


主持人语

近期,国家教育主管部门先后提出了“新工科”和“新文科”建设的战略目标。作为可以同时授予艺术学和工学学位的一门交叉学科,设计学无疑是受益者,也屡次得到集中的讨论和关注。不过,在近期“新工科”和“新文科”背景下设计学相关学科发展建设的讨论中似乎有一个小小的疏忽,那就是人们似乎只关注到了工科与艺术学这样的人文学科的交叉,而忽视了以往不属于艺术学学术领域的经济学与管理学等学科对于设计学研究的重要意义。尽管我国从20世纪90年代以来已经针对设计各产业发布了多项政策文件,但是相比许多在设计领域领先的国家还有很大的发展空间,我国的设计政策研究还未体现出足够的中国特色。与此同时,目前我国对于文化产业的研究所还很少突出设计的价值。在某种程度上,几年前曾经一度热门的设计管理、创意产业等,在今天工科设计学的快速发展面前都有了边缘化的倾向。与工科领域学者陆续涉足设计学研究的热潮相比,经济学、管理学领域也还鲜有学者加盟设计学研究阵营。这些局面都亟待改观。

事实上,这些年来,随着设计产业的快速发展,设计的战略地位在国家政策中日益提升。学界和业界已开始意识到设计产业发展程度是国家竞争力的重要组成部分之一,是衡量国家创新能力的一项重要指标。在这种背景下,设计政策及其产业的研究将切实推动国家对设计的政策支持。与此相联系,设计产业也是国家文化产业发展的的重要组成部分,一方面,设计是各门类文化产业进行创新的重要推手,另一方面,设计作为一种政策,也可以成为衡量各文化产业发展的评估指标。文化产业的研究将带动设计政策的研究,设计政策研究也会推动文化产业的发展,这两者是互相联系的。尤其是在互联网和人工智能快速发展的背景下,设计产业发展及其政策研究理应成为国内外设计领域的热点,基于经济学、管理学、传播学的互联网设计产业与政策研究也亟待壮大,进而丰富设计学的研究范式。

有鉴于此,本期设计史论栏目从产业层面,对设计政策以及其所蕴含的社会、文化、经济意义予以关注。本期特邀在相关领域同时具有研究实践和实务经验的学者参与讨论,其中,向勇、白晓晴的论文开创性地提出了全媒体时代面向创意生产、传播和消费的“全程文化创意观”的理论构想和实践路径,把互联网背景下文创产品的开发热潮推向自觉的理念升级与模式建构;石晨旭、李思闽的文章则从经济史、产业史的角度将中国本土广告公司,即早期国营广告公司和90年代中国大地上出现的众多雨后春笋但又昙花一现般的民营广告公司纳入检视框架,并对今天广告产业的发展提出警示与反思。我们期待通过对不同门类文化产业的研究,对不同层级文化产业的梳理,认识文化产业和设计政策之间的紧密联系,归纳出具有中国特色的现状和经验。同时,通过学理层面的探讨,也尽可能提出并探讨文化产业与设计政策之间相关性的问题,包括但不限于提出具有设计学及其相邻学科的问题意识,运用所在学科的研究方法对设计学进行补充和创新,从理论层面提炼出具有中国经验的设计思维和政策路径等。期待相关讨论能在开拓设计学研究视野、壮大设计学的研究阵营的同时,不断更新设计学思考路径与研究范式。

栏目主持人: 



祝帅

主持人简介

祝帅，北京大学图书馆副馆长、北京大学现代广告研究所所长、研究员、博士生导师。兼任教育部“中外人文交流高级研修计划”特邀专家、中国新闻史学会博物馆与史志传播研究委员会副会长、中国广告协会学术委员会委员、中国文艺评论家协会青年工作委员会委员，是第十三届全国青联委员、中华美学学会会员、中国美术家协会会员、中国书法家协会理事、清华大学出版社《未名设计论丛》主编。

