

嵌银漆器中“天人合一”设计理念的研究

王萱, 张仲凤

(中南林业科技大学, 长沙 410004)

摘要: 目的 从“天人合一”的设计理念切入, 深入分析嵌银漆器中“天人合一”设计理念的具体表现。

方法 运用文献研究法、分析法、归纳法发掘出嵌银漆器设计中关于“天人合一”理念与现代设计的沿革与联系。**结论** 旨在提出“天人合一”设计理念的核心思想是促进人与自然、社会的可持续性、和谐发展, 并为现代设计推崇的绿色设计、人性化设计等设计思想提供丰富的设计思维和创作思路, 使现代设计更能满足人与自然、社会的共同发展。

关键词: 嵌银漆器; “天人合一”理念; 自然; 人文; 和谐

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2014)08-0113-04

The Design Concept of "Unity of Man and Nature" in Inlay Silver Lacquer

WANG Xuan, ZHANG Zhong-feng

(Central South University of Forestry and Technology, Changsha 410004, China)

ABSTRACT: Objective Starting from the design concept of "unity of man and nature", then it analyzed how inlay silver lacquer revealed the design concept. **Methods** By using literature research method, analytical method and inductive method, it finally explored the inheritance and relationship between the design concept of "unity of man and nature" and modern design. **Conclusion** It proposed the design concept of "unity of man and nature" focus on promoting sustainable and harmonious development of man, nature, and the society, and provided rich design thoughts and creation methods for the modern design that promoted green design and humanized design to make the modern design better meet the requirements for harmonious development of man, nature and the society.

KEY WORDS: inlay silver lacquer; concept of "integration of man and nature"; nature; humanities; harmonious

在源远流长的文明史中,“天人合一”思想是中国传统文化的基本精神,这种传统文化精神也体现在民间传统手工艺品的设计理念中。这里以潍坊嵌银漆器为例分析“天人合一”理念在手工艺品中的体现,旨在让传统手工艺品受到更多关注的同时,沿承其中的设计艺术思想和理念,为现代设计提供更丰富的设计元素与思维。

1 潍坊民间嵌银漆器简介

潍坊属齐鲁之邦,自古以来,这里能工巧匠层出不穷,文物古迹、工艺珍品驰誉中外,是一座历史悠久的文化古城^[1]。清代康熙年间,潍坊工匠们比照古代器物上的“金银错”工艺,试着在铜器上镶嵌金银丝花

收稿日期: 2013-11-10

作者简介: 王萱(1987—),女,山东潍坊人,中南林业科技大学硕士生,主攻家具与产品设计。

通讯作者: 张仲凤(1975—),女,河南新乡人,中南林业科技大学副教授、硕士生导师,主要研究方向为家具工程。

纹,为潍县嵌银漆器的兴起与发展奠定了基础。迄今潍坊嵌银漆器经过200多年的沉浮发展,形成了独特的制作工艺,并成功入选了山东省首批非物质文化遗产名录^[2]。

目前嵌银漆器手工艺制品主要分工艺品和家具两大类。具体分为工艺品类:文房四宝、龙头百寿拐杖、筷子、首饰盒、如意、舵轮、方鼎、带耳方花瓶、双龙圆花瓶、宫扇、看盘、宫灯、小摆件等;家具类:座椅、雕龙床、雕刻橱、博古架、花架、梳妆台、屏风、烟具等^[3]。

2 嵌银漆器“天人合一”设计理念具体体现

“天人合一”认为人与天相通,人的善性天赋,尽心知性便能知天。这里“天”与“人”之间的关系,也就是自然与人类之间的关系^[4]。“天人合一”思想在嵌银漆器设计理念中主要表现在两方面。一方面,嵌银漆器手工艺品设计中更多地表达了一种“自然天成”的审美意识。制作通常采用木材、天然大漆、金银丝等自然材料,不做过多加工,适度的金银丝装饰与漆器浑然天成,更显自然美;另一方面,在嵌银漆器特别是纹样设计中追求从人性的角度去设计,使之“尽人性”,要求自然美与人文美相得益彰,传统手工制作让漆器更具“人情味”,使嵌银漆器达到一个物质与精神合二为一的理想境界。

