



阅读新闻 背景：

李安源：时尚、媒介与认同性——安迪·沃霍尔与大众传媒时代的艺术神话

日期：2009年4月3日

来源：美学研究 作者：李安源

阅读：945

——安迪·沃霍尔与大众传媒时代的艺术神话 [1]

中文摘要：本文以波普主义艺术家安迪·沃霍尔为文化原型，探讨了“安迪·沃霍尔现象”背后复杂的社会文化属性。笔者认为，安迪·沃霍尔的艺术创作与接受凸现了认同性、传媒、性、政治、时尚等社会构建性质，通过再现与强化由占主导地位的性别、政治和时尚的规范所确立的界限，激励人们对个体存在与文化现状的逻辑关系进行自省。探讨构成“安迪·沃霍尔现象”的语码和影响之间的矛盾，是把握安迪·沃霍尔艺术多重性解释的关键所在。

关键词：安迪·沃霍尔 时尚 认同性 大众传媒 后现代性

在过去的大约五十年里，安迪·沃霍尔与他的前辈杜尚、博伊斯一样，一直作为西方后现代主义艺术追捧的偶像而备受瞩目，同时由于他作品中强烈的颠覆性，使之成为人们沸沸扬扬争论的焦点。他是波普主义艺术中最有代表性的画家，擅长在手绘、印刷、摄影之间的跨越使用，不断利用传媒而重复传媒，大胆尝试凸版印刷、橡皮或木料拓印、金箔技术、照片投影等各种复制技法。他化腐朽为神奇，令流行文化的低俗产品点石成金，并使世界同意：易拉罐与广告值得一画。在安迪·沃霍尔的艺术视界里，玛丽莲·梦露、杰奎琳·肯尼迪、毛泽东以及其本人的形象在丝网印刷的反复转化下产生一种奇异的张力与感伤，使冷冰冰的大众媒体形象变成具有真正精英认可的艺术珍品。

安迪·沃霍尔除了是波普主义艺术鼎盛时期的旗帜，他还是电影制片、出版社、摇滚乐的推动者，他奇装异服，行为诡异，是纽约社交界、艺术圈红得发紫的明星艺术家，同时，他又利用他的“工厂”制造明星，使聚集在他周围的年青人也和他一样，引领大众走向时尚的最前沿。他的哲学是：“每个人都能当上15分钟的名人。”同时他的策略是：“我将会以个人的名义推出下列任何一类产品：时装、AC-DC、香烟、胶纸、摇滚唱片、电影器材、食物、氮、鞭子、钱！”阅读他的人生哲学，会使人生发出这样的感叹：“阅读它，我发现自己对消费时代种种人性的可能，对于时尚、购物、金钱、媒体、性等等的感知，仍处于前消费时代。”

[2]

然而，对于安迪·沃霍尔反面的批评也从来不绝如缕。对于批评者而言，安迪·沃霍尔的艺术是对媒体粗俗的复制与再现，是精英文化对商业主义恬不知耻的屈服，是媒体文化中平庸的消费主义猖獗的一个缩影，他将精英艺术的品味引向了万劫不复的深渊。因此，安迪·沃霍尔成了文化界思想激烈交锋的靶子，批评家、受众和学者对他或褒或贬，绝大多数的争论都含有非此即彼的意味。笔者以为，现代舆论对安迪·沃霍尔及其艺术的评价之所以失之片面，主要是由于“安迪·沃霍尔现象”文化社会学阐释的缺席。“安迪·沃霍尔现象”是一种真正的矛盾交织点，要想客观地阐释他的艺术与艺术价值，就必须对这种矛盾加以叙述和评价。同时笔者还认为，安迪·沃霍尔的艺术及其接受凸现了认同性、传媒、性、政治、时尚的社会构建性质，通过再现和强化那些由占主导地位的性别、政治和时尚的规范所确立的界限，激励人们对个体存在与文化现状的关系进行自省。但是，由于过度强调认同性制作过程中形象、性、时尚、消费等方面的创意，安迪·沃霍尔的形象也就同化为消费社会的种种标志，这又与既往精英知识分子的艺术理想背道而驰。因此，探讨构成“安迪·沃霍尔现象”的语码和影响之间的矛盾，乃是把握“安迪·沃霍尔现象”多重性解释的关键所在。

