

文化与传媒
书系

SHIJI WENHUA
YUXINDESHENGHUOTUJINGDEGOUJIAN

陈旭红◎著

视觉文化

与新的生活图景的构建



中国社会科学出版社

文化·传媒系
书

SHUJIA WENHUA
YUXINDESHENGHUOTUJINGDEGOUJIAN

陈旭红◎著

视觉文化

与新的生活图景的构建

图书在版编目(CIP)数据

视觉文化与新的生活图景的构建/陈旭红著. —北京:中国社会科学出版社, 2015. 10

ISBN 978-7-5161-5847-0

I. ①视… II. ①陈… III. ①视觉艺术—文化研究 IV. ①J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 063938 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 郭晓鸿
特约编辑 席建海
责任校对 董晓月
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 装 北京君升印刷有限公司
版 次 2015 年 10 月第 1 版
印 次 2015 年 10 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 11.75
插 页 2
字 数 203 千字
定 价 39.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话:010-84083683
版权所有 侵权必究

前言

在人类历史上，视觉表达方式从未像在我们这个时代一样地凸显出来，正如尼古拉·米尔左夫所说：“当今人类的经验比过去任何时候都视觉化和具象化。”^①“视的精神”受到突出重视：阅读摆脱了对文字的理解而依赖于对插图的感性直观，日用商品的精美包装往往超越了人们对其实用价值的关心，在人们的日常生活中，对象的功能往往已不再是首要的，游离于具体功能之外的视觉满足效果日益上升为人对日常生活意义的把握。此外，人们还热衷于把本身非视觉性的东西形象化：唱片公司不惜斥巨资精心打造 MTV，将音乐转化成唯美、煽情或其他风格的影像；香水广告将若有若无的缥缈香气转化成粉红色的性感魅惑；光滑肌肤的触感亦可以被转化成牛奶直观上的鲜润……非视觉因素频频向形象转化，图像的方式已经成为一种感知事物的基本方式。简言之，视觉性和不具可视性事物的形象化在迅猛发展，“景象已成为当今社会的主要生产”^②。从室内装潢到城市规划，从美容瘦身到形象设计，从印刷出版物的图片化到影视影像等等，“图像表征，正在以前所未有的力度影响着文化的每一个层面”^③。

① 尼古拉·米尔左夫：《什么是视觉文化》，载陶东风、金元浦《文化研究》（第3辑），天津社会科学院出版社2002年版，第1页。

② 居伊·德波：《景象社会》，载陶东风、金元浦《文化研究》（第3辑），天津社会科学院出版社2002年版，第60页。

③ W. J. T. 米歇尔：《图像转向》，载陶东风、金元浦《文化研究》（第3辑），天津社会科学院出版社2002年版，第17页。

换句话说，视觉传播正在膨胀为这个时代最显要的传播方式。这种新的传播理念的形成，使我们所处的符号环境疏离以语言为中心的理性主义形态，日益转向以形象为中心的感性主义形态。^①“形象”长期以来一直被视为观念阐释的次等形式，“语言”则被尊为智性活动的高等形式，而如今，“形象”已经逐渐凌驾于“语言”之上。视觉文化的基本含义就在于“形象”占据了文化的主导地位。这里的“形象”，泛指各种人工制造的非逻辑的、直观的、感性的视觉符号。“没有符号的处理、创造、交流，就没有文化的生存和变化。”^②正是各种视觉符号即形象的处理、创造、交流，创造出了新的视觉文化。在我们这个时代，视觉形象的生产和传播泛化到个人生存的整个社会空间。无论电视广告，还是时尚杂志，或是网上冲浪，都充斥着林林总总的形象，更不用说牢牢占据人们休闲时光的电影大片和电视剧了。影视等大众视像传媒充当了形象生产的主力，灯箱、招贴、橱窗、装潢、商品包装、服饰、形象设计等媒介也在构筑并不断充实形象空间，召唤我们的眼睛。形象在膨胀，它们包围着我们的日常生活。而由于形象的“遍地开花”，今日的生活看起来也格外异彩纷呈，人们热衷于从各种花花绿绿的形象中寻求信息和快乐。无孔不入的形象构筑了当代人们生活的第二重物质空间，同时也构建着人们的精神空间，它成为人们的日常生活资源，成为人们沉醉其中的符号情境，成为文化的仪式。

