

哈哈镜：中国视觉现代性

THE DISTORTING MIRROR: VISUAL MODERNITY IN CHINA

彭丽君 著 张春田 黄芷敏 译



上海書店出版社

SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE

013332253

C912.81

89

哈哈镜:中国视觉现代性

THE DISTORTING MIRROR: VISUAL MODERNITY IN CHINA

彭丽君 著 张春田 黄芷敏 译



北航

C1639517



上海書店出版社
SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE

C912.81

89

图书在版编目(CIP)数据

哈哈镜:中国视觉现代性/彭丽君著;
张春田,黄芷敏译. —上海:上海书店出版社,
2011.6

(都市与文化)

ISBN 978-7-5458-0430-0

I. ①哈… II. ①彭… ②张… ③黄… III. ①城市
文化—研究—中国—近代 IV. ①C912.81

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 098484 号

Laikwan Pang

The Distorting Mirror: Visual Modernity in China

Copyright © 2007 by University of Hawai'i Press

版权贸易合同登记号:图字 09-2013-39

特约编辑 马 睿

责任编辑 薛 羽

技术编辑 丁 多

装帧设计 张志全

哈哈镜:中国视觉现代性

彭丽君 著

张春田 黄芷敏 译

出 版 上海世纪出版股份有限公司上海书店出版社
(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)
发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心
印 刷 上海叶大印务发展有限公司
开 本 889×1194mm 1/32
印 张 8.25
版 次 2013 年 2 月第 1 版
印 次 2013 年 2 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5458-0430-0/C·11
定 价 25.00 元

中文版序

毫无疑问,中国已经走到世界的中心。在今天,全世界都在观看中国,看中国的惊人发展,也窥视背后可能隐藏的种种问题,以肯定自身本来的信念和价值。但我们不用沾沾自喜,因为无论是仰望还是藐视,被看的对象通常只是一个可以被取代的客体,历史滚动的能量,却大部分来于欲望的主体,通过观看和想象,自我才可以体悟潜在于自身的种种可能,超越当下系统性的循环,转变才可以有实现的机会。本书就是要看“看”,探讨这个状态或动态的消极和积极面向,它反映历史,保守历史,也驱动历史。

故事发生在一个多世纪前,中国人突然需要通过对西方的想象才可以观照自我,当中自我不断被压抑和消解,但大家也同时建构新的想象和动力。因著现代性的广泛涵盖,中国人对西方和对摩登的看法,也纠结在一大堆政治话语和日常生活的合成状态之中,当中的结构不单有“民族尊严”和“洋为中用”等政治话语和思想讨论,更有很多新的物质经历,人们在享受商品和娱乐消闲,投入新的生活秩序,也打造新的时间空间观念。中国人在看电影、看画报、看时装,也同时在看钟、看地图、看美女,而这些迂回和重叠的视觉路径,编织了中国人的现代经验,也驱使中国人对现代性的继续欲望。

《哈哈镜》的英文原著在2007年出版,而大部分的资料收集和写作发生在更早的时期,所以不能裨益于近几年的有关研究,尤其在内地学术

界,近年在相关领域有长足的发展,今天看来,书中确有不少有欠成熟的观点和推断,衷心希望读者见谅之余,我也期待新一代的学者能通过指出书中的缺失而开展新的研究方向。

翻译是重写,是通过译者对文本的阅读和理解,把原文再发展;误读因此是必需和富饶的。黄芷敏翻译了第一和第二章节的初稿,张历君是第六章初稿的翻译者,其余的翻译和校阅都是张春田的工作,三位都是独当一面的年轻学者,有这样一个翻译团队我感到非常光荣,我尤其感激春田无微不至的编辑和审阅。罗岗老师的支持是决定性的,没有他的美意和推介这本书不能出版。上海书店的同仁为此书付出大量精力,也要感谢夏威夷大学出版社的支持,让出翻译版权。

彭丽君

香港中文大学

2012年10月

目录

中文版序	1
绪论	1
第一章 图像的转向与写实主义的欲望	35
第二章 摄影、表演与女性形象的构成	76
第三章 广告与女性的视觉呈现	114
第四章 从听到看的海派京剧	151
第五章 出入中国早期电影现场	190
第六章 魔术与摩登	216
结语 现代性:作为一项未完成的工程	249

绪 论

且来看 1933 年《申报》上一则寻常的广告
(图 1):

最新发明 科学游戏

六用哈哈镜

每只减价一元二角

六件怪物:

1. 中国影戏

2. 外国电影

3. 爱克司光

4. 显微镜

5. 照妖镜

6. 千里镜

大有可观^[1]

