

★

艺语中的

已在国内连续发布过 6 届在中国艺术家排行榜的胡润研究院,今年 3 月 26 日在发布“2014 年雅昌-胡润艺术榜”时,因为发生错误而不得不在 4 月 1 日重新发布。然而,仔细分析这份榜单,我们依然可以发现许多问题。

更新数据争议多

3 月 27 日晚间,雅昌艺术网在其官网挂出一份题为《关于 2014 雅昌-胡润艺术榜部分数据偏差的更正说明及致歉》的声明。据胡润百富官方网站透露,这主要是因为 2013 年 11 月 22 日-12 月 28 日期间,雅昌数据库进行了系统升级,三批次少部分数据在统计过程中出现代码叠加计算及遗漏计算,导致该榜单提供的部分数据有偏差,影响了艺术家的拍卖成交额统计及排名

国内艺术榜 且行且珍惜

◆ 方翔

顺序。从更新的榜单来看,主要的更新内容包括:12 位艺术家的成交额未达到 1534 万元的门槛,因而不该上榜;曾梵志总成交额 5 亿元,而非 9 亿元等等。

然而,当我们重新解读这份修正后的榜单,特别是关注一些新上榜的艺术家时,我们仍然可以发现许多问题。有一位新上榜的艺术家,他的所有作品在 2013 年的拍卖成交都是在一家拍卖行中完成的,这家拍卖行在业内并不十分出名,加上许多拍品成交价达到了估价的十倍,这不得不使我们对于其成交价格产生了一点疑问。这样的情况,其实在很多知名的画家中都有,究竟如何看待这些成交价格,这些成交价究竟是否应该计入到排行榜中,这在很大程度上决定了一份排行榜的公正性和影响力。

如何运用大数据

记得在 3 月 26 日首次发布艺术榜的时候,胡润百富董事长兼首席调研员胡润认为,榜单不是给内行人看的,而是给外行看的,以拍卖成交额进行排序的榜单一目了然。对艺术不了解的企业家,如果对艺术收藏感兴趣,可以通过榜单在第一时间获得艺术家在市场上表现的最直观印象。

榜单究竟是给内行人看还是给外行人看的,每个人都有自己的见解。但无论受众是哪一类群,要让艺术数据能够“说话”,关键还在于对数据的“加工能力”。一位业内人士曾表示,榜单不仅仅是数字,在大数据时代,更要思考如何不断进化成能“说话”的艺术数据。之前运用大数据对于艺术市场进行分析的案例

并不少见,如德勤公司和 ArtTactic 就曾联合发布了《2013 艺术品网上交易报告》等。如果数据仅仅是经过简单的时间筛选以及合并同类项的话,用户是无法从这些数据本身直接得知真实交易情况的,只能自己进行甄别,而且以榜单的形式出来,很容易被一些市场机构所操纵,最终对用户的投资产生误导。

榜单且行且珍惜

从目前全球公认的艺术排行榜来看,其中比较著名的有《ART-news》(《艺术新闻》)的全球藏家排行榜,这份拥有 100 多年历史的资深艺术类杂志,通过他们的视野以及熟悉的途径来收集收藏家在一年中的购买行为,并进行榜单的编制;Artprice 网站则通过其经济计量部,在巨大的艺术资料库和自身拥有的

专业知识基础上发展了计量指数,以及以市场为基准的经济指标,来编制排行榜。

与此相比,目前国内的艺术榜单虽然也经历了多年的经营,但在具体的编制上,还仅仅处于简单的筛选,这样的“加工”是难以实现数据“增值”的,如何甄别其中的真实数据、虚高数据、赝品数据、精品数据等等,在合理时间内达到摄取、管理、处理、并整理成为一份有价值的艺术榜单,这些都是不能仅仅依靠计算机完成的。一份榜单的价值,不仅在于对于市场价格高低的排序,更在于为艺术市场建立一个模型,并进而帮助有关的机构,特别是金融机构提供决策,从这个角度来说,我们的榜单依然任重道远,对于国内艺术榜,我们借用一句网络热语说:且行且珍惜。

美术馆应具可持续性

◆ 徐钢

★

热风

中国的美术馆一个接一个地开馆,有国家的、也有私人的。走进这些美术馆,就好像走进了中国那些簇新的高铁车站或机场,一个比一个高大上。对比之下,西方的美术馆,越来越像佛罗伦萨或罗马的火车站,狭小拥挤,各色人等都有,但永远不缺人气和历史积淀下来的厚重感,即使再过一百年也不过时,最多做些扩充而已。那些高大上的新馆,怎么看都有点暴发户式的粗犷和细节的不周到。建筑美轮美奂,肯定是大师级的设计,但是在展品、布展、灯光、解说、中英文双语介绍、社区服务、艺术教育等各方面,边边角角的硬伤不少。

