



专升本

教育部师范教育司组织编写
中学教师进修高等师范本科(专科起点)教材

中外美术信息

罗一平 主编



高等教育出版社

796

51-43
C88

教育部师范教育司组织编写
中学教师进修高等师范本科(专科起点)教材

中外美术信息

主编 罗一平

高等教育出版社

内容提要

本书系中学教师进修高等师范本科(专科起点)教学美术专业必修课教材,共分7章及3部分附录,分别阐述美术信息的基本理论,美术信息传播的基本规律和系统,美术信息的符号与意义,美术信息传播相关美学理论,美术信息媒介及搜寻策略,美术信息接受方法论,美术创作信息接受策略及20世纪西方美术流派简介、2000年中国美术动态纪要、2000年中国美术书籍出版总目。特点有三:第一,以美术信息方法论为主,对中外最新美术信息动态进行描述与梳理。第二,实用性强,详细介绍如何寻找美术文献、书籍;如何保存图像资料、建立图像信息库;分析中外历史上著名美术家的信息处理策略,通过个案研究,分析这些美术家如何捕捉、获取和使用这些信息,从而提高学生美术创作的能力。第三,资料、图片丰富,介绍了大量美术期刊、网站及现当代美术流派。

除“专升本”学员外,本书还可供高等师范本、专科及普通高校公共艺术课使用。

图书在版编目(CIP)数据

中外美术信息/罗一平主编. — 北京:高等教育出版社,
2002

美术专业专升本教材

ISBN 7-04-010789-9

I.中… II.罗… III.美术—概况—世界—师范
大学—教材 IV.J-11

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第098991号

中外美术信息

罗一平 主编

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市东城区沙滩后街55号
邮政编码 100009
传 真 010-64014048

购书热线 010-64054588
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所
印 刷 中国青年出版社印刷厂

开 本 787×1 092 1/16
印 张 14
字 数 330 000
插 页 26

版 次 2002年7月第1版
印 次 2002年7月第1次印刷
定 价 34.10元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

目 录

第一章 美术信息的基本理论	(1)
第一节 美术信息的概念体系	(1)
一、信息与美术信息	(1)
二、从本体论的角度看美术信息	(2)
三、从认识论的角度看美术信息	(3)
四、获取美术信息的几种常见渠道	(4)
第二节 美术信息与传播	(5)
一、美术信息传播的基本特点	(5)
二、美术信息传播的共振效应	(6)
三、美术信息传播的失真和衰减现象	(7)
四、美术信息传播的品质性问题	(7)
五、美术信息传播的互扰性问题	(8)
第三节 美术信息的存在形式及相应特征	(9)
一、地域、民族、历史差异的存在方式	(9)
二、流派、理论与实践不同的存在方式	(10)
三、美术信息接受感知渠道不同的存在方式	(10)
四、传播环节多寡不同的存在方式	(11)
第二章 美术信息传播的基本规律和系统	(13)
第一节 美术信息传播的基本模式	(13)
一、美术信息传播的基本要素	(13)
二、美术信息的几种主要传播模式	(13)
三、美术信息的编码与译码	(16)
第二节 美术信息系统的基本分类	(16)
一、自我信息系统	(16)
二、人际信息系统	(17)
三、群体信息系统	(17)
四、组织信息系统	(19)
五、大众美术信息系统	(19)
第三章 美术信息的符号与意义	(21)
第一节 美术是一种语言符号	(21)
一、美术是一种语言符号	(21)
二、美术是一种图像语言符号	(21)
三、美术是一种社会文化语言符号	(22)
第二节 美术符号的表意性	(23)
一、美术符号的意义	(23)
二、美术符号是思想的感性坦露	(25)
三、美术符号是符号形式和意义相互关系的体现	(26)
第三节 美术信息传播中符号交流的意义	(27)
一、传播者的意义	(27)
二、受传者的意义	(29)
三、环境的意义	(32)
第四节 符号的相互作用功能	(34)
第四章 有关信息传播美学理论的介绍	(38)
第一节 法兰克福社会批判理论	(38)
第二节 文化研究与大众传媒	(40)
第五章 美术信息媒介及搜寻策略	(42)
第一节 信息媒介和麦克卢汉媒介功能理论	(42)
一、何为信息媒介	(42)
二、麦克卢汉的媒介功能理论	(42)
第二节 作为工具的美术信息媒介	(44)
一、报纸	(44)
二、期刊	(48)
三、图书馆	(54)
四、艺术博物馆	(56)
五、美术展览	(57)
第三节 如何利用国际互联网查询美术信息	(59)
一、因特网的功能和传播特点	(59)
二、登录因特网的途径	(61)
三、资讯及综合:美术网站推介	(62)
第四节 文献资料搜寻策略	(68)

一、理论研究	(68)
二、创作研究	(70)
三、文献资料搜寻策略	(71)
四、一般资料来源	(72)
第六章 美术信息接受方法论	(74)
第一节 美术作品文本信息分析方法研究	(74)
一、精神分析的方法:对无意识的解读	(74)
二、新批评的方法:向心式接受—— 由符号到象征意	(76)
三、结构分析的方法:从信息形式到 信息深层意蕴	(77)
四、现象学的方式:由确定性到不 确定性	(78)
五、境界拓展的方式:从有形到无形	(79)
六、作品本体层次解读的方式: 言——象——意的结构	(80)
七、图像学的方法:阐释的循环	(82)
第二节 综合研究方法	(84)
一、丛书或文件研究法	(84)

