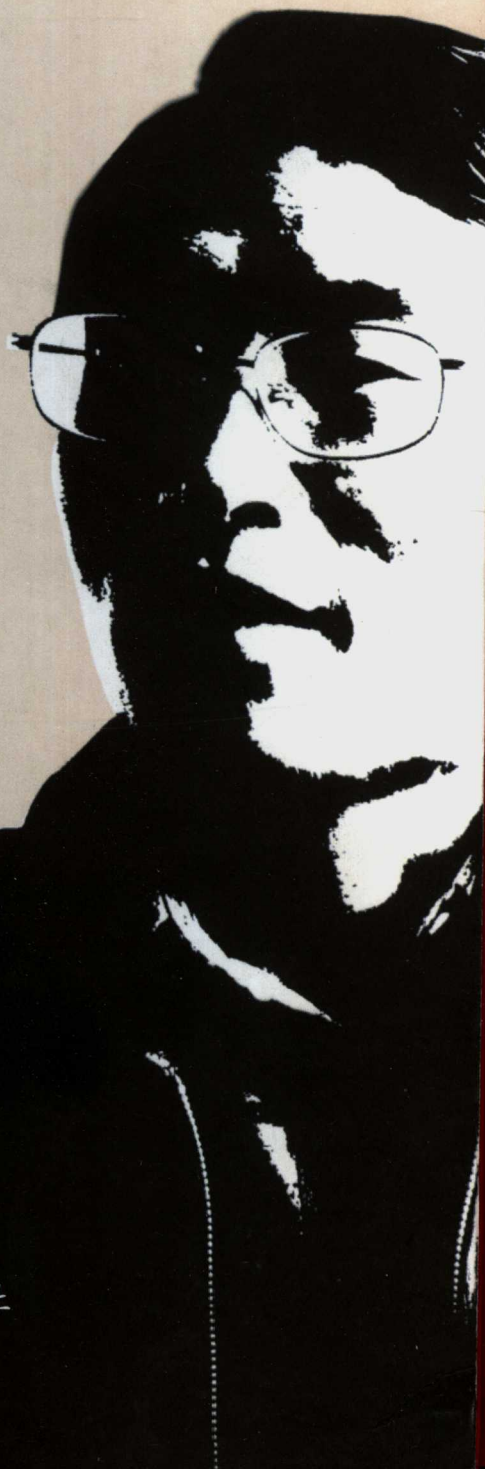


设计大讲堂

倪建林 主编

必要的张力

吕品田 著



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

设计大讲堂

倪建林 主编

必要的张力

吕品田

著



重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

必要的张力/吕品田著. —重庆:重庆大学出版社,
2007.4

(设计大讲堂)

ISBN 978-7-5624-3965-3

I. 必… II. 吕… III. 手工艺—中国—文集 IV. J52-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 036345 号

设计大讲堂

必要的张力

吕品田 著

责任编辑:周晓 夏宇 版式设计:周晓
责任校对:刘雯娜 责任印制:张策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(市场营销部)

全国新华书店经销

重庆市金雅迪彩色印刷有限公司印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:14 字数:341千

2007年4月第1版 2007年4月第1次印刷

印数:1—3000

ISBN 978-7-5624-3965-3 定价:35.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

写在前面

许多人都有这样的体会,有时要写一篇好的文章往往并不比写一本专著轻松多少,这倒不是在篇幅或体量上的比较,而是就论题的典型性和观点的深刻性而言的。这就好像我们有时听一位专家教授的一次专题讲座比听其开设的某些长期课程还要来得有收获一样。就是因为单篇的论文或专题的讲座往往是浓缩了一位专家学者在某一方面研究的精华,言简意赅,直指问题的实质。

