

北京电影学院艺术学理论丛书



影像媒介的文化、 历史与理论

吴冠平 主编

中国国际广播出版社

影像媒介的文化、历史与理论

吴冠平 主编

中国国际广播出版社

图书在版编目（CIP）数据

影像媒介的文化、历史与理论 / 吴冠平主编. —北京：中国
国际广播出版社，2022.6

ISBN 978-7-5078-5150-2

I. ①影… II. ①吴… III. ①影视艺术—传播媒介—研究
IV. ①J9②G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字（2022）第090712号

影像媒介的文化、历史与理论

主 编 吴冠平
责任编辑 万晓文
校 对 张 娜
版式设计 邢秀娟
封面设计 赵冰波

出版发行 中国国际广播出版社有限公司 [010-89508207 (传真)]
社 址 北京市丰台区榴乡路88号石榴中心2号楼1701
邮编：100079
印 刷 环球东方（北京）印务有限公司

开 本 710×1000 1/16
字 数 340千字
印 张 33.25
版 次 2022年7月 北京第一版
印 次 2022年7月 第一次印刷
定 价 85.00元

版权所有 盗版必究

前 言

在今天，所谓“美学的终结”已成不容忽视的事实，艺术的“感性之美”随着20世纪现代主义和后现代主义艺术的兴盛而隐匿。伴随着全球化与消费化，艺术面临着种种发展的危机，但也敞开了更加多元化的研究路径——艺术哲学、艺术考古、艺术的物质与技法研究等，不一而足，这预示着艺术研究的成熟与完善，也暗合艺术学理论学科建构的合法性。

在此背景下，本书围绕着影像艺术的理论探寻与历史分析，从影像研究的哲学思辨、影像的媒介考古学、影像生产与传播中的再媒介化和听觉文化研究这四个部分拓展研究视域。首先，艺术研究的当代哲学思辨成为我们的题中题。影像的艺术研究不应只是对“作为可见物的影像”之“物性”层面的关注，而应借助形而上学的抽象，重新照亮那些经验现象和感性直觉难以抵达的深度领域。其次，作为影像研究方法论的媒介考古学是近30年来西方媒介研究领域最具开创性的概念之一，它重新连接现象与语言、再现与感知、机器与观众，将电影研究从现象学和精神分析语言学的“意义表述”悖论中解放出来，在对物质性的重新考察

中，获得理解历史与文化演进的崭新视野。再次，影像生产与传播中的再媒介化同样是当代艺术研究中不容忽视的现象，一方面来源于利奥塔（Jean-Francois Lyotard）所提出的“元叙事”概念蔓延至艺术研究中所指向的媒介语言和惯例自身的思辨含义，另一方面则受惠于当代艺术生产与传播的历史语境——在消费主义和经济学动力的驱使下，媒介拓展到各类异质性生产空间，可见的形象往返穿梭于其间，形成一个可见符号的网络王国，由此再媒介化已经成为当代艺术形象存在的主流方式。最后，在视觉文化研究成为当下显学的技术复制时代，对声音的关注显得极为边缘。从梅洛-庞蒂（Maurice Merleau-Ponty）对声音知觉现象学的关注，到德里达（Jacques Derrida）对能指与语音的解构式批评，再到米歇尔·希翁（Michel Chion）对声音符号学的剖析，声音研究获得了理论史的雏形。实际上，声音比图像更直接地对应现代人基本的无意识认知框架，欺骗性地用个人化的“听觉—情感经验”完成对破碎的自我想象式缝合，在模拟性技术的贪婪扩张中，“现代录音”成为技术政治程序的载体。而在艺术研究中，关于听觉和声音的探索才刚刚开始。

目 录

第一部分 影像史评

战后上海电影传播再媒介化形态研究·····	焦仕刚	003
明星身份与群体偏见：袁美云吸食鸦片案背后的 社会互动·····	张璐璐	044
现代性、龙江电影与地方性知识生产·····	金 哲	057
“废墟上的救赎寓言”：《柏林苍穹下》的孩童时刻 ——从理查德·沃林的文德斯评注谈起·····	王凡柯	070
神秘幻象与现实立场 ——杨福东《竹林七贤》相关美学分析·····	梁 喆	090
论东南亚场所对王家卫电影“异托邦”建构的意义 和作用·····	颜小芳	103

