

大师们很“忙” 但百姓很乐

——艺术热门展繁多带出的话题

◆ 尹仁沐

● 热点观察

11月将在K11美术馆展出的《跨界大师·鬼才达利》早早打响了广告；而9月26日将在外滩开幕的《疯狂达利艺术大展》也堪称“重量级”展出。在观众眼花缭乱的同时，我们也不难发现，近两年内的“热门展”“大师展”真不少，梵高、莫奈、安迪·沃霍尔等名字一出现，都是每展必火。那么，老百姓过了眼瘾，是否就真的满足了？

先看人后看展 百姓叫好才叫座

数数这两年在上海引起热潮的艺术展，几个熟悉的名字几乎总是反复听到：梵高、安迪·沃霍尔、莫奈……也难怪策展方千方百计都要引进这几位艺术大师的作品，因为这些名字可谓是一把把“尚方宝剑”，几乎是“宝剑一出，莫敢不从”，老百姓似乎就是喜爱这些名气响当当的经典大师，可谓“有大师必火”。不过也怪不得老百姓有这样的趋势，毕竟对于非业内人士的普通人来说，名气大的那就是“金字招牌”，总觉得口碑品质都差不了，哪怕看不了，去过过眼也彰显自己颇有艺术范儿。

正因老百姓有如此心态，对于策展方而言，这既是机遇，同时也是责任。纵观几场热门艺术展，除了公共美术馆内举办的票价相对平民化，其他的几乎都不低于百元，这一笔支出对于慕名而来的普通观众而言，他们期望得到的自然是一场能够值回票价的视听盛宴。去年轰动上海的“莫奈展”展期不短，然而观众几乎天天排队入场，如果说前期的轰动可能是由于莫奈的名气响，或主办方宣传力度大造成的，那么一个月过后的高人气则足以证明了这场展出是真材实料的。的确，不大的展出区域内满满都是大师莫奈的真迹，很多作品就算到国外也未必看得全，如今却能在家门口享受到，这样的机会怎不令观众心动？正因观众有如此期待，主办方在策展时应该更加投入心力，才能让大师们的“金字招牌”名副其实。

“冷门”要靠策划 关键在宣传引导

相比国内市场来来去去就这么几个大师到处“赶场子”的局面，国外如今却正时兴“冷门”展。7月5日在大英博物馆刚结束的“定义美：古希腊艺术中的身体”在当地就挺火热，甚至引起了不少人对古希腊雕塑艺术的“复古热”。在如今这个“以瘦为美”的天下，再来回顾古希腊时期的人体雕塑，仿佛给人们开启了新世界的大门：那个男性以力量美为豪，女性以丰盈圆润为标准的时代，雕塑的美感既令人们想去重温古希腊艺术的经典，更让人反思现代人健康的生活习惯和观念，反而显得更具现实意义。

其实，对于老百姓而言，家喻户晓的艺术大师他们喜欢，但一部分原因还是因为名气响而先入为主地认为展出一定好看；除了经典名作，老百姓同样需要新鲜的内容看，同样需要了解“冷门”艺术的魅力。如何为普通百姓引进有意思的“冷门”经典作品或现当代艺术品，反而是对主办方和策

展人的新要求、新挑战，再好的作品如果没有合理地布展，缺少恰到好处的宣传，显然很难让普通人去发现。对于上海而言，除了“热门”展，有特色的“冷门”展也不可少。丰富的艺术资源和对外交流的相对便利，使得我们有更多机会去引入国内外的优秀艺术品。如何为老百姓展现更多更新的作品，除了盈利，还需要肩负起更多艺术教育的责任。

质量重于数量 艺术品质放第一

如今，国内每年都有不少艺术大师展，有些甚至还会和国外的展出“撞车”，不懂行的老百姓不禁要担心了：大师们分身无术，我们看到的究竟是不是真迹？号称“重量级”的展出分量足够吗？

