

什么样的展览才算“好”

■ 范白丁

体之间选择周末活动时尤为如此。

正值春季旅游热,当下许多游客在做攻略时,会特意查询展讯,把观展作为旅行的重要环节。

看展热潮,早已有之。法国皇家绘画与雕塑学院举办的常规沙龙展始于18世纪,是比较早的公共展览形态。那时的沙龙展就已成为一种重要的文化生活,不同社会背景的游客抱着不一样的目的涌入展厅,专业人士或者业余爱好者也开始谈论展览的好坏。

何为好展览?时间过了近三百年,今天还在被讨论,将来也还会继续。只是当前的展览生态相比过去,要更复杂多元。

理解“观众是谁”

如今,许多展览在类型、性质、目的、理念、逻辑、展品和呈现方式上都有较大的差异,却均被称作展览,所以很难针对“何为好展览”的问题给出一般性答案,就好比无法脱离具体情境去探讨“何为好艺术”。因此,首先需要对这一问题加以限定。不妨以面向普通公众的艺术作品展为界,事实上这个范围也已足够广泛。

展览面向公众,这意味着策展人要善于准确理解其主要的观者,并悉心思考公众与展览的关系,商业展更是如此。沙龙展官方就曾宣称把学院成员的作品聚集到公开场合展出,就是要接受公众的评判。公众是个笼统的概念,人人都是公众的一分子,但在年龄、性别、职业、身体状况、兴趣爱好、文化需求等方面有所不同,公众就是由这些具有差异性的人群总体所构成的。

但另一方面,无论是艺术家还是策展人,在提到公众时,往往又假设其是一个打破了社会性区隔,具有一致趣味和价值的文化共同体,代表了大多数人的态度。这种多元和总体并存的特征,就要求展览的设计者们既要把握潜在观众群体的大体定位,又要考虑到观众内部的差异化需求,在两者间寻求一个合适的平衡点。

应当注意,不存在一概而论的公众画像,每个展览都有其主要的观众群体,从而构成展览特定的出发点。比如,《黑神话:悟空》和《宋韵今辉》都是群众喜闻乐见的展览,但显然两者在策展思路、视觉呈现及文本表述等方面都截然不同。

知道“话题在哪”

当然,对齐目标观众群体并不意味着放弃其他观众,展览方总归希望收获更多流量,哪怕不同的观展群体,也会被某些共通的展览特质所吸引。

贡布里希提到过一次亲身经历:“我在巴黎参观柯罗画展(柯罗是我特别喜欢的艺术家),我不得不排长队,并夹在人群中挤进展厅,因为我去的那天是假日。值得一提的是,在那次画展上展出的大部分可爱的绘画是来自于街对面的卢浮宫。”他接着说:“我们处在一个爱曝光的时代,只有新奇事物才算得上新闻。即便比起昙花一现的轰动事件,你更偏爱世界七大奇迹,但如果你想引人关注,就无法忽视前者。”这是他几十年前的观察,今天的情况差不多。

同样的作品,为什么拿到展览上,人们就趋之若鹜?原因之一在于展览更需要产生乐趣和话题,围绕主题将别处聚集而来的作品进行重组,带来新鲜感和娱乐性。

相比博物馆内常设的陈列,展览有明确的闭幕日,向观众暗示错过后的遗憾感,如果再将平时位于天南地北的藏品汇聚一堂,则进一步增强了展览的稀缺性。展览方懂得利用这种心理策略,制造奇观当然不是坏事,人们需要消遣愉悦,当今天的观众可以在展览和综合

擅长“寓教于乐”

在AI崛起,信息通达的时刻,以何种方式使观众收获知识就显得格外重要了。依我看,好展览带给人们的乐趣和教益相辅相成难分彼此,简单说,寓教于乐。

在西方拟人像传统中,掌管历史的缪斯克利俄一手持喇叭象征娱乐,一手持书本象征教益,优秀展览也应当像历史一样两者兼顾。展览不只有娱乐,尽管多少免不了要借助令人眼目的景观,它的主要价值还在于其含有博物馆的部分属性,一如哈斯克尔的比喻,展览是短暂的博物馆。

