

与其学会画,不如学会看

我国中小学艺术教育模式亟待改变

◆ 林明杰



异梦录

如果我们去做一个调查,问现在的成年人是否觉得自己懂得欣赏艺术,估计十有八九会回答不懂。但他们小时候好像都上过美术课、音乐课之类。

效用微乎其微

问题在于我们中小学普及性艺术教育的实际效用微乎其微,既不足以培养艺术人才,也未能起到普遍提升学生艺术欣赏能力、提高审美素养的作用。

长期以来,有识之士不断呼吁要提高中华民族的审美素养。我认为,提升民族审美素养必须从改变中小学普及性艺术教育模式做起。

我国中小学艺术教育,应从长期以来以学习技能为主的模式,转变为提升学生审美素养、学习欣赏和理解艺术为宗旨和主要内容。

目前的中小学艺术教育,主要是美术和音乐。其主要课程主要学习如何临摹绘画,以及学习唱歌和识谱等。且以美术为例,今后会从事绘画专业的孩子毕竟是极少数,而大多数孩子从小学到初中,每周一次的美术课到

底给了他们什么?除了极个别具有美术天赋的孩子,对其他人来说,几乎完全无用。

培育欣赏能力

那么如果我们换一种思路呢?中小学每周一次的美术课不是以教画画为主,而是循序渐进地让孩子们欣赏艺术史上重要的艺术种类和风格,知道一些对艺术发展作出过重要贡献的人及其经典作品,从而让他们了解艺术史的大致过程,艺术发展衍变的大致规律,掌握一些欣赏美术作品的道道。这些素养将可以伴随他们一生。

取法乎上得其中。如今的美术教育让孩子们临摹的美术作品,大多属于“下”者,非但不值得取法,而且会看“坏”孩子的眼睛,无益于提高艺术鉴赏眼力。

即使是孩子,我们也应该让他们见识到人类艺术成果之“上”者。要让他们眼睛从小看惯历史上艺术大家的作品,长大后自然对低劣的伪艺术不屑一顾。

从小熟悉了我国艺术史上的名作名家,自然会培养起一种爱国的情怀。文化,某种角度是一种习惯的积淀。有五千年文明史的中国,拥有自己独特的艺术,应该让孩子们从小得到熏陶。

同时,还要让孩子们放眼世界,逐步了解人类艺术史上那些不该忽视的辉煌篇章。让孩子们记忆里留下一些古今中外艺术名作的美好印象,由此作为参照,引导他们今后的审美辨别。

设置合理教程

如果将中小学普及性艺术教育的重点转移到培养艺术欣赏能力和审美素质,我们有必要重新设置相关的教育课程和内容。首先要避免将教育内容局限在狭隘的绘画、音乐等领域,因为审美的范围还涉及舞蹈、戏曲、建筑、装饰、服饰、工艺美术等等,甚至还包括穿着打扮、言谈举止、社交礼仪等等。有必要精心设计如何让孩子从小学到中学循序渐进地领略这些领域的美。

要编制合适的课本、影像教材、精美逼真的印刷品展示教材(如历代名画仿真印刷品)等。要建立与博物馆、美术馆、音乐厅、艺术院校等公共艺术机构的合作制度,让孩子们经常性地去那里观摩、学习。

不是完全放弃技能教育,而是将技能教育的目的放在加深学生对艺术创作的体验上,以便更好地理解艺术的魅力和难度。而对那些具有艺术天赋和爱好的学生,主要通过

课余的兴趣班来特别培养。

经过中小学普及性的艺术教育,至少让学生们在美术领域看得懂画的种类,辨得出风格鲜明的一些艺术大师的经典作品,初步了解艺术风格衍变的过程及其对人类文明的作用。这种概念同样可以贯穿于音乐普教,譬如辨得出主要的乐器和音乐的形式,初步了解音乐史上一些重要的人物以及他们的作品,体会到音乐对人类心灵世界的作用。

我们还应让孩子们通过艺术学习,培养丰富的情感、美好的内心、优雅的举止以及不拘一格、与时俱进的创造精神。

切莫错过时机

相信有一天,那些经过有效美育而拥有审美素养的年轻一代走向社会生活和社会建设的各个方面,他们的所作所为一定会让人们的生活环境变得更美,会让人与人之间的关系变得更美好,而不会像他们的有些先辈那样干焚琴煮鹤之蠢事。一个国家赢得世界的尊重,不仅需要富强,还需要美好。只有国民懂的美,国家才会美。

美,倒是真的需要从娃娃抓起,晚了可能就失去最好的时机,以后纵然有钱买到天下的美物也难以挽回只能成为土豪的命运。

中国艺术家差的是人格尊严

◆ 陆云华

■ 马琳·杜玛斯作品



图 TP



■ 罗伊·里奇特斯坦作品

图 TP

商业邂逅艺术会有真爱吗?

