

方寸之间，光影百年

——专访“光影对话：新中国海报设计作品巡展”总策展人陈正达教授

■本报记者 厉亦平 通讯员 崔梦茜



推开展厅大门，指尖触及的不是静止的纸张，而是新中国七十余载从银幕漫溢出的滚烫温度。国家艺术基金2026年度传播交流推广资助项目“光影对话：新中国海报设计作品巡展”首展，正在中国美术学院中国国际设计博物馆展出。

百余幅电影海报在此静静陈列——从建国初期带着油墨香的手绘原稿，到改革开放时期充满先锋探索的胶印作品，它们并非锁在玻璃柜里的冰冷史料：纸张边缘被时光磨出的毛边、创作者反复修改留下的铅笔痕、褪色色块里隐现的当年印刷厂灯火，乃至街头巷尾观众驻足凝视的目光，都让这些画面成了有呼吸的时代切片。它们既承载着岁月的重量，也接住了新世纪国产电影多元生长的鲜活表达。

策展团队在现场搭建起了三重跨越时空的连接：老海报里的时代记忆与当代年轻观众的情感共鸣，老一辈设计师的创作初心与当代创作者的专业碰撞，平面视觉的定格瞬间与流动的电影影像的艺术呼应。尤为特别的是，50位当代设计师受邀为50幅经典老海报再创作，让不同年代的视觉语言在同一空间激荡，打破时间壁垒，让老作品在当下生长出鲜活的生命力。

展览以“人”为锚点铺展三大板块：“信仰之光”里，红色题材海报中从未熄灭的理想火种，映照一代代人刻入骨血的信念；“人民现场”中，市井烟火的日常画面，触摸最真实的民生温度；“经典再现”里，扎根传统文化的影像表达，激活跨越代际的文化共鸣。

策展团队坦言，希望透过方寸海报的窗口，看见一部微缩的新中国社会变迁史。

站在数字设计与AI技术迭代的当下回望，这些老海报绝非过时的“旧物”。它们提醒我们：设计从来不是悬浮的技巧游戏，而要扎根土地、连接大众、承载时代精神。据了解，本次展览由中国美术学院、浙江省美术家协会共同主办，中国美术学院视觉传播学院、中国电影美术学会、浙江省美术家协会平面设计艺术委员会共同承

办，将持续至8月30日。

本期《美术报》专访中国美术学院教授、总策展人陈正达，跟随他的视角品读那个年代的电影海报，解码其背后的文化价值。

Q1：新中国电影海报承载着不同历史时期的时代记忆。您认为它对于今天的公众而言，最大的文化价值是什么？

A：它是几代中国人共同的“视觉集体记忆档案”。不同于文字史料的抽象记录，电影海报用最直观的视觉语言，把不同年代的社会情绪、大众向往、生活场景直接定格下来：新中国成立初期建设祖国的热血、改革开放后拥抱新生活的浪漫、新时代里多元包容的文化气象，都浓缩在这方寸画面里。对于今天的公众来说，它是最没有门槛的文化连接载体，哪怕没有经历过对应的年代，也能一眼读懂画面里传递的精神力量，完成跨代际的文化共情。

Q2：整个展览的叙事逻辑是怎样的？策展初衷是什么？您希望今天的观众从展览中看到什么？

A：我们把数百幅馆藏海报按照“精神根脉—生活现场—文化传承”三个维度进行分类，对应形成“信仰之光”“人民现场”“经典再现”三大板块。同时把每张海报都放回它诞生的具体年代语境里，搭配对应的电影片段、当时的印刷档案、创作者访谈史料，让海报不再是孤立的图像，而是和电影产业史、社会生活史、中国现代设计史形成互证，最终构建出“以物见人、以图见史”的完整叙事逻辑。

最核心的策展初衷，是跳出普通藏品展的陈列逻辑，把新中国电影海报从“电影附属宣品”的定位中解放出来，以这一独特的视觉载体为切口，串联起新中国成立以来的社会变迁脉络。

我们不希望观众只看到海报的艺术美感，更希望大家透过这些带着岁月痕迹的画面，看见画面背后具体的创作者、鲜活的时代故事，读懂七十多年来中国大众审

美、社会生活与精神气质的完整演变，触摸到藏在油墨里从未冷却的时代温度。

Q3：从设计史的角度来看，新中国电影海报在视觉语言上经历了哪些重要的演变？哪些变化值得今天的设计师关注？

A：新中国电影海报的视觉语言走过了一条非常清晰的本土探索路径：新中国成立初期以扎实的手绘写实风格为主，服务于时代建设的宣传需求；20世纪五六十年代开始融入大量民间美术、传统装饰的元素，逐步形成极具辨识度的中国本土视觉风格；改革开放之后，随着艺术思想的解放，海报的视觉表达开始走向多元，先锋艺术、现代设计的语言不断融入；进入新世纪后，数字技术的普及让海报的视觉表达进一步和国际接轨，同时始终保留着本土文化的内核。

其中最值得当代设计师关注的，是不同年代的创作者始终在“服务大众需求”和“探索本土视觉语言”之间找到平衡的创作思路，这种扎根本土、连接大众的创作逻辑，在今天AI设计泛滥的语境下反而更显珍贵。

Q4：在数字传播与AI设计迅速发展的今天，您认为这些经典海报对于当代视觉设计教育和设计实践还有哪些启发？

A：经典海报能给当代设计领域补上非常重要的“本土根基”一课。从设计教育角度，它能让年轻的设计学习者系统理解中国本土视觉语言的发展脉络，明白设计从来不是悬浮的技巧游戏，而是要扎根脚下的土地、回应时代的需求。

设计实践角度来说，这些沉淀了70余年的原创视觉素材，也能为当下的数字设计、AI设计提供大量极具民族特色的优质语料，帮助当代设计跳出同质化的怪圈，真正做出有中国文化辨识度的好作品。

Q5：今天的年轻观众很多并没有经历海报所对应的电影年代。您希望他们通过这次展览建立怎样的情感连接？

A：我们不希望年轻观众把这些海报当成“和自己无关的老古董”，而是希望他



们能透过带着岁月温度的画面，找到跨越年代的情感共鸣，从海报里看见上一代人对新生活的向往，从鲜活的画面里意识到，今天熟悉的生活，是一代代人认真真奋斗出来的。不需要依托过往的观影经历，也能和老作品建立情感连接，读懂藏在画面里的、中国人代代延续的精神底色。

Q6：您认为电影海报除了作为宣传媒介之外，是否已经成为一种独立的视觉文化遗产？未来应如何更好地保护、研究和传播？

A：新中国电影海报早已脱离了单纯的电影宣传附属品属性，成为极具代表性的中国独立视觉文化遗产，它的历史价值、艺术价值和社会价值，完全不输给其他传统视觉艺术门类。未来的保护工作，要尽快完成大量散落在各处的老海报的数字化建档，避免珍贵的纸质史料随着岁月流逝损坏；在研究层面，要把它正式纳入中国现代设计史的学术体系里，产出更多深度的研究成果；在传播层面，要让作品走出专业展馆，走进校园、社区、公共文化空间，用当代年轻人喜欢的数字展、互动展等形式，让这份视觉文化遗产真正实现活态传承。