

中国工艺美术

CHINESE ARTS AND CRAFTS

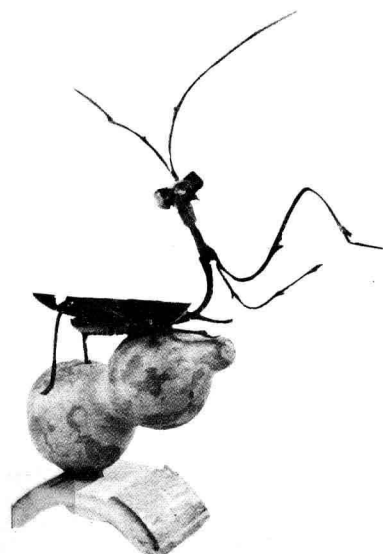
- 内容提要 ● 佛山木版年画的艺术特色
- 继承传统与锐意创新
- 中国地毯图案概述
- 哈萨克花毡造型艺术
- 西双版纳傣族佛教建筑艺术



总第二十三期

1987

3



J 52-56 / 2 87(3)

中国工艺美术 季刊 1987-3
总 23 期

编 辑:《中国工艺美术》编辑部

地 址:北京市阜成路3号

出 版:轻工业出版社

(北京广安门外南滨河路25号)

电脑照排:展望电脑植字有限公司

印 刷:轻工业出版社印刷厂

发 行:新华书店北京发行所

国外总发行:中国国际图书贸易总公司(中国国际书店)
(北京2820信箱)

北京市期刊登记证:第1372号

ISBN 7-5019-0072-8/J·008

统一书号:8042·030

定 价: 1.60 元

目 录

学术研究

- | | | |
|---|-------------------|-----|
| 4 | 继承传统与锐意创新 | 蔡克振 |
| 8 | 在民俗研究中发展民间工艺 | 叶天津 |
| 9 | 格物致知 | 张大中 |
| | ——论经济效益指导的工艺品艺术风格 | |

设计理论

- | | | |
|----|------------|-----|
| 12 | 装饰造型规律讲座之三 | 张国藩 |
|----|------------|-----|

人物志

- | | | |
|----|-----------------|-----|
| 15 | 从艺五十载 人老艺不老 | 杨飞武 |
| | ——记“广彩”名师赵国垣 | |
| 16 | 内画艺术“南方流派”的一代名师 | 杨飞武 |
| 18 | 朱友麟、陈智光与北京刻瓷 | 彭敬芳 |

民族民间工艺

- | | | |
|----|-------------|-----|
| 20 | 佛山木版年画的艺术特色 | 杨永雄 |
| 23 | 传统民间艺术放异彩 | 张 拔 |
| | ——从小窗花到大壁画 | |
| 33 | 哈萨克花毡造型艺术 | 牛汝象 |
| 37 | 西双版纳傣族建筑艺术 | 刘扬武 |
| 38 | 漫话南通地区喜笺 | 刘善滕 |

创作论坛

- | | | |
|----|----------------|-----|
| 40 | “龙寿绣屏”设计审美思想浅析 | 李湘树 |
| 42 | 旅游审美与纪念品构成 | 程 工 |

工艺知识

- 43 端砚的石色、石声辨 刘演良
46 中国地毯图案概述 杜仑山
48 铁画的传说 宣永生文 刘善滕剪纸

外国工艺美术

- 49 亚非拉美的民艺 王明增编译
50 五彩的花案
——内山·光弘的折纸艺术
杨妙旗 宣永生编译
51 日本障屏画 祝重寿

工艺新花

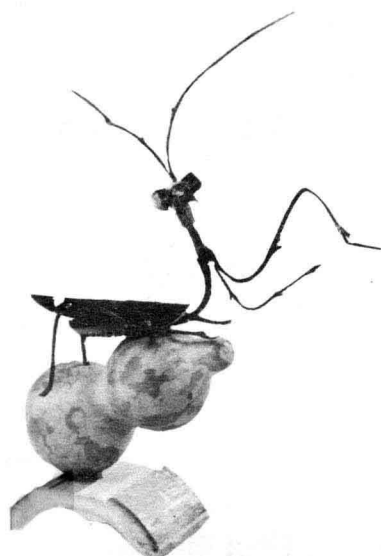
- 52 潮州麦秆画 蔡景亮

生活顾问

- 54 一室多用居室的陈设艺术 樊保珍

彩色版

- 日本折纸 日本障屏画 封二
佛山木版年画 25
四川美术学院工艺系展览作品选 26. 27
外国旅游纪念品 28. 29
中国地毯图案 30
西双版纳傣族佛教建筑艺术 31
装饰造型规律基础讲座插图 32
亚非拉美的几件民间工艺品 封三
外国室内陈设 封底



J 52-56 / 2 87(3)

055483

中国工艺美术 季刊 1987-3
总 23 期

编 辑:《中国工艺美术》编辑部

地 址:北京市阜成路3号

出 版:轻工业出版社

(北京广安门外南滨河路25号)

电脑照排:展望电脑植字有限公司

印 刷:轻工业出版社印刷厂

发 行:新华书店北京发行所

国外总发行:中国国际图书贸易总公司(中国国际书店)
(北京2820信箱)

北京市期刊登记证:第1372号

ISBN 7-5019-0072-8/J-008

统一书号:8042·030

定 价: 1.60 元

目 录

学术研究

- | | | |
|---|-------------------|-----|
| 4 | 继承传统与锐意创新 | 蔡克振 |
| 8 | 在民俗研究中发展民间工艺 | 叶天津 |
| 9 | 格物致知 | 张大中 |
| | ——论经济效益指导的工艺品艺术风格 | |

设计理论

- | | | |
|----|------------|-----|
| 12 | 装饰造型规律讲座之三 | 张国藩 |
|----|------------|-----|

