探索新媒體藝術的語藝意涵：
以 2013 年「超級關係」展覽兩件作品為例

黃學碩*

摘要

本文擬從語藝觀點來探討新媒體藝術的溝通意涵。研究者將藝術家視為倡導理念、捍衛價值的言者，藉由其創作，針對攸關社群生活的公共議題，進行語藝的介入。新媒體藝術家不再只是為藝術而藝術，服膺審美原則而作，而是讓觀眾藉由互動思索當前人類的處境。研究者以 2013 年國美館「超級關係」展覽中兩件新媒體藝術作品為例，探究藝術家如何營造一個人與人邂逅的場所，創造社會間隙，讓觀眾自由參與，透過體驗來思索作品的意義。新媒體藝術的互動性，正好為關係美學的及物性做了極佳的註解。藝術不再是恆久擁有的物品，而是一種人與人交往，不斷形成與發展的過程。新媒體藝術家邀請觀眾共創作品，觀眾的參與也成為語藝行動的一部分。換言之，新媒體藝術容納觀眾參與的特性展現了藝術家與觀眾共構語藝行動的可能性。

關鍵字：新媒體藝術、語藝行動、關係美學、視覺語藝、社會符號學

*黃學碩為世新大學傳播博士學位學程博士。聯絡方式為: shorehuang@yahoo.com.tw。

壹、前言：新媒體藝術的語藝介入

藝術是人類文化的結晶。哲學家 Susan Langer（1953／劉大基等譯，1991）在《情感與形式》（*Feeling and Form*）書中曾說：藝術是人類情感符號形式的創造。藝術家心有所感，藉由文字、音符、顏料、石材、肢體律動等元素，創作出文學、音樂、繪畫、雕刻、舞蹈等不同形式的藝術。不管懷抱「為藝術而藝術」還是「為人生而藝術」的理念進行創作，藝術家都藉由符號的使用，以某種形式將創作意圖傳達給觀眾。

Langer 對藝術的看法很接近以 Kenneth Burke 為代表的新語藝（New Rhetoric）學派。Burke 以符號行動（symbolic action）做為區別語藝活動的判準，因此除了口語和書寫論述外，非語文的視覺圖像也包括在內。他認為藝術是「溝通的方法」，一種符號行為，它被「設計以引出某種『反應』」（轉引自 Foss、Foss &Trapp, 1991／林靜伶譯，1996）。從符號行動觀點來看，藝術就是一種語藝實踐。即使是追求純粹美感的藝術，只要運用了符號，也會有語藝的面向。

回顧現代藝術史，當藝術家致力於表達人與社會關係的多種面貌時，新興媒體的出現常觸發他們創作的靈感，甚至創造新的風格。1839 年攝影發明後，照相機複製真實的速度與能力，迫使畫家思考自身的定位，不再以「畫得像」為標竿。畫家開始走到戶外寫生，捕捉不同時刻，光線照射在物體上的光影效果，而有了印象派的誕生。又如二十世紀初，電力和機械的普遍使用衝擊人們對於時間、速度和光線的感受。對於畫家來說，受到連續動作攝影作品的啟發，而有了 Marcel Duchamp〈下樓梯的裸女〉那樣，將形體重疊產生下樓梯的動態效果，同時也啟發了未來主義藝術家對時間、速度的思考。

到了 4、50 年代，電視的發明與普及，將影像帶進了家庭日常生活裡，對大眾文化的傳播產生了深遠的影響。在藝術方面，電視媒體促進了錄像藝術（Video Art）的誕生，直接以電視機為媒材，改變影像的內容進行創作。錄像藝術之父 Nam June Paik 曾說：「正如拼貼技巧取代了油畫一樣，陰極射線管（CRT）將會進而取代畫布。」（轉引自陳永賢，2010：8）

電腦的發明則為藝術創作開啟新頁。藝術家利用滑鼠而不是畫筆，在螢幕裡而非畫布上，創作出電腦繪圖作品。九〇年代網際網路將全球的電腦連結在一起，衍生出網路藝術的型態。目前這種運用多種媒材的新型藝術，有的稱為新媒體藝術（New Media Art）或數位藝術（Digital Art），有的稱為科技藝術（Techno Art），統合了聲音、圖像、文字、影像、機械裝置、光影等多種媒材，讓使用者沉浸在多重感官的體驗下，已蔚然成為結合科技與藝術跨領域合作的創作動力。

新媒體藝術這個名詞承接 1960 年代媒體藝術發展的歷史，甚至可追溯到更早的達達藝術家 Duchamp 的裝置作品（邱誌勇，2012b）。Quaranta（2013: 23-24）指出「數位藝術」一詞將領域縮限在數位媒體上，相形之下，德國學術界普遍稱作「媒體藝術」，則包括了所有的媒體，如報紙、收音機、傳真、電話、衛星通訊、錄像、電視、光、電、攝影、電影、電腦、軟體、網站、電視遊戲等等。換言之，媒體藝術從達達藝術開始，歷經 60 年代錄像藝術對電視媒體的批判，再到目前的新媒體藝術，有其歷史脈絡可尋。

王嘉驥（2004）認為，新媒體藝術是媒體藝術的延伸或深化，只是更重視數位影音、網路與互動媒體科技的運用。它承續媒體藝術的創作軌跡，強調藝術運用媒體來表達理念。林志明（2005：1-3）進一步指出，新媒體藝術的名稱，隱隱地回應了一個高速變動的科技發展狀態，意味不再用製作材質來區分藝術類型，而是轉移到作者透過作品與觀眾建立「關係」方式的層面上。

基於上述理由，本文使用「新媒體藝術」一詞，側重於 1990 年代後藝術家運用新媒體的連結與互動特性，營造一個交流、對話的情境，邀請觀眾共同參與作品的創作，以建立關係。

新媒體藝術近年來在台灣能見度逐漸提高，除了在藝術機構（國立台灣美術館、數位方舟、台北市立美術館、台北當代藝術館、台北數位藝術中心）展出外，學校、民營美術館（如鳳甲美術館）、藝廊也可見到相關系所學生畢展或藝術家個展、雙人展、聯展的安排，每年一次的台北數位藝術節更是年度觀摩與競賽的舞台。種種跡象顯示，新媒體藝術已累積了一定程度的創作能量，讓藝術家挑戰新技術所帶來的創作潛力，跟觀眾對話。

然而這些聲光俱現的新媒體藝術，除了令人眼花撩亂的視聽效果外，創作者是否言之有物，傳達出什麼樣的觀念，是值得藝術界探究的議題。

回顧上個世紀的藝術運動，其實不乏有藝術家以藝術方式介入生活世界，批判時局。六十年代的前衛藝術運動，如激浪派（Fluxus，或譯福魯薩克斯）、行為藝術、偶發藝術等，受當時的政治、社會局勢所影響，以介入社會的態度進行藝術創作，帶有目的性。例如 Nam June Paik 以電視機為媒材所創作的錄像藝術作品，即批判了電視這種大眾媒體對人所造成的文化洗腦。又如德國藝術家 Joseph Beuys 以「社會雕塑」（social sculpture）的主張，表達藝術介入社會的重要性，他曾說：「解放人類是藝術的目的。」他認為雕塑不是只有物質的形式，所有思想、行為的出現都是雕塑的過程，亦即將觀念呈現為社會實踐的過程，是為「社會雕塑」，而藝術應該擔負起改變、型塑社會觀念的角色。女性主義藝評家 Arlene Raven 甚至說：「藝術的社會服務指標遠大於它本身的美學價值…藝術應不只用來娛樂觀眾，它更應影響、啟發、教育觀眾起而行動。」（轉引自黃文叡，2002：29）

藝術家有話要說，嘗試介入社會的意圖，可說是「為人生而藝術」，是一種帶有目的的摸索。藝術家關懷什麼樣的社會議題？想像什麼樣的觀眾？試圖說服觀眾什麼呢？這是研究當代藝術不可迴避的主題。藝術史家 Arthur Danto 曾主張現代藝術已從審美旨趣中退位，從感官轉向思想，也就是轉向哲學，思考人的處境為何（Danto, 1997／林雅琪，鄭惠雯譯，2004）。在這樣的情況下，藝術家就像哲學家一樣，面對新型態的社會變遷，以藝術的手法回應新興時代所帶來的各種問題。而當社會學家宣告人類從工業社會進入到資訊社會後，資訊科技所帶來的利弊得失，便成了重要的研究課題。

面對資訊科技的衝擊，有學者提出「後媒體」[1]的概念，來討論藝術與媒體的關係。例如美國藝評家 Rosalind Krauss（1999）即認為，現代主義那種強調「媒材特定性」（medium specificity）的概念，在「後媒體」（post medium）時代已經不適用了。當前所有的媒體都是混合媒體（mixed media），單打獨鬥的時代已然過去。

Lev Manovich（2001b）也用了後媒體這個詞，他認為新藝術語言的發展（例如集合、偶發、裝置等）首先挑戰了媒材的概念，然後媒介的誕生（攝影、電影、錄像等）衝擊了藝術媒材一般的定義，影響最大的是藝術流通和發行的常見方法。數位革命則是第三波衝擊藝術媒材傳統定義的攻勢。電腦先是挪用了所有的媒體，然後在這些媒體上施展它自己的運作方法。拷貝、貼上、變形、竄改等等，這些動作可以用在照片、合成影像、聲音、活動影像等媒材上。

在後媒體的時代，數位革命完全改變了藝術生產和流通的狀況，雖然緩慢，但不可避免地改變藝術被體驗、討論和擁有的方式。在這樣的氛圍下，藝術變得跟以前完全不一樣，藝術世界也必須跟著改變，發展新的價值、新的經濟和新的結構。由於藝術家強調社會介入，重視理念與觀念倡導，不可免地重視觀眾的體驗，益發留意觀眾，甚至乾脆就提供體驗性質的藝術，設法容納觀眾的參與互動。

這樣的觀點已經進入某些藝術評論裡了。例如 Nicolas Bourriaud（1998/2002a）觀察到，1990 年代後的國際藝術展上，看到有愈來愈多的攤位提供與觀眾實際接觸的服務或作品，差不多是具體的社交模式。在經過激浪派、偶發藝術及表演藝術的理論化後，觀眾參與已經成為藝術實踐的未來了。因此他提出關係美學[2]，用以檢視這類藝術作品。

Bourriaud 舉了泰裔藝術家 Rirkrit Tiravanija 為 1993 年威尼斯雙年展所做的作品為例。藝術家在展示空間擺了一艘鐵製貢多拉平底船，將點著火的煤氣爐放在中間，上頭煮著一大壺熱水。露營設備散落在船的周圍，牆角則堆疊著硬紙板箱子，裡頭裝的是脫水的中式速食湯，觀眾可自由取用，加進熱水沖泡後吃到肚子裡（Bourriaud, 1998/2002a: 25）。這件作品裡並沒有什麼美學物件供人欣賞，它只是一個空間，讓觀眾自行決定做什麼活動，藉由互動參與展開人際間可能的關係。

Bourriaud 並將新科技對社會文化的衝擊，做為探討當代藝術的出發點。他指出在今日那些沒有使用電腦的藝術家身上，可以看見電腦革命所帶來的主要影響。90 年代隨著互動科技的發展，藝術家得以探索社交與互

動的神祕面貌（ibid: 21）。在另一本著作《後製作》裡，Bourriaud（2002b）進一步反思數位媒體對藝術生產方法的影響。他指出當代藝術家的工作型態就像音樂 DJ 或程式設計師一樣，從「資訊時代裡全球文化的混沌中」挑選文化物件，融合到新的情境裡。他寫道：

「當代藝術並非將自己定位成『創意過程』的終點—它不是一個供人沉思的完成品，而是一個瀏覽的場所、一個入口，它是活動的發起人。」（Bourriaud, 2002b: 13）

Bourriaud 的話點出了新媒體時代藝術欣賞的轉變—藝術促發事件的生成，觀眾從被動的觀看，轉為主動的參與、體驗。例如 Camille Utterback 與 RomyAchituv 兩位藝術家合作的作品〈文字雨〉（Text Rain, 1999），將展場佈置成一個即時互動的空間，邀請觀眾與從螢幕上方落下的字母玩遊戲。它運用攝影機捕捉觀眾的動作並投射在螢幕上，同時英文字母則像下雨般落在觀眾的手臂或肩膀上，隨著身體的阻擋做出彈跳、對齊、散開等回應，觀眾從中體驗到與文字互動的樂趣。Roberto Simanowski（2011: 126）指出，像〈文字雨〉這類新媒體藝術，其重點不再是物件（object），而是對事件、活動的體驗，印證了美學重心從物件轉向事件的改變。

在後製作時代裡，藝術家挪用了數位媒體的各種操作手法，例如拷貝後貼上、取樣（sampling），秉持數位世界的理念，如共享和版權開放（copyleft），從次級材料（意義網絡裡的某個節點）中創造作品。Janez Strehovec（2008: 234）也指出，傳統美學探討藝術作品的特定性及特徵，如形式、類型、創意、作者、美學價值等；但當代藝術理論則發現藝術作品本身的藝術性已非不證自明的議題，也不再是穩定、有靈光的物件了。藝術變成一段過程、一件軟體、化為一個經驗，或解決特定問題的服務。同時藝術也被當成一項研究、一個介面、要求使用者有聯想選擇、邏輯思考的能力。此外，它還吸收了 DJ 和 VJ 流行文化裡重新混音、剪接、取樣、過濾、重組的製作方式，從既有材料生產出新的作品。

