



丁莉丽 著

视觉文化语境中的 影像研究

- 当代文化的“视觉转向”，不仅仅体现在“视觉观念”的优先性及影像的超规模发展，还意味着意识形态格局的嬗变。
- 在文化的“视觉转向”潮流和中国独特的文化实践及人文传统综合作用下，当代影视界成为了一个色彩斑驳的视觉话语场，主旋律文化、精英文化、大众文化处于既“共谋”又“斗争”的格局之中。
- 当前影视界从题材的选择、产业运作和文化构成都呈现出对“视觉转向”的呼应，这一方面是对生命经验的进一步贴近，但同时也走向了矫枉过正的误区，偏离了“视觉文化”营造一种更为理想的文化状态的初衷。



电影研究新思维书系

丁莉丽 著

视觉文化语境中的影像研究

图书在版编目 (CIP) 数据

视觉文化语境中的影像研究/丁莉丽著. —北京: 中国电影出版社, 2007. 12

(电影研究新思维书系)

ISBN 978 - 7 - 106 - 02895 - 4

I. 视… II. 丁… III. ①电影—创作方法—研究
②电视创作—研究 IV. J904

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 190298 号

视觉文化语境中的影像研究

丁莉丽 著

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路 22 号) 邮编 100013

电话: 64296657 (总编室) 64216278 (发行部)

64296742 (读者服务部)

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

版 次 2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/787 × 1000 毫米 1/16

印张/9.75 插页/2 字数/200 千字

印 数 1 - 3000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 02895 - 4/J · 1021

定 价 24.00 元

序

陈 坚

丁莉丽于90年代中期读硕,毕业后到杭州商学院(今为浙江工商大学)任教,以后又在职攻博。这期间,我一直是她的指导教师。就读期间,她精进勤勉、不矜不盈,尤其是在学业上博观约取,倾心于汲取新的理论、学说和方法,同时又敏于思考,努力将学到的新知识、新概念加以消化融合,进而转变为自身的养分,以形成自己独立的学术见解,这一点给我留下了深刻的印象。

记得她的硕士论文是《当代“民族寓言”写作中的女性形象》。八九十年代的当代文坛,女性主义文学理论被引进,女性文学一时间成了一个重量级的研究领域,然而这一理论当时并未被人们充分理解,且还有不少误解,如将女性主义简单等同于妇女解放运动等等。丁莉丽最初在刊物上发表的学术论文就是关于女性主义文学的,她的文章对这类问题作了仔细的辨析,对女性主义的理论核心——女性主体意识作了颇有见地的阐释,并在此基础上完成了她的硕士论文。鉴于这点,在我们讨论她的博士论文的选择和视角时,我曾谈起是否在原有硕士论文的基础上加以发展和深化,她的回答很干脆:这个领域自己能谈的话都说了,谈不出新东西了。于是后来她选择了视觉文化的题目,一则因为她当时从事这方面的教学,同时也因为她在这个领域已经有了属于自己的心得和积蓄,而不至于拾人牙慧、人云亦云了。后来的事实表明,由于她在治学上那种刻苦砥砺、锲而不舍的精神,特别是她较长时间磨练出来的扎实的文艺理论功底,开阔的思维空间和结实的理性运作能力,使她在这一课题的研究上还是显示出了自己的评论个性和学术品格。

