

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2014.04.014

禅文化在产品中的审美价值

孟 燕

(湖南工业大学 包装设计艺术学院, 湖南 株洲 412007)

摘 要: 传统禅文化表达的是一种精神状态与人生境界, 其美学理念深刻地影响着工业产品设计, 并形成了具有浓厚禅宗意味的工业设计风格, 体现出独特的审美价值。在“天人合一”思想方面, 产品设计师遵循“自然之道”, 运用简单、质朴、静态的表现手法, 营造出深刻的禅宗意蕴; 在生态设计理念方面, 设计师强调返璞归真, 回归自然, 力求使所设计的产品既对环境不造成破坏, 又能满足人的功能需求; 在简素之美的设计风格上, 设计师运用朴素、不刻意造作、顺应自然的表达手法, 体现出一种简洁、质朴的设计风格。

关键词: 禅宗文化; 产品设计; 审美价值

中图分类号: TB472

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2014)04-0074-04

Esthetic Value of Dhyana Culture in Product Design

Meng Yan

(School of Packaging Design and Art, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

Abstract: Traditional Zen culture delivered an expression of state of mind and life realm and its aesthetic concept had profound influence on industrial product design, which resulted in the formation of industrial design style with a strong Zen meaning by reflecting a unique aesthetic value. In the ideology of "integration of nature and man", product designers followed "the Tao of nature" by using simple, unadorned and static technique of expression to create profound Zen connotation in products. In the aspect of ecological design, designers emphasized on recovering one's original simplicity, returning to nature, and striving to make the product design environmental friendly after meeting functional requirements. In the design style of simple beauty, designers used simple, inartificial and natural technique of expression to reflect corresponding design style.

Key words: Dhyana culture; product design; esthetic value

产品设计是人们思想意识和精神风貌的体现, 它涉及自然科学、社会科学等多种学科领域, 是一种综合性的设计艺术。佛教从印度传到中国, 在中华文化的影响下, 其修行方式和精神意蕴逐步发展演化, 最终形成了具有鲜明中国特色的禅宗文化。禅

宗文化是中国传统文化的重要组成部分, 随着社会的不断发展, 其美学理念逐渐渗透到人们的日常生活中, 潜移默化地影响着人们的审美观, 也渐渐影响着与人们日常生活息息相关的工业设计, 形成了具有浓厚禅宗意味的工业设计风格, 体现出其独特

收稿日期: 2014-03-18

基金项目: 湖南省教育厅科学研究基金资助项目(13C051)

作者简介: 孟 燕(1980-), 女, 湖南岳阳人, 湖南工业大学讲师, 硕士, 主要从事美术学的教学与研究,

E-mail: 22097217@qq.com

的审美价值。

1 禅文化与现代产品设计

禅是一种意境的表达,具有禅意境的产品一般由体现禅意蕴的外在实用形态和内在精神形态构成^[1]。实用形态是物质的,主要通过产品的设计元素来表达,这些元素包括造型、色彩、肌理等;精神形态是内在的,是指产品所体现出来的禅意、禅味。外在实用形态和内在精神形态共同组成了具有禅宗意味的产品设计。

禅文化表达的是一种精神状态与人生境界,是人们的一种人生感悟,对人类的一种终极关怀。归根究底,产品设计是人们的“一种精神状态、人生境界”的体现,也是人们“对人生的感悟以及对人类的终极关怀”。所不同的是,参禅的过程本身就是一种感悟和关怀,而产品设计是将这种“感悟”“关怀”通过所设计的产品表现出来,使其外化为人们看得见、摸得着的具体的东西。在深刻理解禅文化的基础上,产品设计通过造型、材质、色彩等表现手段,彰显出产品所具有的禅的特质与内涵。

禅宗认为,参禅首先需要个人对禅产生心理要求,然后借助禅法,对外在世界进行关照与体悟。产品设计也是如此。具有禅意味的产品并不是顺手拈来、自然生成的,而是设计者在设计过程中经过反复地思考与琢磨,通过恰当的表现手段,将其精神意志体现在作品中。在现代社会中,产品设计不再仅注重其产品的质量及实用性,产品设计理念及其文化内涵的传达也越来越受到设计师及消费者的关注。因此,从某种意义上而言,产品设计解决的不是设计问题,而是意义问题。产品的意义是人们的精神情感、社会意识等对社会现象所作出的一种情感反应与寄托。

