

在艺术与消费主义之间

BETWEEN THE ART AND CONSUMERISM

体验UNMASK的商店 TO EXPERIENCE THE STORE OF UNMASK

文/凯伦·史密斯

By Karen Smith

西方基督教的一个核心宗旨是“一个人如何看待他周围的物质世界，是衡量他的重要标准。”当然，这一观点并不新奇。它不是随着工业革命所产生的社会变革而提出的，也不是与卡尔·马克思的言论或现代大批量的生产线同时出现；更不是因物质主义所强调的名流社会应运而生，更不是作为对 2008 年银行业中的过刺与破产的回应。个人的道德水准可以通过其对客体的态度来衡量，这一观点由来已久。事实上，与人类的进化史相比，历史学的历史非常短暂，我们可以说这种观点比历史更久远：同人类自身一样古老。而在公认的、制度化的宗教黎明前，这一观点就被总结为术语“财富”（mammon）并写入在基督教世界广为流传的《圣经》当中。在佛教、伊斯兰教、犹太教和印度教的信仰中，都有类似的观念，用来警告那些易于被物质的诱惑所屈服的人：贪婪是多么危险。这些观念都与物质需求相关，但重要的是隐含在物质之下的道德伦理：对财物的拥有何时是符合道义的，而何时过多的占有又使人不能自拔？

人们从未如此把拥有财富视为上天的最大恩典。在 21 世纪，社会普遍根据人们的财富来定义个人价值，全球如此。事实上，整个想法似乎已被颠覆：今天，衡量我们自身的标准仍然是我们对待物质世界的态度，我们必须接受它、热爱它，如果我们不这么做就会被排斥，至少会被视为与社会脱节。如今，个人财富几乎成为判定其是否成功的标准，自从罗马帝国灭亡，成功从未像今天如此贴切地反映在物质层面上，即使美第奇家族曾用神来抗衡这种对成功的界定。这种衡量标准在亚洲尤为明显，特别是在后毛泽东时代、后 WTO 时期的中国，中国加入世界贸易组织更代表了邓小平时代的经济改革所达到的杰出高度。宗教对亚洲社会的影响程度远远弱于其对西方社会的影响。然而，在变迁的时代，例如 20 世纪 90 年代，中国在社会变革的许多方面都向西方学习，因为当代物质主义的根源在那里，西方仍然不可分割地与“第一世界”紧密相连，并不断加固其无所不在的时代精神，使之成为全球的现象。

尽管世界上许多宗教教义努力引导信徒远离“盲目追求物质财富”，但经过几个世纪的努力，仍收效甚微。如今，宗教的普及程

度大不如前，更不能起到在昔日社会生活中的作用。那么，现代人的社会力量体现在何处？很显然是在广告的掌控之中，在自由的市场和选择当中，用以决定如何、以何种程度、何时何地沉迷于其中：在今天上班族中，又有谁会认不出歌词中的自己“我是这个超级消费时代中的武器，但是这并不是我的错，这只是社会程序的一部分而已”（摘自英国歌手 Lily Allen 的歌曲《the Fear》）！“财富”（mammon）会带来巨大危险的观点早已有之，正如《圣经》中耶稣对门徒们的声明“骆驼穿过针的眼，比财主进入天国更容易”。然而这已不再有说服力，这种威慑力在中国作用微小，因为从未有一种宗教完全统治过中国。当今世界，宗教的力量在许多国家的公共领域中被削弱——很显然，无论在哪个国家、地区，我们看到的社会在各个地方都几乎相同，这是我们日益“全球化”的世界。我们会发现自己无论是在北京、巴黎，还是在纽约，做的都是几乎相同的事情。因此，那些地方的人们发现自己渴望的东西也几乎相同。今天，无论我们身处何地，我们不仅人性相似，且欲望相同——对物质的欲望——获取、拥有、占有。这让我想起伏尔泰的绝妙论断：重演的不是历史，而是人类自己。不论我们身处何地，不论我们身在何时，人类社会都以类似的模式重复历史，从一代到下一代，从一个国家到另外一个国家，而不同之处仅仅在于他们穿着不同的时装，使用不同的工具和技术，出售不同的物品，以此来掩盖或拒绝这种重复。

