

# 怎一个丑字了得

## ——从前卫书法想到杨维桢

◆ 林明杰



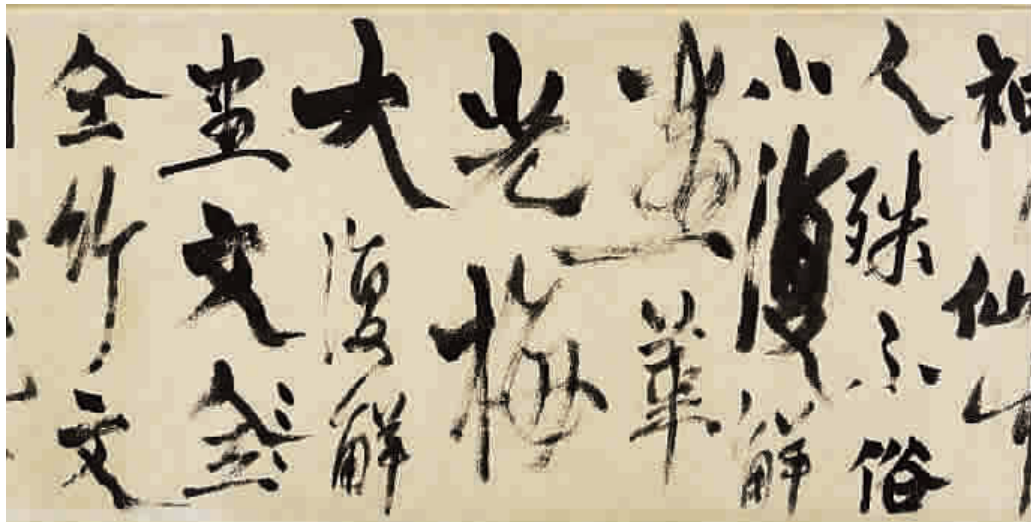
林距离

最近在微博上又屡屡见到网友对“当代书法”的质疑,有人斥之为“丑书”和“狗屁”。

如果骂“当代书法”是“丑书”,被骂者未必生气。宋代大书法家、鉴赏家米芾在审美上做出的最杰出贡献就是其赏石理念——丑。他发明的“瘦、漏、皱、透”这鉴赏奇石的四大大特征,归结结蒂是个丑,丑到出奇,乃大美。过了差不多800年,西方才出了一个叫罗丹的雕塑家,做了一件骨枯皮皱的年老老妇雕塑,成为世界美术史上的里程碑。罗丹认为,在自然中一般人认为是丑的,在艺术中可以变成美,只要它能充分表现情感和个性,那要比矫揉造作的“美”好得多。

所谓“当代书法”,书法界更习惯于称之为“当代书风”“流行书风”。如果参照当今艺术界的归类法,称之为“前卫书法”更合适。总体来说,这还处于实验性艺术,良莠不齐,鱼龙混杂,我并无意在此评介。我只是从人们对这些“前卫书法”的大惊小怪中感到,今人的胸怀见识还不如古人!

我想起元代一位大书法家杨维桢,他的某些书法作品如果遮掉名头,放到网上让大家评价,想必必板砖



■ 杨维桢《题邹复雷春消息图卷》(局部)

也不会少。

他的书法,乍一看,很像如今某些前卫书家。从最早探索前卫书风的已故上海书法家赵冷月,到沃兴华、胡抗美等的作品上,似乎都能看到杨维桢的身影隐约其中。杨维桢的行草书,字往往大小不一,墨浓淡枯湿间杂,在他之前还没有书家如此故意突出地运用枯笔作书。他的

字体、章法、笔法都不求平整,而求奇侧险峻。不识者以为村夫漫笔,识者则叹服他是个高手。他敢于将大多数数字都写得合常规,颠三倒四,有点散兵游勇,但这些字搭配在一起,就成了一支战斗力极其强大的军队,因为他追求的是内在的精神力量、雄强不羁的气势和随机应变的智慧。

