

丝绸之路——中外艺术交流通道

◆ 肖谷

★ 丝路拾金

佛经《贤愚经》卷6第二十八品中说:有西域五百人商队行进入黑暗山谷而慌乱不堪时,商主萨缚用白毡缠绕自己双臂,淋上酥油点燃以作火炬,给商队引路,走出黑暗山谷。这是佛本生轮回故事中的一则,以壁画形式出现在龟兹克孜尔第8、17、38、58、114、178、184窟中。“萨缚燃臂引路”故事直接说明货物交易不仅反映了生产力发展的需要,也反映了文化发展的需要,更是人类社会走向光明的需要。

其实早在汉代张骞“凿空西域”之前,四川的织锦和竹杖就已出现在西域的市场上了。在许多日子里,民间自发的货物交易之路,也早已鲜活地扭动在中亚的山峦、河流、沙漠、戈壁和绿洲之中。充满异域风情的物品让交易双方以及双方的家乡感受到物质的丰富性和对未来生活的无限想象。当然交易所带来的利益是建立在生活的多样性和审美的丰富性上的,而

反映这种状态的直观样式,便是艺术品。我们从流传和出土的艺术品中,看到了西域“胡商”的形貌、衣饰、货物种类、骆驼工具、甚至是令人迷幻的图案与色彩。我们从中也了解到其它更多的历史与艺术传统的信息,如:在商队内部,有一位大家公认并服从的首领叫“萨缚”,而这名称起源于印度;从出土外来器物 and 文书以及有关文献记载中,我们了解到“胡商”东来时所携主要货物是:金银器皿、宝石和香料以及毛纺织品、药材、驼与马、甚至是奴隶,更有甚者是黑人奴隶,而这些货物的利润最高。又如我们从反映那个时代的陶塑艺术品上的不同载物的内容来看,那些不见丝绸布帛而仅有囊袋的载货驼,定当是人华的商队,而那些满载丝卷和布帛的载货驼,应是返归的商队。其中大量是半成品的丝帛,这是为了驼回去再加工时配上西域当地民族喜欢的图案纹饰,使当地人喜欢,也可返销东土,以谋取更大的利益……同时也更大幅度地配置和促进了审美发展。

而这些已远去的历史,在当下“一带一路”的呼唤中又清晰可爱地出现在我们面

前。它们以艺术的方式亲切地看着我们,它们以灵动的身姿使我们好奇而想象的翅膀慢慢展开。千百年来物质交流所带来的文化融合,使华夏文化有了更宽的胸怀。

在我国古代艺术史中,有大量艺术瑰宝是通过丝绸之路的文化交流而诞生的。有专家研究认为,我国青铜器最早可能从中亚、西亚传过来的。战国时的蜻蜓眼琉璃珠也明显有着西洋的风格。唐朝时“舶来品”通过丝绸之路融入我们的文化的例子更是不胜枚举。这种中外文化交流形成的艺术样式甚至成为我国艺术传统的一部分。

本专栏将陆续讲述丝绸之路这个中外文化交流的通道上发生的一些有意思的案例,而这些事例对今天“一带一路”战略的文化呈现将是一种有益的启迪。

“丝绸之路”是一条永不止息的生命与文化之路;是中国进一步发展中的一脉有深厚历史底蕴的清泉;是我们步伐坚定走向未来的清脆的银铃之声;是文化腾飞的曼妙时尚。

请跟我来……



克孜尔 38 窟壁画“萨缚燃臂引路”

★ 林距离

曾经见识过一位很毒舌的艺术批评家,他几乎骂遍名家。有一次听说他策划了个展览,心想此人眼界如此之高,他自己挑选的艺术家应该不同凡响。于是,尽管人家没邀请我,我也不管不顾悄悄地去开眼界了。看了以后有点困惑,莫非皇帝穿的衣服像我这种蠢人真的会看不见?

