艺术世界 2016年6月308 期

我们很清楚艺术媒体正在经历一场互联网背景下的媒体革命，这一全新的时代呼吁的是分享，是互动，是人性化，是平台的叠加，是成为他人的资源，这种信念驱策着“艺术自媒体”专题的诞生。在专题中我们不仅将公开对8 家不同类型的中国艺术自媒体的数据调研与访谈，分析艺术自媒体的模式、特征，也将对互联网思维、影响力制造策略、粉丝心理等介于社会学、传播学、心理学、营销学的知识提供入门参考，希望每一位参与艺术自媒体的策划者、传播者、体验者都由此探知快意的根源

顾爷：看不懂艺术有什么关系，我们还是可以愉快地聊天

平台：微博、微信订阅号

专业指数：3星

大众指数：5星

特色：针对普通人的兴趣聊艺术，随意友好

粉丝量：150万+

周发布频次：3次

平均阅读量：10万+

起步时间：2013年7月

目前团队人数：9人

发展目标：全方位介入艺术

收益：用艺术打广告，为艺术打广告；出版

子七 | 采访、文

古野文化|图片提供

杨默，女编辑，过去编图书，现在编微信。她曾是《小顾聊绘画》的图书编辑，谁知道合作之后，她就被顾爷拐带走了，目前的工作基本是给顾爷添堵，工作前景不错，梦想着把艺术变成全民大事。她和顾爷是那种能互相说污言秽语开玩笑的朋友。据她描述，顾爷在日常生活中一样是个发型蓬乱和好笑的人，与他书里呈现的样子不太一样，但差得不太多。对于顾爷，她是真爱，以至于在喜欢上顾爷的表达方式之后，她给自己做简历都采用长图文。在她看来，艺术的逼格很高，但姑爷的姿态很低，与这样的人聊艺术，艺术会显得友好，或许这就是顾爷走红的秘密。

**ArtWorld：你大概是从什么时候开始关注到顾爷，又是从哪里关注到顾爷的？**

杨默：第一次发现小顾，是看了我男朋友转给我的一篇微博，2013年8月6日发布的，内容是讲伦勃朗，当时我正在做一本关于伦勃朗的书，正在搜集相关的资料。看完长图文，觉得写得实在精彩，然后往上翻了他的前几篇内容，看完莫奈这篇，就马上疯狂私信。中午先发了一封，没反应。等到傍晚快下班之前，忍不住又发了一封。然后就联系上了。

**ArtWorld：看到顾爷写的艺术长微博，你最大的感受是？你觉得网友为什么喜欢顾爷？**

杨默：最大的感受是马上就不困了。我猜网友喜欢他第一是新鲜吧，从来没有人用这么随意的画风聊艺术；再就是让读者觉得很友好，腰弯得够低，就好像我坐在轮椅上，你没有让我仰头看你，而是蹲下来和我说话，我觉得你真挺够意思的。

**ArtWorld：其实，在图书市场上，艺术普及和通俗读物有很多，是什么促使你出版顾爷的艺术长微博？**

因为当时的艺术普及不普及，通俗读物也不通俗……

**ArtWorld：作为一名图书编辑，你当时给顾爷及这本书的定位是？**

杨默：中国本土第一本艺术入门普及读物，新新人类的艺术入门《圣经》之类的吧。

**ArtWorld：《小顾聊绘画》里的文字会突然放大，变换色彩，加粗；图片上会修改，会加上yy的对话框……书里保持这种微博呈现效果的原因？你觉得这种效果好吗？你怎么看待这种微博新媒体形式对于纸质书造成的影响？**

杨默：原因是，这种版式是作者创作的一部分，是文字的延续。我一直认为小顾不是传统的通过文字来描述的作者，而是用图文版式的推进变化来叙述内容的，文字大小和色彩的变化、艺术图片的适时植入，这些都带着情绪和态度，是内容的一部分，也是吸引你读下去的点。

在一些编辑、读者、设计师看来，这样排序凌乱又Low（我知道很多人是这么认为），但是对于另一些人来说，正因为有这样的形式，他们才能认真地读完这些内容并确实有所收获。所以，对于能接受这种形式的读者来说，效果是非常好的。但对于某些对于纸质书的传统有自己的要求和理解的人来说，效果应该很糟糕吧，这种花俏反而阻碍了他们的购买和阅读。