发表 A&HCI、CSSCI 期刊论文、评论等 60 余篇；《人大复印报刊资料》《高校文科学术文摘》等全文转载 10 篇。是国家社科基金艺术学重大项目子课题负责人、国家社科基金一般项目主持人、北京市社科基金重大项目首席专家。

已出版个人专著《中国文化与中国设计十讲》《设计观点》《中国广告学术史论》《从西学东渐到书学转型》《中国设计研究百年》《作为学科的广告史——发展、个案及趋势》，与人合著《中国平面设计产业研究》《中国当代平面设计研究》《书画同源——赵之谦》，编著《民国摄影文论》《美术观察学术文丛——批评卷》《书学源流论·书法源流论》，译（校）著《流派·艺术卷》《智慧文学》《中正之笔——颜真卿书法与宋代文人政治》，作品集《博士五体书法——行书》《耕砚问学——祝帅书法作品及文献》等 16 种。

2012 年以来，先后被原文化部、中国文联授予“中国文联文艺评论奖”“中国书法兰亭奖”“中国美术奖”3 个中国造型艺术类最高奖项。2015 年，被中国新闻史学会授予“新闻传播学国家学会奖”优秀学术方汉奇奖。2017 年，被中国广告协会授予“推动中国广告学术发展特别贡献人物”。2021 年，获教育部高等学校科学研究优秀成果奖（人文社会科学）青年成果奖。

[设计史论]

作为一种史学范式的“新中国设计史” ——中国设计史研究分期问题再讨论

祝帅^{1,2}, 张萌秋¹

1. 北京大学, 北京 100871; 2. 北京大学现代广告研究所, 北京 100871

摘要: 以往的设计史研究常常将改革开放设定为新中国设计的起点。事实上, 新中国成立之初这段时期内, 我国形成了独特的设计管理体系和以美术公司、美术社等为代表的基层设计制度, 在很大程度上都带有模式原创和制度创新色彩, 其有别于西方, 也不同于民国时期, 成为后来中国设计自主化探索和主体性建设的逻辑起点, 也将为中国设计史学科的发展引入新的增长点。只有在这种范式下, 才能够区分二十世纪上半叶“西学东渐”和二十世纪下半叶“制度创新”这两个与艺术、设计息息相关的关键词, 从而对新中国艺术、设计的自主性发展道路予以客观的审视与历史的定位。

关键词: 新中国; 设计史; 研究范式

中图分类号: J0

文献标识码: A

文章编号: 2096-6946(2021)05-0001-06

DOI: 10.19798/j.cnki.2096-6946.2021.05.001

A Historical Paradigm: Design History in New China: Further Discussion on the Stages of the Study of China Design History

ZHU Shuai^{1,2}, ZHANG Mengqiu¹

1. Peking University, Beijing 100871, China; 2. Institute of Modern Advertising, Peking University, Beijing 100871, China

Abstract: The previous design history studies often set the reform and opening up as the starting point of the design of New China. In fact, during the period at the beginning of the founding of New China, China formed a unique design management system and a grass-roots design system represented by art companies and art societies. To a large extent, they all have the color of model originality and system innovation, which is different from the West and the period of the Republic of China. It is the logical starting point for the independent exploration and subjectivity construction of China design. It will also introduce new growth points to the development of the discipline of China design history. Only under this paradigm can we distinguish two key words closely related to art and design, namely "Western learning spreading to the East" in the first half of the 20th century and "institutional innovation" in the second half of the 20th century, so as to objectively examine and historically locate the independent development path of art and design in New China.