一、时尚、性别与认同性

对于文化研究来说，“安迪·沃霍尔现象”的重要性在于他的艺术行为揭示了当代世界中时尚认同性的本质、功能等主要特征，时尚为构建认同性提供了程序与素材。显然，在安迪·沃霍尔这里，时尚与他的艺术价值是一致的，其目的就是“引人注目”，作为意义视觉符号的时尚即安迪·沃霍尔艺术的标识——波普主义的标签。坎贝尔说，在60年代，时尚经常源自于反主流文化，那是一场自觉地运动，它既反对传统价值和既定的观念，也反对市场意识形态：“为了代替这些传统观念，反主流文化主义者提出了个体自我表现的自我实现的核心原则，并且对直接经验、个性、创造力、真实的感觉和快感等赋予了特别价值。”[3]

必须加以澄清的是，波普主义之前的艺术也热衷于时尚主题，如宫廷古典主义艺术、印象派绘画乃至马蒂斯的野兽主义等等，也都从某种层面反映了时尚的世俗活力，但尚不足以传达时尚性背后的现代大众意

Digg 排行

- 2 杨新磊：显豁于传媒思想丛林的...
- 1 郝建：坏孩子带来的思考——暴...
- 1 张彩华：《泰坦尼克号》——一...
- 1 从《红高粱》看影视美学观念的...
- 1 王志敏：现代电影美学体系简介...

热门评论

识，因为他们关注的是并不具有普世性的精英时尚趣味，同时在艺术上侧重于展示手绘风格的创造性及题材的意义。而这些，在安迪·沃霍尔这里没有丝毫意义，安迪·沃霍尔的时尚观反映了大众文化的滥觞背景与肆虐现实。与精英文化永远处于对立性的大众文化历来不登大雅之堂，因为大众文化“单凭它那无所不在的影迹，它那让人难以言尽的数量，就已经足以威胁高雅文化的生机。”^[4]

安迪·沃霍尔与大众文化的渊源也有着深刻的人文背景。从其艺术经历来看，艺术家的安迪·沃霍尔实际上是由那个天才的设计师蜕变过来，1952年（24岁）他在纽约以商业广告绘画初获成功，并逐渐成为著名的商业设计师。他设计过贺卡、橱窗展示、商业广告插图，这些经历奠定了他的作品的商业化与时尚性倾向。1954年安迪·沃霍尔首次获得美国平面设计学会杰出成就奖，1956年和1957年他连续获得艺术指导人俱乐部的独特成就奖和最高成就奖。20世纪的60年代，他开始以日常物品为表现题材来反映美国现代社会的文化、政治与生活现状，将美钞、罐头、垃圾、明星、化妆品、名人照片一起贴在画布上，一步一步地摧毁了传统艺术观念中高雅与通俗的界限。

从安迪·沃霍尔五十年代带有强烈女性气质的作品《唇》、《香水瓶及口红》、《女性的脸》与花样百出的《高跟鞋》可以看出，设计师出身的安迪·沃霍尔对于时尚的本质具有天生的敏感性，然而，这种天生的艺术嗅觉与艺术家本人性别认同的模糊性不无关系。需要说明的是，这一时期的安迪·沃霍尔有着近乎窥淫狂症的私生活行径，对同性充满了浓厚的兴趣。他长期沉迷于描绘男性的裸[美学研究网<http://www.aesthetics.com.cn>]体，尤其强调下半身，在私密处尤下功夫，他计划编一本《阴茎书》（Cock Book）。安迪·沃霍尔不仅描绘女性优美的高跟鞋，还经常要求别人脱下鞋子画脚，他觉得脚是性感的代表，曾先后完成了几百张关于男性裸[美学研究网<http://www.aesthetics.com.cn>]体与脚的图绘。后者结集成《脚的书》（Foot Book），前者一直到他去世后，才由安迪·沃霍尔美术馆出版了《男性裸画》。毋庸置疑，安迪·沃霍尔一生的同性恋慕心理是促使他具有关注时尚与媒体的本能，对男性身体的迷恋会催化其对女性日用品的恋物癖与时尚关注。

