当代产品设计中的侘寂文化审美观照与流变研究

周睿，高森孟
（西华大学，成都 610039）

摘要：目的 小众文化往往通过工业设计以产品载体的形式赋予大众式的体验。而产品体验所蕴含的文化审美观不可避免会发生变化，设计师需要对创意过程中的审美流变具有更清晰的认知。**方法** 针对侘寂文化，立足于物化审美的设计视角，分析工业设计如何将侘寂文化演变为适合于大众审美取向的视觉特征，以及侘寂的精神内涵在迈向大众体验过程中的误读和异化。**结论** 提出了当代产品物象呈现的禅意风格，是工业设计寻求文化体验的普适性的缩影，而小众文化的流变则是消费主义影响设计难以避免的结果。

关键词：侘寂；文化体验；工业设计；小众文化；产品美学；文化创意
中图分类号：TB472 **文献标识码：**A **文章编号：**1001-3563(2019)04-0146-05
DOI：10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.04.023

Aesthetic Reflection and Style Evolution of Wabi-sabi in Contemporary Product Design

ZHOU Rui, *GAO Sen-meng*
(Xihua University, Chengdu 610039, China)

ABSTRACT: The niche culture tends to provide mass experiences in the form of product carrier through industrial design. However, the cultural aesthetics implied in the product experience will inevitably change, and designers need to have a clearer understanding of the aesthetic style evolution in the creative process. Based on the design perspective of materialized aesthetics, how the industrial design changed Wabi-sabi into a visual feature suitable for the aesthetic orientation of the public, and the misreading and alienation of its spiritual connotation in the process of moving towards the public experience were analyzed. The Zen style materialized by contemporary products is the epitome of industrial design seeking for the universality of cultural experience, while the style evolution of niche culture is the inevitable result of consumerism affecting the design.

KEY WORDS: Wabi-sabi; cultural experience; industrial design; niche culture; product aesthetics; cultural creativity

大批量生产是工业设计的典型特征之一，而科技化的特征也成为了现代制造业升级和转型的标志。从工业设计并不算长的发展历程中可以看到，设计文化与制造科技的联姻，正史无前例地产生出一大批标准化和批量化的工业产品。这些做工精良的产品既是现代工业制造业的产物，也融合了面向大众的设计。而在此背景下，针对小众文化或小众审美的产品有的开始式微或消亡，有的则开始与工业科技相融合，也不可避免地置于历史发展脉络中发生着悄无声息的改变。源自日本文化的侘寂就是一枚典型的例子，禅意的产品美学取向，产品所蕴含的文化体验却在工业设计的促进下，正从小众文化迈向大众体验的演变。

1 物化审美的观照

1.1 侘寂之美

侘寂（Wabi-Sabi）是受到禅宗浸染的日本审美意识。可以用几个词汇来大致描摹什么是侘寂的“样

收稿日期：2018-11-05
基金项目：国家自然科学基金面上项目“数字创意产品多业态联动开发机理及模式研究”（71874142）；西华大学工业产品设计教学团队支持项目（05050034）；西华大学研究生创新基金项目（ycjj2016208）
作者简介：周睿（1981—），男，四川人，硕士，西华大学教授，主要从事文化创意设计、交互设计与用户体验方面的研究。

子”：对照审美（The aesthetic other）、无常（The transfiguration of the commonplace）、虚无之美（Beauty at the edge of nothingness）、优雅拙朴（Elegant poverty）和不完美（Imperfection）[1]。侘寂作为一种美学系统观，最精髓的应该是它的世界观，或是宇宙观，都是自我指涉的，是对现实存在的观照。抽离出的审美风格形成了别树一帜的气质。审美特征包括非对称、粗疏（粗糙或不规则）、简洁、经济、节俭、谦逊、亲和以及对自然事物与过程的原真性（ingenuous integrity）的欣赏[2]。对侘寂之美的描述，往往都会提及下面的故事——中国古代某诗人偶然写得一句诗：“林前深雪里，昨夜数枝开。”其朋友建议将“数枝”改为“一枝”，诗人听从了建议并尊称他为“一字之师”。苍茫白雪覆盖的树林里开放的一枝梅花，这其中就蕴含了“侘”的观念。该故事的文学史实已不可考，却几乎被任何日本本土论述阐释侘寂的具象表达中被一再提及。诗中白茫茫空间里一枝雪梅独傲，这的确非常形象地融汇传递出“侘”（Wabi）和“寂”（Sabi）的意境，即朴素的空间中蕴藏的空灵，其中投射出存在与自我感知。