從上述的討論可知，新媒體藝術除了新媒材的使用外，藝術家運用電腦進行創作，其科技性、連結性與互動性的特色（邱誌勇，2012a），使得

觀眾參與作品的方式，有了更多變化。而新媒體藝術的互動跟傳統藝術的互動不同之處，在於互動就存在於實際的參與和共創（co-create）行為當中。藝術的鑑賞從只可遠觀轉變到鼓勵觀眾動手操作，意義的生成因此脫離了傳統模式，建立在觀眾與藝術家／作品的對話上。

Mark Hansen（2004）指出，數位資訊本身不受媒材限制，在這種媒體本身脫離物質限制的同時，人類的身體就成為更重要的資訊處理中心。數位媒體靈活而多元的特質，讓參與者必須更全面地運用各種身體知覺系統，而這種透過身體感官來將資訊轉化為經驗的過程，就是新媒體與其他媒體不同的地方。

新媒體作品需要觀眾以各種不同的方式參與，而肢體上的運動，就算是去觸碰螢幕或操縱滑鼠，都有助於將視覺的幻象提升為深刻而具體的經驗。Hansen 認為，新媒體藝術在美學文化基礎上朝向典範轉移的方向運作，從主流的視覺中心美學轉向根植於體現情感力的觸覺美學（ibid）。新媒體藝術召喚身體擔負「媒體」的概念，並提供在資訊「時空」裡行動的潛能，彰顯觀眾在藝術活動中的重要地位。

新媒體藝術對觀眾參與日益重視的趨勢，映現了當代語藝對觀眾在語藝能動性（rhetorical agency）議題上所扮演角色的思辨。自從 Roland Barthes 提出「作者已死」、「讀者誕生」的看法，開啟了後結構主義的閱讀理論後，文化研究及傳播領域陸續出現了「主動閱聽人」的研究（翁秀琪，1992；沈錦惠，2009）；而語藝哲學從古典的「說服」觀點，歷經新語藝（New Rhetoric）學派的「認同」、「實質共享」觀，再到「邀請語藝」重視分享與對話的過程，則回應了傳受雙方互為主體性（intersubjectivity）的關鍵議題（Scott, 1975；沈錦惠，2015；費翠，2011），詳見後敘。本研究認為，語藝行動的概念凸顯了觀眾的能動性與符號行動的特色，能為觀眾參與新媒體藝術的研究，提供新的觀點。

如果說「後媒體」一詞描述了當代藝術家運用多種媒體進行創作的趨勢，「後製作」則凸顯了藝術生產與接收的開放性，看重過程而非結果。由此可見，新媒體藝術越來越有別於傳統習見的予人美感共鳴的藝術，越來

越像是藉藝術的形式，來進行人性可能的探索與觀念的倡導，這使得新媒體藝術非常接近語藝行動，同屬一種社會實踐。本文因而擬探討從語藝觀點來瞭解新媒體藝術的可能性，換言之，本文擬將新媒體藝術創作者視為有理念要倡導，有價值待攻錯的言者，藉由其創作，針對攸關群體生活的公共議題，進行語藝的介入[3]。

由於新媒體藝術的互動、連結特質，觀眾能運用藝術家所提供的符號資源共同參與作品的創作，與其他觀眾發展各種可能的關係。在這方面，Theo van Leeuwen、Robert Hodge、Gunther Kress 等人以社會符號學來研究多模態的文本，強調言者的能動性以及能調動的符號資源，這與語藝行動的精神不謀而合。社會符號學針對觀眾的參與、及彼此間的互動關係，能夠提供具體的分析面向，本研究因此倚重社會符號學，來分析新媒體藝術的語藝行動。

由於新媒體藝術跨越科技、藝術與傳播／語藝三個領域，倘欲探索其語藝行動的特性及動能，不能不先掌握此三領域之脈絡歷史，並釐清三者間的關係。有別於藝術研究著重於創作者的動機或審美反應，研究者欲探索的是新媒體藝術的語藝行動。目前國內在藝術傳播的研究較少人耕耘，本論文在題材上具有開創性，預期能為傳播領域開拓新的面向。

承上所述，在語藝觀點的探照下，本文擬先探討作為溝通之藝的語藝學與藝術之間的關係，並描繪新媒體藝術所面臨的語藝情境。由於有越來越多藝術家懷抱積極介入社會的創作態度，關注當前議題，他們也越發重視觀眾的參與，展開人與人之間的可能發展。本文因此借重 Bourriaud 的關係美學來看新媒體藝術裡的觀眾參與，並以兩件作品為例，進行視覺語藝的實證分析。

貳、語藝：從說服到認同的藝術

語藝這個字在希臘文 *rhetorike* 的意思是「語言藝術」（游梓翔，2006：1-2）。Aristotle 的定義是：「在任何情形下，找尋所能運用到的各種說服方法的藝術。」（Foss, Foss, & Trapp, 1991／林靜伶譯，1996: 6）Aristotle 所建立的古典語藝學，將語藝等同於說服藝術，這樣的看法直到當代語藝

學者 Burke 提出「語藝是認同（identification）」的觀點，才進一步拓展了語藝的範圍。Burke（1951）說：「如果要用一個詞來概括舊語藝與新語藝之間的區別，我將歸納為：舊語藝的關鍵詞是『說服』，強調『有意』的設計；新語藝的關鍵詞是『認同』，其中包括部分的『無意識』的因素。」換句話說，舊語藝總是預設言者帶著某種明確的目的，追問對聽者產生什麼樣立即、直接的效果。而新語藝則挖掘更普遍、更深層的面向：人在使用符號時，都會自覺或不自覺地尋求認同。於是傳方與受方之間，便處在一種認同尋索的歷程中（identification）。當彼此的認同尋索剛好對了焦，人與人之間便形成實質共享（consubstantiality）。隨著認同者達到一定的數量，社群／共同體（community）也就應運而生。這種對認同歷程（identification）的重視，一方面仍然維繫傳方主導的古典語藝傳統，另方面也擴大了語藝多元深層感召的動能，但更值得注意的是，閱聽眾的認同參與為語藝所不可或缺。這點在當代民主社會中尤其意味深長。從 Burke 以降，當代閱聽人自主潛能益發受到重視（費翠，2012：196）。在當代語藝學中，閱聽人愈來愈不只是被動接受而已，在語藝行動與互動的交流裡，閱聽人其實深藏著與言者對話的能動性。

根據 Burke 的看法，語藝最基本的功能乃是「人們使用文字來形成態度或誘發他人的行動」。它是根植於語言本身的基本重要功能，使用語言做為一種符號工具以促成合作，人天性會對符號做出回應。語藝是人類和其他生物類屬的區別要素，從而衍生出語言說服的動機。其次，人類對特定的經濟情境會有特定的動機。儘管有不同的社群，但會產生「普同的語藝情境」（Burke, 1969: 146），促使人們做出回應。正因人們無時不刻都在使用符號相互連結互動，語藝行動存在於各種普遍的語藝情境中。

Sonja Foss, Karen Foss, & Robert Trapp（1991／林靜伶譯，1996）從兩個層面來定義語藝：語藝是人類表現的行動，以及語藝是人類採取的觀點。Foss 等人指出，語藝是人類使用象徵以達到溝通的目的，因此是一種人類表達的行動。這種說法包含了四種意涵：首先，語藝是一種行動；其次，語藝是一種有目的的行動；其三，語藝是一種象徵（使用符號）的行動；其四，語藝是一種人類的行動。當人們採取行動時，是有意識的，當我們

從事語藝行動時，我們不僅是有意識地進行溝通，也是有意識地選擇使用的策略。而當人在分析象徵的過程（symbolic process），就是採取了語藝的觀點，所關注的是象徵的過程如何發生作用（how），而非內容（what）。例如嘗試了解一個藝術家或建築師如何創作象徵的訊息。我們可從兩方面來看象徵過程：分析人們如何展現語藝行動，以及分析人們如何詮釋象徵。

Campbell 與 Huxman（2003）將語藝行動視為言者與聽眾共同努力的成果，強調聽眾主動、協同的角色。在語藝行動的觀點下，語藝是 Burke 所說「面對情境的策略」，是一種將論述調適於目的的一種藝術或天份。Burke 說語藝是運用語言做為誘發人類合作的象徵工具，而人類天生就是會回應符號。

從上述討論來看，語藝被認為是一門旨在影響人心、調解現實的藝術。語藝學則研究人們如何透過符號的使用來影響他人。準此以觀，語藝行動必然有其動機意圖，必然經過創意發想構思，必然針對某個時空情境中某一障礙或問題而發，且必然針對特定觀眾，希望形成某種公共議題，以達成具有對問題的特定目的。因而，語藝行動大致可從目的、閱聽眾、身分、語調、證據、結構、策略等面向來探討（Campbell &Huxman, 2003）。簡言之，言者為了得到閱聽眾的回應或達致結果，在論述過程中抱持某種態度並扮演特定角色，組織材料、提供證據，有策略地將符號訊息傳遞出去。

語藝一向被認為是研究說話的藝術，這種獨尊語文論述（verbal discourse）的現象，到了電視媒體深入到大眾生活後，促成了對視覺語藝的重視，也重新留意到 Burke 對非語文符號甚早即賦予關注。對 Burke 來說，不只交談具有符號性質（symbolicity），其他人類符號系統如數學、音樂、雕刻、繪畫、舞蹈、建築風格等也都有。這使得語藝的定義擴大到凡是有符號使用的地方，就會有語藝的存在。

CarolineVan Eck（2007）在《古典語藝與早期現代歐洲的視覺藝術》（*Classical Rhetoric and Visual Arts in Early Modern Europe*）一書中探討語藝與藝術的關係。她指出古典語藝是一門說服人的藝術，雖然偏重語文論述，但常用向視覺借鏡，以達成說服觀眾的目的。例如 Aristotle 在《語藝

學》裡提到一種具說服力的技巧：鮮明的再現（enargeia）[4]，藉由語詞將所討論的東西置放在觀眾的眼前。欲達到這種效果，其中一種有效的策略是使用比喻，讓原本無生命的東西變得生動（animate the inanimate）。另一位語藝學家 M. FabiusQuintilian 認為，演說者應該著力在聽眾的眼睛，而不是耳朵，讓聽眾的心中看見鮮明的圖像。他說道：Enargeia 讓我們不是敘述而是展示真實場景，如同置身現場一樣，讓情感激發出來。

Van Eck（2007）指出藝術與語藝的共同點在於兩者都在創造人生的幻覺（illusion of life），以說服目標對象，換言之，這也就是 Lloyd Bitzer（1968）所說的，透過言者的巧心佈局與精妙展示，閱聽者原本未曾或未及覺察的生命或社會情境才昭然若揭，得以逼真體會。視覺說服是要讓觀眾對所描繪事物產生情感認同，進而在這基礎上採取行動。Van Eck 認為，在早期現代歐洲的繪畫和建築中，之所以能達成視覺說服，乃是因為透過所謂具像化（figuration），賦予情感、思維或回憶一個外在、可見的形貌，創造生活的想像和行動力（agency）。這包括姿態、表情、語藝（比喻），以及鮮明原則。視覺說服成功的原因是藝術家在作品與觀眾間建立一個共同的基礎（common place），創造觀眾彷彿親臨現場的視覺經驗。由 Van Eck 對視覺藝術的研究可知，藝術家運用了透視法、具像化等視覺語藝策略，建立觀者對作品主題的認同。在古典藝術強調「逼真」、「肖像」的美學原則下，古典語藝除了是視覺說服的技術，還提供了評判藝術作品是否成功的理論依據。我們可以稱之為古典美學的語藝（rhetoric of classical aesthetics）。

當代藝術史家 Michael Baxandall（1985，轉引自 Helmers, 2004: 68）將畫家的創作視為一種語藝行動，從藝術社會學的角度分析繪畫作品的意義。他認為畫家語藝上必須做的事（rhetorical imperative）就是畫家的任務（charge），這來自畫家在所描繪的對象和其環境的關係裡需要採取行動。畫家在創作時需考量客觀環境的條件，他對工作及技術的想法和態度也會影響作品的面貌（Helmers, 2004: 68）。從眾多的資源和可能展現的態度中，畫家必須做出抉擇，因此，繪畫是一種語藝行動的展現。就像畫家在文化情境下工作而形塑了藝術作品，觀眾也是在文化情境下，於特定時刻引發特定反應。觀看是一種交流的過程。

Baxandall 這番話勾勒出語藝情境（rhetorical situation）的重要性。這個概念最早由 Bitzer（1968）提出，在他的構想中，語藝情境包括了「當務之急」（exigence）、對象（audience）、限制（constraint）三個要素。首先，由於發生某些缺失、障礙或緊急狀況，急需採取語藝行動來調整狀態。其次，這些語藝行動針對特定的對象，發揮影響力。最後，語藝情境包括一組由人物、事件、目標、關係組成的限制。當話語論述被帶進這個情境時，可完全或部分地解除危機，它能限制人的決定或行動，對當務之急做出積極的調整。Baxandall 從語藝情境的觀點檢視繪畫，把語藝與藝術的關係帶進一個新的視野，藝術品不僅是語藝符號的產物，還是回應藝術家所處社會文化情境的語藝行動，具有積極的意義。

