



主编：金冠军 金丹元

SHIXIANG YU REN

SHIXIANG RENLEIXUE LUNGANG



视像与人

——视像人类学论纲

林少雄 著

- ☐ 视像时代及其特征
- ☐ 20 世纪的视像奇观
- ☐ 视像消费
- ☐ 身体的操控
- ☐ 性别的枷锁
- ☐ 暴力何以成为美学
- ☐ 空间为何营构
- ☐ 时尚的症候
- ☐ 新艺术的构建
- ☐ 仪式的审美再现

学林出版社



主编：金冠军 金丹元

SHIXIANG YU REN
SHIXIANG RENLEIXUE LUNGANG

视像与人

——视像人类学论纲

林少雄 著

学林出版社

图书在版编目(CIP)数据

视像与人: 视像人类学论纲 / 林少雄著. —上海: 学林出版社, 2005.3

(电视新视角)

ISBN 7-80668-944-3

I. 视... II. 林... III. 视听传播—理论研究
IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 027662 号

上海市教委第四期重点学科

“广播电视艺术学”研究项目

视像与人——视像人类学论纲



作 者——林少雄

责任编辑——王翼清

封面设计——周剑峰

出 版——上海世纪出版集团

学林出版社(上海钦州南路 81 号 3 楼)

电话:64515005 传真:64515005

发 行——新华书店上海发行所

学林图书发行部(钦州南路 81 号 1 楼)

电话:64515012 传真:64844088

印 刷——上海市美术印刷厂

开 本——640×965 1/16

印 张——24.5

字 数——297 千字

版 次——2005 年 3 月第 1 版

2005 年 3 月第 1 次印刷

印 数——3 000 册

书 号——ISBN 7-80668-944-3/J·40

定 价——31.00 元

总 序

在今天这样一个已被各种媒体炒得沸沸扬扬的“读图时代”，影视艺术的地位呈直线上升之势，其理论研究也在不断升温，研究的视野、角度、方法都有了较大的拓展和延伸。但相对而言，电视理论著作虽已出了不少，毕竟起步较晚，既难以跟上不断发展着的电视审美实践，也远不及电影理论那么丰富和成熟。为此，我们试从一些新的视角对当下中国电视的形态、样式，电视的社会属性，电视艺术的种类及其特征等作出更贴近中国国情的新的探索，以期赢得学界同仁和广大电视爱好者的共同兴趣，进一步促进中国电视理论界的繁荣和发展。

目前，国内的电视理论研究已然取得了很大成就，但也仍存在着一些缺憾和不如人意之处，如在借鉴西方影视理论、西方文化批评时，往往忽略了与本土实际情形相结合的研究，在一些理论著作中往往宏观的发挥和综述远甚于具体分析，这就容易造成理论与实践相脱离的弊病。而且，电视理论照搬文艺理论、电影理论的现象仍不鲜见，有关电视独特性、话语的分析、阐述似还远远不够。如是，我们才觉得应尽量立足于电视本体，去探究电视自身的各类话题和理论。由于电视传播本就是一种大众传

■

播,涉及面宽,与之相关的领域较多,因此,也应将其他学科与电视研究相结合,才能从中见出电视媒体、电视文化的国际性视野。基于这样的思考,于是就有了关于电视与审美,电视与社会,电视与人,电视与文艺,电视与叙事,电视与戏曲等各种命题的阐发。各位作者的一些想法、见解,既是自己的研究心得,也大多是一种探索,有些或许能自成体系,有些可能仍存在着这样那样的不足,以待来日继续完善、补充,但至少可作为一种参照,成为当下多元理论中的一元。电视基础学科必须强化自身专业的理论,突破学科的界面,在学科交叉的前沿地带有所拓展,并培养未来的专业人才,这是我们这些在高校从事电视教学的人理所当然应取的态度,也是我们撰写这套丛书的另一基本出发点。倘若这套书中的有些发挥还值得一读,或能引发别人的思绪,作更为深入、细致的研探,或能对影视专业的学生有所启发,有所获益的话,则我们已觉得非常荣幸和不枉此辛苦一场了。要做到司马迁所言之“究天人之际,成一家之言”,谈何容易。学无止境,做学问更无止境,如同真理只能逐渐逼近,而难以完全把握一样,我们希望自己的努力也是渐进式的和真诚的,也许很难彻底摆脱时下喧嚣和浮躁的包围,但我们至少可以避开恶俗的纯商业炒作,本着素朴的学术良心来谈一些自己的学术观点,并借此机会培养学生对电视专业的兴趣、爱好,进一步更新观念,大胆创新,以适应全球化背景下影视教学的改革和进步。

