

消費形象與「政治波普」

• 栗憲庭

1989年後的中國大陸藝壇，出現了以波普方式表現毛澤東及其他政治題材的熱流，我稱其為「政治波普」或「紅色波普」。實際上，在1987年至1988年，上海的王子衛、余友涵即已開始畫毛。'85新潮的主將王廣義亦在此時開始了他的毛澤東系列作品，並在1989年的「中國現代藝術展」上首次面世，成為該展最引人注目的作品之一，開了政治波普風的先河。只是以黑方格罩在毛像上的方式，還帶有80年代現代藝術運動的某些沉重的文化批判意識。1990年，他創作了「大批判」系列，則真正走上了幽默的波普風格，他將文化革命中的群眾美術的報頭宣傳畫「大批判」，與在中國流行的西方商品如「可口可樂」這樣兩個極不同的——政治與商業的流行符號並置，達到某種荒誕、幽默的效果。而余友涵的「毛澤東」系列，採用中國民間年畫、印染花布的圖案、色彩和部分印制的方法，更深刻地以調侃方式把握了毛及「毛文化模式」^①，

因為毛一貫主張藝術家向民間藝術學習，而且自延安之後的一系列文藝運動大都與學習民間藝術有關。毛模式的藝術，係指中國藝術在毛澤東〈在延安文藝座談會的講話〉確定的兩個基本原則（為政治服務和為工農大眾喜聞樂見）的指引下，自延安時期到文革形成的一種「高、大、全」和「紅、光、亮」的模式。徐一暉同樣採用了紅、光、亮的「毛模式」，去表現毛主席的小紅書，並把它與其他日用品並置，使小紅書獲日用品的波普性。

對於60年代出生的王子衛，毛的形象大概只是他童年的記憶，因此毛在他的作品中顯得稚氣十足，代替了以往的神聖與莊嚴，而90年代以來他畫的毛則趨向漂亮的廣告畫法了。張培力的「1989標準音」發現了中國的「國家面孔」，那種完全意識形態化了臉龐、表情和聲音，能包涵中國國家意識形態的一切，中國人正是通過電視的播音，每天都承受着政治宣傳的傷害。耿建翌的「書」，是許多本陳



余友涵：「毛與惠特尼」(1989)。

列在書架上的重迭印刷的「書」。信息量由於重複印刷而增多，又由於重迭而互相消解。封面由滿版重迭印刷的頭像組成，這種人像即中國隨處可見的諸如佈告、身分證、各種政審表格中的一寸免冠人像。一個中國人一生中不知要填寫多少份表格，不知要遇見多少次諸如此類的人像模式，通過這個點，中國人與政治結下了不解之緣。最近耿的「永放光芒」系列，把意識形態化了的中國符號——熊貓，用文革報頭流通的「光芒」符號環繞，語言更簡潔、有力。任戩的裝置「檔案」系列，將幾乎使每個中國人都毛骨悚然的人事檔案大曝光，與耿的「書」異曲同工。而他的「集郵」系列，則通過郵票化的方式，把國家形象——國旗作為流通形象去處理。周細平的「帳目」系列，排上了近代史所有政治領袖，通過不斷變化的升降圖式，使中國近代史變成了「流水帳」。李山把80年代末的「胭脂」系列擴延到毛形象的處理，尤其把所有紅色政治

的標誌——「紅星」「胭脂」化後，「紅色政治」被色情所調侃，其語言在所有政治波普作品中最簡潔有力。而劉大鴻的語言則以繁複、艷俗取勝，使革命英雄在烏煙瘴氣的低俗情節中變得滑稽可笑。

波普在中國近十年現代藝術運動中流行這是第二次了。1985年美國波普藝術大師勞生柏在北京開展後，迅速在中國各地興起了波普熱。這個潮流使中國藝術第一次走出架上繪畫，開了中國藝術使用現成品作為媒介的先例，波普被誤讀成了衝擊中國傳統審美習慣的工具，但波普藝術依重流行性和大眾文化這個基本語言法則卻被忽視了。五年之後，英雄式的現代藝術運動的受挫，但仍有夏小萬、丁方等堅持純藝術和理想主義探求。或者更重要的是社會背景的變化，即改革開放的經濟大潮的衝擊，帶給社會尤其敏感的藝術家以流行、俗化和不確定性的新刺激，使他們學會使用波普的視角去看待現實。這不但使'85

新潮代藝術家的視點從大而無當的文化關懷轉向當下現實，更重要的是獲得了切入現實的新的方式。尤其被政治浸透了的現實，使每個中國人尤其知識分子，隨時會跟着政治氣候的變幻而自覺不自覺地調整自己的方位，已形成慣性般的生存機制——心獄。這時候，「政治波普」通過流行性把政治形象變成一種不確定性的符號，讓他們尋找到了消解心獄的非英雄式對抗的新途徑。

政治波普風潮與90年代初流行歌曲調的毛時代「紅太陽」歌曲的風靡一脈相承，均反映了一種複雜的社會心態，既是中國人難以擺脫的「毛時代情結」的體現，又包含着用以往的「神」去「玩笑」當下現實的意味。更重要即是這種調侃方式，標誌了中國當代文化情境中形成的一種獨特方式，即把往日的神及其他政治形象，通過流行和俗化的語言轉換，消失了其往日的神聖與莊嚴。而政治波普與「紅太陽」歌曲的風靡相比，「紅太陽」標誌着社會心態本身，政治波普則是更自覺的語言創造。就音樂的比較更明顯，1989年崔健以搖滾方式唱「南泥灣」，則比「紅太陽」歌更具語言轉換的意義。只是如王廣義「中國現代藝術展」時期的「毛澤東」，還帶着它排遣不掉的沉重與激越。1992年，一批更年輕的歌手以「紅色搖滾」的盒帶面世，便超越了這種沉重，以廣告歌的曲調直接揉進文革時的革命歌曲的演唱中，才真正創造了調侃式的波普方式。

