也是常用的一个词，在中国有很具体的内涵，即指政治宣传招贴、文化或公益宣传招贴。宣传画这个名称的通行，和中国这类招贴的创作特点很有关系，这一点我们以后会讲到。年画和月份牌一样，是一中国特产，虽然在功能上它们更多地具有装饰室内空间的作用，但从传递商业和文化信息、设计表现特点等方面上讲，它们仍可被视为招贴的一种形式。

要指出的是，尽管早期的招贴脱胎于各种告示和通告，但在今天，中文里的告示，通告和招贴其意义有着很大的区别，这一点和现代英语是一样的。

二

现代招贴艺术的发展已有一百年左右的历史了。沧桑百年，世界经过了翻天覆地的变迁，招贴艺术几经盛衰，如同一个人从幼童步入盛年。

对招贴这门特殊艺术的研究，从它的诞生之时便开始了。专门展示招贴广告的画展，在世纪初的巴黎就已举办。20年代招贴作为一种新兴的艺术形式引起了欧美画坛的广泛关注，招贴成为艺术收藏的一个新的领域。从那时起，在法英等平面设计发展较快的国家内已有了主要从事招贴发展历史研究的学者，一些世界著名的美术馆也建立了专门的招贴研究收藏部。一些国家特别重视本国招贴艺术的发展及研究，为了促进这门艺术的发展也为了政治及其他方面的一些原因，设立了特定的机构和资金来资助设计家和招贴方面的理论研究。

二战后，随着世界各国经济的发展，广告业有了突飞猛进的扩展。作为商业广告一部分的商业招贴的创作，设计家的工作方法、性质(及其地位)有了一定的改变，但在文化招贴和政治宣传画等领域，大量的设计家仍以传统的方式进行设计。在这一时期，对招贴的研究达到了一个新的阶段。有相当多的招贴作品专集和招贴史专著问世，在许多关于平面设计史和传播史的论著中，作者也都把招贴作为一条发展主线加以研究和阐述。在一些国家里，建立了许多专门陈列著名招贴艺术家作品的美术馆，如雪利，卡桑德拉美术馆等，一些在招贴发展史具有重要地位的城市也相继建立了招贴艺术馆。

近年来，在世界范围内对招贴艺术的研究进一步深入，出现了各种研究范围和课题更加细化的招贴史研究专著，如政治宣传招贴史，电影广告史，新艺术运动招贴史等。值得一提的是，一些国家独特的招贴发展历史目前正日益受到人们的关注，有关的著作不断涌现，如前苏联的构成主义广告和电影招贴、中国的政治宣传招贴的历史和发展，现在正成为许多设计史研究者探讨的热点。据作者这几年所见，国外新近出版的关于这两个国家招贴方面的著作不下十几种。

相对而言，我国在这方面的研究还刚刚起步。虽然过去几十年中国内也出版了不少招贴作品专集，包括相当重要的60年代的《十

年来宣传画选集》(上海人民美术出版社), 以及一些社会主义国家的招贴画集(如波兰), 但对整个招贴设计史(不管是国内还是国外)的研究在总体上尚不系统。本书的出版, 希望能在推动这个领域的理论研究方面起到一些促进作用。

招贴, 作为平面设计的一个主要组成部分, 在由图形、文字和编排等要素构成的设计语言方面, 探索空间大, 形式变化多。招贴, 最能体现平面设计的形式特征, 它的发展可以构成平面设计历史的主线。研究招贴发展史, 在各个方面都具有很重要的意义, 特别是在设计教学上, 它可以帮助学生认识历史上各种平面设计风格的起源及发展, 从中找到设计创意的源泉与自我风格的定位。

招贴史的写法有许多种。就作者所见而言, 主要的有三种: 一是基本根据历史年代的先后而展开陈述, 如麦克斯·加罗(Max Gallo)的《历史中的招贴》就是其中的代表; 二是把各种流派作为主线分门别类将各种设计和设计家归纳起来, 这种写法的作者有马克(P Mark)的《传播设计史》等; 三是前两者的结合, 象约翰·巴尼克特(John Barnicoat)的《招贴艺术》, 唐·埃茨(Dawn Ades)等人合著的《20世纪的招贴和设计前卫》等。

