

符号与传媒

Signs ^{第2辑}
& Media



四川大学符号学-传媒学研究中心 主办

四川出版集团 巴蜀书社

符号与传媒

Signs Media

第2辑

四川大学符号学-传媒学研究中心 主办

四川出版集团 巴蜀书社

图书在版编目 (CIP) 数据

符号与传媒(二) / 赵毅衡主编. —成都: 巴蜀书社,

2011.4

ISBN 978-7-80752-783-1

I. ①符… II. ①赵… III. ①符号学—文集 IV. ①
H0-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 046621 号

符号与传媒 (二)

赵毅衡 主编

责任编辑 李 蓓

出 版 四川出版集团巴蜀书社
成都市槐树街 2 号 邮编 610031
总编室电话:(028)86259397

网 址 www.bsbook.com

发 行 巴蜀书社
发行科电话:(028)86259422 86259423

经 销 新华书店

印 刷 成都蜀通印务有限责任公司 (028) 84122206

照 排 成都完美科技有限责任公司

版 次 2011 年 4 月第 1 版

印 次 2011 年 4 月第 1 次印刷

成品尺寸 168mm×240mm

印 张 20.5

字 数 490 千

书 号 ISBN 978-7-80752-783-1

定 价 40.00 元

本书如有印装质量问题, 请与工厂调换

编者的话

我们的工作幸运的：我们正努力编纂国内第一本符号学与传媒学的“行内”出版物；但我们也多少面对一些麻烦：如果我们编得不好，那么检讨就是少不了的。相应地，如果在我们的编辑过程中落实了一些想法，就必须向同行、读者做几句解释，希望得到大家的批评。

主持这个出版物的是“四川大学符号学—传媒学研究中心”。我们要编好这份出版物，要靠全国、全世界的专家支持。仅以现在呈现在诸君面前的这期为例，我们得到了包括李幼蒸、胡壮麟、郭鸿、孟华等诸位国内知名学者、专家的帮助。他们是中国符号学界的支柱与开拓者，而他们的思想实践告诉我们，他们还是走在研究最前沿的勇者。和国内一切曾经，正在，或将要受惠于他们的学人一样，我们对他们的感谢无以言表。本期刊发了近十位年轻学者的文章，他们对问题的尖锐推进则告诉我们：思想者或许有年龄，但是思想却青春永驻。

符号学、传媒学和其他无数现代学科一样，无法不正视一个事实：它们乃是西方思想与中国传统结合的孩子。泰西之学挟现代性之动能而落入中国人的思想领域，这一事件的复杂与深刻，不必我们赘言。甚至在今天，不可讳言，西方的符号学专著与刊物比中国多，西方的符号学者、符号学研究所在数量上也比我们多。从而，符号学与传媒学也就必须在和西方思想的搏击与切磋中成长。因此，我们专门为这种搏击设立了一个擂台——《理论辩义

互动：中国与西方》。在这里，我们可以看到中国学人对艾柯、迪利、塔拉斯蒂等可敬对手的回应与挑战。真知在对话中产生，学问在驳难中生长。在符号学学问之前，中西学者都必须勇敢，也必须谦逊。今后我们将组织西方学者回应中国符号学者，使这个专栏成为双行道。

中国符号学与传媒学的成长，也有赖于学人们的锐意进取与敏感的直觉。直觉能够感触到世界最新的变化，而进取心则把人们驱向尚未开垦的处女地。在这期刊物中，我们把一些学人对“游戏”这一现象的符号学、传媒学思考汇集成一专辑；与此同时，我们也精选了近几年出版的一些传媒学与符号学专著，并且邀请了相关的学者对其进行评述。自然，在当今繁荣的知识生产背景下，我们的评述不可能做到完全：我们只期望通过刊物的积累，来逐渐做到这一点。

《近著近译书评》是本书常设的一个专栏，我们对努力保持符号学与传媒学领域长青的学者们致敬，我们的书评队伍将仔细搜集、购买每一位学者的专著，并且给予公正的评论，也希望有新作的朋友们告诉我们一声。