后来又看到他给一位艺术家写的赞文,我很惊讶,连大师都不在眼下的批评家不吝赞美之词捧场的艺术家,一定不得了。虽然我没听说过这个艺术家的名头,但我不厌其烦地上网搜索,终于看到了他的作品。这次我看到皇帝穿着衣服了——土财

高人? 坏人?

◆ 林明杰

主的衣服!

还有一次,我看到一篇批评某著名收藏家的文章,说他的私人博物馆里收藏的东西非常差,有大量赝品。我从来没有去看过那个收藏家的博物馆,但一直觉得他还是内行的。内行的人也可能玩赝品:一、因为几乎没有没吃过药的收藏家,那是学费;二、内行不一定人品就好,有的内行自己不玩赝品,但忽悠给别人玩。作者能如此理直气壮揭露著名藏家的赝品,而且从文章看来,引经据典,头头是道,自信满满,让我不得不服。于是根据文章下所附该作者的个人网站和博客,点进去准备取

法乎上,提高一下自己。不料,不看不知道,一看吓一跳:网站上的古董全是假得没谱的赝品!

艺术圈、收藏圈有些人特别令人“佩服”——听其言,仰之弥高;观其行或观其作,俯之弥深——深到海平线下。

人自夸不是罪,但把别人踢倒,然后踩在别人身上往上爬,则是邪恶的。人世间没有真空,在耕耘真善美的艺术田园里,也会有各种虚伪和欺诈,甚至能遇见他们的几率也不亚于电信诈骗。

所以说,看懂了人性,才能更好地看懂艺术。

★ 他山之玉

新中国建立之后,不仅承袭了“左祖右社”的规制,还在国家殿堂的装饰上倾尽心力,流传至今的以《江山如此多娇》为代表的一批作品都标志了高峰所在,看看当时的阵容无一不是公认的大家,哪有江湖画家染指的可能(关键是江湖画家根本不去想,而现在是努力去想)。直到上个世纪70年代后期的首都机场壁画群,那种代表国家艺术形象的公共艺术工程,依然在主流的层面上表现出国家的特征。现在的情况逆转,随着主流画坛的日益江湖化,江湖画家中既有帽子戴得很端正的正规军,也有帽子歪戴着的杂牌军和民团,一大批劣质中国画涌进了国家殿堂,改变了国家殿堂的艺术形象,也降低了国家殿堂的尊严。今天谁来主导国家殿堂的装饰,哪些位置该挂画?挂什么样的画?挂谁的画?应该建立基本的章法,因为国家殿堂和国家机构不同于星级酒店,应该有着代表国家的艺术形象。显然,教育的缺失在今天已经暴露出来,否则,那种恶俗的牡丹和山水如何能够堂而皇之?

公共空间的艺术作品基本上都是专业定制,既有题材的考量,也有形式的安排,并不是什么都可以。拿牡丹来说,画家通常所画只是四尺八尺而已,花不过碗口大,但到了殿堂之中,几倍几十倍于平常,如果还是四尺八尺的气局,那花就要画到脸盆大以上,如此的不堪可以想象。牡丹是中国花鸟画中比较难画的题材,往往是上手即俗。虽然有“花开富贵”的寓意,那是民间的期盼,与文人的理想还是有距离,文人还是以梅兰竹菊为主体。尽管吴昌硕、齐白石、陈半丁、刘海粟等都有过牡丹题材的作品,显现出大师的不同一般就在于没有俗气,把俗的画成雅的。而当代缺少这样的高手,而有的能够画满纸牡丹而不俗的则少之又少。因此,国家殿堂中挂大幅的满纸牡丹要慎之又慎。

传统中国画有它的局限性,如何在公共空间中呈现是传统艺术走向现代化的考验,经历20世纪中期的发展,有其成功的经验,然而,当下的不足是人的问题,有兵无帅;公共性的问题是教育的不足,审美教育的严重缺失。因此,它继续考验传统中国画的当代发展,同时也在考验当代中国社会的审美。

(节选自2016年9月12日《文艺报》)

今天谁来主导国家殿堂的装饰?

