

文化艺术产品的普及化与精品化



[明]嵌金丝阿拉伯文铜炉 首都博物馆藏

文化艺术之所以能产品化进而成为产业，依照法兰克福学派的经典理论可知，人类进入消费社会后形成的文化艺术品的工业规模生产与机械化复制，是其根本动因。这其中自然包含着文化艺术产品的大众流通和世俗消费等因素，进而言之，文化艺术产品的普及与问题相随一处。对这个已渐老的话题，论者从集，本文所谈的文化艺术产品的普及化不是单向度检视其社会受众与价值标准等，而是重点分析生产链条上的普及趋势与精品观念呼应互动的内容。文化艺术产品的大众普及和公共传播应该作出特定的层次与单元划分，其中的某一层应该展现出精品观引导下的普及化，二者的交互关系在这个层面发生。这个层面的产品内容在体量和比例上一定不是最大的，但其价值能量和开掘潜力是持久的。

我们生活在一个高度发达的产品消费时代，“百工”与“万物”的交织中，文化艺术产品日渐繁盛，无论是一般产品的文化化，还是文化艺术的产品化，皆是此道。从实体到网络，从产品到服务，从静观到体验，产品世界里的文化元素俯仰可拾。文化

艺术生产在一定时期内多遵循营销学的客户统计规则，力求站在客户角度思考大众推广的完美策略，这在一定程度上会不自觉地忽略这一特殊产品门类的审美格调与精神蕴藉。信息化工业流程使产品的生产和销售逐日迅速，这样的快车道上，为数不少的产品粗制滥造，精神含量甚是低微。这一问题需要多角度解析，因为它出现的联系着经济学、传播学、美学、公众艺术教育等若干领域，若单从美术专业来审视，这个现象的出现，重要原因之一是日前文化艺术产品中图像等美术语言元素的运用和移植过于随意，在形式和内涵上均缺乏必要的品质构思和精品意识。

美术和商品的结合，在中国经历了不短的时间，理当沉淀下若干经验。远者不论，近代以来，随着洋务运动和维新变法的推进，彼时有识之士如康有为等都力倡新式学校教育中图画手工科的普及与民族工商业的振兴，并将前者视为后者的专业基石。此外，民国时期诸多商家已经意识到经典美术在商品营销中的作用，如笔者曾见1924年《北京日报》上刊登的一则题为“旁氏白玉霜赠送天女散花古画”的广告：“本洋行经理之美国旁氏

白玉霜之月份牌，今已印成，系天女散花古画。印刷精良，颜色苍老，实与真迹无异。兹为优待主顾起见，凡寄邮票八角（挂号）至上海本行者，当挂号奉上大号旁氏白玉霜一瓶与古画两张。”此类营销模式屡见不鲜。近二三十年来，随着工业设计（产品设计）等相关专业的发展与人才的累积，以及社会受众对产品品质需求的精致化和多元化，美术和商品的紧密关系已成常识。只是技术层面的实践经验多，而精神层面的有效研究少，故而本应极大提升产品档次的美术元素并非在任何一件产品上都能用好。

根据笔者的日常观察，试举几例。一个最明显的例子是当前成批生产的大众工艺品，如各个窗口终日烧制并海量批发的日用瓷器等，上面印有机器复制的图像如人物故事、梅兰竹菊、吉祥图案等，多显拙劣难看，如果对比一下古代的同类器物，感受差距更强烈。再如铸有阿拉伯文祈祷词的铜香炉，本是明代宣德炉的一种形制，但当代仿古制作者在铸造和制作的过程中不在乎纹饰、笔画等细节的打磨，致使艺术价值大大降低。笔者曾向问潘家园一家经销商，他说这种香炉会成批销往全国各地以及中、西亚穆斯林聚居国家，往大里说，这本身已经是一种伊斯兰与中国传统文化相融合的文化输出。再如时下的艺术地产项目，有不少是应时追风之作，未及深入谋划而把艺术标签直接贴在建筑上，这样展示的艺术元素和理念怎能直击人心？好的艺术地产绝非以美术粉饰建筑，而是艺术观念和生活方式的植入，同时培育着艺术感知能力的温度。

