

Media, Audio-Visual and Culture: A Critical Approach



媒介·视听·文化

——一种批判的视角

谢辛 著

安徽美术出版社
全国百佳图书出版单位

致敬，伟大的丹尼斯·麦奎尔。

媒介·视听·文化
——一种批判的视角

Media, Audio-Visual and Culture: A Critical Approach

谢辛 著

安徽美术出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

媒介·视听·文化：一种批判的视角 / 谢辛著. - 合肥：安徽美术出版社, 2017.11

ISBN 978-7-5398-7906-2

I. ①媒… II. ①谢… III. ①艺术评论 - 中国 - 现代 IV. ①J052

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 199881 号

媒介·视听·文化——一种批判的视角 谢辛 著

Meijie Shiting Wenhua Yi Zhong Pipan de Shijiao

出 版 人：唐元明

选题策划：马 涛

责任编辑：赵启芳

责任校对：司开江

校 对：吴琳旖

责任印制：徐海燕

出版发行：时代出版传媒股份有限公司

安徽美术出版社 (<http://www.ahmscbs.com>)

社 址：合肥市政务文化新区翡翠路 1118 号出版传媒广场 14 层

邮 编：230071

营 销 部：0551-63533604 (省内) 0551-63533607 (省外)

经 销：全国新华书店

印 刷：安徽省地质印刷厂

版 次：2017 年 11 月第 1 版

2017 年 11 月第 1 次印刷

开 本：787mm×1092mm 1/16

印 张：12.5

印 数：1000

书 号：ISBN 978-7-5398-7906-2

定 价：68.00 元

如发现印装质量问题，请与我社营销部联系调换。

版权所有·侵权必究

本社法律顾问：安徽承义律师事务所 孙卫东律师

序

2017年6月，在整理本书文稿的过程中，听闻丹尼斯·麦奎尔（Denis McQuail）先生仙逝，倍感痛惜。麦奎尔先生是英国著名传播学家、《欧洲传播学杂志》创始人之一，其代表作《大众传播模式论》《受众分析》《大众传播理论》等为世界传播学研究奠定坚实基础，诸多学子奉其为先驱。麦奎尔先生的研究对本书内容具有明确、直击和深刻的启发意义，在此表达晚辈对先生深深的敬意！

我们所处的时代，瞬息万变。从莎草纸到互联网，一切趋近想象的可能性似乎都在一次次变成现实。当VR（Virtual Reality）虚拟现实的惊喜还未消散之时，对于奇点（Singularity）理论者来说，作为取代神之旧奇点的新奇点AI（Artificial Intelligence）人工智能呼之欲出，这是一次伟大的变革，它足以再次改变全人类，永生抑或毁灭：机器人是否会超越机器的物质属性，而具备人类的情感和创造力？我们究竟想要借助机器为我所用，还是另有目的……

在了解新生事物之前，对其存在和生发的环境进行研究或许对其未来发展而言，更具有现实价值和前瞻意义。上述

智能化事物的本质和根源，都与三个核心词汇相关：媒介、视听、文化。伴随三者各自独立以及相互依存的发展，一个巨大的生态网络形成，人们生活于其中，体验于其中。若干年的电影、电视、网络等洗礼足以为新奇点的运转提供强大的群众基础。本书将对影响未来智能时代的三个核心词汇进行阐释，内容源自作者近年相关研究成果，将借助一种尼克·库尔德里（Nick Couldry）式的批判视角，审视媒介、视听、文化发展样态，在当下视听新媒体勃发时期，产业跨界/学界跨科逐渐成为常态化的时期，国内相关理论研究极度匮乏时期，提供某种现实性和前瞻性的思考。

（一）理解与享受媒介

媒介伴随人类社会的发展，经历从平面到视听的媒材转变。我们在使用媒材的过程中，逐渐从被动接受转向主动创造，以实现人之所以为“人”、从身体到身份转变的存在意义，甚至欲望满足。这种主动性的趋势不可避免，因此我们需在考虑技术、社会、文化等多维因素的前提下，给予作为介质和工具的媒介以充分的想象空间。媒介研究的先驱麦克卢汉（Marshall McLuhan）曾用“理解媒介”一词，对未来媒介发展提出极具前瞻性的设想，倘若预言注定得以实现，我们一直在践行或者说延续的正是麦克卢汉的精神，罗伯特·洛根（Robert K. Logan）撰写《理解新媒介——延伸麦克卢汉》，对新兴媒介与人类关系进行更深层次和更为现实的梳理，享受媒介，成为当下和未来媒介赋予我们满足快感的权利。

