

# 大众媒介当代艺术新闻报道 的现状与困境

谭小荷

(西南民族大学 文学与新闻传播学院, 成都 610041)

**摘要:**高争议度和高关注度并存于当代艺术中,而“大众—艺术—媒介”之间的张力也内在于大众媒体的当代艺术报道中。“当代艺术”报道因当代艺术本身的特质和争议性,用泛泛的新闻价值、新闻规范和新闻道德标准去约束和要求这一特殊的报道领域,可能很难奏效。增强对这一报道领域的理解和深入探究,也许并不能消除争议,但或可促使大众媒体的当代艺术报道以更加自觉和自省的公共性意识去呈现当代艺术。

**关键词:**当代艺术;新闻报道;大众媒介;角色意识

**中图分类号:**G206;J05 **文献标志码:**A **文章编号:**1000-5315(2016)03-0080-07

在新闻报道领域里,艺术似乎一直是一个无足轻重的角色。相比财经报道、体育报道、科学报道等其他专业报道领域,艺术报道长久以来都是一个边缘化的品种。因为无关于国计民生、没有现实需要的紧迫性,艺术报道的繁荣背后,往往蕴含着让艺术成为服务的工具论色彩。在建国后的很长一段时期里,由于官方意识形态对绘画宣教作用的重视,艺术以宣传报道的形式成为人们日常生活中重要的一部分;之后,随着意识形态领域控制的放松(或者说形式转换),艺术又以一种审美体验的面貌出现在“文艺副刊”上,或者在“文娱新闻”的版面与演艺明星挤作一团。

伴随着社会转型与经济发展,中国当代艺术异军突起,成为一种重要的文化现象、社会现象。从1990年代中期开始,以《三联生活周刊》为代表的相对比较大胆和前卫的报刊开始对当代艺术现象进行持续关注;紧随其后,《南方周末》、《新民晚报》等颇有影响力的大众媒体也纷纷开始聚焦中国当代艺

术。2010年前后,更多的市场化大众媒体争先恐后地开辟专栏、专版、专刊、特刊、周刊或者周末版来进行新时代的艺术报道,而当代艺术正是其中最重要的报道对象之一<sup>①</sup>。然而,当代艺术报道面临颇为尴尬的状态:一方面是大众媒体对当代艺术现象的热切关注,另一方面是公众对当代艺术的不买账和艺术界对大众媒体艺术报道专业性的质疑。高争议度和高关注度并存于当代艺术中,而“大众—艺术—媒介”之间的张力也内在于当代艺术报道中。

对此,学界研究是滞后和失语的。就当代艺术自身特质及其争议性、当代艺术生态的复杂性而言,并非只要严格遵循媒介伦理或祭出新闻专业主义的大旗,就能理所当然地视为尽到了媒体责任,新闻专业主义的理念和操作方法并不能一劳永逸地解决传媒与艺术、艺术与大众之间的悖论。

因此,在研究大众媒体如何进行当代艺术报道的时候,可能需要突破简单的、仅仅以泛泛的新闻规范和新闻道德为标准的媒介批评范式。本文试图从

收稿日期:2016-02-22

基金项目:本文系中央高校博士基金项目(13SZYBS22)成果。

作者简介:谭小荷(1983—),女,四川成都人,西南民族大学文学与新闻传播学院教师。

大众媒体在当代艺术新闻生产中的自我定位和角色意识、新闻选择到具体的实践模式三个维度出发,对比分析不同类型当代艺术报道实践的得失及其困境,增强对这一报道领域的理解和深入探究。这也许并不能消除争议,但或可促使大众媒体的当代艺术报道以更加自觉和自省的意识去呈现当代艺术。

### 一 当代艺术新闻生产中的媒介定位和角色意识:启蒙者、服务者还是批评者

在探讨大众媒体上的当代艺术新闻应该报道什么以及如何进行报道时,首先需要明确大众媒体报道当代艺术的目的是什么?在报道中如何定位自己在公众和艺术界之间扮演的角色?