什么是展览的博物馆属性?展览虽然不具备博物馆的收藏功能,但在有限的展期内,将召集的艺术珍宝或大师杰作融入特意营造的叙事空间,展览一样能变成如博物馆般的临时艺术殿堂。艺术圣殿中的名作,散发灵韵,直击心灵,从感官上就构成了动人的情景,人们争先恐后,甚至长途跋涉去瞻仰和他们一样远道而来的真迹,或许在将来还要时常回味当时身临其境的印象。

展览奇观带来乐趣的同时,也在以体验性的方式启迪智识世界,这也是为什么文艺复兴时期的人文主义者相信在教化人心方面,依靠感官要比单纯的说教更有力量。

提示“当下价值”

说到展览如何在悦目之余让观众有所获益,一样也会面对和历史研究相似的问题。史学家除了要考证史实外,还需为读者建立一种历史秩序,既要重建历史的原貌,也要对今天的世界有所启示。展览通过教育性的陈列向观众说明作品的历史价值,同时还得凭借明确的问题意识和叙事逻辑呈现当代价值,两者需兼而有之。

不少专业人士都接受了一种观念,即策展人有权重新解释甚至再造作品的意义。这样的策展理念有助于打破固有概念的限制,提出阅读作品的新视野,展品集体为展览主旨服务。事实上,哪怕艺术家对自己作品的解释也非一成不变,作品的意义和解释本就是一个复杂的问题,就像历史解释无法完全避免解释者自身的立场,所以克罗齐说一切历史都是当代史,展览对艺术品的知识传递也必然体现特定时空的当下价值。

然而展览的当代视角在焕发往昔活力,创造时代新意的同时,也一定程度上伴随着损失展品原始信息的隐忧。比方说,将物件从原在情境中剥离,再将其置入玻璃柜或聚光灯下,就已经在观者对作品的感知上打了折扣,许多学者也都曾注意并讨论过这种现代展示的弊端。所以,尽管谁也不敢保证历史原貌的确定无疑,但展览不该就此放弃以历史性的态度向观众解说作品本义的责任。换个角度看,正是展览潜在的原境短板,有时反倒能帮助我们超越限制,更直观地重现可感可触的历史景象。

比如《剩山图》和《无用师卷》的合璧展出,“刘李马夏”杭州重聚,又或者将素未谋面的艺术家并置一室以勾勒出风格演变的形状。一种历史性的展览态度并不意味着否定非历史化的展览手段,而好的展览就如同好的历史著作一样,往往要在告知事实和揭示意义两端保持平衡。

展览成功与否,终究要看每位观众自身的感受,好坏的标准常常因人而异、随时而变。印象派的头几次展览曾被形容为“灾难”的故事,可见判断展览或者艺术品的价值往往要承担风险。不过恰恰是历史的局限性,才让我们意识到,应当不断思考展览的本质。何为好展览,将是一个持续更新的话题。

(作者系中国美术学院艺术人文学院院长)

AI漫剧,疯狂圈地该缓缓了

■ 宋磊

AI漫剧有多热?从2025年下半年到2026年,几乎所有的AI漫剧行业活动都座无虚席,从创作者到平台再到资本都处在前所未有的亢奋状态。在被称作“AI漫剧”元年的2025年,抖音、腾讯、爱奇艺、咪咕、中文在线等诸多大厂都纷纷投下重金,要么开放版权库直接下单生产海量内容,要么力推全新的漫剧App应用承揽流量,要么投资绑定这一赛道新涌现的核心企业。

应该看到,平台抢人、抢作品、抢资源背后的核心还是抢流量。有机构预测,2026年我国AI漫剧市场规模将超240亿元,漫剧用户数量有望实现翻倍增长。就像网络文学、网络动漫兴起时一样,每当有新的全民级文化产品形态孕育时,都会出现一轮疯狂的“圈地运动”,其逻辑就是平台生怕在一个新流量入口形成规模前落于人后,以致失去未来发展可能的战场和机会。

平台是流量思维,但创作者们是否也必须迎合这种流量至上的思维?观众真的需要这么多AI漫剧吗?

