

策展人在中国的兴起,是近年来当代艺术生态中一个值得关注和探讨的现象,为国内现有展览机制提供了一种新的模式和方法。关于策展人的话题,我们涉及得不多,但策展却是艺术活动和展览不可或缺的一环,有时候还是一个展览是否能成功的关键。策展人兼具艺术家组织者、艺术批评家、沟通艺术家与观众之间的桥梁等责任,其个人素养、视野、思路、人格魅力、组织能力、协调能力等等,对一个展览影响非常大,乃至会影响到展览最后是否成功传递给了观众有效的信息。本期我们就这个话题以及新形势下如何策展作一个简单的专题讨论。

新形势下,策展何为

■王进玉

无可否认,新冠疫情对各行各业的冲击不言而喻,冲击无处不在,相信很多人都切身体会,策展行业也不例外。在疫情反复的当下,很多展厅、场馆已无法正常举办线下艺术展览及相关活动,无奈只能选择关闭,暂停开放,这也使得不少策展人变得焦虑起来,开始无事可做,被迫下课、失业或者转行。

目前状况下,总体来说许多策展人的视野不够开阔,观念不够创新,思想不够解放,策展思路太过陈旧、老套,大都还停留在以往的、原有的认知水平、思维方式和工作方法上,且总是以二元对立的眼光来看待“虚拟”与“现实”,也就是说,他们更多地只对线下展览、线下策展情有独钟,抱有执念,而对数字化、智能化浪潮下的诸如线上展厅、线上策展,尤其是对AI、VR、AR等技术应用下的数字观展、虚拟策展等诸多新类别、新形式,不够了解,也一时无法接受,那么就难免会被此所束缚、限制,难以打开局面,更难以顺应新形势下的系列变化。

须知,策展其实是一个十分时尚前卫的行业,它不仅需要一定的职业素养、专业水准,还需要紧随时代的变化而变化、媒介的革新而革新,需要有足够的行业灵敏度、

洞察力和判断力,而且要走在大众审美的前列,要肩负起引领大众审美的社会责任,当然也更与艺术发展的新动向、新阶段、新模式紧密关联。所以作为策展人,如果不能迅速适应新形势,不能及时跟进行业演化提升的步伐,不能适时做出相应的调整和转变,可以说一步跟不上,则可能步步跟不上,也终将会被淘汰出局。这绝非危言耸听,而是行业自身要求,更是内外形势所逼。不过危机处有生机,从另一个角度讲,这也正是实现自我蜕变、“提质升级”的绝佳时候,倘若能够把握住,便会化险为夷、转危为安,关键看你如何对待、抉择。

眼下,疫情虽然减少了公众出行的频次、现场观展的机会,但是并未降低他们对美的追求,对艺术的关注和看展的那股热情,特别对自疫情爆发以来层出不穷、蔚为大观的线上展览、虚拟艺术体验等产生了前所未有的兴致和依赖。不难看出,大家已开始适应乃至习惯于正在发生变化的数字化、智能化生活,线上展览也已成为展览的一种新形式、新业态,它不仅有力打破了展示边界,消除了信息障碍,拓宽了审美体验,还为艺术展品的传播、相关资源的整合注入了新的动力,提供了更多的可能。那么这就要求无论是策展人还是美术馆、博

物馆等一些专业机构,都要看到这一鲜明变化,都要有“数字化”“智能化”“云展览”“云观展”等的新意识、新观念,更要主动投身到服务模式的拓展与相关技术的研发中,要积极提高自身的业务水平和平台运行的实际效率,除了要在展览的名称、主题、内容等上面下功夫外,还要充分考虑展览的新的空间布置、展陈形式,以及观感体验、传播路径、互动效果与现实影响等。

须清楚地认识到,传统的那种相对静态的、现场的、实体的展览策划方式,已经不能很好地应对新形势下突如其来的深刻变化,也难以满足大众的观感要求与审美需要,所以在新的叙事语境和媒介场域下,务必要对展览场景、策展思路等进行一次彻底的革新升维,要有新的设计理念、方法创意与之对接,要尽快尽可能地形成、建构起一个更为开放多元——多视角、多维度、多空间的展览格局。换句话说,如今的展览也好,策展也罢,都早已不再是起初那种找找场地、拉拉赞助、挂挂作品、发发报道、走走市场之类的低段位、低配置版本,也不再是单一价值或者部分需求的一种简单满足和呈现,而是对其提出了更高要求与期待,也逐渐形成了一个展览生态、策展逻辑、审美机制与合作框架,即务必要在专

业认知、实体展览策展的经验基础上将互联网思维、物联网信息技术、数字化手段、智能化方式等众多能够调配、利用起来的新的元素和链条一并融入进去,形成合力,从而使展览的功能、模式、价值和意义等予以最大化地激活、延展、丰富与提升,也为了更好地满足不同背景人群的多样化需求和一种全方位、沉浸式、实时性、交互性等的观感体验做出努力,而这无疑是对策展行业的一个巨大考验与挑战。

所以作为策展人,一定要与时俱进,要注重自身学习力的提高和策展层次、品位的升级,要具有新形势、新业态下的生存技能与职业筹划,尤其对于数字展厅、虚拟策展这一新的展览方式、策展方向,要给予重视,它绝非凭空出现,或仅为解一时之需,而是数字化、智能化时代催生的新型展览策划形式,是展览行业革命性的一个进步,也是今后策展的一个重要途径和必然趋势,即便没有疫情,它也会出现,只是疫情加快了其出现的进度而已。因此务必要对这一新的形式加以熟悉、了解、掌握,并不断探索其存在的新的可能,不断为展览展品寻找更多新的阐释手段与表达方式,我想这也是新形势下一个合格的策展人所理应完备的素质素养。

综合能力是策展人必备素质

访中国美术馆副研究馆员、策展人魏祥奇 ■本报记者 唐永明

本报记者(下简称记):魏老师好,您认为策展人一般分为几种类型?起什么作用?