第二部分 新媒介与新理论

社会参与式行为影像的陌生化效应·····	杨 然	119
----------------------	-----	-----

人工智能时代有关电影算法的思考

- 技术与艺术的象征性互动及互动传播的意义····· 倪 玲 129
- 2020：科学世界影像漫游····· 何 博 144
- 重塑再造：互联网时代电影生产的再媒介化····· 张 超 158
- 解构与建构之间：元电影研究····· 黄天乐 172
- 数字复制时代艺术观念的转向····· 刘永亮 196
- “无限游戏”的哲学隐喻
- 交替现实游戏（ARGs）研究····· 徐立虹 207
- 景观、姿势与游戏：一种反叙事谱系····· 刘金平 221
- 影像艺术作品观看的对象化····· 吴 天 251
- 电影美学中的想象力消费：动机、生产和目的····· 袁一民 265
- 经典叙事法、哲学与宗教视角下的思维与逻辑关联
- 中外电影文化建构比较研究····· 张 冲 282
- 物象、影像与心象：电影本体论的佛教哲学视角····· 叶远厚 298
- 重读爱森斯坦：吸引力电影与动态理论····· 庞展鸿 312

第三部分 影像与类型

- 中国城市移民电影的“负审美”哲思····· 艾志杰 329
- 收缩城市的银幕想象
- 论近期犯罪题材影片对哈尔滨的城市空间再现····· 张 正 343
- 重述神话
- 新世纪国产神怪片的类型建构与美学辨析····· 罗 曼 364

物质、空间、感官：媒介考古学视域下的动画性

研究……………杨亮 [韩] 文载喆 380

犹在镜中：自我反射式纪录片对真实的构建与反思……………莫常红 400

第四部分 声音理论与声音文化

独白剧场中的听觉艺术研究……………钟海清 陈鑫 419

“可聆听的”人类学研究：从“声景”到“声音

人类学”……………樊路雪 436

倾听沉默的声音

——对米歇尔·希翁“埃尔格听觉”的阐发……………曾瑾 454

电影视听关系对现实的延展……………杨歆迪 471

人声在影像外

——辩士的当代回响……………王羽慧 493

左翼电影的声音景观与美学观念建构……………苏洋 507

第一部分

影像史评

战后上海电影传播再媒介化形态研究

焦仕刚 广西艺术学院

中国电影如何借鉴媒介考古学，依据影像文献学和传统史学考据突出电影本身的媒介属性，电影如何实现自身媒介属性与多元媒介传播场域的主体性意义研究，可谓是富有全新维度的研究。作为电影史的新生内容，媒介考古与地域电影史结合，具有一定的创新路径和设计。本文以战后上海电影为例，从媒介传播与考古角度，借助丰富的媒介互动例证，对媒介传播互动和地域电影史研究进行了管窥和论证。

作为一个高度工业化、商业化并具有复杂技术体系的现代艺术，电影本身即是现代新型媒介之一。中国近代以来的现代性历程，必然是一场整体性媒介革命的历程，是一次全新媒介的接受、传播过程，更是价值再生产的过程。在这个过程中，典型媒介则是报纸、期刊、书籍、无线电报、收音机、留声机与电影等。这些媒介在上海进行了一个充分的发展，成为中国现代性进程的一个重要典型。作为一种全新的意识形态传播媒介，同时作为西方