据不完全统计,2025年我国AI漫剧上新3.76万部,总播放量超757亿次。要知道,2025年我国国电动画备案数量仅432部,全国广播电视主管部门颁发发行许可的网络动画片也只有603部。

有人说,AI漫剧让中国动漫产业真正有了工业化的产能,只有产能上去了,产业价值才能体现。笔者不太认同这种观点。动漫作为一种艺术创作,不

应像流水线上生产电冰箱、洗衣机那样,按一个按钮就全都生产出来了。传统动画突出的是导演、编剧、设计师、分镜师的创意,产能虽然有限,但带来的却是市场对创作动能的珍视。AI技术固然让做动画变得简单、大众化、无门槛,仿佛产能无限,但有时候它带来的却是市场对创作动能的滥用。

这种滥用首先引发的是大量次品涌现的市场环境。在以平台流量为主导的AI漫剧市场上,很多创作者比的不是创意、艺术感,而是产量、效率——谁能把每分钟生产AI动画的成本压到更低,谁能用一周甚至更短时间做出一部漫剧来。如果都是这种考量的话,那还叫什么文艺创作?还怎么给观众提供优质的精神食粮呢?

版权保护是另一个在平台“圈地运动”时很容易被忽略的事。AI漫剧使用软件所投喂的语料,很大一部分是互联网上的无版权内容,由它们通过技术黑箱生成的作品的版权天然存疑。更别提很多作品带着浓郁的宫崎骏风或者迪士尼风,以及随意使用《琅琊榜》《甄嬛传》等电视剧的音乐。2025年点击量排名第一的AI漫剧《斩仙台下,我震惊了诸神!》,在人物设计上就可以说是一种什么都有的一大杂烩,每个形象都仿佛有其他哪部作品的影子。

流量至上还带来一个恶果,就是同质化,或者说让创作者丧失了原创和差异化竞争的动力。平台的算法是以成功案例为基础的,创新的题材往往得不到更高的价值评估和更好的推广宣

传。哪部作品爆了,哪种题材火了,市场上就会有一堆人去制造一样的题材和作品,从而使得这类题材和作品更加火热,其他差异化内容却可能被算法抑制。这就是为什么随便打开一个AI漫剧的应用,几乎处处是修仙,个个带系统。

AI漫剧恰恰因为其创作成本低廉,成为“内卷式”竞争的重灾区。当下的市场上很少有人真正愿意去创新和创意的原因就在于,一旦创新并取得一点成绩,就会有大量同质化内容涌现,将这种有价值的创新迅速稀释,不断平庸化,然后大家一起搁浅在沙滩上。这样卷下去,会有更多的企业赚到钱吗?平台短期的流量能够长久维持吗?观众会不会产生逐渐失智的可能?现在国家在治理“内卷式”竞争,AI漫剧行业首先要刹住这股“内卷风”。

那么,这些“火爆”的题材、趋同的内容,究竟好不好呢?举个例子,在2025年排名前10位的AI漫剧中,有超过一半是带系统的。所谓“系统”就是主人公获得的一个具有超级功能的辅助设备,是网络文学和AI漫剧中常见的题材。如《公主殿下,您的钞能力已到账》中女主角系统的功能是只要花钱就可以获得巨额金币回报。《我在末世当老板,员工全是S级丧尸》中男主角系统的功能是将丧尸当作劳力,种田养殖搞工业。有些漫剧设定了“摆烂”系统,就是主人公越摆烂、越躺平,就越能获得好的结果。还有的足球题材漫剧设定了足球技术系统,让中国球员无需训练

就可获得超高的足球技巧,征战五大联赛。

这些系统看似五花八门,但背后都反映了人在现实中的某种欲望。人有获得财富的欲望,有成为强者的欲望,很多欲望体现的不是真善美,而是人性中贪婪、暴力等负面元素。AI漫剧将这些元素作为“爽感”加以表现,实际助长了拜金、霸凌、不劳而获等不符合核心价值观的内容。