人物志

- | | | |
|----|-----------------|-----|
| 15 | 从艺五十载 人老艺不老 | 杨飞武 |
| | ——记“广彩”名师赵国垣 | |
| 16 | 内画艺术“南方流派”的一代名师 | 杨飞武 |
| 18 | 朱友麟、陈智光与北京刻瓷 | 彭敬芳 |

民族民间工艺

- | | | |
|----|-------------|-----|
| 20 | 佛山木版年画的艺术特色 | 杨永雄 |
| 23 | 传统民间艺术放异彩 | 张 拔 |
| | ——从小窗花到大壁画 | |
| 33 | 哈萨克花毡造型艺术 | 牛汝象 |
| 37 | 西双版纳傣族建筑艺术 | 刘扬武 |
| 38 | 漫话南通地区喜笺 | 刘善滕 |

创作论坛

- | | | |
|----|----------------|-----|
| 40 | “龙寿绣屏”设计审美思想浅析 | 李湘树 |
| 42 | 旅游审美与纪念品构成 | 程 工 |

工艺知识

- 43 端砚的石色、石声辨 刘演良
46 中国地毯图案概述 杜仑山
48 铁画的传说 宣永生文 刘善滕剪纸

外国工艺美术

- 49 亚非拉美的民艺 王明增编译
50 五彩的花案
——内山·光弘的折纸艺术 杨妙旗 宣永生编译
51 日本障屏画 祝重寿

工艺新花

- 52 潮州麦秆画 蔡景亮

生活顾问

- 54 一室多用居室的陈设艺术 樊保珍

彩色版

- 日本折纸 日本障屏画 封二
佛山木版年画 25
四川美术学院工艺系展览作品选 26. 27
外国旅游纪念品 28. 29
中国地毯图案 30
西双版纳傣族佛教建筑艺术 31
装饰造型规律基础讲座插图 32
亚非拉美的几件民间工艺品 封三
外国室内陈设 封底

继承传统与锐意创新

蔡克振

今天，新知识、新技术和理论观念象爆炸一样，使我们在美学的思辩和推测的朦胧过程中，被抨击得清醒了许多。一次巨大的变革正在酝酿和迸发。人的审美情趣也开始从小桥流水人家，古道西风瘦马，从肉眼所见到的小鸡小驴小花的美中脱颖而出，发现了一个现代世界的美，一个节奏加快的美，一个取代自然美的有秩序、有规律的美的形成，极大的改变了人的审美观。科技的进展不仅改变人对自然的认识，而且或迟或早地直接与间接冲击人对社会、对美、对艺术的认识。

这一次冲击，一次挑战，对于我们的传统工艺美术是一次新的考验！让我们站在五千年文化巨人的肩上，瞻望未来，迎接这次挑战吧！

一、兼容并蓄 有容乃大

中国文化经历了无数的外来冲击而不会被消灭，其主要原因是中国文化具有巨大的融和力。文化的信心也是建立在融和力之上的。融和不是混合，是对外来文化经过鉴别、扬弃后而产生的新东西。在中国历史上，各族之间经济政治文化的联系交流日益紧密，周王朝的分封制又促进了民族的融合与统一。至秦统一中国时，有些民族的大部分已自然同化于华夏族，共同开发了中原，丰富光大了华夏文化。另一部分则在汲取汉文化的基础上，保持并发展自己的民族文化特点，从而演变成独特的民族文化。所谓“中庸之道”，即融合事物与事物之相互关系，可利用对方之长，调整自身之短，不走极端又不模棱两可。所谓“华夷者，辨在心”。即重文化而不重血统，才具有兼容并蓄的力量。中国有丰富的资源，有充裕的劳动力，自身有着广阔的市场，还有得天独厚的隐性资源——5000年传统的中华文化。它以儒家精神为内核，强调文教与德化的作用，所谓人学也是中国传统文化的特征，强调人性与亲情，在艺术上重神似，不重形似。“妙在似与不似之间”等，这些特征与西方文化相比较，就可以看出，由于机械文明带来的弊病，使整个资本主义世界都在重复着一种单调乏味、完全缺乏爱心、亲情的机械生活，人的价值遭到践踏，人的本能在这

化。西方世界造成的精神危机,使得不少人企图从东方寻求良策。由于西方人心理上的“失落感”很重,因而热衷于追求东方的和谐和温馨。这也就是为什么外国旅游者对我国的农村姑娘的刺绣、香包,对我国的泥玩具、风筝、面具、剪纸、年画、民间陶瓷等手工艺品产生如此巨大的兴趣的原因。

中国传统建筑强调自然景观的运用,注重生态平衡,注重人与自然的谐调,相互依存。中国人乐天,待人处世都以吉祥、圆满、幸福相鼓励 and 祝福。宏大饱满、雍容大度是我中华民族的民族气质。这种宏大的气质造成中华文化的兼容并蓄的巨大容量。

对这种容量的研究和理解,可以使我们从事工艺美术研究的同志在继承传统、吸收外来和创新方面坚定信心。

二、“常中有变”和“变中有常”

继承传统与创新精神是当前文化艺术界热门的话题,老一辈的艺术家比较重视传统,常哀叹年轻人的“离经叛道”,年轻人常埋怨束缚太多,力求标新立异。中年人处在夹缝之中,易取中庸之道,反对极端。看来各抒己见,都有一定道理。其实传统与创新不是对立冲突,而是相辅相成的,应是在传统合理的继承下的更新,而创新又是传统的演进。

在中国的文化长河中,我们既可看到“常”的因素,也可看到“变”的因素。“常”是传统,“变”是创新,“常”与“变”不是对立的,而是互融的。“常”中有“变”“变”中有“常”。例如陶瓷,中华陶艺自有其一贯面目,但每个时代又有其不同特点。每个地区又都有自己的独异。无论宋瓷、元明青花、清的古粉彩都一直在变,但又都是中华陶艺,仍是中国文化,因此既有一贯面目,而又一直在变,这乃是中国文化发展的实际。