最后须加以说明的是,这套丛书是上海市教委第四期重点学科建设项目之一,书的撰写、出版都得到了重点学科的资助。它当然也可作为参考教材或供影视艺术爱好者参阅。就此匆匆打住,忝为序言。

金丹元 金冠军

2004年11月

目 录

总序/1

一、人类文明发展的四个阶段及其文化表征/1

人类文明发展的四个阶段/1

视像时代的基本特征/6

二、几个基本概念的辨析/14

人类学/14

文化人类学/15

影视人类学/16

视像人类学/21

与本书相关的几个概念/23

三、影像与视像的异同/34

技术层面/35

现实层面/36

意识形态层面/38

题材内容选择/39

画面图像层面/40

时空营构层面/43

审美心理层面/46

生态层面/47

四、视像的特质及其意义/51

电视:20 世纪的视像奇观/52

视像的表达形态及其审美特征/53

画面的建构/59

色彩的流动/63

声音的叙述功能和审美追求/70

五、视像产生的文化意蕴/77

对人类既有审美经验的突破/77

对全新的时空理论的感知与建构/80

对高雅及神圣观念的解构/87

对 20 世纪人类文化的影响/88

六、视像时代的文化策略/91

运作的商业化/91

形式的生活化/93

手段的清晰化/96

交流的互动化/97

知识的图像化/98

语言的陌生化/99
信息的共有化/100
思维的表象化/101
认知的虚拟化/101
功能的娱乐化/105
时效的迅捷化/108
目的的消费化/109

七、视像与身体/114

文化的身体与身体的文化/114
身体解放与性别解放/121
身体的视觉化/124
身体控制与身体操纵/125
视像时代的身体美容/131

八、视像与性别/137

视像再现与模式化再现/137
性别的模式化再现/142
“同志”情怀的视像表述/153

九、视像与暴力/163

暴力的人类学本质/163
暴力的视像再现/168
视像暴力何以成为美学/175
视像暴力的功能/181

十、视像与竞技体育/190

竞技体育与人类社会/191
竞技体育的人类学观照/196

竞技体育的视像审美特征/209
现代竞技体育的基本特征/214
竞技体育的视像表达/219
体育视像的多维表现/227
竞技体育的视像特征/231
竞技体育的视像意蕴/237
竞技体育与视像时代的消费文化/242

十一、视像与建筑/249

建筑的人类学意义/249
视像语言与建筑语言/253
视像建筑的人类学分析/263
视像时代的建筑/268

十二、视像与服饰及时尚/278

服饰与时尚的人类学本质/278
具象的身体及其服饰/285
视像元素与时尚基因/293

十三、视像与艺术/300

视像艺术的主要类别及发展/300
审美/商业:艺术创作目的的变化/310
画面/视像:艺术作品特征的变化/311
静态/动态:艺术传播方式的变化/314
阅读/观看:艺术主客体知识结构的变化/315
对新的艺术审美范畴的建构/319

十四、视像与电子游戏/322

游戏本质的人类学视阈/322

电子游戏的特质/326

电影视像与电子游戏的关系/329

电影视像与电子游戏的差异性/342

电影视像与电子游戏的融合前瞻/344

十五、视像与仪式/349

人类仪式的本质/349

人类学的视阈与视像艺术的体认/350

视像与仪式/355

仪式镜像与镜像意识:意识形态的仪式化/361

视像的常规化与仪式的超越性/364

审美的仪式再现/368

十六、视像时代传统文化的命运(代结语)/371

参考文献/376

后记/380

一、人类文明发展的四个阶段及其文化表征

人类文明发展的四个阶段

迄今为止的人类文明史,如果仅以人类对自然与社会的认知及其特征看,主要可分为图画时代、文字时代、印刷时代及视像时代这样四个阶段,本文试图对视像时代的特征及其传播策略进行梳理与分析。

