

DOI: 10.13957/j.cnki.tcxh.2018.02.023

对韦奇伍德陶瓷设计中“仿”与“创”的思考

谭静静

(清华大学美术学院, 北京 100084)

摘要: 陶瓷设计从本质上讲是一种创造,但“仿”却是一切创造的基础。“仿”是一种继承与传承,任何“创”都是在继承传统基础之上,没有“仿”就没有“创”。纵观韦奇伍德整个陶瓷设计发展历程,始终贯穿着“仿”与“创”。看似相对的两个特征却同时出现在百年陶瓷品牌韦奇伍德的设计发展中。而历经近260年的发展,其品牌价值日久弥新,既“仿”(继承、传承)传统经典设计,但又不恪守传统,而是在不断“创”(创新、创造)的过程中焕发活力。通过对韦奇伍德陶瓷设计中的“仿”与“创”的探究,引发我国陶瓷设计理论界进一步反思我国目前陶瓷设计发展的方向与目标。

关键词: 韦奇伍德;“仿”;“创”;碧玉炆器;黑色玄武岩

中图分类号: TQ174.74

文献标识码: A

文章编号: 1000-2278(2018)02-0248-05

Reflections on the “Imitation” and “Creation” in Wedgwood Ceramic Design

TAN Jingjing

(Academy of Art and Design, Tsinghua University, Beijing 100084, China)

Abstract: In essence, ceramic design is a kind of creation, but “imitation” is the basis of all creation. “Imitation” is a kind of inheritance, and any “creation” is based on tradition. No “imitation” no “creation”. Throughout the development of all the designs of Wedgwood ceramics, “imitation” and “creation” have been running alongside each other. The two seemingly opposite features appeared together in the design and development of the century-old ceramic brand Wedgwood. And along with its development over nearly 260 years, the brand value has been increasing. While “imitating” (inherited) the classical designs but not adhering to the traditional, Wedgwood artists have been constantly “creating” (innovating). Their efforts and achievements could lead to further reflection on the development direction and target of ceramic design in China.

Key words: wedgwood; imitation; creation; jasper; black basalt

乔赛亚·韦奇伍德创立的韦奇伍德是英国最具传统文化意义的,且充满传承性、创新性、商业性的高端陶瓷品牌代表。笔者在对韦奇伍德陶瓷企业的考察与研究中,首次按地点把其“发展历程”划分为:“伯斯勒姆(Burslem)早期、伊特鲁里亚(Etruria)中期、巴拉斯通(Barlaston)晚期”三个发展阶段。早期陶瓷器设计师充满了“仿”的学习与探索时期;中期则是“仿”与“创”兼有时期;而巴拉斯通晚期则是在适应科技进步的大环境下面向现代化生活方式的创新时期。

一、韦奇伍德陶瓷设计中的“仿”

装饰风格上,伯斯勒姆早期出现了仿中国宜兴

紫砂风格的赤红陶茶具和仿瓜果、蔬菜的茶咖具等仿生形态;中后期出现了仿古希腊罗马艺术风格的碧玉炆器和黑色玄武岩系列等。工艺上,韦奇伍德的碧玉炆器系列的浅浮雕装饰制作工艺与中国魏晋南北朝炆器陶瓷浮雕工艺有着异曲同工之处。大量史料文献表明,韦奇伍德乃至欧洲瓷器都是在大量学习中国的过程中发展起来的。

(一) 装饰上的“仿”

(1) 仿生形态系列

韦奇伍德在创立之初,陶瓷设计与同时代其他陶瓷企业的设计类似,造型以仿自然形态的瓜果、蔬菜、贝壳为主。由于绿色铅釉的发明,更是为蔬菜、水果造型的茶具创造了条件,首先应用在花

收稿日期: 2017-07-12。

修订日期: 2017-09-10。

通信联系人: 谭静静(1979-),女,博士。

Received date: 2017-07-12.

Revised date: 2017-09-10.