从某种意义上说,新的东西都是从原有的旧的基础上改进和发展起来的。英国哲学家培根有一句名言,他说:“太阳底下没有新的东西,一切新东西都是旧的东西的重新组合”。这句话既正确又不完全正确,正确是指作为构成世界的最基本的东西,多少亿年以来的确就是那样,物质不灭,物质转换轮回。不完全正确是指这个世界的一部分是在进化,从无生物到有生物直到高级的人类,从无序走向有序的社会,这里面存在着创造和更新。“新”不是评价艺术高低的标准,又新又美才是追求的目标。然

而只有“新”才有创造,才有进步,这是无可置疑的。鲁迅说:“要进步或不退步,总须时时自出新裁,至少也必须取材异域,倘若各种顾忌,各种小心,各种唠叨,这么做违了祖宗,那么做又象夷狄,终生惴惴如履薄冰,发抖尚且来不及,怎么会做出好东西来?”

此外,什么是传统?在传统中什么是精华?什么是糟粕?这些问题都值得我们研究,传统艺术中的精华和糟粕的划分不是随着某种政策路线的改变而改变的。优秀的艺术传统是经过长时间的考验而确立的,它们超越了时空,超出了物体本身价值而永存。传统的美就不单是技巧的美,工艺的美,而是体现一个雍容大度的中华民族精神的美,这种美是大器的,是无极的。我们学习传统,继承传统就要从传统的内涵上去领会和理解。

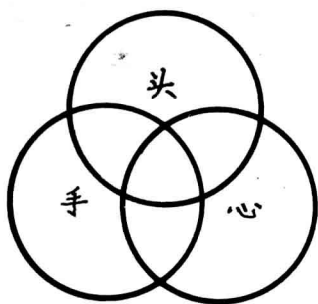
传统又是没有下限的。不能一说传统就是唐宋元明清,传统美下限到慈禧太后吗?慈禧的审美观就是很腐朽和庸俗的。再如国画的传统也不能下限到任伯年、吴昌硕。再近一点也不能下限到黄宾虹、齐白石。应该说,我们今天的创新,今天出现的优秀作品也是后人的传统。我们今天的张师傅、李师傅所创造的工艺新产品也是后人的传统。一百年后,我们的子孙也会研究在二十世纪中广东工艺美术是怎样发展的;它为我们创造了多么优秀的传统。诸君不应该妄自菲薄。

三、工艺美术与科学技术的发展是同步的

纵观我国工艺美术的发展常常是和科学技术的发展同步的。材料和工艺技术的新突破往往造成整个产品从外形到结构的升级换代。而新型的艺术构想和创造又往往要求科技新成就的配合。例如彩陶,它不仅是标志着我国新石器时代的审美已经发展到相当阶段,也说明了原始社会人类在生产实践中已打开了无机化学的大门。而青铜器的庄重和尊严既体现了奴隶社会统治者的威慑力量,也反映了战国时代的铸造工艺水平。一件司母戊鼎重1750斤,要动用三百多人铸造,乃是工艺技术上的壮举。此外,陶瓷、漆器、织锦等传统工艺都是既反映审美的发展和提高又反映工艺技术的革新和创造。前面谈到的儿童玩具,也是随着科技不断发展而革新的。几千年传下来的泥娃娃、大阿福,将逐渐被现代电子玩具所替代,不仅是使用现代材料和内部机械结构和动力部件的演进,而且在审美上也进一步发掘

人的特别是幼儿的心灵。从模拟、想象到动情。寓教于乐。潜移默化,如象“哭笑娃娃”、“可怜的小鸟”、“储蓄罐”等已将美育与社会伦理道德教育熔于一体,成了“人见人爱、老少咸宜”的产品了。我国的工业技术还很落后,电子机芯和机械部分的工艺设计的落后状况必然限制了审美和造型设计上的发展。因此,工艺美术家们掌握科技知识已经成为时代的要求了。

随着设计中理性的新成份的不断增加,越来越要求工艺美术设计者的全面发展,头、心、手三要素是缺一不可的,姑且用下列图解来加以说明。



图中三个圆圈表示设计人员必备的三要素,只有三方面都发挥得充分的设计才算优秀的设计,“头”指的是哲家的思维,包括研究服务对象、选题、设计程序、市场调查、经济核算、信息反馈等的思考。“心”指的具备诗人的幻想力,包括灵感,生活经验、审美经验,对艺术形式的研究、造型能力和修养。“手”指的是高超的技艺,制作能力、实践经验、对材料和工艺的得心应手等。

如果仅有“头”和“心”则无法制作或难于生产,再好的设计意图也无法实现。

如果仅有“心”和“手”,则设计思想混乱,徒劳无功。事倍功半。

如果仅有“头”和“手”,则所作设计无吸引力,无独创精神,无法感人。

三方面皆具备是有困难的,院校科班出身的同志和生产实践中的艺人师傅,多数人所缺的非此即彼,培养三个方面具备的人才当务之急。企业的生命是质量,质量的关键在设计,设计主要靠人才,人才的培养靠教育。希望大家重视智力投资,重视教育,包括成人教育。

四、观念的更新——关于评论问题

(一)是“栩栩如生”、“唯妙唯肖?”还是“匠心独到”、“巧夺天工”?