21 世纪的我辈,或可迅速将该广告解读为
20 世纪初中国普罗读者的无知性的反映。早期

[1] 《申报》,1933 年 6 月 10 日。

中国报纸广告往往以这种夸张感著称^{〔1〕},也许没有读者会真正被广告迷惑而订购其商品吧。但这则广告运用了当时普遍的风格与修辞,也反映了当时大众对新视觉仪器的好奇,我视这则广告为本书的隐喻,从而探究早期城市中国人如何“看”从 1880 年代到 1930 年代的现代文化演



图 1

进——那个时代,中国几乎所有的文化领域都经历了剧烈的裂变。现代性提供、培育了促使中国人重新审视事物的文化情境,而观看的行为也反过来定义了现代性。这好比一个“哈哈镜”,它的镜面反映并转变了中国人看自己和外部世界的方式,看者与被看者互相定义了彼此。但这种

〔1〕 徐载平、徐瑞芳:《清末四十年申报史料》,新华出版社,1998 年,第 79 页。

迫力量的再现,而非将之视为主体居住、创造和互动的物质环境。在本书中,我将分析在20世纪中国都市文化的情境下,处在观看过程中的主客体间复杂的动态机制。在这个研究角度下,视觉政治关心更多的,是中國人在面对剧烈新变的现代环境、舶来的新型意识形态和转型的日常生活时,看待那崭新而脆弱的自我,如何多于关心强大的西方如何看待无力的中国。19世纪的中国并未进入自我东方化的时代,人们关注的是观看和复制西方的存在本身。因此,本书并非建构于以西方作为中心的东方主义学说。近来关于不同文化间视觉交锋的学术讨论,常聚焦于西方如何形象化从而客体化其文化他者。当“他者”回望时,往往被视为对观看者的主导凝视的颠覆,比如在人种志摄影中被观者的主体回望,^[1]或受难的女性角色面对窥淫癖的电影观众。^[2]在当代视觉文化的研究中,我们极少提出西方其实是可以成为视觉的客体,如同男权社会中无所不在又隐遁形体的男性一样,西方似乎永远是凝视的主体。本书的重点之一便是分析在历史的上下文境、文化的秋毫之差中,中国城市中的主体如何将西方和现代性作为探寻、欲望和消费的客体。但是,即使拥有权力的西方被建构成一种凝视的对象,我们仍然不能将之视为没有作为的、简单的或消极的客体。事实上,置于凝视之下的客体在视觉交锋中仍然是强有力的。

正因为我有兴趣探究看者和被看者之间的复杂关系,《申报》广告中的哈哈镜在本书中可被看成一个深刻的隐喻。哈哈镜是个镜面,但并不反映合乎观看主体本身的影像,这哈哈镜也同时再现被看者与看者。这镜面可以与拉康深具影响的“镜像阶段”(mirror stage)理论来比较,拉康指出,虽然婴幼儿没有手脑合一的能力去控制自己,但却对一个自律、连贯的自我有强烈的欲望。与伯格和戴锦华不同的是,拉康镜像化的自我

[1] 可参考 Rogoff, "Other's Others": Spectatorship and Difference, "p189-202.

[2] 周蕾:《原初的激情》,第142-172页。

视觉装置并非对主体视线单纯而直接的反映；它是一种“打开眼界”的经验，包含着清晰与混淆，愉悦与不满，甚至深深的焦虑。正如这则广告所揭示的：广告声称魔术镜能够同时透视和变形、缩小和放大，投影中国、外国乃至超自然形象，这种视觉感受并不稳定，而是充满着矛盾与不可能性。我们不能把哈哈镜仅当作科学结晶，因为它的根基并不完全植于客观性和理性。相反，它好比一幅融合娱乐性、恶作剧、白日梦和困惑感的拼贴画。这一装置兼容中国与西方、科学与迷信、愉悦感和威胁感——并且可以用一元二角购得。正如我在书中要论证的：就在进入 20 世纪之时，中国人的体验正如向那奇异的哈哈镜中张望，观看的主体得到了一种前所未有的、融合了诱惑与威胁两重性的身份认同感。

伯格(John Berger)曾提示我们，女性的镜子是如此频繁地出现在欧洲油画中，这无疑确认了“女性默认自身为一种最先的视象”。〔1〕 伯格与他所批判的西方现代绘画传统，一起将镜子概念化为一种工具，能使女性把自身形象转化为他者和自我享用的景观。其功能在于塑造一种脱离女性日常文化社会环境的、理想化了的自我形象。中国文化批评家戴锦华也以镜子作喻来描述当代中国。她论述了在 1990 年代，中国人突然陷入一种怀旧式衰弱中(nostalgic languor)，在“西方催眠镜”前故意地将自己东方化与神话化。〔2〕 戴锦华的分析可作为伯格的响应，揭示着个体如何塑造自身形象，来投合他者的欲望。她把伯格的男性凝视置换成西方的凝视，提出当代中国人的自我催眠，遵循一种东方主义的刻板印象来观看并表现自身。

伯格和戴锦华都描述了观看主体借用一种强有力的外部凝视来观照自身，来消费或者恋上自身的物化形象。然而，他们更多地将镜面作为外界逼

〔1〕 伯格, *Ways of Seeing*.