安迪·沃霍尔本人并不讳言自己的性别取向与成为女性的渴慕，他说：“对于那些花上一辈子时间试图成为女孩子的男孩，我感到深深着迷，因为他们得付出那么多的努力——双倍的时间——才能除去那些泄露机密的男性特征，并吸取所有的女性特征。”^[5]确实，安迪·沃霍尔后来复制的梦露照片与他电影及节目里频频转换性别权利和控制的关系，展示了女性的社会化形象，同时也表现了男性的幻想，而正是这种幻想才在作品里构建出这样那样的女性性感的物欲形象。

20世纪60年代与70年代的摇滚歌星们蓄着长发，不修边幅，他们影响了发式、时装和行为方式的变化，而他们偶尔的反叛态度则助长了社会性的反抗情绪，就如当时鲍勃·迪伦所声称的那样：“这就是处于变化中的时代”，或者说变化就“像风一样吹来”。这些对于一举成名的安迪·沃霍尔来说，也造就了一种艺术家的认同感，从此他的灵感之源势不可竭，他所涉猎的时尚符号越来越丰富也越来越有符号性，进而成为可以多重解读、极为复杂的文化文本。无论是司空见惯的金宝牌汤罐头、香蕉，还是经典偶像玛丽莲·梦露、迈克尔·杰克逊，形成了一股席卷一时的波普主义艺术运动，同性恋成为一种身份卷标，连同摇滚音乐、披头士、招贴艺术和吸毒场面，作为青年亚文化和地下文化的表征，获得了某种生存权利，鼓励了反文化性的叛逆以及对新时尚、行为和态度的占用，波普成了青年一代追求新艺术和新生活、反抗艺术权威和社会规范、进入艺术市场的方式。

因此，我们有理由认为，安迪·沃霍尔的性别困惑与时尚认同感实际上构成了一种交错的权利运作力量，他通过时尚和传播转化为一种意义的编码与译码活动，要求时尚的追逐者必须有理解时尚符号意义的能力，进而使受众能够欣赏其附载的艺术趣味。正如皮埃尔·布尔迪厄声称：“在某种意义上，人们可以说，看的能力就是一种知识的功能，或是一种概念的功能，亦即一种词语的功能，它可以有效地命名可见之物，也可以说是感知的范式。一部艺术品只是对那些拥有文化能力的人来说才会有意义的和有趣的。”^[6]因而，在特定的语境下，时尚的生产与复制就是品味的生产与复制，就是识别品味的主观信仰的生产和繁殖，将时尚看作为某种文化的负载正是安迪·沃霍尔艺术策略的成功之处。

二、“不在”与“遍在”——媒体制造与“安迪·沃霍尔现象”

在现代社会里，大众媒介与生产模式的关系反映而来意识形态的面目，大众媒介将社会把社会现象再现，来传达价值观与期许时，也就把意识形态转化为有利于流行意识的这种概念，而这样一个结构则更进一步为社会其它制度与组织所中介。大众媒介的研究已经指出，文化形式造成的效果，没有不经过媒介的传达：从电影、电视、收音机、计算机等电子媒介，一直到报纸、海报、招贴，都在市民社会条件下发挥着强大的功能。安迪·沃霍尔似乎清楚地看到，媒体文化提供了一种强劲的文化时尚的源头，提供人们外表、行为以及生活方式的榜样，而所有这些同样也能纳入艺术的表达范畴。

