

视像的霸权

Visual Hegemonies

[德]彼得·卢德思 主编

刘志敏 译

本书由不来梅雅各布大学资助出版

视像的霸权

Visual Hegemonies

[德]彼得·卢德思 主编
刘志敏 译

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (C I P) 数据

视像的霸权/(德)卢德思主编;刘志敏译. —北京:
中国广播电视出版社, 2009. 1

ISBN 978-7-5043-5730-4

I. 视… II. ①卢…②刘… III. 电视文化—影响—舆论—
研究 IV. G22 C912.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第199331号

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2009-0454

视像的霸权

[德]彼得·卢德思 主编
刘志敏 译

责任编辑 周然毅

封面设计 张 燕

责任校对 孙雨芹

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.cntp.com.cn

电子信箱 crtp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 710毫米×1000毫米 1/16

字 数 137(千)字

印 张 11.75

版 次 2009年1月第1版 2009年1月第1次印刷

印 数 4000册

书 号 ISBN 978-7-5043-5730-4

定 价 26.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

前 言

自十九世纪以来的经济全球化进程中,通过变得愈加迅捷的旅行和通讯方式,诸如火车、远洋轮船和飞机的发明,以及电报、电话和缆线的运用,地球显得仿佛越来越小了,不同人类社群也彼此越发接近并发生联系。工业化的趋势进而造就了不断加速和普及的媒体科技标准化并衍生出全球广泛适用的通讯标准。该类标准在印刷媒体、电影、电视以及数字化视频媒体中,尤其是在视觉文化中,已成为引人注目的焦点。在一种视觉性所主导的全球文化的前提背景下,当今由仪器传递和散播的图像成为决定性的知识和含义载体之一,并进而在全世界范围内奠定和建立各种新型社会集体:其中包括了从现代社会初期的借助印刷文化的力量而崛起的民族国家,直到现代社会后期各种跨民族国家的联盟,甚至连各种地区性的集团也得顺应其规则被改头换面。在现今通行全球的将眼目作为最重要的感觉器官的文明中,当各类社会集体尝试用文化感知和回忆进行自我身份定义的时刻,图像已经掌握了其间的决定性“钥匙”。

在已然明白无误地加以全球化了的媒体文化的框架前提下,这一“钥匙”,亦即所谓的“关键视像”(Key Visuals),作为产生了影响深远的身份定义和区别,并且处于持续推移和重组中的统治性和反抗性话语规定的意义流出体,已成为各种媒体社会学和媒体文化学课题探讨的焦点。作为文化

的物质性再现,它们在不断的现实化更新中化身为感知图像,与媒体插图以及一切由过去遗留下来的回忆影像相融合,在不断的现实化更新中持续产出新的回忆影像,同时成就一段文化记忆。它们不但维护着人类社会及其话语语义之间的一种恒常的兼具神话性和象征性的联络交流进程,更影响着话语规定以及人类社会及其成员的身份定义。在此意义下我们将“关键视像”理解为该类图像,它们在自身物质性非稳态和表意空洞的处境下,只有与在特定的统治性规则上建立起来的回忆与图像相联结,才能作为塑造身份定义的“真相”被“感知”。它们将信息内核浓缩为一幅图画,一段或者数段相拼接的录影剪辑或者几个彼此关联的万维网(World Wide Web)网页。此间与“关键视像”相联结的内涵绝对不是当前图像(或者还不如将其称之为虚构)所内在固有的,当然也就更谈不上存在着与其所描述的物质性所紧密联系的稳定性了。其实它往往只是在反馈过程中才成为其表象再现的中介,成为其产出和感知的社会性话语规则,以及不容忽视地去成为每个单个人的知性功能。这类图像已毋庸置疑地成为相应的钥匙,用以解读无穷无尽的能够活跃地自我修复和更新、面对资讯信息赢得了独立的自身内在动力的象征物和神话。如今作为深具文化影响力事件的构造者和联络者,它们已置身于价值创造的核心领域,此外也名副其实地处于资讯的核心(正如人们有所“资”才能去知“讯”一样)。

