

中国画的理法与格趣

张立辰《潘天寿绘画的笔墨与构图》新书首发

■本报记者 黄俊娴 通讯员 郭哲渊



《潘天寿绘画的笔墨与构图》

张立辰

出版
著

11月30日,由浙江人民美术出版社主办,中国美术学院潘天寿纪念馆、中国美术学院中国画与书法艺术学院、中国美术学院中国画学研究所协办的“中国画的理法与格趣——张立辰《潘天寿绘画的笔墨与构图》新书首发分享会”在杭州西子湖畔、潘天寿纪念馆旁的南山书屋举行。此次活动是浙江人民美术出版社学术推广品牌“浙美·湖山书话”之第三话,也是由中国美术家协会、中国美术学院主办的“潘天寿诞辰125周年系列学术活动”之延伸。

《潘天寿绘画的笔墨与构图》一书为张立辰先生近六十年来传承师学、延展师学的研究集成。此书重点从章法构图的角度解读潘天寿的艺术,并涉及对潘天寿先生在艺术、教育等领域实践的理解与评价,将潘天寿先生放置于中国艺术史的脉络中分析其成就与贡献。此书既是深入解读潘天寿先生全方位成就的综合性著作,也是一部“尽精微”而又“致广大”的中国画理法著作。

张立辰先生曾亲聆潘天寿教诲。在从事中国画创作与教学的近六十年来,他在自身实践中不断印证和参悟老师讲授的中国画理法,对潘老的艺术思想和教学主张进行了学理层面的思考和总结,并做了系统化的梳理和提炼,由此熔铸成兼具理论深度与学术高度的《潘天寿绘画的笔墨与构图》一书。

浙江人民美术出版社社长管慧勇表示,浙美尤其重视潘天寿系列著作的出版,自20世纪80年代以来,已出版《潘天寿书画集》《潘天寿全集》《潘天寿册页百开》《潘天寿作品解析》《潘天寿写生画稿》《听天阁画谈随笔》《潘天寿谈艺录》等一系列作品。今后,浙美仍将继续深入透彻研究潘天寿,为这支文脉的代代传承接续力量。

中央美术学院原院长潘公凯先生祝贺张立辰老师新书出版。他介绍道,张立辰是一位极其热心于培养年轻一代的美术教育家,在几十年的中国画教学过程中,他一遍一遍印证

并研究着潘天寿的绘画理论与思想。据他了解,《潘天寿绘画的笔墨与构图》一书前后筹备经年,数易其稿,成书内容不单是对潘天寿个案的研究,更是对中国近现代传统文人画笔墨与构图的整体研究。众所周知,中国传统绘画具有复杂性,普通人一般难以理解。张老师在此书中解析得颇为细腻,研究得深入又具体。这样一本紧密结合艺术作品,同时又能洞悉艺术家精神境界的著作,放在百年历史中亦属罕见。有感于此,潘公凯先生极力促成此书出版。

谈起这本新书的缘起,张立辰重申整理潘老的绘画思想并不是出于一时兴起,而是经过几十年的积累与咀嚼。2017年,在参加“潘天寿诞辰120周年纪念大展”时,潘天寿纪念馆陈永怡馆长曾与他互相切磋探讨,鼓励他将数十年来研究潘天寿的成果整理成书稿,并助其出版。又经过这么多年,在潘院长、陈馆长、家属、学生、出版社同人等一众人齐心协力下,《潘天寿绘画的笔墨与构图》终于顺利出版。他希望这本书能让大家再次认识一代中国画大师潘天寿及其作品的世界性与现代性意义,能帮助读者窥见中国画笔墨结构的奥妙,能带给中国画后学些许参照。

作为“潘天寿诞辰125周年纪念活动”以及《潘天寿绘画的笔墨与构图》一书的策划者,潘天寿纪念馆馆长陈永怡教授转述了潘天寿先生在六十年前说过的一句话:“国画老先生中有修养的已经不多了,再过二十年也就差不多了,现在青黄不接,再不注意培养,不要求严格些,将来要学就困难多了。”此话放在今天依然掷地有声,令人感慨万千。陈馆长深感专注中国画传承与发展任重道远,多年来致力于研究如何搭建“桥梁”。她认为,张立辰老师在《潘天寿绘画的笔墨与构图》一书中发展了自身于20世纪80年代提出的“笔墨结构”理论,并用画家之眼为大家点出了众多不易留意的画面细节,是将潘天寿艺术与中国笔墨推向世界、推向现代非常重要的一本参考书。

透过金钱看艺术

——评菲利普·胡克《苏富比的早餐》

■冯子程



《苏富比的早餐》

[英]菲利普·胡克(Philip Hook)/著

程涵 周易(Joey Ellis)/译

北京联合出版公司/出版

在美术馆或博物馆里,当面对一件艺术品时,自己内心或是与同伴交谈中大概都会产生出两个问题:喜不喜欢这件艺术品?这件艺术品在诉说什么?然而如果你有机会身处在拍卖行或画廊里,还有一个问题似乎更为重要,那便是,“这幅画能卖多少钱?”作为仅仅是观看艺术品的大众,这个问题有点捉摸不定。

