

总摇序

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,但我们至少可以避免恶俗的纯商业炒作,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。

金丹元摇金冠军

圆田源年 圆月

目摇摇录

总序

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

视像时代的基本特征

二、几个基本概念的辨析

人类学

文化人类学

影视人类学

视像人类学

与本书相关的几个概念

三、影像与视像的异同

技术层面
现实层面
意识形态层面
题材内容选择
画面图像层面
时空营构层面
审美心理层面
生态层面

四、视像的特质及其意义

电视
视像的表达形态及其审美特征
画面的建构
色彩的流动
声音的叙述功能和审美追求

五、视像产生的文化意蕴

对人类既有审美经验的突破
对全新的时空理论的感知与建构
对高雅及神圣观念的解构
对 20 世纪人类文化的影响

六、视像时代的文化策略

运作的商业化
形式的生活化
手段的清晰化
交流的互动化
知识的图像化

语言的陌生化 轶恕
信息的共有化 轶困
思维的表象化 轶识
认知的虚拟化 轶识
功能的娱乐化 轶缘
时效的迅捷化 轶愿
目的的消费化 轶恕

七、视像与身体 轶源

文化的身体与身体的文化 轶源
身体解放与性别解放 轶识
身体的视觉化 轶源
身体控制与身体操纵 轶缘
视像时代的身体美容 轶识

八、视像与性别 轶范

视像再现与模式化再现 轶范
性别的模式化再现 轶困
“同志”情怀的视像表述 轶猿

九、视像与暴力 轶猿

暴力的人类学本质 轶猿
暴力的视像再现 轶愿
视像暴力何以成为美学 轶缘
视像暴力的功能 轶识

十、视像与竞技体育 轶困

竞技体育与人类社会 轶识
竞技体育的人类学观照 轶远

竞技体育的视像审美特征 转原
现代竞技体育的基本特征 转原
竞技体育的视像表达 转原
体育视像的多维表现 转原
竞技体育的视像特征 转原
竞技体育的视像意蕴 转原
竞技体育与视像时代的消费文化 转原

十一、视像与建筑 转原

建筑的人类学意义 转原
视像语言与建筑语言 转原
视像建筑的人类学分析 转原
视像时代的建筑 转原

十二、视像与服饰及时尚 转原

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

十三、视像与艺术 转原

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

十四、视像与电子游戏 转原

游戏本质的人类学视阈 转原

电子游戏的特质 转远
电影视像与电子游戏的关系 转远
电影视像与电子游戏的差异性 转远
电影视像与电子游戏的融合前瞻 转源

十五、视像与仪式 转远
人类仪式的本质 转远
人类学的视阈与视像艺术的体认 转远
视像与仪式 转缘
仪式镜像与镜像意识 :意识形态的仪式化 转远
视像的常规化与仪式的超越性 转源
审美的仪式再现 转愿

十六、视像时代传统文化的命运(代结语) 转远

参考文献 转远

后记 转远

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 200 页,开明出版社,1993 年版。

一、人类文明发展的四个阶段及其文化表征

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144页,上海古籍出版社,1994年12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 74 页,中国人民大学出版社,1998 年。

^② 《马克思恩格斯全集》第 4 卷,第 74 页,人民出版社,1955 年。

一、人类文明发展的四个阶段及其文化表征

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粤看作是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“粤”和“云”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4卷,第503页,人民出版社,1955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·馥·莱斯特《视觉传播》,第192页,北京广播学院出版社,1994年。

一、人类文明发展的四个阶段及其文化表征

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(汉斯·哈德特)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

侵蚀。”^①

视像时代主要有两个发展阶段:第一阶段以摄影、广播、电影的发明及推广为重要表征。对于摄影与广播的文化功能的论述,向来甚多,因此这里我们不准备以其为主要论述对象,而是以电影为其主要对象。电影的出现,使得社会人类与现实生活产生了一种严重的“疏离”。这种疏离,首先表现在观赏形式上,如人们要在特定的时间(电影放映场次)、特定的空间(电影院)、通过特定的手段(购票)去观看。这种观看电影前的一系列活动,就将人们的感受、知觉与现实有效地进行了疏离,因此使人们做好了充分地进入影片既定情节与提供画面的情境中去的心里准备。这种将人与现实生活的有效“疏离”,实现了人们日常生活中梦境的具象体验,抑或营造出了新的梦境,如从影片的题材、风格、技巧等方面比较看,虽然在印刷时代即可实现,然而由于印刷品对个人素养的要求,以及人们接受印刷内容时时间、空间上的随意性,限制了这种特性的发挥。而正是这种“疏离”,反过来拉近了人与现实的距离,因为在图画时代,由于生产力发展水平的制约、人类思维方式的特质(混沌思维)以及记录工具的单一(敲打与开凿),使得人们只是现实生活的体验者,而不能对这种体验进行更进一步的深化与升华;到了文字时代,人们不仅体验生活,而且思考和记录这种生活;到了印刷时代,人们不仅可以将自己对生活的体验与思考记录下来,并且可以将这种记录以书籍的形式保存,成为后来人们了解、掌握和丰富前人知识的重要依据。但在这一阶段,书籍记录下来的仅仅是强势阶层整体生活的一部分内容,而且还要受到一些条件的限制,如书籍对于文盲来说没有任何意义。因此对于社会的一部分人来说,文字及印刷品对他们掌握知识形成了“屏蔽”作用。随着电影技术的发明,不仅为人类对自然与社会的体验、观察、思考以

^① 保罗·酝·莱斯特《视觉传播》,第152页,北京广播学院出版社,1994年。

一、人类文明发展的四个阶段及其文化表征

图像的方式表达提供了一种技术上的可能,同时也为社会所有成员掌握知识提供了可能。电影的发明,对人类文明的影响还不止于此,正如法国电影导演、先锋派电影运动杰出代表阿倍尔·冈斯所言:“电影使人们更准确地直接思考。你看,通过一次奇妙的回转,我们又重新去运用为我们伟大的先辈所珍视的埃及人的表现方法。无疑,画面的语言还未形成,因为我们的眼睛还不能适应它,人们对画面所表现的东西还缺乏足够的尊敬和崇拜。大多数观众对此还缺乏准备。应当先出现一些过渡性的演出,但是,我们也需要每天自愿地否定自己的一些东西,而不要停留在我们的各种愿望上,这样我们才能使群众摆脱无知状态。”^①而另一位艺术家则这样总结电影的社会功能:“记录,也可以说是为了反省,我们今天可以将这两点定义为电影的认识功能。一是它向我们提供了因为某些客观或主观因素,让我们无法直接感受的外在世界的鲜明影像;另外一个则是强迫我们正视我们自己和我们的庸庸碌碌的存在,以期改变与自身的关系。”^②这种观点,可以说是对电影的文化学与人类学功能的潜心体认预告度概括。

尽管有着这样那样的缺憾,然而毫无疑问的是,电影的发明彻底地改变了人们的思维方式与行为观念。正因为如此,电影艺术家对其发出了由衷的欢呼与热切的赞美:“电影把我们带回到原始时代的表意文字,它通过每件事物的代表符号而把我们带回到象形文字,电影未来的最大力量很可能就在这里。”^③并由此而带来了对一部伟大影片的界定及期盼:“怎样才是一部伟大的影片呢?它应当是未来的福音!它应当是从一个时代

① 阿倍尔·冈斯《画面时代来到了》,见郑林编《艺术圣经——巨匠眼中的缪斯》,第74页,经济日报出版社,1995年。

② 卡尔维诺《观众回忆录》,见郑林编《艺术圣经——巨匠眼中的缪斯》,第75页,经济日报出版社,1995年。

③ 阿倍尔·冈斯《画面时代来到了》,见郑林编《艺术圣经——巨匠眼中的缪斯》,第74页,经济日报出版社,1995年。

到另一个时代的幻想的桥梁,它应当是点金的艺术,为我们的眼睛而创作的伟大作品。”^①

第二阶段,以电视的发明为重要表征。电视的出现与传媒时代的到来,对人类认知上由于电影造成的疏离进行了新的整合,从而将人们的生活与艺术的疏离状态进行了新的还原与重构,即将人还原到日常生活中去。这种还原与整合主要表现在以下几个方面:首先,技术手段的微型化、使用功能的个人化、操作实施的简单化以及观赏环境的生活化。从电影与电视的传播形式看,也许形成了现代人精神旅程的隐喻性象征:电影将人从现实生活中疏离出去而使得人们离家出走,踏上心灵背井离乡的流浪旅程;而电视则使人因思家心切而产生浓得化不开的乡情,因而急匆匆地踏上归家的路程,产生在家的感觉。虽然少不了烦恼,但人们不禁会发自内心地说:回家真好!

整合的结果,使得人们将影视所表现的内容与现实生活之间的差异极大地弱化和模糊,这一方面的极端的例子,便是一些人认为充斥于当代社会中的色情、暴力与凶杀,来源于影视内容潜移默化的影响或直接明白的教唆。固然,这一切消极的方面与社会经济的发展、文化思潮的转型有着密切的关系,但不可否认的是,影视在持续、集中地表现这些主题的同时,也就在潜移默化中改变了富于幻想的一代人的观念、思维、行为及其生活方式。如果说在阅读时代,人们还在不断地进行思考,选择一种积极向上的生活方式的话,那么到了视像时代,不仅人们的思维被图像所不断钝化、观念越来越墨守成规,而更为可怕的是,人们已经在不知不觉中以影视中的生活方式为自己的生活方式,且这一现象随着社会成员年龄的低龄化而越来越明显。我们可以以饮食为例,作为饮食王国,华

^① 阿倍尔·冈斯《画面的时代来到了》,见郑林编《艺术圣经——巨匠眼中的缪斯》,第105页,经济日报出版社,1995年。

夏民族数千年文化传统中积淀下来的饮食方式与习惯,对于年龄稍长的人来说,其饮食的观念与习惯随着社会的发展而改变的可能微乎其微;对于中青年人来说,其饮食习惯由传统美食文化向现代快餐文化的改变会有一个从拒斥到认同的过程;而对于青少年来说,则会完全没有这一个过程,而是对西方的快餐文化天生就有一种认同感,而这一切都应归功于视像的作用与魅力。对于当代青少年来说,麦氏咖啡“滴滴香浓、意犹未尽”的醇厚,肯德基、麦当劳“挡不住的诱惑”的芳香,可口可乐醉人的开怀……所有这一切在他们刚一出生甚至就在母腹中的时候,就已以胎教及其幼教的方式向其感觉器官及幼小的心智狂轰滥炸,因此这些东西不仅使其感到分外熟悉,甚而成为了其个人生活经验与生命记忆的有机组成部分,以集体无意识的方式积淀下来,或隐或显地支配了其生理感觉与心理感受,因之也就支配了其观念、思维、行为及生活方式。

以影碟代替影片,在为人们提供随时随地欣赏的便利的同时,其负面作用也是显而易见的,这主要表现为:其一,观赏时间的随意与延长。在观赏电影时,由于受放映场所、放映场次、放映时间及经济实力的限制,人们总是可以比较专注地完成一个欣赏过程。尽管一部影片可能十分乏味,但是由于是在一定的时间里观看一部内容相对集中的影片,因此观众的精力相对旺盛、注意力相对集中,因为在电影院观看影片的观众,一般除了吃些零食之外,人们很少会在观看之外同时兼顾其他工作。其二,由于屏幕是对银幕的缩小,因此一些宏大场面、高难动作所带来的对视觉强大的冲击力和强烈的震撼力已经被不断地削弱和淡化,银幕上千军万马的震天冲杀,可能会变为屏幕中喧闹嘈杂的游戏,而屏幕上水波不兴的乏味画面,可能正是银幕上波澜壮阔的宏大场面的弱化与压缩……这种转化本身无法避免,因为尽管人们电视的屏显越来越大、功能越来越多、画面越来越清晰,然而事物所带来的体量上的巨大震撼力却永远无法还原。特别

是家庭影院的热销,表明了人们力图消除这种缺憾的努力,然而既然是“家庭”的,必然会带来“影院”效果的失落,而要想达到“影院”的职能与效果,那么则非“家庭”所能完成。无形中人们陷入了一个怪圈。

虽然有如此诸多的不尽人意之处,然而电视技术的发明与视像时代的到来,可以说引起了一种革命性的变化,即人们对自然与社会的认识由图画时代的体验、文字时代的思考、印刷时代的记录转向了视像时代的“观看”。虽然阅读与观看都是运用到人的视觉器官,但两者却有本质的不同。对于写作者而言,印刷时代的叙事是一种线性的叙事,由于句法与语法规则的要求与限制,从而注定了它是逻辑的,句法是论述的结构,是大脑通过语言表达思维的映射;对于阅读者而言,印刷传播要求阅读者注意力积极地投入,因为阅读本质上是一种充分运用形象思维,通过对具体文字符号的翻译而实现的对语词所指的了解。同时在具体的阅读行为中,阅读者翻页的动作,内容的前后相承,从上到下的阅读过程,所有这些都表明了循序渐进的时间流动过程。

在视像时代,人们随时随地地面对具体的图像与画面,镜头与画面成为了社会文化与人们生活中的最主要的因素,视像成为世界的本质,因此人们社会文化的获得方式由对知识的掌握转向了对图像的观看。与印刷时代较为单一、线性的传播方式截然不同,视像时代的传播次序呈相反的运动方式。信息和内容不是简单地从一个空间传播到另一个空间,而是在屏幕或网络上进行交流。在一个较大的联接范围内,巨大的信息资源不断出现。无论是看电视,还是上网络,人们通常觉得画面内容转瞬即逝,除非把它们打印出来(在这一点上,它们成了印刷的静态的一部分),否则只需按一个键,就可以改变或者删除它们。于是,视像媒体(电视、投影图形等)印像和图像侵占了逻辑和概念的地盘,于是细节和线性连续性只好退避三舍。在这一阶段,全体社会成员成为了认识的主体,人们认识的主要对象是图

一、人类文明发展的四个阶段及其文化表征

像世界 ,主要认知方式为图像 原图像 ,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 ,也没有什么是不可以公开的 ;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。在此情形之下 ,技术实现了对现实的彻底还原。在此前不同时代图画符号、文字及书籍对社会一部分成员的“ 屏蔽 ” ,为随影视技术的日益进步而日渐丰富的各种视像所打破 ,从而为每一个社会成员知识的接受与掌握提供了更大的可能。正是这些特点 ,使得视像时代形成了不同于此前任何一个时代的独特的传播策略。