如果我们这个时代有什么特别，首先将是“历史的终结”（即弗朗西斯·福山在 1992 年所宣布的）。虽然生活一直正常地延续至今，但世纪末的感觉、猜测中的厄运，使人们仅存的信仰全部被“消费主义”所取代：通过消费获得物质财富，成为实现个人幸福的正当手段，“传统的文化价值观在政治集团的影响下、商业文化的冲击下走向衰落。当社会从电视娱乐的陶醉中醒来，却发现自己被剥夺掉传统而受控制于暴虐的权力机构和一个不复存在的美国梦。”（R.Cronk, “Consumerism and the New Capitalism”, 1996.）对美国梦和自由市场全球化的看法，几乎已被全球接受。欢迎来到 21 世

纪，一个纯粹的物质主义的时代，我们经受着亚当在伊甸园中所受的诱惑，看来这仍然是对人类堕落的最大审判。

毕竟，谁能抵制住如此多的选择？谁又能对那些为了悦人耳目而设计的产品无动于衷。歌手莉莉艾伦打趣道：似乎我们身体中的每个DNA都被编辑为对诱惑俯首称臣的程序。更进一步，可用美国电视连续剧《广告狂人》的流行程度来举证这一观点，《广告狂人》大胆地描述了在20世纪50年代末，纽约广告业黄金时代中残酷的商业竞争。我想在重点介绍来自北京的艺术团体UNMASK小组的新项目之前，最后想引用一个形象，它为当今世界的状态提供鲜活的悖论，并为讨论这个项目提供相应的语境。它属于宗教机构的财富，它不仅赢得社会的关注，而且它蒙上了咒语，使人们进入敬畏的催眠状态——这就是拥有无上权力的天主教教堂。作为最古老的宗教机构之一，天主教教徒早就明白富裕和物质主义的诱惑力。我们应该感到惊讶，尽管是代表世界上一些最贫穷国家的穷人们的教会，但其教堂的财富在今天仍然是世界上几乎无法比及的。这会使教会成员感到疑惑，也就不足为奇，因为他们在观看教堂中华丽装饰的同时也要抑制住自己在世俗世界中的欲望，而且教义中也一再警告教徒要远离财富之神玛蒙(Mammon)。这一矛盾与在顾客消费过程中如何看待物质财富的矛盾，并行存在，而艺术品收藏家也如同谦逊的商店顾客。诱惑催生欲望，而这正是UNMASK在其新作品《血拼》中所探讨的本质。

尽管这个艺术团体习惯性地保留着其作品中的社会意义，三位成员都认可作品《血拼》的灵感来自诱惑的本质与今天的社会所产生的欲望。这表现在作品中——并非是一个简单的只有橱窗的“商店”。观众首先要面对的或要抗衡的是他们自己的本性，他们在昂贵的专卖店中的反应。在提供给观众精美物品的同时，也使他们考虑自己的经济承受能力。为了达到全面真实的效果，《血拼》呈现了一个与商店外面实物大小相同的复制品，精确的制作规格是为了商品展示、推广和销售产品的商业化需求。这就散发着熟悉又陌生的氛围：熟悉是因为作品运用两个光洁显眼的橱窗，那种橱窗出现在全球风格的各个商场当中；熟悉的也是因为UNMASK小组曾说过“全球化对我们的影响是缓慢而稳定的……不仅体现在我们的作品中，也体现在我们日常生活中的每个方面”。(UNMASK与Marc Bollansee的访谈，别处空间，2009年2月22日)而感觉奇怪是因为这个商店在艺术画廊的环境中，所选择的“产品”也在展示中



05 吻

即刻显现出来。

商店以一种玩笑似的方式安排两个橱窗间的平衡：一个真实的他和她，一边展示出了一个镶着宝石的金手镯（为公主而造吗？这是“产品一”），另一边是闪闪发光的匕首，同样珠光宝气（适合一个现代的英雄，还是什么？这是“产品二”）。前面一部分是以整容手术现场为中心的项目的第一部分，而最后面部分是“超级”汽车：未来的“布加迪”。对于所有的系列，既形成了错综复杂的构造，对应手镯和匕首。这种做法和意图类似于2010年宝格丽的广告，朱丽安摩尔为其拍摄，她裸体配以品牌的珠宝和鸚鵡和老虎……

