

高等学校工业设计丛书



ATMOSPHERE DESIGN

氛围设计

余晓宝 编著

清华大学出版社



高等学校工业设计丛书

ATMOSPHERE DESIGN

氛围设计

余晓宝 编著

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书通过分析影响氛围形成的各种刺激因素,建立起了形式、色彩、材质、光等物质要素与人感知的联系,总结了氛围设计的类别和特性,提出了氛围设计的原理和方法,进而对氛围的体验过程进行了阐释。此外,本书还提供了大量实例,这些实例生动丰富,涵盖了氛围设计的基本类型,可在具体的项目开发中借鉴实施。

本书适合多媒体设计、环境艺术设计、动画设计等专业的教师、本科生、研究生以及设计人员等使用。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目(CIP)数据

氛围设计/余晓宝编著. —北京:清华大学出版社, 2006. 10

(高等学校工业设计丛书)

ISBN 7-302-13646-7

I. 氛… II. 余… III. 工业设计 IV. TB47

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 097427 号

出 版 者: 清华大学出版社 地 址: 北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 客户服务: 010-62776969

组稿编辑: 张秋玲

文稿编辑: 洪 英

印 装 者: 北京嘉实印刷有限公司

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 210 × 285 印张: 5.75 字数: 155 千字

版 次: 2006 年 10 月第 1 版 2006 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-13646-7/TB · 105

印 数: 1 ~ 3000

定 价: 15.00 元

CONTENTS

目 录

绪论	1
第 1 章 氛围设计的本质	3
1.1 氛围设计的定义	3
1.2 设计现象的层次划分	5
1.3 氛围设计的研究对象	6
第 2 章 氛围设计的渊源	12
2.1 早期的氛围设计	12
2.2 氛围设计的发展	14
第 3 章 氛围设计的特征	24
3.1 系统性	24
3.2 地域性	25
3.3 参与性	26
3.4 文化性	28
3.5 主题性	29
3.6 情感性	30
第 4 章 氛围设计的构成要素	31
4.1 道具	31
4.2 背景	40
4.3 要素的结构关系	43
第 5 章 氛围设计的方法与原理	45
5.1 氛围设计的方法	45
5.2 氛围设计的创造原理	51
第 6 章 氛围设计的实例	55
6.1 热烈欢快的氛围——欢乐谷主题公园	55

6.2	凝重压抑的氛围——侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆	59
6.3	高科技感的氛围——汉诺威博览会	60
6.4	清新自然的氛围——茶吧	63
6.5	前卫另类的氛围——波尔卡 No. 1 的士高广场	63
6.6	梦幻般的浮靡氛围——拉斯维加斯	64
第7章 氛围设计的体验		66
7.1	体验的生理基础	67
7.2	体验的心理过程	71
第8章 数字化时代的氛围设计		76
8.1	数字化的特征	76
8.2	氛围设计的数字化特征	77
8.3	数字化时代氛围设计的思路	79
结语		83
主要参考文献		85

FOREWORD

绪 论

21 世纪的设计业正经历着一场深刻的变革。这一变革源于现代数字技术的飞速发展,它不仅将设计师从大量事务性、重复性的工作中解放出来,而且极大地开拓了现代设计的领域,改变了现代设计师的观念。在这个充满机遇和挑战的时代,各种对现代设计进行重新思考和探讨的理论层出不穷。“氛围设计”就是在目前设计界的现状和发展趋势下提出的新概念。这也是笔者在攻读博士学位期间,通过对现代设计理论的深入研究与探讨而逐渐产生的想法。在进行深入的理论研究和有针对性的设计实践活动的调查后,笔者在 2001 年《产品设计的三元尺度》这篇文章中提出:设计创作必须注重三个方面的因素:生理、心理和文化;在 2003 年《感性科技的艺术学研究》这篇文章中明确提出了设计的感性化趋势。设计的这种感性化趋势正印证了以情感需求为核心的设计的崛起,而氛围则是情感的孵化器,由此引发了笔者以“氛围”为突破口对设计问题进行研究的兴趣。同时,笔者在研究与理论建构过程中,也陆续地看到所谓“建筑氛围营造”、“室内氛围设计”、“感性设计”、“设计体验”等词语,在期刊、书籍、设计评论中出现的次数越来越多。

在研究期间,设计界曾经发生的两次重要的大讨论对笔者影响至深。一次是 1995 年 3 月在丹麦召开了主题为“精神高于物质——有限物质时代下的非物质设计”(Mind Over Matter-Immaterial Design in the Age of Material Limits)的国际工业设计学术会议。在这次会议上,很多国际设计界的知名学者都明确指出:21 世纪的设计将从有形的设计向无形的设计转变;从物的设计向非物的设计转变;从产品的设计向服务的设计转变;从实物产品的设计向虚拟产品的设计转变。这次会议将设计理论研究的视点由实体转向虚体。另一次则是由派恩与吉尔摩共同编著的《体验经济》一书引发的对体验设计的探讨。体验设计将传统设计对人的生理和安全等低层次的需求的关注扩大到对消费者的自尊及自我价值实现等高层次的精神需求的思考。事实说明,非物质主义、体验设计及其相关的许多新概念的确正在酝酿着一场设计的新变革和新设计运动,设计领域的研究正逐步从对实体要素的研究过渡到对情感、体验等虚体要素的研究上来。

