

人工智能艺术设计光晕的持续

杨川

三江学院,南京 210012

摘要:对人工智能艺术设计光晕的持续条件标准进行分析。以人工智能艺术家的合法身份与艺术设计作品的标准来探讨,发现了人工智能艺术设计具有持续性的“光晕”。人工智能因机械成为“生产主体”并获得了合法的社会身份,成为了文化智能生产中新的“主体”。智能主体所生产的艺术品已经不单是某种原件的原生命力的再现,在狭义的范畴上,其作品是某个艺术家或设计师观念风格的延续,而在广义的范畴上,是人类文明意识的再造,只有远离糟粕、虚伪、丑恶、异化,才能具有如希腊艺术品一样崇高的膜拜价值和形象的魔力。“真”、“善”、“美”依旧是评价人工智能艺术设计作品是否具有“光晕”的标准。由人工智能生产的作品因其机械性地原创了艺术的物质与观念部分,使其具有了“原真性”,而要想通过“善”赋“魂”,则要在数据和伊始的算法设计上构建“善”的设计约规,形成人文关怀和实现阶层的善用。人工智能艺术设计品是人类精神的集体显现,如同折光镜一般,持续折射人类艺术设计理想的“光晕”。

关键词:光晕;人工智能;瓦尔特·本迪克斯·舍恩弗利斯·本雅明;机械复制;艺术设计

中图分类号:J0

文献标识码:A

文章编号:2096-6946(2020)01-0043-06

DOI:10.19798/j.cnki.2096-6946.2020.01.008

Continuousness of the “Halo” of AI Art Design

YANG Chuan

Sanjiang University, Nanjing 210012, China

Abstract: The work aims to analyze the conditions and standards for the continuousness of the “halo” of AI art design and conclude that AI art design has a continuous “halo” based on the discussion on the legal identity of AI artists and the standards of art design works. Specifically, AI acquired legal social identity through being a “subject of production” in the form of machines, and further became a new “subject” of cultural intelligent production. The art works produced by intelligent subjects not only reproduced the vitality of original works but also were an extension of the concept and style of an artist or designer in the narrow sense as well as a recreation of human civilization consciousness in the broad sense. Only through discarding dross, hypocrisy, ugliness and alienation could they be endowed with lofty worship value and magic of image like Greek art. Truth, kindness and beauty remain the standards for the “halo” of AI art design works. AI works invent the material and conceptual parts of art with machines, making them original pieces of art. Besides, they are ensouled by “kindness”, and by establishing “kindness” rules through the design of data and initial algorithms, they embody humanistic care and kindness for the general public. AI art design works are collective embodiment of human spirit, which, like enoscopes, continuously reflect the “halo” of human art design ideals.

Key words: halo; AI; Walter Bendix Schoenflies Benjamin; machine copy; art design

艺术设计经历了从万物有灵的信仰时代到信息爆炸的数字时代,百工时代的工具延伸了人的肢体,伴随

着机械轰鸣声,人类不断地迎来体力的爆发;数字化时代的到来,使得脑力进一步得到解放,声音、数字、

收稿日期:2019-11-27

作者简介:杨川(1986—),男,江苏人,硕士,三江学院讲师,工艺美术师,主要研究方向为视觉传达。

文字观念可以无限地被靠近,并在瞬间或永恒中得以留存,而人工智能自觉的创造力直接改变了文化生产中主体与客体的关系。

瓦尔特·本雅明在《在机械时代的艺术》一书中哀悼文化工业时代“光晕”的消逝,艺术物件的艺术气韵在机械的复制过程中被侵蚀了,从而丧失了膜拜的价值。本雅明在探讨艺术存在命运的时候,指出艺术生产的主体依旧是“人”,机械此时的复制行为只是物质的单纯再现,机械作为工具的角色存在于生产关系之中。但随着人工智能技术的突破性发展,人以外的艺术设计生产主体出现了,此时的机械复制不单是对物质的复刻,还是一种观念的召唤。

戴维斯不同意本雅明的观念,提出艺术即虚拟,对于科技持一种歌颂的态度,认为信息时代的机械复制非但不会侵蚀艺术的“灵韵”,反而会通过无限的复制将气韵传递。人工智能生产的“作品”是否是本雅明笔下浸润了“光晕”的艺术品?对于这个问题的回答可以从“艺术家”的合法身份,以及评价艺术设计作品的标准来探讨。

