

全球化、當代藝術與 中國社會變革

● 魯明軍

一 引言

2016年1月27日，由北京尤倫斯當代藝術中心(UCCA)館長田霏宇(Philip Tinari)與法國策展人博塞(Laurence Bossé)、施特布勒(Claire Staebler)聯合策劃的「本土：變革中的中國藝術家」在巴黎路易威登基金會藝術中心(Fondation Louis Vuitton)開幕。不到兩個月，由中國藝術家蔡國強策劃的「藝術怎麼樣？——來自中國的當代藝術」在多哈的卡塔爾博物館管理局(Qatar Museums Authority)開幕。另外，將於2017年在紐約古根海姆美術館(Solomon R. Guggenheim Museum)舉行的由該館亞洲藝術部三星資深策展人孟璐(Alexandra Munroe)、田霏宇、羅馬二十一世紀當代藝術國立博物館(Museo Nazionale delle Arti del XXI Secolo)藝術總監侯瀚如聯合策劃的「世界劇場：1989後的藝術與中國」大展也正在籌備當中。除此之外，還有不少類似的、不同規模的中國當代藝術展也紛紛在歐美或海外舉辦。且不論其動機如何——想必每個展

覽的策展目的和方式也有所不同，但值得我們思考的是，為甚麼一時間會出現這樣一個現象？對此，無論官方解釋還是民間猜疑，都似乎離不開政治和資本。

從政治的角度講，近年中國國力的提升開始吸引更多來自西方的好奇目光；從資本的角度看，中國經濟的持續增長和藝術市場的繁榮也是一個極大的誘惑。這些對於藝術系統的發展都無可厚非，但筆者更加關心的是展覽的思路、結構和態度。按照田霏宇的說法，展覽「本土」就是想呈現一個複雜、多面的中國當代藝術與社會的真實生態^①。相比之下，蔡國強的針對性似乎更為明確。如他所言，一直以來，海外對於中國當代藝術的認識只是停留在某種政治姿態和天價拍賣這樣一種刻板的印象甚或偏見。因此，他想展示的是，更多中國藝術家實際上是訴諸藝術本身的探索和嘗試，而這一探索本身是深嵌在中國社會的變動之中^②。

儘管視角、思路和目的有所不同，但從這兩個已經開幕的展覽看，它們還是有不少重疊之處。除了有



北京尤倫斯當代藝術中心館長田霏宇(圖片由尤倫斯當代藝術中心提供)

幾位藝術家同時參與了兩個展覽，更重要的是，它們都試圖呈現真實的中國藝術和中國社會。兩個展覽都是在海外舉辦，都有預設的海外觀者，這裏的「中國」即使無意作為一個具有強烈主體意識的定語，也不可避免地被主體化。看得出來，兩位策展人的思路中都帶有一種明顯的自我指涉性和自反性，其恰恰是想表明，展覽所呈現的不再是一個整體化的自足意義上的中國——不僅其內部包含了豐富多變的層次，更重要在於，今天的中國早已被捲入了全球化體系中，全球化已然成為中國有機的一部分。這個時候，與其討論中國，不如討論中國和世界的關係。正是這一關係決定了中國當代藝術生產方式乃至整個系統的變化，它與社會變革緊緊勾連在一起，而不再是建構一個整體化的單一性主體，它所釋放出的是一種處在變動中的複數的主體。

為此，筆者想回顧劉韡、徐震、李燎、楊福東、邱志杰、郝量、苗穎等幾個參展或相關的藝術家個案，透過他們的藝術實踐，嘗試揭示這一複雜的主體面目。需要說明的是，這樣一種敘述並非基於時間或其他的線索，而是置於一個共時性的框架中展開，即便有先後，也不構成任何連續和繼承關係。

