



上海市民文化节以在全市开展“文化服务日”的方式拉开大幕,自今年起将重推“市民美育行动计划”,分三年打造1000门、5000课时的美育课程,涵盖科普、人文、艺术等不同系列,提升百姓文化、艺术、美学素养。初读这个计划时,觉得数字十分巨大,远超过大学的美学课。但考虑到上海的城市幅员和人口在国际大都市中均名列前茅,把这个看似巨大的数字分散开去,可能就不算多了。

美育作为一门课程,过去都限于

美育不仅仅限于校园之内

◆ 王纪人

和创造美。同时它对培育我们美的情商、情操和完善的人格也有潜移默化

的影响。仅提德智体其实还是不够全面的,只有德智体美全面发展才是人类完善自我的理想目标,而且是一个漫长的历史过程。

美涉及方方面面,不是三言两语可以说清道明的。单就对美的认识而言,就可能言人殊、莫衷一是。有人认为外貌美是第一位的,也即颜值高于一切,这有点像“汉皇重色思倾国”了。这种认知上的偏颇,往往会造成在择偶、聘用、选拔人才方面的以貌取人,而不是把德才即内在的美放在第一位。

英国文艺复兴时期的哲学家和散文家培根对美不无真知灼见,他在《论美》中说:“美德好比宝石,它在朴素背景的衬托下反而更加华丽。同样,一个打扮不华贵却端庄严肃而有美德的人是令人肃然起敬的。”中国首位大诗人屈原也说,“纷吾既有此内美兮,又重之以修能。”当现代人似乎更偏爱外在的美,甚至不惜一切地对受之父母的身皮肤一再伤筋动骨地修理。我个人的意见是,内外兼美自然最好,如只有了一美可取,那宁取内美而不取俄国

倾城。

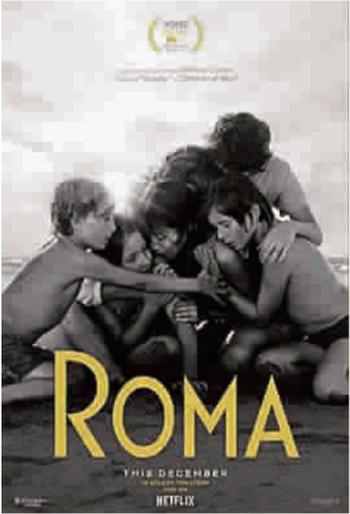
由以貌取人,我又联想到当代人的追星。我读初中时放学回家,要经过淮海中路瑞金路口的电影局,往往因电影局门口有许多人围观电影明星,不得不从马路对面走。其中有位年轻女士是孙道临的铁杆粉丝,几乎天天要求等候,大明星道临先生不得不躲在电影局里迟迟不能下班,又没有加班费。道临成为大叔后我曾经问过他,他确认有过这样一个粉丝。有位著名女作家告诉我,有个男愣青曾经多次守在她家门口,使她倍受惊吓。过度崇拜明星和偶像往往会对方造成很大的骚扰,而这种把力必多投射到受崇拜者身上的行为,应是变态心理学的研究课题,但却是明星和偶像的美貌和魅力引发的。

现在,“粉丝经济”即架构在粉丝与被关注者之间的营利性创收行为,成为一种新的生财之道。最近,制造网红成了不好的风气,蜂拥而至的微商、直播等起哄者是别有用心的人,他们想借制造一个偶像让自己蹭热度,通过在抖音、快手上露面直播使自己成为衍生网红和流量明

星,以博取眼球获得经济利益。从崇拜明星到制造偶像,借以自吹自擂,从中谋利。这种状况如愈演愈烈,必然对大众审美乃至社会秩序造成干扰。我认为在面向市民大众的美育课中不应回避此类实际出现的状况,使群众的审美在高水平上运行,而不是趋向低俗混乱。

市民美育课程因为面对的是市民大众,所以也是要通俗易懂,适合市民日常审美的需要。在制订课程和授课内容前,最好先在市民中作些调查研究,征集他们关注的问题和想听取的内容,这样才能有的放矢,而不是照本宣科。在授课过程中,宜有更多的教学民主,也就是多引导市民听众参与提问和讨论,而不是一言堂满堂灌。此外,多从日常的审美活动和各类艺术欣赏的实践出发,再从感性上升到理性,可能更易为受众接受,也更加奏效。

