

论先秦美学思想对现代家具审美的启示

张华

(湖南工业大学, 株洲 412007)

摘要: **目的** 探讨先秦美学思想对现代家具审美的影响。**方法** 基于先秦时期的文化环境, 结合传统视角的审美思想, 研究现代家具审美的内涵, 具体包括5个方面, 即文质彬彬的和美、大象无形的质美、虚静空灵的意美、形具神生的情美以及五觉维度的全美。**结论** 现代家具的审美及其设计, 首先必须回归审美主体的本质需求, 并深入研究政治、经济、伦理、技术、环境等社会生存命题, 确切把握当前具体历史情境, 才能在完善家具功能和品质的基础上, 满足人们创造性的精神需求。

关键词: 先秦美学; 现代家具; 审美

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)08-0090-04

Enlightenment of the Pre Qin Aesthetics on Modern Furniture Aesthetics

ZHANG Hua

(Hunan University of Technology, Zhuzhou 412007, China)

ABSTRACT: It analyzes the influence of the pre Qin aesthetic thoughts on the of modern furniture aesthetics. Based on the cultural environment of the pre Qin period, it analyzes the aesthetic connotation of modern furniture combined with aesthetic ideology of the traditional perspective, including five aspects: harmony, natural, conception, emotion and comprehensive. Modern furniture aesthetic and design must return to the essence of aesthetic needs, focus on politics, economy, ethics, technology, environment and other social survival proposition, contact the specific historical situation, improve the function and quality, then meet the spiritual needs of the customer.

KEY WORDS: Pre Qin aesthetics; modern furniture; aesthetic

家具的意义是家具的目的之一^[1], 因为它体现的是人类的美学观念和价值体系。现代家具的理论及设计研究的核心问题, 离不开家具审美的研究。家具审美是美学理论在相应物质文化环境中的具体化, 同时也是相关家具设计观念在美学上的哲学概括。家具审美的研究不能脱离其所处的总体文化环境^[1]。审美理念是蕴含于家具中的重要文化信息, 传统视角的审美思想研究可以为现代家具审美带来重要的启发。先秦时期是中国古代传统思想和文化最为活跃、百家争鸣、大师林立的一个辉煌年代。先秦美学思想的研究对理解中国古代审美思想发展以及探讨其对现代家具设计的影响来说意义重大, 这里从和美、质美、意美、情美及全美等5个方面加以论述。

1 文质彬彬的和美

先秦美学追求善与美的统一, 从孔子论韶武的典故中可见一斑。“子谓《韶》尽美矣, 又尽善也。谓《武》尽美矣, 未尽善也。”孔子将“尽善尽美”视为最高境界, 认为《韶》与《武》的美虽然都能带给人感官的愉悦, 但是美必须符合“仁”的要求, 即具有“善”的内涵, 才具有社会意义和价值^[2]。从先秦家具器物来看, 首先强调的是形制和装饰必须符合“礼”的制约, 而外在的形式美感与使用舒适性相对来说反倒是次要的, 因此古代坐具普遍具有的硬朗形式, 体现的就是为人要举止端正。

收稿日期: 2016-01-05

基金项目: 教育部人文社科项目(13YJA760017); 湖南省教育厅青年基金项目(14B051); 湖南省社科基金项目(14YBA136)

作者简介: 张华(1978—), 男, 湖南人, 博士, 湖南工业大学副教授, 主要从事产品感性设计方面的研究。

现代家具审美对美与善的统一有着3种不同的理解:第一,美即是善;第二,美从属善;第三,美的形式与善的内容相统一。前两种理解表达的是内容优先于形式,甚至是内容决定形式的观点,即家具的美以满足实用性为前提,但如果完全忽略形式意义便存在着偏颇和失衡^[1]。家具审美中形式与内容的和谐统一,可以通过孔子的“文质彬彬”来理解。

在《论语·雍也》中孔子提出“质胜文则野,文胜质则史。文质彬彬,然后君子”。质的含义是指本性、本质、内涵、自然、实质等,文则是外表、外在、人为、形式、表面等意思^[2]。孔子认为,质朴胜过了文饰就会粗野,文饰胜过了质朴就会虚浮,质朴和文饰要比例恰当,才能符合君子的审美。将“质”理解为家具的功能或材质,把“文”理解为家具的形式或装饰,则可以给现代家具设计带来较大的启发。过分强调功能性或材质本身,忽略其形式美感的产品或设计,会显得粗俗而不显档次;一味追求形式感和表面装饰,不考虑产品功能性和材质特性,则会让人感觉轻浮且没有深度。只有两者兼顾并且配置均衡,才能符合其所处历史环境的现实审美需求。现代家具设计的内容要与形式匹配,其“文”与“质”才能和谐统一,给人以“彬彬”之感。战国陈设与现代新中式家具见图1。



