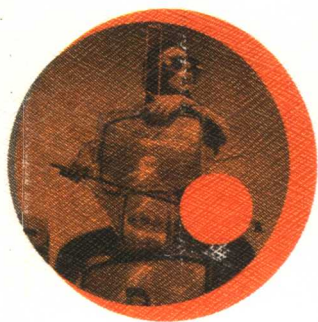




中国当代美术战略研讨文丛
ZHONGGUODANGDAIMEISHU
ZHANLUEYANTAOWENCONG

◎总主编 吕品田 陈政

传媒与 当代艺术

主编◎徐沛君

江西美术出版社

中国 当代 美术 战略 研讨 文丛

ZHONGGUODANGDAIMEISHUZHANLUEYANTAOWENCONG

传媒与当代艺术 ● 江西美术出版社

主编 ● 徐沛君

传媒与当代艺术 / 徐沛君主编. —南昌: 江西美术出版社, 2007.1

(中国当代美术战略研讨文丛 / 吕品田, 陈政总主编)
ISBN 978-7-80749-068-5

I. 传... II. 徐... III. 传播媒介—影响—艺术—研究—中国—现代—文集 IV. ① G206.2-53 ② J12-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 163071 号

书名: 传媒与当代艺术
主编: 徐沛君
出版: 江西美术出版社
地址: 南昌子安路66号
网址: www.jxfinearts.com
邮编: 330025
发行: 全国新华书店
制版: 江美数码科技有限公司
印刷: 江西青年报社印刷厂
版次: 2007年1月第1版第1次印刷
开本: 850 × 1168 1/32
印张: 3.75
印数: 3000
ISBN 978-7-80749-068-5
定价: 20.00元



