

论中国当代艺术媒介形象的建构

——以《南方周末》为中心的考察

谭小荷

(四川大学 文学与新闻学院, 成都 610064)

摘要: 艺术报道不仅仅传递着关于艺术的信息,也建构甚至定义了艺术的现实;不仅仅记录了艺术的今天,也塑造了艺术的历史。大众传媒限定了人们应当看见什么样的艺术以及如何看待艺术。《南方周末》当代艺术报道建构了中国当代艺术主流化、职业化和具有积极社会介入性的整体形象。这既是对中国当代艺术状况的反映,也体现了媒体对于中国当代艺术发展方向的应然性期待,更暗含着在新闻事实的选择、建构中对中国当代艺术的塑造。

关键词: 中国当代艺术;《南方周末》;媒介形象;建构

中图分类号: G206 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-5315(2013)02-0163-09

新世纪以来,随着中国当代艺术“墙外开花”,资本的热情、拍卖的天价、官方的“招安”,都给媒体提供了最大的兴奋点。一方面,中国当代艺术的强势存在感经由大众传媒的放大器转译为不争的事实;另一方面,当代艺术报道也慢慢成为大众传媒上的一种常规报道,通过这些报道,大众传媒将各种与当代艺术相关的词汇硬生生地塞进了我们的生活——从时尚杂志到财经新闻、从市民小报到文化报刊,中国当代艺术无处不在。可以说,当代艺术已经成为大众传媒的“拟态环境”中关于当代文化最鲜活的表征之一。然而,对大众来说,除了前卫、叛逆、资本、天价、惊世骇俗这些标签之外,当代艺术到底是什么?

笔者认为,当代艺术呈现给非艺术圈公众的形象,都是通过大众传媒建构的,大众所知的当代艺术只能是媒介真实中的状况。正如吴鸿所言,“传媒掌握了阐释生活和艺术的话语权。无论真实的艺术状况如何,至少人们了解到的艺术就是传媒‘构造’出来的”^{[1]112}。从这个意义上讲,艺术报道不仅仅传递

着关于艺术的信息,也建构甚至定义了艺术的现实;不仅仅记录了艺术的今天,也塑造了艺术的历史。因此,我们有必要提问:关于中国当代艺术,大众传媒建构的“二手现实”是怎样的?

回顾大众传媒与当代艺术的渊源,其肇始应追溯至1989年现代艺术大展。在此之前,传统艺术观和美学理论将艺术创作与艺术传播完全割裂,艺术媒体仅仅是作为探讨艺术作品技法、主题、立意的载体;而大众传媒,更是仅限于在文化休闲的版面上对经典艺术作一点知识性的普及介绍。1989年,现代艺术大展经历的2次闭馆、2声枪响,使当代艺术成为新闻事件,出现在《人民日报》、《光明日报》等大众媒体上。但此后关于中国当代艺术的报道又因为种种现实因素的制约沉寂数年,直至《中国青年报》报道北京圆明园画家村,才再次引发大批媒体对画家村的报道热潮,进而随着中国当代艺术在海外的成功而慢慢形成一种常规报道主题。

尽管当代艺术报道已经在大众媒体上渐成气候,但是对大众传媒与当代艺术相互关系的理论研

收稿日期:2012-07-04

作者简介:谭小荷(1983—),女,四川成都人,四川大学文学与新闻学院博士生,西南民族大学文学院教师。

究却一直停留在艺术圈内部。艺术评论家殷双喜于1989年在《美术》杂志第10期上发表的一篇题为《发展新闻艺术批评》的文章,是目前能够找到的最早的关于当代艺术与媒体的讨论,其中涉及到当代艺术批评和媒体的关系,但文章的落脚点还是着眼于如何建设好艺术批评。视野所及,真正可以称为国内第一篇以探讨大众传媒与当代艺术关系的文章发表于当年的中国美协内部刊物《美术家通讯》,该文论述《中国日报》这份中国官方唯一面向世界发行的英文报纸对中国当代艺术的国际推广曾经起到的重要作用。《中国日报》是英文报纸,读者是外国人,因此《中国日报》作为官方报纸为中国当代艺术登上国际舞台推波助澜的源动力来自展示中国国际形象的需要,正如文章作者张晓军所总结的:“外国人不会再惊讶中国的文化政策允许抽象艺术的存在。也不会再污蔑我们僵化和保守。”^[2]这篇文章的产生是当时美术界“团结一切可以团结的力量”为中国当代艺术推波助澜这一向心力的结果,文末作者的号召明确显示出这一目的:“为了使中国当代艺术家早日冲出亚洲,走向世界,无论当代艺术家还是美术理论家,都有责任重视这一宣传媒体,积极参与,密切合作。”^[2]不难发现,此文现实功利性极强,将之视为大众传媒与当代艺术关系的理论研究或学术探讨显然名实不符。

