

#1

大浪淘沙后，留下的都是精华 ——浅谈艺术媒体发展之路

Waves Washing Away the Sand, with Remains of Elite
——Talking about Art Media's Evolutionary Road

郭映娜 Guo Yingna

摘要：近几年，随着网络的发展，越来越多的媒体开始转向网络和新媒体开发。而数家传统优秀纸媒的相继停刊，让人不禁发出“纸媒的冬天已到来”的感叹。作者从事艺术媒体行业多年，从网络媒体转行到更为传统的纸质媒体，作为《绝对艺术》的负责人，作者对各种形式的艺术媒体有着深刻、全面的了解，对于艺术媒体的发展，阐述了自己的观点。

关键词：艺术媒体，纸质媒体，网络媒体

Abstract: In the recent years, a greater number of media have transited to network and new media, due to the development of Internet, with the contrast to the collapse of several traditional print media, therefore, “The winter of print media has come,” people said with a sigh. The writer has already worked in the industry of media for several years, from online media to traditional print media, also, as a person in charge of *Absolute*, she expressed her view on the development of art media, with the knowledge of various art media.

Keywords: Art media, Print media, Online media

1
欧阳苏龙
光的形状
雕塑
110×180×150cm
玻璃钢
2011

谈及艺术行业媒体之发展历程，可从本人的从业经历说起。自大学毕业至今，我一直从事于艺术传媒行业，在 8 年的时间里，经历了从纸媒到网媒，再由网媒到纸媒的过程。

在这 8 年里，亲身历经了纸媒与网媒的兴衰，媒体行业在很大程度上受到我们所处时代的影响，移动互联网等高新技术的出现，彻底改变了人们的日常生活，尤其进入 2000 年以后，几乎每天都是日新月异，甚至是瞬息万变的。就传媒行业发展的情况来看，由手机、平板电脑等移动电子设备端衍生出的新媒体与自媒体，使作为传统媒体的报刊业受到不小的冲击，就连网络媒体也受其影响，也因此有很多人将网络媒体也划分到传统媒体中。面对此种情境，纸媒与网媒又该何去何从？而艺术行业的纸媒与网媒又该何去何从？这就是我们在此要讨论的话题。

如何在竞争中求生存？

中国最早的艺术媒体始于上世纪 80 年代，当时主要以纸媒为主，且多为学术刊物，不涉及任何商业信息。随着科技的发展，在 2000 年前后开始兴起艺术网络媒体；2009 年出现的新浪微博对艺术媒体也产生了不小的影响；2011 年微信以及 APP 等移动端应用软件的出现，更是彻底改变了整个传媒行业的格局，由此而衍生出的自媒体盛行，各家艺术媒体开始经营微信公众号或是开发 APP 端，也有很多个人纷纷注册微信公众号，开始拥有自己的发声平台，从此，迎来了“自媒体时代”。（由于艺术行业媒体中并无电视、广播媒体门类，因此在此文中未提及）

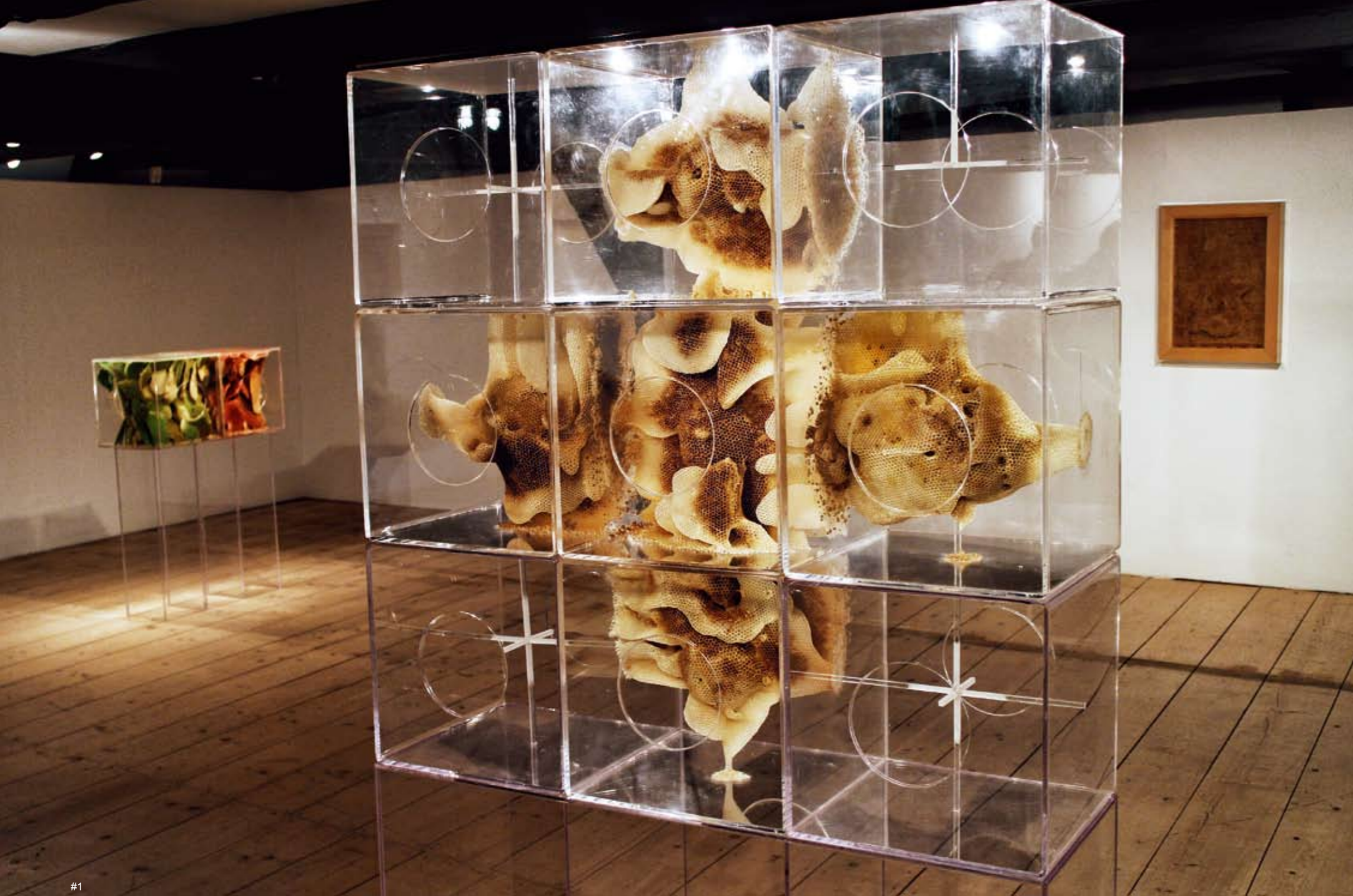
事实上，艺术媒体的发展主要受艺术品市场发展状况影响。当艺术市场火爆时，艺术媒体的数量就开始增多，尤其在 2006 年

