

民营美术馆：在务实中求新求变

本报实习记者 张 婧

近些年,随着民营美术馆的发展,关于民营美术馆的学术定位、学术研究与收藏、公共教育以及所应承担的社会责任等问题越来越为大家所关注。“在文化产业迅速发展的今天,民营美术馆已经成为城市生活和艺术文化交流的重要阵地。作为中国美术馆的重要组成部分,民营美术馆在坚持务实与创新原则的前提下,不断挑战着以往的标准和价值观,为我国的美术馆体系注入新鲜的血液。”中国民营美术馆发展论坛发起人杨凯如此评价当下的民营美术馆。

以教育和研究为基础

中国民营美术馆发展至今已近20年,作为推动中国艺术与文化发展的重要力量,民营美术馆通过自身的不断努力,在学术研究和公共教育方面取得了众多新成果,对提升社会整体创造力和促进文化发展起到了长效而持久的作用。因此,学术研究与公共教育一直是业界人士讨论民营美术馆的一个热门议题。

银川当代美术馆艺术总监谢素珍将民营美术馆的教育概括为对外教育和对内教育两个方面,“对外教育针对的是观众,展览和活动是开展对外教育的主要形式;对内教育针对的是赞助人和美术馆的员工,良好的对内教育不仅可以为美术馆赢得更丰富的投资和更广阔的发展平台,也有助于美术馆形成属于自己的特色文化。”

“美术馆的职能不仅仅局限于文物收藏,它同时也承担着为社会提供公共教育的职责。为了促进美术馆的发展,我们一直强调建立透明化、民主化、自由化的运营体制,而这种优质、高效的运营体制有助于推动美术馆朝着多元化发展。”法国乔治·蓬皮杜国家艺术文化中心发展部负责人Kathryne Weir说。对此,余德耀美术馆副总监Justine Alexandria表示:“美术馆的运营机制很重要,我们希望建立一种机制将美术馆与藏家联合起来,而这种机制建立的关键来自于学术研究。如果美术馆的活动都有深厚的学术研究作为支持,都能真正体现美术馆的公益性,藏品就能在更多、更广的层面上发挥社会效应,从而推动整个文化行业的健康发展。”

从艺术家到观众

纵观民营美术馆的发展历程,在发展的起步阶段,美术馆关注的重点主要在于资源的开发、积累与整合。因此,多产、优质的艺术家就成了美术馆争抢的对象。随着美术馆的不断成长和艺术家资源的成熟,美术馆研究和关注的重心开始向观众倾斜。

“如何让公众自愿地走进美术馆是民营美术馆在发展过程中面临的一个重要课题。”今日美术馆馆长高鹏结合自身的发展经验说,“今日美术馆的展览可以分实体展览、虚拟展览和观众互动3个部分,为了吸引更多年轻观众,我

们在布置展览的过程中采用了很多先进的科学技术,以此来帮助艺术家更充分地实现他们的艺术理想。”

“观众对美术馆来说是非常重要的,萨奇美术馆希望在把学术做得有深度的基础上,将美术馆的定位由艺术家视角转向观众视角。在过去的几年中,我们积极地学习和研究艺术的发展潮流与态势,不断推陈出新,希望在新技术的支持下,美术馆的展览可以更加宏大,给观众更好的感官体验,也可以让越来越多的人参与进来。”英国萨奇美术馆的Nigel Hurst如是说。

“无论是古代艺术还是当代艺术,都需要融入到人们的生活之中。唤醒过去、启迪未来是我们对观众的承诺,而我们博物馆的学术定位也正是以这个承诺为基础的。”旧金山亚洲艺术博物馆馆长徐杰表示,深入研究和阐述亚洲的多种文化、在全球化背景下探索亚洲艺术的学术地位是旧金山亚洲艺术博物馆一直以来的工作方向和工作重点,也正是因为打下了坚实的基础,才使得博物馆在发展过程中不断提出新问题、拓展新视野、取得新成就。

融合共生促多元发展

除了令人称叹的成果,民营美术馆在发展过程中也面临着各种各样的困难、挑战和机遇。如何克服困难,抓住转瞬即逝的机遇,是每一个民营美术馆不得不思考和解决的问题。

“作为一家现代美术馆,我们拥有很多艺术家、设计师以及建筑师,但是没有可以供他们进行沟通和交流的平台。为了打破这种各自为战的现状,发挥艺术家之间的协同作用,我们以美术馆为桥梁,举办各种活动,为这些传统资源建立联系,并充分调动他们的积极性。”东京都现代美术馆馆长Yuko Hasegawa强调了艺术家资源的融合共生对美术馆未来发展的重要性,她认为这种做法既能够保证展览的学术水平同时又能够在原有的基础上不断创新。