二 全球化、社會變革及其症狀

進入二十一世紀，隨着中國成功加入世界貿易組織(WTO)和經濟的迅速發展，城鄉之間的區隔和分化日益加劇，為了克服這一二元結構，政府加快了城市化改造的步伐。特別是2008年北京奧運會前夕，迅猛的城市化運動幾乎摧毀了原有的社會結構。在這期間，當代藝術的棲居地由於都市的擴張而不斷向城外遷移，從上世紀90年代的圓明園到後來的宋莊、798，再到草場地、黑橋等藝術區，其始終處在城市郊區或邊緣地帶。對於藝術家劉韡而言，這樣的變化並不陌生，可以說他是親歷並見證了這一變動，也自是有着格外的體會。平時住在北京三環邊上，工作則在五環之外，每天往返於都市中心與城鄉接合部之間，日常的所見和感知因此成了他藝術實踐的素材和動因。這也提示我們，他最初選擇廢棄的家具、電器等作為藝術實踐的材料並不是偶然的。若以此再來檢視他利用這些舊材料所構建的裝置及其形式(包括他所慣用的技術手段)，也不難發現，在劉韡高度的形式化或

抽象過程中，實際上潛在着一個具象的城市景觀作為圖像和觀念的底本。

劉韡自認為是一個左派，這對於大多數人而言，或許有點難以理解。但其實，劉韡所謂的「站在人民的一邊」並非是對大眾趣味的一種迎合和再現，而是從一個當代藝術家的目光和視角，予以人民的現實生存經驗一種真實的視覺感知和有立場的反思。這一點尤其體現在他的藝術生產系統中。在劉韡看來，他所使用的這些「廉價」材料本身就具有某種階級性，它既是人民的記憶，也是中國社會變遷的一個表徵。走進他巨大的工作室和生產車間現場，可見有傳統的手工操作，也有現代的類似流水線性的生產，但所有這一切都是在一個相對嚴密的分工機制中運行的。此時，作為藝術家的劉韡同時身兼總設計、總調度和管理者等多重身份，有人將其戲稱為「行政主管藝術家」^③。這種生產方式在西方或其他地方並不鮮見，但值得一提的是，像劉韡這樣的龐大生產規模和對速度的要求，不僅取決於資本主導的藝術系統的快速變化，同時也是全球化背景下中國城市化進程和社會變遷的一個縮影。而這也足以表明，從生產（行動）到作品（形式），劉韡的認知和實踐無不深嵌在新世紀以來中國社會巨大的變動之中。

當然，從整個藝術系統看，工作室生產只是其中一個環節。今天，無論策展人、評論家，還是收藏家、畫廊經理，也都已經習慣進入工作室或生產現場了解藝術家的工作，目的是為了將其創作帶進下一個流通和傳播的環節。問題是，藝術系統本身就植根於全球化背景下中國經濟、社

會和文化的結構及其變化之中。因此，與其說這一生產方式、規模和速度是中國本土的產物，不如說是全球當代藝術系統，或者說全球化本身在中國的一種真實反映。在劉韡這裏，生產本身負載着一定的觀念和意義，但也只是止於生產，他不願意過多、甚至根本就不希望介入作品的消費和流通環節。儘管生產在某種程度上受制於消費，但對消費的消極態度，在某種意義上也說明他對於這一體制的警惕和相應的一種自我保護。可這一點，到了藝術家徐震——沒頂公司 (MadeIn Company) 這裏，則構成了一個整體關係。徐震不認為工作室和生產車間只是作為藝術系統中的一個生產環節——其本身就是消費的一部分。

早在2009年沒頂公司成立之初，即使徐震不厭其煩地解釋這是一種藝術實踐的方法，但不少人還是將之視為一種商業手段和資本運作的策略。直到2013年推出品牌「徐震」之前，他似乎依然側重於藝術方法或語言上的實驗。而推出品牌則重申了作品就是要以商品的名義進入市場，以此強化了沒頂公司作為一個商業藝術機構的性質，他還為此制訂了階段性的發展規劃和目標。對此，依然有人認為這是以商業的方式來包裝學術，但實際上，對徐震而言，商業、學術並不對立。因為他相信，當一切所謂反商業的激進實踐都成了適銷對象的時候，沒有甚麼比承認商業的正當性以及更商業的實踐或行動更激進，也更當代^④。商業並非只是作為獨立於學術甚或藝術之外的一個要素，它就是學術和藝術本身。這也是沒頂公司與一般商業畫廊的區別所在。

