



革命的艺术 将属于 国际主义

汇编15

三大洲社会研究所
2019年4月

“一粒火种将燃起熊熊烈火”

——《伊斯科拉》的座右铭



玛丽安娜在伦敦的马克思纪念图书馆及工人学校满是霉味的地下室埋头于成堆成堆的海报中。她是一名志愿者，负责将馆藏的大量海报数字化。楼上有一间小办公室，列宁流亡期间曾在这里待了两年，为布尔什维克党的地下报纸、意识形态喉舌《伊斯科拉》（意为“火种”）撰稿。

关于《伊斯科拉》，列宁曾说：“报纸不仅是集体宣传、集体发动的工具，更是集体组织的工具。没有一份定期、广泛发行的报纸，政治动员是不可能实现的。它的稿件和发行人构成了未来党的核心。”墙上挂着一张装裱好的地图，用红箭头详细说明了该报在俄罗斯和欧洲的发行情况，让我们想起那些为了让报纸吸引读者而牺牲的众多生命。

小桌上有本大部头，汇集了《伊斯科拉》的旧期刊。密密麻麻的西里尔文字看起来很不舒服。在报纸上节约空间的做法似乎证明了它是在物质和政治条件极为困难的情况下出版的。仿佛阅读报纸和出版报纸一样都是了不起的成就。让如今社交媒体年代的任何一位认真的行动家读完一期《伊斯科拉》都将是一桩难事。

但是我们到这里来不是为了列宁同志。我们是来查阅馆藏的由亚非拉人民团结组织制作的海报和出版物。

* 英国伦敦马克思纪念图书馆及工人学校收藏的《伊斯科拉》报纸



三大洲主义

1966年1月，古巴主办了联合亚非拉革命运动的三大洲会议。这次历史性会议（有来自三大洲82个国家的500多位代表和200多位观察员）脱胎于两个反殖民组织：较为温和的不结盟运动（NAM）和较为激进的亚非人民团结组织（AAPSO）。

在哈瓦那举办的这次会议巩固了古巴革命新政府的国际主义方向，而国际代表出席有助于这次革命的合法化。会议结束不久，主要组织者、摩洛哥活动家迈赫迪·本·巴尔卡（Mahdi Ben Barka）遭到绑架和暗杀。他的被害等事件证实了反帝国主义斗争的紧迫性和高危性。

亚非拉人民团结组织诞生于这次会议，成为一个以社会主义和反帝国主义为目标的永久性组织，其秘书处仍设在哈瓦那。在其鼎盛时期，亚非拉人民团结组织成为连接三大洲解放运动的重要桥梁。该组织的主要项目之一是其出版物：以新闻为主的《三大洲公报》（Tricontinental Bulletin）以及更倾向于分析和理论的双月刊《三大洲杂志》（Tricontinental Magazine）。

黑豹党（Black Panther Party）领导人斯托克利·卡迈克尔（Stokely Carmichael）称《三大洲杂志》是“革命界的圣经”。在一份关于三大洲会议的报告中，美洲国家组织（OAS，该州际组织成立于1948年，在该地区坚持美国霸权）称亚非拉人民团结组织是“国际共产主义对泛美体系的极大威胁”，它“毫不掩饰地希望通过迅速出版大量关于本事件的文件、演讲、信息材料，并利用所有可用媒体广泛传播，从而造成有效的宣传影响。”他们很清楚亚非拉人民团结组织发动的文字和图片之战。



* 英国伦敦马克思纪念图书馆及工人学校列宁办公室外的《伊斯拉》发行地图



影响、说服、重申

20 世纪 40 年代，古巴成为拉丁美洲的媒体中心。媒体领域（广播、电视、出版）与美国政府和资本的利益紧密相连。古巴曾是跨国公司的关键实验场所，这些公司针对岛国上的穷人和富人开展新产品的市场研究。

尽管美国广告公司进驻拉丁美洲是始于 20 世纪初，但它们在第二次世界大战前后全面兴起。这些机构的作用是确保美帝的经济和文化霸权。他们用各种广告推销美国梦，促进美国跨国公司的利益，如臭名昭著的联合水果公司。与此同时，广告教育趋于正规化，广告业趋于专业化。商业广播电视等媒体技术的发展势头日益强劲。