其实,以情感体验为核心的氛围设计有着悠久的发展历史,只不过未引起人们的重视而已。早在原始社会,人们就已经懂得选择特殊的自然环境,运用特定的道具营造神秘崇高的宗教氛围。随着社会文明的进步与发展,氛围设计的手法逐步完善,所涉及的领域也逐步扩大,出现了各种专门满足精神需要的场所设计以及相应的仪式风

俗等。如宫殿庄严、隆重,显示皇权尊贵;教堂崇高、神圣,显示宗教的神秘力量;园林宁静、雅致,显示悠闲和惬意;大会堂开阔宏大,显示政权的力量等。而在现代社会,氛围设计的领域越来越宽广,需求量也越来越大。小到一个家庭的室内氛围设计,大到一座城市的文化氛围设计,氛围设计融入了人们生活的方方面面,人们越来越深切地体验到氛围设计对提高精神生活质量潜移默化的作用。

氛围设计虽然有着悠久的发展历史和丰富的实践活动,但在这方面的专门研究却不多见。即使有也是侧重于某一设计领域的氛围研究,而没有对氛围设计进行过专门的研究。资料的零散和匮乏为本书的写作增加了不少难度,但也进一步说明了进行本书写作的必要性。在“氛围设计”理论建构过程中,应该说一些基础性理论的研究,如心理学、美学、艺术学等为本书的写作提供了坚实的理论根基,人类长期的生产生活实践为本书的写作提供了丰富的感性材料。而对氛围设计的探讨,主要体现在以下的设计领域:舞台设计、展示设计、主题游乐园设计、室内环境设计、后现代建筑设计、环境景观设计、剧情式广告设计、网络游戏设计、虚拟设计等。

在氛围设计中强调多种感官刺激,如果只按一种格局、一种情趣、一种感受是无法满足公众的多种取向的。过去,只侧重于视觉的欣赏,而今天则要求听觉、触觉、嗅觉、味觉并用,耳闻目睹,身体触摸,甚至口能品尝,还借助现代科技的手段,来延伸自己的感官,用器械来增加刺激与感受,这样才能满足现代人对氛围的多感官要求。因此,本书是通过分析影响氛围形成的各种刺激因素,建立起物质要素诸如形式、色彩、材质、光等与人的感知的联系,并且把握氛围的类别和特性,进而总结出氛围营造的原理、方法和规律,最后得出氛围设计发展的结果将最终影响社会文化的发展。本书为设计人员全面地理解、把握和满足用户的感性需求提供了新的手段和方法,为开创新的设计文化奠定了坚实的基础。在研究过程中,由于引用了较多相关学科的新近发展成果,这种跨学科的研究必然会涉及概念转化与运用,这也在某种程度上阻碍了“氛围设计”理论的清晰性。另外,由于缺乏系统的研究体系,在解析和认知的问题上都显力不从心,这也正是本书写作的难点之所在。

本书所采用的图片大部分是从网上下载,如 www.haier.com/tech-garden/health/index.html、www.51766.com、mtv.5music.org/hong1/dgy/等。汉诺威世界博览会的图片来自《汉诺威世界博览会设计》(杜异,傅祎.广州:岭南美术出版社,2002)。特此鸣谢!

氛围设计的本质

以往对设计的研究都是就具体的设计对象来进行的,如建筑设计、环境设计、产品设计、展示设计等,很少对设计现象本身进行讨论。在设计发展史上曾经出现过对设计本身的构成要素进行的分类性研究——功能主义。我们说某个设计是功能主义设计并不是指它就不包含其他设计要素,而是指其对功能问题的强调,那么氛围设计也包括其他设计问题的解决,但核心是氛围问题的解决。如果说工业化时代提出功能主义的口号是为了满足人基本的实用需求,那么氛围设计的概念则是由信息时代孕育而生的。高新技术的发展为设计在满足功能需求方面扫清了障碍,现代设计所面临的问题是如何满足人的多元化的情感需求,而氛围恰恰是情感的孵化器。它看不见、摸不着,却可以用心感觉得到,并潜在地影响着我们的情绪。如我们一进商场就会感受到一种欢快、热烈的氛围,而进入纪念馆则会被一种悲伤、凝重的氛围所笼罩。

1.1 氛围设计的定义

什么是氛围?氛围是环境给人的总印象。氛围给人的总印象有些近似于个性,它是多少能够体现这个环境与那个环境具有的不同性质的东西。通常所说的轻松活泼、庄严肃穆、安静亲切、欢快热烈、朴实无华、富丽堂皇、古朴典雅、新颖时髦等就是用来表述氛围的。

