

NEW
VISION

新视野新闻传播学丛书

A Visible Culture: Transmission Theory of the Image Culture

可视的文化

影像文化传播论

■ 张宇丹 吴丽 著

云南大学出版社

NEW
VISION


新视野新闻传播学丛书

A Visible Culture: Transmission Theory of the Image Culture

可视的文化

影像文化传播论

■ 张宇丹 吴丽 著

 云南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

可视的文化：影像文化传播论/张宇丹，吴丽著. —昆明：云南大学出版社，2009
(新视野新闻传播学丛书/张宇丹主编)
ISBN 978 - 7 - 81112 - 781 - 2

I. 可… II. ①张…②吴… III. ①电影 - 文化 - 传播学 - 研究②电视文化 - 传播学 - 研究 IV. J90

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 041127 号

可视的文化：影像文化传播论

张宇丹 吴 丽 著

责任编辑：龙宝珍
封面设计：丁群亚
出版发行：云南大学出版社
印 装：云南华中印务有限公司
开 本：787mm × 1092mm 1/16
印 张：18.5
字 数：320 千
版 次：2009 年 4 月第 1 版
印 次：2009 年 4 月第 1 次印刷
书 号：ISBN 978 - 7 - 81112 - 781 - 2
定 价：38.00 元

地址：昆明市一二·一大街云南大学英华园（邮编：650091）

发行电话：0871 - 5031071 5033244

网 址：<http://www.ynup.com>

E-mail: market@ynup.com

目 录

开头的話	(1)
A. 表征·视觉·影像	(4)
一、表 征	(4)
1. 表述	(5)
2. 象征	(7)
3. 意义	(8)
4. 表征危机	(12)
二、视 觉	(18)
1. 视知觉与信息传受	(19)
2. 视觉中心与视觉推崇	(21)
3. 视觉思维与视觉文化	(23)
三、影 像	(30)
1. 影像的符号特性	(33)
2. 影像在图像体系中的演进	(36)
B. 对历史和文化的表述	(62)
一、感性形态与理性形态：文本模式	(62)
1. 感性与理性	(64)
2. 文字与视像	(66)
3. 概念视觉化的尝试：《资本论》	(68)
4. 文字形态的影像转换：《色·戒》	(70)
5. 视觉文化时代的图文关系	(81)
二、文化不仅可记忆而且是可视的	(84)
1. 文化人类学与民族学	(84)

2 可视的文化：影像文化传播论

2. 有关影视人类学	(86)
3. 有关视觉人类学	(91)
C. 影像的表征可能	(100)
一、影像记录	(100)
1. 实物·文字·语音·图像	(102)
2. 模仿·复制·虚拟	(104)
3. 纪实·虚构·虚拟	(108)
二、影像传播	(116)
1. 影像传播的技术发展	(117)
2. 影像传播的媒介	(120)
3. 影像传播的主体和内容	(122)
三、影像消费	(126)
1. 无处不在的影像	(126)
2. 主客观因素下的影像消费	(128)
3. 消费的不仅仅是影像	(133)
四、影像暴力	(135)
1. 影像暴力与暴力影像	(135)
2. 影像泛滥：麻木性迷恋	(137)
3. 影像控制：意识形态霸权	(140)
4. 不良影像：影像世界中的“格雷沙姆定律”	(142)
五、影像交往	(145)
1. 铺垫：交往面面观	(148)
2. 呈现：什么是影像交往	(152)
3. 思考：影像交往带给我们什么	(158)
D. 影像文化志的描述	(165)
一、影像与种族	(165)
1. 全球化背景下的影像与种族	(165)
2. 影像作为种族的媒介	(167)
3. 种族作为影像的叙事内容	(170)
4. 种族作为影像的叙事策略	(178)
二、影像与性别	(184)

