观众的创造力：美术与文化互动关系中的一个中心视角

杨黎

摘 要：美术与文化之间的互动关系是当代艺术的社会学研究视域中一个不可忽视的命题。将“观众”的社会身份代入美术与文化互动传播的考察视野中，从观众的主动效应、观众的期待视野、观众的群体解读以及观众的文化传播四个维度展开讨论，最后综合得出美术与文化的互动传播必须借力于“观众的创造力”这一中心环节，以此打开的视觉文化景观，既是属于艺术的，也是源自社会的。

关键词：观众的创造力；美术解读；文化传播；互动关系

引用本文格式 杨黎 . 观众的创造力 : 美术与文化互动关系中的一个中心视角 [J]. 创意设计源 ,2022(2):11-14.

Audience Creativity: A Central Perspective in the Study of Interaction Between Art and Culture

YANG Li

Abstract: The interaction between art and culture is an important proposition that can't be ignored in the sociological study of contemporary art. In this paper, the social identity of the "audience" is brought into the perspective of the interactive communication of art and culture, and the discussion is carried out from four dimensions: the audience's initiative, the audience's expectation, the audience's group interpretation, and the audience's role in cultural transmission. Finally, it is concluded that the interactive transmission of art and culture must rely on the central link of "audience's creativity" which creates new forms of visual culture that belong to both art and society.

Key words: audience creativity; art interpretation; cultural transmission; interaction

[基金项目] 本文系 2019 年度湖北大学研究生教育教学改革研究项目“艺术与科学跨界融合下的艺术类研究生培养模式研究”（项目编号：440014538）阶段性研究成果。

在当代艺术的社会学研究视域中，存在着一个不可忽视的命题，即美术与文化之间的互动关系。论及两者的关联性，无论是从客观的艺术对象层面，还是从主观的文化交流层面，其研究焦点都无可避免地汇聚于“观众”这一核心主体身份上，例如广受认可的“接受美学”“文化棱镜”“艺术场”等理论都对其给予了着重分析。观众，作为一个被社会建构的群体身份，在共情心理效应的影响下，较容易形成一种集体意识，尤其是随着观众面的扩大，这种集体意识形态也会逐渐深化，进一步发展为某一阶段主流的审美文化。基于此，本文将“观众”置于美术与文化互动关系的中心视角予以审视，主要从以下两个层面展开讨论：一是从艺术社会学角度对“观众”这一核心观念进行考察；二是将“观众的创造力”作为考察解读的着力点。将“观众”的社会身份代入对美术与文化互动关系的考察中可以发现，“观众的创造力”至少呈现出四个维度的研究范畴，即观众的主动效应、观众的期待视野、观众的群体解读以及观众的文化传播。

一、观众的主动效应

艺术社会学中对于“观众”的讨论主要与受众研究相关联，包括“观众”身份类型的理论和对真实观众的实证研究等，这些话题都触及本文所探讨的关键词——美术与文化互动关系中的“观众”。

英国社会学教授尼古拉斯·阿伯克龙比（Nicholas Abercrombie）在其研究中指出，“观众”概念的形成，起源于一种共同的群体性行为模式。这种群体性行为在受到各式媒介信息的刺激下，会表现出主动或者被动的行为心理反应[1]，这意味着观众面对艺术作品的观感或领会是带有集体意识的。随着观众面的扩大，反应效果会投射到更大的区域范围，当以一种集体意识形态广为传播之后，便可发展为某一特定类型的主流审美文化。

现代文化研究中常被采纳借鉴的是一种“主动观众”理论。“主动观众”理论来自约翰·费斯克（John Fiske），一位专注于研究大众文化的媒体学者，他认为观众是一个社会性的群体概念，它涵盖了多重社会背景和身份标签，这就使得他们能够接受、消化、诠释来自不同层面的媒介资源。不仅如此，观众还享有很大的自主权，他们有能力从媒体或艺术文本中获取关键性的信息，并解读、传播其社会意义，甚至能够引领某种主流文化意识形态，这也是为什么大众文化能够始终处于文化中心的关键因素之一。约翰· 费斯克进而将观众这种创造意义的能力称之为“符号权力”[2]，由“主观观众”的概念导出“符号权力”的理论是合乎情理的，言下之意表明，观众接收媒介文化是一个主动的自适应过程，他们依据不同的目的或兴趣，在各类符号素材中有选择性地阅读文字和图像，并通过自身的社会常识与认知能力，不断地对原有媒介文化进行信息解码、加工和意义诠释。从这个意义上看，在文化传播的过程中，观众所展示出的创造力就是在主动接受的基础上实现分享的一种自主权。