“氛围”在现代汉语词典中解释为周围的气氛和情调,包含了客观的环境和主观的感受双重含义。若将“氛围”一词拆开来,就能更深一步地理解它的含义。“氛”——形声;从气,分声;本义:凶气,古时迷信说法指预示吉凶的云气,多指凶气。《说文·气部》:“氛,祥气也。”段玉裁注:“谓吉凶先见之气……统言则祥、氛二字皆兼吉凶,析言则祥吉氛凶耳。《左传》又曰:‘楚氛甚恶。’杜注:‘氛,气也。’可见不容分别。”^①“氛”暗示了古人所说吉凶之象,是人对外界刺激的总体感受,具有强烈的主观色彩。由于人具有趋利避害的心理倾向,故在现实生活中,人们总是乐于营造吉祥的氛围,而避免凶险的氛围。当然,在特殊的情况下也会营造出紧张、压抑的氛围,如电影导演会因情节需要而故意渲染出压抑、郁闷的氛围。而本文以探讨产生愉悦情感的氛围设计

^① 罗竹风主编,汉语大词典,第六卷,上海:汉语大词典出版社,1990, P1021

为主。“围”——形声；从口，韦声。《说文》：“口，回也，象回币之形。”段注：“按，围绕，周围字当用此。”按：甲、金文象人围攻或围守城形。《广雅·释诂四》曰：“围，裹也。”《易·系辞上》又曰：“范围天地之化。”^①又如：围塹（围绕营垒的壕沟）；围圆（圆形围墙）；围地（四周山川环绕，形势险峻的地方）；围屏（屏风）；围落（篱笆，栅栏）。因此“围”字与空间、领域、物质场等客观存在的环境密不可分。

韦伯词典上对“氛围”英译 atmosphere 的第五条解释是“a: the overall aesthetic effect of a work of art(一件艺术作品给人带来的全部的美感)；b: a dominant aesthetic or emotional effect or appeal(某种占主导地位的美感或情感效应)。”^②由释义可以看出，对氛围设计的探讨会涉及一些美学方面的问题。若将 atmosphere 拆分为 atmo 和 sphere，则会发现不同的文化对“氛围”的阐述具有共通性。atom 译为“原子；微量，微尘；微分子；微粒；碎片。”sphere 译为“球；球状体；地球仪；天体；区域；地位；地位；领域；环绕；包围。”由此可见，在英文中“氛围”也是指一定的物质场，以及场所引发的心理感受。如果将人造物构成的物质世界看成是一个孕育人类文明的场，氛围则是场对人心理的作用。这一点法国著名哲学家——尚·布希亚论述得很精辟：“回应系统化的技术性，正是系统化的文化性。而在物的层次，这个系统化的文化性，便是我们所称的气氛。”^③

就氛围一词自身的演化发展而言，它适用的领域正不断扩大。它在人类生产生活中得到了广泛的运用，可以说已经渗透到政治、经济、文化、教育、艺术等人类生活的方方面面，如政治氛围、学习氛围、艺术氛围等。大到一个城市的文化氛围、企业的工作氛围，小到家庭生活氛围，可以说现代人每天在不同的空间氛围中变换角色。我们若不对研究范围进行明确的限定，则会造成理解上的歧义。本书所说的“氛围”是专指对艺术设计领域的研究，属于艺术学的研究范畴，是“艺术的氛围”。这个“艺术氛围”与“意境”的概念有某种程度上的相通，都是通过各种艺术语言的组织和建构浸润和洗涤人类的心灵。对“意境”的研究往往集中于诗、书、画、乐等纯艺术研究领域，而少见应用于应用艺术领域。而氛围设计是根据人们的感知特征、行为特征、文化心理、审美心理以及创造心理等的一些基本原理，对城镇规划、建筑设计、环境设计、企业形象设计、展示设计等，提出一些规律性的建议，从而以一个新的视角来剖析设计创作和欣赏活动，进一步促进设计学科内部各门类知识的交叉。

氛围一词包含主客相关的双重含义，谈到氛围设计也就不能不涉及人的感知和体验（视觉、听觉、味觉、嗅觉、触觉、联觉）和外界环境的刺激因素（光、形、色、声、味、质）。设计也是借助各种物质要素的变化和组合来对人的感官产生刺激进而使人获得审美的愉悦。我们研究的氛围设计是一个特定的系统。人与物共同以氛围构成要素进入系统，在系统中进行感性的沟通，最终以人所获得的体验作为结束。氛围深邃的发源地是在生存亦即思想或行动着的主体自我意识情调中。因此，通过对客观环境的精心组织 and 安排，运用光、形、色、声、味等要素刺激感官以使人获得宝贵的情感体验；化有形为无形，创形象以为象征，构筑人类情感生长发育的载体，这就是“氛围设计”。因此，我们所研究的氛围设计不是指通过设计的手段将主观的情感强加于人，而是提供一个能使情感有机生长的土壤。这如同人们可以在富丽堂皇的餐厅中彬彬有礼，而同一个人又会在牧歌式的乡村酒吧中谈天说地，甚至在震耳欲聋的迪斯科舞厅中劲舞。不同的氛围设计能够使人产生不同的情感，从而在一定程度上鼓励或限制人的行为。因此，我们也可以称氛围设计是情感的“孵化器”，是生活的幻境。如原始人所进行的

