



孵化 装置 潘贞如

Fiction @ Love ◆

Ultra New Vision of Contemporary Art
虚拟的爱 ◆ 当代新异术

● 陆蓉之 Victoria Lu

一、数字化虚拟的新世纪：

上一世纪人类最大的文明成就，即是人们日常生活带入数字化的环境里，从每日清晨叫醒的闹钟开始，准备做早餐的微波炉、上下楼的电梯、出门驾车、搭地铁、乘飞机……，都得靠电子仪表和数字化系统来操控，提款机、洗衣机、干衣机、视听设备、电饭锅、防盗监视器、自动浇水设备、通讯器材、中央空调、计算机和其接口设备……等等，人们不知不觉在衣食住行各方面都已经深度依赖数字化的科技。

计算机替代人脑担任记录、管理、计算、传达和沟通……等工作，甚至在“人”缺席的时候仍能继续操作。再加上互联网络的出现，人类的沟通和传达的管道，不再依赖书信实体的信物，或面对面实际的接触，网络上的虚拟世界，和以血肉之躯去感受的真实世界，在数字化的环境里越来越难以区分。

数字化环境必然是当代人无法逃离的生存空间，而且应用范围只会越来越广，产品种类只会越来越多，影响力自然也就越来越大。因此，数字化人工计算机对人类生存环境的影响是无所不在、无远弗届的。新世纪的人类在数字化环境中的认知与情感，无法抗拒地沉溺在虚拟与真实的挣扎之中，新世代的审美经验，也无法避免从虚构的卡通、动漫、游戏和互联网的传输中，产生新的认知与欣赏系统，脱离传统的认定标准。

这一个世纪的年轻一代，瓦解了对任何神明的崇拜，他们的生活被物质消费信息牵引着，从小浸淫在动漫艺术世界中长大的他们，从动画(animation)、漫画(comic)、卡通影片(cartoon)、电视广告里那些虚拟的角色中，开启了孩童对人际关系与感情互动的憧憬和遐想。电玩、线上游戏引导孩子们模仿成人世界的爱恨情仇，新生代在网络谈话室里的神交，透过全球联通的互联网络，打破了国界、人种、



我的奶牛王国 NO.11 油画 韩娅娟

语言的差异。因为实时通讯所造成的想象和心理距离的贴近，当然不能代表实际的距离。

芬兰的手机名牌Nokia，结合艺术界十位顶尖的著名艺术家Kati Aberg, Osmo Rauhala, Stefan Lind Fors, Nam June Paik, William Wegman, Juha Hemanus, Brian Alfred, David Salle, Louise Bourgeois, Sari Kaasinen, 投以重金发展出Nokia 联结艺术计划Connect to Art Project, 这次来到上海是首次对外公开发表，Nokia在展览现场提供设备，可供观众免费下载到自己的手机中。

新生代透过一种建构在虚拟空间里的角色扮演，在层出不穷的互动之下，自我的认同也不断变化着。感情在虚拟的环境中依然可以仪式化地进行着，缤纷炫奇的想象丰富了角色的扮演。所以，艺术家不再是一种少数人寡占的职业身份，基本上，是人人均有机会参与的角色演出。虚拟的爱，以其汹涌澎湃之势，袭卷网络世界，真实与虚构，难以界分的复杂情境和感受，势必影响新生代艺术创作的发展路线。

二、新世纪艺术馆的新视觉震撼：

建筑在20世纪现代主义基础上的艺术欣赏概念、艺术教育、美术馆和其相关领域的专家、学者，仍不免以为艺术有别于通俗文化，强调个人主义的特殊性，用来区隔那些属于大众的流行文化。因此，目前一些当代艺术的展览，仍然是以艺术圈内极少数人为对象所进行的仪式化行为。那些被艺术圈内少数人自我认定的艺术表现形式，对极大多数的群众而言，却不存在任何具有特殊影响的意义，也更谈不上具有强大的吸引力。

21世纪美术馆和游乐园的竞争，将无法避免，虽然这种比较，既不成体统，也不成比例，甚至文化精英还会认为是一种使艺术低俗化的不堪想法。但是，艺术建构在生活的游戏之中，或许更应该说在游戏文化中，孕育出各种艺术的精萃与升华，这种由人类文明史上前所



