

丛书主编 肖丰

美术文化研究丛书

包豪斯

与中国设计艺术的关系研究

桂宇晖 著



華中師範大學出版社

丛书主编 肖丰

美术文化研究丛书

包豪斯

与中国设计艺术的关系研究

该书由华中师范大学出版社提供的出版基金全额资助



桂宇晖 著



华中师范大学出版社

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

包豪斯与中国设计艺术的关系研究/桂宇晖著.

—武汉:华中师范大学出版社,2009.6

(美术文化研究丛书)

ISBN 978-7-5622-3773-0

I. 包… II. 桂… III. 艺术-设计-研究-中国 IV. J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 146293 号

包豪斯与中国设计艺术的关系研究

作者:桂宇晖

责任编辑:张晓艳 沈继成

责任校对:罗 艺

封面设计:甘 英

编辑室:文字编辑室

电话:027—67863220

出版发行:华中师范大学出版社

社址:武汉市珞喻路 152 号

电话:027—67863040(发行部) 027—67861321(邮购)

传真:027—67863291

网址:<http://www.ccnpublish.com>

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

印刷:武汉精一印刷有限公司

督印:章光琼

字数:200 千字

开本:710mm×1000mm 1/16

印张:15.75

版次:2009 年 6 月第 1 版

印次:2009 年 6 月第 1 次印刷

印数:1—3000

定价:38.00 元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请打举报电话 027—67861321

美术文化研究丛书

主 编：肖 丰

学术委员：魏 谦 辛艺华 王旺胜 段 维
 侯云汉 尹继鸣 王 余 娄 宇
 桂宇晖 易 阳 刘 意 蔡 敏
 陈晓娟 杨贤宗 黄 峰

总 序

英国艺术评论家拉斯金说过：“伟大的民族以三种手稿撰写自己的传记：记载行为之书、记载言论之书和记载艺术之书。欲理解其中一部必以其他两部为基础，但尤以艺术之书最值得信赖。”中国是一个拥有数千年历史的伟大民族，其艺术之书丰富而独特。记载艺术之书与记载行为之书和言论之书有更加密切的关系，可以说，当下提倡的多学科交叉、跨学科的研究方式与这“三种手稿”之间的天然关系是相吻合的。

华中师范大学美术学院推出的美术文化研究丛书表达了一种具有方向感的学术追求。这种追求属于一个拥有数千年艺术史研究传统的自然延伸。研究者们打破画地为牢的艺术学科分类，采取多学科整合的研究取向，将艺术史、美术文献、美术考古、设计史、民间美术、美术批评、美术管理等相关学科进行有机结合，对美术文化领域相关专题进行专项研究，为其提供互动性的平台和动力。从这个意义上说，这套丛书不仅是提供给那些倾心于艺术史的人们阅读的，同时也是提供给热爱文化史的人们阅览的。该丛书强调学术传统与个人情感的融合。在具体研究中，作者既把个案的、区域的研究置于对整体艺术史的关怀之中，注意从中国历史的实际和中国人的意识出发理解传统艺术史中的中国艺术现象，又关注西方的艺术传统和当下的艺术思潮。在这样一个大的

思维框架下，每一个研究领域既注重整合相关资源，又注重译介、整理与之相适应的新方法和视角，对涉及该领域的多个方面进行了更为深入的探索和阐释，借以获得对该领域的全息观照。

这套丛书的作者们都是长期共事的研究群体。在我看来，最值得注意的是他们这种研究方式所产生的文化意义，这种文化意义在很大程度上体现了美术文化的终极价值。在大多数情况下，丛书的作者所从事的是一项与个人情感交融在一起的研究，学术传统与个人情感的交融赋予这样的工作以独特的魅力。同时，他们也期望这样的工作可以参与到一个更大的学术共同体所共同关注的问题中去。在理论假定、研究方法、资料分析和过程重建等多个层次进行有深度的理论探索，并以此回应艺术史研究中面对的各种重要问题，力图对人文社会科学的整体发展有所贡献。

我知道要将同仁们进行的对理想主义精神复兴的研究进行定义和归类是一件十分困难的事情，不过也不必这样做。事实上，我们的研究不属于任何定义，我们只属于拥有自己方式的艺术品格和由此搭建的文化体系，这正是人们期待已久的精神旨归和真正意义上的艺术方向。

