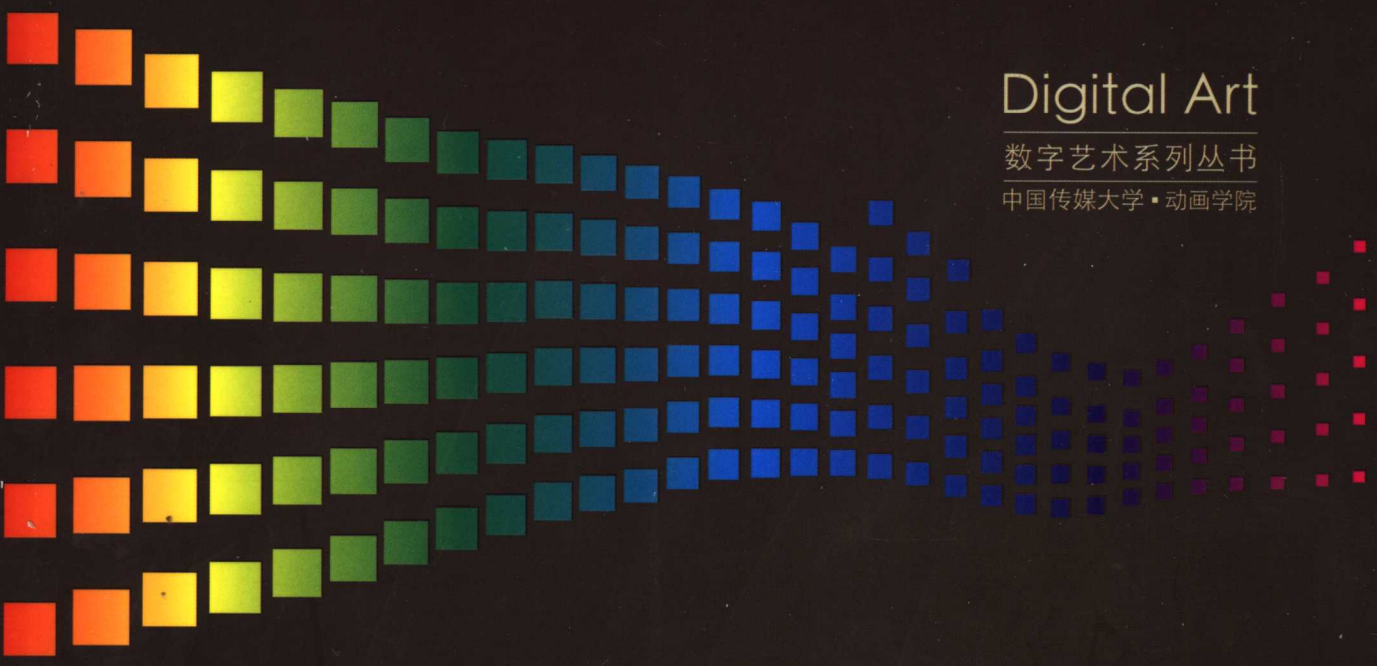




Digital Art

数字艺术系列丛书

中国传媒大学·动画学院

重构美学：数字媒体艺术本性

贾秀清 栗文清 姜娟 等编著

主 编 廖祥忠

副主编 贾秀清

教育部“211工程”科研项目

■ 全国艺术院校本科辅助教材 ■ 研究生考试参考书目

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

中国传媒大学“211工程”项目资助

数字艺术系列丛书

重构美学： 数字媒体艺术本性

贾秀清 栗文清 姜 娟 编著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TV BROADCASTING PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

重构美学：数字媒体艺术本性 / 贾秀清等编著 .—北京：中国广播电视出版社，2006.11

(数字艺术系列丛书)

ISBN 7-5043-5113-X

I. 重... II. 贾... III. 数字技术-应用-艺术-研究 IV. J06-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 110195 号

重构美学：数字媒体艺术本性

编 著	贾秀清 等
责任编辑	王本玉 王瑛
封面设计	李颜妮
责任校对	谭 霞
监 印	陈晓华
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号 (邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	涿州市京南印刷厂
装 订	涿州市新华装订厂
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
字 数	396 (千) 字
印 张	20
版 次	2006 年 11 月第 1 版 2006 年 11 月第 1 次印刷
印 数	3000 册
书 号	ISBN 7-5043-5113-X/J·419
定 价	43.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

