

品特
艺术

PAINTING

第13辑 主编：杨利军



一
月
年
月
日
李
錦
丁



图书在版编目 (C I P) 数据

品特艺术. 第13辑 / 杨利军主编. -- 北京: 文化艺术出版社, 2013. 12
ISBN 978-7-5039-5748-2

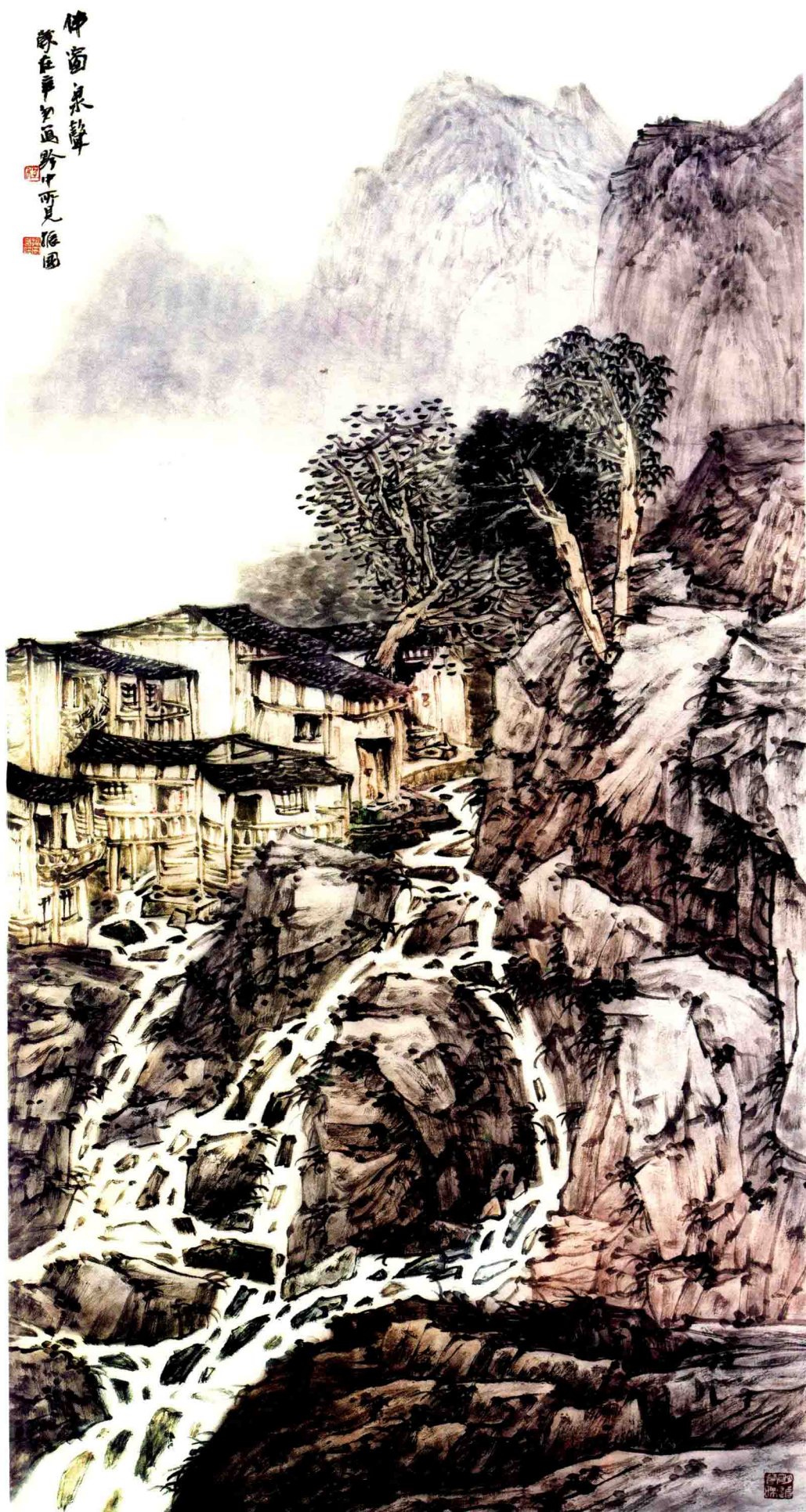
I. ①品… II. ①杨… III. ①汉字—法书—作品集—中国—近现代②中国画—作品集—中国—近现代③书画艺术—艺术评论—中国—近现代 IV. ①J222 ②J212.052