中西方的人文学者们数番讨论过形式和内容的辩证关系，美好的形式会强化内容的力量，反之亦然。文化艺术产品的雅俗关系、普及化与精品化的关系也印证了这一点。这个场域里的精品化，首先是日常化的，并非与作为产品消费者的公众之审美格格不入，也完全能与烟火气生相关。大众的文化消费的普及与绝对不能与降低内在品格来划等号，可以考虑艺术产品的有效分层，关键是要切实弄清产品内涵和受众需要的连接点。大众市场需要的状态下，艺术本

体的探索和演进同样具备可实施的空间，如民国很多艺术家鬻画为生，但决不影响他们艺术创造的精品理念，其艺术探索和创作经验都是20世纪中国画史上的珍贵成果。其次，精品意识是中华民族优秀文化的集中映射，也是产品内涵与韵味的保障。文化产品为人民服务，在大众普及的同时增加文化艺术的健康含量正是抵制当前某些庸俗现象的有效途径。此外，精品意识力争做到技术上的精致、形式上的完美和内容上的理性创新。笔者在十多年前曾参与过一个地级市的文化产业规划课题，当时全国各地都将这项规划作为流行的举措，但各级区域的规划内容都显现出模式化和重复性的特点，园区规模宏大、产业门类齐全。之后政府和学者们都意识到了这个“大而全”的发展思路存在问题，继而推出“一地一品”等策略，启动了由大及小的思考，如今各地兴建的特色小镇也可归入这个思路的延续，这就是文化产品之精品观念的实施。进一步将眼光投至产品的内在结构和价值建设以及受众的真实对接上，不至于浩大园区的荒芜和废止，不至于国家投资的无效和浪费。当然，文化艺术产业有其自身规律，其盈利不是一朝一夕，树立相对从容的长线机制，并在这个机制下培育与之并行不悖的精品观念。还有最重要的一点，文化艺术产品的精品化体现在文化输出上，是在产品的国际流通这一普及过程中输出中华民族最高级、最精华的思想和创意，在对凝聚着人类丰富情感和良知的优秀文化艺术的致敬中挺接着巍峨的文化自信。

众所周知，精品意识具备开放的胸怀和与时俱进的品格，将之移入艺术生产与投资领域依然成立。当日益普及化的文化艺术产品真正感知到精品意识在其体内闪烁不朽光亮的时刻，雅俗之间的狭隘壁垒会在局部消弭。因为文化艺术产品的根本属性在于商品性，精品化文化观的支撑和引导，联结着它在生活美学和民族精品建构层面开拓的某种可能。

（文/张鹏）
注：本文原刊于《美术观察》2017年第12期，在此作删节。

别具一格的水韵青花山水画



许振，1962年生于安徽。1986年毕业于阜阳师范大学美术系，1994年毕业于北京画院高研班，后工作生活于北京。2010年开始“水韵青花”的创作，旨在探索中国画的当代呈献。

虚，以虚写实，“写”水、“写”色，使其作品具有了特殊的笔力、笔道，一派骨气奇伟、规模宏远的品格韵致。在创作中，他十分注重用水、用色，强调以水为魂，以色为象，将水的诡异变化和色的单一纯粹与韵的无穷表达，综合地发挥到了极致，有力补充和丰富了山水画创作除了古人所说的用笔用墨之外，用水与用色也同样会对作品的气韵等产生重要且不可替代的作用和影响。

不过，与那些炫技派、教条主义画家不同，美术科班出身的他，技法技巧等对其来说早已过关，他早期的金箔山水、彩墨作品就是有力证明，如今花甲之年的他，于年岁、于阅历

都使他自觉地将情怀与注意力更多地转向到绘画的人文性和精神性上，贯注到对自然、对人生的思考与体悟上，而水韵青花山水就是他反映绘画人文性、精神性的代表题材，也是他思考自然、体悟人生的艺术升华和智慧结晶。

删繁就简，大象无形，这既是许振始终秉持的美学理念、艺术信条，又是他一直以来的生活态度、处世之道。所以，对于整体上心法大于技法、艺术性大于技术性的水韵青花作品来说，任何只知形而下的解读都是远远不够的，也是肤浅片面的，它理应属于更深层面的认识，以及更高境界的表达。

