

主持人语

何为设计？

仅从字面来看，“设”就是“设想”“设法”“设置”（措置），“计”就是“计划”“计策”“计谋”（谋划）。在我国春秋战国时期，一方面是诸侯争霸、逐鹿中原、战乱频仍；另一方面，思想界则出现了“百家争鸣”、群星闪烁、交相辉映的盛况。《道德经》第二十八章中曾提出“朴散则为器，圣人用之，则为官长，故大制不割。”对于“朴散为器”，老子以“圣人用之”掩盖了其中的内在矛盾，暗示圣人掌握着道德标准与尺度，可用道德对造物行为加以约束。及至庄周，便明确提出了“机心”问题，他在《天地篇》中巧妙设计了一则意味深长的“子贡与为圃者”寓言，并借种菜老人“为圃者”之口，提出著名的“有机械者必有机事，有机事者必有机心”观点，指出“机械”“机事”“机心”“机巧”的副作用，揭示“毁绝钩绳，而弃规矩，攲工倕之指，而天下始人有其巧矣。故曰：大巧若拙。”——最后的预防办法莫过于禁止。孔子曰：“质胜文则野，文胜质则史，文质彬彬，然后君子。”“文质彬彬”与孔子的“中庸”思想有关，似乎提倡了与繁琐礼仪制度相适应的工艺美术或装饰，但他又说：“君子不器。”并且为了维护和坚守礼制，发出“觚不觚，觚哉！觚哉？”的无奈叹息……

无独有偶，轴心时代的古希腊贤哲柏拉图在《柏拉图文艺对话集》之《伊安篇》中指出，就“Tekhne”（译为“艺术”或“技艺”）而言，写诗的“艺术”与做鞋子的“技艺”同属一类。近代把“艺术”和“技艺”分开，强分尊卑，是一个不很健康的看法。这些来自史诗时代的声音虽然各异其趣，各尽其妙，但迄今仍在我们耳畔回响，不绝如缕，引人深思。

代福平在《设计修辞的三种模式——中西日设计修辞模式比较》中指出：说话和设计同属于创造世界的修辞活动。中西日的修辞学差异也体现在设计文化中。中西日三种设计修辞模式可以分别表述为：形式追随伦理、形式追随功能、形式追随感觉。“形式追随伦理”模式的特点是“以人和人的关系来决定物的形式”；“形式追随功能”模式的特点是“以人和物的关系来决定物的形式”，“形式追随感觉”模式的特点是“以人和自身人性的关系来决定物的形式”。这三种模式分别立足于善、真、美三个维度。当把它们还原到人的自由感受时，就实现了统一。

周海海等在《可供性与产品语义设计理论的交集与边界研究》中提出，

可供性理论最早的观点可追溯到 James Gibson，他将其首先运用于生态心理学领域，被称为“直接知觉论”，强调人或动物与环境之间发生活动的可能性。Krippendorff 的产品语义理论则是从产品认知和语言学的视角探讨产品的可用性和可理解性。该文梳理了学界有关两种理论的分歧与共识，探讨了两种设计理论的共性与区别，并从产品（包括有形和无形产品）设计应用层面进行了比较分析。论文最后提出了基于可供性与产品语义的设计框架，旨在帮助设计师分析产品功能和用户需求，并通过交互行为库和交互组件库的匹配，辅助产品造型和结构原型设计，最终提升产品设计的用户体验水平。

上述两篇论文的观点，可以说是对有关“设计”这一古老问题的现代新解，兹与读者诸君共飨。

栏目主持人：





李轶南

主持人简介

李轶南,东南大学艺术学院教授、博士生导师,艺术学博士。2004-2005年受国家留学基金委(CSC)遴选、资助赴美国卡耐基·梅隆大学(Carnegie Mellon University)任访问学者。兼任第三届中国机械工业教育协会工业设计学科教学委员会委员、江苏省艺术学类研究生教育指导委员会委员、中国文艺评论家协会会员、江苏省青年艺术家协会常务理事、江苏省工艺美术行业协会设计师分会理事及江苏省工艺美术学会设计专业委员会委员、上海交通大学出版社“艺术学科硕士研究生教材”丛书学术委员会委员。主持完成国家社科基金艺术学一般项目1项(16BG121)、现主持承担国家社科基金艺术学一般项目1项(21BG111)、国家社科基金艺术学重大项目子课题1项(21ZD11),主持完成教育部人文社会科学研究规划基金项目、青年基金项目等省部级人文社科基金项目5项。出版著作《晚清民国时期江南地区设计艺术研究》《艺术与设计新论》《中国设计艺术百年:1842—1949》《现代平面设计概论》《汽车造型设计》《计算机辅助设计艺术》等8部,在《民族艺术》《美术与设计》(南京艺术学院学报)等CSSCI期刊、全国中文核心期刊、EI检索刊物等发表学术论文50余篇,论文《中国现代艺术思想的肇始:以李叔同、丰子恺、钱君匋为中心的考察》被人大复印报刊资料《艺术学理论》2018年第1期全文转载;荣获江苏省高校哲学社会科学研究优秀成果二等奖、江苏省社科应用研究精品工程优秀成果二等奖、江苏省教育科学优秀成果实践探索奖、江苏紫金文艺评论奖、湖湘优秀出版物奖、中南地区大学出版社优秀教材一等奖等科研奖励19项。研究方向为:设计学、艺术学理论。

[设计史论]

设计修辞的三种模式——中西日设计修辞模式比较

代福平

江南大学 设计学院,江苏 无锡 214122

摘要:说话和设计同属于创造世界的修辞活动。中西日的修辞学差异也体现在设计文化中。中西日三种设计修辞模式可以分别表述为:形式追随伦理、形式追随功能、形式追随感觉。“形式追随伦理”模式的特点是“以人和人的关系来决定物的形式”;“形式追随功能”模式的特点是“以人和物的关系来决定物的形式”;“形式追随感觉”模式的特点是“以人和自身人性的关系来决定物的形式”。这三种模式分别立足于善、真、美三个维度。当把它们还原到人的自由感受时,就实现了统一。

关键词:设计修辞;形式;功能;伦理;感觉

中图分类号:J524

文献标识码:A

文章编号:2096-6946(2022)04-0009-10

DOI: 10.19798/j.cnki.2096-6946.2022.04.002

Three Modes of Design Rhetoric: A Comparison of Design Rhetoric Patterns Between China, the West and Japan

DAI Fuping

School of Design, Jiangnan University, Jiangsu Wuxi 214122, China

Abstract: Speaking and design belong to the rhetorical activity of creating the world. The rhetorical differences between China, the West and Japan are also reflected in design culture. The design rhetoric in China, the West and Japan can be expressed as: form follows ethics, form follows function, and form follows feeling. The "form follows ethics" model is characterized by "the relationship between man and man determines the form of things"; the "form follows function" model is characterized by "the relationship between human and things determines the form of things"; The "form follows the feeling" model is characterized by "the relationship between man and his own human nature determines the form of things". These three models are respectively based on the three dimensions of goodness, truth and beauty. Unity is achieved when they are reduced to human senses of freedom.