这是广告业的全盛时期。广告的艺术和科学正在得到巩固，而与现代性和发展混为一谈的消费则成为了它的口号。叶迪·M·里维罗 (Yeidy M. Riveiro) 在研究古巴广播业在这个时代的崛起时写道：

“在古巴的美国广告公司培养了一批广告主，他们在美国或哈瓦那广告学院 (Escuela de Publicidad) 学习或在美古合作的广告公司或本地独立公司工作后，受到了训练，使美国广告战略适应了古巴和拉丁美洲的经济和文化环境。”

1959 年，革命继承了美帝国主义的一些残余资源，即其发达的大众传媒体系和由训练有素的创意人员、经验丰富的技术人员组成的劳动力，并使他们转而反对美帝本身。

* 马克思纪念图书馆及工人学校档案中收藏的《三大洲杂志》



从疯狂广告人到革命艺术家



麦肯—埃里克森公司 (现为麦肯世界集团), 一家全球广告巨头, 于 1944 年 8 月 1 日在哈瓦那开设了第一家办事处。1951 年, 该公司通过收购瓜斯特拉广告 (Publicidad Guastella), 成为瓜斯特拉—麦肯—埃里克森广告 (在哈瓦那有 65 名员工, 在墨西哥城有 45 名员工), 巩固了它在古巴和墨西哥的地位。一年后, 得到美国支持的独裁者富尔亨西奥·巴蒂斯塔 (Fulgencio Batista) 重新掌权。巴蒂斯塔回国后不久, 为了帮助提振美国的旅游业, 恢复古巴的“昔日荣光”, 聘请该广告公司创建一个公民教育项目, 其目的是让古巴人了解旅游业的好处, 做个友善的东道主。巴蒂斯塔与古巴工人联合会 (由 1800 个工会组成) 秘书长尤西比奥·穆贾尔 (Eusebio Mujal) 沆瀣一气, 以进一步剥削工人为代价实现经济增长。丹尼斯·梅里尔 (Dennis Merrill) 在他研究拉丁美洲旅游业与美帝关系的论文中写道, “然而, 在这十年结束时, 被剥夺选举权的工会成员构成了菲德尔·卡斯特罗 (Fidel Castro) 七·二六运动 (the 26 of July Movement) 的核心力量。” 而正是七·二六运动导致了古巴革命。

同年, 费利克斯·贝尔特兰 (Félix Beltrán) 开始在该广告公司工作, 当时他 15 岁。三年后, 他去纽约学习平面设计、绘画以及平版印刷。等贝尔特兰在 1962 年回到革命后的古巴, 他将所学应用到革命中。他恰恰是利用了美国广告体系的工具、技能和知识来抵抗美国经济封锁造成的物质匮乏。十几岁就进入广告界的贝尔特兰成为古巴共产党宣传部的首席平面设计师。

像贝尔特兰一样, 许多古巴平面艺术家在革命前都接受过正规的设计或绘画训练。他们在广告公司崭露头角, 为推销拳击赛、烟草产品、最新香水设计广告形象, 通常是通过热门的丝网印刷形式。几乎在一夜之间, 他们的环境就发生了改变。拉斐尔·莫兰特 (Rafael Morante) 在《一支铅笔的真相与精彩》 (What is Real and Marvellous in a Pencil) 中回忆了这一时刻: “1959 年, 我们古巴的平面艺术家突然必须接受一个之前几乎所有人都不了解的情况。我们中大多数人的职业生涯都是从广告业起步的, 我相信这非常有利于推动一种新传播方式的蓬勃发展。” 他们将成为革命的疯狂广告人。

* 为推广节约能源的运动所作海报《点击》 (1969 年) 费利克斯·贝尔特兰



“我们的海报是一种战斗武器”

——奥利维奥·马丁内斯

档案馆里存放着几摞《三大洲杂志》和《三大洲公报》。这些资料诉说着在特定历史条件下的一段时光。最早的双色刊物印在薄如蝉翼的纸页上，这意味着文字会渗透到反面。后来的刊物使用全彩色封皮、高品质纸张，装帧十分精美。翻阅期刊的时候，书页里一张折好的纸掉了出来。展开这张海报，可以看到它在宣告“声援所谓葡属几内亚和佛得角群岛人民斗争的世界团结日”。玛丽安娜来自另一个前葡萄牙殖民地——巴西，她分享了发现这张海报时的快乐之情，因为它本来就是为了让人发现的。必须作出艰难抉择：是把海报保留在原来的期刊里，还是把它添加入海报的档案。后者成了它的命运。