二、几个基本概念的辨析

14

人猿类猿学

我们要想对当代文化有一个比较确切的认识,就必须从人类学的视角去体认。我们一般所说的人类学,指的是传统的人类学的研究,也就是指从生物和文化的角度对人类进行全面研究的学科群。“人类学”一词由 ~~禁城翻译~~ 和 ~~翻译~~ 组成,从一般意义上理解,就是有关人类的知识与学问。该词最早见于古希腊哲学家亚里士多德的著作,它用这一个词来描述具有高尚道德品质及行为的人。~~1871~~年,德国学者亨德将其研究人体解剖结构和生理著作的专著以此来命名。因此,在 ~~19~~世纪以前,人类学这个词的含义相当于我们今天所指的对人体解剖学和生理学进行研究的体质人类学。~~19~~世纪后,随着欧洲许多学者开始对考古学化石遗骨的发现感兴趣,学者们开始注意现在原始种族的体质类型和原始社会的文化的报道。随后,人类学家也亲自到异文化中去搜集这方面的材料。因此,人类学中止了仅仅关注人类解剖学和生理学的传统,而进一步从体质、文化、考古

和语言诸方面对人类进行广泛综合的研究。当然,由于各国学术传统的差异,对人类学的名称及各分支学科有不同的理解,在欧洲大陆,人类学一词仅作狭义的解释,即专指对人类体质方面的研究,对人类文化方面的研究则称为民族学。后来不断发展,从而形成了人类学的不同学科:从生物的角度对人类的起源、发展、种族差异、人体与生态的关系及现存灵长类的身体和行为等进行研究的体质人类学,从文化的角度研究人类文化的起源、发展变迁的过程、世界上各民族各地区文化的差异,试图探索人类文化的性质及演变规律的文化人类学^①。

文化人类学

文化人类学是人类学的主要部分,研究人类文化。除了那些与人类生物学以及与生物和文化因素的相互作用有更直接联系的东西之外,文化人类学包括了所有研究人类的学科。它的主要概念就是文化和关于文化的定义,这一定义提示出文化人类学的范畴及基主要研究方法。

那么文化是什么,应该如何为其界定呢?文化人类学家有各种各样的说法,其中英国人类学家泰勒(~~赫胥黎~~)的定义堪称经典:“文化,或文明,就其广泛的民族学意义来说,是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他的才能和习惯的复合体。”^②

长期以来,一般人常常容易将文化人类学等同于社会学,其

^① 文化人类学有狭义与广义之分,狭义的文化人类学即指民族学,它是在民族志基础上对人类的婚姻家庭、亲属关系、宗教巫术、原始艺术等方面进行研究的学科,在英国学术界倾向于将这部分内容称为社会人类学,或统称为社会文化人类学;而广义的文化人类学包括考古学、语言学和民族学。考古学主要是研究古代的人工制品、遗迹及与人类有相关的自然环境等人类过去的物质遗存的学科,亦称考古人类学。语言学是研究人类语言系统的性质、结构及发展规律的学科。

^② 爱德华·泰勒《原始文化》,第1页,上海文艺出版社,1986年。

实两者还是有明显的区别。在内容上,文化人类学倾向于研究其他民族的文化,并做比较研究,社会学一般研究本民族的东西;在方法上,社会学有一整套社会调查方法,而人类学则要到一个民族那里去住一段时间。即人类学的实地调查法与社会学的社会调查存在着差异。社会学研究更侧重于研究人与人、群体与群体、个人与群体之间的关系。文化人类学则侧重于研究人与群体的行为。当然,这两大学科研究内容和方法的差别越来越小,现代社会学的发展日益重视文化问题的研究,而文化人类学则开始更多地研究社会问题。不言而喻,社会人类学同社会学的研究更加相近,以至于许多社会人类学家干脆称自己的理论是“比较社会学”。

文化人类学在某种意义上是人类文化史的研究,它追溯人类起源及其发展的整个历史,因此文化人类学与历史学有着千丝万缕的联系。文化人类学与历史学的主要区别可以概括为:首先,与历史学偏重研究对象的特殊性不同,文化人类学是侧重于普遍性的关于全人类生活形式的比较研究;其次,与历史学注重详尽和具体的事件和人物记载的研究不同,文化人类学注重文化规范的研究,视野很少局限于某件事或某个人,比较抽象;第三,历史学涉及的领域极广,甚至细到某个显赫人物的浪漫史,而文化人类学则研究史前社会和当代文化,试图探寻社会间文化差异的根源。简言之,历史学是研究“文化化石”,文化人类学是研究“活的文化化石”。

影视人类学

一般所谓影视人类学,主要指的是运用影视传媒手段,记录和研究人类文明与文化的一种学科。作为 19 世纪末 20 世纪初产生的新兴学科,实际上早在电影被发明的初级阶段,就有人试图将其作为学术研究的一种新兴工具而运用于人类学的田野考察研究,这可能是最早的人类学影片的拍摄。1888 年,英国人

类学家阿尔弗雷德·科特·哈登发起组织了坎布里奇探险队，对南太平洋托雷斯海峡岛屿上的土著居民进行了人类学的田野调查和拍摄。除了文字记录、拍摄照片之外，哈登还用一架卢米埃尔发明的电影摄影机，对当地居民的社会生活进行了大量拍摄，遗憾的是由于保存不当，除了剩下一个取火镜头和三个男人舞蹈的场面外，其余电影资料全部散失了。后来意大利影视人类学家保罗·基奥齐认为“哈登的考察标志着影视人类学的建立”^①。同年，爱迪生将摄影师分别派往美国本土与菲律宾，拍摄了记录印第安人舞蹈的《鹰舞和手杖舞》及宣传殖民主义战争的《菲律宾人的溃败》。差不多与此同时，卢米埃尔的技师前往越南和柬埔寨，分别拍摄了《西贡的苦力》和《金边的象队》。1895年，澳大利亚学者鲍德温·斯宾塞爵士开始了他长达10年的人类学考察，在此次考察期间，他用摄影机拍摄记录了当地居民的日常生活及各种仪式，其中的袋鼠舞和祭雨仪式在其拍摄的影片资料中显示出了其巨大的学术价值，法国著名纪实影片专家让·卢什也因此将斯宾塞进行拍摄的1895年10月1日定为影视人类学的开端^②。1896年，查尔斯·欧本组织了比沃斯科甫考察队，到婆罗州岛进行调查与拍摄。1896—1897年，汉堡南海考察队在密克罗尼西亚和美拉尼西亚展开了民族文化的拍摄。1896年，加斯顿·梅里埃在塔希提岛和新西兰岛进行拍摄。1896年，爱德华·科蒂斯拍摄了《科威特印第安人》，该片后来又被重新编辑后以《在战舟的土地上》为名再次发行。1896—1898年，马丁和奥萨约翰逊在太平洋的所罗门群岛等岛屿拍摄记录了当地土著居民的若干习俗……所有这些活动，已经不是单纯地满足人们的猎奇心理，而是人类学家将摄影机作

^① 转引自张江华、李德君等著《影视人类学概论》，第100页，社会科学文献出版社，2006年。

^② 卡尔·海德著，田广、王红译《影视民族学》，第106页，中央民族学院出版社，1983年。

为自己进行学术研究的工具,系统地记录研究对象的多样的社会活动及文化仪式,同时在拍摄技巧上已经摆脱了电影发明之初一个或几个镜头的简单表现,而是开始使用蒙太奇等方法的多元组合,这种观念与技巧上的成熟与变化,就为弗拉哈迪人类学的系统考察及其成名之作《北方的纳努克》拍摄提供了浓郁的时代氛围。在弗拉哈迪的时代,尽管在欧美国家人类学影片的拍摄方兴未艾,然而尚未形成影视人类学这一学科。因此一般所言“影视人类学”,其实从严格意义上讲,应该将此称之为“人类学影视”,以区别于另一种“影视人类学”。应该说明的是,这一时期,人们进行的仅仅是人类学影片的拍摄的尝试,所谓人类学影片“是在人类学理论指导下,综合运用人类学研究的科学方法和影视学的表现手段,对人类文化进行观察和研究,所取得成果的形象化表述。”^①它与我们通常所说的影视人类学有着较大的差别,因为影视人类学是后起的概念,它“是以人类学研究中影视手段的应用方式及其表现形式为研究对象,探讨影视手段在人类文化研究中的功能、性质、应用规律,以及人类学片的特征、分类和制作方法的人类学分支学科。”^②到了 20 世纪 40 年代,国际人类学民族学联合会在美国芝加哥召开第 18 届大会,与会影视人类学家通过了《关于影视人类学的决议》,号召人类学家和影视人类学家拿起视、听设备,抢救记录人类因现代化的到来而即将消失的传统文化。自那时以来,人类学片的拍摄比历史上任何时期都多。”^③

除了以上传统的人类学研究之外,我们认为还应该具有另外一种人类学的学科建构,即运用人类学的基本原理、观点、方

① 张江华 李德君等:《影视人类学概论》,第 156 页,社会科学文献出版社,2006 年。

② 张江华 李德君等:《影视人类学概论》,第 156 页,社会科学文献出版社,2006 年。

③ 张江华 李德君等:《影视人类学概论》,第 156 页,社会科学文献出版社,2006 年。

法与手段来对研究对象进行分析研究的学科。正如著名文化人类学家爱德华·泰勒所言：

人类社会中各种不同的文化现象 ,只要能够用普遍适用的原理来研究 ,就都可成为适合于研究人类思想和活动规律的对象。一方面 ,在文明中有如此广泛的共同性 ,使得在很大程度上能够拿一些相同的原因来解释相同的现象 ;另一方面 ,文化的各种不同阶段 ,可以认为是发展或进化的不同阶段 ,而其中的每一阶段都是前一阶段的产物 ,并对将来的历史进程起着相当大的作用。^①

准此 ,我们完全可以运用人类学的原理与方法 ,对人类的任何文化现象进行研究。如果以此来研究电影与电视 ,那么就会形成另一种“ 影视人类学 ” ,即运用人类学的基本原理、观点与方法来研究电影与电视。

19

影视人类学的学科定义

在英语里 ,影视人类学的学科名称比较一致 ,叫做“ 视觉人类学”(Visual Anthropology) ,在西方国家中通用。这个词在英语中有“ 视觉的 ”、“ 看得见的 ”、“ 形象化的 ”等含义。这个词可以理解为“ 可视的人类学 ” ,或者“ 形象化的人类学 ”。这个术语的出现很晚 ,大约在 20 世纪 40 年代后期才问世 ,在我国使用则要更晚些。1953 年 ,当时担任国际影视人类学委员会主席的加拿大蒙特利尔大学埃森·巴列克西教授

^① 爱德华·泰勒《原始文化》,第 1 页,上海文艺出版社,1954 年。

(粤社月报) 应邀来我国访问 , 才把这个术语介绍过来 , 开始在一部分学者当中使用 , 直到 1985 年于晓刚等在《云南社会科学》发表《影视人类学的历史、现状及其理论框架》一文 , 才首次公开出现在刊物上。1985 年中央民族学院出版社翻译出版美国影视人类学家卡尔·海德 (运建刚译) 的《视觉人类学》一书时 , 译者考虑到书中用了较多篇幅讨论理论问题 , 同时鉴于我国当时较少使用“人类学”这个术语 , 而“民族学”一词应用广泛 , 将书名译为“影视民族学”。这以后 , 影视人类学和影视民族学两个术语在我国大体上并行并用。近年来 , “人类学”一词在我国的使用日益广泛起来。为便于学术交流 , 并与国际接轨 , 学术界已普遍采用“影视人类学”作为这门学科的名称 , 1989 年我国影视人类学者在中国民族学学会之下成立学会机构时 , 即使用了“中国民族学学会影视人类学分会”的称呼。

在英语里 , 人类学片有好几种不同的称呼。通常称为 人类学片、人类学电影) , 或 民族学片、民族学电影) 。也有的把其中单纯记录某一民族文化现象、很少或不加任何解释和评论的片子称之为 民族志片、民族志电影) 。在我国 , 则把从 20 年代后期开始拍摄的一批记录我国少数民族社会历史面貌的影片 , 叫做“少数民族社会历史科学纪录片”。这些不同的称谓多少有些细微差异 , 但并没有实质性的区别 , 大致可以相互兼容 , 主要在人类学界内部使用。至于在影视界眼中 , 大抵都把这类片子仅仅等同于一般纪录片 , 并没有赋予它们比一般纪录片

更多的含义。附带说明一下,最早的人类学片是用电影手段拍摄的,人们称之为人类学电影,电视技术问世以后,人们又把用电视技术拍摄的人类学片叫做人类学电视片。为了表述方便,本书不做这种区分,在多数情况下,笼统地称为人类学片,只有在必要时才加以具体区分。^①

视像人类学

为了与人们已经约定俗成的传统的“影视人类学”学科加以区分,我们可以将以电影与电视为人类学主要研究对象的学科分别称之为“影像人类学”与“视像人类学”,本书论述的重点,主要在于作为电子传媒^②的视像与人类关系的探讨,因此将其名之为“视像人类学”。而由于我们对“视像”的理解有广义与狭义之分(具体界定可参阅下一章),以此为依据,我们提出“视像人类学”的学科建构。

所谓“视像”,有狭义与广义之分,狭义,主要指电视的特征;广义,指以现代与电子光学技术密切相关的艺术或传媒形式为主要研究对象,具体说,包括摄影、电影、电视、动画、网络等。在本书中,根据不同的叙述需要分别使用“视像”的狭义与广义概念,绝大多数情形下主要使用的是其狭义的概念。

^① 节选自张江华、李德君等著《影视人类学概论》,第1页-猿页,社会科学文献出版社,2006年。

^② 在笔者看来,一般传媒主要可分为三类:其一为包括报纸、杂志、书籍等在内的传统传媒;其二为包括摄影、电影、电视、游戏、互联网在内的电子传媒;其三为包括建筑、服饰、饮食等在内的消费传媒。就其本质而言,建筑、服饰、饮食除了其固有的文化本质外,在当代社会皆可视作为一种传媒手段。

