

การเชื่อมโยงวัฒนธรรมและการออกแบบของญี่ปุ่น

“การออกแบบ” ในประเทศตะวันตกมีกำเนิดมาเป็นเวลากว่าสามศตวรรษ แต่สำหรับในประเทศไทยดูเหมือนยังมีการยอมรับและเห็นถึงความสำคัญกันในช่วงแคบ อาจเป็นไปได้ว่าการออกแบบเป็นเรื่องที่ไทยรับจากต่างประเทศ แต่ไม่มีแก่นแท้ที่เป็นแกนหลักแห่งความคิดที่เป็นบ้านหลอมเดียวกันทางความคิดของสังคมส่วนรวม

นายโตรุ วาดา (Tohru Wada) นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ชาวญี่ปุ่นได้ให้ข้อเสนอแนะในการสัมมนาหัวข้อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นว่า นักออกแบบไทยควรนำวัฒนธรรมไทยมาใช้ในการออกแบบเพื่อสร้างเอกลักษณ์ทางการตลาดของสินค้าไทยให้เด่นชัดขึ้น ประเทศญี่ปุ่นสามารถรวมเอาวัฒนธรรมกับการออกแบบระดับสากลได้อย่างน่าทึ่ง เป็นที่น่าสนใจว่าญี่ปุ่นทำได้อย่างไร

การออกแบบของญี่ปุ่นในทุกสาขา ไม่ว่าจะเป็นสถาปัตยกรรม การออกแบบภายใน เครื่องแต่งกาย หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ล้วนมีที่มาจากวัฒนธรรม วัฒนธรรมของญี่ปุ่นนั้นมีที่มาจากปรัชญาศาสนาพุทธ ดังนั้นเพื่อที่จะเข้าใจถึงการออกแบบของญี่ปุ่น จึงต้องทำความเข้าใจปรัชญาศาสนาพุทธที่เป็นหลักแห่งความคิดก่อน

ศาสนาในประเทศญี่ปุ่น

สำหรับประเทศญี่ปุ่นแล้วศาสนาเปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือในการสร้างชาติ รวมทั้งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเจริญล้ำหน้าของญี่ปุ่นในทุกวันนี้ เนื่องจากการพัฒนาเกิดจากคนที่มีคุณภาพในสังคมญี่ปุ่นประกอบไปด้วยแนวความคิดและปรัชญาจาก 3 ศาสนาหลักด้วยกันได้แก่ ชินโต พุทธ และขงจื้อ

ศาสนาชินโตและขงจื้อสร้างลัทธิชาตินิยมที่แข็งแกร่ง ความเคร่งครัดต่อกฎระเบียบทางสังคม และรากฐานทางการศึกษา ทำให้คนญี่ปุ่นรักในการศึกษาหาความรู้ คุณสมบัติเหล่านี้นับเป็นรากฐานที่ดีในการเจริญงอกงามทางวัฒนธรรมอันสืบเนื่องมาจากศาสนาพุทธ

ศาสนาพุทธเข้ามาในประเทศญี่ปุ่นในศตวรรษที่ 6 นำประหลาดใจว่าศิลปะเกือบทุกแขนงที่เป็นเอกลักษณ์ของญี่ปุ่นนั้นล้วนมีรากฐานมาจากศาสนาพุทธ สร้างการเชื่อมโยงกันระหว่างศีลธรรมและศิลปะ ศาสนาพุทธได้วางแนวการปฏิบัติตัวในการดำเนินชีวิตไว้หลายข้อ ได้แก่ ความเมตตา กรุณา ความซื่อสัตย์ ความมานะอดทน ความขยันขันแข็ง การประนีประนอม และความเรียบง่าย ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการสร้างงานศิลปะทั้งหลายของญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นพิธีชงชา การตกแต่งบ้าน การจัดสวน การจัดดอกไม้ การวาดภาพชาวตำหรือภาพซูมิเอะ