以观众进入展馆参观某幅绘画作品为例，一次顺畅的观展体验过程大致可以描述为：在观看一幅绘画作品时，观众会把自己潜在的群体意识形态带入对该作品的审视当中，惯性地从社会常态中提取一切相关的信息与符号，去揣摩艺术家的构思，填补对画面空间的想象，进而完成对艺术对象的共情，直至捕捉到该幅画作的真实价值。显然，一次顺畅的艺术体验，需要这种主动型观众的积极参与，将自身的社会认知和身份意识融入对艺术的理解中。当这种理解在一定程度上达成一种群体共识之后，便会以语言、文字、图像、思维、符号等多种媒介的形式在更大范围内传播开来。可见，在美术与文化的互动传播中，观众的主动效应体现在两个方面：一是沉浸于艺术家所传达的艺术氛围中；二是赋予了艺术文本的文化诠释属性。

二、观众的期待视野

观众的“期待视野”[3]这一理念被纳入文化艺术研究领域始于后现代文艺学界针对“接受美学”理论提出的质疑，即文本的意义究竟存在于何处的争论。在“接受美学”理论的长期影响下，人们普遍认为文学或艺术的全部意义仅存在于文本自身，所以对于文本意义的经典诠释、思想传播，往往是经由权威学者的文本研究才能获得认同的，而读者或观众则被认为是一群静观、聆听的接收受众。也就是说，如果其中一位读者或观众从原作中读出了不同于文化精英的诠释，那么他的解读一定是不被接纳的。当后现代的文艺学者对此产生怀疑时，读者或观众的创造性就被纳入文艺研究当中，即作品的意义应该是由参与者们在阅读或观看的过程中主动创造的社会意识与文化形态。正如历史上对一幅经典绘画作品的艺术评析并不是唯一的，它有富足的诠释空间和建构余地，并在很大程度上是随着人们的社会背景与文化视点的不同而发生变化的。这就意味着对一次艺术展览而言，由于普通观众与专业学者的背景差异，两类人群都对展出的绘画作品有一个潜在的预判框架，不同的观看群体会对照自己的“期待视野”来为每一个新接触的作品进行意义定位。所以，文艺研究的重心逐渐从文艺自身转移到了观众的创造力上，对作品意义的全面解读不仅是专业学者的责任，也是社会大众的文化权利。

具体来说，人们对于图像或文本的观看体验怀有一定的预期范围，这种心理视域与他们的身份背景息息相关，包含民族、信仰、性别、年龄、职业、阶层、认知能力等方面。更为重要的是，这些背景要素与他们的社会生活圈相互交织，形成一个潜在互动的群体文化视域，并直接影响到个体对于图像或文本的接受程度、认识深度或审美态度等，此时的群体文化视域与个体背景要素连成一片，在视觉艺术的文化体验中合力传达出更丰富、多维度的社会学意义，从而直接促成了一定受众范围内的文化互动与传播。或许这就是为什么大众艺术文化的传播常常是以星火燎原式的形态发生，即经由群体视域的星星之火，成就大众文化的燎原之态。

三、观众的群体解读

近年来，以艺术文本为核心的美术文化研究为美术学领域提供了不少极具学术价值的思想成果，也正基于此，美术学领域开启了多元化的传播学研究视野。除了探究艺术文本自身的文化价值之外，学界还将其置于更加广阔的社会学视野中，因为对于包罗万象的艺术而言，它还具备了纵横交错的社会学属性。英国文化学者利萨·泰勒（Lisa Taylor）在《媒介研究：文本、机构与受众》一书中指出：“单纯的文本分析忽视了一系列能够影响文本制造意义的过程和重要因素。”[4]这可以理解为独立的艺术作品分析还不足以还原其自身的价值属性，作品所呈现的意义需要更多的社会参与，在它最终得到广泛传播和认可之前，一个必不可少的中心环节就是观众的群体解读。所谓观众的群体解读，意在表明观众不囿于艺术家

所建构的艺术作品空间，他们对艺术文本的解读体现出一定分量的话语权重，而且是在更广泛的文化场域中不断向外辐射，其延伸的广度和深度取决于观众的社会身份、认知能力和价值取向等方面。也就是说，“观众”这一身份，在美术与文化互动传播的过程中，不仅是直面艺术作品对象的现场受众，也是隐身于社会文化背景下的诠释群体。正如艺术家的创造力体现在对艺术对象的创作中，他们赋予作品艺术生命力。同样，观众亦具有创造力，体现在对艺术对象的意义建构中，他们赋予了作品社会文化属性，这就是“观众的创造力”。