当然，就像我们的学人们一再说明的那样，符号学与传媒学在中国虽然已蔚为大观，但是和展开在我们面前的符号文化现象相比，这种繁盛还显得远为不够：我们的刊物也远远不能是一种总结，而是一种开始，一种或许永远开始着的开始。

四川大学符号学—传媒学研究中心

《符号与传媒》编辑部

2011年1月

目录 CONTENTS

一 理论与运用

- 003 漫谈符号学的学术功能辨析
——论“创作”的思想性与“研究”的理论性之别 /李幼蒸
- 031 谈多模态小品中的主体模态 /胡壮麟
- 041 真实关联度、证据间性与意指定律
——谈证据符号学的三个基本概念 /孟 华
- 052 认知符号学与认知语言学 /郭 鸿
- 066 论文化“标出性”诸问题 /彭 佳
- 077 翻译符号系统的特征 /熊 辉
- 087 论德里达对胡塞尔符号学思想的批判与继承
——以德里达《声音与现象》为中心 /董迎春
- 098 三玉论：《红楼梦》叙述中的符号问题 /文一茗
- 112 当代西方符号学向科学靠拢 /李美霞 权 达
- 125 武侠小说：被遮蔽的幻想性 /孙金燕

二 理论辨义互动：中国与西方

- 137 “艾柯七条”：与艾柯论辩镜像符号 /赵毅衡
- 146 镜像 /〔意大利〕翁贝托·艾柯 著 张 颖 译
- 166 从传播学到交流学：一种符号学的路径 /胡易容
- 177 交流学：学科百年进路 /〔美国〕理查德·L·拉尼冈 著 胡易容 译
- 188 哲学史的符号学透视
——迪利眼中“符号学对哲学的冲击” /周劲松
- 192 符号学与哲学现代性 /〔美国〕约翰·迪利 著 周劲松 译

- 205 | 符号与存在
——塔拉斯蒂存在符号学简述 /魏全凤
- 209 | 通往存在符号学之途 /〔芬兰〕埃罗·塔拉斯蒂 著 魏全凤 颜小芳 译

三 游戏符号学专辑

- 225 | 编者按
- 227 | 游玩与阅读
——游戏符号学初探 /董明来
- 247 | 拟真还是叙述：游戏学导论
/〔英国〕贡扎罗·弗拉斯卡 著 宗 争 译
- 262 | 解读神话
——2010FIFA 南非世界杯电视转播的符号学分析 /魏 伟
- 275 | 神话宇宙图式：新媒介的“扩增现实”与赛博人格 /何 炜