1.2　物化的语境

国内专门针对侘寂文化研究的书籍非常稀少，而作为典型代表的《侘寂之美》的腰封扉页上，出版社给以的推荐辞是：“苹果、宜家、无印良品、魅族等产品哲学的灵感之源。写给产品经理、设计者、生活家的简约美学基础。”从苹果和无印良品等的产品受众来看，何止千万，俨然是带有普世价值的品牌力量。使用这些产品真的就赋予了侘寂相应的文化体验或美学？值得商榷的是，对于这些颇以工业设计所为人称道的品牌来讲，侘寂是以产品的形式给以承载，并经历了诸多设计环节的诠释，文化语境早已发生了巨大改变。所谓的简约风格就等同于侘寂，实则是比较荒谬的关联，把禅意意境就等同侘寂的狭隘观感，也非常有失偏颇。简洁朴实只是侘寂审美的外在表征，并且绝对仅仅是其美学特征的局部要素。一味地放大某一种设计风格特质，是对审美意识的误读。抛开主观刻意性不谈，这种审美取向或选择性视点，源于视觉风格的产品载体形式的干扰。工业设计作为功能与形式的设计，是一种赋予物以形式的艺术。产品的创制越来越成为事物形式的创造，产品形式造就了生活世界多样的视觉风格的形式[3]。对于物化的侘寂视觉风格来讲，真正真实的是产品创制美学的自我选择。

1.3　物化的语境

侘寂究竟是不是小众文化甚至偏向生僻？这里涉及到文化的相对性问题。首先就文化认知基础来看，对于中国消费者而言，日本侘寂的真谛无疑是一种小众文化，但由于侘寂源于茶道和禅宗的融汇，中国用户拥有自我解读或泛读的文化基础，因此它又是大众的。其次，从设计风格的偏好受众数量来看，绝对数量上的小众，同时又是相对数量上的大众。“侘”和“寂”可以定义为一种对贫乏的积极的审美情趣，在茶道艺术原理中，“寂”通常适用于表示各个事物或环境，而“侘”则适用于贫乏、不富足或不完美的生活状态[4]。消费主义藉由当前移动互联网的加速发展被置入更广的生活形态中，其影响被史无前例地放大。诸多小众文化均被裹挟，逐步面向大众的文化消费，因此，侘寂审美本质上应该是一种小众文化，但泛化的误读与这场风格流变的过程，很有可能使其成为做作的滥觞或视觉外在的复刻。若大众认知需求这一前提能够成立，工业设计对于侘寂审美是把双刃剑，小众文化体验的私密和自我属性，与大众化的产品设计及制造成为不可调和的矛盾体。略显吊诡的是，大众视角中的侘寂之美愈发远离其精髓，渐渐被群众式文化体验呈现出喧嚣的杂音。这种喧嚣显然与侘寂的本真格格不入。而工业设计不可避免地成为潜在的助推力量，正在悄无声息地改变侘寂美感的面貌。

2　视觉特征的流变

工业设计的确可以让文化承载于产品美学之上，从而让文化成为可以体验的资源，并结合科技和制造业促进产业的转换。这一过程中让侘寂审美观被更多人了解的同时，也带来了视觉风格上的特征变化，相似又诸多不同，近似却又迥异。

2.1　产品形制的“简”

