



# 漫说时作新玉流弊的低俗化倾向

江苏 李惠新

与通常的雕塑艺术相比，玉器作品有着更为出众的审美和价值意义。这不单是因为材质珍奇而又极其浑然天成之美作为前提，更因为它本身承载了几千年的人文与历史积淀。因此，古往今来，玉器雕塑作品中艺术元素含量的多少，不能不成为我们审视其成功或失败的标尺。然而，每每沉浸在古玉那庄重敦厚、灵动飞扬与生气盎然的至臻至美的意境中，常常慨叹于时下琳琅满目的新玉作品，无论是陈列于店肆橱窗还是展览于各大评选与拍卖平台，虽然不乏那些弃功利重修美而孜孜不倦于艺术追求的大师们的精彩之作，但总体而言，都不可避免地散发着一股与艺术极不协调的平庸和低俗之气。商品化的流汁，已经从从容地渗透到了每一件美玉的每一个晶体结构。“玉石经济”披上了文化的外衣，从而成为了时代的时髦。而因此，纵观近年来愈演愈烈的调侃艺术与艺术品的喜剧，不能不让我们的视点重新转移过来，从时作新玉的流弊，看看给我们的“文化”究竟带来了什么样的变化？

几乎与所有艺术创作的通病一样，时作新玉无论从题材、构思还是雕琢刻画技法上，已不再为任一创造性成果的体现而纯粹成了趋利避义的商品翻版，或粉饰太平的工艺产品。最好的例证为：

题材陈旧。可以看到，大量的以人佛、瑞兽、瓜果、虫鸟为传统题材的图案几乎充斥着玉器作品的全部。这本是无可非议的，因为就创作而言，题材无大小。大而环宇小而虫草，只要施之于想象的活力和创作技巧，都有可能成为不朽之作。但遗憾的是，玉器新作对于传统题材千篇一律的临摹与机械化模仿，使玉器雕琢艺术深深地陷入了一个缺乏时代审美特征的世俗化的泥淖之中。从汉代的螭虎到宋元的禽鸟，从明初的壁牌到清末的花片，从辟邪到龙凤，从

弥勒到观音，从生肖到谐音祈福……举凡古而有之，无所不包，一应俱全。而其所蕴含的题旨，则不外乎寄托了人们升官（如以猴马为题材的“马上封侯”）、发财（如以金蟾铜钱为题材的“财源滚滚”）、族旺（如以松鼠葡萄为题材的“多子多福”）、家安（如以蝙蝠桃子为题材的“福寿双全”）、辟邪（如以貔貅为题材的“灵兽驱凶”）、护身（如以观音弥勒为题材的“男戴观音女戴佛”）等等美好的希望和追求。诚然，对命运怀有美好的愿望并且虔诚地祈祷和追求，这不能说是一种错误。错误在于，它一旦被艺术家无节制地表现并且占据了艺术创作的全部或主流，那么它所带给人们的精神指向，是非常糟糕的。在一个日新月异、生机勃勃的现实中，在一个文化交融十分活跃和繁荣的社会里，在一个艺术创作环境大为广博和宽松的形势下，玉器创作的题材，却依然沿袭



战国兔形玉佩 江苏无锡越国贵族墓出土



西汉龙形玉佩 徐州狮子山汉墓出土

着先人铺就的路子，在一个狭隘的胡同里周转，山子必松柏老翁、摆件必佛像辟邪、坠必瑞兽瓜果、牌必龙凤观音……所不同的只是技法更熟练，工艺更精细，外观形状更适宜于把玩罢了——这不能不说是一种衰落。观照商、周多姿多彩而不拘一格的肖生玉世界，比之战、汉气势磅礴而又飘逸律动的礼玉佩饰，深感时下这种滥殇而又低拙的玉器作品，无论在选材还是题旨上，虽然继承了宋代与明清的复古之径，但与艺术的距离，是多么的遥远！可以想见，玉器雕琢不复有自身鲜明而富有时代特色的风格，那么作为文化的载体，还有什么生命力而言？！

**构思俗套。**优秀的作品，总是取决于精妙的创造与构思。因此，构思是艺术家智慧和才能的结晶。琢磨过西周玉器中那些题材广泛、结构精妙的佩饰玉器，总是为古代玉工丰富的艺术想象力和充满着睿智的构思技巧而击掌叫好。那种随形施琢，看似信手拈来实则寓意深邃的作品，非常生动

