



1. “快与慢·2020《画刊》封面计划”广州美术学院美术馆展览现场

## 艺术的杂志与杂志的艺术

——围绕《画刊》封面计划展开的讨论

Art Magazine and the Art of Magazine—Discussion on Art Monthly Cover Project

王志亮 Wang Zhiliang

**摘要：**本文从“封面的价值判断功能与商业广告”“反映和推动艺术变革的杂志封面”“由‘媒介即讯息’到‘杂志即艺术’”三条线索，分别以美国《艺术论坛》和《十月》杂志、中国《美术》杂志和《画刊》杂志的封面为例，阐述在不同语境、不同时期下艺术杂志封面的价值判断和意义，以及由“封面计划”带来的新的发展方向。

**关键词：**艺术杂志，媒介，封面计划

**Abstract:** From three clues of "the value judgment function of magazine cover and commercial advertising" "the magazine cover that reflects and promotes artistic reformation", and "from 'media is information' to 'magazine is art'", this article takes the covers of *Art Forum* and *October* magazine in the United States, China's *Art Magazine*, *Art Monthly* as examples, to explain the value judgment and significance of art magazine covers in different contexts and different periods, as well as the new direction brought about by cover project.

**Keywords:** art magazine, media, cover project

2018年《画刊》主编孟尧在策划封面计划时，应该只是为2019杂志创刊45周年做的一次特别活动，没想到这个项目从一个周年庆典，一直持续到今天，成为《画刊》转型升级的标志。从艺术类杂志来看，《画刊》封面计划已让杂志本身成为这个领域的变革先锋。该计划处于艺术杂志、艺术批评和当代艺术相互关系的谱系之中，推动了《画刊》作为一本传统纸媒本身的艺术化转型。

### 历史 I：封面的价值判断功能与商业广告

艺术类杂志的封面是个特殊的存在，它除了具有一般杂志封面的描述功能外，更具有某种价值判断功能，尤其是那些与当代艺术界联系紧密的杂志。往往我们拿起一本杂志，封面——无论是图像、文字还是图像文字混编——首先展示它的描述功能，即杂志本身的身份描述，杂志内容的概括性描述。杂志封面的这一功能具有普遍性，不因杂志内容和封面设计的差异而改变。艺术杂志关注艺术家、艺术事件和艺术作品，这让它具有了价值判断功能。此功能不仅与杂志封面的图像选择有关，而且涉及杂志的其他一切图像资源。我们也可以说，杂志封面是一本艺术类杂志展示自己立场的前沿阵地，是它做出自己价值判断的关键一击。

当然，所谓“前沿阵地”和“关键一击”这类赋予艺术类杂志的属性，更多是一种宏观的理论假设。但具体到每本杂志，每个历史时期，封面的这类功能就显示出诸多差异。或许只有那些关注当代的艺术类杂志，封面的选择才会真正具有价值判断的属性，而这一价值判断属性的强弱，往往与艺术批评发挥作用的强弱密切相关，同时也受制于艺术杂志背后的出版商和管理者。

恰恰是因为艺术杂志具有的这类价值判断功能，再加上媒介本身的传播属性，商业因素和意识形态往往会汇集到一本艺术杂志的封面及其内页的插图之中。《艺术论坛》是我们都非常熟悉的一本美国艺术类杂志。20世纪60年到70年代，该杂志正在经历学术影响力上的好光景。1971约翰·科普兰（John Coplans）开始担任杂志主编时，就曾被告知杂志封面的重要性。有人告诉科普兰，《艺术论坛》选择哪位艺术家的作品做封面，这位艺术家的代理画廊就会接到很多询问作品价格的电话。科普兰也曾爆

料，他曾被艺术家在大街上质问，其作品何时才能登上杂志封面。这些趣闻也从一定程度上说明，《艺术论坛》的封面在某种程度上发挥了艺术批评的价值判断功能，而且可以影响到艺术作品的交换价值。由于科普兰太过看重杂志的批评属性，总是认为《艺术论坛》应该对重要的艺术发表意见，尤其是那些还没被关注的艺术作品。这种过强的批判属性或许触犯了杂志背后的赞助商，导致他在1976年被出版商查理斯·考尔斯（Charles Cowles）解聘。关于其中原因的一个版本是说，杂志赞助商和画商卢卡斯·萨马拉斯（Lucas Smaras）自己承认，他才是迫使科普兰被解雇的那个人。当然，无论是萨马拉斯还是考尔斯，两位都是纽约的艺术商人，他们终究不愿看到一本锋芒毕露的杂志。也可能正是因为这个原因，科普兰离职后，《艺术论坛》立马转向报道和评论新兴的新表现主义绘画——这是一个在商业上一直成功到20世纪80年中期的陈旧艺术形式。

