

新媒体艺术

XINMEITI YISHU

刘宁 侯瑞明 主编

吉林美术出版社

新媒体艺术

刘 宁 侯瑞明 主编

吉林美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新媒体艺术 / 刘宁, 侯瑞明主编. -- 长春 : 吉林
美术出版社, 2018. 1

ISBN 978-7-5575-3292-5

I. ①新… II. ①刘… ②侯… III. ①多媒体技术—
应用—艺术—研究 IV. ①J-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 005652 号

XINMEITI YISHU

新媒体艺术

作 者 刘 宁 侯瑞明
责任编辑 于丽梅
装帧设计 刊 易
开 本 710mm × 1000mm 1/16
字 数 150千字
印 张 10.5
印 数 1—1000册
版 次 2019年1月第1版
印 次 2019年1月第1次印刷
出版发行 吉林美术出版社
地 址 长春市人民大街4646号
网 址 www.jlmspress.com
印 刷 廊坊市海涛印刷有限公司

ISBN 978-7-5575-3292-5 定价: 39.00 元

前 言

新媒体艺术的兴起始于 20 世纪末,作为当代艺术的风向标,威尼斯双年展、圣保罗双年展、卡塞尔文献展、巴塞尔国际艺术博览会、德国科隆国际艺术博览会中展出的大量现代艺术都以新媒体艺术的形态呈现在观众面前。

信息时代的当下,世界展现给人们的是一个全球化、多元化的面貌。人类社会的发展,现代科技的日新月异,艺术与科学的相互融合在时下表现得尤为突出。在艺术创作上选择新媒体是艺术创作手段更新的标志,而新媒体也不可质疑地为艺术带来另一种新的发展可能。这种可能的重要性不仅在于目前新媒体艺术是热门的领域,而且在于新媒体艺术所具有的特性打破了疆域的界限,开放了交流的空间。新媒体艺术借助当代科技的最新成果,以新的视觉经验、新的沟通形态与互动方式扩展了人类的审美体验,改写着人类的生活方式,并推动着社会文明步入一个发展的新纪元。

新媒体艺术在未来仍然应该是 21 世纪最有前景的艺术,因为诸如电子影像等不仅仅是一种商业娱乐和流行文化的手段,它还代表着一种未来的语言和思想方式,将影响 21 世纪的文化意识形态。新媒体艺术所带来的改变不仅仅是艺术的形态和惯例,还有其更深层意义上的艺术精神和文化逻辑。面对科技的强劲挑战,对于新媒体艺术的研究理应深入到其人文本质,挖掘其技术性背后更深层的文化脉络。因此,透视新媒体艺术纵深交错的内涵和外延正是顺应时代潮流的必然趋势。

每个时代的生产力特征都影响到艺术的特征,数字化是一种无从逃避的时代趋势,作为艺术门类中最前沿、最具先锋性的现代艺术也在发生巨大的变化,其中最为引人注目的就是新媒体艺术的出现和发展。新媒体艺术家使用最新的

现代科技成果创作他们的作品，在这一领域里出现了许多超前的、有趣的、奇异的景象，这些作品开始进入美术馆或画廊，它们正在影响我们的观看视野，改造我们的视觉经验，进而丰富着人类的感受力。本文在艺术发展史，特别是现代视觉艺术史和媒介发展史的宏观背景下，结合美学理论和传播理论，特别是后现代的文化理论，论述新媒体艺术的艺术特征和文化逻辑。

本书共计六章，合计 15 万字，由河北传媒学院影视艺术学院的刘宁、侯瑞明合作撰写。由于时间比较仓促，加上作者水平有限，在撰写的过程中难免出现纰漏之处，诚挚地欢迎广大读者以及专家批评指正，敬请读者谅解。