侘寂审美观源自茶道，而日本茶道在摆脱中国文化影响的过程中，发现了“侘（Wabi）”：一种在简单中蕴藏的独特日本审美价值观。简言之，日本在“侘（Wabi）”之中发现了一种美学：简单的形式是对人类内在本质复杂性的投射[5]。侘寂的产品美学的确呈现了除明确的“简”之外的视觉特征，但简朴与简洁之间有着诸多的不同。简朴蕴含了素材的考量，而简洁则更多的是外观造型的风格特征。日本对待素材十分细致。在日本的服装、料理、建筑以及工具设计等方面都能看到这样的心意。正是这种完全相信自然、依存于自然的姿态，才孕育出了保持素材原有状态、绝妙无比的“素颜”[6]。简朴在简洁的基础上又有拙朴与朴素的审美基因，这才是侘寂的视觉特征重点，而非单纯的形态简单。略带残缺的不完美，以及粗疏的拙涩成为了理解美的“法门”。产品增加了岁月荏苒的感受，多了在形式洗练基础之上的“涩”，这种在产品美学上塑造的沧桑又并非刻意为之，而是手作自身的造化，其视觉审美内核蕴藏了佛教“无常”的思想，从来没有亘古不变的美好。然而工业设计赋予的产品美学，不可避免地因为工业现代化的制造方式以及物化的造型转述性发生改变。大众化的解读往往呈现出以偏盖全的选择性忽视。这是小众文化必定遭遇的大众

体验式的瓦解。取其“简洁”感受而舍弃“简朴”的本真，几分形似的远观，几分感悟的口号，都冠以了侘寂美学的物不达意。这种“文化体验”夹杂了几分物化的噱头意味和几近作伪式的审美设定。

2.2 语义的“雅”

“寂”乃是忠于本性，不理会刻意塑造的情境，以呈现洗练、空无的意象。“寂”虽然是一种孤独无助的状态，但是却也因为这种不具特殊性格的独立性，反而更能与周遭的人、物或环境产生各类的对话或关联，即“人—物—环境”形成可以内省式的自我对话，也蕴含了对自然物象的理解。在日本文化语境中，Sabi 就是具有自然观的美学意识，对永恒性的质疑。待物件经过岁月的洗涤与浸润，所呈现的表面质地，即是 Sabi 之美[7]。然而，正如前述提及的产品形制的设计选择性修饰，从简朴到简洁的悄然改变，注定了产品从语境到语义的变化：审美意识已经缺失了自然观的体现，情境和意象的关联性也就荡然无存，只剩下事物本身的设计语义可以被人们捕捉，这反过来又加深了误读的可能。产品的雅致美感也就仅依附于产品语义层面，无法真正深入到哲学层面的思辨。侘寂语境的雅和产品语义的雅见图 1，两组产品中，图 1a 是更符合真正侘寂审美的产品物件，图 1b 均为“无印良品”的产品，它们都传递出了产品的优雅。侘寂审美的雅，可以脱离传统审美经验并通过产品语境得到传递，而基于产品语义的雅则必须依靠产品物质本身，产品无一例外的都必须是精致的、制造精良的或考究的。工业设计对雅的产品诠释，往往就多是以巧于精工的产品面目出现。用传统或大众的审美经验来嫁接认知对侘寂的视觉特征，往往走板荒腔，甚至走向相反的一面。认定了中国传统华丽精致美感的丰臣秀吉，一度也认为日本茶道大师千利休带给他的是讽刺。所谓小众，一方面也无法避开文化相对性而孤立地谈产品美学；另一方面还包含了个体语境的自我认知，无法以大众媒介得到传播，不具备广泛的复制性。这和茶道中的“一期一会”一脉相承，不可复制的际遇蕴含了“无常”的概念。

a b

图 1 侘寂语境的雅和产品语义的雅

Fig.1 Elegance feeling in Wabi-Sabi contextualization and product semantics

3 精神内涵的异化

侘寂的审美观的核心立足基础是其世界观或宇宙观，都是自我指涉的。若抛开存在的终极本质只谈视觉风格，审美体系则徒有其表。外在表征必须追溯内在的精神价值。侘寂之美在工业设计中的特征流变，也会反向影响并作用于审美内涵的价值体系。