通过考察近20年的相关理论研究,笔者认为可归纳为如下几种研究路径。一是关注媒介形态变化催生的新当代艺术媒材和艺术形式,也就是关注所谓“架下”艺术尤其是新媒体艺术的实验,如张佰明的《论网络技术推动下的多媒体艺术走向》、孔新苗的《新媒体视觉文化与书画艺术》、马钦忠《当代视觉艺术对媒体的依赖》等。二是反思传媒时代大众传媒对流行文化与消费主义的助长、创造性被“复制”和“制作”所取代、艺术产业化市场化、当代艺术在消解经典的同时未能树立自己的明确形象而流于艺术深度的欠缺、艺术价值的阙如与艺术语言的空泛杂芜,其代表论述如王岳川《当代传媒与艺术精神走向》、黄丹麾《传媒与艺术的原创性》、鲁虹《现代传媒时代的文化消费与视觉转向》等。三是从社会学的角度研究当代艺术与社会、媒体的关系,强调当代艺术对社会的参与和介入,或者把社会学思想、传播理论思想纳入当代艺术批评的理论资源,如孙振华《1986和2004——从〈画刊〉的两个年份看艺术批评

的话语转化及当代艺术的社会学转型》、吴鸿《从“理想”的偏执到“时尚”的狂欢——中国当代艺术嬗变的社会文化分析》等。四是通过分析大众传媒与中国当代艺术的关系,提出作为艺术创作者在读图时代怎样进行创作这一问题,如刘明凤的《大众传媒与中国当代艺术》。

上述关于大众传媒与当代艺术的论文大都出自艺术界的研讨会而非“知网”,因此其立场都是以艺术界的视角展开的。如果以“当代艺术”和“传媒”(或“大众传媒”、“媒介”)为关键词搜索“知网”,几乎没有人讨论当代艺术的媒介形象或大众传媒如何塑造当代艺术的形象。在国内的新闻传播研究中,艺术新闻成为一片研究的“飞地”。

将视线转向国外,艺术新闻依然是一个很少研究者涉及的话题。John Ryan和Deborah A. Sim的论文《何时艺术成为新闻:电视新闻网中的艺术及艺术家的肖像》,是与本文研究思路最为相似的一篇文章,该文研究了以美国现代艺术家塞拉(Serra)的“倾斜之弧”(Tilted Arc)为代表的现代艺术在电视新闻报道中的呈现框架。该文采用内容分析方法统计出电视新闻网上视觉艺术报道的数量及类型,分析它们所采用的不同报道框架、架构这些框架的报道技巧及其对艺术界可能产生的影响,指出“新闻网通过一种非历史的、去语境化的态度报道现代艺术作品”,使现代艺术及艺术家面貌以一种反常规的、不严肃的框架呈现^[3]。这篇论文发表于1990年,时隔20年之后“现代艺术”已经换作“当代艺术”,其所处时代背景、社会环境等已经与当初大不相同,因此Ryan等人的结论也失去了在新的情境语境下的有效性。

因此,本文试图通过内容分析的方式,尽可能客观地呈现中国当代艺术厕身其中的大众媒介环境及其媒介镜像。基于这一目标,我们选择以《南方周末》为中心来考察当代艺术媒介形象的建构。这是源于《南方周末》在全国各大中城市具有很大的覆盖面和很强的影响力。据统计,“《南方周末》订户中93.8%是自费订阅,是全国自费订阅率最高的报纸之一。零售量占发行量的70%,走遍全国各地的报摊,都能见到《南方周末》报”^[4]⁴⁰。正如赵世龙所言,“《南方周末》在新闻类周报一枝独秀,迄今尚无直接的竞争对手”^[5]。同时,无论在学界还是业界,《南方周末》也被视为中国大陆新闻专业主义的标

杆——近年来几乎所有关于新闻专业主义的论文,尤其是个案分析,都将《南方周末》视为大陆目前最具有新闻专业主义特色的媒体。最具代表性的是陆晔和潘忠党的论文《成名的想象》,文中认为《南方周末》和《财经》体现了新闻专业主义的萌芽。陆晔在其《社会控制与自主性——新闻从业者工作满意度与角色冲突分析》一文中考察了新闻工作者心目中的理想媒体,亦得出结论:在媒体从业者心中,《南方周末》最大程度的体现了新闻专业主义理想^[6]。因此,《南方周末》的艺术报道对中国当代艺术形象的塑造,在非专业圈和专业圈中都有较大影响。

本文将研究对象的时间范围限定在 1999—2011 年。1998 年以前,《南方周末》对当代艺术的报道几乎为零,直到 1998 年 12 月 25 日,在年底总结性专题“中国艺术在 1998”中,策展人廖雯的《视觉艺术走向成熟》一文中第一次正式以“中国当代艺术”为名指称自 80 年代以来兴起的先锋艺术/实验艺术。本研究以一篇报道为基本分析单位。依据为有独立标题的、署名的访谈、特稿、评论、图片等。以 13 年间《南方周末》纸质版和电子版当代艺术报道的总和为总体,但是报道总篇幅(即包含图片在内)小于 1/8 版的不纳入内容分析。依此标准,最终得到 205 篇当代艺术报道。