我觉得她的论文把我们当下身处的时代概括为“视觉文化时代”是毫不为过的。影视、广告、MTV、卡通动画这些图像铺天盖地整日冲击着人们的视觉感

官,影像的强势确已超越了文字,成为感知事物、认识事物的常见方式。比起国外学界,国内对于这一文化现象的关注起步较晚,尤其是将视觉文化作为一种主导性的文化形态加以探讨,则是进入90年代才开始的。丁莉丽论文的选题是2002年开题的,现在看来,她还是较为敏锐地把握到了文化发展的一个新动向。视觉文化到底具有怎样的质涵?它与语言文化的区分究竟在哪里?这是视觉文化研究中的关键问题,亟待梳理和厘清。丁文正是以此作为论述基点,从它与语言文化的联系和区别中去理解和把握视觉文化,并以一种相对公允的文化立场去看待这一文化变迁,以勾画视觉文化的理想形态。论文高屋建瓴,从一个新的理论视野指明了下列几点:视觉文化是对语言文化的发展提升,而不是后现代化式的倒退;影视艺术何以成为视觉文化时代的主导艺术;视觉文化时代来临使影视审美形态产生了怎样的变化;当代中国影视文化话语格局的发展趋向又将如何。我以为,以上对于视觉文化的理论梳理和实践评述,是颇为全面而细致的。复旦大学视觉文化研究中心的吕新雨教授在评语中肯定了丁文所做的富有建设性的工作,认为它将视觉文化定位为语言文化的提升形态,这一观点“新颖而富有创见”,应该说并非过誉之辞。在当下文化界,视觉文化已成为了一个十分时髦的词语,更多的人把它想当然地理解为排斥“语言”的惟“视觉”取向的一种文化形态。丁莉丽对视觉文化一词真正涵义的寻索,有助于匡正这一认识误区,准确理解视觉文化的深层内涵,并正确把握当下视觉文化转型的方向。

西方一位理论家佛克马在他的《文学研究与文化参与》一文中谈及,理论和经验事实是相互依赖的,而且可以看作是互补的。从方法论角度来看,理论是第一位的,只有当理论导出了用以指导观察的假设时,精确和系统的观察才是可能的;而从逻辑角度来看,经验材料是第一位的,而理论是第二位的。经验材料中的一个变化——对新事物的了解——能够带来理论解释上的一种变化。丁文关于视觉文化的理论阐释并不是抽象架空的演绎,而是紧密地同当下的影视文化现象和创作实践相联系的,论文中对于许多作品和实例作了广泛采集和深入解读,从题材的选择到产业运作再到文化构成,她以确凿的事实提出了一系列视觉文化时代特有的文化症候,诸如:影视文本被大众叙事所改造的“共享空间”。当前影视界主要的四大题材:主旋律题材、历史题材、传统文化题材、青春偶像题材,在“三元合一”的倡导中试图构建一个三方共享的文化空间,但事实上文本无法避免被“大众叙事”所改造的终极命运。又如:代际导演的殊途同归。“第五代导演”的华丽转身和文化的“视觉转向”是同步进行的,他们的影像呈现出“视觉转向”的同时也完成了对自身文化身份的改写,这一批导演群体性的文化转型不仅仅是个人的选择,更是文化这一无形之手导演的结果。而“第六代导

演”以精英立场出现,但在“视觉文化”发展的背景中,他们选择了“回归地上”。他们回归的过程也是向大众文化皈依的过程,而他们曾经的电影立场的丧失也就成了一个必然的选择。从这一意义上来说,在文化的“视觉转向”中,两代导演殊途同归,最终也回归到同一阵营中,这也潜在呼应了“视觉文化”时代影视界的意识形态格局。再如,日益失衡的电影消费市场。“语言文化”向“视觉文化”的转型中,视觉效果、视觉享受被提升到一个无限高度的同时也走向了另一个误区。在迎合视觉文化的名义下,当前电影消费市场呈现出明显失衡的现象,票房集中在大片和古装片上。这一电影消费市场体现出来的失衡正是当前影视界内在体制上的失衡所致。对电影定位的失衡是当前电影生产和发行环节上的深层症结。丁文不无理由地指出这一失衡值得人们警惕,因为这非但不利于营造良性的电影市场,而且具有巨大的文化隐忧,长此以往,将可能导致整个电影文化生态的失衡。

关于视觉文化的研究正在逐步走向深入,各种观点和看法互为激荡,不免显得繁杂。丁莉丽的论文仅仅是一家之言,某些局限和需要深入的地方自然还很多,但总的来看,丁文对于当前中国影视文化界的描述和影视文本的症候式阅读是较中肯的,它使关于视觉文化的理论研究和当前的文化实践描述统一了起来,一方面,是对很多文化学者发出的“告别纸面文学为中心的文艺学,建构网络背景下多媒体影视艺术时代的文艺学”呼声的呼应,另一方面,可以说找到了一个研究、观察当代影视文化现象的恰如其分的角度,有助于我们更为全面、更为理性地观照当前的影视现象。

