

A HISTORY OF  
MODERN GRAPHIC DESIGN

# 世界现代平面设计史



1800 - 1998

王受之设计丛书之二

新世纪出版社



ISBN 7-5405-1902-9



9 787540 519025 >

版权所有 • 侵权必究      定价：150元（平装）



J509.1/2

王受之设计丛书之二

世界现代平面设计史 1864—1997

专著：王受之

主编：伍时雄 孔雁

责任编辑：王小斌 龙起雯

封面设计：Steven Wood

版面设计：Anny Kong

出版：新世纪出版社

制作：明辉彩色印刷有限公司

发行邮购：深圳市艺术研究会

地址：深圳市南天大厦1栋227室

邮编：518028 电话：86-755-3343990

787X1092 正16开本 24印张 20插页 720千字 印数1-3000册

1998年第一版 1999年4月第一次印刷

书号：ISBN 7-5405-1902-9/J·471

定价：¥150元（平装）

如发现印装质量问题，请与发行处联系调换。



作者与编者





专著：王受之

丛书主编：伍时雄 孔雁

新世纪出版社出版

Shou Zhi

W

anng



现代设计自从19世纪开始发展以来,已经有100多年的历史了。在这短短的100多年中,现代设计对数千年的传统设计面貌带来了彻底的、全面的改革。无论是建筑、室内与环境、平面、工业产品,还是工艺品、纺织印染、服装、以至于城市规划,都发生了形式与内容方面的巨大变化,现代设计奠定了现代物质文明的形式和内容基础,是20世纪物质文明发展史上的重要内容和组成部份之一。

中国的现代设计是自从开放改革以来发展起来的。在10余年间,设计从各个方面促进了经济的发展,全国出现了成千上万个新型的建筑设计事务所、室内设计公司、广告公司、工业设计事务所,各个企业内部也都纷纷成立了自己的设计部门。全国同时成立了100多个设计院、系,设计教育蓬勃发展。从总体来看,中国的设计正在健康和迅速地成长。

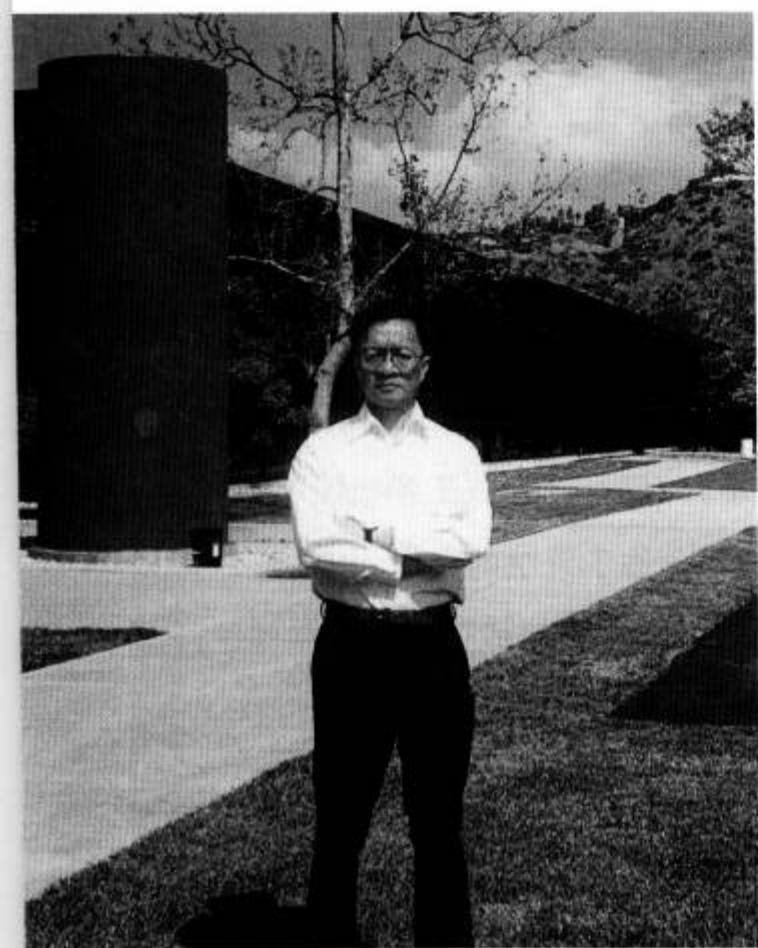
当然,由于市场需求庞大,发展迅速,因此,在现代设计的总体上来看,必然存在着不足和不平衡的情况;重实践而轻理论,重内容而轻文脉,设计的各个领域发展不平衡等等,不少设计师借用外国的现代和当代设计形式时不分青红皂白地生搬硬套,或者漠视本国丰富的民族遗产而一味追逐外国设计模式;这种情况的出现,一方面是经济高速发展中不可避免的现象,另一方面则是重设计实践,轻设计理论,尤其是缺乏系统地研究设计理论的结果。因而,在设计上自然出现大量互相抄袭,形式雷同、设计品味低下的现象,解决这个问题的可能性,一是随时间的流移,通过大量的实践和与先进国家进行交流,逐步提高整体设计水平;二则需在设计理论上加强研究力量,以设计理论为一种手段来提高设计人员、设计院系教职工的水平。正是本着推动中国现代设计理论和实践上向更高层面的发展为宗旨,我们通过与著名设计理论家王受之先生的多番联系和反复讨论研究,决定出版《王受之设计丛书》。

这套丛书从组织结构上来说,分为史与论两个大方面,其中《世界现代设计史·1864—1996》、《世界现代平面设计史》、《现代建筑、室内和环境设计史》三本分别从现代设计运动、现代平面设计发展及现代建筑、室内和环境设计发展三个现代设计的主要方面,把设计的演变和社会发展对设计运动的影响进行了深入的阐述与讨论;《设计方法与设计学》、《设计用人机工学概论》和《设计基础》,则从理论的角度对构成现代设计体系的三个有机组成部分作了系统的介绍。以这套丛书的理论体系为基础,再加上具体的设计实践,设计技巧训练,可望而逐步形成一套比较完整的、合乎当代设计需求的设计体系,对中国的设计总体水平的提高起到促进作用。

王受之先生是我国现代设计教育的重要奠基人之一,80年代初期对我国现代设计教育,特别是设计理论教育与研究作了大量工作;1987年以来,他一直在美国目前名列前茅的设计学院——洛杉矶的“艺术中心设计学院”(Art Center College of Design, Pasadena)担任理论教学工作,是目前对中国设计和国际的历史与现状均有深刻认识的重要学者。这套专门为中国设计工作者、设计教育工作者和设计专业学生而写的理论著作将对中国设计水平的提高产生积极的影响。

编者 1998年12月





**王受之** 1946年9月16日出生，广东省广州市人。毕业于武汉大学研究生院，曾任中国广州美术学院设计系副主任，副教授。现为美国洛杉矶艺术中心设计学院理论系和研究生院教授，同时在洛杉矶的加利福尼亚艺术学院艺术评论系、奥迪斯美术与设计学院理论系兼任教学。北京中央美术学院、中央工艺美术学院客座教授。拥有中国工业设计协会顾问等众多的名誉头衔。

著作包括《世界现代设计史 1864-1996》(1996)，《中国工业设计史》(1985)，《现代广告艺术》(1987)，《二十世纪世界时装》(1986)，《中国大陆现代艺术史》(1995)。参加撰写《战后美国史》(1991)等等。论文甚多，发表在美国的《设计丛刊》，中国大陆的众多专业刊物，中国台湾的《艺术家》、《联合文学》等刊物上。

## 1 前言

## 10 导言

### 平面设计的开端 (P10)

平面设计在工业化以前的发展背景

### 字母的创造和在平面设计中的使用 (P16)

中世纪时期平面设计中最重要的发展有如下几个方面 : 1. 古典风格的存在和有限发展 ; 2. 凯尔特人 (Celtic) 的书籍设计 ; 3. 卡罗林时代 (the Caroline) 平面设计的复兴 ; 4. 西班牙的图画表现主义风格发展 (Spanish pictorial expressionism) ; 5. 中世纪晚期的宗教读物装饰手抄本

### 古腾堡发明金属活字和印刷技术在欧洲的发展 (P23)

### 德国的早期插图书籍 (P26)

### 文艺复兴时期的平面设计 (P31)

1. 意大利文艺复兴时期的平面设计 ; 2. 法国印刷的发展 ; 3. 巴塞尔和里昂成为欧洲16世纪印刷业的新中心 ; 4. 17世纪的欧洲的印刷和平面设计

### 版面设计在18世纪欧洲的新发展 (P35)

1. 法国罗可可时期的书籍出版和平面设计 ; 2. 英国18世纪的平面设计与印刷业发展情况 ; 3. 欧洲“现代”字体体系的形成

## 39 第一章

### 工业化时代对于平面设计的影响

#### 导言 (P39)

#### 1. 19世纪上半叶字体设计的发展 (P40)

18世纪中期以来,欧洲有不少人开始设计新的字体以适应工业时代的平面设计要求,符合工业时代的用途和时代的形象,其中包括:托马斯·科特列尔 (Thomas Cotterell) 创造12线皮卡体 (12 line pica letterform) 新字体 (1765年前后); 罗伯特·桑涅 (Robert Thorne) 创造“胖体” (fat face types 1821); 文森特·菲金斯 (Vincent Figgins) 设计了以下几种新字体: 古董体或埃及体 (Atique 1815)、古典图斯坎体、2线珍珠体 (Two Line Pearl)、五线皮卡带阴影体 (Five Line Pica in Shade), 这是西方字体设计上的第一种以阴影造成立体形象的字体; 两线初期无饰线体 (Two Line Great Primer Sans-serif 1832), 这个设计使他成为最早推广无饰线字体的设计师; 亨利·卡斯隆 (Henry Caslon) 艾奥尼克体 (Ionic type specimen 1840); 威廉·索罗古德 (William Thorowgood)、六线反埃及斜体 (six Line reversed Egyptian Italic 1828); 7) 威廉·卡斯隆 (William Caslon IV) 2线英国式埃及体 (Two-line English Egyptian 1816)。

#### 2. 木刻版海报的发展以及在商业广告上的应用 (P44)

18世纪中期以来,木刻版画因为商业的广泛使用; 法国重要人物: 保罗·加瓦尼 (Paul Gavarni)。

#### 3. 印刷的革命 (P45)

#### 4. 排版技术 (typography) 的机械化 (P47)

## 49 第二章

### 摄影对于平面设计的影响

#### 1. 摄影的发明 (P49)

西方有几个人对于摄影的发明作出了贡献: 约瑟夫·尼波斯 (Joseph Niepce 1765—1833), 他是法国发明家, 大约在1820年左右发明摄影技术, 被公认为设计技术的发明者; 路易斯·达贵尔 (Louis Jacques M. N. P. M. Daguerre) 和威廉·亨利·塔波特 (William Henry Fox Talbot 1792—1871)。

#### 2. 摄影技术在印刷上的应用 (P54)



纽约发明家约翰·莫斯 John Calvin Moss) 在 1871 年开始尝试用摄影进行印刷制版, 现存的最早摄影印刷例子之一为《里什蒙运河边上的自由人》Freeman on the Canal Bank at Richmond)。

### 3. 摄影作为一种新媒介的地位确定 (P56)

重要的早期摄影家: 戴维·希尔 David O. Hill)、罗伯特·亚当逊 Robert Adamson)、朱利亚·卡麦隆 Julia Margaret Cameron)、F. 纳达 F.T. Nadar)、保罗·纳达 Paul Nadar)、马休·布莱迪 Mathew Brady)、提莫西·奥苏里文 Timothy H. O'sullivan)、爱德华·穆布里其 Edward Muybridge)。

58

## 第三章

### 维多利亚时期的平面设计

#### 引言 (P58)

#### 1. 石版印刷的发展 (P60)

阿罗斯·森尼非德 Aloys Sennefelder 1771 — 1834) 1796 年在德国的巴伐利亚 Bavaria) 发明了现代石版印刷; 德国印刷技师发明了彩色石版艺术技术; 法国印刷技师戈德弗罗依·恩格尔曼 Godefroy Engelmann) 于 1837 年完成了彩色石版技术发展。

#### 2. 波士顿彩色石版印刷学派 The Boston school of chromolithography ) (P60)

美国的彩色石版印刷源起波士顿。英国人大约在 1840 年开始利用石版印刷出版书籍, 参与石版印刷的英国人之一威廉·沙普 William Sharp) 把这个技术引进美国波士顿。重要的波士顿石版印刷奠基人和印刷公司有: 布弗特 J.H. Bufford)、普朗公司 Prang & Co.)。

#### 3. 彩色石版的语汇 (P62)

波士顿派把彩色石版印刷技术传到美国各地; 重要的石版海报生产、设计单位有: 斯托罗布里其石版印刷公司 The Strobbridge Litho.Co.)、舒玛什—阿特林格石版印刷公司 Schumacher & Ettlinger, Lithographers)、克里伯斯石版印刷公司 Krebs Lithographing Co.)、霍恩公司 A. Hoen & Co.)。

#### 4. 看版、路牌的发展 (P64)

欧洲是海报的地区; 美国是路牌的地区。

#### 5. 儿童读物的设计发展 (P66)

维多利亚时期儿童读物发展迅速; 英国和其他欧美国都出现了许多重要的儿童读物设计家: 弗里德里克·沃克 Frederick Walker)、沃尔特·克莱恩 Walter Crane)、伦道夫·卡特科特 Randolph Caldecott)、凯特·格林纳威 Kate Greenaway)。

#### 6. 美国编辑与广告设计的兴起 (P68)

平面设计开始大规模地运用到商业广告上, 重要的创始人为美国纽约的哈伯兄弟, 包括: 詹姆·哈伯 Jame Harper 1795 — 1869)、约翰·哈伯 John Harper 1797 — 1875)、惠斯里·哈伯 Wesley Harper 1810 — 1870)、弗里奇·哈伯 Fletcher Harper 1807 — 1877); 他们出版了自己的刊物哈伯斯周刊 Harper's Weekly) 成为美国平面设计的重要阵地。

#### 7. 维多利亚时期的版面设计风格 (P74)

装饰趋向在版面设计上逐步成为重要的风格。主要的代表设计集团与个人有: 1) 赫恩·依廉伯格 Hern Ihlenburg 1843 — ?) 马克凯拉 MacKellar); 费城的史密斯和约但铸字公司 Smiths & Jordan Foundry in Philadelphia); 依廉伯格从事设计工作的机构是美国最重要的铸字公司——“美国铸字公司” the American Type Founders company) 的重要组成机构之一, 新的风格: 维多利亚展示字体 Victorian display typefaces) 由他们设计成。2) 约翰·昆明 John f. Cumming 1852 — ?) 在波士顿的迪金森铸字公司 the Dickinson Type Foundry in Boston) 从事字体设计。

76

## 第四章

### “工艺美术”运动的平面设计

#### 1. 英国“工艺美术”运动 the Arts & Crafts Movement) 的背景 (P76)

1) 英国“工艺美术”运动的平面设计: 约翰·拉斯金 John Ruskin) 的主张; 对于工业化的对抗和新哥德风格 Neo — Gothic) 在英国的复兴; 威廉·莫里斯 William Morris) 与其设计事务所。

2) “世纪行会” the Century Guild) 的平面设计: 背景; 重要的设计家: 阿瑟·马克穆多 Arthur H. Mackmurdo

- 1815 — 1942 ) 和他的平面设计风格 ; 出版物《世纪行会玩具马》 The Century Guild Hobby Horse 始于 1884 年)。
- 3) 克姆斯各特出版社 the Kelmscott Press ) : 艺术工作者行会 the Art Worker's Guild 1884 年成立 ) ; 出版社中的几个重要的平面设计师和他们的作品风格 : 沃尔特·克莱因 Walter Crane )、赫伯特·霍恩 Herbert Horne )、威廉·莫里斯 William Morris ) ; 莫里斯的出版社中的平面设计作品 : 《乔叟集》 the Works of Geoffrey Chaucer )、《呼啸平原的故事》 the Story of the Glittering Plain )。
- 4) “私营出版运动” the Private Press Movement )
- 5) 书籍设计文艺复兴

## 2. 美国的“工艺美术”运动和在平面设计上的体现 P93)

- 1) “工艺美术”运动在美国的状况
- 2) “工艺美术”运动在美国平面设计上的发展

## 第五章

### “新艺术”运动的平面设计

#### 1. “新艺术”运动的背景 (P98)

#### 2. 法国的“新艺术”运动的平面设计 (P100)

- 1) 谢列特 ( Jules Cheret , 1836 — 1933 ) 和格拉谢特 ( Eugene Grasset , 1841 — 1917 )
- 2) 法国“新艺术”运动的进一步发展 : 新一代的新艺术风格平面设计代表人物 : 亨利·德·图卢兹·劳德里克 Henri de Toulouse-Lautrec 1864 — 1901 )、斯坦兰 Theophile-Alexandre Steinlen 1859 — 1923, 瑞士人 )、阿尔丰斯·穆卡 Alphonse Mucha 1860 — 1939, 捷克人 )、伊曼努尔·奥拉兹 Emmanuel Orzi 1860 — 1934 )、保罗·伯顿 Paul Berthon 1872 — 1909 )、乔治·德·佛赫 Georges de Feure )。

#### 3. 英国“新艺术”运动的平面设计 (P107)

集中于平面设计的英国新艺术运动 ; 重要的设计家 : 奥伯利·比亚兹莱 Aubrey Beardsley 1872 — 1898 )、让·图鲁普 Jan Toorop 荷兰人, 1858 — 1928 )、查尔斯·里克茨 Charles Richetts )、詹姆斯·普莱特 James Pryde 1866 — 1941 )、威廉·尼科尔逊 William Nicholson 1872 — 1949 )、伯格斯塔夫兄弟 the Beggarstoffs Brothers )、劳伦斯·豪斯曼 Laurence Housman ) ; 重要设计作品 : 奥斯卡·王尔德的《沙乐美》 Oscar Wilde's Salome )、《米努特的皮亚洛特》的插图与设计, 这两本书的插图均为比亚兹莱所作。

#### 4. 美国“新艺术”运动的平面设计 (P110)

《哈伯周刊》 Harper's ) 杂志成为美国“新艺术”风格的平面设计重要媒介 ; 重要的设计人物 : 路易斯·里德 Louis Rhead 1857 — 1926, 英国人 )、威廉·布莱德利 Will Bradley )、爱德华·平菲尔德 Edward Penfield )、艾瑟·里德 Ethel Reed )、马克斯菲尔德·派里什 Maxfield Parrish 1870 — 1966 )、威廉·卡奎维尔 William Carqueville 1871 — 1946 )

#### 5. 比利时的“新艺术”运动的平面设计 (P113)

比利时的“新艺术”运动 ; 1891 年的“二十人小组” Les Vingt ) 展览 ; 亨利·凡德·威尔德 Henri Van de Velde ) 的重要贡献。

#### 6. 德国“青年风格”运动的平面设计 (P116)

德国的“新艺术”风格称为“青年风格” ; 《青年》杂志 Jugend ) 成为这个风格的主要发展媒介 ; 重要设计师 : 奥托·艾克曼 Otto Eckmann 1865 — 1902 )、彼得·贝伦斯 Peter Behrens 1868 — 1940 )、汉斯·克里斯蒂安森 Hans Christiansen 1866 — 1945 )

## 第六章

### 二十世纪现代平面设计的形成

#### 导言 (P120)

现代主义在艺术上与设计上的区别 ; 现代主义的文化含义 ; 现代主义运动的国际化

#### 1. 现代平面设计的探索——弗兰克·赖特与格拉斯哥派 (P122)

- 1) 美国设计家弗兰克·赖特在平面设计上的探索——美国版的新艺术风格和工艺美术运动风格的混合 ; 2) 苏格



兰的“新艺术”运动和查尔斯·马金托什以及“格拉斯哥四人”设计集团：查尔斯·马金托什 Charles Mackintosh (1868 — 1928)、赫伯特·麦克奈尔 J. Herbert McNair (1868 — 1955)、玛格列特·麦当娜 Margaret Macdonald (1865 — 1933)、弗朗西斯·麦当娜 Frances Macdonald (1874 — 1921)；格拉斯哥派的继承人：塔尔文·莫里斯 Talwin Morris (1876 — 1949)。

## 2. 维也纳“分离派”运动 (the Vienna Secession) (P129)

分离派的产生历史背景；分离派运动的特点；分离派平面设计的主要人物：古斯塔夫·克里姆特 Gustave Klimt、科罗曼·莫塞 Koloman Moser、阿尔佛列德·罗勒 Alfred Roller、约瑟夫·霍夫曼 Josef Hoffmann、约瑟夫·奥伯里奇 Josef Olbrich、阿道夫·波姆 Adolf Bohm。

## 3. 彼得·贝伦斯 Peter Behrens) 的探索 (P134)

贝伦斯对于现代设计的巨大贡献；建立德国设计协会——德国工业同盟 (Werkbund)；与德国通用电器 (AEG) 的关系——企业形象系统设计的开创建立独立设计事务所和培养新人：沃尔特·格罗佩斯 Walter Gropius、密斯·凡德洛 Mies Van Der Rohe、勒·科布西耶 Le Corbusier；贝伦斯在平面设计上的探索；贝伦斯的理性主义趋向；贝伦斯与克林斯波铸造公司 (the Klingspor Type Foundry)；劳威里克 J.L.M. Lauweriks 1864 — 1932) 的字体设计方式。

141

## 第七章

### 现代艺术对平面设计发展的影响

#### 导言 (P141)

现代艺术产生的背景与原因；现代艺术的特征；影响现代艺术的因素。

#### 1. 立体主义运动 (P142)

毕加索与布拉克

#### 2. 未来主义运动 (P144)

意大利的马里涅蒂 (Filippo Marinetti) 1876 — 1944, 诗人, 1909年写出现代主义宣言；波齐奥尼 Umberto Boccioni (1882 — 1916)、卡罗·卡拉 Carlo Carra (1881 — 1966)、卢吉·鲁索罗 Luigi Russolo (1885 — 1947)、巴拉 Giacomo Balla (1817 — 1958)、谢维里尼 Gino Severini (1883 — 1966)、佛塔纳多·德比罗 Fortunato Depero, 1892 — 1960)；未来主义建筑运动：圣蒂里亚 Antonio Sant'Elia (1888 — 1916)。

#### 3. 达达主义运动 (P149)

雨果·巴尔 Hugo Ball (1886 — 1927)、马谢·杜尚 Marcel Duchamp (1887 — 1968)、让·阿普 Jean Arp (1887 — 1966)、扎纳 Tristan Tzara (1896 — 1963)、库特·施威特 Kurt Schwitters (1887 — 1948)、约翰·哈特菲尔德 John Heartfield (1891 — 1978, 柏林达达)、威兰·赫兹菲尔德 Wieland Herzfelde (1896 — ?)、乔治· Grosz (1893 — 1959)。

#### 4. 超现实主义 (P153)

安德烈·布里东 Andre Breton (1896 — 1966)、路易斯·阿拉贡 Louis Aragon (1897 — 1982)、乔治·德·契里科 Giorgio de Chirico (1888 — 1978)、马克斯·恩斯特 Max Ernst (1891 — 1965)、林恩·玛格里特 Rene Magritte (1898 — 1967)、萨尔瓦多·达利 Salvador Dali (1904 — 1989)、胡安·米罗 Joan Miro (1893 — 1983)。

#### 5. 摄影与现代主义运动 (P154)

弗朗西斯·布拉贵尔 Francis Bruguiere；阿尔文·库本 Alvin Langdon Coburn；曼·雷 Man Ray。

156

## 第八章

### “图画现代主义”

#### 1. “海报风格”运动 (Plakatstil —— Poster Style) (P156)

德国在20世纪初期海报风格运动的产生背景；海报风格的特征；主要人物：鲁西安·伯恩哈特 Lucian Bernhard (1883 — 1972)、朱里斯·吉布肯斯 Julius Gipkens (1883 — ?)、汉斯·厄特 Hans Rudi Erdt (1883 — 1918)

#### 2. 第一次世界大战的海报设计 (P158)

第一次世界大战的背景及对平面设计的影响；第一次世界大战时期交战双方的海报设计特点；德国方面：鲁西安·伯恩哈特 Lucian Bernhard、朱里斯·吉布肯斯 Julius Gipkens、汉斯·厄特 Hans Rudi Erdt、奥托·雷曼 Otto

Lehmann、路德维克·霍尔魏恩 Ludwig Hohlwein；英、美方面：阿尔弗雷德·里特 Alfred Leete、詹姆斯·佛莱格 James Montgomery Flagg, 1877—1960)、约瑟夫·里因德克 Joseph C. Leyendecker。

### 3. 慕尼黑的纳粹反动宣传画设计 (P161)

霍尔魏恩 Ludwig Hohlwein) 是此时海报设计影响力最大的一个设计师；霍尔魏恩设计的纳粹海报以及它们所传达的强有力的法西斯信息；纳粹平面设计风格及其影响。

### 4. “后立体主义图画现代主义”——即“装饰艺术”运动在平面设计上的反映 (P162)

后立体主义时期的设计风格：“装饰艺术”运动；重要的设计家：爱德华·科夫 Edward McKnight Kauffer (1890—1954)、卡桑德拉 A.M.Cassandre (Adolphe Jean-Marie Mouron, 1901—1968)、保罗·科林 Paul Colin (1892—1989)、奥斯汀·库伯 Austin Cooper (1890—1964)、约瑟夫·宾德 Joseph Binder (1898—1972)、舒尔兹-纽达姆 Schulz-Neudamm、阿伯拉姆罕·盖姆斯 Abram Games。

171

## 第九章

### 构成主义平面设计

#### 引言 (P171)

#### 1. 俄国构成主义设计运动 (P171)

1) 构成主义产生的背景和发展情况：俄国十月革命对于设计造成的积极影响；俄国前卫艺术与设计集团；2) 构成主义和至上主义在俄国平面设计中的发展：“普朗斯”(PROUN)风格；重要的俄国构成主义平面设计家：马列维奇 Kasimir Malevich、戴维和弗拉基米尔·布留克兄弟 David and Vladimir Burliuk、康定斯基 Wassily Kandinsky (1866—1944)、亚历克塞·甘 Aleksei Gan (1893—1942)、艾尔·李西斯基 E. Lissitzky (1890—1941)、亚历山大·罗钦科 Alexander Rochenko、高尔基和弗拉基米尔·斯坦伯格兄弟 Gerogy (1900—1933)、Vladimir Stenberg (1899—1982)。

#### 2. 荷兰的“风格派”运动 (De Stijl) (P182)

风格派形成的过程与背景；风格派的特征；风格派的重要成员：西奥·凡·杜斯伯格 Theo van Doesburg (1883—1931)、蒙德里安 Piet Mondrian (1872—1944)、乌德 Pieter Oud (1890—1963)、巴特·凡德·列克 Bart van der Leek (1876—1958)、维罗斯·胡扎 Vilmos Huszar (1884—1960)、盖里·里特维特 Gerrit Rietveld。

#### 3. 构成主义的传播与发展 (P187)

杜斯伯格对构成主义平面设计风格的推广作用；波兰：亨利克·伯利维 Henryk Berlewski (1894—1967)、捷克：拉迪斯拉夫·苏特纳 Ladislav Sutnar (1897—1976)、匈牙利：莫霍里-纳吉 Laszlo Moholy-Nagy)。

190

## 第十章

### 包豪斯与新平面设计风格的形成

#### 引言 (P190)

包豪斯形成的背景；包豪斯的精神领袖——格罗佩斯，他的现代主义思想内容和设计哲学；包豪斯的兴起与衰落。

#### 1. 魏玛(Weimar)时期的包豪斯 1919—1924) (P192)

当时的平面设计：费宁格 Lyonel Feininger (1871—1956)、保尔·克利 Paul Klee、约翰·伊顿 Johannes Itten (1888—1967)、康定斯基、奥斯卡·施莱莫 Oskar Schlemmer。

#### 2. 莫霍里-纳吉 (Laszlo Moholy-Nagy) 的影响 (P197)

纳吉在平面设计上的探索与成就；受纳吉影响的重要包豪斯平面设计师：赫伯特·拜耶 Herbert Bayer (1900—1985)

#### 3. 迪索 ( Dessau )时期的包豪斯 1924—1932) (P200)

历史背景；拜耶的设计风格成熟时期；包豪斯的平面设计风格定型化。

#### 4. 包豪斯的最后阶段 1932—1933) (P204)

朱斯特·史密特 Joost Schmidt (1893—1948)；密斯·凡德洛 Ludwig Mies van der Rohe (1886—1969)。

#### 5. 简·奇措德 ( Jan Tschichold · 1902—1974 )和他的新版面设计风格 (P207)



背景：风格特征——理性主义的平面设计风格；1933年被纳粹迫害；奇措德战后对于世界平面设计的影响。

## 6. 20世纪上半叶的字体 (typefaces) 设计趋势 (P209)

艾里克·基尔 (Eric Gill 1928 — 1930) 和他的“无装饰线体”系列 the Gill Sans type family; 爱德华·约翰逊 (Edward Johnston) 和约翰逊的 1916年“铁路字体” (Johnston's railway Type, 1916); 保罗·伦纳尔和他的“未来体” (Paul Renner: Futura Typefaces, 1927 — 1930); 鲁道夫·科什和卡伯体 (Rudolf Koch: Kabel type 1928); 斯坦利·莫里森和“时报体”、“时报新罗马体” (Stanley Morison: the Times 1932, New Roman)。

## 7. 依索体系运动 (the Isotype Movement, 即图形传达系统) (P211)

Isotype 为 International System of Typographic Picture Education 的缩写, 形成于 1934 年的荷兰, 创始人是奥托·纽拉斯 (Otto Neurath); 背景: 1934 年在荷兰组成一个视觉传达研究中心, 称为“改革小组” (the Transformation Team), 研究最有效的视觉传达图形; 特点: 利用非常简单的图形传达视觉信息; 重要的人物: 鲁道夫·莫德利 (Rudolph Modley)

## 8. 现代交通图版面设计基础的奠定 (P212)

开始用简单图形来设计提供给大众用的地铁地图: 亨利·贝克 (Henry C. Beck 1903 — ) 设计伦敦地铁地图 (the London Underground 1933), 这个设计项目的完成和其良好传达功能, 对于世界公共交通的视觉传达设计起奠基作用。

## 9. 荷兰的独立现代主义设计运动 (P213)

背景: 重要设计人物: 彼德·兹瓦特 (Piet Zwart 1885 — 1977) 和他对于平面设计的重要贡献兼有现代主义和达达平面编排的特征风格; 亨德里克·维克曼 (Hendrik N. Werkman 1882 — 1945); 保罗·舒特玛 (Paul Schuitema, 1897 — 1973); 威廉·桑伯格 (Willem Sandberg 1897 — 1984)

## 10. 摄影技术在平面设计上的新运用 (P216)

摄影的图画处理——拼贴和剪贴; 重要的先驱人物: 赫伯特·玛特 (Herbert Matter 1907 — 1984)、沃尔特·赫德格 (Walter Herdeg 1908 — )

## 美国的现代主义平面设计运动

### 引言 (P218)

美国设计的历史发展; 美国设计的特点; 现代主义设计运动在美国的开端; 几个重要的现代平面设计先驱: 威廉·德威金斯 (William Addison Dwiggins)、亚科布 (S.A. Jacobs)、雷斯特·比尔 (Lester Beall 1903 — 1969)

### 1. 新移民对于美国平面设计的影响 (P220)

第二次世界大战造成的大移民潮; 重要的新移民平面设计师: 艾蒂 (Erte, 1892 — 1991, 俄国人)、梅赫美德·佛米亚加博士 (Dr. Mehemed Fehmy agha 1896 — 1978, 俄国人)、马丁·蒙卡西 (Martin Munkasci 1896 — 1963, 匈牙利)、亚历克塞·布罗多维奇 (Alexey Brodovitch 1898 — 1971, 俄国人)、约瑟夫·宾德 (Joseph Binder)

### 2. 美国“新政”时期的政治海报设计项目 (P222)

### 3. 欧洲设计家到美国的大移民 (P223)

背景: 风格特征; 重要设计家: 威尔·布丁 (Will Burtin 1908 — 1972); 让·卡卢 (Jean Carlu, 1900 — ); 乔治·吉斯提; 赫伯特·玛特; 拉迪斯拉夫·苏特纳

### 4. 美国现代平面设计的主要赞助力量 (P225)

背景: 赞助人与设计师: 1) 芝加哥大企业家沃尔特·皮普克 (Walter P. Paepcke 1896 — 1960) 是美国集装箱集团 (the Container Corporation of America 1926) 董事长与总裁, 他通过公司聘用以下设计师设计广告: 艾伯特·雅科布森 (Egbert Jacobson 1890 — 1966)、查尔斯·科伊涅 (Charles Coiner 1898 — 1989); 2) 同时亚历克塞·布罗多维奇请卡桑德尔 (Cassandre) 为《哈泼月刊》(Harper's Bazaar 1939) 设计封面。

### 5. 第二次世界大战时期的平面设计 (P226)

战争时期的平面设计, 特别是海报设计; 几个重要的设计家: 约瑟夫·宾德、赫伯特·拜耶、赫伯特·玛特。

### 6. 第二次世界大战结束初期的美国平面设计 (P228)

第二次世界大战结束初期的美国平面设计面貌; 几个重要的设计家: 威廉·德库宁 (Willem de Kooning)、亚历克塞·布罗多维奇、约瑟夫·宾德、赫伯特·拜耶、赫伯特·玛特、乔治·吉乌斯提 (George Giusti 1908 — 1991)

### 7. 科学技术和工业生产资讯的平面设计发展 (P231)

背景:20世纪30年代的科学主义平面设计;拉迪斯拉夫·苏特纳(Ladislav Sutnar,捷克设计家)的贡献;斯维特目录服务公司的设计项目(Sweet's Catalog Service);两本重要的著作:《目录设计》(Catalog Design)、《目录设计程序》(Catalog Design Progress);赫伯特·拜耶在40、50年代主持设计《世界地理地图》(World Geo-Graphic Atlas Container Corporation, 1953);威廉·布丁(Will Burtin)设计铀235原子模型。

### 第十二章

#### 国际主义平面设计

##### 引言 (P234)

国际主义设计风格(the International Typographic Style)在战后世界的确立;米斯主义的风靡

##### 1. 国际主义平面设计风格运动的先驱 (P234)

恩斯特·凯勒(Ernst Keller)、西奥·巴尔莫(Theo Ballmer);马克斯·比尔(Max Bill)和他的设计背景、他的设计哲学、他的设计哲学在乌尔姆设计学院(the Hochschule Fur Gestaltung in Ulm)的确立和对德国设计的巨大影响;奥托·艾舍;马克斯·赫伯(Max Huber);安东尼·佛洛绍(Anthony Froshaug)

##### 2. 平面设计上科学技术化的设计方法发展 (P238)

瑞士设计师的贡献:安东·斯坦科夫斯基(Anton Stankowski, 1906—)

##### 3. 新的瑞士无饰线体字体系列的发展完成 (New Swiss sans serif typefaces) (P239)

新字体发展的经过:1950年代形成新瑞士无饰线体;设计人:阿德里安·弗鲁提格尔(Andrian Frutiger, 1928—)发展21点的无饰线体“通用体”(Univers);50年代中期,爱德华·霍夫曼(Edouard Hoffman)和马克思·梅丁格开始改造“阿克兹登兹·格罗特斯克体”(Akzidenz Grotesk, 19世纪的最初无饰线体),这就是所谓的“新哈斯特(New Haas Grotesk)”;德国人称为“赫尔维提加体(Helvetica typeface, 1961)”,成为当代最流行的无装饰线体。

##### 4. 经典版面风格的设计大师——赫尔曼·扎夫(Hermann Zapf) (P240)

背景:他设计的具有国际影响的新字体:帕拉丁诺体(Palatina, 1950)、米奥体(Melior, 1952)、奥帕迪玛体(Optima, 1958)都具有和谐、典雅的特征,比无饰线体更加美观。他的字体大部分是有饰线的;作品:《版画手册》(Manual Typographicum, 1954)

##### 5. 瑞士的巴塞尔(Basel)与苏黎世(Zurich)的平面设计发展 (P246)

瑞士在50、60年代成为影响世界的国际主义平面设计风格的中心,特别是巴塞尔、苏黎世两个中心;重要设计家:艾米尔·路德(Emil Ruder)、阿明·霍夫曼(Armin Hofmann)、汉斯·纽伯格(Hans Neuburg)、约塞夫·穆勒—布鲁克曼(Josef Muller—Brockmann)、西格菲尔德·奥德玛特(Siegfried Odermatt)、罗斯玛利·提西(Rosmarie Tissi)。

##### 6. 美国的国际主义平面设计 (P246)

纽约的重要的国际主义风格平面设计师:诺尔·马丁(Noel Martin)、鲁道夫·哈拉克(Rudolph de Harak)、贾贵林·凯西(Jacqueline S. Casey)、拉尔夫·科朋(Ralph Coburn)、迪特玛·温克尔(Dietmar Winkler)、阿诺德·萨克斯(Arnold Saks)

### 第十三章

#### 纽约平面设计派

##### 引言 (P249)

美国平面设计发展背景;纽约的平面设计

##### 1. 纽约平面设计派(the New York School)的先驱 (P250)

保罗·兰德(Paul Rand, 1914—)和他的背景、他的设计哲学、他的风格、他的设计对于美国平面设计和世界平面设计的影响;阿尔温·鲁斯提格(Alvin Lustig);阿列克斯·斯坦维斯(Alex Steinweiss, 1916—);布兰布利·汤普逊(Bradbury Thompson, 1911—);索尔·巴斯(Saul Bass, 1921—)把纽约派的风格带到洛杉矶、形成西海岸风格的主要人物;乔治·契尼(George Tscherny, 1924—);依万·契玛耶夫(Ivan Chermayeff, 1932—);汤姆·盖斯玛(Tom Geismar);罗伯特·布朗约翰(Robert Brownjohn, 1925—1970)

##### 2. 版面编辑的革命 (P257)



开始于40年代的美国出版编辑设计改革 (从《幸运》 *Fortune*、《时髦》 *Vogue*、《璨烂》 *Glamour*、《十七岁》 *Seventeen*、《温馨》 *Charm*、《小姐》 *Mademoiselle* 等杂志开始), 到50年代发展的非常壮观; 参与人物有: 威廉·布丁、里奥·里昂 (Will Burtin, Leo Lionni, 1910 —)、亚历山大·里伯曼 (Alexander Liberman)、亚历克塞·布罗多维奇 (Alexey Brodovitch)、赛伯·潘列斯 (Cipe Pineles, 1910 —)、奥托·斯托奇 (Otto Storch)、亨利·沃尔夫 (Henry Wolf)。

### 3. 期刊杂志衰退时期的版面设计 (P260)

所谓衰退是因为杂志被电视和其他的新大众传播媒介取代而产生的, 时间大约是从60年代左右开始。

新的设计中心: 芝加哥、洛杉矶60年代, 美国的平面设计开始成为一个正式的职业; 专业的平面设计杂志出现: 《印刷》 *Print*, New York, 1940); 重要的设计人物与中心: 彼得·帕拉佐 (Peter Palazzo)、杜加德·斯特迈 (Dugald Stermer, 1936 —)、比·费特勒 (Bea Feitler, 1938 — 1982)、麦克·萨里斯伯利 (Mike Salisbury, 1941 —)。

### 4. 新广告设计 (P263)

美国战后广告的发展简史: 多利·伯恩巴赫 (Doyle Dane Bernbach) 广告公司在纽约开张 (1949.7.1); 文稿撰写家与平面设计艺术家的新紧密合作关系形成; 美国重要的新设计师: 比尔·伯恩巴赫 (Bill Bernbach, 1911 — 1982, 负责广告文稿撰写)、波伯·盖茨 (Bob Gage, 负责平面设计)、伯特·斯坦豪塞 (Bert Steinhauser)、查尔斯·皮西里诺 (Charlie Piccirillo)。

### 5. 美国版面设计的表现主义 (P266)

60年代形成于纽约的新的字体、版面设计风格; 重要的设计家与他们的设计: 金·费德里科 (Gene Federico 1910 —); 唐·艾根斯坦 (Don Egensteiner); 赫伯·卢巴林 (Herb Lubalin 1918 — 1981); Stettler typeface (1965); 约翰·阿科姆 (John Alcom); 纽约市徽设计 (New York city logo proposed, 1966.)、《艾罗斯》 *Eros* 杂志设计 (1960年)、《事实》 *Fact* 杂志设计、《前卫》 *Avant Garde*、《U&Ic》杂志设计。

### 6. 乔治·罗依斯 (George Lois, 1931 —) (P271)

背景: 被称为美国大众传播的“可怕的儿童”与多利·伯恩巴赫 (Doyle Dane Bernbach) 在50年代合作; 设计活动受多利·伯恩巴赫设计哲学影响; 60年代, 《老爷》杂志 *Esquire* 的相当多的青年读者被《花花公子》 *Playboy* 拉去, 因此罗依斯被请来作《老爷》杂志的设计; 他的广告设计; 他的设计对于美国平面设计的重大影响。

## 企业形象设计的发展

### 导言: 企业形象设计的历史 (P274)

企业形象设计的作用: VI、BI、MI; 二战后企业形象设计的开端。

#### 1. 意大利的奥里维蒂公司 (Olivetti) 的企业形象设计 (P275)

吉奥瓦尼·平托里 (Giovanni Pintori)

#### 2. 美国最大的电视公司之一——哥伦比亚广播系统 (CBS) 的企业形象设计 (P276)

几个重要的美国和世界企业形象设计专家: 卢·多夫曼 (Lou Dorfsman)、威廉·戈登 (William Golden)、艾罗·萨里宁 (Eero Saarinen 1910 — 1961)。

#### 3. 瑞士巴塞尔化学工业协会 (CIBA) 的视觉系统设计 (P280)

这个设计项目奠定了欧洲国际主义风格的企业形象设计基础

#### 4. 新海文 (New Haven) 铁路公司视觉系统设计 (P281)

#### 5. 企业形象设计进入成熟阶段 (P282)

重要的设计项目: 保罗·兰德 (Paul Rand) 设计的IBM公司企业形象系统、美国广播公司企业形象系统 (American Broadcasting Company ABC); 罗伯特·伦尼安 (Robert Miles Runyan) 设计的里顿工业公司企业形象系统 (Litton Industries); 莱斯特·比尔 (Lester Beall) 设计的国际纸品公司标志 (International Paper Company trademark 1960); 切玛耶夫 (盖斯玛公司 Chermayeff & Geismar Associates) 设计的大通曼哈顿银行企业形象系统 (the Chase Manhattan Bank, 1960)、美孚石油公司企业形象系统 (Mobil Oil Trademark 1964)、美国“全国电视公司”企业形象系统 (NBC)、“时代—华纳公司”企业形象系统 (Time Warner)、美国电影学院形象系统 (American Film Institute)、洛克菲勒中心形象系统 (Rockefeller Center); 索尔·巴斯公司 (Saul Bass & Associates) 设计的: 美国电报与电话公司企业形象系统 (AT&T)、日本“美能达”公司企业形象系统 (Minolta)、美国“联合航空公司”企业形象系统 (United Airline)、美国“大陆航空公司”企业形象系统 (Continental Airlines)、美国

“联合道路”公司企业形象系统 (United Ways)、美国贝尔电话公司企业形象系统 (AT&T·Bell)。

## 6. 系统化视觉形象系统设计 (P288)

1962年德国乌尔姆设计学院为德国汉莎航空公司设计的视觉系列标志 (Lufthansa German airlines·1962) 成为系统化设计的先驱; 负责人: 奥托·艾舍 (Otl Aicher)、托玛斯·冈达 (Tomas Gonda 1926—1988)、弗里茨·昆伦加斯 (Fritz Querengasser)、尼克·罗里什特 (Nick Roericht)。另外具有国际影响的视觉系列设计师有如下几位: 拉尔夫·依克斯特朗姆 (Ralph Eckerstrom)、约翰·玛赛 (John Massey); 美国集装箱公司视觉系列标志设计 (Container Corporation of America); 玛西莫·维格涅里与尤尼玛克设计公司 (Massimo Vignelli and the Unimark New York office纽约); 诺尔公司的企业识别系统设计 (Knoll graphic 1966—1970s)。

## 7. 美国联邦设计改进计划 (P292)

约翰·玛赛 (John Massey) 设计的美国劳工部标志设计 (trademark for the U.S. Department of Labor 1974); 玛西莫·维格涅里 (Massimo Vignelli)、文森·格里森 (Vincent Gleason), 设计的美国国家公园系统设计 (Unigrid system for the National Park service 1977)。

## 8. 公共交通标志系统设计 (P294)

1974年, 美国交通部 (the United States Department of Transportation) 委托美国平面设计学院 (the American Institute of Graphic Arts, AIGA) 联合设计全国交通标志系列; 设计的步骤与进展; 特别委员会研究 (由托玛斯·盖斯玛 Thomas H. Geismar 领导); 罗杰·库克 (Roger Cook 1930—), 唐·商诺斯基 (Don Shanosky 1937—) 领导具体设计; 全标准化使用。

## 9. 国际奥林匹克运动会的视觉系列设计 (P296)

兰斯·威曼 (Lance Wyman)、彼得·穆多什 (Peter Murdoch) 联合设计: 第十九届奥林匹克运动会视觉标志系统设计 (墨西哥城); 由联邦德国杰出的平面设计家奥托·艾舍 (Otl Aicher) 负责设计的: 第二十届奥林匹克运动会视觉标志设计 (慕尼黑), 1972; 由美国平面设计家主持的洛杉矶奥林匹克运动会视觉系列: 第二十三届奥林匹克运动会 (洛杉矶), 1984年; 由吉姆·伯特 (Jim Berte)、罗伯特·伦安 (Robert Miles Runyan) 等主持设计的洛杉矶奥林匹克运动会标志; 由庄·杰德和德波拉·苏斯曼 (Deborah Sussman) 主持设计的洛杉矶奥林匹克运动会大会指南与其他视觉材料设计; 由美国平面设计家主持设计的第三十届奥林匹克运动会 (亚特兰大) 视觉传统系统, 1996年。

## 10. 企业形象设计的发展和东西方的不同企业形象模式 (P301)

日本对于西方企业形象设计的扩展; 远东对于日本体系的接受和扩大化; 两种体系的比较; 中国企业形象设计应该采取的模式讨论。

## 平面设计的观念表达

### 导言 (P303)

#### 1. 波兰的海报设计 (P304)

波兰海报的历史传统; 重要的波兰海报设计家与他们的作品: 阿曼多·特斯塔 (Armando Testa)、亨利克·托玛泽维斯基 (Henryk Tomaszewski)、杰里·佛里沙克 (Jerry Flisak)、罗曼·契列维茨 (Roman Cieslewicz)、弗兰西斯卡·斯特罗维斯基 (Franciszek Starowiejski)、约翰·莱尼卡 (Jan Lenica)、瓦德玛·斯威兹 (Waldemar Swierzy)。

#### 2. 美国观念形象的设计 (P308)

图钉工作室派 (Push Pin Studio): 西摩·什瓦斯特 (Seymour Chwast 1931—)、米尔顿·格拉塞 (Milton Glaser 1929—)、雷诺兹·鲁芬斯 (Reynolds Ruffins 1930—)、爱德华·索勒 (Edward Sorel 1929—)、保罗·戴维斯 (Paul Davis 1938—); 詹姆斯·麦克穆兰 (James McMullan)、巴利·扎德 (Barry Zaid)、理查·赫斯 (Richard Hess)、阿克斯诺德·维加 (Arnold Varga)、约翰·伯格 (John Berg); 出版刊物《图钉年鉴》 (The Push Pin almanac), 后来改名为《图钉平面设计》 (Push Pin Graphic)。

#### 3. 怪诞海报和“心理变态海报”风格 (P314)

70年代出现了风格怪诞的新海报设计形式; 主要代表设计师: 伍迪·皮特尔 (Woody Pirtle); 创作设计诺尔办公家具公司海报系列 (Knoll furniture poster 1982)、罗伯特·威尔逊 (Robert Wes Wilson)、维克多·莫斯科斯 (Victor Moscoso)、彼得·马克斯 (Peter Max); 设计“爱”海报 (Love poster 1970); 兰利·索姆斯 (Lanny Sommese)、戴维·戈尼斯 (David Goines)。

#### 4. 欧洲的“视觉诗人” (P317)

从60年代到90年代,欧洲出现一种新的平面设计风格;重要的设计师:根特·凯泽(Gunther Kieser)、威利·佛里克豪斯(Willy Fleckhouse)、根特·兰保(Gunter Rambow)、罗伯特·玛辛(Robert Massin)、“格拉普斯(Grapus)”工作室:皮艾尔·伯纳德(Pierre Bernard 1942—)、弗兰西斯科·迈赫(Francois Miehé 1942—)、杰拉德·巴黎斯-克拉维尔(Gerard Paris - Clavel 1943—)

## 5. 第三世界国家的海报 (P321)

325

## 第十六章

### 当代世界平面设计的状况和发展趋势

#### 导言 (P325)

战后世界平面设计综述;德国民族风格的消失;国际主义风格甚嚣尘上;英国国际主义的特殊面貌:阿兰·佛里契(Alan Fletcher)、科林·佛布斯(Colin Forbes)、包博·基尔(Bob Gill)等人的设计工作室。

#### 1. 二战后的日本平面设计发展 (P327)

日本民族风格与现代主义风格共存的探索与成就;几个重要的战后日本平面设计家(因为汉字名称不全,为准确起见,在此暂时采用拉丁字母代替)Ryuichi Yamashiro、Yusaku Kamekura、Masuda Tadashi、Kazumasa Nagai、Ikko Tanaka、Takenobu Igarashi、Shigeo Fukuda、Koichi Sato。

#### 2. 超人文主义与超平面设计 (P334)

人文主义是特指与全盛期的文艺复兴风格决裂的新风格,因此,所谓“人文主义”具有与正宗传统断裂的历史含义,因此在设计上,出现的反对正宗国际主义风格的新设计的探索被称作“超人文主义”,所取的主要不是“人文主义”内容,而是人文主义对于经典文艺复兴的反叛内涵。事实上,这个风格是后现代主义在平面设计上的体现之一,也称作“超平面设计”。重要设计家为后现代主义的奠基人罗伯特·温图利(Robert Venturi)。

#### 3. 后现代主义平面设计 (P336)

重要的后现代平面设计:罗斯玛利·提西(Rosmarie Tissi)、西格弗雷德·奥德玛特(Siegfried Odermatt)、斯蒂夫·盖斯布勒(Steff Geissbuhler)

#### 4. “新浪潮”平面设计运动 (P342)

沃夫根·魏纳特(Wolfgang Weinart,为此风格的主要创造人);联邦德国乌尔姆设计学院(Ulm Institute of Design)的学生丹·弗里德曼(Dan Friedman)是第二个重要的新浪潮版面风格奠基人;其他重要人物:艾普里尔·格莱曼(April Greiman),她是洛杉矶的“新浪潮”平面设计代表人物;威利·孔茨(Willi Kunz,瑞士·美国);肯尼斯·海伯特(Kenneth Hiebert)

#### 5. 孟菲斯风格和旧金山派的平面设计 (P348)

这是80年代的两个重要的平面设计运动。因为同时从米兰和旧金山发起,因此常常被放在一起研究。孟菲斯是意大利米兰和美国旧金山为中心的一个以家具、工业产品、室内设计为主的后现代主义设计集团。其领袖是艾托·索扎斯(Ettore Sottsass)。重要人物:克里斯多夫·拉德尔(Christoph Radl)、威廉·朗豪斯(William Langhauser)、麦克·凡德比尔(Michael Vanderbyl)、麦克·曼沃林(Michael Manwaring 1942—)和麦克·克朗宁(Michael Cronin 1951—)。

#### 6. 里特罗设计(petro)和乡土风格 (P352)

80年代兴起的平面设计运动,特点是复旧风格,产生的中心是纽约。风格与荷兰的风格派十分接近。重要人物有:彼拉·谢尔(Paula Scher)、路易斯·菲利(Louise Fili)、卡林·戈德伯格(Garin Goldberg)、罗林·路易(Lorraine Louie)、丹尼·佩拉文(Daniel Pelavin)、查尔斯·安德森(Charles S. Anderson)、卓·杜菲(Joe Duffy)、麦克·马布里(Michael Mabry, 1955)、尼维尔·布莱迪(Neville Brody)。

#### 7. 电脑在平面设计中带来的大革命 (P359)

电脑在平面设计上的广泛运用造成的革命效应;电脑在平面设计上采用的简单经历;目前常用的平面设计电脑软件系统和电脑硬件系统;当代重要的电脑平面设计家有:苏姗·卡尔(Susan Kare);阿普里尔·格莱曼(April Greiman);卢迪·凡德兰斯(Rudy VanderLans);祖扎那·里科(Zuzana Licko);苏姆奈·斯通(Summer Stone)

#### 彩页图录 p1 — p 20

注:本书中图片编号的第一个数字或字母表示此图所在的章节



# F 前言

平面设计史这个术语,应该说到目前为止已经比较规范化和取得国际认识的一致性了。所谓的“平面设计”,指的是在平面空间中的设计活动,其涉及的内容包括字体设计、插图、摄影的采用,而所有这些内容的核心是在于传达信息、指导、劝说等等目的,而它的表现方式则是以现代印刷技术达到的。

平面设计是设计范畴中非常重要的一个组成部分,所有二维空间中的、非影视的设计活动都基本属于平面设计的内容。英文中“平面设计”这个词是“graphic design”最早使用这个术语的人是美国人威廉·阿迪逊·德维金斯(William Addison Dwiggins, 1880—1956),他在1922年开始使用这个术语来描述他从事的设计活动的内容,但是却没有得到美国和国际的采纳,真正使“平面设计”这个术语成为国际设计界通用的术语,应该是第二次世界大战之后的事情,特别是20世纪70年代以后的发展了。“平面设计”这个术语,除了平面上的活动这个含义之外,还具有与印刷密切相关的意义,特指印刷批量生产的平面作品的设计,特别是书籍设计、包装设计、广告设计、标志设计、企业形象系列设计、字体设计、各种出版物的版面设计等等,是平面设计的中心内容。平面设计是把平面上的几个基本元素,包括图形、字体、文字、插图、色彩、标志等等以符合传达目的的方式组合起来,使之成为批量生产的印刷品,达到准确的视觉传达功能目的,同时给观众以设计需要达到的视觉心理满足。印刷是一个舞台,而各种因素,比如图形、文字、字体、插图等等则是这个舞台上演出的角色,不同的角色搭配,组成了不同的戏剧内容,现代平面设计的内涵大约可以这样比喻。当然,没有通过印刷手段的这些因素的组合也可以被视为平面设计活动,现代印刷的介入,其实正是现代平面设计的开始,所以,现代平面设计史所阐述的正是以现代印刷手段为基础的平面设计活动发展的历程。

正是因为平面设计涉及的范围广泛,因此,对于它的论述也具有一定的难度。如果从平面涉及包括的组成内容来看,就造成了字体设计、版面编排设计、插图设计、标志设计和企业形象设计、摄影在平面上的运用和处理等具体的风格和方式演变历史论述;如果从平面设计涉及的功能来看,则又出现了视觉传达的论述;如果传达视觉内容,如何达到最佳效果等等,因此有视觉传达理论的描述;如果从平面设计的最终采用手段来说,就出现了与印刷密切相关的理论描述,加上目前通过电脑的所谓“多元媒体表现”(multimedial interface)设计也大量采用平面设计,建筑设计的表现、工业产品设计的表现、广告设计的绝大部分采用平面设计的若干手段,因此,又出现了平面设计具体应用范畴的具体论述。这种复杂的状况,造成撰写一本平面设计史的困难。因此,如何把握准确的尺度,为广大读者写出一本可以作为比较准确的参考的《现代平面设计史》,是笔者考虑再三的一个主要问题。本书的撰写,将尽力把上述的三个方面都包括进去,虽然不希望这本著作的篇幅太大,但是也依然希望能够使它比较全面地反映平面设计在100多年中发展的基本面貌和内容。

平面设计史的历史悠久,因为与印刷相联系,因此往往受到印刷服务对象的限制和要求的影响,从而与各个不同的时代的社会背景发生密切的关系。平面设计的这种特点比其他各种设计都明显,之所以它与社会、文化、政治、经济等等因素具有极其密切的关系,是因为它是设计各个范畴中与文字最为密切的一个领域,同时具有印刷批量化的特点。因此,平面设计也最受意识形态的影响,它的发展兴衰,与意识形态的起落和意识形态的控制松紧密切相关,并且自古如此,从无例外。一部平面设计史,可以被看作一部社会发展史的缩影。因此写平面设计史其实是非常难的一件事情。如果真是要写一部反映平面设计风格演变的影响背景的历史,不啻于撰写一部意识形态发展史。影响平面设计风格的因素,其实是社会、政治、经济、文化等因素的总和,西方往往采用德文单词“Zeitgeist”来描述,这个德文单词没有具体的或者准确的中文翻译,甚至英文中间也没有准确的翻译词,它指的是一种时代精神,一种特定时代、特定时间的特定文化和文化品味。平面设计是最能集中体现这种被称这为Zeitgeist特定文化品味的设计活动。

自从古代以来,人类一直寻找能够用视觉符号方式表达思想感情的方法,寻找能够利用图形储存自己的记忆和知识的方法,寻找能够把信息的传达程序化和简单化的方法。文字的产生,印刷的发展,

等等，都代表了这种努力。直到目前电脑的发展，电脑网络（Internct）技术的发展，依然代表了这种探索的继续。1922年，设计家威廉·阿迪逊·德维金斯终于把这些努力的综合活动用一个术语代表：平面设计（graphic design），说明把各种平面因素组织成具有次序、具有视觉传达规律的总体的活动性质。从而奠定了现代平面设计的定义基础。虽然现代平面设计已经与传统的平面设计大相径庭，电脑取代了手工，平面的风格也非常丰富，但是，平面设计依然是各种设计活动中与传统关系最为密切的一种。古代苏美尔人创造了书写，为文字创造开启了大门；古埃及人第一次成功地把文字、插图有条不紊地编辑、书写在草纸上，成为最早的平面设计典范；中国人创造了印刷术，发明了造纸技术，发明了陶瓷的活字技术；朝鲜人发明了金属活字；中世纪的欧洲僧侣精心撰写和设计了金碧辉煌的手写圣经和圣诗，把插图、文字、装饰融为一体；德国的古腾堡发明了西方最早的活字印刷技术，促进了欧洲的印刷发展，这种从欧洲文艺复兴以来的欧洲印刷技术发展和各种字体、版面、插图的出现等，都是现代平面设计的传统依据。

从本质来看，古典的平面设计与当代的平面设计虽然有相当不同的地方，但是，从目的上和手段上来看，却依然有非常类似之处；其目的都是传达，对象是读者，组成设计的内容也依然是文字、图形、装饰，形式依然是二维的，或者平面的，更加重要的是：无论是古典的还是当代的平面设计基本上是以印刷方式发展的。那种在因为现代建筑革命而造成的传统建筑逐步消失的情况，在平面设计中则并不存在。平面设计经历的是一场渐变过程，而不是现代建筑运动的那种翻江倒海似的大革命，因此，在现代主义建筑受到后现代主义挑战的时候，平面设计依然处于比较平稳的过渡之中，没有出现建筑上后现代主义那样的巨大浪潮。原因主要是平面设计与传统关系的密切。

虽然如此，工业革命的确给平面设计带来了很大的冲击，特别是印刷技术和制版技术的发展，依据信息时代电脑带来的新技术冲击，在很大程度上改变了平面设计的手法，因此，我们依然可以以工业革命为一个分界线，划分平面设计发展的历史脉络。这本书的目的在于阐述自从工业革命中期以来以西方国家为中心的平面设计可能带来的影响和发展趋势。

与著作、专论繁多的建筑设计不同，平面设计的理论著作，特别是涉及到发展历史的专著数量很少，从我多年的从事设计理论和设计史教学的经验来看，这方面的著作虽然谈不上凤毛麟角，但是的确少而又少，大部分不过是涉及设计史中的一个简单的侧面而已，比如字体设计、版面设计、插图设计、书籍设计、企业形象和标准设计、海报设计等等，专著相当丰富，缺乏的是能够把这些关系密切，同样属于平面的、二维的设计活动和形成这些设计各种面貌的历史背景、指导这些设计的各种理论联系起来讨论的综合著作。如果说我感到的问题，倒是平面涉及中的一些组成部分有本末倒置的情况，比如企业形象设计（CI），或者插图设计等等，都几乎成为脱离平面设计而独自成为体系的新范畴，其实，不过是某些设计家为了强调自身价值所夸大其词的结果，把平面设计的某些内容，脱离平面设计总的体系来单独讨论，实在是不正确的，对于设计新人来说，也容易造成误导。因此，这本书的撰写，有“确定名分”的动机，是想还平面设计原来应该有的面貌。从理论和历史发展的讨论和阐述中，提出平面设计的理论原则和基本构成因素。

如果说比较常用的平面设计参考书，应该列举以下几种：

阿兰·里文斯顿与伊莎贝拉·里文斯顿：《平面设计与平面设计师百科全书》（The Thames and Hudson: Encyclopaedia of Graphic Design+Designers, 1992, New York）

菲利普·汤普森与彼得·戴文波特：《平面形象词典》（Philip Thompson and Peter Davenport: the Dictionary of Graphic Images, St Martin）

约翰·巴尼科特：《海报简史》（Barnicoat, John : A Concise History of the Poster. Lodon: Thames and Hudson, 1972）

透纳·贝利等：《字体百科全书》（Brry, W. Turner, Johnson, A.F., and Jaspert, W.P.: The Encyclopaedia of Type Face, London: Blandford, 1958）

爱得华·吉朋等：《平面设计的语汇》（Booth-Clibborn, Edward, and Baroni, Daniele: The



anguage of Graphics, New York: Abrams, 1980)

马克思·加罗:《历史上的海报》(Gallo, Max: The Poster in History. New York: American Heritage, 1974)

安尼·加奈:《平面设计史上的1325个最伟大的时刻》(Garner, Anne, ed: The 1325 Greatest Moments in the History of Graphic Design (so far). Montana State University, 1987.)

爱德华·戈特沙尔:《今日的版面传达》(Gottshall, Edward M.: Typographic Communications Today. Cambridge, MA: MIT Press, 1989)

爱得蒙·格里斯:《版面的艺术与实践》(Gress, Edmund G: The Art and Practice of Typography. New York: Oswald 1917)

史蒂夫·赫勒等:《从维多利亚时期到后现代时期的平面设计风格》(Heller, Steven and Chwast, Seymour: Graphic Style from Victorian to Post-modern. New York: Abrams, 1988)

贝佛斯·赫勒:《海报》(Hellier, Bevis: Post-modern. New York: Stein and Day, 1969)

约翰·刘易斯:《印刷分析》(Lewis, John. Anatomy of Printing. London: Faber and Faber, 1970)

卢斯·玛霍特拉(编辑):《欧洲与美国的传统海报》(Malhotra, Ruth, et, Al Das fruhe Plakat in Europa und den USA. Vol. I-III, Berlin: Gebr. Mann Verlag, 1973)

詹姆斯·莫然(编辑):《二十世纪印刷》(Moran, James, ed. Printing in the 20th Century, New York: Hastings House, 1974)

约瑟夫·穆勒-布洛克曼:《视觉传达史》(Muller-Brockmann, Josef. A History of Visual Communications. New York: Hastings House, 1967)

约瑟夫·穆勒-布洛克曼:《海报史》(Muller-Brockmann, Shizuka. History of the Poster. Zurich: ABC editions, 1971)

亨利·皮兹:《美国插图二百年》(Pitz, Henry C. Two Hundred Years of American Illustration. New York: Random House, 1977)

潘尼·斯巴克:《设计参考手册》(Sparke, Penny. Design Source Book: Secaucus, NJ: Chartwell, 1986)

斯图亚特·列克:《现代海报》(Wredw, Stuart. The Modern Poster. New York: Museum of Modern Art, 1988)

丹尼·阿珀戴克:《印刷式样:历史,形式和使用》(Updike Daniel Berkeley. Printing Types: Their History, Forms, and Use. Cambridge: Harvard University Press, 1937)

诺尔曼·戈巴蒂:《用勺子印刷》(Gorbaty, Norman. Printmaking with a Spoon Reinhold, 1960)

朱利斯·赫勒:《今日印刷》(Heller, Jules. Printmaking Today Holt, 1969)

比维斯·希勒:《百年海报》(Hillier, Bevis. 100 Years of Posters, Harper, 1972)

戈特弗雷德·林德曼:《印刷与绘画》(Lindemann, Gottfried. Prints and Drawings: A Pictorial History Praeger, 1970)

菲利普·梅格斯:《平面设计史》(Philip B. Meggs A History of Graphic Design, Van Nostrand Reinhold, New York, Second edition, 1992)

保罗·兰道:《保罗·兰道:一个设计家的艺术》(Rand, Paul. Paul Rand: A Designer)等等。

除此之外,对于每个专门的项目,比如企业形象设计、字体设计、版面设计、海报设计、包装设计等等,都有不少专门的著作,但是这些著作大多数都比较侧重于技术层面的介绍和论述,真正从历史和理论上探讨的著作,甚至包括以上书目中的部分著作,还是非常少的。这个问题不仅仅出现在平面设计著作中,在一般设计理论、工业产品设计等等范畴中也依然如此,唯一的例外是建筑设计,因为理论发展历史长,具有强大的研究力量,因此深刻的理论著作相对比较多。

在目前可以借鉴的平面设计理论著作当中,最重要的当推菲利普·梅格斯(Philip B. Meggs)的



《平面设计史》(A History of Graphic Design, Van Nostrand Reinhold, New York, second Edition, 1992)。这本书第一版出版于1983年,我是在1987年开始在宾夕法尼亚州的州立西切斯特大学艺术系(Separment of Art, West Chester University, West Chester, Pennsylvania)担任客座教授时,为了应付设计基础课,在那个拥有近两万名大学生的大学图书馆中查找参考著作,其中梅格斯的这本著作的第一版,对于我来说是最有指导意义的,得益匪浅,可以说我能够比较顺利的给美国学生开设那门课,在很大程度上应该感谢这本著作。1988年我受聘开始在洛杉矶的帕萨迪纳市的艺术中心设计学院(Art Center Collge of Design, Pasadena, California)担任教学,90年代初期又得到梅格斯这本著作的新版本,当时我正负责辅导两个平面设计专业的研究生,其中一个从韩国来的研究生选取插图史作为她的论文专题,我提议她到位于洛杉矶的汉庭图书馆(Huntingon Library)善本图书馆作研究,这个图书馆是西方收藏自从文艺复兴以来手抄本和善本最集中的图书馆之一。为了理顺历史脉络,我还要求她采用梅格斯的著作作为依据。严格地说,梅格斯的新版著作对于这个研究生和我本人来说,都非常有指导作用。我视他的这本著作作为目前手头所有平面设计论著的最完整本,并且经常向我的学生推荐。

平面设计这个术语出于英文“平面”(graphic),在现代平面设计形成以前,这个术语是泛指各种通过印刷方式形成和平面艺术形式,比如木刻、石版画、腐蚀版画、丝网印刷版画等等。因此当时这个词的含义已经不仅仅是指导作品是二维的、平面的,它还具有更进一步的意义:批量生产的,因此与单张、单件的艺术品区别开来。因此,可以说“平面艺术”,或者“平面设计”自从产生以来,就与印刷有不解之缘、因此,它很早就被称为“民主的艺术形式”(the demo-cratic art form),因为只有通过印刷批量生产,普通人才能享有这种艺术。从泛义来看,平面艺术自开始以来,就已经不仅仅包括绘画的印刷,同时也包括字体设计、版面编排、书籍装饰等等丰富的内容。而设计的目的是印刷出版,这是古往今来平面艺术,或者平面设计的最共同点。

早期的平面设计人员既是印刷技术工人,同时也是艺术家。他们必须利用金属、石版或者木刻制作插图,利用活字准备文章的印刷底版,然后把图版和文字版拼合,再利用油墨印刷到纸张上,如果是书籍的话,还要装订成册。欧洲工业革命以后,机械印刷取代了旧式的手工印刷,平面设计人员逐步把更多的时间放在版面、字体和插图设计上。工业革命促进了经济发展,社会对于印刷的总需求量也就大幅度增加,与此同时,工业革命也带来了崭新的平面设计风格,因此采用机械,使字体和插图都在风格上有很大的变化,适应新的印刷条件。新的印刷品更加促进了平面设计这个行业的发展,大量的书籍、杂志、海报、包装、广告、贺卡等等的发行,造成了一个庞大的平面设计行业队伍。平面设计进入到现代时期。

把文字、图画和装饰标记以某种方式安排在一起,应该说是平面设计的基本内容,从这点来看,应该说早在远古时期就已经有类似的活动了。公元前3000年两河流域的苏美尔人(the Sumerian pictographic tablet)在泥版上刻画的文字符号,公元前1800年的汉莫拉比石刻(the Code of Hammurabi),从公元前1500年左右开始的大量埃及草纸文书,特别是作为死者陪葬用的《死亡书》(the Book of the Dead),公元前1400年左右的中国甲骨文和商、周两代的青铜文,都是人类最早的平面设计作品。但是,除了文本、插图和装饰的编排因素之外,我们普遍认为平面设计另一个特征就是印刷发行,因此,这些早期的文物虽然具有平面设计的基本因素,却并不能被视为当代平面设计的开端。真正的平面设计开始,是与印刷相联系的。

平面设计与印刷有极其密切的关系,因此,可以说产生印刷技术的国家——中国,是奠定平面设计基础的国家。现在存世最早的印刷品是中国唐代的《金刚经》,经文在一块完整的木板上雕刻而成,再印刷到纸本的手卷上,从右向左读,其中包括了插图、文本、标题三个基本部分,已经几乎具备了平面设计的所有要素,是公元868年的印刷本。这个刻本如此成熟,因此肯定可以说有比这个刻本更加早的印刷品。中国也是发明纸张的国家,历史记载汉代的蔡伦发明造纸,考古发现了东汉时期的原始纸张,这些因素都促进了中国早期版面设计的发展。因此,平面设计是在中国最早得到完善的,对于这一点,理论界均没有争议。关于现代印刷出现以前的平面设计发展历史,将在本书的《导言》中详

细介绍。

现代平面设计史的论述应该包括三个基本方面，即：1. 对于平面设计诸因素的论述，包括字体发展、版面编排发展、插图风格的发展等等；2. 印刷技术对于平面设计的影响；3. 分门别类地讨论平面设计组成内容，比如包装设计、书籍设计、海报设计等等的发展过程。如果把视觉传达的方法和特点加进去，就基本构成了平面设计史的全部内容。本书将把这些因素有机地糅合在一起进行论述，以期给读者一个比较完整的发展面貌。

现代平面设计与印刷有不解之缘。没有印刷，也不可能有现代平面设计的存在。从印刷技术的发展来看，要把图形、文字印刷到纸张或者其他材料上，必须具备一种能够把图形、文字过渡到纸张或者其他材料上的方法，中国的印刷方法长期以来采用木板刻制，利用黑墨为材料进行平面直接印刷，虽然毕升发明了活字，但是长期以来，中国的印刷基本还是依据整块木版进行的。欧洲的印刷虽然发展比中国迟很多，直到德国的古腾堡发明金属活字之后，欧洲的印刷才摆脱了中世纪手抄本时期，真正开始发展。但是，欧洲虽然起步晚，在印刷方法上则发展迅速，由于欧洲普遍采用字母，而不像中国那样使用复杂的象形文字，因此印刷技术比较容易在活字上得到突破。欧洲逐步发展出木板、金属腐蚀版、石版印刷技术，在字体上也多姿多彩。印刷上的四种基本方法，凸版（relief）、凹版（intaglio）、平版（planography）和孔版，或者称为“镂空版”（stencil）基本上都是在欧洲被广泛运用到印刷上的。不同的印刷方法，造成了不同的效果，因而导致了不同的平面设计风格、字体风格、插图风格、装饰风格的形成。

凸版是最早出现的印刷方法，顾名思义，凸版就是从一个凸起的平面上进行印刷。最早期的凸版印刷是中国的木刻版印刷，把文字和图画刻在木板上然后以布拓黑墨，把纸张压印其上，得到印刷图形。因为是直接印刷，所以木刻版上的图形应该是“反”的，也就是说必须以负形刻制，必须有经验的匠人才能胜任这个工作。欧洲目前发现最早的木刻印刷品是公元1400年的作品，其中有大约为公元1423年刻印的圣城斯托夫肖像（a portrait of St. Christopher）。欧洲早期的书籍出现了木刻插图，从事木刻插图的画家包括有德国的丢勒（Albrecht Durer）和荷尔拜因（Hans Holbein）。他们是欧洲最早的书籍插图艺术家。丢勒对于木刻线条的运作达到高度娴熟的地步，他的作品具有非常高的艺术性，不但生动非凡，并且具有鲜明的个人艺术风格，是木刻艺术和插图中最杰出的代表作品之一。比如他于1498年创作的《启示录》（*The Apocalypse*）就是典型代表作。欧洲的木刻版印刷到19世纪时期发展到新的高度，采用优质的木版，锋利的刻制刀具，达到能够准确模拟钢笔画效果的地步。这种新的木刻技术称为“木版镂刻”（the wood engraving），它代表了木刻技术的高度发展和在印刷中的更加广泛的运用。掌握这个技术水平最高的是托玛斯·比维克（Thomas Bewick）。他被称为“木版镂刻技术之父”，他为1797年英国出版的《英国鸟类》（*The Common Snipe*）一书所作的精美插图，是这种技术达到炉火纯青地步的代表作。

凸版印刷是比较普遍的印刷方法，自从工业革命以来，因为金属活字普遍采用，凸版印刷成为最主要的印刷方式之一。目前的凸版印刷，包括有活字版、铅版、锌版、感光性树脂版等。活字版是用铅通过铸字机铸造成铅字排版组合上机印刷，印刷数量比效大的印刷品，比如报纸、杂志之类，往往采用这种方法印刷，采用的机器则经常是轮转机，以达到高速的目的。由于插图的复杂性，单纯的活字版已经不适时了，因此，产生了采用照相感光方法制作铅版、锌版和树脂版的新凸版方法。一般的书籍、刊物、普通印刷品，以及必须有特殊效果——比如烫金、烫银、压凸、成型等等，大都采用凸版印刷。

凹版的英文“intaglio”来自拉丁文“刻”字，顾名思义，是在印刷表面上刻下去的制版方法。欧洲最早和最普遍的凹版是手刻铜版凹版（hand copperplate printing）。方法与凸版刚好相反，文字和图形都凹于版面的平面之下。早期的凹版方法是在光滑的铜版表面用V形的锋利刀具（英语称为“burin”）刻画出图形来，然后用来作印刷底版。由于铜版柔软，因此，可以刻出非常精细的线纹来，对于表现精细的图形细节很有利。印刷的时候，采用非常粘稠的油墨涂抹，必须使所有凹槽都吸满油墨



然后把铜版表面擦干净，之后用机械滚筒把纸张压到铜版平面上，从而达到纸张把凹槽中的油墨粘上的效果。凹版印刷在欧洲发展出利用腐蚀的方法制造金属印刷版的新技术，称为“腐蚀版”(etching)，这个词来自荷兰文“elzen”，意思是“吃”。这种方法发明于1504年，利用一层蜡覆盖在金属版表面，在蜡上刻画，然后以酸腐蚀，刻画得越深，腐蚀越深，因此自然形成深浅不同的腐蚀效果，之后去除蜡层，洗干净版面，以油墨印刷，达到更加精细的效果。不少欧洲艺术家发现凹版印刷的这种精细特征，从而采用它进行艺术创作，比较突出的是荷兰艺术大师伦勃朗(Rembrandt)，他采用腐蚀版所创作的大量杰出人物、风景作品，都是艺术史上脍炙人口的杰作。西班牙画家戈雅(Francisco Goya)也广泛采用腐蚀版创作，成就惊人。

凹版因为图形精细，所以常常用来印刷纸的货币、邮票、债券、公证书等等非常讲究和正式的印刷品，凹版不但可以采用纸张印刷，同时也可以采用丝绸、塑料薄膜等等材料印刷。但是它的印刷工艺复杂，印刷时间比较长，因此发展有限制。

平版印刷是比较新的发明。它开始于石版印刷，大约在1796年，由阿罗斯·赛那菲德(Aloys Senefelder)发明。方法简单：利用油水不合的道理在平滑的石版上制成印刷版面，效果精细准确。早期是单色的，后来发展出彩色的方法来，利用不同的版印刷不同的色彩，使色彩自然混合，达到非常丰富的色彩效果，是以前任何一种印刷方法都没有达到的。彩色石版印刷促进了广告海报、书籍、贺卡的发行，是现代印刷技术中非常突出的一种方法。很多艺术家采用石版印刷方法创作，比如法国19世纪的大师杜米埃(Honore Daumier)的许多作品就是利用石版印刷的。

平版印刷由于简单、快速，在工业时代被加以发展，方法其实与原始的石版印刷相同：利用油水不融的原理，使图形、文字接受油墨，而非印刷部位接受水分，再采用间接方法印刷，即先把图像印在橡皮滚筒上，图像由正而反，再把滚筒上的图像印刷到纸张上，图像则由反而正。现代平版印刷已经进入电子分色制版阶段，利用“电子分色”技术，效果比旧的照相分色要准确精细，与原稿更接近。由于平版印刷速度快、成本低、质量好，已经成为现代印刷的主要方法之一。

孔版印刷是利用纸张、纺织品、金属片，或者其他材料，在上面刻出镂空图形，然后用墨、油墨或者其他染料采用刮板刮压，使油墨渗透到网孔以下的承印物上。镂空的部分让印刷油墨通过，其他部分则因为没有镂空而留下空白，这种印刷方法，最早在公元500年前后在中国和日本被发明使用。现代的孔版印刷主要是丝网印刷，即在丝网上利用感光材料制成孔版，然后印刷。这种方法的优点是：不但可以印刷在平面上，也可以印刷在弧面上，色彩鲜艳，而丝网制作成本低廉，方法简单，因此被非常普遍采用于印刷纺织品、塑料、玻璃器皿、木板、金属材料上。缺点是速度慢，同时不精细。丝网印刷得到很多现代艺术家的喜爱，特别是60年代以来的“波普”艺术运动的几个主要大师，比如安迪·沃霍尔(Andy Warhol)和罗伯特·劳森伯(Robert Rauschenberg)都采用丝网印刷为主要创作手段，从几个方面促进了丝网印刷的普及。

现代的平面设计是从19世纪开始发展起来的，主要的刺激因素是现代机械化的印刷技术发展。新的印刷技术给设计家开辟了一个崭新的天地，提出了崭新的设计要求，从而促进了设计的发展。这些设计家当时被称为“商业艺术家”(commercial artists)，他们的工作是通过在平面上的设计达到视觉传达的目的，其实就是我们现代意义上的平面设计师。

从19世纪下半期开始，商业海报在欧洲蓬勃发展，很快也在美国普及。这种状况与欧美的资本主义经济的高速发展有着密切的关系。很多非常有才华的艺术家都注意到这种新的设计天地，不少投身于海报设计和其他的商业艺术设计。因此，这个阶段应该被看作现代平面设计的重要开端。其中法国的巴黎成为现代商业海报的一个重要的发展中心，法国海报设计家切列特(Jules Cheret)为娱乐行业设计了大量杰出的海报，他设计的作品每年印刷量达到20万张这个惊人的数目，他的作品对当时的海报设计起到很大的影响作用。切列特采用彩色石版印刷设计，色彩鲜艳，具有柔和的水彩效果。他对于法国的商业艺术、平面设计的影响和贡献如此之大，法国政府于1890年授予他荣誉军团勋章(the Legion



of Honor)。与此同时，法国还出现了类如图卢兹·劳德累克(Henri de Toulouse-Lautrec)这样的平面设计大师，到“新艺术”运动时期，又出现了更加受欢迎的阿尔丰索·穆卡(Alphonse Mucha)这样的大师，他们对于世界平面设计的发展作出了非常重要的贡献。

随着印刷的发展，文化的普及，社会对于平面设计的总需求量在20世纪剧增，字体设计、版面设计都出现了适应新时代的变化，现代主义设计运动于1920年代前后在欧洲和美国展开，特别在荷兰、俄国和德国有非常重大的突破性发展，从而形成新的平面设计形式。平面设计被视为一种民主化的工具，对于社会民主具有促进作用而得到普及。当法西斯肆虐欧洲大陆时，现代主义设计家们或者逃到美国，继续他们的设计探索，或者集中到中立的瑞士，逃避灾难。因此二战后的国际主义平面设计风格出现于瑞士是非常自然的结果。

作为二战后最强大的经济大国——美国，在平面设计上有很大的影响。无论是在企业形象设计，还是在包装设计、书籍设计、字体设计、版面设计等等方面，都形成自己的，并且影响世界各个国家的国际主义风格和美国风格。其中保罗·兰德(Paul Rand)等人成为具有世界影响力的新一代平面设计大师。他们的设计对于20世纪平面设计风格具有非常深刻的影响。美国形成了以纽约和加利福尼亚州为中心和两个风格不同的平面设计核心，从而影响世界。

二战后欧洲的平面设计逐步摆脱美国的影响，形成自己的不同面貌，其中德国、法国、西班牙、比利时、波兰、捷克斯洛伐克等等国家的平面设计都具有非常鲜明的民族特色。与此同时，远东地区的平面设计也得到了非常迅速的发展，亚洲国家糅合了欧美的国际主义风格和自己的民族特点，形成了非常独特的新平面设计风格，独树一帜，丰富了世界平面设计的发展。

80年代以来，电脑日益成为平面设计的主要手段，美国的电脑技术在世界具有领先地位，围绕电话设计，美国形成新的设计核心，产生了新一代的平面设计大师，这种情况，很快影响到世界各国，对于平面设计的发展方向提出了新的课题和新的挑战。一旦设计手段因为电脑和其他的现代设备得到简化之后，设计家的大部分时间就不再是花在完稿工作上，观念的形成、市场的调查、设计战略的组织等等，成为当今设计家们面临的主要问题。因此，人的精神因素、设计家本身的素质变成设计优劣的主要驱动因素。我们不得不重新注意设计家本身的素养，而不仅仅是他的手头功夫。这对于设计和设计教育来说，都是一个重大的转折和挑战。

德国包豪斯最重要的平面设计家赫伯特·拜耶(Herber Bayer)是现代平面设计的最重要奠基人之一。他在30年代来到美国，曾经在耶鲁大学等高等学府从事平面设计教育，同时大量从事设计工作，对于现代设计有举足轻重的影响作用。他在1979年3月16日曾经提出过平面设计的三个基本原则，被梅格斯引用在他的《平面设计史》上，他提出：

1. 具有创造性的程序不仅仅是靠技术娴熟的手工完成的，所有的创造设计都必须依靠首、心和手的同心协力合作达到。

2. 先掌握可靠的技巧，然后启迪自己的灵感。

3. 人类是高等精神或者是“他所被赋予能力去完成和表现的”生命源泉的一个最高体现。

他可以说未卜先知地提出我们当前面临的问题：人的素质，所谓的心、首、高等精神和生命源泉是设计的核心部分，而不仅仅是简单的技术，或者简单的平面设计“手头功夫”。每当我看到这三个原则时，都会暗暗自省，希望自己的首、心、精神和生命源泉不至于枯竭。

作为《王受之设计丛书》的第二本著作，《世界现代平面设计史1850-1997》对于我来说占有一个非常重要的地位。因为平面设计在现代设计中具有举足轻重的作用，对于现代物质文明的影响力可以与建筑设计、城市规划设计、工业产品设计相提并论，是组成现代设计范畴的一个极其重要的部分。与此同时，我本人的设计生涯也与平面设计休戚相关，更加感到其重要，因为内中有一份人情味。

1967年，中国内地的“文化大革命”正如火如荼，全国一片混乱。我当时刚高中毕业，因为“革命”而中止大学考试，无所事事，只是因为爱好，终日画画，打发时光。当时我居住的湖北武汉市有

两份主要报纸《湖北日报》和《长江日报》，前者是湖北省的报纸，后者是武汉市的报纸，因为“文化大革命”的冲击，基本陷入停顿状态。报社大部分工作人员都被“红卫兵”集中批判斗争，报社只留下几个“可靠”的人维持工作，每天出版工作繁杂，而人手严重不足，困难重重。当时在《湖北日报》工作的一个画家区辉（现在是广州画院的画家）与我熟悉，推荐我去报社工作，当时负责两份报纸美术编辑工作的是一个叫杨莫安的青年，他看了我带去的美术习作，很器重我的才华，立即让我上班。当时才18岁的我就这样在那个混乱中到汉口江汉路一幢黑色的、称为“红旗大楼”的旧日本银行大厦上班，工作主要是为报纸画插图，也参与版面编排工作。第一次看见自己的绘画作品印刷出来，第一次看到自己的版面设计的效果，实在非常兴奋，虽然当时报纸内容全国千篇一律，都是革命颂歌，都是“万岁万岁万万岁”之类的标语口号，插图也大部分是工农兵扫牛鬼蛇神的场面，但是，平面设计的基本因素则完全一样，我第一次了解到平面设计诸因素——文字、插图、标志、装饰线等等结合的原则。这对于我是非常重要的开端。这个工作延续到1968年，因为我父亲——一个杰出的音乐家和大学教授，被打成“牛鬼蛇神”的子弟不能在党的喉舌工作，我才不得不离开报社。这段经历对于我了解平面设计具有很重要的意义。1996年5月份，我受国内一些机构邀请回国讲学，其中湖北省出版局集中了全省十几个出版社邀请我介绍美国出版业情况和美国的书籍设计，坐在我旁边的正是头发已经开始花白的杨莫安先生，大家回忆起1967年那段时日，不胜感慨。

1982年我从武汉大学研究院毕业，到广州美术学院任教，也接触一些平面设计的工作。其中包括与设计系的应梦燕老师和长期担任我的工作和研究助手的阚宇老师合作为广东与法国、比利时合资建立的“珠江啤酒”设计标志和企业形象，大约是国内比较早的企业标志设计项目之一。这些工作，使我能够把设计理论中的一些内容运用到设计实践中去，对于日后认识平面设计有很大的促进作用。从那个时候开始，我基本没有中断过平面设计工作，在美国为各种公司设计平面广告，为中国国内的企业设计企业标志和总体企业形象等等，其中不乏比较大型的设计项目，比如1996年4—6月份，我与深圳的国际企业服务公司合作，为中国某个大型公司设计总体企业形象，就是其中一个例子。这些经历，对于我保持平面设计的敏感性是非常有帮助的。

自从1996年开始，我连续不断地被国内不少单位和城市邀请讲学，其中很大的一个题目是所谓的“企业形象设计”，我记得1983年我在撰写《世界工业设计史》（1984年安徽“技术美学”刊物出版社、1985年上海人民美术出版社出版）时曾经介绍过外国的企业形象设计，即所谓“corporate identity”，我当时勉为其难的翻译成“CI”，没想到这个原来应该属于平面设计中范畴之一的东西被日本、台湾设计界炒到独立成体系的地步，又在国内被吹成能够帮助企业起死回生的设计，简直有点令我啼笑皆非。这种混乱，其实与商业炒作有关，但是与国内平面设计界对于平面设计的总体结构了解缺乏也有关系。正因为如此，我把已经进行了一半的《世界现代建筑史》暂时放下，集中力量，首先把这本平面设计史写完，期望能够提供给设计界某种借鉴，促进国内平面设计的良性发展。

应该说明的是：现代平面设计的发展是现代设计发展的一个有机组成部分，平面设计虽然有自身的发展规律，但是在许多时候，它的发展与现代设计的发展一样具有相当多的共同点，特别现代设计的社会基础和历史背景是一样的。笔者在《世界现代设计史1864—1996》一书中，对于现代设计发展的共同社会历史背景有比较详细的论述，也是现代平面设计的背景。因此，在本书的有关章节采用了那本著作中的部分论述，作为平面设计发展的背景介绍。这是必要的。

梅格斯的《世界平面设计史》引起中国设计界的重视，于1988年在中国被部分翻译出版，翻译者是原中国工业设计协会的柴常佩先生，他选择了这本著作1982年版的部分章节，从现代艺术对于平面设计的影响开始，到电脑设计的发展为止，译本名为《世界视觉传达设计史》，曾经出版过两版，总出版数达到8000册，是把世界现代平面史比较完整地引入我国的最早翻译著作。如果已经有这本翻译本的读者，对于现代平面设计的发展一定已经有一个清楚的脉络理解。我的这本著作也基本遵循梅格斯讨论的渠道，与翻译本在许多基本素材和讨论脉络上有相似之处。不同的主要在于对平面设计发展每个具体运动、风格



讨论的深度、资料的广泛程度和时间的含括在三个方面上。我努力使本书对每个具体的运动、每位设计家都有更加深入的介绍,因此采用了比较多的参考资料,以补充梅格斯原书的不足之处;与此同时,也大量地增加视觉资料,因而附图量比翻译本多出相当数量;而在讨论的时间阶段上,把上限放在1800年前后,并且加上了介绍人类平面设计前期历史的一个比较庞大的《导言》,而讨论的下限则一直到本书完稿的1997年,包括了我1996年在美国亚特兰大世界奥林匹克运动会期间,收集的全部历届奥运会的海报设计和反映1997年世界平面设计的最新资料。

1996年,中国举办了两个不同的平面设计大展,其中包括在深圳举办的《平面设计在中国》和北京的《世界华人平面设计大展》,我被这两个活动的组织委员会分别邀请为学术委员,虽然因为在美国教学任务繁重,没有能够出席这两个展览,但是却得到展览组织者赠送的展览目录和印刷、设计精美的专集,从这些印刷品来看,中国平面设计的发展取得了惊人的成就,其中已经有不少设计达到了国际水平。本文最后一章中讨论到的世界平面设计“新浪潮”运动重要代表人物之一的格莱曼女士经我推荐到北京担任评委,回到美国之后在与我谈论到这次活动的作品时,给予很高的评价。因此,应该在不远的将来专门撰写一本介绍中国现代平面设计发展的著作。

本书的撰写得到我工作的洛杉矶艺术中心设计学院理论系和研究生院负责人理查-赫兹博士(Dr. Richard Hertz)很大的支持。他不但给予我足够的研究时间,配给我几个协助我的研究生助教,同时还对我到德国包豪斯档案馆研究提供方便,没有他的支持,这本书是不可能这么快完成的。我于1995年11月和他巴黎和柏林时详细地讨论过整个丛书的细节,他给予非常具体的指导,对于完成整个丛书是非常重要的。中国深圳艺术研究会的伍时雄和孔雁作为《王受之设计丛书》的主编,一如既往地提供全力的支持和协助,1996年5月我和他们在广西北海市海滨对丛书的计划进行了反复的讨论,对于发行和校对工作的细节进行了研究,保证了全套丛书的质量;我的夫人冯达美对原稿的校对,都是本书如期完成的重要原因,在此一并感谢。

此书是我有关设计史的第二本专著,写历史是为后人留下一些可参考的明鉴。因此我想在这里把此书送给两个孩子:一个是我即将在美国洛杉矶加利福尼亚大学(University of California, Los Angeles, UCLA)电脑工程系毕业的儿子王米,他将结束三年的大学生活,进入研究生的课程,我祝他学习进步,身心健康;同时,也把此书送给伍时雄和孔雁初生的女儿伍德一珈,她在生命的初期几乎参加了此书的整个编辑、校对、版面设计和插图说明等繁重工作,并与此书一起出世,我祝她健康成长!

王受之

1998年夏于美国洛杉矶

拜耶的原话是:

1. the creative process is not performed by the skilled hand alone, but must be a unified process in which “ head, heart, and hand play a simultaneous role ”
2. I quote the Japanese saying “ first acquire an infallible technique and then open yourself to inspiration ”
3. the human being as manifestation of the supreme spirit or the source of life “ performs what he is given to do. ” in the consciousness of I of myself can do nothing the artist becomes a transparency through which the creative principle operates.



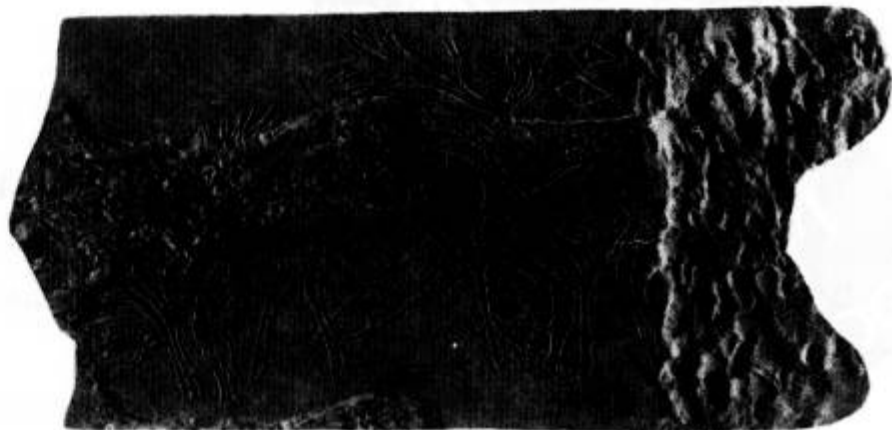
一部完整的平面设计史，是应该从人类开始记录自己的思想开始叙述的。人类为了记录自己的思想、活动、成就，开始是利用图画作为手段，但是图画对于思想的表达能力非常有限，特别是对于比较抽象的思维的记录，几乎无能为力，因此，人类创造了文字，自从有文字，就有了文字的不同体例，有文字编排的体例，有加强文字说明能力的插图，等等，这个就是平面设计的开始，所以，平面设计其实是从人类开始利用文字记录自己的思想的时候就开始的一个活动，贯穿了人类文明史的整个过程。从中国的甲骨文到美索不达米亚地区（Mesopotamia，即所谓的“两河流域地区”，位于底格里斯 Tigris 河与幼发拉底河 Euphrates 之间，即现在的伊拉克境内。古代文明从公元前 5000 年即在这个地区发展起来了。其文明的衰败是公元 1258 年蒙古入侵摧毁了这个地区的水力灌溉系统开始的。因此，其文明的发展延续了接近 6000 年。）的契形文字，都是平面设计的开端。如果要论述与人类文明同步发展的平面设计历史，这本书可能要成为一本宏篇巨著。

笔者撰写这本书和整套《现代设计丛书》的目的，是给有关的专业人员和院校师生提供一个比较实用的了解现代设计的依据，因此，本书的中心在于现代平面设计，而不是整个平面设计史的发展沿革与脉络。所谓的“现代平面设计”，其实是指与机械化大批量印刷相关联的平面设计，也就是说，本书的论述是从机械化大批量印刷的时代开始的，这样做，固然有比较接近我们时代的特点，也有比较实用化的长处，但是，缺乏对于平面设计发展的总体讨论，显然会造成没有完整的历史背景的问题，如何使这本著作既有现代特点，也具有完整的发展脉络，是笔者非常注意的问题，经过再三的考虑和计划，为了给读者提供一个比较完整的平面设计发展的背景，因此，把现代平面设计以前的发展历史集中在《导言》部分介绍，《导言》因此也成为早期平面设计史的论述部分。希望这样做，能够给读者提供一个比较完整的平面设计面貌，特别是对采用字母为文字构成的西方国家平面设计发展历史提供一个比较完整的背景。

## 平面设计的开端

平面设计发展的历史应该说是从书写、文字的创造时开始的。从古代的原始绘画当中，我们的祖先创造了各种形象的符号，因而，也逐渐产生了布局、编排等等日后平面设计的因素。在法国南部拉斯考克（Lascaux）地区的山洞中发现的原始人壁画上溯到公元前 15000—10000 年，绘画生动，但是没有特别的设计布局，只是在空白的洞壁上涂鸦。绘画的主题基本上都是动物，描绘生动，形象简练，具有强烈的符号特征，这些应该说是日后设计标志的动机。我们在北美洲的印第安人岩画当中，看到了更加简练、更富于标志化的设计特点。大量新石器时代的绘画、雕刻都给我们提供了丰富的原始绘画资料，它们都是研究图案发展、设计起源的最好资料。

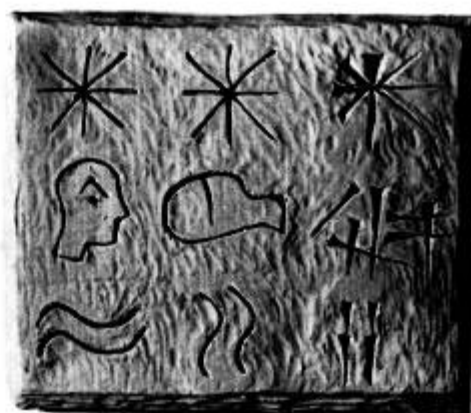
## 10 导言



1-1. 人类最早的视觉传达方式基本都是利用图形进行的。这是北美印地安人在史前的岩洞壁画。全部采用图形表达。



1-2. 古代生活在两河流域的人们发明了最早的文字之一：契形文字，这种从象形文字演变出来的文字出现在公元前2000多年，是人类利用抽象的符号记录事件和思想的开端。



1-3. 两河流域地区的契形文字。

人类文明的起源迄今仍然是一个没有最后确定的谜。历史学家把农业经济的开始作为文明的开端来看待。长期以来，大家认为文明的起源是在美索不达米亚地区（Mesopotamia，称为“两河流域”，在底格里斯河“Tigris”与幼发拉底河“Eupharates”之间的地带，即今天伊拉克一带），但是根据最近的研究结果，目前位于中国西南部和泰国北部地区的农耕活动比两河流域还要早，中国的考古也显示了古代中国黄河和长江流域地区的农耕经济发展得也相当早，因此对于哪儿是世界文明的起源，目前还没有定论。一般来说，大约在公元前七八千年左右，农业经济已经开始在两河流域，目前的泰国北部地区、埃及的尼罗河三角洲、中国的黄河流域与长江流域的下游开始发展起来了。农业发展的结果是从流动的居住改变为定居，交流的增加促进了文字的产生。因此，在早期的农业经济中心，文字也就被创造出来了。两河流域的苏美尔人（Sumerian）很早就创造了利用木片在湿泥版上刻画的所谓契形文字，出现在大约公元前3000年，基本都是象形文字。这种文字在公元前2000年发展成熟，目前有不少重要的文物可以看到这种文字的特点，比如有名的泥版（Cuneiform tablet），黑石头的鸭子权石雕刻上的文字（Black stone duck weight），而最重要的当属汉莫拉比石版（Stele bearing the code of Hammurabi），大约是在公元前1792年到1795年之间的作品，文字规范，画有整齐的格子作为书写的范围。

古代埃及是文字的重要发源地之一。埃及的古文化是沿着6600多公里长的尼罗河发展起来的。这个文化的发展，与尼罗河泛滥造成的肥沃土壤而促进的农业经济分不开。其中，最重要的经济和文化中心是尼罗河流入地中海的尼罗河三角洲地区，埃及早在公元前3100年左右就形成了第一王朝。这个时期，美索不达米亚和苏美尔文化从两河流域被引入埃及，从而导致埃及的文化发展，文字的创造，书写的发展是其中一个非常显著的方面。虽然苏美尔人已经从简单的象形文字发展到抽象的字母，而文字是用契形的木片刻画在陶土上，因此又称为“契形文字”（英语称为 abstract cuneiform），但是埃及人却没有在这个方面受到影响，依然以本身早已经发展出来的以图形为中心的象形文字为核心，从事记录书写。这种埃及的以图形为核心的象形文字，称为埃及象形文字，“象形文字”这个词的原义是“神的语言”，或者“神的文字”（英语称为 Hieroglyphics）。这种古代的埃及文字基本完全是象形图画式的，在埃及被使用的时间特别漫长，最早在公元前3100年的第一王朝时期开始出现，一直使用到公元394年，当时埃及已经沦为罗马帝国的殖民地了。“神的文字”广泛地采用，无论是在当时的象牙雕刻、石刻（有名的罗斯达石刻 [the Rosetta Stone] 大约在公元前197—196年左右，还有公元前6世纪的奉献石刻 [Offering Niche of the Lde Sat-tetylyn, Sixth Dynasty]），还是纸草文书上，都有大量夹有精美插图的文字记录。其中对于平面设计影响最大的，也可以被视为现代平面设计的雏形的是在纸草上书写的文书。这种被称为埃及文书（Egyptian Hieroglyphs）的文字记录，利用横式布局或者纵式布局，文字本身是象形的，因此插图与文字互相辉映，极其精美。不少纸草文书当中有装饰味道十足的插图，比如著名的比涅特抄本（Bignette from the Papyrus of Nekht, c. 1250 B.C.），汉尼夫纸草（the Papyrus of Hunefer, C. 1370 B.C.）等等，都是精美的杰作。插图和布局，文字书写的精美和流畅都堪称一绝。对于后世的平面设计，特别是版面设计影响很大。除此之外，古埃及的壁画上也有大量的插图和文字，布局精美，也是平面设计和版面设计的杰作，比如大量发现的古代墓穴中的壁画，比如拿克特墓碑（the tomb

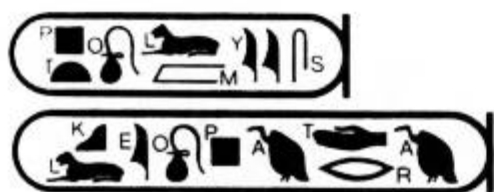


of Nakht, C. 1450 B.C.)等等，都是古代埃及平面设计的杰出代表。

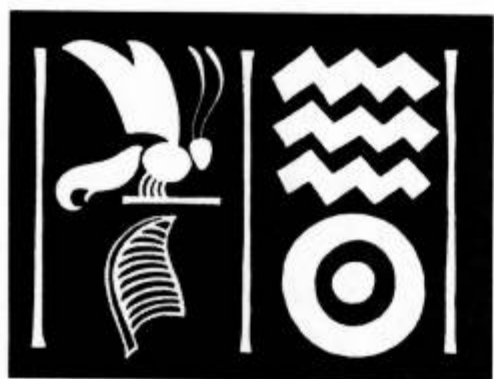
象形文字在古埃及时代已经明显不敷使用了，对于一些比较抽象的意义，象形文字显然无能为力，因此，古埃及人开始学习苏美尔人，发明和采用拼音字母，把拼音字母与象形文字合用，方式有点像后来的日本人把中文汉字和日本的假名合用的模式。逐步发展之后，埃及的象形文字本身就变成字母，比如秃鹰代表A字，蜜蜂代表B字，但是它们同时又代表鹰和蜜蜂，因此是象形化和拼音化混合使用的方式，对于日后企图翻译古埃及文的学者带来很大困难。

由于“神的文字”本身就有强烈的图画倾向，而古埃及的纸草文书和壁画、雕刻等等本身又具有高度装饰性的插图，因此，在版面编排上就出现非常自由的倾向。“神的文字”是独立的象形字，因而可以横排，也可以竖排，排版上的自由化造成高度装饰化的效果，比如公元前593—568年的埃塞俄比亚王阿法塔的墓室壁画就是一个这种自由排版的典型例子。

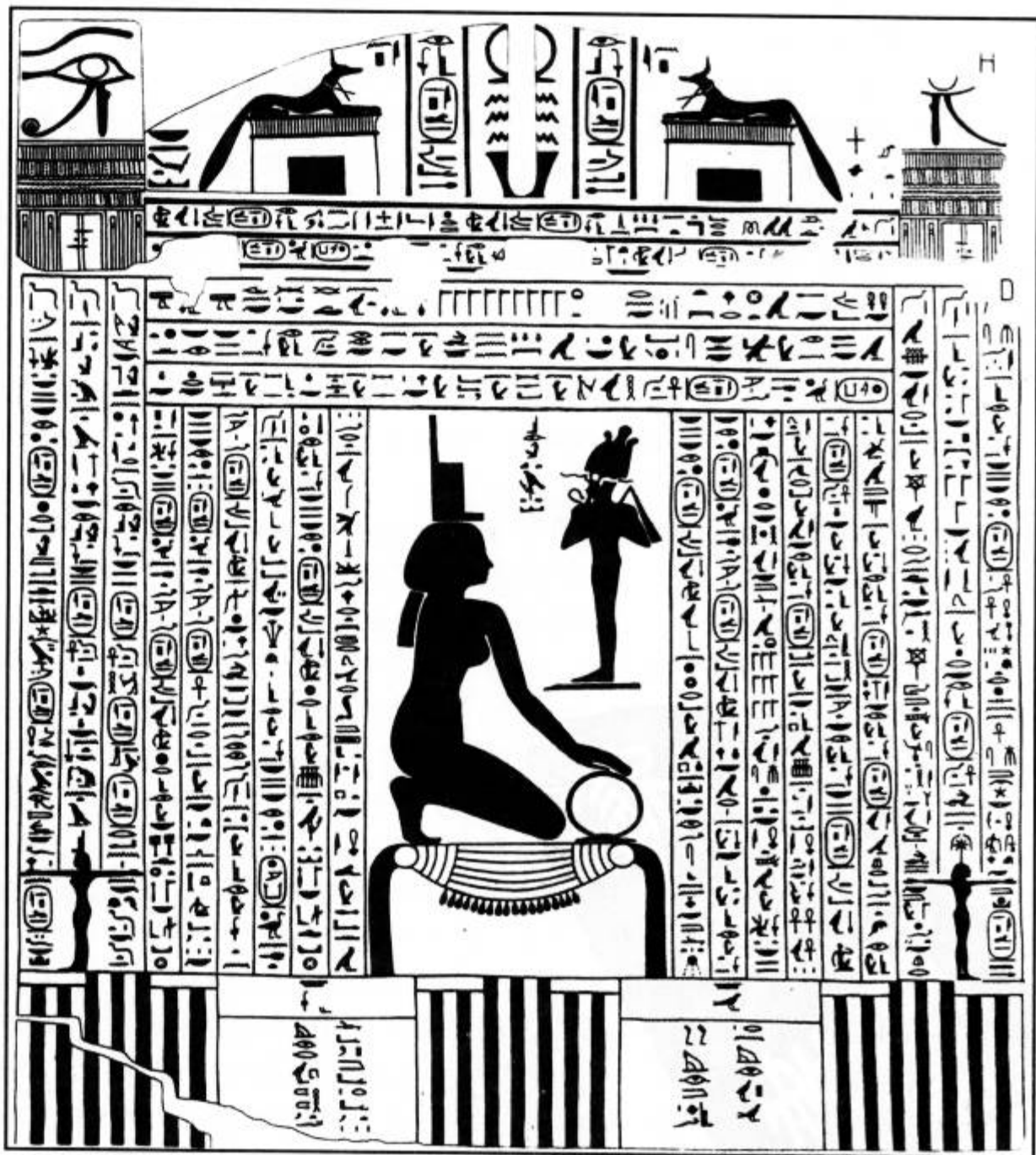
在所有的古埃及文书中，最具有平面设计价值的应该是纸草文书，特别是给去世的人书写的所谓《死亡书》。埃及人相信来世，相信死后的人进入另外一个世界和国度，因此，对于葬事非常认真，巨大的金字塔的修建就是这种信仰的证明。所有的死者在入葬时都有《死亡书》陪葬，这些书写在纸草上的文书，大部分有精美的插图，描写死亡者与神的会面，文字叙述他（或她）的生涯和经历，也往往充满赞美之词。最特别的是大部分《死亡书》的插图往往非常杰出，特别是出身显



1-4. 古代埃及的文字是利用象形文字来代表发音的。这里是埃及字母的一个部分，可以看见象形文字与发音的关系，每个图形旁边的英语字母代表这个象形文字的发音，比如秃鹰的发音是“A”等等。这样，埃及人在公元前1500年左右已经成功地把图形转变为拼音字母，是文字发明的一个重大进步。



1-5. 古埃及的文字兼而具有象形文字本身的图形含义符号，这些图形通过发音来表达的抽象含义两方面的功能，这里的图形从图形上来说“蜜蜂，树叶，海洋，太阳”，它们同时也代表了“信仰，四季”的意思。



1-6. 古埃及时期的埃塞俄比亚王阿法塔古石碑（公元前593—568），是平面设计的最早完整的设计体现：插图、文字、版面编排结合一体，对称工整，主题突出。





1-7. 古埃及人利用尼罗河流域的纸草作为书写工具,也就是当作纸张使用,英语目前的“纸张”这个单词就是从“纸草”这个古埃及文字转化来的。这是公元前1450年前后的作为陪葬的所谓“死亡书”,用笔书写的埃及象形文字,书法流畅,字体优雅,文字的排列方法是从上至下的。

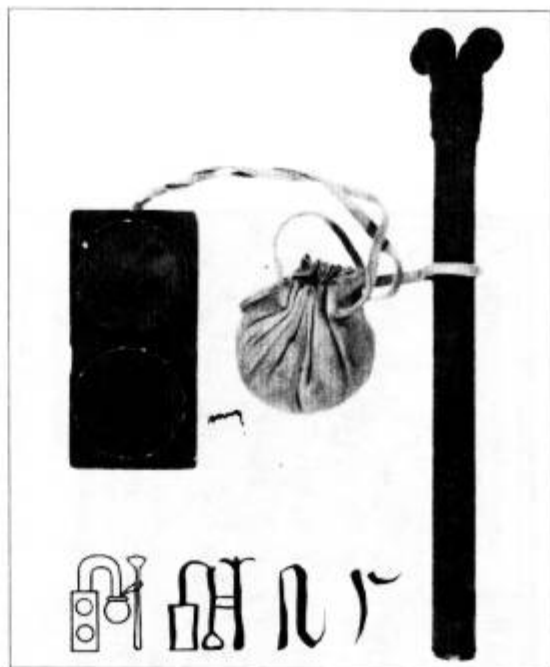
1-8. 古埃及公元前1370年前后的“死亡书”,插图、标题装饰。字体和编排都采用手卷式的横向方式,井井有条,形成日后同类文书的基本格式。

赫的人物,比如法老王的《死亡书》本身都是出类拔萃的艺术精品。公元前1250年尼克特的文书(Vignett from the papyrus of Nekht, C. 1250 B.C.)描绘了他和他的妻子站在奥西里斯王和玛他女神(Osiris and the goddess Maat)前面,背后是他们的房子,文字记载了他的赫赫军功。公元前1370年的胡尼夫纸草文书(the Papyrus of Hunefer, c. 1370 B.C.)也有类似的设计特点。插图和文字混合,文字竖排,具有高度的装饰性特点。同期的壁画也大部分具有类似的设计风格,可以看出当时平面设计广泛把插图和文字混合,利用竖排模式组织整体的特点。

中国是世界上文明发生最早的国家之一。早在新石器时代发现的一些陶器上,已经具有类似文字的图形。中国文字——汉字是迄今依然被采用的世界独一无二的象形文字。传说中夏代的文字目前虽然还不清楚,但是商、周的甲骨文和金文(青铜器上的文字)则大量存世,并且在过去的100多年中得到很好的研究和考证。

中国文字的最早形态是出于简单象形的,比如“日”,“月”,“水”,“雨”,“木”,“犬”等等,与代表的内容形式相近。这种类型的文字大量出现在商代的甲骨文上,这类型文字出现的时间大约开始于公元前1800年,到公元前1300年,甲骨文已经非常成熟了。河南安阳“殷墟”发现的大量甲骨上的文字,代表了早期中国文字的精华。这些文字记载了国家大事、战争、祭筮、收成、天文和大量的占卜过程。这些刻画在龟壳和牛肩胛骨上的文字,排列方式都是从右到左,从上到下,奠定了中文书写以后数千年的基本规范。

周代以来,甲骨文消失,取而代之的是青铜文字,或者



1-9. 古埃及书写工具 墨水、墨水壶、毛笔。从这三种工具合成而演变出古埃及文的“书写”这个字。



1-10. 中国是发明象形文字的国家之一,也是世界上仅存的极少数依然采用这种古老文字的国家。从甲骨文到秦代李斯以创立小篆统一文字,是中国文字规范化的进程。这里是从甲骨文到小篆演变的几个例子。



1-11. 中国的青铜文字是甲骨文的进一步发展，依然遵循了甲骨文开创的象形文字的象形、象意和类音的三个基本造字的传统。



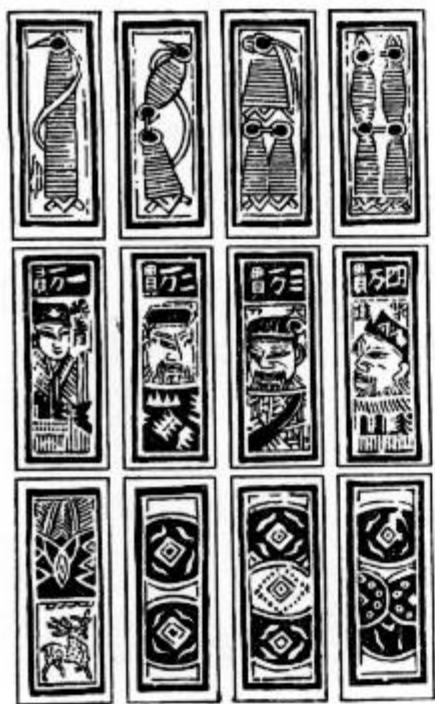
1-12. 中国是发明印刷术的国家，目前发现的最早印刷于纸张上的印刷品大约是唐代或者更早一些的作品。这是公元950年佛经印刷品，木刻印刷，采用整块木板雕刻而成，包括插图、文字内容和工整的版面编排。奠定了中国日后的印刷版面设计的基础。

称为“金文”。因为表达的内容更加复杂，单纯以象形方式创造新字已经不够了，因而出现了以意、以音创造新字的方式，比如日、月为“明”，是以意造字，英文称此种方法为“ideographic”取“方”字音创造了“房”、“防”、“仿”、“纺”、“芳”等新字，则是以音为核心的造字方法。英文称这种方法为“phonographic”。中文造字的三种基本方法应该在周代已经完全形成了。

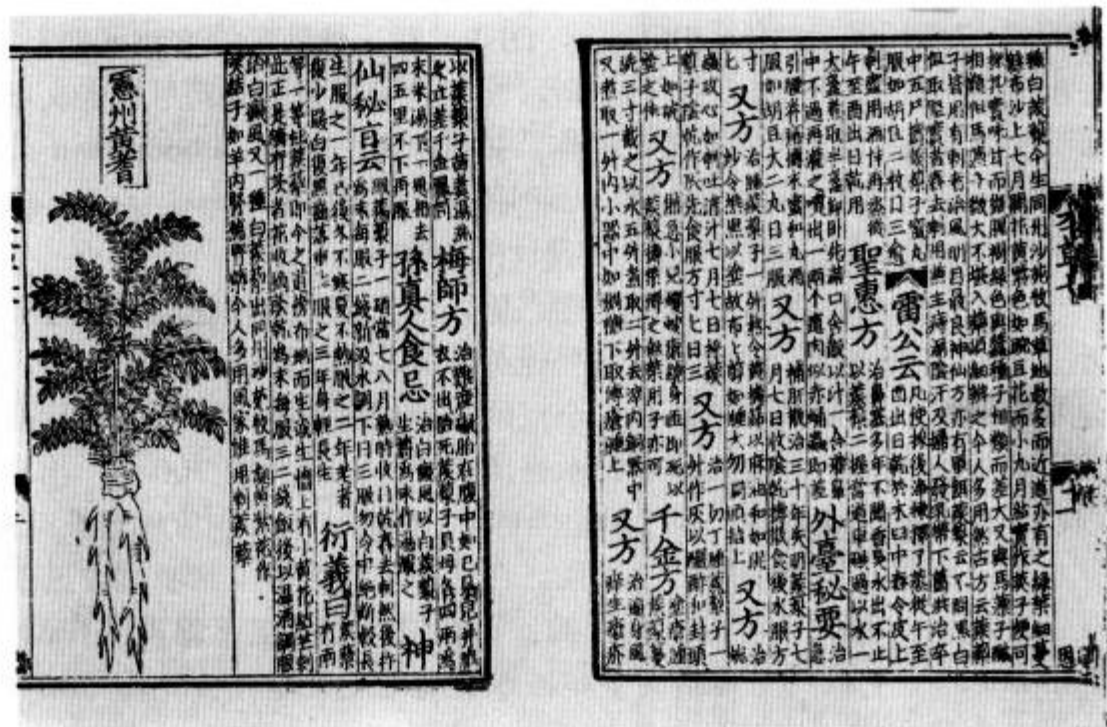
与古埃及不同，中文早期基本完全是以文字为中心的记录和书写排列，早期并没有插图与文字并存的先例。排列方法也基本是千篇一律的左上到右下，从甲骨文开始直到清代，近4000年没有大的变化。

印刷术是古代中国“四大发明之一”，造纸技术大约在东汉时期发展起来，因此，可以估计早在东汉时期应该就有印刷出现了。现在存世的印刷品有不少单张拓印的刻石片，应该是原始的印刷品，也有印刷在纸张上的佛经残片，时间在唐代之前，因而可以了解到印刷在中国的历史悠久。目前所存最早的印刷品之一是唐代的佛教经文《金刚经》，印刷的时间是公元868年。为奥雷尔·斯坦因（Sir Aurel Stein）在西域发现，现存英国大英博物馆。佛教早已传入中国，到唐代前后，成为国教，得到皇室的信奉和推广，因此，自唐代以后，出现了印刷的佛教经文，为了传播佛教教义，印刷术发明并且很快得到推广，佛经上出现了图文并茂的新局面，是中国的平面设计一大突破。其实，中国的印刷早在唐代的木刻版以前已经出现了，最早的印刷是在石刻上的拓片印刷。时间起码可以上溯到秦汉时代。用墨涂于石刻之上，覆以纸张，然后轻轻地拓印，这种方法迄今依然使用。应该是最古老的印刷方法了。唐代以来，木刻版印刷佛经普遍，印刷也就在全国推广开来。唐代佛经上有插图，基本是佛祖和他的弟子的描绘，在手卷上是横排，在单页上是排在每页的上部，行制规范，很少例外。到宋代以后，开始有人利用印刷出版宗教以外的读物，其中医学著作——类似药物学的《本草》之类，往往采用木刻作为说明药材的插图，文字和插图同处一页，排列方法也变化多了。现存的公元1249年《本草》一书，图文并茂，虽然没有标点符号，但是利用字体大小不同标明段落，非常清楚。插图简明扼要，木刻技术娴熟。说明中国的印刷和平面设计已经达到非常成熟的阶段。毕升（1023—1063）发明了活字技术，比韩国人发明金属活字早出200多年，比欧洲的古腾堡发明活字印刷更要早出400多年。到公元1300年前后，中国开始广泛采用活字型，1313年出现了活字盘，方便排字，中国的出版事业达到新的兴旺期。至于字体，中国人长期使用的是人们常说的“正、草、隶、篆”，其实，这四种字体是书写的字体，真正用在印刷上的字体，种类主要是楷书、宋体，以及近代采用的改良宋体——仿宋体，还有近代受到西方无装饰线体而产生的“黑体”，而隶书的使用，往往仅仅限于标题和某些特定的场





1-13. 中国早期的纸张印刷的纸牌, 时间不详, 大约是宋代的作品, 表明中国印刷品的使用范围当时已经相当广泛了。



1-14. 中国在公元1246年出版的《本草纲目》, 基本体现了中国书籍设计的布局体例, 文字、插图和版面的规范已经定型, 这种体例一直到清代末期也再没有发生过本质的变化。

合, 至于篆书、草书、行书这几种体在印刷上的使用就更加有限了。与中国印刷相关的平面设计与中国的绘画有相似之处, 即长期处于一个基本稳定的形式之中, 变化缓慢, 虽然其中也有突破, 但是突破的程度, 充其量也不过是改良型的。因为缺乏一个大工业革命的冲击, 因此印刷业的发展也没有西方 18 世纪以来的那种巨大的改革, 整体发展是平稳中有改良, 一直到 20 世纪, 受到世界印刷业的冲击, 才有崭新的突破和变革。关于中国印刷和出版事业的发展, 另外有大量著作专门介绍, 本文就不重复了。

从上面简单的叙述来看, 人类最早的文字包括了三种基本类型, 即苏美尔人的契形文字, 埃及人的象形文字, 中国人的象形、会意和仿音结合的文字体系。它们的共同之处在于都具有一个单字本身构造的特点, 每个字自成体系, 本身有完整的架构, 类似图画, 或者象征图案。它们的最大问题是难以掌握, 必须花费很长的时间去学习和记忆, 因此, 不是一般人能够掌握和使用的。自然, 如果文字不能简单容易地为社会大多数人掌握和使用, 文字本身就很有问题, 对于文化的发展有碍。因此, 必须有一种新的文字体系, 能够从根本上改变象形文字的弊端。这种体系就是字母。

对于交流、传达平面设计影响最大的应该是西方的字母的发明。字母的发明和使用, 从根本上改变了人们书面传达的方式, 大幅度地提高了人们掌握文字的速度和缩短了掌握文字的时间, 只要能拼读, 就可以学会书写和阅读。字母的出现, 也影响了平面设计发展的途径和方式, 产生了独立的、西方式的平面设计方式。无论是苏美尔文明, 还是古埃及和古中国文明, 都没有真正地创造完整的字母体系, 字母体系的发明, 应该说是完全由西方完成的。

西方平面设计的重要特征之一, 应该说是与它的文字分不开的: 西方的字母表 (the alphabet) 是人类文明史上的一个重要的创造。英语“字母表”这个单词, 是希腊字母表第一字母“alpha”和第二个字母“beta”合成的, 仅从这点就可以知道字母体系最早创造于希腊地区。

最早的西方文明起源于古希腊以前的一个希腊地区的文明: 米诺亚文明 (The Minoan civilization), 这个文明是在克里特岛 (Crete) 上发展起来的。这个文明受到来自埃及于美索不达米亚文明的双重影响。早在公元前 2800 年, 米诺亚文明已经出现了象形的文字符号, 公元前 1700 年, 象形文字被利用希腊语言拼音的抽象符号取代, 是最早出现的字母形式。1908 年出土于克里

特的法伊斯托泥盘 (the Phaistos Disk) 是这种情况的文物证明。上面有 241 个符号, 经过研究, 它们是最早期的拼音文字。利用音, 而不是利用象形的符号代表文字, 是人类文明的一个重大的进步。这种新的文字创造方法, 称作“拼音字母”(the Phoenician alphabet)。这种文字, 在古希腊和部分的古典中东地区发现。而希腊是最为重要的字母文字的中心, 影响到后来的整个欧洲文字, 而拼音文字当然也就影响到平面设计的面貌。

米诺亚文明以后, 古希腊文明兴盛, 成为世界最发达的文明之一。它的文学、哲学、诗歌、艺术、数学、天文学、地理学都是登峰造极的, 希腊的帝国版图巨大, 因此它的文化也影响到整个的地中海地区。希腊文字可以在这个辽阔的地中海地区看到。文字标准化, 也促进了文学的发展。丰富的古希腊神话, 经过文字的记录被流传至今。公元前 700 年, 出现了荷马 (Homer) 的不朽史诗《奥得赛》(the Odyssey) 和《伊里亚德》(Iliad)。城邦国家的雅典 (Athens) 出现了新的政府形式: 代议制, 促进了国家的团结与富强。在这个过程中, 希腊人改进了自己的早期拼音文字, 使之完美、和谐, 这种文字可以从存世的、写在纸草上的提慕修斯的作品《波斯人》(The Persians by Timotheus) 上看到。希腊文字和抄本的高度发展是在公元前 500 年左右, 那是雅典的黄金时代, 文学、艺术兴盛, 因此抄本的数量也大大的增加, 文字更加规范, 字体也更加均匀和平衡。

## 字母的创造和在平面设计中的使用

希腊以后的罗马共和国和罗马帝国是古罗马文化的集大成者。罗马人攻克希腊以后, 把希腊的图书馆、学者统统搬到罗马城去, 因此, 罗马取代了雅典, 成为古典时期的文明中心。罗马人完全搬用了希腊人的文明: 文学、艺术、诗歌、音乐、神话、宗教等等, 而罗马的文字则是拉丁文字, 因而, 标准化的文字是拉丁的。

拉丁文字是罗马人通过古伊特鲁斯坎人 (ancient Etruscans) 从希腊传入的。当时的字母并不完整。公元前 250 年一个叫卡维流斯 (Spurius Carvilius) 的人创造了字母 G, 代替了希腊字母中的 Z (因为罗马人的口语中很少有 Z 音), 当时的拉丁字一共有 21 个字母, 即: A, B, C, D, E, F, G, H, I, K, L, M, N, O, P, Q, R, 日后又分出 S, T, V, X。公元前 1 世纪罗马人攻占希腊, 因此希腊文字中的 Y 和 Z 也被引入拉丁字。到几百年后的中世纪时期, 拉丁字母又再加入 3 个字母, 现代英语的 26 个字母至此完成。从源来看, J 是从 I 分出来的; U 和 W 是从 V 分出来的。U 是在 10 世纪才被创造出来, 代替 V 的一种软元音的发音方式。12 世纪, 两个 V 合在一起, 即 VV 变成了 W, 英语 W 的名词仍然是“double U”(“双 U”), 说明它的源。

罗马帝国的业绩赫赫, 因此大量地兴建纪念性建筑, 文字上也开始高度规范化, 典雅而庄严, 所谓的罗马体的形成与此密切相关。罗马的建筑铭文, 称作罗马建筑铭刻体 (Roman architectural inscriptions), 在罗马大帝国的版图之内的建筑上到处可以看见。从中东到北非, 整个南部欧洲地区, 罗马文字成为标准。拉丁字的设计此时开始出现了以往没有的情况: 即设计字体的时候, 是把每个字当作一个单独的形式来设计, 而不是作为整篇文章的一个组成部分来看。这样设计方式, 使拉丁字母变得独立而完整。字母笔画内部的疏密关系和字母与字母之间的疏密关系都经过认真的设计, 一篇文章变成疏密均匀的一系列几何图形的连续排列, 使整篇文章具有一个完整的视觉面貌。罗马字母的一个重要的特点是出现了装饰线, 称为“饰线”, 即 Serif。如字母 A 脚上的两个小小的横线、H 上下的短横线等, 它们的惟一作用就是装饰, 因此, 形成了拉丁字母设计中的一个庞大的体系——饰线体。罗马时期的饰线体叫做罗马饰线体 (Roman serif), 极其典雅。

罗马字体设计的另外一个重要的特点是方形的大写字母“方体”(capitalis quadrata), 或者称为“Square capitals”。在公元 2 世纪应用普遍。利用扁头笔书写, 字体方正, 是很正式的一种字体。与此同时, 手书体也出现了, 称作“方形拉斯提克体”(the capitalis rustica), 或者反过来形容, 称为“拉斯提克方体”(rustic capitals), 这种字体相当紧密, 比较节省空间位置。原因是当时的书写材料羊皮与纸草 (parchment and papyrus) 相当昂贵, 因此字体比较紧密是较为经济



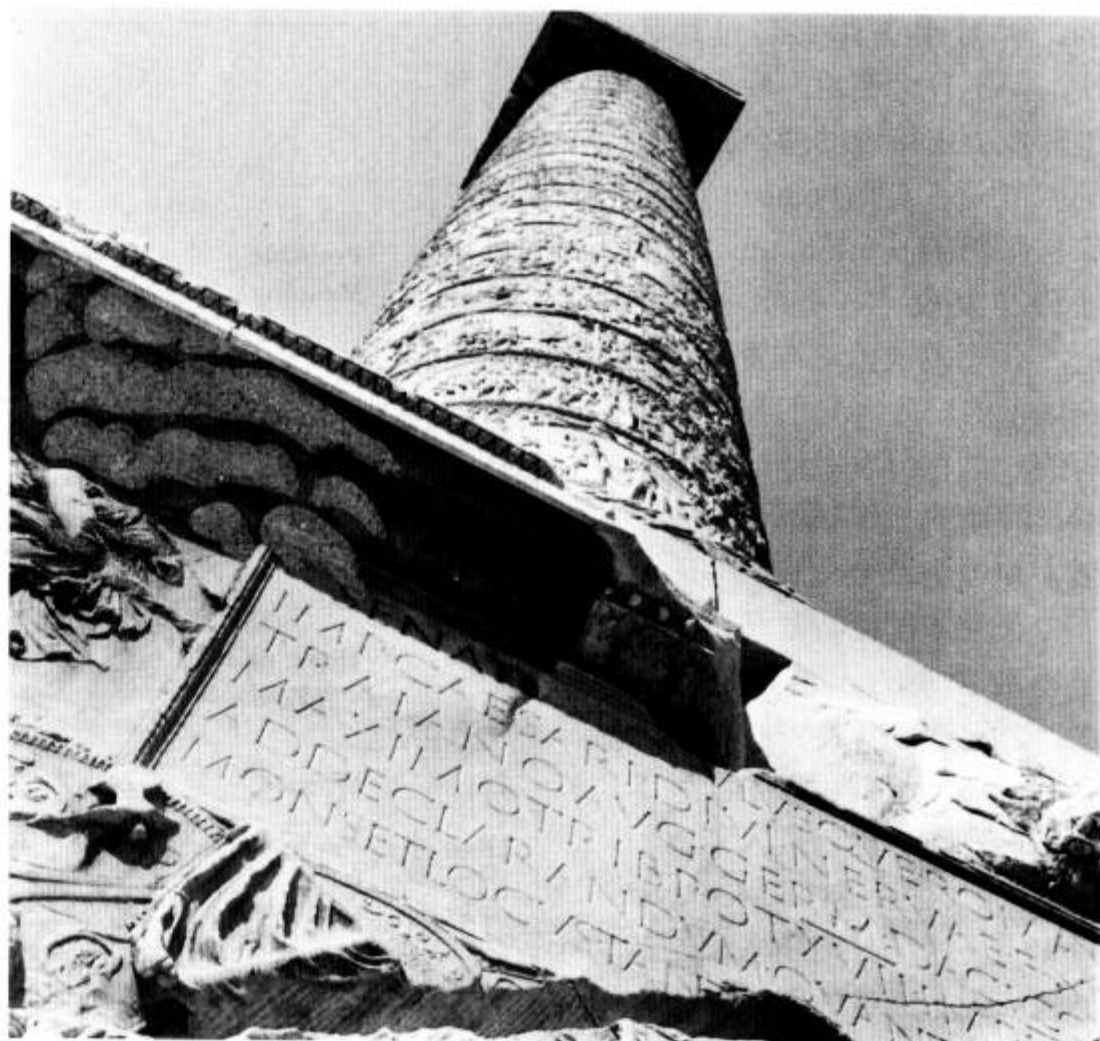
的，并且手书体书写得比较快，便于日常使用。我们从被维苏威火山掩埋的两个古罗马的城市——庞贝(Pompeii)和赫库拉纽姆(Herculaneum)的废墟中，发现了一些手书的笔记、手书的政治竞选资料、写在墙上的广告，它们有用方体写的，也有用手书体写的。古罗马时期的写作基本是写在草纸上和羊皮纸上的。

公元4世纪，罗马帝国终于不敌蛮族的入侵，走向衰亡。公元395年，罗马帝国分解为东罗马和西罗马两个部分，世界历史也就进入了所谓的中世纪时期(The Medieval Time)。这个时期相当长，基督教成为垄断性的宗教，排斥异教，教会控制一切，实行禁欲，灭绝它认为邪恶的世俗文化，古典时代的大部分最重要的文化，包括书籍、抄本都毁之一炬。中世纪的僧侣甚至把罗马石器的大理石雕塑烧成灰烬，当作石灰用，人类的文化倒退了上千年，文化和教育被禁止，城市被摧毁，书籍被焚烧，文明倒退。因此这个时期又被称为“黑暗时期”(the Dark Age)。当时欧洲文化的惟一中心就是教堂，而体现文化的集中方式就是各种精美的手抄本的《圣经》和其他的福音著作。不少教士穷毕生精力，在阴暗的修道院地下室里一字一字的在羊皮纸上抄写文书，工工整整，一笔不苟。这种倾注一生的抄本成为这个漫长的黑暗时代的一丝微弱的光芒，而这些金光灿烂的宗教抄本也就成为“黑暗时期”的平面设计集大成之作。

当时的抄本具有两个明显

Early Name	Probable Meaning	Greek Name	Cretan pictographs	Phoenician	Early Greek	Classical Greek	Latin	Modern English
Āleph	Ox	Alpha						
Bêth	House	Bêta						
Gimel	Camel	Gamma						
Dāleth	Folding door	Delta						
Hê	Lattice window	Epsilon						
Wāw	Hook, nail							
Zayin	Weapon	Zêta						
Hêth	Fence, barrier	Êta						
Têth	A winding (?)	Thêta						
Yôd	Hand	Iôta						
Kaph	Bent hand	Kappa						
Lāmed	Ox-goad	Lambda						
Mēm	Water	Mu						
Nûn	Fish	Nu						
Sāmek	Prop (?)	Xei						
'Ayin	Eye	Ou						
Pê	Mouth	Pei						
Sādê	Fish-hook (?)							
Kôph	Eye of needle (?)	Koppa						
Rêsh	Head	Rho						
Shin, sin	Tooth	Sigma, san						
Taw	Mark	Tau						

1-15.以拉丁字母为核心的现代欧洲字母的起源是古希腊字母。这个表格显示了从古希腊到现代英文字母的发展过程。



1-16. 古希腊时期人们用的印章,全部都是设计优美的动物图案。

1-17. 古罗马全盘接收了古希腊的文化,并且发展了古希腊的文化,从建筑到艺术,一无例外。文字是这种继承的重要方面。这里显示的是古罗马的建筑上的罗马体文字,它显然比古希腊文字要完整、成熟和正规。

NIMARTISQ DOLOSETD  
CHAODENSOSDIVVMN  
NEQVOCAPTAEDVMFV

IOCEANNISPRETOSPEDEREPUV  
DEMSIDUSFUGLENSUBBISCIS  
ORTUBERNASCALODESCEN

1-18. 公元400年前后的“维吉尔体”。因为书写的时候采用扁头笔,所以粗细笔画对比明显,是罗马体的早期体例。意思是“匆忙体”,是书写速度比较快的、比较草率的手书体之一。

的特征:广泛采用插图(illustration)和广泛进行书籍、字体的装饰(ornamentation)。罗马时期的书籍大部分只有简单的阅读功能(罗马时代的装饰华贵的书籍也见于记载,但是已经不见传世),而中世纪的抄本却具有更高的象征功能、装饰功能、崇拜功能。这时的抄本出现了扉页(frontispiece),出现了装饰华贵的大写第一个字母,出现了与文章内容密切相关的插图。比较早期的代表作品是《梵蒂冈维吉尔》(The Vatican Virgil)。新的字体——安设尔体(Uncials)和半安设尔体(half-Uncials)是用直立的笔写出的圆角新体,在五六世纪已经相当普遍。除了在原罗马帝国盛行所谓的古典风格(the Classical Style)之外,在德国的蛮族地区也出现了谢提克人(Celtic)的宗教手抄本,风格相当华丽。

中世纪时期平面设计中最重要的发展有如下几个方面:

### 1. 古典风格的存在和有限发展

古典风格(The Classical Styles)是从古典希腊、古典罗马和古典埃及的各种字体风格中综合发展起来的文字风格,同时也包含了古典时期的版面编排某些特点。经过几百年的兵荒马乱,战火



蹂躏，古典风格还是没有完全被消灭，虽然残缺不齐，但是也流传到中世纪，继而影响后代。

埃及的古代文明和希腊的古典文明的融汇是在埃及的亚历山大图书馆。这个城市的图书馆大约是人类历史上最重要的文化中心，收藏有大量的埃及抄本和希腊文书，这种罕见的东西方文化汇合，在亚历山大市的图书馆中成为非常重要的文化发展现象。罗马的皇帝朱利斯·凯撒（Julius Caesar, 公元前100—44年）攻占亚历山大之后，纵火焚烧，人类千年文化的集大成毁于一旦。只有极少数的书籍流散出来，成为把古典风格传到中世纪的源流。而这种被从亚历山大保存和流传出来的风格，基本是古典的罗马风格和埃及风格的混合，是中世纪古典风格的典型代表影响因素。

中世纪以羊皮代替埃及的纸草，书籍的页码平放装订，改变了以前书籍保存困难、阅读困难的情况，同时也改变了平面整体的布局风格。以前的平面设计是在长长的手卷上进行装饰和书写，现在则以长方形的书页进行设计布局，无论是字体还是插图、装饰都产生了很大的变化。利用羊皮纸作手抄本，是中世纪的书籍最显著的特点。其中，存世最早的抄本之一，就是基督教初期的《梵蒂冈维吉尔》诗集。这本抄本大约形成于公元4世纪末到5世纪初，是罗马诗人普伯留斯·维吉留斯·玛罗（Publius Vergilius Maro, 70—19 B.C.）的三部重要诗篇中的两篇。全部文字都是方形拉斯提克体，字体工整，插图往往用红色作边框，宽度与文字部分相同，工整地或者安排在文字的上方、中方，或者每页文字的下方。全书有六页是全页插图。这本抄本完全是罗马式的，是典型的罗马古典主义在中世纪的存在证明。插图中有罗马神话的拉奥孔与其两个儿子被蛇吞噬的画面，也是典型罗马的风格。

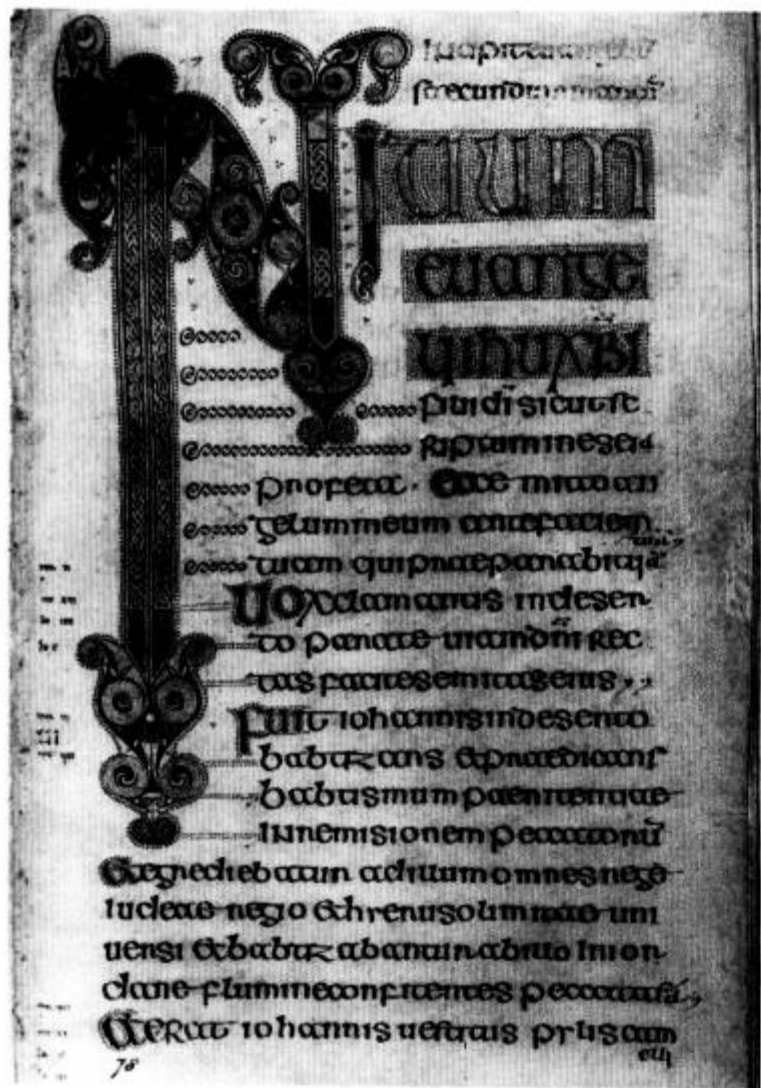
公元3世纪，欧洲出现把抄本用的羊皮纸染成深紫色的情况。而书写在深紫色上的文字则是银色或者金色，因此具有非常华贵的特点。而由于基督教的广泛传播，对于圣经和相关的宗教书籍的需求量越来越大，因此，教会都设法发展出新的、书写比较快的字体来，其中一种就是“安设尔体”（Uncials）。这种字体比较方正，竖笔粗，横笔细，方便书写，稍后又出现了更加潦草的半安设尔体，完全是为快速书写而设计的。之所以称为“安设尔体”，是因为这种字体设计高度和上下字距为一个“安设尔”，“安设尔”是古罗马的度量单位，等于1英寸。

## 2. 凯尔特人（Celtic）的书籍设计

从罗马帝国崩溃到公元8世纪是欧洲历史最为动乱的时代，由于逃避战乱，欧洲出现了史无前例的人口大流动、大迁徙，国家、部落之间为争夺领地和居住空间爆发了无数的血腥战争。这是中世纪最黑暗的时期。中、西欧破坏性和侵略性最大的是日尔曼蛮族（Germanic Barbarians），他们所到之处都留下死亡和毁灭。整个西欧和中欧他们没有触及到的，大约只有与欧洲大陆被海分隔开来的爱尔兰岛，当时居住在上面的凯尔特人因而得以比较平稳的生活，是欧洲大动荡中一个安静的角落。

凯尔特人是从公元前1000年左右开始居住在中欧、西欧的部落名称，罗马帝国崩溃的时候，他们基本都已经迁居到英伦岛屿上了。他们的后裔目前散布在爱尔兰、威尔士、苏格兰等地。大约在公元5世纪左右，传说中的圣徒圣帕特里克（St. Patrick，现在的爱尔兰节日依然称为“圣帕特里克日”，就是以他的名字命名的。）开始在凯尔特人中推广基督教义，凯尔特人一直是异教徒，他们有自己的特殊异教装饰风格，一旦成为基督教徒之后，凯尔特异教文化和艺术风格就自然和欧洲大陆传来的基督教文化和艺术特点融合，产生了非常特别的新风格。具体到基督教的手抄文书，比如圣经、圣诗等等，形成的具有高度装饰特点的平面设计风格，被称为“凯尔特书籍风格”。

凯尔特人的手抄书籍具有强烈的装饰特点，色彩绚丽，往往把首写字母装饰得非常大和华贵，书籍的插图都是图案式的，与比较讲究写实描绘的古典罗马风格大相径庭。而插图都有宽阔的装饰花边环绕，每页书都可以被视为一页独立的艺术品。比较具有代表意义的凯尔特平面设计风格的书籍包括有公元680年完成的《都罗之书》（The Book of Durrow），公元698年完成的《林迪斯法恩圣诗》（The Lindisfarne Gospels），大约完成于公元795年到806年之间的《凯尔斯之书》（The Book of Kells）等等。这些抄本金碧辉煌，设计讲究，表现了创作人虔诚的宗教信仰和装饰水平。



1—20. 中世纪的手抄文书：公元680年前后的圣马丁福音书《都罗之书》。

## 20 引言

大写字母的装饰，插图的安排，对于欧洲日后的平面设计发展都起到重要的影响作用。

大约在《凯尔斯之书》完成之时，凯尔特书籍设计发展突然被从爱尔兰北部入侵的敌人打断。公元795年，蛮族从北部侵入爱尔兰岛，从而开始了爱尔兰的凯尔特人与从斯堪的纳维亚来的维京人（Vikings）连续不断的战争，上述的几本手抄本是经历战乱而仅存的珍品，可以想像，大量精美的凯尔特手抄本在这个漫长的战乱时期已经湮没无存了。

### 3. 卡罗林时代（the Caroline）平面设计的复兴

欧洲的战乱终于在8世纪末、9世纪初告一段落。法兰克人的（the Franks）皇帝查里曼（Charlemagne, 742 - 814）于公元768年登基，成为欧洲中部的统治核心；公元800年圣诞节，罗马教皇里奥三世（Pope Leo III, d. 816）在罗马的圣彼德大教堂给查里曼加冕，教会与皇权终于合二为一，这种结合，统一了欧洲，查里曼建立了自己的新王国，这个巨大的欧洲王国既不是罗马的承袭，也不是教会的附庸，具有自己很高的独立性。查里曼希望建立一个日尔曼人为核心的、与基督教联盟的新庞大罗马式的帝国。查里曼的改革中心，或者说他最大的贡献，是把欧洲推进到封建时代。

查里曼知道中世纪的反文化是与历史的发展背道而驰的，因此，他大力发展文化，复兴文化和教育，力图重新建

立一个不差于古代罗马的文明。8世纪英国的文化得到大发展，与查里曼的这种态度有密切关系。查里曼还邀请英国学者约克的阿尔昆（Alcuin of York, c. 732 — 804）到他位于现在德国的阿亨（Aachen）的宫廷来组建一个宫廷学校，企图振兴文化。可见他的苦心。

在几百年的战乱之中，欧洲的文化遭到很大的摧残，书籍凌乱，字体紊乱，教会出版物大多数简陋不堪，欧洲大部分地方的书籍设计、插图、制作基本退到原始状况，完全停顿。绝大部分欧洲人都成为文盲，文化倒退数百年。这是查里曼所面临的困境。公元789年，查里曼在阿亨发布命令，发行皇家标准文书（a turba scriptorium, “crowd of scribes”，or royal edict in A.D. 789），派送欧洲各地，命令全欧洲遵照标准出版，以统一和提高整个欧洲的文字和书籍手抄出版水平。查里曼的努力之一是统一手抄本书籍的版面标准，统一手书字体标准，统一装饰标准，这是书籍手抄以来从来没有过的统一工作，对于日后印刷出版标准化起很大的影响作用。罗马时期的字体与凯尔特人的字体进行了混合处理，造成比较工整，但是又保护了手书流畅、弯曲成分的卡罗林时期书法体。这是欧洲开始逐步走向标准化出版的开端。

### 4. 西班牙的图画表现主义风格发展（Spanish pictorial expressionism）

这里的“表现主义”和形容20世纪初德国现代艺术上的“表现主义”内涵完全没有相关的地方。所表示的是西班牙被来自北非的摩尔人（Moorish）占领以后形成的一种受到来自阿拉伯国家装饰风格影响的平面设计风格。

西班牙地处欧洲大陆的南端，在欧洲卡罗林时代，完全没有受到查里曼大帝的文书标准的影响，走一条自己发展的道路。公元711年，阿拉伯军事统领唐吉尔带领主要由北非摩尔人组成的大军渡过直布罗陀海峡，攻占西班牙南部地区，开始了长期的占领。在这段时期内，西班牙的基督教文化和阿拉伯的亚洲、中亚文化得到非常特殊的融合，形成了具有鲜明地方特色的新文化。



受到摩尔人带来的阿拉伯文化的影响，西班牙的手抄本出现了与欧洲当时其他基督教国家完全不同的风格。这些手抄本首先色彩艳丽，装饰具有浓厚的异国情调，书籍抄本四边都有华贵的阿拉伯风格图案花边装饰，而且，在公元 945 年到 1000 年之间的一些抄本中，出现了完全以图案为中心的装饰扉页，具有很高的装饰价值，这些装饰扉页，采用非常工整的几何图案布局，色彩绚丽，虽然这些手抄本都是圣经和基督教的读物，但是却在装饰风格上具有强烈的异教特征。比较重要的、具有代表意义的这个时期的抄本包括有《工作评论》（是教皇格利戈里命令制造的抄本，Pope Gregory's Moralis in Job, 945 AD），教士比修斯抄写的《比修斯评圣约翰启示录文书》（The Commentary of Beatus on the Apocalypse of Saint John the Divine, by the Monk Beatus [ 730 — 798 AD ]）等等。比修斯教士的作品中出现了以水彩为基础的《启示录》（the Apocalypse）插图，这些插图色彩鲜明，描绘生动，这是平面设计史上的一个重大的发展，因为以前的欧洲宗教抄本虽然有复杂和精美的图案装饰，但是从来没有出现过以图画来解释文章的现象。插图用来增强文章的了解，除了古典埃及的草纸抄本以外，西班牙教士的这个时期的抄本应该说是一个重要的开端。这些作品风格自由，具有强烈的艺术家自我表现的特点，因此，也有历史学者称之为早期的表现主义作品。

因为篇幅有限，因此不可能在此详细解释西班牙手抄基督教典籍的风格和背景。应该注意的是这个时期西班牙具有强烈装饰风格的、具有复杂插图装饰的书籍抄本在平面设计上被称为“西班牙图画表现主义”，具有重要的发展意义。

## 5. 中世纪晚期的宗教读物装饰手抄本

公元 1000 年到 1150 年在历史上称为“罗马化时期”（the Romanesque Period, c. 1000 — 1150），欧洲各个国家基本全部进入封建时期，为了征服中亚，特别是伊斯兰教统治的中东地区，基督教国家基本团结起来，并且集中力量，开始漫长的所谓“收复圣地”的十字军东征。为了宣传基督教教义，教皇全力促进宗教书籍抄本出版，因而，由于宗教的原因，书籍发行在这个时期达到另外一个高潮。手抄出版的作品除了简单的圣经以外，还包括了《新约》的四部福音（Gospels），《圣经》中的《诗篇》（Psalms）等等。这些手抄本被十字军和到耶路撒冷朝圣的基督教香客带到遥远的中亚地区，传播世界各地，为了传播教义，同时，读者群突然从简单的欧洲寺院中的僧侣扩展到社会大众，因此，手抄本的设计标准化成为宣传基督教义的首当其冲的问题。这个要求，促进了书籍设计的标准化进程。比如卡罗林时期，特别是西班牙抄本上的比较写实的插图，因为制作缓慢，因而被比较简单的线描插图取代；简单的线描人物基本没有复杂的背景，为了保持插图的美感，因而往往采用金色作为人物背景，没有背景绘画，但是背景金碧辉煌，既省了制作时间，又保持了华贵的效果，一举两得。与此同时，为了适应文字的编排，图画的形象有时不得不加以变形，以提高文字的阅读性，这个与早期图画往往超过文字的分量的编排方式是大相径庭的。功能需求逐步变成抄本设计的中心。

12 世纪中期以后，罗马风格时期结束，进入到哥德时期（the Gothic Period），哥德时期从公元 1150 年开始，一直延续到 14 世纪初期欧洲文艺复兴开始才结束，这个阶段是欧洲历史上封建主义逐步式微、人文主义思想和理性、法制思想逐步成熟的过渡阶段，为欧洲的资本主义萌发铺垫了发展道路。从经济发展来看，原来起主导作用的农业经济逐步被国际贸易、工业生产型经济取代，而城市生活也就逐步取代了占主导地位的农村生活。城市成为政治、经济、文化、宗教活动的中心，这个变化导致了反文化的黑暗时代的结束。欧洲终于在漫长的宗教控制之下摆脱出来，向繁荣发展的文艺复兴时期迈进。

最显著的进步体现在法国和英国。在这两个国家中，君主体制已经牢固地建立起来了，贵族阶级掌握国家的领导权力，国家摆脱了教会的控制，因而具有高度的独立性。中世纪时期的那种动荡不安、前途渺茫的状况终于结束了，经济稳定发展，政治体制也开始稳固建立，罗马风格时代的混乱终于告一段落。

公元1200年前后，欧洲出现了大学，这种高等学府的出现，造成对书籍的巨大需求。巴黎当时人口大约是10多万，而其中大学生就有2万人，欧洲的一些大城市当时人口比例中大学生占了相当的部分，城市成为高等教育的中心，文化的中心，欧洲国家的文化水平日益提高，出版的发展势在必行。

1200年前后，英国和法国对于《新约》中的《启示录》(the Book of Revelation)的需求大增。虽然书籍出版依然徘徊在手抄水平，但是数量却大幅度增加以满足需求。目前存世的这个时期出版的《启示录》共有93本之多，可以想像当时出版的繁盛状况。这些《启示录》代表了当时平面设计的水平。

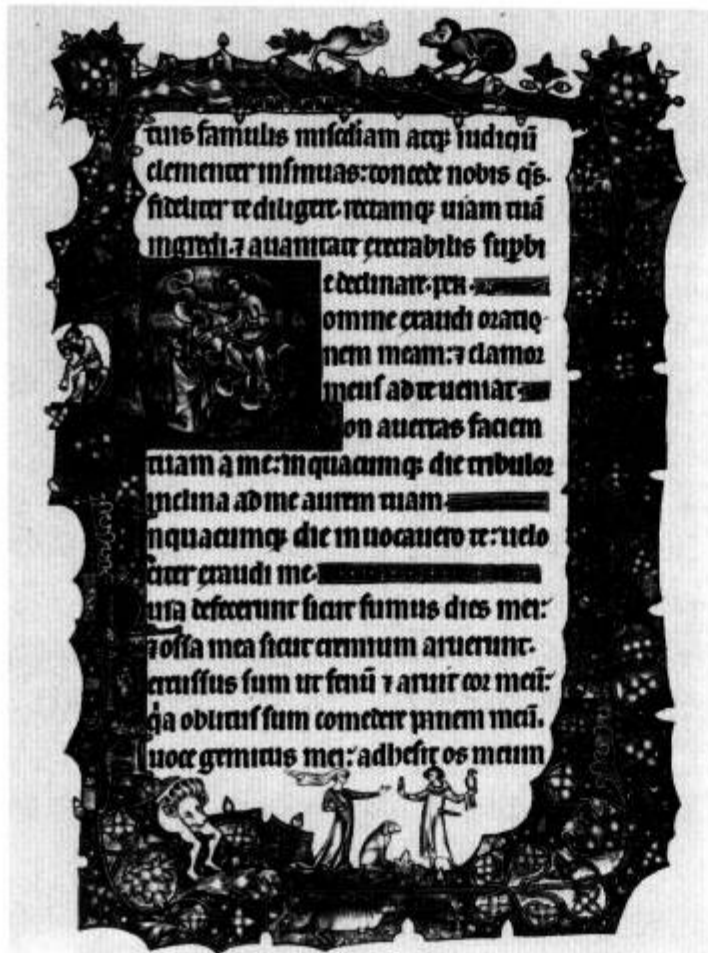
大部分《启示录》都是由插图和文字合并组成的。插图往往以比较工整的方形安排在每页的上半部分，下面部分则是文字，文字采用非常特殊的哥德时期特有的体例——“特克斯体”(Texturum)，字体具有比较花哨的装饰线装饰笔画的头尾，风格古朴，这种字体，在当时被用拉丁文称为“现代字体”(拉丁文为“littera moderna”相当于英语的“modern lettering”)，可见当时的人认为这种字体是旧时期字体的进步。这种字体后来在英国和法国都被延续使用，但是名称则非常含糊，比如类似的字体在法国被称为“型式体”(lettre de forme)，在英国被称为“黑体”(black letter)，或者“老英国体”(Old English)，其实都是“特克斯体”类型的字体。

在这个时期的手抄《启示录》中，比较具有代表意义的是1265年的《杜斯启示录》(the Douce Apocalypse)，总共100页，每页都有插图，文字都分为两栏，书写工整，与中世纪初期的手抄本比较，这个抄本没有那么繁琐，无论文字编排、字体采用、插图风格都趋于简明，对于传播宗教精神和思想具有更大的效能。这本书代表了新类型的书籍的出现。这种每页插图的方法，是以前的出版物中从来没有的，而新的字体形成新的版面风格，清晰、干净、利落、简单而扼要，也一扫以前出版物过于繁琐的面貌。这个时期的其他宗教抄本也都有新的发展，比如大约于1300年前后英国出版的《奥米斯比诗篇》(the Ormesby Psalter)是一本宏大的作品，书的尺寸大(高度达33.6厘米，或者13.5英寸)，因此可以容纳相当面积的插图。虽然是宗教著作，但是其插图已经生动

地体现了当时人民的日常生活，是了解当时社会生活形态的不可多得的重要资料。

与此同时，希伯莱文的宗教抄本与伊斯兰教的阿拉伯文宗教抄本(《可兰经》)也出现了繁盛发展的新局面。这些出版物也都具有相当华丽的装饰，内中一些还有插图，反映了当时社会生活经过中世纪的动乱之后，进入了稳定发展的新阶段。

14世纪末到15世纪初期，法国国王查尔斯五世(King Charles V)的兄弟让·杜克·德·贝里(Jean Duc de Berry, 1340—1416)在法国开设了由来自荷兰的两兄弟——林堡兄弟(the Limbourg brothers - Paul, Herman and Jean Limbourg)主持的手抄本出版作坊(the Limbourg scriptorium)，成为当时西方最先进的出版作坊之一。林堡兄弟都在此从事设计、抄写和编排宗教出版物工作，作品非常精良。除了《圣经》、《启示录》、《诗篇》等等宗教出版物以外，他们还设计出版了各种年历、年鉴，他们设计的年历，每两个月一页，都配有设计精美的插图。他们设计的书籍中，广泛采用了首写字母装饰，使首写字母成为类似插图的形式，而他们的插图生动、有趣，反映了书籍本身的思想内容，同时也反映了当时的



1-21. 中世纪末期的宗教手抄文书，这是大约在14世纪初期的《奥米斯比诗篇》。



社会生活形态，是极为难得的珍品。他们的设计代表了当时平面设计的最高水准。

## 古腾堡发明金属活字和印刷技术在欧洲的发展

真正造成欧洲平面设计大发展的要素，是印刷术的引入。上面所讨论到的所有出版物，都是手抄的，而只有印刷术才能真正地成为平面设计发展的依赖。

印刷是中国人发明的，欧洲人直到 15 世纪为止都没有掌握这种技术。中国的印刷大量是采用固定的木版雕刻文字和插图，然后进行印刷，其实是固定凸版，西方称这种方法为“xylography”；

而真正带动出版的是活字版，称为“typography”，最早的活字印刷也是中国人发明的，但是，很长一个时期，活字印刷在中国并不普遍，大量的印刷依然是以整块雕刻木版进行的。13 世纪前后，朝鲜人发明了金属活字，并且广泛用来印刷典籍，是印刷技术上的重大发展，可惜这个发明完全没有对外界产生影响。

欧洲在经历漫长的、落后的中世纪阶段之后，进入了政治、经济、文化的稳固和快速发展阶段。日益增多的大学设立、人数日益庞大的有文化的中产阶级的产生、都市化的进程、宗教的普及化和市民化，都成为需要大量书籍的社会条件。而手抄本耗费时间、成本非常高昂，这成为适应社会需求的障碍，当时一本 200 页的手抄本需要四到五个月才能完成，根本无法满足社会的需求。1424 年，英国的剑桥大学图书馆藏书仅有手抄本 122 册，而当时欧洲最大的藏书家藏书数量最多不过 20 多本，可见出版业的落后。为了适应社会需求，一些商人设立自己的出版作坊，采用流水线的方法生产书籍，但是，由于技术上依然不得不依靠手抄方式，所以产量依然非常低。

成为大量出版障碍的主要因素除了欧洲人没有掌握印刷技术之外，还存在于欧洲人没有掌握造纸技术。造纸是中国人发明的，在中国广泛使用纸张 1000 年之后，欧洲人依然不得不使用羊皮纸书写。公元 751 年，阿拉伯人占领中亚的撒玛干（或者翻译为“撒马尔汗”，Samarkand，现在乌兹别克共和国的一个城市，位于乌兹别克西南部，塔什干附近。建于公元前 3 世纪，公元 329 年为亚历山大大帝攻占，1220 年为蒙古成吉思汗摧毁。公元 1370 年重建，成为当时的塔玛兰帝国 Tamerlane's empire 的首都），捕获了几个中国造纸匠，命令他们造纸，这个举动，把撒玛干变成了中亚造纸业的中心。经过几百年的时间，造纸技术从撒玛干传到巴格达、大马士革和埃及。大约公元 1000 年左右，造纸技术传到地中海地区的北非地带，1102 年被占领西班牙的摩尔人引入西班牙和西西里岛，1276 年，意大利的法布里亚诺（Fabriano, Italy）开设了第一家造纸厂，法国的第一家造纸厂是于 1348 年在法国的特洛依（Troyes, France）开设的。这样，造纸技术真正地传入了欧洲。欧洲人一旦掌握了造纸技术，就设法广泛运用。其中最早的创造，是意大利人于 1262 年在他们制造的纸张上采用了水纹（watermark），以作为产品的标记。水纹标志设计成为造纸技术人员的一个重要的工作内容，设计的图形简单、明快、具有高度的代表性，是平面设计中非常特殊的一个范畴。这个技术



1-22. 欧洲早期的木刻印刷品。这是公元 1400 年前后以整块木板刻成的《维吉尔故事》，是现代连环画的雏形。



1—23. 公元1400年前后欧洲出现的扑克牌“杰克”的形象已经形成。

直到目前依然广泛被世界各国采用于钞票标记上。

欧洲的木版印刷开始于什么时候，目前依然是一个谜。但是可以肯定的是十字军东征必然在其中起到重要作用，作为战利品，十字军从中亚带回欧洲大量的纸张印刷品，包括纸牌，具有插图的宗教印刷品等等，对于掌握了造纸技术的欧洲人来说，是一个重点的启示。大约在1400年前后，欧洲出现了最早的木版印刷，产品大部分是宗教肖像或者当时的政治领导的肖像。之后出现了娱乐用的纸牌之类的印刷品，但是，这些印刷品是出自欧洲的工匠之手，还是来自中亚地区则没有办法考证。

最早的、可以肯定是出自欧洲的、具有明确传达目的的木刻印刷品是大小尺寸不同的一批圣人的肖像，这些圣像与宗教文字安排在一起，成为具有插图的宗教典籍，是欧洲最早的印刷书籍。这些书籍的印刷地点时间基本可以确定是公元1460年前后的荷兰。这批宗教印刷品都具有相当大篇幅的插图，插图数量和比例远远超过文字本身，并且排版的方式也是以图画为主，以文字说明为辅，类似现代的连环图书，描绘生动，手法单纯。之所以采用如此大量的插图，原因可能是提供给欧洲当时大量的文盲了解圣经内容，是一种传达的协助手段。主要的书籍内容往往都是《启示录》、《诗篇》之类，到15世纪前后，随着欧洲文盲的数量大幅度减少，这类插图本典籍的数量也就大幅度减少了。这个时期的木刻印刷，手法比较简单，木刻插图仅仅是单线平涂式的。从制作技术来看，与中国早期的木刻版印刷方法相似，都是以一整块木版刻制，在凸版上印刷。

欧洲印刷的真正起点是与金属活字的发明分不开的。

15世纪前后，由于经济和文化的迅速发展，对于书籍的社会需求越来越大，手抄本和木刻版印刷都已经无法满足这样巨大的需求了，因此，欧洲各个国家的匠人都设法发明新的、效率高的印刷方法。其中法国、荷兰、德国、意大利等等国家的探索更加积极。

对于印刷技术的发明，特别是活字印刷技术的发明，欧洲各国都有突破，不少国家声称发明是他们国家的成就，比如，公元1444年，法国亚维农地方（Avignon, France）的一个金首饰匠人普罗科普斯·沃德弗格（Procopius Waldfoghel）开始制造“金属字母”，其实就是金属活字。因此法国人认为他们是最早创造印刷技术的；荷兰人劳伦斯·科斯特（Laurens Janszoon Coster of Haarlem）也宣称发明了活字技术。因而，也有荷兰人称印刷技术是他们发明的，等等。但是，根据历史的记载，真正把活字技术发展完善，使之成为现代印刷的主要方法的是德国人、来自曼兹地区的约翰·古腾堡（Johann Gensfleisch zum Gutenberg, c. 1387—1468 of Mainz, Germany）。古腾堡是工匠家庭出身，从事金属制品制作，对于金属工艺非常熟悉。1428年9月，他因为某些纠纷被驱逐出曼兹，被迫迁移到德国南方的城市斯特拉斯堡（Strasbourg），在那里重新开业，成为一个成功的宝石工匠和金属工匠，同时也制作生产当时被视为难度很大的镜子。根据记载，大约在1439年到1440年期间，古腾堡已经开始试验印刷技术了。他采用铅为材料，铸造字模，利用金属字模进行印刷，是最早的凸版印刷尝试。但是，技术问题很多，特别是如何把字型固定，以达到行距、字行工整的目的，耗费了他不少的时间。事实是，古腾堡用了10多年时间，才印刷出他的第一本完整的书，那是一本页数不多的圣经片断，称为《三十一行书信集》（Johann Gutenberg: *Thirty-one-line Letters of Indulgence*, c. 1454.）。从中可以看到他的活字字体，具有几种大小尺寸，也具有大写字母和小写字母的区别，排列已经比较工整，是西方最早的活字印刷品。当时，古腾堡已经从斯特拉斯堡迁回曼兹，并且在曼兹开始自己的印刷行业了。

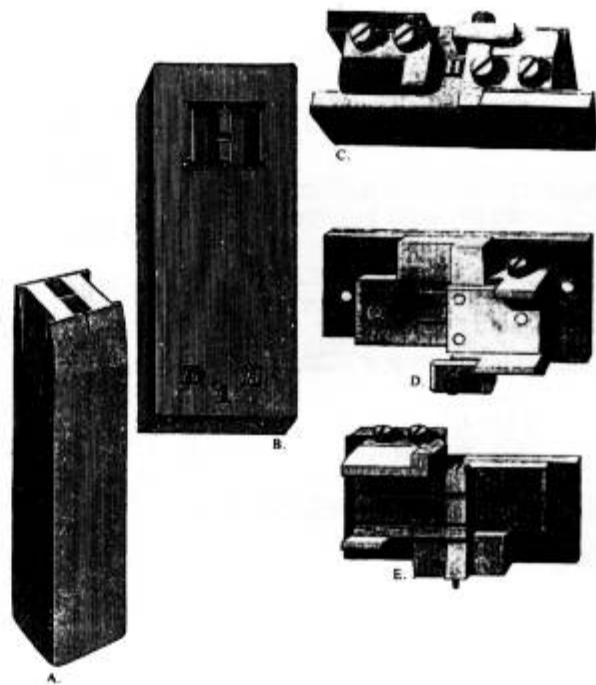


古腾堡的发明耗费了他的大量资金，他不得不向别人借钱来维持他的印刷试验。到1450—1455年这段期间，他完全投身于印刷完整的书籍的探索，结果是非常成功的：他终于完全运用金属活字印刷出真正的完整的书籍，那是一本完整的《圣经》尺寸很大：30 X 40.5厘米。文字分两栏编排，版面工整，阅读方便，也不像一起的手抄本书籍那样插图和文字混合编排，没有规范。他的这本印刷品，具有早期的编排规则，两栏使阅读方便，而插图和文字分开在不同的页上，也使阅读更为方便。

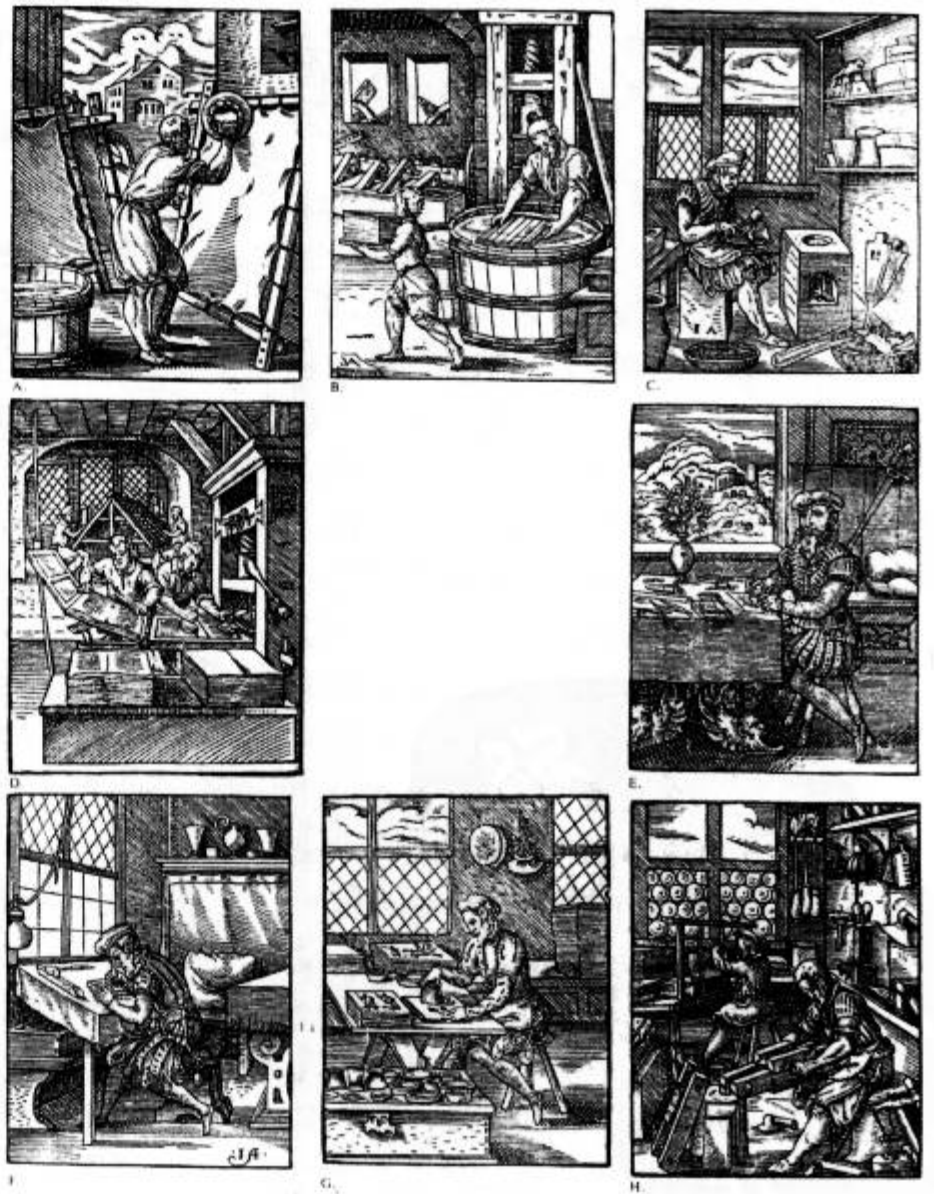
古腾堡对于活字的发明，只是他的发明的一个部分，他对于利用金属活字印刷，也作出了贡献，其中最显著的发明是改变了印刷的材料。以往利用木刻版印刷，采用的是水性的墨水，多余的墨水会被木版吸收，因此印刷效果不错；而金属活字则不会吸收墨水，因此，古腾堡改变了印刷的材料。他采用亚麻仁油，混合灯烟的黑灰，制成黑色油墨，用皮革球沾涂油墨到金属印刷平面上，取得均匀的印刷效果。

古腾堡当时的合作伙伴和同事，从他那里学习到新印刷技术，很快成立了自己的公司，从而促进了古腾堡印刷技术和活字技术在欧洲的普及。他们的印刷版面设计，与古腾堡1455年的《圣经》相仿，成为当时比较标准的版面模式。

古腾堡的最大贡献在于发明和运用了金属活字，因为欧洲文字全部是拼音字母，因此，活字的种类并不多，印刷的改革也就比中国的汉字改革容易得多。他的活字印刷技术很快在欧洲各个国家传播开，并且被广泛使用，在各国使用的过程中，印刷技术也不断得到改进和完善，欧洲虽然掌握造纸和印刷技术比中国晚了整整上千年，但是一旦掌握了这两种技术，其发展的速度和技术完善，还有印刷运用的普遍则大大超过中国水平，因此，印刷术对于欧洲的资本主义经济发展起到重要的促进作用。而始终没有能够帮助中国摆脱长期的封建统治，而进入资本主义阶段。印刷一经发明，成为欧洲经济、文化、社会的中心，无论文艺复兴和还是启蒙运动，都与印刷分不开，而印刷在中国，长期以来一直是极少数文化人和权贵的工具，绝大部分中国人依然是文盲，与印刷无缘。欧洲经济的发展，使欧洲的文盲在20世纪几乎完全消失，而现代中国却依然有百分之三十左右的人口（3亿



1-24. 德国的古腾堡在15世纪发明了金属活字，促进了欧洲的现代印刷技术的发展。这里是19世纪欧洲采用的基于古腾堡活字体系的印刷金属活字。



1-25. 这组木刻版画描写了古腾堡活字印刷的整个过程，显示了欧洲自15世纪末以来的印刷技术分工和具体的工作情况。



1—26. 1475年欧洲的宗教印刷品, 与中世纪的手抄文书具有非常相似的地方。

人左右)是文盲,可见印刷技术的发明与运用的关系。

对于当时印刷的情况,除了少数存世的当时的印刷品之外,我们了解得实在不多,可幸的是有少数16世纪出版的插图书籍有记录当时各行各业的生动插图,给我们提供了了解古腾堡时期印刷业的情况提供了非常可贵的第一手资料。在这些书籍中,最有价值的应该算公元1568年出版的一本由约斯特·安曼作插图的、称为《各行各业手册》(Jost Anman: Woodcut illustrationf for Standebuch, or Book Of Trades, 1568)的书了。在这本书当中,有大约有8张插图是关于当时的印刷业的工作情况的,包括造纸、铸造活字、排版、插图、排版、修版、印刷、装订等等。这些插图是用木刻制成的,黑白线条,非常清晰,使我们对于当时的印刷作坊有一个准确的感性了解。非常可贵。

## 德国的早期插图书籍

德国人古腾堡发明印刷技术,不但对于德国的出版业是一个极大的促进,而且对于整个欧洲的出版都是极大的推动。从他发明印刷术的1450年前后开始,到1500年前后,欧洲各国的印刷工厂如雨后春笋般涌现,根据不完整的统计,到1480年,北欧国家已经有23个城市开始有印刷厂,而其他国家的印刷厂也非常多,比如意大利有31个城市有印刷厂,西班牙和葡萄牙一共有6个城市有印刷厂,英国也有1个城市有印刷厂。到1500年,欧洲总共有140个城市有自己的印刷厂,一共出版了3.5万种书,印刷数量总数为900万本,这个数字的确惊人,因为印刷术在欧洲发明只有50年时间而已。1450年,欧洲的修道院和图书馆藏书为5万册,除了正式出版的书籍之外,还有相当数量用于宗教宣传的印刷品出版散发,因而,印刷品的总数其实要大得多。印刷术进入威尼斯以后的第四年,书籍的数量之多,已经使某些游客说“威尼斯的书籍堆积如山”了,可见印刷业繁盛空前的状况。1490年以前,威尼斯已经有超过100家印刷厂。虽然有少数地区依然抵制印刷,比如意大利的热那亚,但是从发展来看,印刷已经是不可阻挡的潮流了。

文艺复兴开始,欧洲人对于自然科学的兴趣和为了促进生产力而进行的技术科学探索,自然对于图书产生了很大的促进和巨大的社会总需求。书籍采用插图,对于解释清楚内容是非常有利的,比如当时大量出版的自然科学书籍,利用插图标明动物、植物的形状和特征,就越来越普遍。而文艺复兴艺术的一个巨大的贡献,就是绘画上透视技术的发明和广泛运用。透视的运用,产生了非常逼真的绘画效果,运用在书籍插图上,则大大地扩大的读者想像的空间和视野。欧洲各个国家这个时期的各种出版物,无论是自然科学还是人文科学,甚至宗教书籍,都广泛地采用木刻插图。欧洲的平面设计发展到一个新的高度。

文艺复兴时期在平面设计上的一个非常重大的进展,就是版面设计逐步取代了旧式的木刻制作和木版印刷。旧式的印刷,是首先由木刻匠人把文字和图画刻在一块块与书页一样大小的木板上(这种工作称为“woodcarving”),然后再由印刷工人在木版标明涂上油墨,逐张印刷(这个工作称为“block printing”)。金属活字的出现,首先造成可以把文字和插图进行比较灵活的拼合——版面设计,而插图逐渐从单纯的木刻发展到金属腐蚀版,旧式的印刷技术就逐步被取代了。新的利用金属活字和插图版配合排版的工作,就是现在意义上的“排版”,英语称为“topo-graphy”。与旧式印刷的最大区别,在于旧式的方法是把插图和文字全部刻在一块木板上,用以为印刷底版,而新式的排版,则是利用不同的版,包括插图(有时是几块插图版)和文字版拼合而成,这样,设计的变化性、灵活性就产生了。

从欧洲文字的“版面设计”这个词就可以看出它在文艺复兴时期的实质含义。英语的“topo-graphy”这个单词是“利用活版印刷的艺术和技术”(The art and technique of printing with mov-



able type), 第二个定义是“利用活版印刷材料的组合”(The composition of printed material from movable type), 第三个定义是“印刷物的安排、布局和最后的视觉面貌”(The arrangement and appearance of printed matter)。这个词是利用源于古希腊文和中世纪拉丁语的两个字合成的, 即希腊文的“tuπος”; 意即“印象”(impression), 加上中世纪时期的拉丁文的“-graphia”; 意即“平面”(-graphy)。法文同样称为“typographe”。其他欧洲文字也同样采用这个字。可见它在欧洲的公认水平和广泛采纳的程度。

欧洲最早的利用排版方式设计、带有插图的书籍出现于15世纪中期的德国。公元1460年前后, 德国人阿伯里奇·菲斯特(Albrecht Pfister)利用古腾堡用金属活字印刷出版的36行《圣经》作为底版, 加上木刻的插图, 拼合进行印刷。他的这种新的印刷方法得到社会广泛的欢迎, 因此, 采用木刻插图, 配合活字版面排版印刷很快就在德国普及流行, 成为主要的印刷方法。整个15世纪下半期和16世纪初期, 金属活字加上木刻插图的排版是德国印刷的主流, 并且开始影响到其他欧洲国家。因为德国出版的书籍印刷精美, 而且配有插图, 因而在德语国家中广受欢迎, 德国的印刷业也因此日益成为经济的重要组成部分。15世纪末年, 德国城市纽伦堡(Nuremberg)成为欧洲最重要的印刷工业中心。

纽伦堡集中了德国和欧洲当时最杰出的印刷家和设计家, 由于工业集中, 运输方便, 纽伦堡的印刷业和书籍出版业很快发展起来。在这些印刷家当中, 最为重要的当推安东·科伯克(Anton Koberger, c. 1440—1513)。他在短短的20多年当中出版了上百种不同的书籍, 单是《圣经》就有15种。他拥有16个书店, 销售自己出版的书籍, 15世纪末, 大部分书籍出版商和印刷工厂都难以出售大开本的书籍, 不得不转而出版开本比较小、价格比较低廉的书, 而科伯克却完全不受影响, 照样出版大小不同开本的书, 销售兴旺。他出版的书籍, 全部是采用新的排版方法印刷的, 同时也大部分有精美的木刻插图。他出版的杰作之一是《纽伦堡年鉴》(Anton Koberger: *Nuremberg Chronicle*, 1493), 这本书可以说是当时的“百科全书”, 篇幅宏大, 内容包罗万象, 编辑上已经把插图和文字混合排列, 而且编排的方式多样, 初具印刷书籍的编排格局。

科伯克是德国这个时期重要的插图艺术家和书籍设计家阿伯里奇·丢勒(Albrecht Durer, 1471—1528)的教父。丢勒的父亲是一个金器匠人, 曾经在1486年送他到印刷师麦克·沃夫根那里当印刷学徒, 丢勒因而在印刷工场工作了四年之久, 学习到印刷技术和插图技术。他这个时期曾经参加科伯克的《纽伦堡年鉴》的排版和部分插图工作。他在这个时期开始学习木刻插图, 不但技术日见精湛, 他的艺术潜力也得到很大的发挥。1498年, 丢勒为《启示录》(the Apocalypse)一书作了15张极其精彩的木刻插图, 描绘生动, 线条丰富, 黑白处理得当, 构图紧凑, 成为这个时期德国艺术的登峰造极代表作。在此之后, 丢勒不断为书籍出版设计插图, 书籍的内容也从单纯的宗教性发展到知识性和娱乐性方面, 他的黑白木刻插图达到当时最高的水准。他到威尼斯和其他意大利城市的旅游增加了他对于艺术和书籍设计的了解, 特别是对于意大利文艺复兴艺术的深刻了解, 他认为德国的艺术家之所以在书籍设计和艺术处理上不如意大利人, 原因在于他们对于书籍和插图这个行业的了解缺乏意大利人所具有的理论深度。因此, 他于1525年出版了自己用德文撰写的关于书籍设计的理论著作《运用尺度设计艺术的课程》(德文名称为: *Underweisung der Messung mit dem Zirckel und Richtscheyt*, 英文可以翻译为: *A Course in the Art of Measurement with Compass and ruler*)。这本书的头两章讨论设计的几何形式和比例的关系, 第三章讨论如何把几何比例和几何图形运用到建筑、装饰、书籍设计和字体设计上。具体到字体设计, 丢勒设计出自己独特的字体比例, 采用笔画宽度



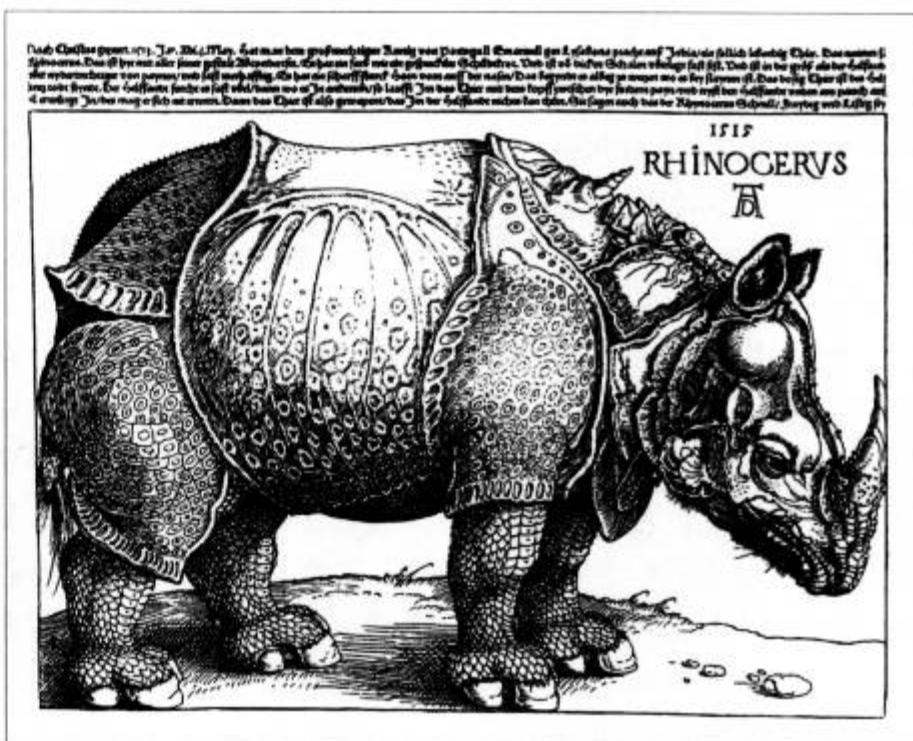
1-27. 1493年德国出版的《纽伦堡年鉴》的一页, 代表德国当时的印刷设计风格。



1-28. 1498年德国设计大师和艺术大师丢勒设计的《启示录》插图，是德国文艺复兴时期艺术和书籍设计的杰作。



1-29. 1525年丢勒的字体手册的一页，表现了他利用模数方式来统一字体的方法。



1-30. 1515年丢勒设计的介绍非洲动物的著作的书籍，这是介绍犀牛的一页。插图开始为传达知识，为科学服务了。



1-31. 1525年丢勒对拉丁字母进行了全面的科学改进，以几何的方法归纳字母，使之高度理性化。

和高度的 1:10 比例，从而形成笔画粗壮有力的新字体，利用这个比例作为自己字体的基本模数，因此有非常鲜明的特色。这样，丢勒成为德国，乃至欧洲当时最重要的插图和平面设计家。

丢勒是德国文艺复兴晚期的最重要艺术家之一，他的大部分作品是通过书籍插图的方式表达和流传下来的，这是世界上最早的平面设计艺术家之一。他对于美术理论，特别是美术技法理论也有相当深的造诣，丢勒关于美术基本技法、艺术人体解剖技法、透视理论和透视理论在美术上的运用等等的论述，也是在艺术史上具有相当重要意义的。

15 世纪末，16 世纪初期，是德国和法国的文艺复兴进入全盛的时期。文艺复兴在欧洲不同的国家体现的方式不同，有些体现在艺术的发展上，有些体现与戏剧的发展上，有些则在于宗教的改革，但是，无论哪一个欧洲国家，其文艺复兴的一个显著特点是由于文化的提高和逐渐普及，造成书籍出版的繁荣。这自然促进了与印刷相关的平面设计和插图的发展。其中德国是一个非常典型的例子。德国自从马丁·路德的宗教改革以来，出版事业进入高速发展阶段，上面提到的丢勒的出现背景，就是这种出版业的繁荣。纽伦堡成为德国当时出版业的最重要中心。与此同时，德国其他城市的出版业也得到很大的发展，涌现了一批杰出的书籍设计家、插图艺术家、版面设计家。其中包括丢勒的学生汉斯·沙菲兰（Hans Schaufelien），书法家文森·洛克奈（Vincenz Rockner）等。他们设计的书籍包括有马丁·路德的宗教改革著作和翻译作品，对于促进德国的宗教改革和文艺复兴的进程起到促进作用，而他们的书籍设计，也各具特色，特别是在版面编排方面，日益趋于功能





1-32. 15世纪末期德国出版的书籍封面，强调复杂的绘画艺术表现，是德国平面设计的插图风格达到全盛期的开始。

化，但是又同时保持了高水平的艺术处理特点，是世界平面设计史当中很重要的一个阶段。

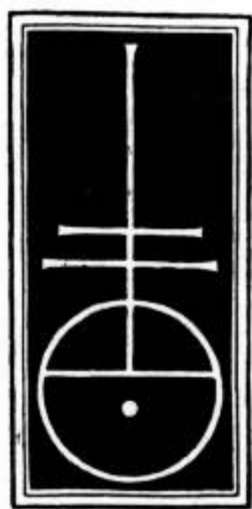
15世纪末年开始，具有比较现代特点的、采用文字和插图混合的排版方法开始从德国的纽伦堡和其他几个城市传播出去。其中意大利的发展非常引人注目。

意大利是欧洲文艺复兴的摇篮和中心，一旦提到“文艺复兴”这个词，人们立即会想到意大利的文艺复兴杰出的成就。印刷技术在意大利也因为文艺复兴的刺激而得到发展，德国古腾堡的活字印刷技术传入意大利之后，很快引起反应，从而促进了意大利的印刷和平面设计的发展。其中以威尼斯发展得比较迅速。

15世纪的意大利刚刚脱离中世纪的桎梏，但是，从政治状况来看，还是以城邦的形式形成松散的联合，这些城邦政治内容混杂，有商人为核心的政体，有以君主为核心的政体，有共和国，有君主国，还有教廷国，这种多元的政治情况，首先冲击了长期单一的宗教对于的政治控制，意



1-33. 1522年德国出版的诗歌集一页，自由活跃，字体、版面编排与诗歌具有和谐的设计特点。



1—34. 15世纪末期到16世纪是德国印刷的全盛时期,涌现出大量的出版公司和印刷厂,这里的三个符号就是德国当时三个印刷厂的书籍出版商标,时间是1480年到1490年之间。

1—35. 1500年前后的德国一个出版印刷公司的商标,采用锚和海豚,具有浪漫的情调,与15世纪末期的同类商标比较,显然是一个进步。

大利的经济在这种情况下进入高度发展的阶段。经济的发展自然造成对于印刷品的需求增加,印刷成为经济和文化发展的必需。所以,15世纪时期的意大利人开始从德国聘请印刷专家,来意大利协助他们建立现代印刷厂。1465年,两个德国印刷技术人员,即门兹市的康拉德·斯维海姆(Conrad Sweyheym, d. 1477)和科伦的阿诺德·帕纳兹(Arnold Pannartz, d. 1476)分别受意大利人聘用,到意大利从事印刷组织、设计和出版工作,这样,德国的先进印刷技术和版面设计技术就自然传入意大利。

斯维海姆和帕纳兹在意大利工作期间,设计了以罗马体为中心的印刷用活字字体系列。他们采用古典的罗马字体为母体,进行加工整理,从而创造了比较适合印刷,同时具有高度传达功能,又比较典雅的新字体系列,对于日后的印刷和版面设计起到很的促进作用。当然,他们当时采用的罗马体与目前我们采用的还有很大差距,当时的字体收到中世纪后期的卡罗林书写体影响很大,所以并没有真正成为当代罗马体。但是,这两个印刷设计家对于意大利的印刷和版面设计的促进作用是不能低估的。

与此同时,印刷技术和德国版面设计也影响到欧洲的其他国家。英国人威廉·卡克斯顿(William Caxton, c. 1421—1491)从英国到德国的科伦学习印刷技术,他在一年之后回到比利时的布鲁日(Bruges),把德国的印刷技术带到低地国家。他通过一段时间工作,把《特洛依历史》(the Recuyell of the Histories of Troy)从法文翻译成英文,并且与科拉德·曼逊(Colanrd Mansion)合作,出版了英文本。这本出版于1475年的书,成为第一本利用现代排版技术出版的英文著作,奠定了英文印刷的基础。卡克斯顿促进了英国的印刷和版面设计的进步,很快,英国出现了一批从事印刷和设计的新人,英国的出版事业也很快进入繁盛的阶段。法国、西班牙等等国家也都经历了类似的历程,产生了新的印刷工厂,出现利用木刻插图和活字版拼合而成的新版面风格。

另外一个刺激当时印刷业发展的因素是欧洲当时的殖民主义高潮。西班牙航海家哥伦布(Christopher Columbus)发现新大陆,葡萄牙探险家麦哲伦(Ferdinand Magellan)环绕地球的航行,都造成欧洲各个国家对于海外殖民地的兴趣,为了扩大资本主义的资金原始积累、开拓海外原料基地和海外市场,各个国家的军舰、商船都纷纷航行到世界各地,一旦发现新的地方,殖民过程就开始了。跟随殖民者前往亚洲、大洋洲和美洲的是基督教的传教士,他们希望能够把殖民地的人民的信仰转化为基督教,因此,需要大量宗教印刷品,以便带到海外殖民地去,受到海外殖民化刺激的因素影响,印刷业更加发展。因为考虑到海外殖民地的人民并不懂欧洲文字,所以,这些宗教印刷品都具有相当数量的插图,利用插图来讲解宗教读物的内容,成为劝戒的方法之一。



## 文艺复兴时期的平面设计

“文艺复兴”这个单词在欧洲各个国家的文字中都是“Renaissance”，含义是“重生”，“复活”。文艺复兴在欧洲开始于14世纪，到15世纪达到登峰造极的地步，从文学、艺术的特点上来看，是把古代罗马、古希腊的风格加以发挥，达到淋漓尽致的地步。而实际的文艺复兴内涵，则是欧洲的资本主义萌芽，新生的资产阶级商人逐步在艺术和文化活动上，取代教会的过程在文学艺术上的表现。它所显示的艺术特点，其实是对于人，而不是对于神的歌颂、肯定。人成为生活、艺术的核心，成为艺术表现的中心，而不再是中世纪反复强调的神的力量了。这是人文主义的大发展阶段，对于后来的欧洲文化、艺术、经济、政治都产生了不可估量的重大影响。其中，以意大利发展得最为完全和丰富。

### 1. 意大利文艺复兴时期的平面设计

意大利的文艺复兴在佛罗伦萨和威尼斯都有相当的发展，当然，佛罗伦萨比较引人注目，是因为大部分重要的艺术作品，包括达芬奇、米开兰哲罗和拉斐尔的创作，基本都集中在那个城市，但是，如果讨论平面设计和印刷设计，威尼斯显然是一个不可忽视的中心。

威尼斯是当时意大利对外贸易的中心港口城市，它的商人和来自世界各地的商人在这里进行繁忙的贸易活动，贸易的对象包括所有的地中海国家、远东国家和印度等等。很多印刷技术人员都意识到这里是印刷品销售的非常好的市场，因此都申请来威尼斯开设印刷工厂，其中德国门兹的约翰·德·斯皮拉（Johannes de Spira, d. 1470）被批准在威尼斯从事五年的印刷业。他是把先进的德国印刷技术引入威尼斯的重要人物，他在威尼斯的这五年，对于威尼斯的印刷业发展起到重要的促进作用。

除了斯皮拉以外，其他国家的印刷工匠也对促进威尼斯的印刷起到促进。其中包括来自法国的造币工人尼古拉·詹森（Nicolas Jenson, c. 1420 — 1480），他把金属货币的刻制技术引入活字设计和刻造，他在威尼斯时期，设计了大量的印刷用商业标记，代表威尼斯的商业行会，或者宗教组织，他是世界上最早从事商标设计的平面设计家之一。他因为是从铸造货币出身的，因此他的设计的印刷用商标和其他标志，都具有金石味，笔画刚劲有力，并且往往采用简单的几何图形组成，简明扼要，是标志设计中的杰出作品。詹森也把这种功力用于字体设计，他设计的字体与他设计的标志一样具有金石味道，是意大利文艺复兴时期很有影响的字体之一。

意大利文艺复兴在设计上的一个特色是对于花卉图案装饰的喜爱。这个时期的家具、建筑、抄本上都广泛地采用卷草花卉图案，因此，一旦书籍印刷普及，这种风气也立即体现在平面设计上，威尼斯和意大利其他地方这个时期出版的书籍中大量采用花卉、卷草图案装饰，文字外部全部用这类图案环绕。

意大利很多早期的印刷匠人为自己的印刷工厂设计了商标，开创了书籍商标的设计与使用历史。其中除了上面提到的詹森以外，还有来自奥格斯堡（Augsburg）的印刷家厄哈特·拉多特（Erhard Ratdolt, 1442 — 1528）、彼德·罗斯兰（Peter Loeslein）、本哈特·玛勒（Bernhard Maler）等人。拉多特出版的书籍，除了具有自己的印刷厂商标以外，书籍的每一页都采用木刻的花卉、卷草纹样花边环绕文字，因此非常典雅和浪漫。他后期的出版物日趋成熟，除了单纯的花边之外，也出现了比较复杂的平面布局，他与另外两位合伙人合作，出版了一系列科学书籍，取代花边的装饰是解释科学内容的插图，比如他于1482年出版的《欧几里得几何元素》（*Euclid's Geometriae Elementa*, 1482）一书，把文字部分排在左边，右边留出宽宽的空白，在上面附上几何插图，解释文字阐述的内容；或者采用三面花边图案装饰，留出一边安排几何插图，版面工整有序，传达清晰。这本著作的每一个段落开头的字母都进行了装饰，这种对于首写字母的装饰，早在中世纪手抄文书时期已很普遍，但是，在这本印刷品上的运用，则是比较早地把首写字母装饰运用到印刷活字上的例子。这本著作是世界上最早的装饰精良、插图完善的科学读物之一。

1478年，意大利的两个印刷匠人阿尔维斯兄弟（Giovanni and Alberto Alvise in Verona）出版了设计精美的书籍《the Ars Moriendi》，这本书是15世纪中的畅销书，广受欢迎。阿尔维斯兄弟设计的这本书，采用了文字间的装饰图案，这些图案大小与字母一样，夹杂在文字中间，增加了书籍的浪漫色彩。而每页都采用了宽边的花纹图案装饰四边，更加丰富典雅。

科学技术书籍与宗教书籍同时盛行，是意大利文艺复兴时期出版业的特点，科学技术的普及，促进了生产力的发展，也开拓了人们的视野，普及了文化知识，为资本主义的发展奠定了基础。比如由约翰·尼古拉·维罗纳（Johannes Nicolai de Verona）出版的罗伯多·瓦图里奥（Roberto Valturio）的《军事论》（*De re militari*, 1472）一书，利用文字和插图详细地总结和介绍了历代的军事技术和军事设备，以及设备在战争中的使用方法，是一本完整的军事技术著作。代表了当时的科学技术出版的水平。

宗教出版业在意大利文艺复兴时期也非常繁荣。其中一个比较有影响的出版印刷业者是阿杜斯·玛努提斯（Aldus Manutius, 1450—1515）。他在威尼斯设立了自己的印刷工厂，印刷出版了大量高水准的书籍，其中大部分与宗教、哲学等内容相关。他雇佣了不少杰出的版面设计家、字体设计家为他的工厂工作，因此，可以说他的出版物是意大利文艺复兴时期印刷设计集大成的代表。他出版的书籍，比较少用插图，集中于文字的编排。因此，无论在字体上还是在排版上，都讲究工整、简洁，首写字母装饰是主要的装饰因素，往往采用卷草环绕首写字母，使整体设计具有工整中的变化的特点。他出版的另外一本著作《*Hyperotomachia Paliphili*, 1499》则有精美的木刻插图，文字的编排成倒锥形，或者在方形的插图下面，或者包裹插图，或者与插图并列，每页都不同，精美异常，是这个时期威尼斯出版物中的精品。

1501年，玛努提斯首创“口袋本”的袖珍尺寸书籍。以往的书籍开本都非常大，因此无法携带，文艺复兴导致文化普及，书籍不再是教堂和图书馆中的奢侈品，而日益成为人们日常的读物，因此便携性问题日益尖锐。玛努提斯为了适应这个要求，创造了小开本尺寸，第一本是罗马诗人维吉尔（Virgil）的作品《歌剧》（*Opera*），尺寸是7.7 X 15.4厘米，并且全部字体采用斜体（*Italic*），这是世界上第一本全部采用斜体的书籍，也是第一本袖珍书籍，开创了日后称为“口袋本”（*pocket size*）的先河。玛努提斯是意大利文艺复兴时期印刷和平面设计的重要代表人物。

## 2. 法国印刷的发展

1494年，法国皇帝查理八世（Charles VIII, the French king, 1470-1498）率领大军攻打意大利，企图控制那不勒斯王国（the Kingdom of Naples）。这场征伐开始了法国为了征服意大利的长达50年的战争。虽然这场旷日持久的战争对于法国来说，带来的只是无穷的耗费，基本没有取得什么具体的军事成果，但是，意大利文艺复兴的伟大成就，却因此源源不断地传入法国，促进了法国文化的演进。1515年1月1日，法国国王法兰西斯一世（Francis I, 1494—1547）登基，成为新的法国国王，他全力支持文化事业发展，在他的统治之下，法国进入了文艺复兴的全盛时期。他到1547年才退位，因此，他所推动的法国文艺复兴具有整整半个世纪的繁荣，16世纪上半叶法国的文化发展，与他的积极支持分不开。

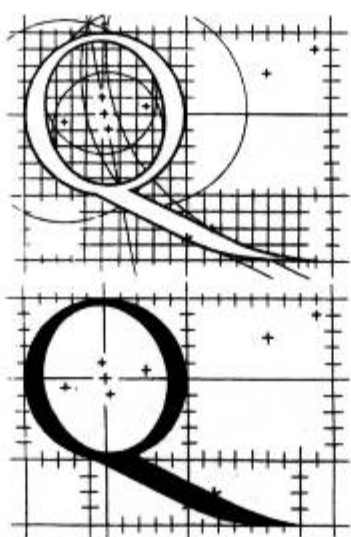
文化的繁荣，自然带动了出版业的繁荣，而出版的繁荣，是平面设计发展的先决条件。16世纪因此被称为“法兰西版面设计的黄金时期”（the golden age of French typography）。法国的平面设计发展，主要是受来自意大利威尼斯设计的影响。其中，亨利·艾斯坦纳（Henri Estienne d. 1520）是法国最早投身于印刷与设计的印刷家、设计家和出版家。他本人是学者，因此，集中翻译和出版各种历代的学术著作，包括拉丁文、希伯来文、希腊文的历代学术作品，经过他的设计和组织，大规模发行。他热心于出版所谓的“大书”，特别是重头的工具书，包括字典和词典，这些作品的出版，使他成为法国文艺复兴时期最重要的平面设计师和出版家之一。

16世纪法国出版业的一个主要障碍是教会和皇室对于出版的审查。为了强调本身的权威，对于社会言论进行控制，法国教会和法国皇室都对书籍出版进行严格的审查。这种审查，妨碍了书籍





1-36. 1526年托利设计的书籍印刷的首写字母装饰。



1-37. 1529年托利采用严格的数学方法设计字体体系,这是字母“Q”的设计原则。



1-38. 1549年艾斯坦纳设计的活泼的美术字母体系,充满了幽默感。

出版,也妨碍了法国平面设计的发展。出版业者出版的有关文化、科学技术、哲学等等书籍,往往与教会和皇室的审查有矛盾,因此会因为无法通过审查而被封禁。法国这个时期的印刷已经得到发展,但是书籍出版的种类却远远比不上德国和意大利,审查是一个主要问题。

虽然如此,但是法国还是出现了一批非常杰出的书籍设计家、平面设计家,比如当时在书籍设计上创造高度典雅和华贵风格的乔弗雷·托利(Geoffroy Tory, 1480—1533)和字体设计家克劳德·加拉蒙(Claude Garamond, c. 1480—1561)就是非常杰出的代表人物。托利是被当时称为“文艺复兴人”的那种对于文学、哲学、艺术、古典的外国语言和自然科学都通晓的知识分子,因此他的出版工作不仅仅是出版本身,同时还包含了大量的翻译、选题,甚至对法国语言进行改良的工作。他出版的书籍,插图精美,装饰讲究,大写字母装饰得体而大方,这些书籍成为法国早期最重要的印刷品,影响后来法国书籍设计、版面设计和插图风格,因此具有重要的意义。

与此同时,加拉蒙设计的典雅的字体,对于法国日后的字体设计也带来了很大的影响。他在1530年设立了自己的铸字工厂,为印刷行业提供他设计的金属活字,他的这个铸字工厂具有很重要的历史意义,因为在此之前,所有的法国,甚至德国的印刷工厂,都是集铸字、插图、排版、印刷、装订于一体的行业,称为“学者、发行商、铸字工、印刷商、书商”一体,而他的这个铸字工厂的设立,开创了印刷行业中分工的先河,从此,字体设计和铸造就逐渐成为一个特殊和专门的行业。

1530年代到1540年代之间,法国出现了另外一个重要的书籍出版和平面设计家——罗伯特·艾斯坦纳(Robert Estienne)。他主要出版学术著作,在设计上注意传达功能准确,简明扼要,清楚明了。他得到法国皇帝的支持,因此,大量出版古希腊、拉丁、希伯来等文献和著作,包括宗教的、哲学的和自然科学的著作。促进了法国文艺复兴的进程。1540年,法国出现反对改革的骚动,艾斯坦纳也受到牵连。1549年,他出国访问了瑞士日内瓦,会见了新教改革的领导约翰·加尔文(John Calvin, 1509—1564),他了解到在法国从事



1-39. 1536年西蒙·德·科林设计的书扉页,利用透视插图的方法组成立体空间感。

学术著作出版面临的危险，因此，在 1550 年把印刷厂迁移到日内瓦。在那里继续出版工作。对于法国本身来说，这无疑是一个损失。

法国当时重要的书籍出版、平面设计家还有西蒙·德·科林（Simon de Colines，印刷家）、贾奎兹·克维（Jacques Kerver）等人。

### 3. 巴塞尔和里昂成为欧洲 16 世纪印刷业的新中心

欧洲的印刷业首先在几个大城市中兴盛，其中包括巴黎、德国的纽伦堡和意大利的威尼斯。到 16 世纪上半期，新的中心出现了，比如瑞士逐渐成为出版业的重要中心之一，其中比较突出的是巴塞尔（Basel），这个城市是在 1501 年成为瑞士的一部分的，印刷业发展非常快，成为这个城市的主要工业。而在巴塞尔南面 300 公里的法国城市，里昂也同样成为印刷业的新中心。这两个城市的印刷业者交流频繁，互相促进，是设计史上很少见的情况。其中巴塞尔的代表印刷家、设计家和出版家是约翰·佛洛本（Johann Froben, 1460—1527）和德斯特留斯·伊拉斯穆斯（Desiderius Erasmus, 1466—1543），从 1521 年到 1529 年期间他们两人合作，设计、组织和出版了不少的著作，佛洛本不喜欢当时流行的哥德字体，而推广庄严典雅的罗马体，他出版的书籍基本全部是采用罗马体的。他们的合作，对于提高巴塞尔印刷业在欧洲的地位起很重要的作用。其他巴塞尔重要的与印刷业有关的专家还有汉斯·小霍尔拜因（Hans Holbein the Younger, 1497—1543）。霍尔拜因是一个杰出的画家，他来到巴塞尔为佛洛本的书籍从事插图工作。他的艺术风格生动、真实，同时具有独特的韵味，是这个时期欧洲最杰出的艺术家之一。他采用传统的木刻插图，为不少书籍增加了光彩，特别是为佛洛本出版的《死亡之舞》（*Imagines Mortis, the Dance of Death*），所作的 41 张精美的木刻插图，成为艺术史上不可缺少的内容之一。

佛洛本去世之后，取代他在巴塞尔的出版领导地位的印刷家是约翰·奥帕里留斯（Johann Oporinus）。他的代表作是现代人体解剖学的奠基人安德列·瓦萨留斯（Andreas Vesalius, 1514—1564）667 页的宏篇巨著《人体结构》（*de Humani Corporis Fabrica*）。为了讲解人体解剖的细节，这本著作采用了大量整页插图，加上详尽的说明文字，图文并茂，分析解释清楚，插图精美，是这个时期出版业的登峰造极之作。这本书流传整个欧洲，1545 年，英国国王亨利八世亲自命令英国出版盗印翻译版，可见这本著作在当时引起的注意程度。这个英国盗版的重要意义在于它改变了原书的木刻插图版，而采用了更加精美和准确的铜版插图，这是目前世界上最早的腐蚀版插图书籍。

里昂的出版业也相当繁盛，出现了 40 多个印刷工厂，出版大量言情小说，以适应市民的需求。这些书籍的字体则都是哥德体，与巴塞尔流行使用罗马体不同。

1542 年，让·德·图涅斯（Jean de Tournes, 1504—1564）在里昂开设了自己的印刷工厂，他采用法国当时最杰出的平面设计和字体设计的成就来出版书籍，字体是采用加拉蒙设计的，而版面和插图风格则采用托利的，因此，可以说是集中了法国当时书籍设计的精华力量，出版的书籍自然非常杰出。

1562 年 3 月 1 日，法国的军队和宗教改革派发生冲突，结果是大肆屠杀改革派，这个事件造成了法国出版业的黄金时代的结束。法国的宗教改革派称为“胡格诺派”（Huguenot, French Protestant），不少杰出的书籍设计家和出版家都是胡格诺派的，他们在大屠杀之后纷纷逃到英国、瑞士和低地国家，这个大逃亡，其结果就好似当初印刷中心从意大利、德国转到法国一样，现在又因为宗教原因从法国转到英国、瑞士和低地国家去了。对于法国来说，这无疑是一个巨大的挫折和损失。其中一个杰出的法国书籍出版家克里斯托佛·普拉丁（Christophe Plantin, 1514—1589）就是因为这个原因，从法国迁移到外国重操旧业的。

### 4. 17 世纪的欧洲的印刷和平面设计

经过文艺复兴时期书籍出版和平面设计有声有色的发展之后，17 世纪相对来说，就显得比较



沉寂，较少有重要的突破和发明创造。16世纪在印刷材料、装饰手段上都达到非常奢华和极至的地步，因此，17世纪的印刷业则显得在印刷材料运用、在装饰的精美上难以超过前一世纪的水平，这个世纪的平面设计和书籍出版，基本上是基于商业书籍的出版上的，反而出现了更加讲究实用和讲究功能的特点。

但是，17世纪欧洲出现了一些杰出的大作家，他们对于世界文学的贡献是永久的、重大的，他们著作的出版，却从阅读的广泛上促进了印刷业和平面设计业的普及型发展。其中比较突出的是英国的大文豪威廉·莎士比亚（William Shakespeare, 1564—1616）和西班牙的戏剧作家和诗人米格尔·塞万提斯（Miguel de Cervantes Saavedra, 1547—1616），他们的作品得到当时整个社会的广泛欢迎，因此发行量都相当大。但是，他们的书籍虽然写作达到最高水平，而当时的印刷和版面设计却非常平庸。

1640年，法国皇帝路易十三（Louis XIII）受到他的宰相、红衣主教黎世流（Cardinal Richelieu）的影响和劝说，在巴黎的罗浮宫设立了法国的“皇家印刷处”（the Imprimerie Royale, or royal printing office），其目的是要恢复法国早期印刷的水平。

17世纪在平面设计上有一个非常重要的突破，那就是本世纪初在德国出现的世界上第一张报纸。这是于1609年开始在德国的奥格斯堡每日出版的《阿维沙关系报》（the Avis Relation oder Zeitung, Augsburg）。作为信息的主要来源，报纸很快成为德国和其他欧洲国家出版业的主要内容之一，也成为社会日益不可缺少的信息交流媒介。1621年，英国第一份报纸发行，这份称为《科兰托斯》（corantos）的报纸每天出版两个版面，刊载当地新闻，广受欢迎。

美洲的发现，很快使北美成为英国的殖民地，印刷技术跟随殖民地开发被带到美洲，把印刷技术带来北美殖民地的是一个英国锁匠斯蒂芬·戴伊（Stephen Daye, c. 1594—1668），他与富有的神父杰西·格罗夫（Reverend Jesse Glover）签订合同，到新英格兰设立印刷工厂。在1640年左右开始，在麻塞诸赛州的剑桥市印刷出版宗教书籍。印刷术在北美很快广泛传播，印刷的内容也不断扩大，从单纯的宗教出版物扩展到技术、文化和其他各个方面，印刷工厂在新英格兰地区和北美的东北部其他地区不断建立起来。报纸因而也很快传到北美，在新英格兰地区，特别是波士顿发展迅速。北美成为西方印刷业高度发达的地区之一。

荷兰的印刷业在17世纪也有一定程度的发展。17世纪荷兰的文化相当发达，比如艺术上出现了世界大师伦勃朗（Rembrandt）、维米尔（Vermeer）等等。荷兰在这个世纪中，出现了杰出的书籍出版家路易斯·艾泽维（Louis Elzevir, 1540—1617）。他设立了自己家族的印刷工厂，聘用荷兰杰出的平面设计专家克里斯托佛·梵戴克（Christoffel van Dyck）设计出版物，他的出版公司大量出版书籍，他的书籍题材广泛，文字通俗，设计精美，价格便宜，尺寸适中，对于一般的读者来说，是最理想的读物。这很快使得荷兰的书籍成为这个国家的主要出口产品之一，因而开创了世界畅销书籍市场，对于后来的书籍市场成熟和发展起到奠基的作用，从这点来看，他的出版事业和贡献可说是功不可没。

## 版面设计在18世纪欧洲的新发展

17世纪的出版业和平面设计与16世纪相比，发展得没有那么有声有色，虽然有以上提到的发展，但是从总的发展来看，很难说有巨大的成就。但是，18世纪的情况就大不一样了，不少欧洲的君王对于印刷的意义和重要性有深刻的认识，因而促进了国家和民间的印刷业发展，而印刷的发展则促进了平面设计的发展。

1692年，新登基的法国国王路易十四感到法国的印刷水平差强人意，因此，命令成立一个管理印刷的皇家特别委员会，由一批学者组成。要求设计出新的字体，并要求新的字体的设计原则应该是科学的，合理的，重视功能性的。这个委员会由数学家尼古拉斯·加宗（Nicolas Jaugeon）担任领导，委员会对于以往的各种字体进行了科学的分析，研究字体的比例、尺寸、装饰细节与传达

功能之间的关系，从而提出新字体设计的建议。他们采用罗马体为基础，采用方格为设计的比例依据，每个字体方格分成64个基本方格单位，每个方格单位再分成36小格，这样，一个印刷版面就由2304个小格组成，在这个严谨的几何方格网络中设计字体的形状，版面的编排，试验传达功能的效能，是世界上最早对字体和版面进行科学试验的活动。在大量科学试验的基础上，他们设计出他们认为比较科学，同时又比较典雅的新罗马字体——“帝王罗马体”（Romain du Roi）。在字体得到皇帝通过批准之后，委员会聘用当时法国最杰出的字体刻造和铸造专家路易·西蒙诺（Louis Simonneau, 1654—1727）和菲利普·格兰德让（Philippe Grandjean, 1666—1714）造出标准字模。他们根据委员会的研究结果，把17世纪流行的字体进行了改良，把原来比较大的字体尺寸改为适合文章印刷的所谓文章字体（text-size types）。这个皇家委员会和字体制造家们创作的字体，基本上是为皇家出版物设计的，而当时法国民间的印刷工厂受到“帝王罗马体”的影响，也设计了类似的新字体，为了不冒犯皇帝，他们都小心翼翼地使自己的新字体与“帝王罗马体”保持一定的差别。但是，“帝王罗马体”对于促进当时字体的发展，的确起到促进作用。

18世纪西方平面设计的发展，简单地说可以包括以下几个方面：

### 1. 法国罗可可时期的书籍出版和平面设计

法国波旁王朝是法国封建时期登峰造极的阶段，国家富强，国力鼎盛，皇室的生活方式奢华，法国皇帝从路易十三到在法国大革命中被革命者和巴黎市民处决的路易十六都是穷奢极欲的君主。他们追求的奢华设计风格，包括比较庄重奢华的巴洛克（Baroque）和比较典雅的、富于女性温柔特征的罗可可（the Rococo）风格。

罗可可风格盛行在1720年到1770年的法国宫廷。这种风格强调浪漫情调，从自然形态、东方装饰、中世纪和古典时代的装饰之中吸取灵感，大量采用C形和S形的曲线作为装饰手段，色彩上比较柔和，广泛采用淡雅的色彩计划，比如粉红、粉蓝、粉绿等等，也大量采用金色和象牙白色，设计上往往采用非对称的排列方法，与比较讲究对称、采用强烈的色彩计划的巴洛克风格形成对比。这种风格在法国皇帝路易十五（1710—1774）时期达到登峰造极的地步。

路易十五时期促进了罗可可风格的发展，把这种风格引入平面设计的人物是皮艾尔·西蒙·方涅·勒让（Pierre Simon Fournier le Jeune, 1712—1768）。他的父亲是皇家印刷厂的印刷师傅和字体铸造家，因此，他很早就掌握了印刷的技术，了解印刷风格的特点。24岁时，他就到他的哥哥开设的字体铸造厂工作，从事木刻插图和字体刻制工作。

18世纪的欧洲印刷业在字体的尺寸是相当混乱，除了皇家印刷厂有自己的标准之外，几乎每个私人印刷厂都有自己的字体尺寸，大小不一，没有统一的标准。1737年，皮艾尔·西蒙·方涅·勒让出版了自己的著作《比例表格》（Table of Proportions），对于字体的大小尺寸和比例作出了严格的规范。他采用法国当时使用的度量单位之一“普斯”（the pouce 旧法国尺寸单位，比1英寸略长一点）作为基本单位，把它分划为12行，每行分成6段（称为6点），在这个尺寸比例中设计新字体。比如他设计的“小罗马体”（Petit-Romain）比例为1行4点，相当于现代英文字体标准的10点尺寸（本书手稿采用的就是英文10点尺寸）。

皮艾尔·西蒙·方涅·勒让于1742年出版了他的第一本字体手册《印刷字体》（Modeles des Caracteres de l'Imprimerie），当时他刚刚30岁。在这本著作中，他一共收集了4600个字体，他用了6年功夫，把这本手册上的所有字体全部制成了活字。其中的罗马体是受1702年法国皇家的“帝王罗马体”影响发展而成的，但是无论在大小尺寸，还是比例上，都更加适合印刷和阅读。他的版面设计引入了罗可可风格的曲线花纹装饰，因此非常优雅。因为大量采用罗马体，而且在版面编排上基本全部采用纵横的简单几何方式，虽然花边装饰具有罗可可的花哨特点，但是布局工整，阅读方便，因此也就显得落落大方。法国当时的法律规定字体铸造商不得从事印刷，因此，皮艾尔·西蒙·方涅·勒让的设计、字体和著作都不得不委托他的朋友出版，但是这个法律完全没有妨碍他对于法国平面设计的影响力。他所制定的新字体比例标准和字体手册，对于整个18世纪的法国印刷



业和法国的平面设计业都带来巨大的促进作用。

虽然皮埃尔·西蒙·方涅·勒让的影响如此之大，但是，由于风行一时的罗可可风格影响，法国的平面设计与印刷出版也出现了与罗可可风格吻合的趋向：采用非对称布局，大量采用曲线装饰，版面华丽，字体也时常采用花哨的书法体例，花体字成为书籍封面和扉页上最常用的字体，作为当时流行的时尚风格，这种花哨的风格的确流行了相当一段时间。

## 2. 英国18世纪的平面设计与印刷业发展情况

自从古腾堡发明金属活字印刷技术以来，英国在这250年当中一直没有能够在印刷和平面设计上达到欧洲大陆国家的水准。18世纪伊始，英国的印刷界和平面设计界开始努力追上欧洲的水平，企图达到世界印刷和设计的最高水平。但是英国自身问题丛生，内战连绵不断，宗教斗争和宗教迫害日益严重，政府对于印刷业的横蛮干预和强硬的出版审查，这些因素对于英国的出版业发展、平面设计的发展都是非常严重的障碍。1660年，英国国王查理二世居然下令把英国的印刷厂控制在6所之内，其他的印刷业者或“面临处决，或另寻出路”（by death or otherwise）。这种对于印刷和出版的严格控制，是造成英国出版印刷和平面设计落后于其他欧洲国家的主要原因之一。

长期以来，英国平面设计和印刷技术主要是受到来自荷兰的影响，自己并没有多少创造。真正开创英国自己的印刷设计和平面设计的人物是威廉·卡斯隆（William Caslon, 1692—1766），他从大约1720年开始从事新字体的设计和铸造，成绩显著。他设计出自己的字体“卡斯隆体”（Caslon）体系，这是迄今为止依然在平面设计上广泛使用的一种字体。卡斯隆在设计字体的时候，主要在于把从荷兰传过来的欧洲流行字体进行改造，特别是笔画粗细的强调，形成既清晰，又典雅的新字体，受到英国和欧洲各个国家的印刷业和设计界欢迎。卡斯隆成立了“卡斯隆铸字公司”（the Caslon Foundry），这个公司一直由他的后代继承发展，直到1960年代才结束长达200多年的设计业务。

卡斯隆主要是集中于古典风格字体的再设计和改造上，形式比较稳健典雅。因此，他的字体也被称为“卡斯隆旧体”（Caslon Old Style）。与他同时从事新字体和平面设计探索的英国人是约翰·巴斯克维尔（John Baskerville, 1706—1775），他是从比较古典的、富于装饰性的字体和版面设计开始入手，逐渐转变为比较简洁、明快、清晰的风格。他的字体风格介于古典罗马字体与现代字体之间，是衔接两个设计风格时期的过渡风格，在平面设计发展上具有很重要的意义。

虽然有以上这几个比较具有创造性的平面设计家的努力，但是在当时英国的特殊国情之下，平面设计的平均水准依然远远不及德国、瑞士、荷兰、法国、意大利等等这些国家。但是，一旦有来自欧洲其他国家的杰出设计家来到英国从事印刷和平面设计工作时，英国的设计水平又得到冲击和发展，比如以下提到的意大利设计家波多尼在英国的工作，和他创造的“现代”体系，对于英国的设计来说，自然是一种促进和刺激。

英国的平面设计中，插图的发展在18世纪前后有比较大的发展，19世纪进入全盛阶段。其中对于世界插图都具有影响作用的重要人物是威廉·布莱克（William Blake, 1757—1827）。布莱克从小喜欢美术和诗歌，并且富于幻想。他年轻时曾经在印刷工厂当学徒，对于印刷技术和平面设计的基本要素非常熟悉，之后进入伦敦的皇家美术学院（the Royal Academy of Art, London）学习，成绩优异。毕业之后开始创作和出版自己的诗集。他的插图基本都是围绕自己的诗集而创作的，充满了幻想和浪漫的色彩。是当时书籍插图中最杰出的代表，影响欧洲的出版业和平面设计界，推动和促进书籍插图艺术的发展。

英国在文艺复兴时期出现了杰出的作家、戏剧家威廉·莎士比亚，他创作的戏剧受到英国人民广泛的欢迎，成为家喻户晓的不朽杰作。1786年，英国出现了利用他的名字命名的新出版公司——“莎士比亚印刷公司”（the Shakespeare Press），印刷出版莎士比亚的戏剧文本和其他的文艺著作。印刷和设计的质量大幅度提高，因为这种对于文艺著作的广泛市场需求的促进，以及包括莎士比亚在内的杰出作家的著作促进，英国书籍无论从设计、字体创作、插图，还是从印刷质量来说，

都达到新的水平，正是这种背景，使得英国的平面设计和书籍出版，在 18 世纪末迅速追上其他欧洲国家，到 19 世纪中叶，英国的平面设计和印刷出版终于达到世界最杰出的水准。

### 3. 欧洲“现代”字体体系的形成

欧洲现代平面设计的突破，应该是从“现代”字体的形成开始的。而对于这个突破的主力设计家是意大利人波多尼（Giambattista Bodoni）。波多尼曾经在一个宗教印刷厂中当学徒，因此熟悉印刷技术。他在罗马工作了一段时间以后，到英国与巴斯克维尔合作，从事字体设计和出版的版面设计。不久以后，他受英国一个公爵的邀请，在公爵的印刷厂中从事设计，他的设计简洁明了，大方典雅，很受欢迎。因此，他受到梵蒂冈教廷的邀请，到梵蒂冈主持印刷厂工作。

波多尼在意大利的时候，欧洲，特别是意大利和罗马教廷的政治、文化气氛正在发生变化。因为意大利古罗马城市庞贝（Pompeii）和赫古拉纽（Herculaneum）等等的发现和出土，古典文化得到重新认识，古罗马的艺术和建筑风格，古罗马的装饰风格和字体风格对于当时的欧洲，特别是意大利的设计界带来很大的冲击，古希腊等地的文化发现，也促进了对于古典的重新认识。平面设计界和印刷出版界，以及广大的读者对于当时平面设计上弥漫的矫饰的“罗可可风格”已经感到厌倦，希望能够以古典风格的新认识和评价，创造出一种新的风格来，取代矫揉造作的罗可可风格。波多尼正是肩负起这个时代的使命的设计家。他创造出“现代”体例来，影响了后来的平面设计发展。

所谓的“现代”体（Modern），是依托罗马体发展出来的新字体体系。这个词最早出现在设计家佛尼·勒·让（Fournier le Jeune）的著作《版面设计手册》（*Manuel Typographique*）。“现代”体不是一种字体，而是一个系列的字体，是在古典罗马体上的改进，因此被视为新罗马体，这

种字体体系非常清晰典雅，比较古典的罗马体更加具有良好的传达功能，同时又兼有典雅美观的特色。因此，不但立即受到欧洲各个国家广泛的欢迎和采用，并且形成现代字体的一个大体系继承，迄今依然广泛沿用。而因为字体本身具有这样的特点，因此又影响了平面设计风格，出现了简明大方、重传达功能，同时兼顾美观的新平面设计风格。

波多尼的“现代”体系形成之后，经过 200 多年的不断改进，成为非常成熟的字体体系，“现代”字体体系的系统形成，是历代平面设计家的集体贡献。参与这种体系设计创作的历代平面设计家和字体设计家还有弗朗斯瓦·迪铎（Francoise Didot, 1689—1757）和他的儿子弗朗斯瓦·安布罗斯·迪铎（Francois Ambroise Didot, 1730—1804），以及两个孙子皮艾尔·迪铎（Pierre l'aîne Didot, 1761—1853）和费明·迪铎（Firmin Didot, 1764—1836）等人。他们在迪铎印刷公司从事对于波多尼“现代”体系的改进工作，经过三代人的努力，使这种体系变得更加成熟了。



In Albion's isle, when glorious Edgar reign'd,  
He, wisely provident, from her white cliffs  
Launch'd half her forests, and, with numerous fleets,  
Cover'd his wide domain: there proudly rode,  
Lord of the deep, the great prerogative  
Of British monarchs. Each invader bold,  
Dane and Norwegian, at a distance gazed,  
And, disappointed, gnash'd his teeth in vain.  
He scour'd the seas, and to remotest shores  
With swelling sails the trembling corsair fled.  
Rich commerce flourish'd; and with busy oars  
Dash'd the resounding surge. Nor less, at land,  
His royal cares; wise, potent, gracious prince!  
His subjects from their cruel foes he saved,

