



三、被机制收编

什么展览该看？当然是好展览，有好艺术家有好作品有好的策划，才叫好展览。但什么是好作品与好艺术家？能直扣当代艺术核心精神的乃可称之为好。当代艺术的价值在于，艺术能对既定的政治社会提出问题，艺术家通过作品捍卫艺术自身的独立性与批判性，挑战审美陈规，并推进人类思想之进程。不管是西方的当代艺术还是中国八五时期发展起来的“新潮美术”，共同的特征是对社会价值保持着疏离和批判的态度。

所以，在很多国家因为官方的展览必有一定的局限性，所以官办的展览通常不值得期待。这个局限来自于艺术与政治间潜在的对抗关系。例如刚开幕的某双年展，看来就像当地政府邀请艺术家们一同完成的都市变迁之市政报告。其中虽不至于太歌颂美化，但也掩盖与回避了太多都市真实却丑陋的问题。

官方对当代艺术的接纳必定在一个有限的范围之内，因为，艺术对政治社会的批判，注定了与意识形态在某种程度上的对抗与冲突。所以，真正具有先锋性和批判精神的作品必定会被质疑。但艺术家又一定得妥协，才能争取到一张进入大展的入场券。在看似开放和宽容的姿态背后，艺术机制实际

上对当代艺术家进行了收编。这种展览能期待吗？

四、向商业臣服

当今展览的激增，是因为画廊的蜂涌出现。但是画廊展览的目的是为了对艺术家进行全方位的包装和炒作，然后走向市场。但市场是由大众构成的，而大众的趣味是表层化的，所以，艺术便自然倾向了“媚俗”。如此之商业目的，容易让展览失去本应有的学术性。如此展览变成了展示，成为了出售艺术商品的商业展销会。

所以，画廊在平衡学术价值和市场利益，艺术精神和大众审美间存在着无法调和的悖论。因为画廊存在的目的并不是要捍卫当代艺术的精神价值，而是为了赢利。所以，画廊必须得考虑接受者的购买力以及审美趣味。在金钱面前妥协的结果，不可能期待画廊出现太突破审美陈规的精彩作品。

不只画廊如此，在目前艺术的生态链中，因为各环节与金钱的迅速结合，而对艺术本身产生惊人的破坏力量。先不论画廊或是策展人打着美术馆的学术姿态大赚其钱；私人美术馆也做着艺术空间及画廊一样的事，不是租场地赚钱，就是打着美术馆旗号收画，再以展览出版为自家藏品哄抬声势。

双年展三年展看来都像博览会，不仅画廊老板能当策展人，许多展品背后有着画廊操作的痕迹。至于博览会，就是艺术商品展销会，作品就是商品，当然不会有太多令人兴奋的地方。艺术家为了得到更多的金钱，画廊为了获得更大的利润，批评家为了争取更为丰厚的回报，就难免出现“向钱看”。

当代艺术最重要的因素是前卫性，要走时代前面，超越当下。当代艺术也反对艺术商品化，所以很多艺术家故意制造行为艺术、地景艺术或是会在时空中消失的作品。但是目前商业至上的艺术环境，圈子中人必须妥协于各种势力与权力之下，因此展览当然无法前卫颠覆，也无法摆脱商品化魔咒。

五、繁华却荒凉

目前真是太繁华了、太热闹了，但却也是空前空洞的黑暗时期。揭开花团锦簇的表面荣景，底下却是无尽的荒凉。展览已经让艺术在践踏自身。或许只有出现能完全独立于官方和商业的展览时，展览比较容易有真正的艺术价值。如果不能多看到具有学术性和批判力的展览，中国当代艺术真是前途堪虑。

那到底展览该看？还是不看呢？不去看，不知道好不好，不放心。看了，如果好，就不虚此行了；如果不好，那就趁机与好友寒暄瞎聊吧，也是收获一桩。那还是多瞧瞧吧！

▼

Finally I'm back in Beijing from Shanghai where was the last stop for this September's exhibition pageant which almost makes me feel sick to go to. Biennials, Triennials; personal and group exhibitions; exhibitions held by galleries, museums, Expos; official and unofficial ones; anything you can think of... The busy market has attracted more and more operators and thus resulted in the many institutions and the large quantities of exhibitions, all of which are, in the guise of academic study, actually trying their best to make money.

