

# 艺术漂流记

## Art Journal

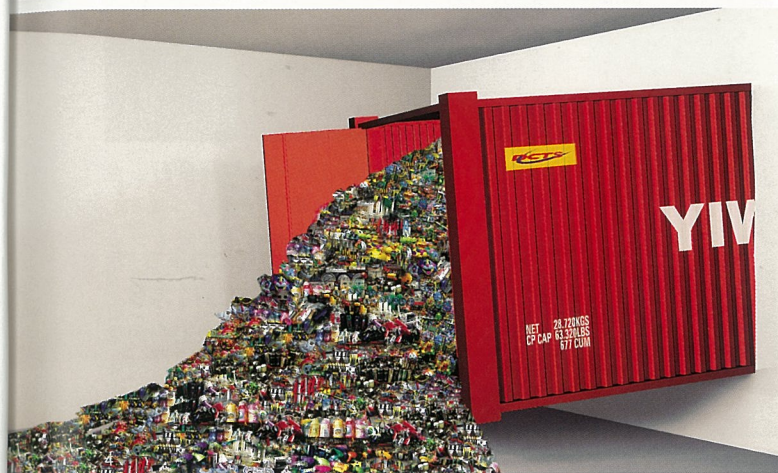
编者按：

最近十年来，双年展的热风吹遍全球：约翰内斯堡、里昂、台北、上海、光州……一座座分散在各地、看似毫无关联的城市，仿佛都被双年展这样的艺术活动链接在一起。

就在亚洲艺术双年展此起彼伏、热闹非凡的9月，《当代美术家》受邀前往上海和韩国的光州，参加一系列的新闻发布会、媒体预展以及开幕式……或许是基于媒体这一特殊领域的工作属性，伴随着那些以秒数倒计时的采访机、不断闪烁的镁光灯和按下快门时的咔嚓声响，我们总是力图记录一切所谓的“现场”，总希望能为那些最终看到杂志的人，真实而客观地呈现出每一个细节。但是，面对一个个日趋多元标准和国际化视野的艺术活动，我们很难说这些“一手资料”就是展览的全部。

因此，在这一次的双年展旅程中，我们不仅带回自己关于“现场”的体验，也带来诸位策展人各自的阐释、参展艺术家的自我解读，同时也有批评家的自由言论。我们希望通过不同的视点，让那些在书写当代艺术史时绕不开的艺术盛会，能以鲜活而生动的方式记录下来。

1. 四季 综合材料 几米 (日常生活实践部分)
2. 盗版·正版之二 油画 陈文波 (设计与想象部分)
3. 陶 陶艺 麦绮芬 (日常生活实践部分)
4. 义乌调查方案 装置 刘建华 (日常生活实践部分)
5. 无题 (外遇) 油画、电机、传感器与综合材料 杨千



## HyperDesign: Interview with Xu Jiag at the Shanghai Biennale 2006

### 超设计：

●本刊编辑部 Our Editorial Board

### 2006 上海双年展现场访谈许江

**本**刊编辑部 (以下简称“本刊”)：今天是上海双年展的开幕式，面对现场，你认为展览达到了你们预期设想的效果了吗？

许江 (以下简称“许”)：上海双年展一个基本的策展思路，就是以上海这座特别的城市作为母体，用世界视觉的方式来演练城市发展中呈现出的种种问题，例如：建筑的问题、影像的问题。这次，我们之所以将主题定位在“设计”上，是因为上海一直以来都是一个国际化的大都市，而我们今天都生活在设计的环境之中，它与我们的日常生活都发生着千丝万缕的联系。但是，在设计现象背后，同时也隐藏着诸多深层次的问题：文化政治的问题、环境保护的问题、人类生存的问题、全球语境的问题、民族品牌的问题、以及我们现在所说的创新型国家建设的问题，等等，它们其实都与设计密切相关。所以，我们将这次展览的基调定在“设计”上。同时，我们提出“超”，目的是希望超越设计现有的疆域，同时打造我们自己的品牌，发挥设计的积极作用；另一方面，我们对设计背后的现象进行思考。所以，“超”有两层含义，一是希望超越，二是有一个过渡。从今天开幕的情况来看，今年的上海双年展基本达到了我们预期的效果。在“超设计”的这个城市发掘了一些新的东西。尤其有趣的是，在上海这个城市，“超设计”这个展览感觉比往届要精彩。里面的很多题材大家都很熟悉，特别接近生活，特别接近大众。所以，我们认为这届展览可能会在大众传播推广方面比往届有一个大的飞跃。

本刊：今年是亚洲双年展此起彼伏的一年，例如新加坡双年展、光州

双年展，都与上海双年展相继开幕。面对当代艺术的发展和艺术双年展的日益活跃，你们有没有考虑过上海双年展将来的定位？例如，我们提到世界上有影响力的艺术双年展，会想威尼斯，提到亚洲，会想到光州或者日本的福冈三年展。那上海双年展作为一个年轻的展览，你们有对它将来在亚洲和世界上要扮演一个怎样的角色做过构想吗？

许：上海双年展实际上已经在亚洲和世界上扮演一个很重要的角色了，世界艺坛很重视上海双年展，因为大家都重视中国。相对于新加坡双年展和光州双年展来说，我们通过这几年的展览，已经形成了一个基本的策展思路，这个思路紧紧贴着中国的生活现实。因为中国本身就跟世界很不一样，上海双年展也会和世界很不一样，我想这一定会为双年展这个传统的平台提供一个有中国特色的策展思路，它展示出来的面貌也会日益引起世界的关注。

本刊：据说这一届上海双年展的经费也是基本来源于政府，单一的资金来源可以满足这样一个大型展览的全部预算吗？对于像上海双年展这样一个周期性、国际性的综合展示，你们在经费方面有怎样的计划？

许：其实上海双年展跟世界上大多数双年展一样，主要是由政府资助，我们希望在政府资助之外还能够得到更多企业界的支持。事实上，我们每一届都在做这样的努力。在这些努力的过程中，我们发现可能需要一点时间。关键的一点是，我们首先要把双年展本身的品牌做好，然后还要做好大众的推广。在这个基础上，我们再来进行营销可能就比较容易了。另外，一个不同于世界其他很多国家的情况是：中国没有民间基金会的制度，如果我们有民间基金会制度、或者在税收上给予企业界一些文化投入上的支持，这些问题本身或许就可以迎刃而解了。但是，以目前的情况看，孤立地要解决上海双年展的营销，是不太可能的。

