

景观 体验

设计与方法

余洋 陆诗亮 著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

景观 体验

设计与方法

余洋 陆诗亮 著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

体验是人与景观之间最直接的认知方式。通过体验的过程,人们对景观空间和要素进行解读与判断。基于个体感知和社会认同两个层面的个体体验和群体体验构成了景观体验的核心内容。

本书主要研究景观体验的感知媒介和设计途径。个体通过视、听、嗅、触、味的五感知进行体验;群体通过集体参与的景观事件进行体验。在两种媒介的作用下,景观空间和要素可以特定体验目标为导向,进行组织和建构体验式景观。以“体验”为核心的景观更关注人的行为与需求,在城市景观、乡村景观和荒野景观中,创造出更具吸引力的景观场所。

本书可供从事环境设计、景观设计的相关人员参考使用,也可供高等院校环境设计、景观设计等相关专业的师生参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

景观体验设计与方法 / 余洋, 陆诗亮著. — 北京 :
中国水利水电出版社, 2015. 12
ISBN 978-7-5170-4010-1

I. ①景… II. ①余… ②陆… III. ①景观设计
IV. ①TU986.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第321389号

书 名	景观体验设计与方法
作 者	余洋 陆诗亮 著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 68367658 (发行部)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京时代澄宇科技有限公司
印 刷	北京嘉恒彩色印刷有限责任公司
规 格	184mm×260mm 16开本 13印张 253千字
版 次	2015年12月第1版 2015年12月第1次印刷
印 数	0001—2000册
定 价	60.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社发行部负责调换

版权所有·侵权必究

前言

景观体验似乎是人与景观之间最普遍的存在，似乎不需要专门研究就容易理解。然而，正是这种最普遍的存在才很重要。作为最直接的认知方式，景观体验能够解释人们认识景观的方式，能够揭开设计起源的根本。

在很多事情都是动动手指就能完成的当下，用户体验早就是设计考虑的首要因素。作为人居环境重要的载体，景观不仅肩负着对环境的责任，也是营建人居环境的基础。研究人们如何感知景观、了解景观，是设计者首先需要考虑的问题，也是摆脱自我命题式的设计方法，避免流水线作业的行业模式的途径。希望书中的内容对苦恼的设计师、困惑的在校生和其他感兴趣的人有所帮助，哪怕是某个细微案例促发了设计思维的点滴改变，也是一件值得欣慰的事，也是本书出版的价值所在。

本书在博士论文的基础上进行了调整，并增补了部分新的内容。书中的内容存在不足之处，有待在今后的研究中进行拓展和完善。因此，笔者诚恳希望能够与同仁和读者进行讨论，得到指教与帮助。

余 洋

2015年10月

前言

第1章 绪论

1.1 景观体验的意义	4
1.2 景观体验理论概述	5
1.3 景观体验研究的核心	9

第2章 景观体验的理论建构

2.1 景观体验的概念解析	12
2.2 景观体验的类型	17
2.3 景观体验的特点	23
2.4 景观体验中的无意识	29
2.5 景观体验的构成	36

第3章 景观体验的个体感知

3.1 个体感知的途径	44
3.2 个体感知的模式	62
3.3 个体感知的方式	76

第4章 景观体验的社会认同

4.1 社会认同的类型	90
4.2 社会认同的核心	99
4.3 社会认同的过程	111

第5章 景观体验的场景塑造

5.1 景观体验的场景类型	128
5.2 体验场景的塑造原则	138
5.3 体验场景的塑造策略	149

第6章 景观体验的案例研究

6.1 交互体验	172
6.2 英国谢菲尔德的“金色步道”项目	177
6.3 谢菲尔德大学景观系体验式景观项目研究	185

参考文献	190
------------	-----

图片来源	193
------------	-----

后记	200
----------	-----



第1章 绪 论



景观，对社会生活的意义越来越重要。它既不只是小群体的独特需求，也不仅仅是建筑 and 空间群体的形态美化，作为改善和修复环境的重要手段，它是人们面对自然的生存状态。在我国近期的发展中，景观成为功效性较强的视觉化艺术，以高视觉性、低技术性和易操作性的特征，迅速成为提升城市及其周边地区品质的途径，拥有广阔的发展前景。