图1 战国陈设与现代新中式家具

Fig.1 Ancient furnishings and new Chinese furniture

2 大象无形的质美

与儒家美学思想不同,道家观察美的出发点不是美与伦理道德的关系,而是关注个体生命如何求得自由发展,如老子审美思想的核心便是“道”的自然无为。老子认为“道”是宇宙本源,支配着天地万物运转,同样也支配着审美。美的创造与欣赏必须遵循“道”的原则。

道家认为美必须符合自然规律,主张道法自然,追求天人合一^[4]。老子以“大道”为至美,并将其形象地解释为“大音希声,大象无形”,认为最高层次的美不会拘泥于一定形式或格局。同时,不恰当的人为因素会破坏事物的自然本性,其结果必然违反“道”的原则。结合现代家具设计来看,设计造物的关键是对

“质美”的开发和利用,质往往比文更能体现设计师的创作意图和器物的本质意义。家具的质美首先表现为材质的美,即完美表现材质的自然质地,或通过合理的工艺、技术和形式来提升原有材质的美感。《周礼·考工记》中就有记载:“天有时,地有利,材有美,工有巧,合此四者,然后可以为良”,即只有季节气候、地理环境、材料的自然美感、人工的巧作这些要素的完美结合,才能创作出精良的器物。

综上,现代家具的“质美”可以尝试从素、朴、淡、拙4个方面进一步拓展,围绕家具产品的材性、材色、质感、肌理和工艺等相关要素进行深入发掘。Y椅见图2,线条优美与触感细腻,意象与功能完美结合,现代家具设计作品中不乏此类精品案例,这是崇尚自然、平淡、朴素、简约的道家美学思想给现代家具设计带来的重要启示。



图2 Y椅

Fig.2 Y chair

3 虚静空灵的意美

虚静是中国古代哲学和文艺美学中的一个重要概念。“致虚极,守静笃”,老子认为虚静是悟“道”的途径,主张的是人只有在虚静的心理状态下,才能够观察到天地万物的本质和变化^[5]。庄子说“水静犹明,而况精神”,认为只有精神平静才能如明镜照见天地,感受万物之美。佛家也有“寂而常照”的说法,认为禅定可以得到智慧。古人的哲思中,虚静首先是一种认知世界的态度,其次则是一种审美创造的途径,虚静被赋予了艺术创作论和审美态度论的双重内蕴。结合现代设计认知学可作以下理解:在审美活动中,主体要在非功利、理智的审美心态中,品味、体验、感悟审美对象内部深层次的情趣意蕴;而在设计创作时,主体要在虚静的状态下,通过思维活动完成对物象的回味和体验,进而形成具体的审美意象。虚静的概念,对研究现代家具审美、家具美感的心理认知过程以及现代家具形式美感的创造,都具有一定的启发意义。

空灵是中国古代哲学家和艺术家共有的审美理想。传统绘画中有“留白”,古典文学里有“言有尽而

意无穷”,古典音乐推崇“此时无声胜有声”,中国书法讲究“稀可走马”,上述这些都反映出一种镜花水月的空灵意境。道家崇尚虚无,在“有无相生”的虚实观下,老子提出了“埏埴以为器,当其无,有器之用”^[6]。现代家具审美中的空灵不是仅仅针对产品艺术形式的简单虚实关系,而可以进一步理解作为一种可感知的意境美,一种审美意境上的“无”。这种“无”为家具审美意象的产生预留了可“用”之境。空灵的意境美,不仅作为结果出现在完成的家具作品之中,也贯穿于整个审美创造过程的始终。传统美学含蓄而内在,强调境中之意,形中之神。古典家具常用写意的手法提取其他器物或建筑上的精华要素,并加以简练和浓缩,以表现言外之意、着意于形的意境美。明式椅靠背见图3,构件的曲线造型,靠坐舒适,线条直曲相伴,线面凹凸交接,形体层次丰富,不但完美地体现了质真而素朴的审美意趣,而且还与书法的“一波三折”有异曲同工之妙,蕴含着深厚的文人气质。



