

基于格式塔心理学的景观形式审美研究

赵刘 (无锡商业职业技术学院, 江苏无锡 214153)

摘要 从知觉场、完形感知和异质同构3个方面解析了人体知觉的格式塔机理, 结合景观艺术的综合性、空间性和功能性3个特征, 总结出景观形式美感表征的4项规律: 平衡感、多样性的统一、节奏与韵律、功能与形式的融合。

关键词 格式塔; 景观艺术; 形式审美

中图分类号 S26 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2014)32-11381-02

Landscape Forms Aesthetic Research Based on Gestalt Psychology

ZHAO Liu (Wuxi Institute of Commerce, Wuxi, Jiangsu 214153)

Abstract The gestalt mechanism of human perception was analyzed from aspects of perception field, gestalt perception and isomorphism; combined with three characteristics of landscape art, namely comprehensive, spatial and functional, four laws of landscape aesthetic form include sense of balance, unity in diversity, fusion of rhythm and cadence, function and form.

Key words Gestalt; Landscape art; Forms of aesthetic

作为一种综合了雕塑、建筑、壁画、园艺、水景等元素的复合型艺术, 景观艺术对于城市环境的改善和公众日常生活的美化发挥了重要的作用。景观艺术的重要价值首先是通过令人难忘的知觉美感表现出来的, 置身于景观营造的环境之中, 公众的视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉都产生美妙的体验。身体的五官所产生的知觉美感直接源自于景观的形式。所谓的形式与内容相对, 一般指感官对象的物理外在表现, 如色彩、形状、线条、结构、媒介等, 它与质料、内容、成分、题材等相对立。景观形式对于景观设计或审美来说都具有重要意义, 从设计的角度来看, 任何景观都要通过一定的形式表现出来, 所以形式可以说是景观的存在前提; 从审美的角度来看, 形式是欣赏者所接触到的第一维度, 多彩的景观形式带给公众丰富的知觉美感。该研究所针对的问题是: 什么形式的景观设计才能让公众产生高质量的审美体验。

1 主体知觉的格式塔机理

人体知觉机理最终决定着审美感知的特点与模式。传统心理学认为人的复杂知觉是简单感觉的束捆, 意识经验是对于各个简单元素的堆集。如洛克等就认为, 人对于外物的感知是成簇状的, 以分离的形式在人的头脑中产生, 然后人依靠联想将各种感知因素联系起来, 形成对于外物的完整知觉。按照这种理论, 人们对于一处复杂的景观的审美就是对于所有颜色、形状、材质等的感觉集合。这样的话, 美的景观应该是颜色越丰富多彩越好, 形状越千奇百怪越好, 但是实际经验与该理论是不一样的。格式塔理论坚决反对这种“束捆”假设, 认为人对于事物的感知并不遵从简单的刺激—反应模式, 而是体现出一种整体性和格式塔。这种格式塔的知觉机理主要通过以下3个方面表现出来: 知觉场、完形感知和异质同构。

1.1 知觉场 格式塔理论创始人科勒认为, “一人的行动通常是和一种‘结构完整的’场相联系的, 更多的是和特殊事件

相关联的。所以正确的心理学公式是: 刺激样式—组织过程—对组织过程产物的反应。……刺激—反应公式忽视刺激和反应之间所发生的组织过程, 特别忽视部分在整体中获得新特性的形成过程”^[1]。科勒认为人的知觉并不是直接对外物进行反应, 而是通过一种场来发生作用。格式塔理论认为人并不是简单地对客观环境进行反应, 而是对在知觉场的加工下所形成的主观环境进行反应。换句话说, 外部的客观环境只有在成为主体心理的实在, 才能真正影响人的行为。因此, 真正决定人们的行为和感知效果或者直接发生影响的并不是人们常见的那些客观环境, 而是知觉场或行为环境。

1.2 完形感知 格式塔理论认为人体知觉并不是对于外物的单纯的线条、颜色或某些个别因素的感知, 主体总是将审美对象作为一种形状或“格式塔完形”去把握, 正是在一种整体的方式中, 人才能建立对于外物的原初认识。格式塔理论进而提出知觉的3个原则: 一是简化原则, 二是近似原则, 三是图形与背景原则。所谓简化原则指的是人对于外物的知觉不是客观或者一丝不漏地进行感知的, 而是主体以信息过滤器的方式去感知外物, 主体在感知的开始状态就已经按照自己的需求对信息进行了过滤。人的眼睛倾向于把任何一个刺激式样看成已知条件所允许达到的最简单的形状, 即大脑领域中存在着那种向最简单的结构发展的趋势, 能使知觉对象看上去尽可能的简单^[2]。所谓近似原则指的是一个式样的组成部分在知觉方面的相似程度有助于确定这些部分在视觉上的密切程度^[3]。近似原则实际上说明了人的经验对于感知的重要影响, 即人们往往把事物感知为自己所熟悉的的东西。图形与背景原则可能是最重要的一条, 它的主要意思是人对于外界信息的选择, 也就是图形必须在一定背景下, 才能被人们所认识, 此时背景就不会被人所知觉到。

