

数字经济背景下艺术实践空间的现状与趋势

陈洪娟¹, 梅新想²

(1. 重庆师范大学 文学院, 重庆 400047; 2. 重庆科技学院 法政与经贸学院, 重庆 401331)

摘要:随着信息技术的不断发展,数字技术已广泛渗透到艺术消费、艺术创作、艺术市场的全过程,数字技术与艺术实践的交互融合为当代艺术实践注入了一股崭新的生命力。同时,由于技术与艺术属性具有相悖的特点,在数字技术与艺术实践融合的过程中,也出现了消费习惯与艺术实践模式化积重难返、艺术市场功利本性与规范化治理矛盾、艺术意向内在化与数字技术外在化矛盾等困境。在数字经济的冲击下,艺术实践呈现出了传统功能定位、生存发展空间、劳动价值评判标准等发生不同程度位移的特点。从历史逻辑、理论逻辑和实践逻辑中,可以看到数字技术与当代艺术实践融合发展的必然趋势,基于新发展理念,坚持艺术性、人民性、创新性是艺术实践在数字经济时代突围的主要路径。

关键词:数字经济;艺术实践;时代精神;艺术市场;艺术消费;艺术劳动价值

中图分类号:J0-05 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-9841(2022)04-0221-12

2022年4月25日,习近平总书记在考察中国人民大学时强调“要运用现代科技手段加强古籍典藏的保护修复和综合利用,深入挖掘古籍蕴含的哲学思想、人文精神、价值理念、道德规范,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”^[1]。近年来,互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链等现代科技手段加速创新,已极大扩展了数字技术艺术创作和艺术审美影响的深度和广度,使得当代艺术实践朝着“数字化、技术化”方向大力发展。要深入贯彻落实习近平总书记“不断做强做优做大我国数字经济”“美术、艺术、科学、技术相辅相成、相互促进、相得益彰”的重要指示精神,有必要深入研究两个方面的问题:第一,数字经济背景下,传统艺术实践的坚守与消解分别表现在哪些方面?第二,在数字技术与艺术实践融合发展方面,数字技术已经渗透到艺术实践的方方面面,对于肩负着弘扬艺术正能量、传播真善美的艺术本身而言,与数字技术融合的发展趋势和数字技术本身的发展趋势显然会有原则性差别,那么如何平衡数字技术与艺术实践的融合发展?

一、问题提出与文献综述

艺术实践在数字经济背景下的突出特征是艺术数字化,表现为数字化技术在艺术创作和流通领域的全面渗透。与传统艺术相比,数字化技术为艺术实践提供了虚拟与现实的融合途径,实

作者简介:陈洪娟,文学博士,重庆师范大学文学院,副研究员。

基金项目:国家社会科学基金西部项目“中国古代言意诗学的多元共生机制及对当下文学创作的批判性建议”(18XZW003),项目负责人:陈洪娟。

现了线上线下的结合,让欣赏者在艺术消费行为中进行艺术再创作,其中的非线性叙事逻辑让消费者不断进行更加充分和自由的艺术选择与加工^[2]。新技术发展的速度、广度和深度,冲击和突破了原有的艺术实践空间,目前学术界关于数字经济与艺术实践之间关系的研究,主要有以下三种代表性观点。

第一,数字技术深度拓展了各种艺术实践的发展空间。学者们提出,新媒体技术与数字化技术对影视艺术的发展产生了极大影响,影视艺术被新媒体技术与数字化技术烘托得绚烂多彩^[3]。数字化生存拓展了文学新的活动空间,网络文学打造的是一个数码技术和个性化色彩相融的虚拟审美空间,每一个欣赏者都可以感受到有别于纸质媒介线性阅读的多重审美体验^[4]。互联网文学文本利用数量上的极大优势,把根植于大众文学实践的文学审美价值观推向了社会关注的中心^[5]。互联网书法展示、交流已成常态,数字化时代为书法资源的便捷获取和技法的高效学习提供了巨大空间^[6]。数字技术的使用让大众积极地参与到城市公共艺术之中,从作品创作场所到创作建设的初衷,数字化的城市公共空间艺术是现今数字化世界的必然产物之一^[7-8]。下一个阶段,我国数字艺术将以更丰富的表现形式呈现出更多新型的艺术形式,数字媒体的多样性发展给受众带来完全与之不同的消费体验,在视觉感受上获得全新的体验及艺术感知性,数字艺术与人工智能技术的相互融合必然会让艺术与技术的发展空间更为广阔^[9]。

第二,数字技术一定程度上会弱化传统艺术内核。学者们提出,与传统艺术相比,其“内在神韵”差距甚远,新兴艺术样式大多偏重追求形式的变化,忽略了艺术本体价值和艺术内在价值的阐释,传统艺术家的中心和霸权地位被严重消解与解构;从传统艺术实体消费走向数字化网络虚拟符号消费带来的直接影响,是艺术的产业化和艺术消费的庸俗化^[10]。数字化信息时代的无限复制,导致建筑本体价值贬值、建筑意义缺失以及地域文化艺术缺失,独一无二的“形象”向无数“类象”分解转化,甚至看到一幢建筑就可以知道它在设计过程中所使用的软件^[11]。技术和艺术联姻、生活与艺术的距离被抹平,由“读纸时代”向“读图时代”转移,现代新型艺术形式形成了对传统经典艺术和高雅艺术样式的冲击和挤压^[12]。数字化让艺术实践在创作和传播方式、作品意义、艺术社会功能三方面的深层次问题逐渐暴露出来。

第三,符合时代技术特征和体现社会价值的艺术实践是未来发展的主流方向。学者们提出,我国影视艺术发展必须恪守“艺术为本、科技为用”的工作原则,使艺术创作与技术更新能够更加有机地结合起来,真正通过新媒体技术与数字化技术充实影视艺术的创作手段来扩展影视艺术的传播领域,才能在新媒体时代下实现影视艺术的数字化发展^[3]。数字化技术一方面将要构建未来的剧场艺术,另一方面“许多历史中的创作方法都值得重新借鉴,剧场艺术为数字技术的药性翻转提供了一种实践性的可能”^[13]。不管中国招贴艺术的概念和形式发生怎样的变化,其所体现的时代特征和所要传达的民族精神以及体现出的社会责任感从来未变^[14]。数字化时代推动书法进入纯艺术化范畴,草书艺术的发展繁荣将成为必然,因为传统草书与时代精神和审美要求有高度的契合,传统草书艺术是对其他书体艺术的高度综合^[6]。