亚非拉人民团结组织的艺术家奥利维奥·马丁内斯 (Olivio Martinez) 说：“记述亚非拉人民团结组织的海报就像是在谈论一段往日恋情。”谈到古巴革命，很难不陶醉于它的视觉产品：它的海报在艺术市场上被广为买卖，得到充分研究，也为人津津乐道。那么，现在回顾这段历史，我们能学到什么呢？

革命前，商业海报在古巴已经有了蓬勃的生命力。新古巴对销售产品没有兴趣，商业海报的使命变成了销售革命思想和计划，它成了三大洲会议的创意总监阿尔弗雷多·罗斯加德 (Alfredo Rostgaard) 所说的“反广告” (antiad)。这些海报的目的是教育、告知和激励。主要活动有摩托车健康大队、在居民区放映黑泽明电影、青年参加蔗糖采收以及节能活动。苏珊·桑塔格 (Susan Sontag) 写道，古巴对政治海报的运用让人想到“共产主义和人道主义让人性更美好的目标。”

这种海报破除了商业艺术与美术、高端艺术与流行文化之间的界限。不同于源自 1910 年墨西哥革命的壁画传统，海报在古巴的背景下被视为一种更灵活、更廉价的艺术形式，更能适应当时不断变化的需求。与 1910 年不同的是，当时是一个海量数码复制和传播的时代。从哈瓦那的街道到农村的公告栏，再到以前从未拥有过“艺术”的劳动人民的客厅，海报不断刷新着公众的视觉生活。海报是一种亲切的自我表达形式、一种鲜活的物质文化。

古巴政府优先考虑制作海报而不选择其他更昂贵、更不亲民的艺术形式，这一决定也是一种自我表达行动，即要求在经济上、政治上、文化上独立于距其海岸线仅 150 公里的美国。这是一场权力和创造意义的斗争。正如艺术史学家大卫·昆兹勒 (David Kunzle) 所写的：“这个国家坚强到可以在对抗敌人时利用敌人的文化武器，对风格做选择性调整，用反讽的方式对其内容进行再利用。”

* 《三大洲杂志》期刊内的折叠海报《几内亚》（1969 年） 奥利维奥·马丁内斯



负责制作大量古巴海报的主要机构包括政治编辑部 (Editora Politica, 原 COR, 古巴共产党官方出版部门)、古巴电影学院 (ICAIC) 以及亚非拉人民团结组织。许多艺术家主要为一个机构工作, 但有时也为其他机构创作作品。他们的一项创造性发明是将海报夹在每期《三大洲杂志》的纸页里, 然后发送到世界各地。

这些海报有助于在全世界传播古巴革命的思想。正如古巴共产党宣传部的首席平面设计师费利克斯·贝尔特所说: “海报在那些官员不能谈论古巴革命思想的国家得到了传播。” 该杂志及其海报 (多语种、三折页) 向世界传播了古巴革命的愿景, 每期发行量约为 5 万份。正如马丁内斯所描述的, 折叠的海报属于 “一种伪装手法, 发明伪装的目的都是为了避免美帝对我们的各种出版物进行压制的企图。” 自成立以来, 三大洲制作了大约 900 万张海报, 分发到了 60 个国家。考虑到由美国挑起、其盟友以色列跟风 (以色列自古巴革命以来一直打压古巴) 的经济封锁造成的物资短缺, 这个数字就更加惊人了。

美国对古巴实施的 “封锁” 始于 1958 年对古巴的武器禁运, 到 1962 年已扩大到几乎所有出口商品。尽管违反了国际法, 也遭到了世界上大多数国家的反对 (包括联合国大会谴责禁运的年度决议), 但这种经济封锁今天仍在继续。令人惊叹的是, 在一个深受此类限制的国家, 在这个纸张绝大多数靠进口的国家, 耗材很高的纸质媒体竟得到优先考虑, 在本国乃至全世界范围内发行。出生于马德里的古巴人拉斐尔·莫兰特 (Rafael Morante) 是古巴电影艺术委员会 (ICAIC) 和亚非拉人民团结组织的平面艺术家, 他回忆道: “有一段时间什么都缺: 画家需要的油彩, 颜料、印墨, 有时甚至是纸张。”