记得先师夏承焘先生曾对我们说过:在一切职业里,若论得友之广和得益之大,我以为莫如任教。我们任教一年,可以多交数十位青年朋友;朋友增加,就等于自己的生命的扩大,这是不能以金钱计算的报酬。作为夏师的学生我辈,从事教学工作也为时不短了,也教出了许多学生,然而说实话,我的治学路子还是较为传统的,所依凭的文学理论还是五六十年代熏陶出来的。然而一届又一届的学生却不断给我以新的滋养,我总能从他们所运用的新思维新方法中得到许多启迪,由此而延续和扩大了自己的学术生命。对此我是常常引以为自得和自豪的。当然,年轻的学生也会随着时代的进步而不断地扩大和完善自己,在治学的道路上定能走得更坚实和更有效——这也是我对于丁莉丽的一点期望吧!

2007 年盛夏

目 录

序	1
导论 视觉文化传播时代的来临	1

上 编

视觉文化传播时代的影视艺术

第一章 文化的转型:从“语言文化”到“视觉文化”

第一节 何谓“视觉文化”	9
第二节 “语言文化”与“视觉文化”的不同文化范式	11
第三节 “视觉文化”的理想空间	14
第四节 “视觉转向”的当代观照	15

第二章 影视:视觉文化时代的主流艺术

第一节 影视:作为“视听”艺术	21
第二节 影视:作为“大众艺术”	25
第三节 影视:大众的“心灵秘史”	28

第三章 视觉转向:视觉文化时代影视的典型症候

第一节 从“影戏”走向“影像”:影视本体的内在转换	33
第二节 从“看”到“被看”:影视主体的内在转换	39
第三节 从“文学”到“视觉”:影视创作思维的内在转换	41

第四章 “共谋”与“斗争”:视觉文化时代的影视话语格局

第一节 视觉转向:影视格局嬗变的文化动因	45
----------------------------	----

第二节 “共谋”与“斗争”:影视格局的基本形态	48
第三节 异质同构:影视格局中的“三元合一”	53

下 编

视觉文化语境中的影像“症候”

第五章 症候之一:被“大众叙事”所改造的“共享空间”

第一节 主旋律题材:“主流叙事”和“大众叙事”的艰难融合	59
第二节 历史题材:历史正剧/历史戏说剧的创作合流	72
第三节 传统文化题材:文化的“在场”与“缺席”	82
第四节 青春偶像题材:大众狂欢的“娱乐现场”	93

第六章 “症候”之二:代际导演的殊途同归

第一节 “第五代导演”的华丽转身	109
第二节 第六代导演:“视觉转向”中的迷途知返	118

第七章 “症候”之三:日益失衡的电影消费市场

第一节 电影题材格局失衡:电影消费市场的外部表征	127
第二节 电影定位失衡:当前电影生产、发行环节的深层症结	130
第三节 文化失衡:当前电影市场的潜在危机	134

参考文献	139
------------	-----

后记	145
----------	-----

导 论

视觉文化传播时代的来临

当代文化的“视觉转向”或“图像转向”，正在成为一种不可逆转的趋势。电影、电视、摄影、绘画、广告、美术设计、建筑、多媒体、动漫、游戏等正在互为激荡汇流，以电视、电影、报纸、书刊、互联网、广告等为代表的大众媒体所制造的各种各样的视觉符号充斥着我们的生活空间。这一转向还在传统印刷文化产业中得到了印证。如作为传统媒体的报纸的传播理念和审美风格均呈现出了“图像转向”，摄影版面的一再扩充、新闻图片的增加，包括对报纸版式、规格的追求，都全方位地体现了突现“形象”、吸引读者“眼球”之目的。传统的图书出版业也发生了巨大的变化，这表现在对图书装帧设计的注重、图书中插图的大量增加，甚至出现了图文比例倒置的局面（如一些明星出的书基本上是相片超过文字），有人戏称已经进入“读图时代”。所有这些表明，“形象”已经超越了“语言”符号，在文化生活中占据了核心空间。在当下，随着计算机的普及、数字网络技术和多媒体技术的飞速发展，“形象”的制造更是达到了登峰造极的地步，正如周宪所指出的，“我们正处于一个视像通货膨胀的‘非常时期’，一个人类历史上从未有过的图像富裕过剩的时期。越来越多的近视现象仿佛是一个征兆，标志着人们正在遭遇空前的视觉‘逼促’。”^①

