

People, Bravo: The beginning of a new round of self-repair in contemporary art, Leo Xu,  
Interview: Gu Yue, Editor: Ji Yi, P61-65, December 2015



这种自我修复将不是翻天覆地的革命运动式，而是每个个体，甚至是普通观众都应参与进来，承担一些事情，不断渗透的过程。

### 之前已被抽干，新水源还未产出

全球艺术领域 2015 年的关键词是更新换代。今天的艺术世界变得很像全球连锁企业，不管你飞到哪里去看哪个双年展，哪个博览会，哪个美术馆展览，甚至去看一个时装品牌或商业领域跟艺术的合作，看到的都是类似的景观。所有人使用同样语言，呈现同样的趋势。如今大家在艺术领域的活动早已经动作熟练，而兴趣反而到了疲乏的阶段。打个比方说，如果当代艺术行业是口井，那么今年，大家开始往更深处挖地下水。对早几年活跃的艺术家的盖棺定论，或是过度消费，导致的疲劳，使得整个业界拼命地攫取年轻一代艺术家。这个人口更新过程中同样明显的缺口也包括了更年轻一代的艺术工作者，譬如，策展人、美术馆馆长、画廊家等，处处需要新血液补充进来。

这种更新换代并不是长江后浪推前浪，而是之前的水已被抽干了，新水源还未产出，整体进入了一种疲惫。前些年我们会欣喜地连续地看到有一代人一个接一个冒出来，相互竞争，有风起云涌之势。很多站在上一届卡塞尔文献展或者上一届威尼斯双年展的现场的观众，可能都有共通的感觉是：“哇，这一代人粉墨登场了。”但是今年除了行业操作的表演之外，艺术创作本身是匮乏的，内容输出与创作这一方面呈现出疲软的状态。

从 2015 年的双年展来说，拼的是策展人的思路 and 文采上的演绎。巧妇难为无米之炊，缺乏集体创作活力的时刻，让许多双年展也只能变成策展人的讲演。今年，从威尼斯到里昂，层出不穷的艺术看点显然淡化了。但从策展人的表演里还是能读到业内的自省和自觉。伊斯

坦布尔双年展以“咸水”为题，仍旧带来了策展领域的探索。

### 中国热

从中国来观照整个西方世界，这是中国热的一年。中国热前前后后来回很多次，但今年在当代艺术领域中国的角色发生了变化。俄罗斯艺术起起伏伏，最近也冷却了下来。拉丁美洲艺术这几年火力正旺，包括 Oscar Murillo 和 Adrián Villar Rojas 在内的新生代艺术家是业界宠儿，但拉美艺术并不像中国艺术那样自成一体。今年的中国热与 10 年前因为拍卖的中国热不同。以前人们会说中国艺术是泡沫，中国艺术是假象，中国艺术是大家炒作出来的一个骗局。到了今年这种言论被新的现实取代而削减了——中国当代艺术和艺术家们不再过分地、被动地扮演外交礼仪的大熊猫和旗袍，或者向外输出价值观的注脚，而是获得了更多自己创造的舞台和机遇。

但这一重要的转变主要不是来自创作者，而是来自于坚挺的中国市场。中国变成了一个很大的艺术消费市场，中国消费者挺直腰杆，摆脱了前几年顾影自怜地一味追随国产艺术的趣味和趋势。中国消费者不论是视野还是钱包，都变得更加国际化和开放。这点上全然不像被舆论异化了的中国消费者在巴黎或香港，叽叽喳喳，不修边幅地疯狂抢购奢侈品的桥段。中国在这一年里制造出来的艺术消费热潮是了不起的，至少我们能看到不同年龄段的中国消费者在无意地帮助这个领域完成之前缺失的艺术交流、输出与对话。换句话说，在当代艺术领域，中国的消费者开始有了一个自觉不自觉的赞助人意识。