① 徐中舒主编. 汉语大字典. 第一卷. 武汉：湖北辞书出版社. 成都：四川辞书出版社，1987. P722

② [美]梅里亚姆-伯斯特公司. 韦氏大学词典. 第10版. 北京：世界图书出版公司，1994. P73

③ [法]尚·布希亚著. 物体系. 林志明译. 上海：上海人民出版社，2001. P48

巫术活动就是一个典型的氛围设计。巫师夸张的舞蹈动作、诡异的面具,人们对整个活动热情的参与,这一切要素构成了某种神秘而崇高的氛围。

1.2 设计现象的层次划分

前面说过,以往设计领域的研究都是按具体的设计对象进行分类,如建筑设计、环境设计、产品设计、展示设计等,很少对设计现象本身进行层次划分。如果我们追寻设计自身的发展演化轨迹,就会发现新的设计分类法。

根据马斯洛的人本主义心理学理论^①,人的需求可以分为五个不同的层次:①生理需要。这是人的需求中最基本、最强烈、最明显的一种,即对生存的需求。②安全的需要。③归属和爱的需要。④尊重的需要。⑤自我实现的需要。马斯洛的需求层次理论虽然是针对个体的发展而言的,但同样适用于我们对由无数个体所组成的社会整体发展的考察。人类社会的进化也是由满足基本的物质需求而逐步发展到实现社会理想的。设计作为推动社会文明发展的手段,其重心会因社会发展阶段的不同而有所侧重。那么,我们可以根据对主流社会需求层次的满足而将设计划分为四个不同的层次:①生存设计。在人类社会初期占主流,这主要是由于人类还在解决位于需求层次中较低的生理需求和安全需求的问题。②实用设计。这一阶段的设计强调工具的理性,设计的主要目的是适于人使用。③氛围设计。这是人类在成功地解决实用的问题后,对人类文化的又一次创新。它强调设计的感性属性,设计的目标是人的感受和体验。④观念设计。设计的最终目标将是改变人的行为方式以及相应的思想和观念。由于社会体系的复杂多样化,这四个层次的设计可能在同一社会体系中同时存在,甚至在同一设计中并存,我们做这样的层次划分只是针对设计当前主要解决的问题而言。社会的进化如同个人的发展一样,只有较低层次的需求得到满足后才会追求较高层次的需求。因此在人类社会进化的初期,大众化设计都是以满足实用功能的需要为主;而在人类社会逐渐走向成熟后,才会产生越来越多的精神需求。古人云:“故食必常饱,然后求美;衣必常暖,然后求丽;居必常安,然后求乐”^②也就是这个道理。

设计起源于人类生存的需要,是一种为抵御自然灾害和保护生命安全而进行的生存设计。而随着人类社会的发展,设计除了满足人基本的物质功能需求之外还担负起承载人类文化的重任,进而满足人的心理需要。而在现代科技高度发达的今天,人类跨越了实现功能的障碍,设计的精神价值也得到了前所未有的突现。因此设计的发展史也是人类不断实现自我的解放史,初期的设计是迫于生存的需要,中期的设计是将人类从沉重的体力劳动中解放出来,现在的设计是解放人类的情感,未来的设计则是实现人类思想的大解放。设计是技术与艺术、物质与精神的混杂体,在不同的社会历史时期和不同的对象上,其技术的因素或艺术的因素会各有侧重。在设计发展史上曾把设计要素中功能的问题单独加以强调并形成一套完整的功能主义思想体系,这就是对设计自身的构成要素所进行的分类性研究。我们说某个设计是功能主义设计并不是指它就不包含其他的设计要素,而是指其对功能

^① 人本主义心理学在20世纪50至60年代兴起于美国,是美国当代心理学主要流派之一。由美国心理学家A. H. 马斯洛创立,现在的代表人物有C. R. 罗杰斯。以马斯洛、罗杰斯等人为代表的人本主义心理学派,与精神分析学派和行为主义学派分道扬镳,形成心理学的第三思潮。人本主义反对将人的心理低俗化、动物化的倾向,故被称为心理学中的第三思潮。

^② [西汉]刘向. 说苑全译. 王瑛,王天海译注. 贵阳:贵州人民出版社,1992. P878

问题的强调。同样,氛围设计也包括其他设计问题的解决,但核心是氛围问题的解决。因此,氛围设计代表了一种已经存在但先前并没有被清楚表述的设计类型。以往的设计类型往往是以实体为对象进行分类,例如产品设计的对象是产品,建筑设计的对象是建筑,广告设计的对象是广告,而氛围设计的对象则是某个人造物所组成的环境系统,并只有在人的参与活动中才能得以实现和延伸。人在参与活动的过程中获得宝贵的体验,从而实现了氛围设计的价值。正如许多人选择吃麦当劳,并不是钟情于它的汉堡和薯条,而只是喜欢它温馨的氛围和整洁的环境。营造一种有特色的进餐场所,就是为消费者提供一次新鲜的、愉快的体验。人的感觉和体验是精神性的东西而不是某种实物。这种感觉和体验不仅存在于以往所有的设计领域里,而且存在于现在新兴的设计领域如虚拟设计、网络游戏设计等。

