

近年来,“艺术社区”作为重要的艺术实践概念在申城生根发芽

“艺术蝶变”最终指向暖心获得感

据文汇报 巴掌大的豆本上,60岁的爷叔俞建华用质朴的线条画下《华苑小区物业的回忆》,从近40年前小区入口处一排排矮房,感到如今新建的小木屋、花园绿地,再深情地写上“未完待续”。

这是河边居所·粟上海华阳路街道艺术项目之“华院夜校”新近开启的第一节课,以艺术家为引子激发社区居民创作。在华苑小区生活了大半辈子的居民们,带着对华苑小区过去的回忆,在插画师阿威的指导下以老照片为出发点,将心中的过往故事落在纸上,完成一本本满载回忆与对未来美好生活期待的小豆本。这一艺术项目是刘海粟美术馆“粟上海·公共艺术进社区营造计划”的新成员,由点及面渗入生机勃勃的华阳路街道。

近年来,“艺术社区”正作为重要的艺术实践概念在申城各地生根发芽。新近于中华艺术宫启幕的“2022 风自海上——蝶变宝武与艺术社区场域”,集结近年24个艺术进入社区的相关案例,其中大多数发生地正是上海。高校、美术馆、社区志愿者与社区相互互动,从城市到乡村,一个个各具特色的艺术社区,给社区带来美感,同时实现对社区的微更新,这种更新既是功能上的,也是获得感层面的。

美术馆、高校与社会志愿者成为构建艺术社区的三股强劲力量

随着新美术馆学发展,艺术机构不再局限于美术馆的白盒子空间,而是积极参与到社区实践中。与此同时,高校与社会志愿者的力量也踊跃加入。上海美术学院副教授马琳告诉记者:“这样三股力量共同助推着艺术社区生态在申城的蓬勃,为新时代的社会美育服务。”

响应市文旅局“社会大美育计划”的部署,申城越来越多的美术馆在踊跃“破墙”,以社区为支点形成一个个美育能量场。例如,“粟上海”由刘海粟美术馆发起,将艺术植入城市的街巷里弄,通过空间改造、艺术创意、社区互动有机融合,提升社区品质,构建美好生活,至今落成

位于愚园路、江川路、顺昌路等地的近10个点位。多伦现代美术馆以“行走多伦”为名,将街区考察与导览、朗读、讲座、工作坊等形式叠加,带领观众从不同角度来认识多伦路周边社区的历史、文化。借由“客堂间”项目,外滩美术馆搭建起一个文化交流的平台,通过系列研究及艺术项目策划,关注外滩区域内社会与个人经验的变迁。

上海的众多高校则纷纷发挥专业优势,在鲜活的艺术社区实践中探索跨学科人才培养。前不久,上海大学上海美术学院携手人民公园,办起“园艺新风——人民公园艺术社区展”暨“园艺大讲堂”。在熟悉的人民公园里,邂逅美院学生与社区居民互动、共创的装置作品《云灯之树》,有市民鼓掌叫好“艺术为公园注入了新的活力”。今年年初登陆天山商业街区一条300米长地下商业通道内的“擦肩”隧道艺术节,由东华大学服装与艺术设计学院带来。在一个月时间内,近120名师生共完成包括视频交互媒体、互动装置、创意服装、废弃物再创作等33件时尚创意作品,以时尚设计赋能虹桥区域。以坐落于崇明的富安乡村美术馆为载体,同济大学链接艺术介入乡建的可能,通过艺术、绘画等形式展现乡村生产、生活、生态美景。

在东昌大楼辟出“楼道美术馆”,孵化出陆家嘴记忆系列展;将东昌新村一座寻常的停车棚更新为“星梦停车棚”,搬来三星堆、龙门石窟等主题展……这些鲜活的艺术社区案例,都来自以“社区枢纽站”为代表的社会力量,以多领域融合介入陆家嘴老旧小区微更新,为公众提供无界的艺术社会现场。

以艺术深化居民的地域认同,让社区更温暖也更有活力

艺术社区不是简单把艺术作品送到社区,而是强调社区居民的自觉参与。上海戏剧学院院长黄昌勇指出,内在性是艺术社区的重要特征。“这种性质决定了艺术社区要有深厚的现实关怀意识,致力于如何

让美好属于每个人,如何让来自不同地域、不同文化背景、不同阶层的社区居民形成友好的分享,从而形成归属感和认同感。”

