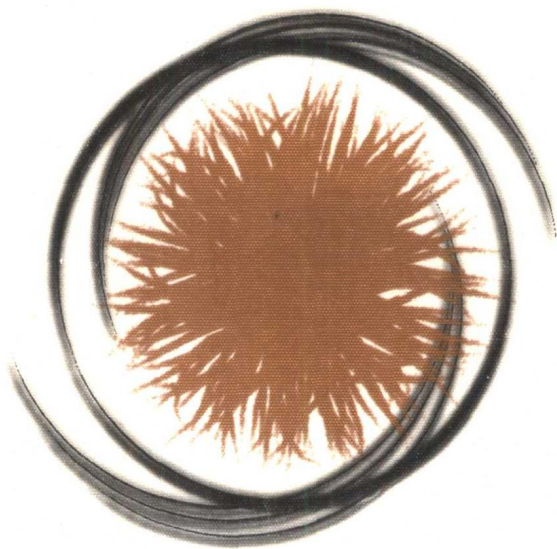


The Psychological World of Art

艺术的心理世界

■ 阿恩海姆 霍兰 蔡尔德等 著 周宪 译 ■

本书是作者多年来的翻译文章集，内容集中于艺术心理学及其相关问题，包括艺术心理学的发展与现状，“读者反应理论”，“格式塔心理学”，科学（经验）美学等。具体问题集中在艺术创造过程、作品分析或欣赏者接受等问题之上。



20 世纪西方学术思想译丛



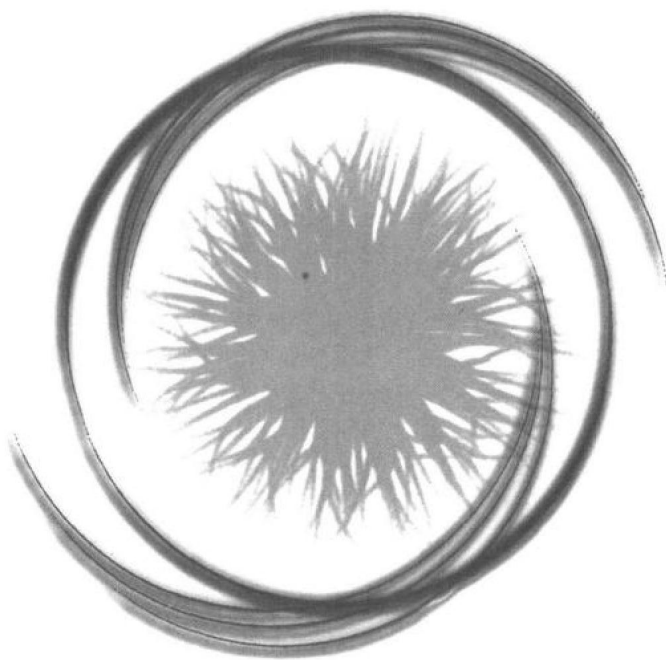
中国人民大学出版社

The Psychological World of Art

艺术的心理世界

阿恩海姆 霍兰 蔡尔德等 著 周宪 译

20 世纪西方学术思想译丛



中国人民大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

艺术的心理世界/[美]阿恩海姆等著;周宪译.

北京:中国人民大学出版社,2003

(朗朗书房·20世纪西方学术思想译丛)

ISBN 7-300-05012-3/J·61

I.艺…

II.①阿…②周…

III.艺术心理学-研究

IV.J0-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 091544 号



20 世纪西方学术思想译丛

艺术的心理世界

阿恩海姆 霍兰 蔡尔德等 著

周宪 译

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242(总编室)

010-62511239(出版部)

010-62515351(邮购部)

010-62514148(门市部)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 山东高唐印刷有限责任公司

