

November 2021

On the Core Scope and Self-Consistency of Media Art and Literature

Qing Yan

Follow this and additional works at: <https://tsla.researchcommons.org/journal>



Part of the [Chinese Studies Commons](#)

Recommended Citation

Yan, Qing. 2021. "On the Core Scope and Self-Consistency of Media Art and Literature." *Theoretical Studies in Literature and Art* 41, (6): pp.158-170. <https://tsla.researchcommons.org/journal/vol41/iss6/10>

This Research Article is brought to you for free and open access by Theoretical Studies in Literature and Art. It has been accepted for inclusion by an authorized editor of Theoretical Studies in Literature and Art.

媒介文艺的核心范畴及艺术自洽探讨

晏 青

摘要：基于传播逻辑的媒介文艺形成了一套新的文本生产和符号控制规则，它有其内在意义结构与时间向度，不但提供一种新的艺术演变形态，同时也为艺术想象介入社会生活提供更多的可能。根据传播流程，媒介文艺传播有着作为生产层面的“媒介”、作为内容层面的“故事”、作为审美层面的“感官”三个范畴。由于这三个范畴的互联互通实践，媒介文艺因其内在的“传播属性”使自律性与他律性的冲突更为剧烈，其艺术身份认知及其焦虑需在艺术知识重建、话语协商及博弈中实现自洽。

关键词：媒介文艺； 传媒艺术； 跨媒介叙事； 具身性； 自洽

作者简介：晏青，文学博士，暨南大学新闻与传播学院教授，主要从事娱乐传播、媒介文化、新媒体艺术研究。通讯地址：广东省广州市黄埔大道西 601 号暨南大学新闻与传播学院，510632。电子邮箱：yanqing2008@163.com。本文为国家社科基金重大项目“中国新媒介文艺研究”[项目编号：18ZDA282]的阶段性成果。

Title: On the Core Scope and Self-Consistency of Media Art and Literature

Abstract: Media art and literature has formed a new set of rules for textual production and symbolic control out of the logic of communication. With an inherent structure of significance and dimension of temporality, media art and literature not only provide a new form of development for art, but also offer more possibilities for artistic imagination to engage in social life. According to the process of communication, the communication of literature and art via media involves three domains: “media” at the level of production, “story” at the level of content, and “senses” at the level of aesthetics. Due to the interconnection and interaction between these three domains, the inherent “communicative attributes” of media art and literature intensify the tension between literary and artistic autonomy and heteronomy. The artistic identification of media art and literature and their anxiety need to be self-consistent in the reconstruction of artistic knowledge, discursive negotiations, and games.

Keywords: media literature and art; media art; transmedia narrative; embodiment; self-consistency

Author: Yan Qing, Ph. D., is a professor at the School of Journalism and Communication, Jinan University. His research interests include entertainment communication, media culture, and new media art. Address: School of Journalism and Communication, Jinan University, 601 Huangpu Road, Guangzhou 510632, Guangdong, China. Email: yanqing2008@163.com. This article is supported by the Major Project of the National Social Sciences Foundation of China (18ZDA282).

卡尔·马克思提出，政治、哲学、司法、文学与艺术的变迁都建立在经济发展的基础之上。根据这个原则所揭示的经济阶段的知识生产相一致的原则，每个社会都应该培育一种与其物质发展水平相适应的艺术或文化。基于现代人的生存方式、精神状况的“媒介化”、艺术的“媒介”物性功

能凸显，传媒艺术(media art)无疑成为马克思论述逻辑下当前的艺术形式。

传媒艺术作为综合性概念，最初是 19 世纪 80 年代初期的策略性选择，演变至今日艺术实践的一个专门性概念(齐林斯基 271)。在传统艺术经历了“光韵丧失”“中心之殇”之后，作为传媒

艺术重要组成部分的媒介文艺为当下的审美活动提供了最主要的对象和审美经验。在过去的150年间,视听媒介(摄影、影视、新媒体艺术)已取代经典艺术(绘画、音乐、戏剧)成为人类认知的重要途径。国外多以“传媒艺术”一词描绘这种新文艺现象,国内学界提出“新媒体文艺学”(欧阳友权)、“流行文艺”(蒋述卓)、“媒介文艺学”(单小曦)、“传媒艺术学”(刘俊)、“数码艺术学”(黄鸣奋)等概念,从不同视域对文学当代形态进行解读(晏青 156)。尽管大众化的艺术生产被诟病(比如霍克海默、阿多诺、马尔库塞等),但技术与艺术的关系是辩证而复杂的(比如马尔库塞认为技术对艺术的解放效果)(谭好哲 119)。技术带来的介质迁徙,促成了艺术的形态演变。无论对媒体技术还是美学,先锋派还是主流派,它都产生了巨大的影响。甚至有观点认为“所有现代艺术都是传媒艺术”(qtd. in Daniels)。那么,应该以怎样的视角理解媒介文艺?有哪些议题或范畴能让我们更好地切入媒介文艺的独特范畴?

在文学领域,俄国形式主义理论中“文学性”的提出,尤其新批评的“意图迷误”和“感受迷误”两个论调,切断了文本与主体的关联,回到“文学本身”成为潮流,文学被视为一个孤立、自在、自足的语言系统。周宪阐释了这个过程,并指出,晚近英国学者阿特里奇在吸纳后结构主义的合理资源后,提出“文学事件独一性”理论。该理论认为,文学是一个操演(述行)性的事件,作者创作出文本,经由读者解读,都是主体参与的事件,事件是打开新意义和新体验的聚汇空间。从这个角度来看,文学不是一个“文本”物,而是一个或多个“行动-事件”(周宪 13—16)。2015年,伊格尔顿在《文学事件》(*The Event of Literature*)一书中提出“文学事件”理论,表达类似观点。在媒介研究领域,也有学者以类似逻辑搭建研究框架。丹麦传播学者克劳斯·布鲁思·延森把传媒(media)分为三个维度:作为“传播的物质条件”的“媒介物质”,作为“传播的话语、体裁与形式”的“媒介意涵”,“介于行动和结构之间”的“媒介制度”(65—106)。这种基于宏观视角、注重从整个流程中的整体性来考察的文学性的视角和方法,吸纳其他理论资源和路径反思作为行动、总体性的审美,为本研究提供了依据和思路。尤其,从媒介文艺的生产特性、意义感知、作用机制等思路

来看,基于一个或多个“行动-事件”来考察媒介文艺,兼具应然性与实然性。

基于此,笔者认为要从整个流程进行媒介文艺的范畴讨论,不仅要检视作为文本的艺术内容的“语义”(包括艺术意义、意识形态等),也需作为中介的“媒介”的“语法”(包括蒙太奇、特效、超文本等),还需重点考察“传媒”这一“语用”(包括受众诸角色边界的融合、审美和劝服的达成等)。媒介文艺从生产到接受的整个流程是我们全面而准确地把握其精神及核心范畴的应有之义。因此,本研究从媒介文艺作品的链式,即从“生产-本体-接受”几个层面理解其范畴:1. 生产层面的“媒介”范畴。媒介技术元素是媒介文艺作品的生产与接受的前后端,是连接生产与接受的重要因素。近代以来,在各种艺术形态的产生与演变中,技术在介质形态上的演变发生了根本改变。甚至可以说,媒介技术并不局囿于中介的位置,相反,它是上下滑动的,其艺术价值溢出了作为对接物的媒介属性,成为媒介文艺生产构件和接受完成的重要元素,转变为基于技术逻辑的生产-接受链。2. 内容层面的“故事”范畴。选择故事范畴的原因:一是媒介文艺的工业化、模式化生产,区别于传统艺术的个性化、独创性等特征,媒介文艺更具有程式化、共时性等结构主义特征;二是媒介文艺尤其注重故事,故事是媒介文艺的基本特征,也是整个大众文化的底色。3. 审美层面的“感官”范畴。媒体艺术的接受行为实质上就是主体对客体的审美活动。审美是考察媒介文艺这一特殊大众文化所需。基于这三个范畴分析,本文进一步要讨论的问题是:媒介文艺基于技术逻辑为艺术话语系统带来了怎样的变化?从传统美学或感知的惯例形式中生发出来的理论逻辑是什么?我们如何去探索一种与之相适应的解释逻辑?集艺术的审美属性与媒介的大众属性于一体的媒介文艺的艺术逻辑如何自洽?

