



文字斋书库·文化与新闻传播研究丛书



MEDIUM. SPECTACLE. SOCIETY

媒介·景观·社会

刘扬著◆



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>



文字斋书库·文化与新闻传播研究丛书

编委会

主任：马胜荣

副主任：卓光俊 张瑾

委员（按姓氏笔画排列）：

马胜荣 张瑾 苟世祥 卓光俊

欧阳照 敖依昌 贾雯鹤 魏世平

MEIJIE JINGGUAN SHEHUI

媒介·景观·社会

刘扬著◆

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

媒介·景观·社会/刘扬著. —重庆:重庆大学出版社,2010.7

(文字斋书库·文化与新闻传播研究丛书)

ISBN 978-7-5624-5475-5

I. ①媒… II. ①刘… III. ①传播媒介—文化社会学—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 110341 号

媒介·景观·社会

刘扬 著

策划编辑:蹇佳

责任编辑:文鹏 姚正坤 版式设计:蹇佳

责任校对:任卓惠 责任印制:张策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

重庆升光电力印务有限公司印刷

*

开本:920×1300 1/32 印张:8.375 字数:240千

2010年8月第1版 2010年8月第1次印刷

印数:1—2 000

ISBN 978-7-5624-5475-5 定价:22.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

总 序

“文字斋”是重庆大学校园内一座古老而颇具特色的建筑，文学与新闻传媒学院就设在这座建筑里。

我喜欢这座建筑，尤其喜欢它的名字——“文字斋”。这是因为在 20 世纪 30 年代，重庆大学就有了这座古色古香、庄重典雅的建筑。它默默地见证了学校发展的历程和进步。因此，我的同事们和我将所要出版的丛书取名为“文字斋书库·文化与新闻传播丛书”。

重庆大学为了实现建设综合性大学的目标，于 2007 年组建了“文学与新闻传媒学院”。我在这里用了“组建”两个字，是因为重庆大学建校之初，就已经有了文学院，并先后有向宗鲁、杨明照、王利器、商承祚、张默生、艾芜等先生在此学习或任教。1952 年院系调整，重庆大学文科停办，成了一所纯工科学校。2002 年，中文专业恢复。同时，重庆大学设立新闻学科已经有 10 多年的时间，除本科专业外，拥有新闻传播学一级学科硕士点和广播电视艺术学二级学科硕士点。

教学和科研是学院发展最重要的两个方面，教师在搞好教学的同时要高度重视学术研究，使教学和研究相互促进，共同提高。同时，作为新组建的学院，在学术研究方面，我们既要向一些历史悠久、实力雄厚的院校学习，借鉴它们的丰富经验，同时又不能全面铺开，面面俱到，而是选择好重点，在自己有优势的领域加强研究的力度，这样才能比较快地促进自己的发展和进步。经过全院教师的多次讨论，我们确立了文学与新闻传播学科深度融合、共同发展的基本

方向,并提出了三个重点研究方向,即“媒介融合与新媒体产业管理”、“国家及地区形象传播战略”和“语言文化传播”。

在全球化的背景下,传播技术发生了革命性的变化,由传播技术革命性变化带来的媒介融合正处在迅速变化的过程之中。因此,对于媒介融合现状和进程的研究已成为新闻传播学研究的前沿方向。我们要依托重庆市重点建设学科“新闻学”的支撑,凭借重大的多学科优势,尤其是与信息管理技术、数字通信与数字广播技术、数字媒体、经济管理及数字艺术等进行融合交叉,逐步形成“媒介融合与新媒体产业管理”的优势与特色。

在全球化进程中,各个国家的发展都充满着机遇和挑战,国家软实力的发展已经成为展现国力的一个重要方面,因此对国家及地区形象的战略性和研究意义深远,是当代传播学学理性研究和实践性运行机制下的前沿性课题。

近10年来,语言文化传播方向的教学和研究,深入挖掘重庆地域历史文化资源,广泛借鉴跨文化传播、比较语言学、文化人类学、历史学等多学科的理论与研究方法,力图在全球多元语境交融汇通的学术视域下,凝炼独具特色和优势的学科研究方向,形成以巴渝文化、抗战陪都文化、对外汉语文化传播为支撑,研究方向明确,特色较为凸显的语言文化传播研究方向。