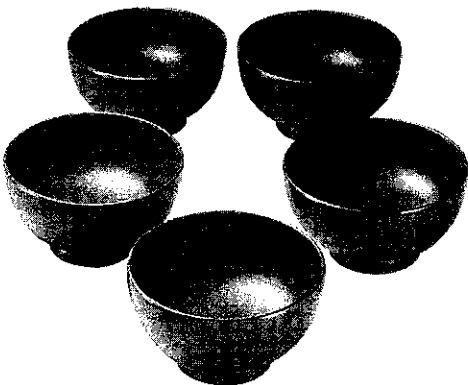
ปรัชญาศาสนาพุทธและค่านิยมทางความงาม

เดิมนั้นญี่ปุ่นนับถือชินโต ศาสนาพุทธเข้าสู่ญี่ปุ่นในศตวรรษที่ 6 มีแนวคิดปรัชญาว่าด้วยสันติสุข การละทิ้งกิเลส สู่วิถีชีวิตที่เรียบง่าย ประหยัด การทำงานหนัก และการอยู่ร่วมกันเพื่อสังคม มากกว่าเห็นแก่ตนเอง ผู้เดียว การทำความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ด้วยการคิดไตร่ตรองใคร่ครวญความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างคนและธรรมชาติ ทุกสิ่งมีการเกิดและดับ บ้านควรเป็นเพียงที่อยู่อาศัยชั่วคราว ดังจะเห็นได้จากบ้านญี่ปุ่น บ้านญี่ปุ่นมีขนาดเล็ก แต่มีความยืดหยุ่น (flexible) สูง โครงสร้างแต่ละชั้นจะมีน้ำหนักเบา ในขณะที่สามารถทนอากาศร้อนและหนาวได้ ภายในห้องจะเรียบง่าย เครื่องเรือน ของใช้ถูกเก็บไว้ในตู้ ในห้องเดียวกันนี้สามารถปรับเปลี่ยนการใช้งานตามแต่โอกาส เครื่องใช้ต่าง ๆ ถูกนำออกมาใช้เฉพาะที่จำเป็น แบ่งพื้นที่แต่ละห้องด้วยบานเลื่อนกระดาษที่ถอดเคลื่อนย้ายได้ นอกจากนี้ภายในบ้านยังเชื่อมโยงกับธรรมชาติในสวนด้วยบานเลื่อนที่เปิดโล่งสู่กัน



รูปที่ 1 ภายในบ้านญี่ปุ่นทุกอย่างอยู่ในโครงสร้างตาราง
ห้องและสวนเปิดโล่งสู่กัน
ที่มา : Contemporary Japanese Design

โดยทั่วไปแล้ว ถ้าจะเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างศิลปะและการออกแบบ อาจกล่าวได้ว่าศิลปะสร้างขึ้นเพื่อความพอใจของศิลปิน การออกแบบคือการแก้ปัญหาเพื่อมวลชน แต่สำหรับญี่ปุ่น ศิลปะและการออกแบบนั้นแยกกันไม่ออก ปรัชญา “Sabi” กล่าวไว้ว่า สิ่งใดที่มีการใช้สอยที่ดีแล้ว สิ่งนั้นคือความงาม รูปทรงที่เกิดจากลักษณะการใช้งานที่เหมาะสม จึงเรียกว่าความงาม คำว่าสวยงามในความหมายของญี่ปุ่น (kirei) จึงมีความหมายที่ลึกซึ้งรวมถึง ความสะอาด (clean) เรียบร้อยหมดจด (neat and tidy) จึงไม่น่าสงสัยว่า ทำไมการออกแบบจึงเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตชาวญี่ปุ่น

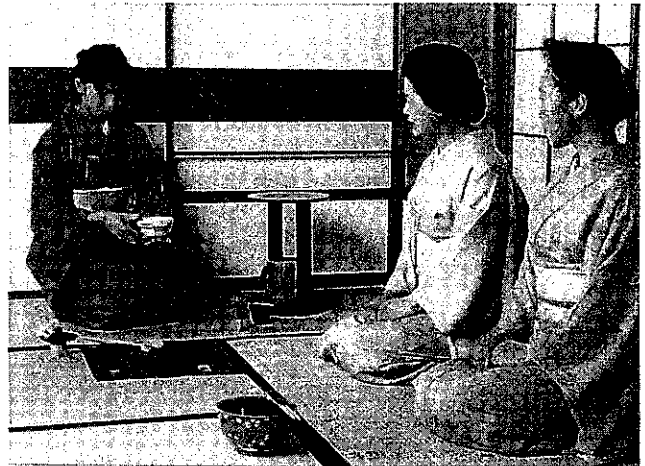


รูปที่ 2 ภาชนะมีรูปทรงเรียบง่าย สะอาด (clean)
เรียบร้อยหมดจด (neat and tidy)
ที่มา : Contemporary Japanese Design