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 298118 号

品特艺术

主 编 杨利军
责任编辑 吴士新
装帧设计 北京博海升装订有限公司
出版发行 文化艺术出版社
地 址 北京市东城区东四八条 52 号 (100700)
网 址 www.whyscbs.com
电子邮箱 whysbooks@263.net
电 话 (010) 84057666 (总编室) 84057667 (办公室)
84057691—84057699 (发行部)
传 真 (010) 84057660 (总编室) 84057670 (办公室)
84057690 (发行部)
经 销 全国新华书店
印 刷 北京博海升彩色印刷有限公司
版 次 2014 年 1 月第 1 版
印 次 2014 年 1 月第 1 次印刷
开 本 230 毫米×300 毫米 1/16
印 张 8
字 数 50 千字
书 号 ISBN 978-7-5039-5748-2
定 价 38.00 元

版权所有, 侵权必究。如有印装错误, 随时调换。



伴窗泉聲
程振國畫於中所見

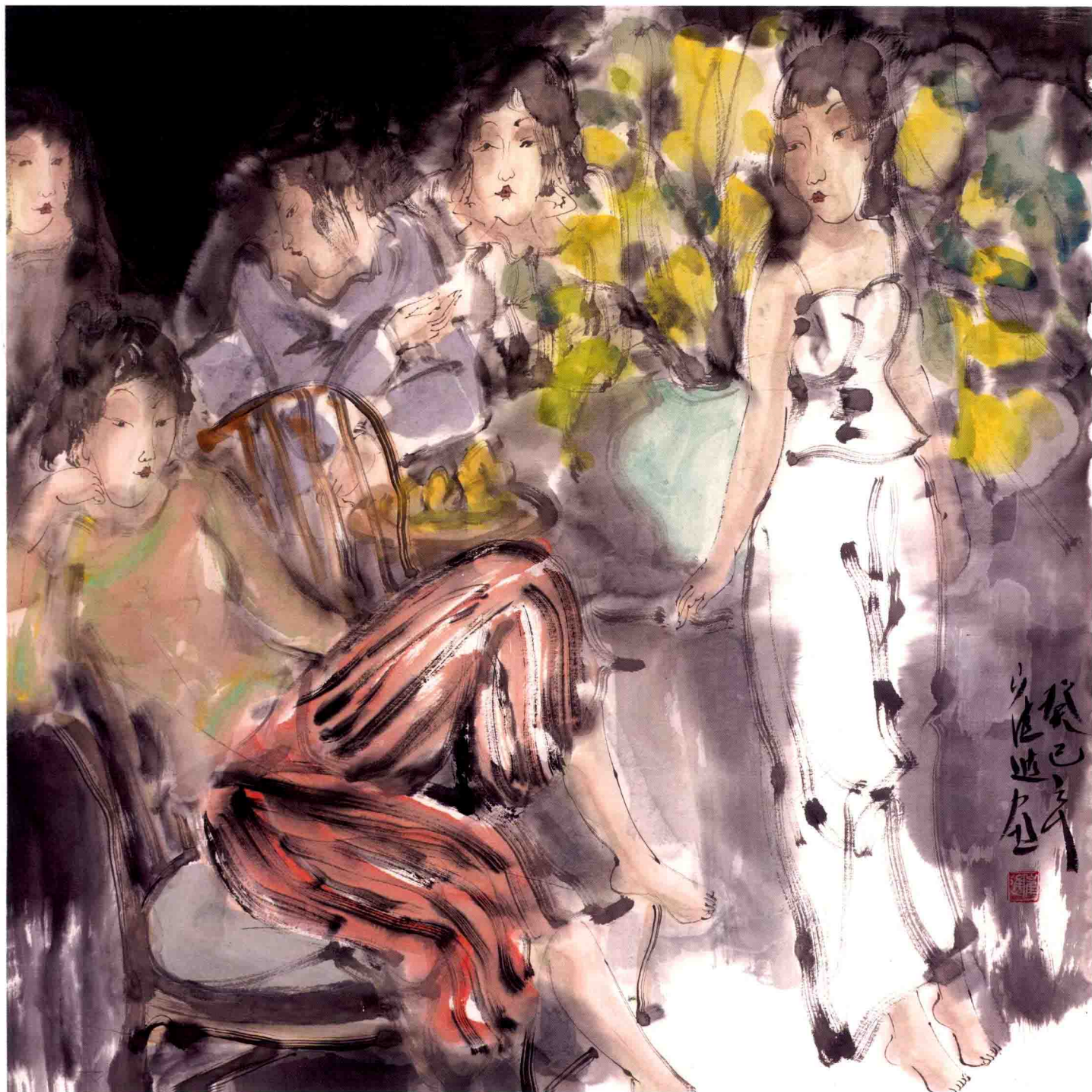
程振國 伴窗泉聲 136cm X 68cm



魏广君 画本所得亦真实意 180cm X 45cm



周矩敏 故园绿暗红深 96cm×90cm



崔进 浮生落影系列之十二 68cm×68cm



艺术

ART ADVISER

支持

PAINTING

艺术顾问 编委

学术支持单位:

中国画学会

中国油画学会

中国女画家协会

中国民间文艺家协会书画艺术交流委员会

支持单位:

中国归国华人艺术家协会

德国水墨画美术家协会

北京海华归画院

北京汉韵堂文化艺术交流中心

学术执行:

叶婉荣 隋秋红

王瑞怡 李全淑

孙克



孔紫



宋鸣



郭怡琮



李魁正



萧瀚



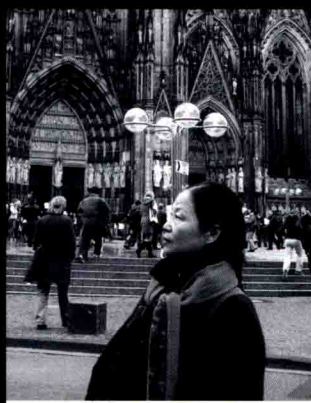