数字经济在艺术领域的全方位渗透,既是历史发展的客观规律,也是艺术实践不断创新的必然结果。纵观目前国内关于数字经济背景下艺术实践的研究,大多关注数字技术给艺术实践带来的革命性变迁,鲜少辩证看待数字技术与艺术的关系。由于数字化技术构建的“虚拟世界(VR)不仅全面而深刻地拓展了现实世界的疆土,更以它的开放性、包容性、平等性、自由性、隐匿性等独特性不断吸收着现实世界的‘原住民’‘移居’其中,持续穿梭于现实世界与虚拟世界之间”^[15],这就形成了数字技术介入艺术实践必然会带来一方面融合而另一方面背离的二元特性,

本文正是要立足于这种二元特性所带来的现实矛盾,研究其现实状态、内在规律、发展趋势三个方面的问题。(1)现实状态。传统艺术实践空间是否会完全受到数字技术的全盘改变与支配?我国艺术实践与数字技术经历了一个怎样的演变过程,数字技术与艺术实践的融合与背离表现在哪些方面?(2)内在规律。从技术和艺术的属性来看,技术强调规则和制作,艺术强调自由和创作,二者之间天然背离,故“技术作品”和“艺术作品”会有原则性的差别和表现,那么数字技术与艺术实践是如何实现和谐发展的?(3)发展趋势。在数字技术与艺术实践和谐深度融合的过程中,到底是技术因素、艺术因素还是社会价值在其中贯穿始终?

二、数字经济时代艺术实践的困境

党的十八大以来,习近平总书记多次强调要“不断做强做优做大我国数字经济”、拓展经济发展新空间,推动实体经济和数字经济融合发展^[16]。2021年4月,习近平总书记到清华大学考察,强调“美术、艺术、科学、技术相辅相成、相互促进、相得益彰”^[17]。随着数字经济时代的到来,技术与艺术实践的深度融合,丰富、拓展、深化了传统艺术消费、艺术市场和艺术创作领域,同时也给艺术实践带来了烦恼和困惑。

(一)数字经济背景下艺术消费困境:消费习惯与艺术实践模式化积重难返

文化产业数字化战略实施以来,数字经济成为消费升级的新动力,艺术领域的消费方式、消费场景、消费主体呈现出数字经济时代日益多元化、技术化、沉浸式等新特征。然而,数字技术与艺术消费融合发展的基础,是坚持以满足人民对艺术日益增长的美好生活需要为消费功能、满足大众对真善美的追求为消费目的,建立在消费者经济基础之上的新型艺术消费模式。

第一,日益多元的艺术消费方式满足基础消费功能。满足人民日益增长的美好生活需要,是艺术消费始终遵循的本质特征和根本目标。艺术消费作为一种特殊的商品消费,既具有一般商品的消费功能,又因其与生俱来的精神性、艺术性及审美性,使艺术消费呈现出自身独特的消费功能^[18]。一是作为艺术的物态化存在方式,艺术品以最终产品的形式满足消费者衣食住行等方面的物质需求,与一般商品的消费功能并无区别。二是在艺术消费过程中,物质资料的消费仅仅是消费“艺术”这一核心产品时的附属品,而艺术本身是看不见摸不着的东西,是一种审美价值消费,能让消费者审美愉悦、内心宁静、情感释放,以不干涉实际生活的方式满足人们的精神文化需求。在数字经济时代,随着移动支付和各种智能终端的广泛应用,总体上看,艺术消费方式从以美术馆、博物馆、展厅等线下消费方式到如今以网络购物、网上支付为载体的线上消费方式,逐渐由实向虚,虚实并存。相较于传统的线下消费方式,线上消费更加快捷、方便、精准,导致消费者的非理性消费欲望暴涨,其消费方式也向跟风式、体验式、超前式、享乐式、冲动式消费转变^[19]。

第二,纷繁复杂的艺术消费场景无法掩盖真正的消费目的。艺术作为商品在被消费的同时,也在物化着消费者的审美趣味、审美观念与审美理想。消费者在欣赏歌剧、观看影视剧、欣赏美术作品时,一方面消费者因“艺术故事”释放情感、追求娱乐甚至获得虚拟身份快感,另一方面,消费者也在潜移默化地接受艺术作品传递的价值导向、人文情怀、精神价值。随着科技信息技术的快速兴起,催生了一批新兴消费场景,如线上音乐会、抽盲盒、买手办、线上旅游、数字故宫文创、体验式和互动式艺术场景等,呈现出立体化、多维度、个性化等特征。丰富多变的消费场景传递出来的,也并不全是积极健康的生活消费习惯和价值理念,内容参差不齐,手段五花八门,传统消费场景对主流价值的控制权和影响力逐步减弱。数字经济时代的到来并不必然带来艺术审美水平的提升,也不能替代艺术进步。那么,数字经济时代还需不需要美好的艺术、正确的艺术、伟大

的艺术呢？河南卫视“奇妙游”系列节目在“自来水”们的推动下成功出圈，这一现象有力地回应了上述问题，充分展现了消费者对艺术内蕴之真善美的追求。

第三，艺术消费主体更迭离不开经济基础。艺术是一种社会意识形态，在传统意义上，艺术消费只存在于上层文化中，只是少数精英阶层精神生活的组成部分，具有明显的阶层特点。从个体来说，经济收入直接决定居民的消费水平，而艺术消费属于在满足对食物、水、空气和住房等生理需求之后的消费升级产品，表现出非刚需特征，个体收入水平升级是居民艺术消费的前提条件。艺术消费除了与经济基础息息相关，还与美育水平有关，而美育教育过程同样离不开大量的时间和人力成本。随着智能手机和互联网的广泛普及，艺术消费呈现出大众文化倾向，跨界艺术形态交融为普通民众消费高雅艺术提供了可能空间^[20]，互联网的时空共性使得不同艺术文化潮流可以在不同圈群中同时存在^[21]，科技水平的进步大大缩小了艺术信息接受的“时空差”。三四线城市的艺术消费群体逐渐与一二线城市消费群体趋同，城镇青年与乡镇青年的“圈群隔膜”日渐消融，艺术消费主体呈现出中低收入阶层与高收入阶层共存的特征。