肖 丰

2009年3月于桂子山

序

我国的设计艺术，就学科而言是个新兴的应用型学科，它是适应着现代科学技术与工业生产的发展，特别是为了满足市场经济和人民生活的需要应运而生的。然而从历史上看，设计艺术又直接通向传统的手工业，具有数千年的历史。在传统手工业与现代工业之间，作为设计艺术的载体，在形式、内容和具体方法上是大不相同的，需要有一个很长的转化过程。而在此之前，西方人于工业革命之后已经解决了这一问题，并取得了丰富的经验。我国近百年来，由“图案学—工艺美术—设计艺术”的实践，其道路并不是直线发展的。尤其在设计艺术的教育上仍然面临着许多重要问题有待解决。

上世纪的最初二十年，在德国创办的“包豪斯”，对于设计艺术教学建立了一套较完整的体系，经过半个多世纪的检验和发展，证明了是合乎规律的。“他山之石，可以攻玉。”我们应该很好地借鉴。

以往谈论包豪斯的文章也不少，但大多是对“抽象派艺术的摇篮”的探讨，并非是对设计艺术教学的研究。桂宇晖的博士学位论文《包豪斯与现代中国设计艺术的转化——对中国现代设计艺术发展方向的探讨》，在东西方文化比较的前提下，分析了包豪斯与中国传统设计的各自的特点，探讨各自的优异，归纳出自己的一些颇有见地的看法，对于我国当前的设计艺术学科建设，将起积极的作用。

桂宇晖对该论文的写作认真，材料翔实，思考细微，而能从大处着眼，论点鲜明，达到了较高的水平，是设计艺术方面的一篇好论文。

张道一

2004年8月7日

包豪斯

与中国设计艺术的关系研究

绪言 (1)

- 一、选题的目的和意义 (3)
- 二、本课题的研究现状 (9)
- 三、主要论点与难点 (13)
- 四、研究方法和途径 (17)
- 五、本课题的研究范围 (19)

第1章 包豪斯之核心观念——“艺术与技术的 新统一” (23)

- 一、包豪斯之核心观念的产生 (26)
- 二、包豪斯之核心观念的逐步完善 (32)

第2章 包豪斯之核心观念的延续 (65)

- 一、包豪斯之核心观念在三个地方的延续 (74)
- 二、极为矛盾的评价 (86)
- 三、对包豪斯的定位 (88)

第3章 包豪斯与中国设计艺术的历史渊源 (95)

- 一、时间上的同步 (97)
- 二、内容上的差距 (100)

第4章 包豪斯与中国设计艺术的契合 (113)

- 一、社会经济契合基础 (115)
- 二、社会文化契合基础 (118)

第5章 包豪斯之核心观念在中国的发展 (143)

一、发展包豪斯之核心观念的理论基础 (146)

(一) 功能溯源 (146)

(二) 技术功能、指示功能和暗示功能 (150)

二、发展包豪斯之核心观念的学科基础 (157)

三、包豪斯之核心观念在教育上的发展 (164)

(一) 传授方式的延续 (164)

(二) 基础课程模式的发展 (175)

(三) “双师体系”教育模式的发展 (179)

(四) 自然科学、艺术与人文社会学结合的设计艺术教育 (197)

第6章 从“艺术与技术的统一”走向“科技、艺术与人文的统一” (201)

一、现代中国设计艺术的主体性特征 (204)

(一) 主体性的存在 (204)

(二) 主体性的内容 (208)

二、信息科学与设计艺术结合的发展方向 (211)

(一) 信息社会与传统文化 (214)

(二) 设计艺术在信息社会的发展 (217)

结 论 (224)

部分人名、译名、专业词名对照表 (228)

参考文献 (232)

后 记 (239)

