

浮雕陶瓷和玻璃

Jane Cooksey 和 Jane Webb Wolverhampton

大学艺术与设计学院博士研究生

1604年，被浮葡萄牙船只Santa Caterina号驶入阿姆斯特丹港，该船只所装的货物由一种神秘的材料制作，大多数欧洲人都从未见过。这些奇怪的货物是中国瓷器，它的质量‘囊状物包裹...极其易碎且...坚硬发光’。半透明的碗、碟上精致地点缀着奇特的蓝、白风景，吸引了所有在场人群，并使他们激动不已。

从那时开始，欧洲人对于中国瓷器的欲望酿成一种危险的比赛，那就是要寻求它的制造秘密。人们早期的生产尝试都是出于瓷器同玻璃的相似特点，围绕着欧洲早就有的玻璃生产工艺做试验，结果，不断的试验表明瓷器不可能通过这些人所熟悉的生产活动获得。最终，通过系统性试验，德国炼金术士Johann Frederick Böttger发现了秘方。

Böttger的成功反映了从文艺复兴思潮到启蒙哲学的转换。他的新方法可从两方面分析：一、他透过瓷器与玻璃的相似特征。这一相似性欺骗和误导了其他人的试验。为了发现瓷器的秘密，Böttger专注于它的不同寻常之处。二、对于东方人秘密的发现，没有将舶来品的辉光从瓷器器皿上移开，而是满足了人们对于不同产品的巨大需求。



十七世纪末，欧洲富裕人士掀起了收藏中国瓷器热。不过，这一收藏没有什么逻辑性，而是由主人的一时兴致决定。要描述是什么原因可能导致了从文艺复兴思潮到启蒙哲学的飞跃，这恐怕超出了

本文的范畴，但这一收藏活动中发生的变化却是非常清晰的。从个人的意愿出发，收藏活动简直被发展为一门“科学”，集聚的物品被视作物质世界的符号。而对于这些材料符号的安排，使人们获得了对于宇宙及人类在宇宙中的位置的了解。这种对于分类学的不断增长的兴趣有双重目的：它容许个人将自己排入宇宙秩序，并认识自己的地位(即富人和有教养之人)，而同时，它也将“别人”排入自己相关的位置。

关于中国是一个伟大的、先进的社会的描述是由欧洲旅行者带回的，他们的报道由东方物品的精美而证实。西方人以新形成的哲学词汇看待先进的概念，艺术教育和科学进步成为测量文明的尺度由此，在秩序日益完善的收藏世界，中国艺术品的地位由其象征的文化概念而被理想化。这一状况需要改变。虽然在欧洲人眼里，通过新启蒙哲学，中国的地位被抬高，但不久，同一种思想观念会作出不同的判断。

在西方文化中，科技进步带来的发展导致了广泛的工业制造水平的提高。最初，中国进口产品主导了欧洲市场，直至德国Meissen瓷器工厂的建立。随着类似的欧洲工厂的开张，开始了内部市场竞争。不同瓷器生产厂家之间的内部战役导致了对于设计、而不是材料的注意力。新设计的产生，使原先主导市场的中国进口产品显得逊色，对于东方瓷器的原始狂热似乎过去了。

在相对较短的时间里，欧洲人掌握了东方技术，并开始发展自己的风格。中国设计的明显的停滞被对照反映在充满活力的欧洲产品制造中。虽然中国瓷器制造商对欧洲市场及其技术作出了反应，但在欧洲人眼里，中国人对这种竞争的反应是沉稳的、且不以为然。

这种对于“设计”的强调使得那些用先前被视作比瓷器低等的材料制作的器具也开始在市场中竞争。从十八世纪六十年代开始，英国制造商乔希亚·韦奇伍德生产了依赖于设计吸引人的陶器。尽管用料低档，其设计(被称为“碧玉器皿”)却基于高级风格。‘韦奇伍德扮演了一个主要角色，在英国传布一种新经典风格’。他意识到了技术设计师的重要性，通过使用准确重复的高水平设计，他们可以同批量生产技术相互补。然而，韦奇伍德的做法似乎未能传播开来。英国政府出于害怕市场竞争日益激烈，欲寻求一种总体技术改进，作为避开经济威胁的手段。为解决这一问题，1835年，英国国会委托一个小型特别委员会来征询制造商对于装饰性设计应用的意见。在调查过程中，乔希亚·韦奇伍德建立的原则被作为模范做法而引起注意。

随着特别委员会调查程序的展开，韦奇伍德的经典设计方法被进一步讨论。讨论核心是“碧玉器皿”的受欢迎度：

1622年。‘消费者大众最崇尚的设计难道不是来自于庞贝(意大利古城)的挖掘物?’