（二）数字经济背景下的艺术市场困境：艺术市场功利本性与规范化治理的矛盾

艺术市场既要遵循艺术与经济发展的一般规律，也离不开政府宏观调控的支持和帮助。尤其是在新冠肺炎疫情期间，艺术市场各个环节纷纷探索线上艺术市场运行的“云模式”，在拓展艺术市场交易空间的同时也给艺术市场管理、功能和评价带来了新挑战。

第一，艺术市场管理不规范。市场和政府在艺术市场管理中存在互补关系。政府在艺术市场发展进程中所发挥的作用，不仅体现在它带领中国艺术市场从无到有、从小到大，更体现在各个历史时期能够为艺术市场健康可持续发展提供动力和保障。但传统的单一行政管理手段应对艺术品创作、交易、流通各个环节的管理时常常力不从心，艺术市场发展水平参差不齐。在数字经济时代，数字化治理手段应运而生，通过为艺术作品和交易平台登记数字化身份，使所有权变更信息、投资保险信息、鉴定评估信息成为可见可查可追溯的信息。在数字经济推动下，中国艺术品市场必将向规范化、标准化、国际化迅速迈进。

第二，艺术市场交易空间不断延伸过程中价值与使用价值的矛盾。艺术品和其他商品一样，是价值与使用价值的统一体，遵循商品交换的价值规律。王晓梅指出，本体艺术创作是不能集中、批量、标准化生产的，艺术本体的价值量只能是市场认同的个别必要劳动时间决定的价值量；与此相对应，艺术市场上还存在大量艺术衍生品和艺术复制品，是可集中、批量、标准化生产出来的，那么，这类艺术产品的价值量就要由社会必要劳动时间来衡量^[22]。价格是艺术品价值量交换的货币表现，同样受到市场供求规律、艺术品的影响力、消费者的艺术鉴赏力等条件约束，在长期的市场交换行为中，必然形成等价交换的趋势。伴随着云计算、大数据、物联网、人工智能、5G、区块链等新一代信息技术的应用，尤其是在新冠肺炎常态化防控措施下，艺术市场交易空间已从“物理空间”向“数字空间”转变，画廊、艺术品博览会、拍卖行以及大量艺术活动通过短视频、直播带货、线上拍卖、网络宣传等途径，成功打破了艺术品市场交易的时间和空间限制。

第三，艺术市场功能主流化与评价社会化的矛盾。艺术市场囊括了各个经营主体之间的生产关系、流通关系和消费关系，是让艺术价值转化为经济价值的具象场域，也是解放艺术生产力的重要推动力。艺术市场为不同国家、不同地区、不同民族、不同群体之间的艺术交流提供了可欣赏和可享受的机会。艺术市场将艺术品的精神价值和文化价值以及艺术品所承载的社会主义核心价值观传递给社会，启迪大众的价值认同和艺术认同并积极效仿。技术手段和赓续红色血脉内容的结合可以达到供给思想内容、艺术表达、观赏效果俱佳的效果，达到引导大众践行之目

的^[23]。艺术家的成就或艺术品的艺术与市场价值主要由官方或评论媒体、评论家、拍卖行等行业权威机构认定,但在数字经济时代下,艺术市场从注重主体个性向注重受众共性转变,权威机构的“权威性”受到一定程度的挑战,艺术评价的话语权从“精英阶层”向“普通大众”转变^[21]。

(三)数字经济背景下的艺术创作困境:艺术意向内在化与数字技术外在化的矛盾

一直以来,人类都是艺术创作的唯一主体,艺术作品承载着艺术家的想象力、创造力,反映着艺术家对世界的观察和反思。随着数字经济时代的到来,人工智能已渗透到艺术创作全过程,引发了“艺术创作”与“艺术设计”之间的矛盾。

第一,艺术创作主体多元化。艺术作品是艺术创作的唯一客体,早在博物馆艺术商店阶段,“把艺术带回家”就成为艺术作品的最初创作理念,作品形式包括典藏复制仿制品、出版品、纪念品三大类;在独立艺术产业形态阶段,能够彰显博物馆品牌形象的艺术衍生品应运而生;“科技+艺术”场景的构建,使得艺术作品更注重消费者的体验性和互动性。艺术作品在不同历史时期的表现形式不同,诸如从最初简单的明信片,到图书、笔记本、首饰、服饰、包袋、高端艺术品、艺术街区或艺术园区,再到沉浸式数字艺术展览。艺术创作主体与艺术创作客体是相对应而存在的,艺术创作的主体是艺术家。艺术家人格的旷达高洁、艺术技巧的精湛高妙、艺术家对现实生活的观察感悟,直接影响着艺术作品的美感。然而,数字经济时代的到来,完全颠覆了艺术家这一创作主体的地位。2018年10月,由人工智能创作的绘画《爱德蒙·贝拉米的肖像》,在纽约佳士得艺术品拍卖会上首次以43.25万美元的高价成交。可见,科技进步使得艺术创作主体呈现出多样化的复杂形态。

第二,艺术创作模式流程化。传承和发扬中华民族优秀传统文化,讲述中国故事,是艺术创作自始至终坚守的文化内核。中华民族拥有五千年悠久历史,有着深厚的文化底蕴和悠久的历史渊源,丰富多彩的民族故事、神话传说、历史英雄构成了艺术创作经久不衰的重要内容,任何以网络文化面目“否定、恶搞、诋毁英雄形象”,必将受到民众抵制和法律严惩,例如2013年孙杰在新浪微博发文侮辱、丑化英雄,在网络和现实社会中就引起了强烈反响^[5]。坚持守正创新、弘扬民族文化是艺术创作必须始终坚持的文化底色,高科技手段的运用促使艺术创作逐渐走出以艺术家个体为中心的创作模式,并以集团化组织下的艺术家与不同团队分工协作的新模式进行艺术创作,呈现出跨学科、大资本、规模化、集群化的特征,产业链越来越长^[21]。

