

“天人合一”对设计思维的启示

曹伟

(西安石油大学, 西安 710065)

摘要: **目的** 通过分析人类模仿自然的设计天性, 研究“天人合一”的思想如何在设计心理中体现以及对设计思维的影响和启示。**方法** 通过研究设计进化史, 对比分析人与自然万物的关系, 运用“天人合一”的思想结合设计实例, 探讨人类设计心理的活动以及设计思维的变化。**结论** 地球上的生物是一个整体, 设计源于自然, 立身于生活, 设计师应当在设计思维中遵循“天人合一”的思想, 更多地赋予设计作品自然、人性、生命与宇宙的思考, 在作品中传达出一种设计哲学。

关键词: 天人合一; 设计心理; 设计思维; 进化; 启示

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)04-0093-04

Enlightenment of "Unity of Heaven and Man" to Design Thinking

CAO Wei

(Xi'an Shiyou University, Xi'an 710065, China)

ABSTRACT: By analyzing the design instinct of man imitating nature, it aims to study how the thought of "unity of heaven and man" is embodied in design psychology as well as its influence and enlightenment to design thinking. By studying the evolutionary history of design, comparing the relationship between man and nature and applying the thought of "unity of heaven and man", it discusses the activity of human design psychology and the change of design thinking based on design examples. Creatures on the earth can be seen as a whole. Design originates from nature and exists in life. A designer should follow the thought of "unity of heaven and man" in his design thinking, endow his design works with more thoughts about nature, humanity, life and the universe and convey a design philosophy in his works.

KEY WORDS: unity of heaven and man; design psychology; design thinking; evolution; enlightenment

自然是最伟大的设计师, 而人类是大自然杰出的作品。人类不断进化, 制作工具改造自然, 摆脱了自然食物链的限制。尤其当人类拥有了科技的力量之后, 惊叹于自己对自然的改造, 变得不再谦逊, 人类妄想操控自然, 殊不知人类的这种行为不但危害到自己, 也祸及了其他物种。幸运的是人类拥有反思的智慧, 知道如何改变, 而大自然是一位创意无限并极有耐心的导师, 会给人类时间和机会。在国外, 尤其是近几年, 对人与自然的关系的反思尤为深刻, 例如, 许多国家的素食主义者和环保主义者在不断地增加, 简约设计越来越流行, 设计师通过再设计手段对废旧物品资源的开发利用逐渐被重视, 这一切的核心思想都在强调人与自然万物的和谐共生。

1 天人合一

中国对自然与人和谐共生的研究, 从古至今由战国时儒道墨三家发端, 儒家孟子的天与人以道德理性为纽带而合一; 道家以解放人性重归自然而强调万物与我为一; 墨家的“兼相爱”则是在强悍的天意下, 人与人必须以相互爱护才得以拯救; 到汉代董仲舒建立在天意神学基础上的“天人感应”的观点, 也使得“天人合一”的思想得以发展; 随后晋唐在佛教禅学中的心性本性论也提出了一切顺应自然, 觉悟自身且去除欲望的干扰, 达到“天人合一”的境界的观点; 宋朝哲学家周敦颐以孔孟儒学为主干, 吸收道佛两家的思想精华, 逐渐发展为以天所代表的物质环境, 以人所代

收稿日期: 2016-11-18

基金项目: 2016年陕西省教育厅专项科研计划项目(16JK1590)

作者简介: 曹伟(1972—), 女, 陕西人, 硕士, 西安石油大学讲师, 主要研究方向为艺术设计与广告传播。

表的调节物质的思想主体,两者是矛盾对立统一的整体中国传统文化核心思想^[1]。“天人合一”是指自然美和人性美相通而合一,人自觉去依照环境伦理的道德行为,其对待万物的态度以及对生态环境的珍惜,上升到道德要求的高度。中国几千年的文化都在强调“民胞物与”、“天人合一”境界是一种最高的境界。“天人合一”的思想不单是千古文人的推崇,近年来更加受到国内外设计师的青睐,这是一种追求高层次的设计思维,赋予产品设计中渗入自然、人性、生命与宇宙的思考,传达出一种设计哲学。