关于文化的定义众说纷纭，其中法国社会学家爱德加·莫兰指出，“文化体系为生活提供框架和结构”^③。德国哲学家卡西尔认为，文化是人类创造和运用符号的领域，它主要处理人类生存的意义问题。^④美国

① 周宪：《读图、身体、意识形态》，载陶东风、金元浦《文化研究》（第3辑），天津社会科学院出版社2002年版，第72页。

② 孟建：《视觉文化传播：对一种文化形态和传播理念的诠释》，《现代传播》2002年第3期。

③ 爱德加·莫兰：《社会学思考》，阎素伟译，上海人民出版社2001年版，第354页。

④ 卡西尔：《人论》，甘阳译，上海译文出版社1985年版，第281页。



当代文化批评家丹尼尔·贝尔也同样视文化为表达或阐释人类生存意义的象征形式。^① 本书赞同以上看法。所谓文化，是人类创造和运用符号的领域，这个领域表达着人类生存的意义，为人的生活提供某种框架和结构，使人活在由自己编制的意义之网中。视觉文化，即是人类创造和运用视觉符号、以视觉性为基本特征的文化领域，这个领域同样表达着人类生存的意义，为人的生活提供了某种框架。也可以这样说，我们所面对的视觉文化，是一种经由视觉传播媒介对可视形象实施传播而形成的，以形象符号为中心、以普泛的视觉性为基本特征的文化形态和生活方式。它包括两个层面的含义。

从表层来看，视觉文化是一种以形象符号的生产、流通和消费为中心的文化形态。“形象”，即各种人工制造的、非逻辑的、直观的、感性的视觉符号，其最根本的特征是可直观把握的视觉刺激：直接以光、色、线、形、态等感性形式诉诸人的视觉。当代文化正在向一种视觉文化转变，其基本含义就在于形象符号日趋占据主导地位，它的生产、流通和消费日趋成为社会的主要文化实践。

从深层来看，视觉文化是一种以形象符号为中心，以普泛的视觉性为基本特征的生活方式。形象符号的生产、流通和消费超出传统的视觉艺术的疆界，借助各种视觉传播媒介伸向广阔的日常生活，为人的生活提供了一种新的框架，以它特定的方式表达和建构着人生存的意义，从而使人的生活呈现出一种新的面貌。

本书正是要对这一新的以形象符号为中心、以普泛的视觉性为基本特征的文化形态进行分析，考察它给当代人提供的新的生活框架，理解它所表达和建构的新的生存意义，包括它对当代人生活所显现出的新的、重大的价值，以及产生的新的问题和困境，并且在此基础上提出可能的建设方向和建设路径，使我们的生活向更理想的方向发展。

^① 丹尼尔·贝尔：《资本主义文化矛盾》，赵一凡译，生活·读书·新知三联书店 1989 年版，第 58 页。

目 录

前言	(1)
第一章 视觉文化与时空体验的重构	(1)
第一节 透过技术之眼看世界	(1)
一 世界的视觉对象化	(1)
二 技术性观视:当代的视看范式	(3)
第二节 技术性观视与时空的敞开	(4)
一 电子视像媒介技术:时间空间化和以时间消灭空间	(4)
二 时空的敞开与人眼的延伸	(9)
三 技术性观视与自由意志	(10)
第三节 新的时空体验与实在世界的失落	(12)
一 “看得见的世界”:被建构的真实	(13)
二 “生活在别处”与视觉“创世纪”:削弱现实感的生存	(19)
本章小结	(27)
第二章 视觉文化与身体的重新发现	(30)
第一节 快感文化对于身体的重新发现	(30)
一 快感之光:感性身体的救赎	(30)
二 视觉文化的感性过度与新的身体失衡	(40)
第二节 身体形象对于身体的重新发现与建构	(47)
一 “完美”身体形象对身体的重新发现与建构	(48)
二 欲望化身体形象对于身体的重新发现与建构	(57)