ปรัชญา “Wabi” หมายถึง ความงามที่เกิดจากเนื้อแท้ของวัสดุ (truth to material) การใช้วัสดุตามธรรมชาติที่เป็นอยู่โดยไม่ปรุงแต่ง การดำรงชีวิตอยู่อย่างประหยัด ไม่โอ้อวด และไม่ยึดมั่นถือมั่น

ปรัชญา “Shibui” หมายถึง ความงามอย่างเรียบง่ายไม่ฟุ้งเฟ้อ (minimal aesthetics) นำไปสู่แนวความคิดการจัดการพื้นที่ (space) อย่างประหยัด สามารถพกพาได้ การสร้างหน่วยรูปทรงสี่เหลี่ยมเพื่อระบบการใช้งานและจัดเก็บ

การดื่มชาเป็นวัฒนธรรมหนึ่งแสดงถึงความเป็นญี่ปุ่นได้อย่างดี อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในพิธีจะมีเฉพาะแต่สิ่งที่จำเป็นต้องใช้ ภาชนะมีรูปทรงและลักษณะพื้นผิวที่เรียบง่าย แสดงถึงความเป็นธรรมชาติ รวมถึงลักษณะท่าทางของผู้เตรียมและดื่มชา ทั้งหมดเป็นความงาม แต่เป็นความงามที่มองถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณมากกว่ามองแค่วัตถุ



รูปที่ 3 จิตวิญญาณแห่งพิธีชงชา
ที่มา : Contemporary Japanese Design

นี่แหละญี่ปุ่น

เมื่อเห็นงานออกแบบที่มีอยู่หลากหลายในตลาด เป็นที่ยอมรับว่างานออกแบบญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์ บางคนบอกว่าเพราะความเรียบง่าย แต่เรียบง่ายอย่างไรที่ทำให้ผู้มองสามารถแยกความเรียบง่ายแบบญี่ปุ่นจากความเรียบง่ายของตะวันตก บางคนกล่าวว่าเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของสินค้าญี่ปุ่นคือสีดำ เพราะเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ จากญี่ปุ่นล้วนแต่ใช้สีดำ อย่างไรก็ตามงานออกแบบนั้นคือการรวมกันขององค์ประกอบต่าง ๆ เช่น รูปทรง รูปร่าง วัสดุ ลักษณะพื้นผิว สี และที่ว่าง ซึ่งญี่ปุ่นพิจารณาสิ่งเหล่านี้อย่างลึกซึ้ง

ความเรียบง่ายที่ซับซ้อน

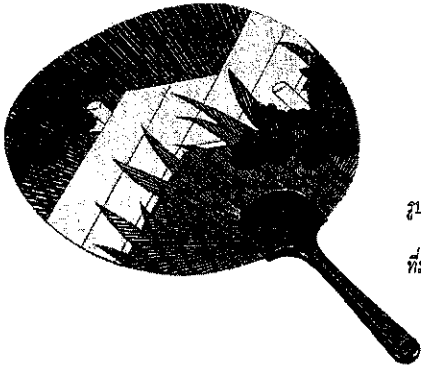
ในโลกของงานออกแบบ ความเรียบง่าย มักถูกนำมาใช้ในงานออกแบบบ่อยครั้ง อาจเป็นเพราะความเรียบง่ายอยู่ได้นาน ไม่เบื่อหน่าย ความเรียบง่ายของตะวันตกคือความไม่ซับซ้อน ในขณะที่ความเรียบง่ายของญี่ปุ่นคือความซับซ้อน แต่ความซับซ้อนในความหมายของญี่ปุ่น คือความคิดที่ซับซ้อน ความละเอียดอ่อนในแง่ของอุดมคติและแนวคิดปรัชญา ตัวอย่างเช่นงานเครื่องปั้นดินเผาที่มีรูปทรงบิดเบี้ยวดูไม่ตั้งใจ ไม่เคลือบสีเพื่อให้เห็นลักษณะพื้นผิวขรุขระของเนื้อดินที่แท้จริง

