



热风

# 出位与错位

## ——《15个房间》观后感

◆ 林霖

最近沪上的展览很热,之前热了影像展,今次轮到了行为艺术,比如,在龙美术馆的《15个房间》。

“行为艺术”在中国是个带着很多误解和偏见的艺术类别。当于今夏得知龙美术馆将于金秋十月举办一个叫《15个房间》的展览时,我是期待的,因为宣传打出的是“玛利亚·阿布拉莫维奇”这个名字,然后还有小野洋子、张洵等耳熟能详的大咖名字。在如今符号消费的时代,光听到这些名字就瞬间涌起向往之情,也就直接忽略了这场展览其实只是在上海复制这些艺术家的原作,而非艺术家本人到场——也就是说,由中国的志愿者有限度地来表演那些大师们在十年前、二十年前甚至更早就表演过的作品。

所有的想象都不及亲临现场的体验。笔者特地避开开幕式的人潮,选在相对清静的工作日下午前去。甫一进展厅,就被颇具未来感的全方位镜子墙面刷了一遍视觉刺激,这种撤除常规看展顺序的设计(因为你可以任意打开任意一扇门,而不是按照编号1-15依次参观)不得不说是非常有趣的想法,且在视觉上达到“3D效果”,拓展了原来单一展厅的视觉和体验空间。展厅的设计者确实颇有来头:来自瑞士的Herzog & De Meuron建筑事务所,他们曾设计了北京鸟巢。

然后,从展厅进入作品,就是这个展览的关键了。我们如何进入一件作品?这是行为艺术引导的关键。

《15个房间》最大的噱头就是“行为艺术之母”阿布拉莫维奇的《艺术必须是美的,艺术家必须是美的》,这是她1975年的行为艺术作品,在长达50多分钟的时间里,她用力地、不间断地梳着她长长的头发;一边梳头,口中不断地重复一句话:“艺术必须是美的,艺术家必须是美的(Art must be beautiful, Artist must be beautiful)。”我特地找过那段视频,整整50分钟,艺术家一直重复着梳头这个动作,一丝不挂地坐在椅子上。渐渐地,



■ 奥托邦戈-恩坎加《植物繁殖体》2014年

她开始抓狂了,似乎是陷入崩溃边缘,就在这一刻她的节奏慢下来了,淡定了;随后不知何时又突入抓狂状态,头发也打了结,一种痛苦的张力也浸润到观者的眼中——虽然我只是看的网络视频,但也能清晰感受到这一点。可想在现场一定是更为震撼。然而,在龙美术馆这里的现场,我们看到的只是一个姑娘安静而机械地重复着梳头、念台词的动作,稍显木讷、隔阂。只是为重复而重复吗?

同样的疑惑也在后面几个房间中不断出现。在属于小野洋子的3号房间《触片》,小野的原意是鼓励观众在黑暗中互相触碰,因为人在一无所见、没有光的空间中所产生的不安全感会促使他们向任何身边的熟人或陌生人伸出求助的手以求依靠,这时,熟人与否不重要,重要的是人的自我存在。因此,当我很期待地走进这个漆黑的房间准备一路摸着墙、靠触觉走完整个房间的时候,现场一个志

愿者突然打开手机手电筒,很“好心”地给我照路,我的期待之心瞬间泡汤。更有,紧挨着我进来的一群人,居然也是个打开手机的灯光,探头看了一眼,就出去了。此外还包括志愿者本身所传递出来的藏也藏不住的倦怠感和冷漠感,甚至包括他们本身对作品的误读,无异于对于这些作品一次又一次地“蹂躏”。

或许我们不能责怪这些年轻的志愿者们不敬业。对原作不够理解透彻,更是整个展览机制的问题。志愿者究竟只是被召集来完成整个的展期,还是真正为了重新激活这些行为艺术作品?而他们又如何日复一日重复的表演中克制住自己的倦怠和麻木?