1—40. 1798年托玛斯·比维克等设计的书籍一页，利用金属腐蚀版插图和宽松的版面编排，图文并茂。



## 导言

提要:

- 工业化时代的特征和历史发展背景
- 工业化时代对社会的冲击
- 工业化时代对于传统知识界的观念冲击
- 工业化时代对印刷、出版造成的巨大冲击

西方国家的工业革命是 1760 年左右从英国发展开始的,一直延续到 1840 年,共有近百年的发展时间。这场革命其实是一场以能源革新为中心的技术大变革。在西方主要国家里,特别是在英国,因为新能源的采用,从而引发了技术和工业的一连串革新,极大地促进了生产力的发展,从根本上动摇了欧洲封建主义的根基,奠定了现代资本主义的发展基础。新机器的发明和使用,特别是采用新能源的机器,比如蒸汽机、内燃机的使用,极大地促进了生产力的发展,刺激了西方经济的高速发展。詹姆斯·瓦特 (James Watt, 1736—1819) 发明蒸汽机,完全取代了陈旧的动物牵引和单纯的水力推动等旧能源。19 世纪中,蒸汽能源的使用比 18 世纪增加了 100 倍以上,成为西方能源的主要方式。19 世纪的最后 30 年中,汽油为主的内燃机和新发明的电动机更加上升为主要的动力来源,这些新能源又促成了新机械的发明,比如汽车、飞机、内燃机车等等,从根本上改变了产业结构,改变了传统的生产方式,推动了生产力的高速发展。新的材料,如钢材、合金材料、玻璃建筑材料、混凝土等也不断发明出来,在制造业和建筑业得到广泛运用。随着生产方式的改变,劳动分工就越来越精细,出现了许多以前没有的新技术职业,因此影响了教育结构。与此同时,生产力的发展和国民经济的蓬勃,必然会导致社会结构的改变,欧洲各国,特别是西欧各国,都迅速地摆脱了封建时代,进入生机勃勃的资本主义阶段。

现代的人类生活基本全部都受到机械化流水生产装配的影响。这个影响是非常深刻的,我们身边的几乎所有的工业产品,都是通过这种生产方式制造出来的,而这种生产方式,则是工业革命的最重要成果,因此,可以说工业革命改变了人类社会和物质文明的发展进程。工业革命以前的人类,因为生产手段落后,无法享受工业化带来的批量生产的廉价产品。长期以来,产品的生产是一个漫长的过程,而影响生产发展的主要原因是能源结构:工业革命以前,人类主要的能源无非是畜力(比如牛马)、人力和少数使用的风力、水力,主要的能源结构是畜力和人力。因此根本没有办法大幅度地提高产量,产品因而也就比较昂贵。工业革命的核心内容是新能源的采用,比如蒸汽、水力和比较晚一些的电力,这些能源一旦使用在制造业上,立即产生了革命的结果,产量成百倍、成千倍地增加,大量的工业产品源源不断地从工厂送到市场,而价格也日益降低到整个社会所能接受的水平。到 19 世纪下半期,畜力和人力在西方国家逐渐被蒸汽动力取代,20 世纪更是电力的世纪。

工业革命带来的生产力解放,直接导致了新的社会阶级关系产生,因而也就导致了新的社会革命。1789 年法国大革命,1774 年美国的独立,都是工业革命造成的直接后果,这些新的资产阶级国家进一步发展生产,推动科学技术发明,建立新工厂,从而使西方社会逐渐摆脱了长期的封建阶段,进入到资本主义的鼎盛发展时期。

随着工业革命的进展,新的发明创造层出不穷,19 世纪注定是一个大变革的世纪,电的发明,电灯电话的发明,汽车的发明,都导致了 20 世纪的巨大发展。而工厂为了达到高质量的生产水准,也引入了新的管理方法,企业结构也出现了巨大的改革。

随着生产力的改善,社会总收入水平也急剧提高,平均收入比 18 世纪增长了好多倍。社会成员的部分成为收入稳定的中产阶级,他们的文化教育水平和娱乐水平、消费水平提高,作为日益成

为社会的主要部分的这个庞大的中产阶级的产生，对于社会生产需求造成很大刺激。商品的需求直接影响了设计，大量的产品需要重新设计，产品需要精良的包装，产品需要广告促进销售，与此同时，这些新的中产阶级也日益成为印刷出版物的主要对象。他们阅读大量的科学技术著作、小说、诗歌、杂志报纸，为了满足他们的阅读需求，不但出版发行业高度发展，而且围绕出版业的平面设计业也得到大幅度地发展。因此可以说，现代平面设计是工业革命的直接后果。

伴随着工业的发展，都市成倍地急剧扩大，城市不再仅仅是消费中心，而变成了生产的中心。大量农民离乡背井来到城市，寻求工厂工作。依附于农庄的贵族阶级被严重削弱，而工厂资产阶级则成为经济、政治、社会的新主导力量。当然，作为资本主义发展的一个必然结果，就是贫富悬殊，工人阶级劳动和生活条件的极端恶劣化，不少西方工人，不得不每天工作13个小时以上，为了满足巨大的廉价劳动力市场的需求，妇女和儿童也被迫在条件恶劣的工厂中长时间的劳动，领取比男工更加低的工资报酬。19世纪中，为劳苦大众、工人阶级要求合理的工作和生活条件，成为社会改革的中心。

城市居民具有越来越强的购买力，成为商品生产的主要目标，这种越来越大的需求，又反过来促进了技术的改进和发展。批量化生产、降低生产成本和科学管理都被引入到生产过程之中。越来越廉价的批量生产商品刺激了大众市场的形成，流通顺畅，交易频繁。在发达的市场活动中，人们开始发现他们逐步被日新月异的产品、建筑、都市从自然中分离开来，原来赖以生存的自然环境不复存在，取而代之的是钢筋混凝土森林的都会和金属制品的包围。因此，少数知识分子开始要求回归自然，回归传统。也有不少人开始重视人的质量，而不仅仅是数量，直接结果之一，就是对于教育普及的推动。

1776年美国独立和1789年法国大革命之后，这两个国家都对国民教育进行了大幅度的改革。除了法国与美国以外，其他欧洲国家也开始执行小学和中学的义务教育制度，以提高国民整体的文化与教育水准，达到改善国民素质的目的，为进一步工业化奠定基础。通过国民教育水平的提高，西方各国能够阅读的人数越来越多。封建时期，阅读和书写只是少数人的特权，现在则成为一个公民的基本能力。平面传达因此日益繁盛和重要，印刷和出版成为一个很重要的行业。不但书籍报刊，即使商业广告、海报也有了不同于以往的文化诉求。作为商业活动重要组成部分之一的平面设计，在这种新的情况下必然得到相应的发展。这是大众传播时代的开端。

手工业制作在这个时期基本接近结束阶段。手工艺时代设计与制造、生产是同一体的，设计人也就是生产者，鞋匠设计与制作鞋，同样的，出版商设计字体、设计版面、印刷书刊，发行书刊，这种状况随着手工业制作的结束而成为明日黄花。劳动分工日益精细，设计字体的人，设计版面的人，印刷书籍的人，发行书刊的人都是不同的专业人员，不再是同一个人一手包办了。这种情况，造成设计上的专业化趋势。

从平面设计来看，这个时期的主要变化，除了行业职业分工精细、专业化之外，尤其是摄影技术的发明和发展，极大地改变了平面设计的发展方向。彩色石版印刷技术的发展，使彩色印刷品第一次进入千家万户。19世纪是最富于创造、发明的世纪，平面设计在这个百年之中取得以往数百年，乃至上千年也没有过的巨大发展，从而影响到20世纪平面设计的面貌。

## 1. 19世纪上半叶字体设计的发展

平面设计随着工业革命的发展也得到极大的推动。新的印刷技术导致了印刷业的繁荣，大量出版物的出现又必然导致大量设计需求，报纸杂志逐渐成为社会日常生活的内容之一，平面设计也就成为日常生活不可脱离的重要组成因素之一了。平面设计的各个基本因素，比如字体、版面编排风格和方式、插图风格和手段、标志等等，都在工业化时期发生了巨大的变化。而19世纪中期以后发明的摄影技术在平面设计上的日益广泛采用，更加促进了平面设计的演化和进步。在这些变化之中，字体的变化和发展是一个非常显著的方面。



不少理论家认为，19世纪的平面设计师打开了“潘多拉的盒子”（the Pandora's box），令平面风格和字体风格极大地丰富起来，一发不可收了。19世纪以前，信息传播的主要方式是图书，方式单一；由于书籍的印刷和出版工序漫长，周期因而也很长，造成传播的速度缓慢。19世纪以来，由于商业和工业的发展，社会要求更加迅速的信息传播，特别是商业信息传播，比如广告、海报、宣传手册、招贴、路牌等等，传统的以印刷出版书刊的出版社已经不能适应这种急迫的需求，因此，新型的印刷单位就应运而生了。广告制作公司、路牌制作公司、彩色石版印刷公司等等，层出不穷。为适应新的传播需求，新的、比较简明的字体和版面设计也随之出现。因此，可以说新的平面设计风格是由新的市场需求催生的。

英文的26个字母，原来的唯一功能是阅读性的传达功能，而在商业活动中，字母有了新的作用和功能，就是以有个性、特征、强烈而有力的形式，起到宣传的形式作用。字母不单是组成单词的一个结构部分，它们本身也被要求具有商业象征性。这种要求，自然造成字体设计的大兴盛。而石版印刷技术的发展，使字体不一定要求通过铸字方式发展，而只要艺术家以绘画的方式创造出来，就能够印刷出来。这种自由的字体创造，使印刷商与艺术家之间产生了前所未有的密切关联，而这种关联的必然结果就是19世纪初叶的欧美字体大爆炸——短短的几十年当中，涌现了无数种新字体，出现了字体设计的大繁荣和大混乱状况。

当时，字体的改进和创新工作主要是在铸字公司（typefounders）中进行的。英国有不少重要的铸字公司，其中，伦敦的铸字公司特别活跃，创造了大量新字体。对于欧美的字体和平面设计，英国人起到重要的引导和前卫作用。

18世纪到19世纪，欧洲，特别是英国在字体的设计上具有几个方面的突破。一个是以“卡斯隆旧体”为核心的一系列字体的创造，出现了简明而典雅的新字体系列，对于20世纪的字体在平面设计上的运用带来促进和推动；另外一个则是从古典的字体中进行提炼和改造，其中以所谓的“埃及体”，或者“古典体”的发展为最典型的代表；第三方面是广泛的采用和改革无装饰线字体，使无装饰线体成为当地印刷和平面设计中最重要的字体之一。

这个时期中，英国字体设计最重要的奠基人是威廉·卡斯隆（William Caslon），威廉·卡斯隆是英国伦敦的一个字体设计和铸造家。他有感于18世纪字体风格的落后和混乱，决心改革字体，使英语字体具有简单明快特点，从而达到准确的视觉传达目的，同时，新字体也必须具有典雅的风格。大约在1725年，卡斯隆根据17世纪末期的荷兰常用字体进行改革，从而创造出自己的新字体来。他创造的字体现在称为“卡斯隆旧体”（Caslon Old Face），不但影响了当时整个英国的印刷业，在英国得到广泛运用，而且迄今也是最常用的字体之一。他的创造，同时也启发了英国和其他欧洲国家的字体设计家，从而导致了一场规模相当的字体设计运动，与工业革命是一脉相承的。

卡斯隆不但自己开创了19世纪初期创造字体的先河，他的印刷公司和家庭成员也参与了19世纪的欧洲字体改革运动。比如他的两个徒弟——约瑟夫·杰克逊（Joseph Jackson，1733—1792）和托玛斯·科特列尔（Thomas Cotterel，生于1785年）对于卡斯隆开创的“卡斯隆旧体”进行了进一步的改革，对于他的字体体系进行了继承和发展。他们在离开了卡斯隆的铸字公司以后，分别开办了自己的铸字公司，创造了不少具有相当影响力的新字体。其中科特列尔早在1765年就以翻沙铸造方法创造出比较大的、粗壮的字体，适应商业印刷需求。他创造的12线皮卡体（12 line pica letterform，“皮卡”是欧洲版面设计的传统度量单位。每一个皮卡的尺寸是12点，具体大小是4.21毫米，或者3/16英寸。版面的行距和字之间的间隔一般都以12点皮卡为基础。）比18世纪的任何一种字体都更坚实、粗壮，具有非常强烈的商业推广特点。这种字体在当时的尺寸与现代的略有不同，基本是长宽相等的方形字体。与以前各种娟秀的字体比较，他的这种12线皮卡体显得粗壮有力。这种尺寸较大、形状较肥胖的字体设计，是19世纪初字体设计上的第一个重大发展。

这里所谓的“线”（Line）是当时英国和美国对于字体尺寸的度量标



1—1. 托玛斯·科特列尔1765年设计的12线皮卡体。开创了现代印刷字体设计的先河。

# MINT main.

**Quousque tandem abutere,  
Catilina, patientia nostra?  
quamdiu nos etiam furor iste tuus eludet? quem aeter**

**CONSTANTINOPLE  
£1234567890**

1—2. 罗伯特·桑涅设计的“胖体”。

**ABCDEFGHIJ  
KLMNOPQR  
STUVWXYZ&,:;.-  
£1234567890**

1—3. 文森特·菲金斯1815年设计的“古董体”。



1—4. 1833年菲金斯设计的2线珍珠体。

**Quousque tandem abutere,  
Catilina, patientia nostra?  
quamdiu nos etiam furor iste tuus eludet? quem ad finem sese  
effrenata jactabit audacia?  
nihilne te nocturnum præsidium palatii,  
nihil urbis vigiliæ, nihil**  
**ABCDEFGHIJKLMN  
ABCDEFGHIJKLMNOPQR  
£ 1234567890**

1—5. 19世纪40年代中期亨利·卡斯隆设计的艾奥尼克体系列,是日后广泛使用的卡斯隆体的雏形。

准,相对于现在采用的“号”或者英文的“点”(point)。

字体设计上这种粗大肥胖(即宽度与长度相等)的倾向,当时也出现在其他的字体铸造公司中,成为一种潮流,最终导致产生一系列新字体,总的名称为“胖体”(fat faces)。创造这种字体的主要的设计家是卡特列尔的学徒——罗伯特·桑涅(Robert Thorne, 大约生于1820年)。字体的基础是罗马体,以增加宽度和以粗壮的竖线达到强烈的视觉效果,竖线笔画的宽度与字体的高度比例关系往往为1:2.5,有时甚至成了1:2。

桑涅的铸字公司“凡恩街铸字公司”(Fann Street Foundry)与其他两个字体设计公司在创造胖体上进行了竞争,这两个公司分别是威廉·卡斯隆四世(William Caslon IV, 1781—1869)的公司和文森特·菲金斯(Vincent Figgins, 1766—1844)。桑涅虽然在设计胖体系统上有很大的贡献,但是他在世的时候却默默无闻,直到他去世之后才被公认为一个杰出的字体设计师。

菲金斯是约瑟夫·杰克逊的学徒之一,他跟随杰克逊很长时间,熟悉字体设计和铸造的整个过程,1792年以后,他设立了自己的字体铸造公司,从事字体设计与铸造业务。很快就成为英国声誉颇高的一个字体铸造公司,他出产的字体清晰、精确,广受欢迎。18世纪末与19世纪初,菲金斯开始发行一系列崭新的罗马字体,同时也开始发行很有学术味道的外国字体。由于工业化的发展,社会开始崇尚比较工业化的字体,而对于比较浪漫、古典味道很浓的字体的兴趣则越来越低,菲金斯自然受到很大影响。他开始在19世纪初开始转而从事设计新的、现代字体系列,1815年,菲金斯设计出比较现代的新字体系列,称为“古董体”,或者“埃及体”(或者称为antiques),虽然名称古典,但字体却具有强烈的现代气息。这种新字体构造粗短结实,具有浓厚的机械味道,被称为“埃及体”。直到现在,“埃及体”依然是字体中很重要的一个系列。

19世纪上半叶字体设计上的第二个重大的发展,就是“古董体”,或者称为“埃及体”的发明和发展应用。

这种字体在19世纪经过不少字体设计师的努力,又有很大的发展。1830年前后,出现了亨利·卡斯隆(Henry Caslon)设计的新埃及体,特点是字上的装饰线(serif)略显弧形,有点像括号(braclet)的样子,因此加强了字体横竖宽窄的对比,称为“艾奥尼克体”(Ionic,艾奥尼克是罗马时期的建筑上运用的术语,特指罗马柱头的一个种类,具有弧形的装饰特点,因此在此被用来形容字体)。这种字体的典雅特点立即受到当时字体设计业的注意,不少字体设计家都参与到完善这个字体的工作中来。卡斯隆在1845年再进一步完善了艾奥尼克体,使之成为由埃及体发展出来的最常用字体之一。埃及体把装饰线体的弧形饰线去掉,转而采用比较硬的棱角饰线,而艾奥尼克体则恢复了这种弧形的饰线。这种字体,也是目前最重要的饰线体代表之一。



菲金斯在 1815 年出版了自己的字体手册，在这本手册中，他不但推出了新的“古典体”，或者“埃及体”，同时对于历史悠久的“图斯坎”（Tuscan-stely，“图斯坎”是古希腊文明的最早阶段，比较全盛时期的希腊风格更加简朴大方）体也提出了新的设计。图斯坎体比较花哨，他维持了这种风格，并且提出了一个系列的图斯坎体，包括非常具有装饰性的、利用饰线造成图案效果的图斯坎体和比较稳重一点的“古典图斯坎体”，适应了出版发行业的不同需求。

19 世纪开始，英国的字体设计发展迅速，在欧洲各个国家之中显得非常突出。为了适应越来越巨大的印刷和出版的需求，为了刺激市场的销售，字体设计家和其他平面设计家一起进行广泛的探索和试验，企图建立起新的商业平面风格来。

从字体的角度来看，英国字体设计师们在 19 世纪间多方探索，力图改造所有的现存字体和创造新的字体系列。1815 年，文森特·菲金斯首创立体字体，利用阴影手法，造成立体感，立即受到广泛欢迎。从这个时候开始，字体设计出现了非常特别的繁盛状况，利用透视造成立体感，利用阴暗面倒位造成装饰特点，利用长宽、胖瘦、大小等等手法造成强烈的对比效果等等，新字体五花八门，层出不穷。有人甚至把绘画图案用到字体上，字体变成艺术表现的一个手段，这是字体史千年以来从未出现过的局面。

19 世纪上半叶字体设计的第三个重大突破是无饰线体（sans-serif type）的发明和应用。顾名思义，这种字体是没有装饰线结构的。因此，字体比较朴实、简单、明了，传达功能强。最早从事无饰线字体设计的是威廉·卡斯隆，他在 1816 年出



1—6. 19 世纪中期流行各种古典装饰风格，这是利用图斯坎装饰细节设计的“古典图斯坎体”，设计的时间大约是 1840 年前后。



1—7. 1824 年索罗古德设计的 6 线反埃及斜体。



1—8. 1838—1842 年期间伍兹和谢伍兹设计的一系列花哨的美术字体。

## W CASLON JUNR LETTERFOUNDER

1—9. 1816 年卡斯隆设计的“2 线英国埃及体”是最早的无装饰线字体。

版的字体手册中，用完全没有装饰线的字体来标明自己公司的名称“小威廉·卡斯隆铸字公司”（W CASLON JUNR LETTER FOUNDER，这里的字体就是卡斯隆的无装饰线体），虽然这本手册与其他所有当时的字体手册一样，基本是浩如烟海的花哨的字体集合，但是，用在这本手册上的、代表“卡斯隆公司”名称的这一行完全没有装饰线的字体，却非常醒目和鲜明。因为这个字体是从埃及体发展出来的，因此，卡斯隆称它为“2 线英国埃及体”（Two Lines English Egyptian）。虽然这种在 1816 年就被创造出来的字体当时并不甚流行，但它为现代字体设计的发展奠定了一个重要的基础。无饰线体后来成为 20 世纪现代设计中最重要字体形式。卡斯隆的这一创造具有历史意义。

虽然在 19 世纪上半叶公众尚不青睐无饰线体，但是不少设计字体的行家已经注意到这种简单明确的新字体，并开始相继设计无饰线体。各个不同的字体公司为自己设计的无饰线体起了不同的名字，比如卡斯隆为他后来设计的比较成熟的字体起名为“多里克体”（Doric），威廉·索罗古德（William Thorowgood）称为“布莱克体”（Blake），“史蒂芬森体”（Stephenson），美国波士顿的波士顿字体公司（the Boston Type and Stereotype Foundry）则称它设计的美国第一种无饰线

体为“哥德体”(Gothics),原因大约是因为这种比较粗黑的字体与中世纪的哥德体有类似的地方。1832年,还是文森特·菲金斯最后出面,把这种新的、没有装饰线的字体正式起名为“无饰线体”(sans-serif type),一直沿用至今。

无饰线体开始推出时没有小写。1830年,德国席特与吉谢克铸字公司(the Schelter and Gieseck Foundry)首创小写的无饰线体,完善了这种字体的体系。19世纪中期以后,无饰线体开始逐渐被采用。

## 2. 木刻版海报的发展以及在商业广告上的应用

与各种新字体的创造和使用同时发展,古老的木刻技术在19世纪的平面设计中也得到发展,这种情况看来有些古怪。因为对于当时的印刷业和平面设计界来说,木刻技术是中世纪的技术,照说应该被淘汰了,而事实是木刻不但没有被淘汰,反而得到进一步的发展。

木刻技术在19世纪的发展,并不是起源于插图的艺术需要,而是因为字体的运用。当时,字体设计不断创新,字体的粗细大小和装饰细节日益精巧,具体的字体上出现了各种精致的细节,比如精度要求较高的饰线。当时字型基本全部是采用金属铸造的,而金属铸件冷却时收缩程度会因字体的宽度不一而难以均匀,因此,往往会出现细节上的偏差,达不到设计的要求,铸字公司为技术难关大伤脑筋。印刷公司则对于过大的金属字体感到困惑,大金属字模价格高,本身沉重,使用不方便,比如,一个宽体12行尺寸的大写字母的金属铸件,当时的重量达到500克,约莫1磅,可以设想印刷一篇文章,需要花费多少体力。因此,不少印刷厂都拒绝采用某些大金属字。设计与生产的矛盾日益尖锐。这种状况促使人们探索新的方法,有人想到重新采用古老的木刻方法,来印刷海报和其他张贴广告。

最早从事这方面探索的是美国人达留斯·威尔斯(Darius Wells, 1800—1875)。1827年,威尔斯在一次大病初愈之后,开始试验用木刻版代替金属版字体,来印刷商业海报和其他商业张贴广告。木刻的活版字比金属版活字的价格低得多,大约只是金属版的一半价钱,同时结实、轻巧、制作容易、使用方便。特别是木刻的手工制作,不会出现金属铸造的变形情况,能够准确地表现字体的细节,因此非常成功。威尔斯试验成功,在美国印刷界引起广泛的注意,美国的其他的印刷商随即跟进,广泛使用这种新的方法。很快,木版字体印刷开始在美国的广告、海报印刷上广泛流行,成为时尚。到1828年左右,美国的字体公司开始向欧洲出口木版活字,因而引发了欧洲也开始发展出自己的木版活字来。欧美都在此时竞相发明为木版活字的新字体,木版字体非常流行。1834年,威廉·李文沃斯(William Leavenworth, 1799—1860)把印刷上的缩放仪器(the pantograph)和木版切割机(outer)合二为一以后,创造新字体变得非常容易,铸字公司甚至请客户来自己选择、自己策划字体,他们往往只要自己画出一个字母的基本形式,就可以由字体公司发展为整套字体系统。木版采用机械刻制,因此非常方便快捷。改变了金属铸造复杂、耗费大的困难状况。

木版字体的广泛运用和商业海报的兴盛是相辅相成的,一旦字体方便、创新简单,海报也就具有变化多端的、丰富多彩的面貌,这样,海报越来越受到人们的欢迎,从而又提高了海报的商业促销效果。大量商业机构(如商店、剧院、马戏团、服装公司、新成立的铁路公司等等)采用印刷广告、海报来促进销售。因此,可以说木刻字体的发展又促进了商业印刷的发展,刺激了广告和海报的普及和流行。平面设计的各种因素之间的促进,总是相辅相成的,互相刺激和促进的。

因为需求巨大,参与设计的平面设计家也越来越多,在如此广泛的商业平面设计潮流中,自然会涌现一些杰出的人物。比如海报设计,这个时期出现了一些杰出的木刻海报设计家,比如保罗·加瓦尼(Paul Gavarni),他是法国重要的海报设计家,他大量使用木刻版画为广告设计的手段,特别是采用木刻字体进行版面编排,形式特别,对于促进木刻在商业海报上的应用起到重要的促进作用。

必须注意到的是:19世纪的海报设计和其他商业广告设计,并没有立即成为平面设计上的独立部门。设计工作基本上都是由印刷公司的设计师承担的。当时的这些海报,并没有像20世纪那样聘请专业的平面设计师来设计,基本上只是印刷公司与客户商议的结果。在印刷公司里大家指手





1—10. 法国海报在19世纪非常发达, 这张插图表现了一个巴黎街头的海报张贴人, 吸引了大量的行人注目, 显示了海报已经成为法国19世纪城市生活的一个组成部分了。

1—11. 1854年法国利用木刻字体和木刻版印刷出的海报, 采用了众多的不同字体运用。



画脚协商, 选定字体、装饰花纹、编排方式、尺寸大小, 选择金属的或者木版的装饰图案, 双方协商, 定下方案, 就排版印刷了。所有的布局, 包括字体、装饰纹样、插图等等, 必须从纵横两个方面紧紧地挤压成一个方正的版面, 因此, 早期的海报和商业广告设计, 都具有典型的受技术条件影响而形成的纵横排列方式, 成为早期版面设计的一个基本原则。

版面设计是实用主义的, 整个版面受比较长的单词控制, 短单词为了凑合长单词的尺寸, 就不得不被拉长, 从而产生了扁长的字体。必须强调的单词或句子采用大号 and 粗壮的字体, 以达到醒目的目的。金属与木版字体往往同时兼用, 小字体用金属的, 大字体用木刻的, 没有任何质材上的严格规矩。虽然如此简陋, 但是这个时期依然出现了一些设计水平不错的海报。

木刻活字从1830年开始兴盛, 到了1870年左右就开始衰退了。造成这个衰退的主要原因有两个方面, 其一是彩色石版印刷的发展。彩色石版无论从质量还是从生产的方便来说, 都超过了旧式的活字排版印刷方式, 自然取代了木刻活字印刷。与此同时, 如同马戏团之类走江湖的娱乐业这个时候开始急剧衰落, 一旦娱乐业的海报需求急剧减少, 设计和印刷这类海报的行业也随即衰落, 这种情况, 也是造成木版活字印刷海报衰退的另外一个原因。

### 3. 印刷的革命

自从18世纪中叶, 德国古腾堡在欧洲发明活字印刷术以来, 欧洲的印刷业开始了一场革命, 技术的发展极大地促进了平面设计、字体设计的发展, 是平面设计进入现代化的重要背景。19世纪印刷技术进一步发展, 印刷机械和印刷技术都有很大的进步, 对于印刷业、设计业有很大的促进作用。英国斯坦霍帕爵士 (Lord Stanhope) 开设的印刷厂首先引入了全金属结构的印刷机, 不但省力,



1—12. 1888年设计和印刷出版的海报《润年舞会》，是当时流行的海报设计风格，没有插图，采用字体的编排变化达到突出主题的平面效果。在英国、美国都很流行。



1—13. 1876年美国费城铁路公司的促销海报，与1—12的海报方式是类似的。

提高了印刷效率，同时，这种印刷机的印刷尺寸也比以前大了一倍，因而能够印刷出大尺寸的海报和其他印刷品。虽然这种印刷机还是以手工为动力来源，但是，由于机械部件的改进、金属构件的采用，已大大提高了印刷的效率。

印刷技术革命性的进步，是自弗里得利克·康尼格（Friedrich Koenig）开始的。康尼格是一个德国的印刷工，1804年来到伦敦，向伦敦的印刷业介绍了他设计的一种全新的以蒸气为动力的印刷机。他希望能够得到资助，完成他的这个新的印刷机构想。1807年，他得到了托玛斯·本斯利（Thomas Bensley）的支持，1810年3月，康尼格终于在英国申请到蒸汽印刷机的专利，他在自己的印刷厂利用自己设计和制造的蒸汽印刷机进行试验性印刷，1811年4月份，他首先印刷出第一个样本，是3000页厚的《年度注册目录》（The Annual Register），印刷速度快得惊人，非但旧式的手工印刷机无法匹敌，就连上述斯坦霍柏印刷厂的全金属结构手工印刷机，每小时也只能印250页，而康尼格蒸汽印刷机每小时可印400页，创下当时世界印刷速度的最高记录。

康尼格的蒸汽印刷机基本结构与手工印刷机相仿，但他将动力改为蒸气，并且把手工印刷机用手工上油墨的方式改成滚筒上油墨。这种平版印刷机的字槽放在底下一个平格上，而平面的压纸板和压纸框则是自动的，因而速度较快。康尼格很快又在这个基础上发明出平版滚筒蒸汽印刷机，字版在下面，是平的；印刷压纸滚筒在字版上滚过，每滚一次带入一张纸，在字版上印刷出来。虽然纸张还是用人工喂入，但由于滚筒的应用，速度快得多了。

伦敦《时报》（the Time）的约翰·沃尔特二世（John Walter II）委托康尼格设计和制造一种新的双滚筒蒸汽印刷机，供报社大量印刷使用。这种印刷机的印刷速度达到每小时印刷1100张的水平，印刷的尺寸达到90厘米长（36英寸），56厘米宽（22英寸）。当时工人对于新机械威胁他们的工作和就业非常愤怒，常有捣毁机械的行为，沃尔特因而将机器特别保护起来，防止破坏。1814年11月29日早上，沃尔特来到《时报》报社，宣布：《时报》已经开始用蒸汽机印刷了！这是印刷业一个新纪元的开始。从那时开始，报纸行业率先采用机械印刷新技术，大大提高了印刷的速度和质量。

1815年，威廉·考帕（William Cowper）发明了新的印刷技术，他的改革是把原来平的字版改成弯曲的，因此能够与滚筒更密切吻合接触，并缩短了印



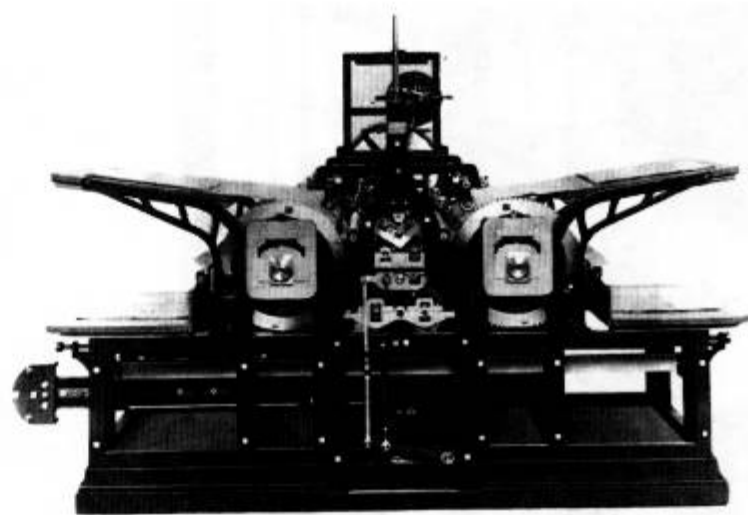
刷所需要的时间，他的改革将印刷速度提高到每小时 2400 张，如果印双面，则每小时可以印刷 1200 张。1827 年，英国《时报》委托考帕和他的合伙人安布罗斯·阿普加斯（Ambrose Applegath）设计制造一种采用他的弯曲面字版的四滚筒的新蒸汽印刷机，这种新机器把印刷量轻而易举地提高到每小时 4000 张双面印张。

当时，欧洲不少国家和美国都掀起了一股创新印刷机器的热潮。手工印刷技术被放弃，转向自动化方向，印刷厂纷纷采用新发明的蒸汽印刷机，考帕和阿普加斯的四滚筒蒸汽印刷机广泛受到欢迎和采用。由于自动化、机械化的发展，印刷的成本大幅度下降，印刷品的尺寸则显著增大。

1830 年前后，印刷业开始进入鼎盛时期，各种印刷品，比如书籍、报纸大量出版。印刷业已经不像以前那样，只是仰赖教会和少数学者的订货，而是面向越来越大的公众市场。技术的发展推动了市场的扩展，印刷为整个社会的发展服务，阅读再不是少数人的奢侈了。

另外一个促进印刷业迅速发展的因素是纸张价格。18 世纪以前，纸张价格很贵，造成印刷品价格高昂，一般人很难买得起。1798 年，法国蒂朵纸厂（the Ditol Paper Mill）的一个青年尼古拉斯·路易斯·罗伯特（Nicolas-Louis Robert）发明了一种新的造纸机器，但是，当时法国正值大革命时期，国内政治局面混乱，政权更迭，因而，他没能把这种机械推进到实用阶段。1801 年，英国人约翰·冈布尔（John Gamble）也设计出类似的新造纸机，并且取得专利（他的新造纸机在英国的专利号是 2487）。这种机器是滚筒式连续抄纸机的前身，无论从造出的纸张的长度、宽度，还是造纸的速度上讲，都是以前任何一种造纸机无法比拟的。1803 年，这种机器在英国的弗洛格摩（Frogmore）地方的造纸厂进入造纸实际运作，纸浆注入一个蒸气槽，抄纸的筛网在传送带上震动，纸浆在传送带上沉淀，源源不断地经过干燥过程，造成了滚筒纸。这个专利后来被亨利·佛德利奈和希里·佛德利奈兄弟（Henry and Sealy Fourdrinier）获得，他们把冈布尔的造纸机加以完善，成为当时最普遍连续式造纸机——佛德利奈造纸机，对大幅度降低纸的价格起到很大的作用。而令人感到莫名其妙的是：他们兄弟却在发展这种机器的过程中破产了。

蒸汽动力印刷机和造纸机的发明及改进，大大降低了印刷成本，使印刷品真正能够服务大众服务社会。这一变化，直接促进了各种平面设计的发展。



1—14. 1914 年发明和生产的第一台蒸汽滚筒印刷机。

#### 4. 排版技术（typography）的机械化

当时，字体的设计与制作基本均是手工操作，手工制字已日渐成为阻碍印刷速度提高的一大障碍。19 世纪中叶以来，不少印刷公司和造字公司都开始设法改进造字技术，以跟上飞速发展的印刷技术。

另一个阻碍印刷速度提高的因素是手工排版。当时一般的印刷厂基本都可以达到每小时印刷 2.5 万页的速度，但由于排版落后，每个字母都要靠人工排上版面，因此大大地影响了出版的速度。由于排版缓慢，当时的报纸最多只能出到 8 版。书籍出版不但周期长，而且价格也相当高昂。要普及资讯，普及文化，促进商业发展，就必须发展新的印刷技术，而首当其冲的就是要解决印刷工艺上的瓶颈——手工排版问题。

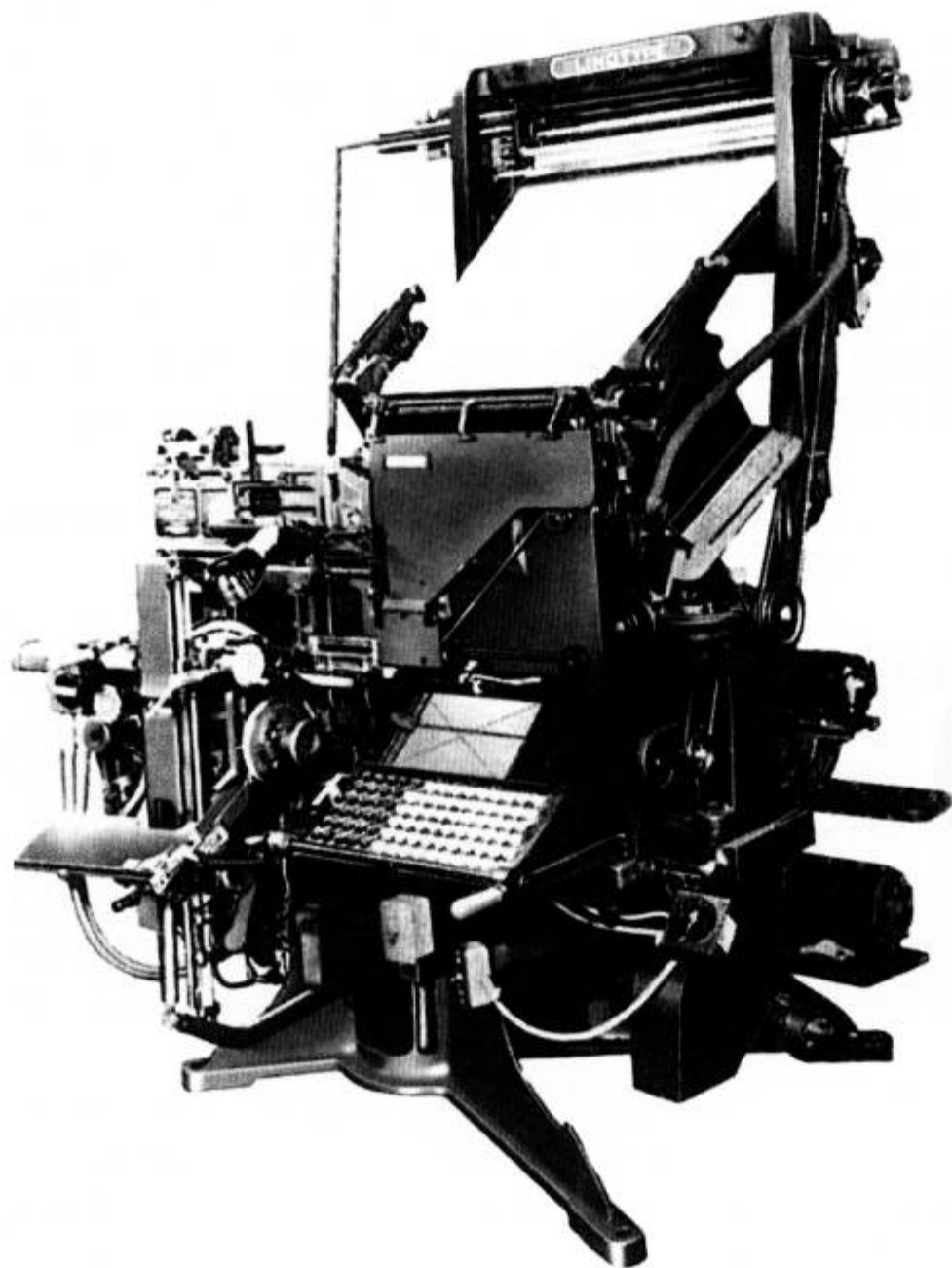
其实，很早就有人开始研究机械排版设备，最早注册的排版机械出现在 1825 年，但是这种机械并没有进入实用阶段的记录。19 世纪末叶，为了提高印刷出版速度，很多企业和个人都在探索新的排版机械，欧美两地之间注册的排版机械多达数百种，数以百万美元计的资金被投入新的自动排版机械的研制。各种机械各有优劣，逐步形成新的排版设备体系，而完成这个重大改革的是德国人奥托·麦坚索勒（Ottmar Mergenthaler 1854—1899）。



1—15. 1886年7月发明的第一台键盘式排版机的成功改变了原来的手工排字的低效率情况，大大促进了印刷事业。

目前所知比较早的，并且进入实用运作的排版机械是1886年由奥托·麦坚索勒发明的排版机（称为 Linotype machine）。麦坚索勒是德国人，在美国的巴尔的摩一家机械工厂工作，他耗费了10多年的时间探索新的排版机械，以改变手工排版的落后局面。1886年7月3日，这个当时才32岁的机械工人在《纽约论坛报》（New York Forum）印刷厂内展示了他设计制作的新排版机。这部机器采用打字键盘方式排字，迅速异常，《纽约论坛报》的主编惠特劳·莱尔德（Whitelaw Reid）看了以后，高度评价这部机器，他对麦坚索勒说：“你到底把这个机器造出来了，一台行式排版机（a line o'type Linotype machine）。”

早期的排版机都是采用机械方法把金属字体排在传统的字版格上，后来出现的一些新方法包括用打字机的方式把字体抽放到字盘上，或者用石版印刷的方法，把字体在金属版上制成浅浮雕式的字版等。奥托·麦坚索勒的发明是采用键盘带动的90个黄铜字型片，其新的方法是利用键盘打字，然后用铅铸造成金属字版，再来印刷，比用原来的字型排列印刷显然要便捷得多，速度要快得多。



1—16. 19世纪90年代出现的第五型键盘排字机是标准的字体编排机械，在19世纪末和20世纪中很长一个时期内都被欧美各国的印刷出版公司广泛使用。



平面设计的几个主要的构成要素之中，除了版面编排，字体，插图，标志设计之外，摄影占有一个非常重要的地位。特别是在当代的平面设计之中，摄影的地位更加是举足轻重的，没有摄影作为基本传达手段，没有摄影成为平面设计的组成部分，当代平面设计的面貌可能完全大相径庭，面目全非了。

摄影的产生并非为了完善平面设计的，它的发明是人力企图捕捉视觉形象的探索过程中的杰出成功，在发明和经过反复的完善之后，摄影逐渐被运用到平面设计之中，从而也逐渐成为平面设计的不可分割的组成部分之一。

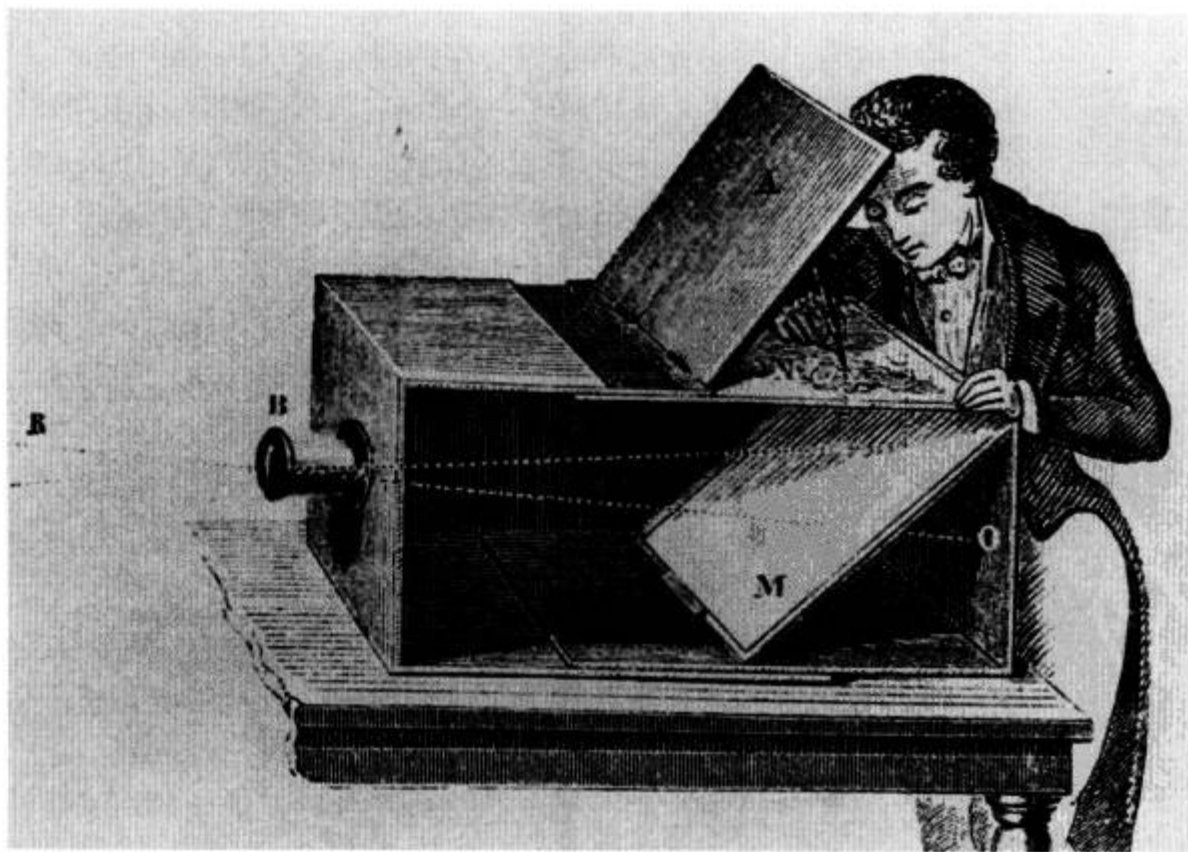
自从18世纪末以来，虽然西方国家的平面设计在字体上、在版面编排上、在排版机械和排版技术上、在插图技巧上都有很大的进步，但是，插图则一直不得不依靠手工绘制，因为直到19世纪初，插图印刷技术除了运用木刻、石版和铜版之外，基本还无利用机械、化学或者更加现代的方法对图像进行处理。腐蚀版技术和石版技术是当时最先进的技术，所有的插图都不得不采用这三种方式运用到印刷上，虽然这三种技法都各有千秋，但是作为迅速传达图像的基本要求，这三种方法都无法达到，手工描绘毕竟是非常缓慢的艺术创作过程，这个技术如果得不到突破，插图在杂志、报纸，特别是新闻报道上的运用依然是无法得到开拓的。看来技术的问题已经成为印刷向新闻报道、报纸运用去的一种障碍了。这种情况直到摄影技术的发明和发展，才得到革命化的改变。

其实，早在古希腊时期，就已经有人企图利用类似摄影的化学过程来捕捉形象。拉丁语称这个过程为“camera obscura”，其意思是“暗房”，或者“暗箱”。最早从事这类试验的是公元前4世纪时的希腊哲学家和科学家亚里斯多德（Aristotle）。从亚里斯多德开始，就有艺术家采用暗箱来绘画，这种暗箱是一个密封的箱子，一头开了一个小孔，利用一个粗糙的镜头把外面的光线引入暗箱，在箱子的另外一边形成外面图形的图像，艺术家们利用这个装置绘出相当准确的图形来。长期以来，这种暗箱一直是很多艺术家采用的重要绘画工具。1665年，有人发明出一个便携式的小暗箱。其最重要的改进，是在暗箱的内部，采用化学材料来感光。通过光化学反应，而将引入的图像固定在一个平面上。这种感光材料的运用，是摄影的最早雏形。

## 1. 摄影的发明

摄影的发明和平面设计的发展是密切相关的。根据记载，18世纪已经有好几个西方人对摄影的发明作出过探索性的贡献，但公认最重要的发明家，大约也是最早完成现代摄影试验的是一位法国发明家约瑟夫·尼波斯（Joseph Niepce 1765—1833）。1820年左右，尼波斯采用了感光材料涂层，通过曝光引起化学变化，从而把影像捕捉在暗箱里的一个平面上，这就是最早的摄影技术。因为如此，他也因此成为摄影技术的奠基人。

尼波斯是一个石版印刷家，他之所以进行新技术的试验，主



2-1. 19世纪初期的试验性照相机。



2-2. 1822年尼伯斯拍摄的第一张肖像照片：红衣主教安布鲁斯。



2-3. 1826年尼伯斯拍摄的第一张户外风景照片，虽然模糊，但是依然可以看见房屋和远景。

要是企图把在大众间广泛流传的一些宗教图画形象，比如基督、圣母等等通过新技术印刷出来。由于尼伯斯本人不会画画，因此，通过透镜成像之后的描绘工作只能依赖儿子依沙多列（Isadore Niepce）进行，他本人完全插不上手。因此，他开始考虑探索一种无需手工描绘的方法。1822年尼伯斯在一个暗箱底部的投影版上涂了一层感光的沥青层，当光线通过透镜照射到这个感光层上时，由于光线的强弱不同而导致感光程度不同，之后经过冲洗等程序，再利用酸液进行腐蚀，制成感光腐蚀版，这是目前有记载的摄影技术的最早应用。尼伯斯称这种技术为“阳光腐蚀”（*hellogravure*，或者为英文的 *sun engraving*）。尼伯斯1822年利用阳光腐蚀摄影方法制作出世界最早的人物摄影：安布鲁斯红衣主教（*Cardinal d'Ambroise*）肖像，这是第一个没有通过人手重新描绘的绘画摄影复制品，开创了摄影技术的先河。

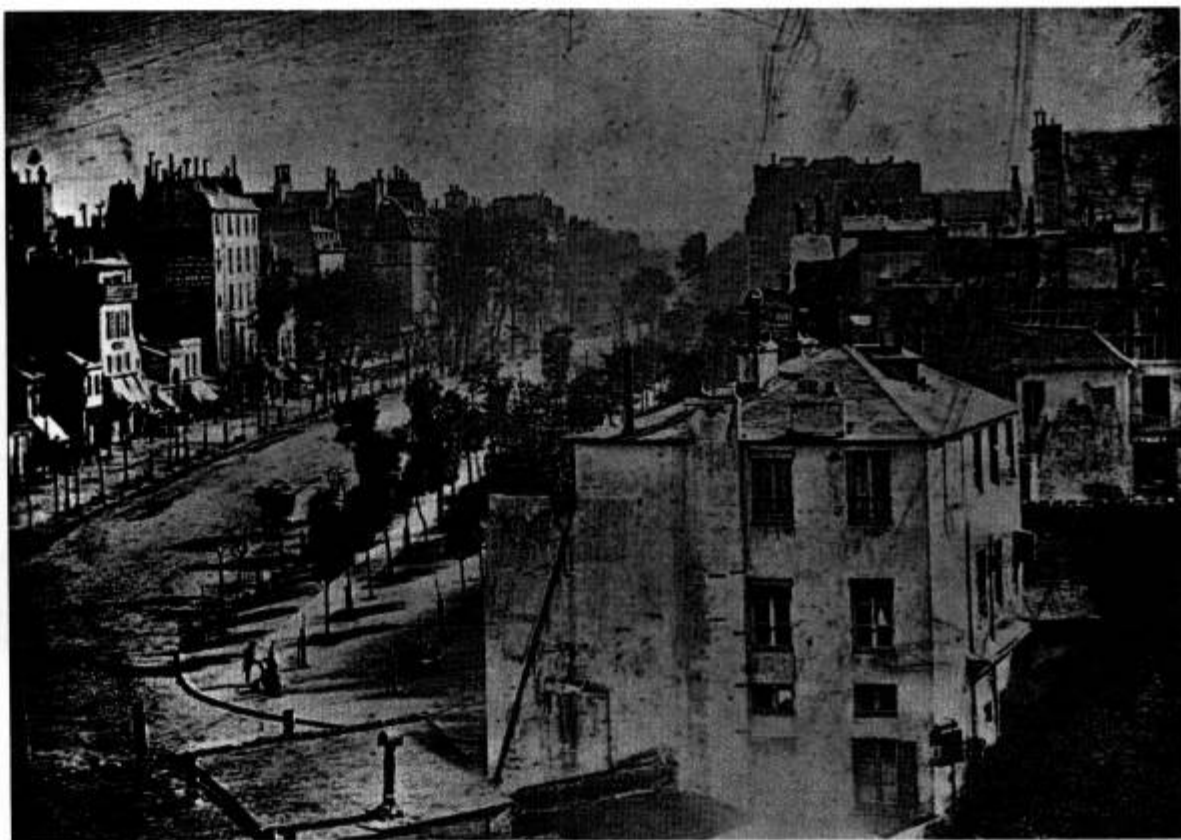
尼伯斯采用的感光底板是锡合金的白蜡版（*Pewter plate*）。1826年，在事前完全不知道试验结果会是什么的情况下，他又做了一个革新尝试，他将暗箱摄影机对准他窗外的街道，进行长时间曝光的试验。然后，把曝过光的白蜡版取出，用熏衣草油（*lavender oil*）重新感光沥青层，再用酸液腐蚀白蜡版，得到的图像令他非常惊喜：那是他窗外街道的模糊影像！可以看到长长的阴影，房屋的轮廓，一棵梨树，一栋谷仓，一座面包房和房顶的烟囱。利用化学感光的方法记录到真实图像，尼伯斯完成了摄影技术的重要试验。虽然图像朦胧不清，但是却是世界上第一张风景摄影。

但是，真正进一步完善了摄影技术，使之进入可以实用阶段的却是一个法国人。就在尼伯斯进行摄影初期的试验的时候，在法国还有一位画家兼演员路易斯·达贵尔（*Louis Jacques M. N. P. Daguerre*，1799—1851）也在做类似的试验，他无意中知道尼伯斯做的与其类似的试验，并且取得初步成功，于是便主动地找尼伯斯合作探索。他们两个人很快就成了莫逆之交和科学试验上的合伙人，他们的共同探索，促进了摄影技术的发展。

1833年，尼伯斯突然因为心肌梗塞而去世，此后，达贵尔就把他没有完成的试验继续进行下去。随后的好几年中间，达贵尔完善了摄影方法，改进了摄影机，他制作出来的图像越来越清晰。他把自己完善后的摄影技术称为“达贵尔版”（*daguerreotype prints*），所采用的设备称为达贵尔摄影机。达贵尔的技术改进的核心，是把原来对光敏感度很差的白蜡版改成比较敏感的银版，将所用的化学感光材料从原来感光水平很差的感光沥青改成碘化合物，通过碘蒸气与银进行的化学反应来形成碘化银层，再利用银版上的碘化银层进行曝光。感光之后，把感光版放在加热的水银盘上，水银蒸气



与感光过的银版部分化合，形成银汞化合层，之后在盐水中把没有感光，或者感光比较少的碘化银冲洗掉，图像中显现出来的部分是经过感光的汞银化合物部分，非常精细和准确。他的这一革新大大地提高了感光水平，缩短感光时间，而感光的精确程度也相应大幅提高。达贵尔为摄影的实用奠定了基础。达贵尔于1839年第一次拍摄了巴黎的一条大道的街景。这张世界最早的银版照片不但清晰地记录了巴黎当时的街头景象，同时还第一次拍摄下一个行人。



2-4. 达贵尔 1839 年拍摄的巴黎街景，是第一张城市风景照片。

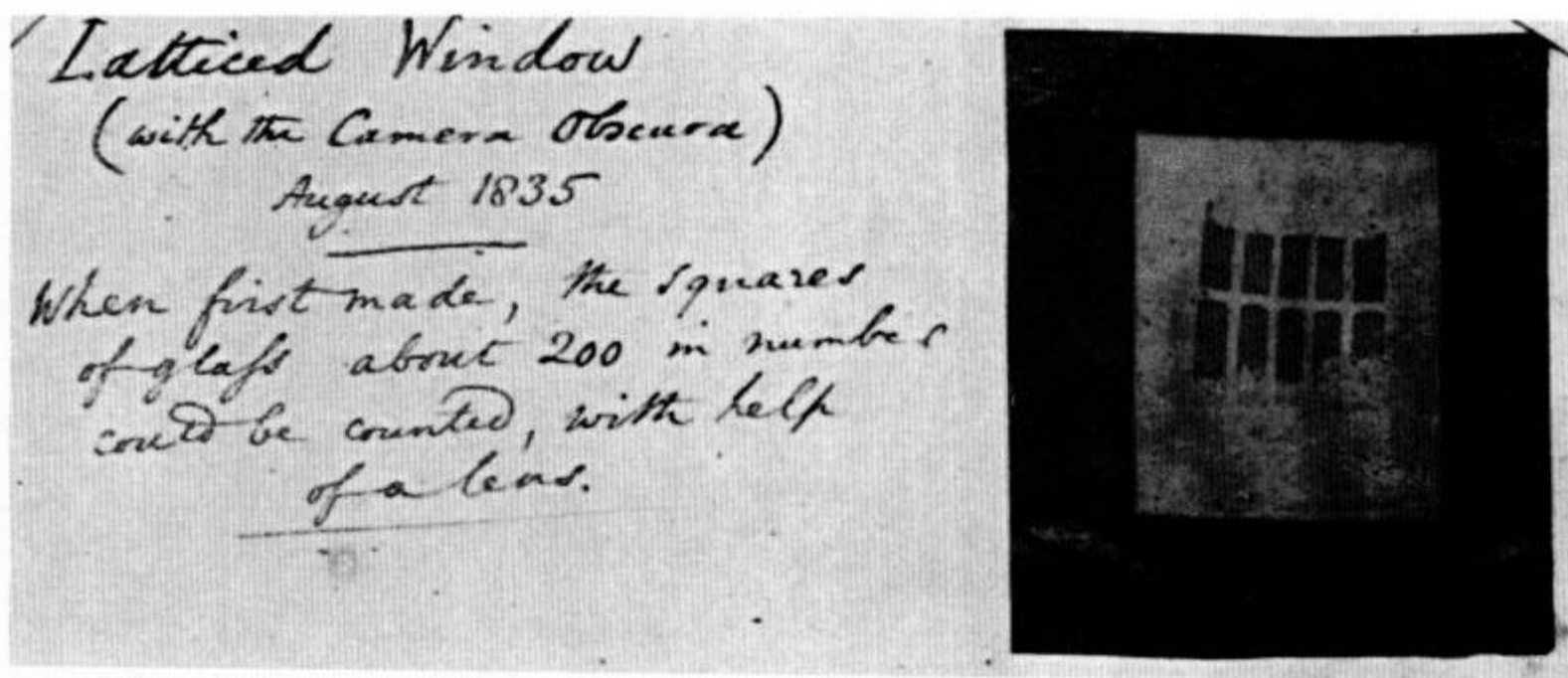
1839年1月7日，达贵尔向法国科学院（French Academy of Sciences）正式呈报他与尼波斯

研究成功的摄影技术，并且附上了他的摄影作品，包括上述的那张巴黎街道景象的照片。科学院的院士们对他呈送来的达贵尔版样品进行了反复的研究，特别是对于他的摄影版产生的图像的精确程度进行了研究，一致对于他的发明给予肯定。当时虽然有很多人认为达贵尔作弊，但是，在法国科学院的坚决支持下，达贵尔的技术得到肯定和推广，因为得到权威的法国科学院肯定，因而厂商对他的技术都非常放心，不少厂商开始投资生产利用他的技术进行摄影的摄影机，一年之后，法国已经一共生产了近50万个达贵尔式摄影机。

达贵尔摄影非常精细，具有素描绘画的细腻感，只要曝光时间准确，得到的摄影效果都相当令人满意。但是，这种摄影技术也有它的局限：这种方法每次只能制作一张图片，并且每次摄影的底板制作都要耗很长时间，冲洗的程序也非常繁杂耗时。这些问题达贵尔并没有能够迅速解决，技术上的细节和缺点，是在日后由其他发明家进一步完善和解决的。

就在达贵尔进行这些探索的同时，英国也有人开始进行类似的试验。其中最早的一位是威廉·亨利·塔波特（William Henry Fox Talbot 1792—1871）。他的贡献导致了现代摄影技术和摄影机械的完善。1833年，塔波特到意大利旅游，他想在美丽的科莫湖（the Lake Como）边画速写，但却为自己拙劣的绘画技巧所困惑，因此产生了利用其他技术记录图像的设计。他对于化学颇有造诣，知道利用化学感光材料达到把图像记录在版面上的技术可能性。他当时认为硝酸银是一种非常理想的感光材料，因此开始尝试利用这种化合物来制造感光材料。当他从意大利回到英国拉克阿倍（Lacock Abbey）的家之后，就开始动手试验。他的试验是把硝酸银涂在纸的表面进行的。他把纸张放在硝酸银溶液中浸透，待干燥后，又浸在感光性更强的氯化银溶液中，再次完全干燥后就成为感光纸了。他把这种感光纸直接压在玻璃版下置于阳光下曝光，感光的部分立即产生变黑的化学反应。感光后，他用盐水或者碘化钾溶液冲洗感光纸表面，把没有感光的深色部分固定下来，这样就形成了他最早的照片。由于这种摄影方法完全没有采用暗箱，没有采用摄影机，因此塔波特称之为“摄影绘画”（photogenic drawings）。这种方法能够产生非常特殊的平面效果，直到现在，一些平面设计师在为达到特殊设计效果时还采用类似的方法，现在这种不用摄影机的摄影成像方法称为“直接摄影成像法”（hotograms）。

塔波特在1835年设计了一种小型摄影机来完成他的曝光试验。他的这架摄影机具有近拍的功能，可以拍摄很细小的物体。比如植物的细节，用肉眼很难观察，他的这部摄影机采用了放大镜头，来



2—5. 1835年塔波特拍摄出的第一张负片，奠定了摄影负片底片的开端。

获得比肉眼看得还要精细的放大画面。他的摄影出来的图像，虽然是黑白反转的负片形象，却达到惊人的准确与精细。他拍摄的花卉细部之精确，的确令人震惊。

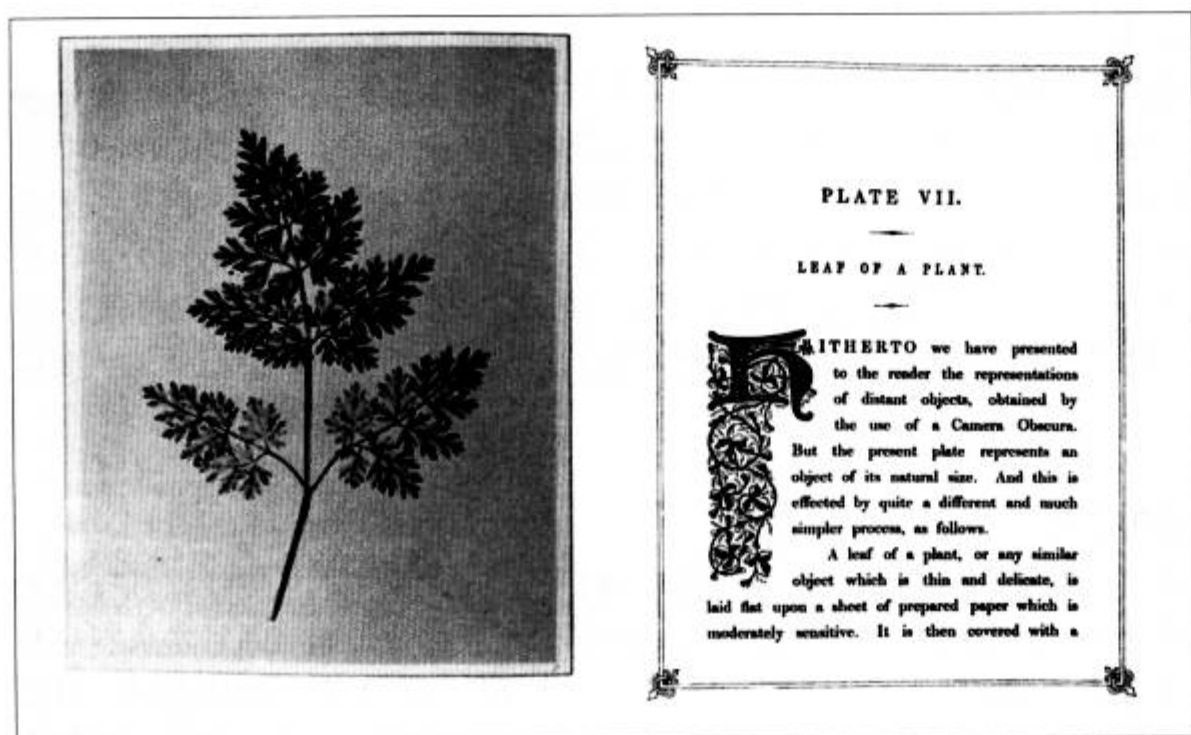
但是，他在取得这些成就之后，并没有认识到他的发明可能具有的商业价值，整整三年，他把这些技术束之高阁，几乎忘记了。但是，法国的达贵尔摄影技术在国际上突如其来的成功和普及，惊醒了塔波特。1839年1月31日，就在达贵尔的技术通过法国科学院震惊世界之后的几天，塔波特把他三年前发明的已经相当完善的摄影技术呈报英国皇家学院（the Royal Society）。这样，在1839年，英国人和法国人同时宣布自己发明了现代摄影技术。

英国杰出的天文学家约翰·赫谢尔爵士（Sir John Herschel, 1792—1871）早在达贵尔和塔波特宣布他们的成就之前，就对他们在摄影技术上的探索和成就非常关注，他不断地了解他们各自的技术特点，并及时发现他们技术上尚不完善的地方。因此，这个科学家就着手进行技术完善的试验。他采用了新的感光化学材料来取代他们两个先驱的旧感光材料。1839年2月1日，赫谢尔爵士与塔波特接触，告诉他自己在材料上的改进。塔波特正对于他摄影得到的图像仅仅是负像非常不安，希望能够找到新的方法，把摄影得到的结果变成正像。在1839年2月内，他在得到赫谢尔帮助的情况下，对自己的摄影技术的进行了进一步的改革，他把原来作为最后摄影结果的负片当作底片，再用底片来印刷一次，得到的是正片，现在摄影上常用的“正片”（positive）和负片（negative）这两个术语，就是那个时候由塔波特创造出来的。这样，虽然要耗费多一次印刷程序，但是，得到的效果则是无法比拟的精确和完满。对于塔波特完成的这个方面，赫谢尔为之正式起名，他利用希腊语 photos graphos，即“光线绘画”这两个字合成一个专用名词，称为“摄影”，即目前全世界通用的“photography”，这个名词现在是所有国家（除汉语以外）对摄影的称谓。

1840年，塔波特发明了更新的感光材料，因此，他的摄影纸的感光水平得到进一步的提高。他的一个重大的突破，是能够把感光以后的底片取出摄影机，再在暗房里冲洗出来，然后制作成正片。他取希腊字“美丽的影像”（kalos typos）而称自己的新方法为卡罗法（Calotype），之后，经过他的朋友的劝说，他把这种方法的名称改为以自己的名字为中心的“塔波法”（Talbotype）。1844年，塔波特出版了自己的著作《自然的笔》（the Pencil of Nature），书中第一次采用了手工贴上去的24张照片作为插图。在这本书的前言中，塔波特强调他要发明的是一种新艺术形式。这本书是采用一页照片，一页说明的方式来解释摄影技术和这种技术在艺术上应用。《自然的笔》是摄影史的一个重大的里程碑。

把塔波特技术拍摄的照片与达贵尔技术拍摄的照片相比较，达贵尔的效果显然更加清晰、准确，原因与达贵尔采用单版的银版有关系。塔波特因为要采用纸张，同时经过负片到正片的几次复印过





2—6. 1844年塔波特的《自然之笔》的一页，这是世界第一本全部采用照片介绍自然科学内容的书籍，改变了旧式插图的方法。

程，清晰程度自然不如一次成像的达贵尔方法。虽然如此，但是，一张底片，或者负片理论上讲可以复制无数张正片，而达贵尔的银版却只有一张图片，因此，从大众化、商业化的角度来说，塔波特方法显然更具有前途和吸引力。当然，由于种种原因，比如商业推广上版权问题，官僚主义问题，早期达贵尔方法的应用比塔波特还要多，但是，达贵尔方法的限度最终还是存在的。

18世纪中期以来，法国开始有人从事发展负片与直接能够形成正片效果的正片感光材料进行新的探索和研究。其中一个重要的人物是约瑟夫·尼伯斯的侄子阿伯·尼伯斯·圣·维克多（Abel Niepce de Saint Victor, 1805—1870）。1850年3月份，阿伯·尼伯斯的进一步发明得到英国人、雕塑家弗里德里克·阿切（Frederick Archer, 1813—1857）的促进。阿切在这个月的英国《化学家》（*Chemist*）杂志上发表了论文，宣布自己已经改进了尼伯斯过程缓慢的曝光化学材料过程，因此使整个摄影的时间缩短。他的方法是把一种感光性很强的液体在摄影时涂在一块玻璃版平面上，临时制成具有快速感光能力的玻璃底片，感光之后在冲洗，利用这个玻璃底片印出照片。他的这个新方法称为“湿版胶棉法”（the wet plate collodion），因为速度快，比较简单，并且价格相当低廉，因此，立即为各国的摄影师采用。他的新曝光过程，比达贵尔和塔波特的方法都要快得多，加上他根本没有去专利自己的发明，因此，到19世纪中期，他的这种方法基本取代了其他的各种方法。

当时摄影还是非常昂贵的，特别是采用塔波特方面，必须从负片再拷贝到正片上，因此，阿切和他的一个朋友P.W.弗莱（P.W.Fry）着手研究比较经济的摄影方法。英国的约翰·赫谢尔爵士曾经注意到如果把一张底片放在黑色的底板上，就会出现类似正片的影像，这个发现，导致一些摄影师干脆把负片放在黑纸上成为成品，这种方法被广泛用来制作肖像摄影，称为“阿波罗肖像”（Ambrotype portraits）。这种方法的发明与采用，使经济不是那么好的大众能够有自己的摄影肖像，这是摄影走向大众化的第一步。

由于为了达到快速的曝光效果，因此，湿版胶棉法成为摄影家的基本方法。但是，准备湿版本身却非常不方便，并且也很费时间。1877年，为了解决湿版带来的不方便，发明了干版，好几个公司几乎是同时地采用胶熔剂涂在底片上，成为胶熔剂感光层的干版。这种方法比湿版方法要方便得多，也经济得多，到1880年，干版方法完全取代了湿版，垄断摄影技术30年之久的湿版摄影终于结束了。

摄影的发展，一方面是感光材料和感光技术的发展，另外一方面则是摄影机械的发展。19世纪末叶，摄影技术得到很大的发展，但是，虽然感光材料不断进步，照相机的体积依然非常庞大，并且造价极为高昂，摄影机械的这些问题，是使得摄影难以普及的一个主要原因。摄影的发展，显然还依赖于摄影机械的发展，必须研究、发明和推广小型的照相机，以取代当时摄影用的庞然大物。摄

影机的发明，是美国人的贡献。

最早从事小型照相机设计和研究的是美国摄影干版底片生产厂家的老板乔治·伊斯曼 (George Eastman, 1854—1932)。他在19世纪80年代开始着手从事照相机的设计探索，终于在1888年发明了世界上第一部小型照相机。这种小型摄影机价格低廉，使用方便，采用他生产的干底片，因此立即造成普及。伊斯曼成立了自己的公司——伊斯曼·柯达 (Eastman Kodak Company) 公司，从发明能够为大众接受的照相机入手，从而导致了胶卷的普及，柯达公司很快成为世界最重要的摄影器材生产企业。而摄影也因为他的发明而成为大众的新娱乐形式，成为新闻、印刷行业的重要运作手段。

## 2. 摄影技术在印刷上的应用

1840年左右，木刻开始作为印刷插图的方式之一，越来越普遍。木刻主要的使用领域是日益增多的广告海报。木刻之所以能够如此普及，是木刻版能够与排好的字版结合自如，而且木头容易利用简单的方法，比如削、刻等方法来改变形状。因此，一旦与印刷字体版有不吻合的地方时，只要有刀削切，就能够达到吻合的效果，这是铜版和其他的金属版却难以达到的，因为金属版的版型小修改都必须采用比较复杂的机械操作进行，因此难以简单方法达到吻合的目的，所以，木刻插图版在印刷上大行其道，在19世纪中叶流行一时。无论是书籍、杂志，还是海报、广告等等，都使用木刻作插图。

但是，木刻本身的制作却非常昂贵，因为整个插图必须要雇用艺术家一刀一刀地刻制而成，这个开支，成为出版社和印刷商非常头疼的问题。因而，一旦听说尼伯斯发明了新的记录图像的方法——摄影，不少出版商和印刷商都开始探索采用这种相对比较廉价的插图方法。这就是摄影在印刷上广泛使用的重要背景。但是，由于专利法和版权法当时并不严格，一旦有人有所突破，很快就会被其他人抄袭，这种侵犯版权和发明专利的状况，妨碍了摄影在印刷上的普及进程。

纽约发明家约翰·莫斯 (John Calvin Moss) 在1871年开始尝试用摄影于印刷制版，他设法利用摄影技术在金属版上以线条方式制成绘画式的插图，然后把这块版拼到文字版上，从而取代了原来的木刻插图版。莫斯把照相底片通过自己发明的摄影机，照射到一块涂有敏感的感光材料的金属版上，通过感光，然后定影，腐蚀，得到正片式的金属腐蚀画面，就是需要的插图。这种方法比木刻显然快得多，并且经济得多，他的发明，为现代摄影制版奠定了重要的基础。因为这个方法制作出来的插图非常真实，并且有一种钢笔画或者腐蚀版画的特殊效果，因此受到广泛欢迎。为了对同行对手保密，莫斯只把这个方法教给自己的夫人和两个忠心的雇员，其他本厂的职工都秘而不

### THE KODAK CAMERA



Makes 100 Instantaneous Pictures by simply pressing a button. Anybody can use it who can wind a watch. No focusing. No tripod. Rapid Rectilinear Lens. Photographs moving objects. Can be used indoors.

Division of Labor—Operator can finish his own pictures, or send them to the factory to be finished.

Morocco covered Camera, in handsome sole-leather case, loaded for 100 pictures.

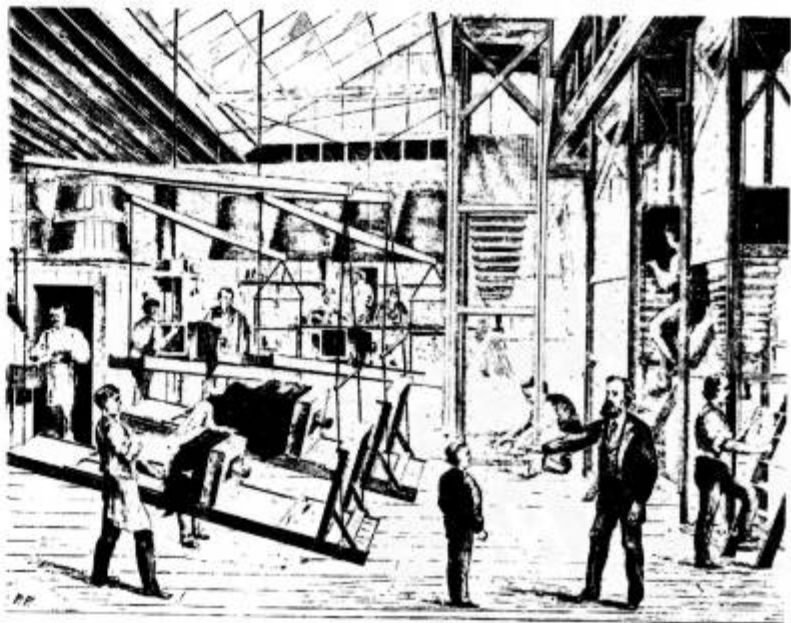
For full description of "Kodak" see SCI. AM., Sept. 15, '88.

Price, \$25.00. Reloading, \$2.00.

The Eastman Dry Plate & Film Co.

Rochester, N. Y. 115 Oxford St., London.

Send for copy of Kodak Primer with Kodak Photograph.



2-7. 1889年柯达公司的照相机广告。这是最早的便携式照相机的雏形。

2-8. 1877年《科学美国人》中介绍莫斯大型摄影机的一页。



宣。他利用这种方法制作出来的照片版，再经过手工修饰，达到很高的艺术品味。

步约翰·莫斯之后，法国人费明·吉洛特（*Firmin Gillot*）也进行了类似的试验。他创造的方面称为“吉洛特版法”（*Gillotage method*），与莫斯的方法很相似。1875年，他的儿子查尔斯·吉洛特（*Charles Gillot*）在巴黎开设了法国第一家照相制版公司。

在照相制版技术普及以前，摄影基本是一种科学试验，一旦技术普及以后，很多艺术家开始尝试利用摄影为依据，把底片作为版画的蓝本，比如以底片为蓝本，制作木刻，不但准确，同时也有很特殊的艺术韵味。现存的最早利用摄影为蓝本而制作木刻的例子之一为《里什蒙运河边上的自由人》（*Freemen on the Canal Bank at Richmond*）。这张作品是摄影家马修·布莱迪（*Mathew Brady*）拍摄的一张黑人家庭的照片，拍摄时间大约是1865年，之后，木刻家约翰·麦克多纳（*John Macdonald*）利用这张照片为蓝本，制作出精细的木刻画来，不但写实准确，同时也有一种前所未有的特殊韵味，成为一张杰出的艺术作品。



2—9. 玛修·布莱迪1865年拍摄的“里什蒙河边上的自由人”照片和利用这张照片改成金属腐蚀版画。这是当时利用摄影作书籍插图的方法之一。

莫斯和吉洛特的技术当时是高度保密的，因此，虽然已经发明了摄影制版技术，但是这个技术还没有得到广泛的推广和使用。因此，很多出版商都聘用艺术家采用麦克多纳的方法，利用摄影照片为蓝本制作木刻插图，这个风气流行了相当一个时期。比如斯克利伯纳杂志（*Scribner's*）出版的《斯克利伯纳大众美国史》（*Scribner's Popular History of the United States*）就是采用这种方法制作了大量的插图的。

除了莫斯和吉洛特以外，其他的不少人也都在这个时期探索摄影制版的新插图方式，以降低插图成本和提高制作印刷版面的速度，其中也包括了塔波特等人。他们的探索，都为摄影制版提供了非常重要的贡献。1880年3月4日，美国的《纽约每日图画报》（*New York Daily Graphic*）第一次以摄影制版的方法刊载了摄影照片，照片是一个城镇的风景，叫《尚地镇的风景》（*a Scenen in Shantytown*）。这张照片采用史蒂芬·霍根（*Stephen H. Horgan*）发明的丝网制版。方法是把摄影照片底片通过丝网照射，丝网把照片分成许多非常细小的格子，格子的黑白明暗各不相同，这些格子被照射到涂有感光材料的底板上，通过曝光，制成金属印刷版，因此，第一次出现了网点的报纸新闻照片。

新闻照片印刷的方法探索因为方便、快捷，因而有更多人进行试验。1885年，弗里德利克·依佛斯（*Frederick E. Ives*）发明了采用纵横线版的网格制版技术。纵横线交叉形成很多小方格，这些方格在摄影制版时形成大小、黑白程度不同的点，组成图像。1893年，马科斯·里维和路易斯·里维兄弟（*Max and Louis Levy*）进一步发明了利用这种纵横格方法制作玻璃丝网版的技术。方法是利用防腐蚀的丝网，通过曝光，然后利用酸液腐蚀玻璃版，这样制作出来的照相版非常精细。

与此同时，开始有人进行摄影的彩色印刷试验。最早的试验大约是由法国杂志《插图》（*L'illus-*



2-10. 法国著名的画家杜米埃的漫画“纳达在巴黎上空拍照”。显示这个早期的摄影师在热气球上拍摄巴黎的全景情况。

tration) 1881年圣诞节专刊上登载的。采用机械分色,其实人工成分很大,因此彩色摄影印刷当时一方面是耗费大,另一方面效果也并不理想。直到19世纪末期,这方面的技术依然还是非常落后的。

虽然整个19世纪下半叶,都有大量的人从事印刷的摄影制版探索与试验,但是整个技术可以说还是不完美的。但是,由于摄影的价格低廉,速度快,因此,无论技术是否成熟,越来越多的印刷厂家都开始采用这个技术来制版,特别是制作插图版面,这个趋势,直接造成大量仍依附于印刷工厂的手工插图艺人的失业。作为一个职业,手工木刻插图制作在19世纪末基本消失了。这是工业发展对手工艺造成的非常残酷的,但也是不可逆转的结果。

### 3. 摄影作为一种新媒介的地位确定

除了印刷业急需摄影作为新的制版技术以外,19世纪下半叶的西方艺术家们也都急于利用这种新技术作为艺术创作的新媒介。其中一个重要的发展趋向,就是开始有越来越强的市场要求,转以前利用油画方式描绘名人肖像为采用摄影拍摄名人肖像。早在1843年,苏格兰的一个画家戴维·希尔(David

Octavius Hill, 1802—1870)与摄影师罗伯特·亚当逊(Robert Adamson, 1821—1848)合作,制作苏格兰新教会474个新长老的肖像。如此众多的肖像,如果采用传统的油画方法制作,必然是旷日持久的、耗费巨大的工作,而他们采用了摄影技术,特别是注意到古典油画,特别是伦勃朗式肖像的光线处理,加上以传统肖像背景的风景格局拍摄风景作为摄影肖像的背景,从而制作出一系列具有很高艺术水平的肖像摄影来,为摄影作为一种新的艺术媒介奠定了重要的基础。

另外一个采用摄影作为艺术创作媒介的是英国的朱利亚·玛格丽特·卡麦隆(Julia Margaret Cameron, 1815—1879),1864年到1874年期间,她利用摄影为工具,拍摄了一批具有很高艺术水平的肖像作品。在灯光或者光线处理上,往往采用一个主要光源,因而与古典肖像绘画非常相似。而精心处理的黑白效果,有很高的素描水平。她虽然是一个英国政府官员的妻子,一个典型的家庭妇女,但是,她的作品显示出杰出的摄影天才和艺术品味。直到今日,她的作品依然被视为最优秀的肖像摄影作品之一,在摄影艺术史上具有自己独特的地位。

法国人F.纳达(F.T. Nadar)在把摄影变成一种新的艺术媒介上也起到重要的促进作用。纳达是一个自由撰稿作家,1850年代开始,他为结婚而开始找寻更加丰裕的生活来源,因此转向方兴未艾的摄影技术。他拍摄了大量当时杰出的艺术家、作家和其他知识分子的肖像,因为他的文化背景,因此,他的作品都具有比较高的艺术品味。比如他在1859年拍摄的知名女演员莎拉·伯恩哈特(Sarah Bernhardt)肖像,无论在光线的处理,还是在神态的捕捉上,都具有很高的水准。

1858年,纳达第一次乘热气球上天拍摄。之后一段时间内,他热衷于气球摄影,他定造的气球最大的可以容纳他的工作室和摄影暗房。他是最早在巴黎上空拍摄城市景象的摄影家,照片记录了1850年前后的巴黎。因此,他也就成为航空摄影的奠基人。但是,当他第三次升空拍摄时,气球出了故障,他因而双腿折断,从此就放弃了气球摄影。

纳达是第一个采用人造灯光来摄影的。他利用煤气灯照明,拍摄巴黎的墓地和下水道。1886年,他与儿子保罗·纳达(Paul Nadar)合作,做了世界上第一次的摄影采访。他利用21张现场拍摄的照片,完整地记录了他访问百岁科学家玛利·切福流(Marie Eugene Chevreul)的过程。通过照片,观众可以看见采访过程,以及切福流生动的讲话表情。这个访问过程和照片在这一年的法国刊物《插图杂志》(Le Journal Illustré)上发表。

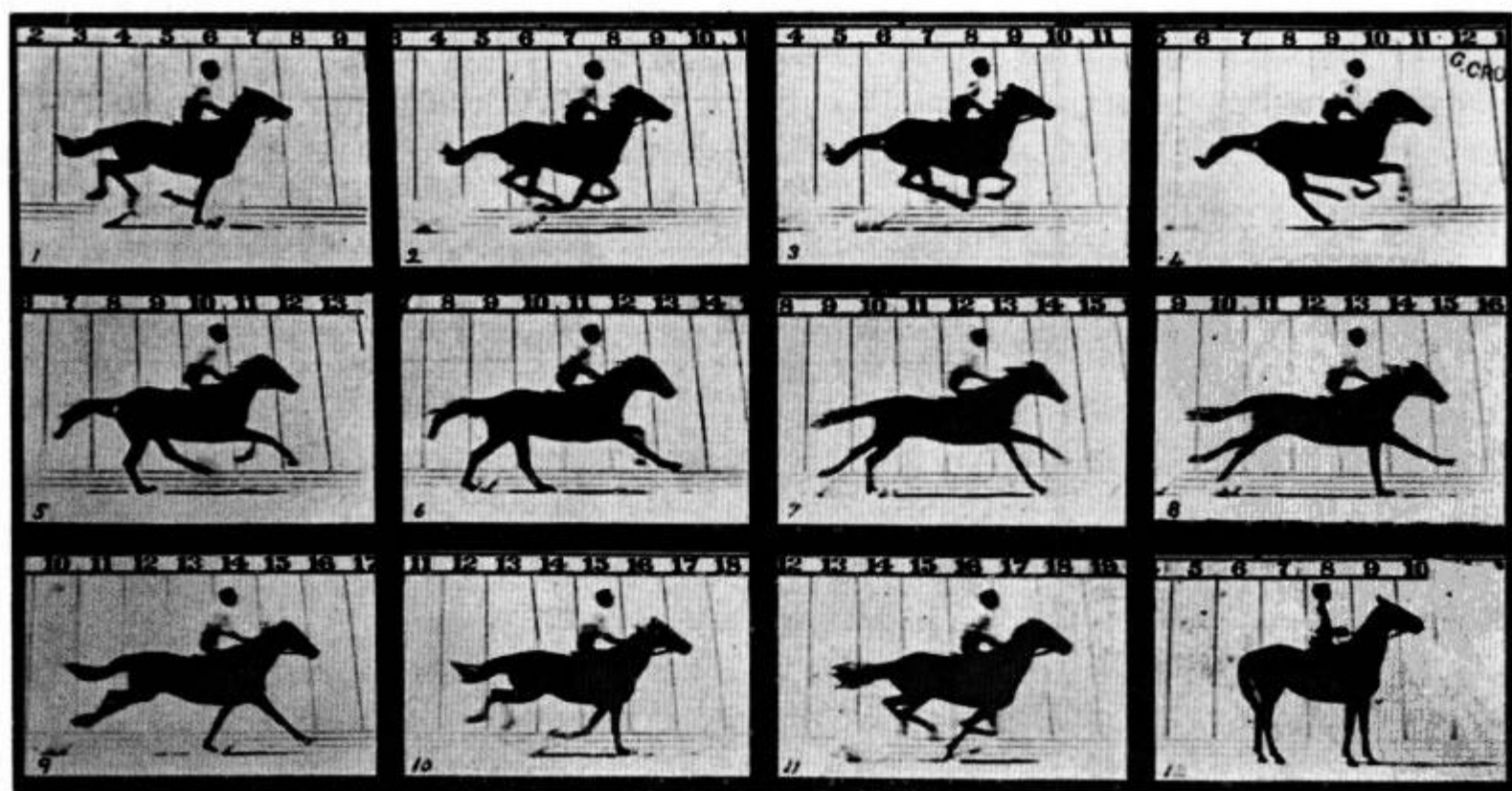


摄影记录历史事件的潜力，日益受到重视，在美国也出现了记录性摄影的先驱。纽约的一个摄影家马休·布莱迪（Mathew Brady，1823—1896）就是最早采用摄影来记录美国重大历史事件的一个。他在1861年爆发的美国内战（南北战争，1861—1864年）期间，带着他的摄影机，活跃在战场上。美国总统林肯给他一个特别手谕，批准他在战线上进行实地拍摄。布莱迪是一个非常富裕的摄影家，他投资10万美元，聘用了相当一批杰出的摄影师为他在内战的各条战线上拍摄所有他们能够拍摄的战争场面和与战争有关的内容。这些摄影家包括亚历山大·加德纳（Alexander Gardner，1821—1882），提莫西·奥苏里文（Timoth O'Sullivan，1840—1882）等。他还制作了一个摄影马车，把整个工作室放到车上，因此，他拍摄到非常完整的内战过程和场面。他的作品第一次向美国公众展示了战争的实况和战争的残酷性。由于他的这一大批照片，美国公众对于内战有一个比较真实的了解，同时也改变了不少人对于战争的看法。这些战场速写和根据他的这一大批照片所作的木刻画，使美国人民对于整个战争进程有更清楚的了解。

美国内战以后，摄影在美国成为记录历史事件，记录重大事件的非常重要的手段。特别是美国继续开拓西部，其过程和发展大部分都是通过摄影传达给全国公众的。美国政府聘用了一些摄影师，包括提莫西·奥苏里文等人，专门从事拍摄联邦政府的西进过程。从1867年到1869年，奥苏里文跟随美国联邦政府的一个地理考察团在荒无人烟的内华达州西进，拍摄了大量的照片，当他回到美国东部之后，他筹备了西进探险的摄影展览，在报刊杂志发表了其中一些照片，美国人民对于辽阔的西部感到震惊和兴奋，因而刺激了东部人大规模西进移民。这是摄影造成的重大社会效应。

美国西海岸也出现了自己的摄影家，在旧金山从事摄影工作的摄影家爱德华·穆布里其（Edward Muybridge，1830—1904）曾经大量拍摄美国西部风光，包括加利福尼亚州风景雄伟的约塞米蒂国家公园，以及阿拉斯加的冰川雪山。一个美国企业家，中央太平洋铁路公司（the Central Pacific Railway）的老板里蓝·斯坦福（Leland Stanford）对于马在奔驰的时候是否会四脚离地感到兴趣，因此出资请他拍摄一系列连续照片，探讨这个问题，并设计了一个由24个独立照相机组成的连续摄影设备，每个照相机的快门由马跑过的路径上的细线开启，背景是白色的幕布，他利用这个设备，拍摄到连续的马奔驰镜头。这种连续的摄影，奠定了电影摄影的基础。

19世纪在摄影技术，摄影设备和摄影材料方面的探索，为20世纪的平面设计开创了一个崭新的天地，创造了广泛的可能性，促进了现代平面设计的发展。



2—11.1878年法国摄影师穆布里奇拍摄的奔跑中的马的连续照片系列。对于科学和艺术来说，他的这种连续摄影方法起到很大的促进作用。

## 引言

亚历山大利娜·维多利亚 (Alexandrina Victoria of the House of Hanover, 1819—1901) 是英国执政时间最长的女皇，她于1819年5月24日生于英国伦敦的肯辛特宫 (Kensington Palace)。她的父亲肯特公爵是英国国王乔治三世的第四个儿子。母亲是德国公主。维多利亚在19岁时，因为伯父威廉四世去世而被加冕成为英国国王。1838年6月28日在威斯特敏斯特大教堂举行了她的登基仪式，开始了她漫长的在位时期。

维多利亚女王第一任首相是持自由派立场的墨尔本爵士 (Lord Melbourne)。爵士在很大程度上是担任了这个年轻的女王的父亲和秘书的角色。墨尔本爵士最大的工作是教育女王，特别是通过教育使她认识和了解政治和政府的运作。通过相当一段时间的教育，维多利亚成为英国历史上最能干的君主之一，对于政治问题的处理非常娴熟，而且反过来指导她的大臣。

维多利亚1840年与表兄阿尔伯特亲王 (Prince Albert of Saxe-Coburg-Gotha) 结婚。阿尔伯特喜欢艺术、设计、音乐和文学，并且非常注重家庭生活，对于政治兴趣甚微。虽然女王坚持要给亲王一些政治头衔，但是英国国会却始终不同意。这样一来，阿尔伯特亲王就有更多的时间从事他所热衷的艺术活动，同时也更多地投身于家庭生活。因此，他们的婚姻是相当完美的。他们一共生了9个孩子。维多利亚是一个非常强的君主，她亲自决定孩子的婚姻大事，通过婚姻关系，她使她的大女儿最终成为德国女王并成了德国皇帝威廉二世的母亲，也是俄国最后一任沙皇的祖母。她通过这种婚姻关系把自己的9个子女与欧洲主要的皇室联系上，到19世纪末，维多利亚与基本所有的主要欧洲皇室都有密切的姻缘关系，因此被称为“欧洲的祖母” (grand mother of Europe)。

阿尔伯特亲王于1861年突然去世，维多利亚悲痛欲绝，因此完全退隐。虽然她依然是英国的君王，但是却基本避开伦敦的社会活动和大部分政治活动，她在苏格兰的巴尔莫拉城堡 (Balmoral Castle in Scotland)、怀特岛湖畔的奥斯本堡 (Osborne House on the Isle of Wight) 和温莎宫 (Windsor) 中度过余年。

维多利亚早期受到墨尔本公爵的自由派立场影响，政治上倾向自由派的辉格党 (Whigs) 立场。但是，自由党中某些人，比如外交大臣帕莫斯顿爵士 (Lord Palmerston) 等人的过激的政治立场使她感到反感，因而逐步转变自由派立场，趋向保守。她强迫帕莫斯顿辞职退位。保守派的托利党 (Tories) 成员本杰明·迪斯莱利 (Benjamin Disraeli) 就任首相，维多利亚对于他的政治立场和为人非常欣赏，因此，基本上转变支持托利党的主张。而与迪斯莱利的政治对手、自由派的威廉·格拉斯顿 (William Gladstone) 一直无法协调。

维多利亚时期，是英国国力达到登峰造极地步的时期，殖民主义扩张在远东持续发展。维多利亚登基不久，就由她的大臣策划，对中国发动了鸦片战争，打开了对中国贸易的门户，取得在中国的一系列权力；英国继续巩固对马来西亚、新加坡等地的控制，并且在强占了中国的香港之后，接连不断地对中国施加军事压力，又强占了九龙和新界，在中国的“通商口岸”中划出英国的租界。1875年，英国通过军事行动征服和控制了苏伊士运河，维多利亚的国际地位立即上升，1876年，她成为英国殖民地的印度女皇。1880年，迪斯莱利下台，对于女王来说是非常大的打击。以后的两任首相是罗伯特·萨里斯伯利爵士 (Lord Robert Salisbury) 和约瑟夫·张伯伦 (Joseph Chamberlain)。他们虽然政绩平平，但是英帝国却依然处在全盛时期。

维多利亚女王在丈夫去世之后自困于温莎宫，成为传奇人物，被称为“温莎宫的寡妇” (The widow of Windsor)。她虽然退隐，但是却没有退位，她依然控制着英国的政治事务，与国会保持密切关系。维多利亚并不是一个非常聪明或者极为能干的妇女。她的成绩主要在于她幸运地不断得到非常干练和成功的内阁协助和支持。维多利亚从1837年登基，成为英国和爱尔兰君主，是英国历史上在位最长的帝王之一。她在位时间长达三分之二世纪，这个时期，称为“维多利亚时期” (the



Victoria Era)。这是英国历史享有长期和平的时期，也是工业技术迅速发展、都市化急剧扩展、文化艺术繁荣的时期。这个时期英国社会的道德观念、宗教信仰、社会的乐观主义也得到相应的大幅度提高。人民对于国家的前途充满了希望，当时一句流行的话是：“上帝在天堂，世上一切平安”。她成为当时和平和幸福的象征，虽然英国政府更迭，而她依然健在，君临朝政。在她统治的时期，英国工业、经济发达，文学艺术发展。

由于生活安定，物质日益丰裕，经济高速发展，因此人们对于艺术、审美的要求也日益增高。维多利亚时代是对美学价值的探索，对新形式、新艺术的研究和追求的时代。由于探索的方向各各不同，因此，维多利亚时代的设计风格一方面表现出复杂的矛盾和折衷倾向，同时也体现出由于物质丰裕而造成的繁琐装饰化趋向。

维多利亚时期在设计风格上一个最显著的特点是推崇和流行中世纪哥德风格。在这种流行风格的后面，是当时一些知识分子对于中世纪，特别是哥德时期的道德、宗教虔诚的崇拜和向往。推动这种风格的一个非常重要的人物是英国建筑家普京（A.W.N. Pugin, 1812—1852）。他的重要设计是英国国会大厦的室内和细部装饰设计，充分体现了当时流行的哥德复兴风格。普京对于哥德时期的道德和虔诚是顶礼膜拜的，他虽然反复强调，他之所以设计哥德式的室内、家具和其他用品，并不是为了“风格”，而只是为了复兴哥德时期的精神。但是，不可辩驳的是他的这些设计，确实实实在在地推动了哥德风格在英国的普及与流行。

维多利亚时期在绘画上也有自己的特点，英国绘画此时出现了叙述性、故事性、浪漫主义和富于装饰性的特点，题材上也出现了以中世纪为中心，以古典神话为中心的倾向。其中比较早的代表人物是画家路易斯·普朗（Louis Prang, 1824—1909）。他接受顾客委托的绘画，发挥了浪漫主义和中世纪装饰的特点，对于维多利亚时期的绘画具有一定的影响。在他之后，出现了新一代艺术家，他们怀念中世纪的浪漫情调，力图以这种情调来与工业化抗争，他们形成了一个新的派别，称为拉菲尔前派（Pre-Raphaelite Brotherhood）。关于这个画派的背景和内容，将在下一章《工艺美术运动》中讨论。

追求中世纪浪漫主义风格和情调的主要设计家中，比较早的代表人物有欧文·琼斯（Owen Johns, 1809—1874）。为了掌握他认为真实的艺术和设计风格，琼斯曾经花费了相当多的时间在西班牙、近东地区、中东地区进行考察，对于伊斯兰艺术进行了非常系统的研究。他对于北非摩尔人的艺术和装饰最为钟爱。在西班牙，他对格拉纳达地区摩尔人修建的美伦美免的阿尔汉布拉宫殿进行了详细的考察和研究，这个研究使他对于北非伊斯兰教文化和艺术的特征有非常深刻的认识，1842—1845年出版了自己的著作《阿尔汉布拉宫的规划、布局、局部和细部》（Plans, Elevations, Sections, and Details of the Alhambra）。经过几年的深入探索，他于1856年出版了自己最具有世界影响的著作《装饰的语法》（The Grammar of Ornament）。这本著作集中了大量他收集的中近东和西班牙艺术和装饰的材料，有相当数目的彩色插图，为当时的设计师、建筑家提供了第一本可以依赖的有关非西方艺术和设计的资料手册，在维多利亚时期成为大量设计家、建筑家必备的工具书。伊斯兰教文化和艺术、装饰具有相当部分的繁琐特点，通过琼斯的这本书引入西方，因此，维多利亚时期装饰上具有的繁琐特征，特别是建筑与家具的木构件上非常繁复的所谓“姜饼装饰”（ginger bread wood work），就是从这里开始的。这种繁杂的装饰纹样不但出现在建筑、家具、家庭用品的装饰上，也同时出现在维多利亚时期的书籍设计、印刷设计上，特别是版面的边缘装饰，大量出现了繁琐的图案。

1850年前后，“维多利亚”这个词开始被用来形容这个时期的一种美学价值和风格。进而被用来形容这个时期的精神、问题特征。

1849年，维多利亚女王的丈夫阿尔伯特亲王提出要组织一个世界博览会，来展示维多利亚时期的伟大成就，特别是自从工业革命以来，西方各国取得的巨大进步。这个博览会于1851年开幕，即著名的伦敦世界博览会，这是世界上第一次举办的大规模国际展览，是世界最大的盛事。参加展览的单位和个人达1.3万个，而前来伦敦海德公园的“水晶宫”（the Crystal Palace）参观的人数



3-1. 1844年一本英国书籍的扉页,是典型的维多利亚平面设计风格。

达到 600 万人,完全是空前的壮举。

这次展览通常被称为“水晶宫展览”,原因是展览是在建筑家约瑟夫·帕克斯顿(Sir Joseph Paxton, 1801—1865)设计的完全由玻璃和钢材建成的、面积为 80 万平方英尺的巨大展览建筑“水晶宫”中举行的。这个建筑本身,就是工业革命的新宣言。新的建筑材料和新的建筑方法采用,显示了工业化的巨大潜力和灿烂的前景。

维多利亚时期是富裕的发展时期,设计上的矫揉造作、繁琐装饰、异国风气占了非常重要的地位。无论是从建筑与室内设计上,还是从产品设计上,乃至平面设计上,都弥漫了这种风格,这种风格的流行,是资本主义发展初期,在长期和平和繁荣发展的前途下不可避免的现象。而日后的不少设计运动,包括英国的“工艺美术”运动和席卷欧美的“新美术”运动,其产生的原因之一就是要与这种繁琐装饰风抗争。

## 1. 石版印刷的发展

石版印刷,或者石印的英文原文是“lithography”,这个字来源于古希腊文的“石头印刷”,基本是古希腊文的直译。这种技术是德国人阿罗斯·森尼非德(Aloys Sennefelder 1771—1834)于 1796 年在德国的巴伐利亚省(Bavaria)首先发明的。森尼非德是一个作家,他试验利用石头或者金属进行腐蚀制作印刷版面,来印刷自己的戏剧作品。有一天,他的母亲要他写一张洗衣清单,正好家里没有纸了,他就拿了一支油性的笔在一块光滑的印刷石头表面记录下洗衣清单。突然间,他醒悟起:可以腐蚀这石头表面,有油性层的地方不会被腐蚀,而没有的油性层覆盖的地方则会被腐蚀,这样不就可以制成印刷的版面了吗?他立即开始着手进行一系列的试验,结果是发明了石版印刷的技术。这种技术的印刷部分既不是凸起,也不凹陷,印刷的部分是附着在光滑的石头表面上,因此,能够体现出非常细微的变化,印刷的效果非常好。

石版印刷的原理是建立在油水不容的简单原则上。原作首先以油性的笔画在光滑的石头平面上,这种笔可以是油性蜡笔、油性铅笔或者其他的油性笔。之后把水淋在这个石头表面上,所有的部分都被水浸湿了,除了油性笔画过的部分以外。之后,用油性油墨涂在石版表面,有油性笔画过的部分就沾上浓淡不等的油墨,而只有水覆盖的部分则没有油墨,再把纸压在上面印刷,得到非常细腻的印刷效果。早在 1800 年前后,阿罗斯·森尼非德就开始进行彩色石版印刷的试验了。他探索采用色彩的石版印刷方法,1819 年,他初步掌握了彩色石印方法,他预言有一天彩色石印技术可以完善到印刷绘画的地步。

德国人在石版印刷,特别是在彩色石版技术的探索中是先驱,在他们成功地走出第一步以后,法国人也开始紧接着进行试验和应用。法国的一个画家,也是印刷技师戈德弗罗依·恩格尔曼(Godefroy Engelmann)于 1837 年完成了比较完善的彩色石版(chromolithographie)的技术。他采用的方法是用一块石版印刷黑白版,另外的套色是用不同的石版加上去的,以多块石版组成彩色印刷效果,应该说是法国人在德国人的探索基础上发展的成果。

## 2. 波士顿彩色石版印刷学派(The Boston school of chromolithography)

美国的彩色石版印刷源起波士顿。在这个美国东北部的城市中,有好几个人参与石版印刷,特别是彩色石版印刷的试验,取得非常好的效果,以致波士顿的彩色石版印刷达到精细和真实的水平。

大约在 1840 年前后,英国已经有人开始利用石版印刷技术制作彩色的书籍插图了。其中一个英国印刷技术人员,也是参与这个时期英国彩色石版书籍插图制作的英国人,是威廉·沙普(William



Sharp, 大约生于1803年)把彩色书籍石印插图技术引进美国。沙普原来是伦敦的一个画家和绘画教员,1829年曾经在伦敦开设石版印刷所。1830年代,他移民到美国,定居波士顿,开始是以为人画肖像为生。1840年,他受波士顿的一个教会(the Congregation of Kings Chapel)委托,制作了美国的第一张彩色石版印刷肖像,肖像画的是这个教会的神父格林伍德(the Reverend F.W.P. Greenwood)。他利用两三块石版印刷出黑色、灰色、棕色和肉色的效果,当这几种色彩在纸上混合的时候,产生了混合的新色彩,因为他对于色彩混合后的效果掌握得很好,因此,这张肖像具有比较逼真的特点。这应该被视为美国彩色石印的开端。沙普在此后的几十年之中一直从事彩色石印工作,利用油性蜡笔为媒介,他设计和印刷乐谱的封面、肖像、插图等等,作为他个人来说,最高的理想是能够利用石印印刷出逼真的绘画来。



3-2. 1884年美国总统竞选的海报,以维多利亚风格设计政治宣传品,在美国开创了平面设计的新使用方向的开端。

1846年,美国发明家里查·霍(Richard M. Hoe, 1812—1886)完善了滚筒式石印机。他的新机器比旧的平版石版印刷机印刷速度要快六倍以上,他的这个发明,使石版印刷的速度能够与一般的滚筒印刷相比,因而,是石版印刷进入普及化的一个重要的转折。石印比其他普遍印刷的一个最大的优点是可以印刷彩色,而一旦速度相似,成本也就相似,彩色显然比黑白单色要具有更高的普及特性,因此,石印自此大行其道。彩色石印服务的对象从为美国新产生的中产阶级印刷绘画的复制品,到多种多样的彩色招贴和广告。很快,每年的彩色石印数量就达到数以百万份计。

在里查·霍的发明以后,另外一个彩色石印的重大发明创造也是美国人在波士顿完成的。这个新的发明人是约翰·布弗特(John H. Bufford, 出生年代不详,去世于1870年)。他也从事彩色石印工作,他的油性蜡笔描绘和印刷达到非常高的写实水准。他早期在波士顿接受印刷训练,之后到纽约工作,1840年回到波士顿。他是第一个与沙普的试验完全没有关系的美国石版印刷家,从1843年开始进行彩色石版印刷试验。他采用一块黑白版作为主版,从事绘画,然后利用其他的石版加上肉色、红色、黄色、蓝色以及淡灰色背景等。在上面这五种基本色都印刷出来以后,他还加上棕色、各种灰色和橙色,色彩套版准确,色彩丰富,他的作品因此达到很高的水平。

1864年,布弗特的儿子加入他的公司,成为公司的合伙人之一。老布弗特担任主管和艺术总监,一直到1870年他去世为止。他公司的石版印刷特点是准确的套版和真实的色彩,他公司的印刷设计强调平面设计的总体一致性,包括字体与画面的统一。他设计的海报都有字体、图案、插图高度统一和完整的特点。这是在技术逐步完善时,对于整体性设计的强调开始。布弗特公司还为当时的政治活动设计广告,特别是总统竞选这类活动。比如他设计的1884年参加美国总统竞选的候选人格罗夫·克里夫兰(Grover Cleveland)与托玛斯·亨德里克(Thomas A. Hendricks)竞选的海报,就利用美国国旗和美国象征的白头鹰、自由女神作为装饰动机,围出两个圆形的空间,中间加上他们的肖像,统一而又严肃,是这个时期比较杰出的海报设计之一。

当时美国的石版印刷与德国的发明和石版传统有非常密切的关系。美国比较优秀的石版印刷家大部分都是从德国来的,而优质的印刷用石版也是从德国的巴伐利亚进口的。巴伐利亚的印刷石版不但出口美国,也供应当时世界各国的石版印刷公司。从1860年到1900年这40年是彩色石版印刷的黄金时期。从德国传出的彩色石印技术与流行的维多利亚平面设计风格结合,影响很大。德国对于美国的石印技术影响最大的是德国石版印刷家路易斯·普朗。

普朗是德国杰出的石版印刷家,他从他父亲那里学到复制的纺织品印染技术,1850年移民到



3—3. 19世纪80年代至90年代美国普朗出版公司的产品目录。介绍这个出版公司出版的各种儿童读物和贺卡，种类已经相当丰富了。

美国，定居波士顿，当时他才26岁。1856年，他与朱里斯·迈耶（Julius Mayer）合作成立了一家彩色石版印刷所，他对石版印刷的知识和技术的深刻了解，特别是对石版印刷的材料、化学过程、色彩，以及对于企业管理、设计、腐蚀制版和印刷本身的熟悉，不但对于他自己的印刷厂有很重要的作用，同时也给美国的石版印刷也带来了非常重要的影响和借鉴。在他的公司中，普朗从事设计和石版的准备工作，而迈耶则管理印刷，开头只有一台印刷机，但是，很快地，因为普朗印刷公司的产品质量优秀，得到普及，因此公司业务也不断扩展，机器加到六台。1860年，普朗从迈耶手上把他拥有的股份买了过来，成为自己的公司，称为普朗公司。

普朗公司除了在美国内战开始的时候大量出版地图和战场的景观印刷品之外，也出版大量美国普通人的画像卡片，大小像扑克牌那样，形式很像中国曾经一度流行的“洋画片”，在美国当时称为 scrap，这些画片种类繁多，成为当时大众收集的对象。这些普朗出版的石印洋画片的内容还有花卉、蝴蝶、儿童、动物、鸟类，很快变成这个时期大众最喜爱，最热衷的收集对象。成为维多利亚时期的怀旧、大众流行风格的代表之一。

普朗从“洋画片”出发，逐步开始设计石印的彩色贺卡，特别是圣诞节的贺卡，自从1860年以来，他设计和出版彩色石印圣诞卡，这个时期的圣诞卡只是用于装框悬挂，作为室内装饰的，但是很快，他就开始设计可以邮寄的圣诞卡。1873年，他首先在英国发行了第一张供邮寄的圣诞卡，1874年，他设计和出版了美国的第一张供邮寄的圣诞卡，他的公司成为美国最重要的贺卡印刷公司，他本人也成为美国圣诞卡的奠基人，被视为“圣诞卡之父”。

普朗早期的圣诞卡，特别是第一张邮寄圣诞卡，是以简单的圣诞树和圣诞老人、麋鹿雪橇等为题材的，但是已经非常受欢迎。他跟着就在1880年初期出版了整个系列的贺卡，包括复活节卡、生日卡、情人节（Valentine）卡、新年卡等等。为了达到色彩绚丽的效果，他采用了多色彩石版印刷，有时版数多达40块。从他的贺卡设计发展来看，布弗特那种以一块黑白版为中心的方式，已经逐步被多色彩、多版的新方式取代了。

虽然有自己重大的发展，但是，普朗在设计上和技术上基本遵循沙普和布弗特的传统，他的绘画方式，自然主义的艺术风格，以及追求逼真的印刷方向，都是与那两位同出一辙的。

普朗是现代彩色贺卡设计和出版的最重要奠基人，对于平面设计的风格、品种的发展具有重大的贡献。他也重视儿童的美术教育。从1856年开始，他着手教自己的女儿美术，当他发现缺乏安全的、没有毒性的美术材料，比如水彩颜色、蜡笔等等，他就开始自己生产这些儿童美术工具与材料。他也发行当时根本没有给儿童用的美术教材，因此，又自己设计和出版了大量的美术教材、教科书和其他的入门美术指导材料。他还曾经尝试过出版杂志，包括《现代艺术季刊》（*Modern Art Quarterly*, 1893—1897）等。普朗一直到老年时期还在不断地探索新的发展，是一个具有影响力的艺术家和出版家。

### 3. 彩色石版的语汇

波士顿石印派是美国彩色石印的核心，从波士顿开始，彩色石版印刷技术被传到美国各地，1860年前后，石版印刷在美国已经相当普及了。当时，美国有完整的彩色石印公司60多家，一共有雇员800多人，初具规模。到1890年，石印公司的数量增加到700多个，而在这些公司里工作



的雇员总数也剧增到 8 000 人，可见石印在美国的普及速度，也说明了美国对于彩色印刷的巨大市场需求。其中，普朗公司是屈指可数的最重要印刷公司，无论从数量还是从质量上来说，都在美国具有举足轻重的影响地位。这些公司印刷的内容也非常广泛，从海报到洋画片，从贺卡到包装，从设计上来说，则基本是以写实主义为中心的维多利亚风格，一方面大众化，另一方面则比较俗气。

在彩色石印技术如此普及的情况下，普通的文字平版印刷业受到很大的冲击。原来文字为中心的平版印刷需要非常耐心地设计字体，使字体一方面具有系统性，本身也可经得起反复推敲，而石版印刷却是基本又画家在石版上随手绘画出来的，因此，无须对字体有什么特别的系统设计，随手创造的字体比比皆是，任意性完全压倒了原来平面的文字印刷对于字体的严格要求。彩色石版印刷的色彩绚丽、设计生动，因此，轻而易举地就把平版文字印刷推出了主流。

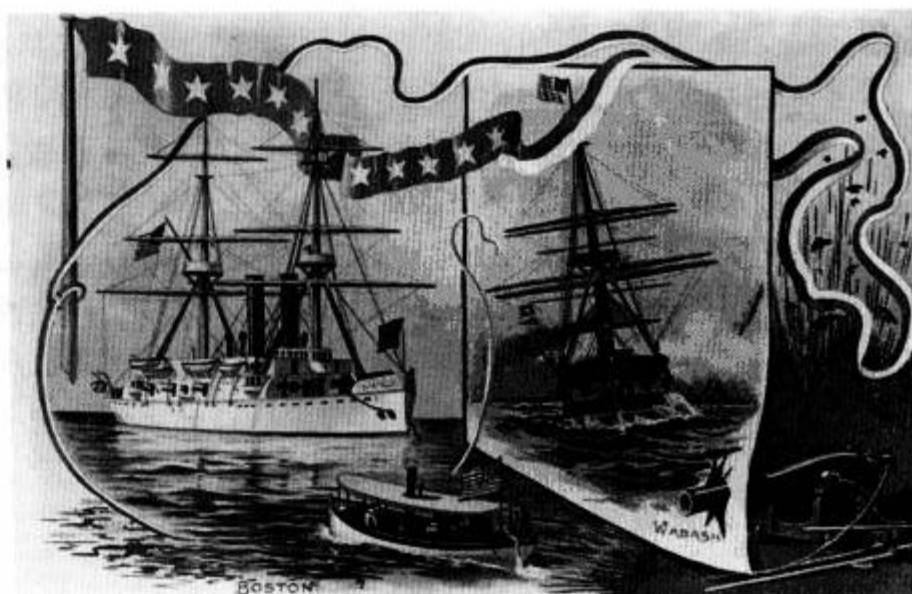
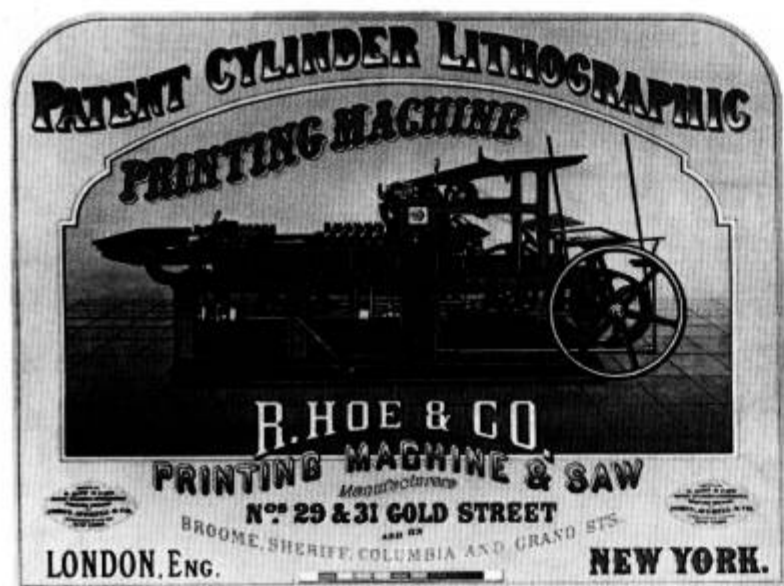
彩色石版的发展，造成了石版设计与印刷的新职业要求，包括艺术家和印刷技工两个大类型。艺术家必须对于水彩和其他的色彩媒介非常熟悉，并且能够根据要求描绘出流畅的、色彩绚丽的插图来，而技工则必须掌握在石版表面制作的技术，这些技工必须能够把艺术家的绘画进行技术处理，其中分色是一个难度很大的过程，根据不同的绘画，石版的数量可能达到 20 块到 30 块，如何分色，如果决定石版应该用什么色彩，是一个技术要求很高的工作。艺术家在绘画时也必须考虑到石版分色的具体情况，因此，这两种人的合作是保证石版印刷质量的关键。

当时对于从事绘画的艺术家，印刷界和公众都很注意，但是，对于把绘画变成彩色图的石版印刷技工，则普遍缺乏认识，因此，虽然许多从事石版绘画设计的艺术家的名字依然被广泛记取，而把他们的作品变成印刷品的那些技工的名字则大部分被忘却了。

美国在维多利亚时期比较重要的彩色石印公司除了普朗公司以外，还有纽约的舒玛什与阿特林格石版印刷公司 (Schumacher & Ettlinger Lithography of New York)，以及辛辛纳提的斯托罗布里奇石印公司 (the Strobridge Litho. Company)、克里伯斯石印公司 (the Krebs Lithographing Company in Cincinnati)、密尔沃基的河边印刷公司 (the Riberside Print company in Milwaukee)、巴尔迪摩的霍恩印刷公司 (A. Hoeland Company of Baltimore and Richmond)，等等。

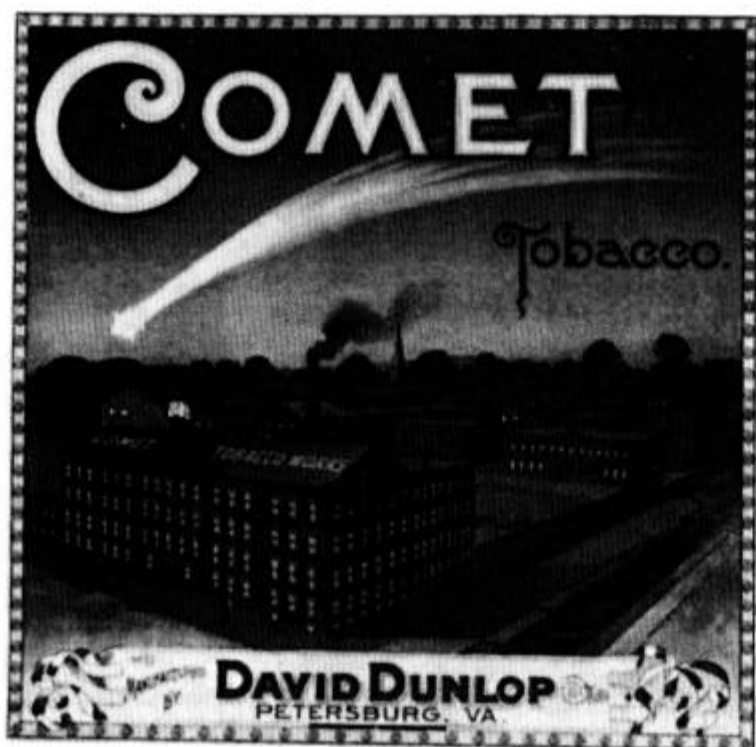
在上述的几个主要的彩色石印公司中，舒玛什与阿特林格公司的艺术设计显得特别突出。这个公司的设计人员能够打破常规，不随波逐流地采用《装饰的语法》一书中罗列的装饰纹样和布局，而自己独创的版面设计和纹样设计，他们往往采用在画面上描绘出可以揭开的另外一层纹样底板，从而产生画面有两个层次，而每个层次都有自己独立的图案或者插图，因此非常生动。这个公司出版的维多利亚风格的孔雀图画片和反应美国海军舰艇的画片，都具有这种设计特征。在当时非常流行。

辛辛纳提是美国印刷业的新兴中心之一，而在这个印刷业兴盛的热潮之中，最重要的企业就是



3—4. 1871年美国福斯特印刷出版公司的海报，宣传的内容是公司拥有的现代化多色印刷机。可见当时出版行业对于相当化印刷机械的重视程度。

3—5. 1888年美国舒玛什石板彩印印刷出版公司出版的小册子《我们的海军》的封面，采用了一些特殊的设计手法，创造出视觉幻觉来，是维多利亚风格流行时期常采用的方法之一。



3—6. 19世纪80年代美国霍恩公司出版的《慧星香烟》广告，是美国的维多利亚风格的平面设计作品。



3—7. 另外一张19世纪80年代美国霍恩印刷公司出版的《虎牌香烟》海报。

托罗布里奇石印公司。这家公司专长出版大张的海报，特别是马戏团海报。设计上一般都采用写实插图，加上简单明快的字体，很受大众欢迎。这个公司一直到20世纪依然以设计马戏广告为主。而其他的几家公司也都在彩色石版印刷上有独特的贡献。

综观当时的石版印刷，都基本上是围绕商业海报、商业推广印刷品、包装的标签等几个方面进行的。其中，包装的标签是一个潜力非常大的发展方向。巴尔的摩和里什蒙的霍恩印刷公司主要是从事包装标签彩色石版印刷的。当时，主要的标签是正在蓬勃发展的烟草包装标签设计与印刷。商品包装标签的功能要求更加多，除了包装的内容、品质、数量、出产日期等等基本的内容之外，还有商品的形象、品牌的形象，因此，对于包装标签设计的统一性和和谐性有很高的要求。这个公司设计的多种品牌的烟草和其他商品包装，都具有非常高的设计和印刷水准，代表了当时包装标签的水平。

彩色石版印刷到1890年左右在美国达到高峰，而在1895年前后开始逐步衰退了。造成彩色石版印刷衰退的原因是两个方面的：一个是大众对于印刷口味的改变，另外一个原因则是摄影在印刷上的运用逐步取代了石版印刷的地位。摄影的技术日趋完善，而成本低廉，形象逼真，这是完全依靠手工的石版印刷所无法比拟的，因此，石版印刷到20世纪初期开始，就逐步成为仅仅艺术家才使用的手段。石版印刷在美国正式结束的年份，大约可以以1897年为标记，这一年，美国最重要的石版印刷家普朗，在充分认识到石版印刷的局限之后，把自己的公司与专精摄影制版印刷的克拉克·塔伯公司（Clark Taber & Company）合并，开始转向了以摄影技术为中心的制版与印刷发展。到世纪之末，另外一家重要的、具有很高艺术水平的彩色石版印刷公司库里与艾佛斯公司（the Currier & Ives）也最后破产了，这两个事件标志着彩色石版印刷作为一种主要印刷手段和商业形式的寿终正寝。新的媒介采用，特别是摄影的广泛使用，已经成为印刷业的主要手段。

#### 4. 看版、路牌的发展

19世纪以来，欧洲的主要广告形式是张贴的海报，欧洲的海报是张贴在路牌（billboards）上的，与美国流行大张的看版广告，或者称为路牌广告非常不同，这种情况至今依然存在，随着商业和工业的发展，市场日益繁荣，因此，在欧洲对于海报的需求量从19世纪以来越来越大，这种需求刺



激了印刷业和广告设计业的发展。

19世纪以前,主要广告形式是以文字为主的招贴,这种情况到19世纪中期以后,开始发生了改变,由于印刷技术的发展,具有图画的、彩色的海报日益成为流行的广告形式,而大众也日益习惯这种新的广告形式,因此,以图画为中心的海报逐步取代了以前以文字为中心的招贴。大约在1840年前后,法国专门从事各种商业海报设计的艺术家与设计家罗尚(Rouchon)的设计在法国和其他欧洲国家开始广泛流行,他采用彩色印刷技术,创作大量生动的商业海报和广告,得到大众的欢迎。随着业务的扩展,罗尚自己成为出版公司的老板,雇用艺术家为他从事广告设计,其中包括非常杰出的广告设计家保罗·包德里(Paul Baudry, 1828—1886)。罗尚的印刷公司采用的是丝网刻版分色的方法印刷彩色广告招贴。因为色彩比较简单,为了得到强烈的视觉效果,罗尚公司采用了强烈的色彩对比设计方式,因而比当时其他的海报都更具有强烈的视觉效果,非常引人注目。

针对这种状况,那些专门以文字为主的海报印刷公司也作出调整,它们开始针对彩色石版印刷海报泛滥的情况,采用一些新的方法和新的印刷媒介,其中一个就是彩色木刻技术。当时出现了不少海报,是用多块彩色版套印的彩色木刻海报,效果也很强烈。这种类型的海报往往见与马戏广告和其他的娱乐广告海报上。而制作的成本比石版印刷要低。这是一种完全对立竞争的形式。

欧洲印刷界还有一种方式,即“如果打不倒对手,何必不参与对手”的哲学。具体体现在印刷界就是法国出现了文字印刷公司与石版印刷公司的合并情况。因为两方面各有所长,因而在设计上能够充分发挥彩色石版印刷插图和文字印刷的字体讲究两方面的背景,导致海报设计和印刷水准的大幅度提高。其中一个非常典型的例子以文字印刷为主的是莫里斯·皮艾尔公司(the Morris Perret Fils)与石版印刷为主的印刷设计艺术家艾米尔·里维(Emile Levy)合作,设计出的《冬季马戏》广告(Cirque D' Hiver),里维设计了杂技舞蹈演员“蝴蝶”(Les Papillons)形象,他以黑人和白人的舞蹈演员的头像,加上蝴蝶翅膀,组成一个超现实主义的设计,加上讲究的字体设计和编排,是这种结合设计的典型例子。

法国这个时期重要的海报设计家还有谢列特(Jules Cheret, 1836—1932),他从19世纪就开始设计具有鲜明维多利亚风格的海报,因为他的创造生涯特别长,因而,他能够把这种风格一直带入20世纪,他成为“新艺术”运动的平面设计和海报设计的重要代表人物。

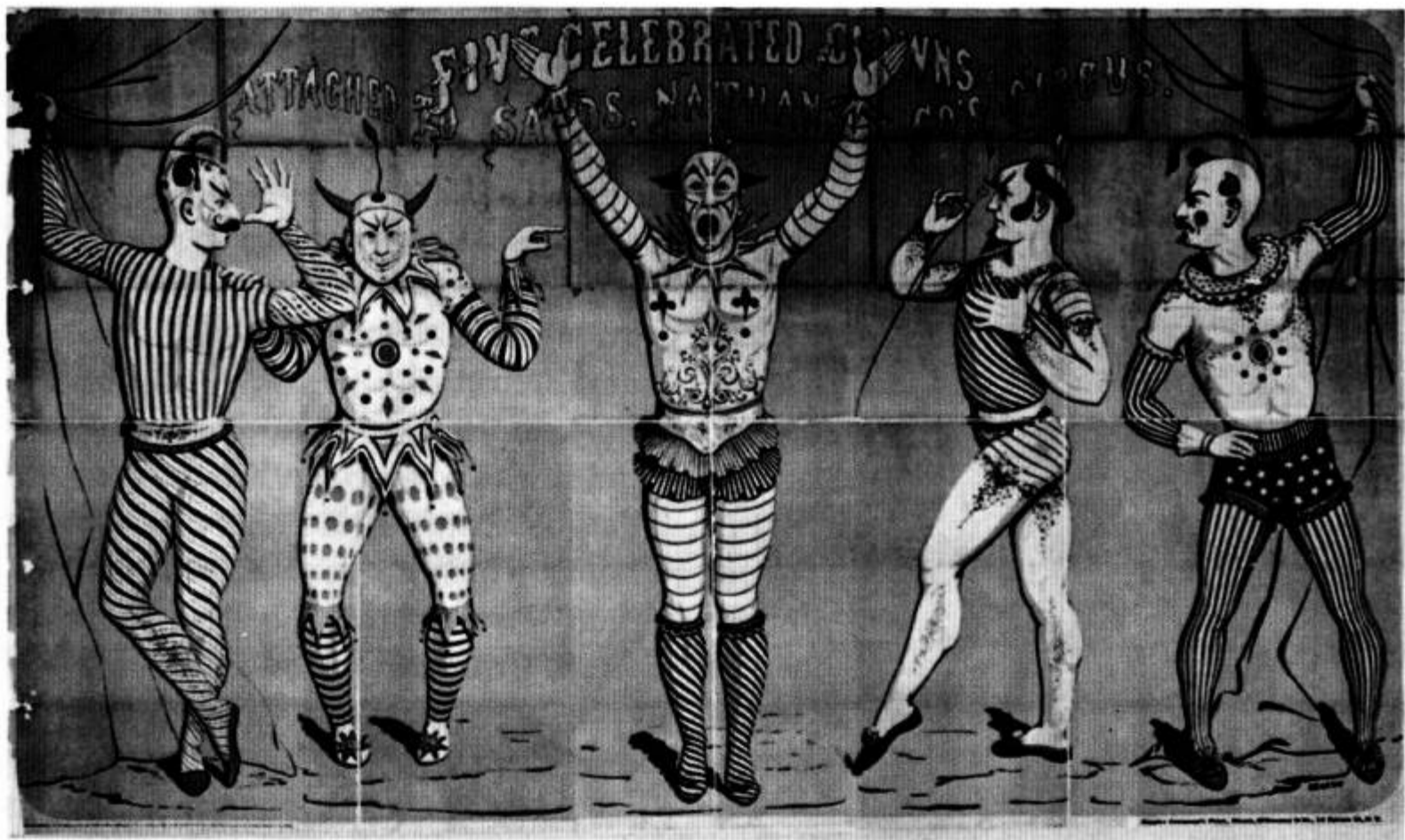
与法国相比,19世纪的英国在海报设计上依然处于比较初级的阶段。与法国的水平、数量、质量有很大的



3—8. 1845年法国出版的推销关于阿尔及利亚生活的《阿尔及利亚》一书的海报,利用一个中间人物,突出主题,这种做法应该说有部分是从小海报开始的。



3—9. 1866年詹姆斯·雷利设计的马戏广告,也是采用木刻方式,尺寸也非常庞大。大尺寸的广告能够吸引注意力,因此当时采用得很多。



3-10. 1856年约瑟夫·莫斯设计的大型彩色木刻马戏海报，尺寸为262厘米X344厘米，尺幅之巨在当时十分少见。

差距。而美国的设计与印刷广告中心在于路牌，因而也无法与法国在招贴海报上相比。法国是19世纪海报设计与印刷最重要的国家。

## 5. 儿童读物的设计发展

在维多利亚时期以前，欧美的出版商往往把儿童视为“小大人”，所谓的儿童读物都是成人读物的改编本，并没有真正的、独立的为儿童设计和编写的读物。这种情况在维多利亚时代发生了很大的变化，由于新兴资产阶级的要求，专门为儿童编写出版的读物出现了，而且，儿童读物的市场也越来越大，很多出版商都集中到这个市场上来。早期的英国出版的儿童读物中，最著名的是“玩具书”系列，这种书籍就是专门为儿童设计出版的。

维多利亚时期儿童读物发展迅速，大量的儿童出版物造成儿童书籍设计和出版的巨大需求。在欧美各国儿童书籍出版家当中，英国出版业显得非常杰出。他们在文字、插图、印刷、版面设计上都注意到儿童的特殊要求，因此出版了许多非常优秀的儿童读物来。

早期的儿童读物基本都没有标明出版日期，因此，无法准确地考证谁是最早的欧洲儿童读物设计家，是谁开创了儿童读物设计的先河。虽然如此，我们依然可以确定以下几位艺术家，是开创儿童读物设计之先的重要人物，其中多是英国的平面设计家，也有的是其他西方国家的艺术家。他们对于儿童读物的发展和现代平面设计的完善作出重要的贡献。他们包括有弗里德里克·沃克(Frederick Walker)、沃尔特·克莱因(Walter Crane, 1845—1915)、伦道夫·卡特科特(Randolph Caldecott)、凯特·格林纳威(Kate Greenaway)等等。

英国艺术家和平面设计家沃尔特·克莱因是非常重要的儿童读物设计奠基人之一。他曾经在印刷工厂当学徒，从事木刻工作，对于印刷和插图技术有非常专业化的了解。1865年，他还只有20岁的时候，就出版了自己的第一本设计作品《铁路字母表》(Railroad Alphabet)，这是给儿童看的趣味和科学读物，很受欢迎。从此之后，他不断设计和出版儿童读物。他的儿童读物与以前的非常不同，以前的儿童读物主要在于对儿童说教，内容与道德、伦理密切相关，因此内容沉闷，儿童们并不喜欢。克莱因的儿童读物则强调娱乐性，充满幽默和快乐的气氛，因此非常受孩子们的喜爱。在





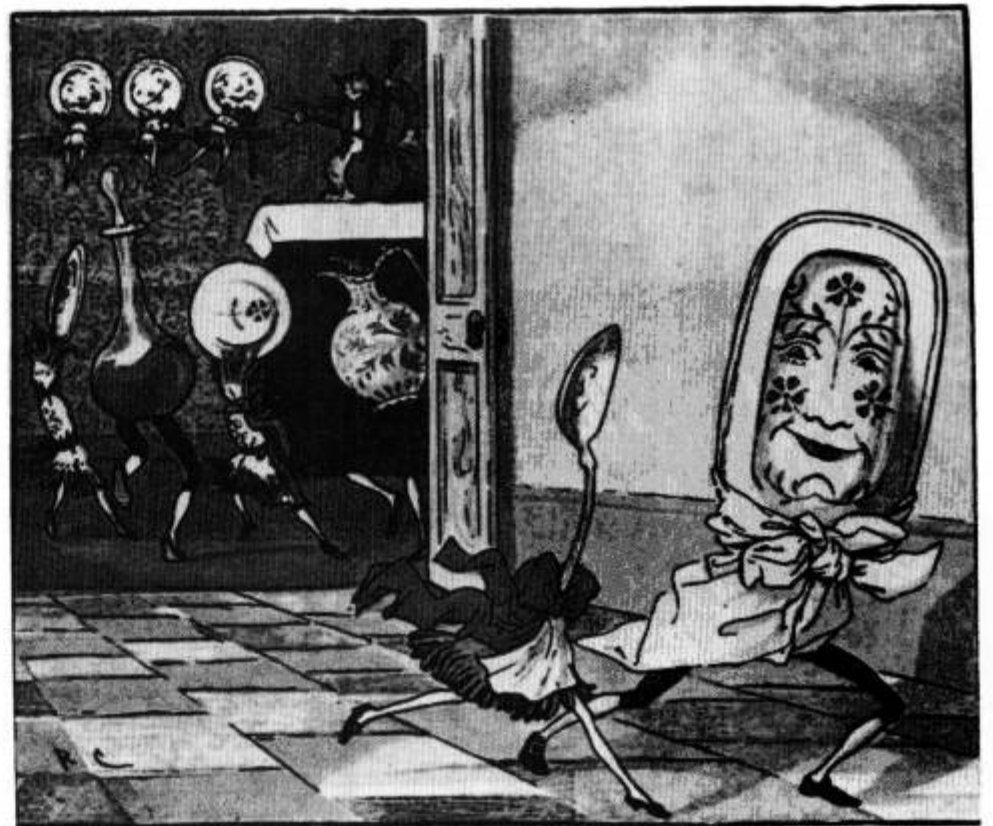
3-11. 1871年沃克设计的演剧海报, 具有当时海报设计的典型特征。



3-12. 1874年克莱因设计的漫画册页, 充满幽默的气氛, 字体也与主题配合, 很受欢迎。

艺术风格上, 克莱因受到日本的浮世绘木刻版画的影响, 因此强调线描效果, 比较具有装饰性。1860年代, 他从一些英国水手那里买到一些浮世绘木刻版画, 对于日本版画的流畅线条和鲜明的色彩非常喜爱, 特别日本版画的装饰性单线平涂方法, 更加显得与众不同, 因此, 他把这些特别的艺术表现技法引入自己的儿童读物插图中去。同时也用于他设计的挂毯、彩色玻璃图案、墙纸、纺织品图案上。克莱因在英国的“工艺美术”运动中是中坚人物之一, 他的设计活动一直延续到20世纪初期, 对于英国的设计, 特别是平面设计、儿童读物设计以及英国的设计教育都有很大的影响。

英国的另外一个设计家伦道夫·卡特科特 (Randolph Caldecott, 1846—1886) 也是最早的儿童读物设计家之一, 他与克莱因不同的地方是他的儿童读物不仅仅是娱乐性的, 并且具有特别的逗乐成分, 因此更加具有趣味性。卡特科特20来岁时还在银行当职员, 对于绘画感兴趣, 因此晚上到美术学校学校绘画, 他的速写和素描基础都很好, 特别对于动物的描绘有特别的天才。英国在维多利亚时代兴起自由撰稿的风气, 卡特科特因此辞去银行职位, 到伦敦当了自由撰稿的儿童读物画家。他设计的儿童读物, 不但具有生动的



3-13. 1888年前后卡特科特创作的儿童读物插图。餐具跳舞的场面吸引了千千万万儿童读者的兴趣, 是当时最流行的儿童读物之一。



3—14. 1879年格林纳威设计的儿童读物一页,充满了浪漫的情调,是当时儿童,特别是女孩最喜欢的读物之一。

动物主角,并且也具有更加生动的内容,比如他把杯盘碗盏、刀叉汤勺全部拟人化,一个厨房成立生动活泼的儿童乐园,他的作品特别受到儿童的喜爱。

另外一个杰出的儿童读物艺术家是凯特·格林纳威(Kate Greenaway, 1846—1901)。她是维多利亚时代最抓住儿童的心的艺术家之一。这个女画家设计的读物都是诗配画式的,风格优雅,创造了一个儿童的、浪漫的、幻想的世界。她的主题是儿童自己,她描绘出天真活泼的孩子,生活在无忧无虑的世界中,不知道有多少人的童年是在她创造的这个浪漫和天真的国度中度过的。

英国的儿童读物具有这样一批杰出的设计家,因此在维多利亚时期达到西方最高水平。大量出版的英国儿童读物,以其精美的设计、浪漫典雅的插图、幽默趣味的内容,广泛流传西方各国,影响了其他国家的儿童读物设计与出版。推动了儿童读物出版的发展。

## 6. 美国编辑与广告设计的兴起

英国的维多利亚时期,也是美国的发展时期。曾经是英国殖民地的美国,在取得独立之后,发展迅速,特别是在1861年到1864年的内战(南北战争)结束之后,经济发展极其迅速,很快成为西

方的经济强国之一。随着经济的发展,商业也得到促进,商业发展自然造成商业促销的需求,因此,广告的需求量日益增大,平面设计在这种前提下得到刺激和促进。

美国的平面设计开始大规模地运用到商业广告上,其重要的创始人是美国纽约的哈伯兄弟,哈伯家族一共有四兄弟,全部都投身于自己家族的印刷出版公司从事出版设计和出版发行的工作,他们分别是詹姆·哈伯(Jame Harper 1795—1869)、约翰·哈伯(John Harper 1797—1875)、惠斯里·哈伯(Wesley Harper 1810—1870)和弗里奇·哈伯(Fletcher Harper 1807—1877)。在他们的出版物当中,最为重要的应该是他们自己的刊物《哈伯周刊》(Harper's weekly)。这份刊物不但成为美国平面设计的重要阵地,更成了美国人民在19世纪最热衷的娱乐性读物之一。

最早创立哈伯兄弟出版公司的是詹姆·哈伯和约翰·哈伯。他们自己的少数存款和父亲的农场作为抵押,在1817年在纽约开设了自己的印刷厂。1823年到1825年期间,两个弟弟也参与到这个印刷工厂来了。四兄弟同心同德,积极办厂,成绩显著。10年之后,这个印刷厂已经成为颇具规模的工厂,到1850年代,哈伯印刷厂已经成为美国和世界最大的印刷厂和出版公司了。其中负责设计工作的是弗里奇·哈伯,他参加印刷厂工作的时候才18岁,一开始就被哥哥们指派从事平面设计,他的才能和特殊地位使他在设计上提高很快,到1850年前后,他已经是美国重要的平面设计师,他通过自己出版公司的出版物,影响美国平面设计风格达半个世纪之久。

美国出版界开始对于平面设计的创新并不感兴趣,包括哈伯兄弟出版社在内,主要的目的是利用英国既定的维多利亚平面风格出版大众喜闻乐见的读物,以赢得利润。他们关心的中心是印刷量大小和书籍价格必须低廉,这样才能赢得读者的欢迎,才能赢得高利润。这些出版公司的出版物常用的字体是各种比较简单的所谓现代体,基本是从波多尼体(Bodoni)和迪铎体(Didot)演变出来的二流字体。可见对于设计的细节,当时的美国出版公司并不太介意,基本处在过得去就行的状



态。重商主义的成分非常重，因此美国的平面设计此时与欧洲的同类设计有相当的质量上的差距，但是由于发行量大，市场大，因此它们的盈利情况却比欧洲的还要好。

大约在1840年代前后，哈伯兄弟出版公司决定在为了适应美国读者的需求前提下，出版几种通俗的、面向大众的新读物，其中包括《哈伯版插图本圣经》(Harper's Illuminated and New Pictorial Bible)。这本书的出版是哈伯公司的战略性计划，为了出版这本精美的圣经，公司不但特别设立了一个新的印刷厂，并且还特别设计了大量的木刻插图，插图量达到1600张之数，全部由艺术家约瑟夫·亚当斯(Joseph A. Adams)创作。为了促进销售，哈伯公司在书籍出版之前还组织了精心安排的全国的广告活动。

亚当斯为了大批量印刷的效果好，在印刷这本书时发明了电版方法。他在他的木刻插图版是撒上导电的石墨粉，通过导电的电解过程，利用金属(他采用的是铜)镀到覆盖有导电石墨层的木刻插图版上，形成金属版，然后在非常薄的铜版底部以铅版加固，这种金属插图版非常耐用，正是他的这个发明，使哈伯出版公司能够一次印刷出版5万本《圣经》，经过一定的改动之后，又利用这个版出版了2.5万本采用摩洛哥羊皮封面、手工镀金、手工装订的精装本。这本《哈伯版插图本圣经》版面编排采用两栏，插图大部分占整整两栏的位置，并且都以维多利亚风格的花边环绕为装饰。每章开始的第一个字母首写字母都采用华贵的装饰。这本《圣经》在市场上是一个成功作品，受到广泛的欢迎。

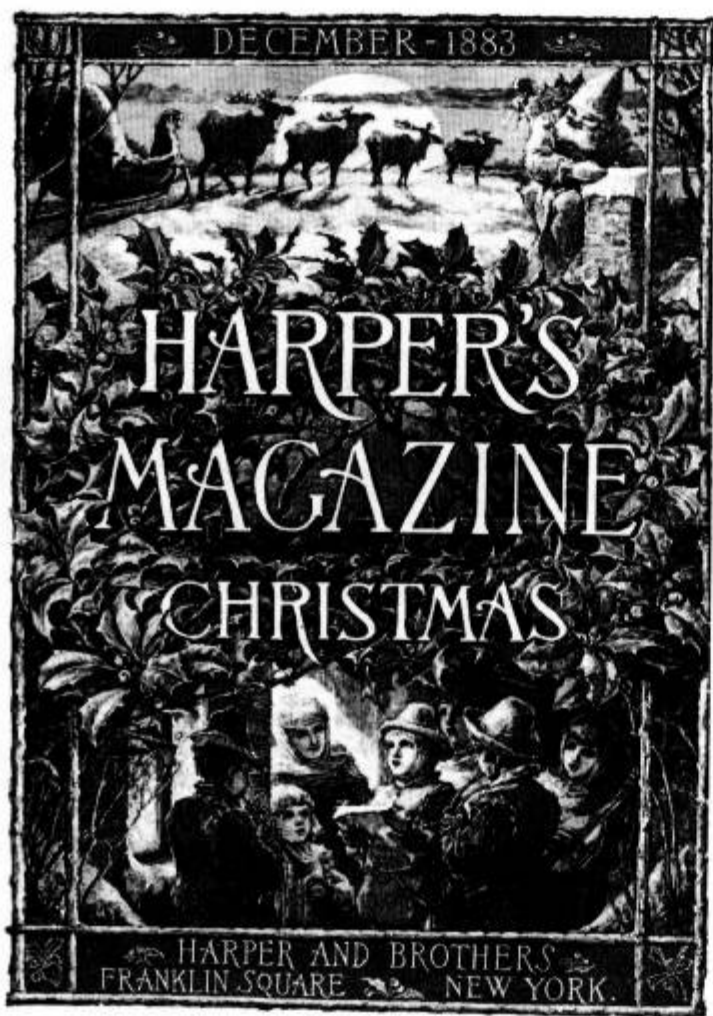
哈伯出版公司在这个成功的基础上，决定出版更加通俗的读物。1850年，公司出版每期144页的《哈伯新周刊杂志》(Harper's New Monthly Magazine)。每期都包括有公司的平面设计师和艺术家创作的大量插图，力求通俗，旨在占领大众读者市场。因为市场反映出奇地好，因此，公司很快又在1857年出版了《哈伯周刊》(Harper's Weekly)，之后，为了占领女性读者市场，又在1867年出版了《哈伯市场周刊》(Harper's Bazar)。《哈伯周刊》标榜是“文明杂志”，因此比较注意内容的典雅和插图的精美、平面设计的讲究。这份周刊聘用了一些杰出的插图艺术家为每期创作插图和漫画，以提高刊物质量。在为这份刊物从事插图设计的艺术家中，包括有杰出的画家托玛斯·纳斯特(Thomas Nast)。

托玛斯·纳斯特是一个具有艺术天才的画家，他早在小学毕业之后就退出一般公立学校的学习，到美术学校进修，决心投身艺术。15岁开始为《莱斯利周刊》(Leslie's Weekly)担任职业插图艺术家，每周工资是4美元。弗里奇·哈伯看中他的才干，聘用他到哈伯公司担任插图画家，当时纳斯特才22岁，立即被公司派到美国进行中的内战(南北战争)中画插图，作为新闻报道用。纳斯特的精美和准确的速写刊载在哈伯公司的杂志上，加上他幽默而准确的政治漫画，使美国人民对于内战的进展有感性认识，对于鼓舞士气，提高民族团结感有相当作用，因此，美国当时的总统林肯说他是“最好的军官”(the best recruiting sergeant)，美国军队的总司令格兰特(General Ulysses S·Grant)说他与其他参加战争的人一起尽早地结束了这场战争。

二战后，纳斯特继续在《哈伯周刊》工作，他直接在木版上画插图和漫画，然后交给木刻匠人刻成印刷版。他由于具有对于社会问题和政治的深刻认识，因此他的插图往往能够避开琐碎的细节，



3—15. 1848年亚当斯设计的《哈伯插图本圣经》一页，改变了原来圣经设计的单调面貌。



3-16. 1883年提兹设计的《哈伯杂志》封面, 具有典型的维多利亚风格特点。



3-17. 1895年美国插图画家吉布森设计的海报, 采用钢笔插图, 具有时代感, 是美国平面设计开始突破英国维多利亚影响的开端。

简练地, 甚至是象征性地表达出他的意图来。他的漫画得到美国举国上下的欢迎, 被称为“美国漫画之父 (the father of American Political Cartooning)”。他设计的象征性人物包括迄今仍非常流行的圣诞老人 (Santa Claus), 象征英国的“约翰牛 (John Bull)”, 象征美国民主党的毛驴, 象征美国共和党的象, 象征美国的“山姆大叔 (Uncle Sam)”, 象征自由的哥伦比亚女神 (Columbia, 后来被作为美国的自由女神的基本形象) 等等, 他创作的这些形象现在也依然被广泛使用。

纳斯特的重要作用不仅仅在于他创造了这些形象, 或者创作了大量的插图和速写, 更在于他是美国最早利用杂志上的漫画, 对美国政治的腐败一面进行正面的抨击和批判的艺术家。当时控制美国纽约政治中心的是一个无耻的政客威廉·特威特 (William Marcy Tweed), 他以自己的政治司令部、纽约的汤曼尼中心 (Tammany Hall) 为总部, 利用贿赂等手段, 把纽约的政治和政客操纵在自己的股掌之中。他狂妄的宣称: 我不在乎报纸对我说三道四, 因为美国大部分人不识字! 纳斯特利用群众能够看懂的政治漫画进行回击, 他把汤曼尼中心描绘成凶恶的老虎, 正在罗马斗兽场中吞噬代表自由民主的女神, 而特威特和罗马君王则坐在看台上欣赏自由被践踏。这张漫画采用了两个版面, 引起纽约市民和美国人民的震动, 因此, 特威特第一次在选举中失去支持, 败给竞争对手。

弗里奇·哈伯于1877年去世, 在他去世之后, 接替他主持哈伯出版公司设计和计划工作的新班子相当保守, 纳斯特说这个公司的政策现在总是扼杀个人的想像。他因为不满意这种保守立场, 毅然辞职。纳斯特当时已经是美国家喻户晓的杰出政治艺术家了, 因此美国共和党总统西奥多·罗斯福 (Theodore Roosevelt, 老罗斯福总统) 立即委任他为美国驻厄瓜多尔大使, 不幸的是他在上任之后6个月在那里染上黄热病, 在岗位上去世。

纳斯特去职之后, 新担任哈伯出版公司美术总编辑的是查尔斯·帕森斯 (Charles Parsons)。帕森斯不但风格稳健, 同时非常注意选拔新人才。在他任期, 他选用了四个才能非凡的画家担任公司的钢笔插图创作, 不但对于提高整个公司的出版水平起到重要作用, 而且同时促进了整个美国的插图艺术和平面设计水平。这四个年轻艺术家是艾德温·阿贝 (Edwin Austin Abby, 1852—1911)、阿瑟·佛罗斯特 (Arthur B. Frost, 1851—1928)、豪威德·



派尔 (Howard Pyle, 1853 — 1911) 和查尔斯·吉布森 (Charles Dana Gibson, 1867 — 1944), 他们都是美国现代插图的重要奠基人。

派尔是美国现代插图最重要的奠基人之一。他对于美国后来的插图发展起到非常重要的影响作用。他不但在哈伯出版公司担任插图工作, 同时也担任教学工作, 在他的教育之下, 新一代美国插图画家成长起来, 因此, 以他和他的同事为核心, 形成一个实力非常强的插图集团, 他们的创作成绩惊人, 达到欧洲其他国家都没有能够企及的高水平, 正因为如此, 他的时代, 被称为“美国插图的黄金时代”(the Golden Age of American Illustration)。这个时代从 1890 年代开始, 一直延续到 1940 年代为止, 长达半个世纪, 在现代平面设计史上具有非常重要的地位和影响。这个时期美国的平面设计基本被插图画家垄断, 因此插图水平达到非常高的水平, 但是, 平面设计的其他因素则因此受到压抑性的发展影响。这个时期美国的出版公司、杂志社在聘用职员时, 最主要看插图创作的水平, 而字体、版面等等则显得没有那么重要了。杂志的出版, 在插图决定基本位置之后, 有编辑选择字体, 把字模放到固定的印刷字模版上, 称为“pub-set”, 版面编排基本以插图为中心。

派尔毕生从事书籍设计、插图创作、出版编辑。他最早的插图工作是 1876 年从《斯克里本纳月刊》(Scribner's Monthly) 的委托开始的, 当时他才 23 岁。从那时开始, 派尔连续不断地从事插图工作, 他一生共创作了 3 300 张书籍插图, 同时撰写、设计和出版了 200 多本书, 他的著作包括简单的儿童读物和由他设计、插图和出版的 4 卷本英国历史故事巨著《阿瑟王》(King Arthur)。他的插图不但生动、准确, 并且非常注意历史的考证, 无论是背景、建筑、服饰、武器, 乃至非常细微的用品都是通过精确的考证的。因此, 他在历史著作中的插图展现了一幅幅历史的画卷, 不知道激励了多少年轻的艺术家, 也激发了他们的想像力, 促使他们投身于插图设计工作。派尔的设计和插图给美国青少年读者创造了一个前所未有的新的空间和浪漫的世界。19 世纪末到 20 世纪初的平面设计成就, 比如摄影技术的发明和在印刷中的采用, 都可以在他的作品中找到影响的痕迹。

1887 年, 派尔第一次被委托从事利用网点摄影制版的插图设计工作。关于网点制版 (英语称网点印刷为“halftone process”, 把用于网点印刷的插图称为“tonal illustration”), 就是我们目前在报纸上每天看见的黑白摄影所采用的方法, 利用黑白网点表现出比较真实的图像来。派尔早期的插图, 由于受到技术条件的影响, 基本上都只是木刻版的, 或者设计木刻版插图, 或者把自己的钢笔插图通过特别的技术人员刻制为木刻版, 然后再把木刻版通过电解的方法制成金属印刷版, 因此只能是线描插图。新的摄影制版技术使他能够把自己的油画、水粉作品制作成为印刷品。这种技术的发明, 为插图开创了一个崭新的天地。插图不再仅仅是钢笔或者线描那样简单的形式了, 艺术家具有更加广阔的创作空间。派尔是世界是第一个从事网点黑白插图设计的插图画家。

1893 年, 派尔又在另外一个领域中成为世界第一人: 那就是彩色网点插图。那一年, 他被委托设计双色版的彩色网点插图, 为了达到印刷要求的粉红色和棕色的双色效果, 派尔在创作时只利用红色、黑色和白色三种颜色, 印刷时采用两个网点版, 一个印刷黑白色, 另外一个采用红色, 两个版的混合, 产生了粉红和棕色的效果。1897 年, 派尔 44 岁, 又第一次创作全色的插图。当时已经发展出四色印刷技术, 派尔是第一个被委托从事全色插图设计的艺术家。他的杰出的绘画作品, 通过四色印刷, 显得生动无比, 他所创作的图书因此立即成为家喻户晓的最受欢迎的读物。派尔从这个时候开始, 一直到 1911 年他在 58 岁 去世的时候为止, 一直在创作全色印刷用的彩色插图。这是美国插图史上极其精美的杰作。

由于拥有类似派尔这样的杰出插图画家, 哈伯出版公司在美国的出版界成为最强有力的出版公



3-18. 美国在 19 世纪末年开始形成自己很有特色的设计核心, 其中重要的一个书籍插图家是派尔。这是派尔 1883 年设计的《罗宾汉》一书的插图, 是历来这本小说最优秀的设计, 插图具有很高的艺术水准。

司，其他的出版公司从哈伯的成功中了解到，如果要在美国出版市场立足，必须拥有杰出的插图画家。因而，其他的出版公司也都纷纷聘用艺术家从事插图工作，出版大众喜闻乐见的期刊杂志。当时与《哈伯周刊》竞争最激烈的杂志有《世纪》(Century, 1887-1930)杂志，《斯克里本纳月刊》(Scribner's Monthly, 1824—1914)等等。这是美国当时最重要的三种期刊，互相竞争。这三份杂志却都在一家印刷厂——西奥多·卢·德文(Theodore Low De Vinne, 1824-1914)的印刷厂印刷，版面设计基本由印刷厂决定。德文印刷厂的职员对这三份杂志都给予类似的设计风格，版面编排工整，往往是两栏，但是却趋于单调沉闷。文章的标题都基本采用12点尺寸，而且一律采用大写字母，标题的位置也都简单地放在文章上端的正中间。德文本人对于当时流行的所谓显得体的字体不满意，他特别不喜欢这种类型字体纤细的笔画，认为柔弱无力，因此他委托印刷厂的一个字体设计工作人员林·本顿(Linn Boyd Benton)创作出一系列笔画比较粗壮有力的简单字体来。新字体笔画比较结实，装饰线结构也比较粗短，因为最早是为《世纪》杂志设计的，因此就称为“世纪体”(Century)。成为目前平面设计上依然广泛使用的一种基本字体。这种字体因为比较宽大，字体比较胖，所以在目前西方的儿童读物中得到广泛的应用。

美国出版事业在19世纪末到20世纪初期发展迅速，特别是报纸的出版发行简直达到登峰造极的水平，美国国民的文化教育水平迅速提高、文盲大幅度减少、印刷生产价格大幅度下降、广告费用的急剧上升，等等因素，都造成报纸发行的繁荣。仅仅从1830年到1860年期间，美国的报纸种类就从800多种增加到5000种，30年内增加了5倍，可以说是惊人的发展。广告的急剧发展，是促进印刷业发展的重要原因之一。大量的广告不但使报纸盈利丰厚，而且也促进了杂志的发行。



3—19. 19世纪80年代—90年代的各种维多利亚风格的广告海报，繁琐、复杂、艳俗，在当时非常流行。

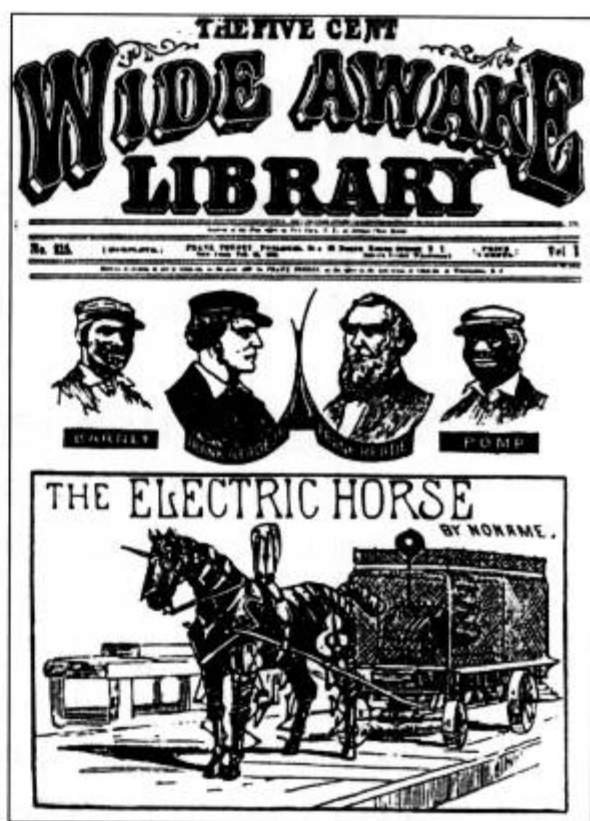


杂志的发展越来越依赖广告刊登量的大小。而19世纪末开始,大量的广告是通过杂志刊载的,广告成为杂志的主要经济来源之一,也成为杂志的主要利润来源。大量的广告收入,直接使杂志价格降低,因此就有更多的读者,读者越多,发行量就越大,广告直接导致杂志的全国普及。

印刷业与广告客户直接的联系,是通过广告代理商进行的。广告代理成为一门崭新的职业。最早的广告代理公司大约是1841年沃尼·帕默(Volney Palmer, of Philadelphia)在费城开设的广告事务所。他代表出版商出售杂志、报纸的版面,好像现在的旅行社为航空公司出售飞机票一样,他收取25%的佣金。广告代理公司逐渐成为具有广告专业知识的代理和咨询公司,这些公司都聘用对于市场、顾客心理、设计等方面有专门技术和知识的专业人员,为出版公司和广告客户服务。费城的第二家广告代理公司——艾耶父子公司(N.W. Ayer & Son)就是这种类型的比较具有专业水准的公司,1875年,艾耶在进行广告代理的时候,给他的顾客一种公开合同,根据这种合同,客户可以有条件和自由去检查真正的发行量,而他的广告代理公司依靠两种方式收受佣金的,第一种是根据发行量来收取佣金的,而另外一种则是以广告代理方式。公开让客户了解广告的发行量是一个重要的手段,使客户了解他自己的广告的情况,增加客户的信心,同时通过发行量收取佣金,也使广告代理公司的收入大幅度增加。艾耶公司很快就发展到给广告客户提供全套服务的水平,这些服务包括代理注册和版权、广告的艺术设计指导和咨询、广告的印刷发行和广告媒介的选择。这样早在1880年前后,美国的广告代理公司就已经具有现代广告公司基本全部的职能了。可见广告在美国发展的成熟水平。

美国和英国的广告中的大部分所谓“劝说销售技术”(persuasive selling),是在19世纪最后20年内形成的。所谓“劝说推销”,是利用告诉读者有关广告所推销的产品或者服务具有的与众不同的特点,它们所能带来的好处等等,经过精心的劝说和解释,达到促进销售的目的。当时大部分这类广告都包括有表现广告推广的产品或是服务所能造成的浪漫、实惠和奇特的收益,其中也包括大量不实之词。比如牙膏广告说“可以把你的牙刷成珍珠一样洁白”,肥皂广告宣传这种肥皂可以把杯盘碗盏洗得好像镜子一样亮,在这种广告活动中,插图占很重要的地位,因为插图通俗易懂,并且对于产品或者服务的效果表达比语言更为直观。另外,牵强附会地把皇室成员或者社会名流与广告的产品联系起来,比如把维多利亚女皇与咖啡联系起来(其实维多利亚女皇从来没有喝过这种咖啡)等等,也是经常使用的手段。所谓的“名人效应”,虽然并不诚实,但是在推销上却有成功之处,因此被广告界广泛使用。这类广告大量出现在当时欧美的报刊杂志上,连篇累牍,铺天盖地,为刊登广告的客户带来很大的促销效果,也为广告公司带来很大的利润。

1877年6月20日,芝加哥的图画印刷公司(the Pictorial Printing Company of Chicago)通过它创刊的新杂志《五毛钱图书馆》(The Nickel Library,原词“Nickel”指美国硬币一分钱)创造了一种崭新的平面设计方式,这份杂志在这一天出现在全美国的书报刊摊点上,杂志的艺术家和平面设计家利用整版篇幅的生动插图、平面设计组成封面,以大字标题宣传本期主要内容,文字、插图和版面编排都尽量达到耸人听闻的目的,内容往往是美国内战、印第安人、美国西部的开拓者这类老百姓喜闻乐见的题材,版面尺寸也与众不同,长宽大小是8英寸X12英寸,相当于20.3厘米X30.5厘米,这种尺寸使艺术家有更大的空间发挥,也因为与其他刊物尺寸不同,因此在书报摊是非常引人注目。这份周刊每期大约是从16页到32页左右,篇幅大小比较适合读者的阅读习惯。正是因为平面设计从尺寸、比例、篇幅、字体、插图等等各个方面进行了与众不同的改革,这份刊物立即取得很好的效果,销售量直线上升。也因为如此,出现了不少仿效它的刊物,比如弗兰克·托赛(Frank



3-20. 1888年美国的一本杂志封面设计,把美国的历史与发展的未来合并在一起进行形式的混合设计编排,是这个时期美国平面设计的典型方法。

Tousey, 1876—1902) 出版的《狂醒图书馆》(Wide Awake Library) 以类似的平面设计特点, 以青少年为主要诉求对象, 大量采用青少年喜闻乐见的插图, 得到相当不错的市场反应。他特别聘用作家路易斯·塞拉伦斯 (Luis P. Senarens, 1865—1939) 以笔名“无名”(Noname) 创造了利用科学发明探索世界和宇宙奥秘的青年人物小弗兰克·里德 (Frank Reade, Jr.)。塞拉伦斯本人对于自然科学的了解和认识, 使他的科学幻想小说中的不少设想, 包括直升飞机、飞船、电车等等, 在日后都成为现实。这本杂志成为美国青少年读者长期喜爱的读物。

## 7. 维多利亚时期的版面设计风格

随着时代的发展, 维多利亚时期的平面设计日趋成熟。维多利亚时期的品味和美学特征, 很快在平面设计, 特别是通过版面、字体设计反应出来。维多利亚虽然是英国的王朝, 但是, 从艺术风格上、从设计上来讲, 往往把这个时期的欧洲和美国, 特别是英语国家, 包括在维多利亚时期中。因此, 维多利亚时期的设计, 其中重要的贡献很多都是来自美国的。

维多利亚时期的上半期, 也就是 19 世纪上半叶, 平面设计风格主要在于追求繁琐、华贵、复杂装饰的效果, 因此, 出现了繁琐的“美术字”风气。字体设计为了达到华贵、花哨的效果, 广泛使用了类似阴影体、各种装饰体, 所谓的“美术字”设计, 在这个时候发展得很迅速。版面编排上的繁琐也是这个时期的平面设计特征之一。到 19 世纪下半期, 设计上因为出现了金属活字和新的插图制版技术的刺激, 这种繁琐装饰的风气更加有增无减, 繁琐装饰达到登峰造极的地步。字体设计家在软金属材料上直接刻制新的花哨字体, 然后通过电解的方法, 制成印刷的字模版。彩色石版印刷的发明和发展, 更加给平面设计的繁琐装饰化带来几乎是没有限制的手段。这些发展, 都使各个印刷公司、出版公司需要聘用更加多的平面设计师和插图艺术家从事设计, 这种情况无疑对于促进平面设计起到促进作用, 虽然维多利亚的繁琐装饰风格并不是一种理想的风格。

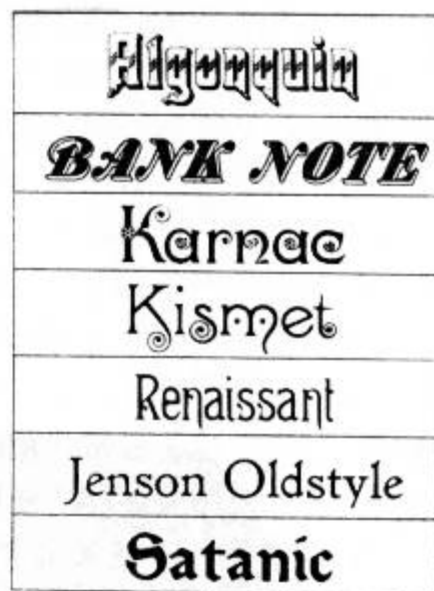
维多利亚时期字体设计的最重要设计家之一是德国人赫恩·依廉伯格 (Hern Ihlenburg 1843



3-21. 1881年美国麦克克莱出版公司出版的《字体手册》, 内中包含了大量装饰繁琐的美术字体, 是维多利亚风格的字体趋向的典型代表。

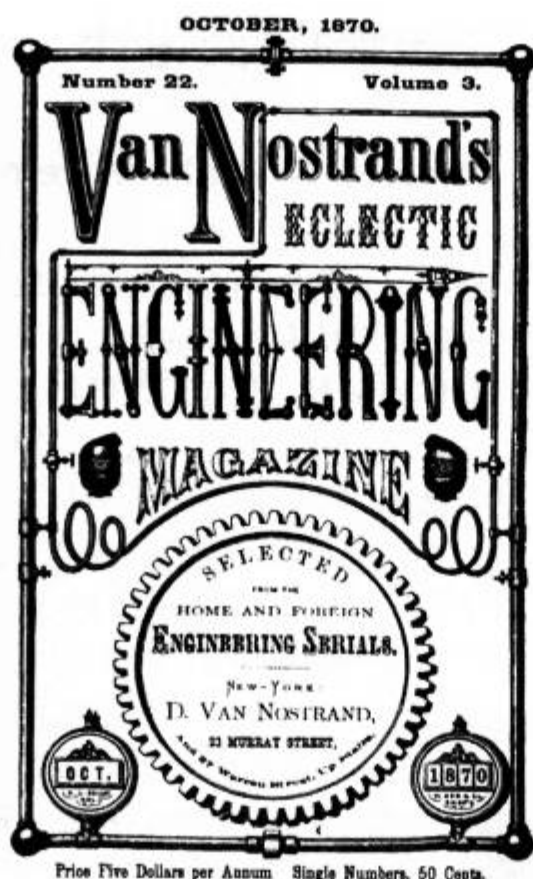
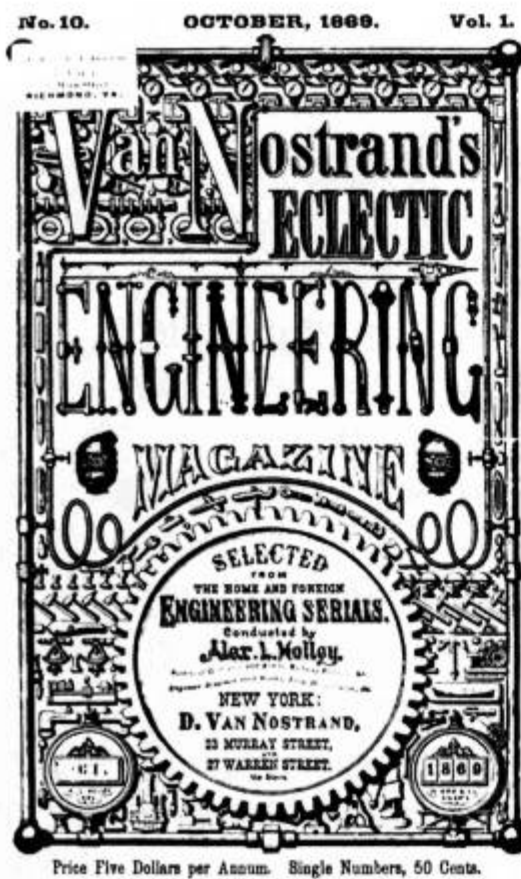


3-22. 19世纪80年代依廉伯格的美术字体设计。



3-23. 在英国“工艺美术”运动的凯姆斯科特印刷公司风格影响下, 库明与19世纪90年代设计出来的美术字体系列。





3—25. 1872年的一个典型的维多利亚风格商标, 繁琐、复杂装饰是这种风格的设计特点之一。

3—24. 1869—1870年期间的《凡·诺斯特朗折衷风格印刷》杂志封面设计, 可以明显看出开始出现了简单化维多利亚平面设计风格的趋向。

一?)。他虽然是德国人, 但他毕生大部分设计生涯是在美国费城的一个印刷公司度过的。费城的马克凯拉, 史密斯和约但铸字公司 (MacKellar, Smiths & Jordan Foundry in Philadelphia) 是当时美国最重要的字体铸造公司之一, 依廉伯格从 1866 年开始一直到 20 世纪初为止, 都在这个公司从事字体设计工作, 这个公司在 1892 年兼并其他小型字体公司和印刷公司, 成为美国铸字公司 (the American Type Founders company), 原来的公司是新公司的最重要组成部分。这个公司专门设计广告上用的美术字, 英语称为“展示字体” (display typefaces), 依廉伯格是公司字体设计部门的主要领导人物, 他设计了大量花哨的展示字体, 到 19 世纪末, 依廉伯格一共设计出大约 80 多种维多利亚风格的展示字体。他还亲自动手刻制了 3.2 万个活字, 对于这个时期的字体设计和平面设计风格起很重要的作用。

其他的美国出版公司、字体铸造公司也都参与新展示字体和其他美术字的设计与铸造。其中, 约翰·昆明 (John Cumming 1852—?) 在波士顿的迪金森铸字公司 (the Dickinson Type Foundry in Boston) 从事字体设计, 也是当时代表维多利亚风格平面设计, 特别是字体设计的重要人物。他受到当时英国的“工艺美术” (The Arts and Crafts) 运动风格的影响, 而设计出结合了英国“工艺美术”风格的维多利亚风格的新字体与版面来。对当时的平面设计界也有一定影响。

总体来说, 维多利亚时期的印刷事业得到非常大的发展, 出版的发展自然也促进了平面设计的发展, 这个时期欧美的平面设计的发展主要基于两个方面, 一个是美国插图的发展, 并且逐渐成为平面设计考虑的核心, 从而排挤了类似版面编排等其他平面设计因素的同步发展, 插图左右平面设计是美国 19 世纪的一个非常特殊的现象。但是, 在这种情况下, 美国的插图却得到很大的进步和获得巨大的成功, 进入了美国的“插图黄金时代”, 对于插图发展来说, 这个阶段是具有举足轻重的意义的; 而另外一个发展方向则是字体设计分兴盛。维多利亚的总体风格是繁琐装饰, 俗艳, 这在字体的设计上有着非常清楚的表现。新的铸造字体技术和印刷技术的发明, 对于促进字体的多元化起了很大作用。

### 1. 英国“工艺美术”运动 ( the Arts & Crafts Movement ) 的背景

“工艺美术”运动是起源于英国 19 世纪下半叶的一场设计运动，这个运动的背景是工业革命以后大批量工业化生产和维多利亚时期的繁琐装饰两方面同时造成的设计水准急剧下降，导致英国和其他国家的设计家，希望能够从传统的设计中和远东的设计风格中汲取某些可以借鉴的因素，从根本上改变和扭转设计颓败的趋势。具体的来看，其起因是针对家具，室内产品，建筑因为工业化的批量生产所造成的设计水准下降、平面设计在工业化大量出版的前提下面临质量下降的局面，企图通过复兴中世纪的手工艺传统、从自然形态中汲取借鉴、从日本装饰和设计中找到改革的参考，来重新提高设计的品味，恢复英国传统设计的水准，因此称为“工艺美术”运动。如果从历史发展的趋势来看，这个运动虽然具有它对于设计水平，特别是设计风格水平的重视的优点，但是，在它采用的方式来说，则是一个复旧运动，因此不但是退步的，同时也不可能成为现代设计的启迪和开拓型运动。但是，在维多利亚风格弥漫设计界的时候，“工艺美术”运动的确带来一股清风。



4-1. 1844 年威廉·皮克林设计的《大众祈祷书》的封面，与同时流行的维多利亚风格完全不同，强调中世纪的宗教象征性特点，是“工艺美术”风格的开端之一。

这场运动的理论指导是英国美术评论家和作家约翰·拉斯金 (John Ruskin)，而运动的主要人物则是艺术家，诗人威廉·莫里斯 (William Morris)，他与艺术家福特·布朗 (Ford Madox Brown)、爱德华·伯恩-琼斯 (Edward Burne-Jones)、画家但丁·加布里尔·罗西蒂 (Dante Gabriel Rossetti)、建筑师菲力普·威伯 (Philip Webb) 共同组成了艺术小组“拉菲尔前派兄弟会” (Pre-Raphaelite Brotherhood)，习惯称为“拉菲尔前派”。他们受到刚刚引入欧洲的日本艺术的影响，主张回溯到中世纪的传统。他们的目的是“诚实的艺术” (Honest Art)，主要是回复手工艺传统。他们的设计主要集中在首饰、书籍装帧、纺织品、墙纸、家具和其他的用品。他们反对机器美学，主张为少数人设计少数精华产品，所谓的“the work of a few for the few”。

这个运动从 1860 年左右在英国开始发展，到 1878 年代左右已经成为一个名副其实的运动了。1888 年前后，“工艺美术”运动略有式微趋势，却出现了一个重要的促进因素，再次促进它的发展，这个因素就是 1888 年在伦敦成立的工艺美术展览协会 (the Arts and Crafts Exhibition Society)。从

“工艺美术”运动的开端，迄今也并没有完全一致的看法，有些学者是以威廉·莫里斯 1864 年开始的设计事务所作为开端，另外一些学者则认为虽然莫里斯的事务所到 1864 年才开设，但是，类似的设计探索则早在这以前已经存在了。如果把工业化时代的设计作为一个普遍存在的问题看待，引起社会和设计界的广泛注意看，很多人则认为“工艺美术”的基本思想是在 1850 年前后形成的。根据比较一致的理解，这种对于工业化造成的设计水平下降的社会意识是从 1851 年在伦敦的水晶宫中举行的世界博览会 (The Great Exhibition of 1851) 开始的。这个展览展出了大量设计丑陋的工业产品，因而导致设计界的一些敏锐的人物意识到问题的严重性。与日后的现代主义设计家坚持对工业产品进行设计上的完善、改进不同，这批设计家提出否定工业产品、否定工业化，提倡恢复中世纪的手工艺传统，企图躲避工业化在设计上的影响。因此，如果从历史的发展来说，“工艺美术”运动具有它的局限性和落后性，但是对于繁琐的维多利亚风格来说，它又是一个很大的进步。



1888年开始，这个协会连续不断地举行了一系列的展览，在英国向公众提供了一个了解好设计及高雅设计品味的机会，从而促进了工艺美术运动的发展。不但如此，英国“工艺美术”运动的风格开始传出英国国境，影响到其他欧洲国家和美国，比如苏格兰的格拉斯哥的设计师查尔斯·马金托什（Charles Rennie Mackintosh）和他领导的所谓“格拉斯哥四人”（the Glasgow Four），英国设计师沃塞（C.F.A. Voysey），阿瑟·马克穆多（Arthur H. Mackmurdo）。在美国，“工艺美术”运动主要影响到芝加哥建筑学派（Chicago School of Architecture），特别是对于这个学派的主要人物路易士·沙里文（Louis Sullivan）和弗兰克·赖特（Frank Lloyd Wright）的影响很大。在加利福尼亚则有格林兄弟（Charles and Henry Green, Green & Green Brothers.），家具设计师古斯塔夫·斯蒂格利（Gustav Stickley），和柏纳德·迈别克（Bernard Maybeck）等人受到很大的影响。因此，1880年代之后，“工艺美术”运动成为了一个国际运动。

到了世纪之交，“工艺美术”运动变成一个主要的设计风格影响因素，它的影响遍及欧洲各国，它的基本思想，它对于工业化的强烈反对，它利用自然风格、日本装饰风格和中世纪装饰风格作为对繁琐的维多利亚式风格的对抗，他对于中世纪的手工艺传统的鼓励和促进，影响了几乎所有的欧美国家，从而促使欧洲和美国产生了另外一个规模更加大的设计运动——“新艺术”运动（Art Nouveau）。虽然工艺美术运动风格在20世纪开始就失去其势头，但是对于精致，合理的设计，对于手工艺的完好保存迄今还有相当强的作用。

19世纪初期，欧洲各国的工业革命都先后完成，蒸汽机在西欧，美国得到广泛的推广，第一条铁路建成了，第一艘轮船下水了，工厂的烟囱如雨后春笋在各地林立，吐着浓浓的黑烟。大批工业产品被投放到市场上，但设计却远远落在后面。美术家像是天上的神祇，不屑过问工业产品；而工厂主则只管具体制作，生产流程，产品质量，销路和利润，未能想像到还有进一步改善的可能与必要。艺术与技术本来已经分离，到19世纪初期则更为对立。

这时的产品出现了两种倾向：一是工业产品外型粗糙简陋，没有美的设计；二是手工艺人们仍然以手工生产为少数权贵使用的用品。于是社会上的产品明显地两极分化：上层人士使用精美的手工艺品，平民百姓使用粗劣的工业品。艺术家中不少人不但看不起工业产品，并且仇视机械生产这一手段。然而，社会的发展必然导致工业产品在消费中的统治地位，因为工业产品可以批量生产，价格低廉，能为广大消费者所接受。而19世纪早期的手工制品也因艺术与技术的分离而走上一条繁琐俗气，华而不实的装饰道路。法国王朝复辟之后出现的各届政府腐败不堪，在手工艺品上的反映就是复古风大盛。对于正在蓬勃发展的工业时代而言，这种装饰与设计制作方式是反动的。这一时期尚属工业设计思想萌发前夕，因之在工业制品及产品设计上是一片混乱。

当时，摆在设计家面前有两个重要的问题：其一是过分装饰、矫饰做作的维多利亚风格的蔓延，其二则是令不少知识分子感到震惊，甚至恐惧的工业化来临。工业化的过程，造成不少社会问题，比如贫民窟的出现，城市生活水平的急剧恶化，童工、女工的困苦生活，疾病的蔓延等等。如果从经济学的角度来看，工业革命带来的直接后果就是资本主义的产生和逐步成熟化，资本主义的产生，造成对立的两个阶级，即无产阶级和资产阶级，无产阶级的生活条件和工作条件在工业革命后非常恶劣，也没有任何人能够改变这种状况。如何解决这些问题，始终是先进的知识分子们共同关心的。其中就有人提出利用国家革命的方式，推翻资本主义制度，彻底改革劳动状况，科学社会主义的创始人卡尔·马克思在1848年发表了他的重要著作《共产党宣言》，明确提出无产阶级只有自己解放自己。这个探索导致了国际共产主义运动的诞生；对于资本主义的困惑，同时也使另外一些知识分子感到无可奈何，他们主要是文学家、诗人，对于他们来说，暴力革命显然不是解决问题的方法，他们认为唯有通过宗教的力量，通过劝善的方式，利用慈善来解决问题。比如英国作家查尔斯·狄更斯的小说中描写的对象都是在大工业化中受到摧残的儿童，而他能够提出的解决方法无非是社会的怜悯、良心的解救，通过慈善事业来局部解决问题。还有另外一些知识分子——特别是艺术家、建筑家和艺术理论家们，感到根本无法解决工业化带来的问题，在工业化的残酷现实面前，他们感到无能为力，他们憧憬着中世纪的浪漫，或者幻想中世纪的浪漫情调，因此，企望

通过艺术与设计来逃逸现实，退隐到他们理想中的桃花源——中世纪的浪漫之中去，逃逸到他们理想化了的中世纪、哥德时期去。这正是19世纪英国与其他欧洲国家产生工艺美术运动的根源。从意识形态上来看，这个运动是消极的，也绝对不会可能有出路的。因为它是在轰轰烈烈的大工业革命之中，企图逃避革命洪流的一个知识分子的乌托邦幻想而已。但是，由于它的产生，却给后来的设计家们提供了新的设计风格参考，提供了与以往所有设计运动不同的新的尝试典范。因此，这个运动虽然短暂，但在设计史上依然是非常重要的，值得认真研究的。

为了炫耀工业革命带来的伟大成果，工业革命的发源地——英国在19世纪中叶提出举办世界博览会的建议，得到欧洲各国的积极响应。此事由英国的阿尔伯特亲王主持，普林斯·克恩索与亨利·克鲁两爵士具体筹办。由英国建筑师约瑟夫·伯克斯顿（Sir Joseph Paxton 1801—1865）设计展览大厅，他曾经学习过使用钢铁与玻璃建造温室的设计原理，就大胆地把温室结构用在伦敦世界博览会的建筑设计中，展览大厅全部采用钢材与玻璃结构，被称为“水晶宫”（the Crystal Palace）。1851年世界上第一个国际博览会在伦敦开幕，震惊了整个世界。

首先令人震惊的是“水晶宫”。这间用钢材和玻璃建成的圆拱形大厦，实际上是一幢放大的温室。但材料特殊，造型奇特，采光良好，使各国来宾深为英国工业化的成就而折服。这所建筑在博览会结束后被完整地拆迁到赛登汉（Sydenham，在伦敦南部），直到1936年才毁于大火。但无论从功能或造型来看，“水晶宫”均非成功之作。它的真正价值，在于开创了这两种新材料的应用。

本文特别对1851年伦敦世界博览会加以介绍，是因为它从反面刺激了现代工业设计思想的出现。当时的展品中工业产品占了很大的比例，外型全都相当粗陋。工匠们尝试用一点装饰来加以弥补，于是把哥德式的纹样刻到铸铁的蒸汽机体上，在金属椅子上用油漆画上木纹，在纺织机器上加了大批洛可可风格的饰件，凡此种种，不胜枚举。除此之外就是手工制作的特种工业品。应该说，这种情况的出现是必然的，是新思想出现的前奏，或者可以比喻为乐队演奏前杂乱无章的调音。

然而不少人却对此津津乐道，认为一切已完美无瑕，赞美工业革命带来的伟大胜利与成就，英国大诗人丁尼生就专门为这个博览会写了赞美诗。类似者大有人在。

但也有人一眼看出了问题之症结，感到缺乏一种从总体出发的工业品的统一设计。不过他们均是设计思想上的先进分子，但同时却是工业化生产的反对者。这批人都认为产生这样丑陋产品的原因是机械生产，这些人成了新设计思想的奠基人，但可悲的是他们又都是机械否定论者。

参观展览的人中有个德国建筑家，名叫哥德弗雷特·谢姆别尔（Gottfried Sempell）就是这批先驱之一。他参观展览后，写了两本书，提出对这个展览的反对意见。一本是《科学·工艺·美术》（1852年），另一本是《工艺与工业美术的式样》（1890年）。他在这两本书中提出：美术必须与技术结合，提倡设计美术，但同时他又认为大批量生产对设计而言是个危机，反对机械化大规模生产。但无论如何，谢姆别尔是在德国第一个提出设计革命的人。可惜当时德国倾力扩张，国内尚四分五裂，无人理睬他的主张。

另一个对此展览指手画脚、认为毫无可取之处的人名叫约翰·拉斯金（1819—1900）。他在看到水晶宫后长叹一声说，“水晶宫”可算庞大无比了，但它的意义仅在于表明——人类可以造出这等巨大的温室来。他在随后几年中，通过著书或讲演来宣传他的设计美学概念。他否认在造型艺术——所谓“大艺术”与被称为“小艺术”的手工艺，室内装饰等之间存在着什么差别。主张美学家从事产品设计，要求美术与技术结合。

拉斯金认为：“艺术家已经脱离了日常生活，只是沉醉在古希腊和意大利的迷梦之中，这种只能被少数人理解，为少数人感动，而不能让人民大众了解的艺术有什么用呢？真正的艺术必须是为人民创作的，如果作者和使用者对某件作品不能有共鸣，并且都喜欢它，那么这件作品即使是天上的神品也罢，实质上只是件十分无聊的东西。”

他在1895年前后进一步发展了自己的关于现代设计思想，他说：

“天天都有新的机械被安装起来，随着资本的增加，你们的事业也必然会扩大，当前正处在极为迅速的变革之中。在这种情况下，要想设立英国的美学教育原则是非常不明智的，……只有那



些有闲情逸致的把美丽的东西放在身边赏玩的人，才有可能创造出优美的作品来。所以，除非用人工创造出这种环境，否则将无法生产出美的产品来。”

他认为，为了建设一个完美的社会，必须要有美术，但是，这种美术并不是“为美术的美术，而是要工人对自己所作的工作感动喜悦，并且要在观察自然，理解自然之后产生出来的美术”。

他在提出以上的观点之后，认为设计只有两条路（the two paths），即第一，对现实的观察；第二，具有表现现实的构思和创造能力。前者是主张观察自然，后者则要求把这种观察贯穿到自己的设计中去。从这一点来看，拉斯金是主张“回归自然”的最重要理论家之一。他的口号之一就是“向自然学习”。

拉斯金同时提出了设计的实用性目的。他说：“世界上最伟大的以上作品都是要适合于某一特定场合，从属于某特定目的的，绝对不会有那种非装饰性的所谓最高美术的存在。”

对于工业化的问题，拉斯金也有比较中肯的态度，他说：

“工业与美术已经在齐头并进了，如果没有工业，也没有美术可言，各位如果看看欧洲地图，就会发现，工业越发达的地方，美术也越发达。”

作为最早期的社会主义者，拉斯金的设计理论具有强烈的民主和社会主义色彩。他强调设计的民主特性，强调设计为大众服务，反对精英主义设计。他说：

“以往的美术都被贵族的利己主义所控制，其范围从来没有扩大过，从来不去使群众得到快乐，去有利于他们。……与其生产豪华的产品，倒不如做些实实在在的产品为好。……请各位不要再为取悦于公爵夫人而生产纺织品，你们应该为农村中的劳动者生产，应该生产一些他们感兴趣的東西。”

拉斯金的设计思想其实是非常混乱的，其中包含了社会主义色彩，也包含了对大工业化的不安，一方面强调为大众，另一方面则主张从自然和哥德风格中找寻出路，而这种设计自然不是为大众的。他的实用主义思想与以后的功能主义仍有很大区别，但是，他的倡导和设想，依然为当时的设计家们提供了重要的思想依据。其中，受到他的思想影响最深刻，并且通过自己的设计实际体现了拉斯金的精神的，是英国设计家威廉·莫里斯。他所带动的“工艺美术运动”在19世纪下半叶成为欧洲最重要的一场设计运动。

工艺美术运动最主要的代表人物是英国设计家、诗人和社会主义者威廉·莫里斯。他是英国工艺美术运动的奠基人，生于1834年3月24日，1896年10月3日去世。是真正实现英国理论家约翰·拉斯金思想的一个重要设计先驱。

莫里斯参观伦敦1851年世界博览会时才14岁，他对于工业化造成的产品丑陋结果感到震惊，极其厌恶。据报道说：他在看见“水晶宫”展览建筑时竟然放声大哭。足以说明他对于机械化、工业化的厌恶程度。他身受伦敦世界博览会的刺激，对于流行于世的各种新兴工业产品感到讨厌，希望能够通过自己的努力，扭转这种设计的颓败状况，恢复中世纪设计讲究、手工艺精湛的局面。他身体力行，从一个建筑家、画家发展为全面的设计家，开设了世界第一家设计事务所，通过自己的设计实践，促进了英国和世界的设计发展。

严格地来看，莫里斯并不是一个现代设计的奠基人，因为他的探索的重点恰恰是要取消工业化造成的“恶果”，恰恰是要否定现代设计赖以依存的中心——工业化和机械化生产。他的目的是复兴旧时代风格，特别是以中世纪、哥德式风格，一方面否定机械化、工业化风格，另一方面否定装饰过度的维多利亚式风格，他认为只有哥德式、中世纪的建筑、家具、用品、书籍、地毯和挂毯设计才是真正“诚挚”的设计，是“诚实”的设计。其他的设计风格如果不是丑陋的，也是矫揉造作的、忸怩作态的、不真实的，因而应该否定，推翻。只有复兴哥德风格和中世纪的行会精神，才可能在工业化咄咄逼人、过饰风格横行霸道的时刻挽救设计的精神，保持民族的、民俗的、高品味的设计。对于他来说，无论是古典风格还是现代风格，都不足以取，唯一可有依赖的就是中世纪的、哥德的、自然主义这三个来源。他是在实践中实现了拉斯金设计思想的第一个人物。

莫里斯家庭殷富，父亲是一个富裕的商人，非常重视他的教育，在1851年伦敦世界博览会之

后，莫里斯决心学习设计，因此，他就读于万宝路大学和牛津大学的建筑系，勤苦学习，刻意钻研古典建筑，了解古典建筑的实质和精神。学习初期，他以为他追求的是古典主义，特别是人人都津津乐道的古罗马风格和文艺复兴风格，认为这种风格应该是西方建筑的灵魂和核心。

在牛津大学期间，他偶然看到了拉斯金的一本著作《威尼斯的石头》(The Stone of Venice)，这本书集中了拉斯金强调中世纪设计的精华的思想内容，特别是他对于哥德风格和自然主义风格在设计中的应用的兴趣和期望。莫里斯对此书非常着迷，同时也产生了对哥德风格的热爱。他的对于古旧的喜爱与拉斯金系统的分析方式一拍即合，从而展开了他毕生对于哥德风格和自然主义风格设计的探索和喜爱。他利用了整整一个暑期，与牛津大学的同学、日后的合伙人之一爱德华·伯恩-琼斯(Edward Burne-Jones)一同到法国旅游，目的是调查哥德风格的建筑。法国具有为数众多的哥德式建筑，散布全国各地，其中不乏非常精彩、壮观者，这次旅游，对于这两个青年来说是大开眼界，也是他们毕生热衷于哥德风格复兴的设计活动的开始。

莫里斯在牛津大学毕业以后，进入专门从事哥德风格建筑设计的乔治·斯特里特设计事务所(George Edmund Street)工作，从事建筑设计。在此期间，他通过设计实践对哥德风格有更加深刻的认识和了解。但是，他很快就因为要参加志在复兴中世纪风格的一个画家群体“拉斐尔前派兄弟会”、和他的结婚而离开了这个设计事务所。

拉斐尔前派兄弟会是画家但丁·罗西蒂(Dante Gabriel Rossetti)、约翰·米勒斯(John Everett Millais)和霍尔曼·汉特(Holman Hunt)三人在1848年发起的。他们的主要目的是反对当时英国画坛的因循守旧、故步自封的保守主义，主张忠实于自然的风格，主张“真实的”、“诚挚的”的新艺术风格，在题材上和风格上，他们对于中世纪和哥德风格情有独衷，因此，与拉斯金的理论和莫里斯的希望不谋而合。莫里斯此时认识了罗西蒂，受到他很大的影响，因此于1857年毅然离开斯特里特设计事务所，而参加了他们的画会。他与伯恩-琼斯在伦敦的“红狮广场”开设画室，准备在画坛上大干一番，这个重大的转折与随即而来的结婚，是莫里斯走向设计探索的开端。

开设画室和建立新家庭，莫里斯必须采购各种家具用品，而新家需要新房，这样他又不得不到处为新家庭寻找合适的住宅，他在跑遍伦敦市内和郊区之后，发现很难找到满意的建筑和用品，现存的各种住宅或者用品，不是过于简陋就是设计繁琐，维多利亚风格充斥市场，新的工业用品则更加丑陋，因此，莫里斯动了自己动手设计和制作的念头。他请威柏与他合作，设计了自己在伦敦郊区肯特郡的住宅，一反中产阶级住宅通常采用的对称布局、表面粉饰的常规，他们设计的住宅是非对称性的、功能良好的，同时完全没有表面粉饰，采用红色的砖瓦，既是建筑材料，也是装饰动机，建筑结构完全暴露，同时采用了不少哥德式建筑的细节特点，比如塔楼、尖拱入口等等，具有民间建筑和中世纪建筑的典雅、美观，以及反对追逐时髦的维多利亚风格的设计特点。很受设计界欢迎。因为砖瓦都是红色的，因此，这个住宅建筑被广泛称为“红屋”。与此同时，莫里斯还自己动手设计了家庭内部的所有用品，从墙纸到地毯，从餐具到灯具，从家具到室内，风格统一，具有浓厚的哥德特色，这个建筑和内部的用品，成为一种新风格的奠定基础，这就是1860年前后在英国展开的“工艺美术”运动风格。

“红屋”的建成和引起设计界广泛的兴趣与称颂，使莫里斯感到社会上对于好的设计、为大众的设计的广泛需求，他希望能够为大众提供设计服务，为社会提供真正的好的设计，改变设计中流行的矫揉造作方式，反对维多利亚风格的垄断，也抵御来势汹汹的工业化风格。因而，他放弃了原来做画家或者建筑家的想法，开设了自己的设计事务所，为顾客提供新的设计。

1860年前后，莫里斯与他的两个朋友开设了自己的设计事务所，几年以后，业务发展迅速，他把其他两个人的股份买了下来，于1864年成立了“莫里斯设计事务所”，莫里斯终于成为这个设计事务所的单独老板。这是世界上最早的由艺术家领导的设计事务所。莫里斯设计事务所为顾客提供各种各样的设计服务，设计范围包括家具、用品、地毯和挂毯、建筑，90年代又发展到书籍设计，成为一个兼有建筑、室内、产品、平面设计多种内容的完整设计事务所。这个设计事务所与企业联系，在他们有关系的陶瓷、玻璃、地毯、印刷工厂中生产自己的设计产品，再提供给顾客，



风格统一，与当时流行的维多利亚风格大相径庭，展示出设计上的崭新面貌。

莫里斯设计事务所设计的金属工艺品、家具、彩色玻璃镶嵌、墙纸、挂毯、室内装饰品等等，都具有非常鲜明的特征，也就是后来被称为“工艺美术”运动风格的特征。这个风格具有以下几个特点：即第一，强调手工艺，明确反对机械化的生产；第二，在装饰上反对矫揉造作的维多利亚风格和其他各种古典、传统的复兴风格；第三，提倡哥德风格和其他中世纪的风格，讲究简单、朴实无华、良好功能；第四，主张设计的诚实、诚恳，反对设计上的哗众取宠、华而不实的趋向；第五，装饰上还推崇自然主义，东方装饰和东方艺术的特点。大量的装饰都有东方式的，特别是日本式的平面装饰特征，采用大量卷草、花卉、鸟类等等为装饰动机，使设计上有一种特殊的品味。目前英国伦敦的维多利亚与阿尔伯特博物馆（Victoria and Albert Museum, London）中的“威廉·莫里斯室”集中地展示了这种风格的设计。

莫里斯本人最热心于纺织品纹样设计。他的设计图案往往采用植物的枝蔓和花卉为动机，枝条中有小鸟歌唱，充满了浪漫的自然主义色彩。这种设计，与拉斯金提倡的“向自然学习”是一致的。而他的设计事务所设计与生产的金属制品、家具、装饰品、彩色玻璃镶嵌等等，都具有类似的风格特征。

莫里斯设计事务所早期是单纯的设计事务所，他的设计受到大众广泛的欢迎，市场需求量越来越大，因而，他的设计事务所很快就变成具有设计与生产功能的中心，他雇用设计人员和手艺人，设计生产各种产品，由于生产的规模越来越大，所以他逐渐把一个工厂按照产品类型区分成几个工厂。1881年他把纺织品生产中心独立开来，成为他的挂毯工厂，之后又开设“凯姆斯各特”出版社（Kelmscott Press），从事书籍设计和出版，大量杰出的“工艺美术”风格的平面设计都是从这个出版社出版的。

莫里斯在平面设计上的贡献是非常突出的。他在19世纪90年代开始投身于书籍设计，从版面编排到插图设计，都非常精心，努力恢复中世纪手抄本的装饰特点。他在1894年与沃尔特·克莱因（Walter Crane）合作设计的《呼啸平原的故事》（*The Story of the Glittering Plain*）和1896年，也就是他去世的那年设计的《吉奥弗雷·乔梭作品集》（*The Works of Geoffrey Chaucer*），都是“工艺美术”风格的典型杰出代表作品。关于平面设计的具体特点和内容，将在下面进行详细的讨论。

莫里斯在这个时期逐渐形成自己的设计思想，他受到拉斯金的民主主义、社会主义思想很大的影响，在设计上强调设计的服务对象，同时也希望能够重新振兴工艺美术的民族传统，反对矫揉造作的维多利亚风格。他曾经在1877年撰写的一篇文章《小艺术》（*The Lesser Art*）中明确地提出自己的设计思想，他说：“我们没有办法区分所谓的大艺术（指造型艺术）和小艺术（指设计），把艺术如此区分并没有任何的好处。因为如此区分，小艺术就会变成毫无价值的、机械的、没有理智的东西，失去对于流行风格的抵御能力，丧失了改革的力量。而从另外一方面来说，失去了小艺术的支持，大艺术也就失去了为大众服务的价值，而成为毫无意义的附庸，成为有钱人的玩物。……”

他进一步提出设计的民主思想，他说：“我不希望那种只有为少数人的教育的自由，同样也不追求为少数人服务的艺术，与其让这种为少数人服务的艺术存在，倒不如把它扫除掉来得好。……人既要劳动，那么他的劳动就应该伴随着幸福，否则，他的工作将是不幸的，不值得的。”他反复强调设计的两个基本原则，即第一，产品设计和建筑设计是为千千万万的人服务的，而不是为少数人的活动；第二，设计工作必须是集体的活动，而不是个体劳动。这两个原则都在后来的现代主义设计中得到发扬光大。

莫里斯在具体设计上，强调实用性和美观性的结合，对于他来说，实用但是丑陋的设计不是好的设计。他曾经说：“不要在你家中放一件虽然你认为实用的，但是难看的东西。”这种看法，是他的功能与美观结合的设计思想的体现。但是如何达到这个目的，对于他来说，依然是采用手工艺的方式，采用简单的哥德式和自然主义的装饰，因而，他的这个局限使他不可能成为真正现代设计的奠基人。

莫里斯的设计，莫里斯设计事务所的活动，以及他们提倡的原则和设计风格，在英国和美国产

生了相当的回响。英国有不少年青的设计家仿效莫里斯的方式，组织自己的设计事务所，称之为“行会”(guild)，从而开始了一个真正的设计运动，历史上称为“工艺美术”运动，而他们推崇的风格，就称为“工艺美术”运动风格。比较具有影响意义的英国“工艺美术”运动设计集体包括有以下几个：

“世纪行会”(the Century Guild)，由杰出的设计家阿瑟·马克穆多(Arthur Markmurdo)为首组成。成立的时间是1882年。

“艺术工作者行会”(the Art Workers Guild)，成立于1884年。

“手工艺行会”(Guild of Handicraft)，由杰出的设计家查尔斯·阿什比(Charles Robert Ashbee)为首组成，成立于1888年。

这批设计事务所都是在19世纪80年代期间成立的，距离莫里斯成立设计事务所的1864年有接近20年的时间，因此，可以说它们都是受到莫里斯设计思想影响而产生的。这批设计事务所的设计宗旨和风格与莫里斯也非常接近。它们都反对矫揉造作的维多利亚风格，反对设计上的权贵主义，反对机械和工业化特点，力图复兴中世纪手工艺行会的设计与制作一体化方式，复兴中世纪的朴实、优雅和统一；这些设计家都努力在设计上体现实用性、功能性和装饰性的结合，在设计风格上汲取中世纪风格、哥德风格、自然主义风格的特征，并把它们糅合在一起，同时在平面设计上发展东方风格的特点，讲究线条的运用和组织的完整，这些公司生产的家具、金属制品、家庭用品、装饰品、书籍设计等等，都具有这些特点。因而风格很统一。

1888年，一批英国的设计家在莫里斯的精神感召下，组织了“英国工艺美术展览协会”(The Arts and Crafts Exhibition Society)，从而有计划地举办外国设计展览，以促进英国本身的设计水准。这些展览吸引了大批外国设计家、建筑家参加，对于促进英国的设计起到重要的作用。他们还出版了一本刊物《工作室》(The Studio)，作为宣传“工艺美术”运动精神的言论阵地，刊物上发表了包括拉斯金、莫里斯和其他“工艺美术”运动代表人物的文章，广泛地宣传了这个设计运动的宗旨和内容。

1896年，威廉·莫里斯去世，设计家阿瑟·本森(Arthur Smith Benson)接手莫里斯设计事务所的工作，他与另外一个非常杰出的英国设计家克里斯多夫·德莱赛(Christopher Dresser)一起，振兴莫里斯的事业，继续发展“工艺美术”运动。起到承上启下的重要作用。莫里斯公司在他去世以后还存在着相当一个时期，这应该说与本森和德莱赛的努力是分不开的。

### 1) 英国“工艺美术”运动的平面设计

19世纪以来，因为大批量出版发行，书籍设计粗制滥造越来越多，书籍的设计和整个英国平面设计的水准都在下降，这个情况，使不少平面设计家感到忧虑。作为工业革命的结果，在平面设计上的反映却是消极的，这个结果，导致不少设计家对工业化产生了成见，甚至敌视的态度。在出版和平面设计是表现得比较突出的代表人物是英国出版家威廉·帕克林(William Pickering, 1796—1854)。帕克林从14岁开始就从事书籍销售工作，当他24岁的时候，开始了自己的书店，专门经营善本与古本图书。他的背景使他成为书籍专家，对于古典的书籍有深刻的了解。他与奇斯维克出版社(the Chiswick Press)的负责人查尔斯·威丁汉(Charles Whittingham, 1795—1876)合作设计和出版书籍，这样，开创了设计家和出版家长期的密切合作关系的先例，对于高质量的出版物带来了积极的促进效果。他们对于书籍的设计与出版都有非常严格和精细的要求，希望务必做到尽善尽美的水准，这种目标的一致性，使他们的出版物的确达到当时最杰出的水平。他们出版散文和诗集，都是非常精美的作品。通过威丁汉的推荐，帕克林接受了卡斯隆字体，他们的书籍大部分都表现了哥德风格的简单明快的平面设计特点，代表了“工艺美术运动”强调的核心内容。

虽然帕克林和威丁汉都致力改进书籍设计水准，但是，英国的出版业平均水平在19世纪一直呈下降趋势。当时左右平面设计风格的主要因素，或者是工业化的简单粗糙的设计，或者是繁琐无比的维多利亚风格，一直到“工艺美术”运动全面发展，才在平面设计中造成了真正的改革。“工艺



美术”运动为了维持英国书籍和印刷品的高水准，因而把书籍当作有限出版物和艺术品看待，着眼于高设计水平和艺术表现，而反对大批量生产，因为“工艺美术”运动的主要人物都认为之所以设计水平下降是因为工业化的大批量生产，如果想要恢复真正的设计水平，只有采用小批量手工生产，通过精心设计才可能达到。“工艺美术”运动把工业化大批量生产与“廉价、恶劣”联系在一起看待，主张手工艺复兴，从短时期来看，的确振兴了英国出版的水平，但是，从长期发展来看，这种对工业化的抗拒态度，必然造成设计走入没有发展前途的绝路。

如上所叙述的，真正开展了“工艺美术”运动的人物是威廉·莫里斯等人，他们通过自己的努力，通过一批人的密切合作，在1860年代开展了这个运动，而到1880年左右把这个运动推进到登峰造极的水平，影响到其他欧美国家。

## 2) “世纪行会”(the Century Guild)的平面设计

在“工艺美术”运动中，建筑家阿瑟·玛克穆多(Arthur H. Mackmurdo, 1851—1942)起到很重要的促进作用。他在26岁的时候认识了莫里斯，受到他的思想很大的影响，因而决心追随他进行“工艺美术”运动的设计改革。1878年和1880年他两次到意大利旅游，对意大利文艺复兴的建筑和装饰进行了深入反复的研究和学习。他的速写本画满了意大利文艺复兴的各种建筑和装饰的细节，同时，对于自然风格，特别是植物的纹样有浓厚的兴趣，因此也画了大量的植物速写，以充实自己。1882年，玛克穆多在伦敦领导一批年轻的设计家组成了自己的设计公司——“世纪行会”(The Century Guild)。他的公司中杰出的平面设计家包括有插图画家西文·伊玛奇(Selwyn Image, 1849—1930)和平面设计家和作家赫伯特·霍恩(Herbert P. Horne, 1864—1916)。这个“行会”的宗旨是要把商业化的平面设计和产品设计转变成为艺术性的。具体设计上，他们广泛地利用意大利文艺复兴的设计风格，糅入日本的传统设计和主要来自植物纹样的自然风格，形成自己鲜明的设计风格。由于他们是比较早地广泛采用植物纹样作为设计主题的设计集团，那些线条弯曲流畅的植物图案很快成为下一个国际设计运动——“新艺术运动”的动机，因此，在某种意义上来说，“世纪行会”为“新艺术”运动的设计风格奠定了基础。

“世纪行会”于1884年出版了自己公司的刊物《世纪行会玩具马》(The Century Guild Hobby Horse)，以推广、宣传和促进他们主张的设计风格和设计思想。阿瑟·玛克穆多、赫伯特·霍恩和西文·伊玛奇在刊物上发表了自已设计的作品，其中包括相当数量的平面设计作品，他们采用中世纪的装饰动机，吸收了日本浮世绘的某些特点，加上从植物纹样脱胎出来的抽象曲线图案，形成独特的平面设计风格。特别

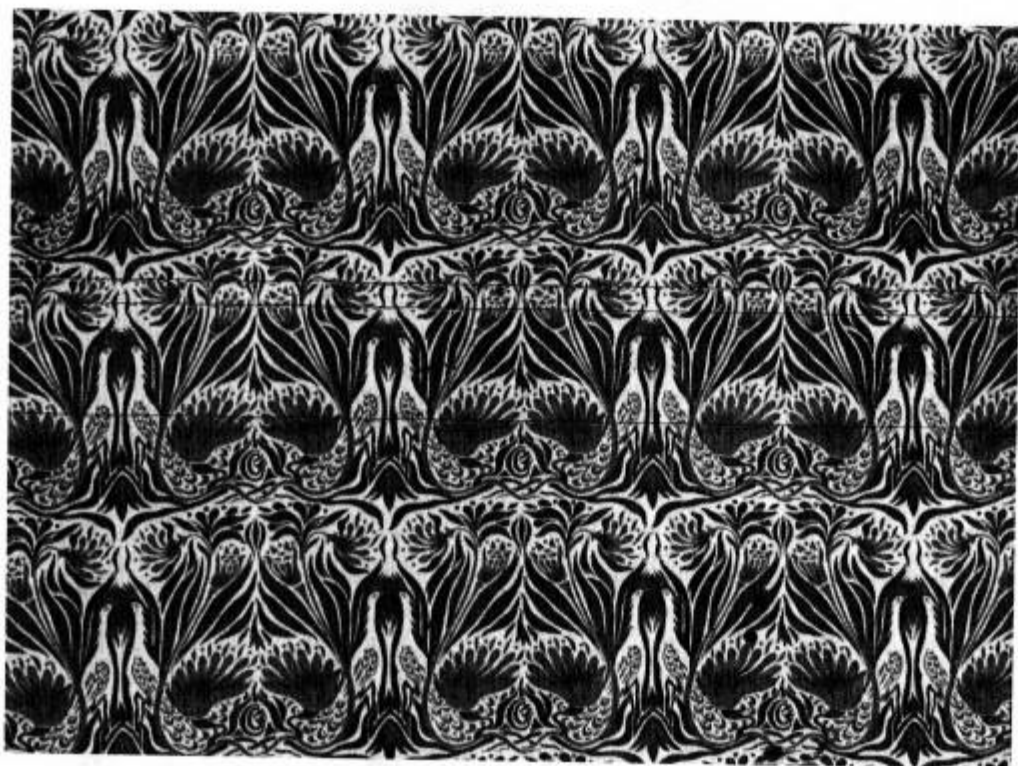


4-2. 英国“工艺美术”运动的大师之一玛克穆多1881年设计的椅子，兼有哥德风格的俭朴和东方设计的平面装饰特征，是非常典型的“工艺美术”运动设计代表作。



A.H. MACKMURDO, A.R.I.B.A.,  
1883  
GALLEN, SUNNYSIDE, ORPINGTON, KENT.

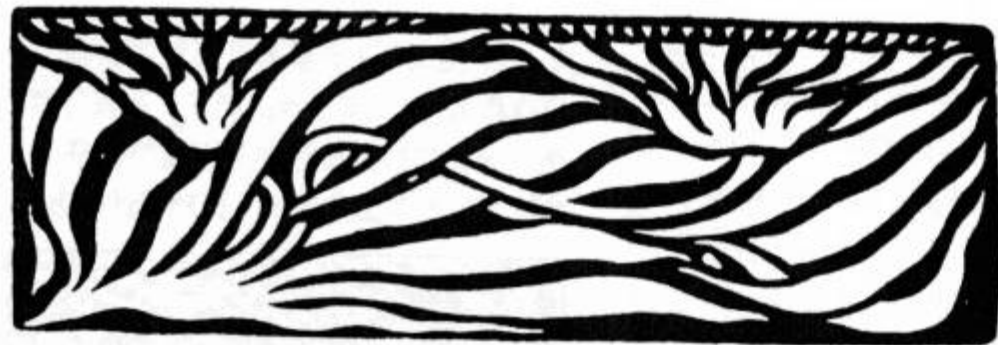
4-3. 1883年玛克穆多设计的《伦斯市教会》封面，曲线的运用，受到日本浮世绘风格影响的装饰细节，是“工艺美术”运动和日后的“新艺术”运动风格的集大成之作，在现代平面设计史上具有非常重要的影响意义。



4-4. 1883年玛克穆多设计的“孔雀”纹样，是当时的英国“工艺美术”风格平面设计最普遍的图案之一。



4-5. 1884年玛克穆多为他的“世纪行会”设计的商标，具有典型的“工艺美术”风格特点。



4-6. 1884年玛克穆多设计的《玩具马》一书的装饰花纹，具有典型的英国“工艺美术”运动风格特色。

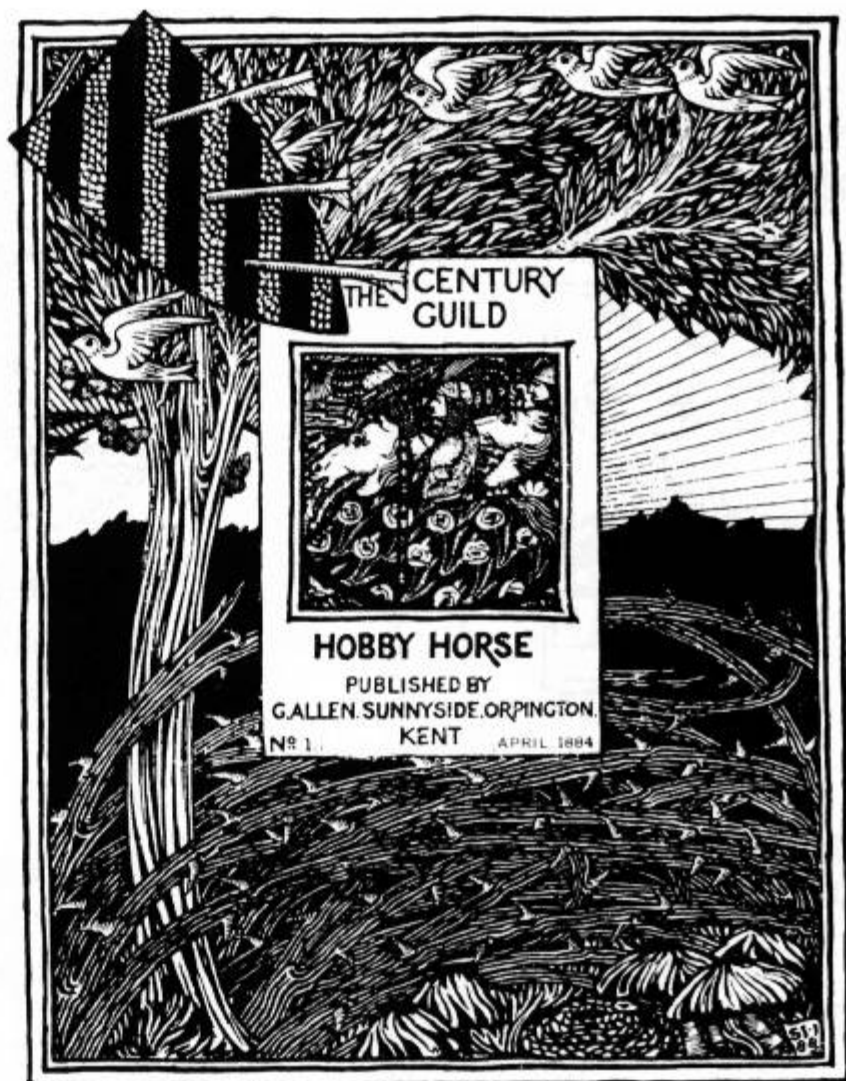
是玛克穆多的木刻版画平面设计，充满了自然纹样变形的抽象线条，流畅、生动，同时也与众不同，他设计的墙纸图案，也有类似的特点。他设计的“世纪行会”的商标，更加是集中世纪和文艺复兴装饰特点、自然纹样和东方装饰色彩于一体的典型代表作品。《玩具马》每一期的封面和插图，都是由他们设计和创作的木刻画，线条流畅，广泛采用植物的纹样和自然形态，传达了一种新的平面设计风格和新的艺术品味，是代表英国的“工艺美术”设计运动风格的最典型作品。

《玩具马》这本刊物，是“世纪行会”的设计家们呕心沥血的设计探索集中体现。除了上述三个设计家的工作之外，印刷发行这本刊物的出版公司“奇斯维克出版公司”（the Chiswick Press）的字体设计家和版面编排家艾米利·沃尔克（Emery Walker, 1851—1883）也作出很大的贡献。为了保持风格统一，他在字体使用和新字体设计上，在把插图、文字编排成出版的纸型上都下了很大功夫，使整个刊物从头至尾有一个高度统一的风格，对于后来的“新艺术”运动的平面设计带来很大影响。

玛克穆多除了在这些方面起很大的促进作用之外，对于所谓的“私营出版运动”（the private press movement）也起到决定性的先驱作用。从平面设计史上看，他是19世纪平面设计文艺复兴运动的代表人物，必须注意到的是：所谓的“私营出版运动”并不是指业余出版活动，而是指一批有志人士在工业革命时期，企图通过采用精心设计的方式，来复兴印刷和出版的高水平，达到平面设计典雅和美观目的的活动。

《玩具马》这本刊物，是最早系统的、利用文字的方式完整地提出英国“工艺美术”运动主张的出版物。玛克穆多后来回忆说：他曾经把第一期的《玩具马》送给莫里斯看，并且与他讨论设计改革的问题。特别是当时版面编排上的困难、版面空间的大小比例、文字之间的行间距、字体风格、纸张的选择等等。莫里斯非常兴奋，因为当时他主要的精力还在家具、墙纸、用品设计上，对





4-7. 1886年西文·伊玛奇为《玩具马》一书设计的木刻插图，具有强烈的英国“工艺美术”风格特点。

4-8. 伊玛奇1884年设计的《世纪行会玩具马》一书的封面木刻，具有强烈的和典型的英国“工艺美术”运动风格特色，是这个运动的平面设计的最杰出的作品之一。

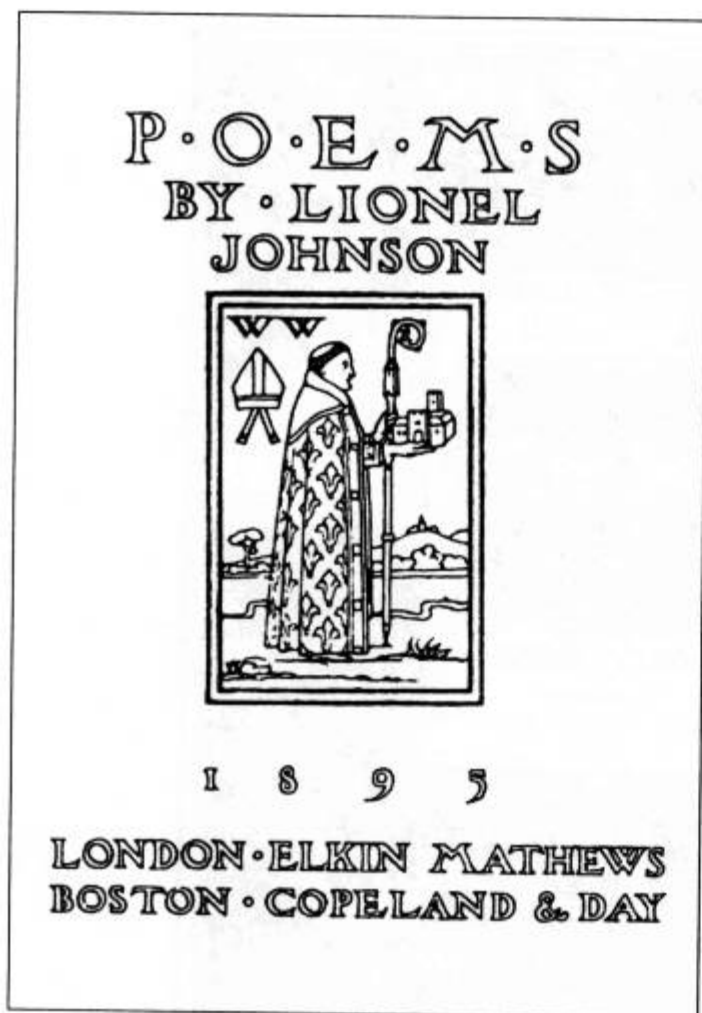
于能够把“工艺美术”运动开拓到平面设计上去感到高兴。他本人对于平面设计也有很大的兴趣和热忱，因此讨论得非常热烈。这次讨论，导致“工艺美术”运动进一步向平面设计发展。

《玩具马》逐步成为英国“工艺美术”运动的论坛。1887年1月份的一期上，设计家西文·伊玛奇撰文“论艺术的统一性”(On the Unity of Art)，提出平面设计的各个要素本身，都应该具有自身的艺术价值和平等的美学地位，以及平面设计家、产品设计家和艺术家应该具有相同的价值和社会地位的观点。他对于英国当时美术教育的最高学府——皇家艺术学院单纯发展纯美术非常不满，提出这个学院的名称应该改为“皇家油画学院”，因为它所关注的重点仅仅是油画而已。他提出：一旦当你意识到各种人类发明的形式、色彩等等都含有自身的艺术价值和意义的时候，你就会发现一场革命会发生了。他的这个预言，后来在现代主义设计运动中得到完全的体现。

“世纪行会”自从成立以来，生意一直相当好，设计订单源源不断，但是，随着这个公司成员个人的成熟和发展，他们更加关心自己的设计项目，而不再是“行会”的活动，因此，虽然生意不错，这个行会还是在1888年解散了。成员自己发展，玛克穆多转向社会改良的探索，企图改革金融体制，其他的人有些去设计玻璃镶嵌，或者家具。赫伯特·霍恩是少数依然集中于书籍设计的成员。他的设计日趋简练，平面装饰也趋向比较少，他的文化背景比较深厚，因此，从文化的角度出发，他的设计越来越讲究传达功能，平面的平衡、简练日益成为他设计时所注意的中心。他的这种探索，为日后的现代设计提供了发展的基础。

### 3) 克姆斯各特出版社 (the Kelmscott Press)

1884年，英国的一批有志于发展设计的设计家和艺术家组成了另外一个“工艺美术”设计团体“艺术工作者行会”(the Art Worker's Guild)。1888年，这个组织的活动范围扩大，因此发展成



4-10. 1895年霍恩设计的奇斯维克出版公司商标，具有典型的“工艺美术”运动特点。

4-11. 沃尔特·克莱因1898年设计的奇斯维克出版公司的商标，也是“工艺美术”风格和当时流行的维多利亚风格混合影响的作品。

4-9. 1895年英国“工艺美术”运动平面设计家赫伯特·霍恩设计的《L. 约翰逊诗集》的封面，充满了中世纪的特点是“工艺美术”运动企图复兴中世纪，特别是哥德风格的努力的体现。（左一）

为“综合艺术协会”（the Combined Arts Society），推选沃尔特·克莱因（Walter Crane）担任这个协会的第一任主席。并且计划举办大型展览，以促进对“工艺美术”运动宗旨的广泛认识 and 了解。1888年10月份，展览开幕，而这个协会再次改名为“工艺美术展览协会”（the Arts and Crafts Exhibition Society）。原因是这个协会的成员计划利用举办设计展览的方式，来推广设计认识。因此，协会的工作中心就是举办展览。从1888年开始，这个协会联系不断地举办了一系列的专题展览，对于普及“工艺美术”思想起到重要的作用。

早期的展览活动主要包括展览、设计表演和讲课。其中，讲学占有很重要的地位。比如在1888年，协会举办了莫里斯关于挂毯设计和编织、克莱因关于一般设计、艾米利·沃尔克关于书籍设计和印刷的专题讲座。在11月15日的讲座上，艾米利·沃尔克利用油灯放映了幻灯，解释中世纪手抄本设计风格的特点。沃尔克认为书籍设计和平面设计与建筑具有非常相似的地方，都具有把设计和构造的因素通过某种规律结合起立的特点。具体到平面设计，就是把字体，文本，插图，通过版面的编排，以特定的比例结合起来，组成印刷品。如同建筑是把各种材料和建筑结构通过某种风格特征结合起来一样。讲座结束之后，沃尔克和莫里斯一起走路回家。在路上讨论了如何把讲座中沃尔克提出的论点在平面设计上，特别通过字体设计来进行实践探索。他们决心从中世纪流行的字体着手，进行改革。莫里斯本人收集了很多中世纪的抄本，他把其中的字体加以放大，然后再进行分析，以发展出改良的新字体来。这次讲座，成为莫里斯本人开始从事平面设计和书籍设计的开端。



4-12. 英国“工艺美术”运动的奠基人威廉·莫里斯1888—1890年设计的克姆斯各特出版公司的商标，充分地体现了他发动“工艺美术”运动的重手工业传统、重中世纪装饰风格和东方的装饰风格的立场。

THE ARTS AND CRAFTS OF TODAY.  
BEING AN ADDRESS DELIVERED IN  
EDINBURGH IN OCTOBER, 1889. BY  
WILLIAM MORRIS.  
'Applied Art' is the title which the Society has  
chosen for that portion of the arts which I have to  
speak to you about. What are we to understand by  
that title? I should answer that what the Society

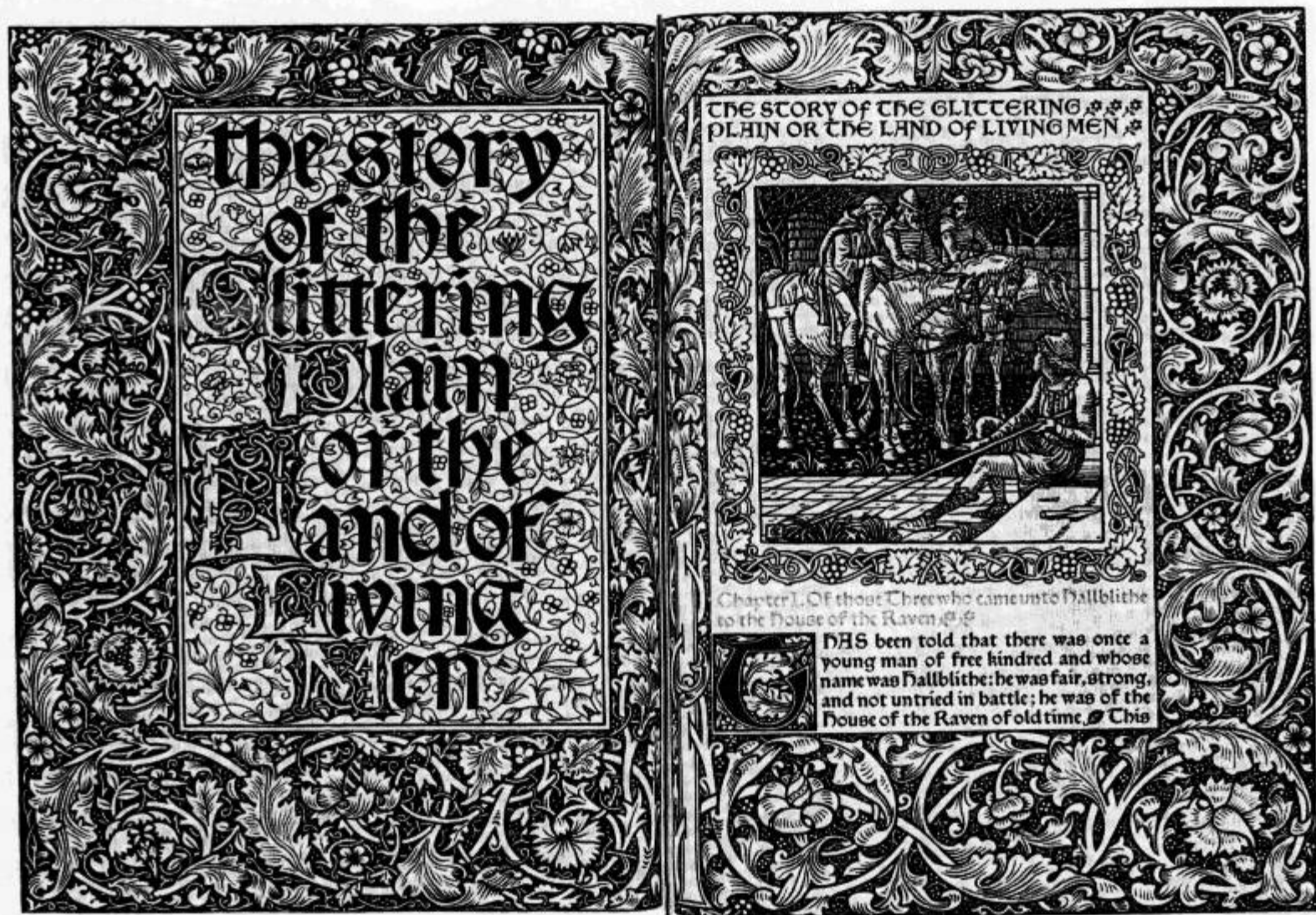
4-13. 1888—1890年，莫里斯设计的新字体“金体”，明确显示了他对于复兴早期威尼斯印刷风格和古典字体风格的兴趣。



莫里斯很早就对平面设计感兴趣。虽然他在“工艺美术”运动的早期主要从事产品设计，但是，却依然注意平面设计。他曾经自己设计过几种不同的手抄本图书，也曾经试图设计和发行杂志，只是因为事务太多，没有实现。1888年，他的事业已经得到很大的成功，他的主张已经影响了很多设计家，并且在英国展开成为“工艺美术”运动，在这个时刻，再把精力集中到平面设计上来，对他来讲是顺理成章的事。

莫里斯根据中世纪的字体分析，发展出自己的新字体来，他的这种字体是根据由尼古拉·詹森(Nicolas Jenson)于1470—1476年间在意大利的威尼斯创造的一种威尼斯式的罗马体改进而成的，他称其为“金体”(Golden)。原因是他首先是利用这种字体印刷出版沃拉金的著作《金色传说》(Orage: The Golden Legend)。这种字体一方面保持了詹森的字体的中世纪古朴和明确的特点，同时也具有自己独特的风格细节。1890年莫里斯开始全面铸造自己的“金体”字型，他雇佣了一批铸字工人、印刷工人，在英国的哈默史密斯(Hammersmith)的克姆斯各特古堡附近租了一栋房子作为自己的印刷厂，并且根据古堡的名称把自己新成立的印刷工厂称为克姆斯各特印刷厂。字体一旦铸造出来之后，莫里斯和插图画家克莱因合作，设计出版英国传说故事《呼啸平原的故事》(The Story of the Glittering Plain)。原来，他们计划只出版6册，作为一个试验，但是由于他们在“工艺美术”运动设计中的声名，因此社会的需求量立即产生了，莫里斯因此出版了200册纸装本，另外还出版了6本羊皮纸本。这本书设计如此精美，因此吸引了英国读者对于这个出版公司的书籍的兴趣，市场需求日益扩大，从1891年到1898年，这个出版公司一共出版了53种不同的书籍，总印刷数量达到1.8万本，这个数量在当时的英国和欧洲都是相当可观的。莫里斯于1896年去世，因为有了具体的领导，到1898年，克姆斯各特出版社终于关闭了。

克姆斯各特出版社在英国的“工艺美术”运动发展中起到非常重要的作用，它是这个运动平面设计的最集中体现，它的存在和发展，以及它所推广的设计风格，影响到其他的出版公司，也影响



4—14. 莫里斯设计的、克莱恩插图的、由克姆斯各特在1894年出版社出版的《呼啸平原的故事》一书的扉页，此书是英国“工艺美术”设计运动风格平面设计风格最集中和典型的体现。





Sea-eagle said to him: "Here am I well honoured and measurelessly happy; and I have a message for thee from the King." "What is it?" said Hallblithe; but he deemed that he knew what it would be, and he reddened for the joy of his assured hope. Said the Sea-eagle: "Joy to thee, O shipmate! I am to take thee to the place where thy beloved abideth, & there shalt thou see her, but not so as she can see thee; & thereafter shalt thou go to the King, that thou mayest tell him if she shall accomplish thy desire." Then was Hallblithe glad beyond measure, & his heart danced within him, & he deemed it but meet that the others should be so joyous and blithe with him, for they led him along without any delay, and were glad at his rejoicing; and words failed him to tell of his gladness.

