

欧阳中石先生以书法家、书法教育家名重当代。在书法实践上,他以行书最擅,形成了刚柔并济、潇洒遒劲的风格。在书法教学上,他主张教师以诸体兼善、中正平和为要,讲究深入传统。“望远能知风浪小,凌空始觉海波平”是他中年时的名句。上世纪90年代,他应邀赴山东蓬莱,在渡海的船上偶遇大风浪,胸中涌出豪情诗意,创作出此联。先生书法以自书诗文为特色,本作品体现了他的学识精神与书风形式的高度统一,整篇一气呵成,敦实有力,笔力潇洒遒劲。

——钱晓鸣

## 新作赏评

书法 (68×138cm)

欧阳中石 作

### “感恩自然·中国梦”艺术展

6月5日,“感恩自然·中国梦”艺术展在位于肯尼亚首都内罗毕的联合国环境规划署总部举办。本次艺术展上展出了中国画家董希源特意为此次展览所做的《非洲——中国十大珍藏动物系列》和他绘制的8个“德化白瓷”圆盘、2个瓷瓶,以及48幅具有代表性的中国传统水墨画。每年6月5日,联合国环境规划署都会邀请全球各国的环保部长以及环境保护人士、环境保护组织集会,以推动全球环境保护。董希源希望用中国的艺术方式,表达对保护环境的关切和呼吁。“给自然留下更多修复空间,给农业留下更多良田,给子孙后代留下天蓝、地绿、水净的美好家园”。



### 笔墨东方——2013中国书法艺术国际大展

“笔墨东方——中国书法艺术国际大展·国际论坛”6月14日至16日在成都国际非物质文化遗产园举办。此次展览由联合国教科文组织、文化部、四川省人民政府、中国联合国教科文组织全国委员会共同举办,是第四届中国成都国际非物质文化遗产节的重要环节之一。展览征集了来自中国、美国、加拿大、英国、法国、澳大利亚、日本、韩国、新加坡等十几个国家的书法家的作品。学术论坛邀请国内外100余名书法家、理论家就书法的过去与未来发展进行探讨。本次展览从传统书法和现代书法两个维度对当今书法格局进行了全面梳理,同期举办的“中国书法国际论坛”旨在从学术和创作两方面弘扬中国书法的艺术精神,在国际文化交流的大格局中彰显中国书法的独特价值与艺术魅力。

### 灵怀独诣——吴镜汀书画艺术精品展

“灵怀独诣——吴镜汀书画艺术精品展”6月20日至7月16日在北京画院美术馆举行。展览由中国美术家协会、北京美术家协会、北京画院共同主办,共展出吴镜汀山水画、书法等60余件精品佳作,作品创作年代跨度从20世纪40年代至70年代。本次展览不仅是对吴镜汀书画艺术的梳理,也是对这位山水画家的最好的纪念。吴镜汀的艺术经历清晰地反映出京津地区中国画发展的历史脉络。展览通过将吴镜汀部分写生作品与原作对照,不同时期作品相互比较,为观众展示了这位已故山水画家的艺术流变历程。



### 欧洲铜版画艺术特别展和浮世绘艺术展

6月15日,由李可染画院主办的“欧洲铜版画艺术特别展”和“浮世绘艺术展”在北京雍和艺术区开展。展览展出了200幅欧洲铜版画和日本浮世绘艺术作品。展览旨在向人们展示版画的艺术魅力,同时为学习美术的学生提供学习素材。画展举行了简短的开幕式。邹佩珠、李庚、姚鸣京、李晓明等参加了画展的开幕式。李可染画院执行院长李庚表示,铜版画是世界艺术中非常独特的一种艺术,在漫长的历史时期中诞生了很多巨匠和伟大的作品,例如伦勃朗、丢勒、戈雅、毕加索等。本次展览以荷兰画家伦勃朗的生涯创作为主线,展出了其在1660年至1870年的40张铜版画。

据悉,展览将持续到6月30日。



### 疆域行歌——北京画院少数民族题材作品展



到北京画院主办的“疆域行歌——北京画院少数民族题材作品展”5月30日至6月10日在京展出。这是北京画院画家首次以集体形式在北京画院美术馆亮相。展览聚集了20余位画家创作的国画、油画、雕塑、版画作品40余件,艺术家们以各自的方式,传达着他们在少数民族地区体验到的自然与人性之美。各具特色的少数民族风情和丰富多彩的民族文化是最令人向往的原生态艺术创作之源。而各少数民族文化中贴近自然、流露天性的文化吸引力,更是感召着一代代艺术创作者深入少数民族地区,亲身感受、吸收并创作出具有独特艺术表征的美术作品。

自2011年7月新华社租用纽约时代广场上一块面积最大、位置最优的广告位开始,就注定了在这里将要上演一场又一场的时代好戏。其潜台词是,中国强大了,能够租得起,用得起;而对于一些人来说,这又是一处能够施展才华的阵地,或者说又是一处能够获得利益的宝地。如果说刚开始用于宣传国家形象的广告还算靠谱,尽管这与周边铺天盖地的可口可乐、保诚人寿、三星等国际大型跨国公司的广告宣传相比,有点鹤立鸡群的味道,不过基于“国家形象”的宣传毕竟有益无害。紧接着的“五粮液”和“格力”等商品的相继登场,就回归到了广告的本体属性,显现出了企业之间的竞争,有钱有利就上,无钱也只能“望屏兴叹”。随着时间的推移,这个广告位的“国家形象”在回归广告本体之后也渐渐失去了当初的魅力。毕竟说法不同了,从“这是中国重塑全球形象的一个重要步骤”,到广告运营方式,在时代广场的这个广告平台上也毫无例外地体现出了以经济利益为主导的公平竞争原则。