目 录

| | |
|----------------------|----|
| 第一章 新媒体艺术概述..... | 1 |
| 第一节 新媒体和新媒体艺术..... | 1 |
| 一、媒体..... | 1 |
| 二、新媒体..... | 1 |
| 三、新的媒体..... | 2 |
| 四、新媒体艺术..... | 3 |
| 第二节 新媒体艺术的产生..... | 6 |
| 一、科学技术..... | 6 |
| 二、艺术思潮..... | 7 |
| 三、社会生活..... | 8 |
| 四、发展历程..... | 9 |
| 第三节 新媒体艺术的类型与范畴..... | 11 |
| 一、数字艺术类..... | 11 |
| 二、网络互动类..... | 14 |
| 三、融合跨界类..... | 18 |
| 第二章 新媒体艺术特征分析..... | 26 |
| 第一节 新媒体艺术的技术特征..... | 26 |
| 一、数字化..... | 26 |
| 二、交互性..... | 28 |
| 三、虚拟现实..... | 29 |
| 四、超时空与实时性..... | 31 |
| 五、人工智能..... | 32 |

| | | |
|-----|-------------------------|----|
| 第二节 | 新媒体艺术的时代特征..... | 33 |
| 一、 | 全球语境..... | 33 |
| 二、 | 塑造新知觉..... | 34 |
| 三、 | 未来的实验性..... | 36 |
| 第三节 | 新媒体艺术的审美特性..... | 38 |
| 一、 | 由观看走向体验..... | 39 |
| 二、 | 行为、视觉与意识..... | 39 |
| 三、 | 科技与人性..... | 41 |
| 四、 | 文化语境的变迁..... | 42 |
| 五、 | 公共内涵..... | 44 |
| 第三章 | 新媒体艺术批评解析..... | 46 |
| 第一节 | 艺术批评、新媒体艺术批评..... | 46 |
| 一、 | 艺术批评及其特性..... | 46 |
| 二、 | 媒介与艺术批评..... | 49 |
| 三、 | 新媒体与新媒体艺术批评..... | 49 |
| 第二节 | 传统艺术批评的现状 & 受到的冲击..... | 50 |
| 一、 | 传统艺术批评特质及不足..... | 50 |
| 二、 | 新媒体艺术批评对于传统艺术批评的冲击..... | 52 |
| 第三节 | 新媒体艺术批评的形成和本质..... | 53 |
| 一、 | 新媒体艺术批评形成的因素..... | 53 |
| 二、 | 新媒体艺术批评发展的本质..... | 55 |
| 第四节 | 新媒体艺术批评的风格、元素、特点..... | 58 |
| 一、 | 新媒体艺术批评的风格..... | 58 |
| 二、 | 新媒体艺术批评的组成因素..... | 60 |
| 三、 | 新媒体艺术批评的特性..... | 65 |
| 第五节 | 新媒体艺术批评存在的问题及应对措施..... | 71 |
| 一、 | 新媒体艺术批评存在的问题..... | 71 |

| | |
|-----------------------------|------------|
| 二、新媒体艺术批评的应对措施..... | 74 |
| 第四章 新媒体艺术的市场化研究..... | 80 |
| 第一节 艺术市场中的新媒体艺术..... | 80 |
| 一、新媒体艺术的市场化趋势..... | 80 |
| 二、新媒体艺术的基本含义..... | 81 |
| 三、新媒体艺术的特征..... | 82 |
| 四、新媒体艺术的发展历程..... | 84 |
| 五、新媒体艺术与传统艺术的区别..... | 85 |
| 第二节 新媒体艺术市场化现状分析..... | 86 |
| 一、新媒体艺术收藏与拍卖市场..... | 86 |
| 二、在商业市场中被广泛应用的新媒体艺术..... | 88 |
| 三、新媒体艺术市场存在的问题..... | 97 |
| 第三节 新媒体艺术市场发展的途径..... | 100 |
| 一、加强市场管理..... | 100 |
| 二、建立多元化管理体系..... | 101 |
| 三、高端科技化的技术支持..... | 102 |
| 四、创意复合型人才的培养..... | 103 |
| 五、吸引资金的支持..... | 105 |
| 六、吸引更多广大的受众群体..... | 107 |
| 第五章 新媒体艺术的交互性研究..... | 109 |
| 第一节 虚拟艺术的交互性..... | 109 |
| 一、何为虚拟艺术? | 109 |
| 二、虚拟现实的目的..... | 111 |
| 三、虚拟现实艺术的特点..... | 113 |
| 四、建构“虚拟”的信息呈现与交互途径..... | 117 |
| 第二节 新媒体艺术中的作品与受众研究..... | 126 |
| 一、虚拟艺术中“作品”的概念..... | 126 |