AS he went, the thoughts of his coming converse with his beloved curled sweetly round his heart, so that scarce anything had seemed so sweet to him before: & he fell a-pondering what they twain, he and the Hostage, should do when they came together again; whether they should abide on the Glittering Plain, or go back again to Cleveland by the Sea and dwell in the House of the Kindred; and for his part he yearned to behold the roof of his fathers and to tread the meadow which his acythe had swept, and the acres where his hook had smitten the wheat. But he said to himself: "I will wait till I hear her desire hereon." Now they went into the wood at the back of the King's pavilion and through it, and so over the hill, and beyond it came into a land of hills and dales exceeding fair and lovely; and a river wound about the dales, lap-

g 3

85

4-15. 莫里斯设计的、克莱恩插图的、由克姆斯各特在 1894 年出版社出版的《呼啸平原的故事》一书其中一内页。

到欧美国家的印刷行业。

出版社的平面设计特点是集中在努力恢复和发展中世纪的，特别是哥德风格的设计特色，特别是称为“因库纳布拉”（incunabula）的中世纪风格。所谓的“因库纳布拉”其实不是指的单一风格，而是欧洲刚刚开始印刷的 15 世纪期间的所谓的出版物的风格，也就是欧洲最早期的平面设计风格。我们在本书的《导言》中提到，德国人约翰·古腾堡于 1450 年首先在欧洲创造了金属活字印刷技术，欧洲很快进入了印刷的高潮，到 15 世纪末期，欧洲有 200 多个城镇有印刷厂，出版物总数到 4 万多种。金属活字和木刻插图和装饰混合使用，虽然一般印刷数量都很少（平均每种书的印刷数量在 500 本左右），但是设计讲究，因此具有很高的设计艺术价值。德国在设计上是领先的，但是，威尼斯很快成为另外一个重要的印刷中心，威尼斯在 15 世纪一共有印刷厂 150 家，并且具有一些水平很高的出版设计家。德国和威尼斯的书籍设计，以及这些书籍所具有的早期欧洲印刷的平面设计风格，统称为“因库纳布拉”风格。莫里斯所要重新恢复和发扬光大的正是这个时期的风格。

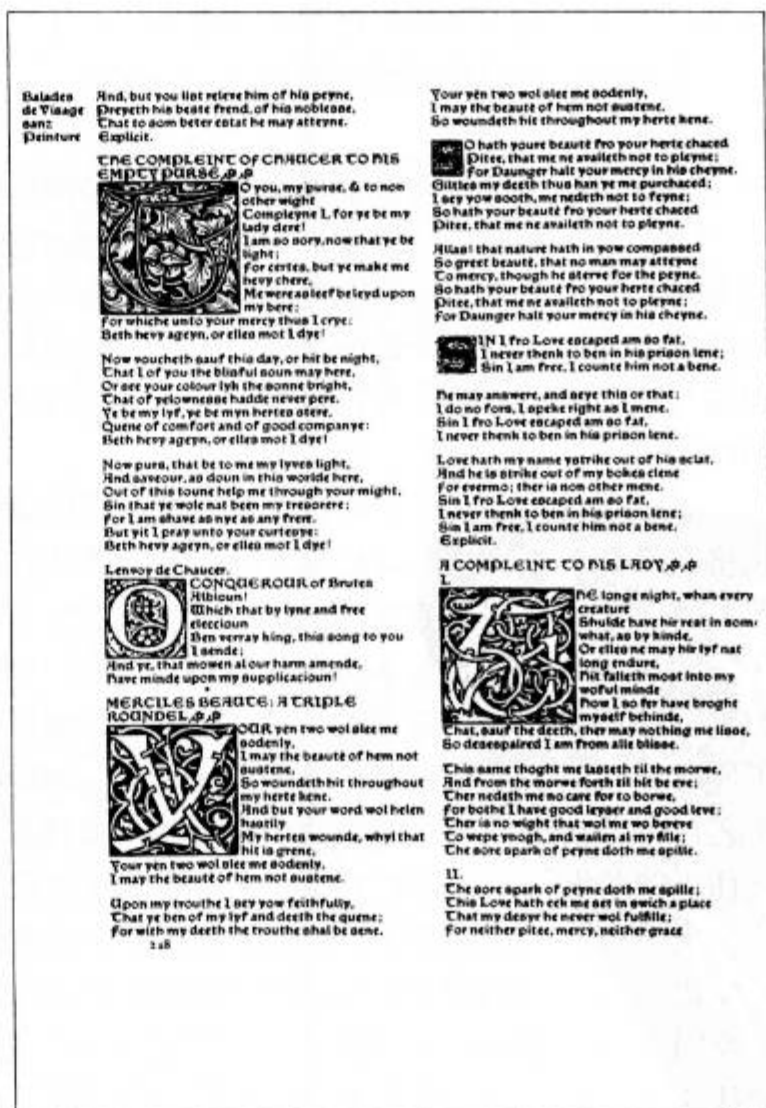
克姆斯各特出版社为莫里斯从事平面设计的大本营，他的大部分书籍设计都是由这个出版社发行出版的，他的设计充满了企图恢复古典的，特别是中世纪哥德时期的风格特征，版面编排非常拥挤，特别是扉页和每个章节的第一页，缠枝花草图案和精细的插图，首写字母的华贵装饰方式，都使他的设计具有强烈的哥德复兴特征。这一点与当时流行的拉斐尔前派兄弟会的绘画风格是一脉相承的。表现了英国社会上在平面设计方面的浪漫主义倾向。这种浓厚的复古倾向，引起当时一些评论家的指责，比如英国平面设计家刘易斯·戴依（Lewis F. Day）曾经在 1899 年的一本期刊《东方杂志》（*The Easter Journal*, 1899）撰文批评莫里斯，认为他的书籍设计过于沉溺于复古主义，过分古旧和沉重，他认为这样的复古倾向，完全违背了莫里斯一向主张和倡导的设计社会化、民主化、大众化的立场和原则，使书籍无法成为大众的普及读物，而沦为少数收藏家的收藏品。



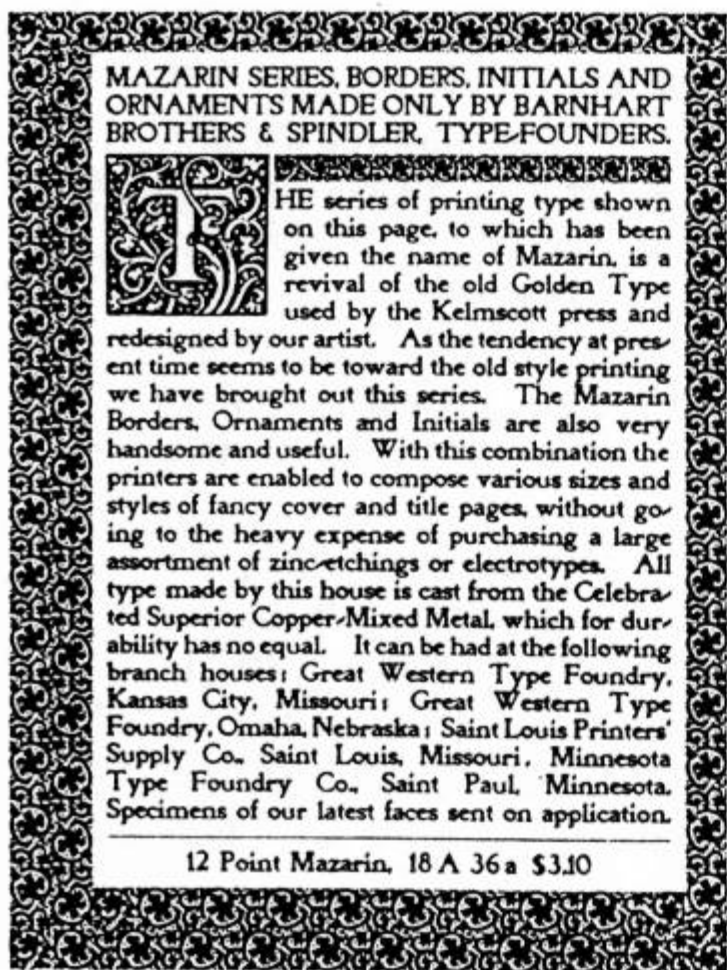
为了扭转莫里斯的平面设计风气，戴依和插图画家杰西·金 (Jessie M. King)、格里那维 (Kate Greenaway) 合作，创造出一种新的儿童读物的设计风格来。他们的设计充满了儿童的天真、浪漫色彩，无论是字体、插图风格还是布局排版，都轻松可爱，深受儿童的喜爱。他们的设计目的是使平面设计，特别是书籍设计能够真正为广大读者服务，改变长期以来书籍为少数人掌握的局面。这三个人各人都有自己的独特风格，但是，都有为大众服务的共同立场。他们为尽人皆知的的童话故事设计，人物、动物、植物和风景栩栩如生，活泼生动，改变了莫里斯那种凝重的考古味道。这是“工艺美术”运动平面设计的一个重大发展和进步。他们的设计直接影响了下一代的平面设计师和插图画家，比如英国的奥布利·比雅兹莱 (Aubrey Beardsley)，比利时亨利·凡德·威尔德 (Henri van de Velde)，法国的阿尔丰索·穆卡 (A. Mucha) 等人的设计，对于受“工艺美术”运动影响而产生的欧美的“新艺术”运动起到直接的催生作用。

克姆斯各特出版社的风格的确非常有特点。在字体上，它采用了从罗马体发展出来的“金体”，朴素大方，同时具有中古时代的典雅特征，书封面和扉页上的大写字母则更加注重古典哥德风格的细节，古朴雅致。与“工艺美术”运动风格一脉相承，扉页装饰往往采用整版的植物纹样为底纹，标题和插图工整的对称编排，书的每一页经过精心设计，字体除了“金体”之外，也有其他依据哥德体变形发展设计出的新字体，力图达到古朴的特色，插图设计精美，并且插图外圈都有流畅的卷草花纹环绕，每段开始的大写字母也加上了植物纹样的装饰，全书风格统一，整体感非常强，是19世纪很少见的平面设计精品。

克姆斯各特出版社出版的最杰出作品之一是意大利文艺复兴时期的大师乔叟的作品集:《乔叟集》(The Works of Geogrey Chaucer)。这本550页的书的设计和印刷一共花了4年的时间，其中包括了87张由英国“工艺美术”运动的主要代表人物之一，“拉斐尔前派”杰出的艺术家伯恩斯·琼斯作的精美木刻插图，采用黑色和红色双色印刷，一出版就引起世界设计界的注意。这本著作的设计和出版，耗费了克姆斯各特出版社全体从业人员的精力。出版量并不大，纸张本出版量是425本，另



4-16. 1896年莫里斯设计的《乔叟集》扉页，是“工艺美术”运动和克姆斯各特出版公司的登峰造极作品。



4—17.莫里斯的克姆斯各特印刷公司的风格影响了许多设计家。这是般哈特兄弟1895年设计的玛扎林体,可以看出莫里斯设计的影响。

外出版了13本羊皮纸本。这是莫里斯本人一生最后和最杰出的设计作品,1896年6月2日,装订工把刚刚完全装订好的两本样书送给重病之中的莫里斯和他的亲密合作人伯恩·琼斯,他们对于设计的结果都表示十分的满意,4个月之后,10月3日,莫里斯因病故世,享年62岁。

莫里斯和他的克姆斯各特出版社的贡献在于平面设计上的承上启下作用。他通过克姆斯各特出版社的出版,强调了平面设计的重要性,呼吁设计界注意平面设计质量每况愈下的状况,并且为改进这种状况作出了典范。他在传统设计,特别是15世纪早期的欧洲平面设计中找到可以利用的因素,加以发展,广泛利用在自己的出版物中,从而达到全面改善当时水准平庸的平面设计的目的,为进一步发展开拓的可能的发展趋向。当然,当他进行这些重大的改革工作的时候,英国“工艺美术”运动的固有问题依然存在:强调手工艺而否定大机械、大批量生产,从而使设计依然只能为权贵享有。克姆斯各特出版社的出版书籍数量非常少,价格高昂,除了极少数权贵之外,一般大众是无法接触的。因此,虽然具有先进的、开拓性的地方,莫里斯和他的克姆斯各特出版社依然没有能够开拓一个崭新的平面设计时代。从风格上看,莫里斯也有他自己的局限性:没有从未来发展去找寻问题的解决方法,而是回复到15世纪,也就是印刷刚刚开始在欧洲发展的初期的风格中找寻参考,显然是一种倒退的方式。哥德

风格已经不适宜于新的传达和阅读要求,对于日益扩大的日常印刷物的巨大要求来说,莫里斯的设计、克姆斯各特出版社的风格显然不敷要求了。

#### 4)“私营出版运动”(the private press movement)

“私营出版运动”是英国“工艺美术”运动中一个重要的平面设计运动分支,所谓“私营”本身并不具有特别意义,只是指处在大规模印刷厂之外的小型印刷厂,特别是指除莫里斯的克姆斯各特出版社之外的一批青年设计家组织和进行的类似出版、设计和印刷探索和尝试。他们本身在设计观点是与正宗的“工艺美术”运动同出一辙,但是组织上则独立于莫里斯的设计公司之外,是小型、试验性的设计活动。

这个运动的源起于一小批比莫里斯年轻的设计家,他们希望能够更加集中地探索“工艺美术”风格在平面上的运用,以及发展的潜力,因此自己组织起出版社和印刷厂,这批人当中最突出的是英国“工艺美术”运动后期重要的代表人物,杰出的建筑家、银器和首饰设计家查尔斯·阿什比(Charles R·Ashbee, 1863—1942)。阿什比和三个朋友一起,用仅仅50英镑,在1888年6月23日创立另外一个“工艺美术”运动的设计集团——“手工艺行会”(the Guild of Handicraft),莫里斯对这批年轻人的活动是抱消极态度的,据说他对于阿什比的这个行会泼了不少冷水,但是,“手工艺行会”却取得意外的成功,设计订单接踵而来,无论是经济效益上还是社会效益上都非常好。阿什比的动机其实与莫里斯相似,依然保持着正统的英国“工艺美术”运动宗旨,主张回复中世纪的传统风格,以此来抵抗工业化带来的设计水准的颓败趋势,但是,由于他比莫里斯年轻得多,对于变化中的世界也敏感得多,所以他的这个设计公司则更加显得生机勃勃,这是他之所以成功的一个原因。为了把设计公司和工厂中积累的经验通过教育体现出来,从而促进英国的设计总体水平,阿什比又开设了自己的设计学校“手工艺学校”(the School of Handicraft)。在这个学校之中,他一方面让学生大量参与具体的设计实践,在教室之中教授与实际密切相关的知识和技能,另外则在



理论课程中强调学习约翰·拉斯金的著作和他的设计思想，这种理论和实践结合的方式，贯穿了这个学校的整个历史。他在10年之内一共在这个学校中培养出700多个具有实际工作经验和实际设计能力的学生，努力摆脱正规美术学院那种只能在纸上谈兵的教育方式，取得相当的成功。但是，他的这个努力却得不到英国政府的支持，政府从来没有提供给他任何教育经费，任何补助资金，因此，虽然他全力以赴进行改革探索，却最终不敌那些得到政府资助，或者干脆是政府办的美术学校的竞争，最后不得不关闭学校。但是，他的“手工艺行会”的设计和制作业务却依然繁荣，成为英国“工艺美术”运动中最成功的设计公司之一。

1896年10月，莫里斯去世，阿什比与莫里斯公司的继承人协商，收购莫里斯的出版公司——克姆斯各特出版社，一方面收购这个公司的全部印刷设备，另外重新聘用克姆斯各特出版社的杰出设计人员和工人，把克姆斯各特出版社并入到自己新成立的出版社“艾塞克斯公司”（the Essex House Press）中。这样，艾塞克斯公司一开始进入出版行业，一开始从事平面设计，就具有相当高的水准了。阿什比根据“工艺美术”运动的基本特点，发展出一套自己的平面设计方式来，用这种风格设计和出版了《圣诗集》（*Psalm*）。他的风格已经突破了“工艺美术”运动单纯局限在哥德风格的小圈子中，而开始把古埃及和古罗马的风格也通过平面设计糅为一体，特别在字他设计上，他重视这两个古典时期字体所具有的书法效果，在字母 h, n, m 的结尾部分强调了书法式的收尾细节，字体的比例也讲究书法和古典体例的特征，因此颇有在“工艺美术”风格上脱颖而出的水平。

1902年，艾塞克斯公司迁移到叫做齐平·坎普顿（Chipping Campden）的一个乡村去，并且开始逐步把这个村子改变成为平面设计、印刷和出版发行的中心。大部分设计人员、印刷工人、发行工人和他们的家庭都移居到那里，形成高度专业化的小市镇。但是，艾塞克斯公司在伦敦的零售点依然开支庞大，所以，虽然印刷工厂因为迁移到乡下而成本大幅度降低，但是公司依然处在赤字的财政状态，经过惨淡经营，到1907年不得不宣布破产。大部分的工作人员自己找寻生路，而阿什比本人则重新回到建筑设计行业去。第一次世界大战前后，他开始对于“工艺美术”运动否定工业化的前提提出质疑，从而逐步承认以工业化批量生产为前提的现代设计，他的这个转变，显示英国“工艺美术”运动最终的结束。

另外一个参与“私营印刷运动”的组织是艾米利·沃尔克（Emery Walker）与其他几个出版和印刷专家在英国的哈默史密斯（Hammersmith）组成的多佛出版社（the Doves Press）。参加的主要人物有书籍装订匠人科登—桑德森（T.J. Cobden-Sanderson, 1840—1922）。他们的设计宗旨是以良好的传达功能为中心。他们认为平面设计的核心内容不是美好，而是准确的形象传达。在良好的传达前提下，在达到设计美观的目的。这个出版社也出版了一些设计精良的书籍，特别是1903年出版的《圣经》，是它的代表作。纸张选择精良，插图讲究，字体和版面编排都非常方便阅读，同时还采用了精心设计的段落首字母的装饰设计，整本书达到功能与形式完美平衡的目的。

第三个重要的“私营印刷运动”出版机构是1895年由约翰·霍恩比（C.H. St. John Hornby）在伦敦成立的“阿辛顿出版公司”（the Ashendene Press）。他们对于哥德风格兴趣盎然，无论在版面编排、字体设计还是插图上，都具有非常浓厚的哥德风格特征，是非常典型的英国“工艺美术”运动的平面设计集团。



4—18. 另外一个重要的“工艺美术”运动代表人物阿什比，1902年设计的一本书籍的扉页，代表了晚期的英国“工艺美术”运动风格的特点，比早期的要更加简单，装饰没有早期那样繁琐。

# IN THE BEGINNING

GOD CREATED THE HEAVEN AND THE EARTH. ¶ AND THE EARTH WAS WITHOUT FORM, AND VOID; AND DARKNESS WAS UPON THE FACE OF THE DEEP, & THE SPIRIT OF GOD MOVED UPON THE FACE OF THE WATERS.

¶ And God said, Let there be light: & there was light. And God saw the light, that it was good: & God divided the light from the darkness. And God called the light Day, and the darkness he called Night. And the evening and the morning were the first day. ¶ And God said, Let there be a firmament in the midst of the waters, & let it divide the waters from the waters. And God made the firmament, and divided the waters which were under the firmament from the waters which were above the firmament: & it was so. And God called the firmament Heaven. And the evening & the morning were the second day. ¶ And God said, Let the waters under the heaven be gathered together unto one place, and let the dry land appear: and it was so. And God called the dry land Earth: and the gathering together of the waters called he Seas: and God saw that it was good. And God said, Let the earth bring forth grass, the herb yielding seed, and the fruit tree yielding fruit after his kind, whose seed is in itself, upon the earth: & it was so. And the earth brought forth grass, & herb yielding seed after his kind, & the tree yielding fruit, whose seed was in itself, after his kind: and God saw that it was good. And the evening & the morning were the third day. ¶ And God said, Let there be lights in the firmament of the heaven to divide the day from the night: and let them be for signs, and for seasons, and for days, & years: and let them be for lights in the firmament of the heaven to give light upon the earth: & it was so. And God made two great lights; the greater light to rule the day, and the lesser light to rule the night: he made the stars also. And God set them in the firmament of the heaven to give light upon the earth, and to rule over the day and over the night, & to divide the light from the darkness: and God saw that it was good. And the evening and the morning were the fourth day. ¶ And God said, Let the waters bring forth abundantly the moving creature that hath life, and fowl that may fly above the earth in the open firmament of heaven. And God created great whales, & every living creature that moveth, which the waters brought forth abundantly, after their kind, & every winged fowl after his kind: & God saw that it was good. And God blessed them, saying, Be fruitful, & multiply, and fill the waters in the seas, and let fowl multiply in the earth. And the evening & the morning were the fifth day. ¶ And God said, Let the earth bring forth the living creature after his kind, cattle, and creeping thing, and beast of the earth after his kind: and it was so. And God made the beast of the earth after his kind, and cattle after their kind, and every thing that creepeth upon the

27

4—19. 1903年“工艺美术”运动最晚期的书籍设计,已经简单到出现现代平面设计的痕迹了。

英国“工艺美术”运动的平面设计,也影响到美国的出版界。美国出版家艾伯特·哈巴德(Elbert Hubbard, 1856—1915)曾经在1894年访问英国,会见了莫里斯。他对于莫里斯的设计思想非常推崇,他回国以后,在纽约州的东奥罗拉设立了自己的“工艺美术”运动风格的印刷出版公司——“罗克洛夫特公司”(the Roycrofters in East Aurora, New York),他依照英国“工艺美术”风格,出版了不少小册子和发行了两本杂志,基本形式与莫里斯的克姆斯各特出版社的出版物相似。美国的企业精神与英国的设计思想结合,使这个公司业务急剧膨胀,罗克洛夫特公司很快发展成为一个具有400多个工人,从事家庭用品设计与生产,室内设计,铜器设计与生产,皮件设计与生产和印刷的中心,成为利用英国“工艺美术”运动风格达到高市场利润的成功典型。这个发展,令莫里斯的家人非常不高兴,他们认为莫里斯的设计思想被美国人滥用了,莫里斯的女儿梅·莫里斯到美国的时候,拒绝了罗克洛夫特公司的邀请,不去参观这个公司,她说她父亲的思想被粗暴地模仿,这种公司她绝不要看。但是,这个公司继续发展,1915年,哈巴德因为轮船“卢西塔尼亚号”(Lusitania)失事去世,而公司依然发展,直到1938年。从设计上来说,罗克洛夫特公司是唯一的把强调少量、精英化的英国“工艺美术”设计以大批量生产的方式推广给广大群

众的设计和生集团,因此,它具有相当重要的意义。

法国印象画派的大师卡米里·毕沙罗(Camille Pissarro)的儿子卢西安·毕沙罗(Lucien Pissarro, 1863—1944)也参与到“私营印刷运动”中来。他原来是跟随父亲学习绘画的,后来改去学习木刻和印刷。他的木刻作品在当时的法国得不到欢迎,因此他转到木刻正是设计运动的核心部分之一的英国,寻求自己的发展。他在英国受到莫里斯的克姆斯各特出版社的设计很大影响,因此成立了自己的出版公司——依拉格尼出版公司(the Eragny Press),之所以取这个名称,是因为他出生的法国诺曼底省的村子叫依拉格尼。在这个出版公司里,毕沙罗和他的妻子合作从事设计,毕沙罗创造了自己的字体“布鲁克体”(the Brook Style),把中世纪的风格与欧洲当时刚刚开始的新艺术运动风格糅为一体,他创作的木刻插图都具有表现主义的特点。毕沙罗这个出版公司出版他设计的三色和四色木刻插图的书籍,水平相当高,虽然这个出版公司依然属于英国“工艺美术”运动和英国“私营出版运动”的组成部分之一,但是,从它的出版作品风格来看,已经明显地与“工艺美术”运动有距离了,毕沙罗本身受到父亲的印象派风格影响,导致出版的作品中有更加强烈的印象主义、表现主义和后来的“新艺术”运动的风格痕迹。这个出版公司是承上启下的出版设计集团,它承接了英国“工艺美术”运动,而开始与方兴未艾的“新艺术”运动接轨,因此具有其历史意义。

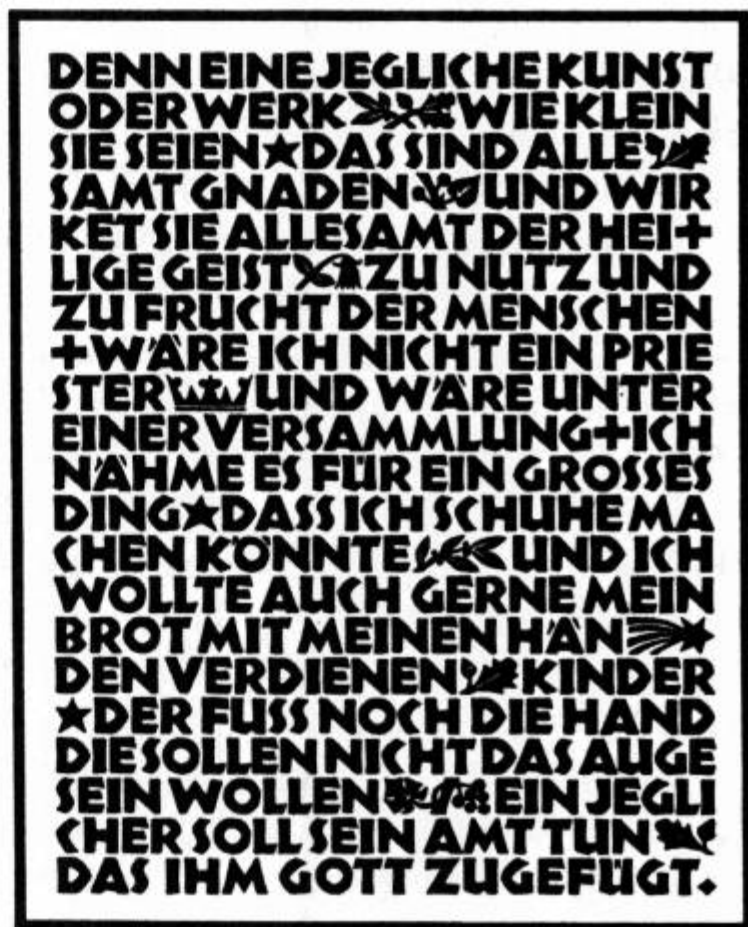
## 5) 书籍设计的文艺复兴

威廉·莫里斯和他发起的英国“工艺美术”运动对于西方各个国家的设计都是一个促进和推动。他的平面设计风格和在设计上的探索,刺激了其他西方国家在类似途径上的探索,其中德国受到很大的影响,在19世纪末和20世纪初也开展了类似的设计活动,被设计史专家们称为“书籍设计的文艺复兴”。在这个运动中,德国平面设计家创造了新的字体,新的版面编排方式,新的插图,使德国书籍的质量得到很大的提高。而德国的这个运动采取的方式,与英国“工艺美术”运动的方式非常相似,也都是以中世纪的风格,特别是以哥德风格为借鉴,希望通过利于传统风格的方





4-20.“工艺美术”运动复兴古代的哥德风格也影响到英国以外的国家,德国也出现了哥德风格复兴的设计,这是德国设计家鲁道夫·科什1910年设计的哥德风格的书籍一页,具有强烈的中世纪手抄本特点。



4-21.德国设计家科什对于哥德风格的探索延续到很晚时期,这是他在1922—1923年设计的书籍一页,依然具有强烈的哥德式中世纪风格,是“工艺美术”运动结束以后仍坚持这个运动风格的非常罕见的例子。

法来达到振兴设计的目的,而核心的内容,依然是反工业化的。

德国书籍设计运动的一个重要的代表人物是字体设计家鲁道夫·科什(Adolf Koch, 1876—1934)。他一向热衷于中世纪的风格,喜欢中世纪的神秘传说和宗教,他曾经在德国奥芬巴哈市的艺术学校教书,同时也从事挂毯设计和制作、写作、印刷、石刻、金属工艺等方面的工作,是一个多能的人。他认为对于人类文明来说,字母是最为重要的因素之一。因此长期从事书法练习和改进书法字母书写的探索。从他在第一次世界大战以前的一些书法来看,他非常注意借鉴中世纪的书法特征,来达到书法古朴的目的。第一次世界大战以后,他开始与德国的克林斯波字体铸造厂(the Klingspor Type Foundry)建立工作关系。并且于1922年到1923年期间创造出非常古朴的新字体——“纽兰体”来。这种字体全部大写字母,脱胎自中世纪的书写体,并且也加入了木刻的特点,粗壮有力,非常富于装饰性。

## 2. 美国的“工艺美术”运动和在平面设计上的体现

### 1) “工艺美术”运动在美国的状况

从19世纪末开始,英国的“工艺美术”运动就开始影响美国设计。美国建筑家弗兰克·赖特早期的作品,格林兄弟(Green & Green)在洛杉矶的帕萨蒂纳市(Pasadena)设计的“根堡”住宅(the Gamble House)以及内部的家具;美国家具设计师古斯塔夫·斯迪克利设计的各种家具,都具有强烈的工艺美术运动特征。反映出与英国人同样的对于过分装饰的维多利亚风格的厌恶,对工业化的恐惧感,对手工艺的依恋,对于日本传统风格的好奇,是工业化时代的一个非常独特的插曲。

美国的“工艺美术”运动延续时间比英国长,一直到1915年前后才结束。如果从风格的延续来说,可以说美国的“工艺美术”运动一直延续到第一次世界大战以后。对于美国的“工艺美术”运动是否从英国影响过来的,理论界有不同的看法,比如美国理论家罗伯特·可拉克(Robert Judson

Clark) 在他的著作《美国的工艺美术运动·1878—1916》(American Arts & Crafts, 1878—1916) 中提出, 早在 1878 年美国的“工艺美术”运动已经有了苗头, 他认为美国“工艺美术”运动的重要转折是在 1893 年, 这年在芝加哥举办了“哥伦比亚世纪博览会”(World's Columbia Exhibition), 美国设计家和建筑家弗兰克·赖特设计了具有典型“工艺美术”风格的家具, 与英国的“工艺美术”风格既有相似之处, 也有自己的特点。从而体现了美国自己的探索。

从历史的发展来看, 美国的“工艺美术”运动的确是受到英国的运动影响而发展起来的。英国“工艺美术”运动的几个重要的设计家, 比如沃尔特·克莱因, C. R. 阿什比等都访问过美国, 在美国介绍了英国设计的探索成果。与此同时, 英国“工艺美术”运动的重要刊物《工作室》也在美国的建筑界和设计界广为流传, 影响很大。拉斯金、莫里斯等人的设计思想得到传播。在英国的影响下, 美国在 19 世纪末叶出现了一系列类似英国“行会”式的设计组织, 比如 1897 年在波士顿成立的“波士顿工艺美术协会”(Boston Society of Arts and Crafts) 等等。1897 年, 在波士顿的科普利大厅举办了第一届美国工艺美术展览。1900 年, 纽约的“工艺美术行会”成立, 完全遵照英国“工艺美术”运动行会的方式运作, 推动美国的“工艺美术”设计运动。1903 年, 芝加哥成立了“威廉·莫里斯协会”(William Morris Society), 研究英国“工艺美术”设计, 促进美国的设计水平。

美国的“工艺美术”运动的主要代表人物包括美国现代建筑设计的最重要先驱人物弗兰克·赖特, 加利福尼亚州的家具设计家古斯塔夫·斯提格利和洛杉矶地区的建筑与设计家格林兄弟等人。他们的设计宗旨和基本思想和英国“工艺美术”运动的代表人物相似, 但是比较少强调中世纪或者哥德风格特征, 更加讲究设计装饰上的典雅, 特别是东方风格的细节。与英国“工艺美术”运动产品设计, 特别是家具设计最大的不同特征, 就是美国的设计具有非常明显的东方设计影响, 英国设计中的东方设计影响主要存在于平面设计与图案上, 而美国设计中东方影响是结构上的。比如格林兄弟在加利福尼亚州洛杉矶地区的帕萨迪纳市为根堡家族设计的根堡住宅(the Gamble House, Pasadena, 1904), 就具有明显的日本民间传统建筑的结构特点, 整个建筑采用木构件, 讲究梁柱结构的功能性和装饰性, 吸收东方建筑和家具设计中装饰性地使用功能构件的特征, 强调日本建筑的模数体系和强调横向形式的特点。他们兄弟设计了大量的家具, 从中国明代家具中吸收了多样的参考, 无论是总体结构, 还是具体的细节装饰, 都具有浓厚的东方味道。大部分家具都是以硬木制作的, 强调木材本身的色彩和肌理, 造型简朴, 装饰典雅, 是非常杰出的作品。

又如古斯塔夫·斯提格利设计的大量家具, 也都与格林兄弟的设计相似。他的设计, 比格林兄弟更加雅致, 对于东方风格, 特别是中国的传统家具风格的优点了解得更加深刻, 因此, 从家具上来说, 成就更加突出。他的家具, 无论是其木结构方式, 还是装饰细节, 乃至金属构件, 都有明显和强烈的东方特色。可以看到中国明代家具的影响, 这是东西方设计上比较早的直接影响成果之一。

斯提格利于 1898 年成立斯提格利设计公司。他曾经到欧洲各国旅行, 在英国受莫里斯的“工艺美术”运动影响很大。回国以后集中精力于家具设计上。他热衷中国家具与日本家具的简捷与朴实的结构, 与典雅的装饰手法, 因此把英国“工艺美术”风格的朴实大方与东方家具的典雅混为一体, 功能与装饰吻合, 取得非常显著的成果。他自己的公司也生产和销售他的设计, 因而使他的设计得到广泛的认识和欢迎。

弗兰克·赖特在这个时期的家具设计, 也具有类似的倾向。与以上几个设计师不同, 他更加重视纵横线条造成的装饰效果, 而不拘泥于东方设计细节的发展, 因此, 与苏格兰的一批叫做“格拉斯哥四人”的设计师的探索比较接近。赖特是美国现代建筑和设计的最重要奠基人物之一。他的设计生涯非常长, 风格也不断变化, 在 19 世纪末期设计的建筑物有明显的日本传统建筑影响的痕迹, 而这个时期他设计的家具则与斯提格利的家具设计非常相似, 有中国明代家具的特征。赖特的设计背景和设计哲学比较复杂, 将在本书的以后章节讨论。

美国的“工艺美术”运动还有其他一些设计家参与, 比如家具设计师哈维·艾利斯(Harvey Ellis), 以及艾尔伯特·哈巴特(Elbert Hubbard)组织的“罗克罗夫特艺术组”(the Roycroft Artistic Community) 等等, 他们的设计探索与斯提格利、赖特和格林兄弟相似。



## 2)“工艺美术”运动在美国平面设计上的发展

“工艺美术”运动很快就传播到美国，原因主要是与英国和美国都以英语为国语有关系，加上美国与英国有密切的传统关联，因此，美国人对于英国的发展比较敏感。但是，美国与英国却有非常大的一个本质区别：美国没有英国那样悠久的历史，美国是一个崭新的由多个国家的移民组成的国家，因此，英国人对于中世纪风格津津乐道的时候，是对自己国家的传统风格的怀旧情绪的表现，而美国人学习英国人发展中世纪的风格，则只是从形式上的一种时尚的模仿而已，内中没有那种对于古代风格的依恋情感。英国的“工艺美术”运动发起人是希望能够利用这个运动来抑制工业化带来的设计衰退的状况，以手工艺来对抗工业化，而美国人从来没有对工业化有恶感，对于他们来说，发展“工艺美术”运动风格，是在美国工业化时期的设计中锦上添花而已，并没有想过要利用“工艺美术”运动风格取代工业化风格，因此，虽然形式上美国的“工艺美术”运动与英国的“工艺美术”运动相似，但是内容却有不同的地方。

在平面设计上兴起“工艺美术”运动风格的美国人主要有两个，他们都来自美国的中西部地区。一个是书籍设计家布鲁斯·罗杰斯 (Bruce Rogers, 1870—1956)，另外一个字体设计家佛里德里克·高蒂 (Frederic W. Goudy, 1865—1947)。他们对于莫里斯的克姆斯各特出版社设计风格印象深刻，他们从1890年代开始，遵循英国“工艺美术”运动的途径发展，同时自己创造出系列独特的版面、字体来，他们的设计，更加讲究古典的整洁和严肃特点。

高蒂从小就对字体非常感兴趣。他出生在美国伊利诺斯州的布鲁明顿 (Bloomington, Illinois)，小时曾经从各种印刷品上剪下和收集3 000多个字，拼成圣经的句子，装饰自己去的教堂，得到大人对他的艺术才能的称赞。1890年代，高蒂在芝加哥工作，担任公司的文书和簿记，这个工作使他大量接触到各种印刷品和出版物，他开始注意各种不同书籍的设计风格，莫里斯的克姆斯各特出版社出版的著作，特别是《乔梭集》的精美，引起他极大的兴奋。这本书使他决心投身于书籍设计。

1894年，高蒂与朋友一起组成了一个自己的出版社。但是发展不顺利，他与合伙人意见不一致，因此他不得不退出这个公司，重新回去当文书。但是他对于平面设计的兴趣有增无减，因此，以后又试图成立过一些名称不同的出版公司，公司业务起伏不定，但是他全力投身于字体和版面的设计则一直没有动摇过，经过10多年的不断探索，高蒂结合了正宗罗马体、法国文艺复兴字体的特点，创造出整个系列的字体——“高蒂老体” (Goudy Old Style)，这个系列包括了罗马体的变体，中世纪字体的变体等等，但是无论采用什么字体为依据，高蒂都牢牢把握住自己的字体原则：简单、明确、严肃和整洁。他的这些字体受到出版和印刷界广泛的欢迎，直到现在，“高蒂旧体”的各种体系，依然是西方平面设计所采用的最重要的字体系列之一，如果用电脑从事设计的人，简单地到英语字库中查一下，就可以找到各种各样的“高蒂旧体”。他的字体系列的成功，在于他坚持字体设计的明确、清晰、传达功能准确的基本原则，与以前大量设计家以美观为中心的设计立场大相径庭。

高蒂设计的、迄今依然具有相当影响和被世界平面设计家使用的主要字体有三大系列，即“铜版哥德体” (Copperplate Gothic, 1901)，肯尼利体 (Kennerley, 1911) 和上面提到的“高蒂老体” (1915年)。

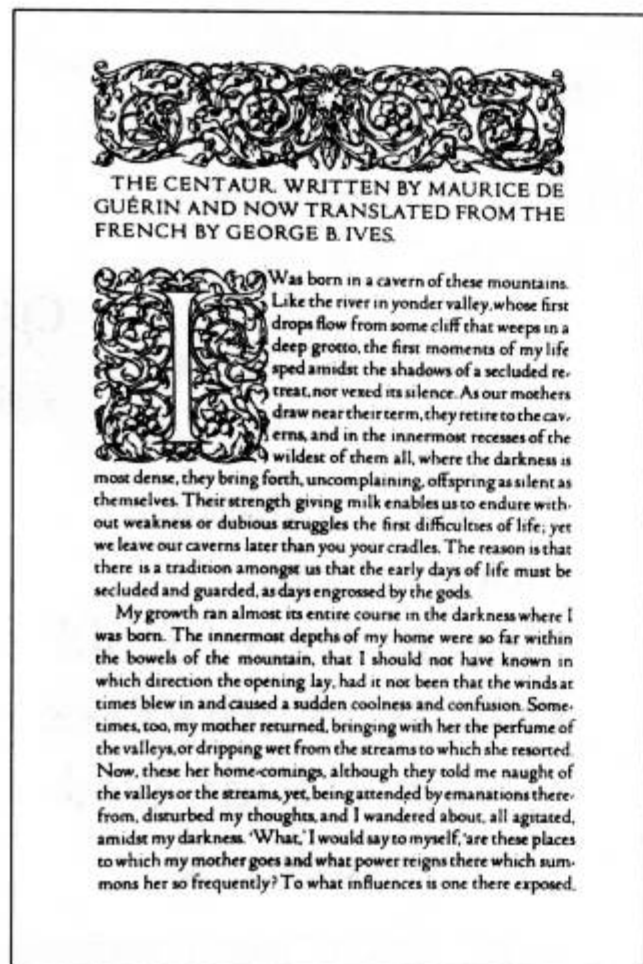
高蒂还为了推广新的字体，提高人们对平面设计的认识而撰写和出版了一系列关于平面设计的著作，其中包括《字母》 (The Alphabet, 1908)，《字体的要素》 (Elements of Lettering, 1921) 和《版面编排》 (Typologia, 1940)。他还编辑出版了两种刊物：《版面艺术》 (Ars Typographica) 和《版面设计》 (Typographica)。1923年，他终于在纽约州哈德逊河边的一个老磨坊中开设了自己的字体铸造工厂——“乡村字体铸造厂” (the Village Letter Foundry)。在那个工厂中他完成了自己大部分的字体设计。但是，1939年，一场大火灾完全摧毁了

Goudy Old Style  
Goudy Old Style Italic  
Goudy Catalogue  
Goudy Bold  
Goudy Extra Bold  
**Goudy Heavyface**  
Goudy Handtooled  
Goudy Mediaeval

4-22.“工艺美术”运动设计家佛里德里克·高蒂设计的一系列字体，称为“高蒂老体”系列，表现了对威尼斯和法国文艺复兴时期的设计风格的怀念。



4-23.“工艺美术”运动的另外一个设计家布鲁斯·罗杰斯设计的书籍一页,也体现了对于威尼斯文艺复兴后期平面设计的怀念趋向。



4-24.1915年罗杰斯设计的书籍一页,依然具有英国“工艺美术”运动的影响痕迹。

工厂,也摧毁了高蒂费了毕生精力设计的几乎全部字体的原模和铸造工具。这是他一生中遭受到的最大打击,但是他依然坚持设计和探索,一直到他在82岁的高龄去世为止。高蒂是把英国“工艺美术”运动的精神真正传达给千千万万美国人民的最重要的设计家。

高蒂还是一个设计教育家,他曾经在芝加哥的弗兰克·霍莫插图学校(Frank Holme School of Illustration)担任设计教学,培养出不少杰出的学生。1906年他迁居纽约之后,才完全放弃教学,专心从事设计工作,但是他的学生们则成为完成他理想的接班人。

进一步完善高蒂的设计探索的是他的一些学生们。他在芝加哥的时候培养出一个非常杰出的学生——威廉·阿迪逊·德维金斯(William Addison Dwiggins, 1880—1956)。德维金斯是美国20世纪重要的平面设计家之一,他在芝加哥的霍莫插图学校跟随高蒂学习平面设计,特别是字体设计,1902—1904年在俄亥俄州的剑桥市开设了自己的设计事务所。但很快就跟高蒂迁到麻塞诸赛州辛罕工作,主要从事广告设计。1923年,他遇到美国著名的出版家阿尔佛列德·诺普(Alfred A. Knopf),受诺普邀请,开始为他的出版公司设计书籍,先后总共设计出300多种书籍来。他的设计风格具有很大的混合特征,书法、插图、字体和版面设计统一,他的设计奠定了诺普出版公司的设计标准和质量高度,这个公司迄今还是世界一流的出版公司,这与德维金斯的设计奠基作用是分不开的。

为了更加加强平面设计的标准水平,德维金斯也撰写了一些著作,比如他的《广告的编排》(Layout in Advertising, 1928)是平面广告设计的长期重要参考书。1931年,他为纽约大出版公司兰登出版公司(the Random House, New York)出版的威尔斯(H·G·Wells)的科学幻想小说设计的《时间机器》(The Time Machine)一书成为他最杰出的代表作。从1920年代开始,他受一个铸造字体公司老板哈利·盖茨的邀请参加设计字体,在长达20多年的设计中,他创造了一系列非常杰出的字体,其中包括大名鼎鼎的“大都会体”(Metro, 1929—1930),直到目前为止,这种字体还是美国平面设计界最流行的字体之一。

对于平面设计界来说,德维金斯的另外一个重大贡献,就是他在1922年正式地采用了英语“平面设计”(graphic design)这个术语,从而正确地、准确地给这个特殊的设计行业定了位。

罗杰斯出生于美国印第安纳州的拉法耶特(Lafayette, Indiana),在这个市的著名大学普度大学(Purdue University)毕业,之后立即从事书籍和字体设计工作。19世纪末迁移到波士顿从事杂志期刊的编辑,1896—1912年期间加入了美国大型出版公司霍顿·米夫林公司(Houghton Mifflin Co.)的出版分公司“河边公司”(the Riverside Press)的设计行列。因为受到英国“工艺美术”运动风格的影响,因此深入研究了中世纪的书籍和字体风格,对于15世纪前后欧洲的平面风格有深刻的认识 and 了解。1900年,公司成立了“有限印刷版部”,负责少量但是精美的版本设计



和出版，他被调到这个部门工作，他因而有机会把自己热衷的欧洲 15 和 16 世纪的设计风格加以发挥运用，他的风格兼而具有中世纪的古典雅致和现代的传达清晰的特点，虽高雅而不脱离读者，因此非常受欢迎。他在 1912 年离开米夫林出版公司之后，成为自由撰稿设计家，1914 年他根据威尼斯的罗马体为基础，根据 1470 年詹森设计的新罗马体，进行改良和修饰，设计出著名的新字体系列“森特体”(Centaur)。这种字体取得很大的成功。许多出版公司后来都采用他的这种字体。

罗杰斯在设计上强调精益求精，无论字体、纸张、插图、版面编排、油墨、色彩等等，都务必达到最完美的配合。罗杰斯在美国工作到 1918 年前后，第一次世界大战之后他回到英国，出版了自己设计的利用这种字体印刷的牛津版《圣经》，在欧洲颇具影响。他与高蒂一样，都活到高龄，设计生涯跨越两个世纪，因而对设计的影响也非常大。

因为有类似罗杰斯这样杰出的平面设计家工作，米夫林公司的出版公司“河边出版公司”成为美国推动和发展“工艺美术”运动风格的重要中心。它出版的大量读物都具有类似英国“工艺美术”运动中几个出版公司的风格，对美国读者起很大的影响作用。因此，可以说罗杰斯、“河边出版公司”都是把英国“工艺美术”运动引入美国平面设计界和出版界的重要桥梁和关联。

除了美国受到英国“工艺美术”运动影响之外，斯堪的纳维亚国家也受到一定的影响。斯堪的纳维亚国家拥有悠久的手工艺传统，特别是木家具和室内设计具有很杰出的水平。英国“工艺美术”运动明确反对矫揉造作的维多利亚风格，反对繁

琐装饰，都与斯堪的纳维亚的设计传统观念非常接近，何况这个地区有很丰富的哥德传统，因此，在英国的影响之下，这几个国家中的瑞典、芬兰、丹麦和挪威都出现了类似的设计活动。成立了各种各样的设计机构，取得非常显著的成绩。本书将在以后的章节讨论斯堪的纳维亚的设计发展。

英国“工艺美术”运动开始于 1864 年左右，在 1896 年基本结束，莫里斯在这一年去世。他去世之后，英国的工艺美术运动已经被欧洲大陆蓬勃兴起的新艺术运动取而代之了。综观工艺美术运动，它的确有一些不容忽视的重要特点。在一派维多利亚矫饰风气之中，这些设计先驱们能够采用中世纪的纯朴风格，吸收日本的和自然的装饰动机，创造出有声有色的新设计风格来，而同时又完全与各种历史复古的风格大相径庭，的确是难能可贵的探索。在轰轰烈烈的工业革命高潮之中，表现出一种与时代格格不入的出世感，也体现出知识分子的理想主义情感，强调手工艺的重要，强调中世纪行会的兄弟精神，都是非常特殊的。

“工艺美术”运动的缺点或者说先天不足是显而易见的，它对于工业化的反对，对于机械的否定，对于大批量生产的否定，都没有可能成为领导潮流的主流风格。过于强调装饰，增加了产品的费用，也就没有可能为低收入的平民百姓所享有，因此，它依然是象牙塔的产品，是知识分子的一厢情愿的理想主义结晶。

对于矫饰风格的厌恶，对于大工业化的恐惧，是这个时期知识分子当中非常典型的心态，英国人在 19 世纪中期开始的“工艺美术”运动探索，其实代表了整整一代欧洲知识分子的感受，当时能够真正认识工业化不可逆转的潮流的人其实在知识分子当中并不多见，因此，在英国“工艺美术”运动的感召之下，在欧洲大陆终于掀起了一个规模更加宏大，影响范围更加广泛，试验程度更加深刻的“工艺美术”运动——“新艺术”运动。

**Alternate Gothic**

**Century Schoolbook**

**Clearface**

**Cloister Bold**

**Franklin Gothic**

**News Gothic**

**Souvenir**

**Stymie Medium**

4—25. “工艺美术”运动刺激了字体设计，这是“工艺美术”运动的后期设计家之一莫里斯·本顿设计的一系列字体，从上至下分别是：

哥德变体，1906 年；

“世纪”教科书体，1920 年；

整洁体，1907 年；

克罗斯特粗体，1913 年；

弗兰克林—哥德体，1905 年；

新闻哥德体，1908 年；

索佛尼尔体，1914 年；

中体，1931 年。

### 1. “新艺术”运动的背景

“新艺术”运动 (Art Nouveau) 是 19 世纪末、20 世纪初在欧洲和美国产生和发展的一次影响面相当大的装饰艺术运动, 一次内容很广泛的设计运动。具体的时间大约是从 1890 年到 1910 年前后, 经历了 20 年左右的发展。从它的发展范围来看, 这个运动涉及 10 个国家以上, 特别是西欧各个国家, 基本都有这个设计运动的探索和试验, 从具体设计的设计范畴来看, “新艺术”运动波及几乎所以的设计领域, 从建筑、家具、产品、首饰、服装、平面设计、书籍插图, 一直到雕塑和绘画艺术都受到影响, 延续时间长达 20 多年, 是设计史上一次非常重要、强调手工艺传统的、具有相当影响力的形式主义运动。

“新艺术”运动从它的产生背景和它的宗旨来看, 与 1860 年到 1890 年左右在英国和美国产生的“工艺美术”运动有许多相似的地方: 它们都是对矫饰的维多利亚风格和其他过分装饰风格的反动, 它们都是对工业化的强烈反映, 它们都旨在重新掀起对传统手工艺的重视和热衷, 它们也都放弃传统装饰风格的参照, 而转向采用自然中的一些装饰动机, 比如植物、动物为中心的装饰风格和图案的发展。它们也都受到日本装饰风格, 特别是日本江户时期的艺术与装饰风格和浮世绘木刻印刷品风格的影响。但是, “新艺术”运动和“工艺美术”运动之间也有区别, 这两个运动之间比较不同的地方是: 英国和美国的“工艺美术”运动比较重视中世纪的哥德风格, 把哥德风格作为一个重要的参考与借鉴来源, “工艺美术”运动把中世纪的设计作为追求的核心, 而“新艺术”运动则对于传统风格兴趣不大, 认为传统风格不过是历史的遗留, 对于发展新的设计没有参考价值, 因此, 这个设计运动基本完全放弃任何一种传统装饰风格的借鉴, 以自然风格作为本身发展的依据, 这个设计运动的自然主义倾向是它的最主要形式特征, 它强调自然中不存在直线, 强调自然中没有完全的平面, 因此, 作为它的基本形式特征, 它在装饰上突出表现曲线和有机形态, 而装饰的动机基本来源于自然形态。特别是植物的纹样, 部分动物的形态 (比如鹿角形状)。大量的曲线运用, 给这个运动带来了“面条风格”、“蚯蚓风格”的绰号。这种“面条风格”体现在“新艺术”运动的家具、平面设计、建筑、金属制品、首饰等等各个方面, 因而, 这个风格具有非常鲜明的形式特点。

这个运动从 1895 年左右的法国开始发展起来, 之后蔓延到荷兰、比利时、意大利、西班牙、德国、奥地利、斯堪的纳维亚国家、中欧各国, 乃至俄罗斯, 也越过大西洋影响了美国, 成为一个影响广泛的国际设计运动。这个运动从 1895 年开始发展, 一直持续到 1910 年前后, 然后逐步为现代主义运动和“装饰艺术”运动 (Art Deco) 取而代之。从意识形态角度来看, 这是知识分子中的部分精英在工业化来势汹汹, 过分装饰的贵族风格泛滥双重前提下的一次不成功地改革设计的企图。但是这个运动中产生的大量产品、建筑、室内、纺织品、工艺美术品等等, 则为 20 世纪伊始的设计开创了一个有声有色的新阶段, 成为传统设计与现代设计之间的一个承上启下的重要阶段。

准确地说, “新艺术”是一场运动, 而不是一个完全统一的风格。虽然产生的动机相似, 但是这个运动发展的范围非常广泛, 从斯堪的纳维亚到西班牙, 从法国到俄国, 从欧洲到美国, 是一个名副其实的国际设计运动, 各个国家的设计家对于它都有自己的关注, 因而虽然在广泛采用有机形态和曲线上有类似的趋势, 但是具体到设计特点来说, 却有在国与国之间存在很大的区别。巴塞罗那的安东·高蒂的建筑设计和苏格兰的查尔斯·玛金托什的家具的差异之大, 无异于两个不同运动的作品; 同样是法国的新艺术设计, “巴黎派”与“南西派”的风格则大不相同, 从美国提凡尼百货公司的灯具到奥地利画家古斯塔夫·克里姆特的绘画, 其间的区别也是巨大的。但是从时间、根源、思想、影响因素等等方面来看, 它们又有千丝万缕的关联, 属于同一场运动, 因此, 从运动的产生原因和设计思想的角度来看“新艺术”运动, 比较能够反应出真实的面貌来。这种情况, 在研究“新艺术”运动的设计中可以说比比皆是, 同样的思想根源, 出现不同的设计风格, 特别是不同的设计细节, 其实也是非常自然的情况。



如前所述，“新艺术”运动的起因是对当时两个不同的设计潮流的反动。而以前比较多的解释集中在19世纪人们对于工业化时代的一种恐惧和厌恶，是对大工业生产的一种反动。其实还有一个重要的产生原因，是对于弥漫整个19世纪的矫揉造作的维多利亚风格所作出的反动。只有从这两个方面的原因来看，才能够解释为什么“新艺术”运动会风靡一时，成为西方世界历时10多年的一种主流运动。

如果简单地把“新艺术”运动看作一个形式主义运动，就会忽视它在设计史上的一个非常重要的突破：对长期以来弥漫设计界的所谓“历史主义”的否定。“新艺术”运动是历史上第一个完全抛弃对历史的装饰和设计风格的依赖，完全从自然中汲取设计装饰的动机，虽然自然主义风格没有能够为现代设计奠定发展的基础，但是，对于历史风格的大胆否定，却奠定了以后各种设计运动对于历史风格的断然断绝关系这种方式的基础。如果从这个层面来看“新艺术”运动的意见，才能知道它对于后来的现代主义运动在精神上的实质影响和贡献。

19世纪弥漫欧洲的繁琐矫饰的维多利亚风格，和从巴洛克风格派生出来的种种矫揉造作的装饰风格，以及拿破仑时代的古典复兴主义、英国的新哥德主义、美国盛行的折衷主义风格，都是这种矫饰主义在建筑、家具、平面设计上的反映。对维多利亚风格的反感，造成对新的设计风格探索的起因。早在1836年，作家阿尔佛列德·德·穆塞（Alfred de Musset）在他的著作《本世纪一个孩子的自白》（*Confession d'un enfant du Siecle*）中已经表达了对维多利亚风格的广泛不满。批判有钱人家的房屋室内是各种历史风格的堆砌：古典主义、哥德、文艺复兴、路易十三的巴洛克等等。什么风格都有，“就是没有我们自己的、本时代的风格”。这番话可谓十分尖锐，击中时弊。

维多利亚风格不仅仅在英国泛滥成灾，同时在欧洲的其他国家也相当流行。因此，到19世纪末年，欧洲各国的先进设计家们对于这种矫揉造作的风格已经是忍无可忍了，从存世的大量文件和出版物可以看出，当时不少的设计家、理论家都对这种现象提出严厉的批判。比利时重要的设计大师亨利·凡德·威尔德（Henri Van de Velde）指出：“问题是这些从事维多利亚式矫饰风格设计的人拒绝寻求正确的形式，即简单、真实和绝对的形式，所表现出的只是他们本身的懦弱”。

1851年的伦敦国际博览会是工业化设计存在的问题和维多利亚矫揉造作风格泛滥的集中体现。这是历史上第一次世界性的大型博览会，有10多个国家参展，规模很大，会址是伦敦海德公园内由帕克斯顿设计的巨大“水晶宫”。大量展品表现出矫饰的装饰特点，因此使一些目光敏锐的批判家和艺术家意识到设计问题的严重性，开始设法走出这个设计的泥潭。其重要的结果之一就是英国轰轰烈烈的“工艺美术”运动，这场运动从1864年左右发轫，精神领袖是约翰·拉斯金，设计领袖是威廉·莫里斯，一时蔚为壮观，影响远及美国。莫里斯本人是现代装饰运动最重要的奠基人之一。他对中世纪风格的热衷，对日本等东方艺术的借鉴，对矫揉造作风格的反对，对手工业的爱好，对大工业化的强烈反感，都成为“新艺术”的基本特征。英国“工艺美术”运动另外一个对日后运动具有很大影响力的人物是阿瑟·马克穆多（Arthur Heygate Mackmurdo 1851—1942）。他的设计更加讲究装饰的整体感，具有更加强烈的自然主义特点。这个特点日后成为“新艺术”运动风格的基本特点之一。从马克穆多的工作时间来看，应该说他是“工艺美术”运动的晚期代表人物和“新艺术”运动的开创人物，世纪之交是他的创作鼎盛时期，他起着承上启下的作用。

“新艺术”是一个法文词，在欧洲有大约五六个国家是用这个旗号来发动这场运动的，其中包



5-1. 日本的浮世绘是引发欧洲的“新艺术”运动的主要因素之一，这是典型的日本浮世绘木刻版画，引起欧美广泛的喜爱和仿效。

括法国、荷兰、比利时、西班牙、意大利等；德国则称这场运动为“青年风格”（Jugendstil），在奥地利的维也纳，它被称为“分离派”（Seccessionist），在斯堪的纳维亚各国，则称之为“工艺美术”运动。虽然名称各异，但整个运动的内容和形式则是相近的。

“新艺术”运动发展的时期，正是欧洲其他文学艺术范围出现各种突破传统的探索尝试的时期，因此，“新艺术”运动自然也受到这些尝试和探索的影响。比如法国当时文学上的象征主义（1880—1890）对于现实主义风格的否定，采用各种象征性的隐寓手法，可以从“新艺术”的设计中看到痕迹；法国哲学界部分人当时对科学的理性主义的怀疑，产生了传统宗教思想的复兴，这也可以在“新艺术”运动的某些作品中看到。“新艺术”运动对于19世纪的精神文明的颓废、道德的沦丧和美学价值的衰败感到恐惧，从而通过象征的方式表现出来，与文学上当时的精神和思想是同出一辙的。文学艺术之间的这种相互的影响，在这个运动中有很明显的反映。

“新艺术”运动在平面设计上和插图上的特点，是企图把设计艺术变成人们每日生活的一个组成部分。与英国“工艺美术”运动一样，这个运动的设计家们认为所谓的艺术，不仅仅是架上艺术——绘画和雕塑，同时也包括日常的所有用品，通过设计，使人们能够通过日常生活享受美学的价值和欢乐，这是他们的活动宗旨。印刷的发达，使国际平面设计界如同人民大众一样，关系日益密切，出版物成为沟通和联系的新媒介，也正是因为印刷的普及，才使得这个运动能够在短短的20年当中成为席卷整个欧美的国际设计运动，这是“工艺美术”运动没有能够达到的目的。而通过印刷，“新艺术”运动的海报和书籍、包装和商标，以及各种各样的设计，才能为世界千千万万的群众所使用，所享有，如果说“新艺术”运动在产品设计上因为造价昂贵，因而还只能是少数富有的人的设计的话，那么，在平面设计上，它已经开始成为真正大众的设计了，从这个角度来看，“新艺术”运动中已经包含了现代主义运动的基本精神内涵。

如果说“新艺术”运动完全摒弃所有的传统风格，那是不准确的，“新艺术”运动在很大程度上拒绝的是古典风格。而对于以自然纹样为依据而发展起来的一些历史风格，它依然采取部分吸收的态度，比如强调卷草花纹的罗可可风格（the Rococo style），凯尔特装饰（the Celtic ornament），英国“工艺美术”风格，日本的传统装饰风格，特别是日本的浮世绘风格，英国的“拉斐尔前派”（Pre-Raphaelite）的绘画风格都曾经被不同程度地借鉴；而19世纪末的后印象主义运动的一些画家的创作，比如文森·梵高（Vincent Van Gogh, 1853—1890）和保罗·高更（Paul Gauguin, 1848—1903）的强烈个人表现以及他们自然的、流畅的笔触，还有流畅自然的“纳比派”（the Nabis group）绘画，对于“新艺术”运动的设计家来说，是很大的启发。因此，可以说“新艺术”运动是具有吸取当时各种具有强烈个人特征和自然主义特征的风格的高度折衷设计方式。

## 2. 法国的“新艺术”运动的平面设计

### 1) 谢列特和格拉谢特

法国是“新艺术”的发源地，这个运动在法国的发展具有两个中心，一个是首都巴黎，另外一个则是南西市（Nancy），后者主要集中在家具设计上，而巴黎的“新艺术”运动则包容万象，设计的范围包括家具、建筑室内、公共设施装饰（特别是巴黎地铁的入口）、海报和其他平面设计。法国的“新艺术”运动对于欧美的这个运动具有重要的影响作用，是“新艺术”运动的发源地。

法国的设计运动早在19世纪末已经开始酝酿。1900年的巴黎世界博览会是“新艺术”在法国崭露头角的开始，从那个时候起，法国的这场设计运动历时20多年，是所有有关国家中持续最久的国家。这场运动的名称也是缘由法国家具设计家萨穆尔·宾（Samuel Bing）在1895年开办的设计事务所的名字——“新艺术之家”（La Maison Art Nouveau）而产生的，评论家取其中“新艺术”为名，来称这个席卷欧美的设计运动，因此，法国应该被视为“新艺术”运动的发祥地。

法国新艺术运动与英国工艺美术运动的背景非常相似，它们都是因为反对工业化风格和雕琢的维多利亚风格而产生的，都主张从自然、东方艺术，特别是植物纹样和动物的纹样当中吸收创作的营养，并以此作为创作的主要形式动机。它们都反对机械化的批量生产，都反对直线，主张有机的



曲线为形式中心，主张艺术与技术的结合。它们的观念背景是相同的，但是，它们也有不同的地方，其主要的差异在于形式的参考倾向上。最大的区别在于英国的“工艺美术”运动还主张从哥德风格吸收营养，而法国则完全反对任何传统的风格参考。

1900年巴黎世界博览会首次向世界展示了法国的“新艺术”风格，特别是它的家具和室内装饰，引起世界广泛的注意。这些设计的风格，比较英国的“工艺美术”运动更加追求自然形式。而从设计组织方式来看，法国的这场运动更加集中在几个比较密切的设计团体之间，而不像英国“工艺美术”运动那样囿于小规模的手工作坊之间。

法国的“新艺术”运动有两个重要的发展中心，一个是巴黎，另一个是小城市南斯，南斯的家具自成体系，成为设计史上颇有影响的“南斯派”（Ecole Nancy），而巴黎则是从建筑到平面设计无所不包的集大成之中心。

巴黎是19世纪末和20世纪初现代艺术及现代设计最重要的中心，几乎所有重要的现代艺术运动和现代设计运动都和它有密切的关系。作为法国的首都和最大的都会，巴黎集中了不仅仅法国的精华，同时也是世界精华的荟萃之地。世界各国的新动向都非常容易地被巴黎感觉到，同时得到积极的反应。“新艺术”运动在这里产生和发展，是非常自然的，因为当时这里的知识分子对于机械、大工业的反感，对于长期矫揉造作的维多利亚风格垄断的反感都已经非常强烈，英国的工艺美术运动提供了一个观念上可以参考的、可以借鉴的基础，新的设计形式探索在1895年左右已经开始，到了19世纪初年，这个运动已在巴黎发展得如火如荼，非常壮观。

巴黎的“新艺术”运动有几个重要的设计中心，它们大都是以家具为中心的设计事务所。其中影响最大的位于巴黎的“新艺术”运动设计中心有三个，即萨穆尔·宾的“新艺术之家”设计事务所；“现代之家”设计事务所和“六人集团”。这几个集团的核心内容都主要是家具设计。在笔者的《世界现代设计史·1864—1996》一书中已经有详细的论述了，在此就不重复这部分内容。

从设计史的角度看，“新艺术”运动是一个从维多利亚风格向新设计风格过渡的一个承上启下的阶段和运动，是一个过渡阶段，从时间上来看，这个运动是19世纪和20世纪相交的环节，具有关键的发展作用。

1881年前后，法国政府对于长期以来对出版物的严格审查制度进行了大规模修改，特别对于禁止张贴海报的规定作了调整，以前法国政府禁止公开张贴海报，这个时候改为除了不许在教堂、街灯杆和政府公告栏之外，其他的所有地方都可以张贴海报。这个规定的公布，立即在法国造成了海报的设计和使用的热潮，海报成为商业推广的主要手段，因此，大量的艺术家开始投身于海报设计。巴黎的街头立即成为海报的艺术画廊。在这个高潮之中，涌现出一批杰出的平面设计家，其中比较突出的是法国“新艺术”运动的最重要过渡时期的设计代表人物朱利斯·谢列特（Jules Cheret, 1836—1933）和尤金·格拉谢特（Eugene Grasset, 1841—1917）。

谢列特是法国重要的海报设计家和平面设计家。在设计史上，往往被称为“现代海报之父”。他在一生中曾经设计出上千张海报，对于国际和法国的平面设计具有非常重要的影响作用。他的设计风格也成为“新艺术”运动平面设计风格的一个典型代表。

谢列特从1849年开始在一个石印工厂当学徒，他当时才13岁，他的父亲希望他能够成为一个印刷工人，因此花了400法郎，把他送去印刷工厂当了3年印刷学徒。法国当时的彩色石印技术处在发展阶段，并且在社会上日益流行。加上法国政府逐渐放松对印刷品和张贴的海报的控制，因此，彩色石印海报发展很快，谢列特在工厂中掌握了彩色石印技术，并且通过自己的反复实践，进一步完善和发展了这个技术。他在巴黎当学徒的时候，利用晚上的时间到国立德辛学校（the Ecole Nationale de Dessin）进修绘画。3年的学徒生活对他来说是相当艰苦的，他在这3年中，通过工作实践，认识到设计和制作上比较自由的、随意的和更加具有艺术特点的石版艺术技术，特别是彩色石版印刷，迟早要取代旧式的活字和木刻版面的印刷方法。因此，非常注意学习最先进的彩色石版印刷技术。1854年，他去英国访问，发现英国的石版印刷技术，特别是彩色石版印刷技术比法国发达得多，于是他从英国的石版印刷中学习到很多经验，后来把这些经验注入自己的海报设计中，



5-2. 法国“新艺术”运动平面设计的重要代表设计家谢列特 1866 年设计的演出海报，具有这个运动强烈的风格。



5-3. 法国“新艺术”运动平面设计的重要代表设计家谢列特 1896 年设计的演出《冰宫》海报，风格流畅，生动活泼。

取得非常杰出的成就。

谢列特的第一个设计工作是为法国轻音乐作曲家奥芬巴赫 (Jacques Offenbach, 1810—1888) 的轻歌剧《安非的奥菲》(Orphee aux Enfers, 1858) 设计歌剧海报。他的设计轻松而充满了生机活力，色彩鲜艳，立即受到客户和观众的欢迎。当时他才 22 岁。

谢列特感到英国的设计机会对他个人发展比较有帮助，因此迁移到伦敦工作，早期是为家具从事目录设计，在英国设计了大量的商业海报，他在伦敦工作了相当一段时间，时间是从 1859 年到 1866 年。当时正是英国的“工艺美术”运动开始发展的时期，因此，他受到这个运动的设计和风格很大的影响。他在英国与香水制造商和慈善事业家 尤金·里麦认识，后者委托他设计一系列海报，这是谢列特设计生涯的重要转折点，他这个时期设计出不少杰出的海报，不但奠定了自己发展的方向，同时也积累了一笔资金。1866 年，谢列特回到巴黎，开设了自己的设计事务所。他从英国购买和运回了当时最先进的彩色石版印刷设备和材料，开始为商业目的设计海报。他在自己的设计事务所设计的第一张海报是为法国著名的女演员沙拉·本哈特 (Sarah Bernhardt) 演出的歌舞剧《林中的鹿》(La Biche au Bois, the Doe in the Wood) 设计的，这个歌舞剧和他设计的海报立即风靡巴黎。谢列特的风格自然流畅，充满了艺术的浪漫色彩，在巴黎街头广为张贴，成为家喻户晓的大众艺术品，不但提高了这部歌舞剧的观众上座率，而且对于法国人对彩色石版印刷的认识，起了很大作用。70 年代，谢列特已形成自己的设计风格，他完全摆脱了维多利亚装饰风格，采用简单、明快和自然的艺术表现特点，设计出相当数量的海报，成为法国，特别是巴黎最受欢迎的平面设计家。

1881 年，谢列特把自己的设计事务所卖给巴黎的一个大型出版公司“沙滋印刷公司”(Imprimerie Chaix)，自己在这个出版公司担任设计艺术总监。这个决定，使他能够腾出更多时间从事设计和艺术创作，而不再纠缠在繁琐日常事务之中。他的工作方式是早上画模特，下午把上午的草稿转画到石版上去，他的准确而生动的绘画技巧和对于彩色石版印刷技术的掌握，使他的作品生机盎然，具有“新艺术”运动的自然主义装饰特色，同时又有自己鲜明的艺术特点。他的作品也越来越大，到 1884 年前后，他设计的海报尺寸最大达到两米长，每年印刷出版量达到 20 万张之多，可以说是巴黎满目皆是他的作品，成为最具有大众性的设计形式。

从艺术上来看，谢列特的自由风格和流畅的笔触，是受法国罗可可风格画家瓦托 (Antoine Watteau) 和佛拉戈纳特 (J. H. Fragonard) 影响的。绚丽的色彩却是受英国画家透纳 (J. M. W. Turner) 的影响。80 年代开始，他采用黑色线条，加上三种基本色彩，即红色、黄色和蓝色来从事印刷设计，三种原色自然可以调和出各种色彩，黑色则成为表现自然韵律的基础



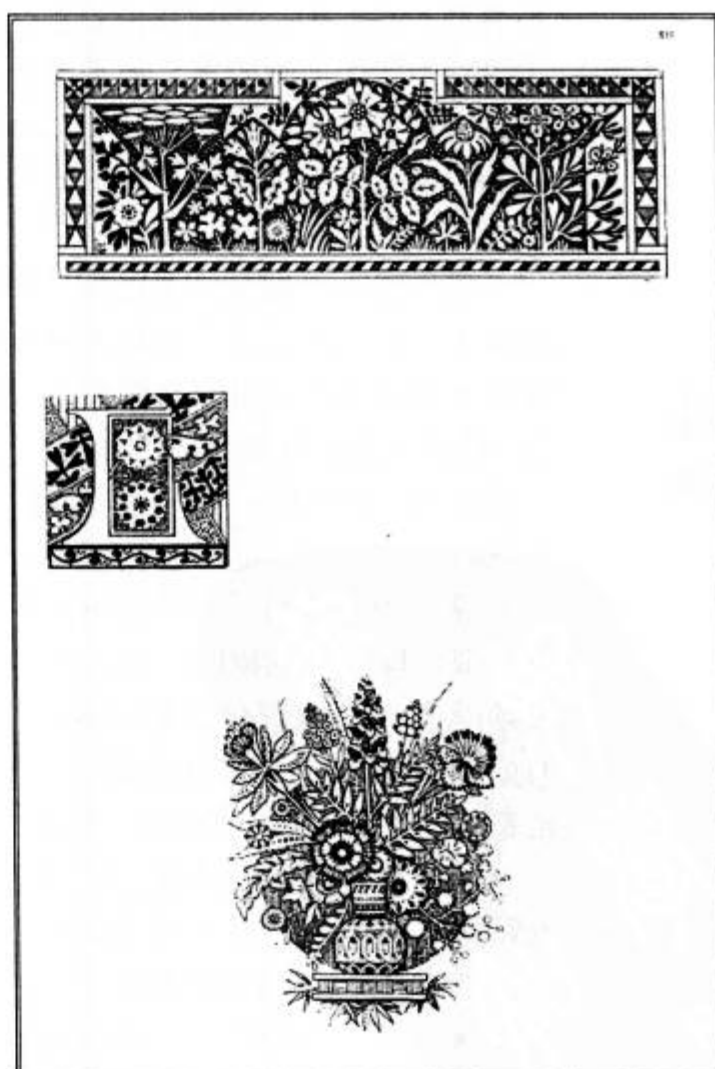
结构，他的色彩运用讲究柔和的处理，效果与水彩画类似，无论是构图和还是笔触、色彩，都流畅而自然，画面充满动感，版面编排活泼生动，连字体也充满艺术的自然特点，字体与海报画面的主题密切关联，融为一体。他的作品具有高度的娱乐性，同时又不失艺术品味，成为巴黎街头最令人瞩目的设计品。他根据模特设计了具有自己风格特点的女性角色，被喜欢他的作品的人称为“谢列特女性”（the Cherette）。他设计的典雅美丽的女性，态度活泼，穿着高贵，不但成为受到广泛欢迎的对象，并且还成为法国当时青年女性模仿的对象，学习她的仪表，学习她的衣着，改变了妇女当时古板的形象，因此，有人称谢列特为“法国妇女解放之父”，因为他设计的这个女性形象，代表了古板的维多利亚时期妇女向 90 年代的“欢乐一代”妇女转化的核心模式。谢列特知道他的设计的社会效应，为了促进这个效应，他努力通过印刷达到表现真人大小的女性形象，因此，他进一步加大了自己设计的海报尺寸，他的海报这个时候高达 7 英尺半，也就是 240 厘米，上面的女性形象高达 5 英尺，完全是真人尺寸大小，张贴在街头，引起大众，特别是青年女性的喜爱和竞相模仿。有更大的社会效应。

谢列特的创作成为法国社会公认的重大成就，1889 年他在法国的国际博览会获得金质奖章，1890 年他获得法国政府颁发的荣誉军团勋章，他的事业达到登峰造极的高度。他在取得这些成就之后，开始转向从事粉笔绘画创作，之后到法国南部的尼斯退休，在那里建立了谢列特博物馆，展出自己多年创作的各种海报。谢列特一直活到 97 岁高龄。他的一生处于法国海报设计的黄金时代，而他本人是创造这个黄金时代的最重要人物。

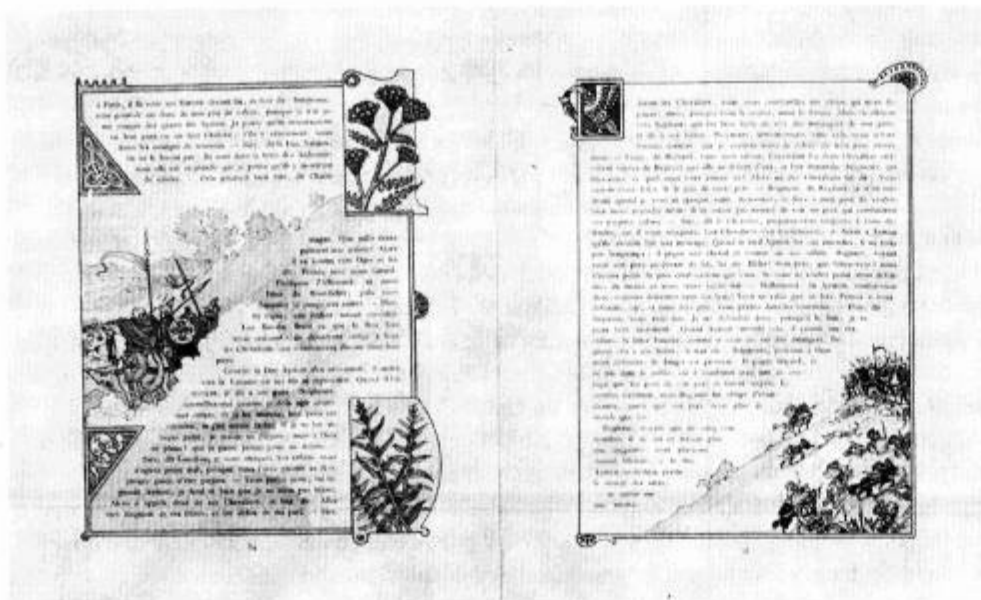
尤金·格拉谢特是在瑞士出生的，他是一个杰出的插图画家和平面设计师，是与谢列特同样重要的这个时期的设计代表人物，也是法国“新艺术”运动的杰出代表。他早年在瑞士的苏黎世学习建筑，之后，在 1871 年移居到巴黎的。他对于设计中的艺术具有浓厚的兴趣，到法国之后，对日本和东方艺术的兴趣日益强烈。他开始是在巴黎从事纺织品设计，1878 年开始转去从事字体设计，对于平面设计的兴趣日益加强，最后决心从事书籍设计和平面设计，早期设计过德里奥克斯（Abbe Drioux）的著作《基督教的节日》（*Les Fetes Chretiennes*, 1880），但是，真正代表他进入设计成熟阶段的作品是他在 1883 年受画家查尔斯·吉洛（Charles Gillot）委托设计的、创作插图的著作《阿芒四个儿子的历史》（*L'Histoire des Quatre Fils Aymon* 1883）。他在这本书的插图设计上，采用了非常精细和典雅的黑白线条，然后加上淡彩，题材是中世纪的，而黑白线条则具有浓厚的东方绘画的特点，色彩轻松浪漫，通过新的制版技术，使这本书具有前所未有的艺术价值。更为重要的是这本书体现了插图、字体、版面和风格的高度统一，是这个时代出版的最杰出代表作品之一，成为这个时代和后来的书籍设计的典范。



5-4. 另外一个重要的“新艺术”运动设计大师格拉谢特设计《阿芒四个儿子的历史》的书籍封面，是这个运动设计的杰出代表作之一。



5-5. 1894年格拉谢特出版的《版面设计装饰》一页，罗列了以花卉为中心的装饰纹样。



5—6. 格拉谢特设计的书籍一页, 具有典型的早期“新艺术”运动风格。

1886年, 格拉谢特接到他的第一个海报设计的委托, 他高度娴熟的线条技巧, 特别的装饰特征, 特别是他运用强烈的黑白对比方法, 以及从日本的浮世绘木刻中汲取的装饰风格, 在这个海报中体现得淋漓尽致, 因此被认为是当时与谢列特同样重要的法国平面设计大师。1889年到1892年, 美国的《哈伯杂志》看中他的才能, 因此委托他为这个美国最重要的杂志设计封面。工作的方式非常特别: 由他在巴黎设计, 并且在巴黎印刷封面, 然后运到美国装订。这个工作大大提高了《哈伯杂志》的艺术水准和设计水准。

格拉谢特与此同时还设计彩色玻璃、墙纸、纺织品。1900年他为皮格诺·佛列尔设计了一个系列的“新艺术”运动风格的字体, 是他最后的字体设计工作。他同时还是法国德辛师范学院 (the Normale d'Enseignement du Dessain) 担任装饰艺术教学的非常具有影响的教授。格拉谢特的杰出贡献和成就, 使他最后成为维也纳“分离派”的荣誉成员。

## 2) 法国“新艺术”运动的进一步发展

1880年代, 法国的“新艺术”运动已经开始初露头角。这个时候, 格拉谢特经常在鲁道夫·沙里斯的“夜猫子”夜总会 (Rodolphe Salis's La Chat Noir) 工作。他在那里认识了几个非常具有艺术天才的青年, 而这几个青年受到他的彩色石版创作的影响, 也开始从事这类创作尝试, 他们很快都成为法国“新艺术”运动平面设计的重要人物。其中包括日后大名鼎鼎的亨利·德·图卢兹—劳德里克 (Henri de Toulouse-Lautrec, 1864—1901), 以及乔治·奥利尔 (Georges Auriol, 1863—1939), 和来自瑞士的青年艺术家索菲尔—亚历山大·斯坦兰 (Theophile-Alesandre Steinlen, 1859—1923)。

图卢兹—劳德里克是法国“新艺术”运动最杰出的艺术家和设计家之一。他的作品《红磨坊》海报让法国“新艺术”运动的领导人谢列特也认为是开创新风格和新设计的经典作品。图卢兹—劳德里克的设计采用非常简单几个层次的色彩, 生动的主题形象描绘, 组成令人印象深刻的平面形象。他的色彩往往是平涂的, 并不着意强调层次感和立体感, 因此具有很高的装饰性。他描绘的对象, 或者说他为之设计广告海报的对象, 都是舞厅, 歌舞团, 夜总会, 描绘的女性, 大部分是歌舞场上的风尘女子, 因为他自己就一直是这个社会底层的圈中生活的。

图卢兹—劳德里克是图卢兹贵族家庭出身的, 从小就喜欢绘画。13岁时因为事故把双股骨全部摔断, 成为终身残废。两年以后, 他跟随家庭迁居巴黎, 从而得到广泛吸收各种他喜欢的艺术营养的机会, 他广泛学习法国的各



5-7—5-8. 法国“新艺术”运动平面设计的重要人物之一劳德里克设计的两份石版海报, 1893年。



种艺术风格，特别是当时流行的装饰风格，对日本的传统艺术和设计非常热衷，同时也学习设计和印刷，观察和沉浸在巴黎的夜生活中，沉醉于这个称为“美丽时代”（la belle époque）的奢华和灿烂。他在夜总会、妓院和歌舞厅中画了大量的人物肖像和速写，采用色粉笔和其他媒介，他逐步发展出一套自己的流传的、娴熟的绘画风格来。之后，他开始尝试设计商业海报，由于他的艺术功力好，而又具有独特的对于这个社会阶层的了解，因此他设计的海报都非常浪漫而传神，立即得到设计界、艺术界和社会的欢迎。

图卢兹—劳德里克一生只设计过32张彩色石版海报。但是，它们都成为法国“新艺术”运动平面设计最重要的经典作品。

图卢兹—劳德里克和其他几个青年艺术家都经常流连在“夜猫子”夜总会中，都受到格拉谢特的影响，因此，对于他们之间谁影响谁，谁最早发展出这种新的“新艺术”海报风格，一直争议不断。其实，他们之间谁影响谁很难说清，因为他们都在同一个环境中发展，受到同样的因素影响，应该说他们是共同发展、相互影响的。

除了图卢兹—劳德里克之外，另外一个重要的海报设计和平面设计家是瑞士青年设计家索菲尔—亚历山大·斯坦兰。虽然他的风格与其他的几个设计家类似，都是典型的法国“新艺术”运动平面设计风格的典型，但是他本人具有强烈的政治倾向，努力通过设计表达对社会的公平的不满，这样造成了他的设计具有比其他设计家更加强烈的政治气息。在设计上，他的方法也与其他人略有不同，他的石版印刷品往往不采用直接在石版上描绘，然后制成印刷用版的传统方法，而是采用镂版方法，达到层次分明的效果。斯坦兰是一个高产的艺术家和设计家，他一生中曾经设计过各种杂志封面、书籍和杂志的插图2000多张，



5-9.瑞士艺术家索菲尔—亚历山大·斯坦兰1896年设计的海报《街道》。

30多张大型海报，200多张音乐乐谱的封面等等。他的风格流畅、自然，同时具有对社会不平现象公开抨击和鞭挞的倾向，有时也充满了幽默感，很受社会的欢迎。他的作品自然可爱，他的写实描绘基础扎实，因此他的作品往往非常受大众欢迎。

斯坦兰19世纪80年代开始设计海报，但真正成熟的开端应该是在90年代。这个时期，他开始设计尺寸比较大的海报，他选择了305厘米×228厘米这个比例，也就是说长度达到3米，宽度也有2米多，可以说是相当大。在这样巨大的篇幅中，他可以自由支配题材，有相当广阔的创作空间。1896年他创作的《街道》这张海报，表现了巴黎街道上熙熙攘攘的往来人群，是巴黎社会的一个缩影，行人的尺寸是真人的尺寸大小，因此具有很强的感染力。

法国“新艺术”运动平面设计达到登峰造极地位的另外一个大师是出生于捷克斯洛伐克的莫拉维亚地方（Moravia）的阿尔丰斯·穆卡（Alphonse Mucha, 1860—1939）。他是在27岁的时候到巴黎的，他当时得到一个资助者的支持，在法国学习，但是两年以后，资助者突然中断支持，使他立即陷入困境，不过他已经逐步发展出自己的插图和印刷技巧来，利用自由撰稿的插图工作和在印刷厂打工，他很快可以自己支持自己的生活与学习。

作为一个默默无闻的捷克青年，穆卡在巴黎是很难能够有机会发展的。他一直在巴黎的莱米谢印刷公司当校订工，来赚取生活费用。1894年12月24日，正是圣诞节之夜，当家家团聚的时候，穆卡依然在印刷厂加班，校订印刷稿。突然，工厂老板气急败坏地冲了进来，原来当时巴黎最红的歌



5-10. 阿尔丰斯·穆尔1898年为《Job》香烟作的招贴,是“穆卡风格”的集中体现。

舞明星萨拉·伯恩哈特 ( Sarah Bernhardt ) 立即要这个出版厂为她在新年演出的歌舞剧《吉斯蒙达》 ( *Gismonda* ) 设计和印刷海报。当时正是圣诞节,公司所有的设计人员、艺术家都不在,老板在没有办法的情况下,叫穆卡代为设计这个海报。穆卡把这个女演员舞台速写的表演姿态,加上大众喜闻乐见的格拉谢特早期为她的歌舞剧《圣女贞德》 ( *Joan of Arc* ) 的海报作为设计结构依据,四面以拜占庭的陶瓷镶嵌花纹作为图案,匆忙设计出这张海报。因为从设计到印刷出版总共只有不到一个礼拜的时间,所以海报的下面还没有完全设计完成,但是这张海报的水平却立即引起巴黎人的注意,而穆卡也得到公司的赏识,得到越来越多的设计机会。这样,他开始走上巴黎平面设计的舞台。

穆卡的设计既具有鲜明的“新艺术”运动特征,也有强烈的个人特点。他集中地,甚至夸张地运用以植物纹样为中心的曲线为设计的手段,避免采用任何直线,色彩绚丽,但是却采用单线平涂的方法,其动机来自拜占庭的陶瓷镶嵌。他的设计具有强烈的装饰性,而他设计的大量海报中的女性,都具有理性化的典雅、美丽和性感的特点。他对于自己的设计一丝不苟,所有人物都首先进行精细的素描习作,然后再在石版上描绘。他的设计还具有高度统一的特点,

无论人物形象、装饰纹样、字体等等,都属于同样的“新艺术”风格,因此影响力也特别大。通过长期的设计努力,穆卡形成自己鲜明的设计风格,他是最典型的“新艺术”设计风格代表人物之一。他设计的海报成为社会收藏的对象,影响越过法国边界,远及欧美各个国家。

1904年,当穆卡的名声在巴黎达到顶峰的时候,他访问了美国,受到美国出版界和设计界的热烈欢迎。1909年,他设计了最后一张大尺寸的“新艺术”风格海报。1917年,第一次世界大战之中,捷克斯洛伐克取得独立,他立刻回到自己的国家,从事设计工作。他生命的最后10年是在自己的祖国设计一系列反映斯拉夫民族的大型壁画。1939年,第二次世界大战开始,当德国纳粹占领捷克斯洛伐克时,穆卡是第一个被盖世太保逮捕的艺术家。几个月以后,他在囚禁中去世。不久,他所发动和促进“新艺术”运动的中心国家——法国,也被德国纳粹的铁蹄践踏了。

法国“新艺术”运动的平面设计家还有伊曼努尔·奥拉兹 ( Emmanuel Orazi, 1860 — 1934 )、保罗·伯顿 ( Paul Berthon, 1872 — 1909 )、乔治·德·佛赫 ( Georges de Feure, 1868 — 1928 ) 等人,他们对于促进这个设计风格的发展都起到重要的作用。

1895年12月,巴黎一个经营远东古董的商人萨穆尔·宾 ( Samuel Bing ) 在巴黎开设了自己的新画廊“新艺术之家” ( *Maison l'Art Nouveau* ), 这个运动——“新艺术”运动就正式因此而得名。他委托比利时设计家亨利·凡德·威尔德 ( Henri Clemens van de Velde, 1863 — 1957 ) 为他的商店设计了室内,威尔德采用的风格——大量曲线和有机形态,大量取自植物纹样的新图案,是“新艺术”运动的典型代表。

“新艺术”运动的平面设计从这个时候开始,在谢列特、格拉谢特、图卢兹—劳德里克,特别是穆卡所开创的风格方向快速发展。从1895年到1900年期间,穆卡成为代表“新艺术”运动平面设计风格的最核心人物。他的植物纹样装饰,他的曲线的运用,风格均来自拜占庭文化的镶嵌艺术,他的单线平涂的色彩和设计,他的构图和布局,他精细的人物描绘,都成为欧洲各个国家设计界热衷和模仿的对象。他的风格甚至被一些设计家称为“穆卡风格” ( *le style Mucha* )。“新艺术”风格经过他的促进,成为影响欧洲各个国家平面设计的引导潮流的风格。在德国,这个风格被称为“青年风格” ( *Jugendstil* ), 在维也纳,这个风格被称为“分离派风格” ( *Sezessionstil* ), 在意大利,这个风格被称为“自由风格” ( *Stile Liberty, or Stile Foreale* ), 在西班牙,这个风格被称为“现代主义” ( *Modernismo* ), 等等,“新艺术”到这个时候成为名副其实的国际设计运动了。



### 3. 英国“新艺术”运动的平面设计

“新艺术”运动在法国是一个涉及设计的各个领域的运动，在欧洲的大部分国家，“新艺术”运动也都涉及到建筑、家具设计、产品设计等等，但是，在英国，这个运动仅仅局限在平面设计与插图上，对其他的设计领域影响甚微。英国在此以前已经出现了具有一些国际影响的设计运动，比如维多利亚风格、新哥德风格，和“工艺美术”运动。这些运动都在英国的平面设计上有突出的反映。1893年4月，英国设计家们出版的刊物《工作室》（*The Studio*）成为当时平面设计集大成的中心，这一期刊物刊载了以前一个时期最具有影响的平面设计作品，特别是英国“新艺术”运动插图创作的最重要代表人物奥伯利·比亚兹莱（Aubrey Beardsley, 1872—1898），这个刊物的同年9月号上，又刊载了荷兰设计家让·图鲁普（Jan Toorop）等人的插图和书籍设计。另外还介绍了英国“工艺美术”运动的重要设计家沃尔特·克莱因设计的从日本装饰演化出来的装饰图案等等。这本刊物，成为推动英国“新艺术”运动在平面设计上发展的重要基础。

比亚兹莱是“新艺术”运动时期最重要的艺术家和插图画家之一。这个具有特殊天才的青年艺术家的单纯的黑白线条插图，充满了强烈的主题、丰富的想像，对于当时被视为禁区的性的大胆描绘，使他被称为“新艺术”运动的“疯狂孩子”。比亚兹莱基本是自学成才的。他对于日本的装饰木刻印刷品和日本绘画非常感兴趣，同时也非常热衷于古希腊陶器上的黑白线条绘画，他很早就显示出自己的艺术和书籍插图天才。1892年，第一次受到委托，为玛洛里的《阿瑟之死》（*Malory's Mort D'Arthur*）设计插图，具有强烈的莫里斯克姆斯各特出版公司设计风格的影响，大量采用卷草花纹，复杂的黑白曲线缠绕，在卷草之中有许多裸体的女子，与图案纠缠不清。他的插图中的非常明快的黑白对比结构和流畅而具有高度装饰性的线条，立即引起设计界和读者的注意。这个风格，立即成为他的个人特征，他以后的一系列书籍插图和设计基本都是围绕这种风格发展的。

莫里斯在看见《阿瑟之死》这本书的设计之后，非常愤怒，他认为比亚兹莱是全面地抄袭他的设计，并且还把手原来典雅的风格变得肉欲横流。莫里斯甚至想到法院控告比亚兹莱。沃尔特·克莱因则指责比亚兹莱的风格是对“工艺美术”风格和日本装饰风格的亵渎，说他的他的插图只配在“鸦片烟桌”上用。

对比亚兹莱的创作，虽然莫里斯等人如此攻击，但是公众的反映却非常好，因此，比亚兹莱立即受到许多出版商的插图和书籍设计的委托，工作忙得不可开交。他被委任主持一份叫做《黄书》（*The Yellow Book*）的刊物的平面设计工作，所以称为“黄书”，与刊物的内容其实没有任何关系，



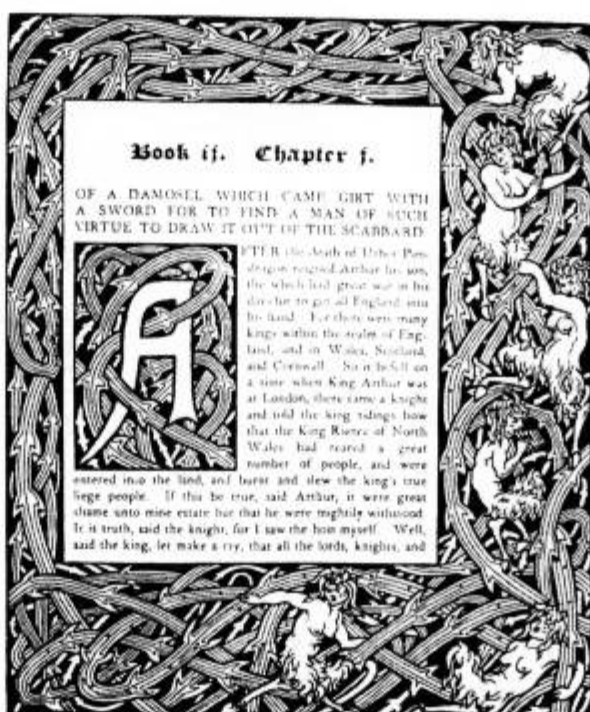
5-11. 荷兰设计家图鲁普1893年的插图“三个新娘”，具有浓厚的“新艺术”特色。



5-12. 英国“新艺术”运动的重要代表设计家、插图家比亚兹莱在1893年设计的《工作室》封面，显示了他的设计与插图的天才。



5-13. 比亚兹莱1893年设计的《阿瑟之死》一书的全页插图。可以看出莫里斯的英国“工艺美术”运动和克姆斯科特出版社的设计痕迹。



5-14. 这是莫里斯在1892年设计的书籍一页,把他的设计与比亚兹莱的设计比较,可以看出他对于“新艺术”运动平面设计的影响。

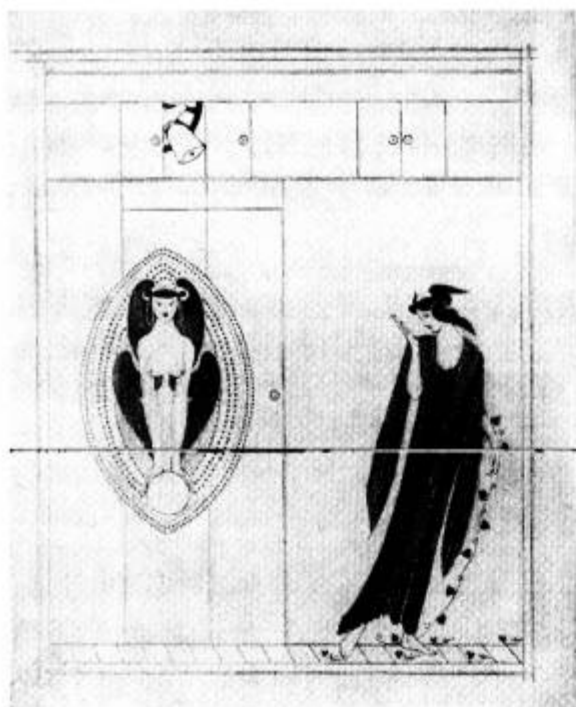


5-15. 比亚兹莱1894年设计的奥斯卡·王尔德的小说《沙乐美》的插图,是“新艺术”运动的典型代表作。

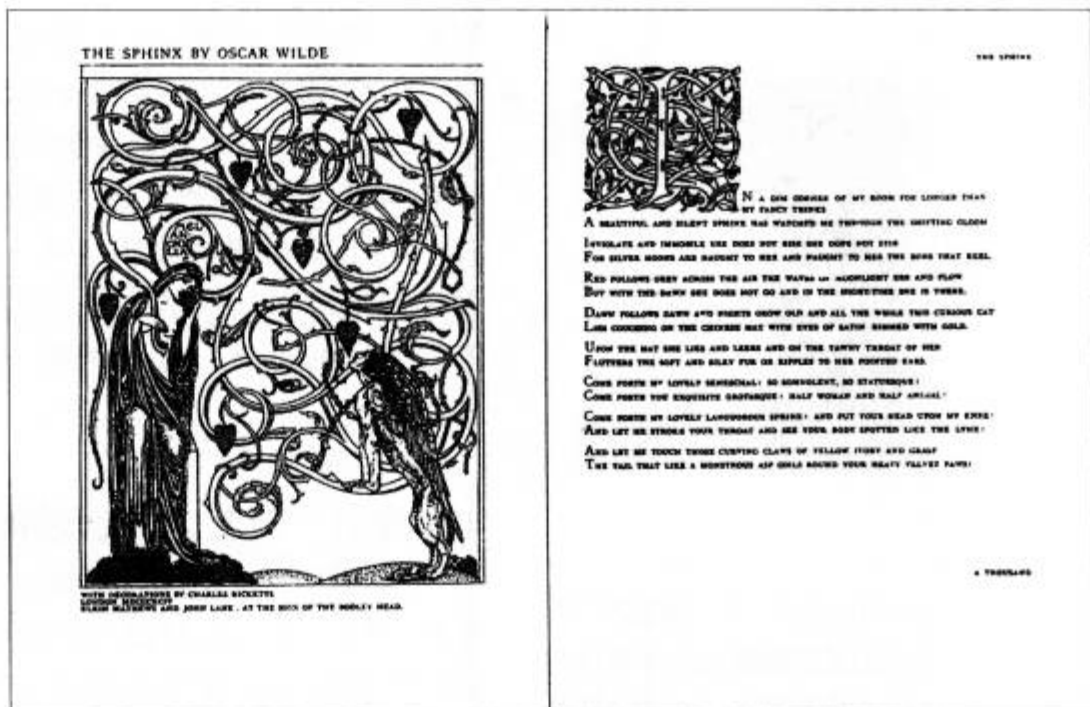
只是因为刊物的封面是黄色的而已。他设计的版面和插图依然故我,发展自己的风格,广泛受到青年读者的欢迎。这本杂志成为伦敦书报摊上非常令人瞩目的刊物。1894年,比亚兹莱受委托,为作家奥斯卡·王尔德(Oscar Wilde)的著作《沙乐美》(*Salome*)设计版面和插图。他的这些插图充满了对性心理的描写细节,对性的表现达到当时登峰造极的赤裸裸水平,震动了英国政府负责书报审查的官员,因此,书籍一出版,立即在英国被禁止发行。但是,这本书的设计和插图的流畅、自由、淋漓尽致的绘画风格、强烈的黑白对比、明快的版面设计,使它具有非常高的艺术价值,这本书虽然在英国被禁,但是立即在欧洲其他国家广泛流传,成为当时最流行的一本书。而比亚兹莱也因此声名大振,成为设计界无人不知的设计和艺术天才。

比亚兹莱在这本书出版以后,开始更加注意流传线条的运用,特别是浪漫的植物纹样在插图中的运用。他受到法国画家瓦托(Antoine Watteau)的影响,插图画面充满了浪漫而神秘的气氛,黑白对比更加讲究,他的作品进入高度成熟阶段。他的风格成为“新艺术”运动中具有影响力的主要风格,其影响范围不但在欧洲各国,而且也影响到美国的插图画家和平面设计家们。比亚兹莱在1895年退出《黄书》刊物的设计工作,之后又担任了另外一本刊物《萨沃》(*The Savoy*)的编辑和设计,一共出版了8期,设计和插图水





5-16. 另外一个“新艺术”运动的设计家里克茨设计的书籍,也具有典型的“新艺术”运动设计特点。



5-17. 里克茨在1894年设计的书籍《斯芬克斯》的一页,是“新艺术”运动风格平面设计最优美的作品之一。

平精良,是他最杰出的代表作。

比亚兹莱在正当盛年的时候,正在创作最丰富、想像力最丰富的时候,却因为肺结核病突然去世,死时才26岁,这是整个设计运动的一个无法挽回的巨大损失。

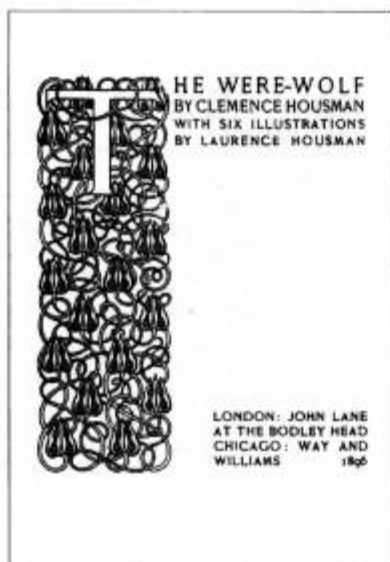
英国“新艺术”运动的平面设计中,能够与比亚兹莱相比的设计家是查尔斯·里克茨(Charles de Sousy Ricketts, 1866—1931)。查尔斯·里克茨出生于瑞士的日内瓦,早年在英国、意大利和法国居住过,对于欧洲各个国家的文化有相当深的了解。1882年,他在伦敦的“市立行会艺术学校”(the City & Guilds Art School, London)学校木刻印刷和木刻版画,很快成为当时英国“工艺美术”运动的重要版画设计家。他的风格非常轻松,基本采用简单而流畅的线条,大量采用缠绕的卷草花纹组成地纹,插图的人物形象也非常流传,和植物纹样高度吻合,往往合为一体。他虽然受莫里斯的某些影响,但是风格更加轻松自由,他对于古希腊的陶瓶装饰绘画具有浓厚的兴趣,因此,往往花很多时间在大英博物馆学习和临摹。与比亚兹莱相比,他比较少用大面积的黑白对比,而更加强调整线条的结构和线条造成的装饰性效果。他以紧密的线条和大面积的空白对比,也显示出很强烈的装饰效果。他在1894年设计的奥斯卡·王尔德的著作《斯芬克斯》(The Sphinx, 1894)一书是他最杰出的代表作之一。

1896年,里克茨开设了自己的出版公司——“瓦尔出版公司”(The Vale Press),他的这个出版公司其实并不是一个真正完全的出版公司,仅仅是一个设计事务所而已。他在公司里全神贯注地设计他的书籍,其设计精美无比,而且插图讲究。1896年,莫里斯已经在病榻上奄奄一息了,人们把里克茨公司出版的书给这个“工艺美术”运动的发起人、设计大师看时,莫里斯看到如此精美的平面设计,不禁哭了起来。可见里克茨设计和艺术的水平之高。

瓦尔出版公司出版了相当一批杰出的书籍,其中特别重要的是1897年出版的《库比德和赛切的婚礼》(The Marriage of Cupide and Psche, 1897)。这本书的设计和插图都是里克茨的代表作。

里克茨的重大贡献使他在1928年被选为英国皇家学会(the Royal Academy)的成员。

具有类似在平面设计、书籍设计、插图上探索的英国设计家和艺术家还有作家劳伦斯·豪斯曼(Laurence Housman, 1865—1959),插图画家都德利·哈第(Dudley Hardy, 1866—1922),设计家詹姆斯·普莱特(James Pryde, 1866—1941)和威廉·尼科尔逊(William Nicholson, 1872—1949)等人。他们的设计探索和前面两位大师相似,也是典型的“新艺术”运动风格:自然主义风格,大量采用黑白线条,大量采用卷草花纹,大量采用曲线装饰,受日本装饰风格影响。其中詹



5-18. 另外一个“新艺术”运动设计家霍斯曼1896年设计的《母狼》的扉页，缠绕的植物枝蔓是典型的“新艺术”运动风格。



5-19. 比加斯塔夫兄弟设计的《唐·吉珂德》演出海报。是“新艺术”运动的杰作。

姆斯·普莱特和威廉·尼科尔逊一直联合设计，因为是姻亲，因此被称为“伯格斯塔夫兄弟”(The Beggarstoffs)。他们集中在英国的海报设计，具有法国谢列特、格拉谢特的特征，同时也不失自己的艺术特色。他们往往采用剪纸作为手段，组成简单几个不同色彩的层次，比如他们1896年设计的歌剧海报《唐·吉珂德》(Don Quixote, 1896)就是采用两层剪纸，深色的是后面的风车磨坊，浅色的是唐·吉珂德骑在他那匹瘦骨嶙峋的马上，层次清晰，十分传神，是英国“新艺术”运动的经典作品之一。

#### 4. 美国“新艺术”运动的平面设计

美国的平面设计是在英国和法国的平面设计双重的刺激和促进下发展起来的。美国当时最具有影响力的杂志《哈伯杂志》曾经多次委托英国和法国最杰出的平面设计家为这本刊物设计插图和封面，比如1889年、1891年和1892年委托法国“新艺术”运动设计大师尤金·格拉谢特设计封面，封面本身是在巴黎设计、巴黎印刷，然后运到美国纽约装订。因此，美国读者能够接触到世界一流的平面设计。对于提高他们的品味，提高美国平面设计界本身的水平，都具有重要的意义。

欧洲对于美国平面设计发展的刺激，除了为美国出版业设计之外，也包括了欧洲设计家到美国，成为美国平面设计界的成员。这些来自欧洲的设计师，成为把欧洲平面设计介绍到美国来的关键桥梁。比如英国人路易斯·里德(Louis Rhead, 1857—1926)往来于欧美之间，带来大量“新艺术”风格的平面设计作品，从而影响到他的美国同行威廉·布莱德利(William H. Bradley, 1868—1962)。他们日后都成为美国平面设计的重要奠基人。

路易斯·里德首先把风行欧洲，特别是风行法国的海报介绍到美国。在此之前，美国对于海报并不热衷，路易斯·里德的工作，是让美国的杂志、企业都采用海报来作广告，同时也在杂志刊物上刊载海报式



5-20. 法国“新艺术”运动设计大师尤金·格拉谢特1892年为《哈伯杂志》设计的封面。



5-21. 英国平面设计家路易斯·里德1894年为《哈伯市场周刊》设计的封面。





的广告转页，他的这个工作取得很大成功，海报出现在纽约街头上，出现在书报摊上，非常引人注目。里德采用了格拉谢特的海报设计方式：即“新艺术”运动的曲线装饰、曲线勾勒的女性人物，典雅的姿态和华贵的服装，也采用了“新艺术”的单线平涂方式，但是，考虑到美国人喜欢强烈色彩的习惯，他放弃了法国“新艺术”风格海报色彩淡雅的特点，采用了强烈的色彩：绿色背景，红色头发，蓝色衣服这样的色彩，这在欧洲绝对是失败的，而在美国却得到大众的喜爱，在某种程度上，里德把英国“工艺美术”运动的风格和法国“新艺术”运动的风格结合起来，加上美国人喜欢的强烈色彩对比，形成自己的风格，取得成功。

威廉·布莱德利也是这个时期把欧洲的“新艺术”运动设计风格引入美国平面设计的重要人物。他的父亲在美国内战中阵亡，因而随母亲从美国的麻塞诸赛州迁居到密执安州的依斯佩明（Ishpeming），投靠亲戚。他9岁就喜欢画画，11岁开始在一个叫做《铁矿》（the Iron Ore）的报纸的印刷工厂里以学徒身份学习平面设计，17岁时，他离开这个印刷厂，用自己积储的50美元为路费，到芝加哥的一个大型出版社“兰德·麦克奈利出版公司”（Rand McNally）当学徒，希望学习到更加先进的印刷技术。他在这个公司担任刻字工人，同时也兼任刻制插图的工作，很快，他就发现刻版工人并没有可能创作插图，在芝加哥的工作，并不会给他创造出艺术的前途，因此又回到依斯佩明，这样来来去去，颇费周折，他的目的是希望能够找到他能从事插图设计的工作。密执安小城镇的确也没有办法提供他希望的工作，因此他在19岁的时候又重新回到芝加哥，到另外一家出版公司当工人。

布莱德利完全自学美术，他受到当时流行的“工艺美术”运动的插图风格很大影响，喜欢F.高蒂、布鲁斯·罗杰斯、莫里斯等人的书籍插图和平面设计，1890年前后，他开始创造自己的黑白钢笔插图，风格上是以上几个“工艺美术”运动大师的风格的综合，同时也发挥出自己的特征来。他的插图很快受到芝加哥的一些出版公司的欢迎，于是开始接受委托插图，这样，布莱德利从事插图设计的梦想开始实现了。1894年，布莱德利第一次看见比亚兹莱的插图作品，非常着迷于他的高度装饰性线条的运用和丰富的想像力。这是他最早受到“新艺术”运动风格的影响。这个风格与他自己的风格颇有相似之处，因此他开始学习新的风格，并且把它融入自己的插图创作中去。

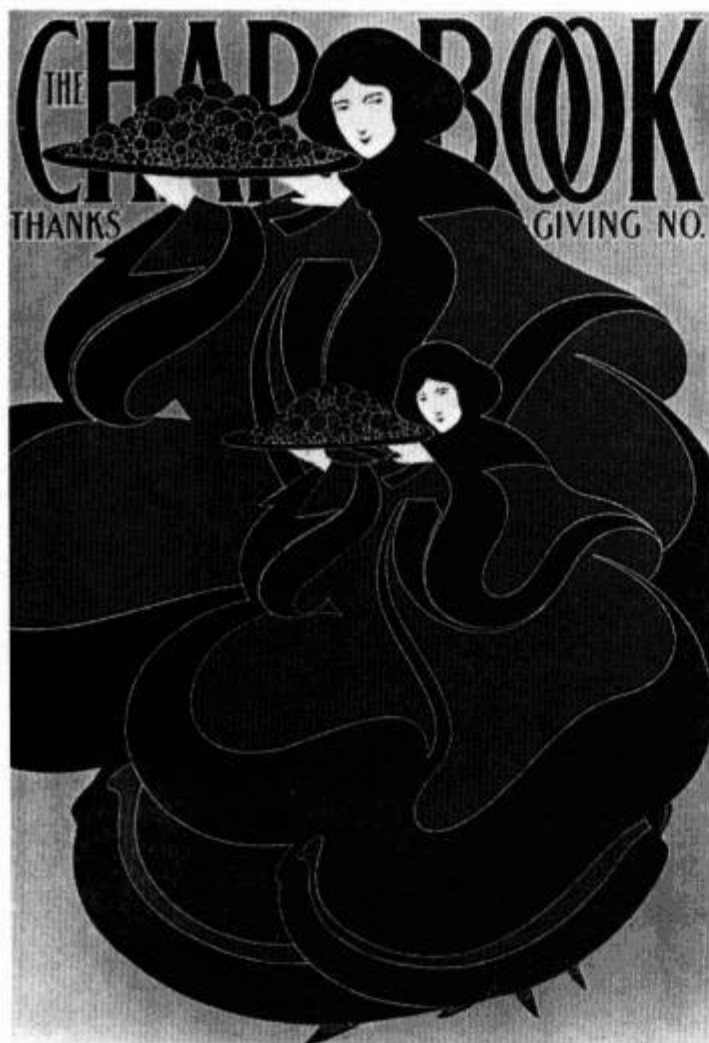
1894年，布莱德利为两本书创作了插图，即《朋友的书》（The Chap Book）和《内地的印刷工》（The Inland Printer），这两本书的插图，可以说是美国“新艺术”运动风格的开始。并且，通过这些书的插图，刺激了美国“新艺术”运动在平面设计和插图上的发展。虽然有人讽刺布莱德利是“美国的比亚兹莱”，说他仅仅是模仿欧洲的“新艺术”运动设计风格和插图风格，但是，如果看看布莱德利作品，就会看到他鲜明的个人风格。他的插图是书籍设计，更加强调曲线和黑白对比的强烈效果，他在版面编排上更加自由，字体和排版的与插图风格一致，流畅自然，具有很高的艺术特点，因此也就更加富于装饰性，他的插图和文字分别用长方形的简单框架环绕起来，因此，具有明确的功能区域：插图和文字部分分开，毫不混淆。因此，他的设计和创作并不是简单地模仿比亚兹莱的风格。



5-22. 威廉·布莱德利在1894—1895年间为《内地的印刷工》设计的封面。



5-23. 威廉·布莱德利1894年为《内地的印刷工》一书创作的插图,受英法“新艺术”运动平面设计风格的影响,又具有鲜明的个人风格。



5-24. 威廉·布莱德利1895年为《朋友的书》设计的封面。

1894年,布莱德利从芝加哥迁移到麻塞诸赛州的斯普林菲尔德(Springfield, Massachusetts),开设了自己的出版公司——“维赛特出版社”(The Wayside Press,意译是“路边出版社”)。他出版了大量书籍,同时也出版了两种期刊,大量的日常事务和设计工作,使他忙得不可开交,几年之内,他的身体情况急剧恶化,因此不得不把自己的出版社在1896年卖给“大学出版社”(the University Press, Cambridge, Massachusetts),自己在那个出版社担任设计工作。

因为他住在美国的新英格兰地区,那里文化事业和教育事业高度发达,所有经常有机会去波士顿的图书馆看书,在那里,他找到了欧洲刚刚出现印刷时出版的一些书籍,对于15世纪、16世纪欧洲的出版风格非常着迷,特别是老卡斯隆字体、拙气的木刻插图、简单而粗壮的版面编排方式,他感到与当时流行的“工艺美术”风格和“新艺术”风格相比,这种早期的风格更加诚挚实在,他通过自己发行的杂志《美国朋友的书》(The American Chap — Book)发展这种风格,在自己个人的风格上是一个重大的转变:从“新艺术”的华丽风格变化为具有中世纪特色的风格,他采用了简单朴素的木刻插图,采用了卡斯隆字体,版面编排上也出现了复古的变化。

1907年,布莱德利担任了美国重要的杂志《科里尔》(Collier's)的艺术编辑,他的很多设计的思想通过这本杂志的设计表达出来。

另外一个参与把“新艺术”风格引入美国平面设计的是女设计家和艺术家艾瑟·里德(Ethel Reed, 1876—?)。她是美国新英格兰地区的人,从小喜欢美术,18岁开始从事书籍和海报设计工作,她在设计上非常杰出,注意到欧洲设计的进展,从而明确地把“新艺术”运动风格引入自己的平面设计上。她在1894年到1898年这4年中设计创作了不少书籍插图和海报,采用类似“新艺术”运动的流畅曲线,风格典雅,同时很有女性特色。可惜的是她很早就退出设计工作,原因大约是与婚姻有关。

把布莱德利的风格、里德的风格继续发展起来,使之在美国平面设计界发扬光大的人是哈伯出版社的长期艺术指导和平面设计家爱德华·平菲尔德(Edward Penfield, 1866—1925)。他从1893年到1898年期间,在“哈伯杂志”设计了一系列海报广告,采用水彩为媒介,他的海报设计具有典型的“新艺术”特征,自然、流畅。《哈伯杂志》的读者当时主要是美国社会受过高度教育的所谓上等人,为了促进杂志的销售。平菲尔德在他设计的海报上的人物手中,都设计拿着《哈伯杂志》,以此来提高杂志的市场形象和价值感,得到很大成功。平菲尔德的作品从艺术风格上看,也是很典型的“新艺术”风格的:弯曲的线条,生动的人物形象,色彩单线平涂,他的插图作品往往没有背景,因此以人物和文字为中心的主题单纯而突出,引



人注目。他因为在《哈伯杂志》工作了相当长的时期，因此，他的创作也成为美国读者熟悉的对象，通过他的设计，“新艺术”运动风格也就广泛地在美国流传。受到《哈伯杂志》风格的影响，美国出现了一些从内容、设计风格上类似的刊物，威廉·卡奎维尔（William Carqueville, 1871—1946）创办了《里平可特》杂志（Lippincott's），除了内容上与《哈伯杂志》相似之外，在封面设计上、在插图风格上、在平面设计上，都有明显的“新艺术”风格特征。

美国的“新艺术”运动日益集中到海报和书籍插图设计两个方面，特别是海报设计吸引了很多年轻的艺术家和设计家的兴趣。20世纪初期，美国涌现出新一代的平面设计家，他们把上一代的工作继续下去，并且发扬光大。其中比较重要的一个是杰出的设计家和艺术家马克斯菲尔德·派里什（Maxfield Parrish, 1870—1966）。派里什曾经跟随美国设计大师派尔学习绘画，派尔发现这个青年在美术和平面设计上的才能非凡，因此告诉他：自己已经没有什么可以教他了，他应该自己去发展出自己的风格来。派里什因此投身到设计界，设计了大量的书籍、插图、海报，逐步形成自己独特的风格来。他在平面设计界工作达30年之久，对于美国读者有非常大的影响。他晚年改为画风景画，但是他在美国平面设计界，特别在书籍设计和插图设计上依然具有非常重要的地位。

另外一个具有影响的美国设计家和艺术家是约瑟夫·林戴克（Joseph Leyendecker, 1874—1951）。林戴克的主要活动是他在第一次世界大战期间设计的大量书籍和杂志插图，他的风格与其他美国“新艺术”运动设计家的也相似，在美国广为读者熟悉和爱好。

## 5. 比利时的“新艺术”运动的平面设计

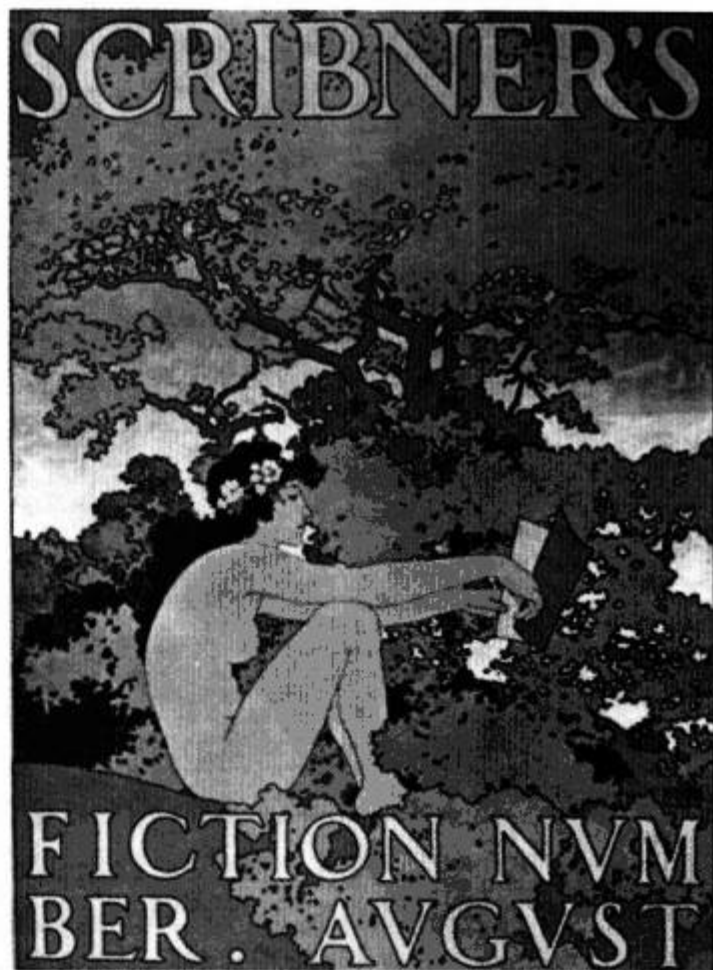
比利时是西欧的一个发达的资本主义国家，1890年中期以后，“新艺术”运动从法国进入比利时，在比利时的设计界中开始发展。

比利时的设计在19世纪以前与其他西欧国家相比，并不先进，虽然国家位置重要，国际贸易在资本主义发展期间发展迅速，但是，产业经济不如法国、德国这两个相邻的国家，而在资本主义的原始积累期间也没有能够如同英国、法国、德国、荷兰、西班牙、葡萄牙等等国家那样发达、那样以海外殖民的方式进行高速积累，因此，经济上比德国、法国等国家要落后一些，经济落后，自然设计的需求也就不足，因此，比利时在设计上的发展曾经有一个缓慢的阶段。

但是，自从工业革命开始以来，比利时也自然进入了工业发展阶段，特别是产业经济发展极其迅速，工业发展造成的设计需求，促进了比利时现代设计发展。比利时虽然没有大规模的海外殖民运动，但是工业发达，对外事务平稳，国家安定，



5-25. 美国威廉·卡奎维尔创办了类似《哈伯杂志》的《里平可特》杂志，此为他设计的杂志海报。



5-26. 美国年轻的马克斯菲尔德·派里什1897年设计的海报。

因此经济在这个时期也逐渐繁荣，大约在1900年前后，比利时也进入了“新艺术”运动的成熟发展，成为欧洲的“新艺术”运动的重要活动中心之一。

比利时在设计与艺术上的发展，到19世纪末叶已经进入比较成熟的时期了。由于经济发达，思想自由，这个小国出现了完全不弱于其他欧洲大国的杰出艺术家和设计家，1880年左右出现的“20人小组”（Les Vingt），1889年举办的高更（P. Gauguin）画展，1890年举办的比利时画家文森·梵高（V. Van Gogh）画展，都是这个国家在艺术和设计上趋于成熟的标志。梵高成为后印象主义最突出的画家之一，与这个国家的文化气氛和经济状况，以及比利时与海外，特别是法国的频繁交往是分不开的。

比利时的革新运动具有相当的民主色彩。这是与其发展历史分不开的。1884年比利时自由派政府倒台之后，比利时的社会党人非常活跃，特别是一批具有资产阶级民主思想的知识分子更加活跃。这批人对于比利时的民主发展起到一定的促进作用，间接地也促进了这个国家的经济发展。在他们的影响下，比利时出现了相当一批具有民主思想的艺术家、建筑设计师，他们在艺术创作上和设计上提倡民主主义、理想主义，提出艺术和设计为广大民众服务的目的，在比利时进入“新艺术”运动的时候，这些艺术家和设计家就提出了“人民的艺术”的口号，从意识形态上来说，他们是现代设计思想的重要奠基人。

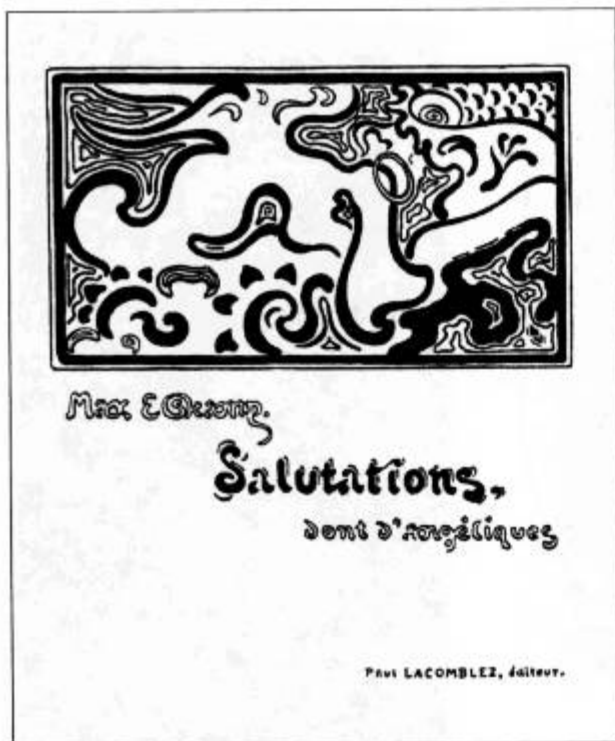
比利时在19世纪末和20世纪初叶最为杰出的设计家、设计理论家、建筑家无疑应该推亨利·凡德·威尔德（Henri van de Velde）。他对于机械的肯定，对设计原则的理论，以及他的设计实践，都使他成为现代设计史是最重要的奠基人之一，他不仅仅是比利时现代设计的奠基人，也是世界现代设计的先驱之一。他的影响远远超出了比利时的国界，在欧洲各国，特别是在德国有很深刻的影响，他于1906年在德国魏玛建立的一所工艺美术学校，成为德国现代设计教育的初期中心，日后又成为世界著名的包豪斯设计学院，对于他的研究，不仅仅局限在他的“新艺术”运动设计活动范围之内，而应该推广到现代主义设计运动的基础上来。

威尔德具有强烈的设计民主思想，他与比利时社会主义活动的一些积极分子，比如马克思·哈利特（Max Hallet）、朱利斯·德斯列（Jules Destree）等人都有长期与密切的往来，受到他们的社会主义与民主主义思想的影响很深，通过他的设计与设计教育而得以传播开来。

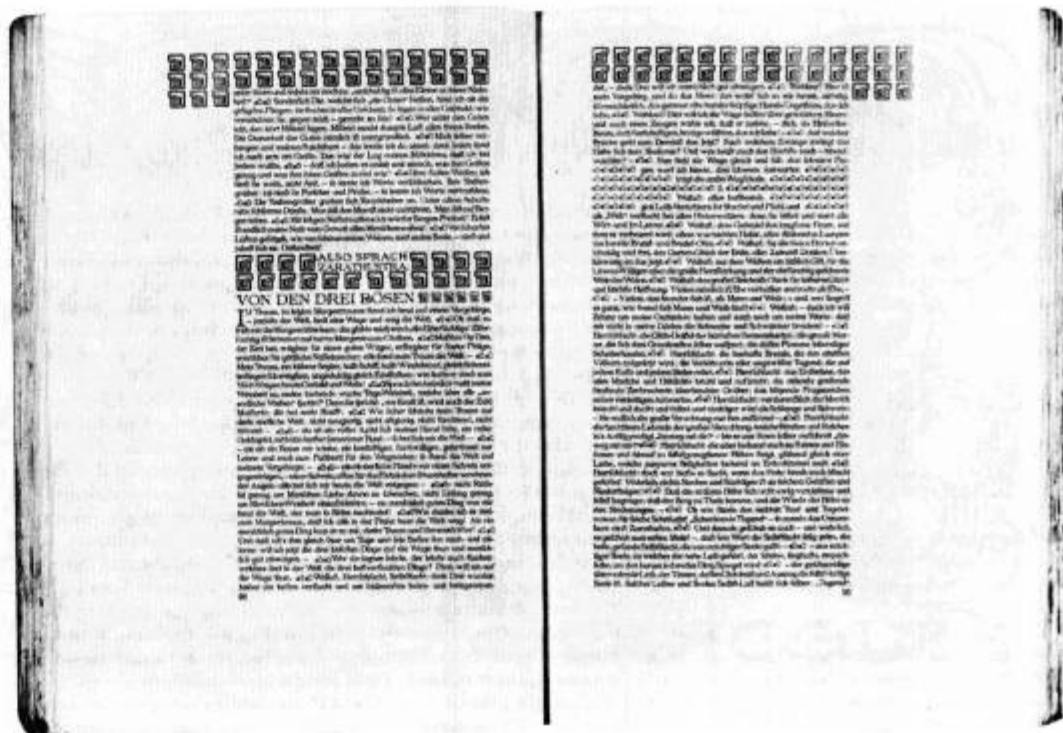
比利时的设计运动在比利时的设计史上被称为“先锋派”运动，开始在19世纪的80年代。1881年，比利时人奥克塔夫·毛斯（Octave Maus）创办民主色彩浓厚的艺术刊物《现代艺术》（L'Art Moderne），宣传新艺术思想。在他的组织下，一批有志于艺术与设计的青年人在1884年组成了一个前卫小组“二十人小组”，他们举办了一系列艺术展览，展出了欧洲当时最前卫的一批艺术家的作品，比如法国艺术家里东（Redon）、图卢兹-劳特利克、高更、塞尚（P. Cezanne）、文森·梵高等人的作品，使比利时人开始了解当时前卫艺术发展的状况，接触现代艺术思想。“二十人小组”成员推威尔德为他们的领袖。在建筑出身的威尔德领导之下，这个小组开始从纯艺术向实用美术和设计逐渐转化。从1891年开始，这个小组每年都举办一次设计沙龙，也就是设计大展，展出各种各样的产品设计和平面设计。1894年，“二十人小组”改名称为“自由美学社”（the Libre Esthétique），在这个学社举办的第一次年展上，展出了比利时设计家古斯塔夫·博维（Gustave Serrurier-Bovy）的整套室内设计。这个组织也是最早把英国的“工艺美术”运动大师威廉·莫里斯的作品介绍到比利时来的机构。对于促进比利时的现代设计起到重要作用。这个组织也是比利时“新艺术”运动的中心。

“自由美学社”中的重要领导人物有三个，即威尔德、博维和重要的设计家维克多·霍塔（Victor Horta）。从设计上来看，比利时的“新艺术”运动与法国的运动风格非常相似，观念也比较吻合，都是希望能够以手工艺的方式，来挽救衰落的设计水平。他们也主张采用自然主义的装饰动机，特别是曲线式的花草枝蔓来达到浪漫的设计装饰效果。他们的设计也受到日本的传统设计很大的影响，比如博维曾经在1884年在比利时的列日市开设经营日本进口的陶瓷和工艺品的商店“日本之家”（La Maison Japonaise），对于日本的传统设计非常钟爱。这种对日本传统设计的喜爱在威尔德、霍塔以





5-27. 凡·德·威尔德1893年设计的《礼》书籍封面。



5-28. 凡·德·威尔德1908年设计的书籍内页。

及其他设计家身上也有反映。

威尔德最早是从从事艺术的，当过画家，之后学过建筑，又从事过建筑设计。1890年，当他结婚之时，也遇到与英国设计家威廉·莫里斯的遭遇相似的情况：找不到合适的、理想的、统一的设计风格，因而被迫自己动手设计结婚的家具和室内用品，从而走上设计的道路。他认为这种情况是一种“虚伪形态”，设计没有动力，设计没有思想，为形式而形式的形式主义泛滥，这种状况必须通过改革加以纠正，否则社会与民族传统本身将受到损害。从此威尔德毕生从事设计与设计教育，取得很大成绩。

威尔德在比利时期间，主要从事“新艺术”风格的家具、室内和染织品设计，也从事一些平面设计工作。从装饰上看，他的设计大量采用曲线，特别是花草枝蔓，纠缠不清地组成复杂的图案。这在他的平面设计和纺织品纹样设计上反映得最充分。20世纪初，他曾经去巴黎，为萨穆尔·宾的公司“新艺术之家”担任产品设计工作，进一步深刻地体会了法国这个运动的风格特征，在设计风格上与法国的“新艺术”风格更加接近。他曾参与了巴黎的“现代之家”的室内设计工作，已经达到法国这个运动设计的最高水平。他的设计思想在这个时期也逐渐成熟。

与大多数“新艺术”运动设计家强烈反对现代技术和机械的立场不同，威尔德支持新技术，他曾经说：“技术是产生新文化的重要因素”，“根据理性结构原理所创造出来的完全实用的设计，才能够真正实现美的第一要素，同时也才能取得美的本质”。提出了设计中功能第一的原则，旗帜鲜明。为了宣传自己的设计思想，他在1902年到1903年期间，在欧洲各地广泛进行学术讲义，发表一系列关于设计的论文，从建筑设计入手，设计产品、平面设计等各个方面的内容，传播新的设计思想，主张艺术与技术的结合，反对漠视设计功能的纯装饰主义和纯艺术主义。

1906年，威尔德有感设计运动应该从设计教育着手的重要性，于是到德国魏玛市，取得开明的魏玛大公的支持，开设了一间以设计为主的学校——魏玛工艺与实用美术学校。开始了他的设计教育探索。1907年，他的这个学校成为德国公立学校，一直开设到第一次世界大战爆发的1914年。1919年，这个学校重新开设，那就是大名鼎鼎的包豪斯设计学院。从这个意义来讲，威尔德应该是包豪斯的最早创始人之一。与此同时，威尔德还参与了德国的现代设计运动，他是德国设计协会——工业同盟（Werkbund）的创始人之一，在德国设计界有举足轻重的作用。

在德国和魏玛期间，威尔德的设计思想有进一步的发展。他认为，机械如果能够得到适当合理的运用，是可以引发建筑与设计的革命的。他提出“产品设计结构合理，材料运用严格准确，工作程序明确清晰”这三个设计的基本原则，以期达到“工业与艺术的结合”的最高目标。在这一点上，



5-29. 凡·德·威尔德1893年设计的《Ecce Homo》书籍的标题页。



5-30. 里夫蒙特1899年设计的《拉加咖啡》海报。

威尔德已经大大的超过了他的“新艺术”运动同人，成为现代主义设计的思想奠基人。

威尔德本人对于平面设计的兴趣非常浓厚。他因为对于设计发展的历史具有一个宏观的认识，能够从历史发展的角度了解世界当时的平面设计状况。他设计了大量的平面作品，其中包括书籍设计、标志设计、插图设计等等，他把英国的“工艺美术”运动风格，法国的“新艺术”运动风格，以查尔斯·玛金托什为领导的“格拉斯哥四人”（Charles Mackintosh and the Glasgow Four）的风格，以及日本的江户时期的装饰风格和中世纪的某些装饰因素吸收到自己的设计中，以自然风格为核心，发展出自己的平面设计风格来。但是，由于他对设计的社会功能性的强调，导致他日后越来越重视促进设计教育和设计的组织发展，因此，他本身设计的作品逐渐减少，到20世纪，他已经基本全部投入到设计的组织工作去了。

比利时的“新艺术”风格平面设计没有法国那样先声夺人，但是也不乏有很好的作品涌现。比利时的“新艺术”风格平面设计受法国的影响很大，不少从事这个风格设计的平面设计家本身就是从法国学校接受训练的。比如比利时这个风格的重要设计家普里瓦特-里夫蒙特（Privat-Livemont, 1861—1936）就曾经就学巴黎，受到正宗的“新艺术”风格感染，1889年回到比利时，在布鲁塞尔从事平面设计工作。1890年第一次接受平面设计订单，大部分是商业广告和商业海报设计，他采用简单的、装饰味道浓厚的线描为基础，在商业广告上描绘优雅的女性，与法国的穆卡的风格颇有相似的地方。比如他在1899年为“拉加咖啡”（Rajah Coffee poster, 1899）设计的广告海报，采用单线平涂的方法，大量运用流畅的曲线，采用镶嵌方法安排图案布局，与穆卡的海报具有相当相似之处。他是比利时“新艺术”运动在平面设计上最杰出的代表之一。

## 6. 德国“青年风格”运动的平面设计

从法国开始的“新艺术”运动也在德国发展，但是，德国人没有称这个运动为“新艺术”运动，而是称为“青年风格”（The Jugendstil movement）。究其原因，大约与德国和法国长期的不和有关。这个名称出自1896年在慕尼黑出版的一本叫《青年》（Jugend）的杂志，德国的“青年风格”运动有英国“工艺美术”运动与法国“新艺术”风格的深刻影响，在许多方面出现非常类似的特征，但是，德国的“青年风格”运动却比法国和英国的运动更加具有与学院和学术界的密切关系，因此更具有知识分子气息，更富于书卷气。这个运动在德国慕尼黑首先发轫，然后迅速扩散到柏林、达姆斯塔德（Darmstadt）和整个德国。德国是欧洲印刷的发源地，因此，在19世纪末，德



国也是唯一继续使用古腾堡时期发展而流传下来的中世纪字体和版面风格，即使“青年风格”运动席卷德国，这种“新艺术”运动的平面设计风格，也仅仅是与德国中世纪以来的平面设计风格并驾齐驱，共同存在，而并没有能够取代陈旧的古腾堡时期的风格。当时，“青年风格”所带来的新鲜气息，是人人都能感受到的，是广受德国大众欢迎的，因此，它很快就被广泛地运用到产品设计、建筑设计、纺织品设计、室内设计和平面设计等等各个领域中去，成为风行一时的设计风格。

作为“青年风格”运动的核心，依然是《青年》杂志，这本杂志刚刚创刊的时候，发行量是3万份左右，但是经过几年的发展，由于“青年风格”广受欢迎，发行量剧增到20万份，可见这个设计运动的成功。这本刊物完全采用“新艺术”运动风格设计，无论字体、插图、版面编排，都与法国和其他国家的“新艺术”风格刊物类似，典雅、特别、引人注目。这本刊物的主要设计家是汉斯·克里斯提安森（Hans Christiansen），他为刊物设计了标志、插图、封面和版面等等，成为“青年风格”运动和《青年》杂志的主要领导人物之一。

德国“青年风格”运动有两个非常重要的平面设计家，他们是奥托·艾克曼（Otto Eckmann, 1865—1902）和彼德·贝伦斯（Peter Behrens, 1868—1940）。这两个设计家设计了非常大尺寸的石版印刷海报，显然是受到法国同类海报的启发的。他们设计的风格虽然与法国“新艺术”运动的海报有非常相似的地方，但是，也同时具有自己的个人特色。他们的平面设计主要集中在《青年》和《潘》（Pan）两本杂志上，为这两本刊物设计插图和版面，影响很大。艾克曼的风格比较自然写实，他设计的刊物封面都有精细的女性人物和花卉，单线平涂的平面特点，非常浪漫。他除了设计平面作品以外，也设计首饰、金属制品、家具、女性的服装，也设计字体。他的才能得到德国人的广泛认识，因此，德国当时最大的电器生产工厂“德国电器工业公司”（the Allgemeine Electricitäts-Gesellschaft, 简称：AEG）的聘用，担任工厂的设计顾问，把“青年风格”，或者“新艺术”风格运用到工厂的宣传文件、广告和其他平面印刷品上。这是德国工业界最早聘用专业设计人员的开端。

艾克曼在1900年为德国当时最重要的字体铸造厂之一的“克林斯波字体铸造厂”（the Klingspor Foundry）设计了一系列新字体，称为“艾克曼体”（Eckmannschrift）。当时德国绝大部分的字体工厂都仅仅利用本身的字体工人设计新字体，而克林斯波工厂是德国19世纪中唯一委托艺术家设计字体的工厂。这种新字体是艾克曼企图利用“新艺术”风格和日本风格来改革陈旧的德国罗马字体系，在当时的德国设计界带来了强烈的冲击作用。



5-31. 奥托·艾克曼1900年为德国电器工业公司简介设计的封面。



5-32. 奥托·艾克曼1901年设计的“艾克曼体”。



Sommer

In nicht Marsens jugendlicher Schule
Dort nun der Urlaub all sein Leben hat
Verföhret. Eifers suchten Wuth und Thale.

Die Petition

Von Louis Leis (Kopf)

Über die Beschaffenheit des Herrn Herrschers
Zurück zu demselben Mann auch das allseitige
Vergessen ihrer Schuld machen können.



Peter Behrens

meine. — Wie schön, so schön er auch diese
ausgerichtet ernt, er tritt und schiff
Aussehen an ihren Kräfte kaum und all
genug hat es vor, das er die ganze
Wacht wieder bis zur Dämmerung
arbeiten.



5-34. 彼德·贝伦斯1899年为《彩色鸟》杂志作的封面设计。



5-35. 彼德·贝伦斯1904年为《岛》杂志出版公司设计的企事业标志。

5-33. 彼德·贝伦斯1904年为《青年》杂志作的插图设计。

20 世纪开始以来，艾克曼决心进一步发展他的设计思想，但是，他不幸患上致命的肺结核病，因而不得不退出了设计工作。

贝伦斯集中另外两份杂志的设计：《彩色鸟》(Der Bunte Vogel) 和《岛》(Die Insel)。他为这两份杂志设计插图和版面，并且为“岛”出版公司设计了具有强烈“青年风格”特征的企业标志，那是一艘浪中的帆船，线条缠绕，具有鲜明的“新艺术”特点，同时有具有很强的识别功能，被认为是当时最杰出的企业标志设计之一。他从埃及风格中汲取优秀的东西，开始探索改革德国平面设计，这一点在他日后的设计中得到体现。

贝伦斯是德国现代设计的奠基人之一，他的“青年风格”时期设计，只是他积累经验，了解世界设计状况，逐步形成自己的设计哲学的阶段，他的真正贡献，是他在20世纪初期所作出的，他设计了世界最早的现代主义风格企业识别标志系列，他设计了最早的现代主义风格工业产品，他设立了德国最早的现代建筑和工业设计事务所，他参与了德国设计的组织改革，以及他培养了新一代的设计大师，对于世界的设计事业都产生了重大的影响。

“新艺术”运动在19世纪90年代开始，席卷欧洲与美国，成为当时影响最大的一次设计运动。到1900年，在巴黎国际博览会(the Paris Exposition Universelle)期间达到运动的高潮。虽然这个运动的风格在各国之间有很大的区别，但是，从追求装饰，探索新风格这点上，所有卷入这个设计运动的国家都是相同的。这个运动虽然在一些方面是对新时代的憧憬探索，但是，在很大的程度上来说，它的手法，即装饰性的，手工艺的方法依然是陈旧的。



与英国的“工艺美术”运动相似，“新艺术”运动也同样是企图在艺术、手工艺之间找到一个平衡点。它所采用的方式，比如装饰、自然主义的风格等等，使这个运动依然是为豪华、奢侈的设计服务的，是为少数权贵服务的。如果说英国“工艺美术”运动的创始人约翰·拉斯金，威廉·莫里斯在他们的运动宗旨中还提倡“进步”，那么可以说“新艺术”运动则仅仅停留在表面的装饰上，在思想层次上来说，反而比英国的“工艺美术”运动退步了。它的自然主义的装饰动机，它的绚丽的色彩和东方影响纵然非常引人注目，但是精神上的贫乏则是随处可见。

“新艺术”运动创造了非常特殊的装饰风格，从亨利·凡德·威尔德的室内，到吉马德的巴黎地铁入口设计，从安东·高蒂的建筑，到穆卡的大张海报，都呈现出从来没有过的非历史主义的新装饰风格探索力量。这些设计，已经成为19和20世纪之交时期的典型设计风格特征，成为一种历史的经典风格。

“新艺术”运动的风格受到“工艺美术”运动风格 and 精神的很大影响。特别是“工艺美术”运动所强调的简单、朴实的中世纪风格和“合适的设计”这种功能主义的思想特征，对于“新艺术”运动的某些人物具有决定性的影响作用，比如苏格兰的格拉斯哥四人集团和他们的领袖马金托什，维也纳“分离派”的设计家们等等。英国的平面设计对于这个运动的插图画家也有很大的影响，比如英国插图画家比亚兹莱，荷兰的插图画家让·图鲁柏（Jan Toorop）等等。

象征主义艺术是19世纪末的一个非常显著的艺术运动流派，这个艺术流派对“新艺术”运动也造成了一定的影响，比如维也纳“分离派”重要的画家古斯塔夫·克里姆特的作品，法国设计家艾米里·盖勒（Emile Galle）的玻璃器皿设计，都具有强烈的象征主义特色。象征主义体现在“新艺术”风格的曲线的运用上。1889年，设计家沃尔特·克莱因（Walter Crane）就反复强调曲线的重要，线表现的重要。这种对于曲线的重视和强调，使这个运动具有强烈的平面特征，也具有非常明显的东方艺术影响痕迹，特别是日本的浮世绘风格的痕迹。

“新艺术”运动比较少强调历史风格，谈到历史的渊源，可以说它受到部分中世纪自然主义风格的影响。这个运动风格细腻、装饰性强，因此常常被称为“女性风格”（a feminine art）。大量采用花卉、植物、昆虫作为装饰的动机，的确非常女性化。与简单朴实的英国“工艺美术”运动风格强调比较男性化的哥德风格形成鲜明对照。

“新艺术”运动是世纪之交的一次承上启下的设计运动，它承继了英国“工艺美术”运动的设计和探索，希望在设计矫揉造作风气泛滥的时期、在工业化风格浮现的时期，重新以自然主义的风格开设计新鲜气息的先河，复兴设计的优秀传统。这个运动处在两个时代的交叉时期，旧的、手工艺的时代接近尾声，新的时代、工业化的、现代化的时代即将出现，因此，从意识形态上看，它的兴起预示了旧时代的接近结束和一个新的时代——现代主义时代的即将来临，它的本身，就是一个新旧交替时期的过渡阶段。



5-36. 让·图鲁柏设计的色拉油海报。

## 引言

从设计风格来看，在每个世纪相交的时候，人们习惯对于上一个世纪的风格进行一次审视，并且都企图探讨下一个世纪的风格是什么。这种心理的状况，往往造成世纪之交的在设计上的重大转变。当然，19世纪之前的变化，仅仅是装饰形式的变化，因为19世纪之前的每个世纪的交替，仅仅是时间的交替，而社会经济基础基本是封建主义的，经济基础的基本稳定，反映在设计上就成为简单的形式更迭了。19世纪却因为工业化的急剧结果发展，造成经济基础的彻底改变，在西欧和美国基本完成了资本主义革命，资本主义成为欧洲和美国的新生产关系的核心。因此，设计的变化就非常的巨大，产生了影响20世纪全世界人民的物质文明的“现代主义”设计，这个变化，比人类文明几千年来的变化都要来得激烈、彻底和迅猛。短短几十年间，整个世界的物质面貌、城市面貌、平面风格完全与上一个世界大相径庭，面目全非，如果我们说，以往数千年的设计史是一个逐渐变化的过程，那么20世纪的设计发展则是一个彻底革命的过程。

19世纪末叶、20世纪初，世界各地，特别是欧美国家的工业技术发展迅速，新的设备、机械、工具不断被发明出来，极大地促进了生产力的发展，这种飞速的工业技术发展，同时对社会结构和社会生活也带来了很大的冲击。虽然工业技术发展，但是针对工业技术带来的必然结果——工具、机械、设备的现代设计却没有得到相应的发展，这些技术的产品无论从使用功能上、外型上还是安全性、方便性上，都存在众多的问题。现代都市如雨后春笋般地涌现，而都市的设计和都市内的建筑设计却并没有一个可以依据的模式，高层建筑的设计更是问题丛生。新的商业海报、广告、书籍大量涌现，公共标志、公共传播媒介也与日俱增，而如何处理这些大量的传达设计对象，如何处理这些众多的平面对象，设计界也基本一筹莫展。无论是英国、美国的“工艺美术”运动，还是欧美的“新艺术”运动、“装饰艺术”运动（Art Deco），都显然不是解决问题的方法，它们的中心是逃避，乃至反对工业技术，反对工业化，反对现代文明，因此，必须有新的设计方式出现，来解决新的问题，来为现代社会服务，现代设计的出现是在这种情况下产生的。

设计界此时面临的问题主要有两个方面：其一，如何解决众多的工业产品、现代建筑、城市规划、传达媒介的设计问题，必须迅速地形成新的策略，新的体系，新的设计观，新的技术体系，来解决这些问题，这是社会需求和商业需求的迫在眉睫的任务；其二，往昔所有设计运动只是强调为社会权贵服务的中心，如何形成新的设计理论和原则，以至使设计能够第一次为广大的人民大众服务，彻底改变设计服务的对象。针对这两个方面的问题，世界各国的设计先驱们都努力地探索，为解决第一方面的问题，即现代的、工业化的产品，现代城市和建筑，现代平面媒介的设计问题，出现了现代设计体系；为解决第二方面的问题，即设计的社会功能问题，形成了现代主义设计思想。现代设计与现代主义设计是相辅相成的两个方面，它们有联系，同时也有区别，一个是技术层面的，一个是思想层面的，这两者的结合，形成了现代设计的总体。

现代主义建筑设计是20世纪初在欧美同时产生的最重要的运动之一。德国、俄国和其他的几个西欧国家的建筑师为寻找代表新时代的形式，为改变设计的观念，为把在设计中引入民主主义的精神，或者为莫立一种新的政治制度的基础，开始从设计观念、设计风格和形式、建筑材料、建筑方式各个方面的探索。在30年代中期以后取得惊人的成就。第二次世界大战爆发，使大量欧洲的设计家流亡到美国，从而把欧洲的现代主义与美国丰裕的具体市场需求结合，在战后造成空前的国际主义风格高潮。一直发展到70年代，遍及世界各地。无论从影响的深度和广度来说，都是空前的。人类四五千年的文明史中，还没有哪一个设计风格能有如此广泛和深远的影响。

现代主义设计是从建筑设计发展起来的，20世纪20年代前后，欧洲一批先进的设计家、建筑家形成一个强力集团，推动所谓的“新建筑”运动，这个运动的内容非常庞杂，其中包括精神上的、思想上的改革——设计的民主主义倾向和社会主义倾向；也包括技术上的进步，特别是新的材料—



—钢筋混凝土、平板玻璃、钢材的运用，新的形式——反对任何装饰的简单几何形状以及功能主义倾向，从而把上千年来设计为权贵服务的立场和原则打破了；也把几千年来建筑完全依附于木材、石料、砖瓦的传统打破了，从建筑革命出发，影响到城市规划设计、环境设计、家具设计、工业设计、平面设计、平面设计和传达设计等等，形成真正的完整的现代主义设计运动。在这批建筑和设计的改革先驱中，最重要的有德国人沃尔特·格罗佩斯（Walter Gropius）、密斯·凡德洛（Ludwig Mies Van Der Rohe）、瑞士人勒·科布西耶（Le Corbusier）、芬兰人阿尔瓦·阿图（A. Aalto）、美国人弗兰克·赖特（Frank L. Wright）和一些俄国和荷兰的设计先驱。而现代主义设计运动主要集中在三个国家开始进行试验，即德国、俄国和荷兰。俄国的构成主义运动是在意识形态上旗帜鲜明地提出设计为无产阶级服务的一个运动；荷兰的“风格派”运动则是集中于新的美学原则探索的单纯美学运动；德国的现代设计运动从德意志“工作同盟”开始，到包豪斯设计学院为高潮，集欧洲各国设计运动之大成，初步完成了现代主义运动的任务，初步搭起现代主义设计的结构，二战后影响到世界各地。成为二战后“国际主义设计运动”的基础。

现代主义的具体产生时间是20世纪初期，大约在20世纪20年代，从几个欧洲国家开始发展起来，其中以德国、俄国发展得最为迅速。荷兰其他几个欧洲国家也有类似的探索，但是无论从深度还是广度来说，没有哪一个国家能够比德国、俄国的试验来得深刻。美国也有一些试验和探索，但是与欧洲相比，美国的探索显得淡薄得多，也缺乏思想的高度和意识形态的力量。

现代主义30年代以来开始在欧洲迅速衰退。1933年德国纳粹强行关闭重要的德国设计学院“包豪斯设计学院”，1932年前后意大利取消现代主义试验，推广称为“诺维茜托”的古典复古主义，1925年前后苏联全面禁止现代主义（在苏联成为构成主义），基本完全扼杀了现代主义在欧洲发展的可能性。大批设计家移民到美国，从而把现代主义带到了新大陆。从30年代末起，现代主义开始了一个新的阶段——美国阶段。

美国的经济、政治、文化背景与欧洲相当不同。美国自从罗斯福的“新政”以来，经济发达，国家日益富强，中产阶级日益成为社会的中坚，成为新建筑风格的重要服务对象，因此，原来在欧洲忧国忧民的现代主义仅仅变成一个为中产阶级服务的形式，也就是说，现代主义的思想内容被美国的富裕抽掉了，剩下了一个越来越精练的、越来越形式化的外壳。由于思想的枯萎，现代主义因此也逐渐失去了原来的生机勃勃力量，日益走向形式主义的道路，到60年代，逐步失去昔日的光彩和力量。到70年代，可以说，这个被称为“国际主义”的现代主义，已经接近终结了。纷纷登场的是形形色色的新风格，它们大部分企图从形式主义的方向来调整现代主义，但是因为思想上的薄弱，意识形态上的苍白，始终没有一个风格能够全面取而代之。

平面设计与建筑设计、工业设计相比，没有产生如此激烈的抗争。虽然印刷的技术改革、字体的改革、版面的改革，特别是平面设计在新时代的运用，导致平面设计也与其他设计领域一样产生了现代主义运动，但是，它的革命的中心并不在技术层面上，而在平面设计的对象上：设计宣传什么、设计什么？第一次世界大战和第二次世界大战期间，平面设计成为社会主义和资本主义两个对抗的阵营进行唇枪舌剑斗争的工具，大量的政治海报，大量的宣传画，刊物上、书籍上的宣传，带动了平面设计的改革。与此同时，以美国为首的资本主义经济大国的国民经济发展迅速，很快进入物质丰富的所谓消费主义时期，作为促进销售的重要手段，平面设计也在西方各个国家得到进一步的迅速发展。因此，平面设计虽然也属于世界现代主义设计运动的组成部分之一，但是它却具有自己独特的生活方式，并不完全与现代主义设计运动完全吻合。

笔者在《世界现代设计史·1864—1996》一书中已经对现代主义运动有非常详细的讨论和介绍了，在本书中，仅仅就现代主义在平面设计中的反映进行讨论。

20世纪初期以来，因为大规模的生产和大量的印刷品的涌现，对于传统的、小批量印刷方式的出版行业无疑是一个很大的冲击。以往的各次设计运动，无论是英国的“工艺美术”运动、法国的“新艺术”运动，等等，所创造的新平面设计方法和风格，其实依然是针对少数精英阶层的，广大的群众根本没有可能接触到那些昂贵的印刷品。从印刷数量上来看，也可以知道这个状况：“工

艺美术”运动的核心平面设计公司——莫里斯的克姆斯各特印刷公司所出版每种书籍的印刷数量，无非区区几百本而已，精装本经常是几本，根本不可能成为大众的读物；“新艺术”运动的平面设计也有类似的情况。只有美国人通过大量出版类似《哈伯杂志》这样的刊物，把读物逐步变成社会各个阶层能够共同享有的对象，但是，因为当时文盲比例还相当高，加上美国有大量的新移民，对于英语还不能掌握，因此，即使在美国，出版物也仅仅为少数受过教育的、富裕阶层的阅读对象。20世纪平面设计家面临的问题之一，就是如何能够创造一种能够为整个社会服务的新平面风格和形式。

要为大众服务，从设计上来说就必须简明、朴素、方便印刷。这里存在的一个形式问题，就是如何改变传统以来，一直延续到“工艺美术”运动和“新艺术”运动的繁琐装饰特征，如何能找到一种新的美学立场，承认简单的直线、简单的而没有什么装饰细节的设计，承认功能主义的、没有装饰的设计是具有民主主义特征的新时代设计的中心。因此，虽然从思想和意识形态来说，设计风格上的简单化、非装饰化倾向是民主化目的驱动的，但是，从具体对于设计的现代化革命，则集中在如何采用、运用和承认简单的直线、比较少的装饰风格上。20世纪初期的设计革命，反映在几个开始试图采用纵横直线探索的设计家的试验上，但是这些试验的背景，却潜在着彻底改变设计服务对象，把设计从为权贵服务转变为大众服务的民主因素。虽然这些最早的进行简单的直线运用于设计探索的设计家自己并不一定对他们探索的最终结果有明确的认识，但他们的工作，其实是为20世纪的现代主义设计铺奠了形式方面的基础。在这些人当中，比较重要的有美国的建筑设计家弗兰克·赖特，以查尔斯·玛金托什为首的“格拉斯哥四人小组”，维也纳的“分离派”和德国“青年风格”运动中以彼德·贝伦斯为首的少数几个设计家。

## 1. 现代平面设计的探索——弗兰克·赖特和格拉斯哥派

### 1) 美国设计家弗兰克·赖特在平面设计上的探索

弗兰克·赖特(Frank Lloyd Wright, 1867—1959)是美国现代建筑 and 现代设计中最具有个人特点的大师，他的设计生涯从1880年代开始，一直延续到1959年他去世为止，其中跨越72年之久，是世界上少有的有如此长的工作时间的设计家。即使从他脱离路易斯·沙里文的设计事务所那一年——1893年开始算起，他也有近70年的独立设计经历，本世纪的设计家大约很少有人能够在工作时间和经验上超过他。

他本人的风格也在这个漫长的期间发生了不少的变化，从自然主义、有机主义、中西部草原风格、现代主义到完全追求自己热爱的美国典范，每一个时期都对世界建筑界造成新的影响和冲击。他设计的内容从私人住宅到商业中心，从建筑到家具，从社区规划到都市设计，可以说无所不包；他在自己的设计中心中教育出很多的学生，对于促进美国建筑设计的水平，把这个水平提高到具有美国特色，同时又有世界级水平的事业起到举足轻重的作用。赖特的客户总是思想自由、富裕的个人，愿意让赖特自由发展他的想法，因此，他的设计具有相当大的个人表现成分，与当时领导世界设计主流的现代主义、新建筑、国际主义风格大相径庭。

赖特的设计采用了大量的基本几何图形，比如方形、圆形、三角形等等，在总体上采用网格的方阵方式，加上各种抽象的细部处理，总是具有相当特殊的装饰效果。他在设计上的一个很强烈的特点是努力在自己的设计和周围的自然环境中找寻一种和谐的因素，设法使设计与自然的关系融合。但是这种努力却又不是自然主义地使设计与自然融为一体，而是取得和谐。他的设计是自然环境中的一个有机组成部分，这一点是他的同代人中很少有人尝试过的。正因为如此，所以他总是强烈地否定自己是现代主义设计家。他在谈到自己受到的影响时，提及他看日本浮世绘木刻版画时的感触。他说：日本版画对他的影响是相当大的，他从日本版画中受到建筑风格的启发，就好像法国画家受到绘画的启发一样，虽然法国人当时正在从事立体主义、未来主义的探索。他认为所谓现代主义的基础其实已经可以在日本设计和日本艺术中找到。虽然赖特一直否认与现代主义的关系，但是，他的生涯、他的作品却依然渗透这现代的气息。比如他的功能主义倾向，他的风格中的抽象细节，都



是现代主义语汇。而特别能够说明他与现代主义关系的一点是他的强烈的社会感，这种社会意识是现代主义设计先驱的共同特色。因此，我们仍然可以把赖特当作一个重要的、但是具有强烈个人风格和追求的现代主义大师来看待。

沙里文曾经多次提到他对于功能与形式的看法，他说：形式追随功能（form follows function），这句话对于跟随他多年的赖特来说，应该是会有很深的影响的。赖特后来以自己的说法发展了这句话：功能与形式是一回事（form and function are one），表明了他的功能主义的立场：认为功能与形式在设计中根本不可能完全分开。他认为，建筑的结构、材料、建筑的方法融为一体，合成一个为人类服务的有机整体。因此，他反复强调的“有机设计”其实就是指的这个综合性、功能主义的含义。

赖特与现代主义的其他奠基人不同，他一直处在潮流以外，因此很多人把他看作一个典型的美国英雄。美国作家汤姆·沃尔夫就在他的著作中把他看作一个美国的典范。

弗兰克·赖特 1867 年 6 月 8 日生于威斯康辛州的一个农村小镇，他在 1959 年 4 月 9 日去世，享年 92 岁。他是威尔士的移民后代，家庭在美国已经有上百年的历史了。他年轻的时候曾经去麦迪逊市的威斯康辛大学学习土木工程，那是美国最好的州立大学之一，但是他对于土木工程兴趣索然，因此，于 1887 年离开大学到芝加哥当了一个建筑绘图员（draughtsman）。不久之后，他进入芝加哥当时非常著名的“阿德勒与沙里文建筑设计事务所”（Dankmar Adler & Louis Sullivan）工作。沙里文是美国现代建筑设计的奠基人之一，正在探索如何把现代建筑与传统的装饰，特别是“工艺美术”运动风格的装饰结合起来，达到功能好和外形美观的目的。赖特在这段时期内，受到沙里文的现代主义和功能主义思想的很大影响。在工作中，赖特开始把他喜爱的日本建筑风格与沙里文的功能主义的“有机建筑”糅合在一起，开始尝试自己的探索。从这时起，赖特逐渐开始形成自己独特的设计方法，他从来不从书本上找资料，建筑设计一向从里到外进行设计，并且努力把建筑与自然环境联系起来。

赖特在沙里文事务所为顾客设计住宅，这时设计的一批住宅被称作“靴子腿屋子”（bootlegged houses），建筑比较低矮，大平屋顶，称为“sweeping rooflines”，有连续一排的窗子，组成一道窗子系列，称为“uninterrupted walls of windows”。他的平面计划是以壁炉为中心发展开来，壁炉通常是用实心砖建造，或者用石头建筑，房间之间互相流通，开放性很强。室内空间是从一个到一个房间的连续串通的继续，摒弃他的建筑一向不对称的风格，（asymmetrical），与当地的大草原（prairie horizon）有密切的视觉和谐关系，因此，被称为“草原房屋”（Prairie House），这是赖特最早的个人风格。

1892 年，赖特离开沙里文设计事务所，自己开业，开始了自己漫长的设计生涯。1909 年，他到欧洲旅行，会晤了一些德国、荷兰的现代主义建筑设计师，了解了当时正在欧洲形成的设计现代主义运动。而他的设计的照片与草图此时也在欧洲的杂志上发表，引起人们很大的兴趣。他的个人风格在世界上已经引起注意了。

赖特在都市中的建筑具有强烈的“反都市化”倾向，大部分外部密封，向内部开放，称作“Walled-in”，因此，与市区的形象往往格格不入，被人们称为是“不友好的建筑”（inhospitable to the city）。他的这类建筑很大的特点在于采用中央空调和大天窗采光，比较重要的有纽约州水牛城的拉金公司管理大楼（the Larkin Company administration Building, Buffalo · N.Y. 1904 年，1950 年被拆除）；伊利诺斯州奥克帕克市的联合教堂（the Unity Church in Oak Park, Ill, 1906 年），以及 30 年代到 50 年代建造的约翰·瓦克斯公司大厦（Johnson Wax Company）。

19 世纪下半叶，随着工业化的进程，新的建筑不断涌现，特别在美国的纽约和芝加哥，高层建筑的需求量越来越大，芝加哥在大火以后，新的市区已经完全为新的高层建筑取代，在这股热潮之中，人们对于新的形式也开始有一个从陌生到熟悉的转变过程，机械的形式，现代的形式，开始被人们接受。赖特是在这个新建筑的高潮之中到达芝加哥的，他与世界当时最重要的高层建筑大师沙里文的工作关系，不但使他参与到这个热潮中来，同时也使他成为现代主义建筑运动的先驱之一，

不同的是他从来不跟随大流，我行我素，形成非常特殊的局面。

赖特的“有机建筑”观念大约是在1880年代形成的，但是直到1930年才得到全面实现的机会。最早提出这个看法的文字大约是在他在1894年写的《在建筑事业中》(In the cause of Architecture)一文，但是这段文字是一直到1908年才在《建筑记录》(Architectural Record)杂志上刊载出来。他在文章中对他所谓的“有机建筑”提出六个原则，即：

(1) 简练应该是艺术性的检验标准 (the simplicity and repose should be the measures of art.);

(2) 建筑设计风格应该多种多样，好像人类一样 (many different styles of houses as there were styles of people);

(3) 建筑应该与它的环境协调 (nature, topography, and architecture.) 他说：“一个建筑应该看起来是从那里成长出来的，并且与周围的环境和谐一致；

(4) 建筑的色彩应该和它所在的环境一致，也就是说从环境中采取建筑色彩因素 (the colors of buildings from nature and adapting them to fit harmoniously with the materials of buildings);

(5) 建筑材料本质的表达 (expressing the nature of materials);

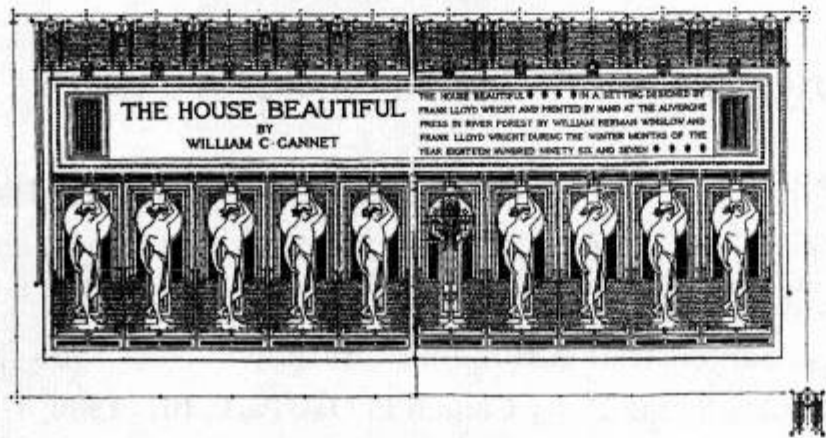
(6) 建筑中的精神的统一和完整性 (spiritual integrity in architecture)。

这六条原则，基本上可以从他一生的建筑实践中反映出来，如果注意他为数不多的平面设计作品，也可以看到这六条原则的体现。

赖特的探索基本可以说是个人的、非社会化的、艺术型的。赖特的建筑基本没有造成任何运动，他是一个孤独的探索者。他对于现代主义的最大贡献是对传统的重新解释，对环境因素的重视，对现代工业化材料的强调，特别是钢筋混凝土和一系列新的技术（比如空调的采用）的采用。他为后来的设计家们提供了一个探索的，非学院派和非传统的典范，他的设计方法也成为日后新探索的重要借鉴。

赖特的设计很早就被介绍到欧洲各个国家，得到欧洲设计界的喜爱和推崇。当时，“新艺术”运动正风靡欧洲，设计上弥漫“面条风格”、“蚯蚓风格”的曲线主义，赖特建筑设计上广泛使用简单的纵横直线，特别是他在日本风格基础上发展起来的横向直线、简单的长方形结构的特点，对欧洲设计界无疑是一个非常大的震动。他的设计哲学，比如强调总体和部分的统一，强调设计的有机关系，他的建筑设计六大原则，他对于设计的真实性的强调，等等，也是欧洲设计界印象深刻的内容。赖特在设计上放弃欧洲传统的风格，而从日本、美洲印第安文化，特别是玛雅文化的简单几何图形的装饰中找寻现代设计发展的借鉴，更加使欧洲的设计家着迷。

赖特是在世纪之交前后开始着手探索平面设计的。因为对日本设计和玛雅风格已经有很好的认识，他在平面设计上已经有先入为主的自我见解。1896年到1897年之间，赖特与威廉·温斯洛(William H. Winslow)合作，设计和出版了由威廉·卡涅特(William C. Cannet)撰写、自己设计的关于建筑平面装饰和室内设计的一本书《美丽的房子》(The House Beautiful)。这本书表现了赖特的平面设计风格。他采用了简单的长方形结构，组成基本插图的架构，然后再在这个大长方形中以纵向的方式，工整地



6-1. 美国建筑家弗兰克·赖特1896—1897年设计的《美丽的房子》封面，具有强烈的“新艺术”运动风格。



分画出十个纵排的长方形，把装饰母题工整地镶嵌在这些长方形内，形成干净利落的图案重复，简单的横向两方连续结构。一扫当时流行的“新艺术”运动完全采用曲线的凌乱和繁琐，使人耳目一新。为美国和欧洲当时的平面设计界带来了一个崭新的天地。

赖特的平面设计作品不多，但是，他在他的建筑内部设计的彩色玻璃、各种室内用品的表面进行的平面设计，却提供了非常有力的参考，在美国，还没有哪一个设计师能够如此准确地预见平面设计将发展的趋向，因此，赖特应该说是现代平面设计上重要的奠基人物之一。

## 2) 苏格兰的“新艺术”运动和

### 查尔斯·马金托什以及“格拉斯哥四人”设计集团

真正对19世纪末、20世纪初世界平面设计向现代主义方向发展起重要启迪作用的是在苏格兰的格拉斯哥工作的一群青年设计家。他们的探索为这个发展奠定了坚实的基础。因为他们是由四个设计家组成的团体，因此我们习惯称他们为“格拉斯哥四人”(The Glasgow Four)。

19世纪末、20世纪初，“新艺术运动”作为一直对维多利亚风格的反叛，对工业化的否定探索，不但在欧洲大陆广泛流传，在英国也有所发展。当然，英国的新艺术风格没有能像它的“工艺美术”运动造成巨大的国际影响，但是，在苏格兰的格拉斯哥市的青年设计家查尔斯·马金托什(Charles Rennie Mackintosh, 1868—1928)与他的合伙人组成的所谓“格拉斯哥四人”的探索，却取得国际性的公认。这是这个运动中非常具有特点的一个插曲。

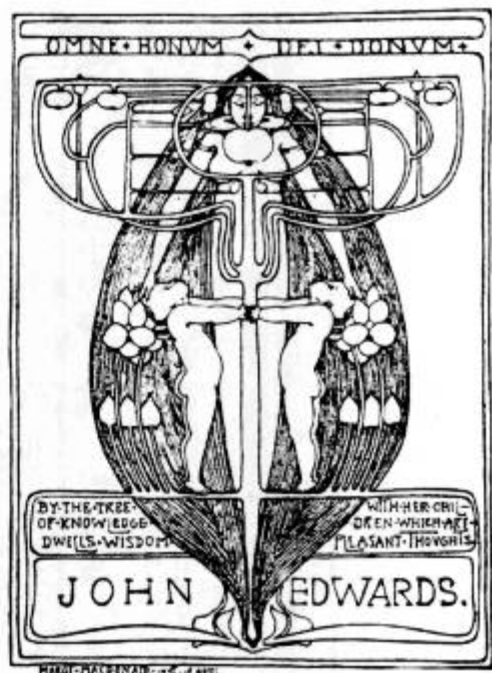
马金托什是世纪之交英国最重要的建筑设计师和产品设计师。他发掘被他称之为的“旧的精神”(spirit of the Old)，而设计出来的具有新风格的独特的建筑、室内设计、产品设计和平面设计，为20世纪的现代主义设计发展铺垫出一条大道，特别是他设计的格拉斯哥艺术学院(Glasgow School of Art, 1897—1899，第二期工程为1907—1909)，包括这个建筑的室内、装饰、家具、壁画和海报等，是他的设计风格的集中体现，是20世纪设计的经典之作。

马金托什是一个多面手，他设计建筑，家具，室内，灯具，玻璃器件，彩色玻璃，地毯和挂毯，还有大量的平面作品，包括书籍设计、海报设计等等。同时还是一个非常杰出的画家、艺术家。他是“新艺术”运动中产生的全面设计师的典型代表。与比利时的亨利·凡德·威尔德(1863—1957)，维也纳分离派的约瑟夫·霍夫曼(Joseff Hoffmann 1870—1956)一样，他是一个全方位的杰出设计家。

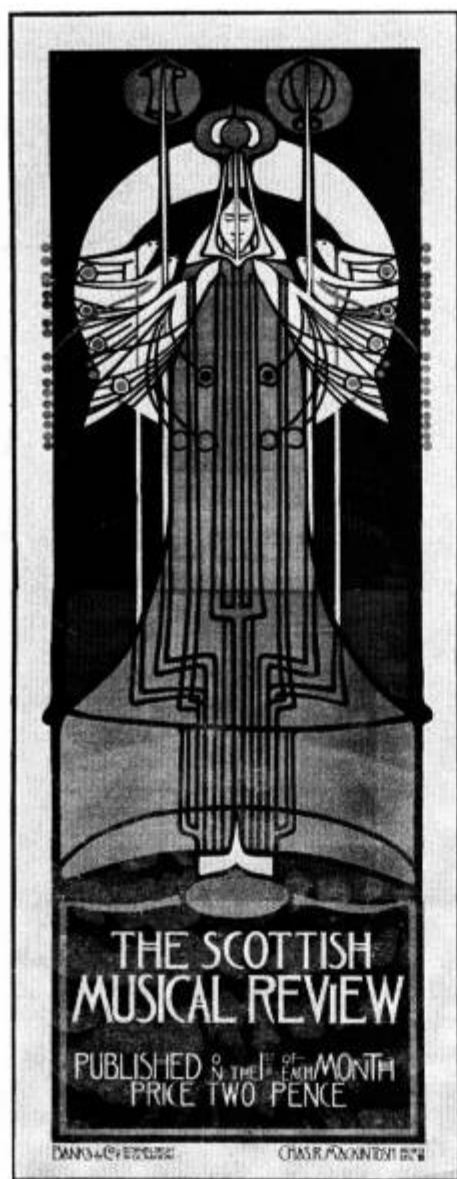
马金托什和他的朋友们，最早受到刊载在《工作室》(The Studio)杂志上的英国青年插图画家比亚兹莱和图鲁普(Toorop)的插图和平面设计作品很大的影响。他们非常喜欢那种简单的单线平涂的绘画方式，特别是比亚兹莱的线条运用，简练而富于想像，非常吸引这些青年苏格兰设计家，马金托什决心沿着这个方向进行设计和创作的探索。

与马金托什一起进行探索的设计家都是格拉斯哥美术学院的毕业生，其中包括两姊妹：玛格列特·麦当娜(Margaret Macdonald, 1865—1933)和弗朗西斯·麦当娜(1874—1921)，加上这三个人的好朋友赫伯特·麦克奈尔(J. Herbert McNair, 1868—1955)，组成一个非常团结的设计集团。日后，马金托什与玛格列特结婚，而麦克奈尔也娶弗朗西斯为妻，成为两个家庭，关系就更加密切了。他们的这个组合，开始被称为“格拉斯哥四人”，后来因为设计成就越来越大，名气远扬，因而被改称为“格拉斯哥派”。

“格拉斯哥派”发展出自己独特的平面设计风格来，他们的设计侧重于以简单的几何图形组成设计的框架，然后在这些几何结构中在进行类似“新艺术”运动风格的曲线卷草图案装饰，因此，是把“新艺术”风格利用几何图形整体化的一种努力。几何形式的最大好处，是能够更广泛地运用



6-2. “格拉斯哥四人”是“新艺术”运动在苏格兰的重要设计团体，这是玛格丽特·麦当娜1896年设计的书籍封面，与美国的赖特设计具有非常接近的风格特征。



6-3. 马金托什 1896 年设计的苏格兰音乐节海报，是最典型的“格拉斯哥派”风格的代表作。

在建筑设计、建筑装饰、室内设计以及其他的实用设计范畴中。“格拉斯哥派”的另外一个平面设计特点是象征主义，他们采用的图案和装饰，都具有一定的象征内容。他们设计了一些海报，往往采用对称的方式，内部包含了象征的，甚至是宗教性象征的装饰动机。比如玛格列特·麦当那 1901 年设计的书籍扉页，马金托什 1896 年设计的“苏格兰音乐回顾”（The Scottish Musical Review）一书的海报，都具有类似的象征布局：中轴是一个隐约可见的人体，向对称的两边伸出弯曲的、植物般的枝蔓，神秘的有机图案环绕这个中心轴体，具有宗教性的肃穆和严峻。因此，这个设计团体的成功，除了它设计风格的功能性、理性化的部分之外，它的象征性也有一定作用。

“格拉斯哥派”的核心人物是马金托什，他的个人风格发展和设计探索，影响了其他三个成员，同时也影响了苏格兰其他青年设计家和欧洲的其他设计团体。

马金托什 1868 年 6 月 7 日生于格拉斯哥，他的家庭有 11 个孩子，他的家庭比较富裕，因此，他的儿童时代是十分幸福的。马金托什喜欢美术，从小画画，并且很早就决心要从事建筑设计，建筑设计在当时并不是什么高尚职业，因此他的父母都不同意。虽然父母反对，他还是在 16 岁那一年离开家庭，参加了约翰·哈奇逊（John Hutchison）的建筑事务所，同年，也就是 1884 年，他开始到格拉斯哥艺术学院上夜校，学习美术和建筑设计。

他当时接受的建筑教育是英国典型的维多利亚式建筑体系。他一边读书一边工作，作为一个学徒，他的收入基本能够支持自己的学习。他学会了制图，绘画，特别是擅长于古典雕塑和建筑的素描。这个阶段，使他对于传统的建筑有了深刻的了解，对于人类建筑发展的历程也有所认识。

毕业以后，他参加了霍尼曼与凯柏（Honeyman & Keppie）建筑事务所，因为工作成绩优秀，他赢得了亚历山大·汤姆逊旅行奖学金（Alexander Thomson Travelling Scholarship），使他能够得以在 1891 年去意大利旅行，他参观了所有重要的城市，特别是罗马、佛罗伦萨、西西里岛等地旅行和学习，接受到古典建筑很大的影响。他回到格拉斯哥以后继续工作，作为一个建筑事务所的学徒，他虽然表现杰出，但是独立设计并不多，并且也还没有形成自己的风貌，早期作品还看不出什么特别的个性特征来。但是他的杰出绘画天才，却在他早年的建筑设计预想图中明显地表现了出来。

马金托什的设计风格形成，在很大程度上是受到日本的浮世绘的影响。他对于日本绘画的线条使用方式非常感兴趣，特别是日本传统艺术中的简单直线，通过不同的编排、布局、设计，取得非常好的装饰效果，使他改变了认为只有曲线才是优美的、才能取得杰出设计效果的想法。也就开始对流行的“新艺术”运动的宗旨和原则开始有了怀疑，继而通过设计实践进行修正，改造，他的这种设计上的改造过程，是从平面设计上开始的。他在 1896 年左右设计的几种海报，采用了纵横直线为基本的布局安排，然后用曲线把纵横直线相交的部分流畅地联结起来，比如上面提到的他在这一年设计的“苏格兰音乐回顾”（the Scottish Musical Review, 1896）一书的海报，和“格拉斯哥美术学院”（the Glasgow Institute of the Fine Arts, c1886）的海报，就有这个特点，在色彩上，他大胆地采用了黑色为主要的色彩基础，“新艺术”运动对于黑色和白色是比较忌讳的，因为这两种中性色彩代表了机械色彩，是从英国“工艺美术”运动到“新艺术”运动一直反对的内容之一。他在这个时期为他的母校——格拉斯哥美术学院设计的毕业文凭也具有类似的风格。

他的平面设计风格也立即影响到他的建筑设计风格。马金托什早期的建筑设计一方面依然受到



传统的英国建筑影响，另外一方面则具有追求简单纵横直线的形式的倾向。他的建筑设计预想图大部分采用铅笔单线平涂，线描功夫精细，显示出他对于直线的偏好。比如他在1895年画的“马特公立学校”（Martyrs Public School, 1895）设计图，格拉斯哥先驱报建筑设计图（the Glasgow Herald Building），苏格兰斯特利特学校设计图（Scotland Street School）等等，都有这个特点。经过不断的探索，他最终在1897—1899年间设计的格拉斯哥美术学院建筑上体现了他追求的风格。

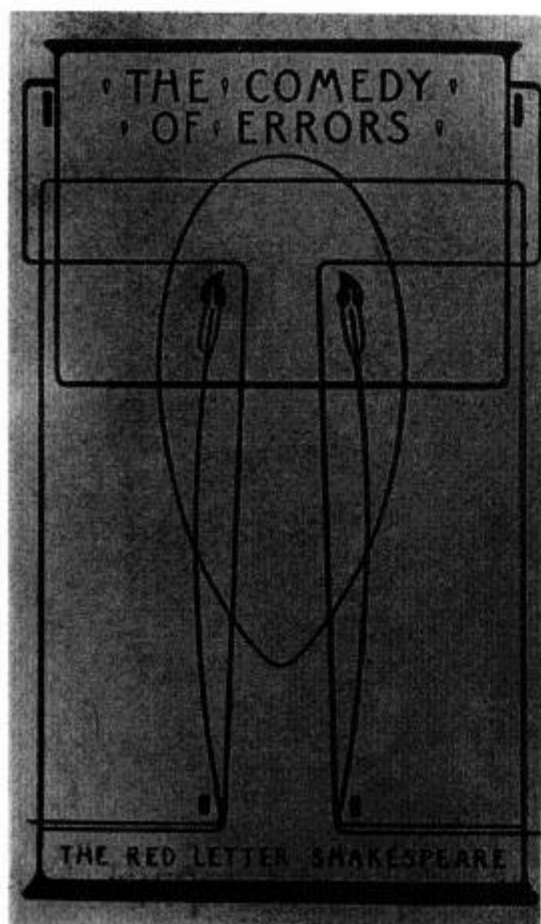
格拉斯哥美术学院一共经历了两个阶段设计与建造才最后落成，第一个阶段是1897—1899年期间，第二个阶段是1907—1909年期间，设计上采用简单的立体式几何形式，内在稍加细节装饰，整个建筑整体感非常强，可以说是一个立体主义的建筑探索。室内大量采用木结构，充满了民间的和中世纪的气息，而建筑内外都是简单几何形式的，因此有一种统一的风格。他不但设计了建筑与室内，同时也设计了全部的内部家具与用品，因此达到风格高度统一的目的。这个学校中的图书馆、教员休息室、校长办公室、董事会办公室等等的设计都具有明显的马金托什设计特色，家具采用木材原色，强调纵向线条的应用，利用直线的搭配进行装饰，而尽量避免过多的细节装饰，因此非常朴实大方。这个建筑是格拉斯哥四人风格集中的体现，代表了当时最前卫的设计试验结果。在苏格兰虽引起注意，但是在英国却很少有人知道，真正的影响是在海外，特别是对于奥地利的分离派设计集团影响很大。直至分离派邀请他设计分离派的年展，英国人才开始了解他的设计的重要意义。

马金托什的室内设计非常杰出。他基本采用直线和简单的几何造型，同时采用白色和黑色为基本色彩计划，细节少量采用自然图案，比如花卉藤蔓的形状，因此达到既有整体感，又有典雅的细节装饰的目的。他的比较重要的室内设计项目包括他在格拉斯哥的南园路（Southpark Avenue Residence）的一个住宅建筑，格拉斯哥美术学院的内部设计，最重要的格拉斯哥希尔家族住宅（the Hill House, Helensburgh, 1902—1903），以及他设计的著名的杨柳茶室（the Willow Tea-rooms, Glasgow, 1903）等等。除了室内设计之外，他为这些项目设计的家具，特别是椅子、柜子、床等等，都非常杰出。特别是他出名的高背椅子，完全是黑色的高背造型，非常夸张，是格拉斯哥四人风格的集中体现。直到现在还在世界广受喜爱。

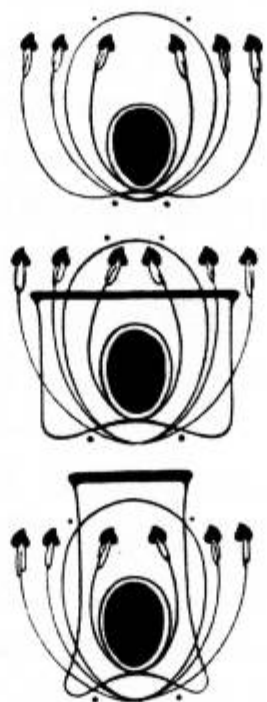
马金托什的产品设计和装饰设计也非常突出，他为杨柳茶室设计的彩色玻璃镶嵌，他设计的各种金属建筑构件、餐具和其他金属制品，都有他一贯的风格特色，不但广泛受到欢迎，并且对于“新艺术”运动的新一代设计家有很大的影响。从奥地利分离派、德国“青年风格”派，以及美国设计家弗兰克·赖特的作品中都可以看到这种影响的痕迹。

奇怪的是，马金托什虽然设计出众，但是早年在英国本岛并没有得到认识。事实上，他是在欧洲大陆得到真正的承认的。他的作品于1897年发表在英国的《工作室》杂志上，并没有引起任何重视。一年以后，在德国的杂志《装饰艺术》（*Dekorative Kunst*）上发表了介绍他的作品的一篇文章，立即引起欧洲其他国家设计界的广泛注意。特别是德国和奥地利的设计界对于杂志上他的设计非常感兴趣，他因而被邀请去为1900年举办的“维也纳分离派”（Vienna Secession）第八届展览设计室内。他的设计具有鲜明的特征，特别是他的几何形态和有机形态的混合采用，简单而具有高度装饰味道的平面设计特征，与分离派的追求有异曲同工的相似，因此，受到极大的欢迎和赞赏。他的设计也通过这次展览得到世界的认识。从此以后，他被欧洲的艺术和设计界广泛地称颂。他的设计影响了一大批设计家，其中约瑟夫·霍夫曼在布鲁塞尔设计的“斯托克列宫”（Palais Stoclet 1905—1911，被建筑界称为杰作“chef-d'Oeuvre”），在设计上可以看出明显的马金托什影响的痕迹。

虽然马金托什在海外声名大振，但是他的主要设计其实都还是在他的故乡，特别是在格拉斯哥和附近的地区。19世纪下半叶，格拉斯哥是充满了兴旺和朝气的大都会，是文化、商业的中心。大批的富裕的资产阶级成为艺术，设计的重要赞助人和支持者。这对于格拉斯哥的设计发展起着重要的作用。不少富商动用巨资兴建豪华巨宅，给设计师很好的试验机会。富商如阿其巴德·麦克里廉（Archibald Mc-Lellan）、威廉·布列尔爵士（Sir. William Burrell）等人都广泛收藏艺术品，对于艺术家来说也是重要的促进。1902年格拉斯哥的艺术画廊（the Art Gallery）和克温格罗夫博物馆（Museum at Kelvingrove）开幕，对公众开放，提供了艺术展示的中心。兴盛的形式使格拉斯哥成

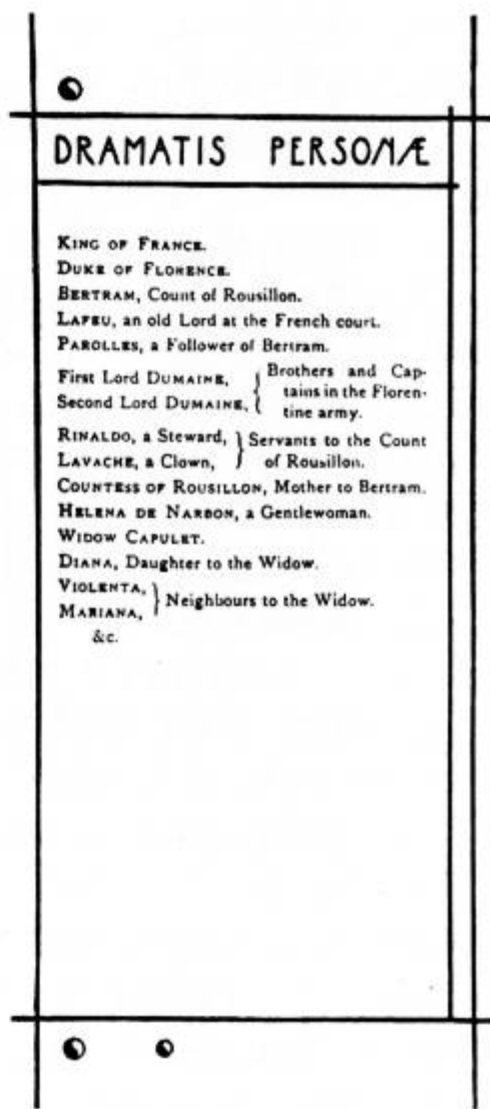


6-4. “格拉斯哥派”的继承人塔尔文·莫里斯 1908 年设计的书籍封面，发扬了马金托什奠定的平面风格。



6-5. 塔尔文·莫里斯 1908 年设计的书籍装饰细节，具有典型的“新艺术”运动特点。

6-6. 塔尔文·莫里斯 1908 年设计的书籍《善始善终》的封面，出现了简单、明确的现代平面设计的风格特点，显示他的设计已经逐步从“新艺术”运动强调装饰向功能主义的现代平面设计转化。



为设计试验的新的一个重要中心。

19 世纪 80 年代到 90 年代，格拉斯哥还是各种艺术活动十分活跃的中心，出现了很多新生代的艺术家，比如称为“格拉斯哥男孩”（Glasgow Boys）的画家集团，包括詹姆斯·固特利（James Guthrie）、霍奈（E. A. Hornel）、约翰·拉弗雷（John Lavery）、沃顿（E. A. Walton）等人，他们创作了大量的新作品，表现了格拉斯哥印象主义的风格。格拉斯哥的设计也逐渐形成自己的独特风格，称为“格拉斯哥风格”（Glasgow Style），主要的奠基人有马金托什，赫伯特·麦克奈尔，麦当娜姊妹，他们被称为“格拉斯哥四人”。此外还有塔尔文·莫里斯（Talwin Morris, 1865—1911），杰西·纽伯利（Jessie Newbery 1864—1948），乔治·华顿（George Walton 1867—1933）等人。他们的风格重于各种源于植物纹样的装饰，具有典型的“新艺术”运动风格特征。

马金托什的风格不是突然产生的，他是英国设计运动和欧洲大陆设计运动的发展成果之一。他的发展上承英国工艺美术运动，特别是以威廉·莫里斯，约翰·拉斯金等人为首的各种试验的发展，另外，还受到欧洲新艺术运动，特别是被视为现代主义前奏的一些人物，如维也纳的分离派运动，美国的弗兰克·赖特，格林兄弟等等试验的影响。他是工艺美术时期与现代主义时期的一个重要的环节式的人物，在设计史上具有承上启下的作用和意义。

在“格拉斯哥四人”之后，这个城市的另外一些青年设计家继续发扬了他们奠立的设计传统。其中比较突出的有杰西·金（Jessie Marion King, 1876—1949）、塔尔文·莫里斯（Talwin Morris, 1865—1911）、杰西·纽伯利（Jessie Newbery, 1864—1948）、安妮·佛朗西（Annie French, 1872—1965）等人。其中塔尔文·莫里斯采用非常简单的、具有典型对称和“新艺术”风格的象征图案设计书籍，取得很大成功。他日后在格拉斯哥的一个印刷和出版公司担任设计工作，因而把格拉斯哥派的风格进一步发扬光大。他的风格虽然与马金托什有异曲同工的地方，但是，更加具有自己的象征主义特色。他的书籍装饰，仅仅采用黑白线条，流畅而神秘，非常有感染力，是这个设计



流派的非常杰出代表作品。以上这些人也都设计过各种不同的字体，具有很特别的书写特征，完全避开罗马体的影响，从抽象的想像之中发展出具有神秘色彩和象征特征的字体，比如杰西·金设计的字体就是一个典型例子。

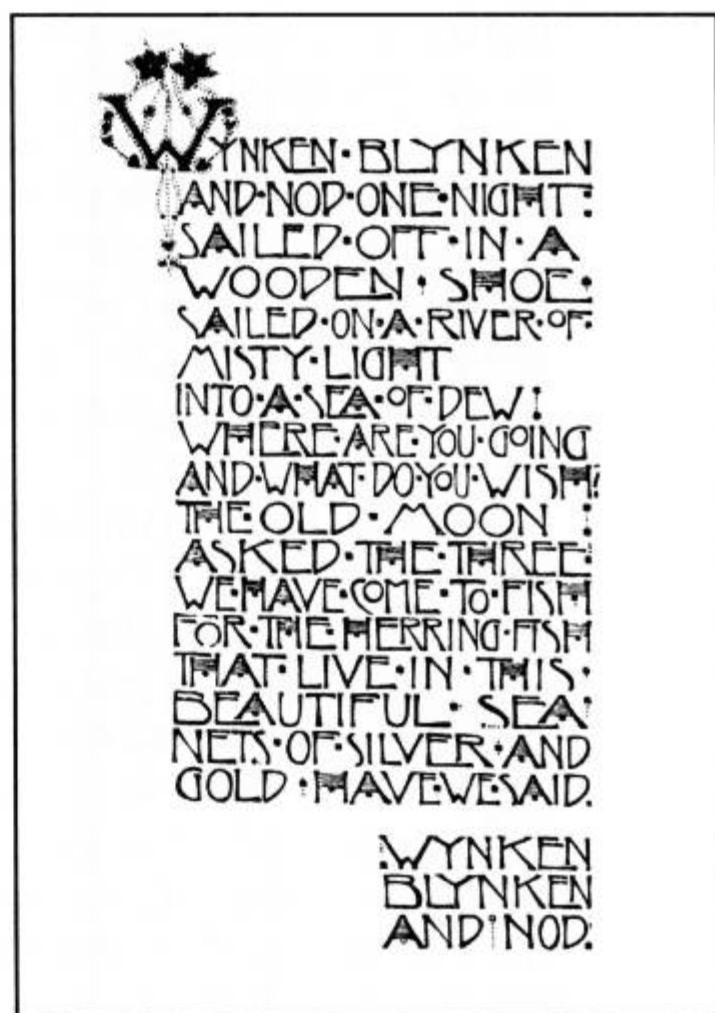
马金托什与“格拉斯哥四人”，以及其他的青年一代的设计家们，代表了“新艺术”运动的一个重要的发展分支。“新艺术”运动设计主张曲线、主张自然主义的装饰动机，反对直线和几何造型，反对黑白色彩计划，反对机械和工业化生产；而马金托什则刚刚相反，主张直线，主张简单的几何造型，讲究黑白等中性色彩计划。他的探索恰恰为机械化、批量化、工业化的形式奠定了可能的基础。因此，可以说马金托什是一个联系“新艺术”运动之类的手工艺运动和现代主义运动的关键过渡性人物，他的探索，在奥地利分离派和德国的“青年风格”派设计运动中得到进一步的发展。

## 2. 维也纳“分离派”运动 (The Vienna Secession)

作为欧洲“新艺术”运动的一个重要分支，维也纳的“分离派”发挥了类似“格拉斯哥派”的作用，为传统设计向现代设计进步莫立了发展的基础。

在19世纪末叶，奥地利首都维也纳的一批青年艺术家和设计家公开提出与正宗的学院派分离，自称分离派，在形式方面与德国的“青年风格”接近，成为一股德文国家的新设计运动力量。维也纳“分离派”正式成立于1897年4月3日，那一天，维也纳正统的艺术组织“维也纳创造性艺术家协会”(the Künstlerhaus, the Viennese Creative Artists Association)开会，会上就传统和发展问题发生严重冲突，一批青年艺术家和设计家当场宣布退出这个协会，与主流分离，因此自称“分离派”。这场冲突的表面原因是对外国艺术家参加协会的展览同意或不同意的问题引起的，而实质问题在艺术和设计上到底是遵循传统路线，还是接受外国的，特别是法国、德国、苏格兰、英国等等国家正在进行的大规模设计改革的经验，来改造奥地利和维也纳的艺术和设计。因此，是传统与现代的冲突，是保守和进步的冲突，如此之大的问题，当然不可能取得一致意见，因此冲突造成破裂，产生了欧洲最突出的新设计和艺术群体之一——“分离派”。这个运动的领袖是杰出的天才画家古斯塔夫·克里姆特 (Gustave Klimt, 1862—1918)，建筑家约瑟夫·奥伯里奇 (Joseph Maria Olbrich, 1867—1908) 和约瑟夫·霍夫曼 (Josef Hoffmann, 1870—1956)，以及艺术家和设计家科罗曼·莫塞 (Koloman Moser, 1868—1918)。这个运动虽然受“新艺术”运动的启发而产生，但是，从它产生的时候开始，就与“格拉斯哥派”一样，是对“新艺术”运动的曲线风格的对抗。

这个集团成立之后，开始积极从事各种海报设计，他们的海报设计，可以清晰地反映出这个组织的迅速发展过程：从比



6—7. 另外一个苏格兰的“新艺术”运动平面设计家杰西·金1898年设计的版面，字体和版面编排都具有强烈的装饰特点。



6—8. 奥地利的维也纳“分离派”平面设计的典型例子：古斯塔夫·克里姆特1898年设计的第一届“分离派”展览海报，具有“新艺术”和强调纵横编排的“分离派”双重特点。

较传统的方式，发展到类似法国“新艺术”运动的曲线装饰方式，然后进入本身风格形成的成熟阶段。这三个阶段只用了很短的时间就完成了，可见成员本身已经有了比较一致的设计和艺术设计倾向。可以肯定地说，“分离派”的发展是从“格拉斯哥派”的风格中得到启发和借鉴的。因此，这两个集团在设计风格上也颇有相似之处。

“分离派”一成立，立即举办自己的展览，并且展览频繁，连续不断，对社会的影响很大，而展览的海报，其实就是他们的艺术和设计立场的宣言。克里姆特亲自设计了不少海报，他采用了古希腊的神话题材和装饰动机，加上简单的几何图形布局，显得非常突出。特别是第一次“分离派”展览，他画了古希腊的艺术女神雅典娜站在一旁看特修斯杀死怪兽米诺陶，象征“分离派”征服保守的传统派。这张作品使维也纳的大众了解到艺术界和设计界的斗争如何尖锐。

“分离派”第二次展览的海报是莫塞设计的，完全成为法国“新艺术”运动的翻版，全部采用曲线构成，反映了“新艺术”运动对于“分离派”的影响。这种情况持续了没有多久，“分离派”就完全放弃这种曲线风格，转为简单的几何图形的组合，也开始进入真正自己发展的阶段了。

维也纳“分离派”在世纪之交出版了最具影响力和探索性的刊物《神圣的春天》(Ver Sacrum)。与其说这是一份杂志，倒不如说它是“分离派”设计的试验场地。这份杂志的发行时间是1898年到1903年，每一期都充满了在平面设计上的试验性作品，广泛的尝试各种设计的可能性。这份杂志的前卫特征，使它的订户非常少，1900年这份刊物总印数为600份，而订户只有300个左右。但是，无论经济效益如何，它却给年轻的设计家们提供了一个试验的园地。这本杂志的风貌，就充满了在意识形态上和形式上的强烈分离立场。1894年一期的封面是阿尔佛列德·罗勒(Alfred Roller)设计的，他设计了一棵在木桶中成长的树，因为树已经长大了，因此把桶挤裂开来，树根透过木桶的裂口伸展到地上，树根深深地长到土地上，从土地上汲取养分，形容“分离派”不受传统的木桶的束缚，立场鲜明。同一个艺术家在1898年设计的《神圣的春天》封面，则采用了比较典雅的树叶重叠图案，组成了非常自然的肌理；1899年的封面是莫塞设计的，他采用了黑白强烈对比方法，描绘了一个女性的头部，线条流畅，与法国“新艺术”风格非常相似；1899年另外一期的封面是约瑟夫·霍夫曼设计的，他运用细细的线条，描绘出完全对称的植物纹样，典雅而秀丽，也受到法国“新艺术”风格的影响。其他的几个“分离派”的成员，都为这个刊物设计插图和封面，比如阿道夫·波姆(Adolf Bohm)利用细线描绘出缠绕反复的森林和森林在湖上的倒影，线条交织，丰富多变，非常浪漫和新颖；罗勒也利用对称的布局设计插图，充满了具有高度装饰性的曲线，等等，显示“分离派”在19世纪末依然受到法国“新艺术”运动的深刻影响。但是，从20世纪开始以来，风格就开始产生变化。1901年莫塞设计的插图，改变了以前曲线的风格，虽然



6—9. 阿尔佛列德·罗勒1894年设计的“分离派”杂志《神圣的春天》的封面。

6—10. 阿尔佛列德·罗勒1898年设计的《神圣的春天》的封面。

6—11. 阿尔佛列德·罗勒1899年设计的《神圣的春天》的封面。

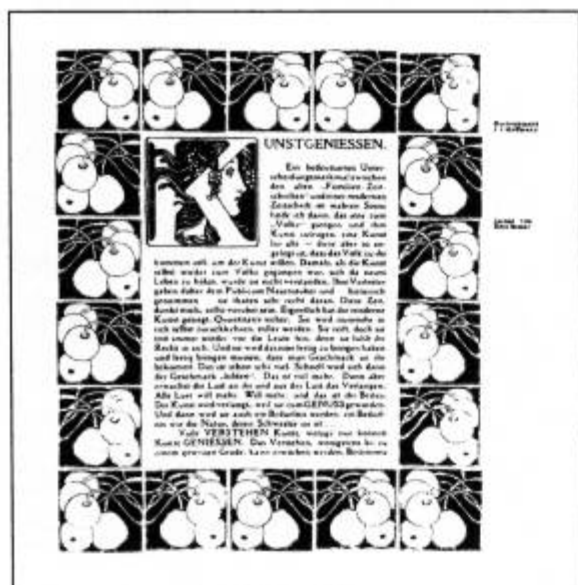




6-12. 约瑟夫·霍夫曼 1898 年设计的《神圣的春天》的封面。



6-13. 约瑟夫·奥布里奇 1899 年设计的《神圣的春天》的封面。



6-14. 霍夫曼 1898 年设计的《神圣的春天》的封面。



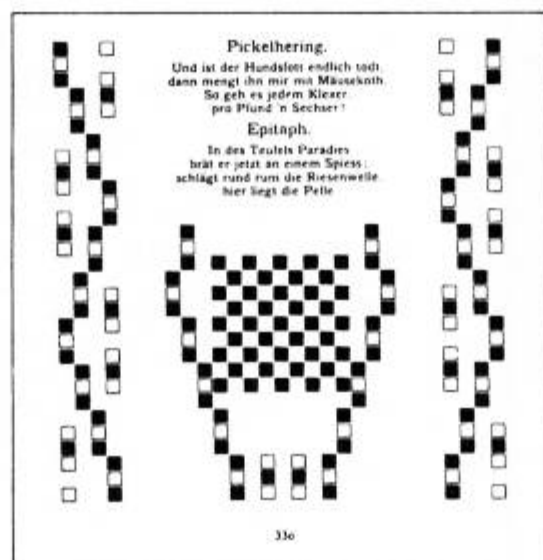
6-15. 科罗曼·莫塞 1899 年设计的《神圣的春天》的封面。



6-16. 阿道夫·波姆 1898 年设计的《神圣的春天》的封面。



6-17. 科罗曼·莫塞 1901 年设计的《神圣的春天》的封面和内页。

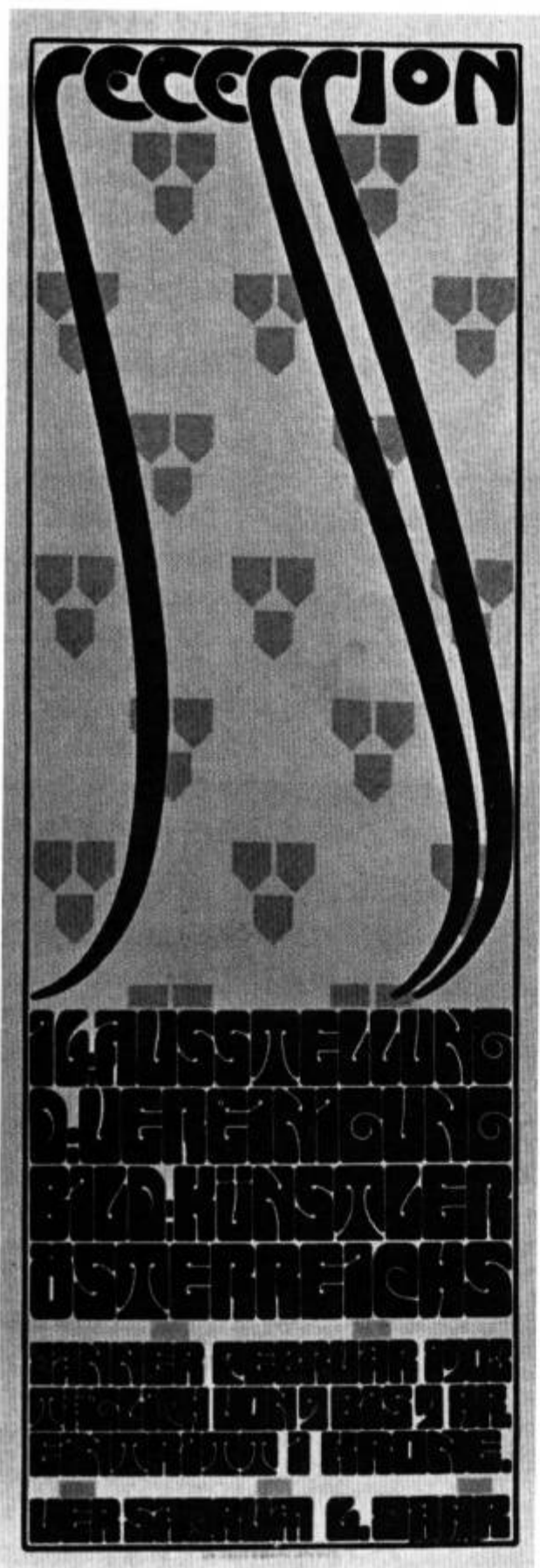


依然采用对称的布局，但是装饰方法则是对称的几何小黑白方形组成的工整图案，这是在法国和其他任何国家的“新艺术”运动中没有出现过的设计方式，显示“分离派”已经开始向更加几何化和理性形式化的方向转变。

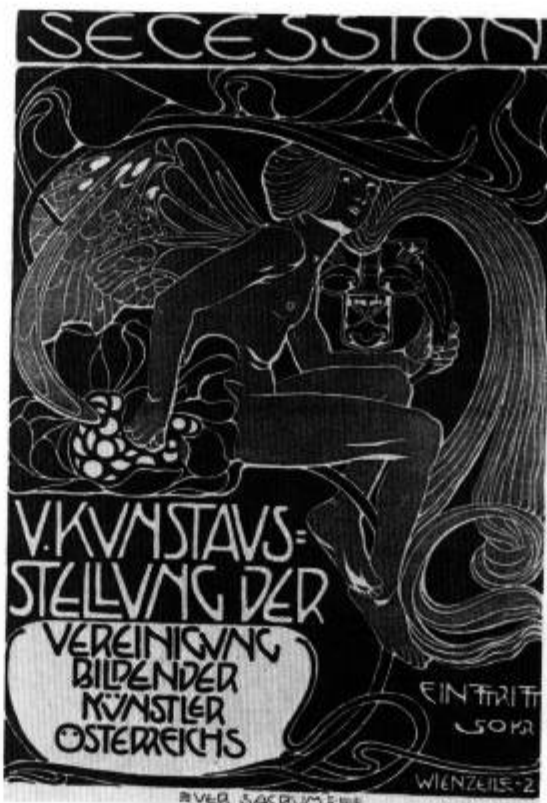
《神圣的春天》这本杂志的开本也非常特殊，完全摆脱传统杂志的尺寸，它的尺寸比例是 28 厘米 X 28.5 厘米，基本是方形的，因此，在书报摊上很醒目。《神圣的春天》选择刊登的内容以文学性的为主，但是也有一些重要的设计论文。其中比较重要的是奥地利现代建筑的重要奠基人阿道夫·卢斯



6-18. 维也纳“工作同盟”的标志，具有明显的“分离派”特征。



6-19. 罗勒设计的1902年第六届“分离派”展览的海报。



6-20. 科罗曼·莫塞1899年设计的海报，是“新艺术”运动的典型作品。



6-21. 莫塞1899年设计的海报，具有典型的“新艺术”和“分离派”特点。

(Adolf Loos, 1870 — 1933)，他的论文尖锐地抨击维也纳当时建筑设计的矫揉造作和过分装饰趋向，他说维也纳的建筑全是人为的装饰结果，好像乌克兰的建筑师为了取悦于俄国女沙皇叶卡捷林娜所设计的建筑一样。他认为没有用的装饰除了增进城市的丑恶、增加营造的价格之外，一无是处。他在文章中提出的无装饰的建筑思想和“装饰是罪恶”的观点，包含了设计的民主主义思想，成为现代主义建筑的最早理论基础。1906年，卢斯在瑞士设计的卡玛住宅（Villa Karma, Switzerland, 1906）是他的这种思想的集中体现，也是世界上最早的现代建筑的雏形。从这个角度来看，《神圣的春天》这本刊物，也是奥地利的现代设计论坛。

“分离派”是世界上最早以组织的形式提出现代设计思想的设计集团，其中，霍夫曼的思想，特别是他的建筑设计思想，对于形成现代设计理论起重要的作用。1895年，奥地利设计家奥托·华格纳（Otto Wagner, 1841 — 1918）发表了他的著作《现代建筑》，在这本书中，他提出建筑设计应该集中为现代生活服务，而不是模拟过往的方式和风格。设计是为现代的人服务的，而不是为古旧复兴而产生的。华格纳认为现代建筑设计的核心部分是交通或者交流系统设计，他称为“Stadtbahn”，相当于英文的“transport system，即公共交通体系”。他的这个理论的立足点，是认为建筑是人类居住、工作交流的场所，而不仅仅是一个空洞的人造空间。建筑应该具有为这种交流、交通为中心的设计考虑，以促进交流、提供方便的功能为目的。装饰也应该为此服务。华格纳设计的建筑迈奥里卡住宅（the Maiolica House）就体现了这种功能第一、装饰第二的设计原则，并且开始摒弃正宗“新艺术”风格的毫无意义的自然主义曲线，采用了简单的几何形态，以少数曲线点缀出装饰效果。这个设计令当时设计界耳目一新。他在这个时期设计了不少类似的建筑，扩大了自己设计思

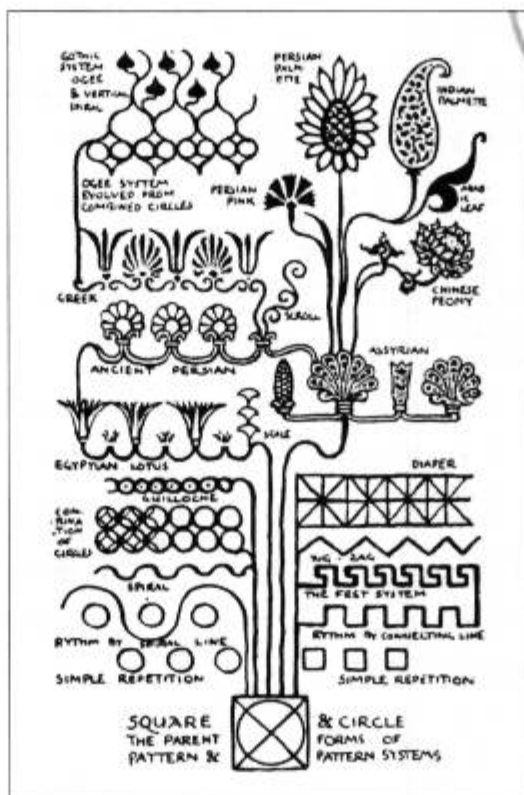




6-22. 1902年维也纳“分离派”设计家自己的设计标志，体现了他们探索的趋向。



6-23. 罗勒 1900年设计的怀表装饰，具有典型的“新艺术”特征。



6-24. 沃尔特·克莱恩 1900年编辑的设计著作《线与形》的一页，展示了他推崇的装饰方法和图案。



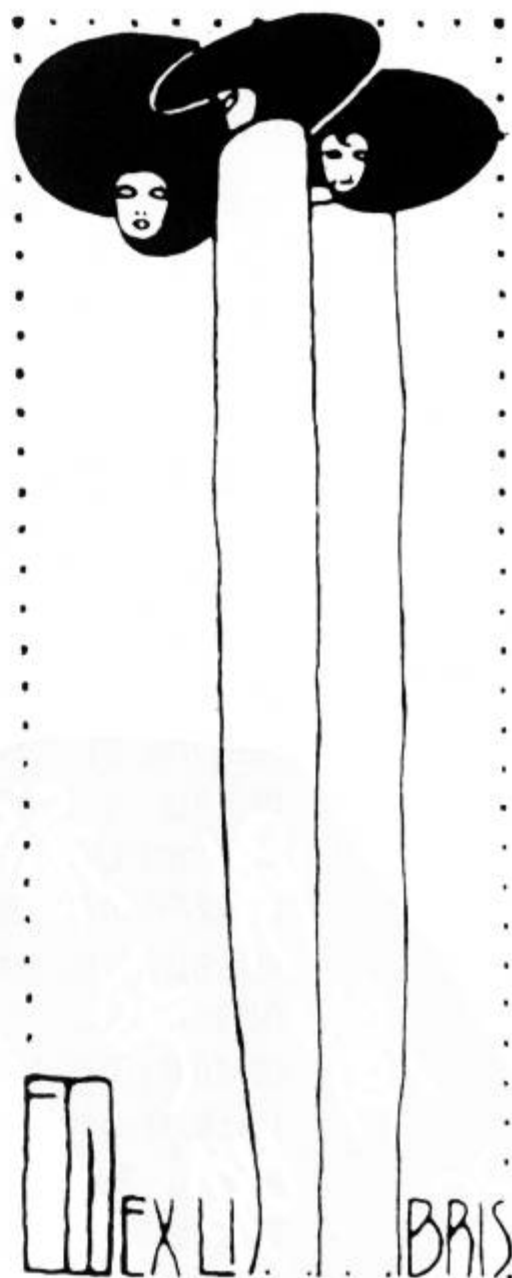
6-25. 霍夫曼 1905年设计的维也纳“工作同盟”展览海报。

想的影响面，通过不断的设计实践，他逐步发展自己的设计思想，设计达到更成熟的阶段，比如 1898 年根据他的“交通体系”思想设计的维也纳卡普拉茨车站（the Karlsplatz Station）、1906 年设计的荷兰海牙的弗莱登宫（Friedenspalast in the Hague 1906）和 1906 年设计的斯坦霍夫教堂（the Steinhof Church, 1906）。他设计的维也纳分离派总部（the Vienna Secession Building, 1897 — 1898）是“分离派”风格集大成的作品，充分采用简单的几何形体，特别是方形，加上少许表面的植物纹样装饰，他的设计具有功能和装饰高度吻合的特点，与外型奇特、而功能不好的建筑形成鲜明对照。

他的这个思想与奥地利、维也纳的一批前卫艺术家和建筑家的思想不谋而合。这批设计家组织了自己的团体，即“分离派”。这个组织原来称为“奥地利美术协会”（the Austrian Fine Art Association），在“分离派”组成以后，他们通过出版杂志《神圣的春天》，通过自己的大量各种设计项目，包括建筑、产品和平面设计，反复强调自己的设计立场，他们还提出自己的口号“为时代的艺术，为艺术的自由”（Der Zeit Ihre Kunst - der Kunst Ihre Freiheit），并且把这句话作为自己的座右铭。这批奥地利前卫设计家的口号，与奥托·华格纳的《现代建筑》一书中的主张基本一致，德国和奥地利的设计力量开始融合起来。

“分离派”运动另外一个重要的建筑设计家是约瑟夫·霍夫曼（Josef Hoffmann）。他在设计上与华格纳有同样的立场和原则，在风格上也比较接近。霍夫曼的设计很多，其中最负盛名的设计是他在 1905 年设计的、位于比利时的斯托克列宫（the Palais Stoclet, 1905）。这个宫殿设计的方式基本是立体形体，细节部分有少数精致的浮雕和立体雕塑装饰，采用混凝土和金属构件，相得益彰。室内设计和家具设计也具有同样的统一风格。一扫法国、比利时、西班牙“新艺术”运动风格的扭怩作态的矫饰倾向，是向现代设计发展的一个重要里程碑建筑。

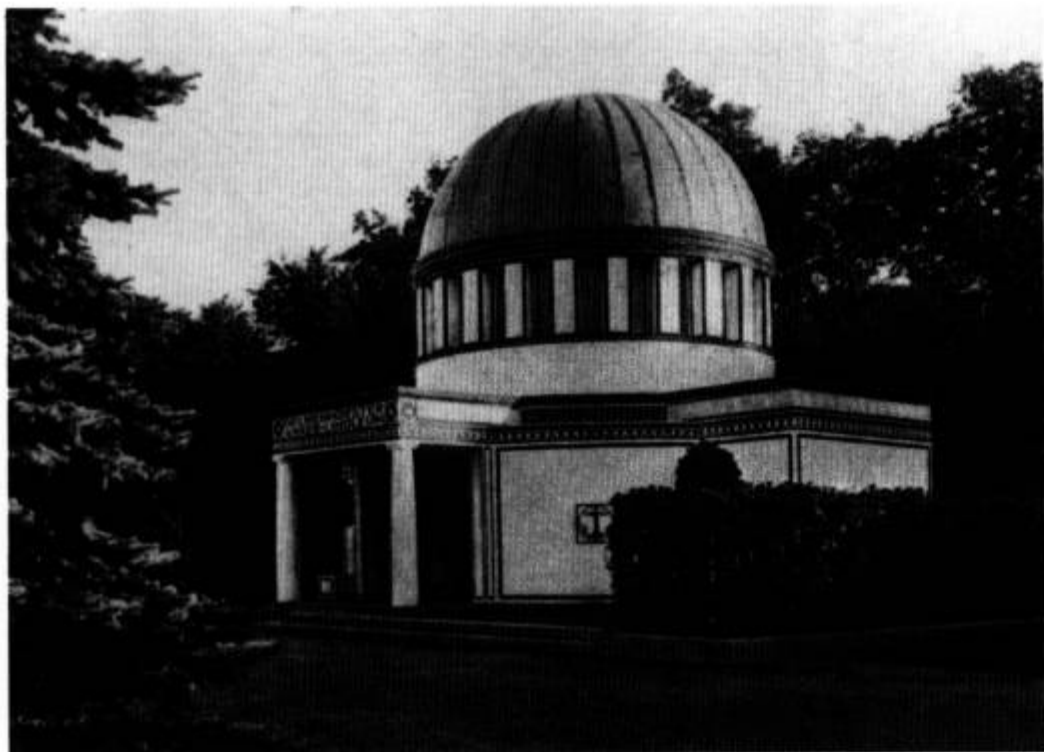
“分离派”成员在 20 世纪初期开始，纷纷探索现代设计的可能性。他们分别从建筑设计、室内设计、用品设计、平面设计、纺织品设计、装饰绘画等等



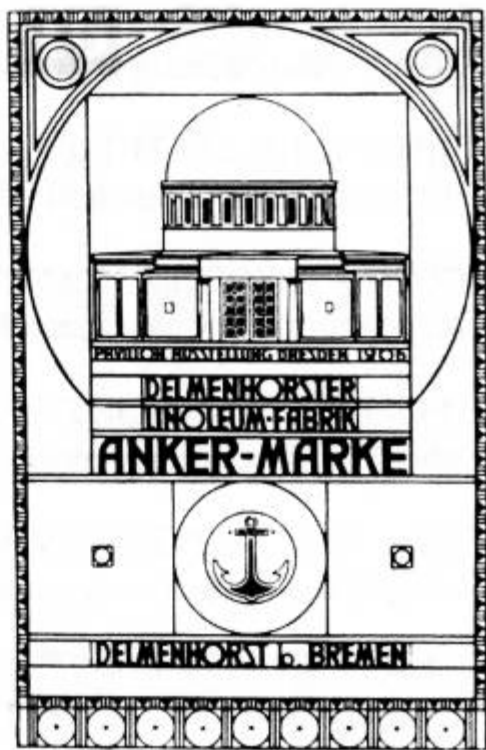
6-26. 霍夫曼 1903 年设计的书籍内封，具有强烈的“分离派”形式感。







6-27. 贝伦斯 1906 年设计的展览会建筑，与他的平面设计探索是一致的。



6-28. 1906 年贝伦斯为一个建筑展览会设计的海报。

到“青年风格”运动在慕尼黑开始萌发的时候，他很快就放弃了写实主义绘画，投身到设计改革运动中来。

大约在 1900 年前后，德国的设计受到欧洲大陆的“新艺术”风格影响，早期的这种风格设计事务所是德国设计家奥古斯特·恩戴尔（August Endell, 1871—1925）设立的，这个公司设计的产品、室内设计，与法国的吉马德、比利时的霍塔和西班牙的高蒂的设计非常相似，具有基于曲线装饰、被戏谑为“面条风格”的特点。这种风格在德文国家有几年的影响，但是很快，从维也纳传来的“分离派”浪潮就冲击了这种曲线装饰的风格。