我们编辑这套《设计大讲堂》丛书,抱有一个美好的愿望,希望能够通过这个窗口,将当代中国有影响、有成就的设计理论家们的思想精华,自选结集,奉献给有志于在这一学科领域进行思考的读者;所邀学者都是近三十年来中国设计理论研究中具有代表性的理论家和实践家,他们的思想曾经对中国当代设计界产生重要影响,他们的思想也代表了当代中国设计艺术领域中思维的一个高度。人们常说,只有站在巨人的肩膀上才能看得更远,愿这套丛书能成为设计艺术研究道路上的一个阶梯。回顾走过的历程,应将已经取得的成果变为继续研究的新起点,共同探求中国的设计之道和设计之法。

编者

2007年3月

目录

- 1/文化建设视野中的艺术设计(代序)
- 16/人际和谐:一种设计理想
- 24/面临选择的困惑
- 28/打造中国艺术的国际影响力
- 33/公共性:道义的熔铸
- 40/设计与装饰:必要的张力
——中央工艺美术学院办学思想寻绎
- 67/中国工艺美术
- 74/中国现代工艺美术
- 89/独运匠心
——中国传统工艺思想略论
- 94/中国现代工艺美术思想的发端
- 99/王朝闻工艺美术思想试探
- 114/辩证的梳理
——张道一工艺文化发展观略论
- 119/《装饰》与当代中国工艺美术理论建设
- 130/为生产完整的人
——从马克思主义哲学角度重提手工生产

- 140/非人的延伸:现代技术哲学批判
——复兴手工劳动的一种人文理由
- 149/“手”与手工文化建设
- 155/为中华手工喝彩
- 158/手工劳动的当代诉求
- 161/创造艺术化生活
——当代手工劳动的价值调整与审美倾向
- 176/新手工艺术论
——兼评中国当代新手工艺术创作
- 203/战略眼光中的手工艺
——兼关于中国西部和其他不发达地区开发方式的建议
- 214/后记

文化建设视野中的艺术设计(代序)^[1]

文化资本不能迷失自我

扩张的资本主义,一方面竭力“打散”世界,造就最有利于资本增值的生产条件;另一方面又竭力“重组”世界,打造最有利于资本循环的消费市场。前者排斥艺术,因为它成分复杂,会增加“生产成本”;后者则需要艺术,因为它形态绚丽,可以刺激“消费欲望”。体现资本主义利益追求的这种“打散—重组”,在现代社会造成文化资本和经济资本的双峰对峙。

在消费时代之前,文化资本具有相对独立的价值结构,没有纳入批量生产体系的艺术生产显示出它的“稀缺性”。艺术家因此享有一种特权,他们像整个知识分子阶层一样,力图以声张自律的现代主义方式强化文化资本的稀缺性,维护自己在美学领域的高贵而神圣的地位。然而,消费市场的“民主化”倾向,不断激发大众对稀缺性艺术产品的需求,存心加快循环速度的经济资本则气宇轩昂地进军美学领域,向文化资



今日欢呼孙大圣 多媒体
黄一瀚、响叮当

[1] 短文系2002—2006年间的部分《美术观察》“卷首语”,标题为汇编时所加。

本争夺艺术生产的操纵权。通过“合资”、“兼并”或“购买知识产权”，经济资本渗透到文化资本的价值结构，影响以至决定着艺术生产和艺术价值判断。被抽象为观念、符号或图像的艺术，或直接纳入批量生产体系，或以风格、时尚的快速制造，满足着经济资本的增值诉求。在“消费文化”高歌猛进的今天，经济资本已很大范围、很大程度地影响文化资本，使艺术成为实现其意志的手段。

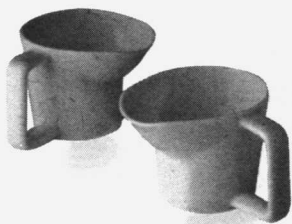
在文化建设的视野中，如何认识和把握消费时代的艺术，是一个无法回避也不得轻视的重大问题。因为无论如何，艺术不能独属于经济学，艺术必须担待比资本增值更加丰富、更加重要的文化功能，尤其在需要用艺术来培育和激发民族精神的当代中国。

关注“设计伦理”

