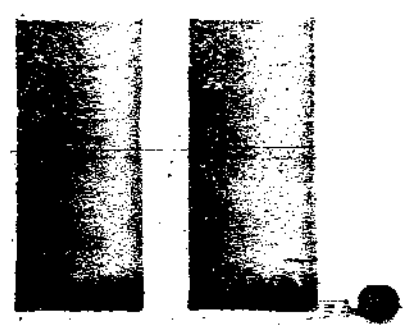
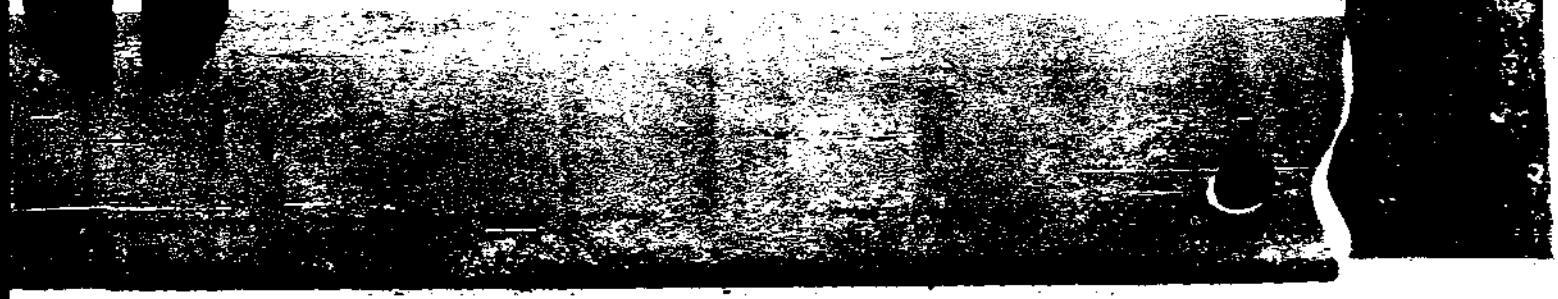


工业美术



工商美術特輯



— 目 錄 —

實用美術與大眾.....	張安治
工商美術作家的任務.....	鄭克基
刀 語.....	筆 兵
爲什麼提倡工商美術.....	曹佩圻
廣告畫史話.....	克
商業美術中的櫥窗陳列.....	冀 耳
新聞紙廣告與木刻.....	司徒喬光
藝壇消息.....	編 者
閒話裝飾藝術.....	鄭小容
與工商美術有關之製版常識.....	司 提
工商美術家常用外語字彙.....	鄭阿甲編譯

綜合月刊 音樂與美術 第十一期

編輯兼	廣西藝術師資訓練班
發行者	「音樂與美術」月刊社
定 價	本埠 每 冊 一 角 外埠 一 角 二 分
印刷者	廣西 印 刷 廠
特約 經理	桂林生活書店
中華民國二十九年十一月出版	

徵 稿 簡 則

- 1 凡有關音樂與美術之言論，介紹，研究，消息及一切便於製版之圖畫，均所歡迎。
- 2 編者有刪改來稿之權，不願者請預先聲明。
- 3 來稿經錄用後以現金或本稿爲酬。
- 4 來稿如欲退還，須附有足額郵資。
- 5 來稿請寄桂林正陽路藝術師資訓練班本月刊社編輯。



實用美術與大眾

張安治

關於美術的起源雖有種種學說，但我們一考察古代遺跡，大多與實用品有關，像石器時代的石鏃，石斧，銅器時代的用具飾物，上面已刻有圖案的花紋，可見上古的美術不僅和生活實用品有密切的關係，也可以說大部的美術活動都是爲了實用，那時候的美術，生存發展在大眾的當中，成爲大眾生活所必需的東西。

直到君主和宗教的威權日益加強，美術也漸漸由大眾的恩物而變爲專制者的獨享，一切都是爲了君主，爲了神，爲了貴族，許多美術家被他們僱用，無數羣衆爲他們勞作，而使他們居住華麗的建築，觀賞優美的圖畫，享用精緻的用具，至於大眾，則因爲苦難和重負日漸加重，已沒有創造美術的餘暇和享受美術的餘力，我們試看古埃及古希臘的王墓，神殿，雕塑，陶器，中國商周時代的銅器，在美術上雖已有很高的造詣，但已遠離大眾，遠離民間的實用了！

中古時代更不用說，無數的桎梏壓得人民不能喘氣，文化衰頹，就連君主，貴族的美術享受也日趨衰落。到了十八九世紀，科學漸漸發達，世界的交通繁密，於是漸漸形成資本主義的社會，市場的爭奪也就成爲必然的現象，但要想爭奪市場除掉用武力和政治的手段作後盾以外，在商品的本身必須具有兩個條件，第一就是價廉，第二是質好，質又可以分爲內在的優良和外表裝飾的優美兩方面，因此美術又和新興的工商業發生了密切的關係。

在一切人類購商品時，從沒有不注意其外表的美觀，各種裝飾品，消耗品，日用品固然如此，大至於傢具，建築，機械亦莫不如此，（除非是沒有競爭，無可選擇的）當我們買一本書，一隻罐頭食品的時候，每每爲外表的美觀所吸引，而真正質地優良，因外觀粗陋被埋沒的，真是絲毫不足爲異。（中國貨不能和日本貨競爭的原因也就在此）我們常常看到同樣的物品因裝璜美觀而能把價值提高我一倍以上，在富裕的購買者仍舊是樂意的，可見工商美術的勃興不是偶然的事。

由於現代科學的發達和機械化的大量生產，美術既已和工商業結了不解緣，既已恢復了與實用的關係，應當是極普遍，而爲大眾享受的東西了，但事實上，比較手工業時代水準雖已提高了不少，和民衆接觸的機會也比較加多，可是仍不能真正滿足大眾的要求，真達到大眾都能享受。

第一個原因是大眾太窮，精美的商品太貴，前面我們已經提過，凡是裝璜美觀的商品，價值常比尋常的高出了許多，因爲資本家曉得，這樣也會有人要的，可是一般拮据的羣衆祇好望之興嘆了！

第二個原因是資本家爲了迎合富裕者的心理，必須使工商美術適合他們的趣味，固然富裕者的欣賞程度也許要高一點，但他們的趣味大多的淫靡的，要求刺激的，而大眾的愛好不是如此，所以有許多新興的花樣，在富裕者是讚不絕口，在大眾是莫明其妙的，這一種現象也可以說是大眾太樸素，欣賞的能力太低，其實是資本家太迎合富裕者的口味，而使工商美術始終遠離着大眾。

美術與實用的結合是無可非議的，在我國更需要積極的提倡，因爲它可以和列強爭市場，可以繁榮國家的經濟，但我們並不想步資本主義國家的後塵，使工商美術僅爲資本家服務，爲富裕的階級服務，我們要利用工商美術來改造社會的環境和大眾的生活，用以提高大眾欣賞美術的水準，逐漸把美術還給大眾，讓他們能創造，能享受，成爲他們自己的東西。



工商美術作家的任務 鄭克基

在抗戰中，全國的藝術工作者，都能從各人所習的部門中，對抗戰建國盡其最大的努力，換句話說，就是藝術的各個部門都負起了與敵人戰鬥的責任，因此我們工商美術工作者，亦決不會落人之後，而亦負起了在自己崗位上的責任來與敵人作更有力的爭鬥。