就語藝情境的觀點，藝術家並非在與社會無關的真空環境下靠想像力來創作，藝術觀念、風格與社會思潮有密切的關聯。翻開西洋藝術史，在歷經中世紀長達千年之久的宗教藝術後，西方於十四世紀到十六世紀展開文藝復興運動，對古希臘、羅馬文化的「再生」，重新發現人文精神，揚棄處處以神為本位的美學觀。文藝復興時期崇尚理性、客觀、均衡、對稱、比例、秩序、完美的風格。然而進入十七世紀後，因應君主專制與貴族統治階級而生的巴洛克藝術，取代文藝復興，產生華麗、誇張、戲劇性強烈的風格，來彰顯宮廷權貴奢華的生活樣態。十九世紀工業革命的誕生及法國大革命的爆發，在歐洲醞釀起追求自由解放與個人主義的風潮，在此情勢下孕育出浪漫主義表達主觀情感，進而激發觀眾認同的藝術風格。而後藝術家開始關注中下階層農民與工人的生活，揭發社會不公的現象，進而掀起了寫實主義的風格。

從這段簡短的古典藝術史的描述可知，藝術與社會脈動息息相關，藝術家為誰創作？為何創作？是我們理解藝術作品需要掌握的歷史脈絡。另一方面，新的藝術風格帶來新的表現手法（古典的、浪漫的、寫實的），強調的語藝重點也有所不同。自現代藝術（modern art）開始後，美學與藝術的關係發生變化。現代藝術不再強調對客觀事物的模仿，將焦點轉向觀念的表達，而且所表達的觀念內容不侷限在美的事物上。現代美學將重心放在創造藝術家的世界，而非再現現實世界，為抽象藝術等現代藝術提供了

欣賞的理論基礎與法則（尤煌傑、潘小雪編，1998：19）。也因此，對語藝的理解及使用都產生了變化，運用現成物、拼貼、隨機錯置的手法成為現代藝術的語藝特質。

以達達主義為例，當時歐洲正處於第一次世界大戰的混亂局勢，一群藝術家聚集在瑞士，想要以不合理、不和諧、不對稱的藝術手法，表達對政局的不滿。他們的平面設計以不同風格和大小的字體，隨機散佈其中，無法讀出一個道理，既反映現代人快速與緊張的生活面貌，也表達出他們對於政客和富人偽善的批判。他們也運用當時電影的蒙太奇剪接手法，將不同的影像物件拼貼在一起。而 Duchamp 使用現成物（readymade），將小便斗倒置變成〈噴泉〉的雕塑品，把藝術品從高高在上的殿堂拉回生活世界，更直接挑戰了藝術的傳統定義。達達主義這種反藝術、反理性、反古典美學的前衛精神，運用現成物、拼貼、隨機錯置的手法，我們姑且稱為前衛美學的語藝（rhetoric of avant-garde aesthetics）。與古典美學的語藝相較起來，它具有強烈的批判性。

1980 年代電腦的使用將人類社會從工業社會帶進資訊社會，這樣的轉變促使語藝形式又有新的發展。90 年代出現的新媒體藝術，即是藝術家面對數位資訊及網路科技所帶來的感知衝擊，對此情境所做的回應。例如 Dene Grigar（2005）針對機動藝術（kinetic art），探討女性新媒體藝術家在展演作品時身體動勢（kineticism）所具有的語藝意涵。Grigar 認為，新媒體藝術作品具有的互動特質，讓觀眾變成使用者（user），不光是看，還能做出各種動作，如快跑（dart）、跳躍（jump）、轉動（roll）等，如果不去探討動作的語藝因素，這些作品的訊息和影響就被忽略了。在她的研究裡，藝術家運用身體打破禮教（decorum）對女性的限制，傳達其理念；而觀眾則在與作品的過程中，透過身體操演感知意義。她認為新媒體藝術除了視覺、聽覺外，觸覺、動覺也是很重要的語藝資源。所有的媒體，不管是哪種形式（書寫、口語、視覺、聲音、身體動作）都具有某種語藝意涵。在研究時必須更廣泛考慮溝通所使用的表達模式（modes of expression）。依照前述做法，我們姑且稱為新媒體藝術的語藝（rhetoric of new media arts）。

傳統藝術並不太重視觀眾的動能，主要將藝術看作是秀異份子或天才

的創作，供觀眾沉思。如今隨著新科技的促發，藝術家已將觀眾的參與納入作品的一部分，因此藝術的傳播就不再只是單向進行，而有了雙向對話的空間。就這點上，語藝他者導向（other-directed）[5]的特質，適於探究新媒體藝術裡的觀眾關係。換句話說，新媒體藝術家雖然不是在展場裡直接與觀眾接觸，但在創作時他會為觀眾預留位置，設想觀眾參與的方式和流程，如此一來藝術家與觀眾之間存在著某種想像關係。

對於語藝溝通裡傳方與受方的想像關係，Edwin Black（1970）借用 Wayne Booth 區分真正作者（real author）和隱含作者（implied author）的概念，來討論「第二面具」（second persona）在語藝行動裡扮演的角色。隱含作者是人為產物（artificial creation），係由真正作者戴上面具（persona）所扮演。既然有隱含作者，也就相對有隱含的閱聽眾（implied auditor），乃出自對真正閱聽眾的一種想像。簡單地說，言者的語藝行動一定都有想像的閱聽眾，但這跟真正的閱聽眾又不一樣，是言者行動前，依據其對想像閱聽眾的理解，決定說什麼以及採用什麼樣的言說策略。言者思考想像的閱聽眾具有什麼樣的社會背景，會遇到什麼問題，而決定其行動策略。同樣地，就新媒體藝術家來說，在創作時也會對觀眾有所想像，也就是真正觀眾的「第二面具」—隱含觀眾，是創作互動作品時的依據，想像這些觀眾可能會如何參與作品。如此一來，新媒體藝術裡的互動，其實就充份展現語藝他者導向的精神。總而言之，用古老的語藝學來看新媒體藝術的目的是返回到藝術與人溝通的本質—對話關係，探討的不是創作者的獨白囈語，而藉由互為主體共在的狀態，尋索物我之間的各種可能性。

參、新媒體藝術的語藝情境

Bourriaud（1998/2002a）認為，1990 年代後藝術面臨新的社會局勢，從創作工具，到消費模式的改變，經濟已從商品經濟轉向服務經濟，資訊科技對藝術的影響也愈來愈大。從語藝的觀點來看，新媒體藝術乃是藝術家對於科技介入社會生活的當務之急，所採取的語藝行動。藝術家有鑑於數位科技時代新媒體所帶來的衝擊與改變，回應種種應運而生的問題，例如大數據（big data）風潮、社群媒體崛起、網路集結與動員、人機合體、

基因複製倫理、虛擬與真實混合等現象所採取的視覺符號行動。藝術家無不希望作品能引起觀眾的反思與共鳴，如欲達成目標一定需要動用語藝資源。本研究將藝術家的「語藝行動」定義為藝術家透過構思、安排、設計藝術作品的脈絡（context），邀請觀眾參與互動，進而影響觀眾的感受、意識與想法。

新媒體藝術的語藝情境有何獨到之處？可分成科技面向和觀眾互動兩方面來討論。九十年代後，數位革命將不同媒體（電視、廣播、報紙、網路等）匯流起來。媒體之間的差異，在內容數位化的產製趨勢下逐漸消弭。文字、圖片、聲音、影像被數位化後儲存在電腦裡，很容易就能夠轉換成另一種媒體。這也就是 David Bolter 與 Richard Grusin（2000）所說「再媒介化」的作用，新媒體會將舊媒體的特點吸納後，變成新的一部分。

這種新舊媒體輕易可以相互轉換、交融的情形，引發藝術創作進入「後媒體時代」之說。德國媒體與藝術中心 ZKM 總裁及學者 Peter Weibel 曾在 2005 年籌劃「後媒體狀況」展覽，他認為後媒體時代的藝術是指藝術來到肯定媒體的時代，因為電腦可以模擬所有其他的媒體，所有的當代藝術都是後媒體。他說道：「這種媒體經驗變成所有美學經驗的規範，因此藝術除了媒體之外別無他物。沒有人可以逃離媒體。」（Weibel, 2006）依照他的看法，後媒體狀況歷經兩個階段。在第一階段裡所有媒體就像藝術媒體一樣，具有等值的地位和相同的尊嚴。到了第二階段，不同媒體彼此混合，互相依賴。Weibel 認為後媒體狀況最適合描述當代藝術的處境，因為不再有單一媒體主導的情形，相反地，不同媒體彼此激盪、交互影響。

數位化的發展與網路的普及，讓藝術創作有了不同的局面。Manovich（2001a）以「數位化再現」（numerical representation）的概念，指新媒體的「新」，是透過數字編碼的處理來運作。數位媒體讓資訊變得可以操弄、網絡化。其次，數位媒體透過網路，很容易和全球各地的使用者同時連結在一起。數位化也造就了「無所不在的運算」（ubiquitous computing），結合資料庫累積的龐大紀錄，讓人類得以透過電腦完成各種以前難以完成的工作。科技的基礎建設讓不同媒介設備的溝通成為可能，只要有適合的標準或協定，跨平台的溝通不成問題。

數位化的網路不但促進更有彈性、去中心化和個人化的社會，改變了人與人、人與物（非人）之間連結的方式。這意味著藝術的創作與觀賞，均已有了迥異以往的環境。不管是門外漢、業餘藝術家，還是根本對藝術一竅不通的人（philistine），如今地位平等。「消費者自行生產的內容」（consumer generated content）大行其道，見證了這是每個人都能參與藝術的民主時代。網路就是參與的平台，每個人都能在上面發表東西。這是歷史上首次有空間，讓門外漢的大眾藉由媒體藝術的輔助，將他們的作品分享出來，而不用經過篩選。換言之，藝術的創作與觀賞，已不再如傳統般嚴格區分為涇渭分明的兩端。

其實在傳播典範尚未轉移到後媒體時代前，學界已經發現到觀眾在文本意義生產裡的重要性。從「作者－文本－讀者」或「發訊者－訊息－接收者」的模式，檢視過去幾十年來文學以及傳播研究的歷史可發現，焦點逐漸從作者轉移到文本，再轉移到讀者上。傳統文學批評聚焦於作者的意圖、自傳、心理狀態等，到了 1950 年代末期，結構主義把焦點轉向文本，以符號學系統進行分析。1968 年過後，批評焦點逐漸又從文本轉向讀者。究其原因，一方面來自結構主義的限制，它無法回答什麼因素造成文本獨特或具有文化上的重要性。另一方面則是因為它把每件東西都視為封閉系統，把文化客體視為「深層結構」的一部分，結果變成是一種規範，而非例外，傾向於支持現況，不利於改革。從文本轉向讀者大致經歷兩個階段。第一階段抽象的結構主義文本被抽象的理想讀者所取代，文學的接收理論即是一例。到了 1980 年代，抽象讀者被實際讀者與讀者共同體所取代，諸如文化研究、閱聽人民族誌的研究（Manovich, 2001b；翁秀琪，1992；沈錦惠，2009）。主動閱聽人研究的崛起，標誌了傳播研究新的里程碑。

語藝學的發展，其實也一直在揣摩言者、聽者與世界的三角關係中迤邐前進。Robert Scott（1975）在考察西方語藝發展史時，即提出不同時期的語藝觀各有「言者取向」和「聽者取向」、「世界取向」的差別。古典語藝時期為「言者取向」，把說話的人視為主動，聽者視為被動。這是一種菁英主義的語藝觀，認為語藝就是言者的社會行動。啟蒙時期則採「世界取向」，認為語藝須以襄助現實再現為務，不宜過度矯飾以干擾再現，語言因

而務求精確清晰中性。至於「聽者取向」的模式，則留意到語藝即社會互動，以傳受雙方皆為共同體的態度邀請閱聽眾進行對話，背後所蘊含的是互為主體的認識論。從 Scott 的觀點來看，當前新媒體藝術對觀眾參與的重視，具體而微地反映了當代社會的「聽者取向」。符號意義的生產須透過協商，而非傳方片面決定。世界的真實究竟如何，在客觀知識處處受到質疑的今天，也難再有哪些人士可以藉由夸言客觀而逕行道斷。生活世界裡的真實，愈來愈有賴傳方與受方藉彼此的認同尋索一再釐清與澄清。

呼應 Robert Scott 的「聽者取向」之說，當代語藝學也有了相應的發展。除了前述新語藝學派將原本以傳方本位的說服傳統轉向重視閱聽人的認同（Burke, 1966）外，以 Foss 與 Griffin（1995）從女性主義角度提出的「邀請語藝」（invitational rhetoric）、哈伯瑪斯「溝通行動理論」中所重視的主體性，以及 Mikhail Bakhtin 關注異質多元經驗的「多聲複調」語言觀，最具代表性。基於篇幅所限，在此本文僅能略略以邀請語藝為例，來描述這後現代語藝中愈來愈重視閱聽眾的趨向。

所謂「邀請語藝」，簡言之，即邀請聽者參與對話、互相交流。「邀請語藝」圍繞三個女性主義的基本原則：平等、內在價值（immanent value）、自決。平等指的是擺脫菁英主義的宰制，以「親密、互惠、同胞愛」取代充滿「疏離、競爭、無人性」的人類關係。而內在價值彰顯的是一種每個人都是世界上獨一無二的個體，因此有存在的價值。至於自決原則允許每個人自己決定想過什麼樣的日子。在這樣的情境下，言者邀請閱聽人進入他的世界，他對別人的觀點不做判斷或詆毀，即使立場完全相反，但仍保持開放、欣賞的空間。閱聽人在傾聽與理解言者的觀點後，也呈現自己的看法。雙方一起思考這項議題，因此能更進一步理解議題的複雜、細微之處。