贝伦斯是德国“青年风格”运动的组织者，他在 1893 年仿效奥地利同行的方式，成立了德国“青年风格”这个前卫设计组织。

1900 年，德国赫森大公爵恩斯特·赫斯（Ernst Ludwig Hesse）提出要进行“把艺术和生活联系在一起”的试验，因此，他自己拿出巨资在德国的城市达姆斯塔德建立所谓的“艺术家村”（Darmstadt colony of artists）。由他提供资金，聘请他认为杰出的艺术家和设计家来这个“艺术家村”中设计试验作品。他一共选择了 7 个人，其中包括了贝伦斯和维也纳“分离派”的杰出建筑设计家约瑟夫·奥布里奇。根据大公爵的要求，他们每人都要设计一幢建筑，贝伦斯为自己设计了住宅，包括住宅内部的全部用品：家具、纺织品、各种用品和厨房用具、灯具等等，所有的设计都体现出统一的风格，这种设计，被他们称为“统一设计”，或者“完全设计”（Total Design），强调的是设计之间的一致性和内在的联系。

这个时期他一直注意维也纳分离派的探索，特别是奥托·华格纳和霍夫曼的设计。1901 年，贝伦斯设计了自己的住宅，其中包含了不少类似维也纳分离派设计特点的地方，他在 1900 年的国际博览会中展出了这个设计，称为“贝伦斯住宅”（the Haus Behrens）。他的功能主义倾向和明显地倾向采用简单几何形状方式，都表明他开始有意识地摆脱当时流行的“新艺术”风格，朝现代主义的功能主义方向发展。他在这个时期设计的众多建筑之中，最具有这个发展特点是他在 1909 年为德国电器集团（AEG）设计的厂房建筑。这个建筑基本完全摒弃传统的大型建筑结构，采用钢铁和混凝土为基本建筑材料，结构上也开始朝幕墙方式发展，是日后现代主义的幕墙式建筑的最早模式。他在此阶段设计的一些公寓建筑，也有类似的发展特征。

德国的艺术家们、艺术评论界与设计界一向非常注意设计和社会、文化、政治之间的关系。对于大部分德国的设计家来说，设计的目的是要建立良好的社会，因此，具有强烈的“社会工程”特

ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVWXYZ  
ZÆŒ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

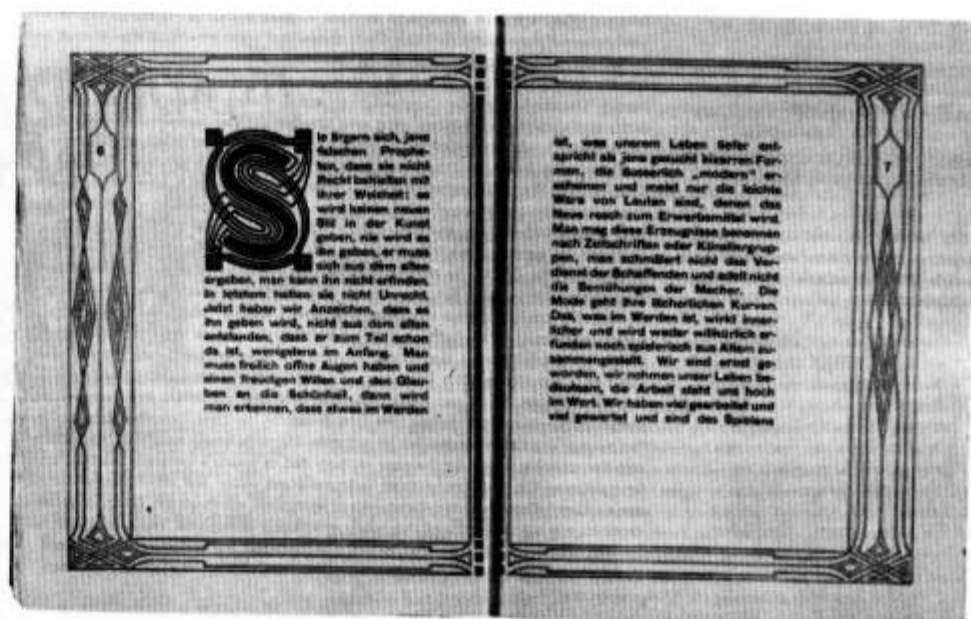
ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzchckfchff

ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVWXYZ  
ZÆŒ abcdefghijklmnopqrstuvwxyzchckfchff

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
XYZÆŒ abcdefghijklmnopqrstuvwxyzch

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
ZÆŒ abcdefghijklmnopqrstuvwxyzchckfch

6—29. 克林斯波铸字厂设计与生产的五种字体，是德国“新艺术”运动时期的典型字体。可以看见设计家也同时使用比较正宗的罗马体，与“新艺术”风格混合使用。



6—30. 德国现代设计的奠基人彼德·贝伦斯设计的书籍一页，具有早期的德国“新艺术”风格特点。

色。贝伦斯也不例外。他认为，除了建筑以外，最能够与社会紧密相关联的设计活动就是平面设计，因此，他本人非常重视平面设计。与其说他对建筑和平面设计爱好，不如说他更加重视这两种设计活动的直接的、立竿见影的社会功能。他的平面设计的试验目的，在于表达新时代的气息，传达新时代的思想，促进人们对新时代的认识和了解。而所谓的“新时代”，在他看来，就是人人平等的、民主的时代，虽然他并没有明确表明自己的政治立场，但是，他与他的大部分同志一样，都具有鲜明的社会主义色彩。

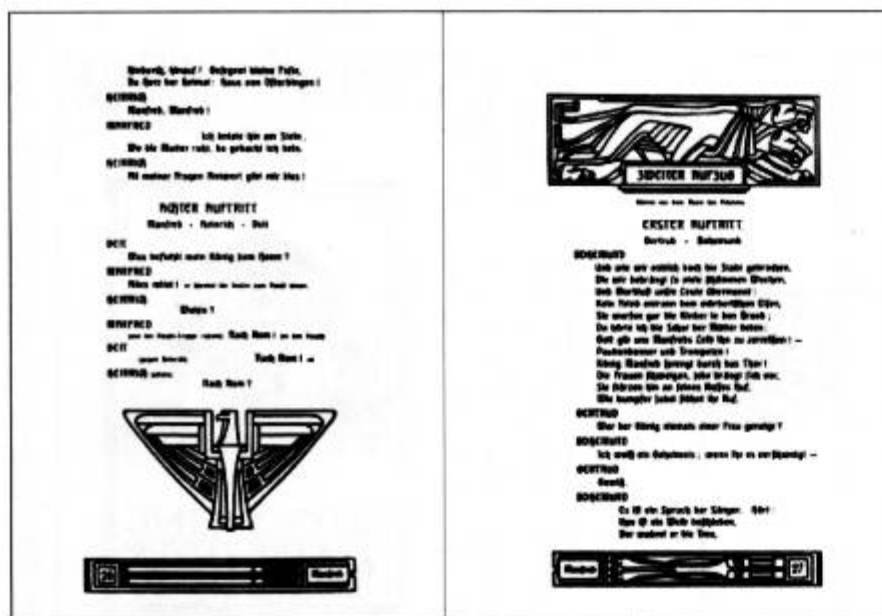
具体到平面设计的改革，他认为能够表达他的这种为新时代服务的设计因素之一，就是采用代表民主的无装饰线体字体。1900年贝伦斯出版了自己的一本只有25页的小册子《庆祝艺术与生活——作为文化最高象征的演艺事业的审视》（Celebration of Life and Art: A Consideration of the Theater as the Highest Symbol of a Culture）全部采用无装饰线字体印刷。德国平面设计史专家汉斯·卢贝认为：这大约应该是世界上第一本全部采用无装饰线字体印刷的书籍，他的这本书设计朴素无奇，文字外边有简单的装饰纹样环绕，首写字母用简单的几何曲线方法装饰，除此之外，朴素的字体和版面编排方式，体现了与其他任何时期的印刷出版物不同的简单、高度功能化的风格。众所周知，无装饰线体是20世纪现代主义平面设计的关键因素，因此，贝伦斯可以被视为现代平面设计的重要奠基人之一。

贝伦斯在无装饰线体上的探索，并不是孤立的。当时德国的贝托尔字体铸造工厂（the Berthold Foundry）也创造了10种无装饰线体组成的一个字体系列，称为“阿克兹登体”（Akzidenz Grotesk）系列，对于20世纪的平面设计具有相当大的影响。这个系列的字体非常完善，包括不同粗细的系列，这个公司从1898年开始探索创造这个庞大的系列，直到1906年才完成，字体匀称、方正，对比合理，为无装饰线体的发展，特别是在第二次世界大战以后的成熟发展和广泛应用奠定了坚实的基础。

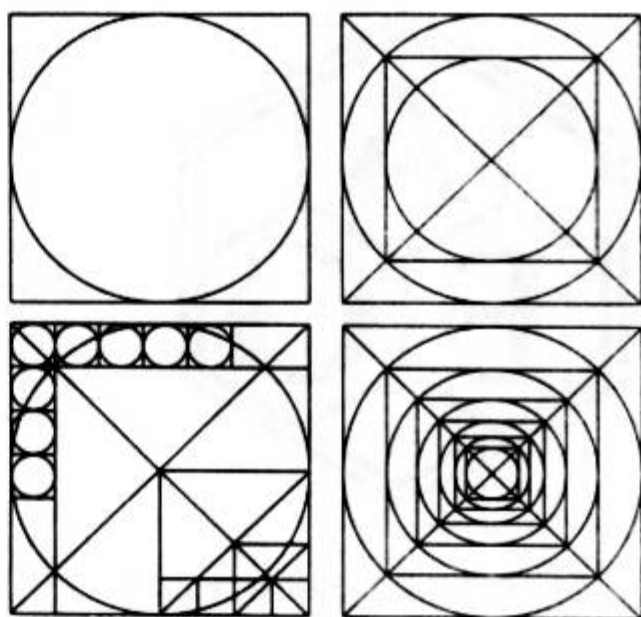
20世纪开始，德国举国上下对于设计有一种急迫感：在新的世纪前面，如何发展出与新世纪、新时代的精神吻合的设计风格，包括新的平面设计风格和字体。贝伦斯急于发展他认为代表新时代的字體，因此到处游说各个字体铸造公司，希望他们能够与他配合，发展新的字体，大部分公司都比较保守，最后他找到德国比较先进和思想比较开放的克林斯波字体铸造公司的32岁老板卡尔·克林斯波，得到他的支持。

1901年，克林斯波公司当时正是因为出版具有浓厚“新艺术”和“青年风格”风格的“艾克曼体”的成功而得意洋洋。对于贝伦斯的要求，其实并不清楚。但是卡尔了解贝伦斯在设计上的立场，因此主持他的设计计划。贝伦斯很快设计出称为“贝伦斯体”（Behrensschrift）的折衷字体系列，





6-31. 贝伦斯 1903 年设计的书籍封面。



6-32. 荷兰建筑家劳威里克创造的利用几何图形的按比例分割和组合的体系，显示出早期的构成主义趋向。

这种字体是介于“青年风格”与现代风格之间的一种过渡性字体，具有某些中世纪的痕迹，也具有某些书法痕迹，好像是用古代的鹅毛笔书写的形式，字体的比例是长方形的，但是，已经基本取消了装饰线。这种字体看来并不成熟，因此贝伦斯继续利用斜体、罗马体等等古典字体进行改良试验，创造了几个系列的新字体来。贝伦斯依然希望自己的“贝伦斯体”能够得到广泛运用，虽然当时大部分德国的印刷工厂都不喜欢这种字体，他还是用这种字体设计了几种书籍出版，利用与“贝伦斯体”相似的插图和装饰，希望建立新时代平面设计的总体面貌。其中他在 1903 年设计出版的乔治·佛什（Georg Fuchs）的《曼弗雷德》（Manfred）是最典型的代表。他利用飞鹰为图案，希望字体与飞翔的鹰之间有联系，因此，在版面编排上也采用了比较松散的方式，达到非常自由的效果。

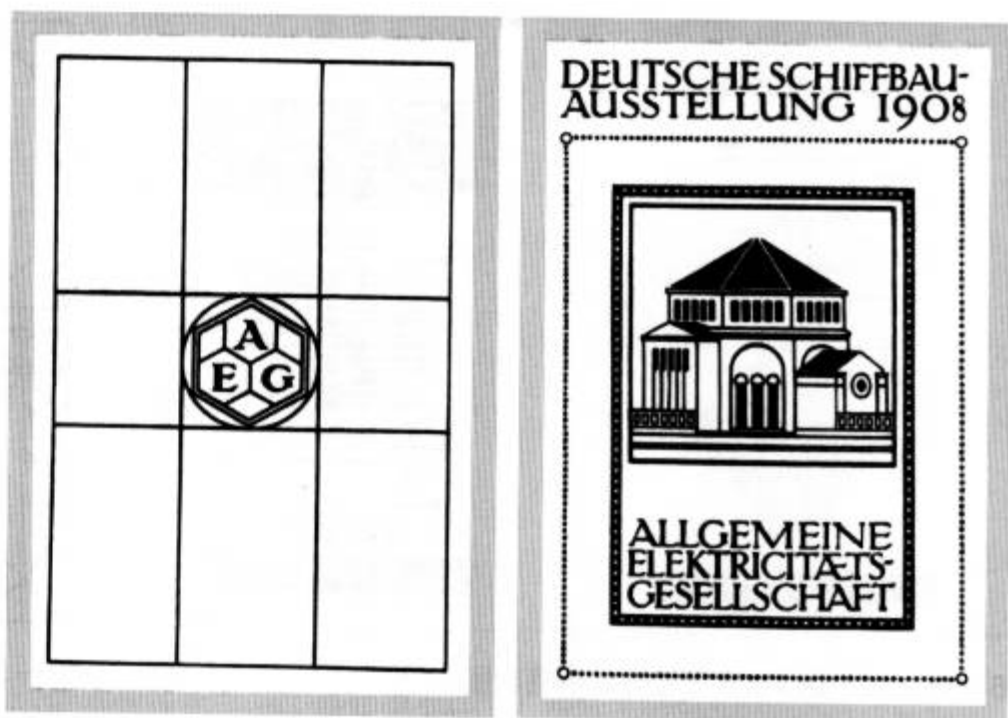
1903 年，贝伦斯到德国城市杜塞多夫担任杜塞多夫美术与工艺学院（the Dusseldorf School of Arts and Crafts）的校长。他这个时期开始集中于设计教育改革。他认为，设计的视觉训练的核心内容，应该是对于几何形态的比例的分析。学生必须利用简单的几何图形为分析的对象，对类似圆形、方形、三角形这些简单的几何图形进行对称、重叠、图形之间的交叉和解析等等不断的练习，最终达到对图形的结构的真实理解。有了这个视觉能力，就可以比较容易地进入真正的设计阶段。他的这种强调基础课程，特别是平面分析的基础训练，通过他的两个学生和助手格罗佩斯和密斯·凡德洛，对于日后的包豪斯设计学院的改革，奠定了基础。

贝伦斯的这个教学探索，在 1904 年得到很大的进步，原因是他的学院聘任了一个荷兰建筑师作为教员。这个建筑家叫马修·劳威里克（J. L. Mathieu Lauweriks），他不但全力支持贝伦斯的教学思想和方法，并且还带来了自己的一些探索的经验。他对于把圆形放在方形内进行不断的重叠、分解和组合非常感兴趣，因此把这种方法带入教学之中。刺激学生的平面分析想像能力。而他与贝伦斯的目的，是要把这种方式运用到设计的各个领域中去：从家具的设计到建筑的设计，都应该从简单的几何图形，特别是圆形和方形的分割、重复、交叉运用等等方式入手。采用方正的方形格子网络为设计的依据，所有的设计元素都应该在这个格子网络中，合乎比例，这样才能够达到高度的形式上的统一。贝伦斯本人也受到这种方法很大的感染。他对于完全工整的方形感到不够有力，因此他自己的设计格子网络往往是长方形的，比例是 1:1.5 或者 1:2 左右。他在 1906 年设计的安科·林伦展览馆（Peter Behrens: Anchor Linoleum Exhibition Pavilion, 1906）就是这种简单的方形、圆形的几何图形的重叠、构成的结果。可以说他们是现代设计教学中的平面构成课程的创造人，并且也是世界上最早把平面构成的原理运用到设计实践上的人。

贝伦斯在设计上的真正突破是 1907 年。这年，德国电器工业公司（AEG）的总裁艾米·拉斯



6-33. 1907年贝伦斯设计的德国电器公司标志，这个标志和其他与此有关的设计应用是世界平面设计史上最早的企业形象系统设计。奠定了企业形象设计的基础。



6-34. 1907年贝伦斯为德国电器公司设计的企业形象设计的内容：公司手册、出版物和标准字体。

劳（Emil Rathenau）邀请他为公司设计公司的标志。德国电器工业公司的旧标志已经有10多年的历史了，花哨的字体，与新的电器产品的形象不吻合，因此公司希望能够有新的、与公司产品形象一致的新标志。贝伦斯研究了公司的产品，明确了公司的形状，对于工业化的强调成为他设计的中心。通过多次反复的设计，他终于设计出非常简单、明确的标志，在设计这个标志的时候，他第一次考虑到企业标志的广泛运用性：必须能够小到公司职员的名片、公司文具和文件上，也能够大到用在工厂的机械、出产的产品和公司的建筑上，做到大而不疏，小而不挤的目的。并且无论正负形，基本形象都不会变化太大。这个设计，成为全世界第一个完整的现代企业形象设计（corporate identity, CI）。

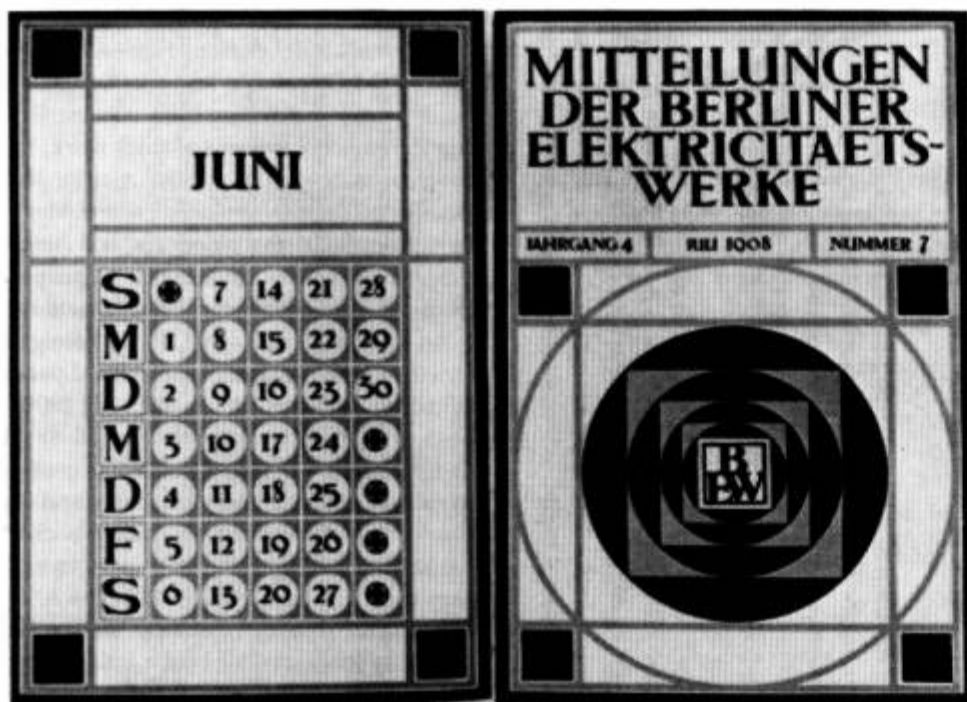
1907年，贝伦斯参与了德国的“工业同盟”的组织工作。这个组织，日后成为德国设计运动的组织核心。

大约1902年左右，开始有部分人从“青年风格”运动中分离出来，形成新的现代设计运动的中心。贝伦斯是其中一个。他为德国电器公司设计企业形象，以及后来为这个公司利用简单的几何形式设计单纯“真实”的产品，如电风扇、台灯、电水壶等等，奠定了功能主义设计风格的基础。是从早期探索的复古的“毕德迈耶风格”（Biedermeier style）中脱离出来的一个重大的进步。“工业同盟”的真正的开创者是穆特修斯（Herman Muthesius 1869—1927）。这个当过教师和外交官的设计领导人曾经组织大量的研讨会，研究设计的问题。他坚决反对“青年风格”运动那种曲线的、矫揉造作的设计，同时也反对在设计是借鉴任何艺术风格，他认为设计的目的仅仅是功能性的完美，因此他追求没有风格的所谓“明确的实用性”设计，宣传功能主义。他对于美术德国教育体系进行大力改革，自从1903年他担任德国政府主管艺术教育的官员以来大刀阔斧改革德国艺术学院，他为了根本改革德国公立设计学院，从而把贝伦斯任命为杜塞多夫美术和工艺学院院长，布鲁诺·包罗委任为柏林美术学院院长，把汉斯·珀尔齐希（Hans Poelzig · 1869—1936）推上雷斯劳美术学院领导的地位，从而引导对美术教育的改革。

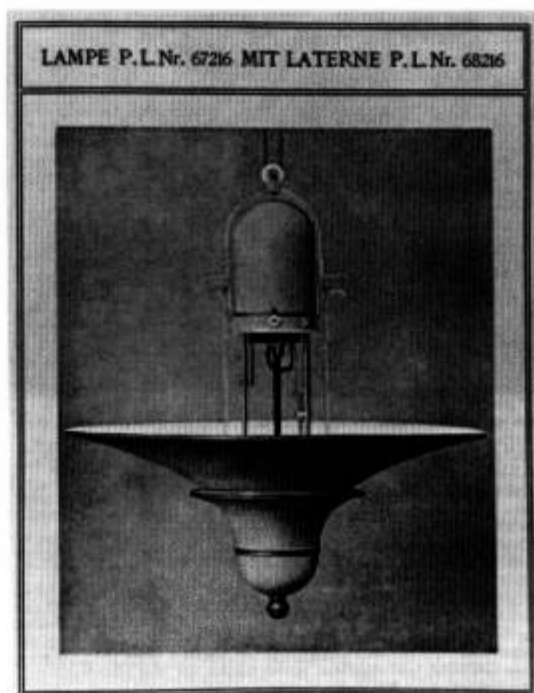
1907年，穆特修斯，贝伦斯等人，成立的德国第一个设计组织——德国“工业同盟”。他在柏林商学院举办讲座，宣传这个同盟的宗旨，要求德国的设计家们推出“工艺美术经济利益协会”，参加同盟。他提出同盟的目的是通过设计强调“民族良心”。同盟立即吸引了大批设计家、艺术家参加。而这个组织的形成，可以说标志着德国的现代主义运动的发轫。

工业同盟的宗旨是由弗里德里克·脑曼（Friedrich Naumann · 1860—1919）起草的。宣言





6-35. 1908年贝伦斯设计的德国电器杂志的封面。



6-36. 1907年贝伦斯为德国电器公司设计的吊灯产品目录的一页。

本身可以看出当时德国设计界和建筑界所关心的几个主要问题。宣言提出以下六个方面的主要内容，即：

1. 提倡艺术与工业、手工艺结合；
2. 主张通过教育、宣传，努力把各个不同项目的设计综合在一起，完善艺术、工业设计和手工艺；
3. 强调走非官方的路线，避免政治对设计的干扰；
4. 大力宣传和主张功能主义和承认现代工业；
5. 坚决反对任何装饰；
6. 主张标准化和批量化。

德国工业同盟的成立是现代设计的一件重大事情，自从这个机构成立以后，德国的设计家就有了一个可以团聚的中心，工业同盟组织的各种展览，讨论会都变成当时设计先驱人物研究发展、讨论问题的重要场所。格罗佩斯的成就（他于1914年受工业同盟委托设计科隆展览馆）在很大程度上是与工业同盟分不开的。

所谓的“工业同盟”是德文的“the Deutscher Werkbund”，从字面上看，相当于英语的“German Association of Craftsmen”，其实是手工艺人的组织。这个组织的发起人包括赫曼·穆特修斯（Hermann Muthesius），比利时设计家亨利·凡德·威尔德，他们与贝伦斯一样，都受到英国“工艺美术”运动的领导人物莫里斯的思想影响，希望能够以这个机构促进德国的设计水平。但是，他们与莫里斯也有非常不同的观点和立场：英国“工艺美术”运动是对工业化的否定，而德国的“工业同盟”却是对工业化的积极肯定。因为包括贝伦斯在内的组织者都明确，在工业时代反对工业化，无异是以螳臂挡车，是违背时代发展的趋势的，他们认为设计在新时代肩负着改变时代面貌的重大责任，他们要建立一种新的文化，一种完全改变人造的物质世界面貌的文化，他们的哲学思想是改天换地的新文化，称为“Gesamkultur”——“新文化”思想。因此，德国“工业同盟”逐渐成为德国现代设计的火车头，与组织者对时代和工业化的认识是密切相关的。

德国“工业同盟”很快分裂成两个对抗的派别。一个是以穆特修斯为首的，认为设计的核心是为大工业服务，因此，必须形式服从功能需要，必须要以标准化为核心，任何艺术家的个人创造，都必须在标准化、批量化生产、努力降低生产成本等等基本的要求前屈服，生产是至上目的，生产成本降低，才能造福于人民大众；另外一个派别是以威尔德为首的，他们认为艺术家的个人创造应该



6-37. 贝伦斯1908年为德国电器公司设计的产品目录, 上面的电热水壶也是他设计的, 体现了统一的理性风格。



6-38. 1910年贝伦斯在柏林设计的零售店, 与他的工业产品、平面设计具有同样的理性特点, 是现代主义设计的雏形。



6-39. 1914年贝伦斯设计的德国“工业同盟”展览的海报。

是至上的, 不能屈服于任何标准化和批量化的目的。贝伦斯开始一直在这两个派别中调和, 避免冲突, 但是, 一旦他着手设计德国电器工业公司的标准, 和继而设计的工业产品时, 他明显地转向标准化、批量化, 他的作品, 也成为穆特修斯派理论的最好例证。

贝伦斯从1907年开始, 为德国电器工业公司设计各种电器产品, 包括电灯、电风扇、电水壶等等, 他的设计均采用简单的几何形式, 方便生产, 同时也大幅度降低了产品生产的造价。因此受到企业和顾客的欢迎。他的没有装饰的、高度功能化的产品设计, 为日后的功能主义设计原则发展奠定了基础。他成为德国电器工业公司的特别设计人员, 负责产品设计和平面设计, 他从1907年开始, 设计了大量的电器产品, 特别是各种电灯, 同时也设计了大量的平面项目, 包括广告、海报、产品目录等等, 因为始终强调统一性, 所以, 他为这个公司形成了从产品到企业形象和推销的高度统一的企业形象, 是企业形象设计的最早和比较完善的典型。

贝伦斯的平面设计具有很强烈的个人特征, 他这个时期开始为德国电器工业公司和其他企业设计产品目录、广告册页和海报, 他采用标准的方格网络方式, 严谨地把图形、字体、文字说明、装饰图案工整地安排在方格网络之中, 虽然有些呆板, 但是清晰易读, 一目了然, 企业和市场都非常喜欢。他设计的广告册页, 因为运用方格网络排版, 同时在字体选择上也非常简洁, 往往是自己的改良罗马体, 因此具有减少主义的初期特征。这种特征在第二次世界大战之后, 成为世界平面设计的基本风格之一。

20世纪刚刚开始, 从苏格兰、德国到奥地利都开始了相当规模的对现代设计, 包括平面设计的探索, 这些探索都为现代设计的真正发展铺设了康庄大道。而20世纪开始的现代艺术运动, 又从形式上、意识形态上为现代设计提供了新鲜的、有力的支持和借鉴。



# 7 现代艺术对平面设计发展的影响

## 导言

20世纪初,在欧洲和美国相继出现了一系列的艺术改革运动,特别是在1907年到两次世界大战之间的期间,这些运动发展得特别有声有色,如火如荼,结果是从思想方法、表现形式、创作手段、表达媒介上对人类自从古典文明以来法则完成的传统艺术进行了全面的、革命性的、彻底的改革,完全改变了视觉艺术的内容和形式,这个庞大的运动浪潮,我们往往笼统地称之为现代主义艺术,或者现代艺术。在英语上为“modern art”。这个艺术运动浪潮的影响是极其深远的,它不仅仅改变了艺术的内容,比如艺术的目的、艺术的价值观、艺术服务的对象和艺术的思想内容,它同时还完全改变了艺术的表现形式。

20世纪有两次巨大的艺术革命,世纪之初到第二次世界大战前后的现代艺术运动是其中的一次,影响深远,并且形成了我们现在称为“经典现代主义”的全部内容和形式。另外一次是60年代以“波普”运动开始的当代艺术运动,这个运动的结果是混乱的,迄今到底这个运动浪潮给人类文明带来什么结果依然不分明,但是,我们可以说比较明确的当代艺术运动的结果之一就是没有结果,这个浪潮是绝对个人主义发展的结果,与战前的现代艺术运动讲究群体性完全不同。因此,战后的当代艺术运动浪潮造成了艺术评论的混乱,在评论上毫无标准可言,或者称为评论标准的多元化,艺术创作的绝对个人化,思想上的泛政治化,艺术本身完全脱离社会,艺术品逐渐成为难以收藏的,甚至无法观赏的东西,因而,失去了艺术活动的支持基础。无论是国家,还是博物馆,或是画廊和私人收藏家都对当代艺术表现出越来越冷淡的态度,创作资金日益窘困,当代艺术面临着很大的危机。这自然不是本书要讨论的内容。

现代艺术运动的产生时间争议很大,有些人认为开始于文艺复兴时期,也有人以法国的印象派为开端,但是,如果从它与传统艺术的关系来看,应该说这个庞大的运动是在20世纪初期开始于欧洲的。现代艺术的核心是对以往艺术的内容的改革和对传统艺术的表现方法、传统媒介的改革。从思想上来看,传统艺术的目的是宗教性和道德性的训诫,再现性和装饰性的视觉取悦,表现方式则是写实性的。15世纪意大利文艺复兴以来,在艺术创作上越来越多地强调艺术家自己的感受,越来越多的表现人,而不是理性化的、神化的人,但是逼真的写实技法、艺术受社会伦理道德观、受资助力量(往往是国家、教会、富裕的商人阶级)的控制,却基本一成不变,文艺复兴发展了三种新的逼真再现的技法:透视、人体解剖、色彩,都被吸收用于同样的创作目的。法国的法兰西美术学院是欧洲17世纪、18世纪集大成的美术中心,艺术服务于国家和皇室,粉饰太平,对统治阶级歌功颂德,取悦于贵族阶级和皇室,都达到登峰造极的水平。在这种洪流之中,虽然有一些艺术家希望表现自我,但是只能在这些目的的外衣下,偷偷的表现自我。19世纪以来,艺术资助力量随着资本主义的发展急剧改变,艺术服务的对象不再仅仅是封建贵族阶级,而是富裕的资本家,操纵艺术市场的是画廊和艺术沙龙,艺术家不必画权贵喜欢的题材,而在广阔的市场中有自己的更大的选择,因此,出现了新艺术的探索。1860年前后的印象主义首先在题材上和技法上进行改良,他们开始画新的城市生活,反映发展的时代,同时也利用光学研究的成果,改变陈旧的固有色彩体系,动摇了色彩的传统根基。更重要的是他们把个人的感受带入了艺术创作,个人的风格大相径庭,而庞大的艺术市场能够包容多元的个人风格,这种情况,刺激了艺术的进一步发展。19世纪末期,个人表现越来越成为艺术家希望传达的内涵,后期印象主义的梵高、高更,挪威的爱德华·蒙克等人都以绘画表现自己的心理感受和恐惧,欧洲也出现了一批以绘画象征某种观念或者个人心理的象征主义派别,还有一些艺术家对于原始艺术、非洲艺术、民间艺术感到浓厚兴趣,摒弃传统艺术方法,尝试新的原创性的表现方法,比如19世纪末法国出现的“野兽派”就是这种尝试的结果。

到20世纪初期,艺术上的个人主义发展达到高潮,个人表现的强烈欲望,产生了1904年在德累斯顿的德国表现主义集团“桥社”,1907年在巴黎出现的立体主义集团,1911年在慕尼黑出

现的另外一个德国表现主义集团“蓝骑士”，现代艺术运动正式开始发展起来。新的时代，出现了许多新的刺激视觉和精神的因素，现代技术对于生活方式的冲击，汽车、飞机、轮船、机械化生产、都市的急剧膨胀；城市生活的复杂化、社会贫富悬殊的扩大、阶级关系的日益紧张、阶级斗争的日益尖锐化；各种政治思想层出不穷：马克思主义、无政府主义、民族主义、军国主义等等，各自都试图提出改变社会问题的方式。这些前所未有的意识形态的、思想的、物质文明的因素，都成为新艺术的刺激。

1900年以来，欧洲的艺术基本沿着两条不太相同的路径发展。一条是强调艺术家的个人表现，强调心理的真实写照，强调表达人类的潜在意识，受佛罗依德的试验心理学影响，从表现主义，到超现实主义，一直到二战后在美国发展起来的抽象表现主义，基本是属于这一路的，这一体系的发展，反对一切存在的文明结果，包括语言、文字，是艺术上的虚无主义和无政府主义的反美学发展。但是，它对于人类自我感觉的强调，对于人的想像、感受的表象的强调，则为现代艺术的进一步发展提供了重要的基础。另外一路，则力图在形式上找到所谓“真实的”、代表新时代的方式。立体主义、构成主义、荷兰的“风格派”、直到二战后美国发展起来的大色域艺术、减少主义、光效益艺术等等，属于这一路的发展。在这两个探索的途径之间，存在着广阔的“灰色地带”，也就是说有一些艺术运动，是包含有两方面的内容的，比如达达主义，他通过无政府主义的方式，表达对于第一次世界大战的厌恶和抵制，而在形式上，则探索平面上的偶然性、自发性、随意性组合；意大利发展起来的未来主义，意识形态上是企图表达对工业化的顶礼膜拜，对机械美学的推崇，对所有过去的传统文化的虚无主义否定，而形式上在探索如何表达四维空间（时间），表现机械的美。这些众多的现代艺术运动中，有不少对于现代平面设计带来相当程度的影响，特别是形式风格上的影响。其中以立体主义的形式、未来主义的思想观念、达达主义的版面编排、超现实主义对于插图和版面的影响最大。它们或是在意识形态上提供了现代平面设计的营养，或是在形式上提供了改革的借鉴，对于现代平面设计总体来说，具有相当重要的促进。

## 1. 立体主义运动

立体主义是现代艺术中最重要的运动。这个运动的起源在法国印象画派大师保罗·塞尚（Paul Cezanne），他在1900年前后，开始探索绘画的“真理”，他创作了大量的风景绘画，采用小方快的笔触来描绘山脉、森林，他认为这种方法才可以真正捕捉到山林的本质，而不至于仅仅浮在事物的表面，他的这种探索也体现在他的人物和静物画中，力求描绘对象的实质，表达对象的精神，达到神似，而不是简单的表面写实主义再现的形似，由此形成了塞尚的创作核心。他的这种探索，在当时可以说是绝无仅有的。他晚期的作品，深深地影响了青年一代的艺术家，特别是来自西班牙的青年巴布罗·毕加索（Pablo Picasso, 1881—1973）和法国青年艺术家。乔治·布拉克（Georges Braque）。他们在1907年到1908年之间开始利用小方格的笔触描绘人物和风景，他们自己不断交流，互相影响，而他们的创作，遭到当时法国主流艺术界的抵制，但是他们依然坚持不懈，创作丰富。而在具体的创作上，他们的风格日益抽象，并且开始把印刷文字、废报纸剪贴等等加上画面，把以前依稀可辨的对象发展成为基本完全抽象的几何图形构成，色彩上也越来越单纯。他们的试验首先在1909年前后影响了巴黎的一批来自各国的艺术家，使立体主义开始成为一个拥有上百个艺术家参加的大运动。第一次世界大战之前，这个运动开始发展到其他欧洲国家，荷兰、比利时、意大利、德国、俄国、捷克斯洛伐克、西班牙等欧洲大部分国家和美国都出现了立体主义运动，其影响是空前的。因为这个运动的中心形式是对对象的理性解析和综合构成，因此，它的发展具有某种程度的理性化特点。对于当时的正处在探索20世纪新形式的平面设计来说，立体主义提供了借鉴的基础。特别是立体主义影响而产生的一些流派，比如荷兰“风格派”，俄国的“构成主义”等等，对于平面设计的发展来说，具有重要的启迪作用。

立体主义绘画是1907年以毕加索的作品《亚维农的少女》（*Les Femmes d'Alger (O. J. R. Version O)*, 1907）为标志开始的。立体主义是一个全新的绘画和雕塑运动，主张完全不模仿客观对象，重视艺术家自



我的理解和表现。作为一个运动，立体主义是在1908年展开的，奠基人是毕加索和乔治·布拉克。立体主义的发展，从1908年开始，一直延续到20世纪20年代中期为止，对20世纪初期的前卫艺术家带来非常重大的影响，并且直接导致了新运动的出现，比如达达艺术(Dada)、超现实主义艺术、未来主义和其他形式的抽象艺术等等。对于表现主义也具有强大的影响作用，可以说立体主义是20世纪初期的现代主义艺术运动的核心和源泉。

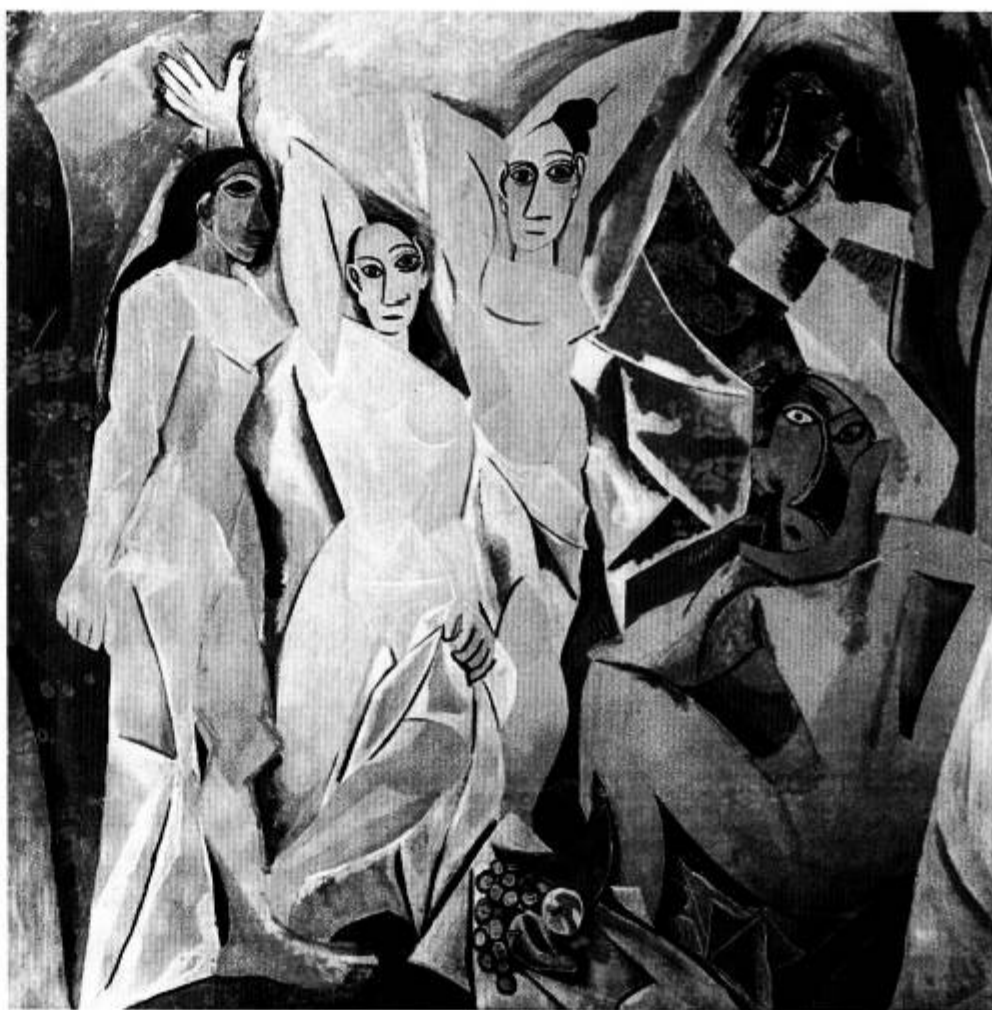
立体主义的两个最重要的奠基人分别是毕加索和布拉克。他们的创造基本来自两个不同的根源，一个是非洲的原始艺术形式，特别是原始部落的面具、雕塑、埃及的出土文物；另外一个则是包罗·塞尚的绘画作品，特别是他的静物和风景绘画。1907年毕加索把这两个方面的内容综合起来，创造了他的著名作品《亚维农的少女》，开创了立体主义的先河。布拉克非常敏感地理解到毕加索创造的重要意义，立即从他已经开始探索的野兽派(Fauvism)中摆脱出来，也开始了类似的立体主义绘画探索活动。

1909年3月，法国评论家路易斯·沃塞尔(Louis Vauxcelles)在巴黎独立沙龙(the Salon des Independants)中看到他们的作品，在评论布拉克的绘画时说：这种风格是把一切减少到立体的风格(原话是：“educes everything to little cubes”)，从此以后，“立体主义”的名称便产生了。

立体主义第一阶段的发展是从1908年到1909年，基本是毕加索和布拉克两个人的活动，风格也比较接近，他们的试验影响了相当一批青年画家，这些画家来自欧洲各个国家，他们对于立体主义的探索非常感兴趣，于是都开始从解析的角度入手进行尝试，当时这批从事立体主义探索的画家大部分都住在巴黎蒙马特高地的一幢陈旧的公寓中，大家都是邻居，经常来往串门，这幢公寓被他们戏称为“洗衣船”，也成为立体主义发展的一个大本营。因此，从1910年到1912年，立体主义开始成为一个国际运动，内容比较复杂，参与的画家也多起来了，并且具有复杂的的结构、系统性，称为“分析立体主义”时期(analytic cubism)。他们分析绘画中的各种基本组成元素，对于色彩、形式、结构都提出具体的分析原则，在绘画上逐步走向理性分析的方向。

1912年毕加索和布拉克发明了拼贴(collages)和纸拼贴(papiers colles)的新技术。在绘画的色彩上和技术的采用上，都采取综合方式，他们的这个探索，开始打破传统艺术的媒介局限，绘画不仅仅是用色彩，可以加入其他的材料，比如旧报纸、海报残片，音乐曲谱、废公共汽车票等等，以后更加发展到各种其他材料，如木片、沙、金属等等，这种改变，是自从绘画艺术产生以来的一次重大改革：对艺术千年传统媒介的革命。而创作的重心也日益转向对于不同媒介的组的综合考虑和设计，通过组合和搭配，达到视觉和谐的目的。因此，这个阶段称为“综合立体主义”阶段(synthetic cubism 1912—1914)。与此同时，他们把更加明快的色彩引入绘画，画面的结构和肌理也更加复杂。立体主义在笔触上吸收了点彩派(Pointillism)的一些特征，混合使用，开创了立体主义崭新的发展方向。

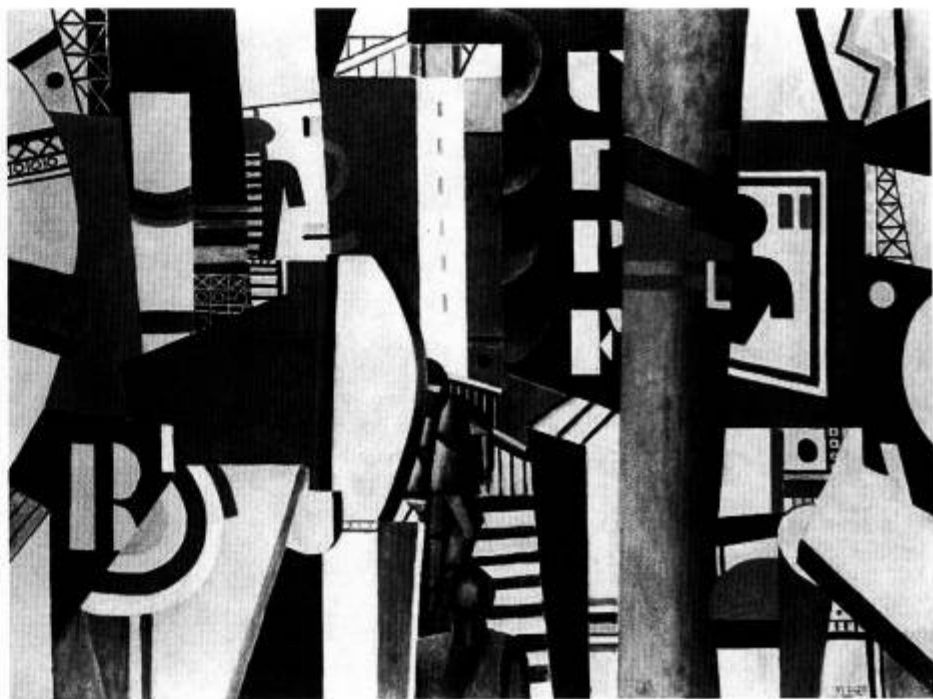
1910年前后，有一批新画家加入了立体主义艺术的探索，他们包括有以下几个重要的人物：胡安·格里斯(Juan Gris)，费尔南德·列日(Fernand Leger)，阿尔伯特·格里泽(Albert Gleizes)，



7-1. 巴布罗·毕加索：油画《亚罗农的少女》(1907年)，是公认的第一张现代作品，开创了现代主义艺术和立体主义的先河，具有历史转折的意义。



7-2. 胡安·格里斯 (Juan Gris): 油画《毕加索肖像》, 1912年。格里斯是立体主义的第二代的重要代表人物。



7-3. 列日 (Fernand Leger): 《城市》, 1919年, 利用简单的几何形式组合, 色彩单纯、平涂, 体现现代城市的活力。

让·麦金泽 (Jean Metzinger), 罗伯特·德劳内 (Robert Delaunay), 马谢·杜尚 (Marcel Duchamp), 胡安·米罗 (Joan Miro), 阿米蒂·奥曾方 (Amedee Ozenfant)。另外还有几个艺术家受到立体主义非常深刻的影响, 比如马克·夏加尔 (Marc Chagall) 和荷兰的彼特·蒙德里安 (Piet Mondrian) 等。1913年, 立体主义通过“军火库画展”被介绍到美国来, 产生了美国自己的立体主义画家, 包括马克斯·威伯 (Max Weber), 斯图亚特·戴维斯 (Stuart Davis) 等。

1909年, 毕加索开始尝试立体主义雕塑, 有几个前卫雕塑家很快受到他的影响, 从而产生了立体主义雕塑派, 重要的雕塑家包括亚历山大·阿钦平科 (Aleksandr Archipenko), 亨利·劳伦斯 (Henri Laurens), 贾奎斯·里普齐兹 (Jacques Lipchitz) 等人。

立体主义在第一次世界大战前后成为影响各个欧美国家的国际运动。它包含了对于具体对象的分析, 重新构造和综合处理的特征, 这个特征在某些国家得到更加理性的进一步发展, 这种发展造成对平面结构的分析和组合, 并且把这种组合规律化, 体系化, 强调纵横的结合规律, 强调理性规律在表现“真实”中的关键作用, 这种探索, 在荷兰的“风格派”运动中, 在俄国十月革命后的“构成主义”运动中, 特别是在德国的世界最早和最现代的设计教育中心——包豪斯设计学院中得到发扬光大, 并且体现在建筑设计、工业产品设计和平面设计中。因此, 可以说, 立体主义提供了现代平面设计的形式基础。我们将在第九章《新的形式语汇》中讨论俄国“构成主义”, 荷兰“风格派”和包豪斯设计学院。

## 2. 未来主义运动

未来主义运动是意大利在20世纪初期出现于绘画、雕塑和建筑设计的一场影响深刻的现代主义运动。它的开端, 是以意大利未来主义奠基人费里波·马里涅蒂 (Filippo Tommaso Marinetti, 1876—1944) 于1909年2月份在法国报纸《费加罗报》(Le Figaro) 上发表的《未来主义宣言》为标志的。马里涅蒂在《宣言》中对20世纪的工业化、对机器日益占主导地位顶礼膜拜, 他认为“……一辆轰鸣飞驰而过的汽车, 看上去像是炮弹的飞奔”, 要比任何传统绘画要美得多, 提出应该庆祝速度、战争的暴力, 认为这些活动才是代表未来的实质。他反对任何传统的艺术形式, 认为真正艺术创作的灵感来源应该是意大利和欧洲的技术成就, 而不是古典的传统。在这个《宣言》中, 他提出要捣毁图书馆、博物馆、学院, 摧毁陈旧的城市, 因为它们都是坟墓, 所以需要革命, 需要歌颂技术之美、战争之美、现代技术和速度之美。这种思想的根源, 在于当时欧洲流行的无政府主义思



潮，反映在当时的哲学家亨利·伯格森（Henri Bergson）和弗里德里奇·尼采（Friedrich Nietzsche）的哲学思想中。

1910年，一批青年艺术家开始试图把马里涅蒂的思想通过绘画表现出来。其中包括乌比诺·波齐奥尼（Umberto Boccioni），吉奥科莫·巴拉（Giacomo Balla），卡罗·卡拉（Carlo Carrà），吉诺·谢维里尼（Gino Severini）和卢吉·鲁索罗（Luigi Russolo）等人。他们的绘画努力表现时代的精神——高速运动的汽车、飞机，现代建筑等等，他们认为这是在为未来的形式和艺术探索真实的途径。他们的绘画表现了对对象的移动感，震动感，趋向表达速度和运动，这是未来主义的核心部分。为了达到表现未来主义精神、捕捉到运动、速度的实质，未来主义画家开始从法国立体主义借鉴技巧，立体主义在意大利开始与未来主义溶合在一起。意大利的未来主义者们给立体主义带来了工业化的气息和机械的特征，因而发展了，或者扩展了立体主义。

1912年，法国画家马谢·杜尚（Marcel Duchamp）创作了油画“走下楼梯的裸体女人”（Nude Descending a Staircase），采用连续摄影的方式描绘行动中的人体，开创了艺术创作中的第四维空间——时间。科学和技术性在艺术创作中得到高度重视。未来主义艺术家们的创作迅速走向完全抽象化，比如乌比诺·波齐奥尼的《城市的苏醒》（*The City Rises*, 1910—1911），卢吉·鲁索罗的《音乐》（*Music*, 1911）都是基本完全抽象的作品。未来主义与立体主义的发展是同步的。

以上这批年轻艺术家组成了一个非常团结的集体，联合向所谓的传统文化宣战。未来主义其中包含了对机械化、工业化的顶礼膜拜，也包含了敌视现存社会文化的高度无政府主义思想，他们要打倒一切，消灭一切，在废墟上建立新的工业文明，因此具有相当极端的立场。这个运动基本是在意大利的米兰发展的，在意大利其他城市影响甚微。这个运动的思想也很庞杂，因为处在欧洲各种现代艺术运动的高潮之中，因此，它的思潮内也杂有类似立体主义、德国表现主义之类的因素。它的中心，是对大工业化、大机械化、大都会生活持无政府主义态度，否定一切过往的文化和艺术，否定传统文明。波齐奥尼很快成为这个运动的精神领导人物。

1910年2月11日，五个青年艺术家，包括乌比诺·波齐奥尼，吉奥科莫·巴拉，卡罗·卡拉，吉诺·谢维里尼和卢吉·鲁索罗等人，发表了《未来主义画家宣言》（*Manifesto of the Futurist Painters*）。宣言中明确提出要“摧毁过去的传统，完全启发各种可能的想像力，把艺术评论当作无用和危险的东西看待……支持和美化我们日常生活的内容，支持和美化由科学来日益完善的这个世界……”。在这个宣言当中，他们第一次在艺术创作中采用了“同步”、“同时发生”（simultaneity）这个术语。表示了对过往的否定，和对于瞬间发生的此时此刻的强调和重视。

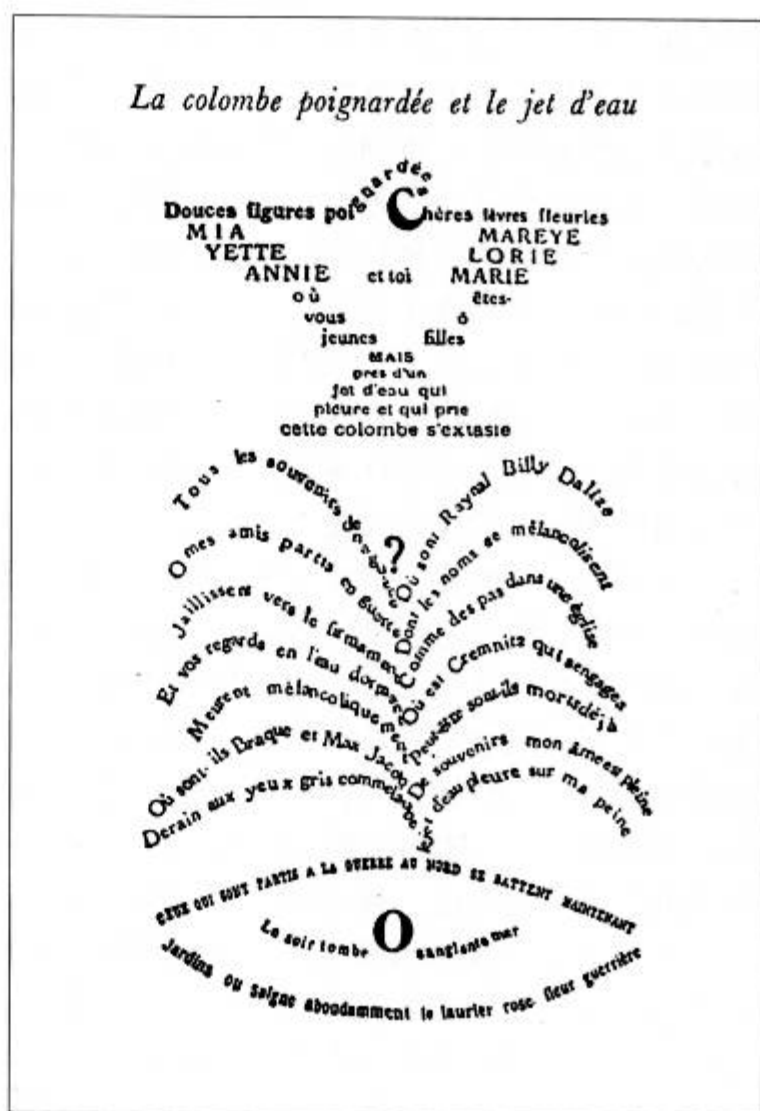
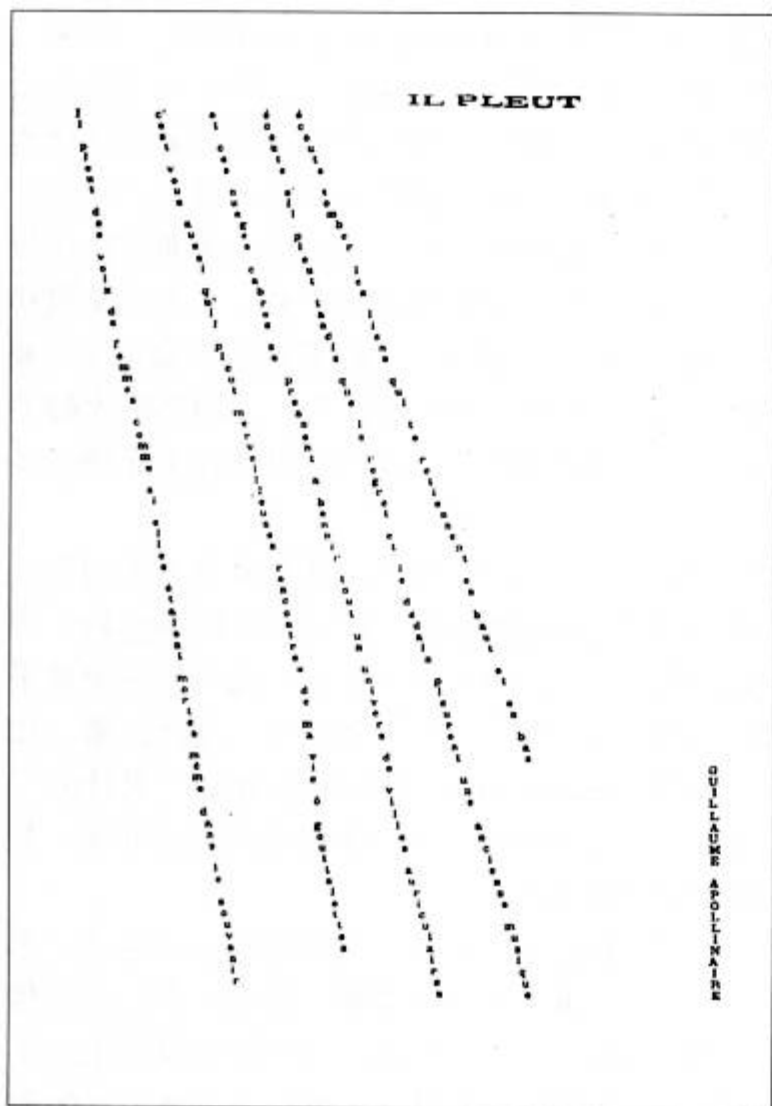
1912年，未来主义者在米兰发表了第二个《未来主义宣言》，波齐奥尼在这个宣言中提出要把未来主义推广到其他艺术领域去的主张，特别是三维空间的艺术——雕塑，提出可以把雕塑和发动机联系起来组成装置，雕塑也不必是传统的方式，可以利用现代社会的各种产品、用品拼装起来。他的这个看法，与毕加索和布拉克当时进行的纸张拼贴和杂物拼贴绘画的趋向相同。因此，未来主义协助树立了现代艺术上的拼贴（collages），堆砌（assemblage），以后还造成了利用机械造成运动的“运动艺术”，或者“活动艺术”（Kinetic Art）。波齐奥尼自己创作了一系列的雕塑，具有强烈的对速度、空间和未来形式的探索特征，他在1913年创作的人体雕塑形式模糊不清，表现行进的速度，具有强烈的感染力。



7-4. 巴拉（Giacomo Balla）：《拴着皮带的狗的力学》，1912年。这个未来主义的画家力图用绘画表现运动、速度和力量。打破二维的静止形式，引入动作维、时间维。







7—8. 阿波里涅 (Guillaume Apollinaire): 诗歌《书法》的版面设计, 1918年, 利用版面设计把文字形成具体的形象。

7—9. 阿波里涅: 诗歌《书法》的版面设计, 1918年, 利用版面编排把字母组成飞鸟、喷泉和眼睛。

为诗歌和其他文学作品首先应该是解放作家自己的手段, 解放的内容包括从语法的桎梏中摆脱出来, 在陈旧的版面编排控制下摆脱出来。版面和版面的内容都应该是无拘无束的, 自由自在的, 他的这种主张, 在未来主义艺术家这个时期设计的海报、书籍和杂志设计是得到充分的发挥。文字不再是表达内容的工具, 文字在未来主义艺术家手中, 成为视觉的因素, 成为类似绘画图形一样的结构材料, 可以自由安排, 自由布局, 不受任何固有的原则限制。

意大利未来主义的这个平面设计趋向和对于文字的立场, 影响了一批艺术家和文学家。其中法国的象征主义诗人斯蒂方·马拉美 (Stéphane Mallarmé, 1842—1898) 在 1897 年利用类似的方法发表了自己的诗歌《Un Coup de Dés》, 包括 700 个单词, 印刷在 20 页纸上, 其中大小字母混合, 高低错落, 各种字体混合, 完全没有纵横的编排, 字母混乱组合, 杂乱无章。对他来说, 重要的是字母的混乱编排造成的韵律感, 而不是字母代表和传达的实质意义。

另外一个法国诗人贵拉姆·阿波里涅 (Guillaume Apollinaire, 1880—1918) 也受到意大利未来主义, 特别是马里涅蒂很大的影响。他与毕加索关系密切, 与其他法国立体主义的艺术家也有很好的往来。他认为诗歌应该是泛意的, 他说: 日常生活中所熟视无睹的海报、广告、招牌等等, 其实都是诗歌, 是时代的诗歌。1918 年, 他出版了自己重要的诗歌集《书法语法》(Calligramme 这个名称是由两个单词组成的, 即“书法”和“语法”各取一段的合成, 这是他自己杜撰的名词)。他的这本诗集, 也充满了毫无意义的单词组合, 版面编排混乱, 强调韵律和视觉的强烈, 而不在于内容, 与意大利未来主义的平面设计如出一辙。他的诗集用文字排成喷泉形状, 或者下雨的斜条, 文字在他, 如同绘画的笔触一样, 本身并没有特别的含义, 主要是利用文字作为基本材料组成视觉结构。这正是未来主义强调的地方。

大部分的未来主义平面设计作品, 都是由或者由未来主义的艺术家, 或者诗人创作的, 真正完

全采用未来主义方式来从事平面设计工作的是佛塔纳多·德比罗 (Fortunato Depero, 1892 — 1960)。他设计了大量未来主义风格的海报、广告、书籍版面。他早期是写实主义的画家, 1913 年开始受未来主义思想的影响, 特别是看见未来主义杂志《拉谢巴》以后, 决心从这个新途径进行平面设计的探索。他开始在设计上转为未来主义风格。1924 年, 他为未来主义的演剧设计海报, 继而开始进行各种商业广告、海报和其他的平面设计, 他的设计, 虽然具有强烈的未来主义风格, 版面编排比较混乱, 讲究活泼和青年感受, 但是, 毕竟是商业设计, 因此, 他不能像其他的未来主义艺术家那样为所欲为, 自我发展, 必须遵循一定的视觉传达规律。因此, 他的平面设计比较能够为大众接受, 兼具有未来主义的风格和大众喜闻乐见的设计特征, 应该说, 虽然德比罗的设计与上述的那些大师的设计比较, 显得没有那样前卫, 但是他却是真正把未来主义的精神和部分设计思想带到实际的、日常运用的平面设计中的关键人物。

1928 — 1930 年, 德比罗来到美国, 在纽约继续从事平面设计, 他曾经为几个重要的美国杂志设计, 其中包括《名利场》(Vanity Fair)、《电影制作者》(Movie Makers) 和《火花》(Sparks) 等等。同时也为纽约的一些大百货公司和商店从事广告设计, 在美国的特殊情况下, 他不能完全放手进行未来主义风格的设计, 但是, 他还是在力所能及的范围内采用了一些未来主义的设计因素, 比如他 1929 年为纽约的“德·马林尼斯和罗利公司”(De Marinis & Lorie Millinery shop) 设计的广告, 上面的一个人体的腿被反复重复, 与马谢·杜尚的《走下楼梯的裸体女子》的方式非常相似, 是典型的未来主义方法。他是把未来主义风格最早介绍到美国的设计家。

未来主义对其他的现代艺术运动都带来很大的影响, 特别是达达主义运动和构成主义运动。形式上的特殊性, 对传统的势不两立态度, 都是这些现代主义运动受影响的内容。未来主义广泛宣传自己的主张, 因此经常用传单、海报方式宣传自我, 比如 1910 年 7 月 8 日, 马里涅蒂就用未来主义风格印刷了 60 万份传单, 在米兰的钟楼上散发下来, 震动全市, 也树立了自己的未来主义的面貌。未来主义的反复宣传自己, 使自己的风格特征也就广泛为社会了解和认识。

未来主义在平面设计上提供了高度自由的编排借鉴, 当现代主义平面设计风格形成之后, 特别是在第二次世界大战之后在西方确立, 成为国际主义风格以后, 这种趋向反理性和规律性的风格就基本被主流设计界否定了。但是, 随着国际主义风格的呆板特征受到不断的挑战, 平面设计家开始



7-10. 德比罗 (Fortunato Depero): 1929 年为“德·马林尼斯和罗利公司”设计的广告, 采用黑白和正负形象, 是他的典型风格, 在 20 世纪 20 — 30 年代具有一定影响。



7-11. 马谢·杜尚 (Marcel Duchamp): 《走下楼梯的裸体》, 油画, 1912 年。



7-12. 杜尚: 《自行车轮子》, 装置。1951 年 (1913 年的原件遗失, 这是 1951 年根据原样再重做的)。



从各种以往的风格中找寻能够与国际主义风格抗争的借鉴，80年代末到90年代，未来主义风格在西方的平面设计界中重新得到重视，特别是电脑在设计上的广泛应用，使类似未来主义风格的设计变得非常容易，因此成为时髦和风尚。

### 3. 达达主义运动

达达主义的产生，是小资产阶级知识分子在第一次世界大战期间，对社会前途感到失望和对发展感到困惑的时候，首先在瑞士的苏黎世，之后在德国的柏林、法国巴黎和美国的纽约发展起来的一个高度无政府主义的艺术运动。强调自我，非理性，荒谬和怪诞，杂乱无章和混乱，是这个运动的主要特征。

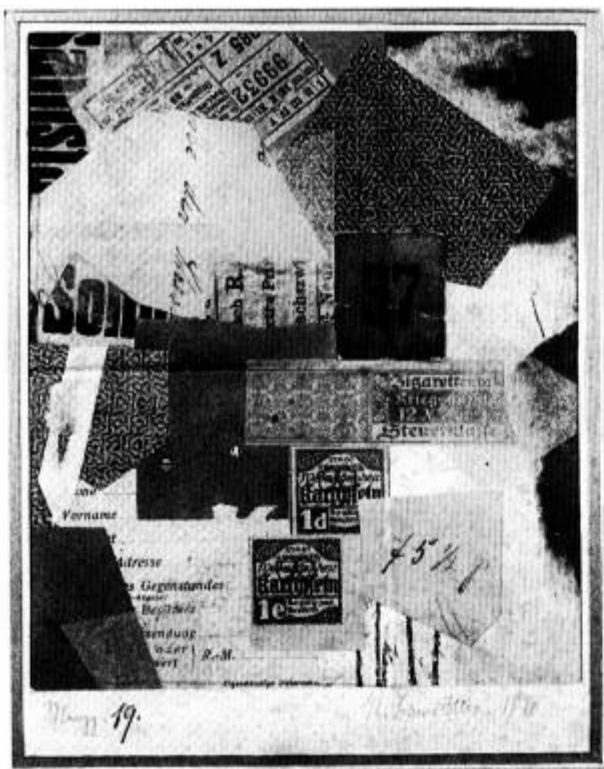
达达主义运动主要的发展期间是1915年到1922年。运动的成员明确地宣布：运动的目的是要反对第一次世界大战的毫无意义的暴力，他们认为这种暴力的残酷，使得所有现存的道德和美学价值变得毫无意义。“达达”这个词在法文中是“玩具马”的意思，在俄文中是“是”的意思，其实，这个词本身就没有什么特别的含义，只是运动组织者在词典中随便翻出来的字眼，运动的命名本身已经表现出运动的荒诞。达达反所有的现存艺术，反理性，认为世界是没有任何的规律可以遵循，唯一可以遵循的是机会和偶然性。达达具有强烈的虚无主义特点，同时也是一种有计划的无计划性，有目的的非目的性，有组织的无政府主义，有内容的虚无主义，是知识分子在特殊情况下的一种个人情绪的宣泄。

达达最早在瑞士的苏黎世形成，第一次世界大战期间，瑞士因为是中立国，所以吸引了大量各个国家的知识分子和艺术家在此聚集。其中一个德国演员雨果·巴尔（Hugo Ball），一个是来自阿尔萨斯的画家和诗人让·阿普（Jean Arp），还有德国诗人里查·赫森贝克（Richard Huelsenbeck）、罗马尼亚艺术家马谢·詹科（Marcel Janco）、罗马尼亚诗人特里斯坦·扎纳（Tristan Tzara）等等，他们自发组合，称为“达达”。并且还组成了卡巴涅特·伏尔泰剧院（the Cabaret Voltaire），成为他们演出、集会、讨论和举办艺术展览的场所。他们聚集在那个剧院，举办当时被世人认为是臭名昭著的集会，朗诵毫无意义的“诗歌”，莫名其妙的艺术作品，表演荒诞无稽的演出，音乐毫无旋律、和声可言，绘画大量是日常用品的拼凑，是破纸片的随意拼贴，这种毫无章法的艺术活动，其实表达了人们在世界大战中对前途感到渺茫的状况和混乱心态。因此，尽管社会认为他们的看法不过是一群狂人的梦呓，而这个运动却吸引了越来越多的艺术家参加。艺术家们还组织了一系列前卫艺术展览，他们的作品和当时世界现代艺术的一些杰出画家同时展出，包括意大利超现实主义画家乔治·德·契里科（Giorgio de Chirico），德国表现主义画家马克斯·恩斯特（Max Ernst），在德国发展的俄国表现主义画家瓦西里·康定斯基（Wassily Kandinsky），德国表现主义画家保尔·克利（Paul Klee），以及立体主义的奠基人毕加索。扎拉为这个运动的几个作家和诗人的作品设计插图，他是最早利用随意撕纸，随意把撕破的纸片组合成作品的艺术家，随意性和偶然性成为他创作的核心。1918年，扎拉为达达运动撰写了《达达宣言》。

法国艺术家马谢·杜尚在这个时期参加了达达运动。1915年，他迁移到美国纽约从事创作活动。这一年他开始发明“现成”（ready-made）制品的艺术创作。他认为生活本身就充满了偶然性，充满了无法预测的机会性，因此，反映艺术或者生活的实质，只能是通过偶然的方法。艺术创作的方法仅仅是个人的决定和选择而已。艺术是绝对自由的，不受任何规律、规范、机构和行为准则的限制。他用自行车轮、男厕所的小便器等等现成的物品制作艺术品，在意大利文艺复兴



7-13. 哈那·霍什（Hannah Hoch）：《杜一达迪》，照片拼贴，1919年，完全采用废材料进行没有计划的偶然性拼合。



7-14. 库特·施威特 (Kurt Schwitters): 《迈兹图画 19》, 1920 年, 达达主义拼贴。

大师达芬奇的名作“蒙娜丽莎”的脸上画胡须，所表达的仅仅是艺术的绝对自由性。杜尚还利用文字游戏制作抽象电影，1913年前后在美国出版了一些刊物，表现他的达达观点。他的朋友弗朗西斯·皮卡比亚 (Francis Picabia)、曼·雷 (Man Ray) 出版了《达达纵览 291》，皮卡比亚于 1917 年在西班牙的巴塞罗那出版了《达达纵览 391》。

第一次世界大战之后，达达开始传播到其他欧洲国家。1919 年，恩斯特和阿普在德国科隆发起德国达达运动，恩斯特对于达达的最大贡献是发展了拼贴绘画和拼贴、堆砌的装置技术。1922 年，达达沙龙在巴黎的蒙泰涅画廊开幕，表明这个运动发展到了巴黎。但是，最使达达在苏黎世时产生的要抗争的社会混乱——第一次世界大战已经过去了，社会当时已经趋向和平和稳定。因此，达达在德国和法国、美国的表现，虽然对于整个西方现代社会的制度和文化的、物资文明有冷嘲热讽的挑战这种潜在的含义外，在很大的程度上来说，除了精神上的无病呻吟之外，只是形式上的无政府主义式的探索而已。因此，也就逐渐瓦解了。

达达主义影响到法国的文学和诗歌，产生了大量利用毫无意义的文字作游戏的作品，比如法国作家路易·阿拉贡 (Louis Aragon)、安德烈·布里东 (Andre Breton) 和保罗·埃路阿德 (Paul Eluard) 的作品。他们从 1919 年到 1924 年发行了自己的文学杂志，但是，很快他们放弃了达达主义，而转向了超现实主义创作方向。

80 年代，西方对达达的兴趣重新强烈，1989 年在洛杉矶的艺术博物馆 (the Los Angeles County Museum of Art) 举办了达达回顾展览，是集中了达达的全部重要成果的一次大型展览，表现了社会对于这个国际活动的新的兴趣。

80 年代，西方对达达的兴趣重新强烈，1989 年在洛杉矶的艺术博物馆 (the Los Angeles County Museum of Art) 举办了达达回顾展览，是集中了达达的全部重要成果的一次大型展览，表现了社会对于这个国际活动的新的兴趣。

达达主义在平面设计上的影响，与未来主义有相似之处。其中最大的影响在于利用拼贴方法设计版面，利用照片的摄影拼贴的方法来创作插图，以及版面编排上的无规律化、自由化。德国汉诺威的库特·施威特 (Kurt Schwitters, 1887 — 1948) 自己组织起非政治化的达达集团，称为“迈兹” (Merz)，取自德文“商业” (kommerz, or commerce) 一词的最后一个音节，强调作品的商业化，讽刺商业化的媚俗。他采用大量现成的物品来拼凑装饰和绘画，生动地讽刺了市民文化和商业文化，但是，“正宗”的达达认为他的作品太“资产阶级化”，因此拒绝让他参加正式的达达活动。施威特因而转向平面设计，他把文字、版面、插图当作绘画的游戏因素，编排上非常随意，印刷品不一

## 150 第七章



7-15. 库特·施威特: 《W·W·简简单单》, 达达主义拼贴组合, 1920 年。



7-16. 库特·施威特、杜斯伯格 (theo van Doesburg)、凯特·斯坦尼兹 (Kate Steinitz): 《稻草人进行曲》, 1922 年。



7-17. 依里亚·兹丹涅维奇 (Ilya Zdanevitch): 戏剧《长胡子的心的派对》海报, 1923 年, 采用 40 多种字体组成复杂的版面。



定有特别意义，大部分版面都难以通读，重在视觉效果。他比较讲究工整的版面编排，有时也利用平面设计表达象征意义，这是他与未来主义平面设计相当不同的地方。他同时大量利用各种平面的印刷品、照片进行随意的拼贴、拼凑，组成插图，是照片拼贴设计的重要早期探索人物之一。

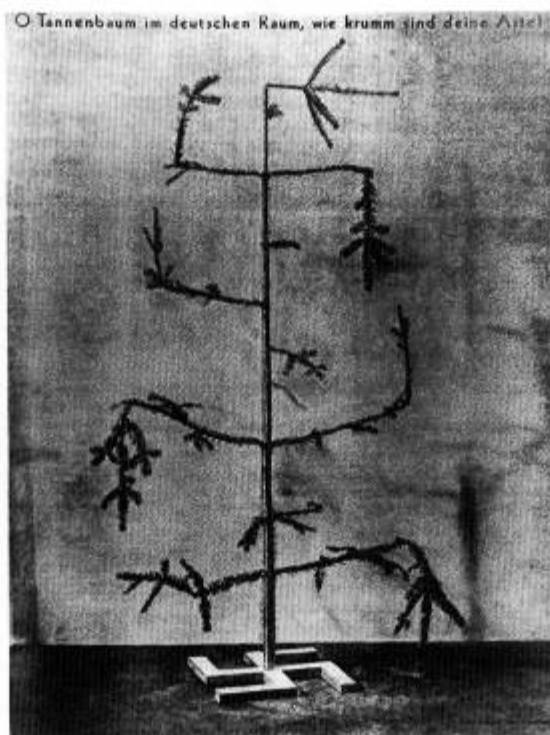
1917年俄国十月革命成功之后，俄国的艺术家和设计师开始了规模很大的构成主义运动，具有高度的政治目的。与此同时，荷兰也出现了探索新设计风格的“风格派”集团，他们在具体视觉设计上，与达达主义和未来主义有相当类似的地方。施威特注意到俄国人和荷兰人的试验，对之非常感兴趣，因此主动与俄国构成主义、荷兰“风格派”的艺术家、设计家接触，其中包括艾尔·李西斯基（El Lissitzky, 1890—1941）、西奥·凡·杜斯伯格（Theo van Doesburg, 1883—1931）等人。其中的杜斯伯格邀请他到荷兰考察荷兰“风格派”的艺术和设计活动，对他启发很大。从1923年到1932年期间，施威特一共出版了24期《迈兹》杂志，其中的11期都是广告版面设计专集。与此同时，施威特与德国办公设备生产厂家“佩利堪”公司（Pelikan）合作，开设了一家平面设计事务所，汉诺威市也聘用他作为这个城市的设计咨询顾问，他的许多设计都得到实际应用。对于一个达达主义的设计家来说，他应该是非常成功的了。30年代中期以来，随着德国的政治气氛日益恶化，施威特越来越多地在外国工作，特别是在挪威。1937年，他干脆迁移到奥斯陆，1938年，德国纳粹占领了挪威，施威特又逃到英国，度过余生。

施威特从设计上是比较非政治化的，他的关注中心是版面的达达风格设计，注重如何把达达的杂乱无章和象征性结合于实际的设计应用上。在当时越来越紧张的政治背景下，他显得相当的超然和不合时宜。与他相比，柏林的三个达达主义艺术家和设计师——约翰·哈特菲尔德（John Heartfield, 1891—1968）、威兰·赫兹菲尔德（Wieland Herzfelde, 1896—?）和乔治·格罗斯（George Grosz, 1893—1959）则完全把自己的达达风格探索投入政治活动中。他们对于蠢蠢欲动的德国军国主义非常不满，希望能够通过设计方式唤醒民众对军国主义的警惕，揭露军国主义的实质，特别是对于野心勃勃的纳粹党的揭露，成为他们努力的中心。

哈特菲尔德原名是赫兹菲尔德，与威兰·赫兹菲尔德是两兄弟，都具有强烈的左倾政治立场。对于军国主义在德国的蠢蠢欲动非常不安，因此利用平面设计来进行斗争。30年代，哈特菲尔德用照片拼贴方法，设计出大量反纳粹军国主义的海报，比如设计一个人的头完全被报纸包裹住，标题是“如果读资产阶级的报纸（暗指纳粹反对任何自由言论，把敢于揭露事实的报纸一律称为‘资产阶



7—18. 约翰·哈特菲尔德：攻击报纸等媒介的海报设计，1930年，超现实主义作品。



7—19. 约翰·哈特菲尔德：海报设计，1932年，利用圣诞树的变形来象征纳粹德国（第三帝国）的形象，具有明显的反纳粹的政治象征性。



7—20. 约翰·哈特菲尔德：反纳粹政治海报，1935年，标题是：“啊！超人阿道夫（希特勒）：吃金讲锌！”利用照片和医院的X光片作的拼贴。

级’), 那就让他又聋又哑!” 1934年设计的圣诞节海报, 利用装置的方法, 表现了一株完全被扭曲成为纳粹万字形党徽形状的雕零的圣诞树, 标题是“呵, 德国的常青树, 你的树枝是如此的扭曲!”。1935年他设计了用照片剪贴的海报, 以X光透射的方式, 描绘了正在狂热演讲中的希特勒, 胸内透射出成串的金币, 说明纳粹是得到德国大财团支持的事实。1934年的另外一张海报设计, 把德国的大教堂与子弹、炮弹合成一体, 说明德国军国主义已经把德国的文化和宗教变成纳粹的实质内容。这些海报, 当时在德国引起很广泛的注意。达达主义对第一次世界大战的不满, 到30年代成为与纳粹进行斗争的工具, 这是达达主义非常积极的一个侧面。纳粹对哈特菲尔德恨之入骨, 1933年, 纳粹上台之后, 立即派冲锋队去他的住宅和工作室抓他, 他设法逃到布拉格, 继续从事反纳粹海报设计, 并且把自己设计的海报寄给纳粹党魁。1938年, 他知道纳粹已经把他列入黑名单, 因此, 又从布拉格逃到英国伦敦。二战后, 他于1950年回到东德, 定居来比锡, 从事舞台设计, 同时继续从事利用达达的照片剪贴方法的政治海报设计。60年代的越南战争期间, 他创作了大量这类海报, 反对美国卷入越南事务, 依然保持自己的强烈的政治立场, 他在1968年去世, 是达达运动平面设计最具有影响的一个代表人物。

赫兹菲尔德与他的哥哥一样具有鲜明的反纳粹立场。他在第一次世界大战以前曾经出版左倾杂志《新青年》(Neue Jugend), 1914年被德国政府监禁, 出狱之后, 成立了重要的达达主义出版社“马立克·维拉格出版公司”(the Malik Verlag Publishing House), 并且与达达主义艺术家格罗斯合作, 出版大量反军国主义的书籍和海报。格罗斯鼓吹没有阶级的新社会, 他反对军国主义和纳粹主义, 他设计了大量的插图, 都具有这种强烈的象征特色。他的抨击对象是社会的颓废, 精神的堕落, 他在各种报刊杂志上发表了大量插图, 反映整个社会的堕落, 极为尖锐, 因此被纳粹攻击为堕落的精神病人。他的作品是线描的黑白漫画加上剪贴拼合, 是达达运动很典型的代表。

达达运动是视觉艺术和设计的一个近乎无政府主义的革命, 他代表了知识分子在动荡的年代中的困惑和企图通过艺术和设计表达这种困惑的欲望和试验。1921年到1922年期间, 达达运动出现了分裂, 它的成员之间产生了对于运动目的和手段的争议, 法国作家安德烈·布里东(Andre Breton, 1896—1966)认为这个运动已经没有领袖, 没有宗旨, 缺乏明确的发展方向, 成员之中有些人向政治方向发展, 有些人向单纯形式主义方向发展。因此, 作为一个运动, 达达在1922年正式结束。但



7-21. 约翰·哈特菲尔德: AIZ杂志封面设计, 1934年, 具有明显的反战动机。



7-22. 约翰·哈特菲尔德(John Heattfield): 1917年设计报纸的《新青年》的一页, 这是激进的小报, 约翰·霍特菲尔德在版面设计上尽情发挥达达主义的特色。



7-23. 乔治·格罗斯(George Grosz): 杂志的封面设计, 利用拼贴手法表现第一次世界大战以后的颓败和沦丧气氛。



是，依然有一些达达成员在运动解体之后从事达达的创作和设计，比如上面提到的赫兹菲尔德兄弟和格罗斯就是典型的例子。达达主义对于传统的大胆突破，它对于偶然性、机会性在艺术和设计中的强调，在平面设计上对于传统版面设计原则的革命性突破，都对后来的艺术和设计发展具有很大的影响作用。达达主义把意大利未来主义的精神和形式探索加以发展，继而为超现实主义的产生奠定了基础。

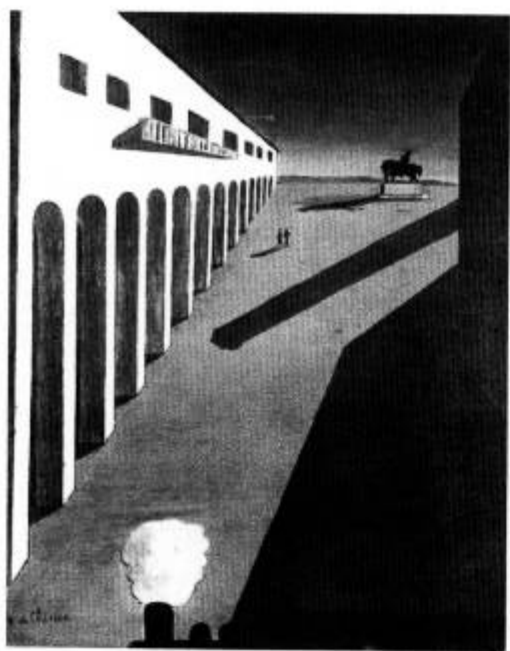
#### 4. 超现实主义

超现实主义是欧洲出现的另外一个重要的现代主义艺术运动，在文学上、戏剧上和艺术上都有不同程度的发展。顾名思义，“超现实”是指凌架于“现实主义”之上的一种反美学的流派。它的形成在第一次世界大战刚刚结束的时期，战争对欧洲文明造成的巨大破坏和损害，使大量知识分子感到茫然，因此不少人出现虚无主义的思想。他们认为社会的所谓真实表象是虚伪的，他们的创作目的是要找寻比真的还要真的东西，找寻实质，而在了解社会实质上，只有艺术家的自我感觉可以依赖和相信。艺术创作的核心，是表述艺术家自己的心理状态、思想状态，比如梦，就是思想的真实，它比社会表明的形态更能够反映社会的实质。这种思潮很快在艺术界、戏剧界、文学界、电影界得到认同，发展成为一个运动。

超现实主义反对传统交流的模式，比如语言、文字等等，都被认为是虚假的，人为的，不真实的。他们认为人类自发的、无计划的、无设计的突如其来的思想和语言比所谓的语言、语法、文字更加真实，因为它是思想的真实流露。1919年，布里东和菲利普·苏帕特（Philippe Soupault）使用所谓的“自动书写”方法出版了第一篇超现实主义的文章《磁场》（*Les Champs magnetiques, Magnetic Fields*, 1921），写作方法是用笔自由地、毫无计划和设想地在纸上书写出文字来，表达下意识，或者潜在意识的动机和可能性。

1924年，布里东发表了《超现实主义宣言》（*Manifeste du Surrealisme*），提倡“思想的真实功能”，对于字体、文字、文学表达方法、语法规律、文化、美学等等全部进行攻击，并且一概否定。他对奥地利心理学家西格蒙德·佛罗依德的心理研究成果、特别是他对人的潜在意识、对梦的解释、对性在人类行为中的作用的研究结果表示崇拜与信服。认为所有的活动中，真正的能够代表真理的只有人的潜在意识，而其他的一切活动，包括传统的文明方式：语言、文字、绘画、设计等等，都是人为的、虚假的、不真实的。能够在人类的潜在意识中发掘到真实的感受，是诗歌创作和其他文学艺术创作的真正源泉。对于文学艺术和其他的文化内容的极端消极和否定态度是登峰造极的。早期的超现实主义者包括布里东、苏帕特、路易斯·阿拉贡、罗杰·维特拉克（Roger Vitrac）、诗人本杰明·佩列特（Benjamin Peret）等等。超现实主义的产生，造成达达的灭亡，这个新的艺术运动，是对于人自我的想像力有毫不动摇的坚强信念的结果，也是表示知识分子在特殊的社会条件下，对社会政治和宗教力量的虚无主义反对态度和立场。

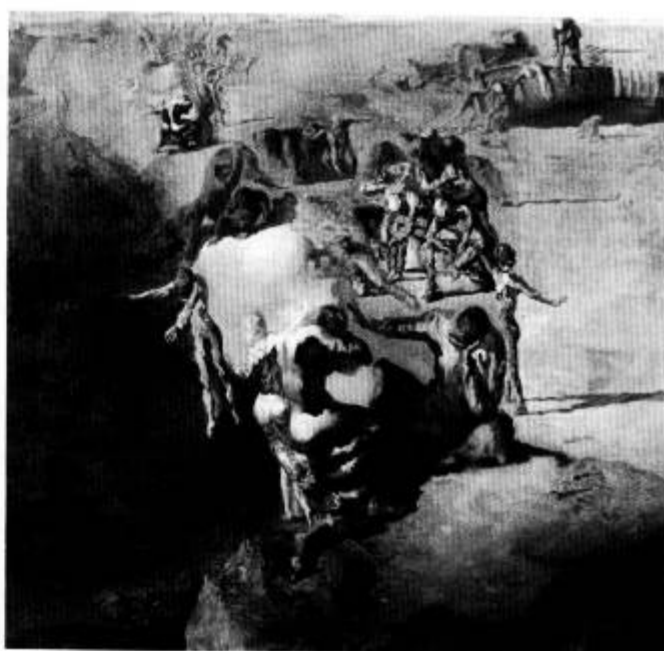
超现实主义在艺术上有非常丰硕的成功。这个运动应该说是从1917年阿波里奈尔提出“超现实主义”这个名词的时候就开始了的。但是正式的开端，应该还是布里东1924年发表《超现实主义宣言》的时候。他提出佛罗依德的潜在意识在文学艺术创作上的重要性，因此，除了自己创作潜在意识的“自动书写”文学之外，还鼓励其他艺术家从事类似的创作活动。达达运动的主力之一扎拉受到布里东思想的感染，在第一次世界大战结束之后立刻从瑞士的苏黎世来到巴黎参加布里东、阿拉贡等人的探索。这样，已经接近结束的达达主义和超现实主义就联系起来。1925年，布里东鼓励一批艺术家在巴黎举办了第一个超现实主义展览，这些艺术家包括乔治·德·契里科、马克斯·恩斯特、安德烈·玛逊（Andre Masson）、胡安·米罗、毕加索和曼·雷。从这个时期开始，超现实主义艺术集团开始形成。主要的艺术家代表还包括萨尔瓦多·达利（Salvador Dali），林恩·玛格里特（Rene Magritte），依佛斯·唐吉（Yves Tanguy）等等。这些画家都尽力捕捉他们梦中的感觉，梦中所看到的景象，利用写实主义手法表现出来。契里科的作品最具有典型意义，他的绘画反映了他对意大利都灵的印象，反映的不是真实的都灵，而是一个梦中的文艺复兴加上工业化



7-24. 意大利超现实主义大师契里科 (Giorgio de Chirico):《诗人的离去》, 1914年。他是存在时间很短的意大利超现实主义绘画集体“形而上学画派”的成员, 他在这个时期创作了一系列绘画和诗歌, 代表了意大利超现实主义艺术的特点。



7-25. 马克思·恩斯特 (Max Ernst): 拼贴作品《Une Semoin De Bonte》, 1934年, 恩斯特的主要创作方法就是拼贴, 对于版面设计具有一定的影响作用。



7-26. 萨尔瓦多·达利 (Salvador Dali):《大景观》, 1936年, 典型的超现实主义作品。

的都市: 冷漠、严峻、人的失落、荒凉和非人情的隔膜, 是知识分子在这个时候的惶恐心理状态的描绘; 而德国画家恩斯特的作品, 是利用维多利亚时期的腐蚀版画插图进行下意识的混乱拼贴, 充满了莫名其妙的动机, 显示艺术家的潜在意识和偶然性的行为。达利的作品更加是天方夜谭的奇想和荒诞的梦魇的现实描绘, 从莫名其妙的写实拼合中反映了下意识在艺术创作中的作用。而米罗、玛逊的作品, 则是利用抽象的几何形式表现自己的潜在意识。他们的作品揭示了一个人类存在的, 但是从来都秘而不宣的精神世界, 因而震动了艺术界和文化界。他们的作品在40年代影响美国, 从而导致美国的新的现代艺术运动产生。

超现实主义对于现代平面设计的影响主要是意识形态和精神方面的。它揭示了人类的潜在意识, 并且通过艺术创作表达这种意识, 对于日后现代平面设计在观念上, 在创造性的启迪上有一定的促进作用。

## 154

### 第七章

#### 5. 摄影与现代主义运动

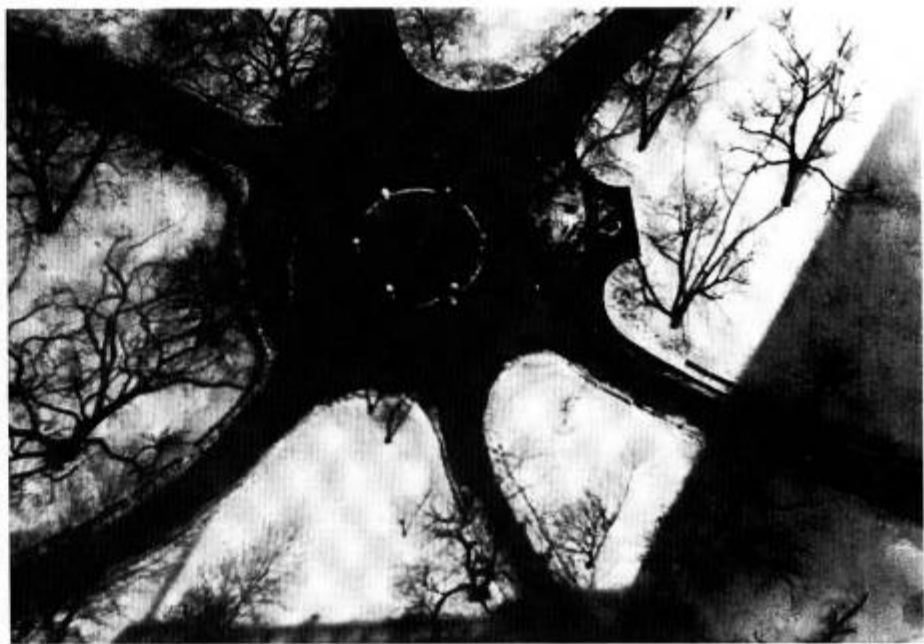
现代艺术自从发展以来, 一直在探索新的表现媒介的角度, 寻找改革可能性。摄影技术作为一种新的媒介, 自然成为现代艺术的可以发展的媒介之一, 而被现代艺术家们采用。比如达达主义采用照片拼贴, 开拓了崭新的媒介使用途径。摄影的发明, 原来仅仅是为了记录真实世界的, 但是, 它也受到现代艺术运动的影响, 摄影师已经不满足于把摄影作为单纯地记录现实世界的一种手段, 希望具有更多自己的个人表现在内, 因此, 现代主义艺术运动也影响到摄影的发展。摄影也就成为现代艺术运动中的一个特殊分支, 很多现代艺术运动的成员都以摄影为工具, 从事新的探索, 因此, 可以说现代主义艺术运动和摄影之间是相互影响的, 是相辅相成的。



7-27. 林恩·玛格里特 (Renc Magritte):《假镜子》(Ealse Mirro)。1928年, 超现实主义作品。

1912年, 摄影家和艺术家弗朗西斯·布拉贵尔 (Francis Bruguiere, 1880—1945) 开始试验摄影的多次曝光技术, 并且利用这个技术来达到具有诗意的摄影创作, 开始了摄影在纯艺术途径上的探索。他逐步发展到纯抽象



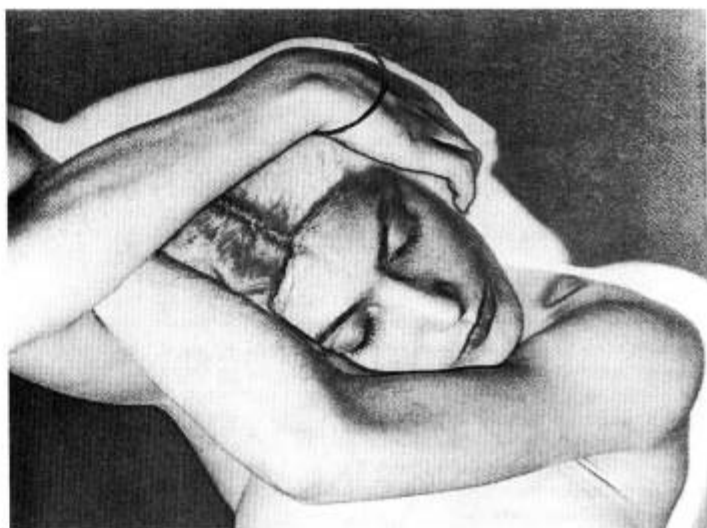


7-28. 法兰西斯·布拉贵尔 (Francis Bruguire): 《光抽象》, 7-29. 阿尔文·兰顿·库本 (Alvin Langdon Coburn): 《八爪鱼》(the Octopus, 章鱼), 1912年。他是采用照相技术进行拼贴和组合的先驱之一。

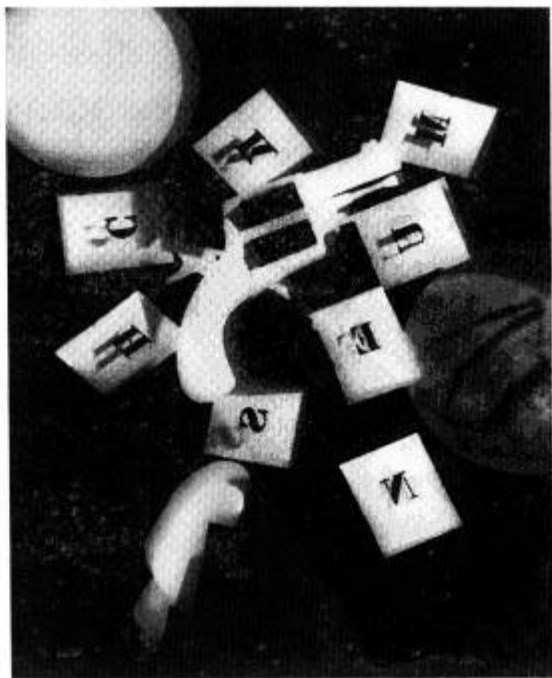
摄影, 在他的工作室中, 光线、阴影成为摄影的主题。另外一个从事纯抽象摄影创作的摄影家和艺术家是阿尔文·库本 (Alvin Langdon Coburn, 1882—1966), 他从1917年开始, 采用万花筒进行抽象摄影创作, 完成了很大一个系列的作品, 全部是抽象的图案。也有人开始利用摄影和绘画结合来创作, 也有人利用线条、琴弦、纺织品组合而形成抽象主题, 通过摄影制作立体主义的照片, 这批摄影家和艺术家包括摄影的奠基人塔波特, 克里斯蒂安·沙德 (Christian Schad, 1894—?) 等人。

部分早期从事摄影和现代艺术结合探索的人是从达达主义中分离出来的。比如, 美国费城的艺术家里曼·雷[原名为依曼努尔·拉比诺维奇 (Emanuel Rabinovitch), 1890—1976] 在1915年前后受马谢·杜尚创作的影响, 离开达达运动的中心苏黎世, 开始寻找与苏黎世达达不同的发展方向。1921年他迁移到巴黎, 又受到“超现实主义”的领袖布列东的影响, 开始逐步脱离达达主义, 而向超现实主义发展。他注意到摄影技术的发展, 认为摄影是非常有力的创作工具, 因此自20年代以来, 成为一个职业摄影家, 在暗房内进行各种黑白的摄影和放大试验。曼·雷利用人物摄影和静物摄影加以暗房技巧加工, 增加对比, 扩大反差, 达到真实形象出现抽象形式的效果。他的人物摄影作品中, 相当数量具有这个特点, 女性的身体轮廓成为流畅演化的线条; 他的静物日益成为抽象的形式, 或者是字母的混乱排列, 或者是完全抽象的形体组合。他还采用了不用摄影机的感光方法, 制作抽象摄影, 他的艺术形式, 却明显是属于达达主义或者超现实主义的, 同时也受立体主义深刻的影响。

摄影是日后现代平面设计插图的重要基础之一, 也是现代平面设计的基本因素之一, 因此, 早期的试验摄影受到的现代艺术影响, 对于后来的平面设计发展起很重要的促进作用。



7-30. 曼·雷 (Man Ray): 《入睡的女子》, 1929年, 超现实主义摄影。



7-31. 曼·雷《带方形字母的枪》。1924年, 采用多次曝光技术创作的超现实主义摄影作品。

欧洲的海报设计，到了20世纪的上半期，基本还是沿着19世纪海报设计的路径发展，但是，这个发展同时受到很多新的社会因素、政治因素、经济因素、文化艺术的改变的影响，出现了新的海报面貌。20世纪开始，工业化的进一步发展，资本主义西方国家内部的阶级矛盾日益尖锐和国家之间的利益冲突日益白热化，经济的迅速发展和贫富之间的悬殊扩大，文化艺术上出现伦理现代主义运动，对于设计，特别是平面设计都有很大的刺激和促进。艺术上出现的立体主义、达达主义、未来主义、超现实主义等等运动，在视觉和意识形态方面影响了新的海报设计风格和形式，政治上国家和阶级关系的尖锐化，最终导致了第一次世界大战的爆发，从而刺激了政府和社会对于政治海报的需求，这些因素，都使海报设计得到很大的进步。在第一次世界大战前后，欧洲出现了另外一个影响世界的设计运动“装饰艺术”(Art Deco)运动，在现代主义艺术运动，特别是立体主义运动的影响下，在“装饰艺术”运动的影响下，欧洲一些国家出现了以海报为中心的新平面设计运动，因为都以绘画为设计的核心，同时又受现代主义艺术运动影响，因此称为“图画现代主义”运动(the Pictorial Modernism)，其实是一个局限在平面设计之内的运动。

在“图画现代主义”平面设计运动浪潮之中，各个国家的设计有不同的面貌，其中一个影响面非常广的海报设计运动出现在德国，被称为“海报风格”(Plakastil)运动。在受到立体主义、象征主义和未来主义的多重影响下，德国的海报设计出现了崭新的面貌，涌现出几个非常杰出的新设计家，利用非常简明扼要的方式，准确而鲜明地表达视觉主题，一方面为商业服务，也逐步发展到为德国的政治服务，这个运动的新风格和形式，对于日后的现代商业海报发展有很大的影响作用。

### 1. “海报风格”运动

“海报风格”运动是欧洲在第一次世界大战前后出现的“图画现代主义”平面设计运动中的一个重要组成部分，是德国的一个以海报设计为中心的平面设计运动，它的德文名称“Plakastil”是由“海报”和“风格”两个单词合成的。从名称上就可以看出设计的中心内容是海报。这个运动大约开始于1898年前后，是德国日益繁荣的经济和商业需求促成的。它的形式特点主要是利用当时艺术上出现新的简单形式和象征性特点，在海报设计和其他的平面设计上运用简单的图形，平涂的色彩，鲜明的文字，来达到商业海报和其他商业平面设计的宣传目的。这个运动主要是在20世纪初期，由围绕在德国一个石版印刷公司——霍勒布劳与史密特公司(the Hollerbraum and Schmidt Lithography Firm)周围的一批平面设计家为核心发动的。

德国“海报风格”运动的奠基人是鲁西安·伯恩哈特(Lucian Bernhard, 1883—1972)，这个设计家为德国的“海报风格”运动奠定了坚实的发展基础。他的设计天才，在很大程度上是自学而成的，并且在自学的过程当中周折颇多。

伯恩哈特从小就有艺术天赋。当他才15岁的时候，跑去参观当时在德国慕尼黑举办的“慕尼黑室内装饰展览”(the Munich Flaspalast Exhibition of Interior Decoration)，他对于展览中的现代设计惊叹不已，非常入迷。回家以后，想把自己的家作为设计改革的试验，他趁父亲有事出门三天，利用这段时间把家里全部室内重新设计了一次，特别是利用光亮和鲜艳的色彩把室内全部油漆了一遍。同时把家庭的摆设也作了很大的调整，通过他的设计和工作，他的家显得焕然一新，具有了完全不同面貌。但是，当他的父亲回来看到家里变得面目全非之后，非常不高兴，大发雷霆，指责说儿子是精神有问题，这样胡来是发疯了，应该送到精神病治疗中心去。伯恩哈特一气之下离家出走，从此就再没有回过自己的家。

伯恩哈特跑到柏林，希望成为一个诗人，但是并不成功。偶然看到报纸上的广告，说普莱斯特火柴工厂(Priester matches)需要人设计火柴海报广告，他在中学时，虽然喜欢美术，但却是一个在美术课逃学的学生，而在这个时刻，一半是因为生活所迫，一半是因为本身依然对美术爱好，因



此，决心重新学习美术，并且投身美术设计。他在看到广告以后，决定立即准备投稿去应征。

他原来设计的海报，是描写圆桌上的火柴，桌上铺着格子花布，有一个烟灰缸和雪茄烟，后面还有一个舞蹈瓷人渲染装饰气氛。他正在画的时候，有个朋友来访问，当看到这张作品时，问他是不是雪茄烟广告，他立即把雪茄涂掉，看了半天，他对于那个瓷人非常不满，因此也把瓷人涂掉，再三考虑，感到桌布多余，烟缸多余，于是一一涂去，最后把桌子也涂掉了。剩下的只有两根火柴。因为当天午夜是投稿的截止时间，因此，他不得不匆匆忙忙地在两根火柴后面加上鲜蓝色的“普莱斯特”的火柴公司的名称，这样一来，他的这张作品变成黑色的背景上只有两根孤零零的火柴、蓝色的公司名称的高度简单的平面设计，虽然他对此并不满意，但他再没有时间考虑了，为了赶在截稿时间以前，他立即跑到邮政局把稿寄出去了。

普莱斯特公司的海报评选委员会在第一次审查收到的应征稿件的时候，就把伯恩哈特的设计否决了。评选委员都认为伯恩哈特的设计过于简单化，缺乏韵味和风格。在委员会匆匆否决了他的稿件之后，他的稿件就被扔到垃圾桶里去。但是，当时的评选委员中有一个石版印刷公司——霍勒布劳与史密特公司的设计人员恩斯特·格罗瓦特（Ernst Growald），是一个对于设计非常有经验的专家，虽然当时大家只是匆忙地看了一下伯恩哈特的作品就否决了，但是他却对伯恩哈特的作品感到印象深刻，觉得这张作品虽然简单无比，但是主题突出，目的明确，没有任何修饰，他认为这张作品包含了重要的新海报设计应该具有的特点，因此，他在垃圾桶中把伯恩哈特作品拣起来，再细心审视，在确信自己的认识之后，他拿着这张作品对委员会的各位评委说：“我认为这张作品应该得到第一名，这个设计者是个天才。”在他的劝说之下，评审委员会再次审阅了他的设计，认为他的设计的确具有主题突出的特点，因此决定选择他的作品。

伯恩哈特的这个海报设计，成为新一代海报设计的基础：简单的图形，突出产品和公司的名称，简明扼要，目的鲜明，具有强烈的色彩对比，而且具有有力的视觉传达功能，成为日后德国商业广告设计的一种重要的模式。伯恩哈特自己并没有意识到，他完成了一个自从“新艺术”运动平面设计以来就由大批设计家探索的工作：如何把海报设计到最简单的方式，而达到最高的视觉传达功能。从此以后，伯恩哈特开始了他长达20多年的广告设计生涯，他基本利用相类似的风格设计海报，比如1912年为斯蒂勒公司（Stiller）做的皮鞋海报等等，都是采用突出商品，强调公司名称这种简单到无以复加的方式，达到很好的广告目的，他也成为德国广告设计的重要人物。在他的影响之下，德国广告设计界和平面设计界形成了一个遵循伯恩哈特方式而发展的设计运动，称为“海报风格”运动。海报的风格，不但仅仅用于海报，也广泛运用在平面设计的其他范畴中。伯恩哈特在20多年的设计生涯中，设计了大量海报，同时还为60多种产品设计了300多种不同的包装。他的简单明确的设计风格还影响到字体设计，在他的影响下，德国有一些平面设计家开始采用和设计新的无装饰线体。伯恩哈特自己还设计了许多非常简单而视觉上很强烈的商标，比如他1911年为莫诺里香烟公司设计的商标，采用简单一个M字母，外面用圆圈围绕，简单到无以复加的地步，是现代企业标志设计的非常重要的开端。他为德国的测量仪器公司“霍麦尔千分尺公司”（Hommel Micrometers）设计的商标，则具有利用各种测量仪器合成机械化风格，具有强烈的象征特点。



8-1. 伯恩哈特1912年设计的皮鞋海报，是德国“图画现代主义”平面设计的开端。



8-2. 伯恩哈特1912年设计“霍麦尔千分尺公司”的企业标志，具有图画象征特征。



8-3. 伯恩哈特1911年设计的香烟公司标志，体现了早期的现代主义特点。



8-4. 吉布肯斯设计的家具海报。



8-5. 德国伯霍特铸字公司1910年设计出品的字体，是德国最早的无装饰线字体之一。

霍勒布劳与史密特公司从伯恩哈特的海报中意识到：这是一个非常重要的设计发展机会，而伯恩哈特具有的天赋，如果得到充分的利用，将会促进德国的平面设计的发展。这个公司同时也注意到其他几个青年设计家也有类似的设计趋向，为了提高公司的设计水平，加强公司的设计力量，霍勒布劳与史密特公司与伯恩哈特和其他的五个青年设计家签订了长期合作合同，聘请他们成为公司的特聘设计人员。这个团体除了伯恩哈特之外，还有朱里斯·吉布肯斯（Julius Gipkens，1883—？），汉斯·鲁迪·厄特（Hans Rudi Erdt，1883—1918）和朱里斯·克林杰（Julius Klinger，1876—1950）等。任何公司想要找这些设计家设计，都必须通过霍勒布劳与史密特公司。他们的设计与伯恩哈特的风格非常相似，都具有简明扼要，主题鲜明，色彩鲜艳的特点。他们当中有好几个都是自学成才的杰出设计家。

克林杰是在维也纳学习美术的，因此，受到维也纳“分离派”运动的很大影响。他的早期设计都具有类似“新艺术”运动风格的曲线特点。之后，他来到柏林工作，受到伯恩哈特等人的设计影响，因此设计风格日益简单和明确。

伯恩哈特是这个海报运动的关键人物，他的设计量非常大，同时涉及到平面设计的几乎所有的侧面和范畴。他还从事室内设计、地毯设计和建筑设计，他设计了很多家具、灯具、墙纸和建筑，是少有的多才多艺的杰出的世纪之交的设计家。

1923年伯恩哈特访问美国，非常兴奋。因此迁移到美国的纽约生活和工作。他用了5年时间打入美国平面设计界，牢固地在美国设计界立足，并且取得非常高的声誉。同时还从事室内设计。1928年，伯恩哈特与美国字体铸造公司（the American Type Founders）开始合作，从而设计出一系列非常具有影响的新字体来。

德国的“海报风格”运动，作为“图画现代主义”运动的组成部分之一，还出现了专门为电影设计海报的专家，其中以舒尔兹·纽达姆（Schulz Neudamm）最为重要。他在第一次世界大战之后为德国电影公司（比如UFK电影公司：Universum—Film—Aktiengesellschaft）设计过大量电影海报，风格与“海报风格”相似，大量吸收立体主义、未来主义和达达的艺术特点，同时也汲取“装饰艺术”运动风格的细节特征，水平很高。

## 2. 第一次世界大战的海报设计

1914年第一次世界大战爆发，这场空前残酷的战争一直到1918年方才结束，战争结束时交战国都遭到严重的损失，伤亡惨重，以至邱吉尔说：战争的创伤如此惨重，胜利者与失败者已经没有什么区别了。这场战争结束了欧洲长达半个世纪的和平发展，维多利亚时期的稳定和繁荣也随着战火烟消云散，工业化和资本主义发展的浪漫，被战争残酷摧毁，对于整个世界造成了不可估量的打击和损伤。

海报设计在第一次世界大战期间发展到相当高的水平。印刷技术的完善、设计思想的进步、庞大的社会需求，都造成了这种进步。从设计手段和印刷手段上讲，海报无论从设计和大量发行的方面来看，都具有比以前任何时候都更好的条件，而战争则造成筹集资金、招募人员的巨大的任务和需求，海报作为一种能够直接诉求于大众的工具，当然被各国政府和民间团体采用。





8—6. 吉布肯斯1917年为德国政府设计的缴获敌人飞机展览的海报,是图画现代主义平面设计的典型作品。



8—7. 汉斯·厄特1916年为德国设计的战争宣传海报,宣传德国第一次世界大战期间的潜水艇—U型攻击潜水艇。



8—8. 奥托·雷曼为德国设计的第一次世界大战的募捐海报。

第一次世界大战期间,机械被广泛地用来进行大屠杀:飞机、坦克、飞艇、机关枪、大炮等等,在欧洲战场屠杀了数以百万计的无辜百姓。这些战争机械价格昂贵,而在战争中武器损耗非常严重,因此,不得不用大量的资金来维持战争的进行,何况大量的人员伤亡,交战双方也不得不大量地、不断地招募人员,充当上前线的炮灰。因此,双方都聘用平面设计家设计政治海报,以提高民众士气的方式,来达到招募人员和筹集资金的目的。

当时交战的双方是由所谓“核心国”,或者“轴心国”的德国、奥匈帝国为一边,由所谓“盟国”的法国、英国,以及1917年参加战争的美国为一边组成的。“核心国”的海报设计,基本是以维也纳“分离派”风格和德国的伯恩哈特的简明风格为主,标语字体简单扼要,与非常简练的图形结合一体,具有强烈的视觉感染力。德国、奥地利的平面设计家很多都参与了这些政治宣传画的设计,他们力图通过新的设计来达到强烈的、有效的宣传效果。其中,朱里斯·克林杰是“核心国”政治海报设计的重要人物。



8—9. 伯恩哈特 1915年在第一次世界大战期间为德国设计的宣传海报,采用德国民族风格,黑、红二色,非常强烈。

他们力图通过新的设计来达到强烈的、有效的宣传效果。其中,朱里斯·克林杰是“核心国”政治海报设计的重要人物。

朱里斯·克林杰对于政治海报设计的简单明确性非常重视。他曾经说:盟国最强烈的政治形象就是美国的国旗,他认为美国国旗清晰、强烈,并且不容易混淆,是最强烈的视觉形象之一。可见他对于视觉传达功能性的强调。他设计的第一次世界大战政治海报就具有强烈的整个倾向。他的一张海报简单地画着八个箭头插向一条龙,象征民众同心同德,就可以屠恶龙。立意清楚,干净利落。另外一个重要的德国政治海报设计家是伯恩哈特,他一反常态地采用中世纪的简单图案,比如采用德国中世纪条顿骑士的穿着甲胄的手来显示打击力量,来强调德意志民族主义,而没有采用任何图形来直接表达战争的冲突。可见他是希望能够用民族情绪唤起民众对于战争的支持。

“轴心国”的政治海报设计中,最具有影响力的设计家之一是吉布肯斯和厄特的设计。他们设计的海报或者以非常简单的方式表现“轴心国”的军人消灭敌人,或者更加简单地以摧毁敌人的国旗为视觉设计的中心构思。他们的设计影响了其他的



8—10. 第一次世界大战期间协约国方面的宣传海报：阿尔弗雷德·里特1915年为英国政府设计的征兵广告。



8—11. 美国的里因德克1917年为美国燃料部设计的宣传海报。



8—12. 里因德克为美国政府在第一次世界大战期间设计的战争公债促销海报。

设计家，比如德国科隆的一个平面设计家奥托·雷曼（Otto Lehmann, 1865—?）设计的海报，就表现一群德国民众撕毁英国国旗，宣传的诉求目的非常清楚，一目了然。

与“轴心国”的简单、扼要的海报相比，“盟国”方面设计的政治海报则强调写实的插图效果，以写实的诉求代替象征性的诉求，强调绘画表达的具体内容，在设计风格上大相径庭。比如英国插图画家阿尔弗雷德·里特（Alfred Leete, 1882—1933）设计的招募人员海报，就是以写实的方法，画了英国当时的国防大臣霍拉修·基什奈（Horatio Kitchener, British Secretary of War）用手指着观众，标题是：“英国人，祖国需要你参军！”这种写实的诉求，的确有它的视觉力量。这个海报原来只是准备用于“伦敦论坛”杂志封面的，英国战时征兵委员会通过讨论，决定广泛印刷张贴，因此广为流传，并且在世界各国后来产生了许多模仿的作品。

美国1917年参加第一次世界大战，在国内引起很大的争议，为了提高人们对于参战的支持，以民族主义和爱国主义作为诉求，成为美国当时政治海报设计的中心，美国联邦政府成立了一个战时的特别艺术宣传部门，称为“图画宣传部”（the division of Pictorial Publicity），在战争期间设计和出版发行了数百种不同的海报，为联邦政府的数十个部门的战时宣传目的服务。这个部门的领导是美国重要的插图画家、艺术家和海报设计家的查尔斯·吉布逊（Charles Dana Gibson, 1867—1944）。他的杰出艺术才能和献身精神，导致美国的政治海报达到很高水平。美国当时的杂志刊物都纷纷为支持美国参战作义务宣传，因此，这个时期的杂志的封面，插图中都有不少政治宣传画。美国的政治宣传画与英国的不同之处在于英国是带有命令式的诉求，而美国则比较强调劝说式的诉求。美国第一次世界大战早期的海报也学习英国的直接诉求方法，比如詹姆斯·佛莱格（James Montgomery Flagg, 1877—1960）设计的征兵海报，与阿尔弗雷德·里特如出一辙，画了象征美国的“山姆大叔”（Uncle Sam）用手指着观众，说“我要你为美国参军！”这份海报成为美国第一次世界大战时期最流行的海报，但是，美国人民对于这种完全赤裸裸的政治诉求并不喜欢，因此，“图画宣传部”不得不改进政治海报设计的方式。

美国第一次世界大战时期产生的政治海报设计新人之一是约瑟夫·里因德克（Joseph C. Leyendecker, 1874—1951）。他采用流传的插图方式，娴熟的技巧，合乎美国人民习惯的民主和爱国主义特色的主题，设计了一系列海报，得到美国社会的广泛欢迎。他设计的海报，表现了强烈的民主主义和爱国主义精神，以自由女神代表美国民族，以剑代表捍卫自由的武器，加上他的杰出的艺



术表现能力，使他的海报极具感染力。他因此受到美国社会的注意，很多重要的刊物、报纸、商业出版公司都请他设计插图和海报。其中包括美国新兴的重要刊物《星期六晚邮报杂志》（The Saturday Evening Post）的 322 期的封面设计和无数的插图，美国大企业之一“箭头牌”（Arrow Shirts and Collars）衬衣和领口公司的广告设计等等，在第一次世界大战结束之后，他的声名更加大，成为第一次世界大战和第二次世界大战之间最重要的平面设计家和插图画家之一。

美国第一次世界大战期间的海报，基本采用两种手法：美化自己，特别是颂扬参战的士兵和国家的领袖，利用象征手法颂扬美国所谓的捍卫和平自由和欧洲的和平自由；对敌人则进行讽刺。即采用正面和反面的手法来达到政治宣传的目的。其中，也包括有劝说的诉求方式，特别是以写实手法表现美国战士冲锋陷阵、美国人民义愤填膺、同仇敌忾的面貌，把敌人则描写成猥琐的人物，这些是在美国政治海报中非常常见的表现手法。与“轴心国”的海报比较，美国的海报更加注重写现实主义的表现，因为这种表现对于百姓来说，更加具有劝服力。

美国插图是因为杂志发行的繁荣在 20 世纪初期进入全盛阶段，到第一次世界大战时期，美国已经具有水平相当高、数量相当大的一批插图画家和平面设计家了，比如杰西·史密斯（Jesse Wicox Smith, 1863—1935），伊丽莎白·格林（Elizabeth Shippen Green, 1871—1954），维奥列特·奥克林（Violet Oakley, 1874—1961）等人。他们在第一次世界大战期间，为国家作出了大量的、水准一流的宣传画设计，在世界平面设计史上具有相当重要的意义。美国这个时期的海报水准之高，是当时很少国家的设计能够企及的。

### 3. 慕尼黑的纳粹反动宣传画设计

对于把平面设计广泛用来进行政治宣传和政治挑动的目的，在第一次世界大战之后日益猖獗的德国纳粹党起到重要的推动作用。特别是希特勒本人，在一系列文章和演讲中明确提出宣传的目的和宣传的形式要求，确定了纳粹时期和德国在整个第二次世界大战期间的平面设计的基本风格特点。

1923 年纳粹的策划组织者之一的奥地利人阿道夫·希特勒在慕尼黑组织政变失败之后，被捕入狱，在狱中完成了他的宣传著作《我的奋斗》（Main Kampf）。他在书中提出了自己的大德意志主义、军国主义、种族主义的目的，提出要建立一个以亚利安人为核心的大德意志帝国，决心要利用民族主义来统一德国。在这本书中，他提出宣传的目的是要让最没有文化的人也能够受到感染的活动形式。他攻击在第一次世界大战期间德国和奥匈帝国设计发行的宣传画过于讲究艺术，仅仅知识分子能够理解，是“毫无意义的”，是“头脑错误”的结果，他提倡平面设计通俗化，目的是在群众中普及，达到宣传的目的。1933 年元月，希特勒在德国大选中上台，不久就控制了国家的权力，通过自己的纳粹党徒控制国家机关，逐渐控制军队，然后把纳粹精锐的冲锋队也控制到自己的手中。权倾一时，在德国全国进行疯狂的反犹太人、反共产党、反知识分子自由思想的活动，并且急剧扩军备战，准备以军事手段占领整个欧洲。他亲自设计纳粹的宣传和形象，比如采用万字形状作为纳粹的党徽，国家视觉形象采用红色底、白色十字的色彩和视觉计划，加上黑色的万字徽记，形成极为强烈的视觉识别设计；他要求他的冲锋队全部采用褐色作为军服色彩，因此得到“褐衣队”的称呼。为了强化纳粹的希望树立的正面形象、为了煽动德国的民族主义情绪，纳粹委托德国的一个重要的平面设计家霍尔魏恩为这个政权设计海报。

路德维克·霍尔魏恩（Ludwig Hohlwein, 1874—1949）是德国重要的平面设计家，早在 1904 年，他就参加了德国的“青年风格”运动，并且受“青年风格”运动的核心刊物《青年》委托设计杂志的封面和版面，他曾经是德国“海报风格”运动的成员之一，在第一次世界大战以前参与了德国的平面设计改革，特别是海报设计的改革。在平面设计上有相当的影响。从 1904 年到 1920 年之间，他的平面设计反映了德国的社会政治的变化。他早期的作品具有“新艺术”运动的特点，典型地代表了德国的“青年风格”；之后，他受到“海报风格”派的影响，特别是伯恩哈特的风格影响，他的作品开始出现了非常简单、色彩平涂、图形文字结合的发展趋向，自动参与了“海报风格”运动。比如他设计的德国红十字会的广告，采用一个伤兵站在红十字前面，诉求的目的是希



8-13. 德国的霍尔魏恩 1936 年设计的汉莎航空公司海报，继续发展了德国的图画现代主义风格。



8-14. 霍尔魏恩 1938 年设计的音乐会海报。是德国图画现代主义的进一步发展。



8-15. 霍尔魏恩 1940 年初为德国政府设计的招兵海报。他因而成为纳粹德国的主要平面设计师之一。

望大家支持红十字的抢救活动。具有非常强烈的诉求性和视觉目的明确性。他在战争期间，为“轴心国”设计了大量的海报，从而奠定了他在这个特殊的设计领域的地位。

第一次世界大战结束之后，霍尔魏恩接受了大量的商业海报委托设计，转向为商业目的服务，风格依然具有鲜明的“海报运动”特点，也同时具有他习惯的象征细节。他在慕尼黑从事设计，而第一次世界大战之后的慕尼黑，正是德国纳粹运动的摇篮。他在纳粹上台之后，很快被纳粹政府委托设计系列的政治海报，成为服务于纳粹的重要平面设计家。霍尔魏恩的设计采用德国人熟悉的民族形象，比如强悍的德国士兵、飞翔的德意志之鹰、罗马风格的装饰等等，同时也具有他自己本身的“海报风格”的简单明确的特点，为第三帝国的各个部门设计了一系列的宣传性海报，包括德国政府的招兵广告、德国国家汉莎航空公司海报、纳粹组织的宣传大日尔曼精神的慕尼黑音乐节的海报等等，比如他设计的招兵海报，是一个严峻的德国士兵的头部，这个头戴德国军队钢盔的士兵的头部和颈部组成一个粗壮的十字形，下面的标题非常简单：“而你呢？”（“Und Du？”），具有强烈的煽动力。

在这些设计当中，特别突出的是霍尔魏恩采用了不少古罗马风格作为设计的动机，比如慕尼黑音乐节的海报就以雅典娜的头像为中心，这是德国以前所有的海报设计从来没有采用过的风格，原因在于希特勒推动的设计上的古典主义，特别是罗马风格复兴。希特勒认为罗马帝国是最伟大的帝国，希望能够步罗马帝国后尘建立大日尔曼帝国，因此鼓励和促进罗马风格，包括城市规划和建设、建筑、装饰、平面设计等等，都广泛采用罗马风格为基础。因此，霍尔魏恩也不得不采用这种风格，达到与纳粹的要求相吻合的目的。霍尔魏恩完全投靠纳粹政权，他日后的设计具有越来越强烈的军国主义、反犹太主义、种族主义的特点，而视觉上也越来越强悍和咄咄逼人。他的设计，是纳粹的反动宣传设计的最典型代表。这种情况，说明各个国家，各种政权在这个时期都意识到通过设计达到政治宣传目的的重要性。

#### 4. “后立体主义图画现代主义”——“装饰艺术”运动在平面设计上的反映

第一次世界大战在 1918 年结束，“同盟国”的欧洲各个国家和美国在取得对“轴心国”的胜利之后，都努力恢复国力，弥补战争造成的创伤。战争机器转为和平时期的生产，通过不长的一个时



期的发展，欧洲和美国都进入到一个高度发展的经济繁荣阶段。设计界和艺术界都为这种欣欣向荣的繁荣而兴奋，他们通过创作歌颂机械的伟大，立体主义在一战后的重要代表列日的歌颂机械的立体主义艺术作品，成为平面设计的重要借鉴。同时，欧洲在一战后产生了重要的新设计运动——“装饰艺术”运动（Art Deco），主要在产品设计和建筑设计上，以及在室内设计上影响很大，但是，“装饰艺术”运动风格也影响到平面设计，一批艺术家和平面设计家利用绘画上立体主义和设计上的“装饰艺术”运动的特点，综合起来，成为新的平面设计风格，从而形成了以立体主义的绘画为核心的所谓“后立体主义图画现代主义”（Post-Cubist Pictorial Modernism）设计运动。重要的代表人物有在伦敦工作的美国设计家爱德华·科夫（Edward McKinght Kauffer, 1890—1954），定居巴黎的俄国移民设计家卡桑德拉（A. M. Cassandre 原名为：ne Adophe Jean-Marie Mouron, 1901—1968）等。

所谓的“装饰艺术”运动，是20世纪初期最重要的设计运动之一，其对设计的影响深度，比“新艺术”运动乃至“工艺美术”运动有过之而无不及。关于这个运动，笔者在另外一本著作《世界现代设计史·1864—1996》中有专门的章节介绍。在这里仅简单地介绍这个运动的基本情况。

“装饰艺术”运动是在20世纪20到30年代在法国、美国和英国等国家开展的一次风格非常特殊的设计运动。因为这个运动与欧洲的现代主义运动几乎同时发生与发展，因此，“装饰艺术”运动受到现代主义运动很大的影响，无论从材料的使用上，还是从设计的形式上，都可以明显看到这种影响的痕迹。但是，从思想发展的背景来看，从意识形态的角度来看，现代主义运动的民主色彩，社会主义背景，都从来没有在“装饰艺术”运动中发生过。“装饰艺术”，特别是法国的“装饰艺术”运动，在很大程度上依然是传统的设计运动，虽然在造型上，在色彩上，在装饰动机上有新的、现代的内容，但是它的服务对象依然是社会的上层，是少数的资产阶级权贵，这与强调设计民主化、强调设计的社会效应的现代主义立场是大相径庭的。因此，虽然这两场运动几乎同时发生，互相也有影响，特别是现代主义对于“装饰艺术”运动的形式上和材料上的影响，但是，它们属于两个不同的范畴。有各自的发展规律。

20世纪初，一批艺术家和设计师敏感地了解到新时代的必然性，他们不再回避机械形式，也不回避新的材料（比如钢铁、玻璃等等）。他们认为，英国的“工艺美术运动”和产生于法国、并影响到西方各国的“新艺术运动”都有一个致命缺陷，就是对于现代化和工业化形式的断然否定态度。时代已经不同了，现代化和工业化形式已经无可阻挡，与其规避它，还不如适应它，而采用大量的新的装饰动机使机械形式及现代特征变得更加自然和华贵，可以作为一条新的探索途径。这种认识，普遍存在于法国、美国、英国的一些设计家之间，特别是20年代西方的普遍繁荣，美国更是高速发展，造成新的市场，为新的设计和艺术风格提供了生存和发展的机会。这一历史条件，促使新的试验的产生，其结果便是20世纪初年的另外一场重要的设计运动——“装饰艺术”运动。

“装饰艺术”运动的名称出自1925年在巴黎举办的一个大型展览：装饰艺术展览（The exposition des Arts Decoratifs）。这个展览旨在展示一种“新艺术”运动之后的建筑与装饰风格。该展览的名称，后常被用来特指一种特别的设计风格和一个特定的设计发展阶段。但是，“装饰艺术”这一术语，实际所指的并不仅是一种单纯的设计风格。和“新艺术”运动一样，它包括的范围相当广泛，从20年代的色彩鲜艳的所谓“爵士”图案（Jazz Patterns），到30年代的流线型设计式样，从简单的英国化妆品包装到美国纽约洛克菲勒中心大厦的建筑，都可以说是属于这个运动的。它们之间虽有共性，但是个性更加强烈，因此，把“装饰艺术”单纯看作一种统一的设计风格是不恰当的。

从思想和意识形态方面来看，“装饰艺术”运动是对矫饰的“新艺术”运动的一种反动。“新艺术”强调中世纪的、哥德式的、自然风格的装饰，强调手工艺的美，否定机械化时代特征；而“装饰艺术”运动恰恰是要反对古典主义的、自然（特别是有有机形态的）的、单纯手工艺的趋向，而主张机械化的美。因而，“装饰艺术”风格具有更加积极的时代意义。“装饰艺术”运动开展的时期，正是现代主义开展的时期，因此，无论这个运动多么强调装饰的效果——装饰正是现代主义反对的主要设计内容之一，但在设计上依然受到现代主义的很大影响，无论是在材料的运用上，还是设计主题的选择上，乃至设计本身的特点上，这两种设计运动都有不少的内在关联。以往常常把“装饰

艺术”视为与现代主义对立的设计运动，但现在的研究表明，它们之间有着千丝万缕的联系。特别是美国的工业设计与“装饰艺术”运动，有时简直难以截然划分开来。比如美国设计家雷蒙·罗维（Raymond Loewy）1937年为纽约世界博览会设计的“工业设计师办公室”，就很难说是单纯的现代主义，还是“装饰艺术”风格；法国现代主义大师勒·科布西耶（Le Corbusier）在20世纪20年代中期设计的家具，也是两种风格兼有。这都表明：“装饰艺术”与现代主义之间并不完全是矛盾的关系，在形式特征上，它们有着密切而复杂的关联。

至于两者的区别，主要在于它们的产生动机和它们所代表的意识形态上。“装饰艺术”禀承了以法国为中心的欧美国家长期以来的设计传统立场：为富裕的上层阶级服务。因此它仍然是为权贵的设计，其对象是资产阶级；现代主义运动则强调设计为大众服务，特别是为低收入的下层阶级服务，因此它是左倾的、小知识分子理想主义的、乌托邦式的。

西方有些设计理论家把“装饰艺术”运动称为“流行的现代主义”或者“大众化的现代主义”（popular Modernism），原因是因为它的风格在某些方面被用来设计大众化的流行的产品，比如批量化生产的钢管家具，汽车和摩天大楼等等。这种称谓很容易造成误解，因为“装饰艺术”风格的主要服务对象依然是社会中的权贵，而并不是大众。

20世纪60年代以来，开始有越来越多的设计理论家把“装饰艺术”运动视为英国“工艺美术”运动和欧美的“新艺术”运动的延伸与发展。从装饰动机来看，或者从它强调的服务方向来看，这种观点当然无可厚非。但复杂性在于，这场运动主要的发展时期是第一次世界大战和第二次世界大战之间，而这也正是现代主义运动发展的主要阶段，因此，往往有混杂的情况。从名称上看，也有一定的混淆，比如在法国有人称这个运动和设计风格为“现代主义”（moderne），也有人因为影响到这个风格的因素之一是美国的爵士音乐和表演，而把它称为“爵士现代主义”（Jazz Modern）。但是，如果从意识形态的立场来看，“装饰艺术”运动强调为权贵服务的立场和现代主义运动强调为大众服务的社会主义立场之间依然是泾渭分明的。

“装饰艺术”运动风格在形式上是受到以下几个非常特别的因素影响而形成：

### 1) 埃及等古代装饰风格的实用性借鉴

英国产生的“工艺美术运动”和源起法国的“新艺术”运动都从中世纪风格，特别是哥德风格，以及日本装饰和自然风格当中寻找形式借鉴的营养，而“装饰艺术”则从古代埃及华贵的装饰特征中寻找借鉴。以前的两个设计运动，都以有机的、平面的、和谐的色彩为中心，基本否定单纯的几何形式和所谓的机械色彩——黑白色彩系列。1922年，英国考古学家豪瓦特·卡特（Howard Carter）在埃及发现一个完全没有被扰乱过的古代帝王墓——图坦卡蒙（Tutankhamun）墓，大量出土文物，展示出一个绚丽的古典艺术世界，震动了欧洲的新进设计师们。那些3300年前的古物，特别是图坦卡蒙的金面具，具有简单的几何图形，使用金属色彩系列和黑白色彩系列，却达到高度装饰的效果，这给予设计师们强而有力的启示。古埃及时代非常普遍的建筑装饰图案，比如盛开的纸草（the Full blown Papyrus）形式的柱头（公元前1250年卢索宫LUXOR的柱子设计），纸草和莲花交织组成的柱头（公元前106年菲拉克岛皇室建筑 the colonnade of the Island of Philae, Papyrus and Lotus buds），都是简单明快的从自然抽象出来的几何图案加以变形处理，相当壮观。这些设计动机是自日本风格传入欧洲以来的又一次重要的外来影响。

### 2) 原始艺术的影响

20世纪初以来，原始艺术的影响，特别是来自非洲和南美洲的原始部落艺术对于欧洲前卫艺术界的影响是非常大的。毕加索的《亚维农的少女》就受到非洲原始艺术的影响；挪威艺术家爱德华·蒙克则在很大程度受到南美洲的原始部落文化影响。这种影响，同样在设计界得到深刻的反映。非洲部落舞蹈面具的象征性和夸张特点，非洲雕塑特别是木雕的明快简练，给了西方的艺术家和设计师们很大的启发。

### 3) 简单的几何外型

自19世纪中期的“工艺美术”运动以来，大部分的设计探索都是从有机的自然形态中找寻装



饰的动机，因此，与大工业生产联系比较密切、具有强烈时代特征的简单几何外型自然就成为 20 世纪 20 年代设计家们热衷研究的中心。这些几何动机，究其来源依然是古典埃及、中美洲和南美洲的古代印第安人文化（比如玛雅、阿兹台克、印加文化）。常用的几何图案包括有阳光放射形（sunburst），闪电形（lightning zigzags），曲折形（zig-zags），重叠箭头形（chevrons），星星闪烁形（starbursts），阿兹台克放射形（Aztec-shape Plinths），埃及金字塔形等等。

#### 4) 舞台艺术的影响

20 世纪初期，舞蹈，特别是芭蕾舞开始出现了与传统决裂的重大改革。这种改革，在芭蕾舞重要的中心之一的俄国已经有所发展。改革的内容体现在音乐、舞蹈编导、舞台设计、服装设计等等各个方面，俄国芭蕾舞团出国演出，也就把这种改革的影响带到外国。对于西方国家来说，影响主要是 20 世纪初期来自“俄国芭蕾舞团”（Ballets Russes）的影响。俄国芭蕾舞的改革当时并不完善，由于这个芭蕾舞团来到巴黎以后，受到西方现代艺术大改革的气氛的影响，加速了变革，而这个变革又反应回设计上，导致新的设计风格的出现。这个俄国的芭蕾舞团在其领袖谢尔盖·迪亚基列夫（Sergei Diaghilev）的领导下，于 1902 年前后来到了巴黎演出，并且从此定巴黎为基地。1909 年该团演出了一系列非常前卫的芭蕾舞剧，包括斯特拉文斯基的《火鸟》、《春之祭》、《彼得罗什卡》，还有《蛇舞》（*La Danse du Serpent*）等。这些芭蕾舞的舞台设计和服装设计都非常前卫，大量采用金属色彩和强烈的色彩计划。比如由吉色尔（Laurent Lucien Gissel）编导的《蛇舞》，舞台服装是由这个芭蕾舞团的服装设计师设计的，服饰紧凑贴身，古铜色，非常强烈。俄国芭蕾舞团的总设计师是列昂·巴克斯特（Leon Bakst），他的设计不但影响到各国设计师，并且导致了法国时装设计的开始：法国第一位时装设计师保罗·布瓦列特（Paul Poiret）的设计就是从他的舞台设计和服装设计中得到灵感的。布瓦列特成为法国 1915 年到 1925 年时装设计最重要的人物。事实上，法国时装设计，特别是布瓦列特设计的个性特征，对于“装饰艺术”运动也产生了非常强烈的影响。

另外一种造成影响的舞台艺术风格是美国的爵士乐。20 年代和 30 年代是美国黑人爵士音乐的高峰期，这种强烈的、节奏鲜明而特殊的美国民间音乐和它的表演方式，对于设计家来说是极为新鲜和富于感染力的。因此，它的节奏与特殊的韵律感和强烈的色彩，都通过设计得到一定的体现。

#### 5) 汽车和现代工业的影响

1898 年前后，汽车被发明出来，很快成为重要的交通工具。20 世纪初期，汽车被不少前卫人士视为未来的象征，速度感即是时代感。特别是第一次世界大战之后，对于汽车的热爱在设计师当中非常流行。不少 20—30 年代的海报、广告都采用汽车大赛作为主题，色彩鲜艳，构图明快，有强烈的时代感。汽车作为 20 世纪文明的新象征，启发了“装饰艺术”运动的设计师们大胆地采用现代工业文明的成果，作为自己的设计动机，在形式上和思想上都具有相当重要的启迪作用。

#### 6) 独特的色彩系列

“装饰艺术”具有鲜明强烈的色彩特征，与讲究典雅的以往各种设计风格的色彩计划大相径庭。在前述各种因素影响之下，形成了自己独特的色彩计划，特别重视强烈的原色和金属色彩。其中包括鲜红（brilliant reds）、鲜黄（siren yellow）、鲜蓝（Lighting blue）、桔红（tango orange）和金属色系列（metallic colors，包括古铜、金、银等色彩）。

“装饰艺术”运动是一场国际性设计运动，不少欧美国家都卷入其中，尤以法国、英国和美国的设计成功较具代表性。它同时还影响到许多欧洲国家，大约从第一次世界大战期间开始出现，一直发展到 1935 年前后为止，是 20 世纪中延续时间比较长的一次设计运动。

“装饰艺术”重视色彩明快、线条清晰和具有装饰意味，同时非常注意平面上的装饰构图，大量采用曲折线、成棱角的面和抽象的色彩构成，产生高度装饰的效果。这种风格被许多法国画家、插图画家、平面设计师采纳使用，创作的题材也比较集中于法国上层阶级的奢华生活，特别是夜总会、舞厅、歌女、赌场、衣着入时的俊男少女、都市的生活等等，歌舞升平的巴黎，经过他们的创作，显得更加绚丽多彩。

这一领域几乎是由法国独领风骚，形成了两个重要的中心，即波尔多和巴黎，各集中了一批艺术家从事这种风格的探索。

大量的法国艺术家和设计家从事商业海报和其他平面设计，在这些领域中发展了这场运动的风格，取得相当惊人的成就。他们不少是为推销产品而创作的，这些广告、海报都具有特别的形式主义特点，色彩明快、构图特别，不是简单的产品照片或者效果图而已。很多都采用巴黎的华贵的夜生活作为背景，具有相当强烈的时代感。这些设计家包括查尔斯·格什玛（Charles Gesmar，1900—1928），他是舞台设计出身，之后转而从事平面设计工作。他为女演员斯平涅里（Spinelli）和米斯庭贵特（Mistinguett）设计海报和服装，影响很大。

作为“装饰艺术”运动平面设计的重要代表人之—的科夫出生在美国的蒙大拿州，家庭境况不好，因此他只读到小学八年级（美国一些小学附有初中课程，最高为八年级，相当于初中二年级）就不得不辍学了。他的父亲在他才几岁的时候弃家而逃，因此，他在还未成年就不得不工作，来支持家用。16岁的时候，他来到旧金山，在一家印刷和书籍装订工厂当学徒。他利用晚上与周末的时间读夜校，学习美术。1912年他在去纽约的途中，在芝加哥停留了几个月，在芝加哥的艺术学院（the Art Institute）进修美术。1913年，纽约举办了美国第一次欧洲现代艺术展——“军火库展览”（the Armory Show），这个展览引起美国舆论界大哗，对于欧洲的立体主义艺术和未来主义艺术，美国评论界纷纷攻击与指责，但是，现代主义则从此进入了美国，改变了美国艺术发展的途径。1913年的展览，在纽约结束之后，迁移到芝加哥展览，科夫在那里第一次看到欧洲最杰出的现代主义艺术作品，受到很大的震动。他立即感到芝加哥艺术学院的老师绝对不是世界现代艺术第一流的，在艺术观念上也十分落后，因此他决心到欧洲学习真正的、最新的艺术。他离开美国，首



8—16. 爱德华·科夫是英国把立体主义等现代艺术引入平面设计的最早设计家之一。这是他在1922年为伦敦地下铁道系统设计的海报——伦敦博物馆海报，他利用伦敦英国议会的大火作为设计的动机，立体主义绘画的手法，来烘托出伦敦博物馆与众不同的内涵。手法特别。



8—17. 科夫1924年为伦敦地下铁道系统设计的另外一张海报。伦敦地下铁道海报系统设计是现代平面设计史的重大成就，它利用各种各样的地下铁道到达的目的地作为主题，通过非直接的方法导致联想，来促进人们对地下铁道系统的使用，非常成功。这张海报描绘的是地下铁道可以把人们带去的风光迤邐的乡村风景，设计上也非常概括优美。



8—18. 科夫1924年为伦敦地下铁道系统设计的海报，他成功地解决了平面布局 and 浪漫的风光主题之间的矛盾，达到很好的结合效果。

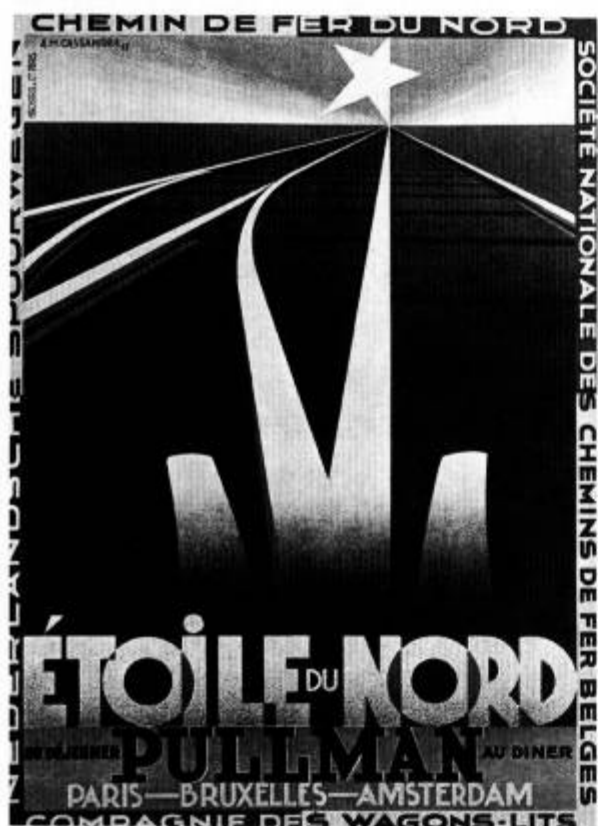


先到德国的慕尼黑，然后迁到欧洲现代艺术的中心巴黎学习。但是，第一次世界大战很快爆发，他不得不迁移到伦敦。

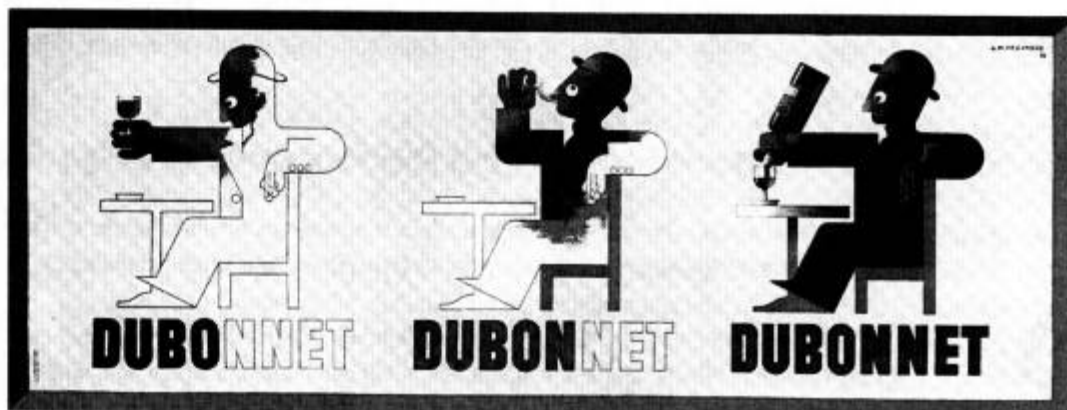
科夫的平面设计生涯是从第一次世界大战开始的。他在伦敦开始设计海报，1918年他为英国重要的报纸《每日论坛报》(the Daily Herald)设计海报，得到英国设计界的一致好评。这张海报的格局是直立的长方形，黄色底色，最上面有一群黑白色的立体构成的象征性的鸟在飞翔，下面是报纸的名称，非常简明扼要，主题鲜明，并且具有立体主义影响下发展出来的新平面设计风格。说明他全力从立体主义和未来主义艺术中汲取借鉴。他受委托为伦敦的地下铁道系统(the London Underground Transport)设计了141张大型海报，这些海报是由地下铁公司控制所为各种类型的商业客户作的商业广告，通过地下铁的系统，这些商业广告得以张贴在地下铁的入口、站台各地，因此影响非常大。这些海报具有他个人的鲜明风格：色彩鲜艳，图形大量采用几何形式，特别是明显地采用立体主义的形式特征来设计，而反映的内容也具有现代化的特征，比如大胆地采用以现代风景、性感的女性人物作为题材，可以说已经具有“装饰艺术”运动的基本特征了。他的海报对于当时的平面设计界带来很大的影响，也使他成为所谓的“后立体主义图画现代主义”平面设计运动的主要代表之一。

科夫在第二次世界大战期间回到美国，继续从事平面设计，他于1954年在美国去世。

与科夫相比，卡桑德拉的经历就完全不同了。卡桑德拉是14岁时候从俄国移民到巴黎的。他的父亲是法国人，而母亲是出生在乌克兰的俄国人，家庭本身就非常国际化。他喜欢美术，在巴黎的两个美术学院学习：巴黎的国立美术学院(the Ecole des Beaux Arts)和朱里安学院(Academie Julian)。他为了自己筹足学费，给赫查德与康帕涅印刷公司(Hechard et Compagnie printing firm)



8-19. 卡桑德拉1927年设计的铁路海报，具有强烈的图画现代主义风格。



8-20. 卡桑德拉1932年设计的法国红酒“DUBONNET”的海报，他运用电影和连环画的方法，强调主题，而在文字上也采用了与众不同的手法，海报从左到右由三个画面组成，是一个不断把一瓶“DUBONNET”喝完的人，文字是“DUBO”——法文的“双份”，进而演进为“DU BON”——法文的“不错”，最后完结为酒的名称“DOBONNET”，生动有趣。

**WITCH  
DENAR**

8-21. 卡桑德拉1929年设计的“比佛”体(Bifur)，是“装饰艺术”风格最典型的字体之一。

**RAINES  
SOUVE**

8-22. 卡桑德拉1936年设计的一种“装饰艺术”运动风格字体“Acier Noir”。

PEIGNOT LIGHT  
PEIGNOT DEMI BOLD  
PEIGNOT BOLD

8-23. 卡桑德拉设计的另外一种“装饰艺术”风格字体：“皮格诺体”，包括粗细不同的三种系统。

打工，这样开始了自己的平面设计生涯。他从1923年到1926年期间，设计出大量惊人高水平的海报，他的设计受立体主义绘画的深刻影响，同时也具有强烈的“装饰艺术”风格特色。他采用极其简单的图形，强调图形的象征和概况运用，他对于文字的兴趣，使他尽量把文字和图形综合为一体，他的海报设计是象征性的立体主义平面风格的最杰出典范。1925年，他为巴黎的一份报纸《L'Intransigeant》设计海报，以典型的“装饰艺术”风格描绘了一个正在高声喊叫的女性，从她的叫喊中放射式地设计了许多线条，非常象征地强调了报纸的宣传特性。卡桑德拉对于采用海报上的文字非常小心，他往往采用无装饰线体，他在1931年为法国横渡大西洋的轮船“大西洋号”（L'Atlantique）设计的海报，夸张地把轮船描绘成一个巨大的、视觉上非常强烈的纵向长方形，巨轮前面有一只小小的拖船，利用这个强烈的大小对比，突现了“大西洋号”的庞大和安定的特征。他的最杰出海报设计大部分是为铁路公司和轮船公司而作的。卡桑德拉还为赌场“巴黎卡西诺”设计海报。1927年为法国铁路设计的“北线快车”（Nord Express），1935年为远洋游船诺曼底（Normandie）设计的海报等等，都是“装饰艺术”重要的经典作品。他在1927年为法国铁路公司的巴黎——布鲁塞尔——阿姆斯特丹路线设计的海报，完全利用铁路的透视和道岔的交错组成几何的图案，铁路无限延伸，消失点上是一颗星，具有强烈的时代感。他的许多海报都被客户使用了一二十年以上，可见其魅力和受欢迎的程度。他是“后印象主义图画现代主义”平面设计的泰斗人物。

卡桑德拉也设计了一系列成功的“装饰艺术”风格的字体。他为法国的德拜尼与派诺字体铸造工厂（the Deberney and Peignot type foundry）设计的字体，具有大胆采用当时流行的“装饰艺术”风格和前卫艺术风格的特点，他的设计成为当时最流行的风格典范。

1930年代以后，卡桑德拉迁移到美国工作，继续从事平面设计，他的客户包括了《哈伯杂志》，美国集装箱公司（Container Corporation of America）等等。1939年他回到巴黎，投身于绘画创作和设计芭蕾舞和戏剧演出的舞台和服装，以后30多年，他的主要工作集中在戏剧舞台设计上。

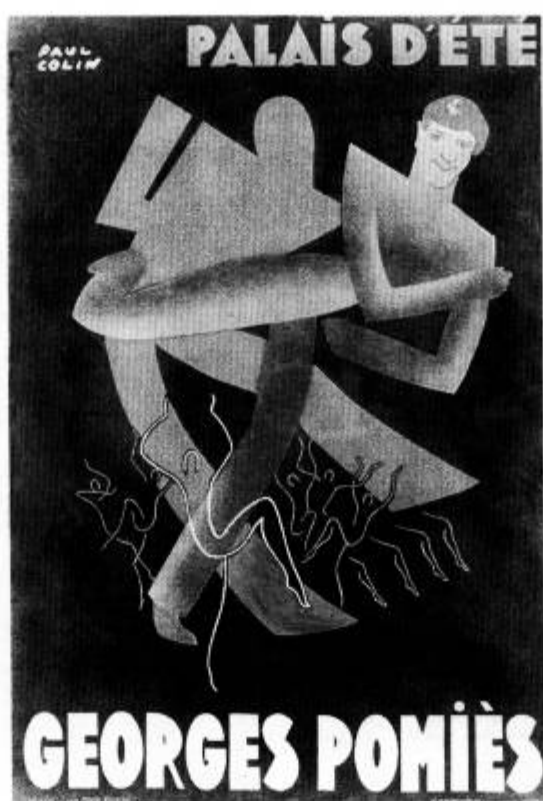
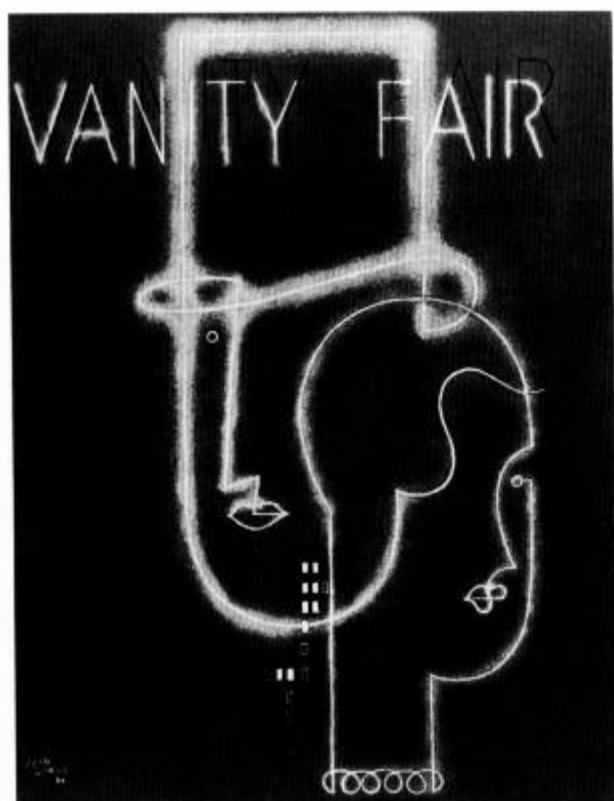
除了科夫、卡桑德拉之外，当时还有相当一批青年设计家集中于与他们的探索和设计相似的活动。其中包括让·卡卢（Jean Carlu, 1900—1989）、保罗·科林（Paul Colin, 1892—1989）等人。卡卢原来是学建筑的，18岁的时候，被有轨电车压断右手，他在手术恢复之后，还希望从事建筑设计，但是，第一次世界大战爆发，法国满目疮痍。特别是卡卢家乡所在的法国北部地区，基本受到完全的毁坏，他作为一个建筑设计师的理想在这种残酷的现实面前破灭了。因为失去了一只手臂，他开始利用左手来练习绘画，卡卢的天才，使他很快掌握了非常熟练的美术技能。

他与卡桑德拉一样，对于欧洲的，特别是法国在第一次世界大战前后发展得非常迅速的现代艺术兴趣很大，并且有很深刻的认识。他注意到德国的“海报风格”设计特点，知道简单扼要在现代海报设计上的重要性和前卫性，因此，把这些认识开始尝试用于他的海报设计。他的设计同时具有鲜明的“装饰艺术”运动的特点，现代艺术运动，“海报风格”运动等各种流行的视觉艺术运动风格都在他的作品中得到综合运用，因此，他的作品一出现，就得到广泛的欢迎。1930年，他为《名利场》杂志设计的封面，采用象征性的男女形象，利用线条组成，加上色彩烘染，形成霓虹灯效果，黑色的背景上有摩天大楼的灯光，表现了繁华的、醉生梦死的名利场的特色。很具代表性。他的简单、概况性和现代感具有很大的感染力。

1940年，卡卢到美国为法国的情报服务部（the French Information Service）举办《战争中的法国》（France at War）展览，这个展览在纽约的世界博览会（the New York World's Fair, 1939—1940）举行，他的设计取得很大的成功。但是，展览还没有结束，1940年6月14日，德寇占领了巴黎。卡卢身心交瘁，决定留在美国工作。他从这个时候开始，在美国一共逗留了13年之久，其间创作了大量杰出的平面作品，特别是他为盟军设计了大量海报，他把文字和图形交织在一起，组成一个综合的形体，非常具有特色，是第二次世界大战期间最杰出的海报典型。

科林原来是业余美术爱好者，第一次世界大战期间，他被征入伍，到前线打仗。在战壕中遇到一个也是当兵的印刷出版家，这个人发现科林对于设计很有天赋，因此问他战后愿不愿意到巴黎的香榭丽剧院（the Theatre des Champs-Élysées in Paris）担任舞台设计和平面设计师。科林一口答





8—24. 让·卡卢1930年设计的《名利场》封面，是非常典型的“装饰艺术”运动风格平面设计。

8—25. 保罗·科林1932年设计的海报，是非常典型的法国“装饰艺术”运动风格平面设计典型。

8—26. 奥斯汀·库伯1930年设计的铁路海报，具有强烈的立体主义艺术特征。

应，战争一结束，就立即去剧院上班，开始了设计的生涯。他正式开始从事平面设计是在1925年，主要是给剧院设计演出海报。科林的风格自然受到当时流行的立体主义和“装饰艺术”运动风格的影响，有简单的形式，概括地表现戏剧人物，戏剧的名称和主要演员名称都简单地放置在长方形海报的最上和最下面，很容易引起路人注意。他的人物是重叠的，尽量把几个不同的人物或者描绘的题材利用透明重叠方法综合为一体，提高结构上的整体性。布局上采用倾斜方法，造成不太平衡和不太对称的安排，增加动感。他工作非常勤奋，设计的数量相当大，据不完整的统计，他一生大约设计过1 000—2 000张大型海报，同时还设计了大约800个的舞台布景。具体他设计了多少，可能没有办法作精确的统计，但是可以肯定地说，科林是平面设计上最高产的设计家之一。第二次世界大战爆发后，科林在法国投身到设计反法西斯的海报工作去，一直到巴黎陷落。他在战后继续设计大量的商业海报和其他平面作品，直到70年代才逐步因为年迈而停止。这是“图画现代主义”运动平面设计中最具有影响的一个设计家。

另外，英国也出现了“图画现代主义”平面设计运动。这个运动在英国的代表人物是奥斯汀·库柏（Austin Cooper, 1890—1964）。他是完全把立体主义的绘画运用到平面设计，特别是海报设计的设计家。他习惯把图形主题以立体和象征的方法重叠起来，组成非常类似早期立体主义绘画的组合，生动而具有现代感。他设计的巴黎旅游海报，把凯旋门、罗浮宫的维纳斯塑像、咖啡和红酒等等统统重叠起来，非常像立体主义绘画。这种方法，的确别开生面，时髦而不俗。1924年，他为伦敦地下铁设计了一个海报，完全采用小方格的抽象合成，小方格从上到下杂乱安排，好像从上面落下一样，色彩是从红色到橙色、黄色、白色的渐变，最下面是标题：“下面更加暖和！”（It is warmer down below!），吸引大家在冬天乘用地下铁，不但效果非常好，同时也开创了立体主义式完全抽象的平面设计先例。

英国的另外有个重要的“图画现代主义”平面设计家是阿伯拉罕·盖姆斯（Abram Games, 1914—）。他是“图画现代主义”平面设计运动的最后一个代表人物。他开始创作的时间是第二次世界大战爆发前夕。采用类似其他同一个运动的设计家类似的风格，他设计了大量给儿童看的教育书籍和海报，在第二次世界大战期间，他创作了大量反法西斯的政治海报。他高度强调视觉传达在平面设计中的作用。他曾经说：“信息应该以最快、最生动的方式传达出去，这样才能够通过观众的下意



8—27. 约瑟夫·宾德1924年设计的维也纳音乐戏剧节海报,也具有明显的立体主义艺术影响痕迹。



8—28. 舒尔兹·纽达姆1926年设计的电影《大都会》海报,具有立体主义、未来主义艺术的影响痕迹。

识来吸引他们的兴趣。……理性原则决定了设计的表现。……设计家建造和掀起春天,当观众的眼睛被吸引住的时候,春天就绽放出来了。”(他的原话是: the message must be given quickly and vividly so that interest is subconsciously retained. ... The discipline of reason conditions the expression of design ... The designer constructs, winds the spring, The viewer's eye is caught, the spring released.) 他在战争期间设计的作品都具有高度的视觉准确传达特点,比如他设计的宣传为士兵献血的海报,描绘了一个大手掌的轮廓,手上有一个冲锋陷阵的士兵,士兵用一个献血的玻璃瓶环绕起来,三个图形重叠,非常形象,标题也清晰:“如果他倒下了,只有你的血能够救他!”他的设计准确,无论图形还是标题,都能够使观众一目了然地知道他的海报诉求的目的。这是现代海报设计的经典作品之一。

“图画现代主义”平面设计运动在欧洲的其他国家也有所发展,其中在奥地利的发展主要是依靠设计家约瑟夫·宾德(Joseph Binder, 1898 — 1972)的贡献。他在1922年到1926年之间在维也纳应用美术学院跟随维也纳立体主义和“分离派”的大师莫塞(Ko,oman Moser)学习设计,还在学生的时候,他就已经开始把当时现代艺术和现代设计的各种因素综合起来,用于自己的设计中。他特别喜欢立体主义绘画,在作品中采用非常简单的立体方法,把复杂的人物主题分解为简单的几何图形,往往采用两个左右的颜色处理画面色彩,简单、概括和具有鲜明的“装饰艺术”运动和立体主义风格特征,是“图画现代主义”平面设计在奥地利最杰出的代表。他设计的1924年维也纳音乐和戏剧节(Musik und Theaterfest, Der Stard Wien 1924)的海报是代表作之一。上面有两个吹号的艺人,完全用立体主义的方法分解组合成为三角形,简单明快,并且主题清晰。这张作品同时是奥地利最早发展出“装饰艺术”运动的里程碑作品,因此在奥地利的设计史上具有重要的地位。德国和奥地利都不同程度地卷入了“装饰艺术”运动,而表现的方式之一,就是平面设计上的“图画现代主义”运动,德国是这个运动的发源地,而奥地利则在国际影响下也发展出自己的风格来。

欧洲的“图画现代主义”平面设计运动综合了当时流行的各种现代艺术流派和设计流派的特点,发展出自己独特的、新鲜的平面设计风格来,从1905年伯恩哈特的“普莱斯特”火柴广告开始,一直发展到第二次世界大战前为止,是对于整个西方平面设计具有推动作用的重要运动。其中美国的海报设计和插图发展也是重要的组成部分之一。20世纪20年代整个世界的丰裕和30年代的发展是这个运动发展的背景,这个运动对于一战后的平面设计发展起到重要的奠定基础的作用。



## 引言

“图画现代主义”平面设计运动是欧洲和美国的现代设计运动中的一个重要组成部分，但是不是唯一的组成部分。第一次世界大战之后，欧洲一方面进入经济全面恢复阶段，很快进入全面繁荣，另一方面，却存在着极其剧烈的社会变革和思想变革，潜在许多不稳定的因素，共产主义运动和民族主义运动方兴未艾，震动整个西方世界；在艺术方面，也产生了代表这种社会思潮变化的倾向。除此之外，现代主义运动在建筑设计、工业产品上也出现了，无论是维也纳的“分离派”还是美国的赖特，都在探索新建筑的形式，找寻建筑的存在和发展意义，这些运动，对于设计的任何一个领域来说，都自然造成影响。因此，平面设计在受到这些来自不同方面的影响之下，自然也有很大的发展和多元化的变化。

作为现代设计的思想和形式基础，我们往往认为俄国在十月革命以后出现的构成主义运动、荷兰的“风格派”运动和德国的以包豪斯设计学院为中心的设计运动是欧洲最重要的三个核心，而这三个运动，在20世纪20年代期间出现了互相影响的状况，特别是荷兰“风格派”的主要人物和部分俄国的构成主义艺术家和设计家参与包豪斯的工作，这样，三个运动出现了结合的情况，一直到30年代，这三个运动在欧洲法西斯势力之下被迫结束，大部分人员都来到美国，欧洲设计上的现代主义运动才告一段落，而同时在美国得到继续发展，在二战后成为“国际主义”风格运动。

这个发展，与平面设计的发展基本是一致的，当然，平面设计具有其自身的特点，比如“图画现代主义”运动在其他的设计领域就没有出现，但是，第二次世界大战以前的平面设计运动与现代主义设计运动（建筑设计、工业产品设计等等）在很大程度是是一致的，并行的。真正复杂的分开，或者交叉发展，是第二次世界大战之后的事情。

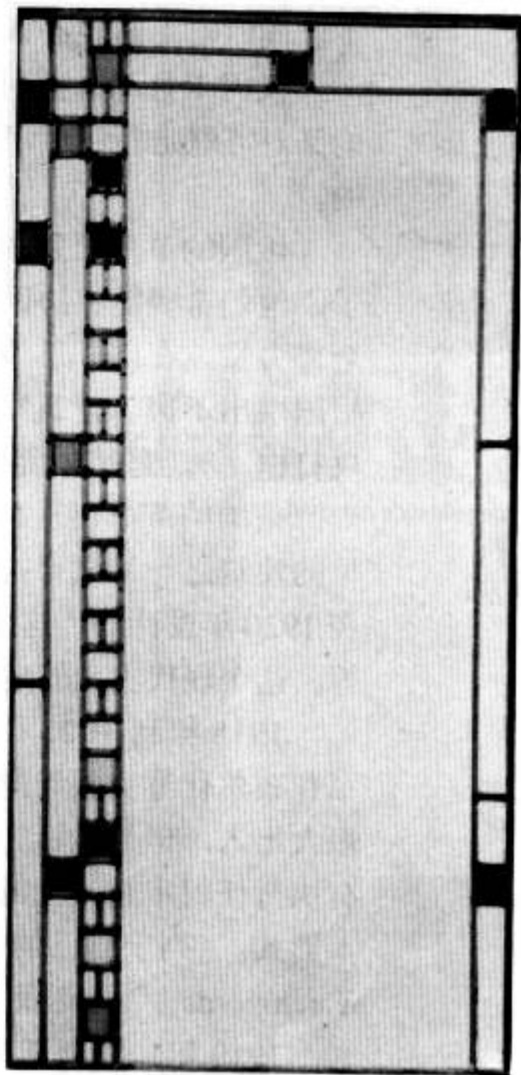
笔者在《现代世界设计史·1864—1996年》一书中对于以上提到的三个现代主义设计运动的分枝，即俄国的构成主义运动，荷兰的“风格派”和德国的包豪斯设计学院都有非常详细的论述，在以下，仅仅对这几个运动作简单的背景介绍，重点在讨论这些运动中平面设计的发展情况。

## 1. 俄国构成主义设计运动

### 1) 构成主义产生的背景和发展情况

俄国构成主义设计运动（Constructivism），在艺术上也称为“至上主义”运动（Suprematism），是俄国十月革命胜利前后在俄国一小批先进的知识分子当中产生的前卫艺术运动和设计运动，无论从它的深度还是探索的范围来说，都毫不逊色于德国包豪斯或者荷兰的“风格派”运动，但是，由于这个前卫的探索没有能够好像德国的现代主义那样产生世界的影响，这是非常令人遗憾的。

俄国十月革命成功，成立了世界上第一个社会主义国家——苏联。这是20世纪世界历史上一个重大事件和俄国历史上的重大转折点。新的政权基本按照奠基人弗拉基米尔·列宁在1917年10月撰写的《国家与革命》一书原则建立，即成立为生产资料逐步实行公有制的、强调一个阶级压迫另外一个阶级的无产阶级专政的新型国家，强调国家机器的重要性，主张完全推翻和摧毁旧国家机器，而建立以工人阶级、无产阶级为中心的崭新国家机器——包括军队、警察、法庭等等，也包括



9-1.1912年美国建筑大师赖特设计的建筑窗户的玻璃镶嵌图案，具有明显的结构主义特色。

国家的经济机构，如银行、企业，甚至农业，也应该逐步实现公有化。而强制实现这些工作的应该是布尔什维克党，也就是俄国共产党，这个党是独一无二的执政党，在俄国再也不存在第二个党派或者对立的政治力量。党的领导高于一切，因此，也不存在西方资本主义国家的那种以行政、立法、司法三个政府权力部门互相制约平衡的运作方式，这三种类型的职权部门都必须统一在党的领导之下。同时，军队也必须受党的绝对的领导。

俄国十月革命胜利以后，立即遭到各国列强的干预，1918年，西方列强支持白俄反叛，之后它们又对苏联进行了经济封锁和军事挑衅，企图推翻这个新政权，俄国新政权建立的初期是非常艰苦的。

俄国的革命信条和革命纲领，轰轰烈烈的革命运动，摧枯拉朽的红色风暴，吸引了大批知识分子，他们希望能够协助、参与共产党的革命，为建立一个富强、繁荣、平等的新俄国而贡献自己的全部力量。在内外干涉的困境之中，大批艺术家利用各种形式来支持革命，鼓舞士气，宣传画、活报剧层出不穷。建筑家埃尔·李西斯基（Eleanzar [El] Lissitzky, 1890—1941）的海报《红契子攻打白军》，是采用完全抽象的形式，强烈地表达出革命观念的现代海报之一。

俄国的革命建筑家、艺术家、设计家在这种艰难困苦的状况中开始了自己对革命的设计探索。最早的建筑之一是又弗拉基米尔·塔特林（V. Tatlin, 1885—1953）设计的第三国际塔方案，是他在1920年设计的。这个塔比埃菲尔铁塔要高出一半，内中包括国际会议中心，无线电台，通讯中心等。这个现代主义的建筑，其实是一个无产阶级和共产主义的雕塑，它的象征性比实用性更加重要。

1918年到1921年，是俄国历史上的所谓“战时共产主义”阶段。俄国共产党中央委员会、红军和布尔什维克领导的国家警察掌握全国。列宁承认，这个高度的中央集权方式与他原来的想法有很大出入，但是他认为暂时这样做是必要的、必然的。列宁对于艺术创作没有进行任何干预，也没有执行任何审查。他的一个基本的立场是希望能够在混乱之中形成新的、为无产阶级政权服务的艺术形式。（列宁自己的话是：“the chaotic ferment, the feverish search for new solutions and new watchwords.”）因此，各种各样的艺术团体开始大量涌现。

1919年，在离开莫斯科不远的维特布斯克（Vitebsk）市，由伊莫拉耶娃（Ermolaeva），马列维奇（K. Malevich）和李西斯基（E. Lissitzky）等人成立了激进的艺术团体“宇诺维斯”（UNOVIS）。同年，李西斯基开始从事构成主义的探索，开始把绘画上的构成主义因素运用到建筑上去。他用俄语“为新技术”几个字的缩写“普隆”（PROUN）来称这种新的设计形式，1920年，宇诺维斯在荷兰和德国展出自己的作品，可以说，立即对荷兰风格派产生了直接的影响。

1918年，在莫斯科也有前卫的艺术家和设计家成立了一个团体“自由国家艺术工作室”（the Free State Art Studios），利用缩写简称为“弗克乎特玛斯”（VKHUTEMAS），这个团体力图集各种艺术和设计之大成于一体，绘画、雕塑、建筑、手工艺、工业设计、平面设计等等无所不包，具有高度的全面性和广泛性。成员包括重要的建筑师亚历山大·维斯宁（Alexander Vesnin），伊利亚·戈索诺夫（Ilya Golossov），莫谢·金斯伯格（Moisei Ginsburg），尼古拉·拉多夫斯基（Nikolai Ladovsky），康斯坦丁·梅尔尼科夫（Konstantin Melnikov）弗拉基米尔·谢门诺夫（Vladimir Semenov）。

1918年，另外一个前卫的设计组织“因库克”（INKHUK）也成立了，这个组织包括了另外一些重要的俄国前卫艺术和设计的先驱，包括刚刚从德国回来的前卫艺术家瓦西里·康定斯基（Vasily Kandinsky），重要的前卫艺术家罗钦科（Rodchenko）、瓦尔瓦拉·斯捷潘诺娃（Varvar Stepanova）、柳波夫·波波娃（Liubov Popova）和评论家奥西勃·布里克（Ossip Brik）。在俄国革命的这个阶段当中，“弗克乎特玛斯”和“因库克”一直是领导俄国设计和现代艺术主流的两支主要力量。

1923年，拉多夫斯基和梅尔尼科夫组织“新建筑家协会”（the Association of New Architects），简称“阿斯诺瓦”（ASNOVA），宣布集中利用新的材料和新的技术来探讨“理性主义”，研究建筑空间，采用理性的结构表达方式。

与此同时，维斯宁也开始全力研究构成主义，围绕他形成了一个相当可观的“构成主义者”集团，是当时俄国规模最大的研究和探讨构成主义的团体。他们对于表现的单纯性、摆脱代表性之后



自由的单纯结构和功能的表现的探索，以结构的表现为自身的最后终结。这个集团包括嘉堡（N. Gabo），佩夫斯奈（Pevsner），罗钦科，斯捷潘诺娃，布里克等人。原来“弗特乎克玛斯”的一些学生，如米哈伊尔·巴什（Mikhail Barsch），安德列·布洛夫（Andrei Burov）也参与到这个运动中来。当时，俄国前卫诗人马雅科夫斯基与理论家布里克组织的“左翼艺术阵线”（Leftist Art Front，简称 LEF）与这个运动有非常密切的联系。俄国早期电影导演爱森斯坦与梅耶霍德（Meyerhold）也与他们有非常密切的关系。通过他们的电影，构成主义的建筑才为外界所知。

构成主义最早的设计专题是 1922 年到 1923 年期间由亚历山大·维斯宁和他的弟弟列昂尼·维斯宁设计的“人民宫”，这是一个巨大的椭圆形体育馆建筑，旁边有一个巨大的塔，塔与体育馆之间是无线电台天线网，这些天线网同时起到建筑空间结构的作用。

1921 年实行列宁的“新经济政策”时期，俄国鼓励与西方联系，这样，俄国的构成主义探索才开始为西方知道。当时，欧洲有一小批俄国十月革命以前的流亡知识分子，他们当中有不少都在前卫艺术是有相当贡献，比如旅居巴黎的俄国芭蕾舞编导迪亚基列夫（S. Diaghilev）与俄国作曲家斯特拉文斯基、表现主义画家索丁（立陶宛人，Chaim Soutine）和巴克斯特（Leon Nicholaevich Bakst）等人，都是非常重要的前卫艺术奠基人物。但是，在新经济政策短暂的期间，新的俄国艺术被西方认识，特别是俄国的一批构成主义设计家到西方旅行和交流，把俄国的构成主义观念和思想带到了西方，产生了很大的震动，特别是对德国产生了很大的影响。

列宁的新经济政策是立足在团结与依靠城市工人阶级的基础上，利用给予俄国农业一定的个体自由度，来取得农民对革命的支持。在这个社会试验的前提下，西方各国对于俄国的革命有新的看法，不少国家取消了对俄国的经济封锁，俄国的经济开始有比较快的复苏和发展。对于列宁的这种社会试验，俄国共产党内有人指责列宁是背叛革命。他们认为革命必须采取取消私有制的激进方法，主张与所有的私有制、与西方资本主义对抗，1922 年开始，俄国的政治形势开始转向紧张，列宁的身体在他被刺以后恶化，1923 年已经基本不能担任日常的领导工作，激进派分子日益控制局势。这样，一批当时的构成主义、前卫艺术的探索者开始为摆脱政治干预，而离开俄国，前往西方。其中包括有康定斯基、嘉堡、佩夫斯奈、马克·夏加尔、马列维奇、李西斯基等人。

西方的前卫艺术运动当时受第一次世界大战的结果和共产主义革命失败很大的影响，战后转而出现了表现主义的新高潮，体现的形式非常不同，虚无的、伤感的、宿命的成分大大增加。体现在勃什（Becher）、维弗尔（Franz Werfel）的诗歌，凯塞（Kaiser）和托勒（Ernst Toller）的戏剧，卡夫卡（Franz Kafka）的小说等方面，于此同时，现代建筑也受到这种思潮的影响。俄国的构成主义此时的传入西欧，对于促进新形式起到重要的作用。

1923 年，有两件重大的事情，促进了现代设计观念，特别是构成主义的发展。

其一是国际构成主义大会的举行。1922 年，德国设计学院包豪斯在杜塞多夫市举办国际构成主义和达达主义研讨大会，有两个世界最重要的构成主义大师前来参加大会，他们是俄国构成主义大师李西斯基和荷兰风格派的组织者西奥·凡·杜斯伯格（Theo van Doesburg），他们带来了各种的对于纯粹形式的看法和观点，从而形成了新的国际构成主义观念。

其二是俄国文化部在柏林举办的俄国新设计展览。展览组织人是俄国当时的文化部长卢拿察尔斯基（Lunacharsky）。这次展览不仅仅是让西方系统地了解到俄国构成主义的探索与成果，同时，更重要的是了解到设计观念后面的社会观念，社会目的性。格罗佩斯立即改变自己包豪斯的教学方向，抛弃无病呻吟的表现主义艺术方式，转向理性主义，提出“不要教堂，只要生活的机器”（not cathedrals, but machines for living）的口号，是包豪斯自 1919 年开创以来的第一次政策的重大调整。虽然包豪斯直到 1927 年才开办建筑专业，但是，它的基础教育和教育思想在很大程度上已经开始受到俄国构成主义的影响。格罗佩斯聘用康定斯基和另外一个来自匈牙利的构成主义设计家拉兹罗·莫霍里-纳吉担任包豪斯的教员，是改变包豪斯教学的一个重要步骤。

俄国的构成主义在艺术上也是具有非常大的突破的，对于世界艺术和设计的发展也起到很大的促进作用。在电影方面，爱森斯坦创造了构成主义式的新电影剪辑手段，称为“蒙太奇”，成为

世界电影剪辑手法中的核心成分。俄国舞台剧作家梅耶霍德的舞台设计和剧本安排受到构成主义的很大影响，而他的作品又影响到欧洲现代戏剧家匹斯卡多（Erwin Piscator）和布莱希特（Bertolt Brecht）的剧作。罗钦科和李西斯基的平面设计，特别是平面排版设计和大量采用摄影的方式，影响到许多欧洲国家的平面设计，特别在包豪斯的莫霍里-纳吉的设计当中表现明显。在建筑上，俄国构成主义的影响在格罗佩斯、包豪斯第三任校长迈耶等人的设计当中非常鲜明。1922年，他们两个在竞争“芝加哥论坛报”大厦建筑项目上，表现出这种理性主义的倾向和俄国的影响。密斯·凡德洛当时的一些作品，如1923年的钢筋混凝土结构办公室设计项目，同年的砖结构农村建筑项目等等，都有明显的俄国构成主义影响。

俄国构成主义者把结构当成是建筑设计的起点，以此作为建筑表现的中心，这个立场成为世界现代主义建筑的基本原则。如同未来主义一样，构成主义热衷于科学技术，但是未来主义是在资本主义的范围之内来称颂技术，认为技术是资本主义体系的一个组成部分，而构成主义则认为技术是在商业社会之上的基本因素，并不把技术归咎于社会形态。他们与把构成主义形式当作单纯的美学结论、伦理体系不同（比如凡·杜斯伯格反对设计为任何政治服务，他认为设计是高于阶级的。他说：“我们的艺术既不是无产阶级也不是资产阶级的，这种艺术的力量如此强大，它不会受到社会形式的影响。”），认为任何的新形式，特别是构成主义的形式是具有社会含义的，是为社会体系服务的。德国的“工业同盟”有意识地从设计的政治内容退缩，而俄国构成主义则坚决地提出设计为政治服务。这一点，在包豪斯也遭到不少人的反对，包括莫霍里-纳吉。纳吉认为构成主义设计是“非无产阶级，也非资产阶级的，它是基本的、原创的、准确的和放之四海皆准的”。

如果从俄国本身的构成主义发展史来看，也有一些建筑家和设计家对设计和政治的共同性问题，同一性问题有异议。对于构成主义的形式和观念，虽然有不少俄国知识分子是持支持态度的，但是，持反对意见的人也不在少数。不少人认为俄国的新社会制度，应该采用新古典主义为代表。如俄国设计家佛明（I·Fomin）和佐尔托夫斯基（I·Zholtovsky）就持有这种看法。另外一些虽然是激进的艺术和设计家，但是却与荷兰的凡·杜斯伯格一样，力图把设计与政治分离开来，比如俄国当时甚有势力的形式主义派、出名的诗人维克多·史克罗夫斯基（Viktor Shklovsky），就是如此。但是，对于布尔什维克的构成主义者来说，构成主义就是革命，就是代表无产阶级利益的形式，虽然他们不主张暴力形式，但是构成主义本身，就是一种对以往各种形式的暴力革命。这些受过良好教育的中产阶级知识分子提出要与广大的工人阶级、农民共同享有新的艺术和设计，这在精英主义强大的欧洲是闻所未闻的，对西欧的艺术先驱和前卫设计家来说，这也是一个重大的启迪。俄国构成主义的建筑家、艺术家提出构成主义为无产阶级服务，为无产阶级的国家服务，旗帜鲜明，政治目的明确，是设计史和艺术史上少有的现象。正因为如此，所以在20—30年代之间，欧洲不少人把现代艺术、现代设计和社会主义、无产阶级革命联系起来，认为如果是现代艺术的，就是社会主义的。而法国建筑大师勒·科布西耶一直努力使这两者能够分别开来。

1925年，一批构成主义建筑家和左翼艺术阵线的成员在莫斯科组成一个新的前卫艺术和设计集团“当代建筑家联盟”（Union of Contemporary Architects）简称OSA。主席是亚历山大·维斯宁，成员还有他的弟弟列昂尼·维斯宁、维克多·维斯宁两人，巴什，梅尔尼科夫，伊里亚·戈洛索夫和非常精明的伊凡·伊里奇·列昂尼多夫（Ivan Ilich Leonidov, 1902—1959）。金斯伯格成为这个集团的刊物《当代建筑》的主编，这个刊物的一个重要撰稿人是勒·科布西耶。这个刊物大量介绍成员的设计作品，发表成员的理论文章，通过这个刊物，OSA成功地把构成主义的观点和立场在俄国国内和欧洲广泛传播开来。

这个集团大量地参与苏联各种重大建筑项目的竞赛，其中包括1924年维斯宁兄弟、梅尔尼科夫和戈洛索夫设计的真理报大厦；1924年维斯宁兄弟和梅尔尼科夫设计的阿尔科斯百货公司（ARCOS），1925年金斯伯格与戈洛索夫设计的纺织部大厦（the House of Textile）；1925年维斯宁兄弟设计的国家电报大厦。

苏联此时与欧洲的交流依然没有因为斯大林的上台而立即中止，俄国构成主义对于西方的影响



也依然非常强大。OSA 组织成员之一李西斯基则集中精力与欧洲设计界联系与合作，特别是与荷兰风格派的一个重要的成员玛特·斯坦（Mart Stam）的合作。另外一个组织——“弗库特玛斯”组织的重要成员罗钦科在设计的建筑与家具与包豪斯的马谢·布鲁尔（Marcel Breuer）的设计越来越相似，他们分头进行这几乎同样的探索与试验。他们在 1925 年分别设计出世界上最早的电镀钢管椅子和家具。1925 年前后，俄国的记录电影对西方产生了极大的影响，比如俄国电影制作人兹加—维尔托夫（Dziga-Vertov）的观念“电影眼睛”（Kino-Eye），他的电影《带着电影摄影机的人》（*The Man with the Movie Camera*, 1929），爱森斯坦现场拍摄，大量采用业余演员，利用纪录片和文献片方法剪辑等等，在他的电影《战舰波将金号》（*Potemkin*, 1925）中体现得非常有力，与当时柏林和好莱坞电影制作的商业方式完全不同，不但独树一帜，而且影响西方电影制作。这些，都足以表示俄国构成主义的力量。

在俄国的构成主义继续发展的时候，金斯伯格对于这个运动越来越流于形式主义的倾向表示不满，他认为，在现代设计的探索当中，不应该提倡“风格”，构成主义也不是风格，应该注意的是功能，功能主义应该是强调的中心。理性主义和构成主义是不可分开的两个有机组成部分，其目的是功能的、政治的、社会的。伊万·列昂尼多夫也具有同样的看法，他提出的“技术观点”（*vision of technology*）是当时世界上各种现代主义观点中最令人激动的一个，他运用自己的功能主义观点来设计的莫斯科列宁学院（1927）建筑是现代主义、构成主义的重要建筑之一。这是他在“佛库特玛斯”最后一年的设计项目。建筑是多种功能的结合总体，结构上具有高度的单纯化特征，与学院派建筑形成最鲜明的反面对比。

大部分的构成主义都没有能够实现，真正变成建筑现实的俄国构成主义建筑是在西方完成的，那是梅尔尼科夫 1925 年在巴黎世界博览会上设计的苏联展览馆的大厦，在这个博览会上勒·科布西耶展出了自己的“新思想宫”（*Pavillon de l'Esprit Nouveau*）内中的精神与形式因素有大量俄国构成主义的特征，而“装饰艺术”风格也是因为这个展览而形成的，这个风格当中的构成主义特点也是显而易见的。俄国的构成主义在这个博览会当中不但提供了一个坚实的样板，同时，它对于现代设计的影响也完全可以看到了。

列宁去世之后，斯大林和托洛茨基共同掌握政权，他们之间的权力斗争立即开始。1929 年，托洛茨基被推翻，斯大林全面掌握政权。1928 年，斯大林利用开展第一个五年计划（1928—1932）来中止列宁的新经济计划，这个五年计划是一个雄心勃勃的发展工业化的计划，斯大林在全国实行公有制，在农村建立集体农庄，消灭地主阶级。在全国、全党进行肃反运动，清洗一切持有不同政见的人。

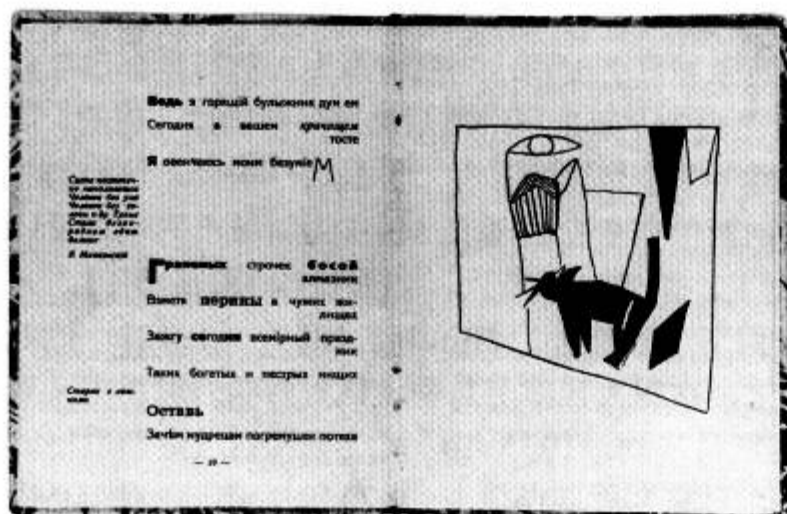
OSA 当时提出要所有的俄国建筑师团体合并为一，但是，许多人不同意，因此，没有能够成功。1929 年，一批正统派的、学院派的建筑师组成了“全俄无产阶级建筑师联盟”（*the All-Russian Union of Proletarian Architects*），简称 VOPRA，公开反对构成主义者们，指责他们的极左倾向。在第一个五年计划期间，构成主义的试验还继续进行，但是越来越徒劳无功，列昂尼多夫在莫斯科合作社竞选中失败，勒·科布西耶赢得竞争，但是，他的设计是由一个莫斯科的苏联建筑师帮助他完成的。俄国自己的构成主义已经越来越受到公开的歧视。虽然他们依然可以存在，但是项目很少，他们的注意力很快就按照当时俄国的发展要求，特别是俄国向西伯利亚发展要求，转移到新城市的规划设计上去了。俄国后期的构成主义基本集中在城市规划上，涌现一批新人，如弗拉基米尔·谢门诺夫（*Vladimir Semenov*, 1874—1969），尼古拉·米留辛（*Nikolai Miliutin*, 1889—1942），他们与金斯伯格合作，提出自己的崭新的都市规划方案来，在很大程度上与勒·科布西耶的理想主义规划相似。他们提出了放射状设计规划（谢门诺夫莫斯科规划，1935 年）和线性规划（金斯伯格的“共产主义卫星红城”，1929—1931，米留辛的斯大林格勒规划设计，1929 年）等等，对于日后社会主义国家的城市规划起到很大的影响。如后来中国北京的放射状设计规划，与谢门诺夫的莫斯科规划同出一辙。

## 2) 构成主义和至上主义在俄国平面设计中的发展

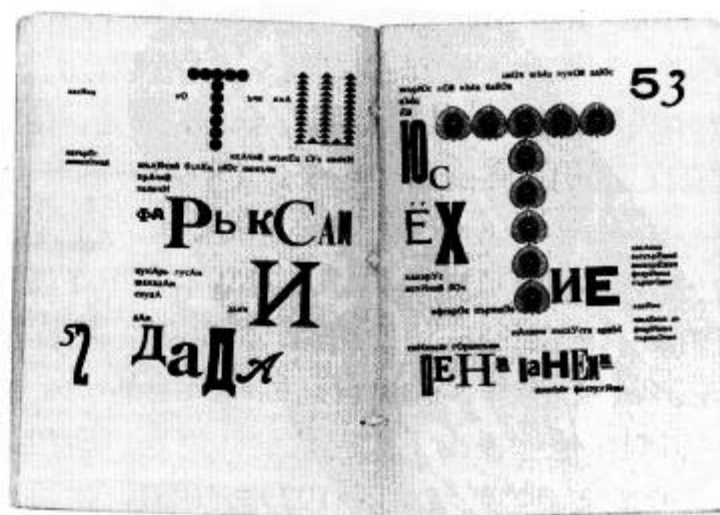
俄国的构成主义设计是俄国十月革命之后初期的艺术和设计探索运动的内容。这个运动，从思想上是受到共产主义的影响，是知识分子希望发展出代表新的苏维埃政权的视觉形象的努力结果；而从形式上来讲，则是西方的立体主义和未来主义的综合影响的结果。意大利未来主义的主要人物费里波·马里涅蒂在俄国十月革命之后到苏联讲学，他的未来主义思想给苏联的艺术家和设计家带来很大的震动，而他也注意到当时苏联的艺术家和设计家是如何急迫地汲取立体主义和未来主义的形式营养。因此，俄国的构成主义运动，从风格上看，是立体主义——未来主义的综合。但是，与立体主义和未来主义不同的在于俄国构成主义的明确政治目的性。这些俄国前卫艺术家和设计家的目的是要用这种新的形式，来推翻沙皇时期的一切传统风格，从艺术和设计形式上与俄国革命的意识形态配合，否定旧时代，建立新的时代所需要的形式。在平面设计上，他们采用非常粗糙的纸张印刷，目的是表现新时代的刻苦精神，特别是无产阶级的朴素无华的阶级特征；在版面编排上，他们也采用了未来主义杂乱无章的方法，表示与传统的、典雅的、有条不紊的版面编排的决裂。著名诗人弗拉基米尔·马雅科夫斯基（Vladimir Mayakovsky）在撰写诗歌的时候采用了所谓的阶梯方法，行句错落，完全不按照原来的诗歌创作的基本格式，已经自成一体了。而他的《自传》由构成主义的平面设计家布留克兄弟（David / Vladimir Burluk）设计，形式与未来主义的设计几乎完全一样，行句高低错落，字体大小参差，插图也具有强烈的立体主义、未来主义和超现实主义的特征。他们的作品又影响了其他的设计家，比如伊里亚·兹达涅维奇（Ilya Zdanevich）等人。

俄国的构成主义和至上主义的起源是相似的，但是后来的发展却大相径庭。至上主义是以艺术形式为至上目的的艺术流派，强调形式就是内容，反对实用主义的艺术观，其主要的领导人物是马列维奇；而构成主义却恰恰相反，他们反对为艺术而艺术，主张艺术为无产阶级政治服务，因此反对单纯的绘画，主张艺术家放弃绘画，从事设计。因此，可以说俄国的这两个同时发生和发展的流派虽然形式上和形式渊源上相似，但是精神内容和意识形态立场是不同的。

俄国至上主义运动的核心人物是卡西米尔·马列维奇（1878—1935）。他很早就受到立体主义和未来主义的影响，早在十月革命以前，已经开始探索艺术创作的的目的性，并且创造出自己的构成主义艺术和设计风格来。他采用的简单、立体结构和解体结构的组合，以及采用鲜明的、简单的色彩计划，完全抽象的、没有主题的艺术形式，自称为“至上主义”艺术。他否认艺术上的实用主义的功能性和图画的再现性，他提出要用绝对的、至上的探索，来表现自我感觉，“追求没有使用的价值、思想，没有许诺的土地”。早在1913年，马列维奇就认为艺术的经验只是色彩的感觉效果而已，因此曾经设计过一个完全和仅仅由黑色方块构成的创作：《黑方块》，说明仅仅是对比表达了艺术的真实。1915年以后，他开始了利用立体主义的结构的组合创作，简单的几何形式和鲜明



9-2. 俄国构成主义平面设计家布留克兄弟 1914 年设计的书籍。



9-3. 俄国构成主义平面设计家伊里亚·兹达涅维奇 1923 年设计的书籍，是俄国构成主义受到达达主义风格影响的体现。



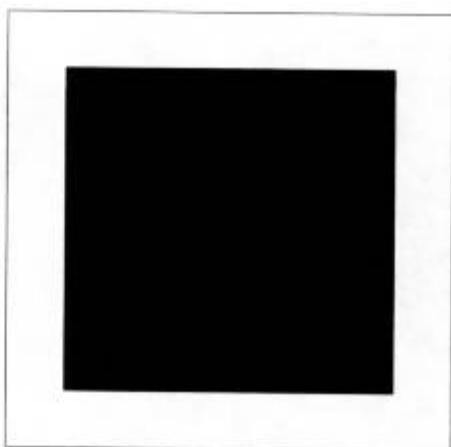
的色彩对比组成了他的绘画的全部结构内容，视觉形式成为内容，而不是手段。这个探索，从根本上改变了艺术的“内容决定形式”的原则，他的立场是“形式就是内容”。

十月革命以后，俄国的这些个人的艺术和设计探索，开始得到刺激，因而迅速发展。左翼艺术家和设计家利用新的形式来反对陈旧的、沙皇时期的形式，表现新时代的到来。利用这种探索来支持革命。这场具有相当理想主义色彩的运动，吸引了大量的青年艺术家和设计家参与，形成上面提到的俄国构成主义运动和至上主义艺术运动。同时也吸引了一些当时还客居外国的俄国艺术家和设计家回国参与，德国表现主义的重要人物之一的康定斯基（Wassily Kandinsky, 1866—1944）就是在十月革命之后回到俄国，参加构成主义和至上主义运动的。但是，到1920年前后，这个运动产生了分裂。其中部分人员，比如马列维奇、康定斯基等人，主张艺术应该是精神的，不应该过于注重社会的实用功能。希望艺术能够在比较单纯的知识分子对于形式的探索中发展，而不至于成为简单的社会革命的工具。而其他的一些青年艺术家和设计家则持有完全相反的立场。他们认为艺术应该是为无产阶级革命服务的，艺术的最高宗旨就是它的社会功能性。这批人中包括有弗拉基米尔·塔特林（1885—1953）和亚历山大·罗钦科（1891—1956）。他们组成一个由21个艺术家和设计家组成的团体，在1921年宣布成为为革命探索的新派别，公开谴责“为艺术而艺术”的立场。他们强调艺术应该为无产阶级实用的目的服务，呼吁艺术家放弃创作那些“没有用的东西”，而转向设计有用的内容。所谓“有用”的，其实就是政治海报、工业产品和建筑。他们说：“作为新时代的公民，现在艺术家的任务是清除旧社会的垃圾，为新社会的发展开拓天地。”这也是塔特林和罗钦科都纷纷放弃艺术创作，而改向设计的原因。

1922年，俄国构成主义者们发行题为《构成主义》（Konstruktivism）的宣言，由亚历克赛·甘（Aleksei Gan, 1893—1942）撰写。在这篇文章中，甘明确地批判为艺术而艺术的倾向，主张艺术家为无产阶级政治服务，提出要艺术家走出试验室，参与广泛的社会活动，直接为社会服务。在这篇文章中，他提出构成主义的三个基本原则，即：技术性（tecnonics）、肌理（texture）、构成（construction）。其中，技术性代表了社会实用性的运用；肌理代表了对工业建设的材料的深刻了解和认识；构成象征了组织视觉新规律的原则和过程。这三个原则，基本包括了构成主义设计的全部内容特征。

构成主义在设计上集大成的主要代表是李西斯基（1890—1941）。他对于构成主义的平面设计风格影响最大。李西斯基曾经申请进入彼得堡的高等美术学院，但是被彼得堡美术学院以种族原因——因为他是犹太人而拒绝，这使他对于传统的美术教育体系嫉恶如仇。他因此转而去德国达姆斯塔德工程和建筑学院（the Darmstadt School of Engineering and Architecture）学习建筑。以后，数学和工程结构就成为他的艺术创作和设计的核心。1917年俄国十月革命胜利之后，李西斯基感到无比兴奋，他认为十月革命是一个崭新的纪元的开始，是无产阶级当家作主的开端。新的社会制度会带来全社会的变革，技术的广泛运用会造成国家的富强。他立即回国，决心从设计改革上来为新时代工作。

俄国画家马克·夏加尔（Marc Chagall）当时在离开莫斯科250公里以外的一个小城维特别斯克市的美术学校当校长，1919年，夏加尔邀请李西斯基去担任教员。当时，在这个城市已经有伊莫拉耶娃，马列维奇等至上主义艺术家在进行新艺术的探索，李西斯基到达以后，很快加入他们的试验，志同道合地从事积极的创作。他们成立了自己的激进的艺术“宇诺维斯”（UNOVIS）。同年，李西斯基开始从事构成主义的探索，开始把绘画上的构成主义因素运用到建筑上去。他用俄语“为新艺术”这几个字的缩写“普朗”（PROUN）来称这种新的设计形式，李西斯基说：“普朗”是在绘画和建筑之间的一个交换中心。是连接设计和艺术的结合点。这个提法，说明他的目的是要把至上



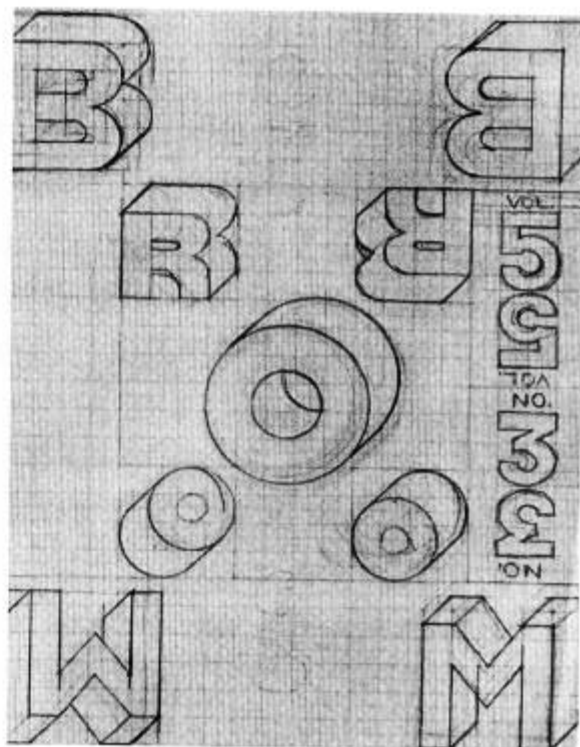
9-4. 俄国构成主义大师马列维奇1913年创作的作品《黑方块》，是最早的减少主义作品。



9-5. 俄国构成主义平面设计集大成的作品:《主题》杂志的封面设计,集中体现了构成主义的设计特点。



9-6. 《主题》杂志的封面之一。



9-7. 俄国构成主义大师李西斯基 1922 年设计的《扫把》杂志封面。

主义绘画直接运用到建筑设计和平面设计上去的欲望。他设计的海报明确地反映了这种倾向。比如上面提到过的、他设计的海报《用红色的楔子打击白军》(Beat the Whites with the Red Wedge)就是采用白色、黑色方格代表克伦斯基的反动势力,而用红色的楔形代表布尔什维克的革命力量,是把至上主义非政治化的艺术形式运用到高度政治化的宣传海报上的典型代表作。这个海报的俄语原来的口号是四个单词组成的,即“用红色打击白色!”,“白色”又是复数,因此,隐有“白军”的意思,言简意赅,目的和含义明确;这张海报的色彩的象征作用也非常典型:白色是反动势力,红色是革命势力,这种象征方法,得到老百姓的欢迎。因此,立即有非常强烈的社会反应。

1920年,“宇诺维斯”在荷兰和德国展出自己的作品,立即对荷兰风格派产生了直接的影响。这是俄国构成主义和荷兰“风格派”的结合开端。李西斯基在1921年到柏林,与“风格派”建立直接联系。第一次世界大战以后的德国成为东欧和西欧接触的中心,李西斯基利用德国当时世界最杰出的印刷设备和技术,充分地表达了自己的设计思想。他在德国期间,设计了大量的平面作品,包括书籍、海报等等。他的设计在德国和西欧立即引起浓厚的兴趣,从而产生了模仿和学习的热潮,因此,李西斯基是把俄国构成主义设计和至上主义艺术传播到西方的最核心人物。

1920年代,新成立的俄国苏维埃政权对艺术和设计的探索采取鼓励的立场。这个立场刺激了俄国的新艺术和设计的发展。苏维埃政权对于李西斯基创造的新设计形式不但鼓励,而且还由国家出版的杂志,宣传这种新的形式。李西斯基与编辑伊里亚·厄伦堡(Ilya Ehrenburg)合作,主编新杂志《主题》(Veshch),这是一份三种语言合并的杂志,俄文名称为“Veshch”,德文名称为“Gegenstand”,法文名称则是“Objet”,之所以称为“主题”是因为他们认为艺术的目的是创造新的主题,是为了在俄国和欧洲,通过青年艺术家和设计家之手创造代表新时代的新主题,新的国际风格。李西斯基和厄伦堡把《主题》这份杂志视为各个不同国家的新艺术和设计思想冲突、溶合的论坛。

李西斯基在德国期间,多次到包豪斯设计学院讲学,并且带去包括《主题》在内的各种俄国构成主义设计的刊物和出版物,对于包豪斯产生了相当的影响。他还与德国和其他西欧国家的现代设计家合作设计,其中包括1924年与库特·施威特共同设计和出版的刊物《迈兹》(见第七章“达达主义”一节),参与非常激进的美国刊物《扫把》(Broom)的编辑和设计。《扫把》专门刊登前卫的文学作品和评论,因此,李西斯基的设计与刊物的特色正好吻合。他为这份刊物设计了很多封面和版面,影响很大。

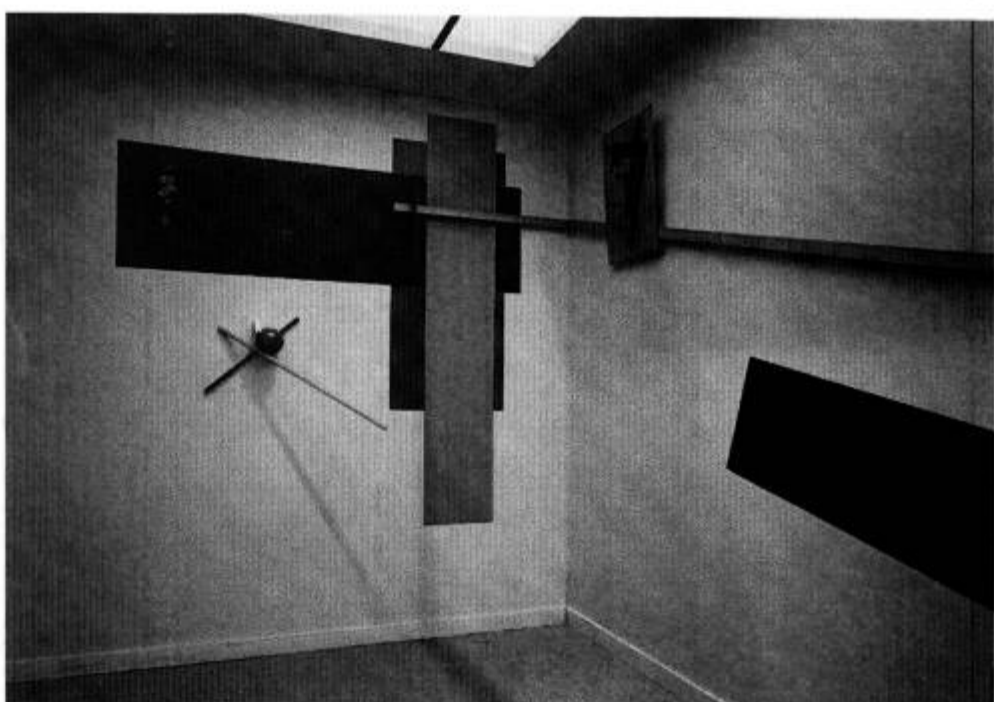


李西斯基的设计具有强烈的构成主义特色：简单，明确，采用简明扼要的纵横版面编排为基础，字体全部是无装饰线体的，平面装饰的基础仅仅是简单的几何图形和纵横结构而已。他对于当时的版面编排受排版技术的局限非常不满意，特别是金属的版格的控制，使他难以发挥自己的设计思想，因此经常是自己利用绘图工具来完稿，设法不受技术的局限。他在 1925 年已经准确地预言：古腾堡的设计方式已经是过去的、历史的了，他的金属活字版已经成为平面设计和印刷发展的障碍，未来的设计有赖于新的技术突破。

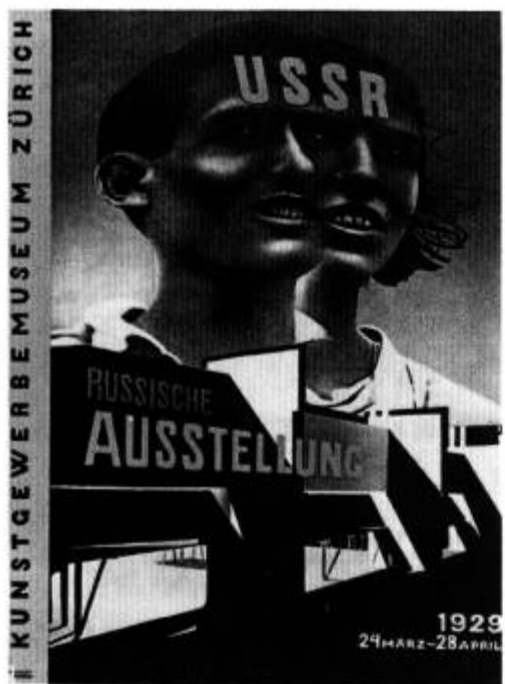
作为一个设计家，李西斯基从来不在平面设计上搞装饰，他只是进行结构的调整和设计。他的目的仅仅是为了主题，而这个主题往往是新的、革命的，比如 1923 年他为马雅科夫斯基的诗选《呐喊》（俄文是 Delia Golosa，翻译成英文称为 For the Voice，或者称为“For Reading Out Loud”）设计的封面，就具有这种完全构造的设计特点。不但封面的设计具有这种特点，书中的每一首诗也配有类似的完全抽象的构成结构，与诗本身的内容在形式上呼应。比如其中一首诗《我们的行进》的内容是“在起义广场上敲响我们的战鼓，用革命的鲜血染红一切”，而李西斯基设计的题头则用军



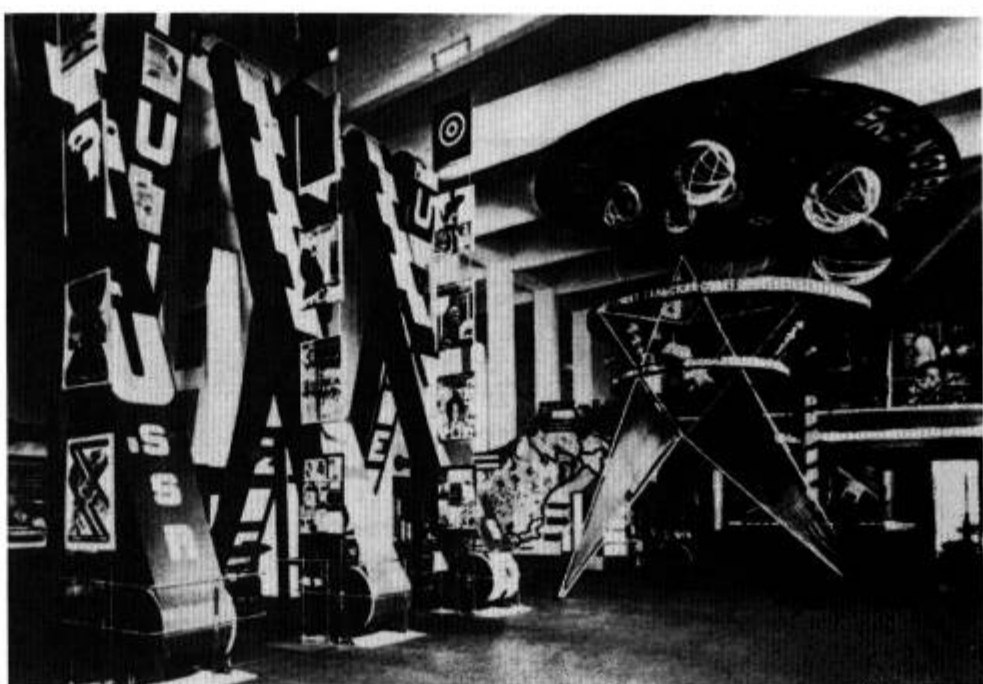
9-8. 李西斯基 1924 年设计的墨水广告。



9-9. 李西斯基 1923 年设计的构成作品《普隆》(《PROUN》)，装置。集中体现了构成主义的形式特征。



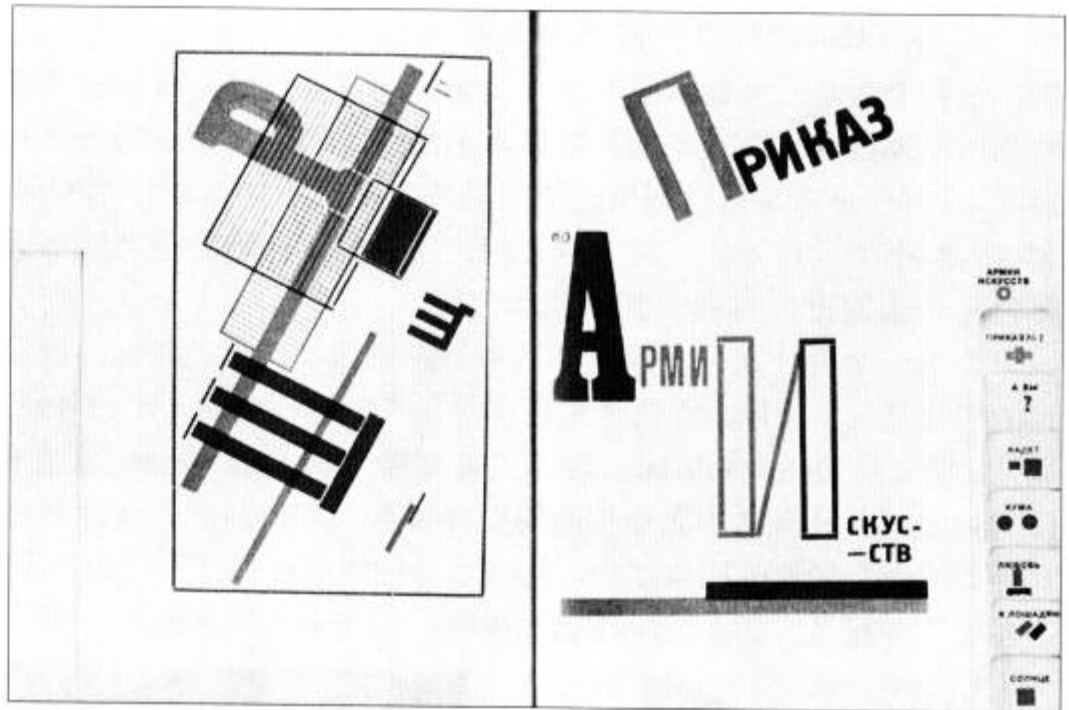
9-10. 李西斯基 1929 年设计的展览海报，采用构成主义、未来主义、拼贴等当时非常前卫的手法。



9-11. 李西斯基 1928 年设计的展览。



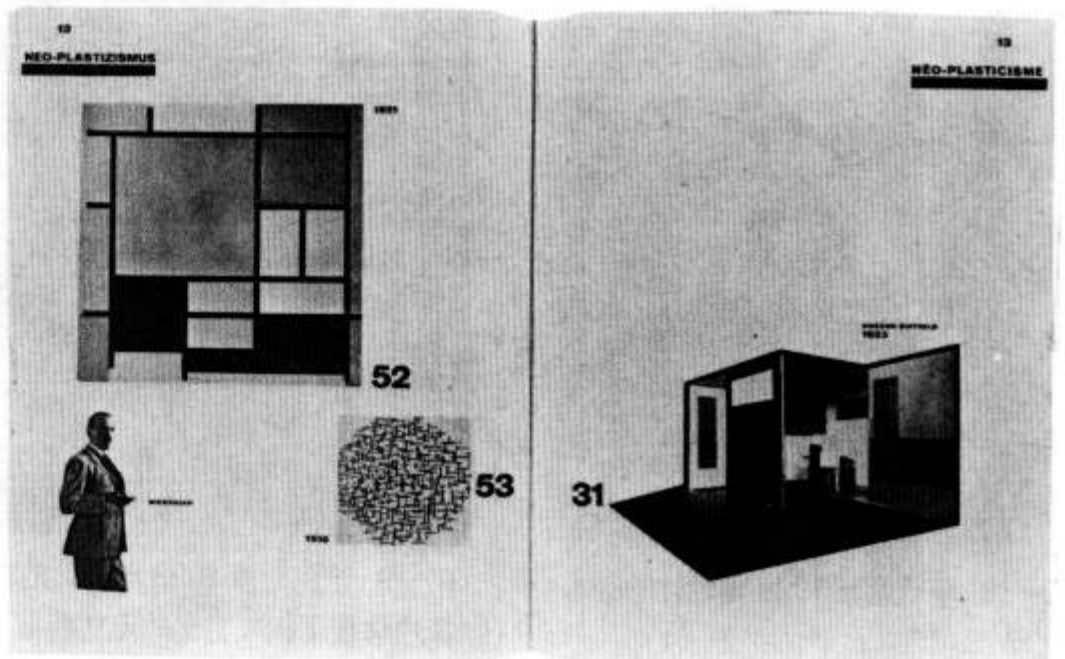
9-12. 李西斯基 1923 年设计的《为玛亚科夫斯基的声音》一书的封面。



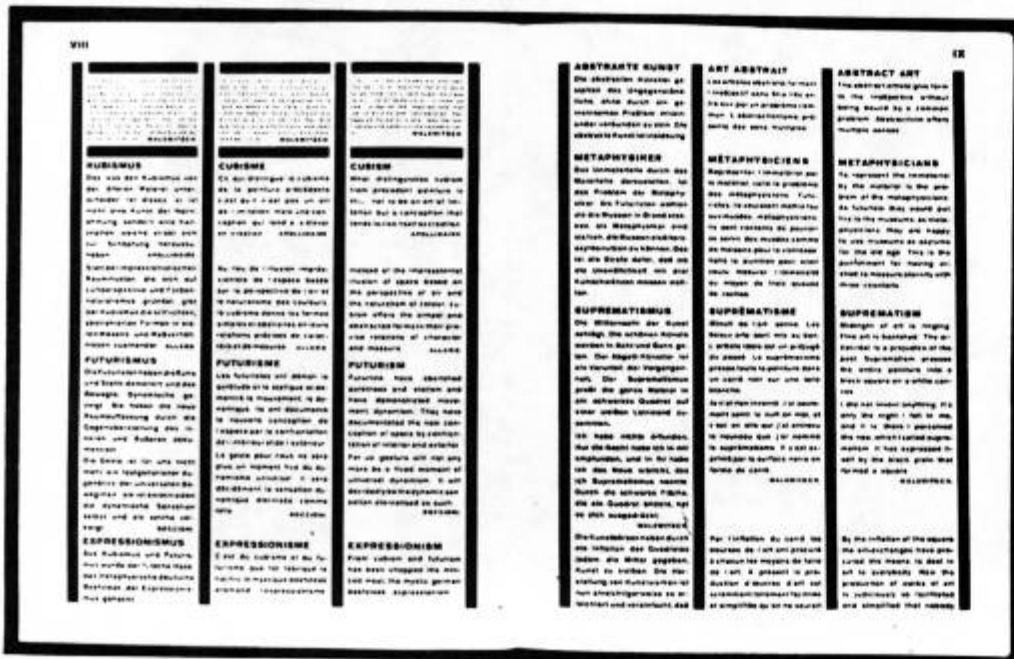
9-13. 李西斯基 1923 年设计的《艺术的主义》一书的封面。



9-14. 李西斯基 1923 年设计的《艺术的主义》一书中的一页。



9-15. 李西斯基 1923 年设计的《艺术的主义》一书的版面，体现了早期的方格网络系统使用，是俄国构成主义设计对于平面设计的贡献。



9-16. 李西斯基 1923 年设计的《艺术的主义》一书版面。



9-17. 李西斯基 1923 年设计的《艺术的主义》一书的版面，编排干净利落，栏目清楚，同时具有构成主义的形式感。



鼓声一样的跳动旋律和节奏安排字体，同时利用红色的方形代表鲜血染红的广场。在他的作品中，形式、内容、色彩、图形都围绕中心服务，而这个中心则是革命。

1920年代俄国最具有影响意义的平面设计之一是李西斯基和达达主义艺术家阿普共同设计和出版的书籍《艺术的主义·1914—1924》(El Lissitzky and Hans Arp: The Isms of Art 1914—1924)。这本书的版面设计为日后的现代版面设计系统奠定了基础。与以前的设计相比，李西斯基的这本著作的编排更加讲究理性的规律。基本格局是封面和扉页横三栏，书的文字内容编排是竖三栏，插图也清楚的排列，具有明确的次序，每页上端都有章节名称，容易索引，整本书的设计简单明确，清晰易读，在这里，构成主义的结构最后终于为视觉传达目的服务，形式最终让位于功能。因此，李西斯基应该视为现代主义，或者理性主义、国际主义平面设计的创始人之一。

李西斯基在平面设计上的另外一个重大贡献是广泛地采用照片剪贴来设计插图和海报。照片剪贴是达达主义使用的手段之一，而李西斯基进一步发展了这个方法，广泛地使用在政治宣传海报的设计与制作上，效果非常突出。

李西斯基是现代平面设计的最重要创始人之一，他对于现代平面设计的直接和间接的影响非常深刻和广泛，在他的影响之下，整整一代新设计家开始成长起来，终于形成现代主义和国际主义的平面设计。

俄国构成主义的另外一个重要的设计家是亚历山大·罗钦科。罗钦科是一个忠实的共产党人，他在平面设计上进行了很大规模的探索和试验，包括对于字体、版面编排、拼贴和照片剪贴等等，为现代平面设计奠定了基础。

罗钦科早期是从事美术的。他的理性思维和共产主义立场，使他的绘画创作很早就形成了非常理性的、具有鲜明构成特点的风格。1921年，罗钦科认为艺术只能是少数人享受的东西，而只有设计才能为整个大社会服务，因此，他放弃绘画，改而从事设计。他的这个立场，其实也代表了整个俄国构成主义设计团体的基本立场：艺术只能为权贵服务，而设计是为人民的。因此，真正的艺术家应该转向设计。他与诗人马雅科夫斯基关系密切，开始设计出大量结构简单、强调纵横编排、色彩单纯的海报和其他平面设计，他主张并且自己坚持使用无装饰线体字体，他的这种类型的字体得到苏联政府的认可，在整个苏联各地广泛使用。

1923年开始，罗钦科开始设计各种各样的艺术杂志和刊物，其中包括《左翼艺术》(Novyi Lef



9—18. 俄国构成主义的大师罗钦科1923年设计的构成主义刊物《左翼艺术》封面之一。



9—19. 罗钦科1923年设计的构成主义刊物《左翼艺术》封面之二。



9—20. 罗钦科1923年设计的构成主义刊物《左翼艺术》封面之三。



9-21. 罗钦科 1937 年利用摄影拼贴设计的以列宁形象为中心的海报。



9-22. 俄国构成主义设计家索罗门·特林加特 1930 年设计的书籍《属于基沙诺夫的世界》一书的封面。

可以翻译为英文的：“Left Front of the Arts”）杂志。他的风格除了基本的构成主义之外，还特别强调粗壮的字体和几何图形的线条，强烈的黑白对比和字体及图形转角的尖锐特征。因此，整个设计风格非常强悍而有力，没有任何矫揉造作的成分。1924 年，他设计的另外一套丛书也采用类似的手法，这套丛书是吉姆·道拉的《杂乱混成》丛书，一共 10 本。他采用了几何图形和强烈的形式对比和色彩对比来设计，封面则全部以拼贴和照片拼贴合成，这种风格，成为他个人的平面设计特征。

高尔基·斯坦柏格（Georgy Stenberg, 1900—1933）和弗拉基米尔·斯坦柏格（Vladimir Stenberg, 1899—1982）兄弟也是俄国构成主义平面设计的重要代表人物。他们在摄影非常昂贵的这个时期，采用依据照片来进行绘画放大的方法，得到逼真的效果，把这种照片绘画和构成主义式的版面编排结合起来，也非常有力。他们的作品也在苏联广泛流传。

苏联政府最早在 1922 年开始对构成主义和至上主义设计和艺术开始提出异议。1924 年列宁去世之后，这些设计与艺术上的试验被批判为“资产阶级”的，逐渐被取消。虽然构成主义的设计在建筑上和工业设计上还一直发展到 30 年代，但是，大部分从事这个试验的设计家，特别是主张至上主义的艺术家的开始受到不断的批判和清洗。部分人离开俄国，比如康定斯基，而其他的大部分人则受到冲击，比如马列维奇等人，有些被迫改行，有些因为失去职业和社会的支持而陷入贫困的绝境，有些则被送到西伯利亚的集中营，如果注意一下这些构成主义设计家的生卒年份，可以看到有不少是英年早夭的。但是，他们创造的为现代服务、为人民服务的这种新的设计形式，特别是建筑和平面设计形式，却在世界各个国家产生了很大的影响，成为现代主义设计的重要基础之一。他们的贡献和作用是不可低估的。

## 2. 荷兰的“风格派”运动（De Stijl）

荷兰的“风格派”运动是与俄国的构成主义运动并驾齐驱的重要现代主义设计运动之一。它的形成时间是 1917 年的夏天，发起人包括有这个运动的精神领袖和主要力量西奥·凡·杜斯柏格（Theo Van Doesburg, 1883—1931），画家皮尔·蒙德里安（Piet Mondrian, 1872—1944），维罗斯·胡扎（Vilios Huszar, 1884—1960），帕特·凡德·列克（Bart Van Der Leck, 1876—1958）等等。

荷兰风格派运动，既与当时的一些主题鲜明、组织结构完整的运动，比如立体主义、未来主义、超现实主义运动不同，并不具有完整的结构和宣言，同时也与类似包豪斯设计学院那样艺术与设计的院校完全两样。风格派是荷兰的一些画家、设计家、建筑师在 1917 年到 1928 年之间组织起来的一个松散的集体，其中主要的促进者和组织者是杜斯柏格，而维系这个集体的中心是这段时间出版的一本称为《风格》（De Stijl）的杂志，这本杂志的编辑者也是杜斯柏格。

参加这个运动的不少人互相并不熟悉，甚至不认识。他们的聚会、见面机会也非常少，并且他们从来没有同时展览过他们的作品。他们没有成员身份，唯一能够展示风格派风格的展览是 20 世纪 20 年代中期在巴黎举行的遗传展览，而这个展览只展出了建筑与室内设计作品，并不包括绘画和其他的艺术作品。

尽管如此，在这个集体活动的 10 年之间，有几个人成为运动的中坚人物。其中最重要的有画家 P. 蒙德里安，胡扎，帕特·凡德·列克和杜斯柏格。他们之间交流比较多，并且也都关系互相的艺术探索。他们与一批后来也成为“风格派”成员的建筑师们关系比较密切，这批建筑师包括德（



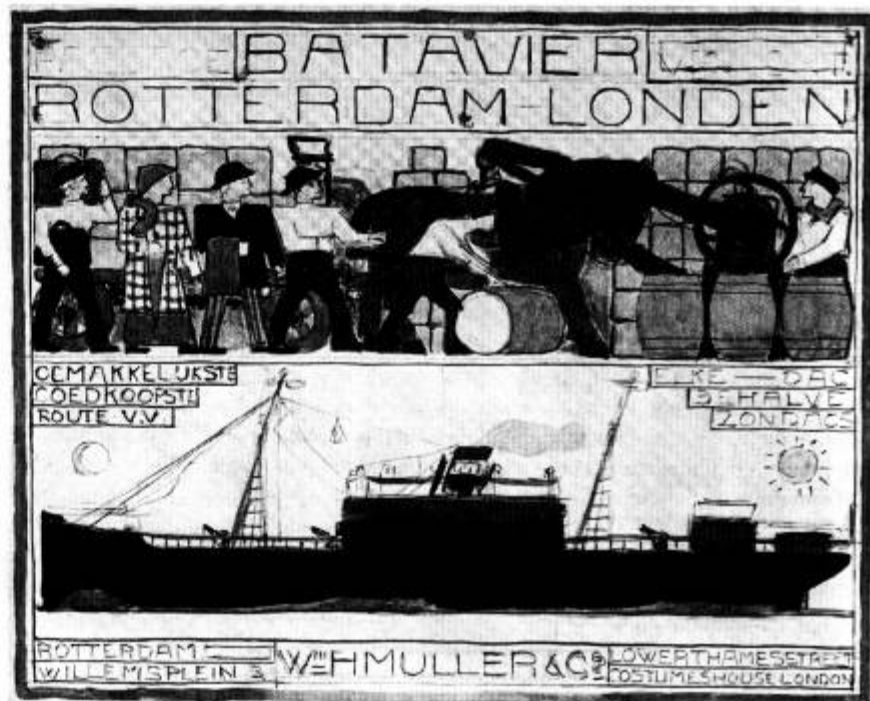
J. J. P. Oud, 1890 — 1963), 罗伯特·凡·德·霍夫 (Robert Hoff, 1887 — 1979), 詹·威尔斯 (Jan Wils, 1891 — 1972)。但是, 这批建筑师在很大程度上是独立工作的。他们有一个信念是统一的, 即都认为以往的建筑形式是过时的 (outmoded), 他们希望创造出代表时代的新建筑形式, 同时都对美国建筑家弗兰克·莱特的作品有浓厚的兴趣。

除此之外, 雕塑家乔治·凡通格卢 (Georges Vantongerloo, 1886 — 1965), 家具设计师和建筑家盖里·里特维特 (Gerrit Rietveld, 1888 — 1964), 建筑家与城市规划家 C. 凡·依斯特伦 (Cornelis van Easteren, 1897 — 1988) 也与“风格派”关系密切, 是被视为成员的人物。

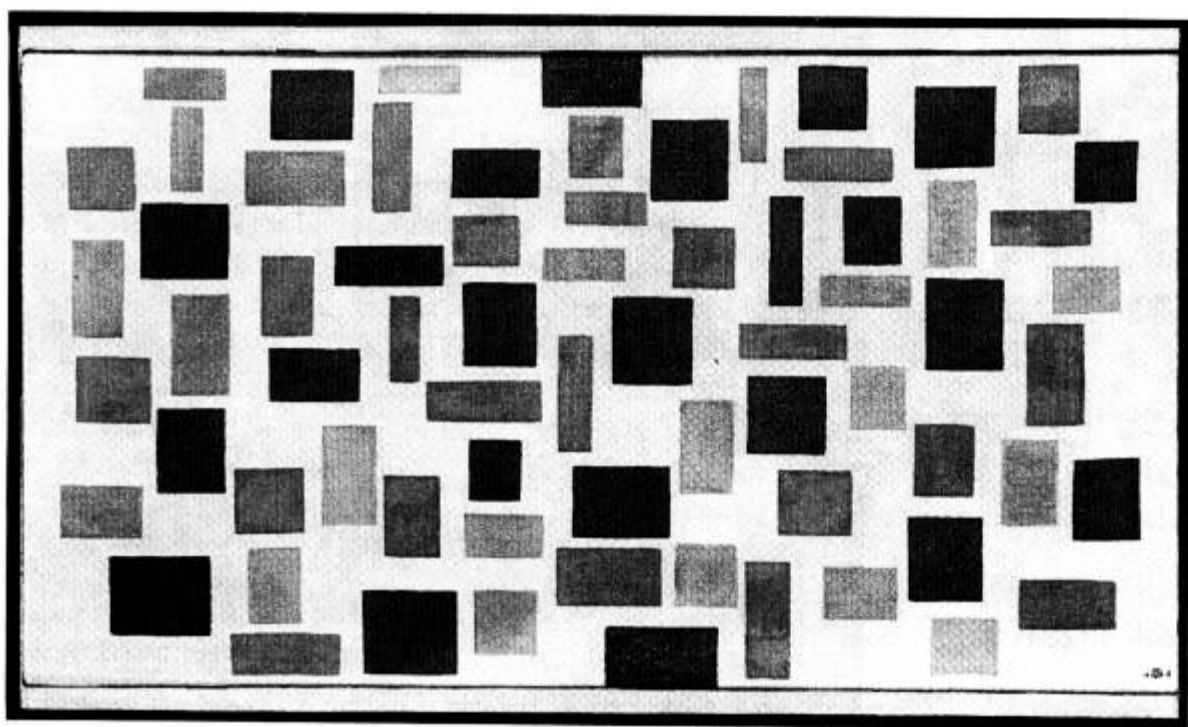
荷兰语的 De Stijl 有两种含义, 其一是“风格”, 但是不是简单的风格, 因为它具有定冠词“DE”, 是特指的风格; 与此同时, Stijl 还有“柱子”、“支撑”的含义 (post, jamb, support), 常常用于木工技术上, 指支撑柜子的立柱结构。这个词是杜斯伯格创造出来, 代表这个运动的名称的。它的含义包括运动的相当独立性——是结构的单体; 也包括了它的相关性——是结构的组成部分; 同时也有其合理性和逻辑性——立柱是必须的结构部件, 而它只能是直立的。它是把分散的单体组合起来的关键部件。把各种部件通过它的联系, 组合成新的、有意义的、理想主义的结构是“风格派”的关键。通过建筑、家具、产品、室内、艺术, 他们企图创造一个新的次序和新的世界, 而这个新世界的形式是与“风格派”的平面设计与绘画紧密相连, 甚至是从平面中发展出来的。

“风格派”的思想和形式都起源于蒙德里安的绘画探索。蒙德里安早期受象征主义绘画的影响, 特别是受梵高的影响很深, 力图通过绘画来表达自然的力量和自我的心理状态。1911年开始转向立体主义, 1912年, 他迁居巴黎, 开始在自己的绘画创作中引入立体主义的因素。通过几年的反复探索, 蒙德里安逐步把他的立体主义绘画演变成纯粹抽象的、高度简单的纵横几何组合。1914年, 第一次世界大战爆发, 蒙德里安回到荷兰, 因为荷兰是战争中的中立国, 因此他的探索并没有因为战争而中断。这个时期, 他受到哲学家逊马克 (M. H. J. Schoenmakers) 的哲学思想的决定性影响, 完全改变了他原来的思想方法。逊马克认为我们的物质世界是由纵横两种结构组成的, 他认为世界上的三个基本颜色是红色、黄色和蓝色。蒙德里安受到他的这种思想的影响后, 转向完全纵横直线结构的完全抽象绘画, 色彩也逐步转向单纯的黑色线条结构、白色底和红色、黄色和蓝色的三原色计划, 走向高度的理性化方向。他认为立体主义并没有在自己创造的成功上扩大和发展, 缺乏逻辑的发展和补充, 他认为真正的视觉艺术应该是通过有序的运动而达到高度的平衡, 在不平均但是平衡的对抗之中找到平衡, 在弹性的艺术中廓清出平衡点, 对于人类来说具有重要的意义。这是艺术表现真实的关键, 等等。(蒙德里安的这段原话是: true reality in visual art “ is attained through dynamic movement in equilibrium... established through the balance of unequal but equivalent oppositions. The clarification of equilibrium through plastic art is of great importance for humanity... It is the task of art to express a clear vision of reality.”)