所谓视像人类学 ,也可以用影视人类学代替 ,但两者不完全相同。首先 ,从研究对象上看 ,视像人类学以与现代电子光学技术密切相关的艺术或传媒形式为主要研究对象 ,具体说 ,包括摄影、电影、电视、动画、网络等。但由于动画在大多数情况下与电影、电视密切结合 ,所以在本书中不作为专门对象列出。其次 ,虽然皆以现代电子光学技术为其技术支持 ,但其各自研究的领域及范畴各有差异 ,为了既照顾到此类文化现象的电子技术的特质 ,又将其与其他艺术或传媒形式相区别 ,我们将此类以现代光学技术为支持的艺术或传媒形式统一以“ 像 ”名之 ,这不仅是为了区别于目前称谓混乱的局面 ,更为重要的是 ,想将现代电子艺术或传媒形式与传统艺术或传媒形式进行区别 ,因为就笔者陋见 ,现代电子艺术与传媒同传统艺术与传媒有着本质的区别。具体而言 ,以“ 像 ”为主要特征或学术研究对象的人类文化范畴就具有了以下区别 :摄影主要研究范畴为图像 ,动画主要研究范畴为仿像 ,电影主要研究范畴为影像 ,电视主要研究范畴为视像 ,网络主要研究范畴为拟像。具体关系及范畴可见下面列表 :

学科分类	学科命名	研究对象	门类研究范畴	总体研究范畴
视像学	摄影学	摄摇影	图像	视像
	动画学	动摇画	仿像	
	电影学	电摇影	影像	
	电视学	电摇视	视像(狭义)	
	网络学	网摇络	拟像	

如果以此来研究 ,视像人类学则可以有以下一些学科构建及其范畴关系 :

二、几个基本概念的辨析

学科分类	学科命名	研究对象	门类研究范畴	总体研究范畴
视像人类学	摄影人类学	摄摇影	图像—人类	视像—人类
	动画人类学	动摇画	仿像—人类	
	电影人类学	电摇影	影像—人类	
	电视人类学	电摇视	视像(狭义)—人类	
	网络人类学	网摇络	拟像—人类	

由上表可以看出,在狭义的范围内,视像人类学指的是电视人类学,而在广义范围之内,视像人类学的研究对象除了电视—视像的人类学研究外,同时还包含了摄影—图像、动画—仿像、电影—影像、网络—拟像等的人类学研究。在本书中,一般是在狭义的概念上使用“视像人类学”的概念,在此情形下它等同于“电视人类学”,而在个别情形下,根据上下文的需要,又使用广义的概念,或者主要以某一艺术门类为主,这时前面会加以界定,如“电影视像”,在此情形下,不再一一列出,专门说明。

23

与本书相关的几个概念

既然统一在视像人类学名下,那么无论是摄影、电影、电视、动画、网络,还是图像、影像、视像、仿像、拟像,它们就应具有其共同特征,这些特征在不同的人看来也许千差万别,但是在本书的论述中,它们在以下基础之上形成了共同特征,即皆以对电的发明和对光的再现与还原为其重要标志,作为具象的表征,有三种文明的创造性最值得重视,即摄影、电影与电视。这三种创造物具有以下共同或相似的特质:

其一,皆以电的发明为其重要契机。当然,现在一般论者认为,电的发明是工业革命的最大推动力,这一点毫无疑问。

然而如果从社会文化发展及其文化人类学的角度看,电的发明更有其重要的意义。随着电的发明,以电灯为主要形式的各种照明设备迅速发展,这就很快改变了人们的日常生活习惯与社会行为方式。从理论上说,随着电灯及各种以电为能源的发光设备的出现,人们彻底改变了对大自然及周围客观环境观察中光影关系的体认,从而开始了对世界的全新认识与重新表达。以前对世界的光影朦胧的不确定性,在新的照明设备面前,逐渐变得轮廓清晰、质地突出、节奏鲜明;以前在黑夜无法看得真切的事物,在彻夜不眠的灯光的照射下,显露出了其不同于白昼的面目;更为重要的是,电的发明不仅极大地改变了人们对世界的认识,同时也极大地改变了人们的社会行为方式:“电灯曾经彻底改变了我们的工作和休闲方式——使我们可以一天圆小时地工作、社交、购物和娱乐”^①,这种改变,不仅使人对自然界的昼夜变化产生了新的认识,使“日出而作、日落而息”的生活方式与人们彻底诀别,同时也使“夜生活”从此成为社会的一大景观,而且以“夜”为主题的艺术与文化创作开始兴盛,人类开始不断发掘与榨取“夜”的价值,为“夜”赋予了文化学的浑厚底蕴,甚至从一定意义上说,20世纪人类的文化,是一种“夜”文化,因为人们将日常枯燥繁杂的工作、疲惫的精力、缺乏创造性的重复劳动交给了白昼,而将人际交往、娱乐等则放在了夜里进行,每当黑夜来临,人们便会精力充沛,双目炯炯有神,充满创造性的灵感源源不断涌现,文化的创造也就自然而然在此时展开。

如果说上帝创造了光明,然后在此基础上创造了世界万物,从而使人类此后的一切文明创造得以展开,那么人类发明了电,不仅向上帝的专利与权威发出了挑战,同时也试图改变上帝创造的自然宇宙的秩序。

电的发明,从本质上改变了人类的生活与文化,这方面标

① 大卫·麦克奎恩著,苗棣等译《理解电视》,第猿页,华夏出版社,2004年。

志性的事件,便是电报的发明。19世纪 40年代,美国人塞缪尔·莫尔斯发明了电报,第一次将电用于通讯服务;“他的电报消除了洲际界线,消灭了地区概念,把整个美国纳入了同一个信息网络,从而使统一美国话语成为可能。”^①电报的发明,不仅消除了空间的隔阂,创造了超越时空的奇迹,更为重要的是,电报对传统印刷术带来了革命性的冲击,它不仅第一次将信息变为脱离意义或用处而可以进行买卖的商品,而且使信息的价值不再取决于其在社会和政治对策与行动中所起的作用,而是取决于其是否新奇有趣,随着信息的成倍增加,在人类文明史上,人们第一次面对信息过剩问题,事情还不止于此,这些大量过剩的信息,却在人们的日常生活中不起任何作用,除了为人们茶余饭后提供一些谈资,不能引导人们采取任何行动,人们开始丧失社会和政治活动的的能力,与此前人们了解的信息具有影响行动的价值不同,此时整个世界成为新闻存在的语境,不仅人们的话语变得散乱无序,而且他们也逐渐失去了行动的能力。

其二,皆以对复杂微妙的光影变化的捕捉与表现为其重要手段。几乎在莫尔斯发明电报的同时,法国画家、物理学家路易斯·达盖尔发明了最早的实用摄影法达盖尔式照相机,将曝光时间从两小时缩短到了二三十分钟,从此以后,人类获得了随时可以尽情复制自然的能力。正如“摄影术”在英语中意为“用光书写”一样,摄影是对色彩、光线与影像变化瞬间的捕捉,它尽管不是那么完善,但却可以通过图像将我们日常观察到的现实情境捕捉并固定下来,通过定格,在一定程度上实现了对现实世界物体、色彩与光线变化的还原。尽管“人们对景象的记忆和它在照片上的表现常常不一样。照相机永远难以捕捉到正确的光的颜色,永远难以捕捉到记忆中的声音和

^① 尼尔·波兹曼著,章艳译:《娱乐至死》,第 182 页,广西师范大学出版社,2004 年。

味道,永远难以捕捉到对被摄主体的感觉。胶片只能记录那些允许曝光的景物。任何照片之外的意义只能来自于观众”,尽管“摄影本身无法再现无形的、遥远的、内在的和抽象的一切。它无法表现‘人’,只能表现‘一个人’;不能表现‘树’,只能表现‘一棵树’。我们无法拍出‘整个大自然’的照片,也无法表现‘整个海洋’,我们只能拍下某时某地的个别片断——某种光线下某种形状的悬崖,某个角度某个时刻的海浪”^①,“……但摄影最具意义的精神作用是:照片会不断令我们回想起在某个特定时空我们自己的状态和心理。在我们的整个一生中我们都必须不断在旁观还是参与的抉择中苦苦挣扎。”^②不可否认的是,摄影从本质上来说成为了人类存在的证明,它见证了个体生命成长与衰落的过程,见证了自然界花开花落的美丽时刻,见证了人在旅途上迷途的困顿与发现的喜悦,也见证了情感世界的波澜起伏或水波不兴……我们生活中所发生的故事,我们生命中曾经的经历,都在胶片定格的一刹那,永恒地留在了人世间,并给我们留下了永恒的记忆与回味。不仅如此,从19世纪末20世纪初加入电子对话的每一种新媒介,都步步紧随电报和摄影术,并以电影与电视为其重要表征。而所有这些,莫不以对光的捕捉与展现为其重要特质,于是随着电影的发明,艺术家理所当然会为之而欢呼雀跃:“1890年了,太阳光一直是我们的俘虏,而我们也一直想使它在夜间、在我们的银幕上重新唱出它最嘹亮的歌声。确实,我们还能提出比这更美好的目的吗?”^③而更为美妙的是,随着影视的出现,光的漏斗在同一瞬间内,纯化了处于对立两极的欢乐

① 尼尔·波兹曼著,章艳译:《娱乐至死》,第125页,广西师范大学出版社,2006年。

② 保罗·馥·莱斯特《视觉传播》,第104页,北京广播学院出版社,1994年。

③ 阿倍尔·冈斯(1873—1959,法国电影导演,先锋派电影运动杰出代表)《画面的时代来到了》,见郑林编《艺术圣经——巨匠眼中的缪斯》,第125页,经济日报出版社,1994年。

或痛苦,而这种纯化工作也许在几年以后还要在新的一代人身上进行。艺术作品还从没有如此出色地证明它在空间和时间中的绝对威力呢”。^①这种权威,根本上就在于对光的捕捉与把握。

除此之外,三者还皆以对客观世界的图像还原与再现为其终极目的,且在数量上可以进行无穷复制,并在目前新技术不断发展的时代,三者有重新融合的趋势。这方面因为论者甚夥,因此我们不再详细分析。下面我们只是对摄影、电影与电视的特点分别进行一些简单的分析。

摄影—图像

摄影作为对特定时间与空间的定格,完成了一幅幅关于这个世界的各种图像,因此摄影这一重要传媒手段的基本语言是“图像”,即在摄影中,人们通过图像的传播来实现对世界的观察与体认。既然是图像,那么它既有图画的性质,又有影像的特点,所以我们将其概括为“图像”。这样,至少在我们本书讨论的范围内,“图像”一词就具有了特殊的含义,即具有图画与影像双重性质的事物。

图片摄影历经了从简单的业余水平的照相到庞大的、花费高昂的、专业性很强的事业的全过程。艺术家用图像表达他们的内在情感,商业摄影师利用它销售产品和理念,摄影记者通过它展示新闻中的生命,科学家凭借它使不可见的世界可见。凭借这些从不过十美元到几千美元的价钱不等的设备,摄影师每年拍摄并留下来数以百计的图像。从 1826 年在法国乡下一个庄园的二层窗户里向外摄下了摄影史上第一张粗糙的

^① 阿倍尔·冈斯《画面的时代来到了》,见郑林编《艺术圣经——巨匠眼中的缪斯》,第 74 页,经济日报出版社,1994 年。

图像开始,如今照片已成为世界上最令使用者喜爱的视觉媒介了。^①

随着摄影这一人类所独有的传播媒介与手段的出现,它带给了人们深深的震撼,正如美国著名学者莱斯特在分析多萝西娅·兰格(阅读本章最早)的摄影作品《流亡母亲》时说:“这一形象提醒我们考虑为什么当许多人第一次看这张照片时会那么震惊。它还提醒我们为什么这种媒介(而不是绘画)被用来记录全世界的人们生活中的重要和平凡的事件。在某种意义上,保罗·德拉罗切(乔治·瓦特奈)是正确的,他在看到世界上第一张照片时说:‘从今天开始,绘画死了。’一幅弗洛伦斯·汤普森的肖像画永远无法具有与记录为孩子们吃尽苦头、活生生的母亲的特写照片同样的效果。”^②这种效果的获得,主要取决于摄影画面的静态性,因为静止的图像有其无法被其他视像所代替的先天优势:“不管静止和运动的影像是如何被合并在一起和呈现出来的,静止的时刻一直是很重要的。运动影像解释并提供娱乐,然而它是疾驰的,很快会被下一个画面所代替。但是一个静止的影像,一个令时间永远凝固的具有很大吸引力的时刻,将一直能令观者凝神于它画框中的主题事件。将会一直需要那些为了教育与娱乐人们,带着感性与理性制作具有强烈情感的静止影像的人”。^③摄影技术从发明之初起,经过其辉煌发展的历史阶段,从最初的一种重要媒介的被发明,到向人们传播众多的视觉信息,目前正步入从传统胶片向计算机数字技术转变的伟大时刻,通过数字摄影,将电视与计算机这两种重要媒介结合起来,而“由于电子数字照相机逐渐普及,所以将不再需要暗室和昂贵的、对环境有危害的化学药品了。当人们习惯于电

① 保罗·酝·莱斯特《视觉传播》,第 104 页,北京广播学院出版社,1994 年。
 ② 保罗·酝·莱斯特《视觉传播》,第 104 页,北京广播学院出版社,1994 年。
 ③ 保罗·酝·莱斯特《视觉传播》,第 104 页,北京广播学院出版社,1994 年。

子屏幕上显示的照片时 ,对相纸的需求也明显降低了。未来的家庭娱乐中心可能会将大量的图像压缩在激光视盘里 ,使用者可以用它们交流图像和信息。当家庭与电缆、调制解调器或光纤网络连接时 ,电子交流能令人们瞬时将他们珍贵的照片发送给世界上任何地方的任何人 ,并且电子报纸能传送最新的新闻报道和图像以供观看 ”。^① 这种即时性与互动性的特点 ,使得视觉时代的摄影艺术其静态的存在方式被不断改变或弱化 ,从而具有了新的含义。

电影—影像

在一些学者看来 ,电影与摄影的原理有着极为相似之处 :“ 电影是摄影图像串在一道 ,由于它们的变换速度超过了观察者眼睛感受的速度 ,因而产生了运动的印象。在电影中 ,图像的蒙太奇是基本的技术手段(~~摄影上摄影蒙太奇原理上~~)。它并不是一种专门的技巧 ,而是由媒介所决定的特点。然而 ,它的用法却有着不同。拍摄自然的运动 ,与通过剪辑而创造出来的自然运动的假象 ,当然不是一回事(例如 ,在《战舰波将金号》中 ,跃起的石狮子是由睡着的、醒着的和站着的石狮子分别的镜头编辑而成的)。在前一种情况下 ,存在着单个的镜头的蒙太奇 ,而电影所创造的印象却仅仅是幻象性地再现自然的运动顺序 ,而在后一种情况下 ,正是由于蒙太奇才创造了运动的印象。”^② 从这一角度观察 ,尽管两者在其艺术形态上是一静一动 ,但不可否认的是 ,电影与摄影皆以画面的静态性为其基础。