地表现了那个时代图腾崇拜与神人合一的宗教信仰和礼制精神，无论是结构或神韵还是意境，都不能不让人叹为观止。优秀的作品，同时也总是时代精神的产物。而游离于时代与现实之外的一切创作活动，不会产生出活力洋溢的灵感和激动人心的作品。比照时作新玉园地，已很难觅见如上所述的那种构思灵巧、新意迭出的玉雕作品了。其根本的原因，实在是少了古代玉雕艺人那种虔诚的信仰和一丝不苟的探索精神。商品大潮的冲击使不少形式的艺术或艺术家沦为金钱的奴隶，构思同样只是奴隶的附庸。因此，即使是面对一件上好的材质，最终孕育出来的，必然是一个俗不可耐的婴儿——置身于时作新玉各种大大小小的展览会、拍卖场中，就时时会产生这样的感觉来。而在玉作坊间得到的感受，同样如此。常见琢玉艺人将一件原料拿在手中，翻来覆去地琢磨，便是如何能迎合买卖的需要。于是，灵感的产生，往往来源于市场和金钱的刺激。对生活的思考与提炼，被踢出了艺术之门。这样，构思落入不可自拔的俗套当然在所难免。突出的表现，或是以“留皮巧雕”来迎合人们对于仔料的追捧和喜好，这样，皮色的点缀成了玉工剪裁构思的主要手段。而其所表现的主题，又往往脱不了祈福求官的干系。“鸿（红）运当头”、“连中三元”、“金榜提名”、“独占鳌头”……如此这般的佩坠，比比皆是。一些工匠大师们，就是这样完成了一件又一件的作品制作，其实际的功效，不外乎利用人们趋吉附利的心理，将玉器的价格空间，提升到一个令人咋舌的高度，或是内容寓意单调、形式僵化。由于时作新玉构思

的原则，大凡为功利计。因此舍繁就简、舍远就近，无疑是一种很省心的工作。市场需要钱币而不需要创新。玉器雕塑自然就不必殚精竭虑地去构思琢磨。有的是捷径——那就是依样画葫芦般的抄袭，或曰模仿。而素材，不说远古，就说明清，便有取之不尽用之不竭的现成题材：“望子成龙”、“富甲天下”、“一路连科”、“老子下山”、“羲子爱鹅”、“送子观音”、“布袋和尚”……一概实行拿来主义。因此细数林林总总的新玉作品，无论是店堂的、拍场的或得奖的，几乎都可以从先前的内容和形式中找到影子，看到那些大同小异或千篇一律的主流物件，光彩则光彩也，但缺少的，却是艺人或大师们的灵气和匠心。所谓构思，也就反而成为一种多余的形式了。

**手法单调。**不可否认，通常为人们所喝采或追捧的新玉作品，材质与工艺胜过了艺术审美的份量。以“精雕细刻”来掩盖艺术底气的先天不足，也是一种极为普遍的现象。诚如笔者说过，现代玉器的PK大都为一种手工劳动或工艺上的PK。但即便如此，这种技术上的比拼也无法与功利脱钩。费时费工费力的工艺或手法，大致不会看到太多的痕迹，更遑论百花齐放推陈出新了。开料、琢刻、打磨、抛光，机械化的作业已经将人的创造性思维限制到了最狭窄的程度，加上渠道良好的供求关系，迫使琢玉艺人不再把更多的精力放在“性价比”不高的手法或技艺上。因此时作新玉，非但在题材与构思上千人一面，即便是雕琢手法上，也是如出一辙。要说区别，只是精细程度的不同，投放到市场上，也就仅剩价格差异而已了。曾经看到一件坊间大师的牌片作品，四周包金，正反面图文并茂，精则精也，但驻足其前，任怎样左右打量，总激不起一种美的感受。窃以为愚拙，一再扪心自问，终悟出原由：仅仅以雕琢的精细，盖过了



艺术创造,如此而已!平平的题材与平平的图文,纵然有珠光宝气去衬托,也断不能提升其作为一件艺术品的内涵和价值!涉及到一种倡导,虽然不反对内容为先,但技法的创造是否更为重要?平雕线刻?浮雕减地?斜刀勾撤?拉丝镂空?游丝毛雕?这些古人留下的技艺特点,既未得到很好的继承和发展,也无当今民族或时代自身的独特风格,那么,即便是很吸引眼球的玉雕作品,又谈何“内涵”?谈何跻身于艺术的行列呢?