二、历史研究法	(85)
三、法律研究法	(85)
四、二手资料分析法	(85)
五、谈话分析方法	(85)
六、环境与人物行为研究法	(86)
第七章 美术信息的接受策略	(88)
第一节 传统美术信息对我们意味着什么	(88)
第二节 图像的修正:一个超越前在信息 影响的艺术策略	(90)
第三节 图像的转义:在前在信息影响中 如何显现自己的独创性	(97)
附 录	(107)
第一部分:20世纪西方美术流派简介	(107)
第二部分:2000年中国美术动态记要	(152)
第三部分:2000年中国美术书籍出版总目	(183)
后 记	(214)
主要参考文献	(216)
彩色附图	

第一章 美术信息的基本理论

信息是人类社会的宝贵资源,历史上已形成的那些文献信息,无论是两河流域楔形字泥版文献,还是黄河流域的甲骨文献;不论是埃及的金字塔;希腊、罗马的雕像,还是中国敦煌的壁画、汉唐的雕塑等,都是“凝固的”知识,记忆的延伸,社会发展留下的运动轨迹,历史的见证,人类智能的结晶。可以毫不夸张地说,一部人类社会发展史从一定意义上讲,也就是一部人类信息传播与信息利用的历史。离开了信息交流,人类社会难以形成,人类的文化艺术也无以维系和发展。20 世纪的一百年,信息更显现出它巨大的文化经济价值,随着科学技术的不断发展,报纸、期刊、广播、电视和互联网等信息媒介日趋多元化,信息传播的手段日趋现代化,“地球村”变得越来越小,信息对世界政治经济和文化艺术的影响则变得越来越大。尤其是在 21 世纪的今天,人们已步入了一个高度信息化的时代,一个信息经济和知识经济占主导的时代,信息已成为文化艺术知识创新的决定因素,谁拥有了新的文化艺术信息,谁在收集、加工、处理和利用文化艺术信息方面领先一步,谁就占据了新知识的制高点,在文化艺术知识竞争中就具有更强的竞争力。他的艺术思维、艺术观念、艺术方法、艺术语言等方面就有可能比别人先进,就有可能更快的创立新的艺术风格,在社会上具有更广泛的影响力。因此,在某种意义上可以这样说,造成不同个人文化艺术差距的原因,除了不同个体文化艺术的基础以及自身艺术天赋的不同之外,很大方面取决于他们对文化艺术信息的收集、加工、处理与应用,取决于他们对文化信息的重视程度。

第一节 美术信息的概念体系

一、信息与美术信息

信息的概念十分广泛,李白“日照香炉生紫烟,遥看瀑布挂前川,飞流直下三千尺,疑是银河落九天”的诗句,给我们带来了庐山瀑布的信息;苏东坡的词“大江东去,浪淘尽,千古风流人物……”给我们传递的是赤壁怀古的信息;西班牙阿尔特米拉洞穴岩画,给我们传递着原始人类的文化艺术信息,顾恺之《云台山画论》给我们带来了中国最早的艺术理论观念的信息。整个人类社会和自然界的各种现象:差别、变迁、运动、异化、分解、融合、衍生、发展、嬗递、共鸣、反射……,所有这一切,都会产生信息。

在人类社会早期,人们对信息的认识是比较宽泛和模糊的,他们多把信息看成消息、音讯的同义语。我国汉语很早就有“信息”这个词,早在一千多年前唐朝诗人李中在《碧云集·暮春怀故人》的诗中就有“梦断美人沉信息,目穿长路倚楼台”的佳句。这里的“信息”指得就是音信、消息。

中文的“信息”与“情报”,在英文都是“Information”这个词。然而中文“信息”与“情报”的外延与内涵均有很大差异。《情报与文献工作词汇基本术语》中,关于信息的解释是:“Information

物质存在的一种方式、形态或运动状态,也是事物的一种普遍属性,一般指数据、消息中所包含的意义,可以使消息中所描述事件的不定性减少。”在这里,“数据”是指数字、字母与符号的集合,“消息”是指适当的语言或代码从一个信息源向一个或多个目的地传送的情况。该标准关于“情报的解释是:“Information 被传递的知识或事实”。知识,是人们对自然现象与规律、社会现象与规律的认识和描述。从一定意义上讲,是指一种已被人们所感知与确认的认识。而那些迄今尚未被认识的原始信息,是人们努力探索的对象,在尚未认识它之前依然不能划入知识的领域。这就是说,一方面“信息”(指广义)有的已经过人类大脑的加工成为“知识”,另一方面,形成后的“知识”又可以作为“信息”来传递。这就说明,“信息”的范畴即包括“知识”、“消息”,又远远大于“知识”与“情报”。

美术信息是建立在美术的基本特征之上的一种信息形式,美术的基本特征是“形象性”,这种形象是以图像符号的形式显现出来,因此,形象或图像符号就是美术信息区别于其他事物信息的基本特征。