一、“艺术家”的诞生

人工智能(Artificial Intelligence),简称AI,它将在未来带给人类社会一次革命性的洗礼。人类身处于这个时代将会被立于什么位置?是被机械安排命运,又或者主宰自身?当清晨打开冰箱想要喝一瓶冰可乐时,智能冰箱以健康的理由拒绝开启箱门,上班的路上机器已经为人类设定好了最优的驾驶路线,手动驾驶时代已退出历史舞台。是人类主宰社会,还是智能主体主宰人类?这将是一种关系位置的变革,其中涉及到人与人工智能社会关系定位的改变,从主从关系,到对抗竞争关系,再到一种共生的社会关系。

可以将人工智能简单地分为弱人工智能与强人工智能。英国伯明翰大学专家斯洛曼(Aaron Sloman)将人工智能定义为三种基本类型:其一是解放人类脑力和体力劳动,作为身体延伸的效能工具;其二是通过自我训练,形成理解事物的能力,诸如计划、解决问题、自我检视等高级综合能力;其三是具备包括动机、情感、情绪等的高级心灵属性。

按照斯洛曼的分类可以将人工智能艺术家区分为三类。

第一类“艺术家”——“机械复制艺术家”。这就是戴维斯所认为的,机械时代虚拟艺术的复制工具,将人类的观念意志通过更有效率的方式完全地呈现在受众

面前,其意义更多在于传播上,能让大众更深入地参与到文化的造物当中。

第二类“艺术家”——“机械模拟艺术家”,他们将人类的某种艺术风格与解决问题的思路通过“机械模拟”的方式呈现在大众的面前。例如德国沃纳中心的西奥综合神经科学研究所的科学家,在世界最大的电子预印本文献库(arxiv.org)中用深度学习算法让人工智能系统学习梵高、莫奈等世界著名画家的绘画风格,从而绘制新的“人工智能世界名画”;又例如由微软人工智能小冰创作的现代诗集《阳光失了玻璃窗》。这些都是一种形式的再现。人工智能通过模仿人类大脑进行深度学习,既生产了艺术设计的“精神”部分,又生产了“物质”部分。人类仅仅扮演了观念的原创者的角色,而人工智能则模拟了人类思想闪光的部分。

第三类“艺术家”——“机械原创艺术家”。雷蒙德·库兹韦尔提出了“技术奇点”理论,所谓“技术奇点”是指在未来的某个时期,当机器达到“强人工智能”时,其智商将超过人类,从而对人类社会造成巨大的冲击。最早提出“奇点”的是美国科幻作家弗诺·文奇,他大胆推断在2045年将出现“奇点”时刻,人类文明将走到终点,生物人将不复存在,取而代之的是一个叫做“奇点人”的新物种^[1]。最终通过图灵测试并且具有类似人类心灵和情感的机械生命体或许将彻底颠覆原有的艺术理论,成为机械原创艺术家”。

(一) 主奴悖论到“我”的合法身份

人工智能作为一种智能工具的延伸,其在创造的艺术作品角色中的性质,更多的与油画笔颜料的本质是一样的,与其说人工智能生产的艺术品具有“光晕”,不如说人类创造了有“光晕”的艺术品。此时“人”、“机”关系是一种主从关系,当人工智能通过神经网络学习并经过自我训练达到自己新的高度的时候,人工智能将作为一个生产者而不再仅仅只是一个工具,其由机械工具变成了“生产主体”,成为了文化智能生产中除人类以外的新的“主体”。其社会关系应该被重新讨论和定义。此时人类与人工智能步入到一种竞争的关系中,当阿里巴巴的鲁班1s设计八千张海报的时候,大众似乎能够听到设计师即将失业的声音,人们开始不断地好奇追问,诸如人工智能创造的艺术不如人类等诸多命题。可以看到这种观念姿态背后,是人类在以人为“主”,以人工智能为“奴”的关系悖论中无法自拔,而并不是站在“人”、“机”平等的位置加以看待的,之所以会有这样的现象,其本质是因为社会关系的