1.3 氛围设计的研究对象

对氛围设计的研究,既要关注有形的物质实体的价值,也要关注无形的文化要素的价值。一方面,物质环境本身的形、光、色、声等要素直接地刺激人敏感的感觉器官而使人产生体验,情绪受到感染;另一方面,特定的时间和空间的意象深藏于人意识的深处,潜在地影响人的行为和情绪。这如同春节在中国人心目中的价值。吃团圆饭、包饺子等活动如果安排在平时,就会丧失其对热闹、喜庆氛围的渲染作用。很多商家也充分利用了时间对行为的潜意识的作用,每逢节假日就进行各式各样的促销活动。同样,空间也会由于历史文化的渲染而具有特定的意义。张艺谋导演的大型歌剧《图兰朵》,别出心裁地将剧场选在故宫。故宫是封建帝王举行重大庆典的场所,上朝理政之所,在亿万中国人心目中有着特殊的地位和意义。在这一特定的场所演出歌剧本身已能极大地激发人的好奇心了,更何况为了防火还要为这些百年建筑穿上黄色的防火衣更是激发了人们一睹为快的热情。

氛围设计既要依靠对具体的形、光、色等有形因素的把握,又要融化在人与环境的情感交流之中。成功的氛围设计是在人的积极参与行为中由环境的色彩、光与影的渲染造成的,两者之间的默契结合将会增加氛围的浓度。就此可以得出结论:氛围是由某种印象所产生的情感,它能引起人回味、思索,唤起人的共鸣,它是内在与外在的统一;氛围设计以一个完整的设计思维将各种有形和无形的设计要素联系起来。因此,氛围设计的研究可以分为两个方面:一则是物质性的,着重于形、声、色等有形因素的研究;一则是文化性的,着重于历史的源流、地域的特性等无形因素的研究。这两个方面的研究不是相互分离的,人们总是透过感性的体验把握其深刻的文化意蕴,丰富的文化背景又使得人的体验得到升华。

氛围设计的理论体系与中国古代哲学的“气”论、艺术意境论和西方格式塔心理学的“场”论都有着密切的关系。

1. 氛围与“气”论

中国古代哲学以“唯气论”为主流,它将世界之本源归根于超乎形质,而又非无的存在——气,从而建立了天、地、人合一的思想体系。关于“氛围”问题的研究不能不涉及中国古代哲学的“气”论思想。一方面,从“氛”字的各种释义可以看出“氛”与“气”是密不可分的,《说文·气部》:“氛,祥气也。”另一方面,“气”是形神兼备、能质混一的,“气”很难用“物质实体”来概括,这一点和氛围那种兼顾有形

和无形存在的特性是相通的。“凡可状皆有也，凡有皆象也，凡象皆气也。”^①这一段对“气”的论述揭示了气透过物质现象表面的精神存在的普遍性。而氛围设计正是借有形的物质变化表现无形的情感场。气所表达的是自然生命、文化生命、精神生命之流，是机体变化的连续性和不可分割的整体性。同样，氛围设计也是对生命意象的表达。因而，就某种意义而言，“气”也指某种氛围、情调。

对“气”的论述有助于我们辩证地理解氛围设计中各要素的相互关系。气聚而为万物，气散而为太虚，太虚与万物都是气的存在形态。氛围设计中也存在“有”与“无”、“虚”与“实”这样对立统一的关系。张载所说“太虚无形，气之本体”^②，后四个字是说气的本然状态。在气的聚散变化所形成的物质、文化、生命活动、精神现象中，并不孤立存在着任何原始的、恒定不变的、作为一切物质性基础的物质特性的“气”实体本身。同样，氛围也不能脱离物质文化要素而孤立存在，必须在主客体的互动中得以生长。

自曹丕在《典论·论文》中提到“文以气为主”和南朝画家谢赫提出“气韵生动”作为绘画六法之首以后，“气”就成为了诗文与艺术普遍追求的高境界之美。钟嵘在《诗品序》中说：“气之动物，物之感人，故摇荡性情，形诸舞咏。”韩愈说：“气，水也；言，浮物也；水大而物之浮者大小毕浮。气之与言犹是也，气盛则言之短长与声之高下者皆宜。”^③人们认为“气”并不是诗文艺中的一个元素，而是笼罩全体的东西。“气”不是那些具体感性的“物”，而是形而上的，却又是浩瀚蓬勃、出而不穷的精灵，它根植于宇宙的元气和作家的生命本体。氛围也不是指某一具体的物，而是贯穿于整个物体系的东西。“氛围”无形无体却可以时时刻刻被体验和感悟到，它以人特殊的心理构造为基础。

“气”是中国传统文化中一个十分古老而又使用普遍的范畴。“气”的很多特征与氛围有相通之处，而且“气”内在发展动力的矛盾辩证关系为我们提供了研究氛围体系结构的依据。

2. 氛围与意境

氛围是一种由各种关系形成的网络，这种关系的网络是由主体、客体与时空环境共同组成的一个以主体为核心的动态结构。中国古代文论中的意境、意味、神韵、境界等审美范畴就交织着主客体统一的网络动力结构。意境是情与景交融的结晶。中国传统美学中对意境的探讨有助于我们研究主观的情感与客观的环境如何交融互动，如何用客观的事物表现不可名状的情，以及如何使这种情绪扩大和弥漫。

