

虚实相生的新空间

——动画场景设计研究

齐 铮 王 庆 著



北京工业大学出版社

虚实相生的新空间

——动画场景设计研究

齐铮 王庆 著

动画场景设计是动画创作的重要组成部分，也是动画艺术创作中不可或缺的一环。动画场景设计不仅关系到动画作品的视觉效果，更关系到动画作品的艺术表现力和文化内涵。在动画创作中，场景设计是连接故事情节与观众视觉的桥梁，是动画艺术创作中不可或缺的一环。动画场景设计不仅关系到动画作品的视觉效果，更关系到动画作品的艺术表现力和文化内涵。在动画创作中，场景设计是连接故事情节与观众视觉的桥梁，是动画艺术创作中不可或缺的一环。

动画场景设计是动画创作的重要组成部分，也是动画艺术创作中不可或缺的一环。动画场景设计不仅关系到动画作品的视觉效果，更关系到动画作品的艺术表现力和文化内涵。在动画创作中，场景设计是连接故事情节与观众视觉的桥梁，是动画艺术创作中不可或缺的一环。动画场景设计不仅关系到动画作品的视觉效果，更关系到动画作品的艺术表现力和文化内涵。在动画创作中，场景设计是连接故事情节与观众视觉的桥梁，是动画艺术创作中不可或缺的一环。

9787309-010

出版人：王庆

责任编辑：王庆

印刷单位：北京印刷厂

1×1000mm

27.11

平：25.00元

版：2018年3月第1版

印：2018年3月第1次印刷

ISBN 978-7-309-01010-2

定价：28.00元

北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

虚实相生的新空间：动画场景设计研究 / 齐铮，王庆著. — 北京：北京工业大学出版社，2018.3

ISBN 978-7-5639-6179-5

I. ①虚… II. ①齐… ②王… III. ①动画—背景—造型设计—研究 IV. ①J218.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第074093号

虚实相生的新空间——动画场景设计研究

著 者：齐 铮 王 庆

责任编辑：刘卫珍

封面设计：优盛文化

出版发行：北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园100号 邮编：100124)

010-67391722(传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人：郝 勇

经销单位：全国各地新华书店

承印单位：定州启航印刷有限公司

开 本：710毫米×1000毫米 1/16

印 张：14.75

字 数：265千字

版 次：2019年3月第1版

印 次：2019年3月第1次印刷

标准书号：ISBN 978-7-5639-6179-5

定 价：56.00元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题，请寄本社发行部调换 010-67391106)

前言

动画场景是一部动画作品展示剧情的母体，也是剧中人物展开活动的衬底，是表现动画主题的基本点。动画作为电影的分支，其重要特点就在于高度的虚拟性。但动画场景的艺术创作不是罔顾现实去凭空臆造，它必须来源于现实，并高于现实，让观众视觉游离于现实与虚拟之间，达到“臆”“境”的完美融合。由于动画片自身所特有的表现方法，使它的表现力往往会超越其他类型的艺术媒体。动画是一种不以符合客观现实为衡量标准的艺术，能给观众带来一种全新的可能、一种创造的展现、一个新的命题、一种哲学高度的理念，正是观众和艺术家的想象力铺就了动画艺术赖以生存的空间。

动画的层级创作流程成就了场景设计的基本方案，从风格上讲，如同在其他艺术领域一样，写意与写实也成为动画场景设计的两种基本形态。本书基于动画场景设计的基本理念，从基础理论的探讨出发，结合时代背景以及当代动画发展的新趋势，探讨当下场景设计中的写实与写意。在实践部分，基于优秀的动画作品探讨当下场景设计中虚实结合产生的新空间，并结合我国文化背景探讨场景设计中中国元素的传承与创新。本书兼具理论与实践意义，对于动画领域创作研究者来说有很强的参考价值。

