

如何实现敦煌艺术资源价值转化

编者按:敦煌艺术资源是典型的优秀传统文化资源,主要存在于莫高窟佛教艺术、藏经洞文物之中。前者包括490多个洞窟中的3000多尊彩塑、45000多平方米壁画;后者包括5万件文物中的纸画、绢画、刺绣、壁画粉本等。莫高窟佛教艺术、藏经洞文物,是敦煌艺术的代表。近日,第三届国际艺术金融发展论坛在敦煌国际会展中心成功举办,本版特邀中国艺术经济研究院副院长刘光教授的主旨演讲,并搭配敦煌石窟中的精品壁画,以期对读者更好地理解“创新优秀传统文化艺术资源价值发现”“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”提供一些启发。

当前我们对敦煌艺术资源价值的研究还不充分,对敦煌壁画价值的探讨大部分在艺术层面,主要集中于敦煌壁画的图像及形式语言,零星论及美学、审美、历史、学术、伦理、体育、科学等价值。但从艺术经济的角度看,这些并非敦煌艺术资源的核心价值,而是由核心价值衍生出的周边价值。

艺术资源的核心价值是其原生价值、本质价值,是基于艺术资源生成的一切艺术产品的价值源头,在价值群中处于核心地位、起主导作用、体现主体功能。

敦煌艺术资源的核心价值,是满足心灵慰藉需要。

敦煌艺术闻名于世不仅在于艺术形式,更在于艺术形式承载的以佛教为主体的精神信仰。关于莫高窟的缘起,流传最广的说法是,僧人乐僔路经此地,忽见金光闪耀,如现万佛,于是在岩壁上开凿了第一个洞窟。其后千百年间,善男信女不断开窟造像,表示对佛教的理解和虔诚。佛教对信众的意义在于获得内心的平静、和谐和愉悦。心灵慰藉是生命最深层的需要,是敦煌艺术长盛不衰的原动力。

利用艺术资源价值一是消费,二是投资,是否具有强大的消费功能、投资属性,也是衡量艺术资源质量优劣的重要标准。

相较而言,消费是敦煌艺术资源核心价值利用的主导方向。在经济脱虚向实的主调下,艺术产业必须具备强大的消费功能,才有投资属性可言。大众化,是扩大艺术消费规模的主要策略。真正实现艺术消费大众化,要求艺术产品具有广泛的消费群体、能够带来深入的消费体验、保持长久的消费时间。目前敦煌艺术资源的消费功能,主要集中在创意设计、文化旅游领域。前者主打将壁画的造型、色彩、意境应用于各类现代产品设计,后者主打将壁画元素应用于演艺、美食、研学、旅拍等。显然,二者基本局限于敦煌艺术资源的艺术属性,很少深刻触及慰藉心灵的核心价值。其结果,只是吸引到艺术创作者、爱好者,或者观光的普通消费者,导致复购率、复客率都比较有限。

而实际上,如何理解生命、看待人生是人类永恒主题。慰藉心灵不仅是古代敦煌艺术创造者的需要,也是当代人的迫切需要。近年大众普遍面临的问题是,在物质生活逐步改善的同时,各种压力也激增,其根本原因是工作、生活节奏加快导致的。帮助普通人从敦煌艺术中找到超越物质的精神寄托,创设艺术产品安抚消费者的焦虑和不安,给予消费者持久而深入的心灵慰藉,是挖掘敦煌艺术资源核心价值的突破点和归宿。

挖掘敦煌艺术资源核心价值的手段之二,是金融化。

挖掘艺术资源价值的金融化手段很多,针对敦煌艺术资源的核心价值,“供养人众筹”模式可能最有广泛性和持久性。众筹是古老的金融方式。供养人出资修建石窟由来已久,敦煌石窟过去的供养人既包括贵族、富商,也包括很多参与众筹的普通人。当代众筹金融以互联网为媒介、与金融科技结合,便于实现大规模资金募集,已经应用于艺术品投资、文化项目推广等。2018年,腾讯与敦煌研究院合作发起“数字供养人”计划,号召大众参与敦煌壁画的数字化保护,捐赠0.9元即可成为“数字供养人”。活动上线2小时便获得百万用户关注,为第55窟筹款200万元。