开 本 965 × 1270 毫米 1/32

版 次 2003 年 11 月第 1 版

印 张 9

印 次 2003 年 11 月第 1 次印刷

字 数 202 000

定 价 19.80 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

审美理论是一种角色，
它显现于一切有教养的社会以及其他许多社会中，
是诸如艺术和艺术作品这类物质性范畴的行为基础。

——欧文·蔡尔德

前 言

收集在这里的是我多年来翻译的一些文章。从时间上讲,最早的一篇是布斯的《小说的叙述类型》,算是一篇习作,译于1985年。最晚的一篇是布尔迪厄的《纯美学的历史起源》,最近刚刚完成。从内容上说,这些文章涉及社会和文化的诸多领域,大抵代表了译者的学术兴趣和理论视野。这些译文大多数曾发表于国内的学术刊物上,或收入一些文集中,也有些篇什是首次发表。从总体上说,译文约略可以分为两类,一类是涉及美学问题,一类是艺术心理学问题。根据这个状况,就分为两册:一册集中于美学和艺术问题,一册偏重于艺术心理学问题。

也许是某种习惯所致,每每读到令人击节的英文著述时,总有一种想把它翻译出来的冲动,只觉得它有趣,可为更多人共享。所以,我的翻译基本是兴之所至,缺乏系统性和预先规划。当然,也曾翻译过几本书,不过情形仍是如此。这么做也许不合翻译家的角色要求,但好处不少,尤其是自由灵活,涉猎广泛,不拘一格。这些译文说到底乃是研究兴趣的延伸,是研究之余的“副产品”。

在我看来,学者从事翻译,其实有百益而无一害。这话说得有点绝对,但绝对是我自己的体会。翻译与研究互动,于私有助于自己的研究,于公可传递新思想新观念。我以为,在今天学术高度制度化和专业化的条件下,翻译的重担越来越多地落到了专业工作者身上。那种恣肆纵横跨越边界的翻译大师行将消失,剩下的只是一些在专业领域里从事研究并从事翻译实践的学者。这很像福柯在谈到知识分子时说到的,“万能的”知识分子已不复存在,只有那些在具体领域里劳作的“专家型”知识分子。诚然,这个局面并不令人欢欣鼓舞,而是多少有点悲哀和无奈!但认清处境、调整研究策略,却不失为良策。

在美学卷中,译文按照四个“宏大叙事”的主题来安排。现代与后

现代是当代学界争论热烈的问题,诸篇什观点不一,讨论角度也迥然异趣;现代艺术与先锋派,涉及“极盛的现代主义(high modernism)”和先锋派问题,还包括各门艺术的具体实践,从小说到戏剧,从绘画到建筑;文化与文化研究看似有点大而无当,其实不然!从西方文化的反思批判,到文化研究的不同路径,再到东西方文化的影响等;史论与学派的主题,收集了不同理论和史学观念的文章,有艺术史,建筑史,也有文学阐释学,甚至有讨论计算机辅助艺术的文章。

在艺术心理学卷中,大致区分了五个层面。首先是艺术心理学的发展与现状,其次是以霍兰为代表的读者反映理论,再次是以阿恩海姆为代表的格式塔心理学,再其次集中在科学美学或经验美学问题上,最后是关于艺术创造的一些论述。附录收集了朗洛伊斯的一个曾引发争议的研究。这个集子涉及诸多概念,比如心理美学、审美心理学、格式塔心理学、科学美学(实验美学、经验美学)、创造心理学等等。最终以艺术心理学来冠名,是因为文章所讨论的问题大多集中于艺术创造过程、作品分析或欣赏者接受问题上。

在本书的编译过程中,得到不少人的帮助,尤其是周韵副教授,以及我的几位研究生——郑蔚莉、赵静蓉、艾秀梅、王有亮、殷蔓亭、周继武、吴迪等,在此谨向他们表示由衷的谢意。同时,我还要感谢中国人民大学出版社副总编辑呼延华先生,他对本书的出版给予了热心支持。

周宪

2003年盛夏于南京

目 录

前言	(1)
----------	-------

一、艺术心理学概观

现代心理美学

[美]欧文·L·蔡尔德	(3)
-------------------	-------

科学美学的最新发展

[美]欧文·L·蔡尔德	(21)
-------------------	--------

二、读者反应理论

阅读与认同——精神分析的革命

[美]诺曼·N·霍兰	(35)
------------------	--------

文学反应的共性与个性

[美]诺曼·N·霍兰	(42)
------------------	--------

三、格式塔心理学

抽象语言与隐喻

[美]鲁道夫·阿恩海姆	(61)
-------------------	--------

心理学和艺术中的情感与情绪

[美]鲁道夫·阿恩海姆	(79)
-------------------	--------

色彩的理性化

[美]鲁道夫·阿恩海姆 (87)