“……以宇宙人生的具体为对象，赏玩它的色相、秩序、节奏、和谐，借以窥见自我的最深心灵的反映；化实景而为虚境，创形象以为象征，使人类最高的心灵具体化、肉身化，这就是‘艺术境界’。艺术境界主于美。”^④宗白华先生的这段话指出了物质存在与精神世界之间的辩证关系，各种设计规律和手法的运用是为了给人类的情感寻找合适的载体。老子就曾说：“凿户牖以为室，当其无，有室之用。”^⑤不论是意境还是氛围，可感的实体——“有”都是为了表现“无”——情感和生命的活力。如《红楼梦》中大观园的描写便鉴于各院子主人的不同分别呈现出不同的氛围和意境。贾宝玉住的怡红院得之“怡红快绿”，洋溢着欢快活泼的男孩子气(图1-1)；林黛玉住的潇湘馆则宁静优雅如同一幅淡淡的水墨画(图1-2)。

① 侯外庐. 中国思想通史. 第四卷上册. 北京: 人民出版社, 1959. P552

② 侯外庐. 中国思想通史. 第四卷上册. 北京: 人民出版社, 1959. P551

③ 孙昌武. 韩愈诗文选评. 上海: 上海古籍出版社, 2002. P27

④ 宗白华. 美学散步. 上海: 上海人民出版社, 1981. P70

⑤ 李先耕. 老子今析. 北京: 中国社会科学出版社, 2002. P54



图 1-1 北京 大观园 怡红院



图 1-2 北京 大观园 潇湘馆

艺术意境的研究启示我们进行氛围设计时要透过物质的表面作深层次的建构。艺术家在创造意境时往往不满足于纯客观的机械式的摹写,而是要传达活跃的生命力。艺术意境的表现以点、线、面、形、音或文字等组织成为有意味的艺术形式,它包含了比现实具体物更多的意味,是一种情感表现的幻象。而氛围设计则是将幻象转化为现实,在传情达意方面更直接和更易于为人理解。

3. 氛围与“场”论

考夫卡在他的《格式塔心理学原理》一书中根据现代物理学中的“场”的概念,为心理学创立了一系列新奇的名词,如心理场、行为场、环境场、物理场等。考夫卡就用场的概念来解释环境和行为的关系。

系,整个场被他命名为心理-物理场。“观察者知觉现实的概念称作心理场(psychological field),被知觉的现实称作物理场(physical field)。”^①他认为,人本身就是一个场,知觉也是一个场,人的心理是具有一定结构的完整的“现象场”。

场所是具有清晰特性的空间,是生活发生的地方,是由具有物质的本质、形态、质感及颜色的具体的物所组成的一个整体。它由人、动物、花鸟、树木、水、城市、街道、住宅、门窗及家具等组成,包括日月星辰、黑夜白昼、四季与感觉。这些物的总和决定了一种“环境的特质”,亦即场所的本质。建筑意味着场所精神的形象化,建筑师的任务正是创造有意义的场所。原始时代人们建造出“石环”一类的巨大构筑物,只是一个巨石垒起的圆圈(图 1-3),就使得空间有了明确的边界。它一旦与特定的人的活动发生联系,便具有一定“特性”,成了“场所”。场所具有吸收不同内容的能力,它能为人的活动提供一个固定空间。场所不仅仅适合一种特别的用途,其结构也并非固定永恒的,它在一段时期内对特定的群体保持其方向感和认同感,即具有“场所精神”。

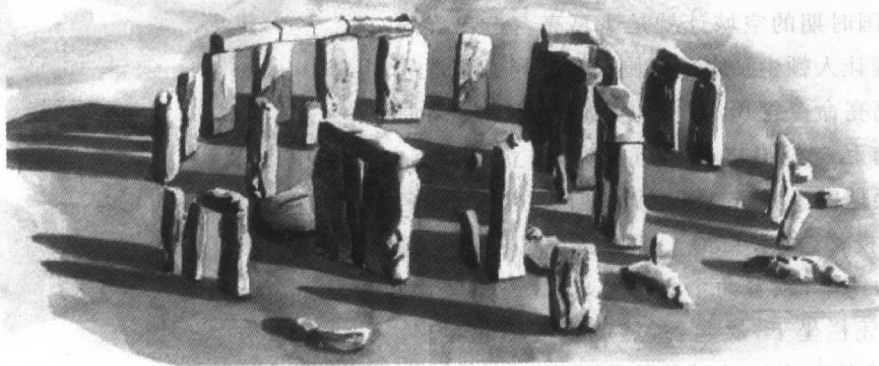


图 1-3 英国 索尔兹伯里平原 巨石阵

格式塔心理学的一个变种——拓扑心理学借用“场”的理论把对心理活动规律的揭示向前推进了一步。场是个立体多维的概念。它的出发点与立足点不是主体或客体的任何一端,而是一个完整而系统的动态立体结构,是运动着的张力结构模式。拓扑心理学用场的概念说明行为问题,其理论体系的基本点是强调“心理生活空间”。这个心理生活空间是由人与环境、主体与客体共同构建而成的心理场。这个空间包括了一个活生生的,有着自己的意志和情欲、需求和愿望的人,和一个围绕着这个人并对这个人的心理施加着影响的环境。这个环境,可能是物理性质的,也可能是社会性质的或语词概念性质的。拓扑心理学家勒文认为,人与环境构成的情境就是一种场,是一种运动着的、连续性的存在。这种场论与氛围设计的理论基本相通,它为氛围设计的研究提示了心理生活空间中动力网络结构的“心理图式”,对于较高层次的心理活动,特别是审美心理活动的解释,更趋于科学化。