1. 影像性别与现实性别·····	(184)
2. 影像中的性别呈现·····	(185)
3. 影像对性别的建构·····	(192)
三、影像与身体·····	(195)
1. 作为研究对象的身体·····	(195)
2. 作为影像内容的身体·····	(197)
3. 作为影像营销策略的身体·····	(202)
4. 作为影像权力表现的身体·····	(205)
四、影像与仪式·····	(209)
1. 双重的仪式：仪式理论与影像的联姻·····	(209)
2. 影像寓言：电视影像与消费仪式·····	(214)
3. 影像事件：奥运转播与体育仪式·····	(217)
4. 影像表演：春节晚会与年俗仪式·····	(221)
E. 影像文化的传播·····	(227)
一、新闻影像：当下性·····	(227)
1. 影像叙事：描述与再现·····	(228)
2. 影像媒介的传受特性·····	(229)
3. 影像叙事学：以图说话·····	(234)
4. 再现现实·召唤与控制·认知偏差·····	(241)
二、历史影像：文献性·····	(244)
1. 一部纪录电影的启示：《四万万人民》·····	(244)
2. 影像史学：影像作为史料与治史手段·····	(249)
3. 寻找“历史的盲点”与“文化抢救”·····	(252)
4. 关注小人物：影像记录传播主客体的嬗变·····	(261)
三、商业影像：拟似性·····	(267)
1. 将存在视觉化：后现代主义与消费社会·····	(267)
2. 制造需求：商品、文化与符号三位一体·····	(269)
3. 洗脑：“无意识编织的空间”与拟像·····	(275)
4. 虚拟现实·利润与操纵·异化和偏差·····	(279)
主要参考文献·····	(282)
后 记·····	(287)

开头的话

当形容因看到美好的景物而心情舒畅愉快时，不难想到一个词：“赏心悦目”。我始终纳闷，为什么是“赏心悦目”而不是“悦目赏心”呢？从感受顺序上说，应该是先有“悦目”方能“赏心”，不知当初造这个词时是出于何种考虑。经由人的感知通道到达大脑心灵，人类接触外界现实主要凭借五大感受器官，人与人接触交往也主要借助五官。在五官感觉中，触觉、嗅觉和味觉更多行使着生理性的功能，而视觉和听觉则是感知、传受信息和意义的主要感知通道，发挥着人认识世界、认识自己的社会和文化功能。“耳听为虚，眼见为实”的功效差异和感知经验，似乎使得视觉又胜出一筹，成为五官中的佼佼者，历来饱受赞誉和溢美。这也就难怪古往今来有关“视觉推崇”、“视觉中心”之类的声音此起彼伏，对于视觉文化的研究成为当代人文学科研究的一个热点。不仅要认识研究“悦目赏心”的，而且也要认识研究非“悦目赏心”的，认识研究如何通过高贵的视觉对现实世界和人类自身实现表征、传播和接受的。从信息的传递、意义的呈现到历史的记述、文化的传承，视觉表达、视觉感知和视觉思维具有怎样的效用？如果说人对于外界现实的观照主要是一种主体注目客体的单向式的“看”，那么人与人之间的彼此注视则是一种双向交互的“看”与“被看”，二者的位置是可以变动转换的，由此所形成的不同视觉关系生成不同而多样的视觉效应，视觉文化因此而扑朔迷离、引人入胜。这算得是著书立说的理由之一。

为什么是“江山如画”而不是“画如江山”呢？答案很清楚，因为画比江山美。为什么？因为画不是江山本身，而是对江山的选择、处理和加工。画是对江山符码化的结果。面对无限的江山的现实，你在接受其美好时，也必须容纳其不美好的。现实世界往往呈现出纷繁杂乱的无序状态，而绘画则是对无序现实的一种有序化把握，有限的画框具有剔除、省略的功效，所谓去粗取精，因人而异地框住有意义、有意味的内容，这能不比

江山美吗？从人工性的绘画到技术性的影像概莫如此。绘画从早期不入流的技艺到步入神圣的艺术殿堂，逐步以一种高雅的姿态与现实形成某种间离关系。影像似乎从一诞生就以一种凡俗的样子与现实形成某种亲密无间的关系，尤其随着影像技术的突飞猛进，影像的普及几近泛滥。如果说绘画是对现实的拟仿——拟真仿真，那么影像则是对现实的复制克隆。随着影像记录和表征现实的文本模式的日趋成熟和完善，影像融入现实生活已成润物细无声的态势，影像已经成为当代现实生活场景及其社会景观中不可或缺的一部分。与此同时，信息的过剩让人应接不暇，躁动焦虑的现代人竞相享受着“快餐文化”的短促乐趣，不由自主地追逐着“浅阅读”的时尚。所谓“视觉时代”、“读图时代”的来临让人心情复杂、忧喜参半。