图3 明式椅靠背

Fig.3 Ming style chair backrest

4 形具神生的情美

荀子是先秦哲学的集大成者之一。荀子的美学思想从探讨人性的本能欲求入手,强调情感的作用和审美的主体性,提倡从“人之情性”出发进行“礼”的构建。荀子审美思想中对情感的关注,对现代家具审美及设计具有重要的启发意义。

从《荀子·性恶》中:“若夫目好色,耳好声,口好味,心好利,骨体肤理好愉佚,是皆生于人之情性者也”。可以看出,荀子认为感官是人认知世界的生理基础,感知形体色彩、辨别美丑好坏是人的天性。简单的生理刺激是转换为美的感受,仅靠感官是无法完成的,因此荀子又提出“形具而神生,好恶喜怒哀乐臧焉”。也就是说,人一旦具备形体,精神活动便会随之产生,就会开始分析从外界获取的信息、思考各种问题,进而产生不同情感。于是便有了“声音清浊,调竽奇声,以耳异;喜、怒、哀、乐、爱、恶、欲,以心异”。“耳异”和“心异”代表的是两个不同层次的心理,感性认识与理性认识。声音的清浊高低与乐器是否合律是

客观的,可以通过感官感知来辨别区分;而“喜、怒、哀、乐”等主观情绪感受,就需要靠“心”来把握了。“心异”的提出,说明荀子是从人性考察的角度出发来研究艺术审美问题的,同时强调了艺术审美中主体情感在审美活动中的主导作用。

上述观点对现代家具感性设计具有极大启发。荀子审美的情感与情感化设计见图4,情感性是艺术形式的本质特征,产品形式正是通过情绪感染使人的内心发生不同的变化^[7]。情感化设计从人的精神需求出发,在产品实用功能的基础上强调使用者的情感体验,并将设计划分成3个层次:本能层、行为层和反思层^[8]。现代家具设计要实现“触景生情”,就需要着眼于使用者的情感需求和精神需要,借助家具的造型、材质和色彩等丰富的形式语言,将情感信息融入家具产品,在家具的欣赏和使用过程中激发联想、产生共鸣,给人们带来精神上的愉悦和情感上的满足。

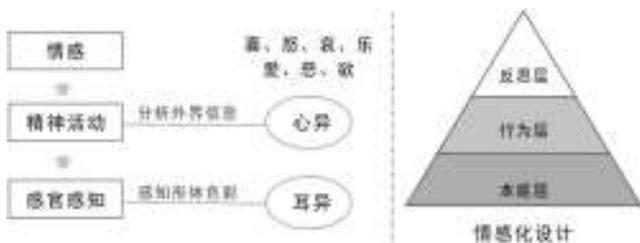


图4 荀子审美的情感与情感化设计

Fig.4 Emotion and emotional design of Xunzi aesthetics

5 五觉维度的全美

从先秦审美思想的回顾和梳理来看,中国古代美学思想中美的观念是在视、听、味、心等多个维度同步发展而形成的。“目辨白黑美恶,耳辨音声清浊,口辨酸咸甘苦,鼻辨芬芳腥臊,骨体肤理辨寒暑疾养”,古人谈美涉及到视觉、听觉、味觉和心觉等不同层面。眼、耳、口、心形成了一个相互独立但又互动互补的感觉统一体,形成了视觉美、听觉美、味觉美和心觉美等不同的美感。

与此同时,古人在表述生活中的各种美的时候,习惯于把多个维度上的感知同时列出^[9]。这种五感并置的表述方法一方面体现了古人全方位美感满足的审美原则,另一方面也体现了古人对美的构成及其本质的哲学思考。如《老子》中“五色令人目盲,五音令人耳聋,五味令人口爽,驰骋畋猎,令人心发狂”。可见,“五觉全美”是中国古代特有的一种审美思维方式。古人的审美,正是以这种多感官互动的思维方式,通过五官审美感受系统的互通共用,在多个维度

上发掘意蕴与客观存在的美的感受,最终基于“一篇之中,必数者兼备”的审美要求,形成了“全美”的概念。

从现代家具设计及其理论研究来看,过于侧重单一维度的感知分析就会割裂其与审美系统之间的联系,而局限于参数化的材料物性研究和浅层次的感知行为分析又会偏离主体的审美认知^[10],因此,无论是在整体研究思路的把握上还是具体设计方法的探索中,结合古人“五觉全美”的审美思维方式,重新审视现代家具设计中的感性问题,都会获益良多。