绪 言

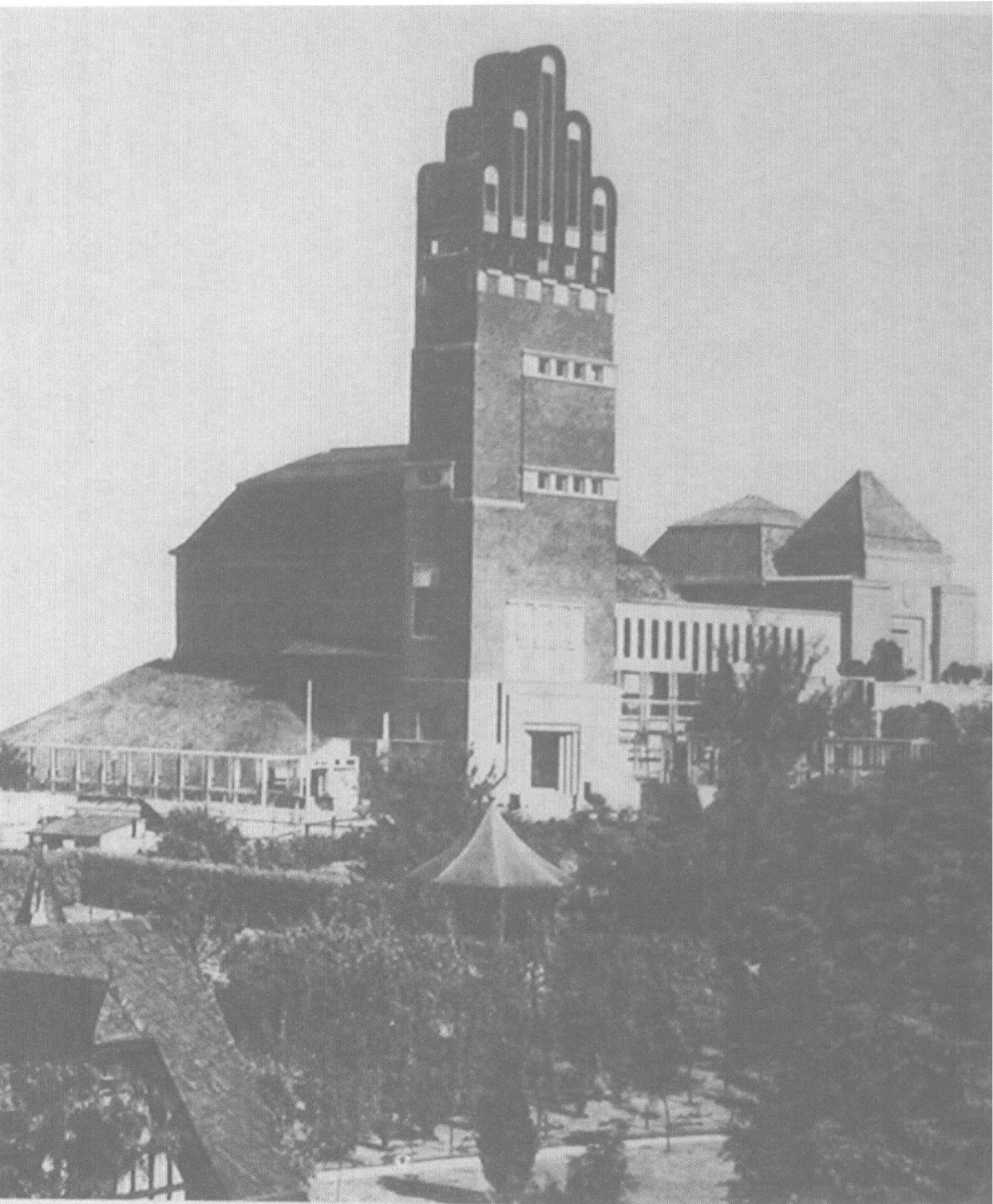


图1 德国达姆斯塔德玫瑰高地教堂 1900 图片来源:《包豪斯—1919—1933 魏玛、德绍及柏林与1937年之前在芝加哥的成就》1937P225

一、选题的目的和意义

中国的设计艺术同中国的社会一样正经历着一个巨大的变迁过程，这个变迁过程与八十多年前的德国有相似之处。毋庸置疑，中国设计艺术在近三十年取得的成就是有目共睹的。德国 Essen 大学的托马斯 F·霍夫曼在中国进行了半年的工业设计专项考察后认为，“与现今欧洲普遍存在的对中国设计的认识不同，我们认识到中国有着自己庞大的设计界，设计的质量也具有很高的水准。设计教育水平在很多方面比欧洲还要高”^①。但中国设计艺术在现代科技与社会变迁面前尚未能形成自我特色确是不争的事实，这一事实与现代中国设计艺术的迅猛发展形成强烈反差。在 20 世纪初，德国也曾出现过设计艺术与科技发展的极不协调^②，并由此而导致了包豪斯^③的产生。在 21 世纪初，中国是否也会诞生一个符合现代社会发展要求的中国式设计艺术形式，如果可能，将是以怎样的形式出现；如果不可能，原因何在。本书为解决这些问题而试图借鉴包豪斯的产生、观念及其延续，探寻现代中国设计艺术^④的发展方向。如此之探讨过程需要考虑现代设计艺术与所处之科技时代的关系，与所处之人文环境的关系，是它们决定了现代设计艺术发展的可能方向。