Key words: design rhetoric; form; function; ethics; feeling

在《论设计修辞——布坎南和黑川雅之的设计修辞思想解读》的末尾,笔者曾预告:“如果说,布坎南的设计修辞理论表征了西方设计修辞观,黑川雅之的设计修辞法表征了日本设计修辞观,我们很自然地想到,中国的设计修辞观该是什么样的。中西日设计修辞观比较,就成为一个不得不谈的问题了。关于这一问题,笔者将另文专论”^[1]。本文就尝试来谈这一问题。

一、设计修辞模式的修辞学溯源

“设计修辞”这一提法的前提,就是语言和人造物在人的存在方式上的同一性,即说话和造物是同一种活动——创造世界的活动。

“设计修辞”的提出,并不是没事找事地借用语言学的“修辞”概念来制造可有可无的术语,而是的确有实际意义。人们怎样说话,也怎样造物,二者的修辞模

收稿日期:2022-03-30

基金项目:江苏省社科基金一般项目(20YSB012)

作者简介:代福平(1973—),男,博士,副教授,主要研究方向为视觉传达与信息可视化设计、体验设计、中西设计哲学比较。

式是密切相关的甚至可以说是同一种模式。

人们虽然常说“视觉语言”“形象语言”“造型语言”“色彩语言”“材料语言”乃至“设计语言”，但很少从语言学的修辞来理解设计的修辞。当然，也不是没有，比如平面构成的法则中，对比、重复、夸张、特异、节奏、韵律等，也是语言修辞中常用到的。但毕竟对词语的斟酌和对形态的推敲是两回事，写作和画图所需的专业训练是不同的。谁也不会为了学好美术而去学语文，或者反过来，为了学好语文而去学美术。即使两者都擅长，原因也不在对方。

那么，为什么布坎南和黑川雅之都要把“文字语言”和“实物语言”统一起来谈论“设计修辞”呢，因为他们是在谈论设计的哲学。在设计哲学层面上，修辞作为人类的创造性活动，既表现为说话，也表现为造物，因此说话和造物的修辞原理才能贯通起来。这种贯通，会让设计师感到修辞学的理论对自己理解设计同样有直接的作用。

国内研究中日修辞学的学者肖书文教授，是日本当代著名修辞学家佐藤信夫的《修辞感觉》和《修辞认识》中文版译者，在其专著《中日当代修辞学比较研究：以王希杰和佐藤信夫为例》中，将中西日三种不同的修辞学概括为：中国传统的修辞学原则是“修辞立其诚”；日本当代以佐藤信夫为代表的修辞学原则是“修辞立其感”；西方传统的修辞学原则是“修辞立其真”^[21]。可以说，肖书文教授的这两本译著和一本专著，对人们理解中西日修辞模式的差异极为有益。她在《修辞感觉》的中译者序中说：“回想最初阅读佐藤著作时的心情，仍然有几分激动。当然，进入阅读状态往往是艰难的，而一旦进入了状态却又是着迷的。虽然他讲述的内容最初让我感到是那么抽象而不可捉摸，但他娓娓道来的风格和丰富生动的举例却又是那么贴近我的感觉，将我一步步引入到修辞理论中的一个柳暗花明的世界。当我跨越了最初阅读的一个个难关后，我的阅读也开始由被动转向主动，甚至可以在佐藤那看似漫不经心、不动声色的层层剥离中，预感到他即将揭示出惊人的内核来，我的兴趣因此而大增。这时我才理解到，为什么他的代表作《修辞感觉》和《修辞认识》在日本学术界乃至一般读者中如此受欢迎，在一个长时期内作为富有日本民族特色的修辞哲学理论风靡了全日本。”^[21]

之所以引用这段文字，是因为笔者在读这两本书的中译本时，也同样为之激动、为之着迷。笔者觉得，即使是不研究修辞学的一般读者，比如设计师和设计专业的学生，也会从中忽然明白蕴藏在我们日常说

话、写作背后的语言之秘密，甚至会触类旁通地运用到自己的专业中。笔者如果不是读到这两本书与肖书文教授的这本专著，根本就不可能看出布坎南和黑川雅之的设计修辞思想差异，也无法进一步发现中西日设计修辞模式的区别。

下面结合阅读三本书的体会，叙述中西日修辞学的差异。

由于作为学科的修辞学，中、日两国引进的都是西方修辞学，而且中国最早是从日本引进的西方修辞学。因此按照西、日、中的顺序来叙述。

西方自古希腊（以亚里士多德的《修辞学》《诗学》为代表）以来，确立了修辞理论的两大视角——说服论证的视角和美学视角，前者探究逻辑技巧（雄辩术），后者探究艺术技巧（美辞术），这构成了西方传统修辞学的固定模式。逻辑技巧就要研究语言的逻辑。逻辑是普遍的法则，是人人都要遵守的客观规律。说话要符合逻辑，才能有道理，才能说服人。至于艺术技巧，则是研究如何让语言更有魅力、更有艺术感染力，以便给人留下深刻印象。而艺术则被认为是“模仿”，在柏拉图那里是对神的理念世界或者现实世界的模仿（也因此柏拉图贬低艺术，认为它是理念世界的“影子”或者“影子的影子”）。亚里士多德坚持了模仿论，但认为既然是模仿，艺术就有认识的作用，认识自然、认识神，艺术应该是模仿事物的本质和规律，就连灵感，也不是什么神秘的东西，而是一种推理，仍然属于认识。因此总的来说，西方修辞学不管是逻辑技巧还是艺术技巧，都是强调认识，主观对客观的认识，认识本质、认识规律。认识求的是“真”，这就是“修辞立其真”。

日本的修辞学是明治时期从西方引进的，佐藤信夫突破了西方传统修辞学的“逻辑”和“美辞”这两大视角，提出了第三种视角，即修辞是“发现性认识的造型”。虽然也是认识，但不是对客观世界的认识，而是立足主观感觉，对世界的创造（即“造型”）。这样，修辞就不仅是工具性的技巧，而且是人对自己认识活动中的那些发现进行“造型”的活动，即用语言把自己的发现定型下来的活动。这就把修辞学由工具论变成了本体论，即把修辞从人类活动所使用的工具变成了人类活动本身。人类活动在本质上就是修辞活动，没有修辞活动就没有人类世界。如果说，修辞作为工具就像中国神话中盘古开天辟地时用的斧子，那么，修辞作为本体就像是西方《圣经》中的“上帝说：‘要有光’，就有了光”，说话本身就是创造活动。肖书文教授解释佐藤信夫的这种修辞本体论时说：“在他看来，修辞学虽然