显而易见,时作新玉的流弊使玉器雕塑从艺术的范畴一下子滑到了工艺品的行列和商品的边缘。不可否认,艺术走向市场或成为商品,同样是一种趋势,也必然有其合理的内核。但艺术毕竟是一种特殊的商品。因此,为艺术的商品和为商品的艺术,是两种截然不同的理念。艺术是一种精神创造,而不是劳动成果的堆砌。一味的媚俗和纯粹以利益为最大化追求的劳动,不可能推

动艺术和文化的进步,反而,只能起到一种催化和衰退的作用。从这个立场上看,时作新玉的流弊,会给我们带来许多不容回避的负面效应。

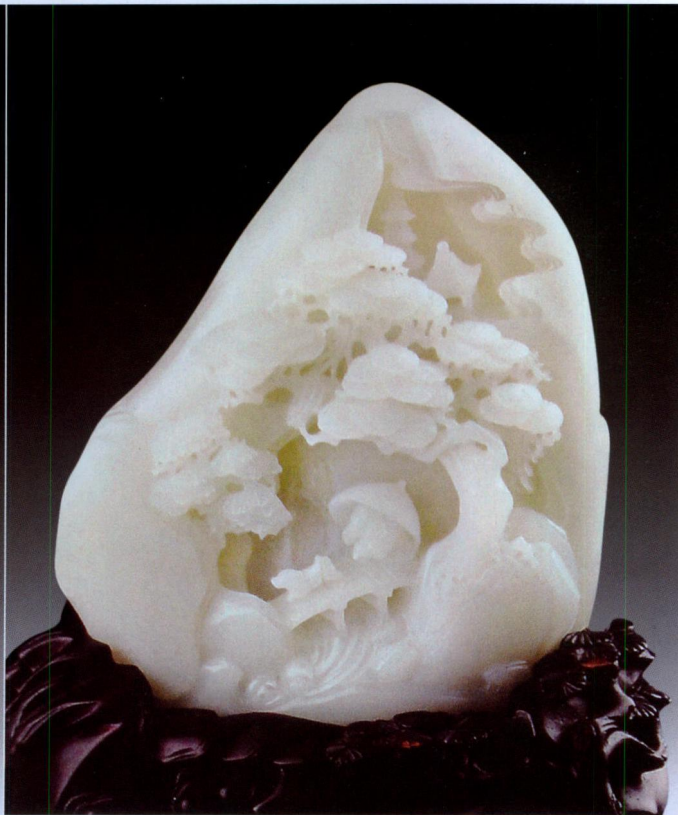
首先是价值观念的颠覆。古人比德于玉,是因为玉具备了人们所推崇和信仰的精神内涵。质地温润、结构缜密、光泽柔和、声音清脆等等,象征着坚韧、温和、中庸、含蓄、内敛、果敢的品性。仁、智、义、礼、乐、忠、信……大凡美好的品质,都能于玉中一一找到对应。因此才有“君子无故,玉不去身”的训条。由是看来,古人爱玉,是爱其高雅脱俗的特性,爱其深厚博大的内质。正是因了这样的价值观念指导,才会有上古时代波推浪涌的玉器辉煌。而今人爱玉,或许就像上世纪热衷于下海经商和本世纪迷恋于炒股的人群一样,面对缤纷的时作新玉,追求的是时尚,追逐的是时尚背后的经济潜力,而对玉器本身所蕴含的美质与内涵,已缺失了体验的兴致。如此,虽常见世间男女,腰间颈下,

有玉佩叮当,夺人耳目,但佩玉的心态,美化或显示时髦当然为其大致的功能,而更多的,则是攀附显贵。一件新玉在手,只见相互比试、炫耀、摆阔、斗富,沾沾自喜于玉佩生辉。却不知在陶醉的瞬间,那源于山川之精英的宝玉,已经完完全全地堕落成新贵身份的象征和富人资财的标志物了。