阿恩海姆则把场的理论运用于视知觉与艺术两者之间关系的分析研究。他认为绘画作品或静态事物中的运动感觉并不像有些人想象的那样是由联想和移情作用所引起的,而是由艺术作品的形象结构所唤起的欣赏者大脑皮层中的场效应所引起的。

综上所述,场的概念与我们研究的氛围的概念是相通的。场的研究提示了审美的运动及其构成,场的概念为我们解析氛围设计的体验和感受提供了理论依据。

^① [德]库尔特·考夫卡著. 格式塔心理学原理. 黎烨译. 杭州: 浙江教育出版社, 1997. P5

4. 具体设计领域中氛围的研究

虽然缺少氛围设计研究方面的专著,但如何运用各种手法营造氛围的记载却是早就有了。《考工记》中就已经生动地记载了与祭祀氛围相配合的各种器物的造型设计。钟的声音洪大浑厚就配以威武有力的虎豹猛禽的形象,这种声音听起来就像是这些猛禽发出的,就愈发加强了钟声震撼人心的气魄。磬的声音清脆悦耳则配以体态轻盈娇小的仙鹤小鸟的形象(图1-4),以加强轻松愉悦的氛围。氛围的营造有赖于形、声的心理同构关系。

不仅如此,在我国古代战争史中,还有不少通过特定氛围的营造给人产生心理的压力和错觉以奇制胜的例子。如三国时期的空城计就是诸葛亮营造出虚实实、实实虚虚让人顿生疑窦的氛围而迫使司马懿退兵的。首先,诸葛亮命令把所有的旌旗都藏起来,士兵原地不动,如果有私自外出以及大声喧哗的,立即斩首。接着,又让士兵把四个城门打开,每个城门之上派20名士兵扮成百姓模样,洒水扫街。诸葛亮自己则披上鹤氅,戴上高高的纶巾,领着两个小书童,带上一张琴,到城上望敌楼前凭栏坐下,燃起香,然后慢慢弹起琴来。诸葛亮精彩的表演加上这些道具使得整个城内的氛围于静谧中孕育着一丝张力,于闲适中包含着一丝紧张。

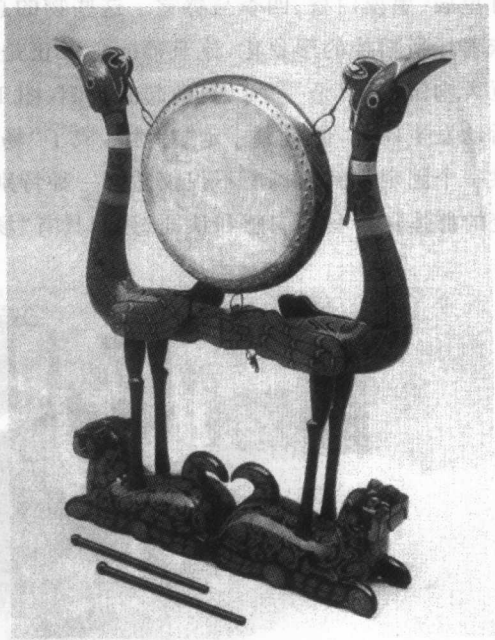


图1-4 虎座鸟架鼓

正是这种胸有成竹的气魄使得司马懿会对这座空城产生似乎埋伏有千军万马的错觉。这样的例子历史上数不胜数,如张飞长坂桥一夫当关喝退百万曹军,四面楚歌瓦解了项羽坚强的意志等。

现在随着设计行业的蓬勃兴起,设计中氛围的营造和处理已经受到一定的关注和重视。已经有些论文涉及某一具体设计领域氛围问题的研究,如《室内环境与气氛的创造》^①、《论餐厅室内环境气氛之营造》^②、《环境设计中的色彩与气氛》^③、《浅议室内环境气氛的创造》^④等。一方面,相对于国内设计类浩如烟海的书籍和论文,关于氛围设计的论文数量太少;另一方面,这些论文虽然触及问题的某一方面,但对问题的解析是不完整的,还未形成系统的研究体系。相反,关于设计哲学以及未来设计发展趋势的某些论著虽然没有专门就氛围设计进行论述,却往往能给人以新的启示。《非物质社会——后工业世界的设计、文化与技术》这本书提出:“在后现代社会,‘设计’也努力向艺术靠拢,也要同艺术一样,随着不确定的情感,制造一种不确定的和时时变化的东西。”^⑤“‘形式’的非物质化和‘功能’的超级化,逐渐使设计脱离物质层面,向纯精神的东西接近。”^⑥设计的非物质化趋势正是我们进行

