

专家顾问·岳敏君

——“自我形象的代言人”

岳敏君

1962 年生于黑龙江省大庆市

1985 年就读于河北师范大学美术系



岳敏君在创作中以其鲜明的形象和风格特征在中国当代艺术界里占有独特的位置。这一位置不仅是一个“自我形象”放大的位置；同时也清晰地显示出某种市场化的商标性的特征。在岳敏君的艺术中，“自我形象”放大变成了一种市场策略。在这里，“自我形象”也就不仅仅是文化上的指涉物，而且也是市场经济条件下一个最重要的鲜活的因素。这是理解上世纪 90 年代以来中国当代艺术发展的通道，岳敏君的艺术正好站在了这个通道口上。

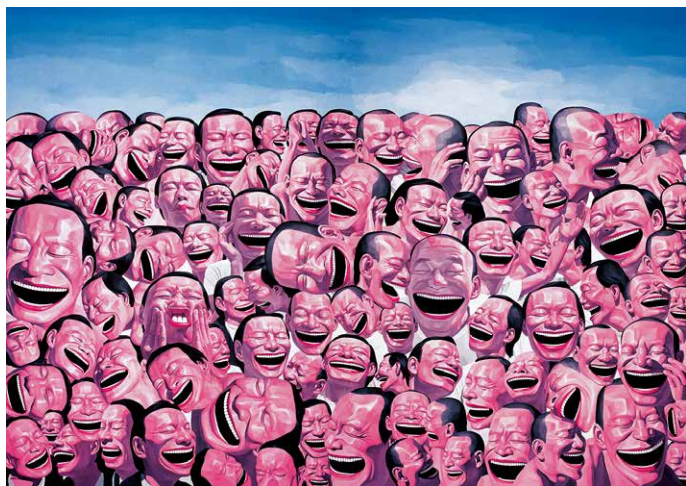
岳敏君从 90 年代初就在画布上着意一个有夸张意味的“自我形象”的塑造，这一形象蔓延到其雕塑和版画领域里。“它”有时独立出现；有时又以集体的面目亮相。“它”开口大笑，紧闭双眼；动作夸张，但却充满自信。“它”总出现在某种场合中。这些场合可以说是中国文化发展与争斗的空间与背景，其中有关于生存状态

的、有关于成长历史的、有关于东西方文化关系的、有关于男女性别的、有关于全球化下的经济与政治（暴力）事件的。但所有这些场合都在这种“自我形象”的放大夸张下变成了一场场的游戏，“我”好像不是成长在这样的一个环境里，而是恰巧出现在这里。在“自我形象”里，眼睛总是紧闭的，外界发生的事对于“我”来说并不重要。某种自恋、自信、熟识一切而无睹的“我”占据着世界的中心。这就是中国当代艺术中的“自我”。它不是个人价值的发现和尊重，而是带有某种专制主义特点的个人崇拜。这种个人崇拜是在某种市场条件下由个人物质迅速满足后而产生的一种身体舞台感。

“自我”成了自我的放大，成了“英雄”，成了需要在舞台上表演出来的东西。“自我”没有具体的社会身份，或者说还没有来得及形成具体的社会身份；“自我”是最普通化的，同时也是最自我崇拜化的。它带有很强烈的后专制主义特征。岳敏君本人将之称为“新



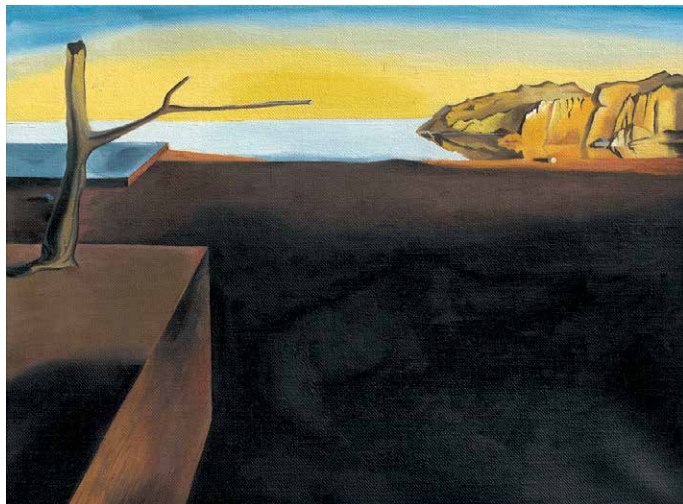
自由引导人民



垃圾场



园丁



永恒的记忆



风流人物



帽子系列：陆海空



满怀豪情

偶像”，并把他的工作解释为制造“新偶像”。最直接的自我定位偶像化的“自我”，以一种具体的放大的形象在全球化的舞台里找到了某种类和文化的属性，这既可以看作是中国艺术家在全球化过程中最初和最直接的自我定位，同时也可以看作是中国当代艺术的自我定义。但“新偶像”很难被具体化，它更像一个商标的设计，是为了更快、更易、更直接的辨认。

在这点上，和当代西方艺术家 Udomsak Krisanamis 的比较也许是

很有意思的。Krisanamis 把自己设计成了高尔夫球手的模样，穿着优雅，接受过良好的教育，一派中产阶级的举止。他不同于现代主义时期的流浪和造反艺术家的形象，而把自己看成是高度商业化社会的一分子。作为这一分子，他在告诉人们他是一个坚定的社会秩序的维护者，正在享受着作为这一分子的乐趣。Krisanamis 有明确的身份定位，这一定位是针对对现代艺术家传统定位和理解的。而在中国艺术家岳敏君的自我定位里，更多的还是某种辨认和自我崇拜。在当代对艺术家的位置的反思和清理中，岳敏君和 Krisanamis 都带有同样



无题

的热情。Krisanamis 对职业的具体性和历史性有着清醒地认识；而岳敏君始终纠结于特定文化中人的状态的展露。岳敏君虽然是以艺术家自我形象的个别特征来描绘，但不断数量的“自我形象”的积累却反向的产生了需要用作品来定义艺术家个人的形象。这里，艺术家个人变得无比重要，是需要崇拜的偶像。艺术家的作品就像宣传品一样，不是某种精神的归宿，而是现实艺术家的陪衬。而现实艺术家又是一个已经被偶像化了的形象，这一形象成为一个公共性的期待。

与其说 90 年代以来中国当代艺术家的对“自我形象”的自恋式描绘是社会对个人性的需要，毋宁认为是个人在新的经济条件下对权威的新的变了种的爱。



大天鹅



蘑菇云



伟大的战争



嬉游闲云