2 设计本能与进化

2.1 设计本能

设计是一种本能,是人类模仿自然的天性。人类是高级动物,而人有别于普通动物的地方,在于思维通过身体的分工,大脑用于思考,手用于抓取使用工具,下肢用于行走,从单体而群居形成社会群落,经过漫长的劳动生产,使得人类的动物心理进化为了高级思维。人在自然界中无法根据环境而有所改变的设计将被淘汰,因为大自然的生存法则只有一个,即为了活着或者更好地活着,因此设计是自然蕴含在人基因深处的本能。

2.2 设计进化

设计史上发生过许多变革,设计因此对人类生活影响巨大。在设计出现前,如同初生的地球上只有一种原生细胞一样,原始的设计意识也是十分简单,以中国石器时代的先民为例,早期的北京人,只是对形体的初步感受。山西的“丁村人”,则开始感觉对称的美,造出了尖状、球状、橄榄状的石器。紧接的山顶洞人,加工的石器,更加均匀规整,并出现了装饰品,也就是说不只是单纯的追求物质功能,转而也有精神方面的活动,而陶器的产生在满足了功能性的同时,装饰性上也得到强化。陶器上的色彩是人对自然的应用,而在陶器上的线条,则是更复杂的观念、想象和理解,它已经具备了设计思维的萌芽状态,人类开始按照美的规律塑造物体^[2]。

设计真正的时代或设计的概念的形成起步于西方。在手工业化时代,产品的内部设计是工匠和手工艺人独自完成,他们身兼工程师和设计师的身份。但在18世纪工业革命开始前后,外部设计与内部设计分离,艺术运动和设计实践的展开,设计概念逐步形成,19世纪的英国工艺美术运动,使得设计开始专业化,外部造型成为一门独立的学科。

经济也是推动设计进化的力量。19世纪末20世纪初,随着德国经济的强大,在现代设计运动中,1919年成立的包豪斯设计学院引领了欧洲现代主义设计

风潮,期间设计方法论以及理论的成熟,使设计在世界上受重视。二战结束后,设计的中心从欧洲转移到崛起的美国。20世纪的设计原则是功能决定造型,消费成为一种生活方式,美国的商业设计在消费市场上焕发蓬勃生机,比如可口可乐的玻璃瓶和麦当劳的标志,而发展的“流线型”设计日后更是对世界设计有着更长久影响,但过度的发展和消费,使美国华而不实的设计造成对自然和物质巨大的浪费,就像大自然对不能适应环境变化的物种淘汰一样,这种设计开始遭到了社会的抨击^[3]。

20世纪中叶,信息化和多元化的时代到来,外部设计与内部设计的结合,电脑与信息技术的发展,提高了设计水平和设计风格,设计的创作方式也发生了更大的改变,但过度的工业化对自然环境和人的精神世界造成了伤害,包豪斯过度简约朴素的国际建筑风格,也让世界上大部分的建筑千篇一律,失去了人性化和创新。设计者们于是对现代主义的理性和国际主义的严肃冷漠进行反省探索。随后兴起的后现代主义设计是对西方现代主义的批判与反思,以后工业化社会作为时代背景,倡导打破常规、释放天性,具有包容性、多元化的杂交风格,比如波普艺术设计风格,用热点传播符号表达流行文化,利用现成的物品重新解构组合拼贴,并赋予作品一定的社会寓意和隐喻性^[4]。

设计上大量的探索,使得人性化和绿色设计成为20世纪延续至今的主题,其中“以人为本”就是人类精神为不同的人群打造慰藉心灵的产品。而绿色设计则是工业文明的危机带来的觉醒,是人类的危机感,一是保护自然生态,充分利用资源;二是设计本身不能造成视觉污染,强调设计与人的协调^[5]。

