
景观文化学的 理论与实践

「没有文化的景观是
苍白的。」

安琪 著



脱离文化，景观只会是画布上呆板的色彩，无法体现任何精神境界。

吉林人民出版社

景观文化学的理论与实践

安琪 著

吉林人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

景观文化学的理论与实践 / 安琪著. -- 长春: 吉林人民出版社, 2019.7
ISBN 978-7-206-16584-9

I. ①景… II. ①安… III. ①景观学-文化学 IV.
① P901-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 286128 号

景观文化学的理论与实践

JINGGUAN WENHUAXUE DE LILUN YU SHIJIAN

著 者: 安 琪

责任编辑: 王丹

封面设计: 优盛文化

吉林人民出版社出版 发行 (长春市人民大街 7548 号) 邮政编码: 130022

印 刷: 定州启航印刷有限公司

开 本: 710mm × 1000mm

1/16

印 张: 13.25

字 数: 240 千字

标准书号: ISBN 978-7-206-16584-9

版 次: 2019 年 7 月第 1 版

印 次: 2019 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 58.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。

当今世界，科学技术突飞猛进，科技的进步促使经济高速增长，迅速积累的大量社会财富使人们的价值导向迅速转向精神领域的构建，物质技术的发展与应用引起了社会深层次结构的变化，也唤起了人们对艺术、人文价值的思索和探讨，从而把物质形态的技术文明上升到艺术、文化的高度。在景观规划和设计领域，景观文化的建设也形成了一种新的态势。“没有文化的景观是苍白的。”我国许多关于风景园林的理论以不同的形式分散在风景文学作品或绘画理论著作之中，故有“景因文显，文借景传”之说。风景园林的规划设计，不仅仅涉及单纯的构图和技巧问题，还必须体现出一定的艺术意境，表达某种审美观点。景观艺术要达到一定层次，才能产生超出景物以外所表达的精神境界。脱离文化，景观只会是画布上呆板的色彩，无法体现任何精神境界。

我国在城市建设前期，对于园林城市的盲目追求，更多的城市以“化妆运动”引领城市的景观建设，简单地以花花草草来美化城市的表面，而忽略了历史文化和生态环境的塑造。景观涉及社会、科学和艺术多个方面，文化是其驱动力，自然区则是媒介，通过赋予自然区一种精神领域的文化，形成有特色的、有意境的文化景观，景观文化则蕴藏其中，内涵丰富，意蕴深远。在文化日渐受到人类情感召唤的今天，景观文化作为文化的一种，对其展开研究有着重要的意义，这也正是编写此书的出发点。

本书内容共分为两大部分：上篇理论篇、下篇实践篇。上篇内容为第一章至第三章：第一章对景观文化的概念体系做了详细的介绍；第二章则从可持续发展理论、非物质文化遗产理论和文化景观保护与管理理论三方面介绍了景观文化的基础理论；第三章论述了与景观文化相关的一些学科。下篇内容为第四章至第八章，分别探讨了城市景观文化、建筑景观文化、道路景观文化和旅游景观文化，并从多个方面结合实例分析了景观文化的设计与营造。

由于笔者的水平和学识有限，书中难免存在一些不足和疏漏之处，欢迎广大读者批评指正！

上篇 理论篇

第一章 景观文化概述	002
第一节 景观文化概念解析 /	002
第二节 景观的文化系统 /	030
第三节 景观文化的结构与分类 /	036
第二章 景观文化基础理论	041
第一节 可持续发展理论 /	041
第二节 非物质文化遗产理论 /	043
第三节 文化景观保护与管理理论 /	048
第三章 景观文化与相关学科	056
第一节 景观文化与地理学 /	056
第二节 景观文化与景观生态学 /	063
第三节 景观文化与文化人类学 /	067

下篇 实践篇

第四章 城市景观文化	072
第一节 城市景观概述 /	072
第二节 城市景观的文化内涵 /	079
第三节 城市景观文化的类型与建设 /	090
第四节 城市文化景观遗产保护 /	095