2 “天人合一”思想

“天人合一”是中国传统儒家文化的精髓之一。天,就是大自然;人,就是人类;合,就是互相理解,和谐共处。禅文化不仅吸收了道家的自然思想,也融合了儒家“天人合一”思想。禅宗的最终理想是“天人合一,超越自然”^[2]。禅文化的这种理念体现在产品设计中就是追求人与自然的和谐与共融,天、人之间达到一种高度的相融性。中国传统思想早就告诉我们,人类只是世界万物中的一个部分,人与自然是互相关联、互为一体的。而现代社会高度发展的科学技术却在不断地掠夺自然,打破人与自

然的和谐。随着现代化建设的加快,生活在高楼林立、冰冷的钢筋混凝土和高科技产品之中的人们,越来越感觉到人与人之间的冷漠,感觉到生活的单调与乏味,人们对回归自然、与自然融为一体的渴望与日俱增。禅宗的这种“天人合一”的自然观与审美态度,给产品设计带来了新的春风。禅宗文化在产品中的运用,是人们对现实生活的一种精神关照。设计师将禅文化“天人合一”思想融入产品设计中,表达了人们在现代社会物质生活高度发展的环境下所追求的一种精神情怀,意欲放下心灵包袱的精神渴求,寻求放松休憩的心灵港湾。“天人合一”思想在中国传统的茶文化中早有体现,如由盖、碗、托3件套组成的茶盏就分别代表了天、人、地的和谐统一,缺一不可。

“天人合一”思想体现了对“自然之美”的推崇。受禅宗思想的影响,产品设计师遵循“自然之道”,为了营造出禅品的深刻精神境界,其通常运用简单、质朴、静态的表现手法进行烘托,这不仅是自然的回归,也是人性的回归。目前,我国将传统禅文化融入工业设计较成功的公司为洛可可设计公司,其自主设计了“上上”禅品系列产品,成功地将禅文化融入其品牌理念,品牌效应较好^[3]。“上上”禅品系列产品中的“高山流水”香台设计(见图1,图片来源于<http://shijue.me/vcenter/users/1308660>)即很好地体现了这种禅文化。香台的功用就是在燃香时托住香和香灰。该产品设计运用石头的自然形态,以石头流动的线条和垒叠的姿态,将朴素的自然之美展现得淋漓尽致。燃香时,烟雾缭绕,雾气氤氲,卵石的垒叠形成石阶,烟雾顺着石阶流淌下来,如同瀑布从石头山上倾泻而下,又如同潺潺流水漫过山间,刻画出一幅高山流水的自然气象,其设计之巧妙令人惊叹。“高山流水”香台设计以小见大,宛然天成,无刻意设计的痕迹。洛可可设计公司给这款产品的气质内涵定义为“善”,喻示着人与自然的和谐、心灵与心灵的交流。这款产品不仅超越了实用、审美的功能,而且满足了人们回归自然的情感诉求,并唤起了人们心灵交流的渴求。



图1 “高山流水”香台

Fig. 1 Mountain stream incense table

3 生态设计理念

禅宗将生命主体与生态环境视为统一体,认为天地同根,众生平等,万物一体,依正不二。禅宗“依正不二”的观点,主张人与生存环境和谐相处,即在同一自然中和谐存在或融为一体,如此才能保证人类自身的发展,这从根本上还原了人与自然、人与整个世界最原始、最本真的关系。这些观念与产品生态设计理念不谋而合。

禅宗关于人与自然和谐共处的智慧,早已广泛融入中国寺庙、园林、佛塔、诗歌、绘画艺术中。随着现代社会的发展,禅宗思想对工业设计的影响也越来越深远,由此,产品生态设计应运而生。产品生态设计又称绿色设计,是指在设计的全过程中充分考虑环境因素,重视产品生命周期全过程对环境所造成的影响。这种设计理念可以帮助确定设计的指导方向,使设计师们不断改进设计,将产品对环境的影响降至最小。生态设计理念要求所设计的产品既要对环境不造成破坏,又能满足人的功能需求。现代日本设计师的一些设计语言,如“风之道”“光之道”“水之道”等,即为运用生态设计理念的典型代表^[4]。