一 《南方周末》艺术报道的数量与主题

《南方周末》对于艺术市场的反应非常灵敏。从报道总篇数的历时性变化来看,《南方周末》当代艺术报道篇数基本稳定在每年 15—20 篇之间(除了 2002 年的某些“客观因素”^①造成的特殊波谷)。如果把 1999—2003 年这一段时期《南方周末》对当代艺术的“前瞻性报道”(当时报道当代艺术的大众传媒还很少,并不像现在这样普遍)视为由编辑的个人口味主导带来的结果^②,那么 2004 年以后《南方周末》在报道篇数上的起伏变化几乎亦步亦趋地回应着中国当代艺术在市场上的走势^③,其被重视度同步于中国当代艺术在市场上的走势。从 2004 年开始,中国当代艺术在商业市场崭露头角,此后一路高歌猛进,2007—2008 年上半年达到井喷,其火爆吸引了各路媒体的聚光灯甚至成为街谈巷议的对象,但 2008 年下半年中国当代艺术在市场上遭遇“滑铁卢”,因此也带来了大量的反思、讨论,直到 2010 年中国当代艺术才慢慢在商业市场上回暖。反观《南方周末》的当代艺术报道,正是在 2008 年达到峰值,

2007 年和 2010 年次之。

表 1. 1999—2011 年《南方周末》典型当代艺术报道主题表

年份	联展及活动	艺术家及个展	综述及评论	艺术区	合计	
1999	3	8	2	0	13	
2000	5	4	0	0	9	
2001	2	0	0	0	2	
2002	8	8	2	1	19	
2003	10	2	2	2	16	
2004	10	4	1	0	15	
2005	7	7	2	0	16	
2006	7	5	2	0	14	
2007	4	9	5	3	21	
2008	2	12	14	0	28	
2009	5	5	4	0	14	
2010	8	12	1	0	21	
2011	3	12	2	0	17	
合计	篇数	74	88	37	6	205
	百分比	36.1%	42.9%	18.1%	2.9%	100%

在报道主题的选择上,《南方周末》倾向于“点”——即对个体艺术家的报道而非展示当代艺术整体之“面”。如果将报道频次和报道篇幅共同视为对一个报道主题的重视度,那么可以看到:在当代艺术领域,《南方周末》最为重视的报道主题是“中国当代艺术家及其个展”,其报道频次基本呈上升趋势,其报道篇幅在所有“大篇幅报道”中所占的比重也日益增大。同时,《南方周末》早期以联展为主要报道对象,2007 年以后则个展报道多于联展^④。

如果我们把新世纪伊始的几年视为中国当代艺术从海外转战回国并开始“起飞”的阶段,那么《南方周末》这几年大量的群展、联展报道既是对当代艺术整体上升趋势和迫切争取合法性的一种反映,也是对其的一种助推。由于当时的当代艺术在国内还处于尚未主流化的地位,单个的艺术家明星也还未大规模涌现,所以把“中国当代艺术”作为一个整体推出是合乎逻辑的。这有助于普及整个社会对“当代艺术”的认识,以当代艺术展览的公共性、频繁性和大众传媒对当代艺术作品的阐释使大众形成当代艺术并非“洪水猛兽”的概念。

随着在商业市场的崛起和在观念上的去意识形

态化,当代艺术打入主流,在艺术界乃至整个文化圈的“江湖地位”日益稳固,以整体的身份去争取其合法性的迫切性减弱了,艺术商业系统需要明星,因此一大批具有明星效应的艺术家应运而生。有的媒体追逐市场明星,有的媒体热衷“争议性”明星,有的媒体热衷本地明星,不管是哪一种,无可否认的是艺术家已经成为各类媒体的宠儿,艺术家明星化已经成为一个文化现象。对很多艺术家而言,这是好事,他们乐于现身媒体、也善于与媒体打交道,正如蔡国强早在2002年《南方周末》的专访表示的:当代艺术应该有明星制,“它(当代艺术)需要明星”^[7]。从某种意义上看,对当代艺术领域中功成名就者的报道实际上暗示了领域本身的既成状态——当代艺术的主流化已经成为成熟的历史事实。

二 《南方周末》艺术报道对中国当代艺术媒介形象的基本呈现

这一部分以当代艺术家、当代艺术展览和当代艺术作品为三个维度考察。其中,以当代艺术家为主要考察对象,如前所述,无论从历年的报道主题还是篇幅上看,这一维度都是居于首位的。

1. 中国代表性当代艺术家形象:生于20世纪五六十年代,参与或继承了“85运动”所开创的前卫艺术一脉,持有“海外”和“市场”的双重认证的成功男性艺术家,具有理性、职业、主流的特点。

