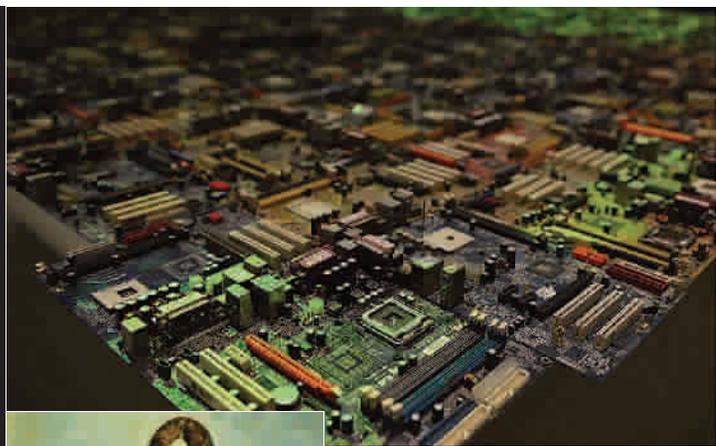


“懒人”参观模式： 线上观展 看得“全”吗？

◆ 寿达林(本刊纽约特约评论员)

12月4日至12月7日每日上午举行的“与巴塞艺术展对话”正在美国迈阿密海滩会议中心如火如荼地展开,其间所有讲座免费向公众开放。此次对话中,来自各界的演讲者就数码平台在艺术媒介及市场方面的发展潜力各抒己见,引起了场内外有关数字化观展等问题的强烈讨论。在线艺术展览已经越来越普遍,有不少国际知名艺术馆、博物馆开始了数字化展馆模式,在带给观众便利的同时,是否也让人少了现场参观的独特观感呢?



■ 艺术家用废弃的电子元件构成一座城市,象征着城市的网络迅猛的发展 方圆摄



■ 塞尚作品《穿红衣的塞尚夫人肖像》



■ 塞尚作品《有苹果和橘子的静物》

艺术深一度

● 互联网时代让信息传播途径和人们的生活消费方式都大不相同,就连商品交易甚至艺术展览都被数字化,人们足不出户就能在线上看各国艺术馆的展出。随着“实体”的影响力逐渐被数字化超越,很多观念正在被不断革新,“懒人”参观模式正在渗入美国年轻人的生活。

如今,实体化正面临着虚拟化带来的强烈威胁,数字化时代已经让人们开始忧心纸质书籍、报纸、杂志等是否会消失,而同样的担忧也是各类展览正要面对的。网上展览(Virtual Expo, Online Exhibition)就是要建设一个虚拟的网上展馆,在网页上进行各种展览,不但能方便人们随时浏览展品的各种信息,也能起到展品推广作用,并且在一定程度上促使交易更便利地完成。网上展览可以在很大程度上节约展出成本,减少人力物力消耗,同时无论展出内容多少都不必担心场地不足等问题,而在展览时间上也可以从几天延长到几个月以上。而观众也不必为了参加展览而迁就展出时间,24小时都可以选择最方便的时候进行观看,不得不说是“懒人”的参观模式。

如今,只要打开“cezannecatalogue.com”网站,无论你在世界哪个国家,都可以轻松浏览到塞尚已知的全部画作,每一张作品都有高清晰度的彩色图片,并且附带有背景信息。要仔仔细细看完塞尚从1860年到1906年创作的一共940幅作品,不花上整整一天恐怕根本看不完。

● 就以塞尚网页为例,我们不难发现线上展出的很多优势,随时参观、详细说明、海量浏览等等都是数字化带来的便捷。身在纽约,你也可以在家一览塞尚散落在世界各地的珍品,其中甚至不乏一些博物馆不对外开放的作品,怎不叫人惊喜?

不出家门,欣赏世界各地博物馆和美术馆的艺术作品如今已经是很流行的做法。越来越多知名博物馆、美术馆建立了自己的网上展馆,可以让更多人有机会欣赏到艺术品,享受高科技带来的丰富体验。世界知名的卢浮宫也有自己的网上博物馆,据统计,这个网上博物馆人气丝毫不输实体馆,早在几

年前浏览量就已经与实体馆参观人数相当,足见其人气之旺。卢浮宫的网上博物馆不仅仅是简单的作品展示,它还还为网上参观者提供了个性化界面设置,每个人都可以根据自己的喜好与职业需要来规划自己的参观路线,并获取到所有藏品的详细介绍。

相对于实体博物馆和美术馆,线上展览首先在数量上有着绝对优势。没有了空间限制,只要有数字化的图像就能展示无数作品,参观者只要动动鼠标就能放大或缩小图片,想看全部或者局部随心所欲,也不用担心被别人挡住视线,想看多久看多久。其次,博物馆和美术馆常常有一些年代久远、极易损毁的作品无法提供给公众参观,而在数字化的帮助下,这些作品也可以重见天日,也能让更多普通人了解到这些珍品的魅力所在。再次,实体博物馆和美术馆的开放有固定的时间,一些白天没时间去参观的人们可以利用线上展览24小时不断的特点,在家惬意地随时开始参观,并且可以分好几次看完,喜欢的作品也可以反复观看。另外,对于不同美术馆之间的作品交流,线上展览也体现出了更多的可能性,对方美术馆不需要将作品小心翼翼地运送过来,只需要提供藏品的资料就能让公众得到更多的文化资源,也方便呈现出更多样性的展览主题,在更多展品的关联中看到艺术史的脉络。