大部分市场化的大众媒体在对当代艺术进行报道时,或隐或显地呈现出下述三种定位。

第一种是“启蒙者”。鉴于当代艺术的先锋性和晦涩性,需要引导受众、提升公众艺术修养和审美品位,向其呈现具有代表性的、在艺术圈主流中被认同的艺术家和艺术作品。这类媒体的典型代表是《南方周末》。《南方周末》自视为“启蒙者”的定位为多数学者所认同。学者陈阳在对《南方周末》的受众观进行分析时写道:“谁是‘启蒙’者?媒体;谁是被‘启蒙’的对象?受众。”<sup>[1]</sup>这种精英意识同样反映在其当代艺术报道中。

第二种定位是“服务者”。大众媒体是本着服务意识为读者解读艺术现象、提供投资读本、满足艺术爱好者的知识需求和鉴赏需求。这是大部分市场化大众媒体定位。比如《新民晚报·国家艺术杂志》周刊2004年创刊语提到的宗旨:“为了让读者朋友有更多接触艺术和艺术知识的机会……希望这份视觉大餐带你走进视觉艺术和艺术知识的海洋。”<sup>[2]</sup>又如2013年《新京报·新艺术》月刊的发刊词:“在新艺术运动爆发一百年后,艺术市场已发展成继金融市场、房地产市场后的第三大投资市场。……作为全国最具影响力的主流都市报之一,在这个‘艺术是商业’的时代,有责任为广大读者提供专业、及时、平易近人的当代艺术鉴赏、投资读本。”<sup>[3]</sup>

第三种定位是“批评者”。这在大众媒体艺术报道中较为罕见,持续以“啄木鸟”姿态对当代艺术圈进行报道的是《东方早报》。2011年,《东方早报》主编邱兵在其艺术专刊《艺术评论》的发刊词中,以其特有的感性文风历数艺术圈不正风气,在此基础上做出三点承诺并在文末总结说:“《艺术评论》能够做

到这三点,它是可以讲点真话,为艺术作点贡献的。”<sup>[4]</sup>由是观之,《东方早报》将艺术圈视为乱象丛生的是非之地,寄望于成为艺术圈的啄木鸟,其心目中的潜在读者很大程度上是艺术圈内人士。

新闻实践中,这三种定位可能兼而有之,但三者的区别仍然显著,不同的媒体也各有侧重。“启蒙者”的媒体观是传者本位的,报道者或多或少将自己视为文化精英、职业精英,往往强调以专业的素养、权威的信源来引导公众,启蒙公众对当代艺术的理解和感知。“服务者”的媒体观是受众本位的,报道者以对受众需求的满足为目标,在此基础上提供艺术相关信息和解读,强调以更大众的、通俗易懂的内容和报道方式来实现对公众的服务性。“批评者”较之前两种定位显得更复杂,它有两个不同维度:其一是作为艺术系统之外的批评者,对艺术界的种种现象进行报道、监督、反思、批评;其二是作为艺术系统内的艺术批评家或者艺术评论家,在这种情况下,可以视为评论者把艺术批评从专业的艺术媒体上搬到了大众媒体平台,价值判断的内核不变,改变的只是诸如措辞、文风等表达方式。

### 二 当代艺术新闻生产中的新闻选择:诉诸艺术价值还是社会价值

媒体的定位和角色意识往往是通过新闻选择、新闻价值的判断体现出来的。呈现当代艺术,就必然意味着选择,选择让哪些展览、哪些作品、哪些艺术家呈现在有限的版面上。这种选择显而易见地蕴含了新闻价值的判断。然而,什么是具有新闻价值的艺术,这一问题与什么是具有新闻价值的政治、经济、社会议题完全不同,当代艺术报道并不能仅仅从常规的新闻选择和新闻价值要素中获得规范性标准。那些适用于常规新闻的新闻价值标准,必然会在实际的艺术新闻报道操作中产生变异。具体来看,当前大众媒体艺术报道的新闻价值主要根植于两个方面。

#### 1. 诉诸艺术价值

新闻价值与艺术价值同构。对公众而言,艺术是非必需品,所以并不具备天然的重要性。在新闻生产的过程中,作为常规新闻价值要素的“重要性”,必然被转换为艺术家、策展人、艺术作品或者艺术展览的重要性,换言之,以艺术价值为依托。这是一种“启蒙者”的视角,带有精英意识的“启蒙者”,更容易形成与专业信源一致(而非与受众一致)的立场,对