所以，徐震後來成立沒頂畫廊，開發「皮毛」商店、「徐震超市」等，不單是出於商業和擴大社會影響力的需要，也是其系統性實踐的諸種嘗試。

誠如徐震所說：「今天，展覽的都是商品，能賣的才是藝術。」^⑤我們可以將他的藝術實踐系統視為一個資本機器，它不僅關乎消費，也涉及生產；它不僅植根中國本土，也依賴於全球化體系。然而，我們無法迴避的是，作品所顯現的這樣一種超級景觀和美學帶給觀者的感官反應和文化暗示。多年來，徐震一直在挑戰支配我們的固有認識和經驗，他並不認為他的實踐是在反映或體現甚麼，藝術本身就是一種社會事實，而他要做的就是如何將自己徹底扔進亂哄哄的文化現實當中。在筆者看來，這其實是“Made in China”（中國製造）的另一種表述，確切地說，應該是“Made in China-Globalization”（全球化的中國製造）。不同於「世界工廠」意義上的“Made in China”，這裏藝術家的生產系統，包括作品（或產品）本身就帶有對當代文化、政治的反思和批判，更像是一種症狀式的實踐，同時也暗示中國當代藝術與全球藝術體系之間既互相依賴又不乏緊張的複雜關係。在筆者看來，這也是徐震和西方波普藝術系統的區別所在。在後者那裏並不存在如此複雜的社會結構和地緣政治背景，其時全球化尚未成為經濟、社會和文化的支配體系，處在冷戰格局下的英美波普藝術更多體現在對於意識形態符號的消費，其生產機制截然不同於今日的中國。

作為徐震作品典型的特徵，簡單、幽默、空洞既是中國社會文化的

現實，也是當代藝術體系的一種普遍症狀。就像作品《永生》系列（2013-）所顯示的，兩個來自不同地域和文明的古代雕像被強行嫁接後的這個異質的產物，其實就是中西兩種文化相遇的結果。而這種「無頭」的對接和「不知所以」的生搬硬套，毋寧也是文化全球化的現實，即一種超級景觀所掩飾的兩種文化—制度之間的不可通約性。這裏無論是生產還是消費，都是一種文化。換言之，作為一種文化，並不止於觀看，它不僅為我們提供了一個感知現實的新視角，也重新定義了藝術家的身份和作品。不過，即便如此，這一「生產—消費」機制主要所面對的觀眾也只是限於藝術系統內部，包括以反消費為名的非營利實踐和展覽實驗（如2015年由孫原、彭禹、崔燦燦聯合策劃的大型群展「不在圖像中運動」）亦復如此——何況這些實驗最終還是紛紛被藝術商業系統所吸納和消化，至少目前，還無力釋放出足夠的社會和文化能量，也極少得到公眾的積極反應。

早在2008年，策展人姚嘉善就已經對此問題有所意識，她在《生產模式：透視中國當代藝術》一書中曾經寫道：「中國背景下的『特定現場』藝術往往更多地是針對特定建築空間或展覽背景，而不是為社會或有思想的公眾來量身定做的，預期的觀眾也主要局限於藝術界熟悉內情的參與者。」^⑥但或許就像劉韡的實踐和作品所提示，所謂的「當代」及其文化意義，既不屬於城市（相比其他領域而言，當代藝術的城市消費是極為有限的），也不屬於鄉村，而是在城鄉之間的裂縫中。此時，藝術家自身未必對圈外的觀眾有所預期。