魏祥奇(下简称魏):策展人大概可以分为两种:一种是自由策展人,或者说是独立策展人,其主要身份往往是老师、媒体人、艺术家等;一种是美术馆、画廊等艺术机构中的工作人员,可以称之为机构策展人。

自由策展人、独立策展人,是接受工作委托的策展人,其工作往往仅限于撰写展览前言,和艺术家做一些交流,进行媒体导览等,更多相关展览的工作都是由展览的主办方、组织方、实施方的工作人员落实的。而美术馆、画廊等艺术机构中,有很多专业性更强的策展人,与前者不同,机构策展人往往要统辖整个展览项目的始终,包括撰写策划方案、项目申报、展览执行、财务审计、合同协议、公共教育、出版宣传、媒体导览、学术研究等方面。

记:作为一个策展人,必须具备哪些要素?

魏:策展人要具备的素质,我想可以从策展人的出身来看。我所熟悉的很多策展人是从美术史专业的学者转型过来的,扎实的中外美术史知识、美术理论知识是基本的素养。同时,还有很多媒体人转型成为策展人,他们经常造访艺术家工作室、造

访展览现场和策展人导览,撰写相关热点述评文章,开放的视野使之对当代美术创作有宏观的认识。再者,还有研究哲学、历史学的学者跨界成为美术领域的策展人,其深奥的理论阐释能力使他们广受艺术机构和艺术家推崇。还有部分策展人本身是艺术家,他们也会客串策展人。

概而论之,策展人要有组织能力、美术理论研究和写作能力、对展览作品思想价值的判断力等等,是一种综合性的能力。同时,策展人要有敏感的策展意识,要有对展览主题的捕捉能力,要了解古今中外的艺术创作历史和现状,要与艺术家和相关艺术机构、美术馆建立紧密的合作关系。我的经验是,这种合作关系是建立在互相信任和尊重的基础上的。只有这样,策展人才可能受邀或被委托,继续新的策展工作。

记:您认为目前有哪些是不错的展览活动,好在哪里?

魏:因为疫情的原因,国内美术馆的事业近两年可以说遭受重创,很多国际性的文化交流项目都被迫中止,但是还是有很多好的展览项目被策划和组织出来,令人肃然起敬。我个人认为好的展览项目有北京尤伦斯当代艺术中心的“马蒂斯马蒂斯”、偏锋画廊的“康海涛:风景的天文学”,

上海西岸美术馆与法国蓬皮杜中心合作的“抽象艺术先驱康定斯基”“洛朗·格拉索”、昊美术馆的“陈维:Good Night”、贝浩登上海的“陈可:包豪斯女孩/房间”等。

记:作为一个策展人,您平时会关注些什么?

魏:首先还是要关注相关展览的资讯,尽可能多去看展览,加强与艺术家和艺术家工作室的交流,关注好艺术家的动态。其次,就是收集和整理自己关注的主题的作品,多写文章,看不同方面的好的研究著作和文章,保持开放性,注重发现新的优秀艺术家。

记:策展人的个人好恶是否会影响到一个展览属性或者说策展人如何协调个性和共性之间的关系?

魏:策展人的主要工作还是要提供专业性的、经得住历史考验的展览项目,推出更多更好的艺术家的创作,为艺术家的发展助力,为美术馆事业的发展做出贡献。承担策展人的工作,其实还是要有独立的判断力,尽可能减少一些不必要的干扰,这样策展人的事业才可能长久。

记:艺术家一般都比较有个性,而观众的口味又是青菜萝卜各有所好,众口难调,您是否会向他们妥协?

魏:策展人有时候是接受艺术机构的委托,有时候是接受艺术家的委托,彼此的关系是信任和融洽的,很多工作都需要协商。我觉得展览基本上不用太考虑观众,观众一直会是缺席的状态。只要策展人工作认真,把分配的工作,或者自己承接的策展工作尽心尽力完善,观众都会得到最好的结果。

记:如何看待目前的线上展览,或者数字化策展是否会成为今后的趋势,需要注意的点是什么?

魏:线上展在疫情封控的情况下变得很重要,因为我们往往无法直接到现场参观,以后应该很多美术馆或者艺术机构会推出线上展。这是很好的传播方式,对于各方面的观众而言都是有益的事情。不过,看展览肯定还是要去原作,不然没有任何意义。线上展展出的仅仅是图片,可以说是一种认识作品的方式,完全不能代替原作。我并不看好线上展,更遑论一些制作粗糙的图片推送。要制作精良的线上展览,需要很多预算,需要很好的技术手段,我们目前认识还远远不够。也许以后的云宇宙、虚拟空间会有很好的线上展、虚拟展,但是需要数字技术,需要虚拟的数据平台,这个现在都还没有从构架层面实现。