多少年来,报纸、电台的评论文章凡提到工艺美术品总离不了“栩栩如生”、“唯妙唯肖”的老调,好象除了模仿和逼真外再也找不到更高的标准。在古代,无论中国或外国,都重视逼真性。希腊画家画葡萄,引得鸟儿来啄食的故事,千百年来传为美谈,晋明帝命画家徐逸在木版上画鱼,插在河水中引捕水獭也被传为佳话。随着社会的发展和审美情趣的变化艺术上从具象到抽象,从模仿到表现,中国画从金碧山水发展到水墨,不是倒退,而是升华,从酷似对象到似与不似之间,从形似到神似,正是艺术家才能的体现。如南雄生产的竹根玩具,兴宁工艺厂的树根雕等,给人们欣赏和钦佩的不应是作者逼真的雕刻技能而是作者的利用才能,用得巧,才能巧夺天工。又如苏州园林的太湖石,由于强调了瘦、皱、透、漏、秀。因而能给人一种又充实、又虚灵的感受,它的美不在于石头的形状象那一个具体的狮子、老虎或者神仙、美女之类,而是给人一种内在的蕴蓄的力量。这种力量不是让人们简单地接受,而是相应的心理活动在起作用。只有观众和作者共同创造才会产生更高的艺术价值。所以著名雕塑家亨利·摩尔才会惊叹抽象主义艺术的祖宗在中国了。

当我们谈到“传神”的时候,也不要忘记“神”是必须通过形来表达的,例如流行在港澳同胞中的关公像,在石湾生产的工艺品中有的将他刻划为双眼圆睁,炯炯有光。殊不知关公是忠义智勇的化身,他的卧蚕眉、丹凤眼既是形的特征又是传神之所在,半睁半闭的眯缝着的眼神正是关公性格的焦点,作者如果仅从概念出发,以为圆瞪的眼才是有神,便无论是阅读《春秋》时或沉于思考时都瞪着眼睛。殊不知关公只有在厮杀的时候才开眼的。

传神同样也体现在看来无生命的传统工艺家具中,为什么人们对于某些木雕家具会产生一种厌烦的感觉,除了它的繁琐堆砌的美感缺陷外,还有一种熔蜡似的感觉,缺乏内在的支撑力量。因此,要达到繁而不烦,艳而不厌的美学要求也是不容易的。

(二)是“宾至如归”?还是“异国风情”?

现在,各地宾馆、酒店、招待所都提倡:“宾至

如归”。如果作为服务态度来说，是无可非议的。但若是指的旅游、观光、环境陈设、室内布置、扩大之到工艺美术的设计与生产，使外国旅游者迢迢千里来到中国，睁眼一看，到处都和家里一样，试问，谁还愿意花费时间和金钱呢？由于西方人对于工业社会的机械文明感到厌烦，产生了人性的“失落感”，才故意到东方来寻求文明的温馨，海外游子回国观光也是为了满足一下怀乡之情。因此到广州旅游者才会说出：“现在才知道广州有个陈家祠（即民间工艺馆），前几天的几个地方都等于白去了”。外国朋友来中国不是希望看到和自己家里差不多的东西，而是要领略一下“异国风情”。所以白天鹅宾馆的设计师们宁愿换掉那座商业气息过份浓厚的“反弹琵琶”金像，而代之以清瘦的北魏的菩萨，即便崩裂了鼻尖和额头也无所谓。花园酒家为了满足怀乡的心理，设计出红楼梦、大观园和荔湾游艇的环境的苦心是可以理解的了。

人们希望到中国来能看到乡土气息浓郁的工艺品和纪念品，陕西凤翔的玩具，西北农村姑娘的刺绣，朱仙镇的木版年画，北京的布老虎，以至石湾的公仔，佛山的狮头、潮州的香包，等等，甚至对一般生活用品也常爱不释手。如果我们深入了解了这一点，在开发具有地方特点的工艺品设计中是大有可为的。我不反对引进一点“洋”东西以借鉴和提高我们的工艺，但往往被我们自己看不起“土”的东西，在别人的眼里却是“宝”啊？

（三）“以少胜多”还是“多多益善？”

德国设计家凡·德格提出一项美学原则，就是“少即是多”（Less is More），其实简练的美正是东方艺术的特点，中国戏曲中一条马鞭，在舞台上可以表现出跃马驰骋，纵横千里的情景；一条竹管，二根丝弦可以演奏欢悦哀怨，动人肺腑的音律。国画中的寥寥几笔，咫尺千里，余味无穷。一个海螺或虎斑贝，常令人爱不释手，无须更多的加工和装饰，以其本身的材质和形体显示了美的价值。在一些贝雕工艺品中，常见到一些盲目加工、染色、堆砌、拼凑，失掉了贝壳本身的美的特质，反而愈真愈丑，愈多愈烦。在工艺设计中，所谓“加法容易减法难”，就是这个道理。电白工艺厂有一只贝雕“丑小鸭”，两只卵形贝壳，两片扁嘴，两只鸭蹼，形态生动，概括力极强。“以少胜多”、“以一当十”的方法是值得认真研究的。

（四）努力创新，树立自己的企业形象和地方特征，

塑造自己时代的明星。

在装璜设计中，人们重视标志设计，它代表了自己企业的形象，从建筑到包装，运输工具，工作服，手提袋，信笺信封，胸章扣花等等，时刻向顾客进行宣传和显示，以图留下深刻印象。由此想到，我们的旅游工艺品，也应该给旅客们留下深刻的地方特点和印象。泰国是大象之国，他们以象为题材的工艺品极多，大到雕塑、壁挂。小到别针、匙扣。都可使你引起泰国之旅的情思。大象成了泰国的明星。

影坛上的动画明星从三十年代的白雪公主、米老鼠、唐老鸭到芝麻街、阿里巴巴四十大盗。五十年代的美国大鸟、彼比小狗、到七十年代的龙。不断地更迭、创新。华特·狄斯耐笔下的明星接踵而至，它们不仅红极一时，而且影响到玩具工业和工艺美术品的设计，流传相当长的时间。今天，不仅是儿童，就连成人也爱看的法国动画明星“蓝精灵”，又一跃而出。成为许多产品借鉴的形象。联想到我们许多工艺行业，产品的设计，形象的塑造还是那么的保守、呆滞。不少童装、童服，玩具的装饰造型还停留在米老鼠的水平。我国文化历史悠久，神话故事传说极多，我们应当塑造自己时代的明星。