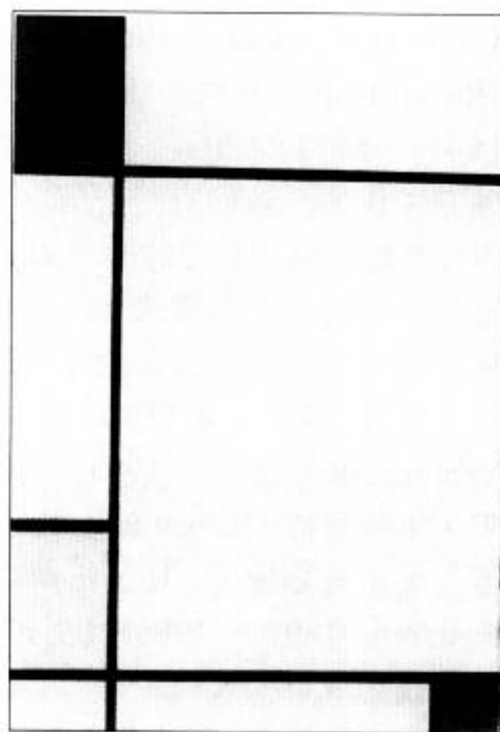
在蒙德里安的影响之下, 他的几个朋友在艺术创作上都出现了与他的完全抽象作品类似的探索。到1910年, 杜斯伯格、凡·德·列克 (Bart van der Leek, 1876 — 1958) 等人的作品与蒙德里安的作品已经没有什么区别。他们已经把视觉因素降低到最低水平, 画面上只有纵横的黑色直线, 上面有整齐的原色方格, 理性化程度达到登峰造极的地步。因而形成自成一体的鲜明特征。这个时期, 杜斯伯格开始把这种方法采用到书籍设计上, 因为采用这样高度理性的方式, 版面编排自然容易。纵横编排, 加上简单的色彩计划, 因而他们的书籍设计就具有高度的视觉传达特点。比如杜斯伯格1925



9-23. 巴特·列克1915—1916年设计的海船公司广告海报。



9-24. 荷兰“风格派”的平面设计作品：杜斯伯格 1918 年设计的《构成》。



9-25. 荷兰“风格派”的大师蒙德里安绘画作品，奠定了风格派设计的形式基础。

年与包豪斯教员拉兹罗·莫霍里-纳吉 (Laszlo Moholy-Nagy, 1895 — 1946) 合作设计出版的自己的著作《新格式塔的基本观念》( *Grundbegriffe der Neuen Gestaltungen* ) 就具有鲜明的这种特点。

“风格派”形成之后，这种通过蒙德里安的绘画发展起来的设计风格，开始成为运动的核心视觉因素。因为高度逻辑化，也就导致这个运动的所有成员都热衷于通过数学的计算来达到设计上的视觉平衡。他们都认为这种新的形式是时代的视觉符号。在第一次世界大战期间，越来越多知识分子认为战争的结果是涤荡一切污垢，摧枯拉朽地破坏旧时代，而将以一个崭新的时代取而代之。他们创造的这种简单的、理性的、数学统计的、纵横直线的形式和单纯的原色计划，就是新时代的形式特点。他们企图找寻所谓的放之四海而皆准的形式规律，努力探索通过事物表明的杂乱无章而找的它们内在的结构规律。而他们都认为这个内在规律的组成，是由科学理论、机械化大生产、现代都市的生活节奏组成的。科学理论、机械化大生产、现代都市的生活节奏就是放之四海而皆准的形式规律基础。因此，虽然“风格派”表明上没有俄国构成主义那么具有政治的激进，事实上他们的社会工程倾向依然是非常明确的。这种倾向在《风格》杂志的许多文章中都可以看到。

从 1917 到 1921，杜斯伯格基本致力在荷兰国内发展一种中性的、现代的新风格。应该说，他的这种探索与第一次世界大战是有关系的。他们的努力，可以说是对于战争的反抗，创造一种中性的、理性的新形式，以对抗狂暴的、非理性的战争。同时也是对于战争以后的国际视觉特点找寻符号。因此，他们是一方面反对战争，同时也在为战后的新时代创造新的真实的艺术和设计。但是，这个时期“风格派”的发展基本全部囿于荷兰国内，并没有产生什么很大的国际影响。

杜斯伯格本人，喜欢用荷兰文“medewerkers”来形容他的集体成员，他不喜欢使用“成员”这个字眼，medewerkers 在英语上比较相近的词是 collaborator (合作人)，或者 contributor (贡献人)。这一点，也可以作为例子，来了解“风格派”的社会工程倾向。“合作人”，或者“贡献人”，具有同志的内涵，是比较中性的“成员”，更加具有共同参与和共同奋斗的含义。

在第一次世界大战期间，荷兰作为中立国逃脱了战争的蹂躏，同时，作为一个中立国，它提供给各国艺术家、设计家一个蔽护所，各国的艺术家，特别是前卫艺术家在战争期间都来荷兰避难，因而一时人才济济，比如凡通格卢是比利时的艺术家，在德国入侵比利时期间作为难民逃到荷兰；蒙德里安与凡特·霍夫战前在巴黎和伦敦工作，因为战争也逃入荷兰。由于战争的原因，荷兰与外界在战时完全隔绝，因此基本没有可能与欧洲其他国家联系，这批艺术家和设计家在完全隔绝的情况下，开始从单纯荷兰的文化传统本身寻找参考，发展自己的新艺术。他们对于荷兰这个小工业国



的文化、设计、审美观念进行研究，深入探索和分析，从中找寻自己所感兴趣的内容。利用这个条件，杜斯伯格得以发展“荷兰对于现代主义的贡献”。他们在此期间发展出的新风格具有以下几个鲜明的特征：

- 把传统的建筑、家具和产品设计、绘画、雕塑就所有的平面设计的特征完全剥除，变成最基本的几何结构单体，或者称为“元素”（element）。

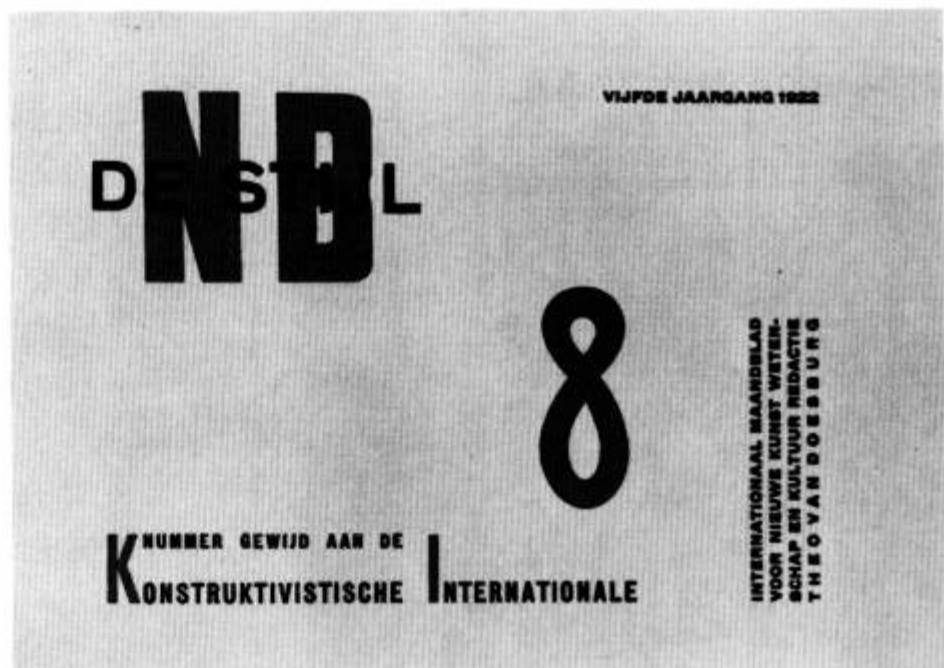
- 把这些几何结构单体，或者元素进行结构组合，形成简单的结构组合，但是，在新的结构组合当中，单体依然保持相对独立性和鲜明的可视性。

- 对于非对称性的深入研究与运用。

- 非常特别的反复运用纵横几何结构和基本原色和中性色。

以上几个基本原则，虽然非常鲜明，但是从开始时起，已经有不少“风格派”成员没有完全依照它们，比如在色彩上，不少人采用调和色彩，而不仅仅局限于原色计划。

针对纵横结构（orthogonal principle），蒙德里安于杜斯伯格产生了激烈的争论。这正是蒙德里安在20年代中期推出“风格派”的主要原因之一。杜斯伯格当时认为可以把“风格派”的原则进一步推广到当时的艺术与设计运动中去，使它成为一种大风格。在某些程度上，他开始对于“风格派”早期的作品产生新的兴趣，并重新在1916年前后的早期作品当中找寻发展的可能性。20年代末期，杜斯伯格开始主张“少风格”（style-less），当时“风格派”的国际影响已经非常大，他希望能够找寻到更加简单、更加国际的术语来建立国际风格的基础。这个立场，使他在德国的包豪斯成员当中找到共同点。他日益深入到减少主义的简单几何结构、没有色彩的中性色彩计划中，全力研究新的国



9-26. 胡萨1917年设计的《风格》刊物封面，“风格派”就是因这本刊物而得名。

9-27. 杜斯伯格1922年设计的《风格》杂志封面。



9-28. 胡萨设计的另外几期《风格》杂志的封面。



9-29. 杜斯伯格设计的《风格》杂志封面。

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ

9-30. 杜斯伯格 1919 年设计的字体，具有强烈的构成特征。



9-31. 杜斯伯格 1920 年设计的展览海报。



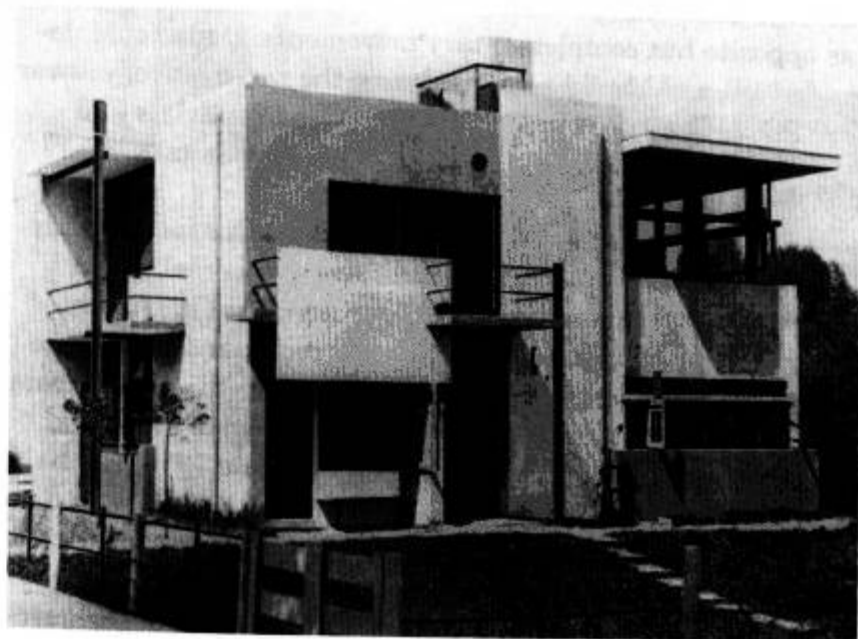
9-32. 荷兰“风格派”另外一个代表人物乌德 1925 年在荷兰的鹿特丹设计的“乌尼咖啡馆”，融“风格派”平面设计、建筑设计于一体。

际主义。从这一点来说，他逐渐成为世界国际主义设计运动的一个精神和思想的奠基人之一。

“风格派”运动不仅仅是《风格》杂志，但是可以说这个运动与杂志从 1917 年的创刊紧密关联。创造这本杂志的目的是为表达他们的观念，同时也奠定一个可以把艺术与建筑、设计联系起来的桥梁。当然，他们的思想如此前卫，当时无论在荷兰或者欧洲其他地方都很少有人了解它，因此，杂志的发行数量基本没有办法超过每期 300 本。如果单从发行量这个角度来看，“风格派”的作用好像被夸大了。但是，如果了解 20 世纪 20 年代前后的国际现代主义运动，特别是设计上的现代主义运动，那么就可以知道“风格派”的确起到了非常重要的促进作用。当时世界上有几个重要的现代设计的试验中心，俄国的构成主义运动（1917—1924），德国的新建筑 and 现代设计运动（1904—1933 年左右），而荷兰的“风格派”是这个国际运动其中的一个重要的组成部分。

《风格》杂志的重要性不仅仅是传达了这批艺术家和设计师的一种形式特征，同时，它还为这些人提供了一个言论论坛，使他们能够有一个阵地发表自己的美学看法和观点。如果我们注意看看发表在《风格》杂志上的文章，我们会发现它们除了单纯的美学探讨以外，还具有一定的社会含义，归纳起来，可以总结出以下几条：

- 他们坚持艺术、建筑、设计的社会作用。
- 认为普遍化和特殊化、集体与个人之间有一种平衡。
- 对于改变机械主义、新技术风格含有一种浪漫的、理想主义的乌托邦精神。



9-33. 里特维特 1924 年在荷兰的乌特里奇设计的什罗德住宅，是荷兰“风格派”的风格在建筑上最集中的体现。



· 坚信艺术与设计具有改变未来的力量,具有改变个人生活和生活方式的力量。

荷兰“风格派”的平面设计主要集中体现在《风格》杂志的设计上。特点是高度理性,完全采用简单的纵横编排方式,字体完全采用无装饰线体,除了黑白方块或者长方形之外,基本没有其他装饰,直线方块组和文字成了基本全部的视觉内容。在版面编排上采用非对称方式,但是追求非对称之中的视觉平衡。《风格》杂志具有这个运动的基本全部特色,因而也成为这个运动思想、立场、艺术和设计探索的宣言和喉舌。除此之外,“风格派”的成员也设计了许多其他的平面作品,比如海报,就是一种他们热衷的平面设计媒介。海报与《风格》杂志在平面上具有完全一致的设计特点。与此同时,“风格派”的平面设计还有非常明显的达达主义的影响。特别是杜斯伯格本人的平面设计作品和诗歌创作,达达的痕迹处处可见。

20年代,杜斯伯格曾经力图拉拢其他的前卫艺术家参与他的“风格派”活动,这些人后来都成为“风格派”的合作人。其中包括荷兰画家C.多米拉(Cesar Domela, 1900—?),其绘画风格与蒙德里安、杜斯伯格非常相似),俄国艺术家与设计师大李西斯基,罗马尼亚雕塑家康斯坦丁·布兰库西(1876—1957),他们参与“风格派”活动的原因主要是杜斯伯格的劝说,他对于这些人的艺术是非常崇拜的。另外有一些曾经与“风格派”合作过的人,因为自己的艺术主张鲜明,或者个性特别,或者不符合杜斯伯格的个人标准,虽然风格与“风格派”相似,因此一直没有被视为“风格派”的成员或者合伙人,比如瑞士女画家索菲·陶柏·阿珀(Sophi Tauber-Arp, 1889—1943)。

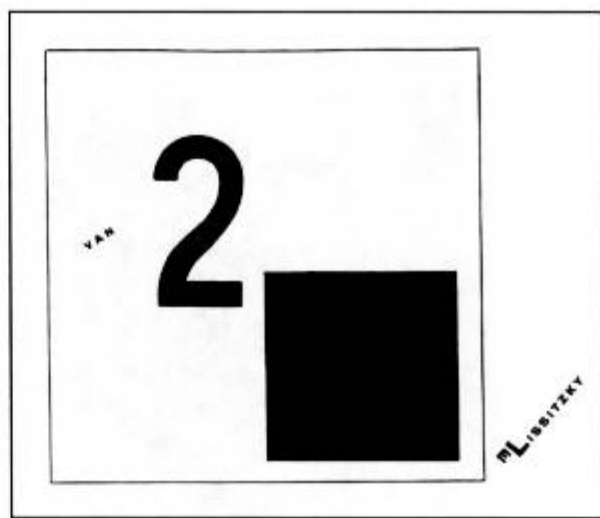
杜斯伯格对于达达主义的形式是非常感兴趣的,他与库特·施威特合作平面设计项目,杜斯伯格的设计就具有典型的达达特征。

杜斯伯格本人在1921年到1923年之间不断去德国的包豪斯设计学院讲学,因此,把“风格派”的思想和设计原则带到包豪斯,影响扩大。他曾经在包豪斯正式担任教学,但是,虽然他的“风格派”思想具有很大的革命性,但是他的达达主义行为和影响却又造成混乱,因此,他的具体教学是不很成功的。这一点,是他并没有能够把握自己的理性方向,摒弃杂乱无章的、无政府主义的达达思想和设计影响而造成的。1931年他的早夭,是“风格派”运动结束的重要原因。参与过“风格派”活动的这些艺术家和设计家,并没有因为《风格》杂志在1928年停刊后完全消失活动,他们的创作活动依然存在了相对一个时期。但是作为一个团体,应该说“风格派”在20年代末期已经结束了。

如同德国的包豪斯一样,“风格派”创造了一个艺术创作、设计的明确的目的。而它的努力也与包豪斯有相对相似的地方:努力把设计、艺术、建筑、雕塑联合和统一为一个有机的总体。它强调艺术家、设计师、建筑家的合作,他们强调联合基础上的个人发展,强调集体和个人之间的平衡,这些见解可以从他们发表在《风格》期刊上的文章中看出来。但是,从实践中看,他们之间的矛盾和冲突接连不断,造成了“风格派”的早期分裂。

### 3. 构成主义的传播和发展

在第一次世界大战期间和战后初期,俄国的“构成主义”运动和荷兰的“风格派”运动基本都是处于独立的发展状态,它们之间并没有多少关联,而对于世界的设计运动的影响也非常有限。但是,这两个运动却都是从立体主义的基础上发展起来的,并且都把立体主义推进到一个非常绝对化、非常理性化、逻辑化的高度。第一次世界大战结束之后不久,这若干运动的风格开始传播到其他的欧洲国家,成为日后设计向现代主义转化的重要刺激因素。其中,捷克斯洛伐克、匈牙利、波兰等东欧国家受到俄国的构成主义影响最大。俄国构成主义大师李西斯基1920年到波兰讲学,决定性地影响了波兰设计家亨利克·伯利维(Henryk Berlewski, 1894—1967)。他认为现代艺术其实是充



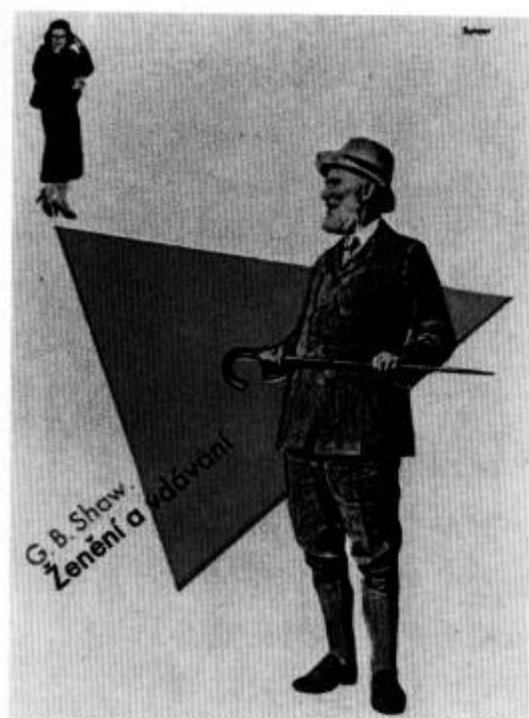
9-34. 李西斯基 1922年设计的《风格》杂志封面。



9-35. 伯利维 1925 年设计的巧克力产品推销目录的一页。



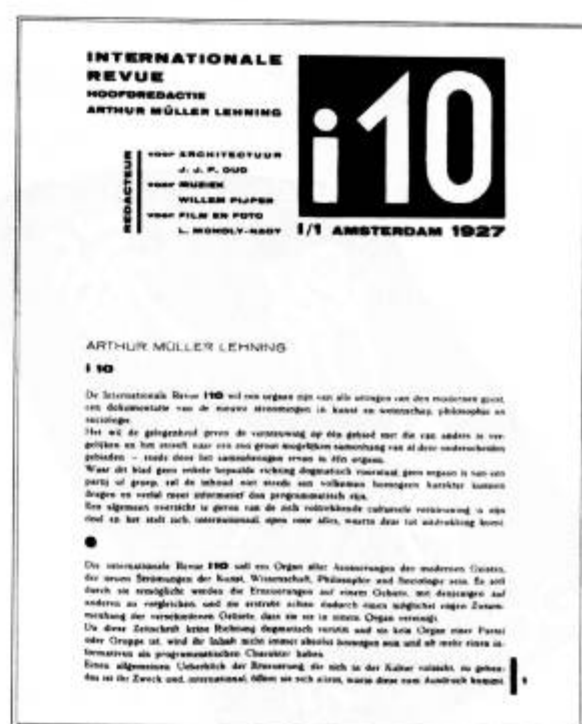
9-36. 伯利维 1925 年设计的展览海报。



9-37. 苏特纳 1929 年设计的杂志封面。



9-38. 莫霍里-纳吉 1927 年设计的《i10》书籍封面。



9-39. 施威特 1927 年设计的《i10》中达达主义诗歌集的一页。

满了幻想的陷阱，因此致力于创作真实的艺术，以避开幻想的危险。他在德国开始提出自己的设计主张，称为“麦查诺-法克图拉理论”（Mechano-faktura theory）。他这个理论其实与构成主义同出一辙，基本是利用简单的几何构造原理进行平面设计，这个理论的核心是把所谓会造成幻想的绘画性的三维表现完全放弃，以简单的构成主义二维版面编排取而代之。因此，他的设计具有明显的数学计算和几何合成的特点。

1924 年，伯利维与未来主义诗人亚历山大·瓦特（Aleksander Wat）和斯坦利·布鲁兹（Stanley Bruetz）合作，在华沙开设了一间广告公司，称为“波克拉玛·麦查诺”（Roklama Mechano）。通过这个广告公司的设计，他们把构成主义的形式利用广告的方式介绍到整个波兰。他们在广告公司的说明手册上声明：广告的风格和广告的费用决定，与现代工业生产以及现代经济法则应该是一样的。他们希望商业广告应该能够最终达到打破和消灭艺术家和现代社会之间的隔阂的作用，显示他们的设计动机中社会工程的倾向十分明显。

在捷克斯洛伐克也有类似的构成主义试验。设计家拉迪斯拉夫·苏特纳（Lászlav Sutnar, 1897—1976）是这个国家的构成主义平面设计的主要代表人物。他主张把构成主义应用在我们日常生活的各个方面。他的平面设计与俄国构成主义的平面设计非常接近，与此同时，他还身体力行，企图通过设计来表达自己的理想。他设计玩具、银器、陶瓷和纺织品。这个多产的布拉格设计家还设计了大量的书籍，他与布拉格的德鲁兹特维尼出版社（Družstevni Prace）合作设计书籍，后来成为这个出版公司的设计总监。他的书籍设计充满了



强烈的俄国构成主义特点。简单、明确，并且也具有荷兰“风格派”的细节特征：几何、非对称而平衡、无装饰性字体。对于当时捷克斯洛伐克的平面设计界有一定影响。

匈牙利也被卷入构成主义运动。其中最为重要的代表人物就是莫霍里-纳吉。他因为后来成为包豪斯的教师而影响整个学院的设计教育发展。1938年到达美国之后，成立了芝加哥艺术学院，更加把构成主义带到美国，影响世界。纳吉很早就受左倾社会主义和共产主义思想的影响，对无产阶级革命运动具有很大的热忱。对于俄国的构成主义运动具有强烈的喜爱倾向。他特别受马列维奇影响深刻。1921年，纳吉迁居柏林，开始与当时或者居住在柏林、或者经常来柏林的俄国构成主义领袖人物李西斯基、荷兰“风格派”领袖杜斯伯格以及施威特等人来往密切，这些人经常来参观他的工作室，互相讨论和研究问题，思想上的交流非常频繁。他因此对于这两个派别的精神和风格实质都具有非常深刻的理解和认识。

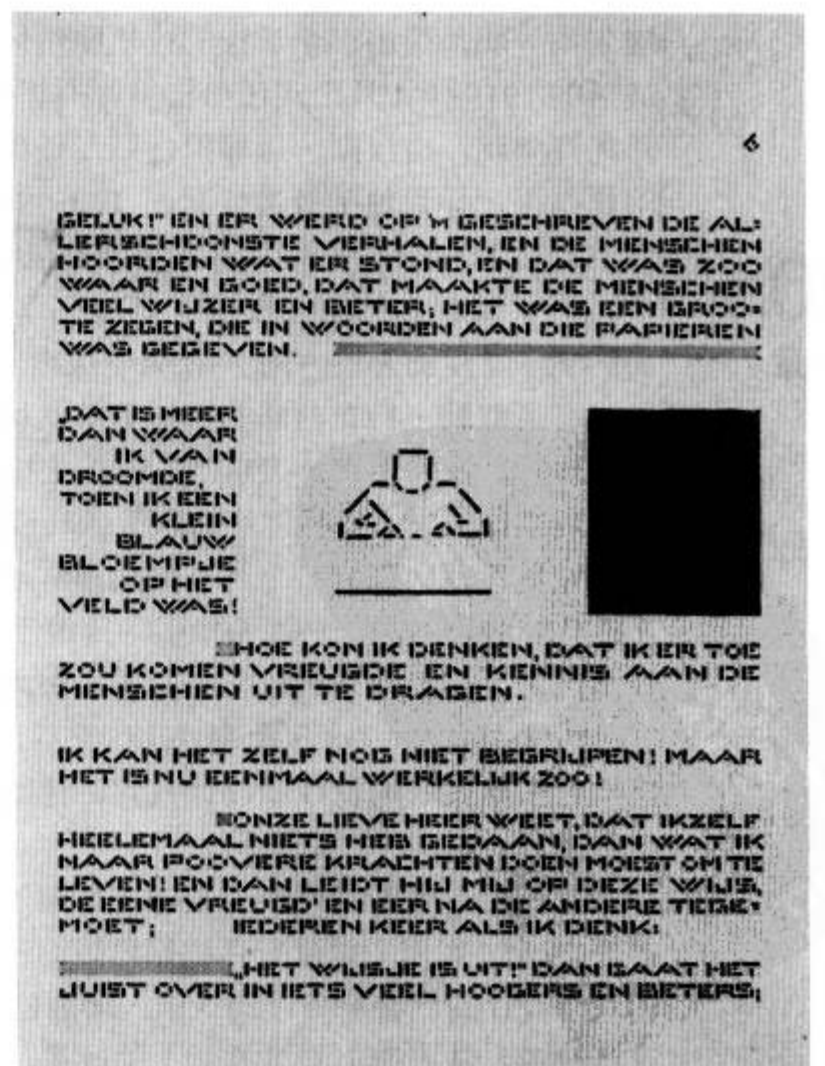
莫霍里-纳吉此时设计了非常前卫的书籍，阿瑟·列能（Arthur Lehning）的著作《i 10》，把俄国构成主义与荷兰“风格派”、《迈兹》杂志的设计特点结合在一起。这本书的出版商对于这样前卫的设计感到不安，特别是莫霍里-纳吉把书内的内容设计到封面，使读者从封面就可以了解书的内容这种非常激进的做法不满意，但是通过三番五次的考虑，他还是接受了莫霍里-纳吉的设计。这个设计开创了崭新的现代设计的前途。

在俄国和荷兰对于纯粹设计的探索，对于设计的目的性、社会性的试验，以“构成主义”和“风格派”达到高潮。虽然这两个设计运动都在30年代中止，但是它们对于20世纪的平面设计和其他现代设计活动的影响一直存在，无论是马列维奇还是蒙德里安对于纯粹的直线的构造，追求均衡和理性，都成为日后现代主义平面设计的基础。这两个运动都放弃饰线体字体，主张无装饰线体，给第二次世界大战后的国际主义平面设计风格带来了几乎是决定性的影响作用，这个影响迄今依然非常强烈和重要。而更加重要的是：这两个运动对于设计的社会功能的重视，根本上改变了设计的发展方向，改变了设计的实质考虑中心，奠定了现代设计的本质基础。因而，开创了新的设计时代。

9-41. 列克 1941 年出版的讨论设计风格的著作的一页。

<b>EINLEITUNG:</b> Fümms bö wö tää zää Uu. pögiff. kwü Ee. Oooooooooooooooooooooooooooooo dll rrrrrr beeeee bö. dll rrrrrr beeeee bö fümms bö. rrrrrr beeeee bö fümms bö wö. beeeee bö fümms bö wö tää bö fümms bö wö tää zää. fümms bö wö tää zää Uu.	1 5
<b>ERSTER TEIL:</b> <b>Thema 1.</b> Fümms bö wö tää zää Uu. pögiff. kwü Ee. <b>Thema 2.</b> Dedesnn nn rrrrrr. h Ee. mpiff tülff too. tülll. Juu Kaa? (gesungen) <b>Thema 3.</b> Rinnzekete hee hee nnz krr müü? ziuu ennze. ziuu rinnzkrmmü. rakete hee hee. <b>Thema 4.</b> Rrumpff tülff toooo? <b>ÜBERLEITUNG.</b> Ziuu ennze ziuu nnzkrmmü. Ziuu ennze ziuu rinnzkrmmü. rakete hee hee? rakete hee zee. <b>DURCHARBEITUNG.</b> Fümms bö wö tää zää Uu. Uu zee tee wee hee fümms Rakete rinnzekete rakete rinnzekete rakete rinnzekete rakete rinnzekete rakete rinnzekete rakete rinnzekete Beeeee bö fö böwö fümmsbö böwöwö fümmsböwö böwöwöwö fümmsböwöwö böwöwöwöwö	1 2 3 3a 4 3 3a 01 02 1

9-40. 莫霍里-纳吉1927年设计的书籍的目录页。



## 导言

1919年由德国著名的建筑家沃尔特·格罗佩斯在德国魏玛市建立的“国立包豪斯学院”(Das Staatliches Bauhaus),是欧洲现代主义设计集大成的核心。欧洲整整半个世纪对于现代设计的探索和试验,在这个学院中终于得以完善,形成体系,影响世界。对于平面设计来说,包豪斯所奠定的思想基础和风格基础,也是决定性的、重要的。第二次世界大战后的国际主义平面风格在很大程度上是在包豪斯基础上发展起来的。笔者在《世界现代设计史·1864—1996》一书中专门有一个章节论述包豪斯,因此在这里仅仅就学院简单的背景和它对于平面设计的影响提供介绍。

从建校的宗旨、学院的体系、进行的试验和对于国际设计的影响各个方面来说,包豪斯都应该被视为是世界上第一所完全为发展设计教育而建立的学院。这所学院,通过10多年的发展,集中了20世纪初欧洲各国对于设计的新探索与试验成果,特别是荷兰“风格派”运动、苏联构成主义运动和德国现代主义设计的成果,加以综合发展和逐步完善,使这个学院成为集欧洲现代主义设计运动精华的中心,它把欧洲的现代主义设计运动推到一个空前的高度。虽然这所学院在1933年4月被纳粹政府强行关闭,但是,它对于现代设计教育的影响却是巨大的,难以估量的。20世纪30年代末期,包豪斯的主要领导人物和大批学生、教员因为逃避欧洲的战火和纳粹法西斯的政治迫害而移居到美国,从而把他们在欧洲进行的设计探索,把欧洲现代主义设计思想也带到了新大陆。第二次世界大战结束以后,通过他们的教育和设计实践,以美国经济的强大实力为依托,终于把包豪斯的影响发展成一种新的设计风格——国际主义风格,从而又影响到全世界。因此,包豪斯对于世界设计的影响绝不仅仅局限在教育领域之中,它的影响,在现代设计领域中是非常深刻的。

包豪斯历史上经过三次迁移,因而根据校址的地点可以分为三个发展阶段:魏玛时期的包豪斯(1919—1924),迪索时期的包豪斯(1925—1931)和柏林时期的包豪斯(1931—1933)。包豪斯的前身是1903年在魏玛由比利时设计家亨利·凡德·威尔德设立的魏玛工艺美术学校。1914年,威尔德辞职,提出三个学校的校长职位候选人,格罗佩斯是他提名的第一个。因而,魏玛政府在一战后的1919年4月正式任命格罗佩斯担任校长。从而开始了包豪斯的发展过程。格罗佩斯在1927年离开学院,由汉斯·迈耶担任第二任校长,迈耶的共产党立场以及这个立场在办学上造成的泛政治化结果,导致他的被迫辞职,1931年,密斯·凡德洛担任第三任校长。但是学院在1933年纳粹上台之后立即被强行关闭,结束了包豪斯的发展历史。

格罗佩斯本人的思想历程非常复杂,而他的思想的变化也体现在整个学院发展的过程当中,从而影响了学院的发展方向。在第一次世界大战以前,他迷恋机械,认为机械能够为人类造福,因此他具有类似勒·科布西耶的机械美学立场;但是,第一次世界大战期间,他被征入伍,目睹战争机器的残忍,看到坦克、飞机、大炮这些机械成为屠杀人民的工具,因而战前他那种对于机械的迷恋在战后立即消失,思想立场有很大的转变。战前他是一个典型的非政治化的设计师,战后明显转向同情左翼运动,成为一个具有强烈和鲜明左倾思想,具有社会主义立场的建筑家。他开始放弃对大工业化的膜拜立场,转而希望倡导传统手工业生产的兄弟、行业精神,提倡中世纪的行会工作方式,经常以中世纪设计建筑家、工匠同心协力建筑教堂的方式来提倡团体精神,通过教育来对学生灌输这种想法。而在1938年他来到美国之后,格罗佩斯变得比较重视与美国大工业化生产、与现代经济活动有密切关联的设计和 design 教育,他的政治和乌托邦立场变得模糊,而更加强调设计与现实生活的关系。

早期的包豪斯强调手工业方式,而不是大规模机械生产;力图建立一个小公社,建立一个微型的理想国;雇用大批具有乌托邦思想的艺术师担任教员;教学集中于对学生进行思想改造,提高他们对于设计的服务性的认识,增加他们对于设计的社会责任感,在视觉上提高理性的分析能力,这些改革,从表面上看是教学上的改革,实质上是格罗佩斯本人对于社会改革的试验,在于他对于



机械迷信的幻灭之后的理想主义探索，他的目的在于改变德国的历史，而不仅仅是教学本身。包豪斯的早期目的是社会的，是乌托邦的，而不仅仅是设计的。

格罗佩斯的设计思想一直具有鲜明的民主色彩和社会主义特征。他一直希望他的设计能够为广大的劳动人民而不仅仅是为少数权贵服务。他之所以采用钢筋混凝土、玻璃、钢材等等现代材料，并且采用简单的、没有装饰的设计，是考虑到造价低廉的问题。他希望能够为社会提供大众化的建筑、产品，使人人都能享受设计。他的建筑最终应该为德国人民提供廉价、环境良好的住宅空间，从而解决因为居住环境恶劣造成的种种社会问题。设计应该为广大人民服务，设计应该为全社会服务，而不是为少数权贵驱使，这个思想，其实就是现代主义设计的意识形态核心内容。因此，采用简单的版面编排风格，采用无装饰性字体，这种平面设计风格，也就自然成为设计能够为大众服务的形式内容之一，成为包豪斯的平面设计风格。如果从这个角度来看，包豪斯与俄国“构成主义”运动之间，在意识形态方面具有一定的关系。

格罗佩斯一直希望能够建立一个理想的、完整的设计学院，而不仅仅是在美术学院基础上的改良。他从开始起就反对把美术学院和设计学院混为一谈。1915年10月10日，他在一封给朋友的信中提到这个设想，他说：

“我心目中所憧憬的学校是一个完整的教学机构，虽然在起步时规模应该很小，而且也必须与现存的美术学院在行政与技术方面共同合作，但是，从一个艺术家的观点来说，它必须保存独立的地位。如果想顺利地开展工作，我必须有权在基本观点上发展我自己的构想——行动的自由是一个最基本的条件。”

他在寄出这封信之后几个月，又写了一份比较详细的备忘录，提出建立设计学院的具体设想。他提出：“单是关怀手工艺品和小工厂的产品是绝对不够的，因为这些产品永远不会失去与艺术的接触；相反地，艺术家必须学习如何去直接参与大规模的生产，而工业家也必须认清如何接受艺术家能够生产的价值。”在这种理论的基础上，他提出了自己对设计学院体系的设想，他明确地提出新的设计学院的宗旨应该是：

“创造一个能够使艺术家接受现代生产最有力的方法——机械（从最小的工具到最专门的机器）——的环境。”为了达到这个目的，他建议建立一所与工业生产关系密切的学校，课程也完全按照工业生产的目的安排，比如提出开设“实际操作技术”、“造型与结构的研究”等课程，加上艺术史与艺术理论课程，另外还让学生到工厂实习，这些建议与旧式的美术学院教育体系是大相径庭的。

他在备忘录当中还提倡教学的集体主义精神。他认为集体工作是设计的核心，早在中世纪的行会当中就已经具有了，这种方式有利于设计和工业生产的发展，所以应该作为教学的核心内容进行贯彻。格罗佩斯在他后来出版的著作《新建筑与包豪斯》一书中提到他当时的设想：“……各行各业人士都要发奋努力，共同肩负起在‘现实’与‘理想主义’的鸿沟之间建立一座桥梁的神圣使命。我们这一代建筑师的艰巨任务使我从迷梦中觉醒，我发现，除非我们创立一所可以给予国家工业以巨大影响的新设计学院，而且在权威性的宗旨方面获得成功，否则，一个建筑师是无法实现他的理想的。同时，我也发现，为了实现这个计划，必须取得全体教职员的充分合作。……”

为了使自己建立新型设计学院的提案对魏玛政府更具有吸引力，格罗佩斯在一战后对自己的建议进行了大幅度的修改，他提出：由于大工业的发展，造成手工业的衰退，为了扭转这种情况，必须建立新的设计教育中心。他提出建立艺术家、工业企业家、技术人员之间的合作关系，而不是分隔，这样可以给德国的工业和手工业都带来益处。同时，他还提倡在新的学校当中加强学生与企业之间的联系，使学生的作业同时是企业的项目和产品。

1902年，比利时设计家亨利·凡德·威尔德已经在魏玛设立了一个具有试验性的工艺学校。这个学校因为第一次世界大战爆发而关闭。1915年，威尔德曾经三次提名格罗佩斯为魏玛工艺美术学院（Kunstgewerbeschule）的继承人，却均被非常保守的魏玛政府否定。一战后，通过格罗佩斯的反复争取，终于得到政府的肯定，他被任命为新学校的校长。从而开始了10多年的包豪斯发展。

1919年4月1日，包豪斯正式开学。德文的全名称是“国立包豪斯”。这个名称是格罗佩斯



10-1. 费宁格 1919 年设计的包豪斯宣言封面，木刻。

自己选择的，包豪斯这个词是他生造的，其中包（bau）是德文的“建筑”的意思，“豪斯”（haus）是德文的“建筑”的意思。从他自己后来的解释来看，这个“建筑”是指的新设计体系。同一天，由格罗佩斯亲自拟定的《包豪斯宣言》也同时发表。宣言的全文如下：

“完整的建筑物是视觉艺术的最终目的。艺术家最崇高的职责是美化建筑。今天，他们各自孤立地生存着；只有通过自觉，并且和所有工艺技术人员合作才能达到自救的目的。建筑家、画家和雕塑家必须重新认识：一栋建筑是各种美观的共同组合的实体，只有这样，他们的作品才能灌注进建筑的精神，以免流为‘沙龙艺术’。

“建筑家、雕塑家和画家们，我们应该转向应用艺术。

“艺术不是一门专门职业，艺术家与工艺技术人员之间并没有根本上的区别，艺术家只是一个得意忘形的工艺技师，在灵感出现，并且超出个人意志的那个珍贵的瞬间片刻，上苍的恩赐使他的作品变成艺术的花朵，然而，工艺技师的熟练对于每一个艺术家来说都是不可缺乏的。真正的创造想象力的源泉就是建立在这个基础之上。

“让我们建立一个新的艺术家组织，在这个组织里面，绝对不存在使到工艺技师与艺术家之间树起自大障碍的职业阶级观念。同时，让我们创造出一栋将建筑、雕塑和绘画结合成为三位一体的新的未来的殿堂，并且用千百万艺术工作者的双手将它耸立在云霄高处，变成一种新的信念的鲜明标志。”

## 1. 魏玛时期的包豪斯

格罗佩斯从 1919 年创立包豪斯，担任校长，到 1927 年离开学院，基本是把学院从一个子虚乌有的空洞观念变成一个坚实的设计教育基地，成为欧洲现代设计思想的交流中心，成为现代建筑设计的发源地。包豪斯的兴起和衰亡，无不与格罗佩斯有着极其密切的关系。而包豪斯从魏玛时期（1919—1924）到迪索时期（1925—1930），一直到接近衰亡的柏林时期（1931—1933），都贯穿了格罗佩斯的关切、注意和努力，而包豪斯的发展本身，也体现了格罗佩斯个人设计思想的转变和发展过程，通过他又反映了他那个时代的现代设计先驱的思想过程。包豪斯因此不但是格罗佩斯个人思想的结晶，同时也是现代主义设计的一个重要的缩影。包豪斯经历过三任校长，格罗佩斯（1919—1927），汉斯·迈耶（Hannes Meyer·1927—1930）和密斯·凡·凡德洛（1931—1933），因而，也形成了三个非常不同的发展阶段：格罗佩斯的理想主义，迈耶的共产主义，米斯的实用主义。把三个阶段贯穿起来，包豪斯因而兼有知识分子理想主义的浪漫和乌托邦精神、共产主义政治目标、建筑设计的实用主义方向和严谨的工作方法特征，这也造成了包豪斯的精神内容的丰富和复杂。这是目前世界上任何一个设计学院、建筑学院都没有、也不可能具有的高度文化特征和强烈的、鲜明的时代烙印。

作为包豪斯的奠基人，格罗佩斯初期的目的是通过建立一所艺术与设计学院，达到他个人进行微型社会试验的目的。对他而言，包豪斯是一个乌托邦式的微型世界，是他关于团队精神、社会平等、社会主义理想、发扬手工艺传统的训练方法，提倡设计对于社会的益处、促进知识分子之间思想的真诚交流等等殷切的希望和崇高的理想的试验场所。由于他本人从第一次世界大战当中对于战争机器产生了强烈的反感，因而，他在建立包豪斯的时候，充满了要建立一个非机械化的、比较人格化的、追求中世纪行会的友好合作精神的微型社会和理想。但是，随着时代的发展，德国本身的急剧变化，魏玛政府对于这种社会试验的消极甚至是反对态度，以及工业化的进程，学院本身人员的交替，格罗佩斯本人思想发生了很大的变化，因此，学院的实际发展与格罗佩斯最初的宗旨相当的不同。可以说，早期的包豪斯与中期的包豪斯在基本观念上是有巨大的本质区别的。真正对世界



产生巨大影响的是中期包豪斯的思想与实践。大约从1923年起，学院开始走向理性主义，比较接近科学方式的艺术与设计教育，开始强调为大工业生产的设计，原来的那种个人的、行会式的浪漫主义色彩逐渐消失了。而这正是德国工业发展迅速，政治与经济局势稳定的时期，因而，包豪斯的变化是顺应了社会大环境的改变的。

格罗佩斯成立包豪斯的核心思想之一，是他认为艺术与手工艺不是对立的，而是一个活动的两个不同方面而已，因此，他希望能够通过教育改革，使它们得到良好的、和谐的结合。强调工艺、技术与艺术的和谐统一，是他长期以来的理想。他的这种思想早在他撰写的《包豪斯宣言》当中就可以看出。为了达到这个结合的目的，他力图对于教学体系进行改革，而改革的中心在于利用手工艺的训练方法为基础，通过艺术的训练，使学生对于视觉的敏感性达到一个理性的水平，也就是说对于材料、结构、肌理、色彩有一个科学的、技术的理解，而不仅仅是艺术家的个人见解。按照他的理想，设计教育应该是重视技术性的基础，加上艺术式的创造的合一，强调技术性、逻辑性的工作方法和艺术性的创造，是初期改革教学的中心。因此，作为技术性的、逻辑性的、理性的教育的根本，基础课程的教育改革自然成为他的改革的中心内容。也正是因为如此，他聘用的教员不应该仅仅是教授绘画的教师，同时也应该在工作室教授学生手工艺的技巧，制作技术，材料的特征。

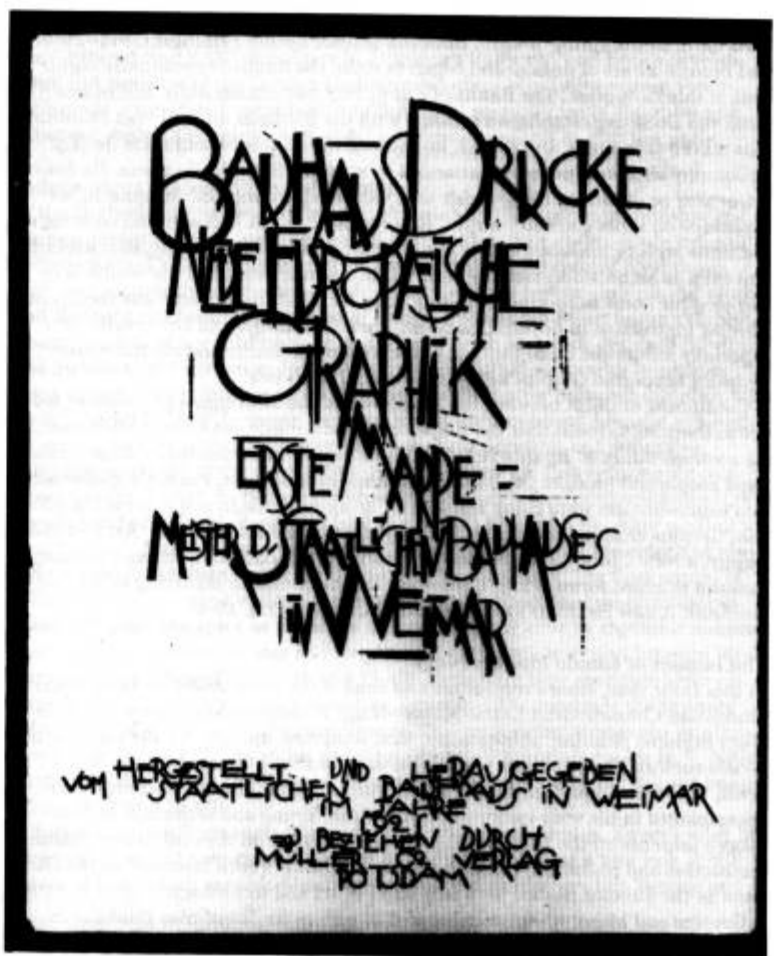
包豪斯刚刚成立，格罗佩斯开始招聘教员，以建立教学体系。这是一个非常困难的工作，因为经费紧张，而教育改革的任务又非常特殊，因此，如何选择到合适的教育人员，成为他最关心的问题。1919年，他招聘到第一批三名教员，他们是作为“形式导师”的雕塑家杰哈特·马科斯（Gerhard Marcks），画家里昂·费宁格（Lyonel Feininger）和画家约翰·伊顿（Johannes Itten）。其中伊顿对于包豪斯的发展起到非常重要的影响。

约翰·伊顿（1888—1967年）是一个瑞士的画家，原来是小学教师，后来去斯图加特美术学院跟随德国表现主义的重要画家之一的阿道夫·荷泽（Adolf Hoelzel）学习，受到他的影响。他毕业以后在维也纳办学校，试验各种新的教学方法，与当时一些重要的试验艺术家——比如设计家阿道夫·卢斯、音乐家阿诺德·勋伯格等人有密切的联系。格罗佩斯接纳了自己的新婚夫人阿尔玛·马勒的建议而聘用伊顿到包豪斯担任“形式导师”的职务。

伊顿是一个非常特殊的教员，一方面具有非常敏感的形式认识，另外一方面则又是高度宗教化的，他在包豪斯的第一个阶段中带来了许多积极的因素，促进了教学发展；同时又带来了许多消极的因素，妨碍了总体教育的前进。他本人具有浓厚的宗教意念，但是同样又对于基础的形式教育具有独到的见解和强烈的试验欲望，因此，他的教学往往是将宗教和科学视觉教育混作一体的，对学生来说，具有积极的和消极的双重影响。

伊顿的宗教信仰使他完全投身于学校。他住在学校附近，每天全部时间几乎都和学生在一起。他认为设计教育的基本课程应该和一般的绘画课程有区别，因此他设计了一系列新的以训练平面视觉敏感为中心的课程，称为“基础课”（Vorkurs），格罗佩斯同意他的要求，把这些课程列入包豪斯选修课程中，因此，伊顿是世界设计教育中第一个创造基础课程的人。

伊顿强调训练学生对于自然的敏锐观察能力，对于不同的自然材料，比如石头、木头、皮革等等，质料不同，表现也应该不同。他在素描教学中，始终强调对于特定材料的真实表达。伊顿同时也是最早引入现代色彩体系的教育家之一，他坚信色彩是理性的，只有科学的方法能够揭示色彩的



10-2. 费宁格 1921 年设计的版面，具有强烈的德国表现主义和达达主义艺术的特征。



10-3. 1919年约翰·奥巴赫设计的第一个包豪斯标志。

本来面貌，学生必须首先了解色彩的科学构成，然后才可以谈色彩的自由表现。当时，现代色彩学才刚刚建立，伊顿已经开始积极地引入这种科学，使学生能够对色彩有一个实在的了解，而不仅仅存在于个人的不可靠的感觉水平之中。

伊顿的“基础课”其实是一个洗脑的过程，通过理性的视觉训练，把学生入学以前的所有视觉习惯完全洗掉，代以崭新的、理性的，甚至是宗教性理性的视觉规律。利用这种新的基础，来启发学生的潜在才能和想像力。他的基础课因为把色彩、平面与立体形式、肌理、对传统绘画的理性分析混为一体，因此具有强烈的达达主义特点。也具有德国表现主义绘画创作方法的特点。但是，他的方法的中心依然是理性的分析，并不是艺术家的任意的、自由的个人表现。他的训练的最终目的是设计，而不是把训练本身当作目的，对伊顿来说，基础课始终只是基础，不能当作目的。从他提出的道理来看，这种安排是非常正确的。

但是，在早期的包豪斯整个课程安排中，伊顿的基础课基本上将所有的时间都占用了，学生没有其他时间从事真正的设计或者艺术的探索与学习。因此，他的基础课程就成为为基础而基础的教学核心，排斥其他课程的介入。同时，伊顿的宗教思想常常干预教学，比如他经常叫学生画“战争”，他反对学生的浪漫主义表现，幻想的描述，而只是强调表达个人对于宗教精神的卷入。格罗佩斯发现了这些问题，他不希望正面与具有很高教学积极性的伊顿冲突，所以，他开始借助其他教员来对伊顿的安排与错误进行纠正。

在格罗佩斯的努力下，魏玛包豪斯开始建立学生能够动手的工场体制。当时设立了木工工场 (the cabinet-making workshop)，编织工场 (the weaving workshop)，书籍装订工场 (the bookbinding workshop) 以及陶瓷工场四个工作室，提供学生从事教学实习。

1920年到1922年期间，包豪斯聘用了一批新教员，对于完善学院的教育体系起到了积极的促进作用。这些新教员都是画家，他们分别是德国非常重要的表现主义大师、俄国人瓦西里·康定斯基 (Vasily Kandinsky)，德国表现主义画家保尔·克利 (Paul Klee)，以及奥斯卡·施莱莫 (1888—1943) 和乔治·蒙克 (Georg Muche) 等。

在这几个新人中间，克利对于理论问题兴趣极大，他是少有的阅读广泛的艺术家之一。他尽力把艺术理论简单化，明确化，而不是像大多数理论家那样把简单问题复杂化。他在包豪斯教学期间，发现这个学校有非常大的试验空间和弹性，因此通过自己的教学，尽力把艺术发展与政治、意识形态背景结合起来。他本人具有相当左倾的思想，1919年，他在给一个同事的信中写道：“个人主义的艺术是资产阶级奢侈的艺术”，“新的艺术形式只能通过新的手工艺学校方式达到，而不是象牙塔式的学院派教育的结果”。因此，可以看出他与格罗佩斯的思想是一脉相承的。

克利认为，所有复杂的有机形态都是从简单的基本形态演变出来的。如果要掌握复杂的自然形态，关键在于了解自然形态形成的过程。比如花的生长过程，花的开放过程，可以启发对自然形态规律的了解。他说：“自然应该在绘画当中重新诞生”。绘画的结构规律与自然的发展规律应该是一致的，这样才能反映真实的规律来。学生也应该做到好像自然一样地复杂。1925年发表的一本著作 (属于《包豪斯丛书》 Bauhaus Book 系列) 中包含了他的这一思想。他反复强调，不应该模拟自然，而是遵循自然的发展规律，自然的法则，因为法则造成自然，而不是单纯的再现的自然外表而已。因此，他一向鼓励学生对色彩、形式、想象力进行试验，并且常常在他的学生中利用自己的绘画创造进行演示，引导学生了解他的思想。为了总结自己的试验，他把早期在教学中讲的内容全部记录下来，包括黑板版书，示意图等等。克利的一个非常重要的成果是把理论课和基础课、创作课联系起来上，使学生得到最大的启发。

虽然，包豪斯并不鼓励绘画，也不鼓励学生走单纯艺术的方向，但是，克利还是利用绘画来传达自己的教学思想。他认为绘画是教学的一种媒介，并不是最终的目的。绘画的过程，好像建筑房



屋的过程，是一件一件加上去的，因此，利用绘画教育，同样可以达到设计教育，特别是程序教育的目的。

康定斯基来到包豪斯的时候是他艺术创作的高潮时期。他生于俄国，于19世纪末、20世纪初到慕尼黑学习艺术，毕业以后留在德国，成为德国表现主义的重要成员之一。1918年俄国十月革命胜利以后，他曾经短期回国，参与了俄国的早期试验艺术运动。1920年，他为莫斯科艺术与文化学院（the Moscow Institute of Art and Culture, Inkhuk）起草教学大纲，受到格罗佩斯的《包豪斯宣言》的极大影响。在包豪斯的教员当中，他是从开始就对这个学院的宗旨和目的了解最为透彻的一个。

1921年，他因为俄国开始排斥构成主义和“至上主义”艺术而失去对革命的热情，因此离开俄国回到德国。受格罗佩斯的邀请，到包豪斯教学。作为世界上第一个真正的完全抽象的画家，他来到包豪斯，对于学校有非常积极的促进作用。

康定斯基认为，未来的艺术一定是多种媒介的综合，不会再是单一媒体的表现。他称之为“Gesamtkunstwerk”过程，这个德文词可以勉强翻译成“艺术创作的综合”（或者翻译成英语的：total work of art）。这个术语并非康定斯基创造的，它其实是德国音乐家华格纳最早开始使用的，康定斯基把它首先用于视觉艺术的创作与教育上。1912年，当他在表现主义艺术团体“蓝骑士”（Blue Rider）中时，他已经鼓吹这种设想。从这个观念出发，他自然会认为所有的技术应该为设计这个中心服务，他对于统一、综合学科和媒介的主张，使他自然成为格罗佩斯的重要合作者。因为他们的观念具有相似的内容。

康定斯基来到包豪斯以后，取代了施莱莫的壁画工作室的形式导师职务，他同时设立了自己的独特的基础课程，与克利呼应。严格地把设计基础课程建立在科学、理性化的基础之上。康定斯基为人简单、寡言，学生都感到他冷漠，难以接近。但是，他却建立了包豪斯最具有系统性的基础课程。

包豪斯从技术层面来讲，最引人注目的内容之一是它的基础课程。包豪斯应该是最早奠立基础课程的设计学院。事实上，包豪斯当时开设的基础课并不完全是崭新的课程，当时德国的其他一些美术学校也已经开设了。真正造成包豪斯基础课程与众不同的地方，是这个课程的理论基础，通过理论的教育，来启发学生的创造力，丰富学生的视觉经验，为进一步的专业设计奠定基础。当时大部分学校的基础课程是单纯的技术训练，没有任何理论支持，也没有理论依据，而包豪斯的基础课程最大特点是有严谨的理论作为基础教学的支持力量。无论是伊顿、克利，还是康定斯基，他们的基础课程都建立在严格的理论体系基础之上。伊顿在1923年辞职，而克利担任基础课教育直到1931年，康定斯基则一直坚持教基础课程，直到1933年包豪斯被迫关闭为止。基础课程对于技术的强调是本质内容，理论的依据和支持则是基础课程的精神内容，两个方面互相协调，因此，基础课程的本质和精神，可以说是一脉相承的。他们在基础课程的教学中都强调对于形式（平面和立体）和色彩的系统研究。克利和康定斯基还出版了自己的设计基础课程教材，比如克利的《速写教学法》，康定斯基的《点、线与面》。这些著作都编入了《包豪斯丛书》。

伊顿的最大成就在于开设了现代色彩学的课程。他对色彩理论领会得很透彻。当时德国最重要的色彩理论专家是约翰·哥德（Johann Wolfgang von Goethe），伊顿和其他包豪斯的基础课程教员都是以约翰·哥德的理论作为基础的。伊顿曾经在斯图加特美术学院学习，他的老师阿道夫·荷泽是一个色彩专家，受哥德的色彩理论影响很深。他主张从科学的角度研究色彩，而不是像大多数美术教员一样强调色彩对于人的感情作用和心理反应。在这点上，伊顿是受到他的老师的影响的。1916年，伊顿在一段笔记当中，表达了他对色彩与简单几何图形之间的有机关联之认识。他认为方、圆、三角形与色彩应该具有必然的内在关系，因此，他在包豪斯的教学从一开始就强调色彩训练和几何形态训练的合一。他对于色彩的对比，色彩明度（value）对于色彩的影响，冷暖色调的心



10-4. 1922年奥斯卡·施莱莫设计的第二个，也是最后确定使用的包豪斯标志。

理感受，对比色彩系列（complementary colors）的结构都非常重视。通过他的教学，学生形成了对于色彩的明确的认识，并且能够熟练地掌握与运用色彩。

康定斯基至1922年才开始在包豪斯任教。对于色彩和形体，他与伊顿具有同样的看法，因此，他的课程可以说基本是伊顿的延续而已，并没有超过伊顿的发展范围。但是，康定斯基比较重视形式和色彩的细节关系，伊顿是从总的规律来教授的，而康定斯基则比较集中研究形式和色彩具体到设计项目上的运用。他主张要求学生设计色彩与形体的“单体”，然后把这种单体进行不同的组合，从中研究形体、色彩的结合方式和产生的视觉效果。

康定斯基对于包豪斯基础课程的贡献主要在两个方面：（1）分析绘画；（2）对色彩与形体的理论研究。他的教学是从完全抽象的色彩与形体理论开始，然后逐步把这些抽象的内容与具体的设计联系起来。比如研究色彩的“温度”与形式的变化关系。对于色彩的纯度、明度、色彩的调和关系，色彩对于人的心理影响，他都通过严格的教学方式进行逐步的引导，最后使学生完全掌握色彩与形态的理论，并且能够得心应手地运用在设计之上。

包豪斯的基础课是学院于1925年迁移到迪索以后才比较完整地建立起来的。当时，由包豪斯自己培养出来的第一批四个硕士研究生毕业，全部被格罗佩斯留下担任教员，加强了教学力量。这批人包括约瑟夫·阿尔珀斯（Josef Albers），赫伯特·拜耶（Herbert Bayer），马谢·布鲁尔（Marcel Breuer），朱斯特·斯密特（Joost Schmidt）。布鲁尔是杰出的建筑家和家具设计家，拜耶和阿尔珀斯日后都成为世界著名的平面设计家，这批人实际设计能力已经超过了他们的老师，同时又能够担任基础课教育，实力很强。

包豪斯在迪索时期的课程，已经比较明确地分成几个大类，即：

- （1）必修基础课；
- （2）辅助基础课；
- （3）工艺技术基础课（如金属工艺、木工工艺、家具工艺、陶瓷工艺、玻璃工艺、编织工艺、墙纸工艺、印刷工艺等等）；
- （4）专门课题（如产品设计、舞台设计、展览设计、建筑设计、平面设计等等）；
- （5）理论课（艺术史、哲学、设计理论等等）；
- （6）与建筑专业有关的专门工程课程。

包豪斯的基础课程的这些特点，的确是对世界现代设计教育的重大贡献。当代设计教育的基础课程在很大程度上受到包豪斯基础课程的影响，并且，在很多学校中，还没有能够超过，甚至没有能够达到包豪斯当年已经取得的高度。技术与理论合一的协调，是基础课程的关键，这一点，可能是最应该从包豪斯基础课程体系中学习的地方。

包豪斯具有非常强烈的国际主义特点，它的存在不但吸引了世界各国的注意，同时也吸引了世界各国关心、从事现代设计、现代建筑的专家们，在历史发展过程中，这些学院成为欧洲现代设计的一个重要的核心。包豪斯综合了当时欧洲现代主义的设计研究成果，其中，俄国构成主义的影响是明显的。与此同时，荷兰的“风格派”也对于该校体系的建立产生过重要的影响作用，其中，“风格派”的精神领袖杜斯伯格对包豪斯的影响最大。

荷兰“风格派”的奠基人杜斯伯格起初对于包豪斯是持有批判态度的。但是，对于如此一个大规模的现代设计教育试验，他依然感到极大的兴趣。荷兰国家狭小，工业水平没有可能和高度发达的德国相比，因此，荷兰“风格派”除了出版杂志，设计少数试验性的建筑、家具以外，很难进行更大规模的社会试验，而德国人却把这种试验以一个独立的设计学院方式开展起来，杜斯伯格对此相当兴奋。因此，他一方面对包豪斯抱有怀疑态度，另一方面则非常希望了解这个学校。他与其他荷兰“风格派”成员日后与包豪斯的接触、交流，对此促进欧洲现代设计的发展起到促进作用。

1921年，杜斯伯格第一次来到包豪斯参观，就在参观期间，他对这个学校的兴趣立刻强烈增高，以至他很快决定把《风格》这份杂志也迁移到魏玛的包豪斯来出版。他在包豪斯的讲学中赞扬了格罗佩斯建立新型设计学院的行动，但是，同时又尖锐地批评了包豪斯的发展方向。他的批判绝不是



空泛肤浅的攻击，而是具有实质性的内容的。

费宁格对于这样一个具有异议的设计家感到很大兴趣，他建议格罗佩斯聘用他来包豪斯担任教师。费宁格认为在一个学院里能够容纳不同的观点，对于学校自身的发展来说是很重要的。能够有异议，教学才能保持健康的发展。格罗佩斯再三考虑以后，同意他的这个建议。1921年4月，杜斯伯格受聘于包豪斯，开始在魏玛的包豪斯工作。

杜斯伯格在包豪斯的教学并不如人意。虽然他在艺术理论上主张理性表现，主张严格的结构次序，但是在教学上，他却是相当地倾向无政府主义的。他在魏玛组织了“国际构成主义和达达主义大会”（the Constructivist and Dadaist Congress），但是，艺术上提倡的达达主义却并没有能够给包豪斯的教学提供多大的支持和帮助。上课的时候，他大吵大嚷，在高声叫嚷构成主义口号的时候，他的夫人奈丽（Nelly van Doesburg）则在钢琴上演奏构成主义的非调性音乐。杜斯伯格不断攻击包豪斯是“浪漫主义”的，是非理性的，但是他带来的却是更加非理性的无政府主义混乱。

杜斯伯格的教学和工作方式，从另外一个极端的角度提醒了格罗佩斯：如果包豪斯不把握方向的话，那么，学校的教育很可能会走向极端，走到无法控制的地步。因此，从1922年左右开始，格罗佩斯严肃的考虑学院的发展，以及杜斯伯格、伊顿对于学院教学可能造成的消极影响。他首先把原来比较艺术型的校玺交由奥斯卡·施莱莫重新设计，变得比较单纯和简练，具有明确的结构主义特征，开始走向理性化。不久之后，在1922年2月3日，他提出一份备忘录，交给每个“形式导师”。在这份备忘录当中，他对于包豪斯的发展提出了自己的看法，他认为包豪斯处在与真实世界隔绝的孤立危机当中，他开始明确放弃一战后初期他的乌托邦思想和手工艺倾向，明确地提出应该从工业化的立场来建立教学体系。他明确提出：试验性的教学必须为实际的设计目标服务，而不仅仅是知识分子的无病呻吟，或者个人探索。他要求学院的体系立即进行改革，以理性的、次序的方式取代从前的个人表现的方式。

格罗佩斯的这种新的发展，与当时德国的社会发展趋势是相吻合的。当时德国对于各种艺术形式，包括音乐、电影、文学、美术等等，都提出了改革的要求，表现主义已经正式被宣布死亡了，取而代之的是新的次序，新的规范，理性的思考和创造。这种新的文化与艺术的发展被称为“Neue Sachlichkeit”，或者勉强翻译成英语的New Objectivity，即“新客观主义”它表明德国已经开始从战后初年的个人恐慌、个人愤怒中恢复过来，走向更加严肃的理性思考。

作为格罗佩斯改革的一个重大步骤，是扫除造成无政府主义、神秘主义的因素。因此，伊顿必须辞职。1922年10月，格罗佩斯公开劝说伊顿辞职。伊顿在复活节离开学校，到苏黎世附近赫里堡（Herrliberg）的“马兹达南”宗教“生命学校”去修炼。他的位置立即被格罗佩斯聘用的一个新人——拉兹罗·莫霍里-纳吉（Laszlo Moholy-Nagy, 1895—1946年）取代。

## 2. 莫霍里-纳吉的影响

莫霍里-纳吉对于包豪斯具有决定性的影响作用。莫霍里-纳吉是匈牙利人。早期立场左倾。他对于匈牙利共产党人贝拉·孔（Bela Kun）组织的苏维埃政权非常感兴趣，并且支持这个政权。他是一个自学成才的设计家和艺术家，早年以绘画和平面设计谋生。当他看到俄国构成主义的探索成果时，立即被这个设计运动的思想 and 风格吸引，从而成为匈牙利的构成主义设计家。1921年元月，莫霍里-纳吉到柏林工作，从事字体设计。经过一个朋友的介绍，他被引见给格罗佩斯，格罗佩斯当时正在考虑对学院进行大规模的改革，因此，经过与他交谈以后，格罗佩斯很欣赏他的踏实工作方式和问题的尖锐洞察能力，因此决定聘用他，来对包豪斯的基础课程和教学结构进行改革。

莫霍里-纳吉是一个非常简朴的人。他从来不在人面前摆知识分子和艺术家的架子，他一向穿着工人的服装上班。这是他在意识形态上受到俄国十月革命和构成主义的强烈影响的结果，他特别受塔特林（Vladimir Tatlin）和李西斯基（El Lissitzky）的影响，在思想方法上和工作方法上都学习他们。这两个俄国构成主义的大师都认为艺术家无非是一个普通工人而已，并没有什么与众不同

之处，塔特林认为最优秀的艺术家应该是与工程师一样的人，认识艺术后面的力量比艺术本身的制作过程和艺术的风格更加重要。因此可以说，从开始起，纳吉就与伊顿、杜斯博格有非常不同的立场。他的这个立场，与格罗佩斯希望发展和强调的精神是一致的。正因为如此，莫霍里-纳吉才成为包豪斯体系的关键人物。

莫霍里-纳吉从各个方面入手在包豪斯推进俄国构成主义的精神，把设计当作是一种社会活动、一种劳动的过程，否定过分的个人表现，强调解决问题、创造能为社会所接受的设计，把这种具有强烈社会性的设计观念灌输到教育当中，是他的一个坚持不懈的努力方向。他从平面设计、绘画、试验电影、产品设计、家具设计等等各个方面灌输自己的观点，并且身体力行地从事设计和创作，他对于包豪斯发展方向的改变起到了几乎是决定性的作用。

纳吉创作了大量的绘画和平面作品，全部是绝对抽象的作品。他相信简单结构的力量，利用平面来表达这种力量。他设计的包豪斯丛书、海报，拍摄的照片和制作的电影，都具有强烈的理性特征，并且显示了理性化对于设计造成的积极效果。他的立场和方法，在学生中产生了很大的影响。

纳吉对于绘画与摄影都非常精通，他在摄影和绘画上都追求单纯的抽象效果，他是个完全抽象的艺术家。曾经有传说，说他通过电话指导工厂创作一幅装饰画，因为是抽象作品，所以他只要通过电话说明就行了，无须亲自去制作。他将自己的画作称为“反绘画”(anti-painting)。对于艺术，他认为是一种个人的奢侈行为，因此，虽然喜欢，但是并不提倡。他曾经说：

“在大战期间（指第一次世界大战），我开始对于自己的社会责任有所觉悟，现在，我的这种社会责任感更加强了。扪心自问：在整个社会处于混乱之中跑去画画到底对不对呢？当每个人都需要为生存这个简单问题奔波时，我有没有这个特权去当艺术家呢？在过去的100多年当中，艺术和生活一直是没有什么关系的。个人放纵自己于艺术创作之中并不能对人民大众的幸福带来任何的帮助。”

从这段话中，我们可以了解到纳吉的社会主义立场和他对于设计、艺术的社会功能性高度重视的立场。他一向把艺术视为一种单纯的个人享受和个人放纵，因此并不提倡单纯的艺术。在包豪斯中，他比任何一个教员都更加重视机器，同时也是最懂得机器的一个教员，他不但了解机器，同时还会使用和操纵不少机器。他是一个能够与人共处、与人交流、能力很强的好老师。在学校中得到普遍的尊敬和喜爱。

纳吉在学校中接替了辞职的伊顿的职务，担任基础课程的教学。同时，他也在金属工场担任导师。他把伊顿从前搞的那些宗教色彩很强的教学内容全部废弃，旧课程当中那些强调个人情感、自我修养之类的内容也全部剔除。他的教学目的是要学生掌握设计表现技法、材料、平面与立体的形式关系和内容，以及色彩的基本科学原理。他的努力方向是要把学生从个人艺术表现的立场上转

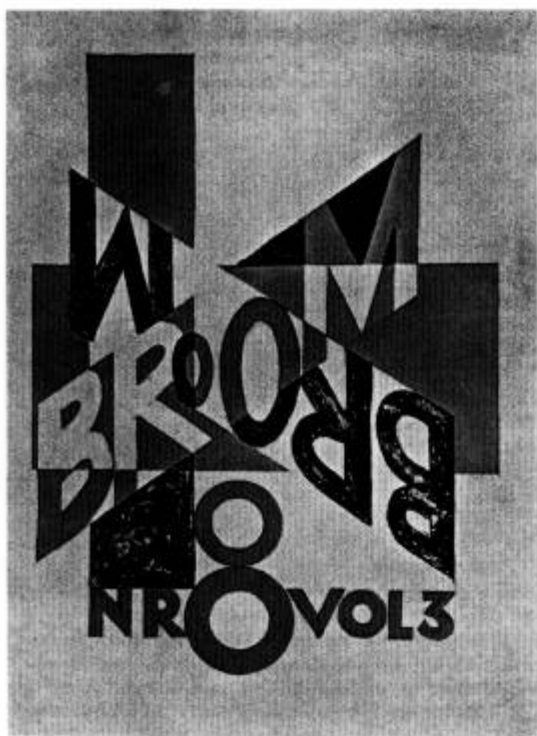


10-5. 1923年拜耶设计的包豪斯展览目录封面，是欧洲二战前形成的现代主义平面设计风格的集中体现。

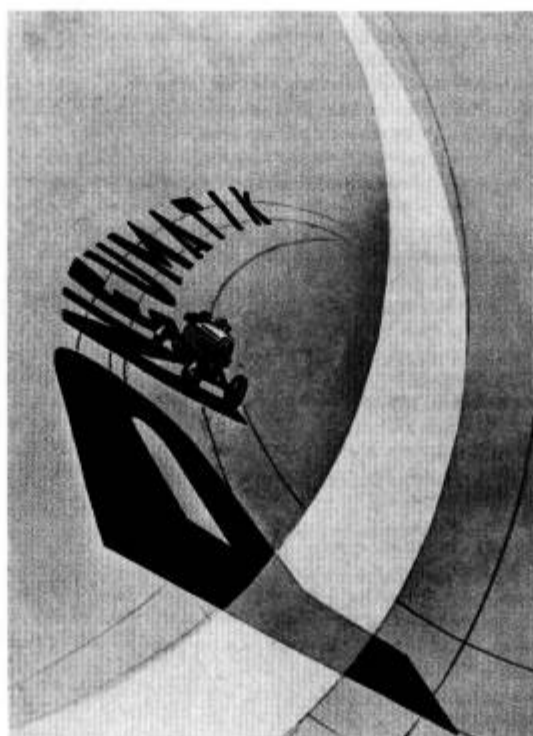


10-6. 1923年莫霍里-纳吉设计的包豪斯展览的目录，形成完整的包豪斯和欧洲现代主义平面设计风格。

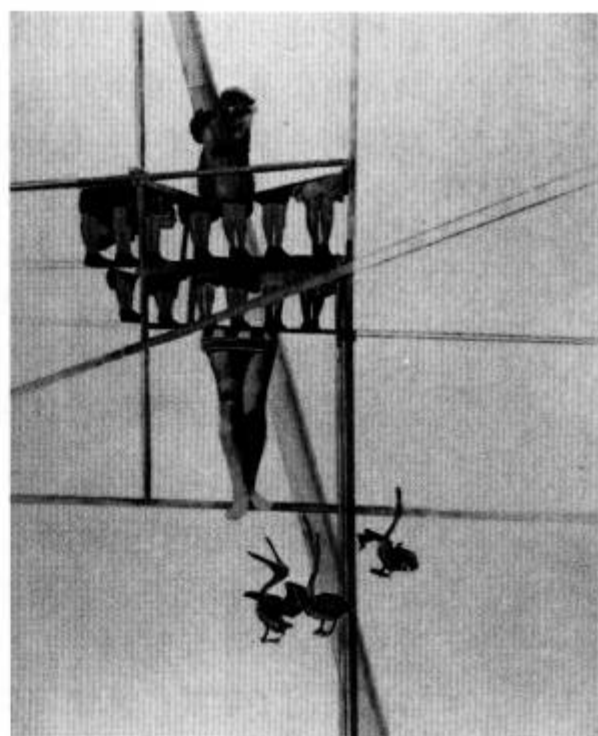




10-7. 1923年纳吉提出的《扫把》杂志封面设计，完全采用字体组成。



10-8. 1923年纳吉把字体和汽车插图组合在一起所作的汽车轮胎广告。



10-9. 1927年纳吉利用照片拼贴组成的平面作品《世界的基础》，具有构成主义、超现实主义的特征。

变到比较理性的、科学的对于新技术和新媒介的了解和掌握上去。他指导学生制作的金属制品，都具有非常简单的几何造型，同时也具有明确、恰当的功能特征和性能。

莫霍里-纳吉在平面设计上也具有很大的贡献。他在包豪斯期间，为学院和其他单位设计过不少平面项目，特别是书籍设计。体现了他对于俄国构成主义的明显追求。他的设计强调几何结构的非对称性平衡，严谨的结构，完全不采用任何装饰细节等上，具有简单扼要，主题鲜明和具有时代感等特点。莫霍里-纳吉是大量采用照片拼贴、抽象摄影技术来从事设计的先锋之一。他在这个时期拍摄了相当多的抽象照片，利用细节放大，或者特殊角度等等方法，他从具体生活主题中抽象出完全没有具象的形象，具有非常强烈的现代感。而他又往往把这些照片用于平面设计中，造成平面设计的现代感。对于他来说，照相机只是设计的工具之一而已，是为达到设计目的服务的。利用显微、鸟瞰角度等等方法，达到非常特殊的效果是莫霍里-纳吉摄影设计的特色。在他的影响之下，包豪斯终于达到摄影重于绘画的高度，成为在世界美术和设计教育史上第一个重视摄影甚于绘画的学院。

聘用莫霍里-纳吉，体现了格罗佩斯思想上的一次转变。他从以前比较重视艺术、手工艺转变到强调理性思维、技术知识的教育上。他在聘用伊顿时期的基本教育立场其实与半个世纪以前的英国“工艺美术”运动的原则立场并没有什么本质的区别；但是，自从聘用纳吉以后，学院的教学方向开始朝大工业化生产转化。对于这个转化，当时包豪斯的大多数教员是不同意的，不了解的。他们认为自从纳吉来了之后，他们自己原来的教学方法和体系变得无所适从，这种情绪在那些长于艺术的教员中体现得特别强烈，因为他们感到纳吉的改革，也就是格罗佩斯的改革，使得他们在学院的教学体系中难以找到自己的定位了。

1923年，格罗佩斯又聘用了另外一个新教员，与纳吉一同担任基础课程教学工作。这个新教员是自学成才的包豪斯毕业生约瑟夫·阿尔珀斯（Josef Albers; 1888—1976）。阿尔珀斯对于各种材料的应用和材料使用的可能性兴趣很大。尤其在发掘纸张的应用潜力和表现能力方面下了很大的功夫，进行了大量的研究。对于纸的各种折叠、弯曲、粘合、造型进行探索，总结出许多新的方法来，对于利用纸进行结构组成，对于利用纸这种简单材料为设计提供各种新的可能作出了很大的贡献。他把自己的研究通过教学带给学生，要求学生利用包括纸张在内的各种材料进行材料潜力的各方面研究，发展为设计的手段。纸造型成为阿尔珀斯基础教育的一个非常显著的特色。很多学生在毕业

后都对此印象深刻，大家也非常喜欢他的这种引导性教学方法。从基础课程教学来看，阿尔柏斯和纳吉组成了一对非常好的合作搭档关系，他们互相补充，互相协助，因而使包豪斯的基础课程教育发展到一个更加扎实的基础上。

阿尔柏斯在色彩上也很有研究。他继续发展了伊顿、康定斯基等人开创的色彩教学，对于学生把现代色彩理论运用到设计实践中起到很好的指导作用。阿尔柏斯1933年就来到美国，早期在北卡罗莱纳州的“黑山大学”（the Black Mountain College, North Carolina）担任平面设计教学。很快他又受到耶鲁大学艺术学院（Yale University, School of Art）聘请，担任耶鲁大学的平面设计教育，成为把包豪斯的平面设计带到美国平面设计界的关键人物之一。

### 3. 迪索时期的包豪斯

因为政治问题，包豪斯越来越受到来自右翼的压力。1924年9月，魏玛共和国的图林几亚政府教育部通知格罗佩斯：从1925年3月开始，政府只能提供学院需要的资金的一半。1924年底，政府官员访问了学院，通知教员：政府只能和他们签订6个月的合同。就在这次访问以后的3天，格罗佩斯在与教员会议演讲之后，宣布学院在1925年3月底关闭。

其实，格罗佩斯决定关闭魏玛的包豪斯是一个为应付社会右翼势力反对的权宜之计，他的真正目的是把学院迁移到一个政治、经济、文化条件比较合适的城市去，而不再在魏玛的政治漩涡中浪费无谓的精力。为了把学院继续办下去，格罗佩斯和他的教员们开始广泛接触，商议迁移学院，当时德国另外几个城市，比如布莱斯劳（Breslau）、达姆斯塔德（Darmstadt）都表示有兴趣接受包豪斯迁移过去。

在格罗佩斯和他的核心教员们来看，在所有这些表示欢迎包豪斯的城市当中，以迪索市（Dessau）提出的条件最为优异。迪索在某些方面与魏玛很相似。自从1919年开始，德国安霍特王子家族（the Princes of Anhalt）就住在迪索，他们与魏玛大公一样，非常慷慨于艺术教育资助，并且对于艺术教育采取非常自由、宽松的态度。迪索的另一个非常有利的条件是交通和地理位置。迪索离德国政治、经济、文化中心柏林非常近，大约只要两个小时的火车就可以到达柏林，同时，在迪索与柏林之间又开展了飞机交通服务。综合考虑了政治背景、交通条件、经济需求之后，大家都基本认为迪索是一个很好的迁校地点。格罗佩斯很快决定把包豪斯迁移到迪索市。

迪索的市长弗里茨·赫斯（Fritz Hesse）是决定包豪斯可以迁移过去的关键人物，他一方面希望包豪斯的到来会提高迪索的设计水平，从而促进工业的发展，同时，也希望通过这个行动来表达他的社会主义立场。他为这个学院拨出了一笔数目相当可观的财政预算，预算数目之大，大大出乎格罗佩斯意料之外，这种慷慨的拨款方式是包豪斯在魏玛时期无法想象的。赫斯提供的这笔预算是为包豪斯在迪索建立新校舍用的，据不完全统计，如果按照美元换算，大约达到25万美元左右，这在当时是一个惊人的大数字。在这样的优异条件下，包豪斯立即搬迁到迪索去了。

为了给人们以一个清晰的包豪斯的形象，1926年，包豪斯在学校的名称后面加上一个副标题——“包豪斯设计学院”（德文：Hochschule für Gestaltung，或者英文的the Institute for Design），这是第一次包豪斯明确地把“设计学院”与学院名称联系在一起，其形象和目的性因而非常鲜明了。

迪索包豪斯的教学体系也开始改变，在魏玛时期，教师被称为“导师”，现在改成正式的教育职称“教授”，魏玛时期的“形式导师”与“工作室导师”的双轨体制完全放弃，学院聘用各种工匠来协助教学，但是他们不再像魏玛时期那样与教授享有同等地位。学生比较少参与学院重大决策活动，魏玛时期的自由主义被放弃了，转而发展到比较严谨的教学体系上来。不少旧的工作室关闭，根据当地的情况和教学的需求又开始了一些新的工作室。格罗佩斯开始采用自己培养的新人来主持教学工作，比如马谢·布鲁尔毕业之后主持了产品设计，特别是家具设计的课程和工作室。一些工作室虽然依然开设，但是其目的和重点则不同，比如魏玛时期的印刷工作室主要强调平面艺术品的印刷，到了迪索时期，则主要放在版面设计、字体设计、广告设计上，由另外一个毕业生赫柏



特·拜耶主持印刷课程。纳吉和阿尔柏斯依然主持基础课，格罗佩斯本人则集中于客户定货的建筑设计项目研究和教学活动，整个体系开始建立在比较严谨的基础上了。

真正巨大的变化，是在迪索包豪斯增加了一个新的系——建筑系。1926年格罗佩斯已经开始着手组织这个系了，1927年建筑系开始招生，从而翻开了学院的新的一页。这个系的工作由建筑师汉斯·迈耶（Hannes Meyer）主持。

真正的任务和改革的重担却依然落在格罗佩斯身上。这个巨

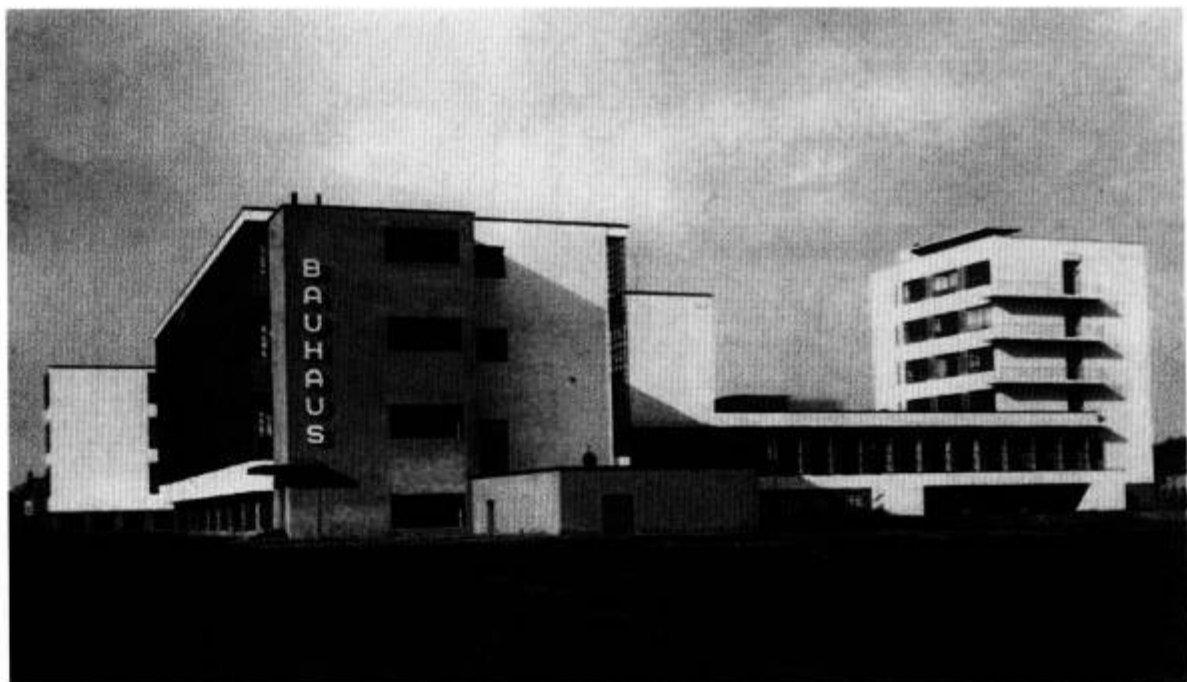
大的任务就是设计和建设新的校舍。格罗佩斯从1925年开始设计新包豪斯校舍，他的时间非常紧张，因为学校迁移到迪索之后只是暂时在临时的建筑内开展教学，这个过渡期越长，对于教育的影响也就越大，他不得不用最快的速度，最好的设计，最有效率的建筑方式尽快完成这个巨型校舍，来支持整个学院的教育运行。预算已经由迪索市政府提供了，摆在他面前的任务就是必须在最短的时间内完成设计和建筑，尽早使校舍能够为教学服务。

这个新的校舍建筑是一个综合性建筑群，其中包括了教学空间——教室、工作室、工场、办公室28个房间的宿舍、食堂、剧院或者礼堂、体育馆等等设施，并且还包括一个楼顶的花园。这个建筑是一个名副其实的综合体。在设计中，格罗佩斯采用了非常单纯的形式和现代化的材料、加工方法，以高度强调功能的原则来从事设计。建筑高低错落，采用非对称结构，全部采用预制件拼装，工场部分是玻璃幕墙结构，整个建筑没有任何装饰，每个功能部分之间以天桥联系，体现了现代主义设计在当时的最高成就。这个建筑本身在结构上是一个试验品，总体结构是加固钢筋混凝土，地板部分是以预制板铺设在架空的钢筋网上的。平顶式的屋顶采用了一种新的涂料来防漏，但是后来还是不太成功，凡是到了下雨时，都会有漏雨的情况。这个建筑内部的设计，包括室内设计、家具设计、用品设计等等，也都体现出与建筑本身同样的设计原则。整个建筑成为20世纪20年代的现代主义设计最佳杰作。

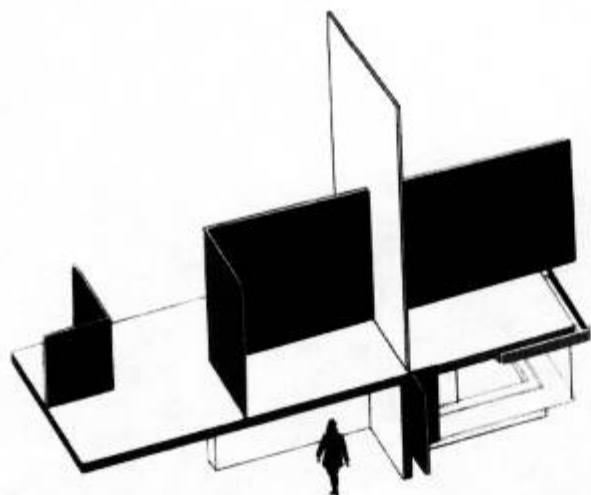
迪索包豪斯新校舍内部的设备、家具和其他所有用品都是由学生和教师设计，在包豪斯自己的工场制造的。因此，从建筑到设备，具有一种高度的统一特征，因此，这个建筑被评论界评为“20世纪20年代世界上最重要的现代主义建筑群”。由于所有的功能都包含在建筑之中，因此，这个建筑的设计又提供了非常密切的社区精神，师生朝夕相处，一切所需都在校舍内，对于提高团队精神、提高合作意识起到很好的促进作用，现代主义设计先驱关于建筑可以改变人的行为的理论原则，通过这个建筑提供了第一个很好的示范模式。

迪索包豪斯一共有12个教员，其中有6个是原来学校的毕业生。他们都是在魏玛时期入学的，毕业以后留校工作，担任新的设计教员。这个教员结构的组合，其实是格罗佩斯苦心计划的一个部分，他希望能够用自己培养的人来改变教学的模式。而他确实通过这些教员达到了目的。

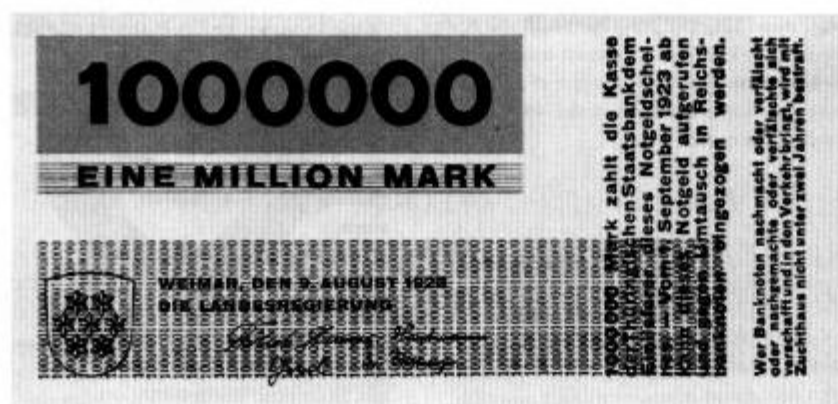
这6个教员之一的阿尔柏斯，其实早在魏玛时已经担任部分课程的教学工作了，但是由于当时条件不成熟，他没有能够成为全职教员。包豪斯迁移到迪索以后，格罗佩斯立即把他和其他5个杰出毕业生升为全职教授，其中还包括了赫伯特·拜耶，马谢·布鲁尔，辛涅克·谢柏（Hinnerk Scheper），朱斯特·史密特（Joost Schmidt）和根塔·斯托兹（Gunta Stolzl）。其中5个被指派



10—10. 1925—1926年格罗佩斯等人在德国迪索设计和建成的包豪斯校舍，是现代主义建筑的奠基作品。



10—11. 1924年拜耶设计和提倡的街头车站和报摊亭，与他的平面设计完全吻合。



10—12. 1923年拜耶设计的魏玛共和国图林几亚政府发行的纸币。取消纸币通常使用的人物肖像，采用完全抽象的编排，成为世界上最早的全抽象纸币设计。

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
a d d

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
xyzag d d

wir beabsichtigen eine serie  
verschiedener seifen in weis  
sen kartons

wir beabsichtigen eine  
serie verschiedener seifen  
in weissen kartons auf  
dem markt zu bringen.

10—13. 1925年拜耶开始一系列的字体设计探索，这里是他在包豪斯设计的几种无装饰线字体，是当时这个学院通用的字体，广泛见于包豪斯的出版物上。

担任基础课程和设计课程教育工作，斯托兹则在纺织工场协助蒙克的课程，直到1927年他辞职。拜耶主要担任绘画教学，谢柏主持壁画设计课程，布鲁尔负责家具设计，史密特负责雕塑工场。这6个人的学术地位并没有原来那些老教员高，区别在工资待遇、职称等方面，他们依然被称为“青年教师”，工资是老教师的三分之二左右。虽然当时曾经许诺将来会将他们的待遇提高到与老教员一样，但是却一直没有实现。

在这几个教员当中，赫伯特·拜耶大约是最多才多艺的一个了。他于1900年出生在奥地利，在平面设计、摄影、展览设计、建筑设计等等方面都有非常特殊的才能。他曾经在达姆斯塔德当建筑设计助手，1921年来魏玛求学，进入包豪斯，是康定斯基和纳吉的学生。在1925年到1928年期间，他负责包豪斯的印刷设计系，这个期间他对广告技术非常感兴趣。他设计了不少展览的广告路牌、促销广告，也设计了不少产品标志和企业形象标志。他把魏玛时期的一个单纯为石版印刷、木刻和其他为艺术服务的印刷系改造成为一个主要采用活字印刷、机械化生产教育服务的新专业。

拜耶本身的能力，使他早在学生时期已经开始从事商业设计工作。他主要集中在字体设计上，习惯采用非常简单的字体，在版面设计上采用非对称方式，明显受到荷兰“风格派”和他的老师莫霍里-纳吉的影响。自从担任字体与印刷设计的老师以后，他致力于创造简单的版面和字体。当时，德国流行的是“哥德”体，非常繁琐与古老，功能性差，德国当时不但对于专有名词、每个句子第一个字母要求采用大写字母，同时，也要求所有的名词的第一个字母必须用大写字母，繁琐不堪，这使德国的字体设计大大落后于国际水平，拜耶对于这种情况是非常焦急的。因此，他努力改造德国字体上这种落后状况。他认为字体的装饰线体（serifs）是多余的累赘，他也不喜欢大写字母，因而创造了无饰线体、小写字母为中心的新字体系列，成为包豪斯字体的一个特征。拜耶认为单词只用



小写字母 (lower-case) 非常经济, 因为只需要一个字母, 而非大小写两个。他的这种做法, 包含了强烈的社会主义、民主主义动机。1925年, 拜耶创造了“通用体”(universal) 的无装饰线字体系列, 表现了他的这种信仰在具体字体设计上的运用。1931年, 他进一步发展了无装饰线字体。他在1933年为德国的别豪特字体铸造厂 (the Berthold Foundry) 设计为此创造了更加简练的“拜耶体”(Bayer type)。

当时对于他在字体上进行的改革, 无论是在学院里还是在社会上, 都有异常强烈的反对意见, 人们不理解, 往往在文字上采取习以为常的态度, 不希望有太大的改动。这使拜耶本人在某些特别的情况下也不得不出让步。但是, 学校内他还是比较有权威的, 他的改革探索得到了格罗佩斯的支持, 包豪斯的出版物则基本是他的设计, 采用他的字体, 形成了当时在字体设计、平面设计上最为先进的局面。现在, 当无饰线体已经成为世界字体中最重要的类型之一, 从历史的角度来看, 我们可以说, 包豪斯与无饰线体几乎是无法分开的一个组成。

拜耶在广告设计和展览设计上也有很大的成就。20年代末, 他成为《时髦》(Vogue) 杂志的艺术设计总编, 他开始投入商业刊物的平面设计工作, 并且开始广泛采用刚刚出现的彩色摄影来设计封面和插图, 《时髦》杂志 1930—1936 年的风格被称为“新线”(die neue linie), 这个风格的创造人就是拜耶。

拜耶 1938 年来到美国, 开始在美国广告公司沃尔特·汤普森公司 (J. Walter Thompson) 和多兰国际公司 (Dorland International) 负责设计艺术咨询工作。为了推广包豪斯思想, 他与纽约的现代艺术博物馆合作, 在 1938 年举办了具有很大影响作用的《包豪斯展》, 刺激整个美国设计界。1946 年, 拜耶迁居到卡罗拉多州的阿斯平 (Aspen, Colorado), 担任阿斯平学院 (the Aspen Institute) 的教学领导。1956 年与美国集装箱公司 (Container Corporation of America) 合作, 担任这个公司的设计部门负责人。他的平面设计思想和方法在这个时期影响更大, 本书在以后的章节将介绍他这方面的贡献。

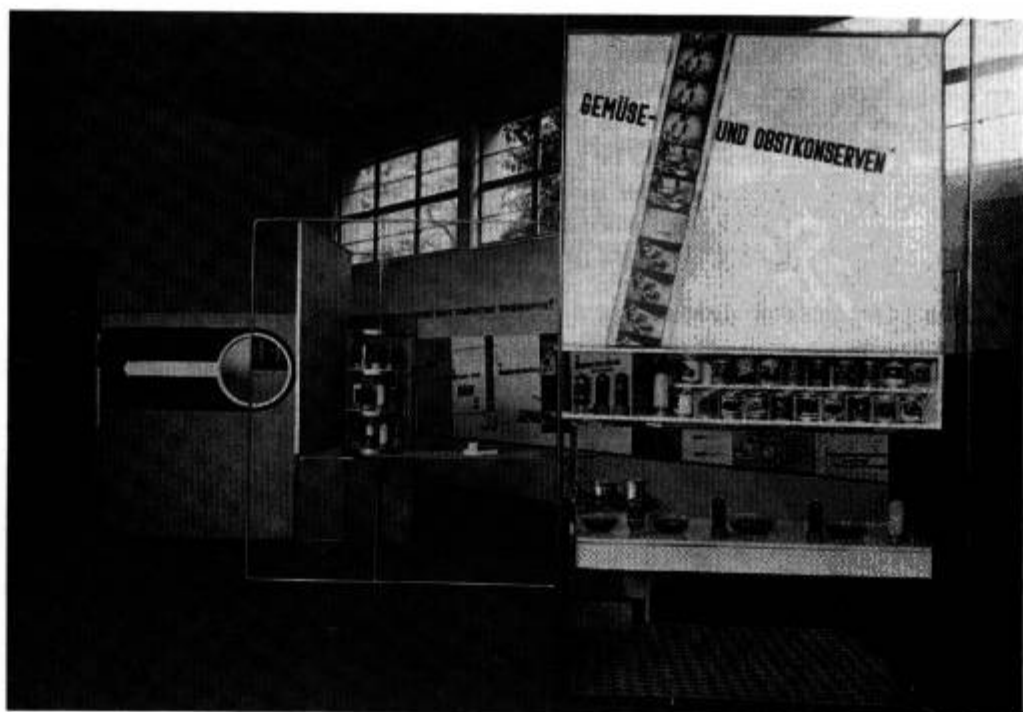
另外一位教育家朱斯特·史密特 (Joost Schmidt, 1893—1948) 在进入魏玛时期包豪斯之前是学习绘画的, 因此当他在 1919 年进入学院时, 已经是一个很有成就的画家了。他在包豪斯开始从事雕塑方面的探索, 同时也对字体和平面设计非常投入, 1928 年拜耶辞职之后, 史密特继任



10—14. 1928 年拜耶设计的《包豪斯》校刊封面。



10—15. 朱斯特·史密特 1929 年设计的《包豪斯》杂志封面。



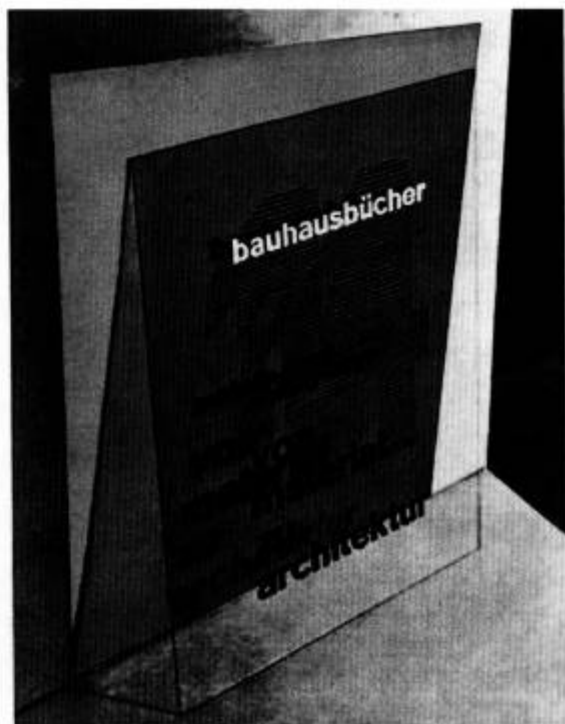
10—16. 1930 年史密特设计的罐装食品工业集团联合会展览, 体现了包豪斯的现代主义设计风格特点。



10-17. 1929年纳吉设计的包豪斯丛书封面。



10-18. 纳吉1925年设计的《包豪斯丛书12》的封面。



10-19. 纳吉1929年设计的《包豪斯丛书14》的封面。

印刷工场领导，主持平面设计和字体设计教育，一直到包豪斯1933年关闭为止。他是承担了把包豪斯的平面设计保持在教学体系中的关键人物。

这些年青的教师与他们的老师一代有很多地方是不同的，他们在设计上比较多元化，有比他们自己的老师们更加丰富的设计实践经验，因此也更加能够提供给学生各种实际问题的解决方法，在他们的指导下，包豪斯的教学更加与实践相结合。由于教师比较年轻，他们与学生之间容易沟通，关系也就更加密切。可以说，迪索包豪斯的形象和成就，和这批青年教师的贡献是分不开的。

包豪斯在迪索时期进入了成熟阶段。在平面设计上也形成自己完整的面貌和形象。包豪斯的平面设计基本是在荷兰“风格派”和俄国的“构成主义”双方的影响之下形成的，因此，具有高度理性化、功能化、简单化、减少主义化和几何形式化的特点。其中，以拜耶和纳吉的影响最大。

迪索时期的包豪斯出版了自己的校刊《包豪斯》，这份刊物成为包豪斯平面设计试验的主要阵地。这份杂志的主编包括格罗佩斯、克利、纳吉、杜斯伯格、蒙德里安等人，而主持平面设计的则是纳吉。其实，这份刊物除了有两期之外，其余各期的封面和大部分版面设计基本都是由纳吉主持设计的。而拜耶则参与了大量的具体设计工作。他们在这份刊物的设计上广泛采用了无装饰线体，简单的版面编排，构成主义的形式，达到非常功能化的形式。1925年，拜耶提出字母的大写和小写在读音上毫无区别，因此没有存在大写的必要，他在这一年开始在所有包豪斯出版物上取消了大写字母，是一个非常激进的改革。他的目的是要创造出一个平衡的版面来，所有字体的形成因素都必须为版面的最佳传达效果服务。他设计出来的版面和字体非常强而有力。拜耶这个时期设计的一些海报，比如为庆祝康定斯基60岁生日（1925年）设计的海报，具有他的平面设计的鲜明风格。在这个议题上，包豪斯的其他人物与他具有相同的立场，因此，也符合整个学院的设计教育和设计思想。

#### 4. 包豪斯的最后阶段

1928年，格罗佩斯离开学院去从事自己的设计事务，而拜耶和纳吉也在这个时候离开了学院到柏林去了，包豪斯的元气因而大伤。在平面设计教育上，接替拜耶主持教学的是新毕业生朱斯特·史密特，他成为平面设计的负责人，主持印刷、版面、字体设计和展览设计的课程，他把包豪斯的平面设计传统继承下来，并且加以进一步的发展。他发展出利用方格进行在工整的网格上进行设计的一套新的理性设计体系和方法，对于设计上的次序化和严格化起到重要的作用。

包豪斯第二任校长汉斯·迈耶在格罗佩斯之后担任学院的最高领导职位，他本人是德国共产党



党员，担任校长以来，全力在学院中推动共产主义运动，学生当中党员人数剧烈增加，学院也很快从一个单纯的设计学院演变成为政治运动的中心，因此，遭到保守的整个社会力量的敌视。受到他的泛政治化立场影响，学院在1930年遭到来自政府部门、市政府部门和德国右翼社会组织的攻击，面临资金短缺、外界敌视的重重困扰，学院最后不得不强迫迈耶辞职，学院出现了领导的空缺。根据格罗佩斯的推荐，密斯·凡德洛（1886—1969）接任校长。他从1930年8月把包豪斯从迈耶手上接过来以后，开始包豪斯最困难的阶段，惨淡经营，最后终于在1933年4月被纳粹封杀。

密斯是现代主义建筑设计的最重要大师之一，他通过自己一生的实践，奠定了明确的现代主义建筑风格，提出了“少则多”（less is more）的立场和原则，通过教学影响了好几代的现代设计家，从而改变了世界建筑的面貌，很少有人对于现代建筑的影响能够有他那么大。美国作家汤姆·沃尔夫（Tom Wolfe）曾经在他的著作《从包豪斯到我们的房子》（*From Bauhaus to Our House*）当中提到，密斯的原则改变了世界都会的三分之二的天际线，这是一点也不夸张的。由此可见密斯对现代设计的重要作用和影响。

密斯·凡德洛1886年3月27日生于德国阿亨（Aachen）市的一个普通的石匠家庭，与他的同事沃尔特·格罗佩斯的家庭出身比较，是非常卑微的。1907年，他与格罗佩斯一同在彼得·贝伦斯的设计事务所工作，受到贝伦斯思想很大的影响，通过自己的努力，逐步奠定了自己在建筑界的地位，1929年为在巴塞罗那举办的世界博览会中设计的德国馆，进一步稳定了他的大师地位。1931年他接任包豪斯设计学院院长，1938年离开欧洲来到美国，长期在伊利诺斯州立大学担任建筑系主任，并且大量进行建筑设计，提出“少则多”的设计原则，影响世界。他可以说是20世纪对于世界设计影响最大的一个人物。密斯于1969年8月17日去世。

密斯是设计上非政治化的代表。他与格罗佩斯的左倾立场完全不同，对于任何政治问题都漠不关心。对于他来说，建筑就是建筑，他的关心仅仅在建筑之上，至于为谁设计，对于他来讲并不重要。密斯的这个立场使他与他的大部分现代主义设计同代人显得格格不入，完全不同。

密斯是当时前卫设计的最主要代表人之一，是前卫设计刊物G报（“G”—Gestaltung—Design）的主要支持力量。他的巴塞罗那展览馆设计取得世界的名望。迪索市市长赫斯说他沉着、意志坚定、具有信心，是能够把包豪斯纳回正常轨道的最佳人选。而格罗佩斯也相信密斯具有把学院转回正规教育轨道上来的能力。

密斯的任职是遭到不少包豪斯学生反对的，他们指责他是一个“形式主义者”，只是为少数权贵设计豪华住宅，而从来不考虑穷苦大众的居所。有些学生甚至怀疑他有没有实际设计能力，要求他把自己设计的作品在学院公开展示，以证明他有能力领导这个学院。教员方面也有意见，比如康定斯基、阿尔珀斯等教员对于理论课程有意见，要求密斯增加担任社会学、经济学、心理学方面的教员。

密斯就是在这样困难的情况下接管包豪斯的，形势如此险峻，迫使他不得不采取非常手段来整顿学校。1930年9月9日，密斯宣布中止旧包豪斯的全部机构，10月21日，学院的170名学生必须重新注册登记。迈耶集团核心的5名学生被开除，由警察驱逐，勒令在24小时离开学院。10月21日通过新的校规，所有学生必须签名。密斯开始把原来格罗佩斯和迈耶奠定的具有广泛社会含义的教学体系缩小，成为一个单纯的设计教育中心。所有政治活动基本禁止。吸烟也完全被禁止。总的学习时间减少为6个学期。包豪斯在密斯的手中变成一个单纯的建筑学院，有少数的工作室供学生使用。原来的必修课程——基础课也变成了选修课。

密斯接任校长以后，除了清洗学校的左翼势力以外，还把精力主要放在教学体制的改造上，他希望能把这个学校坚实地建立在建筑设计的基础上，他认为只有建筑设计能够使设计教育得到健康的发展，也以建筑为一个核心，来凝聚其他的专业，这种以建筑为核心的立场，始终贯穿在密斯的三年校长任期之中。因为密斯努力把建筑教育加强，因此，在包豪斯的最后几年当中，学院的重点基本是建筑教育。对于建筑的功能要求，建筑的目的性都提出了非常明确的目的。课程也根据这个目的进行了大规模的修改和补充。1930年，密斯把家具、金属品、壁画工作室全部合并为一个新

的系，即室内设计系。从1932年开始，这个系由里利·莱什（1885—1947）领导，她同时领导染织系。密斯再次改变学制，把原来的9个学期缩短为7个学期，把学院分成两个大部分：建筑设计（或建筑外部设计）和室内设计。从此可以明确看到他的以建筑为中心的设计教育体系设想与实践。

作为一个建筑家，密斯对于功能主义远没有如同迈耶那样强调。他对于建筑的形式是讲究的，绝对不会因为功能好就可以牺牲形式美，因此，他没有那种与艺术趋向对立的态度。他要求学生的设计必须典雅，美学立场正确（*esthetic rightness*），他曾经问学生：“如果你遇到两个孪生姊妹，她们几乎一模一样，同样聪明，同样富有，同样健康，但是一个丑陋，另外一个美丽，你会娶哪一个为妻子呢？”表现了他对于良好功能和优秀外型的同等重视立场。密斯对于所谓的“美”是特指的，这是设计的美，而不是绘画的美，因而他强调针对学生对于单纯设计形式美感的训练，而主张取消他认为没有用的绘画课程。

在密斯的领导之下，包豪斯已经变得面目全非了，课程不同，教学立场不同，意识形态的认识基础不同，这样一来，与格罗佩斯的原来宗旨大相径庭，结果是原来参与这个学校教育试验的大部分人都相继离开了学院。剩下的只有康定斯基和克利等几个旧人。密斯就任不久，克利也辞职了。康定斯基也几乎无事可干，因为大部分的艺术课程都被削减了。

虽然密斯对学院进行了大规模的改良，但是，学院原来具有的泛政治和左翼立场已经非常显眼，成为德国器尘甚上的纳粹势力的眼中钉，迪索政府已经不可能支持包豪斯了。1931年，政治的发展使学院的存在越来越困难，过去的好几年中间，德国的极端右翼势力发展迅速，纳粹党已经逐渐控制了德国的政权。1931年，纳粹党终于控制了迪索市市议会，包豪斯在迪索市政府中得不到政治支持也就宣告结束了。

密斯不断与政府联系，希望能够考虑保留包豪斯。但是，决定已经下达，1932年9月份，迪索政府通知包豪斯关闭，9月30日，纳粹党人冲进学校，大肆搜查，打破窗户，翻箱倒柜地进行破坏。把学校的所有设备、工具、文件全部从窗口扔到街上，他们还想把整个校舍炸平，只是因为这个校舍太为著名，才没有遭到厄运。这一天可以说是迪索时期的结束，迪索时期是包豪斯历史上最重要的一段时期，它就如此简单地在纳粹的践踏下被结束了。

迪索包豪斯关闭以后，有两个德国社会民主党执政的城市邀请学院迁去，一个是马格德堡（*Magdeburg*），另外一个来比锡。但是，密斯在几个月前已经决定把学院迁移到柏林去，作为一个私立学院开业。学院又增加了一个副标题，全称是“包豪斯·独立教育与研究院”（*Bauhaus, Independent Teaching and Research Institute*），新校址地点是位于柏林的斯提格利茨（*the Birkbuschstrasse in Steglitz*）的一个废弃不用的旧电话公司建筑。当时，密斯有两个经费来源支持教学，一个是包豪斯自己设计的产品设计专利转让费用，大约是三万马克左右，另外一个来是迪索政府答应提供到1935年的经费，全部用来支付教员的工资。包豪斯还设法出售师生一些设计，来弥补经费的不足。

虽然密斯尽力而为，但是政治气氛日益恶化，1933年1月纳粹政府上台，希特勒成为德国元首，他对于这个学院早已经视为眼中钉。纳粹认为这个学院是“犹太人和马克思主义者的庇护所”，必须铲除干净。4月德国文化部发出第一号命令，就是关闭包豪斯。

密斯当时的政治态度是不明朗的，他大约也从来没有过明朗的政治立场。德国纳粹对他也还抱有幻想，希望有一天他能够为希特勒设计一个文化宫。纳粹也希望能够重新建立一个为纳粹服务的包豪斯。因此，包豪斯关闭以后的两个月，纳粹宣布，包豪斯在两个条件下可以重新开张，第一是开除教员和建筑师希柏夏莫（*Hibershemer*），因为他是社会民主党党员；第二是开除康定斯基，因为他的思想“对我们构成威胁”。包豪斯人员对此毫无兴趣。1933年8月10日，密斯通知大家：包豪斯永久解散。他给予大家关于解散的解释非常简单，那就是：经济困难。

包豪斯在历经了10多年的磨难、探索、斗争、起伏之后，终于完成了它的历史使命。第二次世界大战的开展，迫使大部分它的旧人员离开德国前往美国，从而又揭开了现代设计运动的一个新的篇章。



## 5. 简·奇措德和他的新版面设计风格

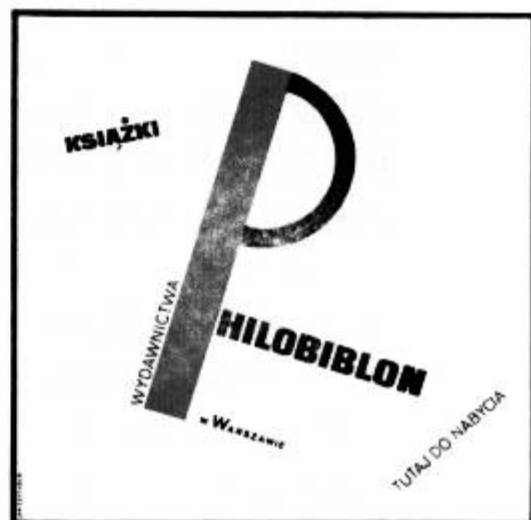
20世纪初的现代设计，特别是现代平面设计的试验，基本是在荷兰的“风格派”集团中，在俄国的构成主义集团中和包豪斯设计学院中进行的，虽然他们的探索最终为现代平面设计奠定了坚实的发展基础，但是，在1920年前后，社会对于他们的试验基本是没有什么认识的。真正把这些平面设计试验的成果介绍到整个社会，让大众了解，并且通过实际的运用使社会接受这种新的设计风格的主要人物，是德国平面设计家简·奇措德（Jan Tschichold，1902—1974）。

简·奇措德是德国莱比锡的一个设计家的儿子。他很早就对书法有兴趣。他年轻的时候在莱比锡学院（the Leipzig Academy）攻读，对设计兴趣日益强烈。1923年，21岁的奇措德参观了在魏玛举办的第一届包豪斯展览，立即被包豪斯完全吸引住了。奇措德很快自己开业从事平面设计工作，他把俄国构成主义和包豪斯的平面设计特点糅合在一起，发展出自己的平面设计风格来，他追求采用新的简单的字体，主张摒弃陈旧的中世纪字体，主张采用包豪斯式的无装饰线字体，采用包豪斯式的非对称版面编排方式，1925年10月，奇措德在德国印刷界广泛阅读和视为重要的参考来源、设计思想论坛的杂志《版面传达设计》（*Typographische Mittelungen*）刊物上发表了自己设计的、长达24页的文章和平面设计示范：“版面的元素”（*elementare typographie*）。在这篇文章中，他利用具体的版面设计向印刷家和设计家解释了非对称版面的特点，也讲解了新的字体的重要性。当时德国基本所有的印刷公司依然使用陈旧的中世纪字体，采用简单的对称版面编排方式，他的这24页文章和示范不啻是对德国的印刷界打开了一扇通往现代的门户。

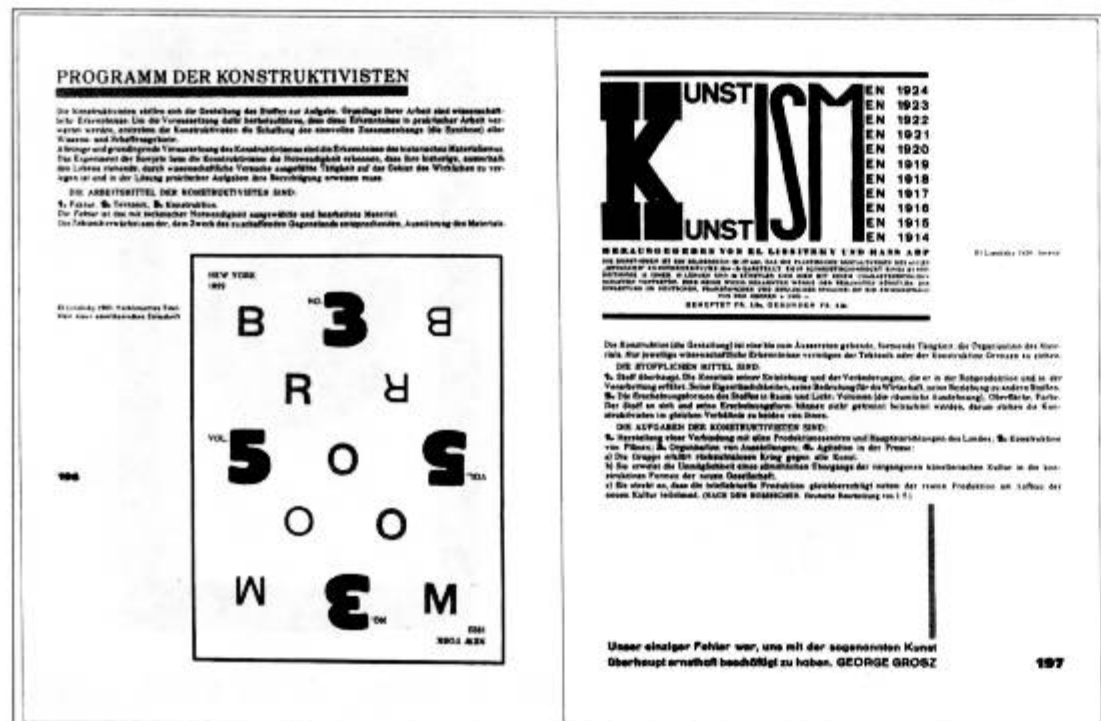
1928年，奇措德发表了著作《新版面设计》（*Die Neue Typographie*），在这本著作中，他强烈地主张采用新的平面设计风格。他认为新时代的平面设计的主要目的是准确的视觉传达，而不是陈旧的装饰和美化。他认为越简单的版面会达到越准确和有效的视觉传达目的，因



10-20. 奇措德1922年设计的莱比锡交易会广告。



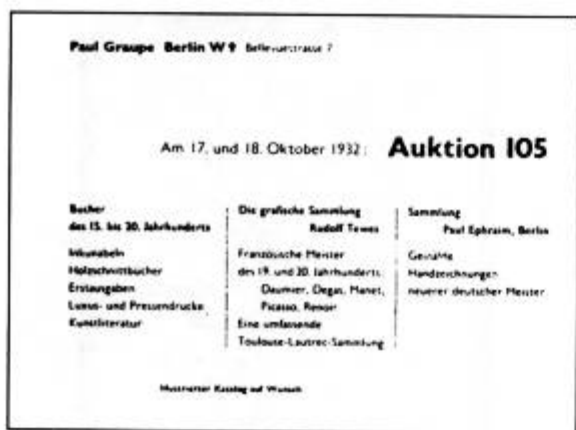
10-21. 1924年奇措德设计的出版公司海报，具有与包豪斯风格非常接近的现代主义特点，表明他已经开始走上现代主义平面设计的方向。



10-22. 1925年奇措德设计的《版面传达设计》一书的一页。



10-23. 1925年奇措德设计的《版面传达设计》一书的扉页。



10-24. 1932年奇措德设计的广告册页，采用非对称版面布局，是日后现代主义风格的特征之一。

此，主张印刷界和平面设计界采用崭新的平面设计风格，特别是荷兰“风格派”，俄国构成主义和包豪斯的设计风格。在这本书中，他提倡机械美学的原则，认为现代设计是与大工业生产、与机械密切关联的。与此同时，他强调非对称性在新版面设计上的重要性。他认为对称是人为的，做作的，不自然的，缺乏美感的，因此应该取消，以非对称的版面设计取代它。

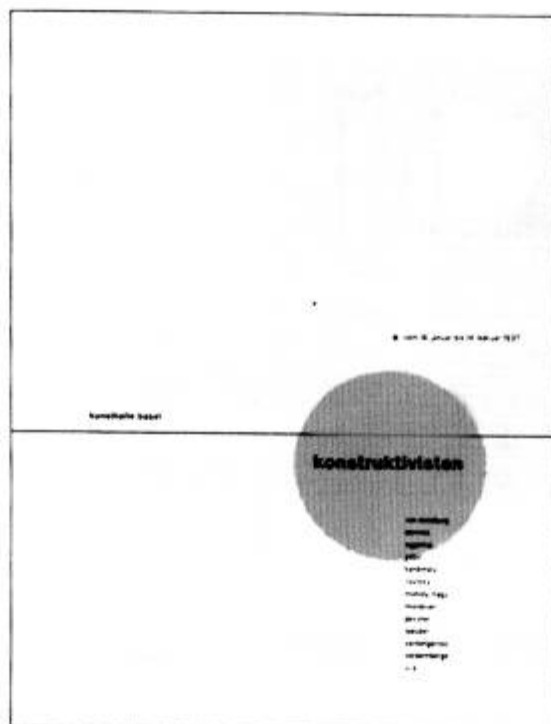
奇措德自己设计了大量的书籍，通过这些设计来表达自己的设计立场。他的设计与荷兰“风格派”，俄国构成主义和包豪斯的平面设计风格有极其密切的关系，都采用简单的纵横、非对称式版面编排，没有具体的插图，采用编排构成平面的韵律感，利用字体的大小不同达到视觉强烈的效果，他采用简单的字体，特别是代表新时代的无装饰线体，版面上的文字部分往往采用两栏方式，因此非常清晰和准确。他

除了黑色和红色以外，基本不采用什么其他的色彩，视觉的力度完全依靠强烈的黑白红对比和版面编排来达到。他设计的书籍版面没有任何多余的装饰，简单到无以复加的地步，具有强烈的功能主义和减少主义特点。与此同时，奇措德还设计了大量的海报，这些海报比他的书籍设计更加强调了他的设计立场，成为对社会进行现代平面设计宣传的重要工具。他的这些主张，与德国纳粹主张恢复罗马古典风格是大相径庭的。他的设计在德国和其他欧洲国家非常流行，因此具有非常大的社会影响。他应该被视为把现代平面设计风格介绍到整个欧洲社会的主要人物之一。

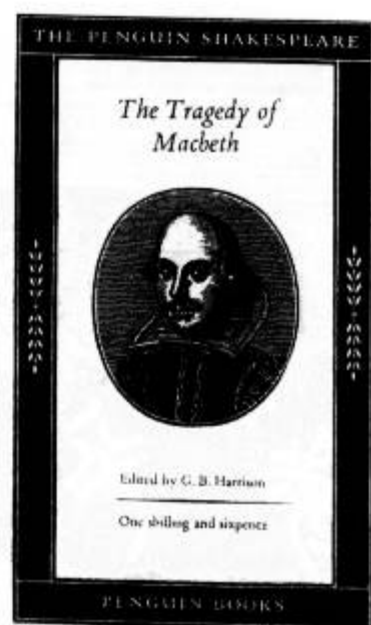
1933年1月，德国纳粹上台，希特勒攫取了国家元首的职位，3月，纳粹党徒冲入奇措德的家，逮捕了他和他的妻子。他被纳粹指控为“宣传布尔什维克主义”，推行“非德意志的版面设计”。他在慕尼黑的教学职位被立即剥夺。他被纳粹囚禁了六个星期之后，与妻子一同被释放，他立即带领妻子和四岁大的儿子离开德国，到瑞士的巴塞尔开始了离乡背井的流亡生活。他对于自己一向主张的新平面设计风格感到厌倦，在瑞士期间设计的作品大部分有复旧的倾向。1946年以后，他越来越主张平面设计应该是人学的内容，强调传统的延续性，他的设计思想有了很大的改变。他认为现代平面设计风格在工业、商业出版物上依然是重要的，有效的，但是，对于传统的诗歌、文学作品来说，采用现代平面设计风格就格格不入了。因此，他的看法是不同的对象采用不同的设计风格，而现代设计风格是为高度强调功能的工商业服务的，对于文化浓度很重的文学艺术出版物，



10-25. 1928年奇措德设计自己的著作《新版面设计》一书的一页。



10-26. 1937年奇措德设计的展览海报，具有鲜明的现代主义风格特征。



10-27. 奇措德1950年设计的“企鹅丛书”的沙士比亚作品集的统一封面设计。可以看出他努力使封面设计和整体平面设计与内容统一的设计原则。



则应该采用比较传统的风格。这个立场，其实是非常辩证的。

第二次世界大战结束以后，奇措德在40年代下半叶在伦敦为著名的“企鹅丛书”(Penguin Book)设计。“企鹅丛书”是经典文库，因此他采用了非常古典的风格：对称的版面，典雅的罗马字体，古典风格的木刻插图，等等，与他早期的作品完全不同了。50年代以后他一直在巴塞尔从事设计工作，瑞士在50年代发展出被称为国际主义平面设计风格的设计体系来，从历史发展的脉络来看，他是这个体系的奠基人之一。奇措德一直没有停止设计工作，直到1974年去世为止。

## 6. 20世纪上半叶的字体设计趋势

20世纪上半叶在字体设计上最大的发展有两个方面：第一方面是20年代无装饰线体的发展和广泛运用，从德国、荷兰、俄国开始，逐步推广到采用字母的世界各国，无装饰线体成为现代平面设计的基本要素；第二方面是英国人创造的“时报新罗马体”这种字体结合了罗马体和现代视觉传达的基本要素，成为既有典雅的传统品味，又有现代感的崭新字体，自然与无装饰线体并驾齐驱，成为20世纪现代字体的基本体例之一。

最早正式采用无装饰线体的国家是英国。英国平面设计家爱德华·约翰逊(Edward Johnson)原来为英国铁路系统设计了称为“铁路体”(Railway Type)的无装饰线体，英国政府在1916年正式把这种字体作为标准字体运用到伦敦的地下铁系统上，成为世界第一个正式在公共场所运用无装饰线体的国家。约翰逊设计的字体力求简练、明确，这种字体具有现代无装饰线体的基本主要特征，清晰明确，因此迄今依然在伦敦的地下铁系统使用。

约翰逊的朋友和学生艾里克·基尔(Eric Gill, 1882—1940)受到他的“铁路体”很大影响，因此，在这个字体的基础上设计出更加完善的“基尔无装饰线体”体系(the Gill Sans Series)来。基尔是一个非常有个性的设计家，他在读书的时候因为对学习生

活不厌其烦而中途退学，转而专心一意学习设计。而他对于传统的平面设计风格却又不屑一顾，希望能够完全自己创造出崭新的风格来。当他看到老师约翰逊设计的“铁路体”的时候，非常激动，感到这才是现代字体设计应该遵循的方向，因此努力钻研，在“铁路体”的基础上进行发展，终于完成了自己相当庞大的字体体系的设计。他的这个字体系列比较完整，种类也比较多，因此，是分期从1928年到1930年期间逐步公布于世的。他的这个体系包括了14种从单一字体基础发展出来的无装饰线字体种类，包括不同的粗细、不同的倾斜度和宽度的设计，成为完整的字体家族系列。

基尔对于古典的平面风格其实是有非常深刻的了解的。他曾经花费过很多时间学习和研究古典的各种体例，包括古希腊的字体、特洛依大写体(the Trajan capitals)、中世纪的手抄本体、印库纳布拉体(the Incunabula)、巴斯克维尔体(Baskerville)和卡斯隆体等等。但是，这些了解并没有改变他在平面设计上的强烈个人立场：现代风格的立场。他设计的字体系列就是他的这种强烈的设计立场的表现。他同时也设计了一些宗教内容的书籍，其中包括《四福音书》(The Four Gospels)，因为是传统题材，他不得不把自己明确的、简练的现代设计风格和

Gill Sans Light

*Gill Sans Light Italic*

Gill Sans

*Gill Sans Italic*

**Gill Sans Bold**

***Gill Sans Bold Italic***

**Gill Sans Extrabold**

**Gill Sans Ultrabold**

10—28. 基尔在1928—1930年期间设计的“基尔无装饰线体”系列。

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz  
&£1234567890.,;:-!?'"/()

10—29. 约翰逊1916年设计的“铁路体”无装饰线字体系列。是战前最完整的无装饰线字体系统。



10-30. 基尔1931年设计的《四福音书》一页。



10-31. 科什1928年设计的“科别尔体”，也是一种非常稳健的无装饰线体。

10-32. 伦纳尔1927-1930年设计的“未来体”系列，这种无装饰线体比约翰逊的“铁路体”的演变类型多，从此图可以看到13种不同的变体，形成庞大的新现代字体系列。对于现代字体具有非常重要的影响，“未来体”迄今依然是一种使用非常广泛的基本字体。

括自己创作的木刻插图等等，以达到与书籍的内容吻合的目的。即使是在这本书的设计上，他也还是坚持采用非常简单明确的版面风格，达到明确视觉传达的目的。这表明他是现代平面设计的重要奠基人之一。他还是最早在版面设计上采用不同的字距的设计家，他认为字体之间的距离根本没有必要完全均等，不均等的字距造成生动的版面效果，同时也具有平面上的韵律感。

从1928年到他去世时为止，基尔都在自己的印刷事务所从事设计工作。他逐渐转向手工印刷的方向，甚至采用的纸张也逐渐变成手制纸。这样，他对于20世纪的字体设计的影响很快就减弱了。

包豪斯的拜耶是现代字体设计的重要奠基人。他影响了整整一代平面设计家和字体设计家，促成了现代字体设计的发展过程。他重视字体的简单、理性的几何形式，这种方式使很多设计家感到兴趣，并且开始学习他的设计方法。其中一个非常重要的字体设计家是保罗·伦纳尔(Paul Renner, 1878—1956)。伦纳尔是一个设计家和教师，对于拜耶的设计非常感兴趣，因此遵循他的途径发展，终于在20年代完成了他的庞大的无装饰线字体系列“未来体”(Futura)。这个字体系列非常庞大和完善，一共由15种不同的字体组成，其中包括4种斜体，2种特别的展示用的特殊体，和完整的粗细宽窄不同的基本无装饰线体。具有现代无装饰线体的最典型特征。这种字体系列迄今依然在全世界广泛被采用，电脑中的字库必然包括“未来体”。

20年代，无装饰线体成为设计界青年一代的风范。采用它就代表了新潮流，即使一些比较保守的平面设计家，在这个时期也开始采用，或者参与设计无装饰线体，一时成为风气。比如一向表明全心全意从事中世纪字体风格设计的鲁道夫·科什(Rudolf Koch)，也设计了无装饰线体“卡伯体”(Kabel)，说明当时的风气。

另外一个重要的字体设计发展是英国的“时报新罗马体”的创造和广泛影响。1931年，伦敦的《时报》(The Times，也翻译为“泰晤士报”)系委托平面设计家斯坦利·摩里森(Stanley Morison)主持设计英国20世纪报刊杂志的通用字体项目。摩里森是英国剑桥大学出版社的平面设计人员，同时也在商业出版公司担任版面设计工作，对字体非常有研究，因此英国这份最有影响的报纸委托他设计新字体。

当时，《时报》的目的是设计出一种自己专用的字体，同时也希望

- FUTURA Light
- FUTURA Light italic
- FUTURA Book
- FUTURA Medium
- FUTURA Medium Italic
- FUTURA Demibold
- FUTURA Demibold italic
- FUTURA Bold
- FUTURA Bold italic
- FUTURA Bold condensed
- Futura Display
- Futura Black
- FUTURA INLINE



10-33. 伦纳尔1927年设计的“未来体”的设计手册封面。





DEATHS (continued)	PERSONAL	PERSONAL	PERSONAL	BUSINESS OFFERS
<p><b>FINNELL</b>—On Oct. 29, 1932, Edward Finnell, 75, of the Royal Naval College, Greenwich, died at the Royal Naval Hospital, Haslemere, Surrey, at 10.15 a.m.</p> <p><b>FINNELL</b>—On Oct. 2, 1932, at Haslemere, Surrey, aged 75, Mrs. Mary Finnell, nee Smith, of the Admiralty, in her 55th year. Buried at Haslemere, Surrey, on Oct. 5, at St. Mary's Church, Haslemere, Surrey.</p>	<p><b>THE NEW METHOD</b> for your business today and every day. Shows the way. It is the only one that shows you how to get the most out of your business. It is the only one that shows you how to get the most out of your business. It is the only one that shows you how to get the most out of your business.</p>	<p><b>WHICH</b> is the greatest thing that ever happened to the world? It is the fact that we are all here. It is the fact that we are all here. It is the fact that we are all here. It is the fact that we are all here.</p>	<p><b>HOW</b> THE NEW METHOD works. It is the only one that shows you how to get the most out of your business. It is the only one that shows you how to get the most out of your business. It is the only one that shows you how to get the most out of your business.</p>	<p><b>SEVENTY-FIVE YEARS IN FLIGHT</b>—The only one that shows you how to get the most out of your business. It is the only one that shows you how to get the most out of your business. It is the only one that shows you how to get the most out of your business.</p>

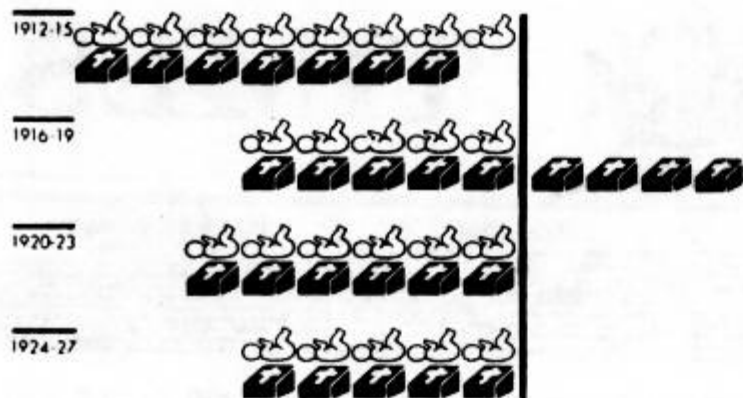
10—34. 摩里森1932年10月3日在伦敦的《时报》公布了他设计的“时报新罗马体”，即“新时报体”，即使已经使用了120多年的“时报”的报头字体也不得幸免地改成这种字体。“新时报体”成为迄今为止世界上最普遍使用的饰线字体。这是摩里森1932年设计的“新时报体”的总系列。

这种字体能够影响英国报刊杂志的字体风格。摩里森通过反复比较和研究，决定不采用比较前卫的无装饰线体，而依然基于最典雅和稳健的罗马体来进行设计，他采用了罗马体的稳健和典雅特征，同时对装饰线进行了大规模的修改，使新字体更加清晰、准确。他在1931年到1932年间完成了这个设计工作，他设计出的这种字体称为“时报新罗马体”(Times New Roman)，它的设计是基于罗马体的典雅和清晰的特征，加以发挥和完善，使之能够为现代读者方便使用。这种字体棱角分明，每个字母都具有非常尖锐的转角，装饰线很短，点到为止，纵向的笔画比较粗一些，曲线转弯的地方也比较粗，这种方法使字体本身比较典雅和优美，而总体设计的考虑是基于清晰准确的目的。这是一个完整的字体系列，整套字体包括斜体、粗体、标准体、斜粗体等等，非常完整，是报纸和刊物采用的最佳字体之一。英国的《时报》立即全面改用这种新字体，这份报纸到1932年已经有120年的历史了，“时报新罗马体”的设计，完全改变了这份报纸的字体，甚至连120年历史的报头名称也不得幸免，改成新字体。新字体清晰、准确，在历史传统和现代感之间建立了非常和谐的关系，成为迄今为止世界各国采用的最普遍字体之一。

## 7. 依索体系运动 the Isotype Movement, 即图形传达系统)

从20年代开始的平面设计运动，是现代主义设计运动在平面设计上的反应，这个运动与现代主义建筑运动有所不同，它没有过多的社会工程内容，没有那么提倡以设计改善社会，改善劳动人民的生活，而主要集中在提高平面设计上的视觉传达功能，并且创造无需文字的“世界视觉语言”，利用设计来达到沟通的目的是这个运动的中心。当然，从根本上来说，现代平面设计运动的核心依然是与现代主义设计运动一样，强调设计的民主化目的，比如强调利用图形，而不是文字传达观念，就是考虑的文化水平低下的社会大众的需求，因此，虽然从表面上平面设计与其他的设计有区别，但是，现代主义设计运动的各个方面其实具有密切关系，并且在思想上、在意识形态上也是相似的。从20年代开始的现代主义平面设计运动，一直延续到40年代，时间长达20多年。上一节讨论的字体设计是这个设计运动的组成部分，而另外一个方面的试验和努力则集中在以图形，而不是利用文字达到视觉传达的目的，这个运动的组成部分被称为“依索体系运动”。依索体系运动的创始人是奥地利设计家奥托·纽拉斯(Otto Neurath, 1882—1945)。

纽拉斯是维也纳的一个社会学家，他从小就对于设计感兴趣。他在孩童时代就设想利用图形传达思想。他在维也纳博物馆看到古埃及壁画，对于壁画上利用图形表达的思想的方法着迷；而他父亲的书籍中的插图也吸引了他。当他长大以后，更加关注视觉传达的方式。他从事社会学研究，对于设计如何能够更好地为社会服务这个问题非常注意和关心，他认为平面设计应该提供全人类都能够认识、了解的手段，提供促进人类思想和观念沟通、交流的新方式。1918年，第一次世界大战结束，欧洲开始大规模的重建工作，社会学家们对于如何建造一个更完善、更良好的社会生活和工作环境，增进人们的交流和互相理解非常关注。纽拉斯因此提出为了社会大众创造利用图形的平面设



10-35. 依索体系运动的设计：纽拉斯1928年设计的维也纳出生与死亡率展示图，是强调现代视觉传达功能的依索体系运动的重要代表作品之一。

兰成立了专门研究这个方法的平面设计小组“改革组”(the Transformation Team)完成了这个体系，这个新的、以图形为中心的视觉传达体系原来称为“维也纳方法”(Vienna Method)，后来终于被称为“依索体系”，所谓的“依索体系”(Isotype)是“国际图形教育平面设计系统”(International System of Typographic Picture Education)的简称。这个体系是荷兰政府组织的一批设计家和纽拉斯合作研究的结果。“改革组”的负责人是科学家玛利·雷德迈斯特(Marie Reidemeister, 1898—1959)。政府收集了大量统计数据，然后交给“改革组”，由改革组把统计数据编成表格，再交给平面设计师，由他们把枯燥的数据设计成生动的图形，“改革组”由各方面的科学家组成，其中有心理学家，社会学家，统计学家等等，他们对设计出的图形进行优选工作，找到最佳的传达功能的图形，确定这些图形能够为社会大多数人认识、了解，然后再正式采用。为了图形的表达，“改革组”还在1928年聘用了木刻家格特·安兹(Gerd Arntz)专门把这些图形刻制成为印刷用的木刻版。1940年，纽拉斯和雷德迈斯特到英国从事同样的研究，英国正式把经过改良的图形系统，即“依索系统”制成印刷铅字体，开始广泛运用于各种政府对公众的表格、文件上，从而把这个图形识别体系推向国际化。他们两人曾经因德国背景被禁止工作一个时期，但是很快就得到信任，继续在英国从事图形传达的研究。

纽拉斯培养了相对一批平面设计师，都对于图形设计非常有研究和造诣，其中比较重要的是鲁道夫·莫德利(Rudolph Modley)。他的重要性在于他把“依索体系”带来美国。莫德利于30年代来到美国，在美国成立了“图形统计公司”(Pictorial Statistics, Inc.)，二战后改为“图形平面设计公司”(The Pictographic Corporation)，他是第一个把“依索体系”引入美国的人，从而促进了美国平面设计在这个方面的发展。

依索体系和“改革组”的成就在于建立了世界上最早的、体系完整的图形视觉传达系统。这个系统由两个部分组成，一个是独立的、具有国际传达作用的图形，一系列经过精心设计和选择的图形，取代了以往要用文字传达的系统；另外一个则是把这些图形结合起来使用的图形表达系统，英语称为“syntax”。这个研究的成果，为日后图形广泛运用在公共场所，交通运输，电讯等方面奠定了非常重要的基础。

## 8. 现代交通图版面设计基础的奠定

通过上述的一系列设计活动，从20年代开始，比较科学和准确的视觉传达体系已经开始出现，并且在少数发达国家中被运用到公众服务项目中去，其中非常重要的一个项目是英国伦敦的地铁体系的交通图设计。

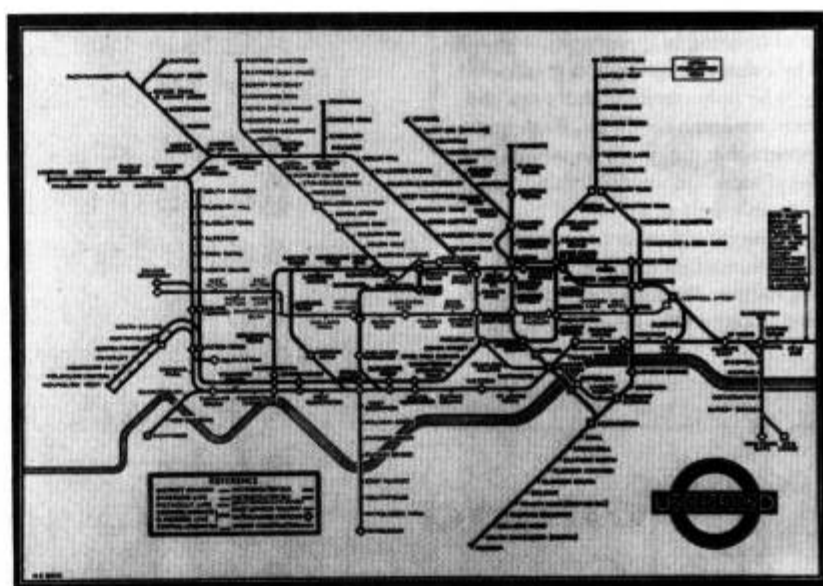
地铁是大量运输的系统，而伦敦则是一个国际性的大都会区，人流量大，人口复杂，国际性非常强，如何设计出一个能够为这种背景服务的地铁交通体系图，是英国政府非常关心的工作。1933

计系统的重要性，特别在公共住宅建筑、健康卫生和其他经济发展方面的具体运用。他提出利用象征性的图形，来向大众解释复杂的经济议题，比如国家颁布的生育率，可以利用睡在摇篮中的孩子这样的图形代表，死亡率可以用带有十字架的黑色方块来代表，而无需仅仅采用单调乏味的数字；同样的，国家的军事开支，也可以用扛枪的士兵的图形代表，如此类推，图表生动，并且可以为大众直接了解，无需太多的文字解释。他的探索，得到当时的国际现代主义平面设计运动的支持，奇措德在20年代曾经参与这个试验；伦纳尔的“未来体”在他的体系提供了最简单和明确的文字方式。

纽拉斯在20年代开始试验，他在取得初步成果以后，移居荷兰，在荷兰与其他的平面设计师一起进行探索，荷



年，英国设计家亨利·贝克（Henry C. Beck, 1903—）负责设计，他通过反复推敲，设计出非常简明扼要的、利用鲜明色彩标明地下铁线路、用简单的无装饰线体字体——“铁路体”标明站名和用圆圈标明线路交叉地点的草图，把最复杂的线路交错部分放在图的中心，完全不管具体的线路长短比例，只重视线路的走向、交叉和线路的不同区分，使乘客一目了然方向、线路、换车站，具有非常强的视觉传达功能性。鲜明的线路色彩是最醒目的部分，清清楚楚标明了各个不同的列车线路。任何人无需花多少时间就可以知道自己的位置和应该搭乘的线路、方向、上下车站、换车站。这个设计得到伦敦地铁公司的批准，当时的印刷技术水平还很低，为了制作出可以供照相制版的设计图，贝克不得不用手工绘制地铁的交通线路图，上面的2400个“铁路体”字母都是他一笔笔用手工写上去的。他在以后27年中不断完善和改进这个交通图的设计。他的这个设计奠定了全世界所有地下铁交通图，铁路交通图和其他交通图的设计基础。



10-36. 贝克1933年设计的伦敦地下铁道系统地图，奠定了当代交通图设计的基础。

## 9. 荷兰的独立现代主义设计运动

荷兰是现代主义设计上非常重要的国家。在前面的章节中介绍的荷兰“风格派”就是世界现代主义设计运动的核心部分之一。与“风格派”发展的同时，荷兰还有相当一批设计家从事独立的现代主义设计研究和试验，称为荷兰的独立现代主义设计运动。他们对于现代设计的贡献并不在“风格派”之下。

在平面设计方面，荷兰比较重要的独立设计家有彼德·兹瓦特（Piet Zwart, 1885—1977）。兹瓦特原来是荷兰的一个建筑家，对于新设计运动非常感兴趣，很快转变设计方向，开始从事平面设计。他在1919年与荷兰“风格派”接触，并开始与这个现代设计集团来往，但是，他却并没有参加这个团体。他对于传统的对称式平面设计虽然不满，但是，对于“风格派”单调地强调纵横编排的方



10-37. 兹瓦特1924年设计的版面，具有荷兰“风格派”和达达风格的双重影响。



10-38. 荷兰平面设计运动的作品之一：兹瓦特1923年为一家公司设计的广告，具有强烈的“风格派”影响。

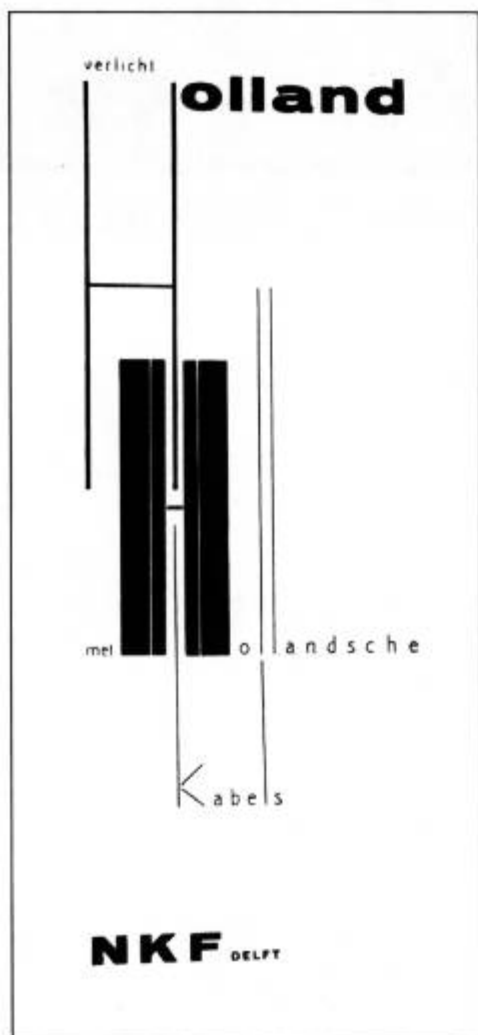
P



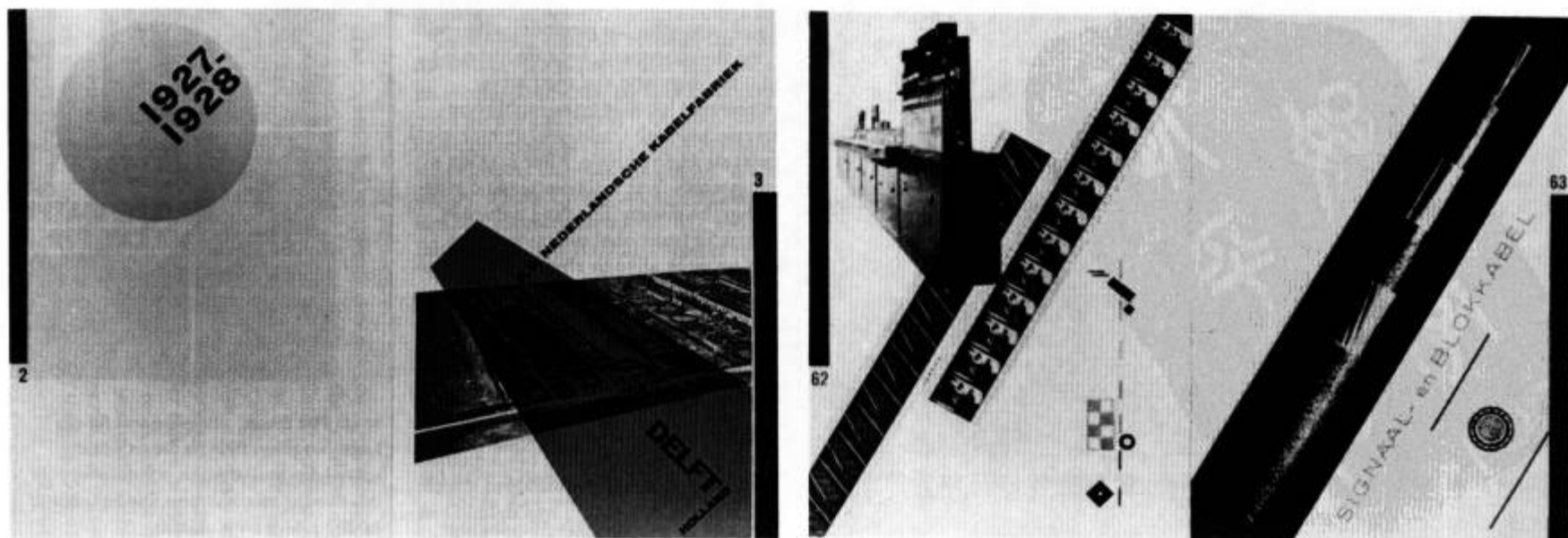
式也感到不满意。他在 31 岁左右开始从事平面创作，从一开始起，就努力探索能够在传统平面设计风格和“风格派”风格中找出平衡点来。他还努力把两个看来完全对抗的现代艺术风格结合起来，比如达达主义和构成主义。具体到设计上来说，就是在稳健的平面平衡中找到活泼的因素，达到构成和跳跃性的相对平衡。他在 1930 年开始设计的一系列广告海报、书籍都体现了这样的意向。他的设计基础依然与“风格派”相似，采用纵横的结构形式，但是，他却不完全循规蹈矩地依照纵横编排方式，他利用跳跃编排的文字，或者大小交错，或者倾斜编排，来打破刻板的“风格派”方式，大约他从来没有受过正式的平面设计训练，因此基本是个业余设计家，所以反而没有受到当时流行的各种平面设计潮流的左右，能够比较自由地创作。而他的建筑设计基础，又使他具有很好的形式感，这种特殊的背景的结合，使他的设计具有与当时荷兰的“风格派”或者传统方式的设计都不一样的特点。他设计的一些商业广告，具有强烈的达达主义特点，文字排列错落，大小参差不齐，纵横交错，比如他为荷兰的一个企业 NKF (the NKF cableworks catalogue, 1926 and 1928) 设计的产品目录，就具有强烈的这种特点。在“风格派”刻板沉闷的风格风行一时的情况下，他的设计的确给荷兰的平面设计带来一阵清新的空气。他认为 20 世纪的人受到各种视觉信息的轰炸，因此，设计家的工作是减轻他们的这种视觉压力，设计必须清新、轻松和欢乐。

兹瓦特在从事平面设计的同时，也继续从事室内设计和产品设计，也从事设计教学工作。他对于摄影具有很浓厚的兴趣，在他的平面设计中，他有意地运用了摄影拼贴方法，既具有现代主义的特点，也具有达达的特色。他给 NKF 公司设计的 1928 年的产品目录的设计上，就采用了照片拼贴的方法，令人耳目一新。他曾经自称为“平面玩家”(Typetekt)，说明他是把平面设计的各种因素进行类似游戏般的组合，他的建筑出身，给他提供了与众不同的设计风格，他是把平面设计的各种因素，比如字体、插图、版面的组织、文字和装饰，全部视为建筑材料，进行建设性的构成和安装。因而，他的平面设计具有非常灵活的特色。他自己的企业标志说明了他的立场：那是一个黑色的方块，旁边有一个字母 P，是他的名字的首写字母，坚实而且具有变化。

荷兰独立现代平面设计的另外一个比较具有影响作用的设计家是亨德里克·维克曼 (Hendrik N. Werkman, 1882 — 1945)，他是荷兰的格罗宁根省



10—40. 兹瓦特1926年设计的另外一个企业广告, NKF公司海报, 具有典型的现代主义特征。

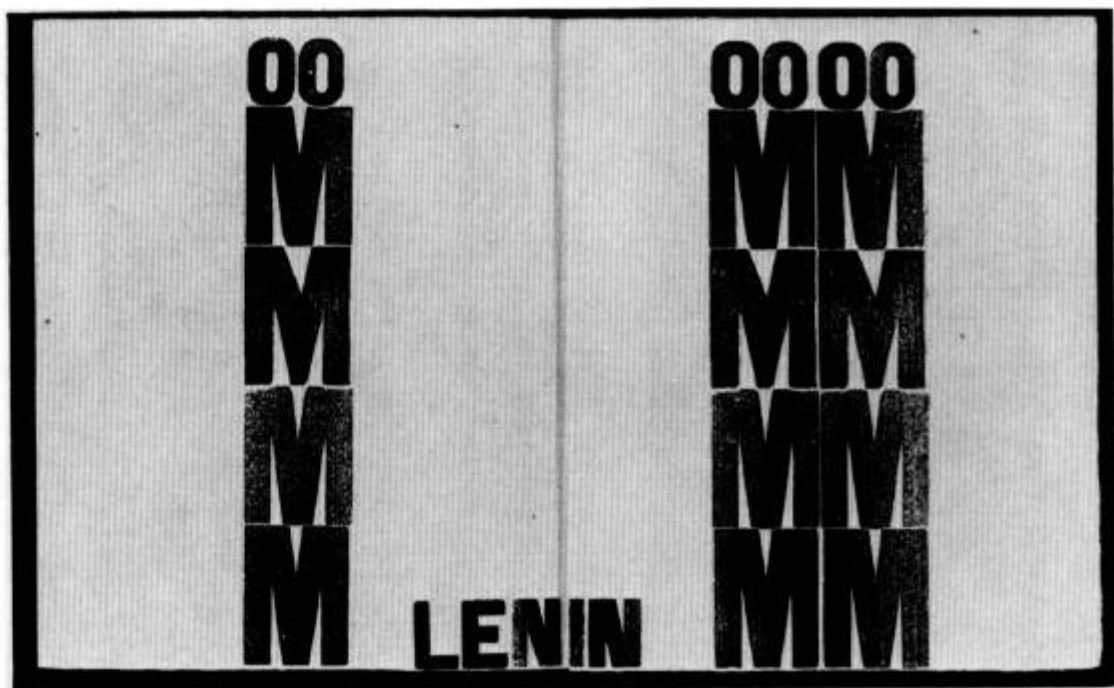


10—41. 兹瓦特设计的NKF公司宣传目录其中四页, 与当时的包豪斯风格、荷兰“风格派”风格非常吻合。

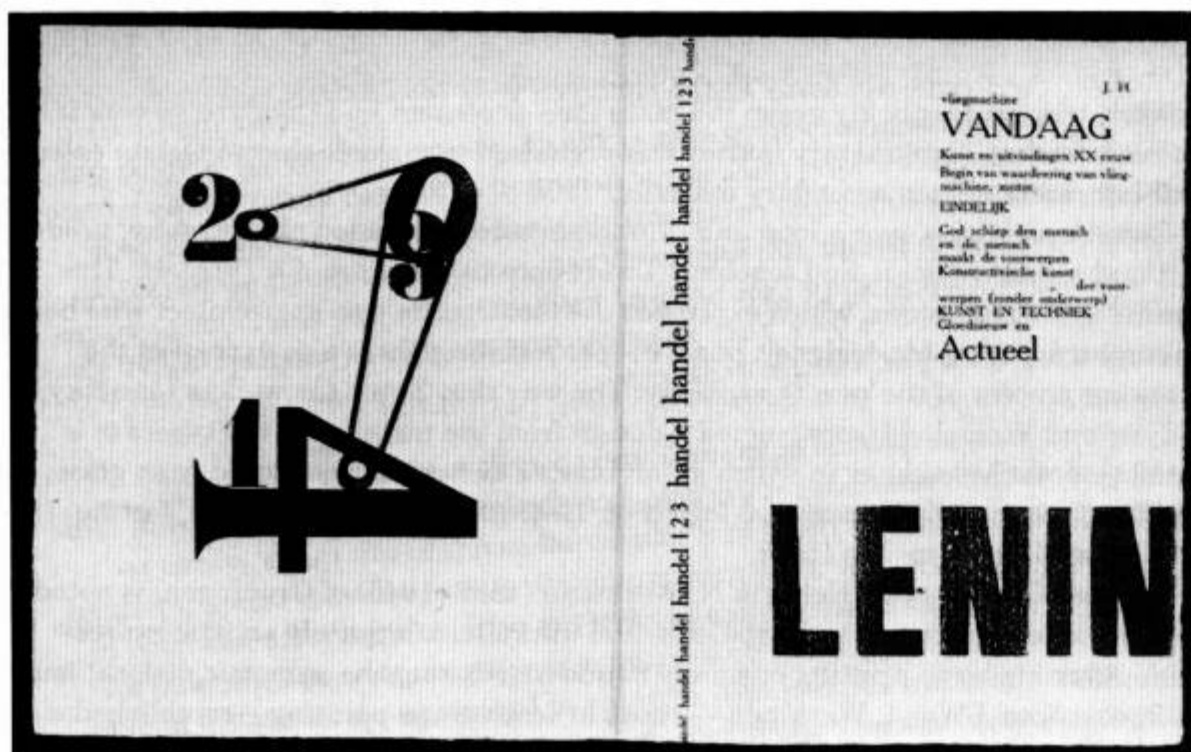




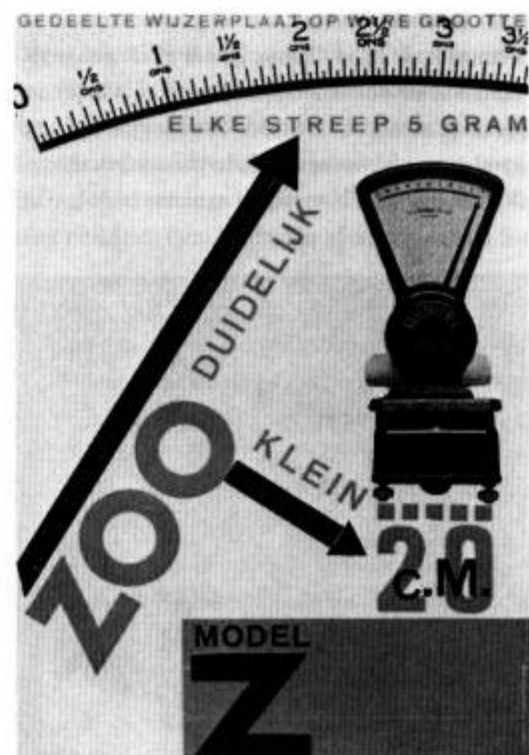
10-42. 荷兰现代设计家维克曼1924年设计的书籍《另外的呼唤》封面。



10-43. 维克曼设计的《另外的呼唤》的内页。



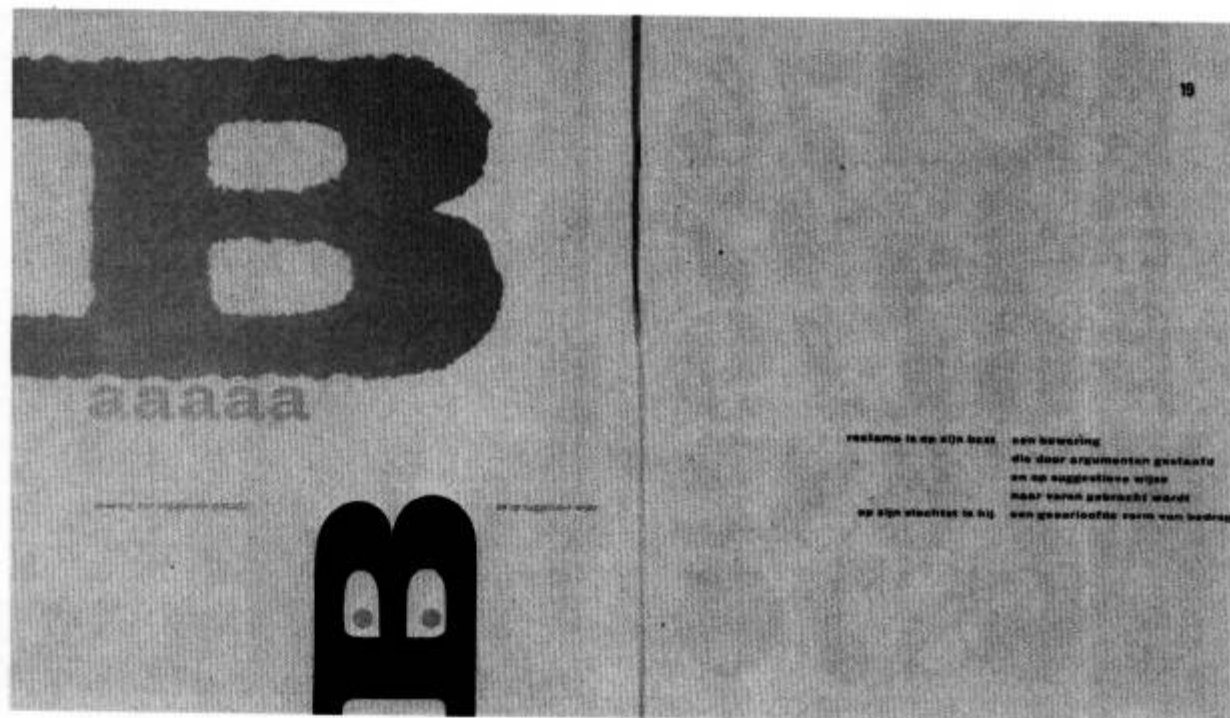
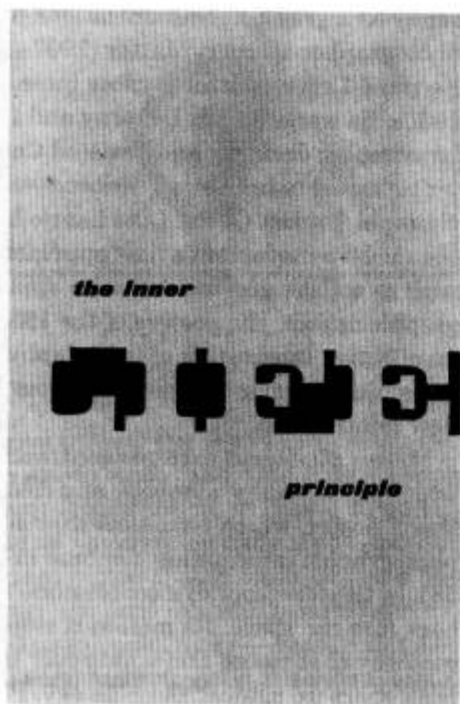
10-44. 维克曼设计的《另外的呼唤》的一页。



10-45. 荷兰设计家舒特玛1929年设计的磅秤公司产品目录和广告。

(Groningen) 人。他是一个画家，对于绘画的兴趣非常浓厚，同时希望能够把绘画的一些特点引入印刷中去，从而创造出新的平面设计方式来。1923年，他开设了自己的小型印刷事务所，自己设计和出版小批量的书籍。他采用木刻、旧活字体，甚至采用一些现成的产品，比如门锁之类，合在一起，组成印刷版，用简单的印刷机械印刷出非常具有艺术品味的作品来。他的设计采用现成的产品，是平面设计上最早进行这类探索和试验的人之一。他的作品应该说不是现代主义平面设计运动的主流，但是，却代表了现代设计的一个非常有意义的探索侧面，是在20世纪初期努力把现代艺术和现代平面设计综合在一起的重要设计家和艺术家。1945年，正当他处在设计和创作的高峰时期，德国纳粹攻打他的家乡格罗宁根，他被纳粹残酷地屠杀了，他的大部分作品也毁于战火。

第三个具有重要影响作用的荷兰独立现代平面设计家也来自格罗宁根省，他是保罗·舒特玛 (Paul Schuitema, 1897—1973)。他是在第一次世界大战期间学习绘画的。战争结束后，他转而从事平面设计工作。他在设计上进行多次重复印刷的试验，得到非常现代的效果。他利用文字、简单的几何图形进行纵横编排的反复重叠印刷，产生重叠的特殊效果。这种方法在90年代在设计界非常流



10-46-47-48. 桑伯格1956年设计的《试验版面设计》一书中的几页,显示了他对于现代版面设计的探索。



行,而舒特玛是最早从事这类试验的设计家。他在20年代之后到海牙的皇家艺术学院(the Royal Academy in the Hague)担任设计教学。

比上面三位都要晚出名的荷兰独立现代设计家是威廉·桑伯格(Willem Sandberg, 1897—1984)。他是在第二次世界大战结束之后才在荷兰平面设计界崭露头角的。战争期间,他参加了反法西斯的抵抗组织,进行地下斗争,同时也试验新的平面设计风格。这个期间,他创造了“试验平面风格”(experimenta typographica)的字体和版面设计系统,这个系统对于字体运用和版面的距离、比例都有精心的安排。战争结束之后,他在1950年前后发表了这个设计系统。他的设计非常活泼,往往采用单个的字母作为版面设计上的视觉焦点,突出字母的形式,文字本身则非常细小,形成大小粗细的强烈对比,具有很鲜明的形式主义的特点。

桑伯格在二战后担任阿姆斯特丹市的博物馆(the municipal museums in Amsterdam)的负责人和设计师,负责市政府属下的各个博物馆的管理工作和展览的设计工作。这个工作使他能够把自己的“试验平面风格”运用到博物馆的各种手册、展览目录的设计上去。他的这个努力,使荷兰的,特别是阿姆斯特丹的展览和博物馆目录具有很高的艺术和设计价值。比如他1963年设计的《现代艺术博物馆杂志》(Museum Journaal voor Moderne Kunst)就广泛采用了强烈的空间、几何图形、字体和色彩的对比,桑伯格是把第二次世界大战前的荷兰独立现代平面设计运动的精神和成果带入二战后的世界平面设计的重要人物,他的作用是承上启下的环节性的,因而具有重要的影响意义。

## 216 第十章

### 10. 摄影技术在平面设计上的新运用

现代平面设计的目的是利用机械化印刷进行大批量生产,出版是大量的,印刷机械的水平日益提高,印刷数量也日益增大,作为捕捉具体形象的机械之一的照相机自然成为现代印刷、平面设计的最重要工具之一。但是,在当时大多数的印刷公司中,对于大多数的平面设计家来说,照相机只是一个中性的机械工具,摄影本身并不具有什么特别的艺术个性。

在平面设计中最早把摄影机运用于创造性设计活动的是瑞士人赫伯特·玛特(Herbert Matter, 1907—1984)。玛特早期曾经在巴黎跟随立体主义的重要大师之一费南德·列日(Fernand Leger)学习艺术,对于立体主义有很深刻的理解,特别对于立体主义后期采用的拼贴方法感兴趣。他在巴黎



时期，对于摄影非常着迷，这个时期，他在巴黎的一些设计事务所和印刷工厂从事设计，曾经从卡桑德拉学习海报设计，因而对整个世界最前卫的艺术和设计有透彻的了解。当他25岁的时候，玛特回到瑞士，在瑞士国家旅游局从事平面设计工作，集中设计旅游海报。他与包豪斯的纳吉一样，对于摄影的艺术表现、利用摄影拼贴组成比较主观的平面设计抱有强烈的欲望，并且全力以赴地把摄影作为设计手段、而不仅仅是中性的工具运用到自己的设计中去。30年代，玛特设计出一系列的瑞士国家旅游局的旅游海报，是采用摄影、版面编排和字体的混合组合而形成的拼贴作品，这些作品强调了瑞士旅游的资源，强调了瑞士旅游的特点，突出了旅游的主题，具有很强的感染力。全部字体采用无装饰线体，因此又同时具有现代主义的设计特色。他广泛地采用强烈的黑白、纵横、色彩和形象的对比，1935年的瑞士旅游海报是以条条大路通瑞士为主题的，一条大道向前延伸，然后在阿尔卑斯山上曲折蜿蜒，远处是白雪皑皑的阿尔卑斯山，下面的标题非常鲜明：“通往瑞士的道路！（en route pour la Suisse！）”，是30年代最杰出的商业海报之一。他利用照相机的不寻常角度，得到非常特别的平面效果。玛特是在平面设计中创造性地运用摄影技术的奠基人之一。

另外一个重要的运用摄影从事平面设计的人也是瑞士设计家，他是苏黎世的沃尔特·赫德格（Walter Herdeg, 1908—）。他主要从事与体育有关的海报设计，也是给瑞士政府部门工作。他采用了类似玛特的摄影拼贴技术，创造了很有特色的、具有高度视觉吸引力的一系列海报，对于刺激瑞士的体育运动发展起到促进作用。

20世纪20年代前后，从俄国构成主义和荷兰“风格派”开始的设计运动在德国的包豪斯汇合，与德国的现代主义设计运动结合起来，造成了国际现代主义设计运动，这个运动影响到平面设计，从而产生了新的平面设计方式、风格和语汇。30年代，由于法西斯在欧洲的肆虐，现代主义设计失去了存在的社会条件，因此转而到美国发展，终于在第二次世界大战之后成为世界性的运动——国际主义设计运动。



10—49.瑞士在二战前已经开始了新平面设计的探索。这是玛特1934年为瑞士旅游局设计的海报。



10—50.玛特1935年为瑞士旅游局设计的海报。



10—51.玛特1935年为瑞士旅游局设计的滑雪场的海报。

### 引言

现代主义设计运动和艺术运动主要是在20世纪初期在欧洲发展起来的，美国并没有多大的参与和贡献。1913年，美国在纽约展出了欧洲现代艺术展览，称为“军火库展览”(the Armory Show)，这个展览引起美国人的愤怒和抗议，表明美国人在对现代艺术和现代设计上的落后和无知。欧洲的现代设计发展非常迅速，荷兰的“风格派”，俄国的构成主义和德国的包豪斯都在20年代和30年代达到很高的水平，有相当重要的成就，而大部分美国人对此基本一无所知。美国的设计界更加落后，基本徘徊在陈旧的欧洲体系中，没有真正的现代设计探索。如果看看20年代和30年代的美国旧照片，可以看到美国街头的路牌广告和海报都依然采用陈旧的维多利亚时期的风格，毫无生气，完全没有欧洲当时的现代广告和海报设计那种生动、现代和前卫的设计特征，这足以表示美国在接受现代设计的思想和方法上的落后状态。现代设计在美国的发展，是30年代以后的事情。

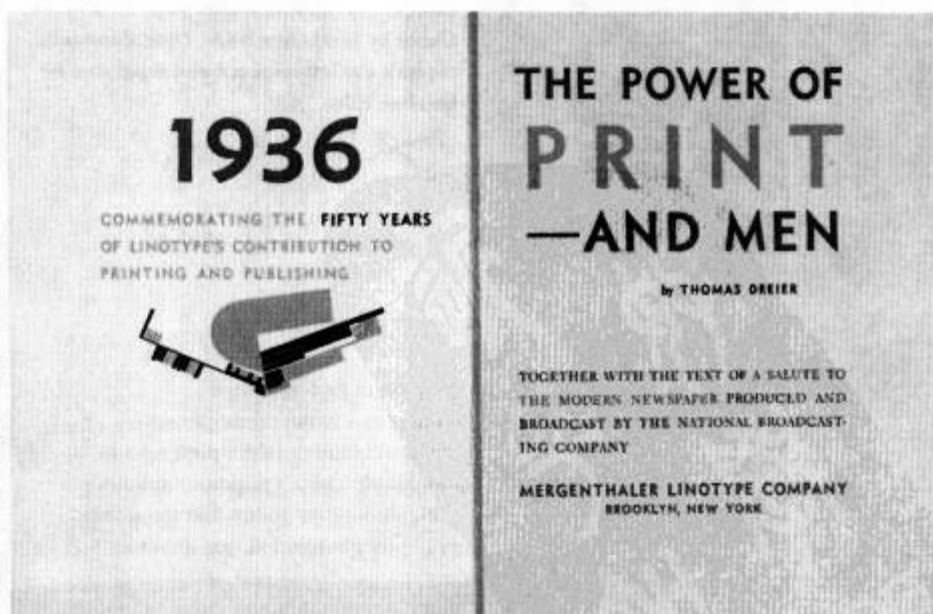
欧洲的现代设计运动对美国的影响和促进，是通过直接和间接两个方面的发展同时进行的。早在20年代，美国少数设计家已经通过欧洲的报刊杂志认识到正在欧洲发生的现代主义设计运动，因此，少数美国设计家开始学习和模仿探索，这是美国早期的现代主义设计的尝试；而30年代末期的欧洲动乱，特别是第二次世界大战爆发，造成大批欧洲知识分子移民美国，他们当中有不少杰出的设计家，通过他们，欧洲的现代主义设计也直接地进入美国，促成美国的现代设计发展。

在美国平面设计界最早引起震动的是奇措德的“平面设计的因素”的发表。他的风格和主张引起美国平面设计界的广泛注意和激动，刺激了美国设计界的探索和试验。1928年到1929年期间，欧洲设计的两种崭新的字体，即“未来体”和“卡伯体”进入美国，这两种无装饰线字体的引入，进一步刺激了美国现代设计运动的兴起。美国出现了几个重要的早期现代平面设计家，比如首先创造“平面设计”这个英文名称的威廉·德威金斯(William Addison Dwiggins, 1880—1956)等人，他们开始学习欧洲现代设计，并且积极地在美国发展现代设计。

德威金斯在1926年开始与出版商阿尔弗雷德·诺夫(Alfred A. Knopf)开始书籍设计的合作，他对于书籍的设计非常讲究，通过几年的努力，他对封面设计、插图选择、字体都精心计划，书籍文字排版基本全部采用两栏，因此具有非常鲜明的现代特色，他的设计使诺夫出版社出版的“诺夫书籍”成为美国最精美的书籍之一。在接触到欧洲的现代主义平面设计之后，他很快把自己的书籍



11-1. 沃尔特·伊文斯 1936 年的摄影作品《无题》，荒废的城市与艳丽的海报形成鲜明对比，是美国30年代经济大危机时期比比皆是的现象，体现了严酷的现实与平面设计造成的浪漫而虚幻之间的巨大距离。



11-2. 德威金斯 1936 年设计的书籍封面。

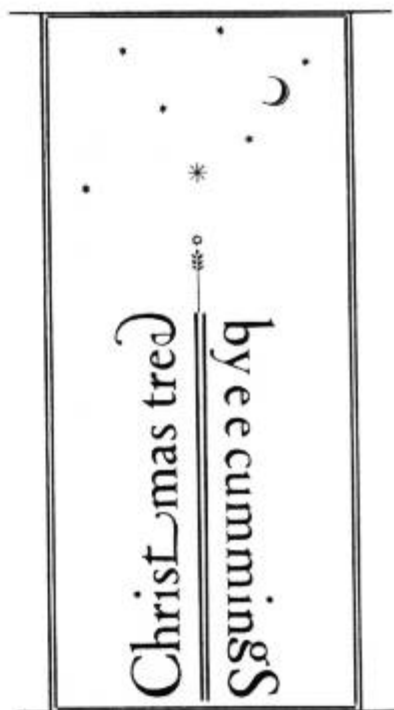


设计向欧洲现代设计风格靠拢,采用“未来体”和“卡别尔体”等等无装饰线体,采用简单朴素的版面编排方式,减少使用传统的书籍装饰图案,这一系列的手法,使他的作品具有强烈的欧洲现代主义特点,因为诺夫出版公司是美国相当有影响的一家出版社,因此,他的设计被美国人广泛接触,欧洲现代主义设计风格也逐步通过这个渠道介绍给美国大众。

另外一个具有把欧洲的现代主义平面设计风格运用到美国的出版物和印刷品上的设计家是S. A. 亚科布 (S. A. Jacobs)。他在20年代受到欧洲设计的影响,设计出一系列书籍来,这些设计虽然还不是完全现代主义的代表,但是却具有比较简单、清新、象征性的特点,他设计的一些诗歌集,比如为库明的《圣诞树》(C. C. Cummings, *Christmas Tree*, 1928)的设计,把“圣诞树”的英文字以纵向的方式排列,形成圣诞树的形状,这种象征性的设计方法,是美国当时平面设计上所绝无仅有的。他的设计开创了探索新平面设计方法的天地。

雷斯特·比尔 (Lester Beall, 1903—1969) 是另外一个具有影响的美国早期现代平面设计师。他是堪萨斯人,1926年来到芝加哥学习艺术史。对于设计具有浓厚的兴趣,因此基本自学成才,20年代和30年代初期,他自己开业从事平面设计,主要设计书籍,风格简练。他通过近10年的实践,对于平面设计和印刷都有相当的了解。1935年比尔迁居纽约,继续从事平面设计,特别是广告设计。美国1929年到1933年经历了经济大危机,在这个期间,比尔努力探索一种简单、明确、鲜明的平面设计形式,来协助危机中的企业推销自己的产品。他对于奇措德的平面风格、对于达达主义把平面要素进行随意混合和拼合都有很深刻的理解,他对于美国19世纪的木刻画也具有强烈的兴趣,因此,在他的探索中,他努力地把这些因素都结合起来,组成自己独特的平面设计风格。在他设计的海报之中,可以看出他明显地追求强烈对比、准确的视觉传达功能和鲜明的主题性的设计特点。1937年比尔为联邦政府的农村电力化管理局 (the Rural Electrification Administration, REA) 设计的宣传农村电力化的海报,具有非常强烈的现代主义特色。他采用了现代的纵横编排方式,加上无装饰线字体,和达达主义方式的拼合版面,使美国人耳目为之一新。他这个时期设计的大量海报,成为美国最早的现代主义平面设计代表作。

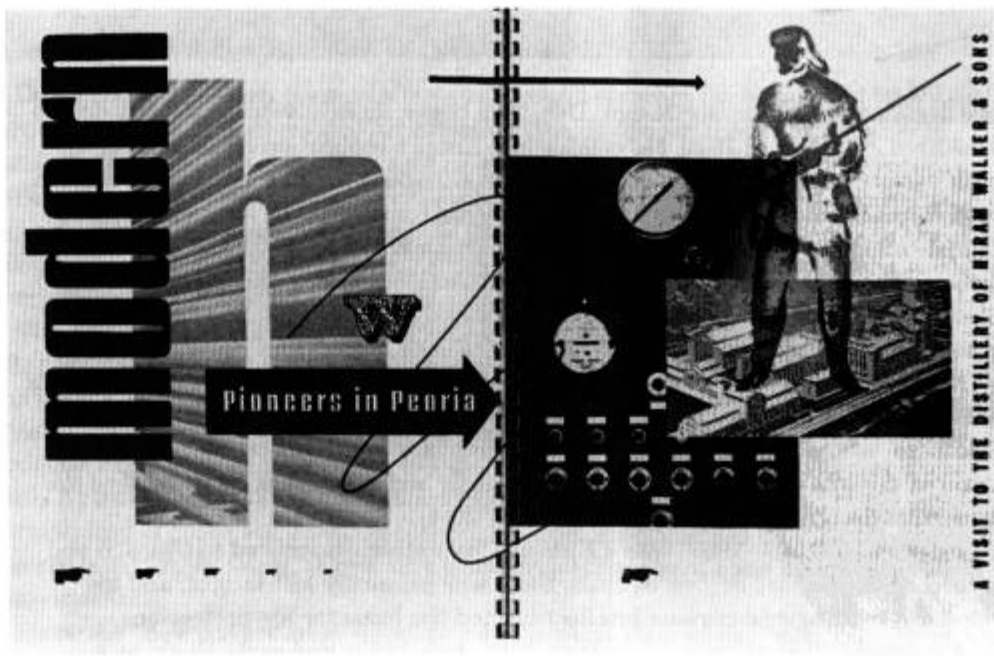
1950年,比尔把自己的设计事务所从纽约迁移到康涅狄格州的顿巴顿庄园市 (Dumbarton Farms, Connecticut), 他开始转变自己的设计方向,为企业服务,从而设计了相当数量的杰出的企业形象。



11-3. 亚科布1928年设计的《圣诞树》一书的封面。



11-4. 雷斯特·比尔1933年为《芝加哥论坛报》设计的广告。



11-5. 雷斯特·比尔1935年设计的促销手册,采用维多利亚式的木刻字体现代无装饰线体混合,版面编排则是构成主义风格的,这种混合使用不同的风格方法,使美国的平面设计开始出现自己的独特面貌。

我们将在后面的章节介绍他这方面的贡献。

## 1. 新移民对于美国平面设计的影响

美国是一个移民国家，移民来自世界各地，他们带来了新的精神、新的文化和新的活力，没有移民，也就不可能有美国。30年代欧洲因为法西斯的肆虐，社会日趋不稳定，到30年代末期，第二次世界大战在欧洲爆发，大量欧洲人，特别是杰出的知识分子移民到美国，给美国的经济、科学技术、文化艺术带来了前所未有的新力量，刺激了美国总体的发展。平面设计也受到这个移民潮流的影响。从20年代到30年代，越来越多的设计家移民美国，或者与美国的出版公司建立设计关系，从而影响了美国的平面设计发展。

直接把欧洲的现代主义平面设计带入美国的主要是三个俄国人：艾蒂（Erte，原名罗曼·德·提托夫 Romaine Tirtoff，1892—1991）；梅赫美德·佛米·亚加（Mehemed Fehmy Agha，1896—1978）和亚历克塞·布罗多维奇（Alexey Brodovich，1898—1971）。他们都是在俄国出生，但是在法国受设计训练和教育，并且都曾经在法国的时装杂志担任设计工作。

艾蒂出生在圣彼得堡，是一个海军将领的儿子。他在巴黎学习美术和设计，很快成为以“装饰艺术”风格为主的插图画家和平面设计家。由于他的插图和设计具有国际声誉，因此，从1924年到1937年期间，他与美国著名的刊物《哈伯市场》（*Harper Bazaar*）签订了负责设计所有封面的合同。他采用了混合“装饰艺术”风格、立体主义风格和现代主义设计风格，创造出非常具有个人特色的封面设计来，得到美国读者广泛的喜爱。他是在美国的平面设计中确立“装饰艺术”风格基础的最重要人物。

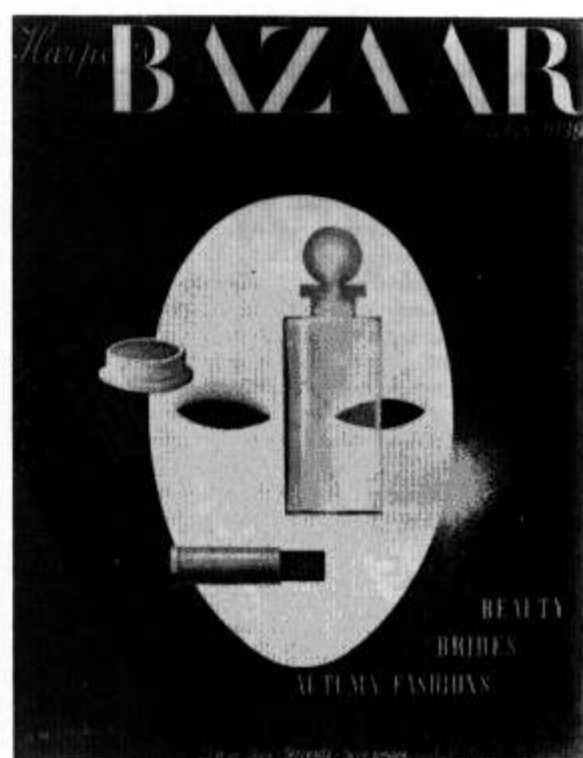
另外一个重要的平面设计家是俄国人：梅赫美德·佛米·亚加。他的父母都是土耳其人，出生于乌克兰。早年在乌克兰首府基辅学习艺术，后来到巴黎学习语言。毕业之后，他转而从事平面设计工作，他离开巴黎，迁居柏林，开设了自己的平面设计事务所。在柏林他遇到了设计家康德·纳斯特（Conde Nast），纳斯特当时正在帮《时髦》（*Vogue*）杂志的美国版物色一个艺术设计主持人。他对亚加的平面设计才能非常赏识，介绍他去纽约工作，主持《时髦》杂志的设计。亚加接受了这个工作，到美国以后成绩卓著。他同时又主持了《名利场》（*Vanity Fair*）、《家庭和园林》（*Houseand*



11-6. 艾蒂 1929年设计的《哈伯市场》杂志封面，具有明显的“装饰艺术”运动风格特点。



11-7. 马丁·穆卡西 1934年设计的《哈伯市场》杂志封面，在摄影的使用上出现更加讲究平面形式的特点。



11-8. 卡桑德拉 1939年设计的《哈伯市场》杂志的封面，具有浓厚的“装饰艺术”运动特点。



Garden) 两份刊物的设计工作,他完全清除了原来纳斯特推行的刻板、保守风格,采用生动的欧洲现代主义设计,包括全部采用无装饰线体,大量采用摄影作为插图,大量空白的版面空间,非对称性的版面编排,等等,使这三本刊物立即具有了鲜明的现代感。

《哈伯市场》杂志在1913年被美国的报业大王威廉·赫斯特(William Randolph Hearst)收购,在他的主管之下,这份美国杂志很早已经开始采用摄影作插图了。1933年,赫斯特聘用卡迈尔·斯诺(Carmel Snow)担任总编,她请匈牙利人马丁·蒙卡西(Martin Munkacsi)担任杂志的摄影师。蒙卡西受到包豪斯的设计很深的影响,特别是对于莫霍里-纳吉的设计和艺术家曼·雷的作品崇拜备至,对于俄国的构成主义和荷兰的“风格派”设计也心有所仪。他使用德国的“莱卡”35毫米小型照相机拍摄,很快熟悉地掌握了小型照相机的性能,由于对构成主义和现代设计的爱好,他在摄影的角度、镜头选取、构思等等各个方面都非常注意主观的表现,努力使照相机成为艺术表现的手段,而不仅仅是简单的、中性的工具而已,因此,他的摄影充满了欧洲现代主义设计的特点,角度特别,具有强烈的平面构成特色,特别重要的是他的摄影大部分是在室外拍摄的,讲究环境的风格,注意外光的主观表现使用,开创了现代摄影用于杂志封面和插图的新一页。因此,美国杂志的设计水平在20年代其实已经得到提高。

斯诺聘请俄国设计家亚历克塞·布罗多维奇担任《哈伯市场》的艺术指导,负责杂志的整体设计。布罗多维奇担任这个工作的时间最长,从1934年到1958年,完全影响了这本刊物的平面设计风格。布罗多维奇曾经是沙皇的骑兵,第一次世界大战期间参加过战争,战后他移居巴黎,通过自己的努力,成为巴黎最杰出的平面设计家之一。1930年他移民美国,从此开始了他漫长的在美国的平面设计生涯,成为最早把欧洲的现代设计带入美国的人物之一。他在平面设计上讲究韵律,文字和图形的编排体现流畅的特点,讲究非对称的均衡和和谐感,他在设计中大量使用空白和摄影插图,特别强调色彩、空间、粗细、黑白等等平面因素的对比关系,从而创造出自己独特的风格来。他在插图、版面设计和摄影上大量起用欧洲设计家和艺术家,其中包括大名鼎鼎的卡桑德拉、萨尔瓦多·达利、曼·雷、亨利·卡蒂尔-布里逊(Henri Cartier-Bresson)等人。

另外还有一个重要的把欧洲现代平面设计介绍到美国的欧洲设计家约瑟夫·宾德(Joseph Binder,1898—1972)。宾德在维也纳应用艺术学校学习设计,受到这个学校的校长阿尔弗雷德·罗



11-9. 布罗多维奇和摄影家门·内合作设计的《哈伯市场》刊物的一页,摄影插图的加工,字体安排成波浪式,都增加了版面的浪漫色彩。



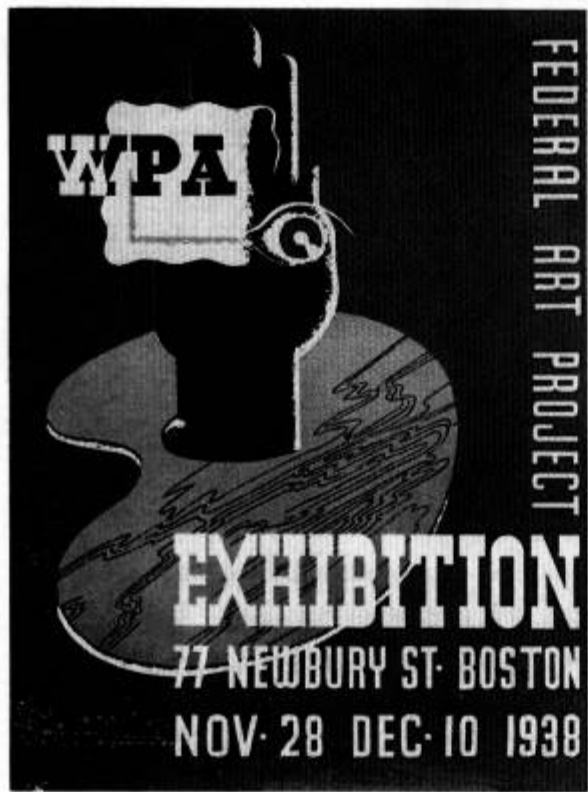
11-10. 布罗多维奇1934年为《哈伯市场》杂志设计的一页,利用文字的编排达到形式的目的,是美国现代主义平面设计的特点之一。

勒 (Alfred Roller) 很大的影响。1924 年以海报设计在欧洲获得展览大奖, 引起注意。当时他的风格还是比较注意写实的插图表现的。宾德受邀请在 1934 年从欧洲到美国来讲学的, 他的讲学引起美国设计界和出版界对他的设计非常感兴趣, 1935 年他终于移民到美国, 在纽约开设了自己的设计事务所。他自己的欧洲风格也有所改良, 主要原因是他开始使用喷笔完稿, 因此很多以前利用画笔处理的细节必须用新的工具进行改进。他开始逐步放弃写实插图技巧, 采用比较简练和象征的图形来设计海报。他在设计海报的时候, 有意识地采用立体主义、象征主义、未来主义的表现手法, 因此明确地把欧洲现代艺术和现代设计的成果采纳到平面设计中来。1935 年设计的纽约国际博览会海报得到广泛好评。他开始了自己漫长的海报设计生涯, 第二次世界大战期间为国防部设计海报, 鼓舞士气; 二战后为联合国、美国红十字会设计各种海报, 风格日益简明、强烈。他的海报设计中最杰出的应该是在战争期间为国防部设计的一系列征兵海报了。与此同时, 他还设计了大量的商业广告, 比如他在 1939 年设计的“冰冻咖啡”的海报 (Iced A & P Coffee), 以非常简单的方法, 描绘出一个欢乐的女性在太阳下享受“冰冻咖啡”的美味, 艺术手法具有明显的欧洲现代主义设计的特点。他的强烈欧洲现代主义艺术和设计风格, 使他的作品在美国别开生面, 引人注目, 因而产生了很大的影响。

## 2. 美国“新政”时期的政治海报设计项目

1929 年到 1933 年的经济大危机是美国历史上最大的经济衰退。1933 年富兰克林·罗斯福总统上台, 全部改革美国的社会体制, 以“新政” (the New Deal) 为带领, 开始了美国历史上规模最大的体制改革, 建立了现代的、凯恩斯主义经济学的经济结构, 建立了庞大的社会福利保险体系, 成立了复杂的联邦税收体系。使美国能够顺利地度过困难, 进入资本主义经济全面发展的新阶段。

为了解决经济危机时期的高失业问题, 罗斯福政府成立了一系列联邦项目管理机构。其中最大的一个是大规模开发田纳西河流域水力的田纳西流域管理委员会。罗斯福的基本解决失业的立场是“以工代赈”, 利用提高联邦政府工作机会的方法提供救济, 而不再是简单地救济, 利用这个方法来提高生产, 刺激经济。他的这个方法行之有效, 解决了美国的经济问题。指导全国参与联邦政府工作项目的管理单位是工作发展管理局 (the Works Progress Administration, 简称: WPA), 为了教育人民, 使美国人民了解“新政”的这些项目的作用, 促使他们积极参与联邦政府的建设活动, 工作发展



11-11. 罗斯福总统“新政”时期的政府平面设计项目: 1938 年“工作进步管理局”展览海报。

发展管理局内设立了“联邦艺术项目”小组 (the WPA Federal Art Projects), 聘用美国艺术家和设计家创作各种宣传性的海报。特别是聘用失业的艺术家和设计家参加设计, 以这种方式解决他们的失业问题。海报大部分是采用丝网印刷、绘画和雕塑等方式设计的, 这个海报设计项目非常庞大, 从 1934 年到 1939 年的五年期间, 一共设计出 3.5 万份不同的宣传“新政”各个项目和活动的海报, 印刷数量达到 200 万份以上。是美国历史上最大规模的联邦政府组织的平面设计活动。

这个项目的海报, 以丝网印刷的方式最多。丝网印刷用于平面设计, 特别是海报设计, 是从包豪斯开始的。丝网印刷色彩单纯, 基本是平涂式的, 因此形式感很强, 必须采用高度概括的象征方法达到表现主题的目的。而文字则必须简单明了, 一目了然, 才能使全国人民基本能够通过图画了解海报的思想内容和精神要领。这种风格, 与美国当时流行的采用写实主义绘画手法表现主题的海报设计形成鲜明对比, 显示欧洲现代设计在准确、强烈的视觉传达中的优势。这个



项目后来扩展到联邦政府资助的各种项目上，比如歌舞演出、戏剧和音乐会的演出的海报设计。由于联邦政府对这个项目的持续支持和促进，这种欧洲发展起来的现代平面设计风格也在美国各地产生了巨大的影响，促进了欧洲现代主义平面设计在美国的扎根和发展。

### 3. 欧洲设计家到美国的大移民

20世纪30年代开始，纳粹势力在德国甚嚣尘上，而法西斯主义也在意大利、西班牙、罗马尼亚这些国家发展，这种势力的发展，对思想自由的知识分子来说是无法容忍的。因此，自从30年代开始，就有越来越多的欧洲人民，特别是欧洲知识分子离开欧洲，大量移民到美国和南美洲国家。1938年到1939年，欧洲的法西斯德国、意大利等国挑起战火，第二次世界大战爆发。欧洲人更加大量出走，成为史无前例的移民大潮。其中包括欧洲最杰出的艺术家和设计家，比如包豪斯的核心人物格罗佩斯、密斯、布鲁尔、莫霍里-纳吉等人，艺术家如杜尚、蒙德里安、马克斯·恩斯特等，都纷纷在大战开始先后移民美国。对于美国的设计和艺术的提高起到很大的促进作用。

在这些移民到美国的欧洲设计精英当中，对美国平面设计发展起重要促进作用的有包豪斯毕业生、德国平面设计师威尔·布丁（Will Burtin, 1908—1972），法国平面设计师和插图画家让·卡卢（Jean Carlu, 1900—），意大利米兰设计家乔治·吉斯提（George Giusti, 1908—1991），瑞士设计家赫伯特·玛特（Herbert Matter 1907—1984），捷克设计家拉迪斯拉夫·苏特纳（1897—1976）等等。

欧洲设计家移民到美国以后，有些从事设计工作，有些开办设计学校，有些从事设计教育工作，从设计实际、设计教育等各方面影响美国的设计。比如格罗佩斯担任了哈佛大学建筑院的院长，密斯担任了伊利诺斯州立大学建筑系主任，1938年纳吉在芝加哥开设了“新包豪斯”，后来改名为芝加哥艺术学院。又因资金不够，他设法开办了芝加哥设计学校，为了支持他的这个继续发展包豪斯未完成的试验，因此有些以前包豪斯的教员和毕业生不计报酬，来他的设计学校义务教书。

美国人当时对于艺术和设计的要求不高，对产品的要求主要是价廉质优，质量和价格是他们主要考虑的因素。对于设计则不太再意。因此，在设计上已经发展到相当高度的欧洲设计家们来到美国以后，立即有难以适从的感觉。他们的设计观念往往不为美国社会、顾客接受，特别是美国客户对于设计一无所知，这使他们感到困难。因此，欧洲现代设计家在美国的工作不仅仅是继续他们的设计探索，更加重要的是如何教育美国人民认识设计。这也大约是为什么很多欧洲设计家，特别是包豪斯的教员们到美国以后都选择了从事设计教育工作的原因。

布丁是德国最杰出的设计家之一。他在包豪斯受到很好的教育，毕业以后在平面设计上表现了他的设计才干。1938年德国纳粹发动第二次世界大战之后，他逃离德国，来到美国。很快就开始他的设计工作。1939年他参加纽约世界博览会的设计，初露头角。1943—1945年参加美国政府为反法西斯战争而进行的海报设计宣传工作，特别是军队训练计划的海报设计，他的设计结合了简单、功能性强、象征性等现代设计的特点，他的设计不完全依照构成主义类型的单调结构，而是在简单的结构上加上象征性的视觉形象结合而成，因此达到现代平面结构和活泼的象征视觉形象结合的新效果，得到广泛的好评。他的设计黄金时代是1940年到战后时期，他为美国的医药行业、政府职业培训计划、报刊杂志等等设计了大量非商业性和商业性的海报、宣传册子、书籍版面，都有鲜明的个人特色。1945年，布丁担任美国重要的经济杂志《幸运》（*Fortune*）的设计总监，由于这份杂志是一份以经济、



11—12. 布丁1941年设计的第一期《视野》杂志的封面，在摄影、插图和版面设计上出现了更加新颖的手法。

金融消息和论文为中心的高度专业刊物，他立即遇到大量图表、说明的设计问题。他因而发展出明确同时生动的插图和表格方式，不但使统计图表清楚易懂，而且具有吸引人的艺术品味。是世界最早从事与统计、科学图表有关的设计探索的平面设计家之一。

1949年，布丁在纽约开设了自己的平面设计事务所，他杰出的设计使他很快建立起自己的客户网络，其中有不少是美国甚至世界第一流的企业，比如美国的“联合碳化公司”（Union Carbide），柯达胶卷公司（Eastman Kodak），华盛顿的史密索尼亚国家博物馆（the Smithsonian Institute），美国阿普约翰药品公司（the Upjohn Pharmaceutical Company）等等。他在阿普约翰药品公司的平面设计中，进一步完善了科学图表的视觉传达设计方法，使沉闷的科学图解、统计图表和资料能够以比较吸引人，同时又保持准确和清晰的特点传达给观众。比如1958年他为阿普约翰药品公司设计的解释细胞结构的图解就清晰易懂。他在60年代和70年代担任过美国平面设计协会（AGI）的主席，得到过很多的设计奖，布丁的贡献不仅仅是把欧洲现代主义传入美国，而他进一步发展了设计的内容，使设计与科学技术的图解结合，对于日后的大量科学图表、插图设计起到非常重要的作用。

法国平面设计家和插图画家让·卡卢原来是个建筑家，18岁时因为事故失去了右臂，因而转向平面设计。他采用简单明了的结构，无装饰线字体和活泼的象征性图形作为自己设计的要素，所以现代感非常强，同时也具有生动特点的设计效果。他在设计上受到立体主义绘画风格影响，20年代和30年代初期，他成为法国与卡桑德拉、保罗·科林（Paul Colin, 1892—1985）齐名的最杰出海报设计家。1940年，他受法国情报部的聘请，来美国纽约设计法国政府组织的《战争期间的法国》（France at War）展览。在此期间，他知道法国已经被德国占领，因此留在美国，全力以赴设计各种反法西斯的海报，包括美国第一张国防部的反法西斯海报——“美国对战争的回答——生产！”（1941年）。这张海报极大地鼓舞美国人民以多生产来支持欧洲的反法西斯战争，效果强烈、清晰，得到1941年美国最佳海报奖。二战后他曾经为美国集装箱公司、美国的泛美航空公司设计商业海报，都具有强烈的个人特色。1953年，卡卢回到法国，担任法国一系列大企业的设计顾问，其中包括法国航空公司、拉罗瑟出版公司（Larousse）等等。他在1974年退休。

意大利米兰设计家乔治·吉斯提大部分设计生涯是在美国度过的。他毕业于米兰的皇家艺术学院（the Royal Academy of Art, Milan）。1930—1937年之间在瑞士的苏黎世从事平面设计工作。1939年因为战争关系移民到美国，在纽约开设自己的平面设计事务所。他为美国政府部门和企业部门设计海报、期刊、书籍等等，设计具有简单明了的欧洲现代主义设计特征，同时也具有强烈的图画象征主义特色。他设计的刊物包括一些美国最重要的期刊，比如《时代》周刊、《幸运》杂志、《假日》杂志。成为美国最重要的平面设计家之一。他与布丁等人一样，把欧洲的现代主义设计和象征图形风格引入美国，改变了美国平面设计的陈旧面貌。

瑞士设计家赫伯特·玛特于1925年到1927年期间在日内瓦的美术学院（the Ecoledes Beaux Arts）学习。之后又于1928—1929年期间在巴黎的“现代学院”（the Adademie Moderne, Paris）跟随法国的立体主义绘画大师列日学习艺术。他在毕业后在巴黎从事平面设计，先后与卡桑德拉、勒·科布西耶等大师工作，学习到欧洲现代主义设计的精华。1932年回到瑞士，为瑞士旅游局设计出一系列非常精美的旅游海报。他的这个系列海报，每一张都采用瑞士的一个旅游特点，因此不但具有本身的突出性，而且也具有系列性。是现代旅游广告的重要奠基作品。他非常热衷于摄影拼贴技术，即平面设计上称为“摄影蒙太奇”（photomontage）的手法。他把现代设计的因素——非对称版面、无装饰线字体、象征性图形和摄影拼贴整合在一起，高度统一。1936年，他因为欧洲的战乱而移民美国，为《哈伯市场》杂志担任摄影师。40年代开始，他成为美国集装箱公司的专业平面设计和广告设计。之后又兼任美国最大的办公家具公司诺尔公司（Knoll）的广告设计师，他在这个时期创作出他最杰出的一系列平面的广告设计来，对美国的平面设计和广告设计带来很大的影响。关于他的这些设计，将在下面的章节讨论。

捷克设计家拉迪斯拉夫·苏特纳是把欧洲的现代设计介绍入美国的最重要设计家之一。他在捷克首都布拉格学习艺术和设计，1923—1936年在布拉格的过来平面设计学校（the State School of



Graphic Arts) 教学。1929 年开始担任这个学校的校长。与此同时, 他在布拉格开始从事平面设计。他早期对绘画和舞台设计感兴趣, 30 年代开始从事一些展览设计。1939 年他来美国, 在纽约的世界博览会上为捷克斯洛伐克设计展览厅。德国纳粹这时侵略和占领了捷克斯洛伐克, 他只有留在美国。苏特纳在纽约开始从事平面设计工作, 他与不少美国大企业建立了设计关系, 设计了大量的企业年度报告、图表、广告、海报和书籍, 他采用了欧洲现代主义的设计方法, 建立了一套严格的以方格结构作为设计的结构基础, 他采用无装饰线字体, 非对称版面, 象征性的图形, 生动的形式语言, 强烈的色彩、比例的对比, 形成自己的风格, 同时给美国平面设计创造了一个发展的坚实基础。

与此同时, 他还积极撰写设计著作, 以完善自己的设计体系, 他的设计著作包括《包装设计: 视觉销售的力量》(Package Design: The Force of Visual Selling, 1953), 《实用视觉设计: 原则与目的》(Visual Design in Action: Principles, Purposes, 1961) 等等。他是把欧洲的现代主义设计带到美国来, 并且发扬光大的最重要设计家之一。关于他的信息传达设计的成就, 将在后面的章节讨论。

#### 4. 美国现代平面设计的主要赞助力量

美国的平面设计发展和其他国家一样, 都具有促进其发展的赞助力量。其中包括商业赞助和政府赞助两个主要方面, 政府的赞助主要体现在政府的项目, 比如上面提到的美国“新政”时期的各种联邦政府宣传项目等等; 而商业赞助, 主要是大的企业集团的委托设计。美国的现代设计运动在欧洲的设计家促进下, 在 30 年代开始发展起来, 而这个美国的现代设计运动的主要赞助力量则是美国的几个大企业。其中一个非常重要的力量是芝加哥的大企业家、美国最大的包装材料和集装箱生产集团——美国集装箱公司 (the Container Corporation of America) 的总裁和董事长沃尔特·皮普克 (Walter P. Paepke, 1896—1960) 和他的公司。

皮普克是美国集装箱公司的创始人。他在 1926 年开设了这家公司, 当时美国的运输主要是用木箱包装的, 皮普克首先采用了纸箱和瓦楞纤维板箱包装, 降低了成本, 也提高了运输中对产品的保护水平。因此受到广泛的欢迎, 企业规模迅速扩大。通过 10 多年的发展, 到 30 年代, 通过各种方面的扩张和对其他企业的兼并, 这个公司已经成为美国最大的集装箱生产、包装材料生产企业了。也是美国大型企业中成长最迅速的一个。因为与包装和销售密切相关, 因此, 皮普克和美国集装箱公司非常注意平面设计的水平。这个公司在 1936 年聘用英国设计家艾伯特·雅科布森 (Egbert Jacobson 1890—1966) 担任公司的设计部主任, 开始了这个企业长期的、杰出的设计发展。皮普克注意到 1907 年德国现代设计的主要先驱彼德·贝伦斯为德国电器工业公司 (AEG) 设计的企业形象和这个形象的使用方法所取得的成功, 因此, 建立了美国集装箱公司的设计部, 期望通过高水平的设计, 达到树立积极和强有力的企业形象的目的。自从这个设计部门设立以后, 美国集装箱公司在二三十年之间邀请了大批最杰出的平面设计家为企业从事设计, 其中包括立体主义大师列日、包豪斯的设计大师莫霍里-纳吉、赫伯特·拜耶, 未来主义大师曼·雷, 著名的设计家让·卡卢和赫伯特·玛特等等。美国集装箱公司成为美国现代平面设计最主要的基地和大本营。

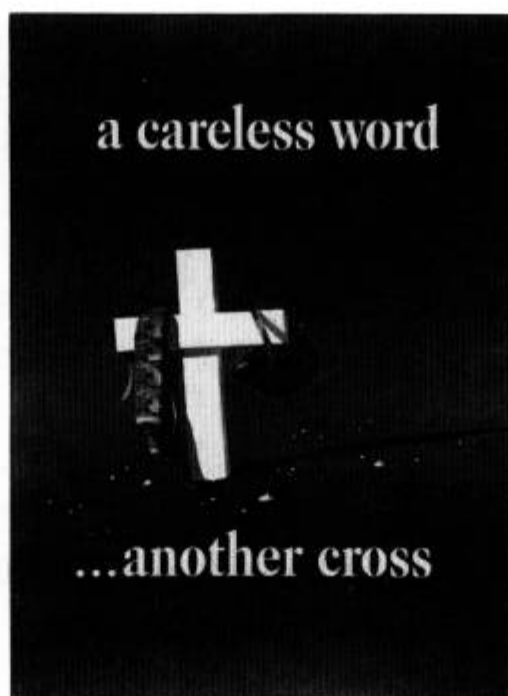
雅科布森有丰富的设计职业经验, 并且是色彩方面的专家。他对于欧洲的现代设计运动有很深的认识了解, 他对于色彩的认识, 使他负责设计的美国集装箱公司的工业性设计从以前单调的、棕色和灰色的色彩体系改变成为鲜艳的色彩。他根据现代设计的系统要求, 不但设计了崭新的企业标志, 设计了全部的企业平面宣传品, 特别是海报, 同时对于企业标志的总体运用方法和范围也进行了系统的设计, 其中包括在公司文具、公文、名片以及各种视觉传达有关的方面的应用。他采用了“未来体”作为公司的标准字体, 所有的往来文件纸



11—13. 雅科布森 1936 年设计的美国集装箱公司标志和海报。



11-14. 卡桑德拉 1938 年设计的美国集装箱公司海报。



11-15. 约翰·阿瑟顿1942年为美国政府设计的海报,提醒美国人民提高战争时期的警惕性,题目是“漫不经心的讲话会造成新的十字架”。



11-16. 宾德在第二次世界大战期间为美国空军设计的海报。设计时间大约是1941年末。

张的设计都采用了黑色和包装纸的浅棕色作为标准文件的色彩。

皮普克是现代设计的一个非常热情的支持者。他本人对于包豪斯非常感兴趣,并且推崇包豪斯的设计思想和风格。他对于纳吉决心继承和发扬包豪斯设计思想和教育体系的决心非常钦佩,因此积极在资金上支持纳吉在芝加哥设立的芝加哥设计学院。1946年11月24日,纳吉不幸早逝,从这一天开始,设计学院的全部教育经费基本都由皮普克和美国集装箱公司承担。

美国集装箱公司的广告设计代理公司是美国费城的艾耶(N. W. Ayer)广告公司。这个公司成立于1869年,1900年成为美国最早的所谓“全面服务”广告公司,提供客户全方位的业务服务。这个公司在30年代以后的设计负责人是查尔斯·科伊涅(Charles Coiner, 1898—1989),他的思想对这个公司起很大作用。通过这个公司,杰出的海报设计家和平面设计家卡桑德拉于1937年5月份开始为美国集装箱公司设计广告。他的这一系列海报设计完全改变了美国广告的发展方向,可以说他为美国集装箱公司的广告设计成为美国现代广告设计的开始。以前的企业广告文字很多,设计沉闷单调,卡桑德拉的广告设计采用鲜明的象征性图形,简单的文字组成的言简意赅的口号,广告从此具有勃勃生机的特点,在视觉传达上非常进取。美国当时全国的广告设计基本依然是陈旧的格局,而集装箱公司的这种崭新的广告在美国突现出来,鹤立鸡群,具有非常特殊的高质量,也影响了整个美国广告界和平面设计界。

1939年,卡桑德拉回到法国,美国集装箱公司继续它的设计传统,不断聘用第一流的设计家,包括纳吉、拜耶等人为公司从事广告和其他企业设计,这个公司成为促进美国现代平面设计的中坚力量。

## 5. 第二次世界大战时期的平面设计

第二次世界大战爆发,美国开始时期是在军火上支持盟国,1941年12月,当日本偷袭珍珠港的美国太平洋舰队以后,美国正式参战,开始了历时四年的全球性反法西斯战争。为了调动全国各种因素来为战争胜利服务,美国政府在第二次世界大战期间组织了有计划的宣传行动,整个行动由美国战争情报部(the U.S. Office of War Information)领导。主要的工作是进行各方面的政治宣传,包括电影、动画片制作,组织演出,组织为战争服务的专门培训项目,和组织设计海报等印刷宣传材料等等。很多美国和欧洲的设计家和艺术家都参加了这个计划,为早日结束战争,打败法西斯而努

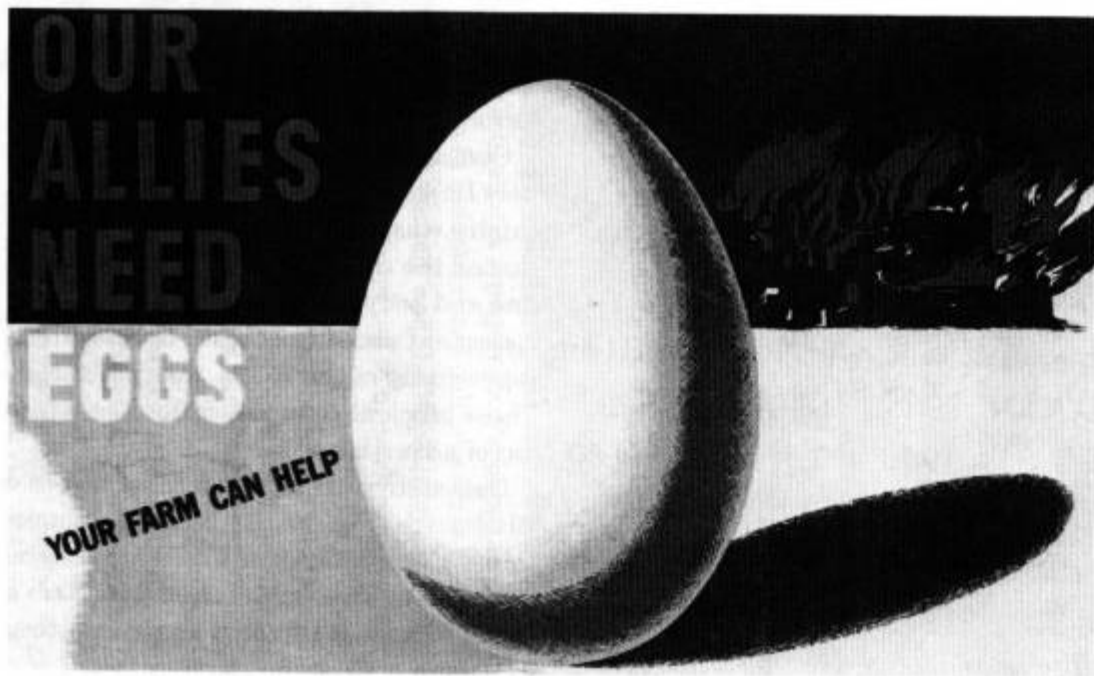


力。这个部门的工作早在1941年就开始了，大量的海报在全国张贴，起到鼓舞士气和揭露法西斯暴行的积极作用。

具体的平面设计项目是由原美国集装箱公司设计负责人查尔斯·科伊涅主持的。科伊涅在美国集装箱公司的设计经历给他带来了丰富的视觉传达设计经验，因此在这个新的工作岗位上游刃有余。他聘用让·卡卢设计大量的海报，其中包括成为现代海报设计经典的第一张美国战时的海报《美国对战争的回答——生产！》。这张海报的简单而明确的语言和形象有很大的鼓舞作用，战争期间一共印刷了10万份，在全国各地张贴，得到全国的欢迎。这张海报获得纽约的“艺术指导俱乐部展”(the New York Director's Club Exhibition)大奖。

战争开始之后，对于法西斯的仇恨刺激了大批艺术家和设计家投身政治宣传画和海报设计工作，也有许多在商业刊物上以插图和其他设计方式表达他们对敌人的仇恨，通过设计来帮助战争的胜利。美国插图画家很多人都参与了这些工作。他们不但仅仅创作宣传画，并且也从事对如何加强美国的力量探索，比如约翰·阿瑟顿(John Atherton, 1900—1952)就曾经在《星期六晚邮报》杂志(Saturday Evening Post)上以宣传画设计封面来揭示平常毫无警惕的言谈其实是提供敌人情报的行为。这些设计，对于美国赢得战争的胜利起到积极的促进作用。这个时期的海报设计，都具有简单明确、视觉形象鲜明的特点，都具有非常简练的口号，因为战争的需求，和平时期设计上的那种悠然自得风格已经不能适应强烈的宣传目的性要求，这种主题鲜明、版面简单而明确的海报成为最主要的设计风格。其中比较具有代表性的有约瑟夫·宾德、赫伯特·拜耶、麦克奈·考夫(E. Mc Knight Kauffer)、本·山(Ben Shahn, 1898—1969)等人设计的海报。他们的作品在具有以上的共性以外，也都有自己独特的个人设计特征。宾德的作品使用象征的简单几何图形，表达了强烈的政治含义，而拜耶则更加讲究摄影拼贴的效果，本·山的作品具有很强的视觉煽动性。他在1929—1933年美国经济大危机的时候设计的一系列海报，已经尖锐地批判政府对于经济问题和贫困问题处理的无能，引起很广泛的社会认同；而战争期间他为美国战争情报部设计的新海报，则以生动的、象征的方法，简单的平面设计而激起美国人民对于法西斯的仇恨。

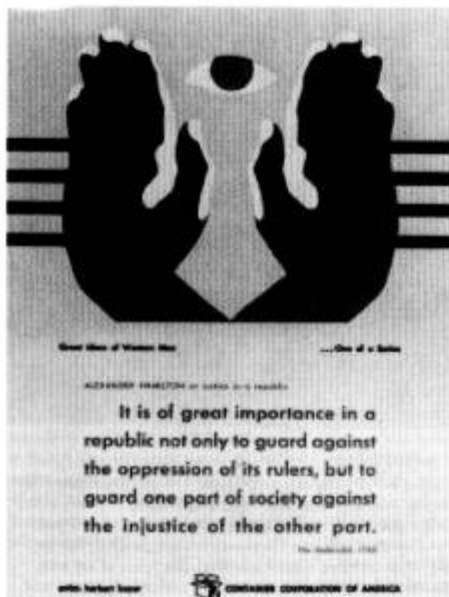
拜耶在战争期间设计上出现了改变。他在德国期间，因为长期在包豪斯工作和学习，受到深刻的构成主义影响，风格上比较强调基本的非对称版面、无装饰线字体、减少主义的“少则多”特点；在战争期间，他为了使自己的海报具有更加明确的、大众化的视觉特点，因而改变了简单的几何图形方式，而重视设计的插图特征。因为插图能够使大众容易理解的好处。他的这种风格，导致二战后的设计风格都受其影响。从非写实形象的几何抽象转变为写实形象、插图形象为中心的具象，是拜耶平面设计的重大转折。他在战争期间和战后设计的一系列新海报，都具有这个新的设计特点。



