

20 世纪 90 年代中国艳俗艺术研究

专业名称: 美术学

申 请 人: 郭鹏

指导教师: 叶峰 教授

论文答辩委员会

主席: 程峰

委员: 李东
朱利
刘子
何平
何平

20 世纪 90 年代中国艳俗艺术研究

姓名：郭鹏 年级：2007 级 专业：美术学 研究方向：西方绘画研究 导师：叶峰

中文摘要

艳俗艺术作为 20 世纪 90 年代以来中国文化的特征之一而被世人广泛关注。经济全球化和信息化是当今世界经济和社会发展的趋势，不管人们是否赞成和支持，都很难改变这种客观趋势的存在与发展。随着世界经济的一体化和国际交往的日益频繁，国际文化传播和整个世界文化格局都发生着翻天覆地的变化。在机遇和挑战面前，我国经济保持较快发展，综合国力不断增强，国际地位日益提高，我国民族文化在世界文化格局中也扮演着很重要的角色。20 世纪 90 年代以来，随着中国社会主义市场经济体制的逐步确立，引发中国社会整体的转型，社会转型体现在文化、艺术等各方面，尤其体现在艺术方面，表现最为突出的是审美文化的转型。市场这把双刃剑在带来经济繁荣的同时也带来了人们对人文精神的重新思考。艳俗艺术是在中国特定的政治、经济、文化和社会等背景下产生的新的艺术形式。上世纪 90 年代中期，中国大陆出现了艳俗艺术这一新的艺术形态，与政治波普、玩世现实主义一起成为中国艺术发展的大景观。它们不同程度地表现了中国文化的发展状况，也是国内不同阶段的艺术家对当代文化思考的产物。特别是艳俗艺术的出现，成为国内当代艺术家自觉自律思考问题的开始。在中国消费文化语境下，艳俗艺术对大众现实生活的思考和艺术表现在很多方面可能还不够成熟，但它无疑还是切中了当时文化的要害：世俗、对西方文化不求甚解地模仿和移植，从这一点来看，艳俗艺术成为中国上世纪 90 年代艺术的代表之一。政治波普给了艳俗艺术最大的影响和借鉴，但它以对文化大革命的记忆为基础，深深地打上了那个时代的烙印；以方力钧为代表的玩世现实主义是那一代人对生活中无聊、空虚感受的艺术表达，它的荒诞样式对艳俗艺术有很明显的启发作用；卡通一代作为比艳俗艺术出现较晚的艺术形式，受到“艳俗”现象影响比较大，但由于作者自身身份的局限和地域文化的差异，只能是 90 年代艺术的一个分支，并不能成为一个响亮的开始。

鉴于以上艳俗艺术的重要性，本研究者在研究方法方面主要运用文献研究法。首先，通过对近些年国内外诸多学者对 20 世纪 90 年代中国艳俗艺术所作的研究、出版著作、文献资料进行系统地搜集、整理，并进行较为深刻地分析和研究，以获取关于 90 年代艳俗艺术发展状况及其问题的研究信息。其次，图像资料的搜集主要包括观看与本论文主题有关的画展和来自画册、美术杂志等渠道的艳俗艺术图片。通过观看艳俗艺术展览和欣赏、分析图片，进而较深入地了解这一艺术风格，最后提出本论文的假设，运用各种思维方法，形成自己的研究体系和框架。

本论文主要分为四个部分：第一部分，深入研究中国艳俗艺术产生的背景，主要从艳俗艺术产生的时代背景和文化背景这两个层面进行深入分析。时代背景包括中国消费文化日益盛行、大众审美倾向世俗化；文化背景包括西方艺术思潮、中国传统文化和国内当代

美术思潮。第二部分分别介绍了“艳俗艺术”的由来，较为详尽地分析了几位艳俗艺术家具有代表性的作品，并且从色彩、题材、材料和描绘手法各方面概括艳俗艺术作品的基本特征。艳俗艺术在色彩的使用上，向民间美术和流行文化学习，采用未经混合的基本色相（原色），高明度、高纯度的颜色和强烈的色彩对比，达到醒目、刺激、“艳若桃花”的艺术效果，表达大众在消费文化影响下“农民式的暴发趣味”。在题材上，艳俗艺术家选用较普通化、日常化，贴近当代普通民众生活的典型事物符号，如萝卜、白菜、美食大餐等。在材料的选择上，艺术家为了更好地表达创作观念，除了使用传统的架上绘画形式以外还尝试使用民间美术和流行文化所使用的材料，如剪纸、年画、刺绣、春联、印染、泥塑、漆画、陶瓷等。他们运用平面化、广告化的方式处理画面，达到新年画、新宣传画的视觉效果。第三部分从艳俗艺术的积极意义和消极意义两个维度进行评价。第四部分探讨艳俗艺术对中国当代艺术的启示。

通过对 20 世纪 90 年代中国艳俗艺术这种典型的艺术形式进行研究可以帮助我们对这种艺术流派的特点和发展状况等有较清晰的认识，为中国当代艺术的发展提供可供借鉴的经验。本论文主要提出了四个观点：首先，艳俗艺术家既不是严肃的批评家更不是政治家，他们不愿意以激进主义的态度表现出一副说教的面孔，也无法改变当时的社会现状和文化语境，仅仅能够使用反讽的艺术手段使大众麻木的神经重新敏感起来。第二，艳俗艺术对寻求中国当代艺术自身的发展方向进行了初步探索。第三，艳俗艺术将日益流行的消费文化作为中国当代艺术关注和着重表现的对象。第四，消费文化的盛行也向中国艳俗艺术的创作提出新的挑战。

关键词：艳俗艺术；反讽；消费文化

Research on Chinese Gaudy Art in 1990's

Name: Guo Peng Enrollment: 2007 Major: Study of fine arts

Research-Orientation: Study of Occidental Paintings Tutor: Ye Feng

Abstract

Since 1990s, Gaudy Art has been concerned as a feature of Chinese culture in the world wide. Economic globalization and information technology are the trends of the world's economic and social development. Regardless of whether people agree and support, it is difficult to change the existence and development of this objective trend. With the integration of world economy development and international exchanges being more frequent, the transmission of international cultural and the pattern of the entire world cultural are undergoing tremendous changes. Front of the opportunities and challenges, our economy has maintained rapid development, our national Competitiveness has strengthened, our international status has enhanced. So, our national culture is also acting an important role in the world cultural patterns. Since 1990s, the establishment of China socialist market economic system has initiated the Chinese society whole reforming. Social transformation embodied in the culture, art and other areas, especially reflected in the arts, the performance of the most prominent is the aesthetic and cultural transformation. Market as a double-edged sword, brought the economic prosperity, but brought rethinking of the human spirit at the same time. Gaudy Art as a new art form emerges in the specific political, economic, cultural and social context of China. The mid-90s, Gaudy Art as a new art form appeared in the mainland, both with the political pop and cynical realism, have been a large landscape of the development of Chinese art. They show development of Chinese culture in varying degrees, and they were the products of contemporary culture thinking on different stages of the artists. Especially, the emergence of Gaudy Art has been the beginning of domestic artists self-consciously thinking. Gaudy Art on the thinking of real life and artistic expressions in many areas may not mature, but it certainly hits the crux of the culture at that time: secular, imitating and transplantation superficial understanding of Western culture, from that point of view, Gaudy Art has become representative in 90's of last century. Political Pop impacted Gaudy Art greatly, but it is based on the memory of the Cultural Revolution, deeply marked with the brand of that era. Represented by Fang Lijun, Cynical realism is the artistic expression that represented that generation of people living in the boring and empty feeling, it has a significant impact on Gaudy Art as a absurd style. Cartoon as the art form later than Gaudy Art, has been impacted by Gaudy Art greatly. But because of the limitations of the author own identity and the differences of regional culture, it only is a branch of the art 90 years, and can not be a resounding start.

In view of the importance of Gaudy Art, the method of literature study was mainly used in the research. Firstly, by collecting the China Gaudy Art Research, published writings and literature in 1990's, which were researched by the home and abroad scholars in recent years. Then these data were analyzed and researched profoundly. So the information which is about the problems of the 90's Gaudy Art development were obtained. Secondly, the image data collected include viewing the subject matter of this thesis, the exhibition and from the pictures, art magazines channels Gaudy Art picture. By watching the Gaudy Art Exhibition and appreciation of pictures, this art style was deep understood. Finally, the hypothesis of this paper was proposed, a variety of thinking were used, my own research system and framework were formed.

The thesis is divided into four parts: In the first part, the background of China Gaudy Art was deep studied, mainly analyzed from the age background and cultural background. The age background included these respects: the increasingly popular consumer culture in China, the increasing tendency of public secular aesthetic. The cultural background contained these respects; Western art, Chinese traditional culture and national contemporary art trend. In the second part, the generation of Gaudy Art was introduced, and several representative works of the Gaudy Art artist were analyzed in detail. The basic characteristics of Gaudy Art works were summarized from the color, theme, material and described method. In the aspect of the color use, the folk art and popular culture were studied, not mixed with the basic hue (colors), sophisticated, high purity of color and strong color contrast were used, to achieve the artistic effect of eye-catching and stimulating. Then the influence of mass consumer culture "peasant-style outbreak fun" was expressed. In the aspect of the theme, Gaudy artists used the symbols which are general daily and closed to ordinary people living, such as radish, cabbage, dinner, and so on. In the choice of materials, in order to express the created ideas, in addition to using the traditional easel painting, the artist also try to use other forms of folk art and popular culture by the use of materials such as paper cutting, paintings, embroidery, couplets, printing, clay, lacquer, ceramics, etc. They used planar, advertising-oriented approach to process the screen, in order to achieve the visual effect of the new paintings, new posters. In the third section, the positive and negative aspects of Gaudy Art were evaluated. In the fourth part, the enlightenment that Gaudy Art has on contemporary art in China was discussed.

By the research of 90's Gaudy Art in China, we can have a clearer understanding of this art's characteristics and development status. And, it can provide the experience of development of Chinese contemporary art. Four arguments were proposed in this paper. First of all, the gaudy artist is neither serious critics nor politicians, they do not want to show the attitude of radical preaching a face, can not change their social status and cultural context, only able to use the art of irony means for the public to re-sensitize the nerve numbness. Secondly, the Gaudy Art which

has impacts on the searching the development direction of Chinese contemporary art were preliminary discussed. Thirdly, the increasingly popular consumer culture will become the object which is the attention of the Chinese contemporary art and the focus of performance by the Gaudy Art. Fourthly, the prevalence of consumer culture also proposes the new challenge to the creation of Chinese Gaudy Art.

KeyWords: Gaudy Art;Irony;Consumption culture

目 录

中文摘要.....	I
Abstract.....	III
前 言.....	1
(一) 选题背景与研究意义.....	1
(二) 文献综述.....	2
(三) 概念界定.....	3
(四) 研究思路与研究方法.....	3
一、20 世纪 90 年代艳俗艺术背景分析	5
(一) 艳俗艺术产生的时代背景.....	5
1. 中国消费文化日益盛行.....	5
2. 大众审美倾向世俗化.....	7
(二) 艳俗艺术产生的文化渊源.....	8
1. 西方艺术思潮的渗透.....	9
2. 中国传统文化的积淀.....	10
3. 20 世纪 90 年代国内美术思潮	12
二、解读艳俗艺术.....	15
(一) “艳俗艺术” 一词的由来.....	15
(二) 艳俗艺术所使用的基本话语模式.....	17
1. 色彩.....	17
2. 题材.....	19
3. 材料及描绘手法.....	20
(三) 艳俗艺术家个案探究.....	21
三、艳俗艺术的评价.....	26
(一) 艳俗艺术对社会文化的积极意义.....	26
(二) 艳俗艺术对社会文化的消极意义.....	27
四、艳俗艺术对中国当代艺术的启示.....	28
注 释.....	30
参考文献.....	31
附 图.....	33
读硕期间发表的论文目录.....	36
致 谢	

前言

（一）选题背景与研究意义

经济全球化和信息化是当今世界经济和社会发展的必然趋势，这种客观趋势的存在和发展并不会轻易地因人们的意志而改变。20 世纪 90 年代，中国市场经济的确立引发中国社会的“整体转型”，中国社会发生了一场深刻的具有划时代意义的历史变革。由社会转型引起的“文化转型”的状态主要体现在艺术和文学等各方面，中国社会各阶层特别是文化界人士对市场经济条件下人文精神的建设问题引起特别的关注并展开热烈的讨论。有些学者明确指出，“中国当代文化确实已陷入了某种危机”，“而在这文化危机的表象后面，实际上存在着一个深刻的意义危机”。¹还有一种观点，没有明确提出“文化危机”的问题，只是说“新时期的审美文化在经过了 80 年代初、中期的严肃的、执着的、庄严的、神圣的意义追求并显示了它的一度辉煌之后，随着社会转型的加速，进入了一个人文意义消解的阶段”。²

20 世纪 90 年代中期，中国大陆出现了艳俗艺术这一新的艺术形态，与政治波普、玩世现实主义一起成为中国艺术发展的一大景观。伴随 1996 年《艳妆生活》和《大众样板》两个艺术展览在北京成功举办，1999 年《跨世纪彩虹——艳俗艺术》展在天津泰达艺术博物馆举行，1999 年《酚苯乙烯》艺术展在北京中山公园的展出，中国艳俗艺术逐渐被西方世界和中国大众所了解、接受。以王广义的《大批判》系列作品为代表的政治波普，通过对文革的记忆，将工农兵形象与世界知名品牌结合，产生批判的效果。玩世现实主义是那一代人对生活无聊、空虚感受的表达，光头泼皮、咧嘴傻笑的形象成为崇高宏大的精英文化结束的标志，理想主义与人文精神被物质现实打败，泼皮无聊、嬉皮玩世的形象体现了颓废的心态。它们都不同程度地表现了中国文化的发展状况，是国内艺术家对当代文化思考的产物，尤其是艳俗艺术的出现，是国内当代艺术家自觉自律思考问题的开始。