鉴于快速变化的通信联络进程,因为“关键视像”具有获取和保有注意力的能力,媒体将其视为假定的可靠钥匙,以保证媒体受众在明显变得短促的时间内仍能掌握统治性的含义集成以及与其相关联的假定稳定的身份定义。虽然在

愈发迅速的接替更迭中大量彼此重叠的图像开始显得面目模糊,该机制借助于受众的无意识感知和集体性记忆却仍能继续发挥其效应。当历史及其相关时空以多媒体的方式被极度浓缩入现实框架的时候,也就使得将历史的和现实的、遥远的和切近的事件通过有目的地聚焦于其视觉性钥匙从而加以固化成为可能。在当前媒体受众的眼中,加速的通信联络过程导致的这一浓缩现象生成出了象征物、神话和思想理论,它们不再与支配性的单个媒体及其同步固着的现代性身份定义相联结,并从而使一种“流动性(flow)”文化的功能系统的稳定变得绝对必要,而此特征也正决定性地凸显了全球化处境下的鲜明现实。与此同时,身份定义以及稳定性将不再从固着的静态中,而是从不停息的加速运动中被制造出来,这种运动则事实性地排除了各种身份定义以及各种来源于与自身等同的单位个体的内在分解。此间更多地生成出的是集体文化意识的加速流动形式,这些形式被地方性地加以接纳,其现实的显著特色总是只有在当时当地的规则条件下才能去类化其感知,此后便总是即刻再次消解并被现实化。尤其是那些在电视报道、通告和新闻中被展示并同时现身于相关互联网网页中的图像,往往还没有来得及在报纸、杂志和年鉴中找到其相关证据,以便使得它们(在视觉的再认知过程中类似的象征物和神话性建构)与在电影或者广告中的那些虚构图像确立某种关联,就已经被附加上了被视为真实和确切的记录的名望和光环,而稳定的身份定义也即是以这种方式由虚构中生成出来的。

在信息报告的前提下,简单的图像发送已经以塑造神话的程度与提供资料 and 事实的要求联结在了一起。其实,事实与那些将电视、万维网或者报纸视为窥探世界的窗户的陈词

滥调完全相左,媒体根本不是在直白转述事件的基础上构建其知识系统和含义空间的。知识和含义往往更多地产生于其自身的象征性重塑和其观照者的文化占有,而且相当程度上被孤立着,虽然还并非全然独立于其反映的物质材料和回忆图像含义。与现代盛期具有的相对封闭并且彼此区隔的叙事模式、门类和样式建构的媒体规则有所不同,现代晚期的“关键视像”的通信联络条件拥有媒体开放性并同时总是具备多样的社会性上下文关联,亦即具有多语义性。此处和彼处之间、此时和彼时之间、真实和虚构之间的区别逐渐消泯,这也同样意味着,日常生活和媒体经历之间的区别逐渐消泯,此外仍有必要加以强调的是,来自于此类媒体和彼类媒体的经验之间的区别也同样消泯无踪。而身份定义只有在当全部的感知和回忆图像一同达到高潮,占据获取和文化再生产的时刻才能被生成。

在此基础上,统治性媒体话语中的“关键视像”全然超越了其基于真切现实的中介性以及对物象的模拟性描摹关系的功能,并进而化身为跨媒体的维系知识和含义上下文的重要建构者。与此同时,由其负责传达的知识本身却变得愈加不稳定,以至于一旦与当前感知所涉及的此时此地分离后便随即失去效力。因而“关键性视觉影像”作为全球性的图像产出物,对集体性身份定义和价值系统的产生固然具有决定性的影响,却也同时因其自身的加速现实化更新进程导致了稳定性的降低。同时不容忽视的还有相关的多语义结构,它不仅持续地变更“关键性视觉影像”的吸引力,为其提供大量的神话性链接可能;而且更使其在全球市场上的成功发挥出相应意义。将此现象和机制加以展示,并且将媒体传播学研究的跨文化对话与媒体文化的全球化条件彼此拉近的工作,

