

For Him Magazine, Realize The Ideals, text/ YUAN Yuan, May 2014



- 194
- FHM COLLECTION
- S/S 2014
-
- 艺术采访

许宇 理想的实现

- 采访、撰文
袁原
- 摄影
Yocky
- 采访整理
王梓嫣



采访是在许宇个人的画廊（LEO XU PROJECT）进行的，一个三层的小洋房坐落于上海闹市中的一个安静的弄堂之中。采访前，曾做过不少的功课，搜索出最多的词条是：“20位最有影响力的青年策展人”。而在同许宇的交谈中，他对自己的定位更多的是艺术商人这个角色。但是，随着采访的深入，让我更感兴趣的则是抛去商业性质之外，他对艺术本身的追求和理性审思。许宇对青年艺术家的关注，以及对艺术的独特视角。即便是一个具有商业目的的运营，在许宇手中跳出了商业本身，被赋予了更高尚的目标：推动和发展让年轻人可共鸣的艺术。

以下

F=《男人装》许=许宇

F：您的身份有多重，包扩策展人、经纪人、作家等等，但提及最多的还是艺术经纪人和策展人，您是怎么定位自己的？

许：我对自己的定位可以说是一个画廊的管理者或者说是一个艺术的经纪人，只是我现在还有的工作涉及到策展，我应该先算是一个画廊家再算是一个策展人。

F：我看到您现在代理的大部分都是青年艺术家，您对这个团体的关注度比那些知名艺术家的关注度要更大一些，这是为什么？是您个人的偏好吗？

许：因为我原来是在一个纽约的James Cohan画廊的上海分部，做这边的项目管理策划，所以我工作的艺术家有些非常大牌，我在工作一段时间之后，在有一些展览里放了中国的年轻艺术家。在跟年轻艺术家工作的期间，就突然意识到他们可能有一些新的艺术语言、工作方式，很多的点，代表了一种新的本地发展方向。我觉得这种发展方向和征兆在老一辈的艺术家身上是找不到的，而且我本身跟他们是同龄人，我觉得我们感兴趣的東西可能也更一致，所以我宁愿放弃我原来的工作去做一个平台，能够跟我觉得共同关心的人一起去寻找

LEO XU PROJECTS

属于我们这个时代的一种艺术语言，然后做出一个新的形态。不管说是一个艺术运动也好，是一代人的形象也好，我个人宁愿为了这一代人去工作，这也是为什么我做的艺术家都是年轻一代人的原因。

F：那老一代艺术家所缺失的是什么呢？

许：也不能说是缺失。因为每一代人有每一代人的特质。更准确的说法可能是代沟，不管你怎么欣赏，有些东西是不能融合到一块去的，因为从根本就没有化学反应。像老一代人他们感兴趣的是社会聚变，不管是文革还是某一个历史时代的个人情节，他们看到的社会的变革并不是我们所体验到的。我们体验到的是新的社会文化的征兆，他们是不会有感性认知的。所以，我觉得很需要为与我们同代的这一批艺术家来工作。

F：您更具象的说一下，青年艺术家在哪些地方能引起您的共鸣？

许：一种创新，他们对媒介的认识。比方说老艺术家他们同样也用录像作为一种媒介，但年轻艺术家他们用录像这种媒介已经不仅仅局限为他拿一个摄像机去拍一些人物的采访，或者一些短片，他们有更深刻的认识。现在，一个动态的录像我可以使用不同的媒介，可以在手机上看到，也可以在iPad上面看到，也可以在大荧幕上面看到，不同地方看到的质量也是不一样的，播放的速率是不一样的，出现的场合是不一样的，每一种不一样都代表着这个文化上的差异。这些差异都会让年轻人去思考，我该用什么样的方式更好地去拍摄、制作影像。这个影像又该如何去演绎，演员、拍摄、灯光、配音、音乐，所有的这个流程，都会因为硬件或者软件上的不同产生很大的变化。所以最后这个影像作品，讨论更多的是一个年轻群体的感受，如何把电影跟广告的语言融合到一块去，怎样把广告的这种视觉上的叙事方法和一个音乐录影带的方法联系到一块去。也就是说，其实有无边无际的可能性。

而这种可能性，在比他们大十岁的人身上感受不到的，因为他们不去消费这些东西。这不能说是老艺术家的问题，这也不是他们的错也不是他们的缺失，这只不过不属于他们生活里的东西。既然我们这个时代到了，就需要有人来回应这个时代的微妙变化。

F：所以您觉得年轻艺术家专注的方面是更为深入了？

许：我觉得是更发散，在某个领域里面他们可能走得更深入一点，是和他们得到的教育，全世界的文化变革有关系。

F：您很关注包括声音、空间、行为等不局限于绘画艺术之外的艺术形式，但是您还是得作为一个画廊的经营者来面对这些事情，所以当您引入这些较先锋的艺术形态的时候，从商业角度讲它的价值在哪里？