欲達到上述的情況，必須滿足兩個條件。首先閱聽人能提供自己的觀點，完整陳述看法。提供觀點的目的不在於支持言者的說法，關鍵的面向在於有著讓步的意願（willing to yield），願意去聆聽別人的看法。其次，外部條件（external conditions）必須能創造出一種有助於溝通互動的氛圍，使閱聽人能充分提供觀點。這些條件包括了安全感－讓人在分享感受與想

法時受到尊敬與重視；價值－有說話、行動的權利；與自由－有選擇和決定的權力。簡言之，邀請語藝以退為進，尊重差異、理解歧見，雙向溝通，共創可能性（Foss & Griffin, 1995）。

整體來看，邀請語藝是對後現代社會強調去中心、多元差異、意義的不確定性的回應與反思。它挑戰單向說服的菁英式觀點，強調平等交流互動分享，以促進並維繫社會的多元開放的民主價值。由於鼓勵傳方與受方彼此交流，共同形成意見，因而重點遂比較不在於傳方（言者）本身是否具足了一切保證意見品質的條件（例如專業性、信實程度等等），而更在於共覓真理、共構社會真實的語藝潛能。儘管邀請語藝不免遭來「何來說服力道」的質疑，在後現代多元社會中，仍不失為一種異議發聲或弱勢培力的溝通模式（Lozano-Reicha& Cloud, 2009）。「邀請語藝」借分享交流的語藝形式，邀請閱聽眾參與分享交流，以便共同完成一個觀念倡導的語藝事件──這對重視觀眾參與互動的新媒體藝術而言，應可算相互輝映。

在後媒體時代，藝術創作走向觀眾共構的方向後，接著該往何處去？Manovich（2001b）提出「軟體」轉向的資訊傳播模式，在藝術家和觀眾之間做為中介因素。藝術家使用軟體創造文本／訊息，此軟體會形塑被創作出來的文本種類，例如 Frank Gehry 利用電腦軟體設計建築，創造出解構主義風格的西班牙古根漢博物館。而觀眾通常利用電腦軟體與文本互動，如網站瀏覽器。這些軟體通常模仿既有硬體的介面，例如影片播放器模仿錄影機的外觀。這些軟體形塑讀者如何看待文本，它定義了文本的樣貌是什麼，例如網頁的超鏈結。軟體中介的模式將使科技在文化傳播中所扮演的角色將更為重要。

就在數位革命影響的背景下，新媒體藝術家兼學者 Roy Ascott（2003，轉引自王嘉驥，2004: 70）指出新媒體藝術的特徵有二。第一是連結性（convertibility）。作品必須連結，並全身融入其中，與系統和他人產生互動，這會轉化作品及觀眾的意識，出現全新的影像、關係、思維與經驗。第二是互動性（interactivity）。互動的實質是「多個參與者交互聆聽、思考、說話的循環過程」或是「在兩者之間（無論是生命體或機器）連續作用和

反應的過程」。新媒體藝術改變了觀眾與藝術的關係，為一般的觀眾提供成為藝術家參與創作的機會。

本文選取新媒體藝術中的互動藝術做為研究對象，是因為此類型的藝術探索了觀眾之間或觀眾與作品之間的可能關係。在藝術作品中加入觀眾互動的想法，最早可追溯到立體主義、未來主義和機動藝術（kinetic art）的理念。例如在 Jesus Rafael Soto 的作品〈大壁畫的振動〉（Great Panoramic Vibrant Wall, 1966）裡，視覺效果會隨著觀眾位置的移動而改變。在互動藝術裡，觀眾不再是被動的觀看者，而是利用視覺、觸覺等感官控制和參與作品，並讓自己成為其中的一部分。早期互動藝術利用複合電子技術，例如紅外線、溫度、溼度、光線、聲音感應器等儀器，做為啟動作品的裝置。華裔美籍藝術家蔡文穎的作品〈模控雕塑〉（Cybernetic Sculpture, 1966），利用聲音感應裝置，將展示空間觀眾的聲音訊息回饋到作品裡，觀眾的介入使其產生各種型態的變化。又例如德國藝術家 Peter Vogel 的作品〈影子的聲音〉（The Sounds of Shadow），由 14 個光感應器組成，當觀眾走過的影子啟動感光裝置，就會同時發出聲音，就像撥動琴弦一樣，組成一首曲子（王荔編，2009）。

Dieter Daniels（2000／陳靜文譯，2004）指出 1980 年代末期，因電腦晶片運算速度與儲存容量的提高，可創作即時的三度空間動畫，人們利用手套和頭盔等介面，將自身沉浸在數據空間裡，在這基礎上，90 年代發展出人和機器、真實空間和數據空間之間互動的不同模式。大部分這些模式的特色是複雜的科技，並且媒體機構、大學、公司合作發展，與藝術有關的計畫評論都強調科技與美學的創新，及工程師與藝術家的共同研究。但 60 與 70 年代錄像藝術裡不可少的解放或批判媒體的精神幾乎消失不見。以下列舉一些典型人機互動類型（ibid）。

一、與錄像故事互動，由觀眾決定情節。作品結合錄像和電腦技術，故事有多重版本，而非線性敘事，觀眾可決定故事的發展。

二、與封閉的資訊世界互動，觀眾在其間漫遊。例如 Jeffrey Shaw 的互動裝置作品〈可讀的城市〉（The Legible City），觀眾坐在腳踏車的介面上，控制把手來遊覽虛擬城市的文字訊息。

三、把身體當成與數據世界之間互動的介面。例如 Stelarc 把自己的身體當成人機合體（賽伯格）的實驗對象。

四、與本身動態的數據系統互動，讓系統繼續發展與變化。

五、對話式的模型：人與人遠距離的溝通，例如 Paul Sermon 的〈遠距離做夢〉（Telematic Dreaming），讓分隔兩地的人透過即時影像傳輸，彷彿共同躺在一起。

六、典範觀者（the exemplary viewer）：上述的互動裝置裡，參觀者不只是觀眾，還多了一個新的角色—表演者。由於多數作品只允許一個觀眾操作，這個觀眾佔據了特定位置，成為作品完成的一部分。他不再只是眾多觀眾的其中一員，他成了被人觀看的「典範觀者」。

新媒體藝術家藉由互動來與觀眾溝通，然而互動本身是過程，在人與作品之間需要有聯繫的介質，也就是「介面」（interface），讓觀眾透過「介面」輸入資訊，作品經過運算後輸出結果，產生變化。這些介面可以是滑鼠、鍵盤、觸控螢幕、感應器或其他控制裝置，藉由點選、觸摸、發出聲音、在空間移動等方式與作品建立關係，得到不同程度的回饋。互動機制的感應技術有觸動介面、光影介面、聲音介面、遠距電訊等不同型態。林珮淳、范銀霞（2004）依不同使用介面將互動藝術分成互動裝置藝術、電腦互動式多媒體、網路互動藝術等三類。

就藝術創作而言，互動藝術將觀眾的參與、反應、回饋視為作品呈現與展示的重要過程，透過互動設計讓作品「動起來」，觀眾的角色從接收者變成共同創作者，而非傳統那種僅可遠觀而不可褻玩的藝術欣賞方式。由於新媒體互動藝術需要觀眾的參與來體會作品意義，跟關係藝術的精神有相通之處，以下進一步探討兩者之間的理論聯繫。

肆、從關係美學看新媒體藝術的互動

Bourriaud 於 1996 年策劃「交通」（Traffic）展覽時新創了「關係美學」一詞，當時他是位於法國西南方城市 Bordeaux 當代美術館的客座策展人。他自述寫《關係美學》是為了在他策劃的「交通」展裡找出藝術家的共同點（Bourriaud, 1998/2002a）。藝術家 Liam Gillick 後來說，這本書問市的原

因是「藝術家、觀眾、策展人、機構之間的誤解」，讓 Bourriaud 陷入複雜的情境裡，使他覺得有義務把一些論文蒐集起來，清楚說明他相對於藝術家的立場。

所謂關係美學或關係藝術，簡單地說，是以探討人與人及社會之間的關係為創作藝術的出發點，而非傳統模式的「藝術家獨立而私密地創作」。藝術家創造一個聚會的地點，讓人們在此交流、會面，參與創作，藝術家在關係藝術中，往往是一種催化劑而非核心。這類作品著墨於藝術與社會的關係，反映了當代藝術強調觀眾互動、參與的特質。觀眾甚至成為藝術想法的發起人。

Bourriaud（1998/2002a）的《關係美學》談的是 1990 年代以來的當代藝術現象，並非特別針對新媒體藝術而發想，雖然新媒體互動藝術正是讓人們得以聚在一起做些事情的類型。如此一來產生一個問題，即「關係美學」的理論能否適用於新媒體藝術？要回答這個問題，得從 Bourriaud 書中談及科技對當代藝術的影響來討論。

在「今日藝術與其科技模式」一節裡（ibid: 65-68），他提及新科技的發明會「重新定位」藝術創作的方法。以攝影為例，一方面明顯改變了藝術家與世界的關係，另一方面則改變了整體再現的方法。最有成果的想法來自一些藝術家，在新工具所提供的可能性基礎上工作，但卻又不是把再現當成技術。印象派畫家 Edgar Degas 和 Claude Monet 因此產生了一種攝影式的思維方式，遠遠超過同時代的人。在另一方面，或許可以說藝術創造了對製作方法和當下科技所產生的人類關係的覺醒。藉由這樣的轉變，藝術讓他們變得更看得見，也讓我們見識到對日常生活的影響。藝術家對科技的興趣僅是它在觀點產生的效果，而非做為意識型態工具來忍受。這就是所謂的重新定位法則。藝術只有從它轉移其挑戰的那一刻起，才會履行它有關科技的關鍵職責。

另外「在科技做為一種意識型態模式（從痕跡到程式）」一節裡（ibid: 68-71），Bourriaud 提到電腦運算做為支配當代文化的科技，一方面改變了我們感知和處理資料的方法，另一方面，使用者友善科技的快速進展，從

法國 Minitel 系統到網際網路，從觸控螢幕到互動視訊遊戲，影響人類和他所生產影像的關係，對心智和態度改變的方式具有驚人的貢獻。有了電腦繪圖，現在有可能實際產生運算結果的圖像，而不再是人為圖像。所有我們熟悉的影像都是身體行動的結果，例如手繪的符號、操作攝影機。合成的影像則不需要跟主體有任何類比的連結。看得見的影像已經不再代表任何東西的痕跡，它的形式也不再是人類存在的終點。影像現在靠自己運作。當代影像的特別之處在於它的衍生力：它不再是溯及以往的痕跡，而是一個活躍的程式。換句話說，這種數位影像的性質影響當代藝術最大。九○年代的藝術在互動科技指標式速度的發展下，藝術家探索的是社交性和互動不可思議的神祕。這十年的藝術，不管是理論還是實務的水平都立基在人類之間關係的基礎上。這些藝術家都建構了適於生產人類關係的社交性模式。

Bourriaud 在書的末了甚至寫道，「九○年代看見集體智慧形式的興起和處理藝術作品的『網絡』模式，網際網路的普及化，科技音樂界裡持續的集體實踐，更普遍、日益俱增、集體化的文化休閒，這些都產生了展覽的關係取徑。藝術家尋找對話的人。因為公眾總是在某種程度上不真實的實體，因此藝術家必須在製造過程裡加入對話的人。從連接上藝術家所傳遞符號的那一瞬間，以及展覽空間人們合作的時刻，作品的感覺就開始了。」（ibid: 81）

從以上敘述來看，Bourriaud 無庸置疑地認可科技發明對藝術創作的影響，他也注意到網路等數位科技將為人類關係帶來重大改變，似乎呼應了新媒體藝術蓄勢待發的創作風潮。Edward Shanken（2010）認為 Bourriaud 的寫作被一種反叛精神所啟發，與新媒體藝術的前衛渴望十分相似。他的修辭所涵蓋的術語及概念，例如互動性、對話、合作、電腦、程式化、通訊網絡，都是從新媒體科技文化擷取出來的。只是《關係美學》一書雖然充滿新媒體的隱喻和參照，然而他卻不用新媒體藝術這個詞彙，所舉的例子只有兩件可歸在新媒體藝術類別的作品，一是 Julia Scher 的〈茱莉亞擔任保全〉（Security by Julia, 1989~1990），以及 Dan Graham 的〈現在接續過去〉（Present Continuous Past(s), 1974），兩者都被涵蓋在「藝術與電子媒介」

的類別裡。這使得 Shanken 為新媒體藝術抱屈，批評 Bourriaud 只著眼於主流當代藝術，而忽視新媒體藝術的存在。

Bourriaud 在《關係美學》一開始就宣稱「前衛藝術目的是準備宣告未來世界，並解放人類，領向更好的社會」，這樣的精神由當代藝術家繼續下去，但在不同的哲學、文化、社會前提下進行。在對抗現代性上，當前藝術作品的角色已不再形成想像或烏托邦的世界，而是實際的生存之道與既有現實裡的行動模式。換句話說，當代藝術的策略目標是「學習以更好的方式棲息於世界」。

