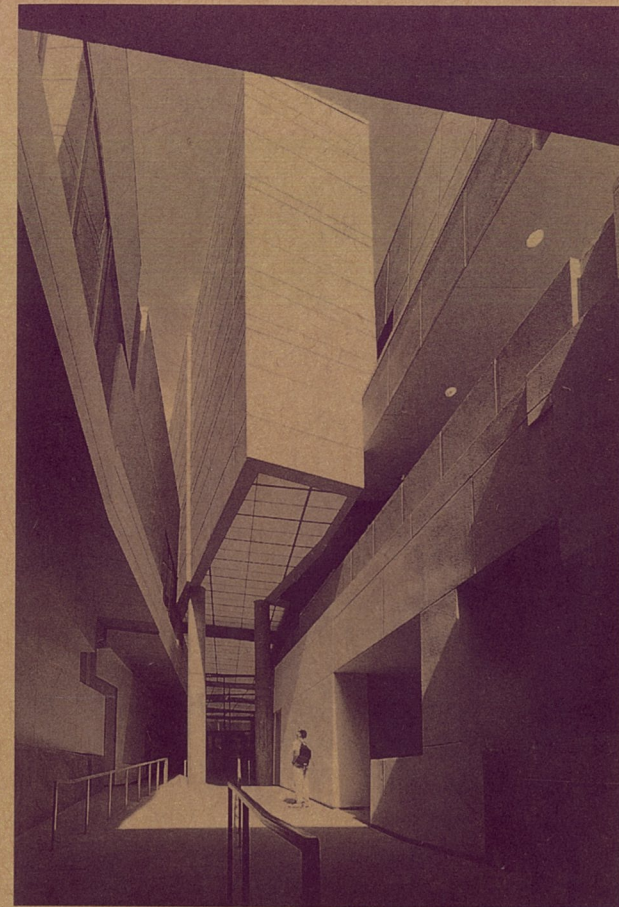
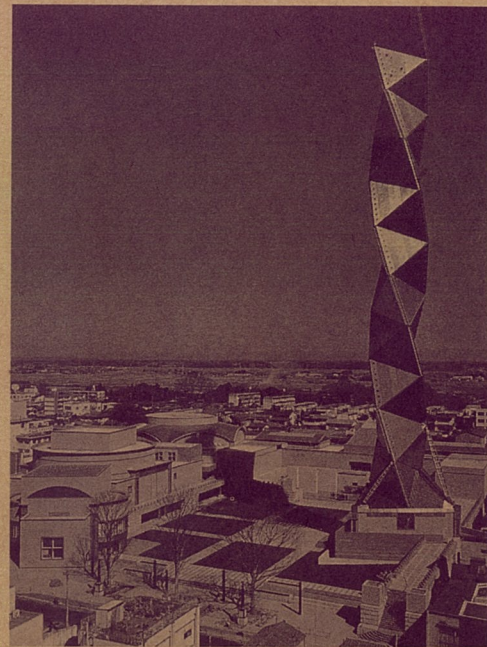


韦克斯纳视觉艺术中心，俄亥俄州立大学 彼得·埃森曼



DAAP 学院设计艺术中心，辛辛那提大学 彼得·艾森曼



水户艺术馆 矶崎新

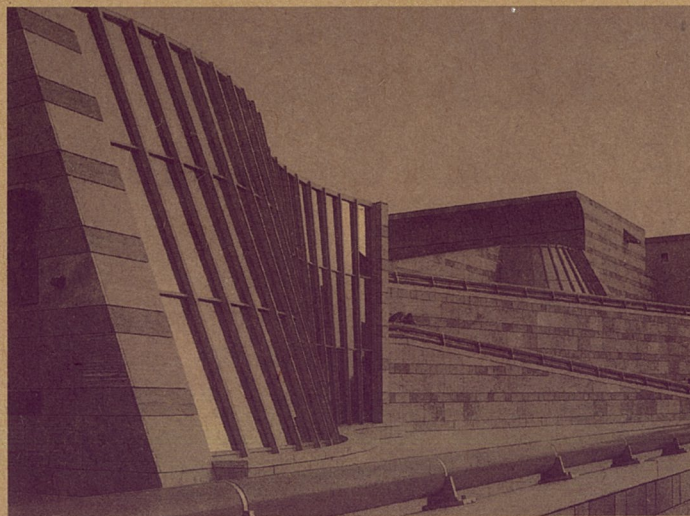
## 如何更好地建设高校美术馆

◎刘虎

在西方，许多国家的大学和高校都有自己的美术馆，其中有些馆藏和学术研究的水准甚至不亚于一般的专业美术馆，而尤以美国哈佛大学、芝加哥艺术学院的美术馆最为著名，但在国内，高校美术馆的历史还很短，对于高校美术馆的重视也远远不够，其中的原因之一就是对于高校美术馆的功用、意义及特点优势等缺乏了解。

高校美术馆实际上是由美术馆这一概念细分而来的，“美术馆”这一概念实质上并不是我国古已有之的概念，它来自西方，其中更有可能是经由日本传来。虽然如此，我国古代宫廷和私人收藏的悠久历史还是与西方各国一样肇近代美术馆之先声。就今天而言，传统意义上的美术馆集收藏、陈列展示、研究、教育、交流、服务六大功能于一身，但实际上世界上最早的艺术馆中只有收藏而并无展示，早期的艺术馆也只是对特定的人才开放，尔后才逐渐对大众开放。对于大众而言，与美术馆最直接的接触就是展示。基于这些，国内对于美术馆（主要指国家美术馆而言）的普遍定义为：不以营利为目的，为社会和社会发展服务向公众开放的永久性国家文化事业机构，具备收藏、研究、陈列展览、教育、交流、服务六项综合使用功能，而以收藏、研究、陈列展览