表2. 1999—2011年《南方周末》
对中国当代艺术家的关注度排行

序号	姓名	专访/专题	文章篇幅 ≥1/2版	联展/群展 或综述/评论	加权后 总计
1	蔡国强	12(篇)×3	9(篇)×2	5(篇)×1	59
2	徐冰	11×3	4×2	4	45
3	何多苓	6×3	0	0	18
4	王广义	2×3	2×2	4	14
5	宋冬	2×3	1×2	5	13
5	黄永砵	2×3	1×2	5	13
5	方力钧	3×3	1×2	2	13
5	邱志杰	2×3	0	7	13
9	艾未未	3×3	0	3	12
10	陈丹青	3×3	1×2	0	11
10	张洵	2×3	2×2	1	11

说明:“专访/专题”类报道每篇权重值为3,“文章篇幅

≥1/2版”类报道每篇权重值为2,“联展/群展或综述/评论”类报道每篇权重值为1。

《南方周末》对于个别艺术家的关注度非常集中。13年来被《南方周末》以专题报道过的中国当代艺术家尽管一共有37位,但其报道篇数却有66%集中在12个人身上。通过对报道篇幅的综合以及对联展报道中加以介绍的艺术家进行加权处理的方式显示(详见表2),《南方周末》对中国当代艺术家关注度位列前10位的分别是:蔡国强、徐冰、何多苓、王广义、宋冬、黄永砵、方力钧、邱志杰、艾未未、陈丹青和张洵。

在年龄上,这些艺术家基本都出生于20世纪五六十年代(何多苓稍微大一点,出生于1948年)。年龄只能勾勒大致的艺术背景,所谓“第几代”艺术家的说法也向来颇多争议,不过我们基本可以这么认为:这些艺术家大都曾参与中国的现代艺术运动并成名于这场运动(无论是“星星美展”、“85新潮”,还是“89现代艺术大展”),尽管年龄上他们与陈逸飞、王沂东、杨飞云等人相近,然而后者秉承的是由1930年代出生的詹建俊、靳尚谊、朱乃正等艺术家所开创的写实派和学院派的衣钵并进而发展为80年代新古典主义画风。到90年代,由这种新古典主义与乡土现实主义、超现实主义结合所形成的国内艺术市场的主流风格,与之比肩而立的是“85运动”后由“墙外开花”转至墙内香的“前卫艺术”或曰“实验艺术”,而《南方周末》重视的则正是这一脉络上的主要艺术家。生于20世纪五六十年代的这些艺术家在艺术观念、艺术制作和艺术语言的表达上都已经十分成熟,在艺术市场上更是达致鼎盛,而70年代的后继者们无论在艺术经历还是艺术市场上的表现上都还尚显稚嫩。

在阶层上,这些艺术家都可以视为“上流社会”的一员,就连以物质主义著称的时尚杂志也对这些名流艺术家青眼有加。在《南方周末》这里,底层、贫苦绝对与当代艺术不沾边,所有被报道的当代艺术家都是市场的宠儿(无论这一点是否在报道中被明确提出),所有“适宜报道的”当代艺术家都是光鲜亮丽、温文尔雅的成功者,即使提到他们曾经贫困潦倒的过去,那也只是作为一种忆苦思甜或者作为成功榜样鼓励后辈的谈资。《南方周末》的视野从来没有关注到更广泛的未成名艺术工作者的生存状态^⑤。

从艺术家身份的确认证途上看,如果将西方、官

方和拍卖行视为三种可以提供艺术地位或艺术权威性的方式,那么,总体而言,《南方周末》历年所提及的当代艺术家的艺术价值或曰艺术地位的获得均以西方为主要参照系(如表3所示,“参加了西方的重要展览、获得西方的重要奖项或在西方高级别艺术馆/美术馆/博物馆中办展”或“作品被西方艺术界重要艺术机构或藏家收藏”都当属“以西方为参照系”),并对官方艺术家和学院派艺术家进行了系统性排斥。

表3. 1999—2011年《南方周末》“典型当代艺术报道”中对中国当代艺术家之重要性和代表性的说明

对艺术家“重要性”“代表性”的表述	提及次数	百分比
参加了西方的重要展览、获得西方的重要奖项或在西方高级别艺术馆/美术馆/博物馆中办展	34	34.7%
作品被西方艺术界重要艺术机构或藏家收藏	12	12.2%
参加了国内的重要展览、有作品成为中国艺术史上的经典之作或获得了国内的重要奖项	14	14.3%
获得了境内艺术机构或藏家的青睐	2	2.0%
拥有体制内的某种权威身份(如美协、画院、美院等的领导头衔)	2	2.0%
在销售或拍卖市场上获得高价	21	21.4%
其他(主要指“正当红”、“最知名”、“雅俗共赏”、“拥有广泛声誉等泛泛而谈的说法”)	13	13.3%

