



# 巴黎的“现代活力”

——17世纪古典主义与当代城市文化意象

■ 王瑾瑾

**【提要】**成功的城市形象在于它有与政治、经济融为一体的文化软实力。巴黎城市的文化软实力核心就是古典主义美学观。这使得巴黎在17世纪之后的每个时代都充满了“时尚”、“新潮”的现代性，并因领导着世界的文化潮流而具有世界性，使法国的政治、经济在世界上保持着不可动摇的地位。探讨古典主义如何成为巴黎城市文化形象中永远的“现代活力”，对拥有着大量传统文化资源的中国，建设“现代”“世界”的城市文化形象具有重要的启迪意义。

**【关键词】**城市文化 古典主义 现代活力 大众化

**【中图分类号】**G0

**【文献标识码】**A

**【文章编号】**1008-1747(2012)02-0049-04

当代世界性的大都市，在政治、经济、文化上对世界具有重要的影响力。这是因为它具有较强的文化软实力。巴黎，就是这样一个现代大都市。它似乎具备永恒的活力——在每个时代它都以新潮、时尚呈现出“现代”性，因领导着世界文化潮流而具备“世界性”。因此威尔·杜兰在《世界文明史 路易十四》中说，从奥古斯都以后，“没有一个王朝像路易十四时代拥有如此多伟大的作家、画家、雕刻家与建筑家，并在礼节、时装、思想、艺术上为其他国所艳慕模仿。外国人视巴黎为心智与教育的中心，许多意大利人日耳曼人甚至英国人，都认为巴黎较其故乡更为可爱。”<sup>[1]</sup>巴黎的这种魅力，即现代活力来自于巴黎的城市意象，以及城市意象内在的古典主义美。

理性呈现的是严谨的秩序，以及与此相反的情感性和主观性。主观情感也有秩序，但相比理性而言可以说是“无序”。理性与主观情感二者辩证统一。主观情感是艺术区别于其他学科的关键词，是艺术的灵魂。理性与主观情感同存于古典主义艺术美中，巴黎城市的“现代活力”正在这里。前面引文中的“可爱”，正是那些理性艺术带给观者的主观情感。

城市文化软实力在此体现为城市文化，或者说是城市文化形象。城市文化构成的主体是城市意象。城市意象主要有：历史和传统、仪式与庆典、自然符

号、城市景观和建筑等艺术作品、城市设施等，他们是城市形象的标识。但是，决定城市文化的关键是透过城市意象所表现出的文化思想、价值观念和美学观念。成功的现代城市形象应该具有持久的“现代性”（文化新潮的引领者）和“世界性”（影响的广度），更具有整体性和系统性，以及动态发展变化的特性，它具有辐射广泛的文化凝聚力，在多元包容的同时具备一个核心性的文化元素。法国17世纪的古典主义就是巴黎城市核心性的文化元素。

## 巴黎城市意象中的古典主义

作为路易十四的一种政治手段，17世纪法国古典主义具有比较明确的内涵：政治上歌颂国王路易十四；崇尚理性；古典主义艺术创作标准。这些都渗透到巴黎城市意象中，表现如下：

（一）法国古典主义的内容和目标必须以国王为歌颂的对象

城市意象中第一类就是历史，我们在此更希望换成大卫·哈维所说的“记忆”来表述。大卫·哈维借助马克思的理论，把巴尔扎克《人间喜剧》描写的巴黎当成心理地理学，在“历史（受到排列与铺陈）与记忆（潜在且未经整理，但会出其不意地爆发）”二者之间，他更推崇“记忆”。因为“记忆”可以超越时

空，“爆发”出远比历史更多的信息。阿尔多·罗西指出，“巴黎本身即是巴黎市民集体的记忆，巴黎跟记忆一样，连接着事物与场所。”这些“事物与场所”就是具有“记忆”特点的“历史”。阿尔多·罗西曾说，“伟大的观念流经巴黎的历史并且塑造了巴黎。”<sup>[2]</sup>“路易十四”就是这种带有“记忆”特性的城市意象，“古典主义”就是具有永恒魅力的“伟大的观念”。

17世纪的法国，路易十四是国家最高权威，他与国家、神一体。权力集中在他的手中，他是一切媒体歌颂和宣传的对象，这是根本的政治态度和理念。

首先，国王神化自我——自誉为古希腊太阳神阿波罗的化身。利用古希腊、古罗马神话的“象征”带来社会心理效应。荣格认为“文化性的象征依然保持着其本源的神秘性或曰魔力”。象征常常“在潜意识中发生着作用，复活并强化其中最主要的东西——心理倾向。”“这些象征是我们心理结构的重要组成部分，是建设人类社会的有生力量，消灭这些象征必将给人类带来严重的损失。”<sup>[3]</sup>阿波罗是太阳原型的象征符号，具有光明和智慧的特性，也代表了阳刚之美。路易十四用它来象征自己，使他与太阳神达到人神合一。“朕即国家”，国家的神圣性也与国王合一，国王自然是“神圣”的符号了。