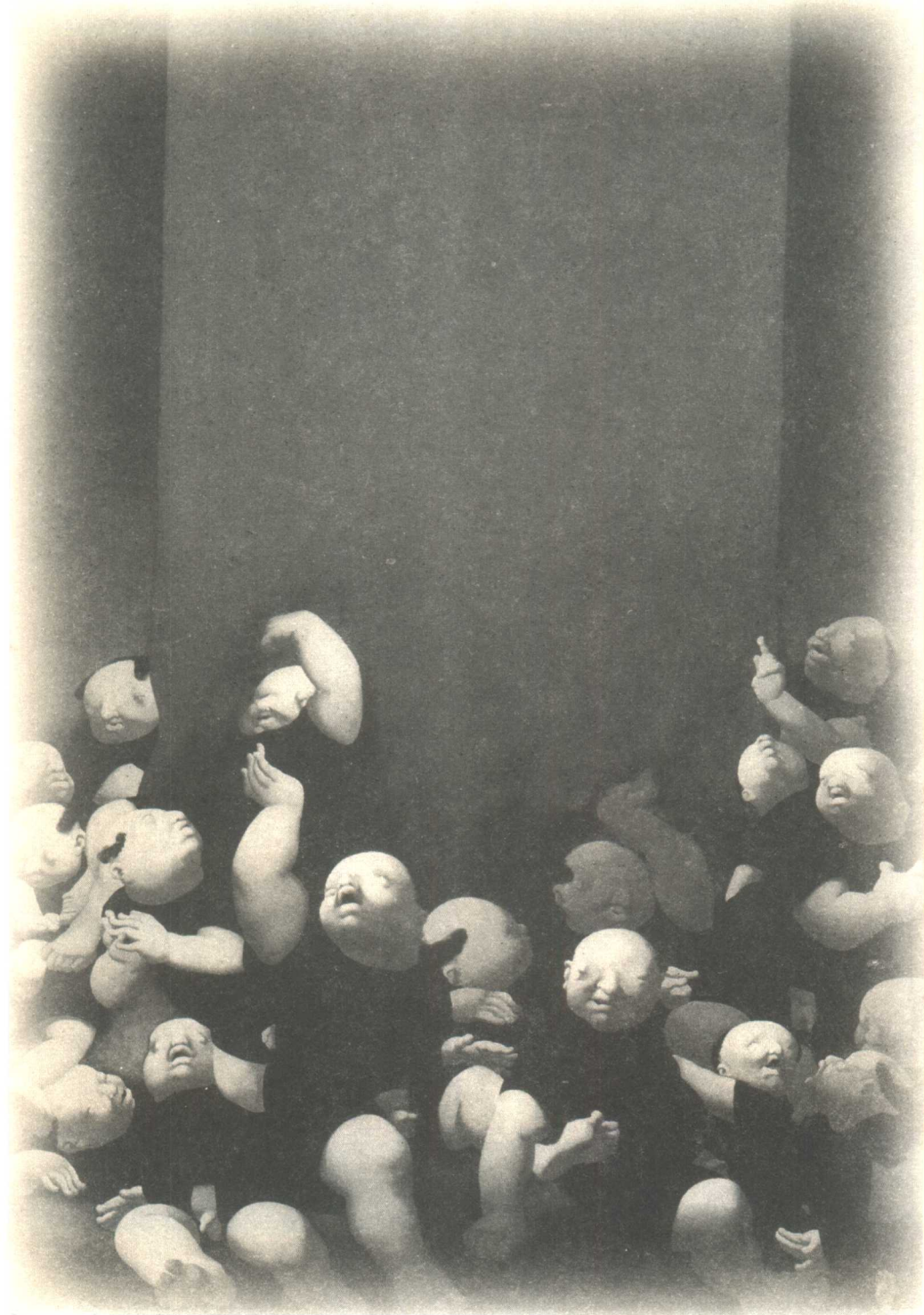
责任编辑 / 朱金宇

书籍设计 / 梅家强 / 朱燕

总主编

吕品田

陈 政



◎ 总序

吕品田 陈 政

20 世纪是一个充满挑战、矛盾、抗争和变革的世纪。穿越这个历史时空的中国美术，以多元的价值追求和空前的形态变化策应汹涌澎湃的文化冲突、波澜壮阔的社会变革和起伏跌宕的艺术思潮，方方面面都带着适于或限于历史条件的特定性。进入 21 世纪，中国社会现实和宏观发展目标都在发生明显而深刻的变化。在新的历史条件下，针对新的社会实践目标，美术事业的各个方面，包括创作实践、理论研究、人才培养、批评导向、事业管理、宣传展示、市场流通和产业转化等，也包括统筹和协调这些方面的综合运作系统，都有必要进行与时俱进的战略调整。在国家发展战略的全局视野中，中国当代美术需要形成切合民族文化传统和审美情怀的艺术语汇和表达方式；需要形成有助于准确把握自身发展方位的中国立场和全球眼光；需要形成符合国家政治、经济、文化利益以及高尚人格培养要求的社会意识和实践形态；需要形成有利于创造民族文化新辉煌、增强中国文化国际竞争力的核心价值体系和宏观运作系统……所有这些与中华民族复兴和中华文化复兴紧密关联的重要问题，都将构成中国美术面向 21 世纪的战略追求以及相关的学术研讨内容。

文丛从不同角度关注中国当代美术现状和发展趋势，以主题性导论、对话、访谈、笔谈、个案和相关链接等多种文本形式，就大美术领域的一系列重要问题展开强调贴近现实、立足建设、着眼发展的深度性讨论或争鸣，以期彰显当代文化建设的重大主题以及国家文化建设战略的精神指向，促进美术事业的健康发展和相关理论建设。丛书以话题立卷，不作具体数量的设定，体例也会根据讨论需要而灵活把握，以期充分展开对问题的学术探讨。

文丛各卷的主编多是《美术观察》月刊的学者型编辑，在参与该刊“观察家·热点评述”栏目的选题制定和编辑工作中，他们各自的才情学识都有充分的表现和出色的发挥，在学术把握方面也特别地显示了切合栏目主旨及编辑要求的敏锐性和大局意识。丛书各卷可谓“热点评述”栏目所启发的学术探讨的延续和深化，相信各位主编会和热情参与的专家学者一道把话题讨论驾驭得更为精彩。

文丛努力以尽可能清晰的战略导向提示和丰富多样的文本样式，为广大美术工作者和美术爱好者搭建一个学术瞭望平台，这是美术观察杂志社和江西美术出版社花大力气编撰出版这套文丛的初衷。我们期盼得到各方面的批评指教。