本章小结	(64)
第三章 视觉文化与审美生存的构建	(69)
第一节 视觉文化构建的审美生活景观	(69)
一 视觉文化与新的快感美学	(70)
二 视觉文化与日常生活审美化	(74)
第二节 视觉文化审美生活的世俗关怀	(85)
一 对身体感性生存权利的肯定	(86)
二 对人的日常生存的关怀	(88)
三 构建快乐的生存形态	(90)
第三节 视觉文化中的审美迷途	(94)
一 精神灵性维度的失落与审美的欢乐空洞	(94)
二 形象装潢艺术:凝固在日常平庸之中	(98)
本章小结	(101)
第四章 视觉文化与言语新世界的构建	(106)
第一节 大众影像生产的崛起	(106)
一 数字影像技术发展所蕴含的“解放的意识形态”	(107)
二 大众影像的发展	(111)
第二节 大众影像:当代人建构和发展自身的新的有效方式	(114)
一 大众影像生产:一种新的介入方式	(115)
二 大众影像:一种高扬主体性的新的出色的表达工具	(118)
三 大众影像:一种促进主体间性的新的出色的沟通媒介	(125)
第三节 大众影像与大众生活的距离	(128)
一 创造性的影像表达意识的匮乏	(128)
二 参与式影像:并非凝聚民众参与的影像文化实践	(130)
本章小结	(133)



第五章 视觉文化生活的建设	(136)
第一节 建设影像的理性品格	(136)
一 建设影像理性品格的必要性	(137)
二 走出观念的误区	(138)
三 建设影像叙事的理性品格	(140)
四 呼唤影视创作者自觉的精神叙事意识	(142)
五 建设影像精神性品格的意义	(144)
第二节 视觉素养教育	(146)
一 视觉素养和视觉素养教育	(146)
二 批判性的视觉接受素养教育	(149)
三 创造性的影像表达素养教育	(156)
第三节 培植发展参与式影像	(163)
一 明确参与式影像的特点	(163)
二 规范参与式影像的操作	(165)
本章小结	(168)
结语	(170)
参考文献	(173)
后记	(179)

第一章

视觉文化与时空体验的重构

人们生活的现实，都是存在于动态的时间空间连续体之中的；时空，是人生存于世的基本维度。在当今视觉文化时代，人们的时空感知发生了很大变化：通过发达的电子视像媒介技术来“看”的视觉范式赋予了人们超越时空限制的眼光，从而为人们提供了一种宽广的生存构架。这一宽广的时空构架实现了人超越生存有限性而把握世界的自由意志，令这个视觉文化时代闪耀着人的解放的熠熠光辉；然而，技术构架在拓展了生存的时空想象的同时，也使人们与真实和现实日渐产生隔膜，在很大程度上把生存的实在感抽掉了。

第一节 透过技术之眼看世界

一 世界的视觉对象化

在我们的时代，视觉观念居于统治地位，改变了人的文化境遇：“在这样的文化中，视觉活动普遍地渗透于当代人的文化整体经验之中，文化的基本价值属性是视觉性的，文化构成的基本方式是视觉化的。”^① 换

^① 李鸿祥：《视觉文化研究——当代视觉文化与中国传统审美文化》，东方出版中心2005年版，第3页。

句话说，视觉文化的崛起是一种新的文化性质的确立：视觉性的文化价值尺度的确立。这种视觉性，并不仅仅意指关于可见世界的文化属性或者体现人类学意义上的视觉能力，而且意味着一种世界观，即世界整个地作为对象化的视觉形象来把握着，无论世界存在本身，还是人们对世界的感受、认知和想象都是充分视觉化的。视觉文化的发展，除了人类创造的体现人类视觉行为方式的物态化图像——可以为人类的视觉感知到的各种形象符号形式——的支撑，人们把存在于其中的世界把握为视觉对象的视觉性或曰视觉精神更是根本支柱。^①

视觉文化的发达和喧嚣，意味着在这个时代中，人与世界的关系在一个最显著的层面上是由视觉来联结的，人类依赖眼睛来把握世界，而世界被把握为视觉对象，作为视觉对象而存在。视觉文化成为占据主流地位的文化形态，意味着一种将整个世界作为视觉图像来看待的掌握方式的盛行。世界，正在由一个人们生活于其中的、浑然一体的、切身体验的世界，转变成一个被分离出来的、视觉对象化或者说图像化的世界。^② 海德格尔把这个对象化的世界称为世界图像，他写道：“所谓世界图像……并非意指一幅关于世界的图像，而是指世界被构想和把握为图像了……世界图像并非从一个以前的中世纪的世界图像演变为一个现代的世界图像；不如说，根本上世界变成图像，这样一回事标志着现代之本质。”^③ 在 20 世纪 30 年代，海德格尔正是敏锐地捕捉到人们对于世界的看法在悄悄地发生变化，才宣告一个新的“图像时代”的来临。