无论如何 ,电影的出现 ,使得社会人类与现实生活产生了一种严重的“ 疏离 ”。这种疏离 ,首先表现在观赏形式上。

^① 保罗· 酝· 莱斯特《视觉传播》,第 ~~142~~ 页,北京广播学院出版社, ~~1994~~ 年。

^② 彼得· 比格尔著 ,高建平译《先锋派理论》,第 ~~103~~—~~104~~ 页,商务印书馆, ~~1986~~ 年。

如人们要在特定的时间(电影放映场次)、特定的空间(电影院)、通过特定的手段(购票)去观看。这种观看电影前的一系列活动,就将人们的感觉、知觉与现实有效地进行了疏离,因之使人们做好了充分地进入影片既定情节与提供画面的情境中去的心里准备。这种将人与现实生活的有效“疏离”,实现了人们日常生活中梦境的具象体验,抑或营造出了新的梦境,如从影片的题材、风格、技巧等方面比较看,虽然在印刷时代即可实现,然而由于印刷品对个人素养的要求与人们接受内容时时间空间的随意性,限制了这种特性的发挥。“一个模糊的镜头会使同一批观众说:‘多美的摄影!’或者‘拍得不清楚!’殊不知,这个镜头在许多情况下,只包含这样的涵义:眼泪模糊了视线。在许多情况下,观众的眼睛总是把蠕动的东西和晃动的东西混为一谈,也不能区分感动和激动:我们控制心灵远比控制眼睛要困难得多,然而,我们却又必须习惯于心灵的某些标记,所以我发现,画面的时代来到了”。^①镜头模糊了视像,实际上并不仅仅是泪水模糊了视线,而更为重要的是,感动模糊了我们的心灵,这才是视像艺术的永久魅力所在。

电视—视像

一般看来,电影影像与电视视像似乎有许多相同或相似的特点,然而,两者却有着本质的区别,这种区别表现在许多方面,最明显的例子,便是在视像时代,由于视像,将互相毫不相关的事件或人们联系起来,这是一个值得重视的现象。上世纪 60 年代,在美国,曾经发生过这样一件事:一个美国黑人被警察殴打,当地一个住在附近的白人用家庭摄像机拍下了整个过程,也许当时他们谁也没有意识到,这一偶然的行

^① 阿倍尔·冈斯《画面的时代来到了》,见郑林编:《艺术圣经——巨匠眼中的缪斯》,第 367 页,经济日报出版社,1994 年。

因为视像的介入而被完全改变,从而引发了美国历史上以洛杉矶为主的诸多城市长期的种族暴乱。多年以后,美国学者对两个人身份的差异作出了这样的比较:“他们的生活本不该有如此大的差异:一个是刚从监狱获释,一个是出生于加拿大上层社会家庭,成长于阿根廷的有钱人;一个是情绪低落的失业者,另一个则是制铅公司的管理人员;一个遭到了洛杉矶警局一群警察的毒打,另一个则隐藏在幕后通过便携式摄像机拍摄了事件的整个过程;一个是美国黑人,另一个是具有英国血统的美国人;一个是罗德尼·金(罗德尼·金),另一个是乔治·霍利迪(乔治·霍利迪)。在加利福尼亚南部的一个晚上,两个人被同时卷入了一起被称作‘有史以来最著名的录像带事件。’”^①两人社会身份与地位的这种差距并非重要问题,其更值得注意的是,本来毫不相关的人和事因何而被紧紧地联系在一起。据莱斯特的分析,如果从文化的角度来看,罗德尼·金的被捕、霍利迪拍摄的录像带以及沸沸扬扬的事件本身是三个独立的部分。因为出生于美国的黑人处境恶劣,很少能有受教育的机会。酗酒驾车、拒捕之类的行为屡见不鲜。然而问题就在于,公众对于这盘录像带的关注实际上反映了一种强烈的文化困惑,即在视像时代,“电视为我们制造了无数的真实的或虚构的故事,可这种悲剧却由于其不可替代的真实性吸引了观众们更多的目光”,尽管如此,“然而瞬间的事实并不能代表所有的真相,霍利迪的录像带将警察残忍的行径通过影像再现出来。大多数的黑人从未有过如此经历,而且就大多数的人而言,家用摄像机主要用来拍摄家人朋友而不是犯罪过程。同时,这盘录像带也展示了一种短期目标的、功利取向的社会问题。”除此之外,在这整个事件的过程中,视像的重要作用,还在于它已经远远超越于一般的影像所拍摄的具体的生活内容,同时也远远超越于其社会功用,如将两个

^① 保罗·酝·莱斯特《视觉传播》,第 145 页,北京广播学院出版社,1994 年。

毫不相关的人的命运联系在一起,更为重要的是,这一行为的“能指”与“所指”不断地“溢出”,客观上不仅引发其后的暴乱事件及事后对殴打金的警察的审判,而且有其更为重要的意义:这盘录像带不但保住了金的性命(至少给了他第二次机会),而且使金名声大噪。整个社会在如此短的时间内给予金本人如此大的关注竟使审判被迫推迟,公众也聚焦于金的一言一行。为了尽快平息洛杉矶陷入的种族暴动,金也参加了一场动员大家保持理智的新闻发布会。在那个冬天的夜晚,如果没有那盘录像带,金就会被扔回监狱,没有人会在乎他是谁。但是电视的力量改变了一切,这种力量来自于视觉影像对人们的感情的操纵,最简单的事实也便是最有说服力的,因为它的真实,表达特定观点的真实。”虽然这个事件暂时告一段落,然而其影响却并未随这事件的告一段落而就此结束,因为这盘录像带对其后的视像生产与制作产生了重要影响;“尽管霍利迪所拍摄的录像带光线晦涩、图像模糊,但无疑却是现实的真实再现,甚至远远超出一部纪录片的含义。他在拍摄过程中镜头无意摇摆产生的效果启发了许多电影导演,纷纷仿效这种很难称作是技术的技术来讨取观众的注意”,^①这样的结局真是意味深长。

以上事件并非孤例,越南战争,伊拉克虐俘事件,如果对这些一次又一次发生在不同时间与空间的事件稍加关注,我们就会发现,在视像时代,视像不仅在以其具体的内容引导着人们的情感导向与价值判断,同时它也在不断改变事件的真相、操纵人们的情感、遮蔽事实的真相、改变人们的命运,甚至改变整个时代的价值判断与审美观念,这也就是里查德·尼克松在电视辩论时输给他的政敌的重要原因,因为从视像的角度看,不是因为他撒谎,而是因为他电视上表现得像个撒谎者。于是我们会

^① 保罗·酝·莱斯特《视觉传播》,第 145—146 页,北京广播学院出版社,1994 年。

二、几个基本概念的辨析

发现这样一个有趣的现象 :一个在现实生活中撒谎的人比一个在电视屏幕上看起来好像是撒谎的家伙更值得信赖 ,同时这也就意味着这样一种可能性 :有的人看上去像在撒谎 ,事实上说的却是实话 ;或者更糟糕的是 ,有的人看上去像在说实话 ,其实却是在撒谎。而所有这一切错觉 ,皆因为视像不仅遮蔽了我们的眼睛 ,同时也误导着我们的理智与判断。

三、影像与视像的异同

34

作为 20 世纪人类最重要的两项发明 ,电影与电视在我们的日常生活中扮演着重要的角色。对于这样一种文化现象或艺术形式 ,对其进行理论研究与探讨 ,自然也就成为了题中之意。但是在既有的研究中 ,常常会出现以下几种情形 :其一 ,影视不分。坊间流行的相关书籍 ,大都冠以“ 影视 ”二字 ;“ 影视艺术概论 ”、“ 影视美学 ”、“ 影视文化学 ”、“ 影视人类学 ”…… 在学校的课程设置、教科书或许多文章中 ,也常常是影视并称。这看起来是将两者并重的指称 ,注重了影视的同一性 ,却常常忽略了两者的差异性 ,且在实际操作中 ,往往会厚此薄彼 ,即重电影而轻电视。其二 ,以影代视。由于我们的理论工作者与教学者的电影知识背景 ,故在日常理论研究与教学实践中 ,常常会以对电影的认识代替对电视的认识 ,以电影研究的理论与方法代替电视研究的理论与方法。当然不可否认的是 ,电影与电视有着十分密切的联系 ,其原理上也有许多相通之处 ,且对电视的理论研究 ,还需借助于电影已有的研究成果 ,但所有这些并不排除两者的差异性 ,如果过分地强调其同一性而忽略其差异性 ,势必影响到对电视自身规律的认识。因此在各高校相关专业的教学实践

中,虽然将影视并列,但实际上却运用电影的理论与方法来分析电视,或者只有“影”而没有“视”,电视被不断挤压,最终瑟缩到了理论话语的角落。其三,在谈到电影与电视的艺术本质时,有相当多的人认为电影具有系统完整的理论体系,而电视则不具备其理论构建的价值,说白了,也就是缺乏理论研究的意义。尽管很少有人敢于公开亮出这种观点,然而在日常实践中,往往听到相当一部分人经常抬高电影而贬低电视,将两者以高下雅俗的艺术与非艺术划分,这无形中遮蔽了我们对电视的独特性的认识。

不可否认,由于电影比电视有着相当长的发展历史,因此无论是理论上还是实践上都更加成熟,加之电影与电视作为视像艺术的两种不同表现形式,在许多情形下可以将两者相提并论。然而我们更应该注意到,由于称谓的同一性与理解的相似性,我们常常注意到了电影与电视两者的相似之处,因之在相当长的一个时期内忽略了两者之间的差异性,以至于在电影理论研究中不时要考虑到对电视的关注,在电视理论研究中又不能完全脱离电影的理论及知识背景,从而一方面导致了电影理论研究的不够纯粹与深入,另一方面则导致了电视理论自身从属及依附地位的确立而使其难以独立,这无论是对电影研究还是电视研究,都是利大于弊,因此本文试图对电影与电视在技术、现实、意识形态、题材内容、画面及生态等层面的差异性进行分析,以便有助于影视研究的分流与具有独立品格的电视理论的建立。

技术层面

电影与电视是现代技术的产物,这是电影和电视区别于其他艺术形式的最本质的东西,电影是随着现代科学技术发展起来的一门艺术,而且电影必将随着现代科学技术的进步而不断发展,因此如果没有摄影机的发明,就不会有电影这门艺术。如

果没有现代科学技术的发展就绝对没有电影。电影正因为是广泛运用现代科技影像手段而形成自己特色的,因此它对技术的依赖性非常强,如果没有最早的照相技术的发明,没有胶片的发明,就不会有电影。而在当代社会,现代科技的发展,对影视的发展,更是起到了异乎寻常的促进或制约作用。现代科技越发展,影视对科学技术的依赖性越大,电影是随着现代科学技术发展起来的,而且必将随着现代科学技术的进一步发展而不断发展的艺术。尽管电影和电视对于现代技术的依赖性非常大,但却有区别。电影与电视的差异,在于技术层面上不仅仅是一个用胶片,一个用录像带的不同,也不仅是胶片一次性使用,而录像带可以反复去拍的差别。胶片和录像带在技术上的差异,常常会影响到艺术形式与风格上的不同,如胶片那种颗粒的细腻性、对色彩的还原度、声音的高保真,以及画面的巨大,都使得电影在对现实世界的还原与重构上具有了极大的幻真性。但是相反的,电视录像带的颗粒就要粗糙得多,所以其无论是在色彩的还原度上,还是在声音的保真方面,都远远不如电影。而电视画面的缩小,严重地影响到了其视觉冲击力。

在现代数字技术不断发展的情形下,电视和电影有一种重新融合的趋势,但是两者在技术上是不同的。两者在技术上的差异,表现在电影银幕与电视屏幕,便是其画面高与宽比例的差异,除了老式电影高度与宽度比为 4:3 之外,现代普通电影为 16:9,超宽银幕电影为 2.35:1,而电视屏幕一般皆为 4:3 (虽然现在已经有一些电视机屏幕宽高比开始变化,但毕竟是少数),这就意味着电影与电视绝大多数情形下在画面上的“不兼容性”,而这种“不兼容性”,必然带来两者审美形态与文化观念上的差异。

现 实 层 面

电影和人们的现实生活是一种疏离的关系,而电视和现

实生活有一种亲和力。在电影院完全是一个封闭的空间,灯光全部暗了,在黑暗中通过一块银幕观看,因此对于观众而言,电影有一种疏离化的艺术效果,在观看电影的时候电影院把每个观众从现实生活中拉出来,然后和现实生活产生一定的距离。而电视恰恰相反,电视是摆在家里客厅、卧室或其他地方,任何时间都可以看,而且在看的过程中可以干各种事,电视讲求的实效性,报导的新闻就是你现实生活中时时处处所发生的事情,所以电视和现实生活有一种亲和作用,甚至在某种意义上,电视成为了人们现实生活的有机组成部分,这一点上正好与电影相反。正因为如此,大众传媒研究学者西尔弗斯通认为:“电视是一种家用媒体。……电视从另一些意义上说也是我们家庭文化的组成部分:其节目的编制与安排规定了家庭生活或至少某些人家庭生活的模式和结构。它也是我们融入消费者文化的一种手段。我们的家庭生活便是通过这种手段构成和展现的。”^①而另一位媒介传播学者麦克卢汉,则根据一种媒体清晰度的高低及其观众参与度的深浅,以“热”与“冷”来区分电影与电视的属性:“电视是一种冷性的、观众参与的媒介。当它被表演和刺激加热之后,它的表现功能相对减弱,因为观众参与的机会随之减少。”^②“冷性的电视媒介促成了艺术和娱乐中的深度结构,同时又造成了受众的深度卷入。”^③正因为如此,电视在现代社会已经成为人们日常生活的一个重要内容。