文化的传播者，电影随着西方殖民势力进入东方中国的路径而展开，其传入顺序从南到北，最早是马六甲海峡，接着是广州，进而才是上海，但最终在上海生根发芽并发展繁荣。之后，进入天津、北京以及中国内陆。“总览十九世纪，影响中国的西方科技有两个重要的内容，第一个是相机，第二个则是印刷技术。……这些技术，经过几代的设计和融合，最早出现的地区是马六甲海峡和广州，接着到了上海、天津，进而最终是内陆城市包括北京。照相馆和印刷工厂在诸多城市一个个出现，他们生产杂志和再生大量的丰富的知识文本。”^①在电影未传入的近代中国，各种画报担任着感性、直观的“现代中国整体形象”的塑造和传播，处处以西方现代性立场给予形象模拟和“现代性”想象。典型是1884—1898年的新闻石印画报《点石斋画报》，作为近代中国最早、影响最大的一份画报，以绘画、照片等形式充分地传达中国现代性意象，充分地激发和促成中国读者对现代世界的渴望和塑形，从而为电影传入及构建现代观影体系做了充分启蒙和训练。随后，电影传入并逐步发展成熟，作为直观性的流动影像，成为呈现现代中国和民族的直观形象艺术，处处与中国社会各个阶层互动交流，成为影像化现代民族与国家想象的重要载体，在改良乃至革命立场下，不停地召唤、增强着观众的现代国族想象。当然，现代媒介的充分发展需要知识产权的保护和独立多元的言论空间。1910

① HENRIOT C, YEH W-H. History in images: pictures and public space in modern China [M]. Berkeley: Institute of East Asian Studies, University of California, 2013.

年颁布的《大清著作权律》，1915年北洋政府颁布的《北洋政府著作权法》，1928年国民政府颁布的《著作权法》及其以后几次对该法的修改，知识产权等法律制度确保了以生产、传播知识和思想价值为内核的现代媒介的正常发展。上海电影的制、编、导、演、摄等人员多数跨界于报纸期刊、戏剧、歌舞、流行音乐等媒介，其媒介的互动和多元可谓常态。如此看来，电影的传入及快速地在上海发展繁荣，使其成为中国电影的核心基地，自然与上海发达的媒介空间、机制有关，因为电影同样传入了北京、天津、武汉、广州等城市，但是最终得以充分发展乃至成为中国电影中心的是上海，一个千年帝国与华夏边缘的城市。

随着现代工业技术、媒介载体的发展，以及知识产权等制度建设，媒介即信息的力量迅速地散发开来，上海得以快速成长为中国乃至亚洲地区的文化传播中心，自然电影也随之成长和发展为重要的媒介。抗战胜利之后的上海电影，其发展的历程不仅与其所处的文化环境有关，也与上海独特的媒介体制紧密相连。在战后混乱而多变的短暂4年时间里，上海电影产业得到发展繁荣，受益于流行音乐和印刷产业的成熟，更源于机械复制技术和大规模发行网络的建立，这些让电影超越戏剧成为最有影响也最有争议的公共娱乐方式^①。作为一种综合性媒介，上海电影能够在通货膨胀和战乱的年代里，以极短的时间迅速得以恢复并达到了中国电影又一个发展高峰，必然与上海多样的媒介空间和发达的媒介

① 马纶鹏. 抗战后上海电影产业的跨媒体性和公共性研究 [J]. 电影艺术, 2011(6): 103-108.

机制有着密切联系。战后上海是一个媒介资源再次重置和更生的时代，一是因为战争和日伪政府的迫害被关闭的期刊社、报社、出版社等多数重新开张。二是在接收日伪媒介机构基础上，国民政府趁机加强媒介控制以及审查力度。由此，战后媒介机构面临着政治上的打压和监控，甚至如日伪一样的特务监察和破坏等行为，媒介的自主和舆论的自由同样艰难和困苦。三是政治斗争和混乱的经济导致上海电影的现实基础不断被侵蚀，同时又成为电影上座率爆炸式提高的重要原因。四是外来特权性媒介的强势存在和传播，体现在以美英九大电影公司为主的电影倾销。对梦境假象的迷恋、对现实苦难的逃避、安慰公众心灵等电影本来具有的社会传播效果预设，却随着电影镜像强大的现实性观照，使得电影及电影院反而成为表现现实苦难、反映社会黑暗、引导公众反思的空间，不自觉中已经开始了一场全新价值体系和思想形态演变历程。在这个转变过程中，电影成为公共领域内集体性价值意向召唤和塑造的重要媒介。