著者

2018年1月

目 录

第一章 动漫艺术的发展与嬗变 / 001

第一节 动漫艺术的新时代探索 / 001

第二节 表现范式的嬗变 / 007

第二章 从接受群体看动画场景设计 / 021

第一节 动漫消费的新轨道 / 021

第二节 动漫艺术中文化与经济的双重聚焦 / 029

第三节 新时代动漫中的亚文化受众 / 039

第四节 弹幕、场景和角色的时代变迁 / 054

第三章 动画场景设计综述 / 065

第一节 场景设计概述与场景分类 / 065

第二节 场景设计的功能及设计要点 / 071

第三节 动画场景的设计风格 / 082

第四章 动画场景设计的概念性展现 / 092

第一节 动画场景设计中的概念呈现 / 092

第二节 不同维度的场景创作 / 100

第五章 动画场景的构图 / 109

第一节 动画场景构图简述 / 109

第二节 动画场景构图的视觉元素与美学 / 112

第三节 动画场景的空间构成与表现 / 120

第六章 动画场景中色彩与主题的呼应 / 136

第一节 色彩的基本原理 / 136

第二节 色彩与光影的心理体验 / 139

第七章 动画场景的设计制作 / 143

第一节 总体的设计思维 / 143

第二节 方位结构图在动画场景中的应用 / 147

第三节 实拍影像在动画场景设计中的应用 / 157

第八章 动画中的场景与镜头 / 168

第一节 场景与镜头 / 168

第二节 动画场景的镜头设计与场景合成 / 183

第九章 动画场景设计省思 / 192

第一节 动画场景与其他场景设计的区别 / 192

第二节 动画场景的意象空间 / 197

第三节 优秀动画场景赏析 / 221

参考文献 / 225

后记 / 229

第一章 动漫艺术的发展与嬗变

第一节 动漫艺术的新时代探索

一、动漫艺术实践的新探索

早在 20 世纪 50 年代,美国著名导演老惠特尼就把计算机技术运用到动画艺术创作中,他实验性地将控制防空武器的电脑化机械装置用于控制照相机的运动,制作动画短片和广告。此后,计算机就一路挺进艺术领域。1961 年,贝尔实验室的工程师爱德华·兹杰克(Edward Zajec)创作了第一部计算机动画电影,这个 4 分钟时长的黑白作品用于演示卫星环绕地球的运动,从此开启了计算机应用于动画行业的大门,这不仅大大降低了动画片的制作经费,还缩短了制作周期。计算机的艺术潜能被充分开发是在 1962 年,在一个计算机图形处理的高级研讨会上,麻省理工学院博士生伊凡·苏泽兰(Ivan Sutherland)演示了一个名叫“画板”的发明,他用一支光笔在电脑屏幕上画一幅画,然后以文件的形式将它存储在电脑中,要用时取出这些文件,打开文件后,可以将原来的画随意变大缩小,大可无限大(当然,显示器上只能显示一小部分),小可到一点。苏泽兰的“画板”的信息处理方式不是数据处理而是图形处理,这样人和电脑之间就以图形的方式真正建立了关联,由此开启了人机交互式绘图的先河,这个发明后来被尼古拉斯·尼葛洛庞帝(Nicholas Negroponte)称作“电脑制图的 big bang”。在这种技术中,图像作为庞大的点的集合而被存储和显示,过去作为制图基本元素的线条被作为图像元素(pixel,即像素)的点所取代,有趣的是,“像素(pixel)”这个词就是由“图像(picture)”和“元素(element)”这两个词缩略合成,前者是艺术,后者是技术。从某种意义上来说,“画板”是艺术与技术的一次历史性汇聚:一个数字化的影像有可能是由与图形毫

无关系的数据构成，这些数据只不过是按照可视的模式重组。

随后 50 年的计算机图形图像学的发展证明，计算机在图像的表现力上令人咋舌：从 Flash 技术、数字影像合成技术、三维建模技术、动态捕捉技术、虚拟摄影机到协同工作摄影机技术等，每一次技术的变革都带来了动画表现的深刻变革。这种深刻变化主要表现在三个领域。