数字艺术系列丛书

编委会

主任：苏志武

副主任：高福安 吕学武 车晴

主编：廖祥忠

副主编：贾秀清

执行主编：贾秀清

序

“数字艺术”的诞生和飞速发展是一件令世人瞩目的新鲜事。就其影响来说，随着数字艺术产品越来越多地出现在我们的日常生活中，它那特有的品质给我们的生活方式、思维方式、价值观念和审美趣味等带来了深远的影响。就其性质而言，因为它“新鲜”，是新生事物，所以，它充满了朝气和活力，有着光明的发展前景；也正因为它“新鲜”，是新生事物，所以，它的发展又充满了困难和挑战。这就需要我们共同关心和努力，以便为我国数字艺术的健康发展营造一个良好的生存空间。在这种意义上，作为教育工作者和科研工作者，我们就应该敏锐地观察和把握数字艺术的现状和走向，并立足于丰富多样的实践，及时地总结其艺术生产的经验，归纳其艺术发展的规律，为进一步的生产实践提供人才上的支持和理论上的指导。

作为文化产业中的“朝阳”部分，数字艺术产业越来越受到人们的高度重视。近些年来，在国家文化产业政策的大力扶持和相关业界人士的共同努力下，我国的数字艺术产业获得了长足的进展，并呈现出良好的发展势头。然而，发展与困难同在，机遇与挑战并存。尤其是与欧美、日韩等国家相比，我国的数字艺术产业还相对滞后。比如，2004年，全球数字内容产业的总产值达2228亿美元，其衍生产品的总产值还高达5000亿美元，而我国数字内容产业的主体——动漫产业的总产值却仅有117亿元人民币。再比如，在中国青少年最喜爱的动漫作品中，日本生产的作品占60%、欧美占29%，而中国原创动画（包括港台地区）只占11%。至于作为数字艺术的集约形态——“数字大片”，则更是北美影业独占鳌头，我国至今还处在生产发展的初级阶段……这种情形显然与一个数字艺术的消费大国是不相称的。

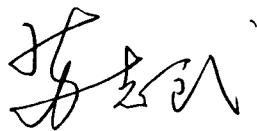
在当今的全球化语境中，面对数字艺术产业的方兴未艾和它广阔的市场前景，产业发展的需要使建设完善的数字艺术教育体系和理论体系成为了一项紧迫而极富意义的工作。在我国数字艺术生产的实践中，一方面，数字艺术深入文化市场，并取得了有目共睹的业绩；另一方面，数字艺术产业的可持续发展又急需人才和智力、理论指导和实际运用上的快速跟进。于是，为推动我国数字艺术产业的健康发展和良性循环，2002年，经教育部批准，中国传媒大学正式开办了国内第一个“数字媒体艺术”高等教育专业，并逐步形成了本、硕、博多层次的培养体系。迄今为止，全国开办与数字艺术相关专业的高等院校已有近二百所。其次，各种性质的艺术节和评奖也纷纷将数字艺术的展示和探讨纳入其活动项目和议程。尤其是，随着文化创意产业的持续升温，我国政府在全国确定了北京、上海、广州和成都等四个文化创意产业基地，并把文化创意产业推向了社会经济发展的前沿。在这种意义上，“数字艺术研究系列”和“互动艺术设计研究系列”两套丛书的出版可谓恰逢其时。

这两套丛书是“十五”期间“211工程”科研项目“数字艺术研究”和“互动艺术设计研究”的最终成果。其中，“数字艺术研究系列”分为“数字艺术基础理论”、“数字艺术创意理论”、“数字艺术与技术应用理论”、“数字艺术设计理论”四个单元；“互动艺术设计研究系列”分为“互动艺术设计基础”、“互动艺术创作”两个单元。在研究的整体框架和理论线条上，丛书力图体现艺术与技术相融通、理论与实践相结合的原则；在研究的范畴和具体方法上，丛书力图符合数字艺术跨媒介发展、多媒体融合的实质和趋向；在研究的视野和具体内容上，丛书力图全方位地包含在数字技术平台上所发生的媒体艺术变革和媒体艺术新构，以及相关的新经验、新知识、新观念和新形式。此外，在科研队伍上，丛书的撰写人员有着跨学科、跨专业的学术背景，其学科和专业涵盖了数字技术、艺术设计、广告艺术设计、影视艺术创作、计算机技术等诸多领域。惟其如此，科研人员就可以从不同的角度切入课题，并使各个子项目之间和相关命题之间相互支撑、相互联系，进而形成一个有机统一的整体。现在看来，丛书两个大项目中的18个子项目基本上实现了总体系统搭建的全面性、有机性和科学性。在为数字艺术学科及相关专业提供应有的理论基础和为数字艺术的生产实践提供适用的操作方法方面，丛书有其开拓和创新的品质，也能给予读者以理论和应用上的助益。当然，任何科研成果的分量和质量，最终还得交由读者来判定，交由生产实践来检验。由于主观或客观的诸多限制，丛书难免会有诸多存疑之处。对此，我们期望和有志于数字艺术教育、创作及运营的专家、学者、同仁、读者一道，相互切磋、相互探讨，以便共同促进我国数字艺术的发展和繁荣。