在民俗研究中发展民间工艺

叶天津

如果用现代人的观点来看过去的民间工艺，难免有些“土、笨、拙”之感。但是，从了解历史，从民情风俗的演变来研究它，就容易看出这些民间工艺是多么纯真和质朴，它蕴含了劳动人民对美好生活的幻想和憧憬。虽然一些民间工艺品有着浓厚的宗教气息，但也未能掩盖住其中健康美好的思想感情。民间工艺产生和发展正如马克思所说：“工艺揭示出人类积极对待自然界的关系，揭示出人类生活以及人类生活所处社会关系和由此发生的种种精神观念的直接生产过程。”我们之所以认为民间工艺是美好的，是因为它在漫长的岁月中，历代的艺人按照美的规律不断地塑造、提高，成为在尺度上、目的上较为完美的艺术品，它巧妙地把物质（自然的）和精神（社会的）结合统一在一起，从而丰富和充实甚至改变人的生活，是人的积极创造的产物，是真正的美。

车尔尼雪夫斯基说过：“一个物象显示出或者使我们忆起生活，一如我们所了解于生活的那样，我们要觉得它美，因此要觉得物象是美的，我们就必须把它同我们对生活的了解对照起来。”而民间工艺从来是生活的一部分，从来也没有脱离时代和生活环境而存在，它相对其它艺术形式更能直接反映出人民的物质生活和精神生活中最本质的东西。所以它的美我们也就不难发现出来，也不难理解它的文化价值。但是民间工艺同民俗心理、民俗活动、民俗传说的关系却一般鲜为人们谈及。

由于科学技术的发展，文化知识的提高，社会的变革，民间风俗受到这些巨浪的冲击，大有一去不复返之势，但是那些深深扎根于人民群众心理中的纯真意识和艺术活动，顽强地屹立在原地或披上新的内容和形式，其“美”的本质、精神还是不变的。民间工艺正是这样因时因势地变化自己，丰富和充实生活。

如果说民俗活动是一幕幕的戏，那么民间工艺

就是戏中的道具，戏台上的装饰。如灯彩艺术，就是以民间的习俗活动为基础，它的产生和发展是民间习俗的结果或表现形式，是从属于民俗活动的民间工艺品。

远古，人们在祭祀与庆典中，除了谷物、牲口，还有种种就地取材以手工制作而成的工艺美术品作为祭物与装饰。原来充满着神秘感又是象征光明的火，当然也是原始民俗活动所不可缺少的东西，但那时还没有什么灯彩。据文献所载，最早的彩灯是周穆王三十六年东巡时，夜门设长生灯。《御览》中说穆王燃灯是“时已将夜，闻殷然雷声，伏蛰皆动，偶尔有流光照于宫内，五更设长生灯，名恒明，亦有凤脑之灯，缀水莲冰谷之花，上去灯七八尺。”自此以后，历代帝王每逢大典祭祀，就用灯彩烘托气氛，加强神威。在晋朝把正月祭祀太一的汉宫仪式，改成正旦元会，才有灯会的端倪。到唐玄宗制订了元宵放灯三日的制度，渐渐地成为全民性的元宵灯会。地域不同迎春庆典形式各异，但游灯赏灯的内容是共同的。民间习俗的游灯活动，刺激了民间工艺的发展，民间工艺也凝集了民众意愿和对美的追求。

历史因袭的风俗，都借助于民间艺术，作为迎新送旧、求祥接福的活动和道具，用朴素、憨直的行为，坦率表明人的企望，深刻地包含着人民千百年来对幸福生活的热切向往，保留了人民美好的原始信念。灯彩艺术如此，其它根植于人民生活中的各种民俗活动也同样是推动民间工艺的活力。在充满现代机械的环境中，人们开始厌倦大工业生产的单调产品，迫切要求在生活中能得到相平衡的艺术享受，而民间工艺美术所具备的浓烈的人情味，情与美、艺同技的交融，正是人们所需要的。它所表现的美妙憧憬，所充满的情感和个性，将永远打动人们的心扉。

格物致知

——论经济效益指导下的工艺品艺术风格

张大中

如果待表现的对象的特性由于艺术家的精神特性而遭受损失，我们就说，那种表现就会是矫揉造作的。

——席勒

艺术风格历来是人们常常谈论的问题。

风格不是安装在思想实质上没有生命的面具；风格意味着通过特有的标志，表示出自身的独特性质，从而生动地反映具体内容。

艺术风格的实际价值在于对现实生活特定环境（经济、政治、文化素质和审美心理）的影响。就是说，对艺术风格的认识及体验一定要建筑在适宜当代社会，服务当代社会和艺术观念之上。

作风就是风格。这是黑格尔的艺术观。他认为，作风的形成只不过是艺术家由于时间的延续所造成的一种习惯而已。同时，他反对一味沿用一种僵化的、呆滞的，不顾及对象的表现习惯。认为这不仅不是独创，反而极不利于创新。

从唯物辩证法的角度看：“风格”可以理解成“形式”。它是以内容互为相存的。内容决定形式。不同内容就有不同形式，没有形式的内容就不成其为内容。问题的关键在于，当两者发生矛盾时，往往是在旧形式与新内容问题上发生。新内容总是需要新形式加以表现方能显示其旺盛的生命力。不同形式可以表现同一内容，同一内容只有最佳的表现形式。新的内容将驱使人们去采撷一种新的形式，尽量摆脱那脱离社会生活，脱离人民大众，把形式变成一种超然独在的表现目的。

当前，工艺美术界对“风格”大体有两种看法。一种认为工艺美术应当强调风格；一种则认为工艺美术是“无个性的艺术”，设计不允许强调艺术家风格。两者之所以产生分歧，是因为对立双方在阐述自己的观点时，思维的对象没有确定在同一涵义上