重庆大学文学与新闻传媒学院将围绕上述重点研究方向的研究型著作,以“文字斋书库”为名,分批予以推出。书库所收著作,以本院学者为主,并吸收国内外学者和文学与新闻界人士相关的作品。

在此,我想特别强调的是,我们在研究和撰写书稿的过程中参考了许多专家和学者的著作,吸取了他们的许多观点,这些在各部著作中都分别以脚注和参考文献的方式列出,同时,我们还参考不少发表在网络上的文章,这些我们都标明了出处或者在文中标明了作者的姓名。我们特此向

有关专家和学者表示感谢。

我相信,通过持之以恒的努力,我们一定可以加强学院的学科建设和学术研究。我衷心希望能够得到各新闻院校学者和新闻界人士的大力支持和指教,使重庆大学文学与新闻传媒学院有更快的发展。

马胜荣

2010年1月 写于重庆大学文字斋

前 言

自文明以降,人类就孜孜以求世界的本原,这也包括对自我的确证。在自我的确证中,我们不断地完善自我而走向心理的乌托邦。自我的想象和自我的认同总是在与特定的他者形成的镜像关系中完成的。换言之,我们面对的是一个强大的他者世界,这个世界塑造和传播了另外一个自我。拉康所谓的镜像关系^[1]似乎准确地表达了这一意指内涵。本研究试图在拉康镜像结构关系的逻辑指涉中,来认知媒介消费社会文化语境中的视觉传播特征。要理解和剖析这点,德波的景观文化理论是不可旁绕的关键,它是理解现代当代媒介文化幻象和视觉传播本质的理论母体。因此,本文在“镜像”与“景观”的互证中来完成消费文化社会语境中的视觉传播批判——媒介景观拜物教批判。

如果说韦伯的《经济与社会》(Economy and Society)是对工业社会新结构的判断和阐释,卡斯特的《网络社会的崛起

[1] 拉康的镜像理论认为,主体是借助于他者的幻想在一系列异化认同的意象关系中构筑自我,犹如婴儿在出生后的6至18个月间进入镜像阶段,第一次在镜子里的自己虚幻的映像面前发现了自我。主体从虚幻的自我镜像,一个“他者”的角度完成自我身份的认同,首先是他者作为自我的形象,然后是自我作为他者的形象,主体构建的过程是在特定的自我—他者之间的想象域完成的。自我构建的过程也是自我异化的过程,自我身份的确认来自于镜中的影像,自我成为一种超越现实的幻象,这样,人寻求自我,却不知不觉地异化为他者,个人主体在认同自我的同时也是在异化自我。拉康的镜像理论,同样也可以帮助理解消费文化语境中的视觉传播关系。在现当代消费社会里,大众媒介扮演着将“主体”塑造造成“他者”的功能性、结构性角色,主体的自我确证和想象是在大众媒介镜像的他者域中完成。

起》(The Rising of the Network Society)是对信息化社会表征的预测和剖析,那么德波的《景观社会》(Society of Spectacle)则是对媒介化社会的形而上学总结和批判,进一步而言他是理解工业化社会和信息化社会的理论桥梁。法国视觉传播理论家德波^[1]在1967年出版的《景观社会》一书(1988年又推出《〈景观社会〉评论》)中,断言西方资本主义社会发展到20世纪中后期出现了一种新的社会形态——景观社会,并对这种社会新形态作了简明、精当、准确的阐释,并加以证伪和批判,由此凝结成了具有历史价值和现实意义的媒介景观社会文化理论。

