

美术展更要重“留量”



以“壮游”为主题的毕业季展

近段时间,各类美术展在社交媒体的热度居高不下,也引发了很多讨论:一些展厅中,巨型LED屏取代了原作真迹,珍贵文物沦为打卡背景,花样翻新的文创反客为主……本应激发深层审美感知的展览,被窄化为社交平台上“网红打卡”的同质化标签。当“爆款”逻辑过度渗透,艺术的厚度与审美张力便被稀释,观展滑向流水线式的社交消费。作为一线从业者,我更是深切感受到这一现象背后的深层矛盾:流量与审美,究竟该如何平衡?

流量焦虑下的隐忧

现代生活工作节奏快,技术更新快,人们普遍寻求情绪价值,很多人选择走进美术馆看展,通过打卡、拍照得到即时满足。从社会学视角看,这更多是情绪价值的释放,情绪即流量,即时得到,即时满足,而精神价值层面的追求受众群体较小,难以形成广泛流量。

当前,部分美术馆为追逐流量,斥重金引进现成展览,却忽视典藏体系、公共美育与学术研究的长期积淀。这种“流量竞赛”,本质上偏离了美术馆艺术研究、文化传承与审美引领的主要职能。以引进展与原创展为例:引进展借助国际国内经典IP快速聚集人气;原创展则依赖深度策展与长期学术积累,传播难度大,受众面相对窄小。二者本是两条平行线,生长土壤与评价标准各不相同,难以用同一把尺子衡量。展览领域需要多维评判机制,研究型展览、地方美术史梳理等,不应被强制要求具备高流量。如果“流量”成为唯一评判指标,文化生态就必然失衡。

“爆款”本质上是一种具有双向效应的文化传播现象。它在策展实践中确实呈现出积极价值,既能推动文化创新、激发社会共鸣、扩大美术馆的受众覆盖面,也为行业探索市场化营利模式提供可行路径。然而,“爆款”逻辑的过度渗透,在美术馆行业易引发多重结构性风险:其一,为了快速复制成功经验,展览主题、形式出现趋同,挤压了原创性表达的生存空间;其二,在流量导向影响下,展览更侧重感官刺激与话题性,观看方式随之被点位化引导,其结果便是审美体验趋于浅表,艺术作品的思想深度与审美张力彰显不足;其三,部分展览为追求打卡效应,使观展体验从艺术感知偏向社交分享,展览内容为迎合更广泛的接受度而稀释思想含量,在一定程度上遮蔽了美术作品和美术馆自身的文化价

值。有必要强调的是,在快餐式消费语境下诞生的追求浅表化眼球刺激、游戏思维的展览,容易导致大众审美普遍降级、哲学思辨能力钝化。

其背后更深的隐忧还在于,信息时代的碎片化阅读与信息茧房效应,正加剧着这一现状。碎片化获取知识有其现实意义,但随之而来的是人们只阅读自己想读的内容,拒绝主动打破认知边界,深陷认知孤岛而不自知。与此同时,专业知识普及带来的错觉,让门槛的降低被误认为鸿沟的消失,业余与专业之间的真实距离反而更难跨越。这些都在无形中助长了对浅层流量的依赖。

从社会学维度审视,爆款展览所缔造的流量神话,或许更应该被视作一面映照时代的镜子。镜中折射的,既有大众的文化渴求、科技赋能的广阔空间,亦有“艺术+商业”的逻辑渗透。美术馆作为文化传播的重要载体,其责任在于以优质内容为桥、以丰富活动为引,将走马观花的“游客”沉淀为静心品读的“观众”,让原本浅尝辄止的好奇心被直抵心灵的艺术感染力充分点燃。在这个追求速度与效率的时代,我们真正匮乏的,往往是一种久久为功的“慢”的定力。

从“流量”走向“留量”

面对这样的“流量焦虑”,我们须回归基本认知:美术馆的核心价值是艺术教育、社会美育、知识生产、思想对话与文化沉淀。流量可以是手段,绝不能成为目的。

原创展览的价值,已为这一判断写下生动注脚。今年3月和6月,浙江美术馆策划的“澄明之境——东方智慧中的生态远见与文明互鉴”展,先后亮相马耳他艺术双年展中国馆与荷兰海牙画协美术馆。展览以“水文化”为核,从道家“上善若水”中汲取灵感,通过水印木刻、当代水墨、现代水彩等媒介,呈现“天人合一”的东方智慧。这样一个缺乏国际IP加持的原创展,凭借扎实的学术策划与独特的文化视角赢得国际关注,证明原创的力量不在瞬间的流量,而在思想的价值。

同样的逻辑见于一年一度的毕业展。今年6月,中国美术学院毕业季以“壮游”为主题全城绽放,浙江美术馆作为核心展区迎来逾16万人次观众。比数字更值得关注的是,数万观众在青年艺术家的油画、装置、影像前驻足、思考、对话,获得的不仅是一次打卡体验,更是一场与艺术和时代的深度交流。这正是从

“流量”走向“留量”的生动体现:当展览内容足够真诚有力,流量便会自然沉淀为精神层面的共鸣。

能够“长红”的展览,往往不只靠有意思的话题“引流”,更靠优质内容与深度体验“留人”,推动公众从浅层参与走向深度审美,甚至抵达文化认同。好的展览,与作品特质相谐的空间叙事是语言,优秀的艺术作品是血肉,思辨性的人文关怀是灵魂。唯有如此,美术馆才能从“网红游乐场”回归精神高地。“澄明之境”以“水”为媒,让中国与马耳他、荷兰在水的共同记忆中展开深度对话;毕业展的盛况则告诉人们,观众从未远离艺术,他们只是在等待真正能与之对话的内容。