Key words: New China; design history; research paradigm

七十多年前, 胡风在《时间开始了》一诗中这样写道: “让沾着树木花草香气的流到这里来, 让映着日光

月色星影云彩的流到这里来, 让千千万万的清流含笑地流到这里来。”时至今日, 代表着一个时代开端的新

收稿日期: 2021-07-03

基金项目: 北京市社科基金重大项目(17ZDA24)

作者简介: 祝帅(1980—), 男, 山东人, 博士, 北京大学研究员、博士生导师, 北京大学现代广告研究所所长, 主要研究方向为设计史论。

通信作者: 张萌秋(1995—), 女, 湖北人, 北京大学博士生, 主要研究方向为设计史、视觉传播与视觉文化研究。

中国已经走过七十多年的风雨征程。新中国七十多年的历史,既给各个艺术门类准备了一个阶段性总结、回顾与反思的平台,也给各门类艺术史研究提供了一个难得的契机。一时间,作为一种历史研究单元的“新中国”字样频繁出现在各种期刊、会议、学位论文及各级科研项目,大有成为史学领域中“显学”的势态。可以看出,伴随着中华民族伟大复兴这一时代主题,有关新中国设计史的研究已经成为学术界的热点,相关新的设计史学研究范式也已经呼之欲出。笔者认为,这种情况从表面上看,像是为配合新中国政治事件而产生的学术现象,但也给包括设计史在内的各门类艺术史提供了一个崭新的范式。本文以平面设计史为例,在辨析学科定义、比较已有范式的基础上,对作为一种新的史学范式的“新中国设计史”进行阐释,以期推进在此前已有诸多讨论的中国设计史研究的分期问题。

一、“中国设计”的逻辑起点

既然是一种“史”的研究,那么通过概念辨析来界定“中国设计史”在时间上与逻辑上的起点就是一件重要的工作。这是因为,在今天的设计史写作中,人们常常容易利用后出现的概念去剪裁古已有之的历史,而使历史真相与研究者的视野发生一种错位。例如,在上世纪末的“艺术设计”学科建设热潮中,一些题为“中国古代工艺美术史”的著作就直接更名为“中国古代艺术设计史”,这种做法是有些随意的。以平面设计为例,作为一个近代才出现的概念,“平面设计”的历史当然也不可能无限向前追溯。

尽管“平面设计”的概念在1992年之前就已经开始出现,但其主要用于建筑图纸(如“博物馆总平面设计”)或城市规划(如侯仁之七十年代曾撰文《北京旧城平面设计的改造》,刊载于《文物》期刊1973年第5期)等领域,距离今天之意义还相距甚远。当时,对应于西方的“Graphic Design”,设计师们一度使用过“装璜”或“装潢设计”等名词。1992年深圳,在设计师王粤飞、王序、贺懋华等人的倡导下,举办了“平面设计在中国92展”,这个展览成为今天全国乃至国际平面设计领域万众瞩目的“GDC”系列展览的前身。与此同时,总部位于法国的国际平面设计最高殿堂——AGI被引入中国,并被翻译为“国际平面设计联盟”。从此,“平面设计”成为中国设计业界广泛接受和使用的一个新名词。在学界,虽然国家学科目录里并没有明确的“平面设计”的命名,在专业院系别设置或课程开设时也经常使用“视觉传达设计(Visual Communication Design)”

的学科命名,但作为一门应用学科,在阐释业界现象的时候使用与业界更加接轨的“平面设计”这个术语,也是顺理成章的事情。

众所周知,“平面设计(Graphic Design)”一词在20世纪20年代前后才出现于西方国家,但人类近似于今日平面设计的实践却是自古有之的,从远古时期的岩洞壁画到如今的智能手机界面,可以说“平面艺术”行为已走过悠久的历史。即便在平面设计概念出现后,在其早期发展中,平面设计还属于美术领域,到19世纪晚期,欧洲的平面设计逐渐从美术设计领域分割出来,形成独立的行会。20世纪70年代左右,平面设计逐渐成为国际通用语。应该说,平面设计在词义上除了指与平面形式相关的一系列艺术创作外,还意指产业化的批量生产。从这一词义来看,平面设计除了工艺上的发展外,还需要商品经济的推进才能诞生。

