

许平著

造物之门

艺术设计与文化研究文集



陕西人民美术出版社

许
平 著

造物之门



—— 艺术设计与文化研究文集

陕西人民美术出版社

自序：我的《造物之门》

这是我的第一本自选文集。

本书收入了我近年来发表的一些研究性的文字与评论、随笔等等，它涉及传统工艺、民艺、现代设计艺术、设计教育研究、艺术评论等等我主要从事的理论研究范畴，对于我来说，这些都是悉心思考的结果，但我很清楚，它们基本上还只能算做“入门之作”，因此，我把它命名为《造物之门》。

在中文的解释中，“造物”一词可以解释为“创造万物”，也可以解释为“幸运”之“造化”。我不敢奢望幸运，只希望《造物之门》对于我将是一扇通向更广阔的治学之路的大门。

如果说，这扇“门”还有第二层意思的话，那么它还包含着我对导师张道一先生多年来培养与指路的感激之情，因为我深深地知道，这部书中所收入的文章中包含了导师在带我入“门”的过程中所付出的心血。这部书中的许多观点都是在与导师反复研讨之中逐渐形成的，在这一层意思上，这部书本身还意味着我的引路之“门”。

我于1984年考入南京艺术学院攻读硕士学位研究生，毕业

后又继续攻读博士学位,在这期间始终师从张道一先生从事美术学设计艺术理论研究。当时所在的系名为“工艺美术系”,主要研究的理论也是在工艺美术领域。但是当时导师已经明确指出,工艺美术研究不能只走传统工艺一条路,在研究对象上,要打通作为民族手工艺传统的工艺美术、作为民族艺术传统之根基的民间工艺美术(后来改称“民艺”)与体现着未来生活文化发展方向的现代设计艺术之间的联系;在研究范围上,要以艺术学为中心,同时向社会学、文化学、人类学、美学、心理学等人文学科接近和靠拢,借助其它人文学科的研究成果,在大量积累第一手资料的基础上,提高本学科理论研究的层次,为民族文化在未来社会中的发展模式提交一份合格的答卷。十几年过去,虽然早已从学位攻读的学业中毕业,但回首导师的要求,只能说还远远没有完成应当完成的课题。这不是简单地以“汗颜”就可以形容的一种心情,现在立于先生的“门”下,只有决心继续“解题”前行而不能有其它的选择。

1991年我获得博士学位之后,又由江苏省教委派遣赴日本爱知县立艺术大学进修,在两年不到的时间里,与爱知艺大前国际交流委员会委员长、著名设计家、导师矶田尚男教授朝夕相处,切磋商讨,不仅加深了对于日本设计文化内涵的理解,也在比较中更深入地了解了中国文化的特质。矶田先生是张道一先生的挚友,曾不下十次来华访问,不仅对于中国人民有着友好的感情,而且对于中国传统艺术与文化有着深入的研究,也有不少独到的见解。他与张先生的友情是在探讨中日文化的历史与未来的过程中结成的。在一次两人作促膝交谈时,我在场任翻译,不知不觉间两位导师长谈竟达15个小时,意犹未尽,两人相约次日再谈,竟又是如此。两日中长达近30小时的交谈,堪称一段

佳话。在日本研修期间,矶田先生曾要求我作过一个关于“间”的比较研究。“间”是日本文化的一个特有概念,对日本人民的生活观念、文化观念乃至设计观念都有着深刻的影响,而“间”的概念来自汉字,因此矶田先生认为“间”是中日两国设计观念比较研究的一把入门钥匙,有着重要的代表性。目前这一课题尚仍在进行中。从“间”的研究中所获得的启示之一,就是关于“门”与设计文化传统之间的关联,《造物之门》隐含着对矶田先生所给命题的一种回答,也是一种敬意与感谢之情,这是又一层意思。