变革速度快于人类适应的速度。

当人工智能既能生产物质又能生产精神,那么此时人工智能因其成为除“人”以外的艺术设计的生产主体之一,而应当获得一个“身份”。“身份”即“一个独特的第一人称‘我’”,当获得“我”这一身份的社会属性认定时,即可界定为具有自我觉醒,成为自我指涉的命运共同体,从而在“社会生态链”中成为被定义、评价,并参与到“艺术圈”中的对象,获得一个合法的社会地位,成为拥有人类社会文明所赋予的一切道德与伦理标签下的艺术生产者。有了合法的身份,其艺术作品才有被在人类文化框架下评价的意义。当人工智能作为一个合法的艺术生产主体所智创的艺术设计作品具备了创造“光晕”魔力形象作品的生产主体所具备的同等条件,那么此时其也就脱了离机械躯壳,成为了具备了人类“光晕”的“艺术家”。

(二) 神似的“天才”艺术家

人工智能这种新型的艺术师同样符合康德眼中“艺术家”的形象,即一种神似的“天才”。在康德眼中天才的首要标准是自由。毛主席提出:“自由就是对必然的认识和对客观世界的改造。”人工智能不用受限于体能拘囿和肉体的腐朽,应该通过“深度信念网络”方法认识和改造世界,同时可以在无垠的时空中实现另一种概念的“自由”。在时间与空间中突破以往“艺格赋词”时代对艺术家的定义,以及对艺术生产者的认知。

康德认为,自由在天才身上表现为想象力和悟性构成的一种幸运关系^[9]。人工智能同样可以通过大量数据完成深度学习,然后对真实世界中的事件做出决策和预测。通过这种方式来实现有创造性的想象,在未来可以想象人工智能可以进一步集约人类文明的宏大数据,达到把握和理解人类文明,甚至到达人类所不能企及的宇宙文明的真理。

二、艺术设计作品标准

人工智能不单单是一个科学论题,作为新的艺术生产主体的人工智能对于原有的对艺术理论的探讨来说是一种颠覆。以其生产的“观念”和“物质”重构对人类社会文化生产方式的认知,具体表现在艺术生产者和艺术品的生产方式上,最终呈现在艺术作品上。将大众的目光从涣散地观看机械时代复制艺术品,拉回到拭目以待地凝神注视人工智能生产艺术品。这其中改变的是艺术生产者和艺术品的生产方式,不变的是“光晕”艺术品的评判标准。

马克思和波德里亚批判了拜物文化,波德里亚认为当代的异化程度远比马克思的时代更加严重,文化的祛魅使得艺术剥离了原有的光晕形象。成为了艺术生产主体的机械智能,在“弱人工智能”时代还不能摆脱人类的思想观念进行完全独立的创造,其模仿了人类的精神,是人类精神的镜面反射,其作品只有远离糟粕、虚伪、丑恶、异化才能反射如希腊艺术品一样崇高的膜拜价值和形象的魔力。艺术品的神圣性需要依靠真、善、美的属性来塑造其形象的魔力:“光晕”^[9]。“真”、“善”、“美”依旧是评价人工智能艺术设计作品是否具有“光晕”的标准。

(一) 艺术设计作品之真

道格拉斯·戴维斯的《数字复制时代的艺术品(一部发展中的论文:1991-1995)》中,主要观念为数码技术让每件复制品染上了原件特有的独一无二的气韵,具备了原件的原生命力,形成了某种无限的形式,从而获得了持续的灵韵。道格拉斯·戴维斯不认为机械复制的艺术品会因为其失去“原真性”而不具备“光晕”。然而本雅明认为虽然机械时代艺术作品在原则上总是可以复制的,但是即使是复制得最完美的艺术品也同样缺少一种成分,即“原真性”。显然两者对于艺术品是否具有光晕的分歧在于对“原真性”的判断上。两者共同讨论的机械的范畴都停留在“机械复制”上。