对于现代设计艺术领域，“设计伦理”也许是一个陌生的概念。这倒不是因为它有多么玄奥，而是现代设计整体地忽视人与人的关系。

现代设计讲究人体工学模数，注重产品的舒适性，而忽视社会广度的人文工学规划，很少考虑“人际和谐”，譬如环境设计、汽车设计；现代设计崇尚自我，张扬特立独行的个性，却忽视社会人格的养成，很少考虑“人性造就”，譬如时装设计、家具设计；现代设计注重市场效应，强调纵欲的消费刺激，但忽视道德风尚的维护，很少考虑“人文健康”，譬如包装设计、广告设计……伦理意识淡薄的设计艺术，难免会成为商业主义的附庸，以无谓的创新为不顾子孙后代的浪费型消费推波助澜。今天，设计师们多倾情于“人性化设计”，然而，不顾伦理维度何谈人性化？对物质性的一味追求，对动物性的一味满足，对个体性的一味迁就，是“人性化设计”的最大误区。面对眼花缭乱、人车争道的城市环境，面对炫耀挥霍、矫饰浮夸的社会风气，我们不得不对现代设计提出质疑——真正意义上的“人文关怀”在哪里？

是时候了，当欲求取代需求，消费成为浪费，设计艺术沦为商业扩张术时，我们必须提出设计伦理的问题。此刻，重温中华民族“成教化，助人伦”的古训，该是很有启迪意义的。



卧床者使用的水杯
日本上田村野公司 1994



美国 ZIBA设计公司 人机键盘
微软公司出品



橘子红了 包装设计 李淳

设计要为人民服务

以现代技术和工业生产方式为基础的现代设计艺术,在中国已有不短的发展历史。应该说,我们的设计艺术业已取得很大的成就。

然而,必须正视的是,我们的设计艺术实践也存在着价值取向不明不正的问题。反映这个问题的现象很多,譬如我们的设计观念和设计教育思想,往往把设计的艺术性质强调到不适当的甚至绝对化的程度,以致从业者一开始就不明白自己的职业使命和职能要求;譬如我们的设计实践和设计评价,往往把设计形式的个性和风格推崇到超越一切的地步,以致个人的价值——包括张扬自我、实现己欲——在设计活动中成为压倒一切的中心目标;譬如我们的设计眼界和设计选择,往往一味关注和汲取国际设计经验中的“艺术趣味”,以致忽视或无视这些经验的现实语境及其与生活需要的关系。“实用艺术”性质的设计艺术,从来依存于现实生活,需要以其服务性赢得广大人民群众的支持和认可。这个问题不解决,任何设计行为,其结果都会功亏一篑,无论它怎样地“艺术化”。

作为为生活功能形态赋形的特定美学实践,设计艺术的价值取向需要端正,需要接受必要的限制。艺术性以及个性、风格的审美价值,在设计美学领域从来是有条件的。只有那些首先充分尊重并努力体现生活功能需要的设计形式,才能获得驰骋美学境地的“准入证”,才能获得检验其美学价值的“准考证”。中国设计艺术尚处在成长阶段,相关的基础和前提尤其“超越”不得。

设计到底为谁服务?设计师究竟应该为谁做设计?这是中国设计艺术健康发展所必须搞明白的基础性、前提性问题。今天,我们需要大声疾呼:设计为人民服务!

中山岐江公园 环境艺术设计
俞孔坚等

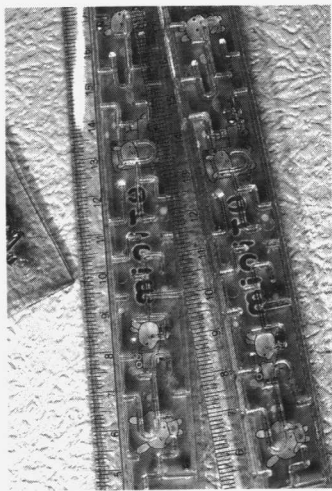


警惕消费主义“创新”

