

<<美，从茶杯开始>>

图书基本信息

书名：<<美，从茶杯开始>>

13位ISBN编号：9787563362578

10位ISBN编号：7563362576

出版时间：2006-10

出版时间：广西师范大学出版社

作者：汉宝德

页数：259

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;美，从茶杯开始&gt;&gt;

## 前言

艺术教育救国论 俗话说，“卖瓜的说瓜甜”，从事哪一行的人总以为哪一行对国家社会最为重要，似乎是一个道理。

这一方面说明从业者的态度很认真，由于认真才会自重，因为所有的从业者的严肃态度几乎都落实到对人生、社会的使命感。

其次，因为认真的从业者过于专注于自己的行业，不免坐井观天，看不到国家、社会的全面。

由于专注过深，有时不免以为少了自己是国家的损失。

在外人看来，不无自我膨胀的感觉。

我在文首说这段话，因为我相信读者看了本文的题目，不免会有同样的感觉。

教育救国论已经显得有些夸张了，艺术教育在整个教育体系中所占比重极小，甚至艺术教师们都自以为是教育体系中配角的配角，艺术教育怎么与救国扯上关系呢？这不是自我膨胀是什么？我写本文，绝对不是故作惊人之语，而是经过近二十年的深思熟虑，深信艺术教育的重要性才落笔的。