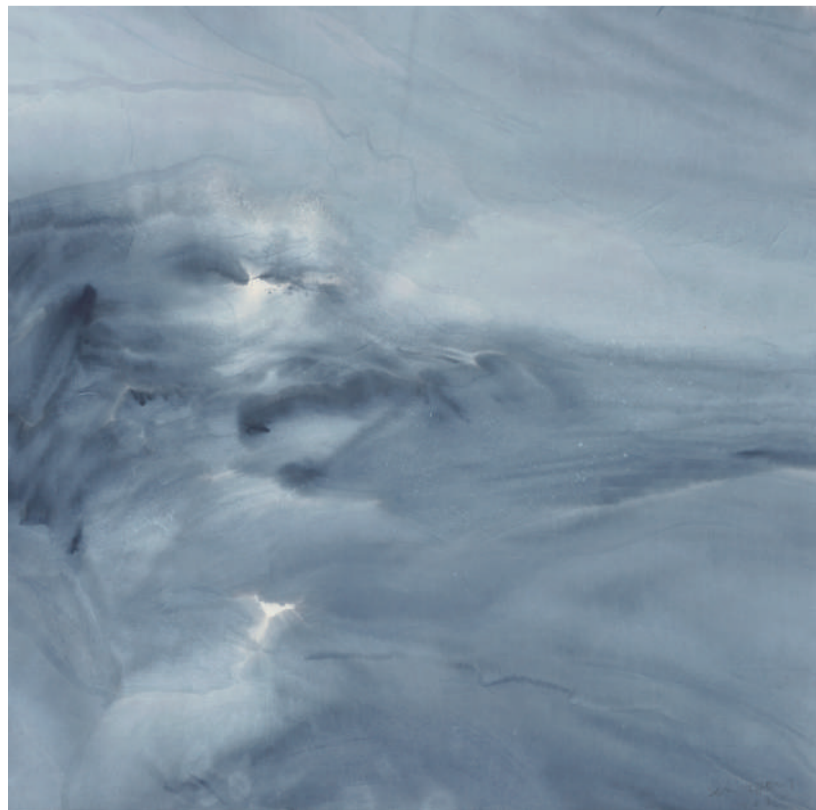
（文/王进玉）

他用最洁净的水、最单纯的色来描绘一个气象万千、令人神往的山水世界，一个涤荡尘埃、让灵魂得以栖息的精神家园，这不正是我们所期许的清静世界吗？

总的来说，他的水韵青花山水创作自成一家、别具一格，融合了整体的意象之妙与细节的抽象之美，既具有写意精神、传统意趣的自然抒发，又具有抽象意识、现代构成的自觉探索，很

好地架筑起了理解意象与抽象的桥梁和纽带，建立起了意象、抽象与笔墨现代性、当代性之间的自由联系和审美互通，为我们提供了欣赏与研究新时代、新语境下山水画尤其是没骨山水在当下发展的新语言、新图式、新范本。

他不落窠臼，大胆创新，完全异于传统没骨创作的泼、图、染等旧式技艺，而主要以“写”的方式进行，化实为



许振 水韵青花系列之二 69cm×69cm 纸本设色 2023年



许振 水韵青花系列之一 30cm×62cm 纸本设色 2023年



许振 水韵青花系列之三 45cm×80cm 纸本设色 2023年

信札传书蕴真情

我有一笔珍贵的财富——恩师沙曼翁先生的50多封亲笔信札。这也是我的精神宝库。

我随沙曼翁师学书的几十年间，经常专程登门当面向曼翁师请教。但是许多的问题和事情都需要及时沟通交流，虽说苏州与常州相距不远，受制于当时的条件，也只能依靠书信了。恩师的50多封来信，内容涉及艺术、生活、工作、健康等方面，特别是有几封专门谈健康的，对我来说显得格外珍贵，我每每读来心中都会涌起一股暖流，感受到恩师一片殷殷关爱之心。