20世纪,在世界设计史上,芬兰的设计几乎成为了现代设计的代名词。芬兰设计强调返璞归真,回归自然。芬兰设计师卡伊弗兰克提出了反设计的设计理念。反设计是指设计的最终结果是在正设计的基础上有意识地融入程序性、障碍性、暗示性的设计,它不是以商业目的为设计的出发点。反设计或没有设计,从来不是设计的反义词。它意味着纯粹、优美和自然,给予思想和诠释更多的空间;它努力打破世俗偏见和陈规陋习,还物体本身以完整的自然状态^[5]。

卡伊弗兰克设计的白瓷餐具(见图2,图片来源于<http://home.163.com/12/0401/16/7U13KLT400104JIK.html>)是这种“反设计”理念的经典代表之作。这套白瓷餐具造型简洁,没有任何多余的装饰,不仅适宜于大批量生产,而且极大地降低了成本,将只有在展览馆才能看到的现代设计带到普通人的生活中,成为现代设计平民化的最好诠释。芬兰人热爱自然,其设计多运用自然、淳朴的元素,以木材作为设计的基本要素等,都与他们亲近自然有很大的关系,因为亲近自然,他们也反对任何人为的装饰。芬兰人长期生活在极地,资源的匮乏使其对材料极其珍惜,他们尽可能用最少的材料生产出最好的产品,因此,芬兰的设计整体上倾向简洁。芬兰的设计不为流行,

不为奢华,就像空气与天空,水与森林,大地与大海,一切那么自然、朴素、平和。

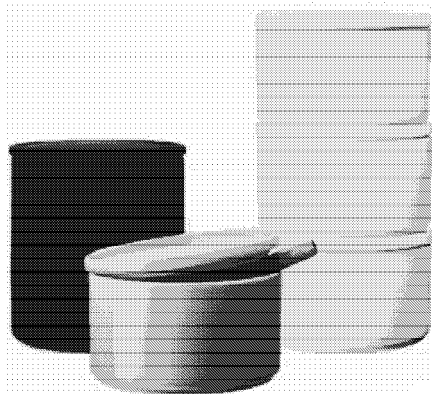


图2 卡伊弗兰克设计的白瓷餐具
Fig. 2 Tableware design by Kaj Franck

4 简素之美

禅宗认为,天地万物与人是同根一体的。我国古代就有“大象无形”“大道至简”“大音希声”等简单、质朴、单纯的禅宗理念^[6]。禅宗认为事物表面的绚丽多姿或者繁琐的装饰就像镜子上的灰尘一样,迷惑了人们的心智,所有这一切都不是在真实的时空中发展起来的,所以我们无法看清事物的本质,只能通过“顿悟”才能去除镜子上的“灰尘”,还事物以本来面目,显示事物纯净、朴素与自然之色,以启发人的心智。禅宗的这种“顿悟”观体现的正是简素之美。在当今世界,快节奏的生活以及对奢华、繁琐事物的过度追求,使人们越来越强烈地向往简单、纯净、朴素的风格。

简素之美是一种朴素、不刻意造作、顺应自然的审美风格,这种审美风格是事物外在表征与内在精神的和谐统一。在工业设计中,简素之美的设计风格并不是单纯的简化,而是通过简化的设计营造一种禅宗的简素精神意境。设计师们通过一目了然的简洁设计,表达其深远的禅的精神,即简单、静态、质朴的精神意境,给人们带来具有禅意味的精神感受。正如齐白石大师所说的:“艺术创作宜简不宜繁,宜藏不宜露”,工业产品设计也是如此。

禅文化对日本设计的影响颇深,日本的各种设计大多体现出禅文化。禅的精神境界已经深深植入日本人的生活当中,无论是日本神社的建筑,还是普通民宅的造型,以及其他工业产品或日用产品,都能看出禅的影子。日本的设计崇尚自然与朴实,强调物体的简素之美,与其说这是一种设计理念,不如说是一种生活哲学。日本设计师倡导简单的优于