在国外, 招贴史的作者一般主要从事理论方面的研究工作, 尽管他们对各种设计流派的理论及其创作实践有着全面而具有个性的认识, 但在一般情况下, 避免对设计作品作直接的诸如设计技巧方面的评价。本书的作者从事设计及设计教学工作多年, 在陈述各类设计家及其他他们的作品时, 不免从一个设计工作者的角度, 在分析和评论上要更深入和具体一些, 更多地带进了个人的审美方面的感性认识, 因而常常难免有些偏颇之处, 这里提请读者注意。但不管如何, 这也算是本书的一个特点吧。

本书在总体构架上与第三种招贴史的写法相近, 试图将各种流派与其历史年代的先后次序两个方面结合起来进行阐述。这样做的目的方面可以将各个流派发展上的继承、延续关系上阐述得更为清晰, 也可以使书的织体流畅一些; 另一方面是为了便于许多对现代艺术, 尤其是现代平面设计的发展史了解得不十分深入的学习设计的中国学生更好地掌握招贴史的概貌。但是这样写的负面也是十分明显的: 如对一些流派的创作思想和风格的分析不便过深入; 在一些时间跨度长影响大, 或同时产生及并行发展的设计流派在阐述上有一点困难。

例如: 现代主义从起源到其在世界范围内的发展经过了一个长期的过程, 跨度近三四十年, 各个国家的现代主义的发展方式及特点也各不相同, 如何清晰地展开这个影响巨大的设计运动的发展脉络, 并且将其与同一时期出现的其他流派的关系讲清楚, 难度不小; 新艺术运动的发展涵盖面也相当广, 如何突出地阐述各国不同的创作上的特点是本书写作时重点考虑的问题; 政治宣传招贴由于特定的历史原因, 在世界范围内二十年代、四十年代和六十年代各有一个创作的颠峰时期, 它的创作方法在这么长的发展过程有许多变化, 有的直接来

源于或代表着当时最新的设计思想。对于这种招贴,本书除了专门列出一章陈述它的起源和一些基本的创作特点外,也在其他相关的章节中介绍了一些新近的政治宣传招贴设计方面的发展。尽管这样做在政治宣传招贴这一系列的陈述有些不完整,但从整体上叙述各个流派的延续关系则更“顺”一点。这样的例子还有许多。应当承认:理顺各个流派在发展过程中相互影响和延续方面的关系,是作者面临的最困难的一个问题。

三

招贴的一种流行艺术。这构成了我们研究招贴史的重要的理论基点。

招贴是一种艺术,但不是那种可以由作者自由地宣泻表达自己情感和意念的纯绘画艺术。正如法国设计大师卡桑德拉说的那样,招贴实际上是一种象电话那样的传播工具,设计者主要的工作只是尽可能准确无误地传递信息。招贴的发展始终和社会的经济、政治和文化等各方面的发展紧密联系在一起。招贴的功能决定了它只能追随社会流行文化的变迁而变迁,它的风格和美学特征总是反映着特定历史发展阶段中的社会大众的审美趣味,当然,它同时也受着当时各种文学艺术及其创作思想的或大或小的影响。因而研究现代招贴艺术史,必须把各种影响其发展的要素(包括各种所谓的“亚文化”)综合起来观察与思考。

在影响招贴发展的各种艺术中,绘画无疑是其中最主要的一种。在招贴发展的早期,绘画性广告和新艺术运动招贴与当时的绘画艺术的关系非常密切,绘画的许多技巧和观念被直接地移用到设计上来。只是在现代主义盛行于世之时,招贴在形式表达语言方面实现了真正意义上的与绘画的分离。然而画坛上的每一次骚动,从未来主义、达达派到表现主义、流行艺术等等,无一不在招贴设计的发展进程上留下了它们的印记。可以这样说:现代绘画艺术的各种新观念、新流派总是最直接、最快捷地反映在招贴的创作上。绘画艺术的历史发展主线,尽管和招贴艺术的发展主线不完全一致,但从总体上看是基本吻合的。

