

假做真“真亦假” 真做假“假亦真”

博物馆(美术馆)展书画复制品引争议

4月24日到29日,《国宝再现——中国书画复制精品展》在南京美术馆举行,该展汇集北京故宫博物院、台北故宫博物院的馆藏珍品复制品及其他海内外知名博物馆的佳作复制品约500余件,包括《千里江山图》《清明上河图》《杂花图卷》等。对此有人并不认可,看复制品有必要到“殿堂级”的博物馆、美术馆去看吗?也有人表示赞赏,无法看到真迹,看到“下真迹一等”的复制品也好,有助于推广美育。博物馆(美术馆)可不可以展出复制品?

反方称:有损权威性

北京大学考古文博学院教授宋向光认为,博物馆展示复制品有损权威性。他指出,如今国内博物馆的硬件水平已普遍提升,展品的真实性是基本前提,也是课堂教学与博物馆教学的重大区别。如果博物馆、美术馆里有真品,他觉得还是应该尽量展示出来。若确实因为各种原因不能展示,也不应用复制品替代。“因为这样操作,博物馆的权威性就会丧失殆尽,同时也会打击学习者的积极性。”在北京大学考古文博学院教授、博士生导师齐东方看来,博物馆的宗旨就是展示真实的东西。即使不得不使用复制品,也要将控制数量并注明,最好写清为何使用复制品。

正方称:好处绝对有

中国美术馆副馆长梁江却认为,善用复制品对普及艺术教育有



■(元)任仁发《人马图》复制品 图一

从本意上讲,我们谁都不希望在博物馆看到“假”作品。但在某些情况下,制作精美且标明复制品的展览也是能够吸引观众的。

用复制品替代真迹通常有几种情况,一是博物馆没有原作;二是博物馆展陈条件不到位,展出会有损文物;三是展览目的仅仅是普及性的通史教育。由于年代久远,许

文艺茶座

多中国书画名迹大多灰暗破损,并且在展出时又隔着玻璃,令观者即使面对真迹也难免隔靴搔痒。精美的复制品不仅精妙地还原了原作笔墨,而且可以修复画面的残破,提升亮度,让观者领略到画家在绘画时的真正意

“注明”是关键

图。从某种意义上来说,复制品甚至具有比原作更好的清晰度和观赏性。

这里有一条底线是正反双方有共识的:复制品展览是“备选方案”,选用复制精良的展品,目的是推广美育。无论是公立博物馆还是

地方小馆,过去或现在,或多或少都会有复制品的“身影”,但是,在博物馆展出的所有复制品,复制的质量要有可靠保证,在任何情况下都必须标明“复制品”字样。

如果博物馆不严格遵照这条原则,那就违背了博物馆的伦理。以假乱真必须大力抨击,瞒天过海终为人不齿。 乐梦融

好处。是否可以展陈复制品的界限在于展览的内容究竟是什么?他提出,如果展览本身以展品的文物性和艺术性为重点,那就不可以展陈复制品;如果展览是以普及性的通史内容为主,那么展示复制品是可以的——当然必须要注明。比如说,国博和河南博物院的莲鹤方壶,如果是固定性的通史陈列,那可能会做一个复制品,因为观众来参观这样的展览,关注的是历史,一件文物使用复制品是可以被接受和理解的;但如果是专门的文物展,那就绝对不能把复制品拿出来,否则就是在

糊弄观众。

不过,如果复制品用对了地方,那对普及艺术教育、提高公众的艺术审美情趣还是很有作用的。我们知道,很多珍贵的中国古代书画展出时间有限,展览复制品可以作为一种补充性的展示,但是一定要标注清楚,不要让观众产生混淆。当然,对复制品一定要善用,绝不能用它来欺骗观众或牟利。

复制方:误解应消除

大雅堂是最早专业从事书画艺术品复制和推广的大陆机构之

一。1996年至今,大雅堂陆续在北京、上海、南京、成都、嘉兴、三亚、沈阳等全国10多个城市的主要博物馆、美术馆举办了“中国书画复制精品展”。近日南京的展览也由大雅堂主办。

艺术总监王强中认为,有些人对复制品在美术馆展览这事有误解,可能是把复制品和赝品这两个概念搞混了。大雅堂的复制品依据“原色、原大”的原则,也采用一些修复手段,比如修补明显的破损,有时候也会调亮一些。宋徽宗《瑞鹤图》的真迹藏于辽博,复制品目前在浙

江展览,真迹画面很暗,复制品比较亮丽些。“宋徽宗的画距今1000多年,复制品则是它500岁的样子。”“翰墨荟萃——美国藏中国五代宋元书画珍品展”在上海博物馆举行时,展品中有董源的《溪岸图》,从保护角度考虑,灯光较暗,观众未必能看清细节。因此有人看了原作后,又去看复制品。