中国是一个有着悠久艺术传统和丰厚艺术土壤的大国，把握新技术、攀登新的艺术发展制高点，使中国艺术在全球视野中展现时代的风貌、民族的气派，不仅是艺术

实践领域应有的奋斗目标，也是艺术人才培养领域的责任，更是大学的使命。在这里，
我校数字艺术教育工作者谨以此系列丛书的出版，一则以明心迹，一则以为求索。

是为序。



2006年2月

序

(注：为本书作序者系中国传媒大学党委书记、教授)

前言

美学与美的存在，实质上包蕴着一个先天的悖论。

美是感性的；美学是理性的。

当美被纳入美学的视野，美因为不能以本体方式而存在就似乎不是美了。因此，美学实际上始终是在被研究对象——美不可能终结的否定之否定中变化性地存在着。没有完满的美学，只有不断建构中的美学。

作为人类的意识，美，自人类诞生起就已经存在。在遥远的上古，我们的先祖已经在发现美、感受美、表达美；到了古代，我们人类对美的思考已经非常全面，并有了相当系统的把握。无论在东方还是在西方，美并不只是被作为一种形式而被观察和思索，它更是被作为我们人类的生存理念和生存方式而获得观照。“天地有大美而不言”，“美是绝对理念的感性显现”——美，甚至被视为宇宙的结构方式和基本属性。也惟其如此，无论在东方还是在西方，美始终都存在于哲学之中，是哲学研究的重要命题和重要范畴之一。

美学作为相对独立的学科，诞生于1750年^①，它是我们人类诸多学科中尤其年轻的一宗。因其研究对象的特殊性和把握对象方式方法的多元性，美学自诞生以来始终都是一个开放的、动态的学科系统。纵览美学发展史，人类关于美的思索和把握，从来都不是沿着一条轨迹而展开，也从来都不是囿于一个领域、一个层面而发生。在哲学、艺术学、文化学、社会学、历史学、乃至经济学和自然科学中，我们都能明晰的看到美学的诸多交叉点或渗透层。如同从治教育学转向治文学，继而转向治哲学、心理学，又继而转向治史学和艺术学，最终定位于美学研究的朱光潜^②先生所言及的，自己之所以经过了这诸多的转向，是因为总想追寻足以观照人生、观照社会的更切实也开阔的领域，并最终发现，美学正是这样一个集纳百科、融会万学的地方^③。

① 1750年，德国学者鲍姆嘉登(Alexander Baumgarten)出版了《Aesthetica》一书，专论美感，从而宣告了美学的诞生。后来世界各国都沿用“Aesthetica”一词来称呼美学。中国关于这一概念的使用是转道来自日本，即被译为“美学”。著名美学家朱光潜就认为这个词的原意是“感性知觉”，应该将美学叫做“直觉学”才科学。

② 朱光潜(1897-1986)，中国著名美学家、文艺理论家、翻译家、教育家。

③ 参阅《文艺美学丛书·美学向导》一书中《文艺美学及其他》一文，朱光潜著，北京大学“文艺美学丛书”编委会编，北京大学出版社，1982年版。

对象的感性动态、领域的多边复合,决定了美学必然是在其一定理念和一定方法的流变与转向中存在并发展。一部美学史就是一部人类感性思维的探索发现史。

在美学发展的进程中,其变化主要来自哲学、社会学、心理学、自然科学和艺术的作用,亦即来自主体对世界、对自我永恒的思索和不断新陈代谢的表现方式。由哲学而变化的世界观、人生观、存在和意识的关系,由社会学而变化的社会关系、意识形态,由心理学而变化的思维科学、意识科学、精神科学,由自然科学而变化的方法论、宇宙观、物质与精神的关系,由艺术而变化的情感的形式,导致了美学的一次又一次转向,而美学的转向又相应地反作用于诸多学科,尤其是艺术,它引起了艺术理念的流变,进而吹得艺术园地里总是有花开放、有花零落,生生不息。

