

<<艺术板砖>>

图书基本信息

书名：<<艺术板砖>>

13位ISBN编号：9787806635711

10位ISBN编号：7806635718

出版时间：2008-10

出版时间：中国书店出版社

作者：西沐 著，彦伯 绘

页数：352

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<艺术板砖>>

前言

板砖：一种形而下的艺术市场批评关于艺术批评的问题，已经有了不少的研究与评述，但对于现今的艺术市场批评而言，不少人还是有话要说。

这本《艺术板砖》旨在与当下形而上的重赞誉，轻批判；重描述，轻分析；重人情，轻艺术的所谓轻批评不同，在这里，我们可以称之为形而下的重批评。

当然，也许会有一些看客称之为诋毁，但这并不可怕，“破”与“立”本来就是一种批评的辩证哲学。

在许多人看来，当代中国艺术可能是一道奇异的风景，但景中之人已经无可回避地站在了艺术市场化的十字路口，虽然有时还并不适应，但毕竟已经行走在路上。

在行进中，无论怀抱什么样的理想，民族复兴的大潮与国运的强盛都会为我们做出备注。

很难找出哪个时代的艺术家会像今天的艺术家这样一方面在艺术中迷失，另一方面又享受着市场带来的快感；并且，在很多时候，市场还未来得及品味好与坏、高与低，他们就大度地捧出物质利益与不明就里的所谓艺术互通与交流，似乎是市场的慷慨大方让艺术变得怡然自得。

每一个人都明白，物质利益是好东西，而对于什么是好的艺术、好的艺术作品，却并不是每一个人都能评价的，很多时候，这是研究专家关注与研究的课题。

这种信息的不均衡会给艺术品市场带来什么样的后遗症，虽然今天还未能全面地看出，但已初露端倪。

于是，很多现象令人心痛不已。

在当今的供养环境下，艺术家更多地看重艺术追求以外的考虑与思量，过分在意自己的社会定位，追求物质条件的满足，甚至因自我定位失误而苛求尊重，为了面子比富斗狠。

渐渐地，艺术家在艺术品市场的发展中一步步背上了沉重的十字架，有的甚至是斯文扫地。

市场的热气使不少艺术家变得膨胀、浮躁，最终丧失了自立而行的根基，在飘飘然中不知不觉地关闭了艺术追求的大门。

<<艺术板砖>>

内容概要

《艺术板砖》是有关艺术批评的一部旨在与当下形而上的重赞誉、轻批判；重描述、轻分析；重人情、轻艺术的所谓轻批评不同的文集式的专著，可称之为重批评。

专著采用图文并茂的形式，包括100篇短文和70余幅中国画作品，由西沐(硕士生导师，文化部文化市场研究所研究员，文化部艺术平评估委员会委员、秘书长，北京大学历史文化资源研究所研究员)著、李彦伯(中国美术家协会会员、鲁迅美术学院副教授)绘。

《艺术板砖》一书，共收集有关文章100篇，每一篇都是我们所挑选出的艺术板砖，希望通过有心人之手，变成符合设计的有用之材，为中国艺术品市场的发展壮大尽一份应有之力。