ในงานสถาปัตยกรรมญี่ปุ่น อาคารที่ปรากฏต่อสายตานั้นดูเรียบง่าย แต่ก่อนที่งานจะสำเร็จอย่างที่เห็นนั้นผ่านการคิดอย่างซับซ้อน ละเอียดอ่อน การจัดวางความสัมพันธ์ที่ลงตัวของโครงสร้างและที่ว่าง การเชื่อมโยงระหว่างอาคารและธรรมชาติ แสงเงาที่เกิดขึ้นเมื่อตกกระทบโครงสร้างลงมา การตัดกันของลักษณะพื้นผิว

ภายในบ้านญี่ปุ่น สิ่งแรกที่เห็นก่อนและเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนคือบานเลื่อนกระดาศที่ตีโครงสร้างเป็นตารางดูเป็นโครงสร้างง่าย ๆ แต่ทว่าในแต่ละท่อนั้นถูกคัดเลือกมาอย่างดี ทั้ง ขนาด สี และลักษณะพื้นผิวในงานออกแบบเสื้อผ้า งานออกแบบเสื้อผ้าของ Issey Miyake ผ้าถูกตัดเป็นรูปร่างเรขาคณิตง่าย ๆ แต่สามารถนำมาห่อหุ้มร่างกายให้เหมาะสมตามแต่นุคลิกของแต่ละคน ด้วยลักษณะพื้นผิวของเนื้อผ้าที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ก็เช่นกัน ถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีที่ซับซ้อน แต่รูปลักษณ์ที่ปรากฏเน้นความเรียบง่าย เพื่อให้เกิดความเป็นมิตรกับผู้ใช้

การใช้สี

การใช้สีของญี่ปุ่นเป็นผลสืบเนื่องมาจากการปกครองในสมัยโชกุน มีการกำหนดบทบัญญัติต่าง ๆ ในการอยู่ร่วมกันของสังคม รวมทั้งการใช้สีกับวาระโอกาสต่าง ๆ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าการใช้สีเป็นเรื่องของการสื่อความหมายในญี่ปุ่นมาแต่โบราณ เช่น สีสดใสสำหรับสามัญชน สีที่แสดงความหรูหราใช้สำหรับการตกแต่งในโอกาสพิเศษ หรือสีของชุดกิโมโนสำหรับวัยรุ่นจะมีสีสดใส สำหรับผู้ใหญ่จะมีสีเข้มขรึม และจากปรัชญาศาสนาพุทธ เน้นการใช้สีที่เรียบง่าย สีโทนเดียว (Monotone) นอกจากนี้ยังมีกลุ่มสีที่ใช้กันมาแต่โบราณ สื่อถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมของญี่ปุ่น ได้แก่ สีคราม สีเขียว คู่สีแดงขาว และคู่สีดำขาว



รูปที่ 4 พัดญี่ปุ่นในโทนสีเข้มของสีเขียว ม่วง และสีทองสำหรับหญิงวัยกลางคน
ที่มา : Contemporary Japanese Design



รูปที่ 5 โทนสีสดของว้าวในโอกาสงานรื่นเริง
ที่มา : Contemporary Japanese Design

สีครามหรือน้ำเงินเป็นสีที่สกัดจากธรรมชาติ มีสารที่ทำให้เนื้อผ้าแข็งแรงขึ้นเหมาะแก่การใส่ไปทำงาน สีน้ำเงินจึงสื่อถึงกลุ่มคนที่เป็นชาวนาช่างไม้ ช่างฝีมือ สีน้ำเงินยังใช้คู่กับสีขาวในการทำตราประจำตระกูล (Family Crest) ปัจจุบันสีน้ำเงิน-ขาวมักถูกใช้กับชุดเครื่องแบบตามองค์กรต่าง ๆ นอกจากนี้สีน้ำเงินยังใช้กับเครื่องใช้ที่ต้องการสื่อความเย็นและการพักผ่อน เช่น พัดลม เครื่องปรับอากาศ