其次是艺术本质的异化。从来认为玉石是塑造艺术品的素材而不是商品或工艺品的原材料,却不料,魏晋以降,玉石越来越脱离本质从而从艺术品的行列中分割开来。发展至宋代,仿古之风盛行,玉器始为世俗服务。到明清,竟至于达到登峰造极的地步。这种局面,似乎再也没有扭转过。而时作新玉,较之明清,在迈向低俗化的道路上有过之而无不及。且不说题材俗套,构思平庸,就说面向的对象,大多又是以赏玩为乐的有闲群体或漠视艺术的新贵阶层,这本身便是很好的说明。一些不断受到追捧和喝彩的天价之作,细察其中的缘由,



现代 白玉观音牌



现代 白玉山子



就是更能迎合收藏把玩者的从众心理。记得有件题为“一鸣惊人”的玉佩，尽管题材俗赋，故事老套，既无构思新意，也无刻划灵气，更谈不上什么艺术因子了，却因玉匠小有名气，而在一次交易会上以十数万元之多的价格成交。据说时下大师级的玉牌作品，只要材质与工艺达标，毋论题旨创意，每件数十万元甚至上百万元的交易天价已非常正常。糟糕的是，这还不是一个个案，而是一种普遍性的现象。大多的新玉，让普通民众望洋兴叹，不是贵在艺术创造的效果，不是贵在鬼斧神工的技法，而是贵在商品化的效应，贵在劳作的工钱。这样，大量无需经过艰苦的艺术创作，而一味地迎合人们唯心理和显摆心态的商业

性玉作，自然会身价不俗源源不断地出笼或登堂入室。如果说异化是指“事物性质朝着相反方向发展变化的趋势和结果”，那么时下作为艺术品的玉器，便是这种发展变化的一个写实。

再次为审美情趣的倒退。质美、工美、形美、色美，是玉器的外在之美，它们与玉器的神韵、灵气、律动等等内涵之美一起，构成了一个完整的秀外慧中的美学形象。古玉具备了这样的条件，因此任一件古玉极具美的魅力。仿古玉缺乏这样的魅力，就因为它缺少创造的灵性。同样，如果从美的角度来看时作新玉，那么毋庸置疑，那是一种残缺或畸形的美。因为它缺少的，不是美的外在而是美的内涵。面对一件油润亮白

的玉器，让你形影相随爱不释手的是什么？除了它是一个值钱的护身之物，还是它的吉祥的图案？或是图案中能给你带来好运的寓意？也许都是。那么，这就是所有新作玉器创作初衷所要达到的效果：重口彩、讨吉利、求保佑、增身价，除此之外，它便是一块冰冷的石头了。就这样，审美的重心，从本应对韵味、内涵和品味的体验上，完全转移到一种浮浅的表面形态上。明白而又吉祥的纹饰足以让人陶醉其间。而赏心悦目或振奋人心的，也不再是玉的表里如一的美，而是在把玩中实现了自身虚荣心的满足和对一种财富的占有欲。不言而喻，浮躁的、急功近利的心态在左右着玉工艺人的审美情趣，而低俗的审美情趣又催生着玉工艺人的创作成果。试想，这样的一种循环作业，如何能有更多的反映时代特色与生活之美的玉器佳作出现呢？

如前所述，令人目不暇接的时作新玉，让我们看到在玉器市场繁荣的背后，是一种文化的式微。这与一个有着丰富的精神与艺术矿藏、悠久的崇玉爱玉传统的民族和国家，是极不相符的。面对这一严峻的话题，有没有勇气正视这样的流弊，是有决心改变积弊和振兴当代玉文化的一个前提。需要说明的是，这里，指出流弊，并不是全盘否定，而恰恰相反，为的是引发更多的理性思考。因为我们不能不看到，在这个缤纷的园地中，也不乏才华横溢的精彩之作，昭示着一些艺术大师们从来没有间断过寂寞而艰辛的追求和探索。这种精神，正是需要我们更多的发现和弘扬。时代需要创新，生活需要艺术，艺术需要发展，而发展需要除弊破旧——有理由相信，只要真正能达成繁荣玉文化的共识，那么，我们期待中的玉器雕塑艺术的春天，就一定会到来！（附插图。图文无关。）（责编：蔚蔚）



图 清代 白玉人物牌