一、文艺形态演变的媒介逻辑

传统艺术固然依赖象征网络来运作,而留声机、影视等模拟处理的却是实在界的物理效应。但是,这种新艺术物质性又确实无误地参与了诸如信仰、主体和民族文化认同的现实建构。从口语实践,到古腾堡式书写实践、爱迪生式模拟实

践,甚至到网络时代的数字化实践,这些都更加坚定了一个事实,即参与文化逻辑演变、承载繁复意义的是媒介技术。因此,为了给媒介文艺的形态演变提供坚实的历史落脚点,本文详细梳理文艺的媒介变迁。

媒介技术首先经历了由艺术载体到艺术内容的演变过程。苏珊·朗格、席勒等美学理论家都认为技术对艺术有重要价值。贝尔直接说过,在后工业时代,技术会鼓动想象力,它是一种连接文化和社会结构的艺术形式,并在这一过程中重塑两者。在审美史上,技术和内容之间的界限是模糊的、动态的。以诗歌为例,艺术复兴以前,诗歌的声音(形式)和意义(内容)很容易被区分。可是在视觉艺术中,形式作为外在特征与构成部分趋于重叠。比如在电视音乐中,音乐旋律与电视语言融为一体。在19世纪与20世纪,形式和内容的关系趋于复杂,彼此发生冲突与争夺。在现代绘画中,意指性单元和纯材料之间的界限模糊(李幼蒸 298)。“物性”成为现代文艺无法避而不谈的要素,正如海德格尔在《艺术作品的本源》中揭示道:“作品因素固然不能根据物因素来得到规定,但是对作品之作品因素的认识,却能把我们对物之物因素的追问引入正轨。”(53)媒介“物性”的进入让审美的知觉方式有所调适。理查德·舒斯特曼在《表面与深度》一书中讨论媒介变迁带来的审美可见性,认为在前古登堡时期,文学以口头传统得以保存,更多的是被听到而非被阅读。而“印刷的发明和发展毫无疑问地将视觉文本建立为文学的一种标准的制成品、一种文学鉴赏的典型客体”(201)。阅读取代倾听,书写的文本在很大程度上取代口头表演,更多的审美潜力在书写的媒介中被挖掘。时序推移,如今数字媒介取代印刷文化审美范式,视觉、触觉等取代书写逻辑而成为新的审美逻辑。

尤其,大众媒介在社会中的重要角色,更能说明这一点。20世纪中后期,众多媒介社会学、文化研究者探讨媒介之于当代社会与文化的重要性。尼古拉斯·尼葛洛庞帝(Nicholas Negroponte)指出人类已进入“数字化生存”^①。大卫·博尔特(Bolter, J. David)、理查德·格鲁辛(Richard Grusin)认为交往被“再中介化”(remediation)^②。“媒介”物性辐射到文艺领域。美国学者诺埃尔·卡罗尔(Noel Carroll)在《大众

艺术的本体论》一文提出,大众媒介技术的生产与传输是大众艺术的必备条件,大众媒介让流行艺术更为流行(189)。大众技术开启了大众艺术时代,并创造了艺术“特定的效果”的可能性,以及独特的视听效果(187—199)。单小曦甚至将“媒介”作为世界、作者、读者、作品之外的文学第五要素,认为媒介才是贴近文学本身,才是使文学意义得以最后落实的关键环节(4)。

由此可见,媒介技术作为重要构件进入媒介文艺生产的内核,尤其在全息化媒介世界(media-saturated world)里,媒介文艺接受出现了独特的逻辑机理。新的媒介对语言符号的承载机制异于传统艺术,并衍生出新的意义生产机制。在威廉斯看来,艺术现代主义的出现体现出的是“媒介以一种前所未有的方式规定了艺术”(67)。20世纪后期开始,出现了大众媒介与电脑的融合,生产、传播与传输等多个层面实现了基于数字技术的媒介融合。文本、声音、图像和运动的图像(短视频、电视和电影)通过量化或数字化过程实现了数字编码。每种媒介形式需要不同的编码使其适合互联网传播。数字技术把整个世界的丰富图景和复杂心理转换成了数字。电影、印刷、音乐、家庭电视等“旧”媒体也因此进行数字化转换,出现了数字化转向。这种转变的重要性在于媒体形式的介质基础的根本性转变,艺术语言及其表现力极大地提升。数字化的虚拟方式成为一种新的表达方式或表现的中介。比如摄影艺术在各种应用软件作用下变成了“应用化审美”(applied aesthetics)(Halpern and Humphreys 62—81)。可以说,媒介技术已改变了意义与人类认知相关联的意义生产机制,模拟技术能直接剥离掉现象,开启意义的非语言体验的新局面。

如果说上述所论的媒介是作为客体、对象物的媒介角色,那么从主体再造,或者至少是具身性再造的媒介,则是媒介文艺导向另一种形态的体现。数字化时代的“生控复制”(biocybernetic reproduction)(Mitchell 312)和“赛博格”(哈拉维 2)人机交互技术、虚拟现实媒体技术(VR、AR、MA等),更新了审美假设,而审美体验的“瞬间”生发转变为常规化的“程序”。在麦克卢汉、波兹曼等看来,传媒形式控制甚至支配了该种特定传媒形式所能承载的内容。可以说,媒介文艺体验不再局限于直接感知的物理空间,拟像、仿像不再

只是一种隐喻,而可能成为常态化的象征编码。

因此,我们发现介质在媒介文艺中经历了“承载物-中介物-本体物”的变迁。“艺术品主要是由其媒介和材料构成的”的观点越来越受人关注(德鲁克 19)。技术介质促成艺术要素生成与重组、意义生成的多模态符号路径、艺术认知的感性图式重建。尤其随着人工智能设备运用,人的情感、意识被重新认识与利用,传统艺术所蕴藏的为人类提供认识自我、自我成长,以及认识世界的潜能被弱化,媒介文艺更多地迎合人的情感结构,满足人的深层欲望,造成人与审美对象的主客体的二元性弱化、边界模糊。所以法国学者马克·西门尼斯认为,艺术与新媒介技术结盟,实际是哲学层次上提出的一个根本性问题,当前的潜在性技术引发了一种超级美学形式(118)。这种“超级美学形式”形成了新的控制文本接收方式的规则,技术与媒介这些外在物质性元素影响了文本的品质和意义,在现代艺术族群中形成了特定文本与文化之间新的“写法与读法契约”。

二、交互逻辑中的文艺叙事范式

大众文化素来以故事为内驱力方能成其“大众”。正如有学者指出的,大众艺术的一个重要特征便是依赖叙事提高其价值和情感意义,因为要传播到更多的人群,有时候叙事是主导因素(Chapman 230-245)。只不过,在媒介文艺叙事不再局限于语言文本单一的语义视域,而更多是技术、文化、内容等多种因素促成的结果。

