

Pekinški eksperimentalni elektronski glasbeniki o pojavu komercializacije in turizma v sodobni kitajski umetnosti¹

Summary

Beijing Experimental Electronic Musicians on the Phenomenon of Commercialization and Tourism in the Contemporary Chinese Art

The article provides opinions of some Beijing experimental electronic musicians about the situation of contemporary art in China and in the world, primarily about the background of the so called Christmas performance in Art District 798's gallery UCCA in Beijing. This was a sort of protest against destroying art with commercialization as the only measure of art gallery's success. The article first describes the situation of contemporary art in the world at the beginning of 21st century as it is described in Julian Stallabrass' book *Art Incorporated*. It can be deduced from the words of experimental electronic musicians in Beijing that the situation is similar in China. During the debate about the Christmas performance in UCCA gallery, a problem with galleries was emphasized. These became more similar to tourist venues than places for enriching one's thoughts and awareness about the world surrounding us, through artwork. Therefore, the Christmas performance tried to express this sentiment. It offered visitors a tourist show brought to the point of absurd. The employees and the leader of UCCA couldn't comprehend the symbolic meaning of this happening, which, symbolically, took place on Christmas, the most commercialized holiday in the West as well as in China.

Keywords: art, commercialization, UCCA gallery, experimental electronic music

Matic Urbanija is a doctoral candidate at the Department of Asian and African studies, Faculty of Arts, University of Ljubljana. In his research he focuses on the field of contemporary sound art in China. (matic.urbanija@gmail.com)

Povzetek

Članek podaja mnenja nekaterih eksperimentalnih elektronskih glasbenikov v Pekingu o stanju sodobne umetnosti na Kitajskem in v svetu, predvsem pa ozadje božičnega performansa v galeriji UCCA v umetniškem območju 798 v Pekingu, ki je bil svojevrsten protest proti uničevanju umetnosti s komercializacijo in množičnostjo kot edinima meriloma uspešnosti umetnostne galerije. Razprava se najprej spregovori o položaju sodobne umetnosti v svetu v začetku 21. stoletja, ki jo je v knjigi *Art Incorporated* podal Julian Stallabrass in ki poudari komercializacijo muzejev, njihovih korporativnih modelov upravljanja, povezav s poslovnim svetom in približevanjem komercialni in množični kulturi. Podobno je tudi na Kitajskem, na kar opozori božični performans v UCCA, ki uprizori turističen šov in ga privede do absurda. V galerijskem prostoru je vladal popoln kaos in neorganiziranost. Delavci in vodilni v galeriji UCCA niso bili sposobni dojeti pomena tega dogodka, ki se je, simbolično, odvil na božič, ki je najbolj skomercializiran praznik na Zahodu in tudi na Kitajskem.

Ključne besede: umetnost, komercializacija, galerija UCCA, eksperimentalna elektronika

Matic Urbanija je doktorski študent na Oddelku za azijske in afriške študije na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani. Pri znanstvenem raziskovanju se osredotoča na področje sodobne zvočne umetnosti na Kitajskem. (matic.urbanija@gmail.com)

¹ Članek je del doktorske raziskave *Eksperimentalna elektronska glasba v Pekingu od 1980 do 2010*, ki jo avtor kot doktorski študent opravlja na Filozofski fakulteti v Ljubljani.

Uvod

Eksperimentalna elektronska glasba in zvočna umetnost je na Kitajskem razmeroma nov pojav, saj se je scena, povezana s to obliko glasbe, začela oblikovati šele v prvem desetletju 21. stoletja. Središče razvoja tovrstne umetnosti je predvsem v Pekingju, čeprav so skupine glasbenikov ali posamezni zvočni umetniki prisotni tudi v drugih mestih (Sanghaj, Hongkong,...). To so pretežno ljudje, ki so se eksperimentiranja z zvočno umetnostjo naučili sami in nimajo formalne glasbene izobrazbe, a so široko razgledani in dogajanje v svojem okolju oziroma v kitajski družbi poglobljeno reflektirajo. Njihov pogled na umetnost, ki ga obravnava ta razprava, odraža splošno stanje sodobne umetnosti na Kitajskem, ki že od začetka 90. let nezadržno drvi v množičnost in komercializacijo, ki se odraža predvsem v večjem poudarku na tržni vrednosti umetnin in manjšem na estetski vrednosti, kar pa je značilno tudi za večino preostalega sveta.

Zato se pričujoča razprava najprej na kratko ustavi pri stanju sodobne umetnosti v svetu v 90. letih 20. stoletja in v začetku 21. stoletja, ki ga je zelo dobro analiziral Julian Stallabrass, nato pa preide na kratek opis razvoja umetnosti na Kitajskem od 80. let naprej, s poudarkom na razmerju med oblastjo in umetniki ter prepuščenosti zadnjih zakonitostim trga. Na tej točki sledi mnenje nekaterih pekinških eksperimentalnih zvočnih umetnikov, ki so bili v intervjujih, ki sem jih opravljal za svojo doktorsko raziskavo, pripravljeni spregovoriti o stanju sodobne umetnosti na Kitajskem. V to je vključena tudi njihova razlaga ozadja t. i. božičnega performansa, ki se je odvil 25. decembra 2010 v galeriji UCCA v umetniškem območju 798 in ki je izražal ne samo ostro kritiko do UCCA in umetniškega območja 798, ampak posredno tudi kritiko stanja sodobne umetnosti v svetu.