当然，个人形象更重要的是靠实力说话。15岁开始自己执政的路易十四正当英俊少年，像阿波罗一样可爱；成年的国王举止优雅，创立并且善于宫廷交际礼仪，成为上流社会的楷模；征服西班牙和波兰，扩充国家疆界的国王，向世人展示了他神一样的威德；而他在国内大手笔的政治、经济改革更是显示出他超凡的政治智慧。至今，法国人仍然视他为法国的骄傲。

其次，17世纪的法国，在人们目见耳闻所及的所有地方，都尽可能地体现国王的伟大和神圣。用建筑、雕塑、绘画艺术作品表达一个共同内容，即国王就是太阳神，最典型的是凡尔赛宫。在那里，到处是太阳神的标志性符号。花园里、围栏上、屋顶上、墙壁上，陈列品上，哪怕是任何一个细节的装饰，都可以看到太阳神的图徽。

第三，大量文学艺术家和经典的作品成为巴黎的城市意象，他们创作的主题都是赞美路易十四以及“太阳王朝”。

当时法国的所有文艺作品只能表现路易十四有如神一样的伟大和智慧。高乃依的《熙德》，尽管没有严

守古典主义戏剧的艺术法则，但在堂罗狄克与施麦娜之间的爱情故事中，国王对男女主人公的情感和人品非常清楚，引导着一对恋人摆脱误解，走向“有情人终成眷属”皆大欢喜的结局。法国古典主义喜剧作家莫里哀的《伪君子》，答丢夫欺骗了剧中的主人，并且行骗到王宫中，向国王告密，在即将发生主人公蒙冤的悲剧时，因为国王英明，识破了答丢夫的虚伪，拨乱反正，以喜剧结束。

总之，路易十四借助古希腊、古罗马文学艺术中这种人性和神性的完美统一，将自己铸入古希腊、古罗马的神话故事中，进一步铸入建筑、雕塑、绘画、戏剧中，又以他自己在执政业绩和社交行为展示他的国王形象，并且利用凡尔赛宫以及身边的贵族营造极尽奢华的宫廷文化氛围，最终塑造出他自己以及他的太阳王朝灿烂辉煌的形象。他本人，连带着他的古典主义，成为整个法国17世纪，甚至是欧洲17世纪最为经典的城市意象，影响至今。

## （二）法国古典主义的艺术表现

巴黎古典主义城市意象最为经典的是它的艺术。17世纪以后，欧洲经历了浪漫主义、批判现实主义、现代派艺术潮流，但都是以法国为领军者，其艺术的源头可以追溯到17世纪古典主义和巴黎。人们一般把理性与感情、感性、情绪对立起来理解。但法国古典主义的理性，更多是指反对与国王意志背道而驰的个人主观意志和情感，宣扬热爱国王的情感。

法国古典主义文学表现最典型的是戏剧创作：题材必须取自古希腊、古罗马神话；结构设计上遵守“三一律”，即一个故事情节发生在24小时之内的同一个地点；语言上讲究辞藻华美、典雅、精准和音律美，用语的宫廷趣味。戏剧理论代表人物有布瓦洛，戏剧家有高乃依、拉辛的悲剧和莫里哀的喜剧。

建筑上最为经典的要数凡尔赛宫。凡尔赛宫的建造者从接受心理学的角度，严谨地设计观赏者的感官和心理。他巧妙地安排建筑内外的各种元素，层层渲染，形成氛围，感染观看者的心灵，最终形成观看者内心的崇高感和神圣感，然后巧妙地把这种感觉移植到法国路易十四的身上，以此来建造凡尔赛宫。

### 1. 中轴线。

首先，从大门到主体建筑的布局、形状，再到前面花园，设计者全力打造了可以置身其中去观看，并且直接被感染的一条中轴线，以此来显示古典主义的



理性与王权的权威性。其次，采用对称手法呈现中轴线，彰显理性。换句话说，理性渗透到了这条中轴线以及周边所有的元素中。为了强调这条中轴线，凡尔赛宫本身的建筑和两边的花园都采用了严格的对称布局。

