

黑龙江美术出版社
鲁迅美术学院 编著

● 美术
设计师
手册 ◆

装潢卷

美術設計師手冊裝潢卷

宋惠民



(黑)新登字第8号

责任编辑:原守俭 董俊茹

装帧设计:王亚非 原守俭

封面设计:原 博

图片翻拍:姚殿科 刘立宏

责任校对:杨 军 宋 歌

美 术 设 计 师 手 册

黑龙江美术出版社出版发行 中国·哈尔滨市道外区公浴街8号
全 国 新 华 书 店 经 销 大连新世纪印刷信息产业有限公司制版印刷
开本: 889×1194·1/16 字数: 200千字 印张: 41.5 印数: 1—5,000
1994年12月第1版 1995年1月第1次印刷

ISBN7-5318-0276-7/J·277

定价: 198.00元

《美术设计师手册·装潢卷》
编辑委员会

顾 问:	宋惠民	乌密风	李福来	许荣初
	张 晨	田奎玉	赵殿泽	吕孟祥
主 编:	孙 明	姚凤林		
执行主编:	王亚非	原守俭		
副 主 编:	贺 中	宋钦海	郭长贤	
编 委:	万小东	王亚非	乌密风	文增著
(按姓氏笔	孙 明	孙大为	田奎玉	田喜庆
划为序)	刘 桦	刘立宏	刘辛丽	刘希倬
	吕孟祥	杨 军	吴士元	杜凤宝
	陈学文	宋钦海	周永红	贺 中
	郭长贤	赵国志	赵殿泽	姚凤林
	姚殿科	原守俭		

责任与使命（代序）

——有感于《美术设计师手册·装潢卷》的出版

一位油画教师从某发达国家办展归来。友人接风时请其精述彼岸之行最深切的感受，他没提展览的盛况，没谈旅途的见闻，更没有去渲染诸如经济发达、物质丰富、生活水准等已被认同的现象，只是随意地说了一句：“那里到处都有设计”。

他的回答是准确的。

起步于工业革命，升华在信息时代，设计在不断完善自身概念的同时确立了其历史地位，设计师也以时代骄子的面貌从画家、工程师、工艺美术师等传统形像群体内脱颖而出。当今社会已不存在脱离造型、包装设计的产品功能；不存在脱离展示环境、宣传方式的艺术作品；不存在没有规划的现代城市；也不存在不重视设计的发达国家。不懂、不信或不顺从这一规律只能在竞争中落伍。

21世纪是设计的世纪，当此观点的深层意义在本地球的发达地区已得到广泛理解和接受时，中国的大门刚刚敞开。历经十多年的风风雨雨，今天人们累述改革过程的种种经验、成就，设计作为一种既包容又跨越于哲学、社会学、伦理学及工业、商业、文化艺术等诸多学科内容的理论与实践的有机结合体，其概念轮廓已日渐清晰。面对充满诱人机遇和严峻挑战的市场，渴望经济腾飞并欲倾全力于此的中国若不能有效地将设计的基因注入民族的肌体，历史恩赐的任何机遇都将擦肩而过。

主要由鲁迅美术学院装潢设计系专业教师集体参与编写，黑龙江美术出版社出版发行的《美术设计师手册·装潢卷》完全可以被认为是国内设计实践和设计教育发展到一定层次上“瓜熟蒂落，水到渠成”的产物。除去作为国内目前最高等级美术设计大型系列丛书之首卷的特殊意义外，其内容与学科构成形式还开创本专业所及前沿领域的国内之先河。

参与本书编写的除了本系从事美术设计教学的教授、副教授和讲师外，还特聘了若干成就显著的专家及校友，其间的师生梯次可达四至五代，年龄的两极差距近四十年。他们都在不同的历史时期致力于开拓前方领域并不同程度地取得了成功，参与此项工作时不仅以丰富的创作成果和经验积累为基础，百分之八十以上还出版过专著。

本书的学科构成可以说是国内装潢设计教学内容中最完整的，不仅囊括国家教委、文化部教育司新近下达的高等美术院校装潢设计专业本科教学方案所规定的全部必修课内容，而且涉及部分重要的选修课以至教案制定后兴起的最新学科。考虑到未来的读者主要是具有一定业务水准的设计师，内容形式定位选择在理论介绍、技法操作和资料集锦之间，便于他们在实际工作中借鉴和发挥。

装潢设计艺术教学建国以来受政治、经济形势变化的影响，经历了由计划经济时期的工艺美术教学体系向改革开放后市场经济条件下的现代设计教学体系的急速转轨过程，理论建设、实践经验和成果积累都不尽完善，许多热点问题尚在争论和检验中。为了免于空谈误事，在本书编写的指导思想中有意模糊了诸如传统与现代、民族与国际、工艺与设计直至图案与构成、构思与创意等等的概念界限，纵向地介绍现代设计体系形成、发展和演变的历史，平面地展示国内目前高等美术院校装潢设计艺术教学的完整内容及当代国际范围装潢设计艺术的总体形象和最新成就。

作为一门由历史走向新兴的发展中学科，装潢设计艺术只是现代设计体系的组成部分，但凝聚参编专家们的责任和使命感的《美术设计师手册·装潢卷》的问世无疑是国内设计界的喜事，在祝贺他们在本学科所创造的成就及钦佩出版部门的眼界和魄力的同时，愿其它各卷的陆续出版能不断扩展今日起步的辉煌。

李福来

1995年1月8日

目 录

	吴士元	设计概论 · 1
杨 军	周永红	民间工艺美术 · 57
赵殿泽	万小东	平面构成 · 81
	赵国志	色彩构成 · 113
	赵殿泽	立体构成 · 153
乌密风 田喜庆	孙大为	基础图案 · 185
	王亚非	汉字 拉丁字绘写基础 · 225
	郭长贤	汉字创意设计 · 273
	王亚非	商业插图 · 297
	文增著	效果图技法 · 329
	郭长贤	喷绘技法 · 353
	孙 明	动画设计基础 · 377
吕孟祥 吕 非 (整理)		商标与标志 · 393
	孙 明	CI企业形象设计 · 409
	陈学文	超然想象设计 · 433
	王亚非	商业平面广告设计 · 457
	刘 桦	商业POP广告 · 497
	杜凤宝	书籍装帧设计 · 513
	宋钦海	包装设计 · 529
姚殿科	刘立宏	广告摄影 · 561
田奎玉 刘希倬 万小东	孙大为	装饰画 · 585
	孙 明	电脑美术设计 · 625

设计概论

导 言

设计是经济发展的晴雨表。高水准的经济带来高水准设计,而高水准的设计则又促进人类物质生活和精神生活向更高的水准跃迁。

面对从计划经济向市场经济转换的重大课题,那种只关心自己产品而不问市场需求的观念正在消亡,主观决策正被以科学预测为前提的创造性决策所代替,因而企业不得不从市场营销的角度重新审视和评价自身机制、经营观念和运作方法,不得不注重自己的运作效果。一句话,企业要想存在和发展,就不能不认真研究如何去创造在市场竞争中获胜的各项条件。大凡明智的企业都有一个共识:每一项决策、每一步举措、每一项支出几乎均与自身的成败攸关。

世界已经进入信息时代,衡量一个国家、一个企业的实力,当然要以经济实力为重要标志,然而经济发展背后一个关键性的要素则是获取及处理信息的

能力。当代中国是一个正在焕发自身活力、迅速向高科技、信息革命的高水准努力的大国,上述情况正在形成对智力、对信息进一步靠近的趋势。于是,有远见的企业家们终于做出明确的抉择——靠信息作决策,靠设计开拓市场,靠有效地传播自身的信息与社会沟通建立自身的形象,这是在竞争中出奇制胜的关键之所在。

