



言中针对他们那个活动要像作为“播种机”的长征那样一路上要对沿途的百姓播撒下当代艺术的种子的好动机说，我们有什么理由一厢情愿地要求如此酷爱卡拉OK艺术的普罗大众们像酷爱卡拉OK那样来酷爱当代艺术呢？同理，作为有普世的人道关怀精神的“严肃艺术”与市场之间从来就是一个悖论。因为作为体现了普罗精神，或者表述能体现知识分子立场的“严肃”艺术品，它的消费者从来都是那些不那么普罗的资产阶级，这是一个宿命式的逻辑悖论。所以，我倒认为，基于一个隐藏的“艺术要为普罗大众所能消费得起”的立场，把工艺品、较为廉价的收藏品，以及那些有限印刷的复制品作为对象可能更实际些。

3、按照特定的艺术品投资（机）市场规律所决定，由于在这个市场的流通环节中所流通并不是有形的物质实体，而作为无形的“概念”而存在的价值增殖基础，它的流通和增值的基础是不能在这个流通的环节中而出现而影响我们对于这个“概念”利好信念的因素。因为它非常有可能使这个“概念”的流通环节“崩盘”，从而损害到投资者的利益。所以“（普罗大众能）买得起的（好的）艺术”这个游戏规则能够成立的前提是，我们要在游戏的一开始就事先设定好一个前提，就是“这是为那些不能按市场价买得起的好的艺术的普罗大众服务的公益活动”。这样，就不会影响到特定的艺术品在一般的艺术品市场中所附加“概念性”增值的可能性，也就不会进而影响到艺术家本人和艺术品投资（机）者的利益，包括通过这样的活动而作为艺术品投资（机）者出现的买到了他们“买得起”的艺术品的普罗大众的利益。

4、最后，如果这个活动有了这样的前提设定，那么对于艺术家来说这个活动的意义就不是参加了一个公益活动这么单纯了，因为会有一些媒体来关注这样的“为普罗大众”的艺术活动。所以，对于艺术

家来说，他会有一个非常好的宣传的机会。这样一来，艺术家“让利”的部分是通过媒体的“免费”宣传来找齐的，而媒体也仅仅是为了找到一个文化时尚活动的素材而已。这么说来，它就是一个市场推广活动，连一个公益活动也不是了。



Only doing like this one will be famous in the world? 只有这样才能走红西方?

◎张娜 Zhang Na

自上世纪九十年代以来，随着中国艺术家在国际大展中的频频展出和获奖，“中国当代艺术如何获取国际身份”已经成为美术界争论不休的话题。随之出现的“国际规则”、“后殖民主义”也成为评论界关注的焦点。面对全球化的强烈冲击，中国艺术家应该以一种什么样的姿态同国际平等对话，应该通过什么样的艺术方式获得国际对本土文化的认同以获取自己在国际上的合法身份呢？

此时，西方无视中国内部文化的差异性，并且强行地在自己想象的基础上建立了与中国的文化和民族认同，当然，这仅仅是一种单一的强势文化对弱势文化的强制性的认同模式，更可以说是一种文化上的霸权主义。这种对中国文化的狭隘想象，使得一批适合他们“口味”的中国艺术家理所当然地在国际大展中“粉墨登场”。然而，也正是由于这种国际性大展的宣传作用，蒙蔽了全世界人认识中国当代艺术的眼睛。王广义、张晓刚和方力钧等人在威尼斯双年展中展出的作品千篇一律的充斥了所谓的“中国符号”。在被问到如何看待威尼斯双年展的国内艺术家时，侯瀚如这样说，怎么看国内的艺术家的作品都更像宣传画。

想进入国际大展而扬名吗？那么请在你的作品里夹带上“中国符号”。国际大展对中国艺术作品选择标准就是这样，然而面对这种引诱，一些“识时务”的中国艺术家似乎也意识到只有满足西方这种已经设置好的艺术创作模式，他们才可以获得国际上的成功。随之，一批批“换汤不换药”似的带有诸如中国式落后、愚昧的艺术作品屡屡亮相国际大展。中国艺术家的这种“墙里开花墙外香”的现身说法，也给后来的艺术家指明了一条通向国际的“康庄大道”，同时也把许多唯利是图的艺术家送上了国际“斩”场。比如，蔡国强在其作品中用火药炸出一条龙，我们知道火药是中国发明的，而龙则又是中华民族的象征，明显的带入中国符号；徐冰作品中的可知不可知的汉字更是带有典型的中国文化特点，是典型的中国标签。不夹带中国符号的艺术作品就很难进入国际展览，发展到现在似乎已经成了一种不争的事实。这些根据西方人的“东方学”标准所打造出来的带有“中国符号”的中国当代艺术，在他们自己人的眼球里也闪烁出了如其所愿的“东方情调”和“异邦文化”的光芒。

由此可以看出，直至现在，西方没有当然更不原意走出自己对当代艺术认识的误区。他们仍然以一种强者的姿态在挑衅着中国当代艺术。作为一种弱势文化，显然它不可能与西方文化平起平坐，更谈不上拥有自己的发言权。然而这种所谓的“东方情调”的作品并不能代表中国当代艺术。西方按照自己的意志，将并非属于中国再造文化的“地摊文化”强制性地贴上中国前卫的标签，并大张旗鼓地将其纳入国际展览。对此，我们要说这是西方对中国当代艺术的一种严重误读和强制性规定。

毋庸置疑，由跨国资本所带来的后现代消费文化作为强势文化给中国的民族文化带来了强大的冲击，文化程度上的差异和不平等导致

了中西文化交流上的“非互动”和“霸权主义”。在这种非平等的对话中，中国艺术家一方面为自己套上弘扬中国传统文化的精神的伟大花环，一方面为了获得西方的认同，自觉或不自觉地迎合着西方的口味，变着法子给自己的作品贴上“东方情调”、“中国制造”的标签。随后，这些拥有“国际认同”的艺术家们便大张旗鼓地“批量生产”、“批量销售”，至于作品背后的意义已经不再属于他们考虑的范畴，后来的艺术家也都想通过这种创作模式获得参展的机会和进入市场。在全球化的语境中，正处于新的十字路口的中国当代艺术，同时也面临着新的类似的拷问，而像这种中国符号的“拼盘”是无论如何也得不到根本性突破，同时更没有给我们太多的启示。它所给我们的只能是将中国当代艺术置于诸多矛盾交织的多难境地。栗宪庭曾说，“现代艺术的展览是一个游戏，就像一盘菜一样，每一位展览策划人就像一位厨师，他在做一盘菜，他并不真正懂得你，并不真正地理解你，他只是为了要做这盘菜而已。比如做一个拼盘，这个拼盘中必须有‘中国’，那么中国就像一个‘春卷’。”

面对这种由西方设立，中国艺术家参与竞赛的游戏规则，我想有一点应该是肯定的：在西方强势文化面前，处于弱势的我们如果一味地迎合西方的口味，那么我们永远都是输家。我们所必须要了解的是，所谓的“中国符号”已负载了太多的僵化与陈腐，而现在我们需要做的是在中国当代语境中创建新的艺术样式、进行新的艺术创作，这似乎更贴近中国当代艺术的景况。

- 1、不远万里来到中国 油画 曾梵志, 安迪·沃霍尔
- 2、童年留念—纪念碑 黑白照片手工染彩 邵逸农 幕辰
- 3、挽歌2 丙烯 郑在东
- 4、游戏1 油画 曹钟伟
- 5、影子 油画 李孝萱

