

“海漂”画家如何不再以四海为家

◆ 杨羽



■ 法国“巴比松画家村”



■ 法国“蒙马特高地画家村”



■ 中国金山枫泾镇“中国农民画家村”

图 TP

热风

6月8日,“飘在海上——十人艺术作品展”在福州路上的春美术馆举行。本次展览展出十位“海漂”艺术家的油画、当代水墨和雕塑作品,他们将凭借独到的人生体验和极具表现力的作品传达出对这座城市的复杂情感。

“上海是一个窗口,你能发亮,就会有人看见你。”一位“漂”在上海的画家说。对于许多艺术家来说,都曾经经历过“北漂”、“海漂”的过程。虽然从总体上来说,很多画家认为上海的艺术氛围不如北京,但是城市本身的特有的“气质”,却可以让他们选择放弃一切,从天南地北包括海外,聚集到上海来实现自己的艺术梦。

为了留住这些“海漂”画家,有关部门以及专业机构也做出过许多

努力,特别是曾经出现过的“画家村”,更是聚集了近200名画家的工作室。然而今天,已经被万家灯火取代,那三个字过往的故事也已鲜有人知。其实,早在十九世纪,法国有个巴比松的村庄,风光旖旎,吸引了不少画家进驻,创作了大量的举世名作,巴比松由此盛名。但是从国内的情况来看,最著名的画家村与艺术区,无疑是位于北京通州区的宋庄与位于朝阳区的798,二十年前栗宪庭和方力钧、岳敏君、杨少斌、王强等人的选择与坚持成就了宋庄。在宋庄二十年的时间里,有近两万名艺术家在此居住过。在建构中国当代艺术史的过程中,宋庄艺术家集群最具特殊意义,而宋庄被定格为中国当代艺术的象征。而今宋庄面临拆迁的危机,798也因为商业气息日益浓厚,迫使艺术家部分撤离。

俗话说,他山之石,可以攻玉。

我们不妨先来看看国外的画家村是如何运作的。蒙马特高地是巴黎的制高点,那里有巴黎最高的教堂——圣心大教堂。在它旁边就是画家村。据说毕加索、雷诺阿、塞尚、左拉等著名的画家都曾经在这里居住作画。至今画家村仍然聚集着来自世界各地的艺术家。他们不为周边嘈杂的商业环境所扰,谈妥价钱,请顾客坐下,聚精会神动笔画像,有的先画脸部轮廓,有的从眼鼻画起,各显神通……同时,在巴黎,如果房产商购买用来做画室用处的地皮,政府的定价是市价的三分之一甚至五分之一。很多画家可以向国家申请画室,不论是在市中心还是郊区。

应该说,蒙马特高地画家村已经深入了当地的文化,而在我们的一些画家村中,艺术家们与整个社区格格不入,他们的存在可有可无,在这个方面做的比较好的要算是金

山枫泾镇的“中国农民画家村”,这里不仅有金山农民画家,还有来自全国各地的农民画家,如陕西户县、山东日照等农民画乡。游客可以欣赏到金山农民画的新作,选购到经过认证的农民画作品,还可以当面向农民画家学习创作。

现在,与“漂”在四海的艺术家们日益艰难的生存境况形成鲜明对比的,是一些地方政府“文化圈地”的热情空前高涨。地产商们将文化产业炒作为噱头,以免提供工作室、食宿为条件,邀请艺术家前去入住。规模太大、目标不明、管理无序,在许多画村建立之初,引入画家的目的就是为了提升社区的品质来拉动房地产,但没有人考虑过如何让画村走上可持续发展的道路。画家的成功,自身的努力是非常重要的,但更为重要的是有一个完整的产业链,包括经纪人、策展人,

更为重要的是要通过画家与社会接触,让他们真正了解社会,而不仅仅是“闭门造车”。蒙马特高地画家村的成功,很重要的一点就是画家为游客绘画的过程中,不仅是赚到了钱,更从这些游客的身上了解到了目前社会的最新动向,这也告诉我们一个道理:生活的中心便是艺术,艺术的内容便是生活。

要让“海漂”画家如何不再以四海为家,不仅是要给他们一个“桃花源”,更为重要的是必须融进他们所生活的城市,成为本土文化的一部分。正如春美术馆负责人参展艺术家赵春先生所表示的,希望将此次画展打造成长期项目,使之成为“他乡来客”表达自我的平台。我们也期待着越来越多的美术馆以及专业机构,能够更多地给“海漂”画家向他们所在的城市展示自己的舞台。

艺言堂

艺术家把舞台搭在哪里?

◆ 许以

我相信最终留下来的艺术,必定是替本民族诉说了以其他任何形式都无以传递的肺腑之言,它之所以得到另一个民族的尊崇,是出于它文化上的异域特征以及精神上得以贯穿人类文明进程的共性。

前些时候,京城的尤伦斯当代艺术中心举办的展览“戴汉志:5000个名字”,由于某位参展

艺术家质疑新闻稿中故意避开自己的名字,在开幕前大张旗鼓地撤出了他的所有参展作品,并在第一时间拍照上传社交网络。同时还要参展艺术家纷纷表态是否也撤展。拒绝撤展的艺术家王兴伟发表声明认为,事态俨然不是艺术家和展览主办方之间的纷争,而很快会成为西方媒体用来抨击中国的热点。