“无论是民营美术馆还是公立美术馆,都面临着如何多元化和差异化的问题,这也是一个迫切需要解决的问题,但从整体上讲,美术馆之间的相似性依然非常大。”中央美术学院美术馆馆长王璜生认为,美术馆要想朝着多元化和差异化的方向发展需要做到两个方面:一是建立规范的经营体系,二是培养独特的文化价值体系。

泰和泰律师事务所创始人程守太为民营美术馆的发展提供了一个新的思考维度:法律维度。“虽然随着国家经济的持续发展,我国的法律制度和法律体系越来越健全,但是与民营美术馆发展相匹配的系统性法律法规尚未出现,中国民营美术馆在创建之初就缺乏法律保障。‘法与时转则治,治与世宜则有功’,当法律符合时代的发展需求时,一定有利于推动包括民营美术馆在内的整个文化产业的发展。”程守太表示。

大数据为出版“走出去”提供新机遇

据新华社消息 近日举行的2016“‘文化走出去’背景下出版企业的发展”论坛上,部分国内出版业界人士认为:我国出版行业“走出去”迎来了全新的历史机遇,出版“走出去”从最初的产品到版权,进入到资本“走出去”阶段,如今,大数据正在推动中国出版产业持续快速“走出去”传播中国文化。

据了解,“十二五”以来,我国出版物实物出口总量较“十一五”期间增长了1339.89万册(盒、张),增幅127.9%;出版物实物出口金额增长了6704万美元,增长1.78倍。2013年以来出版物实物出口金额已经连续多年超过1亿美元。目前,中国每年参加的国际重要书展遍布五大洲,包括法兰克福、伦敦、巴黎、莫斯科等城市举办的30多个综合性和专业性国际书展。

据《出版人》杂志社副总杨贵才介绍,从简单的实物产品“走出去”到版权“走出去”,主要是通过组织和参加国际书展这一有效途径。2014以来连续3年的法兰克福国际书展上,中国内地出版参展团签署版权均超过3500项;北京国际图书博览会的版权输出也连续3年超过2500项。

另据法兰克福书展官方统计数据显示,中国已经成为全球七大重要出版市场之一,2015年中国图书市场总市值达240亿美元。尤其是近年来,国内出版社逐渐开始通过增设海外销售网点、与国外出版机构合作出版、设立分社或直接兼并收购海外出版社的方式实现“走出去”。中国出版协会的调查表明,目前我国新闻出版企业在境外运营的各种分支机构及销售网点达459家。

广西师范大学出版社继2014年成功收购澳大利亚视觉出版集团后,2016年又成功收购英国ACC出版集团,开启国际化战略发展。广西师范大学出版社董事长张艺兵说:“中国出版业‘走出去’的核心就是要建立全球化的选题、编辑、设计、出版、印刷、物流终端、读者反馈的整体产业链。”

中国出版集团原总裁聂震宁称,中国出版经历了产品“走出去”、版权“走出去”、资本“走出去”的三个阶段,随着大数据时代的到来,正进入“走出去”的新阶段。中国出版业需要针对国外出版规律、读者阅读习惯进行针对性研究,以加快形成基于大数据的出版新业态。

(何丰伦)

统计显示：

过去五年，网民最爱“直播、发红包、刷屏”

本报讯 (记者周志军)近日在北京举行的“新中国舆论学研究三十年”论坛上,中国人民大学新闻与社会发展研究中心联合搜狗输入法大数据团队共同发布了《中国网民的信息生产及情感价值结构演变报告》。基于搜狗输入法的输入热度,报告通过对近年来一系列输入数据的统计,展现出我国网民在公私领域及特殊群体、社会关系中的社会观念变迁。

报告显示,在行为层面,2006年至2016年10年间,我国网民日均打字总数达350亿之多,年均打字总数达到127750亿字。其中,22点睡前阶段是网民全天打字最活跃的阶段,社交类网站(App)以超过九成的比例,占据网民经常登录的网站或App中的最大份额。在内容层面,女性比较热衷于使用表情符号,关注娱乐与情感方面的资讯,而男性更倾向于社政资讯。过往5年间,“直播、发红包、刷屏”成为网民涉及度最高的网络行为。根据社交、工作、游戏以及购物等不同话语场景,网民的输入表现也各不相同,网民在微信、QQ等社交场景中的活跃度最高,微博平台则主要呈现出围观浏