在科普兰担任主编期刊，1974年11月刊的《艺术论坛》刊发了琳达·本格里斯（Lynda Benglis）的广告作品，从而导致次年罗莎琳·克劳斯和安妮特·迈克金森（Annette Michelson）离开编辑团队，在1976年成立《十月》杂志。《十月》杂志以素净的封面回应了她们认为泛商业化的《艺术论坛》，封面上除了黑色文字，就是白底色。这本杂志就像是一位纯粹的现代主义者，以全然抽象的画面回击了媚俗的图像。《十月》的创新，正如他们的编辑自己所言，是最大限度突出了批评文本和作者的重要性，降低了图片和作品地位。我们现在可以说，这是另一种奥卡姆剃刀——“如无必要，勿加图片”。充满悖论的是，正是这样一本削弱图像地位的杂志，却对接下来美国产生的“图像一代”艺术家和图像理论做出了巨大的学术贡献。因此，《十月》杂志削弱图像，不是学术层面的，而是仅就杂志编辑本身而言的举动。

《十月》杂志的封面放弃图像，但却没有放弃价值判断。她们列出了每期的作者和文章信息，用文字把自己的判断放在这本杂志的前沿阵地。《十月》封面全然拒绝图像，就像20世纪70年代语言&艺术小组将艺术回归概念以反对图像一样，我们现在也

可以将这本杂志称之为“杂志化的概念艺术”。这样的概念化操作，让《十月》封闭了与画廊之间的信息交换渠道，再加之文章理论化造成的阅读障碍，《十月》最终成为一种高级现代主义。出于理论情怀和反商业的现代主义冲动，《十月》做出了最决绝的姿态，封面就是她的一面旗帜。但在传媒巨变的今天，《十月》模式不再有效。

### 历史 II：反映和推动艺术变革的杂志封面

杂志封面的价值判断功能并非在任何时代都能产生效力，它与艺术杂志这一传媒本身的发展密切相关。如果说美国当代艺术杂志的影响力发生在20世纪60年代中期到80年代，那么，在中国只能把高峰定义在80年代——这是中国所有当代艺术研究者的共识。我们在这里仅仅来看一下封面选择与艺术变革之间的关系。众所周知，《美术》杂志在20世纪80年代具有强大的话语影响力，1981年第一期《美术》杂志封面刊登了罗中立的《父亲》，将乡土艺术的影响力推向顶峰，也掀起了关于该作品价值问题的“二邵之争”。在这个过程中，封面所扮演的角色相对于艺术事件而言，具有滞后性，杂志封面所起到的作用，更多的是反映，因为价值判断已经在青年美展的活动中完成。

《美术》在1985年以后的编辑工作中采取执行编辑负责制，每期的执行编辑对杂志内容全权负责，因此由一些青年编辑执编的选题就特别激进，这类倾向性在杂志封面刊登的作品中一目了然。《美术》杂志1985年9月刊详细报道和呈现了浙江美术学院毕业展引起的争论，当时由耿建翌《灯光下的两个人》为代表的冷漠画风备受争议，作品既没有得到公开展览的承认，也未得到学院的充分肯定，一切都悬而未决。《美术》能够全面报道这场争论，也要得益于当时青年编辑唐庆年的决断，但当时的封面作品并没有呼应内页争议的内容。这种情况在高名潞执编的第10期杂志中有了彻底改观。这期杂志聚焦当代美术思潮的转向，其中高名潞在文章《三个层次的比较》中，以四川美术学院的毕业作品为例，呼应了浙江美术学院的争论。他认为1981级的新一代艺术家们的作品在观众看来，确实是冷漠的，自私的，神秘的，是不能被理解的。

封面是价值判断的最直接展示，高名



2-3. “快与慢·2020《画刊》封面计划”广州美术学院美术馆展览现场

路选取了成肖玉的油画《东方》作为第10期杂志的封面。该作品画面简洁，整体的神秘感、冷漠感与《灯光下的两个人》如出一辙，画面主要呈现没有五官的大众，骑着自行车从远处向观众走来，背后是一片荒原和一个炙热黄色的星球。据说这期杂志出刊后，因为封面有着丑化东方人的隐喻而被勒

令停发。无论如何，《美术》与《东方》的结合，无疑在宣告一场艺术变革的到来。但是，从今天的角度看，这其中的趣味更多是高名潞作为一名艺术批评家的个人选择，而不是《美术》的整体意志。

