

「藝術北京」：博覽會的文化主體建構

• 崔燦燦

時至今日，對於藝術與資本市場的討論在中國大陸甚為流行。或者說，從2000年開始，對藝術市場的討論不再像1990年代那種帶有理想色彩的未來規劃式談論，市場問題開始變為現實的一部分，成為左右中國當代藝術現場的重要現象之一。拍賣公司、畫廊、藝術博覽會在中國各地開始大量出現，作為個體的藝術家被納入到這一系統結構之中。藝術家不再以工作室聚集地(圓明園藝術村、北京東村等)作為單位，畫廊成為勾連藝術家的主要紐帶。這一生態系統的形成，無疑分享了從1990年代開始的市場經濟與國際交流的成果，它使得藝術家徹底擺脫由政府強行控制的機制分配與供給關係。興起於西方1960年代的藝術博覽會在中國的出現，成為這一全新生態系統形成的重要標誌，它將畫廊、拍賣公司、藝術家進行了整合，形成了一個龐雜的藝術品交易終端平台。

基於這些因素，政府不再像1990年代那樣驅逐盲流藝術家，認為其有害無益，而是將其放置於市場經濟關係之中，一部分藝術家聚集地變為文化創意產業基地(北京798藝術區、上海莫干山藝術區等)，而藝術博覽會則

成為這一創意產業中的高端市場消費平台。「文化搭台、經濟唱戲」成為對這一產業的負面描述。雖然政府對藝術展覽的意識形態審查仍舊相對嚴格，但對待藝術博覽會這種形式則相對寬鬆，並將它納入到文化創意產業的政策支持系統之中。

在2006年之後，藝術博覽會在中國出現了井噴式的高峰期：一方面，藝術博覽會此時真正實現了以藝術買賣為主體的商業集市功能；另一方面，藝術博覽會通過展示與銷售的特性對當代藝術所處的藝術機制帶來新的刺激與改變。其中，頗具影響的「藝術北京·當代藝術博覽會」(「藝術北京」)則是在這樣的歷史上下文關係中應運而生的。

2006年在北京全國農業展覽館舉行的首屆「藝術北京」與2007年在上海展覽中心舉行的「2007上海藝術博覽會國際當代藝術展」(「上海當代」)，被視為中國當代藝術博覽會開始多元化格局的重要標誌。「藝術北京」在2009年提出「完整亞洲」的理念，而「上海當代」則在其命名上加上「國際」的概念。這樣的定位並不僅出於簡單的地理、地域性考慮，它所涉及的核心問題則

是：如何在權力的不對等和歐美文化主導的作用下，生成自身的主體價值。

對「亞洲」這一理念的鍾愛，是源於中國當代藝術在日益明顯全球化的趨勢中的被動處境。2008年，因美國次貸危機引發的全球性經濟動蕩，顯現了不同地域與國家因這一衝擊所呈現的不同反應。同時，這一全球性經濟危機再次暴露了經濟全球化的負面效應。從1990年代開始，中國大陸學界對文化後殖民問題的討論，更多地是從理論層面展開的，而2008年的經濟危機與持續至今的歐債危機，使得對經濟全球化、文化全球化所帶來的危機的認識變為現實。「亞洲」這一概念的提出，無疑是「藝術北京」試圖對自身的定位做出的努力。一方面，「藝術北京」試圖在地域概念上明確其展示與銷售主體的方向與範圍；另一方面，將中國及亞洲地區的藝術作品作為博覽會的主體，則顯現了其在歐美主導的文化和經濟制度下做出的異樣選擇，並希望成為多元化的全球藝術經濟系統中獨立的一員。

任何一個被我們所熟知的重要藝術博覽會，都會構建其完備的、獨立的主體與理念，以獲得更為廣泛的學術影響與社會影響。例如，頗為重要的西班牙馬德里當代藝術博覽會（ARCOmadrid），從1982年開始便將博覽會的主體與理念定位於其所處的拉丁語系文化之中，以展示、銷售南歐及中南美洲國家的藝術作品為主，並在其後成為國際上重要的藝術品交易平台，吸引了世界各地的藝術人士與收藏家。除了在品牌效應和經濟效益上的成功外，馬德里當代藝術博覽會也間接地使得產生於拉丁語系的文化藝術給世界帶來了巨大影響。

