



▲嘉宾于论坛现场热烈讨论

辩证之三:多元探索,艺术家须更重视传统精髓



●韩振刚(首都师范大学美术学院副院长):

由于教育方式或者是课程体系等多方面的原因,我们现在的学生更加关注现在的新水墨,传统的写意弱一些。我们的领导,老师看了作品以后,都会产生一种疑问,认为现在的学生基本功不行了,传统的功力不够了,或者想法太多。年轻人对新的东西感兴趣,可能是想创新,让画面更有时代感。我倒觉得青年艺术家应该在传统上静下心来,认认真真的研究中国的艺术,写意工笔都应涉猎,尤其是对经典的艺术,更应该潜下心来去研究,在工作室教学中,我首先要求学生去临摹经典作品,使其提高品质,增强对传统的理解,包括技法,以及精神的理解。青年艺术家应该在传统上下一些功夫,由古及今,这样才能谈得上追求现代感。



●叶军(湖北美术学院国画系副主任):

我认为,中国画已经发展到了一种说不清楚的状态,褒义来说是多元,其实也陷入了一种慌乱状态。现在的中国画中素描痕迹很重,高考都是考素描、速写,却从不考书法、水墨画。中国画有皮、肉、骨、魂,现在我们谈的更多的是皮,是风格、样式,而不谈魂的问题。那么中国画的魂在哪里?我们的前辈不管画什么,总有魂魄在里面,文人画之所以在中国画占有相当的分量,也正因为透露出了中国人的雅字,就是我们常说的贵气,中国画没有了贵气,就相当于没有魂了。现在,我们相当一部分的作品是没有“魂”和“雅”的。因此在教学中,我更加强调诗书画印的训练,希望能够找到这种感觉。

辩证之四:艺术创作不能被市场牵着走



●岳海涛(山东师范大学美术学院院长):

在西方美术史中,伦勃朗虽然有锦衣玉食的生活,但其一直坚持自己的艺术的理想,后半生在穷困潦倒中度过,死后被认为是伟大的画家,此外,米勒曾被别人议论只会画人体,然后转向画最朴实的农民,遵循自己的精神世界,产生了很多优秀的作品,比如《拾穗者》、《晚钟》等。梵高生前也只卖过一张作品,是他弟弟为了支持他才买的,他始终尊重自己的心灵来创作。如何面对市场是每个艺术家都要思考的问题,我认为,作品应该引导市场的方向,而不应该被市场牵着走。



●汪港清(首师大美院中国画系主任):

在当下市场之中,受追捧艺术形式发生变化,与藏家年龄的变化有着密切关系。70后、80后的作品善于借鉴,构图充满变化,因此,青年艺术家应该以拓展为主,而伴随着艺术家岁数越大,也越加重视艺术本质的回归,这也比较符合中国的哲学思维。更重要的是,在创作中,艺术家应该多管艺术少管市场。而藏家也一定要注重艺术品的价值,这种价值体现在多个方面,藏家要认识作品认识作者,清楚作画的过程。作品的价值在于画家的水平,也在于材料的使用,创作者选用什么材料对藏家而言的时间性就有很大的关系,都牵扯到作品的生命力的问题。

●吴荣光(湖南工笔画学会会长):

画家应专注艺术少管市场,我希望有这样的一个静心画画的环境,但说实话大家也不能完全做到。艺术市场在中国的繁荣也就这么几年的时间,市场上兴起的新水墨画家,许多都是做当代艺术的,他们用水墨的材料来做艺术,但没有人是在真正的画国画。因此,新水墨画的概念也是很难完美解释的。因此,在这种多元的艺术创作格局下,藏家怎么选,取决于眼光与学识,取决于你是否对世界艺术发展的方向有清醒认识,明清时期的大藏家都是文人,家中延续十几代人都在收藏,家族中既有大收藏家,又出现了大画家,这就显示出收藏学问。当代艺术市场中,怎样在复杂的形势中把握好方向,是十分值得注意的。



●刘宗奎(齐鲁晚报副总经理):

在这里我想谈四个关键词,第一个是顺势而为。虽然当下市场有处在调整期的悲观论调,但假如我们把目光置于一个较长的历史时期来看问题,会发现改革开放30多年来,中国涌现了大批有成就的艺术家,也产生了大量收藏家,可以说这是中国艺术史上最繁盛的时代,近两年市场有波动,但能反映时代主流价值的作品仍然受到市场的追捧,我们的经营机构和媒体也要去寻找这样的佳作。第二是强强联合,多媒体时代,艺术家要善于利用新媒体来推广好的作品,由于媒体的良莠不齐,市场的鱼龙混杂现象,艺术家应选择品牌形象好,公信力强的媒体及艺术机构合作,形成品牌累加效应。第三是合理架构,现在的画家、艺术机构、媒体等角色定位不明确,艺术家既要搞艺术创作,还要搞推广,无法取得应有的成效。只有这三者的角色,取得了合理的

●郑岗(同济大学新媒体艺术中心纪录片制作室主任):

把文人画认为是中国传统,这是我们对中国传统的误读。所以作为一个画家,只要拿毛笔,用宣纸、用笔墨,那么你就是传统。为什么我们总说要回到传统中去呢?传统是一个相对的概念,我们本身就是传统,传统是一代一代的人们创造出来的。现在很多人对传统绘画持否定态度,也有很多人拿着传统来忽悠大家。传统市场的官本位思想太重,导致艺术品的价值往往取决于金钱,画廊的老板们花三五百万就可以造一个人。但是作为艺术家,我们要留下自己的作品,真正有价值的作品。



辩证之五:多媒体时代,市场主体更应具备责任担当意识

●魏广君(中国国家画院书法院篆刻研究所副所长):

新媒体的出现是件好事情,好的网站,好的微信让我们更方便了解各种作品,对提高审美修养,对现代的艺术观念生成,以及风格风尚的认识等等都有很多的益处,在今后的市场互动中,新媒体将显示出更强的中坚力量,在推广艺术家、艺术作品过程中,发挥更好的作用。



●杨宁(山东恒昌拍卖有限公司总经理):

近年来电商涉足市场,金融渗入艺术市场,是对市场的一种促进,起到了推波助澜的作用。同时,在营销过程中,如何规范网络,使用微博、微信、网站这些非常好的平台也是我们需要的,我们应该从积极的方面去看待这些新兴媒体,但是,作为公众微信平台、订阅号,新兴媒体也要有自己的原则和技巧,如果发的过频,质量又不高,反而会效果不好。



搭配,才会形成健康的市场。第四个是责任担当。艺术家、媒体、艺术机构都应负起相应的责任,对社会、对时代有担当精神,才能推动艺术市场的良性发展。