1907年,经济学家西蒙·纳尔逊·帕滕宣称“新的美德不是节约而是消费”。时势的发展,很快就证实了这个当时还很异端的观点。二战后,一个名叫维克特·勒勃的美国销售分析家说:“我们庞大而多产的经济……要求我们使消费成为我们的生活方式,要求我们把购买和使用货物变成宗教仪式,要求我们从中寻找我们的精神满足和自我满足……我们需要消费东西,用前所未有的速度去烧掉、穿坏、更换或扔掉。”消费主义作为一种文化观念和新的生活方式的精神实质,在此表述直白。

不断扩大再生产、获取更多利润的经济学,需要营造出激荡当代社会生活的消费主义。它是“创新”的温床,它需要变化,需要放纵的、快速的变化。消费主义予“创新”以空前的鼓励,因为它制造走马灯式的时尚,压缩生产—消费周期;因为它造就争奇斗艳的市场,迎合大众消费口味。在消费主义世界中,艺术创新的超越性质或被遗弃或被忽略,徒作风格或观念符号的快速生产和消费,加以特别的强调。

前所未有的经济发展速度,使我们也飞速地进入消费时代。对此,一味拒绝是徒劳无益的。我们需要认真对待消费文化,研究和思考它对艺术的影响。



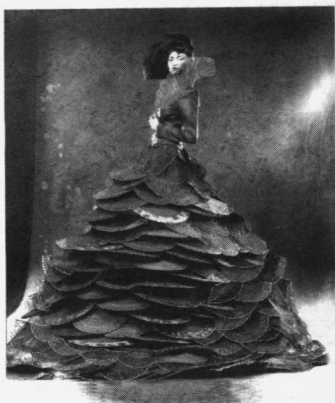
像迷宫一样的尺子

端正设计创新观

《易》云:“功业见乎变。”中国思想从来重视变化,强调创新的价值。

创新设计是利益人生日用的功业。对于冀望早日实现从“中国制造”到“中国设计”伟大跨越的当代中国来说,设计创新是时不我待的历史使命。有识之士说得好:“中国文明一天不激发出自己的主干性发明创造,就一天走不出劣势于西方文明的被动,自身的文明就缺乏强大的魅力和整合力,也就摆脱不了要受原创者颐指气使,甚至横行霸道的局面。”

正因为利害攸关,我们应该大力促进设计创新,并且应该首先端正我们的设计创新观。毋须讳言,在创新观方面,时下艺术设计界存在着一种谬误,即以为“原创”就是随心所欲、无中生有的凭空捏造,以为“创意”就是刻意逆反、故作超前的标



传奇——西湖四季
服装设计 吴碧波

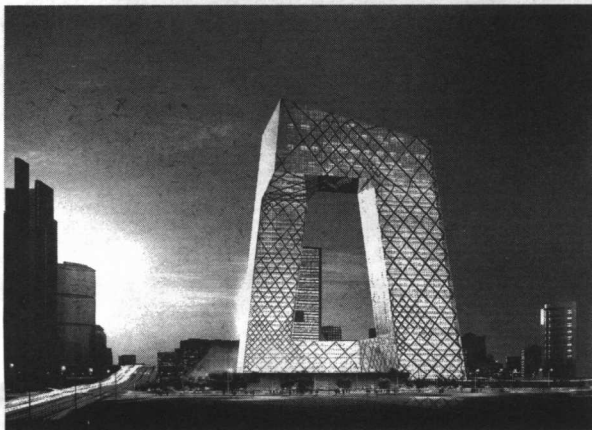
新立异。如此“创新观”下的所谓“创新设计”，除了标榜自以为是的“设计概念”、矫揉造作的“设计风格”和自我表现的“设计个性”外，并无真正意义上的设计价值可言。这样的“设计创新”，也只有少数“圈里人”惺惺惜惺惺，而与社会生活和产业发展的实际毫无关系。夸夸其谈的“设计创新”和空空如也的“创新设计”，不啻大跃进时代的“放卫星”，只让一腔热情徒寄“审美太空”，耽于虚妄迷狂的白日梦。要知道，对于亟待切实推进的中国设计实践，这等矫情可是会混淆视听、贻误时机的呵！