於是，對文化主體的建構成為藝術博覽會的首要工作。在時間的積累之下，2012年的「藝術北京」中，除了始終作為主體的中國當代藝術外，參展的國外畫廊比例相對於前幾屆而言有了明顯的增加。雖然參展比例上的「多元化」，或是「藝術北京」對海外藝術機構的吸引力有所提升，但作為博覽會重要構成元素的購買群體仍以中國本土收藏者為主。這就構成了一種尷尬的自我矛盾：雖然「藝術北京」試圖在展示層面上吸引更多海外畫廊和機構的關注，但為這種博覽會內部結構的「多元化」買單的，卻是單一的中國本土藏家與觀眾。這種「多元」也極可能成為被自我消費和想像的「國際景觀」。

在博覽會的結構組織上，「藝術北京」自創辦以來設立了以學術研究、展示為主的「藝術突破」(Art Unforbidden) 主題展、「影像北京」(Photo Beijing) 主題展，以及增強博覽會社會功能的特別藝術慈善項目、藝術教育論壇等。這些項目，呈現了「藝術北京」希望通過對單元項目的調整來進一步擴大自身對學術與社會的參與能力。在參展機構的選擇上，值得注意的是，在「藝術北京」對外的介紹中提到：「自去年10月啟動招展工作以來，共收到了300餘家藝術機構的參展申請，最終精選出近200家畫廊、藝術經紀機構、駐華使館文化處及媒體參展。」^①這也就標誌着「藝術北京」擺脫了一般意義上的純粹商業活動的屬性，開始建構自身的學術標準與價值理念。可以對比的是全球影響最大的巴塞爾藝術博覽會 (Art Basel) 始於2000年所特設的「藝術無限」(Art Unlimited) 專題展，這個專題展的展覽形式、學術理

念、參展作品相對於國際上重要的幾大雙年展而言都難分伯仲。而在對參展藝術機構的選擇上，巴塞爾藝術博覽會歷來以嚴格的審查與評選制度而聞名：只有創辦時間超過三年並長期推動學術研究的畫廊才可以進入，每年報名參與的入選率不會超過三分之一。所以，從這個意義上而言，「藝術北京」所面對的不僅是交易額、規模、參展機構的大小、多少等問題，它在更長遠的發展與規劃中承擔了建構一個良性的藝術整體機制的責任。它應該包含多元的文化立場與文化選擇，並形成有效的文化話語權和價值評判體系，也只有這樣，「藝術北京」才會具有其可傳播價值的經典性與專業性。

同樣，「藝術北京」所面對的不僅是標準與選擇制度的長期建構問題。在對藝術作品價格的把控上，它應具有自身的標準，此外，它理應加強對入駐畫廊的管理與協調，而不是僅僅提供場地與平台。從2004年開始，中國大陸的藝術品市場進入火熱期，價格的不穩定和不良操作使得藝術品市場呈現高價泡沫狀，而在國內的一些藝術博覽會中，大量作品定價由銷售方隨意掌控，缺乏第三方的監管。而博覽會自身對展位費用的逐年增加在無形中也加劇了作品價格的攀升。雖然在社會、文化、經濟急速轉型和理性制度建構缺失的中國現實語境中，「市場化」、「商業化」難免有其道德瑕疵，但作為具有公共性質的「藝術北京」，應針對其特性做出積極、良性、持續性的建構努力。也只有這種努力的不斷深化，「藝術北京」才能獲得更多的公共影響，成為參與公共話語建構中的重要推動者。

「藝術北京」對於中國當代藝術生態而言，不僅是具有市場象徵意味的藝術博覽會，也是帶有文化傳播功能的公共媒介。它理應在藝術家、畫廊、媒體、拍賣公司、收藏家、美術館、博物館這一體系中建立一種良性的傳遞關係，它最終所承擔的是對社會的普及性教育、對學科的專業性研究，以及對終極性藝術收藏系統的有效建構——即作為學術、文化、市場建設的重要一部分。

在問題的另一面，2012年「藝術北京」提出的「立足本土，完整亞洲」的理念，則是其值得持續努力的長遠方向。我們往往認為在博覽會的形式上，歐美的博覽會具有與生俱來的先進性，它們是經歷了各個歷史階段、社會形態錘煉後最有效的模式。我們似乎毫不猶豫地將本土博覽會的建構想像完全投射於西方的藝術市場系統之中；對於歐美的博覽會新動向的好奇心大於對本土博覽會形態的調研與觀察。然而，對於中國本土的藝術博覽會而言，想要在全球化的不對等的文化權力中獲得自身的邏輯，我們必須回到對本土的社會形態、文化形態、藝術形態的研究中，分析自身在博覽會模式發展中的特殊性、具體性。只有這樣，「藝術北京」才能真正實現「立足本土，完整亞洲」的美好祈願。

註釋

① 參見「藝術北京」，www.artbeijing.net/fine/article_k.php?k=41&lung=cn。

崔燦燦 獨立策展人、藝術批評家