上世纪 90 年代以来，中国实现了由计划经济到市场经济的转型，社会上商品化之风日益盛行，中国仿佛一夜之间进入浮华、功利的消费社会，在中国消费文化语境下，艳俗艺术对大众现实生活进行了深入的思考，切中了当时文化的要害：世俗、对西方文化不求甚解地模仿和移植，因此，艳俗艺术同政治波普和玩世现实主义一起成为 90 年代艺术反叛 80 年代艺术的主体，有明显的后现代主义倾向，都具有解构的特征。政治波普给艳俗艺术很大的影响，但它以对文化大革命的记忆为基础，深深地打上了那个时代的烙印，有深刻的批判意义；艳俗艺术在话语表达上明显继承了玩世现实主义的荒诞样式；卡通一代是晚于艳俗艺术出现的又一新的艺术形式，受到“艳俗”现象影响比较大，所以，艳俗艺术具有承上启下的作用，在中国当代艺术中有极其重要的意义，是中国当代艺术一个响亮的开始。

国内美术类的期刊和杂志基本都涉及到过 20 世纪 90 年代中国艳俗艺术的相关内容，

但这些研究较为凌乱，关于这一话题的专著尚缺。研究者通过对上世纪 90 年代中国艳俗艺术的研究，理清思路，找出现象背后的文化内涵：在消费文化语境下，艳俗艺术家试图靠自身的力量谋求与西方文化平等的地位。

年轻的“80 后”艺术家们即将走上历史的舞台，他们会保持冷静的头脑和运用清晰的思维去审视这个世界，有能力面对和思考这些现实，充满创作激情的中国“80 后”艺术家将走出自己的艺术道路，作者相信此研究会给他们提供一些帮助。

（二）文献综述

对于 20 世纪 90 年代的中国艳俗艺术已有很多学者从不同的视角进行过很多研究。中央美术学院教授易英先生在《20 世纪 90 年代艺术：理论的回顾》中认为：上世纪 90 年代中国当代艺术是在中国社会经济巨大变化的背景下发展的，艺术运动、艺术风格和艺术思潮都与具体的社会条件产生着深刻的联系，在 90 年代的特定条件下，由计划经济向市场经济的转变构成现代艺术发展演变的重要背景。艺术与社会、政治与经济、现代主义与后现代主义、大众文化与前卫艺术、后殖民主义、架上艺术与观念艺术等一系列问题都在 90 年代艺术中体现出来。³水中天先生在《90 年代的中国油画》中认为：1989 年以来，中国艺术的环境和画家构成发生了深刻变化。传统写实主义退向边缘，表现和超验意趣成为具象绘画发展的两翼。以具象手法营造非现实景象、表现当代人的心态，成为艺术创作的主流。而从西方文化观念制作“东方梦魇”和张扬“东方主义”情趣，则成为体制外油画的流行风格。平凡人物的日常生活状态吸引了许多青年画家的兴趣，但观察角度和文化心理存在着明显的反差。从整体上看，90 年代美术是“新时期”美术的新的阶段。画家在自由涉猎西方艺术的同时，从艺术精神上向本土文化的回归，是中国油画家在 20 世纪行将结束之际最重要的思考成果。⁴

在对中国艳俗艺术的研究中，易英先生在《政治波普的历史变迁》中认为：20 世纪 90 年代以来的中国艺术形式受到 1985 年政治波普的影响，成为中国艺术中最重要的现象。艳俗艺术是政治波普在中国受到内、外部因素的变化而对政治波普的延续和扩展。⁵栗宪庭先生在《艳俗文化由来》中认为，关注艳俗和消费文化的艺术家的不断出现，说明艳俗艺术依然是当代文化问题中的一个针对点。艳俗艺术在语言上受过 Jeff Koons 的影响，但是这种影响是一种启发，启发了中国艺术家不能忽视中国当代艳俗文化极度泛滥的现实。我们主张当代艺术家的知识分子角色，但他不应是象牙塔里的精英。艺术无法改变社会，而批判的姿态也不止一种。艳俗艺术的仿讽，不是投合大众艳俗趣味，它只是证明了艺术对现实的无力，当鄙视、批判并不能改变大众艳俗趣味时，现实却显示出它对艺术的强烈影响，艺术家几乎只能证明我们生活在流溢艳俗趣的时代中这个事实，并在模仿、揭示时代的这个侧面时，保持了一点反讽的独立立场。⁶

通过以上当前的研究可以看出，艳俗艺术这一个典型艺术形式在 20 世纪 90 年代中国美术发展史上具有及其重要的影响。因此，对上世纪 90 年代中国艳俗艺术进行研究，对

理清中国当代美术发展的脉络有十分重要的意义。

（三）概念界定

对于“艳俗艺术”的理解，不同的评论家有着不同的观点。国内著名艺术评论家栗宪庭在《艳俗文化由来》中认为，艳俗艺术是一种“农民式的爆发趣味，所谓暴发，一方面，即这种红火作为喜庆的象征语言，脱离了农民文化原有的质朴的语境。像一夜之间‘发了财’，质朴变成没有根底的浮化。其二，暴发的趣味把红火作为表征，是一种没有审美价值转换的现实功利性的直接流露，它先是通过国家意识形态，继而通过消费文化这种现实力量召唤出来的，不属于传统或现代的任何一种审美价值体系，所以它呈现出的是一种即时性、功利性和浮华特征”。⁷

而阿诺在《新周刊》发表的《艳俗之美》一文中则认为，艳俗艺术作品“展现的面孔充满着病态，暧昧、猥琐、轻浮的表情，那些我们生活中最常见的脸在这里凸显的是浅薄，带着过度的满足和中国式的‘傻笑’。脸布红霞，农民穿西装打领带的土气标准像，浪漫婚纱照，沉浸在幸福生活中的茫然”。⁸同时，认为艳俗艺术是以“一种精英意识和姿态”⁹从而“对‘小农意识的幸福观’的描摹和讽刺”。¹⁰

作为艳俗艺术的艺术兼理论家之一的杨卫在《关于“艳俗”艺术的片断性思考》一文中认为，艳俗艺术是以“反对自恋主义式的刻意保持愤世嫉俗姿态，不对其生存环境作任何本质性批判和深层自省，而在修辞上，凭借批判性之类冠冕堂皇的词句，藉此达到引人注目与招摇过市的行为”。艳俗艺术中模仿描绘手法的运用“发掘我们生存现实中不经意或习以为常的荒诞感”。¹¹进而“深入社会肌质内层，揭露日常生活中不合理的，有缺陷的和复杂的部分”。¹²

在谷子发表的《中国艳俗艺术背景浅析》文章中，作者认为：“艳俗艺术具有很强的批判性，是针对当下泛滥的‘艳俗文化’展开批判的”，并且“以类似喜剧的批判姿态一反讽，来提示我们生活中人们习以为常的荒诞的一面”。¹³

“艳俗”在《现代汉语词典》中的解释为：艳丽而俗气。打扮艳俗或艳俗的装饰。¹⁴在《新华字典》中“艳”与“俗”分别解释为：艳 1、鲜艳，色彩鲜明，艳丽，艳阳天；2、旧时指关于爱情方面的；俗：1、风俗；2、大众化的，最通行的，习见的；3、趣味不高的，令人讨厌的。

本论文认为艳俗艺术是一种艳丽的、肤浅的、能够更加贴近社会消费大众的艺术形式。“艳”是一种形式上的特征，它体现了艺术家通过色彩、题材、表现手法的“艳”模仿和夸张现实生活中物欲横流“俗”的现象，对高度的商业文化和大众文化进行反讽，是对社会上泛滥的“艳俗现象”的调侃。

（四）研究思路与研究方法

本研究通过对艳俗艺术产生背景的考察，追溯其产生的根源；对艳俗艺术作品进行分

析，得出这种艺术风格的特质；从艳俗艺术在当时的表征状态，剖析这一艺术形式在中国美术史上有无价值和对中国当代艺术的启示。

以上的问题正是本论文的研究思路，行文过程也是围绕这些问题展开的过程。

文献研究法、观看与本论文主题相关的画展和参加相关的学术交流是研究者采用的主要研究方法。通过对近些年国内外诸多学者对 20 世纪 90 年代中国艳俗艺术所作的研究、出版著作、文献资料进行系统地搜集、整理，并进行较为深刻地分析和研究，以获取关于 90 年代艳俗艺术发展状况及其问题的研究信息。通过观看艳俗艺术展览和欣赏、分析图片（主要包括画册图片），进而较深入地了解这一艺术风格，最后提出本论文的假设，运用各种思维方法，形成自己的研究体系和框架。

一、20 世纪 90 年代艳俗艺术背景分析

艳俗艺术产生的背景比较复杂，主要分为时代背景和文化背景两类。时代背景主要是指当时中国的政治、经济、文化和社会等，文化背景主要是指影响中国艳俗艺术的西方艺术思潮、中国传统文化和国内当代美术思潮。

20 世纪 90 年代，世界格局多元化，人类在政治、经济、社会以及文化等各个方面实现了全球化，尤其是经济全球化给世界各国带来新的机遇和挑战，我们已经进入一个崭新的时代——消费时代。由于科技飞速发展和物质生产进入后工业化时期，消费者引导着生产和经济的发展，并对它们的影响越来越大。从某种意义上说，消费已经成为经济和社会向前发展的动力，因为消费已经不仅仅是一种经济环节了，它更能够满足人类对物质和精神的双重需求。消费文化主要包括人类的物质消费文化、精神消费文化和生态消费文化，它是社会文化的一个极其重要的组成部分，是人类在消费领域所创造的优秀成果的结晶，是社会文明的重要内容。消费文化受政治体制、经济体制、经济发展水平、人们的价值观念、风俗习惯，居民的整体素质等的影响。消费文化已经成为社会文化的重要内容，人类政治的、宗教的、伦理的权力关系逐渐让位于市场的、购买的、资本的权力关系。

中国艳俗艺术思潮发端于 20 世纪 90 年代中期，是时代发展的特殊政治、经济、文化、历史的社会时代背景下的产物。我们要探讨上世纪九十年代中国艳俗艺术的形成因素，就必须仔细研究其产生的时代背景和文化背景。

（一）艳俗艺术产生的时代背景

1989 年是中国具有划时代意义的一年。随着改革开放的顺利进行，中国经济模式由计划经济逐步转变为社会主义市场经济，经济的高速发展，国家经济实力不断增强，人民生活水平稳步提高。尤其是到了 20 世纪 90 年代中后期，中国初步实现了计划经济到市场经济的转型，社会上商品化之风日益盛行，处处呈现着消费文化的特征：以市场为中心，以发展生产为目标。每一次人类社会经济的变革往往会引起社会、文化等的较大的变革，经济的变革同样引起了文化艺术的转型。纵观人类美术史不难发现：工业革命的发生带来了文艺复兴；信息革命的完成引起了后现代艺术的发展繁荣。中国美术界在这一年也发生了不小的变化。1989 年的“现代艺术大展”标志着 80 年代美术的结束。20 世纪 90 年代的艺术面貌同 80 年代理想主义、人文关怀的艺术面貌发生了明显的差异。

1. 中国消费文化日益盛行

中国艳俗艺术出现于 20 世纪 90 年代中期这个特殊的时代背景之下并非偶然。伴随着改革开放的不断深入，中国经济体制由过去的计划经济体制逐步转变为市场经济体制，国家经济实力不断增强，大众物质生活水平稳步提高，中国大众的价值观念发生了巨大变化，商品价值理念深入人心。

物质文明的迅速提高不仅满足了广大人民群众基本的物质要求，而且极大地刺激了大众的欲望，消费文化随即影响到社会生活的各个领域。随着高科技的发展，这个充满欲望、机会和挑战的商品化、信息化社会，到处都充斥着消费文化：通过传媒传播的电影、电视，如好莱坞大片、日本动画、韩剧和娱乐类节目等，时尚报刊杂志、通俗小说等；以通过网络传媒传播的资讯、网络文学、网络游戏、聊天工具等；受西方消费文化影响的流行文化，如麦当劳、肯德基、哈韩、哈日、动漫等；以日常生活为主的流行文化，如流行歌曲、选秀、时装、产品广告、名牌商标和符号、电影和体育明星等。消费成了新时代的主题，大型超市如雨后春笋般不断涌现，大众对轿车、楼房的无限追求，普通家庭中也越来越多地摆满了各式各样的生活用具。人们越来越看重对现实世界的拥有和把握，被消费文化征服。

消费文化吞噬着都市中的每一个人，大众的精神在短暂的缺乏与迷茫之后，很快下嫁给了市场经济，于是，精神的物质化成为物质化的精神的市场，处在社会转型期的中国顿时显得浮华、艳丽起来。在商品社会中，人与人之间的关系被物化为物与物的关系，商品和货币成为人们膜拜的对象。中国传统中，对心中革命的崇高理想和信念的执着追求已被人们对物质需求的不断满足和对物质享受的无限追求和向往所代替。大众的社会生活随着消费文化的影响发生了巨大的变化。在这个日新月异的信息时代里，手机、电脑等电子产品改变着人们传统的阅读习惯。大量图片、图像和文字的快速传递使流通更加具有快捷性、直观性和时效性，大大缩短了文化商品的生产和消费周期，恰好迎合了商品经济的发展规律，从生产到消费，周期不断缩短。

在西方经济和消费文化浪潮的影响下，中国的物质和文化生活发生巨大改变，大众的生活节奏越来越快，艺术品日益显现出功利性、即时性和浮华性的特征。20 世纪 90 年代以来，随着中国经济发展水平的迅速提高，文化成了可交换、可流通的消费商品。艺术中心、美术馆、画廊、策展人制度逐步建立和完善，艺术品流通迅速加快，艺术市场日趋规范。出于资本和市场运作的需要，艺术市场自然而然成为一种经济活动，在市场经济体制下，艺术品在激烈的市场竞争中成为商品。艺术品怎么样是一个环节，是不是迎合市场需要是另外一个环节，一些艺术作品很大程度上就是作为商品从而满足当代人的精神需要。中国当代艺术在这样的境遇中形成“符号化”和“图像化”的特点。一方面，符号化和图像化具有短、频、快的特点，可以使艺术作品成批量地复制和生产，在满足消费速度极快的文化消费品市场需求的同时，也使艺术家生活变得富足。另一方面，由于图片过度符号化和图像化，整齐划一的作品容易使人的思维形成惰性、审美产生疲劳。正如本雅明所说：“传统艺术具有持久的价值和永恒的魅力，是在时间、空间上的一种独一无二的存在，这是永远蕴含着‘原作’的市场，对复制品、批量生产产品往往保持着一种权威性、神圣性、不可复制性”。中国艳俗艺术抛弃了传统艺术所拥有的持久价值和永恒魅力，利用了当代文化传播的可重复性和可复制性特点，来满足现实社会文化消费的需求。

