



#1

艺术介入乡村之后

——“濑户内三年展”在地研究

After the Intervention of Art in Countryside—Study of Setouchi Triennale

渠濛 Qu Meng

摘要：艺术对乡村的介入有效性，取决于其是否在乡村的内部建立起了能够自循环的活力系统。而检验这一系统的存在和运转方式需要学者长时间对地域文化、居民结构、产业发展等一系列看似与艺术无关的要素进行记录和考察。日本作为拥有国际性大地艺术节品牌的国家，积累了近20年的乡村艺术实践经验，为学者提供了可量化的方法和支撑材料。本文以研究者的视角，依托于大量的资料对艺术介入乡村之后所出现的改变和问题进行探讨。

关键词：社区活化，文化消费，模式

Abstract: The effectiveness of art's intervention in countryside depends on whether the energy system of self-circulation is established inside the countryside. However, examination of the system's existing and method of operation requires scholars' recording and inspection of regional culture, residents' structure and industrial development which seem unrelated with art. As the country possessing the brand of international earth art festival, Japan has about 20-year experience of rural art, and the length of the time has provided quantifiable methods and supporting materials. From the perspective of researcher, this article discusses the changes and problems appearing after art's intervention in countryside, based on an amount of materials.

Keywords: activation of community, cultural consumption, model

1
濑户内海大崎上岛神峰山展望台
2018

2
山口启介
步行方舟
濑户内三年展男木岛
2016



#2

《当代艺术家》（以下简称“当”）：能否谈谈近期您正在进行的工作呢？

渠濛（以下简称“渠”）：我从2015年开始研究日本“濑户内三年展”的12个岛屿及其社区的艺术介入影响。“濑户内三年展”始于2010年，是当下日本最高级别的乡村当代艺术三年展，每届吸引百万人前来参观，同时官方宣称其“再生”了濑户内海12个海岛和社区，成为日本文化旅游观光的典范。

同时，作为广岛大学和平共生社会（Taoyaka）国际领导计划的特殊国际博士留学生，计划要求我们不仅要做好学术研究，同时还要利用每个人的专长与跨学科领域的博士生实施长达一年的在地团队项目（on-site team project）。项目要求我们选择日本或者南亚国家（印度、尼泊尔、孟加拉等）条件不利的地区，也就是在乡村社会实施一个在地实践项目。我和我的团队最终选择了日本广岛县大崎下岛御手洗町，一个人口不超过200人的条件不利的乡村社区，实施针对创意移民、艺术家群体、社区老人院及公共交通系统的自下而上实践项目。

我们现在已经完成了项目的前、中期调查，正在开展一个融合了学术和艺术作品的特别展览。这个展览区别于“濑户内三年展”那种由大财团赞助的模式，我邀请岛上移居的艺术家们，将他们的艺术作品（摄

影、绘画、音乐）反向带回城市。这样做不仅能让地方拥有更多的主动权和机会，让其寻找一个自己解决自己危机的出路，还能让岛外的世界重新发现社区的魅力。这次的展览地点我选择了广岛大学的综合博物馆，因为这个地方不仅仅是美术馆或者画廊，同时也具备学术的氛围。

此外，我们同时还申请了另外一个调查濑户内海靠近广岛县10多个岛屿社区的创意移居者独立研究项目。简单总结来说，主要研究“濑户内三年展”的岛屿社区，与非“三年展”的岛屿社区作为对照辅助研究，同时团队在地项目作为艺术和学术的社会实践，这3个研究项目同时进行，相互辅助，从理论、田野调查到反向创生实践。

当：您的文章《当代艺术节介入乡村地域再生的可持续发展研究》谈到了日本大地艺术节的案例和现状，大地艺术、公共艺术、参与式艺术和社区艺术这几个概念应该怎样区分呢？

渠：大地艺术是很早以前的概念，涌现于20世纪60年代末，和波普艺术发生于同一时期。当然，波普艺术带来了消费主义的高涨，大地艺术则走出了一条出世的道路，以大自然为画布的创作方式将观众的眼球吸引到环境和社会问题上。艺术作品与自然环境