第五章	建筑景观文化	109
第一节	建筑与景观的相关阐释 /	109
第二节	建筑与景观的融合设计 /	112
第三节	建筑景观文化的形成 /	122
第六章	道路景观文化	128
第一节	道路景观文化概述 /	128
第二节	道路景观的文化分析 /	137
第三节	道路景观的文化建设 /	150
第七章	旅游景观文化	152
第一节	旅游景观与旅游景观文化 /	152
第二节	旅游景观文化类型 /	156
第三节	旅游景观文化建设 /	161
第八章	景观文化的设计与营造	173
第一节	景观文化与周边环境的联系 /	173
第二节	地域文化在景观设计中的体现 /	175
第三节	历史文化在景观设计中的延续 /	186
第四节	社会经济生活在景观设计中的创新 /	189
参考文献	201

上篇 理论篇

第一章 景观文化概述

第一节 景观文化概念解析

景观与文化的关系，如同形式与内容的关系。如果仅仅看到景观的外在形态而不能理解这种形态表现的内容，从旅游的角度看，等于没有读懂到过的地方、城市或国家；从文化的角度看，等于只看到了物态的文化而未进入决定这个物质形态外在形象的因素——精神文化内涵。因此，研究景观文化学，首先要弄清楚景观文化相关的观念体系。

一、景观

（一）景观的概念

“景观”是个外来词。在英文中，景观为“landscape”；在德语中为“landschaft”；在法语中为“payage”。景观的概念随着人对自然的不断认识而发生变化，当人类学会欣赏自然后，开始用自身的审美标准去衡量自然，景观开始具有视觉美学意义上的概念，与“风景”“景致”“景色”大体相同。我国《辞海》（语词版）1979年版与1982年语词增补版未将景观纳入其中，1989年版增加了该词，解释为：“地理学名词，泛指地表自然景色。”《现代汉语词典》1978年版没有“景观”一词，1996年修订版增加了该词，有两个义项：一是指“某地或某种类型的自然景色”；二是指“泛指可供观赏的景物”。

但是，不管是西方文化还是东方文化，“景观”的原始含义更多具有视觉美学方面的意义，即与“风景”的意思相近或相同，与英语scenery近义或同义。俞孔坚在《论景观概念及其研究的发展》一文中对国外关于景观的研究做了梳理，他认为：“大多数园林风景学者所理解的景观，也主要是视觉美学意义上的景观，也即风景。”^①

尽管各种词典，如《韦伯斯特词典》《牛津英语词典》《辞海》《现代汉语词典》

① 俞孔坚. 论景观概念及其研究的发展 [J]. 北京林业大学学报, 1987(04): 433-439.

等对“景观”的解释都是把“自然风景”的含义放在首位。但是从景观文化的角度来说，我们更赞成对“景观”一词这样解读：“景观是人所向往的自然，景观是人类的栖居地，景观是人造的工艺品，景观是需要科学分析方能被理解的物质系统，景观是有待解决的问题，景观是可以带来财富的资源；景观是反映社会伦理、道德和价值观念的意识形态，景观是历史，景观是美。”^①

（二）景观的分类

1. 按形成方式分类

（1）自然景观

自然景观，由自然环境系统构成。世界范围内，丰富的气候、地貌、动植物物种、复杂的地形，在时间进程中有规律或者混乱的动态的自然运动，都构成了自然景观的材料和对象。由这些材料和对象，进一步构建的宏大的场景，以及动态的演进演化，形成了丰富美好的自然景观。

对于自然景观而言，景观学和景观设计的研究方向主要是发现、保护这些景观资源，并寻找最佳的观赏方式。并由此进行配套的路线、交通和基础设施的设计建设。有的还在自然景观的基础上进行更具主题性的延伸（人工）景观和娱乐，以及功能的嫁接与融合。例如，对于雪山的滑雪娱乐的开发设计和配套的温泉洗浴及度假酒店的设计设计与开发，以及它们之间的功能与美学的匹配融合。

（2）人工景观

人工景观，包括有意识的和可控制的人工景观设计和无意识形成的人工环境的景观。园林、场地、公园、小区和建筑配套的绿化景观，都属于有意识可控制的人工景观设计。传统意义上的园林，是这种人工景观的典型代表。这种景观中，有很多类型，有着强烈的拟自然倾向。还有一些人类所进行的功能性建筑、场地，劳动的过程和劳动的环境本身首先是面对功能和技术的。但是，由于其具备很高的美学价值，能够引起人类的注意，甚至是主动性的审美，那么，这种人工环境和行为，也具备了景观的特征和实质。然而，这种景观是依附于技术功能之上的衍生性景观，是无意识形成的，或者非主动进行景观设计形成的。实际上，由于人类社会的进步，艺术文化的进一步发展及经济基础的不断改善，这一类建筑、场地、劳动、人类行为的景观意义越来越被重视和研究，也已经成为景观学非常关注的内容和设计对象。

^① 俞孔坚. 景观的含义 [J]. 时代建筑, 2002(01): 14-17.