胡永凯



刘巨德



王仁华



胡明哲



苗再新



周逢俊



张立柱



李爱国



刘临



前言

FOREWORD

北京的冬天早已到来，寒风凛冽，百木凋零，可冬雪却久盼不至。追忆古人欣赏“千里黄云白日曛，北风吹雁雪纷纷”“御水冰销绿，宫梅雪压香”的美景，体味“孤舟蓑笠翁，独钓寒江雪”的悠闲，心中不免有些许的期盼。期盼大雪将至，但又叫嚣着让时间慢点，再慢点，让所有人都有机会回望 2013 年的得与失。

新旧更迭，一成不变与按部就班变得不合时宜，抓住每一个时间节点才是眼下我们最应关注的。时间划过 2013 年，赵无极的逝世，大黄鸭的漂流，曼德拉的离去，这些虽不能代表 2013 年，但却组成了 2013 年的基本轮廓。人的记忆力是有限的，有时候原本费尽心思想要记住的事情，却在不经意间被我们遗忘了，或许将 2013 年存放在书架上会比保存在记忆中更显清晰。艺术品需要雕刻与琢磨，时间似乎也是如此，雕琢那些时光中最美好或是最重要的片段，将它们组合或是拼接起来，剪辑成了人生这件作品。

每一年都有相同的季节，每一个季节都有相同的日子，在这无限的轮回之中，我们却拥有独特的风景与不同的记忆，主旨亘古不变，一直随心而动。希望 2014 年时间、艺术、人生能在我们手中雕刻出更好的姿态。

隋秋红
2014 年 1 月

新年特辑



赵无极

004

横跨中西画坛的“桥”垮了



刘勃舒

012

恣意坚持 逍遥天地
——记画马大家刘勃舒

王旭东

108

回眸 2013 展望 2014

- 002 雕刻时光
Sculpting in Time
——行走在 2013
- 010 大时代
Big Time
刘勃舒
齐辛民
程振国
周矩敏
魏广君
崔进
常朝晖
- 100 自然天成
Natural heaven
高永康
- 106 回眸
Retrospection
王旭东
冯兆平
张宝珠
郭东健
陈孟昕
杜觉民
胡宁娜
王家训
刘临
梁耀
许俊
牛克诚
李晓松
颜晓萍



