

见证 中国 当代 美术

马钦忠 著

学林出版社

见证 中国当代 美术

学林出版社

图书在版编目(CIP)数据

见证中国当代美术 / 马钦忠著. —上海: 学林出版社, 2011.4
ISBN 978-7-5486-0149-4

I. ①见… II. ①马… III. ①美术批评—中国—现代—文集 IV.
①J052-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第025424号

见证中国当代美术

作 者 马钦忠
责任编辑 薛仁
封面设计 杨贵妮
版式设计 梁晓鸿 张丽
出 版 上海世纪出版股份有限公司
学林出版社 (上海钦州南路81号3楼)
电话: 64515005 传真: 64515005
发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心
(上海福建中路193号 www.ewen.cc)
印 刷 上海丽娃河印业发展有限公司
开 本 787×1092 1/16
印 张 28.25
字 数 213千字
版 次 2011年3月第1版
2011年3月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5486-0149-4/J·20
定 价 88元

如有印装质量问题, 可寄本部退换

目录

第一辑 中国当代艺术的独立判断 ····· 1

1 作为国际潮流的波普艺术与中国波普艺术的缘起 ····· 3

上：波普艺术的国际潮流

一、波普艺术从发起到成为主流的启示 ····· 3

二、波普艺术的社会问题和艺术问题 ····· 9

三、消费社会、后现代主义和波普艺术 ····· 16

下：波普影响下的中国艺术问题

四、中国波普的政治特征和作为知识分子的艺术家的境遇 ····· 21

五、中国波普艺术的主题 ····· 29

2 政治波普：用“艺术的政治”消解“政治的艺术” ····· 33

一、艺术的自主性：还原艺术的社会政治 ····· 33

二、波普社会化：关于“艺术”的社会消费 ····· 46

3 文化波普：中国当代艺术的价值基点 ····· 59

一、媒介的社会职能和当代人的存在空间 ····· 59

二、传统价值观的波普表述 ····· 64

三、距离化历史：近代以来两个中国文化“考古”例证 ····· 73

四、中国文化波普的三个特点 ····· 79

4 材料与符号：波普艺术的另一维度 ····· 81

一、波普艺术的材料运用与当代艺术形态学的变化 ····· 81

二、中国波普艺术运用材料的倾向和特征 ·····	84
--------------------------	----

5 关注消费文化的中国波普 ····· 99

一、文化工业的消费本质和艺术家在当代情境的分化 ·····	99
二、中国当代消费文化的视觉创作的关注焦点 ·····	107

6 结语：中国波普艺术成就和中国艺术前景 ····· 117

一、中国波普艺术是中国百年来视觉文化的创造	
第一次自主的文化判断 ·····	117
二、“国际化”的中国波普带来的负面影响 ·····	119
三、建构国际视野的本土艺术价值的根基才是	
中国艺术发展的未来 ·····	120

第二辑 都市消费文化的质询与自我在场 ····· 123

7 当代艺术的文化质询 ····· 125

一、大众文化与“卡通一代”的人类学题旨 ·····	125
二、“文化工业”时代的价值质询 ·····	130
三、责任风险与文化调侃 ·····	136
四、好果子、美梦与时尚 ·····	140
五、消费青春与青春祭祀 ·····	145
六、梦呓私语少年时 ·····	149
七、从想象离开传统的距离能走多远 ·····	153
八、拷掘“在场” ·····	162

8 身体问题的视觉哲学思考 ····· 169

一、身体哲学的视觉触摸 ·····	169
二、身体以及身体物品的神话 ·····	179

三、穿越于历史时空的身体符号 ·····	183
四、日常生活的精神寓言 ·····	192
五、身体、角色、自我 ·····	196
六、从“皮肤的年轮”去寻找历史的折痕 ·····	202

9 消费文化中的都市沉思 ····· 209

一、货币符号的历史记忆 ·····	209
二、记忆物化中的人生向度 ·····	215
三、把宠爱制造成为一场演出 ·····	221
四、关于“梦想成假”的美丽告诫 ·····	226
五、都市情结与个体生命的沉思 ·····	230
六、游戏魔方、快餐消费、感官愉悦 ·····	235
七、美丽至极的都市寓言 ·····	240

第三辑 艺术现象评述与人物速写 ····· 245

10 态度、立场与现象评述 ····· 247

一、作为“资源”的传统 ·····	247
二、我们靠什么进行“观念的拓展” ·····	250
三、从“感性之后”看当代艺术的生存论基础 ·····	252
四、为“资本”供养的美术批评必然患失语症 ·····	257
五、前卫美术不要变成“创意产业” ·····	260
六、从“被西方定义”到“自主定义”的中国当代艺术 ·····	262
七、中国传统工艺造型怎样嫁接当代生活需求 ·····	268
八、守护学院艺术精神与推进当代艺术进程 ·····	276