的缘故。

笔者认为“艺术风格”是一复合概念。它是由“个人风格”“地方风格”“民族风格”等不同外延层次复合而成的。风格的外延是客观存在的。问题不在于要不要强调风格，而仅仅在于风格的运用是以具体风格与创作对象科学结合的经济效益为根据的。

殷商时期青铜艺术无疑是我国艺术宝库中的一颗灿烂明珠，到了殷商后期（约公元前十四世纪至公元前十一世纪）才形成花纹繁缛，厚重庄严的艺术风格。而西周后期的夔纹、饕餮纹逐渐被环带纹、重环纹、鳞纹所淘汰。秦汉以后，礼制日衰，青铜器的地位随之下降，终被漆器、陶瓷器所代替。

青铜器从人们日常生活中退出，从艺术角度看似乎是对历史的亵渎。其实不然，这正是历史的前进，艺术的发展，是整个历史长河中“否定之否定”的必然规律的结果。当然，我们不能认为这是对青铜器本身的否定，而只能说是对当时社会经济形态的否认罢了。历史在前进，时代在变革，一切习俗心理在历史的长河中不断潜移默化着。风格也就随之变通。

前边我们说过，对风格有两种态度。现在，假定第一种说法指的是民间工艺品，第二种说法指的是现代工业美术的话，那末，他们各自之说似乎也有道理。

例如广东与北京的牙雕，河南钧瓷与江西青花瓷，贵州的蜡染与山东的蓝印花布等能不强调它们各自的风格吗？

再如,玩具魔方,你如何强调其艺术风格;塑料工艺品,童装童车等等又如何强调艺术风格呢?如果一定要说有风格的话,那就是时代风格了。

不过,问题的关键还不在于这些。要知道不同国家、民族有不同审美心理,这就要求工艺品创作设计的目的一定要有针对性,这就是常常说的适销对路。“这样就又要求我们对既有的风格应当“割爱”去适应消费者的爱好。例如陶瓷器手工捏、塑、捺的花鸟虫鱼,飞龙舞凤,神仙佛道的造型深受东南亚一带的欢迎;造型古朴,简洁粗犷,釉色浑厚的陶瓷器适合日本茶道、花道所需;以线条简练,仿古器形则合西欧国家的兴趣。国内市场也是这样,广东喜欢写实的造型,而北京、上海等地则喜爱变形的艺术造型。

所以说,工艺美术风格的运用实质问题还是要因对象之体,制风格之宜,最终目的在于造福社会以及取得最佳的经济效益。否则,将会把工艺美术与美术等同。导致工艺美术创作思想上的混乱。

毋庸置疑,工艺美术和美术是两个不同的范畴。工艺美术行业却往往自觉不自觉地把这两者混为一谈,把美术的创作手法原封不动地套用到工艺美术上,这显然是不适宜的。这里首先是认识问题。对于工艺美术及其存在、发展等问题的理解和体会之准确程度将是我们思维过程中使用概念、判断和推理的依据。

在当代,工艺美术的内涵该是凡与八项经济技术指标有直接联系的,被艺术化了的物质文化生活资料。其中陶瓷、漆器、蜡染、抽纱、民间工艺等十二大类则是其外延。而美术其内涵与外延与工艺美术却大相径庭了。笔者在此不想对其妄下定义。原因是古今中外对美术本质之探讨可谓浩如烟海。要想说清楚非此篇本意。不过,可以肯定地说,“美术”与八项经济技术指标毫无相干;同时,一般情况美术作品不应该进入商品流通领域。美术的社会使命更多地是在思想领域及精神领域方面。“凡有美术,皆是以微表一时及一族之思维。故亦即国魂之现象,若精神递变,美术辄从之以转移。”“美术可以辅翼道德,美术之目的,虽与德不尽附,然其力足以渊邃人之性情,崇高人之好尚,亦可辅道德以为治。”(鲁迅语)

由于指导思想的模糊,我省工艺美术创新设计大部份不从生产角度考虑。而是囿于旧习,“胶柱鼓瑟”、“矫揉造作。”具体表现多以“美术”创作手法

代替工艺美术创作技法;多以“闭门造车”代替“市场预测”;多以“赶风头、凑热闹”代替“为民众、见效益”;多以“想当然”代替“因材施教”,多以“样品”代替“产品”……凡此种种,虽似痛快。可谓饮鸩止渴矣!

这里有几个实例,也许能帮助笔者说明一点什么。

牙舟陶厂已有近三百年的历史。在这期间形成了朴实古雅、醇厚无华、粗犷不俗、大方实惠的民间韵味和乡土风格早在三十年代就为美、日客商所收集。盛名发扬至今。与此同时,该厂的经济效益一直稳定尚好。1977年产值为65800元,占全年计划的109.7%。主要产品产量完成1345000件,占全年计划的134.5%,上交国家财政6639元;利润为2173元。可说的是贵州艺苑中的一朵奇葩。

可是,就在这期间,厂里出现了一种不适宜的创作风格仿青铜器从1975年至1979年品种增长238个,其中所谓“创新”有118个,增加花色品种,本是无可非议的,然而,使人难以想象的是,反映到经济效果上却不能不叫人惊愕——近20000元的生产流动资金在“画饼充饥”中化为乌有。群众气愤地将厂比喻成“苕棒厂”(形容任人摆布)。

上述的118个品种,由于创作指导思想的错误,表现手法上的繁缛做作,导致生产系统的窒息,销售系统的停滞,经济实践上的亏损。由于造型设计不能结合生产、造成产品成本结构极不合理;生产效率低,不能形成生产能力,既使小额生产、也只能是质次价高,被市场所嫌弃,多数产品的售价下降了50%,甚至更多。试问,这种不惜牺牲企业血本的“艺术风格”对满足人民物质文化生活,为社会提供资金积累到底有何价值?

