

#1

## 谁主沉浮：反思当代艺术排行榜 Reflections on Art Rand

杨冰莹 Yang Bingying

大概两年前，我在798的长征空间曾经见过一个雕塑作品，它状若一颗陨石，乍一看没有什么特别，但是名字起得别有意味，叫做“造星运动”。“造星”两字一语双关，既指这件模仿陨石而做的作品，又暗指当下中国文化领域出现的普遍因炒作而“一夜成名”的神话，极具讽刺性。

大概一年前，又是在798，我看见某画廊挂出招牌，上书“八大天王xx展”（全名不大记得了，也许是因为“八大天王”那几个字太耀眼），这行字下面列出了曾梵志、岳敏君等八个当今炙手可热的艺术家的名字。

自此之后，排行榜就在中国盛行起来，并且随着经济的持续繁荣而成为一种屡试不爽的商业手段，甚至成为了一种“排行榜经济”。

我心中顿有一种莫可名状的感觉：何为“天王”？是像刘德华、张学友式的光彩夺目、风光无限的天王巨星，还是艺术巨匠大师泰斗的一个比较时髦的代名词？谁册封了这些“天王”？是拍卖行、批评家、大众还是历史？他们为什么可以被称作“天王”？是因为作品价格无人能及，还是因为作品本身具有重大的审美价值和时代意义，抑或仅仅是画廊商业炒作吸人眼球的一种手段？

自2004年超级女声出现以来，安迪·沃霍尔早在60年代宣称的“任何人都可以在15分钟之内成名”对于中国人来说不再是一个神话，甚至成为当今大众文化中的普遍现象。同时，诸多类似于超级女声的“快乐男声”“加油好男儿”“我型我秀”等等选秀节目如雨后春笋般应运而生。老百姓自己投票选出自己最喜欢的选手，使他们成为明星，这使得明星变得更加平民化，评选明星的活动更加民主化；但同时也造成了如今流星满天飞，真正的恒星巨星寥寥的文化状态。而与此同时，当代艺术界似乎也出现了类似的情况。与上个世纪八九十年代几个揭竿而起的艺术家相比，21世纪的中国当代艺术可谓群星璀璨，他们的作品不仅频频打破拍卖纪录，他们的名字也经常出现在各种“艺术排行榜”中，甚至还有媒体评选出了当代艺术的F4。

“艺术排行榜”大概可以作为近年来层出不穷的艺术造星、艺术封神榜的一种代表性形式，国际最著名的艺术排行榜应是英国《艺术评论》(Art Review)杂志每年公布的Power100（当代艺术最具影响力的百人榜），国内应属胡润当代艺术榜，此外还有“AMI中国艺术市场书画年度排行榜”、“中国作家富豪榜”等等。商业化排行榜的出现无疑和市场经济的繁荣有关，最著名的排行榜莫过于《福布斯》杂志每年公布的财富排行榜。而中国自改革开放以来，虽然有许多人“先富了起来”，但内地直至1999年之前，还没有一张富豪排行榜。后来一位英国青年发现了这个契机，他编辑出中国内地第一份企业家排行榜，并投稿给以编制全球富豪榜闻名的杂志。排行榜被刊登后，这个青年和这本杂志在中国立刻备受推崇，这就是英国人胡润和《福布斯》的故事。2003年1月，福布斯宣布自行编制中国企业家排行榜。当年6月，胡润又与“欧洲货币机构投资”合作制榜。截至2005年，中国内地已经出现“福布斯中国”、“胡润百富榜”与“中国内地人物创富榜”三足鼎立的局面。自此之后，排行榜就在中国盛行起来，并且随着经济的持续繁荣而成为一种屡试不爽的商业手段，甚至成为了一种“排行榜经济”。在娱乐、影视、文化各领域出现大大小小的排行榜同时，当代艺术圈也不甘



