

人对形的感知变化及其对装饰图案的影响

——兼论对图案表达性的再认识

李 洁, 程心颖

(西昌学院 艺术系, 四川 西昌 615022)

【摘 要】人对形的感知是通过视觉思维有选择性接受的,影响人对形的感知有生理因素还有大众文化影响,随着人的生存环境和社会生活的改变,会产生不同的视觉审美模式,导致人对形的感知力度产生变化,从而使装饰图案的表达性产生变化。

【关键词】形;图案;感知

【中图分类号】B83-02 【文献标识码】A 【文章编号】1673-1883(2005)03-0052-03

1、什么是形

所谓“形”,是经验中的一种组织或结构,而且是与视知觉活动密不可分的。也就是说它是伴随着知觉活动而产生的,不能把它理解为一种静态的和不变的印象,也不能把它看作各部分机械相加之和,或者是先有各部分感觉,然后把这些感觉加在一起,凑成一个印象。“形”是一种直接的、同时性组织活动的产物,随着这种组织活动的展开(观看进即有组织),必定会有一些的情感出现,比如紧张、愉悦、放松等等。(《视觉思维》阿恩海姆著)。格式塔心理学认为没有经过视觉组织的形是不存在的。“形”不是简单的物象投射在视网膜上形成的光点的集合。

杉浦康平在《造形的诞生》中从亚洲文化的角度阐释了人一开始认识形就是从各种物象可能出现的象征意义出发的。这是从另一种文化的角度对“人对形的感知是随着视觉思维活动开始的”又一佐证。

本文谈论的“形”即是格式塔心理学家认为的“形”,不是物理空间所界定的“形”,是经过人们视觉思维后产生的形或形态。

2、人对形的感知规律

2.1 简洁的形让人感觉愉快。格式塔心理学家发现,有些形给人的感受是极为愉悦的,这就是那些在特定条件下视觉刺激物被组织得最好、最规则(对称、和谐、统一)和具有最大限度的简单明了性的格式塔。然而,对于有些刺激物来说,是不太容易被组

织成“易于接受的形的”。一种简单规则的形呈现于眼前时,人们会感到舒服和平静,因为这样形与知觉追求的简化是一致的,它们绝不会使视觉活动受阻,也不会引起任何紧张感。这样的形一方面对人的心理感受是积极的,同时也有消极的一面,容易造成一种依赖的惰性。

2.2 非简洁的形会引起人们的注意力。在日常生活中,我们都有类似的经验:对自己熟悉的或常见的形状或是一些简单的、规则的图形不做停留,而对那些稍稍不熟悉的事物却十分注意。同理,那些稍微复杂一些和不规则的图形,不仅能引起更大的注意,而视觉对它们的组织也变得较困难和紧张(与感知一个简单的或重复的式样相比)。一件艺术品的价值往往在于此,先是引起一种注意和紧张,继而对其进行积极的组织,通过调动观者以往视觉经验和视觉思维的组织,达到心理认同以后,完成欣赏过程。

2.3 人对容易构造的图形与容易知觉的图形之间有某种预期性。为什么单调的图案会令人觉得乏味?为什么我们能从较复杂的结构上,从那些不明显的让人察觉是在运用某种基本规则的图形上获得审美快感。这就是人对形有一定的预期性,我们的知觉系统有推算能力,就象我在打球时能预知球可能落在那里一样。我们在观看一个形时强调受众的知觉机能,但这种机能是须要经过一定的训练才能得到的技巧。毋庸置疑,受众所受的技巧训练越高这种能力就越强,越容易从形上获得视觉满足感。

人对形的认识大致会经历这样一个过程:新鲜的(和周围环境不一样的形)会产生刺激,吸引注意

收稿日期 2004-12-25

作者简介:李洁(1974—),女,助教。主要从事艺术设计教学。

力——接受这样的形,感官产生平静、愉悦——习惯,视而不见——新鲜刺激的循环过程。

2.4 大众文化影响人对形的感知。影响我们对形的感知是否就取决于形本身形成的组织结构关系呢?这只是其中的一个重要心理因素。格式塔心理学家们做了很多有效的探索。我认为对形的感知还受其它一些因素的影响,如个人对形的敏感程度,形本身具有的象征意义、整体社会文化教育对个人的影响、社会流行文化使人对形的感知有很大的从众性。在这里,本文把文化教育、流行风格和各种象征意义都归入大众文化的范畴。