在西方,平面设计史经历了3次历史转折期,第1次源于古登堡印刷术的发明,书籍的排版设计在这一阶段得到快速的发展,如书籍中的插画和装订。第2次源于20世纪40年代的摄影技术,加入色彩的胶卷让如明信片、翻版画作等商品参与到人们的生活中来。第3次是计算机的发展,这也是平面设计真正从平面走向立体的发展阶段。然而,西方的这一平面设计发展历史却不适用于中国的研究范式。我国的资本主义萌芽相较于西方出现较晚,在当时的历史背景下,平面设计走向专业化还是一个乌托邦式的幻想,更何谈平面设计的大众化。因此,世界的平面设计发展历程与中国的平面设计史应区别开来。与西方相比较,将中国平面设计的逻辑起点定位于19世纪初,伴随着现代传媒(如采用现代印刷技术的中文报纸)在中国的出现而诞生,当是一件比较合理的事情。也就是说,大约相当于历史学界所说的“中国近代史(1840年以后)”时期,现代艺术设计才具备在中国诞生的历史条件。

然而,以上所说的这种逻辑起点并不同于时间起点。1840年以后,尽管中国通过洋务运动开始“师夷长技”,但与声光电化和工业设计相比,平面设计并不具备优先发展的土壤。因此,在中国平面设计的时间起点还要远远晚于其逻辑起点。19世纪中后期,虽然中国有一些对应于平面设计的材料,但显然这种积累是非常薄弱的,尽管不乏历史研究的价值,但与后来产业化发展规模和实践相比,显然不具备太大的现实意义。中国平面设计的自觉,应该是在20世纪初的晚清民初时期,大规模现代传媒(报刊)的创建为平面设计提供了土壤,而随着陈之佛、李叔同等一批留学东洋

的艺术学子的重视,平面设计在中国的发展建设渐趋自觉。中国的书籍设计、广告设计、版面设计、文字设计等主要平面设计门类,也大多是在这一时期开始发展起来的。因此,将中国平面设计的时间起点追溯到20世纪初,应该没有什么疑问。

将中国设计的时间起点和逻辑起点进行权衡,基本上可以得出中国设计发轫于晚清民国时期,在新中国成立以后开始走上自主性建设的道路,并在改革开放,特别是1992年“南方谈话”之后获得大发展、大繁荣的基本判断。由此,也派生出当前学界关于中国设计史研究的几种主要模式:“百年”(从20世纪初晚清、民国时期叙述至今)、“四十年”(对应改革开放四十年)和“深圳92展”(狭义地以“92展”作为中国平面设计史的起点)等。这些模式,除了“92展”仅在一些涉及深圳的平面设计史研究中有过表述外,其他则都在不同程度上被全球范围内关注中国当代设计史的研究者有意无意地重复使用。

然而,以上模式的一个共同问题就是容易把新中国前三十年的设计成就忽略不计。接下来,本文在比较这几种范式的基础上,阐释将“新中国史”(从新中国成立至今)范式作为一种新的中国设计史叙述方法的积极意义。当然,把这几种研究实践概括为“范式”只是为了学术史研究的方便,而并不是说这几种研究互相之间是不通融的。事实上,一位学者从事某一种范式研究的同时很可能也掌握其他范式,或不同的范式仅是其不同的研究课题。正因如此,才希望吸引设计史研究领域更多的研究力量,来共同关注并介入新中国设计史的研究。

二、现有中国设计史研究之缺环

由于新中国成立之初特殊的政治体制,人们往往想当然地直接宣称这段时期内只有政治宣传,而没有真正的设计,更遑论商业广告。尽管事实上这种说法是不符合历史实际的,但是1992年以后平面设计在中国的发展与商业的关系密不可分,使得这种说法深入人心,也在很大程度上主导了学界关于中国设计史研究的风气,因此中国的设计史的研究主导范式,目前多聚焦于20世纪70年代末,即改革开放后的发展史。

对我国改革开放以来的设计史进行系统研究的兴起,与2008年改革开放三十周年这个时间节点密切相关。这一点,《艺术与设计》杂志组织了中国设计三十年回顾的大型专题。2012年,笔者获得“第八届中国文联文艺评论奖”的论文题目,即为这次专题而撰写的