<<艺术板砖>>

书籍目录

前言 板砖：一种形而下的艺术市场批评传统是一种精神而非样式什么是中国画的核心价值谦虚，也是一种风度谁来制造中国画市场的拐点当画家成为一种职业关于画家阶层的分析是批评，还是诋毁2007：画廊业在调整中坚持是精神家园，还是牢笼要铺路，不要挖坑教育与教养、技巧与文化我们需要什么样的话语权结构性问题是中国画市场的核心问题中国画市场发展中的一个瓶颈、两座大山中国画市场供给面过度市场化是一副毒药也谈卖油翁的艺术山雨欲来风满楼谁在穿皇帝的新衣第三只眼睛看市场穿越市场的迷雾——一位学者读《中国画市场概论》有感关于岭南画派及其市场答广州日报记者问谁在挑战中国画的核心价值中国画市场：想说爱你不容易用什么样的心态去面对市场在趋势中说中国画市场的规律从中国画市场态势看收藏价值的选择转型期的中国画市场冬天到了，春天还有多远原创性，中国画收藏的新视角画家下潜压垮市场虚弱的神经写意、写实与写真中国画市场更需要批评当红是印刷的理由吗“利益黑圈”与“欺骗共同体”挤压中国画价值的形成空间卷入道德漩涡的当代中国绘画拍卖离闹剧还有多远调整催生精品时代到来新水墨：当代中国画发展的一个新趋向藏媒：行走在艺术与娱乐之间不能复制的激情画市奇论录警惕当今的“负收藏家”你究竟收藏了多少废纸——谈藏家应具备的废纸意识敬重与不齿以文化的名义不要把自己太当回事战略是一种高度中国画在发展中为什么还能姓“中”中国艺术教育的思考中国画市场调头关注“非常名家”艺术是大道走向价值投资的中国艺术品市场文化：点缀还是战略当代中国画家面临重大转型我们给世界奉献怎样的文化大餐当代中国艺术的主题是什么中国艺术品身份的大转变大师是被人骂出来的吗中国艺术品市场需要怎样的定价原则当下中国画市场缺什么中国画市场：谁是最大的受益者中国画收藏不是一种娱乐方式艺术家在关心什么低价位是中国画市场的一种常态中国画市场应寻找新的价值支撑点中国画市场：“冰点”期到来预示着什么结构性拉动：艺术品市场成长的隐痛价值投资凸显，中国艺术品市场面临新机遇谈参与市场的资格让艺术擦亮人性的光芒艺术批评的力量需要资本的助力注意力、关注度与中国画市场书画明星：另一种神话还是泡沫中国画市场的“金三角”行画：当艺术与规模化生产相结合树起中国现实主义人物画的大旗凭什么要让别人尊重中国画收藏与审美创造力中国艺术要守望什么样的文化传统中国画市场大盘点(2007)·事件2008：画廊行走在生死线上中画数据：中国画市场量化的标志工程艺术需要批评，市场更要批评谁可能成为中国画大师礼品在多大程度上能够支撑中国画市场中国画当代艺术：笔墨系统到水墨体系的一种嬗变行走在21世纪的中国画中国艺术品市场进程的透视中国画市场投资正在逐步走出风险期不断走向金融化的艺术品投资中国艺术品市场：金融市场的第六极中国艺术品市场的“堰塞湖”关注与负担：中国艺术品市场的成长之痛真诚与伪装世界经济衰退中的中国艺术品市场中国艺术品市场：滞后的理论研究消费主义潮流下的中国画市场软实力与中国艺术品市场的崛起全球视野中的中国画市场艺术品市场关乎中华民族的核心利益后记

<<艺术板砖>>

章节摘录

传统是一种精神而非样式 传统是过去时代所留传下来的一种精神、习惯或范式。很多时候，人们也称之为文化，这种文化作为一种社会精神形态，是一定社会存在的反映，也是一种巨大的精神力量，会对社会发生长期的作用。

中国人对“传统”二字始终有着深深的偏爱。

但是，有时候，一个时代的传统观念会成为下一个时代的误导或发展的难题。

在信息和文化资源不断走向高度共享的21世纪，如何从新的视角去看待传统、解读传统，成为能否坚持文化精神的关键所在。

特别是在当今艺术界，把传统当作一种形式去供奉而不去深入文化精神的现状使中国艺术的发展多了一些热闹，少了一些内涵。

首先，传统是一种文化精神的传递，而不是样式的流传，缺失文化精神的传统是一种腐朽的样式。美国著名社会学家爱德华·希尔斯在《论传统》一书中指出：“延传三代以上的、被人类赋予价值和意义的事物都可以被看作是传统。”