3 设计心理与对设计思维的启示

3.1 自然的模仿

心理活动是指当人接收到草地上绿意盎然的小草这则信息时,会评估,会用大脑、眼睛、手去执行观察并体会,对比自己以往的经验与评价标准,最后得出这棵小草是充满生机的结论,这就是一个完整的心理活动^[6]。设计心理也是如此,设计者首先获得大量有用的信息,分类筛选、分析提取有价值的内容,结合设计思维形成设计概念并完成设计作品。这种接收信息、分析信息、行动实践的设计过程,具有一定的法则和规律性,从一个点出发向无数个方向去探索,最后回归到设计本身。从原始时代开始,人类就开始模仿植物、动物的形状,并将其运用到生活用具的图案中,这也是人类表达对自然的信仰以及与自然融为一体的感觉。作为自然中的一部分,人类一直都在模仿自然界中的绚烂之美,这种人为的主动加工行

为正是人类知性使然。

“白居易”茶组包装设计见图1，由台湾著名设计师蔡慧贞设计的，以自然中的“弦月”为主题，巧妙地模仿自然中月相的变化，别具匠心的不对称凹槽的茶盘设计与茶杯组合为“弦月”造型，茶入杯中，既是满月也是映月，象征人生如同月相的阴晴圆缺；壶盖把手通过阴阳凹凸的设计，也是一种圆满与缺失的对比，低调自然地形成壶把手的施力点，出水的弧度、壶口的大小、壶盖的紧密度，无不潜藏贴心



图1 “白居易”茶组包装设计

Fig.1 "Bai Juyue" tea set of packaging design

3.2 注重感知与体验

人的心理最重要的就是感知和体验外界的过程。让人回归自然的状态，首先就是让人从纷乱的信息传递中，恢复人对设计产品自然的感知能力，让人一耳一眼就能知道准确的信息。设计注重通过人们的感知方式与体验过程，将“物”拉近到与自身相同的生命感觉中，所以设计师一定要融入生活中，才能从一草一木、一茶一食里面找到灵感和创意^[7]。例如在日本的传统住宅中，茶室是最具有代表性的建筑。日本建筑中的茶室往往将室内与室外的庭院连接在一起，构造一个整体空间。茶室的构造使得室内的人可以看见外廊，放眼望去又见庭院，如此一来，室外的庭院也变成了茶室的一部分。这种设计从人们的内心出发，从内部观察的角度将周边的环境与人融为一体，让人的身心与建筑物以及庭院在品茶的过程中合而为一，深化了人与环境相互依存的生态美学。

3.3 把握设计之“度”

现今的大部分设计师，迫于城市丛林法则的压力，片面追求商业价值，违反了正常的设计心理中，在设计之“度”的问题上失去了平衡，为了达到商业目的，忽略了“天人合一”法则，自然也就不在追求绿色设计的价值观。比如每年中秋节推出的月饼包装中有相当一部分的过度包装就是设计之“度”的失衡的表

细致的实用思维于无形，将实用性与茶道中的“天人合一”哲理意境完美表现出来。“白居易”茶组将这种阴阳调和风延伸到整体外包装上，以黑为底的阳性色调对比金色的装饰图案，搭配阴柔气质的墨色山形或者纱质提环，造型极为极简优雅，仍然表现的是不对称中的对称、阴晴圆缺中的圆满。这个作品通过对自然的模仿与再设计，传递出东方美学与茶道精神，获得 iF、Red dot 及 Pentaward3 个全球顶尖的设计奖项。

现，既增加了成本，又不符合环保的设计理念，它反映出人类物欲膨胀的心理，是反自然的行为意识。由此可见，如何把握住设计之“度”是设计思维不可或缺的内容，因此设计师不但要在线条、色彩中寻找自己的特殊性，还应该深入研究“物”本身的实用性，直观地把产品和应用范畴表达出来，不需要过多的形态和累赘的设计，而要符合朴素环保的设计精神^[8]。以餐具的设计而言，它必须考虑到量体、形体，以便在餐厅便于堆积置放；也必须考虑产品在洗碗机中是否容易耗损；当然，也必须考虑到食物的摆盘，考虑是否会抢掉食材的风采……因此优秀的实用设计作品经常不能过于自我，而是要平衡人与物品以及自然资源之间的关系。