现代文化似乎正在脱离以文字语言为中心的理性主义形态，日益转向以图像特别是以影像为中心的感性主义形态。这不但标志着原有文化形态的转型，更意味着人类思维范式的一种转换，同时也标志着现代科学技术深层次地介入了文化形态和思维范式。在强大的不断进步的媒介技术支持下，日渐显露的影像霸权不仅在记录、表征和传播方面动摇着曾经统领天下的文字语言的传统话语构成和稳固的霸权地位，而且改变甚至颠倒着符号与指涉物、摹本与原本、现象与本质、影像与现实的本来关系。当今世界，摄影、电影、电视以及网络视频等或动或静的影像与现实景象愈来愈难分难解，影像与现实的界限越来越模糊，让人分辨不清，影像对现实的替代可能在不断扩张，于是，影像与现实孰更真实便成为一个问题。西方情境主义国际的创始人居伊·德波在其《景观社会》一书中感慨道：“世界已经被拍摄”，“在真实的世界变成纯粹影像之时，纯粹影像就变成真实的存在”。^①从意识形态到商业市场，影像的生产、营销和消费不仅成为现代消费文化的一道亮丽景观，而且已然成为现代社会生活的主体内容之一。影像的普及乃至泛滥与网络时代的虚拟世界彼此呼应，共同营造着一种所谓的虚拟生活，成就了一个与“第一现实”实体生活相异的“第二现实”。有人认为在虚拟生活中比在现实生活里更接近人的真实，更接近生活的真相。虚拟生活是对现实生活的一种释放和填充，因为虚拟生活是去伪装、去雕饰的。虚拟与现实的交错重叠是否会成为当代人的一种生存法则？总之，原有的世界秩序已被打破，新的秩序能否建立？疑惑和探究也算是著书立说的又一理由。

^① [法] 居伊·德波著，王昭凤译：《景观社会》，南京大学出版社，2006年版，第6页。

于是乎就有了以下的文字。依旧需要用文字来对影像进行论述，这本身就是一件有意思的事情……

A. 表征·视觉·影像

人之所以为人，是因为人有文化，而文化是需要交流、传播和传承的，因此文化离不开表征。文化的表征形态应该是丰富多元的，视觉表征是伴随着人类而发生和发展的，可谓历史悠远。影像是视觉技术发展相应阶段的产物，影像技术和影像表征的逐步成熟和丰富，使其成了现代视觉表征的主体，并在现代人类文化表征中起到愈来愈重要的作用，成为一种不可或缺的意义、信息和文化表征形态。

一、表 征

人类经由语言符号表征事物、建构意义，从而创造文化，并被文化所创造。作为文化理论研究的一个基本概念，“表征意味着用语言向他人就这个世界说出某种有意义的话来，或有意义地表述这个世界”。^①这就是说，如若没有人类表征这一意指实践，世界还有意义可言吗？人类还有文化可述吗？

《牛津英语简明辞典》对表征所下的定义是：^②

◆表征某物即描绘或摹状它，通过描绘或想象而在头脑中想起它；在我们头脑和感官中将此物的一个相似物品摆在我

^① [英] 斯图尔特·霍尔著，徐亮、陆兴华译：《表征——文化表象与意指实践》，商务印书馆，2003年版，第15页。

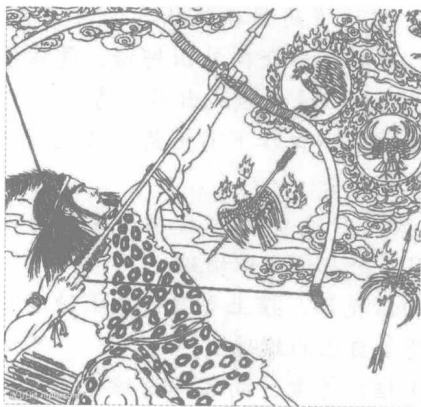
^② [英] 斯图尔特·霍尔著，徐亮、陆兴华译：《表征——文化表象与意指实践》，商务印书馆，2003年版，第16页。