世界的视觉对象化，是当代视觉文化中人们与世界关系变化的一个根本趋向。人们不断地把实物转化为形象，人们对于实在世界的感知也高度依赖形象界，只有被转化为形象、纳入到了“形象界”之中

① 李鸿祥：《视觉文化研究——当代视觉文化与中国传统审美文化》，东方出版中心 2005 年版，第 7 页。

② 同上书。

③ [德] 海德格尔：《世界图像的时代》，见孙周兴选编《海德格尔选集》（下），上海三联书店 1996 年版，第 911 页。

而成为“看得见”的东西才是存在的，未被转化为形象、未进入“形象界”因而“看不见”的，人们也就视而不见了。

二 技术性观视：当代的视看范式

这里有一个问题：存在的不一定是能够“看得见”的，“看不见”的也不一定是不存在的。这是因为，在当代视觉文化情境中，“看得见”和“看不见”的世界，它们的区分标准不是人的肉眼的视力，而是一种技术性、媒介化的视域。

我们的时代是一个人类借助视觉媒介机器及其技术来“看”的时代，“我们今天的视觉经验大都是一技术化的视觉经验。世界通过视觉机器被编码成图像，而我们——有时还要借助机器，比如看电影的时候——通过这种图像来获得有关世界的视觉经验”^①。换句话说，当代视觉文化是一种建立在技术性观视基础上的文化形态，人们看到的東西都是通过某种技术手段呈现出来的。例如，传统社会中，人们直接用自己的眼睛来看世界，今天人们更多地却是通过电视、电影来看世界，而这些媒介都是技术性的。这种观看行为构成了一种技术性观视，它置换人们的眼睛与真实景观所发生的直接联系，使人们看到的事物——无论是静止的画幅抑或是流动的影像——总是通过某种技术性的手段而呈现出来的“形象”。

简言之，当代生活中充盈着人们把存在于其中的世界把握为视觉对象的视的精神，而这种视觉性对于电子视像媒介技术存在着深刻的依赖性，作为整体文化经验的视觉性质建基于电子视像媒介技术之上。因此，当代视觉文化情境中电子视像媒介技术给我们带来的影响，就是我们探讨视觉文化生活的意义时必须思考的一个基本问题了。

^① 吴琼：《视觉性与视觉文化》，见吴琼、杜予编《上帝的眼睛》，中国人民大学出版社2005年版，第12页。

第二节 技术性观视与时空的敞开

电子视像媒介技术的发明与发展,其根本价值和意义,就在于赋予了人类超越时空限制的眼光,使人类古老的“木乃伊情结”得到了满足,千里眼和顺风耳的梦想也变成了现实,彰显了人的超越生存有限性来把握世界总体的力量。以电子视像媒介技术为基础的世界的视觉对象化形式的建构,也就成为人类的一种占有和把握世界、拓宽生存构架、实现自身力量的社会实践行动,其意义指向人自身的自由与解放。

一 电子视像媒介技术:时间空间化和以时间消灭空间

19世纪上半叶路易斯·达盖尔(Louis Daguerre)的“达盖尔银版照相法”以及福克斯·塔尔博特(Fox Talbot)的碘化银纸照相法的发明,标志着现代摄影术的诞生。摄影术的诞生对人们来说意味着什么?“记录精彩瞬间!”这是今天人们在谈到摄影的时候常说的一句话。没错,摄影术的诞生,使精确地凝固和再现瞬间成为可能,人类古老的“木乃伊情结”第一次得到了完美的满足。

何谓“木乃伊情结”?法国电影理论家巴赞说:“人为地把人体外形保存起来就意味着从时间的长河中攫住生灵,使其永生。妥善保存死者骨肉的完整外形,这曾经是天经地义的事。”^①“木乃伊情结”是人类存留时间、实现永恒的古老梦想,它所蕴含的是人类抗衡时间、超越自身有限性的精神意向。