再来看贡布里希（Ernst Hans Josef Gombrich）在其艺术心理学研究中强化创作者/受众的创作者主导性，在“光晕”散发的艺术创作时期，这种主导性从神性、人性、物性等角

度，展示不断绵延的时代、社会、宗教发展赋予我们思考的种种可能性。在这个过程中，艺术作品作为媒介，凸显其特殊的魅力，与美感紧密相连。以影像为例，自诞生之初就是一种媒介文本，可观看，可感知，在交叉学科研究的发展趋势中，影像与媒介之间看似形成所谓跨界联动，实则归属相互嵌套的文本模式。以影像作为媒介，或以媒介作为影像不可分割的一部分，都将指向并行的研究道路。本书第一章，覆盖近年来作者撰写的以影像作为媒介文本的相关内容，从具备美感的、与美术等其他艺术学科相连的传统视听语言分析到产业、视听、文化等多维转变，探索视听与媒介带来的新感知和新快慰。第二章将深入产业现状，从热词IP（Intellectual Property）入手，展示技术进步和新媒介带来的体验与设想。

（二）视听业态与受众

《中国移动互联网网民行为分析》显示，2016年中国移动互联网市场规模达到52817.1万亿元，与2015年相比，增长71.5%；《移动经济 2017》报告显示，亚太地区独立移动用户数量将从2016年底的27亿增至2020年的31亿；艾瑞咨询报道，截至2016年底，在线视频服务的人均有效浏览时长，PC端达到每日69.7分钟，移动端每日高达91.3分钟。2017-2022年中国智能手机软件项目行业市场深度调研及投资战略研究分析报告表明，截至2017年6月，我国手机网民规模达7.24亿，较2016年底增加2830万人。上述数据表明，在线视频用户黏性大，用户价值待挖掘，而庞大的用户基数为互联网时代视听内容生产，尤其是适于移动终端的视听业态提供较之其他媒介更有优势和远见的市场价值。

当作品转向产品，受众转向用户时，视听行业的准入门槛在逐步降低，其所承载的社会责任理应随之增加。因此，视听行业的内容如何制作，实现正确价值观的引导目的，如何影响受众等问题都成为当下和未来亟待挖出的潜藏的行业地雷。诸多政策出台，如中国网络视听节目服务协会发布《网络视听节目内容审核通则》，力求提升网络原创节目的品质，促进网络视听节目行业健康发展。

在媒介进化过程中，传统媒介与新媒介的融合，为传统视听和新视听行业发展带来某些借鉴的可能。目前视听内容的媒介融合主要表现为以下三个特质：

第一，依托媒介，双屏并播。如《人民的名义》在电视端和网络端均创下佳绩。艾瑞咨询显示，《人民的名义》第49集播出时，实时收视率破8，网络平台播放次数已突破210亿。严肃政治题材与接地气的包装成就高收视率，成为视听内容连接传统/现代的典范。

第二，内容多元，网综出新。除了我们已经熟知的网络电影、网络剧等形态，作为互联网+综艺的网综，以其更自由和自主的观看模式，成为当下年轻人热衷的一类视听内容，如《中国有嘻哈》里吴亦凡的“你有Freestyle吗”迅速发酵，成为网络用语，并被网友改为更多版本，网综的辐射度和影响力都随之扩大。

第三，互动利好，重视时长。爱奇艺强调，互动视频、情感陪伴、VR直播等是当下技术情感化的最佳载体；而以短时长著称的短视频，逐渐跻身主要社交平台，在快时代以刺激眼球的方式引发关注，激发快感。