玛丽·劳尔·瑞安(Marie-Laure Ryan)在《超越神话与隐喻》中揭示了这样一种现象:以传统的叙事理论框定媒介文艺往往暗含这样的假设——由词汇组合的英雄故事作为审美理想、情感体验同样适用于媒介文艺作品(“Beyond Myth” 581)。很明显,这个假设不再适用于媒介艺术。一个多世纪的实践表明,媒介文艺的叙事倾向于如情节剧、悬疑、浪漫、动作、冒险、喜剧和悲剧等主题——大量简单的、容易的、快捷的和便利的叙事(Berman 33)。例如,好莱坞电影、网络小说和电视剧创作便是如此。媒介文艺的批量化、模式化生产模式形成了标准化套路,即霍克海默和阿多诺所概括的“文化工业”下的产物。有学者以“007”系列电影(Eco, “The Narrative” 242-262)

和收视率极高的美国肥皂剧(Weibel 62)分析了这种情节模式。这就是一场新的叙事革新,在互联网时代尤为明显。当互联网媒介成为传播的主要形式之后,“多媒体”“跨媒介”渐已取代单一文本的叙事,作者、读者与文本之间的关系产生了微妙的变化,新媒介叙事中的“拼贴”“挪用”“改造”“互动”“分享”“重新配置”,甚至“盗猎”等在重塑叙事的样貌(臧国仁 蔡琰 47-48)。

于是我们发现,这种新型的叙事正以源源不断地输送他者故事和奇观想象的方式涌入日常生活。这种叙事图景形成的原因之一是新媒介逻辑。这种新机制让各种艺术形态和观众之间形成了一种新关系。比如广播文艺是一种依赖于说与听的叙事形态,其叙事或描述依赖听众的知识或体验下的听觉机制,而摄影、动画、电视等主要是基于画面的视觉传播机制。它们可能是立足于富有组织的系统和工业的传播机制。而“融媒体”融合各种优势的潜能,将主客体二元模式的叙事模式转变成一种弱化对立感、多方对话的社交共融模式。

互动本身就是一种积极传播行为,人的参与途径对审美效果的运作至关重要。实际上,交互是一个相当复杂的概念。有学者总结了交互的不同面向:从技术角度看,交互潜能根植于不同媒介系统的硬软件之中(Lev Manovich);从人类能动性来看,互动可以理解为人类参与和设计或使用的自由度(Spiro Kioussis);从关系功能来看,新媒体用户间的交流,孕育着人际沟通的新的可能;从功能角度看,交互与政府治理及公民身份的变迁密不可分(Andrew Barry)(盖恩 比尔 83-92)。约翰·福纳斯(Johan Fornäs)等人也基于技术逻辑、人际关系和功能角色提出了类似的观点,赋予“交互性”多种意义,其中包括“技术交互性”(technical interactivity)、“文本交互性”(textual interactivity)、“社会交互性”(social interactivity)(qtd. in 拜厄姆 8)。接下来,本文将基于这几种交互形态,分析媒介文艺叙事的交互角色与功能。

首先,技术交互性与接受主体精神融入路径的革新。技术交互性指的是媒体允许用户通过其界面操纵机器的能力。这种积极介入故事的能力因媒介交互逻辑不同而有所不同。例如,电视剧的叙事受播放机制影响明显。在作为传统媒体的电视“触网”前,还是一种“线性电视”,观众无法

更改流程。而电视剧一旦上传至互联网,或电视社交化、智能化,受众就可以通过快进、选择性的观看,将电视剧的观看节奏掌握在自己手里。从某种程度上讲,传统电视剧的叙事方式在网络空间被消解或被破坏了。新传播模式让受众自由选择。观看的方式也影响了所看到的故事,通过便捷技术(convenience technologies)去鼓励积极的选择(Lotz 68),影响网络时代的生产实践和媒介文本话语的转变。而移动传播的频繁更替的场景、碎片化的语境、零碎异质的时间,使得信息接受发生了转变,网络中的短视频或将影视剪辑组合的小视频成为这种接受机制下受青睐的叙事方式。这种流媒体创造出一种全新的叙事类型,它同时拥有电视、电影和小说的元素,但又与这三者截然不同。它能够在一个文本中融合文字、图像与音视频,融合想象与演绎。

媒介融合情境下的多线性、超文本等给叙事带来的变化。比如有学者指出,印刷文学的生产、传播、接受的“作家→作品→读者”的线性流向模式被打破,形成了“作者→作品←读者”或多网络写手的环状文学流向结构(单小曦 277)。叙事进入了广泛意义上的媒介时代——写作、图形、动画、游戏、多媒体、虚拟世界和互动媒体的线性和非线性叙述中。叙事不再限于文本,还在于运动图像叙事(线性和非线性)。比如在超文本叙事中,单线叙事让位于多线叙事和多元结构,叙事文本呈根茎状,各种链接连续论据、图表、参考文献等;意义也由中心文本和附文本共同建构。

其次,文本交互性与跨媒介叙事下的“意义丛”培育。文本交互性指的是,用户和文本之间创造性和解释性的交互作用,用户包括受众与创作者。有学者称跨媒介叙事是一种“出位之思”,即“一种表达媒介在保持自身特色的同时,也试图模仿另一种媒介的表达优势或美学效果”(龙迪勇 184),是一种解释原叙事的多元性话语。

跨媒介叙事从21世纪初开始成为一个研究热点,是理解新媒体技术如何主导叙事内容、观众参与,以及不同媒介之间复杂而又重叠的关系的核心概念。亨利·詹金斯认为,跨媒介叙事是随着媒介融合而出现的一种新的美学形式,它流转于不同的媒介平台,并吸引受众积极参与其中,参与到故事的改编与传播之中(Jenkins 20-21)。跨媒介叙事包括“媒体延展”(media expansions)

与“叙事延展”(narrative expansions),前者是将故事再叙事成有差异的类型,后者增加角色、情节延伸故事(Scolari 3)。我们发现,基于内容IP在多个平台的叙事再生产实质上基于不同媒介逻辑的再叙事。更为重要的是,这些内容不仅链接在一起,还保持着彼此同步更新与叙事。比如从历时态来看,每个时代都有一部属于该时代话语结构的《西游记》,它的形式可以是文本、电视剧、动画片、电影、游戏等不同形式的。从共时态来看,比如由动画改编的美国电影《蜘蛛侠》同时成为电影、网络游戏、线下衍生产品,共同构成了一个时代的叙事。这种故事链的前后端不断被拉伸、延展,可以说是在不同媒介中孕育了不同文本“胚子”,而文本“海洋”是在媒介的“河床”上汇聚而成的。因媒介逻辑差异引发的接受方式、感官满足、诗意营造等多元化发展,形成瑰丽的故事丛林。

第三,社会交互性与媒介文艺故事的社会功能外溢。社会交互性指的是媒体促成个体与群体之间的社会互动的能力,即媒介文艺促成不同个体、群体之间的意义协商、社会整合等功能。“文以载道”是古代中国关于文学存在意义的最基本认识,也是文学家积极入世的体现。但是,一般来说,传统文艺作品的影响层面更多地停留在内在精神层面,而媒介进一步推进了文艺与社会之间的对话方式与效果,即将内在转向外化,受众以点击、转发、评论、改编等表达出来,把个人、群体间互动外化为行为,更宝贵的是,这种意见交互外化为舆论。也就是说,媒介文艺成为人际、群体互动的多元场域。