文章《而立,未立——中国平面设计三十年》^[1]。2019年,在改革开放四十年之际,再次掀起了回顾与历史研究热潮。全国各地举办了多场以中国设计四十年为主题的研讨会和展览,如中央美术学院主办的“中国设计四十年:经验与模式国际学术研讨会”(召集人刘波)和在北京中华世纪坛举办的北京设计周“致敬中国设计四十年:改革开放以来中国设计四十年回顾展1978-2018”(策展人王敏)等。相关的纪念事件也带动了学术研究的热潮。作为国内学术界风向标之一的国家社科基金项目,近年来也出现了多个以改革开放后为研究单元的设计史立项选题,如2015年石晨旭的青年项目《中国当代平面设计史(1979—2010)》,笔者2016年度主持的国家社科基金传播学一般项目《中国当代广告口述史(1979—2010)》,以及石竹青2017年度申报的国家社科基金传播学项目《中国当代动画口述史(1979—2016)》等。此外,石晨旭、祝帅、谢欣最新出版的我国平面设计史研究的专著《中国当代平面设计研究》也是以1979年作为“中国当代平面设计”的开端^[2]。

从这一研究范式中,可以窥探到随着20世纪70年代末改革开放这一历史事件在中国设计乃至各个领域中的决定性影响,国内经济的逐渐复苏为现代设计在我国的孕育提供了政治和经济条件。也正是在这一时期,国外相关设计史著作也被翻译成中文,如《世界现代平面设计史》《20世纪视觉传达设计史》等,我国也开始了对设计在现代概念意义上的本土化研究,但也不可否认的是当时的设计还处于概念引进阶段。20世纪80年代以来“设计”在我国的启蒙和后来的专业化进程,也为现代设计储备了更多的专业人才。1992年平面设计一词被首次引进,1997—1998年国家研究生、本科学科目录调整后,设计艺术学和艺术设计这两个过渡性新名词的出现,一度取代了原来被称为“工艺美术”的学科命名,平面设计自然成为这一新生学科群当中的一员。此后,我国学界对设计现代化的探索掀起了新一轮的发展与革新热潮。可以说,我国现代设计坚定走着自主性的发展道路,并在今天世界设计的格局内扮演着举足轻重的角色。

尽管上述对“当代设计史”的判断基本上已经为学术界所普遍接受,但如果仅把新中国设计的研究范式定位于改革开放后,难免不会缩小研究视野。而缺少对中国设计自主性发展历史的把握,就无法建立一个完整的新中国设计的逻辑体系。持这种观点的人们倾向于认为:尽管在民国时期“包豪斯”就已影响了我国的相关设计,但当时的经济条件和社会环境使得现代

化的设计发展缓慢,新中国成立后更是一度停滞,以至在20世纪70年代后这一研究范式才成为主流。但严格地说,这一时期仅是中国“当代设计”的发展史,并且设计领域以改革开放作为起点的“当代”也不同于文学史以1949年作为起点。至于将中国当代动画史的研究也限定为改革开放后的做法,更是忽视了我们20世纪50年代以来“中国动画学派”的实践和创新,也应是对设计史、广告史的直接效仿所致。

而除了占据主流的设计四十年范式外,民国设计也历来是研究的热点之一。如何洁主持的2015年度国家社科基金艺术学重点项目选题《民国设计艺术实践研究(1912—1949)》,即明确以民国的38年历史作为研究单元。同年,周博主持的青年项目《中国近现代平面设计史研究》,这里所说的近现代显然也不包括1949年之后的“当代”部分,而是把1840年开始的晚清时期和1949年结束的民国纪元看作一个完整的研究单元。笔者也曾出版过《民国摄影文论》一书。20世纪上半叶,由于西学东渐,许多留学海外的设计师带来了中国以现代工艺乃至现代设计的观念,1918年成立的国立北京美术学校所设的“图案科”甚至还比包豪斯的成立早一年,更遑论此前更早的李瑞清主持的两江优级师范学堂^[3]。这一时期内,中国平面设计的几个主要领域,如书籍设计、包装设计、广告设计(月份牌画)等都取得了令人瞩目的成就。因此,民国设计史研究的兴起,乃至随着“老广告”“老封面”“老照片”一类的畅销书一度成为社会大众关心的焦点,并不足为奇。然而,这种叙述范式同样在1949年就戛然而止,对这些艺术门类后来的发展存而不论,对新中国成立后通过社会主义改造、公私合营等方式对美术设计政策与制度所进行的一系列创新也缺乏研究。