在日本的许多设计中，“度”贯穿于设计造物活动的始终，设计的过程就是对各种“度”的选择、取舍、组合、平衡、协调的过程，是平衡人的需求和有限的自然资源之间关键点^[9]。例如，无印良品的设计理念来源于日本独特的极简形态文化，符合日本审美意识中“素”的观点，这种审美意识对美的判断基准不在于添加了什么，而在于如何精简，简洁的同时，通过注重细节来把握设计之“度”，它主张设计与的“物”与自然融为一体，擅长用极简、低调的设计风格辅以淡雅的色调和环保天然的材料进行人性化的设计，充分利用素材所涵盖的丰富性，通过简化的形

态来强调素材本身的设计表现,使得产品上升到哲学的高度^[10]。

4 结语

自然由一个细胞进化为万物,人类只是其中的一员,认识到生命的渺小和承认万物拥有共生的权利,人类才能更好地生存。现代设计中充满了各种心理失衡、行为过度的设计作品,这是设计师的迷失,忘记了大自然是伟大的老师,人应该从自然中学习借鉴回归“天人合一”的本真。设计不再是满足人类物欲和消费的个体行为,在设计中既要考虑人的使用和心理活动,又要考虑对自然环境和动物的影响,利用多重思维全方位思考,让设计作品生态性、社会性、科学性与艺术性有机的结合起来,更多地赋予设计作品自然、人性、生命与宇宙的思考,在作品中传达出一种设计哲学。

参考文献:

- [1] 徐春根. “天人合一”思想及其当代启示[J]. 西南师范大学学报, 2003(3): 26—31.
XU Chun-gen. Thought of "Unity of Heaven and Man" and Its Contemporary Enlightenment[J]. Journal of Southwest China Normal University, 2003(3): 26—31.
- [2] 史蒂文·赫勒, 汪芸. 设计的演进[J]. 装饰, 2015(12): 70—71.
STEVEN H, WANG Yun. Evolution of Design[J]. Zhuangshi, 2015(12): 70—71.
- [3] 胡蓉. 通用设计价值及其设计思维研究[J]. 包装工程, 2014, 35(20): 122—125.
HU Rong. Study of General Design Value and Design Thinking[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(20): 122—125.
- [4] 邓炎, 李中扬. 设计中的“无用之道”[J]. 包装工程, 2015, 36(6): 109—112.
DENG Yan, LI Zhong-yang. "Useless Ways" in Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(6): 109—112.
- [5] 胡飞. 中国传统设计思维方式探索[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2007.
HU Fei. Exploration of China's Traditional Design Thinking[M]. Beijing: China Building Industry Press, 2007.
- [6] 诺曼·唐纳德·A. 设计心理学[M]. 北京: 中信出版集团, 2010.
NORMAN D A. Design Psychology[M]. Beijing: CITIC Publishing Group, 2010.
- [7] 毛选波. 平面艺术的设计心理学研究[D]. 沈阳: 沈阳航空工业学院, 2010.
MAO Xuan-bo. Study on Design Psychology in Graphic Arts[D]. Shenyang: Shenyang Institute of Aeronautical Engineering, 2010.
- [8] 原研哉. 设计中的设计[M]. 济南: 山东人民出版社, 2006.
KENYA H. Design within Design[M]. Jinan: Shandong People's Publishing House, 2006.
- [9] 丰兴军. 回归本原的设计之“度”[J]. 美术观察, 2013(7): 108.
FENG Xing-jun. "Degree" of Design That Returns to the Origin[J]. Art Observation, 2013(7): 108.
- [10] 王昕宇. 传统之思与设计之维[J]. 包装工程, 2015, 36(16): 33—35.
WANG Xin-yu. Thinking of Tradition and Dimension of Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(16): 33—35.