1988年的大年初一，曼翁师一早起来就提笔为我写下了一封来信：“耿庵老弟，近得大札，知弟患病住院幸已稍差，惟须注重警卫与休息。承告红云产一女孩，大小人均安可喜可贺，亦当善自保养，免致后遗之患也，此来肝炎流行沪苏均甚不稔，常州如何？据传其根源在于广东蔓延于江苏上海，弟对日常饮食须注意焉。吾家尚安全，老妻偶发心脏病但无大碍，家务之劳虽为老姐分担，然终须自家操心。入冬以来我足不出户，笔墨应酬亦未多，暇时惟读书练字安贫乐道，岂有它哉。近有沪苏廿位青年在苏州博物馆自费合办书法展，极可观，盖能取法乎上，非死守羲献者也。老弟得暇可来看看，不尽一一。祝贤夫妇新年万事如意，幸福无量。曼翁顿首，戊辰元旦。”（图1）。当年的1月中旬，上海出现了第一例甲肝病人。之后，患者人数急剧攀升，开始每天约为一两百例，接着三四百例，后来是每天一两千例。至1月底，每天新增的甲肝病人已上升到一万例左右。当时不少

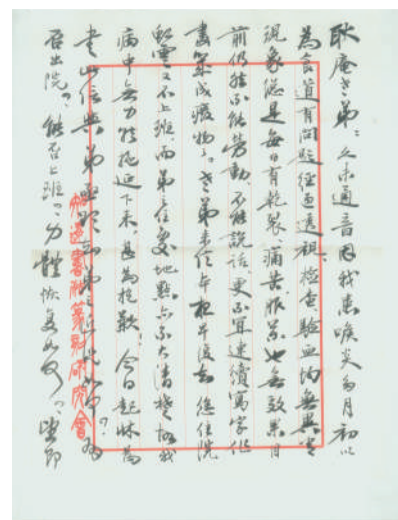


图2-1 沙曼翁信札之二

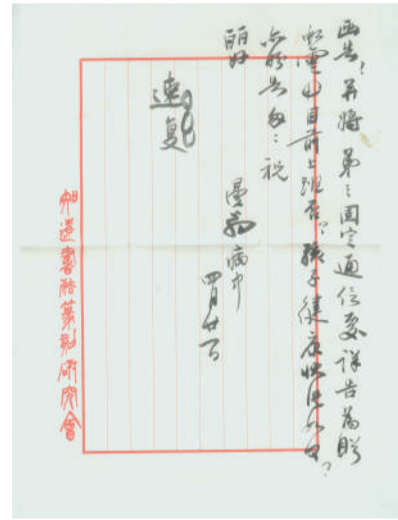


图2-2 沙曼翁信札之一

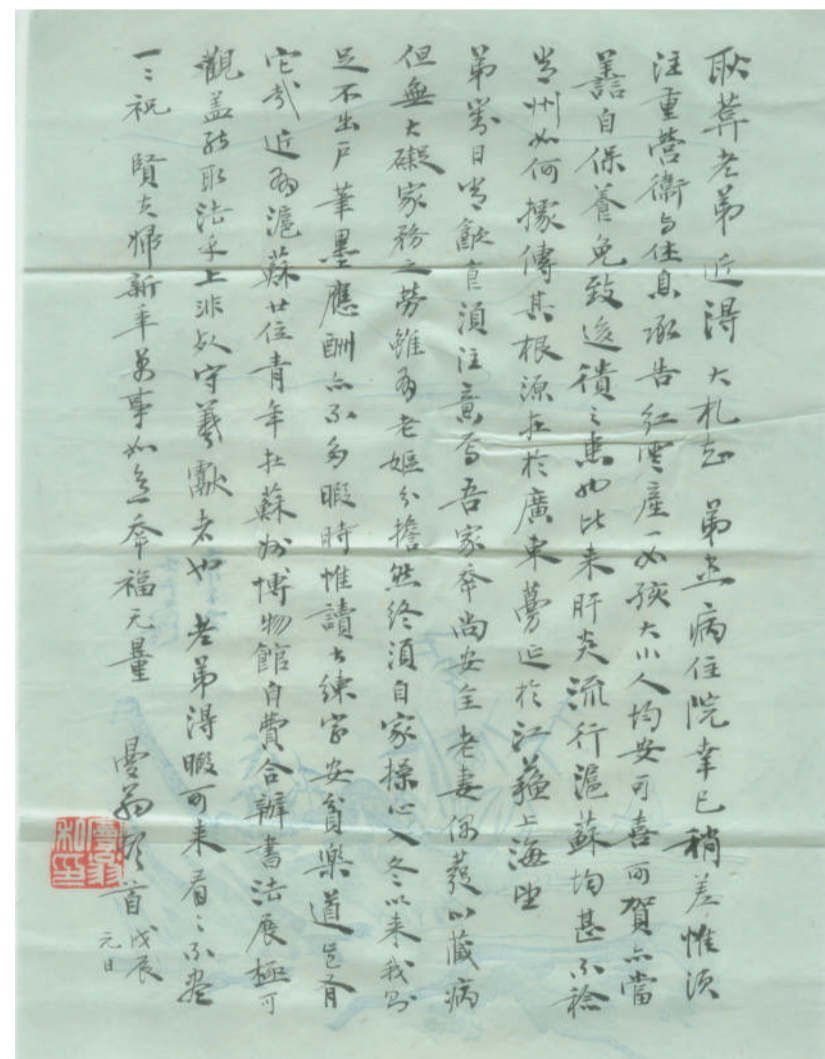


图1 沙曼翁信札之一

人显得特别紧张，如果听说某户人家有了甲肝病人，同一幢楼里的居民上下楼都不敢摸扶楼梯栏杆，有病人的家庭会很快被周围人“孤立”起来。我与曼翁师彼此牵挂着对方，于是曼翁师就写了这样一封信。

信是写在一种专用宣纸信笺上的，此笺当时不多见，比较珍贵，字体采用的是老人家擅长的小楷，风格极清雅，既呈魏晋人之书的古朴自然之趣，又有自己的笔墨融合其间，后面还盖了一方“曼翁私印”的白文印章，显然，曼翁师当时是有意留存我收藏的，由此可见老人家对我这个弟子的感情之深。