上海的美学资源还是比较丰富的,如优秀的新老建筑、博物馆和美术馆,人才济济的各类艺术家,以及各种非物质文化遗产和丰富多样的剧场演出,都可以让美育以更灵动的方式走向上海的市民大众。



网络电影制作商——网飞(Netflix)曾经被法国戛纳电影节以“不在电影院放映”为由拒绝。此次在奥斯卡颁奖礼上,却以《罗马》拿下三项大奖,这是网飞发行的第一部入围奥斯卡最佳影片提名的电影。对于曾经被传统电影节拒绝的“网络大电影”(简称“网大”)来说,奥斯卡的褒奖来之不易。而即便这部电影在艺术上实至名归,但其“网大”的身份却再一次引起了电影界的争论。

以斯皮尔伯格为代表的一批电影人,已经对奥斯卡的评分规则提出了质疑。他们认为,通过流媒体放映的电影,不该和院线电影在颁奖礼上享受同样的待遇。同时,他们也希望改变奥斯卡的评奖规则:一部电影必须在院线有至少上档4周,才能获得竞争奥斯卡的资格。如果他们的建议被采纳,网飞在以后的奥斯卡上,可能会遭遇和戛纳一样的尴尬。

2015年,网飞出品的《无境之兽》尽管在威尼斯电影节和金球奖上都获得提名,但当时的网飞坚持院线与网络同步发行,而使这部电影遭到北美四大院线联合抵制,因此直接被奥斯卡无视。

2017年的戛纳电影节上,当韩国导演奉俊昊的电影《玉子》和美国导演诺亚·鲍姆巴赫的《迈耶罗维茨的故事》参加竞赛单元的时候,片头的网飞标志也引发了观众一片嘘声。

这怪不得戛纳的观众,本身法国法律就有规定:电影在影院上映后36个月内,不能在家庭平台上播放。这是出于文化产业的行规,赚钱要影院,碟片一轮轮排好次序来。

网飞当然无法接受,它坚持自己制作的电影要通过网络在全球同步上映。法国的影院对此提出了强烈抗议,而戛纳也因此改变了自己的规则。当2018年戛纳电影节临近,主办方宣布,如果网飞(或任何其他公司)拒绝承诺在法国的影院上映其发行的电影,那它们将被禁止参加未来戛纳电影节的主竞赛单元,但是它们提交的影片可以保留,用于其他单元的展映。

网飞选择了和戛纳“硬扛”到底。2018年4月11日,该公司的首席内容官萨兰多斯告诉媒体,他们将完全退出戛纳电影节——不仅是竞赛单元,还有电影节的其他所有展映活动。2018年的网飞,已经底气十足,因为他们准备参展的作品,包括阿方索·卡隆的这部《罗马》,以及已故传奇人物奥森·威尔斯的遗作《风的另一边》。

在去年的威尼斯电影节上,我们同样能看到网飞大力推广的几部电影,但此举

也一样招致了当地参展商的愤怒。然而,《罗马》仍然拿下了金狮奖,《巴斯特·斯克鲁格斯的歌谣》也拿下最佳改编剧本奖。在艺术类电影这一块,网飞在被戛纳拒绝后,更加来势汹汹。

《罗马》是一部好电影,而网飞也是许多制片人的福音。但横亘在主流电影节和流媒体平台间根本的争议在于:“电影”是什么。对网飞来说,“电影”是他们提供的内容,只要你为他们的服务付费,你可以以任何你想看的方式观看。但对于戛纳电影节来说,电影本身就是一种艺术,它需要特定的环境,以及保护,来防止市场力量排挤艺术表达的可能性。

法国对待文化产品和服务的态度,一直区别于其他类型的商品和服务,而且他们还把这条写进了法律。其理念是,无论是什么类别或类型的电影,都是一种公共资源,或者说是公共艺术。《卫报》曾经评论说:电影对法国人太重要了,以至于他们根本无法接受电影是一种商品,并且会受制于自由市场里简单的供求力量。

还有一个看待电影的态度则来自一个更加好萊坞式的框架,在美国,电影在很大程度上仍被认为是为一种逃避现实的娱乐活动,是周末消遣的一种方式。同时,美国的艺术和文化很大程度上是由市场所导向的,这促进了大量的创新,却也同时会将那些“过时的”或“赚不了钱的”,无法维持市场活力的艺术形式给毫不留情地淘汰掉。因此,不管是加拿大多伦多电影节还是圣丹斯电影节,由于在非常不同的生态系统中运作,因此,它们并没有效仿戛纳电影节的做法。