在性别上,纵观《南方周末》13年的当代艺术报道,提及中国当代女性艺术家(包括只涉及女性艺术家和男女艺术家都涉及的)的报道仅仅28篇,占总数的17.3%;如果只计算介绍女性艺术家的专题则整整13年间只有5篇,占总数3.1%(详见表4)。至于女性批评家,则仅仅在第一节“新星星艺术节”上出现了陆蓉之的名字,除此之外,女性批评家或者女性艺术家在《南方周末》上从未作为对当代艺术界或者当代艺术家发表第三方评论的信息源出现过。

表4. 1999—2011年《南方周末》报道中出现的中国男性艺术家和女性艺术家对比

年份	男性	女性	混合
1999	12	0	0
2000	6	0	2
2001	1	0	0
2002	11	0	1
2003	8	0	5
2004	9	0	3
2005	6	2	3
2006	5	2	1
2007	14	0	4
2008	23	0	1
2009	12	0	1
2010	12	0	2
2011	14	1	0
篇数总计	133	5	23
百分比	82.6%	3.1%	14.3%

说明:1.“混合”指的是在报道中出现的中国当代艺术家男性和女性都有(哪怕仅仅是出现名字而已)。2. 本项以“篇”为单位计数,如一篇报道中出现多位艺术家均为男性记为“1”。

结合报道中的具体内容还可以看到,在《南方周末》对于中国当代女性艺术家的报道中,女性艺术家被作为唯一主角进行专题报道的次数极少,对女性艺术家的访谈往往预设她们首先是生活中的女性,其次才是艺术中的女性;女性艺术家从来没有被系统地关注,在与男性艺术家共同举办的联展/群展中总是处于次要的地位。

综上,本研究认为,《南方周末》认可、推崇的艺术家是这样一群人:他们生于20世纪五六十年代,参与或继承了“85运动”所开创的前卫艺术一脉,持有“海外”和“市场”的双重认证的成功男性艺术家。

同时,他们的社会形象是理性化的,其艺术创作的性质也被定义为职业化的,是与其他社会职业没有本质区别的一种工作。这样,艺术家作为一名普通的,与文员、教师、工人、小老板一样的工作者,符合了社会主流对于职业的理解。他们不再是传统观念中那个反抗的、叛逆的、跟现实社会关系紧张的“异端”。对报道中的中国的当代艺术家而言,艺术不再是形而上理想的对象化,而是一种职业,甚至是

一种游戏,它无力也无意承担过于沉重的意识形态斗争,它要求介入社会,但不是以反抗者的面目,它有更多悠游其中的面向。正如蔡国强对《南方周末》记者说的:“不要把自己扮演成一个什么样的历史角色,拼命做一个反抗的角色,有些艺术家把自己工具化了,一会儿改造社会,一会儿要革命,艺术应该好好玩一玩。”^[7]

2. 中国当代艺术展览形象:合法、温和、主流化。

如果将当代艺术展览的展出场地和展览在展示艺术之外的其他功能视为检视展览的合法性与主流性的要素,那么可以看到所有被《南方周末》报道的当代艺术展览都是合法、温和、主流的。

一方面,从报道中所提及的展出场地看,62%的展览在公共特定展示场所进行(其中58%在中国境内,详见表5),能够被接纳到公共特定展示场所并顺利开展直至闭幕的展览都是具有合法性的;报道中在非特定公共场所进行的当代艺术展览或活动也没有形成不良的社会影响和舆论,更没有被取缔;至于那些非公开非特定、临时的展示场所更是少之又少,基本只出现在早期,且以厂房、库房为绝对主力(20世纪90年代末和21世纪早期这些后来成为著名艺术区的地方——如798——都还不是公开、特定的展示场所)。

表 5. 1999—2011 年《南方周末》报道中出现过的当代艺术展览的展示场所

被报道展览的展示场所	篇数总计	百分比
境内公共特定展示场所	87	58.0%
境内公共非特定展示场所	22	14.7%
境内非公共非特定展示场所	4	2.7%
境外公共特定展示场所	23	15.3%
境外公共非特定展示场所	6	4.0%
境外非公共非特定展示场所	0	0%
未说明	8	13.3%

说明:1. 公共特定展览场所包括各级官方、“半官方”美术馆、博物馆,私营盈利性或非盈利美术馆、商业画廊,大学和艺术院校附属美术馆。2. 公共非特定展览场所包括街道、公园、村庄、购物中心、酒吧、超市等。3. 非公共非特定展览场所包括所有所谓“地下”展示场所、私人住家、私人工作室、厂房、仓库等临时性甚至非法的展览场地。

另一方面,在《南方周末》所报道过的当代艺术展览中,有大量的展览具有纯粹艺术展示之外的很

正面很积极的意图(这些“意图”都是报道中有明确文字说明,详见表6)。一些当代艺术展览是政府行为,比如2002年山东栖霞市政府为当地苹果促销、吸引投资而举办的“苹果艺术节”;2004年被《南方周末》大规模报道的在法国举行的中国当代艺术展“里里外外”是中法文化交流年的中方项目;更有越来越多的以城市命名的双、三年展都是由当地政府扶持的“城市名片”,如2011年成都双年展就是由政府作为甲方出资和主导、用以打造城市文化形象的“城市营销手段”;一些以拍卖为目的的当代艺术展览更不会具有政治或者伦理上出格的可能。还有一些呼吁环保、纪念“9.11”或“非典”、干预自杀行为等吻合正面、积极的社会主流价值观的展览更加不涉及合法性问题。