Komercializacija in pojav turizma v sodobni umetnosti po svetu

Glede analize razmer v sodobni globalni umetnosti (še zlasti od 90. let prejšnjega stoletja naprej, ko je bilo najbolj čutiti vdor kapitalizma in komercializacije v umetnost) je zelo zgovorna knjiga Juliana Stallabrassa *Art Incorporated* (2004). V njej avtor obravnava stanje sodobne umetnosti v 90. letih in na začetku 21. stoletja. Ugotavlja, da so bile za 90. leta značilne zelo hitre in temeljite spremembe na področju galerij in bienalov. Medtem ko so po vsem svetu nastajale nove galerije in novi umetniški bienali, so se starejše institucije širile ali celo odpirale podružnice. Glavna značilnost pa je bila komercializacija muzejev, ki so se oprijeli korporativnih modelov upravljanja, se povezali s poslovnim svetom in se s svojo produkcijo približali komercialni in množični kulturi ter se pri tem manj zgledovali po knjižnicah in več po trgovinah in zabaviščnih parkih. Umetniki, ki so bili že pred tem zvezdniki, so po statusu postali podobni pop ali modnim zvezdam (Stallabrass, 2004: 14). Pri vsem tem imajo pomembno vlogo vlade, ki se zelo dobro zavedajo, da na svetovni ravni mesta tekmujejo med sabo glede investicij, sedežev podjetij in turizma. Poleg primernih ekonomskih razmer morajo mesta zagotoviti tudi raznoliko kulturno ponudbo, ki bo privlačna tako za turiste (še posebej za bogate turiste), kakor tudi za lokalne prebivalce, ki bi se drugače odselili drugam (ibid: 36). Ena pomembnih komponent kulturne ponudbe je torej ugajanje turistom, tako tistim iz drugih delov sveta kakor tudi domačim.

Poglavje o kulturnem potrošništvu začne Stallabrass s trditvijo, da če je ekonomski izraz neoliberalizma neenakost in njegov politični izraz deregulacija in privatizacija, potem je kulturni izraz neoliberalizma prav gotovo nebrzdano potrošništvo (ibid: 73). S propadom alternativnega neoliberalizma v 90. letih so se okrepile sile, ki so pripomogle k prevladi potrošniške kulture nad umetnostjo oziroma celotno kulturno produkcijo (ibid: 75). »Rezultat tega je odnos do umetnosti, ki je podoben odnosu ljudi do dobrin, za katere se ljudje pretvarjajo, da niso nič kaj manj kot umetnost.« (ibid: 81)

Omejevanje umetniškega izraza se kaže na primeru korporativnega sponzoriranja razstav,

pri katerem je prisotno odklanjanje kritičnih in radikalnih vsebin.² Še uspešneje pa je mogoče utišati kritično misel z blagovno znamko muzeja. Če si je muzej ustvaril določeno ime v umetniškem svetu in je v kreiranje blagovne znamke vložil veliko sredstev ter znamko prilepil na vso navlako, ki jo je mogoče kupiti v muzejskih trgovinah, potem je jasno, da je tudi vsebina razstavljenе umetnosti deležna tega »brandinga«. V tem primeru obstaja težnja, da se producirajo šovi, ki enakovredno paradirajo drug za drugim. Kakor da bi umetniška dela nikoli ne bi bila v nasprotju drugo z drugim ali pa celo odprto polemizirala druga drugo. Karakter umetniških galerij se je z vsrkanjem poslovnih praks in prizadevanjem za več raznolikih obiskovalcev spremenil. Medtem ko je še pred nekaj desetletji veljalo, da je galerija oz. muzej skorajda posvečen prostor, kjer je treba v spoštljivi tišini opazovati umetnost, je dandanes povsem drugače. Glasno govorjenje in komentiranje je nekaj povsem vsakdanjega. Medtem ko je bilo še pred nekaj desetletji mogoče reči, da se izkušnja, ki jo doživlja posameznik, močno razlikuje od vsakdanjega izkustva, pa danes ni več tako (ibid: 145–146).³

Komercializacija in pojav turizma v sodobni umetnosti na Kitajskem

Glede stanja umetnosti na Kitajskem je Richard C. Kraus v predgovoru svoje knjige *The Party and the Arty in China* zapisal: »Kitajska je doživela bliskovite politične reforme, v katerih je politika Komunistične stranke glede umetnosti vodila do večje skrbi za dobiček, kakor pa da bi pridigala s pomočjo umetnosti.« (Kraus, 2004: ix) Od leta 1992, ko je Deng Xiaoping opravil svoje znamenito potovanje po jugu države in s tem zagotovil nadaljevanje reform, so se milijoni Kitajcev naravnost vrgli v služenje denarja na trgu in v to smer so šli tudi umetniki (ibid: 195) Avantgardni umetniki so zelo hitro podlegli komercialnim pritiskom in prilagodili svojo umetnost trgu (Ho, 2008: 279–280).

Na področju kulture je KPK spodbujala kitajsko produkcijo s pomočjo državnega televizijskega kanala za glasbo, koncertov karaoke, telenovel in literature kungfu. S tem je premostila napetosti in konflikte med zahtevami množic in ideološkim nadzorom. Naraščanje komercialne popularne kulture in prepovedi diskusij o političnih in ideoloških temah pa so spodkopali kredibilnost intelektualne elite, ki je kot »vest družbe« in predstavnica političnih reform še v 80. sodelovala v t. i. »velikih debatah o kulturi«. V 90. letih je namreč oblast začela diskretno tolerirati (če ne celo javno spodbujati) potrošništvo, da bi ljudi odvrnila od političnih debat. Zato ni bilo nič čudnega, če so intelektualci, ki so bili prej nenehno v opoziciji, skupaj z vladajočimi obsojali vulgarizacijo kitajske kulture in kvarjenje uma mladih. Liberalna elita in vlada pa sta se obenem klanjali »visokim« vrednotam globalnega kulturnega imaginarija, ki ga je podajal multinacionalni kapitalizem (Liu, 2000: 128–129).