สีเขียวสื่อถึงธรรมชาติ นิยมใช้กับบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารบางอย่างที่ต้องการแสดงความสดใหม่ ซึ่งจะใช้เพียงประมาณ 10-20% แต่สีเขียวไม่นิยมใช้กับผลิตภัณฑ์และเสื้อผ้า เพราะสีเขียวให้ความรู้สึกรู้สึกว่าเป็นบ้านนอก ล้าสมัย แม้ว่าแนวโน้มการอนุรักษ์ธรรมชาติจะมาแรง ในงานออกแบบตะวันตกจะใช้ลวดลายและสีที่ดูธรรมชาติคือสีเขียวในการออกแบบ แต่ญี่ปุ่นนั้นมีแนวทางการเข้าถึงธรรมชาติเฉพาะตัวอยู่แล้ว

อาจกล่าวได้ว่าสีแดง-ขาวเป็นสีเอกลักษณ์ของญี่ปุ่น เช่น สีธงชาติ สีแดง-ขาวสำหรับญี่ปุ่นมีความหมายที่ลึกซึ้งถึงจิตวิญญาณทีเดียว มีความหมายถึงความสุข การเฉลิมฉลอง สีแดงเป็นสีแห่งชีวิต พระอาทิตย์ ความมีชีวิตชีวา สีขาวเป็นสีแห่งพระเจ้า ความบริสุทธิ์ ความสงบสุข ดังนั้นชุดกิโมโนจึงใช้สีแดง-ขาว และสีแดง-ขาวยังใช้กับผลิตภัณฑ์ที่แสดงพลังงาน เช่น แบตเตอรี่ เครื่องยนต์ เป็นต้น

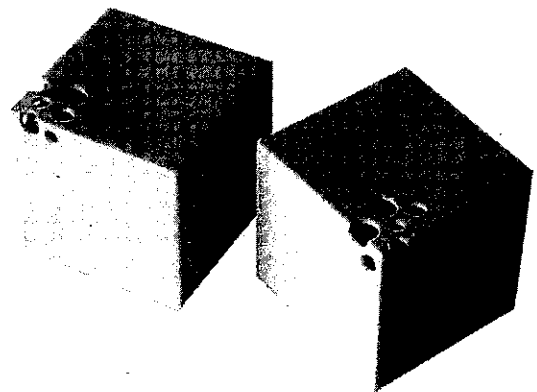
สำหรับญี่ปุ่น สีดำหมายถึงการอำพราง อำนาจลึกลับ เช่น ชุดนินจา ในการใช้สีดำกับผลิตภัณฑ์สามารถซ่อนความหนาเทอะทะให้บางเบาขึ้น และที่เด่นชัดคือการใช้สีดำกับสินค้าทางเทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือเครื่องเล่นเทป เนื่องจากสีดำสื่อถึงอำนาจมหัศจรรย์ของเทคโนโลยีที่เนรมิตความสะดวกสบายต่อมนุษย์ได้อย่างง่ายดาย ในปัจจุบันแนวคิดการใช้สีกับสินค้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่เปลี่ยนไป เช่น คอมพิวเตอร์ จะใช้สีอ่อนเพื่อดูเป็นมิตร ใช้งานง่าย

สีเรียบง่ายหรือสีโทนเดียวมักถูกใช้ในงานตกแต่งภายใน แสดงถึงความสงบ เรียบง่าย แต่สำหรับการใช้สีกับผลิตภัณฑ์นั้นค่อนข้างหลากหลาย เลือกใช้ตามลักษณะกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม การแบ่งกลุ่มเป้าหมายของญี่ปุ่นจะค่อนข้างเฉพาะเจาะจงอันเป็นผลสืบเนื่องจากบทบัญญัติการแบ่งกลุ่มคนที่มีมาแต่สมัยโชกุน

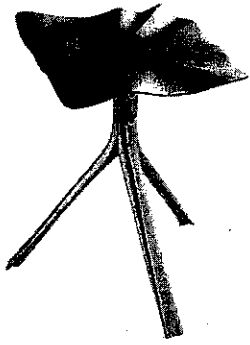
รูปทรงและลวดลาย (Form & Pattern)