览的特点。

此外,报告所反映出来的社会问题的热度和趋势,也为社会学研究提供了一定的参考。据统计,近5年来,我国网民提及度最高的3个社会问题依次是:教育问题(41.64%)、劳动就业问题(15.81%)、食品安全问题(12.28%),其次是人口、物价、诚信、房价等问题,基本涵盖了社会问题的主要方面。对于特殊人群的行为差异,报告也指出,相比于男性喜欢购买IT产品,女性更热衷于购买服装和化妆品,其购物频率远高于男性。在不同年龄段的网络行为比较中,“00后”最为热衷休闲娱乐和社交功能,“90后”的主要网络行为是社交和娱乐,而“80后”主要上网查找资料、看新闻等,“70后”的网络行为则实用目的性更强。

据搜狗CTO杨洪涛介绍,随着科技的发展以及互联网新理念的不断深入,输入法也在不断完善各项功能以及服务,未来,搜狗输入法将集中在人工智能领域,通过引入大数据、机器学习等人工智能技术,向自动问答和智能回复发展,打造更自然的人机交互模式。

网易“石头计划”扶持独立音乐人

本报讯 (记者周志军)“作为国内颇具影响力的独立音乐人平台,我们有责任让更多独立音乐人在网易云音乐上受益,让他们的作品被更多乐迷发现和收听,让他们通过做音乐活得更好、更有尊严。”11月22日,在北京出席网易云音乐的一场战略级发布会时,网易云音乐CEO朱一闻如是说。当天,网易云音乐宣布正式启动了名为“石头计划”的独立音乐人扶持计划。根据该计划,未来一年,网易云音乐将投入2亿元资金,从专辑投资、演出机会、音乐培训、音乐人指数等7个方面的相关扶持计划。在推广方面,网易云音乐副总裁丁博表示,不会给独立音乐人提供不同于所谓的唱片公司艺人的推广资源,会同等对待,“这也是对所有独立音乐人的尊重”。同时,鉴于很多独立音乐人没有接受过专业的音乐教育和训练,很需要得到专业音乐人士的指导以及一些前辈音乐人的经验分享,该计划也将利用网易的在线教育产品资源,打造一些音乐公开课,帮助独立音乐人更快地提升自己。

据介绍,目前网易云音乐平台上活跃着2万多独立音乐人,上传原创音乐作品超过40万首。未来一年,网易云音乐计划在全国范围内为独立音乐人打造不低于150场的巡演。此外,还包括民谣、电子、古风等类型的音乐节目项目。“希望这类扶持计划的实施,能让温暖了无数歌迷的独立音乐人们也得到温暖。”业内人士说。



11月21日,为期6天的中国国际高新技术成果交易会在深圳闭幕。本届交易会以“创新驱动,质量引领”为主题,展示了战略前沿领域重大突破和创新创业的最新成就,共吸引来自97个国家和地区的58.9万人次观众参观。图为一名女子在体验一款无线VR游戏。

新华社记者 毛思倩 摄

来自“云朵”上的“爱的精灵”

川 文

北川羌族自治县和谐旅游开发有限公司是“5·12”汶川特大地震后,在北川县境内较早成立的一家小微文化企业,公司自成立以来,致力于当地传统手工艺北川草编的传承和发展,经历了一个小微文化企业艰苦探索逐步发展壮大的不平凡历程。

北川草编作为北川羌族特色非物质文化遗产,在“5·12”汶川特大地震中遭遇毁灭性打击。在各级党委、政府管理部门的热情关怀和大力支持下,北川和谐旅游开发有限公司组织开展了一系列传承培训及产品研发工作,将北川草编打造成为公司拳头产品,为北川草编产业发展奠定了坚实的基础。

据了解,该公司生产的北川草编系列产品主要包括草鞋、草编昆虫、草编生肖、草编日用品和草编工艺品,涵盖时尚穿戴产品、工艺礼品、家居饰品等各个领域,具有较强的市场竞争能力。截至目前,公司已形成年产200万件的草编生产能力,实现年产值1000万元,参与北川草编生产活动的残疾人和留守妇女人均创收1.5万余元,产品已销往全国10多个省市,并远销俄罗斯、英国、美国、日本、韩国等国家,初步形成了“爱的精灵”品牌形象,并作为北川一张文化名片走向世界。