三 系統性生產與身份的焦慮

此外，也有人將劉韡和徐震視為新自由主義和歷史虛無主義在中國的兩個典型案例，批評他們與資本、中產階級趣味以及現實合謀^⑦。然而，論者忽視了一點，今天真正的景觀不是龐大的裝置——物，甚至其大小本身（對於劉韡而言，還包括裝置材料）就決定了它其實並不商業化，至少並沒有向資本和新自由主義妥協，反而提示我們，龐大的全球新自由主義和國家資本主義所共同帶來的階級區隔、社會分化，以及經濟—文化結構的不平等，以及普遍的空虛、脆弱這一當代精神困境。因此，劉韡和徐震是以現實的方式在反思和抵抗現實的危機，而這在本質上與新自由主義和歷史虛無主義恰恰是背道而馳的。更何況，今天網絡、計劃以及非物化、流動性早已取代了這些龐大之物成了一種新的景觀。對此，批評家畢莎普（Claire Bishop）深刻地指出：「即使藝術家不約而同地反對新自由主義和資本主義，人們卻只能從形式上理解他們灌注在其作品裏的價值（反對個人主義和商品對象），而沒有意識到，該藝術創作的許多其他面向其實和新自由主義最近的形式更加吻合。」^⑧在這中間有的作品甚至是以「反生產的生產」或「反“Made in China”的“Made in China”」這一悖論方式出現，比如藝術家李燎的《消費》（2012）。

2012年10月9日，李燎通過應聘進入深圳富士康（龍華園區）當一名流水線工人，工作四十五天，直到足夠應付自己生活之餘可以工資購買一部該公司的產品 iPad mini 時離職，

完成作品《消費》。在此期間，李燎將自己作為一個生產的要素，徹底扔進資本機器的鏈條中，並以此揭示了我們所身處的這一不平等的經濟體系和社會結構。不過，宏大敘事和盲目表態不是李燎實踐的初衷。在這個過程中，當作為客體的生產者轉換為作為主體的消費者時，藝術家所要傳達的與其說是主客之間或生產與消費之間邊界的消失，不如說是二者之間極度的不平衡，以及其對我們日常生活角落的野蠻入侵。而這樣一種直截了當的方式，所釋放出的則是一種更為深刻地隱藏在日常生活中的霸權和與之相對的反抗能量。

弔詭的是，就像前面所言，作為藝術品的《消費》最終還是要進入畫廊、美術館、博覽會，以至藝術家所反抗的全球資本主義及其支配的藝術流通體系。藝術家也會和畫廊簽約，為畫廊供應「產品」。因此，並不是所有的藝術家都把生產系統、藝術體制以及與之相關的社會機制作為藝術媒介，更多的藝術家只是將這些作為生產的環節，或者作為一種觀念的伏筆。此時，生產與藝術實踐其實是一種分離的關係。作品的定義雖然也是依賴於藝術系統，但是創作本身並不把藝術系統及其社會運作機制視為一個必要的因素或實踐的目的考慮在內。可以說，從一開始他們就有意地繞過了這個環節，甚至也不將社會現實作為創作的起因——即便關注社會，也與藝術生產無關，而更多是訴諸藝術語言的實驗，以及觀念的流通與傳播。

藝術家楊福東就是一個典型的例子，他的工作方式實際上更接近一個古典藝術家。生產系統及其體制性並不是他考量的對象，而只是他創

作的手段。他當然對工作室和工作條件有所要求，只是更側重技術與實踐。事實上，他也不只是對生產系統缺乏自覺，整個藝術體制都不是他針對的問題，所以作品是否進入其中流通與傳播，他並不十分關心。他在意的只是基於其獨特的人文視角和社會關照，影像媒介語言本身的敘事實驗是否還有新的可能，即影像敘事中的時間結構和空間語言^⑨。然而，當殘酷的現實經過楊福東影像語言的過濾後，他提供的卻是一個觀看或審美感知的對象，正是在這種美學觀看機制中，滲透着楊福東鏡頭語言本身的殘酷性和距離感。更為諷刺的是，這種殘酷性和距離感本身進入全球化的藝術流通系統後，亦成了一個被消費的對象。