这种“被人类赋予价值和意义的事物”就是作为历史延传下来的思想文化、制度规范、风俗习惯、宗教艺术乃至思维方式、行为方式的总和。

从实质上看，这个总和代表的是一种文化精神。

以2008年的北京奥运会“徽宝”为例，“徽宝”由玉玺、宝盖、铃册、锦盒组成，其形式、造型、纹样、工艺、材质都可以从中华民族悠久的文化传统中找到渊源。

冠以“中国”名称的中国印、中国玉、中国龙、中国结，绵延数千年的传统工艺如雕刻、绳结、制匣、篆刻，传统材料如和田玉、紫檀木、丝绸、宣纸等都蕴涵着深厚的文化内涵，传承了中华文明的印章文化、龙文化、玉文化、结文化，彰显着独一无二、博大精深、魅力永存的文化精神。

作为中华民族艺术国粹的中国画，继承的也是传统文化中“天人合一”的精神，其哲学思想是儒家思想、道家思想与佛家思想的集合体。

若沉迷于中国画的表面程式化的技法而忽略文化精神，则不属于传统文化精神的传承范围。

因此，无论哪一种艺术对传统进行借鉴，都是在传递一种文化精神，而非仅仅流传表面的样式。

缺失了这种文化精神，传统就会走向腐朽。

其次，传统的生命力在于能够不断吐故纳新的发展能力。

没有一成不变的传统，只有对传统一成不变的误解。

传统虽然生发于过去，具有一定的稳定性，但它不是静止的、固态的，而是动态的、发展变化的。

因此，传统不仅仅是指过去死的东西，更是指活在现在的过去，是鲜活的传统。

一成不变的传统是不存在的。

将传统进行简单化、表面化、僵硬化的轻率解读，都是对传统的一种误解。

既然传统是鲜活的，就要有所创新，不断吐故纳新的发展能力是它的生命力所在。

因为传统本身就是在历史的延续中积淀起来的，传统的内容是伴随着人类社会的发展而不断调整、丰富、充实、提高的。

没有“吐故”就没有鲜活的传统；没有“纳新”就没有发展、延续的传统。

传统存在于我们的生活方式中，在不同的历史时期，其内涵是不同的，即原始社会时期传统所包含的内容与春秋战国时期传统所包含的内容、明清时期传统所包含的内容以及人类社会发展到20世纪传统所包含的内容都是不同的。

因此，只有随着时代的发展去挖掘旧的传统，再经过调整、改造和创新，使传统适应新的社会环境并得以生存，传统才有旺盛的生命力。

人类社会发展的过程就是不断变革传统、创新传统的过程，否则就很难把握传统的精髓。

再次，死守传统是创造力低下和不愿意冒险、探索者的护身符。

传统的样式之所以让人留恋，就是因为它给人们提供了一个不易失败的避难所，而艺术又往往需要探索、创造与冒险精神。

<<艺术板砖>>

在对待传统方面有这样一些人，对传统的模式可谓忠诚，对传统的程式可谓竭力遵循，对表面技法可谓严防死守，而对传统本身的内在精神却鲜有探求与出新。

在他们的理解中，传统是与现代精神相对立的一个概念，似乎只是代表着过去的样式，继承传统就是照搬过去的样式；如果创新，就是对传统的不尊重与反叛。

他们这种因循守旧的做法与其说是在死守传统样式，不如说是他们本身害怕探索、不敢冒险与创造力低下的本质所在。

在死守传统中，他们无疑为自己划定了一个避难的小圈子。

在这个圈子里，思想可以平庸、肤浅，可以不去出新，当然也就没有挑战与竞争。

怯于探索者仅仅满足于传统的样式而陶陶自乐，并将其作为一道护身符，至少这样不会有太大的失败。

这种离开传统文化精神的做法使他们在艺术的探索中容易陷入崇古与虚无主义的窘境，因为艺术本身是需要有冒险和探索精神的。

尤其在现在商业化的氛围中，艺术只有在不断探索中才能探求并追寻到自己的学术理想，才能沿着不断创造的大道越走越辉煌，而惧怕冒险、缺乏探索精神及毫无创造力的做派只会让艺术像木偶戏一样走向机械化的摹写与衰微。