^① [法] 安德烈·巴赞:《摄影影像的本体论》,载李恒基、杨远婴编《外国电影理论文选》,上海文艺出版社1995年版,第245页。

人类生活的世界存在于动态的时间空间连续体之中，而自然的时空维度总是凸显人的局限性。时间的运行不以人的意志为转移，它处于永恒的运动中，片刻不停地奔涌向前，不停留、不可逆转，绵延不绝，不可穷尽。人的生命的过程是一个被时间之流所裹挟的过程，在这个过程中，时间的无限性反衬出人的生存的有限性，时间强大的单维不可逆性映照出人的脆弱和无能为力。在无限、独立的时间面前，人类总显得被动、力不从心，这种挫折感严重伤害了人的自信和自尊：人无法控制时间，这就意味着人无法掌握自己生存于其中的世界，无法确证自己的主体地位。这种生存的无力感以及随之而来的身份的焦虑使人对时间的精神需求普遍变得极为强烈，人们希望通过某种手段、某种方法可以超越自身的局限性而占有时间、操控时间，哪怕这种掌控只是瞬间性的和想象性的。对于人类来说，这种降服时间的渴望是根深蒂固的。

视看以及留存视觉的图像活动是人类降服时间、掌握生活世界从而确证自身力量的精神意向的一种最为本能的实践方式。对时间流逝不止、无法把握的恐惧，使人类怀有与生俱来的攫取瞬间、凝固瞬间的精神冲动。因此，人类本能地运用视觉，并且制作保留视觉的图像，试图将时间空间化，以瞬间的物质形态来迎合对时间的精神需求，从而实现对时间的把握、对自身有限性的超越。视觉活动以及保留视觉的图像蕴含了人类的一种掌控时间的意识、一种寻求永恒的意识，即巴赞所说的“木乃伊情结”。格式塔心理学研究也表明，与其他感官作用世界的方式不同，作为一种远距离把握世界的方式，视觉主体并不直接接触及世界本身，也并不是对世界的模仿和反映，而是人类对构架世界的原型的探索，其原始动力就是来自于人类对超越生存有限性的基本精神意向。^① 有学者更是直接指出：“人们对于世界的视看，以及

^① [美] 鲁道夫·阿恩海姆：《视觉思维——审美直觉心理学》，滕守尧译，四川人民出版社1998年版，第69页。

记录视看方式的图像本质上是为了留住时间——为了已经流逝、消耗或者尚未拥有的时间。”^①在今天看来具有装饰性的原始图像，例如那些深藏于洞穴之中的动植物图腾图像等，都表达了原始人类以可见之物来掌控不可控之物的精神需要。

然而，一直到摄影术出现，人类将时间空间化的古老梦想——“木乃伊情结”才第一次拥有了完美实现的可能。尽管由于人类存留所见之物的精神渴求，从一开始，手这个自身性的媒介就加入到了人类的视觉活动之中，催生了绘画等造型艺术。但是，这些造型艺术并不能完全满足人们保留时间的精神渴求，因为自身性媒介的参与使作品总是免不了具有暧昧失真的意味：“一个画家不论有多巧，他的作品总是要被打上主观的印记。既然由人执笔作画，对画像的怀疑态度便不会消除。”^②也就是说，自身性媒介干预造成的暧昧失真与人类创造一个完全符合现实原貌而时间上独立自存的世界的理想之间存在着矛盾；只有借助一种机械物的反映、复现效果，才可能使图像完美地保留时间、再现现实。正是在这个意义上，摄影术的诞生才成为了一个具有划时代的意义的重大事件：照相机的透镜代替了人的眼睛，“外部世界的影像第一次按照严格的决定论自动生成，不需要人加以干预、参与创造”^③。由于“它只是给时间涂上海料，使时间免于自身的腐朽”^④，巴赞感慨道：“唯有摄影机镜头拍下的客体影像能够满足我们潜意识提出的再现原物的需要……它毕竟产生了被摄物的本体，影像就是这件被摄物。相簿里一张照片的魅力就在于此……”^⑤简言之，摄影具有一种“无动于衷”的机械设备的客观复现效果，它宣告了人类终于可以精确地凝固和再现瞬间，超越自然有限性而实现时间的空间化。人类

