

《装饰》杂志编辑部 编

辽宁美术出版社



装饰文丛

DECORATION THESIS COLLECTION

图书评论卷

图书评论卷

装饰文丛

DECORATION THESIS COLLECTION



《装饰》杂志编辑部 编

辽宁美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

装饰文丛. 图书评论卷. / 《装饰》杂志编辑部编. —
沈阳: 辽宁美术出版社, 2017.3
ISBN 978-7-5314-7576-7

I. ①装… II. ①装… III. ①艺术-设计-文集
IV. ①J06-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第038166号

出版者: 辽宁美术出版社
地址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001
发行者: 辽宁美术出版社
印刷者: 辽宁星海彩色印刷有限公司
开本: 889mm×1194mm 1/16
印张: 14.75
字数: 300千字
出版时间: 2017年4月第1版
印刷时间: 2017年4月第1次印刷
责任编辑: 李 彤
装帧设计: 彭伟哲 林 枫 李 彤
责任校对: 郝 刚
ISBN 978-7-5314-7576-7

定 价: 275.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

前言 Preface >>

《装饰》是一本有近 60 年历史的设计期刊，也是中国唯一的综合性设计类学术期刊，涵盖了设计学科所有领域。设计学在世界范围内都属于年轻的学科，并且发展、更新的速度极快，无论是观念还是具体知识，因此也对设计期刊的办刊人提出了挑战：刊物如何适应学科特点，如何准确、及时地反映全球设计发展的形势，介绍最新的成果，助推中国设计的发展。伴随着改革开放，中国经济以一日千里的速度成长，设计在其中一方面贡献了很大力量，另一方面也同步得到了有力的环境支撑。在这样的形势下，设计也吸引了越来越多的关注，得到前所未有的重视，自 2007 年以来，《装饰》编辑部逐步调整办刊策略，以期更好地适应形势，推动中国设计学科的健康发展，紧密联结设计学界与产业界。这些举措得到了学界、产业界的广泛认可，在这个过程中也积淀下了一批优质的内容资源。承蒙辽宁美术出版社领导的关爱，自去年开始就酝酿出版《装饰文丛》，以图书的形式重新编辑刊物的优质内容，便于读者系统地了解相关成果。

自 2007 年 4 月始，《装饰》每期组织一个专题，名之“特别策划”，就某个话题邀约专家、学者撰文，集中讨论，拓展议题思考的维度。许多专题特意邀请不同学科背景的学者撰文，力图更为立体、全面地呈现理论探索。专题的策划使刊物每期形成一个重点，给读者留下深刻印象，经年累月地渐次组织，专题的策划至今已逾 100，形成富有特色的一批设计文献，也是《装饰文丛》的重要组成部分。

“特别策划”之外，编辑部自主采编的“第一线”栏目也是《装饰》

有特色的重头内容，栏目的宗旨是更好地联系学界与业界，每期采访一位设计师或一个设计机构，选择的标准并非拘于年资或知名度，而是着重于被访对象从业经验的启发性。其中既有一线的设计明星，也有教育家、协会组织者、产业链的构造者，甚至初出茅庐的新锐，无论何种身份，我们都希望挖掘出现象背后值得深思的规律性内容，这些访问无疑构成一幅幅深入体察中国设计现场的生动画面，成为了解中国当代设计的直观窗口。

编辑部为更好呈现设计的优秀成果，除上述两个栏目之外，还有“海外动向”栏目（邀请国际知名学者、双语发表其成果），“学人问津”栏目（重要学者的最新成果），“纸上展览”栏目，以及有悠久传统的“民俗民艺”“史论空间”“教学档案”“设计实践”“个案点击”等栏目。北京老字号同仁堂有副对联，“修为无人见，存心有天知”。《装饰》编辑一直秉持着精益求精的原则来办刊，《装饰文丛》的编辑出版，既是书刊互动的一种形式，也是多年办刊成果的一次集中展示。

《装饰》的办刊宗旨是“立足当代，关注本土”。相信《装饰文丛》对于关心中国设计的朋友们来说，是非常好的学术资源。在大众创新、万众创业的大形势下，中国的本土设计无疑将发挥更为显要的作用。而《装饰文丛》的出版也将在学术上有力推动中国设计的健康发展。

