

论现代传播技术中的艺术大众化趋势

袁 伟

(湖南师范大学 文学院, 长沙 410081)

摘要: 现代社会, 传播技术对艺术的影响不可避免。现代传播技术中的艺术出现了一些新的特点: 主流艺术形式随着技术的发展而变化, 艺术的大众化趋势, 艺术价值在审美与功利之间难以寻找平衡点及艺术教化功能的弱化与强化等。

关键词: 现代传播技术; 主流艺术; 艺术大众化

古希腊的“艺术”最初包含了艺术与手工艺, 艺术与制作是不分家的。“希腊文的 ‘τέχνη’——是表示一种技艺。”^[1]不过在后来的发展中, 艺术逐渐演变为天才作品, 一般人难以企及, 艺术的欣赏也逐渐专门化和专业化, 成为让人仰视的对象。然而在现代社会, 艺术的含义又发生逆转。现代社会是商业化社会, 信息的大爆炸不可能让人固守一种类型的艺术或某个艺术家的作品。在这种以时间为中心的时代, 经典的艺术存在似乎难以以为继, 精英文化遭到时代的挑战。经典文化的没落并不意味着现代商业社会缺失了文化的支撑, 相反, 随着时代的发展, 社会将艺术自然而然地进行着改变, 企图让艺术成为其发展中的棋子, 服务和附庸于社会。社会对艺术的改造可以说是整体环境的改变导致的结果, 其中现代传播技术充当了重要的角色。

一 传播技术的发展与主流艺术形式的更替

本雅明早在上世纪 30 年代就提出了传播技术的发展与主流艺术的更替问题, 在《讲故事的人》中他从以技术为表征的生产方式为出发点, 说明了故事、小说、信息三种叙述方式的线性更替。他认为, 作为叙事艺术来说, 讲故事是最原始的艺术形式, 也是延续时间最长, 发展最缓慢的一种艺术形式, 史诗即是这一类型的艺术。随着出版业的发展, 小说逐渐取代史诗而成为主要叙事艺术。除此之外, “一种新的交流形式诞生了, 这种新的交流性就是新闻报道, 它完全控制在中产阶级手里。”^[2]“事实表明, 它和小说一样, 都是讲故事艺术面对的陌生力量, 但它更具威胁; 而且它也给小说带来了危机。”^[2]“新闻报道基于电视广播技术的发展, 显然, 这种技术比出版更加具有普遍意义, 它的出现不单是对讲故事艺术的威胁, 也是小说的敌对力量, 在新技术的支持下它试图跻身于叙事艺术的主导地位。”

如果说本雅明的论述止于电视广播技术的发展带来的叙事艺术更替, 那么在互联网无处不在的当下, 我们的叙事话语似乎更向前迈进了一步, 鲍德里亚的媒介理论为我们指出

了方向。鲍德里亚认为, 现代传媒技术构筑了一个超真实的媒体世界, 信息不仅仅是叙事话语, 而且侵略所有艺术门类和社会生活。在鲍德里亚的理论中, 拟象有三个等级: 仿造、生产和仿真, 它们分别是文艺复兴到工业革命的“古典时期”、工业时代和当下受符号代码支配的阶段的主要模式。由于现代复制技术和符号制造术的发展, 拟像不再是对某个领域、某种指涉对象或某种实体的模拟。“对真实的精心复制不是从真实本身开始, 而是从另一种复制性中介开始, 如广告、照片, 等等——从中介到中介, 真实化为乌有, 变成死亡的讽喻。”^[3]在由大众媒介营造的一个仿真社会里, “拟象和仿真的东西因为大规模的类型化而取代了真实和原初的东西, 世界因而变得拟象化了。”^[4]现代人身处在媒体环绕的世界, 被自己创造出来的幻象所吞噬, 媒体艺术已成为主流。

二 现代传播技术下艺术的大众化趋势

在现代传播技术的影响下, 艺术的门类大大增加, 电影、广告等媒体艺术以普通生活的面貌出现, 一直以来被精英化的艺术突变成普通民众生活中司空见惯的事物, 艺术与日常生活的联系紧密起来。关于艺术与生活的联系, 一直以来人们有不同的看法, 传统的看法普遍都认为艺术有别于生活, 对于生活来说是更高的形态; 进入现代后现代以来, 艺术与生活的界限逐渐被消解。英国社会学与传播学教授迈克·费瑟斯通在 1988 年新奥尔良的“大众文化协会大会”上作了题为《日常生活的审美呈现》的讲演, 指出日常生活的审美呈现有三种含义: “首先, 我们指的是那些艺术的亚文化, 即在一次世界大战和本世纪二十年代出现的达达主义、历史先锋派及超现实主义起头。在这些流派的作品、著作及其活生生的生活事件中, 他们追求的就是消解艺术与日常生活之间的界限。”^[5]“第二, 日常生活的审美呈现指的是将生活转化为艺术作品的谋划。”^[5]“日常生活的审美呈现的第三层意思, “是指充斥于当代社会日常生活之经纬的迅捷的符号与影像之流。”^[5]所谓充斥于当代社会日常生活的符号与影

*收稿日期: 2008-11-04

作者简介: 袁 伟, 女, 湖南汉寿人, 湖南师范大学文学院文艺学专业研究生, 主要研究方向为文艺美学。

像即是现代传播技术的杰作,在技术的支持下,媒体实现了人们与世界的零距离接触,电视直播、互联网让全球的资讯在最短时间内得到最大限度的传播,因此,关于美的讯息人们可以轻而易举地获得最新的表现形式——时尚潮流。对时尚的追逐造成了人们日常生活中的审美化现象。