艳俗艺术是中国消费文化背景下的产物，具有功利性、即时性和浮华性，是 20 世纪 90 年代一种典型的文化现象。它借用“符号化”和“图像化”手段再现大众生活，将生活

片段拆分、筛选、重组，然后用艳俗的表现手法定格下来，呈现出大众生活的商品社会物质化特征。一方面，消费文化促进了艳俗艺术的产生。其直观的物质呈现与拜物主义产生共鸣，艺术作品夸张艳丽的色彩，装腔作势、搔首弄姿的人物等形象是对都市里一些肤浅、矫揉造作现象的描绘和夸张，让人们在诧异之余神经重新敏感起来。另一方面，艳俗艺术也成为反讽、调侃和批判过度商业化的最好武器。这种艺术流派运用与以往不同的话语方式和艺术策略，使用艳丽俗气的绘画语言，对人们在追求时尚的同时，具有的浮华艳丽、世俗虚荣的大众审美倾向进行反讽。如艳俗艺术家俸正杰和王庆松的一系列作品都是以中国的新消费式样——结婚照为母体进行创作；罗氏兄弟（罗卫东、罗卫国、罗卫兵）在其作品《欢迎世界名牌》（见附图 1）系列作品中用中国象征喜庆的年画和宣传画与世界名牌广告进行结合；祁志龙、刘峥、胡向东等艺术家的作品中一度表现女性时装模特；徐一辉、胡向东、余极的作品中出现的美食大餐；杨卫的代表作《中国人民银行》（见附图 2）将人民币中中国人民银行几个字，置换成“中国人民很行”等等。艳俗艺术的表现手法直观地体现了物质化的特点。因此直观的物质化图式表达，以刺激性、大胆性、反讽性等特征使得艳俗艺术从自身发端到盛行成为顺理成章的事情。

2. 大众审美倾向世俗化

在中国几千年的历史上，封建统治阶级的宫廷士大夫精英文化占据着统治地位，是中国文化的代表。在历代统治阶级强权的保护和推崇下，精英文化成为社会正统的审美趣味，左右社会审美风气。中国古代的知识分子是一个特殊的群体，他们受教育程度或文化素质较高，统治着中国的政权、维护着本阶级的利益、控制普通民众的思想。中国古代的主流文化是宫廷士大夫的精英文化，与俗文化相对，他们不仅为大众所不理解，甚至还耻于为大众所接受。近代中国“五四”新文化运动之前，古代知识分子极力推崇精英文化以达到统治和领导大众的目的。

到了近代，作为传统社会主流文化陪衬的大众文化才开始被人们广泛认可和接受，大众审美趣味得以体现。“五四”新文化运动，第一次提出文化为大众服务的思想，提倡文化大众化、艺术通俗化，倡导白话文、反对文言文。新中国成立后，人民当家作主，作为工、农、兵等社会主人的民众要求体现在国家意志当中，人民群众的大众文化成为主流文化。毛泽东曾在《在延安文艺座谈会上的讲话》中指出艺术要“为千千万万劳动人民服务”。¹⁵文革时期，美术创作中“高、大、全”，“红、光、亮”的艺术风格就是中国的大众审美趣味代替精英审美趣味的具体表现之一。

随着 90 年代中国改革开放的深入，经济的飞速发展，物质生活水平的不断提高，国民民主思想的广泛认同，使得大众的社会地位相对平等，成为社会的主人，大众审美逐渐成为社会的主流。商品经济的繁荣，中国文人知识分子很快迷失了文化理想的方向，被最原始的物质精神所代替。世俗的大众生活范围较广泛，主要包括衣、食、住、行、用、婚、丧、节、庆等等。大众文化集中表现大众的情感，产生直观的、现实的审美情趣，如中国

传统结婚，贴红喜字，铺红色床单、被褥，要照结婚照等等，成为大众文化诞生和发展的条件。

社会经济热潮不断高涨，人们的物质需求不断提高，受消费文化的影响，大众审美取向日益大众化、世俗化。中国大众被西方商品经济和消费文化征服，商品经济达到了迎合大众、满足大众的主要目的。人们越来越注重自身日常的生活需求和生活方式，在满足基本生理需求后，更有了追求流行时尚的要求。大众在享受商品经济带来物质生活巨大变化的同时，却抛弃了以往热衷的崇高精神追求和意识形态。面对纷繁复杂的社会和形形色色的人群，传统的“革命”价值理念开始遗失，以世俗化为主要特点的大众文化渐渐成为群众日常生活最重要的消费对象。不论是物质生活还是精神生活，世俗的大众文化充斥着我们的生活空间，对我们产生巨大的影响。大众审美倾向日趋世俗化、大众化成为上世纪 90 年代国内文化现象的一大景观。

随着人们对大众文化消费需求的不断提高，大众审美趣味逐渐成为中国当代艺术的主流。从传统意义上讲，艺术与生活本不属于同一范畴。艺术更偏重于精神层面，具有非功利性特点；而生活更偏向物质层面，更多是指人们的现实存在。进入 90 年代以来，艺术观念日趋多元，“生活艺术化，艺术生活化”在艺术领域达成广泛共识，尤其是 60 年代西方著名的波普艺术更使艺术走进大众。中外许多艺术作品中都大量描绘了大众的世俗生活，大众文化审美趣味无形中成为当代艺术家关注的对象和创作表现的不竭源泉。

中国艳俗艺术家受到大众文化的启发，从个人感受出发，寻找适合表达创作思想的媒介，用夸张和反讽的艺术手法，表现对当代社会文化中大众审美倾向日益世俗的批判。在国内 90 年代这个特殊的转型期，一批敏感的前卫艺术家运用大众文化进行艺术创作，试图寻找一种新的语言表达模式，不仅可以深刻反映时代背景中存在的一些社会问题，而且为中国当代艺术寻找新的出路。大众文化的盛行是中国上世纪 90 年代一个重要的特征，表现出浮华、艳丽、功利、即时、“平面”的审美倾向。它不仅深深地影响着人们的生活，而且成为当代艺术的宝贵资源，尤其是快节奏的社会生活使大众对消费文化的世俗性需求不断增长，艳俗艺术中世俗性和反讽性的文化消费理念成为很重要的文化消费样式。艳俗艺术家从大众文化中获得灵感，普遍采用艳丽、刺激的色彩，大众日常化、平民化、普通化的题材，年画、广告化的画面效果和光亮、细腻的表现形式，达到类似新年画、新宣传画的视觉效果，呈现出世俗的特征，对社会荒诞现象进行反讽，对社会中一些丑恶现象进行艺术批判。

（二）艳俗艺术产生的文化渊源

中国艳俗艺术受到西方后工业文明的渗透，以及中国社会转型的影响，创作主题由“高贵”、“神圣”、“崇高”和“优美”转变为“大众”、“日常”、“现实生活”，这种题材包括“荒诞的”、“丑陋的”、“神秘的”和“死亡的”。这些思潮主要体现在上世纪 90 年代的政

治波普、顽世现实主义和艳俗艺术等这几种艺术流派之中，艺术风格普遍表现出解构的特征，它们成为 90 年代艺术对 80 年代艺术的反叛主体。

1. 西方艺术思潮的渗透

艳俗艺术艳丽的艺术风格可以向前一直追溯到“洛可可艺术”时代。“洛可可”一词源于法文“rocaille”，原意是“贝壳”的意思。由于洛可可艺术是在 18 世纪法国宫廷和贵族阶层中产生和发展起来的，因此带有宫廷享乐主义的色彩，体现宫廷贵族的审美趣味，呈现出阴柔和矫揉造作之气，其具有甜美、华丽、细腻和精致等艺术特点。

中国艳俗艺术受到西方后现代主义的影响。世界美术史发展到今天，以破坏艺术而建立艺术的例子并不鲜见。改变西方现代艺术进程的法国艺术家杜尚的作品《泉》在当时引起强烈的反响：在美国独立艺术家展览馆展出一个署着“R·Mutt”标记的起名为《泉》的从商店买来的男用小便池。杜尚对自己的这件作品阐述为：“这件东西是谁动手做的并不重要，关键在于选择了这个生活中普通的东西，放在一个新地方，给了它一个新的名字和新的观看角度，它原来的作用消失了，却获得出了一个新内容。”这个艺术事件在现代艺术史上具有里程碑式的意义，而杜尚则成为后现代艺术的开创人。流行于 20 世纪 50 年代的波普艺术是西方后现代主义艺术的典型代表。西方消费文化下的波普艺术对中国艳俗艺术影响很大。上世纪 50 年代左右，西方艺术界出现了“艺术既是生活本身”的观点并迅速蔓延开来，如 60 年代产生的西方波普艺术等。波普艺术作品直接借用消费文化的典型符号如广告、电视、报纸杂志等表达作者的艺术主题，简约的形象和引人注目的色彩使艺术真正走向生活。波普艺术的商业化、大众化题材均来源于商业化的社会生活，不仅缩小了高雅与低俗的艺术品味差距，更使艺术发展产生质的变化。如英国波普艺术家理查德·汉密尔顿的作品《我们的生活为什么如此有魅力》中出现大量的日常消费品，如收音机、电视机、电影院、美女、广告海报等，画面处处洋溢着艳丽、大众、刺激、“平面”的艺术气息。最具代表性的是美国艺术家安迪·沃霍尔(Andy Warhol, 1927—1986)，他是美国波普艺术运动的发起人和主要倡导者。1962 年，沃霍尔的作品汤罐和布利洛肥皂盒“雕塑”的成功展出标志着波普艺术的胜利。他的作品题材以大众生活中的现实事物为主，体现了大众消费文化的特征，如坎贝尔汤罐、蒙娜·丽莎头像、美元、可口可乐等。他把取自大众传媒的图像作为基本元素在画上重复排列，几乎千篇一律的绘画图式体现了现代商业的生产性和重复性。正如汉密尔顿所说，“他所寻求现代艺术的性质是：大众性、消费性、才智、性感、玩把戏及魅力。它必须是廉价的，能大量生产的，朝气蓬勃的大生意”。

有评论家认为：美国艳俗艺术大师杰夫·昆斯(Jeff Koons)对中国艳俗艺术有直接影响。杰夫·昆斯是 20 世纪 90 年代风靡美国和世界艺坛，被中国一些前卫艺术家奉为圣典的艳俗艺术大师。他在其作品中毫不掩饰地呈现性、金钱等世俗欲望，将从前艺术中最不耻的部分直接当作作品，向传统的道德发起挑战，使日常平庸的审美格调提升为博物馆级的艺术品质，声称要带领大众走向庸俗。看到过杰夫·昆斯 1989 年创作的“天堂制造(Made

in Heaven) ”系列作品的观众吃惊地这样叙述到：“展示的作品，是一幅幅画家本人与妻子奥莲娜的做爱写真，全部为彩色摄影，被放大到骇人的尺寸，他们以伊甸园亚当和夏娃的扮相，辅以不同的姿态进行各种性交表演，并将其内容和器官局部放大，大胆和刺激程度，超过了市面上的色情刊物和三级片”。昆斯曾在芝加哥艺术学院学习，起初是一个成功的证券经纪人。他的作品一度成为艺术批评、争论的焦点，再次让人们反复思考什么是艺术的根源和创意。昆斯说他的作品只想吸引更多的观众，并不包含讽刺和愤世嫉俗的东西。像任何一个试图成功的明星一样，他充分运用商业包装和媒体宣传快速挤进当代艺术圈，他很成功，甚至留下市场天才的美誉。

昆斯的艺术作品取得成功的一个重要原因是：他的作品与西方文化背景下的中产阶级审美趣味相应和。上世纪 80 年代后期，西方社会分别经历了工业、后工业阶段，科技进步，经济发展，信息便利，消费文化，尤其是社会结构民主化，使中产阶级很快成为社会的主体，中产阶级审美趣味在社会上日益盛行。西方中产阶级日常的、大众的、平庸的审美格调被昆斯提升到博物馆级的艺术品质，中产阶层追求时尚的心理，也很容易接受这样一种后现代化消费文明语境下的前卫艺术。

20 世纪 90 年代中国艳俗艺术受到西方艺术思潮的影响，与西方当代艺术风格有相似也有区别。中国艳俗艺术中明显借用了理查德·汉密尔顿和杰夫·昆斯等人作品中的一些创作媒介：花哨、浮华、大众化、平民化的创作题材，艳丽的色彩，广告化、平面化细腻光滑的画面效果。但鉴于中国自身的政治环境和文化环境，中国艳俗艺术往往采用中国民间传统艺术形式或中国消费文化样式，在表现形式上显得更为含蓄和诙谐一些。中国艳俗艺术作品既要坚持本国的文化立场又要实现艺术的现实关怀，艳俗艺术家只能从自己本国的社会状况、文化传统、价值观念中寻找本民族的语言方式和话题，试图摆脱精英意识。艳俗艺术采用直接批判的语言模式，用大众的视觉描述现实社会，主要体现反讽——批判中国当时泛滥的“艳俗文化”，它是站在文化精英和高雅意识形态的角度批判高度的商业文化，这与汉密尔顿和昆斯的作品所呈现出的对金钱、性等世俗欲望的赞美截然不同。

2. 中国传统文化的积淀

（1）“游世思想”的传承

中国是一个古老的文明国家，她的文化历史悠久、博大精深。几千年以来，历代统治阶级用主流的正统文化巩固统治地位，为本阶级利益服务。通过代表统治阶级利益的文化引导大众，主宰社会审美趣味。与此相对立的是一种非主流的游世思想，中国文人的这种思想由来已久，并贯穿始终，最早可以追溯到先秦时期的庄学，尤其是魏晋时期的“名士”风范和李白的游世心态。“游世思想”主要是指游离于主流社会、严肃文化之外，用调侃、反讽、玩世不恭和解构来对抗沉重、严肃、虚假、空洞的社会问题，是一种解决问题的态度和方式。如庄子的著作中讲到，用放逐自我心情的方式与黑暗的社会对抗，这种对抗是对黑暗的欢迎而不是正面冲突。他认为在一个黑暗的社会背景下，如果不可能找到知识分