Exhibitions serve as a necessary link between collectors, audiences and art works which have to be displayed for publicity. The lack of originality makes these identical exhibitions rather dull and boring.



乱花渐欲迷人眼：艺术展览现状散论

The Present Exhibitions

□盛 葳 Sheng Wei

作为新世纪艺术界的一大特征，各类艺术展览和活动已呈现出一种井喷式趋势。在纷繁复杂的现实景观中，实在难于分清展览本身究竟聚焦于文化生产还是市场营销。刚刚过去的9月，无疑是今年展览最为集中的一个月，上海、北京的艺术博览会，广州和南京的三年展，上海的双年展，外加一大堆艺术机构和画廊的外围展览……乱花渐欲迷人眼。而紧接着的大山子艺术节又将是展览开幕式集中爆发的一项重大活动。倘若真将这些展览逐一扫描一遍，或许就不用工作了，光看展览也可以成就一项职业。展览多也许并不是坏事，坏在质量参差不齐，而且，似乎每次开幕式总是同样的观众，使得老朋友见面的机会大大增加，这或许是展览井喷的一大贡献——有助于朋友间联络感情。

星期五是手机利用率最高的一天，由于大多数展览集中在周六开幕，因此，手机在这前一天便吵闹个不停，短信与电话铃声交叠响起，恐怕机身的温度也较平时略高。逐一去参观这些展览无疑是自讨苦吃，展览看不仔细不说，还把自己累个半死。倘若其中有一两个有价值的展览，那也欣慰不少；倘若全是挂羊头卖狗肉、拼凑起来的艺术集市，真能把人急死。偶尔穿梭在这些展览之间，会发现展览主题或名称高度类似。看完展览回头想想，如果将这个展览的作品放在另一个展览的主题之下，似乎也并无不妥；如果用那个展览的前言来解释这个展览的作品，似乎也大致无碍。

在我看来，双年展、三年展似乎相对于画廊展来说，应该是更为学术，但每年不断地重复也让人有点疲劳和灰心。譬如“移民”曾经是欧美几大双年展的重要主题，结果又不断地重复在广州双年展、上海双年展中出现。观众就像食客，每顿饭都重复自然倒胃口，何况是艺术？没有创造力的平庸展览一再举行，如何还能给人信心？画廊展览事实上就是作品展销会，这是由画廊自身的性质所决定的，国内的画廊多数处于起步阶段，因此，艺术品自身的消费便成为画廊经营的唯一渠道。其实心里一

直盼望中国的画廊业能真正成长，将审美消费也真正纳入到展览中来，“展示”自身便是可以消费的，这项消费与艺术作品的质量相关，同时也与艺术展示的具体方式和结果相关。对于策展人而言，目前的画廊展似乎并不真正需要，因为随便谁都可以选择作品并把他们挂起来。因此，在这样的情况下，策展人不断地被工具化。学术问题当然更谈不上，因为我们本来也不用对画廊产生这种期望，那不是它所应该承担的责任。

这几年，我见过的展览，也有几个门庭若市的。譬如，中国美术馆的印象派绘画展、美国艺术三百年展、仲夏法兰西艺术展、世纪坛的“古典与唯美”绘画展等等。这些展览的共同点是展览作品众多，并且，在这些展览的作品中，展示逻辑非常清楚。或者按照流派划分，或者按照时间排列，一览无遗。而在已经确定的艺术史展览之外，展示当代艺术的困难无疑更大。在学术性的展览（除去大部分画廊展）中，如何确定主题、如何选择和排列作品，如何同步书写和评论展览，这一切都非常薄弱，因为没有相应的措施来支撑它们，策展人们的创意水平令人怀疑，而与学术、主题的关联性更是纸上谈兵。几次与国外博物馆的专业策展人打交道，他们在展览策划中，从创意到布展一系列过程，所怀有的专业精神和态度，的确值得我们深思。而他们手里一摞厚厚的策划和具体执行文本更令我们汗颜。

越来越明显的趋势是，展览策划者自身的分化，工具性策展人越来越多，学术性策展人的地位朝夕不保。一方面，这些现象的原因可能源于策划自身被分割为“创意”和“执行”，另一方面也受教于火热的当代艺术市场。倘若无法建立起一种合理的学术策划保障制度，无法建立公众展示、教育和接受的方式，“展览”只能停留在艺术集市的水平上，展览制度的发展如何能谈起？