德波提出的“景观”一词,简单地讲,至少应具有两大方面的含义:一是源自于技术、媒介、资本等力量融生而幻化出的社会影像化特征;二是一种主体批判态度和话语表意策略。对于前者的现象特征,德波列举出了景观的无所不在、影像的无孔不入:有历史景观再现,如法西斯军队、十月革命、美国独立战争以及现代好莱坞爱情片等;有现时景观呈现,如高楼大厦、政要演讲、娱乐汇演和时尚消费等。对于后者的本质属性,德波对景观这个词的语义使用,从视觉传播上而言具有被遮蔽的可能性,因为人们看到的只是目力所及的一面,而被传播遮蔽的恰恰是目力不及的多面。因此,景观通过视觉传播在事实上扼住了大众的视觉盲区,目力范围就是视点空间。而这个似乎客观存在的“盲区”却带有很强的意识形态性色彩:不仅主体批判态度的意向性是德波使用这个词的应有之意,而且这也是他策略性的话语表述实践。这两方面被德波有效地、互融地追诉和实践于特定历史文化语境之中。

在媒介景观社会文化理论中,德波分析了各种文化社会新现象和新症候,如景观幻象、景观消费、景观霸权、景观审美心理、景观拜物意识等,这都立足于20世纪中后叶的消费文化语境,它是德波景观拜物教在视觉传播批判上的理

[1] 见本书第二章的介绍。

论视域。景观消费既不同于前此的马克思大工业化时代的实物消费,也区别于后马克思主义者波德里亚所谓的符号消费。而它关注的是对“实物—符号”中间的影像、景观、图像等因素的视觉消费,它揭示了当下现实如何将马克思曾经面对的工业资本主义经济物化现实抽离为一幅离裂于物质生产过程的现代资本主义意识形态的总体视觉图景,并考察现实消费如何被虚化为商业性影像表象中呈现出来的一具伪欲望引导结构。马克思批判了资本主义对商品这种物的崇拜,并指出它实际上是对交换价值的崇拜、对金钱的崇拜,而丧失了人的自由生活;德波则突出了商品的使用价值在新的历史语境中已经分化为实际的实用价值和景观形象价值。景观价值是商品原有使用价值的扩展,也是对人的实际生活需要的侵占,它逐渐成为社会主导价值,主体逐渐陷入由景观价值构建的危险。结果,启蒙运动以来高扬的主体性在大众消费时代呈现出了严重的文化精神危机。如果说马克思论述的商品、货币、资本的霸权逻辑还是建立在使用价值和交换价值上,那么德波指出的景观生产和消费就是对这一霸权逻辑的延伸、拓殖和扩展。景观商品的景观堆积和布展,驱使大众追求商品的景观性,展示了资本主义生产从单纯的物质生产向文化生产转移的趋势。因而,德波始终沿着马克思对资本主义商品生产批判的逻辑,展开对景观生产、景观消费、景观幻象的本质批判。所以,德波景观理论把马克思揭示的实物对人的占有拓展到了影像对人的占有,也就将马克思的商品拜物教扩展到了景观拜物教,在新的历史条件下丰富和发展了马克思主义的异化批判理论。

对景观拜物教的异化批判,德波并没有纯粹停留在理论表述上,而是坚决贯彻在境遇主义国际(SI)运动的理论传播和行动实践中。他高举诗意和政治两面号旗,对艺术和日常生活进行理论和实践的决绝突围和双重革命。德波和境遇主义国际同僚多为各个领域的艺术家,他们多受到20世纪初先锋派思潮的艺术革命精神影响,在所从事的领域

里积极地进行诗学异轨和艺术构境,最为典型的就是德波的视觉实验艺术电影《景观社会》(由著作《景观社会》改编),它在历史主义基础上和全球化背景中,对既定和现行的艺术和体制进行否定、颠覆和反打。同样,德波领导境遇主义者在空间地理批判思想指导下,在欧洲很多城市和地区开展了漂移实践,重构个人自由的生存空间和境遇。这虽然是一种心理地形学的微观革命和感性实践,但是乐观的行动主义和乌托邦情结对法国“五月革命”以及战后欧洲众多文化社会运动产生示范性效应却具有积极意义和重要价值。由于受到“西马”,尤其是法兰克福学派对技术和社会体验的影响,致使德波对景观社会持一种绝对整体性、单一性和抽象化的理念,因此在文本理论和革命口号上具有很强的警示性和惊世性色彩。事实上,德波断言并批判的景观社会,契合了启蒙现代性的内在矛盾和张力。景观,是由技术、媒介、资本等诸多力学元素合谋的结果,一方面不能否认它表征了社会生产力提高的事实,然而另一方面也必须正视由技术或工具理性带来的严重弊端。凌厉进取往往导致矫枉过正,同样德波更多看重的是后者。因此,在景观境遇里,他将艺术和诗意的救赎长矛投向了视觉传播景观的虚幻影像世界。