良斯图加特新州立美术馆 斯特林、韦尔福德、泰尔哈伯



为重点，带动其他功能的全面协作。开展审美素质教育是美术馆的综合功能的最终目的和归宿。作为高校有机组成部分的高校美术馆，不仅仅是作品收藏和展览的基地，艺术创作、信息传播文化交流的平台，更是显示高校艺术教育水准的首要窗口。除了具有这些基本的特征外，还应该有着自己不同的发展方向、特点和优势。

在由传统向现代的转变过程中，美术馆的功能已经从传统的收藏、研究、展示等功能进而强调教育、娱乐、资讯的层面；从主要向大众提供展示活动进而在时代所赋予的社会教育使命下，使大众与美术馆的关系由消极的单向提供展览转变成积极的互动互利，观众与美术馆的接触增加加深，而在资讯化社会催化下，美术馆一方面是民众社会交流、讯息沟通的重要场所；一方面，由于大众与美术馆关系的密切和日常化，使得美术馆中专业化的研究和收藏工作也逐渐与大众拉近了距离，最终使得美术馆深深介入了大众的日常生活中，扮演着知识社会生产者的角色。而众所周知，目前国内的许多艺术家和从事艺术生产活动的人员都依托高校进行艺术创作活动，这就给高校美术馆创造了良好的“环境”，使得美术馆直接面对艺术家和艺术作品；并且，与西方情况相反，从事艺术学术研究活动的大多数人员不是集中在大量的国家美术馆，而是也集中于高校，特别是专业类美术院校，这样得天独厚的条件决定了高校美术馆所具备的强大的科研能力；同时，亦作为大众角色出现的高校师生客观上使美术馆的教育功能得到了更好的实现。有关学者曾提到，据有关方面的统计资料表明：在美国，美术馆的观众大多具有高等教育水平，有研究生学位的占一半以上，而教育水平为小学程度的观众仅占4%，也就是说这里产生了一个悖论，即一方面所有美术馆都强调自己教育功能，另一方面，美术馆所教育的人实际上都是具有良好教育水准的人。但对于中国来说，情况又不一样。在我国，民众的整体教育水平

不高，而近年来教育改革的全面推行意味着大学生将成为具有高等教育水准的人当中的主要组成部分，而从我国的实际情况出发，加大对于这部分人的艺术教育，是加快提高我国民众整体素质的需要。而高校师生本身的素质给美术馆审美教育功能的实施提供了基础。反过来作为各高校，特别是美术学院的重要机构，高校美术馆为院校的创作和科研提供了强大的支持。美术馆试图通过单项或者系列剖析学术品格，既而引起广大师生和学术界的广泛关注和研讨，以此来推动艺术交流、对话，从而达到积累学术和繁荣创作的目的。总之，高校美术馆在其中取得了良好的教育效应。

随着现当代艺术的逐渐深入人心，艺术和生活的界限越来越模糊，人们对于艺术的理解发生了根本的变化，艺术已经不再是少数人的特权。“春官之职，掌祖庙之藏”，这样的以统治阶级好恶为标准的时代已经一去不返，在过去的几十年间，一些当代艺术作品的收藏和展览已经向美术馆的传统模式发出了种种挑战，大众开始介入其中，观众的存在和参与甚至成为作品的一部份，互动因素的存在，拉近了艺术与观众之间的距离，契合了强调日常生活艺术化审美化的新价值取向，随之而来的问题是“对于美术馆而言，重要的不仅仅是宽大的空间和丰富的藏品，而是学习教育和休闲娱乐中心的互动性建构，提供给大众一个足以让心灵自由徜徉的空间。时下各类美术馆的扩建所折射出的，显然是美术馆由物居中心向以人为重点的转变，从单一的静态理性展示向多元的动态感性参与方向转化。由此得到改进和加强的文化功能，使现代美术馆更深刻地切合大众消费文化精神，并积极地参与到这种现代文化形态的整体建构中。在不断促进文化消费，增进大众文化认同的新型意义上，当今的美术馆正转变为一种极重要又极具魅力的“文化产业”，正如大英博物馆馆长 Sir Ror Strong 指出的那样，“目前，博物馆是休闲生活的综合，而在未来的岁月里，它主要的方向将不仅是学术研究和获得收藏品，而且是建筑、公共关系、广告、行销、资金筹措、馆务经营及观众研究的综合发展”。高校美术馆作为高校的有机组成部分，对社会的吸引力正由于其优势而不断增长，从而更加面临着这样的发展前景和需要，更加面临着从相对狭窄和封闭的圈子里走向更为广阔的天地，去面对更为广大的群体。

和国家美术馆及新兴的民间美术馆相比，21世纪里的高校美术馆无疑具有自己的明显特点和优势，它作为美术艺术作品典藏、陈设展示的基地，艺术创作、信息传播、文化交流的平台，必将在今后的艺术史发展、研究和艺术市场活动、文化交流中发挥越来越重要的作用，因此加强美术馆自身建设，使高校美术馆更进一步成为开展大众素质教育及对外文化交流的窗口。充分发挥美术馆使用功能和社会作用的多元性，使之更具亲和力 and 吸引力，成为推动当代美术教育事业的重要力量。