與之相應的另一個個案是藝術家邱志杰。從「後感性」到「總體藝術」，邱志杰一直訴諸體系性的理論建構和教育實踐，其中也不乏對生產系統的自覺^⑩。不過對他而言，藝術生產的重心似乎不在工作室，也不在畫廊、美術館、雙年展以及博覽會，而是在於一個藝術家的認知和思想本身。所以，任何條件和環境對他的創作本身都沒有構成障礙。他也不迴避對資本的欲望，但相比而言，他還是更在乎思想。在筆者看來，他的藝術實踐其實是一個更為典型的“Made in China”，只是他並不十分關心、也不刻意強調而已。全球化在今天是一個不容置疑的事實和前提，而邱志杰慣用的知識或認知的分解、重組和串聯手法，實際上也是為了更深入地理解中國（特別是藝術家和知識份子）的全球化境遇。就像他雖然選擇水墨這種媒介，但是在繪製的過程中他的語言卻帶有西畫的特徵；他使

用竹編這一傳統民間工藝，但是造型和結構本身卻是基於裝置的概念；他甚至認為書法才是真正的當代，才是最國際性的，但是在實踐中他其實已經將書法引至另一個參數關係和認知結構中。比如在他最早的作品《重複書寫一千遍蘭亭序》（1990、1995）中，書法便已成為其重要的媒介語言，包括後來的《倒寫書法：唐詩十首》（2000）、《光寫書法》（2002）以及「世界地圖計劃」（2013- ）中都涉及到書法。因此，在他的語言譜系中，知識和觀念常常游弋在古今中西之間，他所謂的「總體藝術」依賴於一套「世界大同」的思想理念，就像他在作品《烏托邦地圖》（2015）中所描繪的，自由主義和共產主義最終殊途同歸，本質上都是一種烏托邦而已。這一點也揭示了他作為無政府主義者的一面，儘管常常被指責為民族主義、犬儒主義等，但他總是表現得那麼樂觀，甚至在構想和擬定六七十歲以後的藝術計劃^⑪。

很長一段時間裏，我們經常會遭到歐美藝術界的詰問：中國當代藝術中的「中國」到底在哪裏？於是，各種以身份—政治認同為名的符號、象徵、標籤以及社會實踐一方面滿足了對方的好奇心，另一方面又恰恰跌入了這一詰問本身的權力—話語陷阱中。侯瀚如的「非非官方藝術」、高名潞的「意派」等都是這麼被催生出來的^⑫。近些年來，一種以回歸傳統為名義的當代實踐或對傳統的當代重構的話語潮流在國內興起（比如「水墨熱」），目的也是為了塑造一個新的主體，以區別甚至對立於西方話語的邏輯。本質上，這其實是對於全球化背景下的“Made in China”的一種批判性反應。問題在於，儘管

藝術家都在使用傳統的媒介或審美意趣，但思維方式其實已經是西方化、全球化的，這一點尤其體現在像郝量這樣的年輕藝術家身上。雖然他所使用的是傳統的水墨媒介，包括畫面的形式都極具傳統意味和身份認同感，但其視覺認知（包括對中國古畫的理解）和畫面結構，更多是受當代海外漢學藝術史學這一知識系統的影響所致，而這個系統其實與傳統本身的認知機制相去甚遠，甚至已經背道而馳。這也表明他的作品反而更趨近“Made in China”的邏輯。

四 互聯網、資本與被掩蓋的危機

作為全球化的升級版本，互聯網在今天已成為一種普遍的思維和生活方式，並已全面滲透在藝術家的生產乃至整個實踐系統之中。事實上，早在2000年前後，一些藝術家在創作中就已經開始使用網絡，但此時它更多還只是作為一種工具。然而，近年來的一個重要變化是，互聯網已經成為一種思維或認知方式，並進入了關小、林科、尉洪磊、苗穎等一批年輕藝術家的實踐或作為一種藝術語言出現。他們中間一部分人還有在海外學習或駐留的經歷和背景，也熟悉西方藝術體系及其運作機制，所以在其語言系統中，身份已經不再是負擔，進入全球化藝術系統也是理所當然的，甚至可以說，在他們那裏——至少在意識層面——已經徹底地「去“Made in China”化」了。換言之，他們並不關心作品是否“Made in China”，但這並不意味着他們對生產本身缺乏自覺，而是顯得更加關心生產方式。