属于语言学的范畴,但正如海德格尔所说,‘语言是存在的家’,在语言上说话的方式恰好反映出人的存在方式;而修辞本质上是一种创造性的说话方式,它表现了人的存在的创造性,人眼中的整个世界都是由人的修辞方式创造性地建构起来的。正如佐藤信夫自己所说:‘语言不仅是传达思想的工具,还是使人类文化得以成立的根据。’这是一种层次很高的语言哲学和修辞哲学,它吸收了西方现代语言哲学、存在哲学、结构主义、符号学、现象学等新哲学思潮的营养,但在基本立场上超越了西方传统修辞理论的工具主义倾向,形成了他自己特有的修辞学本体论,并带有强烈的日本民族重感觉、重体验的特点。佐藤信夫的修辞学是日本当代修辞学的最高成就。”^[29]在佐藤信夫看来,修辞,就是用语言千方百计表达自己的感觉,与其说修辞要符合某种客观规律(逻辑的、美学的),不如说修辞是表达主观感觉,而那些客观规律,无非是主观感觉的造型。修辞就是描述自己的感觉,要产生新造型,如果新造型也激活了别人的感觉,引起了别人的共鸣,那就形成一种新的认识,这认识也就获得了“客观性”。佐藤信夫把修辞学由如何服从客观规律深入到如何描述主观感觉,这就是“修辞立其感”。

中国现代的修辞学虽然最早是从日本引进的西方修辞学,但也有自己的修辞传统。日本数学家、修辞学家菊池大麓首次以汉语词汇“修辞”来翻译 Rhetoric,“修辞”一词就来自中国的《周易》。《周易·乾卦·文言》中说:“子曰:君子进德修业。忠信所以进德也,修辞立其诚,所以居业也。”陈鼓应、赵建伟的译文是:“孔子说:这讲的是君子如何增进美德和修养功业。追求忠信可以增进美德,修治言论而立足于诚挚可以积蓄功业。”^[4]这里提出了“修辞立其诚”的经典论述。佐藤信夫专门查找了《周易》的日译本,其中有这段话的意译:“孔子这样说:君子应注意以进德为目标而努力修业。尽真心去虚伪乃进德之手段,而重措辞立诚意乃修业并居业之手段。”^[32]他说:“看来,这个‘修辞’,似乎与 Rhetoric 并无直接关系。”^[32]但他认为如果一定要用“修辞学”来翻译 Rhetoric,他也很愿意采用,只不过希望把“修辞”做狭义的使用,即作为 Rhetoric 技术体系中的某一分科来使用。至于 Rhetoric 的整个体系,他主张音译,用片假名 レトリック 来代替^①。毕竟“修辞立其诚”确实也是涉及语言措辞的问题,属于修辞学的

范围,但修辞的立足点或者说功能,也不仅仅是“诚意”“诚挚”所能涵盖的。当然,对中国修辞学来说,即使是引进了西方修辞学,“修辞立其诚”的传统也是根深蒂固的。“诚”是修身养性、为人处事、建功立业的基础训练。儒家的“诚意、正心、修身、齐家、治国、平天下”,“诚意”是第一个环节。因此我们对言辞的“诚”特别看重,自己说话要表达诚意,听别人说话则在意对方是否有诚意,我们日常生活中对此都有体会。即使说话逻辑性强,头头是道,也可能“不诚”。至于追求语言艺术,把话说得很漂亮,则多属花言巧语、巧言令色,更谈不上“诚”。儒家传统注重家国情怀,这种情怀首先是一个“诚”字。通常说,家不是讲理的地方,国则是放大的家。伦理才是最大的道理,真理和美都服从和服务于伦理。语言逻辑和语言艺术是为伦理服务的。“诚”没有客观标准,诚是一种主观情意,言者根据自己的主观来表达诚意,听者根据自己的主观来判断诚意。人心是相同的,诚意是能够共鸣的;但人心也是复杂的,诚意也需要刻意的训练。一旦是“做”出来的诚,也就与虚伪接壤了。但不管怎么说,“修辞立其诚”,“诚”这个立足点或要达成的目的,是肯定的。修辞就是为了表达“诚”,为了涵养道德,从而达到对纲常伦理这些社会规范的自觉遵守。

西方的“修辞立其真”,日本的“修辞立其感”,中国的“修辞立其诚”,这三种修辞观也渗透在各自的设计文化中,形成三种设计修辞模式。下面分别阐述。

二、中国的设计修辞模式:形式追随伦理

“形式追随伦理”是中国传统的设计修辞模式。就像“文以载道”一样,器也是载道的。器物的形式承载着伦理的含义,发挥着道德教化的作用。我们可以从孔子关于觚(一种盛酒器)的造型评价中体会这一点。

“子曰:‘觚不觚,觚哉!觚哉!’”(《论语·雍也》第25节)觚,本意是物体的棱,后来就把一种腹部和足部都有四道纵向棱的青铜盛酒器皿称为“觚”。孔子为什么要对觚的造型发出“觚不像觚了!觚啊!觚啊!”这样的感慨呢,杨伯峻先生解释说:

孔子为什么这么说话,后人有两种较为近于情理的猜想:(甲)觚有棱角,才能叫作觚。可是做出棱角比做圆的难,孔子所见的觚可能是一个圆形的酒器,而不是上圆下方(有四条棱角)的了。但也名为觚,因此孔子慨叹当日事物名实不符,如“君不君,臣不臣,父不

^① 见佐藤信夫《修辞感觉》第23页。这也让我们想起 design 一词的翻译,日本人用汉语的“设计”来翻译,后来又觉得“设计”不足以完全表达 design 的含义,就直接音译,用片假名 デザイン 来代替。

父,子不子”之类。(乙)觚与孤同音,寡少的意思。只能容酒两升(或者三升)的叫觚,是叫人少饮而不要沉湎之意。可能当时的觚实际容量已经大大不止此数,由此孔子发出感慨。^[5]

这两种解释,实际上都是讲觚的名实不符。第一种解释还联想到君臣父子的儒家伦理,好像孔子借题发挥,讽喻社会伦理道德的失范,似乎也没错。但毕竟没有说清楚觚本身的名实不符为什么会引起孔子的感叹。因为从实用功能来说,有棱没棱都能用,甚至没棱的还更好些,容易制作。至于容量大小,是一个量的问题,饮酒者可以自己把握。孔子对这样的觚应该可以接受,不至于看不惯。

对这件事,山西大学文学院白平先生的解释就清楚多了。不再隔靴,直接搔到了痒处:

原始的觚为圆形,其外表有四道棱线,可能在孔子当时觚的形制有所改动,又制作出了内外均为圆形的觚,不再有棱线了。在今人看来,方的圆的都一样,反正能盛酒,没什么可奇怪的,但孔子不这么看,所以才发出了激烈的感慨。

觚的外形上有棱线,内圆外方,这绝不仅仅是出于造型美观的考虑,很显然还有更深刻的寓意讲究,这讲究就出在其棱线上。棱就是棱角,引申而有“方正”之义。例如“廉”与“棱”古代同义,所以“廉隅”既有棱角义,也有指品行的“端正”义。“觚”原本就是因为有棱而得名,它让人们端起它的时候就想到为人处世要像其棱一样方正,不可以像没有棱的器皿一样圆滑。孔子最反对巧言令色,巧言令色就是圆滑,就是处世没有棱角,就是不方正。

.....