女孩和鸟 油画 李敬揆

未有的庞大中产阶层共同热衷的消费行为，正是新生代浸淫在大众流行文化品味所发展出来的生活美学。这种生活美学将透过互联网络和各种传播媒介迅速泛滥全球，它的发展不是艺术圈内少数自认为是精英的人士所能主导或操控的。

艺术，在人类历史中被记录为上层社会或少数精英所寡占的优质生活品味，进入中产阶层扩大的信息流动年代，这种寡占的现象必然会受到挑战。广大消费者透过拥有设计精美物品的无限欲望，一步步逼上层寡占的精致美学，艺术创作者和设计师的身份区隔逐渐模糊化。同时创意的生产和制造，也渐渐从个人工作室发展为互动团队，甚至以公司的形式进行跨国的生产线布局。艺术家的生产模式和设计师越来越相似，但这并不表示孤绝独立的艺术工作者从此无法生存或消失，只是在制度、机构、营销、传播网络系统以外的独立创作者，生存会日益困难。面对艺术创作环境的日新月异的变化，当代艺术馆的展出和布展的方式，也必定受到影响。

传统美术馆作为一个白盒子(white box)的空间，将作品疏松地放在墙面上，以专注的光源突显出每一件展品，观众必须静默地移动在展场里，虔诚地观看至高无上的艺术品，几乎是一个世纪以来国际间美术馆、博物馆界奉行的法则。这次《虚拟的爱》特展故意打破白盒子的法则，将大量使人眼花缭乱的展品充满展场每一个角落，甚至出现在一些出人意料的位置。这种由巨量视觉符号所引动的视觉震撼，在信息爆炸的新世纪，必将是未来美术馆发展的新方向。从作品传出的各种音乐此起彼伏，到处闪烁的七彩光芒，大量而密集的鲜艳视觉符号，使得情绪高昂的观众无法避免喧哗嘈杂的状态。这次展出的部分



和独角兽 综合材料 威廉·德沃伊

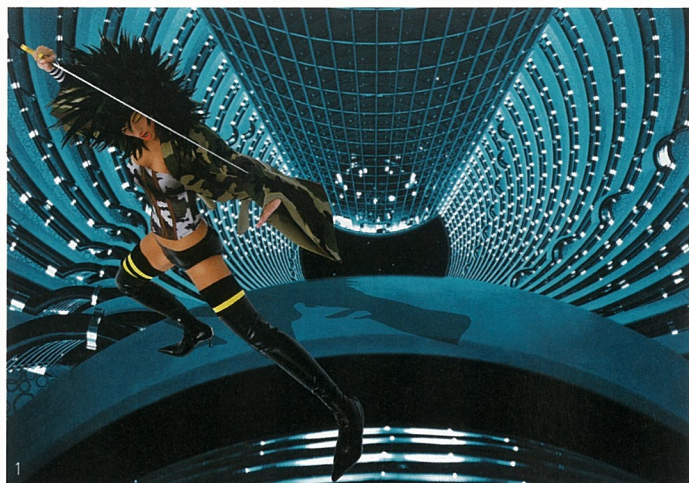
作品，强调或鼓励和观众之间的互动，观众可以带着轻松欢喜雀跃的心情看展览，甚至和作品互动去玩展览，就像到了游乐场一般。

三、21世纪动漫新美学(The Neo-Aesthetics of Animamix)：

如今随着数字科技的发展，漫画、卡通、动画的形式也更加复杂，流通的管道也更加多元化，各种简化的视觉造型，成为大量传输的视觉符号，形成各种文化背景和区域性认同的个别系统，在传媒一波接连一波的烘托下，已经深化为世界各地青少年文化彼此之间的沟通符码，而不仅仅是一个时代或一个族群所垄断的集体认同而已。更像是个人追求表现、传达意念或发挥想象力的仿真和再创造的沟通途径。

动漫艺术(Animamix Art = Animation+Comic)的流行，受到数字化环境中不断推陈出新的影响，造成视觉造型高速度的异化。这些在数量上急速成长的视觉符码，一种数字虚拟世界的新图腾，所形成的动漫新美学(The Neo-Aesthetics of Animamix)，不再局限于叙述性文本的再现，那些不断激发和蜕变的视觉造型，已经和纯艺术创作中企图表达的视觉语言日益趋近。新生代的艺术工作者、设计师或动画、漫画、插画家，在雷同的环境中长大，连教育的背景也十分接近，他们对生活美学的品味追求也都普遍受到了流行文化的影响。新生代艺术家将漫画、卡通、动画等形式作为复合媒材环境中的一种选项，超越了早期在社会中对漫画、卡通、动画的刻板印象，随手拈来反映自身生活的境遇，赋予简化的视觉造型更深一层的文本涵意。