① 李鸿祥：《视觉文化研究——当代视觉文化与中国传统审美文化》，东方出版中心2005年版，第28页。

② [法]安德烈·巴赞：《电影是什么？》，崔君衍译，江苏教育出版社2005年版，第5页。

③ 同上书，第6页。

④ 同上书，第7页。

⑤ 同上书，第8页。



的“木乃伊情结”第一次得以真正实现。

而1895年，运动影像的正式诞生，又标志着一种新的再现方式的出现。卢米埃尔兄弟第一次放映电影的时候，虽然影片仅是黑白、无声、单镜头、没有组接的活动影像片段，却已使得“事物的影像第一次出现了时间的延续，仿佛一具可变的木乃伊”^①。再后来，伴随着色彩、声音、蒙太奇剪辑以及各种特技手段的不断加入，影像不仅能够纪录外在事件的发生发展、再现时间延续的过程，而且能够完整地“再现一个声音、色彩、立体感等一应俱全的外在世界”^②，这就使时间被充分地空间化了，极大地提升了人类将时间空间化的水平。克拉考尔就曾指出，电影的本性是“物质现实的复原”。可以说，电影在最大限度上实现了“物质世界的复原”而成为将时间空间化的最佳纪录媒介，或者说，成为人们记录外部时空的一种最佳媒质。

在电影之后诞生的电视技术则又大大提高了视看活动的效率，使人类能够在更近的时间内把握更远的空间。电视的日常传播特性，使即时看到遥远地方的景象成为人们日常生活中的寻常内容，人们即使足不出户也可以通过观看卫星电视而将整个世界空间的现实景象尽收眼底。电视技术的出现和发展，让人类能够有效地以时间上的接近性以至同步性克服和逾越空间的距离，简言之，以时间消灭空间。

在传统社会中，世界具有明显的超出个体直接现实的空间特征，对于个人来说，只有身体现实所处的空间环境能够完全向他敞开，呈现在他面前，为他所感知。虽然人类也有其他办法来了解他的身体感知范围以外的空间世界，但是它们往往不仅滞后，而且往往不能全面再现、声形并茂、穷形尽相，换言之，都尚不足以提供一种同步的、让人宛若身临其境的体验。因此，实现远距离实时视觉传播和听觉传播，克服空间的疏离感，是人类梦寐以求的超能力。“千里眼”“顺风

① [法] 安德烈·巴赞：《电影是什么？》，崔君衍译，江苏教育出版社2005年版，第5页。

② 同上书，第15页。

耳”是《西游记》中的两个天神，在他们身上就鲜明地承载了人类跨越空间障碍，实现远距离实时视觉传播和听觉传播的梦想。而电视的诞生，终于使这种梦想得以全面实现。它通过对人的视觉和听觉器官的全面延伸，有效地消除了空间的阻隔感和疏离感。“TELEVITION”这个单词，本身便是由“远”和“视”组合而成：“在本世纪（20世纪）二三十年代，美国人将希腊文中的 TELE——‘远’字和拉丁文的 VISUS——‘视’字合成一个新的英文单词：TELEVITION，意为‘看见远方的图画’”^①。电视的出现，极大地延伸了人的视力和听力，使日常生活中的人们仿佛拥有了千里眼和顺风耳，能够轻轻松松眼观六路、耳听八方，传统社会中空间的限制被打破，空间的阻隔感和疏离感被成功地逾越，世界仿佛缩小成了一个村落，成为一个“地球村”。吸纳一切、气吞万象的电视改变了“洞穴”——我们居住的世界——中限定的关系，它最辉煌的成果便是赋予我们一种开阔的感觉，使我们觉得自己可以将世间万物尽收眼底。

通过梳理电子视像媒介技术的发展历程，我们看到，正是电子视像媒介技术的不断发展创新，推动着人类“看”的范式不断嬗变，使人类看待世界的方式越来越先进和多样化。从静止到活动，从黑白到彩色，从无声到有声，电子视像技术的发展使影像复现物质现实的程度不断提高；影像的收视方式也日益突破自然条件的限制，传播空间越来越广，时效性越来越高，曾经无比强势的空间对人的桎梏也日渐变弱，不再具有绝对性。概言之，建基于高度发达的电子视像媒介技术之上的当代视觉世界一方面进行着时间的雕刻，“创造出一个符合现实原貌，而时间上独立自存的理想世界”^②；一方面进行着空间的消融和重构，缔造了一个空间障碍被打破的世界。传统社会中时间与空间的神圣性，正在被电子视像媒介技术的力量去魅。

① 邵长波：《电视导演应用基础》，中国广播电视出版社2000年版，第2页。

② [法]安德烈·巴赞：《摄影影像的本体论》，载李恒基、杨远婴编《外国电影理论文选》，上海文艺出版社1995年版，第246页。