

艺术符号媒介论纲^{*}

胡易容 韩嘉祥

摘要：沿着关于艺术定义的追问，本文从艺术作为符号传播活动考察艺术诸定义的偏向，并提出艺术意义在传播过程中涌现的观念，以凸显被诸种艺术定义遮蔽的“媒介性”。媒介性不仅是当代艺术发展的最重要推动力之一，也是内嵌于艺术的基本属性，其与符号形式互为表里。一门将媒介视为艺术内在要素而非外在传播工具的“艺术媒介符号学”尚待建立。

关键词：当代艺术，符号美学，媒介理论

A Semiotic Study of Art and Media

Hu Yirong Han Jiaxiang

Abstract: As an enquiry into the definition of art, this paper examines biases in various definitions of art from the perspective of art as a sign communication activity, and it proposes that artistic meaning emerges from the process of communication. It thereby highlights the characteristic of art as a medium that is obscured by these definitions. Art as a medium is not only one of the most important driving forces for the development of contemporary art, but also a basic attribute embedded in art, thus taking both external and internal semiotic forms. A “semiotics of art media” that would regard the media as internal to art rather than an external tool of communication remains to be established.

* 本文为国家社科基金重大招标项目“当代艺术提出的重要美学问题研究”（20ZD049）及国家社科基金冷门绝学专项课题“巴蜀符号谱系整理与数字人文传播研究”（2018VJX047）阶段性成果。

□ 符号与传媒（24）

Keywords: contemporary art, semiotic aesthetics, media theory

DOI: 10.13760/b.cnki.sam.202201006

当代艺术最重要的推动力量之一是技术，更确切地说是作为艺术媒介的技术。20世纪初摄影术与电影使人类文化进入了“机械复制时代”，电视则使社会传播的根本方式突变。20世纪80年代互联网诞生，互联网数量最巨大的传播内容就是图像。从90年代中期大行其道的MTV开始，我们面对的就不是一种新媒介形态的艺术，而是一种全新艺术。CD、网络艺术、数字艺术、3D、VR电影、动画游戏等各种技术接踵而来，人类文化进入“超接触性”时代。21世纪开始的微博、微信、微传播热潮，更是让我们见到“手持终端”构成的集体奇观。2015年开始大量出现人工智能艺术，电脑不再满足于把任何照片图像风格转移成“特纳式”“毕加索式”“凡·高式”；把任何音符组成一个曲调，加上和声与配器——谷歌的“品红”（Magenta）能按规定感情定制音乐；“深梦”（Deep Dream）创作的“机器画”想象力丰富，拍得8000美元。人工智能甚至开始创作剧本、拍摄电影。

然而，作为诸艺术创新的情形，起到关键推动作用的“媒介技术”仍常被过于简化地解读为一种工具，或被作为泛艺术化的传媒奇观加以批判。本文希望回到艺术本体，并在艺术之为传播活动的维度下，探讨内嵌于艺术自身的媒介问题。这种内嵌以“人类不能不传播”（Watzlawick, Beavin & Jackson, 1967, p. 72）所昭示的人之基本属性为原点展开，同时又反过来澄清这一命题自身受到的误解——人类之传播本能往往被简单地解读为人类需要信息。但实际上，任何形式的生命系统都是“以负熵为食”并“从环境中吸取‘秩序’来维持组织”的“信息体”（薛定谔, 2017, pp. 74–77）。 “不能不传播”的人所需要的不仅是机械的信息，更是意义的共享。换言之，若将个人作为信息体来看待的话，首先是越出“我”这一孤立于世的个体，实现与他人的交互而达成的“越出”。当这种越出以超脱庸常的精神维度来加以限定，则这种从信息向意义升格的溢出部分，就构成了基于传播（或交流）而生成的“人之意义”的确证——我们称之为“艺术”。

一、传播观中凸显的艺术媒介性

（一）艺术之为传播

赵毅衡教授在《从符号学定义艺术：重返功能主义》一文中，将几乎陷入困境近半个世纪的艺术定义问题激活了。在他看来，艺术不仅需要定义、可以定义且必须定义。在综合分析了程序论、历史－体制论、形式论等诸流派后，赵毅衡（2018）把艺术性视为“藉形式使接收者从庸常达到超脱”的符号意义，并将艺术界定为“有超脱庸常意味的形式”（the significant form beyond the mundane）（赵毅衡，2018）。这一对定义注重艺术文本品格，落脚于“形式”，主张“回到功能论”。功能论所强调的“接受者感知”意味着，艺术须是一种传播且通达的活动。这也是本文展开论述的基点——艺术作为一种传播活动。

