大师荷塘系列（四）潘天寿

——刚强霸悍的壮美

文 侯骁韬

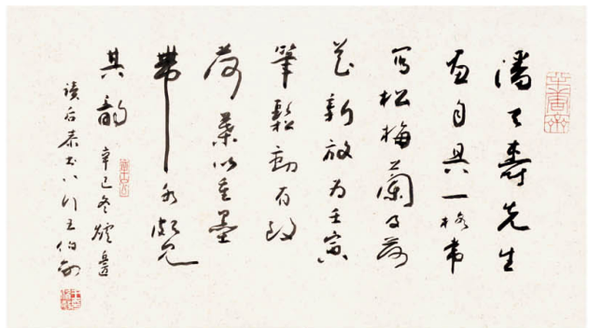
潘天寿的荷花别具一格，造型方直，用墨、用笔刚强、霸悍，给人以精简劲挺的感觉。章法位置经营极为用心、精致，分间布白非常讲究，黑白节奏富有变化，构图极具纵横构成美感。他的荷花作品墨色响亮厚重，气势开张，淋漓尽致。在形象上，荷叶高度概括，不求形象的小起伏变化，阔笔直下酣畅霸悍。

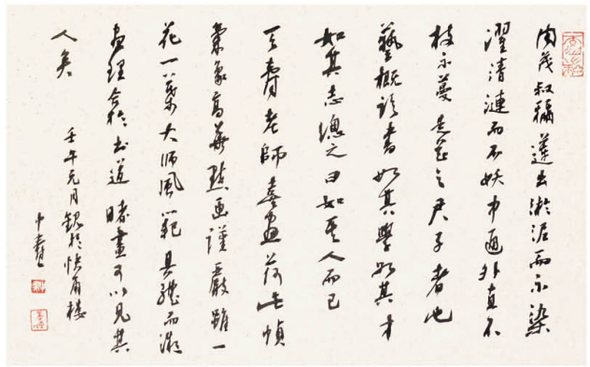
他不仅画荷如此风格，他的花鸟、山水创作整体风格尽如此，他的画风完全来自于他的内心追求和性格。他的儿子潘公凯谈到父亲的性格时说：“他的谦和、木讷和他内心的一种坚强有力和自信在他身上体现得特别统一。”而潘天寿的这些性格完全来自于他的成长经历，潘天寿7岁时，他母亲产后去世，7岁的他形成了早熟、寡言、独立的性格，列强欺凌带来的家国劫难，在潘天寿心里埋下了民族自尊的情节，使他一生挥之不去。时代造就了他的性格，造就了他绘画追求雄强、霸悍的风格。

他在浙江第一师范学习时，心里对西洋文化充满排斥和抵牾，所以他完全放弃李叔同西画教学，不画素描。素描课的作业他是用国画的线描画的，但李叔同非常宽容，给了他素描60分。他的倔强、坚持可见一斑，当时同学叫他：阿寿。寿在吴语中是：不懂人情世故，吃了亏而自得其乐的人。潘天寿欣然接受，他说：“做寿头没什么不好。”自己还刻了方印：“阿寿”，后来，这方印经常出现在他的作品上。

随着潘天寿年龄的增长，他的艺术和思想也随之逐渐成熟起来，他对中西绘画有了更加深刻的理解。他认为中西绘画艺术如同世界上的两座高峰，它们各具特色、各自独立，相比较而存在、因对比而美丽。对于中西绘画融合更是提出了独到的见解，他认为两个艺术之间尽可能地少借鉴，如果结合过多便失去了中西艺术的差异性，两座高峰就拉平了。我认为他指的是：适当地借鉴是有必要的，但不能影响各自的审美取向。他强调的是艺术内在的文化差异性和文化的个性化，一方水土养一方人，养育一方文化。如不同的民族有不同的文化、宗教、哲学、审美，也就是那句话：只有民族的才是世界的。如果民族的文化差异性没有了，世界就变成一个单调乏味的世界了。

潘天寿的艺术主张首先是：“艺术之高下，全在境界。”他道出了中国绘画的审美追求，说清了中国绘画的本质是意向表达的根源。他还强调：笔墨精神的传达是中国绘画本质特点，中国画重笔墨、重神韵，而不求表面的形似。他还提出了中国绘画的学习方法，成为后来浙江美院的教学方法：（一）从事中国画技术基础的锻炼；（二）注意诗文书法金石之辅助；（三）骈考画史、画理，及古书画之鉴赏；最后的重点，在品德与胸襟的修养。持之有恒，不求速成，自然能得水到渠成之妙。同时，强调：“基础是现实生活，一方面向古人吸收技法，另一方面从自然界的生活中提炼精华。写生要活写，不能死写，好的作品应比生活更美好。”从他的这些观点中，我们才真正理解了他的绘画，理解了他为什么被评论为是中国传统绘画的最后一位大师。