因而,我们把招贴史的发展和绘画史的发展密切地串联在一起进行考察,这是研究招贴史的又一个重要的理论基点。

除此之外,我们还将社会的、文化的和技术的诸方面对招贴史的重要影响纳入到我们研究考察的课题内。因为,印刷机的完善,摄影和照相排字技术的发明和电脑辅助设计的推广,都在招贴史的进程中具有里程碑式的意义;同时,十月革命、一、二次世界大战、六十年代席卷欧美大陆的学生运动,以及后现代的各种文化潮流都对招贴的创作起了巨大的推动作用。

上述的认识,构成了我们学习研究招贴这门艺术发展历史方法论的基础。

最后，我们要强调的是，中国的招贴是世界招贴发展史中的一环，并且是十分重要的一环。但是本书的课题主要是探讨招贴在世界范围内的发展，因而对西方设计的介绍在篇幅上相对而言略多一些。我们期望在不远的将来能见到有关中国招贴发展史的专著问世。

车尔尼雪夫斯基说过：“美就是生活。”美，并没有一成不变的形式上的绝对标准，它是生活在各种具体历史条件下人们社会实践的产物。如果我们沿着招贴的发展轨迹探索，可以在历史的积淀中发现许多闪光的东西，让我们提取先人留下的丰富宝藏，来铸炼今天的招贴艺术。

目 录

| | |
|-----------------------|-----|
| 序 | 2 |
| 导 言 | 1 |
| 第一章 现代招贴艺术的启始 | 1 |
| 第二章 新艺术运动的影响 | 13 |
| 第三章 装饰艺术及其他 | 32 |
| 第四章 现代主义的兴起和发展 | 46 |
| 第五章 战争与政治宣传招贴 | 75 |
| 第六章 战后各国招贴设计的发展 | 90 |
| 第七章 新的潮流和趋向 | 110 |
| 后 记 | 124 |

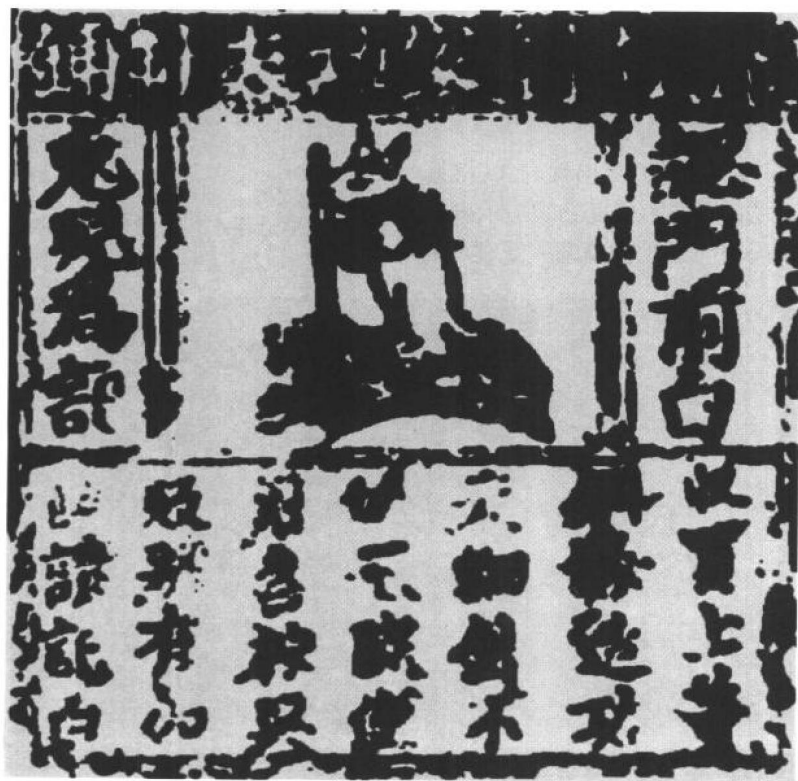
第一章 现代招贴艺术的启始

在今天的社会生活中，各种各样商业的、文化的广告包围着人们——路牌广告、灯箱广告、霓虹灯广告、POP(售点)广告充斥于街道、车站、广场、商店和城市及乡村的各种角落、占据着每一重要的视觉空间。