企业需要设计,是希求设计为其创造市场、促进效益提高,而不是寻求无关痛痒的华丽外衣来装扮自己。这就给设计界乃至设计教育界提出一个严峻课题——什么是设计?设计如何为人们获取实效?设计师、设计机构应该有什么特点和功能?设计机构的人才结构应如何建构?其运作方式应该怎样?……一句话,设计者(指专业设计机构及设计师)在为企业和消费者谋利益的前提下如何塑造自己。

正如企业不考虑消费者就会失去市场一样,设计者不考虑企业和消费者的

利益也将在激烈的竞争中失去存在的必要。为此,设计界(也包括未来的设计师)在当前这一伟大的转折期如何使自己的观念及运作方式也实现转变,是一个不可忽视的课题。

本文正是以这个任务作为研究方向,以观念的探讨为核心,展开设计方法论的探讨。设计概论的目的不是解决具体的技能与技巧问题,而是立足于对设计的普遍问题的论述,重点在于研究宏观理论。对视觉传播设计将适当展开,一些例证也尽量以该领域的案例来加以说明。

第一章 设计与人类社会

一、设计是人类文明的表征

“设计”,作为一个独立的学科,严格地说始于20世纪。但作为一种“行

为”，或行为过程，应该说自人类产生自主意识就开始了。

一个原始人使用过的粗陋石器，论形态，似谈不上完美，论加工也谈不上精致，然而却作为文物，珍藏在博物馆中。这是因为，在这些经过加工的人类最早的工具中，已清楚地显现出人的智慧之光，是人类文明光辉的最初闪现！

有意识地创造和使用工具是人类优于其它动物的重要标志。因此，我们说开始创造和使用工具，则是人类文明的开端。

所谓文明，一般指人类有意识、有目的地对大自然进行加工。用双手或工具进行加工这一点，也可以称之为物质文明的创造行为。

从现存的那些石器工具上看，原始人打凿这些工具的目的性十分明确，有的用来砍，有的用来刺，有的用来刮削。在加工方面，均按不同目的，以最经济的办法（省时、省工、省料、便于加工及便于使用）创造出不同的形态，实现不同的功能。

我们有充分理由认为，原始人以明确的目的（满足狩猎、构“屋”、制“衣”、加工食品……等需要），进行构想（按需求在头脑中形成未来工具的雏形）、选材（寻求重量、尺度、形状等方面适合抓拿、便于加工又能满足使用的石头）、加工（根据使用目的对加工部位加工方法的思索，并以省时、省力的方式进行加工）以及检验、总结（反馈及评估。如没有这一过程，就不会改进，就不可能有今天的发展）等环节，已构成设计的基本过程，虽然是那样原初，那样单一和简陋，但其中蕴含的道理，却说明了设计的基本过程原则（图1）。

从图中可见，对石器的加工有极明确的目的性，a、对手握部位的一般加工；b、对关键部位（砍斫器和刮削器的刃口和尖状器的尖端）的“精”加工。这些看来不“美”的原始工具，其设计性要比当今那些只顾追求“美化”而忽视设计目的的“设计”不知要高超

多少倍！

以上事实说明，人类文明的萌芽来源于人的基本需求。然而，需求是动态的，发展的，需求的发展带来文明的发达。因而，可以说人类的需求是文明的原动力，也是设计的原动力。

应该指出的是，原始人的粗陋石器工具仅仅作作为人类文明的开端，这些工具与当代文明的结晶相比，有天壤之别，但两者均是人类的创造物，它们之间的内在联系恰恰说明了人与其它生物的本质区别。

人与其它动物的根本区别不在于对工具的利用，其它动物也会利用工具。蜘蛛知道用丝结网捕食，河狸也会利用树枝（未经加工的工具）捞取其它树枝来筑巢。猿类也会用手拿起木棒抵御敌人，或用果实和石块打击敌人。然而，蜘蛛却不能创造出灵活的，可以主动出击的网，河狸也不会造出更宏伟和华丽的大厦，而比其它动物较为高级的猿类，从来也“没有制造过一把哪怕是最粗笨的石刀”（注一）。“蜘蛛进行类似纺织工的工作，蜜蜂以其蜡制小房的构筑使建筑家自愧不如。但是，即使是最拙劣的建筑家，从一开始就比最优秀的蜜蜂卓越得多，这是因为建筑家在用蜡建筑小屋之前，已经在头脑中开始构思了。”（注二）因此可以说，人与其它动物的本质区别在于具有思维能力，并有使思维不断周严和完善的能力。而没有思维则没有设计，没有使思维不断周严和完善的能力，设计则不会从低级向更高级跃迁。

吃与喝是人类最基本的需要。当遇到无法用嘴或手掬接触到的水源时，其它动物则跑开另去寻觅能用嘴喝到的水源。但人则动脑创造可以延伸嘴和手的工具，以满足喝的需求；吃，可以充饥，然而人类并没有满足生吞活剥的“充饥”行为，而能“钻木取火，以化腥臊”（注三），于是逐步形成了文明的“食文化”。喝，也没有满足加长手臂的以工具获取现成的水源的水平，则设计出各种钻井工具。并将井设计得更

理想，以防污染和水流失；喝水工具也要更有效，使形态与功能合而为一。在特定的观念支配下，饮用器具或食具不仅仅为满足止渴与充饥而设计，还要使它成为满足特定观念的符号（如祭祀及其它礼仪用器皿），赋予被设计物更多的精神要素。人类的更多的需求加思维 and 不断实验，带来大生产和新材料的不断开发，创造与利用，使生产量以惊人的速度猛增，从而又促进了贸易与运输的发展。贸易场地要设计得更便于交易活动（商品仓储、陈列、销售等需要的空间都要精心设计），而且要与人们居住、活动的场所相配合，促使环境设计又有新发展。贸易的发展进一步带动商品宣传的发展，包装、广告等传播商品信息的设计在大生产时代有了根本性变革。大生产时代使科学技术迅速发展，从而又大大促进了信息传播理论与技术的发展……。

由此可见，动物和人的本质区别在于思维——观念——语言，形成了组成人类文化的三大因素，即“身体文化”（围绕解决自体存在、健康成长的文化）、物质文化（围绕人类生存、交流、使用的一切物质的创造）和精神文化（围绕着人类发展的一切总结、交流及更广泛的传播活动）。

因此，从这个意义上说，人类文明，不仅仅指人对自然的关系，还必然包含人对人的问题，即人与人的关系。这就必然由人类的群体向社会过渡这一可能性。社会的形成应该说是人与其它动物本质区别的延伸。

人类文明的历史，即包含物质文化、精神文化和社会三大要素，如何维持和形成三者的平衡，自然决定了文化的不同阶段。

社会的发展促进了社会分工的进一步深化。手工生产时代由工匠完成的设计与制造为一体的造物活动，在大生产时代则无法继续存在。而以往的设计观念、方法也已不适应新的生产方式，于是经过一次又一次的尝试、争论和思索，终于出现了与手工生产时代的工

匠、工艺美术家有本质区别的,集科学与艺术于一身,通晓产品、材料、结构、视觉形式、市场、销售以及人的身、心需求等知识为一身的专业设计师。而设计则从制造与艺术表现的附属地位解放出来,获得了独立。