Correspondent author: TAN Jingjing(1979-), female, Ph.D.

E-mail: tanjingjing_2007@tsinghua.org.cn

椰菜器型的茶壶中，后逐渐用于其他瓜果器型的装饰。绿色铅釉花椰菜造型茶壶(见图1，笔者拍摄于斯托克陶瓷博物馆)是韦奇伍德在伯斯鲁姆早期所做茶具，在造型上完全仿制自然界中真正的蔬菜造型，几乎没有做任何改动，叶子部分施以绿色铅釉，使得形态更加逼真自然。众多早期设计作品，体现了当时仿生形态设计的流行以及人们对于自然世界的热爱与崇尚。

通过对早期作品的分析，可以看出韦奇伍德的仿生形态的陶瓷产品是建立在绿色铅釉发明的基础之上，而不是一味的模仿、抄袭，是“仿”的形式中蕴含着釉料上“创”的设计。

(2) “皇后御用餐具”系列

奶白色陶器是韦奇伍德在伯斯鲁姆早期最重要的产品系列之一，是韦奇伍德体现“仿”的另一代表性产品系列。韦奇伍德在原有奶白色陶器基础上进行了完善与改进，其高质量的产品得到了皇室成员的喜爱，被授予“皇后御用餐具”的称号。各种器型的设计作为对追求皇室风格的回应，装饰上特点为仿东方花朵图案和珍奇的鸟类纹样。在“皇后御用餐具”发展的后期，瓷器在韦奇伍德研制成功，有些产品的装饰题材甚至完全是对中国图案

的复制或想象的场景描绘，例如“杨柳式图案”、“婴戏图”，充满了英国人对遥远东方的浪漫想象和对中国乃至东方艺术的探索与学习的精神。主要代表系列有：英国夏洛特女王餐具系列和俄国凯瑟琳女皇定制餐具系列。韦奇伍德陶瓷博物馆的“蛙系列”餐盘(见图3)，是韦奇伍德为凯瑟琳女皇所定制的第二套奶白色餐具，一共包括952件不同的器具。装饰上包含了1244幅英国不同的风景画，而且每一件都绘有凯瑟琳宫殿的徽章——盾牌上的绿色青蛙图案。淡奶油色盘子边沿围以叶饰，中央为国王辖下的名胜古迹，用手工工笔的形式绘制。造型上，早期女王器皿的花瓶很少是原创，大多数“仿”自出版的书籍或真实的不同于陶瓷材料的其他材质所制成的原始形式等特定来源，如银器和镀金器物等，但却是完全适合于陶瓷设计的形式。许多早期的花瓶形状都是出自装饰性的水彩书籍，茶壶也大多仿制中国外销于英国瓷器的造型。

通过对仿生形态系列和奶白色陶器系列的分析，可以看出韦奇伍德早期产品体现了对中国文化艺术的钦慕，将东方艺术风格融入传统欧洲艺术风格中。其装饰风格纤巧、精美、浮华；装饰题材取自自然——花朵、藤蔓、岩石和贝壳等；颜色上大多欢快、轻柔；构图形式上以不对称为主要形式。韦奇伍德在伯斯鲁姆发展的10年，可以说是其陶瓷设计发展中“仿”的过程，是在这一过程中学习东方艺术，体察自然，积累学习经验的过程。艺术风格上一部分作品体现出洛可可与中国风格的混合，同时韦奇伍德对英国洛可可的发展又起到一定推动和传播作用。而之后在伊特鲁里亚中期的设计具有明显新古典主义特征。18世纪后期，新古典风格主宰了整个英国的审美品味。虽说18世纪是醉心进步的时代，但在设计中又致力于“仿”遥远的过去，



图1 韦奇伍德绿色铅釉花菜造型茶具

Fig.1 Wedgwood green lead-glazed cauliflower shaped teapot



图2 东方风格的皇后御用系列(茶壶)

Fig.2 An oriental Queen's ware (teapot)