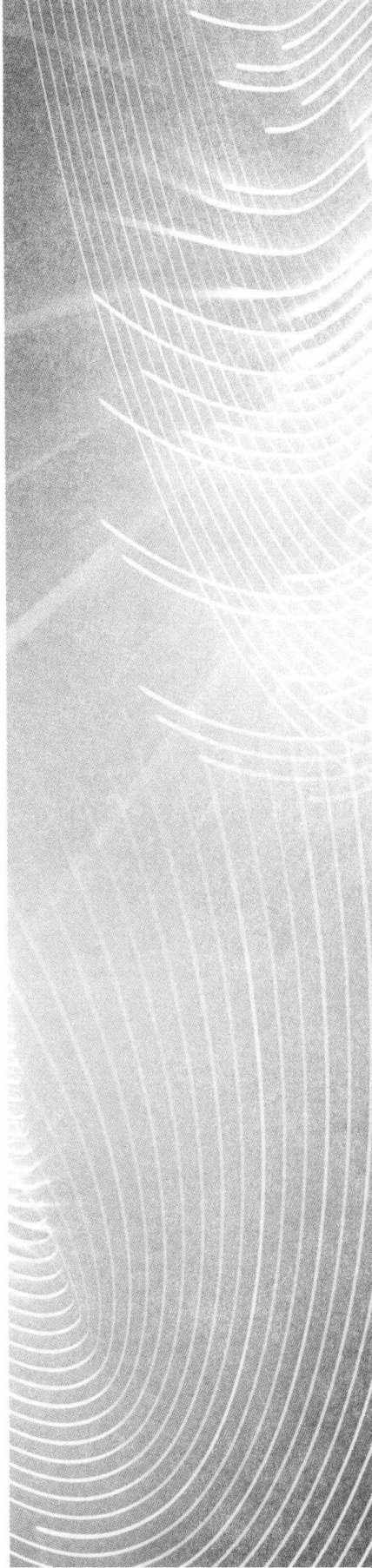
四 近著近译书评

- 291 | 评《传媒文化与媒介影响研究》（蒋晓丽等著） /杨旭明
- 293 | 评《表现性的符号形式》（谢冬冰等著） /江净沙
- 298 | 评《象征：符号与隐喻——汉语象征诗学的基本型构》
（贺昌盛著） /乔 琦
- 300 | 评《传播网络理论》（芒戈等著） /肖尧中
- 303 | 评《符号自我》（韦利著） /文一茗
- 307 | 评《酷：青春期的符号和意义》（达内西著） /刘吉冬
- 310 | 评《传播研究导论：过程与符号》（费斯克著） /冯月季

五 消息及征文

- 315 | 南京第 11 届国际符号学大会 (IASS) 征文启事
- 318 | 首届中国符号学论坛征文启事
- 320 | 中国符号学论坛发起单位及代表名单

理论与运用



漫谈符号学的学术功能辨析

——论“创作”的思想性与“研究”的理论性之别

李幼蒸

摘 要：本文拟按照符号学的观察和分析方法，辨析“人文话语”构成中的“功能二分法现象”，亦即创作与研究。为此，本文将主要围绕以下几个方面展开论述：1. 存在主义和结构主义的“大方向”区别；2. 电影创作和电影理论的功能区别；3. 小说的思想性和文学理论；4. 媒体文化和媒体学术；5. 史书编著和史学研究；6. 儒学研究中的对象和方法之别；7. 汉学和比较研究。

关键词：人文话语、创作、研究、存在主义、结构主义、电影、媒体、儒学、汉学

本文拟按照符号学的观察和分析方法，辨析“人文话语”构成中的“功能二分法现象”：创作（A）与研究（B）。我们用 A 指自古至今的任何一种“创作性实践”，而用“反思性实践”B 指对 A 的反省、观察、分析、批评和改进。A 和 B 指学人的“实践方向”和实践层次与方面，而非具体指实践的“文本内容”。同一内容可能在不同的语境中或者相当于 A 或者相当于 B；学人的具体文化性、学术性实践也可以既包含 A 又包含 B。此外，作为“创作”实践，还可以继续区分为创作本身（A1）和对创作的各种“针对性反思”（评价、检讨、方法改进等）或“具体性方法思考”（A2）。体现 A2 的文本和体现 B 的文本之间可有相互重叠部分，即同一思考及其文本产物既可相当于

A2 也可相当于 B，这取决于读解的语境和观察的角度。我们将三种“人文类思考”及其文本产物区分为：具体创作作品之思考（A1）、有关具体创作的“方法论”之思考（A2）以及有关一般创作现象之性质、条件、作用、意义等的整体性思考（B）。此分类法乃根据于思考的“功能”，而这三种类型的“思考”在文化学术的现实表现中当然是广泛重叠的。“功能”本身的区别和体现不同功能的“诸相应内容”的叠合，是平行存在的。此功能的区分相关于“作者”之动机、目的、方式、方向、对象 1（材料选择）、对象 2（受者选择）、作品之效果（社会的，文化的，历史的，学术的）等等。但这些相关意义方面在不同的创作实践形态中的存在和作用互不相同，甚至差别极大，这相关于时代和个人的思想能力和知识条件的差异，因此可以说古今迥异。因为正是近现代科学的发展才全面促进和提升了人类的思维细密度和思维的“分工化”。古代文化学术“作品”经验的、直观的综合性特点，遂逐渐演变为近现代人文学术“作品”的分析性特点。