吃、喝并不是人的唯一的基本需求,诸如衣、住、行、语言(声音、文字以及图像)的交流,均与吃、喝相促进、相配合,成为促进人类文明不断发达,带动设计从低到高,从单一的造物到设计的更多门类的形成和发展,直至综合各有关学科,形成独立学科。我们仅从电话的发展状况也可证明这问题。

早期电话造型和纹饰繁琐,在基本功能上满足了当时人们一定空间限制的对话需求,同时反映了当时人们的生活方式和审美趣味。然而,随着人们观念和生活方式的变化,对这种无论生产、使用都不很便利的,仅仅能在限定距离内通话的电话机不再满足了,要求设计出新的产品以适应新的需求。于是出现了在功能、样式上都有新的突破的电话。

“卧鞋电话”是当代设计师创造出的新型产品,这种电话机拨号、移动十分灵便,同时以鞋这种符号传达出“后现代设计”对情感需求的倾斜,是当代西方文明的表现之一。

如果说“卧鞋电话”是一种情感性设计,那么由当代设计师设计的适合野外作业用电话则是功能更加理想的设计。当代设计正是在这两种设计倾向的相互推动、溶合中向前发展的(图2)。

如上所述。由于社会和人类文明的发展,设计不仅从简单到复杂,从低级到高级,同时也从单一的造物活动达到多学科溶合,多设计门类相互影响和相互推动的宏大领域,已涉及到人类活动的一切方面,构成“当代文化,即是设计的文化”(注四)这种事实。

由于设计直接与人类社会及人的一切活动密切相关,所以设计对社会的作用又是能动的,它带动人们的思维,给使用方式乃至生活方式以强烈

影响,形成新的思维方式和价值观念。所以设计不仅是人类文明的表征,同时有益于社会财富的积累,有益于人们身心健康,成为促进人类文明的重要途径。设计具备十分重要的社会的和伦理的价值。

二、设计·人·社会

上一节我们分别从人类早期文明和人的基本需求的角度探讨了设计与人类生存及发展的关系,提出人的需求是人类文明的原动力的观点,进而说明了设计由于能满足人的需求,是物质文化和精神文化的反映,因而设计发生和发展的决定因素也源于人类的需求。而在这节,将对这些问题进一步展开探讨,以求对设计的社会功能有一个基本了解。

人的需求来源于人的双重属性,即生物属性及社会属性。

作为生物,人要吃,以便在满足健康和成长需要的同时使机体维持平衡(包括胃肠的舒服和消除饥饿带来的疲劳感和全身的不适);要住,以便不受气候、风雨、冰雪及其它动物的侵害构筑理想的住所;要行动,以克服在满足各种需求时时空带来的阻隔;要交流,要传递信息,以便在同类中沟通意向及观念,实现合作,以达到目的;还要趋利避害、保存自己;还要繁衍后代……这一切都与其它生物相近似,因为这些需求均围绕着人的自体——生物体——的基本需求产生的。

如上一节所述,人与其它生物的本质区别在于有思维能力以及使思维不断周严的能力,因而以满足自体需要的同时,又能借助思考、判断、预测,将这些基本需要外射到其它同类乃至整个社会,又具备了社会属性。作为社会的人,要结成群体并维护其利益(如家庭、朋友、社区、民族、阶级、国家乃至全人类的利益),同时也懂得在满足这些“超我”的利益时,自身需要恪守承诺、遵循整体(社会)的规约,要以更广泛、更有效的手段传递信息、吸收

知识,要寻求社会的支持、赞许、承认,也要为社会发挥、贡献自己的能力,要求在精神上不断满足,实现“高层次”(按马斯洛的观点)的人格及自我价值的实现(注五)。

对人的需要的探讨是件十分复杂的问题,随着社会的发展,也由于人类社会发展的不平衡性,在晚近需要理论的研究中,对需要的内涵、性质以及需要理论研究方法等问题提出见仁见智的观点,这固然与社会发展的不平衡性有关,也与人兼有的生物属性及社会属性有关(注六)。

人,作为有思想、有感情生物体,自身的上述两种属性并没有天然的鸿沟。人的行为(包含人的需求及为满足需求所做的努力)与人的思想、人的认知机制及信息加工过程有直接关系。

近年的认知科学研究表明,人的认识包含着“传授的生活观念”,即对外部事件的记录,在童年时期以从父母那里接受的信息为主要积淀,具有判断的批判倾向,形成对自我的约束意识,在个人内部信息传递过程中,就自然形成了“历史——现实”作用,个人早期生活所贮存的信息对于他以后处理加工外界信息具有很大的影响。所谓“历史”,在一定意义上体现了“社会”属性,近似弗洛伊德所谓的“超我”。同时也包含着“感受的生活观念”,是一种非理性、非批判的倾向,是喜怒哀乐情绪行为的主要来源。这其中影响着对物质、官能及精神的需求。

另外,人的认识机制中还包含“思考”的生活观念,具有客观的、非批判、现实的倾向,形成信息加工、作出决策、检验原始信息,进行更新及对事物发展可能性的测的功能(注七)。

由于人的这种能力,就保障人格之中具备一种“力量”,使个人与社会贯通起来。

从以上的分析中又可引出另一个认识,即人处理外界信息,形成观念、思想、情感及行为的过程中,需求作为一种原动力,由于其同时包含的上述三种

倾向,因而在造物和信息传播活动中,往往将精神因素投射于物质创造过程及创造结果中,也就是说,在满足使用的基本需求的同时,又不断溶于传情及表意功能,这一趋势在现、当代建筑、环境、工业产品、服装设计中可得到证实。在传递信息活动中,在保障传递的基础上,又自然赋予情感色彩,这同样可以在包装、广告及其它传播设计中得到证实。

这样,我们可以把设计目的表述为:“以人的需求为目标,为人类创造舒适、便利、优美和有效的物质及精神的新生活。”

因而,设计要满足人的需求,就必须同时考虑作为社会的人的物质和精神需求。从经济角度考虑设计,必须以省时、省力、省材料的原则创造理想的为人类生存、发展的物质及精神条件。从精神角度考虑设计,必须以尊重人的情感、启发人类高层次审美情感为原则,在对物的使用或对信息传播媒介进行知觉评价时,获得新的身心平衡,使人在发展自身赖以存在的社会生活中充满信心、充满对未来的希望去创造更理想的生活。上述两方面必须在设计中同时加以考虑,因为它们是溶合为一个整体的。

20世纪是人类文明史上极其重要的一页,人类借助科学技术,使自己有了超越以往时代的能力,在资源开发、生物遗传工程、通讯技术、宇宙开发、信息处理技术等方面获得了空前的进展。然而人类在自认为力量无限膨胀、似乎已成了大自然主宰的兴奋中,却又发现自己反而成了生态环境的破坏者。环境污染、地质结构受到破坏、能源及其它物质资源危机、生态平衡的破坏……象恶魔一样接踵而至。

面对这些危机,设计如从前历次变革一样,经历了再认识及再调整之后,形成新的观念及方法,即在新条件下技术与美的再统一,即以对人类利益和情感更关注的原则出发,去设计生活、塑造新的价值观念、创造新的认识方式,

在历史传统和现实及未来所需要的共溶中,在与自然的共生、共荣中完善自己(见第二章)。

设计是人类文明的体现,是人类智慧的结晶,是人类生存及发展的有力手段。今天,设计正为创造人类的新的生活方式(更理想的生存环境、更有效的使用方式及信息交流方式的创造),为提高运作和生活质量发挥着积极作用。这就是为什么世界上一些发达国家对设计均予以极大的注意,一些明智的企业为什么在依赖信息的同时也依赖设计为他们创造新的市场以求更大发展的原因(注八)。