其一，世界动画已经基本实现从传统动画向数码动画转型。计算机仿真取代了传统的手绘动画、定格动画，技术的发展大大激发了艺术家的创作激情，动画电影史上的《狮子王》《玩具总动员》《变形金刚》《功夫熊猫》《飞屋环游记》《疯狂动物城》等艺术价值和商业表现极高的作品无一不是借助计算机来完成的。计算机超凡的表现力也促使艺术家进入技术领域。1978 年美国导演乔治·卢卡斯（George Lucas）发明了可以把实拍画面和后期合成画面轻松地协调成同步的机械装置，把多年来靠手工硬涂胶片记述的效率一下提高了几十倍；新西兰导演彼得·杰克森（Peter Jackson）与好友成立的维塔数码是动画“表演捕捉里的领跑者”；好莱坞导演詹姆斯·卡梅隆（James Cameron）则为了拍摄《阿凡达》历时多年发明了协同工作摄影机技术，做到了实时合成实拍景物和 CG 的虚拟场景……在计算机专家和艺术家的共同努力下，所有可见或不可见的事物都可以被新媒体技术虚拟成“现实图像”加以展现。

其二，网络动画引发了全民创作的激情，从 Flash 动画时期波普式风格的《新长征路上的摇滚》、既有游戏乐趣又有暴力美感的《小小系列》和充满古怪而温暖的《猫》等技术精髓而心灵炙热的闪客时代，到渐渐以理想主义姿态和闭关修行方式创造的《功夫兔》以及把游戏、暴力、娱乐、政治和怀旧打包在一起的超现实主义风格的《李献计历险记》，再到时尚化和商业化风格明显的《泡芙小姐》《十万个冷笑话》等，网络动画以其在创作语言上一贯的轻松调侃、自由拼贴和解构吸引了不少年轻人，其制作成本低廉和流水化生产也使大规模生产成为可能，吸引了大量的专业动画公司进入，当前的网络动画已渐成气候。

其三，手机动画脱颖而出。从 21 世纪起，以移动通信网和智能移动终端的广泛应用为契机，手机动画已成为手机视频播放的重要内容，还有在微信、微博传播的 30 秒微动画、表情动漫开创了一个新型的动漫艺术形态和艺术市场。

新媒体技术的强势介入在让观众获得震撼的视觉效果的同时,也使传统动画时代的光影、机械、胶片等元素黯然消退,它一方面为动画艺术制作提供了全新的技术工具,另一方面使动画艺术生产、传播和消费涌动着新变潜流。

二、动漫理论的推动力

在计算机图形图像技术和互联网技术的双重作用之下,动画艺术观念和艺术传播发生了根本性的变革,同时给动漫理论带来了新的问题。

首先,艺术形态发生了改变。近年来,陆续出现了网络窄带传输的Flash动漫、适用于网络传输和光盘多媒体的Shockwave动画、前途甚为光明的适用于宽带传输的Web3D动画,以及支持移动互联网观看的“手机动漫”,甚至一些社交软件中出现了大量的动画明星。这些被称为新媒体动漫(狭义)的新艺术展现出了新的特点:①新动画技术取消了摄影机、胶片、药水,动画的生产、保存、传输、播映都是围绕着无数个0和1展开,导致了艺术本体的消失,却增加了可访问性;②新媒体艺术允许进行多种操作、多种艺术形式的无缝结合,导致媒体边界消失,却呈现了多媒性和交互性;③新媒体动漫削弱了叙事性,通过挪用和拼贴实现重新背景化,有些甚至连叙事都没有,如表情动漫,却拥有了比以往动画更多的粉丝。以上各种特性带来了新的质疑和争论:这些新型动画类型的特性与电影动画或电视动画的特性一样吗?

其次,观影方式发生了变革。新媒体技术使得在传统电影动画和电视动画之外,借助PC、手机、PAD等终端进行的网络视频成为主要观影模式,传统单向的、被动的观影方式被双向的、互动的观影模式替代;影像由以往影院中高大的“竖立”状变成了掌上媒体的微小“平躺”状,碎片化、块茎化、个性化、交互性致使影像“躺”得与经典时代不一样,其中弹幕视频还在观影体验之中加入了社交元素,使一个动画文本不仅包含内容本身,还有围绕着它的其他资料:视频评论以及网友的聊天,以上诸多数据构成一组链接,这个链接从理论上还可以扩充到无限——动画跨出艺术门槛演变成资讯的集合。再现与表现、编织与重组、沉浸与越界,新技术与新动漫之间呈现出复杂的解构与建构关系,具有新的美学意义。那么,究竟是新的媒介技术产生了新的动画艺术形态还是旧的动画艺术形态在新技术的

支持下演变成新媒介形式呢?