《装饰》杂志主编 方晓风

目录 Contents >>

前言

- 设计·文化·生活 (美) 凯瑟琳·乔·石野 翻译/汪 芸 001
- 引进包豪斯 滕晓铂 005
- 彩虹的尽头——《产品的演化发展导论》 汪 芸 010
- 研究型设计与设计型研究——读《汉字的诱惑》有感 周 志 014
- 节约型社会设计——评《生态都市主义》 杨先艺 王洪伟 朱 河 林 波 019
- 平面设计师进行创意思维与形式创造的资源 (美) 埃伦·勒普顿 翻译/汪 芸 025
- 设计师在设计史上的荣耀回归：大卫·瑞兹曼的《现代设计史（第2版）》
..... (荷) J.W.德鲁克 翻译/安宝江 028
- 由表及里——接触设计的本质 汪 芸 034
- 维克多·帕帕奈克：设计伦理的先驱 滕晓铂 038
- 一张木椅半部书 丁朝虹 042
- 《空间的语言》——设计学科的环境心理学视角 许凯明 046
- 关乎视觉 更关乎历史——评《视觉传达设计史》 江 明 王 强 050
- 《设计价值论》：设计的哲学高度 袁晓莉 053
- 带着问题研究历史 方晓风 057
- 书《设计的善意》后：关于“设计哲学”之启蒙、教育与社会 连 冕 061
- 城市中的文字配对 伊多·史密舒真 翻译/汪 芸 065