〔2〕 戴锦华, “Imagined Nostalgia,” p145.

投射源于个体的自我沉溺,而非为讨好一个处于霸权地位的他者——这里他者的概念是自我的一部分。^{〔1〕}虽然拉康提出了观者自观的欲望,但他对外在的论述却又好像相对忽视,我有兴趣探讨的正是自我和外在复杂的关系。尽管广告中的哈哈镜和拉康的镜面都融合了自我与他者,前者中的个体没有兴趣看后者中平衡和完满的自我。马丁·杰伊(Martin Jay)认为拉康从根本上是批判镜面的,因为拉康认为镜子只能制造一个关于统一的自我的海市蜃楼,这只会妨碍主体认识到他或她的碎片化的主体性。^{〔2〕}对于拉康而言,反映出来的自我形象的连贯性使得镜子成为一种幻觉性的事物。但中国镜面中反映和制造出的形象却是疏离的,却给观看的主体带来一种愉悦的恐惧,或是恐惧的愉悦。主体从扭曲变形中得到快感,这与拉康理论中被镜面反映的主体形成鲜明对比,后者是从一致性中得到幸福的。^{〔3〕}

事实上,镜面作为一种重要的隐喻,充斥于文学、电影、摄影和其它诸多表现方式中,作者往往通过这一隐喻来讨论身份认同和主体性的建构。如此对身份认同和主体性的反映,则常有两重涵义:自恋感——因为自我与镜像的直接联系;以及幻觉性——因为如此直接的联系实质上是不可能的。拉康的理论基于这样一个前提:观看的主体并不明白镜子的幻觉本质。而在上文报章广告中的“哈哈镜”,则凸现(而非隐藏)了幻觉本质,且将之作为吸引人之处。自我扭曲正是兴奋点所在。这可能不可思议,因为它藐视而非支持秩序和理性。拉康的镜面反映了主体的控

〔1〕 Jacques Lacan,“镜像阶段,”p1-7.

〔2〕 Jay, *Downcast Eye*, p338-353.

〔3〕 那些中国人排队争相要看那扭曲了的自我形象,可以解读为拉康对 Hans Holbein 的 *The Ambassadors* 里那个扭曲头颅的理论表述的一个脚注。根据拉康,它象征 *objet a* 因此是对主体性的最终威胁。然而中国人,或者说第一次窥视哈哈镜的许许多多的人,却从自身的扭曲中获得无限乐趣。Jacques Lacan, *The Four Fundamental Concepts of Psycho-Analysis*, 第 80-90 页。

制欲望,但还未认识到主体也同样有被控制的欲望。拉康的镜面也是私人性的,而哈哈镜所联系的各种媒体则提醒我们,中国的视觉文化是根植于特定社会环境下的公共现象。

从拉康的“镜像阶段”理论和《申报》的哈哈镜广告的分析来看,我相信中国人根本上希望看到的,不是一个简单的崭新自我或崭新世界,而是置身于新世界中的新自我,一种公共的、集体的经验。因此,现代性不是由西方强加的负面的外来力量,而是一种积极的权力结构,塑造了物质和感知的情境。让我通过比较哈哈镜和西洋镜(kinetoscope)来进一步说明。事实上,在《申报》的广告所推销的哈哈镜更像中国人当时所称的西洋镜。西洋镜在中国是一度风靡的视觉娱乐,并与西方现代性有着强烈的隐语性联系。例如袁牧之在1935年他所导演的左翼电影《都市风光》中,开始和结尾的画面都是一群村民在一个露天的院子里,观看由袁牧之所饰演的街头艺人演唱着主题曲,宣传的他带来的西洋镜,其中西洋镜内引人入胜的影像,可推想为影片中间部分所描绘的堕落、荒诞的半殖民地上海的生活,如何引诱着纯洁的村民。^{〔1〕}然而,西洋镜里的影像是私密的,观众必须把眼睛探到一个窥视孔里才能看到,而电影要表达的现代性之诱惑却是普遍存在于所有村民的,袁牧之在《都市风光》里或许只能让所有人同时听到的唱词来置换这一装置带来的私密视觉,以表达上海和乡间两个世界的阈限。

相对西洋镜,哈哈镜在中国从来都是一种公共事物。在1915年的上海,哈哈镜首次引入新新舞台的屋顶花园,便迅速吸引了大量的注意,人们排起长队只为匆匆一观自己变形的身体。^{〔2〕}直到1950年代,哈哈镜

〔1〕 这部电影的详细讨论,见 Yeh Yueh-yu, “Historiography and Sinification: Music in Chinese Cinema of the 1930s,” 第90—91页;彭丽君, *Building a New China in Cinema*.