11 艺术对话录 ····· 279

一、把生命放在作品过程之中——与谢德庆对话 ·····	279
-----------------------------	-----

二、中国画的视觉改造——王川访谈录	298
三、东方精神的忧思——石虎访谈录	303
四、艺术家、自由——寻找中国人的表达方式——对话王易罡	310

12 人物专论

一、承载起历史的重负——90年代李世南	323
二、传统形式的当代转化——关于田黎明的中国画	329
三、余启平与他的红房子	336
四、意象·个性化审美与张桂铭的水墨画	342
五、徐晓燕：土地的情怀	352
六、艾轩：孤独美的追寻者	361
七、杨飞云与他的古典主义油画	367

13 艺术人物速写

一、都市的精灵邵戈	377
二、袁进华“山水之梦”的哲学表达	382
三、王家增铜版画的伤感的情怀	388
四、拟真的意义置换——关于史金淞的《莲》系列	391
五、梁蓝波的水墨实验所拓展的审美空间	394
六、钟曦版画关于“痕迹”的技艺	400
七、刘广云的综合媒材对“记忆”的重述	404
八、汪天亮：古老工艺的审美转换	407
九、钢铁的材料属性的视觉之美	410
十、工艺与手工艺：武真的藏传佛教造像	413
十一、黄渊青的视觉语汇	416
十二、曲丰国《手迹》系列的生机性	418
十三、戴着镣铐舞蹈的刘西洁	420

十四、从技术审美到文化审美 ·····	423
十五、“隐喻”的魅力 ·····	430
十六、与时尚比肩而行 ·····	432
十七、周湧水墨艺术的日常情怀 ·····	434
十八、迷离重叠的文化语境与徐天润的“艺术之思” ·····	437
十九、心语心画——读程建佐的画 ·····	440

第一辑 中国当代艺术的独立判断

百多年来，中国艺术从中西之争的美育之论的开启民智民识到救亡图存的战斗性与鼓舞性，一直到新中国以来的意识形态艺术，都是政治思潮传播的传声筒和号角，甚至连多样性、风格之类的最基本问题也会成为争论的理由。美术远离作为一种文化精神的建构的距离是那么遥远。

其实道理非常简单，那就是艺术的自主判断。

中国当代艺术的波普风潮陈述的就是这么简单的道理！

1 | 作为国际潮流的波普艺术与中国波普艺术的缘起

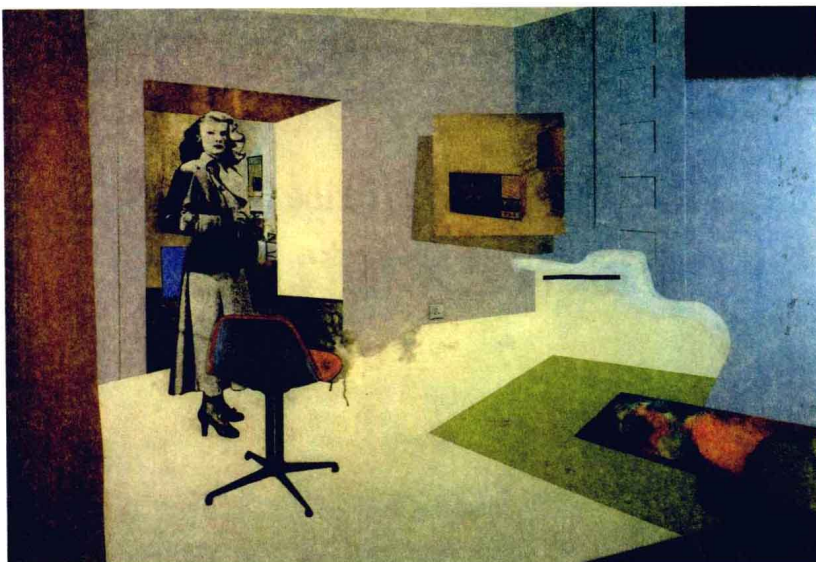
上：波普艺术的国际潮流

一、波普艺术从发起到成为主流的启示

我们还是从很容易让读者进入阅读情境的角度入手。

按当代著名的美术史论家 Gdward Lucie-Smith 在《当代艺术》中的描述，波普艺术起源于英国的 50 年代中期的两次展览，一次是“拼贴与物品展”，另一次叫做“人类、机器和运动”展览。这两次活动分别于 1954 年和 1956 年举办，功劳归功于一个叫做 Law Vence Alloway 的批评家。在 1952 年后期，由 Alloway 和一部分青年画家、雕塑家、建筑师以及批评家在伦敦的当代艺术学院聚会，其中就有日后著名的艺术家汉米尔顿（Richard Humilton），讨论的中心问题是关于流行文化和大众文化。他们活动的最出色的成就就是这个词：Pop art。

