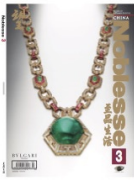


PRESSBOOK

XU Zhen

Noblesse

March 2017



Noblesse March 2017 Angie Mao

EXCLUSIVE | 独家



徐震 我的艺术从 挑衅开始

他是艺术家、策展人，还是艺术公司——没顶公司的首席执行官，徐震游刃有余地在不同身份间穿梭，用新奇的想法、饱满的情感和惹人争议的作品不断地对当代艺术生态展开全新探索。作为中国年轻一代艺术家的领军人物，他的人生正是一场又一轮针对“保守”的挑衅。

采访/撰文：毛荣丹 人物摄影：JJPhoto



1. 2016年，由“徐震”首倡的公共雕塑展“愚识形状”在伦敦之夜”现场进行表演；
2. 2016年于上海某画廊开展的“徐震超市”

对于当代艺术，徐震做了一个很巧妙的比喻：“它不是一杯卡布奇诺，而是一杯Espresso（浓缩咖啡），而且是一杯沉积了很长时间，化不开的Espresso，而我们就是要想办法把它化开。”他和他的没顶公司就以高质量、富有深度的作品将艺术行业的边界推展更为深广，打破一切保守和成规，以挑衅的态度“野蛮”生长。

从挑衅开始

2016年的某天，几位朋友在上海愚园路新开的一间迷你超市里购物，发现花出去的钱买来的只是商品被掏空的包装外壳，顿时感觉上了当，围观群众不仅包括围观新鲜、爱热闹的街区市民，还有借机教育孩子“徒有其表”道理的父母。事实上，这家“徐震超市”是曾在多个当代艺术展、艺博会上亮相的一件装置作品的实体版本，挂着“填补空虚每一夫”的标语，“焦虑、愤怒只是表面，就像吹来一阵风，你只是起了一下鸡皮疙瘩，但并不会感冒。”回忆起当时的现场反应，徐震本人回答道。

他不仅激怒过观众，还激怒过同行，更激怒过艺术界，对此徐震倒是很有自知之明，承认“自己个性嚣张”。

2011年，早在北京中艺博国际画廊博览会正式开幕之前，徐震的没顶公司即将与艺术家陈冠希合作项目《光天化日》的消息就已经在圈内同行间传得沸沸扬扬，变身铜像的摄像机，还有满

是眼睛图案的布艺装置等，他不仅借这个作品系列以及话题性人物带来的影响力机智地讨论了窥视与隐私，看与被看的社会行为，更以极高的曝光率达到了中国当代艺术领域内前所未有的营销效果。至于对被激怒的同行们发出的争议和责难，徐震倒也一直无所谓，“我是在试图打开保守的艺术系统，干嘛还会记仇来骂我商业？”

追根溯源，或许一切开始于2009年——没顶文化有限公司正式挂牌成立，他宣布放弃“徐震”这个艺术家个人身份，换用“没顶”的名称和公司形式。而这也就意味着“艺术品在这里是商品，艺术生产是企业行为”，他很坚决，“做艺术有很多方式，大家不要老挤在一堆。从我的角度来说，就是想要彻底地换个方向试试看”，“挑衅”变成了“建设”，他成了一名“跨界者”，尝试对当代艺术圈原先极为安全的规则松土。

打破规矩，野蛮生长

坐落在上海龙腾大道2879号，2016年年底开幕的“徐震专卖店”与同时迁址于此的没顶画廊相邻，成为徐震的没顶公司在去年所做的收官大事。相较于画廊，艺术品专卖店的面积并不大，近乎四方的空间内，白墙上贴着一个以各种宗教像为原型的图案，沿墙还高低错落地摆着以“徐震”品牌命名的各种大大小小的艺术品，可以将这种关系理解为：他是没顶公司于2013年底推出的同名品牌“徐震”的设计师，产出和销售的是艺术品，但这到底是艺术的名义做商业？还是以商业的名义做艺术？抑或是以这种方式扩大艺术在大众群体中的影响力？

有一种观点认为，我们要参考西方的美术馆模式，学习它们怎么做公共教育，如何与观众互动，但如果真这么做的，再过30年也赶不过它们，中国现在正处于消费文化大行其道的时候。





Noblesse March 2017 Angie Mao



次参加威尼斯双年展，成为了参展最年轻的中国艺术家。在创作了绘画、雕塑、装置、录像和行为艺术等作品之后，单枪匹马的艺术家身份似乎还远远不饱这个不断冒出新点子、新想法的人。他也从未违背过自己的勃勃野心。

撬开僵化的艺术圈

“徐震现在已经不是艺术家徐震了，而是一个公司的CEO。以艺术市场的职业生崖定义来评价的话，这无疑是自杀。”伯尔尼美术馆 Kunstmuseum Bern 馆长 Philipp Pictorius 曾带着一丝忧虑而又无保留地写道。“但他承受住了风险，并且获得了某种程度的自由。”再一次采访正是在他没顶公司进行的。这间位于上海郊区松江工业区的公司，占地5,000平方米，置于周围各色厂房、仓库之间，自然地带上了一种批量生产的工业意味。