本选题希望能够明确阐述人文社会科学背景对现代设计艺术的重要性，以及新的科技动力对发展设计艺术的重要性。强调人文社会科学力量与新科技动力具有同等重要性是必要的，因为现代中国设计艺术变迁的真正过

① 托马斯·霍夫曼 (Tomas Hoffmann)，德国 Essen 大学工业设计系副教授，在 2005 年结束考察之后写给笔者的信中提到这一认识，同时他也认为中国的设计艺术存在着问题，比如，设计还没有在社会中得到应有的地位；企业对于设计的关心和重视程度还没有得到足够的培养，这点和欧洲相比还有很大的差距；设计的价值还没有真正体现出来。

② 见本书第一章，包豪斯之前的积蓄期。

③ 包豪斯：沃尔特·格罗披乌斯 (Walter Gropius) 专门生造的一个新字，英文和德文均为 Bauhaus。德文全称 Das Staatliches Bauhaus in Weimar，中文全称“魏玛国立包豪斯”。正式成立於 1919 年 4 月 1 日，于 1933 年关闭。在《大不列颠百科全书》中对包豪斯的解释是：“其名称由德语 Hausbau (房屋建造) 颠倒而成。”(见附图-1)

④ 设计艺术：与过去的“工艺美术”和“美术工艺”一样，不论称作“设计艺术”还是“艺术设计”，意思上没有本质区别。人们在口头上常说的“设计”这个词在汉语中是个通用词。人们参与各种事务，在处于设想、计划的阶段都可使用。如果表示某一专门的方面，必须用冠词加以限定。譬如：军事设计、技术设计、工程设计、电路设计、营销设计、艺术设计等等。《周礼·考工记》把创造者和制作者分为两种人，即“智者”和“巧者”，“知(智)者创物，巧者述之。守之世，谓之工。百工之事皆圣人之作也”。因此，设计艺术家或人们在口语中常常说到的设计师，指的是创造者而不仅仅是“工匠”或“美工”这样的制作者。

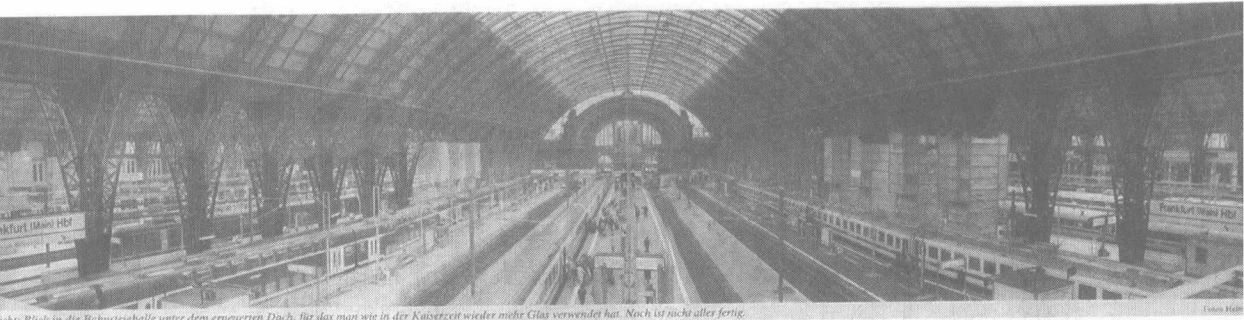


图2 德国法兰克福中央车站 德国建筑师赫尔曼伊格特设计威廉施威德勒任钢铁构件的总工程师
1888 年建成。

程，既不是从包豪斯等西方模式直接转变的过程，也不仅是传统的手工业方式受到了破坏而已。目前中国设计艺术发展的方向将是科技与人文两种力量相互作用的结果，一方面是由于世界科技的发展导致新生活方式的推陈出新，另一方面是以人文社会科学思想为基础的文化特征在市场竞争中的重要性日益增长。人们对任何一方面的低估都将无法实现设计艺术的目的。因此，这两种力量相互作用的产物将不会是西方世界的复制品或者中国传统的复古，现代中国设计艺术变迁的结果如何，将取决于中国如何解决中国特色与时代发展之问题。借鉴包豪斯的观念是为了引导现代中国设计艺术的变迁趋向于使中国成为现代设计艺术强国。