第三,艺术创作方式技术化。马克思主义艺术实践观的最终目标在于改变世界,同样,艺术创作的最终目标是为人民创作出优秀的艺术作品。这就要求艺术创作者既要兼顾主观想象和客观现实,又要正确把握艺术作品的市场需求方向、正确判断作品价值是否符合时代发展主题。随着互联网的快速发展,各种自媒体平台层出不穷,艺术创作的内涵不仅仅包括对真善美的弘扬,还会包括对假恶丑、低俗、暴力、血腥等负面内容的批判,主流价值观阵地的权威性和主导性正在受到一定程度的冲击,在这种情况下,艺术创作对主流价值观的引导显得尤为重要。通过动态装置、虚拟影像、多媒体技术打造多维空间、横向跨界、强调体验式的艺术创作形式,实现主流价值观的广泛传播,同时实现数字经济下的经典重塑。

三、艺术实践在数字经济中的坚守与消解

劳动力和土地是农业经济时代主要的生产要素,资本和技术则是工业经济时代主要的生产要素,进入数字经济时代,数据正成为驱动经济社会发展的新的生产要素。数据技术的生态变迁为艺术实践提供了全新的思维方式和改变劳动价值评判标准的新手段,这也是数字经济时代重

塑技术与艺术相融新格局的根本原因。

(一)数字经济背景下艺术实践的进退维谷

传统意义上,艺术始终与高雅、神圣相关联,等同于阳春白雪。例如,古希腊罗马绘画是为神圣的理念而存在,中世纪绘画是为基督教的神圣精神而存在,文艺复兴时期绘画是为再现人性而存在^[24]。虽然这种观点由来已久,但披着高雅外衣的艺术实践注定只能被少数人所欣赏而仅仅在特定圈层中传播。人民需要艺术,艺术也需要人民。一方面,艺术是人的精神表达和需求,人类社会与动物界的最大区别就是人有精神需求,艺术实践为人民提供审美、文化、修养、娱乐等精神生活。另一方面,人民大众的生活才是艺术的源泉,毛泽东《在延安文艺座谈会上的讲话》提出的“为人民服务、为社会主义服务”,就是文艺事业的基本方针。进入新时代,不断满足人民群众的精神文化需求,是党的十九大报告对文化事业发展提出的新任务新要求。众多优秀的艺术作品都来自乡间田野、民俗文化,诸如儿童歌曲《小雷锋》、青年版画家刘德才的《刻在北大荒的土地上》等。艺术迈向大众化,是艺术产业化、市场化的前提条件。艺术只有进入人民群众,才能最大程度实现其自身价值,催生更多优秀艺术作品。艺术与人民向来密不可分,离开了人民,艺术必定毫无价值。

数字技术与艺术的结合,已渗透到艺术作品生命周期的全过程。计算机用一串有序的二进制指令,将艺术实践中的图像、声音、文字、风格呈现出来,使艺术实践从“真实”过渡到“虚拟”。数字媒体技术的发展,让画板不再成为艺术创作的必需品,艺术创作基本功训练从“动手”向“操控”计算机软件转变,导致艺术实践的教育功能更加偏向技术,有可能忽略了艺术本体能力的培养。数字媒体技术横亘在艺术创作者与艺术作品之间,艺术消费者基本上也是通过数字媒介才能欣赏艺术作品,人与人之间的距离、人与艺术品之间的距离逐渐拉大,艺术品的呈现和传播变得离不开数字媒介技术,技术的哗众取宠和缤纷多彩极有可能使创作者和消费者无意识地忽略艺术作品的内容、技法、色彩、声音,消减了欣赏者的想象空间和共情空间,艺术所承载的人文意义和感染力也会随之下降。例如,智能移动终端设备让城市人群在街头行走、公园游玩、餐厅用餐等任何时候都能够毫不费力地进入网络空间,与虚拟社群交流,镜像式欣赏旖旎的自然山水风光,相信手机屏幕中的电子地图才是值得“信任”的向导^[25]。另外,数字技术为剪切、复制、粘贴、拼接技术提供了极大便利,这也是造成“复制”“盗版”“山寨”知识产权界限模糊的重要原因,这种做法是对原创精神的不尊重,与社会主流价值观背道而驰。

传统意义上的艺术是神圣的、高高在上的,是与日常生活割裂的。随着工艺美术作品走进千家万户,“艺术无用论”“艺术只关乎自我表达”的观点逐步消失,取而代之形成的共识是,艺术在本质上是具有商品价值能力的商品,而市场是衡量艺术价值的天然场域。一种艺术类型能够被越多的消费者所欣赏、认可、接受,就说明这种艺术的商品价值越高,其艺术价值也越高。因此,让艺术走下神坛、走进生活的唯一途径就是面向市场。这是因为:第一,改革开放以来,国内外艺术交流日益频繁,尤其是在互联网技术普及以后,国际艺术交流已成常态。在社会主义市场经济体制下,走向世界,适应世界市场规则、提高市场占有率对中国艺术发展显得更加紧迫和必要。第二,改革开放以来,人民收入稳步提升,精神文化需求日益旺盛,已经具备了大力发展艺术市场的物质基础,尤其是在大力“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”等一系列政策实施后,现代化的艺术产业链、供应链已基本形成。

(二)艺术实践在数字经济中的空间选择

在中国,学院派不等于“学院主义”,百年的美术学院历史为我们留下了严谨、规范的学院机

制与模式^[26]。学院派在技法培养和情感表达上具有自身独特的价值,在宣扬个性化和多元化的数字经济时代,艺术院校的培养目标、课程设置、教授内容、运营模式等方面都与社会需求接轨,兼顾了精英艺术和实用艺术、创造能力和实践能力、自由艺术家与实用性人才的培养^[27]。大量艺术实践表明,丰富多样的当代艺术离不开学院派艺术教育的积累与引导,浪漫、个性、激情等感性因素,只有在严肃艺术的照耀下才能更深入地表达内在精神世界。具体说,学院派对艺术严肃性的坚持主要表现在三个方面:一是始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导的政治严肃性;二是始终坚持正面宣传、弘扬时代主旋律的时代严肃性;三是始终代表先进文化前进方向的文化严肃性。