实际上，不仅是功能论，回顾诸流派对艺术的定义，都可从传播诸环节找到对应的解读和理解，但或许是由于艺术作为传播活动看上去太自然而然，传播这个环节常常被不同程度地略去。当对这种自然加以审视时，会发现传播不仅是艺术的必需环节，而且潜在地包含了建构一种对诸种艺术定义的涵涉，进而获得一种理论上的独特视角。可以尝试以传播过程的几个基本要素来分析诸种艺术流派对艺术界定方式的偏向。

从艺术传播中意义解释的主导方来看，可以区分出偏向符号发出者、偏向符号接受者的诸种艺术观。例如，偏向发出者的有：模仿论、表现论、精神分析理论以及诸种创作论，稍微宽泛一些来看还可以包含部分意识形态和宰治权理论，其认为艺术文本的发出方隐含的体制机制对艺术意义具有主导力量。从传播过程的角度看，宰治权理论与历史－体制论分别强调了艺术文本的创制方和艺术文本的解释方。与偏向发出者的艺术诸理论相对的是将艺术意义的解释权力置于艺术的接受者，巴尔特（Roland Barthes）以“作者之死”换取“读者之生”，代表了这种将意义权力交给读者的倡导。接受理论、阐释学、大众文化美学以及诸种文化审美论事实上都可以在这一传播框架中得到阐释。其中，历史－体制论实际上是某种圈层化、专业化的特殊群体受众主导论（尽管它有时候在实践上对艺术文本生产本身产生决定性影响，并常常直接参与艺术生产，但这并不影响该群体作为裁判者的总体偏向）。

艺术符号发出者偏向与接受者偏向并不是艺术传播中关于“人”的理论

□ 符号与传媒（24）

的唯一的区分。比如，从个体与集体的角度来看，个体经验与社群观念所展现的理论立场并不相同。模仿论、表现论、精神分析、接受理论、解释学偏向个体的意图或经验，而群体论着重讨论艺术生产、传播、接受的社群机制。除了人的要素，若将整个艺术传播过程纳入考察，还可以在诸种艺术流派的定义中区分出“传播符号文本”与“传播符号认知效果”两种倾向，例如偏向艺术文本的形式论，偏向关注效果的功能论、价值论以及偏向艺术带来的社会效果的文化批判论等。本文用“偏向”一词，即是承认艺术对象的复杂性，而拒绝非黑即白的割裂。例如，解释学显然具有符号形式论的色彩，同时对艺术意义的社会影响也并非毫不关注。再如，艺术传播的个体与群体之间并非毫无联系。如，表现论通常被视为关乎艺术家个体，但科林伍德（R. G. Collingwood）等理论家也强调艺术家与社会责任的密切联系，指出艺术表现的情感能够引起社会共鸣，而艺术家应是表现这种情感的社会公众的代言人（科林伍德，1985，pp. 122 – 124）。

（二）在传播偏向中审视诸艺术论

偏向发出者的模仿论与表现论。从柏拉图（Plato）开始的模仿论认为，绘画等模仿艺术就是在利用心灵中不同于理性的低贱部分来发挥作用（柏拉图，2012，p. 369）。从传播学的角度看，无论是对自然界的再现还是对“理式”的模仿，均强调了艺术的“信源”的客观生成；与此相对，表现论艺术观则认为，艺术信源由主观生成，是内在情感的外在表现。但模仿论与表现论都将信源作为考察艺术的核心要素。在传播维度下，看上去出发点截然不同的艺术观念的内在逻辑可以彼此勾连。比如，从模仿论的角度，艺术是一种基于对象世界的再现，因而是一种信息的运输加工；而表现论则将此种信息加工视作内在情感的对外传播。两者传播信源指向不同，而同归于借助特定符号及媒介以一定形式对自身之外的世界进行传播。