2.1 崇尚效法自然之自然美

“山川自然之情,造化之妙,非人力所能为”,古人基于“比类取象”的思维,形成了崇尚自然、效法自然的审美观。中国工艺思想重视工艺材料的自然品质,主张“崇尚自然”、“因材施艺”。中国传统工艺美术在造型或装饰上总是尊重材料的规定性,充分利用或显露材料的天生丽质,这种卓越的意匠使中国工艺造物具有自然天真,恬淡优雅的趣味和情致^[5]。嵌银漆器对自然材料的广泛使用、自然元素在装饰纹样中的广泛运用等无不反映了其崇尚自然美这一点。

嵌银漆器的自然情结首先反映在对材料的选取和运用上。嵌银制品多采用硬木制作,注重展现硬木的天然纹理。在对质地坚硬、色泽幽雅、肌理华美的珍贵木材的认识、运用中,力求充分展示木材本色的自然之美,比如木材致密而富有弹性的自然质感、幽雅沉着的自然色泽、瑰丽华美的自然木纹;其次,在嵌

银漆器装饰纹样设计中,从自然中获取、抽象、变形、夸张,将各种自然之道倾注于图案与纹饰中,追求这种“神似而形不似”的造物观也是“天人合一”效法自然的本质所在,这些都使嵌银漆器制品充分演绎到了一种“自然天成”的感觉,见图1;第三,嵌银漆器工艺中充分利用银自然的柔韧性和延展性等特质,通过“拔丝”工艺把银转化为“线”(银丝),使之成为一种装饰表现语言元素融合到表现手法当中去,更能体现此类器具的自然与精致。

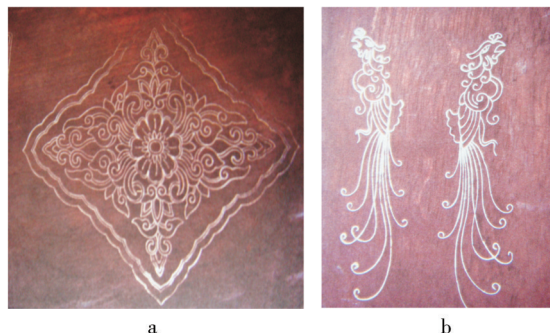


图1 自然元素的运用和变形(花卉纹样和风纹变形)

Fig.1 Application and deformation of natural elements(flower pattern and phoenix patterns deformation)

2.2 注重以人为本之人文美

中国文化一向崇尚人的价值,主张人的核心作用,即“以人为本”。“以人为本”不仅要遵从人体工学的原理符合人体尺度,更要注重漆器的非物质性,即体贴人的情感和心理需求^[6]。首先,在嵌银漆器中,古典的嵌银家具一直有着自己固有的黄金尺寸,这样的尺寸使家具更为符合人的舒适尺度并且更为牢固,这也体现了嵌银制品对“人”的重视。其次,中国传统工艺造物往往借助造型、体量、尺度、色彩或纹饰来象征性地喻示不同的寓意内涵,其中装饰纹饰的不同更能直观的赋予不同的人文精神和审美感受。嵌银漆器制品装饰纹样非常丰富,主要有山水类、人物类、花鸟类、民间吉祥纹样、古器物纹样。不同的装饰纹样使器具蕴含着不一样的人文寓意。例如,人物类的表现主题多取材于神话故事、民间传说、历史人物,其中以表现女性题材居多,这在一定意义上反映了民众的审美心理需求;山水花鸟类纹样平易近人、通俗易懂,结合器具的形体,给人一种自然合体之感,满足了人们追求自然之美的心理需求;吉祥纹样是劳动人民世代