子传统意义上的个人出路，那么就采用戏谑的嘲讽和游戏人生的态度躲避矛盾和轻视现实。游世思想在魏晋时又一次达到高峰，主要包括杨朱的享乐主义和阮籍等竹林七贤的游戏人生思想，他们将庄子游世思想扩大化，单纯化，在庄子对人生思考方式的基础上，认识到人生是短暂的，充满未知和变故，与其追求人生毫无意义，那么还不如过一种醉生梦死的生活。唐代诗人李白的游世思想与魏晋时期的享乐主义有本质区别。李白具有庄子精神，他有享乐主义倾向，但更多的是通过游世思想来表达空有满腔抱负和才能而不能报效国家的无奈和对财权的蔑视。

中国古代的游世思想有不得志而逃避现实的成分，艳俗艺术所体现出的游世心态和使用的反讽手法是对古代游世思想的延续和升华。20 世纪 90 年代，中国美术界呈现出多元化格局，艺术家群体大致分为“体制内艺术家”和“体制外艺术家”两类。“体制内艺术家”主要是指在国家美术机构从事美术创作的艺术家。“体制外艺术家”主要是指游离于国家美术机构以外，依赖市场而生存的艺术家的作品基本上很难进入国内主流的美术展览。被排斥的艺术作品使体制外艺术家成为“边缘人”，他们无法获得与体制内艺术家平等的身份和社会地位。上世纪 90 年代，以艳俗艺术为代表的中国“边缘艺术”，如：政治波普、顽世现实主义等艺术流派中的大部分艺术家基本都属于体制外艺术家范畴。他们远离体制，不被单位约束，生活方式相对自由，表现出很大的游世特征。体制外艺术家大都接受过学院式或其它专业性的美术教育，然而，这些受过正统美术训练的艺术家大都放弃传统的学院主义绘画手法，向民间艺术和现代流行文化学习。他们运用民间艺术和流行文化所使用的材料，用单纯的色彩和简洁的造型组织画面，将笔触技法简单化，流水线似地简单、机械复制琐碎且无意义的瞬间片断，以表达作者的创作观念。

艳俗艺术家的游世心态与传统的游世思想有很多相似之处，但两者仍然存在差异。他们都是采用回避、消极的方式对待主流文化，但古代的游世思想更认为主流社会不够严肃和清高，他们更加强调超脱的人生理想和追求；上世纪 90 年代的艳俗艺术家在商品社会中，并不理会主流文化，他们总是游离于主旋律以外，站在精英文化的立场强调对现实社会中丑恶现象的反讽和调侃，因此，艳俗艺术作品成为游离于主流艺术价值观以外的“另类”作品。

（2）民间文化的借鉴

民间文化主要是指千百年来由中国劳动人民在生产和生活中创造的，存在于民间传统中自发的民众通俗文化。它在农业社会生活背景下，由社会内部底层的平民自发创造，保留了较多传统的色彩。上古时期的摩崖石刻，大胆简洁的造型、鲜艳强烈的色彩、流畅的线条就是对生产和生活的直接描述，形象生动、通俗易懂。从新石器时代绘有装饰画的彩陶，先秦壁画、漆器工艺品，隋唐时期的洞窟和寺观壁画，到北宋的风俗画，尤其是明清时期，商业贸易的繁荣和资本主义萌芽的产生进一步促进描绘人民日常生产生活的艺术发展，如典型的插图版画、杨柳青年画、潍县杨家堡年画和桃花坞年画。到了近代，清末民

初的工艺油画、月份牌年画、民俗画报等等，都是民间文化中重要的组成部分。

艳俗艺术从题材、色彩、视觉效果等各方面都借鉴了年画、陶瓷、剪纸、丝绸、纹饰、刺绣、月份牌画等中国民间文化。罗氏兄弟的漆画《欢迎世界名牌》系列作品中直接将 60 年代象征农民喜庆丰收的年画与中国消费符号相拼贴，画面中连年有余、胖娃娃等传统民间喜庆形象与可口可乐、卡拉 OK、汉堡包等并置，鲜艳、平滑、光亮的漆画质感与国外著名品牌的结合，加强了作品的浮华气氛与艺术感染力，产生一种荒诞、幽默的喜剧效果。刘国力、徐一辉等很多艺术家选用陶瓷等作为自己创作的媒材。刘力国的代表性作品“屁股花瓶”系列将中国传统中代表高雅的瓷器与人的臀部组合在一起，传统文化与低级趣味结合，加上陶瓷这种特殊的材料和艺术语言，生动表达了当代高度的商业文化浮华、“易碎”的思想，诙谐风趣地反讽社会中一些丑恶的现实。丝绸和刺绣是中国典型的民间媒材，它具有色彩艳丽、柔润细滑的质感，艳俗艺术家于伯公的丝绸作品《长满毛发的大便》（见附图 3）和《满怀理想的大便》中用金黄色的绸缎和民间布制作工艺做成大便的样子，上面趴着一支粉红色翅膀的苍蝇，金光灿灿，滑稽可笑。常徐功在《农民企业家》系列作品中使用细腻光滑的民间刺绣工艺，表现农民暴发户形象。刘峥的《庐山恋》、《摩登女郎》、《仿月份牌》等作品选用了绸缎被面和塑料珠花等媒材表现各个时代的美女。从月份牌年画中得到启发的还有较早从事艳俗艺术创作的艺术家徐一晖，他的陶瓷作品《美元与鲜花》描绘的是众多的鲜花将美元高高捧起。1992 年，徐一晖创作了《红宝书》和《快餐饭盒》两幅油画作品，创作的灵感来自文革时期红、光、亮的艺术风格和月份牌年画。

上世纪 90 年代的艳俗艺术受到中国传统月份牌画很大的影响。月份牌年画是一种流行于上海民国时期的广告宣传画。20 世纪 20 年代上海的洋商为了更好地推销自己的产品，将中国传统木版年画、身穿旗袍的妙龄女郎搬上招贴，随着上海滩社会风气的日益开化，市民的审美情趣受到资产阶级意识形态的影响，月份牌年画出现大量穿着当时最时尚的旗袍等华丽服饰的当红明星和那个时代最时髦的电话、唱片机、钢琴等新潮消费品。这种艺术形式迎合了那个时代老百姓追求时尚的心理。20 世纪 90 年代的艳俗艺术与月份牌画有相似但又有所不同。它们都是对大众日常消费生活的模拟，都是社会文化重心偏移的产物，但他们的区别在于：艳俗艺术的“艳”是表现形式，其根本目的是反讽，具有深刻的反讽性和批判性，而月份牌画则属于资产阶级以获取利益最大化为目的的商业广告，因为它能够最大限度地吸引观众的眼球、满足人们的文化消费欲望。

20 世纪 90 年代，中国市场经济繁荣，艺术家出于市场的考虑和创作的需要，积极寻找一些中国化的风格和题材，他们对民间文化的借鉴和挪用，表明艳俗艺术试图靠自身的力量打破传统与现代的界限，谋求与西方文化平等的地位，因此，艳俗艺术成为中国当代艺术当代性的开始。

3. 20 世纪 90 年代国内美术思潮

政治波普、玩世现实主义和艳俗艺术等中国当代艺术流派是中国 20 世纪末一道引人

注目的文化景观，从方法论的角度来看，它们都无一例外地受到西方波普艺术思潮的影响。政治波普产生的原因较为复杂，上世纪 80 年代后期，一部分前卫艺术家放弃严肃的态度，在国际艺术格局变化的前提下，受西方波普思潮的影响，着重于对自身文化的批判和思考，以文革为主要题材，借用代表中国政治的形象符号，用错位和对比的手法，在表现形式和文化主题上产生幽默、调侃、荒诞的意味。政治波普是将中国政治符号运用波普艺术的形式展示，具有代表性的是王广义的《大批判》系列。这些作品将文革时期带有浓厚政治色彩的工农兵大批判图片或领袖头像直接与西方著名商品标志并置，表现大众在消费文化冲击下价值的迷茫。艺术家抛弃学院式的描绘手法，直接在画布上运用工业磁性油漆进行大面积平涂，鲜艳的色彩、代表中国政治的符号、具有时代特征的数字图章给观者造成极强的视觉冲击力，触动过去敏感的神经。玩世写实主义是以方力钧等人为代表的艺术家创作的泼皮光头人物傻笑或打哈欠荒诞图式，表达他们对无聊空虚生活的感受。方力钧将自己不断傻笑、打哈欠的形象重复绘制于同一副作品中，是对泼皮、调侃的玩世生活观念的直观表达，反映了这一代人的无根状态，成为典型的荒诞样式和重要标志。艳俗艺术在精神方面比较接近玩世现实主义，它将现实社会中政治和商业、权力和金钱用更为诙谐的大众熟悉的日常形象表现，用现实主义的表现手法呈现反讽的寓意。艳俗艺术不仅继承了政治波普和玩世现实主义对现实社会文化的关注，而且在对现成符号的借用方面也很相似。

艳俗艺术形成于 1995 年，同政治波普和玩世现实主义一起都是在中国特定的时代背景下产生的，它们成为上世纪 90 年代艺术反叛 80 年代艺术的主体，有明显的后现代主义倾向，具有解构的特征。20 世纪 90 年代初，伴随着改革开放的不断深入，中国经济体制由过去的计划经济逐步转变为社会主义市场经济，经济的高速发展，国家经济实力不断增强，大众物质生活水平稳步提高。特别是 90 年代以来，随着国际化进程进一步加快和国内经济的飞速发展，中国掀起一个又一个消费文化大潮。社会转型导致社会上一系列的无聊和失落情绪，生理需求的不断扩大、消费欲望的不断增强与大众价值匮乏的矛盾日益突出，艳俗艺术等中国当代艺术家敏感地抓住这些创作思路，运用模拟、置换、重复、拼贴等手段和反讽、调侃、解构等方式试图触碰大众敏感的神经，描绘价值空虚的生活感受。玩世现实主义和政治波普这两种艺术思潮不同程度地表现功利化的社会中自身真实的生活体验和反思，它们把目光纷纷投向现实社会、投向自己的生活空间。它们的创作中集体体现出一种困惑和迷茫，是对英雄偶像时代的结束和市场经济诱惑的一种失落和无奈。

正如以往每一个新的艺术形式出现一样，除了表达与前一个艺术形态不同的艺术观念以外，对前一个艺术形式或多或少都有批判的色彩，同样地，艳俗艺术也不是对政治波普和玩世现实主义简单地模仿和延伸，它具有自身的特点。与 20 世纪 80 年代末 90 年代初出现的政治波普和玩世现实主义作品相比，艳俗艺术是自觉自律思考的开始，它不再照搬西方现有的评判语系，不论从政治层面还是经济层面，它都尽量使用中国化的题材和风格，自觉地使用带有民族特色的语言形式。首先，通过对中国消费文化和大众文化的理解，它已经避免了主动迎合西方对政治题材猎奇的口味，而关注中国现实社会的文化话题。其次，

为了表达创作观念，艺术家借鉴中国民族文化，试图寻找中国化的艺术语言表达形式。虽然艳俗艺术创作中偶尔出现一些政治符号，但仅仅是作为背景，它尽量避免世界冷战后延续的敏感的中国政治符号，已经没有什么深刻的政治内涵。艳俗艺术创作更多的是从民间美术和流行文化中寻找题材、色彩、材料及描绘手法等语言表达方式，呈现出民族化的特征。艳俗艺术家对当时消费文化下社会现实的反思和艺术表现虽然还有些不成熟，但它对西方文化不再是简单地模仿或移植，不再主动地迎合他国的评判语系，因此，艳俗艺术是继政治波普和玩世现实主义之后在消费文化语境下一种新的艺术形式。

二、解读艳俗艺术

（一）“艳俗艺术”一词的由来

艳俗艺术作为一种艺术现象是由被称为“当代艺术教父”的著名评论家栗宪庭先生在20世纪90年代中期首先提出的。1996年4月，“艳装生活”、“大众样板”两个艺术展览在北京成功举办以后，艳俗艺术极为流行，艺术批评家栗宪庭对作品特点进行总结，1999年5月的两场艺术展《跨世纪彩虹—艳俗艺术展》和《酚苯乙烯》在分别天津泰达艺术博物馆和北京中山公园举行，“艳俗艺术”这一新的艺术形式被正式命名。1999年5月，策展人栗宪庭和廖雯在天津泰达当代艺术博物馆举办了一场“跨世纪彩虹—艳俗艺术”展览，泰达当代艺术博物馆成为国内第一批当代艺术收藏机构。艳俗艺术家主要包括俸正杰、徐一晖、杨卫、祁志龙、胡向东、罗氏三兄弟（罗卫东、罗卫国、罗卫兵）、常徐功、黄一瀚、李路明、孙平、刘力国、刘峥、王庆松等。作为一种艺术倾向，艳俗艺术开始受到理论家的关注，载入中国艺术发展史的史册。艳俗艺术成为20世纪90年代中国继政治波普、玩世现实主义之后新的代表性艺术形式。

“艳俗”一词是随着上世纪八十年代末米兰·昆德拉的著作《生命中不能承受之轻》被引进中国的，英文是“kitsch”，当时译为“媚俗”。“kitsch”在英汉词典中解释为“矫揉造作，拙劣的文艺作品”。它源于德语，是指庸俗、廉价和老百姓喜欢的那种肤浅漂亮东西。随后“kitsch”成为以美国艳俗艺术家杰夫·昆斯（Jeff Koons）为代表的一类艺术作品风格的名称。杰夫·昆斯的艳俗艺术与中国艳俗艺术相似但有所不同。中国艳俗艺术在绘画语言表现方面从昆斯艺术那里得到一些借鉴。但是，昆斯的艺术一方面是为了迎合中产阶级的审美趣味，另一方面是为了反叛精英文化。上世纪80年代末以后，西方资本主义国家分别经历了工业社会和后工业社会，社会经济飞速发展，民主制度愈加完善，大众消费更加膨胀，中产阶级自然而然成为社会的主体。昆斯站在大众文化的立场向西方世界的精英艺术发起挑战，但中国艳俗艺术与昆斯艳俗艺术的立场刚好相反：站在精英文化的立场对高度的商业文化及消费文化进行反讽和调侃。因此，根据“艳丽而喜庆”的中国艳俗艺术特色，“kitsch”被栗宪庭和一些中国艳俗艺术家定义为“艳俗”。