觚的作用不仅仅是盛酒,还能通过它的“棱”起到提醒人们在宴会上注意遵守各种规矩的作用。如果觚没有了棱,这种提示功能就无法实现了,这是一种教化方式的取消,是一种文化传统的抛弃,是对一种礼制讲究的阉割。这使孔子感到非常痛惜,认为“觚”要是没有了“棱”,其实就不是“觚”了,“觚哉!觚哉!”的叹惜所传达出来的情感是非常复杂而激烈的。我们不可以据此而认为孔子居然固执到连器物造型都反对改进创新的地步,因为那要看改的是什么器物,还得看是怎么个改法。^[6]

这就是说,孔子是从觚的造型不符合伦理道德规范这个角度来做评价的。这也形成了中国的传统。就像文字修辞是要“立其诚”一样,设计修辞也要“立其诚”,要把社会中遵循的伦理规范即“天道”贯彻在器物

设计中,要着眼于人与人的关系来考虑物的形式。

白平先生在解释中还引申出一大段话,出现在上面引文中省略号的位置。这段话对人们理解儒家的设计修辞模式很有用,不引有点可惜,原文如下。

依托一些器物的特征,或者利用其特质,或者利用其形制,或者利用其名称的谐音,人为地赋予它们一些寓意,希望能给人们一种警示或提醒,这是古人常用的一些做法。古人为什么佩玉?就是为了提醒人们要使自己的品行像玉。《礼记·聘义》:“夫昔者君子比德于玉焉,温润而泽,仁也。缜密以栗,知也。廉而不刿,义也。垂之如队,礼也。叩之其声清越以长,其终浊然,乐也。瑕不掩瑜,瑜不掩瑕,忠也。孚尹旁达,信也。气如白虹,天也。精神见于山川,地也。圭璋特达,德也。天下莫不贵者,道也。《诗》云:‘言念君子,温其如玉。’故君子贵之也。”就是一个玉,古人竟然能给推演出这么多复杂的解释来。再比如古人佩戴一种叫作“玦”的玉饰,目的就是提醒人们遇事不可优柔寡断,一定要敢于“决”,取的就是“玦”可以谐音为“决”。在鸿门宴上,范增让项羽杀刘邦,项羽犹豫不决,范增就不停地举起自己佩戴的玉玦向他示意,让他立刻行动。这些例子都可以说明古人有利用器物寄托种种思想的做法。^[6]

直到今天,这些做法在设计构思中还经常用到,也是中国设计师解释设计方案时常用的说服方式。

比如2008年北京奥运会的“金镶玉”奖牌设计。本来,金银铜牌要的就是各自纯粹的金属性。镶个玉,“纯金”就不纯了,多出了一种非金属的材质,显得杂了,而且增加了制作的难度。比如设计者曾反复试验,确保在万一奖牌掉落的情况下,玉石不至于摔碎。但这个难度是值得创造出来并去克服的,因为“金镶玉”设计概念满足了让奥运奖牌承载中国道德文化的诉求。与此同理,在北京奥运会专用色彩系统中,奥运五环颜色中的红、黄、蓝、绿分别被命名为“中国红”“琉璃黄”“青花蓝”“国槐绿”。尤其令人称奇的是,将CMYK值均为0的纯白色,命名为“玉脂白”,从而与中国的玉文化联系在一起。这种修辞模式,将普遍的颜色描述为中国文化特有的颜色,将生理上的色彩感觉引导到伦理上的色彩认同,巩固了集体记忆,增强了群体的认同感,从而产生了任何一个个体都不容置疑的说服力。

最近的例子则是2022年北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”和冬残奥会吉祥物“雪容融”,两个吉祥物都精彩地反映了同一种设计修辞模式。我们不妨考察一下。

先看“冰墩墩”。设计团队总执行人刘平云先生介绍说:“‘冰墩墩’的前身是‘冰糖葫芦’,所以它的冰晶外壳来自冰糖葫芦的糖衣,说起设计灵感,其实就是我这个南方人儿时对北方的印象与记忆:冰天雪地,冰糖葫芦。”^[7]但“冰糖葫芦”卡通造型入围后,在修改中发现了一个至关重要的问题:“冰糖葫芦的国家承载性有所缺失”^[7]。刘平云先生说:“当大家认为‘冰糖葫芦’无法承担国家形象,新的元素的寻找则成了我们的大难题,因为我们无法确切地知道浩瀚的元素中哪一个是最合适的,我们能做的就是不断地尝试,最终锁定熊猫。在确定熊猫作为最主要的造型元素后,创作一只与众不同的熊猫形象,并打破熊猫天生黑白关系的禁锢,成了后阶段的首要任务。最终我们找到了国家速滑馆造型——‘冰丝带’。当把‘冰丝带’上面的造型赋予在熊猫脸上时,我们的作品实现了质的飞跃。”^[7]设计过程中,为了寻找能代表国家形象的元素,他们还尝试过麋鹿、老虎、兔子,但最终还是选择了熊猫。这是一个明智的选择。麋鹿、老虎、兔子形象固然在中国传统吉祥图案中很常见,但熊猫现在是国宝级的动物,是能代表中国的特有动物资源,而且在北京第十一届亚洲运动会吉祥物“盼盼”、北京奥运会五个吉祥物中的“晶晶”中,熊猫形象已经两次承担了国家形象,再来一次,也是顺理成章,有传统可依。虽然从设计创新来说,已有吉祥物的动物原型是应当避免的,但既然又一次选择熊猫,那创造一个与众不同的熊猫形象,就成为主要难点。“冰丝带”解决了这个问题。既能给熊猫增加彩色,同时亦强化了国家形象,因为“冰丝带”是国家速滑馆的造型。

