



艺术千古事 Art forever

□ 窦宏刚 Dou Honggang

Each artistic organization should perform its own function from traditional side. But the condition that each artistic organization faced was the same to Chinese contemporary art. according to the things development, the artist and their works come first, then the gallery doing the business, and last the art museum and foundation will involved in. many works get confirm during the whole process, finally it presents the perfect artistic image upon the accumulation of the time. The entire artistic system of China hasn't been established yet, anyone who involves the contemporary art has the possibility to participate in multiplex function of the process.

唐晓丹（以下简称“唐”）：画廊在艺术生态链中是一个以经营为主的环节，原本的职责十分明晰，但是面对近年来中国艺术机构这个大盘的异军突起，似乎波及到画廊的经营方式。越来越多的画廊开始承担起艺术作品的展示、学术等任务，虽然这背后仍旧是以经营为根本目的，但是这种变化无疑使得画廊开始向更为广泛的艺术机构这个大概概念转型。

窦宏刚（以下简称“窦”）：从传统意义上来说，各个艺术机构应该各司其职，但涉及到刚刚起步的中国当代艺术，各个艺术机构面临的状况是一样的。按照事物发展顺序来看，先有作品，再有画廊实施商业操作，接下来是美术馆、基金会的介入，在这个过程中不断穿插着学术认定，最后依靠时间积累把艺术的完整形象呈现给观众。中国的整个艺术体系没有建立起来，任何涉及当代艺术的人都有可能参与一种泛功能的过程。我们在做商业以外，意识到必须做一些学术的工作，尤其是认识到了什么，有条件就去做。作为一个画廊推荐者说明一位艺术家作品的艺术性是什么，只有通过解读，也许这个解读过程与美术馆发生重叠，但是角度不同，这样最终才能使得艺术家的形象变得鲜明。我认为做画廊，不仅仅是商业运营中赚得多少钱，而是背后所阐述的艺术价值是什么。我们画廊有个基本标准，对那些我们有兴趣而没有被社会公众所认识的艺术，我们愿意进行挖掘和解读，这就是为什么公众感觉我们稍微多做了一点点事情，而不是纯粹的炒作。

唐：正如你所言，中国从事艺术品展示、研究、经营、收藏的艺术机构在整体上都处于同一发展水平线，可以这样说，似乎经营策略和学术定位成为各个艺术机构在竞争中的一个重要砝码，红桥画廊的经营策略和学术定位是什么？

窦：就我这个画廊而言，是通过自我输血和自我循环所产生的条件来做进一步的事情，因此希望我们对艺术本身的解读大于商业带来的意义。并且把这两者结合起来。在这个过程中，画廊的商业运转所产生的能量尽可能用于对艺术的学术解读。我们定位于对当下这个历史时期的艺术进行梳理，而不是做个案。进入21世纪这个当代社会后，以数字网络、多媒体、电脑技术为界限，信息的时空感使得人的距离变得模糊了，我相信世界由新的科学技术会带来的新文化，中国就要承担为全球制造新文化的工作。我们传统文化的优越性，存在复

兴的可能，换句话说，中国当代艺术将会成为全世界的当代艺术。

唐：也许这种说法有其现实基础，然而，中国当代艺术是一个涉及范畴广、学术立场多元的大概念，你基于怎样的判断标准来建立起你们画廊对于艺术品的选择思路？

窦：这个问题最简单也最复杂，根本在于审美。今天的艺术家太多了，我们试图以前瞻性的眼光和超世俗判断来产生超越性的认识。商业价值上也是一样，红桥画廊把3变成5，大家都看到了5，其实我们自己是看到了2，这样就要更加小心、细致、敏感。标准是什么？只是直觉。审美很奇怪，我们可以讲无数个道理，最终却是靠感性来落到实处。具体而言，我认为这个标准是融合东西方文化，既有东方传统的超然和优美，也有西方形式的影子。意思是——融合东西方文化未来几十年的作品，本身既超越了东西方文化，又是交融后的产物。贯通东西方文化的是什么？我认为就是当代艺术。