《造物之门》的第四层意思,是关于这一研究领域的。

“造物艺术”的观念来自读研期间,是在与导师深入探讨工艺美术、民艺、现代设计艺术这些生活实用艺术品的文化本质时形成的。在古今中外的艺术分类中,造型艺术与造物艺术的分类一直处于一种不相称的从属关系。在古典美学或艺术学中,“实用性”的艺术始终是入“另册”的;尽管18世纪以来以满足人们实际需要为目的的艺术已经被纳入艺术分类的视域,但对于“造物”与“造型”在本质、目的、方法、原则上的区别始终未曾得到充分的注意;在这一点上,只有美国艺术理论家苏珊·朗格敏锐地意识到了,她果断地将绘画、书法、音乐、舞蹈等所有这些以表现虚幻的造型意象为目的的艺术种类都加上了“虚幻的”一词。但遗憾的是,她只是一个“漫不经心”的分类学者(万书元《艺术分类学:历史与方法》《美学与艺术学研究》第一期),在将上述这些艺术统统划入“虚幻的”一类之后,却没有将建筑艺术、工艺美术、工业产品造型艺术等这些“不虚幻”的艺术单独划为一类,以形成一个完整的体系,反倒勉强地将“建筑艺术”也塞入了“虚幻的”艺术之列,人们对于“造物艺术”之独特个性的缺乏思考可见一斑。

事实上,与所有的造型艺术相比,造物艺术有着丰富的品类、明确的特征、独特的功能与自己完整的种属系统,应当属于独立划分出来的一类。它在艺术表现的目的、手法与性质上,也与绘画、书法、音乐、舞蹈等表现性艺术形式有着极大的区别。自古以来的一切实用性艺术,从建筑、交通工具、劳动工具、日用器具到陶瓷、漆器、金属装饰、织物、服饰等的设计、生产都是以“造物”为目的的,它们不以单纯的造型表现为目标,而是以各种富于形式美的造型手法、装饰手法为附丽手段,增加一种赏心悦目的视觉效果,但其最终却必须服从于基本的实用功能,这就是具有明显的实在性特征的“造物艺术”。从艺术发生学的意义上说,人类的造物活动是人类文明之源,因此也合乎逻辑地被视作为一种本元性的文化,对造物文化的研究关系着艺术学与文化学研究的众多意义重大的课题;造物艺术的历史久远于以纯造型表现为目的的艺术门类的历史,但是在艺术分类中却得不到应有的位置,甚至被划为“非艺术”之类。这都是迄今为止的艺术学研究有待于发展与完善之处。

本书论及的对象,以造物艺术为主,传统工艺、民间工艺与现代产品的设计艺术构成相互支撑而立的三足。在对三者关系的思考中,笔者始终认为,它们之间并没有一道不可逾越的鸿沟;传统工艺的精美与民艺的质朴同样代表着人类文明的精华,而民艺传统中所蕴含的生活美学,则完全应当在未来社会的工业生产中体现,尤其是在当今工业社会正面临着环境、资源、人口三大社会问题的严峻挑战之际,这一文化传统对于未来生活方式的设计有着重要的参考价值。人类社会总是呼唤物质财富与精神文明的极大丰裕,传统生产方式与现代生产方式在最根本的出发点上不应当有根本的对立,至少在理论的阐释中,它们