然而，我们深信，一些有责任感的设计师们定会以笃实的创造性实践，为中国艺术设计界阐明设计创新的真正含义，提示创新设计的真正形态。他们的建树会让更多的设计师懂得，若不下工夫认真对待生产技术、制造成本、市场反应、经济效益、功能效用、生活习惯、社会环境、人文传统等方面的限制性条件和要求，要想取得超越既有设计形态的创造性突破，就只能是痴人说梦。

扶正设计文化心理

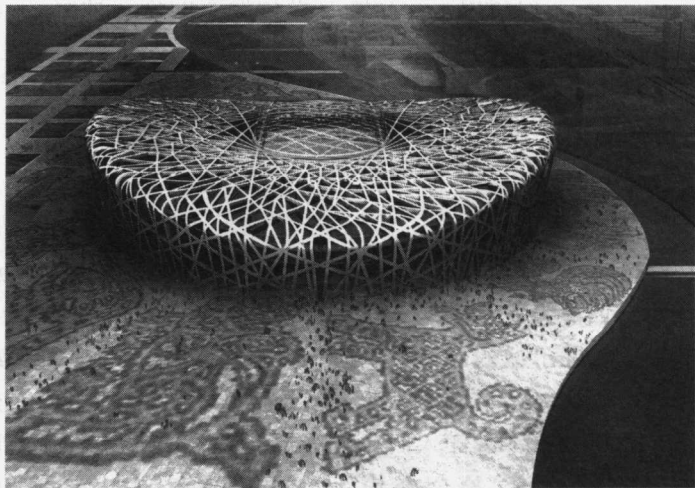
一位德国建筑师说：“欧洲的建设已经完成，而在中国你可以自由地建设。”

现实印证了他的话，20世纪90年代以来，外国建筑师纷纷抢滩中国，一大批代表国家形象或具有地标性质的重大建筑设计项目几乎都被洋人所包揽。近几年，此风尤盛，蜂拥而至的外国建筑师“抢金夺银”，使中国建筑设计市场“城池沦陷”。

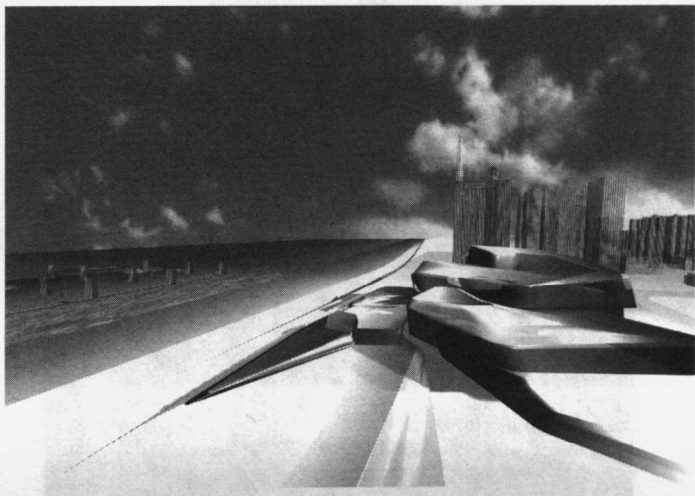


CCTV新总部大楼设计方案
库哈斯 2002

一时间,举国舆论哗然,争议激烈,唇枪舌战间腾起一片硝烟。争论所牵涉的当然不只是经济问题。譬如,对于 CCTV 总部大楼设计方案,欢迎者以为它代表了“先进文化的前进方向”,言称“库哈斯翻开了中国建筑历史新的一页,他让我们看到了时代的未来”;反对者则斥之为“一个垃圾空间的高大总部”、“与生态趋势背道而驰的灾难性的建筑”,指责它“毫无中国建筑文化特色,并公然嘲笑了建筑设计的基本原则”。激烈的争论没能改变决策意志,但面对横扫中国的建筑洋风,希望营造活动与本土文化及社会生活和谐一体的国人终不能心安理得。且看现实:对于本土文化生态环境,哈迪德一脸的不屑,居然说:“如果周围是一堆大便你会去结合吗?”库哈斯竭力回避,故作玄言:“我们对城市的记忆正在消失,以后可能要靠图片拼凑成我们的记忆了。”安德鲁则态度决绝,公然声称:“我就是要切断历史!”