1.1 景观体验的意义

景观的内涵和外延都非常丰富，涉及多个学科门类，参与景观设计的专业人士也来自于多个领域，包括园林设计师、环境艺术工作者、雕塑家、建筑师、规划师、水资源治理专家、林业专家、生态学家等。这使景观逐渐呈现出两个发展方向：一是面向视觉化的景观形态趋势；一是面向技术化的景观生态趋势。这两个方向在消费社会和景观都市主义的催化下，成为了景观现象的两个重要因素，彼此相伴相随。

在消费社会的背景下，强调视觉效果的趋势使景观的视觉形象像商品一样被到处复制和贩卖：从深山移植入城的大树，是人们对“自然”概念的视觉消费；从异域移植过来的欧陆风情，是人们对“文化”概念的经济消费。在这些景观消费的过程中，人被视为消费的对象，景观被视为消费的内容。然而，从人类最初的居所到古典园林的千年传承，景观研究的范围始终没有脱离以人为核心的领域，个体的人和作为群体的公众才是实现景观的根源。作为生活和生存环境的景观是人与自然和谐共处的方式，人的感知和体验才是制约景观的关键。对自然生活的渴望，使景观除了具有漂亮优美的自然形式，还应该小动物和昆虫的乐园；对健康生活的体验，使人们舍弃了气派而空旷的广场，而选择人群聚集的社区场地进行活动。在真实的、鲜活的景观中，边弹边唱的时尚青年、活力四射的健身老者、散步纳凉的悠闲人群，才是景观满足人们内心需求的表现。这些看似随意的自由活动，恰恰是景观场景与景观体验相互契合的结果，而不是由景观形式带来的聚合。

景观都市主义曾被视为拯救城市中心复兴的良药，对城市棕地的修复和城市基础设施的建设都起到了重要的作用。它所倡导的生态技术和将自然过程作为设计形式等内容，使生态技术与城市景观有了更紧密的结合。但景观不是绿化堆砌的代名词，在树林中的穿行，在树荫下的聚会，这些充满生活气息的场景才是景观存在的内涵。相较而言，排斥人类活动的生态修复环境，由于可达性较弱，造成人们对其生态过程的体验缺失。

体验缺失的现象还发生在其他的景观类型中。比如以文化历史为主题的景观项目，修复和更新的主要目的是营建具有历史氛围的仿古建筑和街道，但商业化的冲击使这里

成为旅游品和餐饮娱乐业的天下，景观体验只能在建筑外形和历史符号之间游移。人们来到这里，除了举举相机、掏掏钱包外，似乎没有其他的活动。来访者既看不到与日常不同的生活模式，也感受不到原汁原味的历史景象。视觉形象和商业消费压缩着人们对历史文化的认知，简化着人们对景观内涵的探求，造成了体验缺失的窘境。

在强大的视觉冲击下，景观创新总是围绕在新颖的景观风格和形式的周围。尤其在全球化的背景下，资料的快速共享使那些具有鲜明形式特征的景观得到更快速的传播，成为景观项目成功与否的准绳。那些充溢着小鸟鸣叫和孩子嬉戏之声的体验，在漂亮的手绘图和电子效果图的面前，由于难以表达而被忽视。图片或照片中表现完美的景观可以被记忆、被欣赏，却无法替代身体在运动过程中，景观诉诸感官的心理变化和美感认知。景观信息与体验者的文化背景、心理期待、个人经历、宗教信仰等内在信息发生碰撞与交融，二者的契合与重叠才能使体验者的情感得到释放，景观才可能从深处震撼体验者的心灵。所以，体验是抗拒视觉对景观强大干扰的有力支撑，也是防止景观成为视觉秀场的保证。

体验的缺失不仅表现在物态化的景观要素上，景观内涵的体验缺失也是需要直面的问题。程式化和肤浅的文化表达沦为猎奇式探索，不能使体验者感受到文化的魅力。文化拼贴带来的雷同和僵化，扼杀了体验的生成，难以令人感到欣喜和惊奇。在某些景观中，体验途径的畅通也是重要的体验环节。以丹麦的小美人鱼为例，如果参观者没有读过安徒生的童话，不知道这个美丽凄婉的故事，面对这座体量娇小的美人鱼雕塑，不会感到它有多么的独特。因为支撑其蜚声中外的动力是体验者对丹麦文化的欣赏和解读。人们体验的核心是丹麦的地域文化，而不仅仅是景观的外观。又如乡村路口缠绵着童年记忆的风水树，即使搬到城市中最大的广场之上，也无法勾起人们对故乡的怀念。