数字环境中不断推陈出新的视觉造型高速异化，不但瞬间成为新生代追求流行新鲜感的通关密语，也反过来融入流行产业商品造型



的语汇本体，成为时尚流行产品的象征符号或代言者。这种时下年轻人对流行文化的翻新、求鲜与寻求变化的永无止境追求，艺术的创新，从上一世纪极度自我表现个人主义的“原创”(originality)诉求，转化为“新异术”(ultra new vision)的视觉符号游戏。新鲜的感官刺激，比形式的创新更重要。新世代的创作者经常以互动的手法处理视觉符号，观众与作者沟通的讯息交流，一来一往之间像是游戏的阵仗，其中充满不确定的变量。

上一世纪电子媒体作为影像传播的载体，彩色光线在空间里释放、流动、充满，是一种等同用画笔沾染颜料在画布上作画的表现方式。色光的艺术，在这个世纪将会形成一股加强发展的趋势。更因为在数字化环境中成长的新一代，非常习惯于萤光幕上的影像接收，由光点构成的色光和影像，和由色粉、油墨混色合成的色彩和图形，在视觉方面，自然造成截然不同的感受和反应。因此，在屏幕上看到的是萤光色或鲜明对比的彩色光点，杂陈在一起，就会形成缤纷耀眼的色感。这种亮丽的多彩视觉效果，也是“动漫新美学”(The Neo-Aesthetics of Animamix)]的特征之一。

从上一世纪以来，卡通、动画、漫画内容所表现出的可爱造型，包括角色的塑造，或萤光高彩极具装饰性图案式的绘画，非现实的奇想，都深深印刻在孩子的脑海里，这些视觉符号也就成为每一代人成长过程的集体记忆。原本由美国迪斯尼或华纳公司所领导的大众文化，在



二十世纪末逐渐被日本流行文化追赶上，进入新世纪以后更明显看出亚洲在青少年认同的领域中爆发出不可思议的能量。属于这一个世纪的缤纷多彩的新美学，一种新世纪的游戏文化正在成形，这些都属于《虚拟的爱》特展所探索的“动漫新美学”范畴，针对这种新美学的现象，以当代西方与东方艺术家的作品为例，进行展示、比对、讨论和进一步的研究。本展所提出的“动漫新美学”(The Neo-Aesthetics of Animamix)，即是以亚洲立场所创造的新名词，描述这股不断追求变化，极度喜新厌旧的视觉新潮流。

其实，1960年代的波普艺术家像先知一般，早就预告了大众虚拟文化时代的来临。

挪用(appropriate)、仿真、漫画、卡通和动画的造型设计、流行音乐演唱会、商业广告等……视觉符号，很容易从大众流行文化之中不断被下载，成为某一代人或某一族群的认同基础。

21世纪新一代艺术家在他们创作中所展现的动画的元素，不像上一世纪波普艺术家，只是直接挪用动漫艺术的视觉符号。新世代艺术家的作品本身已经完全融入了动漫艺术的造型美学，这些看似动漫化的风格，其实就是艺术家本身创作的原型。

新世纪动漫新美学的特征表现在四个方向：一是青春美学的膜拜，二是动漫美学中丰富的叙事性文本，三是动画中的色光艺术，四是动漫产业所带动的应用艺术美学。

在大众流行文化中如浪潮般推涌的大量、多样化的动漫形象，不论是人物的还是动物的造型，都是永远不会衰老的形体，例如美国迪斯尼公司发行的米老鼠已经高龄七十五岁，可是依然可爱、清新如昔，受到一代又一代孩子们的衷爱。反过来回顾七十五年前的著名演员，今日即使在世，也一定已经今非昔比。动漫时代这种对青春不老的影像的集体记忆，在潜移默化当中，形成了21世纪新世代所崇尚的青春美学，不仅在创作上形成巨大的影响，更深刻地影响了大众的审美观念。