魏广君 画本所得亦真实意 180cm X 45cm

雕刻时光

SCULPTING IN TIME

——行走在 2013

王瑞怡

我想说——

你有没有仔细地观察过畅销书榜单？无论是柴静的《看见》、刘同的《谁的青春不迷茫》，还是莱奥·罗格塞斯的《独自之旅》，都是在教导我们怎样在这个主义泛滥、新事物频生的年代找到自己安身立命之本，在拨云见日之前怎样耐着性子像小王子一样寻找与呵护自己的玫瑰花。

当生活的鼓点敲打的越来越紧凑，想要逃离的心就越坚定。让身体跟心灵至少有一个在路上的呼声更容易打动我们的内心。还记得初中课本中朱自清的《匆匆》让时间委身在空气中，乖戾地从我们身边划过，将无形的时间塑造成一个可呈现的三维立体形象如此真实地绽放。它将卢梭的人人生而自由，却无往而不在枷锁之中的观点演绎得酣畅淋漓。

时间是我们最大的枷锁，没有人能够摆脱，因此在不能无限延展生命长度的前提下拓宽时间的宽度变成我们最大的课题，物欲与贪婪也就这样诞生了。时间没有留下我们的痕迹，但我们已经走过；空间没有留下我们的身影，但我们已经历。

还记得几年前一个人在丽江的 café 观察窗前的行人，恍惚可以从他们身上嗅到自由的味道，不论是闲庭信步的老者，还是步调轻盈的孩童，似乎都可以让时光静止，让细小的时间无限延长。我当然知道这只是主观认知的错觉，却甘心被这假象所蒙骗。在 café 中拾起一本表面已有些许破损的《丽江的柔软时光》——它悠然地躺在沙发上，书中的文字包含了丽江独有的柔美、娇艳、性感与妩媚。橙黄色的阳光游荡在封面上，光束中漂浮的细小微粒随之起舞，我那被时间追赶的日渐麻木的头脑也慢慢融化，那一刻，时光、思绪貌似幻化成了手中的泥土，可以揉捏成不同的造型，雕刻出不同的姿态。