接受理论，也称“接受美学”。该理论最引人注目的标签“接受”表明了它将接受方作为艺术的主导力量。姚斯（H. R. Jauss）和伊泽尔（Wolfgang Iser）强调读者的接受、反馈及阅读过程，将研究重点置于整个艺术创作实践中作者、作品、读者之间的动态交流和历史维度。因此，姚斯所关注的作为艺术文本的文学的“生产、流通、接受”，实际上是一个标准的符号传播过程。部分对接受美学的批评集中在接受美学所讨论的是外在于艺术的效果与价值而未直面艺术本质，这种批评实际上在要求一种“零度定义”或“超定义”，但这种定义并不存在。

功能论，从传播流程的视角看，也可被视为一种符号效果论。正如赵毅衡指出，所有功能论的论辩均可归纳为两种路线：一种是基于艺术创作方的“意图说”（模仿、情感等），另一种是艺术为接受者带来的艺术效果（愉悦、美感、经验、意味等）。（2018）在这一脉的诸多定义中，艺术最终要落实为“美感”“愉悦感”。无论是“艺术给人以美感”还是“让观者产生愉悦”，都指向艺术作为一种产生特定效果的传播活动。赵毅衡在《从符号学定义艺术：重返功能主义》一文中试图在形式论、分析美学与功能论之间达成的融通，似乎可从艺术符号传播过程的角度实现。现代艺术理论及实践将功能论的关键词“愉悦感”扩展到包括崇高感在内的“超脱感”，但其传播过程的结构一脉相承。梅洛-庞蒂（M. Merleau-Ponty）说：“一个物体实际上不是呈现在知觉中的，物体内在地被我们重新把握，被我们重建和体验，因为物体联系于我们接受其基本结构、物体只不过是一种可能的具体化的世界。”（2001，p. 413）这段话非常清楚地阐明了，艺术乃是一种“联系”，用本文的术语来说，即一种“交互的传播”。

指向艺术文本的形式论，如前所述，是一种注重艺术文本自身形式规律的理论。但文本的形式在整个传播过程中却是“内容”问题，而传播的媒介、渠道等才是典型的“形式”。不过，麦克卢汉（Marshall McLuhan）等关于“媒介即信息”的论断，清楚地表明了形式与内容的可转化性。而形式论自身对艺术的界定也并非将艺术从传播过程中抽象出来孤立看待。比如朗格（Susanne K. Langer）谈情感的形式时，即包含了发送者意图这一要素。用符号传播的观念来看她的重要论断——“艺术，是人类情感的符号形式的创造”（朗格，1986，p. 51），即艺术是内在情感的外在符号化、媒介化。艺术形式论最典型的定义莫过于克莱夫·贝尔（Clive Bell）提出的“有意味的形式”（贝尔，2005，p. 5）。这个定义看上去舍弃了其他要素，而单独保留了艺术之为形式的核心点，但此形式中的“意味”却包含了一个不言自明的判断者。谁来判断一个形式具有某种意味？例如，马列维奇（K. S. Malevich）的《白底上的白色方块》是否具有什么意味？这意味着，此概念隐含地指向上了一个意义感知的结果。此外，形式美学依然存在发出者或接受者的偏向问题——艺术的意味来自发送者的注入还是接受者的阐释？例如，朗格的情感形式的定义偏向于从发送者的情感角度解释艺术形式的生成，而解释学的侧重则并不相同。伽达默尔（H. -G. Gadamer）的符号分类思想提供了清晰的形式界定，在其理论逻辑下，艺术图像符号即便在完成传播表意之后，依然是不可消融的，其具有自我呈现特性（伽达默尔，1999，p. 94）。

□ 符号与传媒（24）

凸显特定群体决定观的“历史－体制论”指向意义社群契约的达成。如果说个体审美经验和功能论都无法对艺术实施某种确证——见仁见智的审美趣味必将导致争论不休的艺术观念并导致对某个具体作品的歧见。此时，将决定权交给一个群体或是唯一的途径——这是历史－体制论的要义。在历史－体制论来看，艺术是一个意义的群体化规约，即特定文化社群的人基于隐含的话语争夺（身份、行业属性、社会）形成的“规约”来判定一个对象是否构成艺术。事实上，历史－体制论也是在艺术实践中最易操作的方式，而艺术市场或艺术产业不过是通过资本市场为艺术代言的某种具体形式，尤其是现代以来的诸种艺术形式，正是通过历史－体制论的方式得以确证的。

