

如果能与艺术不期而遇

——呼吁让名作主动出门“走走”

◆ 寿达琳(本刊纽约特约评论员)

● 编者按

5月中旬,美国的多家文博机构表示,将联合举办名为“艺术无处不在”的公益项目,届时通过这项活动,人们或许能在地铁站、公交车站、户外广告等最常经过的地方看到经典的艺术作品。这场可能成为美国境内最大规模户外艺术展的项目,摆出了艺术主动走出馆门的姿态,也能给我们的艺术普及更多启发和思索。

“老美”先行 名画将走上街头

对艺术动向向来敏感的“老美”又有了新动作:美国多家文博机构将联合举办“艺术无处不在”的公益项目,不待民众特意踏访美术馆,而是由经典名作走上街头,和路人来个“不期而遇”。届时,人们或许走在街上就能看见安迪·沃霍尔的《金宝汤罐头》,或许去乘坐地铁时会看到贾斯培·琼斯的《三面旗帜》,甚至还有可能在公交车站边等车边欣赏吉尔伯特·斯图尔特的《乔治·华盛顿》……这场汇聚了芝加哥艺术学院、达拉斯艺术博物馆、洛杉矶县艺术博物馆、国家美术馆和惠特尼美国艺术博物馆5所机构的大型户外展出,将展示50件知名美国艺术家作品的复制品,以各种形式在全国5万个广告空间进行展示,预计从8月4日起装点街景4周。这恐怕将会成为在美国境内举办的规模最大的户外艺术展。

民众说了算 想看什么选什么

这两天,主办方在网上发起的为期一个月的正选投票活动刚刚结束,从4月7日起,公众就可以在网站上从5家机构提供的总共100件藏品清单中选出最想看到的50件作品,颇有些“选秀”节目的路数。等到6月20日,得票最高的50件作品名单就将出炉,看看贾斯培·琼斯、格兰特·伍德、吉尔伯特·斯图尔特、爱德华·霍珀、玛丽·卡萨特、乔治亚·奥基夫、马克·罗斯科、安迪·沃霍尔等人中,谁的作品最受欢迎,多有意思!这种形式无疑是在表明这场公益项目的出发点:既然是给公众看的,就要由公众来决定,这样给予公众足够自由的选择权也体现了十足的“老美风采”,他们深知活动再有创意,也要公众“买账”才算得上成功,顺应民意无疑是最明智的做法。

更上一层楼 参观模式再晋级

“老美”算得上是艺术消费领头者了,即便如此,他们依旧觉得不足。尽管是艺术消费一大巨头,但国民艺术消费的“贫富差距”却也很大。“艺术无处不在”项目发言人、达拉斯艺术博物馆总监马克斯威尔·安德森说过:“我们希望这个项目能让艺术走进每个美国人的心中。艺术将出现在人们上学或上班的途中,成为他们日常谈话的一部分。换句话说,如果我们不能让一个大街上的普通人走进美术馆——只有14%的美国人参观博物馆、美术馆的习惯,那么至少我们可以让美术馆中的艺术走上街头。”

想要让没有习惯、没有时间走进美术馆的人有机会欣赏,就必须采取“非常手段”,将艺术参观融入到公共服务中就是这次项目的方式,这种形式不但让艺术参观更上一层楼,更是将艺术普及教育推广到更广泛的年龄层去。美国户外广告协会政府事务部常务副总裁肯·克莱恩表示:“当项目结束、艺术作品撤下之后,留下来的是艺术对人们的教育。这是项目真正想要实现的目标。”



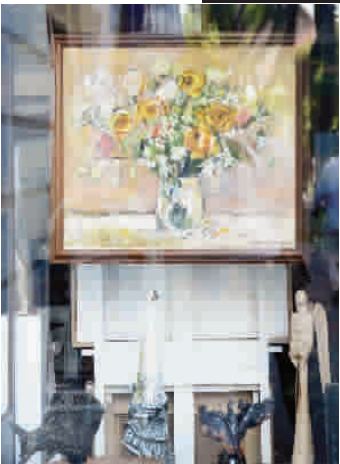
▲ 艺术进社区,多了人们的参与与互动



▶ 艺术提升城市的文化气息

▼ 露天的艺术展,为环境营造气氛

▼ 艺术进入社区,人们近距离欣赏大师的作品



要让更多百姓懂艺术 何必坐着干等

◆ 尹仁沐(本刊特约评论员)

必须承认,艺术,尤其是公共艺术,还没能走进大部分人的生活,艺术欣赏也还未成为城市生活必不可少的一部分。这固然与我们传统的生活习惯和价值理念有关,但是艺术缺乏主动性也是不能忽视的一个原因,如果艺术能吸引人,艺术能主动接近人,那么必定会有更多人加入到艺术欣赏中来的。

以城市雕塑为例,作为公共艺术的一大“主力”,它需要融入所处的环境,同时又必须足够吸引眼球,路人的随意一瞥就是它展现自己的机会,好的作品就能在短短几秒间让人产生兴趣,印象深刻。由于雕塑的固定性,要让路人注意到它的魅力就更需要艺术家多花心思,这无疑也是一种主动性的体现,曾经在欧洲某个小镇路边,看到一个头戴钢盔的“工人”从窠井盖探出身子,双手交织着笑眯眯地仰视着往来的行人,相当引人注目。仔细观察这栩栩如生的铜像就会发现,“他”和我们并非一个时空的人,看着他古朴的打扮似乎将路人带回了几百年前的古老小镇,这位

工人正在工作之余偷偷小歇着。仅仅一眼,我不仅看到了艺术创作的亲民,更是感受到了其中传承着的地方风情。

而其他手段的艺术更无须干等着人们走进美术馆,它们同样利用起城市的公共环境大做文章。前阵子,地铁8号线中华艺术宫站俨然成为了开放性的世博纪念馆,这里被布置成了一节8号线车厢,里头布置着珍贵的图文再次将前往中华艺术宫参观的游客带回2010年那个热火朝天的世博现场。利用地铁展示艺术,8号线绝非首例,2号线、10号线等都有形式不同的艺术展出,这些活动将艺术推向了那些不太有时间或兴趣主动去美术馆进行参观的人群,并且有针对性地进行了一次次艺术普及,这无疑让传统印象里束之高阁的艺术放下了架子,并主动和老百姓进行“交流”。

这些年,我们的艺术展出活动越来越丰富多样,但在公共艺术中发挥出的主动性还远远不够,要更好地普及艺术还需要更多设计和思考。

(本版摄影 姜锡祥)

福建华夏 2014 春季艺术品大型拍卖会

预展时间: 2014年05月10日-11日
拍卖时间: 2014年05月12日 星期一
地点: 富豪环球东亚酒店(上海市衡山路516号)

书画专场 上午9:30
楹联 状元书法专场
横匾 扇面 文人小品 专场

下午1:30
闽台书画专场
古代书画专场
近现代书画专场
当代书画专场

福建省华夏拍卖有限公司
FEIJIANHUAXIA AUCTION CO., LTD.

地址: 上海市闵行区金汇路528号
上海虹桥古玩城5层E09室
电话: 021-62211199



弘一书法“大德堂”



黄公望 秋岩暮雨图