



## 艺术批评与艺术策划在美术馆建设中的重要作用

作者: 高岭 来源: 世艺网

### 本站公告

1、网络传媒的优势之一是可以在线播放音像混成的动态画面,因此本站将尝试把过去需要录音后整理成文的访谈,用视频记录并在“本站专稿”栏在线播放。由于这些视频文件都是先传到优酷网再用外部连接的方式链接到本站,因此无法避免优酷网的网络商业行为。本站“视频下载”栏将改成“视频专栏”,也采取把视频文件传到优酷网再链接到本站的方法。如果您想避免成为优酷网在线商业宣传的对象,请不要点击本站视频文件。

2、本站免费刊登展览信息和个人作品。展览信息包括电子海报、简讯文档、参展作品与展览场景,作品要求表明尺寸、材料和创作年代,如果是展览预告,参展作品与展览场景的图片可以在开展之后补发给我们,否则我们将不保留该展览信息。个人作品要求有个人风格,并为具有探索与创新的风格,数量在4件以上,艺术市场上热销套路风格,本站一概不与刊登,展览信息除外。这是本站鼓励创新和尊重创作自由的学术定位所决定的。所有图片请把像素调到800X600,高宽相加等于1400

3、本站“视频下载”栏目欢迎40MB以下的avi格式的压缩文件,内容可以是video作品、访谈录像、名人生平录像、行为艺术录像、重大展览与学术会议录像。超过40MB以上的稿件,请分成上下集或多集,我们将采取连载的方式予以发表,连载最多不超过400MB。其他内容的avi稿件,请通过电子邮件与我们联系,我们将尽量考虑发表。本站工作邮箱: art-here@163.com

今天,人们对美术馆场在文化生活中的作用的重视,虽然无法与欧美发达国家相比,但较之于以前的情况,显然是令人鼓舞的,单从这几年中国美术馆举办罗丹、夏加尔、达利和刚刚结束不久的亨利-摩尔展览时人们排成长龙的情形看,蕴藏在人们心中对美的艺术追求愿望,是强烈而感人的。

然而,一年一次甚至两年才一次的这种国际著名艺术大师的**作品**展览所引起的京城不小的轰动,与日复一日、月复一月美术馆里各类各式美术展览的冷清相比,才是每一位关心美术馆建设和文化生活进步的有识之士真正应该思考的问题。或许有人会说,艺术大师的作品来中国展览,当然要引起广泛的关注。除去对久负盛名和它山之石的景仰之外,借鉴、引进甚至邀请外国有关组织、博物馆的科学化、开放性并具当代感的策展机制和运筹方式,并配合深入浅出的艺术评论和现场讲解,是国际大师们的展览能够举办成功的关键因素之一。

北京的轰动是因为它是中国文化的中心,如果上述大师们巡回到中国的其它城市展出,情况不会比北京好。换句话说,没有了自己相对固定的具有相当水平的观众,我们所说的对美的艺术的追求而引发的展览热潮,就只能是些协会性、行业性、年龄性、题材性和区域性的展览组合,这些构成了中国各地美术馆或博物馆里举办的美术展览的主要部分。

美术场馆的稀少在中国是有目共睹的,而大量美术从业人员每年创作出来的作品,必须通过举办展览来让世人知道,求得某一群或某一阶层的认可和喜爱,这就会造成一种美术场馆方是买方市场的假象,在计划经济时代,这种假象全然是通过行政计划组织各类官方性的展览而保持着名符其实的真象和牢不可动的支配地位。

物以稀为贵,中国专业美术场馆的缺少,今天给这些场馆的管理者和组织者带来的是一种机遇和挑战并存的局面:面对如此众多、良莠不齐的艺术作品,面对如此纷繁复杂、眼花缭乱的艺术现象,确立什么样的标准,运用什么样的机制来披沙拣金,把握艺术的规律、贴近时代的脉搏,这是机遇;在市场经济条件下,如何在国家财政拨款紧缺的情况下,解决好中国艺术的学术性与商业性、当代性与群众性、前瞻性与普及性、严肃性与娱乐性之间的矛盾关系,塑造中国美术馆作为当代高品位艺术的发掘、推介和收藏的带头人的角色,这又是挑战。

无论是机遇还是挑战,其核心问题是:除了定期例行公事式地组织和展出全国性美展,除了千辛万苦地筹备、展示国外艺术大师的作品,除了平日里举办的无数个上述协会性、行业性、年龄性、题材性、区域性等等的展览外,我们的美术馆还应该承担什么样的更高使命?