我不禁质疑质疑兴师动众引进这类展览的必要性。一切看起来就像整个镜面展厅那般美好又易碎——这是一种虚假的艺术吗?但是我相信阿布拉莫维奇一遍遍扯着头发的痛是真实的,小野洋子在黑暗中的恐惧是真实

的,但是,它们无法复制黏贴——即时性才是行为艺术的精髓所在。更何况,阿布拉莫维奇当时表演是裸体的,到我们这里来穿了衣服?

行为艺术是即时即兴的,无可复制,它们因表演者本人而独一无二。而这种“即时即兴”的在场感,也是如今这个加速消费化和虚拟化的时代里的珍稀品。我们过分仰赖图像、信息所构建的世界,而越来越遗忘去调动自己身体的感知能力与实地体验的兴奋感。而很多优秀的行为艺术都是在探讨人类的感知极限和情感极限,将喜怒哀乐的情绪抽离出去,徒留一个身体躯壳;当这种剥离了主观感应的身体置身于客观环境之中与他人、他物乃至其他物种之间,会产生怎样的共鸣?在行为艺术的过程中,也存在很多必须由他者的参与和介入才能完整乃至完成的步骤。观众当然是能被邀请的,而不是“袖手旁观”的;但是怎样介入?如何介入?我们是怀着善意还是善意?此外,行为艺术的迷人之处还在于,将“瞬间”拉长,挑战时间和人的极限,并且反对阐释。阐释是在这些行为的单一重复中变得可笑和瓦解。这些都是不可控因素,也正是这些不可控因素让艺术变得有趣;然而这种“不可控”在目前国内的展览中是不太可能见到的。因而,我们看到的绝大多数的展览,呈现给我们的都是机械的,规矩的,符合常规审美的,安全的,无害的——但是,艺术的自由与灵魂却没有了。而我们做一个展览,并不能仅仅是为了制造话题或者开幕式涌动的人潮,而是要思考艺术本身究竟给我们带来了什么。

最后要提一下,《15个房间》的策展人之一汉斯·乌里希·奥布里斯特(Hans Ulrich Obrist)是如今活跃国际的知名策展人兼艺术评论家,迄今参与策划和发起了至少150多个展览与项目,并编撰有70多本学术著作,他的访谈项目已经积累了近2000小时的录音素材,涉及无数全球重要的艺术家。我看过他的其中一部已有中文版的著作《关于策展的一切》,颇为欣赏,因而之前对这个展览也是很期待了一番。然而现场除了展厅设计让人眼睛一亮之外,真的是一场乏味而错位以致于让人“莫名”的展览,不知是否因语境、文化关系,在策展的实施过程中也有很多妥协和无奈,如果有机会,很想采访到汉斯,请他谈一谈这个展览,而中国的当代艺术生态,是否是他新近研究的文本对象?想必是很有意思。

## 林距离

其一

如今的美术评论有两个极端,一种是学院派的,主要功能是写得让人看不懂和昏昏欲睡;另一种是微信微博上的,基本上以说滑稽清口的路数讲美术“八卦”,诱粉为目的。

若二者间非要我做选择,我倒有点倾向后者,与其思想贫乏还装神弄鬼,倒不如用说学逗唱普及点美术知识来得可爱和有点营养。

不过,如果我们的兴奋点只会停留在画家的情人和世界名作上的丰乳肥臀之类,那又何必做美术评论?随便一个二线明星的八卦魅力和粉丝量都超过一个一线画家,这就是现状。要八卦,美术领域的八卦潜力有限,还不如直接做娱乐八卦。

有个有趣的情况,我发现微信微博上写美术史和评论的作者,不乏才情出众者。娱乐八卦圈倒少这样的写手。用这么高的才情,传播些美术八卦,真有点大材小用了。

艺术不仅有皮毛,还有灵魂。这灵魂是人类不断进步的根源。

其二

美术家的穿着打扮也有两个极端,一种乞丐派,蓬头垢面、

毫不考究;另一种是演艺派,打扮得像演戏。我算是对美术界比较熟悉的,有时候初见一些人也会犹豫:他是和尚?是道士?是变戏法的?还是混道上的?