景观不是观赏，不是猎奇，它是从体验中生发，对主体有着特殊意义的历程，这就使景观中体验场景的塑造比景观形态具有更重要的价值。

1.2 景观体验理论概述

体验虽然是最常见的认知方式，但真正走入研究领域却是从哲学开始的。19 世纪，

在狄尔泰的表述中出现了关于体验的解释,经过马克思、胡塞尔、海德格尔等人的研究,体验开始成为讨论的话题。在伽达默尔、柏格森、理查德·罗蒂、狄尔泰等人的努力下,证明体验是人类生存的基本方式。例如人们观察一幅画后所得到的整体感受,就是一个体验。生命存在就是生命体验,人在生活着、生存着,同时在体验着^[1]。在20世纪90年代的中国,关于“体验”的研究在美学、文学批评、教育、旅游、产品设计等领域得到了广泛的关注,并将体验扩充到情感体验、审美体验、道德体验等方面^[2-7],并尝试将实证科学的方法应用到相关研究领域^[8]。

苏联学者Φ.Е.瓦西留克在《体验心理学》一书中首次提出了完整的体验心理学理论,他认为体验是人在适应威胁性生活情境下的一种特殊活动^[9]。马斯洛在其人本心理学理论中,把体验看作“内心体验”,最高实现目标是“高峰体验^[10]”。超个人心理学关注的体验是日常生活中神圣化的、最高知觉的“神秘体验^[11]”。情绪心理学把感受和体验当作同一的心理现象加以描述,认为个人的内心感受不是单一的视听作用,而是各种感官共同作用产生的综合效应,是主体对客体的整体把握^[12]。

在经济学领域,19世纪末出现了新的经济类型——体验经济,将体验作为消费者购买的目标。体验已不仅仅是人的内心活动,而是一种有形的消费品。《体验经济》中列举了一个有趣的例子。当人们由自己做蛋糕向买生日蛋糕发展时,其行为被称为消费经济;当人们带着朋友在农场里经历了农庄式的生日宴会后,其行为被称为体验经济。体验(experience)就是指人们以个性化的方式度过的一段时间,及在此过程中获得的美好体验与回忆^[13]。

1.2.1 关于建筑与体验的场所精神

拉斯姆森(S.E.Rasmussen)在《建筑体验》一书中讨论了建筑给人的不同感觉,包括柔软、塑性、软硬、轻重等。在对建筑实体和空间形态的体验中,建筑的特色被充分的发现和认识,场所的特征被充分展现和感知。建筑的体验延续和增强了场所的生命与活力,在文章的最后,通过对“聆听建筑”的现象分析,深入讨论了建筑形式受声学影响的有趣现象^[14]。

诺伯格·舒尔茨(Norberg Schulz)从现象学的角度解释了建筑与空间体验的关系。在《存在·空间·建筑》与《场所精神》中,他认为“场所精神”“存在空间”是一种集体无意识的体验结果,这种集体无意识来源于文化因子的作用。使用者往往从自身角

度,将空间场所的要素及其背后隐藏的意义与人文精神作为一个整体去体验和考虑^[15]。

汤姆生·T-爱文森(Thomas Thiis-Evensen)在舒尔茨的理论上,进一步从建筑形体要素,如地面、墙体、色彩、屋顶等词汇中图解了建筑的体验类型。他的建筑体验过于侧重身体体验的生理反应,没有体现文化因素的作用。

2007年同济大学陆邵明博士出版了《建筑体验——空间中的情节》一书,该书从空间体验的深层心理学角度,揭示了人对于场所的体验与感悟。书中通过建筑空间与戏剧艺术叙事和内容组织安排的类比研究,从人们的感知和体验角度研究了城镇、建筑和园林空间。论著重点探讨了“空间情节”对空间体验的作用,认为空间情节的内涵和结构均源于生活体验,并面向生活体验的参与^[16]。

沈克宁在《建筑现象学》中,从存在现象学和知觉现象学这两个研究领域进行探讨。从海德格尔的场所论,到梅洛-庞迪的知觉论,作者分别论述了建筑的场所与生活世界的关系以及建筑知觉与生活体验的关系,并从视觉、听觉、触觉等方面论述了建筑中综合的知觉与整体的体验^[17]。在彭怒等人主编的《现象学与建筑的对话》中,围绕现象学和建筑进行了一系列的讨论,其中“建筑中的现象学思考”部分,论及了体验、记忆、空间、场所之间的内在关系^[18]。