在“艺术如何永恒地生存下去，而又与现实发生联系”的问题上，他雄心勃勃，试图用创作猛烈地拨动人们对当下生存境遇的反思之弦，蓬勃地“野蛮”生长。

早在1990年代，美国波普艺术之父安迪·沃霍尔也曾将工作室命名为“工厂”，批量生产那些具有标志性的丝网印刷作品，成为了当时艺术与消费文化结合的典范。而徐震创办的这间以艺术品生产和经营为主业的公司，用创业实践的方式把艺术和商业的联系向前推进了一步。包含“徐震”品牌部、设计部、媒体营销部、产品研发部、艺术驻留部等部门在内，三四十位员工心完成一个完整的作品计划，是一架地地道道的“艺术生产企业”。徐震非常自豪地将之概括为“从娃娃、教练、裁判到场地我都有了，比赛没输过别人”。

没顶公司举办的首场展览——“看见自己的眼睛：中东当代艺术展”在当时毫无意外地再次引起了争议。没顶的员工构成中东艺术家创作如抱体清真寺、挂毯等各种作品，在对西方人在世界各地寻找文化标志的行为进行调侃的同时，把矛头指向了本土艺术圈。在强势的西方文化的席卷下，本土艺术界为何会被别人牵着鼻子走。他认为关键在于艺

术家对艺术作品与市场的供需关系的否认，以及借所谓的理想主义的清高名义对艺术进行绑架。割裂艺术与商业之间的自然联系。

“别老看着马跑，你得先让马吃草。在吃草的时候你还是在质疑说：‘马为什么吃草？’但不能应该吃吗？基本的产能供需关系你都不清楚，难道艺术圈不保守吗？还整体批判画廊商业。我们的文艺从最开始具有为政治服务的单一性功能，进入1990年代后又具有了批判性功能，导致逐渐脱离大众。所以现在这个圈子越来越小。外圈的人不知道你在干嘛，只有我们为为数不多的几个人想把它打开点，再打点。我无所谓别人对我们的指责，但参与的人应该更多。去尝试更多的可能性。”他的语气坦诚，说到深处甚至带着些气愤却十分动情。

在徐震看来，当下是充满可能以及未知的时代。现在的中国其实已经给艺术家提供了很大的宽容度，伴之而来的是宽松自由的艺术土壤。在“艺术如何永恒地生存下去，而又与现实发生联系”的问题上，他雄心勃勃，试图用创作猛烈地拨动人们对当下生存境遇的反思之弦，蓬勃地“野蛮”生长。□

代。我们想把消费性作为当代艺术的传播渠道。因为现在绝大多数人的逻辑是只有消费了才会去认可这个东西，而不仅仅是买张票去看个展。“徐震专卖店”的目的是建立这个渠道，而非单纯地解决商业与苦、学术与苦的问题。”

坐在专卖店办公室的沙发上，徐震谈起了开店的初衷。这个进入不惑之年的男人，出现在大众视野的形象一直是戴着一副黑框眼镜，短发乌黑，你却从他轻松大胆、自信的言谈间觉察到瘦高的身体里其实藏着一颗不安于现状的心。

1996年，他从上海工艺美术学校毕业后，“就从没受过单纯的创作的日子”，因为“不能忍受浪费生命待在学校里画模特”而去了北京的

圆明园画家村。“那时的日子过得很潇洒，大家一起谈艺术、谈诗、听摇滚。我很少能从现在的年轻人身上看到这种愉快的活力。”一年之后，这个上海人飞在天上的理想终于落地，回到故乡开始了真正的艺术实践。

已经和徐震相识10多年的田震宇(Philip Tian)是北京公益性独立艺术机构尤伦斯当代艺术中心的总监。他曾这样评价徐震：“他不是一个很细致、工匠式的艺术家。他甚至有时候会做得比较糙，但他的观察力和表现力其实是非常有意思的。”徐震的作品向来带着傲慢并试图打破陈规的讽刺意味。“能把艺术中用以调侃的部分，与精致的制作融合在一起”。《喊》——在公共场合突然大声叫喊，瞬时拍下路人惊愕的表情，到1999年艺术家自我组织策划的“超市艺术展”中的视频作品《来自身体内部》，以至2005年的录像作品拍摄自己登上珠穆朗玛峰，并在暴风雪中将世界最高峰削下等同自己身高的一块做成视频，连同展示的登山工具组成的作品《8848-1.86》。他的视角既关照了尴尬窘迫的日常生活，也成功探讨了当下社会由经验左右的真假现实。2001年，他曾带着作品《彩虹》(1998年)首

1. 2010年发展美术馆“徐震艺术大展”现场
2. 于2016年年底开办的“徐震专卖店”
3. 徐震，拍摄于“徐震专卖店”