但是,自现代社会以来,艺术理念的构成及转向就不仅仅来自美学的沉思、内省及相关理念的形式演绎,它同时更大程度来自于由技术所提供的表达与交流的客观环境,表达与交流环境的改变导致了表达与交流界面的变化,进而导致了美感的创造方法、美感的表现方法以及美感体验的诸多变化,进而自下而上地催生新的艺术理念,而新的艺术理念又反作用于美学,进而引起美学的流变、转向与重构。

即,美学与艺术自上而下的流变被来自外部的力量导向了自下而上的鼎新。

这一点,在美学和艺术的当代发展中尤其凸显。从20世纪末到21世纪初,一种全新的表达与交流环境导致了一种全新的艺术形式的出现,即数字技术环境与数字媒体艺术的相伴相生。全新的表达与交流空间、全新的表达与交流方式、全新的表达与交流界面,使人类艺术进入了又一个大变革、大整合、大发展的历史时期,而美学的当代流变与重构由此也必然发生。

“数字媒体艺术”作为概念,是在20世纪90年代前后被提出来的,它是对艺术精神与高科技手段相结合,以数字化媒体方式呈现出来的艺术形式的统称。它可分为两种大的类别:一种是运用计算机技术及其软、硬件设备和科技概念进行设计创作,以表达属于数字时代价值观的艺术形式;另一种则是将传统形式的艺术作品以数字化的手法或工具表现出来,使传统艺术在新的技术界面上发生多维度的融合和创作流程的再造,从而呈现为全新的艺术形式。但是,描述得清晰并不代表概念的科学性与完整。究竟什么是数字媒体艺术?就艺术现实而言,这似乎还只是对目前尚不完全明晰的一种艺术类型的指称;而作为概念,其内涵和外延的过于宽泛和模糊也意味着其中尚存有诸多盲区 and 混乱,并因此难于达成理论界和创作界的普遍认同与肯定。因此,切实而言,数字媒体艺术目前还是指称基于数字媒体技术的艺术活动。或许,这种提法在不远的将来就会消失,仅仅成为一种新艺术诞生早期的过渡性指称;或许,这种提法终将被确立,成为确指一种全新艺术形态的概念和范畴——犹如一百年前基于电影技术的电影艺术、八十年前基于电视技术的电视艺术、若干年前基于网络技术的网络艺术等称谓。亦即,无论理论上存有多少疑惑或争议,事实所表明的是,随着数字技术的诞生一种全新艺术形态的出现已毋庸置疑。

自数字媒体艺术出现以来,相关的关注和研究已经很多。其中,有的涉及其艺术

理念研究、有的涉及其艺术价值评判、有的涉及其艺术手段探索、有的涉及其艺术类型甄别，等等。但诸多关注和研究大多是立足于数字技术的可能性，从传播学角度、审美体验角度，抑或艺术家“换笔”角度所作出的现象性描述和演绎性预测。虽然，其中不乏流于表象的初浅，或阙于菜单式的使用说明，抑或按图索解的阐释，但毕竟，这迈出了“数字媒体艺术研究”的第一步，它使艺术理论和研究在我们时代的全新纬度上再度扬帆启航。因此，重要的既非对已有理论的轻易满足，亦非对其枉自评头论足，而是以此为起点，在不重复、不保守、不满足的前提下，迈出关于数字媒体艺术研究的第二步。也惟其迈出“第二步”，这“第一步”才有真正的意义，才能实现其价值所在，而数字媒体艺术也随之向前迈进了。

因此，本书试图立足美学维度，通过对引发美学结构性转向和重构原因的历史性观照与当代性探索，通过对美学发展的当代语境的剖析和对数字媒体艺术的从语境走向现实、从局部现象走向对社会意识形态、文化形态、经济形态时代性重构的多方位审视，一方面从美学的角度理解数字媒体艺术本质，一方面从数字媒体艺术角度观照美学发生在当代的转向和重构。数字媒体艺术并非仅仅是由技术所引起的艺术领域的现象性变化，或者是艺术形式的加加减减，抑或是审美体验的新、奇、特，它是通过对艺术创作规律的改写、对艺术生产和传播流程的再造、对艺术存在方式的刷新，不仅呈现出本体存在的独立价值和意义，并且引发了美学理念、美学形式、美学方法的当代性重构。就其本性而言，数字媒体艺术是当代艺术精神的集中呈现和美学当代重构的直接动力。