因此在电视时代,电视进入了生活化、私人化的家庭空间,人们对电影与电视的观赏方式是截然不同的。不仅如此,看电

① 转引自尼古拉斯·阿伯克龙比著,张永喜等译:《电视与社会》,第 152 页,南京大学出版社,1994 年。

② 马歇尔·麦克卢汉著,何道宽译:《理解媒介》,第 142 页,商务印书馆,1999 年。

③ 马歇尔·麦克卢汉著,何道宽译:《理解媒介》,第 142 页,商务印书馆,1999 年。

视不仅是人们休闲娱乐的一种重要方式 ,同时也已经成为了人们重要的生活方式之一 ,因之也就成为了社会成员一种重要的存在方式。

意识形态层面

意识形态对所有传媒的操控由来已久 ,并可谓无所不在 ,然而电影与电视受意识形态的操控程度却不太相同。一般而言 ,电影和意识形态的距离相对远一些 ,也就是说即使政府投资拍摄的一些片子 ,政府对这些电影内容控制上少一些 ,但电视对意识形态的依赖性就非常大 ,电影具有相对创作的自由空间 ,具有相当大的自由 ,比如说被称作纪录片之父的英国人格里尔逊所处的时代 ,当时所有拍摄电影的机构都是政府设立的 ,拍电影的资金也是政府投资的 ,他在拍电影的时候有相当的自由度 ,因为是电影 ,因此它和意识形态的关系相对远一些 ,但是电视就不可以 ,电视一经诞生 ,就与政府的意识形态方面的政治和官方结合得很紧密的 ,特别是在战争年代 ,这种控制会变得更加严厉 :“在第一次世界大战中 ,大众传媒和政府的操作在控制新闻传播和形象构建方面被赋予了多种角色。……在‘大战争’中初次被使用的宣传武器——电影 ,在 20 世纪 20 年代和 30 年代被苏联和纳粹德国当成了巩固革命的工具。到 1939 年 ,看电影在工业化的欧洲和美国成为了一种普遍的社会活动。于是 ,第二次世界大战使得新闻纪录片和短纪录片等‘活动影像’在战时的作用就如同报纸一样。”^①而所有这一切功能的实现 ,很大程度上依赖于政府对电影的操控功能。比如说美国 ,在正式参加“一战”前 ,为了更好地动员国内的力量 ,美国建立了一个以当时著名记者克里尔

^① 苏珊·琳卡拉瑟斯著 ,张毓强等译《西方传媒与战争》,第 124 页 ,新华出版社 1994 年。

(电影审查委员会命名的“克里尔委员会”作为政府检查机关,以制止包括电视在内的媒体针对政府政策的批评。后来还专门成立了一个美国联邦传播委员会,专门管理电视等媒体的宣传内容。中国因为其特殊情况,明确规定电视就是党的喉舌,因此对电影与电视的审查更为严格。尽管电视可以拍一些软性的比如说生活、娱乐之类的节目,且这种现象越来越普遍,但是它有一个非常重要的任务就是宣传党和国家的意识形态方面的东西,所以电视受到意识形态的控制是非常严重的,而电影与意识形态关系相对要松散一些。

题材内容选择

电影和电视在题材选择上有很大的区别,电影在选材上可以说无所不包,特别是一些另类的题材,比如吸毒、滥交、暴力、色情、虐待、恐怖、凶杀等,都可以成为电影的重要题材。尽管电影在不同的政治体制与不同的意识形态下,有着严格的题材限制,甚至在许多国家还对其进行了严格的分级制度,然而相对于电视而言,电影在题材内容上的限制要少得多,一般而言,一部影片只要与人们的社会道德准则走得不是太远,那么它不会引起太多的限制。早在近半个世纪前,著名电影学者巴赞就分析了电影和小说及其他造型艺术中的色情表现,指出:“就电影而言,我们可以说色情描写是作为目的和基本内容而出现的。当然,它绝对不是惟一的内容,因为大量并非末流的影片根本不靠色情取胜,但是色情有可能成为一部影片中重要的、独特的、甚至是基本的内容。”^①尽管我们可能很难同意作者的观点,然而不可否认的现实是,色情已经成为了当代电影的重要组成部分,如意大利导演帕索里尼(代表作

^① 安德列·巴赞著,崔君衍译:《电影是什么》,第44页,中国电影出版社,1980年。

《索多玛一百天》、《阿拉伯之夜》)、日本导演大岛渚(代表作《感官世界》、《御法度》)、北野武(代表作《花火》、《大佬》)、西班牙导演阿莫多瓦(代表作《百分百欲望》、《斗牛士》)、美国导演塔伦蒂诺(代表作《低俗小说》、《杀死比尔》)等世界级电影大师及其作品,尽管因为其题材选择与内容表达上的另类与大胆,常常引起人们的很大争议,但他们的创作却没有受到过较多的干扰,但作为电视它在题材上就有一定的选择性,比如说以上电影中的色情与暴力题材,如果在电视里,就不一定能够允许拍摄或播放。

画面图像层面

麦克卢汉认为,电影是一种清晰度比较高的“热媒介”,而电视则是一种清晰度比较低的“冷媒介”;为了对比电视图像和电影镜头,许多导演把电视图像称为‘低清晰度’,意思是说它提供的信息很少、信息度很低,很像是漫画一样。一个电视特写所提供的信息,只相当于电影一个长焦距镜头所提供信息的一小部分。”^①电视图像是低强度、低清晰度的图像,因此它与电影不同,它不提供物像的详细信息。”^②这种特征,决定了其在画面场景表达上的不同。如果说电影侧重于全景式的、大场面的,那么电视则侧重于近景式和特写这种形式,电视镜头的特点是擅长表现近景和特写,特别是善于表现人物面部的丰富表情或内心复杂感受。在这些镜头表现中,常常用到特写镜头,但在电影与电视两种不同的媒体中,特写镜头的目的及功用是不同的。比如说一部电影如果特写镜头用得比较多的话,会使观众

① 马歇尔·麦克卢汉著,何道宽译:《理解媒介》,第 100 页,商务印书馆,1999 年。

② 马歇尔·麦克卢汉著,何道宽译:《理解媒介》,第 100 页,商务印书馆,1999 年。

产生一种眩晕之感,但是电视相反,在电视里会经常用特写镜头。如果常用全景式的镜头效果一般不会太好。“电视是趋向于一种特写镜头的媒介。特写镜头在电影里用来取得使人震撼的效果,可是它用到电视上却成了家常便饭。一张电视屏幕那样大的照片可以非常详尽地表现十多张面孔的细部,可是十多张面孔出现在电视屏幕上就只能是模糊不清的一团。”^①另一方面,正因为有如此的区别,所以电影在视觉的效果上更适于拍摄一些震撼人心的大的场面,如果这些大的场面在电视里就失去了它的魅力,而电视小屏幕上的一点瑕疵,在电影院的大银幕上就会被无限放大,让人不忍卒视。

正如美国学者弗利特曼·刘易斯所言:与电影相比,电视展示的视觉效果比较零碎。这一零碎的视觉效果表现于摄影镜头的运用层面,如在肥皂剧中,就含有大量的短切镜头,摄像机的角度和距离在一个空间里频繁变换,以标明各个场景。摄像机不停地拉近推远,经常短暂地定格某一谈话场面然后又再次拉远。这种频繁的切换使摄像机所置距离更难把握。因为这个原因,电视画面上总有“断裂”。^②

电影和电视的区别还表现于通过镜头与摄影技巧的运用而产生的场面画面的安排。电影擅长展示场面调度镜头,所以导演的作用非常大,而在电视里面处于一种近镜头的,更多的是通过剪辑来完成的,所以说在电视剧里的剪辑非常重要。还有一个在镜头运用上,电影在长镜头运用上可以取得非常好的效果、有一种非常好的美感,但电视是一种近镜头,更多的是表现人的情感和投入。美国学者伯格以图示的方式对各种电视镜头的定义及其含义进行了简明扼要的说明:

① 马歇尔·麦克卢汉著,何道宽译:《理解媒介》,第165页,商务印书馆,1999年。

② 尼古拉斯·阿伯克龙比著,张永喜等译《电视与社会》,第5页,南京大学出版社,1996年。

镜头与摄影技巧的含义①

	定摇摇摇义	含摇义
镜头头		
特写	身体的一小部分	密切
大特写	身体非常小的部分	审视
中景	大部分身体	私人关系
全景	全部身体	社会关系
远景	背景和人物	背景、范围
在轴	朝向观众的垂直动作	卷入
划变	画面从屏幕上很快地划出	强加的结束
叠化	一个画面叠化进下一个画面	较弱的结束
摄影技巧		
镜头下摇	摄像机俯视 载	观众的力量
镜头上摇	摄像机仰视 载	观众的弱势
推摄	摄像机向里推进	观察
淡入	画面出现在屏幕上	开始
淡出	画面从屏幕上逐渐地消失	结束
切换	从一个画面变换到下一个画面	兴奋

与画面密切相关的 ,便是色彩 ,由于电影与电视的技术手段的差异 ,导致了两者在色彩的还原、运用与处理方面的差异。电影从技术上看 ,是通过化学胶片对声光电的反映而获得的高画质影像的展示 ,因此它基本上能够实现对现实世界色彩对比与明暗反差的高度还原 ,正是通过这些影像特征 ,真正实现了对现实物质世界的高度再现与逼真复制 ;而一般而言 ,电视的色彩还

① 阿瑟·阿萨·伯格著 姚媛译《通俗文化、媒介和日常生活中的叙事》,第 102—104 页,南京大学出版社,1999 年。

原度常常要弱得多,通常情形下其只有电影的四分之一,光线反差也远不及电影层次清晰,因此从技术上看,电视视像一般不擅长于对现实物质世界的高度再现与逼真复制,而比较擅长于对现实社会人们生活与生命状态的模拟性再现。

与以上几方面关系密切的,便是解说词运用的多寡。如果我们拿纪录片比较一下,就会看得很清楚。电影纪录片一般在画面转换时候用解说词,或者给观众提供一些次要的信息,因此在一部电影纪录片中,解说词一般用得比较少,而电视纪录片的解说词就非常多,一个画面全靠解说词来完成,甚至同样一个画面可以用完全不同的解说词,所以电影和电视在视觉效果、场面、镜头运用、声音处理上都有很多的差异。

时空营构层面

43

作为人类特有的声像传播媒介,电影与电视无疑都在以各自特有的方式对时间与空间进行着新的营构。从时间营构上看,电影与电视至少在以下几方面有着区别:其一,从内容题材的反映上,电影由于其拍摄制作周期及放映条件的限制,其往往具有一定的滞后性,这一点最明显地表现在对新闻的报道方面,新闻讲求时效性,而这一点与电视传媒具有本质的认同,然而在电影新闻或纪录片中,时效性则要差得多,甚至可以断言,电视的出现,意味着电影新闻的终结,因此在时效性方面,电影输给了电视。其二,一部电影的长度决定了其跳跃性的时间叙事风格的确立,也就是说,在电影中,时间呈现为具有一定跳跃性的结构^①,而在电视中,由于各种电视栏目的相对完备性与电视连续剧一定的长度,决定了其时间上进行线形叙事的可能性。其

^① 这一点在人物传记片或历史题材片中表现得十分明显,因为无论表现一个人物的一生,还是再现一个历史事件,影片本身的长度决定了其时间结构上不可能采用线性叙事结构而必然采用跳跃式结构。

三,在语言风格上,一般而言,由于电影对蒙太奇的广泛运用,使得一部影片的线性叙事功能被极大地削弱,因之影片中的时间呈现为非线性的一种表述风格。在电视中,由于其纪实性因素的重要,使其对长镜头的运用比较普遍,而长镜头的运用,客观上使得电视中的时间具有了一种自然的物理属性,亦即更容易呈现为一种线性的叙事结构。其四,对于一个受众来说,由于播映方式的不同,电影与电视的时间呈现方式也不同。在电影放映中,观众在电影院体验到的时间是一部影片从放映到结束的线性流程。尽管一部影片可以反复观赏,然而每一位观众在电影院所体验到的,仍然是这一部电影每次放映时的时间结构;而在电视节目播出时,由于遥控器使用的便利性、节目内容的极大可选择性、生活空间的介入性、日常琐事的干扰性,观众在电视节目观看时体验到的是一种跳跃性的时间片段或多重性的时间感受。由于这些主要区别,电影与电视的时间表现或观众从中获得的时间体验,都有着本质的区别。

在空间营构方面,电影与电视业有着重要区别:其一,由于播映方式的不同,电影更多的是对一种疏离空间的营构,当我们走进电影院观赏一部影片,影片刚开始放映,四周一片漆黑,一束光投于银幕,观众立刻便实现了与现实生活空间的有效疏离,因此一个疏离空间的建构,在电影的放映与观赏中是一个非常重要的前提条件;而在电视的观看中,将观众彻底还原到现实的日常(家庭)生活场景中,因此电视的观看空间与日常的生活空间实现了同质化。其二,在电影银幕的空间观念上,由于银幕本身所具有的巨大的物理空间属性,使得艺术空间的营构真正成为可能,也就是说,由于宽大的银幕可以展现具有强烈视觉冲击力的画面,电影的空间表现力要远远强于电视,因为在电视中,由于其屏幕自身物理空间属性的狭小,其必然依赖于运用特写镜头来展示现实生活的真实情景,这样无论其画面的视觉冲击力,还是其空间表现力,都受到了一些限制,所以其擅长于对生活空间的营构。其三,在电影镜头语言上,由于中、全景镜头的

大量运用,极大地创造与丰富了银幕空间的景深,而电视对特写镜头的过分依赖,在表达微妙复杂的人物内心情感世界的同时,其广阔的日常生活空间的全方位表述受到了极大制约。

正因为如此,电影与电视在时空营构上体现出了巨大的差异,如果将两者进行进一步的比较我们就会发现,电影由于致力于对假定性的艺术空间的营构,且其跳跃式的网状结构形态,决定了其主要以空间性的特质来满足人们的审美需求,而电视由于致力于还原化的生活状态的表现,且其叙事性的线性结构模式,决定了其主要以时间性的特质来满足人们的认知需要。

正是在这个意义上,我们可以认为电影是空间的艺术,当然这种空间性并不意味着其对时间性的理解、把握与表现,也不仅表现在其银幕的巨大宽阔强化着其空间的物理属性、进而增强其空间表现力,更为重要的是,在电影中,由于电影影像对客观色彩的高度还原,高保真多声道音响设备对声音的高度渲染,中全景镜头语言的广泛运用,都使得空间营构在银幕世界不断得以实现,因此在影像这一光影世界中,尽管其空间性与时间性并存,然而两者的表现及发挥的作用并不均等,其空间性压倒了对时间性。因此从时间性与空间性上看,电影影像艺术是以空间为主导的艺术形式。