我們知道在這抗戰和建國同時並進的時期中，經濟建設居於極端重要的地位，如經濟建設發生了阻滯，是會影響到抗戰建國的前途，所以抗戰以來，全國朝野，對於這個問題，無時無刻不在竭精殫慮，而我們藝術工作者該對此問題盡下了一些什麼責任呢？我們是否在畫面上利用了表現出我們後方各個部門的生產工作的內容而已自慰了呢，那當然這一些工作者，他們亦盡下了抗建宣傳上的一部份的責任，但藝術工作者直接與經濟建設發生密切關係的，而那一件重大的担子的責任，因此該由我們工商美術工作者肩負起來了。

上面已說過，在抗戰中藝術工作者，都應各盡其最大之努力，宣傳工作者緊握著工具，走上了前線，走進了城市，農村，及一切的大眾羣中去。我們工商美術工作者走進了大後方的重工商業的城市中，工廠中，與工商界（奸商除外）的人們緊握著手，我們在抗建時期中，負起了努力建設工商業，發達生產，以求增強國力，支持長期抗戰，掙取最後勝利的建國的責任來，因此工商美術工作者以強有力之藝術工人之手臂，伸進於抗戰時期中工商業各個生產的部門中，埋頭苦幹！

我們工商美術工作者走入經濟建設的大路中去，以藝術工人之強有力之武器來抵抗敵人的經濟侵略的戰爭，其重要如何呢？且先看我們的敵人吧！敵人在侵略我們的經濟戰爭中他們是配入了工商美術工作者的強大的力量，在他們軍用糧食及一切食用罐頭物品食品紙烟之類，以及民用一切的日用物品上，他們工商美術工作者，都有侵略意味的圖案的設計，在那一些敵人開設的工廠中出產的絲，紗，染織品，紙烟，火柴……等等的商品上，他們利用圖案設計的新穎的技巧，來迎合國際市場的大宗的顧客們的愛好，或者極力模仿我國商品固有的庸俗的包裝設計，來欺騙在淪陷區敵人武力高壓下而誓死不買仇貨的同胞們，竟亦有在我國沿海一帶尚未淪陷的以及大後方的重要城市中，雖有多數以奸商的沒盡天良的勾當來私運入的仇貨，可是有許多地方敵人利用了模仿我國國貨包裝的設計，而以魚目混入，逃過了檢查員嚴厲的檢查，而推銷在我們大後方的市場上，我們在此不能否認，敵人在軍事上的侵略是失敗了的，三年來他們已打得焦頭爛額，身陷泥淖不可自拔了，但在經濟侵略的戰爭中，至少在抗戰之前他們是完成了侵略者的一種毒辣的手段，而在抗戰之後呢，在漢奸的一切無恥的事仗之下，他們亦做到了他們預期的目的了。

敵人在侵略我們經濟的戰爭中，他們的工商美術工作者是否盡下了他們的侵略的幫凶的職務呢，我們再來看敵人在這次戰爭中宣佈戰時對於那些藝術工作者的待遇吧，他們軍閥

的政府把人民的高腰漸漸的縮緊了起來，作為專以轟炸中國徒手人民的炸彈的本錢之後，當然窮凶極惡的積省了他們的一切的開支了，因此他們平時所謂那些畫師們，他們的工作是完全被取消停止了，除開那一些皇親或軍閥的御用畫師之類，豎起了「彩筆報國」「畫壇部隊」那一些愚盲的工作之外，其實那一些被委任的工作的目的，在他們主子不過是想顧全他們生活上的安全和面子而已，因此他們在繪畫宣傳工作的効力上與我們比較起來是非常薄弱了，可是他們的工商美術工作者呢，確是受到了意外的良好的待遇，不但政府鼓勵他們去努力工作，而且各個公私經營的廠家們，都以優良的待遇揀選他們去作為經濟侵略的好工具，軍閥們派他們到設立於在中國淪陷區的日本工廠中去，作他們卑鄙難觀的改頭換面的一些陰險的設計，因此在敵人的工商美術工作者，在他們戰時是算是天之驕子了。但是我們話該說回來，

敵人的工商美術工作者確是在他們主子的前面做下了強有力的工作，確是在他們經濟侵略的戰爭中，盡下了他們帶凶的責任。

因此我們工商美術工作者，應該怎樣來對付呢？我們該當認清了目下的重大的責任，我們不單以藝術工人的強有力的手臂，來幫同工商界努力生產，完成抗建！

刀 語 筆 兵

- (1) 在抗戰中我們美術工作者，應從各人所習的部門中盡其最大的努力，工商美術家更應盡其建設經濟的責任。
- (2) 提倡工商美術！振興工商業！
- (3) 工商美術是現代經濟戰爭中之強有力的武器！
- (4) 敵人的工商美術工作者已加入了經濟侵略戰爭中去，我們的工商美術工作者應如何起來作強有力的抵抗！
- (5) 工商界應與工商美術工作者密切合作，努力生產，完成抗建！
- (6) 利用工商品作我們抗戰宣傳的工具！
- (7) 工商美術是大眾化的美術！
- (8) 工商美術是為人類服務的一種思想與勞力的工作。

我們必需以藝術戰士的拳頭，經濟戰爭的武器——工商美術——以槍還槍，以刀還刀，以牙還牙來與敵人經濟侵略戰爭中配備的工商美術工作者來作殊死的搏鬥！

來吧！我們幫助工商界努力生產，把我們的工商品推銷到國際市場去，增強我們的國力，我們要做一個苦幹的藝術工人！

來吧！我們要利用工商品作為我們宣傳和教育的工具，在民間的一切日常用品上，插上我們含有抗戰意義的標語和圖畫（最低限度的工作）因為我們知道工商美術他能深入民間，工商美術是大眾化的美術！

來吧！我們要做一個在抗戰期中的藝術戰士舉起我們的武器——工商美術——來與經濟侵略中的敵人作奮死的鬥爭！鬥爭！



爲什麼倡導工商美術

曹佩圻

時代是前進的，宇宙間一切的事物，亦需要隨之進化，然後才有存立的可能，若不及時努力，便會有淪於消滅的危境，爲了要適應生存競爭，對於任何一件事物，更必須從各方面所能受的影響，加以注意，加以研究，加以努力和改進。僅依靠着每一方面的努力，是不夠的，不能使其止於至善，而生存於這樣極端競爭的年代的。

工商美術，在表面上看起來，似乎是生活上多餘的，他與人類生活不發生多大的影響，因爲我們簡陋的房子也可以棲身，不漂亮的衣物，還是一樣的可以禦寒，也一樣的可以使用，不美口的食品，同樣可以果腹，不平的道路，也一樣可以行人，當然這事實是對的，但如果我們冷靜的分析一下，留心的研究一下，或是去想一想，人類生活並不是這樣簡單的，不能認承工商美術，在人類生活上沒有關係，如果工商美術在人類生活上真的不發生關係，則人類社會生活，將仍是停留在初民的原始社會生活了。