立体媒介空间与全方位电影营销机制成为战后上海电影发展的重要原因。战后上海电影媒介发展异常活跃，在政治斗争、党派对峙、国际冷战格局等背景下，和平、民主、个体意志、新型民族与现代国家等构成公共舆论的核心内容，由于发达的媒介技术、成熟的商业机制、完善的版权制度和弱势的官方控制等原因，战后上海媒介实现了立体化、全方位的发展，自然电影也成为其中影响力和关注度最高的媒介之一。电影担任了经济盈利、娱乐消遣角色的同时，具备了政治理念、国族信仰、群体行为、价值

指向、个体身份界定等意义的再造功能，对公共理念的塑形与个体意志的行动力具有强大的促成功能。如此，电影成为战后上海媒介的核心力量。如果我们回到历史现场，会发现战后上海报纸、期刊、广播、电影等媒介，其天赋民权的言论话语权成为抗衡党派、政治权力控制，获得独立性地位的根基。正是在这样的前提下，战后上海媒介在面临国民政府官方控制和打击下，依然拥有一个相对从容的舆论场，能够获得多维而自主的价值传播场域。由此，电影在立体多元媒介空间中实现了全新的呈现和超强的传播效果。

作为一个多元文化交汇的都市，上海媒介的发展与世界各国一样，各个媒介介质依次传入，书局、无线电报、电影、唱片业、广播先后在上海出现并同步多元发展。电影专有的杂志、各种报纸副刊、电影公司专刊、影院电影广告等媒介形式多样发展，并随着电影的繁荣而丰富多彩。战后，大量的逃难人群不断涌入上海，观众暴增，各种文艺形式繁荣发展。大量的刊物复刊或创刊，出版业得到恢复并繁荣发展。影院与话剧院轮番演出，各广播电台复业或审后再播，战乱中大量乡村地主豪绅等有钱阶级增加，大量的越剧、京剧、沪剧等戏曲剧院繁荣。

电影院广告也随着战后娱乐业的发展而发展，1945年下半年以英美电影、苏联电影、国产戏曲与话剧广告为主，国产电影广告很少。伴随战后国产电影厂与民间摄制公司陆续成立及制片发行放映工作的恢复，在1947—1948年国产电影广告在版面和位置上逐渐占据主导地位，相反，好莱坞等英美外国电影的版面

比例逐步降低。我们知道，这些广告取决于当时电影院的经济能力，电影广告联结了电影制作方、上映方、观众、舆论等多维空间，同时，在公共媒介环境中，对电影的不同关注点则展现了当时社会与电影媒介的互动关系。从这几个方面讲，媒介环境中不论是市场化营销的广告，还是营利性的电影产品广告，均具备了考察战后上海电影发展概况的独特价值。我们选取1945—1952年典型性报纸（上海版的《申报》《大公报》《文汇报》等）的电影传播信息，通过资料呈现和学理梳理，分析战后上海电影的媒介传播动态变化过程，从而给予战后电影发展态势一个直观、生动的呈现。

1.《文汇报》（上海版，1945年8月—1947年）历时电影媒介传播案例考察

据战后半年（1945年8月18日—12月31日）电影广告统计情况，发现1945年8月18日—9月15日近一个月内，仅有9月1日时事新闻片《胜利第一号》的广告，其他类电影广告包括好莱坞等英美外国电影、国内戏曲与话剧等广告均没有。直到9月16日，才有话剧《祖国》的广告（见图1）。

1945年9月18日—20日多是好莱坞电影、苏联电影的广告，国产片广告比

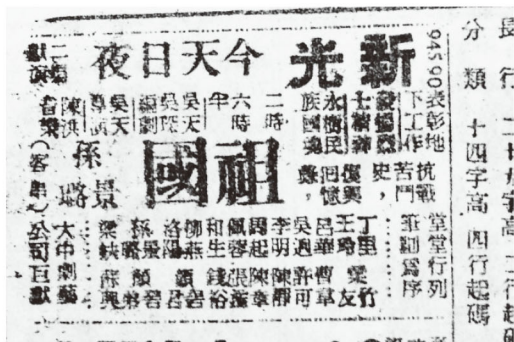


图1 《文汇报》（上海版）1945年9月16日刊登的上海电影上映广告