2. 按具体对象分类

(1) 园林

园林主动性的设计和构建场地及附属建筑，主要的目的和功能就是提供一种休憩娱乐场所，具有强烈文化性的主动性的审美环境。这种场地，需要一定的尺度、形式、主题，脱胎于古典主义文化的文化艺术和建筑传统，一般情况下，更加强调自然材料和属性，对于地形、植被、水系等，要有较高的要求。功能性从属于艺术性和美学，一般认为，它们都反映了其所属的文化系统。

西方的园林，更强调几何美学和人（神）类的存在与在场感。往往以几何式绿化、修剪植物、水渠、喷泉、雕塑为主要素材。场景化、戏剧化，往往与重要建筑互相附着借景。有强烈积极的入世倾向。以中国园林为代表的东方园林，更强调拟自然地貌，以山水、植被为主体，少量的建筑和小品，以天人合一、师法自然、消隐人迹、淡泊恬静为主要特征。出世则是这种园林系统的精神背景。

(2) 公园

传统公园一般以园林为基础，强化公共性。公园是公共娱乐设施和场地，甚至衍生出主题化的商业娱乐和文化；是园林的公共化、娱乐化和功能化的演进。一般情况下，具备很好的开放性。在审美娱乐的基础上，公众交流和活动成为一个重要的延伸。

(3) 场地

包括广场、公众活动空间等。是主要的公众活动空间。在保证公众活动的空间组织情况下，进行适当的景观设计。由于空间尺度，公众性强，有着较高的美学要求。

(4) 庭院和小区环境

附着于建筑的外围空间，承担着建筑周边和小区内宜居的生活美学、心理和生态环境的营造，以及提供局部范围内的活动场地。是最贴近生活的景观设计对象。

(5) 建筑本体的美学

这包括建筑单体的美学，建筑与其所处环境的关系，建筑群的美学。建筑本身就构成景观要素。甚至一些重要的建筑就是核心的景观。一些标志性建筑往往构成一些城市或地区的重要的独立的景观。建筑群的美学价值更是一个重要的景观要素。对于一个城市而言，建筑群构成了城市自然地形地貌之外最为重要的景观资源和景观背景，有着强烈的、独特的、震撼性的美学效果。

(6) 自然风景

这是一个庞杂的系统。包括地形地貌、山丘、河流、平原、草地、沙漠、海洋、河流、湖泊，甚至是冰雪、植物及其花季、动物及其行为和运动、云海、星辰、极

光等。这也是所有人类都会喜欢的景观。因地域差异，这种景观资源有着强烈的地域性差异。条件不具备时，难以复制。

（7）城市、村镇本身

由于城市和村镇本身具有或多或少的景观资源，并依托这种景观资源，融合当地人民的生活方式和生活行为，这种人文和生活方式，一旦和景观相结合，就成为景观的一部分，甚至是极为重要的内容，如丽江、周庄等；还有很多城市魅力十足的夜生活中心，如西安的鼓楼、北京的什刹海和后海、上海的新天地等饮食娱乐夜生活中心。