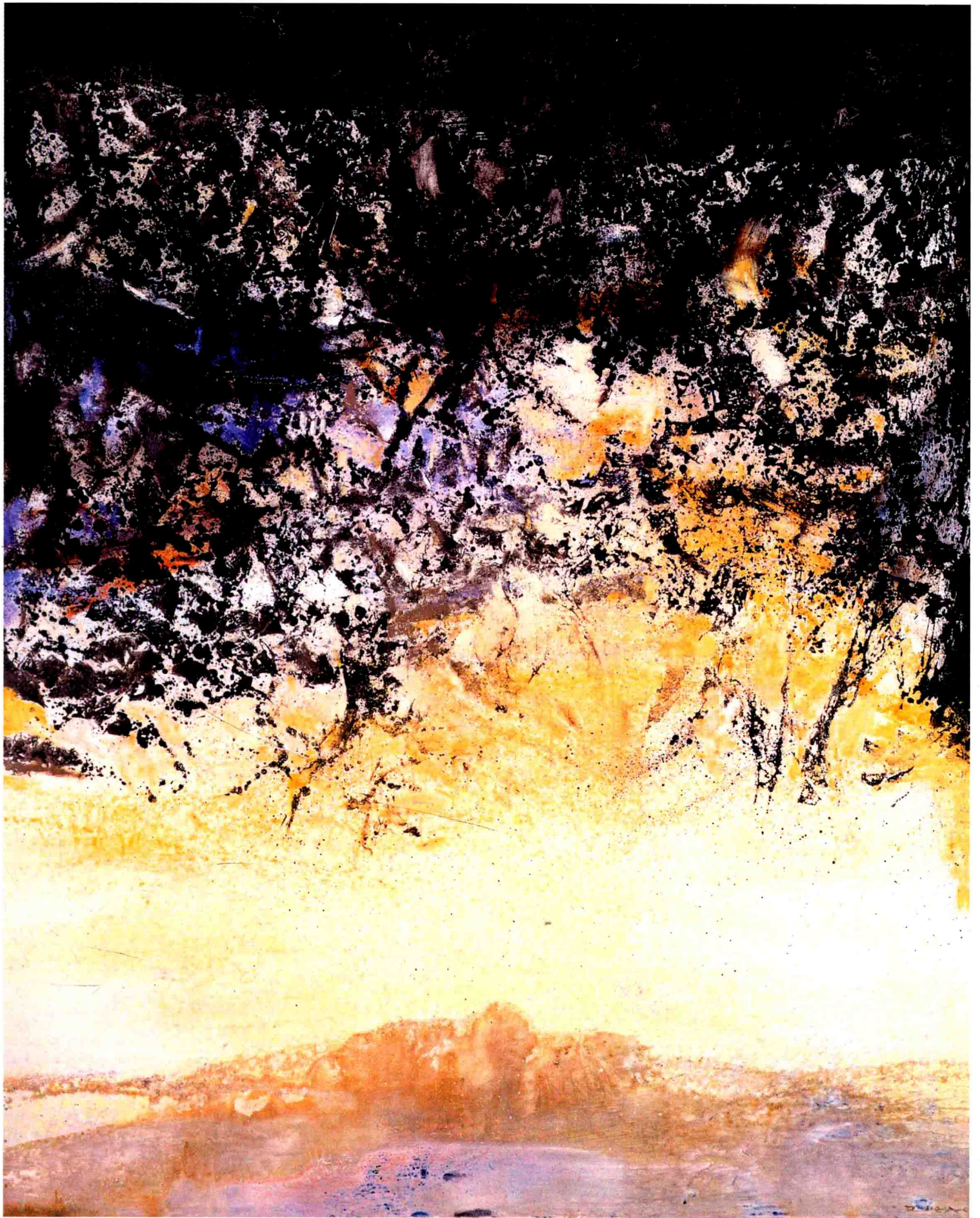
跨过 2012 年 12 月 31 日，我们这些跨越过世纪，走过末日的伙伴在 2013 年又体验了怎样的美好，经历了怎样的心路？作为人生路上的行者，我们结伴而行却又孑然一身，我们彼此影响却又各自登上征程。

2013 年 4 月 9 日，被誉为海外华人“艺术三宝”的赵无极因病去世，享年 92 岁。他，是享誉世界的抽象派大师；他，往来于现代与传统之间，是东方和西方的使者；他，将中西方绘画方式融合到一起，在 100 多个国家引起轰动。

2013 年 5 月 2 日，一只大黄鸭引发的全民关注开启了大家对于公共艺术的展望。艺术不应该只是小部分人群孜孜不倦的追求，还应该发挥更大的教育意义。大黄鸭之父弗洛伦丁·霍夫曼对于艺术的解读与他的艺术理想也鼓舞了新一代的公共艺术家。成功与失败、坚韧与妥协之中必然会有一条适合我们走的路。

2013 年 12 月 5 日，南非国父，这位诺贝尔和平奖的勇士永远地离开了我们，但是他用自己一生教会了我们坚持与付出。他一生致力于建设平等自由的新南非，主张种族和解，关注贫困和教育。他用自身的魅力赢得了全球人民的尊重与爱戴，同时还在南非艺术收藏方面做出了重大贡献。

站在新一年的转点，我们在总结的同时也要期许下一个开始。有人说人生是一场戏，你方唱罢我登场；有人说人生是一部电影，每个镜头都是时间的缩影。代表 2013 年的影片将要落幕，那 2014 年你的企划开始了吗？