◎ 目录

**总序 / 壹****导论**

传媒与当代艺术——一个关于文化转向的话题

许静涛 / 1

笔谈

当代传媒与艺术精神走向

王岳川 / 7

新媒体视觉文化与书画艺术

——从一个新角度对中国书画当代性问题的思考

孔新苗 / 14

数字艺术中的艺术家角色

李于昆 / 24

现代传媒时代的文化消费与视觉转向

鲁虹 / 31

传媒与中国当代美术

樊萍 / 53

媒介与艺术生产

罗一平 / 58

论网络技术推动下的多媒体艺术走向

张佰明 / 69

现代传媒环境下当代艺术的三大嬗变

郑建丽 / 74



公共传播与当代艺术

高 岭 /83

关于多媒体艺术

黄丹麾 /85

对话

传媒的价值导向：引导？误导？（座谈）

喻 溟 整理 /87

“激情互动：21 世纪的艺术与媒体研讨会”部分代表发言摘要

邹 远 供稿 /91

个案

上海与西递的即时沟通

——上海双年展上的“数码艺术”

文 武 /95

由第三届、第四届“网络广告大赛”的获奖作品看“多媒体”与“富媒体”的艺术魅力

张佰明 /97

相关链接

导论

◎ 传媒与当代艺术：

—— 一个关于文化转向的话题

许静涛

没有人能够否认，今天的世界正处于一次革命之中，这次革命，是由计算机数字语言催生的。这场革命肇始于技术领域，但很快以汹涌之势波及社会文化，对传媒与当代艺术产生了巨大的影响，进而使当代的文化发生转型和转向，这可能是当初许多人始料未及的。

对于传媒与艺术的关系，人们已经从不同的角度作过探究。信息的传播活动伴随着人类的历史，艺术活动也伴随着人类的历史。缺乏了传播活动，人们的交流、互动就不可能实现，艺术的价值也难以全部实现。在传统意义上的艺术传播过程中，传播者自身首先必须是接受者，然后才是传播者。以美术中的绘画为例，一幅绘画作品诞生后，它最初的接受者通常是作者的家人和朋友，只有在作品流入市场，它才有可能突破相对狭隘的圈子，成为更多人的审美对象。尤其是在近现代的西方社会，宫廷、沙龙、艺术家聚居地充当了艺术品传播的重要媒介。随后，出版与展览成为艺术品传播的重要环节。通常而言，能够进入出版环节的艺术作品，能够在大型展览上露面的作品，大多是经过重重筛选的优秀者，这类作品一般能经受得住时间的检验。在这种传统的传播方式中，艺术创作与艺术传播是两个相对独立的系统，彼此间虽然相互依存，但只是合作的关系。

然而，随着现代、后现代艺术的崛起，艺术作品的固有传播方式发生了巨大的改变。波普艺术、行为艺术突破了展厅与博物馆的墙壁，直接切入人们即时的生活状态，让受众直接参与艺术作品的创造，受众的生活经验与艺术体验之间似乎已经失去了明确的界限。尽管艺术家们一再声称，这类创作方式只是让生活与艺术之间保持了“一致性”与“连贯性”，可是，学

者们却从中看到了传统美学的“解构”与“裂变”。

在上述艺术潮流猛烈地冲击西方社会之时，一场技术革命正在悄然酝酿着，这就是计算机数字技术浪潮。当时，很少有人意识到，数字式语言将同时让传媒与艺术发生空前的变革，让后现代美学的某些特征进一步得到强化。今天，计算机数字语言使信息的加工与交换方式发生了深刻的变化，数字书籍部分取代了传统书籍，电视机和收音机也因数字技术而转型，高速的、大流量的因特网把全球几大洲成千上万的人联系起来，不断膨胀的电子脉冲流突破地域边界、种族边界和政治边界，把各种信息带到世界各地。媒介形态的革命导致了艺术领域的变化，并且很快波及中国。20世纪90年代中期以后，随着计算机网络技术的迅猛发展，所谓“架下”艺术尤其是新媒体艺术、视像艺术在中国开始得到广泛的实验。在技术上依附于网络的新媒体艺术以及视像艺术将手段与目的合二为一，“艺术”一词已突破了原来的界定，日益变得模糊不清。与此同时，传统的艺术形式遭受冲击，艺术固有的生产方式、流通方式与接受方式也在发生着深刻的变化，传媒与当代艺术的复杂关系，成为今天备受关注的热点话题。

