

- 线上展厅,获350万次浏览量
- 线下展览,吸引16.7万人现场观展

“开放的六月” 走出校园天地宽 线上线下风景美

□本报记者 聂晶 赵迎昭 实习生 胡雨彤

悬挂在屋顶的百余只闹钟左右摇摆,不断发出“滴答”声。墙上木盒内的视频里,人们静静地诉说着阿尔兹海默症患者的境遇……2020年四川美术学院毕业生严一棚创作的装置作品《记忆的消逝》,自6月在龙湖时代天街展出以来,圈粉无数。

这只是近7000件毕业作品中的一件。6月10日至8月20日,由四川美术学院、重庆文投集团、重庆日报、上游新闻、龙湖集团联合主办的“重庆艺术大市场·开放的六月——2020四川美术学院艺术游”(以下简称“开放的六月”)首次走出校园,同步举行线上线下展览,川美近7000

件本科生和研究生的毕业作品集亮相,点燃了市民欣赏和体验艺术的热情——

线上展览及相关艺术活动开展31天,获得350多万次的浏览量和超500万次的点赞;设在龙湖集团旗下5个展场(U城天街、时代天街、学楼府、江与城、尘林间)的线下展览,展出39天,吸引16.7万人现场观展,单日最高打卡人数超过3000人。

“开放的六月”艺术游,这一已走过15个年头、在全国具有品牌效应的特色艺术活动,今年首次大规模走出校园,走向云端和城市多样化的空间。这一突破,带来了哪些连锁反应?这一创新,又为提升重庆的人文艺术气质带来了哪些思考?

创新 走出校园 线上线下立体展示

回到本文开篇的那件作品——《记忆的消逝》。

7月14日晚,市民赵倚翎观展后告诉记者:“我的一位亲人因患阿尔兹海默症去世,我亲眼目睹了一个生命从鲜活变成呆滞,最终走向死亡……没想到最普通的物件能讲出这么动人的故事。”

在本届川美毕业生创作的近7000件作品中,每一件作品都期待和观众产生共鸣。但在今年特殊的形势下,观众却不能像往年那样走进四川美术学院美术馆观展。那么,通过何种方式展出这些作品,让它们与社会产生关联,一度成为四川美术学院师生们的心结。

“在2005年首届‘开放的六月’艺术游之前,川美和社会、大众的关系是相对疏远的,我们举办的活动大多是自娱自乐。”四川美术学院副院长张杰说,经过这么多年来精心培育,以及各方支持,“开放的六月”艺术游才逐渐成长为重庆的年度文

化盛事,去年就吸引了30万观众前来观展。

每年的毕业创作,毕业生们都十分努力。但作品需要观众。如何向观众分享作品的精彩,川美有了三个设想。

找一家网络平台搭建网上展厅展示作品?但这也算是自娱自乐,并未让毕业生作品与社会大众产生关联。

请各院系在各自的官微或自媒体社交平台上推送作品?可是以这种方式来展示,水平有高低,传播效果不统一。

第三种方式是搭建一个线上平台,不仅能汇聚毕业生的数千件作品,还要有互动功能,兼顾宣传推广,让观众畅游其中,感受艺术的美妙。

最后,第三种方式获得了业内专家的广泛认可。他们认为,这样能全方位、多渠道地扩大云端艺术游的影响力。

几经筛选和对比,重庆日报报业集团上游新闻客户端接下了这一任务,并在一个

多月内搭建好云端艺术游平台,兼顾毕业作品展示、新闻报道、专题直播、互动点赞等多种功能。记者看到,在手机上打开云端艺术游的链接,即可观赏到毕业作品及创作视频,了解作者的创作意图。

观众从这些作品和视频中感受到,原来美术作品也可以很接地气、很温暖。就拿赵冠雄的作品《行囊》来说,这个用陶瓷做成的行李箱十分写实,装着妈妈叠好的衣服、父亲炒的甜辣对虾、姥姥做的包子等。“用陶瓷塑造出这些物件,是希望将温情长久封存其中。”他说。李子威创作的装置艺术作品《绝处逢生》,由车轮、煤气罐、微波炉等废旧材料制作而成。在灯带的点缀下,这件作品充满科幻气息,让观众通过作品感受艺术的多样性。