1.2.2 关于规划与体验的有机和谐

约翰·奥姆斯比·西蒙兹(John Ormsbee Simonds)对景观设计学有着巨大的影响。他认为“人们规划的不是场所、不是空间、不是形体;人们规划的是一种体验——首先是确定的用途或体验,其次才是对形式的有意识的设计,以实现希望达到的效果^[19]”。他将体验与形式的关系比喻为美丽的鹦鹉螺外壳与鹦鹉螺的关系,认为只有活着的鹦鹉螺才能真正理解其外形的含义。同样,场所空间形态是根据体验所进行的规划和设计。因此,公路应是一种运动的体验,社区应是一种最佳生活的体验,城市被构思为生活方式与自然要素、构筑要素联系起来的有机环境。

1.2.3 关于景观与体验的诗意花园

地理学教授杰伊·阿普尔顿在瞭望与避难理论中提出景观体验的美感来源于景观观

察和躲避之间的关系变化,这种关系是远古人生存的本能。理想的景观模型是有着良好视野的,并在远处有良好视觉中心点的景观。他认为人们喜欢宽阔的并且可以遮蔽的场所,对于缺乏遮蔽的开放空间则有一种不安全的感^[20]。

环境心理学者卡普兰夫妇认为景观美感来源于信息的获取。美的景观应该具有一定的复杂性、一致性、可读性和神秘性。理想的景观模型是容易解读的空旷场景和包含某种神秘元素的场景。在这里,四个特性成为相互对立的两组概念,即有限的复杂是景观良好的特征,可解读的神秘感比直接展示更令人喜爱^[21]。

英国景观建筑师杰弗里·杰里科受“精神分析”学派的深刻影响,在创作中充满了“荣格式”的潜意识印迹。他经常从神秘主义画家克利的作品中获得启迪,使他的景观显示出超现实主义的特点,神秘的鱼形池塘和小岛、弯曲的水道、不规则的花坛……这些梦幻般的场景使他的设计简洁而富有象征性。目前,荣格心理学的许多成果被景观建筑理论家和景观建筑师所接受和应用。

美国人卡尔文在《景观体验》中认为景观与建筑在对环境的建构上有着根本的区别。建筑通常运用人工的,基于结构性的静态材料构筑环境;而景观通常运用开放的、室外的、动态(常变)的材料建构环境,两者在尺度等方面也有区别。该书在内在体验和外在形式之间建立了清晰而完整的联系。

在中国传统园林的研究中,“可行、可望、可游、可居”一直是园林特有的艺术品质,它试图寻找山水之间、山水与人之间“天人合一”的精神联系,并通过这种方式获得生命的愉悦和慰藉。这个过程已经不能用静观或动观的方式来解释,它是居住者在不同时间、不同地点,甚至是不同生命历程下的体验表达。这种体验使生活与艺术难以区分,“境生象外”“返璞归真”等景观命题都为这种体验提供了具体的途径。园林中的诗情画意集合了书法、绘画、建筑等多种艺术形式,通过对事物内在关联的体察而超越了空间的限制,触动着人们敏感的心灵。

1.2.4 关于景观体验的理论空白

在国内外的研究中,从建筑的场所精神、规划中美丽的鸚鵡螺到景观中潜意识的花园,研究者都关注到了体验的内涵。这与以往将体验与形式和空间紧密相连的方式不同,

体验被解释为一种活动而不是视知觉的存在。然而,体验是具有整合性质的过程,既不是单个要素的简单叠加,也不能像空间一样被明确划分,更不能像空间一样并列设置,在如何整合空间体验和塑造具有体验内涵的景观场景等方面,前人并未提出具体的办法。

1.3 景观体验研究的核心

以体验为核心进行景观规律的研究,目的是探求不同景观场景与体验之间的关系,为确定景观的最终形态提供依据和帮助。体验研究是对过程的研究,而不是对某个现象的研究;是对人在景观中活动方式和方法的研究,而不是对景观静态形式和空间的研究。研究的主体和重点是景观与活动者之间的互动过程,即揭示景观形式和空间与景观活动之间的内在规律,研究的范围和主体始终围绕“活动者”展开。