耄耋巨著,学界楷模——读《服饰中华:中华服饰七千年》有感 李当岐 069

《导视设计手册》 胡达·阿比法耶 翻译/汪芸 071

设计力创新如是说——《设计力创新》解读 孙亮 075

秩序与活力的平衡——评《城市视觉重构——宏观视野下的户外广告规划》 方晓风 079

园林史中的生活史——评《北京私家园林志》 方晓风 082

器以载道——《设计史鉴:中国传统设计思想研究·思想篇》评述

..... 王强 张璐 085

一部清末民初重要的陶瓷专论力作——论《陶雅》的价值 周思中 罗茜 089

当文本成为公案——关于吴冠中的艺术思想与写作 岛子 095

对阅读体验的关照——重读赵广超的《不只中国木建筑》 陈庆军 099

艺术史批评的家庭相册——《艺术史方法与理论》 李馨 103

试论影像作品能否摆脱文字独立存在 鞠文暹 袁恩培 107

书形墨彩 创意之美——读《黑马画字2》 邹晓 111

永远的游击队员:安藤忠雄 萧冯 116

潇湘何以成怨?诗画交融中的艺术史还原与阐释——评姜斐德《宋代诗画中的政治隐情》

..... 邱才桢 119

前瞻中的历史,回望中的未来——雷纳·班纳姆的《第一机械时代的理论与设计》

..... 袁熙旻 124

作为思想者或“圣徒”的艺术家——罗思科的艺术哲学评述 岛子 128

我们需要怎样的设计研究?——读李立新教授新著《设计艺术学研究方法》

----- 祝 帅 134

一千二百年来中国木版画的全面梳理——张道一先生新著《中国木版画通鉴》读后

----- 李立新 139

手工艺:机器时代的人性回归——爱德华·露西-史密斯的《世界工艺史——手工艺人在社会中的作用》 ----- 滕晓铂 142

方寸之间 气象万千 ----- 沈睿文 146

睿智而理性的城市色彩 ----- 王占柱 王 婧 150

万物之道 ----- 罗 迪 155

对庄申先生《扇子与中国文化》一书的探讨 ----- 杨祥民 吉 琳 159

以设计实践中国现代精神——《中国现代设计的诞生》 ----- 郭秋惠 166

奢侈、性与资本主义——一种生活方式的解读 ----- 孙沛东 170

花间的时尚 ----- 黄德荃 176

我生涉世本为口 ----- 黄德荃 178

什么是设计概论该有的样子? ----- 滕晓铂 180

现代设计史 ----- 颜晓烨 182

视觉文化——艺术史研究的新视角 ----- 周 志 184

百姓日用即道 ----- 黄德荃 186

中国现代设计史研究的里程碑 ----- 滕晓铂 188

色彩的性格 周 志 190

永恒的奢侈 滕晓铂 192

好用型设计 滕晓铂 194

世界室内设计史 滕晓铂 196

设计百年 滕晓铂 198

创造之岛 滕晓铂 200

为中国而设计 滕晓铂 202

从物到事，从情到理 滕晓铂 204

费顿经典设计 滕晓铂 206

精诚为学，探索创新 滕晓铂 208

设计师的心灵之书 滕晓铂 210

锡制玩具：记忆中的快乐时光 滕晓铂 212

如何用你的眼睛 周 志 214

评阿瑟·丹托的《寻常事物的变形》 陈岸瑛 216

系列与当代艺术的意义问题——评《符号政治经济学批判》 杨全强 221

启功《论书绝句》第九六首小笺——以康有为对“古学”“今学”的分类为例

..... 孙学峰 225

设计·文化·生活

Design, Culture & Life

文 / (美) 凯瑟琳·乔·石野 翻译 / 汪 芸

中心论点

2013年,知名设计史作家与教授彭妮·斯帕克出版了第三版《设计与文化导论:从1900到今天》,这是继该书的前两个版本,由她撰写的1986版与2004版之后进一步对西方设计与设计师的发展及其所扮演的角色进行阐述的著作。在本书,也即最新版本中,斯帕克有效地就21世纪前10年,设计在塑造世界文化身份与生活方式的过程中所承担的全球性的、颇具影响力的角色做了陈述。借此,她坚定地将今日的设计实践与设计专业定位为2013年度具有领导性质的主要原动力。与此同时,她在适当的地方更新了2004年版的内容,以体现当下的社会、技术与经济对设计产生的影响。她通过追溯西方设计与设计师在全球消费文化中所扮演的角色,以及对诸如社会史、视觉文化和媒体学等后现代学术学科的描述实现了这一点。此外,她还引入了当下快速变化的技术风潮,例如,设计介入社交媒体、虚拟现实和虚拟环境。继而,斯帕克在书中就“全球——本土主义”——例如,在21世纪前10年中,全球的设计与本土设计的整合——做出了总结。

最后,斯帕克巧妙地记录了设计企业的角色转化,从20世纪之交作为装修行业的外围切入,直到在20世纪中期成为现代主义核心集团的一个部分,之后,是企业全球化的商业合作伙伴,继

而变为“全球——本土主义”的企业家。在最终的分析中,将设计专业及其实践总结为具有极大伸缩性与适应性地介入文化与商业语境的力量。

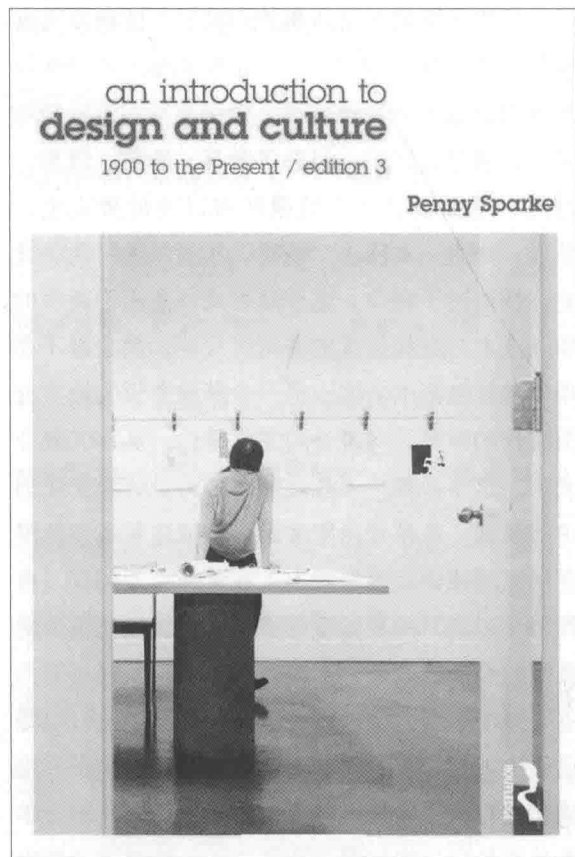
批评

相比于斯帕克所从事的研究工作的深度及其涉猎广泛的学识,2013版,也即本书的第三版所涉及的议题不免显得单薄。她所涉及的设计领域和设计制品非常广,包含了产品、服装、汽车、室内、平面设计、大规模销售以及消费文化。然而,作为一本陈述“从1900年到今天”的设计史,插图过于稀少。这个缺失或许是由于高昂的印刷成本与版权结算的费用造成的,两者都不在作者的控制范围之内。另一个存在争议的地方在于著作的标题,《设计与文化导论:从1900到今天》。这个标题并不能反映对西方设计和文化历史的强调。从作者角度考虑,造成这种疏忽的潜在的原因或许是因为她本人在英国有近40年(自1975年以来)的英文设计史写作以及担任设计史教授的经历。此外,斯帕克30年来的研究与写作主要集中于西方现代设计运动,这一点可以以她已经出版的15本著作与大量文章为证。然而,她确实有关设计介入特大企业全球化这一部分中简单涉及了日本与意大利的设计,并提到了近来新兴的国家——中国、印度与巴西。所幸的是,她的书主要是关于当代设计的发展及其在消费文化中的地位,而不像许多其他的设计史书那样,