再看“雪容融”。也是在寻找能代表中国的形象方面费了很大劲儿。据设计团队负责人郭春方先生介绍,“这个原创创意来自当时大三的学生姜宇帆,张灯结彩是她儿时对农历春节的记忆,也是为了表达冬奥会在中国举办的特殊意义,选择了灯笼这一形象。”^[8]姜同学最初报送的方案是中国结、中国灯笼的两个卡通形象,名字分别是“吉祥”“如意”。入围后,根据奥组委意见“保留原创属性,重新设计形象”^[8],取消了中国结,“吉祥物属性在‘灯笼’‘老北京鸽子’‘鹿’之间多次转换”^[9],最终确定了“灯笼形象”的整体方案。“它将灯笼赋予了新的文化内涵,赋予了奥林匹克精神,赋予了优秀的中国传统文化元素。为灯笼形象加入了雪的形象、如意的形象、鸽子的形象、天坛的形象、剪纸的元素、发光的寓意和中国正月十五‘雪打灯’的美好愿景。”^[8]从灯笼形象开始,最后把多种传统元素都荟萃

在一起了,这些形象可以多角度地满足人们从中寻找文化认同的需要,让人们感觉到设计师的一片赤诚之心,设计师表达了大家认为应该表达的东西。独乐乐,不如与众乐,在这样的形式中,大家的心意融在一起,彼此都心满意足。

由此可以看出“设计追随伦理”模式的特点,就是以人和人的关系来决定物的形式。个人感觉要服从群体感觉,物的物理属性服从于伦理属性。虽然最初灵感来源是设计师个体化的感觉印象(比如刘平云先生自己对北方冬天的印象、姜宇帆同学对自己儿时过春节的印象),但必须把个体的感觉,转化为他人认可乃至群体(最大限度的他人)认可的感觉,方案才能皆大欢喜。个人的最初感觉并不重要,重要的是找到一种能说服别人感觉的理由,在这个理由面前,每个人都能找到似曾相识的感觉,并再一次体验它。这个理由就是传统。传统凝结着群体的共同感觉。家国情怀就是对群体伦理的自觉,一家人感觉一致,才能其乐融融。个体感觉有差异时,在共同祖先的符号里,可以找到感觉的最大公约数,使差异得以克服。个人在表达自己的感觉时,应考虑他人的感觉。个性化的陌生感觉,一旦表达出来,不仅让自己冒险,更是对群体的冒犯。因此,设计师会费尽思量,选择群体公认的符号(它们都在传统中),表明对他人、对群体的认同,表明自己的“诚”。可以说,将个人的感觉进行筛选,保留与群体符合的感觉,删除或隐藏与群体有差异的感觉,是我们文化中设计师的必修课。

不仅是公共性的文化设计,日常的商业设计也同样要充分考虑伦理。设计为人服务,设计以人为本,这些话都熟悉得像顺口溜了。但须注意,在我们的文化中,“人”和“我”是两个对立的观念,“人”是指他人,“我”是指自己。“人我”关系就是“他人”和“我”的关系。比如:“君子成人之美”“患人之不己知,患不知人也”“害人之心不可有,防人之心不可无”,现代人常说的“人人为我,我为人人”“人无我有,人有我优”。在“人”和“我”的对立中,人和我的利益是此消彼长的关系。“损人利己”“舍己救人”“辛苦我一个,幸福千万人”。因此,要为“人”服务,就必须无“我”,否则就是有私心,就是不诚心。

在这一文化土壤中成长起来的设计师,自然很容易把“设计为人服务”理解为“设计为他人服务”。要做到这一点,设计师首先必须表示出“诚”,要向客户表明设计中没有夹杂自己的私货——个人感觉,而是诚心诚意、全心全意地为客户服务。为了表明“诚”,设计师

通常还要展示劳动量,比如画了多少张草图,修改了多少次方案,就像刘备三顾茅庐一样,次数不多不足以展现诚意。客户的认可,就是设计师的目标。在伦理层面上打动人心,是“设计追随伦理”模式的优势。在这种模式看来,设计以人为本,归根结底是以人际关系的和谐为本。至于设计方案的合理性,那是相对的,仁者见仁智者见智。如果要以人工物本身的科学性来说服受众,恐怕是不够的。

形式追随伦理,这是我们的设计传统,主要是儒家奠定的,但道家也从相反的方面为这个传统做出了贡献。道家反对儒家的纲常伦理,认为那是虚伪,是对人性的戕害。道家理解的“天道”是自然,是把人从社会存在还原到自然物存在,和植物动物齐一。道家的设计修辞方式可以说是“形式追随自然”。所谓自然,就是不要去增加人为的设计。《道德经》第二十八章中说:“朴散则为器,圣人用之,则为官长,故大制不割。”就是说,器物是质朴的道自然分散形成的,有道的人(圣人)就依万物的自然之形来利用它们,而不加以裁割^②。道家的这种设计哲学在今天也仍然发挥作用,在设计中追求原始、质朴,追求大巧若拙。即使设计了,也要设计得像没有设计一样。但从根本上讲,设计是人工物的创造,是对自然的改造,是创造自然界没有的东西。真正想把道家哲学实行下去,那就要取消设计了。道家摆脱儒家纲常伦理,所获得的自由感是可贵的,但这种自由感是以取消意志、取消人为为代价的。这就给儒家让出了地盘。一旦人为,一旦造物,“形式追随伦理”的模式就生效了。设计是人的自由意志的实践活动。当代著名哲学家邓晓芒先生指出,儒家的意志是无自由的意志,道家的自由是无意志的自由,都缺少真正的自由意志^③。如果儒家的“无自由的意志”中补上自由意志的缺环,那么,“形式追随伦理”的设计修辞模式就会反过来促进伦理的进步;而如果道家在“无意志的自由”中补上自由意志的缺环,那么“形式追随自然”的设计修辞模式就会落实为“形式追随功能”“形式追随感觉”的模式。

三、西方的设计修辞模式:形式追随功能

众所周知,“形式追随功能”的观点,是美国现代主义建筑大师路易斯·沙利文提出的。

沙利文说:“所有有机的和无机的、物理的和形而上的、人类的和超人类的事物,所有头脑、心灵以及灵魂的真实表达中都渗透着一个普遍规律,那就是生命通过表达可被认知,而形式永远追随功能。这就是规律。”^{[10]23”③}

这是西方现代设计的基本理念,也是西方文化自古希腊以来重视科学理性精神、重视探究事物客观规律这一传统的反映。生命在其表达方式中就能被认识,在形式中就反映出功能。形式和功能之间存在因果关系,有规律可循。

人工物的功能作为对人而言的功能,反映着人的主观需求,但这并不意味着人可以主观地让某种形式承担某种功能。形式要实现功能,就要遵守它自己的物理逻辑。

一座房子要满足居住的功能,一把椅子要满足坐的功能,一个图形要满足传达信息的功能,不管谁住、谁坐、谁看,都要考虑是否适合人住、人坐、人看。把人的伦理关系带来的差异放一边不予考虑,而只关注物对于普遍的人应该采用什么形式。美国著名工业设计师亨利·德莱福斯提出“为人的设计(Designing for People)”^[11]这个口号,也是要表达这个意思。有人把它理解为“为人民设计”,进而理解为设计应该为普罗大众服务,这就把“普遍的人”理解为“普通人”了。虽然很符合我们的语境,做起来也没错,但容易使人们对现代设计的理念产生某种误会。