#### 2. 由理性呈现出严谨的秩序感。

花园和喷水池呈几何形状，连树木都被修剪成几何形状，雕塑摆放严格对称，充分体现秩序和规范。规范、等级、层次营造出理性特有的那种宁静、祥和的氛围。进而层层推进，正面花园的阶梯和近景中景远景的递进层层，形成了非同寻常的景观效果。达到伟大和崇高的景观效果。就像用等级秩序营造宫廷礼仪的盛大场面，以显示鼎盛王朝威望一样。因此，凡尔赛宫的花园被视为几何式园林艺术的典范，也是古典主义理性美学的典范。

3. 运用神话“象征”的效果，营构古希腊、意大利典雅和静穆的古典艺术氛围。

与巴洛克艺术和洛可可艺术相比，法国古典主义艺术更强调理性的适度性、精准性，反对感情的肆意宣泄，反对贵族的奢侈淫逸，也反对资产阶级暴富后的低俗平庸。主张张扬古希腊、古罗马艺术中那种理性的静穆、端庄和典雅的美，有四射的魅力而又不嚣张。因此，凡尔赛宫内外大量古典主义艺术风格的精美绘画、雕像作品表述的大多是古希腊、古罗马神话故事人物。在花园内和喷水池旁，设置了一些以法国著名的大河（塞纳河、加龙河、罗讷河、马恩河）等自然景观命名的神像雕塑，风格和造型与古希腊古罗马的雕像一样。这些作品，在造型、艺术手法和审美观念上基本一致，把路易十四、古希腊和古罗马的神话人物、法国、欧洲融合一体。当观看者置身于其中时，很自然就会被神话、原型、集体无意识、象征等因素激活自己无意识中的原型，最终被感化和认同，路易十四所推崇的古典主义艺术由此被人们接纳。绘画和雕塑艺术在这里的功能显然已经不限于装饰建筑。

#### 4. 意境特色。

凡尔赛宫殿中心轴线的园林景观，视角辐射天地，意境阔大。观赏者站在凡尔赛宫前面最上端的台阶上，纵目西望，景深的纵深感深远，层次递进明晰。脚下高大而多层次的台阶把人的视线向下、向纵深的远方引导，把景观推开，推远；近景对称的几何

式花坛、水池、树木、雕塑凸显了中轴线，强化中正的心理美感；稍远些的绿带，借助喷水池和雕塑做过渡，连接着远景细小的河渠，再远则是遥远而广阔的田野，引导人们把视线延伸向茫茫无际的天地宇宙中去，中轴线因为这种纵深的深远感而显得意境壮观、雄浑，构筑出来集庄重、静穆、伟大、崇高、壮观、阔大的美感。用中国画的构图法来表述就是一副“阔远”构图法。

与中国明清北京城的中轴线不同，凡尔赛宫的中轴线能够从视觉上，直接观看和感受到这条中轴线的存在，给你君临天下的视觉和心理感受。设计师巧妙地将自然景观，建筑手法，园林、树木、池泉，以及雕塑、绘画融为一体，把古希腊、古罗马和当今的法国与王权融为一体，从视觉、触觉等多种感官上，以及心理上给人以立体的背景感召、心理渗透的效果，融文化于一体，实现了古典主义文艺思潮的最终目标——从理性去感受国王和王朝的“神”性。

从建筑的角度，凡尔赛宫经典地展示了17世纪的“理性”。理性主义指导着各种建筑语言和语法，形成理性的秩序和层次，营造静穆、伟大、神圣的景观效果。古典主义艺术的主观感受（包括对国王的主观情感）与客观理性手法巧妙合一，让凡尔赛宫以“记忆”的方式，永远如实地存活在每位观者的心灵世界中，成为巴黎城市的“现代活力”。

凡尔赛宫的建筑，集建筑、雕塑、绘画、文学艺术于一体，把路易十四所规范的古典主义美传遍法国，继而传遍欧洲，最终成为西方古典美的经典符号。尽管巴黎在它的城市发展进程中，有过许多城市改造，但这种法国古典主义美的元素化作血液渗透到巴黎的各种城市意象中，被传承了下来。因此，我们看巴黎城市，虽然城市意象多元化，但总能感到它有一种内在的整体统一的美感，这就是法国古典主义美化作了这座城市的内在魅力。这是巴黎城市形象最为成功的地方，也是它的活力所在。