Toda kultura množic (群众文艺), značilna za revolucionarno obdobje, vsekakor ni izginila, ampak je prevzela nove oblike oz. postala to, kar imenujemo popularna kultura. Primer oblik kulture množic so karaoke in plesne zabave (ibid: 130–131). Na podlagi cen, ki so jih dosegli izdelki kitajskih sodobnih umetnikov leta 2007, Ho (2008: 281) ugotavlja, da je kitajski trg sodobne umetnosti prešel v novo fazo, ko umetnina postane naložba.

Pekinški eksperimentalni zvočni umetnik Yan Jun meni, da morajo glasbeniki in zvočni umetniki nenehno postajati umetniki. Njihove umetnine izražajo ta proces postajanja umetnika.

Skrajno individualizirana oblika umetniškega ustvarjanja in zvezdnitva v umetnosti se mu zdi zgrešena ter nepravi način za vpliv na družbo (Yan Jun, intervju, 29. maj 2011).

² Sam bi temu rekel (ne)namerna cenzura.

³ Tako, da je muzej ali galerija samo še eden od vsakdanjih prostorov, ki je podrejen istim pravilom (obnašanja) kakor vsi drugi vsakdanji prostori.

Način delovanja umetnosti, ki bi lahko dandanes vplivala na družbo, ni delovanje na veliko, temveč na malo. Zelo majhno in z veliko ljudmi. Mislim, da resnično dobra umetnost ni en človek, ampak veliko ljudi. Lahko rečem, da dobra umetnost pomeni to, da postaneš del [skupine] številnih ljudi in ne da postaneš velik [tj. slaven]. (ibid)

Ob tem izrazi tudi nekaj ostro kritičnih misli o največjem zvezdniku kitajske umetnosti Ai Weiweiju. Ta se zdi Yan Junu heretik (邪教) in njegova umetnost ni tista, ki vpliva na družbo. Zato se Yan Junu njegova umetnost ne zdi dobra.

Dobra umetnost je to, da ti sam postaneš eden izmed tisočih dobrih umetnikov. Tisočeri dobri umetniki, ki imajo neposredno medsebojno povezavo in oblikujejo efektivno dejavnost, ki je podobna omrežju. Postaneš eden od njih. V tej mreži se izraža tvoja moč. Šele to je dobra umetnost. Zato menim, da bo v prihodnosti nemogoče, da bi bil dober umetnik slaven ali uspešen. (ibid)

V pogovoru o božičnem performansu v galeriji UCCA, o katerem bo govora pozneje, je Yan Jun poudaril problem turizma v umetnosti, ki se je razpasel po vsem svetu. Najbolj se kaže v fotografiranju umetniških del, ki obiskovalcu odvrne pozornost od umetniškega dela. Če bi na primer neka galerija prepovedala fotografiranje razstavljenih del, bi bili ljudje zelo nezadovoljni. In ravno to je po Yan Junovem mnenju največji problem. Razstavljenе stvari namreč ne opazuješ (neposredno) z očmi, ampak skozi fotoaparāt. Nekateri povrh tega objavijo sliko na svojem blogu, a to ni enako kot razstavljeni predmet. In če vse lahko objaviš in si ogledaš na blogu, zakaj potem sploh obiskati galerijo?

Svoj argument utemelji s tem, da če z umetnino ne navežeš osebnega stika, potem je bolje, da jo pozabiš (tj. si je ne zapomniš skozi fotoaparāt). Le zakaj lahko pozabiš oblak na nebu ali večerno zarjo, medtem ko si umetniško delo lahko zapomniš? Ali je umetnost pomembnejša od večerne zarje? Če si vse življenje namenil umetnosti, potem si boš prav gotovo zapomnil umetniška dela. Z njimi boš navezal stik, telesni stik, saj boš šel v galerijo in si delo ogledal. Ogledovanje umetnin po spletu pa nima zveze z umetnostjo in je zgolj znamenje »poturistena« (游客化) sveta (ibid).

V najinem pogovoru o turizmu v umetnosti je Yan Jun nenehno poudarjal, da to ni zgolj kitajska značilnost, temveč je to mogoče najti po vsem svetu. V ospredju ni umetnost, ampak poslovna uspešnost posameznih galerij in umetniških ustanov. Ves svet se spreminja v turistično dejavnost oziroma v veliko turistično pokrajino (风景区). Povsod lahko prineseš fotoaparāt in povsod si lahko turist. Svet in turist sta povezana tako, da lahko povsod vse slikaš in imaš fotografirano za spominek. To, pravi Yan Jun, je vse, kar dela turist.