最后,观众被重新定义。传统的动画观众即便获得了质疑的空间仍然被称为“受众”,而新媒体语境中的“观众”被定义成“Prosumer(产销合一者)”,他们既是内容的消费者又是内容的生产者,因此当动漫文本在新媒体中流通时,这些“Prosumer”不仅消费文本,还在消费的文本之上生产新的内容(包括同人作品、评论以及其他信息)、生产渠道(转发到论坛、贴吧、微博、弹幕等)、生产社群(动漫微博群、朋友圈、QQ群以及线下群体)。此外,由于新媒体用户人群年龄的整体上移,动漫用户人群也从原来的低龄儿童向较为年长的少年、青年迁移。那么,作为一种内容、一种媒介和一种消费品,新媒体动画对青少年角色社会化到底有哪些潜在影响呢?

当动画艺术实践对数字技术保持着一种持续性实验,对互联网传播进行拥抱式的探索的时候,西方一些学者已经开始思考新媒体技术与传播对动画艺术审美及社会文化带来的冲击,但令人遗憾的是,这在中国尚未引起足够的注意和重视。

三、动漫产业的蓝海开拓

美国学者詹姆斯·弗莱姆(Jame Fraim)认为:“由于符号构成了国家‘软实力’的核心,因而在当代世界向软实力世界发展的趋势中,‘符号战争’是一个正在出现的现象。”动漫作为符号产业中最具渗透力的一种艺术形式,在对本土文化的创造性传承和对外文化输出中显示出其柔性的变革力量,日本“动漫外交”、韩国动漫游戏的“文化强国”和美国好莱坞电影推销的“美国精神”都是这些国家应对“符号战争”的发展策略。早在2010年,中国动漫年产量就超过日本成为世界第一的动漫生产大国,但“第一大国只是数量上,光是纯动画而言,中国动漫离世界强国还很远”。在世界动画史上,除了“中国学派”的短暂辉煌之外,中国动画一直是学习者和追随者,近年来中国政府力推文化创意产业的发展,但传统动漫的“产业化”在资本与政治博弈之间一直徘徊不前,唯独在动漫“数字化”这个领域中存在一片亮色,中国与世界的距离最小,甚至还有着创新和领先的可能。

在产业政策层面,国家逐渐将新媒体动漫纳入文化创意产业发展的重点方向。2012年,文化部《“十二五”期间国家动漫产业发展规划》明确提

出：“积极推动传统动漫产品通过新媒体传播，鼓励面向移动互联网等新媒体渠道及手机、平板电脑等智能终端的动漫创作和理论研究，推出一批具有较强影响力的新媒体动漫精品，发展壮大新媒体动漫产业。”2013年，由文化部牵头，整合三大电信运营商、服务提供商和主要内容提供商，共同制定的手机（移动终端）动漫标准《手机动漫文件格式》，进一步打开了互联网和移动互联网的新媒体动漫市场。2014年2月，国务院发布《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》，提出加快数字内容产业的发展，推动动漫游戏与虚拟仿真技术在设计、制造等产业领域中的集成应用，打造动漫民族品牌。2015年5月19日，文化部办公厅正式印发《2015年扶持成长型小微文化企业工作方案》，明确表示重点扶持动漫业、游戏业、网络文化业、数字文化服务业等成长型小微文化企业。