正是彼得·卢德思(Peter Ludes)教授以及此书的合著者们以典范性的方式加以完成的。尤其令本人欣慰的是,在本书的英文版以及在巴西的译本出版之后,这一对将来全球范围内涉及“关键视像”的媒体传播学研究具有奠基性意义的重要著作,在经过其著作人与业界知名的中国广播电视出版社的卓有成效的合作后,能够同样在中国(今日即可预见到,在21世纪的世界中,中国定将是决定性的图像生产和获取进程的参与者之一)产生出应有的反响。同样值得期许的是,本书的出版必将融入将来文化科学和社会科学领域的更深入的跨国界和跨文化的知识交流大潮。

旷斯凡 (Stefan Kramer)

2007年1月8日于德国柏林

目 录

Contents

前 言

[德国] 旷斯凡(Stefan Kramer)	1
-------------------------	---

1. 视像的霸权

[德国] 彼得·卢德思(Peter Ludes)	1
1.1. 跨文化比较中关键视像的模拟与解码	1
1.1.1 简介	1
1.1.2. 公众视像与默认性知识: 本书纲要	3
1.1.3. 跨文化比较	7
1.1.4. 图片自动搜索	12
1.1.5. 特定文化的关键视像	14
1.1.6. 社会经济与生态文化环境	16
1.1.7. 视像霸权	18
1.1.8. 世界性象征符号	22
1.2 全球信息/反信息时代	26
1.2.1. 无知的知识社会	26
1.2.3 欧洲的大众媒体与货币	32
1.2.4 文化的交流	44

1.2.5 寻找象征符号	49
1.2.6 可证实的信息/值得记忆的知识	52
1.3 参考书目及进阶阅读书目	54
1.3.1 参考书目	54
1.3.2 跨国媒体交际进阶阅读书目精选	70
1.3.3 象征符号进阶阅读书目精选	73
1.3.4 视像进阶阅读书目精选	75
 2. 关键韵律: 四国最重要电视台节目中的背景音乐和声响	
[巴西]莱昂纳多·博契亚(Leonardo Boccia)	78
2.1 音乐的暴政	78
2.1.1 简介	78
2.2.1 基本参照标准	87
2.3 音乐抑或视像的霸权?	92
2.3.1 “战争之年”节目的内容结构	92
2.3.2 特征分析	102
2.3.3 结论	106
2.4 参考书目	111
 3. “我”与“我们”所思不同:文化、自我与认知	
[德国]乌尔里希·孔能(Ulrich Kühnen)	115
3.1 自我概念的决定性因素	115
3.1.1 简介	115
3.1.2 作为记忆结构的自我	116
3.1.3 自我的文化变体	119
3.2 激活的自我知识的结果	122
3.2.1 信息处理中的引导性自我知识与环境依赖	124
3.2.3 自我知识、文化和对环境信息的记忆	131
3.2.4 自我知识、文化和广告设计程序	133

3.3 总结和结论	135
3.4 参考书目	136
 4. 奥林匹克竞赛:视像霸权的争夺战	
[英国]约瑟夫·马奎尔(Joseph Maguire)	140
4.1 文明的竞赛?	140
4.1.1 奥林匹克、媒体、政治和身份认同	142
4.2 结论	155
4.3 参考书目	157
 附录I 本书图片总览	
附录II 本书主编、作者简介	170
译后记	171

1. 视像的霸权

[德国]彼得·卢德思(Peter Ludes)