相传的一种“集体表象”,反映着人们善良健康的思想感情,渗透着民族传统和民族习惯。吉祥图案多通过借喻、比拟、双关、象征以及谐音等表现手法,构成一种主题鲜明、构思巧妙,具有浓烈民族特色的艺术形态^[7]。嵌银漆器中此类纹样较多,有双凤和鸣、五狮戏球等,满足人们祛灾祈福、向往美好生活的心理需求。最后,嵌银漆器中常用的镶嵌材料“银”在中国传统文化背景下,常被赋予财富、高贵、明亮等内涵,它所隐喻的历史文化及情感价值使得嵌银漆器制品更具人文内涵。

2.3 追求天人调谐之和諧美

在中国民间传统工艺设计中,“天”之自然属性决定了设计中要崇尚自然,亲和自然,形成一种“效法自然”的设计理念;而从“人”的角度去理解,中国人固有的“物以致用”观是“以人为本”设计理念的体现。“天人合一”思想中对待自然的态度,是使人与自然和谐相处,追求人与自然的和谐统一,以达到“天人调谐,以和为美”的设计思想^[8]。

嵌银漆器制品既是具有使用价值的器具,又是具有人文内涵的艺术观赏品,其所呈现的外观物质形态与内涵精神意蕴的和谐统一,实用性与审美性的和谐统一,感性关系与理性规范的和谐统一,材质工艺与意匠营构的和谐统一,这些正是嵌银漆器制品追求“天人调谐,以和为美”和谐性的表现。这种高度的和谐性,正是“天人合一”设计理念的真正意义所在。

3 嵌银漆器“天人合一”设计理念在现代产品设计中的应用

追求“天人合一”设计理念的潍坊嵌银漆器制品与现代产品设计中所提倡的人与自然和谐的理念不谋而合。前面阐述的嵌银漆器“天人合一”的设计思想从人与自然和谐共生的理论视角,提出了人、自然与产品三者和谐共生的价值目标,为现代产品设计找到了最好的切入点。Tiffany推出的Elsa Peretti的“太极”系列首饰和部分现代发展的嵌银首饰,就完美的诠释了嵌银漆器所体现的“天人合一”设计理念。

3.1 自然的设计

“太极”一词本就是派生万物的本原,本原生万

物,万物合一,即天人合一。Tiffany的产品整体设计首先以最单纯的外观来表现,设计本身就是自然和毫无修饰的,见图2。其次,纯净的稀有材质表达了事物的简洁单一,产品的外型线条流畅柔和,与人体的完美贴合更体现其自然和谐。设计师充分考虑人们崇尚自然、返璞归真的心理感受而选用银、水晶等天然材料,这样不仅利于人体健康,同时又拉近了人与自然的距离,令人感到亲切与轻松,从而保持了设计的自然感^[9]。又如嵌银现代新发展的民族风项链,见图3,以水滴为外形,镶嵌莲花、青烟等自然元素纹样,设计处处透露着嵌银漆器“天人合一”理念的自然气息。



图2 蒂芙尼 Elsa Peretti 系列太极纯银项坠、耳钉
Fig.2 Tiffany Elsa Peretti Eternal Circle pendant, ear stud

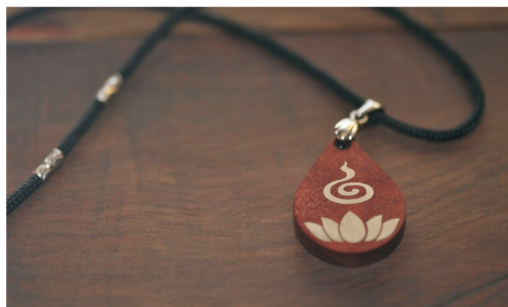


图3 嵌银项链
Fig.3 Inlay silver necklace

3.2 人文的内涵

中国人有一种最简单、最平衡的心理趋势,在视觉上简洁,但在文化上要含有丰富的底蕴,Elsa Peretti的“太极”系列首饰是通过不同材质的不同寓意来体现其不同的人文关怀。除了代表优雅、高贵的银质首饰外,设计师还采用了紫水晶和墨玉来表达设计的人文内涵。紫水晶代表灵性、精神、高层次的爱意,可以作为对仰慕者的一种定情物、信物,在今天,紫水晶则

