

# 《20世纪中国平面设计文献集》

## 图书基本信息

书名：《20世纪中国平面设计文献集》

13位ISBN编号：9787549404926

10位ISBN编号：7549404925

出版时间：2012-7

出版社：广西美术出版社

作者：中央美术学院,关山月美术馆 编

页数：630

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《20世纪中国平面设计文献集》

## 内容概要

# 《20世纪中国平面设计文献集》

## 作者简介

中央美术学院是教育部直属的唯一一所高等美术学校。本套图书的负责人许平是中国美术学院研究生处处长，教授，博士生导师。

关山月美术馆是以我国著名国画家、教育家、岭南画派大师关山月先生名字命名的政府全额拨款的国家公益性文化事业机构，以收藏和研究关山月为核心，兼顾20世纪中国美术及当代美术、美术馆学的研究，同时推广策划各类展览，对加强国内外美术界的交流与合作作出了突出贡献。

关山月美术馆有丰富的图书出版经验，曾出版过《全球化背景下的中国平面设计》《开放与传播——改革开放30年中国美术批评论坛文集》《时代经典——关山月与20世纪中国美术研究文集》等图书。举办过“开篇大作——人民英雄纪念碑落成五十周年纪念展”“2009第二届全国插画艺术展”等在国内外有影响的展览。

# 《20世纪中国平面设计文献集》

## 书籍目录

前言 / 陈湘波 平面设计的自觉及其主体现代性的构建——“20世纪中国平面设计文献展”策展散记 / 许平 第一部分国民生活 想象的共同体——早期现代中国的国民、生活、图像 / 海军 平面设计史视野中的民国期刊 / 周博 论民国时期平面媒体设计艺术的演进——以摄影画报《真相》、《良友》为研究对象 / 王跃年 工业化诉求与中国现代设计的荫芽——由民国平面设计文献资料谈起 / 彭宝玉 广告的力量——老上海都市化进程中月份牌广告的作用和意义 / 蒋英 观念传达与生活方式的互动呈现——论月份牌绘画与民国女性服饰时尚及生活方式 / 龚建培 第二部分人民英雄 中国宣传画的图式与话语 / 周博 民族文化重建视野下的新年画与新年画运动 / 杨冬 新中国宣传画的创作与流通体系 / 谷赞 剪辑理想图景——“照相蒙太奇”的传播及其中国境遇初探（1920—1960） / 周博 红色泥土中的一片绿芽——“文革”时期广东宣传画简论 / 薛扬黄治成 第三部分公民时代 从宣传画向现代海报的华丽转身——改革开放以来中国的文化与商业海报概论 / 黄治成 独立与协作——当代中国先锋平面设计30年 / 蒋华 解读中国设计的“南方现象” / 季倩 香港平面设计的角色——中国现代设计发展史里的传承、引进与互动30年 / 黄少仪 国民人民公民【附录一】人物访谈 杭鸣时高建忠 靳尚谊周令钊陈若菊袁运甫钱月华 张道一冯健亲哈思阳 陈其胡今叶沈行工 李醒韬梁照堂张绍城吴海鹰 陈绍华 国民人民公民【附录二】图版索引

## 章节摘录

版权页：插图：10月刊登“天津食堂洋饭店广告”：“近年来，因扩充生意起见，新添日本十锦火锅，其味异常鲜美，英法大餐即随意小酌，价值格外从廉，以答诸君盛意；各种洋酒罐头无不齐备，楼房饭厅地势宽阔，空气最佳，陈设之华丽，卫生食品精益求精，尽善尽美，非常洁净。聘请特等西洋厨师堂倌侍候，极其周到。诸君请尝试之，方知言之不谬也。恐未周知，特此布告。”西餐在1920、1930年代的上海、天津、青岛等地已经非常火热，大概没有什么比自己亲自付诸的生活实践更具有说服力的，西方先进生活的实践对于早期现代中国的公众来说不仅是一种时尚，也是个体建构世界观的途径和方式。现在看来，媒介和图像在早期现代中国的文化建构中不仅产生了决定性文化动员和传播的作用，而且媒介本身就是一种新文化类型。媒介的功能、文本的创作、视觉设计和图像表达无不折射出对于现代国家和现代生活的理解和思考。它把那种存在于个体和个体之间的依靠想象而建构的抽象的共同体变得具体和生动，它重新为早期现代中国的公众定义了时间和空间的尺度和维度，同一时间不同空间的理解和把握通过图像和媒介方式变得可行，反之同一空间不同时间的关系也在多层次的图像关系中得以建立。此外，它也使得公众能够在那个被发达西方国家视为严重落后和贫穷国家的阶段，在个体的生活实践和理解上建立某种程度的自信。而且，在这个层面上发展出来的国民“共同体”比政治和制度上的现代国家更加自主和自信。此外，媒介的多样性和推动媒介发展力量的多样性使早期现代中国呈现出与之局面不相称的开放性、包容性。在报纸杂志的出版发行中，既有带有明显社会改良派力量推动的媒介，也有文化精英负责的媒介。前者如《创造月刊》，后者如《礼拜六》、《东方杂志》、《小说月报》等。既有商业力量介入的媒介创作，最有代表性的莫过于月份牌的出现和大规模发展，同时包括各种广告图像和文本的创作，也有各种政治力量推动媒介。比如左翼力量发起的木刻版画，强调“为人生而艺术”，推举写实风格，舍弃抽象难懂的“精致艺术”，其中代表人物鲁迅不仅创作各种文本，还亲自参与到木刻版画创作中，通过视觉图像方式推动公众对于左翼文艺人生态度的理解。在各种媒介传播和表达中以及涉及推动媒介发展和传播的各种力量中，尽管各种力量诉求的目标有所不同，不同媒介的表达方式和媒介目的也各异，但是它们几乎一致地推动了一种基于现代民族国家体系需求的“想象的共同体”的建构，促使了早期现代中国每个公众个体主动性的自我“改造”，既在某种程度上促进了国民意识的形成和对于民族国家的理解，也丰富了媒介和图像的表达与发展。

# 《20世纪中国平面设计文献集》

## 编辑推荐

《20世纪中国平面设计文献集》的出版期望能为20世纪中国平面设计史的研究做一些基础性工作，让读者从一个新的角度重新审视20世纪中国平面设计的历史地位、意义与价值。





## 章节试读

### 1、《20世纪中国平面设计文献集》的笔记-第418页

设计师成立个人公司“独立”其实是为了更好地“协作”=一定程度上的自由+“商业化”五年之后再来看看这批深圳平面设计师，又出现了一些新现象，但已不是前辈那些划时代意义的事件了。

书里介绍的设计师暂时没有80后（有也是个别）的身影，再过五年还有作者来写文章记载的话，是80-90的天下了吧，该怎么写呢？

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)