定位不可忽略

当然,我们不能仅仅因为别人的历史悠久、藏品丰富、布展专业而厚彼薄此。对那些著名的西方美术馆,我们也必须要有批判的两分法。说穿了,大英博物馆是英国殖民主义的产物,纽约大都会博物馆是美国式新教资本主义的见证,纽约现代美术馆是洛克菲勒家族品味的放大,都是了不起的美术馆,但也都是将某种意识形态强加于艺术生产和流通的权力的具象化。展什么、不展什么、怎么展,都有等级森严的制度来保证话语权的持续强化。

实际上,这些美术馆都有过游客减少、尾大不掉、展览陈旧、预算大减的各种危机,只不过在全球化的时代,新兴经济体对资本话语的崇拜,为这些美术馆带来了源源不断的全球朝圣者,从而化解了曾经的窘迫。

最好、最有当代性的美术馆,需要纠正意识形态的偏颇,甩掉历史的包袱。关键的衡量标准,已经不再是展出作品的纯粹数量、经典性或知名度,而是和健康的社区生活融为一体的可持续性。在我看过的成百上千个美术馆中,在这一点上,最有代表性的是多伦多的安大略艺术画廊、洛杉矶郡立美术馆、旧金山现代美术馆等等。这些美术



■ 安大略艺术画廊外观



■ 大型装置作品《大都会 2》

图 TP

馆有几个共同的特点:都是从设计和建造开始就考虑到与周围环境的和谐,都是从馆内到馆外强调展品的连续性,都有很强的互动性,都有专门展出当地艺术家作品的展区,都有强烈的地域特色,都适

合以家庭为单位的参观游览。简单来说,这些美术馆的定位是区域性、社区性、互动性。毕竟当地居民的税收是建设成本的基本来源。当地藏家大量优质作品的捐赠,又让这些区域性美术馆具有全球大美

术馆的气派而没有那些传统大美术馆的意识形态包袱。

拿洛杉矶郡立美术馆为例。馆里最受欢迎、老少咸宜的展品,是洛杉矶当地艺术家 Chris Burden (1946 年生)所做的大型装置《大都

会 2》(2006)。手制的 1100 辆小汽车,在高低错落的多层高速公路上不停地快速奔跑,发出巨大的嘈杂声,而奇妙地互不相撞;多栋模型大厦之间,模型火车穿行不断。因为像火车模型,孩子们特别喜欢,而懂得思考的大人们又在作品中看出对现代汽车文明、对洛杉矶繁忙嘈杂的嘲讽,可谓各取所需。在美术馆的各个小展厅中,也不乏大量的毕加索、德库宁、基因霍兹、杜卜菲以及美国抽象表现主义的各种杰作。在室外,每个周末都有表演或者社区的庆祝,比如三月的伊朗新年、洛杉矶加大学生的小剧场表演等等。走不多远,就是洛杉矶郡立自然历史博物馆,孩子们可以在地上挖一天恐龙骨头而乐此不疲。一年四季,这个博物馆群的访问者都熙熙攘攘,而其中以社区的居民居多,骑着自行车来的、跑步来的、带着野餐来的,也有来自全世界的访客。

理念至关重要

中国的美术馆建馆“大赛”,还是以展出作品为理念,没有或很少考虑社区性、互动性,也就是可持续性。有些新兴的私人美术馆,建筑宏伟,藏品丰富,古今中外,无所不包,堪称私人建馆的丰碑。但这样的美术馆,建得再好,也错过了和洛克菲勒家族竞争的时机,永远成了中国的 MOMA。不管以后运营的成本怎样解决,可持续性是一个从建馆开始就应该考虑到的最重要的问题。从零开始的美术馆,应该像洛杉矶郡立美术馆那样,而不是像 MO-MA 或大都会。

建馆的理念至关重要,可惜绝大多数掌握权力的中国艺术界人士,理念还是停留在作画、买画、挂画的阶段。

有一个很好的油画家,艺术观念很有意思,前一段时间构思了一个大型的游戏装置,既有娱乐性、互动性,不乏强烈的视觉冲击力,也有很强的政治寓意,还有很棒的设计感。他去征询一个元老级批判家的意见,这个批判家说:“这太孩子气了,没有意思!你还是老老实实画画。”很棒的一个装置就这么胎死腹中。放大了,这个装置就是一个可持续性的美术馆。在观念上,我们既需要有建设大而全的美术馆的气魄,也需要有可持续性发展的区域性美术馆的想法。