

中國抽象畫先驅

棄傳統繪畫 以「十示」創作

先一橫再一豎，反反覆覆，將近三十年，中國抽象藝術先驅丁乙，或畫或刻，嘗盡各種手段在形形色色的媒介上留下了不計其數的「十字」。對他而言，每個十字就像是莫奈點在畫布上的小色塊，只不過莫奈將其組合成了朝陽、教堂與睡蓮，而丁乙所描繪的則是更為抽象或宏觀的圖像。這份從上世紀八十年代開始的堅持，令希克視覺藝術高級策展人皮力都感到驚訝，欲知究竟是什麼力量促使丁乙不斷延續着那看似單調實則前衛的藝術語言。

文：香港文匯報記者 趙儂 圖：受訪者提供

在「85美術新浪潮」中，滿懷反叛精神與壯志豪情的學院派藝術家們，因為厭倦了蘇聯式的藝術風格與陳舊的寫實主義路線，因此以西方現代主義為特徵，爆發出了前所未有且強而有力的創作激情，為這場本土視覺藝術革命不斷注入人文主義色彩濃厚的鮮活血液，從而「一石激起千層浪」在全國範圍引發藝術新浪潮。但丁乙的作品卻是這場前衛藝術運動中的一個特例，皮力認為在中國當時常見的情緒化抽象中，丁乙用最簡單的元素和最直白的語言奠定了極簡幾何風格的抽象繪畫基礎。而丁乙自己卻坦言，實際上反而是「85美術新浪潮」主將張曉剛、張培力等人的作品

促成了他的轉變。

簡潔結構的宣言

1988年起，丁乙把那些引入了十字元素的創作命名為「十示」，在印刷術語中，「十示」是精準的象徵，而為了達到精確無誤的效果，畫家本人甚至用尺子和膠帶輔助作畫。丁乙表示，他之所以要徹底拋棄繪畫的繪畫性，清除創作中全部的筆觸和肌理，從橫豎交叉與紅黃藍出發的機械化作業，是因為「最簡潔的結構就是我最坦率的宣言，不需要過多藝術痕跡介入」。

「我最初學的是設計，之後是國畫。開始

『十示』創作時，我正好在中國畫系。」兩年的國畫訓練，令丁乙累積了不少針對中國傳統繪畫的反思，「中國畫的語言是意象性的，講究意境，反倒使我想把隱藏在畫面背後的含義離棄，顯現出最為純粹的視覺衝擊。同時『85美術新浪潮』中，我看到多數作品都強調表現和宣洩，源自超現實主義等流派。可我希望自己用理性的方式來看待自己未來的繪畫道路。」現在看來，正是丁乙當時關於理性抽象的思考，推動了「十示」系列作品的誕生，可又是什麼能量讓丁乙一畫就是28年，並能夠在既定框架內部逐步實現自我創新？讓我們透過丁乙的闡述，層層遞進逐步揭曉謎題。

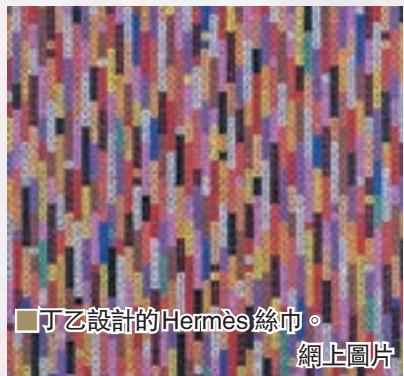


丁乙，1962年生於上海，1990年畢業於上海大學美術學院，現為上海視覺藝術學院老師。

首中國藝術家 獲Hermès邀合作

作為中國抽象畫先驅，丁乙的作品不但在市場上有價有市，曾在外國拍賣會上以千萬元成交，而且其獨特的「十示」畫法更吸引了法國著名時裝品牌Hermès（愛瑪氏）的藝術總監青睞，認為其作品風格非常適合Hermès，邀請他為Hermès設計絲巾，成為第一位與Hermès合作的中國藝術家。

是次合作令丁乙備受關注，但他淡然地表示，Hermès看中的不一定是他的設計，而是他作品中呈現出來的國際感。他強調不會為了迎合別人的風格而在藝術上作出妥協，「藝術家一定要堅持創作的自由度，大品牌與藝術家合作，希望能從藝術家那裡獲得更多的創作靈感和活力，而一旦品牌方過於強勢，藝術家為了時尚而放棄創作的自由，不僅會影響今後的創作，也會影響藝術聲譽，得不償失。」