艺术到底有什么用（下）

文 周海宏

上接2017年8月19日第八版《艺术到底有什么用（上）》

大家想一想，为什么我们服装建材、美容化妆、装修装饰、汽车手机、酒店医院，凡是需要感性品质的地方，都更相信外国产品，甚至把高端产品拱手让给国外企业。我们必须从深层分析国民素质的原因。21世纪中国开始全面迈入了小康时代。小康时代，是感性需求全面升级的时代！小康经济是感性经济，因此这个时代企业家的感性素质，对整个企业的生存发展，是生死攸关的影响。什么叫生死攸关？波导死了，华为活了。波导手机那个“手机中的战斗机”功能够凶悍吧，都“战斗机”了！上千万的研发费投进去，几个亿的生产销售、广告资金砸进去，由于外观丑到没朋友，使用不人性化，死了！营销人员、广告公司从业人员感性素质低，艺术修养差，出了这么一个馊主意。但是企业家的感性素质、艺术品位也低，采纳了这个创意。最后几个亿的广告费投进去，就让全国人民都知道：波导是一个很low的产品。过去几年，我几乎每年去一次华为。但是在2013年，我去了六次华为。在一次我给华为研发高管团队的讲座上，华为的高管说：华为当年出一款手机，小样打出来发现，长度比设计长4毫米，厚度厚了2毫米。可以想象，这手机还能看吗？这就是因为每个环节的人都不把感性品质当刚性要求。华为说，我们是工程师文化，华为员工97%出身理工科。这其实就是我们的教育存在缺失。不是因为你是工程师，学的是理工科，而是因为工程师和理工科教育，严重缺少了审美和艺术的教育。后来，华为决定把产品设计中心放到法国，把质检中心放到日本。高层意识到这个问题的症结，但手上的员工缺乏解决这个问题的基本素质……后来，我曾经收到华为一款“土豪金”的手机，拿到后发现没有LOGO，问高管“为什么”。他说这种金属拉丝表面印LOGO特别不好看，就没印。我当时立刻点赞！因为华为能够为了好看而不印LOGO，可见他们把感性品质放在了怎样的高度。但不得不提的是，这位高管的补充：这是因为我们的外国员工一致反对。那么，为什么反对的不是国人呢？我们也要反过来讲：如果高层没有一致共识，没有接受过审美教育，又怎么能够接受这样的创意呢？企业家分为三代，每一代都有自己的核心竞争力。第一代，在改革开放时率先下海的这一代人，他们的核心竞争力是勇气。第二代企业家，是受过良好教育的人，他们的核心竞争力是知识理性。第三代，是以乔布斯为代表的，具有很高艺术修养、审美品质的人，是他们引领了这个时代的未来。我提醒各位：也许，你们已经赶上这个时代了。如果在未来，你们缺乏艺术修养、感性智慧，你还想取得成功，你所遇到的困难是和这一代没有受过像样高等教育的人遇到困难是一样的。

感性素质低的人成功难。缺少艺术教育的人幸福少，缺少艺术教育的人成功难。有的老板开餐馆，越开越亏，其实就是因为门口两个迎客的门童塑像太难看了。一个人能把这么难看的玩意放在门外，就可以想象门里的脏、乱、差。为什么我们国家服务行业水平普遍偏低？但凡是任何一个环节上的人，有一点点感性的要求，都不会导致这种结果。但遗憾的是，每一个环节的人，都没有要求。一个人连自己都没有感觉，怎么能体验到你的感觉。出路在哪里？毫无疑问，提升全民族的感性素质。如何提升？感性素质的培养，要通过艺术教育来实现。中华民族从来不是一个感性素质低的民族。如果改革开放以后，我们能够持续30年强化艺术教育，培养出一代热爱美，热爱艺术的公民来，我们现在苦恼的很多问题都不存在了。在当今中国，中小学还是动辄就停音、体、美这样的课程。艺术能够培养我们的感性素质，提升感性智慧，美化我们的生活。它是推动人类感性文明发展，人类在生活当中不可替代的职能。这方面职能在中华大地上被大大忽略，甚至在很大程度上被压制了。

改革开放初期，“学好数理化走遍天下都不怕”这个口号迅速传播，通俗易懂。让我们国民重视了科学，重视了理性。我也想发明类似传播的话，让大家重视艺术：要想成功幸福，从小热爱艺术。这就是为什么我到处去呼吁，让我们全社会都来重视艺术，重视艺术教育，重视各类艺术素养。