由此可见,技术、文本、社会等三个层面的互动逻辑更新了叙事的结构框架和作用机制。相对印刷艺术强制性将读者限制在狭窄的文本上,新媒体提供了可供选择的互动方式,这种互动的潜能和超文本的诗学意义主要依赖于媒介属性。而新媒介所具有的这样一些特征进一步推动了交互性的文本的移动性、算法或程序的性质、超媒体、动画化或动态化呈现和即时性开发、社交基因的媒介平台进一步推动了媒介文艺的交互性。

这种互动逻辑在新媒体中表现得尤其明显。交互性是新媒体的基因,把新媒介称作交互媒介也不足为奇。新兴媒体的互动配置对叙事敞开。比如VR技术的在场感的沉浸式的360度空间塑

成一种互动交流的状况,以及引发叙事权的转移。在交互性情境下,故事变得流动起来。正如有研究在考察VR的互动叙事时所指出的,故事的外延需要拓展,“故事不是阅读的前提,而是现场互动的结果”(秦兰珺 103)。这样看来,故事当中的对话叙事不是“朴实无华”的,而在给予与付出的信息交换、话语互动的过程中完成故事的讲述(Ryan, *Narrative Across Media* 57)。互动逐渐成为媒介文艺的“基础配置”,成为影响信息交换、空间转换下的叙事景观。

从文艺社会学视角进一步考察交互性叙事的效果可知,在介质性、文本性与社会性三种交互活动后,媒介文艺对社会思潮、社会心态等具有涵化或推动作用。在此,本研究只从文艺学视角看这种叙事带来的传播效果。一是区别于传统艺术那样让受众在痛苦的反思中实现情感升华,媒介文艺更多地轻松、好玩的情境中实现娱乐的功能和快乐体验。所以,媒介文艺的叙事不会是一场痛苦的历险,而是一次快乐的旅程。因此,交互成为提升文艺作品体验的一个策略。互动化的叙事并不严格遵循单线发展,它允许多条线索与多种结果。这种参与叙事有利于产生积极的心理效果,并存在于多种媒介之中(文本、视频、音频、现场表演、数字游戏)。二是交互使得媒介文艺进一步区别于传统艺术的宗教膜拜色彩,成为一种更民主的审美形式。电影的形式(或结构)作者由审美活动的重要位置移至边缘,票房与流量、故事与娱乐往往是人们谈论电视剧、电影或其他艺术形式的焦点,作者与意义不再是唯一考量对象。权威隐退,受众主体意识崛起,多元主体在互动创作新的故事。互动叙事将媒介文艺纳入一个更开放的平台,也以更开放的叙事方式,引发文本、作者、受众、社会等多维对话,以及形成融入社会价值的文艺机制。

三、审美的感官融合与沉浸

媒介被视为一种“审美设施”(德鲁克 24)。目前,媒体是一种融媒体情境下的复媒体(polymedia),它不仅仅是媒介文艺接受的媒介选择,而且是这些媒体共同组合文艺审美的时间、空间的矩阵,以及管理情感和关系的一种整体的可供选择的审美结构。可以说,复媒体为媒介文艺

审美多样化与复合性提供新的话语结构。

审美论在不同理解框架中有所起伏。18世纪中叶到20世纪上半叶形式主义理论完善,审美论确立。20世纪下半叶文化政治论兴起,并占据上风,审美论自此沦为边缘。2011年,美国学者卡勒概括西方文学理论的六个发展趋势,“回归审美”位列其中。周宪在《审美论回归之路》一文中通过厘清语言建构论、后结构主义和精英主义误解中的审美状况及重新生成的理论资源与现实语境,强调审美论异军突起,重返文学理论、艺术理论和美学知识生产场的前沿(13—16)。重提审美,让审美重新成为愉悦体验,成为文学艺术知识生产的核心。21世纪初开始,审美的动因成为当代经济增长的动力(阿苏利 2)。在审美泛化、审美商业化的情境下,市场细分出一种称之为“审美经济”的经济形态。除了马克思所说的使用价值与交换价值之外的第三种价值——“审美价值”是一种新经济形式(Böhme 54—66)。由审美价值认识的浮沉,直到审美回归文艺,并外扩至经济领域的历程可见,审美是我们观察媒介文艺的重要切入点。

审美方式或来源多样,但感官作为一种观念,在传统文艺时代就引起过诸多探讨。约翰·洛克在《论人类的认识》一书中指出,观念抵达心灵的途径多种多样,除了单纯的反省方式,还有一个感官、多个感官、感官和反省结合等三种方式,而基于感官的认知方式更符合人性(92)。近代以来,培根、霍布斯、洛克、霍尔巴赫、狄德罗等哲学家充分肯定了感觉在认知中的作用。“人不仅通过思维,而且以全部感觉在对象世界中肯定自己。”(马克思 恩格斯 125)在美学史上曾有过关于审美标准的讨论。康德在《判断力批判》中解答了这个长期争论不休的对审美的判断的问题,即对美的判断依据主要有两种:一是理性主义,强调在判断活动中的推论;另一个是感官主义或经验主义,倾向于感觉所扮演的角色。其中感觉评判标准的信奉者似乎更多。信奉经验主义哲学的爱德蒙·博克(Edmund Burke)提出感觉主义论,弗朗西斯·哈奇逊(Francis Hutcheson)坚持美学经验和内心感情的主观性等,讨论感觉在经典艺术中的定位。文艺复兴之后,由于以神学价值的衰落和人文价值的崛起为特征的新审美品位诞生,美学知识得以革新,品位评价与选择变得更自

由。但是在这场艺术变革中,无需再参照过往的知识来寻找现时体验中的真理,体验成为任何知识所无法取代之物(阿苏利 23)。审美体验上更注重多重感官经验整合的“具身性”认知特征,强调个体的身体状态直接参与审美认知的过程(滕锐 李志宏 154)。这些论述为理解当代媒介文艺的语法结构和接受活动,提供了可供参考性理性视域。

麦克卢汉的“媒介即人的延伸”的思想,不仅关注部分感官或感觉在认识中的作用,而且把身体外化为媒介,以一种隐喻的方式把媒介的“物性”让渡为“身体性”。所以按此论述逻辑,书籍延伸的是视觉,电子环路延伸的是中枢神经系统,媒介文艺应该也是人的延伸。作为媒介文艺审美前端,媒介文艺与整个感觉结构相勾联,成为认知系统中的新来源。“感觉结构”是我们把媒介文艺与大众化审美连接起来的一个通道。纵观文艺发展史,从来没有一种文艺形式能如此自然而然地符合绝大多数人的口味。雷蒙德·威廉斯(Raymond Williams)提出“感觉结构”(structures of feeling)的概念,认为它体现在意义、价值和系统性的信仰生产之中,尤其体现在当代文化生产过程中,作为一种文化假设,它与艺术和文学存在独特的关联(24)。感觉结构与语言、审美、媒介等书写方式相关。与所谓的“支配性观念”或“总体性思想”构成隐性与显性的影响。也就是说,媒介文艺还与时代的共同的社会经验结构密切相关。传媒是一种遵循着戏剧传统手法、戏剧惯例的规约的戏剧形式,而新技术的使用使其有所突破,从而形成一种新的感觉方式。

“具身性”(embodiment)是关涉身体之于审美的重要范畴。近二十年来,具身性在认知科学中的角色越来越重要,甚至有学者提出社会科学研究的“具身转向”(embodied turn)(叶浩生 706)。具身认知作为认知心理学研究的一种全新的取向,强调身体感官在认知过程,被认为是认知的来源,也影响认知过程和结果。在具身认知理论和范式下,感觉体验之于审美,身体之于审美生成及其意义弥散模式,是理解媒介文艺的新进路。