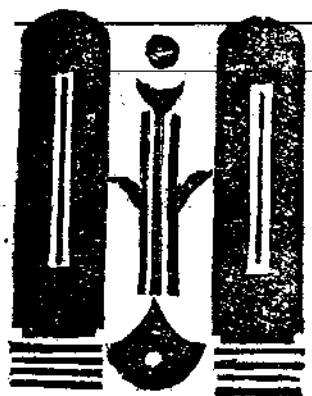
人類居住的問題，不僅是要求可以棲身，山洞也可以棲身，穴居也可以避風雨，然而人類終於爬出山洞了，爲了還有其他的要求，怎樣採光亮，才可以在房子裏能看得見做事，又怎樣可以防止敵人或別人窺近來，怎樣可以分開內外？又怎樣能隱藏起那許多零亂與污濁的東西來？於是人類有怎樣去建築的要求了，更爲了要求能更安適，有變化，則更有怎樣使自己的環境美好和佈置的要求了，因此人類才更文明，更進步。衣飾交通也一樣，除了禦寒，還更要求怎樣輕便適體，道路除了可以行走以外，還更需要他平坦整潔，可以暢行無阻，美好的東西，更能容易引起食慾，就因了這種慾望，人類才更有理想，有了這種慾望與理想，才有創造與發明，才有文明與進步，今日人類之所以能在陸地上乘着速率很快的車子跑，在天空可以坐着飛機飛，就是爲了有了要求更好，更方便，更舒適的一種慾望的結果。所以人類社會生活，是不能滿足於現狀的，除了實用以外，還要求怎樣美觀，怎樣影響精神情緒，人類物質的進步，是離不開工商美術。

我們考查美術的起源，知道人類生活是有一種美慾的衝動，這種美慾的衝動，是人類原質的一種因素，他影響人類精神頗大而有助於實用，原始人類武器的裝飾，可以使敵人見而生畏，紋身的裝飾，可以增加兩性的交際與選擇，而促進種族的改良，（見藝術的起源），這些並不是一種誇張其辭，而也是事實，即以今日的已開化半開化的各種民族的一切起居服用，也總是除了可以實用以外，更有藉以裝飾的要求，我們了解這些，應該認識工商美術，在人類社會生活中的價值，絕不是沒有影響的。

過去中國的民間，爲什麼喜愛用日本貨，這並不是絕對的因爲中國沒而有需要牠，中國也有花布，也有世界聞名的綢緞和瓷器，爲什麼被日本貨外國貨壓倒了，以至於破產，主要的原因，固然是爲了生產方法的不同，然而最大原因還是爲了日本貨既便宜又好看，中國花布瓷器，千百年來還是那種樣，當然，同樣的東西放置一處，人總是檢着好看的要，因此

廣告畫史話

克



在廣告畫的小史中，我們可以把牠分成爲二個時期，第一個是法蘭西式的廣告畫，第二個是英吉利德意志式的廣告畫。

法蘭西式廣告畫的始祖是藝術家喬爾·謝萊 (G. Shery) 他的發展是從杜美 (Daumier) 及哈哇爾尼 (Havarny) 的石版畫開始而同時受到東洋藝術的影響，他起始的時期很早，大約在法國前世紀中葉的時候，「廣告畫原爲觀衆而作的」在廣告畫上同時亦定下了必須以客觀的條件來製作的定例，直至現今作廣告者仍是遵守了這一條製作上的法令，當時定下這廣告畫製作上的法令的，當然是喬爾·謝萊了。

第二個英吉利，德意志式廣告畫，顧名

思義當然所產生的地點是英吉利和德意志了，但與前者的根據，是以完全不同的原則而成立的，前者當時所表現的只能在城市生活及工業主義不十分發展之條件下能爲實用，因此意義較狹，後者乃是適合用於大工業城市中的廣告畫，即現代之廣告畫之發展，與英吉利德意志式廣告畫有非常密切之連繫。

廣告畫雖常作爲特殊的資本主義的描寫，但對其他無論任何主義國家工商業之發展確有很大的關係，目前世界各國均利用作爲黨政及工商業競爭之唯一的武器，如美國及其他各國總統競選時用廣告畫互相爭鬥以取勝利，已司空見慣了，又如商戰上之利用，以及各國經濟戰爭中之廣告畫戰，均能使人留下很深刻之印象，而目下這一部門已爲一般藝術家所認爲極應努力而去追逐的一個對象了。

之故，我們更感覺到，工商美術不僅是適應人類社會生活進步的要求，而與國家民族經濟的衰落，是有着更重要的意義，他成爲國際間經濟鬥爭的一種手段了。他可以無形中抵制了別人的貨品，奪取了別國的財源，而使別人的經濟陷於崩潰的絕境，使淪爲殖民地的地位，中國之所以貧窮的原因，大部就是受了這經濟的侵略，生產品落後的影响。

今日的中國是自力更生的新中國，是建設的新中國，我們應該乘着敵人的封鎖，舶來品不易輸入的時候，應該努力的提高生產，改良品質，不應該單注意量的發展，更該注意質的發展，也不該祇注意到實用的價值，而不注意他競爭的意義，經濟鬥爭手段的意義，能代替了舶來品，就爲國家省下了不少錢，就減輕了經濟的侵略與壓迫，我們千萬不要再小視這一點點的裝飾，他的影响實大，工商美術應該在現中國發展，而純美術則亦應該向工商美術轉變。



商業美術中的櫥窗陳列 莫耳

商店的櫥窗陳列英文名字叫 DISPLAY WINDOW，工作者就叫 DISPLAY MAN，在外國 DISPLAY MAN 是在每家大公司，大百貨商店或大書店中佔有很重要的地位的，因為他們是一種專門的人才，他們直屬於經理室或董事會的設計室，他們的責任是全公司的各部商品的陳列，而都由他們來分配設計的，因此商店的櫥窗陳列亦變成爲每一個商店最重要的一個部份了。因此他們亦負起了門面營業上的一個重大的責任。

我國商店櫥窗陳列近幾年來亦漸漸的被人注意起來了，但工作者都是一些沒有專門研究過櫥窗陳列的人，因此最初工作時往往就會發生了許多一時不能克服過來的困難的問題，譬如最普通的一種櫥窗內外積角的差別來說，他們起先都是被忽略過去了，雖是解決此類專門問題的書籍，除開了外國的之外，中國是太少了，但幾年來由他們工作者的努力，我們亦是不可抹煞的，他們對於這一些普通的困難的問題，亦在他們自己的經驗之中慢慢的克服過來了。同時他們亦注意起各國關於櫥窗陳列的問題的書籍來以及研究他發展的經過及未來的趨勢了。同時他們更努力的設計出新穎的更能吸引顧客的宣傳商品的各種工具，如平面活動廣告進展至立體的活動廣告的這一個階段，這是一個很明顯的我們在商業廣告上的努力的成就。但關於櫥窗陳列的重要與否目下商店的老板們是否與他們自己所想像的一樣呢，當然一般的老板們是唯利是圖的，因此不管自己的商店的櫥窗裝置以及燈光的配合是否適合陳列商品的條件，但他們是以最經濟的方法裝置下來了，因此櫥窗陳列者就在這樣的條件下把他們所希望的工作不能發展開來而非常的痛苦了，但偶有較大的公司和商店是做到了這一個合適的條件，他們裝置櫥窗時就請了專家來設計，但我國能有幾家比較大的公司和商店呢。因此櫥窗陳列雖在幾年中漸漸的被人注意起來，但真真的認清了櫥窗陳列的重要的意義的那一些老板們，是很少數的。