11-17. 拜耶1943年设计的提倡鸡蛋产量的海报。



11-18. 美国二战后初期的平面设计。拜耶设计的提倡研究小儿麻痹症的海报。



11-19. 1954年拜耶为美国集装箱公司设计的广告。

比如他在1943年设计的宣传小儿麻痹症疫苗的宣传海报，就是采用描绘一只拿着疫苗试管的手的主题鲜明的作品。他依然采用传统的现代主义设计特色：无装饰线字体、非对称布局、简单的平面效果，而写实性的绘画或者设计主题，更加强了他的设计的感染力。

在第二次世界大战期间，美国集装箱公司发明了采用新型的纸板包装材料技术（包括瓦楞纸板技术），因而改变了原来包装材料必须用金属或者木材的情况，大大的刺激了包装工业的发展。这个发明，对于美国正在进行的反法西斯战争来说是一个很大的促进。美国因而可以把金属、木材集中在军火和战争装备的制造上，与此同时，纸板也广泛运用在战争装备的包装，降低成本，而且比木包装、金属包装都要轻和方便，也容易处理，纸板包装的发明，在一定程度上是帮助了美国军队的胜利。为了宣传自己发明对于战争的促进作用，美国集装箱公司开展了一个称为“纸板参加战争”（Paperboard Goesto War）的广告宣传活动。这个公司聘用了几个最杰出的平面设计家参加设计工作，他们是拜耶、卡卢、玛特。他们三人与亚科布森合作，利用照片拼贴的手法，设计出一

系列生动的海报，把正在前线吃利用纸包装箱送来的食品的食品的士兵和背景的纸箱合成一起，导致视觉联想，对于提高和树立美国集装箱公司的积极的、正面的企业形象起到非常显著的作用。

## 6. 第二次世界大战结束初期的美国平面设计

二战后初期在美国促进平面设计发展的主要力量依然是美国集装箱公司。战争期间利用纸包装参与战争的题材，这个公司在美国人民中树立了非常积极的企业形象。战争之后，它又开始利用新的策略来提高企业的知名度。1945年，公司邀请美国当时48个州的土生艺术家创作自己的作品，来表达他们和他们来自的州的文化特色。这个项目得到很好的效果，因此，进一步启发了美国集装箱公司总裁皮普克的创造构思。

1949年到1950年期间，皮普克和妻子一同去芝加哥参加由罗伯特·哈钦斯（Robert M. Hutchins）、莫提麦·阿德勒（Mortimer Adler）主持的“世界名著”编辑出版会议。他们还正在计划编辑“西方文明名著全集”（the Great Books of the Western Worldseries），皮普克主动提出是否可以由他的美国集装箱公司和这个编辑部联合组织一项活动：邀请世界最杰出的艺术大师创作，并且以海报的形式发行。由阿德勒负责提出一个主题，然后邀请这些艺术家来表达这个主题，表达的方式不拘，可以随心所欲发展，两个学者同意他的提议，而且很快开始进入实际工作阶段。他们组成了一个评选小组，由皮普克夫妇、拜耶、亚科布森等人组成，两个学者拟定了自由、公正、人权这个主题，开始向实际所有著名的艺术大师征集作品。这些知名的艺术家在遵从基本题材的前提下，可以随心所欲设计海报，作品选中之后，由美国集装箱公司印刷发行，在所有海报下面表明“美国集装箱公司”的名称和企业标志，这批海报是最具有艺术品味的海报之一，参加设计的人包括荷兰抽象表现主义画家威廉·德库宁（Willem de Kooning）这类世界著名的艺术大师，这个具有非常高艺术水平和文化品味的设计活动延续了30多年，从1950年2月开始，到80年代为止，一共有157位世界级的艺术大师参与了海报设计项目，这个活动虽然从表明上看与美国集装箱公司的业务没有什么关系，但是，却极大地提高了这个企业的公众形象，并且大幅度地拉开了美国集装箱公司与其他美国企业在设计意识和观念上的距离，使这个企业成为美国最具有设计前卫精神的企业，也因此提高了本身的企业文化浓度。

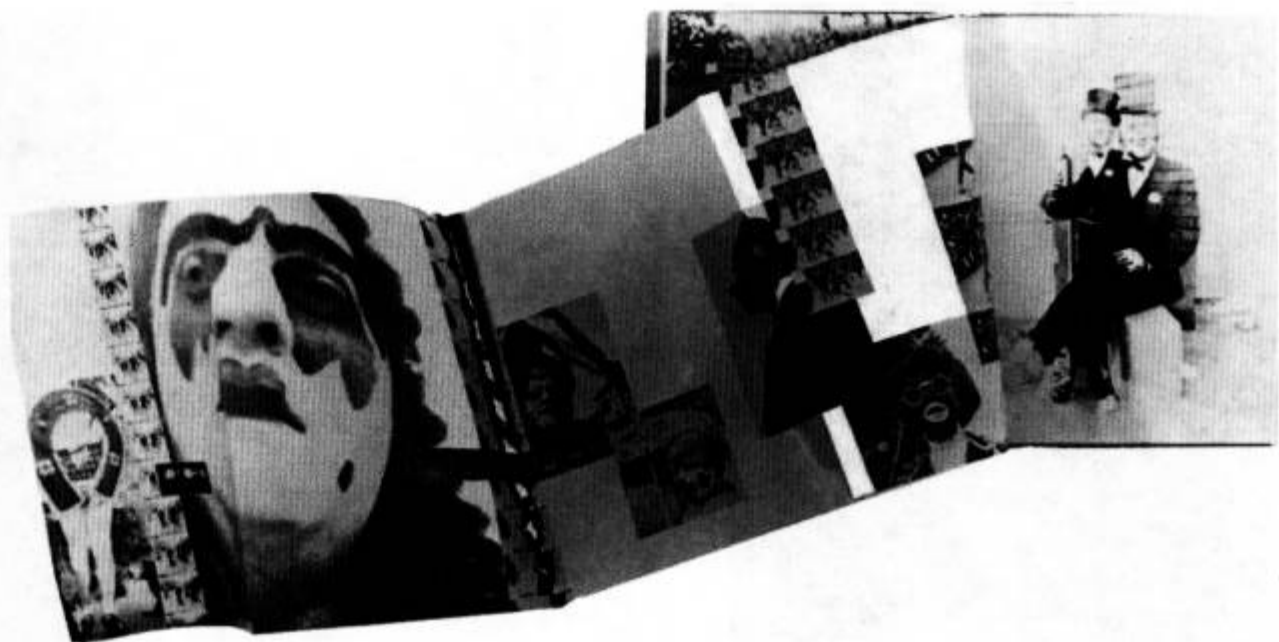


11-20. 1945年美国集装箱公司邀请世界知名的艺术家参加这个公司的广告设计项目，这是威廉·德库宁设计的海报。





11-21. 玛特1943年设计的美国集装箱公司海报,以新的瓦楞纸包装能够给美国士兵送去可口的食品为设计构思,把爱国主义和公司的生产、销售目的结合起来,确立公司积极的公众形象。



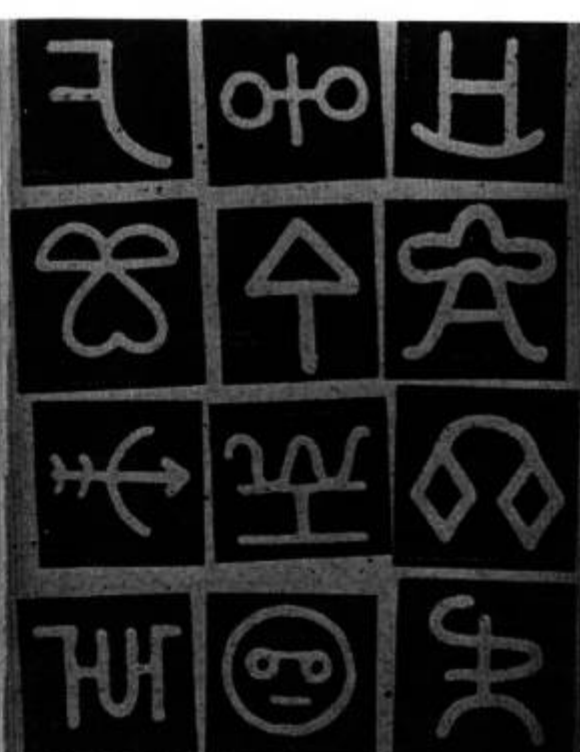
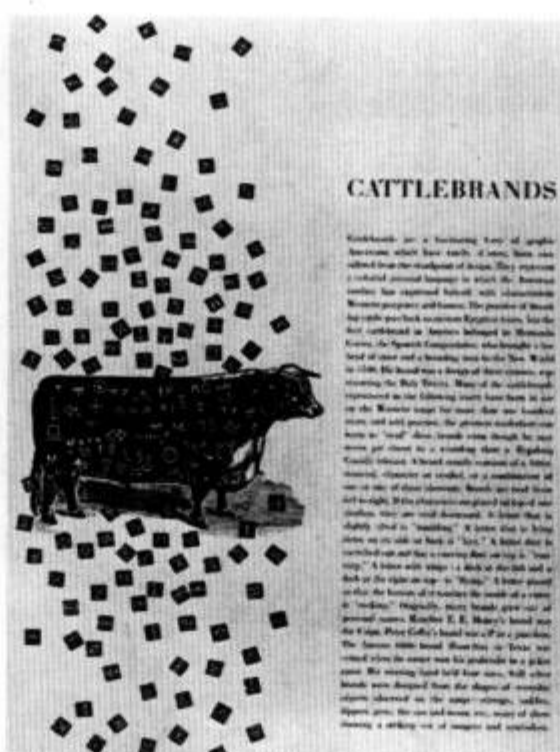
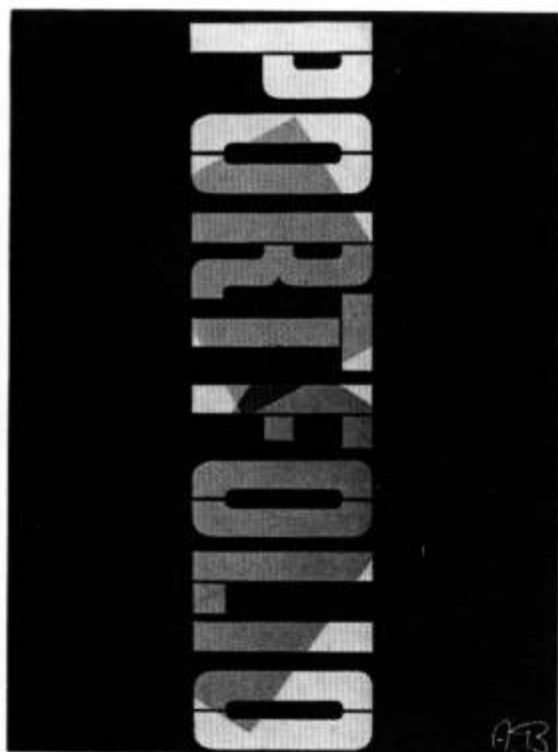
11-22. 玛特在1943年为美国集装箱公司设计的广告,他采用“纸张到前线”为题材,设计了一系列广告,非常成功。

美国集装箱公司的这个以艺术创作为核心的海报设计活动,刺激了美国其他企业在同一领域的企业形象树立的兴趣,越来越多大企业参与了这项活动,比如美国最大的石油公司之一的“美孚石油公司”(Mobil)就长期资助与石油公司本身业务没有直接关系的海报设计活动,从70年代到80年代,总共有200多位世界最杰出的艺术家和平面设计家参加了这项活动,设计出一系列非常优秀的海报。瑞士苏黎世的一个出版社把它们集中起来,出版了《美孚公司赞助的海报设计》(*Posters Made Possible by a Grant from Mobil*, Graphic Press Corp, Zurich, 1988)一书,是当代海报设计的又一重要里程碑。又如1996年亚特兰大的奥林匹克运动会期间,位于亚特兰大的美国可口可乐公司就邀请美国和世界各国的艺术大师以可口可乐瓶为题材设计艺术品,以后以海报形式发行,其实动机、方法与美国集装箱公司40多年前的这一系列设计是一样的。

二战后美国平面设计界中许多在战前就已经非常活跃的人物,有很新的表现。比如亚历克赛·布罗多维奇在40年代和50年代在平面设计上有引入瞩目的新创造。他聘用两个具有才干的青年摄影师里察·阿维顿(Richard Avedon, 1923—)和艾文·潘(Irving Penn, 1917—)为他的设计负责摄影工作,之后又聘用阿特·凯恩(Art Kane, 1925—)这个才华横溢的摄影家参加工作。凯恩原来是美国青少年杂志《十七岁》(*Seventeen*)的版面修饰和艺术指导,他的才能受到布罗多维奇的器重,开始转而从事摄影。他长于采用多次曝光、象征主义手法来从事设计,他的这个风格,使摄影进一步成为平面设计主观表现的重要手段。凯恩成为现代摄影和平面设计的重要代表人物之一。笔者在90年代初期曾经与凯恩共事,深感他的摄影和设计意识根基的雄厚。

50年代初期,布罗多维奇曾经创办过杂志《宗卷》(*Portfolio*)。虽然这份杂志存在的时间很短,但是它是当时在美国,甚至是世界平面设计水平最高、设计质量最优秀的杂志之一。它的封面经常是纵向排得简单杂志名称,没有任何插图,字体面向左面,这种非同寻常的设计方式,在当时的确非常罕见,因此这份杂志的封面具有强烈的视觉吸引力。杂志设计也采用了强烈的版面松紧、黑白、色彩、字体等等因素的对比,插图本身也具有象征特色,这些因素的综合,使这份杂志具有鲜明的设计特色。

玛特也是二战后重要的美国平面设计师。战争期间,玛特参加美国集装箱公司的“纸板参加战争”的设计项目,二战后,他依然保持与这个公司的设计关系,与此同时,他还建立了新的客户网,其中包括几份美国主要的刊物,比如《时髦》、《幸运》、《哈伯市场》等。但是,最重要的客户关系是他与美国最重要的办公家具厂商诺尔公司的设计合作。诺尔生产以包豪斯人员设计的家具为主的



11-23. 布罗多维奇 1951年为设计刊物《宗卷》设计的第一期封面。

11-24. 1951年布罗多维奇设计的《宗卷》杂志的内页。

现代家具，包括布鲁尔、米斯的家具，也包括一些新人的设计，比如艾罗·萨里宁、哈里·别尔托亚等等。诺尔公司从1946年开始，企图通过平面设计树立公司的积极企业形象，同时也通过广告，特别是平面的广告——杂志、报纸、海报等等，来树立产品的世界形象，因此，这个大型公司和玛特建立了长达25年的设计合作关系。玛特简明扼要的设计风格，加上他的独特的设计构思，产生了一系列非常杰出的平面设计。他设计的诺尔家具，比如1948年设计的萨里宁的椅子广告，都是美国五六十年代最杰出的平面设计作品典型。玛特也从诺尔的设计项目中建立起自己在平面设计界中的地位。

50年代，玛特的设计开始转向越来越单纯的方向。他的平面形象日益简单而明确，50年代诺尔公司出现了一系列新家具，比如萨里宁的“郁金香椅子”系列、别尔托亚的金属网系列，都是五六十年代世界最杰出的椅子。玛特负责为这些新产品设计广告，他采用非常简单的方法，比如用牛皮纸包裹“郁金香椅子”，或者让一位漂亮的女模特坐在这张椅子上，这种简单到无以复加的方式，创造出优雅而主题突出的新视觉形象。他的设计，得到世界平面设计界的一致好评。

宾德也是二战后非常突出的平面设计师。他在战争期间设计的一系列征兵海报主题鲜明强烈，二战后，他继续为美国政府部门设计类似的广告，比如他1954年设计的海军征兵广告，利用几何化的航空母舰组成三角形的主题，上面有三架喷气式飞机飞过，具有强烈的形式感，已经成为美国家喻户晓的设计，这些海报也奠定了他在美国平面设计界的地位。二战后，他继续不断设计新的广告和其他平面作品，他的主要设计内容一直是海报，而采用的方式通常是简单的几何图形形成的象征手法，这种方法主题突出，形象鲜明，视觉感染力强，受到美国各方面的欢迎。因而他也成为二战后美国平面设计的主要力量之一，这个地位一直持续到60年代为止。

二战后还有一个比较重要的平面设计师乔治·吉乌斯提（George Giusti 1908—1991）。他出生于意大利的米兰，毕业于米兰的皇家艺术学院，1930—1937年期间在瑞士的苏黎世从事平面设计，之后移民到美国，并且于1939年在美国纽约设立了自己的平面设计事务所。他设计海报、广告、书籍和其他出版物，也设计各种展览，他的主要客户是美国政府部门，他的作品都具有鲜明的欧洲现代主义设计特点：简单扼要，明快而具有象征性，二战后他为美国的盖奇药物公司（Geigy Pharmaceuticals）设计广告，继续体现了他的这种风格。他还为一系列美国重要的期刊杂志设计封面，其中包括《时代》、《幸运》、《假日》等等重要的杂志。1958年，他被美国设计界选为“年度设计家”（Art Director of the Year）。他在二战后的海报设计中，采用了简单的绘画作为主题，而绘画依然

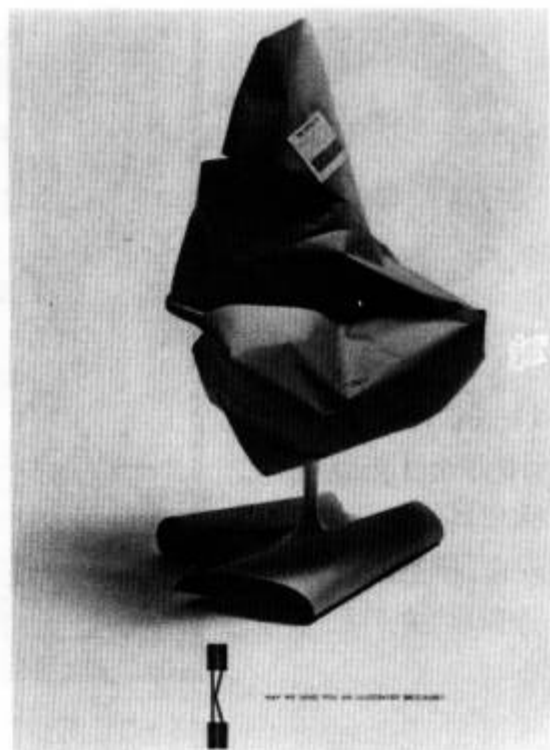




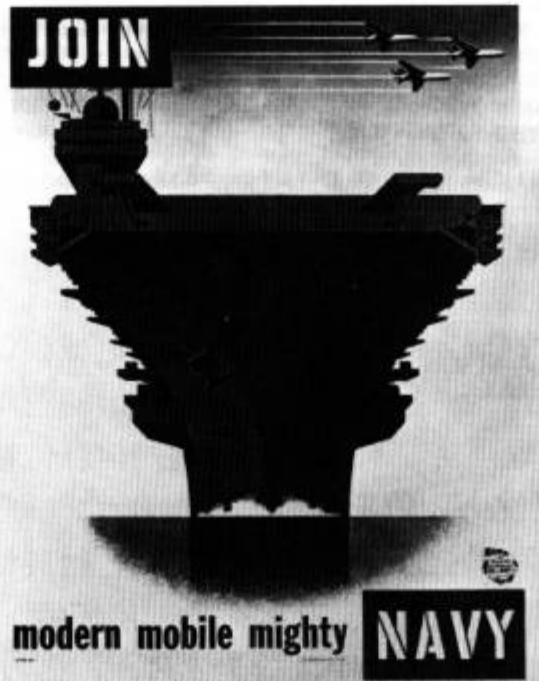
11-25. 1948年玛特为美国最具规模的办公室家具公司“诺尔”公司设计的广告。



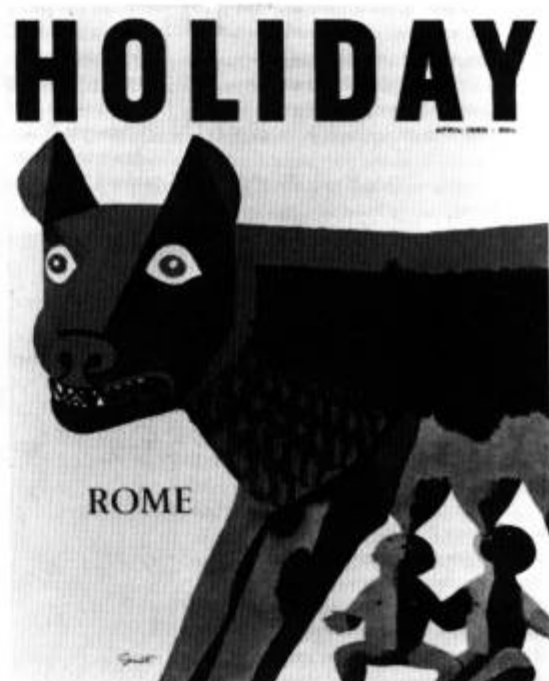
11-26. 玛特在1956年为诺尔公司设计的家具广告,是诺尔公司广告的最杰出和最具典型性的代表作。



11-27. 拜耶1956年为美国集装箱公司设计的“伟大的构思”系列广告之一。



11-28. 宾德于1954年为美国海军设计的招兵海报。



11-29. 乔治·吉乌斯提1960年设计的《假日》杂志封面,利用罗马历史传说为动机设计,把立体主义和表现主义结合在一起使用,很有特色。

遵循他的简单明确的设计原则,因此,把欧洲现代主义的准确、简单的视觉传达原则与美国人民喜闻乐见的绘画方式结合起来,得到更加适应社会需求的设计目的。而这样的新设计方式,也使冷漠的欧洲现代主义设计具有了温暖的人情味。他设计生涯的最重要时期是60年代,这个时期他得到《假日》和《幸运》杂志的大量委托,设计封面,这些封面设计进一步体现了他的绘画和欧洲现代主义风格的结合探索努力。

## 7. 科学技术和工业生产资讯的平面设计发展

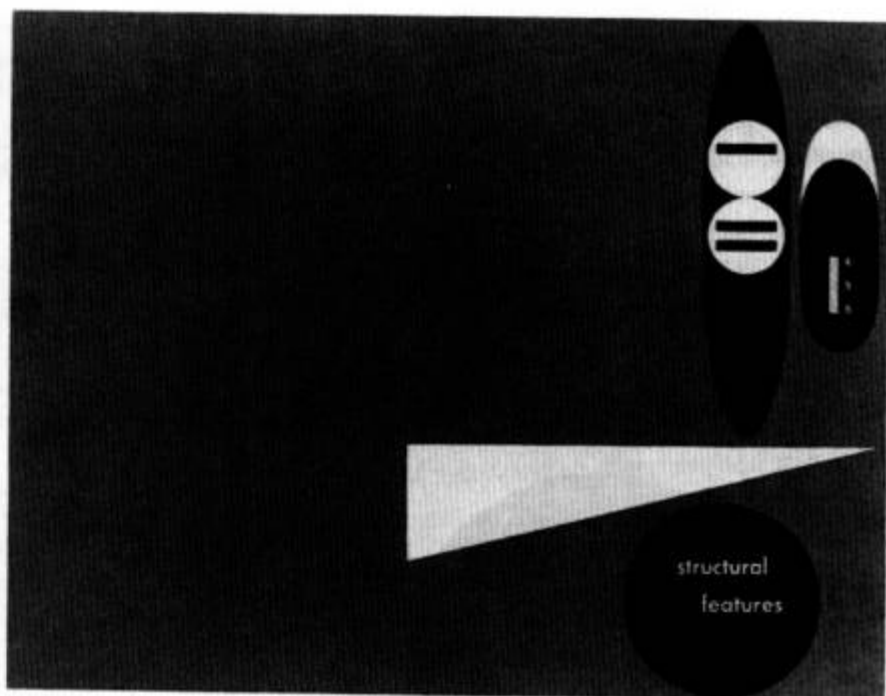
在美国为科学技术的平面设计,应该说开始于来自捷克斯洛伐克的设计家拉迪斯拉夫·苏特纳。他于1939年来美国,为纽约世界博览会的捷克斯洛伐克馆设计,但是因为战争的爆发,他不得已留在美国,成为美国重要的平面设计家。他在美国与斯维特目录公司(theSweet Catalog Service)



11-30. 1942年苏特纳设计的瑞士目录服务公司的标志,具有二战后在瑞士形成的国际主义平面设计的简单、理性的特征雏形。



11-31. 苏特纳1944年设计的《目录设计》一书的封面。



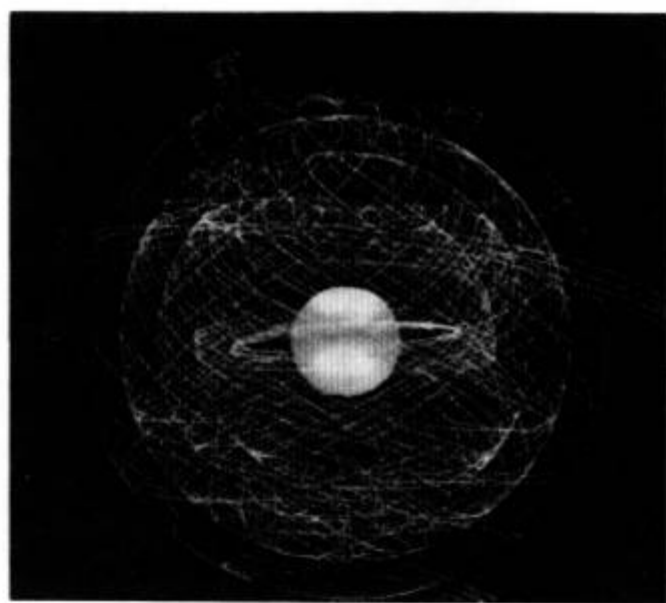
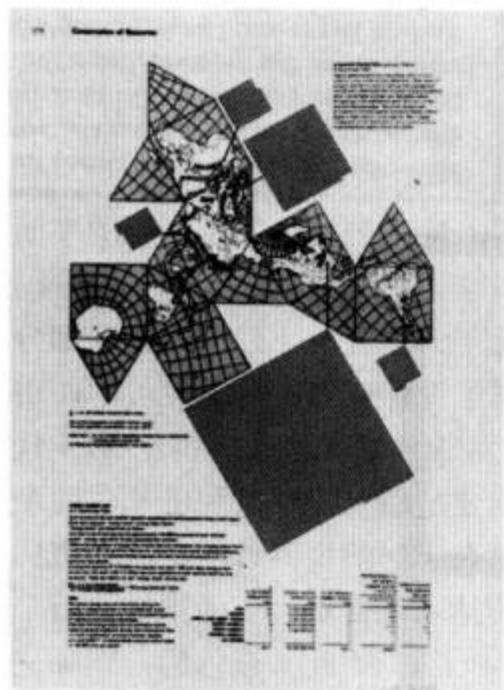
建立了密切的设计合作关系,从而使他得到机会,参与各种与科学技术有关系的平面设计工作。

斯维特目录公司建立于1906年,专门为建筑业和工业生产行业设计和出版产品目录和企业年度报告,苏特纳自从与这个公司开始合作时起,就与这个公司的研究部门负责人努特·朗伯格-霍尔姆(Knut Lonberg - Holm)建立了密切的工作关系。他逐渐形成了自己的设计科学技术和技术资讯方面的平面设计的原则,他称之为“功能、流畅、形式”(function, flow, form)原则,即保证设计科学技术资讯资料的平面设计要到高度功能性的目的,同时要有流畅的视觉特点,能够一目了然,形式上要能够为以上两个目的服务。他进一步对以上三个原则提出具体的规范:所谓“功能”是要求目的明确,视觉传达准确,绝对不因为设计而造成误解,方便阅读,方便认识 and 了解,并且在阅读之后能够回忆起来;所谓“流畅”是他为设计上的逻辑化而自己创造的名词,表明他要求所有平面设计的要素必须为主题服务,合乎视觉传达、信息传达的逻辑规律,绝对不允许为了形式美感而牺牲传达的逻辑的情况发生。他把为科学技术和生产的平面设计的内容分成许多“视觉要素”,通过逻辑的安排,把这些要素合理地编排在一起,达到最佳的功能目的。而“形式”则是以上两个目的的结果。“形式”必须是工整的、有次序的、清晰的、条理清楚的。他完全放弃了对称的编排,因为他认为完全对称的在视觉传达上的效果不理想,所有的平面设计要素:色彩、对比、编排、字体等等,都仅仅是为了一个目的服务:平面设计上的传达功能。他强调符号的准确象征和代表性运用,主张图形的传达准确性,他的这种原则的设立,已经表达了他的高度功能主义的平面设计原则。而这种原则也成为科学技术和工业生产相关的资讯传达的平面设计的基本要素。他为斯维特目录公司设计的一系列工厂的产品目录,科学技术机构的目录和各种年度报告,都具有这种高度功能主义的特点,受到美国企业界的欢迎。

为了建立一套完整的为科学技术和工业生产服务的平面设计系统,苏特纳撰写了两本重要的著作:《目录设计》(*Catalog Design*)和《目录设计程序》(*Catalog Design Progress*)。在这两本著作中,他完整地介绍了自己的设计系统和这个系统在具体设计中的运用。迄今为止,这两本书依然是有关工业、科学技术资讯传达平面设计的最重要读物。

美国科学技术资讯方面的平面设计在50年代的重要里程碑作品,是美国集装箱公司1953年出版的《世界地理地图》(*the World Geo-Graphic Atlas*)。这份地图的目的是以生动的平面设计方式,提供给美国人民一份了解世界各个国家和地区的完整资料。美国集装箱公司的总裁皮普克在这本地图册的前言中说:他的目的是要让美国人更好的了解世界各地,了解其他国家的人民,了解其他国家。这本著作的设计负责人是拜耶。全书368页,其中有120页是全页的地图,另外有1200个





11-33. 苏特纳 1950 年设计的《目录设计的进步》一书的扉页。

11-32. 拜耶 1953 年设计的《世界地理平面地图》其中两页, 改变了地图原来单调、刻板的面貌。

11-33. 为推广科学知识的设计是二战后设计的重要发展。这是布丁设计的介绍铀 235 的展览海报。

图表、附图、符号等等来说明地图的内容。拜耶在设计过程中处理了数目庞大的科学资料、文献、统计数字, 并且通过设计把它们变成通俗易懂的视觉因素, 这本书讨论了地球的状况, 讨论了地球的生态平衡和资源限度, 生物、地质的寿命周期, 特别重要的是这本著作未卜先知地提出了保护地球有限资源的议题。拜耶在书中提出必须注意我们有限的资源, 必须保护这些资源, 而这种保护则只有在国际合作的前提下才能达到。这本书是五六十年代中美国科学技术资讯方面最佳的代表作品。

威廉·布丁是美国二战后另外一个对于科学技术资讯的平面设计有重大贡献的设计家。他在二战后涉及到一系列的科学技术和生产技术的资讯涉及项目, 因此对于如何设计这些内容非常关切, 他提出设计科学技术和生产技术的平面作品必须遵循四个基本原则: (1) 作为度量对象和度量者本身的人; (2) 光线、色彩、肌理; (3) 空间、时间与动作; (4) 科学因素。他认为, 对于设计来说, 最重要的是度量, 而度量的对象是人, 因为设计是为人服务的。手的大小、眼睛的感觉范围、人体的工作运动和感觉范围等等, 这些是决定设计的最基本因素。人是度量的对象, 同时也是度量者, 因此设计的根本是度量的准确。具体到平面设计来看, 布丁认为人对于视觉传达信息处理的情感的、物理的、知识的和理智的反应是非常关键的因素。因而, 科学的方法是平面设计最可依靠的方法。科学方法可以使人透彻地了解传达的内容, 可以帮助设计家利用各种可靠的视觉传达因素从事设计, 达到预期的目的。他是最早在平面设计上提倡科学方法的设计家。

除了平面设计之外, 布丁还从事大量的展览设计。这些展览大部分与科学教育有关, 他通过展览设计进一步表达了自己的科学设计方法。比如他设计的铀 235 原子的模型, 采用了 92 个小型电灯泡表示这个原子的结构, 整个原子模型外部是蓝色的, 并且利用旋转方法来显示原子运动的方式, 是当时最先进的科学模型。1958 年布丁为阿普约翰药品公司设计了细胞模型, 整个模型做成一间房子, 观众可以在里面观察细胞的结构。为了制造这个模型, 布丁与科学家、医学家反复研究最佳的细胞结构的表現方法, 利用灯光、色彩等等不同的方法来给观众一个最直观的细胞形象。布丁是平面设计运用于科学技术和工业技术的阐述、表达和普及的最重要奠基人之一。

第二次世界大战迄今, 许多杰出的设计家从欧洲逃到美国, 他们来到美国的时候大多数身无分文, 但是他们对于欧洲的现代设计了如指掌, 并且他们都具有设计的才能, 而美国则处在现代设计的初级阶段, 在战争期间和战后的经济发展期间, 急需大量杰出的设计师, 包括产品设计、平面设计、建筑设计等等各方面的人才, 因此这些欧洲的设计师的到来正好填补了美国现代设计的空白, 他们发挥了他们的才干, 并且大大地促进了美国的现代设计发展, 使美国一跃成为二战后设计的大国。这个成就, 是与这些以欧洲移民的设计家的贡献分不开的。

## 导言

第二次世界大战结束初期，平面设计经历了一段时间不长的停滞，除了美国之外，国际的平面设计在风格上没有什么新的创造，原因是大战对于欧洲和亚洲各个国家带来的损害太大，大部分国家正在经历艰苦的重建过程，因此难以集中力量发展设计。在经过几年的艰苦奋斗之后，西欧部分国家的经济得到迅速的恢复，经济的发展对于设计的强烈要求，促成了设计在二战后的发展，而市场的日趋国际化又对于设计的国际化面貌和特点发展提出了具体的、强烈的要求，到20世纪50年代期间，一种崭新的平面设计风格终于在联邦德国与瑞士形成，因为主要是瑞士苏黎世和巴塞尔两个城市的设计家从40年代开始的探索的成果，并且通过瑞士的平面设计杂志影响世界各国，因此被称为“瑞士平面设计风格”(Swiss Design)，由于这种风格简单明确，传达功能准确，因而很快流行全世界，成为二战后影响最大的一种平面风格，也是国际最流行的设计风格，因此又被称为“国际主义平面设计风格”(the International Typographic Style)。从50年代开始，国际主义平面设计风格影响平面设计长达20年之久，直到90年代，这种风格的影响依然存在，并且成为当代平面设计中最重要的风格之一。为了简便起见，以下称这种风格为“国际主义风格”。

国际主义风格的特点是力图通过简单的网络结构和近乎标准化的版面公式达到设计上的统一性。具体来讲，这种风格往往采用方格网为设计基础，在方格网上的各种平面因素的排版方式基本是采用非对称式的，无论是字体，还是插图、照片、标志等等，都规范地安排在这个框架中，因而排版上往往出现简单的纵横结构，而字体也往往采用简单明确的无饰线体，因此得到的平面效果非常的公式化、标准化和规范化，因此自然具有简明而准确的视觉特点。对于国际化的传达目的来说是非常有利的，也正是这个原因，它能够在一个很短的时间内普及，以及能够在近40年的期间中长久不衰。直到现在，国际主义风格依然在世界各地的平面设计中比比皆是。当初在瑞士和联邦德国创造这种风格的设计家认为：简单的方格版面编排和无饰线体的采用，除了它的强烈功能特征之外，还具有代表新时代的进步形式特点，无论从功能上还是从形式上讲，国际主义风格都是20世纪的最具有代表性的平面设计风格。

虽然如此，但是国际主义风格也因此具有刻板、缺乏人情味的视觉特点，流于程式化。国际主义风格强调功能，主张高度的次序化，主张准确的视觉传达功能，造成高度的标准化和理性化的设计特点，因而自然有千篇一律的、单调的、缺乏个性化和缺乏情调的设计特征，对于要求不同的对象采取同样的方法，提供同样的风格，因而被强调视觉美的设计家批评和反对。但是，无论如何，国际主义风格奠定了当代平面设计重要的基础，成为最具有影响力的设计风格，则是没有任何疑义的事实。

### 1. 国际主义平面设计风格运动的先驱

虽然国际主义风格到20世纪50年代才正式确立，但是，类似的设计摸索工作则早在50年代以前已经开始了。其实，国际主义风格的探索早已在瑞士就有人开始进行。最早的探索可以说是由恩斯特·凯勒(Ernst Keller 1891—1968)开始的。

凯勒在1918年开始在瑞士的苏黎世应用艺术学校(the Zurich Kunstgewerbeschule)担任广告设计教学，很快他自己发展出版面编排和设计构思的新课程来。他同时也兼做平面设计工作，无论在教学中还是在版面设计、标志设计、字体设计中，他都在努力发展出一种设计风格和功能完美的方式，他建立了自己的完美风格的严格标准，把这个标准应用到教学和设计，开始影响瑞士的平面设计界。凯勒认为，设计问题的解决在于设计对象的内容之中，不同的内容应该有不同解决方式，是内容决定形式，而不是形式决定内容。因此，设计的风格也应该是多样的，丰富的。1931年，他为建筑大师、包豪斯的奠基人沃尔特·格罗佩斯建筑展览而设计的海报就具有与现代建筑风格一致





12-1. 1931年凯勒设计的展览海报，具有处于锥形状态的瑞士现代主义平面设计特点。

12-2. 凯勒 1948 年设计的海报。

12-3. 巴尔莫 1928 年设计的海报，奠定了二战后在瑞士发展起来的国际主义平面设计的基础。

的规范性、严格性特点。而在 1948 年设计的一个中世纪艺术展览的海报中，他则采用了完全中世纪贵族纹章的风格特点，加上对称的“金字塔”式版面编排，与展览内容吻合，这两个海报的设计，最能够反应他的内容决定形式的观点和设计方法。虽然他并没有参与瑞士国际主义风格的设计，但是他的高度功能主义立场和追求设计完美的趋向，为这种风格的探索奠定了一个气氛基础。

如果从风格根源来说，国际主义风格的根源应该可以说是与现代主义设计运动一脉相承的，特别是与包豪斯和荷兰的“风格派”运动和 20 世纪 20 年代到 30 年代的平面设计风格关系密切。具体来讲，瑞士的国际主义平面设计运动和第二次世界大战以前的现代主义设计运动之间的关联有两个关键人物，他们都是毕业于包豪斯的瑞士平面设计家，一个是西奥·巴尔莫（Theo Ballmer 1902—1965），另外一个则是马克斯·比尔（Max Bill 1908—）。

巴尔莫在迪索时期的包豪斯曾经从师保尔·克利、沃尔特·格罗佩斯和汉斯·迈耶学习设计，当时曾经努力把荷兰风格派特点引入平面设计中，特别是他利用纵横的简单数学式规范版面编排从事设计，得到教师的赞许。1928 年，他设计的海报得到很大的成功，这些海报设计都具有纵横网格的简单编排特点，具有强烈的现代感，比如他此时设计的为瑞士巴塞尔一个建筑展览设计的海报 BURO，利用纵横版面编排，把文字镶嵌在规整的网格中，BURO 四个字母则以正面的黑色和倒影式的红色对应，在当时的平面设计中是非常突出的。虽然他的平面编排非常讲究功能主义特点，具有强烈的风格派特征，但是他的字体设计则依然比较讲究典雅和装饰，与日后完全采用刻板而非人格化的国际主义风格依然有相对距离，他的设计应该说具有荷兰风格派代表人物杜斯伯格（Theo Van Doesberg）的形式特征，他本人也受到荷兰风格派最大的影响。

巴尔莫早期的设计隐隐约约地含有方格网络的痕迹，但是并不明显，而他稍晚一些的作品上，这种方格网络的痕迹则清晰可见。他在平面设计上比风格派画家蒙德里安更加强调数学计算后的工整、规范、完美特点，是最早采用完全的、绝对的数学方式从事平面构造的设计家之一。

马克斯·比尔的专业背景比巴尔莫更加复杂，他同时从事绘画、建筑、工程设计、雕塑、产品设计和平面设计，是一个多才多艺的设计家。他从 1927 年到 1929 年在包豪斯学习，跟从的老师先后有格罗佩斯、康定斯基、莫霍里·纳吉、迈耶后阿尔伯斯（Albers）等。他的学习非常优秀，在学校期间努力了解这些大师级的老师的设计思想和设计方法，掌握包豪斯的精神核心，是对于包豪斯系统具有非常深刻了解的学生之一。他毕业之后到瑞士的苏黎世开始自己的设计生涯，1931 年发

展出自己的艺术和设计思想，同时对于风格派奠基人杜斯伯格的“坚实艺术”(Art Concret)思想有更加深刻的认识 and 了解，他对于自己的设计发展目的已经非常明确了。

杜斯伯格是在1931年去世的，在他去世前11个月，即在1930年4月，杜斯伯格提出了他的《坚实艺术宣言》(Manifesto of Art Concret)，在这个宣言中，他提出要发展绝对清晰的视觉艺术来，在这个艺术之中，要采用最单纯的视觉元素——简单的几何形体和色彩来组成以数学计算安排的结构。杜斯伯格强调的是艺术的象征性和表现性，因此，从某种意义上来说，平面设计与“坚实艺术”在意识形态上是有矛盾的：“坚实艺术”强调艺术的表现，强调纯的形式，而平面设计则本身并没有任何象征性和表现性，它的主要功能在于传达性，因此并不是一回事。但是杜斯伯格的“坚实艺术”中包含了高度理性化、次序化的设计形式内容，因此，虽然不是一回事，却依然有相对的贯通处，比尔从“坚实艺术”观念中得到的是设计方式的发展启示。

第二次世界大战爆发，瑞士作为中立国避开了战争的烽火，成为大战中欧洲少有的没有被战火波及的国家，这里的人民虽然对于边界以外的灾难十分关切，但是，他们却能够有比较安定的生活环境。这里的设计家、艺术家们则充分利用这个条件来埋头从事自己的创作，依然有成就和进展。马克斯·比尔在这个阶段中发展出高度次序化、理性化和功能化的平面编排风格来，正是瑞士的战时中立状况带来的结果。

比尔的新风格与以前的几个瑞士设计家曾经尝试过的相差不大，也是把各种平面设计因素，包括字体、插图、照片插图、标志与图案等等以一种高度次序的方式安排在平面上，同时注意到以简单的数学方式的编排。编排的基础是数学比例、几何图形的标准比例，并且经常地、广泛地采用无饰线体的一种——阿克兹登·格罗特斯克字体(Akzidenz Grotesk type)，特别是在采用中尺寸字体的时候采用这种字体，版面的右边处理上有意识地比较粗糙，与高度工整的左边形成对比。他很注意空间的运用和安排，他在1945年设计的美国建筑设计展览的海报上就具有鲜明的这个特色。他的设计其实也是在方格网络中进行编排的，在采用照片插图的时候，比尔往往把照片以菱形方式安排在方格网中，这样一来，照片本身在版面上也具有箭头式的平面形象，由于大部分空间基本是留空的，因此菱形插图安排和简单的纵横字体安排造成了既简单明了又视觉上有力的结果。他重视设计上的一致性和统一性，无论什么平面设计的因素，必须为统一的风格服务，达到高度一致的目的。这一点，对于后来的，乃至迄今的平面设计家依然有很大的影响作用。



12-4. 马克斯·比尔1940年设计的圣诞节促销海报。



12-5. 比尔1951年设计的展览海报，国际主义风格已经开始形成。

比尔的设计方法有以下几个方法特点：首先是采用以纵横线条为中心的线把平面空间划分为简单的几个功能区域；其次是以简单方格组成方格网底，把每个方格作为基本模数单位；采用数学比例和几何比例进行版面编排；设计上强调排列和顺序(英语称为 permutation and sequences 的方法)，把平衡、对称、比例、对比互补关系这些视觉内容以高度理性的方法融为一体，达到完美的地步。他的这个设计趋向日益清晰，1949年他提出自己的看法：“这种方法大约可以发展出一种大部分是建立在数学思维基础上的艺术来。”(原话是：“that it is possible to develop an art largely on the basis of mathematical thinking.”)



1950年，马克斯·比尔开始参与组建联邦德国二战后最早，也是最重要的设计学院——“乌尔姆设计学院”（the Hochschule für Gestaltung in Ulm），因为他持续地设计探索和在平面上达到的水准，享有的国际设计声誉，因此被推为这个学院的第一任校长。这个学院从1950年末开设，直到1968年关闭，是联邦德国在设计教育上最重大的探索。学院的目的是通过教育的探索，力图找到通过设计来解决问题、促进设计文化发展的一条新的途径，在许多问题上，乌尔姆设计学院与战前的包豪斯设计学院是一脉相承的。而其中一个很大的要点就是要把设计作为社会工程的组成部分，而避免美国设计出现的简单、赤裸裸的商业主义发展倾向。严肃提出：设计是解决问题，而不仅仅是提供外形；设计是一个科学的过程，而不是，或者不仅仅是个人的艺术表现。

乌尔姆设计学院是由几个联邦德国的设计大师促成的，其中包括联邦德国最杰出的平面设计大师奥托·艾舍（生于1922年），艾舍成为这个学院实质上的奠基人，他邀请比尔主持学院教学工作，比尔在学院担任院长，一直到1956年。这个时期，他把自己的现代平面设计思想灌输到教学之中，得到初步的成果。他的理性设计也逐步通过学院影响更广泛的设计师，为瑞士原产的理性风格成为国际主义平面设计风格奠定了重要的基础。

1956年，奥托·艾舍聘请新人接替比尔的工作，院长是建筑家托马斯·马尔多纳多（Thomas Maldonado），负责平面设计的是来自英国的设计家安东尼·佛洛绍（Anthony Froshaug 1920—1984）。佛洛绍从1957年到1961年在这个学院教授平面设计，并且建立了平面设计工作室，他负责乌尔姆设计学院校刊头五期的设计工作，从校刊的平面设计来看，完全是与比尔等人的探索方式是一致的：高度理性化，方格网络为模数单位和编排依据，纵横编排方式，全部采用无饰线体字体，色彩简单明了，可以说国际主义风格已经开始形成。

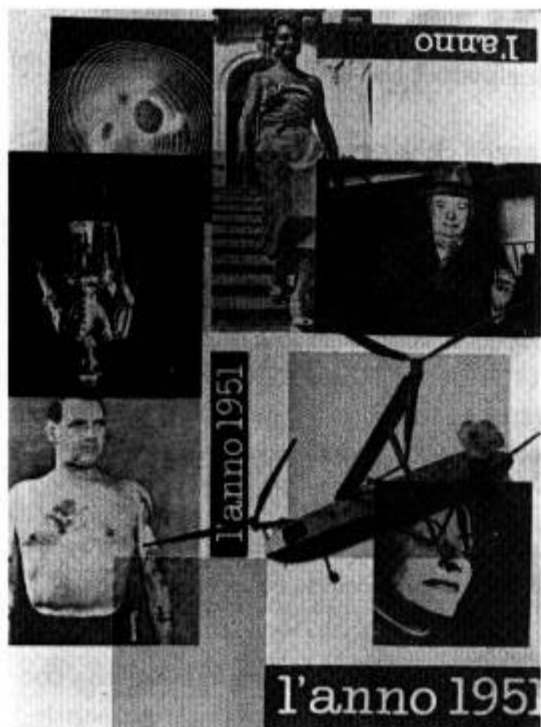
在马尔多纳多的领导之下，乌尔姆设计学院的教学开始急剧地向理工方面转化，课程中的理论部分比例大幅度增加，比如平面设计专业中加入了新的符号学（semiotics），普通哲学，特别是以哲学理论为基础的符号学、标准与手势的理论。符号学作为一门重要的必修学科包括三个分科，即研究符号和标记的意义学记号学（semantics），研究符号和标记是以什么方式联系和联络的符号关系学（syntactics），研究符号和标记是如何与使用者发生使用关系的符号实用学（pragmatics）。与此同时，在学院的设计课程中还加入了古希腊的雄辩学（rhetoric），以促进设计上更加有力的传统性发展。这个时期的乌尔姆设计学院开始转向高度理性、科学性和技术性的发展方向，对于奠定国际主义设计风格起到决定性的作用。

瑞士和联邦德国的设计家在第二次世界大战前后全力以赴地发展高度功能化的国际主义平面设计风格，逐渐达到高度简洁和清晰的传达特点。与此同时，西欧也有另外一些设计家探索比较复杂的，甚至是繁琐的新风格。这种繁琐或者复杂的风格，从本质上看，其实也是遵循了国际主义风格的工整性、功能特点、高度的规范特点，但是，与国际主义风格强调减少主义特征，采用尽量少的平面设计因素大相径庭的是这种风格强调在规范的前提下采用复杂的设计因素，大量采用插图，特别大量采用照片拼贴，作为达到视觉丰富的途径，因此，这种探索不是与国际主义风格分庭抗争，而是丰富了国际主义风格。

从30年代到50年代前后，在瑞士与二战前的德国和二战后的联邦德国都有少数平面设计家从事这种与国际主义风格颇为不同的设计风格探索。其中一个比较重要的代表人物是瑞士设计家马克斯·赫伯（Max Huber 生于1919年）。他的设计讲究通过复杂的平面设计方法达到的非常具有活力和非常生动的效果。赫伯本人的设计是基于对于包豪斯设计的反复研究和了解之后发展出来的。他



12-6. 佛洛绍1958年设计的德国乌尔姆设计学院的目录，高度功能主义和理性主义的国际主义风格完全形成，开始影响世界各国的屏幕设计。



12-7. 马克斯·赫伯 1951 年设计的目录封面。

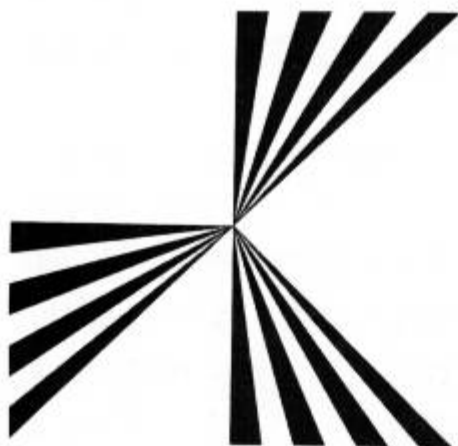
对于包豪斯后期大量利用照片拼贴方法 (photomontage) 所做的平面设计作品兴趣特别大, 他毕业于瑞士苏黎世艺术与工艺学校 (the Zurich School of Arts and Crafts), 毕业以后到意大利的米兰开始设计生涯。第二次世界大战期间, 由于战乱, 他不得不回到瑞士, 这个期间, 他与马克斯·比尔合作从事展览设计工作, 受到后者很大的影响。1946 年, 赫伯在战争结束之后很快回到意大利, 创造出的一系列非常杰出的平面作品来。大量采用照片拼贴, 版面编排往往采用纵横交错的方式, 加上采用强烈的纯色, 这些方法使他的作品具有一直前所未有的丰富和强烈的视觉特征。他利用彩色油墨的透明特征, 把设计上的插图、字体、标志和其他元素反复叠印, 造成复杂的效果。他的一些抽象形式的设计则往往采用透射的方法, 强调抽象视觉形象的深度和运动感, 他的设计形式复杂, 但他所采取的视觉平衡和编排完整的方法达到了繁中有序的目的。

## 2. 平面设计上科学技术化的设计方法发展

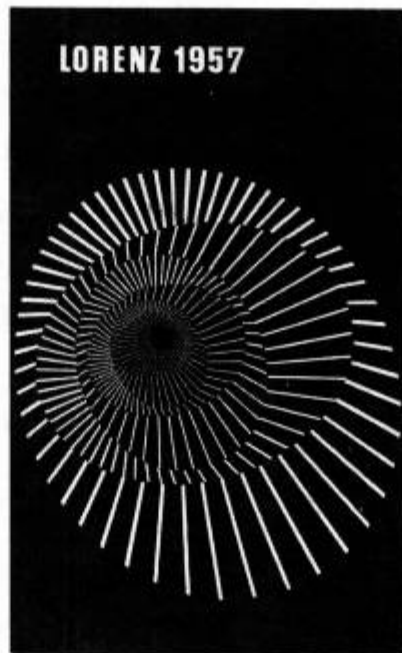
20 世纪初以来, 科学出版物日益增多, 以至为一般出版物而发展起来的平面设计风格显然已经日益难以应付科学出版物特殊的要求, 特别是科学出版物要求准确无误的、简明扼要的、高度功能主义的要求, 因此, 新的、针对科学出版物的设计方式应运而生。瑞士和二战前德国平面设计中的功能主义刚好适应了这个要求。而为科学出版物的设计所产生的简单、准确的功能主义设计特点, 或者称为平面设计上的科学技术方法也因此被发展起来了, 称为日后瑞士平面设计, 或者国际主义平面设计风格的重要技术和方法基础。瑞士和联邦德国的平面设计师对此风格的发展起到最大的促进作用。

在所有第一代发展出科学技术设计方式的设计家当中, 在德国出生的瑞士平面设计师安东·斯坦科夫斯基 (Anton Stankowski 1906 年出生) 所产生的影响最大, 他在科学出版物的功能主义设计风格上起到重要的促进作用, 同时把这种方式运用到一般平面设计上, 完成了自己的基于技术、数学比例为基础的平面风格, 为国际主义平面设计风格奠定了坚实的基础。

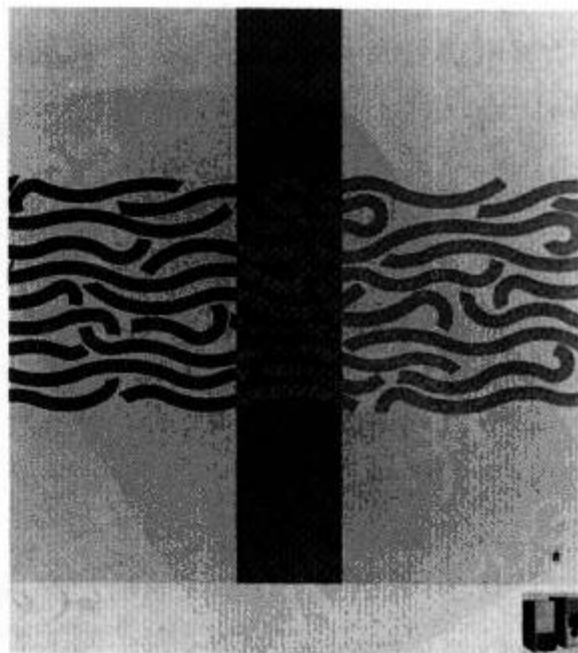
安东·斯坦科夫斯基从 1929 年到 1937 年之间曾经在瑞士的苏黎世从事平面设计工作, 在此期间, 他与不少在瑞士工作的设计大师和重要的艺术家有密切的往来, 包括马克斯·比尔, 赫伯特·玛特 (Herbert Matter), 理查·罗舍 (Richard P. Lohse) 等人。他在这个期间集中于摄影、摄影拼



12-8. 安东·斯坦科夫斯基 1953 年设计的德国标准电器集团公司的企业标志。



12-9. 斯坦科夫斯基 1957 年设计的标准电器公司挂历封面。



12-10. 斯坦科夫斯基设计的企业挂历一页。



贴、暗房特技的研究和在平面设计上的运用。他把摄影背景往往转化为抽象的图案或者平面肌理，与前景的具体对象形成鲜明的对照。

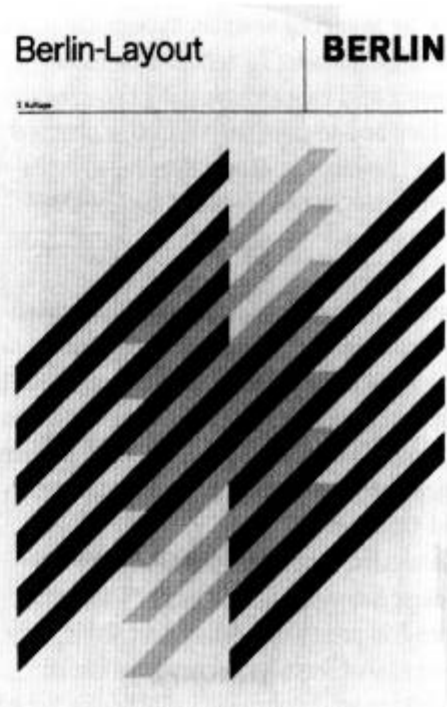
1937年，斯坦科夫斯基迁居到德国的斯图加特市，从此就定居在那里，全力从事绘画和设计工作，达50年之久。他的绘画与平面设计作品之间有密切的关联，无论是色彩还是形式，在绘画上与平面设计作品上都是一致的。绘画上的色彩与形式成为设计上的基本要点，而设计上的次序性和理性方法，也成为他的艺术创作上的原则。

第二次世界大战爆发，斯坦科夫斯基被德军征入伍，并且送往前线，之后又被苏联红军俘虏，他的设计和创作生涯被暂时中断。战争结束以后，他回到斯图加特，重操旧业，全心全意地投入到平面设计的探索中去，逐步完善了他的设计方式，成为他对于平面设计的最大贡献。他的最大贡献，在于他发展出来的具有高度传达特征的设计风格，他的设计方式把隐形的、看不见的传达过程通过简单的、明快的版面、图形排列，而达到强烈、清晰的视觉传达效果，具有少有的视觉力度。他采用的方式是强有力的构成主义，并且兼而具有一个知识分子对于科学、工程强烈的兴趣和探索欲望在内。他的设计是通过简单的视觉传达科学原理，把设计内容以及对于观众的心理影响明确地、准确地和强烈地传达出来的杰出代表。在他的同代人当中，很少人能够达到他的这种视觉传达的高度。

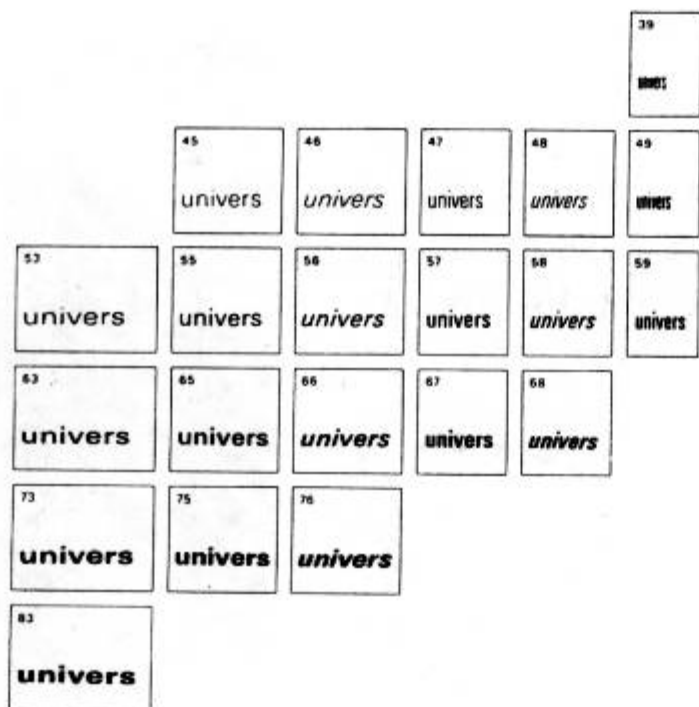
1968年，柏林市议会委托斯坦科夫斯基设计事务所为柏林市设计一系列完整的视觉标志，并且为柏林市发展出一套完整的视觉传达设计方案来。这套视觉标记包括柏林街头的路名招牌、重要建筑的标记、市政府的出版物设计方案，包括标准字体、标准标志、符号、代号、色彩计划等等，要求的中心是以完整的设计方案为柏林市政府树立一个完整的视觉形象。斯坦科夫斯基通过研究，发展出一套具有高度技术特征的视觉方案来，称为“技术元素”，包括基本的一条长横线和一条短直线，直线从横线上向上延伸，这种设计的基本架构不但简单明了，同时也具有当时被一分为二的柏林实际情况。“柏林”的名字是用朴实无华的中号无饰线体“阿克兹登兹·格罗特斯克”体(Akzidenz Grotesk)，不但准确、强烈，同时还有明确的象征意义。

### 3. 新的瑞士无饰线体字体系列的发展完成

50年代形成的国际主义平面设计风格的一个核心组成部分就是一系列新的无饰线字体的发展及广泛采用。20年代和30年代，已经有不少现代平面设计家探索新无饰线体的创造，包豪斯的几种常用字体就是无饰线体的。这些字体在二战后却被新一代的平面设计家否决了，他们认为20年代和30年代的字体从形式上依然有矫揉造作的地方，他们希望采用一种直截了当的新无饰线体，达到高度的、毫无掩饰的视觉传达目的。因此，他们开始采用上面提到过的阿克兹登兹·格罗特斯克字体体系(Akzidenz Grotesk fonts)。1954年，一个在巴黎工作的瑞士平面设计家阿德里安·弗鲁提格(Andrian Frutiger 1928—)在以上这种字体的基础上，创造了一套共有21个不同大小字号的新无饰线体，称为“通用体”(Univers)这21种字号主要基于字体的宽度、粗细、字体大小和倾斜来定。具有很科学的设计构思和安排。从字体的变化来说，除了大小，其实只有传统字体设计的三种方式，即普通体(regular)，斜体(italic)和粗体(bald)，因而十分工整规范。最小的到最大的字体尺寸相差7倍，传统的每种体号命名改用简单的号码代替，最基本的号是“普通体55号”，最小、最细和最紧密安排的是“普通体39号”，最大、笔画最粗的是“普通体83号”。这21种号的高度其实是同样的，不同的只是宽度和线的粗细，以及两个字母之间的距离疏密程度，因此，即使不同号的同种字体用在一起，也有一种清晰和和谐的关系，而不至于产生因为号不同而显现的形式冲突或者矛盾。弗鲁提格用了整整三年的时间来研究这种字体，力图使它完善。为了把他设计的“通用体”运用到印刷中，巴黎的德布尼-佩贡铸字工厂投入了20万个小时来雕刻、修改、手



12-11. 斯坦科夫斯基 1971 年设计的《柏林版面》杂志的封面，具有非常典型和标准的国际主义平面设计风格特点。



12-13. 弗鲁提格 1954 年设计的“普通体”，是国际主义平面设计在世界上影响最大的字体之一，奠定了现代无装饰线体的基础。

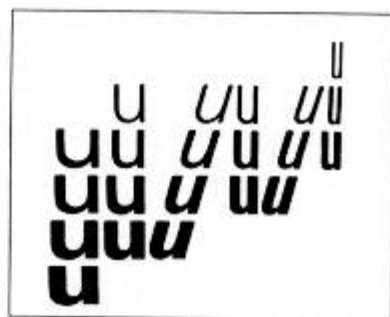
工铸造和定型这整个系列的“普通体”。最后生产出 3.5 万个字模，以生产用于正式印刷的“普通体”21 种号的全部的众多字粒，工作量相当庞大。

50 年代初期，瑞士的哈斯铸字厂（the HASS type foundry）的爱德华·霍夫曼（Edouard Hoffman）提出一度被放弃的旧无饰线体“阿克兹登兹·格罗特斯克字体体系”依然有它的长处，这种字体简单明快，并且在细节上又不失优异，是无饰线体中非常杰出的一个系列，不应该简单地放弃。所应该做的是通过重新细节设计的处理，修改它和完善它，使它能够为新时代的印刷和平面设计服务。霍夫曼与另外一个瑞士设计家马克斯·梅丁格（Max Miedinger）合作从事这个工作，他们创造出比“普通体”的高度略高一些的新无饰线体，以公司名称命名，称为“新哈斯-格罗特斯克体”（New HAAS - Grottesque）简称“哈斯体”。1961 年，新哈斯体在联邦德国由斯坦伯工厂（D. Stempel AG）正式出品，但是却改变了这种字体原来的名称“新哈斯体”，德国人的新名称是“赫尔维提加体”（Helvetica），这个名称是旧拉丁文“瑞士”的意思，用于瑞士的邮票上，德国人的意思是把这种瑞士人创造的字体称为“瑞士”，因此选择了“赫尔维提加体”这个字眼。这种字体设计得非常完美，大小、粗细、弧度、包括正副两方使用的各种变化的可能等等，都是无饰线体中最杰出的，因此，这种字体成为 50 年代到 70 年代当中最流行的字体，直到现在，也是最流行的无饰线体，任何电脑的字库当中必然有它的存在。这个命名虽然有其道理，但是对于创造这套字体的霍夫曼来说，是一个震惊，因为他从来没有设想过把自己创造的字体起这个名称。

自从 60 年代以来，直到 70 年代期间，“赫尔维提加体”不断被各国的设计家改进，加上了各种新的粗细不同的体例，各种斜体，各种细节润色，一方面使这种字体日益丰富，但是却使它同时逐步失去了“普通体”那种统一和完整的特征。直到 80 年代，“赫尔维提加体”被广泛采用于电脑字体之中，这个字体系统才又被再次改进，以便方便国际数码化的运用。

#### 4. 经典版面风格的设计大师——赫尔曼·扎夫

当德国设计家和瑞士设计家正在全力以赴地探索国际主义平面设计风格的时候，联邦德国却出现了一个非常突出，非常不同凡响的平面设计家，反而全力进行古典的、文艺复兴风格的版面设计探索，他就是著名的赫尔曼·扎夫（Hermann Zapf 1918—）。扎夫对于德国传统的平面设计大家鲁道夫·科什（Rudolf Koch）和爱德华·约翰逊（Edward Johnston）非常崇拜。扎夫是联邦德国纽伦堡人，16 岁作为学徒从事平面设计，主要的工作是修理照片版面。一年以后，他偶然得到一



12-12. 弗鲁提格 1960 年前后设计的布鲁诺-法佛利字体系列，是国际主义风格无装饰线体的一种。

Helvetica  
Helvetica Italic  
Helvetica Medium  
Helvetica Bold  
Helvetica Bold Condensed

12-14. 霍夫曼和马克斯·梅丁格于 1961 年设计的“赫尔维提加体”字体，是当代无装饰线字体中最普遍、最流行的基本标准字体。对国际主义平面设计风格在全球的普及起重要的推动作用。

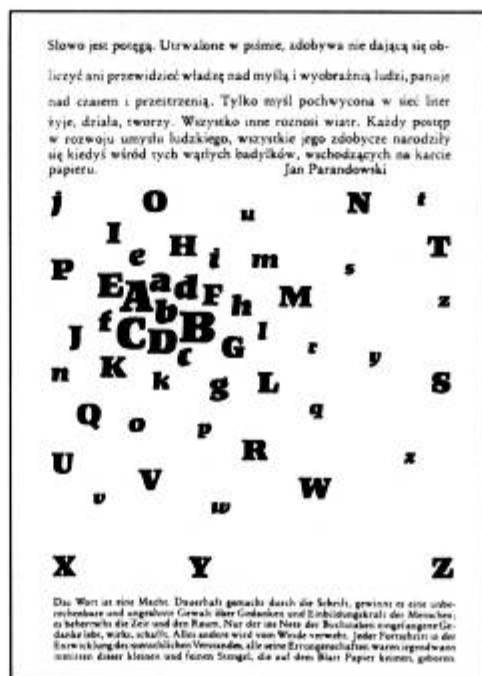


Palatino  
*Palatino Italic*  
**Palatino Semibold**  
**Palatino Bold**

Melior  
*Melior Italic*  
**Melior Semibold**  
**Melior Bold Condensed**

Optima  
*Optima Italic*  
**Optima Semi Bold**

12—15. 扎夫设计的三种字体：从上至下分别为：1950年的帕拉丁诺体；1952年的米奥体；1958年的奥帕迪玛体。这三种字体目前都依然得到非常普遍的使用。他在国际主义的功能主义基础上重新加入字体的装饰线，因而字体更加典雅大方。扎夫也因此成为20世纪影响最大的字体设计家之一。



12—16. 扎夫 1956 年设计的书籍《版面手册》的版面之一，这是二战后讨论版面和字体风格的重要著作。



12—17. 扎夫 1968 年设计的书籍《版面手册》的版面之一，可以看出他对于古典字体的承认立场。

本科什的著作《字体手册》( Das Schreiben als Kunstfertigkeit )，因此开始学习书法。科什的著作就成为他的课本。通过四年的严格自学过程，他掌握了字体和书法的基本全部要点，于是到科什的设计事务所工作。当时他才 21 岁。对于设计字体和从事版面设计工作很有主见。同年，他离开了科什的设计事务所，自己开业，以一个自由撰稿人的身份从事平面设计。

扎夫在 22 岁时就开始设计新的字体。这一年，他创造了 50 种左右的新字体，并且都通过斯坦伯工厂制造成商业使用的字粒。他长期严谨地练习书法，使他对于古典字体的细节变化中的微妙之处有很深的体会，因此，他设计的字体也都具有别人难以比拟的典雅细节特点。

扎夫在 40 年代和 50 年代期间设计的几种字体被视为字体设计上的重大发展，这些字体大部分现在还在广泛使用。1950 年设计的“帕拉丁诺体 (Palatino)”就是其中一种，这种字体比较宽，具有典雅和浪漫的细节特点，往往使人联想到经典的“威尼斯字体系列 (Venetian faces)”，这种字体同时也非常工整，兼有鲜明清晰的传达功能和人情化的细节特征，因而一直都受到平面设计师们广泛的欢迎。他设计的另外一种流行字体是 1952 年的“米奥体 (Melior)”这种字体与“帕拉丁诺体”具有相类似的典雅特点，当时更加强调纵向的特征，以及把以往较为横向发展的字体风格改变为基本方形的形式。1958 年他又创造了“奥帕迪玛体 (Optima)”，这是一种讲究的无饰线体，与以上两种字体相比较，奥帕迪玛体重在强调纵向的粗和横向的细的对比上，因而更加具有戏剧化的效果，这种纵横粗细的设计，其渊源在古代的一些字体之中。扎夫对于古代字体的深刻认识和对于 20 世纪技术发展的深刻了解，使他的字体设计达到一个兼有高度功能特点和优雅细节的高度，他是在国际主义平面设计风格高度强调功能主义，接近漠视人情味的时候，以他的设计来唤醒人们对于字体中浪漫情调的感受，表现出诗意特点的第一个设计家。

扎夫同时也设计其他的平面作品，他的书籍设计不多，但是都很有影响。他的《版面手册》( Manuale Typographicum ) 一书发表于 1954 年，1968 年再版，是他的设计风格集中的代表。这本著作一共两册，包括了 18 种文字的数百种字体，而他采用这些字体来印刷他收集的古往今来各种重要的平面设计，特别是版面设计家的语录，字体与同代人的语录配合，相得益彰，是一部不可多得的杰出作品。反映了扎夫对于字体与字体产生的历史背景、设计家的思想内容和设计倾向的关系的重视和强调，表现了他在平面设计上明确的、严肃的历史观。为后来的设计趋向严肃发展，为平面设计上的历史观树立起到重要的奠基和启迪作用。

## 5. 瑞士巴塞尔和苏黎世的平面设计发展

瑞士是第二次世界大战前后世界最重要的平面设计中心之一，其中又以巴塞尔和苏黎世两个城市最有声有色，对国际主义风格的形成，起到重要的促进作用。这两个城市相距只有 70 公里左右，位于瑞士的北部，因为距离很近，设计界之间的关系和交往非常密切，成为一个设计中心地区，涌现了不少重要的平面设计师。

在众多的瑞士平面设计师中，艾米尔·路德（Emil Ruder 1914—1970）是一个很突出的人物。他很早就开始在苏黎世艺术与工艺学校（the Zurich School of Arts and crafts）学习设计，发展出自己对于平面设计的技术和立场来。

1947 年，在战争结束后不久，路德成为巴塞尔设计学院（Allgemeine Gewerbeschule, the Basel School of Design）的教员，担任版面设计教学，一直到 1970 年他去世为止。他在教学中要求学生尽量在功能与形式之间达到平衡，如果字体失去了传达功能，就失去了任何存在的意义。因此，无论是在版面设计上还是字体设计上，高度的可读性（readability）和易读性（legibility）是关键，是设计的原则和出发点。他在版面设计教学中强调学生注意版面上空白区域，或者称为“负面”区域，训练学生不仅仅注意实在的形式，而且要注意衬托实在形式的虚部，这是设计教学中的一个非常重要的发展。他认为提高学生和设计人员对于虚的部位、对于空白地区的敏感性，是平面设计教学的重点之一。这种重视，不仅仅包括平面上的大块空白区域，也包括字与字之间的距离，这种对于空白的强调，其实兼具有功能意义和美学意义，是把功能与形式达到高度吻合的设计努力的方法之一。

路德自己在设计上也非常注意设计因素之间的和谐关系和功能鲜明的特征，他主张采用规整的方格网络作为平面设计的基础系统结构，把平面设计的各种因素——文字、插图、照片、标志等等安排在这个系统架构之中，达到功能与形式的和谐，达到统一中的多样性和变化性。路德是最早认识到“普通体”这种新字体的重要性的平面设计师，他注意到这种新字体的优秀特点，特别是简明和清晰的传达功能，认为这种字体能够达到他的主张的目的。他和他的学生们反复利用这种字体进行各种放大、缩小、正负、变形等等的运用试验，并且把试验的成果运用到实际的设计项目中去，对于探索“普通体”的潜力和运用可能性起到很大的促进作用。

路德的设计方法论、设计思想和设计教育思想集中在他 1968 年出版的著作《版面设计：设计手册》（*Typography: A Manual of Design*）上，这本著作迄今依然有国际性的影响，在西方各个国家的平面设计界和设计学院中很受重视。

另外一个重要的瑞士平面设计师是阿明·霍夫曼（Armin Hofmann 1920—）。霍夫曼是在苏黎世受教育的，在艺术学院毕业之后，他曾经在几个设



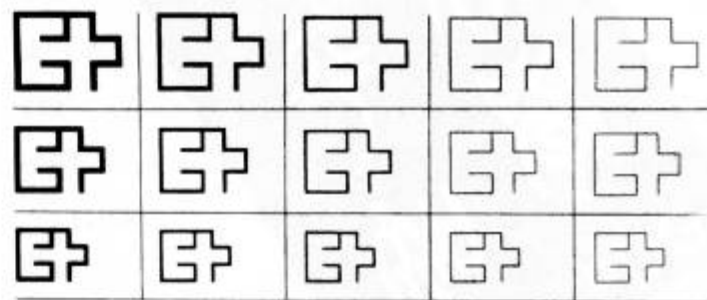
12—18. 瑞士的巴塞尔和苏黎世是第二次世界大战之后奠定国际主义平面设计风格的中心，涌现了一批重要的平面设计师。这是瑞士平面设计师艾米尔·路德 1967 年设计的《版面：设计手册》一书中的达达主义风格诗歌版面，表明在 60 年代中期之后，达达主义风格重新得到设计界的重视。



12—19. 霍夫曼 1975 年为瑞士一个中学设计的以字体组成的浅浮雕装饰。

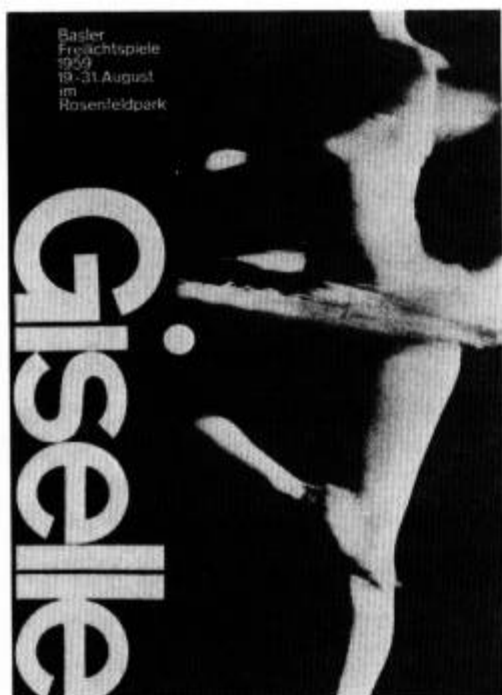


12—20. 阿明·霍夫曼 1954 年设计的巴塞尔市剧院的标志。



12—21. 霍夫曼设计的瑞士 1964 年国家博览会的标志。由两个基本图形组成：字母“E”代表展览，十字架是瑞士的国家标志（瑞士的国旗是十字图案的）。





12-22. 霍夫曼 1959 年设计的巴塞尔剧院演出的芭蕾舞《吉赛尔》的海报。



12-23. 霍夫曼 1962 年为美国最大的办公家具企业之一的赫尔曼公司设计的海报。



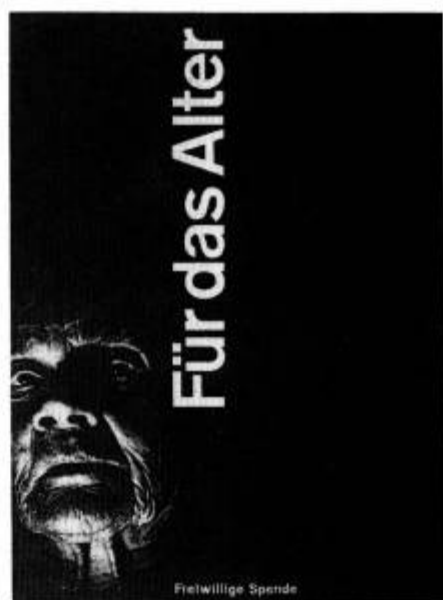
12-24. 霍夫曼 1969 年为一个抽纱公司设计的海报。

计事务所工作，他也是从 1947 年开始在巴塞尔设计学院开始从事平面设计教学。与此同时，他和夫人多罗西·霍夫曼（Dorothe Hofmann）共同开始了一个平面设计事务所。他在设计中和设计教学中特别强调美学的原则，强调功能好前提下的形式美。随着时间的推移，霍夫曼发展出自己的平面设计哲学原则来，他逐渐把设计的重点放到对于平面几个基本元素上，特别是点、线、面的安排和布局，而不再以图形为设计的中心。他在教学与设计，都强调设计功能和形式，设计中的各种因素的综合、平衡、协调、和谐。他认为平面设计中不同元素的对比和统一，是设计中如同呼吸一样重要的关键。所谓的对比，包括了明与暗、曲与直、正与负、动与静等等，一旦这些元素的对比达到平衡，设计也就达到完美的地步。与音乐、绘画、舞蹈相比，设计对于形式因素的对比和平衡的处理，对于这些因素处理后达到的完美可能，应该是最理想的。

霍夫曼的设计范围非常广阔，包括海报设计、广告设计、商标设计、企业形象设计等等。他设计的一系列海报，都体现了他提出的各种元素统一、对比、和谐、平衡和美的思想和设计立场。1965 年，霍夫曼出版了自己的著作《平面设计手册》（*Graphic Design Manual*），在这本书中完整地阐述了自己的设计思想和方法，也是一本具有国际影响的著作。

自从 40 年代末开始，苏黎世的一些设计家也与上述几个巴塞尔的设计家一样，投入探索新的平面设计风格的活动，成为瑞士国际主义平面设计的重要奠基人。他们中包括有卡罗·维瓦莱利（Carlo L. Vivarelli 1919—）等人，其探索的方式与巴塞尔设计师非常相似。

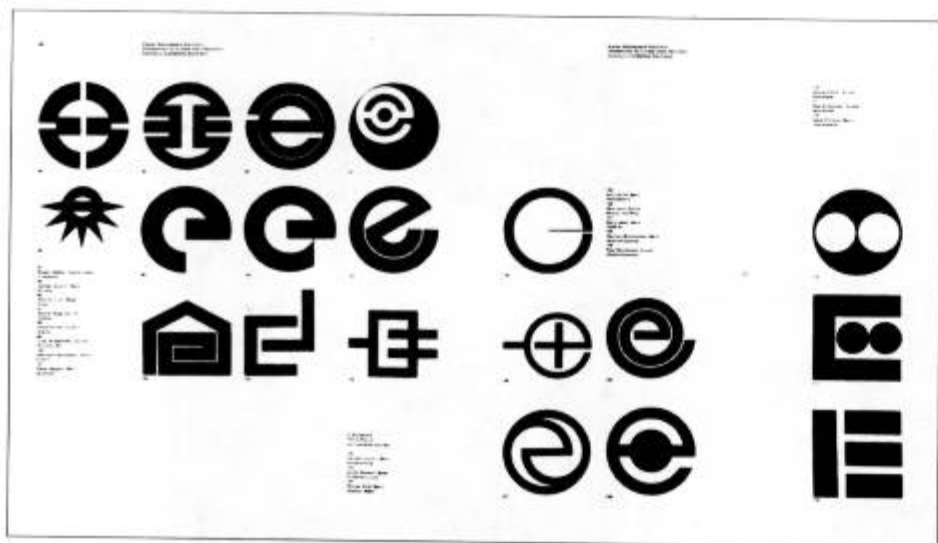
瑞士的国际主义平面设计风格是 1959 年瑞士出版《新平面设计》杂志（*New Graphic Design, Neue Grafik*）时真正形成气候的。这本刊物是由卡罗·维瓦莱利和其他三个巴塞尔设计家联合为中心发行的，这另外三个人是理查·罗斯（1902—）和约塞夫·穆勒-布鲁克曼（1914



12-25. 卡罗·维瓦莱利 1949 年设计的“为老年人”的海报。



12-26. 穆勒-布鲁克曼 1953 年设计的《今日美国图书》海报，体现了完整的国际主义平面设计风格特点。



12-27. 汉斯·纽伯格1962年设计的《新平面设计13》刊物的一页，提出企业标志设计的一系列不同方案。

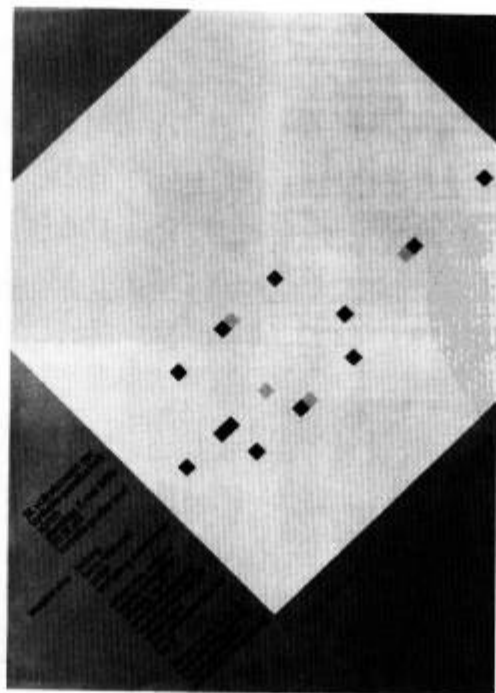
一)，汉斯·纽伯格（1904—）。这本采用三种文字（英文、法文和德文）发行的刊物成为瑞士国际主义平面设计风格的基本阵地，成为国际主义平面设计风格的中心和发源地，在平面设计史中具有重要的作用和意义。这本刊物的最重要作用在于把瑞士设计家的探索、试验、设计哲学和设计观念、新的瑞士平面设计方法论传达给世界各国的设计界，从而影响世界各国，促进瑞士平面设计风格成为国际主义风格。

逐步成为国际主义平面设计风格的精神领导的是约塞夫·穆勒-布鲁克曼（Josef Muller-Brockmann, 1914—）。他是瑞士最重要的平面设计师、版面设计家和设计教育家之一。他原名为

约塞夫·玛利奥·穆勒（Josef Mario Muller），1942年改名约塞夫·穆勒-布鲁克曼，他在1967年还改过一次名字，称为穆勒-约西卡瓦（Muller-Yoshikawa）。他的最重大成就是参与奠定瑞士国际主义平面设计的基础，并且通过设计实践使这个风格在世界广泛流行和使用。他原来是学建筑的，之后又学习艺术史，在苏黎世大学和苏黎世艺术学院（Kunstgewebeschool in Zurich）完成学业，有良好的教育背景。1934—1936年，他在苏黎世给一个设计师当学徒，1936年自己开设了自己的设计事务所，专门从事平面设计和展览设计，也兼摄影工作。他的设计思想是追求绝对的设计，主张非人格化，系统化，规范化和工整的原则，主张设计以传达功能优秀为最高目的的宗旨。为了达到传达的目的，设计家个人的偏好、顾客的特殊要求、宣传的压力都应该漠视不顾，唯一重要的是设计反应的时代感，现代感。设计应该具有杰出的、充满活力、生动的传达功能。早在战争以前的一些海报设计已经体现出他的这种设计倾向。他在50年代设计的平面作品，特别是海报设计都具有这个特点。1951年，他设计了苏黎世汤豪勒-格什沙夫特音乐会（the Tonhalle-Gesellschaft, Zurich, 1951）的海报，突现了他强烈的瑞士国际主义平面设计特点。他的平面处理都非常简明扼要，既有高度的视觉传达功能性，又有强烈的时代感，紧张、明晰。他采用的摄影资料，都把摄影本身变成设计的元素处理，赋予摄影以新的功能。他的摄影拼贴都非常强烈，并且结构简单，突出



12-28. 穆勒-布鲁克曼1960年设计的反噪音海报，是平面设计为社会公益服务的重要体现。



12-29. 穆勒-布鲁克曼1970年设计的音乐会海报，体现了高度理性化的国际主义风格。



12-30. 穆勒-布鲁克曼1954年设计的瑞士汽车俱乐部海报，以伸出的手掌表示企业的友好态度。



主题，能够使观众一目了然的了解海报传达的内容。1958年，他成为瑞士的《新现代设计》杂志的发行人和主要编辑。这份用三种语言文字发行的期刊，把瑞士国际主义平面设计风格传播到世界各国，促进了国际主义平面设计的普及和流行。1957—1960年，他被委任为苏黎世艺术学院的教授，他同时于1963年在德国当时最重要的设计学院乌尔姆设计学院（the Ulm Hochschule für Gestaltung）担任教学。因为他在设计上的成就，他被美国和日本的学院邀请去作过客座教授，进行过多次的国际性讲学，对于传播平面设计的国际主义风格起到重要的促进作用。

约塞夫·穆勒-布鲁克曼强调设计的社会使命，强调设计的社会功能，在这一点上，他与包豪斯的奠基人一样，具有鲜明的现代主义设计运动的色彩，是一个主张社会工程目的具体平面设计家。他在60年代设计了苏黎世国际机场的视觉传达系统（the SIGNAGE system, Zurich airport, late 1970），70年代又设计了瑞士的联邦铁路视觉传达系统（Swiss Federal Railways, SBB）。都具有很高的功能性和简单易懂的社会服务目的性，是他的设计哲学的最好范例。

约塞夫·穆勒-布鲁克曼作为一个教授，也出版了不少重要的平面设计著作，其中比较重要的有《视觉传达史》（History of Visual Communication, 1971），《海报史》（History of the Poster, 1971）等等。

另外一个对于树立和发展瑞士国际主义平面设计风格有重大贡献的瑞士设计家是西格菲尔德·奥德玛特（Siefred Odermatt, 1926—）。奥德玛特是自学成才的设计家，曾经跟随苏黎世的一个广告设计师当学徒，了解设计的整个过程。1950年开设自己的平面设计事务所。他与苏黎世艺术学院毕业的平面设计家罗斯玛利·提西（Rosmarie Tissi, 1937—）合作从事设计，1960年成立了奥德玛特-提西设计事务所。他们的设计中心是企业形象、海报、书籍等，他们是瑞士国际主义平面设计风格的最重要促进人和推广人之一，他们的设计也采用非对称性、强烈的简单色彩对比、无装饰线字体这些基本的国际主义风格特点，但是，他们在版面编排上比较生动，不是刻板地完全按照这个风格进行设计，比如文字安排时常有倾斜的趋向，利用版面创造活跃的效果，因此，他们的设计为日后的后现代主义平面设计的发展奠定了意想不到的早期基础。奥德玛特还设计了一系列的字体，包括“古董古典体”（Antiqua Classica, 1971），“马拉布体”（Marabu, 1972），“索诺拉体”（Sonora, 1972），“明达瑙体”（Mindanao, 1975）等等。他在七八十年代成为世界最著名的设计家之一，他在纽约、德国、华沙都举办过个人展览。

第二次世界大战结束之后，世界经济开始逐步复苏，到60年代之后，国际贸易剧增，一些巨型



12—31. 奥德玛特 1957 年设计的药品公司广告。



12—32. 美国在 50 年代末和 60 年代受瑞士产生的国际主义平面设计风格影响，从而在设计上逐渐转变为国际主义风格。这是美国平面设计家提西 1965 年设计的电话公司海报。

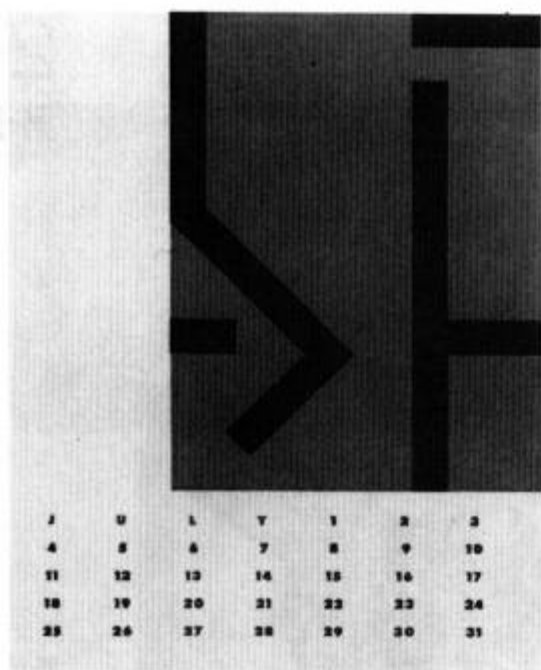
的国际公司、跨国公司在世界数十个，乃至上百个国家进行商业运作，因此迫切需要能够为国际交流起积极沟通、促进作用的新平面设计，瑞士的国际主义平面设计就正是为适应这种需求而产生和发展起来的，因而，一旦出现，立即得到国际企业的欢迎，并且大规模的进入全球性的使用阶段。这是其他任何一个平面设计风格都没有过的世界性的普及和推广，原因是它适合了经济发展和社会发展的需求。瑞士国际主义平面设计风格迄今依然得到广泛的采用，是世界平面设计风格中最重要的—种。

## 6. 美国的国际主义平面设计

瑞士的国际主义平面设计在美国引起很大的震动，作为二战后最强大的经济大国，美国的大型企业早在50年代已经开始了它们的全球性经济扩张和海外延伸，因此，它们都急需一种能够促进国际之间交流的平面设计风格，瑞士国际主义平面设计风格恰恰是在这个时刻能满足他们需求的传达工具。因而这个风格在美国立即得到高速的发展和极其广泛的运用。

最早促进瑞士和欧洲的国际主义平面设计在美国的发展的是一个年轻的平面设计家诺尔·马丁(Noel Martin, 1922—)。马丁在二战前受过正规的美术教育，战争期间参加美国军队，一直到战争结束后退伍。他于1947年开始在美国的辛辛那提美术馆(the Cincinnati Museum of Art)担任平面设计工作，这个博物馆有一个小小的字体铸造工厂和印刷工作室，马丁在那里进行大量的平面设计试验和探索。他对于欧洲当时开始发展的国际主义平面设计风格非常感兴趣，因此花了大量的时间泡在博物馆的图书馆中阅读瑞士和其他欧洲国际的设计书刊，通过一段时间的研究，他比较准确地把握了瑞士国际主义平面设计的精髓，他利用这个风格设计博物馆的展览，设计博物馆的刊物和海报，放弃了美国当时流行的写实插图为中心的平面设计方式而采用了瑞士国际主义的简单、明确、视觉传达准确的特点，因而产生了一系列完全不同的新设计，得到博物馆的负责人和广大观众的一致好评。马丁并不完全墨守成规地模仿瑞士国际主义风格，他在字体运用上也采用比较典雅的卡斯隆体，甚至维多利亚体例，原因是他强调设计必须与主题吻合，如果展览的内容是古典的、维多利亚的，他就必须在设计上体现这种风格，设计家是为主题服务的，而不是风格的奴隶。因此，虽然马丁把瑞士国际主义风格介绍到美国，但是他本人并不是一个循规蹈矩的国际主义平面设计的跟随者，他具有自己独特的设计见解。

另外一个对于把瑞士国际主义平面设计风格介绍到美国，并且通过自己的设计实践推广这个风



12—33. 马丁于1954年设计的挂历，体现了美国对于瑞士发展起来的国际主义平面设计的接受和认同。



12—34. 马丁于1960年设计的关于国际问题的书刊《我们身在其中的战争》的一页，是美国国际主义平面设计的集中体现。



12—35. 哈拉克1961年设计的《巴赫音乐会》唱片套封面，是美国采用国际主义平面设计风格的体现。





12-36. 哈拉克 1964 年设计的《行政控制技术》一书的封面，利用简单的几何图形演变作为设计的基础，是国际主义风格常用的方法。



12-37. 哈拉克 1956 年设计的为美国刊物《老爷》设计的版面。

格的是洛杉矶的平面设计家鲁道夫·德·哈拉克（Rudolph de Harak, 1924—）。他是自学成才的设计家，1946年在洛杉矶开设自己的平面设计事务所，4年以后，他迁移到纽约开业，1952年在纽约成立哈拉克设计事务所。他在纽约期间，接触到大量的欧洲的，特别是瑞士国际主义平面设计作品，对于那种高度的次序性和理性编排非常感兴趣。特别对于版面结构的平稳安排，视觉传达的准确和干净利落的风格，印象深刻，因此开始有意识地在自己的设计中运用。他的风格与瑞士国际主义平面设计风格非常相似，都具有简单明了、结构清晰、传达准确的特点。他采用字体或者简单的图案形成的象征性形象作为海报设计的主体，文字安排有序。他在50年代到60年代设计的平面作品都具有这个特色。他为美国的《老爷》（*Esquire*）杂志设计的一系列版面和封面，都具有这个明确的设计倾向。

哈拉克高度强调平面设计的简明扼要特点。他在设计上采用方格网络结构来组织平面设计的各种因素，因此他的所有设计都有条不紊、井井有条，完全在方格的规范之中。他在后来也采用了大量的摄影拼贴方法从事设计，即使是照片拼贴，他也把它们安排在自己的工整的方格网络里面，他在50年代末和60年代为美国的“威斯特敏斯特唱片公司”（the Westminster Record）设计的一系列广告和唱片封套上，体现了这种利用照片拼贴和方格网络统一的手法。但是，瑞士国际主义平面设计家们习惯使用的阿克兹登-格罗特斯克字体在美国还没有办法找到，因为美国的字体铸造工厂都还没有生产这种新字体，因此哈拉克不得不到欧洲定造字体来使用，以提高自己设计的水准。由此看来，他在设计上是非常严谨和认真的。

60年代，哈拉克为美国最大的书籍出版公司麦克格罗系（McGraw-Hill）公司设计了一系列书籍封面，总数达到350本之多，他完全采用自己的方格网络体系和照片拼贴方法进行，整套书不断具有内在的联系和整体感，同时在风格上也具有当时世界最新的设计特征——国际主义风格设计。比如他1964年为这个出版公司设计的《个人与心理治疗》（*Personality and Psychotherapy*），采用纵横编排，色彩非常鲜艳，对比强烈，具有浓厚的国际主义平面设计风格特色，广受读者的欢迎。他的书封面设计在美国产生了相当大的影响，不少年轻设计家竞相仿效他的设计，使这种风格得到进一步的流传。

由于这些先驱的努力，瑞士国际主义平面设计风格从50年代开始在美国开始流行，一直延续了20多年，直到70年代才开始式微。在众多的设计家和设计团体中，麻省理工学院（the Massachusetts Institute of Technology, MIT）的平面设计小组起到很重要的促进作用。1950年初，麻省理工学院成立了平面设计小组，处理学院的大量出版物的设计，这是美国高等院校最早开始重视平面设计对于教学促进的开端，这个学院的设计小组是由贾贵林·凯西（Jacqueline S. Casey, 1927—）担任



12-38. 科朋1972年设计的麻省理工学院爵士乐队海报，完全采用字体的编排，表现爵士乐的韵律。



12-39. 凯西1974年为麻省理工学院设计的参观学院日海报。



12-40. 萨克斯1968年设计的犹太博物馆艺术展览海报。

主任的，其中的设计成员包括有拉尔夫·科朋（Ralph Coburn, 1923—）、迪玛特·温克尔（Dietmar Winkler, 1938—）等人。他们坚持运用方格网络作为设计的基本结构，把复杂的图形、文字、插图统统规范在这个网络中，因而达到高度的次序性和严谨性，对于高等院校的严肃文字传达来说，是最恰当的设计方式。这个小组到1971年才结束工作，由其他新成立的设计部门代替。

麻省理工学院的这个设计小组设计了大量的与教育事业有关的海报，他们的设计基本上全部没有写实的图形，采用的简单的字体组合，或者简单的几何体系组合或者变形达到的强烈平面效果。这些海报都是设计在校园内张贴的，因此具有非常强烈的学院品味。严肃、学术性强，强调海报所传达的科学技术内容和学术内容，比如温克尔1969年设计关于电脑程序课程的海报，就具有强烈的电脑程序编排的形式特点，所采用的只是字体的反复重叠，效果很好。

美国采用了瑞士的国际主义平面设计风格之后，设计家开始能够把复杂的视觉资料通过这个科学的体系转变为简单、明确、通俗易懂的平面设计品，这个从欧洲来的借鉴，极大地提高了美国科学技术出版物的普及和推广，对于美国的科学技术和工业生产，都有很大的、积极的促进作用。

60年代末到70年代，继续采用这个风格从事设计的主要人物有青年设计家阿诺德·萨克斯（Arnold Saks, 1931），他继续采用简单明确的瑞士国际主义平面设计风格，设计了大量的广告和海报，比如他设计的一些展览海报，基本是利用非常简单的几何图形来进行变形处理，视觉效果非常强烈，受到美国群众的广泛欢迎。瑞士国际主义平面设计风格在美国短短的几年时间，就成为美国最主要的平面设计风格，垄断美国平面设计界达20多年，其中的原因，主要是它符合了美国经济发展的需求。



12-41. 凯西1967年设计的海洋工程规划的宣言封面。



12-42. 温克尔1969年设计的电脑程序设计课程的海报。



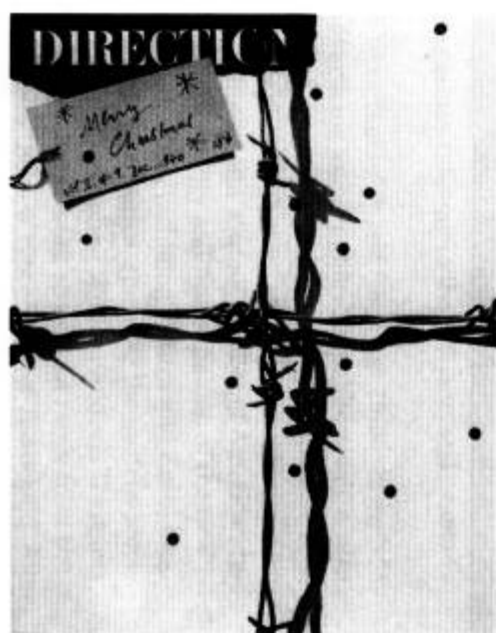
## 导言

美国在20世纪30年代以前，基本不存在现代主义设计运动，在平面设计上更加显得比欧洲落后，正是欧洲的现代平面设计师，因为躲避第二次世界大战的战火大批逃亡到美国，把欧洲的现代平面设计带到了美国，从而刺激了美国现代主义平面设计的发展，形成了美国最早的现代平面设计队伍。这些美国设计家在欧洲的现代主义基础上从事自己的设计，逐步形成基于欧洲现代主义设计面貌的，但又兼有自己的特色的风格来，这是美国本身的平面设计运动的真正开端。

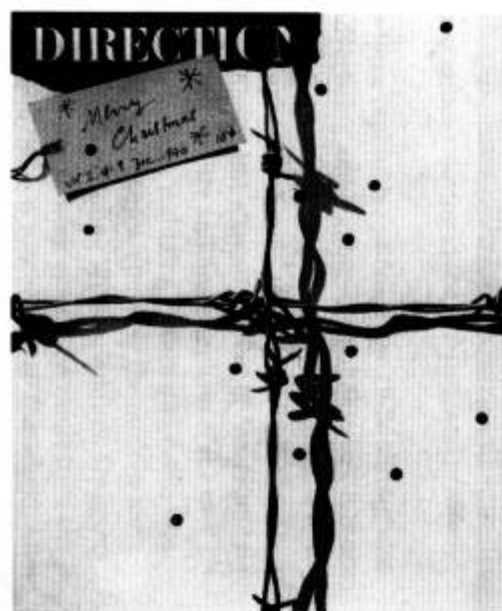
欧洲的现代主义平面设计的基本特点是把设计进行理性化的处理，达到高度的视觉传达功能，取消大部分装饰，采用无装饰线字体，采用非对称的版面编排，甚至采用方格网络的基本结构来从事版面设计，从而达到高次序性的设计特点。这种设计，一方面适合了现代社会的节奏和传达需求，但是却在另外一方面产生了比较刻板的设计面貌。因为普遍采用一个系统的设计方法，因此作品雷同的感觉非常强，这种情况，是与美国人的天生的乐天个性有所不吻合的。美国是一个由多个国家的移民组成的新国家，历史短暂，没有欧洲国家那种所谓悠久的民族传统，因而在设计上，美国人比较讲究传统和文化根源，他们重视设计的良好功能，设计的经济效应，同时也希望设计能够使他们感到开心，对于美国人来说，设计具有的某种乐天的特点，是他们喜爱的。特别在平面设计上，他们显示出比世界上任何一个民族都更加强烈的乐天倾向和爱好。设计史家修·阿德赛·威廉斯在他的著作《世界设计——设计中的民族主义和全球主义》(Hugh Aldersey - Williams: *World Design, Nationalism and Globalism in Design*, Rizzoli, New York, 1992)一书中特别提到美国人的这种个性特色。他举例说明美国人与欧洲人在对待平面设计上如何不同：欧洲公路是不许停车的标志都非常简单，大部分是一个英语的“停”(park)字的首写字母“P”加上一条划过“P”字母的红色斜线，意思是“此处不许停车”。大部分欧洲人就会安分守己的遵守规则了。美国人倒不是不守规则，但是在从新泽西州进入纽约曼哈顿的“荷兰隧道”的公路上，美国交通管理部门却不仅仅树立了这种“不许停车”的简单路牌，而是连续树立了三个牌子，第一个说“此地不许停车(No Parking Here!)”，接着就是第二块牌字，写着“我们是认真的(We Mean It!)”，本来已经非常啰唆了，但是，快到隧道入口，又出现第三块牌子，写着“你绝对想都不要想在这里停车!(Don't Even Think of Parking Here!)”。阿德勒·威廉斯感叹说：世界上是没有哪个国家的人民会在平面标志设计上充满如此生动活泼和游戏性的动机的。这个例子，可以说明为什么美国设计家对于欧洲传来的现代主义设计风格会进行改良，原因是社会的需求，大众的需求与欧洲的有很大的区别。

第二次世界大战的爆发，基本摧毁了欧洲作为现代艺术和现代设计中心的地位。战争以前，现代艺术和现代设计的中心是法国和德国，巴黎在1900年到1930年期间成为许多现代主义艺术运动的发源地，立体主义、野兽派、达达主义、纳比派等等，而德国则是欧洲现代主义设计集大成的核心。第二次世界大战以后，这两个核心都被彻底破坏了，除了少数依然滞留在欧洲的现代艺术家和设计家之外，大部分杰出的艺术家和设计家都逃出欧洲，来到美国。因此，纽约突然成为世界现代艺术和现代设计的中心，这个地位的转变，促使美国的艺术和设计发生很大的变化。

因此，40年代是美国现代设计的最重要转折阶段，一方面，美国设计界开始全面接受欧洲现代主义设计的风格；另外一方面，他们却又开始对欧洲的现代主义设计进行改良，以适合美国大众的需求，这样的努力，形成了美国自己的现代主义设计风格。这个试验主义在纽约进行，因为当时纽约聚集了美国最大数量的设计师，而欧洲来到美国的大部分设计家也都集中在纽约，因此纽约成为美国现代设计的一个最重要的发源地，形成了自己的独特的设计风格，逐步形成所谓的“纽约平面设计派”(The New York School)。纽约平面设计派的出现，是美国平面设计真正形成自己系统的、独立的设计风格，同时又能够与在欧洲产生的现代主义、国际主义平面设计风格相辅相成，互相补充，共同形成五六十年代国际设计风格的设计运动。因此，它不但在美国平面设计史上具有重要的



13-1. 纽约派的主要设计家兰德1940年设计的《方向》杂志封面，已经具有他的典型设计特点：采用强烈的对比手法的倾向。这个封面设计通过对比象征性的手法表现了当时战争的阴影。



13-2. 兰德1946年设计的《爵士方式》杂志封面。



13-3. 兰德1953年设计的单色封面设计，采用非常趣味的手法，达到突出的艺术和设计效果。

意义，同时在世界现代平面设计史上，也是重要的、不可忽视的一页。

## 1. 纽约平面设计派的先驱

纽约平面设计派的最重要奠基人和开创人，毫无疑问地应该是美国设计家保罗·兰德（Paul Rand, 1914—）。兰德具有很高的艺术和设计天赋。兰德于1929—1932年期间在纽约的普拉特学院（the Pratt Institute）学习设计，之后转到帕森斯设计学院（Parsons School of Design）学习，学习时期是1932年到1933年，最后，在1933—1934年，他又到比较普及的纽约艺术学生联盟（the Art Students League）进修设计，跟随杰出的设计家乔治·格罗斯（George Grosz），他学习到平面设计的实质内容。在学校企业，他还得以接触到大量的欧洲设计刊物，因此比大部分美国当时的设计家对于国际设计运动有更深刻的了解。他在23岁开始自己的平面设计生涯，从一开始，他就显示出与众不同的设计才能。他与当时大多数美国平面设计家不同，并不喜欢当时流行的通俗风格。他非常注意欧洲设计家当时的探索，特别是包豪斯设计学院的教授保尔·克利和康定斯基的设计创作和设计思想。对于欧洲当时的立体主义艺术也非常感兴趣。他对于欧洲设计的兴趣，却没有导致他完全模仿欧洲现代主义平面设计的完全理性、刻板的设计风格。他认为平面设计是针对各种各样的观众的，并不是单纯针对具有教育背景的知识分子，因此，设计是虽然应该遵循功能主义、理性主义的高度次序性，版面结构应该有条不紊和逻辑性，但是，平面设计的效果同时也应该是有趣的、生动的、活泼的、引人注目的、使人喜欢的。所以他很早开始采用照片拼贴等等欧洲设计家创造的方法，组成既有理性特点，又有生动的象征性图形的新的设计风格来。兰德对于平面设计的各种因素都给予高度重视，特别是色彩、空间、版面比例、字体、图形和其他视觉形象的布局等等。对于他来说，设计就是把这些复杂的因素以和谐、能够达到最佳的传达目的的方法组合在一起。他很早就开始为美国的一系列大型杂志刊物设计插图和封面，比如《老爷》、《服装艺术》（Apparel Arts）、《肯》（Ken）、《科罗涅特》（Coronet）、《玻璃包装》（Glass Packer）等等。在这些设计上，他的这种风格得到淋漓尽致的发挥，深受当时的美国读者欢迎。

1941年到1954年期间，兰德为美国的温特劳伯（the Weintraub advertising agency）广告公司担任设计，这是他开始把自己从杂志书籍设计上发展起来的新风格延伸到广告设计上的开端。他与公司的一个专门负责文稿计划的专家比尔·伯恩巴赫（Bill Bernbach）合作，把广告设计发展到非常生动和流畅的水平。同时开创了广告公司当中平面设计家和文稿人员组合设计的先例。他们在合作期间，曾经为一系列大公司设计了很多成功的广告，包括百货公司奥赫巴赫（Ohrbach department store）的促销广告系列。在这些设计当中，兰德把照片拼贴的图形、或者绘画插图、简单明确的文字标题、活跃而井然有序的版面编排、企业标志和企业形象完美地统一在一起，达到美国同类设计当时最高的水平，也展示了一种新的设计途径：欧洲的现代主义平面设计与美国的插图型的平面设计之间并没有完全势不两立的隔阂，如果设计家具有才能和天赋，具有对这两种设计的深刻理解和掌握，它们是可以结合的，并且结果是相当理想的。

兰德从1954年离开广告公司之后，开始自己开业从事设计。他的设计重心也开始从广告海报、书籍杂志转移到企业形象设计上。他为美国许多企



业,其中包括美国许多大企业设计了标志和系列的企业形象,比如他1956年设计的“国际商业机器公司”(International Business Machine, IBM)的企业总体系统,1960年设计的“西屋电器公司”(the Westinghouse Electric Corporation)的企业形象,美国的“联合快递公司”(United Parcel Service),“美国广播公司”(American Broadcasting Company, ABC)的总体企业形象等等,得到社会的一致好评。1946年,兰德出版了包括他的大量企业形象和其他平面设计的《设计的思想》(Thoughtson Design),其中的大量设计体现了他的设计思想,包括了80多个他设计的项目,这本书在美国和世界的平面设计界立即引起广泛的注意,产生很大的影响。与此同时,他还担任了许多大企业的设计顾问,负责这些企业的整体设计形象和设计形象的运用。对于促进企业总体形象设计起到重要的作用。

兰德对于设计的深刻了解,使他能够掌握把普通变成非凡、把简单变成复杂、把复杂变成简明的设计能力。他的设计充满了一般设计家不敢采用的特殊对比,红色和绿色的混合使用,简单的几何图形和复杂丰富的有机图形的混合使用,照片拼贴和平淡无奇的大色块的结合,等等,都达到非常强烈的视觉效果。他在1968年为《美国平面艺术学院》(the American Institute of Graphic Arts)杂志设计的封面,利用绿色在整个封面的底色,其中开了几个象征小丑面谱的口,通过这几个“洞”,可以看见“洞”后面的代表“美国平面艺术学院”的鲜红色首写字母。活泼生动,而且色彩强烈,是代表他这个时期设计风格的典型作品。

兰德是一个具有学者风度的设计家,他在纽约的“库柏联盟”(Cooper Union,纽约的一个美术学院)、普拉特学院讲课,1956年被耶鲁大学设计系聘任为教授。1985年,他出版了自己的第二本著作《保罗·兰德:一个设计家的艺术》(Paul Rand, A Designer's Art),成为平面设计界重要的参考资料之一。

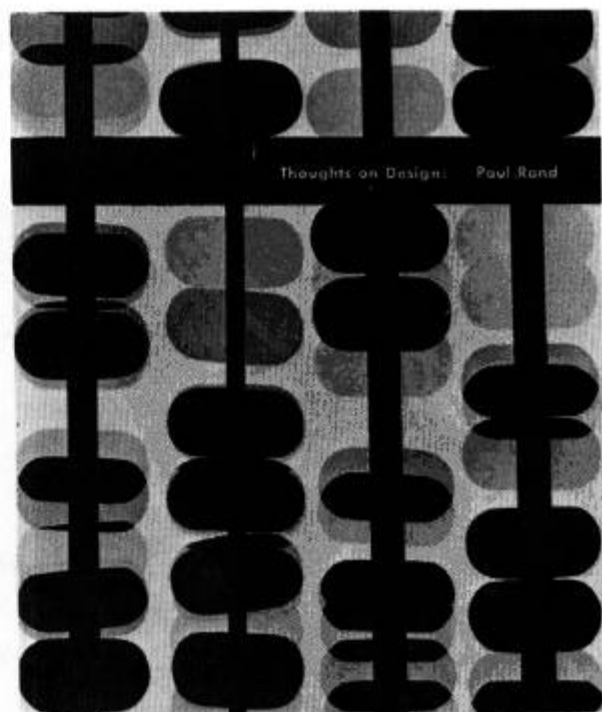
受到保罗·兰德的将欧洲现代主义平面设计和美国生动的表现结合起来的方法影响,青年设计家阿尔温·鲁斯提格(Alvin Lustig, 1915—1955)成为“纽约平面设计派”的另外一个重要代表人物。鲁斯提格于1934年到1935年期间在洛杉矶的“艺术中心设计学院”(Art Center College of Design)学习平面设计,掌握了平面设计的方法。他毕业以后曾经在这个学院教书,在这个学校培养出了美国杰出的平面设计家路易·丹辛格(Louis Danziger, 1923)。他除了从事平面设计之外,还同时从事了建筑设计、室内设计等等不同的设计工作,是少有的多才多艺的设计家。1945—1946年期间,他开始在洛杉矶和纽约两个城市之间来回活动,1946年,他受聘于纽约的《展望》(Look)杂志,担任这份杂志的平面设计,因此离开了洛杉矶,参加到纽约的设计界去。他在纽约受到包括兰德在内的新一代美国平面设计家影响,在设计上开始自己的探索,他设计了大量杂志的版面、封面,其中包括《纽约》(New York)、《午间新闻》(Noonday Press)、《艺术文摘》(Art Digest)、《工业设计》(Industrial Design)等等。与此同时,他开始设计其他的平面内容,包括唱片封套、书籍的外套页、企业和产品的标志,还有相当数量的企业形象总体设计项目。鲁斯提格的设计比



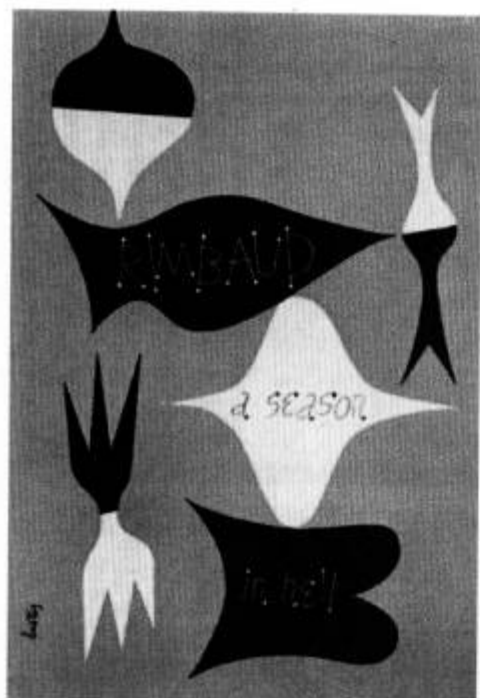
13-4. 兰德1950年设计的电影《无路可走》海报。



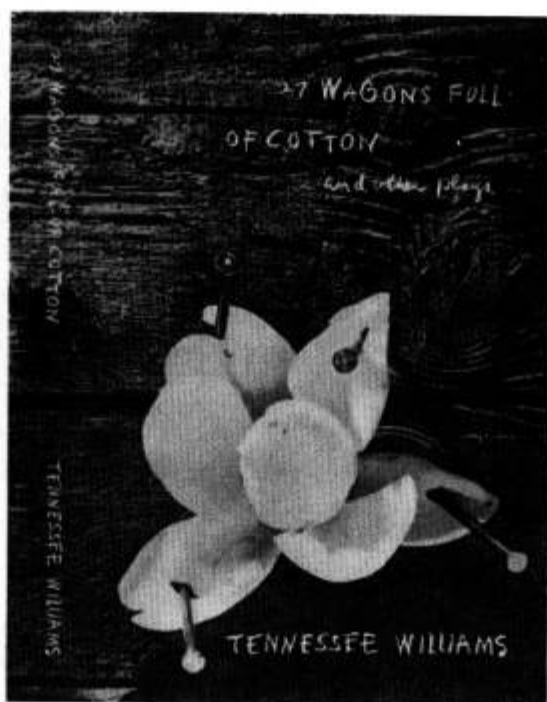
13-5. 兰德1946年为奥尔巴赫公司设计的广告。



13-6. 兰德1946年设计的书籍《设计思想》封面。



13-7. 纽约派的另外一个重要的平面设计家鲁斯提格 1945 年设计的书籍《在地狱的一个季度》封面。



13-8. 鲁斯提格1949年设计的田纳西·威廉斯的戏剧《装满棉花的27辆大车》的海报。



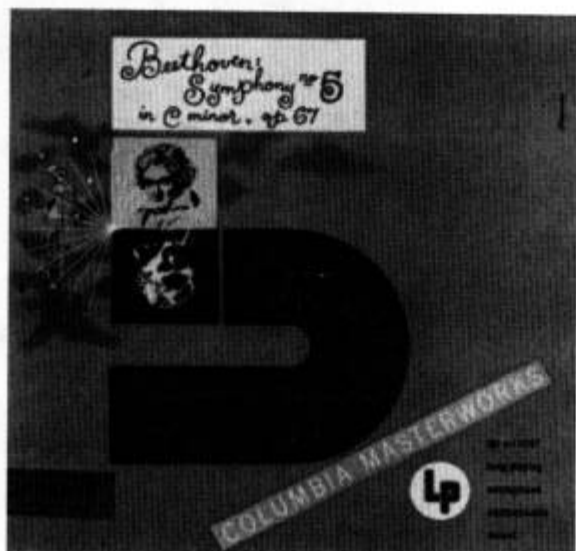
13-9. 鲁斯提格 1949 年设计的罗卡的著作封面。

较重视理性的几何图形的结构，讲究准确的、完整的、清晰和整洁的视觉传达效果。同时，他也采用了大众喜闻乐见的生动图形来补充这种欧洲现代主义平面设计造成的视觉上的刻板问题，因此，成为把欧洲现代主义和美国的生动平面风格结合起来的另外一个设计先驱人物。纽约的“新方向”出版社（New Direction Publishing Company）的负责人詹姆斯·劳顿（James Laughton）与他签订了请他为这个出版社的出版瞬间设计封面和版面的合同，他因此得到一个可以大量从事自己的设计探索的试验场地。

鲁斯提格于 1951 年开始在耶鲁大学的设计系担任设计教授，他在耶鲁大学不但担任设计教学，同时还负责建立整个设计系的课程结构。他的杰出的设计，导致纽约最重要的艺术博物馆之一的现代艺术博物馆在 1953 年举办了他的设计个人展览。他在这个时候达到自己设计的高峰，他在 1954 年突然受到疾病的折磨，这一年他完全失明，但是，作为一个具有责任心，具有抱负的设计家，鲁斯提格在这样的恶劣身体情况下依然坚持教学，但是，终于不敌疾病的打击，1955 年，他年仅 40 岁突然去世，鲁斯提格的早逝是美国设计界的一个重大损失。

另外一个重要的“纽约派”代表人物是阿列克斯·斯坦维斯（Alex Steinweiss, 1916—）。他是美国的哥伦比亚唱片公司（Columbia Records）的设计指导。他不断在设计中寻求利用视觉语言表达音乐的方式，因此，当他注意到 40 年代美国的这个纽约平面设计派运动的时候，感到正好适合自己探索的需求，开始在自己的设计当中广泛地运用生动的布局 and 图形，加上比较具有理性的欧洲现代主义平面设计结构，设计出一系列新的唱片封套来。他的设计讲究平衡，注意封面的图形和音乐的内容的吻合和一致性。哥伦比亚唱片公司是世界最大的唱片公司之一，而斯坦维斯掌握设计部门的领导地位长达半个世纪，因此，在很大的程度是影响了美国唱片设计的风格。

布兰布利·汤普逊（Bradbury Thompson, 1911—）是美国二战后最重要的平面设计家之一。他于 1934 年前后毕业于他家乡堪萨斯州的托皮卡的瓦什本学院（Washburn College, Topeka, Kansas），毕业以后曾经在印刷厂当过几年的设计，之后迁移到纽约发展。从 1939 年到 1961 年期间，他一直在《威



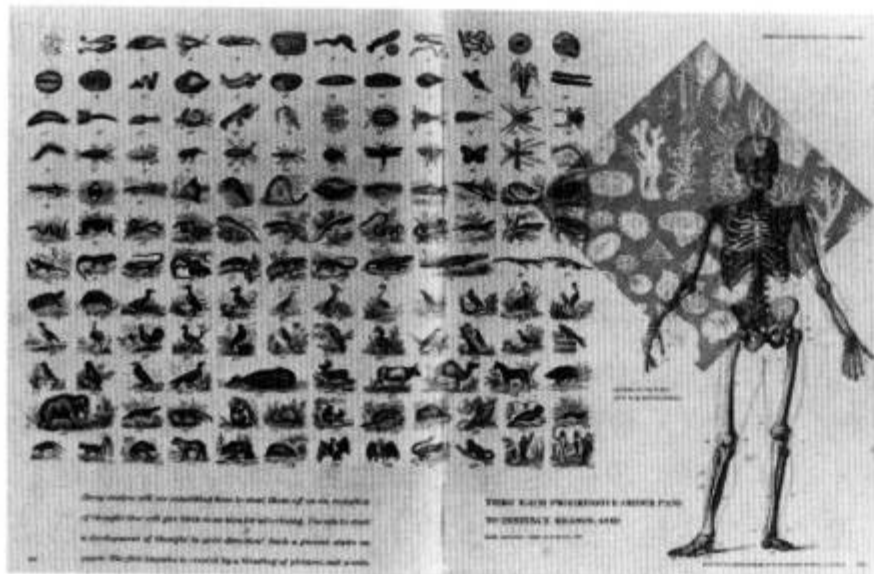
13-10. 纽约派设计家斯坦维斯 1949 年设计的贝多芬第五交响乐唱片封套。



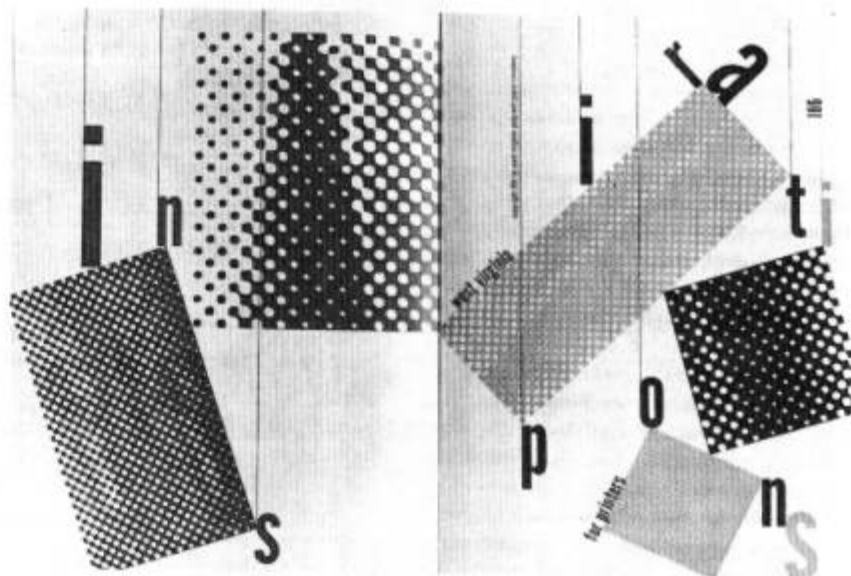
斯特瓦科灵感》杂志 (Westvaco Inspirations) 担任设计负责人。他在设计上主张平面的生动，他的设计充满了试验性和探索性，并不循规蹈矩地遵循简单理性主义的设计原则，他设计的《威斯特瓦科灵感》杂志是一份充满了探索和试验的刊物，采用当时少有的四色印刷技术，大量的字体是从各个其他的印刷厂或者博物馆借来的，目的是取得其他人没有的特殊平面效果。因此，他的设计往往妙趣横生，令人印象深刻。他自己把平面设计的基本因素，比如版面、色彩、对比、字体、插图等等，当作是画家的画板，设计时恣意纵横，任意发挥，具有很大的自由度。他是当时少有的采用 18 世纪和 19 世纪字体作为装饰因素从事设计的人之一，他的设计图形强烈、充满了自由色彩，采用了大量的有机的、几何图形对比，非常活跃。虽然汤普逊的设计有以上这些与众不同的特色，但是，他在版面编排上则依然注重纵横的编排基本结构，注意视觉传达的清晰，因而，在实质上是把欧洲现代主义平面设计的基本原则和生动活泼的美国设计特色统一使用的设计尝试。他的这个试验，引起美国设计界非常广泛的兴趣。

20 世纪 60 年代和 70 年代，汤普逊日益转向书籍设计，他的风格也日益趋于古典的正规方式。他主持设计美国的《史密索尼亚》(Smithsonian) 和《艺术新闻》(ART News) 这些非常重要的杂志，风格趋向严谨、典雅。但是，他原来的生动、充满想像力的设计风格依然存在，因而与古典风格结合起来，形成更加典雅和生动的新风格，对于设计界影响反而更加强烈。他这个时期设计的《瓦什本大学圣经》(Washburn College Bible) 是代表他的风格的非常重要的作品。

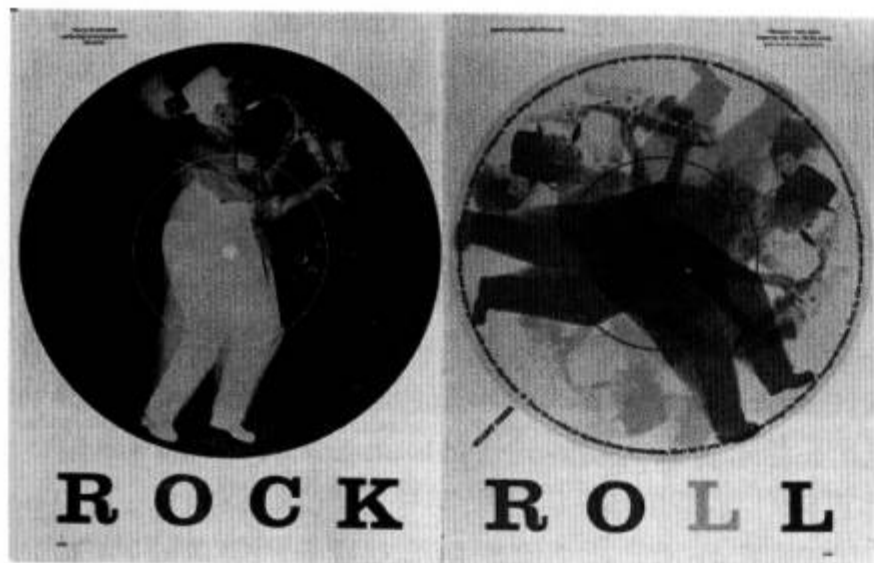
纽约平面设计派是一个完全集中在纽约的美国现代平面设计流派，对于纽约以外的城市具有相当的影响，但是在其他城市却基本没有产生类似的设计探索，可以说比较少有的，甚至唯一的例外



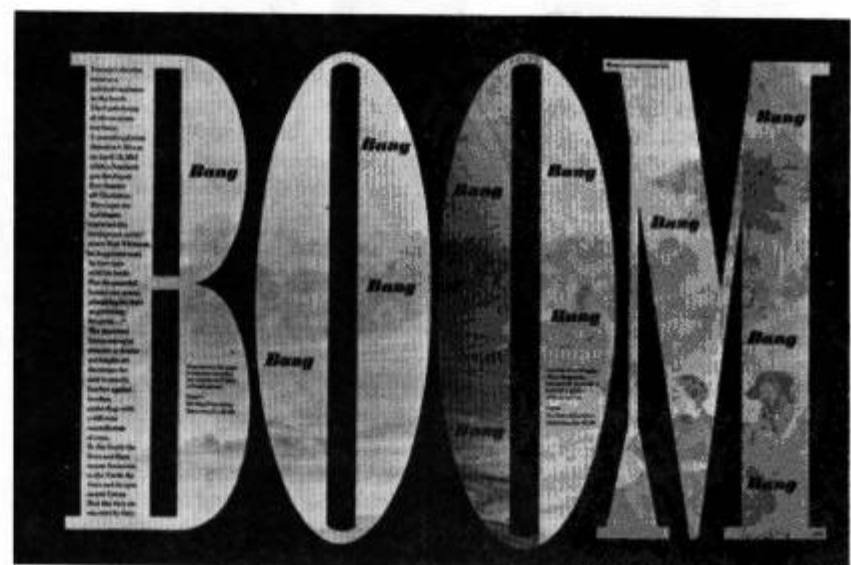
13-11. 纽约派设计家汤普逊 1945 年设计的书籍一页。



13-12. 汤普逊 1950 年设计的书籍一页。



13-13. 汤普逊 1958 年设计的书籍的一页。采用负片方式，达到特殊效果。



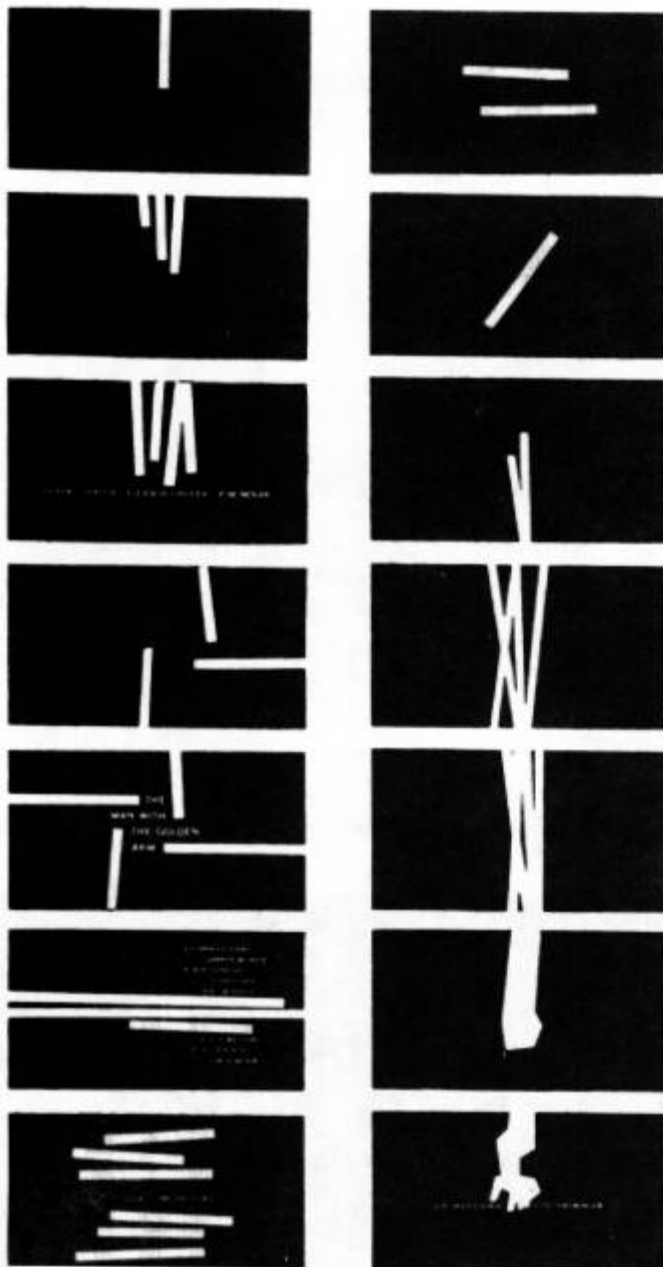
13-14. 汤普逊 1961 年设计的书籍的一页。

FRANK SINATRA · ELEANOR PARKER · KIM NELSON

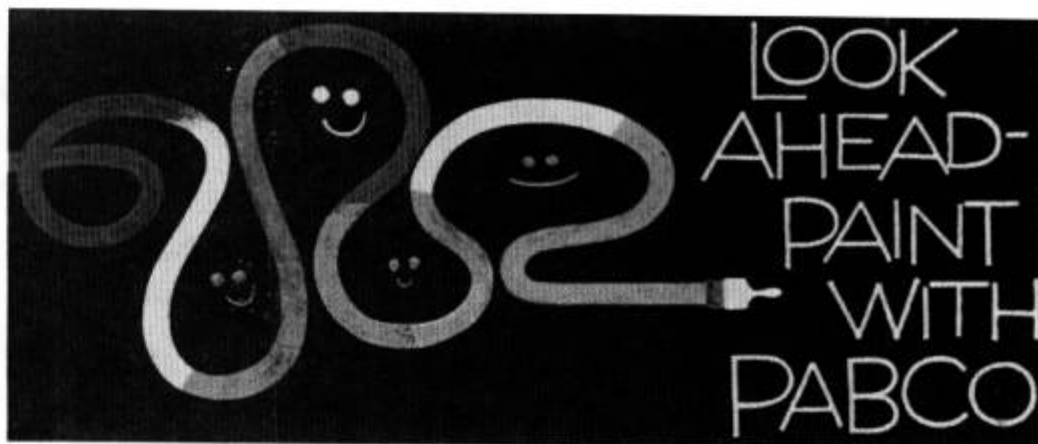


Produced & Directed by Otto Preminger. Released by United Artists

13—16. 巴斯 1955 年设计的平面作品，电影海报《金手臂的人》，具有强烈的象征性，是他的代表作。



13—17. 巴斯 1955 年设计的电影《金手臂的人》的片头，是平面设计家开始进入电影片头设计的正式开端。这个设计具有非常强烈的抽象性，是平面设计中的经典作品。

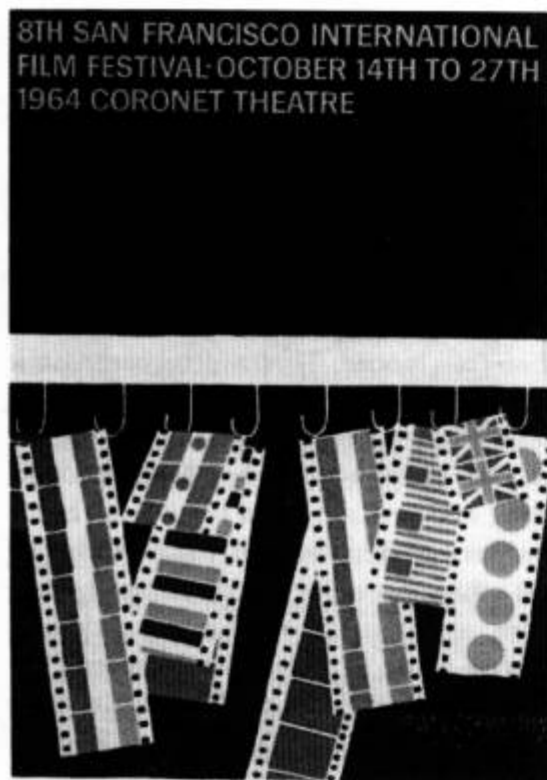


13—15. 把纽约派风格引入美国西海岸的第一个重要设计大师索尔·巴斯在 50 年代初期设计的油漆公司路牌广告。

是洛杉矶。纽约平面设计派的重要人物之一索尔·巴斯 (Saul Bass, 1921— ) 是把纽约平面设计风格从纽约传到洛杉矶的最主要人物。他是美国 20 世纪平面设计的最重要大师之一，除了平面设计之外，他还设计了大量的其他作品，包括电影制作等等。他毕业于纽约的艺术学生联盟。1944—1945 年到纽约的布鲁克林学院 (Brooklyn College) 跟随设计家吉奥基·基伯斯 (Gyorgy Kepes) 学习平面设计。1945 年他在纽约自己从事自由撰稿的平面设计工作，充分了解了纽约平面设计派的设计特色。1946 年，他迁移到洛杉矶工作，曾经为几个设计事务所工作，之后成立了索尔·巴斯设计事务所 (Saul Bass and Associates)。他的兴趣是在洛杉矶的好莱坞电影工业从事平面设计，他与电影制片人奥托·普里明格 (Otto Preminger)、阿尔弗里德·希奇科克 (Alfred Hitchcock) 等等保持非常密切的设计合作关系。他有简单明了的欧洲现代主义平面设计风格和生动的纽约派风格结合，设计了一系列电影报头和电影海报，许多这两位电影大师的电影的海报和电影的报头都是他设计的，包括阿尔弗里德·希奇科克《心理》(Psycho) 等等。他还为许多大企业设计系列企业形象和广告，得到非常广泛的欢迎。

巴斯的设计具有从具象的图形中抽象出象征性的简单、明确特点。这个特点对于改变传统的好莱坞电影海报有很大的作用，长期以来，好莱坞电影海报都是以电影演员的肖像作为设计的中心的。电影制片人奥托·普里明格发现巴斯的平面设计具有这样的与众不同的特点，因此聘用他设计海报，希望能够改变传统的格套。巴斯因此设计了一系列电影海报，这些海报都具有利用电影公司的标志、抽象形象、字体等等因素为中心的新特点。巴斯也逐渐得到重用，他的设计包括电影公司的标志和企业形象，海报、广告、以动画为中心的电影报头。他设计了大量的电影的报头，即电影开始的一段，包括电影名称、演员和职员名单，他在这里淋漓尽致地发挥了平面设计和动态的、音响的效果结合，因此，巴斯是开创平面设计用于电影、音乐合成的新多元媒体的第一个设计家。他的第一个多元媒体设计作品是 1955 年普里明格的电影《金臂人》(The Man with the Golden Arm)。这个电影是描写社会的吸毒问题的，巴斯设计了这个电影的海报，他的设计是一个近乎几何形状的下垂的扭曲手臂，四面用粗糙的长方形包围起来，象征性地指出吸毒造成





13—18. 巴斯 1964年设计的旧金山国际电影节海报，是当时引起国际平面设计界高度重视的佳作。



13—19. 巴斯1960年设计的电影海报《大逃亡》，把电影胶片盘用报纸包裹，加上《大逃亡》的标记，非常醒目，是纽约派风格的重要代表作。



13—20. 纽约派的另外一个重要代表人物契玛耶夫1957年设计的贝多芬交响乐《依罗卡》的唱片封套。采用拼贴方法，有很现代的表现特点。

的危害，这个海巴的视觉效果非常强烈，以前电影海报的那种以演员肖像为中心的设计风格在他的新设计中一扫而空。而电影的报头设计，则运用爵士乐节奏，采用完全抽象的纵横直条形状，纵横交叉重叠，这些直条在黑色的背景下随着爵士音乐的节奏跳跃，最后逐步综合成为纵向的一堆纠缠不清的直条，而这个直条最后又变成那只扭曲的、下垂的手臂。这种高度洗练的抽象平面设计方式，是前所未有的，巴斯的这个设计把平面设计的方法和应用的领域大大地扩展了，对于平面设计后来的发展起到重要的作用。而从这个项目开始，他成为世界著名的电影报头设计家，他把欧洲现代主义平面设计、美国纽约派的幽默风趣、多元媒介的特点统一在一起，使平面设计在新时代得到综合发展。

除此之外，巴斯还设计了相当数量的美国企业形象。他的企业形象设计也具有简单、准确、鲜明、强烈的视觉特点，是美国企业形象设计中非常杰出的代表作品。巴斯也亲自导演和制作电影，其中不少是短片，也有标准的长片，比如《人是如何创造的》(Why Man Creates)，利用万花筒的方式，来象征性地探讨人的创造问题，具有试验性电影的特色。这些设计活动，显示美国新一代的设计家的出现，他们不再单纯地囿于平面编排和字体的改进，而开始在新发展的媒介中，比如在电影和后来的电视技术中进行探索，开始把多元媒介综合进行平面处理，他们为当代的多媒体设计开创了先例。

另外一个具有影响力的纽约派设计家是出生于布达佩斯的匈牙利设计家乔治·契尼(George Tscherny, 1924—)。他很小的时候移民到美国，在纽约进入艺术学校学设计。毕业之后在乔治·尼尔逊设计事务所(George Nelson & Associates)担任设计，1956年自己开业，专门从事平面设计。他的设计具有极其简单明确的特点，无论是平面版面编排、平面图形、字体使用、照片和插图的使用等等，都简单到几乎无以复加的地步，他经常使用书法的方式来安排字体，虽然简单，但却具有强烈的艺术内涵。他设计用的图形很多是利用色纸剪出来的，具有拙趣的特点。

纽约派中最重要的设计集团是由三个青年平面设计家在1957年组成的，他们是罗伯特·布朗约翰(Robert Brownjohn 1925—1970)、依万·契玛耶夫(Ivan Chermayeff, 1932—)和汤姆·盖斯玛(Tom Geismar 1931—)三人组成的“布朗约翰、契玛耶夫、盖斯玛设计事务所”。他们从开始的时候就称自己的公司为设计事务所，而不是当时流行的艺术工作室，这个名称表明他们从开始

## Bertrand Russell Common Sense and Nuclear Warfare



13-21. 纽约派的设计家盖斯玛 1958 年设计的书籍《常识与核战争》封面，把人头剪影与核爆炸叠合，具有特殊的效果。

## The Wisdom of the Heart by Henry Miller



13-22. 契玛耶夫 1959 年设计的亨利·米勒的剧作《具有智慧的心》封面，利用简单的图形的象征性，达到很好的视觉效果。



13-23. 纽约派的设计家布朗约翰 1959 年设计的唱片封套，采用“是”与“否”两个单词的反复重叠形成视觉结构。

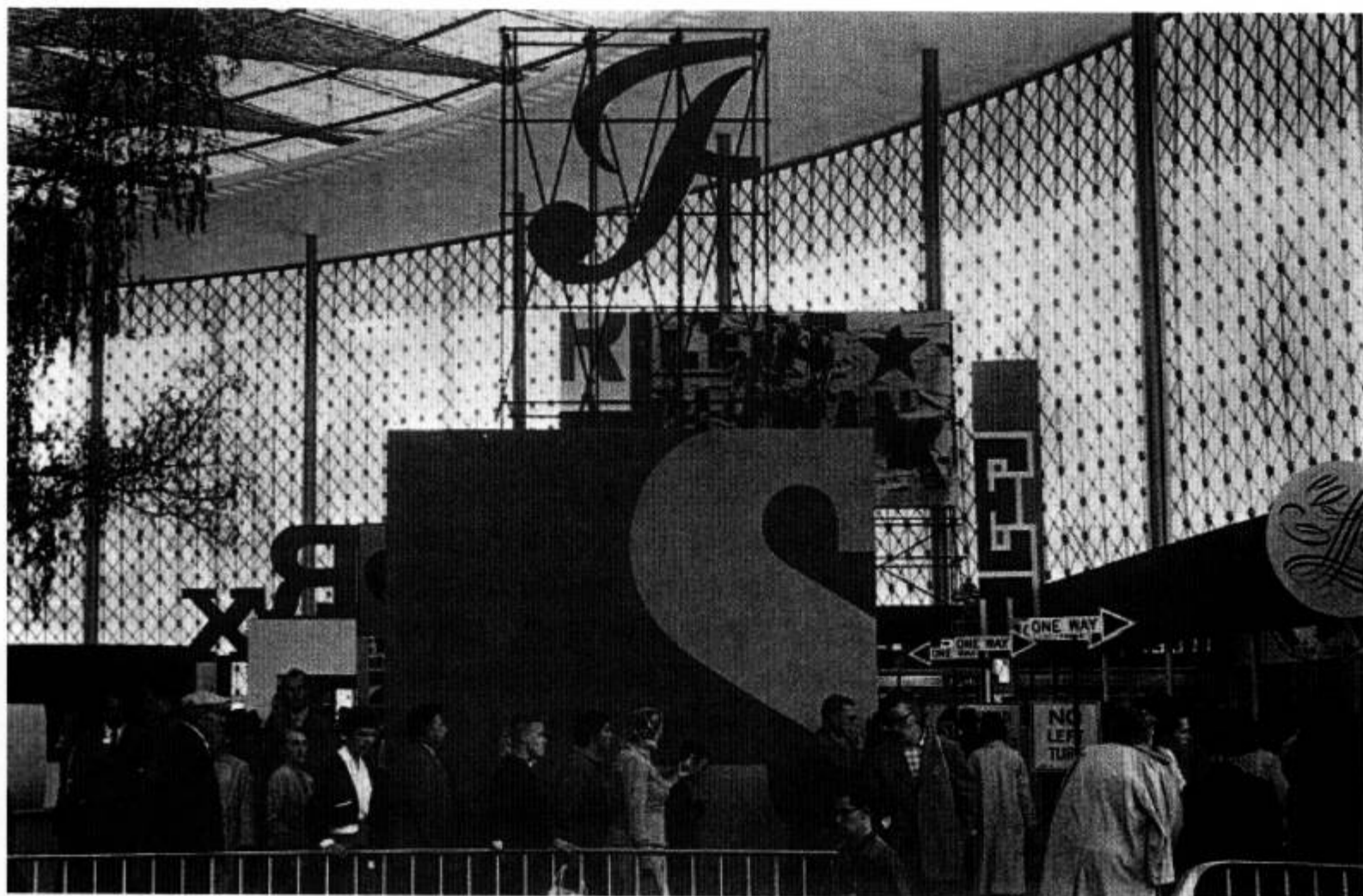
13-24 (右图). 纽约派的三个主要设计家布朗约翰、盖斯玛、契玛耶夫联合设计的 1958 年布鲁塞尔国际博览会美国馆部分，是纽约派集大成的设计项目。

的时候就具有明确的职业发展意向。这个公司成为纽约平面设计派的最主要中心，并且迄今为止，依然是美国最重要的平面设计事务所之一。这种坚持不懈的设计探索和创造精神，以及巨大的影响和杰出的设计成果，在美国的平面设计界中是不多的。

罗伯特·布朗约翰原来跟随包豪斯最杰出的设计大师纳吉和杰出的建筑家谢尔盖·契玛耶夫(Serge Chermayeff)学习建筑设计。谢尔盖·契玛耶夫是依万·契玛耶夫的父亲，因此，依万本人也收到父亲设计思想和方法很大的影响。他原来在一个平面设计事务所从事画册设计，在那里学习到平面设计的一些基本的方法和原则。而依万的同学盖斯玛则曾经在美国陆军从事过两年展览设计。他们三人对于欧洲的现代平面设计都非常感兴趣，并且认真地学习了掌握这种新的设计方法，希望能够利用这种方法改进美国落后的、保守的平面设计。他们在这个时期与纳吉、拉斯提格、老契玛耶夫保持密切的联系，从他们那里吸取设计思想。在他们成立了自己的设计事务所之后，他们很快形成自己的风格，这种风格是基于欧洲现代主义平面设计风格基础之上的高度简洁、明确、理性的，但是同时又具有自己的浪漫、幽默特点，正是纽约平面设计派的特征。他们往往采用图形、照片拼合方式从事设计，把简单明确的理性主义和幽默、趣味的美国风格很好地结合一体。他们为贝多芬的唱片设计封套等等，就具有这种鲜明的特点。他们对于艺术和艺术史有很深刻的了解。因此，在设计中往往运用具有某种特别的艺术风格来界定设计的风格特征。这种做法，使他们的设计具有比其他的设计家更高的文化和艺术品位。他们在设计中，尽量与客户保持密切联系和沟通，减少设计上的矛盾，因此，他们的设计往往得到客户的首肯。

布朗约翰、契玛耶夫、盖斯玛设计事务所逐步成为一个不但具有纽约平面设计派鲜明特点的设计集团，同时也成为一个管理得当、有条不紊的企业集团。因此，这个公司在设计界的名誉越来越高，接受的客户也越来越多，设计的项目也日益趋于大型化。美国政府委托他们设计各种出国的正式展览，其中包括 1958 年在比利时的布鲁塞尔举办的世界博览会的美国馆(the United States Pavilion at the Brussels Worlds Fair)和这个馆中的展览总体，他们在这个设计中表现了美国都市环境的特点，不是简单地制造一个美国都市街道的模型，而是利用都市的比例尺度作为设计的动机，利用三维的立体版面拼合方式，来表达美国城市的活力和精神，这个设计在布鲁塞尔的国际博览会中





得到广泛好评。

1960年，布朗约翰离开了这个设计事务所，到英国去开展自己的设计业务。这样一来，他开始对英国的平面设计产生影响，把纽约平面设计派的风格带到英国和欧洲。他对英国影响最大的是电影报头的设计。其中为世界各国观众广为注意和喜爱的是他设计的《007号特工詹姆斯·邦德——金手指》的电影片头。他把幻灯、电影剪辑、平面设计混合在一起，组成非常具有特色的片头，奠定了这套电影的片头的形式基础。同时也在电影片头设计这个特殊的平面设计领域中带动了设计探索的热潮。

与此同时，这个公司的名称没有多大改变，只是把布朗约翰的名字取消了，称为契玛耶夫·盖斯米设计事务所（Chermayeff & Geismar Associates），直到如今，这个事务所依然使用这个名称，是美国最重要的设计事务所之一。这个设计事务所日益集中于企业形象设计，关于这个部分的设计内容，将在企业形象设计的章节中讨论。

## 2. 版面编辑的革命

美国的平面设计起步比欧洲要晚，并且在现代设计上更加落后。到1940年为止，美国的现代主义平面设计依然处在非常落后的状态。只有很有限的几份杂志有真正的设计人员，从事认真的设计工作，其他的刊物和杂志，则仅仅是委托印刷厂代为处理版面，没有实质的设计部门。

美国比较早具有设计部门的杂志中比较突出的是《幸运》杂志（*Fortune*），《时髦》（*Vogue*），《哈伯市场》等等。主持《幸运》杂志的设计工作的设计人员包括上面提到过的威尔·布丁和里奥·里昂（Leo Lionni 1910—）；《时髦》杂志的设计负责人是亚历山大·里伯曼（Alexander Liberman），他在1943年取代佛米·亚加博士的地位，成为这份杂志的设计总监；《哈伯市场》杂志的设计总监是亚历克赛·布罗多维奇，直到1958年他退休为止。这些设计家对于促进美国的平面设计现代化起到积极的推动和促进。而这几份刊物也成为美国现代平面设计的中心内容。如果要了解美国平面设计在40年代、50年代和60年代的发展，必须要从这些杂志入手。



13—25. 美国 40 年代后期产生的出版繁荣，特别是杂志出版的繁荣，促进了新的平面设计高潮。这是潘列斯 1949 年设计的《十七岁》杂志封面。

亚加在《时髦》杂志担任设计总监时候的一个设计助手赛伯·潘列斯 (Cipe Pineles 1910—) 在 40 年代和 50 年代对美国的刊物平面设计现代化起到特殊的贡献。这个女设计家曾经担任过其他几份比较具有影响的全国性杂志的设计，这些杂志包括《璀璨》(Glamour)，《十七岁》(Seventeen)，《温馨》(Charm)，《小姐》(Mademoiselle) 等等。这些杂志的诉求对象是美国的青少年，因此具有非常大的观众市场。潘列斯非常注意插图的作用。她知道青少年对于生动活泼、形象逼真的插图具有很高的兴趣，而当时的《幸运》、《时髦》、《哈伯市场》等等杂志基本是在欧洲现代主义平面设计的简单、明确、象征性的设计方向上发展，而其他的美国杂志则依然采用 19 世纪的陈旧设计方式，她不得不创造出能够为美国广大青少年读者喜闻乐见的新方式，同时又要保持具有某种欧洲现代主义风格的特点，以使杂志具有时代感。她聘用美国杰出的插图画家为她的杂志设计插图，在平面设计上，她也努力追求具有比较浪漫的色彩和版面方式，她的设计完全改变了原来单调、刻板的美青少年娱乐杂志的面貌，奠定了纽约派生动活泼的设计基础，而她也成为第一个被接纳到美国平面设计当时最高水平的协会——纽约艺术总监俱乐部 (the New York Art Director's Club) 的女会员。

从 50 年代开始，在纽约开始了一个真正的平面设计革命。从欧洲设计家大规模移民到美国开始带到美国来的欧洲现代设计风格，与美国纽约派风格已经有一段时间的融合关系，到 50 年代，美国的平面设计界终于形成自己成熟的风格。这个运动的主要领导人物是布罗多维奇。他注意到整个设计的发展趋向，首先在自己家里从事各种探索，他在自己家中开办学校，教育新一代的平面设计师，之后开始把新风格的设计教育带到纽约的“新社会研究学院” (the New School for Social Research in New York) 进行。在他的教育之下，新一代的美国平面设计师开始出现，新的美国平面设计风格开始形成。从这个角度来看，布罗多维奇在美国现代平面设计发展中具有相当的地位。他对于学生要求非常严格，除了学习态度之外，他连学生的衣服、仪表都要管，尽量培养出具有企业精神的、健康的、上进的新一代设计家来。他对于设计风格的要求是严格的，他自己的欧洲背景和在美国长期的设计实践，形成他对于设计的高度理性化和功能化的倾向。在他的教育和影响之下，美国二战后新一代的平面设计师终于成为美国设计的中坚力量了。

布罗多维奇的学生奥托·斯多奇 (Otto Storch, 1913—) 就是新一代的代表人物之一。他曾经在戴尔出版公司 (Dell Publishing) 担任设计，但是对于公司要他从事的设计内容，特别是公司要求的刻板、保守的风格非常不满，他注意到布罗多维奇为《哈伯市场》杂志作的精美和现代感十足的设计，非常感兴趣。因此他参加到布罗多维奇的设计班子，设计时装插图、包装和杂志等等。从布罗多维奇那里学习到他的欧洲现代主义和纽约派风格的精华，充实自己，从而逐步发展出自己的设计方向来。

1953 年，斯托奇被任命为美国杂志《麦考尔》(McCall's) 的设计主任，这是美国最主要的妇女杂志之一，读者相当多，但是，在 50 年代，这份杂志在发行上出现问题，读者数量急剧减少，杂志因此雇用一个叫赫伯特·马耶 (Herbert Maye) 的编辑，期望他能够重整杂志，恢复以前的水平。斯托奇是在这个时刻接受任务，通过设计来吸引读者的。他大量采用摄影、具有女性化特点的版面编排来达到一种女性喜爱的独特平面设计风格，他与摄影家密切配合，从版面、摄影插图、文字安排、字体选择等方面力图达到高贵、典雅、现代、时髦的综合形象目的。有时他甚至绞尽脑汁地设计出异乎寻常的构思，比如把标题当作平面设计的核心内容，并且这些标题往往耸人听闻，他的一个标题是“为什么脑子不能读书？”，在标题以下，以摄影拍摄了一副眼镜，不但新奇，同时也提出了真正的问题，这种安排，非常醒目，因此非常吸引读者的注意。他的字体运用，也往往出奇制胜，他把标准的字体加以平面设计处理，或者弯曲，或者变形安排，并且常常采用大字体来设计，



特别是他的摄影的运用，简直达到出神入化的地步，他随心所欲地运用摄影，有时把杂志的整整两个版面完全给一张照片使用，造成强烈的视觉效果，这种方法在现在的平面设计中运用得非常广泛，已经有点达到滥用的地步了，但是在50年代期间，这种方法却具有非常先进的设计观念，是当时平面设计，特别是刊物的版面设计上最前卫的手法之一。所有这些都是经过他精心经营的，目的是要达到视觉上的吸引力，促进杂志的销售。他是最早的把摄影当作平面设计工具的现代设计家之一，在他的手中，摄影成为可以自由随意运用的平面设计因素，因而他的设计也新颖、活泼、生动，得到广大美国读者的欢迎。他的设计哲学是：他认为观念、设想、艺术手法、版面编排应该紧密的、不可分割的，应该全部集中在版面上，平面设计的版面是集中体现设计家思想、风格的唯一的焦点。

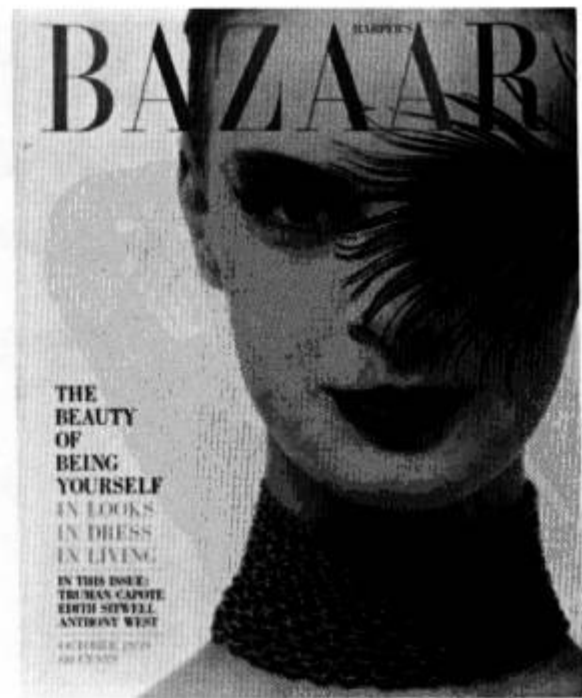
斯托奇主持《麦考尔》杂志的设计和艺术设计长达15年之久，退休之后集中精力从事广告设计、平面设计和摄影工作，是纽约平面派最具有影响力的人物之一。

亨利·沃尔夫(Henry Wolf 1925— )是另外一个纽约平面设计派的代表人物。他出生于奥地利的维也纳，很早就移民美国，跟随布罗多维奇学习设计，并且很早就独立从事平面设计工作。1953年成为美国重要的杂志《老爷》(Esquire)的艺术设计，他因为受布罗多维奇影响，因而在《老爷》杂志工作期间，开始改变这份杂志的平面设计风格，注意空白的运用，注意平面设计各种因素的均衡运用，注意把欧洲的现代平面设计风格和美国的幽默、趣味风格结合运用，因而使《老爷》杂志取得新的面貌。当时，美国最具有大众影响力的刊物依然是《哈伯市场》，这份杂志的平面设计长期以来一直是布罗多维奇主持的，沃尔夫注意《哈伯市场》的设计发展，他在《老爷》杂志工作期间依然受布罗多维奇设计的影响和教育，自己的设计日渐成熟，形成了源于布罗多维奇的纽约平面派设计倾向。布罗多维奇在1958年退休，沃尔夫接替他，成为《哈伯市场》的设计总监，设计得到更大的发展空间。他在设计上开始尝试运用巨大的字体作为装饰手段，有时这些字体的尺寸大到占整整一个版面，具有强烈的视觉效果。而与此同时，又有时把标题用非常小的字体标出，这种大小夸张的方法，加上他要求使用的具有特别艺术处理的摄影作品作为杂志的插图，取得与众不同的设计效果。因而也更加使《哈伯市场》成为美国平面设计上非常具有特点的刊物之一。在他担任设计负责人的期间，这份杂志的平面设计达到最高的水平。

1961年，沃尔夫离开了《哈伯市场》杂志，参加了刚刚成立的新杂志《展示》(Show)的设计工作，这份杂志存在的时间很短，但是却成为沃尔夫进一步试验自己的平面设计的场所。他的设计风格日益转为典雅、稳重，而原来的丰富的想像力则依然存在。之后，他的设计重点转移到广告设计和摄影设计上，在设计上的探讨上依然保持了自己原有的特点。另外一个设计家阿兰·赫伯特(Allen Hurlburt 1911—1983)，他从1953年到1968年长期主持《观望》(Look)杂志的设计主编，也发展纽约派风格，在版面设计和插图的采用上，都注意到比较具有知识分子特点的品味，他特别注重摄影作品的使用，与其他的纽约派成员一样，他把摄影不仅仅单纯当作传达图像的手段，而是作为一种设计手段使用，因此具有相当高的设计水准。60年代这本刊物的摄影使用达到当时最高的水平。60年代是纽约派登峰造极的时期，这个时期的平面设计具有采用刊物大篇幅和大空白达到设计主体突出的目的的特点，同时也充满了把欧洲现代主义平面设计风格和



13—26. 沃尔夫1959年设计的《哈伯市场》杂志封面。



13—27. 沃尔夫1958年设计的《哈伯市场》封面。

纽约的幽默、风趣、生动、活泼的个性融合在一起的强烈特征。美国这个时期的主要杂志刊物的设计，都或多或少具有这个流派的特点或者影响。

60年代末期，美国经济进入萧条阶段，而电视则日益成为美国人民主要的娱乐、新闻来源，加上美国人民的关注中心转移到越南战争上，美国的民权运动也风起云涌，环境保护意识日益抬头，转移了大多数人的注意力，在这个双重的压力之下，杂志和刊物的发行量日益衰退，依附于这种媒介而发展的平面设计自然也面临衰退的前途。因此，纽约平面设计派的高潮开始消退了。美国人民要求更多的消息，更丰富的新闻，以前设计重视的品味、风格诸因素，逐渐被更加注重内容的简单平面设计取代。人们对于生活的需求变得更加实际、简单、自由，注重个人的需求，而不是社会的认同，这些社会变化的因素，是纽约派逐渐消退的主要原因。

### 3. 期刊杂志衰退时期的版面设计

60年代，一些悲观论者预言杂志会很快消失，并完全退出大众媒介的舞台。因为电视的普及，已经改变了美国大众对于娱乐和新闻媒介的选择习惯，因此，看来杂志这种媒介的消失，是指日可待的了。如果杂志消失，那么美国的平面设计将面临巨大的挑战。但是，事与愿违，情况并不像那些悲观论者的预言，美国出现了新类型的杂志，开本比较小，具有针对特别读者的比较鲜明的专业特点。那些希望能够使自己的广告传达到这些特别类型的读者的广告商因而得到一个更加具有效果的媒介，广告的发展因此反而大幅度增加，这些专门性的杂志得到很大的发展。这样，以前的那种以所有美国家庭为诉求对象的大路杂志虽然衰退，但是比较具有针对性的杂志却取而代之，成为美国杂志的新的主力。这个发展，对于平面设计来说，自然是非常有利的。这些新刊物杂志，因为具有特点的阅读群，因此文章比较长，内容比较丰富，自然给平面设计家随心所欲的自由发展空间就相当有限了。以前那种用整个版面空白来提高视觉效果的方法，这时显然是不可能的。版面编排更加谨慎，特别注意到文字内容的完整面貌，注意到阅读的方便，而不仅仅是感观的轻松，这种发展，自然造成了文字编排的连续性和趋于采用方格网络编排的特点，而这种特点正是瑞士发展起来的国际主义平面设计风格的核心，因此，可以说60年代是美国的纽约平面设计派开始衰落，而国际主义风格再次兴起的时代。当然，美国平面设计家并不会循规蹈矩地完全模仿和遵循瑞士国际主义风格发展，他们在这种新的条件下力争发展出既有国际主义特点，同时也具有美国风格的新设计风格来。这种探索，自然也促进了美国平面设计的另外一次发展。

在从事这个方向探索的设计家之中，比较重要的有彼得·帕拉佐（Peter Palazzo）。他是从报纸编辑开始自己的平面设计生涯的，他从1962年到1965年主持《纽约先驱论坛报》（*New York Herald Tribune*）的平面设计编辑，由于注意平面设计的传达效果，同时也努力保持设计的美学内涵，因此，他的设计得到平面设计界和读者的一致好评。他同时也负责《纽约杂志每周书评》（*the Book Week Supplement and New York magazine*）的设计工作。这是针对美国具有高等教育背景的读者的文化杂志，因此在方便阅读性上和在设计品味上的要求都比较高，他的设计使大部分读者都十分满意。他之后又被委任设计《纽约》杂志，这是当时美国最为流行的知识分子杂志之一，设计要求相当高，他把杂志版面按照方格网络的比例分成工整的三栏，所有的文章和标题采用同样的字体，版面风格也尽量相似，标题上用简单的粗线、下面用细线环绕，因此，每期杂志中间都具有明显的连续性和统一性，版面的简单朴素，也使知识分子读者感到亲切。因而杂志销路很好。1967年《纽约先驱论坛报》停刊，《纽约》杂志却得到发展，帕拉佐依然是这份刊物的设计核心力量。

为了调整因为杂志的性质改变的需求，纽约的设计家首先开始了



13-28. 彼得·帕拉佐 1965年设计的《纽约》杂志封面。



类似帕拉佐在《纽约》杂志上所进行的改革，以适应新的平面设计需求，60年代中期以后，这股风开始传到美国的其他城市，首先是平面设计水平相对高的大城市，比如芝加哥和洛杉矶等，然后再传到其他的小城镇。设计中心在洛杉矶的设计大师索尔·巴斯是在纽约接受设计教育和开始自己的平面设计生涯的，虽然他迁移到加利福尼亚工作，但是在设计上，他与纽约派依然有千丝万缕的联系。他很快注意并且适应了新的杂志刊物出版状况，对原来的纽约派风格进行了适当的改良，以适应新的设计要求。他的作用不仅仅是改变了自己的设计风格，更加重要的是他的敏感性使美国西海岸的设计家能够在刊物杂志转变的时期得到新的启示和带领，因此，可以说巴斯依然是领导美国西海岸平面设计发展的主要人物。

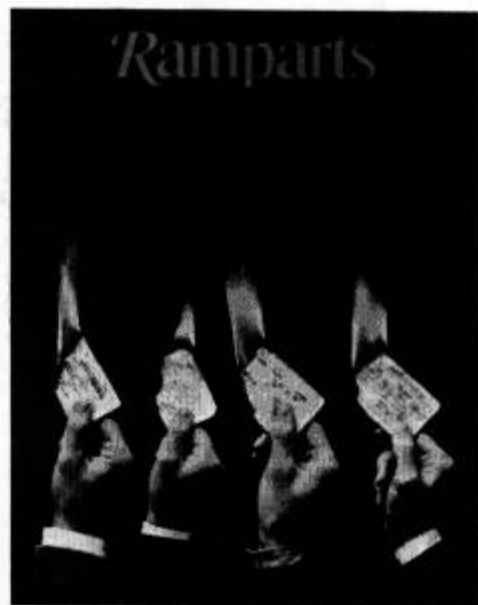
60年代期间，美国的平面设计开始成为美国全国公认的新职业，平面设计不仅仅局限于纽约、芝加哥、洛杉矶几个单独的中心城市，而开始发展到美国的中小城市，各个城市，其中包括一些小城市都出现了自己的杂志刊物和报纸，平面设计在促进发行上的作用得到全国出版界的共识，因此，平面设计的全国性职业化自然形成了。

在这个过程中，有两份刊物起到促进全国平面设计水平提高的重要作用，一份是1940年开始在纽约发行的平面设计专业杂志《印刷》(Print)，另外一份是1959年在旧金山发行的高度专业的平面设计刊物《传达艺术》(Communication Arts)，他们成为全国众多的平面设计家的手头必备参考书，因此，对于推动整体的设计水平，宣传设计法则趋势和刺激设计探索起到重要的作用。

在这种前提下，美国新一代的平面设计家开始成长起来，这些设计家不仅仅局限于纽约、芝加哥、旧金山这些大的出版中心，也开始在类似旧金山、亚特兰大这样的城市出现，显示美国平面设计的力量加强。这种全国性的平面设计大发展，自然有利于促进美国编辑思想和出版哲学的形成。美国以前的出版和编辑上观念含糊，到这个时候，才发展成为比较成熟的、具有体系观念体系。一旦观念体系、设计哲学开始成熟，新一代的、更加成熟的平面设计家也自然出现了。

在这个时期涌现的新一代设计家当中，比较重要的有杜加德·斯特迈(Dugald Stermer 1936—)。他原来在德克萨斯州从事设计工作，1965年回到出生的加利福尼亚州，成为《壁垒》(Ramparts)杂志的设计主编。当时美国全国正处在风起云涌的反越南战争、争取民权、强调环境保护等等的高潮之中，人们注意的焦点与这几个主题密切相关，因此，《壁垒》杂志成为讨论和报道这些社会热衷主题的焦点杂志，斯特迈的工作就是要通过平面设计吸引读者，强调讨论的强烈社会主题。他采用“时报罗马体”字体，运用每页两栏的文字编排标准，每个段落开始的字母采用加强的大写方式，因而创造了非常庄严的、古典的、传统的和具有高度可读性的风格，与以前近乎自由浪漫的纽约派风格大相径庭，因而强调的讨论主题的严肃性。与刊物的讨论、报道内容一致。这种设计，使这份杂志成为当时最激进的反战、主张种族平等和民权、主张环境保护的杂志之一。他的一个重要的贡献是率先采用整版的摄影插图作为封面和每篇文章前面的开头，他对摄影的要求不是作为文章的注释和补充解释，而是利用大篇幅的摄影插图表现“信息、方向和目的”，对于他来说，这些大篇幅的摄影本身，就是说明杂志的宗旨的主要视觉力量和手段。这个方法后来被全世界平面设计界广泛采纳和使用。而在60年代，这种手法的主要诉求对象是具有强烈反对越南战争、呼吁争取种族平等、争取妇女权力、呼吁对地球的自然环境保护等要求的有比较高的文化教育背景的美国青年。这个时期的不少新一代平面设计家利用摄影、设计强调主题等等方法，揭发美国政府破坏这些反政府活动的阴谋，斯特迈和编辑沃伦·辛克尔(Warren Hinkle)、索尔·斯特姆(Sol Stem)、罗伯特·施尔(Robert Scheer)等人合作，在杂志封面上通过平面设计来强烈地指控美国政府的阴谋活动，在读者当中引起很大的反响。在这个时期，真正领导了平面设计对社会主题，特别是对政府行为不满的主题的涉及的设计人物是斯特迈。他是整个新一代平面设计家中最具有影响的人物之一。

妇女权力运动的风起云涌也是70年代美国社会的一个非常重要的发展内



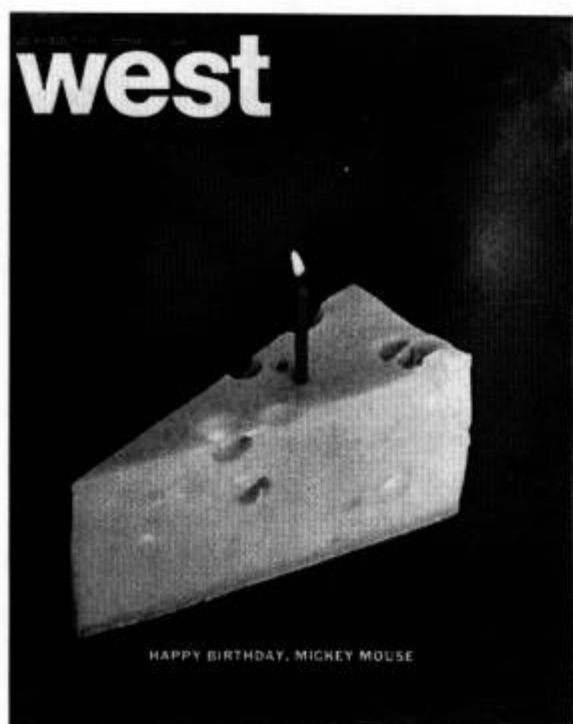
13-29. 斯特迈1967年设计的杂志《壁垒》封面。



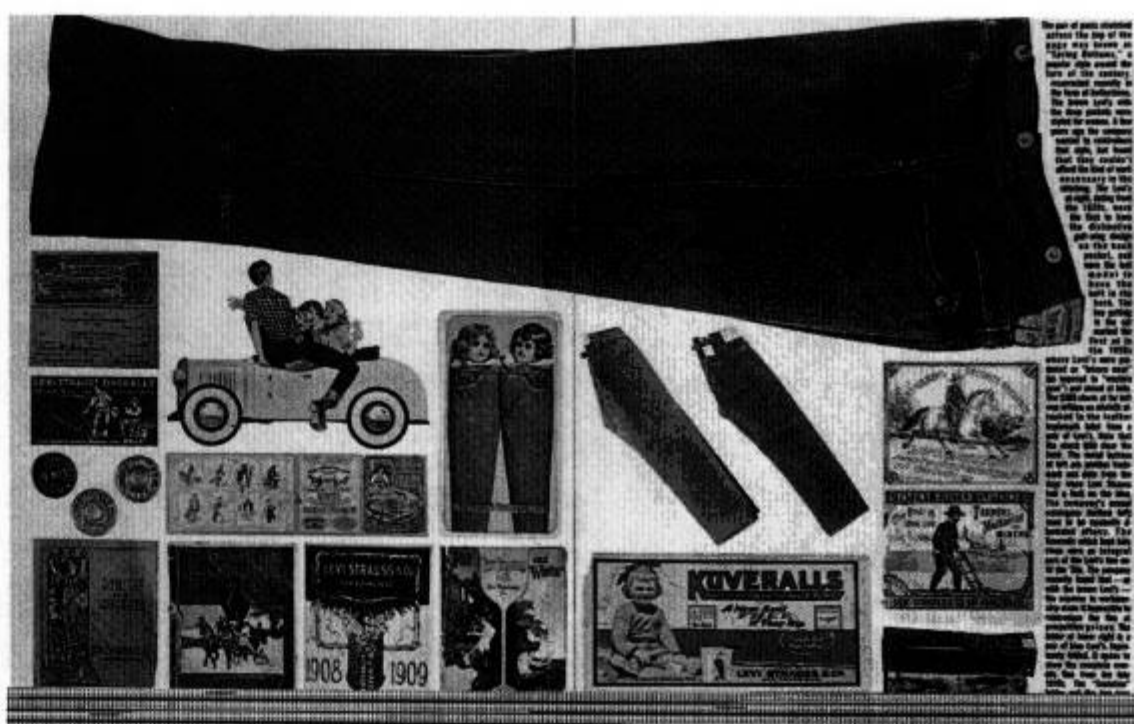
13—30. 费特勒1972年设计的《女士》杂志封面，完全采用字体构成，在报摊书架上能够脱颖而出。

容。妇女不再满足家庭主妇的地位，希望能够在工作、就业、教育、言论、领导、技术研究等等方面与男性有同样的机会与权力，因此妇女权力运动作为民权运动的一个有机组成部分，得到很大的发展。平面设计家也因此为这个主题从事了大量的设计。其中，专门针对妇女发行的期刊《女士》(Ms.)杂志是提倡妇女权力的主要言论中心。这份杂志的平面设计家是女设计家比·费特勒(Bea Feitler)，她本人就具有强烈的女权思想，因此，通过她的设计，利用这份杂志作为阵地，她的妇女权力主张得到发挥，比如，1972年圣诞节的这期杂志的封面，一改以前于“给丈夫良好的祝愿”的陈旧主题，转变为“给人民以良好的祝愿”，这个“人民”是包括了男女在内的所有人，因此，妇女也强烈地表示她们本身也应该是祝福的对象。费特勒自己很快成为自由撰稿设计家，她依然保持了自己挑战性的设计特点，在设计费用上也不像大部分设计家那样收取与出版公司议定的固定费用，而往往按照具体的设计专题议价，是新一代设计家中比较典型的人物。

斯特迈的设计，影响了不少设计家，其中在设计形式上开始向欧洲的现代主义风格和纽约派讲究典雅和品味的风格挑战的当数麦克·萨里斯伯利(Mike Salisbury 生于1941年)。他把当时开始流行的波普艺术风格(Pop Art)引入到平面设计中来，1967年，萨里斯伯利担任《洛杉矶时报》星期天副刊《西部》(West)的平面设计主编，他在这个职位上工作了5年，发展出基于波普风格的比较自由和随意的、青年的、性感的、西部精神的平面设计风格来。5年之后，因为杂志广告量太少，因此《洛杉矶时报》停止发行《西部》副刊，萨里斯伯利则转去另外一份更加前卫的青年刊物《滚石》(Rolling Stone)担任平面设计主编。《滚石》杂志是美国摇滚音乐的最主要刊物，吸引了大量美国和其他国家的青少年读者，因此，具有很大的影响力，杂志的发行人对于杂志的设计风格 and 杂志内容的一致性特点有很明确的要求，大约也正是因为如此，他们才聘用萨里斯伯利担任设计师。1974年，萨里斯伯利把《滚石》杂志的整个版面和平面风格完全进行了改革，使杂志具有强烈的波普特色，因此，与摇滚乐的精神完全统一。这样一来，他赋予了这份原来品味不高的杂志以崭新的风格特点，赋予这份杂志以崭新的面貌，设计上的活跃处理，色彩的狂放和强烈性，图形处理上的自由，大量采用拼贴方法等等，都与这份杂志宣传的内容是具有共同性的，因此得到读者的欢迎，杂志的发行量也因此大幅度增加。萨里斯伯利的设计作用得到很大的肯定。他对于《滚石》杂志的这个完全改变面貌的贡献，得到其他



13—31. 萨里斯伯利60年代晚期设计的杂志《西部》的封面。



13—32. 萨里斯伯利60年代晚期设计的杂志《西部》的内页，具有非常生动的处理手法。



美国的具有高度针对性的期刊出版行业的注意，因此，不断有新的行业来约他设计杂志的总体平面形象，这些杂志和刊物大部分都是与青年读者有密切关系的，因此，在风格上也接近《滚石》的设计特点，其中比较重要的有《是》(Oui)，《都市》(City)，《新西部》(New West)等等。他成为美国著名的自由撰稿平面设计家，是波普风格在平面设计中的广泛应用开创人。他设计了大量的新类型杂志期刊封面，到80年代左右，由他设计封面的杂志的总发行数量达到10亿份之多，是美国最受青年瞩目的平面设计家之一。他对于平面设计的影响力也就可想而知了。

从60年代到70年代，美国的杂志发行虽然衰退，但是，新的、具有明确阵地性的刊物出现，并且开始不仅仅是家庭一般娱乐阅读的工具，而更加成为特别的诉求读者群的政治倾向、社会立场的言论交流中心。因此，杂志期刊的发行在旧类型的杂志衰退的时候，又得到新的发展。

#### 4. 新广告设计

美国的广告在第二次世界大战以前基本是完全依靠印刷媒介为中心的，而设计方法上也基本是以图形为主，以浪漫的语言和隐喻方法来劝说顾客的。这种方法延续使用了很长的时间，到第二次世界大战结束之后，情况开始发生了改变，一方面是出现了一系列小型广告公司，它们改变了战前那种庞大的、无所不包的大型广告公司地位，集中于广告构思和创意，而不再集中力量于广告的最终制作上，广告的制作则分工由专业的制作公司进行，这是广告行业的精细分工的开始，对于广告设计来说，是观念发展、分工精细的开端，为美国广告日后的发展奠定了坚实的基础；另外一个方面的因素，是电视逐步取代了报纸、杂志为中心的广告主要媒介地位，而电视的广告设计，以及电视的报道方式，趋向直截了当的坦诚方式，因此形成新的设计方法，出现了“新广告”、“新新闻”的发展，这些发展又反过来影响了平面设计和广告设计，使美国的广告设计进入到一个崭新的发展阶段。设计史上称这个发展为“新广告”。

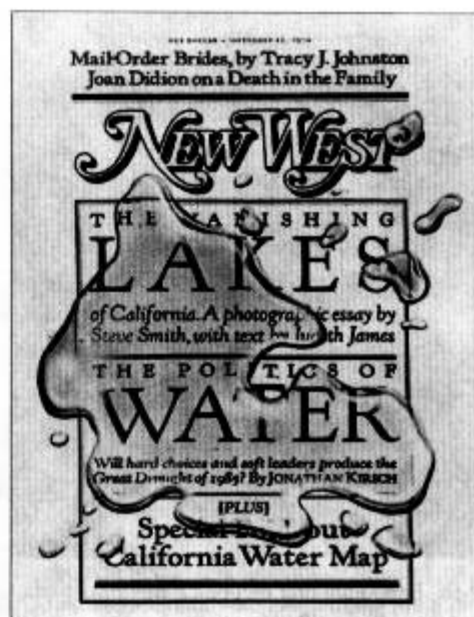
40年代是美国广告设计比较萧条的时期，原因主要是由于第二次世界大战使大量的平面设计家的注意力都集中在战争宣传上，而美国的企业也都忙于生产支持战争的产品，而国内的消费市场则相对比较消沉。特别在战争时期，当大量美国青年在前方浴血苦战的时候，宣传安乐享受似乎具有某种社会伦理道德上的问题。因而，即使是商业广告，也并不过分宣传享受。

战争结束之后，美国经济进入高速发展阶段，在战争期间发展起来的工业，在二战后时期转为民用消费产品的生产，美国市场繁荣，美国人民的生活水平也直线上升，美国从来没有经历如此的经济繁荣，汽车、洗衣机、电视机、电冰箱、吸尘器和大量的现代化家庭机械涌入美国千家万户，成为美国人民生活的必需，而拥有自己住宅的美国人数量也大幅度增长。美国在二战后成为世界最强大的经济大国，美国企业在海外积极开拓，创造了美国产品史无前例的巨大的海外市场，这种活动，自然进一步刺激和促进了美国本身的经济的发展。

经济的繁荣，自然造成了设计需求的急剧增加，首当其冲的就是广告行业。作为促进销售的主要手段，广告行业在二战前的美国已经有相对程度的发展，二战后的经济发展需求，自然使这个行业得到更大的促进。许多新广告公司开始在纽约、芝加哥、旧金山、洛杉矶等等大都会设立，与二战前的广告公司进行竞争。

提到专业分工精细、集中精力从事新观念广告设计的美国广告公司，很难不提到纽约的伯恩巴赫广告公司。这个公司在广告设计上的探索和成就，为新一代的广告设计奠定了非常重要的基础。

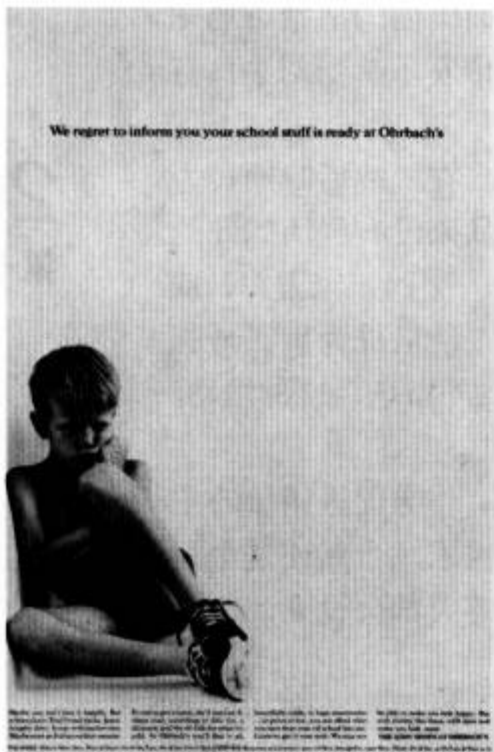
1949年，纽约的麦迪逊大道350号开始了一家叫做“多利·丹·伯恩巴赫”的新广告公司，这个公司的负责人是多利·丹·伯恩巴赫，公司一共有13个职员，建立的时候总资金不到50万美元。与其他大型广告公司相比，只是一个很小的公司。但是这个公司非常注意设计质量，同时又有一批水平很高的设计家，这个公司的设计负责人是专门从事文稿设计的比尔·伯恩巴赫(Bill Bernbach



13-33. 萨里斯伯利 1979年设计的杂志《新西部》的封面，采取了全面复旧的方式。



13—34. 50年代末期、60年代以来，美国广告进入一个新的发展阶段，出现了不少杰出的广告设计家，这个时期同时也是平面设计家与文案撰写人开始紧密合作的开端。因此广告设计的文化含量大幅度增加，对于提高广告的水平具有重要和深远的影响。这是盖茨1958年为伯恩巴赫公司设计的广告，具有非常幽默诙谐的特点。



13—35. 查尔斯·皮西里诺1962年为伯恩巴赫公司设计的假期结束后返校广告，描写一个想到要回校而闷闷不乐的孩子，非常有趣。

1911—1982)，他的设计班子包括平面设计家波伯·盖兹（Bob Gage），文稿撰写专家菲莉斯·罗宾逊（Phyllis Robinson），都是设计方面非常强的人物。多利·伯恩巴赫在广告发展上雄心勃勃，虽然公司处在刚刚成立的阶段，资金少，公司的声望也非常有限，但是他依然决心打入美国广告设计的主流行列。

这个公司的第一个客户是一家专门销售廉价产品的百货公司，这家公司迫切希望树立资金的企业形象，树立一个崭新的形象，以吸引顾客。美国当时绝大部分的廉价百货公司在树立自己的形象的时候，都采用简单的、陈旧的“价廉物美”方式，伯恩巴赫公司认为这种旧套绝对没有什么效果，因此，从广告的语言、口号，到整体企业形象给这家百货公司进行全面的重新设计，改变了“价廉物美”的廉价形象，伯恩巴赫公司的一个重大的突破是把文稿和图形结合，组成完整的形象。这在美国以前大约只有兰道在设计上曾经尝试过，即使是兰道，也仅仅是把文字和图形相提并论地排列在一起，并没有试图把它们结合在一起。而此时，伯恩巴赫公司的设计人员把文字和图形完全结合起来使用，发展出崭新的平面设计方法来，而这种方法被正式地、广泛地采用，因而得到很好的市场和顾客反应。伯恩巴赫公司为这家百货公司设计的海报、包装等项目都把强烈的文字口号与鲜明的图形结合在一起，通过平面的版面编排，完全打破文字和图形之间的藩篱，把它们整体地结合在一起，非常突出，引人注目。伯恩巴赫公司的这个设计的突破，在美国的广告设计中奠定了新的发展基础。

这种新的广告设计在设计部门中自然建立了崭新的工作关系：文稿撰写人员原来与平面设计人员基本是完全分开的，没有什么沟通，而因为伯恩巴赫公司发展出这种新的设计方式，因此，他们不得不紧密合作，如果没有他们之间的协作，这种新的设计方式是根本没有办法行得通的。在这种新的设计方式下，设计的根本不再是图形、版面，或者文稿，而是设计观念。多利·伯恩巴赫的许多广告都简单到无以复加的地步，而最终的目的是为了强调主题观念和主题思想的传达。所有平面因素都为这个目的服务。美国的广告行业经过很长的发展，到这个时候才开设进入到强调观念，而不是简单强调图形和版面效果的高度。伯恩巴赫公司的广告观念经常是直截了当的，与一起的纽约派设计相比，没有那么多艺术的修饰，那么多精心雕琢的、刻意设计的浪漫细节，而往往是言简意赅的商业传达，因此，顾客虽然失去了以往那种观看广告的艺术享受，但是却能够在最短的时间内得到他们所需要的商业信息，从功能目的上来说，这是非常成功的。

伯恩巴赫公司，特别是公司的总经理多利·伯恩巴赫成为美国新广告设计的代表，而这个公司也成为训练新广告设计家的中心。这家公司改变了美国以前广告行业的结构特点：以前的广告公司都是庞然大物，资金动辄数百万美元，从市场调查到广告制作无所不包，而伯恩巴赫广告公司却树立了小型、专业化程度高、集中于广告观念的设计的特点，从此以后，越来越多的广告公司在这个方向上发展，逐渐摆脱了庞大的组织结构，不但本身负担比较轻，而且也开展了广告观念设计的崭新途径。正因为这个发展，使美国广告行业能够在期刊杂志这种主要的广告媒介发生根本变化的60年代依然能够得到发展。

60年代，美国政府对于广告的水平、广告对社会的影响也开始注意，国会通过了新的广告立法，而美国总统林顿·约翰逊（President Lyndon B.



Johnson) 亲自写信给斯坦豪塞 (Steinhauser) 讨论自己对于广告的看法, 这些行动, 对于完善与健全美国广告行业都有积极的促进作用。

美国电视的出现, 对于美国的平面设计来说是一个很大的冲击。美国政府在 1941 年通过了第一个电视广播立法, 第二次世界大战结束之后, 美国的电视广播立刻如雨后春笋地发展起来, 美国人民越来越喜欢看电视, 电视逐渐从简单的娱乐变成美国人民生活不可分离的一个有机组成部分, 因此, 广告的集中点也开始从期刊、杂志, 甚至从报纸开始转移到电视上来, 而电视广告的效果也比旧媒介明显有效得多。到 60 年代, 从广告收入来看, 电视在美国成为仅仅继报纸之后的第二大大众媒体, 而从广告预算来看, 则是美国第一的媒介。大量原来从事与印刷有关的平面设计的设计家都纷纷转向电视相关的设计。平面设计的设计范围因而扩大到影视上, 对于传统的平面设计师来说, 这种转变是非常困惑的。因为电视的设计与一般的平面设计其实具有很大的差距。从广告的角度来看, 电视的兴盛, 是刺激美国设计发展的重要转折, 也是美国广告行业得到全面发展的一个重要转折, 因此, 虽然对于传统的平面设计师来说, 这种新媒介的兴旺是他们的困惑根源, 但是, 从广告发展的角度来看, 这种发展是必然的, 而且从长远的发展来说, 对于平面设计也具有重大的促进作用。

以电视为中心的广告业被称为“新广告”(“new advertising”), 以电视为中心的新闻报道也被称为“新新闻业”(“new journalism”), 这两个行业的发展是不可避免的大趋势。与此同时, 因为电视报道的速度、与日常生活的目前关系、对社会问题的尖锐批判等等特点, 这些新发展的方式: “新广告”、“新新闻”等等都在原来的报纸、杂志等等传统媒介的新闻报道和广告设计产生了立竿见影的影响, 因此, 自从 60 年代以来, “新新闻”和“新广告”也不仅仅是专门指电视方面的应用, 而是特指这种新的风格和方式。新的专栏作家, 比如汤姆·沃尔夫 (Tom Wolfe 1931 — ) 成为美国读者的最喜欢的作者之一。他对时弊的批判, 对社会问题一针见血的揭露, 都很受欢迎。他的专栏往往以新闻报道为题发挥, 而不是以往那种旧式知识分子的孤芳自赏的文字游戏。他的写作使读者产生参与感, 而不仅仅是被作者冷落的、毫无参与可能的孤立个体, 因此, 更加受到 60 年代以来新一代读者群的欢迎。这种“新新闻”风格, 也影响到平面设计的文稿撰写方式, 参与性代替了旁观性, 是一个重大的进步。

具体到美国的广告设计来看, 美国的广告受到“新广告”、“新新闻”的影响, 虽然依然还具有



13—36. 1960 年克朗等为西德“大众”汽车公司的“甲虫”汽车作的广告“想来小小”, 趣味盎然。



13—37. 1969 年布朗等人为“大众”汽车的“甲虫”汽车设计的广告“它看来丑陋, 但是能够把你送到目的地”, 用登月飞船来比喻“甲虫”汽车, 构思生动。



13—38. 1967 年斯坦豪塞等设计的政治海报, 是关于批准或者反对老鼠药的问题, 文字说“把它剪下来, 贴到你孩子的床头”, 造成恶心的联想, 这是最早设计让读者参与的平面作品, 具有重要的转折意义。

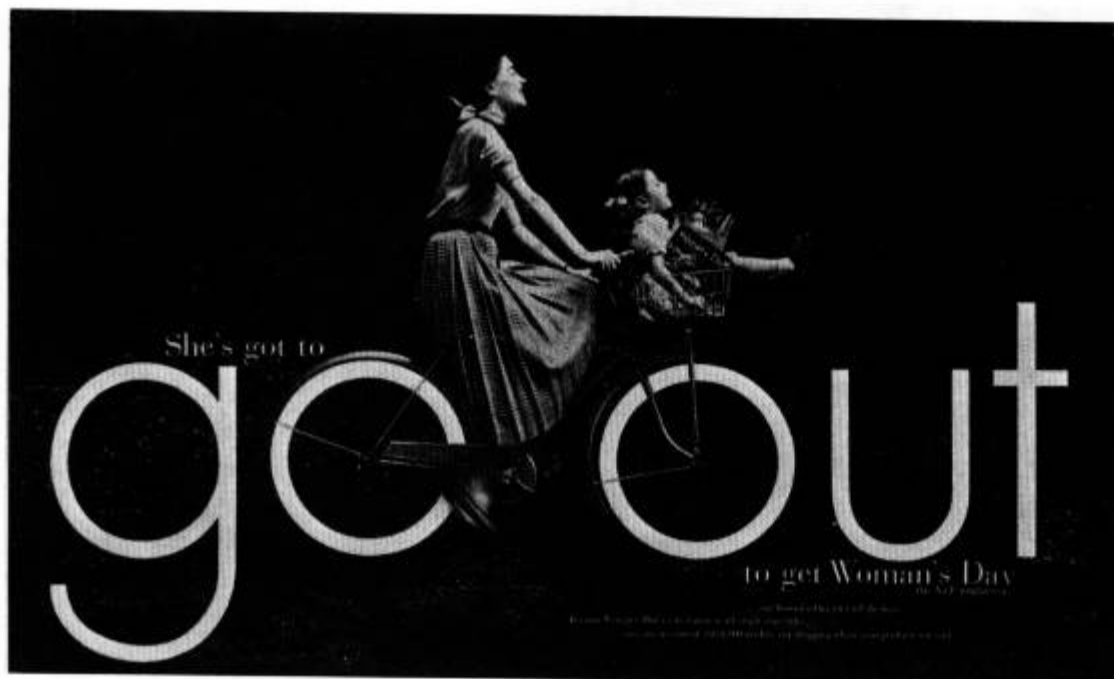
以往的劝说特点，但是在很大程度上变得更加诚恳、更加诚挚、更加友好、更加直率、更加坦诚，也更加具有品味。70年代以来，美国广告设计干脆趋向把自己的产品坦诚公开地与竞争对手的产品进行比较，让顾客自己鉴别高低。以往那种依靠隐喻为中心的广告设计方式逐渐衰退了。

## 5. 美国版面设计的表现主义

美国人的乐天性格，一直是美国平面设计与众不同的原因之一。美国平面设计上出现的乐天、活泼风格是50年代和60年代的主要设计特征之一。特别是在集中于纽约的一批平面设计家中，这种风格特别流行，成为二战后美国平面设计影响比较大的风格。这个流派喜欢使用字体、照片的形象、插图形象和其他平面设计的基本元素进行组合，强调图画性的效果，比如把字体纵向编排，造成泰山压顶的感觉，或者利用摄影拍摄一个女性骑自行车，而自行车的轮则是两个英语字母“O”，等等。在英语上，这种把平面设计的因素混合、利用图画象征方式的设计方法，称为“figurative typography”，可以勉强地翻译成“拟人化的版面设计”，或者“象征性图形化的版面设计”。在这种设计上，图形可以变成字体使用（比如自行车的轮子是字母），而文字也可以具有图形的作用，因此不但自由，而且趣味性很强，非常具有美国人的特点。这个设计风格延续了大约10多年，在平面设计史上称为“版面设计的表现主义”时期。

在这个设计流派中，有几个人是比较突出的代表。比如金·费德里科（Gene Federico 1919—）就是其中典型代表。他是最早把文字当图形使用的平面设计家，开创了这种方法的先河，他还巧妙地运用版面空间，文字的组合，图形的组合来达到图画效果，设计效果引人注目。另外一个进行类似设计的平面设计家等是唐·艾根斯坦（Don Egensteiner），他设计的一系列版面与广告，也具有类似的特点。特别是所谓的“吨时代”（“Tonnage”）广告系列，是最具有这种风格特征的设计。在他的设计上，平面设计的因素可以任意摆布、弯曲、撕裂、跳跃等等，目的是表现广告内容的精神特色。这种设计出人意料，因而具有新奇感，得到美国读者的欢迎。

50年代的另外一个美国平面设计的潮流是复古。当时有一些平面设计家开始重新研究19世纪的装饰艺术，特别是具有所谓典雅、高贵、上流社会特点的平面设计装饰特点和版面编排特色，这些平面设计的方法，都是自从20年代现代主义设计运动以来遭到世界各国，特别是欧洲各国的平面设



13—39. 费德里科1953年设计的《妇人的日子》广告海报，把英文“出门”中的两个“O”字母当成摄影中的妇女骑的自行车的轮子，是典型的美国平面设计表现主义手法。



13—40. 美国在60年代出现了平面设计的表现主义风格，特点是利用字体的编排达到特殊的效果，即使采用插图或者摄影插图，都把它与字体混合使用，因此具有文字游戏的特点。这是艾根斯坦设计的广告，采用字体的纵横编排和变形效果提高视觉吸引力。



设计家唾弃的东西，而少数美国设计家却在这个时候搬出它们来借鉴。可见美国人在设计上对于观念、意识形态的内涵的漫不经心态度。这种复古的平面设计的主要代表人物是罗伯特·琼斯 (Robert M. Jones)，他是美国的 RCA 维克多唱片公司 (RCA Victor Records) 的设计主任，对于维多利亚时期的风格非常喜欢。1953 年他自己成立了格拉德·汉特印刷公司 (Glad Hand Press)，从事自己喜欢的平面设计。琼斯最喜欢的风格是美国殖民时期和 19 世纪欧洲的印刷风格，对于当时的版面编排、字体，特别是采用木刻版的印刷方式很感兴趣。因此，他通过设计来复兴这些风格，对于他来说，设计上的装饰并没有什么问题，他反对欧洲现代主义平面设计的那种枯燥、单调的版面风格，力图通过复兴 19 世纪的装饰风格来对抗当时流行世界的现代主义。

50 年代美国的平面设计上的另外一个重大的发展是照相制版技术的完善。最早企图利用摄影的方法制版的试验是在 1893 年进行的，由于当时技术条件差，因此并不太成功。20 年代，在美国和英国都有设计家开始再次探索摄影制版方法，1925 年，英国伦敦的两个发明家——杭特 (E·K·Hunter) 和奥古斯特 (J. R. C. August) 宣布他们在摄影制版方面的突破。他们发明了摄影组版机器，称为“索斯米克摄影排版机” (the Thothmic photographic composing machine)，这个机器能够把设计底片上的图形成功的制成印刷用的版。虽然技术细节依然不尽人意，但是这个机器是长期以来在摄影制版技术上的最重要突破。它的成功引发了以后整整半个世纪在摄影制版技术上的探索。

1936 年，纽约开始出现了摄影字体公司，专门提供印刷公司以摄影方法制成的字型，这个公司就称为“摄影字体公司” (the Photo lettering firm)，负责人是爱德华·罗德哈尔 (Edward Rondthaler 1905—)。他在自己的公司中通过技术改革，完善了摄影制版技术的机械设备，也逐步完善了摄影制版的技术程序，因而开始把这种技术商业化，推出摄影字体服务。但是，技术上的问题还是相当多，因此，大部分印刷公司还是宁愿试验旧式的金属版。在以后的整整 20 多年之中，摄影制版技术始终没有能够取代陈旧的金属版，原因与技术不完善、印刷行业对于技术风险的担心都有关系。但是，照相制版方法比较金属版显然有不可比拟的优点，特别是细腻、精致、准确性，是金属版没有可能达到的。所以，虽然长期没有能够普及，但是美国设计界和印刷界依然有人不断从事试验和探索，企图完善照相制版技术。

60 年代是照相制版技术真正完善的时期。美国技术人员和设计家通过反复研究，使这种技术能够进入实际运用阶段，利用摄影技术，他们还把维多利亚时期的一些旧体字轻而易举地运用到现代的版面中去，而不仅仅只能用简单的现代字体。设计家约翰·阿科姆 (John Alcom 1935—) 出版了照相版的字体新目录，其中包括了相当数量的维多利亚时期的旧字体，这种发展，使照相制版成为设计的更加自由的工具。美国越来越多的印刷公司开始转向采用照相制版方法，金属拼版终于被淘汰了。

照相制版给平面设计家带来了完全新的创作天地和可能性，很多设计家开始探索如何利用照相制版技术的长处来设计更加复杂的，或者更加具有装饰特点的平面作品。上面提到的复旧风的发展，与照相制版技术的全面推广有密切的关系。其中，赫伯·卢巴林 (Herb Lubalin 1918—1981) 是比较早从事这方面探索的平面设计家。卢巴林是一个非常全面的设计家，他从事广告设计、包装设计、海报设计、书籍设计和标志设计，都有显著的成就。是 60 年代美国最著名的平面设计家之一。他注意到多利·丹·伯恩巴赫 50 年代的设计成就，对于他的设计公司能够把平面因素混合使用，并且取得非常特别的视觉效果这一点非常感兴趣，因此有意识地在自己的设计中吸取伯恩巴赫的方式，丰富了自己设计的内涵。他的设计非常重视空间，或者说平面空白的使用，他放弃了传统的平面版面编排规则，把英语字母当作视觉图形使用，字母既是传达的工具，同时也是视觉形式，这种方式，把字母原来的单纯功能丰富了，而视觉效果也更加突出。

50 年代，卢巴林的设计受到金属版的限制，很难做到比较自由、流畅、随心所欲的效果。于是他采用照相制版技术来印刷自己的设计，达到表现和精细的双重目的。他的目的是要让版面自己具有自己的内涵，而不是仅仅由文字传达的内容，这种方法独创一格，完全革新了原来版面设计的宗旨和动机。他称这种方法为“版面个体化”，英语是“typogram”，在他的新设计中，版面本身具有

# MARRIAGE MOTHER

13-41. (上) 为卢巴林 1965 年设计的广告, 利用文字“婚姻”中两个“R”字母的正反对称, 强调了联合的意义。(下) 为卢巴林 1967 年设计的书籍出版公司标志, 在字母“O”中加入其他字母, 具有统一和变化的双重特征。

强烈的个性, 而不再仅仅是为了传达文字简单编排而已。

60 年代初, 美国许多出版印刷公司依然采用 500 年以前古腾堡的金属字体排版方法, 显然非常落后, 与这个时代其他领域中科学技术高速发展和应用技术的广泛普及完全不成比例。因此, 很多设计家、出版印刷家都集中精力地从事新的制版技术的开发研究, 到 60 年代末, 照相制版技术基本完全取代了陈旧金属排版技术, 卢巴林是促进和探索照相制版技术的潜力最早和成就最为显著的一个设计家。因为通过摄影的方法, 字体和其他平面因素, 比如插图、照片、标志等等都可以通过放大缩小完全自由地处理, 因此, 作为平面设计师来说, 设计的自由度大幅度增加, 基本可以在平面上随心所欲地处理各种因素, 不再受到金属版面的拼接限制, 而在设计和

制作的时间上也大大地缩短了。高速和高质量通过新的制版技术发展得到极大的促进。卢巴林从一开始起, 就全力以赴地探索摄影制版在设计上的潜力, 并且尽量把这些潜力运用到他的设计上, 因而他的设计充满了自由的发挥特点。对于以后的平面设计具有相当的影响。

照相制版的另外一个重要的优点是大幅度降低了生产成本。以前利用金属版, 需要投入大量资金来铸造金属字体、插图版和其他的部件, 而拼版的时间也只能是手工的, 因此成本非常高。特别是在同一篇文章中出现不同尺寸、不同体例的字体, 比如斜体、粗体等等的时候, 排版的时间更加长, 工序工具复杂, 因此, 旧式的金属版是造成印刷和出版高成本的原因之一。而新发展起来的照相排版金属, 通过摄影的方法组合版面, 因此大大地缩短了操作的时间, 降低了成本, 印刷更大批量化。印刷品成本的大幅度降低, 使印刷品更加能够为千家万户的读者所接受, 印刷发行的数量增加, 读者增加, 也就为平面设计创造了一个巨大的新的活动天地, 创造了一个新的庞大的市场。这个技术因素对于设计的促进, 是不可低估的。

美国出现了新的企业, 专门从事摄影制版的工作, 制造和提供新的摄影制版机械设备。越来越多美国的印刷公司和出版公司放弃旧式的印刷方法, 采用了新的照相制版作为基本生产手段。美国的“视觉平面公司”(Visual Graphics Corporation) 就是一个专业生产摄影制版机械设备的企业。这个公司给全美国出版单位提供非常优质的摄影制版机械, 并且也提供各种各样的供摄影制版用的字体样本。这个公司为了促进照相制版技术的普及, 还在 1965 年资助举办了美国全国字体设计比赛 (a National Typeface Design Competition in 1965)。在这次比赛中, 最早采用照相制版技术从事平面设计的卢巴林取得优胜。卢巴林设计了供照相制版用的新一代字体, 字体设计处理本身的视觉传达和美学特点之外, 还考虑到摄影制版的本身特点, 因此在摄影制版上非常方便好用。他设计的字体之间的距离比较紧密, 有时候采用两个字母粘连的方法加强视觉效果, 对此, 平面设计界也有不同看法, 而他自己的解释是这种方法能够有更加强烈的平面效果, 他强调的是视觉的敏感水平的提高, 虽然他设计的这些具有强烈个人特点的字体大部分没有在以后得到流行和普遍使用, 但是他的这种探索, 开拓了在新的制版技术条件下的新平面设计方向探索的先河。

卢巴林在 60 年代还集中于书籍和杂志等等出版物的设计工作。他全面改变了一些重要杂志的版面特点, 比如美国当时相当流行的《星期六晚邮报》杂志 (*Saturday Evening Post*) 的设计。这份杂

## 268 第十三章

13-42. 卢巴林 1967 年设计的杂志《家庭圈》的标志。

13-43. 1966 年卢巴林提出的纽约市市徽的设计, 使用纽约州纽约市缩写字母“NY, NY”, 加上阴影处理, 效果突出。

13-44. 1967 年卢巴林设计的滑雪场标志, 采用字体组成的雪橇形象, 生动有趣。

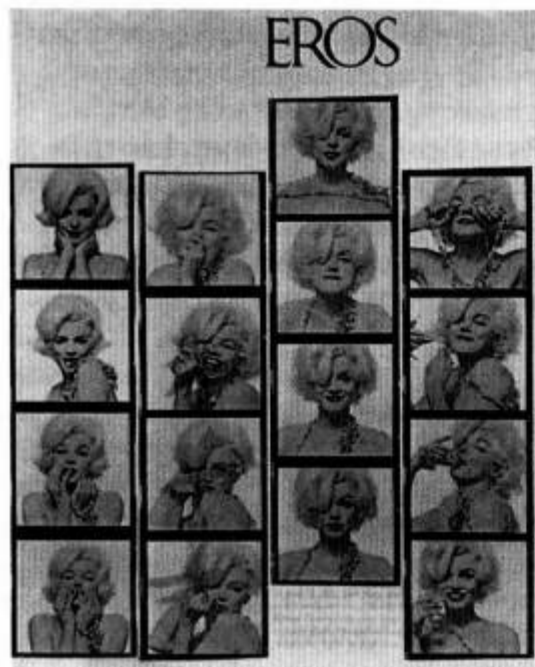




13-45. 卢巴林 1962 年设计的杂志《艾罗斯》一页，强烈的字体标题形成强烈的平面效果。



13-46. 卢巴林 1962 年设计的杂志《艾罗斯》一页，摄影和文字的黑白、松紧对比，使这个版面具有非常强烈的视觉效果。突出了美国总统肯尼迪夫妇的形象。



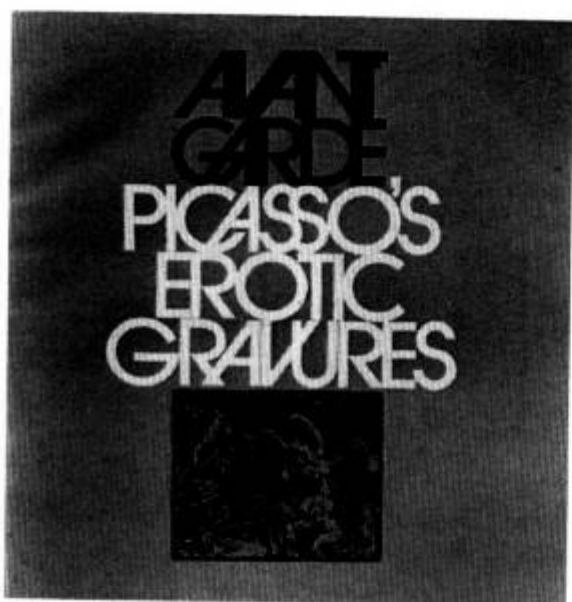
13-47. 卢巴林 1962 年设计的杂志《艾罗斯》一页，把电影明星梦露的连续摄影形象在平面上连续排列，杂志的名称放在顶部，简单而具有吸引力。



13-48. 卢巴林 1967 年设计的杂志《艾罗斯》的一页，标题是“性感”；把英文“性感”这个字“SEXY”的后面两个字母加以交叉和打勾的处理，暗示对于性问题的模棱两可、自己负责的态度，同时也非常有趣味。

志在 60 年代已经奄奄一息，发行有相当大的困难了。卢巴林是在这样的情况之下接手设计版面的，因此具有很大的挑战性。他与这份杂志的发行人拉尔夫·金兹伯格合作，设计了两期版面，利用他的新技术和新风格，改变了这份杂志陈旧而刻板的风格，使之重新具有市场吸引力。他还参与设计 1962 年开始发行的一份季刊《艾罗斯》(Eros) 的设计工作。《艾罗斯》的发行人依然是金兹伯格，这份杂志的风格很特别，它是利用直接邮寄的方法发行的，订户都是对它本身热衷的人，因此，这份杂志不刊登广告，完全以 96 页的篇幅刊载文章。这样特别的刊物，使卢巴林有机会全面发挥自己对于版面、空间、字体、插图等等平面设计因素的操纵、安排的设想，因此，他的风格在这份刊物的设计上体现得淋漓尽致。这些平面设计因素流畅自然，他的设计具有相当高的设计品味。他大量采用摄影作为杂志的插图，具有准确、明快、鲜明的特点，同时也因为通过他的设计，摄影本身也具有特殊的艺术韵味。他认为平面的版面编排应该体现内容特征，内容和形式应该具有统一性，他通过自己在《艾罗斯》杂志的设计上努力体现这个想法。比如在一期有关美国总统肯尼迪的报道专访

中，他采用大量的新闻摄影，包括横跨两个整版的大幅照片，来强调内容，突出肯尼迪的个人魅力和风格特色。他在这份杂志上运用的字体也非常独到，包括比较压缩型的无装饰线体，也有时采用旧罗马体，字体的采用完全取决于文章的内容和版面的内容，因此，这份杂志的平面设计具有当时最突出的特色，受到知识分子的欢迎。但是，由于杂志内容的问题，发行人金兹伯格被控告邮寄内容不健康的，甚至有猥亵的内容，触犯了美国联邦法规，因此在1972年被起诉，1972年被判入狱8个月，而《艾罗斯》也不得不停刊了。



13 - 49. 卢巴林和艺术大师毕加索在1969年合作设计的《前卫》杂志的一页。

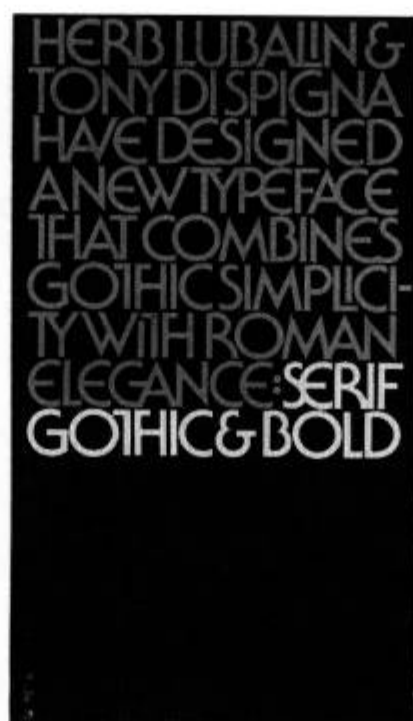
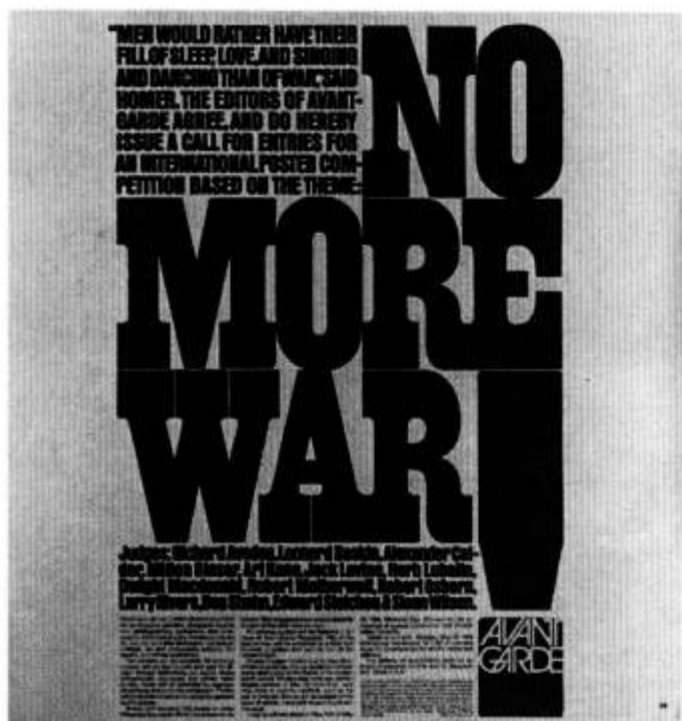
卢巴林和金兹伯格的合作是具有成效的。他们在60年代经济困难的时候开始发行和创办新刊物，本身就有很大的经济风险。为了节约开支，他们设计了许多新的编辑和发行方法，比如没有经费聘用一批插图画家和摄影师，他们就利用每期杂志聘用一个画家或摄影家来从事插图的方法来运作；为了节省不同字体带来的额外开支，他们又把以往采用多种字体印刷文章的方式改为基本全部文章采用时报新罗马体，这些做法都大幅度地降低了开支，使刊物能够维持出版。他们两人合作10年之久，发行了一本开本是方形的刊物《前卫》(Avant Garde)。这本杂志本身就是针对前卫读者设计的，无论文章、插图、摄影、版面设计，都具有前卫特色。内容大部分是与当时知识分子关心的主题，比如民权运动、妇权运动、性解放、反对越南战争等等，在大学生和其他高级知识分子中非常流行。卢巴林在这份杂志的设计上，采用了简单的几何形式作为版面编排的基础，整个刊物的版面形式比较规整，但是，他的这种几何处理，与当时流行的瑞士国际主义风格不同，并不按照完全刻板的方格网

络进行，虽然版面排列基于几何形式，但是平面设计的各种因素在内中是以活跃的、美国方式进行编排的，因此，达到规整中的活跃、简单中的复杂的效果，也正是因为如此，这份杂志才具有强烈的平面设计前卫特征。这份刊物的标志是“前卫”的英语字，设计方法是采用全部大写字母，紧凑地合并在一起的方法，视觉效果非常清晰。卢巴林利用设计杂志标志的这种方法，发展出一整套新的前卫字体系列来。

1970年开始，卢巴林把更多的时间投入字体设计上去。他逐渐建立自己对于平面设计的基本观点和看法。他认为平面设计是把平面的三大要素结合起来的工作，这三大要素是：摄影、插图和字体，而平面设计的宗旨是准确的视觉传达。他认为在过往的平面设计之中，摄影、插图都得到应有的重视，而字体和文字的编排则往往被旁落，因此影响了平面设计的质量，为了提高质量，必须重视字体的应用和文字部分的编排，使之能够与其他因素结合起来，达到设计的目的。这是他之所以重视字体和文字部分的原因。他认为在工业化时代，人们对于现存的字体和文字在平面设计上的使用方法已经熟视无睹，因此，很少考虑到改变和改进的可能，这种情况不仅仅存在在一般人中间，也存在于设计人员中间，因此，他必须通过自己的工作，使文字的设计得到进一步的提高，以适应不断改变的视觉传达需求。

卢巴林认为新一代字体的设计已经成为非常急迫的任务了。因为生活与工作的节奏越来越快，对于传达的要求越来越高，而在这种迅速的节奏之间，人们很容易忽视了传达功能之下的美学价值，对于文字的要求存在于仅仅是功能要求的简单层面，设计家必需对这种因为匆忙的节奏造成对文字的美学内涵造成的冷漠、忽视进行修正，提供社会以更加具有时代感和现代感的新字体和新的文字编排方法，否则，平面设计的进步就仅仅停留在版面编排、摄影和插图的风格改进之上了。以往设计新的字体方法是采用金属铸造，因此需要耗费相当的时间和资金，而目前字型全部采用摄影方法制造，因而大幅度减少了时间和费用，对于设计新的字体来说，是非常好的条件。为了达到自己的这个目的，卢巴林与摄影字体制造家爱德华·罗特哈尔(Edward Rondthaler)、字体设计家阿隆·伯恩斯(Aaron Burns)合作，在1970年创立了“国际字体公司”(the International Typeface Corporation)，他们把瑞士国际主义平面风格的最主要字体系列“赫维提卡”(the Helvetica fonts)作为基本依据，从





13—50. 1967年卢巴林设计的反战海报，简单地用字体组成“再不要战争”这个明确的标题，不采用任何插图，准确而强烈。

13—51. 1972年卢巴林等人设计的饰线哥德体字体。

13—52. 卢巴林 1974年设计的杂志《U&lc》的封面，字体的混合编排达到非常丰富的水平。

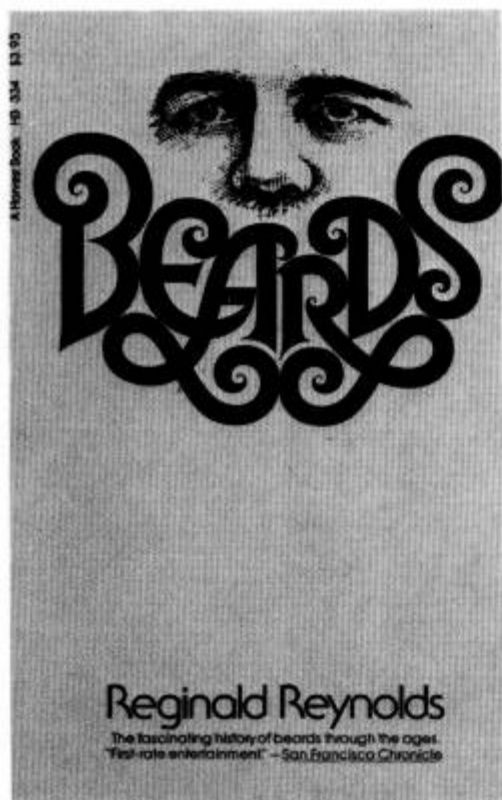
1970年到1980年这10年之间，国际字体公司一共设计和生产出34种新的字体系列，60多种专用的特殊美术字体，全部注册，使它们为美国平面设计界服务，提供了一系列崭新的文字工具。他们的基于赫维提卡系统基础上的字体家族，都保持了赫维提卡的高度简洁、明确的特征，在某些细节上进行了改良，比如往往加大了字母X的高度，对其他某些字母的比例进行修饰，等等，完善了无装饰线体的整个系统。国际字体公司在卢巴林的指导之下，还出版了自己的专用刊物《U & lc》，目的是宣传和解释自己公司的新字体和这些字体使用的规则。他们设计的字体和提倡的版面设计，特别是文字部分的版面设计，对于美国70年代的平面设计产生了极大的影响作用。

卢巴林1964年辞退了自己在苏德勒和轩尼斯广告公司（the Sudler and Hennessey advertising agency）的副总裁和设计部主任的工作之后，他与以前关系密切的几个设计家联合工作，其中包括平面设计家恩尼·史密斯（Ernie Smith）、阿兰·皮科里克（Alan Peckolick 1940—），字体设计家汤米·德斯皮格纳（Tony Di Spigna 1943—），汤姆·卡纳斯（Tom Carnase）等。这批设计家的结合，为日后美国平面设计的发展组成了一支相当有力的设计力量。

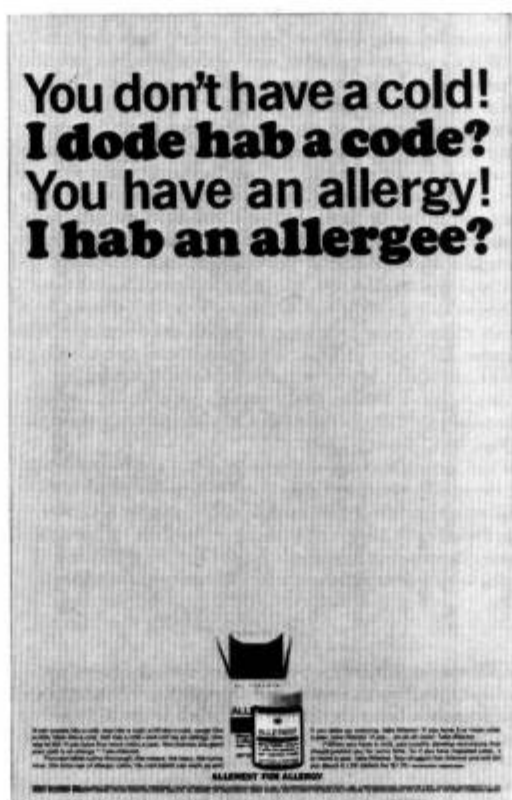
## 6. 乔治·罗依斯

在1950年代曾经在伯恩巴赫设计公司工作过的众多的设计家中，乔治·罗依斯（George Lois 1931—）是具有极为强烈个人设计倾向的一个怪才，被称为美国大众传达设计的“可怕的儿童”（the enfant terrible）。他无论在设计公司里还是自己从事自由撰稿设计，都不择手段地推销自己的设计，在美国平面设计界中他的这种不择手段的方式已经变成传奇性的故事了。比如他曾经为了向古德曼公司的总裁（the A. Goodman & Company）推荐自己的设计，不惜爬上三层楼高的总裁办公室去，几乎强迫别人接受他的设计，因而才被称为“可怕的儿童”。说明他的行为放荡不羁，而又童心十足。

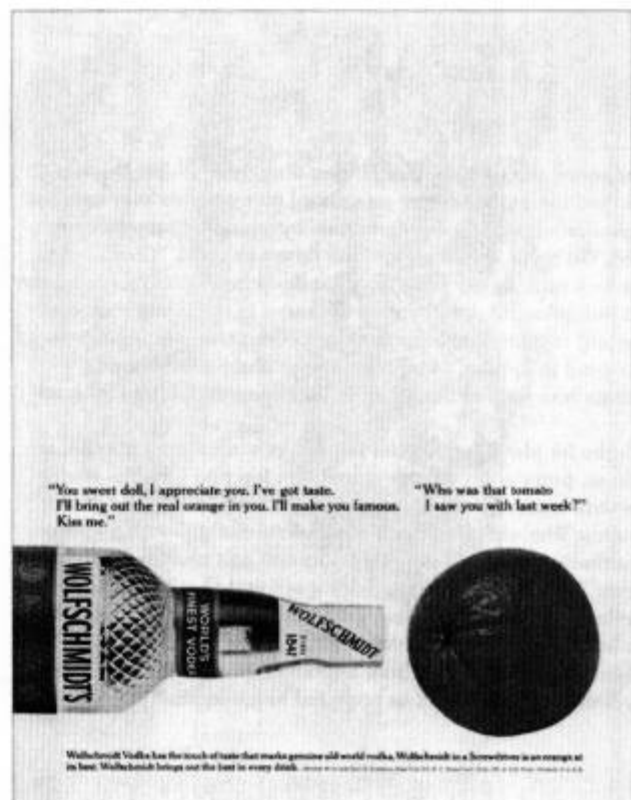
罗依斯接受了伯恩巴赫的设计哲学思想，主张把所有的平面设计基本因素混合在一起，为统一的视觉目的服务。特别重要的是要把视觉形象和语言内涵进行完整和统一的结合这一点，在他的设计上反映得特别鲜明。他曾经说：一个平面设计师对于文字应该具有与对待图形同样的重视，因为图形和文字都是使视觉传达能够实现的基本因素。平面设计中的文字，就好像歌曲中的歌词一样重要，没有歌词成不了歌曲，没有文字成不了平面设计，以前从视觉艺术的角度偏重图形、插图、摄影的方法，其实是有问题的，文字不应该被忽视，反而应该得到与其他平面因素同样的重视。（他的