应当统一成一个完整的“造物艺术”的文化整体,这是构成本书命题的主要依据。

“造物”的观念曾被马克思认为是人类无法摆脱的一种历史意识,在西方文化背景之下,“造物”是一种神格化的行为,上帝造物与创世纪的神话浸透于西方一切文化与艺术领域;而在东方民族观念中,尤其是在中华民族的文化传统中,“造物”却有着明确的人格化特征。当庄子说“伟乎哉,造物者”时,是以人与自然的平等、人生对命运的无畏抗争为前提的;作为东方“造物主”形象的伏羲与女娲像,往往高擎着象征“造物”活动的“规”与“矩”。我将其视为一种伟大文化精神的宣言,因为在中国的神话中,从来没有虚幻的造物主,一切神归根结底都是一种“人”的力量显现,也许这就是东方民族意识形态的历史特征。而对于艺术与文化研究的关系来说,立足于人的造物研究,将艺术研究的关注点引向生活方式、社会发展与人类文明前途的领域,这就为理论的发展通向更广阔的人文科学领域划出了一条更为现实的道路,这也是作为《造物之门》的文化涵义所在。1997年9月26日,应邀参加在大阪召开的日本道具学会首届年会及首届理论研讨会之际,我曾特别将“造物文化”研究主旨在大会演讲中作了阐述,表达了中国研究者对这一领域研究课题的关注。在我看来,造物之门就是通向人类一切文化与文明的创造之门、智慧之门,也是人唯一可以证实“作为人的人”(马克思《1844年经济学—哲学手稿》语)的独立价值的根本之“门”。

许慎《说文解字》解“门”字为:

“门,从二户,象形。”

二户相对方成为“门”。在此,我特别要向我的妻子冯美琪致以谢意,不仅因为在本书稿件处理中她承担了大量的具体事务,

也为多年来在我寂寞的治学之路上她所给予的全部理解与支持。这决非普通的感谢之词可以表达,我愿意说,《造物之门》是由两个人的心血共同筑成的。

当全稿完成付印时,我接受《造物之门》对我的挑战。在人类积累知识的进程中,每打开一扇新的门户,都会有一个新的未知领域呈扇形地展开,每向已知接近一步,同时也就意味着进入更多的未知,我以为这就是绝对真理与相对真理的关系。立于一个新知领域的入口之处,更感前面的路无止境。感谢陕西人民美术出版社的鞭策,本书权且作为一份答卷交出,虽名为《造物之门》,但入得“门”否,敬祈方家指正。

许平

记于南京古林山隅寓所

1997年3月30日

1997年10月5日改定

目 录

自序:我的《造物之门》

- 文明的支点——论工艺文化及其社会心理特征 / 1
留给来者的思考——纪念陈之佛先生百年诞辰 / 63
文化的互补——作为产业经济的文化基础的传统手工艺 / 74
几点启示——关于工艺美术研究的方法论问题 / 83
 工艺文化与工艺美学思考三题 / 103
 学术的发展和研究的层次 / 114
历史的一面镜子——论莫里斯 / 120
 威廉·莫里斯百年祭 / 133
中国的“造物文化”研究——在日本道具学会首届
 年会暨首届理论研讨会上的发言 / 138
 民艺与文化理想 / 157
日本民艺运动的宗教主题——兼及中日两种文化选择的比较 / 183
 民间工艺的审美价值——从“喜”字窗花谈起 / 203
 民艺研究的文化学视角 / 216
 作为民俗文化的民间美术 / 242
 民间工艺在民俗学研究中的意义 / 261
 乡村的选择——日本“一村一品”运动的启示 / 285
 城市经济生活和民间工艺 / 301
城市社会心理与民间工艺——关于“三次功能”的断想 / 332

馈赠行为模式与民艺的传承/348

北京招幌/363

《扬州画舫录》与江淮木作传统/388

江南民间印染/405

盘扣与花结/420

燕赵蜡花赋/433

惠安女印象——闽东南沿海民具调研散记/440

老屋湾“赶野猫”古俗/458

字里行间的风采——试论汉字艺术的文化特征/469

关于20世纪CI设计的文化哲学思考/496

试论“中国型CI”发展的指向/508

CI的伪化/520

设计与文化的对话——曹方访日归来一席谈/527

礼品包装与社会心理/536

长征的形象——中国革命给中国企业的启示/540

宋人爱花/544

光明·文明·照明——现代照明设计与设计师/547

警惕“文明的垃圾”/553

打开和世界对话的窗口/556

重建艺术社会学的理论前提/561

馈赠物流与馈赠制度——《馈赠分析》读书札记

兼及马歇尔·莫斯的社会学民族学方法/585

文明的支点

——论工艺文化及其社会心理特征

引 言

(一)工艺美术的社会价值是多层次的。本文从“行为研究”入手,考察它的社会心理特征,进而探讨它的社会价值。

(二)社会心理的研究,简单地说,就是考察“社会影响”的心理来源、发展和作用。工艺美术对社会所产生的心理影响,按其发生的来源、影响的对象、作用形式等来划分也是多层次的,本文只限于对其社会心理的一般特征,即上述各种心理影响的普遍性特征,进行探讨。