去年上海城市空间艺术季举办期间的“幸福曹杨·重点样本社区”,被业内视为颇具典型意义。当时,上海美术学院策展团队为曹杨新村街道量身定制了数十个涵盖多层次的艺术项目:铁路市场变身有温度的社区公园——百禧公园;平日饭后散步的环浜,成了偶遇公共艺术作品的一段路;人头攒动的桂巷菜市场,多了“菜场美术馆”的崭新身份;小区围墙外“曹杨的微笑”影像展,让人瞥见作品中一张张熟悉的面孔,会心一笑……其中不少项目都配套了吸引社区居民参与的活动,希望人们进一步了解所在社区,感悟艺术带来的美好生活。例如,艺术家殷漪发起声音工作坊,带领学员以人类学和社会学的方法深入曹杨区域,去发现声音,探讨其中的信息和意义;建筑师王青策划了“曹杨新村之家”,引导居民为自己新的居住空间描画个性化或概念化装修方案。

不自说自话或自上而下,而以艺术在社区构建价值认同,同样可谓“社区枢纽站”在陆家嘴老旧小区推进艺术社区实践的思路。三年来,星梦停车棚经历了从升级空间硬件的“硬微更新”,到植入艺术内容的“软微更新”,再到凝聚人心的“再微更新”,由此点燃小区居民对于艺术生活的热情。“艺术枢纽站”发起人、艺术评论家王南溟向记者坦言,他发现越来越多的居民停车时注重整齐划一美感的呈现,越来越多的居民愿意将自己的花盆搬到星梦花坛处。如今主动维护这个空间的居民志愿者扩容至18人,这是一支平均年龄近70岁的队伍,72岁的蒋莲花日常主持着花卉的培育,78岁的陈国兴牵头停车棚展览的导览。

在业内看来,艺术社区的前路有赖方方面面合作,开拓新路径,探索可持续性,最终以艺术黏合人与人、人与所在地域的联系,让社区变得更温暖也更有活力。

■范昕

豫园灯会12月26日正式亮灯

元旦、春节、元宵入场门票已经开售

据解放日报 以中国传统神话《山海经》为蓝本,以“山海奇豫记”为主题的“2023 豫园迎新年”活动将迎来第28次绽放。近日,豫园灯会分时段凭票入场方案公布,同步开启线上票务销售。

“山海奇豫记·豫园迎新年”将于12月26日正式亮灯,至2023年2月15日落幕,为期52天。

据悉,今年豫园商城为游客特别规划了游览动线。四大门头作为序章,邀请市民游客感受四时流转、时光更替。2、5、7号门及晏海阁门头分别以翠点春妍、夏荷卷雨、红枫涵碧、晴雪和煦四季节气中经典景色为背景,由《山海经》中的四季神迎客。正章开篇,代表着“五福”的五种瑞兽兔子、喜鹊、狗、乌龟、蝙蝠现身黄金广场,组成五喜乐队,奏响安康喜乐。转入中心广场,玉兔东升、银辉万里,呈现盛世天下的家国景象。中心广场主灯组两侧,华宝楼和天裕楼以浮生欢愉的友情和永结同心的爱情为主题,打造互动体验场景。

银杏树广场比邻城隍庙,是传统祈福祈愿之地。今年这个区域万盏繁星灯映照,流光溢彩,祈愿平安顺遂。九曲桥头,巨大的蕢草装点奇境入口,登临九曲仿若穿越时空。瑞兽灵禽,端方吉祥;水波潋滟,光彩流

动。绕过九曲桥,神奇动物依然不少,老街上,红黄相间的锦鲤穿街而过,游弋飞跃。

据悉,在元旦、春节、元宵三大新春节日期间,豫园的演艺内容更为丰富。汪满田鱼灯非遗民俗展示《鲤鱼灯闹春》将在跨年夜、元旦档期绕行三大广场,真实还原“一夜鱼龙舞”的热闹景象。新春、元宵期间,豫园还将与城隍庙联动,还原古时上元元宵巡游景象。豫园将恢复老上海上元灯会“天官鳌山灯”赐福巡游的民俗传统,天官、迎福童子、大头娃娃、舞狮等,仪仗鲜明,排场隆重。