1.3 异质同构 格式塔心理学用“异质同构”说来阐释人类审美经验的模式, 认为产生美感的事物形式结构与人的心理结构有某种类似之处。这个主要式样并没有被观赏者的神经系统原原本本地复制出来, 而是在他的神经系统中唤起了一种与它的力的结构相同形的力的式样^[2]。阿恩海姆认为包括各种艺术样式在内的一切外部事物, 从本质上讲都是力

基金项目 教育部人文社科青年基金项目(12YJC760121)和江苏省高校“青蓝工程”项目联合资助。

作者简介 赵刘(1980-), 男, 安徽凤阳人, 副教授, 博士, 从事景观艺术、旅游管理研究。

收稿日期 2014-09-30

的作用模式,因而也都具有力的结构,艺术品带给人们的感动的精髓就在于艺术的“张力”或“动力”。当然此处的力指的是艺术品形式上带给人的主观上的知觉动力,这种动力是由各个部分与艺术品的平衡中心相比较而产生的。而艺术品的平衡中心是由构成整个艺术品的布局所创造出来的,它与物理意义上的重心不一样,是人对于艺术品的一种主观中心赋予。

2 景观艺术的特征

以上3个原则互为补充并共同揭示出人体对于外物感知的固有规律,反映出审美知觉过程中主客体的一种自动趋同状态。不过在应用格式塔心理学分析景观形式时,还需要充分考虑到景观的独特之处,它相对于单体建筑或绘画、雕塑艺术形式来说更为复杂。

2.1 综合性 景观艺术首先是一种综合性艺术,融合了雕塑、绿篱、水景、建筑等各种元素。对于绘画或雕塑,人们可以一下子把握它的颜色、形状,感受到它的统一、对称、平衡或者和谐。但是景观艺术内容更为复杂,人们并不能简单确定形式美感的标准,甚至有时繁杂的景观设计却可能带给公众更高质量的美感。景观艺术的综合性表明主体对于景观的知觉处于更为复杂的背景之中,图形的生成也具有更多的可能。置身于景观环境中时,人们不但用眼睛观看绿篱的颜色、形状,还用耳朵听水声、鸟鸣,用嗅觉闻花卉的香气,用手指触摸雕塑、树木的材质等。

2.2 空间性 景观艺术往往占据了一定的空间,所以主体并不像面对一幅绘画那样进行隔离式审美,而是进入到景观所营造的空间中进行欣赏。景观艺术的空间性要求公众审美具有一种历时性的特点。公众往往要沿着道路边走边看,只有当主体经历一段时间之后,才能把整个景观艺术作品了解清楚。在历时性的景观审美过程中,主体持续不断地受到各种景观元素的刺激,需要在新奇性形成的刺激和熟悉性形成的平静安全之间达到一种平衡。

2.3 功能性 城市景观还具有非常明显的实际功能性。景观艺术并不是像绘画、音乐那种的纯艺术,而是更加类似于建筑这种兼具功能性与艺术性的复合性艺术。景观设计中的绿色植物可以涵养水土,进化空气,为公众提供舒适的小环境;景观中的建筑、椅凳等也可以为游憩的公众提供休息之处。在这一点上与景观艺术表现出惊人相似性的当属建筑艺术。斯克鲁顿认为,“在建筑形式中,我们对美的概念不能与建筑物的概念以及它们所体现的功能概念区分开来”^[4]。正如许多学者和建筑师认为的那样,建筑的形式与功能息息相关,即只有那些真正考虑到人的实际使用情况和感知特点的建筑才是美的建筑。景观艺术同样具有这一特点,只有具有一定的功能的景观艺术才能为自己建立牢固的基础,那种忽视公众需要和身体感知特点的景观艺术将是一种“空中楼阁”。