收到此信后不久，当时我正遇患病住院治疗，夫人也刚生下女儿，后来我出院不久又因治疗不彻底而再次进入医院开刀，在住院的病床床上我回信专门向曼翁师告知了我前两次入院治疗的情况，并倾诉了自己的思念之情和当时低落的情绪。出院后一直在家休养，5月份中旬，尚处于休病假中的我去单位上班办事，结果又收到一封曼翁师于患病中给我的来信（图2），在信中老人家还在“速复”两字旁画了圈，我捧阅信后心急如焚，也没注意到来信的时间，以为老人家正患病中呢，第二天一早，我便携夫人一起急忙赶往苏州先生府上，见到老人家时我才知道，先生的病早已痊愈了，信是一个月前写的，而此时我的身体也基本康复。虽说我一时的粗心大意，没有仔细看日期，却带来了美好时光，师生相见格外开心，谈笑风生。临

分手时，曼翁师还一再挽留我在他家住上几天。我回去的第二天，曼翁师又专门来信，再三邀请我去苏州他家休养几天。

捧读来信，一股热浪在我心头涌动，我激动万分，不忍拂了恩师好意，便专门去了“听蕉轩”曼翁师府上小住了一周。老人家的书房很小，在正厅的后面，里面放了一张老式的写字台，一只书橱和一张小床，平时来客是不进他书房的，曼翁师就让我住进了他的书房。我整天陪他一起品茶论艺，欣赏他挥毫示范，师生俩难得一次在一起度过了一段最美好的时光。我回家后，曼翁又为我刻了一方“耿庵（庵）之玺”的白文印章，并来信叙说了师生相见的欢喜心情。老人家还特意在印章的三面刻下了这样的边款文字：“丁卯年夏余病患吴门，耿庵（庵）老弟前来探望，相叙甚欢，情真意切，尤属难能，病瘳后作此谢语也，并留念也。曼翁记丁卯六月朔。”“为耿庵（庵）仿篆，曼翁丁卯年六月。”他老人家用日记作笔记记录了这段令我永远的经历（图2），这几封曼翁师的来信，都是围绕健康谈了不少道理，这引起了我对身体健康的重视，为了健康，我在家整整休养了二十年。

如今曼翁师的来信成了我最美好的回忆。提笔写此文结束时，我已情不自禁泪如泉涌，感恩万分。曼翁师待我爱如己出，老人家虽不是我的亲生父母，却是我一生中至亲、最爱的人！

（文/羿耿庵）

本版稿件由《中国书画》杂志供稿