这一现象催生了一个新的文化研究分支——视觉文化研究的确立，并成为了当前世界性的热点话题，进入了当代文化学者包括哲学、社会学、艺术学、传播学学者们的视线。对于这一问题的研究最早可以追溯到上个世纪初，匈牙利电影理论家巴拉兹很早就在《电影美学》一书中发出了这样的预言：“随着电影的出现，一种新的视觉文化将取代印刷文化。”^②而在哲学界，这一问题的研究首推海德格尔，他指出，“世界图像时代……世界图像非意指一幅关于世界的图像，而是指世界被把握为图像了。”^③此后，后现代哲学家居伊·德波在《景象社会》一书中大胆地宣布了景象社会的到来，他对视觉文化的论述：“一、世界转化为形象，就是把人的主动的创造性的活动转化为被动的行为；二、在景象社会中，视

觉具有优先性和至上性,它压倒其他观感,现代人完全成了观者;三、景象避开了人的活动而转向景象的观看,从根本上说,景象就是独裁和暴力,它不允许对话;四、景象的表征是自律的自足的,它不断扩大自身,复制自身。”^④被认为是视觉文化研究的经典。后来,法兰克福学派的代表人物本雅明提出了“机械复制时代”文明的阐释。他认为,视觉文化的特征在于传统的追求静观的审美已经被震惊效果所代替,而“复制”使得艺术的民主化成为了可能。他的论述丰富了视觉文化概念的内涵。接着,利奥塔在肯定了图像形式表现出来的生命能量的同时,提出了“图像体制”问题,并对这一体制进行了批判。稍后的博德里拉又提出“类像时代”的概念,并指出这是一个由模型、符码和控制论所支配的信息与符号时代。

文艺美学界对于视觉文化的研究要稍晚于社会学和哲学界。较早的有伊格尔顿,他指出,我们正面临着一个视觉文化时代,文化符号趋于图像霸权已是不争的事实。图像生产深刻地涉及现代社会的政治、科技、商业、美学四大主题。而詹姆逊则进一步将这一领域的研究引向了纵深的境界。他在《资本主义的文化逻辑》一书中指出,电影、电视、摄影等媒介的机械性复制以及商品化的大规模生产,这一切都构筑了“仿像社会”。詹姆逊仔细阐述了在消费社会背景中形象被推到文化前台的历史过程,并提出了现代时期的时间模式和后现代的空间文化模式。在詹姆逊看来,视觉形象,“就是以复制与现实的关系为中心,以这种距离感为中心”的空间模式。

国内对视觉文化的研究则起步比较晚,尤其是将视觉文化视为一种主导性的文化传播形态进行研究,则是进入90年代才开始的。较早关注这一倾向的是南京大学的周宪教授。他在《现代仿像对传统审美趣味的消解》(发表于《文艺理论研究》1997年第2期)一文中指出,现代仿像及其文化产业对传统的审美文化形成了很大的冲击,当前审美文化正在经历一种激变。而进一步引起我注意的是,他在《视觉文化语境中的电影》(发表于《电影艺术》2001年第2期)中描述了“视觉文化狼烟四起”的当代现实和电影由“叙事电影”到“景观电影”的变化,并在此基础上阐释了视觉文化的解释范式。他指出,80年代以来,视觉文化的概念被普遍接受,出现了几种重要的理论范式:消费社会理论、虚拟社会理论。此后,南帆的《影像时代》、金丹元的《论全球性语境影像的一种发展态势》、孟建的《视觉文化传播时代的来临》等文章,均表现出对视觉文化的关注,并认为视觉文化传播时代已经正式来临。此后,视觉文化研究成为国内文化界的一个重要研究范畴。前沿学术杂志《文化研究》在创刊之初就连续两辑刊发了关于视觉文化的专题研究论文,并在他们的网站上设立了关于视觉文化的专题研究栏