三、设计的价值

“物竞天择”是自然法则,这一法则不断淘汰不再适应发展和在新情况下不再具有能动作用的物种;人类社会的进展也不断淘汰着不再适合新情况的观念、做法,乃至某些领域中的活动,塑造并培养着不断更新观念、方法以及新的活动领域,这一“社会法则”便是人类的需求,即现实的及长远的人类利益。设计自产生那天起,之所以能不断发展,被一次又一次地塑造和更新,就是因为它对人类的存在和发展不断产生重要价值。

设计是一种观念,并且是一种力求将这种观念不断以新的方法实体化、效用化的思维及操作过程,它在社会发展的洪流中不断被携带着向前滚动和扩展,在不断创造、不断满足人类需求的过程中,其能动作用也不断被升华。

经济活动是社会发展的基础。人类的物质需求决定了使用及使用的方式。社会的进展带来使用及围绕着使用的一系列活 动,如构想、制造、交换、使用。自从分工的出现,这一系列活动也形成了分工,每一个环节都要付出一定的智力及体力的劳动,都要采用一定的工具、设备、场所和经费。这一切过程中的必要的附加因素均凝聚在被交换的物中,因而对于使用者来说,必须付出

相应的补偿(实物的或货币的)才能实现交换,才能获得使用权。这种补偿随着情况的变化而变化,具有极强的动态性质。交换的实现,即意味着交换双方在价值评估(诸如对附加因素、使用的理想状态乃至使用后果的评估)所取得的一致性。设计贯穿在经济活动的始终,它不仅实现交换前的目的,也实现着交换过程及使用过程的目的。设计是一种交换过程中的附加因素,在商品价值动态变化中,是一个不可忽视的重要法码。在产品开发过程中,设计几乎决定了市场有无及规模,在交换过程中直接影响流通渠道的顺畅及市场规模的大小(市场半径和占有率),也在很大程度上决定了这一品类及型样的产品市场寿命周期的长短,在使用过程中则决定该产品对使用者心理空间的占有。

设计一方面决定产品的品质,另一方面又作为交换过程中决定产品(商品)及使用过程中的产品(用品)的价值的要素而涉及生产者、销售者的利益。今天,这一问题显得更为突出,当不同制造者生产出的同类产品的质量及功能都基本相同时,设计的附加价值就显得更为重要。“法国人认为产品某根线上的错误,可能导致在市场上无人问津。”(注九)由此可见设计对产品的促销功能的重要作用。促进销售亦即促进流通、促进消费,其结果是促进创造、促进生产、促进经济的发展。

1919年在德国文化名城魏玛,产生“现代设计及现代设计师摇篮”——包豪斯学院。包豪斯的出现有其深刻的历史、经济、政治、文化的背景,标志着“现代主义设计”观念、方法走向成熟。包豪斯立足于时代发展的前沿,改革了旧的工艺美术教育,力求通过艺术和技术的训练,使学生具备完善的知识及能力,以便通过自己的设计对现代工业社会的生活方式产生影响,为此要发展工业化,大批量生产日用制品。因而在教学中注重与社会生产、贸易及人们的生活相联系,实现设计的经济——社会功能。从1919年至1923年仅仅4年

时间,包豪斯通过自己的努力,不仅奠定了现代设计教育的雏形,同时为魏玛的工业生产的发展起了极大的促进作用,并极大地推进了德国及世界工业设计的发展。

二战后的日本,面临极大的困难,同时也是向新的时期迈进的转折期。在日本崛起的过程中,设计的作用同样十分显著。日本卷烟工业株式会社“和平”牌香烟的设计是一个典型的例证。

图3所示左侧是日本原包装,与其说是烟的包装,莫如说是一幅画。商品信息的认识效率较低,同时档次印象也不高,战后一直销售不畅;后来请美国著名现代设计大师莱蒙德·罗维重新设计(右图),罗维采用传达效果很强的手法,鲜明地突出了品牌,同时将黄金比例应用到盒形上不仅满足了盛装过滤香烟的要求,也产生了一种优雅的效果,画面采用垂直水平的格局,在深蓝色的地子上,简洁优美的鸽子形象和白色文字使这个包装在井然有序的条理中洋溢着稳定、明快、和高贵的情调。

和平牌新包装一进入市场,引起消费者极大的兴趣,成为青年人踊跃购买的商品,销量骤增几十倍,同时在日本青年中,引起对美国及美国文化的进一步亲和感(注十)。

小小烟盒,用完就扔,只不过是一个不起眼的包装纸,然而它却能发挥如此巨大的作用,这不能不说明设计在商品增值(经济价值及社会——文化价值)中的功能。

从这个意义上说,再小的东西、再普通的东西,一经注入设计师的聪明才智,便有充分的理由和资格成为一个伟大的造物!

美国是当今世界上设计十分发达的国家,从19世纪70年代的芝加哥建筑学派,到本世纪30年代流线型设计,乃至今天万花纷呈的视觉设计、环境设计以及工业设计各领域,优秀设计成果,均在世界设计发展中发挥积极作用。美国人已认识到这样的事实:“在设计上投资1美元,所赢得的利润是1500美元”

(注十一)。

设计满足并创造了人们的需求,在改善人们使用方式的同时使人获得新的领悟,同时又是促进生产者、销售者、购买者三方价值评估趋同的催化剂。这其中,与设计能够满足并启动新的认知方面,在使用(触觉、视觉、听觉等)感受方面获得新启迪、新教益分不开。从这一方面讲,设计又是社会偶然教育的重要组成部分。

设计是艺术、技术及市场的有机综合,其中审美教育作用、知识传授作用及信息交流作用也是极其显著的。

设计由于与人们生活休戚相关,渗透到生活的每一个角落,所以便无时无刻作用着人们的知觉,改变着人们的审美标准。1896年巴黎的美术及工艺美术品店“新艺术之家”开张时,那些带有强烈动感的、具有全新面貌的设计一出现,马上吸引了在这里路过的所有行人,这些新颖的样式,很快扩展到生活的各个角落,在一定期间内,原来那些因袭传统的陈旧样式,再也无法在人们的日常生活中存活。

从视觉设计(指以视觉接受信息的设计,如包装、广告、书籍、图表、标识等)的角度看,教育功能除审美教育之外,在认知方式、情感交流、增进知识等方面的作用更为直接。有人说,广告中出现的世界是一片洒满阳光、回荡着温馨的大自然气息、充满友爱、洋溢着幸福和谐的世界。不错,从这个角度上说,广告除传播商品信息之外,还有感召人类积极向上,亲密互助、热爱生活,给人类情操以积极影响的功能。

设计与人们生活密切相关,人们在使用过程中,其内在的精神则对人们产生耳濡目染、潜移默化的作用,比起其它文化现象,设计的普遍性及亲和性是无与伦比的。

人类面对不断更新的产品、日新月异的生存环境,以及光怪陆离、为人类提供各种信息的设计(信息载体),可增进知识、更新旧的评价标准,并接受真、善、美的陶冶,从根本上讲,设计

不仅仅在于创造一种“物”,而是创造一种“方式”,一种新的使用方式、一种新的认知方式、一种新的交流方式以及评价方式,从这个意义上讲,设计又具有影响、塑造人的思维、行为和人格的力量。诚然,我不能将设计无限地提高到“包打天下”灵丹妙药式的事业,然而在社会、时代对人的综合影响及教育中,设计,作为人类大文化中的一个重要组成部分,其价值是不能低估的。