รูปทรงสี่เหลี่ยมและตาราง มักถูกพบเห็นบ่อยในหมู่สินค้าญี่ปุ่น แต่ความน่าเบื่อของสี่เหลี่ยมและตารางนั้นถูกเสริมด้วยความเคลื่อนไหว ความอ่อนโยน และเป็นมิตรของความโค้ง แนวคิดหยิน-หยาง ถูกนำมาใช้ในการออกแบบ หยินหมายถึงผู้ชาย ความแข็งแกร่ง ความเป็นระเบียบ และการใช้งาน ญี่ปุ่นใช้รูปทรงสี่เหลี่ยมและตารางในการสื่อถึงหยิน ส่วนหยางหมายถึงผู้หญิง สัญชาตญาณ การเกิดใหม่ และแรงดลใจ ญี่ปุ่นใช้รูปวงกลมและความโค้งในการสื่อถึงหยาง ดังที่เห็นวงกลมสัญลักษณ์ของธงชาติญี่ปุ่น

การสร้างสรรครูปทรงคือการผสมผสานกันของหยินและหยาง เช่น กล้องไม้เคลือบแลคเกอร์รูปทรงสี่เหลี่ยม ส่วนลวดลายเป็นเส้นโค้งของสายน้ำ โดยให้ลวดลายกลายเป็นส่วนหนึ่งของรูปทรง เหมือนต้นไม้ที่ผลิดอก และในงานกราฟิกจะจัดวางองค์ประกอบให้เหมือนเป็นการถ่ายทอดช่วงเวลาหนึ่งของธรรมชาติ



รูปที่ 6 แจกันเครื่องเคลือบทรงลูกบาศก์และลวดลายวงกลมทำให้เกิดเส้นโค้งของงาน
ที่มา : Contemporary Japanese Design



รูปที่ 7 เก้าอี้โดย Igarahi Studio ส่วนหนึ่งเป็นรูปร่างสี่เหลี่ยม
ที่ปรับเป็นลอนธรรมชาติ เพิ่มความน่าสนใจให้กับงานอย่างมาก
ที่มา : Contemporary Japanese Design

การออกแบบเน้นการประหยัดพื้นที่ (Space-saving Design)

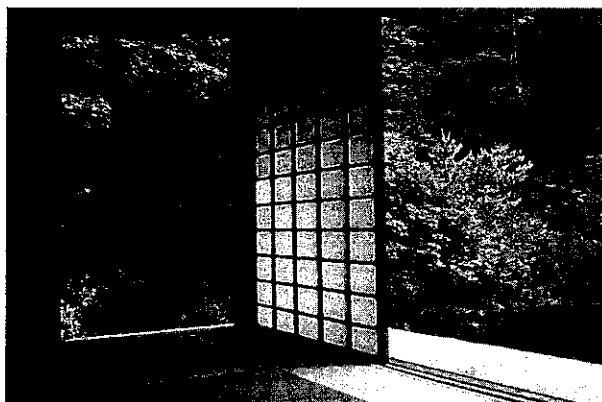
Ben Elton นักเขียนได้กล่าวถึงสินค้าญี่ปุ่นว่า “เป็นงานที่มีการออกแบบสวยงาม บางเบา กะทัดรัด เทคโนโลยีสูง การใช้งานที่สะดวกและง่าย ปัญหาเดียวที่คุณจะพบคือ คุณทำมันหาย” ในสมัยที่ญี่ปุ่นเริ่มส่งออกสินค้านั้นเป็นธรรมดาที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากในการขนส่ง ทำให้ญี่ปุ่นมีแนวคิดส่งออกสินค้าที่มีขนาดเล็กแต่ราคาแพง

ในสมัยโบราณที่ยังใช้การเดินทาง ส่วนสัมภาระส่วนตัวนั้นพกพาไปได้ไม่สะดวก จึงได้ออกแบบเป็นกระเป๋าไม้รูปทรงแบน มีขนาดกะทัดรัด และแบ่งเป็นชั้น ๆ เพื่อเก็บของตามประเภท มีสายสำหรับผูกหรือคล้องติดตัว สินค้าหลายอย่างในปัจจุบันถูกพัฒนาให้พกพาสะดวกโดยมีขนาดใส่ในกระเป๋าเสื้อได้ เช่น วิทยุพกพา Clip Radio ของ Sony