美国人在娱乐活动中重视个人的观影体验,而在法国以及欧洲的许多地方,电影作为一种文化和艺术形式,仍然地位崇高,除了市场效应,电影所带来的戏剧体验仍旧被放在首位。

本质上,法国人和主流电影人认为,电影的完成度还包括在影院欣赏的氛围——事实上,早在一个世纪之前,欧美就曾风靡过“气氛影院”,把影院内饰和银幕、音响的技术调整到当时最高水准,最美阶段,旨在为观众创造一个欣赏电影的最佳环境。而网飞这样的影业“新贵”则把电影当作很纯粹的“内产业”——在怎样的环境、怎样的时间里看都可以。如此,打破了空间壁垒就削弱了欣赏电影的“仪式感”和“共情氛围”,有可能减弱了电影的感染力;打破了时间限制,则是“坏了老规矩”——影院先赚票房,随后出碟片让发行商再赚一笔,接着衍生品向消费者延伸销售这一施行多年的行业规则。换言之,欧洲人更视电影为“艺术”,网络时代的网络大电影公司,则恃“财”无恐并以此笼络更多的“才”。

从网飞的“网大”开始,这两个世界在2017年戛纳电影节上第一次发生了碰撞。而如今,亚玛逊在今年圣丹斯电影节上高达4700万美元的“爆买”,网飞在艺术电影上的布局以及与知名导演的合作,这两家流媒体巨头,似乎在独立电影和中小电影上找到了和电影节讨价还价的筹码。

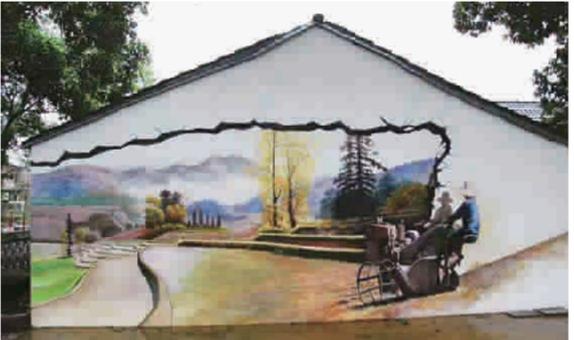
《罗马》与奥斯卡最佳影片擦肩而过,“网大”又一次刺激电影人的神经,虽然争论仍旧存在,但越来越多的电影节,已然向“网大”敞开了胸怀。在今年的柏林电影节上,柏林电影节艺术总监迪特·科斯特利克表示,“未来,国际电影节就应该如何处理来自流媒体平台的电影采取一个共同的立场。”

「网络大电影」何时能获戛纳大奖

◆ 一树

“江南一带”的艺术乡建

◆ 王南溟



3月20日上海刘海粟美术馆在黄山举办的“刘海粟十上黄山文献展”,其中有一个论坛议题是“人文中国与乡村振兴”,讨论的是艺术乡建话题。由于黄山这样的地理位置,又是与江南文化联系在一起的,让我想起了黄宾虹说过的“无山不美,无水不秀”的赞词。如何使它生产出文化内容以提升生活与环境质量,而不浪费这样的自然之美,当然与目前的各种乡

建话题有关了。艺术乡建是近年来由于艺术家在乡村的实践而在理论讨论中形成的概念。随着艺术向前发展,从山水画到“社会就是雕塑”,当代艺术家中已经有不少的艺术乡建案例和研讨,有些还非常地跨学科。艺术乡建已经不是一个艺术内部话题,它更是一个社会实践,或者是将自己的社会实践倡导出新的当代艺术的理论,正如我提出的“每一个人持续地做一次又一次工,这就是艺术!”2013年启动的山西太行山中的许村艺术助学项目,到今天为止仍然是一个典型。中国和西方的当代艺术家共同参与,助学内容有绘画、钢琴和英语等,艺术家将乡建本身当作自己的作品来做并形成非营利属性。我在“上戏现象”课题的历史溯源

中,将熊佛西与他的乡村戏剧作为第一个研究对象。熊佛西的乡村戏剧就是将西方戏剧与中国乡村戏进行互动编导,这份遗产在今天格外需要转而为新的实验,就像我们将非遗内容与当代情境中形成的展览和对话关系那