比如藝術家苗穎，其藝術素材、方法以及觀念等幾乎都源於網絡及其在中國的獨特形態、機制，以及其所帶來的生活和認知方式的改變，包括「網絡審查和監控」、「山寨文化」、「阿里巴巴」、「成功學」、「美圖秀秀」、微信表情和泛濫的信息，以及「超級素人主義」的盛行等流行文化，皆成為她藝術實踐的邏輯起點和問題焦點。她以一種敏銳、冷靜的目光捕捉這些信息和現象，並帶着一定的反諷而不乏智性、談諧的方式和態度表徵了時代變化的諸種症狀。這一新的潮流被稱為「後網絡藝術」。根據策展人岳鴻飛 (Robin Peckham) 的概括，它描述了在網絡這一支配一切的全球文化噪音背景下，當代生活是如何被循環變化的信息和互聯網上的詞彙變化所影響，以至於藝術家尤其對「從在工作室誕生，到於展廳中展示，直到在世界上被廣為接受」這種轉化如何影響他們的工作路徑感興趣^⑩。大多情況下，他們利用界面式思維，借助影像、裝置、表演等各種媒介合成了他們日常經驗中不同來源的圖像，形成一種獨特的美學趣味。這些圖像之間沒有既定的觀念框架和邏輯結構，它們的組合即使基於某個經驗的片段，也是通過一種硬性的嫁接和天馬行空的想像，將歷史、現實、未來以及個體、群體粗暴地壓縮在一個戲劇化的平面或時空中。

看得出來，互聯網的界面式思維使得藝術生產變得極其不確定，社會現實也不再是藝術家必然考量的對象。當然，他們的實踐也並不是與社會變動無關，反之，它恰恰是社會變動的結果，因為互聯網本身就是一個社會事實。這裏，如果非要對他們的生產方式予以一個界定，“Made

in e-China”（網絡化的中國製造）可能要比“Made in China”顯得更為確切。

在此之所以依然沿用“Make”（製作、生產）這個詞，一個重要的原因是，自2007年左右博覽會的興起，它很快便以壓倒性的攻勢取代了雙年展、畫廊的主導地位。特別是2008年西方經濟危機的爆發和中國經濟的持續增長，無疑極大地刺激了中國藝術市場和博覽會的擴張，而這一局面的變化反向地影響了藝術家的生產方式，加之互聯網和自媒體的助推，徹底改變了他們的工作效率和節奏，這在某種意義上恰恰強化了藝術的商業屬性和消費功能。此外，還有一個與之相關的重要背景是，當中國成為世界第二大經濟體時，「世界工廠」便將成為歷史，中國不再是被動地融入全球化，而是通過「一帶一路」（即「絲綢之路經濟帶」和「海上絲綢之路」），推動全球的再平衡，這意味着世界地緣政治、經濟、文化可能將從此進入一個新的階段。

也就是說，如果“Made in China”的核心是中國依附於1990年代以來後冷戰格局下的全球化體系的話，那麼，以WTO為主導的體系顯然已經不能適應互聯網帶給這個時代的變革，而“Made in e-China”這一概念及其價值導向則意味着中國不再依附於“Made in China”這一尷尬的運作機制。這其中，一個根本的區別是，互聯網在某種意義上已經抹平、甚至局部（比如阿里巴巴、騰訊等）顛覆了原來不平等的支配關係，也化解了認同的焦慮。可以說，“Made in e-China”的本質就是全面的去本土化、去身份化，它也無意與全球化本身構成一種緊張或疏離的關係，因此，真正取代“Made in China”的不

是“Made in e-China”，而是“Made in Globalization-China”（中國化的全球製造）。在本質上，它重建了一個新的普遍的中國主體。

即便如此，我們也不能無視一度以美國為主導的跨太平洋夥伴關係（The Trans-Pacific Partnership, TPP）的施壓，亦無法預料「一帶一路」可能帶給中國社會新的危機和困境，更不能輕忽的是，就像著名藝術史學者、策展人格羅伊斯（Boris Groys）所說的^⑭：