3 景观形式的美感表征

结合人体知觉的格式塔机理和景观艺术的特征,研究到底什么形式的景观设计才能带给公众高质量的知觉美感。

3.1 平衡感 具有整体平衡感的景观艺术才能给人以美感。此处的平衡感不是一种客观化的物理平衡,而是指人体主观对于知觉对象总体所产生的心理平衡感。物理平衡与心理平衡是不同的,对象的颜色、形状、材质、方向、位置等都会对心理平衡造成影响。阿恩海姆认为,人对于平衡感的追求原因并不是因为平衡让人愉快,根本原因在于生理力与心理上的对应关系。“对于平衡的作用,我自己则持有一种不同的见解。这就是:一个观赏者视觉方面的反应,应该被看作是**大脑皮层中的生理力追求平衡状态时所造成的一种心理上的对应性经验。”^[2]心理平衡感来源于知觉对象的位置、大小、颜色等产生的心理重力。一般来说,位于主轴线位置的景观元素的结构重力就小于离开主轴线那些元素的重力;景观造型上方的作品重力比下方的要大;体积愈大的物体产生的重力感越大;明亮的色彩和暖色调的色彩会产生更大的重力感;那些孤立放置的、规则几何形的作品也容易产生更大的重力感。

3.2 多样性的统一 人们一般希望看到景观艺术表现出多样性的统一形式。所谓多样性是指景观艺术不应该单调,应该丰富人们的感知;统一性则是指景观的各个部分应该表现出某种整体上的规则或协调。在格式塔心理学看来,那些协调统一的形式排除了混乱与紧张,因而让人感到愉悦舒适和平静。需要注意的是,这种统一不是指景观形式上保持完全一致的形状或颜色,而是在人的主观知觉中所形成的统一感。结合景观艺术的特点,可以认为形成统一感的规律一般包括如下内容:有规则的重复、各个部分的相似性、各部分方向的协调、统一的背景等都可以形成统一感。景观设计大师丹·凯利、彼得·沃克等的作品呈现出统一和秩序之美。由相似性形成的统一感包括大小、形状、颜色等元素组成。在那些优秀的景观艺术作品中,表面凌乱或多样化的作品形式可能是经过精心组织与安排的,这样才能保证颜色形状各异的作品群在更高层次上形成整体统一感。

3.3 节奏与韵律 节奏与韵律是时间性艺术的专门术语,常用于音乐、舞蹈、电影、戏剧、诗歌等领域中。节奏近似于节拍,表示一种机械的律动;而韵律指艺术所呈现的情调和趋势,是人对于时间性艺术的总体的和谐感受。有时节奏和韵律也用于造型艺术的审美表达,由于视觉审美中造型因素有规律地呈现,它能引起观者心理的有序律动。由于景观审美中的历时性特点,所以主体在景观审美中需要对于景观元素的审美知觉产生合理的节奏与韵律,需要在新奇性形成的刺激和熟悉性形成的平静安全之间达到一种平衡。当主体持续不断地受到公共空间艺术品的刺激时,其生理阈限有可能会得到提高,既会造成身体的不舒适,还会造成对艺术品的漠视,从而降低审美效果。因此优秀的景观艺术作品都会追求空间上各个作品的尺度和摆放位置,达到与人的审美生理、心理特征相符合,形成一种类似于音乐的高潮迭起的节奏感和韵律美。

3.4 功能与形式的融合 由于景观艺术具有功能性特征,

(下转第11385页)

股、劳动力转为产业工人等各种经营模式,发挥休闲农业的种植、养殖、加工、休闲、体验等多种功能,引导集群化发展,延长产业链,提升综合效益^[5]。利用长丰草莓、大圩葡萄、老乡鸡等一批样板典型向面上延伸覆盖,实现空间上的拓展和水平上的提升,加快推进休闲农业产业化发展。

4.3 整合特色资源,挖掘地域文化,丰富产品类型 合肥休闲农业发展应结合合肥“大湖名城”的基本定位,在“环巢湖”上多做文章。根据合肥现代农业“十二五”发展规划,在城乡统筹的大背景下,整合特色农业资源,构建现代休闲农业空间布局(表1)。

表1 合肥市休闲农业空间布局

圈层	主要特点	重点景点
城区农业圈层	科普教育、休闲度假	少荃湖湿地公园、大圩都市农业公园、烟墩牛角大圩休闲农业园
近郊农业圈层	农业示范、休闲度假	丙子渔场度假区、紫蓬山森林公园、丰宝生态农业科技示范园、汇景生态农业观光园、长临渔场生态园
远郊农业圈层	文化传承、观光休闲	三河古镇、巢湖

针对目前休闲农业形式单一、文化内涵少的不足,应通过连点成线,组线成面,充分挖掘和利用各种休闲农业资源,坚持以“农”字为特色,注重“土、特、奇”的开发原则,着重发展游客参与性和文化内涵较强的项目和产品,如特色民俗、民族表演,集体协作下河捕鱼、素质拓展等活动项目。合肥作为中部地区会展型城市,可以参考其他城市的模式,开发高端产品,如商务型农家庄园等,实现休闲农业从资源导向型向市场导向型的转变。