例如，在古代，“诗作”是 A，“诗话”就是原始的 B（对 A 的原始“研究”形态，实为 A2，因当时不可能有真正的 B）；而同一诗话作品还可能同时或“不同方面地”承担着 A 和 B 功能。诗人的最初创作文本是 A1，在创作过程中或其后对此作品技巧的反思和改进企图就相当于 A2，而作者本人或他人对相关于诗歌现象或诗歌理解的总体性思考就相当于 B（例如《文心雕龙》）。这三种思考类型，可以存在于一人（作者）、不同人（读者，评者）、一个作品内、不同作品内、一个时代内、不同时代内等等。在中国文学史上，“作品，批评，理论”的三分法大体相当于此处所说的 A1、A2、B 的分类学的古代形态，虽然传统的分类法针对的是“文本”之题材和体裁，即思考产物的文本性质。我们在此提出的分类法则针对着思维的功能类别、方式和意图方向。

我们提出此一较为形式化的方式，一是为了强调这三种“思维方式”的普遍存在性，二是为了强调这三种方式或功能各自相关于不同的“文本生产机制”。符号学所强化了的现代人文理论思维，特别是关于文本生产条件的思考，遂使我们有必要重新思考“创作、批评、理论”之间错综复杂的关系问题。而且，本文认为，此种三分法实际上为人类思维中内含的三种不同功能类型。我们遂有必要从对“文本内容面”的关注，先过渡到“文本类型学”的关注，最后过渡到对“文本生产机制”的功能性关注。本文主要关心后一

主题，方法是通过人文科学内相关现象的举例说明来初步表达问题的存在。A、B二分法强调着A与B属于非常不同的思维层次和功能，具有非常不同的“生产背景”和“社会文化作用”，这些区别在人文学术话语生产大为发展之后，就会越来越明显。比较而言，A具有明显的综合性，属于社会生活本身，即作为一种“社会作用场内的成员”；而B具有“脱离”社会作用场的倾向，具有日益强化的分析性和客观性，成为导致现当代人文科学理论世界形成的动力之一。可以说，“创作”（A）是一种社会综合行为及其产物，“研究”（B）是一种单纯“反思”行为，其反思性程度与其和A以及和产生A的社会文化条件保持距离的程度相当。本文特别指出，表面上具有含混身份的A2（针对于具体创作作品的批评活动），传统上被认为是研究和理论的原型，而实际上应该将其归类为A范畴，因为此A2“依附于”A1，或与A1参与着同一社会文化作用场。A2“服务于”A1（“批评为创作服务”），而B只把A（兼含A1和A2）当作研究的对象，并不与其保持任何业务性关系。

我们再次提请注意：文本功能的三分法和文本题材分类学并不一样。对于具体文本来说，它可能不同程度地，或显或隐地包含着三种功能及其对应文本组成（如现实主义小说、史学作品、哲学作品、政治作品等），而此三种功能的“各自”机制及方向不同，遂使得大多数人文作品的性质具有程度不等、方式不一的“功能复合性”。现代人文社会科学的发展，特别是理论化的发展（又特别是解释学、符号学理论的发展），促使新人文科学建设必须强调文本系统中这三种功能的差异性，以提高我们对三者之间异同性、互动性的认知，并最终提升人文科学的理论化意识（作为纯B类型的科学文本系列的建立）。简言之，人文科学必须意识到“创作”的“思想性”与“研究”的“理论性”之间，在动机、目的、效果、意义方面均有很大不同。而传统上的各种“实用主义”的思考方式往往忽略这些区别，而长期习惯于笼统的人文学术思维习惯。正是自然科学的成功范例促使我们人文学者进一步关注自身的“科学性”提升问题。显而易见，本人对于国内外一切强调“人文科学有必要坚持其所谓‘合理的’非科学性”的反理性主义主张，是持反对态度的。

在思想史上，原始的B功能及其产物往往呈现出构成的混合性：同一作品，既是创作也是研究。所以，我们用A与B区分的不是文本内容本身的“身份”，而是该文本所体现的思维“功能”——A和B。为什么有必要提出这两个最一般的词语（创作和研究）来进行具有重要“符号学战略性”意义