1.1. 跨文化比较中关键视像的模拟与解码

1.1.1 简介

在多媒体全球化的过程当中产生了为数众多的“关键视像”，它们既具有相关文化的独特性，同时又具有文化全球化的共同意义，对这些关键视像进行模拟和解码可透视整个社会进程。尤其是各国的年度大事回顾节目中对国际社会大事的回顾，比如对奥运会，或是对自然灾害的报道转播，这些媒体视像唤起了观众的集体视觉回忆，折射出共同的期许，同时可对人类行为进行协调。

本书通过选取美国、德国、巴西(拉丁美洲的领军力量)以及作为世界新兴力量的中国的荧屏媒体进行比较，对这些世界上最重要的媒体市场进行及时的、跨文化跨媒体(intermedia)的、同时对各变体加以考量的分析。“很明显，在巴西，中国(包括香港)，埃及以及印度这些国家，视听媒体占据了很重要的地位……然而从全球范围内来说，众多数据表明，美国仍然是视听媒体这一行业不可动

摇的霸主。比如,在 20 世纪 90 年代前期的欧洲各国,美国电影所占法国电影市场份额平均为 58%,在英国竟然达到了最高的 89%,并且此后这个比例还有明显继续上升的趋势。”^①然而,不单如此,跨民族化与全球化进程同样也参与建构了各民族间“共同的媒体霸权”。^②

作为第一步,本书将对“关键视像的候选对象”在其所涉及的不同领域进行解码(如计算机科学、文化研究、艺术及文学的历史和理论、社会科学、心理学、统计学)。其次,通过跨学科协作对这些先前自动获取的“关键视像候选对象”进行评估,其中经各学科共同认可的对象才能成为真正的关键视像。上述两个步骤将获得两方面支持,一方面为进行视像相似点探查分析,另一方面为在本研究框架中建立关键视像研究模型,旨在更清晰更深刻地了解这一图像自动搜索系统的符号学运作原理。最后我们将进行专家及受众访问、心理学测试、社会学以及文化学分析,从而在具体语境中扩展与之相关的媒体内容分析。

因此,本书在跨文化以及跨媒体比较中对关键视像的模拟与解码不可仅被看作是分类的工作,它们同时亦是对视像霸权的生

① 参见 Guerrieri/Iapadre 2005,第 2 页起;互联网参见 Zook 2005;间媒体性(transmedia)符号参见 Santaella/Nöth 2005。为了符合术语本义,本书将“intermedia”统一译作“跨媒体的”,将“intercultural”统一译作“跨文化的”。除极个别例外,将“transmedia”译作“间媒体的”或“媒体间的”,将“transcultural”译作“文化间的”或“各文化之间的”。international 则依惯例译作“国际的”或“跨国的”。——译者注。

② 参见 Artz 与 Kamalipour 2003; 又见 Oren 与 Petro 2004。

成与巩固如何运作的区别性重构。^①

1.1.2. 公众视像与默认性知识：本书纲要

正如我们在本书第1.1.8章中将要了解到的,视觉符号是关键视像的一个特例,他们更广泛更深入地为人所共享,而且可以迅速协调人际间彼此的期望值及行动。所以,视觉符号聚合了类型不同与重要性不等的事务、目标及影响范围各异的互动性行为。但由于视觉符号只限于特定的民族或媒体文化,因此在促成跨文化的相互理解上其可用性也是有限的。“默认性知识”则意味着由于大家心照不宣都知道并了解某一知识,因而可以不必点明而在任

① 我们的研究小组包括以下成员。德国: Dr. Peter Ludes (项目总负责人),大众交际学/综合社会学教授,不来梅国际大学(IUB)。Dr. Immacolata Amodeo,文学/艺术与文学理论副教授,不来梅国际大学。Dr. Ursula Frohne, 艺术与艺术史/艺术与文学历史与理论副教授,不来梅国际大学。Dr. Otthein Herzog, 计算机科学教授,不来梅大学。Dr. George Ioannidis, 计算机技术中心图像处理部主任,不来梅国际大学。Dr. Arvid Kappas, 心理学/综合社会与认知心理学教授,不来梅大学。Dr. Stefan Kramer, 媒体研究副教授,康斯坦茨大学。Dr. Marion G. Müller, 大众交际学/综合社会学副教授,不来梅国际大学。Dr. Winfried Nöth, 语言学与符号学教授,卡塞尔大学。Dr. Thomas Rommel, 文学/艺术与文学历史与理论教授,不来梅国际大学。Dr. Christian Welzel, 政治学/综合社会学副教授,不来梅国际大学。Dr. Welf Werner, 国际经济学/综合社会学副教授,不来梅国际大学。Dr. Adalbert Wilhelm, 统计学副教授,不来梅国际大学;商业银行信息管理主席。