赵无极作品



一、横跨中西画坛的“桥”垮了

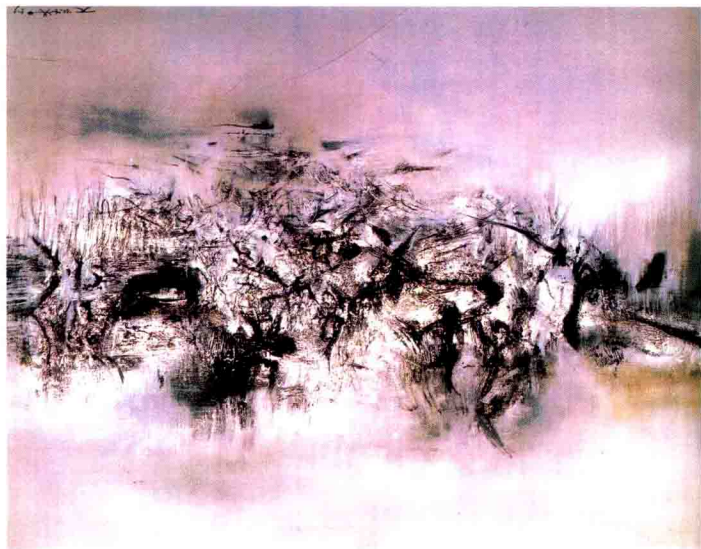
赵无极，1921年生于北京。童年在故乡江苏南通读书并学习绘画，后随全家迁往上海。他是宋朝皇族的后裔，父亲是大银行家。1948年，他与第一任妻子谢景兰共赴法国留学，自此便定居法国。这位顶级抽象绘画大师，以中西合璧、极富国际视野的抽象油画享誉世界，其作品被视为东方抽象的精髓。在法国，他甚至被视为与长城、孔子并列的中国文化符号。在此之前，我们关注了太多他的经历、他的婚姻、他的遗产风云，却恰恰忽略了最重要的——赵无极本人及其对待生活、对待家人朋友的态度。

1925年，林风眠从法国留学归来之后就担任了当时中国著名的艺术教育高等学府杭州艺专的校长，赵无极是当时杭州艺专年龄最小的学生。一次作业展览上，赵无极的彩色写生引起了林风眠的注意，他认为赵无极在构图、色彩的把握和表现方面都有过人之处，并关照任课老师吴大羽先生重点培养。

赵无极从小就认为中国绘画从16世纪起就已经失去了创造力，只会抄袭汉朝和宋朝创立的伟大传统，在反复和临摹间停滞不前。因此，赵无极在上中国水墨课期间不仅从教室逃出去，还在考试时涂鸦了一个大大的墨团题上“赵无极画石”。这让治学严谨的潘天寿先生认为是“目无师长，戏弄国画”，并向校方提出开除赵无极，



赵无极作品



赵无极作品



赵无极作品

但林风眠劝他说：“赵无极上课逃课，考试不认真，是要严肃处理，但念其年幼无知，先由吴老师批评教育，看看态度，如果能认错，我看这次就不必开除了。潘先生，您看行吗？”此后，赵无极再也没有逃过国画课，还在国画修养上有了长足的进步。赵无极毕业后，林风眠聘其为助教并鼓励他出国，还特意在他深造期间为他预留了一个教授的位置。

20 世纪 60 年代后，师徒二人失去了联系。1972 年，赵无极应邀回国参观，他回国的第一件事就是寻找林风眠，虽追寻未果，却惊动了周恩来总理，在总理的过问下，师生二人虽来不及见面，

但林风眠却得以重获自由。

两年之后，时任上海市委书记徐景贤在《解放日报》上发表了他亲自定稿的长篇文章《一本地地道道的复礼、翻案的画册》，组织了“坏画”展览，开批评大会，将矛头指向周恩来总理，林风眠的画作《山村》也受到了严厉批评。此时林风眠身处绝境，但突然接到让他会见外宾的通知，匆匆赶去才知道“外宾”竟是三十余年未见面的学生赵无极。众目睽睽之下，林风眠不知如何应对，赵无极却疾步而来长跪不起，师徒二人抱头痛哭。林风眠与赵无极的师生情怀完美呈现了中国传统文化中极其推崇的尊师重道观。