從這個角度看，商業大潮帶來的新的視角，在那些60年代出生，文革後的第三代藝術家身上反映得更鮮明更

自然。1992年，他們也紛紛涉足波普，儘管政治作為現實的敏感點，依然是他們在藝術中關注的熱點，但政治形象更多地被流行化。如其代表藝術家馮夢波的「遊戲結束」系列，與王廣義同樣採用兩個流行符號，但馮以置換的手法，把文革樣板戲角色變成了電子遊戲中的角色，政治形象被拋入當今快速變化的電子世界裏，語言更到位。另一代表人物邱志杰的「獻給新生活」，是在數塊大玻璃組成的裝置上，印製了與自己生活經歷有關的形象、事件等。隨着觀者移動所產生的視點變化，這些形象也隨之不斷變幻、交織而難以把握或互相消解。邱創造了一個亂哄哄的廟會或超級市場式的語言世界。另外張波以「印刷錯版」作為語言方式，去表現毛及其他政治形象。祁志龍把毛混置於大量泛濫的矯造影星的粉照中，陳文波把武打電影廣告與雷鋒像並置，並以撲克牌作底，尤其王友身直接使用徵訂廣告的印刷品作為藝術語言，都顯示了這代藝術家更易從流行文化的視角去看這個世界。

政治波普與玩世寫實主義一樣，都具有潑皮幽默^②、調侃和玩世的色彩。潑皮幽默，是筆者在〈近年中國水墨畫中的潑皮牛二式幽默〉和〈當前中國藝術的「無聊感」〉（《二十一世紀》，總第9期）兩文中使用的概念。幽默在現代文藝中深刻和更難以言傳，因此常加冠詞應用，諸如黑色幽默。「潑皮」沒有「黑色」那麼冷峻。潑皮兼有玩笑、痞氣、無所謂、看透一切、放浪、流氓氣（流氓一詞在漢語多涉男女間關係，但其無所顧忌的含義則常在漢語口語中使用），我試圖

把這個處世態度的俗語引作文化概念。周作人先生1924年在〈破腳骨〉一文中談到類似的意識傾向：「破腳骨，官話曰無賴曰光棍，古語曰潑皮曰破落戶，上海曰流氓，南京曰流戶曰青皮：日本曰歌羅支其，英國曰羅格。」他將其與西班牙流氓小說(Novelas de picares)相提並論，還提到「《水滸傳》中的潑皮牛二」。林語堂更竭力稱頌「放浪漢或流浪漢」，認為「在這個民主主義和個人自由受威脅的今日，也許只有放浪者和放浪的精神會解放我們，使我們不至於都變成有紀律的、服從的、受統治的、一式一樣的大隊中的一個標明號數的兵士」，「放浪者將成為獨裁制度的最後的最厲害的敵人」，「現代一切文化都靠他去維持」(林語堂《生活的藝術》)。無獨有偶，「新文人畫」的始創者朱新建和周京新1985年在「湖北中國畫新作邀請展」的筆會上，即以「潑皮牛二」為題，畫了《水滸傳》中專愛尋鬧打鬥、開封府都奈何不了的牛二，形象幽默，用筆戲謔。自此，這種潑皮牛二式的幽默竟開了整個社會「玩人生」的先河。近年來，國內不少學者喜歡套用西方60年代「嬉皮士」的概念。實際上，西方嬉皮士思潮儘管在反主流文化上與上述中國傾向有相似之處，但心態是極不一樣的，嬉皮士是極其單純、天真和理想主義色彩，而中國潑皮幽默，恰是「看透一切」的反理想主義。反主流文化是個價值判斷，而以甚麼方式去反，是個行為方式的判斷，對於藝術，則是個風格和語言方式的判斷。實質上他們是中國當前文化情境中的一對孿生兄弟，並共同表現了中國文化的某種當代性。只是前者多直

接表現無聊的現實，而後者多把大的政治和意識形態化的現實變成不確定的流行符號，借以消解其原有的意義。

1991年10月初稿
1992年8月改定

註釋

① 詳見香港「後'89中國新藝術展」場刊上的拙文〈思潮迭起的中國現代藝術〉。

② 著名漢學家John Minford也提出類似的想法：「在這個後毛時期的荒原上，一股新奇的、土生土長的文化正在自然而然地發展着，它能夠被稱之為那種或許稍帶一點刺激性的「流氓文化」。(這是一個不太好翻譯的單詞，它的詞意散見於Lodfer, hoolum, hobo bum, Punk的詞意中)。

「最初的流氓指的是在城市裏的街頭巷尾騎着飛鴿牌自行車，神情有點倦怠，四處游蕩，不時地給人一個陰險的警告的人。流氓們每天都滿嘴髒話，尤其是一些反社會的言論。」

「但是在我看來，流氓一詞有着更為廣泛的內涵。娼妓、黑市交易者、無業青年、具有離心傾向的知識分子、遭受過挫折的藝術家和詩人——這是一束可見的光譜。這束光譜有着黑暗邪惡的一端和耀眼閃光的另一端，中間是長長的一段毫無憐憫的灰色。這種處在萌芽期的，可供篩選的文化，與二十世紀60年代的美國和歐洲引人注目的方式尤為相似。」(引自Geremie Barme, Lindd Jaivin: *New Ghosts, Old Dreams: Chinese Rebel Voices*, New York: Times Books, 1991.)

栗憲庭 河北省人，1948年生。曾任《美術》雜誌編輯及《中國美術報》責任編輯，現任中國藝術研究院美術研究所助理研究員。