图3 皇后餐具系列：“蛙”盘

Fig.3 Queen's ware "frog" plate



图4 皇后餐具系列“利物浦鸟”盘
Fig.4 Queen's ware "liver bird" plate

古希腊罗马艺术成为英国中上层阶级和文化精英的最爱，也就成为韦奇伍德热衷“仿”的素材与题材。

(二) 工艺上的“仿”

韦奇伍德最具代表性的、经久不衰的产品——浮雕玉石系列，在装饰工艺上采取浅浮雕的装饰形式，时至今日依然遵循古法制作。花瓶浮雕装饰部件(见图5)的制作工艺，采用模印浅浮雕的制作方法。首先，用铲子把粘土填入石膏模具中，用特质压泥工具压实后，再用铲子刮去多余粘土使其与石膏磨具齐平；其次，再用铲子将装饰部件从模具中取出放置于一潮湿板上避免其快速干燥，以备下一工序的工人粘贴于瓶体之上。然而，据史料记载，我国浮雕装饰工艺已经具有一千多年的历史。早在魏晋南北朝时期就已出现，在陶瓷艺术发展空前繁荣的宋代，这种工艺又得到更加广泛的运用。另外，德国学者雷德侯发现，韦奇伍德在读了“瓷器间谍”法国耶稣会传教士殷宏绪关于中国制瓷的书简后，曾专门派有经验的陶工到景德镇学习制瓷技艺，而浮雕玉石系列的发明恰是在此之后完成。

可见，韦奇伍德陶瓷制作工艺与中国有着不可分割的关系。

通过上述分析，不难推出这一追溯到1764年的浮雕装饰工艺与中国魏晋南北朝时期早已出现的炆器浮雕装饰工艺无不有着某些“仿”与“被仿”的关系。然而之后，乔赛亚又利用这一工艺技术，复制了非凡准确性和极具美感的仿古花瓶，美国大都会博物馆的浮雕玉石花瓶(见图6)，以及各种名人徽章和雕塑制品等。

二、韦奇伍德陶瓷设计中的“创”

韦奇伍德在伊特鲁里亚中期的发展充满了“创”的过程，碧玉炆器材质的发明、黑色玄武岩的创造，真正奠定了这一百年陶瓷品牌的国际地位。作为创始人的乔赛亚·韦奇伍德是拥有探索精神和伟大抱负的人，毕生致力于陶瓷材料的科学试验，在他的一生中展现了勇于“创”的品质。在他的备忘录中提到他的实验书籍：“其中一个实验包含841个条目，另一个包含4832个条目。……在韦奇伍德工厂，上万个陶瓷试片被保存下来”。他的继承者也秉承这一“创”的思想，延续了韦奇伍德的辉煌。极具“创”的、高品质的产品被销往世界各地，在同时代的陶工中脱颖而出。因此，这一时期是韦奇伍德在“创”的方面取得最辉煌成就的时期。而在巴拉斯通的发展则是韦奇伍德真正现代化生产的开始，除继续传统经典设计之外，创造了众多高品质的、适应现代化生产方式的创新性产品系列。

(一) 新材质的发明

碧玉炆器和黑色玄武岩是韦奇伍德最为人们熟知的作品，是韦奇伍德历经千百次的实验所开发的，浮雕玉石系列中的人物装饰浮雕都是由有着多年经验的师傅以精湛的手工艺完成，线条柔美，装饰风格纤巧浮华，这种新的材质带有浮雕玉石特有



图5 浮雕玉石系列石膏模具与浮雕制作工艺图
Fig.5 Plaster mould for Jasperware and carving process of bas-relief