作为心理治疗的艺术

[美]鲁道夫·阿恩海姆 (95)

视觉心理学

[法]玛丽-诺斯·博丹内 (101)

四、科学(经验)美学

现代艺术与现代科学

[美]保罗·C·韦茨和阿诺德·B·格里姆奇尔 (113)

美的实验心理学

[英]C·W·瓦伦丁 (148)

跨文化边界的审美判断一致性

[美]欧文·L·蔡尔德 (221)

五、创造心理学

诗人画家与科学家画家

[英]罗莎芒德·哈丁 (229)

艺术家的人格

[美]罗伯特·N·威尔逊 (236)

人格与艺术创造力

[美]戴维·N·帕金斯 (246)

大脑两半球功能与绘画技能

[美]霍华德·加德纳 (252)

附 录

美的神话和神秘的美

[美]朱迪·H·朗洛伊斯和利萨·玛萨尔门 (261)

艺术心理学概观

现代心理美学

欧文·L·蔡尔德

欧文·L·蔡尔德(Irvin L. Child),美国耶鲁大学著名心理学家,在科学美学或审美心理学方面有精深的研究,他的主要著作有《意大利人或美国人?》(1943),《儿童训练与人格》(1953),《人文心理学与研究传统》(1973)等。本文译自卡蒂尔特和弗里德曼编的《知觉手册》第10卷(纽约,学术出版社,1978)。

一、什么是审美理论?

审美理论的中心议题可作如下表述:“为什么人们喜爱或似乎喜爱知觉经验本身?”知觉经验显然被人们作了不少探讨,因为它是达到某些基本目标的手段——不论这些目标是否属于特定的思想体系——但是,某些知觉经验本身似乎是令人喜爱的,这又是为什么呢?

上述问题显然是由艺术的存在而提出来的。通过努力理解艺术欣赏者或消费者为何要参与艺术和体验艺术,审美理论也就形成了,并不断地被赋予活力。审美理论是一种角色,它显现于一切有教养的社会以及其他许多社会中,是诸如艺术和艺术作品这类物质性范畴的行为基础。虽然心理美学始于对艺术的考察,但它很自然地拓展了自己的探索范围,通过对简单刺激的研究而得出某些在艺术心理学中可能有用的原则,这些原则不管怎么说对普通心理学也是很重要的。更进一步,与美学相关的理论和研究常常在另一些问题中展开;尽管美

学是心理学的最初专业之一(费希纳,1876),但近几十年来,许多本身并不是美学家的学者们与少数美学家一道探讨这门学科。

依据我对上述中心问题的说明,本文将集中论述对艺术和其他刺激的经验 and 反应,而不是有关艺术作品的创作,尽管普通艺术心理学必须兼顾这两者。诚然,有关欣赏和创作任何一方面的理论都有助于我们理解另一方面。

审美理论可以归纳为三种类型:(a)外因论。这种理论认为快乐价值有赖于刺激之外的某些变量;(b)内因论。这种理论主张快乐价值依赖于刺激本身;(c)交互论。前两种理论如果孤立地提出来,也许会被说成是过于简单化了;然而,与其他简化作法相仿,它们是非常有用的,只有当其局限可以明确辨识时,才会导致其无用性的增加。

二、外因论

在回答为什么人们似乎喜欢感知艺术作品这类事物时,首要的答案在于他们只是似乎喜欢这类事物。喜爱的是某种东西,而不是知觉本身。给出这种解答的理论在解释喜爱时很可能有赖于相邻性或工具性。然而,某些理论是以这样一种方式来陈述的,即它同时提出相邻性和工具性,或至少不对两者有所区别。在考察了相邻性和工具性理论之后,我再来讨论这一问题。

1. 相邻性理论

相邻性理论在个人偏爱的因果关系讨论中常常是很有吸引力的。剧院、音乐厅和美术馆提供一种愉悦舒适和令人向往的环境,这表明上述场所的主管们也许是很严肃地对待这种理论的。这里包含两个互不相干的原则:当下语境关系提供的快乐价值和联想条件反射提供的快乐价值。