人类文明发展的第一个阶段,是图画时代。这一时期时间上主要在文字产生之前,因此也可以称之为“前文字时代”。这一时期,人们认识的对象主要是自然世界;这一时代的主体是全体社会成员;主要表征为以现实世界的各种客观事物为“文本”。认知方式上是从物像到图画,思维方式上是一种具象思维;生活态度上是占有与攫取;伦理观念上体现为有用与无用;审美观念上是一种原型崇拜,以崇拜代替审美;数字观念上是群与类的关系;时空意识上主要是天人合一的观念。传播策略采

取了“口传心授”的方式,人们知识的获得也主要是通过这种方式而实现。这一时期虽然还没有用来记录人们思想的文字出现,但是岩画中的各种图画、彩陶上的各种纹饰,却表达了当时人们的观念,记录了当时人们的思想,因此这一时期以岩画图画和彩陶纹饰为主要代表的史前各种图画符号,记录了当时人们对自然的观念、对世界的认识以及对人类自身文化的传承。

随着时代的发展与变化,由于人际交往的日益频繁,由于“口传心授”时对信息的不断增损,使得人们迫切需要一套相对易记、能得到大多数成员公认的符号来记录自己的思想,于是便在长期实践的基础上创造发明了文字。由于这一阶段人们日常活动范围的相对狭小,个体自然生命的有限、以及个人体认世界方式的差异,人类总是受到特定时间和空间的限制,于是,力图突破这种限制的努力,成为了人类发明文字的动力。文字的出现,使人类文化的发展进到了一个全新的阶段,“它造就了从事文字工作的阶层,扩大了交往的深度和广度,消除了方言差异造成的交往隔绝的状况。由于方言不再成为交往的障碍,以方言为人类群标志的原始氏族便不复存在,从而整个社会进入人类的文明时代。”^①随着文字的发明和使用,人类文明进入了第二个阶段,即文字时代。这一时期时间上主要在文字被发明之后至印刷术发明之前,主要表征为以对文字的掌握为主要特征。正如许慎在《说文》中所言:“盖文字者,经艺之本,王政之始,前人所以垂后,后人所以识古。”文字的发明,使得人们找到了一种可以系统、完整、全面地记录自己思想的媒介工具,同时经过逐渐发展,文字也就具有了神话功能、社会政治功能与语言交际功能。这一时期人们对知识的获得,主要是通过老师讲授、学生记听的方式而实现,然而由于时代技术条件的限制,对文字的掌握仅仅是少数人的专利,所以从文化意义上看,在文字表达之

^① 陈力丹:《精神交往论:马克思恩格斯的传播观》,第92页,开明出版社,1993年版。

初,对其掌握只是社会中的一小部分人,而绝大多数的人们不具有识认并掌握文字的条件与权力,因此掌握了文字的人们成为了文化英雄,如中国的孔子、孟子、老子、庄子等人。

在此形势下,文字的发明就具有了非同寻常的意义:一方面,“文字的发明,给社会人群克服时空障碍,交流生活经验,传达思想感情带来了极大的方便”,“另一方面,文字的社会交际功能是社会发展到一定阶段的产物,社会性质的改变决定文字的性质。在神权时代,文字是王者及其代言人巫沟通神、人的工具;神权破灭,家为巫师,文字功能下降,变成传承文明的载体;王权萎弃,政令旁出,典册散乱,文字渐入民间;霸权当道,事务繁杂,文字必然统一;民权高举,交流频仍,文字要求简省。可见所谓文字的社会交际功能,主要是指与一定社会发展阶段相适应的符号表达方式。”^①文字的这双重功能,使得这一阶段的社会精英们认识的主要对象成为文字世界,于是一小部分社会精英自然成为这一时代的文化主体,而他们的主要认知方式也就成为形象—文字—形象的一种符号认知,这种认知方式直接促成了其思维方式的变化,即以形象思维为主,因为任何抽象的文字符号,只有通过充分的形象思维,才可以达到对其的掌握。时间观念上是时空合一,即古代所谓“天地四方曰宇,往古来今曰宙”,而“宇宙”的合称,表明了当时人们的时空意识。而在麦克卢汉看来,书写的最大文化品格,就在于思想的空间化:

书写最大的特点就在于它将思想的迅捷过程呈现为稳定不变的沉思与分析的力量。书写把听觉转移为视觉。在相当程度上说是思想的空间化。不过,草纸本和羊皮本的书写培育了我们一系列与印刷书籍完全不同的心智习惯。首先,在印刷书页那斑斑点点线性排列的外观允许我们的眼睛作快速扫描之前,默读还

^① 黄亚平,孟华:《汉字符号学》,第23页,上海古籍出版社,2001年10月。

不为人所知,其次,手工抄写的困难迫使学生们尽可能地强记他所阅读的一切。这便导致了百科全书式的博学,但也造成了口头交谈的丰富学识。^①

正是人类的文字发明被广泛地运用于文献记录,才使得人类有了自己真实可信的历史和文明发展的记录,特别是作为文字发展最高峰的印刷术的发明,在人类文化的发展过程中更有着非同寻常的意义。恩格斯曾经说过:“印刷术的发明以及商业发展的迫切需要,不仅改变了只有僧侣才能读书写字的状况,而且也改变了只有僧侣才能接受较高级的教育状况。”^②印刷术直接地促进了人类文化的发展和文明的进步。

正是这种发展与进步,促使人类文明发展进入到了第三个阶段——印刷时代。印刷时代时间上主要在印刷术发明之后至影视技术发明之前,主要表征为以文字世界各种书籍的出现为表征(亦可称之为“原典时代”),因此人们社会文化的体现由对文字的掌握转向了对知识的掌握;在这一阶段人们认识的主要对象是符号世界;认知的主体为社会全体成员中的知识分子阶层;认知方式主要以对文字的阅读为主,思维方式上主要为抽象思维,生活态度上主要体现为追求精神享受;伦理观念上主要表现为心理上的崇拜;审美观念上主要表现为高雅与低俗之别、深奥与浅显之分;时间观念上是时空的压缩。

然而在人类的精神文化交往中,人要求全面地占有对象,以自己的全部感觉肯定自己。印刷术使得人类“精神的眼睛”与书报上抽象的对象交往,从而促进人们思维的发展,但同时却把人类的精神交往限制在了视觉的范围之内,人类复杂多样的全息化的交往方式,变成了乏味的文字或印刷符号,且相当多的非

^① 马歇尔·麦克卢汉:《视像,声音与狂热》,见福柯、哈贝马斯、布尔迪厄等著,周宪译:《激进的美学锋芒》,第336页,中国人民大学出版社,2003年。

^② 《马克思恩格斯全集》第7卷,第391页,人民出版社,1962年。

文字信息被排除在了交往传播之外,因此,人的感官全面发挥作用的新的交往形式的出现,成为了人类文化发展的迫切需要,正是在这个意义上,马克思不无深刻地指出:“眼睛对对象的感觉不同于耳朵,眼睛的对象不同于耳朵的对象。……人不仅通过思维,而且以全部感觉在对象世界中肯定自己。”^①时代的进步,文化的发展,迫切需要一种新的精神交往媒介的出现。

正是在这种背景下,随着科学的发展和技术的进步、大众传播手段的出现,能够将人们在交往时的语言、声音、文字和形象同步地展现出来的当代大众文化的出现也就势在必然。正是当代大众文化的出现,使得各种信息产业得到了突飞猛进的发展,这样人类进入到了视像时代。如果说文字阶段意味着某些人的专利,知识阶层成为社会的精神贵族和领袖,那么视像时代则第一次将普通大众纳入了当下文化的范畴之内,且使其成为了文化的主体。

儿童在不认识字以前,主要通过图画来认识世界,且儿童天生具有通过图画来表达认识世界的能力:

在我们能够识字读书之前,我们并不能很好地辨别图画和字母的不同。我们只是将在纸上写下的字母A看作是区别于一朵花或一个房子的图画,但这种图画仍是用彩色铅笔在白颜色的纸上绘出的图画。渐渐地我们明白了这些字母组合在一起还能代表别的意义。比如当我们分别写出字母‘A-P-P-L-E’时,这些字母的组合代表着一种水果。这样,在我们的脑海里,由字母而产生的影像之间的组合还可以产生代表语句的影像。但是这个时候,我们仍不能明确区分词汇和相关的影像,它们似乎仍然是同一件事物。随后,词汇开始在我们的头脑里和影像分离,对它们的思考也不再