的有机结合是大地艺术的特点，如艺术家利用海洋、沙滩、泥土、山岩等地理环境和材料进行创作，强调在地性。大地艺术打破了传统美术馆及画廊白盒空间的拘束，将作品融入自然环境。与传统室内空间展示相比，大地艺术给观者带来的审美体验和思考均有所不同。大地艺术的浪潮在20世纪70年代后期逐渐消退。

回答这个问题的同时，我正巧在走访调查日本艺术家池田一在鹿儿岛县屋久岛的“円水塔”大地艺术项目。当然，这次的调查并没有发现屋久岛社区的居民对这个大地艺术活动有很深刻的印象，很多岛民甚至都不知道有这样的艺术活动出现过。可见，大地艺术现今的形式依然是老套的外来艺术家把外来的文化用一种莫名其妙的方式带入他者的环境，艺术的影响也局限于互联网宣传和社区本身无关的艺术圈。与其说是大地艺术，我觉得这更像是“借地艺术”。

公共艺术是个很大的概念，从古希腊雕塑到直岛上草间弥生的南瓜，其概念和大地艺术类似，但公共艺术更强调空间属性，就好比人文地理学的研究对象，强调人地关系、人和时间空间的关系以及人和社会的不断互动。艺术性结合公共的时间和空间性，再结合和大地艺术相类似的在地性，构成了公共艺术的基本属性。公共艺术可以是参与



3
贾米·普兰萨 (Jaume Plensa)
男木岛之魂
2018

性的，也可以是非参与性的，可以是大地艺术，也可以是社区艺术，所以具体还是要看其艺术形式和思想。在研究社会科学前我曾是数字媒体交互美学硕士，研究过程哲学、事件美学和关系美学。这几个基本理论足以从动态的时空关系上解释参与式艺术，也可以说是多主体性的社会实践艺术。观众作为作品的重要组成部分，没有其参与，作品所要建立的情境便无法达成。艺术家从创作作品转变为营造环境和社会情境，从“造物者”转化成“催化剂”和“促成者”的角色。而策展人的角色则更像是艺术家，参与者则转型为作品的共同协作者甚至作品所要表达内容的一部分。社区艺术，从形式上不难理解，不过“社区”的概念大到可以包含全人类及人类以外的生物社会群体，小到是一个村落、一个家族。社区介入并非只是一个群体影响另一个群体，这个行为一定具有双向性，即外来物非社区文化和原社区文化之间的冲突、融合和异化。

不论大地艺术、地景艺术、公共艺术、社会参与式艺术、关系艺术、社区艺术，还是场域指定艺术 (site-specify art)，如果只解读艺术而忽略艺术介入之外的时空、社会、文化、自然及多者间的变化关系，那对这些概念的理解仍然是不全面的。另外，大地艺术和社区艺术是介入形式，公共艺术强调空间性和在地性，参与性艺术和关系艺术

则是艺术家通过作品和观众交互的形式。

当：您在《2015—2018年“濑户内三年展”社区田野调查手记》中，谈到了艺术介入乡村所带来的影响，同时也对日本各类艺术节试图通过艺术介入乡村来实现区域复兴提出了自己的疑问和思考。据您观察，比起政策对地域产业的直接投入所带来的经济 and 人才引流效果，艺术对乡村的介入是否能真正带动地域活力和年轻人的回流？两者的差异在哪里呢？

渠：“濑户内三年展”从很多角度来讲是非常成功的，但其结果远远不是几件艺术作品和做艺术节的表面报道就可以轻松实现的地域活性化目标。如果将艺术直接拿来作为解决方案，我没法简单回答这个问题。我们要看到“濑户内三年展”的总策划北川先生在“越后妻有大地艺术祭”15年所做的铺垫，以及和社区进行了上千次的对话，了解了各个社区的文化历史及社会问题，最后落实到由20个人管理，7000位志愿者协助的，并由香川县政府附带的30个组织者在10年里默默作出的长期努力。这些是艺术理论不会关注的真实社会行为和日常工作生活。在艺术也讲跨界的时代，关注艺术以外的领域至关重要。