《血拼》在香港的首次展出一定不会被一些观众所忽略，他们既能从中环闪闪发光的商业中心屈尊光顾地下室的空间，又能在环境古朴自然的荷李活道感受更多的艺术气息。然而，UNMASK作为艺术小组，选择在画廊中展示这件作品也很合适。当然，同样暗示着反讽，与画廊相配的是“艺术家制造的精品”，难道这是沃霍尔的预言“所有的百货公司都将成为博物馆，所有的博物馆都将成为百货公司”兑现的时刻？如果这是对商店一样的画廊的“解构”，人们可能期待UNMASK引用被他们

强化的消费者现象的观念，来有意控制精品店的“质量”或形式。但情况并非如此：作品被有意做成一个商店，是对商业运作模式的效仿，而商店中的产品作为他们典型作品中的范本。

出乎意料的是 UNMASK 对那些认为他们小组的作品是“设计、产品”而不是“艺术品”的解释并不满意。而这种评论本身就说明两者之间的界限越来越模糊，特别是两者都处于市场和交易中时。UNMASK 已经尝试在这两个领域中进行跨界实验，之前他们已经生产出 UNMASK “娃娃”——UM 玩偶，还有根据他们的第一件作品《Do You Know UNMASK ?》而制造的相关塑料玩具人物。

《Do You Know UNMASK ?》创作于 2001 年，其中有九个不同的人物造型。这个脉络中还有其他作品，之后从他们小组的作品画册中取消了。正如在一次采访中 UNMASK 小组说道：“其实我们是不愿把艺术与设计划分得过于清晰，当然也不愿混淆两者的概念。”（同上）至少，作品的存活并不应取决于观众或批评家的归类。这种尴尬在中国的当代艺术中也是寻常之事，然而 UNMASK 小组一直以来在作品中融入大众文化元素，并在作品《血拼》中通过拥有、品牌等概念提供了另一种探讨大众、艺术观众的尝试，他们应该对他们的艺术注入坚韧的信念。难道艺术家们不就像他们创作出来的形象——造型好看令人惊艳却不代表什么吗？或者，正如评论家朱利安写道：“当代艺术已经更密切地与大众文化相联系并已成为如此普遍，令人在‘真实’或‘现实生活’中感到疑惑。”（Julian Stallabras, *Art INCORPORATED: The Story of Contemporary Art*, Oxford University Press, 2004, p.14）面对更直接和令人难懂的视觉图像时，如果总是关注它的“真实”这未免显得太过老套。作品《血拼》的确模糊了这种概念，也印证了今天的人们是如此地迷物，他们“用消费者的理想代替了人们在艺术、宗教和家庭中的感受。”（R.Cronk, “Consumerism and the New Capitalism”, 1996.）《血拼》更进一步提醒我们，物质主义、财富与资本的绝对力量已变得如此强大，无法抵挡：在当今的生活中，我们都是这股强大力量的同谋。即使是最贫穷的白日梦都是想赢得彩票，要不就是成为贫民窟的百万富翁，击败游戏系统。

《血拼》运用了所有这样的元素：从财富到价值、从对美的东西的占有欲，成为财富拥有者们的权利。这种物质的力量可以转化为视觉的形象，作品不仅凝视观众的心理和他们与生俱来的占有欲望，而且观察他们对所有广告的身体体验，橱窗展示的信息完美地向人们承诺拥有这些物品是多么让人羡慕：这是购物的非常体验。正如一位幽默作家所说的那样：“广告可被描述为一门禁锢人类智慧并从中赚钱的科学。”[Stephen Butler Leacock, quoted in Michael Jackman, *Crown's Book of Political Quotations*, 1982] 这如何适用于艺术？答案令大部分人不安——至少在一定程度上。艺术批评常常依赖现代主义的教条，而这在“概念性”艺术时代中几乎站不住脚。于是我们听到这些呼声：艺术被消费主义左右，或者说“今天最‘成功的艺术家’不是探寻美或展示傲人的才能，而是生产投机买卖的商品。”（Consumerism in the Arts, Webmail41@verdant.net.）UNMASK 勇敢地踏入这样的竞技场并推出了两款最新的艺术产品。