“观众的创造力”的直接产出就是“意义”。那么，何为“意义”？美国艺术社会学教授温迪·葛瑞斯伍德（Wendy Griswold）在其著名的“文化菱形”理论中明确了“意义”的概念，它是“以文化客体为经线，以被语境激发的人们的假设为纬线编织”的织物[5]，显然，这里的“意义”指的是包含在艺术对象中的一系列象征性含义，而直观艺术的观众群体在这一系列象征性语境中有充分的选择权，他们可以自主地将自身的社会背景投射到对艺术的直观感悟中，从而激发出自己对艺术对象的想象和共情。值得注意的是，在观众的社会身份、认知能力、价值取向等多方面的参与作用下，不同群体对艺术作品的诠释不会完全一致，而这就是“观众的创造力”所激发的意义建构。

四、观众的文化传播：社区的艺术教育模式

从总体上看，相较于传统的艺术教育模式，新时代的艺术教育不仅强化了艺术学科的创新学习能力，而且更加注重艺术创作与社会发展之间的互动与沟通。例如，如何通过艺术创作来回应生态环境、人文现象等问题，以及如何通过艺术拉近社会公众与生活环境之间的邻里关系等。这也意味着当代艺术教育需要将自身的专业定位拓展到更广泛的社会学视域中，将教育内容与地方社会资源、日常现实生活联系起来，主动弥合教育与生活之间的差距。

社区、艺术、教育是一个可以联合的整体，在社区环境下发展艺术教育，从根本上说就是调动参与者的文化传播效应。这里笔者将以美国费城的“Big Picture 社区艺术计划”与“Mural Corps 青年发展计划”两个项目为例，对社区的艺术教育模式展开进一步的观察。

（一）Big Picture 社区艺术计划

Big Picture 是一个为期一年的社区艺术教育计划，分为四个课程时段，基本都是利用学生的课余时间来完成。如在暑假期间，学生们可以根据自己的兴趣和长处，选择参与到不同类型的艺术学习实践中，包括与专业艺术家、教师、公众合作的大型社区艺术项目。在这一过程中，学生不但可以体会到什么是社区的公民参与、如何观察社区，以及如何与公众沟通等内容，而且能够接触到社区中的实际管理进程，例如如何组织社区活动、参与社区的公开演讲等环节。除此之外，学生们还需要了解如何通过公共交通去体验城市，这对于熟悉社区地理、城市交通、文化体验、市民生活等观察技能的培养是很重要的。显然，这一系列的课程设置旨在激发学生的艺术创造力与观察思考力，为他们今后的认知学习、社会实践和团队协作打好基础。

Big Picture 社区艺术计划中的“The Art Works Program”项目每年都会举办一系列的艺术研讨会，为青年学生、研究学者、艺术家、社会公众等团体提供壁画培训和艺术教育的交流机会。这些研讨会借鉴了 Big Picture 社区艺术计划的运作模式，汇聚了众多艺术教师、艺术家、研究学者和社区工作者的丰富经验和集体智慧，重点关注艺术技能与团队合作精神在社区服务中的实际运用。“The Art Works Program”项目鼓励让更多的公众参与到费城壁画的研究中，以期让公众了解壁画家对艺术的贡献以及壁画艺术的社会价值与影响。以壁画为核心的社区艺术项目为费城带来了重新焕发城市活力的契机，其在致力于将费城转型为壁画艺术学习圣地的同时，也激发了社会公众参与到社会服务中的责任感和荣誉感，使得整个城市在这项艺术创新项目中获得了更多的资源和能量。

（二）Mural Corps 青年发展计划

参与 Mural Corps 青年发展计划的学生总体上都具备了一定的艺术基础，其教育形式是开放而多元的，强调团队间的合作沟通，重视批判性思维的培养。

在 Mural Corps 青年发展计划中，有一个非常特别的艺术改造项目是在费城北部的麦金利小学完成的。在艺术改造之前，麦金利小学的校舍是一个非常普通的院子，而在该项目实施后不久，从幼儿园到八年级的 350 名学生一起见证了这所普通小学的完美转变。麦金利小学艺术改造项目由游乐场景观设计师 Anna Forrester、雕塑家 Jennie Shanker 以及来自 Mural Corps 青年发展计划的 14 名高中生共同合作完成。这些高中生参与到麦金利小学的壁画、雕塑、景观等公共艺术的改造中，改造的整个过程包括绘制图样、切割造型、弯曲焊接等步骤。除此