| | |
|--------------------------------|------------|
| 二、审美距离..... | 128 |
| 第六章 数字技术对新媒体艺术的影响..... | 131 |
| 第一节 数字技术..... | 131 |
| 一、数字技术的定义..... | 131 |
| 二、数字技术的研究对象..... | 132 |
| 三、数字技术在新媒体艺术中的应用..... | 132 |
| 第二节 数字技术与新媒体艺术的互动..... | 140 |
| 一、新媒体与传统媒体的比较..... | 140 |
| 二、数字技术和艺术的关系..... | 142 |
| 三、在数字技术影响下新媒体艺术的历史及未来的可能性..... | 145 |
| 四、以电影影像发展为例探究数字技术对新媒艺术的影响..... | 152 |
| 参考文献..... | 156 |

第一章 新媒体艺术概述

第一节 新媒体和新媒体艺术

新媒体艺术以数字技术为依托，以信息和网络传播等多种媒介为载体，是一种具有即时性、交互性和体验性的艺术，是科学与艺术、理性与智慧、现实与虚拟、个性化与大众化相融合的艺术形式。媒体的范畴，一方面是信息传播的工具；另一方面是艺术创作的材质和媒介。新媒体则专指在信息传播和艺术创作两个方面的数字化载体。

一、媒体

在讨论“新媒体”之前，首先要明确什么是媒体（Media）。所谓媒体，一方面是指大众信息传播工具或信息交流的介质，如报纸、杂志、广播和电视等。随着科学技术的发展，在传统媒体的基础上逐渐产生新的媒体，如互联网和移动网络等。因此，所谓媒体，必须具备传播和交流的功能。从另一方面讲，“媒体”也被称为媒介、介质和中介物（Medium），可以是画家、艺术家创作艺术作品所使用的材料和材质，如颜料、画布、纸张、笔墨、泥土、石头和相机、胶卷、磁带等。

上海交通大学专事新媒体艺术教学和研究的林讯教授在他写的《新媒体艺术》一书中，把“媒体”在传播和艺术两个方面的含义诠释得非常清楚：

“‘媒体’对于信息传播和艺术创作而言，两者分别具有不同的含义。‘媒体’对于信息传播而言，相当于交流信息的工具，如书籍、报刊、广播、电视和网站，其社会承担者为出版社、报社、广播电台、电视台和网络运营公司等。‘媒体’对于艺术创作而言，是艺术家感情物化的载体、创作材料和与欣赏者交流的媒介，如文字、声音、图形和图像、视频等，其社会承担者为文学家、音乐家、美术家、摄影和摄像师等。”

二、新媒体

相对于出版、报刊、杂志、广播、电影和电视等传统媒体而言，“新媒体”

是媒体随着信息时代的数字技术发展起来的数字信息传播媒体形态。“新媒体”是利用数字技术、网络技术、移动技术，通过互联网、无线通信网络、卫星等网络渠道，以及计算机、手机、数字电视机等终端向用户提供信息和服务的传播形态和媒体形态。确切地说，“新媒体”（New Media）特指数字媒体（Digital Media）或数字化特征的媒体。

一方面，作为信息传播和交流工具的“新媒体”，如网络信息传播、电子版报纸杂志、数字广播、手机短信和微信、移动电视、网络通信、网站博客、桌面视窗等。另一方面，作为艺术家艺术创作材料而言的“新媒体”则是数字创作平台，如数码相机和摄像机（DV）、计算机和软件、数字光盘、数字储存与播放系统等。

“新媒体”无论对于信息传播，还是对于艺术创作来说，都离不开一个基本前提，那就是数字媒体，而不是泛指一种相对而言的“新的媒体”。例如，俄罗斯艺术家亚历山大·波诺马廖夫（Alexander Ponomarev）、阿尔谢尼·梅切尔雅科夫（Arseny Mescheryakov）的网络电视直播影像装置作品《淋浴》（Shower），是在一个四壁由上千个正在直播的来自世界各地电视频道的监视器屏幕组成的淋浴间里，象征了在任何时间和空间，防止媒体对人们从信息单元中分离出来的绝对的电视支配和控制，人们只能停留在从一个频道转换到另一个频道的虚幻的自由之中。作品强化了自然世界和媒体世界的关系。