这是一个由内而外的了不起的变化。尤其是发生在今天，大量主流媒体以及网络、社交媒体仍旧对当代艺术怀有隔膜甚至敌意，譬如，当代艺术是市场的玩物——言外之意是当代艺术是令众人费解的、没有文化基石的和丑陋的——当代艺术就是脱衣服，割肉流血，光着身子跳舞，或者，当代艺术是儿童都能做出来的低智玩笑。在这种停顿了久远的认知的基础上，2015 年不少人能以自己的财富、工作把艺术引进公共空间，把自己消费产生的能量——即私人的收藏——展示在大众视野里，甚至资助了不少国际的艺术家和美术馆。学院专家来国内频繁且近距离地与中

# LEO XU PROJECTS

Bravo

糕点



《15个房间》



《15个房间》

固本地同行接触，是破除公众陌生，消弭隔膜，改变异域风情的捕猎，建立对话的一个过程——今年，你会越发意识到这个过程来自我们身边，这是非常了不起的事情。

这些了不起的事例中，上海又是今年话题的核心。之前三四年大家都把目光放在香港，香港的巴塞尔国际艺术展，香港一拨接一拨的国际顶尖画廊的入驻，香港的M+博物馆等等……但是，2015年所有人都在谈论上海，上海成了与香港角力的选手。

上海的崛起是印证今年的“更新”。这个城市适时地提供了一种新的契机和经验。首先，所有人都有必要看到上海在这一年里的美术馆建设。现在上海有10多个现代美术馆，其中有不少7个相当活跃的美术馆。这个数量级和质量完全不是中国其他城市当代文化的建设进程可以比拟的。

在这个上海美术馆群中，还有一个非常有趣的案例，就是西岸文化走廊。西岸打破了之前国人对艺术空间、艺术地产的一种浪漫化的想象。艺术不再需要一个工业园区，不需要前不着村，后不着店，要有高挑的空间或是翻新自废弃的厂房从而带上波西米亚的情趣，像是之前的北京798或是上海的莫干山路一样。这种陈词滥调的幻想在今天城市进一步的规划过程中显出诸多移动和消费、体验上的不便利，也越来越缺乏优势。

上海新的艺术园区展现了城市艺术跟城市规划和生活享受以及工作移动更紧密结合的尝试。西岸作为一个成功的案例，在黄浦江边，龙华居民区不远处建立了包括余德耀美术馆、龙美术馆、上海摄影中心在内的三座美术馆，以及每年一次的西岸艺术与设计博览会、香格纳画廊、多间著名艺术家工作室、收藏家展厅等形式功能各不相同的艺术空间，满足了百姓、消费者和专家的不同需求，而其间西岸还有包括暴风音乐节在内的一系列文化活动。这个密集程度不免让人联想起最近被新的惠特尼美术馆和high line公共艺术区激活的纽约Meatpacking区，展现了前所未有的艺术和时髦文化体验的可塑性。

另外一个来自上海的成功案例是K11艺术购物中心。经历了两年实验的K11证明了文化艺术作为当代城市商业活动的融合剂的成功，他们用艺术贯穿整个购物

中心的设计，给消费者和租客一种审美体验，这是今天地产领域和艺术领域的一个成功样板。这种合作之前可能隐隐约约偶尔在本地的一些五星级国际酒店里能感受到，那时是非常蜻蜓点水的感觉。但是身处闹市的K11真真切切地把这种体验带给大众，他们重新思考我们应该怎样与艺术相处。K11把国外的美术馆项目邀请来中国展览，并且赞助了中国艺术家在全球很多博物馆、艺术中心的项目，把这些项目的平台提供来自中国的年轻艺术家，让他们能跟国际最好的策展人和此时此刻最活跃的艺术对话，展示了一种慷慨扶持艺术生态的姿态。

类似的还有外滩美术馆连续第二届的亚洲新锐艺术家大奖。这是个给年轻艺术家的奖项，能把亚洲的艺术在上海评奖，我们在其中能够重新看到美术馆在做展览和提供空间这两件事上面的使命感。心平气和地持续扶持一些项目，在目前这个艺术领域美术馆繁荣盛景的情况下是非常难得的。美术馆变成了一种热潮，美术馆变成了生活方式，美术馆变成了理想中的一种炫耀财富的途径。这种偏颇的观念在今年不少本土美术馆的公共努力下得到了改观。回顾前几年，只有尤伦斯艺术中心做了这样一些工作，让中国艺术家走向世界。但是光有尤伦斯一家远远不够，今年我们看到很多美术馆跟了上来，大家有一个集体亮相。每个美术馆都有自己的个性，侧重不同平台，这是这一年的特殊经验。