复杂的,轻巧的胜于笨重的,幽静的强过喧闹的,并通过简单、质朴、纯净的设计,传达出一种不简单的、非质朴的、具有活力与感染力的精神意蕴,这就是禅的精神意境。

日本著名的产品设计师深泽直人便抓住了禅宗的精髓,其设计的每一件作品都堪称日本产品设计的经典,是将禅宗文化与产品设计相结合的经典案例。深泽直人作品的“简洁”,并不是普通人所理解的“构造简单”,而是在充分保证产品功能的基础上,通过简洁的设计,尽量去除一些不必要的、繁琐的装饰,同时,在产品的细节上进行改变而产生新的设计,从而产生一种充满人文关怀的新的设计价值。当一件作品被简化到最低限度,它所散发出来的是一种最平衡的状态^[7]。如深泽直人设计的手表(如图3所示,图片来源于http://shijue.me/show_idea/51041b989d711543f9000024)。手表是人们日常生活中最平常、最普通的生活物件,其基本功能就是显示时间兼搭配衣服或者体现身份等,而市场上各种各样的手表可谓应有尽有,但是这些手表设计得不是过于呆板就是过于奢华,让人无从选择。而深泽直人设计的手表却是简洁中不失高雅,设计师将12格时间刻度简化为手表外形结构形体中的12边形的12个顶点,整个表盘留白,只剩下时针与分针,干净利落,既满足了人们对手表的功能需求,又不失简洁和细腻,可谓达到了简洁的最高境界。

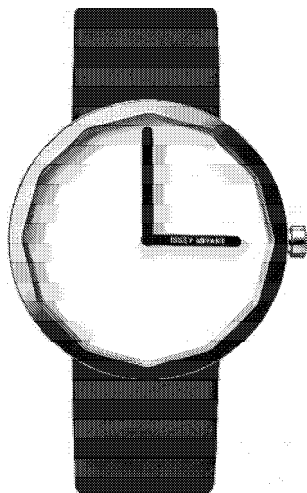


图3 深泽直人设计的手表
Fig. 3 Watch design by Naoto Fukasawa

5 结语

禅宗美学是一种静默的哲学,禅的精神就是直取事物的本质,不拘泥于形式,一切都处于自然而然的自然状态。禅宗认为,天地万物与人是同根一体的,由此衍生出简单、质朴、纯净等精神意旨,这与西方流行的简约主义不谋而合。人类已进入信息时代,东西方世界都在极力寻找一种可以连接彼此的纽带,

禅文化顺应了时代发展的需求,逐渐成为一种流行的时尚理念,这种理念对工业产品设计产生了深刻的影响。现代工业产品设计不再仅仅为了满足人们的物质需要及对产品的功能性需求,而将注意力更多地转移至人们的精神世界,力求将人们亲近自然、回归纯真的精神诉求融入产品设计中,营造出一种简单、质朴、纯净的禅宗意境。

参考文献:

- [1] 胡适. 禅宗是什么[M]. 桂林: 漓江出版社, 2013: 22-23.
Hu Shi. What Is Dhyana[M]. Guilin: Lijiang Publishing House, 2013: 22-23.
- [2] 申伟国. 传统生态美学思想影响下的产品设计研究[D]. 无锡: 江南大学, 2008: 13-15.
Shen Weiguo. The Study of Product Design Under the Influence of Thinking of Traditional Ecological Aesthetics [D]. Wuxi: Jiangnan University, 2008: 13-15.
- [3] 洛可可设计集团. 上上禅品, 设计“悟”生活[J]. 工业设计, 2011(12): 72-75.
Luokeye Design Group. “Enlightenment” and Zen, Design Life[J]. Design Ideas, 2011(12): 72-75.
- [4] 肖小英, 肖保英. 探悉禅宗文化与现代家具设计中的生态设计[J]. 山西财经大学学报, 2011, 33(4): 235-236.
Xiao Xiaoying, Xiao Baoying. Analysis of Zen Culture and Ecological Design in Modern Furniture Design[J]. Journal of Shanxi Finance and Economics University, 2011, 33(4): 235-236.
- [5] 汪程. 从日用陶瓷看自然与设计间的无痕设计[D]. 景德镇: 景德镇陶瓷学院, 2013: 128-130.
Wang Cheng. The View of the Design Without a Trace from Ceramic Design of Daily Design Between Nature and Design [D]. Jingdezhen: Jingdezhen Ceramic Institute, 2013: 128-130.
- [6] 南怀瑾. 禅宗与道家[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2003: 56-57.
Nan Huaijin. Dhyana and Taoists[M]. Shanghai: Fudan University Publishing House, 2003: 56-57.
- [7] 王淼. 禅境在现代包装视觉设计中的运用研究[D]. 无锡: 江南大学, 2009: 17-18.
Wang Miao. The Research on Use of Zen Vision in Visual of Modern Packaging Design[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2009: 17-18.

(责任编辑: 徐海燕)