基于多知觉系统的融合性开发,沉浸式的审美状态成为常态,这也是一种深度卷入的参与,是视、听、触等感觉系统融合的结果。沉浸理论

(Flow Theory)用以描述一个人全身心投入某种活动时的一种心理感知状态,一种浑然忘我的状态。该理论被用来研究新媒体传播行为,揭示出在人机交互过程中沉浸体验由四个方面构成:一是对计算机交互的自我控制感,包括对交互的内容、时间和方式等的控制;二是交互过程中用户的专注;三是用户认为交互活动是有趣的;四是网络带来良好的互动感(Koufaris 205-223)。人类在不同活动中有着,不同的沉浸、互动与快乐体验。有学者认为,西方艺术史可以被看作沉浸观念的沉浮史。18世纪的文学就开始通过模仿非虚拟的叙事模式(记忆、书信和传记)创造幻想主义效果,制造沉浸效果。19世纪叙事技巧的沉浸效应广受欢迎,以致在“流行”和“高雅”文学中都无显著差别(Ryan, *Narrative as Virtual Reality* 2-4)。20世纪,通过游戏审美和自反性最终创造了文本生产下的活跃的参与者(读者、观众和用户)的沉浸行动。而当前具有全息化、便携性等特征的大众传播将接受活动带入了沉浸时代。

媒介技术为沉浸式审美提供场景符号、平台框架。尤其随着技术的发展,麦克卢汉所说的高清晰度的、数据丰盈的“热媒介”成为主流设备,它们极易将人卷入其中。3D、VR、MR等创新艺术表现形式,提供给受众“身临其境”的消费体验和情感共鸣,营造沉浸感,这比依靠小说语言营造的意境和想象更迅速、直接地捕获人的注意力。VR的外接传感装置技术进入纪录片生产,实现视觉、听觉、触觉、嗅觉的联合驱动,实现感官享受最大化。数字技术创造了替代传统意象的审美对象,数字媒体趋于遵循沉浸仿真传统,通过强调观光者的移动性,通过像超链接、超文本、全息化等方式实现沉浸。比如VR通过技术迅速入境,由互动实现沉浸化体验(秦兰珺 103-105)。感官视为可被调节的,由多感觉整合实现的沉浸为审美获取与审美范式带来了新的可能。

由此可见,媒介文艺信奉一种“好莱坞式”的审美培养机制。这种机制的表达话语只需一套指向清晰、意蕴浅显,以及无需训练就能掌握的话语体系,这个体系建立在自发性、易感性、情感性、直接性、即时性等粗糙的表达方式上,而将观众的理解力、译码能力、分析能力和辨识能力放在次要位置。相对来说,传统文艺的审美培养是一种自我养成机制。传统艺术审美往往是一种区隔式的、

组织化、层级化的培养过程。所以,区别于用感情、心灵、精神评价对外,追求精神性和超越性的“超越式”审美,用感觉、知觉、欲望对对象进行评价,生产的是快感式的次级审美,审美体验可能会脱离自制力和注意力的控制。本雅明甚至认为,在多媒体和媒体化的影响下,会出现“体验的萎缩”(129)。

可是值得注意的是,感觉的生产与审美机制往往容易误入歧途。奥利维耶·阿苏利(Olivier Assouly)认为基于感觉的艺术机制误入歧途的最重要的原因是市场参与会截获审美品位,并将感觉规范化,表现为:一是审美欣赏具有武断性特征;二是生理冲动代替了审美欣赏;三是品牌试图命令舆论关闭某些审美意见(169)。审美成为一种被愉悦感审查的活动,而愉悦感在某种程序上是可指定、可支配的。因为从审美期待到刺激手段,在市场竞争的资本环境中,生产者试图建立一种产品的魅力源泉与消费行为之间的因果关系。在保罗·维利里奥(Paul Virilio)看来,这种审美在于制造“一种大众感官效果”(阿米蒂奇 40),因为后现代“个体”从一开始就注定要成为技术所限定的既成事实的目标。商品的运作体制被应用到艺术审美中,约束审美方向,撇开审美品位进行极端化和边缘化表达。可现实是,市场并非品位生产的地方,而是愉悦感的截获、形式化之所。人们赋予技术象征意义,但媒介文艺的技术性具有自反性(reflective),它们透露了我们对媒介的使用习惯,也透露了我们作为传播者的各种观念。传统文艺的美育功能在媒介文艺的内容生产、智能推荐中被多层过滤下趋于弱化。因为大众并非有意持守这种审美意识,相反,是此类审美知识决定着我们的自我想象。

四、“传播诉求”:媒介文艺自洽的幽灵?

通过生产、内容和审美等几个艺术活动的层面的检视,我们发现,媒介文艺作为一种充满张力、冲突和杂糅的艺术形式,其内部存在不同方向的力,也正是这种“力”构成其艺术内部的多义性和外在图景的丰富性。笔者用“矢量”这一概念形容这种状况。矢量一词不仅用以描述图像,在色彩、声音甚至叙事结构中,同样也存在矢量:矢量可能是任何经我们引向特定的空间/时间,甚至

情感方向的力。比如,传媒技术的运用引发不同的作用力与美学形式,具体表现在两点:一是内在的“语法”重置(如摄影、电影和互联网媒体中各种形式的“蒙太奇”);二是存在于整个文化语境中的“语用”关系转换,即该媒体同既有的艺术形式发生关系。

首先,这种矢量体现于媒介文艺文本的内部运动。其一,从形式论上看,媒介文艺作品一般由多种媒介符号构成,各媒介形式指向特定的意义方向。符号学中所说的“文本的意向”(text's intention)理论为该问题提供了启示。关于意图在文中的存在形式,艾柯认为作者的意向必须表现在文本中才能被解读(Eco, *Interpretation* 64)。凯·米切尔称之为“形式的意向”,认为文本形式具有某种意向性(Mitchell x)。“作者”和“类型”皆具有意向性,前者提供意义的锚定,后者提供体裁的限定。特定的艺术类型有着相应的意向结构。当然,每种类型都会有一种主导意义解读的“定调媒介”。如MTV由歌词、旋律、画面等要素构成,其中歌词是定调媒介。其二,从内容层面看,媒介文艺亦存在矢量运动。例如,电影可以被看作被一系列矢量或矢量场引导所产生的时间和空间的运动。电影叙事不仅是线性或非线性的,而且从来都是矢量的,即情节发展依循特定的方向(Ryan, *Narrative as Virtual Reality* 212)。电影的蒙太奇理论,以及库里肖夫效应解释的就是此现象,将不相关的画画元素组接成指示性的意义。

其次,矢量运动还体现于媒介文艺文本与外部诸要素。媒介文艺的叙事受到不同特性的媒介、受众喜好等因素的影响。感觉主导、文化习惯、资本规制等外在推动也撼动着它的根基。媒介文艺的自治性受到商业、伦理等他律性的影响。另外,文本的叙事仍是充满各种辅助、铺垫和指示的。正如叙述矢量(narrative vectors)的概念所揭示的那样,叙述策略会提供特定方向,它不是孤立的结构。它的目标是防止读者“迷路”,并实现一定程度上的控制(Koenitz 91-105)。媒介文艺作品从生产到接受整个流程受到多重矢量的牵扯,可能彼消此长,抑或互相抵牾,或互为犄角。

媒介文艺之所以呈现如今这种丰富而多元的图景,得益于内部诸要素的相互作用以及诸多他律性因素的话语协调、融通与互动。可问题是,媒介文艺作为一种艺术形态,在这些矢量运动中的

自律性状况如何?