今天,设计界已将设计的社会价值提高到重要位置,以扭转仅仅为促销的偏颇,提出设计师要关心民族文化的弘扬、关心社会的公益事业,将设计的观念提高到对社会、对人类的根本利益进行真诚关照的高度。这也是自19世纪中叶以来现代设计启蒙期的先驱们所追求的理想(见第二章)。

20世纪是人类科学技术突飞猛进的时代,也是人类面临诸如能源危机、环境污染、生态平衡被破坏等十分严峻的课题的时代,设计界以自己的创造性解决这些难题,以摆脱人类将要发生的恶梦,该是刻不容缓的时代使命。

在广告界,除在商品广告中不断注入弘扬友善、相互关怀、帮助、与大自然和谐共处的表现,同时大量的社会公益广告的增加以及与社会公益事业的合作,以及在工业设计界致力于开发节能、低噪声、防污染、便于处理废弃物的各种设计,均是具体例证。

谈到这,我们可以作出以下表述:

设计——人类谋求生存及发展的有力手段;

设计——人类聪明才智、人性及伦理的表现;

设计——今天已成为解决眼前及未来难题、向更理想的未来跃迁的途径;

设计——是一个充满创造、神圣和纯洁的事业,它使人类的生活充满阳光。

今天,人类已经可以听清新世纪的召唤,设计师处在这个伟大的转折时期是一种幸福,因为这个时代的人比其它时代的人更具有直接回顾昨天、展望明

天,并投身于创造明天的运作中去,他们站在新旧交替的临界点上,可以把握新世纪的萌芽,以明智、以博大的爱,孜孜不倦地追求,当是这个时代设计师的特征。

注一:恩格斯《劳动在从猿到人转变过程中的作用》。

注二:马克思《资本论》。

注三:韩非子《韩非子·五蠹》。

注四:潘昌侯为柳冠中、王明旨《设计的文化》所写的序言。

注五:谈到人类基本需求时,人们经常提到马斯洛关于人的需要的五个层次,即生理需要、安全需要、归属和爱的需要、自尊的需要、自我实现的需要。

注六:参见凯特琳·勒德雷尔主编的论文集《人的需要》。

注七:参见沙莲香主编《传播学·以人为主体的图象世界之谜》。

注八:美国、意大利及原苏联为发展本国设计,分别设立总统或总理工业设计顾问;80年代初,英国首相撒切尔夫人亲自召集工业设计研讨会,讨论英国工业设计发展问题;日本在战后30年培养出近10万名设计师,高等设计院校近百个,专科设计学校60余所,中专近50所,设计协会近20个,研究机构139个;一些企业均有大量设计师从事产品开发工作,如索尼公司就有80余名工业设计师。

注九:引自中央工艺美术学院、中央电视台电视片《设计与文明》中柳冠中先生撰写《工业设计》(二)。

注十:日本讲谈社《世界图形设计·5》《包装卷》。

注十一:同注九。

第二章 现代设计的形成及发展

为便于对设计本质的理解,也为了对认识今天的设计所面临的跨世纪课题有一个参考,简要地回顾现代设计的发

展轨迹是必要的。

近百年来,设计观念、方法及面貌千变万化,然而先驱者的足迹昭示我们:设计师应每时每刻与时代的发展息息相通,在对人们的需求认真体察中获得灵感——这个根本性思考是不变的。这是新设计不断革除旧弊,不断以新鲜活力为人、为社会的进步发挥推动作用的关键所在。

现代设计(Modern Design),一是指本世纪初至40年代在欧洲及美国兴起和产生深远影响的设计观念及方法,也称“现代主义设计”,与传统的设计和本世纪50年代末出现的“后现代主义”(Post-Modern)相对;二是指“今天”的设计,与“传统”及近代概念上的设计相对;另外,人们也往往将两者合在一块,称“现代设计”,与19世纪的设计相对。无论怎样,它是现代工业化大生产时代的产物。

一、序幕

对抗的产物——英国工艺美术运动

18世纪,是人类历史上一个重要的时代,是人类从手工生产时代进入机械化大生产时代的开端,历史上将这次生产方式的变革称为“工业革命”。

18世纪初,工业革命的序幕首先在英国拉开,19世纪上半叶,英国完成了工业革命,大机器生产基本取代了作坊手工业,法国、美国,随后其他欧洲国家也相继进行了工业革命,整个西方世界发生了巨大变化。在交通领域,火车和轮船带着呼啸声,取代了传统的马车和木船;在生产领域,机器的轰鸣和严格组织化的产业大军代替了老式的手工作坊和分散的手工生产;在信息传播领域,电报、电话使信息不仅克服了时空的阻隔,而且极快地提高信息到达率;印刷术的革命拉开了大众传播的序幕……。时代的步履加快了,世界好象一下子变小了,人的能力获得了再一次肯定,新的人类物质文明的曙光闪烁起来了。同时,在无休止的机器轰鸣中,弱肉强食

加剧了,资本占有者在利润和资源面前发狂了,到处是工厂的黑烟,到处是如洪水泛滥的简陋手工制品,世界似乎又变丑了。

1851年为展示工业革命以来的成就,在伦敦举办了第一届国际博览会。这次规模空前的博览会将工业革命带来的技术进步充分展示出来了,引起了很大的轰动;但同时也充分暴露出设计极端混乱的问题,引起一些有识之士对这个问题的关注与抨击(注一)。

如图4、图5的例子,说明当时设计的基本面貌。古希腊建筑样式、传统家具的样式与裸露的机械部件极不协调地并存。然而,值得注意的是,英国1830年的机器(图5)与晚出现半个世纪的法国机器(图4)相比却简洁得多,这一设计与当时及其后来用新材料,注意功能的一些设计(如桥梁、厂房)一脉相承。

1829年史蒂文生发明的火车机车,在设计上,新的功能与传统的四轮马车的形态并存(图6)。1851年伦敦国际博览会上展出的椅子,充分表现出当时设计的一种过剩装饰的倾向,是曾在法国泛滥的罗可可风格在设计上的反映(图7)。

佩克斯顿设计的1851年国际博览会会场(被人们称为“水晶宫”的设计,完全采用钢铁框架和玻璃,虽然在样式上仍能看出传统建筑的痕迹,但其大胆的设计创意和简洁、明快的风格,是建筑设计上与历史样式诀别的重要标志之一(图8)。

通过上述几个例子可以看出当时如下事实:

1. 产业革命推动了历史进程,新的生产方式在没有与之相适应的设计观念和语言为之服务的情况下,只能沿袭传统的样式,这是现实发生变革时,审美理想尚未真正变革、新的设计概念和方法尚未充分被认识的必然反映。

2. 工业革命开发了新材料,新材料应该决定新样式,这在某些强调功能的设计领域并且由未被常规束缚的“非专

家“率先创造出新设计的征兆(如一些机器、机车、桥梁及“水晶宫”的设计);

3. 新的生产方式需要新的设计,然而当时并未充分具备条件,其原因有二:一是原有的工艺美术师和多数建筑师均沉醉于外在装饰和历史主义设计观念很难自拔;而有前卫意识和胆识的艺术家正忙于探索艺术样式的变革,而且艺术过于专门化,艺术家们在高雅的“大艺术”观念桎梏下不肯走出象牙塔为生产服务,并提出“为艺术而艺术”与企业界提出的“为产业而产业”形成激烈对抗;