从前,由机械印刷开启了文化生产的新阶段,随后的广播,电视,新媒体带来了机械数字化复制的又一阶段,机械此时扮演的是人类肢体的延展工具,仅仅作为生产文化的物质部分。而当人工智能能够同时生产文化的物质与精神部分,由客体变为生产主体的时候,即从“机械复制”变为了“机械原创”。例如德国沃纳中心的西奥综合神经科学研究所的科学家用深度学习算法让人工智能系统学习梵高、莫奈等世界著名画家的画风,绘制新的“人工智能世界名画”,这里与照相机、印刷机等传统文化机械生产的方式产生了质的区别,传统的机械生产是单一的复制,对优劣的评价标准是相似性的高低。而人工智能生产的新的艺术作品保有了原作品的风格,人类通过算法形式引导机械进行学习,呈现的结果就是机械消化文化精神之后原创了文化的物质与精神部分,形成了新的艺术品。这样的结果打破了原有的评价标准,因此其创造的艺术品是否比人类更优秀,是否更像一个拥有灵魂的人类所生产的艺术品成为了人们热衷的话题。可以看到智能主体所生产的艺术品已经不单是某种原件的原生命力的再现,

狭义地看其作品是某个艺术家设计师观念风格的延续,而更广义的范畴则是人类文明意识的再造,从而保有了独一无二的“原真性”。

(二) 艺术设计作品之善

1. 善意的约规

艺术的主要教育力量在于它从审美上影响人,以美的情景感动人,激发人们的精神力量。人们通过这种审美的体验取得必要的信念和伦理原则^[9]。这种力量就是善的力量。而约规是指约定规则和范围,所谓没有规矩不成方圆,只有将善作为约规,才能最终体现艺术品的神圣魔力。

谷歌公司的口号全称是“完美的搜索引擎,不作恶”(The Perfect Search Engine, Do not Be Evil),不作恶(Do not Be Evil)是谷歌公司奉行的准则。是在背后对数据的正义的约规。人工智能借助于模仿人类脑神经皮层的工作方式,通过深度学习来获得智慧,而在数据的输入与答案的输出之间存在着看不见的隐匿地带。摆在面前的是一个的算法黑箱,你并不知道打开的是不是一个潘多拉的魔盒。因此此时用何种算法来实现文化物质的创造对于最终的答案就显得尤为重要,算法的非善意引导,将会导致更异化、更丑恶的作品的诞生。

人工智能技术如同达摩克利斯之剑,例如云南省写稿机器人“小明”,《南方都市报》的写稿机器人“小南”作为新闻文学的生产者生产了大量新闻作品,创造了大众文化作品,丰富了精神文化生活。无疑这类的人工智能艺术品站在了数据正义的一方,而又例如Deepfakes软件开发的“Deep Machine Learning”(深度机器学习,人工智能的一个分支),在创作的伊始被用于视频换脸。其利用人工智能在视觉领域的卓越生产能力来生产数字媒体类的艺术作品,而该技术拥有的近乎以假乱真的动态视觉效果被用于不良数字艺术作品的生产中。另外一个类似领域的技术Deep Nude是基于由UC伯克利大学提出的“图对图转换算法”,来实习的人工智能技术,然而Deep Nude主要的功能是将女性的普通照片以裸体的形式呈现于屏幕。虽然“图对图转换算法”其算法本身并无恶意,但是背后设计约规的缺失导致其召唤出的是“异化”的数字作品。

人工智能本质上是通过技术对人类心灵的机械复制,在理论上既可以复制善意的,也同样可以复制恶意的,其生产的艺术设计作品则唯有在前期通过底层善意的算法设计来引导,通过法律、伦理、道德、技术共同

约束,给予正确的道德评价和判断,以此来形成设计的约规。

本雅明通过异化、震惊理论来哀悼祛魅的艺术。沾染了糟粕、虚伪、丑恶、异化属性的人工智能,其生产的艺术品丧失了光晕,唯有注入了善意,才会具有不可接近的神圣性光晕魔力。善本身就具有神性,缺失了设计约规的作品,像退却光晕的萤火虫,最终将消失在幽暗的黑色森林。

2. 艺术设计的人文关怀

人文关怀是艺术设计伦理的一个核心问题,既包含了对个体的人的关注,又包含了对个人生活环境中的各种关系的关注。从马斯洛需求层次来看,即从低层次的对生理需求的关注到高层次的对人的情感与价值的关注。