UNMASK 小组成立之初就将商业化的主流文化元素运用于作品的形式、材料中，例如 2001 年的作品《Do You Know UNMASK ?》最早创造的一系列人物。这实际上根植于本地的青年文化，这一口号被 UNMASK 用来当做反文化干涉的口号。这种口号被宠物同谋乐队成功地借用，他们使用“你知道宠物同谋吗？”（Do you know Pet Conspiracy ?）的口号来推广其现场表演，证明了这种口号的巨大吸引力，也证明了 UNMASK 在其自身所处的文化关系中的地位和影响力。UNMASK 小组选择用 UNMASK 这个名称支撑他们作品的本质。Do You Know UNMASK ? 这个问题与同名的这件作品是个巧妙的双关语，作品的形式源于每个成员的另一自我——理想化的漫画人物形象。这可以解释为老式漫画里的英雄，事实上英雄在日常生活中会装扮成普通人以掩盖其超级英雄的身份。对于艺术家来说，在日常状态下隐藏着的非凡个性，他们就是 Lull, Tin 和 Kohl：通过艺术的创作过程揭露（unmask）真实的自我。作品中的这些人物形象，如同拥有数百万网民的虚拟真实生活的网络游戏“第二人生”（Second Life）中的人物化身，在那里创建者可以控制和实现他们的幻想。UNMASK 这种创造个人形象的创作方法，从 2002 年 10 月开始创作作品《无影者》时便开始日益成熟。《无影者》中三个人的化身被放置在专门制作的具体环境当中，作品制作时正值美国对伊拉克入侵的 2003 年。即使与现实的战争有距离，UNMASK 根据这一事件设计出每个戏剧性的场景，并通过电视和网络媒体将其报道。这也正是中国的“非典”期间，意味着人们都被关在家里，特别是在北京，这使得 UNMASK 有时间和精力专注于自己的作品，并进一步细化他们的化身。

用《无影者》与在本文开始提出的有关宗教问题进行类比：在这里，三个“自我的化身”被等同于神的化身，并且每个人的命名被强化：Lull, Tin 和 Kohl，分别代表火焰、爆炸和血。这唤起在基督教之前的古埃及和罗马众神，特别是在很多古典艺术着力表现的古希腊神话——这是人类社会道德伦理的根源，使人分辨善恶和对错。

《无影者》在他们自己的世界中呈现出这些英雄。每个人物看似是用有机玻璃制成的，实际使用的是透明树脂材料，然后把油彩涂在表面。这种树脂必须亲手制作且随着材料的变硬而更加脆弱，所以每个步骤都需要数小时认真紧张的操作，才能达到预想的半透明的完美程度。完成的作品被包裹在有机玻璃的穹顶罩中，为了保护内部场景，要提示观众它们是不能碰的；这是超越现实的存在状态。就像凝视着一个水晶球看到未来，或是预见在虚拟世界中游走的形象。

第三次再造 Lull, Tin 和 Kohl 这三个化身是在 2009 年作品《零度脉搏》的展览中。这次采用了大型装置。以前版本的化身尺寸小：《Do You Know UNMASK ?》中的人物形象只不过是 25 厘米高的儿童玩具，《无影者》中的人物也是微型的，整个直径不超过 50 厘米。《零度脉搏》中的尺寸完全达到了另一水平。这三个“似人形态的未知生物”（UNMASK 与 Marc Bollensee 的访谈，别处空间，2009 年 2 月 22 日）比真人稍大。每个人物都被装在一个自我满足的“虚拟生态空间”，或如 UNMASK 所称“把‘人’作为一个小宇宙”

(同上)。站在这群作品中间，幽暗的展览空间中只有戏剧化的灯光洒在作品上，感觉这三个人物仿佛从马修巴尼录的影像中走出的演员，漫步到精心设计的玻璃橱窗中摆出Pose，拍摄未来主义的、恋物癖的时尚大片，也或者是仅仅为了娱乐观众。但是，从马修巴尼来看，那些作品的超凡之处在于，它们完全在艺术家的掌控之中，艺术家可以自由地发挥各自的想象力。每个化身的容貌和特点都被刻画得“有宗可循”，也令人联想到好莱坞的“X战警”中的人物形象。作品完成的这一年，正是达尔文发表《物种起源》的二百五十周年，自然会让人想到人类已经过研究、通晓这种观念，因为如今的科学已可研究人类的生命细胞。有些人会将这组作品看成UNMASK 戏耍大众文化符号和元素的最新例证，认为他们把虚拟现实的世界赋予了实体形态。UNMASK 对他们的回应是“在我们的作品中时尚元素是作者视觉经验和作品气质的体现，我们并没有刻意去映射当下的社会问题。在我们看来，这些元素是通俗的，能直接传达我们的意图，表达我们的情绪。”（同上）不管是什么元素，整组作品比之前的“化身”更显成熟、更具艺术美感，这同样延续到最新的作品《血拼》当中。