三大洲的创意总监阿尔弗雷多·罗斯特加尔德提供了另一个角度, 认为禁运 “有助于 (艺术家) 追求自己的表达方式……禁运限制了设计材料的到来, 因此, 为了解决自己的材料问题, 我们开始发明新的形式。” 就在 30 年前的莫斯科, 苏联高等艺术暨技术学院 (VKuTEMAS) 因为受到类似的材料限制, 在文化和教学上进行了许多创新。由于纸张有限, 该学院在莫斯科的建筑系使用粘土作为学习的主要材料。结果, 学生们直接搭建了三维的建筑模型, 这是对形式和结构的感性认识, 突破了以往的二维投影画法。在古巴, 材料短缺确实迫使设计师和印刷商想出了一些别出心裁的解决方案, 产生了非同寻常的效果: 用杂志手工裁出信纸, 用印刷手册做图片拼贴, 用旧报纸印刷。



* 《侵略者必将灭亡》 (1962年) 拉斐尔·莫兰特

三大洲有一期切·格瓦拉 (Che Guevara) 的文摘特辑, 日期不明, 但可能是在他在玻利维亚从林中被杀害 (这是美国中情局授意的) 那段时候。亚非拉人民团结组织和美洲之家 (Casa de las Americas) 制作的许多海报都是向格瓦拉司令的致敬。海报风格就像格瓦拉的伪装一样多变, 全彩印刷, 单页海报, 页边距很宽, 排版上的丰富留白提供了思考和呼吸的空间, 纸张质量和丰富用色令人刮目相看, 考虑到禁运因素就更惊人了。通过制作背后的劳动和材料, 这种印刷品本身就是一种反帝国主义的主张。

“我们的敌人是帝国主义，不是抽象艺术”

——菲德尔·卡斯特罗

关于古巴海报自身的特色：设计、构思、色彩、风格、内容等，我们已经说了很多，其他不及详述。与其他社会主义、共产主义的海报制作相比，这些海报独树一帜，海报里没有肌肉发达的工人，没有高风亮节的农民，没有社会主义写实主义 (socialist realism)。相反，这里有幽默和痛苦、愤怒和反抗、流血和希望——这里有人性，仿佛美好真可以成为一种意识形态的方法。时常有评论说，古巴艺术家取得了在注重个性化、市场化风格的商业艺术界难得一见的艺术自由。古巴艺术家还享有在其他社会主义国家闻所未闻的创作自由；在那些国家，走党派路线的社会主义写实主义占据了主导地位，社会主义写实主义风格发轫于后列宁时代的苏联，偏爱对无产阶级和农民进行经典的、绘画般的、理想化的表现。

切·格瓦拉在谴责社会主义写实主义的狭隘性时，指出了社会主义写实主义的资产阶级根源。他警告说：“不惜代价的写实主义”意味着“给那些正重获新生并自我塑造的人们的艺术表达方式进行了伪装。我们需要的是发展出一种意识形态与文化的机制，它既允许自由研究，又能根除在国家补贴的沃土中极易繁殖的杂草。”在自我塑造的过程中，古巴艺术家们按自己的意愿运用了各种视觉工具。

在理查德·弗里克 (Richard Frick) 的《三大洲团结海报》(Das trikontinentale Solidaritätsplakat) 中，罗斯特加尔德说：“我们想要创造一种无论直接或间接都是即时的、同时又具有独创性的交流方式。我们不拒绝任何让海报变得有效而时尚的方法、技术。”放眼三大洲，从建构主义蒙太奇到波普艺术，从立体主义到非裔古巴人的象征主义，从迷幻艺术到殖民前图像，应有尽有。鉴于三大洲的国际定位，海报偏重图像而非文字，所以对读写能力没有要求。平面彩色丝网印刷的海报通常具有抽象精简、对比鲜明、色彩鲜艳、线条简洁、视觉效果简约等特点。他们利用象征符号来嘲弄美国帝国主义，用颜色来象征被压迫人民的团结，并用资本运用的风格转而对抗资本本身。