จากปรัชญาศาสนาพุทธที่เน้นความยืดหยุ่น การประหยัด ความเรียบง่าย และการไม่ยึดติด เป็นผลให้เกิดการสร้างหน่วยมาตรฐาน (Modular) เพื่อประหยัดพื้นที่การจัดเก็บและพื้นที่การใช้งาน ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่การใช้งานได้ตามความเหมาะสม ในบ้านญี่ปุ่นใช้ขนาดเสื่อทาทามิเป็นหน่วยมาตรฐาน เช่น ขนาดพื้นห้องเท่ากับทาทามิ 6 ผืน จากนั้นจึงขึ้นโครงสร้างผนังตามความกว้างยาวของพื้นห้อง ขนาดของบานเลื่อนก็เป็นหน่วยมาตรฐานเช่นกัน และสามารถถอดเคลื่อนย้ายได้ เครื่องเรือนสามารถพับแบนได้เพื่อประหยัดพื้นที่ในการเก็บ และในการตัดชุดกิโมโนนั้นก็ใช้หน่วยมาตรฐาน ชุดกิโมโนจะถูกตัดให้มีขนาดของผืนผ้าเท่ากันหมด แต่ทุกคนใส่ได้ เนื่องจากวิธีใส่ต้องผูกทับให้กระชับตัวอีกที



รูปที่ 8 เสื่อทาทามิ หน่วยมาตรฐานของบ้านญี่ปุ่น
ที่มา : Contemporary Japanese Design



รูปที่ 9 จากเสื่อทาทามิสู่ขนาดของบานเลื่อนและเพดาน
ที่มา : Contemporary Japanese Design

ญี่ปุ่น และตะวันตก

ญี่ปุ่นเป็นประเทศปิดมากกว่า 250 ปี จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1850 ได้เปิดการติดต่อทางการค้ากับสหรัฐอเมริกา และยุโรป ญี่ปุ่นรับอิทธิพลทางเทคโนโลยีและสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ แต่การรับมาของญี่ปุ่นนั้นคือการสร้างคุณค่าแห่งการเรียนรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ เกิดความรู้ใหม่และรู้จักวัสดุใหม่ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่สามารถแก้ปัญหาให้กับมนุษย์ ถ้าการออกแบบคือการแก้ปัญหา ญี่ปุ่นคือชนชาติของนักแก้ปัญหา

ในขณะเดียวกัน ตะวันตกก็ได้รับอิทธิพลของญี่ปุ่นไปเช่นกัน ในช่วงแรกของการติดต่อกับตะวันตกนั้น สินค้าของญี่ปุ่นในมุมมองของตะวันตกคือของที่ตกต่ำระดับประดามาก หรูหรา ชับซ้อน วิจิตรบรรจง เป็นของแปลกใหม่ที่ไม่เคยเห็นมาก่อน เพื่อสนองความต้องการตลาด สินค้าส่งออกของญี่ปุ่นจึงมีรูปแบบดังกล่าวในช่วงแรก ซึ่งตรงกันข้ามกับอุดมคติที่แท้จริง

ในปลายช่วงปี ค.ศ.1900 แฟรงก์ ลอยด์ ไรท์ สถาปนิกและนักออกแบบเป็นผู้นำแนวคิดปรัชญาของญี่ปุ่นสู่การออกแบบระดับสากล ไรท์มีแนวคิดในการเชื่อมโยงกันของแนวคิดตะวันออกและตะวันตก เขากล่าวว่า “ศิลปะญี่ปุ่นคือความใกล้ชิดกับธรรมชาติและพื้นแผ่นดิน” งานสถาปัตยกรรมของไรท์ ให้ความสำคัญของการเชื่อมโยงกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยการเน้นเส้นแนวนอนของอาคาร นอกจากนี้ปรัชญาของญี่ปุ่นยังทำให้เขาเกิดแนวคิดในการออกแบบสมัยใหม่ โดยการละทิ้งสิ่งที่ไม่จำเป็น (elimination of the insignificant)