景观体验研究力图论证作为景观本体——“体验”的存在性、合理性和重要性,强调“景观体验”是景观创作和接受的必要途径和手段。在以“人”为核心的研究体系中,将景观中的活动者分为进行独立活动的个体和具有趋同体验的群体,将景观体验的规律从微观的个体感知推向宏观的社会认同,并将体验的规律纳入到不同的景观场景类型中进行验证和应用。希冀能打破景观物化形态(形式与空间)认知对景观体验的遮蔽,拓展景观研究和设计的理论视野,调整景观设计的实践着力点,丰富景观学科建设的内容。研究还从设计实践的视界,在工程实践中尝试运用体验的方式进行设计,用以检验理论在实践中的应用的结果。

在景观设计中,景观设计师应充分理解景观生态学理论,并将其应用于景观设计中,使景观生态学与景观设计相结合,使景观生态学的理论成果能够指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理,使景观生态学的理论成果能够指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理。

景观生态学理论成果指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理,使景观生态学的理论成果能够指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理。

景观生态学理论成果指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理,使景观生态学的理论成果能够指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理。

第2章 景观体验的理论建构

景观生态学理论成果指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理,使景观生态学的理论成果能够指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理。

景观生态学理论成果指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理,使景观生态学的理论成果能够指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理。

景观生态学理论成果指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理,使景观生态学的理论成果能够指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理。

景观生态学理论成果指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理,使景观生态学的理论成果能够指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理。

景观生态学理论成果指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理,使景观生态学的理论成果能够指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理。

景观生态学理论成果指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理,使景观生态学的理论成果能够指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理。

景观生态学理论成果指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理,使景观生态学的理论成果能够指导景观设计的实践,使景观设计能够更好地体现生态学的原理。



景观体验是个过程，在这个过程中，体验者和体验对象相互融合。体验者对景观有所感悟，景观则被赋予人格化的迹象。人与景观之间的互动关系，成为体验生发的温床。在人文因素的影响下，体验还可以插上“想象”的翅膀，超越当下的感官体验。这个想象的过程是无意识的，是人们在移情的作用下，把对景象的体验投射在情结之上的结果。因此，体验既是人们的主动选择和参与，也是在无意识状态下的被动接受和安排。这个规律为设计师提供了可能的空间，即通过体验的方式，使预先设定的效果为人们所认同。

2.1 景观体验的概念解析

景观体验的概念由景观和体验两个词汇构成，概念的核心是人对景观的体验，所以，作为体验的对象——景观，需要做明确的解释。

2.1.1 景观的概念界定

景观是由“景”和“观”两个字组成的复合词，在《说文解字》里，是仔细看日光下景色的意思，后来才引申为具有“景象”“景致”“场景”之义。“景观”和“观景”是互补的一组词汇，并显现了“景”被人所“观”的原始功能，也揭示了“景”与“人”之间的特殊关系。既然有“观”，就会有“体”、有“思”，中国人的景观体验具有“思辨”的特点，也造就了中国古典园林在趣味和意境上的特殊追求。

在西方，16 世纪的“景观”主要是绘画的专门用语，意义基本上等同于“风景”与“景色”。17—18 世纪，园林设计师开始将“景观”一词用于描述建筑与自然环境共同构成的整体景象。到了 19 世纪初，“景观”的内涵逐渐具有综合地表可见景象和限定特殊区域的双重含义，并开始运用科学的手段对其进行研究^[22]。

20 世纪初，德国兴起景观地理学，景观被认为是由陆地圈和生物圈组成的、相互作用的系统，对景观形态和分类进行的研究形成了城市景观、空间景观等概念^[23]。在文化地理学中，美国的伯克利（Berkeley）学派认为“文化是营力，自然区是媒介，文化景观就是结果^[24]”，将文化景观作为与自然景观并重的研究核心。在随后兴起的相关研究中，景观从景观地理学中分离出来，形成景观生态学，研究以景观基质、斑块、空间镶嵌体、廊道为构成要素的景观模型。由于文化景观的广阔含义，后来的景观生态学加强了文化与景观相互关系的研究。美国纳索尔（J.I.Nassauer）提出“景观外貌反映文化准则^[25]”的概念，认为人的景观感知和准则作用于景观，也受到景观的影响。

无论在东方还是在西方，景观都是一个内涵领域宽泛、多学科研究的对象，归结起