为确保市民游客安全舒适的体验,豫园将于元旦、春节、元宵期间实行分时段购票入场。购票入场时间为2022年12月31日至2023年1月2日;2023年1月22日至28日;2月1日至5日。12月18日起,市民游客可在线上票务渠道票星球、摩天轮购买入场门票;豫园周边售票亭将在分时段购票入场期间,同步开启线下售票。

元旦、春节及2月1日至4日票价为成人票50元/张,儿童票30元/张;2月5日元宵节当日,成人票80元/张,儿童票50元/张,凭票可在当天10时—22时期间错峰入园观灯赏景,市民游客凭门票还能享受各类消费优惠。

■吴卫群

深耕文化土壤,助力文创升级

■智春丽

二十四节气主题徽章、古建筑榫卯积木、“遇见颐和园”沉浸式光影秀……在第五届进博会现场,富含中国元素的文创产品受到欢迎,成为扮靓“四叶草”展馆的一道独特风景,让人们感受到中华文化的独特影响力。

一段时间以来,从铜奔马造型玩偶等实物文创商品走红,到《千里江山图》数字展等数字文创作品火爆,文化创意产品开发呈现活跃景象。经过多年沉淀,我国文化创意产品开发经历了从外形模仿到元素提取、从实物用品到非实体形态内容创意、文化服务、数字作品的演化,正在从量的突破走向质的升级。党的二十大报告提出,“激发全民族文化创新创造活力,增强实现中华民族伟大复兴的精神力量。”开发出一大批彰显中华美学风格、适应现代生活需要、符合市场需求的文化创意产品,是文化创新创造活力的体现,也是不断提升国家文化软实力和中华文化影响力的要求。

高质量的文创产品,需要以恰当的创意形式,将历史内涵与时代审美相结合,达到文化价值与实用价值相统一。创意不是无源之水、无本之木。中华文明丰厚而独特的历史文化遗产,为现代文化创意实践提供了最丰厚的滋养、最充沛的源泉。只有怀着对中华文化的敬意,沉入古籍深处、洞悉文物细节、回到考古现场,才能创作出有助于人们感悟中华文化、增强文化自信的优秀产品。从敦煌研究院的“飞天”“九色鹿”到恭王府博物馆的“天下第一福”,再到三星堆博物馆的“金面具”,各大博物馆围绕特色文物深耕文创品牌,做出了推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的有益尝试。

文化创意产品承载着人们对日常生活审美化的追求,是创造与欣

赏、文化与生产、创意与生活的结合。文创产品取得成功的关键,在于以恰当的创意提供差异化精神体验,满足人们高品质、个性化的消费需求,唤起人们对美的向往和追求。点亮夜灯认识一幅宋代观星图,玩局桌游了解江南四大才子生平轶事,印在布包上的文物表情越来越“萌”,沉浸式演出里的人物造型越来越“真”……从近年来受到欢迎的“爆款”产品看,文创从实物外形模仿向内容创意、互动型产品演化,正是基于对人们知识探索需求、情感表达需求、文化认同需求的深入挖掘。

文创产品的持续创新,离不开数字技术赋能。党的二十大报告提出,“实施国家文化数字化战略”。文化数字化为当代文化业态发展描绘了极具想象力的图景。比如,深圳一位动画师团队运用京剧、水等元素创作了一则动画视频,网友直呼隔着屏幕感受到“中国之美”;有媒体运用智能影像修复技术让李苦禅所绘《盛夏图》“动”了起来,水波浮动,荷花绽放,尽显水墨之美。从实践来看,利用虚拟现实、增强现实、全息成像、互动影视等技术,可以增强文化创意产品的文化承载力、展现力和传播力。作为一种呈现手段,数字化丰富了文创产品的载体;作为一种新型基础设施,数字化拓宽着文创产品的消费场景。

当下,文化创意日益成为文化软实力的重要体现和经济的新增长点。陈列在博物馆的先秦编钟、汉代宫灯、唐代乐器、宋代书画,或化身日常用品,或融入漫画、综艺、数字展览等内容创作,吸引着更多饶有兴致的寻访者深入了解厚重的中华文明史。期待文化创意产品持续提升质级,进一步激发文化创新创造活力,让更多人从中华文化中获得精神力量。

(来源:人民日报)



12月17日晚,“博物馆的力量——上博之光·博物馆奇妙夜”活动在上海博物馆举行。本次活动中,上海博物馆将科技和传统文化相结合,带领现场观众进入“上博元宇宙”,努力让文物“活”起来。

■新华社记者 任珏 摄