ในช่วงนั้นประเทศญี่ปุ่นยังมีการเชิญนักออกแบบตะวันตกมาทำงานในญี่ปุ่น และส่งนักออกแบบญี่ปุ่นไปเรียนตะวันตก หรือทำงานกับนักออกแบบที่มีชื่อเสียง เช่น Le Corbusier เป็นการหล่อหลอมความเก่าคือการยึดมั่นในปรัชญาทางวัฒนธรรม และความใหม่คือเทคโนโลยีเข้าด้วยกันเพื่อสร้างสิ่งใหม่ที่ดีกว่า ดังแนวคิดของบริษัทโซนี่ (Sony) ที่ว่า “นักออกแบบของเราคือผู้สร้างค่านิยมใหม่ให้กับผู้บริโภค”

ถึงตรงนี้คงได้คำตอบที่ตั้งไว้ในช่วงต้นว่า ญี่ปุ่นสามารถสร้างสรรค์งานออกแบบที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่สากลได้อย่างไร คำตอบนั้นอยู่ในช่วงระยะเวลาแห่งการพัฒนาที่ยาวนานจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน อาจต้องยอมรับว่าเป็นความสามารถพิเศษของชาวญี่ปุ่นจริง ๆ ในการนำปรัชญาทางศาสนาซึ่งเป็นนามธรรมมาสร้างงานออกแบบที่เป็นรูปธรรม

บทสรุป

ญี่ปุ่นสามารถนำปรัชญาทางศาสนาเชื่อมโยงวิถีชีวิตในรูปแบบของวัฒนธรรม และพัฒนาไปเป็นปรัชญาในการออกแบบได้อย่างสอดคล้องกลมกลืน สำหรับประเทศไทยซึ่งนับถือศาสนาพุทธเช่นกัน และมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เช่นกัน แต่จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมไทยที่ถ่ายทอดลงสู่งานออกแบบนั้นแสดงออกทางรูปแบบมากกว่าทางปรัชญา

แม้ว่าศาสนาพุทธของไทยนั้นแตกต่างจากศาสนาพุทธของญี่ปุ่น เนื่องจากศาสนาพุทธของไทยเป็นนิกายเถรวาท ศาสนาพุทธของญี่ปุ่นเป็นพุทธนิกายอาจาริยวาท หรือนิกายมหายาน แต่แก่นแท้ทางปรัชญานั้นล้วนเอื้ออำนวยต่อการเจริญงอกงามทางสังคม

การส่งออกถือเป็นรายได้สำคัญของประเทศไทย ปัจจุบันประเทศไทยเริ่มมีการกระตุ้นให้เห็นคุณค่าของการออกแบบเพื่อส่งออกมากขึ้นหลังจากเกิดภาวะทางเศรษฐกิจตกต่ำ การสื่อแสดงความเป็นไทยถูกหยิบยกเป็นประเด็นในการจัดสัมมนาและการประกวดออกแบบ แต่วิถีทางในการสร้างเอกลักษณ์ไทยในการออกแบบนั้นอาจลึกซึ้งมากกว่าที่คิด สิ่งสำคัญที่สุดคือการสร้างคนให้คิดเป็นคิดเพื่อสังคมส่วนรวมเพื่อประเทศชาติเปลี่ยนแปลงรูปแบบ เป็นการเรียนรู้ให้เข้าใจ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม สร้างสิ่งนี้ไปพร้อมกับการศึกษาหาวัฒนธรรมความเป็นไทยถึงปรัชญา ซึ่งจะทำได้จะทำให้สามารถสร้างงานออกแบบได้อย่างกว้างไกลกว่าที่เป็นอยู่

บรรณานุกรม

1. เพ็ญศรี กาญจน์มัย. สังคม และวัฒนธรรมญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2540.
2. ฟัน ดอกบัว. ศาสนาเปรียบเทียบ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ศิลปาบรรณการ, 2535.
3. Sparke, Penny. "Japanese Design." London; Swallow Publishing Ltd., 1987.
4. Evans, Sian. "Contemporary Japanese Design." London; Collins & Brown Ltd., 1991.