三、新的媒体

人们很容易从科学“进化论”的角度认为新媒体是一个相对进化的概念，常常把“新”相对于“旧”而言，进行生物进化式的比较和判断，认为“新媒体”是伴随着媒体演进的发生和发展在不断变化。比如，广播相对报纸是新媒体，电视相对广播是新媒体，网络相对电视是新媒体。这种观点认为：“新媒体”是一个不断发展的过程，是指目前这一刻才是最具前沿性的媒体，随着科学技术的不断创新和发展，以后还会出现人们意想不到的各种“新”的媒体。这样的观点，实际上是把“新媒体”错误地理解为“新的媒体”，把新媒体看作一个在不断变化的媒体阶段。如果把新出现的媒体相对于传统媒体而言称为一种新媒体的话，难道将数字媒体之后再出现的某种新的媒体称为“新新媒体”吗？这样一来，新媒体的概念就会不断延伸而永远没有明确的概念定义。所以，由此推论，对此后出现的生物媒体，或者说基因媒体等，再称其为什么新新媒体呢？

把“新媒体”望文生义或顾名思义地看作“新的媒体”，实际上是不了解“新媒体”的本质含义，不了解“数字”对“媒体”的革命性解放。想当然地把与“新媒体”相对应的传统媒体称为“旧媒体”。在艺术创作方面，把传统的以纸张、画布和颜料等为媒介材料的艺术作品与新媒体艺术相对应，称为“旧媒体艺术”。因此，常常会看到在有些关于“新媒体艺术”的专著和文章中，把现成品艺术、装置艺术、行为艺术甚至大地艺术等当代艺术形态和作品都当作新媒体艺术来举例，就是把“新媒体”艺术理解为“新的媒体”艺术之故。这是因为，一方面，他们不了解数字媒介和数字技术对艺术创作和传播方式的介入；另一方面，他们认为以上所举当代艺术都超越了传统的“架上绘画”的纸张和画布等传统媒介（所谓旧媒体），就是“新媒体”艺术了。

如果把“新媒体”的概念感性地理解为“新的媒体”，就会简单武断地把“新媒体艺术”理解为“新的媒体的艺术”。那么，也就会简单地认为“新媒体艺术”是目前最前沿、最前卫和最时髦的一种艺术。以此推断，“新媒体艺术”在时代和科技的发展变革中很快就会陈旧或过时甚至被淘汰。在另一种“新的媒体”出现之后，它又会变成所谓“旧媒体”了。

实质上，新媒体艺术之“新媒体”不是泛指“新的媒体”，而是特指数字媒体，它具有数字信息时代承接传统媒体时代的独特性，因而被约定俗成地称为“新媒体”。“新媒体”应该是一个专有名词，而不是一个形容词。它是专门特指“数字媒体艺术”的。由此可知，“新媒体”这个术语具有时代特征和时间性特征。随着时间和科学技术的不断发展和变化，尽管“新媒体”将不会再新了，但是“新媒体艺术”所特指的数字化媒体艺术特征是不会改变的。

实际上，从艺术创作观念及艺术家对材料的选择和运用角度来讲，根本没有所谓新媒体和旧媒体之分。

四、新媒体艺术

在给“新媒体艺术”下定义之前，必须弄清楚与“媒体”一词有关的概念和范畴。

（一）媒体。既可以是信息传播和交流的工具，也可以是艺术家创作艺术作品的介质和材料。

（二）新媒体。无论在信息传播和交流方面，还是在艺术作品的介质方面，都专指或特指“数字媒体”或“数码媒体”，而不是泛指什么“一种新兴的高科技材料或媒介”，也不是所谓相对旧媒体而言的“新媒体”。“新媒体”特

指数字化、虚拟现实、网络互动的数字网络媒体。

(三) 新的媒体。具有不确定性和延伸性，并不特指数字媒体，而是相对于所谓“旧媒体”的一种推测和推断，它是一个不断发展、变化、更新和开放的系统。这不是新媒体艺术的“前缀”。