Shanken 認為，一些新媒體理論家正是這句話的最佳實踐者。例如 Ascott 在 1980 年代電傳藝術（telematic art）的理論，提出「烏托邦的現實」，電腦網絡提供精神交流的基礎，讓全球達到和諧與創造性的發展。他的作品〈文本的肌理〉（La Plissure du texte, 1983）使用電腦網絡，讓美學與新的集體社會互動形式遭逢在一起，分隔異地的參與者能夠交流。Ascott 宣稱在電傳藝術裡，我們並不是單獨地思考、看見與感受。創意是分享的，作者權是分散的，多元主義與相對主義形塑了概念、影像、音樂、文本的形構，而在系統裡流通。Ascott 的作品即「在不同意識創造關係，引發對話」。這與 Bourriaud 所說「每個藝術作品都是生活在共享世界裡的提案，每個藝術家的作品都涉及與世界的關係，引起其他關係，如此進行下去。」，兩者的觀點非常接近。Ascott 的電傳藝術作品與理論正可做為測試 Bourriaud 所說「學習更好棲息於世界」的基礎。

此外，Bourriaud 還寫道，「居住在一個主體的、日常基礎上，在具體和意向性分裂經驗的真實時間裡……出現一種社會間隙，在當中這種實驗和新的生活可能性變得有可能實現。」類似的主張可以將關係美學與從以前到現在，運用電信和電腦網路創造電子空間的新媒體藝術作品接合起來。包括 Kit Galloway 與 Sherrie Rabinowicz 的〈空間的洞〉（Hole in Space, 1980）、Paul Sermon〈遠距離做夢〉（Telematic Dreaming, 1993）、Lazono-Hemmer〈向量崇高：關係建築 4〉（Vectorial Elevations: Relational Architecture 4, 1999-2004）、Graffiti Research Lab〈雷射標籤〉（L.A.S.E.R. Tag, 2007）。Shanken（2010）認為這些作品甚至比 Bourriaud 自己能辨識出的，

提供更多「社會交往的方法，在美學經驗下與觀眾互動、各種溝通過程，在有形的面向裡做為一種共同連結個人和群體的工具」。

相較於 Bourriaud 用以對照當下前衛藝術態度的理想主義烏托邦，Shanken 指出，新媒體藝術也包含了對理想式互動概念和電腦網絡的嚴厲批判。包括 Peter D'Agostino 的〈QUBE 提案〉(Proposal for QUBE, 1978)、Lynn Hershman〈羅拉〉(Lorna , 1979-83)、Necro Enema Amalgamate 的〈歌頌互動〉(Ode to Interactivity, 1993)、Heath Bunting〈擁有、隸屬或看不見〉(Own, Be Owned or Remain Invisible, 1998)與 1990 年代中期 JODI 的網路藝術。這類作品挑戰了電腦和通訊網路如何賦權使用者新行動形式的簡易理論，促使人對新媒體情境下企業利益、監視、神話修辭、隱形的符碼、權力及控制結構的批判性反思。

既然關係藝術與新媒體藝術有這麼多相似處，但 Bourriaud 為何在策展實踐和理論寫作裡沒有擁抱新媒體藝術，實在讓人不解。使用電信媒介的短暫即逝藝術作品，應該跟他所宣稱「一個物件就跟打一通電話一樣是沒有物質性的」相符合才是。由一碗湯的晚餐組成的藝術作品就跟一尊雕像一樣有物質性。難道這些作品並沒有創造出某種「關係的時空要素」，像 Bourriaud 所說「人際經驗試圖擺脫大眾傳播意識型態的束縛……另類社交形式的地點，建構出一種交際宴會的關鍵模式與時刻」嗎？

Shanken 提出的答案是：主流藝術史還沒有那麼快接納新媒體藝術。以攝影為例，在一開始被當成「真實」(bona fide) 的美術實踐，當時的主流藝術論述無法看見在機械程序和媒介的化學表層之外，攝影對當代藝術所做出有價值的貢獻，延遲了攝影被接受為一門藝術的時間。攝影在 1930 年才成功地進入紐約當代藝術館，但在現代主義美學媒材特定性偏見的情境下，相較於繪畫和雕刻，仍是不太受到重視。到了 1980 年代，主流藝術論述、收藏家態度、市場狀態的改變，以及攝影本身的實踐，它變得高度可收藏，而且還很昂貴。同樣的情形發生在錄像藝術身上，在 1960 年出現時被主流藝術忽視，但現在成了當代藝術的親密夥伴。因此儘管 Bourriaud 的論述深受新媒體文化所啟發，但因為抱持主流藝術立場關係，讓科技媒

體在他的論證裡缺席。

Karen Cham（2009）在〈美學與互動藝術〉裡也提到，儘管科技進展一直是藝術生產的後盾（如透視法、黃金比例原則的發明），但攝影、電影、電視、錄像等仍在藝術史的對話裡被邊緣化。一旦以強調本真（authenticity）與原創（originality）的古典美學來檢視，這種機器生產出來的作品價值就很容易被晾在一邊。例如，雖然自 1960 年 Nam June Paik 將電視機帶進藝廊後，錄像藝術已是藝術界的一份子，但錄像的美學仍被藝術史忽視，其大眾近用（mass access）的特色被否定具有獨一無二的美學價值。在此判準下，數位藝術因更容易複製和近用，甚至完全可以是電腦模擬而成，其本真和原創度比機器生產的更低。

總而言之，雖然 Bourriaud 並未直接引援新媒體藝術作為關係美學的例證，但我們相信，這並不影響其理論運用在新媒體藝術上。甚者，我們主張新媒體藝術的互動特質更能闡述關係美學的要旨，因而做為本文的理論基礎。關係美學翻轉傳統藝術家為主的模式，轉為以觀眾為主，意即觀眾從消費藝術變成生產藝術的人。而新媒體藝術對觀眾參與的重視，正是藝術家轉向探索關係的例證，而這與語藝「導向他者」的精神不謀而合。

伍、新媒體藝術作品的實例分析

MaritaSturken 與 Lisa Cartwright（2001／陳品秀譯，2009）指出，自 1990 年代起，學界出現了一種轉向，開始關注跨學科的視覺文化研究。部份原因是藝術史已擴及藝術之外的領域，另外文化研究、傳播研究、科學研究之間的交融產生對視覺現象的關注。W.J.T. Mitchell（1995）也提出圖像轉向（pictorial turn）的趨勢。這都反映出學界關注視覺圖像／影像的問題。在語藝學裡，過去一向重視語文（verbal discourse）而輕視圖像，這種情況到了 1970 年代開始有了改變，視覺語藝（visual rhetoric）的研究如雨後春筍般紛紛現身（Kenny & Scott, 2003）。

本文關注觀眾參與藝術作品所共創的意義，尤其借重語藝觀點來檢視當中觀念倡導與社群營造的企圖，這當中 Foss（1994）曾比較語藝批評與藝術批評的不同點，道出了語藝觀點的核心精神。Foss 認為套用美學觀點

對視覺圖像進行語藝批評，因目的不同，無法滿足語藝學者的需求。兩者最大的區別在於美學批評重視藝術性（artistic merit）、美不美（aesthetic excellence）的問題，而語藝批評則重視影像對觀者產生的影響，以及如何建構影像來產生影響。她以語藝的構念重新建構評估概念，發展一個適用於視覺圖像評估的語藝架構（rhetorical scheme），主張直接從該物件的功能（function）下手。評估過程分成三步驟，先辨識影像所傳遞的功能，其次評估功能是如何被傳遞的，即有哪些方法（mean）被用來達成這個功能。評論者要關注的是影像的風格與本質（substantive）面向，例如主題、媒介、材料、形式、顏色、組織、技巧、脈絡等要素對發揮功能所做的貢獻。最後評估功能本身的正當性（legitimacy）或健不健全（soundness），這是由功能所達成的意涵與結果來判斷。個人品味也涵蓋在此架構裡。

Foss 提出視覺語藝批評架構後，陸續有人提出補充意見（詳見 Peterson, 2001; Rice, 2004），但因進入詮釋階段後缺乏明確、可供操作的分析工具，來解讀視覺元素的意義，在應用上並沒有引起廣泛的迴響。由於在語藝學門裡，視覺語藝是相當新的概念，有關視覺影像如何在符號上運作目前還沒有產生一致的定論。為數不多的研究曾探究哪一種語藝觀點被應用到視覺影像上，只是應用的語藝面向既多元又分散，以致於主要的關鍵構念都還沒有成形，更別說建立構念之間的連結了（Foss, 2004; 2005）。相較於視覺語藝對圖像分析尚未形成明確的定論，在這點上，社會符號學已耕耘一段時間，並累積了豐富的多模態研究成果，值得我們參考。

從社會符號學的角度來看，藝術家就是符號使用者，運用各種符號資源來傳達其作品的意義。不同符號資源的排列方式即為藝術家的語藝策略。Howard Riley（2013）認為，就物質層面來說，藝術是透過某些材料、過程和情境的選擇與組合而製作出來。藝術的生產者與觀看者都採取某種立場，而這些立場在其社會關係裡又會影響態度和觀點。這樣的意識型態立場涉及使用符號的特定方式以及關乎美學的感性，而兩者都建立在某種社會關係的系統之上。藝術家如何選擇與組合作品的要素，以及觀眾如何與藝術品連結起來，這都是製作藝術品時社會脈絡的功能。這正是 Bourriaud 關係美學裡的要義。光是說藝術反映社會結構太過消極，應該說

一方面藝術作品及事件在社會裡生產出來，另一方面它在創作後又回過頭來改變社會結構。符號與社會結構這樣的辯證關係正是早在 Bourriaud 提出「關係美學」前，系統功能語言學家 M.A.K. Halliday（1978:183）就以「社會符號學」的詞彙所討論過的。Halliday 認為，語言符號不只傳遞社會結構，它在日常生活和他人互動時，還能維繫或改變（modify）社會結構。簡單地說，每個人說話的當下都是行動的機緣，言語有開創新局的可能性。

Gunther Kress 與 Theo van Leeuwen（2006）指出，傳統符號學的視覺研究大多處理影像個別元素的象徵意義，較少注意到影像元素被使用的規則意義，而社會符號學著重在如何把視覺元素組合成有意義的整體，運用符號做為與社會互動／行動的資源。Halliday 首先提出「符號資源」（semiotic resource）的說法，他認為語言的文法並不是造出正確句子的一套規則，而是「賦予意義的資源」。社會符號學將此概念延到語言之外的符號系統，並將資源定義為人們用以溝通的作為或人為物件，不管是生理上的動作（例如面部表情的肌肉），或是技術工具，都是一種溝通的資源（van Leeuwen, 2005）。

Halliday 主張語言透過三種功能來運作，首先傳達我們對世界的體驗。其次，表達傳播者對這種體驗的態度或心情，並依此定位接收者。第三，將之結構為連貫、可感知的形式。Halliday 依序稱為體驗（experiential）功能、人際（interpersonal）功能、文本（textual）功能。Halliday 在此基礎上發展了一個「選擇系統」（systems of choices）模式，指出在特定社會脈絡裡與語言功能相關的所能運用選擇的範圍。

Kress 與 van Leeuwen（2006）將 Halliday 符號系統具有後設功能（metafunction）的概念運用到視覺設計裡，符號的「構念」（ideational）功能再現人類所經驗到的外在世界；符號的「人際」功能再現符號製作者、接收者和代表；物之間的特定關係；符號的「文本」功能指所有文本的要素都在其內部世界裡連貫一致，也與其相關環境連貫一致。

Michael O'Toole（1990）是首位將 Halliday 的模式用在分析視覺傳播符碼的學者，他針對繪畫提出一個系統功能模式，將原先 Halliday 所說的

體驗、人際、文本功能，換成再現（representational）、模態（modal）、構成（compositional）的詞彙來分析[6]。而分析單位則依照構圖要素的大小分成四個層次，從最小的視覺單位（點線面）、人物、情節再到整個作品，訂出畫家所能運用的視覺選擇系統。

O'Toole（2011）還展示了 Halliday 模式的彈性變化，雕塑和建築也能在依其藝術型態的特質（例如雕塑和建築是空間藝術）調整項目後，分析其與社會脈絡的關係。此外，Kress & van Leeuwen（1996）也用了 Halliday 的模式來分析平面設計等視覺傳播形式。他們主張視覺傳播的符碼傳達了文化意義，能據此進行理性的分析。問題出在長久以來我們的文化偏重語文論述，有系統地壓抑視覺文本的分析，因此還沒有建立一套分析視覺再現的理論架構。為此，Riley（2013）在 O'Toole 的基礎上，提出一個分析關係藝術的概念架構，並以 2009 年 Rirkrit Tiravanija 在威尼斯雙年展的作品為例，他在會場外開闢一個觀眾能夠交流與互動的空間（聊天、閱讀、瀏覽），可自由取用並瀏覽有關展覽的出版品，從社會符號學的觀點分析關係藝術。

承上所述，社會符號學主張文本不是封閉的，符號的使用會視情境與互動而異，因而與語藝重視觀眾（他者導向）的精神接合起來，而社會符號學借用 Halliday 語用的三大功能，其實已將 Foss 語藝批評的功能架構涵蓋進來，這也是為何本研究以社會符號學分析新媒體藝術的緣故。筆者參考 Riely（2013）分析關係藝術架構時所列舉的清單項目，將新媒體藝術作品的選擇系統由小到大分成視覺要素、要素組合、作品區域、脈絡中的作品等四個層次[7]，分析焦點放在作品的人際功能上。

筆者以立意挑選方式，就易得性（availability）與可觀察的條件，選擇國立台灣美術館 2013 年「超級關係」展覽做為個案，參與觀察並蒐集資料。除了體驗與操作互動作品外，筆者也訪談若干觀眾，瞭解觀眾對新媒體藝術的看法。本文從展覽裡挑選〈相互對應點〉及〈未來之吻〉兩件作品[8]，目的是想探究新媒體藝術如何促成觀眾彼此連結，產生關係的議題，並以語藝行動觀點檢視藝術家倡導觀念、營造社群的企圖。筆者用意並非將分