同時我們出版界關於這類的書籍亦應注意起來了，我們至少認爲在國內的商品的推銷上是很有關係的，這當然亦是一個商業技術問題和商品的推銷問題呀！

記得德國希特拉執政的第一週年的紀念日的那天，德國各商店除開了懸掛旗幟外，在一家大商店的櫥窗裏陳列了許多德國自己的工業上的出品，而同時主要的是在宣傳希特拉法西黨的勝利的一個紀念的設計，因此當時得到了小鬍子元首的讚許，自此以後希特拉亦就利用商店的櫥窗來作爲宣傳他自己的工具，在此櫥窗陳列的重要性上亦被政治家們利用去了。

櫥窗陳列確是對於商品的宣傳上有很大的重要性，我們已不會否認了，但其效果上如何，就要看陳列的技術問題如何了，第一當然我們要注意的是主要陳列的商品是什麼，我們先把這些我們商品的重要性抓住了下來，我們就可用寫實或誇張的種種方法設計指示出這商品的用處，以及它的特點，這裏有一個A.海夫門櫥窗設計專家的櫥窗陳列的幾個要點，把他抄錄在下面，以供初習者作爲參考。

一，在陳列前選擇主要的商品，作爲設計的對象。

二，選擇商品中之精良者，陳列於觀者最近之視線。

三，利用適當的輔助品。

四，文字指示陳列。

五，暗示陳列。

六，燈光裝置。

七，色彩配合（寒色重於暖色）。

八，全體色調及光線（強，佔十分之八。弱，佔十分之二。）

以上列的數點來看，是陳列商品時一種最普通的要點，陳列商品時以主要的商品的包裝與整個陳列設計上亦有很大的關係。如包裝設計與輔助物品的設計趣味不同，即會失去了和諧的感覺，形成輔助品的多餘或輔助品奪去了商品的觀主力，這是非常重要的，因此最近櫥窗設計的趨勢亦因商品包裝設計一般傾向於了力的美，以複雜的曲線變成爲堅硬而有力的直線之後，櫥窗設計的傾向亦走近了立體及構成主義的路上去了，而表現出極單純的一種有力的線條，這與現代建築上所走的形式是同一個個道理的，我們不再以局部考究的裝飾來分散了整個物體的美觀，同樣的與舞台裝置上，亦有很大的明顯的表現，如很早的古典主義的富麗的舞台裝置是不合用了，浪漫主義雖是利用了物體的透視繪法來偽飾劇情，但等到演員在置景的前面走動時給觀衆形成了一種非常可笑的比例，因此直至舞台裝置的革命者阿比亞主張以情緒的裝置之後，舞台裝置以立體的配列給於演員在演技上和姿態上的價值了，櫥窗陳列亦以立體的配列給於商品的形式上一種價值了。

關於櫥窗陳列的燈光裝置亦是非常重要的，譬如舞台上的燈光給於演員以立體的造型的價值，同樣櫥窗內的燈光亦是給於商品以立體的造型的價值的，同時燈光可以幫助強調商品顯示出形式上的特點，又可調和商品及輔助品的一種死板的裝置，更能提示主要的商品和形成整個櫥窗情調和空氣的濃厚。

關於櫥窗陳列技術上的諸問題，讀者們假使對它發生興趣的話，不妨我們大家以後再來研究和討論，現在介紹幾冊世界各國關於櫥窗陳列的參考書籍，就算結束了這篇文章吧！

美國的：	Display WORLD
	Display WINDOW
英國的：	MERCHANTS RECORD
	Show Window
德國的：	GEBRAUCHS GRAPHIK
日本的：	商店界
	廣告界
中國的：	櫥窗陳列談話（本文作者編譯）



新聞紙廣告與木刻

司徒喬光

商業美術中的新聞紙廣告是在廣告戰中佔有很重要的一地位的，它是多數利用黑白畫亦有色彩套印的，但必需依據新聞紙的本身印色而定，來表現商品的優點，以及裝飾上趣味的圖案生動的廣告文字，來吸動每天無數萬的新聞紙的讀者，因此對工商品的廣告效果上收穫是非常大的，尤其在二十世紀商業廣告戰爭白熱化的時候，大家都認為是一件強有力的武器了。

因此我們新聞紙廣告在數年來亦跟隨着有非常的進步，少有些常識的工商界人士，他們對於自己的商品亦注意起利用新聞紙廣告來了，而且在以往單純用文字廣告來宣傳已不能滿足他們對於自己商品在宣傳上的慾望，因此跟隨着每天在報紙上有許多登載着重求商業廣告畫人才的廣告，當然一切反映在社會中的事件是有它的因果的，各願商家四處廣求此等人才，當然在他們工商業的發展上是需要這些工商美術工作者來密切的合作了。

關於新聞紙廣告在印刷的製版上，我們大家知道普通是一種鋅版或銅版，因此有的利用了鋅版的各色的網紋，製成後有意想不到的動人的畫面，像繪昌麻紗廣告上常用的花紋，棉毛呢上的花紋都是一種利用得非常好看的，當然在戰前，印刷及製版在完備的條件之下，一切可隨心所欲毫無問題，但在目下物質條件一般困難的情形中，往昔以四五分一寸的鋅版現在已漲至二元以上，而且常有爲了當地缺乏此等製版場所，而用航空傳遞到外埠去製版的，那樣使人聽了會作舌的事情，在目下一般工商界在節省開支的原則下，要他們利用鋅版來登一次新聞紙廣告是事實上不可能的了，但我們工商界是否對於工商品的推銷上以及全國整個工商業的發展上就此放棄了這一個有力的武器呢？不，我們是要想出補救的辦法的，我們當然同一切文化上的出版事業一樣，我們不能因印刷和製版條件上不完備，我們就不印書不出版書了，這當然是非常愚蠢的，而且好在解決製版問題的，現在已經有人在利用木刻了，因此我們新聞紙廣告以及其他一切印刷廣告上爲什麼亦不來利用木刻呢？

說起來我國早期新聞紙廣告，本來是一種木刻的版子，（不單新聞紙廣告如此）但刻工都委之於一般無知的工匠因此刻工非常粗俗而惡劣，當時工商界及工商美術工作者亦並不注意及此，好在以後自製版業走進了印刷業後，這一問題就更湮沒下去了，當然我們並不否認中國以往固有一切的木刻都是如此。但木刻在廣告品的印刷上表現的技巧是非常不夠的，因此我們乘此在製版條件困難的情形之下，來把木刻利用到新聞紙廣告上（或一切印刷廣告上）我想這雖不是一種正常的推行中國木刻運動的工作，但至少對於我國工商業前途的發展上是有利的，不知木刻工作者能否在這一方面肯來同工商界人士共同合作？因爲藝術戰鬥的部門是多方面的，我們當然亦可利用一切商品廣告來作爲抵抗敵人的經濟侵略的一種有力的武器。