博物馆的藏品不能让人随时看到,但艺术院校、公众教育却有需求,“下真迹一品”的复制品展出于是成为又一个方法。

本报记者 乐梦融

董桥退休不封笔 日后写作只随心

本报讯(记者 乐梦融)4月27日,香港《苹果日报》刊登了一则小小告示:本社社长董桥退休,“苹果树下”(董桥在《苹果日报》所设专栏)随之结束。告示引起文坛哗然,董桥“封笔”之说甚嚣尘上。但事实上,董桥在“苹果树下”最后一篇专

栏《珍重》中写道,“今后只想补读没有读完的旧书,补写很想细写的故事,不赶死线,只随心兴。”

今年72岁的董桥散文在香港、台湾流行了几十年,读者曾被一场“你一定要读董桥”或“你一定不要读董桥”的争论带向了极

端。实际上,对于这位先是辅佐金庸办《明报》,继而为《苹果日报》镇守疆场的香港报人来说,于报业的现实实践之外,著文,始终是其旧情怀的疏泄之举。董桥常为本报副刊“夜光杯”撰文,开设有专栏“小风景”。

著名演员林青霞在最后一期《苹果树下》撰文,对董桥退休言“不舍”:“在《苹果树下》的大家庭里,大家长永远在右上角,小草永远在左上角……树下消磨了不少温馨愉快的日子……”

巴金文献图片展昨开幕

本报讯(记者 王剑虹)由巴金故居、闸北区文化局主办的“激流人生·巴金的故事”文献图片展昨天在大宁剧院开幕,这是巴金文献图片展“走入社区”系列的启动展,今年8月起,展览还将进入虹口区社区巡展,由此拉开在整个上海地区巡展的序幕。

展览的主体分为家的故事、创作的故事、爱的故事三大部分。通过

大量的文献资料、珍贵图片还原历史氛围,让参观者能够了解巴金先生创作、为人为文的诸多方面,了解一代知识分子所走过的不凡道路。

展览现场还将举行“巴金故居社区展有奖知识竞答”。参观者在进门处可以拿到一张答卷,卷子上列出了35题与巴金有关的题目,内容涉及颇广,据介绍,每一道题目的答案都可在展览的各个展板上找到。

加多宝中国好声音第三季强势启动 好声音V型标志首登红罐



4月25日,被称作“现象级栏目”的加多宝中国好声音宣布强势启动第三季征程。启动仪式现场,加多宝好声音促销装也一同揭幕,中国好声音V型标志首次出现在加多宝红色罐身上。

■王牌栏目全新归来升级精彩引发全民期待 两季节目平均破4的收视率、过亿的话

题讨论和对宝岛荧屏的输出,通过前两季节目的热播,加多宝中国好声音已然成为了娱乐评论界堪称跨时代的“现象级”栏目。

作为风靡世界的The Voice家族的中国成员,《加多宝中国好声音》自出娘胎起就享有与生俱来、得天独厚的国际资源优势。

■为正宗加V中国好声音V型标志首次上罐,引领消费新潮流

“正宗好凉茶 正宗好声音”,通过两年的连续冠名,加多宝已经成为中国好声音的第一标签,看好声音喝加多宝亦成为许多消费者首选的周五休闲模式。今年,一向在营销上推陈出新的加多宝更是玩起了大招。

为了配合产品上市,加多宝展开了线上线下的全渠道推广。据悉,2014年“畅饮加多宝 直通中国好声音”拉环有奖活动兑奖平台已经全

面上线。只要购买印有加多宝中国好声音V型标志的红罐凉茶,便可凭借拉环码和罐顶码,在短信、微信、PC三个渠道参与抽奖,有机会赢取88888个畅饮奖(30元手机话费电子充值卡)和1000万个乐享奖(5元手机话费电子充值卡)。另一方面,加多宝首个配合好声音的产品TVC亦即将在各大渠道播放。据悉,中国好声音V型标志加多宝凉茶将于5月初全面铺开市场。

“一直以来,我们都在以投资人的心态做冠名,打通线上线下渠道,为好声音造势。通过前两年的合作,加多宝与中国好声音已经完美融合,今年我们和好声音一起尝试着更进一步,中国好声音V型标志上罐不过是顺势而为”,加多宝品牌管理部副总经理王月贵表示,“对于节目而言,随着数亿量级的加多宝红罐挺进各级市场,下层到三四线渠道,节

目的影响力亦在逐级渗透;而对于消费者,每一次看到节目里的V字手,都会想到来罐加多宝,这是一次共赢的尝试。”

■模式成就格局 娱乐引擎助推“凉茶中国梦” 一种成功的模式能成就一个品牌的行业格局。这是因为,一种正确的模式能够保证品牌在泛滥的资源中精确制导,找到适合自己的借势平台,科学利用,因势利导,让自己站到时代的风口,扶摇而上。对于已经连续7年荣膺中国饮料第一罐的加多宝而言,今年是加速品牌布局,持续践行“凉茶中国梦”的重要一年。从年初冠名央视春晚让中国年与世界相连,到亮相德甲、NBA,再到凉茶文化世界杯之旅和第三季加多宝中国好声音,强劲的平台引擎将给“凉茶中国梦”带去强大推动力,推动加多宝朝着建设中国的世界级饮料品牌这一目标大步迈进。 王菲