投资与运营甚至到乡村金融投资主体的形成。“江南一带”是我在2017年设的展览主题,“重返费孝通之路”是要配套的论坛主题,而我的“艺术乡建”逐步从中国的僻远地区回到上海乡村就是在这样的语境中形成的。比如正在进行的“艺术踏青”项目,它既是一个“2019新绘画”展览的公共教育项目启动,也是接着2018年罗泾的“边跑边艺术”艺术乡建实践经验,而直接将上海郊游的概念提示了出来。当郊游有了艺术内容,这样的乡村既能为市民提供文化郊游,也可以为当地乡村注入来往人群,以形成传统与当下、乡村与都市中的对话关系。

“艺术乡建”不会是大规模的社会改造,但它可以进行最接地气的沟通和逐步发展出因地制宜的乡建提案。在上海周边地区如何乡建,这是“人文中国与艺术乡建”论坛上的重点,其中的朱家角案例和奉贤的儿童教育乡村基地的案例分享,都来源于这些一线的产业投资与运营方。在这样的田园综合体和旅游商业综合体中,确实是需要从一开始就要有艺术内容。乡建中重要的二产转型到三产文创本来就可与艺术创意结合得越来越紧密,甚至可以说这是从艺术乡建到乡建艺术的转型。

从上世纪20年代中国开始乡村的城市畅想,到当代的“城乡中国”中的乡村与都市二重唱互动,艺术是一种相对可靠和最低成本的试探。当今中国乡村问题远远比费孝通时代的课题要复杂得多,而且艺术家们是“行动的费孝通”而不只是希望结出费孝通式的学术成果。当下“江南一带”的乡村经济需要当下的社会学行动,而不只是纯粹的传统的田野调查式的研究。通过“艺术乡建”我们可以重费率孝通的发起社会学,当这两者高度结合在一起的时候,就足以成为新社会学理论,并在新社会学理论上替艺术家记上一笔。

从「动起来」到「慢慢走」

◆ 潘真

上一个周末,“ART 24 HOURS | 上海艺术24小时”梅开二度。20家美术馆、博物馆,30多家画廊、艺术空间,50多家设计概念店、餐厅等公共空间,只要一张198元的通票,就可以逛遍。

海归学子听说了,问:“通票是给游客的吧?”得知是给上海市民的艺文福利,又问:“走马观花……怎么欣赏艺术呢?”同时,有媒体报道了专家的观察:申城市民对艺术的追捧,很多还停留于追求时尚的层面——在展厅轧闹猛,拍照、发朋友圈。

“上海艺术24小时”的初衷是积极的。广告文案中的“打破生活和艺术的界限,构建起一座全城艺文嘉年华”“丰富多彩的活动造就出一种全新的海派生活方式”,颇为吸人眼球。然而,欣赏艺术并非轰轰烈烈的运动,看展览并不需要狂欢节式的饕餮。

友人专程赴东观颜真卿特展,惊讶于彼国展厅的安静、有序,人们专心致志看作品、读导览文字,不过瘾再排队看第二遍第三遍,没有人拍照……

我听着,想起本城博物馆的董其昌特展,展厅里不时回荡着“排队啊!”“动起来”等吆喝声,好不容易到了名作前,某些观众却顾不得看展品而埋头弄手



机……

艺术浸润城市,好美的愿景!浸润,是一个细水长流、渐渐渗透的过程,怎么可能一蹴而就?!仅观上海与世界艺术之都的差距,就观众层面而言,问题在于,看展览如何从跟风行为上升为审美行为?培养合格乃至优质的观众,便是拿古今中外的优秀作品去滋润、熏陶他们,让他们们的眼睛始终接触好东西,在他们的心里埋下美的种子,渐渐地他们的日常审美就会得到改观、提升。而这一切,都需要时间,都得静下心来慢慢来。

1932年,朱光潜先生撰文谈“人生的艺术化”,以阿尔卑斯山谷公路旁的一条广告——“慢慢走,欣赏啊!”——作为标题和结尾。他写道:“许多人在这车如流水马如龙的世界过活,恰如在阿尔卑斯山谷中乘汽车兜风,匆匆忙忙急驶而过,无暇回首流连风景,于是这丰富华丽的世界便成了一个无生趣的囚牢。这是一件多么可惋惜的事啊!”八十多年过去了,今天重读这一名篇,仍毫无过时之感。