關於木刻上的一切問題，當然是要請木刻工作者來指導了。



閒話裝飾藝術

鄭小容

我們依據裝飾藝術歷史的書本子一頁一頁的翻下去，在史前人類出現於地球的第三紀的末期，又經過三次的冰期，和三次的間冰期後，在克羅馬森林層中發見了人類加工的石器，這就是人類與裝飾藝術發生的關係上最早的一個發見，雖則發掘出的石器是一塊光滑而沒有花紋刻劃的石器，但在裝飾的一種廣泛的觀念上說，我們不但承認在物體上另加飾物認為是一種裝飾的藝術，而就對於物體的本身加以磨光和修整亦認為是一種裝飾的藝術，因此在藝術史家的考據下即依此克羅馬森林中發現人類加工的石器認為是人類與裝飾藝術最早的發見，同時亦即是藝術的最早的起源。

接着再翻下去看，是舊石器時代，新石器時代，銅器時代……上面都是記載着是一些人類因生活中除開物質條件的需要外，同時必需再以精神上的條件來滿足他生活上的慾望，因此裝飾藝術在人類生活上與精神上是一種必需的條件，在每一個時代中均有很明顯的進展，同時裝飾藝術，在每一個時代中亦負擔起了改進時代與生活增進人類的幸福的使命，同時對於文化上亦有無上的貢獻。

人類又因愛善惡劣的心理，在生活實用的器物上是表現得更為明顯，不是美的形式和趣味的裝飾即不能滿足精神上的慾望，同時在生活上即為發生一種不快的感覺，此不單文明人如此，而野蠻人亦是如此，達爾文以一匹紅布，送給一個翡及安的土人，那土人接受了那匹紅布之後，不把布匹作為衣着圍在自己裸着的身上，而反把布匹與同伴們撕成碎段，纏繞在凍僵了的肢體上面，作為一種身上的裝飾，這是很明顯的是一種人類渴望美觀的表現，假使從歷史的書本子中再抽出一兩頁來，以原始人的一切遺物來觀察，亦可證明，原始人類與禽獸爭生存，與風雨為敵時，在與獸類和自然的困苦生存中的掙鬥之下，倘且於生活接觸的器上和牆壁之類上敷以裝飾，描以繪畫，以滿足人類天性的愛美的慾望，我想這是誰都不會否認的一個事實。

但自歷史演進至殺人可利用光，時代進展至要謀求世界上的人類沒有一個衣不暖，食不飽的一個幸福的世界的時候，却反而有人認為「一切生活上的裝飾藝術有無亦不足以輕重」。而有的竟有譏諷「裝飾藝術是一種奢侈的東西。」這真是一件被歷史家認為有史以來的大大的笑話了。但這樣的人呢，我們本可認為他們是人類中的一種「號外」，或是比人類更底能的一種動物，但事實上這些人倒又是自認為是一些藝術大家。

奢侈的生活，本來是人生中一種消極的自私的生活，同時個人生活奢侈，其結果，小至個人大至國家，都蒙不利，因此奢侈的生活，本是要不得的，但在生活中與生活接觸的一切物件上我們敷設以美麗的字畫，或除開美觀之外，我們再加以教化作用的圖文，我們是否可說：一只白碗可以裝飯，一只只有花紋的碗同樣可以裝飯，我們就何必多此一套，或多此一畫之後就認為是一種奢侈呢，假使有人認為如此，那麼實際上那只白碗的本身，它已經是一種裝飾了，因此可以說連那白碗亦是一種奢侈的東西，我們假使要避棄這樣的奢侈的

音樂與美術

話，裝飯可以不用白碗，而用以自己的手代，但除開了裝飯的碗之外，我們還有那些日常用的別的東西呢？假使認爲這一切與生活有關的裝飾都是奢侈的話，乾脆的說，我們可以不必生活下去了。

那麼裝飾藝術有無是否真的不足以輕重呢，在表面上看來，這句話確在現在確會變成了一只有毒的蘋果，但我們細細的想來，却得其相反，因爲多數人已認爲裝飾藝術是最爲明顯的表現出一個國家一個民族的特色，因此各個民族與各個國家有其各不相同的裝飾的藝術，我們接觸到那一個國家的工商品我們即可知道其人民的趣味及其文化的高下，如我國自周漢而往，於金、玉、木、漆、銅、石、竹等器上均有出奇制勝的光輝燦爛的成績，至今爲世界所稱羨的，亦即我國古有民族的偉大和優美之處的表現，但在近百年中，以上諸工漸漸地衰敗了下去，即以瓷器而論，亦多採用外來的了，因爲外來的均有美觀的裝飾，使人愛好，我國自己的瓷器繪畫的工作均由一般全無學識的工匠來承受了師傅的舊法，千篇一律，此等裝飾藝術工作永淪於工匠的手中，因此所敷設之圖文，雖是五彩粉紅，但鄙俗不堪，而又簡單潦草，粗惡可憎，雖瓷質甚佳，但出品及推銷上均受裝飾上惡劣的影響，亦因此從前的產瓷國的美名亦湮沒而被人遺忘了。

事實上因爲自己漠視了裝飾藝術的重要，而在一切的工商業中在國際地位上亦漸漸的低落了下去，對於這些癥結不去診治解決，反而以快刀來斬斷了正在延續中的生命，來一個「裝飾藝術有無亦不足以輕重」或「裝飾藝術是一種奢侈的東西」的牽強人意的判斷，真使人覺得數十年來中國的工商業的落後，真亦須要這幾位藝術大家們來負上這一個說話的責任了。

在目前全國上下一致在抗戰建國的目標下各盡其最大的努力的時候，我們當然亦不願再以翻開過去陳舊的歷史來一頁一頁的重復的告訴這些大家們：裝飾藝術是在人類的歷史中佔着如何重要的地位，或是人類與藝術的最初的起源即是裝飾藝術等等，但我們要提出的是在此時期中我們可能利用裝飾藝術來作爲抗戰建國中一種教化作用的工具，因爲以普通的繪畫（如宣傳畫）來說，繪畫本是具有造型藝術中最富有表現性的在其宣傳和教育的作用上亦是很能收得效果的，但在認爲藝術宣傳戰略中的重要方案之一的，關於傳遞流廣宣傳品的作用上，關於繪畫除開依靠現代印刷的發達，從出版物上取得傳遞上的便利外，我們更應該從日常生活所習慣接觸的範圍之中去尋求宣傳上流廣的方法，使藝術宣傳的領域擴張至出版的範圍之外，因此我們裝飾藝術在藝術的戰鬥中亦應負擔起很大的責任來，在日常生活中的用具上，如飲食器皿、手巾、信箋、信封、讀卡日曆……建築裝飾上的門面、窗、牆壁……兒童用具以及各種商品包裝商標圖案等等均可以改用新的含有教化作用的裝飾來代替了舊有的形式，同時我們亦必須注意存在中國藝術的成果中，最重要的還是流傳在民間的藝術，因此流傳在民間的裝飾藝術中，亦有其發展的前途，我們不妨可以多多利用，同時亦是我們建立民族形式上的一個不可忽視的基石。

裝飾藝術我想在此抗戰時期中，亦可在一些漠視的人們的吐沫中升降的來了，我想一定有許多從事裝飾藝術的工作者向着目前迫切的這個目標自勵着前進的，當然這一些認爲「裝飾藝術有無亦不足以輕重」和「裝飾藝術是奢侈的東西」的人們，可以一脚把他們踢出去，因爲他們雖能以含毒的蘋果可以來欺騙人們，但他們是否把裝飾藝術的歷史亦一頁一頁的毀滅了呢。