◆ 陈履生

(节选)

艺术品拍卖市场需要有质量的成长

◆ 杨羽

全球中国文物艺术品拍卖成交额的62.9%。

虽然拍卖成交额出现了下滑,但是可喜的是,随着市场结构的调整,困扰市场多年的拍品结算问题在2015年有所改善。年报国内部分显示,截至2016年5月15日,2015年内成交的全部拍品共完成结算150.56亿元,完成结算的比例(按成交价格计算)为58%,较2014年增长4个百分点,达到5年来最高值。而成交价格超过一千万人民币的拍品中,完成结算的比例(按成交价格计算)更从2014年的35%增长至2015年的52%,增长了17个百分点。此外,2015年出现的5件(套)成交额在亿元以上的拍品,截至2016年5月15日已全部完成结算。

继股市、楼市之后,内地艺术品拍卖市场在近年来蓬勃发展,成为了人们最为关注的投资领域之一。然而在光鲜亮丽表象背后,源于各种因素的制约,这一市场也存在着种种难以根治的“顽疾”,特别是“结算难”更是让拍卖行以及卖家头痛。原本应该公开、公平、公正的艺术品拍卖市场,现在却被“内幕”、“阴谋论”所笼罩,甚至一些“国宝帮”也认为自己的拍品上不了拍卖行,也因为暗箱操作的结果。

值得注意的是,不少企业采取了开列“黑名单”,拒绝习惯性拖欠款项的客户进

场交易,抑或诉诸法律手段追讨欠款等方法,虽然收到了一定效果,但由于拍卖行害怕失去重要客户,往往会不了了之,这也是为什么即使是大型拍卖行,未付款的拍品还是存在着很多,甚至影响到了公司的利润。

要根治艺术品拍卖结算难的现状,关键就是要深入剖析“拍而不付”的内因。除了极少部分的恶意竞拍之外,很关键的因素还是目前艺术品市场的投机性太重,真正的收藏者的比例非常少,许多藏家在竞拍到了拍品之外,如果发现没有赚头,就会拖着不付款,由此产生的“三角债”现象,将成为影响市场的重要因素。

艺术品市场缺乏法律法规,没有约束,谁都可以举牌,之后不结账。天价纪录与拍卖市场拖延付款,几乎已经成为艺术品拍卖市场的“中国特色”。艺术品市场如果出现天价,一些人会说,这件拍品造假,如果冷门拍品成就高价,人们就会怀疑其中是否有局。天价拍品在高调落槌之后,其结局往往低调地近乎神秘。这样的情况已经大大制约内地艺术品市场的发展。

此次中国拍卖行协会提出“关注有质量的成长”,无疑是一个积极的信号。对于拍卖企业来说,不仅要关注拍卖的成交额,更要关注最终的结算率,这样的业绩才是有质量的。

★ 艺语中的

近日,首届中国文物艺术品拍卖排行榜和2015年度中国文物艺术品拍卖市场统计年报发布。这是中国拍卖行业协会第六次与商务、文化、文物三大部委联合发布“中国文物艺术品拍卖市场统计年报”(中国内地),也是第四次与artnet联合发布“全球中国文物艺术品拍卖市场统计年报”(国际)。目前,这两份报告已成为国内外研究中国文物艺术品拍卖市场最权威的年度报告。值得注意的是,此次活动的主题定为“关注有质量的成长”。

此次发布的报告显示,2015年,中国内地文物艺术品拍卖市场延续了调整趋势,总成交额同比2014年收缩19%,下调至291.3亿元人民币,为2012年以来低点。实际上,过去十年来,中国文物艺术品市场几经起伏,其规模已经足以影响全球艺术品拍卖市场的格局;2015年,受中国内地市场收缩的影响,全球范围内中国文物艺术品的拍卖成交额降至463.1亿元人民币(含买方佣金),较上年减少9%,但总体来看,全球范围的中国文物艺术品拍卖规模已接近全球艺术品拍卖市场总额的三分之一,而中国内地创造成交额仍占