有足够理由说明波普主义艺术滋生的土壤是基于大众文化的滥觞，法兰克福学派学者阿兰·斯威伍德认为，大众文化理论方法论上的取向强调的是消费而非生产，混淆了资产阶级的民主文化与流行文化的关系。他指出：“因为流行文化是资产阶级文化的一部分，就生产这个层次而言，它只是商品的另一种形式，在个人与社会世界之间，起了中介作用。”^[7]

在安迪·沃霍尔的作品中，正如布尔斯廷所分析当时的大众传播媒体，即透过重复的手法而使社会的空虚感更加蔓延，这与当下中国艺术中“脸谱化”、“卡通化”趋势，乃至利用电子媒介而获得成功的“超女”、

“网络人物”等可谓一脉相承。安迪·沃霍尔籍以重复的媒体图像，使作品的题材看似不具有任何意义，成为空虚之物，但是正是这种空虚感最终成为作品意义化身，此时的媒体图像不再具有媒体的性格，它已经纯化为一种艺术传达的媒介。由此可见，虽然安迪·沃霍尔与布尔斯庭都关注到了媒体时代的图像力量，却其立场相左，布尔斯庭对“复制”与“空虚”持批判意见，他以此来描述自己对现代媒体社会弊端的忧虑；安迪·沃霍尔则肯定机械性在艺术表现中的美学价值，并强调群体意识的客观现实：情感价值的阙如，正是那个时代共有的意识。安迪·沃霍尔如此认为：“我认为整过六十年代，大家都似乎忘了有感情这个东西吧！”^[8]艺术的商业性质，艺术家与艺术灵感皆具有商业性。可以买到艺术灵感，艺术灵感可以作为商品出售。

藉由消解个性，与大众同化，而取得社会性的人格；因为舍下了个人，才能让自己与社会声息相同。于是，安迪·沃霍尔也成为了媒体，成为了一面大众面孔的镜子。在大众传媒肆虐的现代社会，任何一种图像的建构都反映社会自身，这说明了公共权利和受众意识之间的操作空间，媒介化社会自行塑造自我形象的强大能量。在信息化社会，媒介对大众的影响达到无以复加的程度，影响的缺席就是力量的缺席，现实和历史成为视觉隐喻支配的文本。在传播的过程中，信息可以无限增值，同时产生更大的传播效果，使传播成为价值化行为和诱惑方式。现代大众媒介的力量，正如社会学家吉登斯所言：“在现代性的条件下，媒体不止反映现实，反而在某些方面塑造现实。”^[9]经追随瓦格纳的法国左翼知识分子德布雷就认为前苏联东欧的抛锚与其说是思想的贫困，还不如说是影像的缺席；与其说是辩证法的枯竭，不如说是人性形象认同的消耗殆尽。具体说来，就是苏联东欧自己的梦工厂文化已经落伍，不足以颀颀好莱坞、肥皂剧、电视广告，面对摇滚乐和流行音乐的入侵不能生产出新的节目和节奏，影像的力量和商品的力量一样重要。^[10]

尽管安迪·沃霍尔的作品最终稀释了媒体的属性，但这只是相对于它的艺术属性而言，而站在受众的角度来看，借助于这些大众耳熟能详的图像符号来冲击观者的感官，其刺激力度相较于传媒的力量丝毫不会减少。媒体与人格的矛盾交织，构成了安迪·沃霍尔作品中无机性的外观，正是他空虚人格所产生的投射。与此同时，这种空虚的人格亦反应了媒体社会的特质，另一方面，媒体社会也照亮了安迪·沃霍尔。安迪·沃霍尔自己也说：“在媒体出现之前，个人能够占据多少空间有具体的限制。我想，人类是唯一知道如何占据比他们实际体积更大空间的物种，因为有了媒体，你可以轻松休息。”^[11]西村宏智形象地将媒体与安迪·沃霍尔之间的关系比喻为一间挂满镜子的房间，究竟何者反应了何者，无从得悉。安迪·沃霍尔不存在任何一处，但同时又无处不在。这种“不在”与“遍在”就是安迪·沃霍尔的特征。^[12]