批评家总是倾向于在艺术家的作品发展中，找到一条不断发展的主线，在他们看来，UNMASK 的作品中隐含着人类的迷恋——无法摆脱的欲望。但是UNMASK 拒绝接受强加于他们作品的结论。鉴于这种写作方法在当代的泛滥，他们的担忧并非没有道理。正如一位著名的批评家指出，“对艺术作品进行解构主义和心理学分析方法的优点，就在于批评家们可以任意反复地将这种方法适用于那些最终得到老套结论的艺术作品……一旦该方法被知晓，任何材料都将可以送入这个‘机器’”。(Julian Stallabras, Art INCORPORATED: The Story of Contemporary Art, Oxford University Press, 2004, p.162.) 的确，如果追随批评家们对UNMASK 的作品已设定的主题，那么2006年创作的系列作品《半透明》的雕塑形式就为这种机器提供了不可抗拒的饲料。

紧扣这个标题，《半透明》的每一件作品都试图通过赋予身体一种“半透明体”的形态来对抗物理学。同时该方法也定义了一种与传统割裂的人类存在形式，也就是说，不同于所熟知的人体表面覆盖皮肤的形式：只留下不锈钢制成的片段浮动在空中轻声低语。对人体表面局部结构巧妙处理的灵感，来源于人们所熟悉的古典雕塑的人物。想象一下光线把它作为固体照射，投下的阴影被完

06 UNMASK艺术组合



06

全切割，只留下片段和空白，最后作品的力量显然已经打败了有形的物质形式和存在。皮肤被转化为一件衣服、一块遮盖物。作品呈现的是存在物的轻盈，它们是透明的、没有完整的形式——而艺术中惯常表现的是物质存在的体量。一种普遍的审美理想或是单纯的完美形式通过作品表现出来，这些形象没有性别或种族身份：不侵犯任何人并使每个人都能接受。《半透明》并不是对人体解剖或古典雕塑的模仿，它推进了作品《Do You Know UNMASK ?》的主旨，再次展现可以随意穿上和脱去“皮肤”化身。《血拼》作品的第一部分（2010年在今日美术馆第二届文献展中展出）使我们又一次进入变身的领域。终将有一天，科技将使这种对身体的选择成为现实。而此时，他们仍然展现的是未来的“皮肤”——在制造一个完美的“你”的范围之内，当然也在UNMASK《零度脉搏》的构想之中。

如果人们重复自己，我们必定也期待艺术家们如此。UNMASK 以他们自己的方式，延续和扩展了沃霍尔在近半个世纪以前所设定的消费主义趋势：这些时代的另一个特征就是在艺术中不断出现越来越具有挑战性的新事物。在沃霍尔的时代出现这一视觉图像：1968年简方达主演的Cult电影《上空英雄芭芭丽娜》，此片改编自1964年的漫画。电影利用海报等图像来宣传电影增加票房，这样视觉传达方式同样并行出现在今天UNMASK制作的商店橱窗中。尽管电影中芭芭丽娜的形象令人毁誉参半，但欣慰的是她可以证明人类一直喜爱这种表现方式。区分高雅艺术和大众文化的关键是，担心“如果商品都具有文化的倾向，那么还能能为艺术留下多少空间？”艺术家们如何回应艺术与时尚、艺术与设计、艺术和大众文化之间日益密切的关系？艺术家定会有办法应对和打破这强加给他们的问题，比如达达、朋克和后现代主义。在旧体制存在的环境下，新的价值体系不能有效：这正是UNMASK小组站在传统艺术的边缘，或者说在一个新的混乱时代的前沿时，需要全力应付的情况。只要他们按照化身Lull, Tin和Kohl这三个人物的坚定信念继续走下去，他们就应该在未听到尖声喝彩。毕竟，沃霍尔在他的时代曾说过的挑战和开拓商业主义的话被人深深记住，讽刺的是，他的艺术曾被现代主义的批评家们认为缺少原创性、象征意义和艺术价值，而今天却被学术界视为高雅艺术。

现在，祝你度过愉快的一天。

UNMASK 艺术组合成立于2001年，由刘展、匡峻、谭天韩组成，他们三人同为中央美术学院雕塑系的同学。 □