历史－体制论在逻辑上和实践上都并不求全，而是一种实践性的妥协。不在艺术圈内的普通民众可能依然无法接受“小便池”或“曼佐尼的大便”之为艺术——但蓬皮杜国家艺术中心（Le Centre national d'art et de culture Georges-Pompidou）或佳士得（Christie's）拍卖行无非是通过小的行业圈层或资本市场的方式宣称了这种界定的有效性（尽管资本市场与艺术圈也会产生矛盾或博弈）。值得注意的是，总体意义上的历史－体制论几乎是无法反驳的，因为某人一旦将自己作为“艺术理论家”提出反驳意见，就成为“体制之内”的一员实施话语争夺。本文的重点并不在于为历史－体制论辩驳，而在于阐明这种艺术界定方式指向社群传播的维度。这种社群化界定艺术的方法是不同于功能论指向受众和形式论指向文本的界定方法。

总体而言，本文对艺术的观照将其视为“人类心灵自我超越的符号传播实践”。这并不是要取代此前任何一种艺术定义，而是将艺术作为一种传播活动加以考察。

首先，艺术必传播。借由符号表现或展示的艺术必被以特定方式进行传播——内心活动无法被界定为艺术。其次，艺术借助外在符号形式实现对庸常的超脱。就此而言，艺术与宗教关系密切并具有某种共通的目标性。两者的不同之处在于，艺术的超越方式不是宗教提供的那种借助外物的信仰寄托，而是基于心灵自身的表达形式——符号品格。这一点，赵毅衡《从符号学定义艺术：重返功能定义》（2018）一文说得十分清楚。这也使得我们甚至可以区分宗教艺术（或艺术中的宗教性）中的艺术层面和非艺术层面。比如，一幅宗教主题的绘画所指向的艺术性是心灵中不借助外物的那部分“形式”，而非其所指涉的“对象”——任何宗教对象物本身，如上帝、神、圣物。这些对象物本身不是艺术，但它们所激发出的心灵的表达形式则可能形成艺术。就此而言，虚构的上帝与自然界中激起心灵感受的石头对艺术的作用并没有

本质的不同。换言之，作为符号传播活动的艺术观是与“艺术符号文本形式论”相容的。这种形式关系发生于符号再现体与解释项的联结过程所形成的精神共鸣——艺术涌现于此过程中，而非藏匿于某个单一环节之中。也就是说，艺术超脱庸常的品格不来自艺术符号本身的形式性（如分形几何），也不来自艺术对象的特殊性（如宗教），而是源于符号传播过程中发生的意义。

因此，艺术是一个由符号文本的创制者（发出者）、符号（艺术品）、艺术阐释社群（接受者）、艺术阐释（效果）以及整个符号传播语境构成的动态意义系统。此论点试图将置于某种单一环节当中定义的艺术解放出来，将艺术意义的发生置于雅各布森（Roman Jakobson）所说的整体交流之中。它也揭示出，在诸种单个环节中挖掘艺术定义的方式无异于盲人摸象式的还原论，不同的只是它们还原的方式和指向。

艺术符号传播论在揭示艺术意义发生系统观的同时，还展现出诸艺术理论对艺术媒介性的忽略。不少学者都注意到了这种将媒介问题作为艺术研究的背景现象（甘锋，李坤，2019），其在学理上的缺憾是将媒介作为艺术的单一环节性要素来处置，而忽略了“媒”与“介”在传播过程中与符号形式上的双重意义。

二、媒介之于艺术

若将艺术视作传播活动，则会发现，此前讨论的诸定义中，艺术的媒介性在形形色色的表达中被一定程度地遮蔽了，它似乎始终处在一个外在于艺术的位置。当然，有不少学者都注意到了媒介之于艺术的重要性。比如，鲍桑葵（Bernard Bosanquet）指出：“媒介是探讨美学基本问题的真正线索。”继而“如果你能把这个问题回答得彻底，我相信你就探得艺术分类和情感转变为审美体现的秘密了；一句话，你就是探得美的秘密了”（鲍桑葵，1983，p. 31）。换言之，在鲍桑葵看来，艺术媒介可以作为艺术分类的依据，是从艺术家的内在情感到外在作品的通道。

然而，如鲍桑葵这样重视媒介的理论家，也并未将媒介性作为艺术的本质性问题，而只不过是较为重视媒介作为艺术之类型标准罢了。实际上，将艺术传播的过程列出后，就会发现媒介内在地嵌入了几乎每一个环节，如图1所示：