Nenehne izmenjave in javne izobraževalne prireditve, ki jih prirejajo velike mednarodne umetniške galerije na Zahodu, so v resnici ponoreli izbruh kapitalistične kulture. To pomeni, da ne verjamejo v umetnost. To je [zgolj] rešitev za statistične izkaze in finančno krizo. /.../ Vsem je treba povedati, da pride vsak dan na ogled tisoč ljudi ali deset tisoč ljudi. To je, da ne verjameš v umetnost, ampak jo mečeš v roke denarja in medijev. Težnja gre v smer, da so umetnost ukradli in požrli. (ibid)

S takšnim načinom se ljudi ne izobražuje v tem, da se resnično zanimajo za umetnost in z njo navežejo osebni stik, temveč se iz njih naredi turiste, ki obišejo neko galerijo ali umetniško območje (npr. Umetniško območje 798 v Pekingu) samo zato, ker je tja pač treba iti oziroma ker so jim drugi rekli, da je tja dobro iti. S tem, ko se ljudi spreminja v turiste, ki ne pridejo na prizorišče zato, ker se za zadevo zanimajo, ampak zato, ker tja pridejo tudi drugi ljudje, se jih

prikrajša za resnični stik z umetnostjo in za njeno razumevanje. S tem, pravi Yan Jun, se ljudi spreminja v bedake (傻子). Potrošnik umetnosti (艺术消费者) je tako v ekonomskem pogledu udeležen v izmenjavi enake vrednosti (等价交换). In to je način delovanja kapitalizma v današnji kulturi. To, poudarja Yan Jun, ni izobraževanje ljudi v umetnosti.

Yan Juna sem vprašal, kaj lahko storimo, da spremenimo to stanje umetnosti v današnjem svetu. Odgovarja, da če že ne moremo spremeniti stanja, v katerem se umetnost nahaja, potem moramo vsaj razumeti to stanje. Dojetju, da to, kar se dogaja, ni prav, naravno sledi trud posameznika, da si prizadeva spremeniti stanje. Omenil sem, da morda veliko ljudi razume ta položaj, a so preveč pasivni oziroma nočejo ničesar narediti, da bi se kaj spremenilo. Yan Jun vidi problem v tem, da umetniki ne verjamejo, da lahko s svojo umetnostjo izboljšajo položaj. Bistvo je v tem, da se zavedaš (知道) in verjameš (相信), da lahko s svojo umetnostjo izboljšaš (发展出来) sebe, svojo tehniko, svoje občinstvo ter s tem pripomoreš k spreminjanju sveta.

Toda, če ne začneš v to verjeti, to ne pomeni zavedanja. To samo pomeni, da si zajebano pameten. Le česa pa današnji ljudje ne vedo? Karkoli jim govoriš, je vsem jasno: »Ja, ja, imaš prav, socializem je grozen, partija je grozna, oh, pa sem res bebec, si bom kupil avto, ker drugega res ne morem narediti. Vem, da je nakup avta bedarija, ker bom vsak dan v prometnem zamašku, vendar pa ga bom vseeno kupil.« Ali to pomeni zavedanje? (ibid)

Na koncu sva prišla do vprašanja, kaj sploh je umetnost. Yan Jun meni, da je zadeva zelo preprosta. Najprej je treba videti, ali je neka zadeva dizajn (设计) ali reklama (广告). Če je karkoli od tega, potem ni umetnost. Na primer, v 798 sicer ni reklam, razstavljen pa je dizajn. Yan Jun razpravo o tem konča z ugotovitvijo, da je pri tej stvari najmanj, kar ve, kaj ni umetnost. To, kaj je umetnost, pa je zelo težko presoditi.

In preusmeri pogovor na kitajsko sodobno umetnost (中国当代艺术). Večina le-te so reklame, dizajn in notranja oprema (室内装修). In kaj je notranja oprema? »To, da v nekem prostoru obesim sliko, v drugem plakat.« Yan Jun je z roko lopnil po mizi, za katero sva sedela, in izjavil: »To je kitajska umetnost!«

Ko sem se v svoji doktorski raziskavi pogovarjal z eksperimentalnim ambientalnim glasbenikom Zhang Jianom, je ta povedal, da ima veliko ljudi potencial umetnika. Problem je zgolj v tem, da nimajo denarja oziroma svoje umetnosti ne znajo prodajati. Del umetnosti je zanj tudi prodajanje svojih umetnin. Po Zhang Jianovem mnenju veliko umetnikov ne dojamemo, da je del njihovega umetniškega poklica oziroma dela tudi služenje denarja, s katerim se lahko preživljajo. Številni umetniki so denarno raje odvisni od drugih ljudi oz. institucij (državnih ali zasebnih) (Zhang Jian, intervju, 4. januar 2011).

V zvezi s tem je kritičen do nekaterih kolegov na eksperimentalni sceni. »Ljudje, ki si jih intervjuval – Wang Fan, Wu Quan –, ne razumejo denarja. Vse plačujejo iz lastnega žepa in imajo to za svoj hobi. Največ, kar so, so ljubitelji eksperimentalne glasbe. To je zelo mizerno.« (ibid)

Solanemu umetniku in eksperimentalnemu glasbeniku Wu Quanu se zdi, da se današnja umetnost oziroma umetniki predvsem preveč zanašajo na znanost in tehniko oziroma pretirano povezujejo znanost z umetnostjo. Hitro se namreč zgodi, da umetniki s tem pokažejo zgolj obvladane tehnologije, ne pa svoje umetniške nadarjenosti. »V njihovi umetnosti je zgolj tehnika in ne umetnost.« (他们的艺术只有“术”，没有“艺”。) (Wu Quan, intervju, 7. november 2010) Po njegovem mnenju je to sicer umetnost, a ne more popolnoma zadovoljiti človeka.