表 6. 1999—2011 年《南方周末》报道中明确出现过的当代艺术展的展示意图

类别	意图类型	提及次数	总计
政府行为	对外文化交流或展示国家/地方形象或受邀于政府、由政府牵头组织	11	11
商业行为	兼及售卖(如私营盈利性商业画廊所举办的展览)	9	12
	作为其他行业用以“争夺眼球”的商业宣传之用	3	
社会行为	呼应或介入某种社会主题(如纪念“9.11”、“非典”、呼吁环保、干预自杀等)	9	16
	让艺术与公众、与日常生活发生关系/让艺术进入每个人的生活	7	
比较纯粹的艺术行为	未提及展示之外的其他目的(回顾展亦归此类)	75	82
	艺术评选、艺术竞赛	7	
其他		18	18

说明:1. 统计以展览为单位计数,而不是以报道篇数为单位。因此对于同一个展览所做的多视角采访组成的专题报道,在此只记为“1”;而如果一篇报道同时报道了两个展览则记为“2”。2. 所谓“政府行为”是一种狭义的所指,它并不包括仅仅借由国家美术馆进行展出的展览。因为即使是国家美术馆也是可以由艺术家自己出钱租借的,所以仅以展示场地在国家美术馆无法判定该展览是一次“政府行为”。

3. 中国当代艺术作品形象:介入社会的艺术。

在《南方周末》的报道中,通过选择凸显那些以

“大词”为主题的中国当代艺术作品和看似更具有参与性或互动性的装置等艺术形式,将中国当代艺术作品的典型特征归结为“社会介入性”。表7归纳了13年来《南方周末》上出现过的关于当代艺术作品的表述。统计显示,在以文字形式明确表述并可以归类的主题中,被报道最多的是“透视或纪念某些政治历史主题或事件”,占总额的17.7%;其次是两个并列的主题,各占11.4%,一个是“文化主题”,包括表现文化差异、文化冲突、文化交流乃至“反文化”的主题,另一个是“对当代社会、时代面貌、人的生存状态的观照和反思”;再次是表达“反讽、荒诞、好玩、恶搞”的主题。

表7. 1999—2011年《南方周末》报道中
主要涉及的当代艺术作品的主题

报道中明确指出的作品主题	提及次数	百分比
生死、灵肉	7	17.7%
反讽、荒诞、好玩、恶搞	18	10.3%
历史经验中的集体或个人记忆	5	2.9%
表达呼吁:环保、和平等等	10	5.7%
城市现代化建设、城市化进程、 城市与乡村	7	4.0%
文化主题:文化差异、冲突、 交流乃至“反文化”	20	11.4%
微叙事:个人情感的表达 或私人生活经验的展现	7	4.0%
透视或纪念某些政治历史主题或事件	31	17.7%
对当代社会、时代面貌、人的生存状态 的关照和反思	20	11.4%
对常规、常识、体制、权威等的 各种颠覆、挑战、反抗乃至“攻击”	11	6.3%
其他	39	22.3%

说明:1.“主题”指的是艺术家在作品中企图表现、传达和探讨的感受、观念,是一种精神指向,而非作品中的具象内容(如自画像、动植物、日用品这一类仅仅作为素材的内容)。同时,采用的是“显性编码”,即必须在文中出现明确文字表述才计入。2.本类目各项的划分与流派、风格没有关系。不同的流派、风格有可能借助不同的艺术表达形式表现相近的主题。比如“反讽、荒诞、好玩、恶搞”并不是“玩世现实”或“破皮主义”的专属,在2011年对何多苓大型个展的多篇报道中,也不断提到(包括艺术家自述)何多苓新近作品中所表现的“荒诞感”。

在《南方周末》塑造的形象中,这些当代艺术作品看似从主题上选择了诸如政治、历史这样的“大词”,而不是后现代所钟爱的艺术日常化、“近距离”与微叙事等,但如果仔细考察则会发现,对“大词”的选择是以解构“大词”为基点的。比如,蔡国强在不断坚持表达政治历史主题的时候,也在各种场合反复强调艺术应该是“游戏”、应该“好好玩一玩”。同时,“非架上”的艺术形式也在《南方周末》的报道中显示出了在主题和内容上与社会现实更高的相关性,因此也成为《南方周末》更为推崇的一种艺术形式。尽管架上绘画在《南方周末》的报道中仍然是一种主要的艺术形式,但是关于它们的话题常常伴生于拍卖、“天价”等等商业背景;而以装置、行为等为主业艺术家和“非架上”艺术作品则常常以更“纯粹”的艺术面貌出现。

