



李轶南

专题主编简介

东南大学艺术学博士,曾受国家留学基金委遴选、资助赴美国卡耐基·梅隆大学(Carnegie Mellon University)作访问学者。

现为东南大学艺术学院教授,博士生导师,东南大学文化发展战略规划研究中心副主任,中国机械工业教育协会工业设计学科教学委员会委员,江苏省艺术学类研究生教指委委员,江苏省青年艺术家协会常务理事,江苏省工艺美术行业协会设计师分会理事及江苏省工艺美术学会设计专业委员会委员,国家社科基金项目和教育部分人文社科基金项目通讯评审、鉴定专家。

主持国家社科基金艺术学项目及教育部人文社科基金项目等5项,出版《艺术与设计新论》、《中国设计艺术百年:1842-1949》、《现代平面设计概论》、《汽车造型设计》、《计算机辅助设计艺术》等著作6部,在CSSCI来源期刊、EI检索刊物和全国中文核心期刊等刊物发表论文40余篇,论文《中国现代艺术思想的肇始:以李叔同、丰子恺、钱君匋为中心的考察》被人大复印报刊资料《艺术学理论》2018年第1期全文转载。曾荣获第二届江苏紫金文艺评论奖(艺术类)优秀奖、江苏省第九届高校哲学社会科学研究优秀成果二等奖、江苏省社科应用研究精品工程优秀成果二等奖、江苏省教育科学优秀成果实践探索奖三等奖、中南地区大学出版社优秀教材一等奖、江苏省哲学社会科学界第六届学术大会优秀论文一等奖等奖项,获批实用新型专利(专利号:ZL 2016 2 1276025.5)。

专题序言

现代设计领域涉及的研究对象可谓无所不包,上至航天飞机、宇宙飞船和空间站,下至芸芸众生的服饰衣履、居家用品、交通工具、医疗设备,小至瓶瓶罐罐大到国土空间规划,范围之广,令人咂舌。伴随着科技的迅猛发展和社会经济文化的更嬗变迁,设计的学科性正在面临着不断消解,各设计门类间的楚河汉界日益模糊,设计领域内部的穿插流动日趋频繁,新的跨界协作催生了新型设计实践,而这一趋势将促使设计扮演的角色最终发生重大迁移。

设计学作为一门人文学科,它从诞生之时起便天然地牵涉了众多学科视角。就设计对象而言,从早期的产品设计、环境艺术设计、平面设计、交通工具设计、医疗器械设计,到今日的信息设计、互动设计、服务设计、组织设计、社会创新等可谓包罗万象;从设计学所涉及的学科来看,它与人机工程学、美学、材料学、文化人类学、心理学、行为学、社会学和经济学等密切相关;从设计哲学层面审视,设计具有的修辞学理性论证功能和类似诗学的有序组织功能,使得经由设计这只“看不见的手”,设计对象呈现出特定情境下的和谐性、连贯性和一致性特征,使之在应对当下层出不穷的新挑战时,善于提供更灵活有效的解决方案。传统的设计“以学科为基础”转向当下“以问题或项目为根本”,设计不再受既有理论模型和实践范式的羁绊,显现出“一切皆有可能”的开放性面相,它力求跨界整合不同学科的观点和方法,形成新的研究范式和设计流程,具体表现为对有形之“物”的设计逐渐转向对号称“万物尺度”的“人”的研究。

自20世纪迄今,现代设计作为从西洋或东洋的“舶来品”,历经痛苦而艰难的转型直至内化为我们自身的血肉和脉搏。在东西方文化的碰撞与交流中,不乏困惑与焦虑,但也夹杂着丰富的经验和深刻的教训,今日回望,仍能获得某种程度的有益启示。

围绕“跨界视角下的设计研究”专题,本栏目刊发了系列论文,尝试运用不同研究方法加以探索和考察。文章编为两辑,各抒己见,希冀抛砖引玉,诚恳就教于方家。

专题主编:

李秋韵

[跨界视角下的设计研究]