### 巴黎古典主义城市意象形成的原理及启示

归纳上述内容，我们可以看出巴黎城市形象中的古典主义意象形成的原理如下：

1. 利用神话中“集体无意识”元素，打破时空，使原始宗教神与17世纪的新神融合，打造出“熟悉的陌生人”，成为文化经典标识。

路易十四利用文学神话中“集体无意识”的作用，发掘古代神话的文化辐射力，试图将自己打造成为17世纪的新神。从原型理论来说，阿波罗既有阿尼玛斯的特性，也有太阳原型的特性，是西方人心目中的美男子典范，更具有阳刚之美。借助这一点，路易十四成为了法国民众心中似曾相识的、但很快就被接受的陌生人。路易十四国王、法国国家、古典主义艺术思潮，三者融合，借助集体无意识的效力，它不仅融入到法国，也融入到欧洲、西方，并且随着欧洲文学艺术在全世界范围的扩展和传播，也融入到全人类的集体无意识之中。路易十四成为巴黎城市的标识，成为法国的标识；“熟悉的陌生人”原理，使巴黎和法国走上世界文化的神坛，其影响力至今不衰。

2. 利用人们追求多种感官上的审美享受，将古典主义最高的美学理想移植到现实中的每一个人，以此实现精英文化的大众化。

古典主义美摒弃了巴洛克艺术的过度装饰与洛可可艺术的肉欲，借助高度严谨的理性创作法则使建筑、绘画、雕塑艺术带给人视觉上的冲击力，使人触目的同时，无法不被那种高度理想化了的古希腊、古罗马艺术的静穆、庄重美所感染，人们仿佛在这种欣赏和接受中使自己变得高雅起来。随着社会民众经济条件的改善，古典主义之美从贵族走向民间大众，成为法国全民的追求，并且随着古典主义在欧洲的传播，以及后世不断的复古运动，最终进入世界大众消费领域。

当人们观赏完了凡尔赛宫内部大量精美的绘画和雕塑作品，游览完了周边精致的花园后，站在凡尔赛宫南面最高处的台阶向南远眺时，那种天、地、人相融，以及神、凡一体的感觉油然而生，在无比崇敬古典主义庄严、宁静、神圣的理性美的同时，自我也被净化了。这种平民自我同化的现象，我们可以从17世纪以后巴黎城市出现的一些平民思想的雕塑作品中看到（如凯旋门上的雕塑），也是精英文化走向大众化的一个体现。由此古典主义成为全人类共享的审美趣味。

3. 利用政策和制度，灌输古典主义的文艺思潮给全社会，并延续至今。

这种灌输其实带有强行教育的味道。社会教育有各式各样，像各种途径的大众传媒；城市建筑、城市雕塑和壁画构成了市容市貌，对市民具有背景感召与心理渗透的教育作用；市民参与的各种宗教、民俗庆

典和仪式，或者是以各种名目出现的大众集会活动对民众进行的教化；还有来自国家权威机构制定的政策、法规。其中以来自国家权威机构制定的政策、法规作用最大，几乎可以涵盖所有的教育途径和形式。

不能否定，巴黎作为一座城市，尽管在城市建设的发展进程中，有过对古典主义城市意象的批判性改造，但总体上还有很多与古典主义美学相关联的城市意象，使得古典主义之美仍然活在这个城市中，成为巴黎城市文化形象中永远无法磨灭的标识，并且使它立于世界各大城市之中，成为魅力四射的现代文化大都市。

作为拥有大量传统文化资源的中国来说，在今天，我们不搞个人崇拜和封建集权，但我们可利用传统文化中符合当今世界和现代社会发展的文化资源，那些体现大众需求和心理的民本思想，那些凝聚中华民族的文化资源等等。我们通过发掘其中的“原型”和“集体无意识”，学习美国、韩国、日本文化创意产业的经验，利用多感官移植精英文化于大众文化中，使之普及，教化社会。我们也可以通过一些政策措施和制度设计，让这些优秀的文化资源，为打造中国城市文化形象的现代性、世界性发挥更大的效益。

我们有幸看到，有些城市正在建设其城市的文化软实力，城市的文化形象，像西安，借助盛唐长安城的资源打造新的城市形象；江浙一些城市利用宋代文人文化资源打造城市形象；北京利用明清文化资源和首都的便利，打造人文北京、科技北京、绿色北京的新形象。但还有许多细节问题，我们可以从巴黎城市文化形象中的古典主义元素的分析中得到一些启发，加以应用。

#### 注释

[1] 威尔·杜兰：《世界文明史 路易十四》，幼狮文化公司译，东方出版社1999年版，第3页。

[2] 大卫·哈维：《巴黎城记》，黄煜文译，广西师范大学出版社2010年版，第163页。

[3] 荣格等：《潜意识与心灵成长》，张月译，上海三联书店2009年版，第71页。

（作者为北京联合大学人文社科部教授）

责任编辑 魏静茹