* 《英勇游击队之日》(1968年) 海伦娜·塞拉诺

“革命的艺术将属于国际主义”

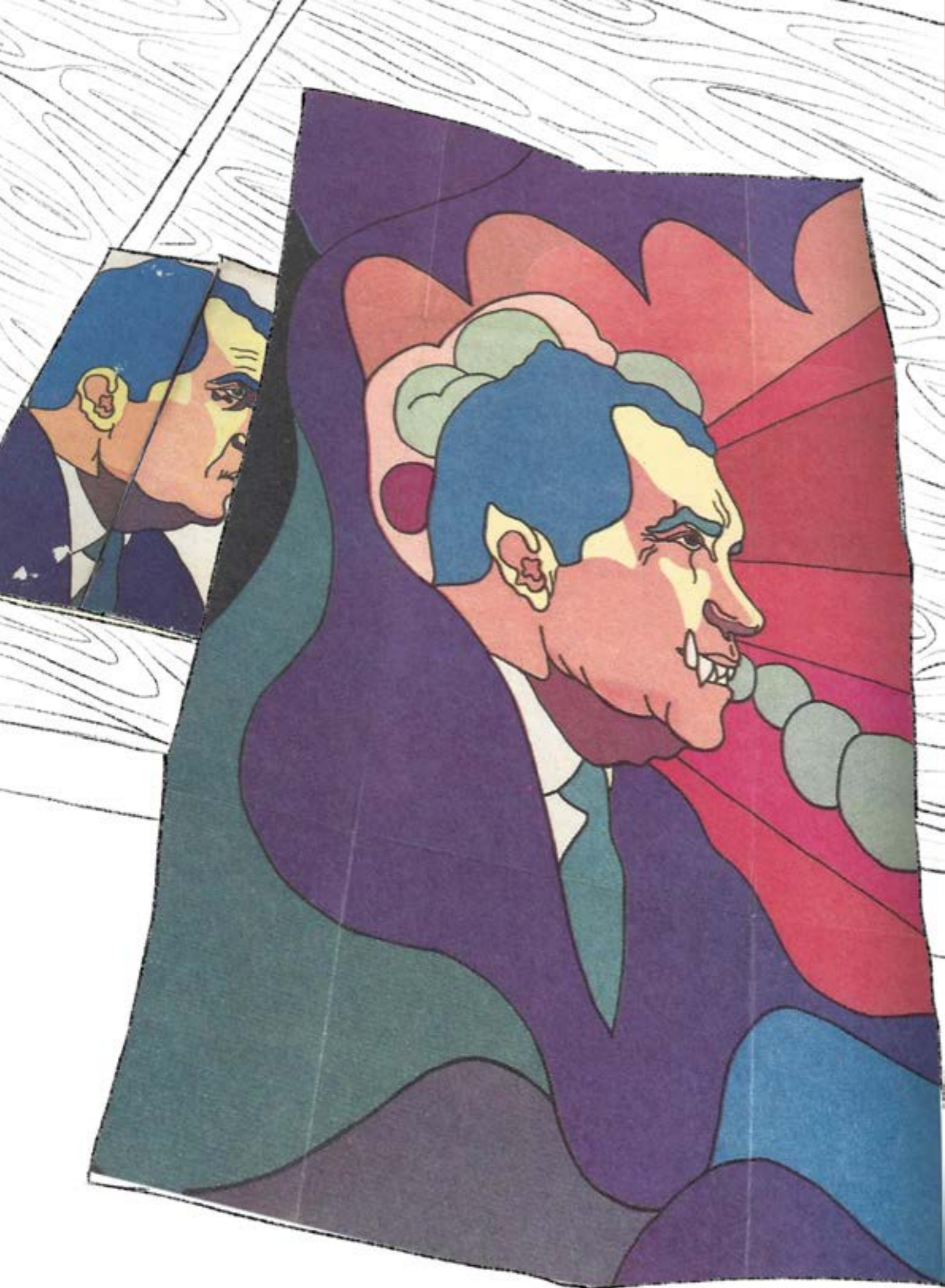
“革命的艺术将属于国际主义，同时又与国家的根本紧密相连。我们应该鼓励亚非拉国家合法的、战斗的文化表达，这正是帝国主义企图摧毁的。我们的文化机构应该容纳三大洲真正的艺术家、被冷落者、被迫害者、不愿意臣服于文化殖民主义的人、与人民携手反抗帝国主义的人。”