在说美术馆和机构的协同努力之外，我们也要注意艺术领域中对年轻艺术家的掘金热潮在今年显得特别如火如荼，甚至进入了不理性的状况，一种过度的消费。不仅仅是国际双年展和美术馆展览在迫切寻找新生代血液的过程中把艺术家的年龄段拉到了30岁左右的层面，中国的年轻一代艺术家在舞台上的淘汰翻新的频率也显著加快。从拍卖场和展览图录来看，这种更新频率从5年一翻牌到现在一两季一翻牌，这一方面使得年轻艺术家过度消费养活了很多行业从业者，不管是策展人——为画廊服务的策展人在国内成了一种新职业——还是画廊家，大家一夜之间醒来发现自己盘子里的蛋糕突然变大了一圈。而这枚蛋糕的持久性有多少，却是值得众人警惕的。细数一下，多少青年艺术家在10年的连续翻台里消失不见，多少近5年里红火过的艺术家在3年前开





陈维作品

始黯淡，而多少3年里窜红的新名字在2015年里又失宠了？

### 值得看的几个在中国的展览

2015年也许会是一个起承转合的开始。不少新的语言、新的媒介，经由艺术机构的介绍开始获得更广阔的视线，被人观看，被人收藏，被人或引用或运用。一些美术馆的展览在这中间需要获得更多的掌声。

其一是北京的尤伦斯当代艺术中心。很多人应该今天还对这个美术馆的Tino Seghal的个展满心怀着敬意，而2015年他们又带来了威廉·肯特里奇的《样板札记》。肯特里奇的展览很大程度上帮助了本地的创作者、收藏者和艺术工作者坚定了对不同艺术语言和审美价值的信心。他的思维方式，他对各种创作材质的运用帮助很多人看到了传统艺术生存路线之外的艺术手法，其实这种艺术手法在国外已经被盖棺论定了，但在肯特里奇到来之前，这些在中国还是遥远朦胧，仅仅依靠互联网jpeg和视频的猜想。

第二个就是龙美术馆的《15个房间》。龙美术馆请了国外的策展人，克劳斯·比森巴赫(Klaus Biesenbach)和汉斯·乌尔里希·奥布里斯特(Hans Ulrich Obrist)把非常有名的《15个房间》带到中国。因为行为艺术是中国当代艺术进程中很大的症结，行为艺术在中国变成了一个坏的艺术，一种道德缺失的代名词。大家动不动把社会阴暗面和不道德的言行举止称为行为艺术，把任何不好的作品称为行为艺术。往往来自当代艺术的一张画、一张照片、一个雕塑、一个装置、一个录像，统统可以被归结为行为艺术。行为艺术就是各种替罪羊。在这种背景下，能让大家有机会集体去理解被大家唾弃得最严重的行为艺术在当今世界已经发展到了什么地步，值得鼓掌。

《15个房间》将20世纪以来若干经典的行为艺术作品，与本地年轻艺术家的行为艺术作品放在一起，这给了观众一个很好的契机。对于创作者和热爱、相信当代艺术的观众来说，他们有一个机会去证明他们相信的东西是有价值的。对于之前一直抱有偏见和误会的大众来说，他们也得到这个机会与行为艺术冰释前嫌，去了

解今天来自于当代艺术、视觉艺术、剧场、舞蹈，甚至更多不同领域的学科，大家能把身体表演，空间运用，时间运用和剧场可塑性一起放到一个更大的语境里来。《15个房间》很有启发意义，从策展角度来说，这不是对大众趣味的讨好，而是来自于一种更高瞻远瞩的贡献。这是今年最值得被叫好和肯定的展览。

第三个值得关注的是余德耀美术馆的《雨屋》。这个展览是一个介于很多领域之间的活动，或者说项目。它是老少咸宜的，同时展现了今天以科技为驱动的新媒体艺术。《雨屋》展示了新媒体艺术能够怎样被投入空间，投入老百姓的生活中去。

