

引领当代中国建筑发展

# 建筑中国周刊

 WEEKLY

NO.108  
2月刊

ISSN 1996-8329



9 771996 832005

杜昀

# “格物致知，止于至善” ——建筑（空间环境）的审美标准

建筑创作形态化是近年建筑设计专业领域的“潮流”，也是建筑设计内部的一种潮流，外在的反映到公众审美中，换句话说即“引导了公众审美向形态上关注”。但“大众”（pop）的审美毕竟深度有限，所以就产生了类似“秋裤”这样的笑话。若要避免大众审美符号化、低俗化（终究天天在绳子上晾裤子的人，不会先联想到巴黎的凯旋门，更不用说德方斯），我们在行业内部就应首先建立并倡导有深度的审美。

空间环境的审美，可以从三个维度去定义。而这三个维度自身，亦是递进的。这三个维度分别是，形态上的原创性、内容上的意境感和精神上的宗教性。这三个维度中，底层级的维度可以单独存在，如某一空间环境作品可以具有形态上的原创性和内容上的意境感但不具有精神上的宗教性；而高层次的维度则需在低层次的维度基础之上存在。

追求形态上的原创性，并非为建筑与城市空间环境专有，它是我们这个特定时代的必然产物。历史上任何一个英雄时代（或称之为革命时代，因为这一时代总是伴随着激烈的推翻性变革）结束后，总是会进入一个“后繁荣期”。借用上一个“后繁荣期”的名称，我们姑且称之为“巴洛克/洛可可”时期。革命时代（英雄时代）所追求的剧烈变革已经实现，我们已经不需要提工业化，简单就是美，整个社会已经接受了这些。我们也无法在短期内再次变革像钢与混凝土这种变革了人类使用了几千年的材料。人本化、民主化的理论也以各种版本的形态深入人心，我们不再需要去推翻已不存在的权威。那么在这个时期，那些有能量、有才华的社会精英能做些什么呢？只有不断花样繁新的变换形式。

俄国形式主义文学代表人物维克多·什克洛夫斯基在“Art as Technique”中说：那种被称为艺术的东西的存在，正是为了唤回人对生活的感受，使人感受到事物，使石头更成其为石头。艺术的目的是使你对事物的感觉如同你所见的视象那样，而不是如同你所认知的那样；艺术的手法是事物的“反常化”手法，是复杂化形式的手法，它增加了感受的难度和时延，既然艺术中的领悟过程是以自身为目的，它就理应延长；艺术是一种体验事物之创造的方式，而被造物在艺术中已无足轻重。

“陌生化”是什克洛夫斯基运用的一个术语，指的是艺术通过赋予熟悉的事物以陌生感，从而导致感知的非自动化，并由此具有对抗习惯和常规的阻滞效果的能力。形式主义认为陌生化不仅仅是一个感知的问题，而是文学性的本质所在。形式主义这一陌生化理论是基于古典哲学对艺术“惊奇感”的特性的描述。黑格尔说：“艺术观照……一般都起于惊奇感。人如果没有惊奇感他就还是处于蒙昧状态。对事物不发生兴趣，没有什么事物是为他而存在的，因为他还不能把自己和客观世界及其中事物分别开来。”

只是对于形式主义而言，陌生化的形式是艺术的本质，而不是艺术所承载的内容。

正是我们这个时代对形式变化超越内容的追求，才是建筑外形标新立异的根本原因。任何人包括建筑师都无法逃脱时代与环境。这是他的“命”。所以我们这个时代的建筑师追求形态上的陌生化，是无可厚非的。问题是当这种单纯形态上的陌生化被公众口味所理解时，往往被低俗化，这会让所有人包括建筑师啼笑皆非。若要导向公众口味，避免被低俗化理解，我们的行业应该提倡更多、更高层次的审美。

比形式上的陌生化高一个层次的审美标准是内容上的意境感。首先，不仅有形式，我们还要有内容，这个内容是不同于英雄主义时代的形式服从功能的内容的。在体验经济时代这个内容是“故事”，莫言在瑞典就说他是一个“讲故事的人”。我们的空间环境要讲故事，故事是空间环境的灵魂，只有有思想的创意有灵魂的空间，才能满足这个体验经济时代的诉求。