艰难困苦的创业路

草编作为一门古老的传统技艺,已经有上千年的历史。而羌族草编的历史更可追溯到大禹治水时脚穿的草鞋和身披的蓑衣,以及治水使用的

竹筐、渡河时使用的索具等,可以称得上草编的始祖。在北川羌族自治县,草编一直在民间流行,但受到现代化进程的冲击,目前,只在边远深山羌族同胞聚集地还有少量草编工艺留存。在2008年“5·12”汶川特大地震中,部分北川草编老艺人不幸遇难,历史资料被掩埋毁坏,使这门古老的技艺濒临消亡。

为了保留住这门古老的传统技艺,公司创始人黄强毅然辞掉了合资企业的高薪工作,投身到抗震救灾和灾后重建的大潮中。黄强利用自己的知识,凭着对北川地理、文化的了解,开始走上了民族文化抢救保护与传承发展之路。在参与抗震救灾、灾后重建的同时,黄强有机会就打听与草编相关的信息,在余震中四处奔波,收集资料。黄强的行动激励着当时还处在地震带来的惶恐中的羌族同胞,让他们看到了希望。一位83岁的老太太听说黄强在收集草编资料,带着黄强去已经垮塌的自家房屋废墟下挖出了已被严重压坏的草鞋码子。老人还为他讲解草编工艺基本技巧、技能、材料选择等知识。看到老人那双由于常年编织而变形的手,黄强更加坚定了自己的选择,他开始向创业梦想出发。

凭着大学四年养成的自学能力,从小对草编技艺的耳濡目染,从老艺人那学习的基本技术以及四处收集的资料,黄强开始了草编技艺的钻研。与此同时,为了让更多的人认识羌族最古老的民族文化和草编艺术,黄强借助各种机会进行宣传展示。无论是各地政府组织的展会,还是各种商业展

会,黄强都尽量争取参加。通过自己的努力和社会各界的帮助、支持,黄强每年参加大型展会活动30余场,让全国上百个城市的观众直观地认识了羌族文化和草编、羌绣等民间工艺,为北川草编闯出了名气。

黄强的草编产业构想,也得到了北川羌族自治县人民政府的支持。在政府支持下,黄强组织残疾人、赋闲农民、留守妇女和老年人学习手工制作技艺,先后培养草编初级人员500余名,羌绣初级人员500余名,聘用固定员工50多人、居家灵活就业人员300多人,成功开发出草编、羌绣、牛角制品、雕刻制品及手工茶叶、土特产等八大系列上万种产品。

一路走下来,虽有坎坷,更多的是感动、收获与成功。如今,北川和谐旅游公司已经在北川的10个乡镇建立了20个北川草编传承与生产基地,每月回收老百姓加工的草编产品近10万件。从业老百姓在照顾家人、干好农活的同时,利用农闲时间加工草编产品,每月可增加收入1000元左右。

适应需求 不断创新

单一的产品无法满足瞬息万变的市场,传统的民间工艺也需要创新,这样才能适应现代社会的需求。解决了培训、回收、产量等问题后,公司确立了品牌发展目标,在保证传统风格的基础上,对北川羌族草编进行适应现代消费需求的创新。

草编拖鞋、草编挎包、草编冰箱贴、

草编生肖太阳能车座、草编摆件……这些产品在黄强和他的团队努力下,相继走向市场。截至目前,公司研发出上百种北川草编小饰品,草鞋有近500个款式,各种草编工艺画近100个品种。

品牌发展也同期起步。目前,公司已为北川羌族草编系列工艺品注册了“禹羌情”“和谐旅游”“不借”“爱的精灵”“草精灵”五个商标,申请专利和版权近百项。黄强和他的团队经过反复论证,决定将“爱的精灵”作为北川羌族草编的核心价值和品牌形象进行全力打造。

一个小小的草编工艺品,不仅是广大从业人员辛勤付出的结晶,更是社会各界对北川、对羌族同胞的关心与帮助的结晶,这就是“爱的精灵”所承载的文化内涵和发展希望。

深入发掘文化资源,选择正确的发展方式、坚持创新发展道路,加强品牌形象的塑造和宣传是黄强和他的公司历经6年的艰苦拼搏为我们带来的发展民族特色文化产业的启示。“我们本是一株无人关注的小草,生长在云朵之上的高山,经过羌族同胞灵巧的双手,化作一只只可爱的精灵,装点着你的生活空间,给你带来无穷的乐趣。”回首往事,黄强感慨万千,展望未来,他最大的愿望就是承载羌族人民感恩情怀的“爱的精灵”飞得更高、走得更远,最终飞向全世界。

新活力 新动力
小微文化企业在成长