图6 韦奇伍德碧玉炆器花瓶

Fig.6 Wedgwood Jasperware

的光泽，栩栩如生、唯美经典。黑色玄武岩是一种硬质高的炆陶，通过抛光，使其呈现明亮的黑色光泽。碧玉时期和黑色玄武岩的物质特性非常适合格鲁吉亚上流社会所喜爱的个性装饰。直至今日，浮雕玉石仍是全世界最珍贵的装饰作品之一，其神秘的配方至今仍是韦奇伍德独步全球的秘密。它是将文化传承以现代手法表现的最佳代表，其精雕细琢将洛可可风格完美体现。此系列主要以白色的浮雕玉石为素材，代表作品波特兰花瓶(见图7)，是对古希腊罗马玻璃花瓶的完全仿制，从艺术风格上来讲仿制达到了以假乱真的程度，是新材料的“创”和艺术形式的“仿”的高度统一。笔者将其归类为最具“创”思的陶瓷产品一类。因为从新材料的应用与新工艺的尝试上来讲，无疑是一种最具创新性与突破性的产品，“是一种艺术上的胜利”。

(二) 新技术的引进

乔赛亚除在新材质上进行积极的实验之外，还热衷于科学探索和对新工艺技术的引进与改良。因其是“月光派”的成员之一，在这一科学组织中结

识了像汉密尔顿、瓦特等科学家，激发他对科学的兴趣，并把科技引入生产，突破了艺术与科学的界限。乔赛亚对于陶瓷生产之科学性的最重要贡献，就是开发了用于测量窑炉内温度的高温计，即窑炉测温仪，有助于精确控制窑炉内温度，解决了只凭肉眼判断窑温的不确定性。同时窑炉是研究火山活动的重要的实验室，窑炉测温仪可以测量一千摄氏度以上的高温，不仅有助于煅烧陶瓷，也可以用于研究火山喷发。正是有了窑炉测温仪的发明，著名科学家斯巴伦扎尼以华氏温度单位测量维苏威火山的辐射热度，测定出熔融火山熔岩所需的温度。

另一在陶瓷生产中的创新型尝试，是1782年创始人乔赛亚为他的伊特鲁里亚工厂的生产订购了第一台蒸汽式发动机，因此成为第一个安装瓦特新的扶轮蒸汽机的陶工。这给他带来的优势就是不再依靠当时工业上普遍所使用的风力和水力，摆脱了靠风能为动力可能造成的不稳定性和不确定性。

(三) 现代多样化的创新风格

在当下这个陶瓷品牌竞争异常激烈的时代，韦奇伍德积极推出新的品类和款式，保持着创新的活力，呈现出来的是更加标新立异的创意设计。因为在产品材质品质相仿的情况下，创新的装饰设计的作用至关重要，这也是打动消费者的重要因素之一。韦奇伍德重视对设计师的发掘和培养，尊重设计师的个性和灵感，给设计师留有最大的创作空间，让他们淋漓尽致地发挥出自己的艺术才华。公



图7 韦奇伍德复制的“波特兰花瓶”

Fig.7 An replica of "the Portland vase"



图8 当代设计师作品

Fig.8 Contemporary designer works



司的设计师也有较强的创新能力,对时代有精准的把握,具备通达的学识。正因如此,韦奇伍德在一些具有纪念意义的节日和年份推出了一系列充满原创风格的精美作品。如250周年历史大事记系列和当代著名设计师系列等。

2009年,公司创业250周年之际,韦奇伍德集常年累积的技术、传统工艺与艺术之美三者之大成而设计了纪念性的珍藏系列。这些珍藏陶瓷艺术精品都是由品牌资深工艺大师亲手制作、装饰与彩绘。是创始人乔赛亚·韦奇伍德永恒不朽传承与创新的最佳佐证。当代设计师系列是韦奇伍德公司旗下最权威的设计师所设计。其中有Jasper Conran、Vera Wang、Martha Stewart、Barbara Barry等,这些设计师各具不同的风格,他们对美的理念、对时代特征有着精准的把握。例如设计师Vera Wang,她在陶瓷设计中将古老的东西与新的概念融合,创造出新的流行,延续着她在其他设计中一贯的优雅风情与浪漫情调;此外,她也特别注重商品的混搭,让每个人都可以自由的展现出属于自己的味道和个性,传递出一种年轻而充满活力的新时代优雅随性的生活方式。