本书由此从三个层面展开研究：

其一，“美学重构的发生及流变”。以美学发展史为课题研究的基本背景，通过对美学有史以来所发生的流变和重构历程的梳理，寻找引发其流变与重构的根本原因和主要动力，进而发现美学的流变与重构，过去主要发生于哲学方法论、科学方法论、文化学方法论的直接催化，而进入当代社会以后，技术及其所引起的艺术变革成为美学重构的直接作用力，而其中尤其以现当代媒体艺术为最。

其二，“美学重构的当代语境”。以当代社会正在发生的多媒体技术与艺术为研究的基本条件，通过对多媒体技术和艺术作用于社会意识形态、文化形态、经济形态乃至艺术形态所引发的诸多文化理念、价值观念、经济结构以及艺术现象的解析，发现多媒体技术与艺术引起形态的特殊性和影响力的覆盖性，已经从语境走向了现实，成为当代社会意识形态、文化形态、经济形态、艺术形态构成的重要成分。也正是这一点，多媒体技术和艺术不仅是美学当代重构的条件，更是其直接动力和当代性内容。

其三，“重构美学”。以数字媒体艺术的美学构建为基本研究对象，通过对数字媒体艺术本性的分析研究，观照在其艺术理念及艺术形式直接作用下，美学在理念、形式、传播等层面发生的当代性重构，最终发现并论证：由数字技术所引起的艺术形态、理念、形式、传播等诸多方面的重构，集中体现出媒介技术层面上艺术理念和形式的多层融合；美学的当代重构就是在数字媒体艺术层面发生并为之所构建，而数字媒

体艺术也因为对美学领域的介入和所发生的支配作用获得了相对独立存在的价值和发展空间。

总之，数字媒体艺术不仅为美学的当代发展提供了直接动力和基本范式，并且是人类美感的当代性绵延和具体呈现的基本形式，其本性即在于对美学传统的颠覆和对美学发展的当代性重构。

贾秀清

2006年5月

目 录

上编 美学重构的发生及流变

○ 研究 / 撰写 贾秀清 乔凤天

第一章 由转向而重构

第一节 美学的本体论构成	(4)
第二节 美学的认识论构	(6)
第三节 美学的语言学构成	(12)

第二章 由重构而流变

第一节 本体论美学结构的流变	(23)
第二节 认识论美学结构的流变	(30)
第三节 语言学美学结构的流变	(39)

第三章 漂移的基层

第一节 哲学基层的漂移	(44)
第二节 艺术基层的漂移	(53)
第三节 技术基层的漂移	(58)
小 结	(64)

中编 美学重构的当代语境

○ 研究 / 撰写 贾秀清

第一章 传媒语境的当代构成

第一节 传媒语境形成的时代背景	(70)
第二节 传媒语境构成的传统成分	(72)
一、传媒蕴涵及其所引发的价值传统	(75)
二、传媒本体所形成的传播传统	(76)
三、传媒所赖以运行的生存传统	(77)
四、传媒所制造的文化传统	(79)
五、传媒内容的呈现传统亦即形式传统	(80)
第三节 传媒语境构成的当代成分	(82)
一、现代传媒的技术“当代性”	(84)
二、现代传媒的制度“当代性”	(86)
三、现代传媒的理念“当代性”	(89)

第二章 传媒语境的当代重构

第一节 技术方式重构	(93)
一、传播的交互性	(95)
二、审美的分时性	(96)
三、音像的高保真性	(98)
四、内容生产与传播的非线性	(99)
五、存储的海量化	(101)
第二节 文化方式重构	(103)
一、重构媒体文化的基础	(105)
二、重构媒体文化的方式	(108)
第三节 经济方式重构	(112)
一、媒体内容作为经济	(112)
二、媒体形态作为经济	(113)
三、媒体作为经济的价值体现	(114)