已有的“数字供养人”注意到了产品的消费功能、投资功能。比如2021年,腾讯与敦煌研究院发布的文博行业首个公益NFT,不仅借助区块链永久记录用户的公益行为,还结合非参观常规窟窟第156窟中两幅经典壁画,生成专属的数字供养人卡片,让用户以数字化形式近距离观赏壁画细节及洞窟全貌。2022年,敦煌画院发起的“敦煌山数字石窟众筹项目”,将数字供养人头像作为回报之一,并在随机组合发放的上万个头像中,混入10余个壁画的著名人物——僧侣、国王、王后、节度使等。稀缺性和深刻寓意,使其具备一定的升值潜力。

“供养人众筹”针对敦煌艺术资源的核心价值,可以利用区块链技术和元宇宙环境,由供养人在虚拟空间中的沉浸时间、体验深度,生成头像的稀缺度,让消费与投资联动。可以与艺术康养互动,将敦煌经典艺术作品作为感受式艺术康养的重要材料,将绘制、塑造敦煌艺术形象作为表达式艺术康养的途径,并将二者与艺术康养研学、艺术康养旅游、艺术康养静修、艺术康养课程、艺术康养展演等融合,让参与者获得持久的身心健康回报。把握敦煌艺术资源的核心价值,将让投资者、消费者获得更多货币收益或精神收益。(文/刘晓丹)



[初唐]第322窟 西壁龕內北側 佛、菩薩等

藏珍

得法有自 秀潤停勻

——读段玉裁篆书七言联

段玉裁(1735—1815),字若膺,号茂堂,江苏金坛人。自幼即好声音、文字之学,读书有兼人之资,著有《说文解字注》《六书音韵表》《诗经小学》《经韵楼集》等。

段氏晚年曾作《述笔法》一文,讨论用笔之法并记载执笔法的授受关系:“二王以后,至唐、宋、元、明诸大家,口口相传如是,董宗伯以授王司农鸿绪,司农以授张文敏,亳州梁闻山献得于闻知,余乾隆癸未,识闻山于都门,虚心问以笔法,告余如此”。

段玉裁书法以篆书见长,主要取法李斯、李阳冰两家,又因其终日校注《说文》,而善于将《说文》字头的篆书风格融汇其中,故形成了浑圆锋颖的雅正冲和面貌。

此件篆书七言联“若代香醪寻味淡,论如乐解会心清”就是段氏篆书风格的代表之作。香醪,就是美酒的意思。古人说“一杯山茗当香醪”,即以茶代酒,寻淡中至味;而经过复杂剖析,对经典的领会,也会更加超脱。这副对联的上下联说明了同一个道理:在浓烈、复杂之后,当有所抽离,品味清新、轻松的境界。这件篆书作品的风格,恰好是清新的、轻松的,在书写内容和书法风格之间,形成了相互的阐释。当然,这种看似超脱的风格背后又有些理性隐含着其中,甚至有些不食人间烟火的清冷贵气。这种篆书风格成为乾嘉时期训诂学家写书的一种典型和模范,对后世诸如王筠、苗夔、龚自珍等训诂学家都产生了一定的影响。(文/程小轩)



段玉裁 若代论如篆书七言联

本版由《中国书画》编辑室供稿,内容仅作学术交流,不构成任何投资建议

敦煌藏经洞中的“粉本”

敦煌保存下来的石窟壁画有45000多平方米,塑像3000多身,可谓数量庞大。虽然这些壁画和塑像是延续千年才形成的,并不是一个时代之作品,但即便是从某一个时间段来看,其营建的数量也是可观的。隋代国祚30余年,竟修建完成了70多个洞窟。如此数量庞大的壁画是如何生产出来的呢?