#2



#3

#1 不断增大 录像 张培力  
#2 柱 装置 施慧  
#3 园 装置 王纯杰



吃完了再说 布面油画 刘小东

示弱，纷纷推出各种各样的“艺术权力榜”、“当代艺术最具影响力人物榜”、“Top10人气榜”，甚至“艺术家身价榜”。这些异彩纷呈的榜单在使当代艺术变得更加大众化、时尚化的同时，也暴露了许多问题：那一张张炫目的排行榜、一个个响亮的称号的背后是作品本身的审美价值还是市场价值？册封和打造他们成为明星的人是否具有学术权威性？艺术是否可以用排名来衡量优劣？代表精英文化的当代艺术是否应该采取大众娱乐文化的评选形式？艺术排行榜的意义究竟在何处？

### 1、排行依据与权威性

排行榜的权威性当然是指颁布榜单的机构或者个人的权威性、公平性和可信度。例如Power100的颁布机构《艺术评论》杂志，是国际上最具影响力的当代艺术杂志之一；再如“AMI中国艺术市场书画年度排行榜”的制榜和发布机构是中国艺术品行情指数监测中心与《收藏》杂志社；而2008年3月的胡润当代艺术榜则邀请了中国文化部艺术市场司副司长张新建来发布榜单。榜单的权威性提高了排行的可信度，从而使人们对榜单内容深信不疑。然而，当今许多艺术排行榜的排行依据几乎都是以艺术品的拍卖价格为标准，例如去年3月发布的胡润当代艺术排行榜就是以2007年在世的中国艺术家的作品年度拍卖总额为基准，位列第一的是89岁高龄的老艺术家吴冠中，其07年公开拍卖作品总成交额为3.7亿，其后便是张晓刚（2.88亿）、赵无极（2.84亿），台湾雕塑家朱铭以总额1.75亿位列第七，而国画大师范增以7748万位列十五。我们可以看出，胡润当代艺术排行榜其实就是一张中国艺术市场拍卖成交额的排行榜，并且与其同时发布的2007年公开拍卖价值最高的100张艺术作品排行榜相得益彰，无论是艺术家还是作品，在宣布他们的名字之后必然紧跟着艺术家的收益和作品的价格，价格成为了衡量艺术家及其作品的最直接也最直观的因素。张新建在应邀颁布胡润艺术排行榜之后接受记者采访时，表达了这样的忧虑：“中国艺术市场最重要的是它的创造力，我希望人们在投资艺术作品时

多关注艺术家的创造力，而不是单纯地看市场价格。”

胡润排行榜并非孤例，其他各种大大小小的艺术排行榜也大都以作品价格为基础制定的，甚至某些排行榜直接将价格列在艺术家名字之后，仿佛那个数字就代表了他在艺术史上的重量。固然，在艺术进入后现代之后，对于艺术的评价已经丧失了固定的标准，并且艺术本身也是一件仁者见仁、智者见智的事情，在造星运动轰轰烈烈的当下，要想在纷繁的当代艺术世界里看清楚什么是“好”的艺术品，价格无疑是一个一目了然的参考标准。但价格并不能作为唯一的标准，因为它是一个经济概念，它随着市场供求与社会趣味的变化而变化，它所代表的只是艺术作品在市场上的需求度，也就是受欢迎程度，却不能直接反映艺术作品本身的价值。而作为大多数艺术排行榜依据的拍卖价格，其间更有市场运作、商业炒作等多种媒介的作用，更不能直接反映艺术家本人的创造力和影响力。毕加索曾说：“一旦艺术得到认可，它就不值一钱。任何值得一做的事物，都不会得到承认的。”正如梵高生前穷困潦倒，无人问津，死后却成为艺术史上的巨匠，拍卖市场的宠儿。当然，毕加索的话有些绝对，梵高的例子也有些偏激，现在公众识别和承认前卫艺术的能力在不断提高，艺术家们不必再像梵高那样孤注一掷，但艺术家自身的价值也不能直接等于作品价格。著名画家陈丹青早年创

作的西藏组画中的一幅在十年前的价格是187万，2007年达到3000多万，有记者问他：“你现在的画价那么高，是不是很高兴？”陈丹青说：“我不知道脸上应该什么表情。高兴的是卖出买进的人。”正如在“超级女声”登峰造极之时，李宇春上了《时代》周刊的封面，其实《时代》周刊褒奖的并不是李宇春这个人，而是她所代表的一种文化产业的运营方式。