跨界视角下地铁公共艺术的新媒体转向

肖广,李轶南

东南大学,南京 211189

摘要:分析地铁公共艺术的矛盾,探讨跨界设计的意义与价值,研究新媒体艺术的跨界协作模式和地铁公共艺术的新媒体转型方向。基于中国地铁公共艺术的生存状态和矛盾,在跨界设计的思维模式和视角下,结合案例,比较新媒体公共艺术和传统地铁公共艺术两者在构成要素、表现语言、审美态度、与地铁空间的相互关系等方面的差异,探索地铁公共艺术新媒体转型的优势和价值。总结发现在跨界视角下,新媒体艺术可以视为地铁公共艺术在当代转型的方向。在跨界协作的过程中,新媒体艺术凭借自身的艺术语言和对公共性的诠释,能够突破传统公共艺术的局限,为当代地铁公共艺术注入新的创作内容和表现形式,适应当代社会的多元价值取向,塑造可被大众重新认知和感受的地铁空间环境。

关键词:地铁公共艺术;跨界设计;新媒体艺术;转型

中图分类号:J525

文献标识码:A

文章编号:2096-6946(2019)01-0115-06

DOI:10.19798/j.cnki.2096-6946.2019.01.022

公共艺术的概念自诞生以来就伴随着社会学家、艺术家、政府和大众之间激烈的争论。作为城市节点的地铁空间,平面、静态的传统公共艺术与人们日益增长的精神文化需求之间的矛盾逐渐凸显。地铁公共艺术如何化解公共艺术和公共空间之间的矛盾,如何摆脱自身“无人问津”的尴尬处境,如何成为城市建设和大众生活的有机部分,是中国地铁公共艺术亟待解决的问题。从跨界视角去分析和探讨地铁公共艺术的新媒体转向,有助于人们理解公共艺术在数媒时代的转型实践。

1 中国地铁公共艺术的转向与难题

1.1 公共艺术的身份转换

普遍认为,现代意义上“公共艺术”的概念诞生于20世纪60年代的后现代语境之中。此时的社会进入“丰裕社会”阶段,西方国家城市建设进入大繁荣时期,但是以钢筋、水泥和玻璃幕墙为主导的现代主义风格,给传统公共空间和公共艺术带来了重大的变化和挑

战,几何语言的、理性的新建筑挤压了传统艺术的位置和空间,冲击着传统古典雕塑的审美形态和艺术理想。传统的一元符号所表达的、象征着统治阶级与富有阶级意志和权力的纪念碑式城市雕塑,越来越难以满足后现代社会的多元性价值体系和审美需求,并且,艺术家的理想与大众审美的差距和矛盾也使得某些公共艺术走向了公共性的反面。尽管大众习惯了具象性纪念雕塑,如罗丹的《巴尔扎克》雕塑(见图1),对于抽象、符号化、高级形式的当代艺术表现得难以理解和接受,但是在后现代语境之下公共艺术已经毫不犹豫地开始向表现多元性的社会价值和集体审美方向前进。

新的城市空间要求新的公共艺术,以填补缺乏城市雕塑和公共艺术的城市空间。城市公共艺术开始寻求新的表现方法、风格和形式,并力图表现新的内容和审美趣味^[1],因此,一系列著名的、具有高级形式的现代艺术作品开始成为美化城市的新公共艺术,例如在芝加哥城市广场上的毕加索的雕塑作品《无题》(或称《芝加哥的毕加索》),见图2。

收稿日期:2019-08-15

作者简介:肖广(1995—),男,湖南人,东南大学硕士生,主攻环境艺术设计。

通信作者:李轶南(1973—),女,湖北人,博士,东南大学教授、博士生导师,主要研究方向为设计学、艺术学理论。



图1 罗丹《巴尔扎克》雕塑 图2 毕加索雕塑作品《无题》

在20世纪80年代之后,伴随着改革开放进程带来的思想解放和经济建设高潮,中国公共艺术从建国初期的革命现实主义和革命浪漫主义开始逐渐向现代艺术转型。尽管在追求高速城市化的过程中,出现了一些盲目追求符号化和快餐式消费的“城市垃圾”,但公共艺术作为一种思想方式、精神态度和一种文化现象,引起了政府、学界、文艺界和大众前所未有的关注,公共艺术在中国迎来了大发展期。2006年,建设部明确了“公共艺术”的概念,中国公共艺术在21世纪初进入了“综合”发展期^[2]。

