



公共厕所：男 装置 宋冬

名声焦虑学

□杨小彦
Yang Xiaoyan

Anxirrepuology: An Anxiety for Reputation

No doubt artists are anxious about their reputation; it is directly affecting their lives.

我把艺术家群体看作是文化产业大军中对“出名”有着强烈焦虑的存在，所以我觉得在艺术学中，一定存在着——门“名声焦虑学”。可惜伟大的美学家对此不太感兴趣，所以至今成果索然。但这并不妨碍我们粗略地描述这门学科的一些内容。要知道，几乎所有和“出名”挂得上钩的词语，对于艺术家群体来说，都具有神经质般的反应。上世纪九十年代，一句“下课”的断喝，会把艺术家的内在恐慌表露无疑。而在各种各样的艺术杂志封面，我们也很容易看到艺术家本人呈现给世界的“艺术影像表情”，那显然是经过深思熟虑的，抬眉眨眼之间总是那么独特与深沉。我设想，艺术这个职业，或许真能提升一个人自我观照的能力，让他们设想冥冥中有一个“他者”，这个“他者”每天没什么事要干，就只干一件事，盯着艺术家本人，左顾右盼，上盯下望。这个“他者”，把艺术家弄得心神不宁，同时又无法摆脱。

记得1989年“中国现代艺术大展”，枪声一响，就不知断送了多少艺术家争当新闻主角的努力。当年吴山专的“作品”是买对虾。他从家乡舟山群岛弄来了几箱新鲜对虾，当场就做起了“买卖”。令他得意的是，在“买卖”被查封以前，著名雕塑家刘开渠就已经买了几斤，好回去下酒。对吴山专来说，这就表明自己的“作品”已经完成，余下的几天，没事干就到处玩耍，而让现场只保留了一块黑板，上面书写着“买对虾”几个粉笔字。他的这件“作品”究竟要表达什么，没有人能够有确切的答案。一段时间以后，吴山专在一

篇谈及自己的作品《买对虾》的文章中，认为作品是针对展览本身的。也就是说，他认为整个“中国现代艺术展”其实是一场大买卖而已，而自己的“作品”，或者说，整个展览中只有自己的“作品”，才确切无疑地表达了这个主题。这就叫作品的“涵盖性”。这表明，吴山专已经为展览中的作品排了个座次，那高高在上的，自然是他的来自舟山群岛的对虾，然后依次而排，枪击、发避孕套、洗脚、孵蛋，等等。其实，聪明的吴山专心里很明白，那两声枪响已经把历史的记忆给固定住了。事后，他对一个熟人说：枪一响，当时心里就一惊，心想：完了！我不知道这件事的真假，当那位他的熟人，同时也是我的朋友告诉我这段逸闻时，我倒认为有真实性存在。至少其中所传达的情绪，是符合那个特有氛围的。

在我看来，“完了”是“名声焦虑学”的一个关键词，因为它道出了名声的虚无与焦虑的真切。那个年代，外行是不明白为什么艺术家那么渴望出名，难道他们真的想影响群众吗？经过时代的洗礼，从上到下都开始意识到不要随意夸大艺术的作用。所以那时虽然不时有突如其来的批判，虽然仍然有人指证某种风格某种行为甚至某种色彩有嫌疑的，但因为从事艺术而受到质疑的现象越来越少了。反过来也证明，要让艺术真能影响群众，也不是那么容易了。

今天我们才明白，艺术家出名其实是和经济有关系的。所有当年曾经的艺术家的，如果不出意外，今天都已经成为了名符其实的“艺术资本家”了，因为他们就凭着自己的“观念”和“思想”，便可以将其产品，通常都叫做“艺术品”的，拍卖出一个好价钱来。而在这当中，的确存在着一条计算价格的潜在规则：凡是名声大的，价位自然就高，凡是名声小的，只好委屈了，好把价位放下来。目睹了艺术市场从空想到现实的整个过程，人们才记起和毕加索有关的一句话：凡是手捏过的都是黄金。这里没有什么诀窍，也不存在什么天才的技巧，就因为他是毕加索。

当然，临末了我还得为我的朋友吴山专辩护一下。他有一件在欧洲构想的作品还是包含了一种疯狂的戏谑，而戏谑恰恰是对付堕落的一件武器，疯狂的戏谑则对付空前的堕落，尽管不会有什么结果，但仍然还是可以博得我们神秘的一笑。吴山专声称他的作品是为了完成杜桑的遗愿而产生的。杜桑的小便池，也就是作品《泉》，就放在他家乡的纪念馆里，吴山专计划去这个纪念馆，对着作品《泉》，也就是小便池，撒上一泡尿。按照他的想法，杜桑的本意就是，这不是什么艺术品，而是一件器物，一只小便池。只是，当他把这小便池搬到艺术展览会上时，观众拒绝承认那是一件艺术品；而当他的小便池被正式命名为《泉》，因而获得艺术品的资格时，人们又不敢还原它为小便池了，因为它已经高高在上，成为收藏的对象，拍卖行中的抢手货，成为了黄金。

关于吴山专的撒尿作品有许多说法，包括他本人在内，也多少有点神秘。但是，就意义而言，我以为考证这件事的真伪已经不那么重要了。重要的是，在器物性质转化的解释过程中，小便池和《泉》已经互为镜像了。这也恰好说明名声和焦虑也是互为镜像的，它们彼此之间要依靠一系列复杂而戏谑的转化来完成自身，使“出名”物质化，使“名声”可触可摸可闻可看，来消解因“焦虑”而产生的虚无感。否则，“完了”就会成为唯一的事实，终结所有以“艺术”命名的经济游戏。



公共厕所：女 装置 尹秀珍

Personally, I consider artists as people who work for a cultural industry that has intense edginess towards being well known. I believe, therefore, a study called “Anxirrepuology” must exist among all other studies in Art. In terms of Anxirrepuology, its definition is an anxiety for reputation. In fact, essentially all vocabularies that are associated with the term “well-known” can bring stress among artists. During the 1990s for example, a statement “after class” brought out the inner panic of artists. Clearly, on various Art Magazine cover pages, we are able to witness, without difficulty, artists’ demonstrations of “Image expression” of art to the world. Obviously they are presented with great knowledge, which is undoubtedly profound and unique. I assume, further more, an artist career promotes the ability to see oneself through the eyes of another, causing a realization that his works may or may not be a well-received work of art. Once his works are found to be unfitting, a feeling of failure befits that of the artist.

Obviously, “it’s over” are key words in the study of Anxirrepuology simply because it brings out the anxious eagerness to gain a good reputation. At that time, it is difficult for amateurs to understand the desire of an artist to be well known. Could it be really that artists want to influence the society? Through half a century, people have realized that it is dangerous to exaggerate the usage of Art, thinking that it really helps to bring peace or chaos among society. Although there were still sudden judgments such as claiming certain styles or colors were associated with notions of “anti”. At the same time, this also proves that in order for art to influence people, it is not as easy as it seems.

I have always understood that an artist’s reputation is closely connected to his economic status. Tracing back, all the artists are now true ‘Art Capitalists’ who turn their notions and ideas into “Art Work” that sells at high prices. Clearly a golden rule applies that only those artists with great reputations can sell their art work at high prices while the not so well-known sell at lower prices. No doubt artists are anxious about their reputations as it is directly affecting their lives.