

不是未來的未來： 在線展覽的賽博格想像

●卞 卡

近來有過一則軼聞，英國的伯明翰和默西塞德郡有人火燒5G（第五代行動通訊技術）信號基站來抵禦新型冠狀病毒肺炎（COVID-19，新冠肺炎），然後引來專家的嘩然斥責。新冠肺炎疫情期間雲譎波詭的傳聞在互聯網上甚多，各種真假傳聞自相矛盾地傳播，其中也包括這條在互聯網平台懷疑互聯網技術的當代怪談。

疫情期間，藝術行業也在互聯網上展開新的工作方式。而近期活躍的在線藝術展覽，也可以被看作是一套自相矛盾、真偽同體的命題：在失去了現實語境、空間情境和文化複雜性的數字世界，觀眾仍然可以獲得藝術的體驗嗎？如果進入網絡平台，「展覽」還需要存在嗎？它是權宜之計還是一種未來趨勢？這些討論恐怕沒有答案，但卻可以幫助我們在這個特殊的時期重新理解藝術、互聯網世界以及未來的話題。

一 互聯網化的美術館

最近幾年中國的藝術圈時常會談論美術館的互聯網化，「流量」、「網

紅」的概念進入了美術館的策展和運營戰略，於是也就有了關於當代藝術消費低端化的爭議。美術館項目的互聯網營銷，並非僅是突發的新冠肺炎疫情的倒逼，更多的是近年呈現的連貫工作方略。疫情到來之前，美術館已經互聯網化了。

在十六世紀的蘇州，這座當時貿易最繁盛的城市裏，評論家范允臨說道：「今吳人目不識一字，不見一古人真迹，而輒師心自創。惟塗抹一山一水，一草一木，即懸之市中，以易斗米……」^①這表明了文人對藝術消費低端化的蔑視。明代的畫家和知識份子面對的價值系統相對今天而言單純得多，他們只需要面對有限的市場、仕途和鮮明的書畫正統。在一個強勢的文化正統範式面前，市場論顯得不堪一擊，遵守明確的正統文化範式和知識份子的風骨，是古已有之的美德。

但是，今天中國的民營美術館從業者和操盤手面對的現實則複雜得多，他們必須面對商業市場規則、文化審查機制，既要構建與畫廊和博覽會共謀的文化權力系統，又必須保持公眾美譽度。在美術館曾經依附的地

產經濟、文化小鎮等紅利透支之後，在沒有政府對當代藝術的政策支持，而士紳精英的贊助也微乎其微的情況下，預算危機成為美術館的日常。所以當新冠肺炎疫情造成全球的危機而進入「例外狀態」時，在中國的民營美術館那裏其實只是某種常態的危機。

今天美術館的工作被分成了兩個部分，一邊是運作全球藝術明星大展，一連串閃亮的名字包括畢加索 (Pablo Picasso)、霍克尼 (David Hockney)、卡普爾 (Anish Kapoor)、布爾喬亞 (Louise Bourgeois)、盧卡斯 (Sarah Lucas) …… 另一邊是美術館在社交媒體、流量營銷平台上像大賣場一樣的促銷，這形成了近幾年京滬藝術展覽的基本表徵——大牌藝術家加票房流量。展覽喪失了現實的針對性，包括中國和全球的問題在美術館裏日益弱化、代表精英文化的美術館的底層轉向，這些都是從業者的焦慮，價值的分裂感更甚於古代文人高士持字畫懸市以易斗米，美術館解決預算危機的同時，又遭遇了價值危機。

美術館系統的精英資本缺失，此消彼長的是底層消費的進入。今年5月4日的青年節當天，國內視頻網站「嗶哩嗶哩」播放了一個題為《後浪》的宣傳片，展現了青年人的互聯網生活。這個視頻暗示了未來的一個趨勢——互聯網營銷加年輕消費群體；還有一個說法是，中國未來最具消費力的群體是沒有房貸壓力的小城鎮底層青年，所以整個市場幾乎都在注視着所謂的低端消費人群。美術館也被迫裹挾在這樣的市場邏輯裏向下兼容，精英文化被「屌絲文化」②取代。2003年在中國突發的嚴重急性呼

吸系統綜合症 (SARS，又稱「非典」、「沙士」) 疫情成就了互聯網購物——一種大眾消費模式；在十七年之後，新冠肺炎疫情也許會強化另一道景觀——文化消費的互聯網化。

新冠肺炎疫情中斷了全球新自由主義貿易和服務產業鏈，也中斷了全球展覽托拉斯 (trust)，美術館的「流量」大展不得不暫停。這時期美術館的工作團隊集中流向了網絡平台，更專注於線上展覽和活動。例如上海的昊美術館把自己的微信公眾號由信息發布平台升級為內容生產平台，一方面在線上梳理過往展覽，另一方面也推出讀書會形式的「夜讀」欄目，由一位推薦人錄製一本書籍、一首詩歌或一部電影的節選段落，與聽眾分享，聽眾可以通過評論的形式與推薦嘉賓進行互動。另外，也有基於線上視頻平台的《馮夢波：真人快打》項目。馮夢波差不多是中國最早以電子媒體作為切入點展開文化思考的藝術家，疫情期間，他以遊戲玩家的姿態在線與觀眾分享遊戲「秘籍」。北京尤倫斯當代藝術中心 (UCCA) 與音樂廠牌及線上直播平台推出的音樂真人秀——「『園音』 線上音樂會：『良樂』」已經舉辦了兩期，其中第一期坂本龍一的出場引起了網上聽眾的熱烈反響。

全球的美術館紛紛推出在線展覽和導覽的服務，這是疫情中居家隔離的民眾的安慰劑，也是中國的民營美術館的清醒劑。美術館可以在這期間把網絡平台的工作實踐得更專業化，去實體化的工作模式讓運營者沒有那麼大的經濟負擔，這也算是一種價值危機的修復。今天線上平台/展廳對