为向特别委员会作证，约翰·克林顿·罗伯逊回答道：

‘...我怀疑那是否是人们最为追求的设计。有一种桌布图案长久以来应用很广，就是“柳树图案”，但它无任何经典之处可言。’

该对话揭示了统治思想拥护的内在价值观与大众设计趣味的差异。在某种程度上，上述提问和上述回答代表了该特别委员会思想同市场实际活动的区别。这种对于经典设计的偏见意味着鼓励居高临下的西方设计的雄心，这一点能从下列十九世纪三十年代中期以后披露的事件看得更清。’

“...铃声四处响起”。鸟鸣声、铿锵声、滴答声，协奏曲伴随着火炉声。炙热的火星环绕着宫殿的喷泉，在水帘中熄灭，水帘穿过发酸的烟雾；一场怪诞的歌剧。疯狂、谵妄的掠夺者们被一声震耳欲聋的爆炸声吓了一跳——来自火炉的热量挤碎了玻璃窗。出于令人眩晕的恐慌，人们纷纷扯下悬挂在颐和园墙上的镶银挂毯，扑打灼人的火焰...

欧洲和中国的文化同轴性注定两国将最终碰撞。英国雄心勃勃地要扩张其国际贸易市场，但西方人欲自由进入中国市场的要求却遭拒。中国人对外国人态度冷漠，视‘外国为附庸国’。因此，当英国的权贵们未能得到他们惯于从其他贸易国家获得的尊重，中英关系便如火上浇油。1834年，英国贸易主管在广东遭拒，引发了一场中英军事对抗，并最终导致了1860年对北京郊外帝室颐和园的洗劫。英国人无情地部署军事力量，迫使中国签订了使中国贸易让步的南京条约，并向西方商人开放了五个港口。这些事件使人们意识到中国文化的完整性已不再能够被保存。天朝(封建时代的中国)对于西方的披露文字可见下列王涛(Wang T'ao)于1864年的报道：

“外国人，来自于地球各个角落的外国人，现在在中国汇聚。这真是史无前例 一是天下之变奏。”

在这之前13年的1851年，英国成功举办了大英博览会。这个全世界首次博览会鼓励了其他国家通过展示自己的制作品和产品参与竞争。该活动从本质上说象一座戏院，而英国的技术进步就象是戏院的中心舞台。举办这次活动的潜在目的是公开邀请并聚集所有国家的产品到英国。这一动机同中国害怕外国通过‘聚合’实行文化入侵截然相反。

进一步说，1851年的活动是建立在世界和谐的意念上的。该博览会的目录反复宣称这一思想，并刊登了一则维多利亚女皇的声明，她把艺术的培养看作一种...保持世界和平’的方式。这一和平愿望与英国在东方贸易市场侵略性的扩张形成赤裸裸的对比。这一差异又由中国对于大英博览会的态度立大。当中国被邀请在博览会上展示器物时，中国人表现极其冷淡。为了反击中国人，英国人不得不自己搭起一个中国展台，陈列各种西方人长期收藏的东方物品。这些瓷器和漆器放在那些来自其他国家的富有创见的、时髦的产品旁，便导致了中国作品’被嘲笑为停滞不前的和墨守传统的局面。

但有一件来自东方的‘物品’英国人从未创作或解释过，Hee Sing，‘一个来自天国的大活人进口物’，出人意料地出现在开幕式上。当庄严的庆典仪式达到顶点时，本次活动的副专员‘悄悄地推搡着(Hee Sing)，使(他)．．跟在各国大使们的后面向前行’。如同建立一个‘中国’展台一样，英国人重塑了中国的‘外交官’形象，利用一个中国来访者的兴趣来代表整个天国。Hee Sing的出现不仅增加了此次博览会的吸引力，同时揭示了英国人更险恶的一面，那就是英国人潜在的目的、想被作为最强大的‘展品’展示在大英博览会上。