德波的媒介景观社会文化理论,既是对资本主义现代时期的文化和社会图景的总结和判断,同时也对资本主义发展到晚期阶段可能出现媒介化存在的新征兆的预测和表述。他认为,在现代生产条件无所不在的社会里,一切存在都堆聚为巨大的表征。这说明了现代资本主义高度发达的物质文明在德波的时代是通过影像景观表征出来,是德波意义上的社会发展的第二个阶段,即从“占有”到“显现”的阶段。在这个阶段,总体的社会存在特征是视觉图像化,由于这个社会是消费主导型社会,因此,消费也被纳入视觉图像化中,形成变异了的视觉消费,结果景观影像甚嚣尘上。德波给了这个视觉消费化社会一个头衔和面具:景观社会。同时,德波对景观社会的质疑和批判,又在理论上不自觉地

延伸出了后现代诸多话语面向。如,德波对社会存在视觉化的政治意识形态思考,与福柯认为的社会被视觉规训的表述走到了一起;对景观空间异化的批判,影响到哈维和卡斯特对后现代空间被宰制化的控诉;对景观影像何去何从的预测,链接到波德里亚的绝对符号阶段;对媒介中立的不屑,被凯尔纳具体到媒体奇观化社会的症候式分析之中;等等。因此,德波表述的媒介景观社会文化理论是理解西方工业资本主义发展到20世纪中后叶的信息资本主义呈现的文化社会特征的理论母体。

本研究围绕德波著作的文本学解读,厘析德波消费文化语境中的景观拜物教批判理论,还原一个尚未被国内外学界引起高度重视,但是在历史主义基础上、全球化背景中又不得不引起重视的理论指涉;并且对这一理论域进行辩证地反思和阐释,以凸显它在学理上的当代价值和现实意义,试图将理论实践思考为实践理论。

尚需说明两点:一是出于选题和篇幅的限定,本研究主要是针对德波批判的媒介、景观拜物教问题在西方消费审美文化语境中产生和发展的结构、形态、路径、规律和影响的得失,做力所能及的理论分析和反思;二是论文中涉及的视觉传播批判和景观拜物教批判中的“批判”二字,所用意义类似康德哲学美学意义上的批判,是“批审—厘清”的意思,是运用理论分析和反思的方法去划清界限,即划清围绕在消费审美文化语境中媒介拜物教问题周围的界限,只有划清了界限,才能使问题的发展演变变得清晰。

本研究在前述意义上,分如下几部分进行:第一部分(导论和第一章),分析媒介景观文化理论提出的时代语境,即消费文化传播语境,以及这种语境中怎么滋生了景观拜物教意识;由这种景观拜物教意识驱动下的景观消费是新呈现的异化消费,分析这种消费异化的成因和文化审美心理;对西方思想家(主要是法国学者群)消费异化批判进行谱系学考察,并检讨批判的局限性,以明确媒介景观异化批判的学理位置。第二部分(第二章),结合历史文献重点

分析媒介景观拜物教批判的文化逻辑。具体分析德波的文化和社会审美想象、境遇主义抵制实践、融合激进先锋派精神的艺术与日常生活双重革命策略^[1]，并以其视觉实验电影艺术文本《景观社会》为个案研究。通过对景观社会文化结构、批判维度的界定，指出德波祭出艺术和诗意这两面大旗如何延伸对当代资本主义否定文化进行文化否定、批判和救赎的向度，并考虑之得失。第三部分（第三章），把景观影像和景观文化审美心理的考察纳入现代性的维度中，思考景观现代性和景观审美现代性批判之关系。第四部分（第四章和结语），分析媒介景观社会文化理论的后现代面向，尤其是对权力关系、空间问题、符号研究以及媒介文化等后现代话语的影响和启示，并对现代化进程中的当代中国出现的各种新的消费现象进行反思。

四部分有机统一，目的是在总体上清理媒介景观社会文化理论之全貌，具体理清消费文化语境下，景观拜物教如何产生、发展，景观幻象的视觉传播冲击怎样影响大众的文化社会想象和审美消费心理，以及媒介景观社会文化理论的当下意义。

[1] 贝斯特，凯尔纳. 后现代转向[M]. 南京：南京大学出版社，2002：103-104.