4. 实业家在大生产的潮流中,热衷于以降低成本,拼命提高产量来追求暴利,质量严重下降,一些没有经过设计的粗陋产品大肆泛滥,同时大批雇用童工、增加工时,人性被蹂躏、被异化,引起普遍不满。而否定机械生产、认为机械生产是罪恶之源的认识,在知识界、社会改革家们当中较为普遍。

在上述原因的撞击下,终于在工业革命的发祥地——英国——出现了以威廉·莫里斯为首的“工艺美术运动”。

工艺美术运动是对工业革命初期至19世纪中叶带来负效应的反抗,是新的设计观的萌芽,其思想影响深远,设计史称这次运动为“现代设计的序幕”。

莫里斯作为这次运动的发起者和带头人,他的思想不仅影响了当时英伦三岛的一批献身工艺美术事业的人,而且对欧洲、美国以及北欧新的设计运动产生了强大的启迪作用。

面对时弊,莫里斯提出大量难得的主张,并身体力行,一直孜孜不倦,工作到生命最后一刻。他的基本思想如下:

1. 反对大艺术与小艺术的划分(注二)

他在著作中写道:“这种区分对艺术而言毫无益处,因为一旦如此区分,小艺术就变成无价值、机械的和没有理智的东西,失去对流行风格或强制性改革的抵制能力。另一方面,由于没有小艺术的帮助,大艺术也就会失去成为大众化艺术的价值,而成为毫无意义的附

属品或有钱人的玩物了。”

这种思想在当时是难能可贵的,对“小艺术”的鄙视不仅在拘泥传统的艺术家、艺术评论家的头脑里根深蒂固,就连具有很重要突破性建树的艺术评论家(如克莱夫·贝尔[1881—1966])也没有突破这种偏见,对工艺美术充满了轻蔑。面对当时“为艺术而艺术”与“为产业而产业”两种根本对立的思想,莫里斯力主艺术家要走出象牙之塔,为生活服务,为大众服务,同时怒斥那些利欲熏心的企业主们,指出“没有艺术的生活是野蛮的,没有设计的产品是丑恶的”,主张通过艺术与技术的结合,来实现人的身心平衡,革除当时的积弊,达到改良社会的目的。这种思想的根本价值在于“艺术与技术的统一”,在这个思想基础上,他崇尚中世纪的艺术,认为中世纪乃至文艺复兴时期的大师均是能将艺术与技术统一,并能服务于生活的人。这种思想产生了深远影响。19世纪末的新艺术运动,20世纪20年代至30年代的德国包豪斯学派和整个现代主义运动,甚至今天的设计观念中都继承和深化了他这种思想。这一思想也成为造就现代设计师主导思想的种子。

2. 提倡艺术的伦理原则

莫里斯指出“我不希望有那种只为少数人服务的美术。与其让这种为少数人服务的美术存在,倒不如将其摒弃……”这与上述思想是一致的,艺术和知识的垄断是两极分化社会的产物,由于垄断,大多数人必然生活在愚昧和黑暗中,他大声疾呼:“人既然要劳动,那么他的劳动就应该伴随着幸福,否则他的工作便是不幸的,不值得的”。这种蕴含强烈伦理性质的思想必然导致一种追求高尚情操的实践活动及具有空想社会主义色彩的价值观念。虽然在当时他的这种主张不能真正成为现实,但他这种伦理观念,却是后来的设计大师们真诚追求的目标,与此形成因果关系的技术美学和设计“以人为中心”的原则成为现代设计的重要方法论。

3. 主张回归自然,提倡俭朴的生活

针对当时庸赘繁琐的装饰样式和极端的拜金主义,他大声疾呼:“去爱简朴的生活以及由此产生的简朴的趣味和高尚的情操吧!这是诞生我们所热望的新的、更美的艺术最要紧的事。无论宫殿和茅舍都应简洁。”

通过图9、图10这两幅图可以清楚地看到莫里斯的设计与当时繁琐庸赘的设计在表现风格上的差异。莫里斯虽然也以自然形象为母题,但通过严格的整理和归纳,使他的作品洋溢出一种优雅、明快和健康的情调,这种清新的风格与他的设计观密切相关。

当然莫里斯的简洁与后来的现代主义运动时期的简洁是不能同日而语的,然而在被动地模仿自然形象并加以无尽无休地虚饰和泥古不化的风气中,能果断地提出简洁的设计思想,并身体力行,在自己的设计中尽量去真诚地向自然学习,吸收其淳朴、清新的营养,极具启发性。从莫里斯的作品中可以清楚地看到,他主张向自然学习并不是去被动地模拟自然。他“向自然学习”的思想实际是追求朴实、节俭、高尚的生活在设计上的延伸,他所谓简洁,实际上是取其本质去其偶然和次要细节的方法的表述,他的这一思想直接为后来者所发挥(见下一节“新艺术运动”)。

4. 提倡功能和美的统一

莫里斯这一思想是他“艺术与技术统一”的直接延伸,也与追求淳朴和简洁的思想相辅相成。

他主张“不要在你家里放一件虽然有用但不美的东西”,要达到即美观又实用,就必须通过手工真诚的劳动才能获得,他甚至主张每一个工人都应是一个艺术家。

面对大肆泛滥的粗劣的机器生产的工业制品,他认为这些丝毫无美可言的产品只有机器才能产生出来,而要求机器生产出他认为美的东西简直是不可能的。因而主张提高手工劳动的工人的素质,使他们都成为艺术家,而艺术家们

也应甘心情愿地把自己的才华通过工艺美术奉献给大众,只有艺术回归大众,才是艺术避免消亡的根本途径。他的这一思想有着深刻的意义,经过一代代先驱们的努力,经过一次次的新运动的洗礼,今天,设计已达成艺术与技术的不断统一,非但如此,又在这两者之间溶进市场这一要素,设计的价值也不断被升华。

在莫里斯上述思想中,又不可避免地存在着他所处时代的局限性,由于他崇尚中世纪的田园生活及哥特式艺术(他认为这是艺术与技术结合的典范),极力主张回归朴素的手工劳动的时代,这是他医治“时代病”,实现“艺术与技术统一”所开出的药方,加之他认为机器使世界变丑了,变疯狂了,于是激烈地反对机器生产,充分表现出新旧交替时代中一些卓越人物的思想不可摆脱的矛盾性。

莫里斯怀着上述思想,真诚地投入实践。他的设计实践如果从他准备在红狮广场筹建画室(1857年)开始,直至他逝世当年亲自设计并在自己印刷厂印制的《乔叟文集》为止,在长达40年的时间里,先后组织“莫里斯——马歇尔——福克纳商行(1861年)、开设壁挂工场(1881年)、开办印刷场(1890年)”。在这期间他不仅写出大量文章,同时亲自设计大量作品。在他的带动下,英伦三岛上出现了几个设计集团,在家具设计与室内装饰、陶瓷设计、金属制品设计、染织设计等领域,创造出大量简朴、优雅、注意使用功能的制品(图11)。

工艺美术运动出现在机器生产普及的前期,由于时代及莫里斯本人思想的局限,使工艺美术运动的实践范围最终没能超出英伦三岛。同时,由于他们力主手工操作,其产品成本昂贵,生产速度缓慢,虽然他们提倡为大众服务,但真正的英国大众在当时却没能购买那些产品,因而英国著名理论家、诗人、艺术史家赫伯特·里德在其影响深远的著作《美术与工业》中写道:工艺美术

