

(上接第5版)

何谓“雅丽丰繁”？

“雅丽丰繁”出自于现代绘画理论研究任伯年的第一人徐悲鸿的《艺术漫话》。原文是：“吾国近人中最擅色彩者，当以任伯年为第一，其雅丽丰繁，莫或之先。时人则齐白石为诸此理。夫其健笔传神阿睹者，已为艺人之所难，诂知尚未尽其能事耶！”

从中国画的历史发展看，在文人画的传统中标榜境界的指标，从来不是色彩而是意境和笔墨。如果以文人画的标准看待任伯年的艺术，显然那种“甜熟”的评价是合适的。可问题是在近代中国的书画市场形成于上海之后，文人画的销路并不好，粤商、徽商等买家更喜欢色彩缤纷、内容世俗的作品。近代书画市场化的意义就是书画商品必须适应买方需求，一般画家的创造性只是在买方需求的基础上展现。任伯年甫到沪上，在成名之前，这种市场的训练或者说需求，使之尽其所能来适应，客观上这也就促成他必须掌握多种技艺来制造书画商品，满足不同品味的订单。这种现象在文艺复兴晚期的威尼斯画派、佛兰德斯的鲁本斯画派都能见到。

此外，如果仅仅以商人的品味低、不懂文人画精义来贬低以任伯年为代表的海派绘画艺术就未免只见树木不见森林。学界认为，有三个重要的方面使任伯年所代表的海上画派超出同侪。

一是上海开埠为中国书画带来根本性转变是重要的外因，即西化不仅体现在绘画技术的传入，还体现在西式建筑的出现、高大厅堂和照明环境的改善，使画幅小、讲究淡墨写意、缺乏装饰性的文人画在上海的市场很小。而清新明丽、色彩丰富，追求“色光态韵”（恽寿平语）类型的艺术品自然大行其道。它使自元代文人画大兴近700年之后，中国画的主流重新回归唐宋时代绘画讲究色彩的“丹青”本原。

二是海上画派以书画为商品，制定润格，公开招摇，他们的作品不再是供贵族赏玩、文人评鹭之物，反映出画家维护个人权利的自觉意识。任伯年之后的吴昌硕、齐白石都纷纷标定作品售价，就是时代带来个人权利意识的苏醒，这是亘古未有的文人和画家精神的转变。

三是海派画家作品的市场导向，不仅使中国画重新重视绘画的色彩，也在更广泛的意义上使艺术不为某特定阶层独享，丰繁的色彩、世俗的题材很容易吸引民众喜欢上绘画，扩大了艺术品的受众氛围。

徐悲鸿作为研究任伯年的第一人，他熟悉中国绘画传统，也深刻的理解西方绘画演进过程中的历史意义和社会作用。所以，他对任伯年艺术特色和海派意义予以“雅丽丰繁”的概括，既有肯定任伯年作品适合各个阶层，顺应市场，世俗化的一面，也有褒扬其回归绘画不只是笔墨，还有造型和色彩的本质之意。

虚谷和徐悲鸿这两位艺术大师一前一后的评价作为任伯年绘画展的主题正是在于，他们两人一个从同时代艺术发展的广度，客观地反映了任伯年成功的原因和艺术风格；一个从绘画史发展的高度，深刻地揭示了任伯年雅俗共赏的艺术主张的历史意义。徐悲鸿称任伯年作品“其雅丽丰繁，莫或之先”，或未免夸大，但足见其推崇任伯年不是色彩本身，而有更深的社会史意义上的考量，即重视色彩重新回归绘画，作品面向大众。

本次绍兴博物馆的任伯年大展采用“笔无常法 雅丽丰繁”展览主题，其意图就是阐释任伯年对中国绘画最伟大的贡献就是雅俗共赏，让书画艺术通过市场走向普通百姓，而不再是之前画家们的自娱自乐。以他为代表的海上画派抓住市场要素，顺应市场规则，使艺术在商品的包装下得以发展创新，这在社会史的意义上提升了国民的艺术审美水平。虚谷和徐悲鸿两位大师可谓任伯年的知交，“笔无常法 雅丽丰繁”的评价精准简练。从本质上看，它反映了时代和传统绘画的根本性变革，不仅合乎事实，合乎当下主旋律的要求。

（作者系绍兴博物馆副馆长〈研究员〉、任伯年展览策展人）



任伯年 东山丝竹图横幅 77.3×142cm 南通博物苑藏



任伯年 苏武牧羊图轴 180×98.3cm
清华大学艺术博物馆藏



任伯年 羲之爱鹅图 150×81.5cm
中国美术馆藏



任伯年 黑猫图卷 31×83.5cm 上海中国画院藏



任伯年 设色花果图册(局部) 27×19cm 沈阳故宫博物院藏