巴西: Dr. Leonardo Boccia, 音乐与舞台艺术教授,巴依亚州立大学,巴依亚州萨尔瓦多市。Dr. Lucia Santaella Braga, 符号学与交际学教授,圣保罗天主教大学。

英国: Dr. Joseph Maguire, 体育,运动科学与休养管理学系,洛克郡大学。

荷兰: Dr. William Uricchio, 媒体与呈现/再现研究所,乌德勒支大学。

中国: 王宇与戴建中(音译)教授,中国社会科学院社会学所,北京。聂欣如(音译),同济大学媒体研究教授,上海。吴建广(音译)博士,同济大学德国文化学教授,上海。

上述成员均为《视像的霸权》的写作做出了贡献。在此我应特别提及德国齐根(Siegen)的Georg Rademacher将本书1.1章由德文译成英文,英国洛克郡的Heather Owen编辑了本书的第一及第三章的英文稿,并编辑了我们的网站 www.keyvisuals.org。在此一并表示热忱的谢意。本书制作不同文档的棘手的工作则由厄瓜尔多的M. Eliana Barona(目前在不来梅国际大学)出色完成。

何日常情境中直接运用:他们被视为理所应当而且是不言自明的。^①然而国际间的视觉交流却往往并不遵循这一常识性基础。尽管电视节目格式和网站设计已经高度国际标准化,各国电视节目中具体的主题、事件中的人物与地点、问题及解决方案、隐藏的框架和所需联想相互之间仍然迥异。

可以想象,假若将某一个交流型文化及其确定的意义域的确定性简单地调换进另一个文化中,那么这必将阻碍跨文化及跨媒体的交际。然而,这种事情却是屡见不鲜。其实,一般而言,将大众媒体的主要格式和内容用于已建立的电视节目框架(通常是某一特定民族的以及具有媒体特殊性即某一具体媒体的框架),或是那些超越或侵入这些框架的人清楚认识到这一点,即使他们认为自己是国际交流的先驱,这一切其实对于观众都不成其为问题。但是大多数人日常共同的实践却在于划定不确定性与怀疑的边界。^②所以视觉交流就被要求具有不断提高的“显明性”而非纯粹口头或书面的信息以及娱乐。执是之故,对我们而言,一个重大的挑战就在于发现这些可以超越家庭交流文化从而打开更多隐含意义的“密钥”。

关键视像尽可满足这一功能。对美国和德国电视新闻和网络信息^③的研究表明,其国家首领、普通百姓、经济或科学领域代表、“热门”话题以及事件发生地点等在媒体中的出现频率具有相当高的稳定性。但在一个既是全球化又是媒体化的世界中,我们的任务是为不同文化查明那些在大众媒体交流中更为稳定和关键的因素。我们的关键视像和视像霸权研究小组正是以此作为目标和任务。当然,本书作为《世界性的关键视像》这套丛书的导论部分,只

① 参见 Soeffner 2004, 402 页。

② 参见 Soeffner 2004, 401 页;又见 Soeffner 2003, 178 页。

③ 参见 Ludes 2001 b, 该书附带一张内含时间段为 1949 年到 1998 年的长达 86 分钟的关键视像的光盘。

能提供有限的例子来说明我们今后几年将更加全力坚持研究的轨迹与方向:跨文化比较;自动图片搜索;特定文化的关键视像;社会经济学和生态文化的条件;视像的霸权以及世界性符号(见本书第1.1.3章至第1.1.8章)。