艺术有在各个空间表达自己的权利。在艺术介入乡村社会的前提下，我们首先要看

什么“艺术”介入什么“乡村”，不要将这个命题简化为“艺术化乡村”或“乡村化艺术”的思考模式。每个乡村都有其独特性，单一艺术本身不具备拯救所有乡村的能力。乡村本身存在的文化就是有生命、有呼吸的生活，其自身的传统文化、审美及价值观标准，这些是最能打动人的艺术。而不只是强加在乡村文化上的外来物，更要看到不同文化积极交流后的混合产物。

回到刚才提到在事件性的参与式艺术中，艺术家作为催生者的角色，通过艺术创作让社区得到更多的关注。同时社区内部的本地居民可以自发通过这个过程来做出改变。最终的目的是让社区自己恢复起来后全身而退，这是比较理想和健康的在地域再生或者活性化。艺术对乡村的介入是因地制宜的，艺术文化不可能存在模版。小规模乡村文创产业是应该包含第一产业+第二产业+第三产业的方式而存在的有创造力引导的混合产业。艺术节只是一个乌托邦的向往和口号，真正生活在社区里的人所面对的困难依旧需要面对。如果有一天乌托邦真的实现了，也会是艺术家成为第一批的移居者。在濑户内，这样的艺术家只在男木岛有过一位。

当：艺术介入社区所带来的新鲜人口涌入，其中有文化的创造者也有纯粹的商业操

作者，他们在本土扎根，某种意义上来说也是从利益的角度对本土文化的一种消费，您如何看待这种情况？

渠：商业操作的出现是非常普遍的现象，所有贴了世界遗产和星级景区的地方都会有，并不只是艺术介入后独有的现象。我不能认同商业操作者用“扎根”这个词。首先，现在的年轻人并不是一棵可以扎根的树苗，而是带有各种城市资源和网络的动态群体，他们给社区带来的不只是人口数字的增长，更重要的是新的创造力。其次，这些改变是紧密联系在他们原有的资源人脉和互联网络中。回流人群的关系资源也是在乡村社会中不断和外部连接的。与其说是“扎根”，不如说年轻人将乡村和乡村以外的世界连接起来。如何衡量“对本地文化的消费”，我觉得更多应该反过来衡量本地人从这个过程中得到了什么。如果年轻移民不和本地人交流，就不会催生改变问题的动力。日本乡村流行三类可以带来真正乡村活性化的人——外来人、年轻人、疯子。听起来很有趣，仔细想想那些少有的成功案例，大都是只有这些人可以看到乡村故有的问题，而村民生活在问题中却看不到。

从艺术被当成本土文化消费的角度，我倒是在社区中发现了另外一个相反的现象。便是本地居民利用他们不懂的艺术，做出的其他事情。例如小豆岛的地方观光协会把作品列入了他们的“景点”介绍，这可以作为艺术和旅游双赢的典范。在丰岛上，岛民在官方作品旁竖起“请参观我们岛上固有景点（壇山）”的牌子。可见岛民反过来把艺术作为他们文化经济的一部分。

当：从艺术创作的源动力出发来看待公共艺术作品，实际上是在考虑外在环境因素和需求的基础上设计和创作的，因此，介入式的在地艺术创作是否可以理解为是具有某种功能性、目的性的创作项目？这样的创作是否仍然具有当代性呢？

渠：不考虑外在环境和社区文化，作品会“扼杀地方”。如果过度关注和尊重地方文化，也就是在地性过强，地方文化有可能会限制作者的创造力。平衡是需要考虑的，在现实中，每个艺术家的创作背景和思考角度都不一样。如果作品的意义是对在地社区文化、历史、冲突和问题进行反思的话，为什么不具备当代性呢？比如“濑户内三年