反响还得从汉米尔顿的这件著名作品说起。这件作品叫做“just what is it that makes today's home so different, so Apealing”（什么让我们今天的家庭如此不同如此迷人？）这里呈现的是什么呢？电视机、录音机、



汉米尔顿以及英国的波普以中产阶级生活的理想为主题。有着流行生活的布尔乔亚性质，但却缺乏社会的广度和广阔的视野。孩子、家族、女人、女明星等等是他们的主题。彼得·布拉克 (Peter Blaken) 的作品最为典型。

上 | 汉米尔顿：《室内工》1964 年
下左 | 汉米尔顿：《什么让我们今天的家庭如此不同如此迷人》，1956 年
下右 | 彼得·布拉克：《女人们》，1959 年

放大的杂志封面，背景是沙滩度假圣地以及当时流行的 Aljolson 的爵士歌表演，是成功生活的体现但并非贵族、享受而并非高贵、成功但并不遥远的生活快乐的现实模式，而我们的主人翁男女、健美、性感、时尚，是按我们的消费神话和享受神话塑造出来的大众生活的骄子。

这就是汉米尔顿要说的内容。他的意义就在于：第一，从此走出了现代主义绘画或者艺术的内容问题：诸如图式的变迁、材料与审美、抽象与具象。他关注的是生活问题、是我们生活的价值观和人生观，甚至连人生观也不去深究，而是我们最流行最大众的生活现实本身。这就是汉米尔顿的意义。第二，他几乎又触及到了波普艺术以及它所涉及的一切文化问题，诸如消费文化与性、消费文化与大众媒体以及大众生活的成功和梦想特征的意识形态。

但是，尽管汉米尔顿的作品在当时引起了很大反响，但它并没有成为一个国际潮流，并没有成为有辐射力的文化现象。随着波普艺术的成长并壮大之后，人们反观源流所本才多方面地认识到了汉米尔顿的地位和价值。

因此，波普艺术的“POP”还必须依赖两个要素：第一个是在商业社会的金钱神话；第二个是它必须流行。“流行”和“金钱”神话是消费文化时代的两个支柱，这就引出了另一个人物：安迪·沃霍尔（Andy Warhol）。

安迪·沃霍尔拥有消费文化时代的营销和艺术创造的双重才能，勤奋、机敏、才智过人、富于想象力以及非凡的商业经营才能，更知道怎样运用媒体炒作自己，同时又带有极严重的神经症人格，对艺术以及作为人对未知领域的探索永不满足。这就是沃霍尔。正是这样一个把奇思异想的天才和创造的天才与炒作的天才合成一体的沃霍尔，把“波普”的流行和商业成功的神话，塑造成了关于“波普艺术”的成功神话，并进而流行，且成为“文化”。

假如说，最初汉米尔顿的作品是回到社会生活，尤其是大众生活而非精英者或者艺术家的艺术创作生活，那么，沃霍尔的艺术活动（我不说他的作品），就是把消费时代的特征和社会问题的实质，揭示得淋漓尽致。这就是复制时代的人的价值危机。与之前流行的各种艺术流派相比都是在艺术文化领域之内去反文化、反古典文化、反精英文化，比如新达达主义，还是以嘲弄艺术自身作为反文化的手段，把艺术的技术审美还原为现成物，故意消解艺术与

非艺术的界线，特别是把表现主义艺术家的个人内在情感的抒发和艺术语言的原创结合起来，把绘画的陈述性功能和视觉图像的社会对应性消解到了极限。如此等等，都还是艺术史内部做艺术文化史的工作，而波普艺术的历史功绩是把这层布撕开，艺术就是生活，艺术就是现实。所以，从 20 世纪 60 年代初期，美国波普艺术家开始崭露头角之时，就把他们的活动称之为“Art of Assemblage”，也称之为“New Realists”。它的特点有两个：一个是装配组合而不描绘、不刻画和修饰；第二个是完全或部分地使用现成的工业材料等作为基本要素。这里的针对性一方面是当时占主流地位的抽象表现主义，比如以德·库宁等人为代表的一批艺术家。另一方面是强化作品的社会针对性。在这个队伍里边把这个性质发挥最充分的是沃霍尔，他是直接复制与他甚或与每个美国人日常生活密切相关的特别具有社会性和大众性的图像，比如他一再画他的罐头汤罐、玛莉莲·梦露、肯尼迪的妻子以及在当时给西方年轻