如果将具象性纪念雕塑从颂扬宗教的工具脱胎出来变为“城市雕塑”视为公共艺术的第一次身份转化,那么“城市雕塑”在后现代时期向当代艺术的转型则可视作公共艺术的第二次身份转化。在当今的数字化社会背景之下,新媒体艺术相较于传统艺术已经表现出了其独特的传播能力和艺术潜力,公共艺术出现了以新媒体为方向的“第三次身份转化”的可能。

1.2 地铁公共艺术的矛盾和难题

地铁公共艺术是以地铁空间为平台而与公众产生联系的公共艺术,其概念可以拆解为修饰限定空间的“地铁”和表明属性的“公共艺术”^[3]。地铁作为一种交通方式,已经历经了一百五十余年的发展,但地铁公共艺术概念的提出以及公共艺术作品正式进入地铁空间起源于20世纪70年代,1977年巴黎地铁的“文化活力计划”可以视为地铁公共艺术的发端。1984年北京地铁2号线的《燕山长城图》和《大江东去图》等作品可视为公共艺术作品正式进入中国地铁空间的开端。

作为设置在城市地下空间的公共艺术形式,地铁公共艺术的概念和实践蕴含着不可避免的复杂性和矛

盾性。这种复杂性和矛盾性体现在地铁公共艺术 with 政治、文化和艺术等的张力关系中。从已有的地铁公共艺术实践来看,地铁公共艺术的矛盾主要体现在地铁公共艺术与地铁空间属性的矛盾、地铁公共艺术与城市文化构建的矛盾、地铁公共艺术与公众审美的矛盾这三个方面。

1.2.1 地铁公共艺术与地铁空间属性的矛盾

地铁公共艺术面临的基本矛盾就是审美性的艺术与生产性的空间之间的矛盾。地铁空间从本质上而言属于城市交通空间,作为一种生产性的空间,功能性和安全性是首要考虑的问题。而作为一种公共空间,地铁空间同时也是公众认知、感受和生活的空间,因为有人类在其中活动,所以地铁空间就不能被单纯看作是一种客观的、虚空的容器。地铁空间为公共艺术提供了“公共”的场所,公共艺术作品构成场所中的“艺术”,两者共同构成一种“生产性的审美场所”,艺术和空间在这种审美场所之中是一种共生的关系,而不是简单的叠加^[4]。这种互相依存的关系意味着地铁公共艺术既是空间性的,也是时间性的,更是审美性的。

从现实问题来说,目前中国地铁公共艺术与地铁空间的矛盾,一方面体现在空间层次的联系之上,另一方面体现在公共艺术作品的传播效果上。在标准化施工和“一线一景”的建设方针下,中国各大城市地铁空间中的公共艺术作品大多被安置在站厅空间,南京地铁卡子门站公共壁画见图3,而出入口、楼梯、廊道、顶面和地面等区域,则成为艺术的“真空地带”,造成视觉特色缺失的问题。同时由于地铁空间的限制,中国地铁公共艺术作品仍主要以依托于墙面的平面艺术作品(陶瓷壁画、平面浮雕)为主,容易受到场所本身和商业空间竞争关系的影响,出现公共艺术传播效果不佳的问题。

1.2.2 地铁公共艺术与城市文化构建的矛盾

中国大中城市的地铁建设进入高速发展期,新型城市空间的生产和城市艺术的缺失之间的矛盾成为了目前中国城市建设面临的普遍性问题。如何通过地铁



图3 南京地铁卡子门站站厅公共壁画

公共艺术解决地铁空间现代化与城市文化构建之间的矛盾,如何通过地铁公共艺术恰当地表现城市文化和创造新的城市文化,成为中国地铁公共艺术和城市文化建设亟待解决的课题。

城市文化是物质文化和非物质文化的复杂综合体,包括政治、经济、人文、艺术、宗教、法律和习俗等意识形态和城市环境、文化设施。地铁空间作为新兴的城市空间节点,放置在其中的公共艺术,不仅仅是单纯的审美作品,而且还是城市历史、文化的积淀和综合表现,同时也是一种文化的创造和价值的传导。

总体而言,目前中国地铁公共艺术作品普遍都是单纯、片面地强调对城市地域文化的呈现,缺少对城市文化的艺术化创造和富有想象力的思考,地铁公共艺术陷入“名存实亡”,“无人问津”的尴尬境地。