们面前。例如：“此画表征了该隐对亚伯的谋杀。”

◆表征还意味着象征、代表、做（什么的）标本或替代。例如：“在基督教里，十字架表征了基督的受难和受刑。”

这简洁的界定包含了表征的两层功能：“表述”和“象征”。

1. 表述



只要具备相应中国传统文化知识的人见到这两幅图，大概都不难想到“后羿射日”与“嫦娥奔月”，这是与中国传统节日中秋节密切相关的两个神话传说。这两幅图是对在民间长期流传的两个彼此关联的故事的一种意象表述，亦即对古代神话传说的一种视觉表征。

关于嫦娥的传说有着不同的文字版本，在《全上古文》辑《灵宪》中有如此记载：

嫦娥，羿妻也，窃王母不死药服之，奔月。将往，枚占于有黄。有黄占之，曰：“吉，翩翩归姝，独将西行，逢天晦芒，毋惊毋恐，后且大昌。”嫦娥遂托身于月，是为蟾蜍。

据说，嫦娥奔月变成癞蛤蟆后，在月宫中被罚终日捣制不死药，过着寂寞清苦的生活。故而唐代诗人李商隐有诗叹道：“嫦娥应悔偷灵药，碧海青天夜夜心。”古文献的记载似乎具有某种犯禁惩戒的悲剧色彩，属于当时社会主流意识形态的话语。而后来的民间传说则不断被加工、修饰，

寄托着种种追求美好和向往浪漫的集体愿望——

远古时候，天上冒出十个太阳，烤得地冒烟、水干枯，众生煎熬。

英雄后羿登上昆仑山顶，运力开弓，射下九个太阳。

后羿神功盖世，百姓尊敬爱戴，美丽善良的嫦娥嫁给了后羿。

一日，后羿于昆仑山巧遇王母娘娘，求得一包不死药。服下此药，能升天成仙。

后羿把不死药交给妻子，嫦娥将药藏在梳妆台的百宝匣内，不料被心怀鬼胎的蓬蒙看到。当后羿率众徒外出狩猎，蓬蒙装病留了下来。他持剑闯入后院内宅，威逼嫦娥交出不死药。

嫦娥当机立断，打开百宝匣，一口吞下不死药。只见嫦娥随即飘离地面，冲出窗口，向月亮飞去……

悲痛欲绝的后羿，仰望夜空呼唤爱妻的名字。他惊奇地发现，月亮格外皎洁明亮，而且有个身影酷似嫦娥。

后羿急忙来到嫦娥喜爱的后花园，摆上香案，放上她爱吃的蜜食鲜果，遥祭在月宫里眷恋着自己的嫦娥……

百姓们闻知，纷纷在月下摆设香案，向成仙的嫦娥祈求吉祥平安。

从此，中秋节拜月、赏月、吃月饼、祈求团圆的风俗在民间一直延续。

同样的传说，有着不同的表征，从而产生了不同的意义，指向了各自的文化内涵。或者说，不同表述所产生的表征意义，取决于特定文化的规定性。

表述是通过制造符号来代表某种意义的过程和产物，“是在一切有效的意指系统内形成意义的社会化过程”。^①相对而言，表述属于表征中的第一层交流传播，发挥着语言的基本意指功效，在于表现人和物，叙述故事，描绘状态，表情达意。一句话，表述是对事物征象的自身描述。