二、大黄鸭的是是非非

从香港到北京，这个萌物让维多利亚港及颐和园变成了浴缸，各种宣传铺天盖地，大黄鸭的走红自然少不了背后各种媒体的运作，但最值得关注的还是在以下五方面。

（一）大黄鸭走红的群众基础

西方人会在孩子的浴盆中放上一只 Rubber Duck，它陪伴孩子度过了无忧的童年，因此大黄鸭的出现让他们倍感温馨。加之2006年一则“小黄鸭”的新闻引起了大家的关注——1992年，一艘从中国出发的货轮在驶往美国华盛顿州的塔科马港途中遇到强风暴，一个装满2.9万只浴盆玩具的货柜坠入大海后破裂，黄色的鸭子、绿色的青蛙和蓝色的海龟在海洋这个大浴缸中伴随洋流运动，历时15年漂洋过海，历经万难，最终在英国、美国登陆。在它们环游世界的过程中，世界各国出现了一批由海洋爱好者自发组成的“追鸭族”，专门寻觅“鸭子行者”的踪迹，且最初从中国进口这批鸭子的美国公司也曾表示愿意以每只100美元将鸭子收回，这也在某种程度上为大黄鸭的走红做了前期宣传。

（二）大黄鸭走红的特征

媒体将大黄鸭塑造成公共艺术的形象，但大家究竟是如何看这个问题的呢？它如此受追捧是因为本身所具备的艺术特征，还是民众盲目的跟风追捧？几百万人为这只大黄鸭欢呼的根源究竟为何是我们所关注的问题。从三方面来看：

1. 鲜明的符号性。将一个司空见惯的小饰物用夸张手法放大到极致，是霍夫曼惯用的艺术手法，也是在纷繁复杂的视觉信息中打造鲜明符号性的常用手法，正如鸭爸爸霍夫曼说：“当一个你习以为常的小东西变得很大很大、甚至比你自已都要大得多时，你才会开始真正观察它、感受它。而且它会将所有的观察者连接为一个共同体，不是吗？”大黄鸭的出现增强了中国本土空间艺术缺失的愉悦感。

2. 具有传播和解读潜力。从传播角度看，大黄鸭在中国的火是与中国现在最流行的微信、微博分不开的，每一个自媒体都成为了传播的中介，但是为什么大家愿意关注它？从形象上看，它虽没有唐老鸭、米老鼠那么经典；从动画造型上，看它甚至有些粗糙。但是它天生的“萌”感和它自身的无辜、天真、无邪、没有思考以及放空的状态都让大家对它萌生爱意。

“话题性”是当今传播的主要导向，也是很多商品流行的原因之一，在公共区域突然出现的庞然大物自然会让大众、媒体蜂拥而至，新闻效应不断增温。当然，娴熟的幕后操作与社会各界的精英人士从各方面各角度的分析、评论、解读也是大黄鸭持续走红的原因所在。在香港，大黄鸭吸引了刘德华等一大批具有影响力的娱乐

明星，让欣赏大黄鸭演变成了 fashion 事件。

3. 不言而喻的商业性。香港人口总数为713万，据相关数据统计大黄鸭在港期间共有八百万人现场参观，平均每天有27万人观看。先不说这个数据是否可信，但来港游客明显增加，消费指数上涨，虽然它被安置在公共区域的维多利亚港，但借此宣传香港促进旅游的目的很明显。它为香港旅游业带来的可观经济利润，让香港政府决定，计划在接下来的一年投入23亿港币，支持类似的公共艺术项目。9月6日，大黄鸭正式进驻北京，被安置于收费的园博园和颐和园，声势浩大的宣传与门票收入的关系也引发了人们的联想。

（三）大黄鸭是当代艺术品还是商品推广

一些艺术家对大黄鸭的属性问题提出了疑问，大黄鸭是艺术品范畴还是商品范畴？

如果大黄鸭的作者霍夫曼在创作大黄鸭之初是香港 TOLO 玩具公司指派其使用“TOLO 浴盆鸭”的形象，那大黄鸭是否应被看做是“TOLO 浴盆鸭”的商业衍生品而非独立的艺术作品？

一些评论家提出艺术品需要三方面因素：1. 主体是艺术家。2. 主体宣称客体是艺术品。3. 公众认可其价值。我们以此为出发点分析一下大黄鸭：首先，我们承认弗洛伦泰因·霍夫曼是艺术家；其次霍夫曼对外宣称大黄鸭是他的创作作品；再次，大黄鸭在维多利亚港受到民众的追捧以及媒体界的广泛关注，它的价值已经得到了认可。而且部分人士认为在创作过程中，他将原形用不同的材质表达，进行完善与再创作的过程中将自己的艺术理念添加进去，完成了他的艺术再创作，如果从这个角度看，大黄鸭当属艺术品范畴的。