再看平塘县美陶厂。该厂是一个新厂,也是有前途的陶瓷厂。但由于设备不完备,没有专业工艺技术人员(只有四、五名熟练工),企业管理还没有形成一套较成熟的经验,却去搞什么造型复杂,多角多楞;工序繁杂的仿青铜器风格的艺术陶。

正象平塘陶厂主管部门的一位领导同志讲的“我们在工艺品上吃了大苦头,”他的本意是清楚的。由于概念不清“工艺品”却大受冤枉,这里不是“工艺品”怎么样,而是设计作风的随意性,盲目性,如果认真一点,问一问设计者,这些繁缛厚重的“淘气”的消费对象是谁、它的成本构成如何?等等,大概设计者是含糊其词的。设计者糊涂,当

然制作者也是糊涂的了或偶有疑惑之念，却又在“糊里糊涂”中消失了。是的，这类“淘气”除了“奉献给个人收藏以及个别猎奇者外，出口、内销、旅游恐怕都成问题。

可见，反映在以上产品中的“古典的”、“唯美的”、“随意的设计作风所生产出“洋人看不起，群众用不起”的产品给社会带来的又是什么，这不是显而易见的事吗？对于工业生产的工艺美术行业来说，任何风格和式样都是以社会经济效益为轴心，离开这个轴心来谈风格和式样的同志，就请看看这几个例子罢。

当然，工艺美术品欣赏的时代和层次不同，受欢迎的，畅销的并不一定就是艺术性高。也正因为这样，就更需要我们有针对性的进行创作设计。这个针对性的根本目的就是要适应不同层次的消费者需要、实现经济效益。本来工艺美术品兼有提高人民审美水平，美化人民生活的任务。但是在大多数消费者的科学文化水平和审美水平尚未全面提高，硬叫他们去欣赏凝重的青铜器风格的陶瓷。欣赏者欣欣然，不欣赏者就要兴趣暗然。满足雅俗两部分人不能对立，这不也是为人民服务吗？

材料本体给“造物”提供了可靠的物质条件，“造物”则给质体装点着美的外观，而又以欣赏对象的不同各见特色，从而形成典雅的，精约的，显附的，繁缛的，轻靡的等等千态百态，所有这些格调的存在，便形成了风格的丰富多采。

不同时代的艺术风格是和那个时代精神相适宜的，今天时代不同了，人们的审美习惯也有较大变化，这就要求设计者对这变化的审美心理给予研究，创作出适应现代精神的工艺美术品。

创作应当使整个设计过程紧紧地与经济效益联系起来。风格有繁有简，繁不一定好，简不一定差，宜繁宜简均要有针对性。同时，须有经济观点，把“适用经济、美观”集为一体，从而服务于民众的生活，丰富、充实民众的生活。充分体现出为民众服务的观点，这恰恰反映了劳动人民的审美心理：豪迈、奔放、朴素、大方，纯厚的高尚品质。因此，在思想感情上就更接近民众而产生共鸣。这就是时代风格形成的基础依据，这种风格反映着时代气息。它打破了传统习惯上刻意追求虚伪繁琐庸俗作风所造成的贵贱等级的意识。正如雷圭元先生二十多年前指出的那样：为什么过去一段时间在中国工艺美术品泛滥着繁琐庸俗的习尚呢？归根结底是阶级意

识的表现，为个人极度享受服务的。但在习惯上还有一些不良的传统的遗留，这些无谓的法则却给今天的工艺美术带来一些发展上的阻碍（如象不依古人的清规戒律，就不懂得民族形式，影响了大胆的创新，使工艺美术品的风格，尤其是销售给市民的和一部份外销的产品停留在古典的、唯美的，说高不高，说低不低，用之无味，弃之可惜的风格上（可能有人认为学习古典还不够，应该钻进博物馆去，把几千年的古代花样重新搬出来就好了）他接着说，倒是农民自制自用的东西，象陶器，斗笠编织物，农民自制自用的服装、刺绣、木器等等不受这种影响。尤其越偏僻地区的少数民族自制自用的杂物，其风格更为朴实、淳厚，在造型色彩上可与汉唐比美，耐人寻味。这位老人的批评真可说是针砭时弊，一针见血！

那么，可不可以把设计风格问题提高到创作倾向的高度来认识呢？回答是肯定的。

人们在艺术上始终不是满足于现状的，永远是在为新的内容找寻新的形式，反映新的时代风貌而为之服务的。

解放初期，曾经兴起了“敦煌风”。舞台上、象牙雕上、壁挂地上普遍出现。又把“宝相花”运用到日常用品如陶瓷，被面，花布上等等，这便蕴藏着一种创作倾向，反映时代风貌的创新却少了。到了六十年代又吹起一股热潮，把豪放倜傥的八大山人、吴昌硕、齐白石、徐悲鸿等作品引入工艺领域。开创一代气派，确实深受广大群众欢迎，也为工艺美术园地增添了光彩。

然而，这里便发生一个问题。即工艺美术品毕竟不同于其它艺术。应该有自身的艺术规律，总不能老是借用别人的手笔改造自己（当然这并不意味着排斥必要的借鉴），借他人之志气并不能见自己的威风。

综上所述，我们的结论是：不为民众着想的创作风格及创作倾向是没有出路的。现代工艺美术品需要的是有时代感的民族性，人民性，丰富多彩的艺术风格。现代工艺美术品的任务不同于历史博物馆，也不同于自然博物及古董苑斋；它的历史使命必须首先为民众服务。同时，通过艺术手段反映时代，反映广大人民的思想感情从而造福于社会，带福音于民众，使其充分享受物质文明和精神文明于一物之中。这就是工艺美术品全部内容所在。

装饰造型规律讲座

(之三)