而我非常感谢这种形式啊……用图文共同叙事的设计、简单易懂的语言来讲述一些高深晦涩的知识或者经常被人们遗忘的内容。在小顾之后，我看到很多类似的网络作者在借鉴这样的方式讲故事（之前也有，但是之后更多），从这些文章的阅读量上看，我觉得肯定有很多人从中受益。在一些传统出版人的眼中，这样的形式有损书籍的质感，但是，在现阶段，广大的人民群众因为这样的形式有机会阅读他们以前并不在乎的内容，这真的很棒。当他们在不断的积累中逐渐看清事物的本来面目，他们就会慢慢地对这种形式“免疫”（也许是嫌弃），进而追求更深度的东西，那个时候，应该又会有新的形式出现吧。

**ArtWorld：从微博到纸质书，载体变换了，对作者是不是也提出新的要求了？**

杨默：提了，让他一定要注重一些基本版式的设置要统一，比如行间距、字号都要变化得有规律。不能再像网络排版一样，随随便便的了（认真脸）。

**ArtWorld：出版之初，对《小顾聊绘画》的市场前景有过预期吗？目前这个系列销售情况如何？**

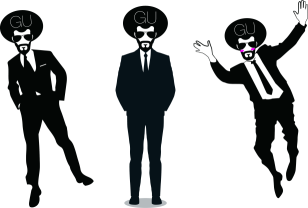
杨默：我当时觉得肯定能卖到3、4万册（一直做不畅销的书已经习惯那种穷酸的估算了……），结果到现在已经卖到差不多25万了。

**ArtWorld：书出版之后，业界的反响怎么样？**

杨默：整个业界，说实话不是很清楚，因为我当时做这书的时候入行才不到两年，认识的人也不多。但是在单位里反响挺大的，因为大家都问我要书看（之前从来没有过的待遇啊），有的说要自己看提高一下艺术素养的，有的说要推荐给作者的，还有的说自己的孩子特别喜欢问我下一本什么时候出的……（每次有人和我说这个，我就会哭笑不得地建议他孩子还是少看这类书吧，感觉有些内容不是很健康……）

**ArtWorld：在你看来，这么来聊艺术，好处在什么地方，有没有相应的缺陷？**

杨默：好处就是对一般平民非常友好，对于一个没有特别大的欲望去了解艺术的人来说，他也有可能因为好玩有趣而把内容看完，说不定就会因此喜欢上艺术，想要了解更多。缺陷当然也显而易见……小时候经常有人教育我言多必失，让我少说话，但是在写文章聊一些艺术、社会、人文的问题时，往往是“言少必失”……一些“阅读G点”往往是托了解读有限的内容和有选择性地暴露信息的福（这不是小顾的独创，这是一种绝大多数信息制造者和传播者使用的创作手法），加上毕竟是高度个人化的观点和态度，难免具有一些娱乐导向性。

****

顾孟劼有许多花名，你可以叫他小顾，顾爷，也可以叫他姑爷。作为网红界最能聊艺术的，艺术圈最接地气的人，顾爷从微薄横空出世以后，就马不停蹄地出书，开淘宝店，做文化公司，推广和普及艺术的同时，也让自己变得多金。就像每一个获得成功的人一样，顾爷也不清楚老天为什么眷顾自己。但好在他不装，一点也不介意自爆短板，他说在澳洲呆了十年，英语会话依旧有障碍（但即便用英语聊天，想必他也会比一般人顺溜）；2010年开微博是因为在国外上班闲的；自己社交网络成瘾，经常请求他人偷窥，他也不介意承认自己贪图名利，一本正经拿艺术挣钱。对他而言，艺术是兴趣，能把兴趣变成工作，何乐而不为呢？

**ArtWorld：其实在绘画之前，你也写过生活，工作，设计，也受到一部分人的追捧，但公众的反响远不如小顾聊绘画，你觉得这是什么道理？**

顾孟劼：我曾经画过漫画，但发现自己画得不是很好，那时想而且哪怕画得好又怎么样，还不是在一个小圈子里自嗨？还不如做一些让大家都感兴趣的事情呢。这是我开始写《小顾聊绘画》的初心。最早这些内容放在微博上，那时更新频次很高，一个礼拜会更新好多次，也受大家欢迎。我自己兴致也很浓厚，特别当一觉醒来，我的微博上了热搜，打败了汪峰以后。

**ArtWorld：是艺术本身有魅力，还是你在这个写作的过程中慢慢调整了自己的表达方式？**

顾孟劼：这我不好说，真讲起来会显得我很自恋。毕竟艺术的历史那么长，我的历史那么短。艺术有许多人谈论，我只不过是站在我的角度去谈论。当然我也收到批评了，中央电视台不是说我总是讲一些艺术花边新闻，毒害青少年，但很奇怪，我的这本书又得了最佳童书奖项，好像又适合儿童去读，当然啦，我不觉得它适合儿童阅读。一开始我是在找那些对艺术感兴趣的人，到现在是慢慢让不感兴趣的人产生兴趣，这还蛮有意思的。