^① [美] 约翰·费斯克著，李彬译注：《关键概念——传播与文化研究辞典》，新华出版社，2004年版，第241页。

2. 象征



龙是中国神话中的一种善变化、兴云雨、利万物的神异动物，乃龙、凤、麒麟、龟四灵之首。龙是多种动物的复合体，是原始社会所形成的一种图腾崇拜的标志。

对现代中国人来说，龙的形象更是一种符号、一种意绪、一种情感。龙是中国人的独特文化创造、观念创造和符号创造。龙是复杂多样的象征集合体：

是至高无上的皇帝——天子的象征，皇权的象征；

是自然界男性活力乃至生殖力的象征，与“凤”相对应；

是出人头地、成功出息的象征，所谓“望子成龙”；

是东方——太阳升起之地的象征；

是中华民族的精神象征，是中国五千年的历史象征，所谓“龙的传人”。

象征是用具体的物象来表征特定的蕴涵，通过感性的征象指向理性的意义。象征物与所象征意义之间可能存在某种隐喻式的相似性，而象征的产生和获得在很大程度上取决于相应的语境。就是说，往往要在同一文化体成员之中才能达成象征认知的一致性。

如果说表述是表征第一层的交流传播，象征就是第二层的交流传播，又称为语言的第二种形式。在内涵意指方面，象征似乎更为深入和丰富，因为象征往往经由具体的事物征象而指向其他——抽象的、观念的、情绪

的、精神的，等等，对意会性的东西进行一种具象化的替代把握。亦即具象对抽象的替代，有形对无形的标示，感性对理性的指引。

3. 意义

意义是如何产生的？是客观事物自身具备的吗？客观事物对人之外的动物为何没有意义？当谈论审美问题时，有这么一句话：山坡上开满了鲜花，而在牛羊的眼中，那只是饲料而已。是啊，只有在人的眼中，鲜花才有了诸如美丽、浪漫、芬芳等多彩的意义。这是人发现、观照并赋予的结果。

意义是文化实践的产物，人是文化的创造者，因此说：“正是文化的参与者赋予了人、客观物及事件以意义。”^①事物本身没有与生俱来的、固定不变的所谓意义。通过人对事物的观照——所见、所闻、所感及其所思、所想，并经由不同的表征方法以及媒介将其传达出来——说出来、写出来、画出来、拍摄出来等，事物才因此有了意义。事物的意义或者依托于语词的议论抒情，或者凭借于故事的叙述和形象的塑造，类似于中国古代文论中的“托物言志”、“借景抒情”之类。不同的表述方式和象征方法形成不同的表征意义。

★产生和构造意义的主要媒介是语言

显然，在人类古往今来的意指实践经历中，口语和文字是意义得以产生和传播的最早也是最优的语言符号体系，长期居于表征的中心位置，成为实现表征的核心文本。全世界不同区域、不同民族的文化概莫如此，这是人类在生存及发展过程中依照交流本能和沟通需要的一种自然选择和技术规律。

有了语言符号媒介，才有了表述和象征，也才有了表征；有了表征，才有了编码、解码和译码，亦即有了文化信码，并由此编织了一张“文化之网”——有意义的网。阐释人类学的创始人吉尔兹有言：“同马克斯·韦伯一样，我认为人类就是悬挂在自己所编织的一种富有意味的网上的动物。我所指的文化就是这些富有意味的网。”^②韦伯将文化精妙地比喻为一

① [英] 斯图尔特·霍尔著，徐亮、陆兴华译：《表征——文化表象与意指实践》，商务印书馆，2003年版，第3页。

② 转自王海龙《视觉人类学》，上海文艺出版社，2007年版，第75页。

张网，人类社会和生活就是被无处不在的网状文化所罗织、编制，正是因为有了这张能够悬挂人类的文化之网，方使得人类与其他动物区别开来。吉尔兹形象的描述耐人寻味，表明了人类与文化以及意义之间密不可分、千丝万缕、有形无形的关系。

被表征所编织起来的文化之网是由各种不同的文化单位体所构成的，每一个文化体具有各自的表征系统。在同一个文化体中的成员必须使用共同的表征方法和手段去认识、表达和解释世界，才可能实现有效的文化交流和沟通。也就是说，他们必须共享相同的“文化信码”，“任何意义交流的参与者必须能够使用同一‘语言信码’。他们必须——在一个非常宽泛的意义上——‘讲同一语言’。”^①处在同一语言文化范式中的成员，其表达和交流行为势必受到相应的语法规则和语境制约。