“艳俗”在《现代汉语词典》（商务出版社2001年版）中的解释为：艳丽而俗气。打扮艳俗或艳俗的装饰。¹⁶在《新华字典》中“艳”与“俗”分别解释为：艳1、鲜艳，色彩鲜明，艳丽，艳阳天；2、旧时指关于爱情方面的；俗：1、风俗；2、大众化的，最通行的，习见的；3、趣味不高的，令人讨厌的。“艳”与“俗”作为单独的两个字来理解，既包含褒义、贬义也有中性意。“艳俗”作为一个词来解释，就很明显倾向贬义，但“艳俗艺术”不应望文生义地释义为“艳”且“俗”的艺术，更多地应该解释为“艳”而不“俗”的艺术。“艳”是一种形式上的特征，它体现了艺术家通过色彩、题材、表现手法的“艳”再现和夸张现实生活中物欲横流“俗”的现象，对庸俗的商业文化和大众文

化进行反讽，是对当时泛滥的“艳俗现象”的调侃。

批评家郭晓川在《中国的艳俗艺术》一文中对艳俗艺术的定义是：“从广义来说，艳俗艺术主要指的是一种观念和倾向。它标识着一种新观念的出现，它反映出艺术创作中一种普遍的态度，一种来自另一角度的对世态的评述。从此而言，艳俗艺术是‘现实’的，可以说是现实主义之一种，亦即‘入世’的。从狭义方面来说，它又代表了中国艺术创作中的一个流派。尽管这些艺术家使用的媒材不尽相同，但是从整体趣味、观念，尤其在思维方式上，具有更多的相似”。¹⁷

艳俗艺术是 20 世纪 90 年代以来中国文化一个的特征，是在特定的社会意识形态背景下的一种艺术策略和话语方式，是对上世纪 90 年代以来大众对物质生活的极度追求和人文精神丧失的思考，是对大众审美缺失呈现出“农民暴发户”式的价值取向的批判。艳俗艺术是在中国新政治形势和经济环境下的一种新绘画流派，具有比较统一和相似的整体趣味、观念和思维方法，运用艳丽世俗的色彩，一致的消费文化符号题材，平面化、广告化画面处理和架上绘画、陶瓷、丝绸、刺绣等不同媒介表现大众在模仿流行时尚的时候，体现出浮华艳丽、世俗虚荣的大众审美情趣趋向所表现的即时性、功利性、浮华性特征，是现实主义艺术的一种。

中国艳俗艺术的创作目的主要是反讽，其中，“艳”是其主要特色，是它区别于以往艺术形式的本质特征，是艺术作品的外在形式而不是本质，通过“繁花似锦、美艳无比”的形式反讽“庸俗不堪、腐朽糜烂”的现实社会。艳俗艺术模仿和描绘大众生活情景，用夸张艳丽的色彩，荒诞、搔首弄姿、装腔作势的人物等形象反映大众在消费文化下都市生活中肤浅和矫揉造作的风尚，是对当时泛滥的“艳俗文化”的批判，在中国当代艺术史上具有新的深层次意义。

艳俗艺术是 20 世纪 90 年代以来中国的一种艺术样式，“艳俗”是这个时代中国文化的一个基本特征。中国经济的高速发展使文化的方向发生改变，影响着文化格局、文化气氛和文化表现方式。艳俗艺术在消费文化的影响下，当代大众模仿流行时尚时，表现出浮华艳丽、世俗虚荣的大众审美倾向。从艳俗艺术作品使用的文化符号来看，体现出一种“农民式的暴发趣味”：极其夸张艳丽的色彩，搔首弄姿、装腔作势的画面人物等形象，并通过对都市中矫揉造作、肤浅的描绘和模仿构成它文化批判的特殊语言模式，体现了典型的消费文化特点。正如邹跃进所说，“借市场经济、文化产业、大众传媒、商业操作之力量而迅速崛起的大众文化，以其休闲、舒适、刺激、享乐、消费性和平面化的特点，成为今日大众闲暇的主要填充物，曾在主流文化、精英文化权利话语中失语的大众，在今日大众文化中，拥有了前所未有的自我想象的空间”。

艳俗艺术是现实生活和大众文化的集中体现，它以新中国以来的革命文艺和 90 年代以来的消费文化为艺术创作的出发点，从这两种不同的文化类型中寻找一种新的艺术表达方式。这种艺术形式的创作主题元素选择较为平民化、日常化的图像和符号，在题材上选择大众日常生活中普通化、日常化的物品，将这些事物拆分、重组，产生新的表达语言。

因此艳俗艺术的创作原则就是贴近当代大众日常生活，以题材和形象的普通化和日常化为基本要求，以一种新的艺术表达方式在作品色彩、题材、技术和材料、描绘手法、表达方式等各方面取得突破。

在色彩、题材、技术、材料和描绘手法等表达方式上，艳俗艺术家运用单纯、简单的艺术语言，从流行文化中汲取营养，并不追求艺术技艺的高超和技巧的表现，而是采用民间文化或者商业广告的平涂、拼贴等手段，使其回到艺术的原始状态。民间美术是一种流行于人民大众中的应用美术，是千百年来中国劳动人民在日常的生活和劳动中创作的，以美化环境和丰富日常生活为目的的美术。它与民俗活动密切相关，具体体现在婚丧嫁娶、节日庆典、生子祝寿、迎神赛会等民间活动之中。广告是商品经济发展的产物，是一种典型的现代商业流行文化和大众艺术，它是面向大众的一种传播媒介。因此，广告的目的，就是为了迎合和取悦大众。艳俗艺术之所以采用这些表达方式就是为了迎合当下流行文化的审美趣味，留给观众更多的思考空间，将现实中的荒谬问题加以反讽、调侃的方式呈现在观者面前，不仅使艳俗艺术区别于当代其他的艺术形式，而且有利于拓展艺术思路。艳俗艺术运用得当的艺术策略和特殊的话语方式，采用类似于喜剧的批判态度，以观念传达为主，模仿现实中的文化情景，使艳俗艺术作品以自然而然的方式表现，使大众麻木的神经重新敏感起来，针对当时泛滥的“艳俗文化”进行反讽。正如郭晓川在《艳俗艺术的语境与定位》中所说，“艳俗艺术家大都拒绝简单、表面地模仿现实生活，而是希望自己发掘这些生活层面下的社会意义，这实际上表现出他们自觉的社会批判意识，尤其面对这已经完全化了的世界，找到了他们赖以言说的内容。灯红酒绿、歌舞升平的表象下隐含着一些溃败的创口，快餐和机器复制式的文化，日益庸俗化得发腻的平民的日常生活，全社会的各种肉欲、物欲的商业化，全民面临的精神信仰的饥渴，这一切都是批判的艳俗艺术家所密切关注的问题。所以艳俗艺术家是严肃的思想家，他们认真思考着重大的带有社会性的问题”。¹⁸

（二）艳俗艺术所使用的基本话语模式

1. 色彩

色彩是人们认识事物的第一视觉语言，它不仅美化了我们的生活，而且影响着人的心理、情感、生活、工作以及其他各个方面。经实验结果和科学研究表明：色彩对人类的心理和生理有很大的影响，对人体的化学反应和物理反应有复杂而微妙的作用。人看到不同的颜色产生的心理反应有很大的差别，如兴奋、紧张、安全、烦躁、忧郁等，同时能引起冷暖、轻重、软硬、大小、明暗、远近等不同感觉。受到色彩的影响，人体生理机能会发生改变。如终日与黑色煤炭相伴的工人，容易导致视线模糊，而且产生朦胧心理，因此工人的房间应尽量采用明亮的色彩改善人体因色彩引起的不适。不同的色彩给人带来情感或精神上的愿望不尽相同，这是因为不同的色光是一系列不同频率、振幅的波，色彩通过波的振动在人体内引起生物微电波的控制和共鸣，进而影响人的情绪和精神状态。艳俗艺术

中大多采用红、绿、黄等未经调和的色相、高明度、高纯度的色彩给观者带来强烈的视觉张力，运用强对比的色彩学原理使画面显得“艳若桃花”。

红色、黄色和绿色是艳俗艺术创作中普遍使用的色彩。红色是我国的传统色，是我国国旗、国徽的颜色，也是艳俗艺术使用最多的一种色彩。它不仅给人的色彩表情不同，而且在艳俗艺术中有着某种特殊的含义。红色也称前进色，是火、血液的颜色，它会刺激神经系统，增加肾上腺素的分泌和加快体内血液循环，不仅使人兴奋、激动、紧张而且容易造成迫近感和扩张感。同时，红色是快乐、喜庆的象征，引人注目，具有强烈的感染力，因此被广泛应用于标志、旗帜、宣传等的用色中，给人留下艳丽、喜庆、幸福、吉祥、富有生命力的深刻印象。黄色的明度最高，是阳光的颜色，它与红色搭配能产生热烈喜庆、辉煌华丽的视觉效果，它象征高贵、辉煌、愉快，是中国古代皇帝专用色之一，代表着权力和欲望等。但有时黄色也有淫秽等不好的寓意。绿色是植物的色彩，最容易引起注意。人的眼睛最适应绿色光的刺激，对绿色光反应最平静。

艳俗艺术在色彩的使用上，向民间美术和流行文化学习，未经混合的基本色相（原色）、高明度、高纯度，强烈的色彩对比，达到醒目、刺激、“艳若桃花”的艺术效果，表达大众在消费文化影响下“农民式的暴发趣味”。中国是一个拥有悠久历史文化的传统国家，民间美术深深扎根于千千万万的劳动人民之中，不仅满足了自己的生活和审美需求，而且表现了老百姓对美好生活的向往。民间美术色彩与宫廷美术的色彩有很大的差别：民间美术的色彩比较淳朴，体现大众对幸福生活的憧憬，所以用色明快大方、热情强烈、鲜明和夸张，一般以红色、黄色、绿色、蓝色等色相为主。虽然这些色彩在一些受过正统美术训练的艺术家里有些粗俗，不够高雅，但民间美术有其自身的发展轨迹，也形成相对应的绘画色彩结构。广告是商品经济发展的产物，是一种典型的现代商业流行文化和大众艺术，它能更好地迎合和取悦大众，是面向大众的一种典型的传播媒介。色彩是广告表现中一个重要的因素，考虑到大众消费者接受商品信息的一个重要渠道就是广告的色彩，因此，为了迎合大众的审美情趣，广告制作中经常采用色彩醒目、纯度高、简洁和对比强烈的视觉效果。如李路明的作品《中国手姿》（见附图4）中以象征妩媚、色情的玫瑰红色为主色调，突出表现性感的手姿，配以各种大红大绿的高跟鞋等流行物品，加强艺术感染力的表达，增强艺术氛围。在艳俗艺术家黄一瀚的作品中经常选用色彩鲜艳的卡通玩具和图片形象，容易给观者造成一种商业化生产廉价、可重复复制的映象，表现当代高度物质文明下大众文化消费的快捷、“平面”和“低廉”。俸正杰的《浪漫旅程》（见附图5）和《蝶恋花》（见附图6）系列作品中采用了大块面的红绿色相对比，分别形成一种大红大绿、庸俗荒诞的年画和月份牌画效果，画面笔触细腻、制作精细类似广告画的效果，通过对消费文化图像符号的“艳、丽”色彩处理，能够更好地表达作者的创作观念。《消费形象》（见附图7、附图8）系列作品中祁志龙运用大面积的红色花朵为背景，人物衣着呈黄、绿、蓝色，鲜艳的颜色和性感的美女形象体现了消费文化下大众浮华、功利的审美特征。罗氏兄弟在《欢迎世界名牌》系列作品把象征中国喜庆吉祥的红彤彤的年画与当代消费文化中

各种语言符号并置，隐喻两者之间的矛盾冲突。于伯公的丝绸作品《长满毛发的大便》和《满怀理想的大便》中用金黄色的绸缎和民间布制作工艺做成大便的样子，上面趴着一支粉红色翅膀的苍蝇，金光灿灿，滑稽可笑。艳俗艺术家将民间美术色彩和现代商业广告中的色彩相结合，借用和吸收两种不同类型的色彩表达方式来描绘萝卜、白菜、美女、人民币等形象，形成一幅复广告效果的“民间年画”。画中再现现实中的文化情景，反映了浮华艳丽、世俗虚荣的大众审美情趣，反讽当代大众模仿流行时尚的同时表现出的矫揉造作和肤浅。民间的喜庆、质朴与现代化大都市的物欲横流、纸醉金迷形成鲜明的对比，将两者有机地并置于同一件作品中，让人啼笑皆非，具有十足的反讽意味。

中国艳俗艺术色彩的“艳”与杰夫·昆斯表现色情的轻浮和暧昧的“艳”有很大区别，它是一种将民间艺术中的色彩与现代商业流行文化中的色彩相结合的“艳”，作品呈现“艳、丽、俗、媚”的色彩效果，突出表现“农民暴发户式”的审美趣味。

2. 题材

艳俗艺术是 20 世纪 90 年代以来中国社会一种典型的文化特征，是一种浮华性、功利性、即时性的文化消费，是现实生活和大众文化的表现。上世纪 90 年代，随着国际化进程的加速和国内经济的飞速发展，人们的物质生活水平有了很大的提高，社会生活随着经济的飞速发展发生了巨大的变化，大众被西方消费文化征服，越来越看重对现实世界的拥有和把握，他们的价值观念发生了巨大变化：中国传统中对理想和信念的执着追求已被人们对物质需求的不断提高和对物质享受的无限追求和向往所代替，大众越来越看重对现实世界的拥有和把握，对金钱、物质的崇拜远远胜于对人文精神的追求。

在题材上，艳俗艺术家们在初期的作品中基本都出现过萝卜、白菜、美女、兔子、高级商品等日常事物，经过一段时间的创作后，他们慢慢形成具有个人色彩的绘画语言符号，如人民币(杨卫)、农民暴发户(常徐功)、鲜花(徐一晖、祁志龙)、胖娃娃(罗氏兄弟)、美食大餐(胡向东、徐一晖、余极)、女性时装模特(祁志龙、胡向东、刘峥)、结婚照(王庆松、俸正杰)、全家福(田力勇)等等。这些绘画题材较普通化、日常化，贴近当代普通民众的生活，都是消费文化下大众生活的典型事物。艳俗艺术家将这些已有文化意义的事物重新拆开、组合，产生新的理念。其作品通过选择大众熟悉的消费符号、易于接受的喜剧性语言和通俗易懂的方式，在不经意间，反讽现实社会中当代大众在模仿时尚流行时，表现出浮华艳丽、世俗虚荣的大众审美倾向。艺术家们并不是以激进的心态说教别人，而是使用了热闹、轻松，类似喜剧的方式将他们所关注的话题带入一种荒谬的语境中，用一种观众乐于接受的方式，表现作品的主题和内容。结婚是重要的一项民俗活动，是一个非常祥和喜庆的日子，随着人们物质水平的提高，婚纱摄影成为 20 世纪 90 年代都市大众追求时髦的潮流而在日常生活中广泛流行，但在艺术家眼中这一切则成为消费文化下的一场闹剧，如俸正杰的《浪漫旅程》系列作品，创作主要以新婚夫妇的婚纱照为绘画题材，借浮华艳丽的画面反衬大众盲目的虚荣心和内心的迷茫，以简单的形象、刺眼的色彩反映人物