只是通常意义上个体设计师的罗列。斯帕克的书就设计在西方历史、社会、经济与技术语境中的重要性展现出一种深度以及宽广的理解力。在检索她证据充分的词汇表、注释、个人简介与索引信息的时候，这一点尤其明显。总而言之，对于任何希望更多地了解20世纪到21世纪之间西方设计发展的读者而言，《设计与文化导论：从1900到今天》都是宝贵的资源。

本书简介

斯帕克教授以时间为顺序编写她的设计史，将该书分为两个主要的部分。本书的第一部分，1900—1939，包括现代主义的兴起以及设计的角色从边缘走向文化与商业的中心。她论证了纵贯



《设计与文化导论：从1900到今天》

An Introduction to Design and Culture: from 1900 to the present

作者：彭妮·斯帕克（Penny Sparke）

出版社：劳特利奇出版社（Routledge），伦敦

出版时间：2013—2—1

整个20世纪前半期，英国与美国的工业革命是如何开始影响西方设计实践的。20世纪初始，设计师充当了装饰设计师的角色，主要是在机器制造的物品上添加装饰，使得工业产品在审美上更加美观。他们的任务在于创造出令人满意的物品，这样消费者就会受到诱惑，购买新的工业商品取代之前的物品。常见日用品的替代品，例如，木扫把会被别出心裁地设计的吸尘器所取代，拥有了它的消费者满心骄傲。斯帕克声称，在工业革命的初始阶段，这些装饰设计师并没有处于创造批量制造产品的核心位置。事实上，制造商们把他们所承担的角色视为“净增价值”，为他们的潜在客户创造市场吸引力。

之后，伴随制造、市场与分配将商品生产进一步机械化、并同时转化为为客户制造商品的主导方式，在规划如何以最好的方式批量生产商品的时候，设计成了基本要素。物品的创造不再由个体的工匠——这些工匠以单体的形式直接作用于他们精心设计的物品——控制，反之，产品成了商品，通过机器生产，继而，产品的制造与装配等重复化的任务被机械化地组织了（1915—1939）。因此，在新的、针对大众的产品制造系统中，设计师变得必不可少。他们的设计要应对的问题是使产品的装配和制造与工厂流水线的速度和机械化相吻合。此后，设计企业成为基础设施制造商阵营中活跃而起到促进作用的一分子，而工程师则引导一些公有或私营的项目进入了工业革命的下一个阶段。斯帕克著作的下半部分，涉及二战以后整个时期（1949—2013），追溯了后现代主义的形成以及设计对现代主义早期乌托邦主义的反应。

她接下来叙述了设计崛起的一个新高度，即成为20世纪末消费文化系统中主要的创新者。经过与包豪斯（1919—1933）的融合——包豪斯的原理与标准是20世纪中期最重要的设计标准，其现代主义理想主义的教义对设计师们产生了深远

PART 2		
Design and postmodernity, 1940 to the present	99	
6 Consuming postmodernity	100	
<i>The dream of modernity</i> 100		
<i>Consumer culture and postmodernity</i> 108		
7 Technology and design: a new alliance	122	
<i>The materials of abundance</i> 122		
<i>Technology and lifestyles</i> 131		
8 Designer culture	144	
<i>International designers</i> 144		
<i>The new designers</i> 153		
9 Postmodernism and design	165	
<i>Modern design in crisis</i> 165		
<i>Postmodern design</i> 172		
10 Redesigning identities	185	
<i>Redefining the nation</i> 185		
<i>Redefining design</i> 193		
Glossary	202	
Notes	221	
Bibliography	238	
Index	256	

图1 本书目录



图2-3 内页插图



的影响。包豪斯对机器制造的形式与建筑的要求遵循着他们“形式服从功能”的原理，以此奠定的基础对设计师们的挑战一直延续到20世纪60年代。借此，现代主义设计师们企图创造出一种标准，根据这个标准，精致美观的物品可以很容易地被制造出来，提供满足人们日常需求的价格合理的设计。这些现代主义设计师们将他们的作品视为工业化时代的消费者和贸易应当努力实现的美学典范。事实上，包豪斯经典作品——例如沃尔特·格罗皮乌斯的国际主义风格建筑、布劳耶椅以及李西斯基的版式设计和平面艺术——仍然是设计史中具有符号性的表征，而具有讽刺意味的是，在21世纪这些作品变得很昂贵，成为收藏家们趋之若鹜的收购目标。