与电影影响的空间性特征相反,在电视视像中,更多地呈现出一种时间性的艺术特质,当然,这样的表述也同样地并不意味着电视视像彻底摒弃了对空间的营构,也并不意味着电视这一年轻的传媒缺乏一种空间意识与观念,更不仅仅是因为电视屏幕的狭小而采取的一种扬长避短的表现方式,因为在电视视像中,电视屏幕物理空间的狭小固然制约了电视视像的空间视阈,然而更值得注意的是,电视视像由于其对现实色彩与音响的还原度相对比电影要弱,且即使音响,与电影中更多地表现为音乐与环境声音不同,在电视中更主要表现为现实世界人物的对话声音,且从声音叙事的角度看,电视更注重情节的叙事,而情节的展开则需要一定的长度来完成。此外,在电视传媒

中,视像时间与现实时间常常会出现一种耦合关系,也就是说,视像时间往往是对现实时间的模拟或认同,这种模拟与认同,不仅仅体现在一些电视节目内容有着相对完整的时间结构,也不仅仅体现在一些长篇电视连续剧对现实时间的延伸与拓展,有时甚至将视像时间与现实时间同步化、同质化,这方面最极端的例子便是一些韩国电视剧。^①所有这些方面,都使得电影影像与电视视像在时间与空间的处理方面出现了较大的差异,因之也就形成了其不同的艺术特质。

审美心理层面

从人类的社会心理层面看,电影是对人类窥视心理的满足与自虐倾向的宣泄。窥视不仅是人类与生俱来的一种心理表现,同时在远古时代,它还是人类所特有的一种生存智慧。无论是渔猎时代对捕获对象的关注,还是静处山洞时对外界的观察,早在史前时代,人类就已经完成了窥视的心理积淀。窥视是人类的本能,也是人类及自然界其他动物所具有的一种独特的观察方式。窥视的需求与愿望成为了人类许多重大发明与创造的原动力。电影艺术从外部看,是借助于高科技手段,对客观世界的主观再现。但从其功能上看,是为了满足人们的窥视欲。因为电影虽然是为了商业目的而被发明的,但为了达到这一目的,最有效的策略便是尽力满足人们各种不同的窥视欲。视像以直接的、形象的方式,直接地满足或舒缓了人类各种不同的窥视欲,这可以说是电影艺术的最大功能。因此在本质上,窥视心理与人类的审美趣味或文化素养

^① 在韩国电视连续剧中,视像时间与现实时间常常出现同步化与同质化的趋向,因此在韩剧中我们常常会看到这样一些场景:电视剧中人物当天或先几天说好这天五点半吃饭,而当电视上出现吃饭场景时,墙上的时针正好指向这一时间;如果一个婆婆告诉别人儿子将在十天后的结婚,那么观众刚好在十天后的屏幕上可以看到这场婚礼。在这里,视像时间与现实时间之间出现了一种惊人的耦合关系。

没有必然的联系,也并非仅仅是人类的好奇心在作祟,而恰恰相反,它对社会成员压抑情绪的疏导、观察能力的培养及其对社会的认知与人际沟通,有着重要的意义与作用。且时代越发展、社会越进步,人类的窥视心里就越重,正是在这一点上,人类看到的越多,他们想再进一步看到的就会更多。正因为如此,电影首先满足的是人们的娱乐需求,他以提供娱乐为圭臬。为了实现这一目的,电影的首要功能就是造梦,这不仅体现在电影放映与观赏环境营造出我们夜间做梦时的真实场景,电影艺术在本质上就是通过光影变幻的假定性情节营构,实现人类的光荣与梦想。因此对一部影片的观赏过程,实际上就是逐渐进入假定性艺术状态的艺术审美过程。

电视则不然。电视以实现人们对人们信息需求的满足为其首要目的,因此与电影的满足于人们“窥视”的心理需求不同,电视首先以满足人们消费的现实需要为目的,所以如果说电影的主要功能是“造梦”,那么电视的主要功能则是“解梦”,这不仅体现在电视的观看环境是白昼或“模拟白昼”^①的效果,更重要的是通过家庭日常生活场景的还原,将观看电视的过程转化为人在现实生活中的一种日常行为,电视从环境到功能都不断消解着人们的梦幻心理。如果说电影观赏中注重的是一个艺术审美的过程,那么电视观看则不断强化的是人们的生活阅历过程。

生态层面

电影从它诞生之初,到现在一百多年的发展中,基本定形,基本形成了自己独特的理论风貌。而电视是动态的正在发展过程中的艺术,它虽然早在上世纪 40 年代就已诞生,然而其真正

^① 所谓“模拟白昼”,即人们在观看电视时,即使在夜间,也要通过灯光照亮观看电视的环境,以达到白天的效果,当然,这不仅是为了眼睛保健,其有更深的心理根源。

在人们的社会生活中发生重要影响则要到 20 世纪 60 年代 ,中国虽然于 1958 年末就已建立了第一家电视台 ,然而其真正发展则要到 20 世纪 70 年代末期 ,于今不过才二十多年的时间。所以电视在世界范围内正处于一个飞速发展的过程中 ,在实践方面需要向前赶 ,理论往往滞后于实践 ,它要有一个总结的过程 ,所以在当今世界范围内 ,对电影的理论研究相对比较成熟 ,而对电视的理论研究则相对比较薄弱。

电影与电视都以商业化为其生存策略 ,从电影艺术的产生 ,到电视的被发明 ,都表明了其浓郁的商品的特性与商业化的运作方式。如果说传统艺术是个人内在心灵情感的抒发 ,那么影视艺术则首先是作为一种商品的属性被发明、按照商品的运作规律被推广的。尽管电影与电视都以商业化为其生存策略 ,但两者却又不尽相同 ,电影以票房为其主要赢利方式 ,而电视则以广告为其主要赢利方式 ,尽管电影与电视还可以开发出许多衍生产品 ,但如果没有票房或广告的保证 ,其利润则会大大缩水。这也就是为什么电影频道在开办之初 ,往往以连续播放电视剧作为主要赢利方式的原因 ,因为这样可以提高收视率 ,以便获得贴片广告。

综上所述 ,尽管电影与电视有着这样或那样的联系 ,然而两者之间还是有许多差异性 ,而也许正是这种差异性的存在 ,在一定层面上能够帮助我们加深对电影与电视本质的理解与把握 ,正是在这一意义上 ,我们渴望对两者差异性作进一步的深入探讨。

电视一经诞生 ,便取得了“ 元媒介 ”的地位 ,即不仅成为整个社会中最重要、最强势的媒体 ,同时也成为人们接触最多、对人类影响最大的媒体。因为对于绝大多数人来说 ,电视是他们首选的、最容易接近的老师 ,在他们中的很多人看来 ,电视也是他们最可靠的伙伴和朋友。简单地说 ,电视是新认识论的指挥中心。没有什么人会因为年幼而被禁止观看电视 ,没有什么人会因为贫穷而不得不舍弃电视 ,没有什么教育崇高得

不受电视的影响。最重要的是,任何一个公众感兴趣的话题——政治、新闻、教育、宗教、科学和体育——都能在电视中找到自己的位置。所有这一切都证明了,电视的倾向影响着公众对于所有话题的理解^①。于是,我们必须通过电视才能知道我们该用什么电话设备、该看什么电影、该读什么书、该买什么音响设备、该听什么 悦闻或广播、该读什么书、甚至该使用什么电脑,也就是我们该如何选择除电视之外的其他媒体,不仅如此,只有通过电视,我们才能知道我们该如何工作或休闲、我们的身体需要补充什么或去掉什么、我们该吃什么不能吃什么、我们该住在哪里或怎样居住、我们该如何敛财或花钱、我们该到哪里去旅游、我们该如何去爱或被爱、甚至我们应该有怎样的身体,电视已经在从物质到灵魂、从知识到思维、从观念到行为彻底地征服了人类,电视不仅决定着人类对世界的认识,而且也决定着人类怎样认识世界。

电视不仅成为人们首选的“元媒介”,同时它也正在逐渐成为人类文化的“神话”。所谓“神话”,是一种深深扎根于整个社会成员无意识中的思维方式,它是先验地存在的,人们对其熟视无睹、没有疑问,其存在的合理性也不需要去证明。而电视已经获得了这样的地位:“我们早已经不会为电视这个机器本身感到惊喜或迷惑。我们不再重复电视给我们带来的奇迹,我们不再只把电视机放在某些特定的房间里,我们不再怀疑在电视上看到的一切,根本不会意识到电视提供给我们的特殊视角;甚至连‘电视是如何影响我们的’这个问题也被我们丢到了九霄云外。这个问题本身已经成为一个奇怪的问题,就像有人问耳朵和眼睛是如何影响我们的一样。1949年前;电视到底是塑造文化还是仅仅反映文化’这个问题曾引起许多学者和社会批评家的广泛兴趣。随着电视逐渐成为我们的文化,这个问题已经

^① 见尼尔·波兹曼著,章艳译《娱乐至死》,第 101—102 页,广西师范大学出版社,1999 年。

被遗忘了。我们不再谈论电视本身,我们只谈论电视上的东西,即它的内容。电视的生态学(不仅包括其物质特征和象征符号,而且还包括我们和它的关系)如今在我们看来都是天经地义了”。^① 电视已经悄无声息地潜入了我们的日常生活,以至于我们根本无法意识到它的存在,而且在潜移默化中,我们已经不知不觉地彻底接受了电视关于社会、现实、知识、真理的定义,以至于最终任何东西都可以拿来娱乐、任何物质的抑或观念的事物都可以拿来消费。最终,电视成为了我们观察世界、体验情感、思考人生甚至证明人类自身存在的重要表征。

^① 见尼尔·波兹曼著,章艳译《娱乐至死》,第 5 页,广西师范大学出版社,2004 年。

四、视像的特质及其意义

电视是以技术作为手段,以画面和声音作为媒介,在屏幕上运动的时间和空间里创造形象、再现和反映生活的一种媒体艺术。作为一门日益崛起和发展的事业,电视不仅改变了人类的生活方式,而且改变了人类的思维方式,而成为当今社会人们精神生活最重要的一部分。电视这个媒体中,包含着画面、文字、音乐音响等重要的元素。画面,通过光影、线条和色彩来表现,直观是其最大的特点,所谓一目了然、百闻不如一见就是对电视画面的精辟的形容。文字,包括了人物的对白、采访和解说等,其特点是具有准确的语意性和严密的逻辑性。音乐,虽然是最不具体的,但它作为最富于表情性和宣泄性的手段,能概括一种气氛、一种情绪,也能折射出一个时代和一个民族的风格。由于电视音乐具有概括性、抽象性、多释性和不完整性,所以它具有画面和文字无法表达的境界,成为画面和文字的补充和延伸。在任务感情的深度难以用画面、文字来表现的社会,在画面气氛最需要渲染的时候,音乐的作用就凸显出来了。音乐的审美的发生是一个综合反映的过程,它与人们的各种文化积淀,自身的生活积累,与人们的主观情绪趋向、个性和情趣相关。正如曾田

力在其《冲击视觉的音波》所说的:对音乐解读的层次越高,审美体验的内容就越丰富,越有深度。同样一个音乐场景,有人看故事,有人动感情,有人可以感受到心灵的震撼,究其原因就是由于每个人都在不同的文化积淀当中解读着影视剧展开的一个个情节和场面,把看到的和听到的东西转换成一种审美体验。

电视 20 世纪的视像奇观

如同大多数的发明一样,电视并非是“创造性天才”的产物,而是与早期技术的发展密不可分的。电视的历史可以追溯到收音机、电影、摄像、阴极射线和电子照相术的发展。尽管电视技术的雏形在早些时候已经出现,但直到 20 世纪 40 年代,带有试验性的电视广播才得以在欧美或多或少地进行。1929 年,英国开始了正式的电视信号传输。由于军事技术的发展和媒介专业人才队伍的形成,到 20 世纪 50 年代,电视在欧洲和北美逐渐超过电影而成为最为普及的休闲活动。如今,在英国,大约有 90% 的家庭至少拥有一台电视机,80% 的家庭拥有两台或两台以上。在美国,估计人们平均每天收看 2 个多小时的电视节目。1957 年 10 月,约有 1 亿人收看了从伦敦向全世界转播的戴安娜王妃的葬礼。全世界的广告商每年要向电视台投入数十亿英镑的广告费,而在每一次军事政变中首要的行动就是攻占电视台,从这些现象中可以看出电视遍及全球的巨大影响力。麦克卢汉(《理解媒介》)在其 50 年代和 60 年代的著作中曾提出所有媒介都是人体自身的延伸:收音机扩大了人类的听觉范围,报纸、书籍拓展了人类的视野,而电视更是这两者的结合,极大地提高了人类中枢神经系统对信息的接受量——在此之前让受众接收来自全世界的大量信息几乎是不可能的。通过提供巨大的信息,电视对人类的生活产生了不可估量的影响。“正如电灯曾经彻底改变了我们的工作和休闲方式——使我们可以一天 24 小时地工作、社交、购物和娱乐,电视也重塑了当今世界

社会运行的方式”。^①

视像的表达形态及其审美特征

视像是对现实的再现

当你打开电视机,看到一场正在直播的精彩的足球赛事时,你也许会觉得呈现在电视屏幕上的就是球赛本身,因为它比你在网上看这场比赛的图文直播更加的形象直观。可是,如果你到过比赛的现场你就会发现:在球场看球赛的感觉和在电视机前看球赛的感觉完全不同。在球场上,球迷们呼声雷动,为自己喜欢的球队,为自己喜欢的球员呐喊助威,在现场气氛的导引下为足球而喜、为足球而悲;可是,当你在电视机前——尤其是当你独自一人在电视机前看直播时,你是很难感受到这种气氛的。但是,电视机前的球迷们则可借助解说员的评论以及转播时的特写、慢镜头回放等视像手段注意到更多比赛的细节,比如某个球员瞬间的一个表情、一个动作,而这些却往往是那些现场的球迷——尤其是那些没买到好座位的球迷无法看到的。说到这里(其实不需要我说,只要你曾经想过这个问题)你就会发现,电视机屏幕上的视像所呈现的球赛并非球赛“本身”。