美术信息的概念我们可以从本体论意义和认识论意义两个方面加以理解。

二、从本体论的角度看美术信息

(一) 美术信息是美术事物运动的状态与方式

从美术信息的本体论意义上讲,美术信息是美术事物内部结构和外部联系运动的状态与方式。在此,“事物”泛指美术信息活动中一切可能的研究对象,如美术家面对客观世界的物质客体,以及美术家主观世界的精神现象;“运动状态”是指美术事物作为一种信息运动在空间上所展示的形状和态势;“运动方式”是指美术事物的信息运动在时间上所呈现的过程和规律。由于宇宙间一切事物都在运动,都有一定的运动状态和状态改变的方式,因而一切事物都会产生信息,这是信息的绝对性和普遍性;同时,由于一切事物都具有不同的运动状态与方式,这种状态和方式决定着不同事物信息的性质,同样也决定着美术信息的运动状态与性质。因此,信息又具有相对性和特殊性。

(二) 美术信息是美术事物运动的物质形式

美术事物的运动离不开物质的形式,美术信息是美术物质的普遍属性,是一种客观存在的物质运动形式。也就是说,它在物质运动过程中所起的作用是表达它所属的物质系统,在同其他物质系统全面相互作用(或联系)的过程中,以质、能波动的形式所呈现的结构、状态和历史。作为信息的一个种类,美术信息也是以质、能波动的形式表现出来的。美术信息作为人类精神的载体,它的图像、文字、语言都表现为一定的物质讯号,这些讯号是以可视、可听、可感的形式作用于人的感觉系统,经神经系统传递到信息主体的大脑得到处理并引起反馈。因此,美术信息也具有物质属性。

(三) 美术信息自身是个符号体系

美术信息自身是个符号体系,它是意义和符号、精神内容和物质载体的统一体。美术信息核心就是既具有物理载体又具有精神语义承载所构成的统一整体——美术符号。这里的物理承载主要是如绘画中的纸张、画布、颜料、线条;雕塑中的石块、泥土、木材等,美术信息必须借助这些物质载体方可容身,方可存在、方能进行传递和接受,它们构成了美术信息符号的外在形式。这里的语义承载主要是指美术符号通过其外在形式所表达出来的审美意蕴。美术信息本

身是一种精神存在,它虽然与其赖以生存的物质载体有着须臾不可分离的依存关系,但美术信息不等于物质载体,它借助于物质载体只是为了获得确定的外部空间形式,以便生存和传播。

(四)美术信息是一种社会信息,反映着社会的互动关系。

美术信息又是一种社会信息,反映着社会的互动关系。美术家是一个社会人,生存、思维在一定的社会空间环境中,他的艺术思维、艺术行为必将打上社会的烙印。作为社会人的美术家必定要和他自身以外的各种事物发生这样那样的社会关系,这就构成了社会互动。社会互动的介质不单单是物质,还包括社会信息的物质载体——符号,正是艺术符号的存在,美术或美术的互动作用才成为可能。以上这些就构成了本体论意义上的美术信息概念。

三、从认识论的角度看美术信息

如果我们在信息概念中引入认识主体——美术家这一约束条件,我们就可以看到,本体论意义上的美术信息定义就转化为认识论意义上的美术信息定义。

认识论美术信息就是认识主体所感知或所表述的事物运动的状态与方式。其中,认识主体所感知的事物运动状态与方式,是外部世界向主体输入的信息,可称之为感知信息;认识主体所表述的事物运动状态与方式——美术作品,是主体向外部世界(包括向其他主体)输出的信息,可称之为再生信息。认识论层次的信息受认识主体约束,可以说,没有主体就没有认识论信息。

我们如果再引入认识深度这一约束条件,认识论信息就可以进一步扩展为3个层次:(1)语言符号信息;(2)语义信息;(3)语用信息。语言符号信息,即主体在特定美术信息活动中所感知或表述的事物运动状态和方式的形式化关系。美术信息的发送者和接受者在发送和接受美术信息时,首先诉诸感官的是线条、色彩、构图等艺术语言或美术符号形式,这是最低层次的认识论信息;语义信息,即信息主体所感知或表述的事物运动状态和方式的逻辑含义,主要是指美术符号通过其外在形式所表达出来的审美意蕴,这是较高层次的认识论信息;语用信息,即主体所感知或表述的事物运动状态与方式相对于某种目的的效用,这是最高层次的认识论信息。一般说来,语言符号信息、语义信息和语用信息是密不可分的,不可能撇开其中的一个方面而孤立地研究其他方面;当认识和研究一个美术事物时,人们多是遵循从语言符号、语义到语用的认识顺序,这可以看作是一个认识小循环,是美术信息传、受双方艺术的掌握世界的方法论。

在认识论层次的定义中,如果我们再换一个约束条件,以主体的认识能力和观察过程为依据,则可将认识论信息分为3个部分:先验信息,即认识主体在观察之前通过某种途径所感知的事物运动状态和方式,它包括信息主体先验存在的生理背景、文化背景、理论知识、经验因素以及情感、意志等心理背景;实得信息,是认识主体在观察过程中实际得到的关于事物运动的状态与方式,是认识主体所具有的学习能力、实践能力的表现;实在信息,是认识主体在理想观察条件下所获得的关于事物的全部信息,即事物实际的运动状态与方式。主体的认识能力是一个重要的约束条件,它的引入对于美术信息传、受双方都具有重要意义:一方面,美术信息接受者若想获得美术信息必须具备一定的认识能力(包括信息技能),它受主体的生理背景、文化背景、理论知识、经验因素以及情感、意志等先验信息条件的制约;另一方面,信息发送者若想提高美术信息的效率与质量,就必须了解信息接受者拥有哪些先验信息以及期待接受那些信息,以便在信息传送过程中尽量增加信息接受者的实得信息。