“慢慢走,欣赏啊!”什么时候,上海人可以慢下来,流连于身边的美、世界的美,那就离世界艺术之都又近了一步。

人人喊打的反派，怎么在表情包里“翻身”了？

◆ 王毛毛

近期《都挺好》引起的讨论很广泛,也很具体,或者说,非常切身。似乎每个人都可以拿自己或者身边人的经历,举出一大堆例子,来论证这部电视剧中情节与人物的对与错,家庭与女性议题的真假与轻重。

《都挺好》的吊诡之处有二。一是苏明玉在家庭身份中是弱者,而在社会身份中是强者,她在家庭中受尽委屈,给了她用社会强者身份碾压社会弱者的合理理由。这层田忌赛马式的置换,遮盖了此行为的非正义性。二是在该剧中,苏明哲和苏明成都已成家,而苏明玉没有。她没有结婚生子,没有“受困”于家庭。而且为了弥补和辅助这个“复仇女神”的行动,该剧设置了像石头冬这样一个“付出型人格”的男性角色,这两点恰恰说明了女性处境艰难,男女平权任重道远,竟然要通过这种方式寻求所谓的“公平”。假设苏明成在社会角色中依旧强势,苏明玉职场失意,已婚生子,那她是否要继续承受受“剥削”的命运?

不否认,《都挺好》承担了观众发泄情绪的作用。典型化的角色塑造,挑明了男女不平等社会现象,给了很多观众诉说创伤的渠道。以往有的家庭伦理剧碰到了这些问题,因为没怎么极致和典型化,所以也基本都是到这一步为止,让观众痛,让观众气,在痛哭中大团圆,体会谁都不容易。而后者以一种吊诡的设定让观众“爽”。《都挺好》之前的家庭剧,没有发泄情绪的作用,但只有“痛”,发了“爽”。所以现在网上出现了“绝不接受大结局和和解”的言论。

笔者认为,《都挺好》缺乏深度思考。它只能在疏解情绪方面发挥



三月里的青春片

◆ 叶露

三月多青春片,片名亮眼。青年导演白雪自己编剧、导演的《过春天》,在第二届平遥国际影展上获得最佳影片及最佳女演员奖。16岁的高中生佩佩在父母离异的家庭里得不到温暖,偶然的机

会,让她在贩卖手机的生意里,欲寻找生存价值。她每日从深圳往返香港上学,一趟趟带着“水货”,成功找家回到影片结尾,在结束水客生涯之后,她带母亲去香港玩。这意味着佩佩在那段特殊的生涯里,身心已经与过去不同。

由任晓雯的短篇小说《阳台上》改编的同名电影,也是小成本制作,也是一段特殊的经历,催生了少年的成长。周冬雨饰演的张英

雄欲报复的仇家弱智之女,在片中拍摄得很美,上海方言很接地气,张英雄与店里的同事沈重骑者摩托在隧道里狂喊,虽是青春片里时

常有的镜头,但在这里,对于懦弱

的张英雄的最终无力复仇的结局。

叛逆的人物,错综的纠葛,从

暧昧狂放到成熟理智,再加上煽情的音乐,银屏无疑有着放青春情

结的优势。意味总是内敛的,小尺度的,需细细审视回味;张扬的故

事,时间的玩味,富有张力的情感,会在瞬间迅速捕获人心。

偶然看一部外国片,某高中学校,一个班级,有学生参加了不该参加的活动,校长一个个点名,要同学指认某某是活动带头人。父母示意孩子低头,但在最后的班级指认场景,“不,他不是。”——没有一个同学去做告密的小人。父母是要孩子躲过学校的威胁,而孩子之手,将他交到可以托付终生的“新人”之处。男主角的忘我,女主角的隐忍,悲伤的理想化的爱情故事停顿了大批青年观众。

像《过青春》《阳台上》这样讲究意味,进程细腻,但故事相对平缓的青春片,小令一些也是正常的。想起了那部令人难忘的《致我们必将消逝的青春》,汹涌的激情,蹉跎的命运,生与死,跌宕的时间。那些“标配”,似乎是电影欲达震撼所必须的。

小制作的用心,大剧本的野心,青春片当然可以不拘一格,什么样的片子可以叫好又叫座,青春片的前景是可以有一番探究的。

上海文艺评论专项基金特约刊登