3.1 精英主义的民主观

侘寂的产品美学在外观上愈发地和优美精炼的现代主义趋同，在精神内涵上两者却有着诸多的相似性。在产品设计风格上，现代主义是设计师对 19 世纪古典主义的反动力量，而侘寂则是日本对中国元素华丽审美基因的自觉与反抗。最为重要的是，设计民主观的相似性。侘寂重视事物的内涵，忽视物质的阶级地位。侘寂茶室所规范的行为举止，明确表达了其价值观。对敏锐的观察者来说，茶室内物品的核心属性是否有超越世俗价值的特性昭然若揭[8]。侘寂审美的世界里，没有什么是“有价值”的，一切都意味着“无价”。侘寂的价值观中，摒弃了从产品造价的角度来判断设计这一世俗性的价值体系，金银钻石并不比泥浆、纸张、竹材等具有更高的价值。与现代主义设计颇有宿命感的发展脉络一样，终归难免走向精英主义，演化成以精英为主体领导下的民主观。现实悖论的是，在追求大同普世价值的道路上，与大众文化难以调和而分道扬镳，侘寂的设计价值观在认知层面被小众化和边缘化。小众文化成为了精英主义的话语权资本，在发展中国家的工业化进程里终究是具有奢侈属性的文化稀缺品。而大众体验的嬗变则使之具有了近似于产品设计民主主义的面貌。实际的情况出现了：精致诠释的侘寂美感赋予了产品阶级化的设计格调。侘寂审美的价值观已经被现实的产品美学架空，

抽离为纯而又纯的文化消费品。

3.2　消费主义的虚无观

禅走入寻常百姓家的、一种无欲无求的、极尽朴素典雅的侘寂境界：侘寂概念泛指一种素雅、古朴、自然的生活方式[9]。设计民主观挥动的意识形态大旗往往都是泛化的概念。由此，侘寂的审美观必须改造为一种适合于广大民众并易于接受的价值体系，即设计的精神内涵与大众接受度经常性地以矛盾体出现。例如当前一个流行的论调，以无印良品（MUJI）等品牌为代表的被大众理解为“性冷淡”风格的设计，成为现象级的流行趋势。这种“性冷淡”的风格定义立场深刻地折射出消费主义浪潮全面统领了整个世界，并深深扎根进民众观念。欲望都市对物质的欲拒还迎，以及内心深处的向往，却时不时地以消费禅意美感的宣传套路来出现。置身并迷恋于消费主义浪潮中追求偶尔返璞归真的生活态度，平添了几分矫情意味。另外，侘寂的产品美学蕴含的空灵与虚无感，则演变为另一种文化形式的消费，成为消费的内容物。日本茶室有“间”的概念，“间”是理解日本审美意识中特别重要的元素之一。“间”的概念会关联到佛教的“无”和“空”的感念。“无”也是一种追求，是“应有的东西，即“有”的欲望本身[10]，因此，侘寂审美只是在当前恰巧地迎合了这种消费欲望，并被刻意放大了这种虚无观的审美因子。极简主义停留于装饰动机层面，都可以被大众与泛化的禅意审美混淆，再次说明，消费主义只关乎意象风格特征的体验，而不在意精神价值体系的认知。

4　产品体验的普适性

在小众文化迈向大众体验的道路上，侘寂最终提炼为一种所谓的“禅风”格调，侘寂已经不成为意识形态或精神上真正的关键。区别于光鲜精致华美的“伪侘寂”，“禅风侘寂”还尚且存有部分关联的自然观和哲思返照，以及局部的视觉特征，而这些“被保留”的诸多特征可以比较广泛地、普遍地适合于工业设计方式给以再设计与再创意。而产品所承载的文化体验通过消费需求实现了产业的对接和转化。这种文化体验普适性体现在以下几个方面。（1）产品类型领域。侘寂之美早已不仅仅局限于茶道，而禅风意境也与佛教的教义无太多瓜葛。禅风酒具见图 2，酒具产品设计依然可以呈现“禅意”：酒文化与佛教文化可以毫无违和地同时融合于产品载体。侘寂的粗疏、不对称等视觉特征仅为设计的创意点，从设计本质上讲与“做旧”的手法并无二致。（2）造型装饰特征。当侘寂的产品营造目的是为传递某种风格，其本身独特的视觉感受有着显著的指向性。然而在这种情形下，侘寂审美观则退化为一种“装饰”特点而存在：粗糙、古拙和不规则等。禅风的餐具见图 3，故意摒弃了一般餐具常见的光泽，呈现出一种斑驳的、拙朴的材质感受。（3）蕴含造境格调。王国维在《人间词话》里写道：“大诗人所造之境必合乎自然。”与此类似的是，产品材质营造的意境无不皆有着些许对侘寂自然观的表达，甚至成为一种产品用户群体化的腔调。禅风意境的陈设见图 4，均传递出禅意的视觉审美。（4）意象反映哲思。诗词境界讲究“有我之境，有无我之境”。在美学层面的探索，产品体验的目的性也或多或少反映出设计师的世界观。对虚无的审美偏好和无常的思想表达，在侘寂审美本身可以寻得根源。（5）塑造生活方式。当审美观以某种风格而流行，其价值体系泛化的结局往往就是一种生活方式，并且是广大民众都易于接受甚至是夹杂着憧憬的自我想象。“禅风”产品，都不约而同地、不厌其烦地对消费者描摹着自然清新的生活，宁静淡泊的心境以及岁月静和的感悟。尽管其体验背后都有着工业设计的精心追求和实现，但是并非源于自我的思想观念。