（8）街景

街景，是建筑群、灯光、人流、车流及其他景观因素和生活方式的一种综合系统的典型代表。由于历史文化和经济因素，核心街景也具有强烈的地域特征和文化差异。

（9）历史遗迹

在历史文化符号和心理暗示的背景下，历史遗迹的物质景观和文化心理活动的结合，使得历史遗迹具有独特强烈的审美特征，成为景观中一种重要的、独立的景观形态。

（10）宏大的场景和运动

潮汐、水库、机场、战争等，都具有宏大的尺度和恢宏的气势。是一种戏剧性的、场景化的、特殊化的空间时间的组合，往往有复杂恢宏的运动，给人以震撼性的审美和想象。

（11）灯光系统、喷泉、烟火

由于灯光、喷泉、烟火等神秘而浪漫，曼妙的视觉效果和动态性，形成独特强烈的审美对象和心理暗示。成为重要的景观类型和资源。

（12）大型的人类活动

狂欢、集会、游行、大型的体育赛事、文化活动。是规模庞大、人数众多、壮观热闹的人类集体行为，本身就构成了强烈的视觉审美。这种动态的、互动的方式和文化属性，更能激发人类的审美和情感。这种景观由于不是经常性的、稳定的项目，往往定位于文化活动，但不能掩盖其具备的强烈的景观性。很多城市的民俗和体育活动，如日本的春祭、巴西的狂欢节、威尼斯的狂欢节、中国的端午龙舟和元宵节，以及国际上经常举行的赛车、帆船赛等活动，实际上已经形成了非常震撼而特定的人文景观！

（三）景观价值取向

1. 价值与价值取向

我们在谈论“价值”的时候，必然要提及价值的主体与客体，也就是说，价值是客体对于主体的价值，价值可以用“有无”“大小”“高低”“多少”这些概念来形容，而且衡量价值的标准通常是主观的、不确定的。价值的主体通常是人，价值的客体可以是任何事物。我们知道，事物之间的关系错综复杂，有些关系就是对立的、矛盾的。所谓的价值取向，就是指以人为主体，在面对这样一些有冲突矛盾的客体时，所保持的立场、态度与倾向。

评价景观的价值，首先是对于人的价值。但是，也要分清楚是什么样的人、是哪些人，这些人需要什么样的价值，或者反过来说，什么样的景观对于这些人是有价值的、有多大的价值。其次，是景观对于自然环境的价值。当然，这也是人站在自然的角度的去思考的，不但是为了环境去思考，更是为了人类自身去思考，这确实是一种反思。另外要指出的是，景观生态学正是在这种反思的过程中形成的，正是为了协调人类社会与自然环境的关系而诞生的。

我们提到过，衡量价值的标准是不确定的，一方面，不同国家、不同地域的人存在不同的价值观；另一方面，在不同的时代，人们的价值观也不尽相同。我们的景观设计力求能使不同种族、不同肤色的人都能接受，讲求国际化的问题，就必然要考虑到通用的价值观。我们的景观设计，又要讲求可持续发展，为子孙后代的长远利益着想，就必然要考虑到“持久的价值观”。

生活在当今社会的人，其实很难评判今天的作品的价值。尽管我们很难全面、客观地分析景观设计的发展趋势。但是无论过去、现在或是将来，我们每一个设计师在实践过程中都无法回避一些最基本的问题，对待这些问题的态度与方式，取决于不同时代背景下景观设计师的观念和思想，这也就决定了作品的表现形式，进而影响作品的生命力。

2. 传统与现代

几乎每一个设计师都曾有过面对传统与现代的关系的困惑。早期的现代主义者更倾向于将两者对立起来，但在今天，越来越多的人认识到两者之间的必然联系。与文化的变革一样，景观的发展与变革，也是在伴随着对过去的继承与否定中进行的，一种新的景观形式的产生，总是与其历史上的园林文化有着千丝万缕的联系。任何设计师都是在一定的社会土壤中成长起来的，即使将自己标榜为最前卫的设计师，也无法回避自己作品中沉淀的特定的文化痕迹。然而，珍视传统的价值，并不是要无视社会的进步与科技的发展，一味地模仿过去。最好的模仿也只能产生赝品，而

不是真迹。优秀的设计不是对传统的浅薄模仿，而是将悠久的地方园林传统与现代生活需要和美学价值很好地结合在一起。并在此基础上提高作品的价值。

将传统与现代结合在一起的另一层含义在于，新的景观设计不仅要展现当今社会的需要，而且它们在保护或重新塑造城市历史地段的价值方面也扮演着越来越重要的角色。

3. 景观与社会

景观的发展与社会的发展是紧密联系的。社会的政治、经济、文化状况对景观的发展有着深刻的影响。回顾历史，正是工业革命带来的社会进步使园林的内容和形式发生了巨大的变化，促使了现代景观的产生。社会经济的发展、社会文化意识的进步，促进了景观事业的发展和设计领域的不断扩大。严重的能源危机和环境污染对于无节制的生产、生活方式是一个沉重的打击，人们对自身生存环境的危机感日益加重，于是环境保护成为普遍的意识。社会产业结构的调整与变迁，使得完全不同于传统意义上的景观不断出现。社会的发展改变着今天景观设计的面貌，社会因素是景观发展最深层的原因。