析結果推論到所有的新媒體藝術作品，以建立通則，而是從個案探討新媒體藝術作品展現語藝行動的面貌及現象。

另外要說明的是，雖然自 60 年代觀念藝術等前衛藝術運動開始，藝術幾乎已經擺脫形式主義，走向觀念與藝術理念的表達。但任何藝術的展演，仍需要藉由形式條件做為感知的憑藉，有其情境與時空屬性；即使是關係的開展，仍然有可見的形式跡象可循。換言之，雖然藝術變成了一段過程、一件軟體或是轉化為經驗，但人的感知仍需要建立在形式元素的基礎上。社會符號學對於多模態的分析，重視其符號的潛能及限制，在探究新媒體藝術的語藝行動上，能有所發揮，與新媒體藝術去形式化的發展並非背道而馳。

一、〈相互對應點〉的分析

〈相互對應點〉這件作品被安置在一個半開放的展示空間，需要兩位觀眾同時操作一把水平尺，共同維持平衡，在整個展覽中屬於比較有互動趣味的作品。藝術家創作的靈感來自他對美國和墨西哥的邊界問題的觀察，藉由作品傳達合作理念（蔡昭儀、林書民編，2013）。根據 Kress & Van Leeuwen（1996）、Van Leeuwen（2005）的研究，就構圖來說，視覺元素所被安放的位置，例如左邊或右邊、上方或下方、中央或邊緣，會賦予該區域不同的「資訊價值」。當觀眾踏進〈相互對應點〉的入口，會發現展示空間分成中央的「互動區」與周遭的「觀看區」。「互動區」擺放了一支細長的平衡桿，螢光綠的塑膠材質，散發一種冷調的氣氛，靜置在 Y 型的支架上，在聚光燈的照射下，成為視覺的顯著焦點，吸引觀眾上前操作。「互動區」因為是作品的核心區域，被放在中央予以強調；而「觀看區」作為排隊等候操作的空間或觀看操作的區域，則安排在「互動區」的周圍，同時光線也相對地較為黯淡。

而作品在空間安排上所欲傳達的互動關係，可從「空間的束縛感」（binding）、「接觸」（contact）和「社會距離」（social distance）等資源來分析（Stenglin, 2009 ; Kress & Van Leeuwen, 2006 ; Van Leeuwen, 2005）。

「空間的束縛感」將人與空間的關係分成兩大類：安全與不安全。這

種空間所帶給人的安全感取決於空間的封閉或開放程度。以〈相互對應點〉來說，展場大約可容納三十多人，空間適中，不會太擁擠，也不會太大。場內沒有屏障，出口和入口分開，而且不用開門和關門即可進出，讓觀眾不會覺得被束縛在展場裡，能夠以自在、放鬆、舒適的心情參觀。

在人際互動時，眼神接觸（eye contact）會傳達訊息。當互動者正面直視對方的眼睛，意謂著主動「要求」（demand）對方做某些事，進入某種關係。相對地，如果互動者的眼睛沒有凝視對方，則表示「提供」（offer）某些訊息，交由對方去判斷。至於「社會距離」指人際溝通時雙方所保持的距離。根據 Hall（1969，轉引自 Björkvall, 2009）的研究，人際距離依照遠近程度分成親密（intimate）、個人（personal）、社交（social）、公共（public）四種。

當觀眾走進〈相互對應點〉的入口，透過圖片與解說人員的介紹，很快就能知道這是一個需要參與互動的作品。〈相互對應點〉的操作方式是兩人面對面，眼神直視對方，「要求」對方合作，各拿起平衡桿的一端，調整高低角度，設法讓水平儀的氣泡維持在中央。參與者之間維持一公尺左右的社交距離，這樣的間距不會太近也不會太遠，即使跟陌生人一起也不至於太尷尬。操作時平衡桿的水平狀態會被投影在牆上，細微的角度變化被放大，一方面讓互動者更容易抓到平衡訣竅，另一方面觀眾可同時看到牆上放大的示意影像，增加參與效果。藝術家營造一種讓人躍躍欲試的情境，因為只要能維持平衡，牆上的數字就會往上增加，帶給參與者成就感，彷彿自己也為兩國的邊界問題盡了一份心力，這樣的平衡關係有賴參與者雙方共同的努力。進一步聯想，人與人之間的關係也是如此吧？要共同生存於世上，就必須彼此合作，共創雙贏的境界。

〈相互對應點〉營造一個公共空間，讓大家自由進出與參觀。它具教育功能，讓觀眾知曉美墨邊界議題，又有娛樂功能，讓觀眾體驗平衡的樂趣，還能得到類似遊戲競賽分數累計的成就感，提高參與意願。藝術家以育教於樂的方法，用輕鬆、好玩的互動遊戲引導觀眾體驗合作所帶來的益處。以下將〈相互對應點〉的功能與選擇系統，分析整理成表 1。

表 1：〈相互對應點〉的功能與選擇系統

選擇系統	構念功能	人際功能	文本功能
脈絡中的作品	空間的功能： 公共的 育教於樂 （Educational）	整體氛圍： 輕鬆的 好玩的	空間的互文性： 整體上比較有互動趣味的作品 打光在展示台上，有聚光的戲劇效果
作品的區域	活動： 自由進出 瀏覽／操作	活動： 參與／兩人互動	物件／空間的陳設： 從前一作品得穿過通道來到ㄇ字型展示區，有一平衡桿置於台前。
要素的組合	次要功能： 展示美墨邊界長度，認識國境交界問題	能供性(affordance)[9]： 容易操作／社交距離，一公尺左右的距離	要素的組合： 由照片、影片、液晶數字顯示器、平衡裝置所構成
視覺要素	平面的動線： 有明確的進出動線引導，加上旁邊有解說人員在場，是個半封閉式展示空間，約可容納 30 多人。	感知： 明亮、有活力、因為成功的話數會往上增加，彷彿盡了一份心力，成就感令人躍躍欲試	材質與顏色： 螢光色的平衡桿，置放在兩個 Y 型的支架上，材質輕盈，對比於數字(3169 公里)

進一步來看，〈相互對應點〉這件互動裝置作品，傳達了藝術家政治理念與意圖，也就是以合作協調代替對立隔閡。美墨邊界一直存在非法移民、偷渡、販毒等問題（蔡昭儀、林書民編，2013），面對這樣的語藝情境，藝術家在視覺語藝手法上，以「平衡桿」做為隱喻的物件，象徵美墨兩國邊界的人民必須攜手合作才能維持和平狀態，上升的數字則代表兩國人民友

誼的成長。然而這樣的付出並不是光靠少數人的努力就可以做到，必須在觀眾接續的集體努力下，將數字繼續推高。如果能超越邊界的公里數（邊界線做為差異與隔閡的象徵），則代表合作跨越了隔閡與不信任，產生了正面的成果。若有任何一方傾斜不正，將破壞原本的平衡狀態，阻礙和諧關係的進展。換句話說，藝術家打造了一個概念上的政治美學平台，讓觀眾思考過去所發生的邊界衝突問題，並可透過操作來建立正向關係，共同完成語藝行動。作品的訴求清楚、明確，易於操作，具反思性。從不斷累積上升的數字可知，現場觀眾的參與十分踴躍，得到育教於樂的效果。

從關係美學來說，藝術家打造了一個讓觀眾思考跨國合作關係的場域，在解決美墨邊界的問題上，需要的是合作，而非對立。少了一方的參與，合作關係無法建立。而平衡力道與角度的拿捏，要得靠雙方的互動默契來磨合。這件作品讓參與者體會到合作所帶來的正向回饋，也樂於貢獻自己一份心力。

整體來說，藝術家透過〈相互對應點〉倡導合作的觀念，營造參與者和諧共存的社群意識，讓觀眾從互動中摸索、體驗合作關係需靠兩方協商與拿捏，一來一往都將牽動彼此的命運。藝術家塑造了一個關係情境，誘發觀眾參與作品的共構過程，以互動的視覺語藝策略，彰顯人類共生共榮的倫理觀點，並期待每個參與者的行動，都能為彼此的未來盡一份心力。

二、〈未來之吻〉的分析

這件作品被安排在光線充足明亮的半開放空間裡。前方的牆面有台壁掛式螢幕，反覆播放紀錄影片，後方的牆面展示靜態的展演照片，左右的通道則留給觀眾自由進出。展示空間上方還佈置了數十個口罩從天花板垂掛下來。觀眾採事前登記或現場報名方式參與，限制人數在二十人以內。由解說員發給每人兩個口罩，先戴上普通口罩（用過即丟），再戴上裝有感應器的口罩（用完收回）。

觀眾以兩人一組為單位進行互動，參與者得將口罩緊緊地貼在一起，才能讓感應器發揮作用。若沒有振動的話，則跟其他觀眾交換夥伴，繼續

努力尋找「真愛」。從關係距離來看，這樣的距離屬於極為親密的距離，通常是情人才會如此靠近。根據研究者的觀察，如果對方是陌生人，嘴碰嘴的動作會覺得非常尷尬。而且實際操作時，因身高、臉型的差異，必須調整接觸的角度，否則無法對準感應器，與不熟的人玩可能會感到不自在。然而這也是趣味點，旁觀者看到素昧平生者僵硬的肢體做出親吻的動作，製造一種突梯的「笑果」，讓現場氣氛更加輕鬆。由於參與者不知道感應器為何有時會振動、有時卻不會，如果沒配對成功，在好奇與不服輸心態的趨使下，會找其他人繼續試下去，直到成功為止。

從視覺語藝手法來看，口罩具有雙重的隱喻，既是隔絕病毒的護具，同時是尋求親密關係的媒介。照道理來說，口罩是一種阻隔的象徵，不只阻擋病毒，也有礙於親密互動。但科學家想出的辦法不是拿掉這個障礙，而是化阻力為助力，就戴著口罩，讓科技代替人做判斷與配對吧！雙重功能讓口罩成為一種諷喻，人的主體性退位，交由感應器來決定彼此合不合適。這樣的矛盾關係，讓觀眾在參與的過程中反思人被科技主宰的問題。以下將〈未來之吻〉的功能與選擇系統，分析整理成表 2。

表 2：〈未來之吻〉的功能與選擇系統

選擇系統	構念功能	人際功能	文本功能
脈絡中的作品	空間的功能： 於公共的空間進行親密的人際接觸	整體氛圍： 輕鬆的、好玩的、主動的	空間的互文性： 純人際互動，有解說人員從旁引導，進入情境
作品的區域	活動： 尋找真愛	活動： 參與者站著	物件／空間的陳設： 在展示空間裡視人數多寡進行活動
要素的組合	次要功能： 瀏覽作品介紹	能供性（affordance）： 親密距離，必須口罩與別人近距離接觸，如果是陌生人會覺得很尷尬	要素的組合 略

視覺要素	平面的動線： 沒有固定，視互動者而定	感知： 體驗帶口罩接吻，既親密又隔絕的矛盾感受	材質與顏色： 白色的口罩內安置感應器

從語藝行動的觀點來看，藝術家的「目的」是藉由口罩（工具理性）的輔助，讓觀眾思考在未來世界裡，人類的感情大事交給科技月老來決定的問題。就「觀眾」而言，任何希望測試眼前人是否為真愛的人都是潛在的觀眾。藝術家做為語藝情境的營造者，邀請觀眾扮演求愛者的「角色」。他的「語調」是輕鬆有趣的，但隱含了對科技宰制的批判。這個作品的「結構」也以「問題解決」的方式來安排，將尋找真愛的過程簡化為機率式的配對，只要吻一下就可以省掉所有戀愛中摸索試探的步驟，迅速得到你要的答案。就「策略」來說，藝術家透過玩遊戲的方式誘導觀眾參與，「證據」是當尋到真愛時，口罩的感應器就會有所反應，若不是真愛，口罩的感應器就不會震動。

從關係美學來看，藝術家創造了一個「科技配對」的社交場合，藉由擬似接吻的親密動作，讓觀眾戴著口罩在公共的空間尋找真愛伴侶。重點不在於配對的結果（不至於因成功就結婚，失敗就分手），而是這樣的過程讓參與者反思，究竟人的主體位置是否被科技所僭越，以致於連愛情都要靠科技裝置來代勞。

整體來看，藝術家藉由〈未來之吻〉想像一個未來人類交往的可能模式—藉由科技的輔助，在試誤（try and error）的過程中尋找伴侶。透過社會符號學的分析，我們發現表面上看似歡樂的求偶配對遊戲背後，其實隱藏了對人類被科技宰制的批判。藝術家宣揚反科技決定論的理念，以諷喻式的語藝策略，讓參與者反思人與科技的關係。只是這樣的批判意識，可能在遊戲的過程中被忽略。一位觀眾便表示，因為好奇想知道感應器在什麼情況下會振動才來玩看看。她跟朋友試了很多姿勢，發覺兩人都嘟嘴緊貼在一起時比較容易成功。

陸、結語：新媒體藝術即藝術家與觀眾共構的語藝行動

新媒體藝術愈來愈有別於傳統習見的予人美感共鳴的藝術，越來越像是藉藝術的形式，來進行人性可能的探索與觀念的倡導，這使得新媒體藝術非常接近語藝行動，同屬一種社會實踐。