### 2、艺术是否可以有优劣排名？

如果作品价格或者拍卖价格不能作为艺术排行榜的唯一标准，更不能作为衡量艺术品优劣的唯一标准，那么标准应该是什么？抑或我们退一步讲，艺术是否存在一个评价标准？

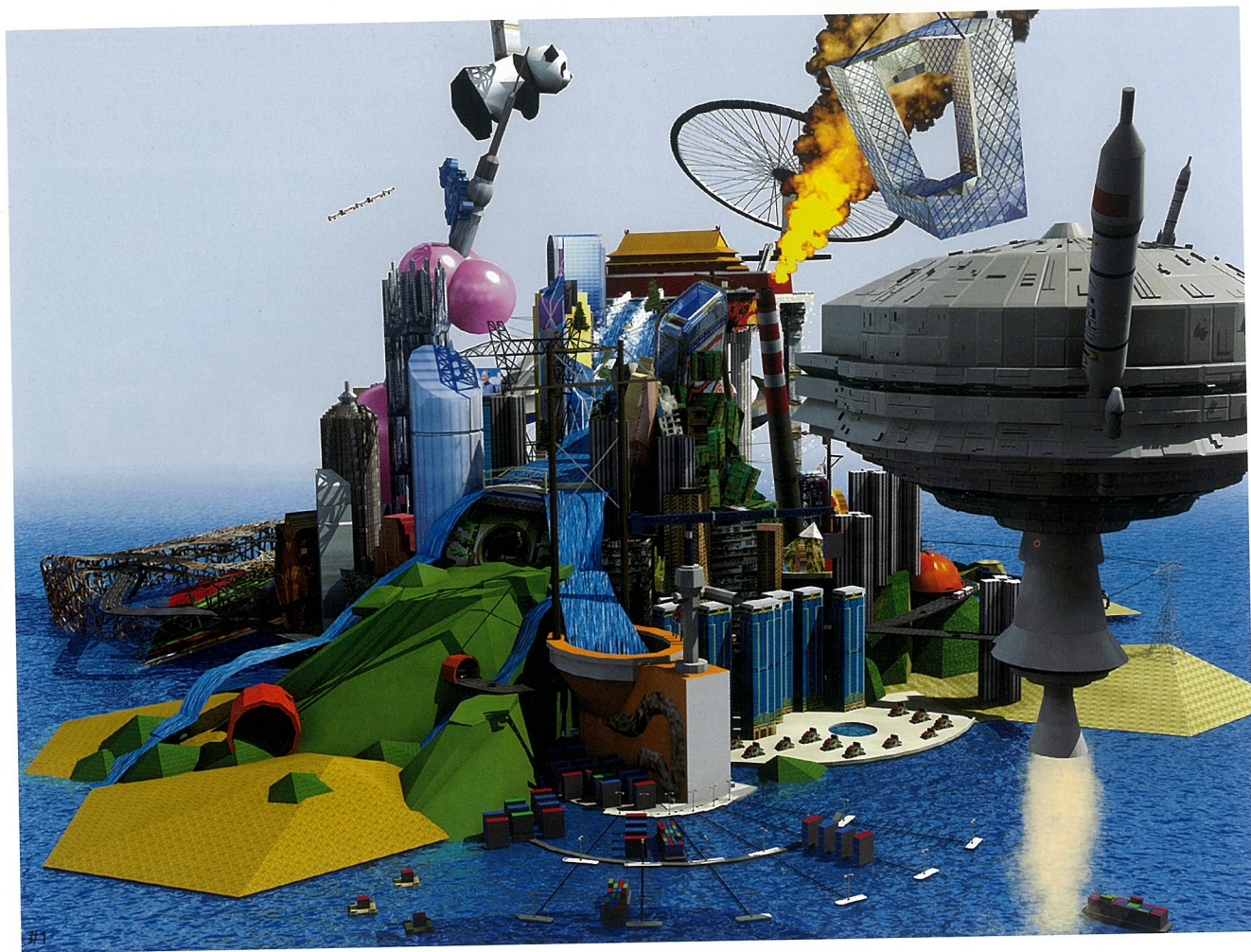
早在18世纪，经验主义哲学家休谟就提出了“趣味的标准”的问题，18世纪的批评家普遍认为有一种本质主义的绝对美的存在，符合或者趋近这种美的艺术就是好的/善的艺术，而这便是评判艺术的标准。休谟说：“美不是物自身里的性质，它只存在于观照事物的人心之中。”即“美在主观”，因此“人在心中感受到的美是彼此不同的”，那么，什么样的人说某个事物是“美”的，它就是“美”的呢？休谟认为：“只有具备如下可贵气质的人才能称得上是真正的有趣味的人：首先，他有健全的理智和精致的感受力，而这又因实际锻炼而得到增进，又通过进行比较而完善，还能清楚一切偏见；把这些品质结合起来