首先要面对的是意义锚定者的作者“死了”,而作为艺术主体的“作者”是艺术自治的基础。艺术家天赋异禀,这在文艺复兴时代尤为明显,并形成了人文主义思潮的象征与症候。传统文艺宣示意识形态姿态的方式主要有两种:一是原创,即意义来源于作者,读者要求按照惯例进行领会。二是文本秩序,作者设计并决定事件发生的顺序,表现为有始有终的整体(米勒 7)。这两个元素突显了作者部分“所有权”。作者通过权威、确定、“现实”的线性方式加强内涵意义。印刷时代有个性意识和人格意识的“作者”基本决定了作品的开头、结尾和高潮,而呈现一种控制型结构。它是知识生产的主要模式。读者在作者详细安排布置好整个叙事后才可能进入受众视野,在叙事世界里是被动的。媒介文艺改变了这种格局。后现代社会理论家惊呼“作者已死”,作者的艺术主体地位被弱化,个性被削平。19世纪早期,艺术媒介与批量生产的历史性“对话”改变了艺术概念。德里达指出,传统的作者概念在能指、所指的游戏中被解构,语言中的主体的在场不断被延异,人们对文本意义不必通过主体在场来实现,而只需通过能指之间的差异关系来实现。艺术家成为多种影响因素之一(作用也可能微乎其微)(Kluszczyński 469-474)。甚至艺术家变成创作者与机器结合的“赛博格作者”(cyborg author)型的新型艺术主体。唯一权威的文本变成受众参与的“可写性文本”,它试图开放文本,为受众提供回应文本的机制,从文本中挖掘新的含义,从而消除作者作为绝对声音的权威性。这种范式模糊了“读者”和“作者”之间的界限,撼动了作者的权威地位。“作品”变成“文本”,文本意义具有无限丰富生产可能性,形成如巴特、克里斯蒂娃所说的“文本性”或“文本生产性”。

这种削弱作者与文本价值的即时美学,维利里奥称之为“消失美学”(aesthetics of disappearance),这种美学在媒介干预下形成艺术的典型的、技术上的效果。维利里奥认为古典的美学依赖于持久的物质支持,强调时间的绵长,而消失美学的基础是暂时的、非物质的支持(阿米蒂奇 160)。例如,文字将语义(意义)从即时语境中剥离出来,而在视听传媒中,文艺作品几乎无法脱离语境来接受,甚至有些文艺作品强调营造

即时感,具体如影像作为电影序列的一部分,它们从本质上说是银幕不断地支持下一刻的消失来实现时间的美学。

所以,媒介文艺不再局限于经典美学框架,由此引发了一系列新的艺术认知问题。艺术自治体现于艺术范畴从科学、哲学等领域解放出来。当代艺术不太可能回到黑格尔所说的,艺术是真理或“绝对”的符号,能够回应个人的精神希冀。正如法国学者马克·西门尼斯所担忧的那样,实际上,问题不在于技术延伸或者技术替代,也不在于技术给人们奇妙的或者恐惧的希望,而在于技术带来对传统,特别是知识传递的传播的颠覆。但回归诸如构图、和谐、对称、比例、黄金分割等传统标准显然已不切实际,正如维利里奥所说,重建当代艺术的新标准存在逻辑和理论的原则问题,历史上,这些标准总是与社会、时代精神、时尚、政治等他律性因素撇不开关系(西门尼斯 116)。因此,媒介文艺的自治性探讨要突破传统理论资源视域,期待新的美学关系时代的自治性理论。

关于自律性和他律性的讨论,分析美学家布洛克(Gene Blocker)作出如下界定:“凡强调一件艺术品有其自身内在特征和价值的理论,都称为‘自治性理论’;而一切强调外在因素(即艺术家的思想和感情,艺术家所在的社会地理环境)的理论,均被称为‘他律性理论’。”(15—16)一般认为,媒介文艺作为一种大众文化形式,在商业逻辑下外化为文化一种工业形式,其艺术自律被削弱,甚至消亡。有学者持不同意见,认为艺术作品的生产是功能诉求,其接受审美是价值诉求,两者不是同一层面的概念,并且大众文化也深富抵抗诗学,具有艺术元素,从而具有艺术的自律性(郭彧 14)。该观点道出了部分真理,即大众文化逻辑下大众艺术有其自律性一面,并且这个观察只关注接受方,忽视了生产者的情况。但是,商业逻辑下的生产制度很大程度上会重构作品形态,从而通过影响作品,而影响甚至异化审美。反过来,接受活动又极易影响生产。两者看似不同的两种诉求,实为上下游相互影响。另外,固然存在艺术目的性,但程度要比传统艺术低得多。并且,大众文化的抵抗程度多少受限于受众的主观能力性、文化编码的精心程度等诸多因素。所以说,媒介文艺在面临种种约束因素的情况,其自律性,以及艺术定位、艺术焦虑仍是一个需要认真讨论的议题。

因此,我们发现,在引发媒介文艺身份焦虑的种种因素中,大众传播层面的外向扩张的“传播诉求”是冲击艺术自律性的核心要素。“传播诉求”是媒介文艺自洽的一个关键点,是媒介文艺生产的动因及其目的所在。

为何将“传播诉求”视为理解媒介文艺自洽的一个关键点?媒介文艺是一种规模化的,面向大众的文艺作品,生产之初,传播效果和利润获取便是重中之重,就如收视率之于电视、票房之于电影事业、流量之于新媒体的意义。该机制的形成得益于传媒的公共属性,以及媒介文艺的资本扩张逻辑。公共属性和目标系统的实现,从内在要求上需要大众化传播,大量生产、复制、传播,媒介电子化、网络化、数字化、社交化。相对自我释放和有限的交流诉求,大众满足和最大化传播是其特征,并在资本利益诉求下的出现全球化焦虑。除了这种内在属性,传播还是媒介文艺的大众化方案。比如有观点认为当代故事都注重传播的策略。故事在传播上的第一个逻辑便是追求更宽阔空间、更广大人群的叙事。在这种话语环境及其生态中的叙事就要求包括创作者在内的故事讲述者最先考虑的是传播最大化(Ryan, *Narrative Across Media* 57)。最大化传播的内在逻辑是外推的,是一种最大化地寻求与他人展开对话、寻求共识的话语逻辑,这也就可能在与“他人”规模的诉求中矮化、剔除或者化约自我,因为资本逻辑而自我消弭、异化中的艺术自律性可能受到抑制。基于大众化外推的群众基础和效率诉求,审美更易偏离传统标准,且被异化。

所以,“传播诉求”下的媒介文艺服务于大众文化机制与娱乐框架,极大地区别于传统文艺的自我书写机制和话语框架。从传播主体来看,传播具有多种形态。其中,人内传播,也称内向传播或自我传播,指的是个人接受外部信息在人体内部进行的信息处理的活动。从这个层面来看,绝大多数活动都具有传播的诉求,就算写日记也是人内传播的产物。这与传统文艺的诉求不一样,后者可能是一次思想实验,以艺术与思想表达与探索为出发点,自我意识的形成是一个自我内化的过程。米德从传播的角度提出“主我”和“客我”理论,以研究自我意识及其形成过程,从这个理论视角看,传统文艺是一个“主我”和“客我”之间双向互动的传播过程,或者“自我互动”模式,