景观的社会意义还在于，景观应该也必须满足社会与人的需要。今天的景观涉及人们生活的方方面面，现代景观是为了人的使用，这是它的功能主义目标。为普通人提供实用、舒适、精良的设计应该是景观设计师追求的境界。

景观对社会的积极作用也许已经超过了历史上的任何时期。今天，景观设计师面对的地块越来越多的是那些看来毫无价值的废弃地、垃圾场或其他被人类生产生活破坏了的区域，这与我们前辈的情况完全不同，他们有更多的机会选择那些具有良好潜质的地块、具有造园价值的土地。然而，今天的景观设计师更多的是在治疗城市疮疤，用景观的方式修复城市肌肤，促进城市各个系统的良性发展。在这一过程中，首先需要的是不是创造，而是解决各种各样的问题。这样的景观的积极意义不在于它创造了怎样的形式和风景，而在于它对社会发展的积极作用。

景观的建设与经济的发展应该是一个良性的互动，实际上，景观建设在今天也是社会经济活动的一部分。经济的发展带动了景观的发展，反过来，景观的建设也促进了社会经济的繁荣。许多地区的经济发展都是通过景观的建设为先导的，先有景观环境，再有商业、城镇及公用设施。一些大型的博览会、体育盛会的举办，往往是城市落后的地区或未开发地区振兴和发展的契机。对会址和园区的合理规划，特别是会后该地区的发展蓝图，是博览会或体育盛会成功举行的重要保证。一般而言，每一次博览会结束后，大部分的展馆、展园均被拆除，留下的是一个有着良好景观骨架的未来城市新区。展览是临时的，地区的发展却是永久的。

4. 景观与艺术

毋庸置疑，景观设计是一门艺术。它与其他艺术形式之间有着必然的联系。现代景观设计从一开始就从现代艺术中吸取丰富的形式语言。对于寻找能够表达当前的科学、技术和人类意识活动的形式语汇的设计师来说，艺术无疑提供了最直接、最丰富的源泉。从现代艺术早期的立体主义、超现实主义、风格派、构成主义，到后来的极简艺术、波普艺术，每一种艺术思潮和艺术形式都为景观设计师提供了可借鉴的艺术思想和形式语言。今天，艺术的概念已经发生了相当大的变化，美不再是艺术的主要目的和评判艺术的标准。艺术形式层出不穷，纯艺术与其他艺术门类之间的界限逐渐变得模糊，艺术家们吸取了电影、电视、戏剧、音乐、建筑、景观等的创作手法，创造了如媒体艺术、行为艺术、光效应艺术、大地艺术等一系列新的艺术形式，而这些反过来又给其他艺术行业的从业者很大的启发。

5. 景观与生态

景观的生态性并不是新鲜的概念。无论在怎样的环境中建造，景观都与自然发生着密切的联系，这就必然涉及景观与人类和自然的关系问题，只是因为今天的环境问题更为突出、更受到关注，所以生态似乎成为最时髦的话题之一。

席卷全球的生态主义浪潮促使人们站在科学的视角上重新审视景观行业，景观设计师们也开始将自己的使命与整个地球生态系统联系起来。现在，景观行业发达的一些国家，生态主义的设计早已不是停留在论文和图纸上的空谈，也不再是少数设计师的实验，生态主义已经成为景观设计师们内在的和本质的考虑。尊重自然发展过程，倡导能源与物质的循环利用和场地的自我维持，发展可持续的处理技术等思想贯穿于景观设计、建造和管理的始终。在设计中，对生态的追求已经与对功能和形式的追求同等重要，有时甚至超越了后两者，占据了重要位置。生态学的引入使景观设计的思想和方法发生了重大转变，也大大影响甚至改变了景观的形象。

越来越多的景观设计师在设计中遵循生态的原则，这些原则表现形式是多方面的，但具体到每个设计，可能只体现了一个或几个方面。通常情况下，只要一个设计或多或少地应用了这些原则，都有可能被称作“生态设计”。