〔2〕 Qiu Lüzhi, *Haipai shangren Huang Chujiu*, p90—91.

还一直是一项娱乐消遣。^{〔1〕}中国都市人在新兴娱乐场所排长队为观看哈哈镜,可被视为新时代的集体行为。哈哈镜里的这一公共维度是西洋镜所缺失的。^{〔2〕}个体无法在西洋镜看到自身的形象,照哈哈镜的人却不仅能够看到其他人和周围环境,而且能看到他们扭曲了的自我。他们是公共和社群仪式的参与者,尽管这仪式的动机是个体观察自我的私人欲望。

我觉得自律和理性的自我,并不是现代性主体的全部。一方面,新主体性的建立具有突出的公共维度,另一方面,现代主体也渴望屈服于扭曲乃至时有威胁感的环境。穆尔维(Laura Mulvey)对于现代商业影片的经典解读,主要解释了观看中产生的快感;^{〔3〕}但这种观看快感的另一面是否正是恐惧?我们对现代主体的理解常建立于“他”掌控外部世界的愿望和能力,因为主体根据秩序与明确来安排和处理经验世界。但这种对外部世界和个体主体性的二分法,对于理解主体如何应对变化中的世界来说过于简单,尤其当这主体被置放在帝国主义和消费主义环境中时。我认为其可疑性在于预设了我们与我们视角的对抗。如同冉·伯纳(Ron Burnett)指出的,我们希望控制形象,但我们也希望受其控制。^{〔4〕}相似地,我们对抗现代性,而现代性又建构了我们。在我看来,现代主体很大程度上由他/她对外部世界的感官经验组成。因此,拉康的自观与伯格和戴所论述的被观,可能都只是被简化了的现代主体的模型。

近来的学者倾向于视现代视觉文化为充满威胁的他者,强调视觉文

〔1〕 陈子善教授与本书作者在华东师范大学的对话,2005年2月25日。

〔2〕 卢米埃兄弟的电影机在1890年代中期的欧洲和北美成功超越爱迪生的西洋镜,主要是基于电影可提供而西洋镜却欠缺的那种公共经验。有关这两种装置的简短介绍,见David A. Cook的*A History of Narrative Film*,p5-13.

〔3〕 穆尔维,“Visual Pleasure and Narrative Cinema,”p14-26.

〔4〕 伯纳,*How Images Think*,p10-11.

化对于个体观众的主导性控制,提出视觉文化加强感观的负荷,令观众既恐惧又沉溺,^[1]但我觉得学术界对不同文化中个人与现代视觉文化的复杂沟通机制还有待进一步的分析。“奇观”(spectacle)被认为是现代大众娱乐文化中反知识维度的结果。根据乔纳森·科拉瑞(Jonathan Crary)的学说,景观不是“主要关于观看形象的,而是关于主体如何在一个普遍存在的机动和流通的世界中被个体化、静止化和孤立化”。^[2]丹·施拉特(Don Slater)从另一方面区分奇观和视觉:“奇观不仅是可见的,它相对现实生活来说更庞杂、更惊人、更广大。”^[3]融合这两种观察,我们会发现现代奇观的辩证结构,其过剩与压倒性的刺激把观众封闭在一种孤立和静止的状态中,使观众感到伟岸与脆弱的并存,塑造一种掌控欲的同时,也消极接受自身无力性的主体。借用琳达·威廉斯(Linda Williams)的语言,我们的当代视觉娱乐利用了一种过山车的经验来规训观众,为之提供乐趣,也持续性地教诲他们如何通过提供脆弱和愉悦的不同混合体,来得到并从属于那些乐趣。^[4]

学界对于现代景观操控观众的负面解读是相当普遍的。我在本书中致力一个关键问题,正是这种对于现代景观的理解如何应用于——或无法应用于——中国的语境。如我将在后面章节所揭示的,中国人在接受舶来视觉文化如石印、照相、电影或剧场演出时心存敬畏,但面对这些景观的逼人效果,他们仍然有自己的方式来与之切磋,例如将这些视

[1] 参见 Kracauer,“倦怠,”p331—336; Mary Ann Doane, *The Emergence of Cinematic Time*, p140—171.