**ArtWorld：在你聊过的这些内容中，你觉得最成功的是？**

顾孟劼：有些内容的转发率会很高，例如“一句话看懂XX”之类的；我也尝试过深入聊，比如丢勒，我甚至会试着解开丢勒的密码，但这部分内容反而看的人比较少，而会看的人或许就是真正对艺术感兴趣的人。

**ArtWorld：通常创作一条内容，你需要查多少资料？有没有什么必备的工具书？**

顾孟劼：这个“多少”怎么来定义呢？书、纪录片、网上资料，我都会查。其实，我也是透过主流途径了解艺术的，比如BBC的纪录片和维基百科。事实上，我聊到的那些内容并不是特别古奥的知识，圈内人一眼就能知道我在写什么。

**ArtWorld：在这些资料中，一般哪些会成为你的“谈资”？**

顾孟劼：艺术家的人生，艺术圈的八卦，艺术品的价值以及经济价值……大概这些也就是普通人会感兴趣的内容。看见一件艺术品，我们通常会好奇些什么呢？无非两点，一是这件艺术品真的还是假的？除此以外就是这件艺术品值多少钱？所以我就围绕这样一些话题来写。我觉得现在中国的整个艺术氛围，还处在一种“到此一游”的状态，离“深度游”还有一段距离，更远远没有达到消费艺术品的阶段，甚至也还没有到消费衍生品的阶段。目前，我们的状态是什么呢？是看到一件艺术品，然后发出“哇”的感叹的阶段；是跑去看莫奈展，然后拍照发朋友圈的阶段。

**ArtWorld：美术史中重要的艺术家和作品那么多，你怎么来挑选要聊的对象？**

顾孟劼：最重要的标准就是我感兴趣。现在大家看到我聊的比较多的是印象派，那是因为我想把这一块聊透。文艺复兴、拉斐尔前派、现代艺术，包括一些我看过的展览，像上海正在展出的埃利亚松，这些我都在写，只是还没发表或出书。我不是什么科班出身的专家，我只是一名艺术爱好者，所以我的口味和大家的口味比较相似。

**ArtWorld：为什么用爆炸头作为顾爷的Logo？**

顾孟劼：因为爆炸头能塞下“GU”这两个字母啊。

**ArtWorld：从顾孟劼到“顾爷”，你放大了哪些自身特征，又舍弃了哪些特征？**

顾孟劼：我问过很多身边的朋友，第一次见到我会不会失望，他们通常会把“顾爷”想象成一个高瘦大叔，结果完全不是嘛，我就是一个丢在大街上你完全认不出来的路人。但“顾爷”说话的方式应该就是我平时说话的方式，只不过我也担心会被吐槽，所以有些不适宜大众传播的言谈我会回避。

**ArtWorld：微博是你的起点，之后你出书，现在你也经营微信公号，从微博到书到微信，这个传播介质的改变，会对你的创作造成影响吗？**

顾孟劼：多少会有一点吧。写微博、做公众号与写书不一样，在微信、微博上，我可以根据大家的反应对内容进行调整，比如说，我之前在公众号上更新拉斐尔前派，大家好像不是很感兴趣，后来就放了大家更感兴趣的日本艺术，但这不意味着关于拉斐尔前派我就不写了，只不过我不放在公众号上公开了，可能以后我会整理进书里。

**ArtWorld：我看你写的东西，有时候会凸显某类关键词或者句子，而这些词句往往比较博人眼球，关于这个做法你怎么考虑的？**

顾孟劼：我原本是做平面设计的，所以很自然地想到要用加粗或变换字体颜色的方法去凸显我想要凸显的东西。但其实，比起那些所谓博人眼球的字眼、词句的内容，我所想要强调的是聊天当中在某个时刻的语气，因为字面阅读很难让人体会到语气，而聊天嘛，要有语气才生动啊。

**ArtWorld：你现在好像不仅聊艺术，也聊展览，聊旅行，聊星座，聊神话……话题越来越多，但聊的方式好像没有变，这给我的感觉好像是加工的流水线已经有了，随着不同的原料投入，就能生产出不同的产品？**

顾孟劼：这些话题还是围绕艺术展开的，聊星座和神话是为了让大家了解艺术背后的故事，而聊旅行是因为有些时候，艺术不能与那个产生它的环境分开，只有带大家体验那个特殊的环境，大家才会对艺术有感觉。至于我在写的时候，其实很少理性地去分析，还是处于一种感性的状态。我知道网上有很多教大家如何写长图文的教程，什么时候该放大，什么时候插图之类的，只是我不是这么做的。那么，既然这种表达方式成功了，你就不会想要丢掉它，这就好比周星驰不会去拍成龙的电影。当然啦，你也会想要尝试其他的方式，但你不会丢掉已有的方式。