□ 符号与传媒（24）

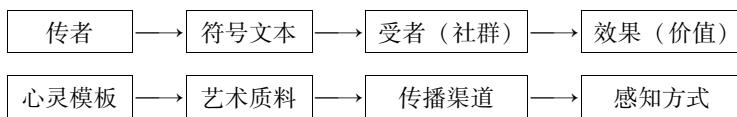


图1 内在于艺术传播全过程的媒介

这里的媒介不仅指符号传播的介质，还包括从一开始就必然对艺术表达形成制约的“质料”；它甚至还构成艺术创作者的“心灵模板”并模塑受众的艺术感知方式。由此，应当在艺术符号传播的整个过程中考察并界定艺术媒介的内涵与指涉。艺术传播的第一步是“心灵”对意义实现的符号化，此处符号化与媒介化是同步且一体两面的事实。这里的媒介嵌入了艺术传播的每一个环节：

(1) 对于艺术的心灵而言，媒介使心灵通达有形世界，否则心灵将陷入孤立，无法通达他者，艺术也就不存在；心灵在不得不由特定媒介通达世界时，不自觉地被模塑。

(2) 媒介是艺术符号的物理面，包含形式结构并制约艺术文本的达成——与艺术演化互为促进。某种意义上说，一种新艺术门类不过是一种新媒介艺术。

(3) 艺术文本的传播渠道，这是最常见的艺术传播学问题，它表明艺术符号必须在社群意义上被认可，而非孤芳自赏。

(4) 从功能论意义上说，艺术符号与其他符号的区别在于其获得的意义具有某种超脱性，预设这种效果论或价值论可以达成的判断是通过特定的感知方式实现的。

首先，媒介模塑艺术家心灵与受众感知渠道。当我们以一种艺术哲学的方式谈论“心灵”或“灵魂”时，可回到哲学做一个“元话语”审视。媒介理论家基特勒（Fredirch Kittler）还谈到了两个有趣的案例：一是古希腊对灵魂的诸种界说之一——将其视为一个“白板”，这个白板正是古希腊人用来记录文字的媒介——蜡版；另一个有趣的案例是在电影技术发明之初，人们描述濒死体验“像放电影那样”（Kittler, 2010, p. 35）。换言之，人们描述心灵（或灵魂）的方式是被人们习惯的媒介模塑而成的。这并非对自由意志的否定，而是说心灵的表达形式可能不是一个纯然的黑箱，而是有迹可循的，也是受到形式限制的（福西永，2011, p. 119）。例如，数字绘画与传统绘画因其媒介不同，艺术家创制的侧重点各异，这种偏重也会直接导致受众的感知取向各异。除一类模仿传统绘画笔触的数字作品，大部分数字艺术家依赖电脑提供的超广色域，强调色彩组合等视觉表现力；而传统绘画则通常

自觉或不自觉地提供“内容宏观”和“材质微观”两个审美层级，层级之间的张力是像素屏幕无法触及的，无限放大的屏幕最终只是一个个不明所以的色块。而这一差别图式认知，往往在受众接触艺术作品的一瞬间就已产生效用，受众会根据媒介属性，自动形成差异化审美标准。

其次，媒介形式也制约着从心灵生发出的艺术表现。从普遍理解来看，艺术的媒介性指向质料因——构成艺术的材料所内含的限制性和支持性，如柔软材料的书写和坚硬材质的蚀刻。甚至，现代绘画中“综合材料”这一门类就是“作为艺术质料的媒介”的极端显现。瓷器、绳条、金属、塑料……不同的媒介杂糅在一起，形成了艺术作品的独特观感，它们构成了最具体而直观的艺术媒介。

最后，广义媒介及其引发的艺术体裁革命——观念革命与媒介革命从来无法分开。新媒介在新艺术诞生或艺术变革中起到了至关重要的作用，英尼斯（H. A. Innis）甚至将媒介作为艺术之赖以存在的文明总体的基础座架。科技的发展在直接影响创作内容的基础上，也带来了整体艺术风格的改变。艺术开始由“对自然的模仿”变成“对改进自然的模仿”。艺术诸流派在前两次工业革命中打了一场关于传统与反传统的长达百年的拉锯战。以“工艺美术运动”为代表的传统一派强调手工制品，与拥抱工业化的未来主义者们对垒，而后者作为当代艺术或未来艺术的重要根基，似乎单方面宣布了这场战斗的胜利。此外，艺术通常能搭载媒介座架，作为社会转型之哨兵，单从发展顺序上看，后现代概念较早于建筑这一领域发声，尔后扩展至文艺理论及哲学论题。美国著名建筑师查尔斯·詹克斯（Charles Jencks）（2017, p. 9）有言：“典型的后现代主义就是将过去、现在和未来的元素混合起来。”调配混合的偏重，又可引出后传统（Post Traditional）的概念。第三次工业革命或称科技革命所带来的电子信息技术、新材料技术、生物技术更迫使我们重审艺术价值取向及艺术本质的问题。