这些以视觉形象作为传递媒体的广告，都是历史上存在最早、发展历时最长的一种广告形式——招贴广告的延续和演化。虽然今天招贴广告因为社会的发展和传播媒体的多样化，已失去其在历史上所具有的那种特殊地位，但它在各种领域仍然扮演着重要的角色。更重要的是，一百年来，招贴艺术家对于各种设计语言和表现风格的探索、研究，为现代视觉传达设计奠定了坚实的基础，今天流行的各种平面设计风格，都可在历史上的招贴作品中找到它们最初的创作渊源。

对今天已成“燎原”之势的广告及各种平面设计的发展作出了贡献的招贴艺术，如果要找到它发展启始的那几点“星星之火”，我们必须沿着人类历史发展的轨迹，回溯而上，走行很远很远。

◆ 刘家功夫针铺广告 (11 世纪)



第一节 招贴广告的早期发展

在远古时代，类似于招贴广告的公告牌、告示牌已经出现。它们向大众传递各种消息、国王的法令、部落之间的协议等等。它们竖立或张贴于民众集聚的市场、广场、教堂或庙宇之前。人们经过无数次的实践发现：信息通过这种媒体来传递，有效而快速。

历史学家们认为：最早的告示牌出现在公元前2,000年左右的巴比伦王朝，内容为著名的汉穆拉比法典。它是一块高达两米多的闪长石石柱，上面镌刻了汉穆拉比(Hammurabi)从太阳神那

里取回的法典。古希腊人发明了一种更有效的告示发布方法,即由机械传动的活动告示牌,称为“爱克松尼斯”(axones)。它们可以根据需要而放置于各地,向公众宣布体育比赛的消息。在古罗马,各个城市都竖有一块“爱尔本”(album),即一种用石灰涂成白色,并绘有装饰图案的公共墙。人们用红色或黑色颜料在上面书写法律和指令。

然而,固定或可以转移的告示牌的信息传递能力依然有限,因为它们的数量少,复制困难,只能放置于少数地方,只有那些经过告示牌的人才能看到它们。于是人们开始找寻一种能够大量复制的告示牌,它们能散布于各个地方,让各地的人们都能见到,这样传递信息的效率便会成倍增长。就这样,招贴广告的雏形便渐渐地应运而生了。

世界上最早的招贴广告是目前保存在英国伦敦博物馆的约3,000年前的一份寻人文字招贴,它是英国军队在埃及古城庇比斯遗址上发现的。上面书写的内容为悬赏一枚金币,捉拿一个逃跑的奴隶。所用的纸草是由尼罗河上游的芦苇类植物—纸莎草制成,当时这种纸草相当珍贵,只有少数富足的奴隶主和富人才可使用。

而在古罗马时代,招贴广告逐步地普及开来,甚至有了所谓的“招贴画家”(poster-painter)这样的头衔,在招贴广告的底角上常常写有“路西斯作”或“阿米流斯·希勒在月光下独书此作”之类的字样。1600年左右人们在庞贝古城的墙上发现了各种告示、信息牌,它们成为古代国王和政客们召唤民众,与社会沟通的重要渠道。在那里也有戏剧海报被发现,上面书写着彩色的女演员的姓名,甚至还有人像,这已具备了现代招贴广告的一些基本的要素。

然而,以上的这些招贴广告的复制方法基本上都是以手绘方式进行的。招贴的数量依然有限,其作为大众传播媒体的功能并不能充分地发挥出来。

国外最早通过印刷进行复制的招贴是在1450年出现的。(根据R·霍利斯的《平面设计史》的又一说法,首张印刷复制的告示出现在1477年的英国。)那一年,一直从事研究印刷术的英国人威廉·凯克斯(Wilhelm Kykers)运用印刷手段复制了一些招贴广告,并将它们沿着伦敦大街及教堂门口张贴,以免售复活节用的教会书籍。

印刷复制招贴,是招贴及平面设计发展史上的重大进步。这里我们要指出的是,这份历史功绩并不能全归于威廉·凯克斯。正如几乎所有的设计史所阐明的那样,印刷招贴广告的出现,首先要归功于造纸术的发明,因为纸是印刷的基础。中国的造纸技