《苏富比的早餐》一书则能对这一问题进行解答。即便面向并不一定具备购买力的普罗大众,也能至少让他们了解究竟是哪些因素会影响艺术品的价格。《苏富比的早餐》借用了经典电影《蒂凡尼的早餐》的片名,片中渴望财富的奥黛丽·赫本常会隔着橱窗看珠宝,或多或少映射着本书读者同样是隔着玻璃观看艺术品,大概也仅止于看看而已,真正能买得起的人很少。然而正是从大众最关心的金钱视角看待艺术,作者胡克用其调侃式的幽默语言诉说着一件又一件他多年来在经营艺术品买卖过程中的奇闻逸事。

作者在艺术品行业工作了近40年,曾任职于伦敦的佳士得和苏富比拍卖行。他那种英国人骨子里虽高人一等但又显得文质彬彬,熟谙规则却不以为然,学识渊博又风趣毒舌的特质皆体现在字里行间,为本书增色不少。全书从艺术家的心境转向艺术流派与艺术品,再到艺术品市场,博物馆、美术馆、拍卖行与有钱人的私人岛屿,最后回到艺术家与艺术品,进而构成了一本精美锐利、才华横溢的词典。虽然本书分为了五个部分,但每一个模块的内容更像是作者有一搭没一搭的闲聊。所以我们不妨在阅读这本书的时候,想象自己是与胡克先生坐在苏富比拍卖行所在邦德街上的咖啡店里,透过玻璃橱窗看着过往人群,就艺术与其经济价值之间进行一场酣谈。

回到本文开头所提出的几个问题,其实这几个问题也是通向鉴赏之路的敲门砖。不同于填鸭式科普,胡克单刀直入当今人们的敏感点。通过价值的衡量标准来带我们看那些看不懂的物价艺术。在《苏富比的早

餐》中,胡克提到影响艺术品价值的几大重大因素。首先是艺术家本人的经历。一般来说,能让一个艺术家及其作品受到追捧无外乎两点:个人经历与品牌价值。正如我们时有耳闻,艺术家的思维与精神状态似乎与常人有所不同。“疯子”梵高吸引大众的除了他精美绝伦的画作,更有他精神病病发的经历以及最后扑朔迷离的自杀。自然而然,我们会将精神紊乱与创造力之间相互勾连。本书中提到一名医生曾告诉爱德华·蒙克,心理治疗可以帮助他摆脱痛苦。蒙克却回答说:“这些痛苦是我和我的创作中不可分割的一部分。它们与我不分彼此,如若将其分离出去,将毁掉我的艺术。我想留住我的痛苦。”蒙克还曾回忆说:“在我的记忆里,我患有非常严重的焦虑症,但我试图用艺术来表达它们。如果没有了这种焦虑和病痛,我就会像一艘无人掌舵的大船。”对艺术创作者来说,平淡和幸福可能最为险恶。内心没有纠结和表达欲的人,或许会连同创作的冲动也一并消失了。越是敏感、情感丰盈充沛的人,即便是普通人的微笑感受也会在他那里被无限放大,他所体会到的开心和痛苦指数更高更猛烈,对于创作者来说可能是残酷的,试想把你自己的痛苦放大一百倍。但对艺术作品来说,确实是其原力,对于艺术品交易商来说,则是一把有力的武器。读到这里,确实会矛盾于艺术家的苦痛成为刺激溢价的诱因是否是该令人为艺术家个体悲哀,还是应该为其往后能留名青史这件事而鼓掌。以上是个人经历能为作品带来增值的因素,也是从艺术家个人角度而言。但若艺术品交易商想进一步提高一件艺术品的价值,最好的营销策略就是打造品牌。艺术品市场其实十分看重高辨识度的艺术品,因为其本质出售的就是品牌。就如安迪·沃霍尔将各种习以为常的物品印刷成版画,公之于世,成为了名流圈的时尚新锐宠儿,再到举国上下的追捧,甚至金宝汤罐头公司以更高价格售卖沃霍尔的原版罐头,其中都牵涉到了品牌连锁性。

艺术品似乎始终无法绕开商业价值这一话题。胡克在最后总结道:“艺术品市场和博物馆彼此之间保持着不安的对峙,这其中掺杂着互相怀疑、羡慕和嫉妒。”后者的学术倾向似乎与对艺术品的感性理解有所矛盾,但两者本质上是相爱相杀的。若二者不进行互相结合的话,是无法理解用金钱购买艺术仍需要品位这一观点。否则,如何区分情欲艺术和春画?胡克认为情欲艺术的关键在于从它所有亲密无间的细节里和残忍现实主义的视觉语言中,传递出了对人类境遇更广泛的共情。为何为一个罐头或一堆垃圾买单,观念艺术是无需拆开垃圾和罐子也能到达其精神内核的。既是如此,便不必再过多贬低金钱买来的艺术。

格利·基姆森一针见血地说:“艺术家是愉悦地创作艺术,需要钱才活得下去,而富人们则是愉悦地赚取财富,需要艺术才能活得更好。”品位有别,分工不同,但这其中并不存在优越感。金钱铺就深入艺术的通道,而并非一条单行道,我们欣赏我们的美,他们购买他们的快乐。