6 结语

中国古代的哲学、文化、艺术研究历史悠久,在不同的社会历史时期审美思想各有异同,呈现出不同的文化特征,折射着时代主流文化思想的光芒。纵观历史,不论是主流审美思想的演变,还是文化理念的发展,都影响到了具体的家具审美心理。中国传统家具形式内敛、装饰规范,但在用材、工巧及品位上讲求自然适度的特点,正是中国古代审美思想共同作用的结果。现代家具的审美及其设计首先必须回归审美主体的本质需求,并深入研究政治、经济、伦理、技术、环境等社会生存命题,确切把握当前具体历史情境,才能在完善家具功能和品质的基础上,满足人们创造性的精神需求。

参考文献:

- [1] 刘文金,唐立华.当代家具设计理论研究[M].北京:中国林业出版社,2007.
LIU Wen-jin, TANG Li-hua. Theoretical Investigation of Furniture Design in the Contemporary Era[M]. Beijing: China Forestry Press, 2007.
- [2] 张法.中国古典美学的四大特点[J].文艺理论研究,2013(1):159—166.
ZHANG Fa. Four Characteristics of Ancient Chinese Aesthetics[J]. Theoretical Studies in Literature and Art, 2013(1): 159—166.
- [3] 张耀引.论传统家具文化符号的设计提炼与呈现[J].包装工程,2013,34(20):36—38.
ZHANG Yao-yin. Refining and Presentation of Cultural Symbols of Traditional Furniture Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(20): 36—38.
- [4] 李麟.再现与重构——论传统设计文化在现代设计艺术中的运用[J].湖南人文科技学院学报,2008(1):105—108.
LI Lin. Reappearance and Reconstruction: on the Traditional Design Culture in the Modern Art in the Use of Design[J]. Journal of Hunan University of Humanities, Science and Technology, 2008(1): 105—108.
- [5] 詹艾斌.道家的“虚静”说与审美创造自由心态论[J].中国社会科学院研究生院学报,2005(2):91—96.
ZHAN Ai-bin. On the Taoist Doctrine of "Nihilism and Peace" and the Liberal Mood in Aesthetic Creation[J]. Journal of Graduate School of Chinese Academy of Social Sciences, 2005(2): 91—96.
- [6] 吕村.道家思想对包装低碳设计理念的影响[J].包装工程,2012,33(14):127—130.
LYU Cun. The Influence of Taoist Thoughts on the Packaging of Low Carbon Design[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(14): 127—130.
- [7] 张华.符号语境下的家具意象解读[J].家具与室内装饰,2014(5):9—10.
ZHANG Hua. Furniture Image Interpretation Based on Symbol Context[J]. Furniture & Interior Design, 2014(5): 9—10.
- [8] 诺曼·唐纳德.情感化设计[M].北京:电子工业出版社,2006.
NORMAN D A. Emotional Design[M]. Beijing: Electronics Industry Press, 2006.
- [9] 古风.中国古代原初审美观念新探[J].学术月刊,2008(5):89—97.
GU Feng. Exploration of the Original Aesthetic Ideas in Ancient China[J]. Academic Monthly, 2008(5): 89—97.
- [10] 张华.家具意象认知中的形态特征识别模式研究[J].包装工程,2015,36(2):72—75.
ZHANG Hua. Recognition Pattern of Morphological Characteristics in Furniture Image Cognition[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(2): 72—75.
- [11] 罗仕鉴,朱上上.服务设计[M].北京:机械工业出版社,2011.
LUO Shi-jian, ZHU Shang-shang. Service Design[M]. Beijing: China Machine Press, 2011.
- [12] PINE B J, GILMORE J H. The Experience Economy: Work is Theater & Every Business a Stage[M]. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
- [13] LOCKWOOD T. Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value[M]. Allworth Press, 2009.
- [14] KING B. Breaking Banks: the Innovators, Rogues, and Strategists Rebooting Banking[M]. John Wiley & Sons, 2014.

(上接第76页)

ZHAO Zhi-hong. Bank 4.0: Open the Super Experience of Comprehensive Financial Service[J]. The Chinese Banker, 2014(12): 66—69.

[15] MOED J. Retail Banks Turning to Design[J]. Banking Today, 2011(9-10): 22—27.

[16] SHOSTACK G L. The Service Encounter[M]. New York: Lexington Books, 1985.

[17] 罗仕鉴,朱上上.服务设计[M].北京:机械工业出版社,2011.