(三)工艺美术所导致的社会心理,由于工艺美术本身的特殊性,往往以审美心理的形式出现,或者在不同的层次上与审美心理相联。但是,它一方面以审美活动的形式影响着人们的价值观,另一方面,它又绝对不是单纯的“审美心理”,至少,它不等同于一般美学所认为的抽象的、静止的、纯观赏的,或只限于“视”与“听”两种体验方式的审美。在工艺美术的审美之中,“尽善尽美”是一个基本的原则,所以韩非子说“玉卮无当,不如瓦器”,“善”,即包含了适宜实用和社会规范两种高于形式美的尺度。实

际上,工艺美术的审美心理受一种更基本的社会价值观制约,从而与整个的文化传统相关联。工艺美术的审美,从根本上讲是一种体现民族文化个性、支撑文明发展的社会心理,它体现出一种更基本的文化观念,这就是本文所要探讨的“基本文化心理”。

(四)本课题的提出有两个基本的前提:(1)工艺美术是一种与人们的衣食住行各种生活内容密切相关,从而影响人们心理、情绪的、有普遍意义的文化现象,本文称之为工艺文化^[1]。如果将工艺美术只限于一种脱离普遍生活基础的奢侈品或点缀品,本课题则无意义。(2)基本文化心理在当今的文明发展中是一个普遍关心的问题,物质生产的进步和各民族文化的交流,使其处于一个激烈动荡的历史时期,很多民族的最基本的精神生活层次都受到了挑战。如何认识这一局面,就是理论对之加以辨别和区分的任务。如果本文所考察的生活现象只是一堆人所共知的,与现实相脱离的简单事实或历史陈迹,本课题也无意义。

(五)本文在描述和论证中将会接触到下列主要概念:

物——在未加特别限定时,本文所讲的“物”指人类创造的,或加工过的、与人直接接触的生活器物 and 物质环境。它一方面和山、水、烟、雨等未经人加工的自然物相区别;另一方面和生产原料、机械零件等不直接组成生活环境的物相区别。

行为——作为社会心理研究的主要依据,本文集中于祭祀、喜庆、起居、交往等基本生活行为研究,所谓生活行为,是和政治性的、经济性的、职业性的等各种社会性行为相区别。

选择——所谓选择是指心理的支配下决定取舍好恶的一种行为的统称。由于每一种选择都和一定的心理意识相关,因此选择行为又成为行为研究的主要对象。如生活中,购物时对外观、成本、实用性的选择,造物时对材料、工艺、形式美的选择等等,

这些行为实际上都反映出一定的文化心理意识。但选择行为(1)不和个人好恶等同,因为它含有社会限制的因素。(2)也不和一切行为等同,因为很多行为并不带有选择性,如手工艺造物时,也有很多是连续的复制,等等。选择行为包括了接受或拒绝等各种态度。

(六)本文旨在讨论文化心理的发展形式和规律,因而未加褒贬地引用了一部分中国过去的生活习俗,但这并不意味着对它们的完全肯定。这些生活习俗中伴随着一些封建的、陈腐的观念糟粕,这一点十分明显。很多生活习俗已成为过去,但它们的某些影响一直流传至现在,本文不可能一一对之评价,但这是文化史研究的一个重要命题是毫无疑问的。

(七)本文只是工艺文化理论探讨中的一个基础部分,也是很不完备的,它只能勾画出一个大致的轮廓,其中涉及的许多方面还待于更深入的研究。而且本文所讨论的心理意义,只是我们的生活中极为丰富的内涵中的一种,工艺文化的研究还有更多的侧面和层次有待开发。而同时也只有工艺文化做一门完整的学科研究建立起来的时候,本课题研究才可能真正完成。