的对比呢？因为人文学术世界的形成和作用是一直沿着这两大方向“展开”的（虽然在程度、比例、显隐方面错综复杂），其现代表现就是（广义的）创作（实践）和理论（实践）（研究的现代形态）两大相关而不同的人文思想实践的大分野。具体的人文“作品”中混合着 A 与 B。与自然科学不同，人文科学的“具体活动”中充满着 A 与 B 及其结果的混合存在，因此，其中的创作活动和理论活动界定不清。二者的混合存在与互动关系固然是社会文化生活中的常态，却广泛而深刻地妨碍着科学时代“人文科学理论”的有效形成，因而也就妨碍着理论实践对创作实践的有益和有效的“引导”。在科技领域两大分野（理论和应用）及三大分类（纯理论、应用性理论、工程实践）分工较明确事实的启发下，人文科学面临着全面重组的任务。为此，首先就要完成对创作思想性（A）和研究理论性（B）之间的功能性划分。所谓“创作”，其构成、目的、背景、动机、关联诸方面，表现出明显的综合性、实用性、目的性。其对读者的“促动力”根源来自社会、文化、历史、学术的“四面八方”，是高度受到“环境力学”制约的活动。其中直接含蕴的“准理论部分”也为此环境力学所左右，起着其特殊的实用性功能（A2），并非相当于纯粹的“理论”（研究 B）中的学术类思想性。而人们常常把创作类作品的思想性和研究类作品的思想性（即理论性）混为一谈。显然，更多见的混淆发生在 A2 和 B 之间，如文学和电影中所谓“批评”和“理论”之间的普遍混淆（此种混淆，部分来源于学者的实用主义，部分来源于学科本身的欠成熟性）。A2 的文本生产机制一般更接近于 A1，因为它依存于 A1，为 A1 之生产“服务”。从思想史上看，B 一方面是从 A2 的实践中发展出来的（理性实践的自然发展结果），而另一方面（更主要的），却是在自然科学的激发和启示下相对独立地形成的。

本文的分析将指出：人文学术需要真正的理论建设，但此科学性目标仍然普遍而严重地为“创作与研究”、“实践与理论”间的含混不分现象所牵制，难以顺利地发展和提升。因为，B 功能体现着与 A 功能（作为社会性的综合实践活动）不同的纯粹“认知目的”。数学、物理、工程分别体现着不同比例的“认知性”和“实用性”，但数学本身不应该为实用性工程的目的所牵扯，它必须属于纯理论界域，以便有效完成其理论化层次上的研究任务。正因为理论数学是纯理论，其成效才足以在随后正面影响应用数学、理论物理、应用物理、工程技术等不同的科学实践对象。在特定的意义上，社会科学和人

文科学的“科学化发展”也完全应该这样。就B的历史形态来说，最典型的是“哲学”或美学、历史哲学、道德哲学等。从功能上说，哲学的确体现着B功能倾向。但是在思想史上，哲学和各种人文学中的批评学，都是人文理性的自然发展，其研究和理论性的展开是有限的。正是近现代自然科学和随之产生的社会科学的出现，展示了理论化的多样性和效率性。这一直到当代以来才趋于显明的发展使我们认识到，人文科学理论再也不限于、甚至于根本不能相当于“哲学”了。因为传统哲学同样充满着三种功能间的混合和混乱，同样不同程度地体现为“创作”实践和“研究”实践的混合物。符号学是朝向跨学科、跨文化的理论化实践，其理论观与传统哲学中心论的理论观形成对立，其原因在于：符号学企图将人类常规知识系统加以拆解和组合，以完成其对人文学术世界进行“功能性重组”的任务。

以下我们将通过国内外现代人文学术领域中的若干相关倾向，来初步阐释上述问题及其意义，并结合不同学科的情况提出相应的观点辨析。一方面，我们强调符号学只“生存于”人文科学各学科及其整体关系内部，另一方面，我们也强调，人文科学将因为符号学的思维方式而显著提升其“科学性”和“可应用性”。（因为长期以来，人们对“人文科学”的可应用性问题均视而不见或见而不谈。）

一、存在主义和结构主义的“大方向”区别

前面已经指出，我们在研究人文现象时，应该区分具体人、事、作品、观点中的不同特点以及相关整体现象的方向和功能问题，而不必拘泥于具体事例的具体特征，包括如何为个别学人思想“定性”之类的问题。对于我们已经相当熟悉的当代法国思潮来说，这两大哲学或理论“流派”的主要区别，应该是精神和行为的总体“大方向”上的差别问题。也就是说，偏于创作思想性和偏于研究理论性的区别。我们不必管其中具体人物及作品的实际“主题内容”问题（如罗兰·巴尔特现象，其学术思想实践成为同时含有A1、A2、B成分的显例），而是着眼于人物和派别的共同“思维倾向”问题。萨特的《什么是文学》和巴尔特的《写作的零度》就是在文学思想研究方面存在大方向上的不同，虽然前者是以“学术性语言”来表述的。问题正在这里：现代人文学术话语中相当多的“理论化”或“研究性”语言，实际上只起着

