

迈向人民的中国艺术人类学

方李莉

艺术人类学是上世纪80年代由西方传入中国的一项研究方法,也可以称之为是一门学科,主要是以人类学的角度研究社会的艺术现象。其经历了三个十年的变化。第一个十年可以称之为准备期,主要是翻译介绍;第二个十年可以称之为实践期,主要是借用这一研究方法做田野考察,研究中国本土的艺术现象以及与艺术相关的社会现象;第三个十年可以称之为成熟期。所谓的成熟期即开始建立中国自己的艺术人类学本土理论,同时研究方法和目标也趋于明确与成熟。

如何用一句话来概括中国艺术人类学的研究特征及目标,这是笔者一直在思考的,通过思考我认为用“迈向人民的艺术人类学”也许会比较妥当。这是由费孝通先生的“迈向人民的人类学”这个词所转借过来的,这是1980年3月费孝通在美国丹佛接受应用人类学学会马林诺斯基奖的大会演讲题目。那个时候中国刚刚改革开放,百业待兴,学术界也一样充满着走向未来的热情与对过去的反思。在这样的背景中,费先生说了如下的一段话:“我从正面的和反面的教育里深刻体会到当前世界上各族人民确实需要真正反映客观事实的社会科学知识来为他们实现一个和平、平等、繁荣的社会而服务,以人类社会文化为其研究对象的人类学者就有责任满足广大人民的这种迫切要求,建立起这样一门为人民服务的人类学。”他还说:“我立志要研究中国社会到今天已有五十年了,科学的、对人民有用的社会调查研究必须符合广大人民的利益;也就是说真正的应用人类学必须是为广大人民利益服务的 人类学。这就是我在题目中所说的人民的人类学的含义。”可以说,他的

这一理想和这样的研究方式影响了整个中国的人类学界,同样也影响了中国艺术人类学的发展。

追根溯源,中国艺术人类学能够走到今天,与费孝通先生的支持与帮助是分不开的,因为中国艺术人类学学会的成立就是由他建议的。其缘由是,费孝通先生在晚年,从早年关注的“志在富民”开始转向关注“富了以后怎么办”的问题。早年他关注“志在富民”是希望中国人能摆脱贫困,到晚年他关注的是中国人“富了”以后如何过上“美好的生活”。所以他说:“我所致力的人还只是要帮助老百姓们吃饱穿暖,不要让他们饥了寒了,这一点我可以体会得到。但再高一层次的要求,也就是美好的生活,这是高层次的超过一般的物质的生活,也是人类今后前进的方向,我就说不清楚了。但我能感觉得到,所以要把它讲出来,而且把它抓住,尽力推动人类的文化向更高的层次发展,也就是向艺术的境界发展。”

他认为“美好的生活”就是向“艺术境界发展”的“艺术化的生活”。对于这一问题的研究,他认为,只有艺术人类学的研究才可以担负此任。所以,老先生生前关心艺术人类学的研究,也首先是从关心人民的生活和中国社会的发展开始的,这与他的“迈向人民的人类学”的目标和理想是一致的。现在回想起来,当年费孝通先生的许多学术思想是非常高瞻远瞩的。如他所说的,社会将会进一步向艺术的境界发展,因此,艺术化的生活会成为未来人们努力追求的方向。他当年讲的话,在今天的确成为趋势了。笔者也已经关注到了这一问题,所以在文章中曾提出了“审美性的现代化”的问题,并认为,“审

美性的现代化几乎成为了后工业社会的某种标志,而审美日常生活化也成为许多哲学家和美学工作者热衷的话题”。笔者关注到这一问题,也是在景德镇和“798”及宋庄的田野考察中意识到的,但回想起来,费孝通早在十几年以前就提出了这一问题。

另外,针对这一问题,他还谈到:“我们现在应当讲的还是科技,是讲科技兴国。但我们的再下一代人,可能要迎来一个文艺的高潮,到那时可能要文艺兴国了,要再来一次文艺复兴。”当今,费先生提到的“文艺复兴”气象也已经呈现出来。近年来在笔者以及笔者带领的课题组的考察中,已经看到全国许多地方如景德镇、宜兴、镇湖、萧田等都已经出现手工艺复兴的现象,而且这种复兴并不仅仅是由当地艺人所主导的,而是由许多出来的年轻的艺术家们与当地艺人共同主导的。最重要的原因是这些具有艺术象征符号的手工艺品具有广泛的市场,也就是说,当代的人们正在利用艺术符号以及艺术象征体系在复兴中国的传统艺术及传统手工艺,进而达到复兴中华传统文化的目的。笔者认为,这一传统中华文化的复兴,并不是让我们回到过去,而是“重新挖掘我们传统中的有用基因,在当代的土壤中培育出新的文化”。