丁乙設計的Hermès絲巾。網上圖片

文=香港文匯報 丁=丁乙

文：迄今為止您已經畫了28年「十示」，其間曾有過「七年之癢」或曾審美疲勞嗎？

丁：對我來說，這些年來不變的其實就是十字這個圖樣。而其餘方面，特別是對於材料的探索充滿着不同可能性，又體現了繪畫豐富的一面。這也可能和我是一個形式主義的畫家有關，在創作的過程中，我常常在作品完成七成左右的時候，已經想好了下一步該做什麼。雖然不會預先去設計如三年後的目標，但總是有新的轉機出現。而我靈感就源自於我的工作，所以不會產生倦怠。

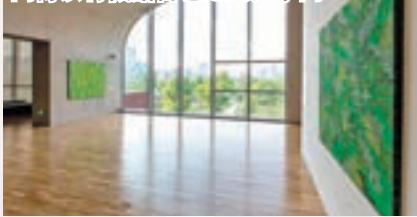
文：為何從1993年開始，您的畫作開始以「自然」逐漸取替「精確」？

丁：從前，我毫無疑問是一個理性主義畫家，不在繪畫中牽扯任何情感。但這樣的工作持續了幾年後，我發現世間萬物並非都能被機械化地「精準」呈現，所以開始轉用合理化的形式來追求理性。例如，進行繪畫材料的實驗，放棄丙烯、毛筆、尺子、膠帶；用木炭、粉筆徒手繪畫，或和傳統媒介如扇面、竹簡、亞麻布結合。但畫面上的十字結構沒有變，語言也不是傳統的語言。

文：哪些原因能促使您改變創作路徑？

丁：我舉例來說吧。有段時間我畫了一批作品，所以經常要請攝影師來拍照。因為有些雜誌、展覽或研究機構需要這些圖片。可當時的工作室很小，只好把作品都搬到戶外去拍。周邊鄰居見我的作品顏色繁複，以為我是名花布設計師。有時他們之間還會相互議論，說

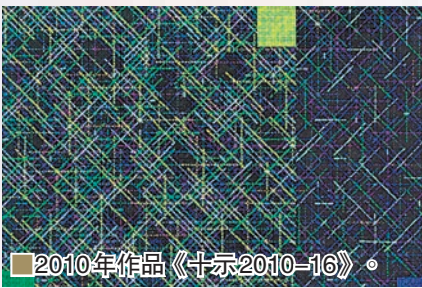
■對丁乙而言，如何使作品與展覽空間得以有機結合也是門大學問。



隔壁的設計師又設計了一批新的花布。我就開始思考，「花布」本身在一般觀眾的視野中與我的繪畫到底存在什麼樣的聯繫，並決心把這種聯繫納入創作當中。於是後來我就成了布店的常客，每個月都去看看有沒有合適的格子布料。1997至1998年前後，蘇格蘭格子的布料非常流行，多被加工成窗簾、時裝，但沒想到，我去的次數多了，布店的老闆又把我當成服裝設計師。這是第一個例子。

第二個例子是：1998年，我把工作室從城裡搬到郊區。從此很少「進城」，每次前往上海市中心的經歷，都會給我帶來巨大的陌生感。上海高速的城市發展，日新月異的城市面貌，令我意識到早期致力於成為形式主義藝術家，想完全從意識形態中剝離出來，形成孤立關係是很難做到的。作為藝術家，我沒有辦法逃避整個國家的發展，所以我開始用作品來反映上海的城市發展和變遷，因此作品主題上也發生了比較大的變化。我記得和朋友聊天的時候，他們均指出，「熒光色時期」可以說是我對上海城市化的整體反思，而所用色系具有強烈的刺激性。

置身於熒光色體系內十二年，最初城市化的主題使我興奮異常，可近年慢慢期待卻變成了失望，失望又



2010年作品《十示2010-16》。

來我主要在黑白兩色系統中工作。對比於用熒光色作畫的階段，明顯又產生了尖銳轉化。不過，非黑即白的畫面上，一樣可營造豐富的表達，甚至由此產生了更為寬廣的經緯度。

文：作品所處的展示空間是否亦能成為您的靈感來源？

丁：2001年的作品確實比較多地考慮了透視與空間的關係。因為我覺得作為一個在抽象繪畫領域裡創作的藝術家，有時作品出現在展覽的現場，氣場遭到了弱化。為此，我必須找到新的方式來調節這種矛盾，所以後來得知可以在橫濱舉辦展覽，我就在創作時把展覽環境與繪畫內容進行了有機的連結，當中也包括雕塑作品。而在去年上海個展的舉辦場地龍美術館的裝潢給人一種冰冷、堅硬的暗示，在探索如何化解展覽空間「與生俱來」的壓力時，我的繪畫方式也得到了新的發展。首先，由於畫布很難控制大的空間格局，所以隨著空間的開展，我想到用木板代替畫布。隨後，為了令作品細節更有說服力，我又改用木刻結合繪畫，配合木質材料，以呈現新的創作。總的來說，為能還原最初的創作的意圖，藝術家應投入更多時間來研究展覽空間。