他落笔的每个字都在给自己出难题,但他又是超级解题高手,总能游刃有余地化险为夷,化腐朽为神奇。他的字,表达的是他逼人的才气、追求自由的个性和超凡脱俗的审美观。

如今大多数人对书法的审美基本停留在馆阁体层面。所谓馆阁体,是盛行于明清官场和科场的书体,

匀圆丰满,千手雷同。作为公文、试卷所用字体,工整明秀便于阅读,是合理的。这种楷书其实早在唐宋就流行于官场。但古人很清楚这只是一种“工具字体”,宋代沈括就质疑道:“三馆楷书不可谓不精不丽,求其佳处,到死无一笔是矣。窃以为此种楷法在手书则可,士大夫亦从而效之,何耶?”也就是说,这样的字体,抄书匠可以,士大夫也这么写,有病?

许多人喜欢那些酷肖历代名家的书法。杨维桢则认为,“摹拟愈逼,而去古愈远”!这里的所谓古,我认为实则是古人创造的精神。

杨维桢才华太盛,诗词文赋戏曲皆为一代大家,领元末文坛风骚数十年,由于风格“前卫”,也被人讥为“文妖”。明代撰写《皇明书画史》的刘璋评价杨维桢的书法“行草书虽未合格,然自清劲可喜。”虽然他未必能接受杨的书法风格,但他却能从气息的角度去理解,这要比当今那些只知教条技法的书法家和评论家高明很多了。

最懂杨维桢的,我认为是明代名臣、诗人、书画家吴宽。他这样说杨维桢的书法:“大将班师,三军奏凯,破斧缺斨,倒载而归。”了了数语,道尽风流。



艺语中的

# 学术和商业会孕育出完美展览吗?

◆ 方翔

毕加索、莫奈、达利、梵高、安迪·沃霍尔……这些世界级艺术大师接踵而至,更为值得关注的是,这些艺术大展无一不在人流密集的商业中心,艺术空间已经成为大型商场的“标配”。

上海油画雕塑院美术馆副馆长傅军在接受媒体采访时表示,因为我们没有大英博物馆、卢浮宫这样藏有世界名家名作的大型博物馆,而出国旅游的费用又比较高昂,不是每个人都承受得起,但是对艺术的需求,或者想要看名作的愿望普遍都具有。

记得去年举办的“莫奈特展”,掀起了全民观展的热潮。展览开幕前网上订票已售出7万张,开展一小时观展人数达1000人,全天达3500人。为了目睹40幅莫奈原作,观众不惜排队等待近2小时。与此同时,这些大师们在全球艺术品拍卖市场上屡创天价,特别是像王健林、王中军等众多中国藏家的介入,也使得人们的兴趣高涨。据《商业空间艺术主题研究报告》中显示,艺术主题对购物中心的商业促进作用十分明显。综合来看,购物中心的

业绩提升20%,推动商业租金提升70%,超过同期办公30%的租金涨幅。例如,香港K11开业后,前三年的销售额翻了一倍,目前保持超过20%的增长率,月均人流稳定在100万人次以上,并收获2.8万名VIP客户,大大高出香港平均零售水平;而上海K11也在2014年3-6月莫奈展期间,日常营业额增长了20%,并推动商业租金提升70%,而同期办公租金涨幅仅为30%。

在商场举办,都是民营公司主办,展品通俗易懂,能吸引小朋友和家长共同欣赏——各类在商业中心举办的世界名家名作展,成为了暑期家长带孩子去学习的最佳场所。从观众的角度来说,博物馆总是比商场令人敬畏得多。如果可以轻松地带着全家人去看看有趣的展览,顺便吃东西逛商场,何乐而不为?然而,我们也应该看到,不少的展览在做足了“商业”文章之后,学术上却无法真正与大师们的地位匹及。

“鬼才达利”、“疯狂达利”、“达利的盛宴”,从今年9月到11月,接连三场以达利作品为主题的展览将分别在K11购物艺术中心、外滩十

八号以及苏州金鸡湖美术馆举行。这样的“撞车”虽然仅仅是个别现象,但是从中还是折射出了商业展览中的“短板”——学术。

目前商业展览的一大卖点就是大师真迹,在全球拍卖市场上屡创天价的大师真迹来沪,这对于许多人来说,都是非常希望能够亲自去目睹真容,但即使是真迹,对于画家一生的创作来说,其价值也是不同

