

首页 → 学术新闻

迎接新时代的挑战——丹麦专家Klaus Ib Jørgensen先生为音乐艺术管理专业讲座

作者：窦晓晨 来源：中央音乐学院 发布时间：2012-10-30 10:13:10

2012年10月26日，中央音乐学院音乐艺术管理专业迎来了一位热情的新朋友——来自丹麦的Klaus Ib Jørgensen先生，Klaus先生此次来京是作为北京现代音乐节美育论坛的受邀专家。除了担任丹麦国家室内乐团的总监，Klaus先生还有其它重量级身份——丹麦森福纳音乐出版社首席执行官、丹麦著作权协会董事、丹麦及海外数家音乐专利权授予机构的董事，且毕业于丹麦皇家音乐学院的他也是一位作曲家，可以说Klaus先生所有的身份都与艺术管理工作有着不可分割的关系，我们也很荣幸的聆听了他分享关于“Arts managers: re-connect in a changing world（艺术管理者：在瞬息万变的艺术世界中重构）”的心得。



Klaus先生首先简单介绍了他所经营的丹麦国家室内乐团，并友好的赠送给音乐艺术管理专业一套乐团出版过的所有CD专辑。接着他以“*How the business is changing*”为题向大家阐述艺术领域已经或正在发生的新变化。

在信息技术不发达的过去，作曲家唯一能够联系外界的媒介就是出版物，而这一切都依赖于出版商及艺术管理者在中间运作，但当今社会network的迅速发展为作曲家们提供了更多便捷的、快速的自我实现的渠道，那么“*Why have management?（为什么还需要管理？）*”“*How do we create new value together for our clients?（艺术管理者如何一起为我们的客户创造新价值？）*”围绕着这两个严肃的问题，Klaus先生并没有马上告诉我们应该怎么做，而是列出了一些现今中国艺术管理事业的好消息和充满乐趣的挑战来鼓励我们，如：合理的利用科技和网络平台会为我们的管理工作增效创收；中国现今中产阶级强大的艺术消费群体以及西方艺术爱好的潮流；西方国家对中国文化日趋增长的兴趣；活跃于国际舞台的年轻中国作曲家们如谭盾、叶小刚、盛宗亮、刘索拉等，这些都是中国艺术管理者的工作目标和对象，而我们选择了一门前途光明且颇具挑战性的事业。

那么，面对日新月异的艺术世界，我们能否把握改变并跟随时代的潮流？Klaus先生接着强调了观众群分析和品牌创新的重要性。

Klaus先生讲解观众群时的一个观点让笔者印象极为深刻，他认为当代艺术面对的观众还是非常保守的，但观众对艺术品质的要求却日渐严苛，所以我们在付诸行动之前一定要考虑艺术呈现方式的合理性。这个合理性并不是指审美层面的，艺术虽然来源于生活，但总是高于生活，大众能够接受新奇甚至古怪的艺术品，但前提是此艺术品具备科学的、有理可依的表现方式（当然这不影响其呈现方式的特殊性和新颖性）。一个成功的艺术管理者要结合艺术家的感性和商人的理性，感性的鉴赏艺术，理性的经营艺术，尽量规避头脑发热和凭直觉做事，运用职业化的思考模式，时刻展现一个管理者的专业性。

在创新方面Klaus先生以Armani耗千万巨资打造一件无人能购买得起的天价礼服为例，讲述了如何运用创新手段打造品牌和创造价值金字塔，也就是说我们要搜索独特的创意来为所经营的艺术制造独一无二的品牌价值。

最后，Klaus先生讲述了“*How can composers and arts managers work together in the future?*（作曲家与艺术管理者在未来应当如何合作？）”来解释“*Why have management?*”的问题。因为优秀的作曲家需要大量时间来潜心创作，且管理作为一门专业性极强的职业永远是被需要的，所以艺术管理者的角色是不可替代的，我们只需要考虑在新形势下调整我们与作曲家的关系分工，并完善自己的技能和服务，例如：和你所服务的艺术家之间建立良好的沟通机制，去解读他们的艺术表达并向商业合作伙伴和公众阐释其本质及核心理念；时刻站在时代和艺术市场的第一线去了解成功的艺术商业案例、合同法和创新的艺术形式；努力学习，多去世界各地增加阅历以及掌握外语技能的必要性与重要性。

通过Klaus先生的讲座，引发了同学们对新时代艺术管理者工作方式和目标的深刻思考，了解未来的职业挑战。同时也带给了我们动力，让我们大胆的面对现今学习中的问题，打造自身独一无二的竞争力，从而成为一名优秀的艺术管理人。

科研秘书 Email: zlexin@ccom.edu.cn 电话: 010-66425730
网站编辑 Email: xiaogangxiang@163.com 电话: 010-66425730

版权所有: 中央音乐学院音乐学研究所

网站设计开发: 中国高校人文社会科学信息网