目。上海复旦大学开设了关于视觉文化的硕士和博士课程,并在2003年6月正式成立了全国第一个视觉文化传播研究中心。2004年5月29—30日,复旦大学视觉文化研究中心和德国阿登纳基金会联合举办了首届视觉文化国际研讨会,并精选部分论文编著了论文集《图像时代:视觉文化传播的理论诠释》(2005年10月出版)。在该书中,来自于全球各地视觉文化界的专家们围绕着“全球化:可见的和不可见的”这一主题,从理论建构、视听阅读、视界扩展、影像个案等多个层面对视觉文化传播进行了系统深入的阐释,展示了视觉文化研究领域最新的发展动态。

关于视觉文化的研究正在逐步走向深入,但同时,各种观点和看法互为激荡,不免显得芜杂。视觉文化到底具有怎样的内涵?它与语言文化的区分点在哪里?随着我对视觉文化了解的进一步深入,这些问题日益成为困扰我的核心问题。我迫切地感觉到,需要对自己目前所涉及的视觉文化研究成果进行一些梳理,从中形成关于视觉文化传播形态的大致界定和描述。我感到,只有对视觉文化作为一种文化形态的内涵有一个相对清晰的概念之后,才不会在纷繁芜杂的视觉文化研究领域丧失辨别力,才能从中撷取有价值的研究成果,并将这些研究成果运用到具体的文化实践研究之中。由此,对视觉文化的理论追索和文化“视觉转向”的当代观照,成为我涉入当代文化考察的切入点,这也是本书的研究起点。本书试图从视觉文化与语言文化的联系、区别中去理解、把握这一文化,并在当代文化转型的观照中,廓清了关于视觉文化被认为是一种陈述方式的具体内涵,即“正如其他人无视于其他更大范围的选择,只突出一个时代的某一特征作为分析手段的一种策略”^⑤,及“视觉文化研究的是现代文化和后现代文化如何强调视觉表现经验,而并非短视地强调视觉而排除其他一切感觉。视觉文化不依赖图像,而是依赖对存在的图像化或视觉化这一现代趋势”^⑥。正是在这一基础上,本书表明了对于文化“视觉转向”的态度:从文化发展的角度而言,视觉文化所表现出来的对视觉经验的重视及对感性生命的贴近,包含了对更为人性化、更充满现代感的文化形态的追求,因而,视觉文化不是语言文化的彻底终结,而是对语言文化的全面提升,从属于人类追求“现代性”的文明进程。

在深入考察当代文化的“视觉转向”及追索“视觉文化”内涵的过程中,我不由自主地将目光聚焦到了影视这一艺术样式上。因为在文化的转型中,影视这一一直处于文学的附庸地位,笼罩在文学阴影之下的艺术样式已经发展壮大,转而成为了这一时代的主流艺术。80年代以来全民读小说、全民为一部文学作品所感动的盛况已经不再,转而代之于街头巷尾老百姓对于影视剧的议论和明星的追踪。影视艺术在文化空间中位置的变化与影视作为“视听艺术”的本质有

关。随着电影电视技术的高速发展,数码合成、电影特技等高科技手段的不断应用,影视的视听空间不断获得开拓。影视中的视觉奇观、美妙的听觉享受,极大地满足了处于视觉文化时代的观众的视听欲望,并更深入地楔入了当代人的文化生活之中。此外,影视艺术天生的大众性和商业性,也进一步促成了影视文化产业的发展与繁荣。因为影视艺术从诞生伊始就是一种商业,卢米埃尔兄弟首次放映影片就以1法郎的价格对外售票。电影的商业特质和它的大众性具有相辅相成的关系,没有大众的参与,影视既无以得到发展,也失去了根本性的意义,在这一点上,影视与小说/文学具有自娱自乐的可能性有着根本性的差别。影视的视听性、大众性、商业性决定了它和最广大的大众保持着一种契合与互动的关系,因此,它在这一“视觉文化”时代不断地楔入大众生活空间,直至代替了小说/文学,成为了如陈忠实所说的“民族的心灵秘史”。