第三章 当代传媒语境的现实结构

第一节 本土化结构方式	(120)
-------------------	---------

一、再度包装	(120)
二、假借符号	(121)
三、撷取英华	(121)
第二节 广场化结构方式	(122)
一、时间控制	(129)
二、系统控制	(129)
三、技术控制	(129)
第三节 多媒体结构方式	(130)
一、集团型经营结构	(135)
二、裂变型多媒体经营结构	(135)
三、联姻型多媒体经营结构	(136)

第四章 语境成就现实

第一节 多媒体语境成为现实的路径	(139)
第二节 多媒体语境的现实特点	(142)
一、经济效益的最大化	(142)
二、本土文化的表象化	(142)
三、娱乐效果的肉身化	(143)
四、综合国力的集中体现	(143)
五、竞争即创新	(143)
第三节 走向现实的多媒体语境	(144)
一、技术语境的现实性	(144)
二、经济语境的现实性	(146)
三、文化语境的现实性	(147)
四、媒体语境的现实性	(149)
小 结	(154)

下编 重构美学

○ 研究 / 撰写 贾秀清 姜娟 栗文清 刘海舒

第一章 数字媒体艺术美学构建

第一节 数字媒体艺术本性	(160)
一、开放：数字媒体艺术存在的本性	(161)
二、自由：数字媒体艺术形态的本性	(163)

三、人本：数字媒体艺术发展的本性	(164)
第二节 数字媒体艺术美学价值实现	(166)
一、数字媒体艺术的价值链断层	(167)
二、数字媒体艺术价值链的统一	(169)
第三节 数字媒体艺术美学的核心问题	(170)
一、情感：数字媒体技术通往艺术的必由之路	(171)
二、合艺术规律：数字媒体技术在艺术中的存在方式	(172)
三、从概念走向现实：数字媒体技术与艺术元素的整合方式	(174)

第二章 理念的重构

第一节 现 实	(182)
一、感觉之中的现实	(182)
二、虚无之处的现实	(186)
三、数字现实	(187)
第二节 真 实	(188)
一、虚拟：感觉的真实	(189)
二、超越：美的真实	(192)
三、尽意：想象的真实	(194)
第三节 丑	(196)
一、搞笑：审丑的日常化	(197)
二、丑和丑感	(199)
三、丑的境界	(203)
第四节 主 体	(204)
一、科学的主体和艺术的主体	(205)
二、美的信念与艺术的主体	(207)
三、美学主体理念的重构	(210)
第五节 情 感	(211)
一、情感的生理机制	(211)
二、理性的情感	(213)
三、形式的情感	(214)
第六节 体 验	(218)
一、美在体验	(218)
二、体验的美	(220)

第三章 形式的重构

第一节 畸 态	(226)
----------------------	--------------

一、造型的特征	(226)
二、造型的标准	(230)
三、造型的结果	(232)
第二节 化 身	(235)
一、作为可见的形式	(236)
二、作为艺术形式的本质	(238)
三、作为形式的规则	(238)
四、作为创造美的普遍形式	(240)
五、化身的方式	(241)
第三节 灾 难	(243)
一、灾难的美学呈现	(243)
二、灾难的符号化	(245)
三、灾难的英雄神话	(246)
四、数字灾难的人性忧思	(247)
第四节 直 觉	(248)
一、直觉的形式化	(249)
二、直觉的物质化	(250)
三、直觉的现实化	(252)
第五节 微观与宏观	(252)
一、对象的任意大	(253)
二、对象的任意小	(254)
第六节 抽象和具象	(256)
一、从抽象到具象	(256)
二、从具象到抽象	(258)
 第四章 传播的重构	
第一节 传播主体	(261)
一、创、传、受的“三位一体”化	(262)
二、传播的“三位一体”化层面	(262)
三、传播主体“三位一体”的意义	(263)
第二节 传播价值	(265)
一、传播即存在	(265)
二、传播即财富	(268)
三、传播即创造	(273)
四、传播即话语	(274)
五、传播即共享	(277)

第三节 传播条件	(281)
一、“非专业化”的技术	(281)
二、自由民主的传播体制	(281)
三、社会文化的聚众性	(282)
四、个体需求的最大化	(282)
第四节 艺术传播重构的意味	(283)
一、解构艺术原创神话	(283)
二、再造艺术书写方式	(284)
三、拓展艺术创造空间	(285)
第五节 艺术传播的重构效应	(288)
一、审美的平民化	(288)
二、审美文本的衍生化	(290)
三、审美误读的合法化	(292)
四、审美价值评判的缺位	(293)
小 结	(295)
参考资料	(296)
后 记	(299)