的内心感受，以冷漠的表情面对高度的商业文化，以浮华的形式反讽现实社会，属于比较典型的艳俗风格。艺术家用写实的技法，将男女模特描绘成各种模仿明星或贵族的形象，画中人物虚伪的笑容、俗气的服装、扭捏的姿态显得矫揉造作、丑态百出，整个画面从略加变形的人物形象、刺眼世俗的色彩、夸张的背景布置到细腻光滑的质感，给人滑稽可笑的感觉。

艳俗艺术家除了采用日常化和普通化的题材外，还有一种题材就是采用对文革的回忆。有些艺术家是上世纪 60 年代出生的，自 70 年代上小学开始就被抛到一个观念不断变化的社会里。文革成为他们童年的记忆，他们又随着社会开放一起成长。受到环境的影响，他们的作品中会随机出现一些文革的符号，不过他们对文化大革命的印象远远没有政治波普和玩世现实主义的艺术家人深刻。虽然艳俗艺术家对文革也带有一定的批判性，但他们的批判相对比较肤浅，如祁志龙的《中国女孩》（见附图 10）系列作品，作者带着对文革依稀的回忆，都市中扭捏、娇娆的女模特头戴绿色军帽，身穿绿色军服，文革符号与当时消费文化下的女性形象拼贴在一起，采用明亮的色彩平涂和细腻的写实手法，试图在消解历史的严肃性，在历史符号与现实时尚之间试图寻找一种新的关系。

3. 材料及描绘手法

艺术家们为了体现“艳俗”的特征，材料上除了使用传统的架上绘画之外还尝试使用民间美术和流行文化所使用的材料。因为民间美术与民俗活动密切相关，体现在婚丧嫁娶、节日庆典、生子祝寿、迎神赛会等民间活动中，是劳动人民在日常的生活和劳动中创作的，以美化环境和丰富日常生活为目的的流行于人民大众中的应用美术。民间美术不仅为了美化和丰富日常生活，而且表达了人民群众的信仰、愿望和道德观念，具体包括：剪纸、年画、刺绣、春联、印染、泥塑、漆画、陶瓷等艺术形式。广告是商品经济发展的产物，是一种典型的现代商业流行文化和大众艺术，为了迎合和取悦大众，广告通俗易懂成为最流行的传播方式。艳俗艺术以大众消费文化中的形象、符号为主要题材，通常用写实的手法和更适合表达艺术创作观念的材料再现现实社会中的文化符号。艳俗艺术广泛采用民间各种“艳”的艺术样式，运用年画、剪纸、陶瓷、刺绣、丝绸、月份牌画、漆画等代表民族的语言符号，与当代文化和现实结合起来，在时间和空间上产生反差，给人以荒诞、无聊的感觉，以达到深刻、直观地反讽当下社会现实的目的。除了现代文化中的摄影加电脑结合（王庆松）外，在材料上，他们选择漆画（罗氏兄弟）、陶艺（徐一晖）、锦缎材料（王功新）等等。民间美术工艺中的传统陶瓷、刺绣、丝绸、漆画等色彩艳丽，都是日常生活中大众非常喜爱的事物，使人产生精致、光滑、柔和、喜庆、鲜艳、透亮的“艳”的审美心理特征，这种“艳”的特征恰恰应合了当下流行文化的审美趣味。如丝绸和刺绣是中国典型的民间媒材，它具有色彩艳丽、柔润细滑的质感，于伯公的丝绸作品《长满毛发的大便》和《满怀理想的大便》中用金黄色的绸缎和民间布制作工艺做成大便的样子，金光灿灿，滑稽可笑，形成独特的艺术效果；常徐功在《农民企业家》系列作品中使用细腻光滑

的民间刺绣工艺呈现农民暴发户形象，表达浮华、功利的大众审美倾向。刘峥的《庐山恋》、《摩登女郎》、《仿月份牌》等作品选用了绸缎被面和塑料珠花等民间媒材表现各个时代的美女。罗氏兄弟的漆画《欢迎世界名牌》系列作品中直接将 60 年代象征农民喜庆丰收的年画与中国消费符号相拼贴，画面中连年有余、胖娃娃等传统民间喜庆形象与可口可乐、卡拉 OK、汉堡包等并置，鲜艳、平滑、光亮的漆画质感与国外著名消费品牌的结合加强了作品的浮华气氛和艺术感染力，产生一种荒诞、幽默的喜剧效果。刘国力、徐一辉等艺术家选用陶瓷作为自己创作的媒介，如刘力国的代表作品“屁股花瓶”系列就将中国传统中代表高雅的瓷器与人的臀部嫁接在一起，传统文化与低级趣味结合，加上陶瓷这种特殊的材料和艺术语言，生动表达了当代高度的商业文化浮华、“易碎”的思想，诙谐风趣地反讽现实社会中的丑恶现象。

笔墨当随时代，大部分艳俗艺术家都接受过学院式或其它专业性的美术教育，然而这些受过正统美术训练的艺术家放弃传统的学院主义绘制手法，而转向民间美术和流行文化学习。“艳俗”风格的架上绘画在绘画语言的表达方式上已经基本放弃了学院派或现代主义的绘画技巧，如对结构、空间的处理、光影效果、虚实变化和肌理的表现等，抛弃对现有绘画语言的运用，力求回到美术的原始状态，他们大都采用平面化、广告化的方式处理画面，表达方式明显有简洁、鲜明、张扬的广告化倾向，以其达到新年画、新宣传画的视觉效果。如祁志龙的《中国女孩》和《消费形象》系列作品均采用明亮的色彩平涂和细腻的广告化手法，更像新年画或新宣传画，艳丽浮华的色彩、细腻平涂的手法，给观者留下很深的印象，独特的图式表达映射政治，表达了消费文化语境下大众人文精神的丧失和价值的迷茫。

艳俗艺术家以自己的创作理念为中心，选择能更好地表达创作观念的材料及描绘手法，因此多数艳俗艺术家在选择材料以及表现形式的时候，坚持艺术的普通化和日常化原则，将民间美术和流行文化有机结合起来，形成自己有别于以往的艺术风格。

（三）艳俗艺术家个案探究

艳俗艺术家大都来自北京圆明园画家村，如俸正杰、王庆松、常徐功、胡向东、罗氏兄弟（罗卫东、罗卫国、罗卫兵）、于伯公、王功新、刘峥、杨卫、徐一晖等。他们运用夸张艳丽的色彩描绘社会生活中的一些日常的事物，如结婚照、人民币、鲜花、电视、女性时装模特、美食大餐、全家福、农民暴发户等，配以萝卜、白菜、胖娃娃等中国农民象征丰收的形象，对大众在模仿时尚流行的同时表现出的浮华艳丽、世俗虚荣的审美倾向进行反讽。

俸正杰是艳俗艺术的主要代表艺术家之一，他的作品具有典型的艳俗艺术特征，反映了中国当代社会的现实和冲突，作品分别有：《解剖》、《皮肤的叙述》、《浪漫旅程》、《幸福》、《酷》、《蝶恋花》、《中国肖像》等。1999 年之前，《浪漫旅程》系列作品曾为俸正杰敲开市场的大门，然而，是《解剖》系列组画让俸正杰开始对大众消费文化开始深刻思考，

1992 年左右，俸正杰创作了他的早期系列作品《解剖》，画面描绘的是社会皮肤之下肌肉的纹理，他用解剖学手法描绘都市社会中的各种艺术形象，包括流行明星、英雄人物和身边的普通人，通过对这些形象的绘制，表达作者对生活的态度，以解开内心的困惑。有明显“艳俗艺术”风格倾向的系列作品是 1994 年创作的《皮肤的叙述》。艺术家认为，随着我国 90 年代国家经济政策的转变，人们普遍表现出政治兴趣的减退，代之而起的是对物质的追求。在“皮肤的叙述”个人作品展时，他陈述他是“以皮肤的病变通过生理呈现隐喻心理的变化及精神的侵蚀，以喜庆、艳丽的语符并置溃烂、不安的人体，以‘艳若桃李’反讽‘溃烂之处’，从而实现对社会艺术批判。”从 1996 年春天开始，俸正杰陆续参加“大众样板”、“艳装生活”等艳俗艺术大型展览，成为艳俗艺术家群体中比较有潜力的艺术家之一。他最有影响力的作品是一个传统肖像画系列——《中国肖像》，这个系列主要呈现的是当代女性：她们拥有色彩绚丽的头发，鲜艳的服装，性感的嘴唇以及迷离的眼神，一双向外的眼睛瞳仁让观众琢磨不透，令人惊艳的眼神变化展现了中国在国际化的巨大冲击下，民众的慌乱和不安，象征着改革开放以后人们的生活状态、价值的迷失和对未来的迷惘，这一独特的绘画语言成为俸正杰具有个人色彩的绘画符号。个人绘画标志性符号语言的形成不仅提高了画家的知名度而且也为艺术家本人带来巨大的经济回报，他的单幅作品《浪漫旅程十八号》（1997 年作）曾由香港苏富比拍卖公司以 68 万多人民币拍出，成为是这一系列中拍卖价格最高的作品。尤其在 2006 年至 2009 年间，俸正杰作品拍卖成交率达到 100%，有 14 幅作品突破百万元大关，其中三幅以每幅两百多万元的价格成交。

俸正杰的《浪漫旅程》系列作品（1998 年作）主要以新婚夫妇的结婚照为绘画题材，借浮华艳丽的画面反衬大众盲目的虚荣心和内心的迷茫，以简单的形象、刺眼的色彩反映人物的内心感受，以冷漠的表情面对高度的商业文化，以浮华的形式反讽现实社会，属于比较典型的艳俗艺术风格。结婚是一个非常重要和喜庆的日子，到了 20 世纪 90 年代，婚纱摄影在北京广为流行，都市大众已经开始在追求时髦，无论是代表纯洁爱情的西式婚纱还是表示喜庆吉祥的中式服饰，在艺术家眼中都成为消费文化下的一场闹剧。据俸正杰自己说：他的一个朋友在影楼工作，他在那里度过了不少好奇的时日，他看到那些拍婚纱照的男女大都按照几个既定的模式在摄影师、化妆师的摆弄下搔手弄姿，全然没有爱人之间自然的真情流露，只是千篇一律的姿势和概念化的表情。在这里，表面效果成为了决定因素，人物的真实情感可以放置一边，世界公园中的景点都是以简就繁，模仿世界名胜。他的这一系列作品采用近似古典写实的技法，将男女模特描绘成各种模仿明星或贵族的形象，画中男女人物的皮肤和服饰被绘制成暧昧艳丽的桃红等色，给人夺目夸张的感觉，在鲜艳的单色背景下，画中人物虚伪的笑容、俗气的服装、扭捏的姿态显得矫揉造作、丑态百出，背景中的气球和鲜花虽然是点缀，但反映了大众追求时尚潮流的心态。整个画面从略加变形的人物形象、刺眼世俗的色彩、夸张的背景到细腻光滑的质感，给人很不舒服的感觉，反讽意味十足。《浪漫旅程十八号》是俸正杰《浪漫旅程》系列作品中的一幅。画面男女形象穿着礼服，摆着令人发笑的扭捏的造型，背景是蓝天之下类似罗马角斗场的典型豪华

建筑和正在拍婚纱照的夫妻，通过对男士形象传神的刻画，反映当时人们的生存状态。画面红与绿的强对比色彩，表达对现实社会中“艳俗现象”反讽和调侃。

他的《酷》系列作品同样使用了反讽的艺术表达方式。作品呈现的是卡通化、玩具化、未来化、中性化的“新新人类”摆着各种“酷”的好莱坞电影的经典形象，他们形似侏儒的身体，紧闭着的嘴唇表现若有所思、洋洋自得的神态。她们属于未来，没有历史感，新新人类的外表与内心形成极大的反差，体现着深刻的矛盾与冲突。

俸正杰的《蝶恋花》系列作品，仿照了月份牌画的艺术样式，画面将身着旗袍的女性和现代女性人体两个时代的形象嫁接，使用中国传统的假山石和枯树等背景将不同时代的女主人公置身于同一个环境之中，她们若有所思，相互审视，好像在说点什么。艺术家在这个系列作品中表现的艳丽俗气的色彩、扭捏的人物动作形象并不急于表达什么，而是让读者自己去思考。俸正杰的原始动机并不全是在对流行样式的模仿、嘲讽，而是深感其中无法抗拒的魅力。像所有人一样，他也不可避免地看到电影、电视、录像、图片等以图像为主的传播媒体的迅速发展。流行文化挟着如潮的图像滚滚而来的势头一时间让人猝不及防，失去了判断的依据。在这样的文化背景下，艺术家从一个相对质朴的乡村来到现代城市生活，他有一个好奇：民间艺术和流行文化在表面上似乎都有色彩鲜明的倾向，它们都受到大多数人的喜爱，为什么它们会有那么大的魅力，能够影响大多数人的审美观念呢？从文化地位看，谁都不把它们当成“正儿八经”的主流文化，被认为是不能登大雅之堂的；从他自己的感情上来说，似乎很看不起，可是好像也无法抗拒其魅力。对生存环境有这样的感受和困惑，作为艺术家，他必须要传达这种内心感受。