还有一个有趣的现象,就是AI漫剧的名字越来越长。像《西游记》《红楼梦》这样短小精悍、富有想象空间的题名很少,漫剧的名称往往都直白得露骨,比如《气运擂台,华夏诸神震惊全世界!》《洪荒:代管截教,忽悠出了一堆圣人》,生怕观众不知道作品的内容和题材。可以理解的是,这是在大量同质化内容的环境下不得不进行的“自救”,毕竟要以吸睛和引流为目的,但这难免丧失了中国文化中含蓄、留白的魅力。

随着AI技术每月每周都产生新的进步,AI漫剧的市场也在迅速地发生变化。2025年,AI漫剧在短短时间内从蓝海变成红海,发展成流量至上的“内卷式”竞争格局,那么2026年,就可能迎来大浪淘沙,精品创作或将成为市场新的导向。AI漫剧这样一种轻量化的新形态,有其值得珍视和存在的价值,不该荒草丛生、杂乱无章,而要精耕细作,让核心价值观成为土壤,让精彩创意成为种子,让流量成为肥料,从而出品更多优秀的作品、圈粉更多的人。

(作者系中国动漫集团研究院执行院长)

书法之美

落笔自成盛唐气度

——颜真卿与楷书劲健的勃发之美

■ 金晓明

楷书在汉末形成以后,经过三国两晋南北朝的发展,到隋代形成了成熟的表现体系。除北朝楷书以外,总体上来看文人士大夫的楷书表现,审美风格多以柔和秀丽为主,即使在楷书形成初期带有隶意的古雅风格也是如此,其中的典范当以钟繇、王羲之为代表。进入唐代,初唐四家中的虞世南、褚遂良亦是沿着王羲之一脉下来,欧阳询、薛稷虽然受到北碑影响,但从大的格局来讲,依然没有对这种传统形成冲击。

直到颜真卿(公元709—784年)的出现,打破了文人士大夫书法审美的惯性走向,于钟王之外另辟蹊径,形成了中国书法史上雄强浑厚的审美新典范。

颜真卿,唐玄宗时登进士第,后官至吏部尚书、太子太师,封鲁国公,人称“颜鲁公”。在“安史之乱”中因起兵平叛,为朝廷立下汗马功劳,后受派劝降叛将李希烈时被害。历史上的颜真卿一直以忠臣的形象被推崇,《新唐书》《旧唐书》人物传记中对他的记载都以他的政治生平为主要内容,或是史家们视书法为小技而忽视了他的书法成就。而实际上因为颜真卿官位显赫,书法超群,当时的达官贵人如果能够请到他来书丹并作碑,是非常不容易的事情。尽管如此,颜真卿在唐代名家中依然属于留存作品最多的书家之一,今天我们看他的书法仅楷书碑刻就有数十种之多。

作为中国书法史上“颜柳欧赵”楷

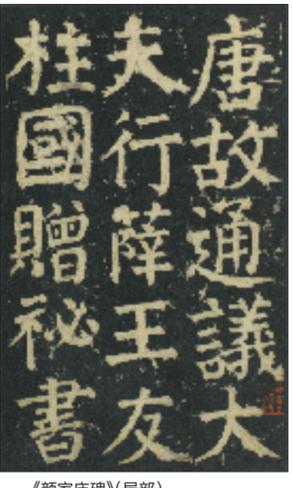


《多宝塔碑》(局部)



《大唐中兴颂》(局部)

书四大家之首,其存世作品完美展示出“颜体”楷书风格的形成脉络和审美特



《颜家庙碑》(局部)

征。比如在相对较早的、40多岁所作《多宝塔碑》中,已经可以看出“颜体”特征的基本面貌:结构严谨,用笔清劲。50岁以后的作品逐渐走向浑厚,有如《郭家庙碑》。到60岁以后,作品的结构从容自然、笔法古朴苍劲、风格雄强浑厚,可谓人书俱老,精彩纷呈,如《麻姑仙坛记》的朴拙天趣、《颜家庙碑》的雄浑厚重、《大唐中兴颂》的磅礴气象。