由于学术界已经意识到,无论是重视民国还是改革开放后,对于中国20世纪设计史的研究终究无法回避中间30年的缺环。对于民国时期的设计如何转变为改革开放后的格局与面貌也缺乏深入的研究与解释。与此同时,现代文学领域中陈平原、钱理群、黄子平等提出的“二十世纪中国文学”研究范式随着晚清民国热再度进入人们的视野,当代文学领域洪子诚等人发表的对于20世纪50—70年代的研究及其成果也在很大程度上影响了设计史研究的思维^[4]。人们倾向于相信,“二十世纪中国设计”在某种意义上是一个连续、有机的统绪,不对20世纪50—70年代的转折作出客观的研究与分析,就不能够清晰地认识中国当代设计的成因,更无法从整体上把握中国20世纪设计的总

体面貌。

三、对中国设计史新范式的寻求

由于受到文学领域“百年研究”思潮的影响,同时也因为一系列时间节点的契机,“中国设计百年”作为一种研究范式在近年来应运而生。如姜庆共、刘瑞樱的《上海字记——百年汉字设计档案》^[5];祝帅的文章《中国设计的百年回望:发轫辛亥——中国设计百年的历史叙事》和专著《中国设计研究百年》等^[6-7]。学术界对这一范式的认可在当代设计策展中也有所体现,如2010年和2011年,在北京、深圳先后举办了两次20世纪中国平面设计文献展,其中,月份牌等广告招贴和宣传画等形式的展览传达出了策展人许平对20世纪中国平面设计史的重视。尽管人们对于“百年”界定的起点各不相同,有辛亥革命的1911年、北京美术学校图案系设立的1918年、五四运动的1919年等,但大都是界定在民国初年这段时间左右,应该说这种界定也是符合人们对于中国现代设计之起点的认识的。

总体说来,作为对改革开放40年设计史范式的有益补充,“新中国”范式重点描摹了现代设计没有关注到的近现代设计历史,在一定意义上,这一范式更能在宏观上把握我国设计从传统到现代的历史语境。百年范式尤其关注20世纪上半叶的设计,同时也注意到了50年代类似“宣传画”这一具有政治意识形态的设计形式,从某种意义上来说,这一范式在史料价值上较之改革开放40年范式有一定的补充性。

然而,这一范式也终究有所遗憾,虽是百年,但更多的是对20世纪上半叶设计史的勾画,重视的是上半叶和改革开放后,至于新中国成立后的一段时间,确切地说从20世纪50年代到70年代这30年,由于前期研究成果的缺失,还未能有一个系统的认识,甚至说在学术史上,这一片历史空地还等待后来人更多地去挖掘。在这方面,平面设计史研究尤其需要整合美术、宣传画、广告、包装、字体等相关领域已有的成果。例如,朱海辰曾撰写《上海现代美术史大系1949—2009》中的“年画卷”和“宣传画卷”^[8-9],笔者曾在新中国前30年广告研究的格局中对这一时期依附于商业美术的广告设计进行了简要论述^[10],卿婧在《未曾空白的历史》中也详细论述了用于海外媒体的企业标志设计和包装装潢^[11],赵新利则通过系列文章研究了新中国前30年的对外贸易和品牌设计^[12-13],这都是未来设计史可以进一步研究的方向。可以说,不对前30年的设计加以研究,就无法建立起中国现当代设计发展的整体观。