然而新媒體藝術的語藝行動並非傳統菁英取向的說服行動（Scott, 1975）。隨著多元異質社會的發展以及網路數位科技所容許的無盡連結可能，不僅傳方受方的界線不再涇渭分明，藝術的創作與觀賞同樣不再判然區分。影響所及，觀眾不再只是在藝術創作完成之後才被召喚前來品味鑑賞的消極角色，更在藝術創作過程中即被賦予積極主動的角色。於是新媒體藝術遂不再只是藝術家單向的傳播，卻轉向與觀眾互動，邀請觀眾參與，以便完成藝術創作。換言之，沒有觀眾積極主動的參與，藝術創作即不算完成。過去的藝術家被視為秀異人士，而觀眾則是接受薰陶、有待教導的對象。不管繪畫、雕塑、戲劇、音樂還是舞蹈，都是藝術工作者完成作品後，於某地展示、展演給觀眾欣賞。但新媒體藝術的互動特性容許觀眾參與藝術創作，藝術變成一個開放進行的過程，而非固定的完成品。箇中的語藝意涵在於意義的協商而非專家道斷的單向傳送，藉由互動式參與而達到認同與實質共享的境地。

本研究藉由重視社會互動的社會符號學，來檢視新媒體藝術的語藝行動所調用的符號資源與所嘗試建立的社會間際，以便進行有關人際互動的關係思索。從上述的分析可知，〈相互對應點〉與〈未來之吻〉這兩件作品都運用了視覺隱喻，將藝術世界與真實世界聯結起來。〈相互對應點〉以美墨邊界問題為脈絡，藝術家對此問題的回應方式是製作一個需要邊界雙方共同參與的作品，試圖解決問題。他以「維持平衡」做為雙方行動的標準，透過操作傳達合作的立場與態度，「平衡桿」的操作者，各代表邊界國的一方，水平儀能不能保持平衡，就代表了美墨邊界問題能否順利解決。因此「平衡桿」就是隱喻「邊界問題」的物件。至於〈未來之吻〉則以口罩代表一種矛盾的科技觀，口罩既隔離了人與人的直接接觸，卻又依賴它來尋找親密伴侶，隱喻了人被科技控制的關係。沈錦惠（2014：94）主張「隱喻使用即是語藝式的社會行動，總是在道德暗示，在誘發認同。」就這兩

件作品來看，〈相互對應點〉的隱喻傳遞了合作的價值觀，而〈未來之吻〉的隱喻則批判了科技意識型態。

由這兩件藝術展覽來看，新媒體藝術家猶如情境脈絡的締造者（context provider），而觀眾則是應邀參與活動體驗。情境脈絡中的意義生發，無疑有待觀眾參與把玩體驗。〈相互對應點〉讓觀眾藉由參與，扮演邊界國民的角色，想像自己成了邊界問題的當事人，進而展開合作關係。〈未來之吻〉則讓觀眾扮演尋找真愛的人，與其他人建立「配對」關係。從〈相互對應點〉和〈未來之吻〉兩件作品，我們約略可歸納出新媒體互動藝術的四個特點。

一、藝術家營造了一個人與人邂逅的情境，讓觀眾在參與體驗互動中思考科技所帶來的可能衝擊，以及自身如何回應的方式。這是藝術家面對新媒體時代的語藝情境，所做出的行動回應。當然，藝術創作本身也借助科技的輔助，才能達到預設的目標。

二、新媒體藝術的創作需要觀眾的參與才能完成。與傳統藝術只能遠觀，供觀眾沉思不同，新媒體藝術家為觀眾預留一個位置，從被動的接受者，轉為共同創作的參與者。而這樣的參與是透過身體的行動，如手持平衡桿或嘴與嘴的碰觸，來展開與其他人的互動關係。

三、新媒體藝術的欣賞重視過程而非結果。觀眾面對的不是一個已完成的藝術品，而是一個有待自己付諸行動去「填補空隙」的過程（邱誌勇，2012b），藉由參與反思藝術活動所傳達的意圖。

四、新媒體互動藝術是藝術家與觀眾共同參與的語藝行動。從語藝的觀點來看，新媒體藝術家懷抱觀念倡導、社群營造的理念，不再只是為藝術而藝術，服膺審美原則而作。它讓觀眾藉由互動思索當前人類處境，也探索藝術的可能性。

新媒體（如網路媒體、社交媒體、行動載具）的興起，讓人與人的連結更多元，溝通方式更有彈性、更靈活、不受時空限制。Bourriaud（1998/2002a）發現 90 年代之後有愈來愈多的藝術作品以近乎社交的模式，來與觀眾實際接觸，從純藝術領域向外發展。一方面在通信載具的技術下，這種互動性的分享逐漸增加，另一方面，網路與多媒體系統等新科

技的出現，指向創造新聯誼交際領域的集體渴望，形成新型態的藝術溝通。在這個脈絡下，Bourriaud 提出關係美學理論，強調藝術是一種開放的對話概念，在藝術家、作品與觀眾之間產生某些關係。他認為由於人與人的關係在資本社會被已被物化，只有透過藝術實踐，來轉變關係的可預測性，才能達到批判與反思的作用。

研究者認為，這是藝術的倫理學轉向（ethical turn），將核心關懷投注到倫常關係的探究上。例如 Jacques Ranciere（2004/2009:109）即觀察到美學與政治有倫理學轉向的趨勢，愈來愈以道德來判斷藝術與政治的實踐結果及其原則的效度。他並指出，藝術家透過提供某些服務，填補社會聯繫的裂縫，關係藝術創造的不是物件，而是情境和遭逢，要回應的不是商品和符號的過剩，而是聯繫的缺乏（lack of bounds）（ibid:56-57）。

而研究者發現，新媒體藝術的互動性，正好為關係美學的及物性做了極佳的註解。新媒體藝術不再像過去高掛在牆上，供人仰望不能碰觸，可買賣的高級藝術品，而是變成一個人與人邂逅的場合，創造社會間隙，讓觀眾思考其處境的地方。由於觀眾的參與，自行體會與探索藝術的意義，讓藝術不再是恆久擁有的物品，而是一種人與人交往，不斷形成與發展的過程。

前文曾論及語藝學者 Scott（1975）從言者、聽者、世界等三種取向比較對語藝的態度及其蘊含的認識論。在 Scott 寫就論文的年代，雖提出當代語藝漸以聽者優先、言者居次、世界居末為語藝思維，但他也大膽預測，未來社會很可能發展出聽者優先、世界居次，而言者居末的語藝思潮。這意味著言者、聽者、世界這三角關係，在號稱傳方之藝的語藝學中，不論是為了達致 Aristotle 的說服或 Kenneth Burke 式的認同，並非總是以傳方意圖策略所欲達致的目的為最高指導原則。然而當邀請語藝提出了分享交流的語藝觀，卻也難免招來批評，指它缺少語藝動能的力道（Bone, Griffin &Scholz, 2008）。如今新媒體藝術讓觀眾在藝術創作歷程中擔綱演出，不啻為聽者取向的語藝模式作了極佳的示範。我們可以說，在新媒體藝術活動中，藝術家不再抱持菁英主義的態度對觀眾說教，而是將觀眾視為共同體的夥伴關係。由藝術家發起一項活動，邀請觀眾一起探討關乎社群福祉的

議題。藝術家雖然設定了議題的情境，但如果沒有觀眾的參與，整個作品是無法完成的。另一方面，觀眾透過參與行動，探索藝術家作品的語藝意涵。正是這樣互為主體的特性，新媒體藝術讓我們看見觀眾與藝術家共構語藝行動的可能性。

註釋

〔1〕後媒體一詞，最早是由 Jean Baudrillard 在 1980 年代初期率先提出。當時他反思 1970 年代獨立媒體及自由電台的運作，主張在大眾媒體共識（consensual）時代結束後，後媒體時代的媒體將是一個表達異議（dissent）的工具，並修改生產者和消費者之間的關係（Quaranta, 2013）。

〔2〕Bourriaud 在《關係美學》（relational aesthetics）書裡，將聚焦於人與人之間邂逅（encounter）關係的藝術實踐稱為關係藝術，並提出「關係美學」做為這種新興類型藝術的美學基礎，詳見後敘。

〔3〕語藝學不同於其他學門的「社會介入性」與「行動面」在於，語藝學重視語言符號促成行動的力量，認為語言也是一種行動，具有能動性（agency）；其他學門（如社會學）則區分「言」（words）與「行」（deeds），認為「行」才能促成改變（Burke, 1966；黃鈴媚、沈錦惠、曹開明，2014）。從語藝觀點看傳播行動，與社會學觀點的「社會行動」相較，有鮮明的社群屬性以及顯著的倫理關懷（沈錦惠，2009）。

〔4〕希臘文的 Enargeia（vividness），源自 arges（閃亮的光），意味著明亮（clearness）、明顯（distinctness）、鮮明（vividness），引申為把某個東西放在觀眾眼前並凸顯它（Van Eck, 2007）。

〔5〕語藝做為一門公共溝通的學門，關心溝通效果，在乎觀眾的反應，運用訴求（appeals）以達成目標，故以「他者導向」稱之（沈錦惠，2009；Hauser, 2002: 63）。

〔6〕模態的功能指的是吸引觀眾（engaging the viewer），藝術品與觀眾相關連的方式。再現的功能指的是藝術品如何再現人、事、物，讓觀眾知曉（informing the viewer）。構成的功能則指如何形成一個連貫的整體並與外在脈絡相連。

〔7〕視覺要素是指作品的基本視覺要素，如點、線、面、形狀等，而這些視覺要素的組合與排列即構成整體的作品。作品區域指作品被展示的地點與空間，可進行什麼樣的社會活動。至於脈絡中的作品則是從整個展覽的角度檢視該作品的功能或意義。

〔8〕有關〈相互對應點〉及〈未來之吻〉兩件新媒體藝術作品的樣貌，讀者可連結至 2013 年「超級關係」展覽的網站，瀏覽作品照片。網址為 http://tea.ntmofa.gov.tw/2013/。

〔9〕所謂的「能供性」(affordance)，根據 Greeno（1994）的研究，最早是由 James Gibson 從生態心理學的角度，以此概念解釋生物與環境的對應關係。後經由 Donald Norman 應用在設計上，指物件具有某些性質（property），讓人知道可用來做什麼。例如椅子可用來支撐人們坐在上面。

參考文獻

尤煌傑、潘小雪編（1998）。《美學》。台北縣：國立空中大學。

王荔編（2009）。《新媒體藝術發展綜述》。上海：同濟大學出版社。

王聖文、陳永賢（2007）。〈新媒體藝術及其當代性〉，《藝術論文集刊》，8: 1-24。

王嘉驥（2004）。〈台灣媒體藝術發展評述〉，蕭銘祥（編），《漫遊者—數位媒體的行進與未來國際論壇峰會》，頁 68-76。台中：國立台灣美術館。

王靜靈譯（2004）。〈電訊媒體藝術作品的歷史〉，王俊傑（編），《漫遊者－2004 國際數位藝術大展》，頁 48-61。台中：國立台灣美術館。（原文 Tilman, B.[2001]. Net art: On the history of artistic work with telecommunications media. In P. Weibel& T. Druckrey[Eds.], *Net condition: Art and global media* [pp.152-161]. Cambridge: MIT Press.）

任愛凡譯（2012）。《語境提供者—媒體藝術含義之條件》。北京：金城。（原書 Lovejoy, M., Paul, C., & Vesna, V. (Eds.).[2011]. *Context providers: Conditions of meaning in media arts*. Chicago: The University of Chicago Press.）

沈錦惠（2009）。《電子語藝與公共溝通》。台中：天空數位。

沈錦惠（2014）。〈隱喻即視覺化的語藝行動：網路時代談視覺語藝的古典

根源〉,《中華傳播學刊》, 26: 63-106。

沈錦惠（2015）。世新大學傳播博士學位學程 103 年度博士班「語藝理論的核心議題」上課投影片。

雨云譯（2008）。《藝術的故事》。台北：聯經。（原書 Gombrich, E.H.[1995]. *The story of art [16th Eds.]*. London: Phaidon Press.）

邱誌勇（2012a）。《關鍵論述與在地實踐：在地脈絡化下的新媒體藝術》。台北：數位藝術基金會。

邱誌勇（2012b）。〈填補空隙：論新媒體藝術作品中觀者的位置〉,《傳播研究與實踐》, 2(2): 101-138。

林志明（2005）。〈新媒體藝術之「新」的藝術向度〉,《哲學與文化》, 32(12): 1-12。

林威辰（2010）。《數位互動裝置藝術的場域特性研究》。台南：崑山科技大學視覺傳達設計研究所碩士論文。

林書民、蔡昭儀編（2013）。《超級對話：國際科技藝術深度對談文集》。台中：國立台灣美術館。

林珮淳（2012）。〈數位藝術互動美學〉, 林珮淳（編）,《台灣數位藝術 e 檔案》, 頁 16-29。台北：藝術家。

林珮淳、吳佩芬（2002）。〈數位藝術相關理論研究與創作探討〉,《藝術學報》, 72: 44-55。

林珮淳、范銀霞（2004）。〈從數位藝術探討互動觀念、媒體與美學〉,《藝術學報》, 74: 99-111。

林雅琪、鄭惠雯譯（2004）。《在藝術終結之後：當代藝術與歷史藩籬》。台北：麥田。（原書 Danto, A.C.[1997].*After the end of art: Contemporary art and the pale of history*. Washington, D.C. : Board of Trustees of the National Gallery of Art.）

林靜伶譯（1996）。《當代語藝觀點》。台北：五南。（原書 Foss, S.K., Foss, K.A.,& Trapp, R. [1991]. *Contemporary perspectives on rhetoric [2nd Eds.]*. Prospect Heights, Ill.: Waveland Press.）