① 张良君. 室内环境与气氛的创造. 世界建筑导报, 1986(8、9 合期)

② 余鲁. 论餐厅室内环境气氛之营造. 四川教育学院学报, 2001(9)

③ 徐蕾. 环境设计中的色彩与气氛. 南京理工大学学报, 1998(5)

④ 郭承波, 汪培. 浅议室内环境气氛的创造. 盐城工学院学报, 1998(4)

⑤ [法]马克·第亚尼著. 非物质社会——后工业世界的设计、文化与技术. 滕守尧译. 成都: 四川人民出版社, 1998. P5

⑥ [法]马克·第亚尼著. 非物质社会——后工业世界的设计、文化与技术. 滕守尧译. 成都: 四川人民出版社, 1998. P7

氛围设计研究的意义所在。氛围设计是依靠物质化的环境表现精神化的氛围。法国著名哲学家尚·布希亚著的《物体系》也是从哲学的高度论述了氛围中各要素的关系。此外,还有未来学家——阿尔文·托夫勒的书《未来的冲击》和 B. 约瑟夫·派恩、詹姆斯·H. 吉尔摩著的《体验经济》都从不同侧面勾画出未来设计的发展趋势,强调了设计中人的感受的重要性。特别是《体验经济》这本书明确地指出了企业是体验策划者,“不再仅仅提供商品或服务,而是提供最终的体验”^①,给顾客留下难以忘怀的愉悦记忆。消费者个人以个性化方式参与消费,获得体验。体验经济的思想在某些方面是与氛围设计的思想不谋而合的,两者都强调了人的情感需求的重要性,最大的不同之处在于两者的出发点:一个是从经济的角度,一个是从设计的角度。

从以上论述可以知道,人类很早以前就已经知道这种表现于无形却可以左右人们情感产生发展的氛围的存在,并通过各种理论加以论述和研究。这其中既有丰富的感性分析材料,又有严密的理性逻辑推理;既有东方的“气”论,又有西方的“场”论。然而,由于分析问题的立足点不在氛围设计之上,故对氛围设计的解析深度是有限的,无法全面、具体地对氛围设计的创作与欣赏进行指导。因而,我们既要借鉴相关领域的研究成果建立起氛围设计研究的大的理论框架,又要以有形的设计要素的分析和解析为依据,进而建立起氛围设计系统的理论体系。

① [美]B. 约瑟夫·派恩,詹姆斯·H. 吉尔摩. 体验经济. 北京:机械工业出版社,2002. P18

氛围设计的渊源

氛围设计有着悠久的历史渊源。早期的氛围设计是为追寻一种生存的安全感而产生的。随着人类认知和改造自然水平的提高,人的需求层次也在不断提高,氛围设计也呈多元化的发展趋势。在氛围设计的发展史上,依次出现了神圣崇高、欢快吉祥、豪华高贵、清新宁静等的氛围设计。而现代数字化技术的发展也使得氛围设计的科技含量不断加大,使其能在人类情感的世界中得以更自由地发挥。

2.1 早期的氛围设计

人类早期的氛围设计源于基本的生存安全需要,由人的自发行为形成。在蛮荒的原始社会,人类的生存无时无刻不受到恶劣的自然环境和凶猛的野兽威胁,安全成为当时人们的迫切需要。在人力所无法控制的自然面前,这种需求通过模拟自然的力量与之对抗而得以实现。“新石器晚期,西欧、北欧、北非以及亚洲的印度等地域出现所谓‘巨石建筑’文化。广阔原野上,人们艰苦卓绝、奇迹般地搬动块块巨石,使之矗立成行,延绵有时可达数千英尺,有时孤石独特,有时三石堆成‘桌’形,称为‘桌石’。”^①巨石与人体量上的巨大反差能在人的心理产生力量感,进而使人相信并借助这种力量与自然抗争,从而建筑出一个意想中的安全空间,象征具有灵性的巨石对有害神灵的拦截。又如江苏连云港将军崖岩画(图 2-1),刻画在锦屏山南面入口处的巨石上,巨石形似穹隆,前面是一片低平的开阔地,参加祭祀的人们面对崖石上的神灵图和星象图,如同拜倒在苍天之下。虔诚的信仰与神秘的图像形成一种扑朔迷离的宗教氛围。早期的人类已经做到由所表现氛围的主题的不同而有意识地选择环境。一项考古学的研究表明,同样是营造宗教化的神秘氛围,由于种族的心理状态的不同对环境的选择往往也是不同的。如欧洲岩画多处于与外界自然隔绝的洞穴内,而中国的岩画则多是露天的,以大自然为背景,浑然一体。人类历史上很多宗教性的建筑也体现了这一特点。如西方哥特式的教堂,高耸的尖塔把人们的目光引向了虚无缥缈的天空,从而实现了人神间的对话和交流。而中国的天坛则无顶无墙,人匍匐于茫茫的天穹之下,以祈求上天的庇护。

① 王振复. 大地上的“宇宙”——中国建筑文化理念. 上海: 复旦大学出版社, 2001. P66