运动“作为美的整体生活的观念,今天也尚属一种理想,在现代社会中生生不息,”他又指出:“除观念外,当时的作品只是表面的。”里德的上述见解对工艺美术运动的历史贡献及局限性一语中的。他批评工艺美术运动“作品是表面的”,并不是说他们“表面文章”,而是指只求简洁、质朴的样式,其功能性与现代设计相比不能同日而语,也无法通过机器加工。

从根本上说,工艺美术运动的上述局限性并不能冲淡其历史价值。这个运动实践活动虽未超越英伦三岛,但其影响却远远超过国界,在全欧、美国乃至日本发生深刻作用。

机械生产的时代趋势不可逆转,时代呼唤着适应新的生产方式、能满足大众需求的新设计,这需要后来者沿着先驱的前进轨迹去进行新的探索。

历史样式的掘墓者——新艺术运动包豪斯学派创始人格罗比斯在《近代建筑》中写道:“拉斯金(注三)和莫里斯所发现的美术和劳动(技术)再统一,在这个世纪(20世纪)中由维尔德(注四)、奥布里希(注五)和贝伦斯(注六)所继承。”

格罗比斯提到维尔德等三人均为20世纪现代设计运动的先驱,他们在上一世纪末的理论和实践中,继承了工艺美术运动的理念,在席卷全欧的新艺术运动中做出了卓越贡献。

新艺术运动于19世纪90年代,在比利时兴起,它有两个来源,一是受早期现代主义艺术运动(如后印象派、蒙克等)的影响,二是英国的工艺美术运动的启示。这个运动很快从比利时发展到法国、奥地利、西班牙、德国,并波及全欧。

大批量机器生产至19世纪末,开始被人们所肯定,建筑界和工艺美术界一些有识之士也开始提出:关键问题不是肯定或否定机器生产,而是怎样利用机器。这是带根本性质的思想,表明这个时期的卓越人士不仅能将目光转向现实,而且具有向前看的倾向。

新艺术运动的基本思想可以典型地反映在维尔德的思想中,大致如下:

1. 他的思想深受莫里斯影响,强调建筑、工艺美术和艺术要服务于社会,服务于大众。

为着实践这个观念,莫里斯主张回归恬淡、质朴的中世纪田园生活和劳动方式;而19世纪末的维尔德却主张面向现实,从现实中找到设计语言的营养。

2. 热情肯定机器生产,主张向前看。

从当时来看,新艺术运动的一个重要观点是肯定机械生产,这决定了他们的历史作用,即真正摒弃了历史主义样式。他们从现实中汲取创造营养,并真正同大众的审美趣味趋于一致,这是新艺术运动迅速波及全欧的根本原因之一。

3. 认为机械形式本身具有新的美的素质。

这是上述观念的必然产物。他们在汽车、轮船及机器等形态上看到了一种形式美,并将这种非附加的美作为新的表现语言来源,同时认为与这种纯技术产物所具备的美相比,当时拘泥传统样式并仍在流行的建筑及装饰美(历史主义样式)是一种反理性的、无意味的。与其说这是美,莫如说是丑。

这一点与新艺术运动的重要代表人物们推崇早期现代主义艺术运动的艺术家及其作品分不开的。继印象主义对现实物象的表现上采用筛选的表现方法之后,塞尚、梵高和高更则开始强化结构、平面及线的因素,这对新艺术运动表现风格产生极大的影响。

4. 反对附加的装饰,注意物象固有的形式。

维尔德认为,装饰并不属于物体自身的生命,那种存在于物体形态上的形式和线,才是物所固有的,显现着物固有的意味、目的及构成的形式。因此,“线的动力”便成为他长期信条。

这种认识有很大意义,这是“构成”(Construction)意识的萌芽,同时已开始朦胧地意识到物的固有构成

形式与“意味”(注七)、功能及目的的一体化,与现代设计所强调的“形态+美+功能=格式塔(注八)”的认识是一致的。

然而,维尔德在新艺术运动时期的思想毕竟是带着很强的艺术家的眼光来看世界的,他所强调的“固有的意味、目的及构成形式”仅仅是对表象的一种观察方式和内心的体验。

上述观念,决定了新艺术运动的表现特点。在形态表现上,不注重附加的装饰纹样,而注重表现形态本身的“线的动力”,因此,他们设计的各种产品,包括招贴、书籍、日用器皿、家具、织物、室内装饰等,均表现为强烈波动的曲线样式(图15、16、17)。

在莫里斯思想感召下,19世纪末一大批艺术家投身于设计领域,用自己的才华为生产、贸易服务。创作出具有划时代意义的招贴,成为新艺术运动的重要组成部分(图17)。

德国的新艺术运动(称“青春风格”)时间不长,即开始走上注重功能的道路,图18、19是这个时期的重要设计作品,表现了19世纪末、20世纪初欧洲新设计的萌芽。

新艺术运动的曲线样式是对拘泥历史主义样式进而追求庸赘装饰的反抗,表现了面对新世纪的乐观及生生不息的追求。这个运动完成了工艺美术运动未曾完成的使命,超越了工艺美术运动未曾超越的范畴。无论从地域还是设计领域,新艺术运动的规模和范畴都是工艺美术运动所不及的。更重要的是,这个运动创造出的新样式,广泛地为大众所接受,对他们的生活给予强烈影响。至此,历史主义样式被埋葬了。

应该看到,尽管新艺术运动热情地肯定大机器生产,但他们的设计样式仍无法通过大机器成批量地生产出来。从根本上说,新艺术运动带有浓厚的“艺术运动”的倾向,与其说他们注重形式、功能、目的的一致,莫如说这仅仅是一种认识,而实践上仍然局限在对“样式”的探索及表现。

由于这种局限性,新艺术运动后期(进入20世纪初),曲线样式已成为一种忽视设计功能、单纯追求“样式”的“装饰病”,这种曲线的缠绕与设计根本目的越来越远,人们厌恶地称之为一种“蛔虫风格”、“面条风格”,已失去这个运动开始时的生命力。

二、现代主义设计运动

经过19世纪两次设计运动的洗礼,曾在欧洲流行的历史主义样式已成为过去,人们的目光开始真正转向现实。在20世纪初,承认机器生产已远远不够,关键在于进一步去探索真正适合机器生产并有效解决机器制品的质量的设计。

进入20世纪,现代工业技术有了新的飞跃,电气代替了蒸汽,流水装配线使产品成本大大降低,新材料、新工艺不断出现,人们生活方式与19世纪相比发生了根本变革。

20世纪初,现代主义艺术运动在19世纪的基础之上进入了高潮,造型艺术领域中诸如野兽派、立体派、表现派、抽象派……,此起彼伏,令人眼花缭乱。文学界、戏剧、舞蹈界也纷纷出现同传统观念与创作方法大相径庭的作品。如果说现代主义艺术运动是特定时代艺术家们世界观与创作观的必然反映,那么在创作着眼点及方法上则是一场根本性变革。现代主义艺术运动与设计运动两者目标不同、方法论不同,但却是同时代的两支更新传统方式的大军,相互支持、相互推进,共同丰富了20世纪上半叶的文化宝库。

现代主义设计运动与现代主义艺术运动一样,是一个国际性的、广泛的概念,但从总体上看,可以按其深入与广泛性,分成三个时期,即育成期(1907—1914年以德意志工作联盟为代表)、成熟期(1919—1933年以德国包豪斯为代表)、扩展期(1933—1940年代末以北欧、英国、美国等为代表)。现以这三个时期为线索,简要介绍现代主义设计运动对现代设计发展所做的贡