确实，如同传媒时代的所有视觉应用图像一样，安迪·沃霍尔的艺术风格体现了一种适时性。他从不理会过去的传统价值，也不寻求未来的普遍性。然而，仅从及时性来看，就已经深深地触及到了时代的属性了，反过来也可以这样认为，适时性即是这个时代的本质。可以这样说，在安迪·沃霍尔之前，西方绘画史上还没有哪一位画家与时代精神咬合得如此紧密，有人甚至认为安迪·沃霍尔的作品体现了一种残酷的现实主义精神，那是它不露痕迹地传达了消费时代人们的物欲追求与焦虑虚薄的信仰危机。但是，这种悲天悯人的阐释并不符合艺术家的创作初衷，安迪·沃霍尔绘画表情的无动于衷确实有着强烈的玩世、嘲弄与反讽特征，但画家并不想将此观念作为自己创作的主旨。主观上说，画家实际上是想通过一种新的语言符号，即便使用复制、拼贴的方式，以消解原创性的趋同性图像形成一种新的原创性，以表明自己的艺术主张——“艺术即经验”，“艺术即生活”，“艺术就在我们身边。”安迪·沃霍尔“好想成为机械”的名言，即以复制图像入画面，以出世态度绘入世场景，以游戏法现世态相，这正是波普主义艺术趣味的本质追求。

或许，安迪·沃霍尔是想把商业美术的机械式流程导入纯艺术的领域。不过对他来说，商业美术并不是机械式的，因为所谓商业美术的创作，仍有很大的成分是其末端客户的感情、趣味所左右。而安迪·沃霍尔要将商业美术最末的人性情感都加以去除，成为完全的机械式，这样才能纯然通向艺术的形式法则，尽管这已经与传统背道而驰，但却在作品中形成了独特的机械般无情感的人格，戴着无表情的假面具跳舞，正是安迪·沃霍尔之所以成为安迪·沃霍尔的根本因素。因此，市民社会中的商业与传媒的运作趋势来观察，波普主义是一个势必继续发展的经济过程的组成部分。

三、“安迪·沃霍尔现象”的后现代性

安迪·沃霍尔成名于1962年，那也是社会学家布尔斯庭（Daniel Joseph Boorstin）出版《幻影的年代》一书的时候。布尔斯庭认为，影像比现实更具现实性，复制之物比原件更能卓越地描述媒体社会的状况。但是他又提到：“就我们的经验，一而再地做同义的重复——即同样的东西用不同的语言或影像持续做不必要的重复，使我们苦恼的，不是肉体上的病痛，而是一种空虚感。我们透过人为的方式似乎能够填满经验的空虚感，但愈积极的操弄机械性的行为，反而使我们更加空虚。”虚幻感的滋生意味着实体性的丧失。与杜尚强调艺术本质的“虚薄”不同的是，安迪·沃霍尔相信艺术传达现状尤其重要，尽管是无表情的投射，毕竟也是一种揭示。在《安迪·沃霍尔的哲学》中，他时常描述现实与虚构间的混沌，然而，其作品呈现的其实是种稀薄的现实感。表达实体性的丧失与现实的稀薄，用艺术的图像方式来传达媒体社会的状况，其强化的力度不啻于一种对现实世界的浓缩。换句话说，当安迪·沃霍尔刻意在其作品中撕裂与现实的距离的同时，结果在本质上却更接近现实。