从技法层面来看,颜真卿楷书打破了中宫收紧的通常结体方法,而是整体

宽绰,扩张大气;用笔上以篆籀笔法见长,笔力雄健,所谓“屋漏痕”“锥画沙”,起笔收笔跌宕起伏,充满张力和节奏;章法上打破字距行距均衡的常规,字与字之间既错落有致,又互相关联,整体感显得更为突出。中岁后将原本的严谨法度逐渐内收,让人难以概括,达到了出神入化、自由挥洒的境界。

从审美层面来看,颜真卿楷书具有大气磅礴的格局,艺术表达上超越了书写技法本体而进入更为丰富的艺术精神表现的境地。其核心特征一是突破了钟王以来的柔美之风,以强烈的个人书风让唐代及后世书法审美形成了优美与崇高并存的多元格局;二是个人风格紧密贴切时代脉络,“颜字”与大唐崇尚雄强、饱满、华丽的审美观念的吻合,彰显了作为时代文化表达的力量和自信;三是结合颜真卿为人、为官的文献考察,可以看出他的书品与人为官的完美统一,其书法成为他人格与时代精神的写照;四是艺术表达上的求新求变,不为惯性所困,不重复自己,每一个作品都在超越既往,每一个作品都在“颜体”基调下做出了化身为千作的创新,真正体现了作为伟大艺术家的水准而引领时代并影响后世。

颜真卿以书法为唐代的盛世文化和雄强审美做出了最佳的艺术诠释,给中国书法留下了伟大的遗产和精神财富。

(作者系浙江大学中国古代书画研究中心副主任、书法美育馆常务副馆长)

新文艺青年

短视频看戏,算不算“入坑”

■ 王艺林

刷到过戏曲短视频吗?

十几秒到几分钟的时间里,京剧老生一个“摔僵尸”直挺挺倒下,青衣一个“卧鱼”缓缓贴地,再来一段西皮快板唱得字字如珠落玉盘。评论区清一色:“血脉觉醒!”“这才是国粹!”一颦一笑,水袖轻扬,今年120岁的越剧,也在短视频平台里圈粉众多新生代粉丝。各类“高能唱段”“高光时刻”层出不穷……看起来,戏曲这门“老艺术”终于找到了新活法。

看到大家对于小而精的戏曲切片有热情,作为浙江大学学生婉云京剧艺术社负责人,我安排社团演出时,总是习惯多安排折子戏——15到20分钟,摘取全本最精华的一段。这样确实吸引了不少同学走入剧场,可总有观众散场后说:“好看是好看,但没太看懂了个啥。”15分钟的折子尚且让人只看了个热闹,何况是几十秒的短视频?《绿珠坠楼》里,绿珠“珠碎人亡抗强梁”的决然一跃,需要两个小时层层铺垫;《汾河湾》里“少年子

弟江湖老,红粉佳人白了头”的感慨,需要念白和唱腔慢慢发酵;《四郎探母·坐宫》里那段脍炙人口的西皮快板,切片里听只是快,剧场里看才能感受到两人一来一往间暗涌的试探与煎熬。这些,不是一个精彩片段能装下的。当短视频把“长艺术”切碎,脱离剧情的炫技剪辑只能满足观众的猎奇心理,真正的艺术价值在无形中被消解了。

短视频把戏曲切成了“金句”和“段子”。它确实降低了门槛,原本觉得戏曲“太慢”“太长”的同龄人,可能因为一个“摔僵尸”的绝活开始好奇。但问题在于,如果欣赏止步于此,那切片就不是一个精彩片段能装下的。当短视频把“长艺术”切碎,脱离剧情的炫技剪辑只能满足观众的猎奇心理,真正的艺术价值在无形中被消解了。

子:线上把观众“引进来”,线下让人“坐得住”。“谭氏三姐妹”的案例也印证了这一点,来自京剧世家谭家的她们通过线上IP运营积累40多万粉丝,一场《红鬃烈马》的演出超过一半门票通过网络直播间售出。问题不在于切片本身,而在于我们是否止步于此,是否继续深入下去。