13—53. 哈里斯·留温 1975 年设计的书籍《胡子》的封面，把英文单词“胡子”交叉穿插处理，形成胡子的形状，是美国表现主义平面设计的常用手法之一。



13—54. 乔治·罗依斯 1961 年设计的广告，也是采用各种字体编排达到表现的目的。



13—55. 乔治·罗依斯 1962 年设计的广告，插图部分和文字部分都有强烈的对比和表现特点。

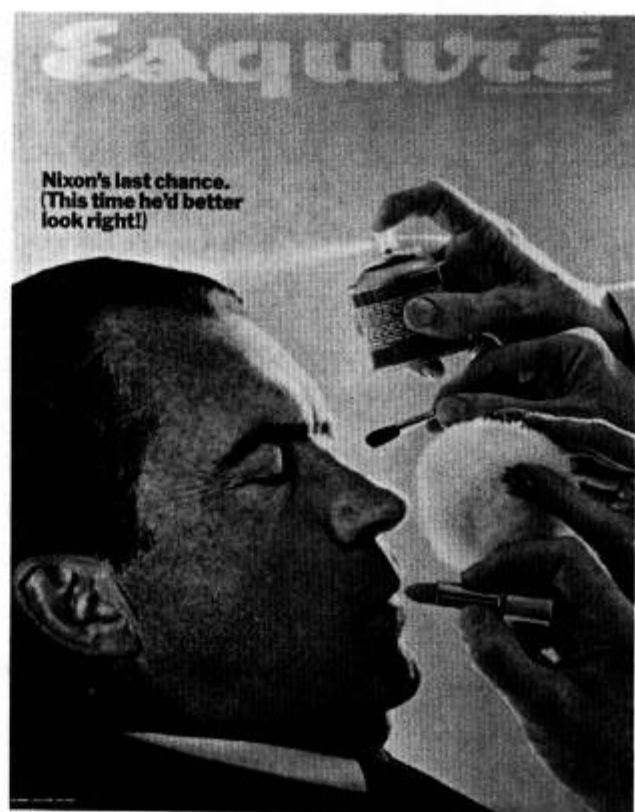
原话是：an art director must treat words “with the same reverence that he accords graphics, because the verbal and visual elements of modern communication are as indivisible as words and music in a song.”)他主张平衡处理平面设计的各个要素。他在 28 岁那年离开伯恩巴赫公司，与几个志同道合的设计朋友联合组成了自己的设计公司“帕派·科尼格·罗依斯设计公司”(Papert, Koenig and Lois)，这个公司业务蒸蒸日上，非常成功，成立 7 年以后，业务已经达到每年 4000 万美元的水平。但是，企业本身的成功，并没有能够把罗依斯羁绊住，他在企业成功之后，急流勇退，又转去其他的广告公司从事新的设计探索，连续不断的更换工作，反而丰富了他的设计经验，使他在设计上更加成熟。

1962 年，罗依斯接受了美国老牌杂志《老爷》(Esquire)的设计工作。《老爷》杂志当时困难重重，这本杂志是美国第一本专门为男性读者服务的刊物，但是由于原来杂志编辑之一的修·哈夫纳(Hugh Hefner)脱离编辑部，于 1960 年自己创办了更加强调与性主题相关的《花花公子》(Playboy)杂志之后，比较稳健的《老爷》的销售量就一落千丈，无法与《花花公子》对抗。面临发行的困境。《老爷》的主编哈罗德·海斯(Harold Hayes)要求罗依斯通过封面设计和版面设计来挽救这份濒临破产的杂志，罗依斯认为：简单地设计美丽、漂亮的封面于事无补，关键是内容能够吸引读者。他在封面上罗列了每期主要文章的题名和内容提要，同时下大功夫设计版面，也参与文章的选择，力求选择和采用适合比较稳健的男性读者喜欢的专栏文章和评论文章。他对于读者的要求，对于美国当时男性读者，特别是《老爷》杂志的主要读者：收入中等以上的、具有一定高等教育背景的男性有深刻的了解，因此他的设计和选择的内容，都能够切中要害，符合要求，这种大刀阔斧的改革，完全改变了《老爷》杂志的困难状况，他在 10 年左右，一共设计了 92 期《老爷》杂志的封面，参与了大量的这本杂志的版面和内容的设计，他与摄影家卡尔·费什(Carl Fischer 1924— )密切合作，努力使杂志图文并茂，到 1967 年，《老爷》杂志的年盈利是 300 万美元。

罗依斯认为费什是少数几个真正认识和了解他的设计思想的摄影家，因此他们的合作非常默契，互相能够比较好地配合工作，这是设计成功的重要原因之一。他们别出心裁，设计封面时常常有读者预想不到的新构思，有时也会让读者感到不喜欢、刺激。他们大量采用摄影拼贴方法，设计主题往往具有讽刺或者幽默的特点。比如 1963 年震动整个美国的谋刺美国总统肯尼迪的刺客奥斯华德



(Lee Harvey Oswald) 在押解的途中被酒店老板卢斯刺杀, 这个新闻使美国举国上下近乎混乱, 而他们在这期杂志封面报道这条新闻的时候, 却采用了一个小孩一边吃汉堡包、喝可口可乐, 一边看电视新闻的方式, 对于事件本身好像漫不经心, 这种手法在当时的确引起广泛的不满; 又如在报道越南战争的时候, 他们的封面设计是整版黑色, 上面简单地用文字写道: “我的天, 我们刚刚打中一个小姑娘!” (“Oh my God-we hit a little girl.”) 把残酷的战争、美国军队在越南的狂轰滥炸对当地人民造成的灾难, 以似乎轻描淡写的方法表达出来, 好像漫不经心一样的。这种冷嘲热讽的态度, 其实是对美国政治的鞭挞, 而表现的方式如此冷漠而玩世不恭, 反而更加吸引读者注意, 这是他们设计成功的一个重要的原因。1968年, 他邀请因为拒绝到越南服兵役而遭剥夺拳击冠军头衔的美国拳王穆罕默德·阿里 (Muhammad Ali) 为《老爷》杂志当封面模特, 化装成为古罗马时代被罗马皇帝迪奥勒提安 (Emperor Diocletian) 屠杀而成为历史上的英雄和烈士的基督徒圣·塞巴斯蒂安 (Saint Sebastian) 的形象, 以此来表示对美国发动越南战争的不满, 以及代表美国人民对于阿里的支持。这期杂志受到非常热烈的社会欢迎。1968年当尼克松竞选第二任总统的时候, 罗依斯又与摄影师合作, 设计



13—56. 乔治·罗依斯 1968 年设计的《老爷》杂志封面, 把尼克松作为主题, 以许多手为他涂脂抹粉来讽刺他的虚伪, 是美国平面设计的经典作品之一。

设计了新的封面, 他记得 1960 年尼克松在总统竞选中失败给肯尼迪的原因之一, 是因为他在电视上辩论时形象很差, 特别是连胡须也没有刮, 被美国媒介嘲讽为“五个钟头的阴影使他看起来像个恶魔” (“five o’clock shadow made him look evil.”), 因此刻意设计了尼克松正在被精心化装的场面, 充满了讽刺他为自己涂脂抹粉的手法。这一期杂志出版以后, 他收到尼克松竞选办公室的抗议电话, 说他歪曲总统形象。同样的, 他在 1970 年一期《老爷》杂志刊载关于美国军官威廉·卡利 (Lieutenant William Calley) 曾经在越南梅莱村 (My Lai) 屠杀上百个无辜妇孺的屠杀事件报道时, 把这个军官的照片与一批天真无邪的越南儿童的照片拼贴在一起, 产生强烈的对比效果, 引起社会对这种灭绝人性的屠杀的广泛反感。

罗依斯的设计主张和设计风格, 对于美国平面设计界带来很大的影响, 特别是他采用冷嘲热讽、近乎玩世不恭的活泼方式, 鞭挞时弊, 把接近崩溃边缘的《老爷》杂志挽救回来, 变成美国成年男性喜爱的读物之一, 这一点给设计界非常深刻的印象。他在设计上著作内容与形式的统一, 强调内容是决定性因素, 这个立场, 与许多只强调设计的视觉效果的设计家完全不同, 因而得到更加广泛的注意。

美国的平面设计在二战后初期受到来自欧洲的, 特别是瑞士的国际主义平面设计风格很大的影响, 从而在风格上产生了巨大的改变, 摆脱了战前保守的、陈旧的设计方法, 开始广泛接受和采用欧洲现代主义设计风格, 讲究功能, 采用比较简单的插图, 大量采用无装饰线字体, 采用非对称的版面编排, 广泛采用摄影拼贴, 并且注意到把平面设计的各种因素统一起来的这个重点, 因此平面设计得到很大的发展。与此同时, 美国的设计家们也根据自己的具体情况, 特别是美国读者、美国市场、美国印刷行业的具体要求, 对设计风格进行了适应性的调节, 产生了具有美国特点的国际主义风格, 美国平面设计的自由化、在政治和意识形态内容方面的批判特征, 开始引起国际平面设计界的注意。其中, “纽约派”的形成和发展成为美国平面设计发展的非常重要力量。很多在美国二战后初出茅庐的青年设计家, 特别是纽约派的一些设计家, 成为美国设计的中坚力量, 有一些一直到目前依然从事设计活动, 他们使美国的平面设计发展得到延续性的发展和进步。在半个世纪中挑起美国平面设计发展的重担。

### 导言：企业形象设计的历史

第二次世界大战期间，各国的经济发展基本停顿，大部分工业都因为战争需要而转为军工生产，比如各个工业国家的汽车工厂和飞机工厂，在战时都仅仅生产供军用的汽车、装甲车辆和作战飞机，民用产品、消费产品的生产基本停滞不前。直到战争结束以后，世界各国战争时期工业和经济体系，才逐步转向消费生产。战争期间军用产品的设计，仅仅重视使用功能性和安全性，对于促进销售、造型美感的设计因素是基本不考虑的。而二战后开始蓬勃发展起来的消费产品生产，则必须注意产品造型的吸引力，必须注意促进销售的手段，以在市场竞争上取得成功，这种情况，造成二战后设计的大发展。无论是建筑设计、工业产品设计还是平面设计，都得到比二战前要发达得多的进步。企业界普遍认识到“好的设计就是好的销售”这个市场竞争的基本原则，50年代，在这个原则的促进之下，西方各国的设计得到相当大的促进。新的市场观念形成，市场营销学成为企业发展的根本依据，企业不仅仅希望能够短期销售自己的产品，也希望能够通过产品、通过平面设计，包括包装、标志、色彩、广告、推销方式等等一系列的系统设计，来树立企业在顾客中的积极、正面形象，企业对于自己和自己产品的形象的要求，是导致企业形象设计产生的基本条件。

利用综合的视觉因素来树立企业形象这种方法，其实并不是新的手法，如果从历史发展的角度看，企业利用商标和其他标志树立自己的形象，大约有数百年的历史了。欧洲在1700年前后，大部分的商业单位都有自己的商标，而商标的历史在中国就更加久远了。现存北宋时期的“白兔牌”剪刀广告，包括了企业和产品商标、广告语言、服务保证等所有现代广告的基本元素，可以说是目前最早的完整企业形象设计之一。但是，这些早期的活动，基本是分散的、没有体系的，也没有完整的、科学的设计规律和原则。1907年，德国现代设计的重要奠基人彼得·贝伦斯为德国电器工业公司（AEG）设计出西方最早的完整企业标志和企业形象，是现代企业形象设计系统化的开端，但是因为德国很快就卷入了第一次世界大战和第二次世界大战，企业忙于生产军火，因此这个设计的探索，连同现代设计的探索和包豪斯设计学院的试验一同都被中断了。真正开始重新探索和应用企业总体形象，是二战后的发展结果。

另外一个促使企业形象设计发展的原因是二战后的经济日益国际化，许多国家在二战前的经济贸易活动仅仅局限于自己的国家，面对的是国内市场，因而往往通过企业对于市场的垄断方式来销售自己的产品，没有必要进行大规模的企业形象活动；但是，自从二战后以来，美国和西欧国家的经济活动迅速进入国际化阶段，很多欧美的大型企业的企业活动进入了国际市场，竞争日益激烈，为了在国际市场中推销自己的产品，这些企业都不得不通过新产品开发、产品质量和服务质量的控制和保证、包装优良、广告设计具有特色等等方法来提高市场的占有率，最终的目的是树立自己企业和企业产品的国际形象。西方企业从来没有如此重视企业形象的树立，这个国际市场的竞争压力，是企业形象设计得到飞速发展的重要背景。在这个活动中，美国的平面设计界具有非常突出的成就，美国的一些重要的平面设计家奠定了现代企业形象设计的基础，欧洲一些大型企业也在二战后进入企业形象设计的阶段，这个企业形象设计的观念在70年代引入日本，在日本的企业界得到进一步的发展，终于形成非常完善的系统。

对于美国设计界来说，企业形象系统主要是视觉系统，包括企业标志、标准字体、标准色彩，以及这些因素的标准运用规范，称为“视觉识别系统”（Visual Identity），总的来说就称为“企业形象”系统，英语是“Corporate Identity”，简称“CI”。因为企业形象的树立，除了以上这些因素组成的视觉系统之外，还具有企业员工和管理阶层体现出来的行为特征，包括人际关系的方法、一般举止和说话的规范，因而当美国设计界发展出来的企业形象设计系统，也就是“视觉识别系统”介绍到日本之后，日本企业界和设计界进一步增加了所谓的“行为规范系统”，根据“视觉识别系统”的基础，又翻译成英语的“Behavior Identity”，简称为“BI”，日后又更增加到整个企业的管理、



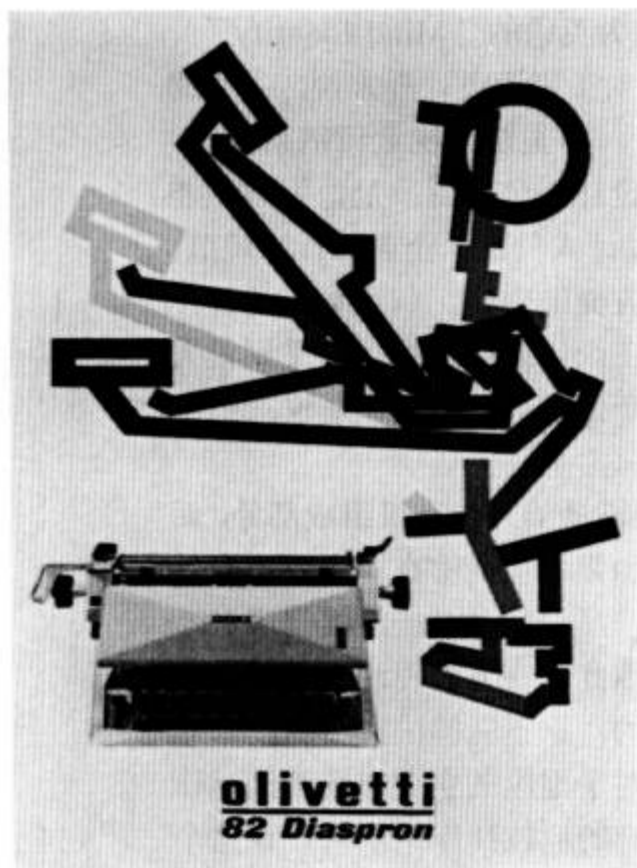
经营的规范，上升为管理规范，称为“观念识别系统”，勉强翻译成为英语的“Mind Identity”，简称“MI”，因而形成了“VI”，“BI”，“MI”的三个层次，其实，对于平面设计界来说，主要的工作依然在视觉识别系统上，无论是影响力还是设计人员本身的能力，都主要在视觉识别系统上，而其他两个层次对于企业形象的树立固然有作用，但是对大部分平面设计人员来说，是他们力不能及的。因此，在企业形象设计上，过分强调后面两个层次，要求平面设计人员设计企业的行为规范、企业管理规范，根本是本末倒置，因为那些规范的设计，是管理专业方面的内容，与视觉传达设计有很大的差距。远东各个国家和地区在日本设计界把企业形象系统的三个层次炒热之后，受到很大的影响，“企业形象热”风行一时，设计人员言必称“CI”，这的确夸张，从具体设计来说，也实在言过其实。

必须注意的一点是企业形象设计，只是企业的市场营销活动中多项活动的一个有机组成部分，而本身提供的只是视觉形象的标识，设计本身固然能够造成顾客的记忆加强，也能够在一定程度上促进产品的销售，但是，它仅仅是组成部分之一，如果产品质量不好、产品设计差、产品维修服务不好、产品价格过高、产品销售渠道不对等等，都会影响销售和竞争。因此，一方面要注意的是企业形象设计的重要作用，另外一方面必须注意：企业形象设计不是万能的，它不能解决许多问题。它只是整个企业市场活动的组成部分之一而已。远东的所谓“CI”热，对于健康的企业市场营销运作来说，其实弊大于利，应该实事求是地把企业形象系统还原到它应该有的地位和作用上来。在这个方面，欧洲和美国的设计界比较实事求是，而较少玩弄设计词汇的花招。

## 1. 意大利的奥里维蒂公司的企业形象设计

二战后初期最早的企业形象设计出自一些从事设计的个人活动，而还不是企业自觉的行为结果。至于二战前的，甚至是第一次世界大战以前的个别企业形象设计，比如前面提到的彼得·贝伦斯为德国电器公司（AEG）设计企业形象，只是非常孤立的例子，并不代表企业形象设计系统的完善和成熟。德国电器公司是极为少数很早就具有企业形象意识的大型企业，在企业文化上具有非常高的水平，因此能够在二战前和二战后的竞争中始终处于非常有力的地位。而与德国电器公司相似，很早就开始形成树立企业形象意识的另外一个欧洲的大型企业是意大利的办公设备生产公司——奥里维蒂公司（the Olivetti Corporation）。奥里维蒂是意大利，甚至欧洲最早生产打字机的公司，很快发展到生产其他的办公设备和机械，这个公司是1908年由卡米洛·奥里维蒂（Camillo Olivetti）成立的，他的儿子安德里亚诺·奥里维蒂（Adriano Olivetti 1901—1970）在1938年接手担任了公司的总裁，他对于通过产品设计、广告设计、包装和其他平面设计、建筑设计等等各种设计活动树立企业的统一形象有强烈的要求，对于企业本身的组织改造、企业组织结构改革、生产程序和生产方法的现代化有高度的重视，与父亲相比，安德里亚诺·奥里维蒂代表意大利新一代的现代企业家。1936年，奥里维蒂公司雇用了当时仅仅24岁的平面设计家吉奥瓦尼·平托里（Giovanni Pintori 1912—）负责企业的对外形象，参加刚刚成立公共事务部门（the publicity department）的工作。从这个时候开始，平托里成为奥里维蒂企业形象设计的最重要主持人，他在这个企业形象部门工作了整整31年之久，给奥里维蒂公司的企业形象打上鲜明的个人印记。

1947年，意大利正挣扎着从战争带来的毁灭性灾难中重新建立自己的经济体系，奥里维蒂公司作为全国最大型企业之一，肩负了恢复国民经济的责任。为了提高企业在国际市场上的竞争力，使企业本身能够在尽量短的时期内发展起来，奥里维蒂公司一方面全力以赴开发和设计新一代的办公机械，提高产品的质量和性能，同时也努力在世界上树立自己的企业形象。因此，平托里的设计工作日益沉重，他计划全面改变这个公司的企业形象，目的是建立一个国际型的、大型企业的积极形象，以争取在国际市场上站稳，成为国际大型办公设备和机械公司。1947年，他为奥里维蒂公司设计了新的企业标志，用没有大写字母的无装饰线体组成，没有符号，利用文字，也就是企业名词作为企业标志，准确而又鲜明，而无装饰线体则提供了非常现代的内涵。这个字体组成的简单白色的



14—1. 平托利 1958 年为奥利维蒂公司设计的打字机广告册页，把打字机的图形和抽象的形象结合，形成企业的形象。

企业标志，广泛地应用在几乎与奥利维蒂公司有关的所有方面：从名片、文具纸张、企业报告、产品上的企业标志，到工厂内的机械设备、运输车辆、展览看版等等，虽然只是简单的白色的一行企业名称字母，但是由于反复出现，并且几乎是无孔不入地反复出现，自然使人形成强烈的视觉记忆印象，从设计上来说是非常成功的。这是 1907 年彼德·贝伦斯为德国电器公司设计企业系列标志以来，西欧国家设计出的最完整和最具有视觉效果的一个杰出企业形象系统，在企业形象设计上具有划时代的重要意义。

平托里的一个重要贡献是奠定了奥利维蒂公司每年向世界各国推广的企业海报的设计定位。奥利维蒂生产各种不同的办公机械，特别是打字机，企业希望能够利用海报的形式来宣传新的产品，同时也通过这些海报来树立和加强企业在顾客中的印象。1956 年，奥利维蒂公司出产了新的打字机“Elettrosomma 22”，由平托里负责设计海报，他运用简单的小方块、数字方格堆砌起来，形成一个似乎杂乱无章，但是具有高度数字内容的完整的组合，既说明了奥利维蒂公司产品的性质——与办公有关、与统计数字有关、与打字有关、与键盘有关的特点，也显示了意大利文化的特色：活泼、不拘一格、浪漫而个人化，具有既简单明确，又复杂丰富的双重特点，更加重要的是：这正是奥利维蒂公司意在顾客心目中树立的形象——简单、明快、现代，同时在技术上是高水平的、复杂的。这

张海报设计奠定了日后一系列奥利维蒂海报的基础，奥利维蒂和平托里的合作，在 50 年代和 60 年代达到新的高度，这个时期奥利维蒂强调自己高科技的企业特色，因此设计的各种宣传品都利用键盘、数码、方格网络等等基本手法，凸现现代化的特点。但是，无论如何复杂的细节，这些平面设计的总体依然保持了简单、规范、整体的原则，整体完整和细节复杂的统一，活泼性和严肃性的综合，是奥利维蒂企业形象的一个非常突出的特色。平托里本人毕生的努力，就是要把机械化过程、复杂的电子技术的视觉特点以非常简单、易懂、明确、整体的方式表达出来。有了这样一个设计前提，奥利维蒂的企业形象就树立得非常坚实，并且绝大多数顾客都表示对这个企业形象系统有好感。奥利维蒂的产品销售在欧洲和世界其他地方能够成为畅销品，与这个整体设计的成功是分不开的。

奥利维蒂企业形象的成功设计，为欧洲其他国家大型企业树立企业积极形象提供了样本，这个完善的视觉系统，不但在欧洲引起企业界和消费者的注意和喜爱，并且也刺激了奥利维蒂的主要竞争对手，美国的国际商业机械公司（IBM）在企业形象上的竞争，促进了美国的企业形象设计。

## 276

### 第十四章

## 2. 美国最大的电视公司之一——哥伦比亚广播系统（CBS）的企业形象设计

美国一共有 3 家最大的广播公司，它们是美国广播系统（American Broadcasting System, ABS），全国广播公司（National Broadcasting Company, NBC）和哥伦比亚广播系统（the Columbia Broadcasting System, CBS）。自从电视发展以来，这三家原来以无线电广播为主的广播公司都成为以电视广播为中心的大型新闻制作、娱乐制作、广告转播的大规模企业。对于美国的经济和对于美国文化，甚至对于美国人民的生活习惯都带来巨大的改变和冲击。

以往的企业形象设计，基本都是与制造业密切相关的企业的标志，企业的性质是生产，基本部分服务行业的企业形象，这些企业的服务内容也基本没有质的改变，因此，设计的手法往往是以固定的企业标志、固定的字体、固定的色彩计划和以上三者的固定应用方法规范合成的，达到树立企业稳固、坚实的形象目的。但是，电视广播却是以无线电传播、视觉接收、不断变化，特别是随技术条件的改变和社会发展因素的改变而不断进步和发展的特殊行业，以往企业形象设计那种以不变



应万变的方法显然与电视广播行业提供的服务内容有差距，因此，必须发展出新的企业形象系统来，这个任务是在哥伦比亚广播系统中完成的，为其他的电视公司提供了非常有用的借鉴。

哥伦比亚广播系统的总裁弗兰克·斯坦顿（Frank Stanton）很早就注意到企业形象对于大众传播媒介的重要作用。在他担任领导的期间，他已经开始聘用艺术家来处理平面设计，希望树立积极的、健康的企业形象，以吸引更多的观众。哥伦比亚广播系统的设计总监威廉·戈登（William Golden 1911—1959）在这个公司管理整个系统运作达20年之久，他是具体影响哥伦比亚广播系统总体形象的关键人物。在这几个眼光远大的企业领导的指挥之下，哥伦比亚广播系统树立了自己与众不同的企业形象系统。大部分的企业形象系统是基于一个固定不变的形象，包括标志、标准字体、标准色彩计划和这些因素的应用方式规范，使之在顾客、消费者和观众心目中留下牢固的记忆结果，最终促成销售。而哥伦比亚广播系统的企业形象的立足点却是不断的变化，在一个基本确定的模式中求变，以传达公司的前卫和不断革新、不断发展的企业特征。这种做法，实在与众不同，因而反而引人注目。哥伦比亚广播系统的这个设计，建立了企业形象设计的另外一个崭新的模式：在确定的模式之间进行连续不断的变化，立足于大同小异的方法，既能够树立明确的企业形象，同时也传达了企业本身不断求新求变的内涵。当然，这种设计模式，与哥伦比亚广播系统的性质有密切的关系，这是传播公司，所有的商品是视觉传播内容，因此，采用变化的设计，能够产生更加积极的形象，而大部分以产业为主的企业，则很难采用这个模式，而往往采用比较单纯的固定设计。

戈登在1951年11月16日首创哥伦比亚广播系统的企业标志，是以一只眼睛为基础发展起来的形象，眼睛后面的背景是有云的天空，把电视广播的观看（眼睛）和电视广播的传播（天空）密切连续在一起，造成一种超现实主义的气氛，从艺术的角度来讲，有本身很高的文化内涵，而从大众的角度来看，也容易理解，具有雅俗共赏的特点，并且构思非常生动活泼，使观众产生很深的印象，也受到比较普遍的欢迎。斯坦顿看了这个设计之后，非常欣赏，但是同时对戈登说：“一旦你自己对这个形象感到厌倦的时候，就要注意观众对它的反应了”。他的这个说明，其实包含了哥伦比亚广播系统企业形象设计的基本原则：一旦人们对标志有厌倦的反应时，就应该开始设计新的标志。保持新鲜感和发展感，是企业形象设计的核心内容，因为这样才能给观众带来求变的信息，树立哥伦比亚广播系统不断发展、不断改变自我、不断前进的企业形象。广播系统的企业形象因此是发展的、改变的，绝对不能是一成不变的。

在他们的共同协商之下，戈登设计的标志上的眼睛在以后几次设计中保留下来，但是背景则不断改变，以眼睛为中心，是保证企业形象一致性和延续性的基本手法，而背景的改变，则是变化的内容要求。这样达到求大同存小异的既有统一，又有变化的设计目的。直到目前为止，哥伦比亚广播系统的企业标志依然是以眼睛为基本动机的，但是背景的改变，却是不断的、持续的。

为了适应企业标志不同场合和方式的使用需求，戈登和他的设计组建立了两种不同的企业标志使用方法，在电视屏幕上出现的是上述的以眼睛为中心、背景则经过一段时间就有所改变的设计，而用于大量的印刷品上的标志，则是简单的以眼睛形象为中心的平面标志。但是，哥伦比亚广播系统对于企业标志应用采用了非常灵活的安排，如果需要，同时条件允许，即使在平面上也可以采用类似电视广播上的标志设计方式，企业形象设计的固有的、一成不变的方法，在哥伦比亚广播系统中完全被打破了，因而这个世界最大的电视广播系统之一的企业形象，在观众心目中是进取的、前进的、改变的，对于企业本身的形象树立，具有非常积极的促进作用。



14-2. 戈登1951年设计的美国哥伦比亚广播系统的电视系统企业形象和标志。



14-3.多夫曼和安迪·沃霍尔1951年为哥伦比亚广播公司设计的节目广告。

除了设计企业形象之外，哥伦比亚广播系统也非常注意广告对于本身形象的关系和影响。哥伦比亚广播系统的设计主管是戈登，他负责整体设计，控制企业形象的持续性和改变性，手下有一批非常有才能的设计家具体负责设计电视上的和其他平面的细节。与此同时，哥伦比亚广播系统的无线电广播部门也依然存在，无线电广播部门的设计负责人是卢·多夫曼 (Lou Dorfman 1918—)，他在1946年加入哥伦比亚广播系统，与戈登合作，而他的主要工作领域是无线电广播部门的形象设计。他参与戈登的设计规划，设计出一系列直截了当的视觉和听觉传达方式，作为哥伦比亚广播系统的企业特点。在他们的合作下，新的哥伦比亚广播系统的平面设计规范也发展出来了，他们要求所有的平面设计品都必须具有严格的次序性，并且所有哥伦比亚广播系统的印刷品都必须以白色为底色，白色空间、规整的平面布局，成为哥伦比亚公司的平面形象。

1959年，在一次设计会议上，戈登在讲话中对公司的设计人员提出设计的几个基本的原则要求：设计必须要具有责任心，对于设计对象的实际功能要有理性的理解。他说：“设计”这个字应该是动词，而不是名词，因为设计是一种活动，而不是一种一成不变的规范。具体到他们

所从事的、与广播媒介密切相关的设计，这种设计活动的目的是传达信息（他的原话是：“in the sense that we design some thing to be communicated to someone”）。他聘用了一些非常有才能的艺术家为哥伦比亚广播系统的广告设计和制作插图，其中包括费立克斯·托波斯基 (Feliks Topolski)、林·波契 (Rene Bouche)、本·山 (Ben Shahn) 等人。为了使艺术效果和浪漫色彩达到一定水平，戈登在公司的设计部门中创造了非常自由的创作气氛，设计家和艺术家们在哥伦比亚广播系统的设计部中具有很大的自由度，可以充分地、任意地发挥自己的想像力和创作力。比如1957年推出的广告“大推销” (the Big Push) 就是这种自由创作气氛下的产物。这个系列的广告设计是由戈登和本·山合作负责设计的，绘画部分由本·山负责，而观念是戈登的设计。当时美国经济高度繁荣，这个系列的广告被应用在哥伦比亚广播系统的广播节目、电视节目、所有的出版物上，设计采用简单的黑白线描，抽象地表现了挤成一堆的一大堆超级市场的金属购物车，全部是纵横交错的细直线，

278  
第十四章



14-4. 多夫曼等人于1964年为哥伦比亚广播公司设计的特殊广播节目广告。

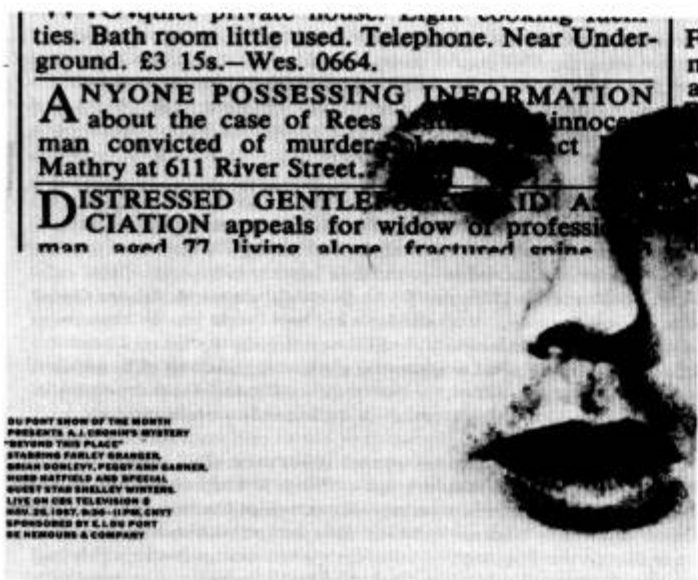


14-5. 多夫曼设计的海报之一，题目是“好像拿苹果和橙子比较一样”，传达对不同的传播媒介效果比较的隐喻。

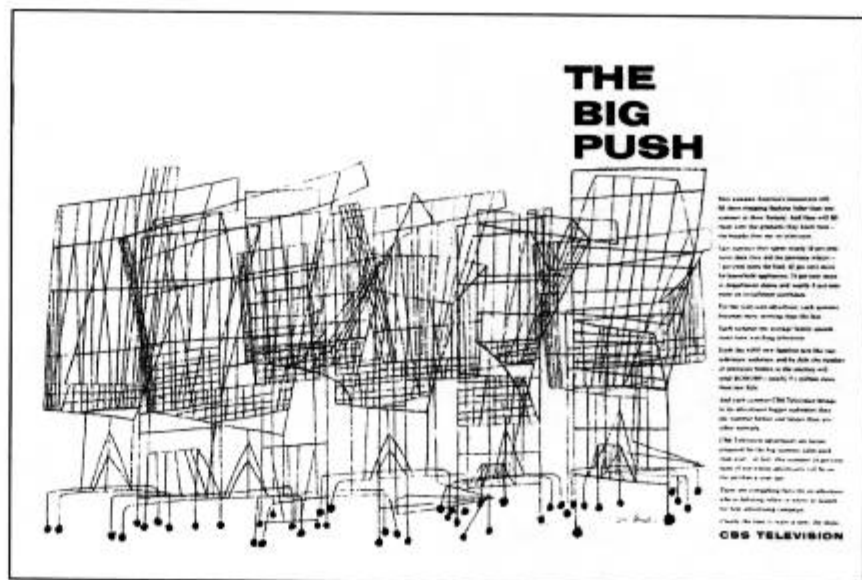


14-6. 多夫曼1968年设计的特别节目广告系列，把美国黑人和美国国旗重叠，主题鲜明。





14-7. 戈登1957年设计的演出海报,把字体和演员的形象重叠,具有非常特殊的效果。



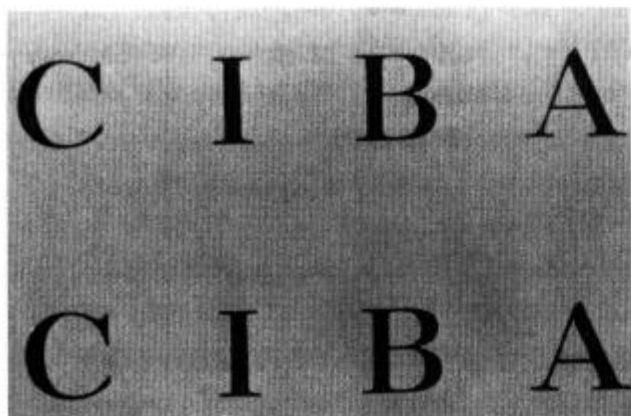
14-8. 戈登1957年为哥伦比亚广播公司设计的广告册页,在平面上具有强烈的个人设计特色。

只有车轮用小小的黑色圆圈表示,既具有抽象艺术的高品味,也能够为市井百姓一目了然,可以说是雅俗共赏的很好的作品,斯坦顿对于哥伦比亚广播系统的设计非常重视,他知道广播系统的主要收入是广告,如果设计质量不高,直接影响公司的收入,影响公司的发展,因此,他给设计人员相当大的权力。早在1951年,他就任命戈登为哥伦比亚广播系统电视网的广告和促销部的创意总监,1954年,他又任命多夫曼为哥伦比亚广播系统的无线电广播网的广告设计总监,由于哥伦比亚广播系统本身有自己的设计部门,因此公司不必与外部的广告公司和广告代理商耗费大量时间讨论设计,主要的精力能够放在部门内部的设计上,因而这个公司的设计水平能够一直保持相当的高度。

戈登在刚刚48岁的时候突然去世的,对于哥伦比亚广播系统来说,无疑是一个重大的损失,在他去世之后,多夫曼担任了整个公司的设计创意总监。多夫曼在整个50年代都是负责无线电部门的广告设计,因此已经形成了自己明确的设计思想。他努力把设计、传达中杂乱无章的各个方面的因素综合起来,组成完整的体系,并且非常注意解决具体的传达功能的问题。他明确强调设计的传达功能效果不能仅仅停留在设计形式上。他反对采用一成不变的平面风格,要求针对不同的设计内容、不同的平面版面内容,采用不同的平面设计因素,包括不同的字体、插图、版面编排方式等等,总而言之,所有的视觉因素为设计的最终目的服务,在视觉传达功能上和形式上都要求达到统一和最佳效果。1964年,他接管了整个哥伦比亚广播系统的设计领导工作,成为整个公司的设计主管,在此之后,他更加通过各个不同设计部门来贯彻自己的这个设计哲学。通过他在这个公司近40年的工作和领导,哥伦比亚广播系统树立了非常积极、鲜明、有力和生动的企业总体形象。企业形象和广告设计的完美,使哥伦比亚广播系统成为美国屈指可数的,也是世界上屈指可数的最大的广告集团公司,这与设计的关系是非常密切的。正因为设计对于公司业务贡献,多夫曼在1968年被委任为哥伦比亚广播系统的副总裁。他在自己的职位上依然坚持自己和斯坦顿的对设计高度重视的基本信条,使这个公司业务蒸蒸日上,蓬勃发展。

1966年,哥伦比亚广播系统委托美国建筑设计大师艾罗·萨里宁(Eero Saarinen 1910—1961)设计了新的哥伦比亚广播系统总部大楼。而新的总部大楼内的全部平面标志、符号,包括电梯的按钮、各个部位的时钟号码与指针、总部大楼内部的部门牌号和名称、方向标志等等多夫曼都重新进行设计,他之所以这样不遗余力地设计如此琐碎的细节,是希望整个哥伦比亚广播系统总部建筑能够成为一个统一的、给人以深刻印象的企业完整形象。这可以说是企业总体形象设计达到登峰造极地步的做法了。他在设计中,高度重视功能性,绝对不玩弄所谓艺术花招,对于设计中艺术性和功能性的关系,他把握得非常好,在他的这些设计中,有两个部分——电梯内部的标志和建筑内部的方向标志设计——必须得到纽约市的消防队和市政建筑检查委员会核准,经过这些部门的检查,多夫曼的全部设计完全符合要求,可见他对于功能性重视的程度。

多夫曼同时也非常注意把自己设计的原则贯彻到电视台的电视制作、广告片制作中去,他因为



14-9.瑞士巴塞尔化学工业协会—CIBA的企业形象系统, 1953—1960年。

长期从事平面设计, 因此对于在电视制作中的平面部分很关心, 特别是电视的报头、电视广告的形式、促销的方式等等, 他提倡采用电脑动画等等新发展起来的手段来加强设计的力量, 扩大设计的视觉空间和设计的想像空间, 在他的领导之下, 哥伦比亚广播系统取得非常重大的成功。

哥伦比亚广播系统的企业形象的成功, 不仅仅是设计的成功, 严格地来说, 这个成功是设计管理的结果。公司从开始就设立了对设计的基本政策, 聘用合适的设计人员, 给予他们充分的设计自由, 鼓励创作性的思维, 而公司的负责人中, 就有从设计部门来的人选, 比如多夫曼担任整个公司的副总裁, 这些管理方法是成功的主要原因。哥伦比亚广播系统的企业形象的成功, 给设计界提出一个新的课题: 设计管理。以往那种认为仅仅有好设计就解决问题的看法, 在大企业的运作中, 在大企业树立自己的企业总体形象中被动摇了。新的观念因而形成和发展。

### 3. 瑞士巴塞尔化学工业协会 (CIBA) 的视觉系统设计

瑞士是二战后平面设计的重要中心, 在企业形象设计上, 瑞士也处在非常领先的地位。其中, 瑞士巴塞尔化学工业协会 (CIBA — the Society for Chemical Industry in Basel) 的企业形象和视觉系统设计项目是具有相当影响作用的一个典型。这个企业被简称为 CIBA。

瑞士化学工业协会是以瑞士巴塞尔市为中心的化工工业企业的—一个集体组合, 这个企业原来以生产化学染料为主, 短期发展成为一个庞大的、拥有与化工工业相关的许多其他工业的企业, 成为一个规模很大的国际集团公司, 业务范围由西欧扩展到世界各地。因此, 一个能够在世界各个国家都能够为人们认同、为人们了解、使世界各国人民都能够有积极的视觉联想的视觉系统和企业形象显得日益重要, 国际贸易促使了这个企业的设计水平的迅速提高。在这种国际竞争的形式之下, 这个企业要求它的企业形象能够在国际市场牢固的树立起来, 同时要有积极的联想。而它的企业形象系统设计在这个前提下开始发展和完善。

CIBA 到 50 年代中期已经扩展到综合生产各种化工材料和化工制品的大型企业, 生产的产品包括塑料、染料、药物等等。这个企业开始考虑大规模开拓美国市场。50 年代中期, 它聘用了詹姆斯·佛格曼 (James K. Fogleman 1919—) 为 CIBA 美国分部——位于美国新泽西州苏米特的 CIBA 药品联合企业 (CIBA Pharmaceutical Products Incorporated of Summit, New Jersey) 的平面设计总监, 开始着手进行 CIBA 美国分部的企业形象的整个规划设计。佛格曼的设计班子所做的第一件工作就是把原来冗长的企业名称“CIBA Pharmaceutical Products Incorporated”改变为美国人比较容易记的简单缩写为“CIBA”, 他采用简单朴素的埃及体作为标准字体, 形象鲜明而简单朴素, 单单这一个改变, 已经铺垫了这个企业可以为美国顾客接受和记忆的可能性。对于企业的宣传、本身的各种出版物和文件, 佛格曼采用了三种不同的字体系统, 1953 年, 他劝说 CIBA 美国分部的负责人接受他的建议, 采用标准化的、四方形的格式来设



计出版所有的企业宣传材料。由于这个企业高度专门化生产的性质，导致产品不像其他消费产品拥有庞大的顾客群，所以在设计上必须考虑经济成本；而这种标准化的格式，其实在很大程度上能够节省印刷的成本，因此立即得到公司负责人的接受。

佛格曼是一个具有明确的设计意识的设计家。他在1953年的一次国际设计大会上的讲话中提出（企业形象系统）设计应该是整体的、统一的，通过这种方法来体现企业本身的整体性、统一性和完整性，因此，在具体的视觉设计上必须有严格的控制方法，避免因小失大的设计偏差出现，影响整体形象。他在瑞士巴塞尔的CIBA管理委员会上的讲话中，进一步提出了统一和完整性的重要性问题，为了达到这个企业形象树立的目的，重要的是必须通过企业内部形成的政策来保证企业视觉形象的统一

性和完整性，也应该通过其他的规范来提供企业本身的形象的统一和完整，其中包括企业行为规范和其他方面的表现的标准化。他大约是最早在企业形象设计上突破简单的视觉形象范围，接触到行为标准化的设计家之一了。在他的反复强调之下，CIBA总部的领导集团开始认识到总体企业形象的重要性，委托瑞士平面设计家弗里兹·布勒（Fritz Beuhler）负责设计整个CIBA的统一标志，并且明确提出这个标志是要在国际市场上应用的。新的标志与佛格曼设计的CIBA美国分部标志相类似，但是为了更好的视觉效果，字母之间的空间更宽一些，宽度与大写字母的高度一样。这个设计使CIBA的标志形象更加醒目了。

佛格曼对于CIBA企业形象有非常严格的要求，对于广告也有明确的目的。他认为广告应该同时具有两个功能：一是基本的内容传达功能，能够满足直接传达的需求，能够把广告促销的产品内容准确地、迅速地传达给顾客；与此同时，还应该树立企业的积极、良好的形象。因此，广告本身除了促销以外，也包含有树立企业形象的功能。

CIBA对于企业形象的运用制定了严格的规范，使它的使用制度化。企业标志在这个庞大的国际企业的所有产品、包装、文具、出版物、广告、海报、车辆、运输工具、促销场所、展览、职员的名片、制服等等各个方面按照设计的要求准确地应用，因此使这个企业具有非常明确的视觉形象，对CIBA在国际贸易中竞争力的加强具有重要的作用。

#### 4. 新海文铁路公司视觉系统设计

公共运输的视觉系统设计涉及到千千万万乘客的方便，因此，很早就引起西方各个国家公共运输管理部门的注意，比如英国早在20世纪30年代就组织力量设计伦敦的地铁系统和地铁的路线图和标记系统，方便每日数以万计的乘客。美国在二战后开始全面对各种公共运输系统的视觉标志进行设计，其中，比较具有代表意义的是在美国东北部的新英格兰地区运作的纽约、纽海文和哈特佛特铁路系统（the New York, NewHaven, and Hartford Railroad）的视觉系统设计。这个铁路公司承担了新英格兰和纽约之间每日大量的上班人员的运输，客流量相当大，因此，整个系统的识别设计具有相当关键的作用。1954年，新海文铁路公司的总裁是帕特里克·麦克金斯（Patrick Mc Ginnis），他对于铁路运输，特别是客运系统的视觉设计非常重视，事实上，他本人就是这个称为新海文铁路视觉设计系统（The New Haven Railroad design program）的主要发起人和主持人。他认为公司许多年以前设计的旧企业标志和各种指示标记都已落后于时代，不能够代表二战后迅速发展的这个大型铁路公司的企业形象和客户的的要求了。因此，他计划聘请设计家重新设计整个企业的视觉系统，包括企业标志、所有的指示标记和其他视觉识别系统。他邀请平面设计家赫伯特·玛特（Herbert Matter）



14-10.CIBA企业系统设计的药物包装设计部分,与企业形象相吻合。



14-11. 玛特1954年设计的纽约和新海文铁路公司的企业标志。

设计平面部分。玛特是现代主义平面设计的重要代表人物，他采用“新海文”（New Haven）的英语字母首写N和H作为动机，把N和H以纵向方式排列，色彩计划采用红色、黑色、白色，十分醒目、鲜明。他在字体上采用强烈的装饰线，也强调铁路的工业特点。这样的设计，一方面具有高度视觉传达功能，同时也与铁路本身有统一的和谐性。铁路系统的指示标记也非常清晰，大大地方便了乘客。

除了平面的视觉识别系统和企业形象设计之外，这个铁路公司又聘请了原包豪斯的毕业生、哈佛大学建筑系教授马谢·布鲁尔（Marcel Breuer）设计火车车厢。布鲁尔采用类似俄国构成主义运动的风格设计火车，货运车皮改变原来灰暗的色彩计划，以红色和黑色为中心，视觉感坚实和稳固，车厢本身也具有强烈的立体主义特点，方正而简单，形式感非常突出和强烈，如果这个设计完全采用，具有崭新面貌的火车带着鲜明的色彩特征，在新海文铁路公司长达2 000多公里的铁路上奔驰。对于进一步加强这个公司的企业形象一定会具有很突出的促进作用。

在玛特和布鲁尔联合设计之下，新海文铁路公司完成了一个具有高度统一性和整体性的，具有良好功能的新视觉系统。按照麦克金斯的要求和计划，这个视觉系统要使用到整个铁路的所有细节上，包括火车、车站、标记、路牌、文具和其他的方面。1956年1月20日麦克金斯辞去总裁的职位，这个设计的应用受到一定程度的影响，但是新的公司管理班子依然尽力按照原来的计划把这个设计系统加以贯彻，特别是企业的标志和色彩计划。因此，这个计划主要采用了玛特的平面部分，但是，仅仅平面部分，已经使这个公司的形象鲜明，并且具有时代感，成为美国其他铁路运输公司发展本身的视觉识别系统的重要参考。

## 5. 企业形象设计进入成熟阶段

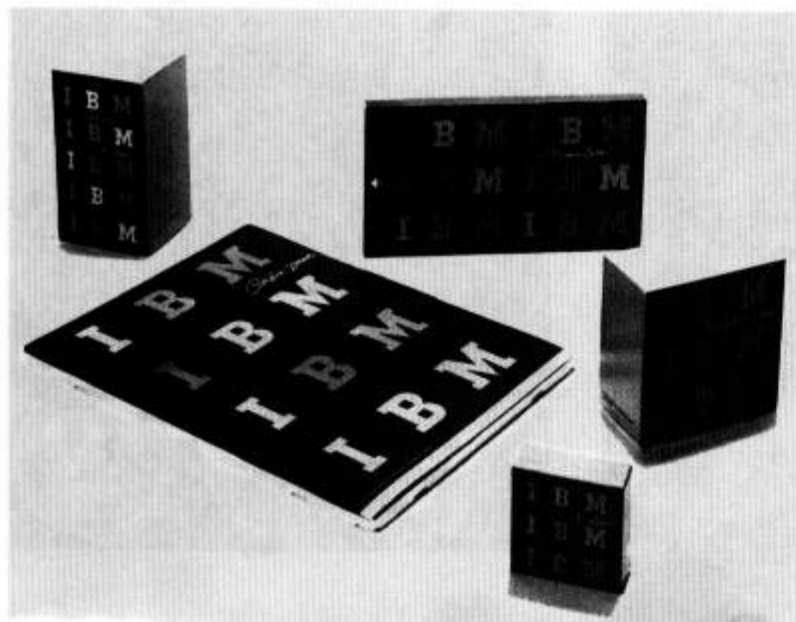
第二次世界大战使世界上主要的工业国家的经济受到严重的摧残，特别是欧洲国家，大部分成为战争的废墟，而美国则因为战争时期军事工业的急剧发展，反而成为经济最强大的国家。二战后经济蓬勃发展，无论工业还是科学技术、高等教育、文化事业等各个方面，都处于世界领先地位。通过战争时期的高速发展，美国的企业规模和生产规模都达到空前的地步，二战后美国拥有世界最多的大型企业，其实力和经济的活力都是无与伦比的。这些大型企业在二战后急剧向国际市场开拓和发展，因此都着手树立本身的企业形象，企业形象设计在这种特定的条件下在美国成熟起来，成为日后各个国家企业形象系统设计的基础。

美国许多著名的设计家从20世纪50年代到60年代之间都参与了企业形象设计项目，比如兰德（Paul Rand）、比尔（Lester Beall）、巴斯（Saul Bass）；另外几间大型设计公司，如里奔科特与马贵尔公司（Lippencott & Marguiles）、切兹纳耶夫和基斯玛公司（Cherznayeff & Geismar）等等，也积极参与企业形象设计。这个时期是企业形象设计迅速完善和成熟的时期。

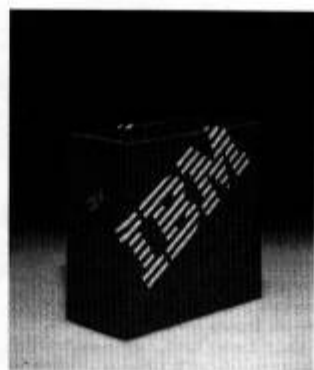
保罗·兰德是20世纪40年代和50年代期间美国平面设计、广告设计的关键人物，自从50年代以来，他日渐潜心于企业标志设计和其他商标设计。他认为：一个标志要是想长期存在，能够长期在商业市场中牢固树立，必须要具有通用的、能够得到广泛认同的，并具有长久存在特点的基本形式，而具有这些要求的形式，往往都应该是非常简单的、基本的。

他在这个时期设计了一系列非常具有国际影响的企业形象，其中包括美国商业机械公司（International Business Machines, IBM）的标志。在设计这个企业标志的时候，他采用了一种特别的字体，是由设计家乔治·川普（Georg Trump）在1930年设计的称为“城市媒介”（City Medium）的比较典雅大方的字体，作为整个企业形象的核心内容，这种字体是以几何基本形式构成的，具有比较夸张的、工整棱角的装饰线，因此一方面突出了历史悠久的特点，而同时在视觉上也能够产生比较深刻的印象。兰德在70年代进一步改进了IBM的企业标志，他在三个字母上加上横排的虚线，穿过字母，形成虚实组合的字母标志，造成既生动又严肃的崭新形象。兰德的这个设计，从50年



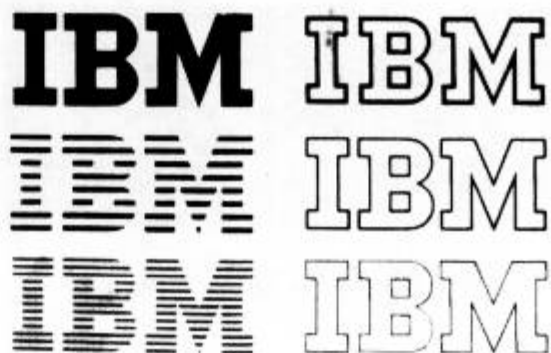


14-12. 兰德1950年代设计的美国国际商业机器公司—IBM的企业形象。



14-13. 1975年兰德设计的IBM公司包装。

14-14. 1956年兰德设计的IBM公司企业标志。这是开始的设计计划部分,可以看到他设计的观念形成过程。



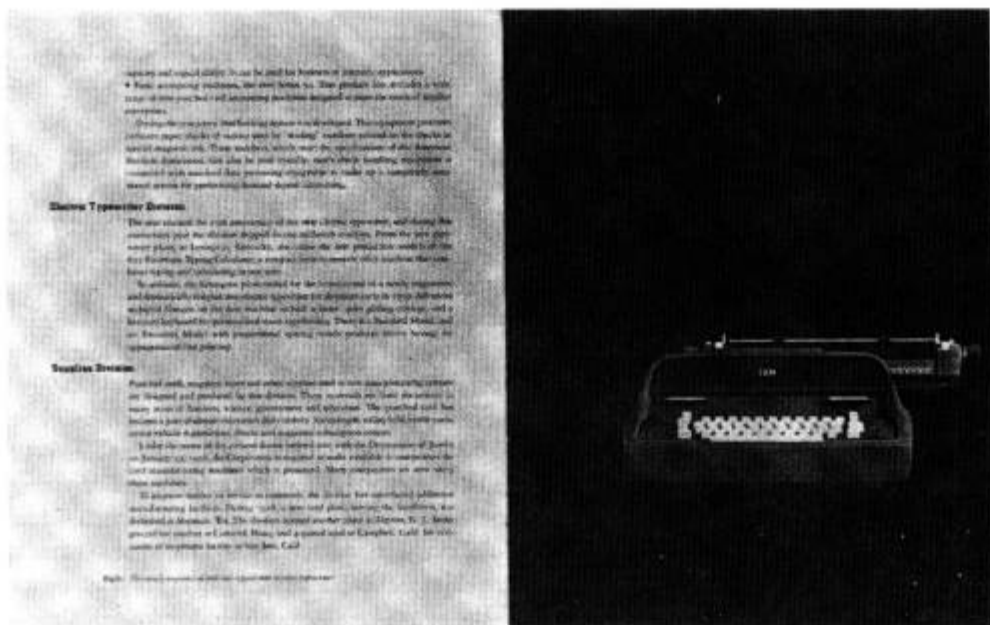
代开始就运用在IBM产品的广告、包装等各个方面,对于促进公司树立牢固的企业形象起到很大的作用。

1950年下半年,IBM公司聘用设计家艾利略·诺耶斯(Eliot Noyes)担任公司设计顾问,负责树立和推广企业的形象,并通过设计把企业形象进一步系统化。他提出,公司的设计系统应该是树立其产品的最高科技形象,因此,设计上不应该仅仅追求某个形象或者主题,而是追求形象的长期的持续性、延续性,在设计质量上也必须体现出质量的持续性和延续性,持续性和延续性本身就是形象,如果经常改变设计主题,经常起伏变动,结果是影响企业形象的树立,也影响顾客对企业本身的认识。因此,他执行严格的设计规范,为了保证设计人员的创造性发展,他在规范之中也提供了自由发展的空间,但是这种自由发展必须遵循设计的原则和规范,因此达到统一中的变化的高度。在他的主持下,IBM采用了两方面的设计力量来完成企业形象的系统设计:一方面聘用独立的设计大师,比如兰德;另外一方面则利用企业内部设计部门的设计人员对设计进行全面贯彻,这是IBM公司企业形象之所以能够成功的重要原因。

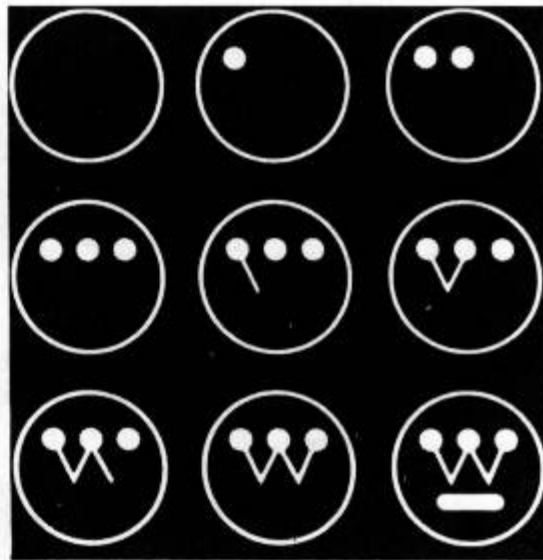
根据美国联邦政府的要求,所有大型企业都必须向它们的股东提供每年的企业运作和财政状况的年度报告,企业年度报告内容枯燥,并且经常设计单调,大部分不是企业家的股东根本难以了解报告的要点。因此,兰德也负责重新设计和改变IBM年度报告的面貌。他在50年代开始着手设计年度报告,最早的突破是1958年的年度报告,打破了原来的格式,改变了单调枯燥的面貌,一方面突出了报告的要点,同时设计完成了一套这个企业年度报告的平面设计规范,平面效果生动活泼,同时又不失大企业的气派和严肃性,图表、表格、数字都归纳到设计的框架中,股东和公司都对这份新设计的年度报告非常满意。从而,也奠定了现代企业年度报告设计的规范和模式。

对于年度报告设计基础的奠定,洛杉矶的设计家罗伯特·伦尼安(Robert Miles Runyan)也有相对的贡献。他在1959年设计的“里顿工业公司”(Litton Industries)的年度报告中,体现了类似的设计倾向,他的设计典雅大方,采用具有象征性的大幅摄影作为设计因素的主要基础,他的设计给这间公司的股东和顾客提供了企业的品格和内涵的鲜明形象。

美国的另外一个电器大型企业“西屋电器公司”(或者称“威斯汀豪斯公司”the Westinghouse Corporation)也开始注意自己本身的企业视觉形象,着手从事企业标志和总体企业形象系统的设计工作。1959年,西屋电器公司决定重新设计原来以圆圈包围“W”字母的标志,聘请了兰德主持设计工作,公司的要求是新的标志应该是简单明快的、容易记忆的、与众不同的、积极的和现代的。兰德研究了西屋电器公司的生产特征,发现这个公司生产的全部是电器产品,因此产品都与电线、电路板和插头分不开,因此,他设计的标志具有电线和插头双重的形式特点。与此同时,他还专门为



14-15. 兰德1958年设计的IBM公司的年度报告一页。



14-16. 兰德1960年设计的西屋电气公司(威斯汀豪斯公司)的企业标志, 这里是整个形象形成的流程, 在电视上运用给观众分深刻的印象。

西屋电器公司设计了新的专用字体, 这种字体用于公司的包装、所有的企业标志运用部位和广告上, 形成与企业标志统一的字体系统。这个企业形象迄今依然继续使用。

1965年, 兰德受美国最大的广播公司之一的美国广播公司(the American Broadcasting Company, ABC)委托, 重新设计这个公司的企业形象。这个形象和整个企业识别系统也都具有兰德独特的现代、简单、鲜明和准确传达企业内容的特点。

莱斯特·比尔(Lester Beall)是美国20到30年代平面设计现代运动的重要设计代表人物。他在晚年也开始从事企业形象设计的探索, 其中

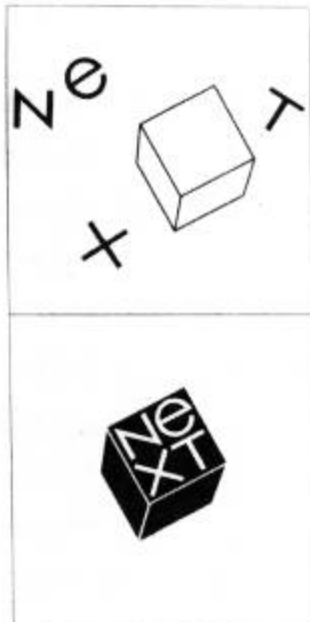
有不少非常杰出的设计作品, 比如马丁·玛丽塔公司(Martin Marietta)、康涅迪格州人寿保险公司(Connecticut General Life Insurance)、国际纸品公司(International Paper Company)等企业的形象设计。比尔特别重视设计企业形象系统手册(the corporate identity manual), 他认为必须以手册的方式来规范企业形象的准确应用, 这样才能保证企业形象的准确性和延续性。他设计的手册包括企业标志、企业标准字体、企业标准色彩计划三方面因素的使用标准方法和比例的规范, 同时, 他也在手册中列举了必须避免的错误使用方法, 防患于未然, 避免日后对于这些因素的滥用和误用。手册设计好之后, 立即为企业形象的树立提供了非常有利的基, 比如, 如果一个企业在某个乡镇请人绘画企业标准作为路牌, 企业只要提供给这个乡镇画家一份企业形象标准手册, 就能够保证企业形象的描绘不走样, 因为无论是色彩、比例、字体、标准、具体的布局规范都无一遗漏地全部列在手册上了。比尔这个创造, 奠定了日后全世界各个国家的企业在自己企业形象运用上的规范方法基础, 是平面设计上一项很重要的贡献。

比尔在谈到自己的企业形象设计原则的时候, 提到: 我设计的企业形象, 目的是要在各个不同的场所都能够运用自如, 能够在任何运用中体现企业形象的本质精神和视觉特色, 这种运用不仅仅指单独的使用, 同时也包括了反复、重复出现的运用, 比如重复张贴的海报、包装箱、标签、卡车等等方面。除了单纯的视觉功能力量之外, 企业形象设计还应该是一种有力的视觉刺激因素, 同时也要为树立企业本身的特征、形象, 在顾客中树立良好的、积极的心理感受起促进作用。他设计的

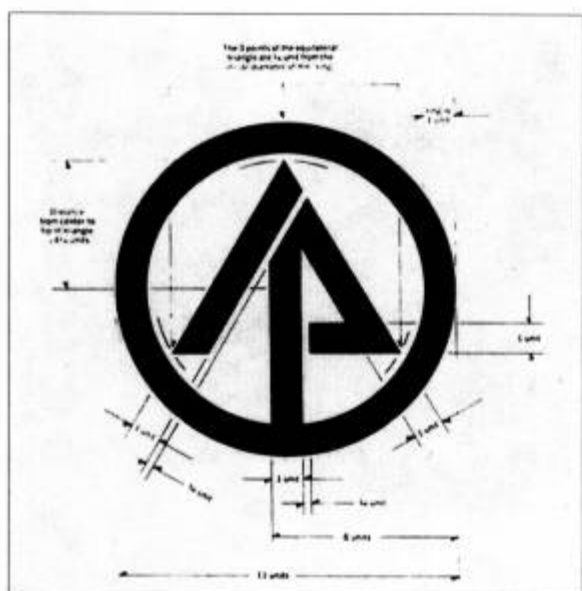


14-17. 兰德1965年设计的“美国广播公司”ABC)的企业形象。

14-18. 兰德1986年设计的NeXT公司的企业形象, 四个字母从四面八方聚到中间的方块上, 具有视觉感受过程的鲜明特点。



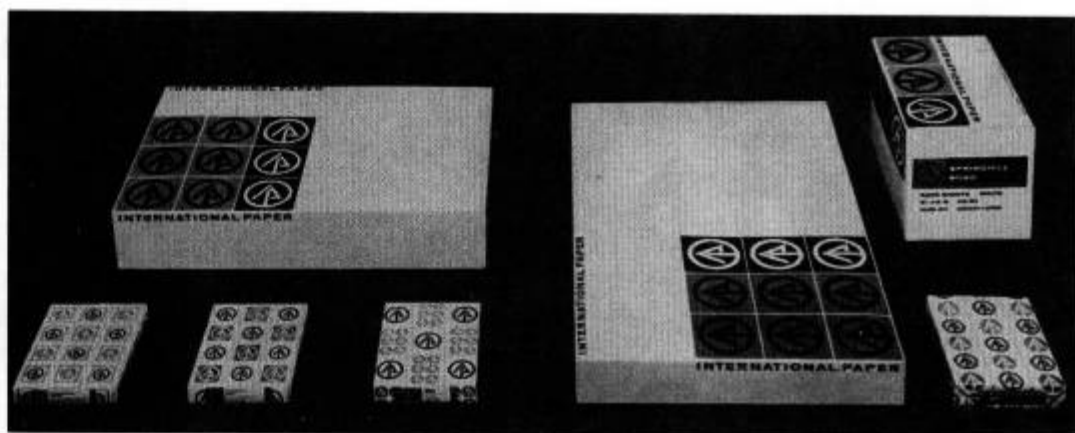




14-19. 比尔1960年设计的国际纸品公司企业形象系统。



14-20. 比尔1960年设计的美国国际纸品公司企业形象的运用。把纸张制品与森林结合起来，具有强烈的视觉效果。



14-21. 比尔1960年设计的美国国际纸品公司企业形象的运用。

“国际纸品公司”的企业形象应该说是他的这些原则的最好诠释。他把公司名称的首写字母“I”和“P”合并在一起，变形为一棵三角形的大树象征形象，外面以圆圈环绕，含蓄地表现了造纸工业的原材料——木材和树林，形象鲜明，并且具有强烈的个性特征，容易记忆，因而兼具有他提出的基本的企业形象设计原则内容。在实际运用上，效果很好。这个标志不但用于公司的所有部位，包括文具纸张、企业建筑、名片、制服、各种运输车辆和机械工具，甚至还印在公司采伐木材的树林中的即将砍伐的树木上，可以说无处不在，对于树立企业的形象具有很重要的促进作用。

切玛耶夫·盖斯玛设计公司（Chermayeff & Geismar Associates）在20世纪60年代，成为美国企业形象设计最杰出的设计公司。这个公司设计出一系列重要的美国大型企业形象，都具有国际影响，比如纽约大通曼哈顿银行（The Chase Manhattan Bank of New York）企业形象系统的设计就是非常典型的例子。切玛耶夫·盖斯玛设计公司通过反复研究这个银行的营业情况、顾客的情况，以及纽约这个特定的城市的特征，设计出完整的企业形象系统来，其中包括企业标志和企业专用字体、色彩计划和这些因素使用的规范。在企业标志方面，他们利用四个契形反复组合，围绕出中心的空白方形，而外表则形成八面形，完全采用几何图形的抽象组合，具有鲜明的现代感。抽象的形式，摆脱了当时比较普遍使用的以字母或者图形作为母题的设计方法，很有时代感和前卫感。配合这个抽象的企业标志，这个设计事务所还设计了一套简单朴素的、略为扁平的无装饰线字体，作为企业的标准字体，与企业形象吻合。他们在设计时候考虑的一个非常突出的问题，就是纽约大量的



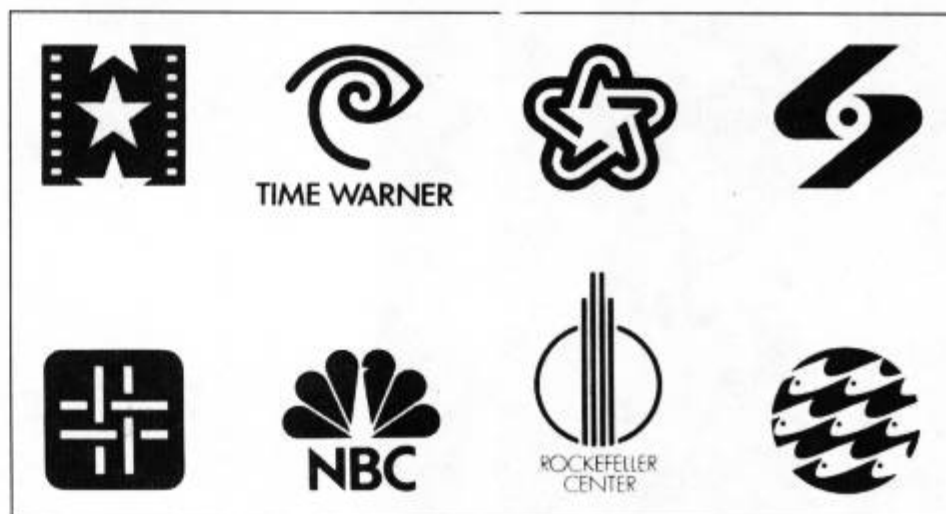
14-22. 切玛耶夫·盖斯玛公司1960年设计的大通曼哈顿银行企业形象系统。



14-23. 切玛耶夫·盖斯玛公司设计的大通曼哈顿银行企业形象系统。具体的运用方式



14-24 切玛耶夫·盖斯玛公司1968年设计的美孚石油公司企业形象系统。



14-25. 切玛耶夫·盖斯玛公司设计的部分欧美大型企业的企业形象和标志,其中包括美国全国广播公司(NBC),时代-华纳公司,美国电影学院等等。

## 286 第十四章

行人的视觉导向可能性。这个设计,能够比较容易吸引行人的注意力,因而增加了企业形象的知名度。他们使用无装饰线字体取得非常好的效果,因此在60年代上半期的美国平面设计界刺激了这种字体在设计上使用的热潮。

大通曼哈顿银行的企业形象系统设计在具体使用的时候,往往是看具体场合而定的,有时候单独采用企业标志,如果应用场合允许,就会标志和字体合并使用,其实,企业形象系统的不断使用造成的视觉形象暴露的持续性本身,就是标志、字体之外的第三个识别因素。设计主持人汤姆·盖斯玛(Tom Geismar)在谈到这个设计的时候指出:好的企业形象设计,必须让观众在看第一眼的时候就能够把它深深地记忆住,好像印在脑子里一样。同时,这个标志还应该是有吸引力的、欢愉的、适当的。他提出的其实就是这个设计公司的企业形象设计的基本原则。而大通曼哈顿银行的企业标志系统是达到了他们自己设立的原则的。

切玛耶夫·盖斯玛设计公司的另外一个具有国际影响的企业形象系统设计是世界最大的石油公司之一的美孚(Mobil Oil)石油公司的企业形象。这个石油公司是世界最大型的跨国石油开采、石油综合加工、石油化工工程、石油产品销售的联合企业,其工厂、研究部门、开采单位、石油产品销售网点遍布全世界,因此,企业形象有突出的重要性。切玛耶夫·盖斯玛设计公司在经过反复考虑和研究之后,提出非常简单的设计方案:采用长方形的底,上面简单地采用简洁的无装饰线字体



组成公司名称——“Mobil”，五个字母的编排非常讲究，强调纵向线条，因此重点在纵向的五条直线上，其中突出了大写的字母“M”。它的色彩计划也非常有特点：所有的字母都是蓝色的，而五个字母中唯有字母“O”采用红色，并且这个字母完全设计成圆形，因而突出鲜明。白色的底，配上蓝色和红色，清晰、干净利落，同时能够引起很好的视觉联想。这个企业形象迄今依然使用，特别是在加油站上的应用特别具有与消费者之间交流的密切关系，是最杰出的企业形象系统设计之一。

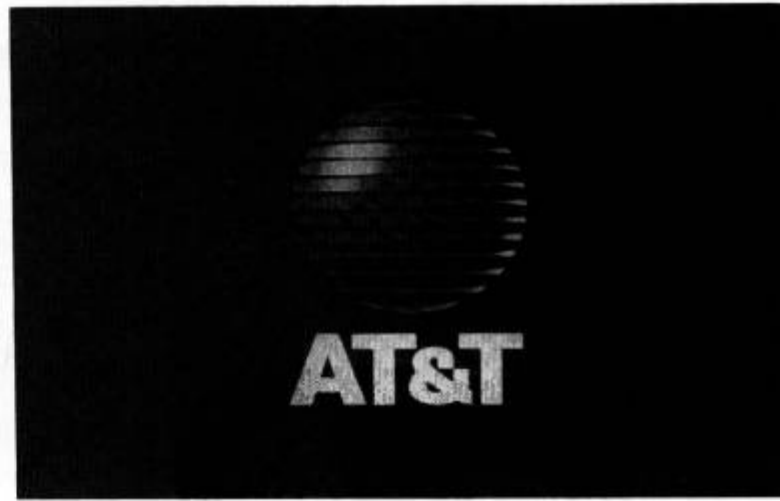
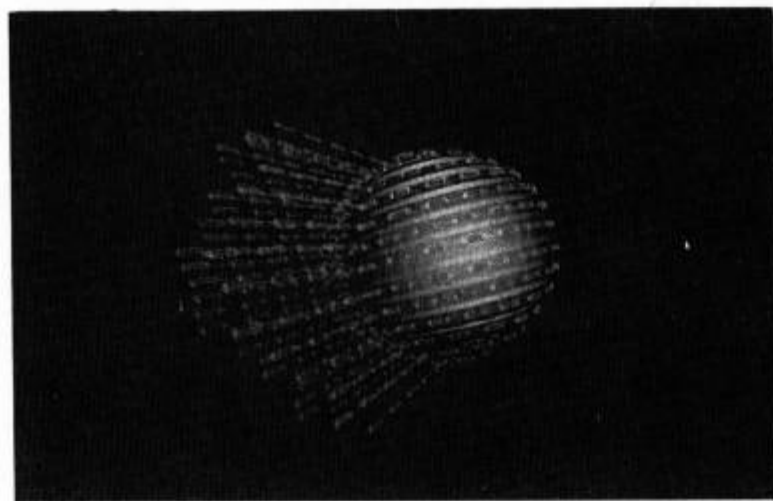
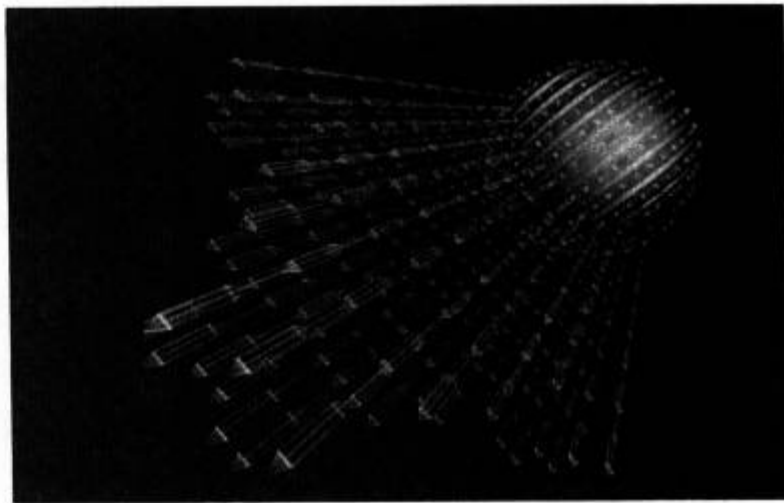
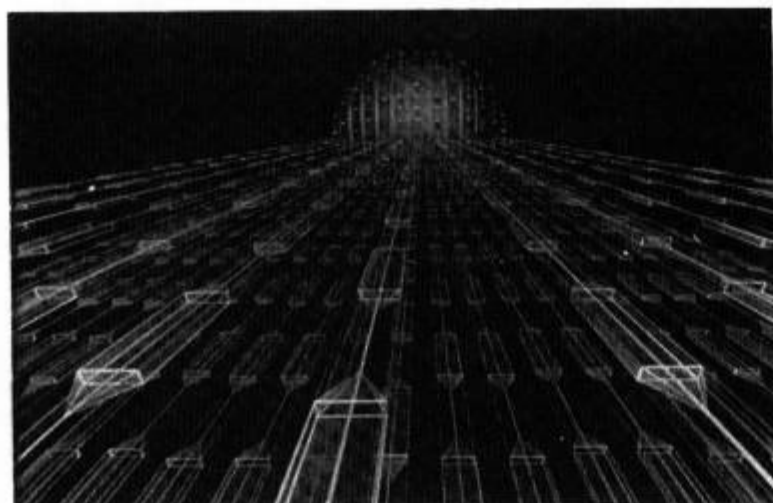
切玛耶夫·盖斯玛设计公司主要集中于企业形象设计，这个设计公司设计的大型企业形象超过100多个，其中有不少是具有国际影响的跨国企业集团公司的形象系统，包括颁发“奥斯卡金奖”的“美国电影学院”（the American Film Institute, 1964）标志，“时代—华纳”公司（Time Warner, 1990）标志，美国三大电视系统之一的“全国电视公司”（the National Broadcasting Company, NBC, 1986）的标志，洛克菲勒中心（Rockefeller Center, 1985）的标志，巴尔的摩的国家水族馆（the National Aquarium in Baltimore, 1979）标志等等。迄今为止，这个设计公司依然是美国首屈一指的企业形象设计中心之一，在这个设计领域内具有非常突出的地位。

除了企业形象设计之外，切玛耶夫·盖斯玛设计公司也积极从事展览设计。他们的各种展示设计都依据自己订立的设计原则进行，并且称这个原则为“超级市场原则（supermarket principle）”，这个原则的核心内容是指展示中心的各种视觉因素都必须能够有互相关联的视觉传达关系。比如1976年在美国首都华盛顿设计的庆祝美国成立200周年的国际博览会设计中，他们把美国展览摊位置于中心，各个国家的摊位采用环绕中心的轮盘式方法与中心联系，而每个轮盘部位同时具有本身的独立性，通过这种设计方法，凸现美国在国际事务和国际贸易中的领导地位。而无论是视觉形象、色彩计划、展示台的形式、灯光等等，都围绕着向心轮盘的这个设计宗旨，因此，形成所有设计因素的密切关联的关系，是展示设计中的杰出代表作品。除此之外，他们设计的海报和其他小型平面项目，都是主题鲜明，一目了然，视觉传达功能良好。

索尔·巴斯是美国平面设计上与兰德、切玛耶夫·盖斯玛等人齐名的大师，他也一直积极参与企业形象设计。他的公司后来与人合作，因此改名为“索尔·巴斯/赫伯·依格设计事务所”（Saul Bass / Herb Yeager & Associates），他认为企业形象设计首先应该具有鲜明的内涵，使人能够通过形象了解企业的内容，与此同时，企业形象能够使人在看过几次之后就能记忆起来，也是一个要点。因此，简洁、生动、图形具有隐喻特点成为他的企业形象设计特色。他的设计与其他几个大师的设计不同在于他讲究标志图形的通俗易懂性，也更加强调标志图形的隐喻性。他喜欢接受的设计项目大部分是以前已经存在，但是由于设计不好而没有效果的企业形象的再设计。因为再设计提供了研究的基础，因此具有挑战性。他重新设计的企业标志的大众记忆水平都有大幅度的提高。比如他设计的美国贝尔电话公司的标志，两年之内顾客认同比率从原来的71%提高到90%，显示了他设计的具体效能。1984年，美国电报与电话公司（the American Telephone & Telegram, the AT&T）与母公司贝尔电话公司分开，成为独立的长途电话公司，他又受委托设计这个公司的企业标志系统。设计的要求是把从前的“全国的电话公司”这个形象改变为“全球的电话公司”这个新形象，因此他改变了原来贝尔电话公司采用一个钟形（英语“贝尔”是钟的意思）作为企业象征的手法，改用通过虚横线穿过圆形，而形成高光，使圆形变成视觉上的球形这种手法，突出了“全球”这个字的具体形象感，字体则采用坚实的无装饰线体，这个设计取得设计界普遍的好评，在长途电话公司的顾客中也得到非常好的反馈。巴斯采用类似的手法，为日本照相机公司美能达（Minolta）和美国大陆航空公司（Continental Airlines）设计了企业形象系统，还为基督教青年会（YMCA）和美国女童军组织（Girl Scouts）设计了新的标志系统，这些都是设计界中有口皆碑的杰作。他也采用字母作为基础设计企业形象，由于强调图形的隐喻力量，他即使采用字母，也能达到非常独特的图形效果，比如他设计的美国联合航空公司（United Airlines）的企业标志和企业形象系统，华纳传播公司（Warner Communications）的企业形象系统等都有这个特征。索尔·巴斯成为美国最重要的企业形象设计家之一，他的影响迄今依然可以感觉到。



14-26. 巴斯设计公司设计的大型企业的企业形象和标志, 其中包括美国电报与电话公司(AT&T), 贝尔电话公司, 美国大陆航空公司, 美国联合航空公司, 华纳传播公司, 日本的美能达(MINOLTA)照相机公司等等。



14-27. 1984年巴斯公司为美国电报与电话公司(AT&T)设计电脑动画制作的电视广告, 开创了平面设计利用电脑设计动画广告的新阶段。

## 6. 系统化视觉形象系统设计

20世纪50年代, 瑞士的设计家创造了“瑞士版面风格”, 很快成为流行世界各国的“国际主义平面设计风格”。这种新的平面设计风格, 讲究非对称前提下的统一性、功能性、理性化, 所有的平面设计因素都在一个工整的方格网络中排列, 因而具有高度的次序性特点。字体则全部是无装饰线体。这种新的设计风格, 在联邦德国这个本身具有高度理性特点的国家引起巨大反响, 特别在50年代初期开创的乌尔姆设计学院中得到广泛的注意和采用。因而, 逐渐成为联邦德国平面设计的主要风格。



推动国际主义平面设计风格在联邦德国发展的主要设计力量是德国重要的平面设计家奥托·艾舍 (Otl Aicher)。他本人是乌尔姆设计学院 (the Ulm Institute of Design) 的负责人和平面设计专业的教授, 因此通过教学来推广这种设计体系, 影响了相当多的学生。1962年, 联邦德国国家航空公司——德国汉莎航空公司 (Lufthansa German Airlines) 委托他和学院的师生设计这个公司的企业形象系统, 艾舍联合其他几个设计家从事具体设计, 其中包括托玛斯·冈达 (Tomas Gonda 1926—1988), 弗里茨·昆伦加斯 (Fritz Querengasser) 和尼克·罗里什特 (Nick Roericht) 等。他们在国际主义平面设计的基础上, 结合乌尔姆设计学院当时正在形成的所谓“系统化设计”方式, 作为设计汉莎航空公司企业形象系统的依据。设计的中心是要以高度标准化、系统化、理性化的方法, 设计出统一的企业形象来。乌尔姆的风格模式在这个设计项目中广泛运用, 成为图形、字体和平面编排的基础。

根据他们设计讨论的结果, 采用了汉莎航空公司自从30年代就开始使用的以一只飞鹤为主题的企业标志, 把这只鹤的图形环绕在一个圆圈中, 增加了规范感和统一感, 与此同时, 突出了新设计的无装饰线字体标志, 并且把原来以鹤的图形为中心的企业形象的次序改变, 突出字体形象, 以图形来陪衬字体形象, 汉莎航空的德文“Lufthansa”标志的每一个字母都与圆圈环绕的鹤一样高, 因此, 图形成为字体形象的一个有机组成部分。整个企业形象视觉系统的设计, 都围绕着方格网进行, 严格地把字体和图形以准确的方法和比率安排入方格之中, 形成高度规范和理性化的视觉形象。这种方法, 使汉莎航空公司的企业形象在飞机机体上、航空公司和机场上更加强烈和鲜明, 而这种以字体为主, 以图形为辅的设计方法非常成功, 以后更加成为世界大多数航空公司设计企业形象系统时的参考和规范。这个企业形象系统的色彩计划是以黄色和普鲁士蓝色为中心的, 与企业标志的图形和字体配合, 非常贴切。奥托·艾舍领导的设计班子, 更加注意企业形象应用的统一性和完整性, 从飞机机体到机上送餐包装, 一无遗漏地严格规范企业形象系统运动方法, 使这个系统始终以完整统一的方式体现出来, 色彩计划更加具体到全部公司工作人员的制服、广告、文具、纺织品、室内装饰品、海报, 公司建筑的外表装饰、各种促销的展览等方面, 凡是与公司有关的内容, 都要求准确地使用他们设计的标准企业形象系统和色彩计划系统, 突出公司的形象, 这种系统化设计的结果, 奠定了现代航空公司企业形象设计的基础。

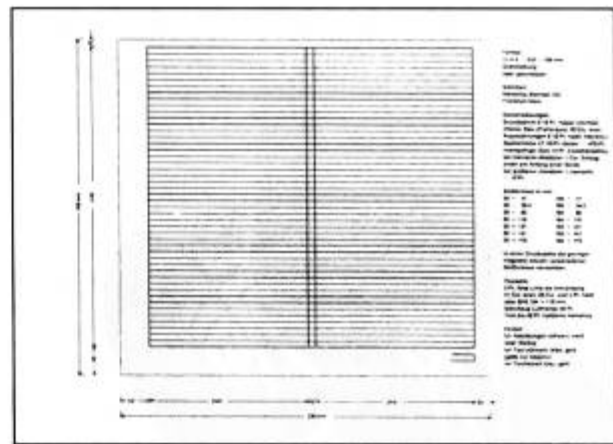
对于联邦德国设计家这种理性的、系统化的企业形象设计的成果, 美国企业界非常注意, 从20世纪60年代开始, 就有美国企业开始采用类似的方法, 来提高本身的企业形象强度。其中比较突出的是一向对平面设计有特殊关注的美国集装箱公司。这个集团公司在20世纪60年代要求以拉尔夫·依克斯特朗姆 (Ralph Eckerstrom) 负责, 组成设计小组, 进行新的公司企业形象系统的设计。新的企业形象在1967年设计完成, 以“美国集装箱公司”的英文缩写“CCA” (Container Corporation of America) 为核心, 外面环绕以45度削去两个方



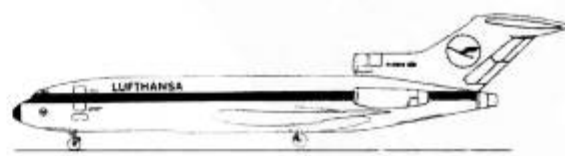
14-28. 德国乌尔姆设计学院奠定了系统化设计的基础。在平面设计上, 艾舍运用方格网络进行系统和规范化的设计, 其中一个典型的系统化设计项目是德国的汉莎航空公司的企业标志。这是标志和标准字体的设计。



14-29. 艾舍设计的汉莎航空公司企业系统标志, 这是标准字体和标志的应用规范。



14-30. 艾舍设计的汉莎航空公司标准文件表格。

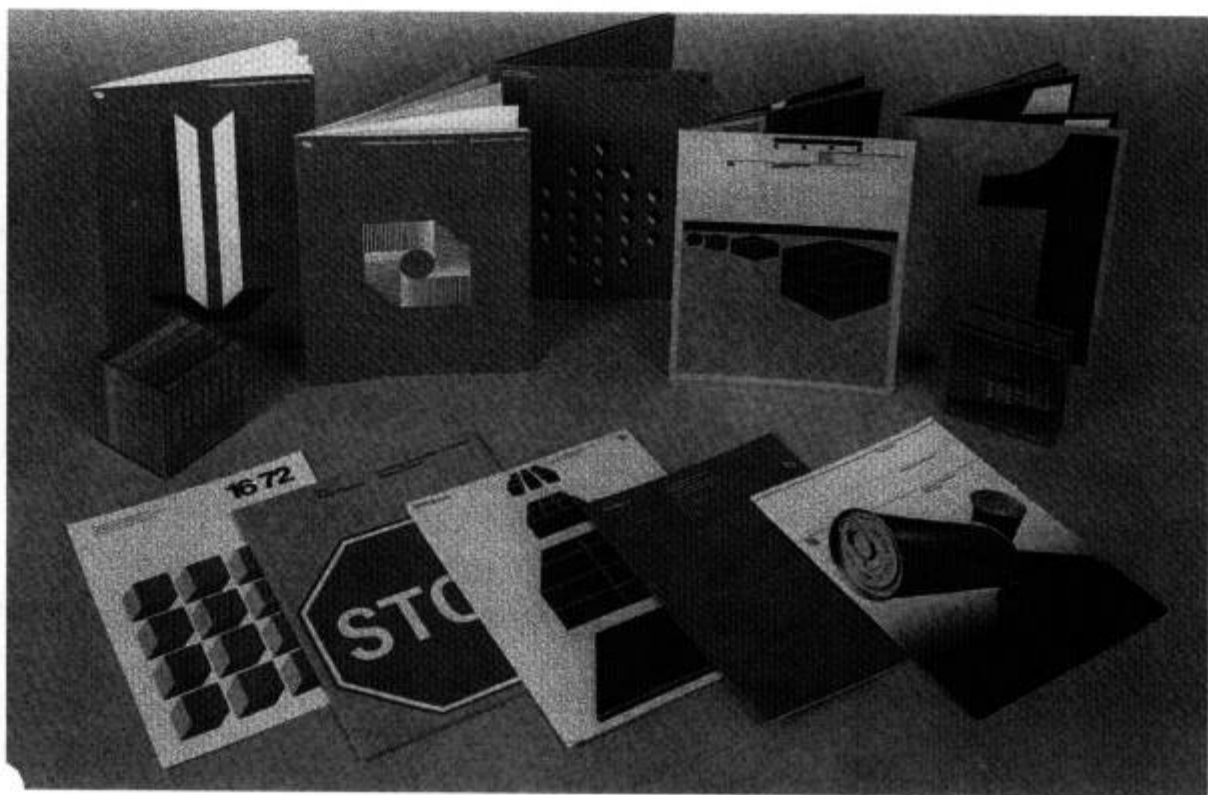


14-31. 艾舍设计的汉莎航空公司企业标志系统在飞机上的应用规范。



14—32. 依克斯特朗姆1957年设计的美国集装箱公司企业标志。

14—33. 玛赛在1966—1978年期间为美国集装箱公司设计的企业内部和对外推广印刷品和文件。



角的长方形黑色外框，非常突出而醒目。依克斯特朗姆在提到企业形象系统设计的时候，强调设计的目的是体现企业的运作、管理、销售和经营活动的总体特征，体现企业的完整的结构和统一的精神，企业形象应该反映企业的完整性格。如果企业形象设计达不到这个目的，那么无论如何美丽，都不过是七拼八凑的图形而已，与主题并没有关系。（他的原话是：“As a function of management, design must be an integrated part of overall company operation and directly related to the company's business and sales activities. It must have continuity as a creative force. It must reflect total corporate character. Unless it meets these requirements, the company image it seeks to create will never coalesce into a unified whole, but will remain a mosaic of unrelated fragments.”

在美国集装箱公司的设计工作中比较突出的设计师是约翰·玛赛（John Massey 1931—），他是在1957年加入美国集装箱公司担任平面设计师的。他很快被指派主管公司的平面设计，在他的领导下，这个公司的平面设计具有明显的国际主义平面设计风格的特点，具有强烈的功能主义色彩，简练而准确。他采用了瑞士国际主义平面设计风格的核心字体之一，也是当时在国际平面设计界中最流行的赫维提卡字体（Helvetica）作为企业的通用标准字体，严格要求在所有的公司印刷出版物中采用这种字体，目的是体现统一的企业形象。玛赛高度强调设计上的统一性、完整性、一贯性、连续性（或者持续性，英语称为：consistency and unity）对于树立企业形象的重要作用。因此，他把整体企业形象也采用到美国集装箱公司的年度报告、广告、海报等等项目设计上，体现出始终如一的视觉系统。

1965年，美国集装箱公司成立了公司内部的高级设计研究中心（the Center for Advanced Research in Design），这是一个独立的设计研究单位，目的是为了企业的设计水平进行各种独立的试验，同时为企业的各个部门提供设计支持。这个高级设计研究中心很快成为独立的设计事务所，不但为母公司——美国集装箱公司服务，也面对社会，接受其他企业的设计工作，比如这个设计中心为美国大型石油公司大西洋里奇菲特公司（Atlantic Richfield）设计整套企业形象系统，其中包括把原来这个又长、又难记忆的企业名称改为“艾科”石油公司（Arco），这是迄今依然使用的名称。这个名称的改变，对树立这个企业的形象起到巨大的促进作用。

玛赛同时也是一个非常杰出的画家和版画家，因此，他的设计往往包容有很丰富的艺术联想的空间。他主张设计和艺术创作上的次序感和采用几何图形为中心，认为次序是达到视觉感受的最好方式，而几何图形具有最强烈的次序特点。他这个设计与艺术创作的立场，表现在他主持的美国集装箱公司的设计项目上，特别是这个公司的出版物上，成为这个公司鲜明的企业形象。



1976年，美孚石油公司（Mobil Oil）收购美国集装箱公司，1986年美孚石油公司又把该公司出售给斯莫菲特公司（the Jefferson Smurfit company）。从1976年开始，美国集装箱公司失去了以前集中的领导和权威，所以企业形象设计也一落千丈，从此不复为美国平面设计的核心力量了。

1965年，在芝加哥成立了一家新的平面设计公司——尤尼玛克设计公司（Unimark），这个公司发展很快，不久就成为一家拥有402个工作人员、在世界各地设有48个设计事务所的大型国际设计公司。这个公司的主要设计人员包括有拉尔夫·依克斯特朗姆（Ralph Eckerstrom），詹姆斯·佛格曼（James Fogleman），玛西莫·维格涅里（Massimo Vignelli 1931— ）等等。尤尼玛克设计公司的设计思想基本是国际主义的：强调平面设计上的标准化，采用方格网络为设计的依据，目的是良好的视觉传达功能。这个设计公司建立了自己的顾客网，其中包括许多视觉一流的企业，比如福特汽车公司（Ford Motor Company），日本松下电器集团的帕纳索尼克（Panasonic）集团，世界最大的复印机公司——美国的施乐公司（Xerox），美国最大的办公设备公司——铁箱公司（Steelcase），美国最大的百货公司集团之一的杰·西·奔宁公司（JCPenney）等。尤尼玛克设计公司在为这些企业设计的企业形象和视觉传达系统中，都体现了强烈的功能主义设计倾向，他们在设计中广泛采用无装饰线体的赫维提卡字体（Helvetica），认为这种字体最能够有效传达视觉内容，而在设计的各个方面都突出地采用系统化的方法，国际主义平面设计使这个公司在业务上得到很大的成功。而公司的规模又使得这种风格在世界各地得到进一步推广。

尤尼玛克设计公司平面设计最成功的例子应该是为美国办公设备和家具公司——诺尔公司（Knoll）设计的一系列平面作品了。这个设计项目称为“诺尔项目”（the Knoll program），具体是由尤尼玛克设计公司纽约设计事务所的负责人玛西莫·维格涅里主持的。整个设计，特别是海报、标志、标准字体、展示等等，都体现出简单、准确、生动的设计特色。这个设计的成功，成为世界各国，特别是美国其他的办公家具和家具行业的企业形象和平面设计项目的基本参照典范。

尤尼玛克设计公司在世界各地的设计事务所都按照总公司的设计规范和基本观念从事设计工作，因此，这个公司能够一直保持它的统一设计形象。它在美国各地、在澳大利亚、英国、意大利、南非等等地方的设计事务所，都在20世纪60年代期间成为当地最重要的平面设计事务所，这与公司贯彻统一的、持续的设计观念是分不开的。



14—34. 维格涅里设计公司从1966—1970年代期间为诺尔集体设计的企业产品手册和目录。



14—35. 维格涅里设计公司1979年设计的《天空》杂志具有非常统一的形象。

20世纪70年代，西方各个国家由于经济不景气的影响，工业和商业都受到不同程度的打击，而在这个前提之下，尤尼玛克设计公司的平面设计业务也受到很大的冲击，这个公司的黄金时代逐渐过去了。

虽然尤尼玛克设计公司的业务在70年代受到经济衰退的打击，但是，它的设计思想和设计哲学却并没有随着衰退，而是通过原来在这个公司工作的设计人员广泛传播开来。尤尼玛克设计公司在1971年前后结束业务，而它的奠基人纷纷开设自己的平面设计事务所，其中有维格涅里夫妇（Massimo and Lella Vignelli）开设的维格涅里设计事务所。这个设计事务所基本继承和发扬了尤尼玛克设计公司的传统，进一步加强了国际主义平面设计风格在设计中的

的应用和推广，在原来单纯采用无装饰线字体赫维提卡体的基础上，把字体的范围扩大到波地尼体、世纪体、加拉蒙体和时报罗马体上，因此丰富了原来比较单薄和单调的国际主义体例风格。维格涅里设计事务所还继续保持原来尤尼玛克设计公司的理性设计特点，特别是基于方格网络的平面布局和版面编排，以及其他相关设计细节，使这个公司成为70年代继续促进国际主义平面设计风格发展的重要中心之一。

## 7. 美国联邦设计改进计划

1974年，美国联邦政府为了促进全国对于设计问题的认识、提高社会对设计的意识和关注，开展了一项促进设计发展的联邦政府计划，称为“联邦设计改进计划”（the Federal Design Improvement Program），与此同时，还创立了其他几个与设计、艺术和文化相关的联邦计划，是美国政府少有的对于艺术和设计高度重视的行动。这些相关的联邦计划和项目还有美国建筑和环境艺术计划（the Architectural and Environmental Arts Program），日后改称为“设计艺术项目”（the Design Arts Program），国家艺术基金会（the National Endowment for the Arts）等，后者最终成为一个长期设立的为支持艺术发展的政府部门，有固定的政府拨款和项目。这些项目，特别是与设计相关的项目，在于把所有与联邦政府有关的设计，包括联邦政府机构和由联邦政府资助的重大建筑项目，以及与建筑设计相关的内容，比如室内设计，环境设计等等，把联邦政府的出版物和与联邦政府形象有关的平面设计项目等等，通过专家的合作，达到高水平的设计效果。从而促进联邦政府与美国公众的沟通，树立联邦政府积极的总体形象。

具体到平面设计来说，联邦设计改进计划中包括了“平面设计改进项目”（The Graphics Improvement Program）这个专门的机构，这个机构的负责人是杰洛米·巴穆特（Jerome Perlmutter），他主持这个项目的宗旨是要改进美国联邦政府的所有平面设计的面貌，使它们能够有最好的向美国人民，美国公众传达政府信息的视觉功能。

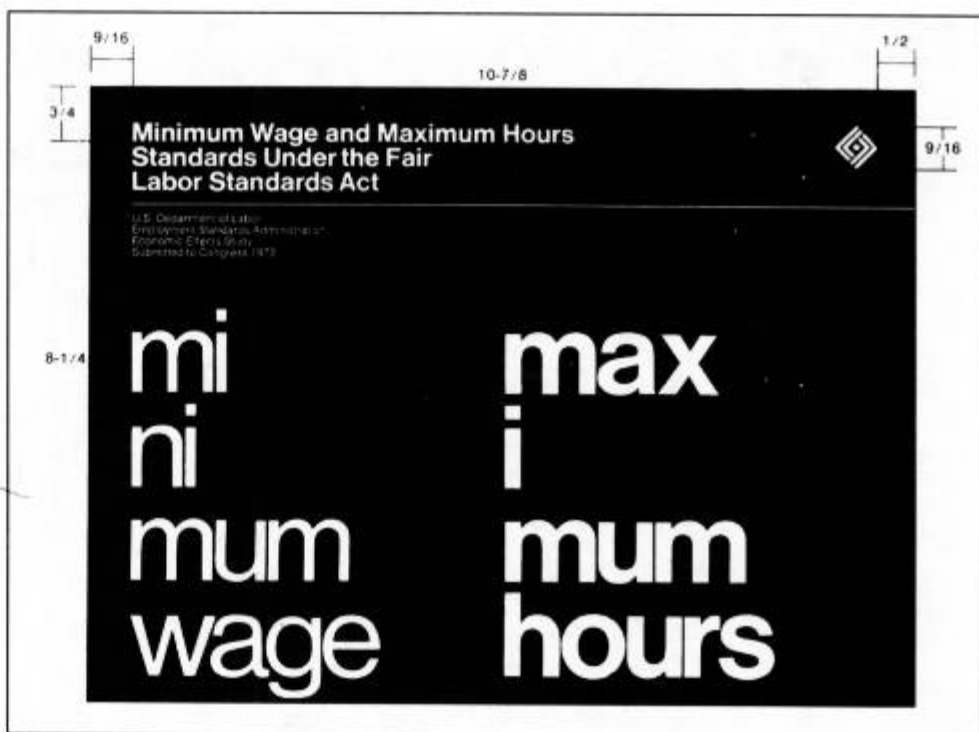
美国当时联邦政府平面设计的基础模式是美国劳工部的文件、标志、平面因素的应用标准等，其他部门的平面设计基本以劳工部的这个规范演绎，而这个旧的平面系统显然已经落后于时代的要求了，因此，“平面设计改进项目办公室”委托平面设计家约翰·玛赛（John Massey）为主对旧的体系进行检讨，并且设计出新的整个联邦政府的平面设计计划，而设计方法依然是从劳工部的平面设计开始，改进劳工部旧的设计系统，设计出新的平面系统，然后把这个系统作为联邦其他机构的平面设计系统的基本模式来推广。

以玛赛为首的设计小组首先对原来的美国联邦劳工部的平面设计和其他原来联邦政府的平面设





14—36. 玛赛1974年设计的美国联邦劳工部标志。

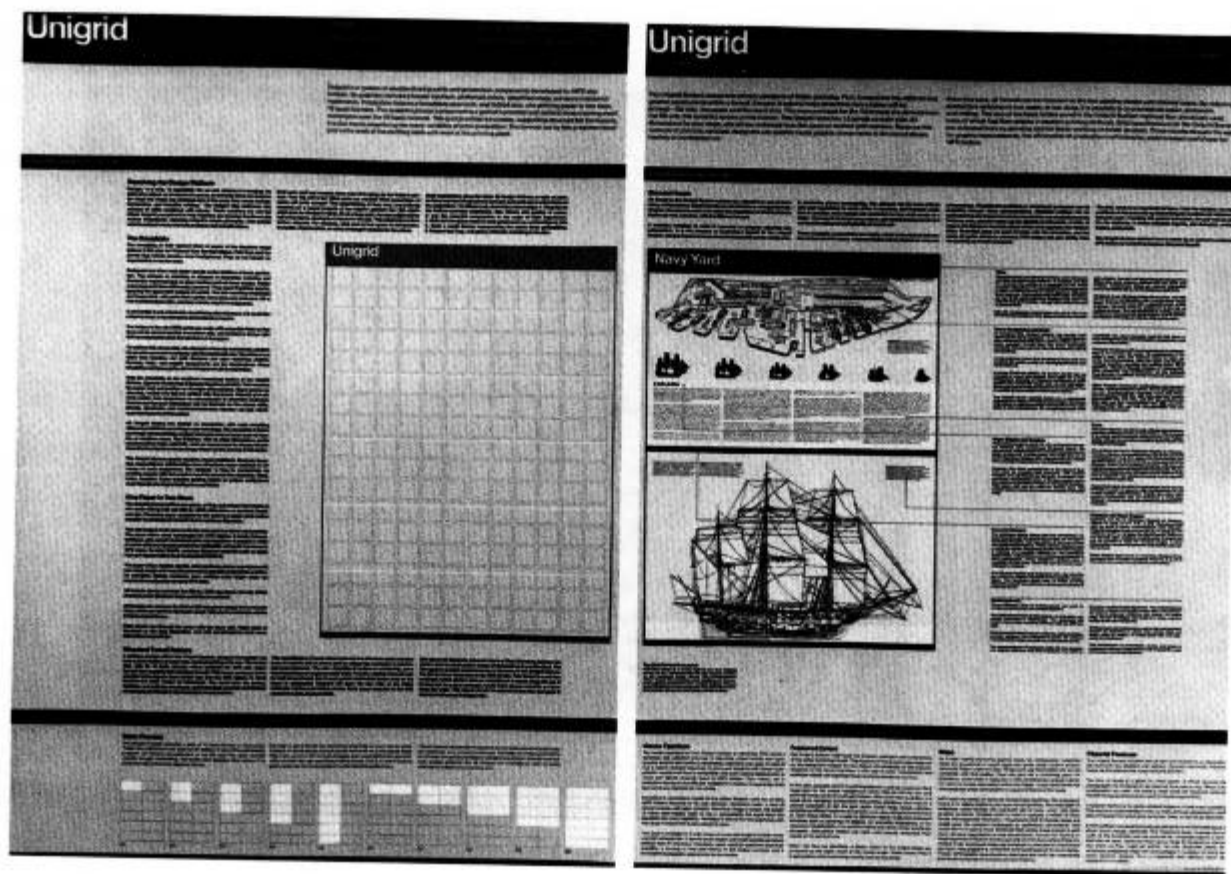


14—37. 玛赛1974年设计的美国劳工部标准印刷手册,把这个部门的全部印刷品规范化。

计项目进行了细心的调查研究,发现整个联邦政府的出版物和其他平面设计中存在有传达不准确、缺乏连续性形象等等问题,因此,他们就这些问题进行逐项重新设计,形成一个统一的、系统的出版体系。根据玛赛的要求,新的系统设计应该是“强调统一面貌、建立标准体系、具有高功能的传达效果,并且使联邦政府能通过出版物和其他平面设计在民众心目中产生积极的反应”(他的原话是“uniformity of identification; a standard of quality; a more systematic and economic template for publication design; a closer relationship between graphic design (as a means) and program development (as a nend) so that the proposed graphics system will become an effective tool in assisting the department to achieve program objectives.”)。

为了达到这个目的,他们这批设计人员把所有的平面因素都进行标准化的设计,包括字体标准、字体尺寸标准、版面标准、方格网络系统、纸张的具体标准要求、色彩计划等等,由于美国联邦政府机构庞大,这项设计工作也任务繁重,耗费了许多的人力和时间。通过设计人员同心协力的工作和精心设计,终于设计出崭新的平面设计系统来。新的劳工部平面风格,特别是出版物上体现出的平面系统,满足了玛赛提出的基本设计要求,玛赛甚至重新设计了劳工部的标志,他采用代表英语“劳工”的字母“L”,组成菱形的标志基础,中心是代表美国国旗的五角星,整个标志与其他平面设计内容一样,简单、大方,并且主题突出。由玛赛小组奠定了设计的系统基础,劳工部本身的设计人员则按照要求完成细节,体系就开始逐步建立起来了。

在这个联邦的设计改进项目中,大约有40多个联邦政府机构改进了自己的平面设计规范,有一些机构聘请了美国最杰出的平面设计家根据系统要求为它们重新设计,其中比较具有影响力的一个设计项目是由美国内务部国家公园服务局(the United States National Park Service)1977年聘请维格涅里设计事务所与由文森特·格里森(Vincent Gleason)领导的国家公园服务局设计部门合作设计的有关国家公园的出版介绍材料和其他视觉传达系统设计。这个设计称为“统一网络”(The Unigrid),它把全国350个国家公园的资料、介绍材料等等印刷品统一起来,整个设计系统,与劳工部的设计具有非常相似的基础,都采用方格网络为中心介绍国家公园具体的内容,以插图、文字、地图、标志等等平面因素规整地排列在纵横的网络中,少数插图也会突破方格的基础,仅仅是为了提高视觉注意力,而整个平面的基础是工整的,完整的。字体限制有两种:有装饰线的时报罗马体和无装饰线的赫维提卡体。对于纸张的尺寸、大小比例、纸张的具体质量都有统一的要求,因此,无论到全国的哪个国家公园,参观者都可以看到统一的介绍材料,对于统一和树立美国国家公园服务局的形



14—38. 维格涅里和格里森等人1977年设计的美国国家公园系统,包括各个国家公园的具体介绍的各种印刷品、公园内部的各种标志等等,采用了规范的方格网络系统设计,这个系统称为“UNIGRID”,可以翻译为“统一网络”。这是其中一个设计标准。

象,树立美国国家公园的总体形象具有很好的促进作用。这个称为“统一网络”的设计系统,是从劳工部的设计系统发展出来的,与劳工部的系统比较,这个新系统一方面保留了原来的网络工整特色,但是也具有了国家公园所应该具有的生动活泼的新特点,因为是向观众介绍用的材料,因此设计上更加注重视觉图解效果,努力达到一目了然的目的,是非常成功的设计项目。采用这个设计,美国国家公园服务局一共出版了150多种不同的介绍国家公园的手册,受到美国国家公园参观游玩的人们的欢迎。这个设计证明了注重视觉传达功能,讲究理性化设计的国际主义平面设计风格具有它非常合理和有力的内涵,具有它存在的合理性。

自从联邦设计改进计划设立以来,美国政府的各项设计水平得到很大的提高,政府采用聘请杰出的设计家主持项目,同时通过他们公开招聘设计人员的方法,建立了与国内一流的平面设计家的密切合作关系,保证了各种设计项目的水平。这是美国政府自从建立以来在设计上最成功的阶段。

1980年,美国总统罗纳德·里根(the Reagan administration)大规模削减联邦政府部门的预算,并且也大刀阔斧削减联邦机构,以达到平衡预算的目的,联邦设计改进项目管理局成为这个削减计划首当其冲的对象。当然,部分重要的设计项目,比如为美国航天管理局(NASA)、美国国家公园管理局等等的设计,依然得到保留,但是其他的大部分项目则被毫不留情地削减掉了。对于设计的发展来说,这无疑是一次重大的挫折。

## 8. 公共交通标志系统设计

随着第二次世界大战之后各个国家经济的逐步繁荣,汽车和其他交通工具日益成为人们工作和生活不可分割的组成部分。60年代,美国汽车的拥有量已经超过1亿辆,而西欧也很快进入所谓的家庭汽车时代,如此庞大的汽车世界,对于交通标志的设计是一个挑战。如何设计出能够具有高度视觉传达功能,形象和标志鲜明、准确的设计系统,是平面设计所面临的重大问题。除了汽车之外,日益频繁的航空交通也提出了类似的挑战,特别是国际航空的枢纽——国际机场内的标志设计,对于方便大量的国际旅客来说,不但是重要的,并且是关键的。这些标志的设计,涉及到国际视觉通用问题,因为各个国家的语言文字不同,因此,在这些场合必须树立不需要文字就可以传达准确视觉信息的新图形传达标志。

美国是世界上最早通过政府的行为着手从事这项工作的国家之一。1974年,美国联邦政府的交通部(the United States Department of Transportation)委托美国平面设计学院(the American Institute

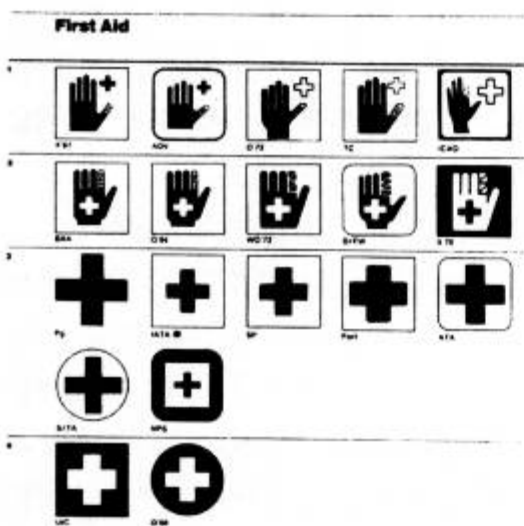


of Graphic Arts, AIGA) 这个全国最权威的平面设计研究机构组织设计供交通枢纽使用的、具有通用、准确、国际认同的新交通标志, 一共为 34 种不同的标志符号, 应用在各种与公共交通有关的场所, 目的明确是为行人的, 以方便行人对于具体设备、设施、方向、交通工具等内容的一目了然的了解。

为了完成这个庞大的设计项目, 美国交通部邀请美国最杰出的平面设计师组成了一个设计领导小组, 由设计家托玛斯·盖斯玛(Thomas H. Geismar) 领导。他们的工作从对世界各个国家的交通标志和其他相关的视觉传达设计系统进行全面的调查研究, 在这个广泛研究和调查的基础上提出设计的方案。在方案决定之后, 再分头从事具体设计, 具体执行设计工作的主要是设计家罗杰·库克(Roger Cook 1930—) 和唐·商诺斯基(Don Shanosky 1937—), 在设计初稿完成之后, 提交小组和专家讨论和评估。设计小组成员非常认真地对待这个设计工作, 具体到线条的粗细、形象的选择, 都一丝不苟的进行反复推敲。他们努力做到能够通过图形, 而不是文字说明具体的内容, 能够为各个国家的乘客了解, 因此难度很大。他们在需要文字的时候, 全部标准使用无装饰线体, 而图形也与赫维提卡体尽量吻合, 以达到统一的效果。

整个视觉传达系统非常庞大, 包括 34 种基本以图形方式表达的内容, 具体内容包括有: 公用电话、邮政服务、外汇兑换、医疗救护、失物领取、行李存放、电梯、男女厕所、问询处、旅馆介绍、出租汽车、公共汽车、连接机场的地下铁或者火车、飞机场、直升飞机、轮船、租车、餐馆、咖啡店、酒吧、小商店和免税店、售票处、行李处、海关、移民检查、禁烟区、吸烟区、不许停车区、不许进入区等等。为了保证这个系统在全美国得到标准化的使用, 因此, 他们还附上一本 288 页的标准具体使用规范手册, 由美国联邦交通部出版, 发行到各个航空港, 作为应用设计系统时的标准参考。这个标准化的视觉传达系统经过反复审查之后, 得到批准使用, 立即给全世界的航空港的标志设计带来很大的影响, 各个国家开始采纳这个体系, 因而使国际航空港的视觉标志逐渐趋于统一, 极大地方便了乘客。

美国交通部主持的以国际和国内航空运输为中心的视觉系统设计项目, 是世界上最早的大规模交通标志设计系统之一, 由于美国是排世界第一位的航空大国, 并且有众多的国际航线, 它采用的系统必然给国际交通标志系统带来重大的冲击和促进。



14—39. 世界各国的一大批设计家、艺术家联合研究和设计出急救标志系统, 通过库克和商诺斯基委员会的选择, 选择出最具有视觉效果系列, 向全世界急救机构和政府有关部门推荐, 是世界设计的合作项目。

14—40. 1974年库克和商诺斯基为美国交通部设计的交通指示标志系列, 在全国所有交通场所使用, 统一了美国的交通标志系统。



## 9. 国际奥林匹克运动会的视觉系列设计

第二次世界大战结束以后，国际奥林匹克运动会开始恢复举行。二战后初期的规模比较小，其中包括1948年的伦敦奥林匹克运动会、1952年在芬兰首都赫尔辛基举行的奥林匹克运动会、1956年在斯德哥尔摩举行的奥林匹克运动会和在墨尔本举行的运动会等等。真正比较大规模的奥林匹克运动会是60年代以后，1964在日本东京、1968年在墨西哥城、1972年在联邦德国的慕尼黑、1976年在加拿大的蒙特利尔、1980年在莫斯科、1984年在洛杉矶、1988年在汉城、1992年在西班牙的巴塞罗那、1996年在美国的亚特兰大，举办的国际奥林匹克运动会一届比一届规模宏大，因此，各项设计也越来越重要。奥林匹克运动会是上百个国家的数万名运动员、数百万观众参加的庞大的国际活动，时间短，内容复杂，除了运动比赛的准备内容繁杂之外，大量的外国人的生活、起居、交通、饮食、旅游、流通等等，都是前所未有的极为复杂的工作，其中，视觉传达设计具有非常重要的作用，如何使各个国家的来宾，在基本不懂主办国语言的情况下，能够自己运作自如，在生活和参观上感觉方便，是对各个国家的平面设计家的重大挑战。因此，二战后各个国家在主办奥林匹克运动会的时候，都组织本国和外国的最杰出的平面设计人员参与总体设计工作。奥林匹克运动会的设计，是平面设计非常重要的内容之一。

在二战后的历次奥林匹克运动会中，有几次平面设计是非常杰出的，其中比较典型的是1968年墨西哥城的第19届奥运会、1972年慕尼黑的第20届奥运会、1984年洛杉矶的第23届奥运会的平面总体系统设计，可以说是奠定了这种大型国际运动会的视觉传达设计系统的里程碑的重要项目，对于以后的设计具有重要的影响作用。

墨西哥城奥林匹克运动会的口号是“全世界青年们相互了解、增进团结(The young of the world united in friendship through understanding)”。围绕这个中心，墨西哥政府委托墨西哥的建筑家彼得罗·瓦兹贵兹(Pedro Ramirez Vazquez)主持整个项目设计工作。瓦兹贵兹知道这个工作艰巨，因此聘请了一批国际的设计高手参与工作，组成一个国际设计班子，其中美国平面设计家兰斯·威曼(Lance Wyman 1937— )担任这个小组的视觉传达部分负责人，英国工业设计家彼得·穆多什(Peter Murdoch 1940— )担任特别产品设计部分的负责人。

因为墨西哥举办的这次奥林匹克运动会是分别在城市的各个地方的运动设施中同时进行的，而不是在一个专门为运动会设计的奥林匹克村中举办，因此，必须把整个设计系统分布在这个世界最大的城市的各个角落，设计的难度自然很大。因为缺少了集中的组织活动中心，而各种标志必须与城市中原来的各种杂乱无章的交通标志、商业标志混杂在一起，如何让奥林匹克运动会的标志突出，是设计人员面临的第一困难。与此同时，这次奥林匹克运动会是在南美洲第一次举行，因此，如何通过设计体现南美洲的风格，特别是墨西哥的风格，也是另外一个重大的挑战。

为了解决这个问题，设计小组首先进行了具体现场的调查和分析。根据威曼的建议，这次平面设计系统应该完全提倡墨西哥风格，绝对不能有美国的、瑞士的平面设计风格的影响，民族性的问题成为设计的一个主要的基调。墨西哥拥有悠久的历史，古典文化非常发达丰富，而墨西哥的民间文化，包括绚丽多彩的民间工艺美术品、服装、舞蹈、音乐、民间建筑也具有强烈的特点。墨西哥的亚热带和热带地貌，提供了另外一个丰富的视觉形象基础，开阔、色彩丰富的风景，是墨西哥的骄傲。因此，这个工作小组找到了设计的依据。他们决定从墨西哥古老的印第安文化传统中寻找设计的动机，其中重要的参考资料是古玛雅文化和阿兹台克文化的特征。这两个文化的传统设计中，都具有反复、重复使用线条组成图案的方法，而墨西哥人民对于鲜艳色彩的喜爱，也形成了平面设计系统的色彩计划基础。

平面设计工作从这次奥林匹克运动会的标志设计开始，设计人员把奥林匹克运动会的五个圆圈叠在代表这次奥运会举办的时间1968年的“68”数字上，而68两个阿拉伯数字被进行反复向外的线重复，组成一圈一圈向外发展的重复圆环，同时，又把英文“墨西哥”(Mexico)名称的字母做类似的发展，与奥林匹克五圆环、“68”数字的反复圆弧发展联系起来，在英语字母“X”上突破所有的圆形结构，以交叉的三角形分别向上下发展，圆弧线的重复和三角线的重复混合，形成非



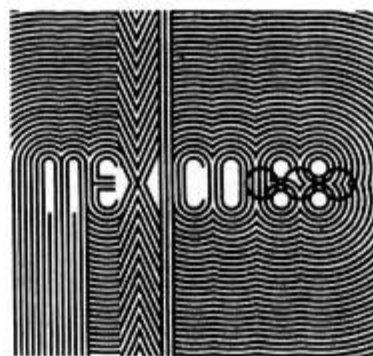
常复杂的线网图案，以这个作为此次奥林匹克运动会的会徽，设计独特，并且具有强烈的印地安文化特征。与此同时，设计人员还利用同样的方式设计运动会的所有字母、阿拉伯数字、所有比赛场地名称都把字母联起来加以重复弧线发展，与整个运动会的标志设计方式统一。在具体比赛场地和有关地点，设计组把标志、会场文字说明和照片并列在一起使用，以照片来准确说明内容。这个设计体系被严格地使用在所有的有关部位，大到运动会的标志、旗帜，小到门票、手册、工作人员的名牌、地图、海报、电视和电影的片头等等，具有高度的统一性。他们设计的门票，在版面编排上分成几段，包括此次奥运会的统一标志、具体会场的标志、各种运动项目的标识符号，以鲜明的色彩分成横带，各种不同的票具有不同的色彩；同一场的票也有几个不同的色彩，原因是利用这种不同色彩标识来指导观众找座位：票的中间一条横带的色彩与运动场内的坐椅的色彩是一致的，上面也标明了座位行数、排数、具体号码，因此，根据票的色彩和号码，观众可以容易地找到自己的座位。这种把平面设计与具体的产品设计（座位）联系起来的方法，在国际奥林匹克运动会的设计史上还是第一次。

威曼与穆多什合作，设计了各种路牌、看板、标志牌和其他设备的标准模数系统，他们利用运动项目、服务设施的标志系统的方形作为基本单元，以这个方形的模数系统发展，形成可以随时改换的路牌、看板、标志牌、邮政信箱、公用电话间、垃圾桶、急救箱、公共汽车站牌等等设备部件，在运动会期间可以很快地在场地树立起来，运动会结束以后又能够很快地拆卸。这是把平面设计的系统方法发展到产品设计上的典型例子。这个设计，大大地方便了大会的组织工作，节省了大量的工作时间和资金。

这个设计组在色彩的功能运用上非常注意，他们利用各种色彩来标明具体的内容，比如采用彩虹色彩在大会的正式地图上标明墨西哥城的主要道路，不同的道路标以不同的色彩；同时，也把这个彩虹色涂在具体的主要道路的人行道的边缘上，以方便外国观众能够对照地图找到主要的交通要道，比如墨西哥城主要的大道之一的大学大道（Avenue Universidad）利用紫色标识，这条大道的人行道边缘也涂上紫色，因此非常容易辨认。这个设计系统如此方便和完善，以至往往非常挑剔的《纽约时报》（the New York Times）在描述墨西哥城奥林匹克运动会的设计时都说：只要你不是色盲，在墨西哥城内，你即使是文盲，都能够顺利找到你要去的地方（原话是：“You can be illiterate



14-42. 1967年墨西哥奥运会的视觉传达标志系统，包括字母、数目字、符号、具体的运动场所的名称等等一体化设计。



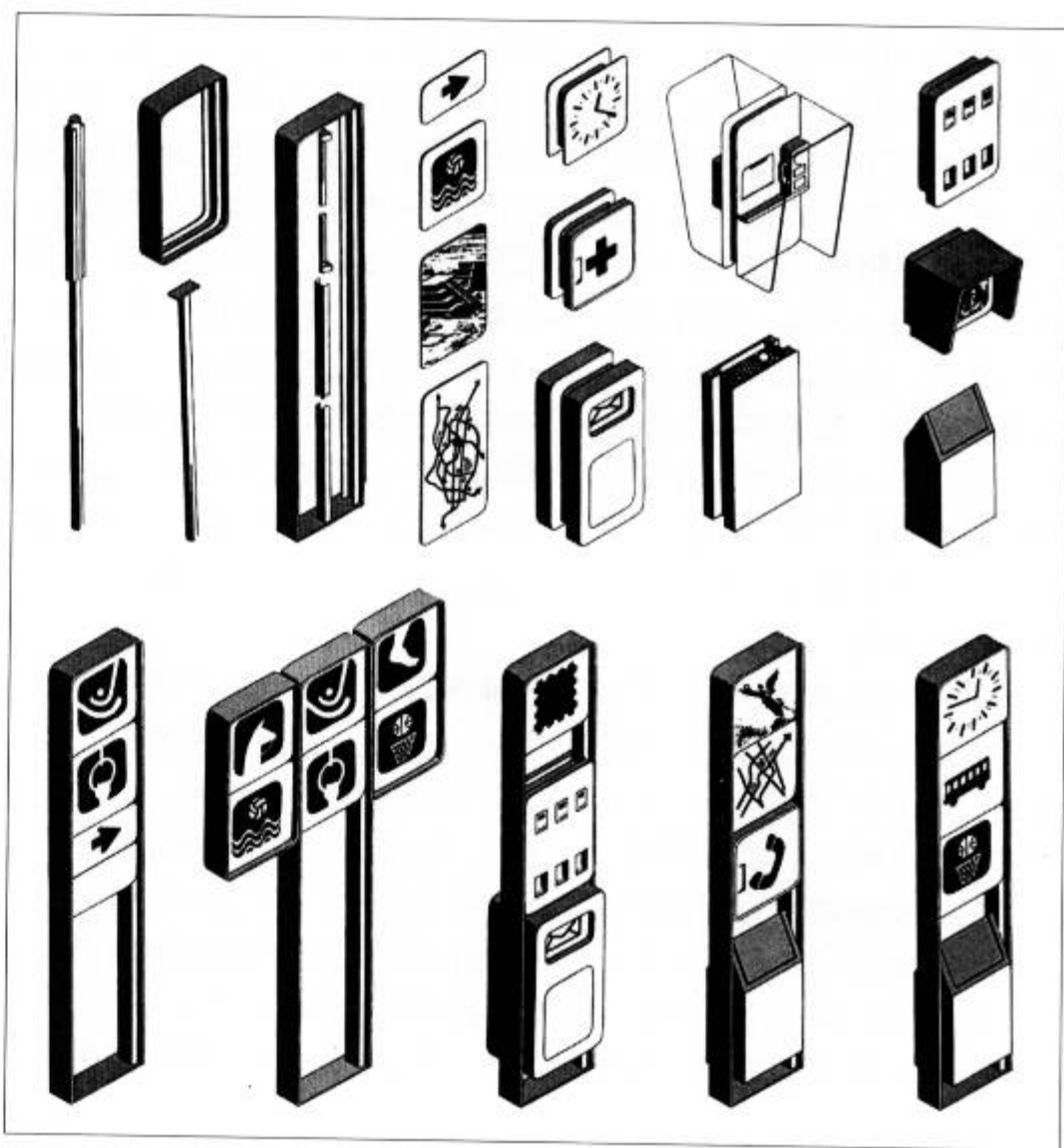
14-41. 奥林匹克运动会的标准视觉系统设计是一个重大的设计项目，各个举办国家都投入大量人力、物力来设计出最佳系统。这是美国设计家威曼等人1966年设计的墨西哥城奥运会的标志，把奥林匹克五个环和墨西哥的字母反复重叠扩展，并且把字母“X”作变化的交叉分割，非常具有特点。



14-43. 威曼等设计的1967年墨西哥奥运会的具体项目和具体服务设施的标志系统。



14-44. 威曼等人设计的1967年墨西哥奥运会的有关其他文化项目的标志,与此次奥运会的标志相吻合。



14-45. 穆多什等人设计的1967年墨西哥城第19届奥运会的模式标志架。

in all languages [and still navigate the surroundings successfully,] so long as you are not color-blind.”

这次运动会的项目和服务设施的标志设计也非常突出。之前和以后的运动会的大部分这类标志都是以运动员形象和其他人物形象为主题,通过精简、归纳达到标志设计的。而墨西哥城奥林匹克运动会的这些设计,却基本不采用人物为动机,大部分标志是运动项目的器械,即使不得已采用人物,也尽力抽象。此次大会还举办了一系列的文化项目,包括电影节、音乐会、图书展览、雕塑展览、儿童艺术节、邮票展览、奥林匹克运动会历史展览、核能展览、人类的基因与生物工程展览、国际诗人大会、民俗艺术展览等等,因此,他们也设计了一系列的与运动项目标志相呼应的标志,运动会项目标志和会议设施标志外形是方形的,而这些文化活动的标志的外形则是以此次运动会的会徽——以“68”两个阿拉伯字母的重复扩展形成的圆弧形组成的,既有统一,也有区别,非常生动。

主持整个设计项目工作的美国平面设计家威曼的目的是要设计一个能够为所有参加此次运动会的运动员和成千上万的外国观众和墨西哥本地的观众提供无需文字说明的视觉识别系统,并且把这个系统延伸到与运动会有关的所有设备上,形成高度统一完整的系统结构。这次奥运会的系统设计是极大的成功,而威曼也因此在国际平面设计界得到很高的地位。

威曼本人在这个设计结束之后,回到纽约开设了自己的平面设计事务所,他把为第19届奥林匹克运动会设计视觉系统的经验用到各种大场合的系统设计上,比如大型购物中心、动物园等等,都得到很大的成功。他本人也成为当代系统设计的重要奠基人之一。

1972年的奥林匹克运动会在联邦德国的慕尼黑举办,联邦德国政府委托杰出的德国设计家,曾经创建乌尔姆设计学院的奥托·艾舍负责设计平面识别系统。艾舍是德国二战后系统设计的奠基人,他的平面设计全部是严格的按照方格网络来进行的,字体也是全部采用无装饰线体,他在接受了这个项目之后,采用同样的标准化方法设计此次运动会的平面系统,所有的图形都严格在方格网络中





14-46. 穆多什等人设计的1967年墨西哥城第19届奥运会的模式标志架的具体运用。

布局，版面高度理性化，全部字体采用无装饰线体，他和他的工作小组的设计强调纵横编排，因而具有高度的次序性特点。他的色彩计划采用色谱的一个部分，包括两种蓝色、两种绿色、黄色、橙色和三种中性色彩：黑色、白色和中灰色，完全不采用任何红色系列，因此突出了冷色彩系列的特点，比较温和和协调，这种理性的平面风格和字体风格，加上和谐的冷色计划，与德国民族的个性特点非常吻合，也具有欧洲民族特别的节日气氛。

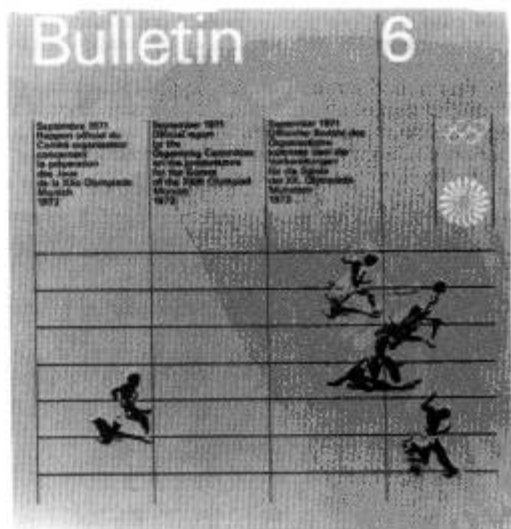
具体的标志设计，是采用人物为形象，在方格网络上简化而成的，艾舍也尽量不采用文字，使用图形传达内容，以方便外国观众。为这届运动会的举办，联邦德国的设计组还设计了一系列的海报，这些海报也都采用通过少许改良的基本色彩计划，全部运用四种基本标准色彩，加上两种暖色——黄色和橙色，每张具体的海报采用其中一种色彩作为主色计划，上面的图形是摄影的运动项目，色彩与项目相关联，比如田径比赛是采用两种蓝色、淡绿色的摄影图形，背景则是暗绿色的，这种设计，达到形象和色彩的高度协调性的结果。

联邦德国举办的慕尼黑第20届奥林匹克运动会的视觉设计与墨西哥城的第19届奥林匹克运动会的视觉系统设计形成非常鲜明的对照：欧洲民族的理性、次序、冷静的个性和墨西哥民族代表的南美洲民族的奔放、外向、活泼、浪漫的个性大相径庭，迥然不同。虽然色彩、图形如此不一样，但是，这两次奥林匹克运动会的视觉系统设计都具有非常好的视觉传达功能，是当代平面设计的杰出代表项目。

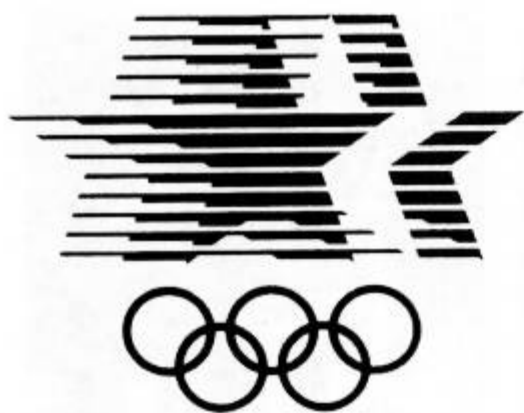
1984年在美国洛杉矶举办的第23届奥林匹克运动会情况比较特殊。洛杉矶是一个方圆数百公里的庞大的城市群形成的大都会区，利用高速公路联系在一起，而运动场地分布在28个地点。整个城市坐落在阳光明媚的南加利福尼亚州，充满热带风情，是美国最重要的经济、文化中心之一。这次奥运会是在完全没有政府资助的情况下，由洛杉矶市政府委托完全由私人组成的奥林匹克组织委员会组织运作的。因此，除了单纯的设计问题之外，还存



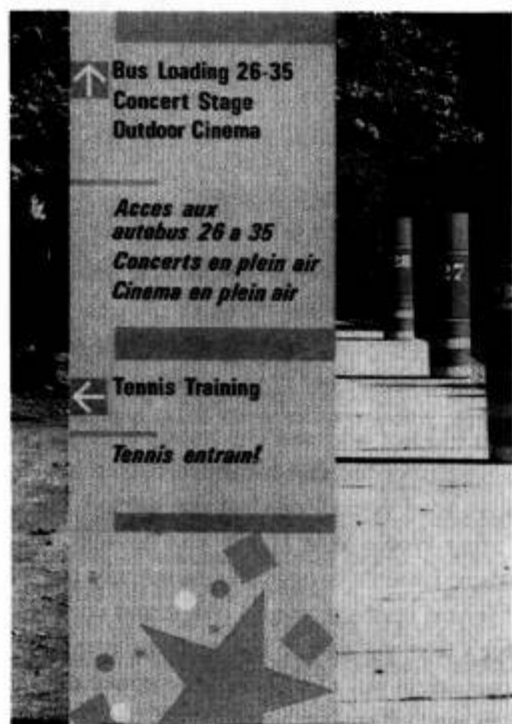
14-47. 艾舍等人设计的1972年慕尼黑奥运会的视觉传达标志系统。



14-48. 艾舍等人设计的1972年慕尼黑奥运会的视觉传达标志系统。运动会的印刷品设计标准。



14-49. 伯特和伦安设计的 1984年  
美国洛杉矶奥林匹克运动会的标志。



4-51. 杰德和苏斯曼等人联合设计的1984年  
洛杉矶奥运会的系列标志系统和运用标准。

在复杂的市场运作问题。组织委员会决定采用洛杉矶现存的 26 个运动场地进行各项比赛，仅仅为这次运动会加建了一个游泳馆和自行车赛场。

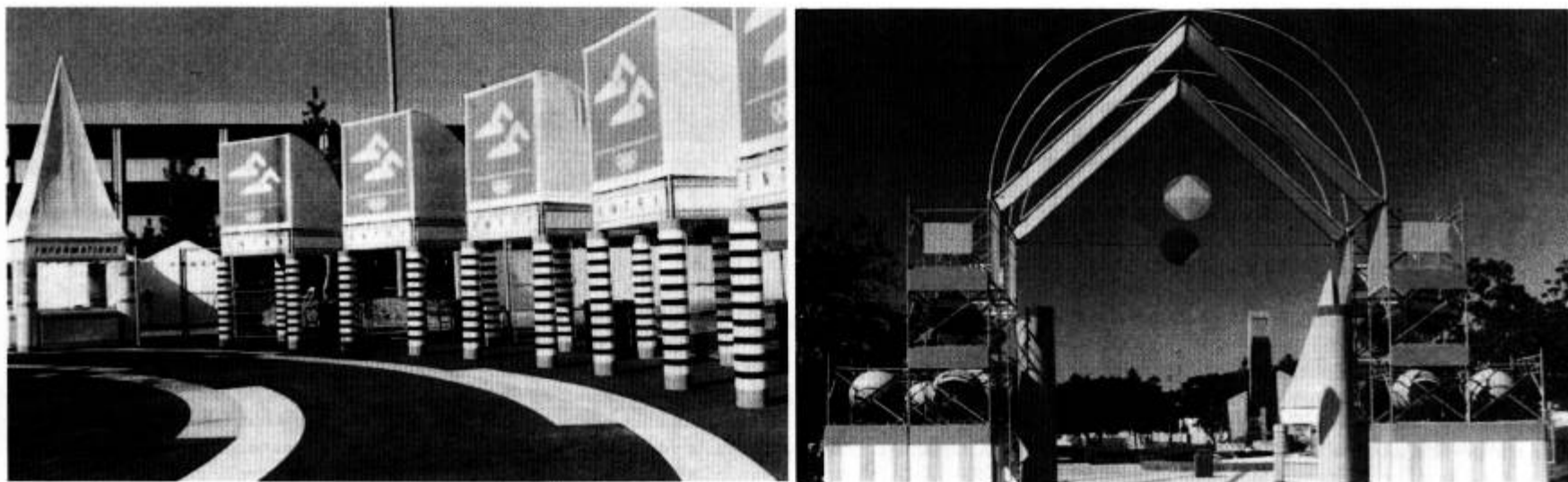
组织委员会因此精心策划，委托洛杉矶的 60 多个设计事务所联合参加整个项目的设计。设计面临的首要问题不是简单的通用的视觉传达设计系统的问题，而是如何在如此庞大的大都会区中通过设计创造总体的、节日的、统一的奥林匹克形象和气氛。与此同时，设计还必须考虑通过全球的电视广播传达的洛杉矶奥运会的总形象。为了达到这个目的，组织委员会委托两个设计公司负责总体设计计划，其中包括建筑设计事务所由庄·杰德 (Jon Jerde) 和戴维·麦克尔 (David Meckel) 负责的杰德设计事务所 (The Jerde Partnership) 和以平面设计家德波拉·苏斯曼 (Deborah Sussman)、保罗·普里扎 (Paul Prejza) 负责的德波拉和普里扎设计事务所 (Sussman / Prejza & Co.)，全部总体计划由这两个设计公司合作完成，然后再分包给各个设计公司完成细节设计。他们联合设计，决定了色彩计划、建筑和各种设备的基本设计特征、各种标志的基本特征、图形的基本设计等等。因为时间非常紧迫，因此大量采用了各种预制构件、租用设备和部件，也充分调动了各种科学技术手段，因为洛杉矶天气好，很少降雨，因此可以采用各种临时性的部件和材料，对设计人员来说，是非常方便。

为了达到设计统一的目的，设计组建立了一个拼装的样本，提供给所有具体参与设计和安装的人员作为标准。所有临时建筑、设备都采用金属手脚架结构 (sonotube columns) 构成，这种金属构架原来是用来作水泥浇灌建筑结构的金属内部构架，现在则作为单独的结构主件使用，如果当临时建筑用，在架上面张开租来的彩色帐篷，经济而有具体特色，并且安装容易；如果当作广告牌、指示牌，则在金属架上安装板面，金属手脚架是所有视觉传达的公共设备的结构基础，所有的设计都围绕着它进行，而金属手脚架本身也成为具有鲜明加州特色的视觉内容之一。设计组为所有的参与安装、建造的工作人员提供一份海报一样大小的设计说明图，讲解如何安装和使用金属手脚架，这次运动会的各种入口大门、纪念性建筑等

等都以这种手脚架结构建立。很多部位都采用非常经济的手段，比如巨大的门券其实是空心的，大量采用廉价的塑料材料作为大会的看板和标牌等，但是，设计组强烈利用色彩计划达到明确的视觉标记目的，连金属手脚架都根据色彩计划涂上明亮的色彩，因此，整个运动会一方面达到开支节约的水平，同时又因为杰出的设计而使整个运动会具有非常典型的美国特征。

负责平面设计的苏斯曼根据加利福尼亚州阳光明媚、色彩绚丽的特点，采用了非常强烈的、跳跃的色彩计划，突出使用暖色系列和原色系列的结合，以这个结合为基本色彩计划，然后又推出了第二组补充色彩计划，是由比较更加明快的色彩构成的，包括黄色、绿色、浅蓝色、紫色、蓝色、粉红色和淡紫色 (英语称为“熏衣草色”：lavender)，这样色彩是在第一组基本色彩上作为突出的“点睛”，或者“高调”色彩使用的。平面形式全部以美国国旗星条旗为主题演变出来。这届奥运会的大会标志，是由吉姆·巴特 (Jim Berte)、罗伯特·伦安 (Robert Miles Runyan) 具体设计的，下面是奥林匹克运动会的五个圈，上面则是美国星条旗抽象出来的五颗重叠的星，上面以横向的条纹分隔构成，具有强烈的运动感，既保持了奥林匹克的基本精神，又加入了美国国旗的特征，而这个特征又出现在所有的平面设计上，包括符号、标志、版面等等。在使用星条特征时，却又有相当的自由，横条把星状图形分开，重新组合，条有粗有细，星有正有负，这种基本图形组合，再加上明快的色彩计划，达到对比强烈的要求：粗与细，明与暗，暖色与冷色，具体的图形和抽象的图形，等等，这种设计使整个平面形象具有非常生动活泼的美国特征，是历届奥林匹克运动会的平面视觉系统中给人印象最深刻的一个。





14—50. 杰德和苏斯曼等人联合设计的1984年洛杉矶奥运会的系列标志系统和运用标准。

每个比赛场地都有本身独特的色彩计划，以区分不同的赛事，洛杉矶奥林匹克运动会举办的时候，在工作人员的制服、各种门票、路牌、旗帜、横幅、临时性的辅助性建筑、电视的片头等等众多方面，基本平面构成计划和色彩计划严格地运用，达到统一中具有极大的灵活性的设计特点。这次运动会，全世界有20亿观众通过电视观看了开幕式、闭幕式和多项比赛，因此，这个设计项目具有很大的国际影响力。整个设计欢乐、开朗、清晰、明快，具有美国人民的乐天特点，给整个奥运会创造出欢天喜地的节日气氛，与严肃的慕尼黑和浪漫的墨西哥城的风格都相当不同。这次奥运会虽然设计杰出，但是由于前苏联在阿富汗的军事纠纷而与西方国家引起争议，前苏联为首的东欧国家抵制此次活动，因而在参加比赛的人数上不理想。但是，这届奥运会却创造了在没有政府资助的前提下，通过私人管理集团的运作，利用很短的时间、达到非常高的组织水平，并且组织单位还通过这次活动大大盈利的先例。与1996年组织得非常差的美国亚特兰大奥运会形成鲜明对照。

国际奥林匹克运动会促进了世界各个国家对于大规模的国际活动的平面设计的水平。虽然有些水平参差不齐的情况，但是总的来看，通过设计奥运会的视觉系统，世界各国的平面设计水平显然大幅度提高。1992年西班牙巴塞罗那奥运会的设计，就是另外一个非常典型的高水平例子。

## 10. 企业形象设计的发展和东西方的不同企业形象模式

上面讨论到的企业形象设计，基本是关于西方国家的设计活动，特别是美国的设计活动。在第二次世界大战之前和战后初期，西欧和美国基本垄断了工业设计、平面设计、建筑设计的领导地位，其他国家地区的作用非常有限，即使有发展，也受到西方各个国家，特别是美国的设计风格的影响。这种情况，从20世纪60年代日本经济开始高速发展以来，就开始有了明显的改变，日本在七八十年代成为仅排在美国之后的世界第二大经济强国，企业发展迅速，设计在日本的经济奇迹中起到重要的作用。

日本的企业从美国大型跨国集团企业的成功发展中找到可以借鉴的参考，无论从技术开发、产品设计、市场营销、企业形象设计等等各个方面都模仿美国企业，以期尽快能达到和超过美国的跨国集团公司。因此，企业形象设计的引入是非常自然的结果。

日本最早引入企业形象设计，大约是在70年代前后。1975年，日本东洋工业株式会社生产马自达(Mazda)汽车，为了把这种原来默默无闻的小汽车打入国际市场和国内市场，因此，全力以赴开始从事企业形象系统设计。这个设计取得相当的成功，因此，影响到其他日本大型企业的跟进，其中比较突出注意企业形象系统设计的包括有大荣百货公司(Daiei)、伊势丹百货公司(Isetan)、松屋百货公司(Matsuya)、高峰连锁超级市场、小岩井乳制品公司、麒麟啤酒(Kirin)、亚瑟士体育用品企业(Asics)等等。之后，美津浓体育用品公司(Mizuno)、富士胶卷(Fuji)、华科尔衬衣(Wacoal)、白鹤清酒等等也引入企业形象系统，不少日本大企业的企业形象系统设计是委托美国公司制作的，比如索尔·巴斯公司就为日本的美能达照相机(Minolta)公司、味之素调味品设计了它们的企业

形象系统。

日本自己的平面设计工作者开始从美国的企业形象设计中了解到设计的观念和技术要点，也开始自己动手设计企业形象系统。日本民族是一个非常善于学习别人先进技术的民族，因此，经过不长的时间，日本自己设计的企业形象已经具有相当国际化的水平，比如1968年成立的专业企业形象设计公司“Paos”设计事务所就设计了“松屋百货公司”的整体企业形象，对于提高企业的营业额起到直接的促进作用，据说在新的企业形象系统采用后的两年，这个百货公司的营业额增加了一倍以上；而这个设计公司小岩井乳业公司设计的整体企业形象，使这个企业的营业额提高了接近三倍。这种说法，当然有一定的依据，但是营业额的增加绝对不仅仅是企业形象系统造成的，而是企业的总体营销策略总和（marketing mix）的结果，这种以单纯企业形象设计提高产量或者营业额几倍的说法在西方其他国家基本闻所未闻，而在日本却由设计界郑重其事、言之凿凿地提出来，说明企业形象系统设计有点石成金的效果，从企业形象设计开始时起，日本的设计界已经有夸大其词、言过其实的倾向。

Paos设计事务所在这个时期把美国人简单成为“企业形象设计”的内容“CI: corporate identity”加上“系统”，因此变成“CIS: corporate identity system”，进而又编撰出本身设计过的各种企业形象的集锦，以非常理论化的模式出版，称为《经营策略的设计系统》（Design coordination as a management strategy），把设计上升到企业策略的高度。这个设计事务所为了扩大对企业形象的研究，又组织了一个私人的研究性机构“管理策略中的企业形象传达”委员会（Corporate Communication as a Management Strategy），对世界各国的企业形象，特别是欧美的企业形象设计进行研究和讨论，之后出版了《企业设计系统》（Design Systems for Corporate）这套专业著作，一共三类，分为15册，洋洋大观，是世界上最复杂、最完整的企业形象大全。

这种全力以赴的树立企业形象的活动，的确得到日本企业界的重视，1977年日本有股票上市的546家企业中，有242家拥有企业形象系统，可见企业形象宣传工作的成功。

日本企业形象系统与西方国家，特别与美国不同的主要地方，是扩大了视觉设计的领域，把设计内容包括到企业员工行为规范、企业管理思想的规范上，成为一个庞大的系统，而在美国等西方国家，企业形象依然只是视觉传达的部分，并没有扩大的企业管理的范围，原因很简单：美国具有世界上最多、最杰出的管理学院，管理专业的人员对于把握企业的发展有明确的目的，他们通过管理科学，而不是平面设计设立了企业的形象，而平面设计家参与的企业形象设计只是整个企业管理内容的组成部分之一。不是设计家设计管理系统，而是管理家设计管理系统，也包括企业形象系统。从设计人员本身的知识结构来说，美国的方法显然有它的优点和合理性。

日本的“企业形象系统”观念却非常适合远东各个国家的口味，这种大而全的设计策划，对企业家来说具有很大的吸引力，通过企业形象设计，能够提高营业额，看来非常省事。因此，日本的系统开始传入台湾、韩国、香港，80年代传入中国内地，造成一片“企业形象系统热”，各种专门研究和讨论企业形象系统的研讨会不断举办，设计企业形象的价格也扶摇直上。

严格地说，所谓的视觉形象系统（VI）、行为形象系统（BI）和思维形象系统（MI）之间并没有泾渭分明的区别，只是设计上强调的重点不同而已。因此，完全要区分东西方在企业形象设计上的区别其实很困难。企业形象设计的确与企业发展有密切关系，远东的企业形象专家说，企业形象系统对企业内部来讲，企业形象设计能够提高生产力、提高士气、增加股东的信心、改善企业内部关系、提高企业知名度、提高企业广告效益、增加营业额、统一设计形式和节约设计制作成本、方便内部管理、活用外部成员等等，而对外则具有应付成本挑战、应付竞争、应付传播媒介的挑战、应付顾客的要求和应付消费者的挑战等等优点。但是，从以上罗列的种种内容来看，大部分单纯依靠平面设计是无法解决的。企业形象设计是对企业发展的锦上添花，而不是起死回生的灵丹妙药，它绝对不是万能的，这一点，正是所谓的“企业形象系统”夸大其词的地方，而西方在这个问题上是一直采取比较客观的态度，笔者以为是应该学习的。



## 导言

所谓的观念形象设计，是指第二次世界大战结束之后在欧洲和美国形成的平面设计的新流派。与强调视觉传达准确的、理性主义的、比较刻板的瑞士国际主义平面设计风格，以及比较讲究规则性的纽约派相比，这个流派更加强调视觉形象，强调艺术的表现，强调设计和艺术的结合，是与以上两个流派同时发展的一个设计发展方向。在欧洲，特别是在东欧国家中，这个手法主要是被为政治目的服务的海报设计采用；而在美国，则有比较强调单纯的艺术表现和平面设计结合的所谓“图钉派”的出现，以及“图钉派”在平面设计上影响到美国平面设计的若干部分，特别是唱片设计。观念形象是二战后平面设计的重要发展之一，具有相当重要的历史和使用意义。也正因为非单纯功能主义的观念形象设计的发展，才促进了非西方国家的平面设计的进步。虽然设计的背景各有不同，社会环境也大相径庭，但是，从设计的角度来说，观念形象突破了自从包豪斯以来的、在二战后瑞士发展到登峰造极水平的国际主义局限，开创了视觉传达设计的新篇章。

第一次世界大战前后，平面设计上出现过图画现代主义运动，而这种运动的主要对象是大量的战争时期的政治宣传海报的设计，政治的需求、国家的需求，促进了新的平面设计风格的出现和形成。这种情况也出现在第二次世界大战期间和战后长期的“冷战”对峙时期，东西方两个阵营的对立，促使双方对于政治宣传画的需求大幅度增加，从而促进了海报和其他具有政治宣传作用的平面设计作品的发展。这个非商业化的平面设计发展，是二战后平面设计中的一个非常突出和特殊的现象，它的延续时间也比第一次世界大战期间的图画现代主义运动的时间要长得多，从1945年二战结束开始，一直延续到1989年前后。由于政治的需要，东西方都有相当一部分设计家专门从事这个方面的设计，无论内容如何，这种以政治观念为中心、为树立政治形象的平面设计，在这个时期取得非常大的成果。其中又以波兰、苏联、中国、古巴这些社会主义国家的政治海报设计的成绩最为显著。西方虽然也进行了类似的活动，但是毕竟政府的介入比较有限，因此设计无论从质量还是数量，都无法与社会主义国家相提并论。但是，也有少数西方国家重视观念形象设计，在政府部门或者私人财团的促进下，也设计出一些不俗的杰作，其中又以美国和联邦德国比较突出。

这个时期的平面设计，不但仅仅是为了传达具体的政治内容，同时也都包含有传达某种理想，某种观念的作用，比如社会主义国家的政治海报的观念中心就是社会主义制度比资本主义制度拥有无限的优越性。这种设计，基本上根据文稿内容确定创作设计的倾向，然后交给设计家具体处理，大部分都是鲜明的标语口号，参加设计的不仅仅是平面设计师，也包括很多艺术家在内，设计的结果因而往往具有相当高的艺术水平。但是杰出的这类设计，则往往标语口号非常简练，以图形突出思想内容，突出观念，观念和形象的关系非常密切，因此，被设计界称为“观念形象设计”，是二战后平面设计的重要组成部分之一。

“观念形象”平面设计，与现代艺术运动有很密切的关系，这个设计运动的艺术影响因素之一是现代主义艺术运动的各种风格，特别是立体主义、象征主义、未来主义等。因为现代主义艺术是在第一次世界大战之前和第二次世界大战期间发展的艺术运动，到二战后，现代艺术已经成为经典，不但博物馆广泛收藏，并且也在图书馆中可以随时找到，艺术史都包括了现代艺术的内容，毕加索这些现代主义的大师也成为家喻户晓的名字。60年代前后，西方出现的抽象表现主义、波普艺术，对于西方的观念形象设计也带来了影响，所以，现代艺术对于平面设计的影响是全面的、正式的、广泛的，无论是东方的还是西方的观念形象设计作品，都或多或少地有这些艺术风格的影响痕迹。通过平面设计师的工作，把图形、文字编排在一起，传达强烈的观念。第一次世界大战前后的“图画现代主义”具有的比较强调写实插图的风格让位给更加抽象的、象征性的图形，平面视觉的形象不再是图解的，而是具有强烈现代主义内容的象征性、表现性的风格，通过平面设计，把抽象的、象征性的、照片拼贴的、运用字体进行组织的形象进行新的安排和布置，达到设计的观念传

达目的。因此，这个运动的作品，不仅仅是暂时性的招贴画，而同时是具有相当水平的艺术作品。在某些国家中，平面设计家比艺术家的设计自由度还要大，许多在艺术上受到意识形态控制的风格，在平面设计上却可以随意运用，比如波兰、古巴就是典型的例子，杰出的艺术家喜欢设计海报，而通过海报设计表达自己的艺术倾向，这种情况，使平面设计的水平进一步得到促进和提高。

二战后的海报设计出现的一个非常突出的倾向，是有部分设计家开始把20世纪上半叶的现代艺术运动中的许多成功手法运用到现代平面设计上去，形成艺术和设计的融合，显示了设计上个人艺术观念表达的可能性。其实在二战前就已经有极少数设计家开始这种探索，比如意大利设计家阿曼多·特斯塔（Armando Testa 1917—）很早就进行了利用隐喻方法来表达自己观念的试验，是最早的观念设计探索人之一。美国、联邦德国、波兰、古巴等国家的海报设计在这个方面显得特别突出，具有重要的历史意义。因此，二战后的“观念艺术”除了单纯的政治要求，国家要求之外，还存在另外一方面的特别意义：设计家个人表现，特别是利用现代艺术的各种手法通过平面设计的个人表现，这两方面的内容结合起来，形成这个时期独具特色的“观念设计”的内涵。

### 1. 波兰的海报设计

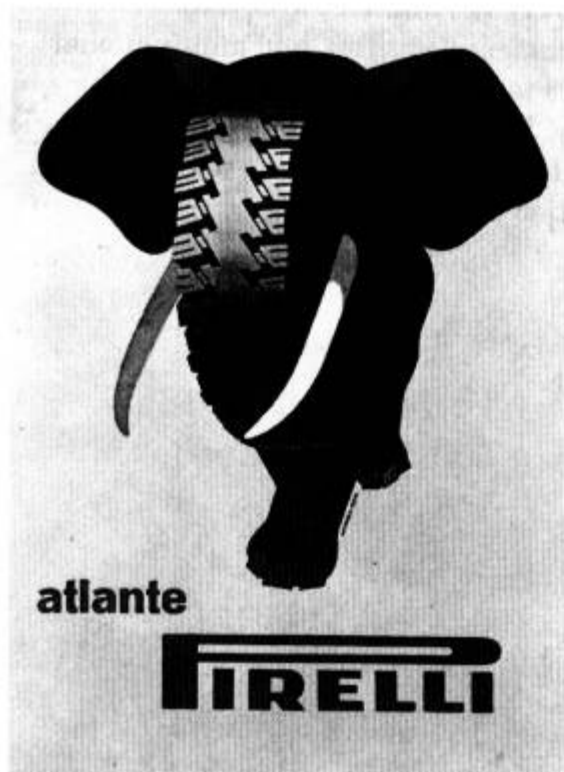
社会主义国家的政治宣传画是20世纪平面设计的重要组成部分之一。这些国家的政治宣传画是国家主持的设计项目，与当时当地的政治目的有密切的关系。因此，这些设计都是特定的国家在特定的时期的反映。当然，不是所有的社会主义国家都具有杰出的海报设计，部分国家的设计只是应付政府任务而已，凡是这种类型的海报都比较平庸。但是，有几个社会主义国家的政治宣传画和非政治性的宣传画则具有非常高的水平，引起世界平面设计界的注意和高度评价。在这些国家中，波兰的政治宣传画和非政治性宣传画的水平可以说是首屈一指的。

波兰的海报设计在全世界享有盛名。无论是政治海报还是其他内容的海报，都在设计上具有独特的风格和突出的艺术水准，波兰的海报设计是同时兼有国家要求和设计家个人观念表现两个方面特色的最典型的设计流派的代表，因此引起世界平面设计界的广泛注意。波兰的平面设计家非常注意把他们要表达的观念用独特的方式表达出来，他们的设计不是说教式的写实表现，而往往结合了20世纪各种现代艺术运动的特征，包括立体主义，超现实主义，表现主义和野兽派的风格，因此，这些宣传画具有相当高的艺术水平，在设计上也成为现代艺术和现代设计结合的典范。波兰的政治宣传画使现代艺术和现代平面设计一直存在的对立模糊化，使这两者融合在一起，为世界平面设计界树立了非常杰出的典范。

当然，这种把现代艺术的特征结合到现代平面设计中去的探索，不仅仅发生在波兰，美国、联邦德国和古巴等国家也具有非常引人注目的成就。这种设计倾向的发生，说明了自从第二次世界大战结束之后，世界各个国家的平面设计家中出现个人风格发展、个人观念发展的趋势。设计中已经不完全是顺应潮流、随波逐流风气一统天下，而是个人风格和潮流风格并存局面形成开始。

波兰是第二次世界大战在欧洲的最早受害国。1939年9月1日，纳粹德国的军队利用所谓的“闪电战”方式突然入侵波兰，从南、北和西部三个方向进攻这个主权国家，这个主权国家很快丧失了独立和主权，整个国家开始了长达6年的苦难。战争结束之后，波兰全国满目疮痍，经济崩溃，工业被完全破坏，农业水平也降低到历史最低水准，最严重的是这个国家在战争中丧失了大量的人口。战争给波兰带来了后果极为严重的浩劫，二战后波兰成为一个社会主义国家，而国家的重建是在万分艰苦的状况中开始的。

在漫长的战争年代当中，波兰的印刷业、设计和波兰文化艺术的其他部分，都基本荡然无存，波兰的平面设计，特别是海报设计，完全



15-1. 波兰的海报设计具有相当高的水平。这是波兰平面设计家特斯塔1954年为轮胎公司佩列利设计的海报。



是从无到有地在二战后的年代中成长和发展起来的。

二战后的平面设计，特别是海报设计，基本上全部是为政府部门的要求而作的。波兰政府成立了新的艺术和设计教育体系，主要以华沙艺术学院（the Warsaw Academies of Art）和克拉科夫艺术学院（the Krakow Academies of Art）两个艺术学院为主，培养新一代的、为无产阶级政治服务的艺术工作者和设计工作者。这两个艺术学院是国家最高的艺术和设计教育学府，入学要求非常严格，教育体系也非常完整，对学生的专业要求很高，毕业之后，由国家分配工作。作为国家宣传工作的重点之一，波兰政府动员设计家参与国家指定的设计项目，平面设计家和电影工作者、艺术家、作家等等合在一起，归纳入波兰政府组织的“波兰艺术家协会”（the Polish Union of Artists），协会成员必须在国家的艺术学院经过正式的大学教育，成绩优异。波兰大部分杰出的平面设计家，都是出自这两个艺术学院，并且也都是“波兰艺术家协会”成员。

波兰最早的平面设计家基本上都是从事海报设计的，其中最重要的先驱人物是特列波夫斯基（Tadeusz Trepkowski 1914—1956）。他的海报设计虽然是应政府要求而作，但是却表现了他自己对于战争造成的巨大破坏的压抑感，也表现了他对未来的憧憬。特列波夫斯基的设计强调非常简单的视觉形象，他认为最简单的视觉形象能够最准确地传达内容。他在1953年设计了著名的反对战争的海报，整个海报的标语口号减少到一个“不！”字，背景是简略的代表被摧毁的城市的轮廓，一个正在投落的炸弹的轮廓叠压在城市的轮廓上，一目了然，视觉效果非常强烈，是当时世界上最杰出的反战海报之一。

另外一个重要的早期海报设计家是亨利克·托玛泽维斯基（Henryk Tomaszewski 1914—），他是特列波夫斯基之后波兰海报设计最主要的代表人物。他本人是华沙美术学院（the Warsaw Academy of Fine Arts）的教授，因此，通过教学，他还培养了下一代的波兰平面设计家，对于波兰的平面设计发展起到重要的促进作用。

波兰在二战后的文化生活并不活跃，无线电广播节目单调，报纸内容也非常少，因此，通过海报来宣传各种文化活动，活跃文化气氛，成为国家的关心主题之一。波兰海报在这种前提之下，开始向非政治化的方向发展，大量的海报是关于演出、马戏、音乐会、电影的宣传内容，当然，政治海报依然占非常重要的地位。海报逐渐成为波兰人民生活的一个组成部分，波兰比世界上任何一个国家更加重视海报的水平。比如1964年，波兰举办了第一届华沙国家海报双年展（the Warsaw International Poster Biennial），华沙附近的威拉诺夫（Wilanow）市的普拉卡图博物馆（Muzeum Plakatu）成为世界上独一无二的海报博物馆等，都显示了海报设计在波兰文化生活中举足轻重的作用和地位。

托玛泽维斯基的设计是在这样一种高度重视海报的民族气氛中开始，因此，可以说享受到天时地利人和的所有优异条件。他发展出自己独特的设计风格，努力要摆脱人们对于战争的压抑性记忆，通过海报设计给人民带来对于灿烂的未来的想像和希望。他因此采用明快的色彩计划，活跃的、生动的形状，他的设计具有很高的装饰特点，把这些设计因素组合在一起，他采用了拼贴方法（collage），往往简单地利用手撕和拼贴彩色纸张的方法来进行比较随意的组合，他手撕纸张的形象也往往具有象征性、隐喻性特征，比如佛里沙克（Jerzy Flisak）设计的《Rzeczpospolita Babska》电影海报，便是受这种风格所影响的具体表现：以一个象征性的女性形象为中心，这个代表女性的形象，具有圆润的外形、头部是粉红色的，好像玩具洋娃娃一样，而她的嘴唇是心形的，生动活泼。由于托玛泽维斯基设计风格的影响，形成了波兰平面设计生机勃勃的新海报形式，是开始摆脱二战后阴影的起点。

波兰政府提倡马戏，因为这种表演形式比较轻松，而且老少咸宜，从1962年开始，在政府的大力促进之下，波兰的马戏得到很快的发展，马



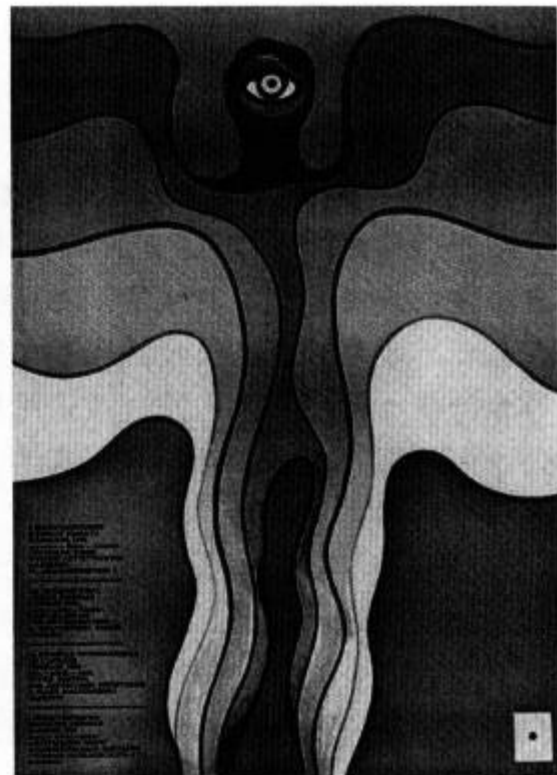
15-2. 托玛泽维斯基 1964年设计的演出海报。



15-3. 佛里沙克 1950 年代设计的电影海报。



15-4. 斯特罗维斯基 1962 年设计的海报：《华沙戏剧节》。



15-5. 莱尼卡 1976 年设计的《华沙海报双年展》海报。

戏的海报需求量立即大幅度增加。托玛泽维斯基设计了不少马戏海报，都具有轻松、愉快、欢乐、形式生动简单的特点，他设计的海报在全国各地张贴，为二战后波兰的生活增加了生动的色彩。托玛泽维斯基的设计代表了波兰的海报设计的第二波。

第三波海报设计开始于 60 年代，在 70 年代达到高潮。自从 1956 年“匈牙利事件”发生以来，波兰的政治气氛也出现了很微妙的改变，波兰人民对于大量驻扎在波兰的苏联军队表示出强烈的不满和不安，因此，这个时期的海报设计开始出现了以超现实主义的隐喻方法、超自然的形而上的设计趋向。托玛泽维斯基时代的那种欢愉气氛被一种比较沉重的、自省的、阴暗的新气氛取代。这是设计家对于当时社会政治变化的心理写照。

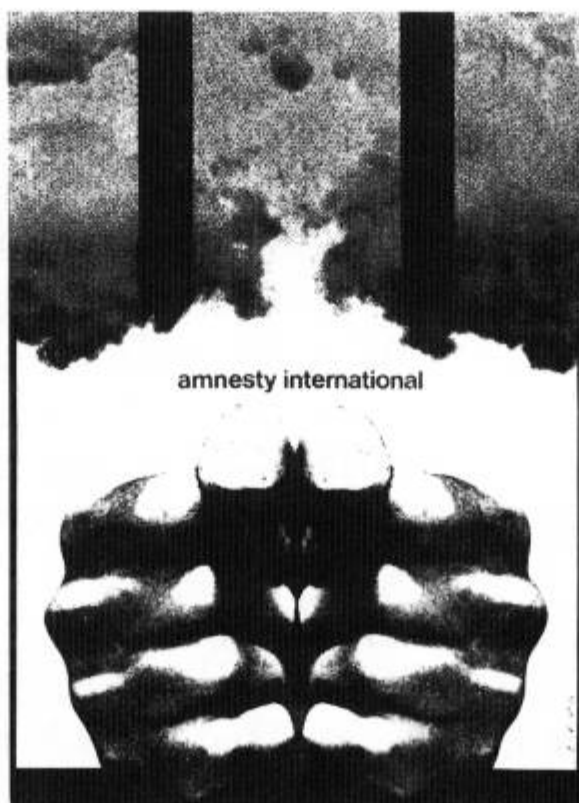
最早表现出这种设计风格的设计家是弗兰西斯克·斯特罗维斯基 (Franciszek Starowiejski 1930—)。他在 1962 年设计出波兰的华沙剧院 (the Warsaw Drama Theater) 的海报，他设计了一条蛇在两个圆环之间缠绕而上，虽然代表了剧院的戏剧化形式，但是同时也有非常明显的隐喻性，弦外之音清晰可闻。另外一个走这种风格发展道路的设计家是约翰·莱尼卡 (Jan Lenica 1928—)。他的海报设计往往利用弯弯曲曲的超现实主义图形，组成内容含糊不清的形式，1976 年他设计的华沙海报双年展的海报，就是这种方式的代表作。弯曲升起的、好像烟雾一样的曲线之间，有一只眼睛，这种风格在波兰当时非常流行，也受到人民广泛的喜爱。

斯特罗维斯基和莱尼卡代表与二战后初期主流波兰设计脱离的新一代设计家。他们除了自己的政治立场与二战后第一代设计家不同之外，也都认为海报设计不能完全受到正统的学院派的控制，要走出自己独创的、个人表现的、更加艺术化的道路来。如果把海报设计程式化，那将是波兰设计的灾难，单一的形式、粉饰太平的设计是没有前途的。这一代设计家中出现了不少非常杰出的新人，比如瓦德玛·斯威兹 (Waldemar Swierzy 1931—)，他的作品充满了表现主义的艺术表现手法，利用各种颜色，包括蜡笔、丙烯、彩色铅笔、水彩等作为设计的工具，他的平面设计其实是表现主义的绘画，但是同时又具有强烈的视觉传达功能，多媒介的混合使用使他的设计充满了浓厚的艺术色彩，也具有强烈的个人特征。他喜欢设计与表演艺术有关的海报，比如他设计的美国摇滚音乐家亨德里克斯 (Jixni Hendrix) 的表演海报，描绘的是这个音乐家的肖像，他在设计时采用绘画的方式为中心，用笔生动狂放，色彩艳丽刺激，描绘的方式近于涂鸦手法，与摇滚音乐的文化背景非常接近，不但从形象上表现了这个音乐家，同时从艺术形式上传达了摇滚音乐的特色，可以说是波兰海报设计的杰作之一。他的设计，代表了新一代的海报设计家的成熟。





15—6. 斯威兹 1974 年设计的摇滚音乐会海报，色彩强烈，与摇滚乐主题吻合。



15—7. 契列维茨 1975 年设计的海报。



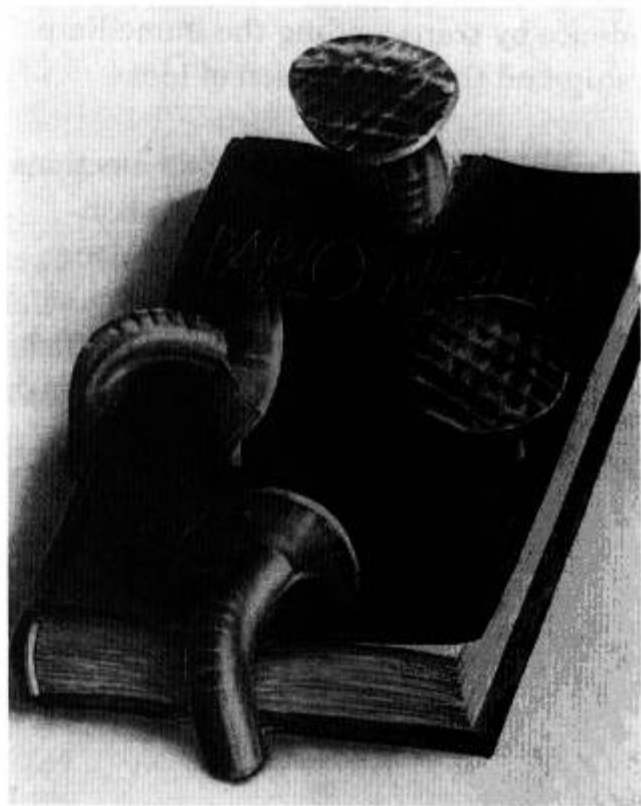
15—8. 契列维茨 1974 年设计的克拉科夫临时剧院海报。

波兰也有不少旅居海外的平面设计家，其中在巴黎的人数不少，他们的设计也因为波兰文化的影响，具有比较高的水准，甚至对西方的平面设计造成影响。其中一位是在二战后旅居巴黎的设计家罗曼·契列维茨（Roman Cieslewicz 1930—）。契列维茨与波兰的前卫派的舞台设计界关系密切，受到舞台设计的影响，因此把舞台设计的前卫风格引入到自己的海报设计上，使之成为一种表现利用语言难以表达的形而上的艺术的新形式，成为新的个人表现的方式。改变了原来海报设计的大众化、普及化特点。契列维茨采用的设计手法包括照片拼贴、蒙太奇式的拼贴、把印刷的网点放大成为形象内容、把两个不同的形象内容重叠，他的作品具有非常特殊的视觉效果。

1980 年，波兰因为缺乏电力、食品和住房，引起群众的骚动，继而出现了地下工会组织“团结工会”（Solidarity laborunion），波兰的海报设计家不少都参加了这些活动，其中，“团结”工会的标志就是由弗兰西斯克·斯特罗维斯基设计的。群众的抗争活动日益扩大，海报设计在其中起到推波助澜的作用，因为是视觉性的大众媒介，因此传播力很强，其针对的目的之一是波兰政府对于出版物的审查。波兰的平面设计家在这个时期开始转向对国际问题的宣传，比如对南美洲的独裁政权的攻击，其中比较突出的海报包括有玛利安·诺威斯基（Marian Nowinski 1944—）设计的反对智利军人政府对新闻和出版的审查的海报，通过这个设计表现了波兰人民对于智利人民争取自由、反抗独裁军人争取的支持。波兰的海报设计也因为这种活动而得到世界性的承认和喜爱。



15—9. 杰利·加尼斯夫斯基 1980 年设计的波兰团结工会标志，利用字体组成工人游行的形象，非常具有创意。



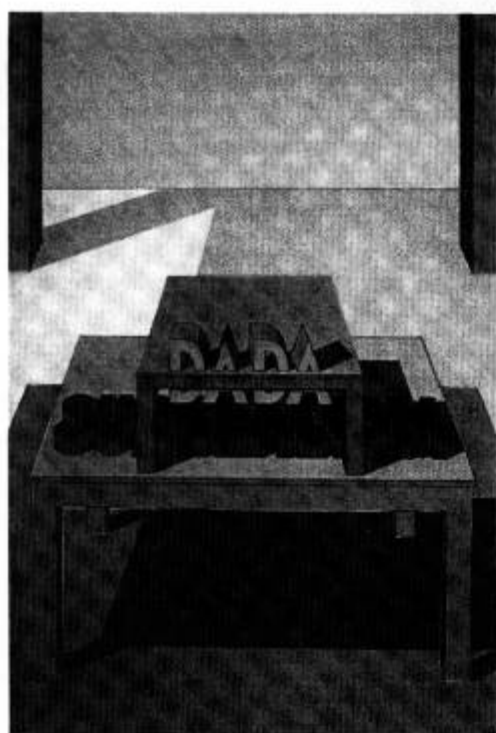
15—10. 诺威斯基 1979 年设计的海报。纪念诗集被禁的秘鲁革命诗人涅鲁达。



15-11. 美国图钉工作室是美国平面设计中以图画形象表达观念的重要设计集团。这是格拉塞 1964 年设计的《哈莱姆的声音》唱片套封面。



15-12. 格拉塞 1964 年设计的“影子剧院”海报。



15-13. 格拉塞 1968 年设计的达达主义和超现实主义艺术展览海报。

波兰的海报设计在二战后的半个世纪以来，都是持政治异议者的喉舌，因此与西方的为商业目的服务的海报完全不同，是政治斗争的工具。1989年，波兰的团结工会取代波兰原来的政府，掌握了波兰的政治权力，波兰的海报也完成了其任务。在半个世纪的发展中，波兰的海报使波兰人民形成了对于平面设计的新意识，形成了波兰国民对于海报的特殊喜爱习惯，使海报成为波兰人民生活的一个有机组成部分，形成了一种传统。因此，虽然政权改变了，但是波兰的海报却依然存在和发展，成为波兰平面设计的最重要部分之一。平面设计在波兰具有比其他国家更高的专业地位，平面设计与建筑设计、医学一样，具有相当高的社会地位，这是令世界上其他任何国家的平面设计家所羡慕，是其他任何国家的平面设计都望尘莫及的。

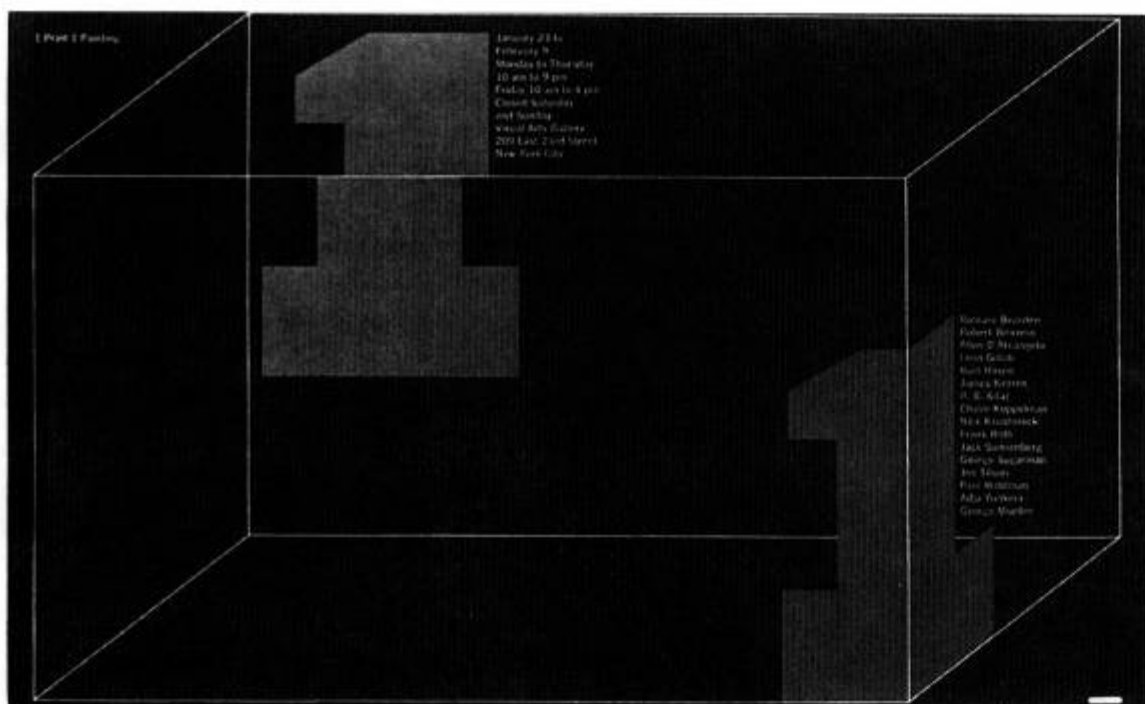
## 2. 美国观念形象的设计

20世纪50年代，美国的插图黄金时代因为摄影等新媒介的发展和使用时而逐渐走向衰退，接近尾声。在过去的半个世纪中，叙述性的插图基本成为美国平面设计的主要组成部分，但是，摄影的发展和普及、纸张的改进和印刷技术的改进，都使写实的插图走向衰落。传统的插图采用明快的色彩、夸张的、完美的形象来树立与实际生活相距甚远的梦幻世界，而摄影则具有真实、准确、迅速的特点，因此得到广泛的读者欢迎，摄影的普及，终于结束了美国插图的历史，美国的插图从此一蹶不振，逐步成为平面设计中的一个不重要的部分了。

但是，摄影的发展，却依然采用了许多原来插图的方式方法，采用了许多插图的构思和布局，因此，虽然说插图的黄金时代结束了，但是，也可以说插图摄影改变了媒介，利用摄影的手法重新发展，从这个角度来看，美国的插图发展可以说进入了新时期和新的发展阶段。与此同时，瑞士发展起来的国际主义平面设计风格在西方普及流行，影响了许多平面设计家，也形成了平面设计上比较刻板的面貌，因此，促使一些平面设计家有企图改变刻板面貌的新发展趋向。大约在50年代到60年代期间，在设计观念上一向比较自由的美国设计界中，出现了新一代的设计家，开始从比较注重个人的观念形象表现，比较注重把平面设计与艺术形式结合起来，比较重视平面设计的感性效果，这批美国青年一代的平面设计家开始运用摄影和插图混合的手法来设计新的平面作品，表现自己的观念，他们成为美国平面设计中观念形象设计派别的奠基人。

这批设计家主要都集中在纽约市，他们大部分都是纽约的艺术学院和设计学院的青年学生，其中比较典型的代表人物有西摩·什瓦斯特（Seymour Chwast 1931—），米尔顿·格拉塞（Milton Glaser 1929—），雷诺兹·鲁芬斯（Reynolds Ruffins 1930—），爱德华·索勒（Edward Sorel 1929—），他们都是纽约的一家艺术学院——库珀联盟（Cooper Union）的学生，都在1951年毕业。在学习期间，他们志同道合，大家租用同一间工作室，因此能够广泛地、充分地交流设计思想。其中，格拉塞于1951年毕业的时候得到美国的富布赖特奖学金（Fulbright Scholarship），得到到意大利跟随意大利著名的平面设计家乔治·莫拉迪（Giorgio Morandi）学习。其他人则都在纽约的广告设计和平面设计事务所工作，同时也兼做医学自由撰稿的设计。他们合伙出版了一份称为《图钉年鉴》的刊物（The Push Pin Almanac），这份刊物是双月刊，通过这份刊物表现了自己的设计思想和探索。1954年，格拉塞从欧





15—14. 格拉塞 1968 年设计的《一张印刷品，一张画》展览海报。



15—15. 什瓦斯特 1968 年设计的反对美国在越南战争中对河内进行轰炸的反战海报。

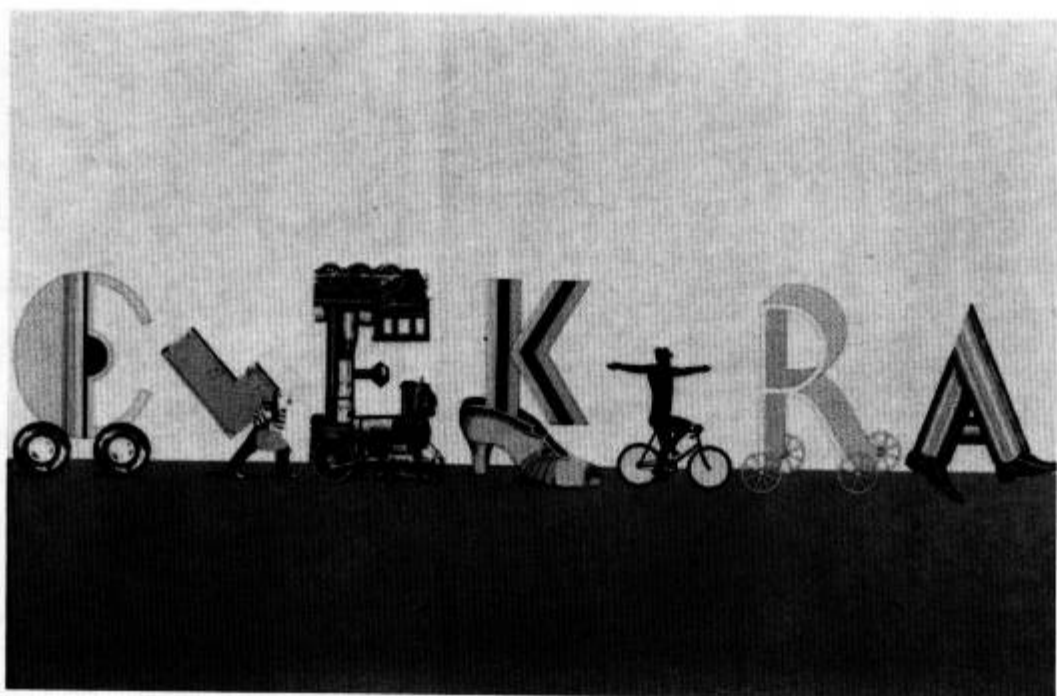
洲回国，参加他的这批同学的活动，并且正式成立了“图钉设计事务所”（The Push Pin Studio），这个设计事务所成为新一代平面设计的中心。这个设计事务所存在的时间并不太长，鲁芬斯最早离开事务所，成为自由撰稿设计家。1958年，索勒也自己开业，其他的几个则依然在事务所中工作。虽然有人离开，但是他们之间在设计上的联系依然存在，因此，这个设计核心一直存在，并且形成独特的风格。他们原来创办的刊物《图钉年鉴》也改为《图钉平面设计》（The Push Pin Graphic），这份具有试验性的刊物为美国平面设计的新思想和新观念提供了论坛和试验场所。

“图钉”设计集团在设计观念上、在设计技法上都对当时的平面设计带来了相当的影响。平面设计一向是以互相区别开来的平面元素：图形、插图、文字、字体、标志等等进行版面编排的。自从19世纪末、20世纪初以来，一些新一代的平面设计家对这种把分开来的因素拼合的设计方式进行改革，把所有的平面因素浑然一体，比如“新艺术”运动时期的穆卡、布莱德利等等都进行了类似的探索，而“图钉”集团的格拉塞、什瓦斯特等等，也继续了这个传统，他们都是这个改革的重要设计人物。

“图钉”设计组关心的是如何进一步把这种综合设计的方法发展到更高的水平，使每一页纸张上的印刷都能够成为统一的、综合的、无法分割的内容。他们采用了历史上各种平面设计的资料，包括自从文艺复兴以来的绘画，直到流行的连环图作为自己设计的参考，他们的设计具有自由、活泼的特点，同时能够把自己的观念通过自由的方式组合成一体，这种折衷的设计方式，在当时的确令人耳目一新。

“图钉”设计集团的个人都有非常鲜明独特的色彩，比如米尔顿·格拉塞就是一个例子。他的风格非常难归类，只能说是他个人的风格而已。他大胆采用新的观念和新的技法从事设计，在60年代期间，他采用非常细的黑色线条为图形的轮廓线，以彩色胶片作为加色的手段。这种手法，与美国流行的连环图书的插图手法非常相似，具有单线平涂的特点，因为采用了这种手法，又使他的设计与当时流行的波普艺术（Pop Art）具有异曲同工的相似处，更加符合潮流，受到广泛的欢迎。正因如此，格拉塞的风格被广泛地模仿，他的个人风格变成流行风格。他本人不断探索，没有停留在原来的风格上故步自封，使他能够不被模仿的潮流淹没。

什瓦斯特关心的中心是如何能够把个人独特的风格和具有普遍传达功能的设计结合在一起。他也喜欢使用线描的方法，也喜欢采用彩色胶片上色，他与格拉塞在色彩上不同的地方是：格拉塞喜欢使用具有色彩层次的胶片上色，而他则采用完全平涂的色彩，因此，他的作品更加通俗易懂。与此同时，他还趋向采用各种不同的媒介来混合使用，达到特殊的效果。他在设计上广泛从儿童读物



15—16. 什瓦斯特 1965 年设计的艾列克特拉制造公司搬迁启事海报，用各种工厂的工具组成正在迁走的企业名称，趣味横生。



15—17. 什瓦斯特设计的各种展示用的美术字体，表现了他对于维多利亚风格、“新艺术”风格等各种装饰风格的浓厚兴趣。

的插图、原始艺术、民间艺术、表现主义的木刻、连环画等等汲取参考养分，他甚至对维多利亚时期的平面设计非常喜欢，也在自己的设计中局部采用维多利亚风格，这样的设计，充满了生机。平面设计的各种因素，在他的手下都成为统一的、具有艺术韵味的内容，他的设计得到广泛的称赞和喜爱。

什瓦斯特设计的画册《三分钱的歌剧》（*The Three Penny Opera*）是他能够把德国表现主义的木刻、超现实主义的空间布局、强烈的色彩、原始艺术的动机与平面设计的其他因素混合在一起，达到高度统一的典型作品。他的设计，代表了“图钉”设计集团的努力探索方向，并且也证明这种探索是成功的。这与当时流行的瑞士国际主义平面设计风格的单调、刻板、理性风格形成鲜明的对照。虽然他在 70 年代中期与格拉斯特结束了合作关系，但是他依然参与出版《图钉平面设计》刊物，使这个设计集团的风格得到发扬和传播。

什瓦斯特与格拉塞都设计出一系列风格特别的字体来。他们设计字体往往不是出于计划，而是因为某些平面设计项目的需要，而设计这些平面设计项目中的某些字。因为已经设计出一些字体，所以在设计项目完成之后，他们就把整个字母表的全部字母设计出来。比如为阿同墨水公司（Artoneink）设计标志而产生了什瓦特设计的以墨水滴为动机的新字体，还有格拉塞为法国“水牛口香糖”（Buffalo Gum）设计的字体，后来被称为“水牛体”（the Buffaloty peface），虽然这种口香糖最终没有生产。

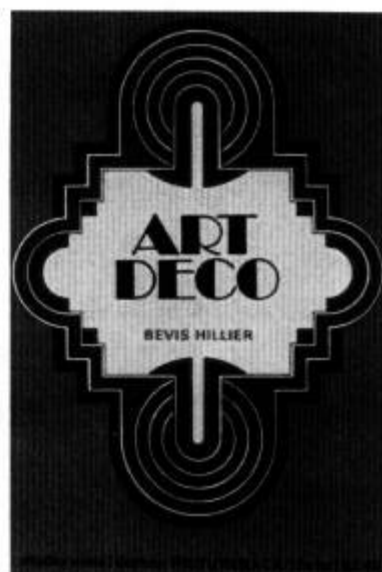
“图钉”设计集团形成的这种自由的、综合的、统一的和艺术的风格被称为“图钉风格”（“Push Pin Style”），这种风格在世界各地得到非常广泛的流传和模仿，是美国二战后平面设计对世界平面设计界最重要的影响之一。除了上面这两个杰出的设计家之外，另外还有相当一批青年设计家在“图钉”风格的影响下成长起来，而且突破了“图钉”的局限，进一步发展了“图钉”风格。“图钉”风格对于平面设计形象的综合使用、把个人的艺术观念和平面设计结合的设计手段，特别是把图形和字体结合起来运用的方法，对于整整一代的美国平面设计家来说，都带来了很大的影响。

受“图钉”风格影响而成长起来的第二代，也就是在 60 年代和 70 年代初期的这一代美国平面设计家中，比较杰出的有巴利·扎德（Barry Zaid 1939— ）。扎德是加拿大人，原来是学建筑和英语的，因为个人喜好，因此自学平面设计和插图，曾经在加拿大的多伦多和英国的伦敦从事设计工作，后来到纽约加入“图钉设计事务所”，成为“图钉”设计集团的一个成员。他对历史的风格非常重视，对于过往的每一个时期的风格都注意研究和学习，并且力图在自己的设计中采用某些历史的因素。他在设计中采用部分维多利亚时期的平面因素，特别突出的是他广泛地采用 20 年代的





15-18. 扎德 1969 年设计的“七喜”(7-UP) 汽水路牌广告。具有全面恢复维多利亚风格的明显趋向。



15-19. 扎德 1970 年设计的书籍《装饰艺术运动》的封面，显示了对于历史装饰风格的强烈喜爱。

“装饰艺术”运动平面风格作为设计的借鉴和参考，设计出与众不同的新作品来。他对历史的重视，使他的设计具有一种非常独特的个人风格，而正是因为这种风格，使他成为“图钉”派中杰出的第二代设计家。他的代表作品包括 1970 年为英国艺术史专家贝维斯·希勒 (Bevis Hillier) 设计的《装饰艺术运动》(Art Deco) 一书的封面设计，突出表现了他对于“装饰艺术”运动的喜爱和成熟地把历史风格和现代视觉传达目的结合在一起的设计能力。他的设计不仅仅是历史的回顾，也不是对历史风格的抄袭，而是把历史的设计特点与他个人发展起来的对于平面的布局、空间使用、编排和组织结合起来的结果。

另外一个杰出的第二代“图钉”集团的代表是詹姆斯·麦克穆兰 (James McMullan 1934—)，他是一个插图画家，同时也是平面设计家，他擅长水彩。作为一种曾经在西方，特别是在美国风行一时的艺术技法，水彩在 60 年代已经衰退了，麦克穆兰的努力是把插图与平面设计混合在一起，他重点采用钢笔线描和水彩技法结合作插图，使这种已经几乎被忘却的技法与平面设计的其他因素结合一体，达到很好的效果。他有力的线条和生动的水彩技法，结合在平面设计的其他因素之中，浑然一体，受到广泛的好评。到 70 年代，他的水彩技法达到炉火纯青的水平，他采用照相写实主义的方法，使他的插图部分达到逼真的效果。为了使插图与平面设计的其他部分能够吻合，他又设计了各种流畅的字体，并且使字体成为自己设计的重要组成部分。比如他在 1977 年为美国剧作家尤金·奥尼尔 (Eugene O'Neill) 的剧作《安娜·克里斯蒂》(Anna Christie) 设计的海报就具有这种特点。水彩插图和流畅的、专门为这个海报设计的字体结合在一起，坐在室内的剧中人物与海景叠合，产生了时空感，也交待了剧情内容的特点，这个设计具有很高的艺术韵味，是他的代表作品。

第三个新一代“图钉”集团的代表人物是保罗·戴维斯 (Paul Davis 1938—)，他在参加“图钉”的初期，是运用木刻手法设计平面作品的，他的艺术手法具有相当强烈的原始艺术特点，因此从开始的时候就引起广泛的注意。他后来改变了艺术借鉴的方向，开始转向采用殖民地时期的美国早期绘画的写实绘画风格作为自己设计的参考，因此，他绘画的形象非常结实、饱满和真实，他和其他“图钉”派的设计家一样，也高度重视插图和其他平面设计组成部分，特别是和字体的统一关系，因为他在绘画上走高度写实的自然主义途径，因



15-20. 扎德 1971 年设计的澳大利亚版《时髦》杂志的封面。



15-21. 麦克穆兰 1977 年设计的奥尼尔戏剧演出的海报，也具有明显的维多利亚复古风。

此他的平面设计也努力与自然主义靠拢，字体基本是描绘出来的，与绘画插图主题吻合。他在1976年设计的海报《为色彩斑斓的姑娘》(For Colored Girls...)，利用逼真的肖像绘画为中心，背景加上涂鸦式的彩虹色字体，使绘画部分和文字部分结合得非常好，因为这个戏剧的背景是纽约，所以他把纽约地下铁的装饰瓷砖和标志作为海报上其他文字——包括演出的剧院地址、演出的时间和演员名单等等的设计动机，把艺术性和平面设计的视觉传达统一起来，达到很高的艺术水平，这是他探索的非常成功的成果之一。

“图钉”派是在国际主义平面设计风格在世界广泛流传，并且成为平面设计的主要风格，和追求理性与正规的“纽约平面设计派”在美国盛行的时候，针对这两种主流设计风格作出的具有探索性的摸索，提供了在统一的、正规的、刻板的风格占垄断地位时候的一种不同的表现渠道和方法，它活跃了整个平面设计界。它的风格具有温馨、亲近、友好的艺术特征，色彩上也比较生动活泼，与严谨、理性的国际主义平面设计风格相比较，这种风格给人以轻松的感觉。这种风格不但影响了在“图钉”中的年轻一代设计家，而且也影响了一些与“图钉”集团没有直接关系的人，比如理查·赫斯(Richard Hess 1934—)，他的设计与戴维斯的风格非常接近，可以说是受到“图钉”派很大影响的结果。赫斯的设计更加注重超现实主义的表现，但是其观念基础依然是“图钉”派的。他的杰出设计可以说明“图钉”派对于美国平面设计的积极影响作用。

“图钉”派虽然具有它的与众不同的设计特点，受到广泛的欢迎，但是，它却没有能够像瑞士国际主义平面风格那样取得对美国和西方其他国家的平面设计的垄断地位。原因主要是把艺术与平面设计结合在一起，具有它的局限性，在大部分需要高度的视觉传达功能的地方，这种方法就不适用了，这种由于广泛采用绘画和摄影艺术为依据造成的局限性，是这个流派始终不能达到广泛传播的原因之一。

美国在50年代到60年代之间，除了出现“图钉”派这个重要的非国际主义派别之外，还出现了一系列个人设计的探索活动。这些设计个体活动，宗旨在于探索解决视觉传达方面问题的不同途径。这些个体的探索，也有相当令人欣慰的成果。

在这些个体探索活动中比较突出的代表人物有阿克斯诺德·维加(Arnold Varga 1926—)。维加在50年代就开始在报社担任广告设计，曾经为匹兹堡的两家百货公司——霍恩斯百货公司(Joseph P. Horne & Co.)和科克斯百货公司(Cox's)设计报纸广告。他的设计方向与“图钉”派完全不同，与刻板的瑞士国际主义风格也不完全相似，他采用了大面积的空白来突出广告的主题，虽然使用插图，但是插图形象都极其简单，字体也简单扼要，努力突出广告内容主题，具有很好的传达功能。他在报纸上设计的广告鲜明、突出、醒目，不但在报纸上具有这样的功能，即使拿来当海报挂在墙上，也依然具有同样的功能，是突出视觉传达功能的设计典范。

观念形象设计，是二战后在欧洲和美国出现的非常重要的新平面设计流派，它的作用不仅仅局限于把艺术表现引入平面设计，更加重要的是



15-22. 维加1966年设计的报纸广告，图画性非常强。



能够把艺术和平面设计通过精心的设计混为一体，达到艺术性和传达功能性同时兼顾的结果。这个成果，在二战后发展起来的新平面设计媒介——唱片封套设计上，具有特别重要的促进作用。因为利用绘画艺术的手法，能够把唱片的音乐形象综合起来，运用平面设计的韵律、肌理、色彩、色调与音乐中的旋律、韵律、音乐肌理（曲式和结构）、音乐色彩和调性互应，相得益彰，这正是为什么观念形象平面设计能够在一些大公司得到确认的原因。60年代初期，美国的哥伦比亚唱片公司开始接受观念形象设计，并且逐渐广泛地把这种风格运用到这个公司出版的大量唱片封套的设计上。

在卡托（Bob Cato）不再担任哥伦比亚唱片公司的设计部门艺术总监之后，新的总监是约翰·伯格（John Berg 1932—）。从这个时候开始，伯格长期担任哥伦比亚唱片公司的设计部艺术总监，直到1984年他退休为止，因此，他的设计倾向在相当大的程度上影响了哥伦比亚唱片公司的设计形象。在他上台以前，大部分唱片套设计都是采用摄影的方法表现音乐家、指挥家的演出形象。在他担任设计艺术总监之后，观念形象设计方法受到重视，因此，哥伦比亚广播公司出品的唱片封套日益发展为运用艺术手法来表达音乐的观念。比如1963年伯格自己设计的唱片封套《威廉·退尔序曲》（*William Tell Overture*）就具有鲜明的观念形象设计特点。唱片套的面积只有区区144平方英寸，在伯格的领导下，哥伦比亚唱片公司的设计人员同心协力，在20年之间，全力以赴在这个方寸之间探索，充分体现了他们对于音乐的观念的表现意念，在设计上和艺术上都达到了很高的水平。他们把梦幻的、写实的、超现实主义的、古典的种种因素糅合在一起，形成了哥伦比亚唱片公司本身的突出的杰出设计形象。

唱片设计本身，除了表现音乐的内容和特征之外，有时还兼有树立特点的形象的要求，比如系列唱片对某个音乐家的形象的统一要求、对某个乐队的形象的表现要求、对某个作曲家的特点形象的要求，这些统一形象的传达需求，也造成了哥伦比亚唱片公司在设计中注意在多姿多彩的观念形象设计时的统一性视觉因素的强调。比如他们为芝加哥交响乐团设计的一系列这个乐团演出的交响乐时，就利用专门设计的、具有维多利亚风格特点的字体标志来统一各张不同内容的唱片，不但使之成为一套，同时也使芝加哥交响乐团的形象鲜明地突出出来。在世界平面设计史中，50年代到80年代之间的不少最杰出的设计作品，都来自于哥伦比亚唱片设计部，这绝对不是偶然的现象。

90年代以来，唱片地位迅速被激光盘（the compact disc，简称：CD）取代，因此，唱片的设计也迅速转移到激光盘设计上去，激光盘的尺寸更加小，对于视觉传达的要求更加高，传统的采用照片的方法显然无法达到在小面积上传达视觉内容、吸引注意力的目的，而观念艺术的手法就日益显得更加重要。

美国观念形象平面设计的另外一个重要的中心是德克萨斯州。德克萨斯靠近墨西哥，位于美国西南部，开阔的西部高原和粗犷的牛仔风格，影响了这个地区的平面设计。德克萨斯的石油工业发展促进了这个州经济的繁荣，在70年代和80年代达到登峰造极的水平，经济的高度发展，促进和刺激了平面设计的发展，设计为了适应经济扩展的需求，也得到迅速的发展，这正是德克萨斯观念形象设计能够发展，并且取得全国性的地位，乃至产生国际性的影响的主要原因。即使在经济开始衰退的80年代，德克萨斯的平面设计依然能够从困难中求得生存，取得发展，这是非常不容易的。

德克萨斯平面设计的这个中心形成于70年代到80年代期间，它汲取了美国观念形象设计的特点，加入了本土的特征，特别是开朗性、友好性、强烈的幽默性，把它们和平面设计因素结合起来，



15-23. 伯格1963年设计的歌剧《威廉—退尔》序曲的唱片套封面。



15-24. 伯格1971年设计的唱片封面。

形成独特的设计风格。德克萨斯这个平面设计派别中，比较重要的有以达拉斯为中心的里查兹设计集团（The Richards Group），这个设计集团的为首人物是斯坦·里查兹（Stan Richards），由于他的领导，达拉斯成为德克萨斯的平面设计中心，他的作品充分体现了德克萨斯的观念形象设计特征。他的设计充满了想像力，是形成德克萨斯观念形象设计的主要设计家之一；而另外一个德克萨斯的平面设计家伍迪·皮特尔（Woody Pirtle 1943— ）则把德克萨斯的观念形象设计推广到全国去，使德克萨斯成为美国平面设计界的重要中心之一。他设计的作品不但具有德克萨斯本身的特征，同时也具有普遍性、国际性，他保持了德克萨斯派的生动、开朗、幽默特点，同时注入了通俗易懂的细节，因而能够得到全国和国际的认同。比如他为海尔夫妇（Mr. and Mrs. Aubrey Hair）设计的标志、为美国最大的办公家具公司诺尔公司（Knoll）设计的海报，都具有典型的德克萨斯观念形象设计特点。他喜欢采用简单的赫维提卡字体作为设计的基础，但是不遵循国际主义平面风格的刻板方式，而运用各种隐喻、明喻的表现手法，混合摄影、插图于一体，是70年代到80年代美国最杰出的平面设计项目之一。1988年，皮特尔把自己的设计事务所迁移到纽约去，并且和英国设计事务所“五角”设计事务所（Pentagram）合并，成为具有国际声望的设计中心。

美国观念形象设计的发展，是与国际主义、纽约派同时进行的，这种发展，标志着美国的平面设计逐渐摆脱了模仿欧洲设计的地位，而形成自己的体系。这个发展同时也反映了经济发展对于设计多元化造成的巨大需求。到80年代，美国全国各地都出现了不少平面设计事务所，使这个国家的设计呈现出多姿多彩的面貌。

### 3. 怪诞海报和“心理变态海报”风格

与波兰二战后发展起来的观念形象海报设计同时，美国在20世纪60年代也出现了一个海报设计的运动高潮。波兰的海报运动是与政府支持、为政府作的项目密切相关的，而美国的这个独特的海报运动，则完全是市场促进而形成的结果，具有很突出的本土特点。

60年代的美国社会充满了各种各样的反主流、反传统、反政府的运动，席卷全国的反越南战争活动和民权运动是最突出的表现。这些运动已经突破了美国的疆界，成为世界性的运动，对西方资本主义国家的政权进行广泛地冲击，向与这个政权有关的一切内容，包括正式的文化进行挑战，成为当时潮流。随着在意识形态上的反主流、反政府的运动风起云涌，文化上也出现了广泛的非传统化运动，组成所谓的“反文化”浪潮。这股反文化浪潮，夹杂着许多青年利用放荡不羁的行为或者活动来从消极面抵抗主流、正统的文化，其中包括摇滚音乐、披头士、“波普”艺术，也包括性解放、吸毒等等放荡不羁的内容。因此，这个时期形成的海报风格和其他平面设计风格受到这个风气的影响，充当了反文化意识形态喉舌的角色，通过宣传画的方式来提倡反文化思想，因此，这些海报都具有类似的反文化特点，及其怪诞特征，美国大众自然而然把这种海报与性解放、同性恋、吸毒、摇滚音乐等等联系起来，因此这种海报被称



15—25. 60年代美国形成新的海报设计运动，这个设计运动强调怪诞、新奇的表现，特别重视“新艺术”运动风格的曲线风格的借鉴，这是这个设计运动的代表设计家之一的伍迪·皮特尔1975年设计的奥伯利·海尔“海尔”的英文原意是“头发”)夫妇公司的标志，利用头发梳的齿来组成“海尔”字母，很生动。

Hot Seat

Knoll



15—26. 皮特尔1982年设计的诺尔公司的办公室家具海报。



15—27.海报设计家威尔逊1967年设计的爵士乐海报。





15-28. 莫斯科斯1966年设计的《老兄公司》音乐会海报。



15-29. 马克斯1970年设计的《爱》海报,完全复兴了“新艺术”运动的风格。



15-30. 马克斯1970年设计的关于法国新艺术运动时期的重要艺术家图卢兹-劳德里克的书籍封面。

为“心理变态海报”(psychedelic posters.),而按设计界的看法,这种风格被称为“怪诞海报”(The postermania)。其实,这种风格不仅仅局限于海报设计上,它也被广泛用于其他的平面设计项目中,比如书籍设计、版面设计等等,是一次具有强烈时代色彩、具有非常极端的个人主义色彩、具有明显地复兴“新艺术”运动风格倾向的青年设计运动。

这个海报设计开始于嬉皮士运动(hippiesub culture),产生的地点是美国旧金山的一个叫做海特-阿什布里(the Haight-Ashburysection)的街区,这是放荡不羁的青年嬉皮士的大本营,也是世界同性恋者的大本营,“怪诞海报”在这里产生,正是代表了这里的激进的反主流文化的特点。这种海报设计,在很大程度上吸收了20世纪初的“新艺术”运动的曲线风格,加上60年代流行的“光幻艺术”(Op Art movement)的运用光效应的方法,混合组成新的风格。这种海报风格,与“波普艺术”风格有相似的地方,也有类似的产生动机和目的。与其他的设计运动不同的是:“怪诞海报”存在的时间非常短暂,好像嬉皮士运动一样,它来时先声夺人,而去时也匆匆。它没有能够对平面设计产生质的影响,只是反映了60年代文化的一个独特的环节,或者设计的分支而已。

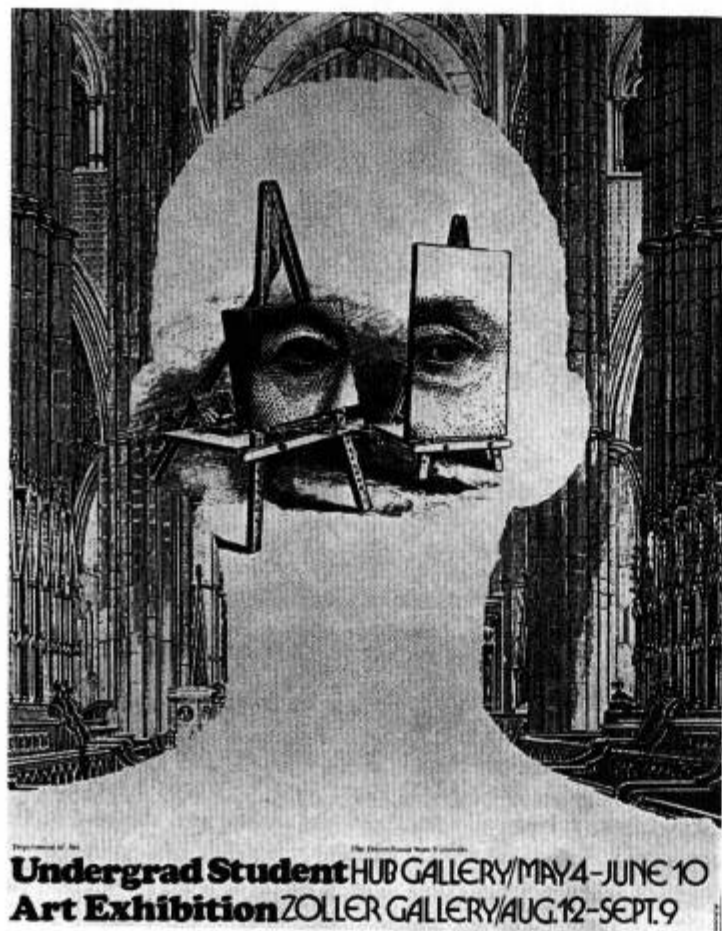
大部分参加这个设计运动的设计家都是自学成才的青年,他们喜欢设计,也反对学院派的一成不变的方式,因此,在反文化的高潮中利用怪诞的方式来表现自己对于正统文化的反感,对自己价值的重视。他们在设计中大量运用弯曲的线条来设计形象和字体,色彩狂放、艳丽,与“新艺术”运动有非常相似的地方。这个设计运动的重要代表人物之一有罗伯特·威尔逊(Robert Wesley “Wes” Wilson 1937—),他设计的一系列海报具有强烈的“新艺术”运动特征,他把阿尔佛列德·罗勒(Alfred Roller)设计的“新艺术”字体体系(Art Nouveau alphabets)进行改变,发展成为具有“新艺术”风格的自己的字体,而应用在他设计的海报上。他的字体变形过分,因此难以认识,但是,对于他设计的对象——嬉皮青年来说,字并不重要,而最主要的是形式使他们产生的快感,威尔逊的设计恰好符合了他们这个情绪上的需求,因而得到广泛的欢迎。另外一个“怪诞海报”的重要设计家是维克多·莫斯科斯(Victor Moscoso 1936—)。莫斯科斯组成了自己的设计事务所——凯利与莫斯设计事务所(Kelly / Mouse Studios)。莫斯科斯是这个运动中唯一受过正式学院教育的设计家。他设计的海报与威尔逊的设计也具有非常接近的特点。

这个运动的另外一个设计家是纽约的彼德·马克斯(Peter Max 1937—),他在60年代设计了相当大的一个系列的海报,具有强烈的“新艺术”运动风格特征,其中最典型的代表是1970年设计的“爱”系列设计,这个设计的形式主要是以漫画书籍体现的,他在设计这些平面作品的时候采用了典型的“新艺术”运动的流畅、有机的曲线,利用线条勾勒轮廓,再以单线平涂的方式来加上强烈的色彩,字体采用19世纪末和20世纪初的典型字体,传达了怀旧的情感。1970年他设计的法国“新艺术”运动时期艺术大师图卢兹-劳德里克(Toulouse Lautrec)的展览海报,更加广泛采用了“新艺术”风格,

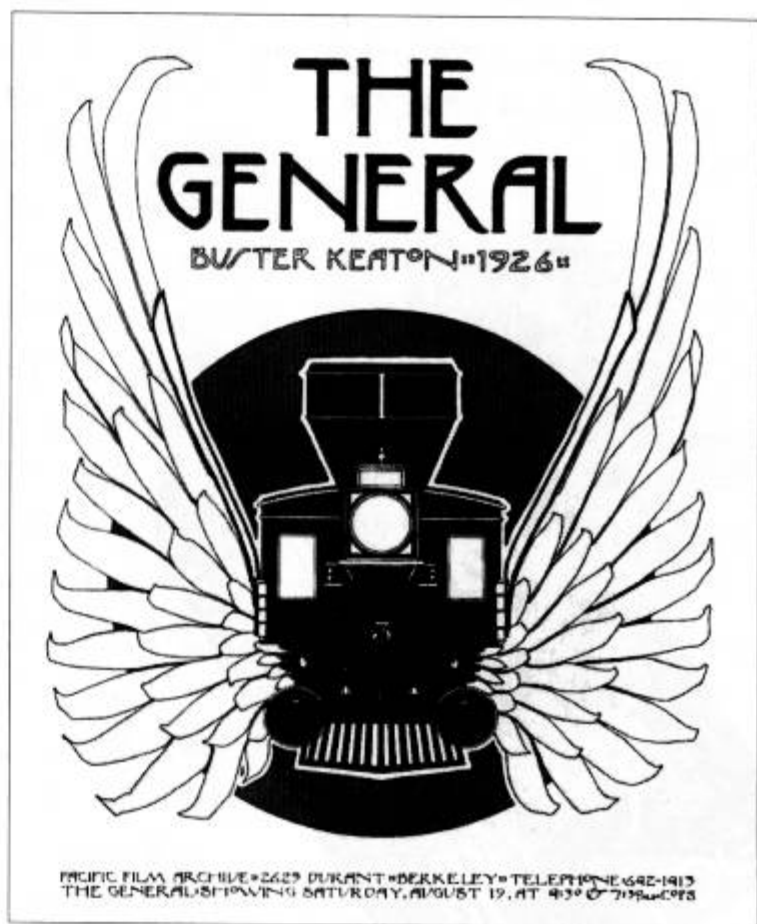
同时也采用了后印象主义艺术的某些手法，以冷色调为基调，并且突出地使用照相制版的网纹，表达出对19世纪末和20世纪初的艺术和设计的怀旧情绪。马克斯是“怪诞海报”风格中非常强调“新艺术”风格复兴的一个代表人物。

“心理变态海报”；或者“怪诞海报”在70年代初期达到顶峰时期。人们在这个时期开始觉悟到：随着新的媒介的广泛使用，取代了旧式的传播媒介，海报将很快会消失，因此，作为一种文化现象，海报在这个时期得到知识分子阶层的喜爱和重视，而这种重视的原因，则是把海报作为一种即将消失的文化现象来看的。70年代初期，海报已经逐步退缩到大学校园中去了，当时大学中各种事件层出不穷，各种集会、运动、组织活动风起云涌，因此，海报依然具有强烈的传达作用，大学成为这个时期海报能够得以生存和发展的最好场所。因为海报与大学中的活动密切相关，因此，当时海报设计人员中很多是大学的教员和学生，比如兰利·索姆斯（Lanny Sommese 1944—）就是一个典型的例子。索姆斯是宾夕法尼亚州立大学（Penn State University）的学生，毕业之后成为学院的教员，他的绘画风格自由流畅，70年代成为校园海报的高产设计家。他的设计基于自己流畅随意的绘画风格，因此与欧洲的海报风格比较接近，他曾经利用摄影的方法拍摄了数百张19世纪的欧洲科学杂志上的木刻作品，并且用超现实主义的拼贴方法组成了自己的新设计，这样，他的设计就兼具有绘画的自由流畅和超现实主义观念色彩，得到知识分子的普遍欢迎。

另外一个高潮时期的海报设计代表人物是戴维·戈尼斯（David Lance Goines 1945—）。他是美国俄勒冈州人，是家庭中8个孩子中的老大，他还在加利福尼亚大学伯可莱分校（the University of California at Berkeley）读书的时候，对书法就入迷得很，19岁的时候，因为在学院发表反当局的讲话和组织各种游行示威活动，而被伯克莱学院开除。他因为喜欢设计，在伯克莱市的一家非常激进的出版社——“自由出版社”（the Free Press, Berkeley）当印刷学徒，他在工作之余，开始自己写作、设计、印刷自己关于书法的一本著作。1971年，自由出版社因为经营问题面临破产，戈尼斯接手了这个出版社，自己当了老板。他把出版社的名称改为“圣·海罗尼穆斯出版社”（the Saint Hieronymous Press），一边出版常规的书籍，一边从事自己的海报设计，他把石版画的技巧和平面



15-31. 60年代欧洲出现了被称为“视觉设计诗人”的设计团体运动，这是成员之一的索姆斯1979年设计的展览海报。



15-32. 戈尼斯1973年设计的经典电影节海报。



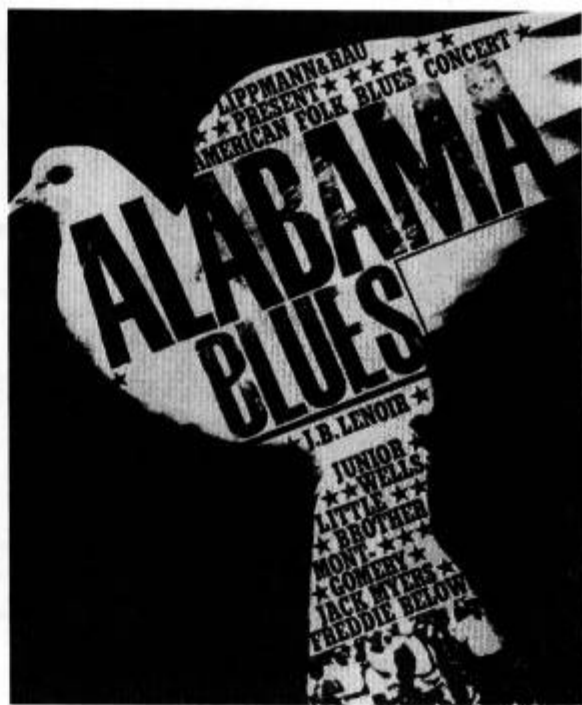
设计要素结合起来，组成具有复旧情绪的新海报，这种新风格，成为他具有强烈个人特色，同时又能够具有传达功能的海报的基础。他自己设计海报，自己为海报设计插图，自己为海报设计手写的字体，自己制作海报印刷的正版和负版，在自己的印刷厂印刷出版自己设计的海报，这个出版社成为他自由创作和出版的天地。具有浓厚知识分子气息的戈尼斯把这个出版社变成一个具有浪漫色彩的、充满了个人探索的试验场所，他的设计采用对称布局，插图采用简单的线描方法，同时从历史的风格中广泛采用各种借鉴，加以折衷处理，形成鲜明的个人设计特色。

80年代期间，随着“反文化”运动的消退，充满试验性和挑战性的、反常规的“心理变态海报”，或者“怪诞海报”也开始迅速消失了，取而代之的是80年代期间整整10年的保守风格抬头和垄断设计，保守风格造成平面设计在美国的高低水准差异扩大，对于社会主题的冷漠，对于环境问题和社会活动的漠视，美国海报无论从质还是从量上讲，都成为仅仅是装饰品的雕虫小技，与六七十年代的愤世嫉俗的“怪诞海报”时期产生的多姿多彩的设计不可同日而语。80年代期间少数的海报讲究的仅仅是美感、典雅，成为中产阶级家庭的装饰用品，在百货公司中或者讲究的画廊中出售，成为彻头彻尾的商品了。这些海报的主题无非是花草、时髦的运动汽车、静物、性感的女人、怀旧的黑白摄影等，无论从其社会意识形态背景来说，还是从表现技巧来说，都无法与“怪诞海报”相比了。

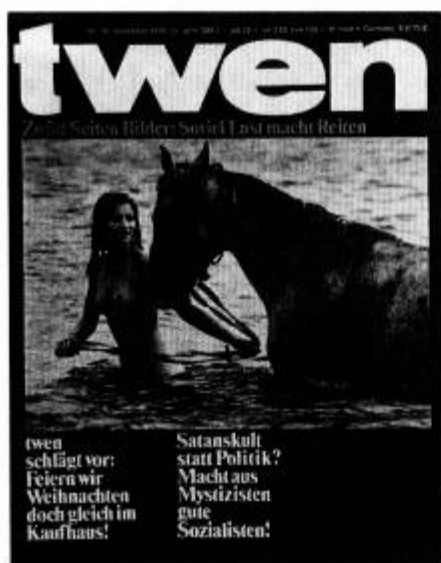
#### 4. 欧洲的“视觉诗人”

海报和其他平面设计的范畴，在欧洲一直具有强烈的个人艺术表现色彩，如同诗歌一样，具有艺术创作动机，与美国80年代以来海报的单纯商业特色大相径庭。自从60年代以来，一直到90年代期间，欧洲的海报设计中始终具有独特的这种如同诗歌创作一样的个人设计活动，设计充满了对平面设计因素的流畅、自由的运用，广泛使用摄影技术和拼贴、拼接技术，形象经常是破碎的，但是总体的感觉却又非常清晰和完整。欧洲这种类型的平面设计家形成了一股设计核心力量，被称为“视觉诗人”，他们反对所有的传统的、保守的、商业化的设计风格，力图通过自己的努力，在海报设计和其他的平面设计中表现出个人的艺术、思想、意识形态立场，把设计当作诗歌一样高度个人化的、可自由发挥的对象和手段。他们认为平面设计的过程不是平面布局、安排、构成的过程，而是一个表达自我的意识、观点、感觉的，不可预期的发明过程，他们从海报设计开始，逐步把这种探索的方法延伸到书籍设计、书籍封面设计、杂志设计上去，但是，占主导地位的依然是为各种音乐会、电视、无线电广播和其他文化活动所作的大量的海报。他们的设计，对于丰富世界平面设计具有相当重要的意义。

欧洲“视觉诗人”中最重要的人物是根特·凯泽（Gunter Kieser 1930—），他从1952年就开始了自己的自由撰稿式的设计生涯。他是具有高度想像力的设计天才，能够把个人的感觉和明确的视觉传达功能很好地结合在一起。他把摄影拼贴、绘画片断、字体等等组织在一起，传达了自己的感受，同时也表达了海报所需要表达的内容，作品具有如同诗歌创作一样的自由气氛。他的诗歌性的创作，往往是基于理性的传达功能基础之上的，因此虽然具有强烈的个人表现色彩，他的作品却一直具有非常好的视觉传达功能。他的作品讲究比例和尺寸，也讲究色彩和明暗对比的效果。70年代到80年代，他的设计进一步发展到创作出幻像的阶段，他与摄影师合作，利用摄影和平面设计的编排，组织出感觉怪异、具有一定超现实主义色彩的新作品来。他设计的大量海报，往往与文化活动关系密切，比如他设计的伯林爵士音乐会（1975年）和法兰克福爵士音乐会的海报（the 1978 Frankfurt Jazz Festival, 1978年）都具有这



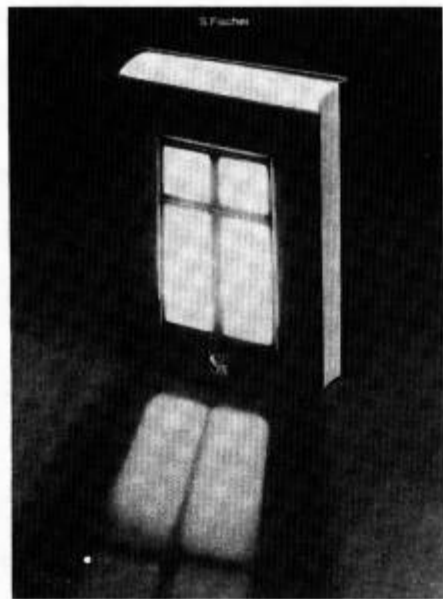
15-33.凯泽1966年设计的音乐会海报。



15-34. 佛里克豪斯1979年设计的德国杂志《TWEN》的封面,具有强烈的象征性特点。



15-35. 兰保1976年利用视觉错视效果设计的书籍出版公司 FISCHER-VERLAG 的海报。



15-36. 兰保1980年设计的错视效果的出版公司“FISCHER-VERLAG”的海报。

种超现实主义的特色。法兰克福爵士音乐会的海报,是以长满青叶的古老树干弯曲成小号形式来代表爵士音乐的特点和常青的感觉,是“视觉诗人”设计中的杰出代表作。

1959年,在联邦德国的慕尼黑出版了一本称为《特温》(Twen)的期刊,是从英语单词“二十”(twenty)中取的前面四个字母组成的名称,暗藏“二十岁”的意思,代表读者的年龄层次。这本针对青年的期刊是由威利·佛里克豪斯(Willy Fleckhouse)负责设计的,佛里克豪斯是欧洲“视觉诗人”的代表人物之一,在设计上强调个人感受的表现,注意艺术特色,在他的指导下,这本杂志具有浓厚的“视觉诗人”设计特色,非常讲究。佛里克豪斯的设计具有布罗多维奇的版面设计传统,在编排的比例尺寸上、在空白的运用上,在浪漫的、具有诗意的形象使用上都不同凡响,这本刊物成为“视觉诗人”风格的代表作品。

欧洲这个时期最具有影响力的平面设计师首推联邦德国法兰克福的根特·兰保(Gunter Rambow 1938—),他经常与另外几个设计家合作,其中包括杰哈尔德·莱涅迈耶(Gerhard Lienemeyer 1936—)和麦克·凡德·桑德(Michael van de Sand 1945—)两人。兰保的平面设计经常把摄影作为设计的基础,加以拼贴、分解、重组、以喷笔加工等等处理,把原来实实在在的摄影变成近乎抽象的对象,给平凡的平面设计内容加上了诗意的色彩,包含了隐喻的含义。而他采用的手法往往是超现实主义的,比如他为法兰克福的书籍出版商费舍·维拉格(S. Fischer Verlag)设计的书籍海报——悬空一本书,书的封面上有一只手,而这手又同时拿着这本书,真真假假,而含义是书本身的力量是无穷的;或者一本书封面是一扇窗子,而窗户却有光线照进来,书前面有光线的影子,隐喻书籍带来无限的光明,这种采用超现实主义的方法,同时具有诗意的隐喻,是典型的欧洲“视觉诗人”风格,类似的设计很多,都是兰保设计的代表作。他从1976年开始为费舍·维拉格出版社设计海报,每年一张,他的这些海报设计,全部没有文



15-37. 兰保1980年设计的戏剧表演《DIEHAMLETMASCHINE》海报。



15-38. 兰保等1978年设计的戏剧《ANTIGONE》的海报。



字，仅仅利用经过处理的图形来达到宣传的目的。没有任何文字的平面设计，在传达上是非常困难的，而他却能够做到，并且取得传达和艺术性双方面的成就，是非常难能可贵的，对于当时和后来的设计家来说，兰保的设计都具有相当的影响力。他的其他作品也有类似的设计特点，比如1980年他设计的演出《Die Hamletmaschine》的海报，设计了一个站在砖墙前面的男子，却撕开自己面孔部分的照片，自己撕开自己所在的平面，后面展示的依然是砖墙，不但具有令人瞩目的怪诞特点，而且也强调这个剧表现的都市生活的暴力特点。1988年设计的《南非杂志》海报，是一个包着绷带的血淋淋的手掌，血的痕迹形成一个非洲的形状，凸现了非洲残酷的现状。兰保设计的大部分海报都没有文字，这是他设计的一个特色。

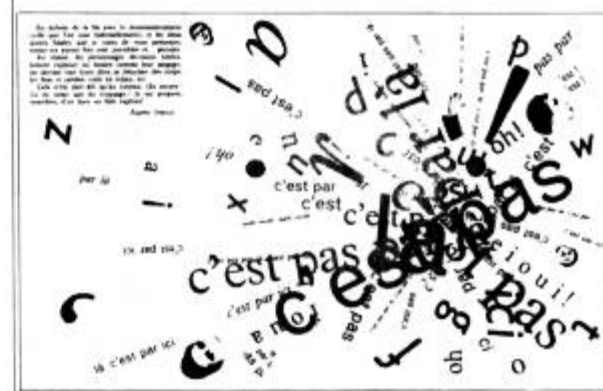
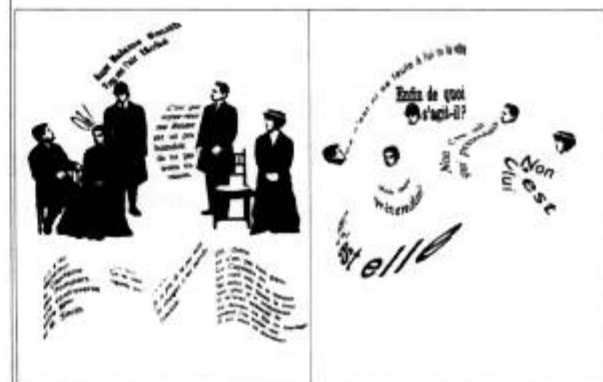
另外几个参与“欧洲视觉诗人”设计活动的德国设计家是汉斯·希尔曼（Hans Hillman 1925—）和霍尔杰·马修斯（Holger Matthies 1940—），他们的作品往往都具有西班牙超现实主义画家萨尔瓦多·达利（Salvador Dali）的作品的特点，强调超现实主义的怪诞和隐喻性，具有很强的艺术韵味，是在这个流派的设计中比较突出的德国集团。

法国是一个充满浪漫情调的国家，在平面设计上具有非常浪漫的发展历史，因此，自然也出现强调个人情感、个人感受的欧洲“视觉诗人”风格的设计浪潮。60年代期间，全世界文学界、设计界和平面设计界为法国的一个平面设计师罗伯特·玛辛（Robert Massin 1925—）的作品所震惊。玛辛为法国出版公司加利玛德（Gallimard）公司设计书籍，特别是诗歌和演剧的书籍。他的设计充满了自己的艺术倾向，具有很高的艺术魅力，是当时最杰出的平面设计作品之一，因而立即受到世界平面设计界和文学界的重视。

玛辛是跟随父亲学习雕塑、雕刻、字体刻造的，他没有进过正式的设计学校，而是跟版面设计家皮埃尔·佛舍（Pierre Faucheux）学平面设计。他把未来主义和达达主义艺术的形式引入平面设计中，因此达到与众不同的视觉效果。他的设计中，各种平面设计的因素都具有活泼的、不拘一格的编排特点，不但插图活泼、跳跃，而且字体、文字本身也都成为视觉形象，参与到图画的活跃的律动之中，文字既具有文字自身的传达特点，也成为平面构成的因素之一，随着诗歌的内容而起伏、变化，无论大小还是文字流动的方向，都与诗歌或者剧本



15—40. 玛辛1966年设计的诗集一页，文字跳跃，充满生机，是欧洲“视觉设计诗人”的平面设计代表作品。



15—39. 玛辛等设计的书籍《勇敢的女高音》，利用强烈的插图、版面编排达到与众不同的视觉效果。



15—41. 玛辛等设计的书籍《勇敢的女高音》，利用强烈的插图、版面编排达到与众不同的视觉效果，是欧洲“视觉设计诗人”中最令人注意的代表作之一。

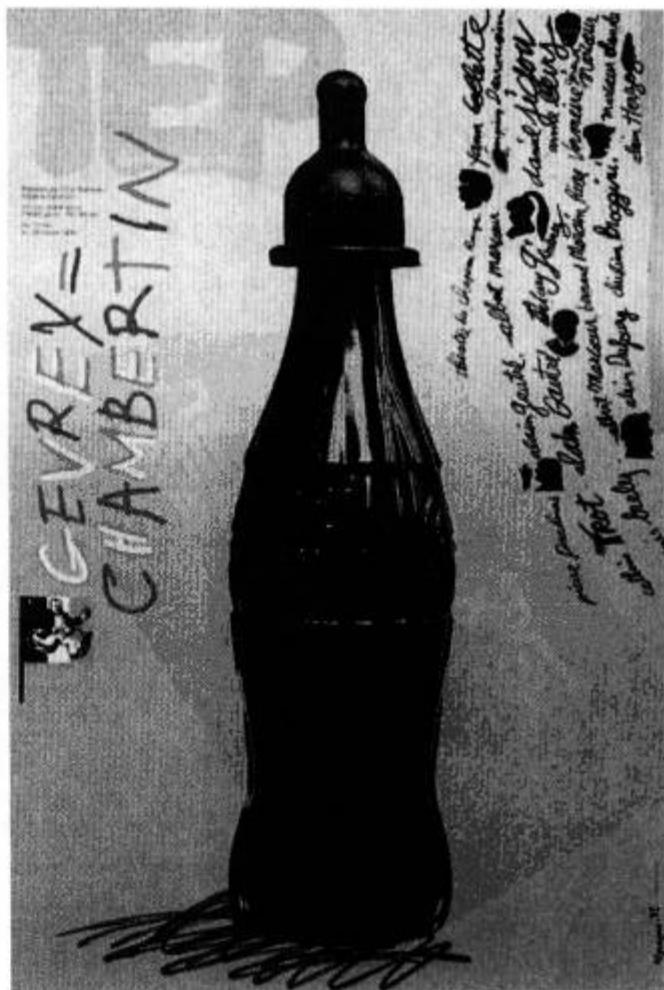
的内容密切相关，这种把文字作为平面设计的因素之一，赋予文字以图形的功能的手法，虽然以前也有人使用过，但是还没有谁能够像玛辛这样使用得如此淋漓尽致。他采用亨利·科恩（Henry Cohen）的黑白摄影作插图，并且加大黑白对比，使摄影中的中间调子完全消失，形成好像木刻版画一样的强烈对比的黑白画，把这种摄影用到书籍中作为插图，与黑白的文字密切关联。他把剧本中角色讲的话有机地安排到角色的具体插图形象上，好像连环图一样，非常生动有趣，在他的设计中，插图和文字浑然一体，很难分开。他还采用人物形象作为他的具体书籍的文字部分，比如他在1964年设计的剧本《勇敢的女高音》（*La Cantatrice Chauve*）中就把具体剧本中的人物头像作为符号，代替了剧本中文字的角色名称，这是非常大胆的尝试，而效果非常好，得到广泛的欢迎。他以后的各种书籍设计，都维持了这个特点，使平面因素变成艺术表现的工具，统一性、艺术表现性非常强烈。1970年他总结了自己长期对于字体、文字和形象在平面设计中的功能和表现撰写了专门的著作：《文字和形象》（*Letter and Image*），把自己的经验规范化、系统化，对设计界具有一定的影响。特别是在80年代和90年代，平面设计开始转用电脑设计之后，他这种综合的、活跃的、生动的和充满了浪漫主义的诗情画意的设计风格，更加进一步得到发扬光大，影响面更加广阔。

1968年5月，巴黎学生暴动，巴黎街头充满了各种各样的宣传海报、传单，大部分这些激进学生的宣传品都是由业余设计者设计完成的。这些设计，虽然从专业观点上来看，非常粗糙，但是却都具有前所未有的生机勃勃、充满了抗争精神的特点。在这些业余设计家中间，比较突出的有皮埃尔·伯纳德（Pierre Bernard 1942—），弗朗斯瓦·迈赫（Francois Mische 1942—），杰拉尔德·巴黎斯-克拉维尔（Gerard Paris-Clavel 1943—）等等。他们都是当时的激进学生运动参加者，他们认为流行的公共形象和设计既能够创造激进运动的正面形象，取得社会的理解和支持，同时又可以获得利润，而这些利润可以用来支持学生运动，因此从事平面设计是一箭双雕的好事。他们认为设计海报的主要目的是文化性的，意识形态性的，而不是商业性的，因为他们都是大学生，因此对于前卫设计具有相当的青年知识分子的天真立场，也充满了文化气息。他们合作从事设计，认为他们的设计是为了满足人的要求而进行的积极工作。1970年，他们组成了格拉普斯工作室（the Grapus studio），作为自己设计的工作中心。“格拉普斯”在法语中是“渣”、“社会的废物”的意思，因为法国当时的激进学生运动成员，特别是左翼学生运动的核心成员被称为“斯大林的渣滓”（crapules）。



15-42. 格拉普斯1981年设计的政治海报《不要里根先生》，注意引号都是炸弹，用简明扼要的形式语言表达了要求和平的中心思想。

15-43. 格拉普斯1982年设计的戏剧演出《GEVREY-CHAMBERTIN》海报。这个名称是一种流行的香槟酒，设计家用可口可乐瓶和奶嘴混合组成特殊的视觉形象，充满了讽刺的隐喻。





staliennes “Stalinistscum”），这个命名本身就具有明确的政治宣言成分。为了充分掌握高水平的观念形象设计，他们都到波兰跟随波兰观念形象设计大师亨利克·托玛泽维斯基学习了一年，托玛泽维斯基把自己设计的思想和方法完整地传授给他们，特别是他强烈的知识分子立场、个人对于世界问题的看法，以及如何通过设计来传达这种看法，对这两个青年来说，具有相当大的影响。通过托玛泽维斯基的言传身教，他们掌握了波兰观念形象海报设计的精髓和思想实质，并成为他们设计的基础。

“格拉普斯”设计的核心是解决传达的问题，他们在每个项目设计之前，都会首先分析问题、讨论要传达的内容，他们对于准确地传达信息具有高度的关切，任何设计在动手以前，必须搞清需要传达的信息的核心内容，把所有的信息综合成最简单、高度浓缩的观念，然后再围绕这个核心从事设计，力求以最简单、最强烈的方式从事传达，内容只能为形式服务。因为这个设计集团的设计对象往往都是政治性的，因此，他们力图把复杂的政治主题浓缩为简单的内容，然后以一个形象的象征物、象征形象代替。这个内容的象征物、象征形象，或者称为“apublicicon”在决定之后，通过平面设计广泛地用于各种平面的组成部分，包括海报、学生的小报、传单等，反复强调，使这个象征形象达到最高的传达功能。因为是为激进的学生运动设计的平面作品，他们需要强调运动的激进特点，因此，字体常常采用涂鸦式的，具有强烈地反主流、反传统、破坏性和否定性的形式特色。因此，他们的设计自然具有反传统的、社会底层的、反抗性的特征。

格拉普斯工作室的设计具有当时学生运动的鲜明特色，是这个动荡时代的代表。70年代之后，刺激社会动荡的因素逐渐消失，法国学生运动也随着瓦解了，但是作为一个设计风格，格拉普斯依然具有它对于法国平面设计界的影响力。它的愤世嫉俗的情绪始终存在，法国海报设计中依然可以见到采用象征形象来作为信息传达的核心，米老鼠的耳朵、希特勒的头发和胡须等等，成为大众熟悉的象征形象，具有鲜明的政治象征内涵。格拉普斯原来的起因是政治性的，而到80年代之后，这种方法被商业海报广泛地抄袭和模仿。

## 5. 第三世界国家的海报

第三世界国家的面积和数量都远远超过发达国家，这些为数众多的国家中，有很多不同类型的国家政治体制，其中比较重要的有社会主义国家集团、不结盟国家集团、石油输出国家集团、非洲国家集团和拉丁美洲国家集团等等。这些国家都在二战后开始了自己的经济发展，其中一些国家取得经济上惊人的成就。

二战后到90年代为止，第三世界国家变化最大，西方发达国家在二战后的年代里，只是努力完善自己的体制，以渐进的方式发展国民经济，而第三世界国家和属于发展中水平的一些地区，则有些使用跃进的速度在发展自身经济，在很短的期间内完成了西方用了上百年才完成的经济目的，亚洲的一些国家和地区如韩国、新加坡、台湾、马来西亚、香港、泰国、印度尼西亚等就属于这些后来居上的新经济实体，它们的经济成就显赫。经济的推动，使这些国家和地区的设计在短短的20多年中间，有很大的提高和发展，特别体现在平面设计和产品设计上。而另外一些第三世界国家则因为政治的变化，也产生了相当多的平面设计需求。比如原东欧国家在1989年前后改变了政治制度，这个巨大的社会体制改变，无论在前还是在后，都产生了对于海报和其他平面设计作品的不同要求，因此，平面设计在这些国家中也得到很大的发展，并且具有自己独特的地方。平面设计与工业设计、建筑设计不同的一个要点，就是它并不需要完全按照国家或社会的经济发展水平确定，工业设计、建筑设计的背景是社会经济水平的发达，造成市场需求，而平面设计作为宣传品，时常在经济落后的国家和社会中有更突出的发展，作为唤起民众、宣传政治力量的政治主张的工具，反而是一旦社会经济进入发达水平之后，平面设计会因为趋向商业化而水平平庸。另外一方面，是平面设计时常与重大的政治事件密切相关，比如第二次世界大战时期世界各国的平面设计水平都有相当幅度的提高，反而战后转为温和商业，这是平面设计的具体功能和目的性造成的特点。

在不少国家中，平面设计是表现对权威和当局不同意见的最有效手段，是被压迫的民族对统治阶层提出自己的意见的方法。第一次世界大战期间和第二次世界大战期间的海报，都以相当高的水平提出反不正义战争，反纳粹和法西斯的鲜明立场，大量的平面设计具有明确的功能目的：通过宣传达到改变观众的政治理解、政治立场的目的。这种宣传性是其他的设计范畴所没有的。

不少第三世界国家的政治海报具有两方面的基本目的，一是通过海报设计，来促使国内的人民站到设计者的政治立场方面来，是国内政治运动的有力工具；而另外一方面，则是促进外国对于他们国家的政治问题有广泛了解，争取国际支持的手段。比如南非长期实行种族隔离政策，压迫本土黑人，因此，南非的设计家就设计了专门针对美国和其他西方国家的海报，反对种族隔离，要求美国人民起来反对美国政府支持南非白人政权的立场，海报成为南非人民反对种族政权斗争的武器。

在各个社会主义国家中，虽然每个国家都有大量的政治海报设计与出版，以配合政府的政治宣传，但是，质量高的海报并不多。如果单纯从设计水平来看，设计水平真正比较高，并且取得国际平面设计界注意和得到广泛好评的海报主要来自波兰与古巴。古巴人民在菲得尔·卡斯特罗（Fidel Castro）的领导下，于1959年元旦通过武装革命，推翻了巴蒂斯塔（President Fulgenico Batista）的独裁政权，成立了西半球的第一个社会主义国家。两年之后，美国和西方国家对古巴实行全面封锁，古巴因此密切了和苏联以及其他社会主义国家的关系，成为社会主义阵营的成员之一。在巴蒂斯塔政权时期，设计家和艺术家完全没有地位，也得不到任何政府对于他们创作的支持。1961年，卡斯特罗政府举行了与艺术家、设计家和作家的会议，开创了政府与文艺界合作的关系。6月30日，卡斯特罗在总结会议上发表了讲话，提出了古巴作为一个社会主义国家的艺术原则和立场，他一方面保证文艺创作的自由，但是同时强调这种创作自由必须是在社会主义的意识形态之下，必须体现为无产阶级政治服务的目的性，为革命服务。一切反革命的、反政权的创作都不允许存在和发展。文艺创作是属于人民的，是为人民服务的，而不是为被推翻的统治阶级服务的。在这个大前提之下，艺术家和文学工作者享有最大限度的自由。卡斯特罗还提倡各种大众喜闻乐见的艺术形式，包括流行歌曲、舞蹈、电影、戏剧、海报、诗歌等等，而传统的、具有学院派形式特点的艺术，因为属于阳春白雪的提高范畴，因此不宜提倡。他的原则是普及在先，提高在后，先有下里巴人，再有阳春白雪，提高必须是在普及基础上的。卡斯特罗1961年6月30日的讲话，奠定了古巴文艺创作的基本原则和路线。



15-44. 古巴设计家马丁兹1970年设计的庆祝古巴革命的海报。

卡斯特罗1961年6月30日的讲话，奠定了古巴文艺创作的基本原则和路线。

古巴在革命之后，实行了文艺工作者的公务员体制，所有的作家、音乐家、美术家、设计家都是国家的公务员，都在政府领取工资，领取艺术创作需要的材料和设备，而他们都为政府工作。这样，古巴的设计人员就有了稳定的工作条件，能够在无需顾虑生活的情况下从事设计。

古巴的平面设计没有传统，它的发展完全是因为革命的要求而刺激产生的。设计革命之后，由于政府有明确的要求，因此设计得到进一步的发展，其中出现了一系列重要的设计家，对于提高古巴的设计水平起引导作用。这些设计家在没有设计传统可以依据的情况下，不得不从外国的平面设计汲取各方面的参考，比如波兰的观念形象海报，美国的图钉派设计，各种现代艺术的形式，特别是波普艺术、光效应艺术等等，把这些风格综合起来，加入自己的革命内容，逐渐形成自己的独特风格，并形成了自己的设计队伍。非常奇怪的是：古巴在政治和经济上依靠苏联和中国的支持，但是在平面设计上却没有丝毫受到苏联和中国政治海报的社会主义现实主义风格的影响，纵观古巴的整个海报发展，完全没有社会主义现实主义风格的影子，这种不模仿苏联和中国的流行



风格的做法，使古巴的海报能够在社会主义国家中一枝独秀，非常突出。

古巴在60年代和70年代出现了一些新的平面设计家，主持政府设计项目，比较重要的有从画家和插图画家改行的平面设计家保罗·马丁尼兹（Raul Martinez），在美国学习平面设计的青年设计家费利克斯·贝特朗（Felix Beltran 1938—）。他们的设计具有强烈的革命运动政治色彩，采用了古巴民间艺术的形式，或者观念形象设计的形式，达到不俗的效果。其中贝特朗是古巴政府的革命行动委员会（the Commission for Revolutionary Action）的艺术顾问，主持了不少政府的政治运动宣传设计项目。他的教育背景和自己的艺术、设计水平，使他指导下的项目都具有相当令人侧目的高水平。

古巴政府成立了一系列主管文艺的政府部门，其中有管理电影、表演艺术、出版、展览、音乐、写作、美术等等具体活动的具体部门，这些部门都要求以平面设计来宣传它们的形象，推动政治主导的文艺发展。这种需求正是古巴平面设计得到一定程度发展的主要原因。因为文艺创作的对象是古巴人民，设计者必须考虑到如何设计出能够为广大乡村中的农民喜闻乐见的海报来，他们采用价格低廉的丝网印刷设计海报，一方面成本低廉，另外一方面因为色彩艳丽，形象简单，能够具有通俗易懂的特点，容易为广大农民认识和了解。古巴海报的这种通俗性特点是显而易见的。

卡斯特罗政府认为它的使命之一就是组织全世界人民发动反对美帝国主义的战争，包括意识形态的战争，支持所有国家的反美斗争成为古巴长期以来的工作目的。除了派遣军队参与某些具体的军事活动（比如古巴军队到非洲参加安哥拉的内战）之外，政治宣传也是这个活动的重要组成部分。活动的中心是在全世界，特别是第三世界国家中刺激反美情绪发展，并且唤起民众参加反美、反本地亲美政权的武装斗争。为了促进其他国家，特别是亚洲、非洲和拉丁美洲的革命运动的发展，卡斯特罗政府还成立了专门为这个目的从事对外宣传的政治海报设计的部门，所有的海报经由古巴的“亚非拉团结组织”（OSPAAAL—Organization of Solidarity with Asia, Africa, and Latin America）主持和负责出版发行，并且对亚非拉美国秘密出口。OSPAAAL的海报因为针对的是世界各个国家的共产主义运动战士，特别是从事秘密的游击战的战士，因此必须考虑到文字难以沟通的问题，海报设计必须采用能够为各国文化水平不高的战士都能够一目了然而理解的视觉形象，因此对古巴的平面设计工作者带来了真正的设计上的挑战，虽然他们可以根据不同的国家采用不同的文字口号，但是实质达到宣传效果的还是强烈的视觉形象。因此古巴的海报设计具有非常强烈的、通俗的视觉形象，它们具有战斗性、鼓动性，而文字都非常少，有一些根本无需采用文字说明，艾里纳·沙拉诺（Elena Serrano）设计的宣传古巴革命领袖、在玻利维亚支持当地的反政府游击战争中丧生的恩涅斯多·契·格瓦拉（Ernesto Che Guevara）的海报《英雄的游击队之日》（Day of the Heroic Guerrilla）就完全没有文字，采用格瓦拉的肖像，利用丝网印刷手法，以及当时流行的光效应艺术（Op Art）的发射状构成，达到强烈的视觉目的，这个设计，利用布局形成对英雄人物的强调，以及利用光效应设计造成神秘的视觉感两个方面的特征。这是古巴革命海报的杰作之一。

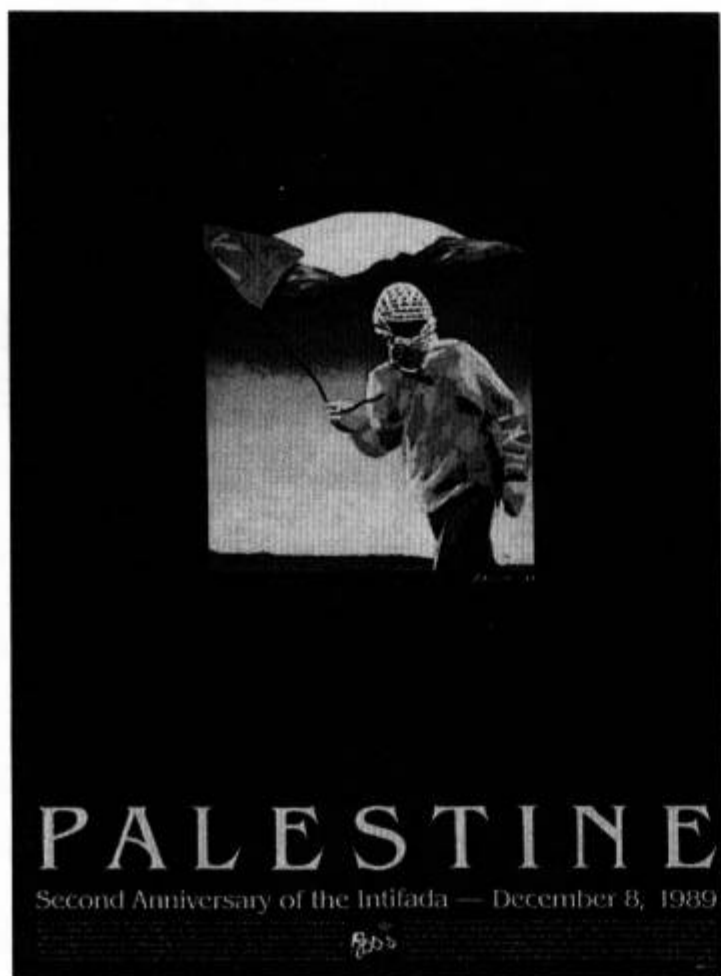
除了古巴之外，其他拉丁美洲国家也有不俗的设计发展。比如尼加拉瓜，这个国家的左翼游击队桑地尼斯塔（the Sandinistas）在1979年推翻了索莫扎（Somoza）独裁政权之后，成立了左翼政府，为了宣传自己的政治目的和宗旨，新政权大量出版发行海报，因此出现了尼加拉瓜前所未有的海报高潮。桑地尼斯塔政府成立了一



15-45.古巴设计家沙拉诺1968年设计的纪念古巴革命家契·格瓦拉的政治海报。



15—46.尼加拉瓜设计家里维拉1985年设计的政治海报《为了祖国,为了和平,为了未来》。



15—47.巴勒斯坦设计家雅奎伯1989年设计的要求主权的政治海报。

所国立的新的艺术学校, 培养出自己的艺术家和设计家。尼加拉瓜的艺术和色彩都具有这个热带国家的独特民族特色: 强烈的色彩, 生动的形象, 与众不同的构思, 桑地尼斯塔政府负责主持设计出版的尼加拉瓜海报取得很高的成就, 引起世界设计界的注目。

尼加拉瓜最杰出的设计家是自学成才的胡塞·里维拉 (Jose Salome Garcia Riveria)。他的作品具有非常典型的尼加拉瓜革命海报的特色, 他采用非常简单的形象和强烈的色彩, 强调了和平、发展和充满希望的尼加拉瓜未来的主题。简单的青少年、鸽子等等形象, 是通过他的近乎幼稚的设计, 达到很高的艺术水平。

大部分社会主义国家的海报依然是采用现实主义的方法来设计的, 其中比较突出的是前苏联和中国的大量政治海报。这种设计的手法, 在朝鲜民主主义人民共和国、越南的海报设计中也非常普遍。

南非的长期种族隔离政策受到世界各个国家的谴责, 大量的艺术家和设计家利用自己的设计来表达他们反对这种种族隔离的立场。而南非本身的设计家也在海外设计政治海报, 反对种族隔离, 他们的这些海报通过各种渠道运入南非, 对反对种族隔离斗争起到促进和鼓舞作用。在长期的种族隔离法时期, 南非的平面设计力量基本是在海外, 特别是在美国、欧洲、古巴等地形成的。

海报是斗争的宣传武器, 因此, 凡是具有冲突的地方, 海报往往发展得很有特色。比如以色列和巴勒斯坦的长期对抗, 巴勒斯坦人在被占领的西海岸和加沙地带进行的秘密的武装斗争“因地法塔”(Intifada)从1987年开始, 使这两个被以色列占领的地区的形势日益紧张, 海报设计也自然成为重要的反抗手段。因为条件限制, 大部分这个运动的政治海报是在巴勒斯坦以外设计和印刷的, 比如巴勒斯坦旅居美国旧金山的设计家萨里姆·雅奎伯 (Salim Yaqub 1963—) 在1989年设计的反以色列占领、纪念“因地法塔”成立两周年的海报就是这种海外设计、针对国内武装斗争的设计典型例子之一。这张海报在全世界各地流传, 对于宣传巴勒斯坦的立场和“因地法塔”的武装斗争立场起很大的促进作用。

20世纪下半叶的观念形象设计对于世界平面设计的发展来说, 是非常重要的。它丰富了设计的手法, 进一步强调了设计上的个人和社会个别群体的观念的表达, 把良好的视觉传达功能和艺术手法, 把针对大众的视觉传达效果和个人的表象结合起来, 从而把平面设计推进到一个新的高度。随着技术的发展, 视觉传达的方式变得越来越复杂, 方式也越来越多样化, 通讯技术的日趋完善, 媒介的多元化, 都对平面设计造成了新的促进和压力, 在这种情况下, 平面设计开始向更新的未来发展。



## 引言

随着社会的发展,技术的不断发展,平面设计日益成为国际交流的重要工具和必要手段之一。这种发展的必然趋势之一,就是各个国家的设计民族特征逐步消失,被国际特征取而代之,虽然国际性的设计可以带来传达上的方便,但是,缺乏了民族性的设计,却是千篇一律的设计,缺乏了生动性和多元性。由于国际交往、国际贸易的急剧增加,国际对话也与日俱增,这样的发展,促进了国际视觉语言的形成,使国际主义设计成为不可阻挡的潮流。从亚洲到拉丁美洲,从北美到欧洲,无论是在纽约、洛杉矶还是在东京、香港,布宜诺斯艾利斯或者里约热内卢,特拉维夫还是慕尼黑,北京还是法兰克福,全世界的视觉语言,无论是广告、海报、交通标志和交通图,以至到电脑网络,设计上日益趋同。因为人类沟通的需求,国家对话的频繁,造成了视觉传达的同一要求,国际主义设计在很长的一个时期里似乎成了唯一的基本设计方式,而且国际主义设计不仅在平面设计上成为无法摆脱的主要设计方式,在建筑设计、工业产品设计、服装设计、环境设计、城市规划设计,乃至到艺术上,也成为不得不沿用的主要的、基本的方式。虽然国际主义平面设计早在20世纪50年代就在瑞士形成,60年代影响了西方各个国家,而到了90年代,它依然具有这种绝对的影响力,并且从影响的范围和深度来看,可以说是有增无减的。视觉传达设计上的刻板、高功能化、理性化是不可阻挡的发展趋势和方向,这一点是无可置疑的。不但如此,设计教育,包括平面设计教育也出现了国际主义化的发展趋势,全世界各个国家的平面设计教育基本的模式是相似的,可以说国际主义设计完全垄断了发达国家和大部分发展中国家。但是,设计同时是民族文化的组成部分,这种国际主义的垄断性发展,自然造成民族性的削弱,乃至民族特征逐步消失。因此,当全世界在平面设计上日益趋向相似的时候,有一些设计家开始关切设计的个性,设计的民族特征,这个问题,贯穿了从60年代到现在为止的整个平面设计的发展过程,但始终没有得到真正的解决。

1966年,德国平面设计师奥拉夫·卢(Olaf Leu)曾经在一篇文章中提到:德国的设计已经没有任何民族性了。他指出:虽然有些人对于这个发展是非常喜欢和高兴的,但是并非人人如此,很多设计家对此是担心的。他还指出,有相当一个时期,垄断德国的平面设计的是瑞士发展起来的国际主义平面设计风格(the International Typographic Style)和美国的平面设计风格,而这种情况,不仅仅发生在德国,在全世界各个国家都有程度不同的发展,整整30年中,设计只有两个主要的依据,何其单调!