影视在成为这一时代的主流艺术的同时,自身在审美形态、创作方式上也体现出对当代文化“视觉转向”的呼应。影视作为视听艺术的本体意识被不断唤醒的过程,也体现在影视的创作观念、审美理念、电影形态等方面呈现出“视觉转向”的典型症候。从“影戏”观念走向“影像”观念,体现出影视本体上的内在转换;当影视结构中的“像”超越“戏”,对故事的追求让位于对造型的追求,必然导致影视主体结构中看/被看的二分结构中“被看”上升为矛盾的主要方面,一个直接的表现是对观众的尊重及对票房/收视率的重视。而随着视觉文化发展进程的加速,影视界的导演们在创作思维上也开始了较为明显的“视觉转向”:一直以来盛行的文学思维在导演身上尤其是在视觉文化背景中成长起来的青年导演身上日渐萎缩。这体现在导演们对于文学作品改编的冷淡、对于文学手段的疏离,甚至在一部分导演眼中,文学剧本也已经丧失了原先的地位。同时,代之于视觉化的思维,即更多地从镜头、造型、场景等电影语言的角度来考虑电影的拍摄日益成为一种趋势。这一思维方式应该说更贴近影视艺术的本体,更贴近生命经验,从而有可能让影像呈现出更为饱满的生命力量。但同时,从文化的角度观照,影视的这些“视觉转向”不可避免地存在着矫枉过正的误区,它们在转型的过程中更多地依赖于视觉经验的表达的同时,抛弃了必要的语言、文学因素,其实也是对“视觉艺术”及“视觉文化”的误解,也偏离了视觉文化营造一种更为理想的文化状态的初衷。

影视艺术在审美形态上呈现出视觉转向的背后,还包含着意识形态格局的嬗变。因为任何一种文化形态的内部,必然存在着与其相吻合的意识形态体系,正如阿尔都塞所说的,“意识形态是一个诸种观念和表象的系统,它支配一个人或一个社会群体的精神。”^⑦因此,在文化转型的背后,必然存在着内在意识形态

格局的变迁。

从当前中国的文化现实来看,小康型消费社会的到来、文化产业的全球性运作,使得“视觉文化”的转型成为了一种现实。但另一方面,中国作为一个传统的社会主义国家,有着特殊的文化政策和文化传统,因而与西方的后现代社会特征和格局有明显的不同。从文化政策上看,由于国家对“主旋律文化”、“主流意识形态”的扶持与推广,使官方的绝对权威得到了维护,官方的话语权地位依然牢固。从人文传统这一角度看,当代经济文化格局中,传统文化精英的确已经退居边缘,但其力量也不容忽视,依靠他们的知识及威望,形成一种舆论压力或者将精英文化的要义输入大众消费文化之中,从而保持着自己在“语言文化”时代的余威。因此,在这样一种错综复杂的经济、文化格局中,形成了当代影视文化界特殊的文化实践,成为一个色彩斑斓的视觉场、话语竞技场,而“共谋”与“斗争”,构成了主旋律、精英、大众文化意识形态之间的基本关系。

文化的“视觉转向”对于当今影视界产生的影响是巨大而深刻的,从题材的选择到产业运作再到文化构成都呈现出视觉文化时代特有的文化症候。在论文的下编,着重论述了影视界的三大症候。第一是被“大众叙事”所改造的“共享空间”。这是对目前影视界最流行的四大题材影视剧所进行的一种文化阅读。在当代中国的视觉话语场中,由于特殊的政治文化政策和社会历史传统,主旋律题材、历史题材、传统伦理文化题材和青春偶像题材在一定程度上呈现出“三元合一”的可能性,但在视觉文化的格局中,这一“共享空间”存在着被“大众叙事”所改写的可能性。第二大症候是代际导演的殊途同归。无论是“第五代导演”的华丽转型,还是“第六代导演”从“地下”到“地上”的“浪子”回归,都是视觉文化转型这一无形之手导演的结果。第三大症候是失衡的电影消费市场。从题材到发行格局的失衡一方面是对文化“视觉转向”呼应的结果,另一方面也是对视觉文化精神要义的误读。这一消费市场的失衡最终有可能导向文化的失衡,这从根本上来说也是无助于大众文化自身的发展,这是需要引起我们警醒的问题。