被视为是“诚实”、“纯真的爱情”的标志,见图4a。墨玉,属于翡翠中的一种,玉通常都有如意、长寿、平安、吉祥的寓意。墨玉作为馈赠佳品,具有很美好的意义,同时又有辟邪的说法,见图4b。包括嵌银首饰运用的莲花纹样,同样有代表“净土”,象征“纯洁”,寓意“吉祥”的人文内涵。这些正是嵌银漆器“天人合一”设计理念中人文美在现代产品设计中的一种运用。



图4 蒂芙尼 Elsa Peretti 系列

Fig.4 Tiffany Elsa Peretti Eternal Circle pendant

3.3 和谐的统一

一阴一阳,一黑一白的太极图形不仅包含着中国古代的哲学思想,还暗含着中国的文化精神,有着“物我相融,物我双忘”“自然美与人格美完美统一”的深远寓意^[10]。以“和谐”作为人本身,人与人、人与自然之间相处的核心,倡导尊重自然与以人为本,并用“和谐”的能量来使我们的心灵与自然环境相统一。Tiffany 产品的形与态是否与人们的物质、精神融合在一起也就是嵌银漆器“天人合一”设计理念中所体现的两物相互依存、相互补充,和谐统一。

4 结语

嵌银漆器鲜活生动地记录了潍坊人民的杰出智慧和天才创造,折射出中华民族思维方式、审美方式、发展方式的魅力与神韵,设计中传达着人与自然、理性与情感、物质与精神的交汇与统一,即“天人合一”的设计理念,具有鲜明而不可替代的文化价值和借鉴意义。

嵌银漆器中体现的“天人合一”设计理念在现代产品设计中有着广泛的用武之地,为产品的设计提供了用之不竭的创作源泉,对产品设计的发展具有重要的

意义。现代设计中“效法自然”的绿色设计和“以人为本”的人性化设计,其共同目的是追求节约自然资源,满足人类需求,克服生态危机的“天人调谐”的和谐设计^[11]。嵌银漆器“天人合一”的设计理念不仅能为现代设计提供新思路,更能促进社会的可持续性发展。

参考文献:

- [1] 孙东宁.潍坊红木嵌银漆器传统手工技艺[M].北京:文化艺术出版社,2009.
SUN Dong-ning.Weifang Redwood Inlay Silver Lacquer Ware Traditional Manual Techniques[M].Beijing: Culture and Arts Publishing House,2009.
- [2] 化凯.潍坊“红木嵌银漆器”传统手工技艺调查[J].科技传播,2010(19).
HUA Kai.Weifang "Redwood Inlay Silver Lacquer Ware" Traditional Manual Techniques Survey[J].The Transmission of Science and Technology,2010(19).
- [3] 李晓静.潍坊嵌银漆器述略[J].兰台世界,2011(26).
LI Xiao-jing.Weifang Inlay Silver Lacquer Sketch[J].Lantai World,2011(26).
- [4] 郝海燕.儒家的“天人合一”与人和自然的和谐[J].江西社会科学,2012(5).
HAO Hai-yan.The Confucianists' So Called "Man is an Integral Part of Nature" and the Harmony between Humanity and Nature[J].Jiangxi Social Sciences,2012(5).
- [5] 胡俊红.“天人合一”思想在中国家具中的体现[J].包装工程,2007,28(10):125.
HU Jun-hong.Embodiment of Harmony between Human and Nature in Chinese Furniture[J].Packaging Engineering,2007,28(10):125.
- [6] 孙菁.论天人合一与现代中式家具设计[D].长沙:中南林业科技大学,2009.
SUN Jing.The Philosophy of Harmony between Nature and Human Beings on Modern Chinese Furniture Design[D].Changsha: Central South University of Forestry and Technology Furniture,2009.
- [7] 王文灏.吉祥装饰纹样在中国传统建筑中的应用及其儒家思想内涵探析[J].民俗研究,2012(3).
WANG Wen-hao.An Exploration of the Employment and Its Confucian Connotations of Auspicious Patterns in Traditional Chinese Architecture[J].Folklore Studies,2012(3).
- [8] 马骥.儒家“天人合一”思想对绿色设计的启示[D].太原:太原科技大学,2012.