此外，《雨屋》还讲明白一个道理。前瞻、实验的当代美术馆，如何走进大众，如何讲述新的艺术创作；美术馆如何把深入浅出当作一个修炼，是美术馆需要有勇气去担负的责任。余德耀美术馆近年在世界范围内的成功就来自这种责任感和使命感。与斥资巨大、制作成本惊人的《雨屋》同期，美术馆还展出了世界知名的上海录像艺术家杨福东的调研式个展以及推广扶持新生代艺术家的“项目空间”个展系列，这种多纬度的展览也为今天的本土美术馆树立了一个积极的范例。

## 不是翻天覆地革命运动式， 而是每个个体都应参与进来的修复之路

如果把今天的艺术行业比作一个花园，我们的土壤里面营养液富足，但是园丁是相对匮乏的。我们有了肥料，有阳光，但没有园丁帮助我们区分什么是杂草，什么是真的好苗子，什么是未来的一棵大树。大家都活在一种以微信为主导的社交媒体的沉醉之中，所有的舆论导向都源于一个无形的手——微信朋友圈。

以微信为代表的社交媒体前所未有地占领了我们的眼球、注意力以及时间。日复一日地，我们看到与艺术相关的人士越来越多地以自拍自晒的方式沉浸在艺术带来的社交陶醉中，或者沉溺于彼此互相恭贺的对生活方式的庆祝中。越来越多的品牌和企业试图用艺术家和艺术品替换掉广告公司的创意，但大多仍旧未能跳脱把logo转变成巨型的艺术产品的模式。时髦和艺术成了好姐妹，但是艺术毕竟不能穿戴在身上，秀出生活的自信。

在生活方式领域有一个非常好的词叫做 detox，排毒。过去两年人们喝果汁排毒，去巴厘岛排毒，练瑜伽排毒。现在艺术领域也到了一个雷火眼睛辨识一些事物，排毒的阶段。否则我们就会不停地面临大小事物被消费的景象。比如之前大家纷纷消费东北画派的年轻画家，那些冷静描绘客观日常景象的，用厚实的、细致入微的颜料完成作品的东北画派年轻艺术家在市场上史无前例地热卖，然后一瞬间又被那些光谱艺术、视觉抽象艺术，那些充满了很多点阵和矩阵的光学视觉绘画所顶替。接下来无厘头的“坏画”画家们又热了一阵，今年的某一瞬间大家又史无前例地关注更新的媒体艺术，“后网络”这个词不绝于耳，网络初期的美学和 gif 动画趣味如被鞭尸一样，展示到了大众视野里。

这样的潮流缺少冷静与个体自我的思考，是一种无脑的狂欢。换个角度讲，我们也许需要更开阔的灵感和视角。上海当代艺术博物馆今年的展览就是打开视野的很好案例。他们的一系列讨论和设计，掷地有声。尤其是诠释规划和建筑的一系列展览非常具有开拓性，他们引进了西方经典设计师，伦佐·皮亚诺、尤纳·弗莱德曼，把已经过世的和正当红的日本建筑师带进中国，把空间产品的设计融入他们的项目中。它有意地打开人们的视角，定义这一年的方向，在中国，这是目前为止的唯一案例。

虽然存在公信力缺失、道德标准判定混淆，但是从艺术界有机体的自我修复来说，这是非常活跃的一年。从大众来说，大家开始隐隐约有艺术行业这样一个概念。这个行业不仅仅是属于画廊、拍卖行、博物馆的一个名词。大家渐渐意识到每一个人都能参与到一个文化的进程中来，这一进程不是像革命运动那样翻天覆地，但是每个人切实能以自我的活动参与其中，承担些很浅显的工作。我们有机会看到展览，能够不断介入，不再像之前个体作为艺术观众，一看到当代艺术要么态度犹豫，要么觉得这是一个可以投资获利的领域或是有利可图的捷径。这三种逻辑在今天已经淡化了，取而代之的是，大家把艺术变成一种可以容纳的自我启发，艺术是一种灵感。它不仅仅是一个工作伙伴，不仅仅是丰富跟亲朋好友的对话话题的产物。你可以参与进来，你可以促成改变的发生。A3