伴随着大众艺术品消费时代的到来,艺术产业链逐步向艺术高仿真复制品、艺术衍生品等艺术下游类产品延伸。艺术品从“有钱人的奢侈品”向“买得起的艺术品”转变,电子商务的发展也为艺术消费市场下沉提供了可能性。在艺术品只属于少数群体的市场定位时,艺术市场秉持的理念是“物以稀为贵”;当艺术回归到服务于广大人民群众这一社会功能时,艺术市场应该秉持的真正理念就应该是“物以多为贵”。在历史上,毕加索、达利等大师成名后,曾生产了大量廉价版画、陶瓷等艺术产品来丰富产品线,并占领低端市场,这些大众消费得起的作品,成为他们在广大民众中的海量传播基础,也造就了艺术大师本人的大众知名度。随着个性化、数字化、大众化的艺术需求日益兴盛,艺术产品的品牌化服务、定制化服务、差异化服务空间尚需进一步拓展。作为能够接触到最广泛群众的公共休闲场所,城市街头、公共场馆、实体书店等,都是呈现艺术、彰显文化的重要渠道。“把艺术搬上街头”“把艺术覆盖全城市”,大大拓展了公众接触艺术和消费艺术的城市空间。

随着人们生活和生产方式的改变及外来思潮的冲击,传统手工艺疲态渐显,有些甚至濒临消亡^[28]。数字智能终端、移动终端等新型载体的兴起,突破了传统手工艺的地域限制,并且能精准定位消费者需求从而扩大市场空间,还能通过技术改良减少纯手工创作的成本进而增加经济效益。随着数字技术进入艺术市场,传统手工艺与科技的融合能够记录、复刻工艺过程,留住珍贵的文化资料和影像资料并广泛传播。在工业经济时代,艺术衍生品和复制品的标准化、规模化生产是实现企业利润最大化的基本途径;而在数字经济时代,市场和需求不断细分,艺术生产链和供应链分工也向精细化、模块化方向发展,供给和需求共同造就了艺术生产方式从标准化、规模化向个性化、定制化的转变。

(三)数字经济对艺术劳动价值评判的冲击

与现代艺术生产工艺相比,手工创作表现出流程繁复、耗时久、成本高等劣势,这使得在手工创作模式下生产同量的艺术制作品所需要的必要劳动量,远远高于现代生产工艺所需要的必要劳动量。按照马克思的“必要劳动价值论”,在智能化、现代化工艺已成为社会正常生产条件的当下,手工创作的劳动耗费与现代化工艺所需的劳动耗费的差额,就变成了多余而无效的劳动,从原来的“必要性”变为“不必要”了,这部分多余的劳动耗费并不创造价值或变现成为货币。然而,在数字经济背景下,很多手工创作属于智力劳动和抽象劳动。第一,不少人出于个人兴趣爱好一直坚持手工创作,使得手工创作者的工作和休闲之间的边界越来越模糊,手工创作的社会必要劳动时间难以测算。第二,当下对手工创作的关注点已从“创作结果”偏向“创作过程”,手工创作宣传、营销、挖掘文化内涵等环节的重要性与手工生产的艺术品几乎等同,这些环节的劳动耗费从传统分工模式下的“不必要”变成了当下模式中的“必要”。

在数字经济背景下,艺术品的标准化生产引起了必要劳动价值的变化。一方面,数字经济加

速了标准化生产必要劳动的收缩速度。标准化生产方式注重流程、效率、成本,普遍形成自动化、规模化生产,制造产品的效率和成本达到极致,产品同质化程度较高,市场竞争比较激烈。数字经济催生出的多元化、个性化需求,进一步压缩了标准化产品的生存空间,激烈的市场竞争使得标准化生产的“必要劳动时间”越来越小,势必会将更多劳动者排斥在必要劳动之外,形成流水线上多余的劳动。另一方面,数字经济时代,自动化生产转向智能化生产,标准化生产转向个性化生产,集中化工厂生产转向分布式生产,生产方式的大变革在剥离生产链上某些环节的同时,也将“以销定产”相关环节重新纳入生产过程,消费者能够直接参与到标准化产品的设计、生产和售后服务中,此时标准化生产必要劳动价值理应包含消费者参与生产过程的劳动消耗。另外,生产者和消费者在网络的交易、磋商、浏览过程,也是数据创作的过程,同样也属于标准化生产价值产生的过程。

四、数字经济时代艺术实践的发展趋势

习近平总书记在看望参加全国政协十三届二次会议的文化艺术界、社会科学界委员时,强调文化文艺和哲学社会科学是为国家、为民族“培根铸魂”的重要工作,要求新时代文艺界要做到“坚持与时代同步伐、以人民为中心、以精品奉献人民、用明德引领风尚”^[29],也为数字经济浪潮中的艺术实践变革指明了方向。

(一)数字经济时代艺术实践的发展逻辑

数字经济时代艺术实践有其新特点、新模式、新动向,梳理艺术实践发展的历史演变、剖析其科学的理论逻辑和具有鲜明特征的实践逻辑,能够为理解数字技术与艺术实践融合发展新趋势奠定基础。