实际上,屏幕上的视像只是用一种类似于我们感知世界、解释世界的方式来再现现实世界的,它只是“真实”世界里部分事物的一种映像、一种“主观”映像,它是一种被电视节目的制作者以一定的方式程式化了、符号化了的人、物和事件。

我们还是以刚刚提到的足球比赛为例。当我们在比赛现场看球时,在我们的视网膜上形成的像是基于实实在在的球员、实实在在的足球基础上的,是连续不断的;可是,当我们看关于球赛的视像时,我们所看到的视像则是建立在电视脉冲信号的编

^① 大卫·麦克奎恩著,苗棣,赵长军,李黎丹译《理解电视:电视节目类型的概念与变迁》,第猿页,华夏出版社,2006年。

码和解码基础上的,我们看到的是每秒钟 25 帧的静止画面^①。只不过人眼视觉暂留的生理特性给我们造成了错觉,让我们以为自己看到的视像是连续不断的。而且,所谓每秒 25 帧的静止画面,也并非真正静止,而是由电视机解码系统扫描产生的一系列的光点组成的。

我们在现场看球时,我们是在一个长 100 米,宽 65 米^②的球场上根据我们的兴趣而选择我们注意力的集中点,可是这个世界上却根本没有如此大的电视机,在那块小小的屏幕上,我们看到的只是比赛现场的一个局部。于是,视像节目的制作者便根据他们的感知方式或者是他们认为的观众的感知方式对球场上所发生的一切做了选择,做了取舍。在这种取舍的过程中,久而久之便形成了一种程式化的做法:当有球员进球时,摄像机要给进球球员特写或者是近景,然后还要来几个不同角度的慢动作回放;当某一球队准备换人时,摄像机要拍几个准备上场的队员在场边热身的镜头……慢慢地,这种程式化做法,使得画面带有了符号化的意义:也许你因为疏忽并没有看清是哪位球员进的球,那么你只需要看看接下来的画面是哪位球员的特写,你就可以弥补这个缺憾;当你看到有球员在场边热身的镜头时,你就可以知道,要换人了……

这些程式化、符号化的做法在一种程度上“实现”了视像节目制作者的主观意愿对视像观众的主观意愿的“替代”。在镜头之外,在电视机的屏幕框之外,也许有着一些更让某些观众感兴趣的东西。如果比赛现场有一个罗纳尔多的崇拜者,他可以在整个比赛过程中把自己的目光对准罗纳尔多;但如果你坐在电视机前观看以视像方式呈现出来的比赛时,这将是绝对不可

① 我国的电视制式是 PAL 制,正常播放时为每秒 25 帧静止画面;除 PAL 制外,最常见的电视制式是 NTSC 制,正常播放时为每秒 30 帧静止画面。

② 根据国际足联的规定,标准的足球场长度为 100 米,宽度为 65 米,很多比赛用的足球场并非按这一标准建造。

能的事。当视像节目制作者用镜头表现一个进球球员的兴奋时,也许他恰巧漏掉了一个更让人感慨的场景:一位即将退役的球员泪流满面地亲吻着球场的草坪,因为这一粒进球宣布他将一场输了的球赛结束自己的职业生涯。当视像节目制作者给出一个球员受伤的脚的特写时,也许某个观众更关注他脸上痛苦的表情……

在足球比赛的现场直播中,还有一点是不能忽略的,那就是解说员和评论员的存在。这就在看球赛之外,多了一个“听”球赛。在球赛现场的观众他们也可以听,但听到的最多、音量最大的是球迷自己的声音,而当你坐在电视机前时,你听到的更多的是解说员和评论员的声音,他们根据自己的理解对比赛的实况做出了带有主观意味的评说——解说员和评论员利用自己对话语权的掌握把自己的主观意愿强加在了关于比赛的视像上。如果有哪位电视机前的观众不想听他们的解说,那么你能选择静音或者干脆不看。不过,据我所知,好像还很少有听力正常的人在能够容忍在静音模式下看一场足球比赛的现场直播。

要是不巧因为某种原因错过了比赛的现场直播,大多球迷都会选择在体育新闻中收看关于球赛的报道。在关于球赛的报道中,呈现在电视屏幕上的视像都是新闻节目的制作者根据他们的理解和经验,从将近两个小时的(有时可能会比这长一点,比如加时赛之类的。但实际上,一场足球比赛的直播时间会比真正比赛的时间要长得多。为了赢得更多的“眼球”,大多直播在比赛开始前半个小时,甚至是一个小时就开始了;球赛结束后,还会有解说员和评论员的所谓“精彩点评”一类的东西)球赛中选取了他们认为是“精彩的”或者是有必要呈现给观众的片断。这些片断只是整个球赛的一部分,是新闻节目制作者精心挑选后的产物,而与画面配合的新闻播报员的解说词也是精心“设计”的。在这个挑选和设计的过程中,节目制作者的主观意愿被强加在了视像上面。举个简单的例子,1982年5月20日,当中国队在五里河体育场击败阿曼队,赢得1982年日韩世

世界杯的入场券,国内电视媒体在对这场比赛进行报道时,解说词大都充满了中国人圆梦世界杯的喜悦之情;可是,当中国队在1998年世界杯小组赛中以第4名的成绩被淘汰出局时,国内的电视媒体报道时的解说词中却无不充满了惋惜之情。而事实上,比赛就是比赛,它本身并无喜悦或者惋惜之感受,这些感受都是新闻节目的制作者们根据自己的主观意愿强加在关于比赛的视像上面的。

说到这里,我们就能清楚地看到,视像仅仅是对现实的一种再现。一方面这种再现受到了技术条件的制约(成像的方式、电视屏幕的尺寸等);另一方面——也是更为重要的一方面,这种再现受到了视像节目制作者主观意志的干预(尽管这种干预可能是不自觉的)。“再现的内容远非整个情境或背景,而只是‘包含’了全体中非常有限的一部分。”^①在这有限的一部分上面深深地印有创作者的主观烙印。

但是,无论我们以直接经验(比如亲身经历)还是以间接经验(比如通过观看视像)的方式认识这个现实世界,当一切人、事、物被我们感知到时,它已经被主观化了——正如唯物辩证法所持的观点一样,“意识是对客观现实的主观反应”——成为了对现实世界的再现,而视像恰恰是模仿我们的认识过程来再现现实世界的。正是因为如此,作为观众,当我们看到呈现在电视屏幕上的视像时,我们忽略了视像节目制作者对现实世界的主观加工,我们的潜意识倾向于毫无异议地接受它——当然,接受它的前提是:它所传达的内容是没有错误的,或者这些错误是没有被我们发现的。

电视艺术的审美特征

电视同其他艺术一样,从本质上说是“创作主体按照审美

^① [英]大卫·麦克奎恩著,苗棣,赵长军,李黎丹译《理解电视——电视节目类型的概念与变迁》,第1页,华夏出版社,1998年。

的规律对客观世界予以艺术地把握,都是艺术地通过充满动感、充满活力的美学形态对物质世界和感情世界的审美观照”。^①电视叙事艺术所具有的审美理想、艺术法则、叙述方式和抒情程式便构成了电视叙事独特的审美特征——再现与表现的统一、真实性与假定性的统一、叙述性与情感性的统一、动态的具象性与完整性的统一。

从艺术掌握世界的特殊方式和构成艺术形象的特殊规律来区分,可将艺术分为再现艺术和表现艺术。再现艺术以摹仿为基础,偏重于感性和写真,并通过再现来表现。所以,它饱含客观成分,以刻画、塑造、描绘客观对象,创造典型形象作为艺术创造的中心任务。表现艺术则是以抒情为基础,其主要特征是表情、写意和直抒胸臆,充满浓重的主观色彩。电视艺术是再现艺术和表现艺术的复合。其中,电视画面最能表达再现艺术的特点,声音则体现出表现艺术的特征。在电视中,声音和画面显然不是独立的元素,而是融为一体、交相扶持、互为补充的符号系统。它以声音侧重表现创作主体,把“情志”作为主要内涵,从而实现其本质特征;它以画面作为再现创作主体,把真实地描绘描写对象的本质特征作为自己的目标,从而揭示其本质特征。

现代科技和电视手段赋予了电视的逼真性。摄像机械、感光材料、录音设备、照相器材和编辑系统的特殊手段带给了电视不同于绘画、文学、戏剧、音乐等艺术形式的逼真性特质。但正如巴赞所言“成为现实的接近线”,虽然声画合一、视听兼具、既及时又传真,电视也是具有假定性和虚幻性的。这种假定性既表现在电视叙事时间和空间方面,也展示于电视人物内心活动的具象化和声态化。电视技术和艺术手段把本来看不见摸不着的人的心灵世界,通过闪回、梦境、幻觉、特写等假定性手法,把人物的内心隐秘直接呈现在电视画面之中。另外,电视的许多

^① 黄昌林《论电视叙事艺术的审美特征和审美形态》,《成都大学学报社科版》,第38卷第4期。

诸如美工、音响、剪辑、特技等技术手段也显然存在着不同程度的假定性。电视一方面以其传真的即时性、现场感和临场感而获得了真实性,使人感觉如临现场、如见真人、如察真情,另一方面又以其屏幕的画框局限和光影的虚幻、非真人的气息与呼应性有别于现场的活生生的直观感受。与可视、可触和可感的雕塑和有演员台上台下气息相通的舞台剧相比,电视只是一种“幻觉真实”。电视,一方面最接近生活,表现出的物像形态既具体形象,又直观逼真。另一方面它又在制作方法上存在约定俗成的假定性,是真实性与假定性的辩证的统一。

电视的特质首先是它的叙事性。不管是新闻栏目、连续剧、动画片和纪录片,还是焦点访谈、艺术人生和广告片,电视的表达都必须依赖于叙述的手法。但是,作为大众传媒,电视的叙事性是与观众的道德情感、理智情感和审美情感统一在一起的。电视不仅是用画面和声音再现客观世界和表述认知结果,而且在再现和表现过程中必然会有意无意地渗透进主体的情感和意志。因此,电视声画所表现的决不是纯粹的客观自然,而是“情化的自然”,是人的思想、情感、意志、兴趣、气质性格等主观意志和客观自然融合在一起的复合体。

具象性是指电视所反映的自然的或社会的内容都是可感的、形象化的和立体的。电视具有依靠图像、声音、色彩、文字等符号形态再现现实的“纪实”和“揭示”的功能。电视画框中所呈现的视像是运动着的,因此电视是声画“流注其中”的动态艺术。运动的、有声的画面是屏幕框内所再现和表现的包含一定信息内容的具体生动的直观视像。电视的直观性、具象性来源于具有伴音的对现实生活模拟的动态的图像,运用蒙太奇手法切割、组接电视镜头,并把生活中的时空变化转化为艺术的时空变化。虽然不可能表现或再现客观对象的一切,但是,电视也决不仅仅满足于对客观世界和主观心灵、自然现象和社会生活等方面表象的描绘或刻画,而越来越重视其内容与形式、部分与整体、性格与环境以及现实与理想等方面电视完整性的反映或表

现。这就是所谓“电视生活化”或“生活电视化”。

画面的建构

有人认为,电视图像侧重“整体”,而不必过分关注细节,它不是通过在一个画面内提供大量的细节,而是通过“迅速切换画面”来产生丰富的变化和趣味,从而弥补了电视单幅画面表现力的贫乏。由此,电视演播厅的结构也依照这个特点而设计:几台摄像机同时使用和它们在之间可以进行相互切换的可能性形成了电视非常独特的拍摄风格——在屏幕上时间的进程严格地遵循着表演时的连续性,在电视中对时间的压缩要远远低于电影。

电视画面构建的特点

虽然与摄影构图有太多的相似之处,但是电视画面的建构在时空变换的运动性、构图结构的整体性、内容表达的时限性以及表现手法的多视距多角度等方面有其自身的特征。

一般说来,电视画面构图是运动的,其运动性有三种形式:一是摄像机固定,被摄对象运动;二是被摄对象固定,摄像机运动(包括推、拉、摇、移、跟、升、降等);三是被摄对象和摄像机均运动。通过被摄对象的运动和摄像机的移动和摄像机景别的变化,不断改变电视画面结构、情节重点以及画面的透视关系。电视画面“以渐次扩展或集中或逐一展示的形式表现客观对象。画面时间的转变、空间的转换都由连续不断运动着的画面来体现。”^①同时,画面中主体、陪体、前景、背景、角度、光线、色彩等也都处于不断变化的状态,使画面生动又富于艺术性。

摄影、绘画是以抓住典型环境、典型动作的瞬间来表达主

^① 曹彦民《浅谈电视画面构图的基本特点》,《中国电化教育》,1988年第1期。

题、塑造人物和展示事件,并使观众通过“一瞬间”的可视形象去联想画面中未能表现出的深刻内涵和广阔意境,联想画面形象的过去和未来。电视画面则是直接表现出被摄对象的运动过程,展示出被摄体的动态的发展时间和空间。

电视画面具有“一次过”的特点。电视画面在屏幕上停留的时间有限而短暂,观众受时间的限制。不像一幅绘画或摄影作品,人们欣赏时既可以一扫而过,也可以仔细观看,电视画面的建构不可能为了更好地表达主题思想而运用复杂的构图形式,因为对大多数电视节目类型来说,画面的结构的目的是为了观众在连续的流动的画面清楚地看到他所希望看到的东西,得到他所想要的信息。

电视画面不是孤立的,而是完整的作品,它必须具有承上启下的关系。电视必须借助电视画面方能把内容传达给观众。但是,由于电视画框边缘和电视特定的时间长度,使其在表现内容上受到限制。一个电视画面往往是不足以描绘出一个完整的电视形象的,所以必须把许多表现不同内容的电视画面组接在一起,才有可能叙述一个完整的故事,或者表达一个明确的主题,或者构成一个艺术的作品。而且,电视画面无论在内容上还是在造型形式上,都必须取得内在的统一,前后呼应。

当然,电视画面构建的假定性不仅使电视可以再现现实的空间和时间,而且可以再造空间和时间。一般地,电视画面所展示的时间和空间是现实的和客观的。但是,电视本身也有自己的时空概念,也即它的画面建构并非是生活的真实时空。电视创造的时间和空间又是通过电视画面来实现的,就如改变播放的速度可以改变正常生活的时间,画面间的建构也同样可以产生新的时间和空间的概念。