本体论信息与认识论信息是可以互相转化的,其转化过程大致与人类认识和改造世界的过程相同。

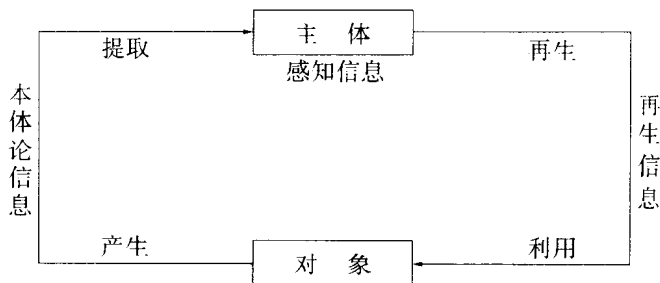


图1 美术信息转化模型^①

在图1中,由信息对象产生本体论信息,信息主体从本体论中提取所需信息(感知信息),通过分析综合等过程再生出符合自己所需的信息结构和信息功能等方面的信息(再生信息),然后作用于信息对象,使对象结构发生改变并产生主体所期望的新功能。这样,对象又产生了新的本体论的信息,新一轮的转化过程又开始了……。在美术信息活动中,这种周而复始螺旋式上升的过程其实就是美术信息传、受双方不断创造新信息的过程,这个过程既造就了大量的美术信息资源,又使信息传、受双方积累了丰富的美术信息资源。

美术信息是美术事物的运动状态与方式,是精神活动的存在物,是意义和符号、精神内容和物质载体的统一体。这是广义的美术信息定义,是最普遍的层次。由此而层层引入约束条件,美术信息的内涵就变得越来越丰富;与此同时,美术信息的定义由一而众,逐级展开,自然形成了美术信息的概念体系。

四、获取美术信息的几种常见渠道

美术信息是要通过一定的渠道发送和接收,这种渠道在信息学中称之为“信道”。有关信息渠道的问题我们将在下一章言及,在此,我们重点讨论获取美术信息的几种常见渠道。

(一) 从画册和书籍中获取。这是接受者最便利利用的途径。在接受者家里、朋友家里、图书馆、书店等场合,均可满足这种需要。但从这种渠道获取的美术信息是一种间接型美术信息,与直接观览原作相比存在失真问题。严格地讲,印刷品就是一种“赝品”,“赝品”的制作者是受人控制的印刷机器。印刷机器在制作原作的“赝品”时,存在以下几个常见的失真:1.色彩的失真;2.分辨率的失真;3.尺寸的失真。我们经常可发现,原作中的精神和艺术语言上的精妙之处往往不能在印刷品中得到充分的体现,有时分辨率的低下,更是使原作中清晰的形象变得模糊不清,直接损害了原作的精神;原作不恰当地被放大或缩小,或不恰当地被剪裁,都会不同程度地损伤原作精神。

(二) 从音像制品中获取。常见的音像制品有录音带、录像带、CD碟、VCD碟、DVD碟等。

^① 孟广均等《信息资源管理导论》,科学出版社,1998年版,第30页。

从录音带和 CD 碟中,我们所获取的美术信息只是语音信息,而从录像带和 VCD 碟或 DVD 碟中,则既可获得语音的美术信息,又可获得图像的美术信息,因而目前美术信息的音像制品多以录像带或 VCD 碟的方式出现。由于 VCD 碟和 DVD 碟的容量大且保存持久,因而目前这两种碟比录像带有着更为流行的趋势,特别是 DVD 碟的信息容量大及播放画面更清晰,因而比之 VCD 碟更有前景。VCD 和 DVD 碟有相应的播放机器,也可在有相应配置的电脑上播放。

(三) 从电影、电视的画面及解说中获取。从电影、电视的播放中,特别是从电视节目的播放中可以获得大量的美术信息。如目前电视“美术星空”节目就播放着大量的美术信息,某些美术方面的专题采访节目也传播着相当的美术信息。由于可足不出户,因而人们从电视上获得美术信息比从电影上获取更方便。

(四) 从电脑上获取。从电脑上获取美术信息有两种方式,一种是从电子出版物在电脑上的播放中获取,一种是从互联网中获取。目前国内大多学术期刊都制有光盘,适宜在电脑上播放,从中获取相应的信息也较方便。光盘保存比较方便,占用空间也小。目前互联网用户越来越多,从网上播放和获取信息者也越来越多。随着相应专业网站的建立及维护的跟进,互联网将成为最重要的美术信息渠道。

(五) 从展览、拍卖会、研讨会上获取。由于接受者亲临信息传播现场,直接面对信息对象,因而从上述途径获得的美术信息往往最为真切,这点在后面有关人际美术信息活动一节有专题论述。

(六) 从各类社科文史类知识和社会交往中获取。中国当代伟大画家黄宾虹一生努力地学习不同学科的知识,从中获取了大量有用的信息,催生出其高品质的美术作品。黄宾虹开出的“宾虹画学日课”就记录了他广取博收美术信息的各种途径:

1. 广搜图籍:分画史、画评、画考、画录四大类。
2. 考证器物:分古今传摹、石刻、木雕、甲骨、牙角、钢铁、铅锡、陶泥、资料,公私收藏,残缺花纹等等,在所不弃。
3. 师友渊源:国学、宗教、汉儒训诂、宋儒性理,兼综道释,集思广益……西学东渐,声光电化,日益发明,科学哲学,不能偏废……。
4. 自修加密……。
5. 游览写实……。
6. 山水杂著,纪录备忘……。