青年艺术家酩酊也在海外社交网站上针对此事发表观点,指责其艺术行为中带有博取西方眼球、哗众取宠的目的。

酩酊一语道破,西方需要的恐怕只是一个“反对中国的艺术家”。有的以扬家丑为生的艺术家,习惯于提前设定好固定观众,着力营造在海外舞台的“影响力”,而不是把自己所能做到的同等的艺术影响力和作品深度植根于民族内部。这一问题正引起年轻艺术家的反思。

我认为,与其说艺术能够改变世界,不如说它改变着人们看待世界的方式。当我们把整个世界的运转置身事外,会发觉每一个时代所兴起、所留下的艺术必然反馈着那个时代最具象征性的特质。艺术从来不是一个决策机制,而是一个会思考的反馈者。每一个艺术行为都是对这个时代的即时反馈,时间则替我们选择谁被洪流冲散,而谁又沉淀成为史诗。

对于政治的纷扰和市场的波澜而言,他们永恒不变的特性在于他们不断在彼此吞噬和更替。漫长的“当代”道路中,它们等待着时间的挑选,等待着千千万万个“我们”的挑选。

在这个讲究投资效益的时代,资本的操作日益变成了种“正常因素”,因此并不值得奇怪。从更大的范围看,在世的“艺术明星”、“艺术大师”的诞生不仅和资本操作有关,也和媒体生态有紧密的联系。

艺术明星后的资本和媒体

◆ 周文翰

他山之玉

不论是刚在北京揭晓的“中国新锐绘画奖”,还是新羽西赞助的“中国新锐绘画大奖”,瑞士收藏家希克设立的“中国当代艺术奖”等,都是新兴的民间力量征集艺术品、推广艺术家、造成传媒影响的手段,这可以说是最近十年以来艺术界——也许更准确的说法是艺术投资界——的新玩法之一,因为在之前,各种奖项的设立垄断在国有体制内,要么是政府,要么是官方协会才有资格认定,获奖者则获得体制内的好处:涨工资、发奖金、提级别等等。

不过我觉得要说上述奖项会造出艺术明星还为时尚早,因为它们既没有像英国特纳奖那样能获得有影响的电视台的直播,也没有一个更广泛范围和受尊崇的评选体制,选择面较为狭小,影响力有限,多是投资机构通过主办展览、评奖的方式筛选、购买或代理部分入选艺术品获得利益。

在这个讲究投资效益的时代,资本的操作日益变成了种“正常因素”,因此并不值得奇怪。从更大的范围看,在世的“艺术明星”、“艺术大师”的诞生不仅和资本操作有关,也和媒体生态有紧密的联系。

原来国有体制大一统的时代,艺

术家的地位是通过专业协会、学院的排名体现的,几乎不存在艺术市场,也不存在竞争性的市场化大众媒体。上世纪80年代以后媒体报道的自由度增大,出现初步市场化的媒体以后,黄永玉、范曾等活跃人物就受到报刊媒体较多的报道,他们二三十年来积累的名声至今还在延续。

相比之下,最近几年涌现的艺术明星数量就大大增加了,其“制造机制”大致分为两种:

一种是和“天价拍卖纪录”有关:如张晓刚、刘卫东、曾梵志等艺术家是因为2004年以来接连爆出天价拍卖纪录获得大众媒体的大篇幅报道,这并非因为媒体和公众关注艺术家的创作,而主要在于全社会对于财富以及投资话题的关注。等于是资本推手制造的天价纪录再通过媒体传导开,像已故的吴冠中先生虽然在上世纪80年代以来就是媒体报道较多的艺术家,但2000年以来也因为其作品拍卖价格高而更为人所知。

另一种是因为和社会关注度高的公共事件有关,如陈丹青尽管在油画界素有大名,但在社会大众中出名却是因为2005年他宣布从清华大学辞职以后获得《中国青年报》等报刊、网络的大量报道而成为公共话题,蔡国强等则是因为参与奥运会才从艺术媒体走向更多的大众媒体。

进一步,也可以看到成名模式中

媒体的“微观操作模式”的特征,比如,艺术家和著名人物、事件如果形成“名望谱系”或者“话题性谱系”就可以获得更大面积的媒体关注和反复传播,如陈丹青辞职事件之所以得到媒体的密集报道,首先因为教育体制是全国关注的主题,其次,则是清华大学是中国最著名的大学之一,陈丹青则是著名艺术家,他们的冲突有巨大的戏剧性,同样,奥运会、地震、明星也是“名望谱系”的一部分。另外,出于对冲冲突性的关注,媒体及其读者们喜欢看到某个名人抨击另一名人或众所周知的机构、事件,这是当代中国“炒作”的习惯方式。

其次就是在大众媒体上,常常可以看到各路艺术家的发言越来越有“格言化”的趋势,简单上口、所指模糊的“格言”的流行,可以说是大众传播的一个内在要求——大众更喜欢肤浅而有诱惑的口号式语言,而讨厌那些专业的术语体系。其实,现代艺术史上的达利、安迪·沃霍尔也很早就意识到媒体和读者的这种喜好并有意地用来进行自我包装,而今天的当代艺术家中也不乏其人。某种程度上,这可以说是部分精明的艺术家、专家和媒体人心照不宣的游戏,他们不断推出新的格言和口号谈论文化和社会事件,虽然有时不免显得华而不实。

(乐梦融摘自中国艺术批评网)