4.4 加大基础设施投入,积极倡导环境保护,实现可持续发展 结合新农村建设,全面提高基础设施水平。对停车场、厕所、垃圾处理、标识标牌、水电通讯和安全等设施的建设进行扩建和完善,在市区重要路口设置醒目路标、指示牌,开通“农家乐”旅游公交专线,方便市民出行,切实提高休闲农业景区的可进入性,解决经营户的实际问题。休闲农业的可持

(上接第 11382 页)

所以其形式设计需要将功能性融入其中。不能否认景观环境中的设施、安全感,甚至气味等因素对主体的重要影响。对于景观艺术空间中功能性的考虑绝不是可有可无的,而是在很大程度上决定了整个审美体验的效果。阿普尔顿在《景观的体验》中认为,人类对于景观的偏好源于生物进化过程中形成的保护自己的习惯,即人们总是偏好那些能够拥有更好的视野同时免于被他人所发现的景观,这些景观可以为人们提供充分的安全感。除了安全感之外,景观艺术设计还必须在空间中为公众设置完备的休憩和交流设施,以及恰当的视角安排以方便人们对于各个点景作品的欣赏。完美的景观艺术必然是功能与形式在更高层次上的融合。

4 结语

由于公众对于城市景观的审美在很大程度上来源于景

续发展应当同时包括生态的可持续、社会的可持续、文化的可持续以及经济的可持续。随着休闲农业进入发展成熟期,初期数量上的快速发展给农村生态环境带来了负面的影响,良好的生态环境是休闲农业存在和可持续发展的重要基础。为有效实现休闲农业的可持续发展,结合新农村建设,切实改进垃圾、污水处理,加强对太阳能、沼气等无公害能源的利用,对于自驾车游客核心景区可考虑统一换乘,以减少对景区生态环境的影响。

4.5 加强信息化建设,注重整体营销,提升地方休闲农业品牌 加强休闲农业信息化建设,统一建立市一级休闲农业服务网站平台,进行信息交流和对外宣传。各休闲农业经营者在有条件的情况下也可以自行建立企业网站,并与政府的统一平台对接,通过网站开通网上预定、进行信息发布,提高服务质量。利用现代化营销手段,开通微博、微信,开展事件营销,鼓励游客将相关体验经历发布在专业论坛或服务网站上,提高休闲农业在年轻群体中的影响力。拓展销售渠道,积极与旅行社签订协议,通过价格优惠、利益共享等方式充分利用旅行社的资源,带动淡季消费,改变“靠天吃饭、上路拦车”的落后局面。单个经营户还可以采用“联合体”的模式,依据地域、产品等形成统一品牌,实现统一定价、联合营销、分散经营。挖掘地方特色,不断提高“庐字号”和“巢湖牌”等农产品在市场上的竞争力和影响力,积极培育具有地方特色的休闲农业品牌,如长丰草莓采摘、肥西老母鸡家园、大圩葡萄采摘、三十岗西瓜、巢湖水产等,促进合肥休闲观光农业的转型升级。

参考文献

- [1] 余兵. 新型城镇化建设背景下农业旅游新模式研究[J]. 国土资源研究, 2013(6): 57-58.
- [2] 牛君仪. 都市休闲农业的发展模式与对策[J]. 生态经济, 2014(1): 124-125.
- [3] 合肥市农委. 合肥市现代农业“十二五”发展规划[R]. 2011-03-03.
- [4] 合肥市旅游局. 合肥市“十二五”旅游产业发展规划[R]. 2011-05-20.
- [5] 蒋枫. 宁波市休闲观光农业现状与发展对策研究[D]. 杭州: 浙江大学, 2012: 19-20.

观艺术的形式,所以研究景观形式美感的普遍规律具有十分重要的意义。该研究通过实际景观案例的分析,总结了景观形式的4条普遍规则:平衡感、多样性的统一、节奏与韵律、功能与形式的融合。这些规律一方面并不违背格式塔机理,恰恰是人体感知原理在复杂境遇下的深层次显现;另一方面也凸显出景观艺术的复杂性和独特的美学规律。

参考文献

- [1] 谢彦君. 旅游体验研究——一种现象学的视角[M]. 天津: 南开大学出版社, 2005.
- [2] 鲁道夫·阿恩海姆. 艺术与视知觉[M]. 滕守尧, 朱疆源, 译. 成都: 四川人民出版社, 1998.
- [3] 沃尔夫冈·伊瑟尔. 怎样做理论[M]. 朱刚, 谷婷婷, 潘玉莎, 译. 南京: 南京大学出版社, 2008.
- [4] 罗杰·斯克鲁登. 建筑美学[M]. 刘先觉, 译. 北京: 中国建筑工业出版社, 1992.