新闻的选择更强调专业化——将其视为权威的艺术判断或学术标准推向大众,将被这一部分专业权威者所认同的好艺术传播给大众。

### (1) 诉诸艺术价值的优势

“看不懂”早已是公众对现当代艺术的一个心结。从2010年叶永青的《画个鸟》拍出25万引发网络围观,到2014年年末第十届上海双年展开幕式次日,“100名志愿者以沉默静坐的方式,批评这项展览晦涩难懂”<sup>[5]</sup>。过去作为宣教的社会主义现实主义艺术和作为审美的传统艺术、古典艺术,无论是出于功利目而刻意制造的雅俗共赏性,还是基于文化传统的积淀和艺术形式本身带来的情感共鸣,似乎都理所当然地更容易被看懂和接纳。当代艺术则不然,观念上的先锋性和表现形式上的反传统都给公众的理解带来困难。在艺术界人士看来,当代艺术的艺术逻辑比直观的审美判断要复杂得多,解读当代艺术在很大程度上依赖于对艺术史的熟稔,“对艺术品的真正观看应该是一种历史性的观看,对观众而言,在当代艺术面前‘看不懂’的焦虑恰恰来源于那种非历史性的观看”<sup>[6]</sup>。

就当代艺术界而言,当代艺术的社会介入性应为共识,但很多时候大众对当代艺术根本不买账。大众媒介顺理成章地成为了艺术与大众之间的中介,其报道能够通过化繁为简、引人入胜的形式,把专业的艺术概念和复杂的艺术史表述为公众更易理解的艺术观念。故而,向大众传播媒体“借力”在当代艺术界从来是公开的策略。只不过,因为历史境遇的不同,处于地下时期的当代艺术借力媒体,是为了争取合法化;而今天已然合法甚至主流化的当代艺术对媒体的借力目的大概要复杂很多。

就大众媒介的新闻选择而言,诉诸艺术价值的新闻,往往是以具体、深入的方式,呈现展览现场的作品,对艺术家进行深度访谈,回顾艺术家的重要作品(或新近作品),由艺术家本人或者策展人、艺评家阐释其创作思想、艺术价值等,确实为公众看懂晦涩的当代艺术作品、理解当代艺术家的思想提供了某种助益,在一定程度上现实了“启蒙者”的启蒙作用。

### (2) 诉诸艺术价值的缺点

问题在于,强调艺术价值,首先就要涉及艺术判断。当代艺术不过短短几十年历史,不可能像传统艺术、经典艺术那样有公认的标尺,艺术界内部也对其众说纷纭<sup>②</sup>,1990年代法国还产生了一场持续6

年的关于当代艺术算不算艺术的文化论战。一方面,当代艺术缺乏时间的沉淀淘洗——艺术价值的有无、艺术地位的高低由谁赋予、为谁所承认尚无定论;另一方面,各种利益关系影响和塑造了当代艺术的面貌,要从这些影响背后剥离出当代艺术的本来面目,或者说剥离出仅仅属于艺术本身的那一部分,几无可能。正如陈丹青所言:“‘现状’不能算‘美术史’。眼下,假如中国真有一个边界清晰的美术界,端看你认哪份名单、跟哪一路人玩。”<sup>[7]</sup>因此,如果要以重要性为取向判断当代艺术报道的新闻选择是否合理,我们就不得不进一步追问为什么重要?依据谁的标准?所谓专业权威者又是哪一些人?笔者曾对1999年至2011年《南方周末》如何表述当代艺术报道对象的重要性或代表性做过专门统计,有46.9%的理据来源于西方的认同;同时,在其13年间对当代艺术家所做的个展报道或访谈中,有66%集中于12位艺术家<sup>[8]</sup>。对于当代艺术这样一个混沌的领域而言,具有明晰指向的数据统计结果并不是一件好事,这表明总有什么被凸显和强化了,也总有什么被遮蔽和弱化了。

“批评者”的第二个维度应该说也是诉诸艺术价值和学术判断的。不同之处在于,“启蒙者”是以艺术界主流的认同为标准,“批评者”则恰恰是挑战这种主流话语权,或是质疑其话语权本身,或是质疑其对艺术作品或艺术家的价值判断。比如《东方早报·艺术评论》,评论是它的特点,但也因此广受诟病,从希克捐赠到乾隆收藏,常处漩涡中心。誉之者称《东方早报》敢于讲真话,敢于挑战既得利益,敢于揭开艺术圈秘而不宣的潜规则;毁之者称《东方早报》制造舆论、混淆视听,对其所发表文章的内容把关不严,有失察之责;还有人质疑这些观点的传播动机到底还是公众利益还是争夺艺术场域的话语权<sup>[9]</sup>。