可是,2013年的5月底,与时代广场诸多广告完全不同的一则广告却打破了此前回归法则和规律的平静。人们难以想象的是既不是跨国公司,也不是国际知名企业,仅仅是一个“中国国画宝级大师排行榜”出现在纽约时代广场的大屏幕上。想宣传什么?想卖什么?几乎是可以一眼洞穿。这个不知由来的排行榜前5位是李可染、吴冠中、林风眠、傅抱石、徐悲鸿这几位过世的大师,后5位是健在的知名或不太知名的画家,显然这个“国宝级大师”有着商业炒作的目的或意义,连接着当下中国铺天盖地的书画家的广告宣传,连接着纷乱无序的中国艺术市场和学术氛围。如果说,有人出得起钱做这个广告来宣传这个无厘头的排行榜,只是为国人增添一点茶余饭后的谈资,好像也无碍大局,商业广告而已。然而,可笑的是,最初出来的新闻却让人难以置信这个排行榜有着超艺术的神力。新闻的标题就已经极具震撼力——《建国后中国国画宝级大师首登美国时代广场震撼全球》。不得不佩服策划人的魄力和胆量,也不得不佩服策划人有此愚弄世人的昏招:

“中国国画宝级大师首次出现在美国时代广场这个西方文化的核心圈震撼了世界,成为民族骄傲。据报道,西方大国200余家主流权威媒体关注十大中国国画宝级大师,‘东方艺术热’在西方文化强国刮起了一阵旋风。”

“此次美国权威机构发布的中国国画宝级大师作为中华文化的代表,首次登上世界文化的中心舞台,受到‘世界文化艺术核心圈’的高度礼遇,成为民族骄傲,也引发了中华民族自豪感的大爆发。”

“纽约时代广场作为世界文化中心、最为繁华的商业中心和传媒中心,也是世界文化艺术潮流最重要的风向标。每天发生在这里的潮流趋势,都成为世界主流文化的代表,这里也被视为世界文化艺术最重要的交流场所之一。世界精英在此聚集,使得时代广场成为美国乃至世界最重要事件和活动的聚光焦点。东方文化艺术正在全球最主流的市场中得到推崇和展示,被业界视为东方文化艺术崛起的重要象征。”中国国画宝级大师在美受到强烈关注和推崇是继中国国家宣传片荣登纽约时代广场、韩国歌手‘鸟叔’朴载相在时代广场跨年演出之后,对世界的又一次震撼。”

可以说这是绑架民族情感的一场闹剧,丢人丢到了国外。一个不知何谓“美国权威机构”的“美国权威机构”,忽悠出一个无从考证的“西方大国200余家主流权威媒体关注”,制造了一个无法抗衡的“对世界的又一次震撼”,是这个排行榜时代特有的产物,而时代广场广告上出现的这个“中国国画宝级大师排行榜”就是当下忽悠的代表作。商业炒作借助于民族情感往往会收到奇效,因为一般人不知究竟,也难究缘由。就是一则广告而已,怎么就成了受到“世界文化艺术核心圈”的高度礼遇。真的不知道这个广告的主家是谁,如果还需要有一点像当年刚接手宣传国家形象的尊严的慎重,那么,在这个被称为“世界文化中心、最为繁华的商业中心和传媒中心”的时代广场出现这样的广告,其滑天下之大稽的愚蠢加愚昧,难道不需要反省吗?相信任何一个看到这则广告的中国人,可能都难以“引发了中华民族自豪感的大爆发”,反之,则会引发思考消费民族情感在当下的道德底线。对于民族情感的过度消费,近年来已经成为中国社会难以抑制的流行怪病,它与中国社会体制中的各个方面相连接,会产生难以预估的经济力量,其中外国的水龙头不仅被忽悠成“国宝”,而且价格被数以百倍的翻番。当代中国书画和各类艺术品在这一民族情感的消费中,出现了史无前例的狂热,画不见高,其价则不断创高。当然其中有画家的内因,比如对于大师名号以及金钱和利益的追求,但世风日下也是原因之一。

对于中国画家而言,自古就有“人品不高,落墨无法”的说法,因此,先贤所论“学画者先贵立品,立品之人,笔墨外自有一种正大光明之概。否则画虽可观,却有一种不正之气”。时至今日,举目远望当代中国画坛,除了各种乱象丛生,就是为了金钱和利益的不择手段。为了“中华民族自豪感的大爆发”,画家更应该在本体范围内修身养性,先做好人,再画好画。成为好人,有了好画,无需出钱到时代广场去做广告,而是会很很有尊严地被请进离时代广场不是很远的大都会博物馆或其他著名的博物馆,这是世界的无字碑。看看那些西方的大师,都是安享在博物馆中,没有谁混到时代广场的广告上去的。

## 视觉前沿

以绑架和消费民族情感的人品很难达到正大光明的画品

□陈履生