與工商美術有關之製版常識 司提

近數年來，我國製版業確有驚人之進步，如上海之文華圖書印刷公司，中國科學印刷公司，三一印刷公司等，主持者均以最大之努力貢獻於社會，尤於工商美術上更有顯著之進展，製版業雖於我國僅有短短三、四十多年的歷史，但早期又因工商業之落後，工商界對於工商品包裝之設計，及廣告宣傳之漠視，因此製版業之發展所受之影響，亦甚有關係，近年來因我國商業受外人之經濟侵略，愈益加甚，工商界對於工商業之挽救，亦漸漸地覺悟起來，亦漸漸地利用工藝美術使其出品逐漸精良，利用商業美術作為工商品之廣大之宣傳，因此製版業亦在近幾年中跟隨着迅速的進展，工商美術工作者亦在社會人士及那一些神聖的大藝術家的唾沫之中浮昇起來了，而且漸漸地受到了工商界的重視，因此近幾年的工商美術工作者確是在生活上要比其他美術工作者要舒服一點，同時從美術學校一批批畢業出來的學生們，在先前所抱的願望中與一踏進社會之後，亦覺到這實用美術與社會需要的關係了，因此亦有許多美術學生走上了這一條路去，他們覺到學習美術，對於工商美術在目下亦是一條比較有希望的出路，雖然在抗戰的時期中，但工商美術與其他各個戰鬥的藝術部門，同樣地負起了抗戰建國的責任的，我想現在那一些自認為神聖的大藝術家們，亦決不會再對工商美術誹謗或漠視了。

題目是談關於製版常識的，但說到了題外去了，馬上帶住吧！

關於製版的常識，因為作者數年來在編輯畫報的工作中，常常要與製版工作者發生關係，因此那些常識亦是從他們工作者那裏討教而得的當然絕不是作者的經驗之談，不過這些常識對於我們從事工商美術工作者的却又不能不知道一點了，因為製版同印刷是有密切關係的，我們知道工商美術是逃不了印刷的過程，因此我們有了這些常識一定對於我們製作上亦有了很大的幫助，如有機會下回我再寫一些關於印刷的常識出來，現在即以作者所知道的製版常識簡略的把它寫在下面，如有遺漏和錯誤的地方，還得請專家們來補充和指正！

先來談銅版吧！銅版是在製版中是比較最普通的一種，它的種類共分照相銅版，無網銅版，彩色銅版，套色無網銅版，刻網銅版等等，它性質是以一種銅片製作而成的，但銅片亦有厚薄二種，厚的適用於製照相銅版，彩色銅版，和刻網銅版，而薄的只可適用於普通的單色銅版了，製照相銅版時彩色圖稿不及單色黑白的圖稿如攝影等為佳，因彩色圖稿易於引起色彩上的反應，以致使全圖的黑白層次不甚分明，無網銅版最宜製作平敷色澤的單色圖稿，其用途與鋅版略同，但因銅版較鋅版質地堅固，宜於印數較多之印件上用之為佳，色彩銅版普通以三色為最多，但能利用二色之分網套色，印刷成後極像影寫版所出之印稿，文華畫報數年前即利用此等二色套版印刷之，其圖片甚為美觀，四色五色採用的很少，但紅黃

藍三色之配合時不能印出原稿上之灰色，或黑色，如欲印出，那必須加印黑色，合成爲四色，其他如鮮明之綠色，或鮮明之褐色，或藍色，單就三原色印之亦甚難表現，故亦必須加印其綠色褐色或藍色版，故我們製作畫稿時最好即以三色及三原色配成之間色敷設之，但亦決非因加印色版之麻煩而決定我人畫稿之設色必須依照三原色製作也，但在印刷條件困難的情形之中，我人亦應製版及印刷費用之負擔上來打算，否則原圖的佳處，亦一定會減色不少。套色銅版與套色鋅版亦大致相同，其長處亦與無網銅版相同也，刻網銅版，是將

無用的網線處刻去，例如普通單色或色彩圖稿上之白色地位，如多角形圖稿之邊緣，此類版子以新聞紙廣告比較用處最大，因特有商標之邊緣必須刻去其四週網線也，以上大略爲銅版的一般情形。現在再談鋅版。鋅版以鋅片製成，鋅版的種類分爲條鋅版，網線鋅版，照相鋅版，套色鋅版等，其圖稿必須以黑白色爲宜，雖照相鋅版亦可製成八十線之網紋，（關於網紋下段文中即可講到，）但與銅版之網

* 藝壇消息 *

編者

1. 重慶國立音樂院已開課，有學生八十人鋼琴十架。
2. 中央廣播電台樂隊改組爲教育部實驗管絃樂隊，由吳伯超君任團長，戴粹倫君任副團長。
3. 實驗劇院樂隊近由鄭志聲君担任指揮。
4. 中央訓練團音樂幹部訓練班第三期訓練定爲六個月，學員三分之二調訓，三分之一招換，不日即可開始招收云。
5. 教育部音樂教育委員會爲供給中小學校及社教團體音樂教材，並提高其程度，定於卅年元旦將「樂風」改爲月刊繼續出版。由該會同人另行組織「樂風月刊社」，推熊佛海爲社長，繆天蕪爲編輯主任，陳振鐸爲發行主任，聞該刊歡迎定閱，全年連郵三元云。
6. 徐悲鴻先生聞已返抵新加坡，即將由香港歸國。
7. 蘭州新西北社將於最近舉行全國漫畫木刻展覽。

線比較相差太遠故人甚少以照相鋅版製作也，線條鋅版因製版手續時間迅速，故與新聞紙廣告畫上用處甚廣，網線鋅版約有圖案之網線數十種，繪製網線鋅版之圖稿，只須在應用網線之處，塗上淡藍色後，隨後將某種網線之式樣，（此爲製版家所定之式樣）剪下一角或註該網線之號碼（此亦爲製版家所定之號碼）如同時要製或數種網線可將圖稿上塗以深淺比較之藍色各各註明網線之號碼，製版者即可依樣製成此等網

線如圖稿上應用得法製成後可較原來之圖稿增色不少，套色鋅版亦能製作平敷色澤之圖稿，但其套色可套至五六色種不等，此用於商品包裝之印刷上應用甚大。

以上即為關於銅鋅版之簡略之常識，倘有數則容再補充之。

製鋅版之圖稿如繪製時是陽文而欲製成陰文者，可不必要重再繪製，只須於原圖上註明翻陰圖三字即可，圖稿大小之比例在製版時就以普通四分之一之縮率為最佳，原寸次之，放大者往往形成粗劣之現象，縮率過大者亦往往因原稿上細小之花紋會有斷續不明之弊，如繪製新聞廣告時之較細之商標或商品之圖樣，倘反覆繪製不勝其煩可將舊有之鋅版圖樣剪下貼入於新繪之圖稿上，如製鋅版更無問題，且手續又簡，各位不妨一試即知。以下將彩色圖稿製單色版時，其色彩之反應作一詳表以供參考。