这些争议再次动摇了诉诸艺术价值的某种虚妄性。艺术价值和艺术地位有关,艺术地位和艺术场域的占位有关。从1980年代起,霍华德·贝克的“艺术界”概念和布尔迪厄“艺术场”、“文化资本”概念的相继提出,就打破了艺术自律性的神话,使传统的美学问题走进社会学的研究视线。按照贝克的“艺术界”理论,艺术作品并非仅仅由艺术家创造,它是紧紧镶嵌和不可分割于所谓的“艺术界”中的,这个“艺术界”是一个人际网络,也是一个生产体系,其中的人彼此分工、在“艺术界”惯例的基础上展开合

作;而一件艺术作品或一个艺术家“声誉”的获得也并非源自艺术作品自身的韵味或艺术家的杰出天赋,它是外在于艺术作品和艺术家的,其获得是批评家、报刊评论人、记者、画商等彼此协同、合作参与声誉生产的结果<sup>[10]34-35</sup>。在布尔迪厄那里,艺术场是一个权力网络和关系网络,以文化资本的不平等分布为特征,其内部所有行动者相互竞争、博弈以保有或取得优于他人的“占位”(position-taking);而文化资本并非单纯的知识,它是一种隐蔽的权力体系,它是可以带来经济价值增量效应的知识<sup>[11]93-102</sup>。

一方面,大众传媒通过对当代艺术的报道参与到原本属于艺术家、批评家、策展人、收藏家的艺术界合作生产中;另一方面,对艺术的阐释权和话语权成为一种重要资源,业内人士通过在大众媒体上以专家或者专业权威者的身份出现,增加了“社会能见度”<sup>[12]</sup>,并通过大众媒体的广泛影响力和公信力,将这种阐释权和话语权加以确认和放大,在无形中强化了其文化资本。所以,处于网络中不同地位的各种艺术家、批评家、策展人的“占位”竞争就会变得日趋激烈。

## 2. 诉诸社会价值

大众媒介作为公共性平台,以社会价值的有无来进行艺术新闻选择似乎天经地义。在这种取向中,具有新闻价值的艺术,一是那些与更广泛的政治、经济或社会生活领域产生交集的艺术,二是那些能满足公众需求的艺术,既包括对信息需求的满足,也包括对公众好奇心和娱乐心态的满足。

### (1) 诉诸社会价值的优势

关注更为社会化的艺术,实为用一种艺术社会学的视野去报道“作为社会现象的艺术”<sup>[13]</sup>。前面笔者提到过当代艺术的“社会介入性”,但是这种介入性不仅仅表现为对社会的审视、反思、参与乃至干预(这是艺术家或艺术界希望呈现的面向),实际上“社会介入性”还表现为当代艺术领域本身被多种力量介入并受其制约。为什么要关注当代艺术?媒体人说得中肯:“从‘理想主义的样板’到‘消费主义的狂欢’,当代艺术提供了看中国的最好视角,‘艺术眼’看到的是中国病痛和幸福的根源,以及我们这个时代的‘爱与怕’。”<sup>[14]</sup>

从这个角度看,当代艺术作为“当代的”艺术,不仅具有艺术的内涵,还提供了关于我们时代与社会的某种表征。一些看似专业问题或学术之争的背

后,可能是资本市场的角力,因而大众媒体在报道当代艺术领域时关注艺术市场无可厚非。那些不断批评大众传媒关注艺术市场的学界声音,那些“今日艺术在传媒权力的压迫下,日益强调艺术的商业性存在……‘雅’让位于‘俗’”<sup>[15]</sup>的担忧,显得有点隔靴搔痒和过于理想主义;把艺术看得太崇高、太超凡脱俗。当代艺术的现实已经不可能假装让艺术的归艺术、市场的归市场。所以,问题不在于大众媒体报道了市场,就让艺术“变俗”或者成为“商业性的存在”,我们要反对的是仅仅为了制造震惊,凸显艺术品拍卖的惊人价格,这种只能在公众的“看不懂”与当代艺术之间制造更深的隔阂的现象。