生态思想在景观中还有一些视觉化的表现，如在城市中一些人造的非常现代的建筑环境中，种植一些美丽而未经驯化的当地野生植物，与人工构筑物形成对比。

今天的景观设计变得越来越丰富多彩，风格也越来越多样，它们的价值还有待经受时间的检验。但是那些具有长久生命力的作品应该是与时代精神息息相关的艺术品，它们吸收了历史的精神，但决不模仿固有的风格；它们符合科学的原则，反映了社会的需要、技术的发展、新的美学观念和价值取向。

(四) 景观社会行为心理

1. 社会行为心理

社会行为心理,是研究社会行为的内在体验和外在表现发展变化过程及其规律的学问。社会心理与社会行为是人类社会性质不可分割的两个方面。社会心理是社会行为的内在过程,而社会行为则是社会心理的外在表现。

社会行为心理是关于社会、文化和人格及派生物地位、角色和自我之间的相互影响与相互塑造的综合,是从心理层面上对于人类社会行为的流行性反应的总体把握。从学科性质上讲,它既不是心理学的分支,也不是社会学的分支,而是在社会学、心理学、文化学、文化人类学、行为科学、政治学、经济学、管理学等相互作用、相互渗透的基础上形成的一门独立的整合社会心理学。它是在社会学、心理学、文化人类学等母体学科的基础上形成的一门具有边缘性质的独立学科。

社会行为心理是随着人口增长、现代信息社会多元文化交流及社会科学的发展而注入景观设计的现代内容。主要是从人类的心理精神感受需求出发,根据人类在环境中的行为心理乃至精神生活的规律,利用心理、文化的引导,研究如何创造使人赏心悦目、浮想联翩、积极上进的精神环境。

园林绿化也好,环境艺术也好,所营造的景观环境终究是为人类所使用的。这就涉及研究人的心理行为,考虑什么样的环境为人们所喜爱,什么环境下会引发什么样的行为活动等,来进一步组织人的活动、安排娱乐休闲时间十分重要。

德国有位景观设计师,在汉堡的中心街区设计了一个十分精美的绿篱,还别具匠心地设计了几个供人通行的小径作为过街通道。然而,绿篱建成不久,就被行人践踏得一塌糊涂。设计师百思不得其解,人们为什么放着好好的鹅卵石小径不走,却舍近求远去踩踏绿篱?后来在一位园艺大师的指点下,将绿篱拆除,裸露土壤,任人踩踏行走,时间一长,那里被行人踩出的一条条深浅不一的小径。根据园艺大师的建议,在这些小径上铺了鹅卵石,两侧栽满了四周不设围栅的绿化花卉,此后,再也没有人践踏绿地了。后来才知道,原来是这种设计正好与人们的行为心理相吻合。

巴黎的南城区曾经是全市最脏的地方,卫生部门采用多种措施试图改变这种状况,却都收效甚微。后来,有人提出一个方案,那就是增加一些特殊的垃圾桶。它们的模样被设计成类似于篮球场上的篮筐,然后在篮筐上套上袋子,人们只要将垃圾像投掷篮球一样投篮进去就行了。事实证明,这种垃圾桶很快就引起了居民的注意,人们热衷于像乔丹打篮球一样去垃圾桶“投篮”,南城区的卫生状况由此发生了根本好转,很快成为巴黎比较干净的区域。

在景观设计中，无处不存在着这样的考虑。从某种意义上说，任何一项景观设计都是研究心理的结果，只有设计的作品吻合人们的行为心理需要，它才会受到欢迎，否则人们就不会买账。大到像旅游景区、奥运场馆、摩天大厦这样的庞然大物，小到像垃圾桶、电话亭这样的小玩意儿，都是一样的道理。

2. 景观环境心理学

景观设计师在长期的设计思考过程中会形成这样一个经验，那就是设计的景观与人的联系往往比景观本身更为重要。以一棵树为线索，对人来说，一棵看不见的或者容易被忽略的树就等于不存在。更具体一点的，远处山坡上的一棵开花的孤赏树，对游人来说也只是某时某地的一个标记，人们爬上山坡去接近那棵树，并看清楚开花的这棵是一棵合欢树，便开始产生丰富的联想：想去摘一朵花，闻一闻它的花香。春天的午后，人们愿意在树下小憩片刻；盛夏的傍晚人们愿意在高大浓郁的树荫下乘凉，在低处树枝上给小孩系一个秋千。于是，这棵树又有了新的内涵，树还是那棵树，但因为人们跟它的联系不同，感受到的就不同，不同人又会有不同的感受。这就是环境心理学研究的内容——人与环境的相互作用的关系，在这个作用中，人可以改变环境；反过来，人的行为和经历也被环境所改变。在植物配置的设计过程中，无论设计师在布置一棵树或是一个植物空间的布局时，都有诸多环境心理因素需要考虑，不仅要考虑它们的空间位置关系，还要考虑与它有关的人的关系，设计师应该通过一系列关系的设计来充分展示物体最吸引人的特征，从而控制人对物体的感知。

