

YAO QIAN

美丑之辩



姚谦

音乐制作人

Music Producer

游走于两岸音乐界

前些时候朋友与我聊起迪奥艺术展中陈漫作品“骄傲的矜持”引发的事件。因为我没到过展览现场，过往看展经验，一个展览一般呈现艺术家在一段时间所思所为，评判还是得抱以慎重之心对待，我不能单以见过作品数据就评论。虽然这些作品记忆中仿佛见过，一查资料才得知是在2012年为商品广告所创作，当时应该是在媒体广告上看过，记得当时我的确对于作品在创作上的立意不能领会，但是也理解服务于时尚大品牌时乙方所面临的辛苦处。不过当时作品并没有像如今那样被激烈议论，多年以后从广告牌上转入艺术展场时，却招来如此回响，想想其中也有许多值得咀嚼和思考处。

相比身边艺术圈或娱乐圈到此时对于此展都相对保留与沉默，艺术收藏圈的朋友对于此话题，都觉得是个聊天的好谈资，因为它牵涉到艺术，牵涉到相对应的环境、审美和当今网络传播的真实状态。

美丑本是见仁见智之论，非多数人意见就是对的，我更有兴趣从创作品中阅读得来的感想来表达认同与否。

记得二十年前我曾经在一篇文章里提到，当时少数几本西方时尚杂志在国内发行中文版，几乎只有少数几位电影女星才上得了封面，轮番上阵这几位；我曾困惑那千篇一律重述西方杂志明星姿态的大片，只见扬首、插腰、眼神迷离，摄影者只需要了解的是参考数据而非眼前的人与要表达的主题内核。直到近几年国内消费力和消费群的迭代更新，更准确说是有了更开阔的视野与包容性的审美后，才突破旧局面。

今日，当网络已经彻头彻尾地改变了消费者，也改变了大众审美之时，面对这信息爆炸却又短暂消逝、符号更浅白表面同时被量化为证的新时

代，只看资方（甲方与C方）已无力解读真实世界，只有靠看似振振有词的流量数据来抉择。于是我们屡见台面上先占领的识时务的势力，却不一定是好作品，沉默的多数作品中，有多少静待拾起的真金；所幸网络人言可造的混乱中，也见到以时间来见证的真知灼见。特别是在文艺创作上，自觉与远见永远是历久弥新的真实力，纵然在网络新起的前段时间，在声量为王的混世中总不被待见，不禁怀疑创作的存在意义，然而那些靠符号、卷标盛名一时的脚印最后仍要为其取巧所为付出代价。而资方（甲方与C方）也会在实而不惠的学习中，找到新的辨识的方式。

这次迪奥事件仿佛也是各方群体的反省总合，当盛妆胭脂红上点上雀斑，当丹凤眼刻意地眨眼成线，这些曾在西方时尚界分别成立的创意，群聚成满溢元素的大片时，这也似乎不只是在考验着阅读者，同时也检验着创作者的创作力。特别

是当其取下商业目的的外框而走入艺术定义的展馆时。

不过同时我们也要开始思考：这些年来西方时尚品牌一再误闯误区，引发的辱华之议，我确信商人不可能与消费者为敌，这一连串事件只是表现出西方决策人对东方审美误解，即使他们用了当地的大牌创作者，仍映照不到远方的真实。同时也表现出以辱华之论的否决，是否是最好的沟通？所有不悦的表达，是否更聚焦于审美的讨论才是指向清楚的沟通。这些年来国内有越来越多优秀创作者，我们如何让居中的本地沟通者打开小圈子，且勇于向他们老板直言，此时的东方已经不再是海角天涯的淘金地了。而我们的自信绝对不是一向的辱华怒气，没有骄傲的矜持，而是平等有力的沟通交流。█

**西方对东方
审美误解，即使他们
用了当地的大牌
创作者，仍映照不
到远方的真实。**