我们看到，自从哈贝马斯现代性理论流行开来对安迪·沃霍尔的批评也不无矫枉过正之嫌，在那个激越的又焦虑的时代，现代主义精英艺术已经无力唤醒人们对现实认知的混沌与虚妄，而达达主义、波普主义对艺术场域的介入可谓应运而生，它们以惊世骇俗的颠覆性给予缺乏活力的传统艺术以痛击，并将后现代主义艺术推向了历史的前台。如果说传统的艺术趋向于精英群的孤芳自赏，那么，安迪·沃霍尔的艺术却是对大众开

放的，这不仅是他大胆地在绘画中使用各种时尚的图像符号，还在于他的日常生活中扮演的各种角色，他的“工厂”汇集了各种各样的自由人，日常的狂欢另所有人都有自由发挥的空间和舞台，他们是时尚的引领者，而安迪·沃霍尔则成为了这场运动里的超级巨星。同时，安迪·沃霍尔一生皆以杜尚为偶像。他收藏了杜尚著名的小便池现成品艺术，他也曾穿着女装打扮成杜尚的样子拍下照片。杜尚的现成品艺术对安迪·沃霍尔的启发是不言而喻的，前者更强调观念对现成物品的对艺术表征的直接干预，后者则通过选择媒体的宠物图像来揭示图绘的种种可能性。不过，体现在精神层面上最本质性的类似则在于，他们都植根于强烈的时代虚幻感，倘若说杜尚的叩问是对艺术本质所提出的质疑的话，那么安迪·沃霍尔则利用自己的作品传达了一种对同一性的社会学批判。

由此我们认识到，安迪·沃霍尔纷至沓来的艺术因子中的复制与重复性，其立足点非但不是传统的美学视角，甚至是将之放置于最尖锐的对立面。他将人们从来熟视无睹的生活品带进艺术的视界，并巧妙地将媒体、时尚与认同性联系起来，这也说明了最真实的生活正是认同性扎根的地方——这是无可争议的观点。因而，安迪·沃霍尔现象意味着，在一种消费驱动的社会里，认同性是通过形象、时尚和媒体所构建的。认同性根本不像过去许多现代理论中被渲染的诘屈聱牙，尽管在海德格尔那里，自我独立性和果断重复构成了本真的自我性和认同性，但是，对安迪·沃霍尔与后现代的认同性建构而言，恰恰是大众形象与时尚符号的同一性加深了个体对现实的理解与认知，就艺术家自身的价值确立来看，捕捉到大众的属性也就意味着自我的实现。

而且，对安迪·沃霍尔来说，时尚、媒体与认同性是无法同自己的审美实践相分开的。与早年富有创意的设计广告相比较，艺术创作也无非是将历史的智慧无限制地复制而已。安迪·沃霍尔现象是由某种创意性、制作媒体形象和时尚认同性的美学观所塑造的，这一文化将艺术、政治和日常生活组织降格为形象的游戏，进而激发人们在认同中寻求新的立场。

即使从波普主义艺术内部来看，安迪·沃霍尔已经不再像汉弥尔顿那样对媒体图像的生吞活剥，他重视观念性与形式感在作品中的咬合，而后的波普主义看起来更像广告招贴、海报或宣传画，这在以后发展出没有任何现代性解读价值的拼合图像或完全与大众文化同流合污的媚俗艺术，这也是波普主义艺术最终走向式微的前兆。与此同时，安迪·沃霍尔作品中的观念因素与所有观念艺术一样，是与杜尚、凯奇、博伊斯一路继承而来的前卫理念，与杜尚的现成品艺术语境、博伊斯的历史前卫艺术理想的差距是，安迪·沃霍尔标志着后前卫主义艺术的真正胜利。前者作品的意义不再是作品本身，全然是一种观念的暗示，而安迪·沃霍尔的作品意义不仅在于其本身的观念性，更在于它在撕碎传统绘画优雅高贵的面膜的同时，又拓展了架上绘画的容纳空间，即绘画同样可以表达观念，而且一点也不比现成品、影像、装置逊色。