自20世纪60年代开始，设计向更广泛的商业与文化领域拓展它们的影响。冒险进入了更宽泛的视觉与材料风格界定的领域，例如服装设计、环境空间、虚拟与互动设计。斯帕克在她2004年即该书的第二版中谈到，在为世界的社会、文化与经济环境建立公众可接受的视觉、材料与空间标准的过程中，设计与设计师起到了有益的作用。继而，设计专业不再需要迎合更广泛的社会需求与愿望，而成为有助于在制造、商业、消费

范畴中创造出人们的审美欲望的事业。因此，设计师的活动带有了共谋性质，他们成了连接消费者与公司生产之间缺口的桥梁。设计行业的发展成为一种经过高度完善与提升的冒险，在引领20世纪晚期快速发展的全球经济与文化的各个领域的时候，这种冒险体现出易于产生共鸣且在技术上具有灵活性的特质。此外，设计师的努力成为社会现象，进入国际领域为日常生活与普通人的创造意义。设计从材料和视觉出发创造出多重意义，借此，使得该职业深深植根于多样化的指涉与文化意义，与此同时拓宽了它的全球吸引力。设计文化的角色的改变体现在无处不在的品牌以及诸如可口可乐之类的跨国公司的适应性、苹果产品的这种被制造出来的欲望，或是运动服装耐克的标识。知名的设计师与跨国公司大都通过在牛仔裤、短袖汗衫、鞋、包、帽子和内衣等产品上添加自己的名称与标识打造个体的身份。因此，设计为某一类希望将自己与穿着没有名气的品牌的人群区分开来的个体创造出了经济、文化层次。某一些特殊的品牌以及带有导向标识的产品反映出不同层次的、与知名设计师或著名的公司相关联的名望。在全球范围内，消费者们开始穿着设计产品，即时地向陌生人或旅行者传达出

这样一种信号,即他们是某个好品位的全球知名品牌的用户。他们属于某个特殊的群体,满怀自豪地穿着自己的部落服装。

在她最近、也是该书的第三版本,关于21世纪的前十年的陈述中,斯帕克指出了在宏观的全球文化与经济背景下设计与设计师身份的另一个重大转变。在她看来,设计的身份已经上升到了施主的位置,例如,越来越多地介入有关当下社会、生计以及地球的生态的问题。不同于20世纪设计师室内装饰者、创新者和服装供应商的角色,今日的设计师自觉地意识到自己是强大的世界公民,他们具备了自信和必要的手段展示并参与某种共享的意识。设计不仅仅局限于创造更多的消费产品或制造出多重身份,而是开始与理念相关。地球上的人们意识到我们所居住的星球是多么的脆弱,以及我们可以为它的可持续性发展做出贡献,设计有必要参与这个完善的过程。因此,它介入了生态问题,例如,创造出清晰的信息图像展示如何回收我们的日常垃圾。斯帕克宣称这个领域聚焦于社会的需求,借此使得视觉传达具有更强的互动性和包容性,并通过当代技术与虚拟企业拓展虚拟现实。目前,该专业延伸到不同的媒体,在实践中实现了跨学科,与不同的团队合作项目、参与计算机生成的社会互动并介入各种虚拟现实的实体。此外,通过持续整合特别的设计创造、创新、跨文化沟通以及国际交流,设计不断地改变着全球消费者以及商业景观。西方国家的这些举措已经扩展开来,涵盖了包括巴西、印度、新加坡和中国在内的新兴国家。斯帕克论及了进入了全球市场,设计师们正在改变世界经济平衡与消费者的电子商务交易现象。与此同时,民族设计团体在发展着他们自己的文化美学,这反映在他们于全球市场的成功。兼容了地方与全球的美学,带着国际化意识,演进产生了混合设计,或者说是“全球一本土”作品。斯帕克进一步推测认为,就如同英国和美国

在20世纪所经历的过程一样,这些新兴国家的设计师以及他们在设计中扮演的角色最终会获得影响力和权力。

结论

斯帕克在本书第三版的最后论述中宣称21世纪的设计已经成为一个“变化的中介”,提供“形式功能”,传递多方面的信任系统、信息和价值并将其人格化,继而,现在的设计活动体现并传递了社会文化的内容。这个行业在建构今日的生活方式与我们的环境的充满生气的过程中是一种重要的生产方式,也是重要的参与者。另外,在历史学家的眼中,设计不仅有效地斡旋在跨国公司与国际消费模式之间,而且还作为21世纪前10年一股重要的人道主义力量赢得了全球的认同。

参考文献:

- [1]http://fada.kingston.ac.uk/staff/penny_sparke/penny_sparke.php
- [2] 朱利安·弗里曼(Julian Freeman),《艺术》(Art Book),13.2卷(2006.5),第57-58页。
- [3] 彭妮·斯帕克:《设计与文化导论:从1900到今天》(第三版),劳特利奇出版社(Routledge),伦敦,2013。第二版,2004年。第一版,1986年。

引进包豪斯

Bauhaus in China

文 / 滕晓铂

“包豪斯”研究是国内设计艺术历史与理论研究中，针对外国设计史专题的一门难得的“显学”。自1954年第2期《建筑学报》上首次提到“包豪斯”这个词汇^[1]以来，在国内学术杂志上提到包豪斯的文章已有数千篇。

在国内艺术设计类期刊领域，最先向读者介绍包豪斯的杂志是《装饰》。在“文革”之后复刊的1980年第1期《装饰》杂志^[2]上，就有三处提到“包豪斯”：为了解释黄苗子的文章《工艺美术家郑可教授》和马长山的文章《工业美术美学初探》中提到的这个专业词汇，在第60页编后记的下方，出现了一则署名为“兰”的编者注：

关于包豪斯 (Bauhaus)

本辑《工艺美术家郑可教授》《工业美术美学初探》两文中都提到“包豪斯”，这里作些简短说明：

一九一九年三月，德国韦玛 (Weimar) 市立美术院与市立艺术工艺学院合并，创建“国立包豪斯学院”，发表“包豪斯宣言”，由三十五岁的建筑设计家华尔特·格罗佩斯 (Walter Gropius) 任院长。他的教育口号是“艺术与技术的新统一”。为了沟通艺术与工业技术之间的距离，以改善人们的环境，包豪斯有一整套崭新的教育计划和方法。包豪斯为了加强现代设计理论基础，并介绍综合性的现代美学思想，从一九二五年开始编辑出版了“包豪斯丛书”。包豪斯虽于一九三三年七月被迫宣告结束，但包豪

斯教育思想一直影响着二十世纪工业时代欧美各国的建筑设计和工业产品设计等，被誉为现代设计的摇篮。(兰)

这大概是国内设计期刊中最早明确定义“包豪斯”的一段话吧。一个世纪以来，人们对包豪斯热忱不减的原因，一方面是它是现代设计教育在全球范围内的基础；另一方面是它代表了一种追求：为当时那个混乱的世界创造有序生活方式的可能——这是现代主义设计的源泉，也是一种充满了精英主义和普世理想的“终极法则”。

2001年，林鹤翻译的《包豪斯》一书由三联书店出版^[3]，这是第一部向国内读者专门介绍包豪斯的译著，见解深刻，阐释全面，文笔清新幽默，展现了20世纪初现代设计发端时期那些充满激情和叛逆精神的历史画面。但由于篇幅所限，这本书虽为我们提供了包豪斯的发展线索和较之前更为丰富的资料，但对于亟需由此展开探索的国内设计界和设计教育界而言，还远远不够“解渴”。

此后的十多年间，关于包豪斯的译著、专著在国内先后出版了十数本，其中不乏一些优秀的著作，而近年来的研究趋势也更加重视包豪斯对中国影响的专题探索。2013年3月和4月相继出版的两本译著：浙江人民美术出版社的《包豪斯》，以及机械工业出版社的《包豪斯团队：六位现代主义大师》，更在篇幅和内容上较之前在国内出版的同类译著有了非常明显的进步。



《包豪斯》

编著：让尼娜·费德勒、彼得·费尔阿本德

译者：查明建 等

出版社：浙江人民美术出版社

出版时间：2013年3月

前者是一个大部头，多达640页的八开铜版纸精装书显得很有分量，同时有大量精美的配图，据说很多是在此书出版之前从未公开过的。这是一本专门研究包豪斯的文集，其编著者让尼娜·费德勒、彼得·费尔阿本德等，从专题介绍、人物、基础课程、工坊、理论、文献等方面组织编纂了多位学者关于包豪斯研究的文章，几乎涵盖了所有相关的学术问题。其中，对包豪斯的女性大师成就的探讨，更是之前国内包豪斯研究中未曾涉及的重要主题。本书除了详细介绍包豪斯的历史、哲学、政治和教育环境之外，更重要的是全方位地分析了包豪斯的基础课程和教学理念对于现代设计的影响，讨论了包豪斯在当代的先锋地位，展望了设计在未来的机遇。