2.5 从人对形的感知规律中对装饰图案的再认识。

2.5.1 原始时期:不管今天世界各地的艺术有多么的不同,但在原始时期,各大洲的艺术却是令人吃惊的相同。都是使用极简括的轮廓线的方法来作画,平面的,都具有对称性、重复性和单调的节奏感。阿恩海姆认为正是由于他们的日常生活缺乏秩序、缺乏对称和整洁,才有了这种突出秩序、整齐、节奏的艺术。这是人类对形的最初的认识:轮廓和有机形。在今天的人看来是非常抽象的艺术形态,而在早期的人类那里却是对物象的一个敏感的、原本的认识,这是一种让人看起来愉悦的简洁的“形”,而这种形的产生是基于周围环境的原生状态。人需要一些不同的形来区别于四周的习惯环境,于是他们对一些单纯的有机形产生了极大的好感,并使用它们来做些艺术创作,来装饰生活中的用具和居住空间。装饰图案充满了原生魅力,也有很强的对形的感知的表达性,是直接而率真。当然,按上面所述的视觉规律,在大众普遍认同后,类似形开始泛滥,视觉感知产生疲惫,在原始后期,另一种规律性的图形产生了,开始出现了一些非规则几何形的组织而产生的装饰图案,如长江、黄河流域出现的鱼纹、花瓣纹,就是由三角形、长方形、圆形结合起来。节奏有了变化,绝对对称的形对他们来说不再新鲜刺激了,反而一些可以表现动的节奏感的形引起了知觉的兴趣。如旋涡纹、曲线开始运用。原始时期对形的感受是出于人与生俱来的原生感知,很少受其它因素的影响。所以,各大洲的原始艺术的面貌都惊人的相似。

2.5.2 古典时期:本文将从人类进入奴隶社会到工业革命前的时期归为装饰图形的古典期。这一时期正是人的各种文化成形和发展的时代,文字、法律、各种宗教、等级制度都在严格的规范着人的思想和行为。对外物的认识有了长足发展,形不再是静态的固定不变的了,人们需要感知有动感的世界,表现在对形的审美上有了变化。(我们知道,绝对对称的、

形状简单的、节奏感单调的形不容易表达出动态感受)所以在装饰纹样上大量使用曲线,以中国的太极图案最能代表我们对外物的感知。然而动感若不加规范就会显得杂乱无章,人对形的感知需要简洁明确的形和一定的构成规则,同时又需要些复杂的形来引起视觉注意力。古典期的装饰家们在这两者之间找到了很好的平衡,把自然界一些复杂的形概括出一种固定的程式出来形成基本形,又使用一些充满动感的曲线、折线作为骨格,变化其组成结构,形成变化无穷的繁复的纹样。中国汉代的帛画上,那些美丽的云纹、夔纹、云雷纹;古希腊陶瓶画上畅利落的线条和简括又不呆板的人物造像都是人对形感知表达的结晶,也符合当时文化条件下人的审美。

然而,古典时期,大众的受教育是十分有限的,信息的传播不仅缓慢而且单一。对形的感知一旦形成定式后,知觉对这一类的形产生的依赖性是相当大的,会在大众文化中长时间流行。从事装饰艺术的人是手工制作,通过师傅带徒弟的方式来传播图案的,特别是装饰图案在漫长的历史时期内形成了各象征性。而图形的象征性进一步阻碍了人对形的敏感性。古典期的图案流行了很长的历史时段,产生了很多消极的影响,图形的象征性更多是人的心理的满足感而不在物理视觉的愉悦程度。比如中国的龙的图形,自唐朝形成固定的形象以后,几千年几乎没有质的变化,最多只在组织的形式上略有变化。究其原因,是因为龙的形象象征着王权,不能随意改动。一些吉祥图案的程式化也削弱了形对物象的感知力度,比如“年年有鱼”、“早生贵子”等图形只和文字读音产生关系,与人对形的感知无关了。整个古典期繁复的充满韵律感的装饰成了一种流行文化,正如绘画中的具象形流行一样,各国的装饰图案都大致如此。虽然是各个具体的历史时期各个具体的地区会有一些小差别,但总体风格没有多大改变,不过是这段时间流行的卷草纹换成蔓草纹;或是从巴洛克风格到了洛可可风格而已。到了古典后期,图案虽然精巧繁复,表达性却减弱了,这种大众对流行的从众性直接奴役了没有经过训练的人和一些没有形敏感知觉的图案创作者,他们躺在程式化的温床上懒惰地享受大众文化带来的麻痹,没有刺激性,没有紧张感,一切都是司空见惯的形,引不起人的视觉注意力。图案创作者沦为了工匠,在自娱自乐中陶醉,按照人对形的知觉规律,人们对长期所见的形会视而不见,失去其敏感性。图案渐渐地失去了它的直接表达感受的魅力了,退之成为对边框,对细枝末节的再修饰了,这就是我们为什么能详细描述拉斐尔的《椅中圣母》,而从没去注意过这幅画的外框是什么的原

