

活化美术馆典藏是对历史的负责

今天中国的美术馆事业发展很快,不管是国家馆、地方馆还是民营美术馆,大家都是为“美”服务,没有高低之分。

我们今天说,典藏经典,活化经典。

典藏的目的,首先就是把当代以及历史上优秀艺术家的创作收藏起来。收藏是对艺术作品的肯定,也是为国家积累宝贵的财富,同时为历史、未来留下可以借鉴的资源。

一个国家要向世界展示自己的历史,不止停留在文字、历史书上,视觉上的文化遗产也非常重要。近期巴西国家博物馆的大火,2000多万件的作品被烧毁,损失太惨烈,后人想要研究巴西历史,就缺少了很多实物的材料。

今天的中国之所以能在国际社会发挥中发挥作用,走到世界的中心,中华民族的伟大文化起到很大的作用。

当我们翻开中华民族伟大的历史,在960多万平方公里的土地上,从东到西,从海洋文化到农耕文化到草原文化,56个民族创造了绚丽多彩的中国文化。

5000年来,连绵不断的文化发展,各个时代传承不断,直到今天改革开放,走向中华民族伟大复兴的“追梦文化”,表现出中华民族博大深厚的文化体系。

有人很羡慕中国美术馆竟然藏有4件毕加索的作品,但是我说我们有比毕加索还“厉害”的作品。我们的自信要从文化里来。

镇馆之宝不是“镇”在库房里

中国美术馆1963年开馆,在此之前,做了大量征集工作。周恩来总理在建馆初期就批示,调派部队来保护馆藏作品。我常对艺术家朋友说,你笔下的作品受到国家最高待遇的保护。只有艺术家感受到作品被收藏的价值,他们才愿意把耗费巨大心力创作出来的佳作贡献出来。

艺术家创作的好作品应该留世,更应该传世。作品不能被美术馆收藏后,“躺”在库房,几十年不展览,美术馆人必须把典藏的作品进行活化,发挥作品真正的价值。

我们去卢浮宫、去大英博物馆,要排队看他们的镇馆之宝。过去有一次,一位朋友问我,去中国美术馆能看到你们的镇馆之宝吗?我说还真看不到,因为镇馆之宝都“镇”在库房里面。

这个事情,对我触动很大。我们美术馆没有很大空间,所以就在6楼辟出一间小展厅,叫“藏宝阁”,展示我们最好的小幅收藏,我说这是“皇冠上的明珠”。让大众随时、免费看到大师的作品。

有一位朋友惊讶于这个小厅能同时汇集那么多大师的作品,问我“都是原作吗”。我想说,中国美术馆不展复制品,展复制品相当于“假唱”,一个国家的美术馆一定要真。

在中国美术馆的展厅,在人民雪亮的眼睛前面,没有艺术家地位的高低,只有作品艺术的高度。



中国美术馆画展

美术馆人“最爱看”排队

好的想法一定要有持续性,没有持续性,是形不成品牌的。所以要用制度、模式来进行固化,持久下去。中国美术馆有一个品牌叫“典藏活化系列展”。大家知道,罗中立的作品《父亲》,收藏于上世纪80年代,收藏费只有300多元。前几年,我们的典藏活化展把这件作品拿到它的“老家”重庆做展览。那天正好是父亲节,罗中立和他的父亲、儿子、孙子,祖孙四代人一起到美术馆,这一事件引起强烈的轰动,人山人海。这是这件作品第一次回归重庆,作者也得到了巨大的精神慰藉。这是作品活化,也是“人”的活化。

其实,活化的方式是多种多样的,现在是新媒体时代,要多多跟媒体合作。中国美术馆现在就与媒体合作办“纸上美术馆”,社会反响很好。纸上活

化、网站上活化、微信活化、电视活化,都很重要。美术馆在媒体上做一个栏目,介绍自己的好藏品,对媒体、对美术馆、对艺术家都好,提高知名度,也把美传播给社会。我们美术馆是公共文化服务单位,起到在校教育起不到的作用,是终身性的教育机构,要利用藏品不断提供给公众好的、新的知识。

今早我来到美术馆,看到好多人排队,我心里就特别高兴,美术馆馆长最喜欢“看排队”。去年冬天中国美术馆举办“美在新时代”经典作品展,观众在数九寒冬花几个小时,排队两公里看展览。不是我喜欢大家冻着,我欣赏的是大众追求美的那种热情,证明美术馆办的展览受到大家认可。

美术馆把馆藏作品进行活化,是对历史的负责,也是对艺术家的尊重,更是对国家、对社会大众的回。 (吴为山)

前不久,英国著名画家班克斯的名画《手持红气球的女孩》在苏富比拍卖行以104.2万英镑成交,瞬间又被画框内藏的碎纸机破坏。笔者认为这是艺术市场的绑架与艺术家抗拒的必然结果。

班克斯自毁画作行为的背后是市场对艺术家的长期绑架。长久以来,艺术市场一直存在着对艺术家的绑架,资本持有者以逐利为目的,雇佣一些毫无艺术水准和道德良知的所谓“艺术批评家”,通过舆论炒作和资本运作,来垄断市场、抬高画价、择机抛售,从而大发横财。

班克斯对艺术市场“强大魔力”的抗拒由来已久,并做过多次尝试,只是这次采用了“自毁的方式”。早在2007年4月,班克斯画作《太空女孩与鸟》在伯明翰以57.5万美元卖出时,班克斯就在网站上放出一幅作品回应苏富比的售卖行为,该作品描述的是一位拍卖员注视着全神贯注的投标人,并命名为:“我不相信你们这些傻瓜,真的会买这幅画”,由此可见班克斯对艺术市场强势干预和唯利是图的反感与抗拒态度。