黄宾虹一生的艺术成就不能不说与这种接受大量各方面的知识信息有着密切的关系。

第二节 美术信息与传播

一、美术信息传播的基本特点

美术信息从来就是和传播联系在一起的,从信息科学的立场出发,传播无非是信息的传递或信息系统的运动形式。美术信息传播,即美术信息的传递或美术信息系数的运行。美术信息传播的基本特点有:

(一) 美术信息的传播是一种信息共享活动,它是一种将单个人或少数人所独有的美术信息

转化为两个人或更多人所共有的过程。这里的共享意味着美术信息的传播,具有交流、交换和扩散的性质。

(二) 美术传播是在一定社会关系中进行的,是一定社会关系的体现。美术信息的传播产生于一定的社会关系中,这种关系可以是历时性的,也可以是共时性的。它又是社会关系的体现,传、受双方表述的美术信息内容和采用的美术信息形式、语言符号等等,无不反映着各自的社会角色和地位。

(三) 从美术信息传播的社会关系而言,美术信息又是一种双向的社会互动行为,就是说,美术信息的传递总是在传播者与传播对象之间进行的。在美术信息的传播过程中,美术信息传播的发起人——传播者往往处于主动地位,但传播对象又不是单纯的被动角色,他可以通过美术信息的反馈来影响传播者。双向性有强弱之分,但任何一种美术信息的传播——无论其参与者是个人、群体还是组织——都必然是一种通过美术信息的接受和反馈而展开的社会互动。

(四) 美术信息传播成立的重要前提之一,是传、受双方必须要有共同的意义空间。美术信息的传播要经过符号的中介,这意味着美术信息传播也是一个符号化和符号解读的过程。符号化即是人们在进行美术信息的传播之际,将自己要表达的意思(意义)转换成语言、文字、图像等艺术符号;而符号解读,指信息接受者对传来的信息符号加以阐释、理解其意义的活动。反馈也包括在对美术符号解读的基础上的再次符号化活动。共同的意义空间,意味着传、受双方必须对美术符号拥有共通的理解,否则美术信息传播过程就不能成立。

(五) 美术信息传播是一种行为,一种过程,也是一种系统。行为、过程、系统是解释美术信息传播的3个常用概念,它们从不同的角度概括了美术信息传播的一些重要属性。当我们将传播理解为“行为”时,我们把美术信息的传播看作是以美术家为主体的信息交往活动,在此关系上考察美术信息传播过程中,美术家的传播行为与其他社会行为的关系;当我们把美术信息传播解释为“过程”时,我们着眼于美术信息传播的动态和运行机制,考察从信源到信宿的一系列环节和因素的相互作用和相互影响的关系;当我们把美术信息的传播视为“系统”时,我们是在综合的层面上考虑问题,这就是把美术信息的传播看作是一个复杂的“过程的集合体”,不但考察一种美术信息的传播过程,而且考察各种美术信息传播过程的相互作用及其所引起的总体发展变化。^①

总之,美术信息传播是指借助于一定的物质媒介和传播方式,使美术信息得到扩散和蔓延,并传递给美术信息接受者的过程。

二、美术信息传播的共振效应

美术信息在传播过程中由于传播途径增多、传播时间增长或单一途径中信息投放量增大等原因,有可能使某一信息的特征得到强化,产生信息接受最大振幅效应的现象。这种现象,可称之为共振现象。为了取得美术信息传播的最佳效应,即使之产生共振现象,可从以下几方面着力:

(一) 多渠道轰炸式传播。如同时动用多种媒体介质,包括直接的和间接的渠道,全方位立体式的传播。这种传播能瞬间在大范围内散播开来,瞬间冲击效应强,共振性强。但这种传播往

^① 有关美术信息传播的特点参考了郭庆光著《传播学教程》的观点,见中国人民大学出版社,1999年版,第5~6页。

往需要动用大量经费及较复杂的组织协调工作。

(二) 如采用单一途径传播,则可增加一次信息投放量。如增加刊物发行量,使更多的读者能接受到美术信息;又如,在展览中,尽可能多展出高品质的艺术作品,在这些优秀的作品中,就可以获得更大量的美术信息。又如,有些美术展览,常以三五人甚至更多的人组成的一个艺术群体同时展出,这也是为了取得美术信息传播的共振效应,如新文人画展、水墨延伸画展就属这一类,它使观众在众多的代表性作品中,较多的感受到这一流派或画风的整体面貌及艺术观念等。

(三) 延长传播时间。这也是取得共振效应的一种办法。如延长美术作品的展览时间,延长电子媒体的播放时间等措施都可程度不同地取得共振效应。

三、美术信息传播的失真和衰减现象

(一) 美术信息的失真现象

在美术信息传播过程中,信息的失真现象是难以避免的,这在获取美术信息的常见渠道中已有所论及。美术信息的失真原因有3点,其一:美术信息发放源在发放时的失真。如在美术信息的人际交流中,信息传送者未能清楚地阐明自己的观点,他所发放的信息就存在不同程度的失真。其二:美术作品在转化成印刷图片等过程中失真;一本美术理论著作的论点被另一著作者转引失误也必然造成美术信息的失真等。其三:美术信息传播过程中的失真。如口头传播中的误传、文章被人为删改、外文美术理论观点被误译后再被误引等等情况,均可造成失真。