其次,对于创作者来说,他们也在尽力构筑一个大众文化平台,引导着大众的艺术眼光。伴随传播技术的艺术形态的出现,创作者作为艺术家的自信与灵感异化为专业素质和辛勤劳作,艺术成为一种谋生的职业,创作者成为费瑟斯通所说的“新的文化媒介人”。他认为,所谓“新的文化媒介人”主要指的是从事符号的生产和传播的专业人士。在他眼中,新的文化媒介人是这样一种群体,他们仿照知识分子的生活形态进行生活,但仿照的是最肤浅的生活风格,并不能仿照知识分子的本质。也就是说,追求一种形式上的精英化。以文学为例,最突出的地方是文学上的去经典化与平民化。文学受唯美主义、达达主义等的影响,逐渐将日常生活的特异性,尤其是文化人的日常生活的特质进行稀松平常的表达。例如在电视剧中,两个恋爱中的人随口引用黑格尔的话语来为自己的言论确立根据。这样表现出来的东西在似乎可以在大众面前造成一种文化人生活的假象。正是新的文化媒介人制造的假象在重复的声画世界中被当成真实,而新的文化媒介人在这个发展过程中不断专业化,也正因为其本身专业化的程度增加,他们的权威性才逐步升高,更加有发言权。

三 现代传播技术下艺术的价值

艺术的大众化倾向表明艺术有着泛化和消亡的可能性。在技术的影响下,艺术的含义发生变化,艺术的外延扩大,新的艺术景象由于艺术本身的发展和现代雅皮士们的刻意生活艺术化而大大增加,艺术与生活的界限逐渐模糊。在现代传播技术影响下,大众化的艺术价值何在?

首先,现代传播中的艺术审美性表现为新颖的艺术效果。艺术效果的产生得益于声画传播技术的处理。技术可以将传统文化元素、时尚元素杂糅并置,甚至可以将古今中外不同种类的艺术同时呈现,在技术的支持下,它可以没有时间和地点的限制。这种并置呈现的效果是巨大的,时空的局限不再成为人不可逾越的状态。通过技术的处理,时空局限被打破所造成的陌生化效果带给人们的是一种震撼,这种震撼对早已见怪不怪的大众来说正好符合其精神需要。本雅明认为震惊是19世纪工业化都市的心理学,“技术使人的感觉中枢屈从于一种复杂的训练”。^[6]然而信息的纷繁复杂与时空上的失衡打破了人的心理生活的整体,人们依靠传统知识和技艺储存无法吸收消化,震惊之外,人的大脑一片空白。除了并置,技术带给艺术的另一种效果是真实的虚拟,或者说虚拟的真实。鲍德里亚所说的媒体造成了人类现实世界与视觉世界的混淆,人类生活的世界成为一个高度仿真的虚拟世界。

其次,传播技术下,艺术的商品独特性呈现出复杂多元气质。传播技术中的艺术成为有待交换的商品,因为传播技术运用依赖的经费来自于商业运作,艺术的商品化是对康德以来艺术的无功利性的最大挑战。符·塔达基维奇在《西方美学概念史》中说“美的艺术与大量的商业性生产的分界虽然长期得以确立,但却从来就不是无懈可击的。图卢兹-劳特累克的酒馆招贴画、杜米埃的讽刺画不仅是边缘性的艺术,而也是具有高度艺术性的作品。”^[1]³⁵商业价值与艺术价值的不可比性,或许是艺术与商业分界的主要依据,但这两者的确又是不能完全分割的,完全没有功利性的艺术品几乎没有。尽管如此,现代商业社会中的艺术还是不同于图卢兹·劳特累克的酒馆招贴画和杜米埃的讽刺画,因为不仅艺术本身也好,其传播方式也好,都已发生了质的变化。在现代商业社会中,新兴艺术依靠传媒的传播,其艺术魅力远不及以前功利性的艺术品,功利化成为艺术的主要目的,除此之外所有的因素都无足轻重,艺术效果的审美性变成了难以消受的信息爆炸,现代传播技术中的艺术在功利与审美的严重不协调中艰难平衡。

再者,对艺术的教化功能得以扩大。艺术的无限传播让艺术得以最大限度的普及化,任何人都可以与艺术亲密接触,有助于艺术教化功能的强化。在互联网的信息世界中,艺术在泛化的同时也细化成无数不同的价值倾向,无论哪种价值观都可以在互联网上找到同伴,无论发展什么艺术都可以在无边的网络中寻求认同。

传播技术是人类科技发展的结晶,也成为人类继续发展的动力之一。在现时代,人们可以从容不迫地追求艺术的真谛;然而,在这个效率至上的时代,为着追赶时代的脚步,艺术同时也变得慌张不已。在后现代的传媒技术社会,艺术的存在是复杂的。

参考文献:

- [1] 符·塔达基维奇.西方美学概念史[M].褚朔维,译.北京:学苑出版社,1990
- [2] 本雅明.讲故事的人[M]/陈永国,马海良.本雅明文选.北京:中国社会科学出版社,1999
- [3] 鲍德里亚.象征交换与死亡.[M]车槿山,译.南京:译林出版社,2006 105
- [4] 鲍德里亚.仿真与拟象[M]/汪民安.后现代性的哲学话语.杭州:浙江人民出版社,2000 329
- [5] 迈克·费瑟斯通.消费文化与后现代主义[M].刘精明,译.南京:译林出版社,2000
- [6] 本雅明.发达资本主义时代的抒情诗人[M]张旭东,魏文生,译.北京:三联书店,1989 146

(责任编辑:卫 华)