北京 2008年奥运会国家主体体育场
设计方案 赫尔佐格—德梅隆公司
2003



广州歌剧院方案 哈迪德 2003

难道真是“外来的和尚会念经”？难道中国建筑环境真是不值得结合的“一堆大便”？难道中国人真的丧失了建设家园的能力？当然不是。问题的根源恐怕还在于我们的文化心理，在于一种使我们在判断和选择时陷入妄自菲薄境地的自卑情结。还是一位中国青年建筑师说得好：中国的城市建设最终要靠中国建筑师来完成。可即便建筑师有满腔的报国热情和营造智慧，也经不住崇洋媚外的心理因素作祟。所以，建设家园的工作应当正本清源，从扶正文化心理做起。

城市景观要有坚定的民族精神

阳春时节，走马观花，在欧洲转了一圈。确如一位德国建筑师所言，欧洲的建设已经完成，就像我们所看到的高速公路两边的景观那样，他们的城市和乡村匍匐在充满历史积淀的沃土之上，显得那样的宁静、和谐、美丽。在欧陆风景线上，高耸突起的不是曼哈顿式的摩天大厦，而是以静谧天堂来安顿欧罗巴灵魂的教堂塔楼。欧洲社会的文化自尊与自信维护着这块土地上神圣的精神空间，那是城市建设中任何世俗的利益追求都不能逾越的绝对尺度。欧洲的城市建设是有序的，包括城区空间分割、建筑构造样式、公共设施规划等在内的景观构成中，透出一种坚定的民族精神和文化理念，条理分明，和谐统一。

威尼斯一景 彭迪摄





现代城市建设一景

由欧洲的情形联系到今日中国的城市景观,那位德国建筑师所说的下半句话——在中国你可以自由地建设,委实让我们心情沉重。且不去计较这样说话是否负责任,关键是我们自己必须深思:为什么在中国就“可以自由地建设”?

举目四顾,今日中国的城市建筑几已成为孤岛式豪华楼宇的一统天下,在一些支离破碎的残垣旧城和杂乱无章的“城中村”映衬下,这道畸形的城市风景线显得分外刺眼。它无言地宣示着,当代中国人实际正生活在一个现实空间四分五裂的世界中。正因为缺乏文化自尊与自信,追逐高额利润的地产商、竭力彰扬政绩的决策者和渴慕时尚生活的消费者才会不约而同地把利益竞争和利益分配的终极目标着落在那些生造异国幻景的豪华大厦上。只要对城市空间较量背后的利益关系有所认识,就会明了是怎样的价值判断和需求选择造成了这种利益关系。懂得了这一点,就可以真正弄清民族文化状态与当代城市建设之间的内在关系,从而促使我们把批判性的思考指向城市建设的基础层面,并立足于这一层面,提出维护和建设民族文化的实践要求。

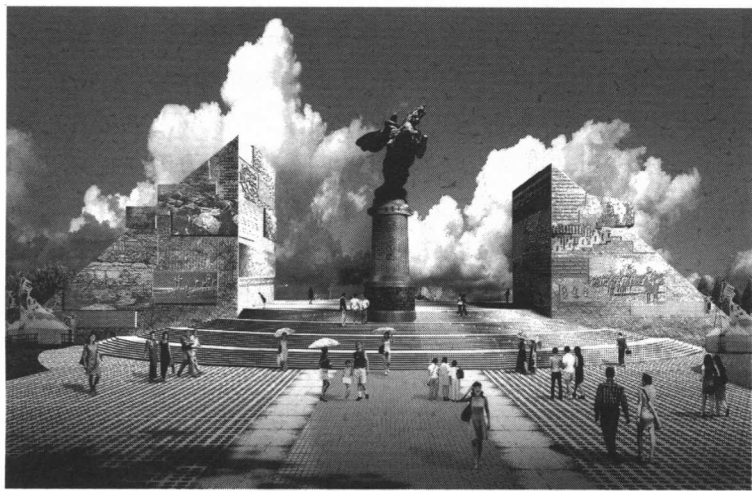
追问公共艺术的公共性

在现代化进程中,我们的公共领域发生了许多变化。这些变化有的让人欣喜,有的则让人忧虑。让人欣喜的是,促进社会交往的物质设施和组织规划日益完善;让人忧虑的是,所有这一切的根本目的——公共精神建设却把握不足。