张 国 藩

「面」的造型意义

早在五十年代前抽象艺术盛行的时期,由康丁斯基、蒙德里安等抽象派画家提出的有关几何抽象构成理论,包括点线面的构成理论,在西方世界引起广泛的兴趣,并逐渐形成一整套工艺美术教学与设计美学理论,即「平面构成」。它把西方现代抽象美术、现代图案构成、工业美术设计美学理论溶为一体,成为一门独立的专业设计教学理论。今天,我们把它作为一门学问,研究其造型规律,以充实和丰富装饰画创作的表现形式和技法。

从康丁斯基、蒙德里安的有关线面的构成理论和技法中可以得到一些启发:在蒙德里安的基于面

分割及单纯比率构成的几何抽象作品中,只见垂直水平线,不见任何曲线,世间的一切事物都被简化为水平垂直交错构成的平面形,追求一种宁静的和谐美。早期的作品不仅出现许多黄金分割矩形,就连大的结构关系也是黄金分割比例关系。在绘画风格上效仿他的人并不多,但由他开创的新的造型观念对建筑艺术、室内装饰、工业、商业及实用美术(包括服装、家具设计)的影响都是很大的。

在科学技术的生产力飞速发展的20世纪,随着人们生活方式的改变,也改变着人们对世界的认识。在造型艺术领域,手工业时代形成的造型观念和审美意识,远不能适应现代社会生活的要求。在现代化工业生产条件下,工业生产的批量化与规格化,各部件面的分割、组合及比例美,平涂色块组合的形式感,就具有非常重要的意义。这不仅关系着实用的合理性,也关系着审美效果。这主要涉及到工业美术、建筑、装潢及实用美术设计领域,但对人们的现代造型意识及审美观念却有深远的影响。

点线面作为造型的基本形式要素,按着美的法则有意识地组合,以增强画面的形式感和艺术感染力,这是我们研究「面」构成规律的目的。

一个设计或造型是由许多的面构成的,即由二度空间的平面形成借助平面形式表现出来的立体面结合而成。

图1(见彩版) 这个具有鲜明民族特色的日本招贴,就是借助面构成形式表现的。在1986年世界招贴画双年展上曾获三等奖。

图2 「面」分割构成形式在现代装潢、广告、展览及书籍美术设计中应用最广泛。

这个面分割形式构成的广告,是在原来廿个等间隔方形基础上变化来的。

图3(见彩版) 国外盛行的彩色玻璃拼镶画主要以面组合形式来表现,几何形块面通过疏密、冷暖、刚柔等对比关系及形与色的条理性与

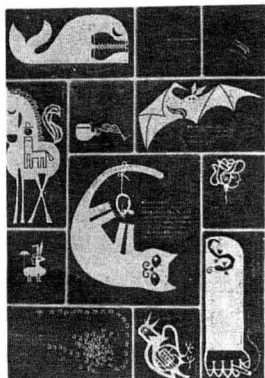


图2 面分割形式在广告设计中的应用

反复性来体现鲜明、强烈的节奏和韵律感。

「面」的组合及装饰性作用

点或线的排列、集中、扩大可以形成面。这种面接近于黑白之间，形成灰调子的面；若将线条和点作渐大或渐小，渐宽或渐窄，渐疏或渐密的处理，还可以创造三度空间的视觉效果。美国流行艺术（POP）画家李顿斯坦（ROY Lichtenstein）就利用这种近似印刷工艺和版画的技法进行绘画和壁画设计（图4见彩版）。

※ 黑白组合 图5以黑白块面构成的广告，只用黑白（明暗）面，完全不使用中间调子来表现形体和空间，在表现力上更能体现以少胜多、形象醒目的视觉效果。

※ 减缺 图6右图的室外壁画和左图的人物造型，强调了黑白效果，运用减形手法将一些结构线和面省略了，使单纯的，几何平面化及至符号化的形象，产生各种变化并丰富画面和空间的效果。这种意到笔不到的造型，显得更含蓄，更充实和富有装饰意味。画家充分利用人们的视觉习惯和视觉联想能力，表现出对新的艺术表现形式和新的造型语言的执着追求。

※ 重叠 在写实主义绘画作品中，为使两个

以上的重叠形象具有三度空间的视觉效果，主要通过形体的大小、虚实、色彩强弱来处理前后形象的重叠关系及画面层次关系。自文艺复兴以来，西方写实主义绘画基本上是按着这样的视觉规律来表现的。

装饰画，特别是采用平面处理手法的工艺绘画，在表现前后形象的重叠关系时，往往采取部分重叠、层层垒高的形式，使之各自显示主要的结构特征和外形美的效果。从永乐宫壁画中可以看出，我国传统装饰性绘画在安排形象时基本采取向左右方向部分重叠或向上方层层叠高的表现形式。

图7 古代埃及的壁画构图采取平面展开的横带式结构，在表现多层次人物时，多采取动作重复的横向重叠形式。

※ 透叠 将原来不透明的形变为透明的，前后的形相互交叠时呈现出层层透明的效果。如图8两只手形，前后重叠起来，把其中一只透明化，又可看到底下的手形，同时又各自保留其完整的轮廓，给人在视觉上造成一定的空间距离感觉。由于透叠法的运用，两只手形看上去似乎是完整的，又似乎是残缺的；既好象定位于前面，又好象是定位于后面，作者为观众创造了一个虚幻的空间度，创造了



图5
以黑白块面
构成的广告

图6
右图：居民楼陶
板壁画〔苏联〕
左图：人物造型
〔日本〕

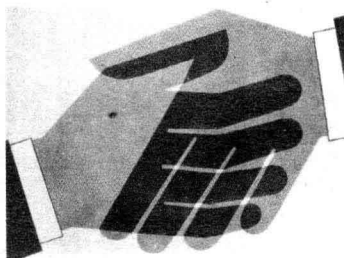


图7
古埃及壁画“哭
丧的妇女”

图8
透叠形象