需要说明的是,本书下编对于影视文化症候的描述和阐释,是采用了阿尔都塞所说的“症候阅读法”的结果。阿尔都塞认为所有的阅读都是有主体附加的,即总是先有一种理论在,所以,“清白”的阅读是不存在的,凡阅读必定“有罪”。先在的理论决定了阅读的视阈。对于文本来说,我们注定只能看到作者看到的东 西,这是一种直接的阅读。而所谓的“症候阅读”,恰恰是去发现作者没有看到的东 西,是对作者没有发现这一东 西的发现。因此,阿尔都塞认为这是一种“认识的生产”,“这种生产意味着把隐匿的东西表现出来……即把那些欠缺部分、空白点和沉默之处结合起来读。”^⑧按照这一方法的指引,本文试图去超越

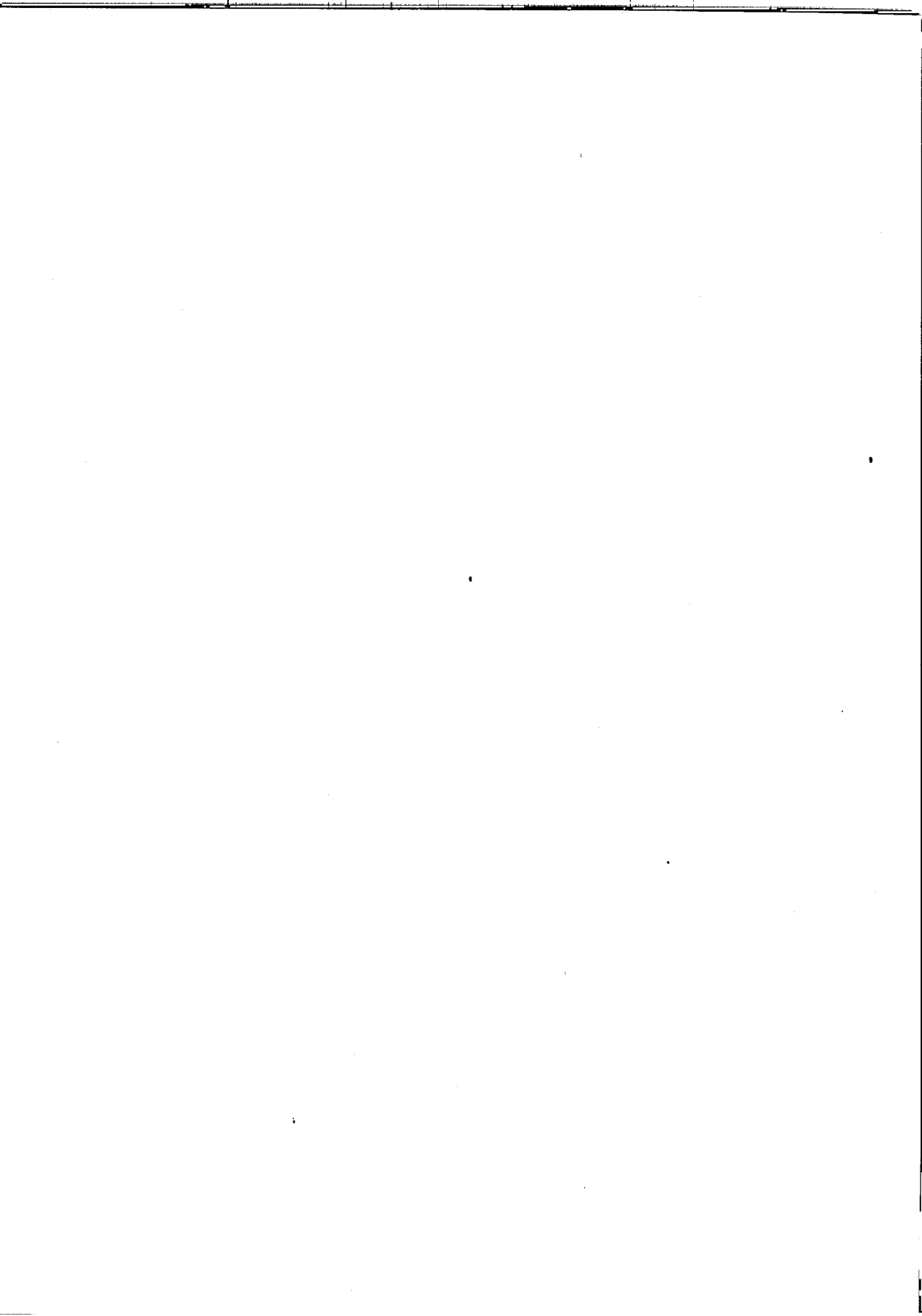
“主流文化”、“精英文化”、“大众文化”等任一立场,去探究文本深处的“在场”与“缺席”、“喧嚣”与“沉默”,为当前的文化实践提供一张粗略的文化地图,也为视觉文化背景中“共谋与斗争”的权力运作提供一个文化注解。