因。当然,这是人对形的感知所要必须经历的过程:新鲜,刺激——接受,平静——习惯,视而不见——新鲜,刺激的循环过程。

2.5.3 现代时期:到了工业时代,有了机器,有了很多工业化的产品:汽车、艾菲尔铁塔。仿佛一夜间,我们的周围充斥了工业化的产品,当然,由于初期技术的原因,只能制造些规则的几何形,桌子、椅子、房屋都是规则的几何状。简洁硬朗,完全不同于古典时的造型,这种流行给了大众一个新鲜的刺激,在装饰方面,以前看惯的旋涡纹、卷草花不见了,只剩下几根简洁的线条和色块,这些都不是自然界有的物象,完全是人造的了。“装饰罪恶”的理论也为这种流行风格开道。我们理解的这句话也就是指过度的装饰。这种由少数人倡导的现代主义的风格很快被接受,这得益于大众受教育的范度和程度大大都提高了,也得益于现代文化传播的速度比以往都快。人对那些单纯的直线、几何形体又变得敏感起来。注意,这里不说人对形的知觉又回到原始时期(原始期并没有纯粹直线和纯粹圆形,而更多是简洁的有机形)。这段时期图案象征性含义减到了最少,使用纯粹抽象的形表达心理感情。康定斯基在《论抽象的感情性》得出了抽象图形给人在精神上情感上产生的联想。由于受大众文化流行的功能主义的影响,人对形的感受多是从实用和功能的目的去感受形的。装饰图案依附于实用功能,在建筑上,在生活用品上在织物设计中得到广泛应用。相类似的形一旦普遍应用,就成为了流行,于是人们生活周围又充斥了单纯的几何线条,摩天大楼装饰的直线条、笔直的道路,几何形的家具。受众对形的感知能力又减弱了、麻痺

了,平静而愉悦地接受了这种流行。生活在人造形的社会中的随着工业技术的发展,大批量的生产可以制造一些流线型、曲面、更多的新型材料。二战后,出现了大量的形(有机的形、几何风格的形、任意形等)太多的表现风格,刻意的寻求强烈视觉刺激,而人对形的敏感程度反而降低了。因为刺激物太多也会视而不见。作为图案的形和其它门类艺术的形之间的界线开始模糊,图案开始寻求更特别的表达方式和表达空间。

后现代时期,图案是回到古典时期继承文化还是另辟蹊径?是归入其它门类艺术形式?还是任其山穷水尽走向消亡?基于人对形的感知的发展变化,图案是应更具鲜活的生命力的,在创作观念和表现手法上应具有开拓空间的。这就要求图案艺术家们应站在理性的高度对那些曾表现出人类认识世界的传统图形再认识,从而找出能表现当代人对物质世界认知的图形,更进一步丰富图案的表达。

3、结 论

3.1 原始期:图案表达了人对形的本质的认识,是一种原生状态的感知。

3.2 古典期:图案要表达的是人对复杂节奏的认识和人自然的物象的变形能力。

3.3 现代期:图案表达人对形的抽象性和功能性的认识。

3.4 后现代:图案应表达我们对过去文化传统精华的再认识。

参考文献:

- [1] JE·H贡布里希.〔英〕.林夕,李本正,范景中译.长沙:湖南科学技术出版社,2002.5.《秩序感》
- [2] JE·H贡布里希.〔英〕.林夕,范景中译.长沙:湖南科学技术出版社.2000.8.《艺术与错觉》
- [3] 约翰·多克.〔澳〕.吴松江,张天飞译.沈阳:辽宁教育出版社,2001.9《后现代主义与大众文化》
- [4] 阿恩海姆.〔美〕.滕守尧译.成都:四川人民出版社,1998.3.《视觉思维》
- [5] 杉浦康平.〔日〕.李建华,杨晶译.北京:中国青年出版社,1997.7.《造型的诞生》

Changes of People's Perception to Shapes and It's Effect on Designs

LI Jie , Cheng Xin-ying

(Department of Arts, Xichang College, Xichang, Sichuan 615022)

Abstract: The mental perception of the shape gotten by human beings is through the visual thinking, and not arbitrary. The factors behind this mental perception are physiological and cultural. With the change of the environment and social life, different visual beautification modes will be produced, which will change the expression of the decorating patterns.

Key words: Form ; Pattern ; Visual