其实不用这么担心，哪怕是同一件作品同时出现在两地，很可能两件都是“真迹”。比如根据法国的法律可以认定，同一件艺术家作品可以复制不超过12件的版权作品，这些复制作品都可以被认为是“真迹”。尽管如此，但对于普通人来说，他们不但很少有机会听说这样的“行规”，而且即便知道有这种情况，复制版权的作品与那独一无二的原作还是存在差异的，起码在心理期待值上一定是有所不同的。那么，展出的作品一旦“撞车”，老百姓们就疑惑了，因为这些知识很少有人来告诉他们，如果主办方不加以说明，他们也无法判断自己看到的“真迹”是哪一种情况。其实，这些信息不妨更清楚地为观众进行说明，相信老百姓不但长了知识，也会更认真地欣赏作品的。

对于上海这个在国内相对领先的艺术市场而言，对艺术感兴趣的普通人已不仅仅满足于“知名艺术家”或是“著名作品”这样的名号了，在有了一定的鉴赏水平后，老百姓的艺术品位自然也水涨船高。在这种情况下，艺术展的数量相对而言就没有质量来得关键。所谓“山不在高，有仙则灵”，艺术展同样如此。百姓乐得见到琳琅满目的各色展出，但更加希望参与的是令人难忘的精彩展出。我们的策展人们，还请更多用心思，“热门”展繁多也不如“经典”展令人记忆深刻，艺术品质还需更严格地把握好。



■ 在上海，“热门展”总能吸引无数观众挤破头来参观



■ 前来参观的老百姓或许抱着「到此一游」的心态，但只要来了必然就会有收获

● 评论

复制品也挺好

◆ 章颖

还是前年的时候，我去北京参观了一场有关安迪·沃霍尔的展出，当我回来兴奋地跟一位美术老师分享所见所闻时，老师却显得有些吃惊，因为她一周前刚刚在日本也看了一场安迪·沃霍尔的展出，而我们都看到了他的经典作品《玛丽莲·梦露》！

不过仔细一想就有些明白了，两场不同展出却出现了同一件作品，这说明这两场展出中，至少有一场所展出的《玛丽莲·梦露》可能是复制品，也不排除两件都是复制品的可能。这样的现象其实非常常见，大家都认可一些经典艺术品除了那唯一的那件原作品之外，也会存在拥有版权的复制品，它们同样也属于“真迹”。可是，令我感到非常无奈的是，绝大多数策展方是不会把这种区别表露出来，这让观众变得“不知情”。

当我们讨论起这个现象时，那位美术老师提出了一种新鲜的观点，她认为多件复制品分布在世界各个角落展出也无可厚非，从她身为一名美术普及教育者的角度来看，通过这样的形式，可以让更多老百姓有机会见到大师的作品也挺好。的确，如果站在老百姓的角度来看，大家冲着艺术大师的名气而去，主要就是看个热闹，感受一下形式，再感兴趣点的人会去听听作品解释，了解一下艺术家创作背后的故事，这些目的通过复制品一样可以实现，毕竟作品原件非常稀少，通过复制品能在更大范围内起到良好的艺术教育功能，也是一件好事。

话虽如此，但复制品的情况也应该对普通人加以标注或说明，至少也让大家能够看个明白。复制品并不等于盗版，为何不能大大方方地标注出来呢？对于不怎么了解艺术的老百姓来说，不管是算作“真迹”的复制品，还是纯粹的仿制品，参观者都有知情权，欣赏作品也要知根知底。我相信，即便是复制品，只要能够让人领略到大师风采，老百姓也会喜欢的。



■ 如今，国外「冷门」展反而更耐人寻味，一些不算经典的作品反而更耐人寻味



■ 现当代艺术作品需要策展方更合理地规划，才能体现出其魅力所在



■ 真正的好作品值得耐心排队等待



■ 高人气背后还是需要展出的高品质来保障