若没有我们目前所面临的经济困境，我还是会放在心里的。

西方产品的内在品质：美感 首先我要指出，我不是教育家，也不是艺术家，更不是艺术教育家

。只是我的专业使我对文化与社会的课题发生浓厚的兴趣。

而直接产生心灵冲击的就是艺术教育的成效。

我自离开东海大学建筑系主任的岗位，就对民众美育的重要性有日渐深重的感觉，但是并没有适当的表达机会。

我的体会主要是，民众普遍的美感水准过低，已经影响到社会的发展。

可是关涉到社会发展的大题目，哪有我置喙的余地？记得我第一次公开表达我的想法，是在中兴大学理工学院院长任内。

罗云平校长招待工业界的领袖，要我作陪，记不得为什么需要我说几句话。

我抓住机会表示，希望工业界的发展可以建立在创造与美感上。

台湾的制造业要能具竞争力，脱离代工的卑微地位，非把基础建立在全民美育上不可。

我当时尚不到五十岁，满头乱发，所以说这些话得不到任何回响是很自然的。

后来筹备“国立自然科学博物馆”，我也曾向施启扬先生表示，我的兴趣在艺术教育。

也没有得到正面的回答。

经过若干年的博物馆的筹备工作，朋友们似乎都知道我对艺术教育的兴趣。

但他们误以为我所说的艺术教育是指专业艺术教育，那就是我奉命筹备台南艺术学院的原因。

因此我实在是一个向往全民艺教工作却不得其门而入的人。

艺术教育既不是我的专业，又一直摆在我的心里，直到退休之后才花比较多的时间做具体的思考。

作为一个建筑师，我在中年时遍游欧洲先进国家，感受到他们在环境与日常器物上的美感是普遍的，其水准为我们所遥不可及。

为什么？这是一直萦绕在我脑中的问题。

我们曾经是一个古老的文明国家，有高度的精神文明，何以到今天沦落至此？这是我对文化感到兴趣的原因。

首先那是因为上百年的现代化运动把古老的价值推翻了。

累积了千年以上的生活文化完全成了古董，已经为我们的现代生活所抛弃。

我们要从头开始，学习西方文明，古老的生活文化只能作为参考而已。

开始时只有拼经济，要想办法战胜贫穷与饥饿，逐渐与西方的生产方式接轨。

自设计专业者的观点，发现西方的产品有一种内在的品质是我们所做不到的，那就是美感。

他们的美感从哪里来的？是自西方文明传承下来的吗？我开始是这样相信的。

西方自文艺复兴以降，五百多年的不断续传统似乎应该是西方民族气质的根基。

我当时认为，欧洲在18世纪发生的工业革命很圆满地接续了他们的人文传统，融为今天我们所看到的西方文明。

## &lt;&lt;美，从茶杯开始&gt;&gt;

借艺术教育使民众拥有审美能力 那时候，我主张推动大众艺术教育，也就是美育，是想以教育的手段接上西方文明的精神生活品质。

可是要怎么做，并没有明确的看法。

所以我很希望主管教育的部门交付我一个任务，研究美育推行的有效途径。

我的想法未被采纳，只好去筹划自然科学博物馆，就利用这个机会去推动艺术与科学的结合。

我要求科博馆除了普及大众科学外，要成为一个美的殿堂，使来馆的群众感染到美的气息，进而提高他们审美的动机。

过了几年，我发现这个“潜移默化”的办法需要漫长的时日，解决不了急切的问题。

这时候，台湾经济快速成长，已经到了发展的瓶颈。

大家都对经济发展极度重视，我却觉得如果我们的精神生活品质与财富不成比例，前途是堪虞的。

台湾不能只是一个代工的次工业地区。

怎么寻求突破呢？我再到西方经验中去找。

我隐约地知道，西方列强在18、19世纪有教育救国的观念。

我查资料，才知道他们在艺术教育，也就是他们称为公立学校的“图画”课上，曾下过很大的工夫。

西方国家人民有今天的素质，除了有深厚的传统之外，是经过教育的努力得来的。

工业革命本来是在英国产生的，照说欧洲的现代化应该以英国为领袖才是。

可是当时的情形并非如此。

在市场上法国很明显地领先。

今天我们所熟悉的世界博览会，是从19世纪开始的，其目的就是使工业国家把产品集中在一起，互相比较、切磋，以求进步。

1851年在伦敦举办了博览会，海德公园的水晶宫就是当时的会场。

这个博览会使英国人大感困窘，因为英国的工业产品被视为低俗、粗鄙，无法与法国或德国的产品相比。

会后英国政府与学术界进行了反省。

这就是著名的、由莫里斯(William Morris)发起的艺术与手工艺运动(Arts&crafts Movement)。

在教育上，加强公立学校的图画课教学，使国民普遍拥有审美的能力与从事工业生产的准备，成为一种国策。

学术界的罗斯金(John Ruskin)批评工业产品的粗陋，怀念中世纪手工艺的美质，对于工业产品的提升有促进作用。

自此我才明白，西方现代工业产品的水准不是由西方传统自然传承而来，他们同样面对产业转型的问题。

为了克服转型期的困难，他们求助于艺术教育。

这是因为中世纪到文艺复兴，在风格上虽有所改变，但都是熟练的工人的手工艺，供奉贵族阶级之用。

而工业化之后，则为机器大量生产供大众之用。

在1920年代，德国的包豪斯(Bauhaus)正式把手工艺的品质统合到机器工业之前，欧洲在大众教育上已经努力了近一个世纪了。

图画教育有意想不到的妙用 美国在19世纪末叶也已经工业化，但其产品完全没有竞争力，无法进入欧洲市场。

而英国经过近半个世纪的努力，情况已大有改善。

1867年巴黎的世界博览会上，美国人如大梦初醒，新英格兰的纺织品挡不住欧洲产品进入美国市场。

他们开始向英国学习，才发现英国人的秘密武器就是在公立学校中提供图画教育。

先设立艺术师范学校，培养专职艺术教师。

1870年，麻省通过了图画法案，超过五万人口的市镇，对成年男女及儿童实施强制性的图画教育。

开自此始了美国往后几十年的与欧洲竞争的艺术教育发展史。

当科技发达时感性的需求也大幅提高 “图画”这种在今天看来很幼稚的艺术，怎能担得起那样的重任呢？它确实曾经使德国产品领先欧洲各国，是各国在产品品质竞争上的国力基础。