紫紅，朱紅，紅，橙黃，金黃，深黃，深綠，黑，以上各色製版後均成黑色。

赤金色製版後，在黑色上發現纖維狀之白色，因一部受光之關係也。

玫瑰紅，朱色，黃綠深藍，赤紫，深灰，淡金以上各色製版後均成深灰色，（淡金色與赤金色同樣在發光處變成纖維狀之白色。

粉紅，淺綠，深青，淺藍，淺赤紫，淺褐色，銀灰以上各色製版後均成灰色，（銀色之結果與金色相同）

藍色，粉綠，淺青綠，淺青，青紫，淺灰，深紫，以上各色製版後均成淡灰色。

淺青紫，淺紫（青蓮），淡藍，白以上各色製版後均成白色。

但以上各色如欲必須製成較精晰之分色時，可用分色之乾片，或分色之鏡顯攝製之，較為前者明快不少也。

如有單色之圖稿欲製成一平敷色澤之鋅版，可將原稿每一分色處拘一細線並於每一部份註明色彩，製版家即可照製，如單色之照片欲製成彩色之銅版得由作家指定或由技能較高之製版家由其製版時設成色彩適宜之圖版，但此製版者必須具有繪畫者之設色之常識，如數年前之文華畫刊之彩色封面，即以單色之照片製成彩色之銅版印刷也。

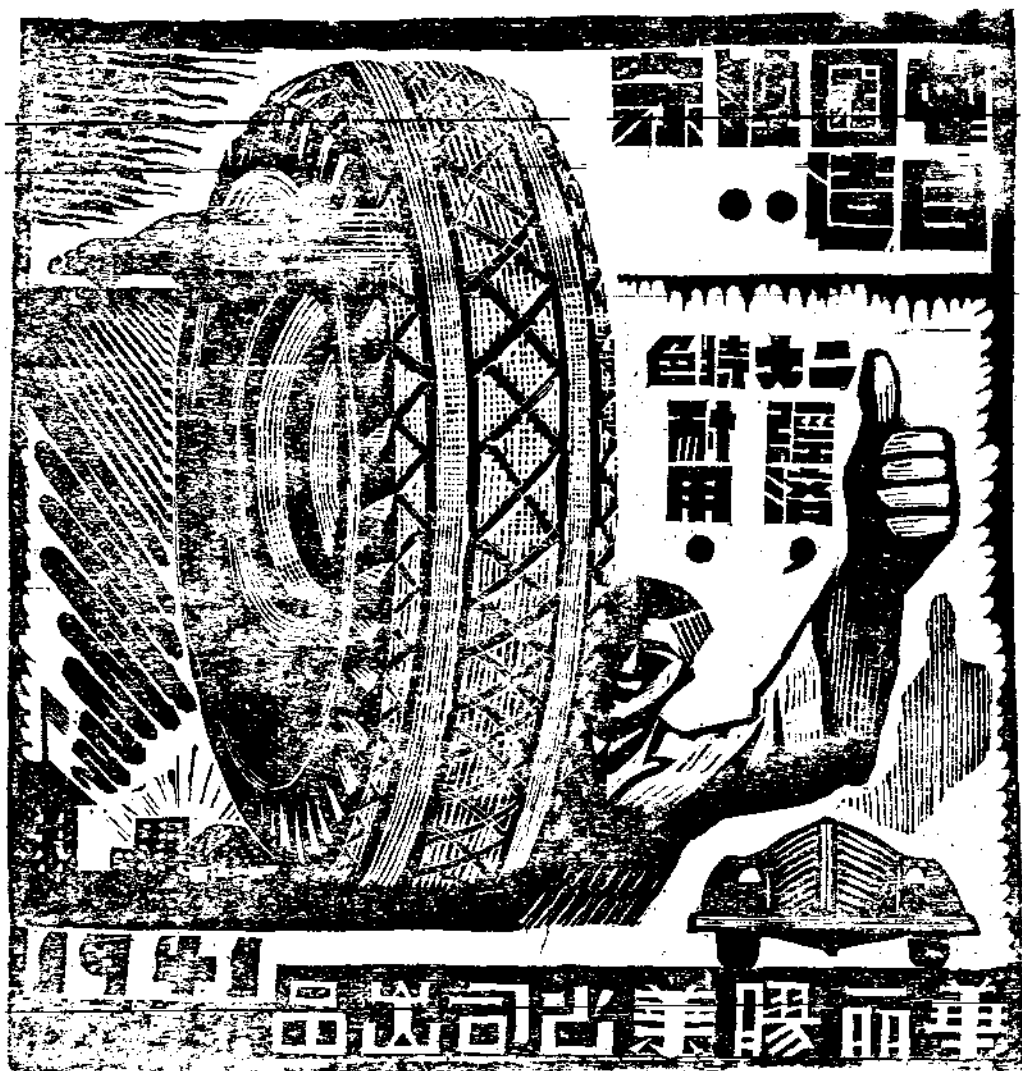
關於銅鋅版網紋之應用，是以印刷之紙張而決定的，我國普通報紙所用之銅鋅版為六十線，西文報紙因紙張較好者用八十線，如用銅版紙可用自一百三十三線至一百八十線，道林紙用一百線較為適宜，大幅報紙如用四十線亦可印出精晰之圖文，網紋之計算長以其線數等相乘之，即得每一方吋之點數，例如八十線，則以八十與八十相乘得每一方吋六百四十個網點，依此類推亦甚簡便。

但以目下之製版業情形而言，在大後方是發生了原料恐慌的問題，因此以戰前每方吋五六分之價格而現已漲上了數十倍以上，因此製版業因受戰時之影響同時工商美術在印刷上亦因此而不能如心所欲，但我們可發展其舊有之石印印刷，訓練上石時之描繪工人，使其用精鑿之技能，描繪原稿，在此戰時銅鋅版製版原料發生問題的時候，印刷界極可努力使石印印刷能應付戰時製版上之困難之問題，其功能亦有益於整個工商美術及工商業之發展也。

工商美術家常用外語字彙

鄭阿甲編譯

Art	美術	Illustration	圖解
Advertising	廣告	Inspiration	靈感
Ad-man	廣告人	Label	貼紙
Autotype	單色照相版	Logic	邏輯
Broadsheets	大型之廣告印刷物	Material	素材
Booklets	小冊子	Mercury	神話中的商業司神
Border	帶狀模樣	Manikin	人體模型
Catalogues	編目	Method	方式
Carton	插畫	News-paper	新聞紙
Car-card	電車廣告	Novelities	實用廣告物
Cut	小插畫	Name-plate	招牌
Caricatur	漫畫	Originality	獨創
Character	表現特性的廣告物	Ornament	花紋裝飾
Copy	複寫	Outline	輪廓
Commercial art	商業美術	Outdoor-advertising	屋外廣告
Complete-ad	全面廣告	Pictorial	畫報
Duotone	二色之網紋印刷	Psychology	心理學
Display	陳列	Publicity	宣傳
Display window	櫥窗陳列	Photo-ad	攝影廣告
Design	圖案	Pose	姿勢
Device	計劃	Penmanship	筆法
Drawing	繪圖	Palette	調色板
Element	素材	Show-card	說明卡
Expression	表現	Show-window	陳列窗
Fashion	流行	Space	廣告面
First-impression	第一個印象	Spayer	噴漆法
Folder	套印廣告印刷物	Suggestion-Show	暗示陳列
Gothic	活字印刷版	Trade-mark	商標
Golden-rule	黃金律	Theme	主題
Golden-cut	黃金律之分割	Wall-paper	牆紙
Hand-Book	手冊	Wrapper	包裝紙
Italic	西文活字體		