把与功能无必然关系的装饰形式(不论这些形式是出于美的需要还是伦理需要)最大限度地予以消除,让形式呈现出纯粹的功能逻辑,这就是现代主义设计最终走向几何形式的原因。在几何形式中,功能变得透明了,那些带有某种历史文化烙印的神秘象征形态、神秘解释,再也没有用武之地了。形式实现了祛魅,人人凭借理性都能理解和使用。

② 陈鼓应在《老子注释及评介》(中华书局1984年版第178—182页)对这段话的解释是:“质朴的‘道’分散成为万物,有道的人沿用质朴,则为百官的首长。所以,完善的政治是不割裂的。”意思不能说错,但还是有些含糊。倒是他注中列举的高亨的解释很明白:“大制因物之自然,故不割,各抱其朴而已。”顺便提一下,郭廉夫、毛延亨编著的《中国设计理论辑要》(江苏美术出版社,2008年,第22页)中也列出这段话,变成这样:“朴散则为器,圣人用则为官长。”少了个“之”字问题不大,关键是少了“故大制不割”,书中的解释是:“任何设计制作都离不开一定的材料。老子所说的‘朴散则为器,圣人用则为官长’,意思是说,只有将整块的材料经过分割制成各种器具才能发挥其应有的作用。这实际上是将材料的自然形态变为人工形态的过程。不同材料的运用,标志着不同历史时期的生产力水平。”这样的解释和老子的意思完全相反,删掉“故大制不割”也正好避免了解释不通。至于“不同材料的运用,标志着不同历史时期的生产力水平”,与原文意思实无关联。

③ 转引自约翰·赫斯科特著《设计,无处不在》,其中physical and metaphysical被译为“物质的和非物质的”,应译为“物理的和形而上的”。

悬置人的伦理属性,关注人的生理属性,这是“形式追随功能”思维的前提。人体工学就是为研究适合功能的形式而产生的,形式的道德教化,不在其考虑范围。从这个角度看,孔子慨叹的不像觚的觚,倒可能是造型的进步。工艺制作简化,盛酒功能照样满足,形态上与功能无关的棱角自然就用不着了。用无棱的觚盛酒,也不影响饮者做一个正派的人。器物只是器物,人要做一个好人,是人的自由选择,不必受器物的启发和提醒。当然,把人与器物相比较,也是我们传统教育中常用的修辞方式,我们对此已经习以为常。比如《三字经》里说“玉不琢,不成器。人不学,不知义”,其实玉是靠人来雕琢的,而人却是能自己塑造自己的。用物来教育人,是“形式追随伦理”的思路。现代主义的“形式追随功能”摒弃了这一思路,把物的伦理象征还原到了它的物理功能。物是为人所用,在物的功能面前,人人平等。

因此可以总结说,“设计追随功能”模式的特点是,以人和物的关系来决定物的形式。物的新形式,促进着人和人关系的变革。

对中国人来说,伴随着对西方设计史的学习,特别是对现代设计所形成的现代生活的直接体验,“形式追随功能”的模式,已经非常熟悉,而且这种模式与我们重视器物实用性的传统也有兼容之处,容易为我们所理解和应用。事实上,它已成为中国现代设计修辞的一部分。因此这里可以节省些篇幅了。

如果我们真正回到自己的直观体验,就会发现,不管是“形式追随伦理”还是“形式追随功能”,形式都需要人去感觉,“感觉”才是设计修辞的源头活水。一旦追溯到这个源头,设计修辞的模式就变成“形式追随感觉”了。而这正是在日本设计文化中得到突出表现的修辞模式。虽然我们对日本设计有很多了解,而且从东方美学的共同背景来说,似乎一看就能理解。但实际上,日本的设计修辞模式,对我国设计师而言是非常陌生的,陌生到我们甚至不敢想象。

四、日本的设计修辞模式:形式追随感觉

形式追随感觉,是从“真善美”中“美”的角度出发的。美是一种感觉,美学(Aesthetica)的原意就是“关于感性的科学”。人们很少说“形式真”“形式善”,但“形式美”一词深入人心。

在“形式追随伦理”“形式追随功能”这两种模式中,当然也考虑美,甚至根本离不了美,但美在其中的作用是为了让善和真更加感人。善和真这两样事物要想

赢得感性的认同,也往往要借助美,美是为它们服务的。

但在“形式追随感觉”这一模式中,美不再是为真、善服务的手段,它本身就是目的。如果善的东西不美,真的东西不美,那也应当舍去。反之,如果恶的、假的东西很美,那倒要考虑它们到底是不是恶的、假的,是否有可能是我们受过去的善和真观念的局限,以致误判了它们,错怪了它们。

真善美中,对真和善(特别是善)的判断,受社会观念影响最大。真的东西,随着科技的发展,可能不再是真的了;善的东西,随着道德的发展,可能不再是善的了。而美,仿佛具有某种永恒性和普遍性,经得住时间和空间的考验。虽说美的观念也在变化,但这个变化不像真和善那样是发展进步着的,而是围绕着人的感性波动着的。

从现象学的态度来看,真和善最终都要还原到直观感受,而美不需要还原,它本身就是直观感受。随着感觉的深化,美的疆域也在拓展。

因此“形式追随感觉”,就是回到感觉的原点来设计人工物。设计师有一种新的感觉,给它一个造型,就为人们发现一种新的美提供了可能。设计师不是根据外在的规范(无论是伦理的还是物理的),而是根据内在的感觉来构想形式。他要不断地进到生命深处寻找新鲜感觉,这并非不想让人们与自己共鸣,而是不愿意重复众所周知的感觉——在这种情况下他分不清自己到底有没有感觉。他尝试把自己发现的感觉表达在作品中,看能不能激起他人的感觉。这种感觉,是设计师自己的感觉,对他人和社会而言往往是陌生的感觉,寻求共鸣并不容易。但人类的感情也恰恰是由一个个个体感觉丰富起来的,每一个个体的独特感觉都在开垦人类感情的无尽荒野。

一切的美,都盛开在感觉开垦过的田野上。有创造力的艺术家和设计师,在其作品中给人类贡献出的都是他对世界的独特感觉——人们此前从未发现的感觉。没有他们的作品,人类这些可能的感觉就处于混沌之中,得不到造型描述,因而也就不存在。