一方面,某些地铁公共艺术作品在一定程度上形成了对城市文化的差异性解读。这些强调城市文化呈现的地铁公共艺术作品,更换了传统艺术的媒介和载体来向大众诉说城市文化“是什么”,而其作品缺少原有艺术形式的质感和立体感,同时其体量异于大众印象中的传统艺术形式,以至于作品没能树立起亲切感人的艺术形象,没能形成过目难忘的文化感染力,也没能给身在地铁空间中的大众带来美的愉悦感,无法引起大众对作品本身和城市文化的关注与思考,甚至让大众对城市的文化和艺术产生质疑。因此,诸如此类的地铁公共艺术作品,在诠释和塑造城市文化的角度和意义上而言,仅仅只是城市文化物化形式的“死物”,缺少生命、精神和价值。

另一方面,地铁公共艺术作为独立的艺术门类,应该摆脱既有的城市文化的限制,通过自身发展成为城市文化的重要组成部分。艺术家和设计师在研读城市历史,考察城市文化的同时,也应该了解和关注城市的活力、创造力和想象力,接受社会各界的想法和意见,通过恰当的、艺术化的、可能的形式和形象去塑造新的城市文化。

地铁公共艺术既是历史的,也是现实的,既是物质性的,也是精神性和象征性的。公共艺术作品应当通过某种方式恰当地协调公共艺术和城市文化构建的关系和矛盾,减少文化的缺失和对文化的误读,塑造新颖、亲切的艺术形象。

1.2.3 地铁公共艺术与公众审美的矛盾

地铁公共艺术和公众的矛盾是双向性的。一方面,艺术家和设计师代表着艺术精英主义,他们创作和

审美的角度超出了公众的欣赏、理解范围。另一方面,公众排斥这种孤傲的艺术态度,他们也在追求着属于大众群体的审美民主权利。这种二元对立的关系激化了公众和艺术家之间的冲突和矛盾,1989年塞拉《倾斜之弧》的移除则标志着晚期现代主义艺术的破产,塞拉《倾斜之弧》见图4。

现代艺术的根本特征之一就是艺术的自律性,艺术家坚持“纯艺术”的信条,专注于对艺术形式和审美风格的关注和探索,追求孤傲的、象牙塔式的高级艺术。事实上,许多这样的公共艺术以一种“自律性”的方式站立在那里,就像一个哑巴一样,让人们不知道它们所表达的是什么,它们没有可以被亲切感受的形式或形象,没有能够让人读懂的语义学内涵或主题内涵^[4]。这些置于公共空间之中、高度自律的艺术形式常常是缄默不言的,它们在表达审美自律的同时忽略了对后现代社会自由价值的表达。

地铁公共艺术的性质决定了它一方面必须与公众进行有效沟通,另一方面还要对大众进行艺术和审美的教育^[4]。中国地铁公共艺术的另一个突出问题就是缺少艺术家、设计师和公众之间的互动交流。以平面形式为主的传统公共艺术没有留下充足的线索,换言之,公众无法从公共艺术作品中读取有效信息,也就无法对作品做出主观解读和判断,无法感受空间和艺术,地铁公共艺术在某种程度上沦为纯粹的空间装饰。

因此,在公共艺术的范畴和公共领域内,如何让公众参与到地铁公共艺术创作的全过程中,让艺术家和设计师更加了解公众的诉求和期待,让地铁公共艺术成为一种城市文化民主、审美民主、审美参与的过程^[4],是当下中国地铁公共艺术实践的重要课题。



图4 塞拉《倾斜之弧》

2 跨界视角下的媒介融合

2.1 “跨界”的概念和意义

无独有偶,“跨界”这一概念也被普遍认为是后现代主义的产物。进入“丰裕社会”的西方社会,消费主义发展到了一个新的高度,以功能主义为追求的、理性的现代主义设计表现出单调乏味的态势,无法满足日益丰富的多样化消费需求和大众的审美、精神需求。作为一种先锋艺术,波普艺术用戏谑、怪诞、折衷、抽象的手法,率先冲击、反抗和消解了高级现代主义艺术强调的形式主义、审美纯粹性、革新性,体现的是一种消费主义和大众的美学。