(二) 美术信息的衰减现象

美术信息的衰减是不可避免的,除非传播过程中有人为的强化措施。随着传播行为的减弱,某种美术信息的传播强度自然减弱。传播行为的结束,美术信息流动也就结束,而既已存在的接受效应能持续多久则是另题探讨的问题。如随着某种美术信息刊物出售量的减小,以销售刊物投向接受者的这种传播方式所带的美术信息量下降衰减;又如展览停止,有关通过展览传播本次美术活动信息的行为也就停止了,此时本次展览渠道传播的美术信息量衰减为零。又如美术作品年代久远发生风化、败损后,其所含美术信息也发生衰减。

四、美术信息传播的品质性问题

美术信息是否有良好的品质,对于接受者是否起到良好的接受效果有着举足轻重的影响。美术信息的品质性取决于以下几个方面。

(一) 美术信息的容忍度

由于美术是一种社会意识形态,与某一特定时代的社会政治、道德及审美时尚等精神领域相牵连,这就必然涉及某种美术信息所反映的事物或所表达的思想,与整个社会时代的政治及道德能否相容的问题。若与时代、社会的政治及道德越不相容,则这种美术信息所得到容忍度就越小。但这种容忍度在不同时代、不同社会有所不同。即使在同一时代的社会里,容忍度在不同阶层也会有所不同的。容忍度差对美术信息的发送和接受均会产生影响。

1. 容忍度对美术信息发送的影响。容忍度差的美术信息的发送较为困难。统治阶级不能容忍的美术作品,其信息是不容许其由政府发出的,如清代《金瓶梅》一类的小说为当时政府意识形态难以认同,清政府就列为禁书不让刊印。在刘海粟之前,中国进行模特儿教学是不可能的

事,更遑论裸体绘画艺术作品展览及刊印能得到官方的首肯。

2. 容忍度对美术信息流动的影响。容忍度越高,美术信息流动量和速度就容易得到提高;而容忍度越低,美术信息流动量和速度就越容易受到干扰。毕加索创立立体主义作品初期,其思想和风格所受到的容忍度是低的,故初期流动速度慢,信息量也不大,到后期,立体主义作品越来越被人接受,即容忍度得到提高,此时传播的相关信息量和信息速度都得到加快。又如中国古代春宫图,不能得到官方和社会的广泛的认可,因而这类绘画信息只能以小流量,在小范围内以隐蔽性的和低缓的速度传播。这类作品在市面上四处搜寻也未必能一见,缘由就在于此。

3. 容忍度对美术信息接受效果的影响。容忍度对美术信息接受效果的影响有以下几种情况:(1)同向增强性。是指容忍度高的美术信息其接受效果也高的现象。不同时代社会容忍度皆高的美术作品,其接受效应也常常是高的。如达·芬奇的《蒙娜丽莎》、凡·高的《向日葵》等作品,在不同国度和社会,有着极高的容忍度,也有良好的接受效应,被普遍认可为艺术中的精品。(2)反向增强性。即指容忍度越低的美术信息,其接受效应反而增高的现象。这里需要申明,尽管这种美术信息社会总体容忍度低。但在一定群体或阶层仍有很高的容忍度,而在这范围的群体或阶层中出现接受效应增强性现象,因而这种反向增强性是特指特定人群接受效应的增强与总体社会容忍度较低并存的现象。如文学作品《金瓶梅》,社会总体容忍度很低,但在文学研究领域有很高的容忍度,且有较高评价。

(二) 美术信息的清晰度

美术信息的清晰度事关美术信息的保真及接受效果问题,清晰度高则保真和接受效果也好。清晰度问题贯穿于美术信息由发出至接受的整个过程。保证美术信息有足够的清晰度,有如下几条针对性措施:

1. 美术信息发出及传播过程中保持足够的清晰度。在学术研讨会中,阐述者在阐述自己的理论信息时,若言辞表达的不清楚,都会导致美术信息发出时的不清晰,容易导致错误的理解。美术作品展览时,若光线不足,作品也难以清晰的面目呈现给观众,观众所接受到的美术信息自然也就不够清晰了。特别是出版社在出版美术作品时,若图片拍摄不清晰、印刷质量不过关,作品所呈现出的美术信息自然也就不清晰。

2. 保持美术信息接受者良好的接受状态。即使美术信息在发出及流动过程中保持着良好的状态,但若接受者没有良好的接收状态,接受者接受美术信息时其清晰度就会降低。接受者的文化层次,学术水准、鉴赏能力以及生理状态都能影响到美术信息接受的清晰度。比如有视力障碍或有色盲症,或注意力不集中,都会使接受者接受到的美术信息清晰度下降,并使接受效果由此下降。少数人认为黄宾虹晚年的眼疾暗助了他“夜山”作品的效果,这是欠缺科学依据的臆测,且有误导之嫌。若然,试问黄宾虹晚年夜山作品是更适合也有眼疾者观赏呢,还是更适合眼睛健康者观赏?无论是制作美术信息,还是传播美术信息,或是接受美术信息,机体的良好健康状态是必要的。

五、美术信息传播的互扰性问题

美术信息互扰性是指不同美术信息之间的相互干扰。由于信息具有流动性特点,在流动过程中,不同信息相接触后可以产生互扰现象,这种互扰是不可避免的。美术信息互扰后可产生如下结果:

（一）主体美术信息量变质不变

是指处于主体位置的美术信息受到其他美术信息干扰后,主体美术信息性质不变,但其量得到加强或减弱。若干扰是同向推动性的,则主体美术信息得到加强,若干扰是逆向抑制性的,则主体美术信息得到减弱。起同向推动性作用的是同质美术信息,而起逆向抑制性作用的是异质美术信息。如一种主体画风刚面世并流动时,如此时有同质画风(或类似画风)加入这一流动过程,就可使这种主体画风的美术信息得到强化。如毕加索的首幅立体主义画作《阿维农的少女》刚问世不久,青年画家勃拉克就目睹了这幅作品,并摹仿这种画风创作了一批风景画。这批风景画画风所含美术信息对毕加索这幅立体主义处女作画风所含美术信息起到了同向推动作用,使这种画风的信息得到了强化。后来在一连串类似的立体主义画风信息的同向推动下,立体主义思想产生了强大而良好的接受效应。

当现代实验性美术信息流行起来的时候,也是传统美术信息流行受到抑制的时候。这种传统美术信息之所以受到现代实验性美术信息的逆向抑制作用,在于现代实验性美术信息的异质性问题。现代实验性美术强调美术的非理性和无意识的创作理念,追求所谓新奇的“原创性”思想,利用现成品或自然物替代传统的绘画物质媒介,否定创作过程的技术性思维,取消艺术和非艺术界限,强调艺术的行为过程(行为艺术和偶发艺术)以及强调观念和理论形态(观念艺术)的思想等等特征,与传统美术是完全不同的。

（二）主体美术信息发生质变

是指美术信息在异质美术信息的干扰下,不仅主体美术的信息量受到抑制,同时使主体美术的信息质也发生改变。这种改变可以发生于某一个个体、某一群体、某一个时间段。如著名心理学家荣格所言,由于文化具有很强的种族遗传性,因而上述所指的质变不可能是全域性或全民族性的。如20世纪初,西方文化强有力地冲击中国的民族文化,在西方文化的影响下,随着以康有为、陈独秀、胡适等人代表所推动的新文化运动的兴起,在文学方面诞生了白话诗和白话文;在美术方面,则在徐悲鸿、林风眠等人的推动下,诞生了融合西方绘画“科学性”和表现性等艺术形式的画风。如强调科学性的写实画风在徐悲鸿的中国画作品《愚公移山》及其后随者蒋兆和的水墨肖像画作品均可领略到。这种画风,实际上是由传统白描人物画风在西方人物画的“科学性”侵入后嬗变而来的,即传统白描人物画风在异质的西方人物画中那种所谓“科学性”表现的信息的干扰下发生质变后所产生的。当然,这种嬗变不可能是全域性的或全民族性的。

第三节 美术信息的存在形式及相应特征

一、地域、民族、历史差异的存在方式

（一）按美术信息原始源所在地域分

地域不同往往也就有地理环境及气候、社会文化风俗等诸多方面的不同,使不同地域的美术理论及作品也存在诸多不同。区分不同地域的美术信息,对研究不同地域美术理论和美术作品的异同及相互影响有着非常重要的意义。没有地域区分的美术信息的研究,就没有东西方美术的比较研究,也就不存在着东西方美术信息交流的问题。

1. 东方美术信息。这类美术信息原始信源位于东方国度。如再按不同国度分,又可区分为

中国美术信息、日本美术信息和印度美术信息等。不同国度在美术信息特征方面又有所不同。

2. 西方美术信息。这类美术信息原始信源位于欧美国家。西方不同的国家,其美术信息的特征也是有所不同的。

(二) 按不同民族区分

根据美术信息的原始信源来自于不同民族,美术信息又可以分为不同民族的信息样式,如建筑及服饰等方面的美术信息,在不同民族之间常常存在明显的差异。区别美术信息不同民族的来源性,有助于充分了解不同民族之间美术信息方面的特征及差异。

(三) 按不同历史时间段分

美术信息可以根据不同时间段进行划分,这有利于区别不同时间段上美术信息特征的差异。如在欧洲,可分为文艺复兴时期美术信息和非文艺复兴时期美术信息。在中国,既可笼统地分为古代美术信息和近代美术信息,又可按不同朝代、不同时期划分出不同阶段的美术信息。

二、流派、理论与实践不同的存在方式

(一) 按不同流派的风格分

如在西方艺术史上,毕加索与勃拉克创立立体主义美术作品之前,就分有印象派美术、象征主义美术、野兽派美术等等流派的美术信息。立体主义之后,又有抽象派、风格派、抽象表现主义、后现代主义等等美术流派信息。

(二) 按美术理论与实践的不同区分

1. 美术理论信息:可分为美术史、美术理论、美术批评及各类相关理论研究的信息。

2. 美术作品信息:可分为架上美术作品信息和非架上美术作品信息两大类。以所使用材质的不同及表现手法的不同,架上美术作品又可分为中国画、油画、版画、水粉画等等不同的美术信息,非架上美术作品又可分为雕塑、壁画、装置艺术、装饰艺术等等美术作品信息。美术作品信息又可根据流派风格的不同(如前)、题材的不同(如中国画类美术作品信息可细分为山水画、人物画、花鸟画等不同类型的美术作品信息)、时代的不同(如前)等因素进一步细分。

三、美术信息接受感知渠道不同的存在方式

(一) 视觉接受类美术信息

美术的基本特征是视觉性,美术从根本上说是一种视觉艺术,这也就决定美术信息获得的主要方式是通过视觉器官。这类美术信息获得的能力,与信息接受者视觉的敏感性有关,在其他条件相同的情况下,视力好及专注的读者所获得的美术信息就可能更多、更真切。举一极端例子,盲人就无法通过视觉感受美术作品的信息。