(八)本文将“物→行为→心理”看做一个基本的结构。现代社会学研究虽然指出了个人给予日常生活情境的心理解释,对于人的社会化过程有着“首要的意义”,但这种解释的心理来源和作用形式并未加以充分揭示。一般的社会心理研究,普遍以“行为→心理”为基本的两极,本文从工艺文化的研究角度出发,加上“物”,成为一个基本的三极结构,希望使其更为完备。事实上,人和人,人和社会的任何交往,都必须在某种程度上以物为中介,但本文仍然只将讨论的对象集中在一部分以物为精神中心,或者以物为某种精神寄托的生活行为上,以求比较典型地显

示出物对社会心理的影响作用。

一个民族的文化心理,并不仅仅如习惯所认为的那样,仅与政治、宗教、伦理或地理、气候、资源有关。更重要的,还与人们自己创造的,组成生活环境的物相关。这个“环境”,并非自然环境的等同,甚至也不与自然环境形成无条件的因果关系。人们往往忽视这一点,物是由人所造,而人的行为有偶然性,这种偶然性往往导致创造性行为,这正是人比动物刻板的行为模式高明之处^[2]。虽然,这种偶然性比起自然环境的决定性影响,常常确实微乎其微,但物一旦被造出来,便有其相对的稳定性和影响力,它规定、束缚、组织人们的生活行为,行为会陶冶、深化人的心理,心理再促进新的造物活动。这样,人们最初的造物活动被无穷地循环和深化之后,最初的偶然行为最终可能导致可观的文化心理差异,而这种差异形成的基础,就是在造物的历史中沉积下来的基本文化心理。由于这种心理通常只和物的文化、生活行为联系在一起,而不诉诸于有文字的文化,因而它往往容易为人们所忽略。但必须看到,事实上它是一个在文化心理的深层次中活动的,相当稳定的心理作用层次,还必须看到,它对于整个社会的文明进程有着不可忽视的调节作用。

本文的第一章,将讨论基本文化心理的形式特征和基本功能;第二章将讨论它的社会历史内涵和结构特征;第三章讨论基本文化心理在民俗节日中的升华和发展心理学原理;第四章讨论它和其它文化心理领域的联系和区别;第五章将着重讨论它和社会发展的关系。从整体上说,它始终和最普遍的生活现象联系在一起,因此,对基本文化心理的认识仍然必须从最普遍的生活现象开始。