《包豪斯团队：六位现代主义大师》

作者：(美)尼古拉斯·福克斯·韦伯

译者：郑妍 等

出版社：机械工业出版社

出版时间：2013年4月

《包豪斯》这本书的出版，得益于中国美术学院“包豪斯研究院”的大力推动，这是该研究院成立后在文献出版方面的一项重要学术贡献。包豪斯研究院的成立，缘于2010年杭州市政府一项十分有魄力的举措：以5500万欧元买下德国工艺品藏家布洛汉(Torsten Brohan)的7010件包豪斯藏品，并将其安置在中国美术学院象山校区的“中国国际设计博物馆”内。研究院和博物馆，共同构筑了中国对现代主义设计进行研究的有机形式，也为全中国热爱设计艺术的人们提供了一个接触包豪斯原作的良机。

相对于《包豪斯》一书的综合性、探索性，《包豪斯团队：六位现代主义大师》则将六位大师作为个体的人生经历置于大的历史背景下进行

探索,分析了包豪斯乃至现代主义诞生的政治、文化背景,让读者能从更生动的视角上去了解和感受这段非凡的现代设计教育创办过程。这本书的作者是美国的尼古拉斯·福克斯·韦伯,作为阿尔贝斯基基金会的负责人,他与包豪斯唯一的一对艺术家夫妇安妮和约瑟夫·阿尔贝斯相处多年。安妮·阿尔贝斯是一位纤维艺术家,约瑟夫·阿尔贝斯是一位教授兼玻璃、金属、木材及摄影艺术家,他们向韦伯讲述了自身的故事,并描绘了他们在包豪斯的同事瓦尔特·格罗皮乌斯、保罗·克利、瓦西里·康定斯基、路德维希·密斯·凡·德·罗,以及这些人的鲜为人知的妻子们和女伴们在包豪斯的生活。

瓦尔特·格罗皮乌斯是一个传奇式的人物,他出生于一个富裕的德国家庭,父亲和伯祖父都是建筑师。格罗皮乌斯学习建筑,为了积累自己的设计经验,曾经几乎义务地供职于当时鼎鼎有名的彼得·贝伦斯事务所。他21岁时应征入伍,在德法战争的战场上,奇迹般地躲过了四颗子

弹,并赢得了三级军功章。而他对于创办包豪斯的构想,几乎全部是在西部前线阵地的军营帐篷里面完成的。^[4]

玛利亚·路德维希·米夏埃尔·密斯(Maria Ludwig Michael Mies),出生于德国亚琛一个贫寒的家庭,他原本的名字里没有“凡”和“德”这种象征贵族身份的辞藻。路德维希·密斯·凡·德·罗(Ludwig Mies van der Rohe)这个名字,是在魏玛包豪斯时,他自己最优雅的艺术作品之一。^[5]

密斯和格罗皮乌斯的第一次相遇据说就是在彼得·贝伦斯的设计事务所。当时的格罗皮乌斯穿着时尚,精于马术,是个享受上流社会特权的花花公子。当密斯必须为了微薄的工资继续加班的时候,格罗皮乌斯却早早下班去开始他唐璜式的娱乐生活。后来,作为包豪斯最后一任校长的密斯对格罗皮乌斯的评价是:“格罗皮乌斯做过最好的一件事情就是发明了包豪斯这个名字。”^[6]——他从来不认为这个在顺境中长大的