这启示我们,在“流量竞赛”之外,还有另一条路可走:回到文化根部,以扎实的学术积累和真诚的对话意识,让文化的力量本身成为最持久的吸引力。艺术拥抱市场,不是向流量妥协,而是为优质文化供给搭建通往大众的桥梁。

我们对“爆款”展览提出质疑,并不是提倡一种教化姿态——规定他人应该如何欣赏艺术,这样的标准化思维易排斥非传统形式,可艺术的本质正在于想象力。任何一种形式,若被规定“必须如此叙事才好”,便已背离艺术精神;多样与可能性,才是文化发展的生命力。接下来我们还需要沉下心来考虑,在当下的背景,以当下的技术,我们如何让展览呈现出跨越代际、联通心灵的精神内容?如何引发公众对时代审美趋势与生命价值内涵的进一步关注与思考?行业内部也需要进行更为理性的审视:展览如何从短期热度走向深度沉淀?

博物馆、美术馆的典藏体系建设,承载着一个国家、一个地区的历史和文化,是连接过去、现在与未来,维系文明赓续的重要载体。作为社会美育的重要场域,美术馆应承担起扩充公共美育边界、提升公众美育素养的责任。理性看待爆款展览,让节奏慢下来,有助于美术馆行业潜心设计和科学规划展览,避免流于表面热闹,从而以更高品质的展览提升大众审美意识,使大众审美从快餐语境回归到心灵安放的静谧港湾。

流量代表短期聚集,“留量”才指向长期沉淀。我们真正要做的,是推动观众从情绪共鸣走向思想共鸣,将转瞬即逝的注意力转化为持久的精神沉淀。美术馆的使命,不是简单地迎合情绪,而是在共情的基础上引领思考,让观展从一次性的情绪消费,升华为可回味的思想历程。 据《光明日报》作者:应金飞

经典是条流动的河

最近,不少经典作品“翻车”的话题,赫然出现在热搜榜上:《父母爱情》标签化农村女性,薛宝钗被指为“恋爱脑”,就连《白蛇传》里的反面角色法海,也被网友共情为“尽职尽责的打工人”。面对这种现象,很多人的第一反应是:原来这些经典根本没那么好,再往前进一步,就会归结为“观众进步了”。这种单向度的理解,很容易滋生出一种代际优越感,让解读简单化。

问题或许不在于经典“不够好”,而在于我们正在用一种新的方式与它们相遇。一部作品能在一代又一代观众心中激起回响,说明它触及了某些具有普遍性的人类经验——爱、信念、自我认同,这些议题并不属于某一个特定的时代。但与此同时,这些普遍经验在作品中的具体讲述方式,总是被包裹在特定年代的价值观和叙事惯性里。而当每一代观众带着自己所处时代的问题意识去重新打开它,那些曾经被忽略的褶皱,便在新的目光下显现出来。

这当然首先是因为一代人集体性地更新了自己的认知工具。比如关于个体尊严与自主性,这些观点在过去几十年里,经由教育的普及、社会讨论的深化、代际观念的更替,逐渐从少数人的思考变成了多数人的常识。我们此刻回看旧作,那些在彼时因为创作局限而留下的细节自然就会浮现。《渴望》里刘慧芳的“失去自我”,《水浒传》中的“暴力残忍”,这些不是我们今天“发明”出来的,而是被我们今天的敏感“唤醒”的。

然而,仅仅“看出来”是不够的。如果只是停留在“批判”的快感里,其实是懒惰的。因为它只需要一个简单的判断——对或错、进步或落后,而拒绝进入更复杂的思考,因此并没有完成真正的反思。

真正的反思要求我们同时做到两件事:既能进入经典内部,理解它在特定历史条件下为什么会这样讲述故事、塑造人物;又能站在今天的认知上,清醒地辨认出它的时代局限。这两件事并不矛盾,前者是一种理解的努力,后者是一种反思的自觉。如此,经典便不再是一个被批评的对象,而是一面帮助我们反观自身的镜子。比如,当我们把对《孔雀东南飞》的关注点放在焦仲卿的懦弱上,真正被拷问的,其实是我们对“责任”“婚姻”的定义发生了什么变化。

“人不能同时拥有青春和对青春的感受”——这恰好道出了当年我们沉浸于这些作品时,不可能同时拥有的那种审视距离。后来回看青春期的日记,也不是为了嘲笑当年的幼稚,而是因为理解了那段来路,才更明白今日之自己。

举一个更远的例子。即便如电影《乱世佳人》这样的名作,在当代也因其对奴隶制的美化而受到审视。当局限性被清晰地揭示出来后,这部影片由此延伸为一个可供分析的文化文本,让我们看到种族偏见如何通过艺术手段被浪漫化,如何被缝入动人的爱情故事而变得难以察觉。同样的道理,莎士比亚《驯悍记》中的性别观念,在今天看来触目惊心,但正是这种审视,让这部剧成为了解近代早期欧洲社会秩序的一个窗口。

我们可以思考一下:连这些公认的、经得起苛刻审视的经典,也无法免于后世价值观的重新检验。所以,真正有益的审视,是要让经典成为帮助我们理解自身来路的坐标。当我们能从作品中同时读出它打动人的力量,和它被时代所局限的印记,我们也就更能看清自己,这反而成了一场迟来的对话。在这个意义上,经典不是供人膜拜的静止标本,而是一条始终流动的河。每一代人都在其中注入这个时代的理解,也因此更能辨认,我们从何处来,往何处去。 据《人民日报》作者:邵岭