◆ 最早运用木刻方法印制的佛教图文





◆ 《伟大的消费者舞场》海报 (1810年)

术在公元七世纪左右通过贸易流传到中东，然后又通过阿拉伯人在八世纪传到了西班牙及整个欧洲。其次，印刷术的发明和完善，也是个历史过程。中国人发明的印刷术中世纪传到欧洲后，被不断改良。德国工程师约翰尼斯·戈登堡(Johannes Gutenberg)毕生致力于印刷术的研究，他在这方面的贡献是划时代的。他发明的印刷机被人们誉为“视觉艺术文化的一个里程碑，招贴广告发展的基础”。因此，从技术上讲，印刷招贴的出现，是几个世纪许

多国家“能工巧匠”持续不断地研究探索的成果。

历史学家用诗意的笔法评价了造纸术和印刷术对招贴及视觉传达设计发展的巨大推动作用：“在人类历史上，印刷艺术第一次使文字无数次的复制成为可能。人类的智慧现在插上了双翅，人们的思想可以飞遍整个世界。”（见《世界传播设计史》）

这里特别要指出的是：作为造纸术和印刷术发明地的中国，根据考古发现证明，最早的印刷招贴的出现要比英国更早400年左右，也就是公元十一世纪（宋朝）。这幅招贴便是著名的山东济南刘家功夫针铺的印刷广告。它由铜版印刷，四寸见方，上面书有“济南刘家功夫针铺”字样，正中为白兔抱铁杵捣药的插图，左右两边分别写着“认门前白”“兔儿为记”等相当于广告语的文字，下部还有一些关于商品及销售方面的说明。这张招贴同时还可兼作针的包装纸。目前，刘家功夫针铺的印刷铜雕版陈列在中国历史博物馆内，它是我国古代高度发达的商业和印刷技术的见证。但是，也应当指出的是，这幅作品在设计、尺寸等方面离开真正意义上的招贴广告还有相当大的距离，并且，在很长一段历史时期内，中国在这方面并没有更进一步的提高。

另外，中世纪的中国、日本、和朝鲜，由于造纸术、印刷术的早早发现和传播，在宗教宣传品、民间年画等方面的设计印刷也有相当的发展，其中的有些作品具有一些类似招贴广告的性质。

十七世纪前后的欧洲，经济的发展和现代工业生产方式的逐步形成和发育，推动着招贴艺术进入了新的发展时期。

机械加工工艺的提高，使印刷技术、机械及材料有了质的改善。教会、国家政府、商人和艺术家很快地认识到新的印刷技术所具有的重要性，迅速地将其应用于各自不同的目的。一时间，教会的宣传告示、国家的公告和各类的商品招贴广告、戏剧歌剧海报遍及于欧洲城乡的角角落落。据记载：十七世纪初，在欧洲许多国家内，各级政府

和乡镇社会组织是印刷商的重要主顾,每年印刷大量的告示。而有远见的医生,则运用大面积的具有很多装饰纹样的广告来宣传他们的医术,在当时形成一种风尚。以后,越来越多的带有装饰纹样的招贴广告出现在街头巷尾。它们设计精美,具有相当的吸引力。甚至一些政府为了吸引青年人加入军队,也应用了把装饰纹样和士兵形象结合起来的征兵招贴广告。进入十八世纪以后,具有丰富变化的字体设计、装饰纹样和图形形象的戏剧海报、马戏广告等艺术招贴的出现,已敲响了现代招贴艺术这一新时代来临的晨钟。

这一时期内,招贴艺术在其各个方面,都有了长足的进步。欧洲各地(特别是法国巴黎)出现了许多专职设计师,涌现了象勒布鲁(LeBrun)、塞巴斯蒂安(Sebastian)、勒克莱利(Leclere)、卡洛特(Callot)等一批有影响的插图画家。在字体设计方面,许多适合于招贴广告的字体被人们创作出来,如埃及体、爱奥尼亚体、透视体、克拉伦登体、珍珠体等等。还出现了数百种学科的符号系统,包括数学、天文、物理、化学、生物和地理等方面。这都为招贴设计提供了丰富的表现语言。