唐：选择艺术作品的标准需要理性的分析，涉及到具体的操作层面当然离不开感性的认识。从具体的操作方式来谈，红桥画廊如何来实施这样的评判标准，也就是如何落到实处？

窦：通过查看资料和走访艺术家工作室，与艺术家聊天的过程中来了解艺术作品，如果他们想表达的作品与我的判断方向能达到一种默契就可以进行合作，最终我相信艺术品本身，而不是艺术家本身。

唐：对于画廊的经营而言，与艺术家的沟通不难，难在于对艺术作品的推广。往往前卫的艺术作品总是与大众审美趣味有所不同，如何让你的观众或者藏家来认可你对艺术品的选择和判断？

窦：对艺术的认识是一个金字塔形的，一开始必然像金字塔的顶部，只有小众接受。如果说做一个展览所有大众都理解了，很可能是伪艺术。刚开始时我只要有两个人理解到就好，两个人就有共鸣。当然艺术的传播会沿着金子塔不断向下发展，直到最后，如同大家都知道《蒙娜丽莎》是一件伟大的艺术品一样。面对今天这个历史机遇，我们要推广新的艺术、未来的大师、未来的文化。

唐：根据红桥画廊之前所做的一些具有品牌效应的活动，逐渐明晰了经营的方向和策略，但是面对艺术机构整体上的职能转型，是否会与更多的艺术从业者（策展人、经纪人、批评家等）、艺术机构等合作，产生出更大范围的传播效益？

窦：应该做，但目前我们力所不能及。画廊只是展示，接下来需要公共美术馆、艺术基金会更广泛更深入地传播，我们愿意与一切机构尝试合作。

唐：在艺术产业链上，红桥画廊承担的角色主要是发现新的艺术家，新的艺术方向，对艺术家作品进行早期的推广和经营。这其实是一个需要时间的阶段，你们有没有其他的营销策略？也就是说，在自主举办展览的基础上，红桥画廊有没有与其他机构合办的展览，或者出租场地的现象？



窦：我们主要是自己举办的展览。如果租场地只能起到反作用就不会去做，让人感觉到“商业操作”就不会去做，我们更喜欢事情自然地发生，卖不卖得掉艺术品，对经营不会造成大问题。我们愿意等待成熟的时机。

唐：红桥画廊是否参与到拍卖行、艺术博览会或者美术馆展览之中？经营策略上如何分配三者的比例？

窦：我们还没有与拍卖行有纯商业的合作，但并不表示我们不会做。这是个比重问题，其他事情还没有做好，就不要先做这个，这只能把艺术与商业划等号，违反画廊的主张；对于博览会，我们有参加并找到了一些共鸣点，我希望尽量使收藏家自己产生对这些艺术作品的直觉；美术馆的展览，意味着前期对艺术家有个充分的学术准备，对收藏家有个艺术的分类和定位，在这个基础上再做美术馆展览。美术馆不是买单的地方，而是对公众产生影响的地方，艺术千古事，对此一定要有道德和责任。

（窦宏刚 <Albert Dou>：上海红桥画廊负责人）

Each artistic organization should perform its own function from traditional side. But the condition that each artistic organization faced was the same to Chinese contemporary art. according to the things development, the artist and their works come first, then the gallery doing the business, and last the art museum and foundation will involved in. many works get confirm during the whole process, finally it presents the perfect artistic image upon the accumulation of the time. The entire artistic system of China hasn't been established yet, anyone who involves the contemporary art has the possibility to participate in multiplex function of the process.

- #1 花间一壶酒独酌无相亲 综合材料 郑在东（图片由上海红桥画廊提供）
#2 圈套 尚一心（图片由上海红桥画廊提供）
#3 上海红桥画廊外景