要合理运用环境心理学的知识来指导设计人性化的景观，首先就要了解什么样的景观是人们需要和喜爱的，人类需要怎样的生活环境，理想的住宅花园、公园绿地、校园景观应该是怎样的，这些问题的答案都决定了景观设计未来的发展方向。

3. 景观心理意象

环境心理学家指出，当景观的不同空间类型作为某种环境类型被人们感知之后，就会以环境意象的形式留在人们的脑海中并形成回忆。环境意象是指空间环境在意识中形成的可被回忆的形象。凯文·林奇在《城市的意象》中把它称作“认知地图”，提出“环境意象”“认知地图”的概念的目的主要在于强调环境特征的易识别性。尽管不同人对于不同环境中的路径、标志、节点、区域、边界等环境要素会形成不同的内容，从而呈现出巨大的差异。但是环境意象总是按照人们易于识别的实际需要在头脑中逐步形成，并带有一定的持久性和稳定性，哪怕客观环境发生了变化，环境意象也不会轻易改变。

植物作为园林中的一个重要组成元素与路径、节点、区域、标志、边界等环境意象的形成之间有着密切的联系，植物本身可以作为主景构成标志、节点或区域的

一部分，也可以作为这几大要素的配景或辅助部分，帮助形成结构更为清晰、层次更为分明的环境意象。

（1）道路——有序的景观意象

道路是整个环境意象的框架。景观所包含的道路应该特征明确，贯通顺达，具有强烈的引导性和方向感，形式上或曲或直，或平或崎，即使是迂回的通幽小径也必须有明显的规律性特征，向人们暗示着前方别有洞天。

在笔直的道路旁种植单行或双行树给人以强烈的视觉冲击感，而在自然的道路两侧则用强调型植物强调顶点位置，强化道路的走向效果。景观中的道路可以利用植物逐渐形成统一的空间序列并能围绕和连接不同的功能场地，游人也可以沿着两侧植物暗示的道路行进，走向目的地，在有序的空间序列中人们才能感到安全。

（2）边界——清晰的景观意象

景观中的边界不仅是指可分隔人文景观与自然环境的分界线，而且还包括景观内部不同区域之间的分界线。有时区域边界就是道路。

景观中利用植物可以形成不同的边界意象，边界有“虚隔”和“实隔”之分。“虚隔”如草坪与马路边界，可以用球形灌木有机散植，形成相对模糊的边界，既起到空间界定作用，又不会过分阻隔人与自然的亲近；“实隔”往往用成排密实整形的绿篱对边界进行围合，创造出两个不能跨越的空间，可以有效地引导人流，实现空间的转换。

现代开放式绿地的边界设计更倾向于带状开敞式的公共小广场的边界形式，沿路一侧分别设几个入口，整齐的冠荫树可以构成显著清晰的场所特征和标识。不仅供人们方便地进出场所，而且还可以为等候、驻足、小憩的人提供一个遮阴避阳、可靠安全的场所。

（3）标志——象征性的景观意象

标志是一种特征显著、易于发现的定向参照物。人们对于标志的环境意象是十分敏感、兴奋的。在景观中，标志物可以是一个雕塑、一组小品或者一座具有历史意义的构筑物，也可以是一棵或几棵历史悠久的大树。无论在景观的哪个区域，标志物都可以作为区域的核心景观。而植物作为标志性的景观往往表现为以下几种形式：草坪中的孤植树，构成视觉焦点，此类植物要以形体高大，枝繁叶茂，叶、花、果等具有特殊观赏价值为佳，特别引人入胜；在建筑物前、桥头等位置的孤植树，具有提示性的标志作用，使游人在心理上产生明确的空间归属意识；一些具有纪念意义的古树名木，构成景观、园林中的特有的精神特征和文化内涵，成为全园的标志，起到视觉导向作用。