之外，每位参与者还特意为这所小学设计并制作了一件工艺品，并且大部分工艺品都被陈设于麦金利小学的不同场景中。

如今的麦金利小学拥有了焕然一新的校园环境，独立的游乐场、优美的公共艺术空间，还有数学和科学的户外教室等，并且不同的区域都设有单独的教室，极大地拓展了师生们亲密交流的活动空间。不仅如此，校园内还设有安静的阅读空间、小组讨论的野餐桌等。可以说，麦金利小学的艺术改造项目从建筑空间到校园环境，不仅给教师和学生们创造了一种积极、愉悦的审美体验，更可贵的是，它还搭建了一个介于艺术与科学之间的思维通道。

由以上内容可知，“Big Picture 社区艺术计划”和“Mural Corps 青年发展计划”都属于以社区为基础的一种艺术教育模式，这种模式关注于如何调动参与者的文化传播效应，并以此来激活群体的创造力。社区导向的艺术教育模式立足于多元文化的视角，涉及艺术科学、生态学、社会学、心理行为学、环境伦理学等相关领域，相关的艺术实践主要是借助一种参与性与开放性的公共活动平台，如视觉文化展示、互动艺术体验、公共艺术展览、传媒艺术交互等形式，以引起公众对社区发展问题的关注。社区导向的教育理念，一方面将地方文化与生活视为艺术教育的一种重要资源，并将其作为培养学生创新力和行动力的教学平台；另一方面则借助艺术实践的教学成果来增进地方文化的认同感，同时也为当地的持续性发展激发出更多的创新动力。因此，以社区为导向的艺术实践，大多会涉及与当地公众之间的协作和交流、对特定地点环境问题的考察，以及对当地艺术的传承与更新等。将艺术与社区、生活、文化、环境等可持续性发展问题联系起来，培养、激活一定范围内的“观众的创造力”，不仅可以带动一系列的媒介式传播效应，而且可以实现艺术与文化的珠联璧合。

五、结语

美术，作为新时代文化产业的重要构成要素，不能止步于自赏与自足。“观众的创造力”所激发出的艺术传播力和艺术生产力不可小觑，其能够在相当程度上对当代美术与文化传播产生重要作用，特别是对当代美术的创作模式，从美术教育的社会资源、美术产业的创新发展等层面来说，这种意识形态的动能效应是显而易见的。首先，“观众的创造力”预示着一种“改变”，即通过受众思维的创新力去改变一种不断更新的社会发展观，引导人们以一种互相尊重、美美与共的方式与生活的世界和谐相处。其次，“观众的创造力”代表着一种反思，即通过对各种形式的视觉文化现象进行观察与反思，来帮助我们理性应对那些产生于社会语境、生活环境、群体关系等方面中的持续性变化因素。最后，“观众的创造力”体现出一种协作，即在教师、学生、公民、机构、团体中构建一个多方协作的资源平台，通过艺术科学与社会科学的跨界交流，为世界的可持续性发展注入更具创新性的行动力与学习力。

如上所述，“观众的创造力”既是由艺术所激发，也是经社会而传播，美术与文化的互动需借力于这一中心环节，只有通过“观众”这一社会身份去诠释新时代的美术，才能更好地接应多元文化的万象更新。在与当代多元文化接应的过程中，新时代美术完全有能力通过其独特的视觉力量，积极地去展示多元化的文化价值，通过视觉媒介的传播力去丰富人们的社会生活，更主动地向社会及公众弘扬先进的文化。

参考文献

[1]ABERCROMBIE N, LONGHURST B.Audiences：a sociological theory of performance and imagination[M]. London:SAGE Publications Ltd,1998:78.

[2] 约翰·费斯克 . 理解大众文化 [M]. 王晓珏 , 宋伟杰 , 译 . 北京 : 中央编译出版社 ,2001:120.

[3] 姚斯 , 霍拉勃 . 接受美学与接受理论 [M]. 周宁 , 金元浦 , 译 . 沈阳 : 辽宁人民出版社 ,1987:29.

[4] 利萨·泰勒 , 安德鲁·威利斯 . 媒介研究 : 文本、机构与受众 [M]. 吴靖 , 黄佩 , 译 . 北京 : 北京大学出版社 ,2005:85.

[5] 维多利亚·亚历山大 . 艺术社会学 [M]. 章浩 , 沈杨 , 译 . 南京 : 江苏美术出版社 ,2013:309.

杨黎
湖北大学