关注“作为社会现象的艺术”,很多时候也体现了报道者作为“艺术系统之外的批评者”(批评者的第一个维度)的角色意识。这方面,《东方早报·艺术评论》由记者采写(而非评论部分)的报道可资借鉴,这些报道涉及了艺术教育反思、艺术基金制度、国家财政在艺术领域的拨款、文交所乱象、艺术品金融化、进口艺术品税率和税收监管等方方面面。

实际上,除了艺术市场之外,艺术还可以涉及广泛的社会议题,或者说艺术系统还会以种种方式与社会其他系统产生关联。比如艺术家张洵的工作室创作制带来的“署名权”问题、香灰画的专利权问题,这些既关乎艺术创作方式及作品性质的判定,又关乎具体的法律问题,对法律法规的相关漏洞提供了鲜活的案例和紧迫的完善需求。

### (2) 诉诸社会价值的缺点

满足公众需求,看上去是“服务者”定位的题中之义。我国新闻界通常将趣味性视为五大新闻价值要素之一,西方新闻界还提出反常性、冲突性等要素。我们发现这些新闻价值要素和满足公众需求的冠冕堂皇的理由,在实际新闻报道中常常变异为迎合一部分公众的恶趣味。这在当代艺术新闻中表现得尤为显著。艺术活动或者艺术现象的反常性、震惊性被很多市场化媒体(尤其是都市报)视为主要新闻价值点,它们热衷于对以行为艺术为代表的、突破普通公众艺术观的艺术作品的展现。这类报道常常被批评为“窥淫癖似的目光”,“在它们的报道中,前卫艺术总与色情、暴力、自虐有关”<sup>[16]</sup>。

直到今天,很多大众媒体依然津津乐道于以身体为媒的艺术作品带来的话题性。比如2014年8月中央美院毕业生周洁的个展“36天”,以铁丝床裸

睡开幕而引起热议,包括《北京青年报》、《新京报》、《新民晚报》、《南方都市报》在内的很多颇有影响力的主流都市报都进行了报道,很难说这些报道是以传播某种“艺术价值”或艺术观念为诉求的,以身体裸露甚至身体伤害作为行为艺术的表现方式,早已不是什么新鲜事(这方面内容甚至一度成为行为艺术的标签之一);以“床”作为个体生活的隐喻,也是老套路(比如翠西·艾敏的成名作《我的床》)。从对周洁本人和策展人的采访来看,似乎都无法表述作品的新思考,也缺乏对其表演内涵足以自洽的说明。艺术评论家刘礼宾认为:“周洁作品本身的艺术逻辑不严密,并没有完善好,更多是臣服于大众媒体的兴趣点,导致外界只关注艺术事件而忽略了艺术本身,这是对艺术的伤害。”<sup>[17]</sup>应该反思到底是什么因素,让这个展览从每天数以百计的展览中脱颖而出,成为媒体议程,占据媒体有限的版面和公众有限的注意力资源。

当然,我们很难去探究大众媒体在报道这类艺术时的动机,到底是为了以争议性话题引发公众思考或者艺术界的反思,还是为了制造噱头、争夺眼球或者迎合某种低俗趣味?媒介的传播动机和传播效果之间。也并不存在简单的对应关系。公众面对这类新闻,到底是激发了关于艺术的思考,还是仅仅满足了娱乐心理和窥视欲?站在媒体的角度,也很难判断一个艺术行为或者艺术作品的创作动机是表达艺术观念,还是为了获得媒体传播而制造的艺术事件?为了媒体传播制造出来的艺术事件,是否一定没有报道的价值,还是要将某种意义上的光怪陆离认同为当代艺术的一部分?这些问题之所以难以回答,是因为它们根植于当代艺术本身的多义性、媒体的生存压力和市场策略,同时也根植于深层的社会文化心理和复杂的人性。

### 三 当代艺术新闻生产中的实践模式:呈现事实还是提供观点——基于两个大众媒体个案的分析

无论是媒体的角色定位还是新闻价值取向,最终都要通过具体的新闻操作手法来实现。《南方周末·文化版》和《东方早报·艺术评论》是在当代艺术报道领域最有影响力的大众媒体<sup>③</sup>,笔者将以二者为对象,从三个维度来考察它们所代表的当代艺术新闻报道中两种完全不同的实践模式:呈现事实和提供观点。