大型的信息交流技術公司控制着互聯網的物質基礎和虛擬現實的生產手段，硬件決定一切。互聯網通過這種方式提供給我們一種有趣的組合：資本主義的硬件和共產主義的軟件。千百萬的所謂「內容生產者」將他們生產的內容放在互聯網上發表，他們得不到任何報償，內容常常不是知識工作所生產，而是來自於操作鍵盤的手工勞作。而利潤則歸控制虛擬生產的物質手段的大公司所有。因此，它不是非物質性的，相反，它恰恰是徹底物質性的。

這再次提醒我們，當互聯網成為當代藝術的一個認知視角和生產方式的時候，也不可迴避互聯網本身的運作機制和其背後的資本社會邏輯及其深層結構。此時，這一資本社會邏輯已經不再是單純的資本主義，而是資本主義與中國政治社會的一種超越意識形態的共謀，其非但沒有成為資本主義的制約，反而在互聯網的推動下，釋放出資本主義更加強大的能量：一方面，它將藝術生產推向了一個新的「興奮點」；另一方面，也使其身陷危機——不過，所謂「當代藝

術」之「當代」不正是一種面對危機的反應嗎？

五 餘論

自上世紀初特別是1960、70年代以來，判斷藝術的標準已經不再是一種自足的語言創造，而是取決於社會效應。到了今天，變得更為複雜的是，全球化資本特別是互聯網的滲透直接導致原創的消失，當代藝術早已進入了「後製品」的時代。在汪暉看來：「創造力的萎縮正是去政治化的後果。」^⑩問題是，當原創性被徹底瓦解之後，當代藝術何以自處？當創造力被資本（包括披着抵抗和學術外衣的消費）耗盡之時，所謂藝術的政治何以可能？

這讓筆者想起2015年在一次討論會上，亞洲藝術文獻庫研究員翁子健說到中國當代藝術在西方所遭遇的「雙重挫敗」。他說，如果談政治社會，總覺得自己被對方特殊化，矮人一截，從一開始就處在西方中心主義這樣一個不平等的結構中；而如果談藝術，對方則直言這些語言和方式在西方並不鮮見，有的甚至早在幾十年前已經發生或出現過^⑪。當然，與之相對的一種激進的觀點則認為，根本無需理會西方人怎麼看，我們可以自訂遊戲規則，完全可以建立自己的價值系統和文化標準。本質上，這其實是一種無奈之舉，因為它基本上無視了中國和世界的現實。

借此，筆者想回到田霏宇在針對「本土」這個展覽的策劃時談到的兩點。第一點是有關「本土」這個概念。他特別指出，「本土」並不是上世紀90年代後殖民背景下試圖對立

於全球化的一種地方性或在地性的意思，即所謂的“Localization”，當然，他也不迴避這一點，只是這裏的「本土」不僅僅是這個意思，因為這種解釋很容易將「本土」和「中國」狹隘化，所以，他強調的是「本土」本身的模糊性、豐富性和真實性，試圖呈現藝術家如何通過不同的視角和方式來應對中國以及世界的變化。甚至在某個側面，「本土」(Bentu)恰恰是在消解「本土」(Localization)，消解「中國」，以此建立一種多元和平等的對話關係^⑫。

另外一點是，他提到這個展覽其實也是對近年UCCA展覽的一個小結和反思，因為所有的參展藝術家都與UCCA合作過或即將合作^⑬。這裏筆者比較關心的是，UCCA是由藝術收藏家尤倫斯夫婦(Guy and Myriam Ullens)創辦的一家跨國藝術機構，包括館長田霏宇本人的美國身份——你可以說他們代表了一種西方人的眼光和標準，但不能否認他們也是中國本土的一部分。所以，在田霏宇看來，無論是西方藝術機構關注中國當代藝術，還是UCCA持續策劃、舉辦西方藝術家的大型展覽，這其實說明它們已經超越了意識形態的偏見，至少田霏宇自己是這麼認為的，也是這麼實踐的。更何況，其中一些參展藝術家很早就已經和海外畫廊合作了。所以，有時在面對類似質疑的時候，他反而有意地迴避和掩飾身份的偏見和自己的立場，盡量保持一種客觀的眼光和審慎的態度。筆者想，他之所以在「本土」展覽的副標題避開了「當代」這個詞，在某種意義上也是為了呈現一個複數的主體。