追溯历史，不仅中国设计艺术的变迁与德国有相似之处，德国也曾有过与中国极为相似的历史：“在 1876 年，纪念美利坚合众国建国 100 周年，第六届世界工业博览会在费拉得尔菲亚开幕。德国评判小组主席，柏林工业科学院院长弗·勒治教授被迫承认，德国工业大大落后于其他国家，德国工业遵循的原则是‘价廉质劣’。”^① 追溯到更远，在 18 世纪末 19 世纪初，由于德国缺乏资产阶级在上升时期的锐意进取和生气勃勃的精神，德国的艺术也带有一种贫血的贵族化审美趣味。年轻的歌德曾经辛辣地嘲笑德国“贫血的”希腊化倾向。在他的讽刺文章《神、英雄、维南德》中，歌德借维南德之口问希腊的英雄们：“你们像是另外一个世界的人在讲话，我听到了你们的语言，但不懂你们的意思。”^② 这种状况的出现源于 18 世

① 《反杜林论》，见《马克思恩格斯选集》（第 3 卷），人民出版社，1972 年，第 592 页。

② [德] 温克尔曼：《希腊人的艺术》，邵大箴译，广西师范大学出版社，2001 年，第 22 页。

纪，当英国的工业革命快要完成的时候，所谓的德国还不是一个国家，而只是欧洲一个有着三百多个小诸侯国的最落后的地区。德国作家和历史学家席勒（Schiller，1759—1805）在1795年写的讽刺诗中大声呐喊：“德意志兰？它在哪里？”^①然而，在人类近代文明的短暂历史中，德国却迅速地成为一颗傲然兀立的璀璨明星。德国产品成为冷峻却品质优良的象征，德国在现代设计艺术领域的诸多成就有目共睹，以包豪斯为代表的设计艺术教育在现代设计艺术史上首开先河的地位，使德国的教育方式、设计原则都受到了尊崇，形成了德国人引以为自豪的德国风格^②。

今天，“价廉质劣”这个评价却令人遗憾地用在了中国的工业产品上^③，这是一个谈论已久的问题，但是当笔者亲身感受到这种评价时依然感到难以言表的尴尬。2005年，笔者结识了正在德国学习的埃及学生 Osmann Allam 并发现他桌子上几乎所有的物品——电脑、手机、电子闹钟、计算器（Kasio）都产自中国。后来，笔者向一个德国朋友谈到此事时，她回答说，“但质量并不好，当你到商场寻求保修时，维修人员会摇着头说：‘啊，中国产的……’言下之意就是，这，就是它坏的原因（原话）”。这样的印象自然会导致价廉，但问题并非只出现在制造质量上，质高仍然价廉也是极为普遍的现象。据报载，温州委托生产商康奈公司为劳埃德（Lloyd）、拔佳（Bata）和皮尔·卡丹进行生产。康奈以40美元的价格把优质皮鞋卖给委托商，而这些委托商在美国以6倍的价格销售^④。在2005年《财富》论坛开幕前的5月3日，中国商务部部长薄熙来曾经向欧盟的官员算账，称中国出口8亿件衬衫，才能换回一架空中客车飞机^⑤。

类似的例子人们可以举出很多，但是问题在哪里？中国经过近三十年的高速发展成为制造业大国，可是至少在德国的工业制成品市场上，中国的位置很模糊。在德国巨大的超市里几乎没有中国品牌的东西，却充斥着“中国制造”的产品，即不论何种档次，何种品牌的产品，都有可能是在