通过以上简略的描述我们可以看到,中国的许多美术馆场的职能定位,存在着令人担忧的不足:行政性、事务性加上出租性的展览的丰富和繁荣以及为数有限的国外艺术大师的访华展所引发的轰动,与研究并发掘、推介和收藏中国当代艺术精品、树立面向当代和未来的大国美术形象和风范的使命之间,有着相当大的距离。

要想利用现有的美术馆场来承担这样的艺术使命,遇到的困难是可以想象的;可利用的资源也是异常丰富的。这其中高水平的艺术评论和有成效的艺术策划,是实现上述使命的重要因素。这一点,但凡承担过外国美术作品赴中国展览的美术馆是会有体会的。艺术评论在艺术创作与欣赏之间的连接作用,随着艺术市场的出现和艺术读者队伍的分化和整合,十几年来已逐渐确立了自己的地位,其对艺术发展历史的了解、对艺术规律的把握以及对艺术发生的社会人文环境的洞察,使得今天的中国艺术脱离了社会反映论的束缚,朝着艺术创作的个性化和多元化发展。随着社会主义市场经济的逐渐成熟,艺术作品作为高品位的精神产品,面临着如何了解并掌握商业动作规律、把握不同地区、不同层次的观众消费者的实际心理需求,采取恰如其分的视觉展出形式这样的课题。艺术策划作为协调艺术作品与艺术市场相互关系的手段,正是

这样应运而生的。

从艺术批评的判断眼光和符合市场规律的统筹策划的思路看，近年来非美术馆体系的画廊和其它公共艺术空间，已经举办了許多符合国际操作规范的艺术展览，推出了不少在视觉语言上颇具时代气息和国际化的作品。刚刚结束的上海双年展在这方面开了个好头，该展以上海美术馆为主办方和主场地，改变以往的组展模式，聘请国内外著名的艺术批评家和策划人组成评委员，负责确定展览的主题和艺术标准，并制定展览的运作机制和展场的整体视觉风格。围绕着双年展，举办的十几个“外围展”，更是有明确针对性的专题展，艺术策划的匠心独运可以说决定着这些原本无论在财力上规模上都“相形见拙”的展览是否能引人注目。

显然，非美术馆体系的艺术展示机构，在采用国际机制，邀请批评家和策划人参与组织展览方面，已经逐渐积累了成功的经验，为提高中国当代艺术的国际知名度做出了自己的贡献。实践的发展，已经到了众人回望各级美术馆是否迈出步伐改革既有的办展方式和思路，在逐渐成熟、逐渐平等、逐渐公平的艺术创作和市场中，确立自己更加开放、更加科学、更加富有时代气息探索精神的形象的时候了。在日益竞争的时代，任何固步自封和因循守旧都会使自己失去自己应有的位置和作用；加大美术馆的科技含量（其中最主要是卓有远见的艺术评论和学术判断以及行之有效的操作机制），才会使美术馆代表国家美术整体形象的使命得以真正实现。

历史的经验和现实的情境都告诉我们，培养、造就、选择、邀请艺术批评家与策划人共同担纲美术馆场的艺术活动，是时势所趋，它的意义将随着我国美术事业的发展而益发凸现出来。

（原文发表于《2001年深圳美术馆馆刊》）

二00一年元月三日 于

北京鼓楼

编辑：王雪云 责任编辑：王雪云

<< 首页 < 上页 1 下页 > 末页 >>

推荐网站

雅昌艺术网

中国美术批评家网

宋庄ART

威尼斯双年展

Base on PHP & MySQL  
Powered by W2K3 & Apache

关于我们 | 版权声明 | 联系我们 | 邮件投稿 | 渝ICP备06000899号 | 本站LOGO下载  
非赢利学术网站 执行主编：王小箭 联系电话：010-63987712（京） 023-86181955（渝）