(二) 听觉接受类美术信息

这类美术信息的特点是接受者必须借助听觉器官才能接受,如通过广播、对话、演讲等途径传播的美术信息。这类美术信息的接受能力取决于接受者的听觉能力和对传播音符的熟悉程度。在大脑分析信息能力等条件相同的情况下,接受者的听力差或对传播音符不熟悉,所获得美术信息的真切性就差。举一极端例子,一位耳聋者或不懂汉语的外国人,仅通过听觉器官来接受美术信息就不太可能。

(三) 触觉接受类美术信息

此类美术信息渠道是通过触觉更进一步真切感受到的美术信息。如在鉴赏一件陶瓷作品时,作品的粗糙和细腻的信息,固然通过视觉可以作出初步判断,但若通过手指的触摸,可使这种判断更为精确。

(四) 混合接受类美术信息

此类美术信息动用了视觉、听觉或触觉中的两种以上途径所获得的美术信息。在展览会和拍卖会上,人们既可通过观看作品的图像样式及文字展示获得美术信息(视觉传播途径),又可通过听作品讲解(听觉传播途径)获得美术信息。在瓷器鉴定时还可通过触摸(触觉传播途径)获得进一步的美术信息。从多种途径获取的美术信息量大且较完整。

四、传播环节多寡不同的存在方式

(一) 直接美术信息

是一种未经过任何中间环节传播给接受者的美术信息。如直接目睹作品真迹,直接阅读原文,直接聆听作者的阐述。

接受者所获得的真实美术信息量与接受者的接受能力、接受原作的额度和接受原作美术信息的畅达性成正比。

要想提高获取真实的美术信息的能力,必须提高接受者的接受能力,这就需要花时间提高自身的理论和实践的综合素养,或努力增加接触原作的额度,同时增加接受美术信息的畅达性,以减少客观条件造成的误读程度。

直接美术信息的分型

1. 双向探讨型直接美术信息

这类信息的特点是,信息传播方和信息接受方可以通过彼此相互提问讨论的方式传播和接受信息。这类信息的传播过程中,具有良好的畅达性。小型专题研讨会最易取得这样的效果。

2. 单流向直接美术信息

这类信息的传播特点是,信息传播者和信息接受者之间没有双方反馈式的回路,信息由传播种方单向流向接受方。由于阻断接受方信息接受效果的反馈,使信息的畅达性下降。传播方信息的量和质往往由于接受方接受效应不佳而不同程度地流失。显然,单流向直接美术信息接受效应由于畅达性下降而远不如双向探讨型直接美术理论信息。灌输式的授课、演讲以及从画册、书籍中获取美术信息皆属于单流向直接美术理论信息。大众传播就是单流向信息传播方式。

3. 非接触型直接美术作品信息

这类美术信息的获得方式主要为接受者从美术馆、博物馆等展览、陈列场所目睹美术作品真迹,信息获得的效果与观看作品时的空间和时间限定性有关。观看作品的距离、时间不受限制,则信息接受的畅达性就高,获得美术信息量就相应同。可以设想,一幅因年代久远而画面模糊的绘画作品,若限定观者只能在一定距离外和一小段时间内观看,所获得美术信息的量是难以满意的。

4. 可接触型直接美术作品信息

这类信息的对象多为陶艺、雕塑等可以直接触摸的作品。接受者既可以从视觉途径获取作品信息,又是可通过触摸作品获取作品材质美感方面的信息。由于信息的传递多一条途径,使

得信息传达的畅达性得到提高,人们把握到的美术信息更为真切准确,因而这类信息的接受效果强于非接触型美术作品信息的接受效果。

(二) 间接美术信息

为一种通过间接环节传播给接受者的美术信息。如出版物(包括电子出版物、音像出版物)中的作品是经过拍摄转化而来的,所见到的美术作品信息对原作而言是一种间接的美术信息。临摹品对真迹而言,其所呈现的美术信息是一种特殊的间接美术信息。阅读引用文献或翻译作品所获取的美术信息相对于原文和原著而言都是间接美术信息。

(1) 在接受者的接受能力和接受频度相当的情况下,接受者获取的间接美术信息的真实信息量小于直接美术信息的真实信息量。(2) 要提高间接美术信息的真实信息量,除了要提高接受者的接受能力和勤于接触美术信息源外,提高转化者(如出版社媒体制作者)在将直接美术信息源转化为间接美术信息源的过程中的保真能力是极其重要的。如提高美术作品翻拍为照片时的清晰度、提高美术作品扫描入或摄入电脑时的分辨率、提高转述他人美术论文意义的准确率等措施都是为了提高信息保真率。

间接美术信息的分型

1. 纸张载体型间接美术信息:如各种美术理论和作品的画册和书籍。目前大多数接受者都是从这一途径获取美术信息的。

2. 音像载体型间接美术信息:如录音带、录像带、电影画面、电视转播画面、网上画面和消息、放映幻灯、人际之间的口头传播等所传播的美术信息。随着计算机(网络)技术的发展,网上画面及消息的传播方式将日益活跃。目前,网上展览和网上艺术品拍卖已有一定的进展,但由于它毕竟是一种间接的美术信息,由于失真,往往使其可得真实信息量不如展览中直接与作品面对面所得更为真实可靠。