(四) 新媒体艺术。建立在数字化信息传播技术平台上的并以此为创作媒介和展示方式的当代艺术形态。

在探讨和理清了这些基本概念之后，可以明确指出：

新媒体艺术是以数字技术为基础，以信息传播为媒介，以互动交流为手段，以先锋实验为特征，以艺术观念为驱动的当代艺术创作活动。

新媒体艺术的范围包括数字艺术 (Digital Art)、网络艺术 (Web Art)、计算机软件艺术 (Software Art)、数字动画 (Digital Animation) 和交互艺术 (Interactive Art) 等。将数字技术和媒介手段应用于影像艺术 (Video Art)、装置艺术 (Installation Art)、实验电影 (Experimental Film-Art)、实验戏剧 (Experimental Theatre) 和实验音乐 (Experimental Music) 等之中也是新媒体艺术的范畴。或者说，凡是利用计算机、网络和数字技术等科技成果作为创作媒介的当代艺术作品都属于新媒体艺术的范畴。

由此可见，新媒体艺术是以计算机数字技术为基础的，以数字化的信息产品为传播媒介，以数码相机、计算机系统、数码摄像机、光盘 (CD-ROM)、硬盘、投影仪、数字电视和手机等为创作工具和展示媒介，运用视觉造型语言表达艺术家思想和观念的当代艺术。

新媒体艺术的出现，表明了一些艺术家关注当代科技与时代生活，并试图运用现代信息传播媒介和数字科学技术所提供的可能性来表达思想和进行艺术创作的愿望。

新媒体艺术是以数字技术和传播媒介进行划分和定义的一种新艺术形态，而不是按照媒体和材质在演变进化的历史和时间上进行划分和定义的。所以，概括地说，新媒体艺术就是数字媒体艺术或数码媒体艺术。这样会对“新媒体艺术”有一个更为明确和具体的指向和界定，否则就会把“新媒体艺术”和“新的媒体艺术”，以及“新新媒体艺术”等在概念上混同起来。无论在艺术界，还是在社会大众方面都会造成一种概念模糊和思维混乱的现象。所以，“新媒体”是一个特指概念，而不是相对而言的模糊概念。

在数字技术和传播媒介越来越普及的今天，新媒体艺术的参与性和互动性

越来越容易被大众所理解、接受和喜爱。新媒体艺术在强调数字技术和科学性的同时，也强调艺术观念的创新性和艺术语言的实验性，因此很多新媒体艺术作品多是由艺术家、科学家和计算机工程师合作完成。另外，对于数字和科学技术的研究、开发和利用，也会产生数字美学和技术美学的艺术思想和艺术观念，为新媒体艺术带来独特的技术之美和科学之美。

在阐述“新媒体艺术”概念的时候，一个容易被忽视，也会引起质疑的问题时常会被一些艺术家提出来，因为他们在思考创作阶段和制作自己的艺术作品过程中都是通过计算机软件进行编程设计和计算，并利用计算机技术制作的，这样一来，不但计算机技术手段可以给艺术家的思考和制作带来极为方便的表现方法，而且数字技术呈现出来的工艺效果也是手工所难以达到的。但是，从艺术作品最终展示出来的效果和材料来看，尽管可以看出是通过计算机数字程序制作的技术痕迹，但是作品的材料却不是数字媒介的。那么，这样的作品是否属于“新媒体艺术”？

关于新媒体艺术的概念，有读者可能会想起另一个与新媒体艺术有关的词汇——多媒体艺术（Multimedia Art）。实际上，它是“新媒体艺术”的同义词，或者说是新媒体艺术的另一种称呼。从另一个角度讲，这一概念更强调在艺术表现中所承载和传达的媒体、媒介和材料的多样性和综合性，而不仅仅限于数字媒体的使用而已。可以将在公共空间中集合了电子灯光艺术；实验性的戏剧、舞蹈、音乐和行为艺术；互动影像艺术；网络艺术和3D动画投影等大型艺术活动称为“多媒体艺术”。例如，墨西哥出生的加拿大艺术家拉斐尔·洛萨诺-亨默（Raphael Lozano-Hemmer）的大型多媒体作品《关键建构：身体影像》（Relational Architecture, Body Movies）和《矢量仰角》（Vector Elevation）等。艺术家在其作品中大量使用了数据网络程序、机器人、跟踪系统、投影仪、音响系统，以及其他技术先进的媒体设备。