不同文化体成员之间要实现彼此交流、相互理解，就必须在不同的文化信码之间进行交换性译码，使之使用特定文化体的表征语言与其进行沟通。如此这番，彼此间的理解便不可能是完全精确的，偏差和损耗是在所难免的。即便是在同一文化体中，意义作为一种对话，大概也只能部分地被理解。就是说，无论是同一文化体成员之间的对话，还是不同文化体成员之间的交流，永远都是一种不平等的意义交换。认识到这一点，我们对同一文化的传承和不同文化的循环大概都不必过于苛求。当然，这似乎是口语和文字语言表征的一种局限，而其他诸如视觉语言表征是否可以突破这种局限呢？

★只要具备语言符号功能的表征系统都能实现对意义的运载

随着人类意指实践行为的不断进步和丰富，长期以来作为表征核心文本的口语和文字语言的垄断地位开始受到挑战。是否只有口语和文字语言才是通过表征来运作的？还有其他语言方式能够进入表征的系统吗？

应该说，凡是具备表达意义的符号功能和运载、传播意义的媒介作用的语言方式，都可以进入表征系统。或者说，只要运用表征方法和原则来发挥符号功能和媒介作用的，都能成为相应的表征语言而进行运作，从而实现对意义的生产和构造。无论是具象的绘画、摄影，还是抽象的音乐等，都因其可以产生和构造意义而成为使事物具有意义的意指实践的产

^① [英] 斯图尔特·霍尔著，徐亮、陆兴华译：《表征——文化表象与意指实践》，商务印书馆，2003年版，第4页。

物。当然，不同的语言方式所达成的表征效果是有差异的，就是说同样的意义可以进行不同的语言表达，意义表征因语言而异。借用麦克卢汉“媒介即信息”这一经典说法，就是“语言即意义”。

★表征作为一种意指实践，既可以指称有形，也可以指称无形

表征通过各种语言符号和媒介实现对意义的生产和构造，其意指对象可以是实体性的物质现实，即具体有形的人、物、事等；也可以意指非实体性的观念世界，即抽象无形的精神、想象之类。“形象”性表达是人类原初化的一种基本表征形态，而“抽象”性表达则是人类进化的一种高级表征形态。语言与所指称的对象之间可以是一种简单的模仿式反映，而更多则是一种非对称的概括式、超越式的建构。因为意义不是内在于事物本身，而是被语言所产生、构造的。

★同一意义经由不同的媒介语言产生和构造，形成差异化的表征

不同的语言媒介具有不同的表述效果，经由文字语言所形成的是概念性和联想性的表述文本，具有较为明晰的表征指向；而由视觉语言所构成的则是具象性和直觉性的表述文本，呈现为一种大致的表征指向，具有表达的多义性和模糊性。即所谓“一图多义”。



唐代杜牧这首耳熟能详的《清明》，描述了路上行人那幽怨而期待的情状。文字表述清新明了，所提供的意象生动而极富意味。而相应的图画

则截取诗中的一个典型场面予以视觉化表现，给出的是一种大致的意象指向，只有依托于文字才能获得比较明晰的领悟。大概也正是由于这个原因，文字语言才较早地成为被普遍使用的一种主要交流工具和表征符号。

★同一意义使用同一媒介语言进行不同的表述，可以产生不同的表征效果

同样是“荷花鸳鸯”，同样是使用国画语言，齐白石和刘海粟两位大师的表述各异。白石老人以独特的大写意国画风格，形成所谓“红花墨叶”画派，大处看笔酣墨饱，力健有锋，观细微则一丝不苟，极为精细。海粟大师融合中西、沟通传统与潮流，其油画中富有国画的内涵，明显的线条和国画笔墨的笔触，加上画景的诗意，使他的油画别具一格，而他的国画既有传统的章法和笔墨，又有油画的质感和空间感，使得国画有所突破和创新。不同个性风格的大师，使用相同的媒介语言，对问题的内容进行了不同的描绘，从而获得了不同的表征效果。即所谓“一义多图”。由此也可以证明表征意义的被产生和被构造。



现代传媒技术的高度发达，为表征实现提供了快捷而丰富的媒介可能，意义的生产和传播以前所未有的规模和速度进行着，以跨越时间和空间的姿态不仅在相同的文化中传承，而且在不同的文化之间循环起来。如