Zvočni umetnik Feng Hao poudarja problem ljudi, ki si pridejo na umetniško razstavo. Razstavljenih predmetov ne presojujejo po lastnem okusu, ampak po tem, kako slaven je umetnik, ali je dobil kakšno nagrado in ali razstavlja po svetu. Pri tem pove svojo izkušnjo iz študentskih časov. Na neki razstavi je razstavljal abstraktno sliko, za katero je dobil nagrado. Zanimalo ga je, kaj ljudje menijo o sliki. Ker je bil še študent, ga večina ljudi ni poznala. Zato se je postavil

v bližino slike in poslušal pripombe obiskovalcev. »Ugotovil sem, da je bilo posebno smešno to, kako so ocenjevali sliko: 'Oh, ta slika je zelo dobra.' Ker je bila nagrajena, je bila seveda zelo dobra, niso je ocenjevali po lastnih merilih.« (Feng Hao, intervju, 7. november 2010)

Božični performans v UCCA

Umetniško območje 798 je nastalo v starem tovarniškem kompleksu, kamor so se po letu 2000 selili umetniki, ki so si tam postavljali studie, prav tako pa so tam nastale številne komercialne galerije in založbe. Do danes je območje postalo slavno po vsem svetu in privablja množice turistov (Lin, 2010: 213). Prav tako se odpirajo galerije, ki poleg razstav posredujejo tudi pri prodaji umetniških del z Zahoda zbiralcem na Kitajskem in pomagajo kitajskim umetnikom pri prodaji umetniških del na Zahodu (ibid: 216).

Po obisku območja 798 leta 2005 je ameriški umetnostni kritik David Spalding izjavil, da je Peking »ujet med dvema svetovoma: med preteklostjo, ki jo rade volje pozablja, in veličastno, utopično prihodnostjo, ki je nedosegljiva.« V umetniškem območju 798 je bil Spalding priča pretekle socialistične distopije, ki jo spremlja »veličastna, utopična prihodnost« globalnega kapitalizma (ibid: 215). V širšem pomenu bi bila morda ta »veličastna, utopična prihodnost« lahko to, kar je Slavoj Žižek

poimenoval »zadnja velika utopija globalne kapitalistične liberalne demokracije ..., katere konec označuje 9/11.« Tako kot je Kitajska v preteklosti zagrabila socialistično utopijo, se je oprijela tudi te nove utopije. Vendar je tudi ta »čudežna dežela« začutila posledice finančnih pretresov na globalnem finančnem trgu. Lin navaja zapis Eugena Tanga, novinarja portala



Foto: Yan Jun

Bloomberg.com, ki je zapisal, da je »območje 798 v Pekingju, ki je bilo priljubljena turistična destinacija med olimpijskimi igrami leta 2008, postalo mesto duhov, ker je finančna kriza posrkala bogastvo in se je zmanjšal nakupe umetnin.« Po olimpijskih igrah je okoli 40 galerij zaprlo svoja vrata, ker ob upadu naročil niso več zmogle plačevati visokih najemnin (ibid: 216).

Že omenjeni David Spalding je pozneje postal eden od mednarodnih kuratorjev Ullensovega centra za sodobno umetnost (UCCA), ki sta ga v območju 798 leta 2007 odprla belgijska zakonca Guy in Myriam Ullens. Takrat je *China Daily* poročal, da je UCCA prva velika umetniška institucija s tujim kapitalom v območju 798 in da bo delovala kot katalizator za uveljavljajoče se projekte na novi kitajski kulturni sceni ter bo referenčna točka mednarodne umetniške scene (ibid: 215). V nasprotju z nekaterimi drugimi galerijami (npr. galerijo Pace) je UCCA neprofitna galerija (ibid: 216).

Tako imenovani božični performans (imenovan tako, ker je potekal na božični dan leta 2010) je bil zadnji v seriji performansov Sub UCCA Jam, ki jih je kuriral Yan Jun. Sam performans sploh ni bil performans v pravem pomenu, ampak kaotična kakofonija najrazličnejših

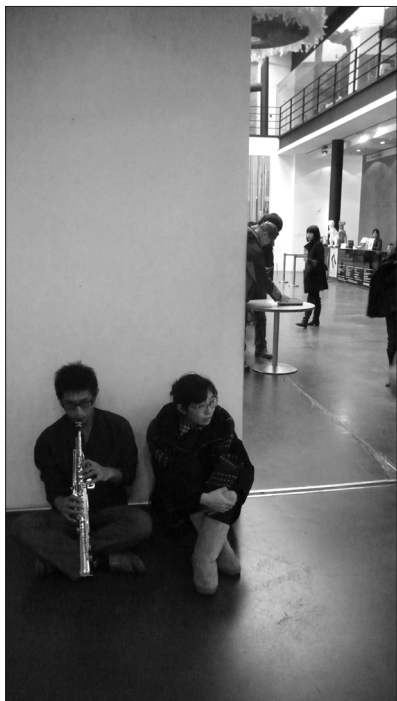


Foto: Yan Jun

govnici, kjer ne delajo nič drugega kakor razstavljajo blago različnih »proizvajalcev«, ne da bi se kakorkoli potrudili za umetnike. Položaj je torej podoben kakor v nekaterih velikih mednarodnih umetniških centrih, kjer se skozi leto nenehno vrstijo različni dogodki. A Yan Junu se to samo po sebi ne zdi problematično. Problem je v tem, da je kljub povečanemu številu umetniških dogodkov število osebja, ki umetnikom pomaga pri pripravi dogodka, vedno enako. Z drugimi besedami povedano, ti ljudje so čedalje bolj preobremenjeni. Kaj takega, pravi Yan Jun, se na Zahodu ne more zgoditi (Yan Jun, intervju, 29. maj 2011).