至 2008 年，当代艺术发展蓬勃之时，大大小小的艺术类纸媒加起来有 40 余家之多！当艺术市场遇冷之时，有很多纸媒不敌寒风，迅速被淘汰。而艺术市场的发展主要受到经济大环境的影响，在经济领域里，艺术只是很小的一部分，加上艺术本身就属于小众门类，因此，艺术媒体想做大，难矣！艺术市场最繁荣的那几年已然过去，艺术媒体也就没有再出现过高峰期。

应该说任何一种新事物的出现，都会对旧事物产生影响，在网媒兴起之时，很多人认为网络媒体会逐渐取代纸媒，而事实上，网媒确实在一段时间内，对纸媒的发展产生了很大影响，尤其对报媒的冲击最大。当下的年轻人都讲求快节奏，追求高效率，没有人会去买份报纸来读，报纸的读者群被局限于 60 岁以上的老年群体中。但就是在这种冲击之下，报媒开始探索出路，各大报业开始衍生出电子报纸，而杂志开始衍生出电子杂志。只有在压力下才能求新求变，各家媒体都不再是单一的经营模式，如不少纸媒同时也做网站，或是利用微信公众平台等，而网媒也都纷纷连结手机移动端，解决阅读渠道等问题，都在多条腿走路，以此缓解生存压力。

正视自身优劣，内容精良才是王道

媒体作为新闻、事件的传播者，需要有自己的态度，把握正确的舆论导向。由于社会结构的复杂性，导致各种媒体类型的受众群体从年龄层到行业领域都不尽相同，说到底，媒体还是应该明确自身的定位、方向，如果定位不明确，势必会迅速被时代的巨浪所吞没。无论哪一种媒体，内容的精良一定是首要前提，如果内容不精彩，就不会有读者群体。就内容而言，各类型的媒体都有各自的优势与劣势。



#1



#2



#3

网络媒体的传播速度快，时效性强，但多数网站都以转载为主，鲜少生产原创稿件，尤其是门户网站，都是大量转载纸刊的原创稿件。此外，很多网媒喜欢搞“标题党”，以此来吸引眼球，博取点击量，很多新媒体与自媒体也同样存在这样的问题，经常先用标题把读者骗进来，为了点击量可以不顾信息的真实与可靠性，失去了大众对于媒体的公信力。对于自媒体来说，微信朋友圈的出现表面上是直接有效的传播、推广渠道，但实际上把信息渠道越做越窄，只能局限于小圈

子。与网媒相比，纸媒最大的特点就是生产原创内容，每期都会精心策划选题，进行深度而全面的报道与解析，设计与排版的美观也是赢得读者的重要条件。但现在纸媒最大的问题是广告太多，使读者越来越反感，因此失去了很多读者群。此外，纸媒的传播速度较慢，实效性不及网媒也是不能回避的，毕竟现在是一个讲求时效的时代，但熊掌与鱼翅不可兼得，就像熬汤需慢火，时间不够营养就出不来一样，能坐下来看杂志和报纸的人不是为了追求时效性，而是为了汲取

1
任日
元塑II系列
goslar个展现场
2016年第一届艺术媒体提名展《绝对艺术》提名作品

2-3
任日
元塑方案
香港个展现场
2016年第一届艺术媒体提名展《绝对艺术》提名作品

营养。从读者和大众的角度来看，媒体种类繁多，他们的可选择性就更多，对于他们来说是好事，但注重时效性的媒体就如同快餐，快餐吃多了会缺乏营养，而纸媒就像是营养餐，读者是需要补充营养的，因此，内容精良是为王道。

在我看来，网络媒体时代也好，新媒体、自媒体时代也罢，都是时代发展的必然结果。单就纸媒而言，就如电子书出现后，很多人依然没有褪去对纸质书籍的购买力一般，纸媒始终具有它的不可替代性。随着时代的发

展，出现越来越多的媒体类型，无疑对纸媒是很大的冲击，但我相信，只要内容做得好，定位明确，独树一帜，无论是哪一种媒体传播方式，都会占有一席之地。就如同国外一位资深媒体人说的那样，“没有传统媒体与新媒体之分，只有好坏媒体之分。”因此，在众多媒体中能够坚持10年以上屹立不倒的媒体，都是大浪淘沙后，留下来的精华！