这种情况在公共艺术方面表现得尤为明显。目前,公共艺术实践已成为我国城市建设的一个热点,相关的学术探讨也在升温。这无疑是好现象。但是,通过冷静的观察和思考,我们会发现眼下的公共艺术实践中还存在着大量的问题,譬如它在综合维护地方以至国家的政治、经济、文化利益方面,在尊重反映地缘历史与现实状况的风土人情方面,在适合城市空间秩序和功能方面,在遵循自身美学规律、技术要求和评价标准方面,以及在建立包括决策与民意交流互动、创作主体资格认定和权限规范、常规程序及相关法律法规等在内的整套运作机制方面,都有明显的不足。所有这些问题终归暴露了一个更基本的问题:缺乏对公共艺术公共性的正确认识。眼下的公共艺术实践尽管在形态的多样性和开放性方面颇富成效,但在防范价值规范“多元化”或价值阐释“众声喧哗”方

面却不无失误,以致公共艺术在社会整合上所能发挥出的力量和效应遭到削弱。

公共艺术不同于一般艺术,它有“公共”之限。在现代文明和现代城市条件下,要使公共艺术公共化,就必须追问:何为公共艺术的公共性?这问题涉及对社会交往目的的根本认识,是正确把握当代公共艺术实践的认识前提和基础。



气壮山河——成吉思汗陵旅游区
主入口设计方案 文增著

重庆洪崖洞传统山地民居风貌区
规划方案 环境艺术设计
郝大鹏、徐保住



重庆洪崖洞
传统山地民居风貌区规划

需要社会化的色彩生活设计

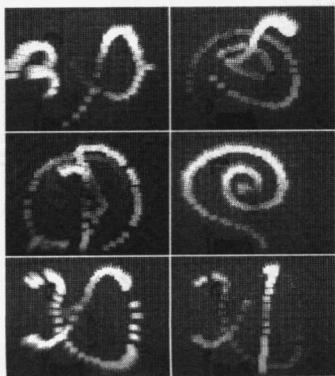
不断改变世界面貌的现代化力量,使现代生活中的色彩变得缤纷驳杂、变幻莫测。在现代技术所营造的“流光溢彩”的世界里,以濡染的审美心理去翘盼传统节日里的缤纷色彩实在有些多余,而以承传的色彩观念来解读那一道道掠过眼球的丽彩艳色也多少有些迂腐。对今天的生活体验和社会认知来说,一种色彩只当是落在视网膜上的颜色映像,并没有可供思索的深长人文意味,而其意义表征也不再需要社会化的约定俗成。如今的生活色彩已从社会意义体系中“解放”出来,而这种解放了的生活色彩则让人们得以随心所欲、极尽奢侈地享受“色彩盛宴”。就感官享受而言,这或许可以说是一种进步。

然而,色彩失去了理性的支撑便不足以构成一种社会意义体系。随着色彩人文指向的游移和历史蕴涵的失落,生活中的色彩已难以发挥诸如培养社会意识、强化生活秩序这样的积极作用。在汹涌而来的消费文化洪流中,商业主义用五彩缤纷的色彩碎片刺激人们的感官,争抢大众的视线。这不由得让人想起“五色乱目”的古老箴言。再说身处驳杂缭乱、刺激频繁的色彩环境,人们的目光难以停歇,心绪难以平静,也会造成无谓的“审美疲劳”,使感官因“色彩贻足”而麻木不仁。现代市场经济条件下的色彩生活并非完全无序,但这一定的秩序也只是出于商业的逻辑和赢利的需要,不能指望商业主义会对色彩生活作社会化的规划。