在产业实践层面，“二次元”经济大幕已开启。成长的新媒体动漫商业空间吸引了许多在传统动漫领域经营多年的动漫企业开始转战新媒体市场，大量出自动画团队之手的优秀作品开始涌现，如《喜羊羊与灰太狼》《魁拔》《秦时明月》等。这也促使中国电信、中国移动和中国联通三大运营公司推动其手机动漫基地于2010年落户厦门，正式进军新媒体动漫产业，这不仅全面打通了新媒体动漫的传播渠道，更推动了新媒体动漫产业化发展的道路。在用户原创内容（UGC）之外，网络视频网站爱奇艺、腾讯、优酷、土豆、PPTV等都相继开设原创动漫发行平台，基于微博应用的大型漫画阅读分享平台新浪微漫画、有妖气原创动漫网站也逐渐占据了漫画市场的半壁江山。在传统动漫企业、移动运营平台、网站这三股力量的合力推动下，新媒体动漫产业进入爆发性增长期，“二次元”这一凭借网络新媒体高速传播和渗透的亚文化现象正成为文化创意产业的“蓝海”。当前“二次元”产业价值放大主要围绕IP进行，大致有两种方式：一是基于超级IP的工业衍生品和动漫形象代言品；二是受众群体的泛化带来的IP的跨媒介移植，建构“超级娱乐系统”，如一个优质IP往往会被影视化、游戏化、真人秀等。新媒体动漫与传统动漫相比，与网络游戏、网络文学等新媒体内容产品有着天然的血缘关系，因此它与其他新媒体内容产品之间的融合和衍生创作更加方便和丰富。在此基础上，2015年动漫业产值已突破1000亿元，而2000年，这一数字不足100亿，吸引了金融资本，如真格基金、创新工场、中国文化产业基金等布局二次元领域。未来，随着移动终端设备的发展、

移动支付的成熟以及流量费用的降低,新媒体动漫产业将有巨大的商业发展空间。

从动漫受众市场来看,进击的新生代带来可选择消费的未来。据艾瑞咨询数据显示,2014年,核心二次元用户规模达4 984万人,泛二次元用户规模达1亿人,核心二次元用户将会稳定增长,2016年泛二次元用户规模达2亿(图1-1)。这些“二次元”群体有两个重要特征:一是有着较强的消费能力。中国的“二次元”群体的主流是80后、90后的消费者,从小受《灌篮高手》《圣斗士》《宠物小精灵》《名侦探柯南》等日本动漫的影响,又是与中国网络建设同步成长起来的一代,他们目前年龄在15~35岁,有着较好的经济实力和一定的社会话语权。新媒体动漫以超级英雄、魔幻游戏式“成人童话”内容及全媒体、全龄化发展,正好契合了这一群体的需求,由此带来了庞大的娱乐消费和文化表达的空间。二是新媒体动漫受众有着极强的社区文化属性。区别于世俗理解中的“宅”的概念,新媒体中的动漫核心活跃用户也是新媒介的积极实践者,因此其交互的社群对于网络媒介有着极高的依存度。有调查数据显示,80.20%的二次元用户主要驻扎在QQ、贴吧和弹幕网站等适合小范围“同好”交流沟通的垂直平台,会不同程度关注包括COS、手办、同人、动漫音乐等二次元相关的“圈子”。其中,弹幕因其独特的社交特性,能给予受众参与媒介作品讨论、表达和再创造的可能性,从而吸引了大批新生代用户,蕴含并衍生出了新的网络亚文化。这也是围绕“二次元”群体的二次元文化虽然只有极强的小众文化圈的特性,但其所蕴含的文化张力和商业潜力都不容小觑的原因。

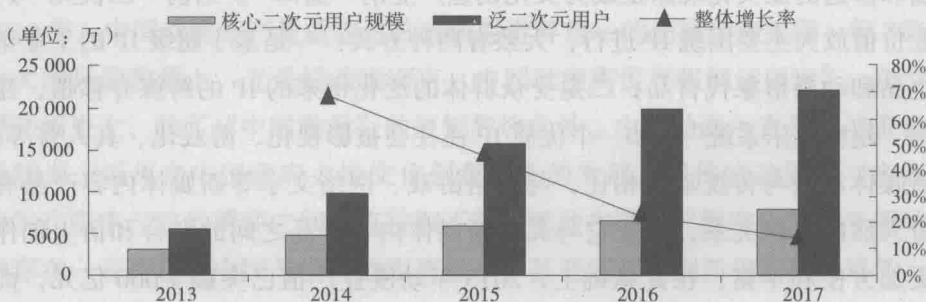


图 1-1 2013—2017 年二次元用户规模及增长

总体来看,虽然中国的新媒体动漫发展比国外晚了十多年,但后劲十足。目前数十个动漫基地相继成立,各个城市的动漫展此起彼伏,优秀的新媒体动漫作品层出不穷,新媒体为原创动漫提供了发展的新契机。当前,新媒体动漫已“不仅是一种媒体、一种艺术或一种表现手段,而是趋向于成为我们可以居于斯、乐于斯的环境”。面对这次由技术引发的动漫艺术的变革,亟须一种超越个别艺术实践的理论,以便更清晰和更准确地审视当前的动漫艺术与传播现状,提出对策,探索前行。

