国内双年展

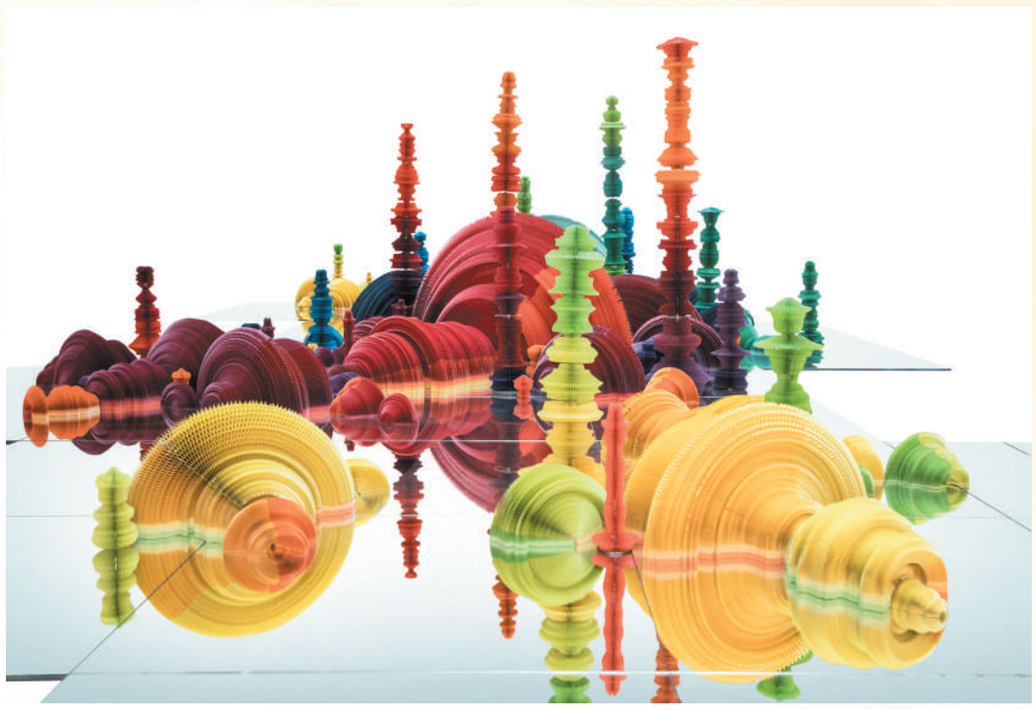
推动中国美术走向世界

本报记者　徐红梅　吴艳丽　马苏薇

坚持“两创”书写史诗

新征程 新辉煌

北京、广州、深圳、武汉……岁末年初，国内多个城市接连举办大型双年展，为广大市民奉上一道道艺术盛宴。从1992年起步至今，国内双年展历经30余年发展，迎来快速增长，实现“破圈”传播。各大城市立足文化建设，谋求差异化定位，不断探索新的策展理念和运营模式。如何办出本土特色、扩大国际影响？如何助推艺术创新、赋能城市发展？美术工作者携手各方，通过双年展这个国际展览平台，回答时代赋予的新课题。



▲“共生世界——2022济南国际双年展”之纸雕作品《童话世界》，作者李洪波。

“科艺融合”开辟艺术新境

策展团队庞大、艺术品类多元、周末观展一票难求，是近期举办的双年展的共同特点。双年展正在从专业美术展览，转化为大众喜闻乐见的艺术盛会。

呈现前沿探索，不少双年展在创新中突围。像以“共生世界”为主题的2022济南国际双年展，2023年1月7日在山东美术馆、济南市美术馆两大主展区同步开展，开幕首日即火爆泉城。由12位知名策展人组成的国际策展团队，为观众带来了22个国家和地区221名艺术家的272件作品，囊括中国画、油画、版画、雕塑、摄影、装置、新媒体等10余个艺术门类，涵盖生态艺术、观念艺术、抽象艺术等诸多艺术流派，以充满创造力的形式，探索现代与传统、人与自然、地域与世界、现实与虚拟、艺术与科技等之间的关系，吸引了近60万观众线下观展。

能否为观众带来审美新体验和文化新思考，是双年展吸引观众参与、实现可持续发展的关键。不少双年展选择开拓科技与艺术融合创作新空间，例如特设“科技与艺术”板块，通过运用虚拟现实、增强现实、人机交互、3D打印、虚拟仿真技术、微距背投技术等创作的艺术作品，为观众带来全新的视觉奇观。这些作品的出现，既反映出双年展紧贴时代脉搏、打破学科框架、鼓励创新探索的特质，也为观众带来关于美的无限想象和沉浸式、互动式奇妙体验，推动国内双年展从之前的学术交流平台，转变为与城市文化互动、与大众交流的开放平台。