的。艺术大师作品频繁来沪,观众会不会审美疲劳,作品的学术性又如何保证?这些都是商业性展览不可避免的问题。

从海外市场的情况来看,重量级的大师展览基本都是在著名的博物馆举行,并每每广为媒体关注,很少有在大型商场举行。究其原因,就是这些专业美术馆在首推学术的情况下,非常重视商业的开发。在西

方,十年之前,商业画廊和博物馆之间存在的明显分界如今已经不存在了。顶级画廊希望能够签艺术家中的“蓝筹股”,藏家和更加多样化的公众群体更加关注有名望的博物馆专业人士,希望能够在都会艺术博物馆和现代艺术博物馆(MOMA)里看到有深度的展览,学术可能在也在为商业服务。在策展人看来,举办具有博物馆水平的展览,往往可以帮助商业机构深化与希望代理的艺术家的关系或者获得希望代理的艺术家的遗产,这也是商业机构非常乐意赞助博物馆、美术馆等机构举办高层次展览的原因,而通过商业化的运作,使得这些展览能够更好地为市场所接受。

西方许多博物馆、美术馆在学术和商业上的完美结合,不但让一代代人得以便利接触到各个时代的文化艺术杰作,更是成为启动和普及艺术教育的源头。今天,当我们的商业机构已经看到艺术的力量时,对于各大学术机构来说,是一个千载难逢的机会。不过,但愿这会是商业与学术的完美结合,而不是学术商业化的过程。



■ 达利最大油画作品《意乱情迷》



艺壶春

# 年轻不是资本,年老不是资格

◆ 大壶

一个人老是拿资历说事,说明他已老了,人老心也老了,难以做出什么事了,该去晒太阳养老了。一个人自仗年轻气盛力壮,不分青红皂白毫无敬畏之心,目空一切,说明他除了年轻之外,没有其他本钱和本事。老是拿年龄老少来看问题的是没有出息的表现。

我以为,年轻不是资本,年老不是资格,艺术没有年龄大小之分,只有水平高下之分。有的人七老八十了,还是不开窍,

糊涂乱抹了一辈子,这样的“老先生”艺术圈里也比皆是。年轻的艺术家看了几本西方哲学的书和一些西方大师的当代绘画,画出来的效果看上去前卫先锋,却无实质美术史修养和绘画性内容,这样的画是经不起推敲的,本事嘛那么两三下就出来混市面捞市场了,如果不注意修好内功,迟早会被淘汰的。

年龄不是问题,修养才是个大问题。宋徽宗26岁写的瘦金体水平已经很高了;王希孟27岁画的《千

里江山图》成美术史不朽经典;李叔同二十出头文学、美术、音乐功力已相当出众;美国涂鸦大师巴斯基亚28岁就死了,不影响他在近当代绘画史里的地位……年老的就不罗列了,心态和眼光都有问题的人,命运就是给他活一百岁、天天画、画一辈子也是不太有希望的,经验太多对学识不好的人来说反而是个障碍。拿过气的经验来说事是于事无补的。老的观点经验要退,不等于老人

要退。实际好多青壮年艺术人的观念也是沉溺在泥沼里的。

在艺术创作上,才华甚至不是唯一重要的。才华是许多年轻艺术家所依仗的东西,但才华如果不能建立在对美术史的健康态度上以及所属专业的深度上,再加上生活机遇的不顺,有才华反而会沦为变态。当代绘画里好多变态血腥的作品估计就是这么来的。见识过一些年轻时才华横溢,多年以后被现实整成

心理变态的所谓“艺术家”,水平退步了,把缺点当优点,感觉不那么敏锐了,必然也落后于时代了,生活在、幻想在当年才华迸发时期的荣光里,再也拿不出有说服力的作品,也看不懂有深度的作品。这些人对社会的人与事缺乏客观独立的见识,纠缠于个体的得失,时常把一腔负面情绪带给周围的人,最后艺术水准也提不起来。不管年老还是年轻,保持健康积极的心态对创作是有好处的。

好心态哪里来?从健康的生活和一辈子学习的态度里来,绝非通过贬低他人、埋怨社会、抵触历史中来。