① 《马克思恩格斯全集》,第42卷,第125页,人民出版社,1979年。

局限于同一思维方式。虽然我们既可以从词汇中获得意义,也可以从影像中获得意义,但对词汇的阅读远远要比对影像的阅读更为重要。于是,我们得到了这样的认识:影像对于词汇具有解释的辅助作用。尽管我们学会如何用彩色铅笔来绘画,但我们关注更多的是象征着词语和意义的线条,学到的是如何阅读故事而不是如何阅读影像。^①

这充分说明,无论图画抑或视像,都是人类先于语言了解与认识世界的一种重要方式,因此在印刷时代之后,我们将人类社会文明发展与传播以其重要特征——视像的被发明与出现为表征,将其命名为视像时代,也就有其理由。所谓视像时代,以摄影、电影的被发明为开端,以电视的出现及广泛运用为重要标志,以网络为主的现代计算机互动技术的普及为技术标志。正是影视技术的发明及其在现实生活中的广泛运用,标志了一个新的时代——视像时代的肇始,而视像时代的到来,不仅意味着对人类既有审美经验的冲击与人际关系的重新建构,同时也意味着文化理念的重新确立及社会文化结构的重新整合。

视像时代的基本特征

20 世纪,人类开始进入视像时代,这一阶段在时间上主要以广播、电影、电视技术的发明为前兆,特别是以电视与网络的出现与繁荣为其重要表征。所谓视像,并不是“视觉图像”的缩写,而是指随着现代电子传媒技术发展起来的、以电视与网络为主要传播工具的、主要作用于人们的视觉与听觉器官的图像艺术,而不是传统意义上的立体或平面的视觉艺术形象。

^① 保罗·M·莱斯特:《视觉传播》,第446页,北京广播学院出版社,2003年。

视像时代艺术特质的形成,取决于视像时代独特的文化风貌。视像时代,人们认识的主要对象是图像世界;全体社会成员成为了认识的主体;时代上主要在影视技术发明之后特别是电视与网络的出现,主要表征为面对具体的图像与画面,镜头与画面成为了最主要的因素,数字成为世界的本质,因此人们社会文化的体现由对知识的掌握转向了对图像的观看;主要认知方式为图像—图像,思维方式上主要为视像思维或拟像思维,生活态度上主要体现为传统价值观念的解体及对现实的预支;伦理观念上主要表现为直露与含蓄,在视像阶段,没有什么是不可以用图像来表达的,也没有什么是不可公开的,“在网上,谁也不知道你是一个人还是一条狗”,这句话带来的是对传统伦理价值的解构;审美观念上主要表现为高雅与低俗之别、深奥与浅显之分,感官的图像化与数字的急剧膨胀,成为了这一时期的重要审美特征;数字观念上是时间成为一切的根本,兆与比特成为主要特征;时间观念上是时间的不断精细化与空间的不断平面化,虚拟时空成为了重要的时空观念。

视像时代的重要特征,不仅意味着一种全新的文化艺术形式的出现,同时也表明了传统意义上的印刷艺术如图书、报刊等,视觉艺术如绘画、书法、雕塑等,也都积极主动地在向“视像”靠近。在视像时代,个人文化规范的传承、社会组织形态的构建、信息的传播与交流,以至于文化创造的具象表现、文明发展的外在表征,都莫不以视像为其重要的传播手段与存在形式。“有很多迹象表明影像在我们的现实生活中占据着越来越重要的位置。它们大量充斥着报纸、杂志、书籍、服装、电视以及互联网等传播媒介中,我们的社会正成为一个影像媒介的社会。人们对于外部世界的理解也在很大程度上依赖于对这种影像的理解。哲学家汉诺·哈德特(Hanno Hardt)也认为电视正在不断取代语言的位置成为社会传播中的决定性因素。此外,哈德特还预言,未来的词语或许仅仅只存在于官僚政治的交易和一些少数人才能读懂的书中,传统的阅读行为正在被大量的影像所