专家在藏经洞发现了一百多件被称为“粉本”“画稿”的绘画作品,经过与洞窟壁画的详细比对,很多学者研究认为其中的大多数都可以与洞窟相应题材的壁画对应,是当时画工在洞窟绘制壁画时所使用的“稿本”。南北朝时期顾恺之的《模写要法》和谢赫的《古画品录》中都强调了“传移摹写”在绘画中的作用。壁画制作者对“粉本”和“画稿”的继承与发展,就是一种绘画的实践与学习方法。当代艺术史家贡布里希在《艺术与错觉——图画再现的心理学研究》一书中,提出了“图式—修正”“制作—匹配”的艺术再现程式。这一图画再现的模式在中国古代石窟壁画的制作中得到完美印证。

不得不承认,这些藏经洞绘画“粉本”中,还有一部分作品看似与洞窟某类经变画题材有关联,却并不“完整”,或者说无法与洞窟内这一绘画题材完整对应,而是仅仅与洞窟画面的部分元素“相似”。德国汉学家雷德侯认为中国艺术创造范式以“模件化”“规模化”为基本特征,这是基于对古代中国器物、文字、绘画、建筑等制作过程的详细考察而得出的结论。“零件可以大量预制,并且能以不同的组合方式迅速装配在一起,从而用有限的常备构件创造出变化无穷的单元。”这就为进一步深入了解敦煌石窟壁画的制作过程和当时的绘画教育提供了更多佐证。

“粉本”是专门供画工参照的画稿,我国古代绘画作品中对此多有记载。如元代汤垕《画论》云:“古人画稿,谓之粉本。前辈多宝蓄之,盖其草草不经意处有自然之妙,宣和绍兴所藏之粉本多有神妙者。”郭若虚《图画见闻志》载:“王殷,工画佛道士女,尤精外人物……有职责、游春士女等图,并粉本佛缘传于世。”《寺塔记》中更是详细记载了范长寿

画西方变采用了阎立德“粉本”的情况:“三阶院西廊下,范长寿画西方变及十六对观宝池,池尤妙绝。谛视之,觉水入浮壁。院门上白画树石,颇似阎立德。予携立德行天祠粉本,验之无异。”可见,画稿在古代绘画中极为常见。

《金石萃编》卷一百四十四“吴道子笔”条云:“二观音乃唐吴道子笔。余以母氏苦目疾,访求累年,近方获于长安。僧惠潭因攀刺诸石,又系之以二赞,且俾世人瞻敬供养,同结善缘云尔。元祐辛未仲夏望日河南吕由圣遵古题。”如吴道子、郑法士之名家作画尚且依赖“粉本”,民间画工的情形更可想而知。杨弘、姜伯勤、沙武田、胡素馨、韦陀等学者都探讨过敦煌“粉本”与壁画之间的关系。不论是敦煌归义军时期沙州民间的“画行”,抑或是官府的“画院”及官府作坊,都会经常使用“粉本”和“画稿”在洞窟中作画,那么壁画的样稿则自然起到了教材和范本的作用。

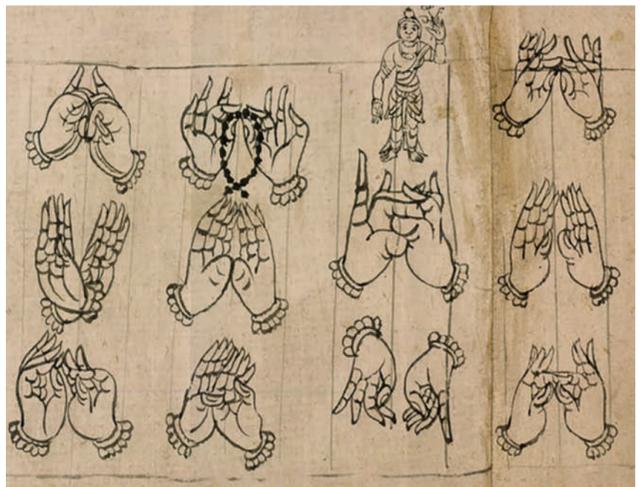
(本文节选自祁晓庆《藏经洞部分画稿或画工习作考》,作者为敦煌研究院副研究员,兰州大学历史学博士)



敦煌藏经洞出土的壁画粉本 纸本刺孔佛像



[初唐]第220窟 北壁药师经变西侧



敦煌藏经洞出土的壁画粉本 常见手印



[北周]第290窟 中心柱西向龕沿沿 胡人驯马



[初唐]第329窟 西壁龕頂乘象入胎伎乐飞天