有鉴于此,新中国设计史研究范式旨在回应上述问题,即以新中国为研究起点,对百年范式未重点关注的“新中国前30年的设计史”加以研究。也可以说,这一范式是对百年范式的延续。所幸的是,这种思路在近年来得到了越来越多的关注。尤其是在常常被视为艺术学研究风向标的国家社科基金艺术学项目立项名单中,有关新中国设计史的话题也越来越受到关注。如2016年,陶海鹰申报的《中国当代设计史研究(1949—2010)》,率先被批准为国家社科基金艺术学青年项目;2017年,笔者申报的《北京广告七十年(1949—2018)》被立项为北京市社科基金重大项目。在刚刚公布的2021年公示名单中,据不完全统计,就有《新中国设计史》(重点项目)、《百年巨变下的中国设计艺术研究1919—2019》、《中国近现代设计教育先行者研究1911—2011》、《新中国丝绸设计文献整理与研究1950—1989》、《百年中国设计思潮研究》、《中国日常生活设计史研究》等多个与新中国设计史相关的议题。与项目相关的还有展览。2019年,在新中国成立七十周年之际,表现设计七十年历史成就的展览也接连举办:2019年8月29日,“为新中国造型——周令钊先生百岁艺术展”在中央美术学院美术馆拉开帷幕。展览让人们看到了一位老艺术家、老设计师在新中国成立之初与设计的亲民接触。由北京国际设计周组委会与清华大学美术学院联合策展的2019北京国际设计周主题展——“中华人民共和国建国初期国家形象设计展”于2019年9月5日至10月7日在中华世纪坛艺术馆开展。可以想见,如果不是疫情的影响,近一两年还应出现更多设计史的展览及学术活动。因此,尽管新中国设计史尚未写就,但作为一种研究范式已然形成,相关专著也是指日可待。

在以往“改革开放四十年”范式占据主流的当下,“新中国设计史”范式希望往前勾勒,关注新中国不同历史时期设计与时代的辩证关系,从而弄清楚民国设计与改革开放后设计中间这段关键性的过渡时期。尽管是一个过渡性的历史时期,但这段时期内我国形成了独特的设计管理体系(包括外贸制度和工商管理制)和以美术公司、工人文化宫、工艺美术服务部等为代表的基层设计制度,应该说在很大程度上都带有模式原创和制度创新的色彩,有别于西方,也不同于民国时期,是后来中国设计自主化探索和主体性建设的逻辑起点^[4]。与此同时,从历史研究的角度看,对新中国设计进行分期研究在体例上具有一定的开创性,对带有鲜明特色的中国设计制度展开研究,将历史学界“制

度史”的前沿范式纳入设计史研究,也将对全球设计史学科的发展和引入新的增长点。

四、结语

诚然,设计史的研究与政权的更替并不是同步的,作为一种历史研究方法的设计史分期研究,也并不是直接借用社会史的分期,或仅以政治事件作为断代标志的简单划分,对设计史的分期需要对设计本体加以仔细探索,更何况对作为服务行业的设计进行研究,需考虑到其整个市场和传播环境的变化。然而,作为新中国工商业社会主义改造和文化体制建设创新的一个重要组成部分,设计的发展也不能脱离这一特定的制度背景。因此,在“第二个百年”征程中关键的历史时刻,正式提出并打造作为一种研究范式的“新中国设计史”,并基于专业领域内的实际情形,对新中国设计的历史划分为1949—1978年、1979—1992年和1993年至今3个阶段,无论是对于弥补当前设计史研究的缺环、寻求中国设计自主性知识体系的完整发展道路,还是对于把设计史研究打造成当代历史研究中有理论自觉的一个分支来说,都具有积极的现实意义。