三、媒介性凸显与新媒介艺术

（一）技术的媒介呈现——当代艺术中的介质形态

许多新介质的使用造成艺术创新成为当代艺术的一种基本路径。从杜尚（Marcel Duchamp）到蔡国强，数字新媒介创作者如谭力勤、徐文恺、林俊廷、迪莫特·丝雀碧（Diemut Strebe）、乔恩迪·赫维茨（Jonty Hurwitz）

□ 符号与传媒（24）

莫不如此。杜尚借小便池这一现成品奠定了其在西方现代艺术中的思想核心地位，现成品绕过的“亲手性”恰好凸显并解放了器物的媒介性。此后，从媒介物本身形态入手进行艺术创作成为常态。而这种媒介性的突破同时开放了艺术自身的叙述时空限制。诸如，蔡国强的焰火艺术较之传统水墨画，在天空画布下恣意展示刹那之美，以火为墨，点燃、爆破传统绘画材料，向观众展示过程性，与水墨画作品的静态呈现不同，这主要是由媒介特性决定的。

广义的新媒体艺术不仅仅是艺术的超大门类——它在理论上是超门类的，因为任何艺术形态的革新都是相对的新媒体。当今时代正在见证以数字技术为基底的新艺术图景。如谭力勤将原始观念放置于数字化社会这一容器中，孵化出“树结胳膊”“数码原始国王”等极具视觉感染力的作品。徐文恺、林俊延的新媒体作品对焦数字媒介环境的斑斓之处，又用数字手段加以批驳——“媒介自我指涉”背后是科技想象与人文关怀的冲撞。在新媒介观念下，数字技术表现形式作为一种元话语，在艺术作品意蕴阐释中的作用逐渐将包括数字技术在内的生物、化学、物理领域的新型材料和表达介质包含在内。

生物材料领域，艺术家用培养皿和微生物作画，并借用这种新媒介开启了新的艺术风格或意涵。如雷丝（Klari Reis）在培养皿中用细菌创造色彩和纹理，以及格雷戈里（Ryan Gregory）的作品。前者灵感的缪斯女神是艺术家自己的一次生理病理检查。此外，迪莫特·丝雀碧借用凡·高弟弟的玄孙捐赠的一小块皮肤，结合计算机、生物技术，将其培育成一只包含了凡·高基因的耳朵；日本东京大学于2016年研发的生化机器手指，在人造打印的骨骼上装配两组老鼠肌肉并使其持续运作一周。这种生物化材料，是《EVA》《攻壳机动队》等以人机融合为主题的动漫影视作品的现实显像。

不同的新型物理材料都具备诗性和审美潜力。当跃过复杂的整体效果后，材料也会在微观层级上带来美学愉悦。纳米技术的成熟催生了一系列生物视觉无法触及的艺术作品。如乔恩迪·赫维茨利用纳米打印机创造出仅有头发一半宽的人体雕塑；日本科学家利用双光束聚合将一个与红细胞直径相当的“纳米公牛”带到了大众视野。

自然界的云彩因其形态不定而带来的奇异感，一直在艺术创作中得到宠爱，读云习画已经成为传统。荷兰艺术家伯恩德诺特·斯米尔德（Berndnaut Smilde）利用化学反应造云，将云这一自然物搬到了室内，在其短暂存在的几十秒间展现艺术与科技、自然之间的互动。相反，自愈修复材料则尽可能延长艺术作品的维持时间。亨戈·约恩克（Henk Jonkers）将这种原本为太