“观众通过网络的方式,就能全面深入了解年轻艺术家在想什么,这对拓展观众的思维,提升观众的眼光和审美品位很有帮助。”张杰说。

有意思的是,云端艺术游期间,中国美协副主席、重庆市美协主席、四川美术学院院长庞茂琨等美术名家还以直播、短视频等形式,分享作品创作过程,受到网友追捧。

6月24日晚,庞茂琨直播创作色粉画的过程,在画纸上定格川美2020应届毕业生乔云燕的青春风采。首次面对直播镜头作画的庞茂琨画得投入,完全忘记了直播预定的时间。在一个半小时的直播里,浏览量突破50万。此外,70岁的著名版画家康宁演绎的“枯木逢春”,在一块其貌不扬的木材上创作出极具视觉张力的黑白木刻版画,26秒短视频收获了9400多个点赞。

为了让艺术游活动更加立体、多元,川美与重庆文投集团、龙湖集团商议,“开放的六月”线下展览首次走出校园,在龙湖U城天街等5个展场和金山意库文创园举行,每个公共展场各具特色。就这样,今年“开放的六月”艺术游线上线下相得益彰,从校园走向校外,形成“线上云端艺术游、线下分区多点展示”的新格局。

▲“重庆艺术大市场·开放的六月——2020四川美术学院艺术游”龙湖U城天街展场,观众在欣赏川美毕业生作品。记者 齐岚森 摄/视觉重庆



▲观众在欣赏装置作品《平坦之争》。记者 齐岚森 摄/视觉重庆



▲以青年和潮流文化为特色的作品受到观众欢迎。记者 齐岚森 摄/视觉重庆

收获 走向大众 艺术让市民怦然心动

“真没想到,我的作品能销售出去,还销售了4幅。”8月10日,谈起自己的作品被藏家收藏,毕业生王凯楠难掩兴奋。

王凯楠是位土家族女孩。疫情期间,她花了3个多月创作完成了数码版画《游戏》。作品中,乡村冬日风景静谧迷人,玩老鹰捉小鸡、跳皮筋的游戏场景充满温馨,让观众回忆起童年的无忧无虑。

在许多学生眼中,作品被藏家收藏,是非常不错的归宿。中国画与书法艺术学院毕业生肖依雪称,她的国画作品《谧》在金山意库展出后不久就被藏家购藏,“和藏家打交道,是接触社会和市场的好机会。”

“线上线下相结合的展出方式,可以

让毕业展获得更广泛关注,推动艺术走向大众、走向市场。”川美教授刘明孝表示,很多学生的作品能成功被藏家购藏,云端艺术游功不可没。

的确如此,历时31天的云端艺术游,收获350多万次的浏览量和超500万次的点赞,规模浩大的艺术活动得到了艺术界的广泛关注。当然,这还得益于重庆艺术大市场的推波助澜。作为重庆市委宣传部牵头,市文投集团主导建设的整合全市资源的文化艺术品市场,重庆艺术大市场线上线下平台齐发力,为川美毕业生作品走向市场搭建了桥梁。此外,龙湖U城天街、龙湖时代天街人流量巨大,也为毕业

生作品走向市场创造了条件。

在张杰看来,毕业生作品得到市场认可,可以让他们更坚定地走艺术之路。他回忆道,自己在川美附中的毕业创作《街头巷尾》登上了《青年作家》杂志封面,还收到40元“巨额”稿费,“在人生起步阶段,靠自己付出收获的果实,会让人铭记一生。”

在本次“开放的六月”艺术游活动中,众多观众感受到艺术带来的乐趣。

“得到大众关注的艺术才有生命力。”张杰说,他在展厅看到,很多市民都带着孩子前来观展,有的孩子还会提出一些问题,家长讲解的时候,会揣摩作者的想法,讲得头头是道,“有些说得还很有意思,说明观

在不少观众已具备了一定的审美修养。”

龙湖江与城社区居民王先才说,4岁的女儿在艺术进社区活动中参加扎染体验,接连体验了两次,对自己染出来的“大作”爱不释手,“这样的活动可以激发孩子的想象力和创作欲望,培养她对艺术的兴趣。”