一是数字经济时代艺术实践发展的历史演变。1994年,中国进入互联网时代,绘画工具软件开始兴起,数字艺术实践进入萌芽期。随着 Photoshop 的广泛普及与应用,数字艺术实践得到空前发展,数字绘画艺术工具便捷的操作方式受到广大艺术家的热烈欢迎。这一阶段,数字经济并未撼动传统艺术实践的地位,艺术实践生产组织方式、交换模式、分配方式、消费模式仍然以线下市场为主。2003年,以淘宝网等网络零售平台为代表的电子商务率先发力,带动数字艺术进入新的发展阶段,艺术消费新模式催生了艺术复制品、艺术衍生品的市场需求。“博客”“微博”“QQ”等社交工具的兴起,对艺术实践的宣传、营销、传播产生了极大影响,加速数字艺术实践的发展进程。2013年至今,互联网行业迎来移动端时代,数字艺术实践随之进入成熟阶段。数字艺术从传统的平面图像向三维动画、特技效果发展,网络直播模式与艺术实践的融合使艺术实践真正走进大众生活,艺术实践全面向线上转移。尤其是在2018年,以人工智能创作的艺术作品成功交易为标志,数字技术开始参与到艺术生产环节之中。

二是数字经济时代艺术实践发展的理论逻辑。我国数字经济已迈入规模与质量并举的新阶段,数据、信息等新型生产要素正在逐步替代传统生产要素,这种生产方式的变革触发了艺术实践的生产力与生产关系的变革。对艺术实践生产力的变革,主要表现在两个方面:第一,数据本身作为一种新兴生产要素与原材料,以新技术与新资本、新劳动的融合方式完全融入艺术实践生产过程中,从而赋予艺术实践更强大的发展动力。第二,智能化系统的开发和使用,从艺术实践流程上解放出更多劳动力,原来由传统劳动力承担的工作变成智能化工具来承担,人类劳动主要集中在收集、分析、处理数字信息等方面,以人机协作方式提高了艺术实践的生产效率^[30]。在数字经济时代,艺术实践生产关系变革也发生了一系列变化。从艺术实践生产方面来看,数字要素

转变了工业社会中的线性生产关系,平台成为艺术实践价值创造和资源配置的基本生产组织方式。从交换方面来看,数字要素不同程度地渗透到艺术生产链的各个环节,交换方式从线下转变为线上,实现了交换方式的数字化升级。例如,在各类艺术机构之间,国际大型拍卖行苏富比、佳士得等开始重视网络竞拍及线上视频推广;博物馆、蓝筹画廊也开始推行线上展览。疫情期间,艺术家们通过社交媒体、网络游戏等网络公共平台进行创作^[25]。

三是数字经济时代艺术实践发展的实践逻辑。数字经济在推动艺术实践业态转型的同时,也指引了艺术实践的发展方向。第一,新的数字场景和数字化基础设施可以解决艺术实践面临的一些难题,甚至是无解的问题,将艺术领域的问题转化为技术攻关难题。第二,艺术产业数字化可以大幅度改变艺术实践的碎片化、离散化状态,打破艺术信息孤岛现状,形成艺术实践各个环节信息与数据的互联互通互融。第三,人工智能、大数据、5G、VR等新技术层出不穷,促进艺术实践走向智能化,进一步助推艺术品资产的数字化、系统化发展,为艺术数据资源系统化、资产化提供技术支持。第四,艺术电商平台会更加关注客户的征信与信用管理,通过技术手段解决传统艺术电商平台缺失的公信力问题,从而完善艺术电商平台的金融服务功能,让客户能够放心地在平台下单购买客单价较高的艺术品。第五,“科技+艺术”的融合发展是一把双刃剑,当数字艺术实践发展到一定阶段之后,就必然要面对如何评价与监管科技与艺术之间的融合问题。

(二)数字经济时代艺术实践的发展理念

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央创造性地提出以“创新、协调、绿色、开放、共享”为主要内容的新发展理念,这也是推动艺术经济实现高质量发展的科学内涵和本质要求。

一是创新发展着重解决艺术实践动力机制问题。面对新信息技术革命带来的机遇与挑战,面对纷繁复杂的生产关系与艺术业态,必须把创新摆在艺术实践发展的首要位置。第一,创新是艺术实践的生命力。创新是艺术创作、艺术作品、艺术发展的本质规律,艺术实践从孕育、形成、完善,继而到繁荣,其生命轨迹的每一步都离不开传承与创新。创新赋予了艺术实践传承的新生,使之产生质的飞跃。第二,创新使艺术实践形态多元化。多元文化碰撞是艺术实践创意和灵感的来源,艺术形态呈现从单一化向多元化发展,从二维向多维延伸,摄影与美术、书法与摄影、建筑与艺术之间的多元碰撞,艺术叙事空间与展会空间打破学科界限,艺术跨界已成趋势。

二是协调发展着重解决艺术实践平衡发展问题。只有坚持协调发展,才能理顺艺术实践体系的内外部关系,开拓发展空间,实现艺术实践的效用最大化。一要协调内部系统,实现艺术实践与艺术理论的平衡发展。人工智能在艺术创作领域的牛刀初试、艺术消费者参与艺术创作与传播的新业态、体验式艺术场景的构建,这些艺术实践正在不断向现有艺术理论发起挑战。回应实践挑战的唯一途径,就是构建中国特色社会主义艺术理论话语体系,推动艺术理论与艺术实践协调发展^[31]。二要协调外部系统,实现艺术与技术的平衡发展。数字经济背景下的艺术实践,既要依托新技术、新材料、新媒介的运用,同时也要注意艺术本体的审美表现和感情表达,推进技术与艺术相互依存、相互促进的关系。

三是绿色发展着重解决艺术实践可持续发展问题。田园刚等指出数据是数字经济的关键性生产要素,其“去物质化”特征能够有效减少物质资源消耗,在提高全要素生产率的同时有效实现社会经济的绿色发展^[32]。一方面,在艺术产业布局中始终树立绿色设计理念,使用绿色能源,提高资源利用效率,全面推行绿色生产。积极创造一个安全、舒适、节约的居住环境,提倡绿色生活理念,坚持绿色生态文明主体。另一方面,必须彰显新时代中国特色社会主义文化的主要特征,弘扬中华优秀传统文化,传播正能量,唱响主旋律,以“绿色”文化抵制“黄色”文化、“黑色”文化。