① 丁建弘：《德国通史》，上海社会科学出版社，2002年，第1页。

② 朱斯特·泰纳德：《设计艺术教育在欧洲——在辛劳与自豪之间》，桂宇晖译，载《Form und Zweck》2003年第1期。

③ 当我们考察日本和美国的工业发展过程时，我们会发现它们也都经历过这样的历史过程，但是各个国家由弱变强的方式、方法各不相同。

④ 《温州模式的世界威力》，载《经济时尚导报》2005年1月第5期，第4版，《经济与生活》，转引自德国《世界报》。

⑤ 徐翼：《知识差距贫富差距挑战新亚洲》，载《中华工商时报》2005年第5期，第18版。

中国生产的，其中尤以家用电器为甚。德国最大的家电品牌 Braun、Siemens 都有大量的电器在最底端印着“Made in China”。什么样的东西能够让人一眼分明地认出那是中国的产品设计艺术？每当笔者想起这个问题，脑海里出现的是联想、海尔、夏新等等，但它们的形象都是模糊的，没有自己的性格特征。如笔者一样的普通中国人只知道它们是中国最著名的企业，但是至少在德国，它们确实没有韩国企业如 Sansam 和日本企业 Sony、Hitachi、National、Sharp……的热闹劲儿，没有能够与德国产品一比高低、决不低头的倔强劲儿，也没有在设计上领先潮流、唯我独尊的霸道劲儿。中国产品的声音是微弱的，因为中国的产品会与任何一个国家的产品相混淆：它们有时具有德国产品的结实和冷峻，有时具有日本产品的时髦和精致，有时它们像是美国或斯堪的纳维亚产品的同胞兄弟，让笔者这个中国人也看不出它们与西方的差别。笔者有过一次买电吹风的经历，在如同博物馆陈列架一般的商品陈列中，从十几个国家、几十种品牌、上百种样式的电吹风里，笔者找到一个极小巧，方便携带，样式简洁而圆润的德国 Braun 的电吹风，它把整个把手的内部空间腾出来装进了通常让人烦恼的电源线，所占位置就更小了。笔者看到这个特点，毫不犹豫地把它放进了购物车。回去之后，打开精美的包装我看见尾部的字样，“Made in China”。同样的情况也发生在 Media Markt（德国的一个电器超市）的最新款式的 ipod mp3 随身播放器上。不同的是 Apple 公司（美国的一个著名电脑公司）在这款新型时尚产品一个极为醒目的地方——连接 USB 口的接口处印上了中国制造的字样。这两款机型都是德国市场的时尚与主流产品，却都出自中国，这种情况确实是一种令人欣喜的进步，说明中国现在有足够的生产能力在工艺上并不亚于西方国家的产物，但同时也让人感到惋惜，中国没有自己的设计而只是制造，中国缺乏自己的品牌，缺乏自己的设计特征。笔者真想仿效两百年前的德国诗人席勒，发出这样的质问：中国，你在哪里？

就目前在德国大型百货超市看到的情况，笔者认为，中国会因为所具备的技术门槛过低，设计特色极不鲜明而面临越来越多的竞争对手的挑战。类似的话语在国内也屡屡听闻，但现在的形势正在变得严峻。中国的超常规发展方式正在被越来越多的其他国家所效仿，中国的制造优势正在被越来越多的其他国家所超越。比如，上个世纪 90 年代重新崛起的东欧国家斯洛伐克（Slovakia），他们的斯柯达汽车已经进入中国，按照它与德

国大众公司的合资汽车厂的发展规模，在未来的五年内，它号称将具有世界最大的汽车制造能力；又比如波兰（Poland）和亚洲“四小虎”——越南（Vietnam）、泰国（Thailand）、马来西亚（Malaysia）、印度尼西亚（Indonesia），以及美洲的墨西哥（Mexico）、西亚的土耳其（Turkey）……这些国家都在大规模地扩大制造业的规模，这批新兴国家所抢走的份额将主要集中在以欧美为主的发达国家市场，而这也正是中国赖以生存的市场^①。



图3 十九世纪末设计未能相应地利用新材料的美感创造和谐的形式。此图是巴黎圣—热纳维耶芙图书馆由亨利·拉布鲁斯设计于1843—1850年。它公然显露铁框结构，而当时铁框一般覆以石料或者灰泥。

历史上，中国的设计艺术有过自己的辉煌，裂纹瓷的制作过程正是包豪斯“艺术与技术结合”观念的完美体现。但它们是历史，是手工艺时代的操作方式，无法与现代生产制造直接挂钩。正如张道一先生所言：“中国的古代造物思想多是哲学层面的抽象理论，它们与实际设计还有相当

① 宋泓：《世界直接投资和国际贸易形势及对中国外经贸发展的影响》，载《世界经济》2003年第3期。