祁志龙是政治波普向艳俗艺术成功转型的艺术家之一。他的《中国女孩》系列作品带着对文革的回忆，以时下都市中扭捏、娇娆的女模特装扮成文革红卫兵的形象，将当代消费文化下的女性与文革的红宝书、红五星等图像符号拼贴在一起，采用明亮的色彩平涂和细腻的写实手法，试图在历史符号与现实时尚之间寻找一种新的关系。《消费形象》系列作品是祁志龙在1992到1995年之间创作的，画面由毛泽东形象和当下着泳衣的时尚美女组合而成，艳丽浮华的色彩和细腻平涂的手法，具有很强的视觉张力，独特的图式表达映射政治，表现了消费时代中大众价值的迷失和对生活的迷惘。祁志龙在一篇文章中介绍道：“1992到1994年，我画消费形象。但是跟政治波普有很大区别，跟如今仍然有人在画的消费形象也有根本区别。消费是我对政治波普理念的反叛。在我看来，政治波普是与意识形态的对抗，导致了它自身成为另一个意识形态的神话。而未来肯定是开放的社会，所有意识形态在将来都可以被消费。在这一点上，我的消费形象正是要消解政治波普的”。一位秀美的女孩，在看了他的作品《消费形象》后，曾毫不留情的指责他“媚俗透顶”。李明路在接受访谈时也曾说：“我避开当下消费文化中的流行符号，而用艳俗色彩仿造古典艺术中常见的‘高雅’手姿，不仅仅在于与现实中泛滥的艳俗图像拉开距离，更重要的在于提示出‘弘扬传统民族文化’与推广‘高雅艺术’在现实中出现的尴尬境地，也提示出中国式‘艳俗’文化的特定背景”。

另外，在中国艳俗艺术风格领域，王庆松是较为活跃的艺术家的之一。1994 年至 1995 年期间，他的作品灵感很多来自民间艺术，如在金丝绒布上画婚纱和白菜等。1997—1999 年期间，王庆松采用摄影加计算机合成的方式进行创作，是中国较早使用数字合成的当代艺术家之一。他的这一系列作品具有典型的艳俗艺术风格：夸张艳丽的画面、大众日常生活的题材内容和表达反讽的绘画观念。1998 年，王庆松的作品《思想者》（见附图 11）、《守望者》中出现了大量如可口可乐、麦当劳等代表美国消费文化的符号，作品描绘的是：艺术家自己扮演成耶稣，钉在可口可乐做成的十字架上；将自己装扮成在胸前印有麦当劳“M”标志的佛教圣人。艺术家认为：可口可乐、麦当劳等在西方只是普通的消费品，但在中国却成为时尚、流行的代名词，上世纪 90 年代，大众疯狂地喜欢上在中国这个农业大国的土地上突然冒出来的洋快餐，甚至于很多中国父母把麦当劳当做物质条件奖励小孩，中国这个传统保守的农业大国仿佛一夜之间变得浮华时尚起来，大众面对这些突如其来的消费文化显得有些惊讶和手足无措。正如王庆松所说，“麦当劳在美国和欧洲只是一个快餐厅，如同我们吃的包子、油条，可麦当劳进入中国就变成了极品食物，我们常见有人在那里聚会、请客、过生日甚至约会情人，把它吃得“火”起来，吃成了“大饭店”。现在哪里繁华热闹，哪里就会有麦当劳。这大概就是我创作《思想者》的感触之源吧。这样的例题还有很多，比如可口可乐等等，洋衣、洋酒、洋东西备受中国人尊敬，差不多快成爷爷了”。“‘一年一小变，三年一大变，五年大变样’的口号可以说明中国当代社会的面貌，也使我找到了创作的源泉和切入点。看一看我们的城市，满街的流行色彩、高层建筑，各种各样的西方产物让我们这个农业人国“时尚”起来，只是时尚得有些可笑、有些矛盾、有些疯狂……，传统和精英统统被弄得没有活力，差不多快被扔进垃圾桶了，这就是当代大中国。我想用艺术方式表现这个时代面貌”。

他的作品《我能和您合作吗？》（2000 年作）表现的是摇着五星红旗的中国人欢迎可口可乐、麦当劳的到来，缩小比例的中国人和放大的西方人形成强烈的反差，画面采用摄影加计算机合成的手段将中国文化与西方文化进行对比，反讽中国大众对西方消费文化的盲目崇拜和敬仰。

而另一位艳俗艺术家——杨卫是把实践和理论相结合的先行者。他曾在一些美术杂志发表过关于艳俗艺术的文章，为艳俗艺术的产生和发展做出贡献。他的代表作《中国人民很行》（布上油彩，182x145cm 1995 年）中，中国人民银行几个字被置换成“中国人民很行”，人们最为熟悉的人民币图案换成鲜花、大红灯笼和咧嘴欢笑的普通男女形象，杨卫的这件作品有别于其他的艳俗艺术作品：没有很强烈的反讽意味。他说，“首先，我反对自恋主义的刻意保持愤世嫉俗的姿态，不对其生存的环境作任何本质的批判和深层自省，而只在修辞上，凭借批判性之类的冠冕堂皇的词句，借此达到引人注目与招摇过市的目的”。作品仿佛在表现画面人物对日益富足生活的满足和快乐。

在由艳俗艺术向“卡通一代”演变的过程中，黄一翰是具有代表性的艳俗艺术家之一，他既从事艳俗艺术的创作又是卡通一代艺术流派的思想启蒙者。黄一翰来自商业高度

发达的广州，他运用的媒材范围较广，如水墨、油彩和图片综合材料等，他的作品经常将都市消费文化中典型的语言符号如日韩明星、麦当劳标志等与“变形金刚”、“美少女战士”等卡通形象结合起来，制造一种时尚流行的现实景观，是对社会上日益流行的动漫风气的艺术尝试。

三、艳俗艺术的评价

由于艳俗艺术受到市场经济的影响，而其本身的构成成份相对比较复杂，因此艳俗艺术存在积极意义和消极意义两方面的价值。

20 世纪 90 年代以来，国际化进程加快，商品经济飞速发展，人民物质生活日益富足，是中国历史发展很重要的一个转型期。计算机和通信技术等高科技的广泛应用，中国已经由农业社会和工业社会进入信息社会，大众传媒对社会生活的变化有重大的影响。社会生活随着经济的飞速发展发生了巨大的变化，商业文化带来的拜金主义、享受主义等控制着大众的物质和精神需求。中国传统中对理想和信念的执着追求已被人们对物质需求的不断提高和对物质享受的无限追求和向往所代替，民众的价值观念中心发生偏离：中国大众被西方消费文化征服，大众文化战胜了精英文化，主导着社会的时尚流行潮流，大众传媒推进下的流行文化盛行的时代已经到来。在这样的时代背景下，艳俗艺术诞生并且逐渐发展，不管评论界持何种观点，对艳俗艺术都不会有实际的影响，更无法左右其发展方向。

（一）艳俗艺术对社会文化的积极意义

认为艳俗艺术具有积极意义的观点认为：艳俗艺术是后现代主义语境下对消费文化的一种认同，是现代商品经济和大众文化下的必然产物。如《波普艺术——断层与绵延》（孙津著）一书中就有关于艳俗艺术对于消费文化正面表现性的描述。本研究者认为：

首先，艳俗艺术家既不是严肃的批评家更不是政治家，他们不愿意以激进主义的态度表现出一副说教的面孔，也无法改变当时的社会现状和文化语境，仅仅能够使用反讽的艺术手段使大众麻木的神经重新敏感起来。艳俗艺术产生的特定时代背景深刻地影响着艳俗艺术家，上世纪 90 年代初，商品经济蓬勃发展，物质生活不断丰富，西方消费文化和商业文化开始在中国迅速蔓延，同时受到英、美等国波普艺术和以杰夫·昆斯为代表的“艳俗艺术”的影响，中国艳俗艺术应运而生，它作为与政治波普、顽世现实主义等中国当代艺术思潮的代表成为 90 年代艺术反叛 80 年代艺术思想的主体。它的艺术风格明显表现出后现代主义和解构的特征。这一时代的艺术家普遍潜移默化地受到当时时代和社会环境的影响，具体来讲，这一个时代的艺术家对艺术的态度和使用的语言表达方式和风格样式都与国家政治意识形态、经济状况、文化发展情况密切相关。他们选择大家所熟悉的语言符号，将喜剧式的题材放入荒谬的语境中，通过大众通俗易懂、喜闻乐见的方式，在不经意间，以一种幽默、轻松的表现手法揭示出现实社会中存在的矛盾，使日常生活中经常出现的荒诞内容呈现在大众面前，让人们麻木的神经重新敏感起来。

其次，艳俗艺术对寻求中国当代艺术自身的发展方向进行了初步探索。中国近二十年的美术作品几乎都受到西方当代艺术思潮的影响：艺术创作缺乏原创性的观念和语言，尤其在艺术手法的运用和话语方式方面十分明显。西方当代艺术的观念和话题的表达是在西方特定的政治、经济、文化背景下产生的，并不符合中国当代社会的实际情况。要想坚持

中国本国的文化立场又要实现艺术的现实关怀，艳俗艺术家只能从自己本国的社会状况、文化传统、价值观念中寻找本民族的言语方式和话题。艳俗艺术家在这些方面作了初步探索：从作品色彩、题材和材料的选择来看，说明他们对本民族文化进行过思考，表明试图摆脱西方波普艺术影响的决心。他们用自己的眼光寻找一些符合中国实际情况的话题，尝试用带有中国色彩的表现方式和借用生活中的现成符号，关注本国文化中文化深层的欠缺和社会不对称发展造成的文化结构差异。与中国政治波普等其他当代艺术流派相比艳俗艺术成功地超越了中国波普艺术对西方波普艺术进行“配对”或“嫁接”的方法。

在商业化、信息化和大众传媒日益流行的今天，虽然艳俗艺术家对当时中国社会和文化的思考和表现现在看起来有些不成熟或者略显幼稚，但是艳俗艺术的出现表明艳俗艺术对寻求中国当代艺术自身的发展方向进行了初步探索。

（二）艳俗艺术对社会文化的消极意义

艳俗艺术是中国 20 世纪 90 年代特定历史条件下的产物，受经济发展的影响，艺术作品的商品化程度较为明显，作为新兴的艺术形式在文化思考和艺术表现等方面还显得有些不成熟。艳俗艺术在挣脱政治这只“无形之手”的同时很快落入商品经济功利主义的“无形之手”。商业在促进艺术发展的同时，也使得艺术日益功利化。艳俗艺术用“艳”的表现形式，旨在反讽，但有些作品矫枉过正，看上去有些“恶俗”，并没有起到让人警醒的作用。在一些艳俗艺术展览上，有的作品以粗俗、拙劣的形象粉墨登场，颓废萎靡、恶俗之气扑面而来，并不能完全排除哗众取宠的嫌疑，正如阿诺在《艳俗之美》中写到，艳俗艺术作品“展现的面孔充满着病态，暧昧、猥琐、轻浮的表情，那些我们生活中最常见的脸在这里凸显的是浅薄，带着过度的满足和中国式的‘傻笑’”。¹⁹这些作品不得不让观者重新思考艺术品的价值和如何评判艺术的道德准则。

无论是艳俗艺术还是政治波普或玩世现实主义，都是在后殖民语境下的艺术形式，在这样的一个现实环境中，中国艳俗艺术家势必要面对更多的阻挠和诱惑，他们选用中国符号或者西方比较感兴趣的中国文化，一方面是出于内心情感的需要或对过去历史的记忆，另一方面则是为了迎合西方的猎奇口味。这是因为在全球冷战影响下，政治始终是一个重要问题，发达的西方世界已经习惯戴着一副有色眼镜看待中国以及中国的文化传统习惯，所以他们会选择自己喜欢的政治题材的口味挑选自身所需要的中国当代艺术，虽然世界政治格局有新的变化，但有些西方政客一直延续着冷战思维，继续钳制中国的发展，在对华文化战略中采取后殖民化糖衣炮弹式地进攻。一些为了进入西方世界的艳俗艺术家不吝生搬硬套中国传统文化或者西方感兴趣的中国社会问题：有些艺术家使用的中国传统文化符号被有些批评家笑称为“春卷”在西方市场叫卖；艳俗艺术作品中随机出现的代表中国政治的符号虽然没有政治波普或玩世现实主义那么明显，但同样有讨好西方之嫌。这种浮躁的艺术风气一直是冷战后中国文化面临的争议之一。

四、艳俗艺术对中国当代艺术的启示

艳俗艺术是 20 世纪 90 年代继政治波普和玩世现实主义之后又一个新的艺术形式，在中国美术史上具有很高的地位。上世纪 90 年代初，伴随着改革开放的不断深入，中国经济体制由计划经济逐步转变为社会主义市场经济，经济的高速发展，国家经济实力的不断增强，大众物质生活水平的稳步提高，特别是 20 世纪 90 年代以来，随着国际化进程和国内经济的进一步加快和飞速发展，中国掀起一个又一个消费文化的大潮。经济的转型引发社会、文化等的变革，突出表现在人们对人文精神的重新思考，大众生理需求的不断扩大、消费欲望的不断增强与大众价值匮乏的矛盾日益突出，社会上产生一系列的失落和无聊的情绪。艳俗艺术家敏感地抓住这些创作思路，利用消费文化、大众文化等艺术资源，运用模拟、置换、重复、拼贴等手段，反讽、调侃、解构等方式试图碰触麻木的神经，实现艺术的人文关怀。政治波普、玩世现实主义和艳俗艺术都不同程度地表现了功利化社会中艺术家自身真实的生活感受和反思，他们把目光纷纷投向现实社会、投向自己的生活空间，作品集体体现出价值的迷失和对生活的困惑和迷茫，表达对英雄偶像时代的结束和市场诱惑的感慨和无奈。但是，以反讽为创作目的艳俗艺术模仿和描绘大众生活情景，用夸张艳丽的色彩，荒诞、搔首弄姿、装腔作势的人物等形象反映大众在消费文化下都市生活中肤浅和矫揉造作的风尚，用观者容易接受的喜剧方式对当时泛滥的“艳俗文化”进行批判，在中国当代艺术史上具有新的深层次意义。其中，“艳”是其主要特色，是它区别于以往艺术形式的本质特征，是艺术作品的外在形式而不是本质，通过“繁花似锦、美艳无比”的形式反讽“庸俗不堪、腐朽糜烂”的现实社会。