十七世纪中叶,各种各样的招贴广告、公告遍布街头,一时泛滥成灾,有些广告并带有明显地攻击教会和政府的内容。这引起了上层统治阶级的注意。1653年,法国巴黎市政府发布了禁止在公共场合张贴招贴广告的法令,违者可遭到死刑的处罚。然而,过了不久,社会的需求最终使这一禁令失去了效力。招贴广告又渐渐地出现在巴黎的广场街道上。

十九世纪的德国,随意张贴的招贴广告所造成的城市街道形象上的紊乱,在引起人们反感的同时,也促发了他们对解决这一问题的思考。1855年,厄恩斯特·利特菲斯(Ernst Litfass),这个柏林的印刷商,受令设计并建造了树立于街头的专门用于张贴广告的圆形立柱。这使“Poster”真正地“名符其实”起来了这种柱子今天仍以利特菲斯的名字命名着。

十八世纪末之前的招贴广告,我们称之为“早期招贴广告”。虽然在漫长的历史时期内,它在数量、设计的质量等方面一步步地提高,但和后来的现代招贴艺术的发展相比,还是相当幼稚、原始的。正如《招贴广告》一书的作者所指出的那样:“那时的招贴设计很少有杰出之作,字体的运用相当传统,插图简陋,缺少吸引力,只是再现某些事物而已。”事实上,那时的招贴广告还没有和告示、通知真正地分开来。在这些所谓的招贴广告上,文字扮演了主要的角色,除了一些装饰纹样外,图形还未起到真正的传递信息的作用。如果我们看一下1792年的《真理公报》(作者不详)和1810年《伟大的消费者舞场》(作者不详)这二幅法国招贴(见图),对当时的设计水准可见一斑。