第二节 表现范式的嬗变

历史研究表明,文化的发展总是和技术的进步相联系的。在视觉文化问题上,艺术家表现现实的基本模式大致有三种:绘画、照片和虚拟现实。与之相对应,有三种技术的影响至关重要:镜子、照相机和电脑,它们所代表的是模仿的文化、复制的文化和虚拟的文化。

镜子是人类最早用来看待世界和自身的工具,它的出现对艺术及其观念影响深远。柏拉图认为艺术家反映世界有一个极其易行的方法,“只需旋转镜子将四周一照——在镜子里,你会很快得到太阳和天空、大地和你自己、其他动物和植物,以及我们刚才讨论的其他所有东西”,镜子不仅是艺术家观察世界的工具,还使艺术家自己成为被观察者,这也使自画像的流行成为可能。在之后的很长时间内,美学理论家也一直喜欢用镜子来表现这种或那种艺术的本质,如达·芬奇用镜子来说明绘画和画家的心灵与自然之间的关系:“画家的心灵应该像一面镜子,它的颜色应当同他反映的事物的颜色一致……”18世纪的批评家塞缪尔·约翰逊(Samuel Johnson)认为莎士比亚的才华在于“他向读者举起了风俗习惯和生活的真实镜子”。19世纪中叶,照相机的出现改变了镜子对影像的临时性呈现,它把镜子亦步亦趋的模仿变为机械的、永久的记录,犹太学者瓦尔特·本雅明(Walter Benjamin)敏锐地捕捉到了这一改变,在他的《机械复制时代的艺术作品》中预见性地提出,“这一次的媒介变革中,复制的技术撼动了原作独一无二的地位,艺术‘灵韵’不再是决定性的,复制品的展示价值更为重要,艺术大众化成为可能”。20世纪末,电脑和互联网在虚拟现实(Virtual Reality)

方面超凡的建构能力将图像艺术带入一个全新的阶段,艺术家利用计算机图形系统和各种终端控制等设备,在计算机上生成了可交互的三维环境,它不依赖任何物质本体,却能创造出虚拟影像并以逼真的面目呈现,将艺术与现实的依赖关系彻底打破——人们不在场,却可以沉浸其中并与之交互。新媒体艺术家罗伊·阿斯科特将之表述为“转换的屏幕代替反射的镜子,通过提供分支和互动的途径,信息技术可以进行创造性的碰撞和各种输入的联合,并且作为云层里的料子,为数据之舞提供一个巨大的舞台”。它改变了传统上受画框、舞台、电影院的阻断而使艺术受限的状况,允许虚实之间平滑和有序地过渡,为艺术家提供了前所未有的改变社会的力量。新媒体艺术呈现出虚拟的、交互的、流变的、沉浸的、遥在的、超媒体的和异构的倾向,在带来全新的艺术体验的同时,冲击着传统的艺术批评和美学经验。

一、复制文化时代:艺术理论的“媒介转向”

过往的 2500 年中的林林总总的艺术批评范式,当代文艺理论大师、美国文艺理论批评家艾布拉姆斯凭借自己对古今文论的熟悉将之归纳为四种基本范式:模仿说、实用说、表现说和客观说。艾布拉姆斯认为每一件作品都涉及四个要素:世界、作品、艺术家和欣赏者,他用一个三角形(如图 1-2)表示作品与其他三个要素(世界、艺术家和欣赏者)之间的关系——作品是中心,经由它把其他三个要素勾连起来。艾布拉姆斯认为这四大要素几乎可以包括西方文论史上各理论流派的批评特征:模仿说——着眼于作品与世界的角度将艺术解释为基本上是对世间万物的模仿,这一流派从柏拉图、亚里士多德一直到新古典主义美学中都占有重要位置,既是现实主义文论所要追求的崇高审美理想,也是浪漫主义文论孜孜追求的目标;实用说——从作品与欣赏者的角度强调艺术的直接教益性功用,从古希腊罗马时期修辞学写作诗法的合并,一直延续到几乎整个 18 世纪,在西方的实用主义批评那里被推到了极致,后来又在注重读者作用的批评流派那里得到进一步弘扬;表现说——从作品与艺术家的角度认为艺术品本质上是内心世界的外化,是从朗吉弩斯、培根到华兹华斯、约翰·斯图亚特·密尔一路发展而来的 19 世纪成为英国浪漫主义文论的基本特征,也是传统的弗洛伊德精神分析学派注重的方面;客观说——只根据作品存在方式的内在标准来