运用高科技制作的装置、新媒体作品在双年展中的比例持续增加，也为美术创作带来新挑战。当一种技术被大量应用后，如何避免作品产生雷同感？艺术的边界如何定义？怎样使作品不止于视觉奇观，能真正引发观众思考？中央文史研究馆副馆长冯远认为：“立足中华优秀传统文化，紧贴民族与时代精神诉求，更好地彰显中国美术的独特个性、价值判断，增强各地双年展的多样性、表现性，是文化艺术发展进程中必须深入思考的课题。”

作为一种精神生产，无论借助何种艺术媒介，美术作品打动人心的内核始终是其蕴含的思想和情感。科技的加入，只是助力艺术家以不同的观察视角和视觉方式来表达观点，启发观众思考。在把握美术创作本质的基础上，运用科技而不止于展示科技，方能开辟更有内涵的艺术新境。

一场盛会点亮一座城

一场好的双年展，可以点亮一座城。正如中国美术家协会主席范迪安所说：“双年展不仅应反映当代世界艺术的前沿探索与最新面貌，还肩负着构筑城市文化精神、建构城市文化记忆、振兴传播城市文化的使命。”近年来，国内双年展数量快速增加，不少城市尝试将其融入城市文化建设，以提升地域影响力、赋能城市发展。

如何更好发挥双年展的作用？一些双年展将展厅扩展至城市公共空间，既使展陈形式更加多元，又让人们在城市漫步中与艺术“偶遇”。像“2020年第五届苏州·金鸡湖双年展”通过8个主题展与22个平行展，以及“流动的双年展”观光巴士专线等活动，让城市洋溢着艺术气息。一些双年展积极发挥美育功能，以各种方式促进观众与展览、艺术家、城市之间的交流互动。如“第九届深港城市建筑双城双年展（深圳）”，在长达3个月的展期中，推出200多场精彩活动，涵盖学术论坛、免费课程、公益导览等，引导人们共同关注城市的绿色可持续发展。融入大街小巷、走入百姓生活，双年展公共性日渐凸显。

构建双年展与城市之间的深度连接需持续发力。艺术作品如何与大众产生更深层次的情感共鸣、文化共振？

避免概念化、同质化是双年展可持续发展的重中之重。在华东师范大学美术学院院长张晓凌看来，发掘区域文化价值不仅是双年展避免同质化的手段，也是其建构价值体系的主要方式。这种理念在双年展中得到清晰体现。比如，“2022首届北京艺术双年展”以“共生”为主题，从空间和时间两个维度探讨北京文化生态的多元面貌。其中“可见的浪漫：有关北京的记忆与想象”展和“蓝图北京”展，充满浓浓北京“味道”，让观众可以看见过去，也可以畅想未来。“艺以通衢——2022武汉双年展”中的“城市形态”板块，邀请画家、雕塑家、空间设计师、城市规划师乃至音乐家、心理学家共同参与，从城市风景、情感世界、虚拟空间三个角度进行多维呈现，力求让作品紧贴城市脉动，使观众从中找到“我与城市的关系”。

作品，是双年展连接城市的重要载体。鼓励艺术家到双年展举办城市深入调研、与居民共同创作，增进艺术家对地域文化的了解，提升居民的艺术参与度，使二者相互促进、相互支撑，既可以激发艺术家的创新灵感，又能有效避免同一位艺术家参加多个双年展带来的同质化问题。从价值理念、策展思路、艺术创作、文化传播等各方面展开因地制宜的深耕，双年展方能为城市提供持久的文化滋养。

中国美术力求国际化表达

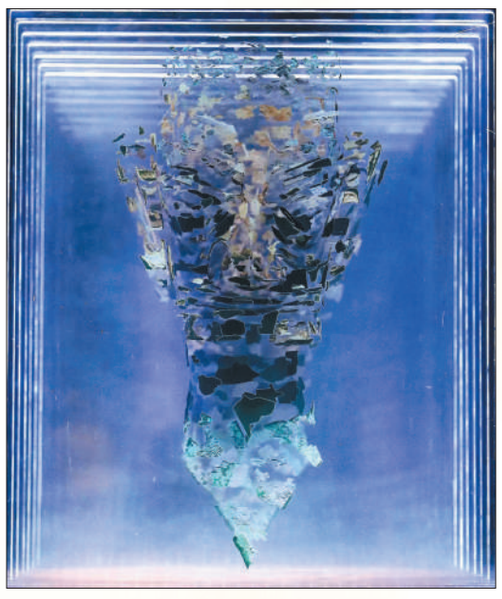
肇始于意大利威尼斯的双年展，是以艺术前沿探索思考时代主题的国际平台。伴随双年展成为一种全球化的文化现象，国内双年展也在不断探索本土路径和特色。

