



在公众中成长：特纳奖与媒体 GROWING UP IN PUBLIC: THE TURNER PRIZE AND THE MEDIA

□ 迈克尔·布雷斯韦尔 Michal Bracewell 翻译：白晓宇 Translated Bai Xiaoyu

If contemporary art is seen to threaten, amuse, exasperate or offend, then it is within the chilly shadow of such disdain that the Turner Prize, Britain's best-known award to a visual artist, has managed not merely to survive but to flourish.

如果当代艺术曾经一度被视为威胁、消遣、愤怒或者冒犯的话，那么，正是在这种阴影之下，特纳奖——这个英国颁发给视觉艺术家的著名奖项，被经营得并非只是一个荣耀的头衔，而是代表了当代艺术的某种未来指向。事实上，特纳奖最值得我们尊重的地方，或许是它已经建立了自我的权威性，即使在它最备受争议的时候。

回顾特纳奖的历史，最重要的其实就是它的批判性——这是艺术被评论必须具备的方式，也是我们用来描述和讨论艺术的基本语言。正是基于这种批判精神，贯穿在特纳奖从诞生到现在一个从未间断过的主题就是：当代艺术应该如何对自己负责？

无论是被提名的艺术家还是最后获奖的幸运儿，特纳奖以那些充满了不断幻化的不可预知性，向我们讲述了当代艺术的行进历程。与此同时，它积极的与媒体合作，利用大众传媒的影响力来树立自己在公众中的形象，并最终成功地成为文化关注的焦点。在当代艺术的版图中，确立了自身无可替代的位置。

上个世纪80年代中期，当马尔科姆·默勒成为第一届特纳奖的首位获奖者时，英国的整个当代艺术界都为之震动了——无论是个人、媒体还是艺术机构，都把这在1984年横空出世的奖项和这位艺术家归结到“异类”的范畴，抱着排斥和怀疑的态度来看待。但是，当他们被媒体的镁光灯紧紧聚焦、成为新闻热点的所在时，英国所有的艺术家——可能除了大卫·霍克尼之外——都不能不承认：马尔科姆·默勒已经是一个名人了。

曾经有很长一段时间，艺术媒体与公众之间是有距离的——这些在今天号称“无冕之王”的传播载体，在变成21世纪整个社会结构中如此受欢迎的角色之前，走过了漫长的道路。而在这个过程中，当代艺术已经慢慢得到了认可，前卫的艺术形式和传播它们的媒体紧密地联系在一起，并日益成为一股鲜活的力量。但是，从整个文化的进程来看，当代艺术仍然深陷在自己的狭隘圈子中，它们往往很难被公众真正的理解。而这个原因归根结底，在于艺术家和当代

文化之间，很难产生广泛的对话和交流。

幸运的是，我们遇到了一个英国文化传媒大变革的时代——在这样的时代背景下，特纳奖的诞生就在文化形态上变得具有可行性。依托媒体的传播和记载，它成为当代艺术的见证者，我们从中也看到了艺术传媒——一个新的亚文化媒体的突然扩张。

1977年，当英国广播电视公司在夏季举办的周年庆祝活动的热潮中，封杀了手枪乐队的《上帝拯救女王》时，我们就已经可以清晰的感受到：当代文化已经展现出了一种新的现象，而它们需要从新的视角来剖析。由于报纸、杂志……这些新兴的媒体，对上个世纪末成长起来的年轻一代呈现出无限的吸引力和影响力，媒体自身要求变革的内需越发明显——它们需要紧随时代的步伐，这样才能更加获得受众的青睐。