[2] 科拉瑞, *Suspensions of Perception*, p74.

[3] 施拉特,“The Photography and Modern Vision: The Spectacle of ‘Natural Magic,’” p230.

[4] Linda Williams, “Discipline and Fun,” p372. 最近有关现代性的疏离和惊异(shocking)性质的研究,包括克拉瑞, *Techniques of the Observer*; Anne Friedberg, *Window Shopping, Cinema and the Postmodern*; 以及 John Adkins Richardson, *From Pure Visibility to Virtual Reality in an Age of Estrangement*.

觉效果隔离于日常生活之外,或是在他们可以操控的范围内来使用媒体。最重要的是,景观对于主体的单向影响,限定了对于中国现代观众所承受的无数视觉经验的理解。我有兴趣通过视觉,而非通过文学,来研究中国现代性,正是因为前者所产生的意义比之后者更为多样,更难以捉摸,不可预见。20世纪的中国都市视觉文化并没有发展成统一的视觉经验,我们也不能将之作为驯化现代主体的一种简单控制。从这个视觉文化中,我们可以观察现代主体如何应对当中的权力关系,我们也可探查主题如何迫切地要通过操控这些形象来得到自我的新感观体验。我认为只有通过对这个视觉文化的精细阅读,才能够发现,主体们对于新视觉的反应各不相同,无法概括为一致的话语。换言之,自我的形象在语境中总是重峦叠嶂。我们如何“看”自身很大程度上受制于我们如何“看”世界。事实上,视觉永远是我们接触和对抗他者的根本手段。通过观看的行为,我们或者在自我和他者间建立了严格的划分,或者认识到了自我—他者界限的流动性。^{〔1〕}“哈哈镜”的隐喻,在此书中正好反映出的单独的自我形象并非理所当然。我想要强调的是一种复杂的文化机制,它使自我、镜面、世界融合一处。正如《申报》广告中的“哈哈镜”,我们并不能在视觉装置上见到任何直接自我形象,自我是内在固有的。

让我们来看另一个例子,这是一则刊登在《新闻画报》上的连环画,它具体展现了公共与私人间的交汇点(图2)。^{〔2〕}各标题如下:

〔1〕 Hall, “The Spectacle of the ‘Other’,” 见 Hall, *Representation*, p234—238.

〔2〕 第1至第5首先发表在《时事新报》,11月4日(年份不详);第6至第7首先发表在《时事新报》,11月15日(年份不详);收录在石版印刷结集《新闻画报》,卷6(共7卷),页数不详。最近再版于《近代报刊图画集成》,卷4,全国图书馆文献缩微复制中心,2001年,第672—673页,第684—685页。



图 2

1. 某博士发明一皮肉透视镜
2. 无论男女老幼贫富各携一具
3. 乞丐向人乞钱人以镜照之见其钱较多于己遂不与
4. 造币局工人出令以大镜照之防携带也
5. 男女二人将订婚约男以镜照女腹遂作罢
6. 电车票忽不知所在乞掌车者照之
7. 男女二人因镜之能力而拆散鸳鸯
8. 捉贼捉贼
9. 请君为我一照我的镜子不知哪里去了
10. 客入店买镜店主人见其囊中多金故意高其价值

如同《申报》广告上的哈哈镜，此处想象的 X 光镜也有魔幻/科学两重力量来表现新的世界。这种视觉装置比哈哈镜更为有力，不仅能够看见并查找如硬币或电车票等物质对象，它也能照出抽象的东西，譬如疾病与欺诈。这穿透镜的伟力使之成为多用的测谎仪，揭露了人性中的罪恶。装置展现了中国对于西方现代性的想象和畏惧中的独特维度。它融合物质发展和道德评判，揭示了在一个不允许人类利益——或更广泛地讲，不允许人性存在的科学世界里，那种微妙的无助感。穿透的力量壮大为一种超级监控系统，沿福柯全景式监狱机器的谱系，为日常生活提供一种极端有效的微观警戒。^{〔1〕}对福柯而言，边沁的圆形监狱，其中的任何囚犯都无法从警卫的视觉检查中逃脱，是现代监控社会的绝妙隐喻。然而，从这则连环画看出，视觉现代性并不一定相等于全景式社会控制机器。如画中所显示的，操控并非仅仅自上而下，却贯穿了民间日常活动与经验的宽广领域。如果圆形监狱防范的只是罪恶的行径，穿透

〔1〕 福柯，*Discipline and Punish*，p200—209.