讨论到此时，不得不说明另外一个不是问题的问题：艺术作品是否属于新媒体艺术，它只是当代艺术中一种数字媒介，以及与之相适应的表达方式，而绝不是评判艺术作品新旧高低的标准。当代艺术绝不会因使用了数字媒介和技术，艺术家和艺术作品就显得比传统艺术和艺术家高级或与众不同。任何传统媒介和方法的艺术作品，在任何时候都不会因时代和科学技术的发展而失去它原有的创造力和永恒的智慧。

新媒体艺术除了因数字技术和传播媒介给当代艺术带来形态上的多样性之

外,更重要的是,新媒体艺术产生在注重观念性的后现代主义艺术潮流之中,它关注的不仅是形式问题,它与现代数字和信息技术的结合,既不应该是为了炫耀高科技数字技术在艺术中的应用,更不应该是仅仅为了追求视觉感官上的奇幻刺激,而是试图通过数字图像、装置艺术、影像艺术和数字技术所带来的语言表达方式等文化信息的呈现与互动。一方面,表达艺术家的思想观念;另一方面,激发观者的参与和在其过程中独特的感知体验;第三,也是最重要的一点,新媒体艺术改变了人们以往固有的观察世界、认识世界和创作艺术作品的方法和途径,新媒体也改变了人们传统的思维模式和生活模式。今天的艺术如何体现时代的特性,数字技术和媒介的高度发展,艺术家所思考的问题也必将更加广泛,在此基础上,新媒体艺术对整个艺术史的发展也将会产生更大的影响。与此同时,随着科学技术和数字技术的发展,新媒体艺术也将会在艺术形态和表达方式上不断表现出千变万化的新趋势。

第二节 新媒体艺术的生产

20世纪末产生的新媒体和新媒体艺术,不仅是信息科学和数字传播技术高度发展的结果,它与自文艺复兴以来,西方所倡导的科学研究与艺术创作相融合的探索精神,风起云涌的后现代艺术状况和当代艺术涌现出的各种艺术理论、艺术思潮的创作实践都有着密切的关系。后现代艺术出现之后,各艺术门类,如戏剧、电影、音乐、建筑和美术之间异常活跃的跨界互动艺术家对各种新材料的积极挖掘与大胆实验等都是新媒体艺术产生的必要条件。而且,人类社会生活的多元化发展,高度物质化社会条件下人们对数字技术和信息传播所带来的精神和文化生活的多样性需求也是新媒体艺术孕育和兴起的暖房。新媒体艺术的生产取决于科学技术的发展,艺术思潮的更迭和社会生活的需求。

一、科学技术

西方工业革命带来科学技术的迅猛发展,是新媒体艺术产生的基本前提。新媒体艺术的技术源头可以从照相技术的应用开始,数字技术出现之前的通信技术和信息技术成为新媒体艺术产生的技术和媒介基础。当信息科学发展到一定程度,出现数字技术的同时,就会应运而生成相关的艺术表现形式。因此,电视转播技术、电影特技技术、计算机软件、数字摄影、数字动画和电子游戏

等电子技术和数字技术的快速而联袂发展促成了新媒体艺术的出现。

视频、音频科技的发展为新媒体艺术提供了必需的电子装备和制作技术。比如摄像和播出手段、录音和播放技术、电视和计算机制作与编辑技术等。新技术为具有先锋意识的艺术家提供了表达与展示思想观念的新技术手段和新媒介材料。实际上,任何艺术形式或类型的出现都与时代的科学技术的发展有关。摄影、电影和电视技术等是新媒体艺术在发生和发展过程中,多种技术手段结合的技术基础。新媒体艺术是科学技术进步的产物,不仅体现了人类多元知识结构的复杂性,也包含了人类高度的想象力和深邃的思辨性,它是艺术与科学的完美结合。技术的作用为新媒体艺术的产生提供了科学和工具的基础,使艺术家的想象力在科学技术中得到了解放。由于科学技术具有跨越国界、超越阶层的特性,新媒体艺术的出现从一开始就超越了文化的界限,普遍被全世界所认同和接受。