或者我们换一种说法，它是不是艺术都好，但我们要明确自己的态度，不要盲目跟风，也可以把它理解为一种“艺术”延伸。大黄鸭自身推行成了一种文化符号或者叫文化现象，它迎合了社会与大众心理的情趣。它能够在中国引起这么大的反响，并进入公共空间，影响公共生活，构成这个时代所需要的某种符号，它的目的就达到了。

大黄鸭最大的意义在于集体参与性，每个人在它身上都找到了属于自己的乐趣。这种艺术行为方式是可以借鉴的，如果我们可以创造一种美的形象并将自己对美和艺术行为的理解介入其中，对大众来说都是一件值得提倡的事情。但这里引出了一个“商业与艺术关系”的话题，原创作品通过艺术家的介入而声名鹊起，本不



2013.5.2 - 6.9
Harbour City

是一件坏事，但如果把商业营销定位为其最终目的就很难被大众认可。虽然今天的艺术与商业的暧昧关系使得艺术品需要借助商业平台来推广，但营销艺术始终都无法让大众接受。同时我们应该警醒这种形态。

（四）大黄鸭是否侵权

第一种观点，从宏观上来说，鸭子就是鸭子；从微观上来说，比如一张图片，放大或者缩小后的像素是不同的。鸭子的放大和缩小后是不同东西，因此不构成侵权。

另一种观点认为，霍夫曼在没有得到香港 TOLO 玩具公司授权使用其原版玩具鸭的前提下，利用原版形象开发同类商品就构成了侵权。但从深层上来讲，如果香港 TOLO 玩具公司不予阻止、追究，那这种行为算不算合法？如果不合法，除去香港 TOLO 玩具公司，其他机构或个人是否有权干涉和追究，还是只能放任自流？

从搜集到的资料看，第一，霍夫曼在 2007 年第一次发布了大黄鸭后，就开始制作大黄鸭的缩小版进行销售；第二，2008 年至 2009 年，他和 TOLO 玩具公司开始合作生产限量版玩具小黄鸭；第三，2013 年，大黄鸭作者授权除 TOLO 玩具公司以外的至少另外两家中国公司，分别以大黄鸭的形象开发同类形象商品。这一系列的信息带给我们的困惑是不言而喻的。同样让人费解的是，香港 TOLO 玩具公司的沉默态度，不仅没有起诉霍夫曼的打算，似乎还很赞同霍夫曼的做法。

我们说大黄鸭侵权还应牵扯到两个版权问题：商业版权是保护

版权所有人利益的；艺术版权就有更多的空间，艺术更多的是表达某种想法，作品只是一种媒介。如果仅仅作为一件作品，那大黄鸭宣称将城市变成一个大浴缸，这种感受很多人都得到了，它的目的也就达到了；如果作为一种商业宣传手段来讲，像黄鸭这类实用艺术品即使不受到《著作权法》保护，也应受到《反不正当竞争法》的保护。如果原版玩具橡皮鸭已经作为产品投放市场，那么霍夫曼的行为构成的是不正当竞争行为，也就是日本《不正当竞争防止法》上规定禁止“对他人商品形态的酷似性模仿行为”。而在我国则只能利用《反不正当竞争法》第 2 条规定一般条款来规制这种不正当竞争的行为。

当然，法律的事情还要交给专业人员来做最后的裁决，但合理怀疑与思考是民众的自我权利，应该鼓励讨论和参与。

（五）大黄鸭引发的公共艺术思考

我国公共艺术规划缺位，发达国家规划（plan 或 Planning）一件艺术作品进入公共空间，是要通过政府周密规划的（被称为 Public art master plan）。规划的产生是伴随着发达国家城市化文化发展、市民社会的兴起而兴起的，是关于什么是公共艺术和关于什么是好的公共艺术的关注。其次，概览社会学界、城市学界、艺术界讨论的焦点，最近 10 年讨论的问题较集中在程序的合法性上，不仅包括艺术品本身在哪儿做？怎么做？由谁来做？还包括艺术产生过程的公共性，通过法定的程序来实现对公共事务的广泛参与。



PAINTING