《南方周末》上的当代艺术报道强调中国当代艺术在主题和内容上的社会介入性,即当代艺术对于社会问题的反思、审视、参与、介入乃至干预;但是往往忽视当代艺术作为社会存在的属性。在后一种视角下,当代艺术本身即构成了一个极具社会性的“艺术界”,这个艺术界内部以及它与社会其他领域千丝万缕的联系都具有和反映着各种社会问题,它本身不能以“艺术”之名而具有某种游离于社会文化现象之外的超然性,也不能以“艺术的独立价值”为名回避其与法律、社会伦理等方面的冲突,更不能拥有只对社会文化现象加以审视、批判而不被作为社会文化现象被批评的权力。

三 结论及反思:大众传媒当代艺术形象建构应注意的问题

现代生活的媒介化已经成为人们的切身感受和学界共识。大众传媒本身及其所提供的信息,重组了现代人的生活方式,设定了人们的感知阈限,更对我们生存其中的世界作出了带有它独特印记的描述。大众传媒的主要产品——新闻,作为一种公共性的存在,在很大程度上建构起我们认识世界的基础框架。从这个角度看,大众传媒限定了人们应当看见什么样的艺术以及如何看待艺术,它在事实上把持了艺术通向大众、甚至通向艺术史的要津,可以说,无论是认识当代艺术,还是书写当代艺术史,观照大众传媒中的当代艺术形象乃是一种重要的视角。

正如盖伊·塔奇曼那段关于新闻建构性的经典

描述:

新闻是人们了解世界的窗口。……但是,跟任何用以描绘世界的框架一样,新闻这个框架本身也有自己的问题。窗口展示的视野取决于窗口的大小、窗格的多少、窗玻璃的明暗以及窗户的朝向是迎着街面还是对着后院。这个视野还取决于视点的位置,比如是远点还是近点、是歪着脖子看还是脑袋向前伸展,或者是侧着身使眼睛跟开窗的这面墙平行。^{[8]30}

因此,我们有必要提问:面向公众的大众传媒(区别于以业内人士为受众的专业艺术媒体)如何勾勒中国当代艺术的面孔?如何在复杂而庞大的当代艺术江湖中选择性地为某些艺术家提供更多的展示平台?如何为公众建构起关于中国当代艺术的社会话语系统?如何为当代艺术勾勒出它的现状、价值与问题?本研究的企图便是立足于《南方周末》这扇窗,审视以之为代表、为标杆的大众传媒为中国当代艺术投射的光线、勾勒的形象。

如前所述,《南方周末》当代艺术报道建构了中国当代艺术主流化、职业化和具有积极社会介入性的整体形象。这既是对中国当代艺术状况的反映,也体现了媒体对于中国当代艺术发展方向的应然性期待,更暗含着在新闻事实的选择、剪裁、建构中对中国当代艺术的塑造。

与其他报道领域相比,当代艺术报道有其特殊性。首先,当代艺术报道的专业性很强,对报道者的专业知识有较高的要求。其次,当代艺术报道的报道者和受众,存在着信息、知识上的不平等,传媒掌握了阐释艺术的话语权,大众所知的当代艺术只能是“媒介真实”中的状况。最后,当代艺术领域本身鱼龙混杂、泥沙俱下,报道什么、以什么立场报道,都将对大众形成价值判断的引领,其影响甚至扩散至艺术界,波及艺术场内文化资本的分布。囿于篇幅,本文仅仅对《南方周末》当代艺术报道呈现了怎样的中国当代艺术形象做了一个基础性的描述,而未能将《南方周末》的偏向性陈述部分进一步展开,这种偏向未必来自刻意的偏见、扭曲,但却能揭示某些更为深刻的意涵。因此,我们对于《南方周末》所建构的这样一种中国当代艺术的媒介形象应当警惕的是如下几个问题。

第一,从知识社会学的角度看,大众传媒在合法化机制运作中的核心作用不容忽视。彼得·伯格和

托马斯·卢克曼的经典表述值得重温:“认知到合法化既有认知因素也有规范因素很重要。换句话说,合法化并不只是一些与‘价值’有关的事物。它也是一种‘知识’。”^{[9]77} 进而言之,在合法化的过程中,“知识”优先于“价值”,而“知识”又必然建基于“事实”。故而,大众传媒以其作为传播事实的(然而并非透明的)“中介”获得了最高的阐释合法性,它被视为自外于任何的一家之言,仅仅如其所是地呈现事物本来的面貌。因此,当大众传媒,尤其是一个具有公信力和影响力的精英化大众传媒在表述“当代艺术就是这样”、“这就是我们时代的艺术”或者“这就是艺术”的时候,这些被表述的事实通常不会被视为一种基于价值判断的选择性陈述。在披上了“事实如此”的外衣之后,当代艺术作为一个整体性的专业领域成功树立起它的严格边界,使得大众仍然是大众,艺术仍然是艺术,并且由于后者是内行才懂的“飞地”,前者只能以后者为引领者并服从于后者在专业领域的各种价值判断。