直到十九世纪末,当社会的、经济的、技术和文化的条件成熟后,现代招贴艺术才开始瓜熟蒂落,走出摇篮。

第二节 现代招贴艺术的启始 —— 绘画性广告

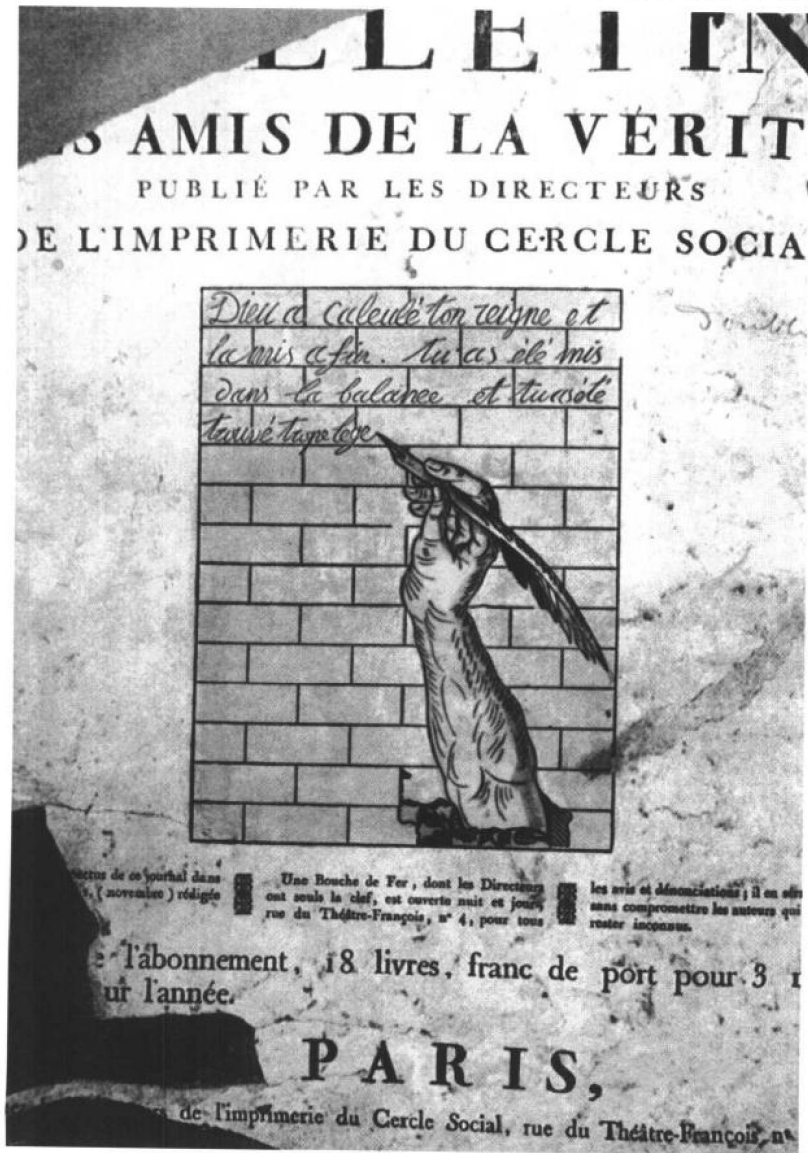
十九世纪末，欧洲社会处于一个特殊的发展时期，现代招贴艺术正诞生于此期间。

十九世纪中叶，欧洲工业革命后，社会经济有了快速的增长，海外殖民地的扩大，贸易的全球化，使得国际资本主义大市场逐步形成。在这个“黄金”发展时期，为了争夺市场，提高竞争力，作为产品促销的主要手段之一的招贴广告(在当时没有象电视、广播等现代化传播媒体的情况下，招贴几乎成了唯一的广告宣传手段)，自然得到了各种商人的重视。可以说，是资本主义现代工业和商业的发展需要，促成了现代招贴艺术的诞生和发展。特别是十九世纪末到二十世纪初这一时期，随着世界性市场的瓜分完毕，资本主义经济的发展逐

步由原来的自由竞争转向垄断，争夺市场的斗争日趋激烈(由此导致第一次世界大战的爆发)。这使招贴艺术的发展更增添了一份动力。

世纪之交时期欧洲文化艺术的发展，也为现代招贴艺术的诞生起到了积极的作用。影响深远的英国工艺美术运动产生于这一时期。以威廉·莫里斯(William Morris)为代表的一批设计家十分敏锐地看到了工业革命后设计所面临的各种问题，并试图以他们特定的方式来加以解决。他们创作的大量的包括平面设计在内的精美作品，不仅将英国的设计水准推向世界的最前列，而且对以后招贴艺术，尤其是新艺术风格的招贴艺术有着非常直接的影响。同样，当时席卷欧洲的，以印象主义为代表的新绘画浪潮，把各种绘画艺术从传统的桎梏中解放出来。各位大师以他们天才的创造力，赋予绘画艺术不断更新的表现形式。他们中的一些人，如莫奈、劳特累克等，亲自参加了招贴广告的创作，并留下了一些非常出色的作品。这对当

◆ 《真理公报》招贴 (1792年)



时从事招贴艺术创作的艺术家来讲,无疑是重要的启迪。

现代招贴艺术的诞生与印刷技术的完善有着直接的关系。自工业革命到十九世纪末,印刷技术已经改革,有了质的提高。特别是1798年,奥地利工程师阿洛伊斯·塞尼菲尔德(Alois Senefelder)发明了腐蚀版印刷术以后,使原先色彩单一,没有层次变化的印刷复制技术,提高到能够丰富多彩、非常逼真地再现各种绘画作品的水平。有的艺术家甚至直接在蚀版上进行具有各种色调变化的艺术创作。腐蚀版技术的出现,是平面设计及印刷史上的一个重要历史事件。随着时光的逝去,在以后几十年各国技术人员的努力下,蚀版印刷技术不断完善。到了1855年左右,蚀版印刷机已能高速地复制各类绘画作品,其效率可达每小时10,000张,在成本上自然就相应有很大的降低。这就为现代招贴艺术的发展提供了现实条件。

蚀版技术的应用,极大地推动了各国平面设计水平的提高,一些设计家,如加风纳(Gavarn)、拉菲特(Raffet)、约翰若特(Johannot)有机会在技巧上大胆地进行各种新表现方法的尝试,在杂志、书籍插图等方面创作了不少优秀作品。随着时间的推移,各国相继出现了一批主要以招贴广告为创作对象的艺术家,他们的创作活动,掀起了现代招贴艺术发展史的第一个设计高潮。