—— 1971年古巴文化教育大会的使命宣言

即使只是通过对亚非拉人民团结组织海报的快速调查，也可以看到古巴的国际主义信念与其民族主义雄心一样伟大，有可能更伟大。奥利维奥·马丁内斯回忆说，海报“回应了一个根本目标：声援自由运动的斗争。此类斗争不仅发生在许多第三世界国家，斗争范围很快就得到扩展，甚至在美国也引发声援……跨越亚非拉三大洲的斗争前线，或者只是报道在越南、南非等遥远国度的统治者和军事力量强化殖民与掠夺焦虑的野蛮暴力行径。”

除了亚非拉人民团结组织的平面设计中的“团结日”系列海报等内容具有明显国际主义特点，国际主义的价值还在实践中得到精心培养。平面艺术家同党的宣传部门密切合作，也同各行各业的专家密切合作。该组织成员国之间的持续对话意味着，平面艺术家在与世界各地革命运动代表的交流中精进了自己的作品。简·诺林 (Jane Norling) 就是其中一个例子，她是唯一在古巴工作的几个月期间为亚非拉人民团结组织制作海报 (声援波多黎各) 的北美艺术家。革命指导部设计团队的负责人雷内·梅德罗斯 (Rene Mederos) 被派往越南几个月实地体验越南战争，与解放部队一起在胡志明小道上行军。他带着一系列画作回来——富有诗意、浓墨重彩地描绘了人民在日常生活中对于帝国主义野蛮残暴行径的反抗。这些画作被转为丝网印刷的图像，又被做成了古巴的邮票。这些画像展现了胡志明的革命承诺——一个“美丽十倍的越南”。亚非拉人民团结组织海报的国际主义内容及其制作背后的实践提醒我们，团结其实是一个动词。

* 折叠海报《尼克松》(1969年) 阿尔弗雷多·罗斯加德





“提高觉悟, 并使觉悟复杂化 ——革命本身的最高目标”

——苏珊·桑塔格

我们正在为即将启动的新组织: 三大洲社会研究所 (Tricontinental: Institute for Social Research) 设计一个社交媒体横幅。该研究所是一个以三大洲会议的传统为启发、以人民运动为驱动力的研究空间。雷内·梅德罗斯为古巴革命十周年设计了这幅海报: 一群在菲德尔的带领下高举步枪的士兵, 古巴国旗在远处飘扬。今天我们在思想之争中的武器是什么? 我们拼出了一幅新画面, 步枪被钢笔、画笔、书籍取而代之, 士兵被学生、母亲、儿童取而代之。

在古巴革命 60 周年之际, 我们在大多数情况下可能不需要武装斗争, 但为了与全球资本主义、气焰渐长的法西斯主义以及气候恶化开战, 我们需要的东西一定比钢笔、画笔、书籍多得多。当今社会、政治运动所进行的意识形态斗争不仅要运用语言, 还要用视觉文化。在一场愈演愈烈的视觉大战中, 我们需要画家来描绘我们源自何处的故事, 想象我们去向何方、何以到达。

正如广告专家和艺术家转变为古巴革命的平面艺术家一样, 我们如今也需要各种文化工作者, 从平面设计师到漫画家, 从程序员到诗人, 从心理学家到表情包设计师, 掌握我们的所知, 从而梦想和构建一个不仅可能而且必要的世界。

我们三大洲社会研究所邀请自学成才和专业的艺术家、设计师, 特别是参与运动的人士加入我们的艺术家和设计师网络。希望你能加入我们。

* 《在越南的画作》 (1970年) 雷内·梅德罗斯



三大洲社会研究所

是一个国际性的研究机构，发轫于人民运动中，为知识分子间的观点交锋搭建平台，并以倾力于实现人民的愿景为宗旨。

www.thetricontinental.org