费先生还说:“现在我们人类的文化要发挥精神上的享受,发挥情绪上的感动,朝着这条路线走,最终还是要走到一个艺术的世界里去,这就是人类最终的追求。我想,这就是人类文化的最后导向,导向美好世界的追求,这也就是你们艺术家要出的力量,要指导文化的发展。”在这里,他向艺术家提出了一个任务,这个任务就是参与社会导向美好世界的追求。现在我们已经看到,在当今社

会,艺术家不再只是一个远离社会进行独立创作的群体,许多艺术家都在积极地参与新的社会建构,无论是在城市还是在乡村都出现了新的艺术区。这些艺术区的出现不仅改变了当地的文 化生态,还带动了其所在地的文化和旅游产业,不仅如此,还有许多艺术家参与了当代的乡村重建工作。在民国时期这是由像梁漱溟和晏阳初等一些关心社会发展的知识分子所做的工作,而今天却成为了艺术家们有意识或无意识在参与的一种新的广泛的社会实践。

以上的这些与艺术有关的现象都需要有学者参与,并进行研究和梳理,为国家的发展提出新的思路 and 新的理论框架。如果中国艺术人类学的学者们参与了这样的一些研究和田野考察,我们就是进入了费孝通先生所提出的“迈向人民的人类学”的研究道路。因此,笔者认为,今天我们对费孝通先生的艺术人类学思想的梳理是非常重要的,其让我们看到,由于费孝通先生学术思想的引领,中国艺术人类学一开始走的就是“从实求知”的田野之路,走的是“迈向人民的艺术人类学”的研究之路。

党的十九大会议上,习近平总书记 在报告中发出了建设“美丽中国”的号召,“美丽中国”要有“富强中国”作为基础,还要有美好的生活情趣与美好的生活形式来彰显当代中国人的精神面貌,来体现新的中国式创造性的文化生活。正因为如此,笔者期待,中国艺术人类学的研究,将会在建设“美丽中国”,建设“美丽乡村”的过程中,不断做出新的理论总结和独特贡献。

(作者系中国艺术研究院艺术人类学研究所所长、中国艺术人类学会会长)

让非遗与时尚共舞

杨晓华

“我始终相信,选对鞋子的人可以统治世界。”世界著名歌唱家贝蒂·米德勒的这句话不无戏谑。但是这样一个引领风潮的艺术家,对时尚非凡魅力的体验却完全真实。近期,在首都北京就有两场与时尚相关的活动,引起舆论和大众的密切关注。一是在恭王府举行的2018“锦绣中华——中国非物质文化遗产服饰秀”,一是“五维记忆——中国非遗服饰秀”。这两场活动有一个不约而同之处,就是都尝试把非遗元素融入时尚的设计和表演之中。

“锦绣中华——中国非物质文化遗产服饰秀”,连续组织了包括“艺针忆绣”“白鹭为霜”“苗净千寻”“布衣经纶”“云想衣裳”“木真湘韵”,以及非遗跨界音乐剧“白蛇惊变”等11场服饰秀。在古色古香的殿宇、廊柱、红墙黛瓦之间,在炫丽变幻的光影交错之中,一位位或婉丽袅娜,或高峻冷艳的模特,从观众面前从容自信地走过,苗绣、蜡染、亮布、挑花、手推绣、青瓷、京绣等国家级非遗项目中

所提炼出来的技术和艺术元素,或热烈奔放,或玲珑雅致,自然和谐地融入模特的着装和配饰之中,在灵动的躯体上散发出迷人的活力。

“五维记忆——中国非遗创意秀”,以秀命名,其实完全是一台将高科技元素与经典舞台艺术融合的大戏。这场完全突破了镜框式舞台限制,以360度洋天式体验为主要呈现方式的戏剧,在宇宙爆炸的背景中展开阴阳天道的情节叙事。阴、阳在故事中成为两个戏剧主角,他们本来和谐自然地生存于宇宙间,他们的巨大能量让世界林木葱茏、鸟语花香。当他们对鲜花姑娘的爱情发生冲突的时候,整个宇宙开始天崩地裂、电闪雷鸣、狼烟四起。正是在这样激动人心的故事中,蒙古长调、冒顿朝尔、马头琴、艾捷克、箜篌等27项中国非遗次第收入其中,融入故事情节跌宕起伏和人物情感张弛变化之中。