BE@RBRICK 由玩具變潮物 須賀泉水：這是人傳人的奇蹟！

一隻無樣的玩具熊——BE@RBRICK（積木熊），經過15年的時光，已搖身一變成潮流玩物，連負責生產此玩具的日本著名玩具生產商Medicom Toy副社長須賀泉水（Izumi Suga）也忍不住感歎：「這是一個奇蹟！」她形容這是人與人互動下產生的奇蹟，並希望這奇蹟可繼續下去，令BE@RBRICK成為如多啦A夢、Hello Kitty般老少咸宜、長青的品牌。

須賀泉水應海港城邀請，於上周一（19日）來港，出席「Style Up BE@RBRICK」時尚藝術聯展開幕活動。今次是繼2007年後，BE@RBRICK再度與海港城合作，規模更勝上次，由10個國際名牌合作設計展出1000% BE@RBRICK，變成37個國際時裝名牌原創設計2000% BE@RBRICK。她表示，今次和上次一樣，都是慈善形式，拍賣BE@RBRICK所得的收益會捐給香港血癌基金，非常有意義。

BE@RBRICK原意是為了成年人創作出來的玩具，經過15年的醞釀，這玩具已發展成一個時裝品牌，須賀泉水直言：「不論是明星或是一般市民，會喜歡BE@RBRICK是一件很難得的事，因為一個人喜歡，並不代表另一個人也會喜歡，BE@RBRICK能夠如此受歡迎，是人傳人的效果，將這品牌發揚開去，令更多的人

去認識和喜歡，完全是一個奇蹟！我自己是這樣想，不知道社長是否抱有相同的想法。」

最甜蜜的初見面

一隻無樣的玩具熊，究竟有何魅力獲得大眾的喜愛？須賀泉水不知道大眾的看法，只是對於她來說，第一眼望見它，腦海中即時浮現「可愛」兩個字。置身時尚藝術聯展會場的她，環顧四周，指着列在兩旁的37隻BE@RBRICK直言：「如同眼前所見，每隻都擁有不同的圖案，這是它獨特的地方。」她亦如同一眾愛好者，有收集BE@RBRICK的習慣，「不論是與什麼品牌聯乘，在街上看見合心水的，都會買回家去珍藏。」所以，在她家中，不時可發現BE@RBRICK的身影。

15年並不是一個短的日子，談到期間與BE@RBRICK最甜蜜的回憶，她想了一下，臉帶微笑地道：「我開始畫BE@RBRICK時，是創作了Kubrick後一年才有這個想法。當時我設計完，把手稿拿去生產，手上拿到第一個製成品時，看着掌心中小小的BE@RBRICK，如同見到自己十月懷胎生下的兒子般，非常開心。那時看着它，想着鼻子好像還欠一點點，肚子還不夠圓。」這最甜蜜的初見面，至今仍在她腦海中

栩栩如生。今次訪港，她還帶同過去十五年推出過的BE@RBRICK，在海港城舉行「BE@RBRICK十五周年珍藏展」，讓大家一起緬懷BE@RBRICK的歷史時刻。

10月登大銀幕

如同在訪問中曾提及，須賀泉水從沒想過BE@RBRICK這股熱潮可變得這麼厲害，但她並不因而自滿，謙稱仍有很多人如歐洲地區的人還未認識這個品牌，就算是認識了它的人，也希望他們不會覺得厭惡，所以他們會繼續努力，做更多新作品，令大家感受到BE@RBRICK的魅力，盼藉着人與人之間的互動，帶動品牌如多啦A夢、Hello Kitty般備受喜愛。

她透露下月已有新計劃推出，就是BE@RBRICK將於10月22日登上大銀幕，電影名叫《Anniversary》，講述BE@RBRICK將人與人之間聯繫起來的故事。不過，她表示不希望作為主人公的BE@RBRICK被賦予獨特的性格，「因為它與不同品牌合作，會有不同的面貌，所以性格亦會隨不同的環境而作改變。」

文：香港文匯報記者 陳敏娜



■須賀泉水輕攬BE@RBRICK，臉露甜笑。陳敏娜攝

■37個2000% BE@RBRICK放置在商場兩旁，途人可近距離欣賞。陳敏娜攝



■須賀泉水將愛貓照片和BE@RBRICK放在一起。網上圖片



■珍藏展內可找到第一代BE@RBRICK的踪影。陳敏娜攝



「Style Up BE@RBRICK」時尚藝術聯展
日期：即日起至10月16日
時間：10am-10pm
地點：海港城海運大廈露天廣場

BE@RBRICK十五周年珍藏展
日期：即日起至10月16日
時間：11am-10pm
地點：「海港城·美術館」