## <<美，从茶杯开始>>

“图画”就是drawing，这个英文字有两个意思，一是徒手画(freehand drawing)，就是用铅笔写生，画自然界美丽的东西。

因为要逼真，要美，所以可以训练观察力，同时提高审美的能力。

在徒手画中，西方美学重要的比例观念就学到了。

二是用器画，就是使用尺子与圆规画图案。

这种图画有些近似于工程图，在这种课程里，可以学到认识工程图样，学习图案中的秩序、规律，变化中有统一的美感，近似于今天的平面设计。

在今天，我们已不承认这些是艺术教育的内容，我们想到的是贵族式的文化生活素养。

在当时，他们把教育分为绅士的教育与国民的教育，我们所谈到的内容是他们国民教育中的艺术教育，在他们看来，这就是以救国为目的的艺术教育。

在我大体上了解了欧洲与美国19世纪艺术发展的情形后，才明白为什么西方国民有普遍的审美素养，有较高的产品设计能力。

他们花了至少一个世纪，通过国民教育来完成这一转型的过程，实在值得我们参考。

美国的教育到20世纪20年代后开始进入另一个时代，也就是自由发展的时期。

而在同时期的德国则有包豪斯的成立，结合了艺术与设计的教学，把工业产品的艺术化推上高潮，造就了德语国家几十年工业艺术界领先的地位。

到了20世纪中叶以后，美国在这方面大幅落后于欧洲，只能在大众化的文化产业上具有领导地位。

美国虽然在80年代后现代艺术与设计风格出现后，才以新的面貌领先欧洲，但整体说来，在与生活相关的艺术上，仍然落后欧洲甚多。

品位高雅的人士仍以使用欧货为多。

现代化以来，我们因为没有经过这一段转型的过程，在创造与美感两方面都属于第三等，远不如美国。

因此经济的发展建立在廉价劳工的代工工业上。

什么时候我们才能成为具有创造力的，有自己风格，受世界先进国家尊敬的新兴工业地区？在过去有科学救国论，今天则力倡知识经济，都是从科学发展来强化国力的观点。

在今天的科技时代里，这是无可争议的。

然而只讲科学是不够的。

当科技发达的时候，感性的需求也大幅提高，因此谈到所谓文化创意产业，实在是一种感性经济。

自此角度来说，这是一种艺术救国论，实不为过。

艺术教育同样重要 为了推动文化创意产业，头痛医头、脚痛医脚的个别振兴方案是成不了大事的。

我们不但需要一些有创意的产业计划，更需要一个全民艺术教育计划，把民众的视觉品质提高到先进国家和地区的标准。

希望人人都有创造与审美的能力，也有欣赏的眼光。

有人说，台湾太小，市场狭窄，不足以发展有创造性的产业。

自欧洲的例子来看，这是不正确的。

台湾的面积狭小是不错的，但以人口来说，则超过欧洲很多国家，是瑞典的三倍。

为什么瑞典可以支持创意性产业而台湾不能？如果台湾的两千三百万人都有高水平产品的需求，其实市场是很大的。

以此为基础向世界推展，一定可以如瑞典的工业一样走上全球市场。

问题是我们的民众只有极少的一部分具有审美的水准，这少部分的人都是外国产品的顾客。

要使大部分的民众具有一定的艺术素养，必需普及艺术教育，而且要自师资的培养开始。

很多人认为台湾等不及。

可是如果认识了艺术教育与社会发展的关系，与科学教育有同样的重要性，甚至有过之而无不及，执政者一定会想出有效率的办法，在最短的期间内实现民众艺术教育普及的政策。

如果认为需要的时间太长，则应该想想过去我们已浪费太多时间了。

今天不做，明天会后悔，一旦下定决心，再迟也不过十年八年，快则三年五年即可见效。

## <<美，从茶杯开始>>

然而迟疑不肯下手，很可能会落于人后，到时候，再懊悔也来不及了。  
问题是，人们是否认识到艺术教育的重要性？

## <<美，从茶杯开始>>

### 内容概要

《美，从茶杯开始:汉宝德谈美》是一部美学著作。

建筑大师汉宝德大处着眼、小处着手，从最接近生活的美感出发，自日常随处可见的杯子器皿谈起，并将美感归结为“文明的基石”，“人类尊严所系”，“一种文化力量”。

我们曾经热衷于美。

蔡元培先生提出“美育代宗教”，上世纪80年代亦有所谓美学热。

但现实状况却是，我们的城市景观、日常用品，乃至生活方式与品质，都因美感的缺乏而呈现令人痛惜的芜杂与粗陋之弊。

这固然有经济与历史的原因，但更重要的或许是，百年来我们思考美、谈论美的方式，一直走在歧路上。

台湾建筑大师汉宝德先生大处着眼，小处着手，从最接近生活的美感出发，自日常随处可见的杯子器皿谈起，并将美感归结为“文明的基石”，“人类尊严所系”，“一种文化力量”。