所做的评判，就是欣赏趣味和美的真正标准。”只有这样的人才能够“看到最高级，最优越的美”，“才有资格评判任何艺术作品”，但是“这种人数甚少”。于是，他将评判艺术的权力交给了少数的受过良好教育的文化精英手中。这种局面一直持续到克莱夫·贝尔和罗杰·弗莱的时代，贝尔曾洋洋得意地说“在英国，真正懂艺术的人不超过七个”（其中当然包括他本人）。

然而到了后现代主义时期，艺术的评判标准再也不局限于艺术本身，而是关注艺术作品所承载的观念。因为艺术与非艺术的界限被杜尚投来的小便池、自行车车轮和巧克力研磨机打破了，一个普通的现成物与艺术品区别就在于是否承载艺术家的思想与理念。一个小便池放在家里，就仅仅是一个小便池，但如果被堂而皇之的放在美术馆里，进入展示和收藏的链条，那么它就成为了向传统与权威宣战的投标。于是后现代主义开创了一个皆大欢喜的局面，开启了一个艺术庸俗化民主化的时代，那就是“人人都可以做艺术家”“任何东西都可以成为艺术品”，只要它蕴含着观念。但是何为“好的”观念，何为“坏的”观念？当时约定俗成的答案是：新的就是好的。20世纪60年代不断出现的所谓新艺术（Novel Art）大概皆源于此。当我们现在回首那个狂热于创新的年代，我们都清楚地知道，新的不一定是好的，这几乎是显而易见的。许多冒牌的新艺术早在格林伯格的时代就已经受到了批判。

在当下社会学批评盛行的时期，艺术的评判标准更加无法确定，因为它又与社会体制、意识形态、文化环境、时代精神等等元素扯上了联系。所以18世纪所坚信的那种可以作为评判艺术的标准本质主义的美，成为了一个遥不可及的梦想；而受社会学影响的诸多学者将艺术与经济、商业过于紧密地联系在一起，使得当今对于艺术作品和艺术家的评判进入了一个普遍的误区：即艺术创作是一种赤裸裸的金钱关系，作品价格被视为评定艺术品价值的重要标准，甚至唯一标准。

然而，金融危机的到来又打破了价格的神话，同一个艺术家同一种风



格的作品价格相去千里，这使得价格作为艺术评判标准的谬论不攻自破。那么评判艺术的标准究竟是什么，是趣味、修养、观念、市场还是历史？这一直是一个悬而未决的问题，但我们可以确定，其中的任何一个都不是决定艺术品优劣的唯一要素。所以榜单上名次的起伏，拍卖场上价格的风云变化，并不能直接反映艺术的真正价值。