展”的主题“海的复权”，通过艺术节吸引游客作为第一阶段；第二阶段吸引年轻移居者回到岛上，可以缓解人口凋零的速度，从而达到第三阶段的地域活性化最终目标。

问题存在于组织者自身对“地域活性化”的认识和对各个海岛社区的理解，以及他们把自己放在什么角度上观察社区。我的研究即是想搞清楚不同利益群体之间对“地域活性化”和岛的未来的认识。如果不同的群体和个体共用着一个模糊不清的概念，那么目标真的能达成吗？

当：参与式艺术，或者说艺术乡建项目往往在经济相对较弱或者地理位置相对偏远的小镇和村庄出现。这种带有人文关怀的创作方式，其作品本身的艺术价值与对地域的文化增值的功能相比是否已经不那么重要了？

渠：边缘地区往往因为比较边缘而保存了特有的区域性文化价值。这些体验和文化往往是国际化都市所没有的。艺术如果能起到催化剂的作用，那么对地域文化会产生增值功能。从我的研究结论中发现最重要的功能之一就是让地方提高知名度，以文化艺术介入的方式提升地方的自豪感。如果作品质量和受欢迎度高，岛民会将其作为自己社区的新标志。相反，岛民会认为这是很多垃圾作品的作者借用艺术节的机会来镀金。

但是，与其问艺术节作为一个整体是否能给地域的文化增值，我们更应该看到作品如何分布在各个海岛社区的具体情况。不然我们对艺术节的认识仍然是外来游客的思考方式。我们要认识到游客只会每个作品前停留不超过5分钟，而本地居民则要和一些莫名其妙的作品一起生活10多年甚至更久。作品质量的好坏、艺术家创作前对社区生活文化的理解、艺术家维持自己风格的原则以及岛民对作品的解读方式是最难被衡量的。

在岛民眼中，如果只是将老房子改造，并放入和地域文化毫无关系的作品中是不受岛民欢迎的。如果艺术家深入地生活在社区一段时间，并深知岛民的诉求和文化脉络，做出来的作品大都是有地方文脉和生命力的。

所以，要考虑增值功能，既然是要带来新文化影响，就不存在复兴旧文化，回到过去。地域文化和艺术是否能以一种合作的态度来进行创作和包含更多本地人利益变得更

重要。作为条件不利地区，地方不仅有固有的自身问题，也有其他重重问题。组织者需要在看清这些外在威胁和内在弱点的同时，找出外在的机会和内在的优势。这也是社会科学中定型调查常说的SWOT分析法，利用这种全局观来制定长期规划是很重要的。

当：21世纪的景观时代，无数的图像通过移动数码设备不断生成并在网络上流通。公共艺术节、大地艺术祭等大规模艺术项目的开展是否也是为了占有景观？

渠：这也是非常有趣的一个话题，社交媒体和网络一直都是三年展官方的一个重要宣传和交流手段。甚至“濑户内三年展”官方志愿者的こえび (Koebi, 译为“小虾队”) 也是通过网站在线预约的系统来关联其日常作品运营以及服务的。官方发布的各种信息也都主要由网络开展。

从照片墙 (Instagram)、脸书 (Facebook)、Line通讯、推特 (Twitter) 等社交软件在“濑户内三年展”的运用来说，它们提供了一个数码化艺术节的绝佳机会。我们要知道，对于现在的游客来说，一个重要的出行目的就是希望把自己独特的艺术之旅和海岛社区之旅体验分享到社交网络的平台。“濑户内三年展”的游客经常被岛民描述成“骑着自行车追逐艺术作品并累个半死的自拍一族”的奇怪人群。可以说，社交网络、自媒体为公共艺术提供了第二生命。因为媒体前来看作品的人也不在少数。岛民在一开始也不理解为什么会有成千上万人来直岛排队和草间弥生的南瓜合影。小豆岛作为“三年展”中的老牌观光地，早已将照片墙作为主要平台来推广，甚至观光协会的明信片都运用了增强现实技术。

这个景观的营造甚至导致本地居民也开始利用社交媒体来宣传自己的社区和催生新的生意。与其说是占用景观，不如说是利用艺术来打造新型的混合景观。这个景观由原有旧社区的魅力、艺术带来的新文化吸引力、游客作为参与式艺术所吸引来的观众以及新移民带来的活力混合而成。