空船研发的新型材料运用到建筑环境艺术中。

2021年2月，箭体上涂装有“天书”的“徐冰天书号”火箭点火，短暂的信号丢失宣告了火箭发射的失败。这不是人类历史上第一次对宇宙的试探，但用这些连人们都看不懂的无序的汉字式组合，更突显了艺术的形式品格以及其媒介属性：一场无关乎发出者预设内容的传播。火箭发射失败，艺术品抱憾而终，但也唤起了人类更多的浪漫想象与艺术自觉，这不仅是一次面对外太空的传播，更是企望引起人类的精神共鸣——“天书”这个内容符号已经为人所耳熟能详，当它借助“火箭”这一媒介再次获得关注和传播时，就实现了一次超脱庸常的双重媒介化传播。

在艺术的语境下，“媒介即信息”就是说媒介并非外在于艺术文本的载体，而是深刻嵌入艺术本身并构成了艺术意义的展现形式。“媒介－符号－意义”三位一体构成艺术传播。

（二）从新媒介到新艺术

保罗·莱文森（Paul Levinson）将新媒介的演化描述为“玩具、镜子、艺术”三个阶段（莱文森，2007，pp. 3－15）。从陶器到电影再到虚拟现实，基于新媒介的工业生产形态诸标志性事件，无不是这一演化关系的注脚。陶器是人类告别旧石器时代、迈向新石器时代的标志之一，而绵延五千年的制陶工艺亦是一部人类设计心灵、探索艺术的史诗。电影在发明初期给观者带来“火车迎面驶来”的错觉，而今人们不满足于不够逼真的3D电影——人们在习惯一种媒介表现方式后对新媒介刺激的迭代需求正在成为对艺术本身的欲望之一。

本·拉波斯基（Ben F. Laposky）于1952年创作的*Oscillon 40*呈现的是被捕捉到的电子波形，说明早期的计算机技术也经历了媒介作为艺术质料的阶段。但随着技术进步，算法介入，计算机艺术突飞猛进，人工智能艺术创作应运而生。法国艺术团体奥伯维尔斯（Obvious）通过“生成对抗网络”模型创作完成的《爱德蒙·贝拉米肖像》（*Portrait of Edmond Belamy*）在2018年以43.25万美元高价拍卖。画作本身很难从技法、色彩上让人首肯，甚至作为一幅被定位为写实风格的肖像画，其是否像人都要打上问号。自此，在“婴儿的涂鸦是艺术吗？”“动物的绘画作品是艺术吗？”等一连串发问之后，不得不加上一个新问题：“人工智能创造的作品是艺术吗？”

虚拟现实技术在研发初期建模粗糙，与真实世界相去甚远，还会引起“恐怖谷效应”。人们在感慨媒介的新奇时，也不自觉地鄙视媒介技术所生产

□ 符号与传媒（24）

的内容的低质量。但 AR、VR、MR 等一连串关键词在短短一二十年内接踵而至，技术致力调动人的全感官，甚至以接入脑机的方式将触手伸入“认知神经黑箱”。如今，“元宇宙”（Metaverse）的概念将虚拟现实技术再次推向了风口浪尖，马克·扎克伯格（M. E. Zuckerberg）也宣布将“Facebook”更名为“Meta”。实际上，不能仅把元宇宙当作与现实世界并行的一个纯虚拟世界，或干脆把它当作一个游戏模式，而要站在虚拟与现实交互的层面，从元宇宙的物质性基础——现实世界这一起点来思考。因此，元宇宙自然被归类为一种媒介环境，屏幕和界面在元宇宙中悄然退场，数字内容直接被视神经捕获。

新媒介带来新艺术，同时，新媒介环境随之建构，浸泡在新媒介环境下的人类的“造物”审美亦被模塑。每一次媒介革命，都是对人类想象力边界的一次冲击。天文学家开普勒（Johannes Kepler）创作的科幻作品《梦，或月球天文学》（*A Dream, or Lunar Astronomy*）填补了当时科学原本无法触及的领域。而人类在太空中的第一个脚印，给予了这些浪漫想象力照进现实的可能。于是，技术想象被更大限度地运用于艺术文本的创作中。从弗兰克·赫伯特（Frank Herbert）的《沙丘》（*Dune*），到田中芳树（たなか よしき）的《银河英雄传说》，再到《三体》，文学这一语言艺术，促使整个太空艺术成为一种广为认可的门类。伊亚尔·盖弗（Eyal Gever）的《笑星》将地球上十几万人的笑声经数字处理转化为可供 3D 打印的模型，并在太空中创造出一个雕塑作品。而埃隆·马斯克（Elon Musk）将自己的跑车送向太空，在泛艺术的语境下，似乎完成了一件极具艺术性的作品——航空技术媒介成为超越庸常意义的符号。与太空艺术并驾齐驱的是赛博格（Cyborg）。如果说太空艺术的超越指向宏大的宇宙，赛博格艺术则诉诸人类身体。人机嵌合已经成为当下生活之日常，我们对人与机械的结合已不陌生，从眼镜到假肢，从衣服到人工心脏，似乎自然而然。实际上，从人类使用工具、穿着衣服以来，自然的“裸人”就不再存在。只是，当科幻艺术将弗兰肯斯坦式的极端情形展现出来时，这种麻木才被遽然刺痛。