被誉为“跨界教父”的波普艺术家安迪·沃霍尔,其个人兴趣涉及到绘画、雕塑、摄影、小说等多种艺术范畴,这种复杂的身份和在不同角色之间的转换,帮助他在设计过程中吸收多样的艺术创作方式,善于将各种元素通过别的门类的艺术方式去呈现,颠覆大众既有的艺术认知^[5]。

跨界设计是指跨越两个或者多个领域、门类、文化、意识形态范畴而产生的一个新的设计领域、形式、风格或行业^[6]。日本设计大师原研哉从源头上否定了设计的界限,他主张“设计本没有界限”,这可视为是对跨界设计的理想化解读。

从审美意义而言,跨界设计代表着一种新锐的生活态度和审美方式的融合,是理性逻辑和感性美学在设计行为中的渗透。跨界设计要求、引导人们用另一种审美态度和经验去看待固有的、形成定势的艺术和设计作品,并从中获得有趣味的、新奇的审美体验以及精神、感官上的享受。在方法论层面,跨界设计提供了一种新的设计视角、设计思维模式和设计语言,艺术和设计从单一的创意模式转向有多语义、多元价值表现的创意模式。

2.2 媒介融合:新媒体的参与

新媒体艺术狭义上通常指利用计算机、互联网、灯光、投影、音乐等形式创作出来的虚拟的、非实体性的数字化艺术以及多媒体互动装置艺术,广义上来看,任何与数字技术相关的艺术表现形式,都可视为新媒体艺术。

新媒体艺术所具有的交互性和科学技术手段缩短了当代艺术与受众的距离感,从而让艺术从二维空间扩展到三维,甚至多维空间。作为具有颠覆性的艺术形式,它不但为艺术家提供了一个全新的体验、表达



图5 The Star 沉浸式体验空间8K数字画布

空间,同时也在积极地转变大众的角色,让大众由传统的观看者的角色成为一个具有选择权和影响力的角色^[7]。

跨界视角下的媒介融合是指跨媒介的整体融合和一体化发展。以互联网、移动媒体为代表的新媒体形式,将传统的报纸、杂志、广播、电视等大众媒介融合在一起,成为数媒时代传播媒介的生力军。在实践领域中,艺术设计以新媒体技术为平台,在表现手法、创作内容以及传播方式等方面全面革新,这些为公共艺术的审美、思维和创作方式带来了数字化的新局面,呈现出以新媒体技术为基础的多种艺术门类,例如影像艺术、交互艺术、3D Mapping、装置艺术、数码艺术、虚拟现实艺术等。如Ramus设计工作室的The Star沉浸式体验空间8K画布,见图5。

媒介融合在消解传统公共艺术边界的同时,也推动了公共艺术设计的理念从“他我”向“自我”的方向转变。公共艺术的目的不再是单纯满足他人的审美和精神诉求,而是邀请大众参与到作品本身的创作和完成过程中来,让大众重新认知、感受和反思公共艺术和公共空间,在公共艺术创作的全过程中去表达自我喜好、自我情绪和自我思想。新媒体艺术通过这种方式实现大众在艺术上表现自我的权力,公共艺术的公共性也得到新的诠释。

因此,从跨界的角度去审视地铁空间中的新媒体艺术实践,有助于人们转变对既有的地铁公共艺术的态度,用一个新的视角去辨析公共艺术和新媒体的关系,理解新媒体艺术在公共艺术的公共性、创作内容、审美共享和空间关系等方面的当代语境解读,寻找解决中国地铁公共艺术困境的可行途径和模式。

3 地铁公共艺术的新媒体表现

安德里亚·巴尔蒂尼在探讨公共艺术的在地性时,根据公共艺术和场所的关系,将公共艺术总结为三种类型:透明型、割裂型和辩证型^[8]。中国大部分的地铁公共艺术属于“透明型”,虽然这些作品是基于城市文化和地域文化而创作的,但是它们既不引人注目,也没有调动起大众的积极性。