第二,由于大众传媒所不可避免的选择性——在有限的版面报道无限多的对象和事实——因而大众传媒的新闻报道必然是对一些对象和事实的凸显以及对另一些对象和事实的遮蔽。新闻报道中任何合法性框架的呈现,都是事实拣选和意义锚定的结果。一方面,通过对当代艺术价值的甄别取舍,《南方周末》建构起一幅特定的“中国当代艺术地图”,在这个地图上,某些特定的对象和事实成为当代艺术的合法代表,进而加深了文化资本的不平衡和话语权的平等,这些被选择性呈现的对象和事实藉此打开进入社会主流话语系统和艺术史的通道。从这个角度讲,大众传媒也在某种程度上介入了学术,因为学术观念的散播和被认同以及学术领域的权威性,在一定程度上都越发有赖于大众传媒的“显著性”呈现。

第三,尽管《南方周末》强调报道的细节真实,但要警惕走向另一个极端,即堆砌个别事实,却没有透彻的思想和整体性的视野。正如前面统计数据所显示的,《南方周末》注重人物报道的精雕细刻,在报道的频次和篇幅上都以中国当代艺术家特写或其个展报道为最甚。在浩如汪洋的当代艺术家及其个展中进行选择,一方面导致了更大的偏向性的可能;另一方面,这种看似灰而深的报道,却又并非以“呈现意义”为基本诉求,其“深入”仅仅是指对于细节的挖掘

而非带有问题意识的深入探究。这些针对中国当代艺术家个体的人物报道很少将关注点放到诸如当代艺术的整体生态这样更大的语境中,而更多地指向艺术家对于艺术作品或艺术观念的阐释或某次具体展览的现场感的呈现。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。当代艺术报道应该避免盲人摸象、将“个别真实”的展现纳入“整体真实”的视野,并以清晰的“问题意识”贯穿始终。报道事实还需呈现意义,如果缺乏语境、缺乏问题意识,那么越“客观”的再现某些事实,也许就离大众传媒对社会的“瞭望”期待越远。

注释:

- ①2001年初,文化部针对一些极端的当代艺术展览出台了《关于坚决制止以“艺术”的名义表演或展示血腥残暴淫秽场面的通知》,因此2002年大众传媒上对当代艺术的报道锐减。
- ②此时段《南方周末》“艺术”版主编为诗人杨子,其对中国当代艺术的支持态度可以说开启了《南方周末》对当代艺术的报道之门。
- ③但这与《南方周末》对当代艺术的报道倾向没有关系,并不指市场越好,报道越正面。这里的意思是,《南方周末》报道当代艺术篇数的多少与中国当代艺术在市场上表现的突出程度成正比,这个“突出”既包括特别出众也包括特别糟糕。
- ④1999年是一个例外,原因在于当时的《南方周末》还在沿用约稿和发表自撰稿的制度,艺术版面上的绝大部分文章都不是由《南方周末》的专职记者采写。该年的当代艺术报道大都出自后来成为画廊老板的黄燎原之手,因此这些文章可能充满个人口味的取舍,甚至可能有对朋友的“友情赞助”,从新闻报道的角度看,谈不上客观和专业,也无法代表《南方周末》。
- ⑤比如对于每年从大肆扩招的美术院校纯艺术系毕业的学生而言,他们中的一大半都无法签约画廊,这些没有签约的毕业生将面临没有团队捧、也没有策展人推的窘境,他们要么返乡另谋出路,要么成为“北漂”、“黄漂”、“X漂”。学表演的“北漂”通过跑龙套为生,学艺术的“北漂”通过给艺术家打工或绘制“行画”为生,成为地地道道的“艺术农民工”。

参考文献:

- [1]吴鸿.消费传媒与体验生活[C]//许静涛,徐沛君.传媒与当代艺术.南昌:江西美术出版社,2009.
- [2]张晓军.《中国日报》与中国画家[J].美术家通讯,1992,(6).
- [3]John Ryan, Deborah A. Sim. When Art Becomes News: Portrayals of Art and Artists on Network Television News[J]. *Social Forces*, 1990, 68(3):869-889.
- [4]孙燕君.报业中国[M].北京:中国三峡出版社,2002.
- [5]赵世龙.《新周报》的办报理念与总体定位[EB/OL].(2011-05-11).[2011-11-03].<http://wenku.baidu.com/view/5005f3136edb6f1aff001f3d.html>.
- [6]陆晔.社会控制与自主性——新闻从业者工作满意度与角色冲突分析[J].现代传播,2004,(6).
- [7]朱强,朴抱一.蔡国强:一个光明磊落的阴谋[N].南方周末,2002-02-21.
- [8](美)盖伊·塔奇曼.做新闻[M].麻争旗,刘笑盈,徐扬译.北京:华夏出版社,2008.
- [9](美)彼得·伯格,托马斯·卢克曼.现实的社会构建[M].汪涌译.北京:北京大学出版社,2009.

[责任编辑:唐 普]