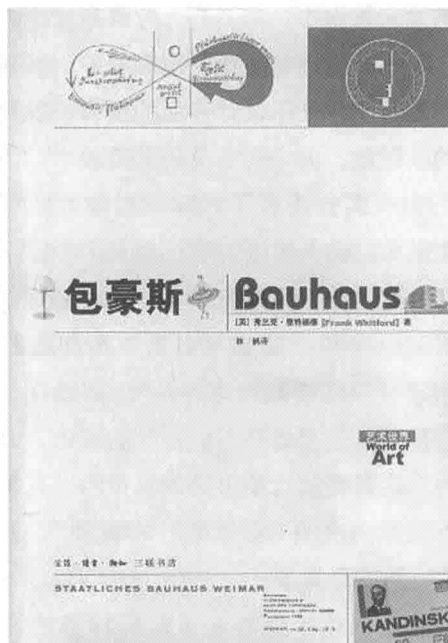


图1 林鹤译《包豪斯》封面 三联出版社

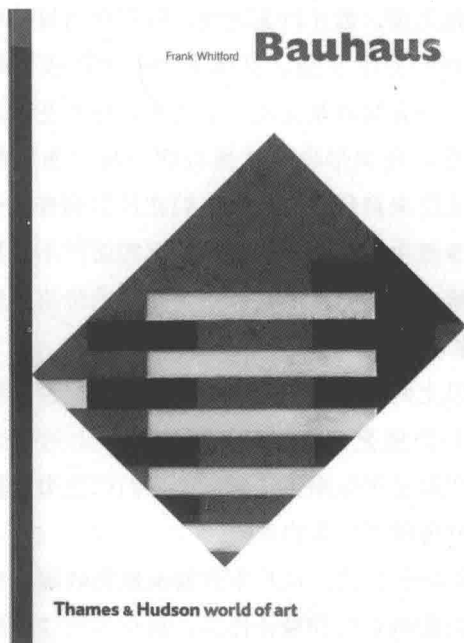


图2 弗兰克·惠特福德《包豪斯》英文版封面

同事是一位顶尖的建筑师。

虽然对格罗皮乌斯的评价过于刻薄，但密斯作为现代主义的坚定捍卫者和最优秀的设计大师之一，在包豪斯被德绍政府关闭的时候，自费租了柏林的工厂，重新组织起包豪斯的教学，直到它被纳粹再次关闭。之后的三个月里，他每隔一天就去一趟盖世太保的总部，为康定斯基，为一切来自异国和异族的教师和学生担保，直到他收到一封可以重新开办学校的信。然后，他订了香槟，给所有坚持到最后的教员们打电话，大家聚集在一起，密斯宣布：包豪斯要彻底关闭了。因为，他们已经没有任何经济来源可以继续支撑包豪斯了。^[7]

书中对历史、人物的表述难免带有一些主观色彩，尤其是安妮·阿尔贝斯的个人情绪常常会左右作者的行文。但也正因如此，我们似乎看见了那些有血有肉的“圣殿骑士”们的真实生活，也由此更加深刻地领会到了“风格即人”的内涵。

虽然这本书以人物生平为主线，描述了很多相当私人化的生活细节，看似与包豪斯的设计教育主题无关，但在行文之间，时刻保持着对包豪斯精神的深度发掘，就像书中最后所表述的那样：“包豪斯就是这样一个地方：生命在这里受到礼赞，视觉形象在这里被赋予极为重要的意义，无论来自什么世界的人们在这里都有机会探究和享受生命与艺术的奇妙。它的遗产不是某种具体样式的不朽，而是那些更普遍的价值向全世界的扩展。”^[8]

以上两本译著，相得益彰，可以配合阅读，让我们既能充分把握包豪斯在设计上的伟大成就，同时又可以深入了解创造者们的生命历程，进而挖掘现代主义的本质。

2010年11月，杭州市政府从欧洲收藏家手中收购包豪斯系列的设计作品，被称为全球范围内最大的包豪斯系列艺术品转让。之所以称为“包

豪斯系列设计作品”，是因为真正属于包豪斯设计的是380多件，而其余则是整个20世纪的经典设计作品，它们共同勾画了现代主义设计的整体面貌。2011年5月11日，在中国美术学院象山校区，这些藏品得以公开亮相，负责该批藏品保管、运营的中国美术学院，也随之成为亚洲包豪斯系列艺术品的最大收藏机构。

一时之间，各大报纸、网站的评论甚嚣尘上，有人直接以“政府耗巨资购买过气作品”来吸引各路读者的眼球，引发了激烈的讨论。这也从另外一个方面折射出我们面向社会的设计普及教育还远远不够——大多数民众目前还无法将日常生活用品的经典设计上升到像对待绘画、雕塑这类艺术作品的高度，而“包豪斯”虽然是专业领域内的显学，但它对于大众来讲，仍然是一个较为陌生的词汇。显然，我们的社会需要更多的设计博物馆，让人们了解创意的灵感与生活之间可以如此贴近。希望中国美术学院中国国际设计博物馆的成立，会成为设计的社会教育的良好开端。

在世界上关于包豪斯研究的各种语言、各种专题的学术著作中，都会列入包豪斯曾经举办的展览，而在一些较有分量的出版物中，甚至会非常详尽地列出包豪斯设计作品的细目，以及它们现在的收藏地。因为在专业研究方法中，“文献资料”和“实物资料”并举一直是被反复提倡的，这批藏品进入中国，也让我们的专业研究有了深入、持续开展的可能。

收藏包豪斯，是要“引进中国制造的思想库，引进杭州创意的动力源”^[9]。虽然这个举措引发了很多关于“值得不值得”的讨论，但是笔者以为，这起码要比某市突然宣布的“五年内用五千万培养出1400个乔布斯”的理想^[10]，显得更有诚意，也实际得多。

包豪斯，这个仅存在了短短14年的设计学院，贡献给世界的不仅仅是工业时代的生活方