符合人文关怀的文化产品应该是在人文关怀关照下的机械智能所生产的一种物质性与精神性并存的文化产品。具体体现在如下几个方面。

1)对于人的个体价值的尊重。例如微软生产的智能收音机Soho,通过对表情的识别,判断人在此刻的情感状态,进而决定应该播放的歌曲。

2)对于群体情感关系的关注。如北京龙泉寺推出的智能机器人“贤二小法师”,将佛学中的某些哲理配合人工智能技术加以传播。同样,微软亚洲研究院与敦煌研究院合作开发的智能聊天机器人“敦煌小冰”,通过“敦煌小冰”对于互联网上千篇敦煌文化相关的文章和《敦煌学大辞典》的数据进行深度学习后,将敦煌的文化、历史、旅游、学术、服务等信息“定制式”地推送给用户,这背后是一种对于信仰价值的尊重和对于佛文化的一种传播,人工智能技术不再是冷冰冰的机械反馈,而是充满了人文关怀与文化气息,达成了与人类的心灵对话。

在北京当代MOMA百老汇影城,百度发起了一场“别开生面”的“张国荣诞辰60周年纪念活动”。百度语音技术团队通过抓取张国荣在全网的音视频数据,利用“情感语音合成技术”,成功合成出张国荣生前的声音,借用人工智能技术纪念一代天王。苏珊·朗格提出,艺术是人类情感符号形式的创造。艺术活动是某种形式的情感活动,利用人工智能文化产品,将不可再生的时空记忆重现与召唤,对人类心灵带来了慰藉,起到对群体情感的人文关怀。

3. 阶层的善用

皮埃尔·布迪厄认为艺术是一种文化生产,艺术品的价值应该纳入到社会网络中来计算。这其中提到了

生产概念、网络概念和价值概念，

印刷术的诞生将文化的传播和大众的文化普及率提到了一个全新的高度。手机在综合了照相机、录音机、摄像机、网络等多种工具之后让大众文化生产变得异常容易，其推动了大众文化生产的历史之轮，将时代中的人们纳入到一张大的网络当中。人工智能的出现让精神生产力得到了极大的解放。人工智能可以生产书法、绘画、音乐等，似乎专业的文化生产技术人工智能都能轻松掌握，而大众所要提供的仅仅是一个理论或者概念，因此人和智能机械形成了艺术与设计生产团队，打破了专业与技术物质和精神上的双重壁垒，实现“人人都是产品设计师”的设想，这将对大众文化生产的又一次颠覆。大众阶层文化生产发生巨变，将人与机器，过去与未来都纳入到了一张大网当中，为大众群体带来更深层次的文化自由。

然而马克思、恩格斯对于资本垄断有着天然的“忧虑”，人工智能究竟是拥抱大众，还是成为美国社会学家凡勃伦定义的，有闲阶级的炫耀性消费之物或权贵阶层的垄断生产资料，而脱离了阶层的善意。机械智能作为一种生产资料，数据资源将有可能在未来形成某种形式的垄断，伊亚德·拉赫万教授提出算法比数据更重要，当人工智能被提供导向性的数据，被赋予令人沮丧的世界观时，将可能引发其在上数据的偏见。因此需要更多的民间力量致力于人工智能的大众化，打破权贵对人工智能的垄断。这需要阶层的合力来形成均衡，让人工智能最终被阶层所善用，体现各个阶层的精神价值。

（三）艺术设计作品之美

人工智能生产的文化产品印证了克罗齐的“每个科学作品同时也是艺术作品”的观点，这里谈到的“美”是区别于“丑”的对立面所存在的一种美的概念，是美的“光晕”形象总和。其艺术作品的美可以归纳为体量之美、进化之美、永恒之美、信仰之美。

体量之美，例如阿里巴巴自行研发的一款人工智能产品——鹿班，它能不断学习并累计设计10亿次海报，平均每秒就可以生产八千张海报，在双十一购物狂欢节期间累计设计了4亿张海报。而设计师可能终其一生都无法完成如此数量的海报，生产的量级达到一种令人叹为观止的地步，这种智慧的力量美，如同一座大山屹立在众人面前，让人感受到如康德所言的崇高美感。