安迪·沃霍尔：《梦露的Diptych》，1962 年

人深刻影响的毛泽东的形象，而且还以丝网版画的方式重复印制。特别强调这种制作过程的粗糙和缺乏美感，目的正如他为自己的一个展览所标示的名称“社会观察者”（Social Observer）。他是为了观察社会认识社会而作，更是为了让别人也一同来观察社会认识我们所置身的历史现实。

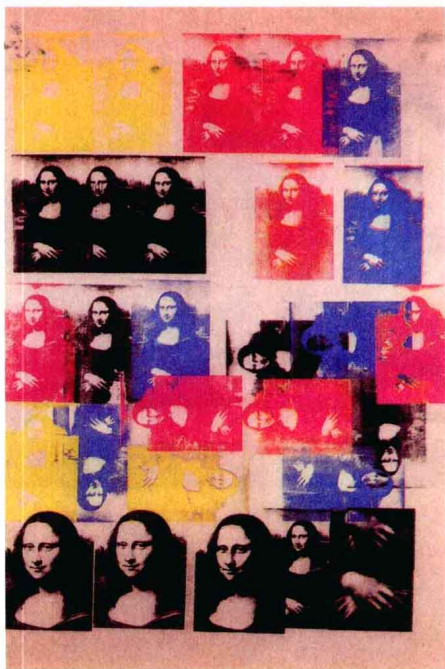
这个现实就是消费文化时代的所谓后工业时期的来临——沃霍尔以他的艺术活动宣告了这个时代的降生，那就是庸俗、浅薄、身体享受和狂欢，媒体担负着社会群体的组合和重整，精英时代逊位于时尚和新潮的怪异竞争时代。深度成了昂贵的个人自我享受的奢侈品，标榜肤浅成了所有人认同的新的伦理风范。

以沃霍尔为代表的美国波普艺术的如此等等所提出的社会文化问题，并没有引起当时执评论界牛耳的格林伯格的注意；相反，他对此严加指斥，认为那是对蓬勃发展的现代主义艺术运动的破坏，他拒绝接纳它。可是比格林

伯格更有社会操纵力的商人和收藏家支撑起了波普艺术的市场价值。美国波普艺术作品的大众效应，媒体轰动对大众的影响力和以金钱购买为价值实现尺度的市场追捧，确证了消费社会时代的守旧的知识分子专业圈的彻底失败。

波普艺术从起源到成功，到实现它的市场价值，然后转而又成为博物馆的经典藏品里的目录的重要内容，完完全全地揭示了一个新的时代的到来：消费、媒体、大众、日常生活成为人类文化的焦点。

如果说，沃霍尔的标榜大众文化、媒体主政以及生活浅薄的图像和审美的消费主义成为文化主流还有着很强



安迪·沃霍尔：《蒙娜丽莎》，1963年

的社会责任感和历史使命的话（作为“社会观察者”），那么，到了他的后继者活跃在当今国际舞台上的杰夫·昆斯（Jeff Koons）之流就把个人的最私密、最琐屑的“日常生活”作为主角，把我们每个人日常生活的机械性、重复性、功利性转化到了家庭，而家庭日常生活又主要是性——一切都可以成为消费产品：包括窥淫癖和两性生活。杰夫·昆斯的贡献是关于男人、女人的身体的个人生活方面，我们再也没有需要隐蔽的了。一个不能见诸于主流媒体的“POP”，实际上流行在我们每个人的床第之间。结果是：这是最没有个性化的社会事件。“波普艺术”的社会化，至此，走到了它的又一个端点。



杰夫·昆斯：《迈克尔·杰克逊和猴子》，1988年

二、波普艺术的社会问题和艺术问题

在上一节一直说的是社会问题，但是波普艺术到底是怎样关注社会问题的，从文献上并找不到特别明确的答案。

就沃霍尔来说，他从未否定艺术与商业的联系，他认为艺术就是商业。艺术是商业也没有坏处，从消费时代特征上说，任何物品没有商业性是不可能的。至于他以复制或复数的方法让我们去观察社会也没有明确的价值指示。

美国波普艺术的奠基人是劳申柏（Robert Rauschenberg），他是使用现成品的艺术大师。他给自己的艺术创作主张是“填补艺术与生活的裂缝”，使用的手段是综合媒体（Mixed media），而他的一些作品，并没有特别明确的针对性。图像大多是从电视、广告、日常生活用品，主要是从工业材料中转化而来。他的制作以智慧的创意见长。



劳申柏用日常生活用品去反对抽象表现主义，很大意义上是奋力反对所谓的绘画性，而对各种材料的使用直接推动综合媒材的发展。

左 | 劳申柏：《床》，1955 年

右 | 劳申柏：《可口可乐计划》，1958 年