人们常把艺术和设计区分开,理由主要有两条,一是艺术是为“我”的(可以表达自我),而设计是为别人的(必须考虑别人的感受);二是艺术不受科学的约束,而设计是“艺术与科学的统一”。第一条是站在伦理角度,要让设计师的感觉,服从社会已有的感觉规范,这就是“形式服从伦理”。第二条是物理角度,要让设计师的感觉服从科学,即“形式追随功能”。艺术家重视个人感觉的优点到设计师这里,反倒成了需要克服的

缺点。在这种情形下,设计师就用伦理、科学的理由来说服自己放弃感觉,或者用这两种理由来说服别人接受自己的感觉,却无论如何也不敢直接说出:“这是我的感觉,我的设计表达的就是我的感觉”。

敢这样说、敢这样思考的人,在日本设计师中却颇为常见。比如黑川雅之、原研哉,他们是日本这个重感觉的民族的特产。

黑川雅之说:“日本人不会为正确的事情而死,但却心甘情愿为美而死。”^{[12]22}正确的事情,往往是从伦理的或者科学的角度来定义的。合乎道义、合乎科学的事情就是正确的,但他们不愿意这样为这些事情而死。美则是用感觉来判断的,他们愿意为美而死。这种对美的感觉的重视程度,真是令人吃惊。

与理查德·布坎南重视逻辑说服的设计修辞观念不同,黑川雅之是直接用语言和实物来描述感觉。语言和实物对他来说都是作品,都是他感觉的对象化。黑川雅之的设计修辞法是典型的“修辞立其感”模式,物的形式追随他的感觉。他不是要说服别人,他只是抛出感觉,期待对话。他说:“语言具备一个有趣的特质,那就是模糊、单纯地刺激对方的想象力,而设计修辞法的一个线索就是在设计所要表达的意义,或是与其接近的意义之处,对对方产生刺激并引起共鸣。”^{[12]27}他不用正确的理由说服别人,而是用充满感觉的语言(“词汇语言”和“意象语言”)刺激别人,给别人留下运用感觉的余地。同时,他对自己发现的感觉充满信心,绝不轻易放弃它去迁就什么“正确”的观念。他不断有新的感觉,但也不否定原来的感觉。因为感觉作为直观,是无法否定的。因此,黑川雅之的设计修辞法体系不是逻辑体系,只是他称之为用“漂浮的颗粒”不断“充实”起来的体系^{[12]28}。

原研哉则把感觉视为资源,这真是一个惊世骇俗的观念。他认为日本人“由文化根基哺育而来的感觉资源是无法用金钱衡量的”^{[13]21}“美意识即资源”^{[13]17}。他说:“今天,让我们以感觉资源为出发点,重新关注自己文化中可以贡献于世界的部分”^{[13]22},他希望将“历经千百年磨砺而成的日本民族的感知力”^{[13]6}发扬光大。他也因此对设计有一种独特的理解,他说:“设计是‘欲望的教育’。而所谓商品和环境其实就是从人们的欲望这片‘土壤’中收获的‘成果’。^{[13]7}”“欲望”这个词是他的精心选择,他想用它“充分表现出一种喷薄欲出的渴求”。“教育”一词也是他“执意选用”的,因为“这个词语中除了有授业育人的意思以外,还包含着一种促使潜在的‘萌芽’开花结果的意味。”^{[13]7}

设计是“欲望的教育”,欲望就是强烈的感觉。原研哉的作品和他对作品的阐释总是涌动着他的感觉,唤醒和刺激人们的感受,培育人们对生活世界的欲望。有的感觉是我们似曾相识的,有的感觉则是陌生的,我们甚至找不到合适的词语来描述,只能一遍一遍看他的作品,体验他的体验,感觉他的感觉。我们从中看到了可能的世界、可能的美。

这也正是佐藤信夫提出的修辞的第三种功能——“发现性认识的造型功能”在设计修辞活动中的反映。佐藤信夫激活了人们对语言的感觉,而黑川雅之、原研哉这些人则激活了人们对物的感觉。这些感觉经由他们的发现并通过作品表达出来,然后呈现在我们眼前。或许是在瞬间,也或许要漫长的时间,得到人们的共鸣,成为人类共同的感觉、共同的世界、共同的美。

设计师应当珍视自己的感觉,把它理解为藏在自己身上的人性资源。发现感觉,并通过设计给这些感觉以造型,就是设计师为人类生活作贡献的方式。简言之,设计师贡献了自己的感觉。

因此我们可以对“形式追随感觉”模式也做一个概括:以人和自身人性的关系来决定物的形式。设计师在物中表达自己作为人所拥有的丰富感觉,这种感觉越深,他的设计就越能打动人,越能提升人类的生活境界。

五、中西日设计修辞模式的统一:设计追随自由

形式追随伦理,形式追随功能,形式追随感觉,其出发点分别是善、真、美。而我们知道,真善美应该是统一的。把这三种设计修辞模式分别作为中西日的代表性模式,也是就这三种设计文化的总体倾向而言的。可以说,中西日设计文化都追求真善美。伦理、功能、感觉,中西日的设计师在考虑其中任何一方面时都会兼顾其他两方面。区别只在于以哪一方面为主要尺度,而这个主要尺度就会制约其他两方面。也就是说,真善美的要素都有,但结构不同,因而形成了不同的模式。但从现象学的态度看,只要还原到人的直观感受,还原到人的自由感觉,那么无论在哪种模式下行动,都能踏上设计所追求的真善美之路。

“形式追随伦理”模式下,以伦理为主要尺度,功能和感觉就要服从伦理。这时,功能和感觉甚至也变成了伦理功能、伦理感觉。形式追随功能,难道伦理功能不也是一种功能吗?形式追随感觉,难道伦理感觉不也是一种感觉吗?孔子也正是因为觚缺了棱,丧失了伦理功能,没有了伦理感觉,才对其造型不满意的。孔子当然知道这种觚仍然能盛酒,无棱的圆造型也可以

是美的,他只是要从器物的伦理象征来批评觚的不像样。正如他批评季氏“八佾舞于庭,是可忍也,孰不可忍也”(《论语》八佾篇),并不是反对八佾舞蹈,而是反对季氏僭越“礼”的规定,把天子才能用的八佾形式自己用上了。不能说孔子上纲上线批评季氏,在他看来这是原则问题,他必须指出来。只要不合“礼”,舞蹈的娱乐功能和美就免谈,伦理尺度可以一票否决。今天,我们可以悬置孔子当时的“礼”的具体内容,以及他从“礼”出发对具体器物评价,而还原出他在和物打交道时对人类美好品德的自觉和自由的追求。这样,物的伦理功能,就不是外在的约束,而是人们内心向善的追求。人们感觉到是自己愿意向善而不是被迫向善,这样,对善的追求让人们充满了自由感。自由的人通过造物也传递出了善意。