追求理想化的青春美，不仅是动画、卡通、漫画里，虚拟角色塑造的问题，而且它已成为现实人生中，实现人工理想美的心理因素。如



今一发不可收拾的抗老、反老的趋势，造成愈来愈多人想要保有青春不老的容颜和躯体，不分男女都找得到走进手术室里追求人工造型美，以便永葆青春的理由。

动漫美学中充满了千奇百怪变化、无比丰富的叙事性文本，使得图像呈现的本身，就具有强烈的叙事性格。回想19世纪末萌芽的现代艺术，在上一世纪初，全面朝向抽象风格的路线发展。即使是以语言叙述为主的现代文学作品，也未能免俗地卖弄文字语意或结构方面的抽象性，经常解构话语的完整面貌，以致读者难以一窥究竟。

然而在21世纪数字化的环境里，文字叙述的转换，变得更为多元、有趣，愈来愈多的讯息，透过图像化的语言，来沟通和交流彼此的意念。卡通动漫作品里面，拟人化的造型，以及配合叙事性，所形成夸张的变形美学等，都会在这一世纪形成视觉造型美学的主流，就像抽象艺术主导了20世纪的美学一般。

从上一世纪中期开始，电子媒体作为影像传播的载体，彩色光线在空间里释放、流动、充满，是一种等同用画笔沾染颜料在画布上作画的表现方式。新世纪里的人类共同经验，不分人种、国籍的孩子们，都几乎是在电视机前面和计算机前面成长的。他们接受到的信息，所看到的影像，都是由光电所构成的色光视觉经验。这类由色光所形成的绚丽美学，对于艺术家创作的色彩运用，具有非常深远的影响。色光的艺术，在这个世纪会更加加强发展。这种亮丽、多彩的色光视觉效果，也是21世纪“新异术”的美学特征之一。

有别于传统的艺术创作，动漫艺术的完成，往往需要团队整合以及专业分工的多重重叠的合作，因而必需动员庞大的人力、物力与财力，不像是传统的艺术创作者，可以在一个封闭的工作室里独立完成。因此，跨领域的产业整合，是动漫艺术的特殊现象，例如美国、日本的动漫产业所发展的衍生产品，种类之丰富，涵盖到民生用品、衣食住行，几乎无所不包。所以，动漫产业的产值，不仅在于动漫艺术的本身，而是一个时代文化力量相加的总体。未来的艺术家将以创意总监的身份，走出纯艺术、高艺术的象牙塔，进行跨领域

的资源整合。艺术的创作与行销，将是全球性的创意产业中的重要一环，在这类艺术创作和大众流行文化之间，不再存在高、低的位阶之分。

日益壮大的大众流行文化，其实是建构在生活的游戏与享乐之中。或许更应该说在丰富的感官享受的消费文化里，孕育出各种生活美学的品味，精萃然后升华。这种由人类文明史上前所未见的庞大消费人口，所共同孕育的全球化“追新”、“追星”行为，正是新世代浸淫在流行文化生活里，所发展出来的大众化美学，透过互联网和其他传播媒介迅速泛滥全球。

四、结语：

21世纪人类的感情，在虚拟的环境中，以各种仪式化的行为进行着。

真实的存在，和虚拟实境的相交，激发出缤纷炫奇的想象，丰富了每一个人的角色扮演。今日由动画、漫画所带动的新世纪美学，从虚拟世界里的真爱和真实人生的情感密切互动，由数字影像呈现的鲜亮色光，构成变幻多端的视觉造型，培养出新世代喜好奇幻的审美品味。这些眩丽的视觉效果，带有隐喻和幽默的内容，充斥在亚洲的流行文化之中，在日常生活情境中体现这种虚拟的美学立场。

上一世纪的西方现代艺术，塑造了全球都会文明现代化的审美标准，其实是以欧美的立场马首是瞻。现在，在网际网络的虚拟世界里，艺术家能够跨越国界，不断摸索出新时代追求变异、更新的视觉刺激。当今艺术的发展方向，走出“艺术为艺术而艺术”(Art for art sake)的象牙塔，回到生活美学的基本诉求，应该能够为美术馆开拓更广大的观众群。以东方文化立场作为铺垫的展览，应该具有深远的历史意义，并且以超越商业行为以外的宏观与开放的视野，提出从亚洲出发的新美学观点，这正是当代的新异术。

- 1、漫画 摄影 康友·塔克
- 2、原子鼠吃面 丙烯 李东起
- 3、Q宝宝 喷绘 戴嘉明
- 4、着陆 综合材料 天野喜孝
- 5、樱花的天空 影像 户田阳子&曾野正之