他说：中国一百年来所谈的“美”都是跟“美学”混淆在一起，而他认为“美”是“美感”，是一种“人类共有的感觉”，与“生命连在一起”。

他更进一步指出；在美育的推广上，最大的障碍不是别的，正是一般人认为美的化身的艺术。

由于把美与艺术混为一谈，美育受艺术的拖累，才一直找不到正确的途径。

## <<美，从茶杯开始>>

### 作者简介

汉宝德，1934年生。

台湾成功大学建筑系毕业，美国哈佛大学及普林斯顿大学硕士。

曾任东海大学建筑系主任，“国立”自然拉学博物馆馆长、台南艺术学院院长。

现为世界宗教博物馆馆长、汉光建筑师事务所主持人。

著作有《为建筑看相》、《筑人间：汉宝德回忆录》、《建筑的精神向度》、《建筑、社会与文化》、《汉宝德谈美》、《给青年建筑师的信》等。



<<美，从茶杯开始>>

书籍目录

艺术教育救国论(代序)1 我为什么要谈美 我为什么要谈美2 艺术与美之间13 好看就是美24 美，需要距离吗?34 生命的美感42 先学着睁开眼睛 什么是古典美?52 美是精神，不是物质62 美育的有效途径72 先学着睁开眼睛80 西方国民美育的经验89 一脉相承的审美观97 美感不是美学 美与感官108 品位与美感118 合目的性之美127 美感不是美学136 美的判断才需要距离147 自然美与大自然的美155 恬适生活之美167 美要从茶杯开始 美要从茶杯开始178 时髦与美感184 装饰是美吗?193 素朴之美202 奇与美216 抽象美的世界 抽象美的世界226 再谈抽象之美238 意境之美249



## &lt;&lt;美，从茶杯开始&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘奇与美 在台南有一座知名的美术馆，称为“奇美博物馆”，是奇美企业的收藏。

可是单就“奇美”二字来看，它代表什么意思呢？奇美在中文中有两个意思。

一是惊奇，即英文中的wonderful，是描述讶异感的形容词。

如果照这个意思，奇美可解释为非常美，令人赞叹不止的美；另一是稀奇，即英文中的rare，是描述在我们经验中少见的形容词。

如果照这个意思，奇美指的是珍奇藏品的美，奇指的是稀有的收藏。

前者的意思比较宽阔，可以包括后者，相信奇美博物馆的“奇”应如此解释。

稀、奇、古、怪 若把奇字当稀奇，问题就比较复杂，因为奇与美的关系需要深入的讨论。

稀奇也有两个意思：其一，是为我们所熟知，但为数极少，不易见到，更不易拥有；其二，是出乎我们的经验之外，为我们所不曾见过的，是为奇异。

不论是因稀而奇，还是因异而奇，奇与美的关系似乎都没有必然性。

如果是因稀而奇，奇物就会因贵重而为众人所喜爱。

古人说，物以稀为贵，到今天仍是事实，这是市场心理的现象。

再好的东西，供应量大，随处可以买到，就容易失掉众人的欢心。

反之，东西的需求量超过供应量甚多，甚至完全缺货，就容易得到众人的宝贵。

经过一种很复杂的心理的转变，众人求之不得的东西常被视为特别美观，这是很有趣的现象。

对古物的评价最容易说明这一现象。

很多年前，古物界对于仰韶文化的彩陶，或龙山文化的黑陶都视为珍宝。

那时候，只有20世纪初外国考古学家有幸采集到仰韶的彩陶罐子，因此只有外国博物馆出版的图录上才看得到。

三十年前，一只陶罐可以换一幢房子可能还有剩余。

所以内地农民的发掘物，初次经由商人之手出现在市场上，莫不被视为奇物。

据说当年有一位富有的收藏家，自日本买回一只陶罐，是特别为它买了机票抱回来的。

可是谁也没有料到内地竟放任农民去挖，而地下真有为数相当多的积藏，几乎掘之不尽。

原来稀有的古物，竟成堆到了香港，价值当然一落千丈，再过些时日，就完全无人问津了。

令人感到迷惑的是：当年看到陶罐时那种令人窒息的美感，居然也随着陶罐的大量出土而被视为平凡之物，不再吸引人们的眼光了。

难道量的多少真的影响其美质吗？这种现象当然不只限于彩陶，一切大量出土的中国古物都遭遇到了同样的命运。

如果是因异而奇，其物未必贵重，却容易引发好奇之心而为众人所喜爱。

怪异之物所拥有的群众吸引力，就是科学得以发展的动力。

人类对生活经验之外的世界总抱着极大的兴趣，越是有聪明才智的人，越有这样的性格倾向。

所以近世人类文明的进步，与探险家精神息息相关。

由于心神极为投入，怪异之物同样会被视为美观。

而容易说明此一现象的例子，就是自然科学博物馆中的恐龙。

这种动物在数亿年前已经消失，经古生物学家发掘其骨骼，并予以复原后，一直成为自然博物馆中的主角，近年来更进一步，以动画恢复其生活形态，《侏罗纪公园》这部电影中出现的恐龙，令全球的儿童为之着迷，说明人类甚至想回到几亿年前去探险。