画家、雕塑家等在创作时,不能排除个别的高人能西装革履戴着领带站在羊毛地毯上画油画,大多数人往往都像工人和农民在劳动时一样,体力活,还是脏活,顾不得形象。

但是,纵然是以画室脏乱差著称的英国画家弗洛伊德,他在出席画展等重要场合时,衣着打扮还是不会有失英国绅士体面的。哪像我们这里的画展,从画展主角到来捧场的画家同行,就像是农村集市赶集的。过去陈逸飞在上海举办画展,请柬上要求来宾穿正装,被美术界“丐帮”在背后骂了个天昏地暗。

美术家总还是从事美的工作者,给人类造美的同时,也不要一点都不顾自己的形象对吧。同样是画家,不妨找出些老照片,看看刘海粟当年创办的上海美专里的画家们,对比对比。

把自己搞得像演戏似的另一种极端,也很奇葩。艺术精神离不开一个真字,你把自己整得你妈都不认识你了,忽悠谁呢?

## 艺言堂

在中国艺术品市场上虽然不乏企业家的身影,但是还是缺乏“企业家精神”。

企业家精神,这个词我们在商界可以经常听到,但是在中国艺术品市场领域却很难提及。但是纵观世界近现代艺术发展史,正是由于企业家的积极介入,才使得艺术有了今天的成就。从19世纪末期开始,欧美新兴崛起了一批顶级富豪,如洛克菲勒家族、J.P.摩根家族等。这些富豪们将艺术品视为与生活息息相关的“必需品”:洛克菲勒家族六代人收藏了全世界十几万件艺术品,建立了当今世界最重要的现当代艺术博物馆之一的MoMA现代艺术博物馆;大维德爵士不断地把自己的收藏无私地捐赠给社会,让全世界的人都能领略到他的收藏品带来的文化魅力。

近年来,中国企业家参与艺术品市场的新闻屡屡见诸于报端,我们也可以发现一座座企业家开办的私人美术馆如雨后春笋地冒了出来,甚至还有不少的企业家为了丰富自己的馆藏,在拍卖市场上投入数以千万,甚至上亿的资金。然而,相比海外的企业家,我们的企业家在艺术品市场上还缺少点什么,这就是“企业家精神”。

# 中国艺术品市场需要“企业家精神”

◆ 董易



■ 达芬奇手稿

每个企业都有一种理念,有一种文化,企业家就朝着这个理念努力拼搏,时间长久就形成一种文化,企业家的成功就是靠他们有这种精神的支持。在中国的商界,长期以来,人们对于企业家成功的评价,主要是从商业、管理及个人财富方面来解读,但是我们应该看到,随着企业融入社会程度的越来越深,企业家介入社会组织工作非常普遍,除了赚钱之外,更有着对于整个文明的拉动。

在过去一个世纪里,美国有两次兴建艺术博物馆和推广艺术的高

潮。第一次是20世纪初,钢铁铁路大王们,摩根在纽约、佛利尔在首都华盛顿、汉庭顿在西部的洛杉矶,各自推动兴建了大都会博物馆、佛利尔美术馆和汉庭顿图书馆。第二次是20世纪中期,石油大亨们,盖蒂在洛杉矶、哈默在东部,兴建了世界级的美术馆和画廊。佛利尔美术馆、盖蒂中心,就这样见证了美国从第一次浪潮到第二次浪潮的迈进。

1994年,比尔·盖茨花费3080万美元拍下达芬奇手稿,使其成为了全球最昂贵的手稿。十多年间,盖茨不仅使用数字技术出版了部分达芬奇手稿,而且在接受媒体采访时表示,他从达芬奇中得到灵感,不断融入世界,并渴望更多地了解周围世界。相比之下,我们今天的一些企业家,要么关注艺术品的保值增值,要么希望通过艺术品来提升自己的社会形象,而几乎很少听到中国的企业家能够对于艺术发展真正关心的。

艺术品不仅能够给企业家带来财富,更显示出其个人素质以及文化责任。我们真心期待中国的企业收藏家们,能够将目光聚焦到更有社会意义和文化品位的艺术品收藏上来,积极参与、影响当今中国的文化的构建,让自己的收藏推动整个社会向前发展。