这两场都被坊间认为是一票难求的大“秀”,分别以服饰文化和新艺

术形态为载体,展现出非遗活化的多样化维度和引领时尚的深厚潜力,对于非遗的当代传承和未来发展颇具启发意义。

进入新世纪以来,中国非遗肇路蓝缕地创造了文化遗产保护的 中国经验。

至今,我们已经建立了以“保护为主、抢救第一、合理利用、传承发展”为原则的“国家—省—市—县”四级保护体系,建立了代表性项目和代表性传承人制度。目前我们整理发掘的非物质文化遗产资源已达87万多项。目前我们的着力点在于,在继续加强保护力度的同时,辩证处理好保护和利用的关系。今年的“文化和自然遗产日”,非遗主场活动的主题是“多彩非遗,美好生活”,国家倡导在大众生活中激活和运用非遗的主旨灿然可见。既然如此,从非遗的角度,关注时尚、了解时尚、走进时尚,与时尚共舞就不仅是可能而且是必要的选择,因为时尚正是最新潮的生活标志。时尚所涉及的服

饰、家具、建筑、器物、交通、通讯、休闲、艺术等广泛的生活方式,都是非遗元素可以大胆融入和充分运用的领域。非物质文化以人的技艺和 活动为标志,本身和人们的生活体验是密切交织的,我们需要的是以当代的美学追求、场景运用和生活便利为引导,将非遗元素以鲜活的灵感和充沛的激情,自然地植入人们视听起居的细致体验之中,并不断创造新的迭代方式,从而使博大精深的中华文化,在同时代生活的激荡之中,发挥出温润人性、涵养人文的重要作用。

一代文豪歌德说:“所谓时尚就是目前的传统。传统都带有某种必要性,使人们非向它看齐不可。”追求美好生活,已日益成为从上层设计到百姓生活的普遍自觉。以非遗为代表的传统文化与当代时尚的融合创新,不仅是必要的,也是必然的。惟其如此,我们生于斯长于斯的中华文明才有可能开辟出一片生机盎然、万物竞秀的阔大气象。

莫用“大龄”画地为牢

赵 楠

因为“油腻中年男”许知远和冯唐、袁文涛的访谈,有涵养、有主见的“冻龄女神”俞飞鸿近一年来经常被送上热搜。人们对俞飞鸿颜值与谈吐的赞美,其实暗含着这样的陷阱:第一,大家更多称道的是“女神”已年过不惑、看起来仍然这么“年轻”,好恶的标准和依据仍是年龄(够不够年轻),如果俞飞鸿像《三块广告牌》的女主演麦克多蒙德那样欣悦于满脸皱纹,可能很多观众会立马关掉电视;第二,袁文涛等男性访谈者,不论是在表达真实看法、还是在为了节目效果扮演普通群众,他们指向的有关婚恋、变老等等问题都在时刻提示着我们,不再那么年轻的人(女性)在生活中要面对的种种不友好与困境。

世界卫生组织尚且将对“老年”的定义拉长到65岁以上,而年龄歧视——更加年轻的人对于不再那么年轻的

人的歧视(我们甚至无法给这种荒谬的歧视一个更加严格的定义),在当下的中国乃至整个东亚社会都显得尤其尖锐。不管是在娱乐圈还是在普通职场,不管是在用工招聘的现场还是在日常生活中,“不再那么年轻”仿佛成了一种原罪,它意味着你守旧、笨拙、“土”,于是无来由地,我们常常会听到这样的抱怨:25岁还没有男朋友就是恐怖的,结了婚生了子 的女人就是没有魅力的,爷爷奶奶带孩子就一定是不科学的,跳广场舞和听摇滚相比就是低端的……而在音乐节等文化活动现场,你则鲜能见到一个“不再那么年轻”的人。互联网的普及与消费主义的盛行,更是将这种年龄歧视推波助澜。“键盘侠”以年轻人居多,唯“流量”马首是瞻的市场要取悦的,当然也是那些还未曾体味何谓成熟与老去的年轻人。那些“年轻人”不知