A. 语境效应

一部艺术作品所产生的表面的愉悦可以来源于人们处在喜爱别

的事物情境中对艺术品的感知。比如,一对不懂音乐而又处在热恋中的情人,如果他们一齐步入音乐厅,会感到正在演奏的乐曲令人惊异地优美。这种语境效应可以通过社会心理学实验的简单操作产生出来(尽管是低水平的)。费什尔(Fisher,1974)发现,对某种物理背景的审美评价,是随着所表述的有关被试者与同一情境中另一个人对其他问题的见解之间的和谐程度而变化的。一种理论要达到充分有效,就必须区分以下两种条件:快乐价值可证实范围的条件,对比效应(参见 Lindauer & Dintruff,1975)或对完整经验的某些因素的独立态度的条件。

B. 联想性学习

经典的条件反射原理也许已暗示,上面所提到的那对情人在以后的某些场合再听到那首乐曲时,也会十分喜爱它。这些原理甚至可以用来解释直接的语境效应,费什尔就是这么做的,他遵循了伯恩和克洛(Byrne & Clore,1973)的“评价反应的强化模式”理论。西尔弗斯坦(Silverstein,1973)曾在一篇论文中对这种与美学密切相关的联想原理作过有价值的评述。虽然艺术刺激一般说来也包含在他对无条件刺激而不是条件刺激的讨论中,但艺术刺激很容易从相反的方面来思考。

一个考察绘画反应经典条件反射模式含义的实验已表明,我们在假定这一理论的普遍适用性时应持慎重态度。在这个实验中,科奈克尼和萨金特-波洛克(Konecni & Sargent-Pollock,1976)发现,某些画所产生的愉悦度是在将这些具有令人喜爱特性的画配对显示之后才提高的;不过,将某些并不令人惬意的画配对显示,也可以提高愉悦度。这种效应完全随着所显示的画的类型而变化。这部分地确证了来自于联想性学习理论的某些预见,他们的发现对联想性学习理论的精确性表示怀疑,并且提示我们必须考虑到更为复杂的过程。

2. 工具性理论

A. 工具性学习

斯金纳(Skinner,1970)已把他对工具性学习的普遍重要性的论

辩拓展至美学领域。虽然他更关注的是艺术创造而非艺术欣赏,在此我只涉及他有关后者的讨论。他说,与任何其他行为一样,欣赏艺术受制于其结果。他进而认为,通过造成与他所说的习惯性赌博反应的条件相似的条件,人们可以被塑造成习惯性的艺术欣赏者。关于什么样的强化他没有多说,但这些强化被假定为与艺术作品本身无关,诸如赞扬、一致性看法的表达、金钱奖励或学术上的名望等。斯金纳假定,这些作为自发现象的奖赏安排很大程度上就是一个人对艺术作品反应的原因,是试图改变这一反应的合适的主要目标。

B. 工具性认识

斯金纳在论及艺术时,草率地从学习理论(即有关一个行动的结果在后来的反应倾向中具有某种自发效应)转向认知和决策理论(即当前如何评估结果并依据这些评估做出决策)。这就是后来的工具性理论;它似乎与美学有着更为明显的联系。但是,即使就其最简单的形式而言,用明晰的实验性术语来说,这种理论看来并不能指导美学研究。尽管如此,我们许多人在解释别人或我们自己对艺术的反应时都会求助于这种理论。对艺术的注意、艺术可认识性的讨论,以及合适的评价性陈述,所有这些在某些群体中都具有显而易见的工具性价值;它们适合于强调对以前并不为群体所关注的个人的注意,适合于达到某种认可和提高活跃的交互作用。有些理论家宣称,快乐价值完全来源于这样的工具性。