传媒的变革首先催生了新的艺术形态，这种新的艺术形态一般被称作“新媒体艺术”。“新媒体艺术”是一个较为宽泛的概念，如果“媒体”的概念扩展到“媒材”，那么，装置艺术、行为艺术也属于“新媒体艺术”。但就目前而论，“新媒体艺术”更多的是指依靠计算机网络技术制作的艺术。热衷于新媒体艺术者通常为青年一代，这一代人熟谙计算机工具，他们似乎执意要在网络世界中创造一个与他们关系更密切、更有活力的空间，而不是依靠他人替自己界定现实。这批艺术家多根据网络技术灵活巧妙地创造新的形式，在屏幕上，那些闪烁不定的、分辨率不高的图像成为艺术家们的魔盒，被赋予了特殊的魅力。新媒体艺术家们不仅想操纵视觉和听觉，甚至想操纵触觉，这是它之所以被冠之于“新”的重要原因之一。

然而，至少在当下的中国，这种新的艺术似乎只能在热爱艺术并且热衷于计算机网络的青年人群中能觅得知音。更多的

普通人却对新媒体艺术表示不理解,哪怕这部分观众对计算机技术并不陌生。在举办媒体艺术的国内场馆里,许多人只是走马观花般匆匆一瞥便离去,甚至斥责这种“艺术单调无聊”。还有人指出,互联网和宽带的普及,实在是为“网络涂鸦”提供了最佳的温床。当涂鸦遇到网络,可谓如鱼得水。然而,在这种现象背后,是否存在着某种必然性呢?

与普通观众相比,学者们对传媒与当代艺术的讨论理性思辨色彩要浓得多。学界的共识是,大众传媒与当代艺术的发展关系极为密切,前者对后者产生了深刻影响,这是既成事实,是难以阻挡的潮流。数码复制手段与“零距离传播”使文化话语权发生变迁,现代传媒提供了一个个平台,人们可以在思想交锋的过程中散播前沿思想,在观点的碰撞中产生真理的火花。

学界也指出了传媒对当代艺术的负面影响。有论者指出,大众传媒时代,整个世界对技术主义的向往和对人文思潮的冷淡,使知识分子少了些浪漫诗性的形而上学之思,而多了一些务实地对当代人生存具体层面的关注,研究当代人缺乏交流、闭锁心灵和充满误解误读的现状。当代大众传播普遍参与大众日常生活,以别样的方式制约着人的思想方式,又在当代文化审美层面制造了“传播假象”的弥漫,客观上导致了当代艺术选择的困难。此外,大众传媒助长了文化的流行性与消费性,使当代艺术深度欠缺,创造性被“复制”和“制作”所取代,艺术垃圾的泛滥使优秀的作品难以浮出水面,当代艺术在消解“经典”的同时并没有明确树立自己的形象,一些作品看似形式新颖、面貌多样,但语言的空泛与杂芜也显而易见。

传媒与当代艺术的话题涵括传播学与艺术学范畴,同时也涉及审美心理、艺术与技术的关系、文化消费、文化生态、视觉意识形态等诸多领域,而这个话题的核心是文化转向的问题。

从某种意义上而言,“当代艺术”既是一个时间概念,又是一个形态概念,但“当代”是无法与“历史”割裂开来的。技术革新了我们的生活,但昔日的记忆、传统的生活方式仍固执地对我们的生活模式产生影响,只不过这种影响暂时被技术的光环所遮蔽。如果从传统的艺术研究视角审视当代艺术,可以

