

当美术学院开始山寨古堡

◆ 徐明松

前不久，微信朋友圈刷屏一帖子，号称河北美术学院校园活脱脱山寨了一个英国古堡，令人咋舌。笔者每每路过南京路，那个宛如瓜皮帽或像飞碟一般的酒店建筑总是赫然闯入你的眼帘，在逶迤的近现代建筑构成的天际线里，殊是一抹抹不去的所在，非常刺目。

2000多年前，古罗马的维特鲁威在论述建筑时有句名言：坚固、实用、美观。这或然也是旁及所有设计领域亘古及今推崇和循行的范式。即便20世纪以来世界设计史上设计思潮递变，以功能主义为基本特征的现代主义设计，已然成为百年世界设计发展的基本格局和模式。

反观时下的一些设计实践中，依旧存在着某些沉疴顽疾，首当其冲的就是跳脱功能原点，“唯美”的过度设计。大至城市规划以及建筑设计，千城一面，贪大求全；小到一个月饼盒的包装，浮华其表，不逮真意。因为过度，失却了尺度，即便是小乡镇小县城也有了识别度奇高的，夸张的地标建筑、政府大楼；或土地资源奇缺之下，大而无当的市民广场。也因为过度，偌大的礼品盒收纳了几枚糕点或是一两小包茶叶，形式大于内容，抑或成了时下设计的流行病症。连原本朴素其质的图书装帧在奢华的风潮里也被染指。极尽繁缛工艺之能事，尤其今日借着唱和工匠精神，大量的手工活不厌其烦，费工耗时；极尽“材料美学”之能事，各种昂贵的艺术纸堆砌而上，而且，昂贵的成本也是不断堆砌，有时一本书为追逐某些奖项而去，撒钱大比拼，设计制作成本占了整个图书成本的一大半。时间成本也在所不计，曾经有一位著名设计师为了一本的设计绞尽脑汁，磨砺了两年之久，一本“象形”图书得以面世，成了设计师的个人秀。图书的读者是大众，真不知这些卖价不菲的“贵族”图书如何走入寻常百姓家？

二战前后，查尔斯和伊姆斯倡导制作“最

好、为最大多数人最便宜”的产品。纽约现代艺术馆也策划举办“不到五美元的有用物品”展览。帕帕内克在其《为现实设计而设计》中说，“如果你要成为一个设计师，你就必须在赚黑钱和讲道义之间做出选择”，此言虽说偏颇，却也针砭了当下设计流行病症的痛点。从一个极端走向另一个极端，由一个倾向掩盖另一个倾向，这实在是国人易犯的错误。在我们相对贫困年代，设计被无视被罔顾，不求美感，设计自然陷入瓶颈。及今，物质高度丰富，消费主义又会诱发审美意识上的浮华病，奢侈成了设计的标的，不求最好，但求最贵。设计的边界和尺度太容易被奢侈侵袭而溃散。

其次，模仿抄袭乃为大忌。建筑师建筑造屋，落实于市面地理，一不留神成了什么地标，抹也抹不去。因而，在我看来，建筑师比画家的公共责任更加显要。君不见天南地北繁多克隆的伦敦城、威尼斯，以及缩微版的白宫、卢浮宫。虽说现代建筑史上也多有标新立异的奇奇怪屋，面世之初为时人诟病。如高迪的米拉公寓也被业主所不屑；蓬皮杜文化中心当年被指摘为“管道工厂”，等等，不一而足。不过，因一时之间审美价值观的错位和新旧时代交替的文化认知争拗带来的审美多元，并不意味审美标准的失却和虚无，乖张戾气的建筑永远不会产生审美的愉悦。这些刺目的所在也是设计美学的负能量。

总而言之，找回设计的本质和价值，还是要回到以人为本的关系来揭示。实际上就这么简单，在满足人们的使用价值的基础上，满足人们的审美需求。功能需求在设计实践中是核心的目标，不应被轻视和淡化，这或然容易矫正；与此同时，设计的美学表达则不是轻而易举的事，一直需要设计师孜孜矻矻地追索。有如苏格拉底曾经的感喟：美是难的。所以，设计是什么？简单又复杂。