首先，艳俗艺术借鉴中国民间美术的色彩、材料等表现形式，为中国当代艺术的创作思路开辟新的领域。民间美术是中华民族瑰宝，是中华民族文化的结晶，是千百年来中国劳动人民在日常的生活和劳动中创作的美术。民间美术深深地扎根于大众生活中，因此色彩淳朴，用色明快大方、热情强烈、鲜明、夸张，为了表达人民群众的信仰、愿望和道德观念，民间美术式样精彩纷呈，包括剪纸、年画、刺绣、春联、印染、泥塑、漆画和陶瓷等。20 世纪 90 年代中国市场经济繁荣，出于政治环境和经济环境变化的需要，中国当代艺术的发展只能积极寻找一些中国化的风格和题材才能坚持中国本国的文化立场和实现艺术的现实关怀。从艳俗艺术对色彩、题材和材料等表现形式的选择来看，都是从自己本国的社会状况、文化传统、价值观念中寻找本民族的语言方式和话题，艳俗艺术家在这些方面作了有益的探索。对民间文化的借鉴和挪用表明艳俗艺术家试图靠自身的力量打破传统与现代的界限，说明他们对本民族文化进行深层思考和试图摆脱西方波普艺术影响的决心，他们用自己的眼光寻找一些符合中国实际情况的话题，尝试用带有中国色彩的表现方式和借用生活中的现成符号关注本国文化中文化深层的欠缺和社会不对称发展造成的文化结构差异，以谋求与西方文化平等的地位，因此成为中国当代艺术响亮的开始。

其次，艳俗艺术将日益流行的消费文化作为中国当代艺术关注和着重表现的对象。当

代中国已经由一个政治社会转向消费社会，农业社会转向工业社会，传统计划经济社会转向市场商业化的社会。由于人类经历了由工业社会向后工业社会的迈进，科学技术的飞速发展和传播媒体的日益更新，受消费文化的影响，大众审美占据重要位置并成为社会的主流，传统的艺术形态被高科技和先进的传播媒体带来的后现代艺术所取代，在这样的时代背景下，中国艳俗艺术的产生成为必然。20 世纪末，艺术领域发生了精英艺术与大众艺术、严肃艺术与通俗艺术的矛盾和冲突。中国大众文化的兴起已经成为不可抵挡的潮流，它与精英文化、主流文化一起成为中国文化重要的组成部分。大众文化与精英文化、主流文化并不是完全对立的，而是相互包容的。艳俗艺术仍然属于精英文化的范畴，他们选用“艳”的表现形式和大众日常题材，采用喜剧式的批判态度，将现实社会荒诞的现象用现实主义的手法展现出来，大众在不经意之间使麻木的神经重新敏感起来，艺术家是站在知识分子立场对大众文化的反思。艳俗艺术以 90 年代以来的消费文化为艺术创作的出发点，是现实生活和大众文化的集中体现，它从这些不同的文化类型中寻找一种新的艺术表达方式。

再次，消费文化的盛行向中国艳俗艺术创作提出新的挑战。中国市场经济的建立和发展引起中国社会整体的转型，社会转型体现在文化、艺术等各方面，尤其体现在艺术方面，表现最为突出的是审美的转型。市场这把双刃剑在带来经济繁荣的同时也带来了人们对人文精神、价值迷失的思考。艺术家及其艺术作品浸淫在市场经济引发的消费社会中，在后现代、后殖民语境下他们能否抵挡物质、金钱等的诱惑，如何保持独立的创作观念，中国当代艺术之路如何走的更远更好已经成为有志之士最关心的话题。随着社会的不断发展，生产力的提高，以及人们对艺术需求的不断扩大，大众在提高自身审美水平的同时也对艺术提出更高的要求，因此关注消费文化的中国艳俗艺术将继续存在并且还有很长的路要走。

然而，包括艳俗艺术、政治波普和玩世现实主义在内的一些当代中国艺术流派在西方的成功都具有非常复杂的政治和情感等因素，在一定程度上与西方后殖民主义文化心态有关，包括文化误读和私人情感认同等。后殖民主义是一个全球的新文化现象，它包含两种要素，首先，西方文化以“欧美为中心”的心态去第三世界“猎奇”和寻找“异国情调”；其次，非西方国家由于政治经济实力的变化，要求主动进入西方世界寻求发展，并试图重建自己不同于西方的现代化文化结构，最终取得与西方文化平等的地位。在这种文化境遇下，国内艺术家和国外策展人达成一种合谋，使符合西方“猎奇”口味和具有“异国情调”的作品迅速进入西方。20 世纪 90 年代初出现的艳俗艺术所使用的文革符号、绸缎和月份牌画等代表中国文化的符号正是“异国情调”的一些表现形式。

后殖民、后现代主义的出现是历史的必然，是国际政治、经济、文化重组的一个过程。在中国当代艺术所处的，我们无法改变的这种现实环境下，中国艺术家必然要面对更多的诱惑和阻挠，我们如何利用中国优秀的文化传统达到自身艺术的学术追求成为当下艺术家思考的重要问题。

注 释

- 1 蒋培坤. 中国当代审美文化的迷失[J]. 文艺研究, 1994, (01).
- 2 童庆炳. 隐忧与人文关怀[J]. 文艺研究, 1994, (01).
- 3 易英. 20 世纪 90 年代艺术: 理论的回顾[J]. 文艺研究, 2002, (05).
- 4 水中天. 90 年代的中国油画[J]. 文艺研究, 2000, (01).
- 5 易英. 政治波普的历史变迁[J]. 南京艺术学院学报, 2007, (03).
- 6 栗宪庭. 艳俗文化由来[J]. 云南政协报, 2001, (03).
- 7 栗宪庭. 艳俗文化由来[J]. 云南政协报, 2001, (03).
- 8 阿诺. 艳俗之美[J]. 新周刊, 2002, (06).
- 9 阿诺. 艳俗之美[J]. 新周刊, 2002, (06).
- 10 阿诺. 艳俗之美[J]. 新周刊, 2002, (06).
- 11 杨卫. 关于“艳俗”艺术的片断性思考[J]. 艺术界, 1998, (02).
- 12 杨卫. 关于“艳俗”艺术的片断性思考[J]. 艺术界, 1998, (02).
- 13 谷子. 中国艳俗艺术背景浅析[J]. 南方周末, 2001, (02).
- 14 现代汉语词典. 商务出版社 2001 年版.
- 15 丹纳. 艺术哲学[M]. 北京: 人民文学出版社, 1983.
- 16 毛泽东. 在延安文艺座谈会上的讲话.
- 17 现代汉语词典. 商务出版社 2001 年版.
- 18 郭晓川. 艳俗艺术的语境与定位[M]. 当代艺术, 1998, (03).
- 19 郭晓川. 艳俗艺术的语境与定位[M]. 当代艺术, 1998, (03).
- 20 阿诺. 艳俗之美[J]. 新周刊, 2002, (06).

参考文献

A. 连续出版物

- [1] 王一川. 体验与生成—西方体验美学论体验的意义[J]. 文艺研究, 1988, (03).
- [2] 栗宪庭. 后'89 艺术中的无聊感及解构意识[J]. 艺术潮流, 1992, (01).
- [3] 杨卫. 从腐朽的深处—对近一时期所出现的一些艺术现象的再思考[J]. 美术同盟, 1996, (11).
- [4] 谷子. 中国艳俗艺术背景浅析[J]. 当代艺术, 1997, (01).
- [5] 杨卫. 关于“艳俗”艺术的片断性思考[J]. 艺术界, 1998, (02).
- [6] 王伟芳. 艳俗艺术:平面上的深度[J]. 中国当代艺术文献, 1998, (02).
- [7] 俸正杰. 当代生活与艺术策略[J]. 美术文献, 1998, (13).
- [8] 廖雯. 平民时代的贵族布景[J]. 中国当代艺术文献, 1998, (02).
- [9] 栗宪庭. 方力均与玩世写实主义[J]. 湖北美院学报, 1998, (01).
- [10] 鲁虹. 艳俗艺术的意义与价值[J]. 当代艺术, 1999, (05).
- [11] 徐一辉. 从社会批判到文化批判[J]. 当代艺术 1999, (05).
- [12] 黄燎原. 花哨的“艳俗”[J]. 南方周末, 1999, (07).
- [13] 阿诺. 艳俗之美[J]. 新周刊, 1999, (12).
- [14] 张晓凌. 消费时代的艺术[J]. 美术观察, 2000, (03).
- [15] 高天民. “全球化”图景中的差异性选择—关于中国当代艺术策略的思考[J]. 美术研究, 2000, (04).
- [16] 易英. 全球化背景下的中国前卫艺术[J]. 美术研究, 2001, (03).
- [17] 水天中. 对当代中国油画的观感和思考[J]. 美术观察, 2002, (06).
- [18] 金元浦, 章建刚, 殷双喜, 张晓明, 王昱东, 杨斌. 艺术创新与消费文化[J]. 美术观察, 2002, (09).
- [19] 杨毓麟. 从消费文化看波普艺术的图像来源[J]. 贵州大学学报(艺术版), 2003, (03).
- [20] 杨小天. 卡通文化与网络表情图形符号[J]. 上海艺术家, 2004, (03).
- [21] 曹桂生. 解构主义给艺术带来了什么[J]. 美术, 2005, (03).
- [22] 陈新. 后现代与波普艺术[J]. 求索, 2005, (01).

B. 著作类

- [1] [法]丹纳. 艺术哲学[M]. 北京:人民文学出版社, 1983.
- [2] [英] 汉密尔顿. 当代美国艺术家论艺术[M]. 上海:上海人民美术出版社, 1992.
- [3] 王岳川. 中国后现代话语[M]. 广州:中山大学出版社, 1993.
- [4] 姚文放. 当代审美文化批判[M]. 济南:山东文艺出版社, 1993.
- [5] 柳鸣九. 从现代主义到后现代主义[M]. 北京:中国社会科学出版社, 1994.
- [6] 王宏建, 袁宝林. 美术概论[M]. 北京:高等教育出版社, 1994.

- [7] 朱狄. 当代西方艺术哲学[M]. 北京:人民出版社, 1994.
- [8] 陈洛加. 外国美术史纲要[M]. 重庆:西南师范大学出版社, 1997.
- [9] 廖雯. 跨世纪的彩虹—艳俗艺术[M]. 长沙:湖南美术出版社, 1999.
- [10] 吕澎. 中国当代艺术史 1990—1999[M]. 长沙:湖南美术出版社, 2000.
- [11] 丁正耕. 中国当代艺术 1990—2000[M]. 沈阳:辽宁美术出版社, 2000.
- [12] 栗宪庭. 重要的不是艺术[M]. 南京:江苏人民出版社, 2000.
- [13] 陆扬, 王毅. 大众文化与传媒[M]. 上海:上海三联书店, 2000.
- [14] [美] 迈克·非瑟斯通. 刘精明译, 消费文化与后现代主义[M]. 南京:译林出版社, 2000.
- [15] 尹吉男. 后娘主义:近观中国当代文化与美术[M]. 北京:生活·读书·新知三联书店, 2002.
- [16] [美] 马歇尔·伯曼. 一切坚固的东西都烟消云散了一现代性体验[M]. 北京:商务印书馆, 2003.
- [17] 王宁. 消费社会学——一个分析的视角[M]. 北京:社会科学文献出版社, 2001.
- [18] 陆贵山. 中国当代文艺思潮[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2002.
- [19] 舒可文. 相信艺术还是相信艺术家[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2003.
- [20] 邱志杰. 重要的是现场[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2003.
- [21] 邹跃进, 万小平. 艳俗艺术[M]. 长沙:湖南美术出版社, 2003.
- [22] 罗钢, 王中忱. 消费文化读本[M]. 北京:中国社会科学出版社, 2003.
- [23] [丹麦] 索伦·奥碧·克尔凯郭尔. 论反讽的概念——以苏格拉底为主线[M]. 北京:中国社会科学出版社, 2005.
- [24] 高名潞. 墙:中国当代艺术的历史与边界[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2006.

附 图



图 1：欢迎世界名牌 罗氏兄弟



图 2：中国人民银行 杨卫



图 3：长满毛发的大便 于伯公



图 4：中国手姿 李路明



图 5：浪漫旅程 俸正杰



图 6：蝶恋花 俸正杰



图 7：消费形象 NO.13 祁志龙



图 8：消费形象 NO.14 祁志龙



图 10：中国女孩 祁志龙



图 11：思想者 王庆松

读硕期间发表的论文目录

1. 郭鹏. 关于色彩的美学意义[N]. 发展导报, 2008 年, 10 (21): 09.
2. 郭鹏. 中国当代艺术市场浅谈[N]. 三晋都市报, 2008 年, 10 (18): 15.
3. 杨刚, 郭鹏. 美日后现代动画作品差异性的初步比较探讨[J]. 才智, 2009 年第 10 期下旬刊.
4. 郭鹏, 杨刚. 从后现代角度反观现代广告设计[J]. 才智, 2009 年第 11 期上旬刊.

致 谢

三年的研究生生活即将结束。在我的毕业论文即将完成之际，面对将要到来的离别，心中不由得充满了兴奋之情和些许的惆怅。回首这三年的时光，感慨万千，有很多的失败和痛苦，也有很多的收获和快乐。在短暂而又漫长的人生道路上，我们还有很多事情要做，因此始终不敢放松。

真诚地感谢我的导师叶峰教授。三年前，是叶老师将我带入崭新的研究生生活，言传身教，使我有机会领悟艺术的魅力，探索艺术的真谛。叶老师严谨的治学态度、敏锐的洞察力和创新的学术风范，使我受益终生。三年的学习和生活，导师渊博的学识和谦和的待人方式，不仅使我学到了丰富的专业知识，更学到了做人的道理。在今后的学习与工作中，我将时刻以导师的教诲来鞭策自己。谨此向导师致以最衷心的感谢和最崇高的敬意！与此同时，我也真诚地感谢三年中对我传道、授业、解惑的所有老师，这些良师的指导和帮助让我受益匪浅。借此机会还要感谢对我有培养之恩的母校广西师范大学美术学院，在她的培育下，我才得以茁壮成长。

当然，还要感谢与我共同努力的同学们。感谢梁雅琦、杨刚、刘洋、杨宁等诸多同学在我学习和生活上的帮助和支持，使我收获了珍贵的友谊。最后的谢意献给我亲爱的家人，二十多年的求学生涯，父母给予了我莫大的支持和关怀，让我体会到家的温暖，他们是我一生前进的动力。

拙文是我研究生阶段学术探索的尝试，由于所学有限，文中难免存在许多不足之处。衷心地感谢在百忙之中评阅论文和参加答辩的各位专家、教授。在此，敬请各位老师批评指正。

郭鹏

2010年4月于广西师范大学