怪异之物与稀有之物原与美感无关，可是人类特有的占有欲与好奇心，与固有的爱美的本能，常常纠结在一起，不易分辨。

越不易得到的东西，越被珍惜，越追求不到的女子越觉得美，这是人类的本性。

对于真正懂得美的人，其实是不难分辨的。

我们只能说，占有欲与好奇心加强了美感的力量。

有时候，我们的美感生活需要透过这些本能发展出来。

我看到一些收藏家，原本对美并没有特别的兴趣，但因喜欢收藏古物，就对文物的形状、色彩与质地

## &lt;&lt;美，从茶杯开始&gt;&gt;

认真注意起来。

不久之后，他们就成为不同程度的鉴赏家，而且是具有审美能力的人了。

贵族社会中的审美能力的培养，常常是通过收藏的游戏，如辨别真伪、鉴定年代等完成的。

因此古文物的市场价值，常常是稀有性、珍奇性与美感价值相乘的结果。

西方有历史的拍卖公司，如苏富比的估价，美感是很重要的因素。

你可以说，对于古文物，凡是贵重的东西，都是很美的。

这是西方社会贵族文化的精髓。

在东方的新兴国家就不尽然了。

尤其是内地，近年来由于经济神速成长，造就了很多一夜致富者，他们进入古物市场时的价值判断，几乎完全以稀有性、珍奇性为准则，所以一幅西太后的字画，虽毫无美感价值，照样可以拍出天价。

这是因为缺乏西方社会审美培育之过程，纯为暴发户的冲动。

新奇的美感 上文所谈的稀奇古怪之美，是博物馆关心的美，也是博物馆的生命线。

在日常生活中所占的分量不大。

类似的心理反应，在一般人的日常生活里，就是新奇之美。

这是现代人精神生活中很重要的一部分。

人类是很复杂的动物，一方面受习惯的制约，一方面又很容易厌倦，因此永远无法满足，是天生的苦命。

大部分的人生活在习惯之中，靠直接的反应过日子，即使是审美的行为也是如此，这就是文化传统赖以维系的原因。

过去的社会中，美感与传统是很难分开的，美的东西都是看惯了的东西。

同样的花样，同样的制作，一代又一代，毫不改变地重复下去，是因为美观的价值已经与其他文化价值结为一体了。

从上一代的人对于戏剧的爱好最容易看出习惯与美的关系。

他们喜欢看熟悉的戏码，最好是自己可以上口的，能跟着哼。

我有一个长辈亲戚，好听戏也好唱戏，每看到他眯起眼，哼着熟悉的戏词，那副出神的样子，就感到艺术精神力量的伟大。

可是人也很容易厌倦，对于生活习惯中的东西，常常感觉麻木，失去必要的兴奋。

过去的社会将不满现状的人视为不安分、不守规矩，但是这种不安的情绪才是社会改革、文明进步的动力。

现代文明进步快速，正是这种求新求变的内在需求所形成的。

新，成为现代社会的价值标准。

由于科技的进步促使社会上充满了新的事物，喜新厌旧几乎成为现代人格的一部分，新奇之美就变成主流价值了。

这一代的年轻人，失去了传统价值以后，也失去了生命的目标，因此追求感官刺激以证明生命的存在。

他们的精神生活中最大的敌人就是厌倦。

这是一种精神疲劳症，年轻人放纵情欲，吸食毒品，都是试图克制这种病症，他们常常身不由己，这是现代科技文明的后遗症。

对年轻一代来说，新奇就是美。

他们没有能力，也没有兴趣去分解新奇与美的关系，只是感到新奇之物可以激发他们愉快的感官反应而已。

这种追求新奇的心态，反过来促成了消费经济，使商品工业生产日新月异，不断推陈出新，令人眼花缭乱，目不暇接。

商展的观众动辄以万计，相形之下，美术馆完全被冷落了。

P216-221

## <<美，从茶杯开始>>

### 媒体关注与评论

书评本书的独特之处在于，清晰阐明艺术、设计、美三者的关系，指出如今艺术与美已经分离，美与设计、与日常生活的结合乃是新的趋势。

这是过去的美学家不曾意识到，设计界人士没有说清楚，普通大众又往往感到困惑的问题。汉宝德用平易的文字清晰地说明白了这件事情，这是前人未做到的。

——责编推荐

## <<美，从茶杯开始>>

### 编辑推荐

《美,从茶杯开始:汉宝德谈美》文中更不时流露出对于民众对美体认不足的担忧，体现了一个文化大家的忧患意识和人文关怀。作品更以真挚、恳切的文字，用浅显易懂的方式，向我们阐释美，为我们辨析美，帮我们认识美，引领我们敲开美的大门。

<<美，从茶杯开始>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>