怎样让流行乐迷爱上舒伯特

◆ 顾超



的方式来探索与年轻观众之间的关联。而《冬之旅》作为舒伯特最受欢迎的声乐套曲，带着唯美音乐织体和痛彻心扉的伤情故事，本来在乐迷之中就颇具人气，而万万创作、赖声川导演的同名话剧更是以此曲作为由头，让许多从未接触过原作的人们获知了“冬之旅”这个充满魅力而又神秘的名字。

或许光靠一位歌者加一架钢琴的配置，很难引起大家的注意，而巴比肯中心的制作无疑通过这种尝试将本来深藏于乐曲的部分内涵通过更为表象化的方式展现出来。赞德的改编不是简单的配器，而是用一开始的呼吸声和脚步声将人们引入故事之中，他大量运用了不同的打击乐器营造效果，也大胆在乐队中加入了吉他这样的非常规乐器，加上弦乐与铜管的弱音器等各种音色，形成了一个抑郁晦暗的场景。而琼斯的舞台也在不破坏基调的前提下利用多媒体技术、舞台与斜坡、前中后景等各种调度，并且结合隽永而不失倾诉感的字幕，将从未接触过原作的人们带入到那种欲说还休的心伤世界。

这个制作无疑是成功的，因为他并没有尝试去颠覆舒伯特，而是希望以时代的方式去重新诉说。主人公在冬天的苦闷旅程，并不是导演表达的核心，而是通过舞台实现了心灵放逐，展现出无法排遣的孤独。一个个夜深时分，当在城市乐享繁华的人们走进剧院，迎接他们的是这部直面人心深处的作品，我想观众多少会明白，心里始终有那个渴望，人生并非充斥着喧哗作乐，那向远方的呼喊终会跳跃出来。

到底如何重塑经典？这一版《冬之旅》给予我们一个标准答案，即尊重原型，聚焦当下，直面内心，打造一部好作品比花枝招展地引人注意更重要得多。而在这部作品之后，观众们是否会转向百多年前的原版，已经不再重要。他们已经通过当代艺术家的视角，体会到了舒伯特写下的要点。至于有多少人会从此转向古典音乐，还是看个人的修行吧。

上海文艺评论专项基金特约刊登



小心泛娱乐化「盖歪了楼」

◆ 朱光

国际戏剧类奖项在评判最佳剧目、最佳导演、最佳男女主演等奖项时，会先把参评剧目分成两大类：“剧情类”、“喜剧和音乐剧类”，前者指的是反思人生的悲剧和正剧；后者之所以把同样在古希腊时期诞生的喜剧和工业革命之后才萌芽的音乐剧放在一类，是因为这两类戏的本质是讨好观众，博君一笑。网络时代，被资本控制的网综、网剧、短视频以及各类社交媒体从讨好观众，“上升”到谄媚观众求流量——其背后的根本目的就是敛财牟利上市套现……以至于从娱乐产业衍生出的“泛娱乐化”人生态度，有从网络蔓延到线下，侵入日常生活的趋势。这种以最快速度圈钱为目的的态度，不仅可能导致文化娱乐产业的畸形发展，更会侵害年轻人的价值观，丧失积极昂扬向上的理想与斗志！

“泛娱乐化”是一种必须旗帜鲜明地反对的人生态度！

文化娱乐产业发展至今，形成了“互联网+文化娱乐”的新业态。腾讯于2011年率先推出“泛娱乐产业战略”，是贯通游戏、文学、动漫、影视、戏剧等多种文化创意领域的新生态。其中还有一个核心关键词：“IP”亦即“知识产权”。“泛娱乐”的思路，就是以同一明星IP、形成多种文化创意产品卖大钱。其中，潜藏着一个公道自在人心的天平——挣钱重要还是文化重要？