首先,从报道体裁上看,《南方周末》体裁相对单

一,以艺术家特写、深度访谈或者展览现场报道为主,一般而言,报道之间相对独立,彼此关联度弱;《东方早报》体裁多样,兼顾评论、专题策划和国外艺术新闻编译等,调查性报道是其重要特色。《东方早报》的艺术评论不同于专业艺术媒体上的艺术批评,具有很强的时效性和事件针对性,带有时评的性质。

其次,从写作主体上看,由于《南方周末》以狭义上的新闻为主体,所以写作者基本都是报社自己的采编团队,较为稳定,偶尔有“特约撰稿”;《东方早报·艺术评论》只有每期“专稿”(通常有4—7版,《艺术评论》每期共20版)由该刊记者采写,其他所有栏目(通常超过10版)都依靠读者来稿(包括约稿)<sup>④</sup>,当然,大部分稿件的来源并非普通读者,而是艺术界相关人士。

最后,从写作手法上来看,《南方周末》较常采用“华尔街日报体”写法,重讲故事的技巧,深入现场挖掘感性化细节,多用直接引语作为主标题或插图;《东方早报·艺术评论》的报道以“倒金字塔写法”居多,重挖掘背景、分析成因、提供解读,评论观点鲜明,文字具有煽动性。

提供观点这种新闻生产模式的主观性自不待言,争议也很大。不过,笔者认为,只要能兼顾争议双方的发言权,把大众媒体作为一个交锋平台而不是某一方的传声筒,媒体就应该免责。至于呈现事实,笔者倒是想赘言几句。呈现事实是新闻报道的诉求和本能,也是新闻专业主义对于新闻职业的基本要求。在一般人看来,似乎媒体只要对事实进行了客观报道,就尽到了媒体责任。个别事实和个体的深入刻画很容易带来现场感、真实感,但是它只能代表叙述技巧或者写作策略的高超。西方新闻界有句老话:事实是新闻记者的惯用伎俩<sup>[18]51</sup>。一方面,大部分读者对当代艺术的认知相当有限,因此艺术新闻报道除了报道事实还需呈现意义,提供语境。比如那台著名的制造粪便的机器“克娄阿卡”,公众最关心的并不是它如何运作、如何造粪,而是到底为什么它能被视为艺术、放在艺术馆展出,它生成的粪便为什么可以艺术品的身份出售?遗憾的是,《南方周末》告知了我们它的存在,甚至非常详细地描述了它的工作原理<sup>[19]</sup>;但是,公众的困惑分毫未减,报道看似深入,实则未能提供任何思考的切入点。不仅仅是“克娄阿卡”,曼佐尼的“艺术家之屎”、加西奥罗斯基的粪便“馅饼”,对这些“粪便艺术”到底应当作

何理解?另一方面,当代艺术生态过于复杂,用客观报道的标准一刀切,从传播效果的角度看,只会让读者云里雾里。当代艺术所面临的问题和提出的问题并不局限于专业领域或艺术世界内部,更何况,事实与价值须臾不可分离,客观报道所表明的事实判断必然包含着价值判断,记者所谓的超然最终在实践中不可能彻底排除价值或避开价值暗示。

此外,当代艺术作为一个专业化领域,记者对信源的依赖性很大。当记者需要寻求专家意见的时候,往往依赖的是某些特定的、熟悉的专家(即常规信源),这使得报道很容易形成一个较为固定的知情者地图。也就是说,某些常规信源(专家)会成为地图上更为重要的坐标而被记者过于频繁的征引,拥有了更大的话语权,那些不在主干道上的信源因为缺乏坐标性而被忽略。其后果,正如麦库姆斯所说的:“如果媒介仅仅传递其他个人或机构的议程的话,就不应该叫做议程设置,而应叫‘放大’或‘合法化’议程。”<sup>[20]96</sup>这导致与某些特定艺术群体形成价值同构而失去媒体的独立性。

#### 四 大众媒体当代艺术报道的核心:强化公共性

艺术新闻报道的问题在大部分情况下不是真假问题,因此新闻专业主义的理念和操作方法并不能有效解决大众传媒在当代艺术报道中面临的困境。那么,如何调整媒体的角度和位置?如何在阐释与评论、大众与专业、市场与学术中找到恰当的落点呢?