或主要起着 A 的作用 (A2)，而非 B 的作用。因此，进一步看，“理论性”作为一种功能，不能用其“话语形态”或“主题内容”来判定，而应分析其多方面的“背景”和“作用”。存在主义是一种具有明确社会、文化“实践性”（创造性）动机和目标的“思想”与“行为”（因此具有浓厚意识形态特征），因此其思想活动不是出于一种客观认知的学术动机（虽然部分地自以为是如此）。此例的启示作用涉及一个此处无法深入讨论的更重要的问题——“哲学”的功能分类（分析哲学和大陆哲学；大陆哲学内部的科学性方向和文学性方向等等）。顺便一提，哲学和符号学理论的关系问题，是当前国际符号学认识论发展中最大的“瓶颈”之一。

结构主义运动在人类思想史上极其重要的贡献正在于对人文科学“大方向”偏转上的作用。在相关学者各自作品中固然不同程度上均含有三种功能的作用，但 B 的作用空前地获得提升。我们重视的正是这一倾向和方法论、认识论的启发价值，而非拘泥于其具体作品本身的优缺点。没有哪部人文科学作品是完美无缺的。我们对重要学术现象的重视，主要相关于其正负面表现具有的启发性价值。结构主义比（自然科学方向的）科学派的人文科学思想更具启发性之处，正是它所展现的人文研究“理论化”的扩展和提升方面；结构主义对人文作品文本的意义层次分析，促使直观混合的研究“对象”进一步精细化，同时（更重要的是）展现了学者对人文作品“总体”的一般产生机制和条件的理论性关注（如对“文学性”本身即“文学”之身份的关注表明，文学理论在研究对象的“层次”上的提升是从具体到一般）。从创作作品向作品产生的全面条件分析的过渡，代表着人文科学朝向与其特质相应的“科学化”发展的重大步骤。

二、电影创作和电影理论的功能区别

让我们再来看一个当代学界有关 A 与 B 关系的明显例子。尽管电影结构主义运动曾经积累了丰富的相关经验，A 与 B（或创作与研究；实际与理论）的关系问题至今不易厘清。西方大学“电影系”代表着此种 AB 混杂性的显例，以至于“电影”这个词本身原有的含混性在今日电影学界依然存在，此种含混性深刻地反映着“电影界”本身构成的混杂性。其中重要的是纯粹理论、应用性理论（技术性理论）和影片创作的关系问题。电影一例使我们可

以注意与本文主题相关的一个重要方面：文化学术话语的“作者”（电影家、作家）、“受者”（观众、读者）、“研究者”（批评家和理论家）的关系问题。三类人士的身份和需要完全不同，却均“挤在”同一个“电影界领域”内。今日电影制作和电影观赏共同构成了全球商业化时代的“消遣品消费市场”，此一“彻底商业化”情境使其与二三十年前更具文化综合性的“身份”和“功能”显著不同了。今日的“电影制作”已经明显脱离了几十年前的综合文化环境，而“彻底转化”为“娱乐企业”。今日影片的“思想性”也已与40年前“文艺片”的含义大为不同，因为环境、制作者、观众及其需要都发生了明显变化。结果，今日任何所谓“大片”都不过成为毫无精神重要性的“一次性消费品”，其“文化性功能”基本还原为两项——满足青年人的“影院休闲需要”（相当于“公园”提供的满足大众散步休闲的需要）和文化商品推销术。后者主要体现为各种“影展品评比活动”的蓬勃发展。但要注意其因果次序关系：不是因为影片艺术思想性品质提升了，所以需要增加“评比”活动，而是干脆为了“评比”而制作电影。更重要的是观众所起的配合作用：不是观众从影片获得了什么积极“精神食粮”而期盼于所偏爱的电影“获奖”，而是大家（制作者、观众、批评家）都把影展、影评当作“争强斗胜”的“具可行性”的方便工具（正如球赛、歌赛的作用一样：“散场”后“热情”即随之消失），一如“商品评奖活动”。既然任何文化类别均可成为“竞争评比”手段，电影也可具有此类功能。“电影”功能的巨变当然不只是因为“电影界”本身的问题，而是因为人类文化与社会整体性变化，即人类全面商业化社会形成所产生的文化品意义和效果之巨变。