最后，传统形式往往会成为人们的一种生活方式与手段，而传统精神则更多的是一种生命过程的显现。

传统是我们的文化母体，生活演绎着传统的形态。

在今天，传统这棵大树已经生发出各种文化、艺术形式的枝芽，如书法、小说、绘画、戏曲、相声、小品等都是传统外在形式的表现。

此外，中秋节、端午节等这些传统节日也都是通过吃月饼、赏月、包粽子、赛龙舟等形式来度过。

可以说，传统形式已经日渐成为人们的一种生活方式与手段。

但是，传统是以生命力的持久来衡量的，而维系生命力长久的是精神层面的东西，体现在对精神的不断追求和完善中，这种东西支撑着传统既能够活到现在，又能够活在未来。

也就是说，这些戏曲、相声、书画等之所以到现在魅力不减，不是因为其形式的华丽，而是因为其背后有精神的支撑。

精神家园支撑着传统的生命，是一种生命过程的显现。

有了这种精神，传统便不会终结、消亡，才会永远鲜活。

传统精神所形成的巨大能量和带给我们既韧又久的力量是传统本身吸引我们的根本原因，这也绝非是形式所能取代的。

在新时代里，只要我们不去人为地误读传统，传统就会散发出永久的活力。

什么是中国画的核心价值 几千年来，中国绘画形成了其自身较为稳定而又富有包容性的核心价值，这种价值是中国绘画大放异彩的内在根据。

中国绘画具有独特的魅力，也正是因为其独特的核心价值。

那么，究竟什么是中国画的核心价值呢？

用一句话概括，即在中国文化的背景下，中国画特有的、符合民族审美经验的美。

审美的特质是中国画的价值核心。

画家的天职在于用丰富的艺术表现手段，把自己高尚的审美理想倾注于作品之中。

在精神产品中，艺术品处于距物欲最远的、以审美为核心特征的超功利层面。

随着人类物质生产能力的增强和精神需求的丰富，艺术产品会日益摆脱功利因素而不断强化其纯粹的审美功能。

中国画的发展史是一部从实用功能向审美功能渐渐演变的历史。

中国画的核心价值决定其艺术价值。

画家追求作品审美的过程，也是其追求艺术价值的过程，即中国画的艺术价值仅仅体现在作品的审美价值上。

画家只有时时刻刻以追求美、发现美、挖掘美、表现美为创作宗旨，作品的艺术水平才能有所提高，作品才具有艺术价值。

<<艺术板砖>>

这种美，不仅指作品从外观上给人以视觉美，更指作品本身所表达的思想、境界、精神的美，这种美才是崇高的美，才具有艺术价值。

艺术价值最终决定市场价值。

随着艺术消费和中国画投资需求的不断增加，人们对中国画的价值判断逐渐地从精神、艺术向经济方面倾斜。

绘画的艺术价值决定画作的升值前景。

画作的艺术价值高，其市场价格才能高。

如果市场价值完全偏离了艺术价值，那市场就会乱套。

在多数情况下，绘画市场的艺术价值还是第一位的。

现在，很多画家只关注市场表现而不关注艺术生命，以为价格决定艺术的价值，这本身就是一种错误的认识。

核心价值是文化价值的最终体现。

绘画是文化的载体，文化升华了绘画的内在表现。

审美使传统中国画的创作和鉴藏都是基于超乎功利的精神领域的。

同时，这种超乎功利的创作和鉴藏方式也在不断地醇化着中国画的独特文化价值。

<<艺术板砖>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>