是一种自我书写机制及话语框架;而媒介文艺是另一种景象,它服从大众狂欢机制与娱乐框架。有学者指出,在主体形成过程中,因附属于“肉体”和“经验材料”的局限性,作为认识性主体“自我”而显现局限的一面(王亦高 沈华文 38—39)。比如“肉体”的局限性,比起历史上任何一个时间,我们的文化生产与流通更依赖欲望与感觉。单一欲望偏好被极大地丰富满足而变得畸形。愉悦感的强制,使得艺术审美重新进入法西斯独裁的状况。在阿多诺看来,商品体制以专断的形式和语调的法西斯式的话语机制向受众倾倒意识形态(Adorno 174)。另外,审美的泛化、稀释化可能造成“自我”审美的无处指涉。维托·坎帕内利(Vito Campanelli)在《网络美学》一书中提出“网络美学”(web aesthetics)的概念。他认为在数字网络中的审美体验,含义之一便是图像增殖或拟象的弥漫的美学(diffuse aesthetics),无指涉、无意义空间的拟象造成审美的泛化(97)。尤其在诸如柏拉图的“洞穴隐喻”、李普曼的“拟态环境”等隐喻中更可窥见“自我”以及“自我意识”形成的艰难性。故可见,“我”的审美体验的形成容纳了欲望、感觉和信仰,并重塑文化。尼采的“上帝已死”、罗兰·巴特的“作者已死”、福柯的“作为主体的人死了”等后现代主义表述揭示了媒介文艺在艺术性、独创性、主体性等方面的弱化。

因此,媒介文艺的传播基因无意识地“催促”其追求资本扩张、膜拜商业价值和流行文化规则,加剧自律性与他律性的冲突。在这个问题上,约翰·费斯克、斯图亚特·霍尔、瓦尔特·本雅明、西奥多·阿多诺等学者的观点为大众文化和艺术提供了剖析的视角,但具体运用到媒介文艺的艺术自洽之辩仍莫衷一是。有学者提出了平衡论,比如主要从事信息技术和控制理论文化研究的维利里奥认为,要抑制控制论的世界,要在技术理想主义、乌托邦建构者、过度激情主义和系统技术之间寻找一种平衡(西门尼斯 118)。不过也有学者认为,只要拒绝自欺欺人的、“伦理中立”的、以“人性”为核心的人类学底线,“无论是艺术的‘自律论’还是‘他律说’,只要它试图拥有‘艺术’的身份,就意味着必须承担起一种‘审美正义论’的责任”(徐岱 191)。这种观点把艺术的“审美正义论”的实现,寄托于主体自觉以及本身就歧义

丛生的“人性”范畴,最终仍然无法解决媒介文艺的身份问题。媒介文艺作为区别于传统艺术的类型,在当代艺术体制里,存在一定的艺术目的性,并有其独特的“语义学程序”和“语用学效果”。总的来说,媒介文艺,是内部天然地充满张力,且“斗争”不已,集个体体验与公共实践于一体,不被传统艺术话语规训的艺术形态。更开放、多元的媒介文艺的艺术身份仍然需要在艺术知识重建、艺术认知、话语协商中实现,从而形成相对自治并建构起具有现实解释效力和面向未来的文艺理论形态。

注释[Notes]

① 参见 Negroponte, Nicholas. *Being Digital*. New York: Alfred A. Knopf, 1995.

② 参见 Bolter, Jay David and Richard Grusin. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press, 2000.

引用作品[Works Cited]

Adorno, Theodor. *Minima Moralia: Reflections from Damaged Life*. Trans. Edmund F. N. Jephcott. London: Verso, 1978.

约翰·阿米蒂奇:《维利里奥论媒介》,刘子旭译。北京:中国传媒大学出版社,2019年。

[Armitage, John. *Virilio and the Media*. Trans. Liu Zixu. Beijing: Communication University of China Press, 2019.]

奥利维耶·阿苏利:《审美资本主义:品味的工业化》,黄琰译。上海:华东师范大学出版社,2013年。

[Assouly, Olivier. *Aesthetic Capitalism: The Industrialization of Taste*. Trans. Huang Yan. Shanghai: East China Normal University Press, 2013.]

南希·K.拜厄姆:《交往在云端:数字时代的人际关系》,董晨宇、唐悦哲译。北京:中国人民大学出版社,2019年。

[Baym, Nancy K. *Personal Connections in the Digital Age*. Trans. Dong Chenyu and Tang Yuezhe. Beijing: China Renmin University Press, 2019.]

瓦尔特·本雅明:《发达资本主义时代的抒情诗人》,张旭东、魏文生译。上海:上海三联书店,1989年。

[Benjamin, Walter. *Charles Baudelaire: A Lyric Poet in the Era of High Capitalism*. Trans. Zhang Xudong and Wei Wensheng. Shanghai: Shanghai Joint Publishing Company, 1989.]

Berman, Ronald. *How Television Sees Its Audience: A Look at the Looking Glass*. London: Sage Publications, 1987.

吉因·布洛克:《美学新解:现代艺术哲学》,滕守尧译。沈阳:辽宁人民出版社,1987年。

[Blocker, Gene. *Philosophy of Art*. Trans. Teng Shouyao. Shenyang: Liaoning People's Publishing House, 1987.]

Böhme, Gernot. “Technical Gadgets: Technological Development in the Aesthetic Economy.” *Thesis Eleven* 86.1(2006): 54–66.

Campanelli, Vito. *Web Aesthetics: How Digital Media Affect Culture and Society*. Rotterdam: NAI Publishers, 2010.

Carroll, Noel. “The Ontology of Mass Art.” *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* 55.2(1997): 187–199.

Chapman, Laura. “Studies of the Mass Arts.” *Studies in Art Education* 44.3(2003): 230–245.

Daniels, Dieter. “Media→Art/Art→Media: Forerunners of Media Art in the First Half of the Twentieth Century.” *Media Art Net*. 2007. Goethe-Institut and Center for Art and Media Karlsruhe. 16 Sep. 2020 <http://www.mediaartnet.org/themes/overview_of_media_art_forerunners/1/>

约翰娜·德鲁克:《艺术》,《媒介研究批评术语集》,W.J.T.米歇尔、马克·B.N.汉森主编,肖腊梅、胡晓华译。南京:南京大学出版社,2019年。15—25。

[Drucker, Johanna. “Art.” *Critical Terms for Media Studies*. Eds. W.J.T. Mitchell and Mark B.N. Hansen. Trans. Xiao Lamei and Hu Xiaohua. Nanjing: Nanjing University press, 2019.15–25.]

Eco, Umberto, et al. *Interpretation and Overinterpretation*. Ed. Stefan Collini. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

———. “The Narrative Structure in Fleming.” *Popular Culture: Past and Present*. Eds. Bennett Waites, Tony Bennett and Graham Martin. London: Croom Helm, 1982.242–62.

尼古拉斯·盖恩 戴维·比尔:《新媒介:关键概念》,刘君、周竞男译。上海:复旦大学出版社,2015年。

[Gane, Nicholas, and David Beer. *New Media: The Key Concepts*. Trans. Liu Jun and Zhou Jingnan. Shanghai: Fudan University Press, 2015.]

郭彧:《艺术自律与大众文化》,《文艺争鸣》11(2011): 13—16。

[Guo, Yu. “The Autonomy of Art and Mass Culture.” *Literary Contention* 11(2011): 13–16.]

Halpern, Megan, and Lee Humphreys. “Iphoneography as an Emergent Art World.” *New Media & Society* 18.1(2016): 62–81.