曾有论者指出,艺术报道应该有这样几个标准:坚守艺术理想、廓清艺术迷雾;保持专业的艺术水准;进行正确的舆论引导、提高大众艺术素养、满足大众平民化的艺术审美需求、增进大众与艺术的联系<sup>[21]</sup>。这些标准看上去言之有理,但是具体到新闻生产的操作中,我们不得不追问:到底什么是艺术理想?一个不可能达成共识的事物能成为标准吗?“艺术的迷雾”到底指的是内在于艺术作品的主题、形式、语言上的晦涩,还是艺术之外那些对艺术创作和艺术运作产生影响的看不见的环境?所谓专业的艺术水准是以全国美展为标尺,还是以卡塞尔文献展、威尼斯双年展为标尺?

#### 注释:

①北京《京华时报》主办《艺术品投资》周刊(2012年创刊)、《新京报》主办《新艺术》特刊(2013年创刊),上海《东方早报》主办

也许,只有接受一个多元混沌或曰分裂对立的艺术现状,放弃传统的本质主义诉求,才有可能呈现一个相对符合现实的当代艺术。所有寻求当代艺术本质的努力都是徒劳,正因为如此,当代艺术这个概念才被艺术界人士解读得四分五裂;而所有试图把某种个人之见形容为当代艺术本质的企图,都可能发展成为学术和艺术态度上的不宽容,每个艺术评论者的个人背景、视角眼界、写作风格都不同,无论从市场信息的角度还是从艺术风格、艺术史的角度来思考,都仅代表其个人的观点。在进行当代艺术报道时,很难以应然性标准来判断是强调艺术价值、从艺术本身出发更好,还是侧重从读者需求的角度来进行艺术知识普及或艺术投资分析更好。而且,无论是学术定位还是市场定位,都缺失了大众媒体的一个重要面向——公共性。

对大众媒体的当代艺术报道而言,最紧要的是强化自己的公共性,搭建一个公共交流的平台,促进艺术界内部、艺术界与大众、艺术界与其他领域其他学科的对话。除此之外,大众媒体可以尝试在客观报道的基础上,增加解释性报道和调查性报道,为公众增加一个艺术系统之外的第三人视角的参考。比如《东方早报》2012年做了一系列非常有影响的调查报道,以记者陆斯嘉所做的艺术品“查税门”调查为代表<sup>[22-24]</sup>。触及当代艺术圈极为敏感的避税潜规则,一时间各大报刊竞相转载,进口艺术品税率、税收监管、艺术品金融市场的管理等问题成为热门话题。艺术市场混乱、缺乏监管、各种机制不健全是众所周知的事实,因此关注艺术品市场的风险和问题(而不仅仅是价格)、探讨艺术品市场体系的建设,显然是具有公共价值的。

在一个信息资源如此丰富且易得的时代,大众媒体在信息发布的及时性、阐释的专业性上无法比肩艺术界人士的博客或者微博,公众了解当代艺术的途径越来越多,艺术界人士的自媒体化,使得关于展览信息、作品解读等方面的内容都更易获取,主流大众媒体要能真正产生影响力,严肃写作要能与其他新媒体渠道竞争读者,优势并不在于信息的迅捷和丰富,而在于以局外观察者的身份对信息进行整合和深度分析。