献。

(一)从工艺美术到现代设计

现代主义设计运动一开始便与传统的工艺美术和19世纪两次设计运动划开了界线。工艺美术运动和新艺术运动虽然为现代设计的进程准备了必要的基础,但这两次运动的实践并未真正脱离开以艺术的手段进行产品样式的创造,其设计没有解决机器产品的质量问题的,因而也就无从解决适合新材料、新设备、新的工艺流程的设计方法这一具有时代意义的新课题。

要真正解决上述问题,单靠艺术家和工艺美术家不行,必须与有关领域密切合作,形成不是创造装饰和美化方法,而是解决产品质量、解决使用问题的“设计集团”。只有经过方方面面专家的化合,才进入现代设计时代,从这个角度也可以对“设计,是一个综合学科”有一个基本理解。

这个时代的课题首先在德国最先着手解决。至20世纪初,德国摆脱了分裂局面,工业生产飞速发展,将一度发达的英国远远地甩在后面。所以及时解决产品质量、进一步打开国际贸易市场就变得刻不容缓。这个时代课题一旦被认识,策划、宣传、组织一次新的设计运动便不可避免了。穆特修斯(H·Muthesius 1861—1927年)顺应这个发展规律,自然担当起带头人的角色。

穆特修斯原是德国驻英国大使馆文化方面的官员,在英国工作的七年,他悉心考察了英国工艺美术运动,看到这个运动的致命弱点是否定机器生产,同时被工艺美术运动时期一些含有合目的、强调功能的因素所感动,深深地认识到当时德国设计的落后。他回国后利用自己的条件(普鲁士对外贸易部门主管教育的官员)不遗余力进行活动。他认为:工业化时代已经到来,必须使工业产品产生与以往完全不同的形态,提出“要把机械样式作为20世纪设计运动的目标”、同时大声疾呼:“设计必须符合完全而纯粹的使用功能”。这一思想直接回答了时代对设计观念提出的课

题,指出了现代主义设计运动的根本目标。

要实现这一目标,单靠手工艺家或艺术家是不行的,穆特修斯果敢地宣布:“德国工艺美术和工业应该反对继续模仿那些陈旧的、似是而非的形式、为建立自己的经济地位,我们必须合作!”经过大量的准备工作,1907年10月在穆特修斯大力要求与具体组织下,一批有志向、有成绩的工业界、建筑界、艺术界、工艺美术界、评论界人士联合在一起,宣告“德意志工作联盟(Deutscher Werk Bund简化为D. W. B.)”正式成立。

这是现代主义设计运动中第一面大旗,是一次为形成“设计”概念的化合的尝试。各界初期合作,新旧观念的斗争在所难免。在联盟成立时,曾对名称发生分歧意见,一些人主张采用“手工艺”、“工艺美术”等概念,穆特修斯一眼看出这些概念与联盟致力于“工业产品优质化”的宗旨没有多大联系,决定采用“Werk”(工作、制造、产品)的概念。

概念是内涵的表述。既然联盟的宗旨在于通过设计解决工业化时代产品功能和质量问题,那么,其方法必然与以往有本质区别。1914年在联盟的科隆年会上,一场激烈的争论爆发了。一方是坚持以艺术家的自由、构想自发性进行设计,反对标准化的凡·德·维尔德,一方是坚决主张标准化的穆特修斯,论点是“只有标准化才能使大众接受设计,在此基础上,才能谈到风格和趣味问题”。

这场争论是现代设计史上的大事,它的意义不在于这个问题本身,而在于以现实生产条件及人们需求为基点,如何对待设计与艺术的关系问题,是顺利进入工业化时代新设计的天地,还是沿袭19世纪具有浓厚艺术特点的工艺美术运动和新艺术运动方法的原则性问题。穆特修斯的主张获得了支持,采用这个设计方法,联盟创造出大量的优秀工业产品和新建筑,极大地推动了德国的工

业化和国际贸易的进程,同时也奠定了国际现代主义设计的基本方法及样式。维尔德后来在新的设计实践中,认识到当初自己观点的偏颇,采用新的设计方法设计出大量具有工业化时代特点的新设计,成为跨世纪新设计运动的重要人物。

德意志工作联盟是现代化工业化社会的必然产物,其贡献至少有以下几个方面:

1. 顺应大生产时代的发展,实现了由对机械的肯定到为机器批量化生产设计产品的飞跃,同时对产品从外到内深化了质量的概念,并致力于机械制品质量的提高,从而有力地促进了工业生产的发展。

2. 突破了19世纪新艺术运动的局限,把“产品优质化”作为设计师的重要使命,从而把设计真正与机器生产联系起来,与产品的使用功能联系起来,与人们的日常生活联系起来。

3. 创造出简洁、全新的设计形态,为创造现代设计的新面貌奠定了基础(图20、21、22)。

4. 提出“标准化”问题,标准化作为工业化大生产时代的基本方法,使设计找到了与批量生产相适应的设计方法,不仅有利于制造、加工,同时也方便了使用。

5. 穆特修斯对美术学校的改革虽然并不彻底,但作为时代的要求,设计教育改革的复杂课题被提了出来。

6. 德意志工作联盟的人才组合揭示了设计师及现代设计的多学科性质。

7. 联盟作为20世纪初先进设计观念的产物,其影响是较为深远的,北欧、英国、奥地利等国家相继成立类似的组织,现代主义运动在欧洲开始兴起。

现代设计的摇篮——包豪斯

1914年第一次世界大战爆发了,德意志工作联盟的工作不得不中止。1918年第一次世界大战结束,德国战败,导致帝国彻底崩溃,成立了虽然十分脆弱,但却使战后德国获得暂时稳定和发展的魏玛共和国(1919—1933年),

现代主义设计运动在这块土地上迎来了成熟期,在世界现代设计史上书写了光辉的一页。

战后的德国虽然社会各种思潮起伏动荡,政治斗争也十分激烈,但在“共和国”的统一体内,恢复经济、发展工业生产是一个刻不容缓的问题。建筑界需要以最快、最省的方法尽量满足人们居住问题;工业产品要高质及高效满足人们对日用品的大量需求;生产资料也要尽快恢复生产,以满足加工产品的需要……。

战后的欧洲,现代主义艺术运动迅速高涨,特别是德国表现主义、苏联构成主义、荷兰风格派(注九),不断强有力地冲击着欧洲古典规范,给人们展示了一个光怪陆离的情感及视觉样式的新天地,对设计界产生极大的影响。这是一个艺术上不断探索、尝试、更新的时代,文化领域的这种革新风潮,对现代主义设计的发展提供了表现语言方面的营养。

作为早期现代主义运动的德意志工作联盟虽然在设计上提出很多极有价值的观念,在实践方面也创造出大批新的产品,然而,毕竟是刚刚开始,在很多问题上表现出不彻底性。其一,联盟中各领域人才的组合,虽然与19世纪两次设计运动相比,是一个极大的飞跃,但尚未达到理想的化合效应。一些美术家和工艺美术家虽然在标准化问题上的认识基本趋于一致,然而美术与技术究竟如何更有效地统一,在理论上和实践上尚不能真正予以解决。特别是当时以德国为代表的艺术上的表现主义,对建筑及其他设计给予强烈影响,设计界中科学、工业意识在很多人的头脑里仍十分淡薄,自我表现的倾向在很多建筑师和工艺美术师的观念中仍占很强的优势。其二,更为严重的、也是十分紧迫的问题是设计教育问题。穆特修斯虽然曾改革艺术教育,但只是更换掉一些拘泥传统教育的专家与教授;虽然在一些学校中对学生进行一些实际训练,但由于“学院派风格植根太深,以致于这种