Problem v UCCA je torej, da se zaposleni ne posvečajo dovolj (oz. se ne morejo v zadostni meri posvetiti) posameznim umetnikom, ki tam razstavljajo ali performirajo. Posamezni delavec mora skrbeti za pripravo dveh dogodkov na dveh različnih lokacijah hkrati. Ne more se torej v celoti posvečati pripravi in izvedbi enega dogodka. Seveda galerija v končnem poročilu ponosno zapiše, kako veliko dogodkov so izpeljali. Za Yan Juna ni to nič drugega kot zavajanje ljudi. Pripravi umetniških dogodkov se je namreč treba v celoti posvetiti, z vsa dušo in srcem.

zvokov. Po prostorih galerije so korakali saksofonisti in pihali žalostne, improvizirane melodije, preostali udeleženci so igrali na najrazličnejše elektronske naprave, ki so proizvajale zvoke, nekateri pa so trgali časopise in metali smeti po vsem prostoru. Od glasbenikov, intervjuvanih za pričujočo razpravo, so se performansu udeležili Yan Jun (v vlogi kuratorja), Wu Quan (ki je igral na neko zvočno igralo in kadil – ko ga je uslužbenec galerije opozoril, da ni dovoljeno kaditi, mu je Wu odvrnil, da je to umetniški performans), Feng Hao (ki je prostovoljcem zavezal oči ter jim dal v ušesa slušalke, povezane z mikrofonom, nato pa jih je za roko vodil po vsem prostoru, polnem različnih glasnih zvokov, ki jih je še dodatno ojačal). Na performansu je bil tudi Yang Licai, lastnik trgovine z glasbo neodvisne in eksperimentalne scene, ki je brcal po prostoru prazno plastenko za vodo in vsake toliko katerega od gledalcev zašepetal v uho: »Prišel je volk!« (狼来了!). Na koncu je v zadnji dvorani galerije po tleh (in po majhni zastavici LR Kitajske) razlil vedro vode z zlatimi ribicami, ki jo je poprej po galerijskem prostoru prenašal njegov asistent.

Yan Jun je ozadje tega performansu razložil s tem, da ljudi, ki vodijo galerijo, zanima predvsem, kako nagrmaditi čim več dogodkov in razstav, da bi privabili čim več obiskovalcev. V osnovi ni s tem nič narobe, a problem nastane, ko so zaposleni, ki skrbijo za potek posameznega dogodka, preobremenjeni. Vse je torej podobno veleblagovnici, kjer ne delajo nič drugega kakor razstavljajo blago različnih »proizvajalcev«, ne da bi se kakorkoli potrudili za umetnike. Položaj je torej podoben kakor v nekaterih velikih mednarodnih umetniških centrih, kjer se skozi leto nenehno vrstijo različni dogodki. A Yan Junu se to samo po sebi ne zdi problematično. Problem je v tem, da je kljub povečanemu številu umetniških dogodkov število osebja, ki umetnikom pomaga pri pripravi dogodka, vedno enako. Z drugimi besedami povedano, ti ljudje so čedalje bolj preobremenjeni. Kaj takega, pravi Yan Jun, se na Zahodu ne more zgoditi (Yan Jun, intervju, 29. maj 2011).



Foto: Yan Jun

Če hočem pripraviti prireditve, se moram najprej dogovoriti z odgovornimi v tem prostoru, vedeti moram, zakaj bi rad pripravil ta dogodek in kaj sploh bi pripravili, kako bomo to posredovali javnosti, ne da bomo samo natisnili obvestilo in po e-pošti obvestili obiskovalce, naj pridejo. Potem pa do konca ne dobiš nikogar, ki bi ti pomagal pri delu. Oziroma drugače povedano, pomoč pri delu je nezadostna. Tako je zato, ker opravljajo toliko dela, ki pa se razprši na tisoče prireditev. Z vidika posameznega dogodka to ne zadostuje. (Yan Jun, intervju, 29. maj 2011)

Vse to se vpliva tudi na obiskovalce, ki pridejo v galerijski prostor. Yan Jun pravi, da to niso ljubitelji umetnosti, ampak turisti in da UCCA s svojim načinom dela spodbuja takšen »umetnostni« turizem. Nazadnje opaziš, da umetniški izdelki in umetniki sploh niso pomembni, temveč je pomembno zgolj ukvarjanje s turistično obrtjo.

Pri pripravi serije performansov v UCCA so bili vsi nastopajoči zelo prizadeti. Ljudje, ki so prihajali na performanse, so bili turisti in ne pravi ljubitelji zvočne umetnosti. Niti eden od zaposlenih jim pri pripravi ni pomagal oziroma so se vedli do njih neverjetno hladno. »Po prihodu v UCCA je bilo tako, kot [da bi bili mi vsi] jebeni instantni špageti. Zato ni mogoče, da bi imel rad ta prostor.« (ibid)

Kot samoumevno se mi je postavilo vprašanje, zakaj je potemtakem sploh začel serijo performansov v UCCA. Yan Jun je odgovoril, da je hotel videti situacijo od blizu in da so v zadnjem performansu združena spoznanja, ki so si jih nabrali nastopajoči: zakaj je na Kitajskem kapitalistična kultura uspešna, kako je videti in kako deluje. Vse to je spoznal v letu pripravljanja serije performansov v UCCA. Vsa ta spoznanja so bila združena v zadnjem performansu. Yan Jun pravi, da mu z vidika te serije umetnost pomaga razumeti družbo in z njo naveže stik. V tem smislu je nastopajočim tudi rekel pred performansom: »Na tokratnem performansu bomo delali po svoje. Ne zato, da bi bili veseli, ampak da občutimo to materijo. Da občutimo to apatijo, da spoznamo, da živimo v takšni realnosti. Spoznali bomo realnost.« (ibid)

Odziv obiskovalcev je bil turističen. Po mojem lastnem opazovanju se je mnogim zdel velik spektakel, ljudje so nenehno fotografirali, snemali videofilme, ...⁴ Tudi Yan Jun opozarja, da je bil rezultat pričakovan: slikanje, snemanje, začudenje in vse to povzame z izjavo, da če umetnik ne more spremeniti družbe, potem je najmanj, kar lahko doseže, to, da skozi svojo ustvarjalnost razume družbo (ibid).