正如西村宏智所言：“适时、适所，这正是安迪·沃霍尔成功的坚实理由。”^[13] 艺术领域全然是战略家角色的安迪·沃霍尔，他敏锐地觉察身处的时代有什么需求，于是呼应需求并呈现于众。他通过自己的艺术，宣告了媒体时代绘画母题与意义的分道扬镳、图像与价值的疏离，他对现代艺术投下的本质性疑问，正是他在当下仍极具启发性的原因。他的实践与一种矫枉过正的审美观相联系，而且直到今天，安迪·沃霍尔的追随者们还在继续跨越既定的允许界限，颠覆和跃出现成物和艺术中的诸种限定。从这一意义上说，被公认为波普主义祭酒的安迪·沃霍尔身上体现了一种后现代主义的美学观。

作者简介：李安源，南京艺术学院博士，研究方向：艺术史

[1] 2008年是波普主義藝術家安迪·沃霍爾誕辰80周年，以此契機在世界範圍內展開了“波普教父——安迪·沃霍爾世界巡迴展”，本文亦為此而撰。

[2] 陳丹青：《消費時代的自由和誠實》，《安迪·沃霍爾的哲學》，盧慈穎譯，廣西師範大學出版社，2008年版，第1頁

[3] 坎貝爾：《求新的渴望》，羅鋼、王中忱主編：《消費文化讀本》，中國社會科學出版社，2003年版，第280頁

[4] D·MacDonald: A Theory of Mass Culture. 收於B·Rosenberg and D·White (eds) ,Mass Culture : The Popular Art in America. p60—72

[5] 安迪·沃霍爾：《安迪·沃霍爾的哲學》，盧慈穎譯，廣西師範大學出版社，2008年版，第53頁

[6] Pierre Bourdieu ·Distinction : A Social Critique of the Judgement of Taste ·Cambridge : Harvard University Press. 1984·p2

[7] 阿蘭·斯威伍德：《大眾文化的神話》，生活·讀書·新知三聯書店，2003年版，第150頁

[8] 轉引自西村宏智：《安迪·沃霍爾的1960年代——空虛美學與同一性批判》，《藝術家》，第404期，第301頁

[9] 安東尼·吉登斯：《現代性與自我認同》，生活·讀書·新知三聯書店，1998年版，第29頁

[10] Regis Debray, 1991. 《Coura de mediologie generale》，Paris, Gallimard, p.191

[11] 安迪·沃霍爾：《安迪·沃霍爾的哲學》，盧慈穎譯，廣西師範大學出版社，2008年版，第138頁

[12] 見西村宏智：《安迪·沃霍爾的1960年代——空虛美學與同一性批判》，《藝術家》，第404期，第303頁

0

顶一下

收藏 推荐 打印 | 字体：大 中 小

汪晓云：仪式及其象征的发生学研究：以酒神祭祀仪式为例

李安源：在山与入世——论束新水的绘画艺术

相关新闻 全部新闻

李安源：在山与入世——论束新水的绘画艺术 (4月3日)

李安源：唐“三绝”稽考——兼论唐代艺术中... (3月18日)

李安源：仿作何以成为创作？——董其昌与明... (3月18日)

李安源：视野、观念与方法——论艺术史研究... (6月10日)

李安源：子夜倾听江宏伟谈艺 (5月26日)

李安源：笔墨、意趣与经验——李安源、秦修... (5月26日)

李安源：竹影莲花里的心灵原乡——论毕可燕... (5月26日)

李安源：彼岸的观望：近距离·无人态——新工... (1月26日)

本文评论 查看全部评论 (0)

表情： 姓名： 匿名 字数 0

评论声明

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

点评：

同意评论声明

管理入口 - 搜索本站 - 分类浏览 - 标题新闻 - 图片新闻 - 推荐链接 - 站点地图 - 联系方式

投稿请发送至美学研究网邮箱：Email:Aesthetics.com.cn@gmail.com

制作维护：美学研究网 京ICP备05072038号