进化之美，布鲁克斯和霍兰德借助达尔文的思想

提出了人工智能类生物进化的思想，人工智能伴随着技术爆炸而不断地自我进化，阿里巴巴自研的鹿班系统随着学习的深入，其创造的海报数量和质量都在逐年提升。可见人工智能生产的文化产品正不断迈上更高的层次和更广阔的空间。进化意味着发展，发展意味着趋于臻美。遵循人类艺术生产轨迹的机械智能，达成人类心灵的回溯之旅，在未来的某一天也许可以更好地解答丹托所提出的，以后人类对于“艺术终结”所带来的困惑。

永恒之美，机械智能逃脱了时间的法则，不会随着肉体的消亡而终结。由于时间界限的模糊，当下、即刻的感受可能并不是人工智能艺术作品被批评的完整内容。机械智能将人类从拘囿于有限的肉体知识学习体量，扩展到了无限的人类知识文明的边界，其对于空间、时间深入的范围不断扩大，就如同毕达哥拉斯所认同的圆一般，触及和无限接近永恒美的边界。

信仰之美，黑格尔认为自然不能自美其美，因为自然是无心灵无意识的，从而得出自然美的本质在于人的心灵。人工智能创作出来的“美”同样不同于自然之美，其在创生之初模仿了人的大脑以及思维模式，神经深度学习的方式内容同样来自于人类社会所赋予的文明，经过概括、提炼、典型化，形成了机械认识观，其概念来源于人类对于宇宙事物的看法，恩格斯说：“即使是最荒谬的迷信，其根基也是反映了人类本质的永恒本性”。战胜死亡和自我超越是人类信仰的根源。人工智能生产的文化凝结了人类神圣化的精神，包含了人类对于过去与未来的信仰。

三、结语

瓦尔特·本雅明在1931年的《摄影小史》中第一次提到“光晕”，他用“光晕”来形容艺术品的神秘韵味和受人膜拜的特性。“光晕”实际上是本雅明理想蓝图里所谓“真正艺术”的一个隐喻概念，是本体源自自然的生命之光，是作为现实存在的心灵对理想的渴求和虚灵的向往，是催促有限的人类追求无限的完满的原初动力^[5]。

人类从荷马时代开始就怀着膜拜之心，仰望奥林匹亚之众神，并孤寂地凝视了千年，而今作为艺术的摆渡者，也将如神似的创世者为机械注入灵魂，将自己的观念、意识、情感通过数字模拟大脑皮层运作的方式显现于人工智能之上。一种康德所描绘的具有神似天才的禀赋的，集人类文明观念的“机械原创”艺术家，正在孕育和成长，其作品让人们大为赞叹，人们赞叹的并不

仅仅是人工智能,更多的是对于背后类似神的光辉的人类集体智慧的崇拜,通过“造智慧之物”,从而实现人类心灵的另外一种形式的“完满与终结”。最终的完满是机械化的“人的精神”的持续,达成人类自我实现的完满,形成宇宙、未来、人类命运的终极解答,迈向通往具有神秘韵味的人类“心灵”的返乡之路,将艺术“光晕”通过超越无限的时间与空间的机械智能,绵延地传递至不灭的宇宙尽头。

参考文献

- [1] VINCE V. The Coming Technological Singularity: How to Survive in the Post-human Era, Originally in Vision-21: Interdisciplinary Science and Engineering in the Era of Cyberspace[M]. Washington D.C: NASA Publication, 1993.
- [2] 康德. 判断力批判(上)[M]. 北京:商务印书馆,1985.
KANT. Criticism of the Judgment (Part I) [M]. Beijing: The Commercial Press, 1985.
- [3] 周计武. 形象的祛魅——论本雅明的视觉思想[J]. 上海大学学报(社会科学版),2016,33(4): 132-140.
ZHOU Jiwu. Disenchantment of Image: on Benjamin's Visual Thought[J]. Journal of Shanghai University (Social Science Edition), 2016, 33(4): 132-140.
- [4] 苏联艺术科学院美术理论与美术史研究所. 马克思列宁主义美学概论[M]. 北京:人民美术出版社,1962.
Institute of Fine Arts Theory and History of the Soviet Academy of Arts. Introduction to Marxism-leninism Aesthetics [M]. Beijing: People's Fine Arts Publishing House, 1962.
- [5] 朱宁嘉. 艺术与救赎:本雅明艺术理论研究[M]. 上海:上海人民出版社,2009.
ZHU Ningjia. Art and Redemption: a Study of Benjamin's Art Theory[M]. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2009.