对于Hee Sing出席，没有明确的解释。这位高深莫测的人士的动机和兴趣，一直是个谜。也许是中国皇帝派他去考察外国场面的，因为在那可以看到所有的国家形象。当然，他的‘沉着、镇静’受到尊重，并提示了他此行的悄然目的。尽管这个中国人的出现被英国人以最逗人的自我优势感所利用，他的出现变低了英国试图代表东方的意图。我们可以把Hee Sing看作一种礼仪的象征，中国以这种方式把它的丰富文化渗透到西方。Hee Sing在此次博览会伤的沉稳曝光可看做反映了中国面对西方设计的残酷竞争依然保持自我矜持的态度。

当1835年约翰·罗伯逊向艺术与制造特别委员会作证时，他强调了‘柳树图案’的风靡，而不是经典设计的主导。这一图案由英国制造者从中国基调改编，并极受欢迎。从1796年左右它的开端，该设计始终带着东方影响的气味，经典艺术的升级并不能推翻它。

1854年，流行已久的‘柳树图案’的制作引发强烈的反响。在Wolverhampton第一所艺术学校的庆典上，Reverend J.B.Owen引用了这一常见的装饰例子来强调工业设计培训的重要性：

难道我们不能摆脱我们的陶器上那持续已久的蓝瓶柳树图案，因为图中有一个沮丧的中国人坐在那座孤桥上？令我们同样感到困惑的是，难以想象他是如何上桥的、又如何能下桥？世上有许多违反艺术规定和常识的事，人们指望由艺术学校来纠正，Wolverhampton比任何其他城镇都需要改进。

Wolverhampton周边的工业区迫切要求设计师们能够将高质量的设计应用到当地的装饰物品上。对于艺术培训的商业需要，由大英博览会带到了最前列，这一使英国形象极大提高的事件，同英国新转换的艺术教育制度一样，激励着人们注意应用设计原则及‘英国式趣味’。但是，尽管对于装饰性制品有了新的探讨，英国的设计师们继续受东方的、明显的‘违反艺术及常识’风格影响。

这一判断可由1851年Stourbridge玻璃业的发展来举例说明。大英博览会的深远影响，会同对于玻璃税收的取消，鼓励了对于设计活动的重新评估，导致了更多的对于材料、色彩、形状和技术的试验。W.H.,B., and J.Richardson公司将他们的产品广告为‘聚合英、法图案的最新款式和最佳风格’，但是，就拿他们最精湛的产品作分析，仍能清楚地看到受中国的影响。



John Northwood,玻璃业的一大实业家，创立了运用经典设计的装饰艺术。Northwood‘对传统物品着迷’，并且经常去欧洲各地研究博物馆藏品，在那些藏品中他一定看到了古罗马的花色浮雕玻璃。然而，要重制波特兰花瓶是种挑战，使这一独特技术的复活。到了1876年，Northwood获得了成功，创制了被引述为‘十九世纪第一块伟大的花色浮雕玻璃’。这种风格的升级由它与经典技术的内在联系所促成。但事实上，中国人整个十九世纪中都在制作花色浮雕玻璃，虽然这种东方花色雕刻玻璃的平行制作被分析过类似英国产品的历史学家所贬低。但是，对于Stourbridge花色浮雕风格产品的检查，发现在这种产品中有中国花色浮雕玻璃成分的事实。Stourbridge玻璃公司正在复制‘...非常相似，以至于那些对中国玻璃十分熟悉的人亦觉混淆’的产品。到了十九世纪八十年代，Thomas Webb&Sons公司雇佣了两名雕刻工，即Daniel Pearce和他的儿子Lionel。这二人以‘仿制中国烛花瓶著称’。即使没有公开拷贝中国的花色浮雕，中国产品的形状、色彩、设计及技术的影响也渗透到了其他浮雕风格产品的制作中。