### 3. 精英的趣味还是大众的选择？

虽然后现代主义使得“人人都可以做艺术家”，然而对艺术的评判权力仍然保留在少数文化精英手中，比如抽象表现主义大师波洛克，若不是恰逢古根海姆这位伯乐，便不可能如此迅速地从一穷二白到名不文一文的艺术家变成一个炙手可热的人物。而如今的艺术排行榜所反映的也是少数人的趣味，因为无论是榜单上的艺术家还是艺术作品，都紧密地与市场挂钩，卖得最好的作品必然是最受欢迎的作品，确切的说，是最受少数人欢迎的作品，因为广大的普通百姓既无经济实力，也无文化权威，是不可能承担如此高额的拍卖价格，也不可能打造或者为某个自己喜欢的艺术家造势的，所以也无力影响榜单上那些名字的沉浮。所以大多数艺术排行榜虽然采取了大众文化的选秀形式，但反映的却不是公共趣味。以前我们常常听到这样的提倡：“要创作群众喜闻乐见的艺术作品”，然而艺术评判权似乎从来没有真正地转移到公众的手中过，如今艺术又变成了市场经济的

一个元素，促进经济繁荣的一个筹码，它常常头顶着一个高不可攀的数字，更加遥不可及。

那么艺术排行榜是否可以像超级女声那样用公众投票的形式来评选呢？很久以前，两个苏联艺术家曾经尝试过，以公众投票的形式选举出“人民最喜爱的艺术”，然而结果却令人哭笑不得，世界各地的人们所欣赏的几乎都是这样的风景画：前景一条河流或者一片草地，中景一栋房子，远景是一棵树或者长满树的远山（只有意大利人普遍喜欢较为抽象的作品）。

所以，我认为艺术排行榜面临着一个进退两难的境地：它要么变成少数精英或者富豪的赞助排行榜，要么被普通大众庸俗化。我想，要解决这样的矛盾，美术馆、博物馆、艺术批评和美术教育都要承担起引导和提升公众趣味的责任，使得公众能够从历史、文化、艺术的高度来鉴赏艺术作品，并对艺术创作提出自己的要求，而这依然是一个任重而道远的过程。

艺术排行榜以及各种艺术称号的出现是市

场经济发展的必然结果，它反映了艺术市场的繁荣，并且为艺术投资提供了参考，我们不能单纯的否定它，但是也不能无视它现在愈发商业化的走向。我认为，艺术排行榜不能仅仅作为富豪们投资的风向标，作为一种经济运营的形式，而应发挥它重大的文化作用。我想，《艺术评论》的Power100作为艺术排行榜，为我们做了一个很好的示范，Power100是依据人物对于当代艺术界的切实影响力而评定的，而非将拍卖价格或者个人收益作为唯一的评定依据，并且它兼顾了东西方差异，性别、种族、艺术家、批评家、策展人、收藏家等方面的平衡，并且通过排名分布体现了当今艺术世界的发展趋势和权力关系。例如，从区域上来看，上榜人物大多来自美国与欧洲，辅之以来自俄罗斯、乌克兰和中国的几个名字。更具体一点看，来自于纽约、洛杉矶、瑞士、伦敦和柏林，这五个地区的入选人数占绝对优势，而实际上当代艺术的前沿与先锋也正是在这几个地区。再如，从身份上看，中国艺术家的出现率要高于日本和俄罗斯，艺术家、建筑师艾未未（第47名）入选原因大概是因为他在2008年夏天卡塞尔文献展上的“童话”作品，2008年在纽约Mary Boon画廊的个展以及他与奥运鸟巢的关系。而艺术家蔡国强由于今年他在奥运开幕式惊艳世界的焰火项目，以及他在古根海姆和中国美术馆的大型回顾展而跻身该榜，位列第69名。北京长征空间（第93名）凭借其十年的历史、成功的运作及其对中国当代艺术的影响而代表中国画廊进入了这个名单。同时印度艺术家的名字也出现在了榜单上，这反映了印度的当代艺术也正在逐渐成为国际关注的焦点。

我不否定权力与金钱对于艺术排行榜的巨大影响，但是作为一张艺术排行榜，它首先应该反映的是艺术本身的状况，而非市场价格的沉浮。排行榜的数字与名次应是对艺术过去的总结，对其现在的褒奖，以及对其未来发展趋势的展望，使艺术家看到自己在艺术世界乃至艺术史上所处的位置，使投资方看到真正具有创造潜力的天才，使艺术本身看到它作为一种文化所起到的现实作用与历史意义。我想这应是艺术排行榜以及各种艺术选秀形式存在的最大目的与终极意义。