许：我觉得是在未来，既然我们做的是年轻的一代，也是未来的一代，它是定义了明天这个城市社会走向的那一代人，其实我们做的商业也是未来经济的一个走向。因为你不可能说推广一个艺术，今天吆喝了一下，明天就能把钱赚进来，你要做的其实是一个很大的工作室，让大家都能理解什么是行为艺术。行为艺术不是划两条口子流个血拍两张照片，也不是跟动物发生什么关系叫行为艺术，今天有很多对当代艺术的晒见，和很荒谬的一些的理解，那如果我们支持今天更多的新艺术的门类，不管是数码的艺术，行为艺术，剧场表演还是装置，那你首先得让大众接受它，理解它。我买这个东西，我不会因为买回去之后，朋友嘲笑我说，你买了一个什么东西。这是一个很大的艺术教育工作的要去做的，而且当代艺术并不是由绘画构成的，虽然在今天的媒体中经常能看到拍卖什么艺术画，其实绘画可能只占到今天艺术领域的20%。

F：您在引入一些先锋的艺术形态时遇到的最大的困难是什么？

许：我遇到最大的困难就是大环境的不认同感，一种当

代文化的断层，真正能够参与到当代艺术里面的人很少。中国的艺术教育造就了很多永远只能旁观。在这种心态下，就会有很多藏家质疑，“你们在做什么，我看不懂，并且可能让我觉得很没有知识，让我觉得你的作品没有让我投资的价值”，这是一个主要的市场反馈。

F：这个反馈是否直接反映到了你画廊运营层面？

许：我觉得没有。大家都叫画廊，销量上也有区别，每个画廊在不同领域扮演了不同的角色。我的画廊考虑更多的是潜在性和发展方向。我们不是一个大卖场，用一年卖掉多少张来衡量自己。我们做的是怎么把中国这个不发达的市场开发出来，让大众能够接受这些新的艺术形态，让大家能够明白它的价值。对于我们来说，不仅很好地把这些艺术家推广到了大的收藏群体里面，现在还有时装、地产跟我们画廊都有合作，这才是衡量我们画廊成功与否的标志。

F：所以您还是艺术放首位，商业放次位。

许：我不能说我是艺术放首位，就像我一上来就说我是一个画廊家，我就是一个商人，但是有一个自己对艺术的标准。一个好的商人卖东西得卖地道的商品，我不会因为我是商人我就什么东西都卖，我必须要坚持自己。

F：那您现在合作的艺术家都有谁呢？

许：我现在合作的有十多个艺术家，有中国的陈维，陈然，刘窗，郭宏伟，还有一些国外的艺术家。

F：他们的作品现在卖得怎么样了？

许：他们的前景，目前在国内外以及在国外是越来越开阔。有些艺术家，我们刚开始合作的时候默默无闻，或者说他的市场还比较寡淡。但是现在有些艺术家，一年的走量可能就是数十件作品甚至上百件的作品。所以我觉得他们现在市场追逐的程度，已经给大家带来了一种新的市场上的认识。

F：您是如何看待现在的艺术泡沫的，这种畸形的泡沫会蔓延到青年艺术家身上吗？

许：非常大的泡沫，说这就是为什么我离开原来的画廊，开始做自己的画廊。因为我有自己欣赏的艺术家，他们是我们这个时代非常优秀的一些人，没有一个有诚信、有眼界的画廊为他们工作，他们很可能会融为泡沫里面的一份子。也许有人觉得他们身上有商业的气息，很快把他们炒作起来，然后就被替换掉，被扔掉。我相信今天你跑到一个书店里去，你买10本杂志至少有5本，有大量的中国年轻艺术家的内容。中国年轻艺术家变成了一种病毒，所有做画画的、做雕塑的人、做什么东西的人可以被称为中国年轻艺术家，恨不得把他变成钱。我觉得是非常可怕的一种结果，这跟中国今天的经济发展是有很大的关联。但是这也是我们必须经过的一条路。如果，参与其中，让它能够变得良性循环，是我为什么参与画廊工作的一个很大的理由。

F：您有想过您的画廊未来如何发展？您现在这个地方空间其实并不大。

许：我的画廊地方小但是我不认为它的规模小。如果你看过我们2013年的展览项目，我相信你很难找出四家以上像我们这么大规模的项目。我们做了一些，引起社会层面很大反响的项目。只是我们把办公室放在了在这个三层楼，并且这里只是定期展示有合作关系艺术家的作品。

对我们来说，喜欢这个地方是因为它带给了我们多样性，没有必要把自己锁在一个仓库改造的画廊空间。我只想要一个很常规的空间做我喜欢的东西，会让你在进来观赏的时候有一种亲切感。我喜欢这种艺术在我们日常生活里的状况。我想让大家能够在在一个心平气和的领域去感受这些作品，可以跟随我们的微信、微博、网站去了解我们下一个项目是在什么地方。我们一直在探索一种新的属于这个数码时代的画廊模式。你关注了一个品牌，你可以在生活中的任何地方看到它。