发现,新一代艺术家们侧重于艺术语言本体而非主题的开掘,即便有主题,但主题本身不具特定意义。正是这种“中性”使观者的注意力集中于作品自身的感性层面——单纯用色彩、图形并以偶发与随意性来表达创作的“独立”与“自由”。从艺术发展规律来看,任何一种风格一旦成为模仿的对象而四处泛滥,它的独到之处也就变成了窠臼,新一代艺术家极力避免出现这样一种局面,他们大都希望在“过程”中把握“原生的感觉”,于是乎,艺坛骤然出现数不清的新面孔,“多样化”的目标似乎已经部分实现,但那些新面孔又是那么模糊。

再者,传媒的变革有可能让文化的话语权服从技术的威力。数字技术本身不具备意识形态的意义,可是,在先进的数字技术的带动下,最有可能被广泛传播的,是西方发达国家的流行文化。诚如一位美国学者指出的那样,在卫星电视以及因特网构成的信息世界中,“地球村的村民分享的不是有意义的信息资源,而是豪饮可口可乐、吃汉堡包、穿利维牛仔褲的图像”。艺术作品的传播虽然以作品为主体,但在受众层面上而言,最能影响接受效果的却是受众所属人群的文化习俗与生活方式。一定人群的审美心理固然有独立的一面,但是政治的、道德的态度始终渗透于审美心理中。因而,一旦数字化传播广泛渗入人们的日常生活而成为一种生活方式和习俗,强势文化将借传媒而无孔不入地影响着弱势文化人群。

传媒的变革同时让传统艺术的生产与接受方式发生微妙的改变。当下,人们同时接受多种信息的能力似乎在增长,但耐心与注意力却在下降。青年一代阅读经典的兴趣似乎在消退,为吸引他们的注意,习惯于用传统方式、传统媒材搞创作的艺术家们尝试着用更丰富的色彩、更“卡通化”的造型来弥补传统艺术样式的“单调感”,其结果是,一方面有可能让固有的艺术形式更加丰富,另一方面更有可能丧失了固有的优势,得不偿失。“互动”与“变化”是新型传媒最重要的特点,这一特质在介入艺术领域后,不仅打破了传统美学推崇的“静观审美”的做法,更使得传统的艺术批评方式处于无所适从的窘境。原先相当自信的批评家们吃惊地发现,艺术接受的趋势、深度与广

度突然间变得难以捉摸，种种不确定因素使艺术潮流很难被主动干预。在既往的艺术传播过程中，艺术理论家、批评家的作用尤为重要，艺术批评在艺术家的创作与大众接受之间架起了一座桥梁，批评沟通了创作与接受两个环节，并且能有效地调节艺术创作，引导公众的审美趣味。从这个意义上讲，艺术批评是艺术欣赏与接受的深化，它具有较大程度的客观性。艺术批评通过对作品的审美价值、思想意义、风格特征进行深刻的阐释，给受众以理论指导，使受众更有效地去理解作品。

现代传媒的兴起，大大地消解了艺术“专业化”的价值。在今天，艺术与传播媒介已经实现部分的交融乃至合一。如今，采用数字成像系统修改静止的图像或活动的影像，已经成为司空见惯的事情，借助网络，每个人都很容易成为信息的广泛发布者和接受者，每个人也很容易成为艺术的创作者和欣赏者。不过，在消解了“专业化”价值的同时，艺术的社会化参与程度又显著提高。艺术与日常生活的对话，促进了艺术与大众之间的亲近，大众可以借传播媒介直接介入艺术活动、艺术家世界，以前所未有的广泛性参与艺术活动的进程。在大众传播的直接或间接的作用下，艺术已经不再是纯粹的“他者”的创造，而是更多体现为个体或者群体的“即时体验”。艺术接受理论认为，接受者在接受过程中对美术作品是有所期待的，构成接受者期待内容的往往是他的生活经验，其中也包括过去的审美体验。审美对象的特征与艺术接受者的经验总是存在着一定的距离，由距离产生差异性既有可能导致审美的陌生感，也有可能刺激审美，激活接受者的主观再创造。在现代传媒的作用下，大众的日常生活方式在迅速发生更迭，艺术接受过程中的期待心理发生了变异，短暂性、强烈性、生动性、图像性和综合感染力空前受到重视。日常生活自身的“即时”状态与直接获取的欲望，压倒了对精神生活持久性的追求，艺术接受过程中前期的“预设”期待心理被大打折扣，对艺术欣赏的盲目性和“易满足”性以及种种不确定因素就因此而出现，审美的快感很难转换为纯粹的理性思维。所以，在艺术接受过程中原先被视为最终结果的“理解”，在当下也就更加难以确定了。