在其较为复杂的形式中,工具性理论在研究作为刺激的艺术作品方面具有指导作用,尽管语境问题并不是美学的探究范围。布雷姆(Brehm,1966)在其一系列快乐价值的研究中,以及一些假定音乐唱片是接近快乐价值对象的研究中,发展出了一种“对抗论”。在格雷比-格尼奇和格雷比兹(Grabitz-Gniech & Grabitz,1973)的研究中,绘画作品的复制具有重要作用。这些实验表明,倘使一个人把对某些绘画和唱片的成功选择看做其自由感或情境控制的工具,那么,这些绘画或唱片就更受欢迎,就像一个人对他可望而不可即的书会做出特殊的评价一样。

3. 其他外因论

审美偏爱的外因论包括好几种可用相邻性和工具性概念来表述的理论,但也常常作为孤立的原理来表述。其中之一是查交克(Zajonc,1968)当作态度变化的一般原理而提出来的“纯粹接触”效应。诚如查交克所指出的那样,重复接触会导致对一部作品或别的刺激更招人喜爱的评价,这一思想在实验美学中已有一个世纪之久了。为了拓展这一想法,他更新了实验,该实验使用的刺激材料有些来源于艺术。不过,尚未得出完全一致的确证。这一成果也可以从审美理论的历史发展中预见到:历史上,另一个与此含义相对立的原理早就为人们所接受了。

这个表面上看来对立的原理就是新奇将导致偏爱。当反复接触使新奇消失时,偏爱便降低了,这也就是人们常用的“习以为常”这个词的含义。虽然理论研究可以通过与刺激纯然无关的进一步考察来解决这个明显的矛盾,但看来问题的关键很可能要在交互关系的某种形式中寻找。这种交互关系也许与刺激特征相关,诸如这样的观念:通过反复的接触,较为简单的艺术作品使人失去兴趣,而较为复杂的艺术作品则使人感兴趣(Berlyne,1971;Heyduk,1975);或者说交互关系与个人的反应相关,即习以为常所产生的个人反应使之不断地探究这些刺激的不同方面,以使个人体验到具有不同快乐价值的一系列不同的知觉(Helson,1964)。

心理学家和研究艺术的学者们经常提到的另一个对偏爱作一般性解释的单一原理,可称之为灌输原理。就其极端形式来说,该原理说的是个体的审美偏爱完全依赖于文化传统或群体标准。个体的这些偏爱作为其社会化的一个显而易见的部分而发展起来的,或者说,由于个体社会化形成了一般的从众性,他自发地采用了自己所归属的群体的评价标准。在方斯渥斯(Farnsworth,1958)对音乐趣味的讨论中,可以看到与这种极端形式相似的见解。今天,对导致艺术偏爱的纯粹从众性的明显作用的论述,正是来源于现代社会心理学:个体被动地接受群体或权威人物的态度。从这幅简单的图景出发,社会

心理学已转向对极为复杂的中介过程的考察,认识到理解和预见多种结果而非从众的可能性。

4. 结 论

上述各式各样的外因论有无共同之处呢?我想这是无须回答的。它们所描述的许多假设,分别来看也许是真实的或虚假的。然而,所有这些理论都特别一致地强调某些变化或顺应的共同和先天的机制。联想性学习和工具性学习往往被视为学习的两个基本过程。新奇的吸引力可看做习惯的先天机制所产生的结果。其他理论也完全可以看做联想性学习和工具性学习的间接应用,或看做它们在认知理论中相似的应用。因此,所有这些外因论都把审美愉悦视为人类或哺乳动物适应环境过程的派生物。如果有一个包括艺术品在内的物理环境,一个能确定在什么情况下会体验什么艺术的社会环境,能确定对艺术的多种反应将产生什么结果的社会环境,这些理论旨在预测一个人与艺术本身无关的喜好和厌恶。这些原理粗略地用于非正式的预测和解释时,它们显然是有用的。但是,相关的研究告诫我们,这样的预测并不像人们通常想像的那样可靠,看看其他的审美理论和研究,我们也可以知道,绝大多数有关美学的知识都不在纯粹外因论所适用效应的有限范围之内。

三、内因论

使快乐价值直接与刺激特征相关联的理论不过是一种经验定律——即一种发现快乐价值随特定刺激有规律变化的陈述。所以在这一点上,这些定律大部分是理论性的,即使是这类定律最富有经验性的表述也还没有被广泛地确证。