与传统美术展览不同，双年展的作品形式更多元、视角更独特。在国外，双年展参展作品以大型装置、新媒体作品居多，而在国内，绘画、雕塑等架上艺术，依然是各类展览包括双年展参展作品中的主流。为凸显这种艺术创作类型上的中国特色，中国北京国际美术双年展自首届起即明确以绘画、雕塑等架上艺术作为主要展示内容。将中国的主流美术置于国际化的艺术交流平台中，向世界展示更加生动立体的中国，不仅是中国北京国际美术双年展的艺术主张，也是国内各大双年展的基本宗旨。在不同艺术门类争奇斗艳的双年展中，绘画拥有可以令人长久凝视的艺术魅力，这也是中华优秀传统文化蕴含的审美品格。

参展数量过半的绘画，如何在双年展中体现其独特的价值？“在数字影像的洪流中，静态的绘画犹如一只‘强有力的锚’，应更好发挥其作用”，中国美术馆研究部主任裔萼认为，“自带创新属性的双年展，应从是否具有强烈的探索精神、深刻的文化内涵以及深沉的人文关怀几个方面遴选作品。在展陈设计中，要考虑绘画作品如何与影像、装置类作品动静结合、互相补益。同时，应通过精彩而有效的教育和推广项目，将观众吸引到安静的绘画作品面前，让他们愿意驻足、注目，引领观众进入一个美好的审美空间”。

双年展作为与国际接轨的艺术平台，还承载着凝聚共识、交流互鉴的使命。国外艺术家的参与以及具有国际性的艺术表达，是双年展的重要内容。不同视角下的文化融通与艺术交流，有助于推动本土艺术创新。双年展的主题，既要体现国际视野、回应时代命题，又应突出展现具有中国文化特色的艺术担当与人文关怀。如何在人类面对的共同课题中找到不同的切入点，实现展览的差异化？如何使国际话题与本土语境紧密对接？这些都值得深入探讨。中国语言、时代主题、国际视野的交相融合，推动国内双年展不断向前，为解决人类面临的共同问题提供艺术思路，助力不同文明交流互鉴，促进各国人民相知相亲。

今年，还将有许多双年展迎来新一届开幕。实现可持续发展，是所有双年展都需深思的课题。期待更多双年展扎根中国大地，开拓国际视野，以鲜明文化特色，满足人民精神文化需求，推动中国美术更好走向世界。



▲“共生——2022首届北京艺术双年展”平行展“触梦三星堆——12K沉浸式数字展”展品之一。　张　衡供图

美術

版式设计：蔡华伟

▲『第九届深港城市建筑双城双年展（深圳）』上的『零号作品』金啤坊，是深圳罗湖城市更新的一个缩影。　黄　剑供图

科技群英绘　最美科技工作者

奋战结核病防治一线68年

官　欣　王　娓

（一）在结核病防治领域，她写下了重要一笔。如今年过九旬的她，依然坚持每周出诊，耐心诊治每一位患者。她就是首都医科大学附属北京胸科医院结核一科主任医师马玓。大学毕业至今，马玓已在这里工作了六十八个春秋。这里也是北京市结核病胸部肿瘤研究所所在地。

（二）『医生不能冷漠，爱也是一种处方。』马玓是这么说，也是这么做的。每次听诊前，她都会为患者把听诊器焐热；为充分了解病情，她反复与患者沟通；为减轻家境贫寒患者的经济负担，她总是千方百计让患者少花钱、多办事，有时甚至自己垫付费用。

（三）一生择一事，一事终一生。『悬壶济世的大夫是我学习的榜样。』在肺结核病多发的年代，马玓成为一名结核病专科医生。她不畏感染风险，与同事一起奋战在一线，全力救治患者。他们自创的『定向肺导管治疗术』，将当时我国空洞型肺结核治愈率提高了近七成。

（四）为让乡村患者也得到救治，马玓曾扎根山区一千五百多个日夜。当时有的村子山高路险，不通车，她和同事便背着仪器徒步前往，小型X光机则由毛驴驮着。艰苦的环境、高强度的工作，使年仅四十岁的她有了『马老太太』的称号，她却淡然笑纳。

（五）马玓临床、科研『双肩挑』。二十世纪八十年代，海外进修回来后，她在医院牵头创立了内科实验室，开始结核病的免疫学研究，并将其应用于临床。之后她又在结核病分子生物学方面做了大量工作，获得多项科技奖，还主编了《实用肺癌防治指南》《结核病》等图书。

（六）马玓还肩负起培养下一代结核病防治人才的重任。如今，她培养的很多学生已成为各大医院结核专业领域的骨干和学科带头人。虽然我国结核病防治水平已经明显高于世界平均水平，马玓还是不满足，她希望和年轻人共同努力，『早日消除结核病』！

本社社址：北京市朝阳门外金台西路2号　电子信箱：rmrb@people.cn　邮政编码：100733　电话查号台：(010)65368114　印刷质量监督电话：(010)65368832　广告部电话：(010)65368792　定价每月24.00元　零售每份0.60元　广告许可证：京工商广字第003号