结 语

数字媒介时代泛艺术化最大的特点是无远弗届的去空间性，以及交互反馈形成的“接受者强度参与”。而正当艺术家对着电脑绞尽脑汁时，电脑从人类手中抢过了艺术创造的魔杖。艺术符号文本的媒介性表现在：一方面，

艺术的物性构成艺术的形态并成为推动艺术革命的内在动力；另一方面，艺术的符号性与媒介性是一体两面，而当前新媒介正在推动艺术面目的整体改变。隐含在上面诸问题之中的元问题类似于“仿生人会梦到电子羊吗？”这不仅是艺术作品对技术产物移情般的人文关怀，更是对“何以为人”的一次诘问，是对“艺术－技术－人”中主体性的重审。上述探讨意味着，媒介问题从艺术传播学通常秉持的外在工具观根本性地转变为内嵌于艺术本体的研究，这意味着艺术传播学成了一个易于导致误解的称谓。基于对艺术媒介性与意义性（或符号性）一体的观念，本文建议将这个尚待系统建构的研究领域称为“艺术符号媒介学”，其可被视为在艺术符号传播过程整体观下探讨艺术符号与介质关系的学问；外延上，它涵盖“媒介艺术”与“艺术媒介”两方面，而当今诸种新媒介艺术则是其涵涉的具体问题之一。

引用文献：

- 鲍桑葵（1983）。美学三讲（周煦良，译）。上海：上海译文出版社。
- 柏拉图（2012）。理想国（王扬，译）。北京：华夏出版社。
- 贝尔，克莱夫（2005）。艺术（薛华，译）。南京：江苏教育出版社。
- 福西永（2011）。形式的生命（陈平，译）。北京：北京大学出版社。
- 甘锋，李坤（2019）。艺术的媒介之维——论艺术传播研究的媒介环境学范式。东南大学学报（哲学社会科学版），5，105－113 + 148－149。
- 伽达默尔，H. - G. (1999). 真理与方法（洪汉鼎，译）。上海：上海译文出版社。
- 科林伍德，R. G. (1985). 艺术原理（王至元，陈华中，译）。北京：中国社会科学出版社。
- 莱文森，保罗（2007）。莱文森精粹（何道宽，译）。北京：中国人民大学出版社。
- 朗格，苏珊（1986）。情感与形式（刘大基，等译）。北京：中国社会科学出版社。
- 梅洛－庞蒂，M. (2001). 知觉现象学（姜志辉，译）。北京：商务印书馆。
- 薛定谔，埃尔温（2017）。生命是什么？活细胞的物理观（张卜天，译）。北京：商务印书馆。
- 詹克斯，查尔斯（2017）。后现代主义的故事：符号建筑、地标建筑和批判性建筑的50年历史（蒋春生，译）。北京：电子工业出版社。
- 赵毅衡（2018）。从符号学定义艺术：重返功能主义。当代文坛，1，4－16。
- Kittler, F. (2010). *Optical Media* (A. Enns, Trans.). Cambridge, UK: Polity Press.
- Watzlawick, P., Bavelas, J. B., & Jackson, D. D. (1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York: Norton.

符号与传媒（24）

作者简介：

胡易容，四川大学文学与新闻学院教授，四川大学符号学－传媒学研究所研究员，主要研究领域为传播符号学、文化与艺术学理论等。

韩嘉祥，四川大学符号学－传媒学研究所成员，主要研究领域为传播符号学。

Author:

Hu Yirong, professor of College of Literature and Journalism, researcher of the ISMS Research Team, Sichuan University. His research interests are semiotics of communication, culture and art theory.

Han Jiaxiang, member of the ISMS Research Team. His research interest is semiotics of communication.

Email: yu813878@126.com