《灯光下的两个人》和《东方》所代表的风格，后来被高名潞称之为“理性绘

画”。这类风格的作品在1986年逐渐成为青年艺术家创作的重要风格特征之一。《美术》在1986年针对杂志封面进行了改版，其中封面作品由原来的半个版面改为整版，这样更加突出了作品的重要性。在这一年的12期刊物中，唐庆年、高名潞和王小箭执编的几期杂志封面，都选择了理性绘画这一风格的作品，例如第2期宋陵的《遥感》，第7期张建君《人类和他们的钟》和第12期丁方《原创精神的启示》等。自1985年下半年开始，《美术》杂志的封面图像和“85青年美术思潮”的发展密切联系在了一起，前者肯定着这类作品的价值，而且进一步推动了新潮美术的发展。

#### 封面计划：由“媒介即讯息”到“杂志即艺术”

在2019年《画刊》成立45周年之际，艺术类杂志也早已处于一个历史拐角之中，这个历史拐角具体来说便是传统艺术纸媒在整个当代艺术界已经变得不再重要，它与艺术批评的式微同步而行。这一现实境况可以具体描述为：在当代艺术界，艺术杂志的价值判断功能不再发挥作用；因为信息接收方式的变化，杂志无法满足读者及时接收艺术讯息的需求；在一个双年展、博览会和美术馆构成的封闭结构内，当代艺术难以形成某种思潮，而杂志则更是无法推动某种艺术思潮的形成和发展。因此，像《艺术论坛》和《美术》等杂志占有较强话语权的时代已经过去，类似《十月》这样走向极端学院化、学术化的当代艺术理论杂志在国内虽有尝试，但终未持续下来。

《画刊》的封面计划正是应对上述基本现实境况的产物。所有艺术类杂志，我们都可以称之为艺术的杂志，因为杂志和艺术总是处于一种二元分离的关系，即便是在话语力量全盛时期的《艺术论坛》《十月》《美术》《美术思潮》《江苏画刊》，它们也不过是承载艺术的媒介，而不是艺术本身，只是在那个时期的媒介和艺术关系中，媒介具有决定性作用。如果说麦克卢汉的“媒介即讯息”论断是让我们把研究的重点从内容转移到媒介本身，那么我们也可以说，那个时期的《艺术论坛》等杂志让我们看到了“媒介决定讯息”的局面。

今天我们要看到的《画刊》封面计划完全不同，它既不单是讯息，也不单是媒介，

它真正在物质层面上实现了“媒介”和“讯息”的融合。麦克卢汉的判断是一个口号，让我们给予媒介足够的关注，但媒介和讯息依然是不可分离的两个方面。可是，在《画刊》封面计划中，讯息可以替换为艺术，而媒介则可以替换为杂志，所以“媒介即信息”在这里可以描述为“杂志即艺术”。怎么理解“杂志即艺术”这个论断呢？这个论断并不像“媒介即讯息”一样，是一个普遍适用的观察方法。“杂志即艺术”是《画刊》封面计划的结果，具体是说《画刊》通过封面计划，使自己变成了艺术作品本身，而不再是仅仅传递图像信息的媒介。因此，在这种情况下，《画刊》便具有了两种属性，一是艺术作品属性，二是媒介属性。

当杂志转身为艺术作品本身，这其中最有意思的便是，《画刊》的艺术作品属性又在消解它的传统媒介属性。传统艺术纸媒即便话语力量再强大，它终究不过是依赖复制工具，把一张作品的副本传递给读者，其最终结果依然是本雅明称之为“灵韵”消失后的机械复制品。而《画刊》封面计划则从根本上颠倒了媒介与艺术作品之间的复制关系，让媒介成为艺术作品的“此时此地”。但是，仅让封面作为一个平面成为“此时此地”的艺术作品，这似乎不是《画刊》封面计划策划者的最终目的，他的终极目的更激进。通过进入实体的美术馆展厅，杂志封面最终逃离了媒介，成为占据物理空间的艺术作品。因此，我们也可以把《画刊》封面计划看作一次逃离杂志媒介属性的出走事件。

《画刊》封面计划在艺术上的谱系可以追溯到20世纪的新前卫艺术。美国观念艺术家丹·格雷厄姆（Dan Graham）在1966年和1967年创做了一系列基于艺术杂志的作品。他认为杂志是这些作品最佳的展示场所，这样作品就不再受制于一般的艺术体制，最大限度地让作品流通起来。例如他在1966年创作的《美国家园》，以照片和文字的形式分别发表在《艺术杂志》的两期刊物中。按照美国批评家本雅明·布赫洛的判断，格雷厄姆作为新前卫的代表，将作品直接投入媒介的流通领域，构成一种抵抗文化工业的策略。继格雷厄姆的尝试之后，1974年艺术家在琳达·本格里斯通过广告付费的方式，在《艺术论坛》发表了一张作品照片，被称为“本格里斯广告”。