● 归根到底,线上展览的便利性主要来源于信息和图像的力量,在这个全球文化艺术信息共享的时代,“老美”更是玩得得心应手,他们利用网络让艺术语言在不同文化意识形态之间产生了更多样性的异质性语言去解构、组合,传递出更丰富的文化价值和人文信息。

线上展览,是一项平面化的展示方式,无论是平面的绘画类作品,还是雕塑装置等立体画作品,在网页呈现出来的始终是一幅幅平面图像。当十八世纪以后,欧洲受到新的印刷工艺的革新以及工业革命后社会的巨大变革,图像在公共领域的传播速度达到了前所未有的高度,人们受到了图像带来的更多信息传递影响,使社会各方面都产生了新的意识变化,人们对于世界的认识也更加多元起来。毫无疑问,直到今天,图像都是大众传媒必不可少的一个重要形式,图像不仅比文字更具真实性,它还牵引着高雅文化和大众文化互相渗透,充满教

育性、娱乐性、评论性。在互联网时代,图像承载着各种资讯,在全球范围内肩负起了文化传播的重责,让艺术语言也变得更为全球化。我们通过图像观看到世界各国的艺术作品,超越了空间的限制,也摆脱了时间的框架,带着自己的文化语言来解读世界各国的艺术,无疑是开阔眼界的最佳方式。而对于艺术家而言,有了信息化的帮助,他们也有了更大的自由度来展示作品,甚至利用互联网与观众直接交流。

● 数字化固然有很多优势,但也并非万般周全,一些只有亲临现场才能得到的观感,以及在网络平台还不完全成熟时可能产生的问题都还有待商榷。有学者甚至认为,线上展出是一场艺术危机,他们提出不少不足之处,是数码时代还需改进的。

尽管网络如此便利,但是还是有不少观众坚持要看到真实的艺术作品,因为他们认为光靠盯着一个14寸的液晶显示屏,又怎么能看到艺术家创作的精华所在?比如油画的观赏,不仅仅是欣赏作品的构图和色彩,每个作者的技法都体现在油画的纹路中,这些仅仅通过图像是很难传递给观众的。而雕塑作品则更需要有环境的烘托,或许一件高达三四米的雕塑,在线上展览中看来只有巴掌大,这就很难让观众感受到作者创作的本意,毕竟雕塑的大小有时也是作者用来表现印象的重要方式。不少人认为,线上展览最多是一种预览或者是一种现场观展的补充手段,在真实的博物馆或美术馆里进行参观时的现场感是线上展览所无法满足的,如果过于依赖线上展览,那么必定会失去很多参观时的享受。

在策展方面,线上展览不止局限于展厅的规划布置,还包括整个展期的宣传推广、介绍及服务,包括论坛交流及交易服务等。因此,线上展览对策展人的要求不只是对艺术家的展览策划,而且还包括艺术家展后的推广及长久的服务。加之不少线上展览兼有艺术品拍卖的性质,该如何体现出作品的艺拍价值,如何保证其真实性,都需要有更周密的一套机制来操作,并且以相应的法律来维护。在网络发达的今天,艺术展出也面临着新的挑战,如何利用信息化,而不是被信息化牵着鼻子走,还需要博物馆、美术馆以及相关行业不断探索。

SICOF 2014上海国际收藏论坛

艺术品收藏投资金融化 电商化时代

伴随着中国艺术品市场的发展,个人收藏与企业收藏在我国渐成气候。面对风云变幻的艺术品市场,我们个人和企业究竟该如何正确的收藏与投资?艺术品与金融如何完美合作?成为热点的艺术电商怎样有序发展?本届论坛将进行充分地交流和探讨!

【演讲嘉宾】徐政夫\唐斯\徐文强\朱炳仁\寿光武\赵涌\SAM\孔达达\余峰\黄文辉

主办单位 上海市国际文化传播协会 第一财经(CBN) **联合主办单位** 上海文化产权交易所

学术支持 艺术市场研究中心(AMRC)

协办单位 上海赵涌信息技术有限公司 上海中福古玩文化市场经营管理有限公司 武夷山东方丹壹茶业有限公司 北京炳仁文化艺术有限公司 香港夏丁堡贵族国际拍卖行有限公司

鸣谢单位 上海恒圭吉文化传播有限公司 上海夺白文化艺术有限公司 上海瑾艺投资管理有限公司 帕帝国际 上海联珑玉器有限公司

指定拍卖机构 上海大公拍卖有限公司 **战略合作媒体** 雅昌艺术网

专业媒体支持 第一财经日报、上海商报、新民晚报、艺术评论、新民周刊、财富堂、中国收藏、时尚芭莎艺术、艺术财经、艺术商业、收藏·趋势、收藏界、艺术当代、93艺术网

承办单位 上海大能文化传播有限公司 上海汇天会展服务有限公司 **咨询电话** 021-54041560

时间: 2014年12月9日(周二) 地点: 上海花园饭店