- 《艺术评论》周刊(2011年创刊),广州《信息时报》主办《艺术周刊》(2013年年末由原“艺术版”改版而来),其他地区还有《重庆晨报》主办《艺术周刊》(2012年创刊,2015年起更名《艺文志》)、《华商报》主办《艺术周刊》(2012年创刊)、《江南都市报》主办《艺术与市场》周刊(2012年创刊)等等,不一而足。
- ②大量论文和专著就如何界定“当代艺术”进行了探索,这也可以从侧面说明这个概念以及这个领域是如何的混沌。其中,比较有代表性的是汉斯·贝尔廷、阿瑟·丹托等人的研究。此外,国内学者也对此展开了很多讨论,除了各种中国现当代艺术史都要涉及之外,邱志杰、易英、吕澎、王瑞廷等都对当代艺术做出了各自的说明(参见:邱志杰《区分描述性概念和分期概念——中西语境中的“当代艺术”的概念考察》、易英《20世纪90年代艺术:理论的回顾》、吕澎《我们今天不能问“什么是艺术”》、王瑞廷《什么是中国当代艺术?》、沈伟《“当代艺术”在当代中国的含义》、王南溟《作为艺术史概念的“当代艺术”》等)。
- ③影响力很难量化,但是转载率可以作为一个指标。笔者多次尝试以不同的艺术展览和艺术新闻事件在四大门户网站和雅昌艺术网、99艺术网等专业艺术网站进行搜索,发现四大门户网站对这两家纸媒的当代艺术报道抓取率几乎是100%,远远高于其他媒体艺术新闻的转载率。《新京报·新艺术》特刊的转载率也很高,但是它仅仅开办1年后就停刊了,且已出13期的稿件质量良莠不齐。
- ④约稿大部分刊登在“专栏”和“三版”中。《东方早报·艺术评论》有自己的特约撰稿人,包括顾问委员会的何怀硕、许江等人以及被反对者称为“四人帮”(石建邦、朱其、江因风、闻松)的四位作者,其他特约撰稿人身份无法确定。但是据笔者统计,《东方早报·艺术评论》的作者非常多,并不局限于受到争议的几位特约撰稿人。

### 参考文献:

- [1]陈阳.新闻专业主义在当下中国的两种表现形态之比较——以《南方周末》和《财经》为个案[J].国际新闻界,2008,(8):65-69.
- [2]《国家艺术杂志》“创刊语”[N].新民晚报,2004-05-22(33).
- [3]《新京报·新艺术》“发刊词”[N].新京报,2013-05-08(C特2).
- [4]邱兵.三个承诺办好《艺术评论》[N].东方早报,2011-10-17(A1).
- [5]乐梦融.用行为艺术批评当代艺术——上海双年展中的晦涩难懂引发争议[N].新民晚报,2014-12-06(A13).
- [6]黄专.面对当代艺术,最重要的是观看自由[N].文汇报,2014-09-13(8).
- [7]张英.“现状”不算“美术史”[N].南方周末,2007-11-22(D21).
- [8]谭小荷.论中国当代艺术的媒介形象的建构——以《南方周末》为中心的考察[J].四川师范大学学报(社会科学版),2013,(2):163-171.
- [9]《看艺术》编辑部.艺术江湖之乱战上海滩——艺术圈为何谩骂不断[EB/OL].(2012-09-04)[2015-08-12].[http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_75d471f501019vg1.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_75d471f501019vg1.html).
- [10]BECKER H S. *Art Worlds* [M]. Berkeley: University of California Press, 1982.
- [11]殷曼婷.“艺术界”理论建构及其现代意义[M].北京:社会科学文献出版社,2009.
- [12]潘忠党.作为一种资源的“社会能见度”[J].郑州大学学报(哲学社会科学版),2003,(4):12-14.
- [13]沈语冰.作为社会现象的艺术——西方艺术社会史研究的变迁[N].中国社会科学报,2012-09-12(A8).
- [14]胡赳赳.当代艺术是看中国最好的角度[J].新周刊,2011,(352).
- [15]王岳川.当代传媒与艺术精神走向[J].美术观察,2003,(1):8-10.
- [16]何桂彦.艺术媒体如何关注前卫艺术?[N].中国文化教育报,2009-02-12(3).
- [17]尚睿,吉佳.当代艺术何去何从[N].北京青年报,2014-09-05(B11).
- [18][英]斯图亚特·艾伦.新闻文化[M].方洁等译.北京:北京大学出版社,2008.
- [19]李宏宇.2007年的第一泡尿[N].南方周末,2007-05-17(D28).
- [20]MCCOMBS M E, EINSIEDEL E, WEAVER D H. *Contemporary public opinion: Issue and the news* [M]. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1991.
- [21]赵志强.艺术报道:行走在“祛魅”与“赋魅”之间[J].新闻战线,2011,(6):83-85.
- [22]陆斯嘉.进口艺术品“查税门”调查[N].东方早报,2012-04-23(C12-13).
- [23]陆斯嘉.艺术品“查税门”升级,大佬纷纷被拘[N].东方早报,2012-05-21(C4).
- [24]陆斯嘉.“查税门”多米诺:被拘者增加,海关将回应[N].东方早报,2012-05-28(C10-11).