予数字化艺术以精神预设

所谓“数字化”,是指诉诸计算机技术的信息处理,正如控制论创始人维纳所言:“计算机在进行运算时,不过就是根据事先决定的一套固定规则从1和0这两个数字中进行一系列新的选择。”

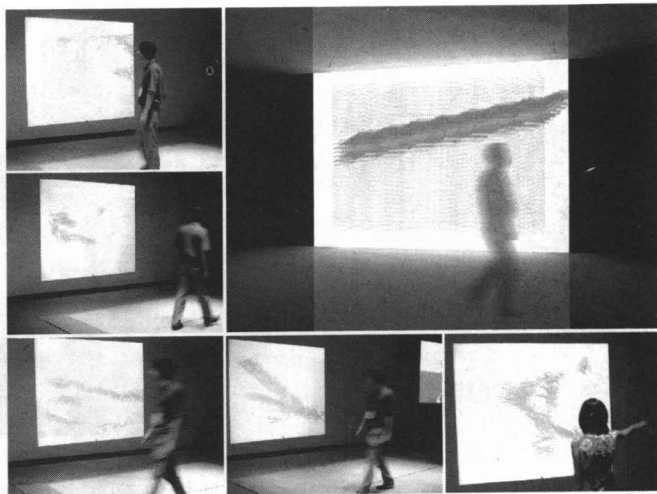
这项神奇的现代技术正不断开辟着“数字化艺术”的新天地。它将信息的四种基本形态(数据、文本、声音和图像)一一转化为可在计算机上随意处理的“0”和“1”,用数字代替录音机、摄像机来制造音响和图像;它结合人机交互技术设备所构成的“虚拟现实”技术,可以生成比影视传媒更加逼真的虚拟



音画 多媒体 梁笑非、钟煜曦

效果,在交互作用中让人产生身临其境的视觉、听觉和触觉反应。它还可以通过互联网瞬息万里地传播信息,拓开一片疆域无边、互动开放、变幻不定的审美时空。境像的虚拟性、交流的互动性、感知的沉浸性和传播的广泛性使数字化艺术焕发出无穷的美学魅力和巨大的文化影响力。出于维护民族整体利益的文化战略追求,我们应该奋力向数字化艺术高地进军。

在当今的中国,数字化艺术任重道远。业已参与商业运作的网络游戏、电脑动画、数码影视与音乐等都只能算是数字化艺术的初步实践,蜗居象牙塔的“影像艺术”实验也未能领悟数字化技术的革命性并创造性地发挥其审美功效。刚刚起步的中国数字化艺术实践,一方面需要努力创造自主的强势技术平台,一方面又需要预先明确自己的宏观价值取向。后者往往更容易被数字化技术的“全球化”迷彩所蔽障,从而使我们的数字化艺术实践丧失自己的文化立场和价值诉求。为此,我们应该在进军数字化艺术高地伊始,就认真研究、全面把握技术形态与文化形态的关系,赋予数字化艺术的原创构建以体现中华文化精神的合理预设!



痕 多媒体 王佳、张烈

动画,何尝只是“小儿科”

因为喜爱日本动画,六岁蒙童居然问母亲:为什么不把他生在日本?!孩儿之问,懵懂而已。然而,童心所向却难免让人产生“文化断后”之忧。我们由此感闻到更深的质问:身担监护“祖国明天”之大任的大人们,何以不能用充满文心和魅力的国产动画培育并愉悦中国童心?!

动画事业,何等重要!面对活跃于市井、校园的“哈日”、“哈韩”;面对国际传媒资本巧借“花木兰”转述“山姆大叔”价值观的“文化资源开发”;面对互联网一味将“主动体验”导向暴力和色情的“虚拟现实”游戏;面对“米老鼠”、“机器猫”、“史努比”、“皮卡丘”、“变形金刚”打击“哪吒”、“葫芦兄弟”、“黑猫警长”的文化经济“入侵”……斯之所系,何尝只是“小儿科”。