跨界视角下,新媒体艺术介入地铁公共艺术,是对地铁公共艺术现存矛盾的重新解读,是对地铁空间和地铁公共艺术的激活,是将高雅艺术和大众文化融合的一种当代尝试。

3.1 改变传统构成要素,实现大众审美共享

尽管从空间层面上而言,新媒体公共艺术和传统的地铁公共艺术一样仍需要占用公共空间,但是新媒体公共艺术不以体量、质感、节奏、形态等形式美的法则为追求,也不以塑造实体为目的,或者说不再指向公共艺术作品的实体本身。公众和公共艺术、公众和空间、公共艺术和空间的关系都被纳入到新媒体公共艺术作品的构成中。换言之,新媒体公共艺术不再以作品本身为核心,不再向公众“炫耀”艺术家高高在上的艺术思想和作品自身的艺术技巧,而是将关注点转移到城市中的“男男女女”上来,引导他们将对地铁公共艺术的隔阂态度转移到对城市的“叙事”和情感共鸣上来,摆脱对城市高雅艺术占统治地位的印象,实现某种意义上的审美共享。

“成双的月亮”位于日本地铁札幌车站南口广场地下出入口,是法国艺术家简·弗兰索瓦·布伦(Jean Francois Brun)的作品。作者在平面的作品里表现了运动,表现的是落日时天空由紫变蓝后渐渐显现出月亮光辉的运动过程,是大众记忆的影像与实际影像的共鸣,时间和运动在这里被凝固了下来^[9],见图6。这个作品不只是让大众去关注月亮的变化这一“实体”,而更多的是引起大众在月亮之外的思考,让大众更加关注自己所在的城市和所经历的生活。

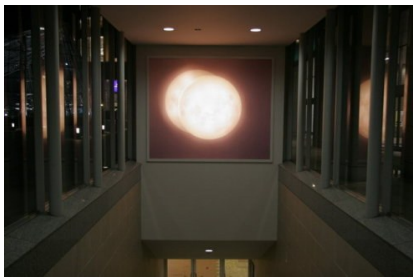


图6 “成双的月亮”



图7 新媒体艺术的表现形式

新媒体艺术在创作内容和价值取向上的转变,源自于公共艺术自身对于“公共性”的反思和探索。“有距离的美感”不再是艺术欣赏的唯一方式,当代艺术家和设计师重新审视自身的角色定位,艺术设计也从对个人情绪的表达转变为联系艺术和大众的过程。

新媒体艺术是以开放性和交互性为基本维度的符号性表征系统,它与公众之间的交流和信息传递不仅是双向性的,而且是动态性的,从而改变了传统公共艺术封闭性的静态结构。通过高度的开放性与交互性,公共艺术的新媒体形态让公众重新发现了自我,将无数碎片化的个体意识聚合成某种虚拟的精神共同体,使公共空间真正成为情感交流与思想碰撞的现实场域^[10]。换言之,新媒体公共艺术与大众形成的是一种体验式的认同关系,在尊重个体经验的基础上唤起群体的某种共识^[11]。

3.2 丰富公共艺术语言,拓展空间认识和感受

新媒体艺术在传统公共艺术的形式语言上实现了突破,从单一的、单向传递的、静态的视觉语言,发展为多层次、多感官的艺术语言,从单向固定的、被动的欣赏模式,发展为综合的、主动的沉浸体验式模式。新媒体艺术运用到了声音、光、电子、全息投影、传感、信息、网络、装置、虚拟现实、人工智能等多领域的元素,还与数学、化学、物理、生物、通讯和计算机等不同学科融合在一起,新媒体艺术的表现形式见图7。

斯德哥尔摩地铁站的经典公共艺术作品“音乐楼梯”,最初采用地板压力式传感器来接受大众在上下行楼梯时的信号^[12],后来改为在楼梯两侧安装红外发射和接收装置,通过光信号是否被阻挡来判断行人何时踩踏到台阶上。每当一个信号被捕捉,装置内的电路板会带动一个套着螺线管的小锤敲击一块金属共振片,每块共振片可发出不同音调的声音^[12],每当有人在楼梯上无规律地行走,就像意外地触碰到一架钢琴,实时互动的听觉和行走体验增强了地铁通行空间的“游戏”性,见图8。西安地铁3号线大雁塔站也采用了这