本格里斯这件全身赤裸的照片激怒了杂志编辑，如克劳斯·迈克尔森、马克思·科兹洛夫（Max Kozloff）、劳伦斯·阿洛维（Lawrence Alloway）、约瑟夫·马谢克（Joseph Masheck）。该照片也让杂志的读者感到极大不适。本格里斯和格雷厄姆的作品具有一个共同点，即杂志成为作品的“此时此地”，作品介入并干扰了杂志的生产和流通体制。

《画刊》封面计划沿着观念艺术的底层逻辑，进一步推进了艺术作品和杂志之间的互动关系。本格里斯和格雷厄姆主动介入艺术杂志，甚至挑战艺术杂志的底线，在这之中，艺术家占据主动，杂志不过是被动的接受者。在《画刊》封面计划中，策划者孟尧作为杂志的主编，从根本上颠倒了这一主动和被动的关系。杂志主动邀请艺术家，在这个过程中，杂志封面成为艺术创作的材料和问题出发点。孟尧把2020年的封面计划确定为“快与慢”，于是所有邀请参与封面计划的12位艺术家都要针对该主题构思作品。一方面是共同的主题，另一方面是杂志封面，这两个因素把艺术作品和杂志捆绑在一起，杂志于是主动变身为艺术。

最终，我认为《画刊》封面计划成败的关键在于，这样一个策划方案是否能够得到相应艺术作品的支持。封面计划将杂志转变为艺术，成为艺术作品的“此时此地”，这就要求参与该计划的艺术家不能仅仅复制一件已有作品，简单地把作品照片放大为杂志封面，如果这样，作品依然不过是杂志的插图，杂志的转型必定失败。在2020年的12期封面计划中，大部分艺术家都回应了封面的特殊性，制作了只有在封面的“此时此地”得以呈现的作品。2020年新冠疫情席卷全球，改变了每个人的日常生活，“快与慢”的主题也正好回应了特殊时期的社会变化。12位艺术家对这次专题的回应出奇的一致，他们都不约而同地选择了“慢”，这也正是新冠疫情给加速社会造成的主要变化。

黄一山根据疫情期间常见的符号制作了一款真实的消消乐游戏。连连看和消消乐是我们日常生活中用来打发时间常用的方式，但因疫情困于家中，大部分人无事可做，游戏似乎成了日常。《画刊》封面呈现了这款游戏的基本符号，它们都是一些我们在疫情期间常见的标志，如医院、心电图、

药片、哨子、护目镜、病毒等。扫描封面上的二维码，读者就可以真正玩一把消消乐。借由艺术家的这款《抗疫消消乐》，《画刊》对于读者来说，真正具有了使用价值。还有几位艺术家追溯某一段记忆或历史，以此来回应疫情之下的“慢”，并通过封面为媒介传递出来。华茂一楼小组用了一张简简单单的照片，回到自己“有梦宾馆”项目的最初源头；邢万和把“无为”二字翻译为各种语言，并配上相应的图像做成《画刊》封面，而且提示读者可以剪下来，做成手工艺品。这些文字和图像既回应了道家的修行特征，又追忆了新加坡的“无为”系列行为艺术展；张小涛《燃烧的尘埃……》则利用一页肖像和文字拼贴的印刷品，怀念自己的德国朋友雷德·施耐肯伯；胡尹萍的《你舅妈叫什么名字？》，用一个疑问句和一张退回历史中的模糊照片，引导读者进入自己的记忆深处。

上面这些作品无疑都因《画刊》封面而生，而且离开封面，它们将丢失大部分意义。因此，《画刊》也借助这些作品，把作为媒介的杂志直接艺术化了。基于封面，更直接的指涉可能不是外在的，而是指向杂志作为媒介本身。在应歆珣的《“天鹅绒”计划——景观疗养院》作品中，“景观疗养院”直指媒介作为景观制造者的属性。刊登在杂志封面的绿色仿天鹅绒锦旗，在读者的阅读中与杂志本身形成反讽式的话语回路。

正是每期封面艺术家与杂志的紧密合作，才使《画刊》封面得以完成和继续，可能也正是因为此，策划者孟尧总是得意地说，“《画刊》与当代艺术的创作者有着最紧密的关系”。其实，《画刊》因为封面计划，它不仅与当代艺术创作者，而且与当代艺术的实体展示空间也建立了最紧密联系。总之，从传统纸媒，到艺术作品，再到展示空间，《画刊》的转型创新已经站在了这个时代艺术体制变革的最前沿。

艺术纸媒的黄昏早已到来，我们距离它彻底的涅槃再生还会远吗？

作者简介：

王志亮，中国人民大学哲学博士，美国匹兹堡大学建筑与艺术史系访问学者，现工作于河北大学艺术学院，副教授，硕士生导师，艺术学理论系副主任。