道,他们歧视的正是未来的自己。

粗暴地以年龄为依据的歧视毫无来由,且经过了传媒与网络的夸张变形。对年龄的歧视和对年轻的自以为是,不久前被来自西班牙的时尚趋势分析师Raquel“暴击”——在中国长期拍摄了神态和衣着各异的中老年人之后,Raquel分享道:“我对年轻人不感兴趣,他们总是穿的一样,而老年人总能带给我新鲜感。”年龄歧视背后是从衣着到人生追求的彻底的不自信与全面平庸。一个人不可能永远占据和守卫生理意义上的年轻,而一个社会各个行业的中流砥柱和“把关人”,则往往也是也必须是生理意义上并不那么年轻的人们。

能够保有好奇、与时俱进的是心态,不是“十八岁”。破除年龄歧视的迷思,全社会都亟待抛开莫须有的年龄枷锁,解锁“无龄感”。社会大环境应做

到不因年龄而歧视任何分工与职位、性别与人生选择;而我们每个人,都应俱怀“自信人生二百年,会当击水三千里”的勇气。王德顺80岁上T台走秀,秦怡满头银发出演电影,许渊冲年过耄耋仍能醉心于翻译……莫须有的年龄歧视,不能成为让我们被画地为牢的理由;“有名”“有钱”并不构成拥有“无龄感”的必要条件。健康的生活方式、认真努力的生活态度、“不服老”的精神追求,都是无价而易得的。对自己有信心而负责任,对生活有热情而能执着,对明天有要求而有行动,就可能超越“年轻”而抵达青春精神的常在。当然,如果“倚老卖老”,完全因为什么活动或想法“太年轻”“幼稚”或“跌份儿”而主动将自己拒之门外,就是另一种作茧自缚了。

青春当然值得歌颂和追忆,整个社会和每个个体,若能不在年龄上画地为牢,才是更值得赞美的。

最近,王菊突然变成了自媒体和公众关注的对象,形成热点。这一现象绝非偶然,这是大众文化的活力和可能性的新表征,具有某种新的标志性意义。

在对女团选拔的节目《创造101》中,王菊的形象突然成为社会的焦点,其引人注目之处和独特之处就在于她所定位的公众形象并不出众,甚至刻意地标识为形象普通,难以成为偶像明星。但正是这一特点变成了她最大的长处。一种所谓的“普通”女生的特质,没有“明星范”、没有超越芸芸众生的外表和特质,一种并无高高在上,让人不可企及的平民化的特征,一种刻意强调的“普通”,一种没有刻意的“美丽”,反而代表了普通年轻女性强烈的个性化认同。这是一个新的“中等收入者”社会的新的文化表征。

这种刻意“普通”激发了普通的青年的共鸣,无论是长相的“普通”或状态的“普通”,都是寻找到认同的特点。她让普通青年找到了和自己类似的特质,而这种特质正是引发社会中的“普通”人群的高度认可与共鸣的动念所在,也是她引发一波轰动效应的原因。她的表情、状态、行为方式都不合乎艺人的“完美”人设。所谓完美的艺人,往往是普通人渴望的高高在上、不可企及的长相和表现,其造型和举止都有所谓的“明星相”。王菊的特异性正是在于她的独特的“普通”,一种邻家女子常见的举止行为反而增加了她对普通人的吸引力。正是这种“反常规”的“普通”激发了认同和新的可能性。

同时,王菊也意味着新的女性意识在大众文化中作用的表征。伴随着女性消费者在社会中主导消费走向和主导文化趋向的能力越来越强,女性的自我以及无需被赞赏、从容做自我的想法,随着其决定消费走向的能力,越来越成为大众文化的重要的力量。这种女性意识也让所谓的“普通”获得了一种认同感,而这种认同感则体现了新的可能性的空间的展开。这种女性意识比起男性的传统观念,显得更加受到公众认可,也更为理直气壮。

从这一现象,我们可以看到在网络文化主导的大众文化的风潮中,人们对于和公众疏离的“明星范”以及“超级完美”这一神话的厌倦。公众的趣味和审美在某种程度上寻求某种“不完美”,某种和自己的不完美相像的状态,对其产生一种认同的现象,会成为时不 时出现的潮流和走向。这其实并不奇怪。现在的大众文化里,往往普通