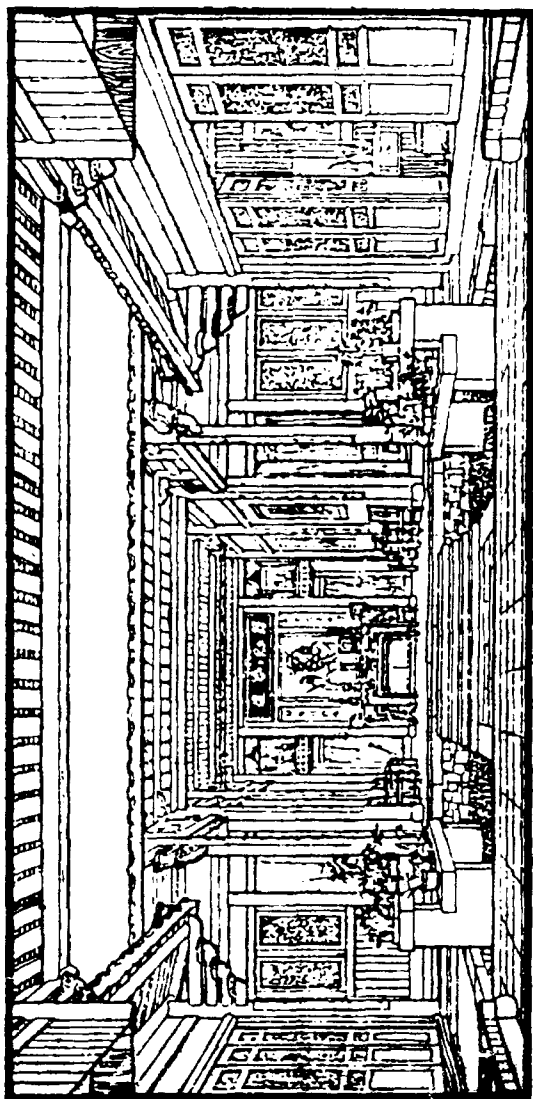
第一章 神圣空间——从生活的中心到心理的中心

—

中国的传统建筑,长期以来形成一个对称的格局,而在民居建筑中,从南方到北方,不论平面布局如何变化,总有一个空间的和精神的中心。图1是福建某民居宅院从前厅望中堂的透视图^[3]。作为生活的中心,中堂是亲朋往来、婚丧喜庆的场所。作为精神的中心,这里则供奉着神柜佛龕和祖先的神主牌。供桌又成为这个空间的中心。

南方的供桌大致有相同的格式,由一张长桌和一张方桌组成,供桌上设有神主柜、神主牌、神柜、神像、香炉、烛台、花瓶等。这是典型的中国式的精神境界。重要的是,如果熟悉中国习俗,还会进一步意识到,这里不仅是优美的,还是威严和庄重的(图2)。在长供桌之下另有一张方桌,祭祀时堆放供品,平时很多人家当做饭桌,不难设想,每日三餐须在神灵和祖先之前动筷,这是一种意味深长的设计。

在带中堂的中国民居中,上述格局都大致一律,图3的南方宅院格局,明显地设有一个中心。即使在边远的少数民族居住地区也依然如此,广东北江瑶民即使只居单室,饭桌旁也供神龕;哈尼人的竹楼上,居中的一间供上一张叫“邦勾”的方桌,不设祖宗神位,却在墙缝上插三块各一尺见方的小篱笆和一些历年老谷穗、精致小巧的芦苇筒。逢年过节,人们要对其祈求丰年;湘西的土家猎户在屋子右侧供上一个庇护猎手的“梅嫦”神位;羌人住的是以泥土、碎石堆成的陋室,但也在屋中设上一个“白石神”的神龕;等等^[4]。



这样的在居住空间中组织一个精神中心，并非中国独有。从美国现代著名建筑师赖特设计的住宅平面图中可以看出，在这些向四面伸展出去的住宅，也有一个中心，不同的仅仅是，这是一个壁炉构成的中心。这不是偶然的巧合，赖特所设计的“草原住宅”，几乎每一座都像欧洲人的传统住宅那样，设计了一个宽大稳实的壁炉^[5]。中国人把住居中心献给一个神圣的象征，赖特则把住居中心献给了生命的象征，但二者在心理结构上是同一的，它确实反映了人们的生活心理必须有所依托的普遍需要。

二

日本学者将住居中供祭祀的空间称之为“神圣空间”。杉本尚次在《住居中的神圣空间》一文中指出，日本的住居是一种人神同居的形式，日本的家家家户户都有供奉神祖、佛坛、水神、火神、灶神的各种圣位，这种固定的供有圣位的处所就称之为“神圣空间”。

形成神圣空间，必须有相对稳定的处所、相对确定的祭奉对象、相对正常的祭奉活动，同时还形成人们对其必要的敬重。这些与中国的祭祀处所大致一样，因此可以说“神圣空间”至少在东方是相当普遍的现象。

值得注意的是，这一研究提供了两个重要的思考线索：

(一)物对人们的行为产生了约束力。当作为祭祀对象的物在固定的场所供奉时，人们必须对其经常祭祀，不可以疏淡，人们对其必须顶礼膜拜，不可以不恭。即便只是一个一般的木片或泥块，人们也绝不会因此而影响自己的行为举止，但由于处于神