文化，或可重如泰山，或可轻如鸿毛。其重，重在树人铸魂；其轻，不过博君一笑。轻的部分，也就是“娱乐”。音乐剧、歌舞片的诞生，源于上世纪二三十年代的大萧条时代。大萧条后来还波及到欧美，形成经济危机，但是正由于一批艺术家觉得在人心涣散、士气低落之际，应该推出一些让大众赏心悦目乐开怀的电影、舞台艺术，于是，就有了从歌剧过渡到轻歌剧，又从轻歌剧转化而来的音乐剧。当音乐剧大行其道时，被改编成歌舞片。2016年颇有争议的电影《爱乐之城》就是对那个年代的歌舞片的致敬，英文名“La La Land”指的就是洛杉矶，“La”就是“Los Angeles”的缩写。好莱坞，就在洛杉矶。“全民阅读”理念，也是文化中“轻”的部分。一战、二战时期，欧美军方需要一个能够不断鼓舞士兵打胜仗的休闲方式——总是派女明星到前线演出不可持续，于是把以往只安放在书柜里厚重精装本哲学书，拓展到轻薄口袋本小说、笑话书等送往前线。二战后，这批保持了阅读习惯的退伍士兵，把书本阅读带入了家庭生活……上世纪80年代

起诞生的央视春晚，在一定程度上也成为让全国人民开心的年夜饭，它还助推了社会主流娱乐方式；马季、姜昆、冯巩等一批喜剧艺术家，让我们辞旧迎新之际喜笑颜开。

“泛娱乐化”，就是娱乐与资本的天平失衡、被资本全掌控下文化娱乐的荒腔走板、以消费享乐为最高人生目标的错误价值观——看到了表面浅显轻薄的调笑，放弃自律、乐得其中，而忽视真正的人生追求与生活目标。“泛娱乐化”是资本控制信息全球化的“传染病”。据相关调查报告显示，中国青年网民获取“美”的信息，在时间上已经可以通过网络与全球同步。在欧美日韩，颇有一批纯粹靠“卖相”卖出商业价值的时尚博主、演艺达人。网络信息只传递表象，网民看不到“台上一分钟”背后的“台下十年功”，误以为“一夜可以成名”。看到日韩偶像，则形成大批“颜即正义”的拥趸，为韩国整容业输送了源源不断的现金流……

首先，我们要反思，进入网络时代信息分享更为便捷、丰富，为何受众整体文化品位并未提升？“泛娱乐化”带来的各种终端——电脑、手机等是否为大众提供有益于身心健康的内容？是谁在引领思想风尚？是谁在倡导仁义礼智信？资本推动的各类非主流媒体，是否也有一个公道自在人心的天平？

其次，社会责任感应该由谁来承担？电影《我是医生》把镜头对准了当年95岁的医生吴孟超。为什么行医数十载要自己主刀一万多台手术，为什么要建立肝胆外科，为什么要致力于细胞免疫治疗的研究……因为，“我是医生”。中科院院士、“中国肝胆外科之父”吴孟超以这四个字，面对所有人生问题，也顺势回答了自古希腊起就叩问人类的哲学问题——我是谁？我是医生。该片成为电影党课的开篇，因为其传递的是责任感、使命感。“泛娱乐化”的惯用手法是粗鄙搞怪、戏谑“鬼畜”（网络用语，意为对严肃话题进行结构、再创作，以张扬个性、讽刺社会）。这些手法，模糊了事物和道理的本质，“盖歪了楼”。如果没有人维护史实、公理、原则、常识以及那些亘古不变的事物的真相，那么我们的心如何相通？我们何以相传？

再者，我们共同的精神世界将如何构建？中国文化也是世界文化的重要组成部分，中国独有的审美意境、哲学理念、美学观点，始终以个体的形式令西方世界或惊艳或误解。我们应该好好运用网络信息传递扁平、迅捷的特质，拿起掸子拂拭掉优秀传统文化的蒙尘，擦亮各种文化品牌的金字招牌。

抵制泛娱乐化，就是抵制精神鸦片！



扫一扫请关注“新民艺评”