电影现象对于符号学研究具有重要意义，还不是指电影学和电影理论领域本身的符号学技术性成就部分，而是可以从电影现象来观察思考文化、社会、学术的“三角互动关系”。电影艺术作为“综合艺术”，最广泛地反映着社会、文化、思想的全局性问题。电影今日的全面商业化、娱乐化发展，也正准确地反映着社会文化的商业化发展特色。因此，尽管电影理论面临着自身的理论发展困境，却应拓广其研究范围，从而涉及社会文化学与影视媒体学的全域。为此目的，亟待继续为“电影研究”定位，使其长期所含的A、B混合性存在加以区分，特别是对其中A部分所含“貌似B”的部分（A2或“影评”）加以判定，如影评的所谓“思想性”和电影制作的技术性理论（二者均属A2），与一般电影社会学、文化学、文艺学之间的功能性区分。电影

制作中的所谓“思想性”如果是针对广大观众构思的，我们就必须首先明确新一代“广大观众”之倾向问题？相应的，电影制作者的“思想”今日具何种性质？如果所谓“思想”只是消遣商品中的“功能性元素”之一的代称，而其“成功”与否主要考核于广大观众的“接受程度”，此种“思想性”就与几百年来文化界所理解的“精神思想性”完全不同了。（试问：什么是《卧虎藏龙》和《色戒》的“思想性”？制作者所宣表的“思想”有无任何深度？其所谓“电影思想性”难道不是等同于“武侠小说”一类的“思想性”吗？此类低层级的文艺“思想性”的社会“影响力”和社会“重要性”，并非来自人文思想价值标准本身，而是来自制作者在文化商品市场中的“知名度”这一纯商业化属性以及在通俗艺术片范畴内的“技术性美学”的成就，而绝不是来自作品的“思想性”成就，如果这个“思想性”不是只按照欠缺人文和历史知识的大众之眼光来判断的话。）今日电影艺术商业化最严重的问题是：一切“乏思想性”倾向都被掩盖在“技术性美学操作效果”的创作（A）中了。（再试问：不久之前曾“轰动一时”的《阿凡达》所宣扬的“思想性”，今日是否还有哪怕“一位观众”〔除了电影系作为课堂讨论之外〕去“思想”一下呢？）二十年来“国际大片”“思想性”的空前“空疏性”，都被技术性、技巧性、特技性发挥（正如各种当代许多文艺作品中的技术型的美学经营一样）所掩盖。其奥秘是，人们（制作者和观众）不再追求真正的思想性，而是明确追求“通过技术性创作而达到表面上的视听快感以及完成新颖商品推销的目的”（时装和名包现象可象征今日文艺品之真正身份：鼓励充分技术化了的大众去追求物质类商品的形式更新和虚荣满足）。所谓“星光大道”现象，难道是什么属于“电影艺术”的现象吗？它难道不是为满足商业化社会全面追求“名利”的广大观众之欲念和“梦想”的娱乐性工具？此类“奢华表演”遂为浅文化时代之无思想要求的广大（电玩和动漫）青年群众提供着一种不断自我心理投射之手段。

结果，电影制作的技术性（以及其中包含的技术化之艺术性或美学性）越来越高，而电影制作的“精神性”和“思想性”则越来越稀薄。重要的是，人们只按其“票房价值”来评价其电影艺术成就，如同球赛、歌舞表演一样。于是，关键性的问题是：今日参与“票房价值”投票的“广大观众”是什么人？当然他们都是商品消费者（他们同样是服装、名包的消费者！），都是“广大观众”。作为当代文化商品的消费者，他们大多数人的身份是“泛