Ruan Qianrui je za serijo 12 performansov v UCCA oblikoval plakate. Toda v nasprotju s plakati, ki so razobešeni po vsem območju 798 in ki z bleščečimi napismi in barvami vabijo na različne prireditve, se je odločil, da oblikuje preproste plakate, ki ne bodejo v oči oziroma ljudem ne povedo ničesar (Ruan Qianrui, intervju, 16. april 2011).

Tudi Ruan Qianrui je podal svoje videnje božičnega performansa v UCCA. Zdelo se mu je zelo kaotično in zelo v redu, čeprav so bili delavci v UCCA zelo jezni. Sporočilo performansa pa je bilo zelo jasno: s tem



Foto: Yan Jun

⁴ Največji spektakelski »orgazem« obiskovalcev je bil nedvomno ob razlitju vedra z ribicami, ko so kot pobesneli začeli snemati fotografije in filme.

so rekli instituciji UCCA »adijo«. »UCCA je podoben najemodajalcu. Dajo ti zgolj prostor v najem. Gre jim za to, da je čim bolj živahno in jih v resnici ne zanima performans. Imajo veliko prostorov: 'O.K., to bomo tebi oddali.' Samo to je in nič drugega. V resnici niso kulturniki. /.../ 798 je ena velika tržnica.« (ibid)

Tudi Ruan Qianrui poudarja, da se je vse skupaj sprevrglo v turistično in poslovno dejavnost. Večina obiskovalcev je turistov. »Sami sploh ne vedo, kaj počnejo, in tudi nočejo vedeti, kaj počnejo, ampak se zgolj privlečejo s svojim trup[1]om [v 798]. V možganih ni nikakršne refleksije, lahko jim razlagaš ali pa jih zmerjaš, pa ne bo nikakršnega odziva. Vse so samo tržni izdelki. Se pravi, da je samo ena izbira: kupiti ali ne kupiti.« (ibid)

Zvočna umetnica Vavabond sicer ni sodelovala pri božičnem performansu v UCCA, vendar je bila v najinem pogovoru zelo kritična do umetniškega območja 798. Pravi, da je postal turistični kraj in kljub temu, da razstavljajo sodobno umetnost, je sam kraj zelo komercializiran (Vavabond, intervju, 23. oktober 2010).

Zvočni umetnik Feng Hao meni, da je UCCA veleblagovnica in je postala zelo dolgočasen kraj. Zato potrebuje določeno kontinuiteto, se pravi, nenehno ponujanje dogodkov. V zadnjem performansu so umetniki pokazali, kam je to pripeljalo in kaj so UCCA-sistemu postali oni sami. Postali so blago (现货) (Feng Hao, intervju, 9. april 2011).

Tudi Feng Hao poudarja turistično plat UCCA. Ironično pove, da je UCCA turistični sveti kraj (游览的圣地), ki se po tej plati ne razlikuje veliko od Prepovedanega mesta. Feng Hao meni, da so ljudje, ki obiskujejo 798, specializirani turisti (专业的游客), ki se vedejo enako kot turisti: pridejo si ogledat nove stvari (新鲜的东西) in jih fotografirajo. Feng Hao poudarja, da v 798 zelo težko najdeš ljudi, ki se resnično zanimajo za umetnost (ibid).

Navede tudi občutke nastopajočih v seriji teh performansov. Vsi nastopajoči so jasno začutili odnos obiskovalcev in zaposlenih v UCCA: zanje so bili turistična znamenitost (景观). V zadnjem performansu so poskusili prav to izraziti (ibid).

Posebno vlogo v božičnem performansu zaseda Yang Licai, ki je v umetniškem območju 798 do leta 2010 vodil trgovino z eksperimentalno in neodvisno glasbo. Ker pa je bil kot politični aktivist deležen pritiskov oblasti, so ga upravljavci umetniškega območja 798 leta 2010 odslovili.

Svoje mnenje o božičnem performansu v UCCA je povezal Yang Licai s svojim delovanjem v 798. Svoj performans je predvsem naredil na podlagi razmer, ki jih je opazoval v 798, in svojega razočaranja, ker so ga vrgli ven. Na razvoj umetnosti v 798 gleda v podobni luči kot razvoj celotne Kitajske. »Vsa Kitajska čedalje bolj spominja na supermarket. Ljudje so se spremenili v trgovce ali pa potrošnike. /.../ Ko sem odšel iz 798, so bile njihove razstave čedalje slabše.« (Yang Licai, intervju, 7. junij 2011)⁵