数字信息科学领域中的交互技术、感应技术、3D 立体影像、虚拟现实、全息影像等技术手段在新媒体艺术创作中的应用,使新媒体艺术无论在表现方法和形式上,还是在创作思想和观念上,都不仅仅是一种技术手段,而是转换为一种技术智力,一种“融合的艺术和知觉的技术”。活跃于国际新媒体艺术界的罗伊·阿斯科特(Roy Ascott)认为,新媒体艺术的造型问题在于数字技术的联结性和互动性。他预见性地断言了新媒体艺术的发展趋势:“后数字化目标将越来越多地涉及技术智力与融合性。”生命科学的发生和发展也对新媒体艺术产生了直接的影响。所以说,新媒体艺术的产生和发展,一个非常重要的方面是依赖于现代科学技术的新发明与新创造。

二、艺术思潮

在信息科学和数字技术迅猛发展的 20 世纪中后期,各种活跃和先锋的新艺术思潮和新艺术流派相继出现,艺术家进行创作和关注的焦点更多体现在艺术与科学的交流和合作上,由此激发艺术家不断探索新的艺术样式与新的媒介和材料。艺术家是那种总是希望探索和创造人类的新思维和新经验甚至新世界的一群人。

任何一种艺术门类和艺术形式的发生和发展都不是孤立进行的,一方面,它与当时的科学技术发展水平有联系;另一方面,它也受到同时代艺术思潮和其他艺术成果的直接影响。新媒体艺术的产生与 20 世纪末期的艺术思潮和艺术流派关系密切。

新媒体艺术的思想来源受到 20 世纪中期出现的观念艺术 (Idea Art)、偶发艺术 (Happening Art) 和表演艺术 (Performance Art) (也称为“行为艺术”) 等影响。实际上, 在 20 世纪五六十年代前卫艺术 (Avant-Garde Art) 的实验中已经出现结合机械动力原理和技术的动态艺术 (Kinetic Art), 实现了未来主义 (Futurism) 艺术家在静止的平面上对立体和速度的转变, 使艺术真正地从平面走向了立体空间, 从静态变为动态, 并在时间的运用中和空间环境发生密切的联系。

欧普艺术 (Optical Art), 又称为“光效应艺术”, 即视觉效应, 看似一种抽象艺术, 在平面化的图形中舍弃了远近, 形成一种视觉的错觉。

波普艺术 (Pop Art) 所代表的通俗、流行和商业文化是在美国现代文明影响下产生的一种国际性艺术思潮和运动, 以商品社会的商业广告形象或表演中的偶然事件作为表现内容。英国波普艺术家理查德·汉密尔顿 (Richard Hamilton) 为“波普”下的定义是: 流行的 (面向大众而设计的), 转瞬即逝的 (短期方案), 可随意消耗的 (易忘的), 廉价的, 批量生产的, 年轻人的 (以青年为目标), 诙谐风趣的, 性感的, 恶搞的, 魅惑人的和大企业式的。

偶发艺术是由艺术家用行为构造一个特别的环境和氛围, 同时让观众参与其中的艺术方式。它是盛行于 20 世纪 60 年代以表现偶发性的事件或不期而至的机遇为手段, 重现人的行动过程, 是自发的、无具体情节和戏剧性事件的表现方式。

从以上这些艺术思潮和艺术流派中可以明显地看出, 它们在艺术观念上、表现方法上和类型形态上与新媒体艺术的众多相似之处和亲密关系, 尤其是波普艺术在思想观念和表现形式上对新媒体艺术的直接影响。20 世纪的电影、戏剧、音乐、舞蹈和美术等整个艺术界, 思潮起伏、流派纷呈, 成为最具思想性和争议性、最有创造力和影响力的艺术实验的聚集时代。新媒体艺术就是在这样一个艺术与科学竞相争艳的背景下应运而生。

三、社会生活

如果说科学技术的发展是新媒体艺术产生的技术和媒介基础, 风起云涌的各种艺术思潮是新媒体艺术产生的思想来源的话, 那么高度物质化的社会生活则是新媒体艺术产生的大众需求。

由于数字技术和传播媒介的特殊性, 尽管新媒体艺术有其科学技术和理性推理的逻辑性, 但是从另一个方面来看, 新媒体艺术从一开始就表现出极其生