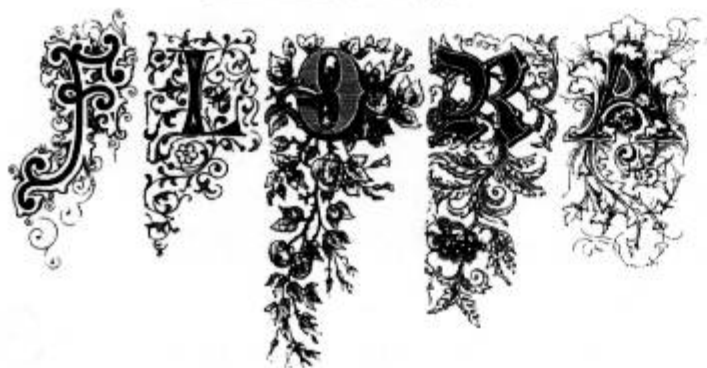
80年代以来,平面设计界和其他设计界一样,受到新的媒介、新的设计技术的挑战,从而发生了急剧的变化,这个刺激因素就是电脑技术的发展并迅速地进入设计过程,日益取代了从前的手工式的劳动。除此以外,其他电子技术的发展也使设计发生了很大的变化,比如传真机的广泛运用,电视技术的全球化和新的全球电视频道,电脑网络系统和电子邮件,长途电话的普及,手提电话的广泛运用等等,这些技术使原来相距很远的地方变成近在咫尺的方寸距离,信息技术把世界日益变成一个马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLuhan)所称的“地球村(global village)”。这种技术的发展,一方面刺激了国际主义设计的垄断性发展,同时也促进了各个国家和各个民族的设计文化的综合和混合,东方和西方的、南部和北部的设计文化和其他文化一样,通过这个地球村的频繁密切的交往,日益得到交融,因此,国际主义的趋势之下,其实也潜伏了民族文化发展的可能性和机会。这种情况,自然造成设计上一方面国际主义化,而另外一方面又多元化地发展。设计在新的交流前提下出现了统一中的变化,产生了设计在基本视觉传达良好的情况下的多元化发展局面,个人风格的发展并没有因为国际交流的增加而减弱或者消失,而是在新的情况下以新的面貌得到发展。

英国的平面设计是一个很好的例子。这个国家的平面设计在二战后受到国际主义平面设计和美国设计的双重影响,本民族的设计很难得到树立和发展。英国的平面设计师开始试图利用自己的特点,来对国际主义平面设计风格进行诠释,利用补充的方式,一方面丰富了国际主义风格,同时

也树立自己的特征。其中比较突出的探索人物是英国设计家赫伯特·斯宾塞 (Herbert Spencer 1924—)，他在国际主义垄断设计的时候依然维护和宣扬英国本身的设计风格，他通过讲学、写作和设计实践来宣扬自己的立场，言传身教，努力振兴英国的设计。他对于设计和艺术都具有很深刻的认识和理解，因此，他的设计能够把艺术和设计综合在一起，并且把英国自身的艺术糅入平面设计，对于促进民族设计风格起到积极的作用。他曾经出版过设计期刊《版面设计》(Typographica)，并且在1969年出版了自己的著作《现代版面设计的先锋们》(Pioneers of Modern Typography)。这种坚持个人及民族设计风格的工作，教育了整整一代英国平面设计师，也产生了积极的国际反响。



16-1. 阿兰·佛里契等人1965年设计的《平面设计》(GRAPHIS)杂志封面。



16-2. 佛里契等人1968年设计的花卉公司企业标志，采用文艺复兴风格，装饰性很强。

英国二战后开始组织自己的平面设计中心的设计家包括有阿兰·佛里契 (Alan Fletcher 1931—)，科林·佛布斯 (Colin Forbes 1928—) 和包博·基尔 (Bob Gill) 等人，而基尔离开了他们的设计事务所之后，修·克罗斯比 (Theo Crosby 1925—) 加入他们的设计事务所，成立了克罗斯比-佛里契-佛布斯设计事务所 (Crosby, Fletcher, Forbes)。这个公司的成立目的，有很大程度上是为了振兴英国自身的设计。这个设计中心从事平面设计、展览设计、工业产品设计，在二战后的年代他们的发展非常迅速，一方面遵循国际主义平面设计达到良好的视觉传达效果的基本原则，同时也非常注意发展本身的特点，从英国设计的立场出发，结合各种现代艺术、现代设计的因素，以形成自己设计事务所的独特风格。通过二战后多年的发展，这个设计事务所的成就显著，得到世界平面设计界的注意和赞赏，而加入这个设计事务所的设计家也与日俱增。因此，这个公司不得不改变自己的名称，新公司成立于1972年，新的名称是“五角设计”事务所 (Pentagram)，到1990年，这个事务所在英国的伦敦、美国的纽约和旧金山都有设计部门，一共有设计人员和其他雇员130人左右，是世界目前最具有规模的综合设计事务所之一。这个设计事务所的主要内容依然是平面设计、版面设计，同时也兼其他的设计，比如产品设计和展览设计等等。这个设计事务所自称是世界第一个交叉学科的设计中心，负责设计的主要人物包括一个建筑设计师，一个工业产品设计师和三个平面设计师。90年代以后，“五角设计”把自己的设计活动扩展到美国德克萨斯的奥斯汀 (Austin) 和香港，一共有16个

合伙公司，每个合伙公司9人（都在独特的学科上有一专长），利用这种多学科和国际性的合作关系，“五角设计”能够得到更大的发展。它的设计从完全功能性的平面设计，到完全复古的产品设计，无所不包，具有在经济竞争和商业竞争中的强大的生命力，这是英国设计界在二战后突破美国的垄断的重要成就之一。

这个设计事务所非常注意设计中问题的解决，绝对不仅仅是玩弄形式游戏而已，这也正是为什么这个设计中心能够不断壮大，并得到如此惊人的发展的原因之一。功能主义虽然具有刻板的面貌，但是也具有本身的合理性，因此，“五角设计”的方式是把功能和形式加以高度的统一，以达到良好的设计效果。这个公司的设计宗旨是智慧、视觉传达问题的适当解决和良好的美学特征的综合。“五角设计”近年开始把业务扩展到电视、录像资料等等新的范畴上去，并且承接了大量的国际活动的总体设计，比如1994年的世界杯足球赛，美国哥伦比亚广播系统的冬季奥林匹克运动会的视觉设计，艾里克塔娱乐公司 (Elektra Entertainment) 的企业标志系列设计等等。这个公司在1997年的主要部门负责人分别是：纽约公司：麦克·贝鲁特 (Michael Bierut)，麦克·格里克 (Michael



Gericke), 伍迪·皮特尔 (Woody Pirtle), 波拉·谢尔 (Paula Scher); 旧金山公司: 基特·亨里奇 (Kit Hinrichs); 奥斯汀公司: 罗威尔·威廉斯 (Lowell Williams); 伦敦公司: 戴维·希尔曼 (David Hillman), 约翰·麦科奈尔 (John McConnell), 加斯图斯·奥勒 (John Rushworth), 约翰·拉什沃斯 (John Rushworth); 香港公司: 戴维·希尔曼 (David Hillman)。

“五角设计”是把现代设计的要求和英国的强烈的历史感结合在一起的典范。具体到设计上来说, 这个公司的设计采用了比较简单的, 但是具有历史象征意义的几何图形作为企业形象标志, 形成既鲜明、容易记忆, 又具有历史感的形象。无论是观念、视觉传达都体现了英国人的聪明才智, 特别是在英国萌发的“波普艺术”, 也在“五角设计”中得到充分的体现, 从而扩大了历史的涵括范围, 把 60 年代的大众文化也作为英国的传统包括到设计的动机中去。“五角设计”使英国在二战后国际主义设计弥漫的时候, 突破了单一的风格, 为平面设计提供了多元的、民族性的选择。

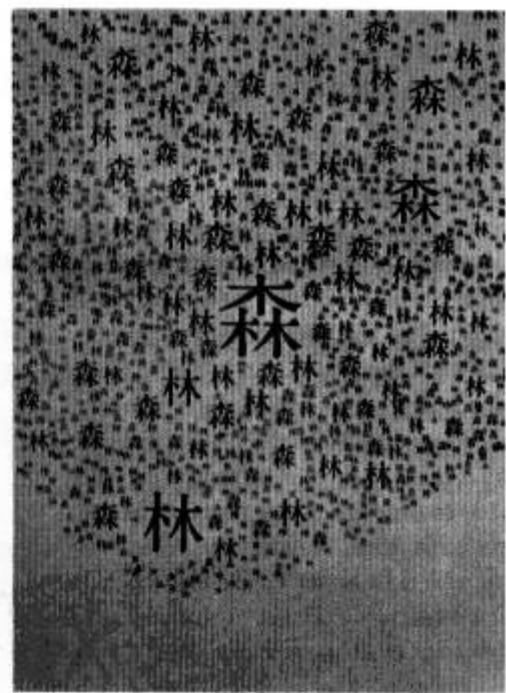
## 1. 二战后的日本平面设计发展

日本是二战后发展起来的经济大国, 这个地域狭窄而人口众多的国家, 历史上一直具有非常强烈的平面设计意识, 日本的书籍插图、木刻印刷海报 (浮世绘)、各种传统包装等等, 都具有世界的影响力, 特别是 19 世纪末到 20 世纪初期, 日本的平面设计和建筑设计在西方影响很大, 并刺激出“新艺术”设计运动来, 这对于一个东方国家来说, 其设计的国际影响力是前所未有的。

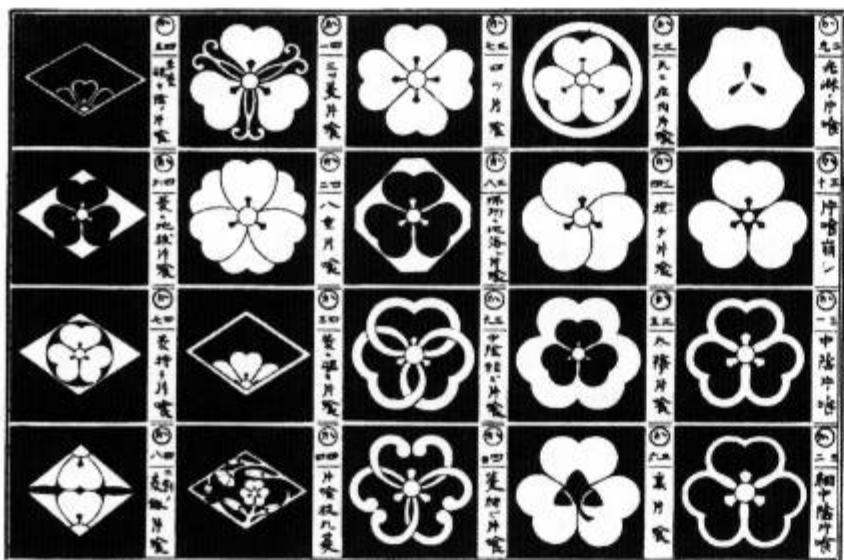
日本的经济发展是朝鲜战争结束之后开始的。朝鲜战争之后, 美国大力促进日本工业发展, 对日本采取了各种各样的支持手段, 包括直接资助、技术转让、人员培训、美国市场对日本产品完全开发等等, 对于美国来说, 扶植一个经济强大的日本, 目的是要用它来遏制共产主义的扩展, 完全是出于战略目的, 而日本却在这种冷战的对峙中得到了前所未有的良好发展条件。日本的设计, 也是在这个时期快速发展起来的, 其中也包括日本的平面设计发展。

日本是一个具有悠久历史的东方国家, 其设计与西方设计无论是从传统角度还是从民族的审美立场来说, 都具有很大的区别。日本为了赢得国际市场, 不得不大力发展其国际主义的、非日本化的设计, 与此同时, 日本的设计界也非常注意设计发展时保护传统、民族性的部分, 使国家的、民族的、传统的精华不至于因为经济活动、国际贸易竞争而受到破坏和损失。日本的平面设计因此自然形成了针对海外的和针对国内的两个大范畴, 凡是针对国外市场的设计, 往往采用国际能够认同的国际形象和国际平面设计方式, 以争取广泛的了解; 而针对国内的平面设计, 则依据传统的方式, 包括传统的图案、传统的布局, 特别是采用汉字作为设计的构思依据, 比如平面设计家 Ryuichi Yamashiro (1920— ) 设计的关于保护日本的森林资源的海报, 就采用汉字“木”、“林”和“森”反复结合, 字本身就是森林的形象, 这种方式, 对于西方人来说毫无意义, 无法产生联想和认同, 更不要说美学价值, 但是对于每日使用汉字的广大日本人民来说, 则具有非常精到的构思和含义, 得到广泛的欢迎和称赞。这个设计表明了东西方之间文化的差异和这种差异在平面设计上的体现。

日本在 20 世纪 20 年代至 40 年代之间发动了为扩展海外殖民地的侵略战争, 在此期间现代设计和现代艺术没什么发展, 到 50 年代之后才逐渐发展起来。虽然 1931 年, 日本已经有部分留学德国包豪斯设计学院的毕业生企图创立日本的包豪斯, 他们甚至在一个不长的时期中还把包豪斯的课程和教学方式引入东京的一所建筑和设计学院中 (the Shin School of Design and Architecture in Tokyo), 但是成绩并不显著, 随着战争的爆发, 这种努力也付诸东流。日本一个早期的设计教育和设计先驱 Yusaku Kamekura (1915— ) 曾经在 1937 年到 1948 年期间出版了日本最早的包括设计在内的一本文化杂志, 企图唤起民众对于设计的觉悟, 但是成效也非常微弱。Yusaku Kamekura 在二战后全力以赴地推动日本



16-3. 日本现代平面设计师 Ryuichi Yamashiro 1961 年设计的植树活动海报, 运用汉字“木”、“林”和“森”重叠, 形成森林效果, 是采用汉字设计现代平面作品比较早的探索。



16-4. 这是日本传统的图案,日本现代平面设计家往往从这些图案中演变出众多的现代设计来。把亚洲的民族传统和现代视觉传达设计结合,是日本以及其他亚洲国家平面设计界的努力方向之一。

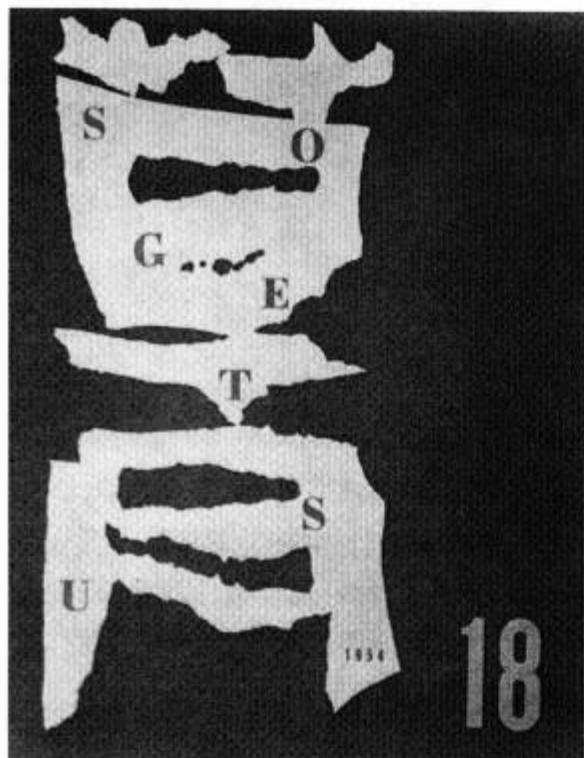
几何结构,特别是纵横结构的严格分析和运用,使日本设计界非常入迷。但是,日本设计家更加喜欢对称化的布局,而不是构成主义的非对称化方式,中轴对称是日本长期的传统设计的组成部分之一,因此日本的设计对欧洲的构成主义进行了调整,把传统设计中一些简单化的象征性图案,比如花草、动物、植物纹样等等,都加入到日本式的构成主义设计中。

日本二战后发展起来的现代设计是非常有组织的,其中包括个人的、设计界的组织活动和日本政府的支持性组织活动两个方面,日本现代设计的奠基人 Yusaku Kamekura 在这个组织活动中起到很重要的促进作用。他在 50 年代就组织了日本广告艺术俱乐部 (the Japan Advertising Art Club), 1960 年,他把这个组织扩大成为日本设计中心 (the Japan Design Center), 使之成为全日本的设计核心和组织核心。他自己也因而成为日本设计的精神领袖。这个组织全面地促进了日本设计的发展,使日本的平面设计和工业设计迅速达到国际水平。

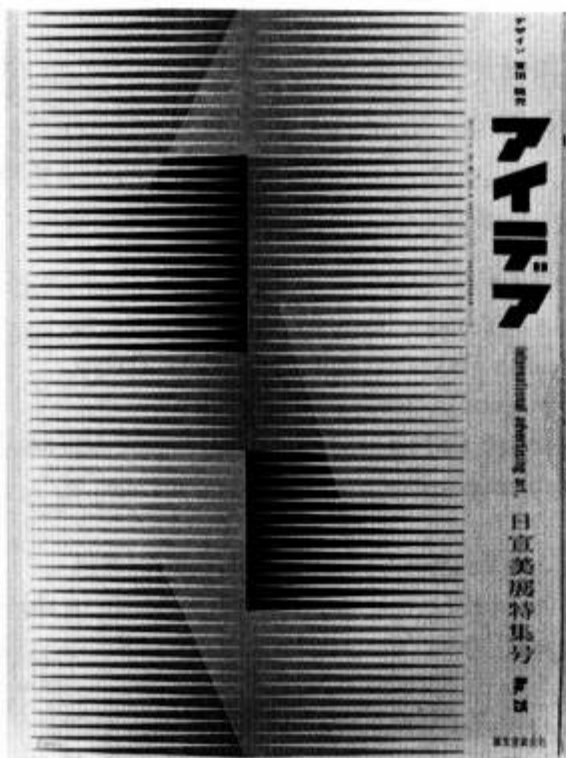
Yusaku Kamekura 自己的设计就是现代化和民族化结合的的典范,他非常注意日本的设计应该

的设计事业,他成为日本现代设计的奠基人,被尊称为日本现代设计之父,在他的领导下,日本的平面设计终于在 50 年代开始向现代化方向发展,很快成为世界平面设计中非常有特色的一个方面。在他的促进下,日本设计界首先改变了认为平面设计必须是手工绘画式的陈旧的概念,与此同时,平面设计和其他设计只是属于手工艺这种低下的职业的社会观念也开始发生转变,日本的设计地位逐步提高。设计终于形成了自己的专门的职业地位。

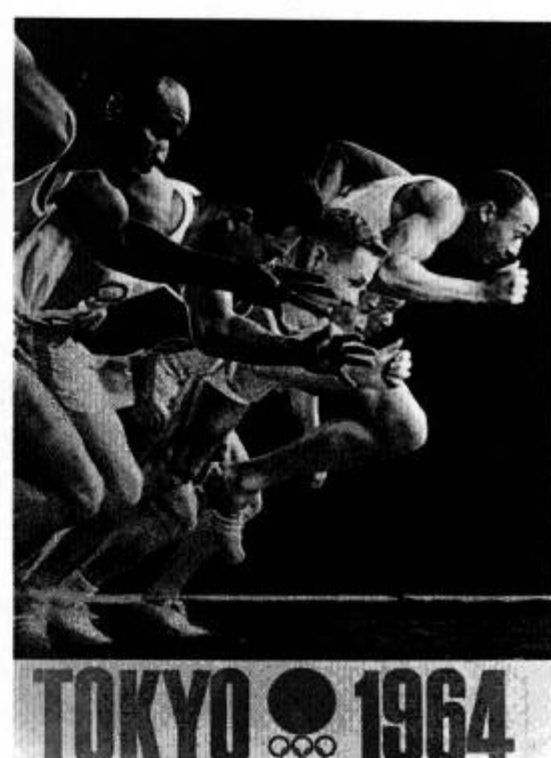
从 50 年代开始,日本设计界对于欧美的现代主义设计进行了历史的、全面的审阅和了解,他们自己的理性的设计美学与欧洲的构成主义美学之间有相当多类似之处,因此,日本的设计家,特别是平面设计家对构成主义是情有独钟。构成主义设计和艺术对于



16-5. 日本平面设计大师Yusaku Kamekura 1954年设计的书籍封面,采用手撕纸的方法组成汉字,把英文名称藏在汉字中,是早期成功地把民族传统风格与现代设计的目的结合在一起例子。



16-6. Yusaku Kamekura 1956年设计的日本设计杂志《观念》封面,采取国际流行的风格,表明日本设计家的多元和多面化的设计能力。

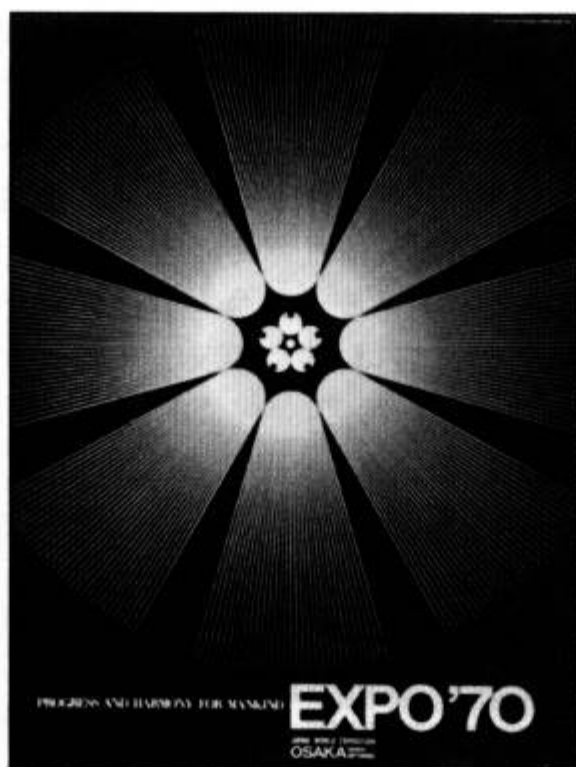


16-7. Yusaku Kamekura 1964年设计的东京奥林匹克运动会的海报,上面的奥运会标志也是他设计的。

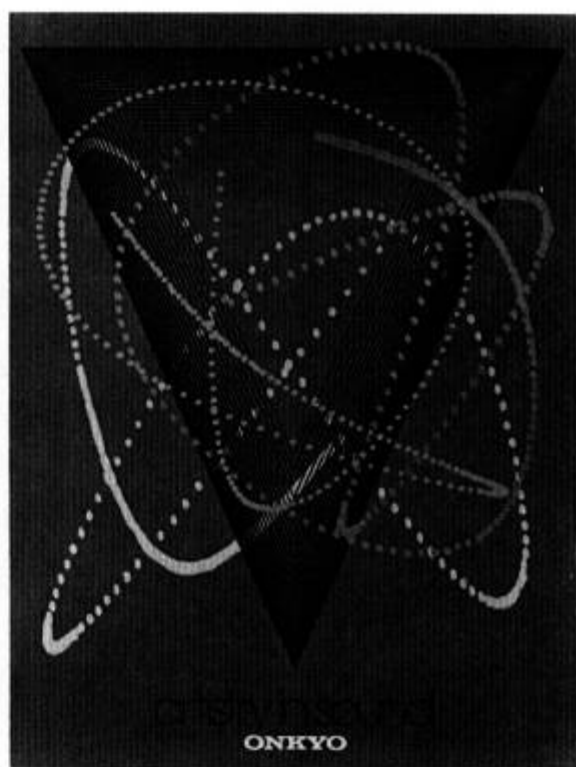




16-8. Yusaku Kamekura设计的滑雪海报,完全是国际主义风格。



16-9. Yusaku Kamekura 1970年设计的日本大阪世界博览会的海报。



16-10. Yusaku Kamekura 1980年世界的立体声音响设备海报。

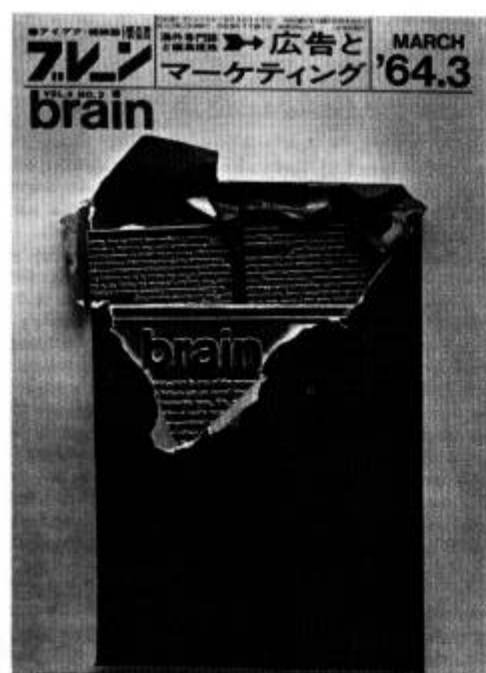
具有国际能够认同的基本视觉因素,同时具有日本的民族象征性。1964年,日本在东京举办国际奥林匹克运动会, Yusaku Kamekura 负责设计总体的平面内容,包括标志、海报、视觉传统系统等等。这个庞大的设计项目,对于他来说,具有相当重要的意义,首先,能够通过这个设计体现国际主义风格和日本民族内容的结合可能性;其次,这是在世界树立日本自己的设计形象的最佳机会,通过这个设计,还可以促进全国的设计意识,提高日本人民对设计的重视。他这个设计是完全国际化的,无论是形象、视觉标记和符号、色彩计划还是总体视觉设计,都具有典型的国际主义色彩,但是,他在整个设计中牢牢地贯通日本国旗中红色的圆形——所谓太阳的符号,把这个圆形和国际奥林匹克运动会的五个圆环联系在一起,取得既有民族特征,又具有准确的国际认同的效果,是国际奥林匹克运动会系统设计中的杰出作品。通过这个设计, Yusaku Kamekura 也成为日本公认的设计大师,而他的设计思想也在日本扎下了牢固的基础。

日本现代平面设计的另外一个重要的奠基人是平面设计家 Masuda Tadashi (1922— ) 他在第二次世界大战时曾经参加过日本海军,战后改行从事设计,早期进了日本著名的 Dentsu 广告代理公司 (the Dentsu Advertising Agency),他在广告公司工作期间,日益对利用摄影制作广告感兴趣,并且也希望能够形成自己的、由志同道合的同事组成的设计班子。1958年,他成立了以自己的名称命名的设计学院——Masuda Tadashi 设计学院 (the Masuda Tadashi Design Institute)。当时,大部分日本的设计师认为摄影师和插图画家的工作不过是受设计师的指挥,服从设计的任务和指令而已,本身并没有什么创造力。而 Masuda Tadashi 却认为:好的设计必须是团体工作的结晶,所有的设计人员,无论是平面设计人员、广告设计人员、摄影人员、插图人员还是管理人员,都是一个不可分割的小组的成员,团队精神是达到高水平设计的必要原则,因此,在他的学校和他的设计事务所中,他都特别强调团队精神和集体工作方式。他强调设计的各个部分没有重要和不重要的区别,重要的在于所有的平面因素为平面设计的最高目的服务,所有的因素必须协调、平衡、互相关联和互相支持,他作为设计集团的领导,除了提出设计观念,掌握设计过程之外,重要的工作是协调各种类型的人员的工作。他在设计上强调色彩、形式的对比关系,突出主题是核心内容。他当然也倾向采用国际主义风格,但是,他在设计的时候也采用了一些日本民族的动机,努力达到国际性和民族性的结合和协调。他是二战后日本平面设计界最早广泛采用摄影作为设计的形式主题的代表人物,对后来日本平面设计的发展起了非常重要的主导作用。

日本传统文化中对于纵横线条和简单几何图形的喜爱,是日本二战后的平面设计家对欧洲的构



16-11. Masuda Tadashi 1960年为日本一家电讯器材公司设计的海报,具有强烈的现代技术感,视觉上非常强烈。



16-12. Masuda Tadashi 1964年设计的《脑》杂志的封面,可以明显看到西方设计的影响。



16-13. Takenobu Igarashi 1976年为日本西铁城钟表公司设计的购物袋。

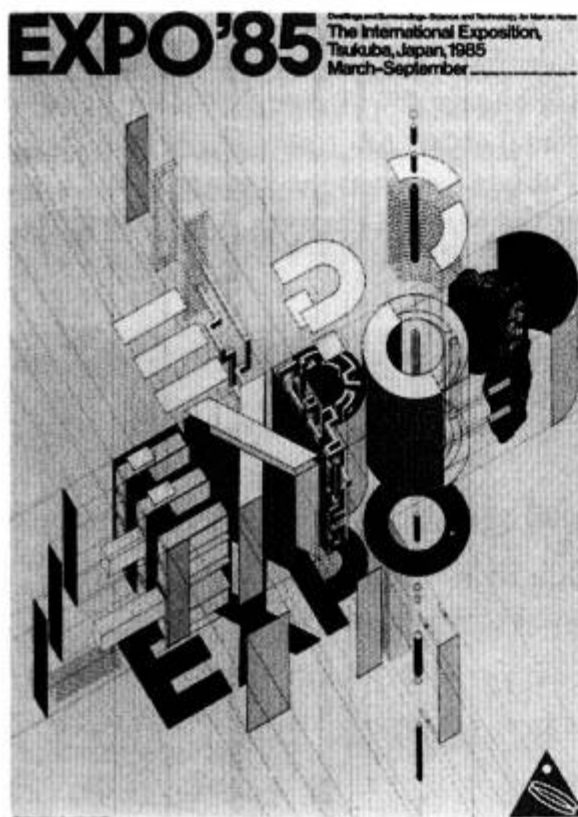
成主义有浓厚兴趣的原因。有部分早期的平面设计家努力从构成主义中寻找自己设计的参考依据,其中一个典型的代表是设计家 Kazumasa Nagai (1929—)。他在简单的纵横线条之中找到合理的因素,加上摄影、插图,组成有声有色的新平面设计作品。他对纵横线条的运用,包括形成的标准单位——模数单位,利用模数单位进行设计,与德国当时乌尔姆设计学院、布劳恩公司的系统设计具有异曲同工之妙,也是非常典型的国际主义设计方式。而他的这种国际主义方式,其实起源于日本民间的、传统的装饰和设计内涵,因此,既是民族的,又是国际的。比如他设计的1984年在巴黎举行的日本12个平面设计家的作品展览——《传统与新技术》(Tradition et Nouvelles Techniques)海报就利用这种具有模数关系的简单几何图形组成强烈的视觉形象,得到西方设计界广泛的好评。

Kazumasa Nagai 强调的是线,而另外一个日本平面设计家 Ikko Tanaka (1930—)强调的是面和平面的空间,并且把面和空间作为自己设计的核心。他在1950年毕业于日本京都市立美术学院,对于包豪斯发展起来的设计上的国际语汇和国际主义平面设计的风格非常感兴趣。1963年,他创立了 Ikko Tanaka 设计事务所,他把国际主义风格作为自己设计的基础,再加以多元化的发展,他与乌尔姆设计学院和布劳恩公司的系统设计一样,采用方格网络作为平面设计的基础,达到高度秩序性和工整性的效果。他采用色彩鲜艳、跳跃的几何面组成形象,色彩往往比较接近,达到色彩和谐的目的。除此之外,他还经常采用日本传统的风景、传统戏剧场面或者面谱、书法、面具、浮世绘作为装饰动机,把这些高度民族性的装饰主题安排在方格网络中,统一而具有韵味,既有国际主义风格同时也是民族的,比如1981年设计的亚洲演艺学院的日本表演海报(“Nihon Buyo” at the Asian Performing Arts Institute)就是这种风格的典型。他设计了大量这种类型的平面作品,都得到广泛的好评。

日本二战后比较具有影响力的现代平面设计家还有 Takenobu Igarashi,也是一个把西方和东方的设计努力结合的重要人物。他在1968年毕业于东京的多摩美术大学(Tama University),之后在美国的加利福尼亚大学洛杉矶分校(the University of California, Los Angeles)获得设计的研究生学位。他回国的时候,发现日本的企业对海外毕业回来的设计家的待遇并不公平,因此开设了自己的设计事务所,从事各种设计,包括商标、企业形象系统、环境设计、平面设计和产品设计。1976年, Takenobu Igarashi 开始利用方格网络设计正方立体形英语字体,这种字体通过透射的方法,形成立体的形象,很有特点。在日本1989年的国际博览会(the Expo '85)海报中他采用了这种字体,效果现代和生动,由此得到世界平面设计界的公认。这是日本平面设计家设计外文字体得到国际认同的最先一人。这种字体因为采用纵向的立体形式,每个字母好像一座建筑物一样,因此被称为“建筑体字母”(Architectural Alphabets)。从1983年开始, Takenobu Igarashi 用了近10年的时间设计海报挂历(the Igarashi Poster Calendar)。他首先为美国纽约的现代艺术博物馆设计挂历,一共用了整整5年时间,之后再为日本的字母画廊(the Alphabet Gallery in Tokyo)设计挂历,这些挂历的设计中,都广泛地采用了他自己的“建筑体字母”作为视觉传达的中心。在这个漫长的设计过程中, Takenobu Igarashi 设计出大量的新字体来,总数多达6 226个。

Takenobu Igarashi 承认:他的设计中有95%是建立在方格网络系统的



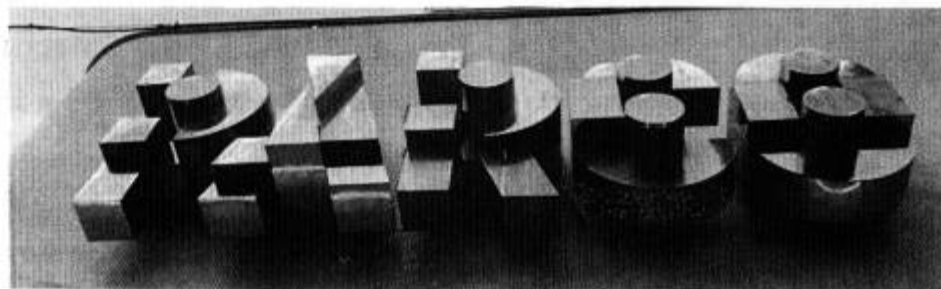
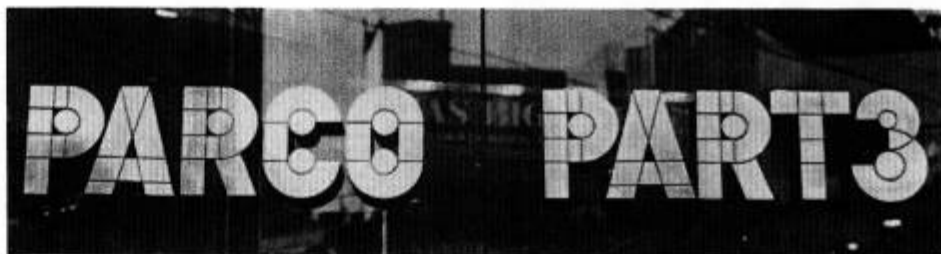


16—14. Takenobu Igarashi 1982年设计的日本85国际博览会的海报，利用建筑的细节突出英文“博览会’85”的标题。

基础之上的。他的设计包括了英语字母和日本的假名和汉字，他把字的各种组成部分，比如点、线、钩、捺统一化。他最杰出的方面是英语字母的设计，利用严格的方格网络作为基础，把英语字母规范在内，并通过把X、Y这两个具有交叉的字母作为数学规范的基础，统一全部字体。他的字体设计工整、规范，很容易进行立体化处理，加上色彩、阴影、肌理和模糊处理，艺术效果非常强烈。

另一个二战后初期出现的日本现代平面设计家是 Tadanori Yokoo (1936—)，他对于日本的传统浮世绘木刻印刷艺术和欧洲的超现实主义、达达主义艺术具有同等浓厚的兴趣。60年代中期，他开始采用木刻式的黑白线描从事设计上的插图，而色彩采用平涂方式，色彩基本是采用照相技术涂上的，他在设计海报和其他的平面作品的时候，大量采用日本流传广泛的连环画作为动机，使自己的设计具有浓厚的日本民俗艺术色彩，但是这些图形的组合，又具有超现实主义或者是达达艺术的鲜明特征。把日本的民俗艺术和现代艺术结合起来，用于平面设计，Tadanori Yokoo 应该是最早的一个了。这种做法，使他的设计具有非常典型的波普艺术的特征。他大量运用图形和字体的拼贴处理，这种方法，是达达艺术最常用的。而他的通俗题材，特别是大量采用江户时期的浮世绘题材，又使他的作品具有浓厚的世俗色彩，增加了他的作品波普特征。60年代到70年代，Tadanori Yokoo 的作品中这种方式越来越强烈，成为他个人的风格。他设计的海报中充满了超现实主义或者达达主义与波普艺术的混合特点，比如把日本的武士放在巴黎的凯旋门前面，或一群蝴蝶在火山前面飞舞等，怪诞而具有当时反文化潮流的特色。他的代表作品有为“第六届东京国际印刷双年展” (The Sixth International Biennial Exhibition of Prints in Tokyo) 设计的海报，这张海报设计包括了各种各样的拼合技法，利用印刷版网纹组成的插图形象，加上喷画技法的描绘背景，日本式的书法和装饰图案花边，人物形象拼砌重叠，一群人在海边，后面有一个莫名其妙的

# PARCO PART3



16—15. Takenobu Igarashi 1981年为PARCO PART3公司设计的企业形象系列。这里展示的是三个不同的标志使用方式。



16—16. Takenobu Igarashi 1984年设计的日本神奈川艺术节海报。



16-17. 1966年设计的演剧海报,利用平面因素体现东西方相交的观念。



16-18. 1968年设计的造纸展览海报。

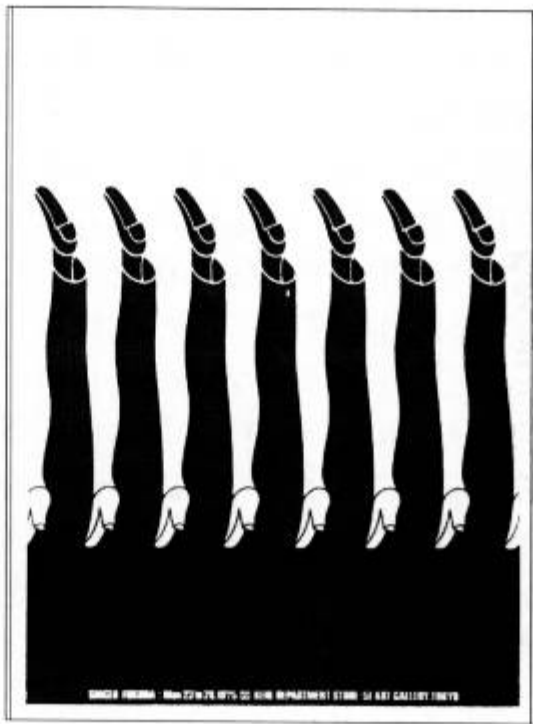


16-19. 1973年设计的展览海报,突出波斯地毯和底线上的两盘食物,构思突出。

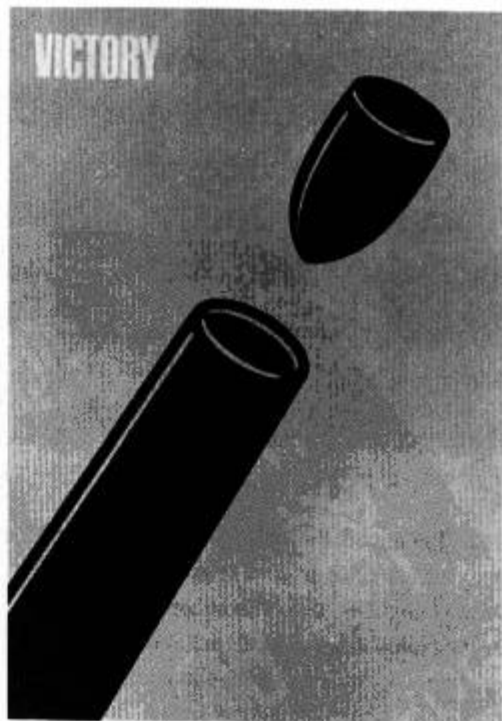
灯塔,这种超现实主义的方法,的确令人耳目一新。70年代到80年代, Tadanori Yokoo 的作品更加神秘古怪,他的作品表现了一个一方面受到日本传统文化熏陶,另一方面在美国文化影响下成长起来的艺术家和设计家的发展方向,反映了这样一代设计家的复杂心态。他们没有简单地否定日本的传统设计,而是利用流行的美国设计和艺术,特别是波普艺术的原则对传统进行了加工和分解,加以自己的论注,形成新的设计和艺术风格。这种做法,与当时流行的摇滚音乐、“披头士”乐队、嬉皮士运动具有非常密切的文化、意识形态关系,是在同样的背景下形成和发展起来的。

二战后初期还有一个重要的现代平面设计奠基人是 Shigeo Fukuda (1932— )。Shigeo Fukuda 原来是专门从事单幅漫画创作的漫画家,这一漫画创作的背景对他的设计影响很大,他的设计因此具有浓厚的幽默性特点。比如他在1975年设计的“1945年的胜利”(Victory 1945) 这张海报,利用独幅漫画的方法,描绘了一个炮弹飞入大炮口的形象,讽刺战争的结果是自取灭亡,含义深刻,也很有漫画的幽默特点。这个纪念第二次世界大战结束30周年的国际海报设计,得到国际平面设计大奖。他的作品没有日本的民族传统设计特征,完全是基于国际化的视觉传达需求设计的,甚至他的幽默性,也是国际的,因此他的作品能够在世界各地得到广泛流传和欢迎。他设计的一个日本百货公司的海报,利用正负、阴阳方法描绘舞蹈中的男性和女性的腿,一上一下,具有错视的特征,饶有趣味,非常生动,得到国际设计界的一致好评。Shigeo Fukuda 的作品充满了娱乐、幽默的特点,常常具有令人意想不到的巧妙构思,而描绘简单、朴素,能够为普通人接受,因此他成为本国和外国都喜欢的现代设计家。

日本现代平面设计经常不太采用文字说明,基本标题也可有可无,文字并不是最重要的设计内容。这种特点的产生原因,可能与日



16-20. Shigeo Fukuda 1975年为日本百货公司设计的海报,非常巧妙地利用黑白、正负形组成男女的腿,简单而有趣味。



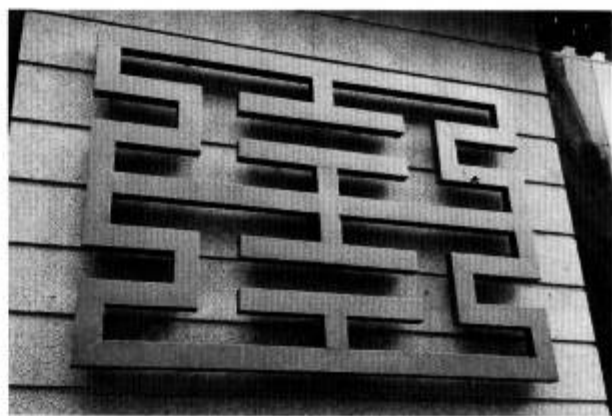
16-21. Shigeo Fukuda 1975年设计的《1945年,胜利》海报,炮弹回到大炮口,简练地说明日本发动战争而自食其果的结局。



本的禅宗佛教传统重意会有关。说到佛教禅宗传统，必须提到另一个二战后新一代的平面设计家 Koichi Sato (1944—)。他是在战争快结束的时候才出生的，在二战后的初期学习设计，对于日本的禅宗非常感兴趣，在自己的设计中努力传达清静无为、朴实无华、强调自我修养、重视精神境界的纯净的禅的精神。他的作品，比如1974年的百货公司海报设计，1985年的超级市场海报设计，都具有宁静、缈远、出世、干净、简朴的特征，与其说是商业海报，倒不如说是日本文化和日本宗教精神通过平面设计的流露。他往往在设计中强调对立的方面，作为对禅的解释：传统的和未来主义的，东方的和西方的，明与暗，他自己擅长于日本诗道 (haiku poetry)，设计中往往有诗的味道。对于重视文化的隐喻性的日本国民来说，这种海报和其他的平面设计不但是能够接受的，而且也应是受到高度评价的。Koichi Sato 在一片商业潮流中脱颖而出，成为最具有文化内涵的一个新设计家。80年代以来，他开始广泛地采用日本书法作为自己设计的另外一个动机，他在1984年设计的音乐会海报 (“Eclipse Music '84" for Map Company, Ltd) 就利用红色的背景、黄色和蓝色的书法，表现了音乐的力量和精神，受到广泛的好评。

日本二战后开始发展起来的现代平面设计，经过40年的发展，已经成为非常成熟的设计体系。日本与欧洲、美国的设计具有相当密切的关系，在现代艺术、现代设计、现代文化等等方面，日本必然受到西方文化的深刻影响。重要的是日本的设计家并没有对西方的设计亦步亦趋，而是在国际风格、流行的西方风格与日本的民族设计中找寻结合的可能性，而从二战后到90年代日本现代设计发展的过程，表明它的这个探索是成功的，民族绘画、民族传统设计风格、民族文化观念、民族的色彩计划、民族的审美立场、民族的文字 (特别是书法) 等等，都能够有一定水平上得到保存和发展，通过与现代设计的结合，得到国际的承认。日本的平面设计发展，影响了许多远东的亚洲国家和地区，比如韩国、新加坡、台湾和香港等等，通过这些国家的设计家的共同努力，在90年代前后形成了远东平面设计的新面貌。

所谓远东的平面设计新面貌，其实在很大程度上是指把民族的动机、民族的风格，包括文字和书法与国际主义的平面设计原则、现代艺术的手法结合起来的方式，日本在50年代、60年代就开始有各种试验和探索，其他国家和远东地区也在70年代前后开始进行了类似的试验和探索，取得相当可观的成就。比如香港的平面设计界就是一个非常突出的典范，是把中国的民族特征和国际性的视觉传达要求、现代艺术的一些特征融为一体的典范。香港从70年代开始已经在平面设计上初露头角，到80年代成为全亚洲不可忽视的重要平面设计中心，涌现了相当一批具有特别



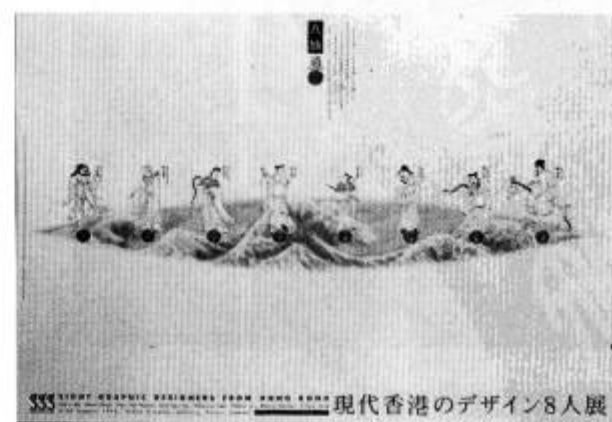
16—22.香港石瑞汉1962年设计的企业标志。



16—23.香港石瑞汉1993年的设计作品。



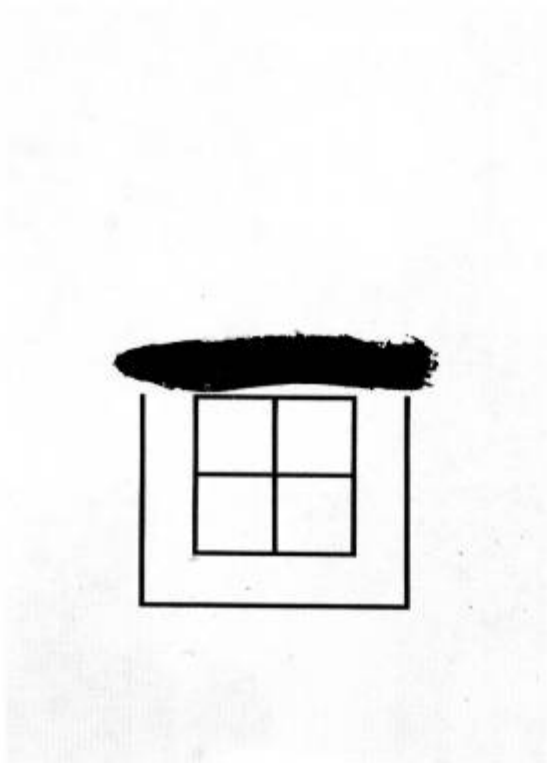
16—24.香港蔡启仁1980年设计的个展海报。



16—25.香港李永铨设计的海报作品。



16—26.香港靳埭强1980年设计的中国银行标志,1993年设计中国银行的企业形象。



16—27.靳埭强1983年设计的“一画会”会展海报。



16—28.香港刘小康1997年设计的参加“沟通展”的海报“文字”——心灵的交流。

才能的平面设计家,其中石瑞汉(Henry Steiner, 1939—),靳埭强,陈幼坚,蔡启仁,余奉组,李家升、张再厉,关惠芹,谭镇邦,古正言,邓昭莹,李永铨,刘小康,余志光,雷志良,张广洪等都有重要的建树。中国内地的平面设计起步比较晚,但是后来居上,也出现了一批非常杰出的设计新人,比如王序、王粤飞等等。

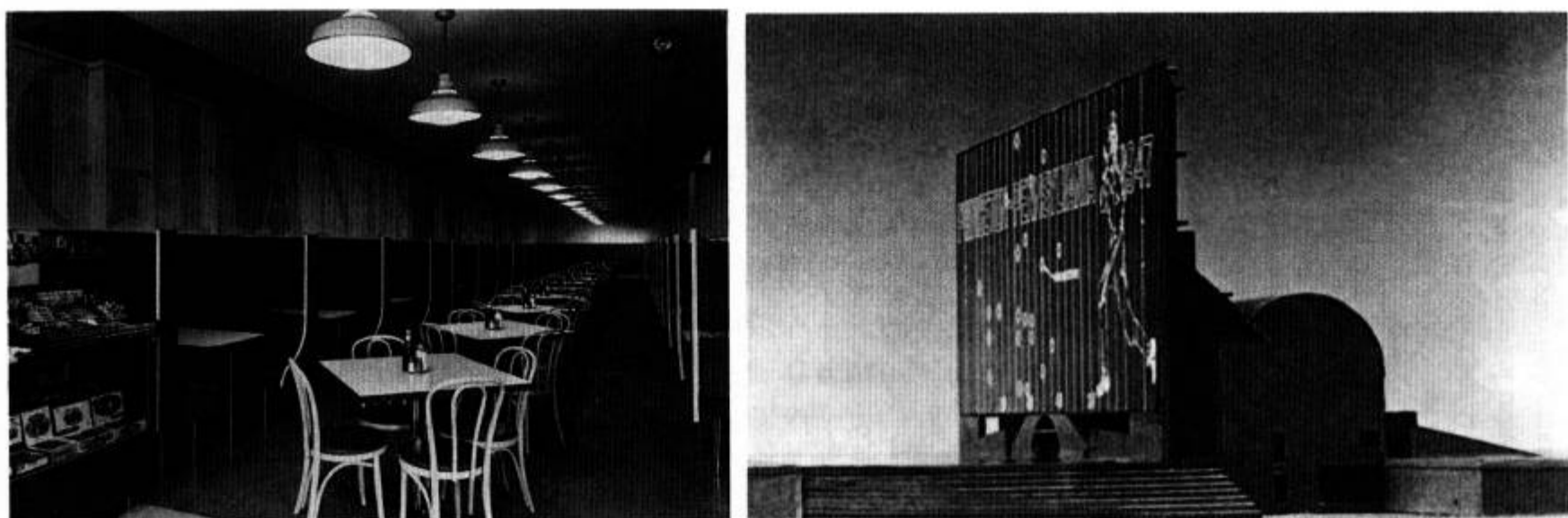
## 2. 超人文主义和超平面设计

人文主义(Mannerism)是欧洲文艺复兴时期产生的新词汇,描述在资本主义产生初期在文化和艺术上摆脱中世纪时期对人的束缚,强调文化和艺术上人的地位和人的表现,是人类文化的重大发展和突破,代表了新的文化时代的到来。人文主义虽然一方面具有个人表现的特征,但是,它的发展背景是现代科学技术的发展,因此,它具有浓厚的科学性和理性特点,比如在艺术中发展出高度科学性的透视、解剖和科学色彩学,就是科学技术的理性基础影响文化的例子。这种情况,在20世纪的设计中也有相似之处:自从40年代以来,特别是50年代以来,世界平面设计上出现了现代主义、国际主义风格,它的基础也是科学技术和理性化,强调视觉传达的功能特点,否认个人感受和个人风格在设计中的地位,其中以二战后瑞士发展起来,之后风靡世界的瑞士国际主义风格具有最集中的代表性。二战后垄断世界平面设计的是理性的、单一的国际主义风格,这种非个人化的、单一的、垄断的、强调技术而不是人的个性的风格,引起新一代的青年设计家的不满,因此,到60年代之后,有一批青年平面设计师利用当时流行的波普文化特点来摆脱国际主义长期的束缚,强调设计上的个人表现、个人地位,因此,他们称自己的这种探索为“超人文主义”(Supermannerism)。“超人文主义”的宗旨是反对国际主义设计上的单一、理性、简单化、几何形式化的倾向,把个人情绪、个人的感受重新投入设计中去。“超人文主义”其实是60年代反文化潮流在设计中的反映。

另外一个更加重要的设计发展趋向是后现代主义的兴起。后现代主义其实没有一个统一的面貌,如果说相同的地方,主要是在于这个运动的各个分支都具有反现代主义和国际主义的基本立场。后现代主义设计运动首先是从建筑设计产生的,逐步波及到各个设计领域,而平面设计开始并没有后现代主义,而是由建筑设计家把平面设计的某些因素运用到建筑的表面上,作为一种符号来象征后现代主义的装饰倾向。因此,平面设计与建筑设计的结合开创了设计活动中的一个崭新的篇章。

60年代以来,平面设计开始与建筑结合起来,在很多重大的建筑项目中都采用了巨大的字体和平面形象,来强调建筑的内容,这种发展趋势,也促进了平面设计的变化。对于这个时代众多的简单的、“少则多”的现代主义和国际主义风格建筑来说,最适合的形象是瑞士国际主义平面设计风格,最理想的





16—29. 60年代以来,西方从建筑设计界开始了重新采用装饰来反对单调的国际主义风格的“后现代主义”运动。发起人之一是美国建筑家温图利。上左图是温图利早在1962年就开始的采用部分历史装饰动机的设计项目: 格兰饭店室内设计,后现代主义建筑设计影响了平面设计的发展。上右图为1967年温图利的建筑比赛项目设计,具有强烈的装饰化倾向。

字体是“赫维提卡”字体,在平面设计上出现了采用简单的、庞大的几何图形、赫维提卡类型的无装饰线字体和强烈的色彩计划的设计,以适应国际主义的建筑环境(具体关于国际主义建筑风格请参看笔者的《世界现代设计史·1864—1996》一书的有关章节)。这种风格被称为“超平面风格”(Supergraphic)。“超平面风格”并不完全是国际主义风格,虽然它采用了国际主义风格的许多相同的设计因素,比如无装饰线字体、几何图形等等,但是它的宗旨是把这些功能因素加以夸张处理,达到新的装饰效果,而不是取消装饰。这种趋向,是平面设计开始参与建筑设计、环境设计的开端,平面设计能够改变环境、建筑的感受,通过色彩、形象来增加、强调某种心理的感受,平面设计的范畴开始扩展到其他设计的范畴中去了。“超平面风格”的另外一个重要的特点是:大部分从事这种风格设计的设计家都是后现代主义风格的建筑师,他们通过采用部分强烈的平面形象,特别是简单的几何图形,把这些形象运用到他们自己设计的建筑上,达到强烈的否定国际主义建筑风格的的目的,从而开创了建筑上“后现代主义”风格的一种方法和手段。

比较重要的“超平面风格”设计家是奠定后现代主义建筑运动的罗伯特·温图利(Robert Venturi 1925—)。温图利是美国费城人,毕业于耶鲁大学建筑学院,他是最早提出后现代主义宣言的人物,反对刻板的、单一的、“少则多”原则的现代主义和国际主义风格,提倡从历史时期的装饰风格和美国的艳俗的通俗文化中寻找装饰的借鉴,从而改变设计的刻板面貌。他撰文主张建筑界从美国的艳俗的赌城拉斯维加斯的文化和建筑中寻找改革的借鉴,他的这种惊世骇俗的主张,得到一批非常具有才干的建筑家的支持,从而在70年代开展了二战后最引人注目的建筑运动——“后现代主义”建筑运动。他自己采用罗马、古希腊、文艺复兴等等各个时期的建筑风格进行折衷处理,设计出一系列非常有特色的新建筑来(关于温图利的建筑探索,请参看笔者的《世界现代设计史·1864—1996》一书的有关章节),而就平面设计来说,他也是带动了“超平面设计”的重要人物。他在一些建筑设计上采用了庞大的平面设计的因素,特别是简单的几何图形,使这些图形达到象征性的作用,比如他为普林斯顿大学设计的吴应湘大楼(the Gordon Wu Building, Princeton University, 1986)的立面,就采用了大量的三角形、菱形、拱形、圆形镶嵌,是“超平面风格”的最典型运用。他在费城设计的餐馆(Grand's Restaurant in West Philadelphia)、美国橄榄球纪念馆(for the Football Hall of Fame)设计方案等等也都有类似的手法。另外一个把平面形象用于建筑设计的后现代主义建筑家是查尔斯·摩尔(Charles W. Moore, 1925—1995),他最早的这类设计是60年代中期在美国加利福尼亚州的瓜拉拉(Gualala)设计的一个建筑中进行尝试的。当时,他邀请了旧金山的平面设计家巴巴拉·索罗门(Barbara Stauffacher Solomon 1932—)帮他设计建筑的天花板和墙面,方法是采用简单的几何图形和强烈的色彩计划,把建筑的部分作为平面设计的内容



16-30. 巴巴拉·所罗门1966年设计的海报,把国际主义风格的基本因素加以装饰化发展,是后现代主义在平面设计上影响的开始。

来处理,突破了原来建筑设计和平面设计泾渭分明的隔离状况。索罗门是在国际主义平面设计风格的大本营巴塞尔设计学院(the Basel School of Design)学习平面设计的,对国际主义平面设计风格掌握得非常透彻,因此,也知道国际主义风格的局限性。她把国际主义风格常用的简单几何图形抽象出来,作为简单的象征性图形使用到建筑的表面上,因而改变了建筑的原来面貌,造成某种空间错觉。她的这个设计,开创了建筑设计史上的一个崭新的可能性和发展方向,使摩尔的建筑项目也得到很大成功。1970年,美国建筑师学院(the American Institute of Architects)授予索罗门以学院奖章,称她的成就是“大胆的、新鲜的和令人兴奋的设计,这个设计表明了理性的重要性,同时也表明了有力的平面设计在建立有秩序的都市景观中的重要性”。这是建筑界第一次对平面设计在建筑和城市面貌、都市景观中的作用提出如此之高的评价,表明在现代技术发展的条件下,设计之间已经开始出现了相互融合的关系。

以上这两种风格都没有能够维系很长的时间,1970开始,“超平面设计”演化成为企业形象系统设计的一个组成部分,同时也成为建筑装饰的一种手法,在后现代主义中得到一定的发展,对于改变公共建筑,特别是学校环境、工业和商业环境的面貌起到一定作用。而“超人文主义”则自然地成为正式的“后现代主义”设计的一个部分。

### 3. 后现代主义平面设计

后现代主义运动是在20世纪70年代前后在建筑中产生的设计运动(笔者在《世界现代设计史·1864—1996》一书中对这个运动有比较详细的阐述,以下仅仅作一个简单的介绍)。

第二次世界大战结束以后,从德国战前发展出来的国际主义设计成为西方国家设计的主要风格,国际主义设计运动在20世纪50年代、60年代、70年代风行一时,影响到设计的各个方面,在建筑设计、平面设计、产品设计等等方面更成为主导性的设计风格。

国际主义设计是现代主义设计在二战后的发展,从设计风格上是一脉相承的,无论是二战前的现代主义设计还是二战后的国际主义设计都具有形式简单、反装饰性、强调功能、高度理性和系统化的特点;在设计形式上,国际主义设计受到密斯·凡德洛的“少则多”(less is more)主张的深刻影响,在50年代下半期发展为形式上的减少主义特征,逐步从强调功能第一发展到以“少则多”的减少主义特征为宗旨,为达到减少主义的形式,甚至可以漠视功能要求,因而开始背叛现代主义设计的基本原则,仅仅在形式上维持和夸大现代主义的某些特征。

国际主义设计源于现代主义建筑设计。早在1927年,美国建筑家菲力普·约翰逊就注意到在德国斯图加特市近郊举办的威森霍夫现代住宅建筑展(Weissenhof Housing Project, Stuttgart)的设计风格,他认为这种风格会成为一种国际流行的建筑风格,并称这种单纯、理性、冷漠、机械式的风格为“国际风格”(International Style)。这是现代主义设计被称为“国际主义”的开端。经过德国、荷兰、俄国的一批建筑家、设计师、艺术家的努力探索,现代主义设计在德国的包豪斯设计学院时期达到顶峰,出现了工业产品设计、平面设计、舞台设计等等各个方面的现代主义设计发展,无论是意识形态上还是形式上,都呈现趋于成熟的面貌。但是,以德国为首的欧洲现代主义设计运动在纳粹德国时期受到全面封杀,大部分现代主义设计的主要人物都在30年代末年移民美国,因而把德国的这个运动带到美国来。

源于欧洲的现代主义设计运动迁移到美国后继续发展。经过第二次世界大战期间和大战结束以后的一个不长时期的探索,国际主义设计终于在美国兴盛起来。它作为一种设计风格影响西方各国,从建筑设计进而影响到其他的设计领域,特别是平面设计、产品设计,成为流行一时的风格。作为国际主义建筑风格的回应,在平面设计上,出现了与建筑上国际主义设计相呼应的瑞士国际主义平



面设计，以简单明快的版面编排和无饰线体字体为中心，形成高度功能化、非人情化、理性化的平面设计方式，影响世界各国；在产品设计上也出现了德国乌尔姆设计学院和布劳恩公司的体系，以德国设计家迪特·兰姆斯为首，形成高度功能主义、高度秩序化、高度功能化的产品设计风格，影响欧美和日本等各国的产品设计风格。总而言之，国际主义设计在第二次世界大战结束后的六七十年代达到发展的顶峰，无论是工业产品设计、建筑设计、室内设计还是平面设计，现代主义风格都成为设计的典型特征。

战后的国际主义设计与二战前的欧洲现代主义从形式上具有一脉相承的关系，但是，从意识形态和思想动机来说，则完全不相同。在二战前的欧洲，国际主义设计的动机是为社会大众提供他们能够买得起的设计，彻底改变设计以往为权贵的立场，使人民大众能够享有良好的设计，包括住宅、产品、平面设计等等，虽然这时的探索充满了不切实际的乌托邦思想色彩和小资产阶级知识分子的幻想，但从思想意义来说，这种探索是进步的，代表了设计的民主主义倾向和社会主义特征。但是，当欧洲的现代主义设计受到德国纳粹的打压，在欧洲受到独裁政权的摧残而被迫迁移到美国，这种原本具有民主色彩的设计就变成一种单纯的商业风格，成为美国企业的代表，其意识形态的初衷基本被改变了。由一种因为民主主义动机、社会主义动机而形成的简单、功能化、理性化形式，变成了为形式而形式的形式主义追求，“少则多”原来只是为达到低造价目的的一种手段，二战后则成为形式追求的中心。目的性被取消了，为达到目的而不得已采取的手段变成了目的。这是国际主义设计的核心内容。因此，二战前欧洲具有民主主义色彩的、具有强烈社会主义色彩的现代主义设计在二战后变成具有强烈美国资本主义特征的国际主义设计，本来为无产大众服务而发展出来的现代主义设计现在变成成为资本主义企业的符号和象征的国际主义设计。而又因为美国的经济实力强大，影响西方各国，终于发展成国际主义设计运动。

1958年，密斯·凡德洛与菲力普·约翰逊合作，在纽约设计了西格莱姆大厦（the Seagram Building），与此同时，意大利设计家吉奥·庞蒂（Gio Ponti）在米兰设计了佩莱利大厦（the Perelli Building），这两栋建筑成为建筑上的国际主义里程碑，奠定了国际主义建筑风格的形式基础。密斯是这个风格的集大成者，他本人的微弱的意识形态倾向，以及重视形式主义细节的特征，造成了他对于建筑设计的减少主义形式原则。西格莱姆大厦是世界上第一座“玻璃盒子”的高层建筑，完全没有任何装饰，为了达到减少主义的最高形式要求，使建筑表面体现出格子式的工整网状形式，米斯基甚至为这个大厦设计了特殊的遮阳窗帘，他设计的所有卷帘式窗帘只有三种开合方式：完全打开，完全关闭，一半开合，因此，可以达到工整的外表形式要求。室内完全不安排任何装饰，黑白两色的色彩计划、单调的几何形态体现出他追求减少主义的动机，而功能则往往屈从于形式目的。这样一来，现代主义的功能主义原则被背叛了，无论减少主义会造成如何的功能上的缺陷，为了达到形式目的，也必须遵守形式一致的要求。现代主义提倡的功能第一，形式第二的基本立场，终于为了形式主义目的而被推翻，从而形成形式第一，功能第二的原则。玻璃幕墙大厦成为发达资本主义国家的象征，美国作家汤姆·沃尔夫（Tom Wolfe）愤怒地在他的知名作品《从包豪斯到我们的房子》（*From Bauhaus to Our House*）中说：密斯·凡德洛的“少则多”的减少主义原则改变了世界大都会三分之二的天际线。他的这个说法并不夸张，从东京到纽约，从布宜诺斯艾利斯到法兰克福，全世界的大城市都变成一样：玻璃幕墙建筑，钢骨家具，减少主义成为了国际主义的核心内容，像病毒一样蔓延西方世界。

为了适应国际主义的城市和建筑特点，新的国际主义平面设计也发展起来。瑞士的平面设计家在二战前德国现代主义、荷兰“风格派”、俄国构成主义平面设计的功能主义基础上，探索形成一种新的、冷漠的、功能主义和理性主义的平面设计风格。50年代初期，瑞士设计家马克斯·比尔（Max Bill）、马克斯·胡柏（Max Huber, 1919—）、安东·斯坦科夫斯基（Anton Stankowski, 1906—）、亚德里安·弗鲁提格（Andrian Frutiger, 1928—）、艾米尔·鲁德（Emil Ruyder, 1914—1970）、阿明·霍夫曼（Armin Hofmann, 1920—）、里查·罗谢（Richard P.Lohse, 1902—）、约瑟夫·穆勒-布罗克曼（Josef Muller - Brockmann, 1914—）、汉斯·纽堡（Hans Neuburg·

1904—)、卡洛·威瓦列利(Carlo Vivarelli·1919—)等人,发展出瑞士国际主义平面设计风格来,其中包括新的字体“通用体”和现在非常流行的“赫维提卡体”,新的版面编排体系,这种风格准确而非个人化,与米斯的“少则多”风格非常吻合。

德国二战后的工业产品设计也出现了类似的发展。德国的乌尔姆设计学院和西德家用电器公司布劳恩公司,在设计上和设计理论上发展出一套完整的系统设计体系来,形成西德新理性主义设计,冷漠、高度理性化、系统化、减少主义形式,与米斯的建筑也如出一辙。国际主义风格因而得到全面地完善。

对于国际主义的这种发展结果,批评界是具有相当的争议的。部分人认为这是现代主义发展的新高度,是形式发展的必然趋势,米斯的减少主义设计代表了20世纪设计的高度发展;另外一些人则认为:这是从现代主义的倒退,因为新的设计违背了功能第一的基本现代主义设计原则,是用功能主义的形式外衣包裹的非功能主义、形式主义内容的伎俩,因此是不应该提倡的。但是,无论理论界如何争论,国际主义设计风格却实实在在地征服了世界,成为二战后世界设计的主导风格。到60年代末、70年代初,世界的大都会几乎变得一模一样,设计探索多元化的努力消失了,被追求单一化的国际主义设计取代。所有的商业中心都是玻璃幕墙、立体主义和减少主义的高楼大厦、简单而单调的平面设计、缺乏人情味道的家具和工业用品,原来变化多端、多种多样的各国设计风格被单一的国际主义风格取而代之。不但设计使用者的心理功能需求被漠视,就连简单的功能需求也没有得到满足。这种状况造成社会中的青年一代开始对现代主义、国际主义设计逐渐产生不满情绪,这种广泛的不满倾向是国际主义设计逐渐式微的主要原因。

必须注意的是“现代主义”,或者“国际主义”风格的名称。“现代主义”是19世纪末期、20世纪初期在欧美出现的一个内容庞杂的文化艺术、意识形态运动,包括的内容非常广泛,而具体到每个运动中,它的含义是不尽相同的。艺术上的现代主义运动与设计上的现代主义运动具有非常不同的地方。如果说两者的相同之处,大约主要是在于它们都具有向传统挑战的立场。除此之外,几乎完全不一样。艺术上、文学上的现代主义是一种创作原则,主要是向传统的理性观念和现实主义挑战,宣扬和弘扬个性和自我为己任,致力于个人的表达,以及对新的表达形式的探索,追求艺术创作上的个性;而现代主义设计目的则是把设计从以往为少数权贵的服务方向改变为为为人民服务为己任的探索,充满了社会乌托邦主义和社会工程动机,是一种具有高度民主化和社会主义色彩的知识分子的探索。它的目的不是创造个人表现,而是努力于创造一种非个人性的、能够以工业化方式大批量生产的、普及的新设计。对于现代主义设计师来说,重要的不是风格,而是动机,风格只是解决问题后的自然副产品而已。因此,一个为个人表现,一个为社会总体服务,艺术上和设计上的两种现代主义其实非常不同。艺术上的现代主义包含了各种各样的运动,比如立体主义、达达主义、超现实主义、表现主义、象征主义等等,而现代主义设计就是现代主义设计,本身目的明确,风格清晰,旗帜鲜明。二战后流行的国际主义设计从风格上于二战前的现代主义设计一脉相承,但是从意识形态上看,则已经面目全非,民主色彩、社会主义色彩、乌托邦色彩已经荡然无存,单单剩下一个减少主义、“少则多”的形式躯壳,所以非常脆弱,因而就被60年代末期和70年代初期的以改变国际主义设计的单调形式为中心的各种所谓的“后现代主义”风格挑战。

“后现代主义”这个词的含义非常复杂。从字面上看,是指现代主义以后的各种风格,或者某种风格,因此,它具有向现代主义挑战,或者否认现代主义的内涵。文学理论家迈克·科勒(Michael Kohler)在1977年的著作《后现代主义——一种历史观念的概括》(*Postmodernismus: Ein Begriffsgechichtlicher Uberbick, Amerikastudien 22: 8—18*)中提到这个概念的复杂起源。他提到早在1934年就有弗雷德里科·德·奥尼兹采用了“后现代主义”(Postmodernismo)这个词,1942年达德莱·费兹采用“后现代”(Post-Modern),1947年英国历史学家阿诺德·汤因比也采用了“后现代”(Post-Modern)这个术语,但是,他们都没有对这个词的实质含义进行准确的界定。荷兰乌特勒支大学教授汉斯·伯顿斯(Hans Bertens)在他的《后现代世界观与现代主义的关系》一文中提到有几个理论家认为后现代主义是50年代美国反文化活动开始的,因而把波普运动作为后现代主义的起源



看待。他们认为后现代主义的精神实质是对传统的现代主义的反动，是一种“反智性思潮”(anti-intellectual current)。如此之类，对于后现代主义的含义、时间概念、发展情况等等，都众说纷纭。因此，可以说泛义的后现代主义是一个很难确定的文化术语，本文也不准备对此进行讨论。

在英文中，“后现代”(post-modern)和“后现代主义”(Post Modernism)的内容是不同的。“后现代”在设计上是指现代主义设计结束以后的一个时间阶段，可以这么说，自从70年代以后的各种各样设计探索都可以归纳入后现代时期的设计运动，直到目前为止，依然是后现代时期；而后现代主义，则是从建筑设计上发展起来的一个风格明确的设计运动，无论从观念还是从形式，都是非常清晰的，而设计上的后现代主义运动则已经从80年代末期开始式微了。正因为“后现代”这个时间观念和“后现代主义”这个设计风格观念经常混淆，所以近来有一些理论家开始采用“现代主义以后”(after Modernism)来取代“后现代”这个时间阶段术语，比较典型的例子是约翰·萨卡拉编辑的有关后现代时期设计问题文选《现代主义以后的设计》(John Thackara: *Design After Modernism*, Thamesand Hudson, 1988)和布莱恩·瓦里斯编辑的有关后现代时期的艺术问题的文选《现代主义以后的艺术》(Brian Wallis: *Art After Modernism: Rethinking Representation*, The New Museum of Contemporary Art, New York, in association with David R. Gordine, Publisher, Inc., Boston, 1991)两本著作。因为后现代和后现代主义产生的各种含糊不清的问题，最近越来越多的理论家偏重于采用“现代主义以后”来代替“后现代”这个词。

设计上的后现代主义的内容和含义比较明确。如同设计上的现代主义，设计上的后现代主义也是从建筑设计开始发展起来的。虽然后现代主义设计的风格繁杂，但是，与后现代主义的文化现象比较，依然是宗旨一致、风格接近、面貌完整。从意识形态上看，设计上的后现代主义是对于现代主义、国际主义设计的一种装饰性的发展，其中心是反对密斯·凡德洛的“少则多”减少主义风格，主张以装饰手法来达到视觉上的丰富，提倡满足心理要求，而不仅仅是单调的功能主义中心。设计上的后现代主义大量采用各种历史的装饰，加以折衷的处理，打破了国际主义多年来的垄断，开创了新装饰主义的新阶段。后现代主义采用了大量古典装饰为动机，因此有明显的符号可以追寻，与文化上混杂的后现代主义相比，应该说是非常简明、清晰的。

理论家约翰·萨卡拉(John Thackara)在他选编的重要后现代主义设计问题论文集《现代主义以后的设计》中，对于现代主义设计所遭遇的问题提出了他的看法。他认为，现代主义到60年代末期、70年代初期遇到两个方面的问题，第一是现代主义设计采用同一的方法、同一的设计方式去对待不同的问题，以简单的中性方式来应付复杂的设计要求，因而忽视了个人的要求，个人的审美价值，忽视了传统对于人的影响，这种方式自然造成广泛的不满；第二个方面的问题是过分强调设计专家的能力，认为专家能够解决所有的问题，这种把专家作用、专家的经验 and 知识、专家对于复杂问题的判断能力过于夸大的方式，在新时代、新技术、新知识结构面前显得牵强附会。20世纪下半叶的西方各国，虽然度过二战后困难的初期，到了70年代左右，各种社会问题依然存在，而不断的周期性经济危机造成的失业、经济衰退，更加使广大民众对于单一方式、专家精英领导这种方式具有反对情绪。这两方面的问题，是促成新的反对现代主义、国际主义设计运动产生的原因。

萨卡拉提出，设计在新时代中具有新的重要含义。设计本身表达了技术的进步，传达了对科学技术和机械的积极态度，同时旗帜鲜明地把今天和昨天不同本质划分开来。设计是以物质方式来表现人类文明进步的最主要方法。从我们周围的设计存在来看，的确，现代主义和国际主义设计从根本上改变了我们的物质世界，也从很大程度上改变了我们的思想方法、文化特征，甚至行为特征。正因为设计牵涉到我们每个人的日常生活、思想方法、行为方式、物质文明等等方面，所以，人们对于设计也就越来越有敏锐的要求，也造成了现代主义、国际主义设计必须变化来应付新的需求的前提。

二战前现代主义时期，设计家们提出设计的目的是为了“好的设计”(good design)，这个“好的设计”指的主要是良好的功能、低廉的价格、简单大方的外形。二战后国际主义的设计虽然发展了简单大方的外形，以至达到简单到无以复加地步的减少主义，功能良好基本依然维持，造价也并

不太高，但是，社会的复杂化使这三方面的内容已经无法满足新的需求了。新的社会情况，要求设计能够提供对复杂的都市环境的统一计划，以新的技术来取代现代主义、国际主义设计一成不变的技术特征，以更加富于视觉欢娱的方式来取代一般性的视觉传达方式。国际主义设计被认为是取消美感（de-aesthetization）、破坏人类完美的生态环境的帮凶，它利用简单的机械方式，把原来与传统、自然融为一体的都市环境变成玻璃幕墙和钢筋混凝土的“森林”，恶化人类的生活环境、破坏传统的美学原则。与此同时，国际主义设计也参与商业主义，参与市场营销活动，以虚假的外表来欺骗消费者，促使人们购买他们并不需要的东西。这些结果，都促使人们对于现代主义设计、国际主义设计提出疑问：它们的目的是什么？因此，对于现代主义设计、国际主义设计的挑战是来自两个（起码两个）不同的来源的：一个是求新求变的新生代对于一成不变的单调风格的挑战，造成各种装饰主义的萌芽；另外一个是对设计责任的重视而提出的调整要求，造成了现代主义基础上的各种新的发展。

不少后现代主义的理论家都依然趋向把当代社会的巨大变化，特别是技术造成的社会变化，作为后现代主义设计出现的背景和主要原因来看待。的确，二战后的社会状况与二战前有巨大的区别。科学技术从来没有如此地影响到人们的日常生活，影响到社会的变化。二战前因为新能源的采用，因为工业化的推动而产生了工业化社会；二战后则因为传播媒介、电子技术、信息技术的发展，产生了一个依附于传播、信息技术的新时代。不少理论家把这种因素作为当代社会的形成背景之一看待。因而，他们把二战前的社会称为“工业化社会”，把二战后的，特别是60年代末期以后的社会称为“后现代社会”。比如理论家弗里德里克·詹姆逊（Fredric Jameson）提出二战后西方社会的特征是一个后工业化的、多民族混合的资本主义式的、消费主义的、新闻媒介控制的、一切都建立在有计划的废止体制上的、电视和广告的时代。他的观点非常有代表性。

并不是所有的人都对后现代时期持有积极态度。法国著名理论家和批评家让·保德里亚德（Jean Baudrillard）对于被信息技术所控制的当代社会，对于被当代社会背景所控制的现代的设计、艺术发展抱有消极的态度和看法。他称我们现在的这个时代为对传达媒介，或者“传播信息的狂喜”时代（ecstasy of communication）。他认为二战后社会变化的最大特点是传播媒介、各种信息的大爆炸。我们的时代已经建立在转瞬即逝的电子影像基础上，对于设计造成的影响，就是设计师们再也不可能如同现代主义初期那些大师一样能够设计出永恒的产品、建筑来。在信息时代，一切都显得短暂、易变，设计不得不应付这个新的情况和环境。他认为，大众传播媒介完全摧毁和破坏了艺术、设计可以积极促进社会稳步发展的可能性，在一个电子影像、传播媒介控制的社会中，在事实上是被新闻媒介歪曲的虚假现实中，设计与艺术只能退缩到设计与艺术本身中去。

对于现代主义、国际主义设计的厌恶是后现代主义发展的一个非常重要的转折因素。如果说文化上的后现代风格是一个循序渐进的过程，那么，我们则可以从设计上，特别是建筑设计上找到一个明显的从国际主义、现代主义向后现代主义转折的时期，从密斯·凡德洛垄断一切的“少则多”到罗伯特·温图利的“少则烦”（less is abore），其中的转变只用了几年的时间，因此，可以说设计上的转折是有明确的时间性和阶段性的。

后现代主义产生的另外一个重要原因是二战后新生的一代青年消费者，他们被称为“自我一代”（the “me-generation”），他们强调自我，沉溺于物质主义之中，对于世界、国家的发展毫不关心，关心的只是自己的享乐和满足。针对这一代人的设计，当然不能是单调的、社会功能性的国际主义风格，而装饰主义在这种情况下自然大行其是。换言之，社会的市场需求造成了新的设计风格——后现代主义风格的产生。

后现代主义对于国际主义风格来说是一个重大的冲击，虽然有些设计家对“后现代主义”这个术语不敢苟同，也不以为然，认为它代表的不过是现代主义的一个延续和发展而已。但是，后现代主义的装饰手法，却正是现代主义反对的内容，因此，很难说后现代主义是现代主义的简单延伸和发展。当然，后现代主义没有可能，也没有企图完全推翻重视理性和功能的现代主义、国际主义设计，但是，后现代主义更加趋向形式主义和装饰主义，却是确实的。这种重新提倡采用装饰手法的



观点的确震动了整个主流的、主张国际主义风格的设计界。

后现代主义设计运动是从美国发展起来的，所谓“后现代主义”平面设计，其实是对现代主义的一个改良，而方法主要是把装饰性的、历史性的内容加到设计上，使之成为平面设计的一个组成因素。在平面设计上，它融合了60年代开始发展起来的“后人文主义”风格，加入了各种历史的装饰动机。后现代主义的平面设计可以粗略地分成以下几个类型：

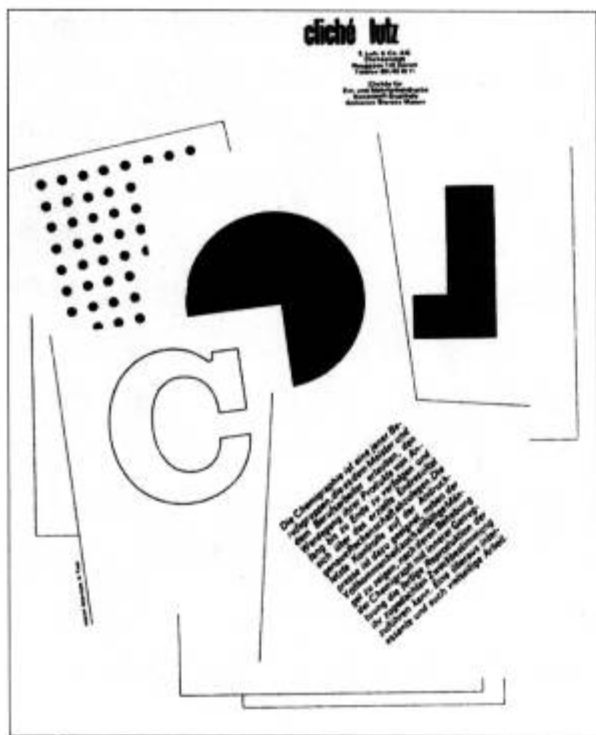
1. 所谓的“新浪潮平面设计运动”(New Wave Typography)，这个运动是由瑞士巴塞尔的几个原来与瑞士国际主义平面设计运动关系密切的瑞士设计家发起的，目的是打破国际主义对于平面设计的垄断。这个运动的领导人是瑞士巴塞尔的平面设计家沃夫根·魏纳特(Wolfgang Weingart 1941— )；

2. 意大利米兰市80年代产生的激进装饰主义设计运动“孟菲斯集体”(the Memphis group in Milan, Italy)和旧金山激进平面设计运动；

3. 称为“里特罗”(Retro)的欧洲怀旧风格设计运动，以及它在美国的发展；

4. 采用电脑从事设计的新流派，虽然没有一个统一的运动，但是由于采用同样的工具——电脑和同样的电脑软件，因此，在风格上比较接近。这个潮流是从80年代开始发展起来的，到90年代依然兴盛。

后现代主义风格最早在60年代末期已经在平面设计上出现了。与建筑设计相比较，它的形式特征不是那么明确，因为虽然国际主义风格垄断设计，但是在平面设计上的垄断比建筑设计上的垄断要松得多，这是由于平面设计一直有强调装饰、幽默的派别，没有因为瑞士发展起来的国际主义风格出现而完全消失。这是平面设计发展与建筑设计的最大区别。1964年，由卢兹印刷厂(E.Lutz&Company)出版的，罗斯玛利·提西(Rosmarie Tissi)设计的广告中已经具有强烈的装饰因素了，可以视为早期的装饰主义回潮的开端，也是后现代主义的先兆。提西一直是后现代主义的重要平面设计代表人之一，其设计的平面作品主要是平面的广告，一方面采用了国际主义的基本布局，具有基本的视觉传达功能，另一方面同时对基本的平面因素，包括字体、版面编排等都采用了折衷的、开玩笑式的方法进行了装饰性加工，使设计充满了生动性和游戏性，完全不同于简单的、刻板的国际主义风格。另外一个与提西同时开始后现代主义平面设计探索的人是西格弗雷德·奥斯玛特(Siegfried Odermatt)，他从1966年左右就开始了类似的设计，特别是为联合保险公司(theUnionSafeCompany)设计的企业标志和平面广告(海报)，把利用无装饰线体组成的“联合”



16-31. 1964年提西为卢兹公司设计的广告海报，是后现代主义平面设计的代表作之一。



16-32. 提西1980年设计的企业海报，利用不同装饰方法把企业名称字体进行改变，造成高装饰性的后现代主义特点，是后现代主义平面设计在80年代的，也是晚期的作品之一。



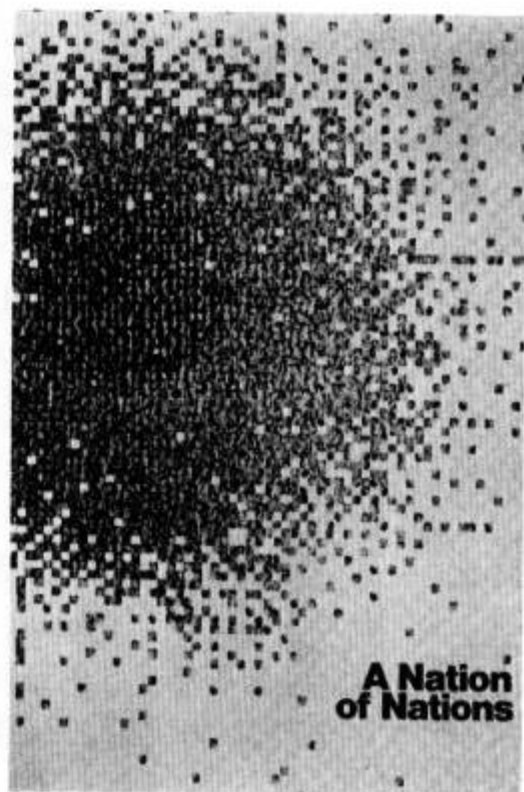
16-33. 提西设计的另外一个企业海报，把字体全部变成旋涡结构，视觉上非常强烈。



16—34. 奥德玛特1968年设计的企业形象。后现代主义平面设计的另外一种形式。



16—35. 奥德玛特1969年设计的企业形象。



16—36. 盖斯布勒1976年设计的“国家的国家”海报,表现美国是移民组成的国家,采用数字构成的方法,具有强烈的现代感。



16—37. 盖斯布勒1974年设计的财政服务公司海报,采用平面和色彩构成的双重交叉错视设计,造成非常复杂的视觉效果。

一字继续游戏式的分解和叠合,是充满了创意特征的、反国际主义刻板风格的最早的后现代主义平面设计作品之一,在设计上具有很重要的奠基作用。这两个设计家的作品,特点之一是采用非历史性的游戏手法,在现代主义和国际主义平面设计基础上进行装饰性变化,给平面设计带来了前所未有的欢乐和游戏特点,是后现代主义发展的一个方向。他们都没有抛弃现代主义、国际主义平面设计的视觉传达功能特点,即使设计保持功能性,同时又加入了娱乐、趣味性特点的努力。他们的这种设计方法,迄今依然在设计界颇受欢迎。

瑞士平面设计家斯蒂夫·盖斯布勒(Steff Geissbuhler 1942—)是另外一个早期参与上述两人的后现代主义设计探索的设计家。他在60年代中期到盖基制药公司(the Geigy pharmaceutical company)从事药品的包装设计和制药厂的广告和其他平面设计工作,之后又为其他的企业或者事业单位从事海报设计。

他的设计风格是把平面因素先组织起来,然后把这个组成的结构加以处理,好像旋风卷入,或者破碎成为无数碎片,或者通过纵横切割分解等等,使设计具有特殊的艺术意味。虽然他的设计具有如此强烈的形式主义倾向,但是他还是遵循基本的视觉传达功能原则,无论如何改变平面形象,他坚持把企业名称或者事业、演出、展览的名称、地点等等最重要的内容以最简单的、明确的方法显示出来,体现了后现代主义是基于现代主义的设计原则上装饰变化的这个本质特征。

提西、奥斯玛特、盖斯布勒三人是60年代开创了后现代主义平面设计的最重要人物,他们的设计给以后的平面设计家在这个探索方向上以重要的启示。70年代的平面设计因而出现了更加剧烈的、激进的改革,其中最重要的一个流派称为“新浪潮”平面设计(New Wave Typography)。

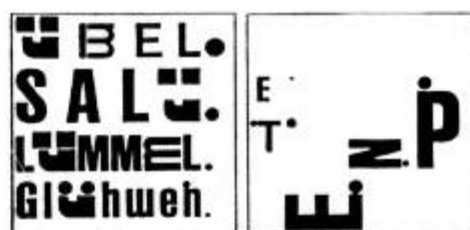
#### 4. “新浪潮”平面设计运动

“新浪潮”平面设计运动,从英文字面上看,也可以称为“新浪潮”版面设计。其实,对于单纯讲究功能的版面设计风格,早在20年代已经有设计家企图进行改革了,比如早期的包豪斯平面



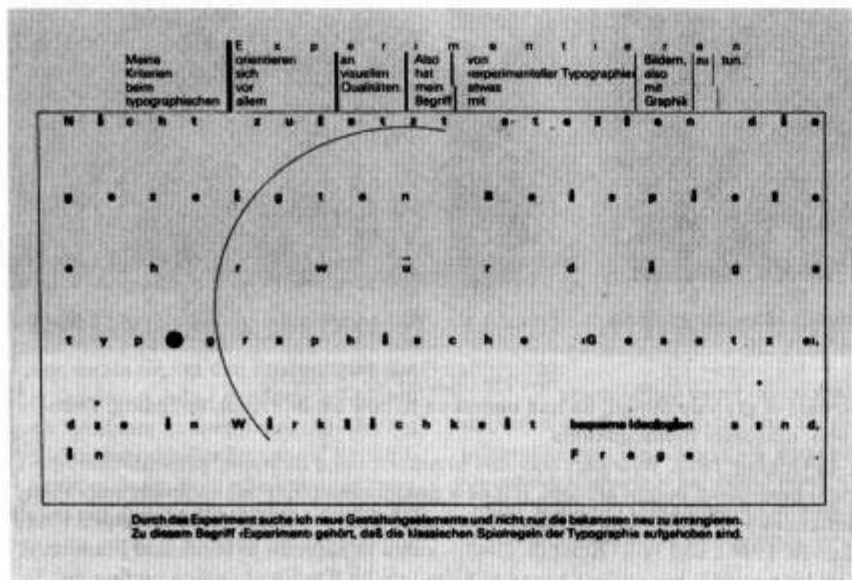
Hausanschlußkästen aus Isolierstoff	BEG	Berliner Elektrizitäts-Gesellschaft
Hausanschlußsicherungen	1000 Berlin	
Berührungsschutz für den Netzanschluß	Postfach 437	
Steuerleitungsklemmen	Fernruf	59 67 21
Endverschlußrichter		

BEG



16-38. 60年代出现了平面设计的“新浪潮”派,其中重要的代表人物是魏纳特。他们把国际主义风格加以装饰化发展,形成后现代主义平面设计中非常独特的一派。这是魏纳特1963年设计的版面,可以看到瑞士国际主义风格强烈的影响。

16-39. 魏纳特1971年开始的平面编排试验。



16-40. 魏纳特逐步形成自己的设计风格体系,这是他在1974年设计的海报,是他的风格的典型代表。

16-41. 魏纳特1974年利用照片拼贴的方法设计的版面,在国际主义基础上进行演变。

设计大师赫伯特·拜耶 (Herbert Bayer)、让·奇措德 (Jan Tschichold) 等人就尝试过各种非单纯构成主义风格的新平面编排,但是他们都没有形成体系,而现代主义平面设计当时正处在上升时期,二战后更加形成国际主义平面设计风格,从而很难对这种处在鼎盛状态的设计风格进行全面的挑战和改革。因此,这个工作就自然留给二战后,特别是六七十年代的设计家来进行了。1964年,年轻的设计家沃夫根·魏纳特从德国东南地区来到瑞士的巴塞尔,跟随瑞士国际主义设计大师艾米尔·鲁德 (Emil Ruder) 学习平面设计,受鲁德和阿明·霍夫曼的影响很深。毕业之后,他在巴塞尔设计学院从事设计教学,开始感到瑞士发展起来的国际主义平面设计风格的刻板性必须进行改革,才能适合新时代的审美需求。因此,他开始对标准的国际主义风格进行大规模的改革,并且通过自己的教学影响下一代设计师,使他们对于长期以来被认为神圣不可侵犯的国际主义风格有自己的独立理解。魏纳特的设计依靠国际主义的基本构成布局,遵照基本的平面编排原则,但是对所有的内容,包括字体、编排的纵横粗细方式进行了形式主义的加工,增加了平面的趣味性和韵味。虽然他很少采用插图,即使采用插图也是大部分运用照片拼贴,版面编排也往往是纵横的构成主义性的,但是由于平面的基本因素都已经经过装饰性加工,因此,显然不再是单调、刻板、高度理性的国际主义风格,而是充满了趣味、个人特色的新设计风格。他的这种设计,开创了版面设计的崭新方式。

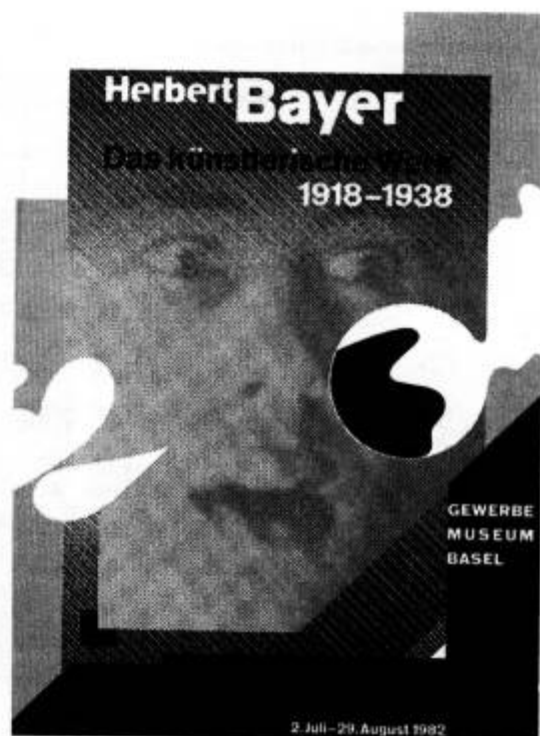
从1968年到1974年,魏纳特都努力探索新的字体系统,他的设计与1920年前后的荷兰“风格派”、俄国的“构成主义”和德国的包豪斯的字体设计探索非常接近,具有强烈的构成主义特色。字体的设计与编排在很大程度上是新的构成主义的组合。他采用了非常简单的几何图形作为字体设计的基础,不采用装饰线,只是采用粗细长短不同以及版面编排上的构成主义特征来达到强烈的平面视觉效果。他对于平面设计的文字、文章部分也进行了新的设计安排,他认为没有必要把文字完全放在一起,文字部分也可以进行切割、打碎、分解、重组等等加工,增加平面的趣味性,形成新的风格。他采用了设计制版的方法,来进行这种类似解构的版面编排设计,无论字体、插图还是文章本身,都经过结构上的分解、重构设计,照片插图也进行了拼贴组合,他的设计因此充满了活跃、



16-42. 魏纳特1971年设计的平面设计刊物的封面。



16-43. 魏纳特1977年设计的展览海报，照片拼贴和纵横的立体主义编排并存。



16-44. 魏纳特1982年设计的《赫伯特·拜耶平面设计展览》海报。

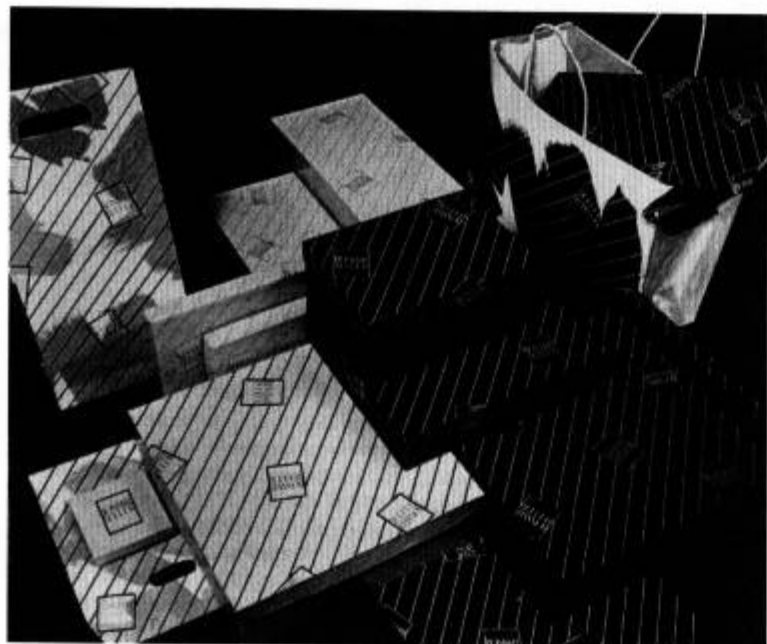
纷乱、生动的特点，与传统的国际主义风格大相径庭。

20世纪70年代中期以来，魏纳特的设计重点转移到制版的摄影机的技巧上。制版照相机原来的功能仅仅是客观地把设计好的内容变成制版的底片，而魏纳特则开始把制版照相机作为工具，通过照相机对已经设计好的版面进行变形、改良、歪曲处理，最大限度地运用这个新的设计因素，来改变原来版面的刻板性，使自己的设计更加五光十色、扑朔迷离。他这个时期的一系列海报设计，通过采用这个方法，变得更加生动、趣味，同时拥有一种超现实主义的韵味。他设计的艺术展览海报、演出海报等等，都具有非常强烈的否定国际主义、充满了个人风格的特征，震动了世界的平面设计界。

魏纳特依然强调在视觉传达上的“古腾堡方式”(the “Gutenberg approach”),也就是基本的视觉传达功能性的维持。对于他来说，以上这些多姿多彩的设计手法的目的，仅仅是为了改变国际主义风格的单调性，但却不能够改变设计的视觉传达功能性这个基本的出发点。因此，他是在功能的基础上进行改良，而不是完全以艺术性取代视觉传达的功能性。1984年以来，魏纳特开始采用电脑设计，电脑的便利，使他能够更加自由地发挥自己的设计构思和进行新的探索。

1972年10月，魏纳特到美国旅行，在美国8个最重要的设计学院作了讲演和介绍了自己的设计。美国经历了漫长的国际主义风格的垄断时期，当时正处在寻找新的设计风格的后现代主义运动的开始阶段，在建筑设计上已经出现了令人兴奋的发展，而平面设计上却还在期望能够找到突破，他的设计，自然是给了美国平面设计界非常及时的、重要的启示。在瑞士，他的探索是个人的、缺乏社会支持的、小规模，而在美国，他的设计却立即成为社会的、大规模的试验，成为后现代主义平面设计的重要视觉借鉴和基础。与此同时，另外几个在瑞士巴塞尔学习设计的青年设计家也都回到，或者来到美国发展，其中包括丹·弗里德曼(Dan Friedman 1945—)，威利·孔茨(Willi Kunz 1943—)和艾普里尔·格莱曼(April Greiman 1948—)等人，他们组成了非常有力的后现代主义平面设计集团，带动了整个设计的发展。他们成了所谓的“新潮流”平面设计运动的

## 344 第十六章



16-45. 1977年弗里德曼等人设计的礼品包装。新浪潮派的典型风格。



核心力量。

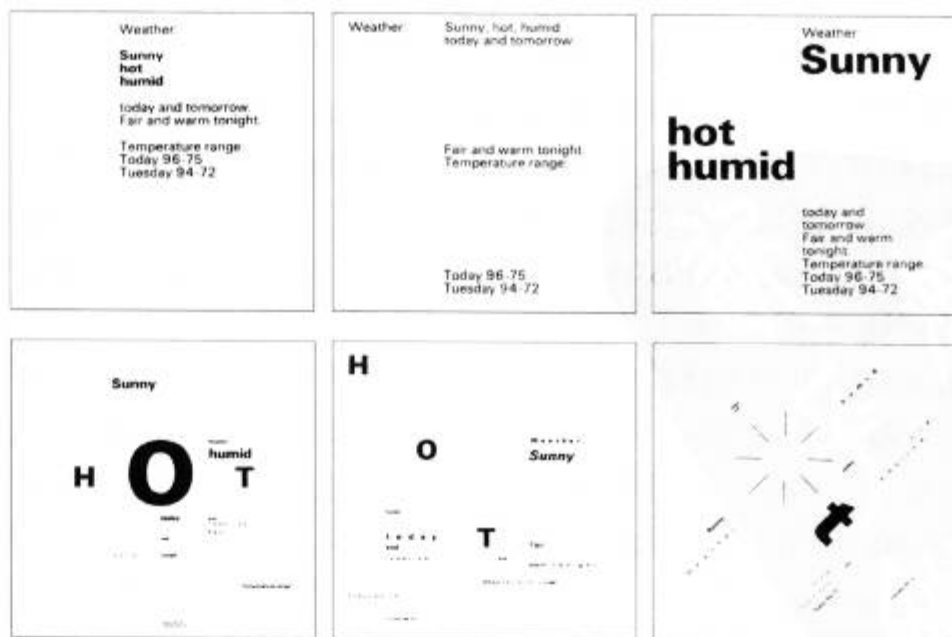
这批人的共同特点是他们的教育背景都是欧洲正宗的现代主义、国际主义设计，比如弗里德曼毕业于德国最重要的乌尔姆设计学院，格莱曼毕业于巴塞尔设计学院，他们都受到魏纳特的影响。他们对于国际主义的单调性和统一性都有自己的看法，希望能够通过设计实践来改变这种设计单一和单调的状况。而正是因为他们对于正宗的国际主义设计风格有深刻的认识和熟练的掌握，因此才能够从中变化出来。60年代到70年代初期，魏纳特组织学生对平面设计进行改革，其试验包括采用大写的无装饰线体来作装饰，采用粗壮的阶梯形尺度编排版面，生动地运用空间，字体的多元化和混合运用，改变传统的字体粗细等等，尽量使整个平面生动活跃。这几个年轻人都受到很大的影响。

丹·弗里德曼从1967年到1968年期间在乌尔姆设计学院学习，1968年到1970年期间又到瑞士的巴塞尔设计学院学习，可以说他的整个设计教育都是在欧洲最杰出的设计学院中进行的。毕业之后，他回到美国，于1970到1971年期间在耶鲁大学和费城艺术学院（Philadelphia College of Art）教书，他在教学的时候已经对学生预言平面设计将面临电脑发展带来的挑战，他认为这种新局面会造成新的平面设计风格，而新的风格必然是综合性的，而不是国际主义这样单一的、理性的方式。他在教室中指导学生对韵律、和谐、比例等等平面设计的原则进行研究，他发给每个学生一段内容中性的文字，这些文字是用30点大小的通用体55号和65号（Univers 55 and 65）印刷的，每个人都必须根据这个印刷对它的比例、尺度、各种字体改变而达到的不同效果、线条、字体组成的单词的视觉形象、字母的空间尺寸、文字组成的总体结构形象（clustering）、视觉上的象征方式、文字组成的图画效果等等进行研究，他认为平面设计处理文字的功能性和趣味性往往是冲突的，因此必须进行设计上的处理，以达到双方面都完美的效果。[他的原话是：“that legibility (a quality of efficient, clear, and simple reading) is often in conflict with readability (a quality which promotes interest, pleasure, and challenge in reading).”]，他要求学生的作业必须有良好的视觉传达功能，同时又有良好的美感。他要求学生反复地研究和探索平面设计各种因素的组合可能性，学生可以对这些因素进行几乎是任意的布局，但是基本的视觉传达架构却必须保持。因此，大部分学生的作业表现出一种解构的（deconstructed）、同时具有良好的视觉传达功能的特征。这其实也是他自己的设计方向。1973年的《视觉语言》杂志（Visible Language）介绍了他发展的这种新的功能主义和解构主义混合的新风格，在美国的设计界和设计教育界有很大的影响，并且也影响到西方企业国家的设计界。

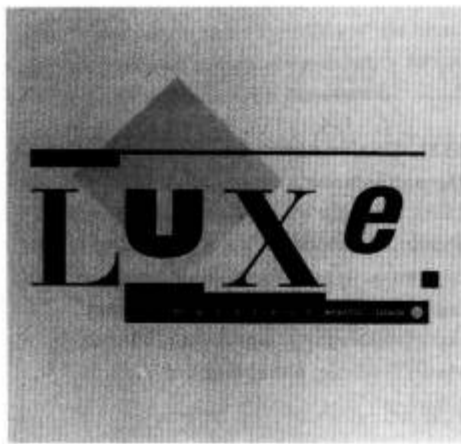
弗里德曼的平面设计、家具设计、雕塑作品都代表了后现代主义的设计和 art 特征，他的正统



16-46. 丹·弗里德曼1971年设计的《平面设计》杂志封面，典型的“新浪潮”派的作品。

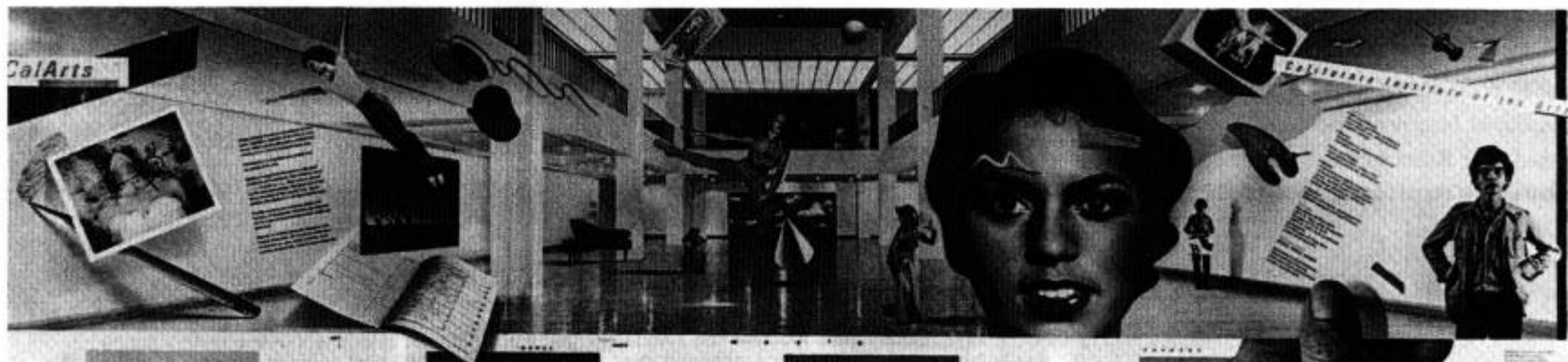


16-47. 弗里德曼和他的学生1970年设计的天气预报编排，他给学生提出各种各样的有关天气预报的内容，学生必须设计出一方面能够传达信息，另外一方面又有视觉效果的平面作品来。这是部分设计的结果。



16—48 上)。“新浪潮”派的另外一个重要设计家,美国加州的艾普里尔·格莱曼1978年设计的LUXE杂志的报头。四个字母混合四种不同字体,娱乐性很强。

16—49 右)。1980年格莱曼设计的“中国俱乐部”的广告,生动、新潮,对世界的平面设计风格的发展带来很大的影响。



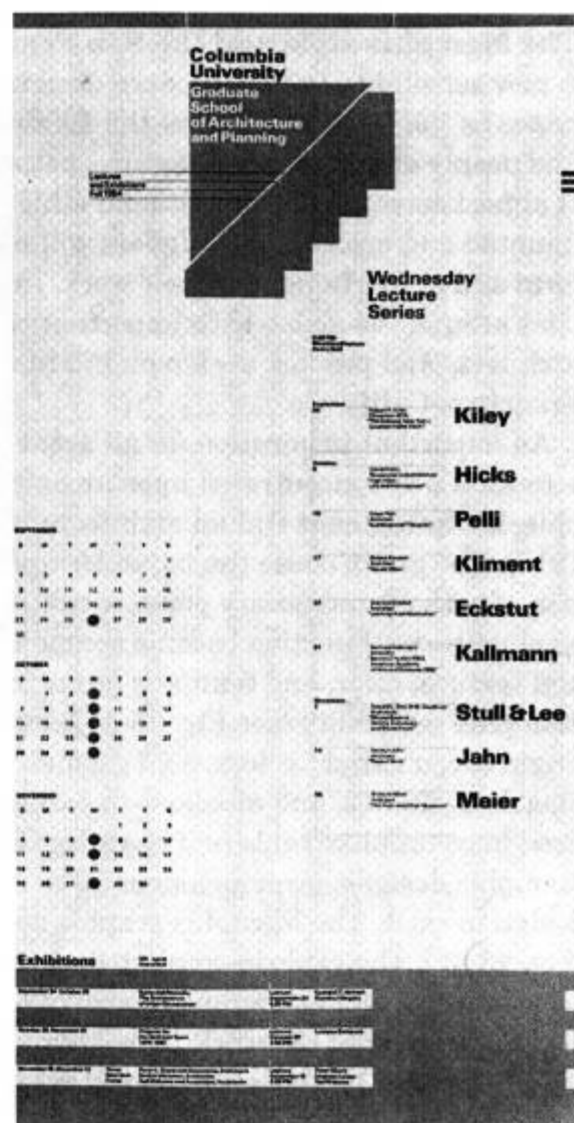
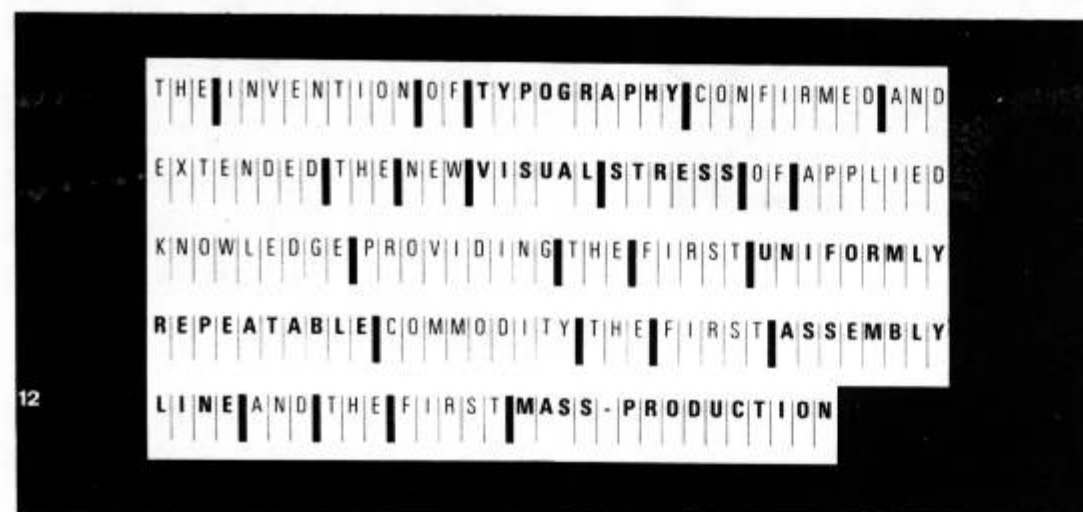
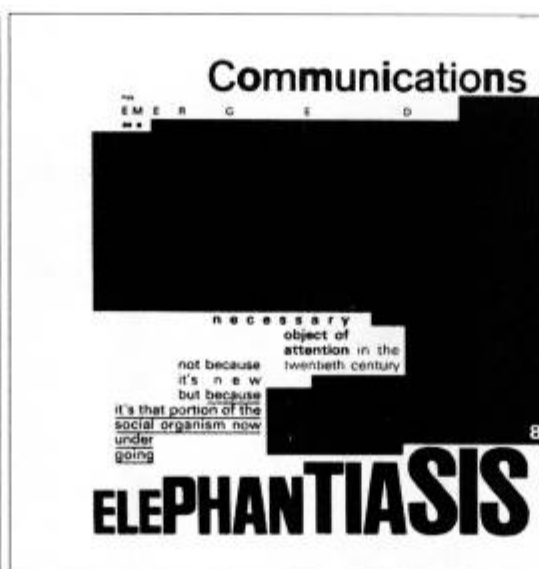
16—50. 1979年格莱曼设计的加利福尼亚艺术学院海报,强调了这个学院的艺术前卫立场。

的乌尔姆和巴塞尔教育一方面给他提供了良好的视觉传达功能设计的坚实基础,另外一方面也给他提供了可以改造的对象。他把视觉美感和视觉传达功能双重性混合起来,达到非常完美的结合。他在设计中利用肌理、表面处理、空间布局达到强烈的视觉效果,他对于对比非常注意,特别是采用几何图形和有机图形的对比,因此他的设计具有鲜明的个人特点,与流行的国际主义风格大相径庭。

魏纳特和霍夫曼于1970年初期都在巴塞尔工作,他们的设计探索影响了女设计家格莱曼。魏纳特说格莱曼把他们在巴塞尔发展起来的设计新观念发展到一个崭新的方向,特别是对于色彩和摄影素材的应用,因为他是在美国发展自己的设计,而美国是一个具有很大兼容性的国家,按照他的话说:在美国什么都是可能的。(他的原话是:“April Greiman took the ideas developed at Basel in a new direction, particularly in her use of color and photography. All things are possible in America!”)格莱曼采用了一些自己独特的设计方式,比如在版面上阶梯式的编排方式,对于空间的使用等等。格莱曼的平面编排往往强调二维的,也就是平面的特点,但是她也利用编排上的技巧设法达到三维的深度错视,她运用各种图形的重叠、具有指示性的标记线条来产生透视感,她使用的几何图形往往浮在空间中,并且都有阴影,从而自然产生强烈的立体效果,而这些几何图形都是飞动的、有明显的运动趋向的,因此她设计的版面充满了运动的活力。这种方法能够产生非常强烈的超现实主义的幻觉感,同时也基本建立在抽象的形式之中,形成格莱曼自己的独特设计风格。她与摄影家杰米·奥格斯(Jayme Odgers 1939— )合作,把摄影灵活地运用到她的平面设计中,使摄影能够与她的设计融为一体,进一步加强了立体感和空间感。

瑞士出生的威利·孔茨(Willi Kunz)在把巴塞尔发展起来的新平面设计风格介绍到美国去起到决定性的作用。他早年从事版面编排工作,是印刷厂的排版学徒。之后在瑞士的苏黎世艺术与工





16—51. 瑞士新浪潮派设计家孔茨1975年设计的版面,与格莱曼不同,他不用解构的形式,而是采用结构主义的方式进行演化发展,达到特殊的视觉效果。

16—52. 孔茨1984年为美国哥伦比亚大学建筑学院设计的通知招贴。

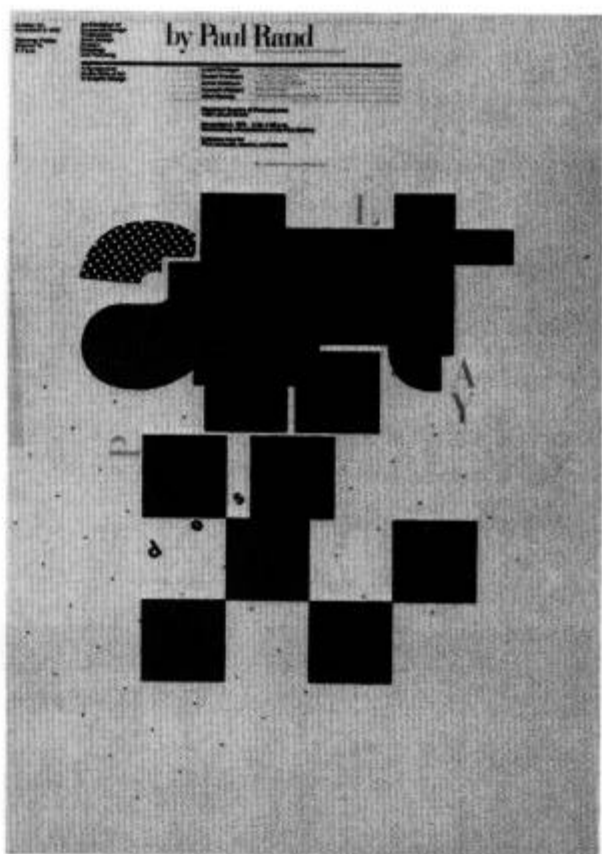
艺美术学校 (the Zurich School of Arts and Crafts) 攻读学位, 1970 年移民到美国纽约工作。从 1970 年到 1973 年在纽约从事平面设计工作。1973 年, 魏纳特担任教授得到七年一次的轮休 (称为 “sabbatical — leave”), 巴塞尔设计学院因此聘请孔茨代课一年。孔茨在教学中除了采用他自己的平面教育方法来训练学生之外, 还提出一些非常具有挑战性的课题让学生参与讨论和设计。其中比较突出的一个项目是加拿大哲学家马歇尔·麦克卢汉 (Marshall McLuhan) 的哲学著作的平面诠释和设计。麦克卢汉的哲学中心之一是强调思想通过视觉和印刷方式的传达, 因此与平面设计, 特别是版面设计有非常密切的关系。通过对他的哲学的反复讨论和研究之后, 他们设计出完全以手工方式印刷的, 他们自己诠释的麦克卢汉哲学著作《十二个版面诠释》(12 *Typographical Interpretations*)。孔茨和他的学生们把麦克卢汉的哲学思想完全视觉化, 通过版面的对比、各种几何图形的象征性使用、简单的字体、特别的行距和字距使用, 以及整体组合的疏密处理, 表达了他的哲学所讨论的中心思想和观念, 是非常成功的设计项目。

孔茨在欧洲工作了一个时期之后, 回到美国, 建立了自己的平面设计事务所, 把他在瑞士的经验开始逐步引入他在美国的平面设计之中。1978 年他设计了摄影家佛里德利克·肯托 (Fredrich Cantor) 的摄影展览海报。这个海报设计被视为平面设计中后现代主义的开端之一。他的对比方法、字体的风格、采用点来形成强烈的对比、空白的使用, 都显示了对流行一时的现代主义风格的否定, 而开创了崭新的平面设计阶段, 也就是被称为 “后现代主义” 的新设计风格阶段。

在平面设计上, 孔茨完全不采用现代主义的预先确定的方格网络为基础来从事设计, 他的设计方法是自由的, 平面结构是随着设计程序的发展而发展的。对他来说, 最重要的设计因素是设计所要表达的信息, 整个平面的结构都必须为传达平面视觉信息服务。对信息传达的高度重视, 使他得到 “信息建筑家 (information architect)” 的外号。这种风格, 在他设计的大量展览、学术讲座的



16—53. 孔茨1978年设计的摄影展览海报。



16—54. 海伯特的探索与孔茨相似, 这是他在1979年设计的展览海报。

海报和时间表上可以明显地看出来。他的设计方法, 其实与兹瓦特 (Piet Zwart) 的手法具有异曲同工之处。他们都非常强调信息传达为主导的设计方法和程序, 不受预先定立的方格网络约束, 而由必须传达的信息来决定平面设计的风格和方式。他们往往不花什么时间在草图上琢磨, 而尽量迅速地进入到正式设计程序中来。一旦基本构思确定, 他们就立即确定采用什么平面的因素来传达这个观念, 所有平面因素都是为了传达信息服务的。在这方面, 他们显示了比自称为“功能主义”的现代主义平面设计派更加强烈和明显的功能主义倾向。

“新浪潮”版面设计风格很快传播到世界各地的平面设计界, 引起强烈的反应。许多长期从事国际主义风格设计的平面设计师开始从自己的设计中探索新的设计可能性。如果说“新浪潮”本身具有对国际主义平面设计风格的挑战作用的话, 其实它的意义更加体现在启发了整个平面设计界, 开拓了新的思路的可能性。这样, 统治平面设计长达20年之久的国际主义风格开始被动摇了, 各种新风格, 各种曾经出席过的平面设计风格都被尝试和试验, 比如达达主义的照片拼贴风格再次被使用, 而20年代的功能主义风格, 包括包豪斯的平面设计被作为装饰印刷使用, 大量使用黑白和空白、疏密对比等方法越来越多见于设计大师的设计项目, 兹瓦特半个世纪以来孤军奋战使用的这些方法, 到80年代成为非常流行的西方平面设计风格。有些设计家一方面依然使用标准的国际主义平面设计的方格网络作为基础, 但是在具体应用上却不受方格网络的局限, 而是以内容的传达为中心, 或者刻意表现出20年代的早期方格网络风格, 以传达一种怀旧情绪。比如杰出的设计家和设计教育家肯尼斯·海伯特 (Kenneth Hiebert 1930— ) 的设计就体现出这种倾向。他设计的保罗·兰德的展览海报采用明显的平面肌理效果、小点组成的图案、多种字体组成的复杂文字部分不规则地排列在方格网络上, 这种折衷主义的手法, 既以现代主义或者国际主义的方格网络为基础, 而同时又具有相当程度的修正和扭曲, 是平面设计上的后现代主义的常用手法之一。

## 5. 孟菲斯风格和旧金山派平面设计

20世纪70年代产生的另外一个重要的后现代主义设计集团是位于意大利的米兰市的孟菲斯设计集团 (Memphis), 这个集团和在美国加利福尼亚州的旧金山的后现代主义平面设计集团结合在一起, 成为当时非常重要的设计核心力量, 促进了后现代主义平面设计的发展。



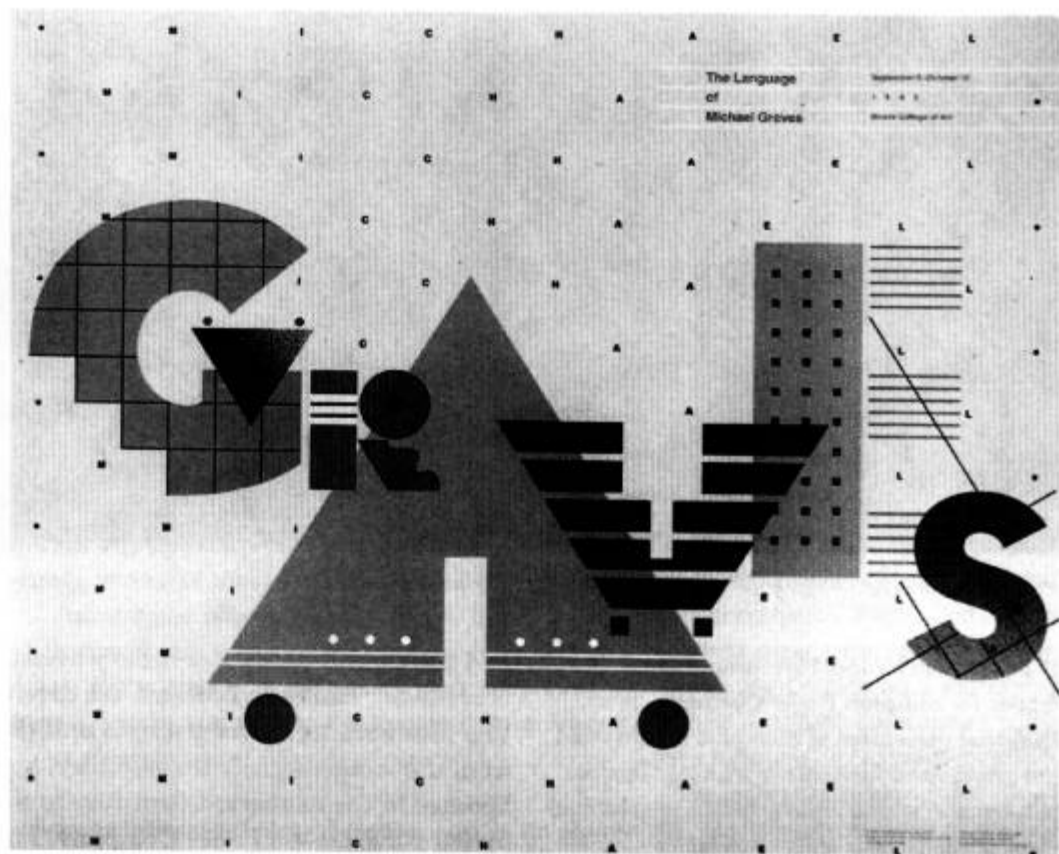
MEMPHIS

MEMPHIS

MEMPHIS

MEMPHIS  
MILANO

16—55.80年代在意大利的米兰出现了后现代主义设计集团“孟菲斯集团”，这是孟菲斯集团的平面设计师拉德尔和格列戈设计的“孟菲斯”标志，生动而形象地体现了这个前卫设计集团的设计方式和特点。

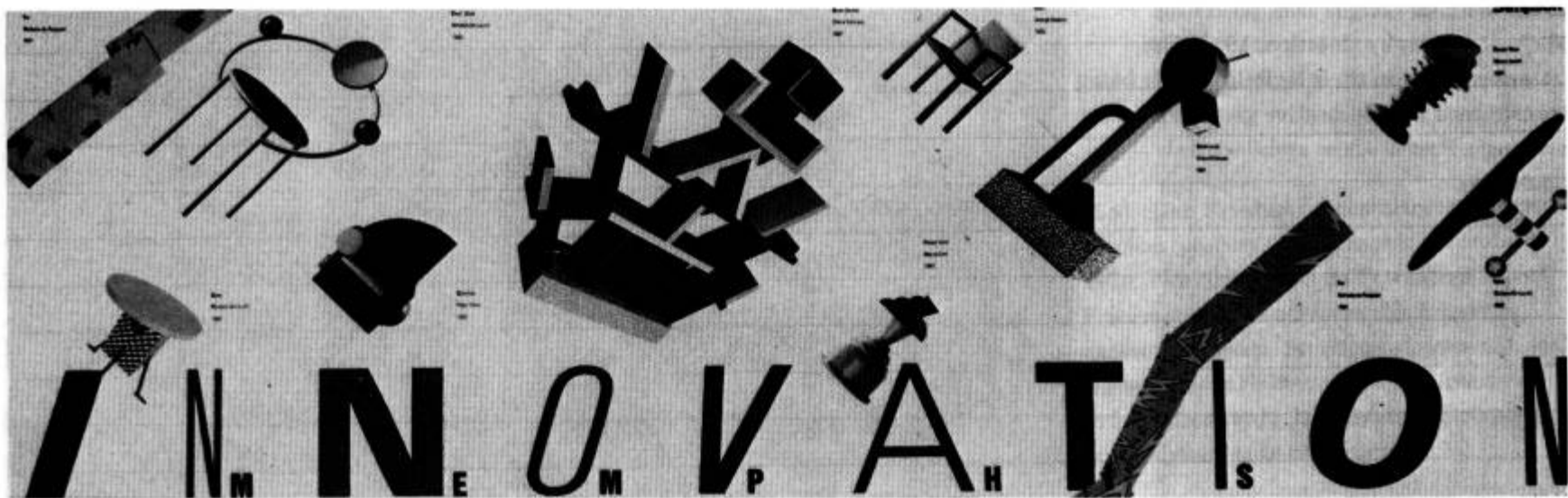


16—56. 孟菲斯集团的朗豪斯1983年设计的后现代主义建筑家麦克·格里佛斯的展览海报，具有典型的孟菲斯特点。

80年代是设计史上后现代主义的重要发展时期，意大利的孟菲斯集团是引起世界注意的最重要的后现代主义设计集团。这个集团的精神领导是建筑设计和工业产品设计家艾托·索扎斯（Ettore Sottsass 1917—）。这个集团之所以称为“孟菲斯”，是表现了它对于通俗文化、大众文化、古代文化的装饰的认同立场。“孟菲斯”主要从事产品设计，同时也设计平面作品，他们本末倒置地处理设计中的关系：功能往往从属于形式，对于他们这些意大利设计家来说，设计中的中心是形式主义的表现，而不是功能性的好坏。他们在设计中大量采用了各种复杂、色彩鲜艳的表面图案、纹样、肌理，设计形式上充满了不实际的幻想、浪漫的细节，往往流于艳俗，而这种艳俗的效果，正是他们追求的目的，因为经历了长期单调、乏味的国际主义风格垄断之后，他们希望能够通过这种矫枉过正的方法来达到完全掀翻国际主义风格的目的（关于“孟菲斯”设计集团的建筑和产品设计，笔者已经在《世界现代设计史·1864—1996》一书的最后一章中有详细的讨论，在这里就不再重复这部分内容了）。

“孟菲斯”设计集团中从事平面设计的主要人物是克里斯多夫·拉德尔（Christoph Radl）。他在设计上与其他的“孟菲斯”设计集团成员具有相类似的立场，风格上与这个集团的家具设计、建筑设计也很一致，具有强烈的艳俗、色彩绚丽的特点，也经常是违反功能目的的。他的设计，与其说是视觉信息的传达手段，倒不如说是一种个人艺术观点和文化观点的宣泄。这也正是后现代主义设计的一个非常典型的立场和方法。他这种艳俗的、色彩绚丽的、非功能化的平面设计，对全世界的后现代主义平面设计都造成很大的影响，形成了所谓的“孟菲斯”风格，导致了80年代世界平面设计界后现代主义风格的流行和泛滥。

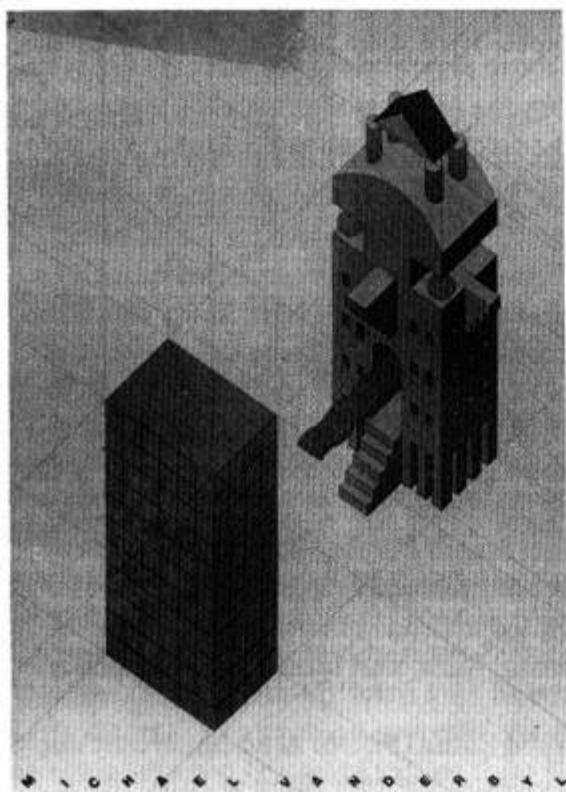
对世界平面设计界的后现代主义风格流行的刺激，不仅仅局限于意大利的“孟菲斯”集团，因为后现代主义最早是20世纪70年代初期在建筑设计界出现的，因此，一系列重要的后现代主义建筑家的设计风格都对平面设计上后现代主义的发展起到启发、刺激和催化的作用，其中比较重要的有影响的人物是美国后现代主义建筑大师麦克·格里夫斯（Michael Graves 1934—）。格里夫斯早期崇尚现代主义建筑的奠基人之一——勒·科布西耶（Le Corbusier）的现代主义，特别是在60年代，他设计的建筑都具有科布西耶的影子。但是，自从70年代以后，他改变了自己的设计立场，开始在设计中强调装饰性，主张采用有限的古典装饰因素来丰富单调的现代主义建筑。他依然采用现代



16—57.孟菲斯集团的凡德比尔1985年设计的辛普逊纸品公司促销海报。



16—58.凡德比尔1983年设计的HBF家具公司的目录。

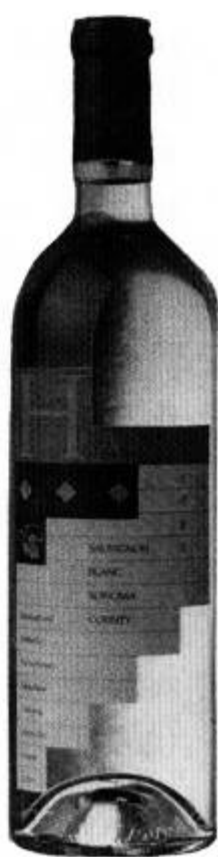
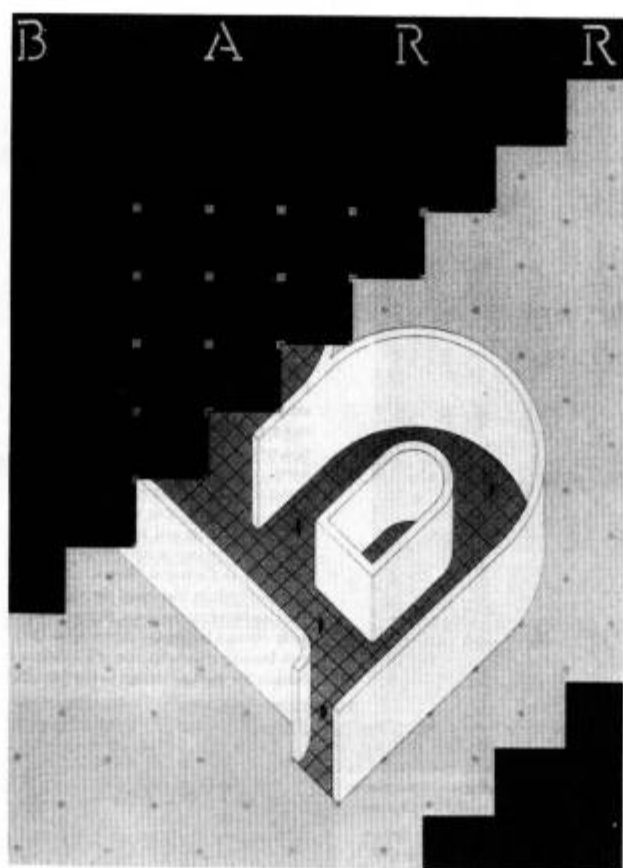


16—59.凡德比尔1984年设计的后现代建筑的展览海报。

主义的简单几何形式，但是在内中加上了丰富的历史装饰印刷，复杂的色彩计划，从而从根本上改变了单调的密斯风格的垄断局面，是启动后现代主义建筑运动的主要人物之一。格里夫斯这种在几何图形上进行装饰性加工的后现代主义建筑设计手法，影响了相当多的平面设计家。1983年，美国费城的平面设计家威廉·朗豪斯（William Longhauser 1947—）开始采用格里夫斯的手法来设计海报。他设计的主题是格里夫斯建筑设计展览的海报，因此，顺理成章地采用与格里夫斯同样的风格，这个展览海报为朗豪斯提供了一个开拓新风格的机遇，他把英语“麦克”（MICHAEL）几个字母组成了色彩丰富的背景网格，而在现代主义、国际主义的方格网络上加上丰富的、装饰性的色彩处理，形成非常丰富多彩的新面貌，这种脱胎于格里夫斯的建筑设计风格的手法在平面设计上表现得非常充分。这个为后现代主义建筑展览设计海报的项目，使得后现代主义风格能够充分在平面设计上表现出来，而逐渐形成一种具有影响力的风格。

旧金山的平面设计界和旧金山的设计学院受到国际主义风格非常深刻的影响。旧金山地区和附近的地区因为位于旧金山湾，因此被称为“湾区”（Bay Area）。“湾区”的平面设计界在20世纪60年代基本全部卷入国际主义平面设计风格，在这个过程中，“湾区”设计界逐渐形成一个比较密切的团体。因此，到80年代中期，当后现代主义逐渐形成，并且在建筑上成为领导潮流的主要风格的时候，“湾区”的平面设计界也就自然全面转向后现代主义，使“湾区”成为世界最重要的后现代主义平面设计集团和中心。与纽约那些规模庞大的设计事务所不同，“湾区”的平面设计界习惯小型工作室，喜欢个人的，或者几个人的小型事务所，这种事务所比较具有弹性，也能够审时适度来调整自己的设计风格和方向，适应潮流的变化。其中比较具有代表性的个体平面设计事务所有三家：即麦克·凡德比尔（Michael Vanderbyl 1947—），麦克·曼沃林（Michael Manwaring 1942—）和麦克·克朗宁（Michael Cronin 1951—），他们在传达设计上，在平面设计媒介的演变上都具有重要的影响作用。他们在“湾区”从事设计活动，对于设计中发展的趋势了如指掌，因此能够非常敏感地觉察到后现代主义的来临和可能的发展，从而把从建筑设计中发展起来的风格加以发挥，糅合在平面设计的因素之中，对于促进后现代主义平面设计的发展起到非常重要的作用。他们的设计，





16—60. 麦克·曼沃林1984年设计的展览海报。 16—61. 曼沃林1984年设计的巴尔设计展览海报。 16—62. 曼沃林1986年设计的酒包装。

打破了原来国际主义风格刻板、沉闷的原则，凸现了欢乐的乐观主义色彩，热情洋溢的幽默感。他们采用了自由绘画的手法，加上欢乐的色彩，自由和轻松的版面编排，形成了独特的、具有感染力的新风格。

凡德比尔 1979 年设计的加利福尼亚公众无线电台的海报是奠定这种风格的早期作品。这件作品具有强烈的、欢乐的色彩计划，线条重叠，利用象征无线电波的线条作为主题，整个作品的背景是灰色的，衬托出活跃的主题形式和鲜艳的主题色彩。一扫国际主义的刻板、沉闷，带来了崭新的风貌。他在选择形式的时候非常注意形式的象征性使用，比如蓝色的长方形压在眼睛上、红色的三角形压在耳朵上，而利用三角形的三角扩展方式来扫过口形，强调了无线电这种无需视觉传达的听觉传达媒介的特点。

凡德比尔对于意大利“孟菲斯”集团的家具设计非常感兴趣，特别是对这个后现代主义集团在使用色彩、材料、肌理上的大胆和狂放印象深刻。他在给美国辛普森纸品公司设计的邮递广告中充分发挥了这几方面的特点，从这个项目出发，他为这个公司设计了一系列具有强烈后现代主义建筑特点的海报。之后，他再接再厉，不断使用后现代主义风格设计了大量的家具、产品和其他商品的广告、海报，从各个方面打破国际主义风格的原则，成为“湾区”后现代主义平面设计中重要的人物之一。

“湾区”后现代主义平面设计的一个非常重要的特点是把象征性的几何图形赋予具体的内容。比如在麦克·曼沃林的作品之中，就大量使用了色彩、形式和肌理来传达具体的内容。抽象的几何图形具有具体的含义，这在国际主义风格中是没有的。他在为加利福尼亚州圣克鲁兹服装公司（Santa Cruz clothing）设计的海报中，充分体现了这个特点。色彩、几何图形不但创造了气氛，也传达了商品内容，使用的手法是象征性的，而无需具体服装照片来表示，这种手法具有非常活泼的特点，因此自然受到 80 年代以来的青年一代消费者的欢迎。他在为“巴尔展览”（Barr Exhibits）的宣传册设计上，进一步发展了这种特征。“巴尔”的首写字母是“B”，他的设计就围绕这个字母，把这个字母进行立体化处理，同时采用了方格网络来创造地平面的视觉基础，使字母具有立体的、三维的特点。这种手法，也使平面设计与建筑设计具有密切的关系，许多后现代主义的平面设计作品，特别是“湾区”的平面设计家的作品，具有强烈的建筑预想图的特征，也表明了这种风格的来源。在

这个大前提之下，他们对于具体的字体、装饰细节非常自由，因为后现代主义本身就是现代主义基础上进行装饰化处理的结果，目的在于打破沉闷的理性主义设计限制，因此，采用装饰性细节，正是后现代主义的核心部分之一。“湾区”后现代主义设计家们广泛采用了各种各样的字体，包括相当多的古典字体和旧体，同时也使用众多的传统装饰纹样来丰富平面效果。麦克·克朗宁常常使用几何图形和其他象征性的图形作为色彩的承体，比如他1983年设计的贝多芬音乐会的海报（Beethoven Festival Poster）就采用了既像贝多芬愤怒而竖起的头发又像愤怒的火焰的形状，形成火焰一般的鲜红色的燃烧的头发形状，来表达他对于贝多芬的性格和音乐的认识，整个画面采用连续不断的火焰状曲线、燃烧的有机形态来强调音乐的个性和力量，而海报的外部边缘则依然是工整的长方形、绿色的建筑外框，这样，强烈的内部形态和稳固的外部框架取得统一协调，也正是后现代主义平面设计的重要特点之一。

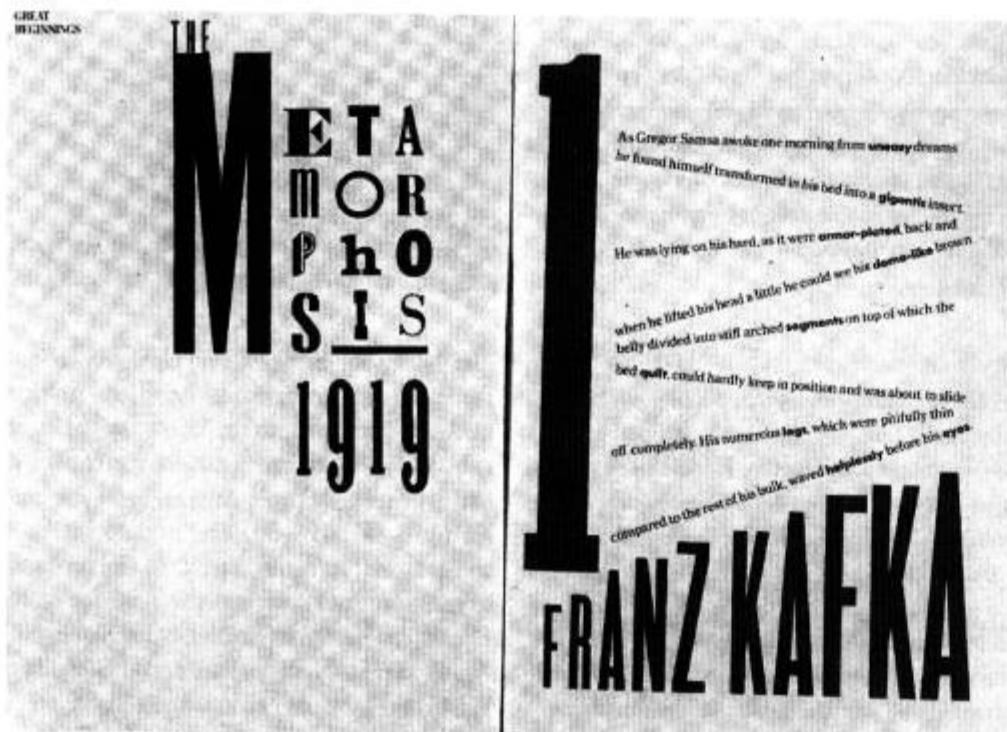
装饰主义是后现代主义平面设计的重要因素和核心之一，以旧金山“湾区”为中心的平面设计家广泛地从后现代主义建筑家麦克·格里夫斯的建筑中和从意大利米兰的“孟菲斯”集团的设计中吸取灵感和创作动机，从而在80年代期间形成自己的风格，并且影响了世界各地的平面设计。80年代的美国和欧洲、日本处于经济高度繁荣时期，因而后现代主义也是这种丰裕时代在设计上的体现，无论建筑还是平面设计作品，华丽的色彩、精致的装饰、强烈的个人表现，都与五六十年代西方努力克服二战后的困难、在经济上努力向上发展的理性时期形成鲜明对照，表现了高度丰富的物质文明之下的一种自满、自我享受、自我陶醉的心态。从这里也可以看到：设计是时代的一种非常直接的体现。

## 6. 里特罗设计（Retro）和乡土风格设计

20世纪80年代期间，平面设计有非常令人耳目一新的大发展，不但设计水平因为设计意识的进步和设计技术的发展，特别是电脑广泛运用于设计而得到崭新的进步，同时，平面设计的观念推广也日新月异，出现各种有关设计的书籍、设计杂志、设计展览等等。在旧金山出现了代表丰裕时代的后现代主义平面设计风格，而在纽约，却出现了与后现代主义密切相关的，但是更加注重历史因素的新平面风格，特点是强调历史风格的复古，这种风格被一些设计师称为“里特罗风格”，或者“里特罗”设计（Retro）。这种风格的基本特征是对欧洲20世纪上半叶的平面设计风格的复兴，对这个时期具有装饰特点的风格的喜爱，对现代主义和国际主义的刻板、沉闷、理性的反对，特别是20年代和30年代流行的某些平面风格。这种风格的核心内容是“向后看”、“与众不同”（retroactive and retrograde，或者：“backward-looking” and “contrary to the usual”），由于“向后看（retroactive）”和“与众不同（retrograde）”这两个术语都具有同样的词头“retro”，因此这个设计流派就按照音译而称为“里特罗派”。所谓的“里特罗”设计，其实是以古典复古为核心装饰方式的纽约后现代主义平面设计运动，与旧金山“湾区”派自由放任、恣意纵横的方式不同，纽约平面设计的后现代主义更加注重设计上的古典成分，历史装饰风格的合适运用，当然，从目的上来说，它也是用来向刻板的现代主义、国际主义风格挑战的典型后现代主义运动之一，不过在表现上有不同的强调重点。“里特罗”设计采用广泛的复旧装饰方法，特别注意吸收20世纪初期出现在火柴盒设计、棒球卡设计、杂志海报的商业广告和商业插图等等方面的装饰因素，来丰富本身设计的形式。

纽约“里特罗”派的成员其实人数不多，并且年纪都不大，她们都是二战后出生的新一代设计师，其中比较重要的有保拉·谢尔（Paula Scher 1948—），路易斯·菲利（Louise Fili 1951—），卡林·戈德伯格（Carin Goldberg 1953—）三人。这三个人都是女性设计家，都以纽约为设计中心，是令人注意的重要设计核心之一。她们努力探索20世纪初期的某些设计风格，包括属于“新艺术”运动的维也纳“分离派”（Vienna Secession）设计风格，以及第一次世界大战和第二次世界大战期间这20年内的一些具有装饰特征的平面设计风格，在自己的设计中对这些风格加以发挥和运用。她们在色彩、平面编排、空间运用、平面肌理设计上都具有非常个人化和原创化的特征，完全放弃了国际主义平面设计的单独方式，放弃了所谓“正常的”、“合理的”国际主义、现代主义





16—63. 80年代出现的对现代主义艺术运动怀旧的设计浪潮,包括“里特罗”运动和怀旧设计风。这是谢尔1984年设计的书籍,具有浓烈的达达风格。



16—64. 谢尔1985年设计的瑞士手表广告,与1930年代瑞士的图画现代主义风格非常接近。

设计原则,而采用了比较自由的方法来处理设计主题。她们使用各种不同的字体混合、图案混合、字体距离的大小不一混合、比较讲究微妙变化的色彩细节等等手法,达到具有复旧特点的新效果。在许多“里特罗”派的设计中,版面编排不仅仅是为主题服务,突出插图和照片的辅助手法,版面本身就成为主题核心,版面编排本身就具有主题性、描绘性、表现性,这种本末倒置的处理手法,使平面设计取得前所未有的特殊效果。

纽约的“里特罗”派的几个成员其实都有具体的模仿和参考对象,比如谢尔的参考来源是纽约早期“图钉派”工作室(Push Pin Studios)的西摩·什瓦斯特(Seymour Chwast),特别对于后者广泛采用维多利亚风格、“新艺术”运动风格、“装饰运动”风格作为设计的依据兴趣浓厚,因而也遵循他的方式来从事自己的设计;菲利则遵循已故的赫伯·卢巴林(Herb Lubalin),后者也主张采用维多利亚风格和“新艺术”运动风格于平面设计中。可以说,纽约“里特罗”派是把平面设计从80年代带回到20年代、30年代的重要派别。

谢尔是这个运动的重要代表人物之一。她很早就已经在平面设计界崭露头角,20世纪70年代她为哥伦比亚广播公司的唱片公司(CBS Records)设计的唱片套已经具有强烈的个人倾向。当时她是哥伦比亚唱片公司的平面设计师,因为在这个大公司工作,所以在设计预算上非常宽松,她的个人创作构想能够得到充分的发挥,她可以雇佣各种专家,包括摄影师、艺术指导等等参加工作,这个时期她形成了自己强烈的个人设计特色。唱片公司希望能够创造一个正面的、高贵的形象,在这个前提下,她的设计取得很大的成功,但是,大量采用摄影、插图,使制作成本非常高昂,只有少数预算丰富的大公司、大企业才能提供这样的条件。

1978年美国唱片工业因为通货膨胀、高价制作、销售大幅度下降等原因濒临破产,造成唱片套设计预算大幅度压缩,对于谢尔来说,可以被视为设计的黄金时代已经过去了。为了应付预算紧张的困难,谢尔放弃了以前广泛采用费用庞大的专业摄影、专业插图方法,而采用了依靠自己通过字体和版面编排的变化的新设计方法。这样,她开始越来越多地采用各种早期的平面设计风格作为参考依据,也非常注意采用各种字体和纹样、图案装饰,包括“装饰艺术”运动风格,俄国构成主义风格等等,新的手法一方面解决了预算紧张的问题,同时也创造了更加依靠版面为核心的设计方法,摆脱了以前过分依靠插图、摄影的方式。1979年以来谢尔为哥伦比亚唱片公司设计的一系列唱片套都具有明显的俄国构成主义或者“装饰艺术”运动风格的特点,通过利用版面,而不是利用专业摄影、插图来达到设计效果。除了在预算上达到比较低廉的目的之外,她的这种设计具有强烈的对

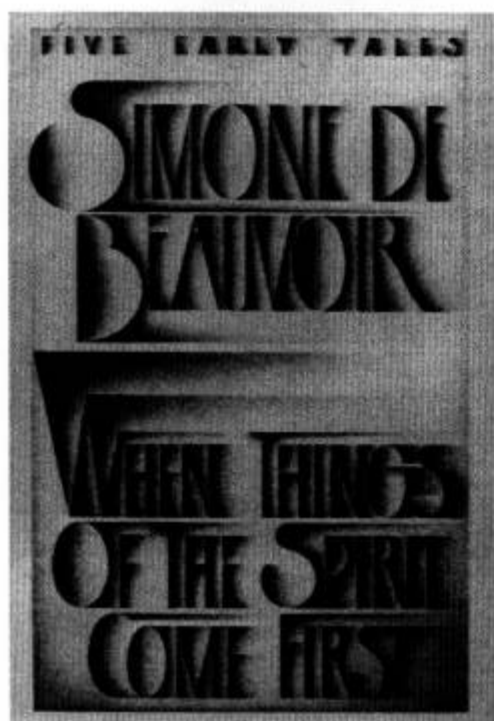
20 世纪初期平面设计风格的怀旧特点，因此很受欢迎。她不是仅仅模仿俄国构成主义，而是对它进行了改造，色彩、空间运用都有明显的个人特色，俄国构成主义设计比较松散，讲究空间感，而谢尔的设计却往往具有非常饱满的实的形体，因而更加沉着。而她还采用了木刻版面、木刻字体来充实设计的丰富性，这些努力，都使她的设计具有更加独立的个性。

谢尔在 1984 年与泰里·科帕 (Terry Koppel) 合作组成了“科帕与谢尔工作室” (the Koppel and Scher studio)，同年出版了他们合作设计的第一本书《伟大的开始》 (Great Beginnings booklet)，这本书标志他们合作的开始。在这本书的设计上，他们充分发挥了谢尔已经形成的风格。1985 年，谢尔为一个造纸公司设计广告册页，采用了折衷的方法设计了这份册页的新字体，这种新字体混合使用了 1911 年具有强烈装饰性的手书体“菲里斯体” (Phyllis)，1925 年具有游戏风格的“格列科—罗沙特体” (Greco Rosart，谢尔改这种字体名称为“格列科—装饰体” Greco Deco) 和粗细变化强烈的一种无装饰线体“特里奥体” (Trio)。这种折衷方法的使用，引起全美国平面设计界的注意，这样一来，也就使“里特罗”风格传播到全国，成为全国公认的新平面设计风格。由于七八十年代

照相制版的广泛使用，以及后来电脑制版的发展而导致手工字体和手工排版工艺完全消失，在“里特罗”派的新后现代主义风格的推动下，这种具有浓厚手工气息的设计风格又在 80 年代开始复兴，成为现代化中具有强烈怀旧意味的新风格。

“里特罗”风格在很大程度上影响了书籍设计，特别是书籍的封面设计。其中菲利的设计具有全国和国际的影响意义。菲利在艺术学院读书的时候，已经对版面和字体兴趣浓厚，特别是对于各个时期的版面编排兴趣盎然。毕业之后，她得以为设计大师卢布林工作，受卢布林的影响很深。1978 年到 1989 年期间，菲利担任著名的“帕特农丛书” (Pantheon Books) 的设计主任，在美国这个工作称为“艺术指导”。她的设计才能得到不断的发挥，引起同行的注意。1989 年她开设了自己的平面设计事务所，进一步投入自己喜欢的设计工作中去。

菲利经常到欧洲度假，因此对于欧洲的历史、传统非常熟悉和喜爱，欧洲旅行带来的感受、灵感在她的书籍设计上体现得非常充分。比如，她主持设计的“帕特农丛书”就具有强烈的欧洲历史气息。她对于两次世界大战期间在意大利沿海度假胜地发展起来的招揽客人的简单广告字体非常喜欢，觉得这些字体具有浪漫、文化、简单而不粗俗的特点。在意大利这些地方旅游的时候，她拍摄了大量这种用于户外广告、招贴上的字体，与此同时，她还在意大利、法国等地的称为“跳蚤市场”的旧货市场上大量收集 20 世纪 20 年代到 40 年代的法国和意大利平面设计作品，包括书籍、宣传画、各种印刷品等等，来丰富自己的创作。她逐渐把这些字体和平面风格运用到严肃的“帕特农丛书”封面设计和其他的平面设计项目上来。60 年代到 70 年代，照相制版取代了原来的手工制版，因此旧风格也已经逐渐消失，而在她的设计中，重新出现了手工印刷的痕迹，无论从字体上还是从版面上，20 世纪初的风格得到复兴，当然，同时也加入了她自己的诠释在其中。对于她主持设计的丛书的每一本，她都利用自己独特的理解采用不同的字体和版面，使书籍具有强烈的个性，而在风格上则尽量避免走国际主义风格，避免采用照相制版的框套。很多字体已经因为年代久远而被人忘却了，菲利却重新使用它们，比如 20 世纪初一种典雅的无装饰线体“艾里斯体” (Iris)，或者具有强烈几何形式的无装饰线体“艾列克特拉体” (Electra) 等等，都是经过她的使用重见天日的。人们通过她的设计才重新发现 20 世纪初的平面设计原来有如此丰富的内容和成果。菲利设计的书籍，除了在字体上非常讲究之外，也重视色

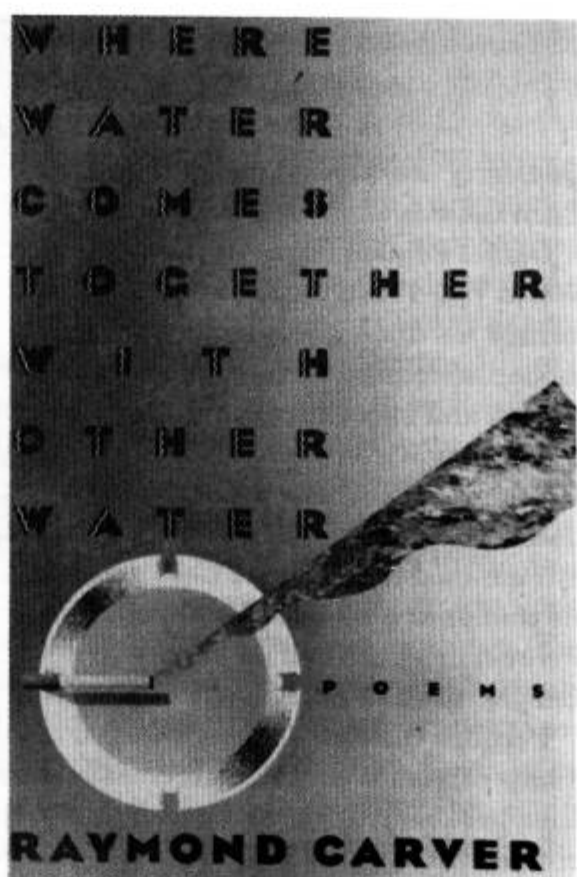


16—65. 菲利 1983 年设计的书籍《当精神来自第一位的时候》封面。

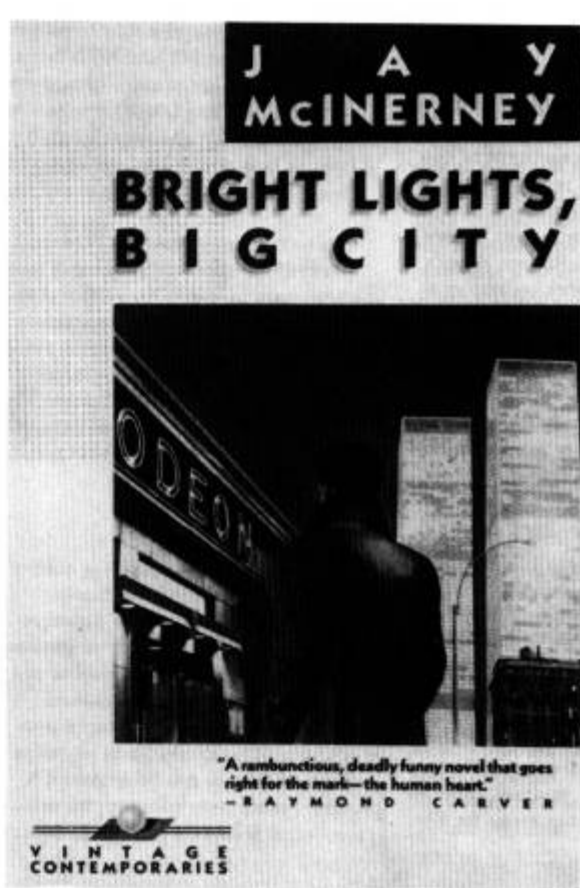


16—66. 菲利 1985 年设计的书籍《情人》的封面，具有浓厚的 20 世纪初的怀旧情调。





16—67.戈德伯格1987年设计的书籍封面二例。



16—68. 路易 1984年设计的书籍《明亮的光,大都会》的封面,也具有强烈的1920年代的情调。

彩与书籍主题的协调,这种精心设计的封面,赋予书籍很高的身价,得到作者和读者的喜爱。菲利的设计也自然增强了“里特罗”派的全国影响。

戈德伯格在70年代也在哥伦比亚广播公司的唱片公司担任设计工作,是卢·多夫斯曼(Lou Dorfsman)的设计助手,受到他很大的影响。她比较注重字体和版面的关系,很快,她被派到谢尔的领导之下工作,因此又受到谢尔的设计思想和方法的更大影响。如果说多夫斯曼对她的影响是风格上的,那么谢尔对她的影响则是思想上的,谢尔对于历史风格和历史文化的重视,利用历史的遗产来处理现代的设计问题,在精神上和思想方法上对她来说是非常重要的。这种影响应该说是决定性的,影响了戈德伯格后来长期的设计历程。

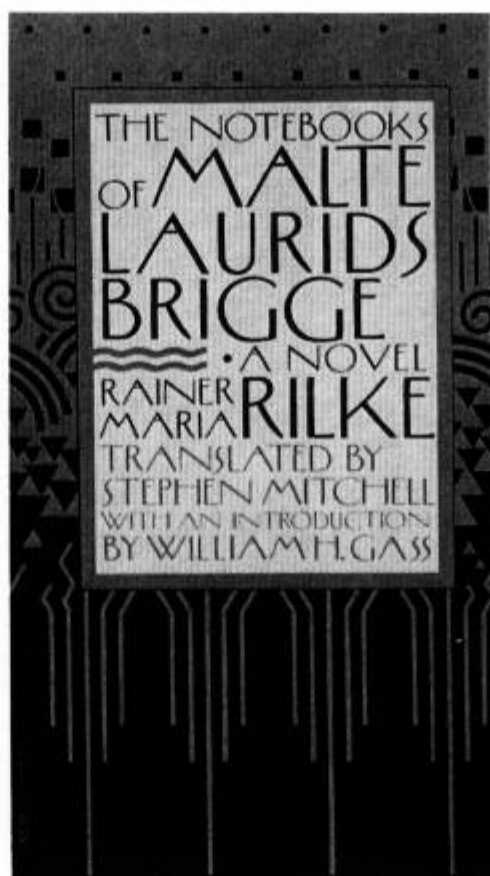
80年代,戈德伯格开设了自己的设计事务所,主要从事书籍设计,她对于20世纪初期的海报风格非常感兴趣,因此在书籍设计和其他的平面设计上都强调这种影响。她自己承认:她设计的动机有百分之九十来自这个源头。她喜欢欧洲20世纪初期的现代主义运动平面设计风格,比如构成主义、荷兰风格派等等,她对于卡桑德拉的设计更是推崇备至。她早期曾经学习绘画和建筑预想图,这个背景往往流露于她的平面设计上,因此,她的设计具有早期现代主义风格和建筑细节、建筑构造的混合特点,也是后现代主义典型的折衷特色。正因为如此,她的作品也有一定的神秘性。

另外一个比较晚参与“里特罗”派的设计家是罗林·路易(Lorraine Louie 1955—),她出生、成长、受教育和早期工作都在加利福尼亚州的旧金山,之后才迁移到纽约探索设计发展的新途径。她到纽约后立即受到“里特罗”派的深刻影响,几乎完全投身于这种风格设计。对于这种风格使用字体、布局、版面安排、色彩运用等等因素,她都十分喜欢,因此也努力通过自己的设计表现出来。她设计了不少的书籍封面,这些设计都具有强烈的、明显的“里特罗”派特征。她主持设计的“文塔奇当代丛书”(the Vintage Contemporaries series)是表现这种设计倾向的最集中例子。无论是字体的装饰化使用、色彩、三维形象的创造、空间运用、图案的运用、几何形式的运用等等,都与其他“里特罗”派设计家的风格有非常相似的地方,同时也有她自己的个人化的处理。这套丛书出版量相当大,因此也造成了这种风格在全国更加广泛流行。

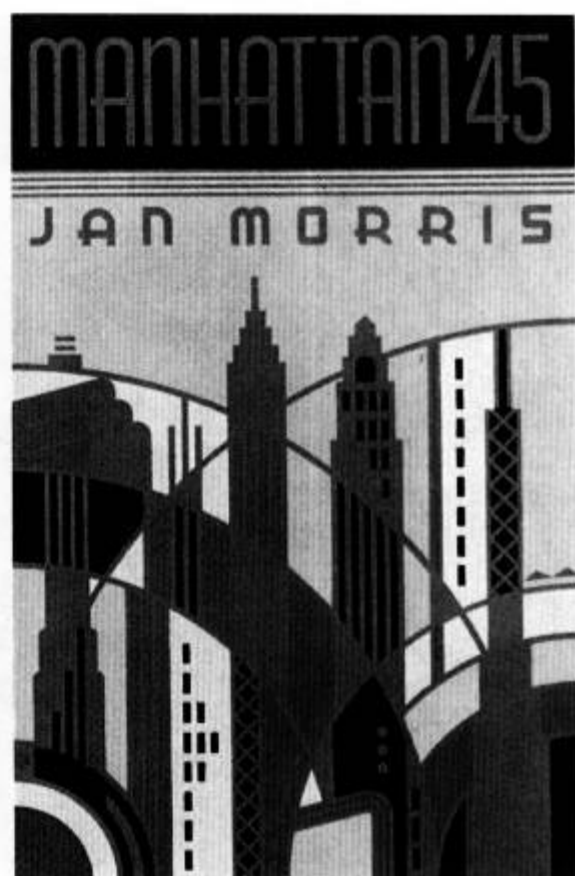
“里特罗”派绝大部分设计家都是女性,男性设计家有丹尼·佩拉文(Daniel Pelavin 1948—),他对于30年代到40年代的两次世界大战中间阶段的欧洲平面设计风格也非常感兴趣。他在二战前



16—69. 路易 1987年设计的的杂志《季刊》封面。采用了“装饰艺术”运动的特征作为借鉴。



16—70. 佩拉文等 1985年设计的书籍封面,完全是“装饰艺术”风格的翻版。



16—71. 佩拉文 1985年的另外一本书的封面设计,也是“装饰艺术”风格的发展。

曾经在美国密执安州立大学 (Michigan State University) 学习建筑和家具设计,因此有很严谨的设计教育背景。他在这个大学得到学士学位。这个学院的学生会建筑里,有一个很有格调的“晚期现代主义”风格休息室,他在读书的时候经常在那里休息、聊天和看书,因此他对于早期的现代主义设计风格有很深刻的印象。佩拉文的设计教育比较扎实,他在进入大学以前就在中学参加过工业设计课程和绘图课程,而在大学毕业之后还在底特律的一家设计事务所当过学徒,这些经历,使他对设计有比较高的敏感性,对于 20 世纪初期的维也纳“分离派”运动,特别是古斯塔夫·克里姆特的绘画和设计风格非常喜爱。他自从开始自己的平面设计生涯以来,就设法把二三十年代的流线型运动风格和“装饰艺术”运动风格运用到平面设计上去。他使用某些机械形状来强调 20 世纪初期的风格感,在版面和字体上都设法配合主题,他的设计因而具有强烈的早期流线型运动风格,受到美国广大顾客的普遍欢迎。

“里特罗”风格是对于刻板的国际主义平面设计的挑战。在 80 年代初期,这种风格刚刚普及的时候,美国大部分从事国际主义风格设计的主流派设计师非常不以为然,认为这样复兴陈旧的装饰细节,是把具有高纯度的国际主义风格破坏掉的恶劣偏向,因此反对的人相当多。但是,好像 70 年代晚期和 80 年代初期的“新浪潮”平面设计运动一样,开始时遭到反对,但是很快就得到首肯,特别是得到了广大消费者、顾客的喜爱,因而成为流行风格。它并没有取代国际主义风格,而是作为一种新的设计风格,丰富了世界平面设计的面貌。许多已经早已为人忘却的字体经过“里特罗”的推广,又重新被使用,比如“帝国体”(Empire),“伯恩哈特时髦体”(Bernhard Fashion),“哈克斯莱体”(Huxley)。越来越多的当代平面设计家开始采用“里特罗”风格来丰富自己的设计面貌,根据不同的设计主题来选择不同的风格,因而逐渐取代了国际主义千篇一律的方法,取代了国际主义以不变应万变的方式,充满了生机活力的“里特罗”风格终于在 90 年代成为西方、美国平面设计上的重要组成内容之一。

与此同时,美国其他地区的平面设计集团也有类似于“里特罗”或者旧金山“湾区”派的后现代主义探索,比如在美国明尼苏达州的明尼阿波利斯的“杜菲设计集团”(the Duffy Design Group in Minneapolis, Minnesota)就是一个很好的例子。这个设计事务所的领导人是卓·杜菲 (Joe Duffy · 1949 — ) 和查尔斯·安德森 (Charles S. Anderson 1958 — ), 他们合作成立这个事务所,从事





16-72. 杜菲等 1987年设计的拉尔夫·罗兰服装公司的企业产品标志系列。



16-73. 杜菲和安德森 1983年为法国纸张公司设计的宣传手册封面。



16-74. 80年代,电脑在平面设计中成为重要的手段,其中涌现了一批重要的新设计家,他们利用电脑来设计,并且达到很突出的效果。这是麦克·马布里1985年利用电脑设计的ZELE酒包装。

类似于“里特罗”派的设计探索。他们的设计与“里特罗”派具有非常接近的地方,都是从20世纪初期各种平面运动中吸取装饰化的营养,以改变国际主义风格的单调面貌,因此,这个事务所也是美国后现代主义平面设计的试验中心之一。1989年,安德森离开杜菲设计事务所,自己开业搞设计,但是在设计上依然保持后现代主义的方向。安德森对于美国40年代的平面设计风格非常感兴趣,他出生于农业州衣阿华,那些印在或者画在乡村小镇商店墙上的广告,对他来说有非常深刻的印象。因此在自己的设计中努力表现这种风格,以唤起人们的怀旧情结。明尼苏达的这个“里特罗”式的设计集团,与纽约的“里特罗”比较,更加具有美国乡土气息,也比较拙一些,那些设计的动机来自美国乡下40年代的火柴盒包装、路牌广告、招贴画、小镇杂货店招牌等等,因而具有比讲究欧洲式典雅的纽约“里特罗”派所没有的美国本土特点,受到美国人的欢迎和喜爱。杜菲和安德森都广泛地把这种乡土动机用到各种各样的平面设计项目上去,形成很有特色的一个流派,影响了不少美国的设计家。而他们的设计,包括各种食品包装——比如“经典意大利面酱”(the Classico spaghetti sauce labels),因为使用了这样的风格而受到消费者的欢迎,促进了这种调味品的销售,两年之内销售额增加了接近2 000万美元。设计风格能够吸引消费者,设计导致商业营业额的急剧增加,这是一个非常典型的例子。

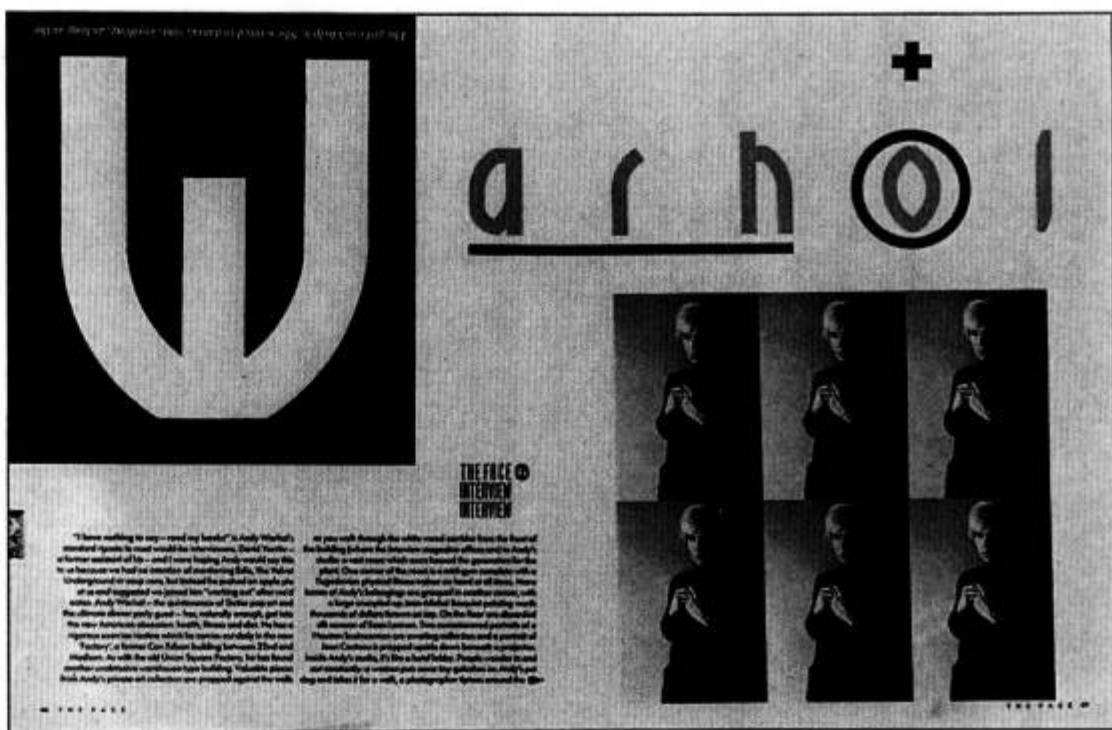
安德森也为法国造纸公司(French Paper Company)设计各种平面产品,他集中精力于再生纸张的产品设计,采用了比较典雅的装饰风格,糅合了美洲印第安文化之一的阿兹台克文化(Aztec)的装饰纹样,在色彩上和装饰细节上具有很浓厚的民俗特色,对于少数民族的民间纺织品的热爱使他的设计色彩强烈、图案丰富,从另外一方面来看,也掩盖了再生纸张的瑕疵。

旧金山的一个平面设计家麦克·马布里(Michael Mabry, 1955)也是平面设计后现代主义运动的代表人物之一。他采用了现代主义艺术运动的重要组成部分之一的立体主义艺术风格,加上乡土风格,来充实自己的设计,打破国际主义的单一面貌,80年代末到90年代初期,他更加采用广泛的现代艺术作为参考,加上各种各样的乡土、民俗装饰艺术,来设计平面作品,从包装到书籍,传达了对于20世纪上半叶的艺术和设计风格的怀旧情绪。

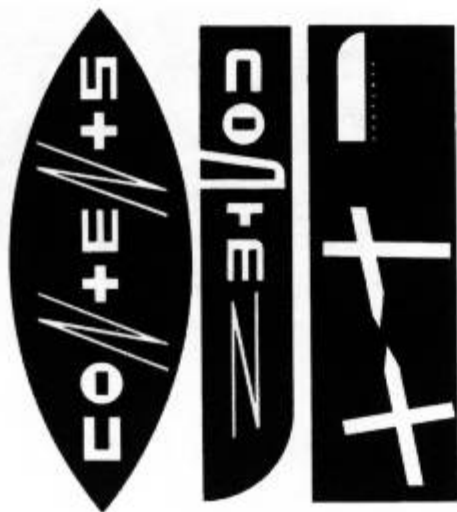
与此同时,在欧洲也出现了与美国的后现代主义平面设计流派相似的设计探索。其中伦敦的英国平面设计家尼维尔·布莱迪(Neville Brody)具有非常重要的影响作用。他为英国一系列摇滚乐杂志设计,其中包括《面孔》(The Face)、《乐坛》(Arena)等等,这些刊物对青年一代具有很大



16-75.安德森等1985年设计的器材贷款公司标志,是典型的“装饰艺术”运动的复兴作品。



16-76. 布莱迪1984年设计的杂志《面孔》其中三页。



16-77. 布莱迪1984年设计的《面孔》杂志的一页。

的影响力，发行量也相当大，因此，他的后现代主义设计风格得以广泛传播。布莱迪虽然在设计发展时期受俄国的构成主义的影响非常深刻，同时也受到达达运动风格的影响，理应顺国际主义的方向发展，但是他对于国际主义风格的刻板感到焦虑，因而开始采用各种装饰手段来改革，企图突破这种约束，因此，他在很大程度上来说，应该属于“里特罗”派，而不是国际主义派。70年代，当他还是一个艺术学院的学生的时候，布莱迪就开始对平面设计存在的一些现象提出疑问。他曾经说：“在所谓的大众传播之中，人本身却被完全忽视掉了”（原话是：“within mass communications, the human had been lost completely”），“为什么我们不能在印刷的媒介中采用绘画的手段呢？”对他来说，设计重要的不仅仅是机械的、理性的功能，更加重要的是设计的对象是有血有肉的人，有情感的人，而人是个体的，不是抽象的，他说：“我希望我的设计能够令人注意，而不是冷漠，我的设计是揭示，而不是掩饰。”（他的原话是：“Why can't you take a painterly approach within the printed medium? I wanted to make people more aware rather than less aware, and with the design that I had started to do, I followed the idea of design to reveal, not to conceal”）他的这些提法，其实代表了后现代主义的精神实质：人所需要的是物理的和精神的双重内容，而不是现代主义、国际主义所强调的单纯的物理内容。

布莱迪的设计因此完全不按照国际主义的原则进行，他在版面设计上讲究人的感受，比较自由的运用各种平面设计的因素，这种探索特别反应在《面孔》杂志封面和版面设计上，标题强烈而突出，版面活泼多变，形式生动，色彩也鲜明可爱。平面设计因素成为欢乐的源泉，他采用了波普艺术的一些手法，使他的设计更加具有娱乐感和时代感，特别是吸收了波普运动大师安迪·沃霍尔（Andy Warhol）的一些手法，比如连续采用照片重叠或者重复来达到强调主题的目的等等，来增加自己设计的魅力。不但重复使用照片，他还重复重叠或者反复同样的字母，来达到提醒注意的目的，这种方法，具有一举两得的好处，一方面具有高度的功能性，同时也是与波普艺术一致的具有高艺术含量的设计风格，因此，他的作品受到世界平面设计界的高度重视，其风格也成为大批青年设计师仿效的对象。80年代布莱迪成为世界最重要的平面设计家之一，很少有人能够比他具有更加强烈的对于平面设计的影响。他迄今依然保持这种不断探索和发展的力度，是后现代主义运动中

的希望我的设计能够令人注意，而不是冷漠，我的设计是揭示，而不是掩饰。”（他的原话是：“Why can't you take a painterly approach within the printed medium? I wanted to make people more aware rather than less aware, and with the design that I had started to do, I followed the idea of design to reveal, not to conceal”）他的这些提法，其实代表了后现代主义的精神实质：人所需要的是物理的和精神的双重内容，而不是现代主义、国际主义所强调的单纯的物理内容。

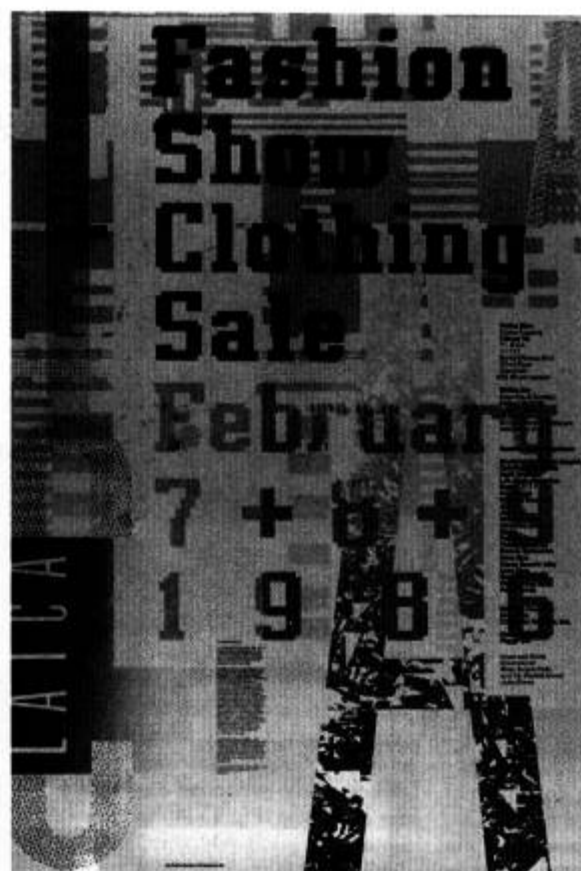


非常重要的设计代表人物之一。

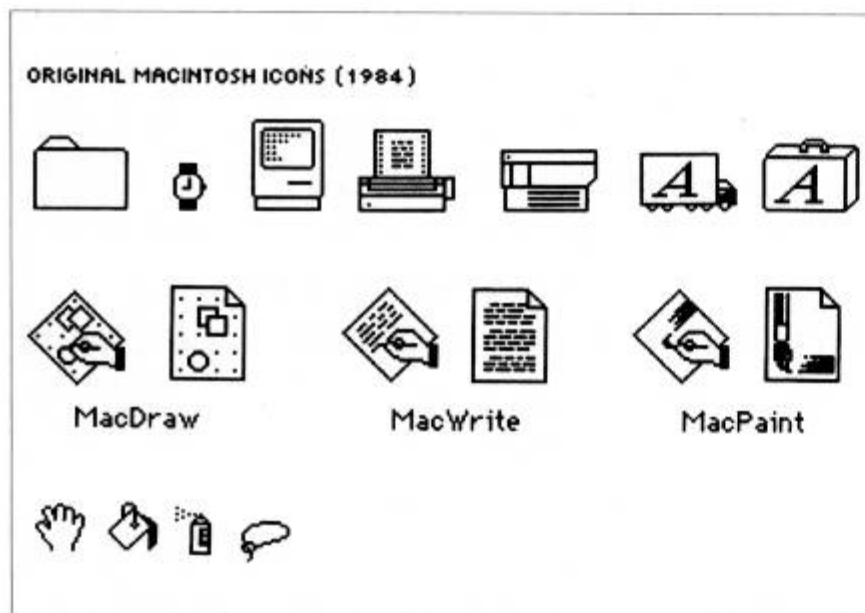
## 7. 电脑在平面设计中带来的大革命

20世纪80年代到90年代以来平面设计的最大变化因素之一是电脑广泛地被运用到设计的整个过程中来,一方面是电脑硬件的高速发展,比如美国苹果电脑公司在1984年就推出了能够从事平面设计的第一代玛金托什电脑(Macintosh),其中包括了专门为平面设计的软件,无论从版面编排还是字体选择,都提供了前所未有的方便和快捷。很多平面设计家立即放弃了剪刀、尺子、胶水,转而使用苹果电脑。以IBM电脑为主的所谓IBM兼容个人电脑后来居上,从大规模集成电路板设计到新的软件设计上全力以赴,用了短短几年时间,大幅度地提高了电脑的速度、能力和软件的方便和广泛性,出现了大规模的字体库,极为方便的版面编排软件、照片处理软件、文字处理软件,加上配套的设备发展,比如激光扫描机、彩色打印机的普及和迅速发展,完全改变了旧式的平面设计方式,造成了设计的崭新阶段开始。我的这本书就完全是利用电脑撰写的,而英语和其他外语资料的输入,是采用了一种称为“ORC”的文字阅读扫描技术软件,把我要用的参考资料输入电脑,再进行筛选。不少内中专业资料的查询是采用了激光资料影碟上的三本百科全书和美国“微软”(Microsoft)公司设计的参考资料中心激光碟,因此我能够在很短的时间内完成此书,可见电脑的能力和潜力之大。

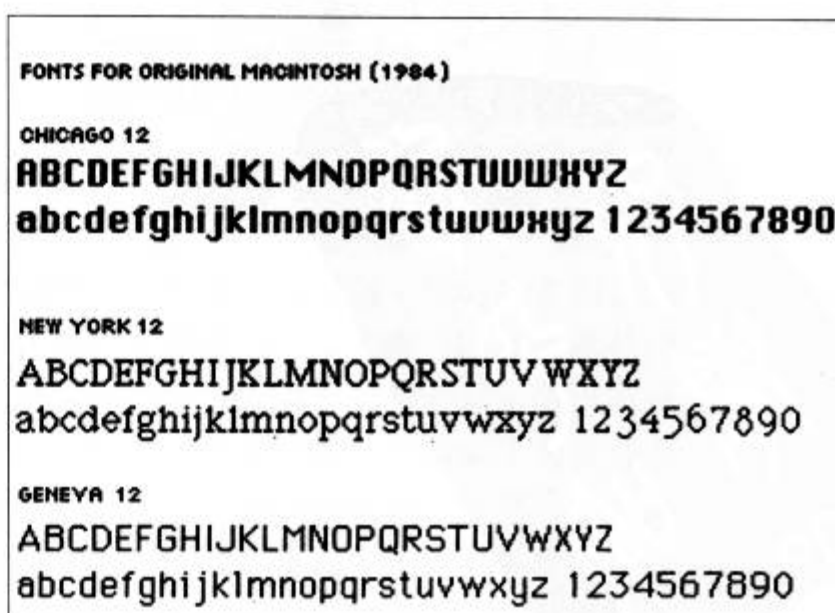
电脑在平面设计上的应用,开始时主要集中在缩短原来手工设计所耗费的时间,比如在把文字排版、插入插图、字体选择和改变等方面,由于软件发展迅速,出现了一系列崭新的、能力非常大的新平面设计软件,比如“摄影工作室”(Photoshop)、“插图家”(Illustrator)、“版面编排”(Pagemaker)等等,使电脑不仅仅能够大量缩短平面设计的时间,同时也开拓了一个崭新的、利用电脑从事创意设计的天地。电脑能够灵巧地拼合形象、创造摄影无法达到的超现实环境,特别是称为“工作站”(working station)的大规模专业电脑(比如“硅谷平面”电脑:Silcon Graphic和相关的软件)简直达到在视觉上无所不能地步,电影《侏罗纪公园》中那些飞奔的恐龙就是用这种电脑制作出来的,逼真到难辨真假的地步,电脑技术的确达到一个令人难以想象的高度。目前美国电脑



16—78.格莱曼1986年设计的洛杉矶当代艺术博物馆的海报,完全使用电脑完成。凡德兰斯1989年设计的杂志EMIGRE 11的封面,电脑的潜力逐渐得到发挥。



16—79.苏珊·卡尔等1984年为苹果电脑公司的马金托什124千字节电脑设计的屏幕显示标记,是平面设计家参与电脑视觉传达设计的开端。



16—80.卡尔为苹果电脑设计的电脑使用的字体系列。

## We Read Best What We Read Most (Oakland 8)

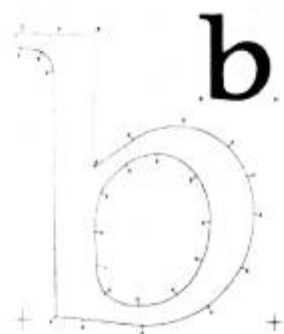
We Read Best What We Read Most (Emperor 14)

We Read Best What We Read Most (Modula)

We Read Best What We Read Most (Emigre 14)

We Read Best What We Read Most (Matrix)

16—81. 祖扎那·里科等人从1980年开始设计电脑专用的字体系列, 低分析度的字体(早期字体)有OAKLAND, EMPEROR, EMIGRE, 它们主要是设计给72—DPI分析度的电脑用的, 以后发展出越来越高分分析度的字体, 比如这里的MODULA, MATRIX等等, 90年代以来随着电脑技术的完善, 绝大部分历史的字体都可以完整地用到电脑字库中。很快还发展出中文、日文、韩文、泰文等等文字的版本来。



16—82. 苏姆奈·斯通 1987年设计的“斯通体”系列, 采用装饰线, 采用电脑设计和用于电脑, 因此典雅而且精细。

16—83. 斯通 1985年利用电脑设计字体的, 这是对复杂的字母“B”的曲线分析。



16—84. 卢迪·凡德兰斯1989年设计的刊物封面, 采用电脑设计, 因此平面细节非常复杂。

软件大约每六个月进阶一次, 硬件也几乎达到每年进阶一次的水平, 比如个人电脑的主机芯版的大规模集成电路片(由美国英特尔公司 Intel 设计出版)在短短两年间就从 486 级发展到 586 级, 而从 586 发展到超 586 和 686 水平, 却只用了 10 个月, 这种发展的迅速, 使大部分人感到眼花缭乱, 贫于奔命地追赶。加上印刷业、摄影业、插图业等等都引入电脑, 使整个平面设计从设计到出版发行的程序发生了翻天覆地的变化。特别在文字处理和图形处理上, 现在的技术已经达到难以想像的水平, 在家中就可以完稿, 通过电话线与出版单位的编辑同时在各自的电脑上讨论设计的细节处理, 利用文字检查软件来检查错别字, 检查不正确的语法, 在确定之后再传到印刷厂, 利用电传信号通过激光机械制作印刷纸型, 这种过程把原来设计所必需的几乎所有的设备都淘汰了。

平面设计目前还面临着新的设计需求: 与电子媒介相关的平面设计。比如激光资料影碟 (CD ROM) 设计, 这种被称为“多媒体”(multimedia) 设计, 或者“交叉界面”(interface) 设计的新范畴, 是目前美国平面设计所必须进行的基本工作。笔者任教的美国洛杉矶“艺术中心设计学院”

因为这种迫切的需求, 在 1997 年成立了“数码媒介设计系”(Department of Digit Media), 专门从事与数码、激光记录、多媒体和交叉界面有关的设计问题, 培养 21 世纪的新一代设计家, 而针对平面设计来说, 平面设计已经不仅仅处理平面的问题了, 它必须同时处理声、光、动画形象, 也就是说平面设计的基本因素大大扩展了, 平面设计的对象也不再仅仅是报纸、杂志、包装、海报, 而更加包括了激光资料影碟、电脑网络 (Internet) 上的平面视觉传达形式等等。

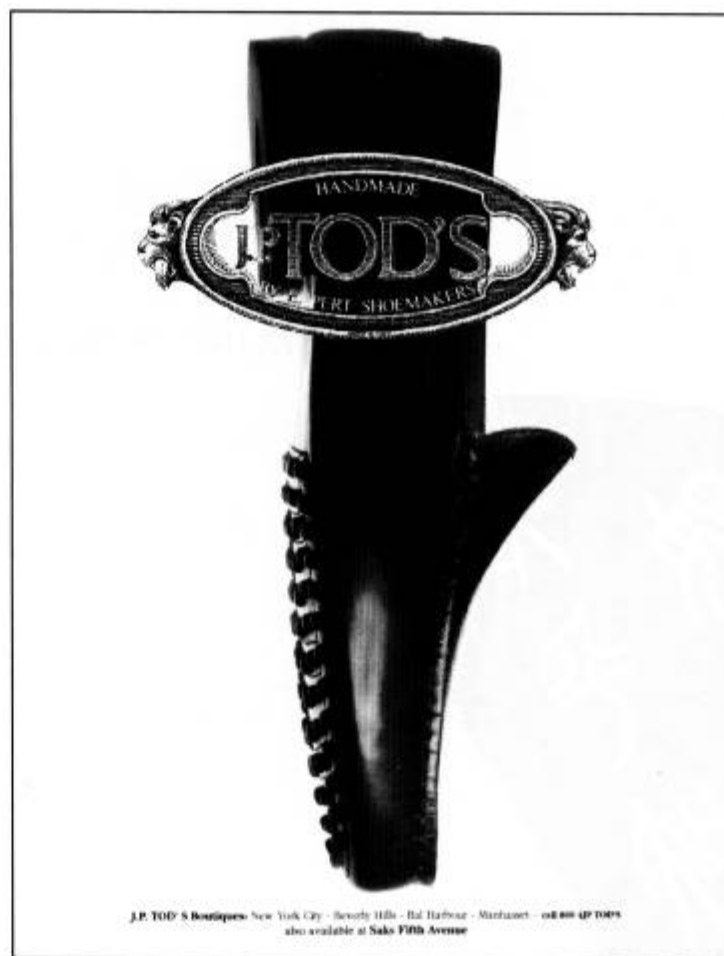
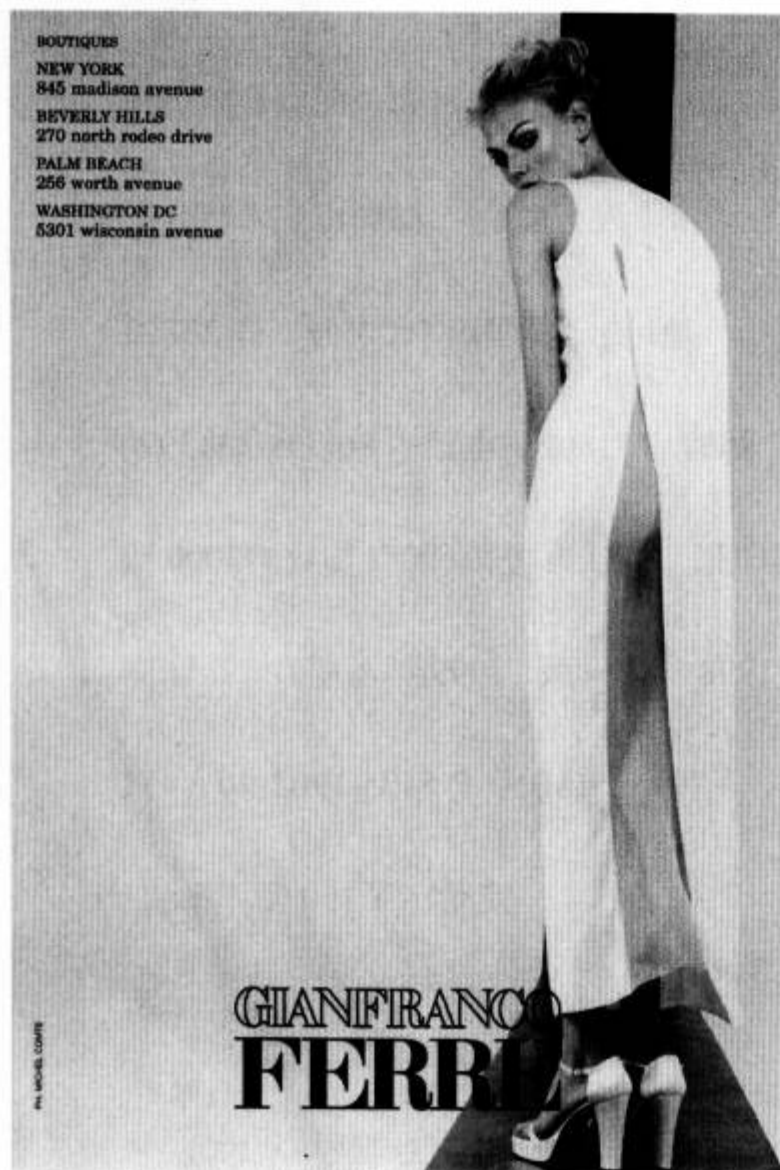
平面设计在这个技术发展的前提下, 一方面如虎添翼, 得到极大的促进, 因为技术缩短了手工劳动的时间, 因此设计家要在观念上、在使用技术的潜力上比较高低, 观念和创意日益显得重要; 而另外一方面的情况是: 越来越多的平面设计家, 特别是刚刚从设计学院毕业的新一代对于电脑情有独钟, 沉溺于电脑的游戏之中, 而逐步忽视了平面设计的核心内容依然是视觉传达。部分美国和



西方其他国家在 90 年代下半期出现的平面设计作品，其实是缺乏观念、缺乏创意的电脑平面游戏结果而已，并且因为过分游戏电脑，因而出现了传达功能低下的现象，字体混乱，平面因素处理杂乱无章。过于玩弄设计工具（电脑），结果是设计的目的被忽视。

应该说，电脑对于平面设计带来的结果是优劣参半，90 年代初期，大部分设计师认为电脑将取代手工，成为设计的唯一工具，而到 1997 年前后，在美国和其他西方国家的平面设计界已经出现了对于电脑的功利和缺点进行重新审视的情况，不少设计家开始重新重视比较简单的手工技法的重要性，电脑是没有人情味的工具，能够使刻板的电脑形象得到视觉上的亲切感，除了设计上的重视之外，某些手工痕迹其实也是不可缺少的。因此，平面设计界目前所面临的问题是如何更加合理地运用电脑，同时保持设计品质，如何突破电脑设计的千篇一律的单调手法，达到更加具有个人品味的水准。电脑开创了一个崭新的创作天地，但是真正在这个天地中操纵、运作、指点乾坤的还是设计者本身。

平面设计在近 200 年中的发展，给社会和人类提供了极大的方便，促进了人们的信息传达，刺激了思想的沟通和交流，也同时形成了一种新的视觉艺术和视觉文化范畴。随着国际交往的频繁，贸易的发展，技术的进步，平面设计所肩负的任务必然越来越重。虽然平面设计变化万千，但是其服务的对象还是人：人的基本要求（包括简单物理功能要求——体现在平面设计上就是视觉传达的迅速和准确要求）和人的心理要求——美观、大方、典雅、合乎自己的品味等等，这些其实并没有多大的改变。因此，这 200 年来平面设计发展的历程，依然为我们提供了无穷无尽的参考，是我们能够依靠着发展，使人类有信心进入 21 世纪的文化遗产。



16-85—16-86.1997年美国《纽约人》杂志上的两页时装广告,说明现代平面设计中复旧风气的兴盛。