在文化需求因素的作用下，艺术传媒一方面紧扣时尚的脉搏，把观察的触角放在对潮流的把握上；另一方面，对一种正在形成的街头时尚、流行文化，又保持着一定的距离，依然希望能从自身的专业角度，找到文化上的学术定位。1980年，当受青年人追捧的《i-D》杂志第一次发行时，还专门发表了一条这样的社论：“我们需要做出一项声明，那就是拒绝对潮流和时尚的模仿，我们要找到属于自己的身份证”。而这个新兴媒体的核心，则是在一个传媒抬头的时代，去把握各种各样的视觉文化的有效性，以及它们之间的细微差别。艺术狂热者的自我娱乐，到了80后一代人的手中，已经通过年轻人的街头风格日益演变成为一种新的突变——那就是朋克的诞生，这不仅仅意味着一个大胆的艺术风格诞生了，更预示着一一种新的文化现象正在形成。基于社会和时代背景的改变，这一代年轻人天生就对媒体驾轻就熟，他们擅长于在各类流畅的阅读中去追求视觉上的匹配。流行文化的力量，正在媒体的日益发展中进一步彰显。

正是基于这样的语境，19世纪80年代上半期，英国的媒体被要求更多地反映文化变换中的现状，无论是大众传媒还是艺术媒体，都是如此。因为只有这样，才能让它们进一步获得受众的喜爱，争取到更多的读者。而在1895年，什么样的创造性活动，将更加有力地表达关于现代世界的经验呢？是蒙德里安的一幅抽象绘画？是吉尔伯特与乔治绘制的一幅广阔的宇宙图？是史密斯乐队的一张新唱片？是一则聪明的电视广告？或者是城里一幢新办公楼的设计？……这样的问题或许都不是新问题，但提问的方式以及即将揭晓的答案，预示着这将是一个重要的时代转折点。

有一个有趣的例子：1984年11月10日，英国《卫报》以：获得特纳奖“只是证实了在纽约艺术界持续不断的文化主导地位”，这样一条无关痛痒的新闻，敷衍了事的打发马尔科姆·默勒；而当天的头号亮点新闻则是：《弗兰克去了好莱坞》——这是一个由流行音乐记者保罗·默勒创造的新闻卖点，它实际上也没有什么文化价值，但它是与时尚和流行文化紧密相关，所以具有商业上成功的可能性。而这就是我们的时代趋势。

特纳奖也曾经一度被指控犯有两项罪过：一是展示了类似于好莱坞电影业的自我庆贺；另一个是通过特定的过程来挑选艺术家并决定最后的胜利者，从而使诋毁了神圣的艺术。但是，这并没有阻碍特纳奖的继续，因为无论是艺术世界和媒体，都在时代的前进中照常运营。

最终，正是艺术发展与艺术批判之间的碰撞，让媒体与大众、与大众的流行文化之间，必须保持距离。1991年7月10日，英国一个大型的电视直播节目——《艺术就是死亡》正在热播，英国《太阳报》也发表了一篇社论回应到：“现代艺术是一场文化灾难”，其中一名叫Muriel Gray的记者，更试图以一个电视骗局的方式来证明现代艺术和其支持者——媒体，都犯有欺诈罪。有趣的是他最初制定这个方案的动机——制作人似乎有一个愿望，那就是以此来揭露：当代艺术的评价标准和语言，和媒体的传播一样，似乎都是虚假的。特纳奖也难逃这样的厄运——艺术家接受提名，无疑将获得展示自己的舞台，但是为了捕捉媒体的曝光率，他们难免陷入媒体的圈套。最后，似乎人们对媒体报道本身的舆论，远远超过了对于艺术本身的关注。

今天，在经历了一段令人惊讶的文化变革后，特纳奖已经日趋成熟。这个过程是伴随着传播和媒体的兴起而展开的。如今，文化现象被识别、分析、协调、商品化、转化为公众可以接收到信息……这个过程已经大大缩短。特纳奖也是如此，它从1984年创建以来，就和媒体一起成长，特纳在今天传递给我们的信息，同样难逃上述的情况。好在它一直受到人们的尊重——这或许也要感谢媒体的力量。单是这一点也许值得我们鼓掌庆祝了。

All images provided by the Tate Gallery



#1-2 追溯 装置3 (三) 马尔科姆·默勒 (Malcolm Morley) (1984年特纳奖获奖艺术家)
#3 假如拥有你 影像 2003 达伦·艾蒙德 (Darren Almond) (2005年特纳奖入围艺术家)