传说达·芬奇做完所有的精密解剖，把影响今天整个人类解剖学的东西都完成之后，坐在一堆毛发器官尸体当中，写了一句话：“奇怪，我没有找到灵魂，人类一直说存在的灵魂到底在哪里？我为什么没有找到它？我该解剖的全解剖了”。没有灵魂的空间环境，只是一具行尸走肉的僵尸。其次，这个内容还须上升到意境的层次。内容（故事）的表达可以是直白的，但过于直白的“有故事”的环境就成了拉斯维加斯与迪士尼。中国文化中对于艺术的格调与品味的提升，讲究“境界”与“意境”。

艺术必有所本，本于自然；亦必有所创，创为艺术。自然与艺术结合“在实际人生世相之上，另建一个宇宙”（朱光潜）。艺术与实际人生世相之关系，妙处在于“不即不离”。惟其“不离”，所以有真实感；惟其“不即”所以新鲜有趣。

这种独立自足的小天地、小宇宙。王国维称之为“境界”。

朱光潜在《诗论》中说：“每首诗都自成一种境界。无论是作者或是读者，在心领神会一首好诗时，都必有一幅画境或是一幕戏景，很新鲜生动地实现于眼前，使他神魂为止钩摄，若惊若喜，霎时无暇旁顾，仿佛这小天地中有独立自足之乐，此外偌大乾坤宇宙，以及个人生活中的一切憎爱悲喜，都像在这霎时间烟消云散去了。”

“意境”（境界）的最大特征，是其主观性，这种主观性由创作者传达给观赏者。每个人所能领悟到的境界都是性格、情趣和经验的返照。

“即景生情，因情生景”，情景相生而且相契无间。情恰能称景。景也恰能传情。或称之为“思与境偕，心为景悦”。这才是高层次的故事内容审美格调。

所以提升公众审美格调的首要任务，即是对其进行“审美感化”。只有让公众有更多“美的库存”（蒋勋），

美的联想，才能避免类于“秋裤”一类的悲剧。

精神上的宗教性则是最高一层的审美维度，这一维度的审美标准，须把审美上升到信仰层面、哲理层面。首先，“觉解”与“开悟”是提升人生境界的途径，冯友兰说：“人对于事物的意义（概念）应了解，往来源于“体念有得”。凡体念有得处皆是悟”。“解”是了解，觉是自觉。人做某事，了解某事的意义（概念），此是解；他于做某事时，自觉其是做某事，此是觉。《孟子》：“尽其心者，知其性也。知其性，则知天矣。”

人求尽心尽性，须要发展他的心的知觉灵明，即他须要求觉解，并求高一层的觉解。有觉解是明，无觉解是无明。但若只有觉解，而无高一层的觉解，则其明仍在无明中。如人在梦中做梦。梦中之梦虽醒，但其醒仍是在梦中。《庄子·齐物论》：“方其梦也，不知其梦也。梦之中又占其梦焉。觉而后知其梦也。且有大觉而后，知此其大梦也。”有高一层的觉解者，是大觉者。

其次，做为环境创造者的我们，不仅仅要成为大觉者，而且要“格物致知，止于至善”。

《大学》：“欲修其身者，先正其心；欲正其心者，先诚其意；欲诚其意者，先致其知；致知在格物。”又“物有本末，事有终始，知所先后，则近道矣。”

“格物致知”其实就是古人对“开悟”的说法，不断的开悟，成为“大觉者”，便能“止于至善”。这里即说明绝对的善，是终极之“美”，也说明，静而安是终极之理想。“知止而后定，定而后能静，静而后能安，安而后能虑，虑而后能得”。

这种“至善”的追求和“静而安”的理想，是克服创作的“潮流化”，追求更高层次之审美维度的核心，也只有这样，才能引导公众审美脱离符号化、低俗化。**RR**



▲ 杜昀

毕路德董事、总经理  
国际室内设计协会会员  
加拿大省注册建筑师  
加拿大省注册室内设计师