“形式追随功能”模式下,形式要符合的功能,是物在“人与物”关系中的使用功能,而非在“人与人”关系中的协调功能。前者是物理功能,具有对人而言的客观性和普适性,它和形式之间有必然联系;后者是伦理功能,因文化差异而不同,和形式没有必然联系。“形式追随功能”就是追求形式和功能的必然联系。与功能没有必然联系的形式是一种多余的东西,会造成物质和精神的双重浪费。卢斯把装饰与罪恶联系在一起,他实质上反对的就是那些与功能无关的装饰。从这个角度看,只有追随功能的形式,才是符合伦理的。在物中解除了对人的精神束缚,彰显了人的自由平等,维护了人的尊严。同时,追随功能的形式也必然是美的,它既合乎人的目的,又合乎物的规律,现代主义设计风格就呈现出这样的美。但现代主义设计对“功能”的狭义理解也有其弊端,就是忽略了物对人而言的丰富意义。道德的、情感的,这些属于意义的东西也是物的功能。这方面,西方人也在反思。比如,德国青蛙设计公司(FROG DESIGN)提出了“形式追随激情”的理念。后现代主义设计也在为现代主义纠偏。美国著名的设计理论家约翰·赫斯科特就认为,对“形式追随功能”中的功能的片面理解,是一种教条主义,这种“教条式的专断限制了形式研究的范围”^④。他提出要重新定义“功能”,将功能分为“实用(Utility)”和“意义(Significance)”^④,这就为形式研究中容纳人的精神感觉开辟了途径。

而在“形式追随感觉”模式下,伦理和功能都实现了现象学还原,都还原到了人生命中的真实感觉。感觉不再受已有伦理规范和物理规范的遮蔽,人们直接面对形式本身,看它是否感动了自己。一个人自由的、

真实的感觉,就是人类的感觉,就是他人感觉的可能性。设计师不仅不用已有的观念去衡量形式,反而要用真实的感觉来促进观念的更新。当然,设计师的感觉能否得到共鸣,在现实中,也是一个很大的问题。靠伦理说服,靠科学说服,大家不服也得服,哪怕是心不服,口也得服。但靠感觉来说服,却是异常困难。如果对方有同样的感觉,那不需要说服;如果没有,那就根本说服不了,只能等待对方的感觉跟上来。比如,2022年3月,日本世界博览会协会公布了2025年大阪·关西世博会吉祥物形象,其怪异的形态引起了很多人的议论。说好的不多,吐槽的不少。且从《美术报》微信公众号文章中摘一段:“该吉祥物的形象一经发布,不少日本网友直呼‘心态崩了’。确实,看过此前备受日本民众喜爱的2022北京冬奥会吉祥物冰墩墩的可爱形象,再欣赏日本世博会的吉祥物是有些冲击。……日本不少网友评论称其‘太有冲击力’‘从来没有见过’‘让人不舒服’。中国网友的吐槽也很致命:‘奥特曼看了都得梆梆两拳’‘看了晚上要做噩梦’‘吉祥没感受到,倒是感觉到了不祥’。”^[14]这些评价中,“太有冲击力”“从来没有见过”还算是中性,“不舒服”“做噩梦”“不祥”,就都是负面的了。这和2012年伦敦奥运会标志在2007年发布时遭到差评的情形极为相似,不知道是否也会像伦敦奥运会标志一样,经过几年时间的品味,最终赢得人们的认可。这篇文章中说“最终吉祥物的确定是由平面设计师原研哉带领的评选委员会参考民众意见决定的”^[14]。原研哉有细致的感觉使他能够做出敏锐判断,同时也有足够的耐心等待感觉的共鸣。

总之,观念常常影响感觉,但它无法封闭感觉。可以说,正是感觉的开放性,推动着观念的开放性,才使人类的物质生活和精神生活就有了无限的发展空间。

笔者曾说:“设计师的同理心,根植于设计师与世界之间的‘我一你’关系,成长于设计师的‘我’与他人之‘你’、自我之‘你’、永恒之‘你’的感觉较量,所结出的果实就是设计实践的‘道德律’:要仅仅按照你喜爱并且希望别人也喜爱这一准则来设计。”^[15]在笔者看来,设计师追求道德的过程,就是同人性的丰富感觉进行较量的过程,就是追求自由的过程。“形式追随感觉”和“形式追随伦理”在这里就取得一致了。

六、结语

中西日的设计修辞模式,代表了人类设计活动在追求真善美的共同目标时所采取的三种不同的路径。

^④ 转引自约翰·赫斯科特著《设计,无处不在》,该书译者将Significance译为“重要性”,也可以,但不如译为“意义”更好理解。

它们的差异形成了不同的设计文化,对设计创新发挥了不同的作用。但只要敢于回到人生命中的真实感受这个原点,就会发现殊途同归:设计之路是自由之路,大家都走在这条路上。

参考文献

- [1] 代福平. 论设计修辞——布坎南和黑川雅之的设计修辞思想解读[J]. 美术大观, 2021(6): 130-135.
- [2] 肖书文. 中日当代修辞学比较研究:以王希杰和佐藤信夫为例[M]. 北京:人民出版社, 2015.
- [3] 佐藤信夫. 修辞感觉[M]. 肖书文, 译. 重庆:重庆大学出版社, 2012.
- [4] 陈鼓应, 赵建伟. 周易今注今译[M]. 北京:商务印书馆, 2005: 15.
- [5] 杨伯峻. 论语译注[M]. 北京:中华书局, 1980: 62.
- [6] 白平. 《论语》详解[M]. 北京:外语教学与研究出版社, 2010: 129.
- [7] 刘平云. 新晋顶流“冰墩墩”[J]. 工业工程设计, 2022, 4(2): 1-3.
- [8] 郭春方. “雪容融”诞生记[J]. 工业工程设计, 2022, 4(2): 4-7.
- [9] 邓晓芒. 哲学起步[M]. 北京:商务印书馆, 2017: 239-249.
- [10] 约翰·赫斯科特. 无处不在[M]. 丁珏译, 设计. 南京:译林出版社, 2013.
- [11] 亨利·德莱福斯. 为人的设计[M]. 陈雪清, 于晓红, 译. 南京:译林出版社, 2012.
- [12] 黑川雅之. 设计修辞法[M]. 张钰, 译. 石家庄:河北美术出版社, 2014.
- [13] 原研哉. 日本的设计[M]. 张钰, 译. 桂林:广西师范大学出版社, 2017.
- [14] 美术报微信公众号. 日本世博会吉祥物发布后,网友的心态崩了……[EB/OL]. (2022-03-25) [2022-03-30]. <https://mp.weixin.qq.com/s/yo9S1MJjRe0SJegklHgi5A>.
- [15] 代福平. 设计伦理起步:设计师如何培养同理心[J]. 美术大观, 2021(9): 136-141.

责任编辑:陈作