注释:

- ① 周宪:《反思视觉文化》,第71页,《江苏社会科学》2001年第5期。
- ② 转引自孟建:《视觉文化传播时代的来临》,孟建在上海首届数字艺术节上演讲的全文,2002年12月14日 http://218.18.159.45/cy/putup_4.htm
- ③ 海德格尔:《林中路》,第86页,上海译文出版社1997年版。
- ④ 居伊·德波:《景象社会》,《文化研究》第3辑,第61页,天津社会科学出版社2002年版,有改动;转引自高建:《视觉文化传播——对一种文化形态和传播理念的诠释》,《现代传播》2003年第3期。
- ⑤ 米尔佐夫:《什么是视觉文化》,《文化研究》第3辑,第3页,天津社会科学出版社2002年版。
- ⑥ 米尔佐夫:《什么是视觉文化》,《文化研究》第3辑,第5页,天津社会科学出版社2002年版。
- ⑦ 周宪编译:《文化研究关键词》,《文化研究》第3辑,第304页,天津社会科学出版社2002年版。
- ⑧ 张一兵:《问题式、症候阅读与意识形态——关于阿尔都塞的一种文本学解读》,第81页,中央编译出版社2003年版。

上 编

视觉文化传播时代的影视艺术



第一章

文化的转型：从“语言文化”到“视觉文化”

第一节 何谓“视觉文化”

正如美国学者丹尼尔·贝尔所指出的那样，“当代文化正在变成一种视觉文化，而不是一种印刷文化，这是千真万确的事实。”^①“视觉转向”在全球范围内已经成为了一种不争的事实。由此，带动了理论界对“文化转向”的关注及“视觉文化研究”的兴起。何谓“视觉文化”？它和“语言文化”具有怎样的关系？这些当前视觉文化研究中的核心问题，在当前的研究热潮中，却没有得到清晰的界定，相反，被不同程度地遗忘了甚至被悬搁了起来，从而导致出现了目前很多人对“视觉文化”片面化、表面化的认识甚至误用。

因此，重新追问“视觉文化”一词到底具有怎样的内涵、它是怎样被命名的等这些问题显得尤其必要。只有弄清楚了这些问题，我们才能最终界定当前被频繁论及的“视觉文化”一词的真实涵义，从而对当前文化的“视觉转向”作出确切的定位。

首先，我们有必要重新探询“看”这一行为所具有的本质内涵，因为视觉文化是一种以图像感知为核心的文化，依赖于“观看”这一方式。长期以来，我们习惯于将“看”当作与生俱来的一种感性的感知方式，需要经由“思维”的介入，才有可能使“看”完成一种意义的建构，因而它在语言/形象的二元结构中，代表低等的感知方式。事实上，这一说法对“看”存在着极大的误解，首先，“看”并非是一个机械地接受刺激活动的被动过程，而是必须在有意识的前提下才具备“意义”，看，才能成其为“看”。比如拉康的“镜像”理论中讲到，经历“镜像”阶段之后，人才能观看自身，六至十八个月的儿童利用反映于镜子之中的身影确认自己的形象，使他逐渐摆脱了“支离破碎的身体”而获得自己身体的基本统一性。“镜像”阶段之前，儿童仅仅将自己的身体视为一堆破碎的物体，他甚至对于这个不完整的身体怀有恐惧。这时的儿童无法通过自我感知——例如时间