目 录

1	导 论 媒介景观拜物教:消费社会的幽灵
3	第一节 消费文化语境
16	第二节 媒介景观拜物教
31	第三节 一只沉默的螺旋:景观消费的文化心理机制
37	第四节 一只看不见的手:景观消费的意识形态幻象
40	第一章 西方思想家消费异化批判谱系
41	第一节 异化与物化:从马克思到卢卡奇
50	第二节 法兰克福学派:消费异化批判
71	第三节 列斐伏尔:日常生活批判
76	第四节 波德里亚:符号拜物教批判
81	第二章 媒介景观拜物教批判的文化逻辑
82	第一节 德波:视觉规训社会的揭橥者
93	第二节 境遇主义国际
106	第三节 艺术革命
116	第四节 日常生活革命
127	第五节 镜城中的境遇运动:略论《景观社会》电影
146	第六节 浪漫的无实之花:伟大的法兰西文化遗产
157	第三章 景观体验与审美批判
158	第一节 现代性悖论
163	第二节 景观影像:启蒙现代性症候
169	第三节 景观审美:审美现代性批判
184	第四章 视觉景观与后现代面向
185	第一节 德波与福柯:视觉规训
194	第二节 德波与哈维:空间问题
212	第三节 德波与波德里亚:景观-符号
217	第四节 德波与凯尔纳:景观-奇观

225	结 语
230	附 录 居依·德波生平
234	参考文献
252	后 记

导论 媒介景观拜物教： 消费社会的幽灵

资本主义生产方式统治下社会的财富，表现为“一个庞大的商品堆积”。^[1]

——卡尔·马克思

在现代生产条件无所不在的社会，生活本身展现为景观（spectacles）的庞大堆聚。直接存在的一切全都转化为一个表象。^[2]

——居伊·恩斯特·德波

马克思在对工业资本主义社会商品发展逻辑的分析中，借助费尔巴哈关于宗教异化的理论武器来批判了商品拜物教，揭橥了商品在本质上是以身为中介的人与人之间的社会关系，旨在对主体异化现象进行批判和图救；法兰西思想家德波^[3]面对逐渐成熟的消费资本主义社会商品媒介影像化现象，不落痕迹地挪用费尔巴哈-马克思异化批判逻辑来确立自己全新的立意，认为在整个社会总体性景象群中建立了一个同样虚幻的景观社会，而且祭出一个本质性断言，这种“景观不是影像的堆积，而是以影像为中介的人们

[1] 马克思. 资本论: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 1953: 1.

[2] 德波. 景观社会[M]. 南京: 南京大学出版社, 2006: 3.

[3] 居伊·恩斯特·德波(1931—1994), 法国思想家、先锋派实验电影艺术家、境遇主义国际运动创始人, “景观社会”理论的提出者和批判者, 是本论文专注研究的对象之一, 后面将专章述介。

之间的社会关系。”^[1]可见,一种全新的景观拜物教思想弥漫开来,这是视觉传播批判学者德波倾其一生所关注的焦点和批判的对象,目的就是反对主体异化和寻找新的替代性可能。两相比较,似乎德波在继马克思主义之后,要告诉世人一个截然不同于马克思的时代断言,一个欲被遮蔽掉却又不可遮蔽的客观存在。他认为,在今天这个“现代生产条件无所不在的社会”中,原先那个物性的商品经济世界已经转化为景观的总体存在,并且“景观是人们自始至终相互联系的主导模式”。^[2]依此,马克思时代的商品拜物教在新的历史条件下已然转化为景观拜物教。可以说,一个幽灵,媒介景观拜物教的幽灵,在当代消费文化审美语境中游荡,^[3]它试图改观大众对文化和社会发展的战略想象。马克思和德波的话语表意实践,目的是揭示资本主义国家在不同的历史发展阶段采用的不同政治意识形态操控手段,

[1] 德波·景观社会[M].南京:南京大学出版社,2006:3.