艺术创作本该是轻松自由状态下的思绪表达与灵感呈现,以市场为导向的艺术创作是纯粹的商业活动。从古至今的伟大艺术作品,无论是宗教题材,还是文人画作,无论宫廷风格,还是民间创作,有多少是在资本的驱使下创作出来的呢?答案无疑是:没有。艺术的功能也决定了不应该同资本同流合污,资本永远不会放弃其逐利的本质,本应避而远之,遗憾的是,当下相当大一部分的艺术创作沦为商业活动,实乃艺术界之悲哀。

越有实力的艺术家往往越抗拒市场,越有成就的艺术家也越珍惜自己的名声而选择抗拒市场的态度。在当前状态下,我国大众艺术欣赏水平和收藏知识储备都有待提高,至少难以做到客观评价一件艺术品的全部价值。这就给资本操纵者以可乘之机,将一些“伪艺术家”包装成很有艺术声誉的艺术家,让“伪艺术品”在市场上流通,带来极差的市场影响。

艺术家不仅有市场的声誉,更有业内同行的行业声誉,而且越有实力、越有良知、越有成就的艺术家就越注重业内同行的声誉。市场的声誉和同行的声誉往往并不匹配,因为市场声誉针对的是外行,而业内声誉针对的是艺术专业人士。普通大众可能看不出作品的艺术价值,但是同行可以看出,有实力的艺术家不但要对外行负责,更要对内行负责。所以,价格高的艺术作品未必是好的艺术作品,价格也许与作品的艺术价值毫无关系。正因为此,越有实力的艺术家往往越抗拒市场的绑架。 (刘丰果)

艺术创作不应被资本所驱使

让博物馆门好进展品更好看

今年是我国文化文物部门归口管理的博物馆免费开放第十年。

据有关统计资料显示,在中央补助资金带动下,全国实行免费开放的博物馆已有3300多家,占博物馆总数的80%以上。

博物馆免费开放,能更好地发挥博物馆陈列展览、传播知识的社会功能,对丰富大众精神文化生活起到了积极的推动作用。

然而,博物馆免费开放后,服务水平却参差不齐,一些所谓的“免费”暗藏玄机。

比如,有的博物馆在参观者抵达时才告知,免费门票限量供应,想进还得花钱;有的博物馆门票免费了,但进馆后可参观项目少之又少,很多展区仍需单独付费;一些博物馆参观人数太多,进门就要排队几小时,进馆后人满为患、嘈杂拥挤,影响参观体验。

博物馆实施免费开放,本是一件让人拍手称赞的大好事,却因为上述这些现象,效果打了折扣。这不能不引起我们的深思。

作为公共文化服务的重要

内容,博物馆不仅是收藏、保护、研究、展示文化遗产的机构,还是服务人的全面发展、面向未来的公共文化服务设施和社会教育机构。

各级博物馆执行门票免费政策,就要端正经营理念,坚持以人为本,主动承担起传播历史文化、丰富百姓生活的社会责任。

此外,各级大小博物馆等文博收藏机构还应当采用先进的技术手段进行创新,改进管理方式和展览展示方法,满足人民大众不断增长的参观与学习需求。

在提升服务质量和效率方面,博物馆还有不小空间。比如,观众排队时间长、进馆难的问题,关键在于售票流程不够透明、高效,人们事先无法获知当天参观人数情况,只能通过现场排队进馆。

其实,互联网的发展早已让信息即时共享成为可能,博物馆可通过官网、微信公众号等多种渠道提供门票预约服务,限定每日参观人数上限,避免人多超出博物馆承载能力,保证参观体验和质量。

笔者认为,要想博物馆免

费开放后“门好进、更好看”,离不开支持机制的完善。在有些地方,一刀切的补助政策使一些博物馆经费紧张,不得不采取其他措施维持经营,还有些博物馆没有正向激励,无所作为。这些问题也需要对症下药、及时化解。比如,完善博物馆免费开放支持机制应当加强绩效评价,在基本公共服务全覆盖的基础上更加突出绩效导向,提升博物馆改善参观体验的积极性。

目前,健全博物馆社会教

育和公共服务机制、加强智慧博物馆建设等工作正逐步推进,博物馆免费开放所需的费用,已经明确由中央财政与地方政府共同分担,补助标准按行政层级区分、加大力度。

希望随着政策引导效果逐渐显现以及博物馆主动拥抱“互联网+”,逐步消除一些博物馆免费开放后“进门难、参观难”的窘境,让博物馆在丰富大众生活、满足人们精神文化需求方面发挥更大作用。

(罗珊珊)

欢迎广大藏友 刊登交流信息

转让信息

100字以内收费100元;超过100字的,每字加收1元;标题每字2元;连续刊登5次以上者,送1次,连续刊登10次以上者,送3次。图片每张收费150元(9-12cm²)。

本栏目刊登个人藏品交流内容,凡有虚假、夸大、不实信息,一律不予刊登。

友情提醒:交易有风险 藏友须谨慎

邮编:362700 汇款地址:福建省石狮市学府路1188号《收藏快报》“交流信息”栏目

转让

1.春秋战国青铜神兽;2.南宋官窑青瓷琮式瓶;3.明永乐印花小瓶;4.清邵景南紫砂大罐;5.清末民初日本皇家围棋谱书一套;6.猫眼石、夜光石一串。以上艺术品保真。老吴电话:15133006187 13131063434