陈阿花，《小顾聊神话》

**ArtWorld：在创作的过程中，对自己的受众有过期待和分析吗？**

顾孟劼：这当然，后台也都有数据。我的受众基本上是20-35岁的年轻人，学生和白领居多，女生占绝大多数。我猜想他们都是一群向往美好生活的人。

**ArtWorld：网上也有人拿你做研究对象，认为你是文案写作的范例，你的成功是有迹可循的，可以复制的，你自己怎么看？**

顾孟劼：完全有可能。当一个事物“火”了以后，人们才会去分析，但你分析了以后做出一个一模一样的东西，也不一定会火，因为之前已经“火”过了，所以我自己也在不断创新。同时，一定会有人超越你，会比你做得更好，但我并不害怕面对这个问题，真到那个时候，就说明我已经过时了嘛，不可能一直“火”下去的。

**ArtWorld：什么时候开始意识到自己“火”了？“火”之前和之后，你生活发生了哪些改变？**

顾孟劼：2014年回国举办签售会的时候吧。当时，我只提前两个小时在微博上做了预告，到了现场就发现来了几百号粉丝，作为一个普通人，那个场面是着实让人吃惊的。但我的生活基本没什么变化，要说有变化，那就要算我开始专心做“顾爷”了吧。其实，虽然我以前是干设计的，但我并不十分擅长视觉表达，我更喜欢讲故事。

**ArtWorld：许多人说，“顾爷”给人们提供了一个了解艺术的新角度，你觉得这个角度是？**

顾孟劼：其实我写的那些内容不新啦，只不过我站在自己的角度把它们重新讲述了一遍，我从没想过做艺术普及，只是分享我感兴趣的艺术。“顾爷”聊艺术是不会从话语、用色、笔触入手的，“顾爷”和大家一样，不比大家“高明”多少。

**ArtWorld：你如何观看一场艺术展？**

顾孟劼：我有一个理论，艺术展大致可分为两种，一种展出古代艺术，一种展出现代艺术。古代艺术展，基本以绘画、雕塑这类作品为主；而现代艺术展，大多在玩概念。现在对于艺术展，你不能评论好坏，只能在你进入展厅之前，自己设计一条轨道。所谓轨道是什么呢？我说接下去，你一般会看见两类作品，一类叫“看得懂”，一类叫“看不懂”。那为什么会有这两类作品呢？因为大多艺术家也可以一分为二，有些艺术家是“自嗨”型的，有些艺术家是“群嗨”型的，不管隶属于哪一型都不会影响他们成为大师。作为观众，我们看懂或看不懂，只不过是我们有没有被艺术家“嗨”到的问题而已。



陈阿花，《小顾看展》

**ArtWorld：那看不懂艺术，这个问题会困扰你吗？**

顾孟劼：看不懂没关系呀，我就经常把美术馆当作一个约会的场所。美术馆更安静，你一边散步，一边与人聊天，看到自己感兴趣的作品就停留一会儿，在美术馆约会比在咖啡馆惬意，而那些艺术作品并没有那么重要。

**ArtWorld：艺术对你而言重要吗？**

顾孟劼：艺术对谁的生活都没那么重要，相对来说设计更重要一些。艺术只是让人的生活更美好一些吧。

**ArtWorld：你开公司是怎么回事？目前你忽悠了多少人给你卖命？接下去的计划是什么？**

顾孟劼：开公司的起因是我写着写着发现养不活自己了。那作为自媒体最快的变现方式就是广告嘛，所以我也接一些广告，当然还是以艺术的方式。我自我催眠的理论就是，你看，米开朗基罗给西斯廷画的天顶画也是广告嘛。甲方是教皇，广告板式是西斯廷的天顶，广告的内容是圣经。我也是如此，用广告的方式来推广艺术，也用艺术来包装广告。恰好我的发小老张是一位特别成功的商人，他投资了我，我们俩就合伙开起了公司。目前，我们公司有十个人。接下去可能会全方位的介入国内的一些艺术展，售票的同时，也参与导览，我自己也在考虑做一些策展的工作，甚至做一些旅游产品。最近的安排就是去意大利做一档集真人秀、脱口秀、艺术普及片、旅游纪录片为一体的视频节目，带大家生临其境地感受国外的艺术。

**ArtWorld：你会关注什么样的艺术类自媒体？**

顾孟劼：我关注的自媒体一般都比较怪。艺术类自媒体当中，还没有我特别喜欢的。

**ArtWorld：你会喜欢什么样的艺术类自媒体？**

顾孟劼：像我所做的那样吧。