[2] 德波.定义为革命计划的预备措施.//景观社会[M].南京:南京大学出版社,2006:174.

[3] 马克思、恩格斯在《共产党宣言》的开篇写道:“一个幽灵,共产主义的幽灵,在欧洲游荡”(见:共产党宣言(单行本).北京:人民出版社,1997:26)。简洁的语言立刻把游荡的形象和追逐的形象联系在一起。这种开宗明义的形象化点睛之笔,给后来的许多西方思想家以极大的启发,如阿尔都塞就以《黑格尔的幽灵》为名出版了自己的政治哲学论文集(参见:路易·阿尔都塞·黑格尔的幽灵——政治哲学论文集[M].唐正东,吴静,译.南京:南京大学出版社,2005);德里达在20世纪90年代通过解构主义的阅读,以《马克思的幽灵》为名,将马克思或者说马克思主义的精神作为资本主义社会的批判性、异质性的幽灵(参见:德里达.马克思的幽灵——债务国家、哀悼活动和新国际[M].何一,译.北京:中国人民大学出版社,1999);同样是法国学者的结构主义马克思主义者的波德里亚,在他的著作《生产之境》的前言中模仿《共产党宣言》中的话语写道:“一个幽灵,一个生产的幽灵,在革命的想象中徘徊……”(Jean Baudrillard, The Mirror of Production, Translated by Mark Poster, Telos Press, 1975:17.);中国国内高岭博士的论文《审美文化语境中的商品拜物教批判》的前言也仿拟了这样的论述风格“一个幽灵,商品拜物教的幽灵,在当代审美文化语境中游荡”。

此处仿照马克思和恩格斯的语气,旨在表明本论文所要论述的主要问题。

其本质是维护它的阶级意识。因此，马克思学说和德波的理论在历史上开启和发展出一种政治革命批判策略，但若是这种政治革命选择了文化革命的形式，这就产生了文化革命诗学，德波如是。在他的媒介景观社会文化理论中，祭出艺术和诗意这两种文化革命的主要武器^[1]，立足于新的消费历史语境中来审视和判断媒介影像化布展的景观社会，为大众寻找海德格尔意义上的主体诗意化生存方式。

● 第一节 消费文化语境

在20世纪极为广泛的社会和文化研究领域，之所以“消费社会”受到颇多学者的高度关注，其根本原因在于西方社会在基本结构方面发生了重大变迁，即从以生产为主导的社会转向了以消费为主导的社会。里斯曼在《孤独的人群》中将其称为资本主义社会的第二次大革命，^[2]这种革命性变迁不仅是社会经济结构和经济形式的变化，也是社会文化的全面转型，导致了社会生活方式的全面革新。新现象、新表征改观了人们对文化和社会的体验和想象，并触发了整个社会价值观的断裂、冲突和震荡。消费社会日益成为人们理解现代西方社会结构与变迁的重要文化叙事系统，成为当代社会与文化研究领域的重要议题，从里斯曼的《孤独的人群》、加尔布雷斯的《丰裕的社会》、巴特的《神话——大众文化诠释》、列斐伏尔的《日常生活批判》到德波的《景观社会》，再到波德里亚的《消费社会》，都是围绕着这

[1] 参见《景观社会》一书中译本的《代序言》，南京大学出版社2006年版，第37页。

[2] 里斯曼认为：“第一次革命在过去的四百年里荡涤了统治人类大部分历史的以家庭或家族为核心的传统生活方式……当然，这次革命仍然在进行中，但在世界上最发达国家，尤其是美国，这次革命正让位于另一种形式的革命——即随着由生产时代转向消费时代而产生的全面的社会演变。”（参见：大卫·里斯曼·孤独的人群[M]. 王昆，朱虹，译. 南京：南京大学出版社，2002：6）