走向简单而丰富的生活

高 兴

近年来,随着社会的进步,一种全新的潮流逐渐进入人们的视野。从北欧的“极简主义”到日本的“断舍离”,从牛皮纸的礼品包装到黑白灰的家居装潢,人们越来越推崇“简单”的生活模式。这一现象出现的背后,实际上是一种全新的价值观——通过更“简单”的生活,让人们从消费中解放,去探求生活中更重要的价值。

这种对于“简单”生活的追寻体现在方方面面,以最近流行的《胶囊衣橱》为例。这个来自澳洲的“网红”书籍告诉人们,如何利用更少的衣物获得尽可能丰富的衣着搭配。通过审视自己的衣橱、明确自己的目的、划分不同的功用,将原本杂乱的衣橱整理。再经过巧妙的构思,12件单品可以完成30种穿搭,满足了人们各种场合的需求。在这个过程中,总量看似减少,但可能性却大大增加。既解决了都市青年囊中羞涩的经济问题,又满足了人们的物质需求。借由“胶囊衣橱”的风靡,可以看到的是这种“少即是多”的观念为都市青年提供了一个全新的思路,即简单的生活也可以是美好的生活。于是,越来越多的人开始改变过去的生活习惯。我们从每周去逛街购物,变为DIY改造旧物。从沉迷于大排量汽车,到欣赏新能源汽车。帆布包和粗陶烧制的器物成为人们追捧的对象。田园逐渐取代都市,成为人们旅行的选择。就这样,消费行为从追求外在的“体面”,变为寻求自我的舒适。

这些行为实际上反映了一种观念的转变,人们逐渐开始从商家

王菊现象：大众文化的新意识

张厥武

中等收入的青年占据了文化的主导的地位,他们想要让自己处于相近状态中的年轻人成为代表,这种新的“代表性”往往超出了原有大众文化造星的特定限制,形成了反对娱乐业打造高高在上的明星模式的新愿望。这种愿望,一方面是针对原有的造星的完美模式和炒作方式的厌弃,另一方面也是对于新的、和自身相近和相似的明星的某种隐秘的渴求,这种渴求就是要明星和自己取得某种现实的联系,让她“代表”自己在几乎不可能的竞争中获得胜利,从而给了自己新的自信和自我认同的空间。这样的形象和想象,也是新的网络化的大众文化中具有一定代表性的愿望。

从这一现象,我们也可以看到大众文化的多样性和某种内在潜能,王菊所创造的新的可能性,正是让普通人能够从中获得积极动力的所在。王菊爆红的现象,也正是这种可能性的某种呈现。

构建的消费主义中脱离,跳出铺天盖地的“购物节”,转而希望过一种更为朴实、惬意的生活。人们发现,原来“简单”的生活令人感到愉悦。在这里,“简单”生活并不意味着“勒紧裤腰带”的苦行僧生活,而是让我们 在适度消费、循环利用中重新审视自己的欲望。

如今,人们亲自体验“绿色”“简单”的生活后逐渐明白,在减少消费之后,我们的生活没有变得贫瘠,反而更加富足。首先,选择了“简单”生活不仅是让自己的钱包轻松,更是让自己轻松。正如伊壁鸠鲁所言:“维持奢侈生活所引起的烦恼比所得到的快乐还要多。”当我们放缓为欲望工作的步伐后,获得了更多的时间和精力去陪伴家人,情感上的温润是金钱永远也无法买到的。同时,放缓对欲望的渴求,也会有更多的机会去关注自己的内心。虽然我们不会效仿梭罗一样过极端的简单生活,但也能“偷得浮生半日闲”,体会一下心灵的自由。其次,地球的资源是有限的,无限制的开发和消费,必然会带来环境问题。我们过上“简单”生活,就是与无节制的浪费相决裂。这意味着我们选择了一个美好的自然生态,也就是选择给未来的子孙留下一个无限可能的未来。所以说,“简单”生活为我们带来了精神上与物质上的双重富足。

“简单”生活不是“单调”生活,相反,在它质朴的外表之下,隐含的是对生命的热爱和对自然的关怀。这种生活是鲜嫩而丰富的,如同清水潮润,细品之下,方有无穷的魅力。