(下转第120页)

4 结语

在植入广告泛滥的今天,谁能更好地把植入广告巧妙地植入到影视剧中,将艺术性与功利性完美融合,谁才会是最大的赢家。通过对以上几种视听元素在植入广告创意中的应用分析,得出提高植入广告创意的一些方法和技巧:恰到好处的色彩;完美的画面;广告语的巧妙植入,都可以使植入广告融入到电影剧情中,达到“润物细无声”的效果,只有这样,植入到影视中的产品广告才算成功。

参考文献:

- [1] 房宁.论消费者心理与现代广告创意[J].理论界,2008(8): 95.
FANG Ning.On the Consumer Psychology and Modern Advertisement Creative[J].Theorists,2008(8):95.
 - [2] 王亦敏,丁文.产品设计中的色彩情感要素分析[J].包装工程,2011,32(14):137—139.
WANG Yi-min, DING Wen. Color Emotional Factor Analysis in Product Design[J].Packaging Engineering, 2011, 32(14): 137—139.
 - [3] 钟铃铃.平面广告创意与表现——基于视觉思维的研究[D].天津:天津工业大学,2006.
ZHONG Ling-ling.Flat Advertising Creative and Performance Based on Visual Thinking Research[D].Tianjin: Tianjin Polytechnic University,2006.
 - [4] 潜铁宇,杨亚菲.广告撞色美学法则在视觉选择上的应用[J].包装工程,2013,34(6):11—13.
QIAN Tie-yu, YANG Ya-fei.Application of Advertising Hit Color Aesthetics Rule in the Visual Selection[J].Packaging Engineering,2013,34(6):11—13.
 - [5] 刘恩御.色彩科学与影视艺术[M].北京:北京广告学院出版社,2002.
LIU En-yu.Color Science and Visual Arts[M].Beijing: Beijing Advertising Institute Press,2002.
 - [6] 高邦仁.和谐之美[J].互联网周刊,2010(23):47.
GAO Bang-ren.Harmonious Beauty[J].Internet Week, 2010(23):47.
 - [7] 梅萨里·保罗.视觉说服——形象在广告中的作用[M].北京:新华出版社,2004.
MEISALI P.Visual Persuasion; the Role of the Image in the Advertising[M].Beijing: Xinhua Publishing House,2004.
 - [8] 史可扬.影视传播学[M].北京:中国传媒大学出版社,2006.
SHI Ke-yang.Television Communication[M].Beijing: Communication University of China Press,2006.
 - [9] 汪梨.影视植入式广告之审美研究[J].武汉纺织大学,2010(4):56.
WANG Li.Video Placement of Aesthetic Studies[J].Wuhan Textile University,2010(4):56.
 - [10] 孙庆民.论角色性格[J].学术交流,2011(5):78.
SUN Qing-min.On the Role of Personality[J].Academic, 2011(5):78.
-
- (上接第117页)
- MA Ji.The Inspiration of Chinese Confucianism on Green Design[D].Taiyuan: Taiyuan University of Science and Technology,2012.
 - [9] 孙欧雯.传统艺术与现代产品设计——论太极概念在产品设计中的运用[J].科技资讯,2010(7):228.
SUN Ou-wen.Traditional Art and Modern Product Design: Taiji Theory Concepts Used in the Product Design[J].Science and Technology Information,2010(7):228.
 - [10] 刘和山,金涛.由太极图看中国产品设计风格之形成[J].包装工程,2005,26(5):155—156.
LIU He-shan, JIN Tao.The Chinese Product Design Style of the Form by the Taiji[J].Packaging Engineering, 2005, 26(5): 155—156.
 - [11] 南康康,张思望.绿色设计与“人性化”设计[J].西北大学学报(哲学社会科学版),2008(2):9—12.
NAN Kang-kang, ZHANG Si-wang.Green Design and "Humanized"Design[J].Journal of Northwest University (Philosophy and Social Sciences Edition),2008(2):9—12.