本书第三章将集中探讨上述行业发展现状与特质指向的目标核心——受众，从媒介使用者、视听影像观看者及网络

内容参与者等角度，分析受众样态，以期促进内容反哺，既对视听新媒体受众研究做补充，又促使我们重新审视当下的时代与文化。

（三）读屏时代的文化

文化，无数次被我们提及，却也总是被我们忘记。

时代发展，尤其是人类文明的发展形成了文化，民族的、世界的、传统的、革新的……这些已成常态的形容词，赋予文化不断发展的潜质和动力。伴随媒介进化，文化形态从读图走向读屏，手机、掌上电脑等终端设备日益成为人们的“义肢”，交互、体验、参与感的实现又使得人们的主导性增强，聚类/分众的亚文化、次文化等出现，文化凸显更加多元的发展态势。文化自身发生与时代相适应的改变，但文化并不可能消亡，诸如趋于快销的流行文化，当流行风潮被更新的流行风潮所代替，其所具备的阶段性的影响将永久地铭刻于“流行文化”这一显露“光晕”色彩的词汇之中；而传统文化和民族文化等相对较为固定、长久的文化形态，由多方因素共同塑造，成为伴随人类成长和繁衍的指向标。

文化的作用与功能毋庸置疑，但在发展过程中，亦出现诸多问题与臆象。首先本书第四章将回望我们所处的后现代主义时期的文化兴盛年代，影像、音乐等艺术形态与受众紧密结合，形成具有阶段性特质的文化形态；其次，从符号学能指概念入手，分析媒介、文化与消费三者之间的关联，并对热词等进行理论化的质性阐释；最后，文章后记部分将涉及更具现实意义的媒介阈限与人工智能研究，以期实现本书紧扣的媒介、技术、影像、产业、文化、消费、受众等关键词在当下和未来研究中的拓延。

本书的撰写过程亦与媒介、技术等发展相适应，时代迅速的发展可能导致文章在撰写完成时就已经不再新鲜，智能化的进程也在一步步推进。但正如上文所述流行文化的发展一样，我们现在的研究几乎都属于阶段性成果，当回望这一切时，阶段性所涵盖和辐射的连续性与延展性，将成为卡罗尔“碎片”式理论研究的核心目标。我期待本书成为一些拼出智能新时代拼图的“碎片”，能够带来更加完整的、多元的、共享的理解与想象。

目 录

1 / 前言

3 / 第一章 影像：作为一种媒介文本

5 / “美感”的拓延：

论中国动画电影发展现状与大众审美知觉的进化

22 / 影像媒介的黑白质感：

贝拉·塔尔电影的视觉语言与美术观念

35 / 第二章 产业：媒介变革必经之路

37 / 从“用典”到IP：

我国传统文化资源的网络影视产业开发现状与趋势分析

53 / 网感界定、IP优化与类型衍生：

2015年以来中国大陆网络电影发展现状与制作策略

67 / 个体服务、云端聚合及分众传播：

试论“云时代”手机电影摄影的新思维

81 / 第三章 受众：聚类共享的生态圈

83 / 互联网影迷受众：

信息消费与群体共享研究

103 / AKB48御宅族粉丝的孵化：

基于“泛娱乐”语境的二次元粉丝文化形态与电影IP衍生策略

125 / 新媒体时代电影受众接受美学的效果与模式研究

145 / 第四章 未来：文化场与理论想象

147 / 观念解构、迷幻悬置与裂隙缝合：

后现代艺术思潮的摇滚文化视阈与电影创作共振研究

161 / 从“想象”到“物化”：

媒介延伸、文化编码与电影消费的能指意象表达

173 / 后记

神性、人性与智性：未来媒介的边界阈限与智能想象

前 言

本书章节划分与序言中所涉猎关键词对应，撰写思路与交叉学科趋势对应，内容为笔者近年相关领域研究成果，共十篇文章。章节的内容按照媒介、视听和文化的前后关系，以及传统——现代——未来的过程进行设置，借助文本研究、质性研究等方法，力求突破传统教材、论文集等类型限制，打造专业与通俗、理论与实践、学科与跨学科紧密结合的阅读模式，每章设置阅读提要，每篇文章末尾设置延伸理解。

因此在阅读本书之前，或者阅读本书的同时，需阅读多学科书籍，如新闻与传播学的受众领域《受众分析》《媒介研究：文本、机构与受众》《消费社会》等，技术领域《移动通信与社会变迁：全球视角下的传播变革》《视听新媒体节目制作》《智能的本质：人工智能与机器人领域的64个大问题》等；文化研究领域《数字时代的文化》《大众文化的迷思》《第四次革命》《可视化未来》《媒介建构：流行文化中的大众媒介》等；影像、艺术等领域《艺术与文化》《视觉文化——图像、媒介与想象力》等；产业领域《泛娱乐战略》《即时引爆：社交红利2.0》《爆款：如何打造超级IP》等。上述书籍仅为本书延伸阅读的部分书