下面,本书第1.2章将就一个欧洲的甚至是全球性的信息与知识社会所面临的机遇和限制,对一些国际间交流的隐藏性因素进行专门阐述。^①

为了强调听觉因素和视觉因素的共同作用,第二章作者莱昂纳多·博契亚(Leonardo Boccia)集中阐述了关键视像与关键音乐节拍之间的相互影响关系:电视所传达的任何信息几乎都不单单只是依赖于画面。声响与音乐越来越不只是背景,他们同样经由专业化生产而与视觉呈现(即图像——译者注)紧密相连。声音和画面的数字化以及加速进步的计算机化更加增强了所谓公共领域的专业性视听的互补性呈现。^②在这一章里,博契亚阐明了著名古典音乐的哪些传统选段被与不同文化中的何种流行音乐相互连接起来。读者在我们的网页 [www. keyvisuals. org](http://www.keyvisuals.org) 上就可以听取这些下意识激发的联想,而读者的视听认知也将更加有助于其对博契亚的关于“音乐性视像霸权”的重要结论产生认同。

本书第三章围绕最近心理学上的一项研究而展开。这项研究旨在调查使用不同方法就主体经验的不同层面来分析“自我”所产生的结果。作者乌尔里希·孔能(Ulrich Kühnen)在这一章里所阐明的是有关“自我”的观点,他的“中心论据即是,我们如何思考自身决定了我们如何进行一般性思考”。以此,作者提供了对世界以及个体的正在日益全球性媒体化这一观点的极其重要的社会心理

① 联合国教科文组织关于发展世界性信息社会的专门网站对不同地域与活动提供了详尽的资料,参见网:http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=15868&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html。

② 参见 Ludes 1994。

学及认知维度的深度透视。透视这种相互关联性,对于充分阐释特定文化的信息与知识社会及跨文化交际的心理限制而言,其必要性是不言而喻的。由此乌尔里希·孔能在本书第三章《“我”与“我们”所想不同:文化,自我与认知》中向我们阐明了有关“自我”的这一概念的决定性因素,其中包括:自我亦即一个记忆结构、自我的文化变体、被激活的自我知识可产生的后果以及在信息处理过程中应注入自我知识与情境关联性。

第四章为约瑟夫·马奎尔(Joseph Maguire)所著《奥林匹克运动会:视像霸权的战役》,这一章向我们展示的是对一件全球媒体大事的准备工作,特别是美国媒体与政界对于北京申办2008年奥运会的反应。从运动社会学以及诺伯特·艾利亚斯(Nobert Elias)的文明进程理论来看,问题即在于我们能否看到一场“文明的运动会”。对电视与网络上关键视像的专业化挑选以及视像霸权的建立与冲突将构成媒体、政治与身份认同的重要组成部分。

总的来说,这本书只是对有关视像霸权的复杂的跨学科研究领域的简要与初始的介绍:即对关键视像在历史性的跨文化与跨媒体对照中所进行的模拟与解码。我们的网页 www.keyvisuals.org 上则提供了世界上不同文化区域的更为详尽的例子,在此邀请您也加入我们的研究努力,从而可以在更加充分地照顾到其文化与媒体的特殊性的基础上,在跨文化的甚至是全球化的维度上对关键视像进行正确的模拟和解码。为了达到这一研究目标,我想提出几个定向性假设。

关键视像的生产,传播以及使用通常都超出了媒体之间的传统界限。^① 它们暗示了第一眼经验以及其后的媒体化经验之间有着某种基本联系;因而它们获得了某些被认为是理所当然的特征,某些建构迹象明显的特征,从常识上来讲这在日常交际中毋庸置疑

① 参见 Kroeber - Riel 1996 的富有说服力的讨论。