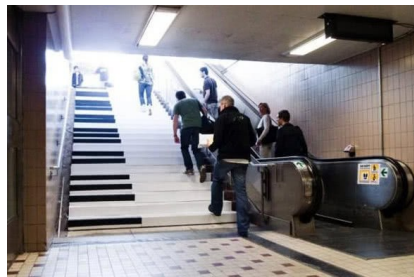


图8 斯德哥尔摩地铁的“音乐楼梯”

个音乐楼梯的互动艺术装置,除了发出声音之外,还在人所踩塔的台阶侧面发出炫光,拓展了中国新媒体地铁公共艺术的多元表现语言。

从跨界的视角来看,类似于“音乐楼梯”的触发式新媒体公共艺术,一方面在艺术表现形式上运用了多种艺术手段去营造多层次、立体化的感官感受,另一方面,新媒体艺术在协调大众和艺术的关系时,是将大众和公共艺术从以往的欣赏与被欣赏的单向关系延展为“游戏”式、趣味性的对话关系,解决的是“公众-机器”、“公众-公众”、“公众-环境”的沟通问题^[13]。

新媒体艺术的目的不再是树立纪念碑式的或者象牙塔式自律的高雅艺术作品,而是要创造一种可以体验的场景,让公众在崭新的感官感受和空间沉浸中重新认识所处的空间。在新媒体公共艺术存在的空间里,大众的介入和参与是实现作品的不可分割的一部分。同时,因为大众参与进新媒体公共艺术的实现过程之中,使得地铁空间被激活,空间意义也从单纯的交通空间向城市艺术文化空间的范畴发展。在这个由相互促进得到的、动态的艺术欣赏过程之中,新媒体公共艺术完成了对公共性的当代诠释,大众也在丰富的感官体验和沉浸体验之中,实现了对地铁空间的重新认知和感受,对城市精神和艺术欣赏有了全新的理解。

4 结语

新媒体艺术介入地铁公共艺术,意味着地铁公共艺术的创作理念、创作思维和创作形式在数媒时代语境中实现自我转型。从跨界视角来审视地铁公共艺术的新媒体转向过程,其本质仍是公共艺术在不断适应多元化的社会价值表达和满足大众日益增长的精神文化需求。新媒体艺术不是对传统公共艺术的否定,地铁公共艺术的新媒体转向不是意味着要求人们无条件地接受新媒体艺术。人们应该辩证地对待新媒体艺术

在艺术表现形式上的优势和不足,不断地推陈出新,释放艺术家、设计师和大众的艺术想象力,才能创作出具有高度艺术审美价值、社会价值、大众审美认同的地铁公共艺术作品。

参考文献

- [1] 李建盛. 公共艺术与城市文化[M]. 北京:北京大学出版社,2012.
- [2] 武定宇. 融合与演变——论中国公共艺术的发展历程[J]. 装饰,2015(11):20-26.
- [3] 武定宇. 地铁公共艺术创作——从观看,到实践[M]. 北京:海洋出版社,2016.
- [4] 李建盛. 论公共艺术与城市文化的矛盾性[J]. 北京社会科学,2013(5):79-86.
- [5] 窦翔. 跨界与合作[D]. 西安:西北师范大学,2014.
- [6] 魏广龙. 跨界与创新[M]. 南京:江苏科学技术出版社,2014.
- [7] 刘海飏,陈小文. 关于数码媒体艺术——陈小文教授访谈录[J]. 美苑,2010(3):50-59.
- [8] 安德里亚·巴尔蒂尼. 论公共艺术的在地性[J]. 文艺理论,2016,36(2):78-83.
- [9] 崔成. 看看日本地铁里的公共艺术[EB/OL]. (2007-09-06)[2019-07-12]. http://blog.sina.com.cn/s/blog_4e55a28501-000az8.html.
- [10] 张炯炯. 多元性的融合:公共艺术的新媒体转向[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计),2017(1):176-180.
- [11] 李伟. 公共艺术的审美共享与互动模式研究[J]. 美术大观,2018(1):68-69.
- [12] 百度百科. 音乐楼梯[EB/OL]. (2016-01-15)[2019-07-13]. <https://baike.baidu.com/item/音乐楼梯/1309353>.
- [13] 舒悦. 交互性地铁公共艺术的设计策略探究[J]. 包装工程,2016,37(12):93-96.