参考文献

- [1] 祝帅. 设计观点[M]. 沈阳:辽宁科学技术出版社,2010.
ZHU Shuai. Three Decades of Chinese Graphic Design in “On Design” [M]. Shenyang: Liaoning Science and Technology Publishing House, 2010.
- [2] 石晨旭,祝帅,谢欣. 中国当代平面设计研究[M]. 北京:清华大学出版社,2019.
SHI Chenxu, ZHU Shuai, XIE Xin. A History of Chinese Contemporary Graphic Design[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2019.
- [3] 祝帅. 中国现代设计教育思想的文化审视[J]. 设计艺术,2003(2):7-9.
ZHU Shuai. Cultural Examination of Chinese Modern Design Education Thought[J]. Journal of Shandong University of Art and Design, 2003(2):7-9.
- [4] 洪子诚. 问题与方法:中国当代文学史研究讲稿[M]. 北京:生活·读书·新知三联书店,2015.
HONG Zicheng. Problems and Methods: Lecture Notes on the Study of the History of Contemporary Chinese Literature[M]. Beijing: SDX Joint Publishing Company, 2015.

- [5] 姜庆共,刘瑞樱.上海字记——百年汉字设计档案[M].上海:上海人民美术出版社,2014.
JIANG Qinggong, LIU Ruiying. Shanghai Typography (1900-2014)[M]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing House, 2014.
- [6] 祝帅.中国设计的百年回望:发轫辛亥——中国设计百年的历史叙事[J].艺术与设计,2011(9):34-38.
ZHU Shuai. Review on China Design over Past 100 years[J]. Art and Design, 2011(9):34-38.
- [7] 祝帅.中国设计研究百年[M].北京:清华大学出版社,2018.
ZHU Shuai. A History of Design Studies in China[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2018.
- [8] 施大畏,朱海辰.上海现代美术史大系1949-2009年画卷[M].上海:上海人民美术出版社,2012.
SHI Dawei, ZHU Haichen. Shanghai Modern Fine Arts History Series[M]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing House, 2012.
- [9] 施大畏,朱海辰.上海现代美术史大系1949-2009年画卷[M].上海:上海人民美术出版社,2017.
SHI Dawei, ZHU Haichen. Shanghai Modern Fine Arts History Series[M]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing House, 2017.
- [10] 祝帅.新中国前30年广告研究的格局及其基本面向——1949-1979年间中国的广告学术论著的历史与分析[J].广告大观(理论版),2009(4):87-96.
ZHU Shuai. The Study Fields and Basic Pattern of Advertising Research in China (1949-1979): Base on the Historical and Academic Analysis[J]. Advertising Panorama, 2009(4):87-96.
- [11] 卿婧.未曾空白的历史——《中国对外贸易》杂志广告研究(1956-1964)[J].广告大观(理论版),2008(4):52-66.
QING Jing. Research of Advertising Placement on "China Foreign Trade" Magazine (1956-1964) [J]. Advertising Panorama, 2008(4):52-66.
- [12] 赵新利.新中国成立初期中国品牌对外传播研究(1949-1965)——以《人民画报》的报道和广告为例[J].广告大观(理论版),2018(4):44-56.
ZHAO Xinli. Research on Brand Communication in China from the Year of 1949-1965: A Case Study on Reports and Advertisements of China Pictorial Magazine [J]. Advertising Panorama, 2018(4):44-56.
- [13] 赵新利.新中国成立初期《人民中国》对日广告研究(1949-1965)[J].广告大观(理论版),2019(1):45-60.
ZHAO Xinli. Research on Japanese Advertisement on "People's China" Magazine from 1949 to 1965[J]. Advertising Panorama, 2019(1):45-60.
- [14] 杨简茹.一段不能忘却的视觉文化史——1950-70年代的北京市美术公司与国家任务[J].文艺理论与批评,2019(4):135-147.
YANG Jianru. An Unforgettable History of Visual Culture: Beijing Fine Arts Company and Its National Tasks During the 1950s and 1970s[J]. Theory and Criticism of Literature and Art, 2019(4):135-147.