在市美协秘书长魏东看来,今年“开放的六月”通过线上线下相结合的展出,让毕业展走出了校园,让更多的人看到展览,是一次成功的社会美育教育。

“今后,‘开放的六月’艺术游线上展厅的设计要更加吸引大众,更有互动性。线下的展厅要提升展陈水平,更加注重氛围的营造。”张杰说,毕业生还可以用视频的形式记录收集创作素材到作品创作完成的全过程,让观众学会用艺术家的眼光观察世界,用艺术家的思维思考世界、表达自己的感受。



▲千叶美术馆将艺术与商业融合,成为解放碑一大打卡地。(千叶美术馆供图)

展望 重塑形象 让艺术活动提升城市气质

一场校园美术展通过10多年的努力,成长为一座城市的文化节日,不能不说,“开放的六月”潜移默化地提升了重庆这座城市的人文艺术气质。

据不完全统计,我市现有36家美术馆,包括了22家国有美术馆以及14家民营美术馆,主要的艺术品交易市场有30多家。发展城市公共艺术,重庆具有艺术家资源、艺术场馆建设、地标性作品推出等方面优势,但同时也在一定程度上表现出散乱弱小、不成体系、作用彰显力度不够等问题。

正是意识到了这些不足,近年来,除了在常规美术馆、展览馆举办画展和艺术活动外,重庆的一些商业空间已越来越热衷牵手文化艺术活动,打造洋溢文艺气息的消费场景。如2018年,千叶眼镜和四川美术学院合作建立了千叶美术馆。今年6

月,千叶美术馆第二期展览向公众开放,展示了20多件前卫艺术作品,已逐渐成为解放碑的又一时尚打卡地。四川美术学院副院长焦兴涛认为,千叶美术馆的出现,为热爱艺术的人塑造了消费与艺术享受并存的艺空间,也为解放碑CBD的商业升级书写了亮丽的一笔。

无独有偶,6月底在沙坪坝区一酒店打造的新空ART,举办了“存在·此在——四川美术学院造型艺术学院2020版画系毕业作品展”,优秀毕业生的佳作让酒店充满了浓郁的艺术气息。主办方负责人赵苏娜谈及初衷时称:“作为后疫情时代诞生的生活美学机构,我们希望去链接艺术家、设计师,让艺术走进每个人的日常生活。”

“开放的六月”及其这些艺术实践,让越来越多的艺术细胞发酵、生长,浸润并

作用于重庆的各个角落。采访中记者得知,在“开放的六月”艺术游举行期间,重庆客运索道公司邀请重庆文投集团对长江索道、皇冠大扶梯、凯旋路电梯等进行艺术化打造,让这些网红打卡地更具艺术气质。“近年来,很多区县和企业意识到艺术对城市建设和企业发展的重要性,纷纷和川美签约,这是件大好事。”张杰说,在当前城市设计、定位、建筑风格和历史文化趋同的前提下,要改变“千城一面”的城市风貌,“就是要学会用艺术家的眼光、品位和思维来做一些判断和决策,这样对城市文化形象提升将有很大作用。”

张杰的这一观点与中国美协主席、中央美院院长范迪安提出的搭建“不期而遇”艺术效果的理念不谋而合。范迪安认为,美化公共空间,不一定需要大型雕塑,而是应该让充满创意的艺术作品散布在

街头巷尾,让市民看到后产生“怦然心动”的感觉。近年来,社区美术馆在上海等城市涌现,在城市的“毛细血管”之处打造社区美术馆,让市民在家门口就能感受到艺术,也就是这个道理。

“开放的六月”艺术游唤醒了市民参与文化艺术的意识,接下来应该继续推动文化艺术载体的建设,进一步激发市民参与、消费文化艺术的热情。”重庆文投集团相关负责人称,重庆艺术大市场将按照“搭架构、装内容、拓项目、建生态”四步规划路径精准实施,丰富交易平台的内容和数量,构建起真正让老百姓“看得懂、买得起、能保值”的、具有较高活跃度的、诚信经营的平台,促进艺术品交易从小众转向大众,由消费转变为消费+投资,在艺术课题研究咨询、艺术品销售租赁、文创产品研发、教育培训、项目活动等方面做出实效。

“再过10年或20年市的艺术浸润,自然景观壮美、人文底蕴厚重的重庆一定会成为一座更有魅力、品位与艺术气质的城市。”说这话时,张杰信心满满。



▲观众在欣赏油画《温度》。记者 齐岚森 摄/视觉重庆