Povedal je, da je bilo leta 2005, ko se je vselil v 798, popolnoma drugače. Takrat je bilo umetniško območje 798 zares platforma za sodobno umetnost. »Počasi [pa se je prikradel] podjetniški duh, vključno z nadzorom politike. Umetniško območje se je spremenilo v območje brez umetnosti in brez kulture. Postalo je turistično območje. V osnovi je to nasprotje umetnosti. /.../ Spremenilo se je v to, da je v resnici to smrt umetniškega območja. Spremenilo se je v lažno umetniško območje.« (ibid)

Položaj se je začel spreminjati in Yang Licai to opisuje kot uničevanje umetnosti. Zato je v

⁵ Za zelo jasno in po svoje simbolno znamenje supermarketizacije umetnosti v območju 798 bi prav gotovo lahko označili razstavo *Art in Motion*, ki je bila v galeriji Long Match Space leta 2007. Na ogled so bili postavljeni štirje avtomobili znamke BMW, ki so jih oblikovali prominentni umetniki, prav tako pa so bila na ogled postavljena dela nekaterih kitajskih avantgardnih umetnikov. Podobne razstave BMW-jev so potekale tudi v nekaterih drugih državah (Malezija, Singapur, Filipini, Južna Koreja, Avstralija, Nova Zelandija, Indija, Kitajska, Rusija, Turčija in ZDA). Ta razstava je bila primer enormne materialne in institucionalne moči kapitalizma na eni strani ter asimilacije Kitajske v svetovno avtomobilsko industrijo in kulturo na drugi strani. (Lin, 2010: 16)

svojem performansu poskusil to izraziti. »Prišel je volk« izraža realno stanje umetnosti v 798: kako to območje živi in kako modno je postalo.

Sklep

Primerjava s položajem na področju sodobne umetnosti v svetu, kakor ga opisuje Stallabrax, pokaže, da je šla sodobna umetnost na Kitajskem skozi podobno zgodbo tranzicije, ko sta danes v ospredju tržna logika in množičnost oz. turizem (Stallabrax to poimenuje kulturno potrošništvo), medtem ko so umetniki ponižani v producenente spektaklov za privabljanje množic. Kakšen je namen umetniškega dela oziroma kakšna globlja ideja je v ozadju umetniškega dela, je postalo manj pomembno.

Iz pričujoče razprave in izjav eksperimentalnih zvočnih umetnikov v Pekingu je razvidno, da nekateri umetniki zavračajo takšen razvoj. V ospredju njihovega zavračanja je predvsem to, da umetnost ne more biti izenačena s kulturnimi turističnimi znamenitostmi, temveč je priložnost za razmislek o lastnem obstoju in bivanju v tem svetu. Žal je ta refleksija v sodobni praksi umetniških galerij odsotna in cilj božičnega performansa (ki se je, simbolično, odvil na božič, najbolj komercializiran praznik na Zahodu in tudi na Kitajskem) je bil ravno v tem, da opozori na to problematiko. Razumemo ga lahko predvsem kot upor proti kulturnemu potrošništvu. Umetniki so celoten dogodek izpeljali v smislu: »Če hočete imeti šov za turiste, ga boste imeli.« Svoj upor so torej pokazali tako, da so v galeriji tudi zares priredili pravi turistični šov, ki pa so ga privedli do skrajnosti oziroma do absurda. Prav zato vodstvo galerije ni bilo prav nič zadovoljno, a žal (kot sem izvedel pozneje, ko sem se pogovarjal z udeleženci performansa) tudi niso razumeli, kaj so jim hoteli umetniki sporočiti: umetnost naj še naprej privlači ljudi, ki si jo bodo ogledali, a ti ljudje naj imajo tudi določeno refleksijo ob tem dogodku. Umetniške galerije bi morale predvsem spodbujati zadnje in ne, da je edino merilo uspešnosti statistika obiskov galerije, ki jim pomaga pri privabljanju sponzorjev.

Kaj storiti, da bi se položaj izboljšal? Morda je tu še najbolj na mestu Yan Junova misel, da bi se morali predvsem umetniki začeti zavedati, da lahko s svojo umetnostjo vplivajo svet in mišljenje ljudi. A tega ne morejo doseči z zvezdništvom, kakor to počne Ai Weiwei, temveč s povezavo z drugimi umetniki. Šele dobro delujoča mreža podobno razmišljajočih ljudi je lahko dovolj učinkovita v prizadevanju za ozaveščanje ljudi.

Literatura

- HO, PUAY-PENG (2008): Consuming Art in Middle Class China. V *Patterns of Middle Class Consumption in India and China*, C. Jeffrelot in P. van der Veer (ur.), 277–291. Los Angeles: Sage Publications.
- KRAUS, RICHARD CURT (2004): *The Party and the Arty in China: The New Politics of Culture*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- LIN, XIAOPING (2010): *Children of Marx and Coca Cola: Chinese avant-garde art and independent cinema*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- LIU, KANG (2000): Popular Culture and the Culture of the Masses in Contemporary China. V *Postmodernism & China*, A. Dirlik in Zhang Xudong (ur.), 123–144. Durham, London: Duke University Press.
- STALLABRASS, RICHARD (2004): *Art Incorporated*. Oxford: Oxford University Press.

Dobršen del članka temelji na intervjujih, ki sem jih opravil z eksperimentalnimi elektronskimi glasbeniki ter jih po zvočnem zapisu transkribiral (ime umetnika, datum opravljenega intervjuja):

FENG HAO, 7. november 2010, 9. april 2011
RUAN QIANRUI, 16. april 2011

YAN JUN, 29. maj 2011
YANG LICAI, 7. junij 2011
VAVABOND, 23. oktober 2010
WU QUAN, 7. november 2010
ZHANG JIAN, 4. januar 2011