在这批招贴设计家中,有一位非常重要的人物,他就是法国的朱尔斯·雪利(Jules Cheret)。

雪利(1836-1932),被设计史论界公认为“现代招贴艺术之父”。雪利创作了数以千计的招贴广告,也是运用蚀版技术,进行招贴广告设计和印刷的第一人。他的创作生涯和现代招贴广告的诞生和蚀版印刷术的完善及应用是同步的。

作为印刷字体设计师的儿子和巴黎腐蚀版印刷工厂的学徒,雪利对印刷技术有着深刻的了解。1850年左右,他越海去印刷技术比较先进的英国学习,在那里待了6年。回国后,雪利逐步地研究出一种用三色或四色进行套印的方法。1890年,雪利和他的同伴终于可以用墨水、炭笔或颜料随心所欲地在石版上作画,然后进行印刷。他们能印出大块而色彩艳丽的色团、图案和肌理,打破了金属版和木版在印刷上的局限性。

1866年起,雪利建立了自己的印刷工厂,并开始设计和印刷自己的招贴广告。这些广告有时高达2.5米,运用了多张纸进行拼贴。

雪利返回巴黎后应客户要求设计的第一张重要的招贴广告是奥劳巴克的歌剧海报《Orphee aux Enfers》(1858)。在以后他创作的大量招贴广告,内容多数和歌舞表演有关。

雪利的创作吸收了传统风俗画的技巧,特别是那些用于装饰马戏团表演场合,十分艳丽而夸张的图案和人物造型。也可以这样讲,雪利从十九世纪中叶曾相当盛行的马戏表演招贴中学到不少的东西。雪利本人认为,他的招贴是一种艺术性的壁画。他在和英国批评家查尔斯·赫特的对话中坚持这样的观点:“我的招贴在形式上并不完全

适于作广告，但可成为完美的壁画。”（巴尼克特：《招贴简史》）。

雪利作品的主题，常常是跳舞的歌女。他最喜爱的模特是个丹麦女演员凯洛蒂·维尔赫。她时常以一种“难以表述的欢快神情”在画面上旋转飞舞。人们称她为“雪利女士”，雪利以她为对象，创作出许多色彩绚丽，充满动感的杰作。（见图版1）

雪利的构图具有一种张力。人物形象在画面上显得很大，从透视、动作造型到编排位置，给人一种突兀于画平面之上的感觉，他或她的脚往往并不是踏在地上，而是飘在空中。这几乎已成为雪利招贴的一个基本格式。从布鲁埃若的《朱尔斯·雪利的招贴》及其他雪利作品专集中，都可以看到这种构图风格的主导地位。另外，雪利对文字在招贴中的地位似乎并不怎么看重，他作品中的文字常常由别人代写，并置于并不显要的部位。

雪利的创作得到了社会各阶层的赞誉。1889年，他举办了个人招贴画展，并获了国际招贴设计金奖。1890年，法国政府授予他荣

誉勋章。他逝世后，尼斯城为纪念这位大师，设立了雪利展览馆，收藏并展示了他的大量作品。

雪利作为历史上第一个专门从事招贴设计同时留下大量作品的艺术家，有着不可低估的功绩。在历史发展的潮流中，他不是个承前继后者，相反的，他是一种新艺术形式的创立者，他的作品为这种新艺术的发展铺下了第一块但却是坚实的基石。

在雪利以前的招贴，插图有的是很简陋的，有的却很细腻，作者直接把绘画技巧应用于招贴，虽然造型很写实，但总体上显得平铺直述，缺少视觉上的吸引力和表达力。雪利是把传统的插图绘画语言转变为招贴设计表现语言的先驱。雪利把造型和色彩进行了整体性的简化和夸张，包括画面的结构、人物形象、明暗调子，画面的深度感和层次都被戏剧性地强化了。他的作品和传统招贴相比，显得明亮，甚至张狂，具

◆ 莫里斯的书籍装帧设计作品