目，本书撰写参考书目将在注释中呈现。可以说，阅读，是了解时代、发现时代、感知时代和突破时代的一大利器，在跨界成为一大常态的时候，如何实现“跨”的价值，亦成为本书尝试的结果。

作为视听新媒体专业的辅助和延伸阅读书目，本书主要面向视听新媒体专业本科生、研究生以及热爱视听新媒体、交叉学科的研究者。

本书内容的撰写工作跨越我的硕士与博士阶段，得到母校北京电影学院诸多老师的殷切帮助。尤其感谢恩师博导——视听传媒学院院长宿志刚教授、视听传媒学院副院长程樯教授，与您的每一次交流，都让学生在受益匪浅的激荡感知中，得到跬步积累之后的思维拓延，用文字探索人如何成为人的真谛；感谢学院梁小昆、陈建、于翱、张京、肖丁、曹畅、赵丹等教师和博士同学的大力支持和鼓励，您们不断产出的业界实践和精良之作，赋予理论大胆想象和前瞻性发展的可能，本书涉及相关专业技术内容，亦得到您们最专业和直接的帮助；还有与青春活力的昱茗、依然、朱楷等网生代师弟师妹的交流，使我得以保持研究文本的新鲜感和热度，与时俱进，是理论研究不可缺失的前提。当彼此思路碰撞与火花闪现之时，当文化与认知不断随着媒介进化而转变之时，即是对时代赋予理论和实践研究工作最大的慰藉！最后感谢我的父母和纪念先生对本书的大力协助！

希冀来源于实践的理论，能够发挥它应有的作用，虽然当下国内相关研究较为匮乏，但我们对媒介、视听、文化的研习，一定会随着诸多变革的出现不断延伸……

一丝不苟，不枉此生。

第一章

影像:作为一种媒介文本

Unit One
Film:As a Type of Medium Text

【阅读提要】

本章包含两篇文章，《“美感”的拓延：论中国动画电影发展现状与大众审美知觉的进化》与《影像媒介的黑白质感：贝拉·塔尔电影的视觉语言与美术观念》。作为视听新媒体时代的主要两种创作形态和媒介文本，动画和传统影像都给我们带来新的欣喜和刺激。前者是幻象的象征，后者将幻象与真实结合，使得视听呈现出更加灵动、多元和无边的想象力。在创作与鉴赏过程中，需要注意，受众与创作者的变化呈并行关联。

这两篇文章在全书中属于较为类型化和单一化的内容，因此阅读体验较为简单，视听新媒体专业学生可通过两篇文章，对电影现象分析、视听语言分析有较为明确的认识，从而为阅读接下来更为细化的篇章内容打下基础。

“美感”的拓延： 论中国动画电影发展现状与大众审美知觉的进化

The Development of Aesthetic:
On the Development of Chinese Animation Films and the Evolution of Mass
Aesthetic Perception

从1926年万氏兄弟拍摄《大闹画室》开始，中国动画电影逐渐走上一条具有传统民族美学特色的“写意”之路。对“意”的刻画是我国艺术创作历程中极为重要的元素，重在观念与禅境的传递，如《铁扇公主》《大闹天宫》《小蝌蚪找妈妈》《山水情》等作品，无论视听语言的表征还是叙事内容的情感传达，都体现出浓厚而又扎实的画意气息和儒道精神主导的美学意境。

然而，随着科技的不断发展和日本、欧美等传统动漫产业大国的强势入侵，近年来，我国的动画电影创作受之影响，在故事情节到动画角色造型的设定等环节呈现出不同于以往传统美学的新变化，喜忧参半。这与创作者本身知识结构和审美角度相关，也与日渐成为主导电影市场的受众审美知觉相关。

本论文受到李泽厚“美感”论与贡布里希艺术心理学研究成果，以及2014年2月北京电影学院中国动画研究院举办的动画理论体系构建研讨会上各位理论家的观点启发，分为三个部分，既涉及美学理论，又有具体创作技法的分析。第