儘管如此，我們也必須承認，如果不談所謂的原創，單就創造性而

言，這一開放的視域固然建構了一個平等、自由的資源共享平台，但同時資源本身的疾速變化、流動和消費也成為創造能動性及其效應生成的阻力或困境。這意味着，到了這裏，無論對於中國還是西方，全球化的重心已經不再是歐美中心主義與霸權支配體系，去政治化或許已經成為全世界面臨的困境。今天看來，它甚至恰恰是在瓦解着西方中心主義。此時，即便是訴諸一個單一性的中國主體，也不同於以往；它是處在變動當中，甚至所謂的「中國」有可能最後只是一個空殼而已——何況單一性主體早已土崩瓦解。這樣一種混雜的局面（包括各種危機之間的衝突和矛盾）或許會導致新的危機，當然，也有可能萌發新的政治和創造的能量，進而徹底擺脫“Made in China”的生產邏輯和主體機制。

註釋

① Suzanne Pagé, ed., *Bentu: Chinese Artists in a Time of Turbulence and Transformation* (Paris: Editions Hazan, 2016), 25-28.

② 參見蔡國強：《藝術怎麼樣？——來自中國的當代藝術》（桂林：廣西師範大學出版社，2016），頁15-35。

③⑥ 姚嘉善：《生產模式：透視中國當代藝術》（北京：東八時區，2008），頁138；146-47。

④⑤ 魯明軍：〈對話徐震〉，上海，2013年7月24日，未刊稿。

⑦ 參見蘇偉：〈劉韡與徐震們的視覺迷宮：歷史虛無主義？〉，《藝術新聞·中文版》，2015年7月2日，www.tanchinese.com/comments/2850/。

⑧ 畢莎普(Claire Bishop)著，林宏濤譯：《人造地獄：參與式藝術與

觀看者政治學》（台北：典藏藝術家家庭股份有限公司，2015），頁457。

⑨ 參見巫鴻：〈時間的維度：讀楊福東〉，載《南轅北轍：楊福東》（上海：上海書店出版社，2015），頁6-13。

⑩ 參見邱志杰：《重要的是現場》（北京：中國人民大學出版社，2003），頁1-44；《總體藝術論》（上海：上海錦綉文章出版社，2012），頁196-287。

⑪ 魯明軍：〈對話邱志杰〉，北京，2016年1月19日，未刊稿。

⑫ 侯瀚如所謂的「非官方藝術」，既是為了反對中心主義話語的支配，也是為了區別國內以「非官方」為名的當代藝術，意在打開一個多元的、去中心化的文化空間。高名潞所謂的「意派」是一種為了區別於西方「再現」傳統而基於中國歷史文脈的藝術認知話語建構。參見侯瀚如著，翁笑雨、李如一譯：《在中間地帶》（北京：金城出版社，2013），頁9；高名潞：《意派論：一個顛覆再現的理論》（桂林：廣西師範大學出版社，2009），頁I-X。

⑬ 參見岳鴻飛(Robin Peckham)著，劉溪、戴偉平譯校：〈一種全球藝術的網絡及路徑？〉，載魯明軍主編：《中國當代藝術研究》，第一輯（北京：中國青年出版社，2014），頁163-64。

⑭ 格洛伊斯(Boris Groys)著，蘇偉等譯：《走向公眾》（北京：金城出版社，2012），頁163-64。

⑮ 參見魯明軍：〈對話汪暉〉，北京，2016年4月3日，未刊稿。

⑯ 翁子健在「世界劇場：1989後的藝術與中國」策展工作坊上的發言（杭州：中國美術學院，2015），未刊稿。

⑰⑱ 田霏宇(Philip Tinari)：〈本土：變革中的中國藝術家〉，載田霏宇、博塞(Laurence Bossé)編：《本土》（北京：新星出版社，2016），頁16-19。

魯明軍 四川大學藝術學院美術學系
副教授