评判,强调批评的客观性和科学性,体现在20世纪的各种形式主义批评学派的实践中。艾布拉姆斯也用“镜子”隐喻了从柏拉图到18世纪文论的主要思维特征,用“灯”代表了19世纪后浪漫主义关于诗人心灵的主导观念。

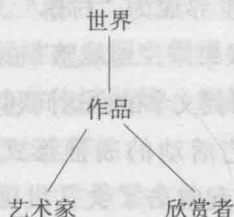


图 1-2 艾布拉姆斯的“四要素”

可以说,艾布拉姆斯的这种宏观总结是相当全面的,这一图式是艾布拉姆斯从文艺作品的内部活动来研究文艺规律,对文学艺术生产活动的一个基础环节——媒介,却只字未提。当然,客观原因是这之前的两次媒介技术造纸术和印刷术对一向“重才艺,轻技术”的传统艺术创作影响较小。随着媒介技术发生变革,尤其电影、广播的出现,媒介复制与艺术生产的关系问题成为突出话题。

最先敏感地对这个问题表达看法的是法兰克福学派,与西奥多·阿多诺(Theodor Adorno)、赫伯特·马尔库塞(Herbert Marcuse)对“文化工业”的忧心忡忡不同,本雅明在《机械复制时代的艺术作品》中乐观地提出了后来被证明是极为重要的见解:机械复制技术驱散了艺术的灵韵,但也改变了艺术的生产方式、美学效果及社会功能等一系列问题。随着电视文化的崛起,以罗兰·巴特(Roland Barthes)为首的符号学家和结构主义文论家借用语言学、结构主义和符号学的方法对电影、肥皂剧和电视广告等媒介文化进行了细致的解读,将传统的文艺理论研究推向了更为广阔的文化领域。20世纪60年代,英国伯明翰学派则将结构主义引进文化研究,将文化研究推向了当代大众传媒和日常生活领域,其精神领袖斯图亚特·霍尔(Stuart Hall)的“编码—解码”理论将“文本分析”转向“文本—受众”关系分析,为后来约翰·费斯克(John Fiske)、戴维·莫利(David Morley)的受众研究提供了理论基础。此外,法国后现代理论家鲍德里亚注意到了文化表征逻辑的崩溃和“仿真”逻辑的兴起与电子复制之间的关系,他把传媒解释为“关键性的仿真机器”,它通过生产影像、符号、代码建构起一个“超真实”的“拟像世界”,

美学也因此成为“超美学”。与此同时,媒介技术与文化形态的关系也成了文艺理论家关注的话题。加拿大学者马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLuhan)的“内爆”理论可谓影响深远,他认为电子媒介引发时间与空间的内向爆裂,由此导致距离被征服,世界成为“村落”。约书亚·梅罗维茨(Joshua Meyrowitz)针对媒介技术发展带来“地域感”的消失探讨其对社会行为的变革,德里达、米勒就全球化时代文学的命运问题直接展开省思。

电子媒介的出现使文艺活动的表征形式从文字滑向了图像米歇尔(Mitchell)“图像理论”的兴起宣告了文艺批评的“语言学转向”的结束,德波的“景观理论”、鲍德里亚的“拟象理论”、列菲伏尔的“日常生活审美化”等理论都从不同角度阐释了媒介对文学艺术从内到外进行的巨大审美重组。