传播学者伊尼斯曾说过，每一种文明都会因其传播媒介的性质而在空间或时间上产生偏向，任何稳定的文明结构都是建立在时间与空间观念上的平衡。现代传媒将让现代文明、现代文化包括艺术形态发生何种偏移，还很难下定论。但有一点可以确定，现代传媒的兴起，将使艺术作品的传播与接受过程越来越复杂，也越来越难以把握。生活在快餐文化环境中，人们对艺术的鉴赏力未必很高，但情感需求却很强烈，他们不乐于理性思考，但享受动机却很明确。传媒手段拉近了艺术作品与接受者之间的距离，可是，作品与受众之间似乎并没有达到亲密无间、物我融一的状态。因此，在当代文化领域所面临的难题就是，如何在保持艺术精神特质的前提下，现代传媒在对艺术家、艺术创作的种种制约中选择方向。

尽管今天的传媒手段与形式多得让人眼花缭乱，技术更新速度之快也让人生畏，但是我们必须认识到，数字化传媒时代才刚刚起步，与之相共生的当代艺术进程也才刚刚开始。变革常常引起躁动不安，但人们尤其是青年一代又似乎天生具备吸收新思想、适应新环境的能力，对于这一点，不可低估。技术的潮流是不可阻挡的，也很难具体地预测技术的最终走向，但对文化的把握仍可以找到恰当的立足点。观察传媒与当代艺术的现象，剖析其本质，借回顾历史之机瞻望未来的艺术形态，是本书的编写目的，学者们的文字都从不同的角度反映出理论思考对文化变迁的敏感。对于未来，我们或许暂时难以勾画出较为清晰的轮廓，但重要的是，我们已经开始思考了。

许静涛 中央财经大学文化与传播学院讲师

笔谈

◎当代传媒与艺术精神走向

王岳川

当代世界正在进入后现代时代，这意味着现代性的很多问题正在深化，有的问题正在被改写，有的问题已经被消解而沉入历史地平线，有的问题正在重新出现并作出阐释。就当代艺术与大众传媒的关系而言，存在以下一些新的变化，值得学界关注。

其一，主体的泛化与虚拟化。作为现代性艺术家的主体已不再是主体中心，“主体消失”、“作者死亡”（罗兰·巴特）的说法在解构主义者那里成为了后现代习以为常的景观。如今，一些小说创作包括财经小说，大都是抄袭或者捉刀者出钱建一个“小说生产工厂”——聚集诸多枪手。一些跨国的电视电影制作也是这样，主体被泛化或者虚拟化，艺术家变成一种雇佣艺术家或匿名艺术家。主体的淡化与过去的追求完美，像《红楼梦》中说的“满纸荒唐言，一把辛酸泪，都云作者痴，谁解其中味”，那种“增删五次”、十年充满血和泪的写作已经不再。电视操作的流程成为这样：某个意象确立了本子路数，要求在70天之内出片子，于是就像工厂一样的加急生产。这与过去那种精雕细磨，十年铸剑，百炼钢化为绕指柔的艺术创作完全不同。当后现代传媒时期一天铸一“剑”时，大抵只能将主体精神和形象虚拟化了。这种虚拟化表明主体不再具有超越性，它变得世俗化而重视肉身存在，这在影视逗乐中是每每使人感伤的事情。作家的权威被消解，主体性已淡化、虚拟化，读者的接受成为了文化生产和文化消费的平台。

其二，数码复制和零距离传播。在后现代大众传媒时代，整个世界对技术主义的向往和对人文思潮的冷淡，使知识分子少了些浪漫诗性的形而上学之思，而多了一些务实地对当代人生存具体层面的关注。研究当代人缺乏交流、闭锁心灵和充满误