◆ 方翔



艺语中的

名利易逝,艺术永恒。但是当追逐的名利的商业机构邂逅艺术的时候,会遇到什么情况呢?不久前结束的“莫奈展”给出了一个答案:3个多月迎接34万参观者,对于举办地K11购物中心来说,不仅在莫奈展期间营业额增20%,更是成为了上海重要的一个文化地标。或许是由于莫奈展巨大的影响力,申城越来越多的商业机构开始涉足艺术领域。

艺术是诱人的美貌

从商人的角度来思考,如果说商业是个女人,其中的艺术就是她诱人的美貌。回首这次莫奈特展,最让人们记忆犹新的是,虽然K11购物中心是一个纯商业的环境,但是对于观众们来说,却仍然可以感受到浓厚的艺术氛围。其实,这种对于商业与艺术之间关系的探讨,让商业空间中也可以有纯艺术,已经越来越受到业界的关注。

近日举行的“桥的苏醒”——洪健苏州河系列作品展,是在苏州河畔某开发地块内一座重新修葺的百年老建筑之中举行。这样的商业与艺术的结合,从海外的情况来看,已经越来越成为艺术界的主流。

商业是丰盛的婚宴

翻开世界艺术发展史,我们可以看到艺术的发展,始终离不开商业的赞助。像文艺复兴时期,但是处于社会上层的人士,往往会通过私人订制艺术,来显示出他们的社会地位。特别是像美第奇家族、贝利尼家族、德·埃斯特家族等,更是推动了一个时代的艺术发展。

进入到当代社会中,金融机构、品牌商、拍卖行已逐渐成为艺术展览活动赞助商名单上的常客。瑞银、卡地亚、苏黎世保险、德意志银行、宝马、金盛等等企业和机构,不仅作为赞助商出现,同时还扮演着大藏家或大买家的角色。

像瑞银集团被认为是拥有全球最重要的当代艺术收藏品的机构之一,收藏了世界部分重要的艺术家在1960年之后创作的大量油画、摄影、绘画、雕塑和影像作品。这些作品在瑞银集团的各个业务分支机构对外进行展示。卡地亚当代艺术基金会创立于1984年,其与品牌分开独立运作,经过近三十年发展已经成为世界当代艺术的重要推动者。正是由于这些实力机构的积极参与,极大地推动了艺术向前发展。

他俩是对欢喜冤家

从艺术家的角度来思考,他希望商业是一个懂得给对方自由的伴侣。随着越来越多的商业机构参与到艺术赞助中,对于艺术家来说,其也会有更多的机会为大家多了解。高雅的艺术也可以转变为一种品牌,艺术与商业的联姻早已不再是什么新鲜话题。但艺术与商业的合作肯定不是一份合同中简单的甲方和乙方。艺术家不必卑躬屈膝地为品牌提供服务,品牌也不要干预艺术家的创作。无刻意、不矫揉地融合艺术作品与商业氛围,才能获得成功的关键。



艺言堂

当今,极度的功利主义影响着中国当代艺术的发展进程。这个功利的、充满着诱惑力的社会,让许多人变得异常的虚伪和不真实。美术圈也是如此。

随着中国开放的深入,国际间文化交流的愈加频繁,世界各地杰出艺术大师的作品,源源不断地被国人所了解和知晓。一些曾经靠抄袭、剽窃、模仿起家的“伪艺术家”的外衣,被无情地脱去了。

其实,只要简单罗列一下这些伟大的艺术家,如:里希特、贾克梅蒂、弗洛伊德、塔皮埃斯、劳申伯格、托姆布雷、罗斯科、杜马斯、基弗、巴塞利茨、博伊于斯、克莱门特、怀斯、克兰、里奇特斯坦、塔

马约……你就肯定能找出一大串抄袭、剽窃者的名单,这些大师的作品全被国人抄袭过、剽窃过。第一批抄袭者早已功成名就,第二批第三批……还在前赴后继地进行当中。

其实,中国画家的能力一点也不比西方艺术家差,差的却是人格尊严。西方艺术家将毕生精力用在努力张扬“真实的”个人特征,而许多中国画家用抄袭盗取的方式成就功名,欺骗读者。这和国人假冒世界名牌有什么两样?中国是个很强调“做人”的国度,讲“做人”就是树“人格”,人做好了,人格肯定高尚。八大山人就是这类伟大人格的典范。他把爱憎通通画在纸上了,连老康熙都不惧怕,几百年来一直感动着一代又一代的人,这才是真正的艺术家。

艺术是有尊严的,应该被敬畏。抄袭和剽窃是无能的表现,是一种造假行为,是人格低下的人才去做的事。抄袭者永远是拿着话筒讲别人的故事,也许抄袭了一辈子最好的结果,是成为一个被抄袭者的粉丝罢了。

学习阶段的模仿和抄袭剽窃性质是完全不同的。抄袭剽窃是有目的地将他人的研究成果占为己有,国内不少人干着这些事,这些人中,不乏有才情素养出众的佼佼者。令人费解的是,他们原本可以创造出真正属于自己的作品的,难道他们想走捷径?还是有着其他目的?

真正的艺术家,是永远只讲自己的故事,只诉说自己的内心感受。

真正的艺术,是永远由人格独立、有尊严的艺术家创造出来的。