三、对“仿”与“创”的反思

(一) 韦奇伍德陶瓷设计的成就

充满“仿”的设计反映了韦奇伍德对于传统的传承,同时也是韦奇伍德手工艺制作的卓越水平的有力佐证。充满“创”的设计是其经历两百多年风雨考验,依然保持国际高端陶瓷品牌地位而长盛不衰的法宝。从韦奇伍德陶瓷设计的百年发展中可以看出“仿”和“创”更是密不可分。优雅的充满“仿”与“创”的陶瓷产品设计,对英国人追求精致与完美的艺术品味产生了积极影响,同时韦奇伍德品牌的创立与发展向我们呈现了一个成功陶瓷企业的范例,为英格兰的商业带来可观利润。

(二) 对中国陶瓷设计发展的反思

反思中国陶瓷设计的发展,我们走了很长一段“仿”的道路,从学习的角度讲,工艺制瓷技术已经达到相当高的水平,尤其手工制瓷已达世界巅峰。但却一直被打上“仿”的标签。重新审视中国陶瓷设计发展现状,如果仅仅停留在“仿”的阶段(无论是仿自身还是仿别人),不仅在国际舞台没有一席之地,也标志着其设计水平与设计理念仍处于

滞后层次。中国陶瓷产品的“仿”已不再是学习的策略和工具,而成为追求利润的最终目的。从中国陶瓷企业的发展来看,这样的设计毕竟是“短命”的,即不长久的。

综上,把“仿”作为学习的手段,而不是最终目的,关键在“仿”(传承)的过程中寻求“创”(创新)的突破,把创造满足社会和人们生活所需的实用与审美的陶瓷产品作为陶瓷设计本身的根本目的所在,或许正是中国陶瓷设计发展中所应思考和遵循的基本设计原则之一。相信在不久的将来,中国陶瓷产品设计中“仿”的标签将很快被摘除,真正走出符合我国国情的、可持续的陶瓷设计的创新发展之路。

参考文献:

- [1][德]雷德候 著. 张总 等译. 万物——中国艺术中的模件化和规模化生产[M]. 生活·读书·新知 三联书店, 2012.
- LEDDEROSE L. Ten Thousand Things: Module and Mass Production in Chinese Art [M]. SDX Joint Publishing, 2012.
- [2][美]芬雷 著, 邓明萱 译, 等. 青花瓷的故事: 中国瓷的时代 [M]. 海口: 海南出版社, 2015.1.
- FINLAY R. The Pilgrim Art: Cultures of Porcelain in World History [M]. Haikou: Hainan Press, 2015.
- [3]KAELLGREN P. Wedgwood Artistry and Innovation [M]. Royal Ontario Museum, 2010.
- Peter Kaellgren 著. 韦奇伍德陶瓷艺术作品与革新[M]. 皇家安大略博物馆, 2010.
- [4]FINCH T. The genius of Wedgwood and modern ceramic art [J]. American Journal of Art, 1930.
- T.FINCH 著. 天才韦奇伍德与现代陶瓷艺术[J]. 美国艺术杂志, 1930.
- [5]Wills G. Wedgwood [M]. New Jersey: Chartwell Books, Inc., 1989.
- Geoffrey Wills 著. 韦奇伍德[M]. 新泽西 查特韦尔图书有限公司, 1989.
- [6]THOMAS J. The Rise of the Staffordshire Potteries [M]. Bath, Somerset: Admas & Dart, 1971.
- 约翰·托马斯 著. 斯塔福德郡陶瓷业的兴起[M]. 萨默塞特郡巴斯 Admas & Dart, 1971
- [7][英]阿德里安·福蒂 著. 苟炯煦 译. 欲求之物——1750年以来的设计与社会[M]. 南京: 译林出版社, 2014.4
- FORTI A. Objects of Desire: Design and Society Since 1750 [M]. Nanjing: Yinlin Press, 2014.