当越来越多的文论研究的目光从世界、作家、文本和读者移向四要素之外的文本生产、传输和呈现时,渗透其中的媒介便凸显出来,并最终促成了当代文论研究视野的“媒介转向”,也使艾布拉姆斯静态地、孤立地对单个要素进行研究的“四要素理论”略显尴尬。

二、虚拟文化时代:“块茎”对“镜与灯”的挑战

这种“尴尬”到了21世纪新媒体艺术出现后直接变成了文艺批评的“困境”。从艾布拉姆斯的“四要素”图式中,我们可以简明扼要地看到几乎所有的传统艺术理论都明显地倾向于四要素中的一个要素,而且“作品”始终占据中心地位,这些作品一般都具有两种基本品质:一是结构的封闭性;二是结构的秩序性。“四要素”图式下的文艺批评理论虽然为分析关照“现代主义”之前的文本提供了一个非常有用的结构图形,但对后现代主义、后结构主义时代的中心消解的、流变性、开放性和碎片化的网状复杂性文本以及其所反映的社会特质和现代心灵则捉襟见肘。随着21世纪新媒体的飞速发展,互联网和虚拟现实技术允许我们的感官通过计算机界面来连接世界,心灵不再是以一种抽象、形式的方式反映世界,而是以一种人体知觉来参与艺术生产与欣赏,传统经典文论直接受到了挑战。首先,艺术作品结构的开放性。即艺术作品对不同的受众演绎开放的信息,“观赏者有可能选择自己的方向和联系,选择自己的优先角度,以个人的表现特性为背景去选择和欣赏其他可能的表现特性”。其次,作者编程化和受众参与化。

艺术家用计算机图像技术做实验,受众变成了作品的参与者,而艺术家只是扮演中介者或推动者的角色,作品最后往往是集体智慧的结果,变得难以分类。最后,传播者网络化。艺术评论家、出版社、画廊、电台、电视台等这些艺术中间机构或个人由于“把关”的存在而呈现出等级序列,但互联网将这些机构或个人散播在虚拟空间里,并和受众一起赋予平等的发言权,构成一个无限大的动态传播网络。新媒体艺术文本的以上各种新经验是经典文论的旧有范式无法诠释的。

新媒体艺术呈现的虚拟世界是无主体、无客体、无意指、多元性的,这个网状世界犹如德勒兹(Deleuze)与加塔利(Guattari)在《千高原》里所说的“块茎”,对古典的“镜与灯”的观念提出了强有力的挑战。

(一)“块茎”作为一种结构

“块茎”是法国哲学家德勒兹和加塔利用来形容一种与线性文本不同的文本形态。他们在《千高原》一书开头就对传统的作者和作者所呈现的世界给予了否定。在德勒兹看来,一本好的书(作品)应当“不具有客体,也不具有主体,它由以多种多样的方式形成的材料、由迥异的日期和速度所构成”,并且“只有通过外部并在外部而存在”。他把书分为三类:第一种类型的书是“根一书”,他将作品世界假定成“树”的形象,是一个牢固的整体,树也有着牢固的主根,有着垂直的轴和环绕的叶,传统的等级系统就像树状系统,线性的、循序渐进的、有序的系统。德勒兹认为自柏拉图以来统治西方世界思想界的都是这类书,当前语言学、结构主义和精神分析等经典之书也都带有意指和主观化的中心,他很反感这类“经典、审慎、古老的思想”。第二种类型的书是“侧根一书”,这回主根遭到破坏,一些侧根或次生根被嫁接于它之上,并呈现出蓬勃生长的态势,但主根并未死,根的统一性仍然持存,碎片化的存在是这类书的特点,如乔伊斯的词语、尼采的格言。但德勒兹认为这种碎片化中主客体的统一性虽不断遭到阻碍,但一个直接的、不定的次根繁多性嫁接于其上并繁荣发展,它最大的特征是仍效忠于统一性和总体性,这种统一性是隐藏的或潜在的。德勒兹认为,整个西方文化都是这种枝、干、叶层级分明、井然有序,本质与表象、中心与边缘等层级系统泾渭分明的文化。换言之,这是一个以自明、统一、再现的主体为基础构建起来的中心化、总体化、层级化的树状概念系统,而“所有树的逻辑都是模仿和复制的逻辑”。而他深刻地认识到,大