周凌、任愛凡譯（2012）。《未來就是現在：藝術、技術和意識》。北京：金城。（原書 Shanken, E. A.(Ed.). [2003]. *Telematic embrace: Visionary*

theories of art, technology, and consciousness. Berkeley: University of California Press.）

翁秀琪（1992）。《大眾傳播理論與實證》。台北：三民。

陳永賢（2005）。〈互動式媒體藝術創作觀念之探討〉，《藝術學報》，77: 51-66。

陳永賢（2010）。《錄像藝術啟示錄》。台北：藝術家。

陳品秀譯（2009）。《觀看的實踐：給所有影像世代的視覺文化導論》。台北：三言社。（原書 Sturken, M., & Cartwright, L. [2001]. *Practices of looking: An introduction to visual culture*. New York: Oxford University Press.）

陳靜文譯（2004）。〈互動性的策略〉，王俊傑（編），《漫遊者－2004 國際數位藝術大展》，頁 48-61。台中：國立台灣美術館。（原文 Daniels, D.[2000]. Strategies of interactivity. In R. Frieling & D. Daniels [Eds.], *Media art interaction* (pp.170-198). Vienna: Springer.）

張心怡（2007）。《數位藝術展示方式個案研究─以 2004 與 2005 年國立台灣美術館數位藝術展為例》。嘉義：南華大學美學與藝術管理所碩士論文。

張耕雲（2009）。《數字媒介與藝術論析—後媒介文化語境中的藝術理論問題》。成都：四川大學出版社。

游梓翔（2006）。《領袖的聲音：兩岸領導人政治語藝批評（1906-2006）》。台北：五南。

曾鈺涓（2010）。《當代數位互動藝術之特質》。新竹：交通大學應用藝術所博士論文。

黃文叡（2002）。《現代藝術啟示錄》。台北：藝術家。

黃鈴媚、沈錦惠、曹開明（2014）。〈網路傳播社會中的「電子符號行動者」：從台灣國光石化案重構閱聽人之主體性〉，《傳播與社會學刊》，27: 101-148。

黃瑞祺（2001）。《現代與後現代》。台北：巨流。

費翠（2012）。〈從斧鑿真理的縱深到尋訪生活的樣態：言說者定義的轉變〉，《傳播研究與實踐》，2(2): 179-207。

葉謹睿（2008）。《數位美學？電腦時代的藝術創作及文化潮流剖析》。台北：

藝術家。

劉大基等譯（1991）。《情感與形式》。台北：商鼎文化。（原書 Langer, S.[1953]. *Feeling and form: A theory of art developed from philosophy in new key*. New York: Scribner.）

蔡昭儀、林書民編（2013）。《超級關係：2013 國際科技藝術展》。台中：國立台灣美術館。

Bijvoet, M. (1997). *Art as inquiry: Toward new collaborations between art, science, and technology*. New York: Peter Land Publishing.

Bishop, C. (2004). Antagonism and relational aesthetics. *October*, *110*, 51-79.

Bitzer, L. F. (1968). The rhetorical situation.*Philosophy and Rhetoric*,*1*,1-14.

Björkvall, A. (2009). Practical function and meaning: A case study of IKEA tables. In C. Jewitt. (Ed.), *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp.272-283). London: Routledge.

Black, E. (1970). The second persona. *Quarterly Journal of Speech*, *56*(2), 109-119.

Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000).*Remediation: understanding new media*. Cambridge: MIT Press.

Bone, J. E., Griffin, C. L., & Scholz, T. M. L. (2008). Beyond traditional conceptualizations of rhetoric: Invitational rhetoric and a move toward civility.*Western Journal of Communication, 72*(4), 434-462.

Bourriaud, N. (1998/2002a). *Relational aesthetics*(S. Pleasance & F.Woods, Trans.). Dijon: Le Presses du reel.

Bourriaud, N. (2002b). *Postproduction*. New York: Lukas & Sternberg.

Bourriaud, N. (2009). Precarious constructions: Answer to Jacques Ranciere on art and politics. In N. Bourriaud. (Ed.), *A precarious existence: Vulnerability in the public domain*(pp.20-36). Rotterdam: NAi Publishers.

Burke, K. (1951). Rhetoric: Old and new.*Journal of General Education, 5*, 202-209.

Burke, K. (1966). *Language as symbolic action: Essay on life, literature and method*. Berkeley: University of California Press.

Burke, K. (1969). *A rhetoric of motives*. Berkeley: University of California Press.

Campbell, K. K., & Huxman, S. S. (2003). *The rhetorical act: Thinking, speaking, and writing critically* (3rd ed.). Belmont: Wadsworth.

Castells, M. (2000). *The rise of the network society*. Malden, MA: Blackwell.

Cham, K. (2009). Aesthetics and interactive art. In A. Bentkowska-Kafel, T. Cashen & H. Gardiner (Eds.), *Digitalvisual culture: Theory and practice* (pp. 15-21). Bristol: Intellect Books.

Costa, M. (1991). Technology, artistic production and the "aesthetics of communication". *Leonardo*, *24*(2), 123-125.

Elena, F. (2012). Bergson's aesthetics: Art as an unique form of communication. *EuropeanJournal for the Philosophy of Communication*, *4*(1), 63-71.

Foss, S.K. (1994).A rhetorical schema for the evaluation of visual imagery. *Communication Studies*, *45*, 213-224.

Foss, S.K. (2004). Framing the study of visual rhetoric: Toward a transformation of rhetorical theory. In C.A.Hill & M.Helmers (Eds.), *Defining visual rhetorics* (pp.303-313). New Jersey: Lawrence Erlnbaum Asociates.

Foss, S.K. (2005). Theory of visual rhetoric. In K. Smith et al.(Eds.). *Handbook of visual communication: Theory, methods, and media* (pp.141-152). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Foss, S. K.,& Griffin, C. L.(1995). Beyond persuasion: A proposal for an invitational rhetoric. *Communication Monographs*, *62*, 2-18.

Gane, N., & Beer, D.(2008). *New media: The key concepts*. New York: BERG.

Gardiner, M. E.(2004). Wild public and grotesque symposium: Habermas and Bakhtin on dialogue, everyday life and the public sphere. *The Sociological Review*, *52*, 28-48.

Gigar, D.(2005). Kineticism, rhetoric, and new media artists. *Computers and Composition* , *22*, 105-122.

Golden, J.L., Berquist, G.F., & Coleman, W.E.(2003).*The rhetoric of western thought*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt Publishing.

Graham, B., & Cook, S. (2010). *Rethinking curating: Art after new media*. Cambridge: MIT Press.

Greeno, J.G. (1994). Gibson's affordances.*Psychological Review*, *101*(2), 336-342.

Halliday, M.A.K. (1978).*Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning*. London: Edward Arnold.

Hansen, M.(2006). *New philosophy for new media*. Cambridge: MIT Press.

Hart, R., & Daughton, S. (2005). *Modern rhetorical criticism* (3rd Ed.). Boston: Pearson Education.

Hauser, G.A. (2002). *Introduction to rhetorical theory* (2nd Ed.). Prospect Heights: Waveland Press.

Helmers, M. (2004). Framing the fine arts through rhetoric. In C. A. Hill& M.Helmers (Ed.), *Defining visual rhetoric* (pp.63-86). London: Mahwah.

Herrick, J. A.(2005). *The history and theory of rhetoric: An introduction*(3rd Ed.). Boston: Pearson Education.

Jay, M. (2002). Cultural relativism and the visual turn. *Journal of Visual Culture*, *1*, 267-278.

Kenney, K., & Scott, L.M.(2003). A review of the visual rhetoric literature. In L.M.Scott & R.Batra (Eds.), *Persuasive imagery: A consumer response perspective* (pp.17-56). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Kress, G. (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge.

Kress, G.,& Van Leeuwen, T.(2006). *Reading images: The grammar of visual design*. London: Routledge.

Kruss, R. (1999). *A voyage on the north sea: Art in the age of the post medium condition*. New York: Thames & Hudson.

Longavesne, J.P. (2001 September). The aesthetics and rhetoric of the technological arts interface machines (C.Bell, Trans.). *Crossings: Electronic Journal of Art & Technology*, *1*(2).Retrieved August 21, 2013, from http://crossings.tcd.ie/issues/1.2/Longavesne/

Lovejoy, M.(2011). Defining conditions for digital arts: Social function, authorship, and audience. In M. Lovejoy, C.Paul & V.Vesna (Eds.), *Context providers: Conditions of meaning in media arts* (pp.12-30). Chicago: The University of Chicago Press.

Lozano-Reicha, N. M. & Cloud, D. L. (2009). The uncivil tongue: Invitational rhetoric and the problem of inequality. *Western Journal of Communication, 73*(2), 220-226.

Lyotard, J.F. (1984). *The postmodern condition: A report on knowledge*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Manovich, L. (2001a). *The language of new media*. Cambridge: The MIT Press.

Manovich, L. (2001b). Post-media aesthetics. Retrieved February 14, 2014, from:http://manovich.net/content/04-projects/031-post-media-aesthetics/29_article_2001.pdf

Mitchell, W.J.T. (1995).*Picture theory*. Chicago: University of Chicago Press.

Mitchell, W.J.T., & Hansen, M.B.N.(2010).*Critical terms for media studies*. Chicago: University of Chicago Press.

Murphy, J. J., Katula, R. A., Hill, F. I., &Dchs, D. J. (2003). *A synoptic history of classical rhetoric* (3rdEds.). Davis, C.A.: Hermagoras Press.

O'Toole, M. (1990). A systemic-functional semiotics of art.*Semiotica, 82*(3), 185-209.

O'Toole, M. (2011). *The language of displayed art*(2nd Ed.).London: Routledge.

Paul, C. (2003). *Digital art*. London: Thames & Hudson.

Peterson, V.V. (2001). The rhetorical criticism of visual elements: An alternative to Foss's schema. *Southern Communication Journal*, *67*(1), 19-32.

Quaranta, D. (2010/2013). *Beyond new media art*. (A. R.Carruthers, Trans.). Brescia: LINK Editions.

Ranciere, J. (2004/2009). *Aesthetics and its discontents* (S.Corcoran, Trans.).Cambridge: Polity Press.

Rice, J. (2004). A critical review of visual rhetoric in a postmodern age: Complementing, expanding, and presenting new ideas. *Review of Communication, 4*(1), 63-74.

Riley, H. (2013). Visual art and social structure: The social semiotics of relational art. *Visual Communication, 12*(2), 207-216.

Rush, M. (1999). *New media in late 20th-century art*. New York: Thames & Hudson.

Scott, R. (1975). A synoptic view of systems of western rhetoric.*Quarterly Journal of Speech, 61*, 439-447.

Shanken, E. A. (2002). Art in the information age: Technology and conceptual art. *Leonardo, 35*(4), 433-438.

Shanken, E. A. (2009). *Art and electronic media*. London: Phaidon.

Shanken, E. A. (2010, August). *Contemporary art and new media: Toward a hybrid discourse?* Paper presented at the 16th International Symposium on Electronic Art, Ruhr, Germany.

Simanowski, R. (2011). *Digital art and meaning: reading kinetic poetry, text machines, mapping art, and interactive installations*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Stiles, K., & Shanken, E. A. (2011). Missing in action: Agency and meaning in interactive art. In M. Lovejoy, C. Paul & V. Vesna (Eds.), *Context providers: Conditions of meaning in media arts* (pp.31-54). Chicago: The University of Chicago Press.

Stenglin, M. (2009). Space and communication in exhibitions: Unravelling the nexus. In C. Jewitt (Ed.), *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp.272-283). London: Routledge.

Strehovec, J. (2008). New media art as research: Art-making beyond the autonomy of art and aesthetics. *Technoetic Art: A Journal of Speculative Research*, *6*(3), 233-250.

Tribe, M., & Jana, R. (2006). *New media art*. Koln: Taschen.

Van Eck, C.(2007). *Classical rhetoric and the visual arts in early modern Europe*. New York: Cambridge University Press.

Van Leewen, T. (2005). *Introducing social semiotics*. New York: Routledge.

Van Leeuwen, T., & Jewitt, C.(Eds.). (2001). *Handbook of visual analysis.*

Thousand Oaks: Sage.

Weibel, P.(2006). The post-media condition. In AAVV. Postmedia Condition. Madrid: Centro Cultural Conde Duque. Retrieved February 14, 2014, fromhttp://www.medialabmadrid.org/medialab/medialab.php?l=0&a=a&i=329

Exploring Rhetorical Implications of New Media Arts: Two Pieces of Artworks in 2013 "Super Connect" Exhibition as Example

Shyue-Shuo Huang

Abstract

This essay explores the rhetorical implications of new media arts. Artists as rhetors who have ideas to advocate and value to defend, perform rhetorical intervention in public agenda concerning community life by their artworks. New media artists may not create their work for the reason of art for art's sake or following the principle of beauty. Instead, they want the audience to think of human conditions through interaction. The author takes two pieces of new media artworks as examples to show how artists build a place for people to encounter and create social interstice where they could experience the meaning of artworks. The interactivity of new media arts makes a perfect explanation for the transitivity of relational aesthetics. Arts no longer produce some objects to be owned by people forever, but become a developing process of human encounter. The artists invite the audience to co-create their artworks, in a way that the audience's acts also become parts and parcels of the artists' rhetorical acts. In other words, new media arts characterized by audience's participation show the possibility of performing rhetorical acts together by artists and the audience.

Keywords: new media art, rhetorical acts, relational aesthetics, visual rhetoric, social semiotics