四是开放发展着重解决利用好国际国内两个市场、两种资源问题。改革开放以来,随着我国对外交流与合作的范围和领域日渐加深,越来越多的国外艺术实践进入国内。2018年来自美国百老汇的世界级音乐舞蹈演出团体 STOMP 破铜烂铁首次正式在北京成功演出,在中国市场引起了热烈反响。业界始终保持着开放的态度,探索将外国剧团的优秀剧目“引进来”,以满足国内消费者的不同文化需求。党的十八大以来,随着我国经济大发展和文化大繁荣,中国艺术品牌开始全球布局。国内优秀剧目与艺术资源以传承中华优秀传统文化、讲好中国故事为内核,以探索国际表达的制作理念为方向,不断试水海外艺术市场的特点和需求,延伸了艺术实践“走出去”的深度和广度。众多实践表明,传统艺术之所以能够历经时代变化而历久弥新,其中重要的原因之一就是坚持走开放之路。

五是共享发展着重解决艺术消费的便利性问题。数字经济为打破资源壁垒、消除信息孤岛提供了条件,让艺术消费变被动为主动、自主、自助。互联网传播能力强、辐射范围广、容量大、可视化程度高、操作便利,极大拓展了艺术的呈现空间,更有利于跨越城乡之间、阶层之间的艺术消费鸿沟,推动艺术消费均衡普及。智能化数据能够精准分析消费者的需求和特点,还能够准确反馈消费者观赏艺术的感受、评价和期待,实现同步交叉的艺术生产与消费关系。

(三)数字经济时代艺术实践的突围路径

以新发展理念为指导思想,遵循艺术实践发展规律,加大数字技术与艺术实践的融合力度。在数字技术引领下,注重艺术内涵的传承和创新、人文精神和社会价值的保持和延续,破解艺术实践在数字经济时代的发展困境,寻求艺术实践的突围路径。

第一,坚持艺术性,追求艺术意蕴。当今世界正处于百年未有之大变局,艺术实践面临的新情况、新矛盾、新挑战层出不穷,这就要求始终坚持马克思主义思想的指导地位,牢牢把握先进文化的发展方向。数字化工具和呈现形式固然重要,而作品长久流传依然要靠其艺术内涵,而非数字化工具和呈现形式^[33]。数字经济时代下的艺术创作必须贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想,用艺术实践传播先进理论,重点关注艺术的原创力和表现力,在技术持续进步中延续文化积淀的力量。艺术本身承担着传承传统文化、挖掘传统文化、讲好中国故事的社会功能,以具有中华文化情怀内容的艺术作品唤醒大众内心最深层的共鸣和记忆,打造可以长久留存的艺术角色。艺术需要紧扣时代脉搏,聚焦社会变迁,弘扬时代主旋律。坚持思想性、艺术性、观赏性有机统一,引领时代风气,打造一系列新时代社会主义文艺精品,用艺术提振精气神。

第二,坚守人民性,强化实践判断。为人民服务、为社会主义服务是社会主义艺术实践的根本宗旨。一是要扎根人民群众,人民是艺术创作的源头活水,树立以人民为中心的创作导向,是社会主义艺术实践的本质特征;从人民群众中寻找灵感、收集素材、汲取养分,打破圈内孤芳自赏、自娱自乐的怪圈。二是反映人民群众生活,数字技术搭建出来的场景新颖、奇特、惊险、刺激,很可能只能带来一时的感官刺激,而真正能让消费者感动落泪的始终只能是深刻提炼生活、生动表达生活、全景展现生活的艺术作品。三是让人民分享艺术发展成果,艺术实践共享共建的一条重要原则就是艺术的优劣要由人民群众评判,取之于民,用之于民,才能充分激发艺术实践新活力,为艺术实践创造新机遇。

第三,坚持创新发展,坚持与时俱进。以习近平同志为核心的党中央将“中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”摆在突出位置,推动中华优秀传统文化与时俱进,焕发新的生机活力^[34]。一是坚持艺术内容创新,打造一系列中华传统艺术传世精品。让“现实”照进“艺术”,以此作为艺术创作的底色,提升艺术原创能力。二是坚持艺术呈现方式创新。民族的就是世界的。

数字技术跨越时空、超越国度,让许多古籍、文化遗产直接呈现在全世界面前,借助声、光、电、影等各种形式,解放人的眼、耳、鼻、舌、身等各种感官,而不像传统艺术着重于视、听两个器官。三是坚持艺术批评创新。在数字经济时代,时间的节奏在加快、碎片化信息扑面而来,艺术批评的主体不一定有足够的精力和时间来细致地吸收和消化,但也不能忽视艺术作为上层建筑重要组成部分的特性,既要坚持文学审美和形式批评维度,也要注重责任、历史和意识形态。

五、结 语

数字经济在艺术领域的全方位渗透,既是历史发展的客观规律,也是艺术实践不断创新的必然结果。数字技术对艺术实践的冲击分别表现为艺术消费所呈现的艺术消费方式、场景、主体的变化,艺术市场治理手段、交易空间、评价话语权的变化,艺术创作主体、创作模式、表达方式的变化。与此相对应,艺术消费功能、目的、基础,艺术市场治理领导主体、遵循的市场经济规律、承载的社会功能,艺术创作的客体未变,其文化内核、创作初心等方面在数字技术浪潮中始终得到了坚守。在数字技术与艺术实践的既背离又融合的过程中,艺术实践呈现出评价权由权威媒体向大众转变,艺术生产方式从标准化、规模化向个性化、定制化转变,劳动价值之间的“必要”与“不必要”的消弭与重构等特点。秉持中国特色社会主义制度优势来展开叙事,“从中华优秀传统文化与人类文明角度展开论述”^[35],以“创新、协调、绿色、开放、共享”新发展理念为指针,艺术实践在数字经济时代的主旋律,始终只能是艺术性、人民性、创新性。

参考文献:

- [1] 习近平在中国人民大学考察时强调 坚持党的领导传承红色基因扎根中国大地 走出一条建设中国特色世界一流大学新路[N]. 人民日报,2022-04-26(1).
- [2] 周靖. 数字化技术带来的新艺术——浅谈新媒体艺术[J]. 美与时代(下),2007(4):26-28.
- [3] 裴珮. 新媒体时代下影视艺术数字化研究[J]. 中国报业,2014(22):91-92.
- [4] 罗靖. 数字化时代及其网络文学的审美价值视域[J]. 中国文学研究,2005(4):31-34.
- [5] 陈洪娟. 文学新生态语境下网络文学的变与不变及其发展策略[J]. 西南大学学报(社会科学版),2021(5):174-182.
- [6] 金连钧. 数字化时代书法艺术的继承与创新[J]. 西北美术(西安美术学院学报),2016(2):54-56.
- [7] 张爽,曹仁宇. 数字化时代背景下城市公共艺术的发展[J]. 美术大观,2017(1):136-137.
- [8] 应星蕾. 数字化时代的那些事——论当代城市公共空间艺术的数字化世界[J]. 包装世界,2012(5):84-85.
- [9] 洪伟. 人工智能背景下数字媒体艺术的创新发展[J]. 大众标准化,2021(19):28-30.
- [10] 李佳一. 论数字时代艺术本体的嬗变[J]. 美与时代(上),2011(1):41-43.
- [11] 王葆华,王晶晶. 数字化时代对建筑设计的影响[J]. 中外建筑,2009(6):139-142.
- [12] 刘谭明. 数字化时代的文学艺术——对“艺术终结”论的思考[J]. 中南大学学报(社会科学版),2005(5):559-562.
- [13] 李熟了. 数字化技术时代的剧场艺术——兼及中日古典演剧的可能性[J]. 江汉论坛,2022(3):58-64.
- [14] 黄向东. 何去何从——数字化时代招贴艺术的存在价值[J]. 西北美术,2014(1):72-75.
- [15] 张亮,郇远见. 虚拟世界数字化社会问题“六维”之辨[J]. 重庆理工大学学报(社会科学),2020(10):47-59.
- [16] 习近平. 不断做强做优做大我国数字经济[J]. 求是,2022(2):4-8.
- [17] 习近平在清华大学考察时强调 坚持中国特色世界一流大学建设目标方向 为服务国家富强民族复兴人民幸福贡献力量[N]. 人民日报,2021-04-20(1).
- [18] 黄葵. 艺术的消费功能研究[J]. 中外文化与文论,2013(3):301-309.
- [19] 夏忠臣,王永明,李旭娟. 网络文化消费方式探析[J]. 黑河学刊,2020(6):31-33.
- [20] 王瑞,王丽文. 浅议艺术消费的大众性[J]. 市场论坛,2006(3):24-25.
- [21] 叶志豪. 互联网背景下艺术消费行为与跨界模式的探索[J]. 东华大学学报(社会科学版),2021(2):78-83.
- [22] 王晓梅. 论中国艺术品市场阶段性发展及其价值价格形成机制[J]. 现代财经(天津财经大学学报),2007(9):72-77.

- [23] 罗亮. 赓续红色血脉的实践困境与路径创新[J]. 西南大学学报(社会科学版),2022(2):200-210.
- [24] 刘海明. 现代主义绘画中线条的物性美及其身体转向[J]. 西南大学学报(社会科学版),2020(4):149-158.
- [25] 余伶俐. 论虚拟空间助力公共艺术的“公共性”[J]. 西南大学学报(社会科学版),2021(6):200-209.
- [26] 张生华,刘学明. 从“由技入艺”到“三生万物”——论中国艺术中的“学院派”的演变[J]. 国画家,2021(1):57-58.
- [27] 董淑梅. 学院派艺术的危机与未来[J]. 北方美术(天津美术学院学报),2011(4):29-30.
- [28] 朱轩樱. 数字经济视角下江苏传统手工艺的创新发展[J]. 三峡大学学报(人文社会科学版),2017(S2):78-80.
- [29] 习近平在看望参加政协会议的文艺界社科界委员时强调 坚定文化自信把握时代脉搏聆听时代声音 坚持以精品奉献人民用明德引领风尚[N]. 人民日报,2019-03-05(01).
- [30] 聂娜. 数字要素驱动经济高质量发展的理论逻辑,现实价值与关键举措[J]. 甘肃理论学刊,2021(2):89-97.
- [31] 王一川. 丰富艺术创作实践推动艺术理论发展[J]. 中外文化交流,2019(8):66-67.
- [32] 田刚元,陈富良. 习近平数字经济发展思想的历史逻辑、核心要义及其时代价值[J]. 理论导刊,2021(1):4-9.
- [33] 江小涓. 数字时代的技术与文化[J]. 中国社会科学,2021(8):4-34.
- [34] 薛庆超,薛静,刘伊纯. 中华文化和中国精神的时代精华:习近平对中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展[J]. 统一战线学研究,2022(1):1-15.
- [35] 王怀信,刘勇. 中国特色社会主义制度优势叙事述论[J]. 理论与改革,2021(5):12-23.

Current Situation and Trend of Art Practice Space in the context of Digital Economy

CHEN Hongjuan¹, MEI Xinxiang²

(1. School of Literature, Chongqing Normal University, Chongqing 400047, China;

2. School of Law, Politics and Economics, Chongqing University of Science and Technology, Chongqing 401331, China)

Abstract: With the continuous development of information technology, digital technology has widely penetrated into the whole process of art consumption, art creation, and the art market. The interactive integration of digital technology and art practice has injected new vitality into contemporary art practice. Meanwhile, due to the contradictory characteristics of technology and artistic attributes, in the process of the integration of digital technology and art practice, there have also been difficulties in the evolution of consumption habits and art practice, the contradiction between the utilitarian nature of the art market and standardized governance, the internalization of artistic intentions and the externalization of digital technology. Under the impact of the digital economy, art practice features varying degrees of displacement in traditional functional positioning, survival and development space, and labor value evaluation criteria. From the historical logic, theoretical logic, and practical logic, it can be found that the trend of the integration and development of digital technology and contemporary art practice is inevitable. To adhere to artistry, affinity to people, and innovation based on a new idea of development is the main way for art practice to break through.

Key words: digital economy; artistic practice; spirits of the age; art market; art consumption; value of artistic labor

责任编辑 韩云波

网 址: <http://xbjbjb.swu.edu.cn>