图 2　禅风酒具
Fig.2 Liqour set of ZEN style

图 3　禅风的餐具
Fig.3 Tableware of ZEN style

图 4 禅风意境的陈设

Fig.4 Furnishings with style artistic conception of ZEN style

5 结语

在消费主义作为显著特征的都市生活中，侘寂审美观已经丧失了可以根植的社会文化土壤。当审美观抽离为一种产品美学特征，工业设计将不可避免地割裂视觉风格与精神价值体系背后的逻辑和哲学的关联。尽管通过创意的巧思，产品可以在非大众审美经验体系下，以某些外观视觉特征来设计呈现或定义，但其背后的价值观念也注定退化为世俗的设计方式。以侘寂为典型的诸多小众文化，只是成为了大众体验的消费内容，它们都会难以避免地被悄然改变，直至找到一种可以被民众所普遍理解和接受的模态，存在于当代产品载体形式之上。工业设计的发展构建于工业文明的历史进程之上，纯粹的原生态的审美观往往只能是一种理想的假设存在。当前消费社会和信息时代的融合，甚至会加速这种演变，试看所谓的“性冷淡”、“禁欲”产品风格的“入流”，就是一个绝好的误读注脚。

参考文献：

[1] LEONARD K. Wabi-sabi: Further Thoughts[M]. California: Imperfect Publishing, 2015.

[2] Wikipedia. Wiki "Wabi-sabi"[EB/OL]. (2018-11-28). https://en.wikipedia.org/wiki/Wabi-sabi.

[3] 李万军. 当代设计批判[M]. 北京:人民出版社, 2010.
LI Wan-jun. Contemporary Design Criticism[M]. Beijing: People's Publishing House, 2010.

[4] 铃木大拙. 禅与日本文化[M]. 南京: 译林出版社, 2014.
DAISETZ T S. ZEN and Japanese Culture[M]. Nanjing: Yilin Press, 2014.

[5] 原研哉. 设计中的设计[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2010.
KENYA H. Designing Design[M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2010.

[6] 黑川雅之. 依存于自立[M]. 石家庄: 河北美术出版社, 2014.
MASAYYUKI K. The Beauty of Dependence[M]. Shijiazhuang: Hebei Fine Arts Publishing House, 2014.

[7] 李佩玲, 黄亚纪. 日本の手感设计[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 2011.
LI Pei-ling, HUANG Ya-ji. Touch of Design[M]. Shanghai: Shanghai People's Arts Press, 2011.

[8] 科仁·李欧纳. 侘寂之美[M]. 北京: 中国友谊出版公司, 2013.
KOREN L. Wabi-ZABI: for Artists, Designers, Poets & Philosophers[M]. Beijing: China Friendship Publishing Company, 2013.

[9] 刘高升. 浅谈“优加”家具设计中的“侘寂美学”[J]. 设计, 2015(3): 98—99.
LIU Gao-sheng. The Research of "Wabi-sabi Aesthetics" in "U+" Furniture Design[J]. Design, 2015(3): 98—99.

[10] 黑川雅之. 日本的八个审美意识[M]. 石家庄: 河北美术出版社, 2014.
MASAYYUKI K. Eight Aesthetic Consciousness of Japanese[M]. Shijiazhuang: Hebei Fine Arts Publishing House, 2014.