唐娜·哈拉维:《类人猿、赛博格和女人:自然的重塑》,吴静等译。郑州:河南大学出版社,2016年。

- [Haraway, Donna J. *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*. Trans. Wu Jing, et al. Zhengzhou: Henan University Press, 2012.]
- 马丁·海德格尔:《林中路》,孙周兴译。上海:上海译文出版社,1997年。
- [Heidegger, Martin. *Off the Beaten Track*. Trans. Sun Zhouxing. Shanghai: Shanghai Translation Publishing House, 1997.]
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006.
- 克劳斯·布鲁思·延森:《媒介融合:网络传播、大众传播和人际传播的三重维度》,刘君译。上海:复旦大学出版社,2012年。
- [Jensen, Klaus Bruhn. *Media Convergence: The Three Degrees of Network, Mass and Interpersonal Communication*. Trans. Liu Jun. Shanghai: Fudan University Press, 2012.]
- 马克·西门尼斯:《当代美学》,王洪一译。北京:文化艺术出版社,2005年。
- [Jimenez, Mark. *Contemporary Aesthetics*. Trans. Wang Hongyi. Beijing: Culture and Art Publishing House, 2005.]
- Kluszczyński, Ryszard W. “Re-Writing the History of Media Art: From Personal Cinema to Artistic Collaboration.” *Leonardo* 40. 5(2007): 469–474.
- Koenitz, Hartmut. “Towards a Specific Theory of Interactive Digital Narrative.” *Interactive Digital Narrative*. Eds. Hartmut Koenitz, et al. London: Routledge, 2015. 91–105.
- Koufaris, Marios. “Applying the Technology Acceptance Model and Flow Theory to Online Consumer Behavior.” *Information Systems Research* 13. 2(2002): 205–223.
- 李幼蒸:《历史和伦理》。北京:中国人民大学出版社,2008年。
- [Li, Youzheng. *History and Ethics*. Beijing: China Renmin University Press, 2008.]
- 约翰·洛克:《论人类的认识》,胡景钊译。上海:上海人民出版社,2017年。
- [Locke, John. *An Essay Concerning Human Understanding*. Trans. Hu Jingzhao. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2017.]
- 龙迪勇:《“出位之思”与跨媒介叙事》,《文艺理论研究》5(2019): 184–196。
- [Long, Diyong. “‘Andersstreben’ and Cross-Media Narrative.” *Theoretical Studies in Literature and Art* 5(2019): 184–196.]
- Lotz, Amanda D. *The Television Will Be Revolutionized*. New York: New York University Press, 2014.
- 卡尔·马克思 弗里德里希·恩格斯:《马克思恩格斯全集》第42卷。北京:人民出版社,1979年。
- [Marx, Karl, and Friedrich Engels. *The Complete Works of Marx and Engels*. Vol. 42. Beijing: People's Publishing House, 1979.]
- 文森特·米勒:《数字文化精粹》,晏青等译。北京:清华大学出版社,2017年。
- [Miller, Vincent. *Understanding Digital Culture*. Trans. Yan Qing, et al. Beijing: Tsinghua University Press, 2017.]
- Mitchell, Kaye. *Intention and Text: Towards an Intentionality of Literary Form*. London: Continuum, 2008.
- Mitchell, W. J. Thomas. *What Do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press, 2005.
- Paul, Virilio. *The Aesthetics of Disappearance*. Trans. Philip Beitchman. Los Angeles: Semiotext, 2009.
- 秦兰珺:《互动和故事:VR的叙事生态学》,《文艺研究》12(2016): 101–111。
- [Qin, Lanjun. “Interaction and Storytelling: The Narrative Ecology of VR.” *Literature & Art Studies* 12(2016): 101–111.]
- Ryan, Marie-Laure. “Beyond Myth and Metaphor: Narrative in Digital Media.” *Poetics Today* 23. 4(2002): 581–609.
- . *Narrative Across Media: The Languages of Storytelling*. Lincoln: University of Nebraska Press, 2004.
- . *Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2001.
- Scolari, Carlos Alberto, Paolo Bertetti, Matthew Freeman. *Transmedia Archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*. New York: Palgrave Macmillan, 2014.
- 单小曦:《媒介与文学:媒介文艺学引论》。北京:商务印书馆,2015年。
- [Shan, Xiaoxi. *Media and Literature: An Introduction to Media Literary Theory*. Beijing: The Commercial Press, 2015.]
- 理查德·舒斯特曼:《表面与深度——批评与文化的辩证法》,李鲁宁译。北京:北京大学出版社,2014年。
- [Shusterman, Richard. *Surface and Depth: Dialectics of Criticism and Culture*. Trans. Li Luning. Beijing: Peking University Press, 2014.]
- 谭好哲:《当代传媒技术条件下的艺术生产——反思法兰

- 克福学派两种不同理论取向》,《中国人民大学学报》2(2013): 112—120。
- [Tan, Haozhe. “Artistic Production under Contemporary Media Technical Condition: A Reflection on Two Theoretical Orientations of the Frankfurt School.” *Journal of Renmin University of China* 2 (2013): 112—120.]
- 滕锐 李志宏:《认知美学视域下新媒体艺术的“亚审美性”》,《福建师范大学学报》(哲学社会科学版)2(2018): 154—160,168,172。
- [Teng, Rui, and Li Zhihong. “On the ‘Sub-aesthetic Nature’ of the New Media Art in Cognitive Aesthetics.” *Journal of Fujian Normal University (Philosophy and Social Sciences Edition)* 2(2018): 154—60,168,172.]
- 王亦高 沈华文:《试论人内传播中“自我”的三个论题》,《东南传播》1(2008): 38—40。
- [Wang, Yigao, and Shen Huawen. “Three Themes on the ‘Self’ in Intrapersonal Communication.” *Southeast Communication* 1(2008): 38—40.]
- Weibel, Kathryn. *Mirror, Mirror: Images of Women Reflected in Popular Culture*. New York: Anchor Books, 1977.
- :《现代主义的政治——反对新国教派》,阎嘉译。北京:商务印书馆,2002年。
- [——. “Structures of Feeling.” *Structures of Feeling: Affectivity and the Study of Culture*. Eds. Devika Sharma and Frederik Tygstrup. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co KG, 2015. 20—28.]
- 徐岱:《艺术自律与审美正义》,《文艺理论研究》3(2014): 181—194。
- [Xu, Dai. “The Autonomy of Art and the Justice of Aesthetics.” *Theoretical Studies in Literature and Art* 3 (2014): 181—194.]
- 晏青:《传媒文艺的现代特性与批评话语重构》,《中州学刊》4(2018): 156—161。
- [Yan, Qing. “Modern Characteristics of Media Arts and the Reconstruction of Critical Discourse.” *Academic Journal of Zhongzhou* 4(2018): 156—161.]
- 叶浩生:《具身认知:认知心理学的新取向》,《心理科学进展》5(2010): 705—710。
- [Ye, Haosheng. “Embodied Cognition: A New Approach in Cognitive Psychology.” *Advances in Psychological Science* 5(2010): 705—710.]
- 臧国仁 蔡琰:《叙事传播:故事/人文观点》。杭州:浙江大学出版社,2019年。
- [Zang, Guoren, and Cai Yan. *Narrative Communication: A Story/Humanistic Perspective*. Hangzhou: Zhejiang University Press, 2019.]
- 周宪:《审美论回归之路》,《文艺研究》1(2016): 5—18。
- [Zhou, Xian. “The Return of Aesthetic Theory.” *Literature & Art Studies* 1(2016): 5—18.]
- 西格弗里德·齐林斯基:《媒体考古学》,荣震华译。北京:商务印书馆,2006年。
- [Zielinski, Siegfried. *Media Archaeology*. Trans. Rong Zhenhua. Beijing: The Commercial Press, 2006.]
- (责任编辑:王嘉军)