2006年浙江大学学生婉云京剧艺术社成立时,只有6位社员,如今已有50余位。许多社员因为切片入社,后来跟随社团走进剧场,散场后感慨:“原来完整版比切片精彩十倍!”那几十秒的“高光”只是敲门砖,真正让人记住的,是整场戏的节奏、人物和情感。就像《锁麟囊》最后那句“这才是人生难预料”,简单的切片品不出这句话的分量,只有在剧场里陪着薛湘灵走完两小时,才能听懂她唱这句时,眼里含着的泪还是笑。同样,《贵妃醉酒》里优雅的嗅花、卧鱼,切片里只是好看,剧场里看,才能看到杨玉环从期待到失落的全过程,她举起酒杯时的优雅,放下酒杯时

的落寞,都是在“线”上慢慢展开的,不是一个“点”能装下。好的戏曲切片应该让观众在对“技”的好奇,走向对“戏”的沉浸。

为什么剧场不可替代?因为戏曲讲究“在场性”——台上台下共同呼吸的气场、演员即兴发挥时的惊喜、全场观众一起叫好的氛围,这些都是屏幕给不了的。就像《白蛇传》里那句“离却了峨嵋到江南,入世间竟有这美丽湖山”,两句话紧挨着,却有天壤之别。刷切片只能知道白素贞“到江南了”,但要真正“见湖山”,得走进剧场,坐下来,看她面对西湖时眼里的光,听她唱“这颗心千百载微漪不泛,却为何今日里陡起狂澜”时声音里的颤。要在地最绝望的时候跟着揪心,在她终于和许仙重逢时跟着松了一口气。这些,是几十秒装不下的。

对于我们这代人来说,切片可以引路,但终究要自己走进去。别只停在“到江南”的路上,去看看那“美丽湖山”吧。它比切片里刷到的,要美上一万倍。(作者系浙江大学文学学院博士生)

读者投稿

番位之争,能就此让位吗

■ 徐建辉

一段时期以来,番位之争成为影视行业沉疴——从片头署名的锱铢计较,到拍摄中的资源倾轧,再到粉丝圈层的激烈互撕,这场排名内卷不仅消解了创作合力,更让行业偏离了崇德尚艺、深耕作品的艺术本位。

前不久,广电总局电视剧司谈“争番位”问题,提出以演员真实性名姓氏笔画为序整治番位,并推动建立推新演员机制,对行业乱象进行纠偏,希望影视行业摆脱浮躁、回归创作本质。

番位之争的滋生,是行业多重问题交织的病灶,一大根源在于流量至上的逻辑扭曲了创作初心,让“人气排名”取代“演技实力”。在流量为王的语境下,番位成了衡量演员商业价值的标尺,制作方博取关注的筹码,甚至是粉丝彰显偶像地位的依据。有人为争一番不顾剧情适配,有人为抢番位消耗创作精力,让作品诞生沦为各方博弈的名利场。

若官方出手整治番位之争,一定程度上或可消解番位争夺的土壤——以客观公平的标准,让演员以角色和演技为衡量标准,推动行业形成“以实力立身、以作品说话”的导向。

演员的价值,从不是片头的排名,而是观众心中的角色、屏幕上的作品。影视创作是集体的艺术,一部好作品,是编剧、导演、演员等所有主创的心血凝结,无论主角或配角、资深或新人,唯有各司其职、用心塑造角色、用情打磨表演,才能让作品拥有打动人心的力量。

当然,整个行业形成合力、重塑价值导向也很有必要。比如,经纪公司应当摒弃唯流量论,将培养演技与艺德放在首位;制作方与平台应当把资源投入到剧本打磨、拍摄制作上,以内容品质赢得市场;行业协会要发挥引导监督作用,让姓氏笔画排序规则落地生根。毕竟,市场认可的,不是徒有其表的番位咖位,而是经得起时间考验的经典作品。

(作者单位:安徽省淮南市委宣传统战部)