汽車外胎新聞紙廣告

陽建德木刻

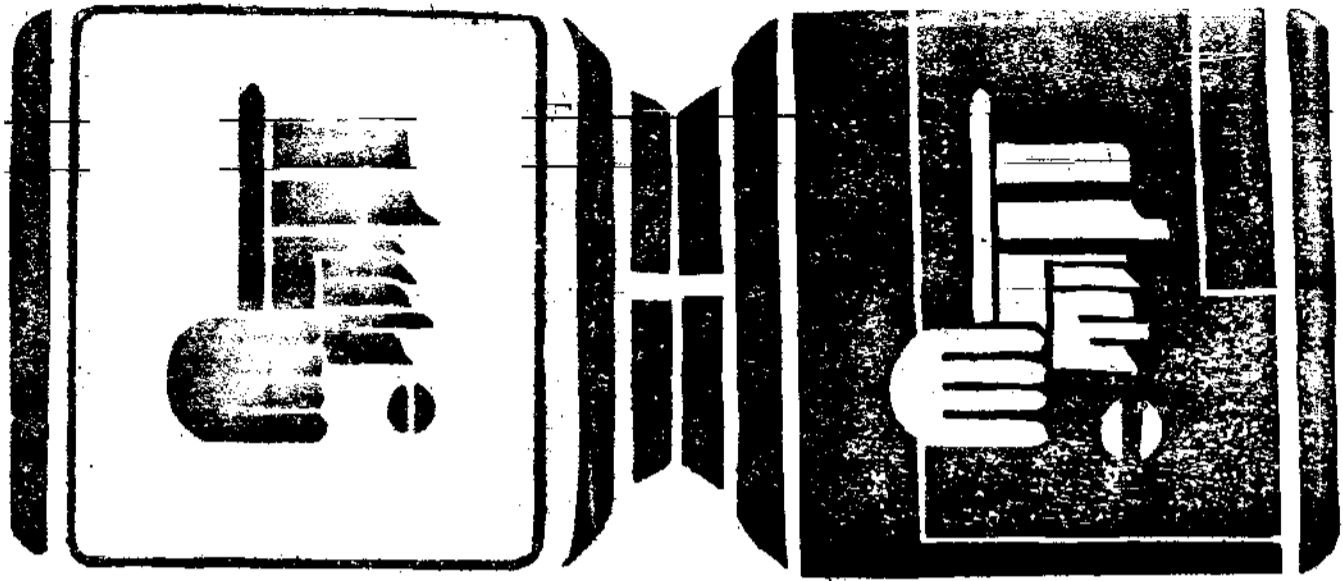
廣西工商美術供應社為全國工商界服務

服務要目

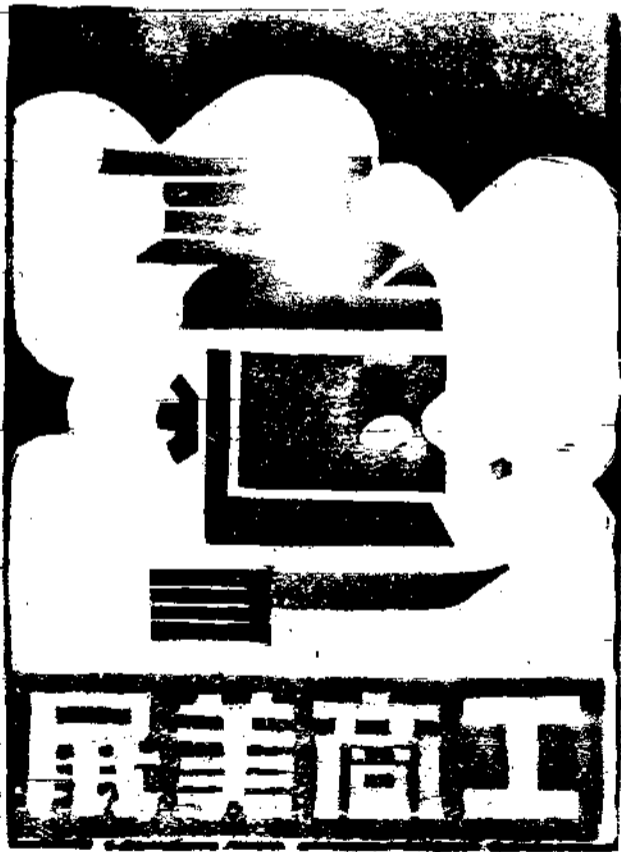
- | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. | 9. | 10 | 11 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 陶 | 染 | 金 | 包 | 櫥 | 舞 | 建 | 日 | 廣 | 商 | 店 | 封 | 書 | 宣 | 雜 |
| 瓷 | 織 | 屬 | 裝 | 窗 | 台 | 築 | 用 | 告 | 標 | 面 | 面 | 報 | 傳 | 件 |
| 器 | 物 | 品 | 設 | 設 | 設 | 物 | 品 | 招 | 圖 | 招 | 設 | 插 | 畫 | 設 |
| 設 | 設 | 設 | 計 | 計 | 計 | 設 | 設 | 貼 | 案 | 牌 | 計 | 畫 | 畫 | 計 |

努力產生。完成抗建

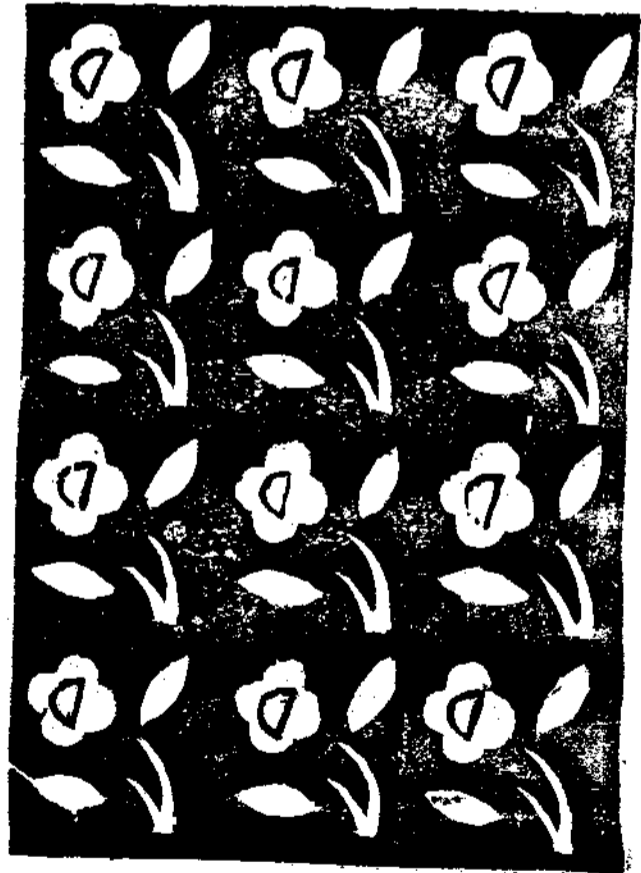
社址 桂林西路六十四號



金屬盒設計 (金紅藍三色) 設計者 鄭克基



招貼紙設計 設計者 司徒



染織物設計 設計者 小掛