电视画面的运动结构

与摄影画面相比,电视画面虽然也是在平面画框内表现客观事物,但两者对物体的表达方式是不同的。摄影是一种瞬间

视觉艺术,它在画面中所展示的视觉形象是静止的,画面中景物的空间位置关系也是不变的。因此,摄影画面是一种静态画面。而电视画面则不仅能在画面中表现静止的物体,而且还能表现物体的运动和变化过程,譬如画面中左侧的人向画面右侧移动。此外,由于摄像过程中通过改变摄像机的机位、机身和焦距,使得电视画面的画框、景别也发生相应的变化,也即电视画面本身在运动。譬如使用推镜头,焦距由短到长,画面由远景变成近景或特写,在此过程中,画面的主体部分逐渐占满屏幕,而其他部分则逐渐移出画框之外。电视画面作为一种动态画面,其运动特性不外乎体现在以下三方面:一是画面中的景物关系发生变化;二是电视画面本身因拍摄手法也可以运动;三是上述两者的结合。

电视画框的整体构图

就摄像来说,电视画面是指摄像机从开机到关机不间断拍摄所记录下来的一个片断,也即电视镜头。任何一部电视片都是有多个电视镜头按照一定的逻辑顺序组合而成的。电视镜头是构筑视觉艺术形象的基本单元。因此,单一的电视画面仅能表现画面本身的直观意义,或者表现一个对象的存在方式,或者表现物体与环境的关系以及多个物体之间的状态和相互关系。只有通过画面的后期编辑,把若干个电视画面组接起来,通过前后画面之间的相互补充,电视画面才能充分表达画面的思想内涵,才能做到“传情达意”。一般地,一幅照片就是一幅完整的作品,而电视画面强调的是多画面结构的整体效果。

由于电视画面的主体、陪体、前景、背景、角度、方向和景别等是多变的,因而,对电视画面的构图不可能像摄影构图那样追求画面形式上的完美、和谐、平衡,而是把重点放在画面的视觉心理效果上。构图上的和谐、平衡、对比不在于单个画面上,而在于画面与画面的前后呼应中,也就是说,电视画面强调的是意

义上的构图。例如,在乒乓球比赛的转播中,若要表达运动员 粤发球,就没有必要用中景拍摄其半身和手臂的动作,而只需取人物的头像,表现发球时乒乓球和球拍在脸前晃动的虚影。如果紧接着是运动员 月接球回击的全景画面,那么,观众显然对这两个连接画面的视像表达会是一目了然的。

同时,电视画面构图也常常采用“多画面组合”的方式,即将生活中的一个较大空间的画面,分切成为几个较小空间的画面,然后把分切的画面按认识顺序组合,形成整体性的表达。期间,可以采用不同景别的构图(包括特写、近景、中景等)来分别表现各种景物和环节,重点突出单一的内容。各个镜头画面虽然都只是表现局部,突出某个单项内容,但通过组接相互补充就成为了整体。

另外,固定镜头、运动镜头的起幅和落幅以及相互之间的组接关系也是结构电视画面的重要因素。固定镜头是指摄像机的机身、机位、镜头焦距均不发生变化的状态下所拍摄的片断,运动镜头则是机身、机位、焦距中有一者或一者以上发生变化时所拍摄的片断。

画面构图与视觉心理

观众所看到的电视画面绝大多数都是经过编辑的、连续的、动态的画面。在明暗、线条、形状、质感等构图要素的组合中,不管是静态构图还是动态构图,它们始终与人的视觉心理关系密切。明亮色和灰暗色分别给人轻便感和沉重感。一般地,垂直线代表了生命、尊严、永恒、权力以及抗拒变化的能力。水平线、斜线和曲线或者代表了寂静、安定,或者表示危险、无法控制、崩溃。圆形和隆起的曲线象征着大海般流畅的运动,象征着优雅、色情、成长和丰产。譬如三角、拱门、十字无疑会使人联想到宗教。

作为构图基本要素的形状,包括了物体本身的形状和众多物体联合起来的形状。电视画面中的各种构图形状的形成,与

人情感密不可分:△形构图给人以稳定和庄重感;梯形构图使人觉得流畅、运动和活泼;悦形产生向心流动的效果;◇形构图立体突出,端正集中;○形构图使画面集中、紧密,产生团结和圆顺的感觉;V形上大下小,容易造成不稳定感;垣形构图往往使人产生严肃和静谧的感觉。

色彩的流动

电视画面的色彩表现

节目的自身表现力、公众需求的满足度等方面的实现很大程度上取决于节目画面色彩的表达。电视画面中的色调主要包括明度对比、色相对比、纯度对比、冷暖对比以及面积对比所构成的色彩基调。明度对比是实现色彩层次、体感、空间关系的重要手段。明度对比程度的不同,调子的视觉作用也就会呈现出不同的特点。一般而言,明度对比强,则观众的感觉光感强、体感强,形象的清晰度高。如在电视天气预报画面中,由于时间短、信息集中,常常采用高明度基调。但是,在实际的色彩构成中,并不是各种对比基调单一出现的,而是需要色相对比和纯度对比的加入。

一般而言,暖色调常常给人以积极、兴奋的感觉;冷色调给人以沉静和消极的体验。低纯度、低浓度的色彩较为沉静;反之,则比较活泼。而根据色彩的表现,就会衍生出色彩的象征。譬如象征着天空和海洋的蓝色始终是气象标志和节目环境的首选。

就色彩的记忆而言,高纯度的色彩记忆率高,明清色比浊色高,色彩单纯简单的要比色彩复杂、形态多样的高,画框面积对比以黄金分割的高。

画面色彩与情感表达

有人认为,从电视画面上感知一个视觉形象“主要依靠两

个因素 形状和色彩”。^① 其实,任何一个视觉形象都有一种特殊的色彩。色彩对感情的传递既有通过人眼传递的对色彩的生理、心理反应,也有人们以日常经验为基础的联想,还有不同民族、不同团体的风俗文化乃至政治等因素的影响。不同的色彩在人们的心理上会产生不同的反应,正如音乐及其节奏可以表达感情一样,电视色彩同样具有表情达意的作用。任何一种色彩都有其独特的感情特征,所谓“洁白无暇”、“红似火”、“蓝天般纯净”等等都是联系了自然环境,并由此产生相应的感受和色彩心理。譬如红色代表的暖色对人视觉刺激强烈,使神经系统兴奋,往往让人感觉到充满生机和活跃,表现出欢乐、热烈、明快和轻松的情绪,从而产生愉快、吉祥和轻柔的情调;以蓝色为代表的冷色最突出的感情特征就是寒冷,表现出一种忧郁和压抑的气氛,除冷漠外,还给人一种宁静、稳定和清新的感觉。

电视画面运用色彩表达感情的方法是丰富多彩的。虽然运用什么色彩表达什么事情并没有一定的规则,但是电视中常常可以利用一定的方法建立起色彩间的关系,建立起色彩的秩序,利用画面上色彩的流动、色彩的韵律构成一种情调,如红色调、蓝色调、灰调,所烘托出的情绪或者热烈欢腾、或者孤独伤感。一种色彩如同一个音符,只有加以组合才可能表现一定的意义。

摇摇红色是一种与强烈情感联系在一起的色彩,而矛盾的是,其特性中也有完全对立的一面。红色是一种代表爱情的色彩,也是代表团结的色彩,但它历来又被用作代表革命的色彩。红色强度极高,用于吸引公众的注意力是十分有效的。红色之所以代表危险,也许就是出于这一原因,而不是出于一个人陷于危险或意外事件中时会以流血告终这一事实。红

^① 卞秋实《电视画面色彩的感情运用》《中国有线电视》,1995年第1期。

色对团结的象征意义很可能与兄弟感情及家族关系的感情有关。红色的波长或高强度在旁观者身上会引起迅速反应,所以被大量用于纯粹功利的目的。举例说首先是用来指示机器上最为重要的部位,如开动或关闭机器的按钮。另外,还用来引起注意,如用于汽车的后灯、交通管理色灯、救火车、邮筒(英国)。相对来说,红色用于地毯或家具时,可以用于增强富有感和温暖感。^①

一般来说,每一部电视作品都要有一个基本的色彩基调。作为基调的色彩又必须在一个画面、一个镜头上占有面积上的主导地位,而且这种色彩的画面和镜头又必须在整部作品的时间长度上占有主导地位。因为,没有足够的面积,观众无法感受画面的情绪特征;没有足够的长度,观众无法感受到情绪气氛。例如,山东日照有线电视台拍摄制作的《日照之旅》,准确地把握了画面的色彩基调,根据不同场景和被摄物体而采用不同的光圈和色片,并利用不同的有色纸板来调节平衡。在第一段“海滨揽胜”中,电视画面以淡蓝为主色调,表现了大海、蓝天、白云的清新、淡雅、明净。画面使人心旷神怡,让人更加向往大海、亲近大海和热爱大海。“稻地怀古”一段则以灰色、褐红色为基调,晦暗、偏冷的红色,不仅表现了忧愁、悲哀的情绪,而且达到了一种沉稳、凝重、博大、精深的艺术效果。在平淡的灰色调中,用褐红色来渲染气氛,透视出了中华的远古文明,也不禁会勾起人们无限的思古幽情。

不同的色彩特征,同时具有鲜明的时代特征,人们对色彩的感觉也形成了某些鲜明的差别,如清冷与温暖、鲜艳与朴素、活

^① 允 允 德卢西奥—迈耶著,李玮,周水涛译:《视觉美学》,第 404—405 页,上海人民美术出版社,1984 年。

泼与稳定、灰暗与明快、轻盈与沉重等等。纯正明亮的红色能够表现热烈活泼和激情,而晦暗的红色则往往给人悲哀、忧愁感;深蓝色表现的情绪是冷漠、忧郁和压抑,而浅蓝色则给人清新、明快、宁静的感觉;淡黄色能够表现欢乐、明快、轻松的情绪,而深黄色则象征着高贵和尊严。

色彩具有感情的特征,而且,不同的色彩是不同感情的象征,色彩的运用即是感情的表达。电视画面离不开色彩,并只有与电视节目的主题、情节和气氛相结合,才能生动、鲜明地表达思想,给观众以深刻的印象和强烈的感染力。

在色彩的运用上,通过对色彩的控制和调节,改变景物影像的色彩与组合关系;通过镜头间的色调组接和色彩变化,使流动的色彩与电视画面节目的内容、情节相得益彰,形成和谐统一的整体,使色彩在流动、变化中发挥对电视节目的表现力。

画面色彩与视觉心理

心理学理论认为,人的感觉、知觉、想象、思维、动机、意志、性格等种种因素共同存在于心理这个系统之中,它们不是孤立的,而是相互联系、相互作用的。因此,电视画面对其中任何一方的影响都会产生视觉心理的改变。

色彩,有它自己的属性、色相(蓝、翠绿、深红、黄等颜色的基本名称)、明度(色彩明暗相当于从黑到白的某个灰度)、纯度(色彩的纯净度、鲜艳和饱和程度)。^①物体所显现出来的色彩,除了与其本身的固有色有关外,还与光源色、环境色有密切关系。任何电视节目,其画面的色彩都不可能回避各种色之间的匹配和对照,达到和谐、平衡、突出主题、推动情节发展的目的。

色相的视觉心理是观众把电视画面的各种色彩与日常生活

^① 卡洛琳·馥·布鲁墨著,张功铃译《视觉原理》,第150页—151页,北京大学出版社,1986年。

中的具体事物联系并加以想象的结果。不同的色相产生不同心理情绪。比如红色,人们自然会与朝霞、夕阳、或火焰联系,给人以热烈、幸福、美好、光明之感;而如果与红旗、红星红衣联系时,则给人胜利、庄严、勇敢、前进、光荣、鼓舞、喜庆的感觉;若与红花联系,又给人娇艳美满、友谊可爱的印象;但与红灯联系时,人们会神经紧张并产生危险、禁止和不安的感觉。再如蓝色,往往使人神经镇定,形成纯净、大方、朴素、高雅和清新宁静的感觉;同时,蓝色也会产生另一方面的情感联系:寒冷、忧郁、凄凉、鄙视、阴森、冷酷。又如绿色,易于和青山、绿水、草原等联系,使人感到亲切、安逸、舒适、开阔和欣欣向荣;同时,绿色还象征了和平、安全、畅通等等。

色彩的明度和饱和度给人的心理影响也是相当大的。纯度高的色彩给人强烈的视觉感受,譬如大红、中绿容易吸引人的注意力,而纯度低的灰绿、灰橘红色往往给人柔和、平淡的感觉而不被人注意。

另外,电视画面的色彩还有冷暖、深度与距离感以及轻重的不同。红、橙、黄、紫红等颜色趋向于暖色,使人感到温暖、喜悦、欢庆、光荣;而蓝、蓝绿、蓝紫等冷色则让人消沉、冷落、恐怖甚至悲哀。而且,暖色调给人视觉上接近,心理上会给予优先反应;冷色调则给人视觉上的疏远,心理上会有迟缓、收缩、凹陷的反应。

广告画面的色彩思维

北京广播学院何晓兵教授曾提出电视“收视率就是广告率的另外一种说法”^①的观点。在他看来,电视主要还是一个大型的广告载体。虽然在中国,这个说法有些不太好理解,但是从国外电视台的私有化经营的企业行为看,电视的主要收入来源于广告,而广告利润的高低又显然取决于收视率。那么,作为一种

^① 刘连喜《电视批判》,第15页,中华书局,1994年。

重要的视像表达形态的电视广告,其画面对色彩的运用是非常具有代表意义的。

色彩在电视广告中并非完全是电子技术的产物,而是电视广告创意者用来表情达意、传递美感的一种必不可少的语言手段。色彩在电视广告中无疑具有其独特的品格和魅力。

首先表现为色彩的运动。电视画面是运动的画面。这种运动性赋予了电视广告以结构叙述的语言功能。期间,色彩可以在时间维度上按照一定的表达逻辑,通过画面的蒙太奇剪接获得某种诉求。色彩是动之以情的诉求语言,是视觉艺术当中最能传递和影响受众情感的因素。心理学实验证明了人对色彩的本能情绪反应并直接影响其心理。如红色给人以烦躁和亢奋之感,绿色给人以安逸和舒适之感。鲜明简捷的色彩可以传达一定的意蕴。而电视画面的蒙太奇使不同色彩的组接非常极致地调动观众的情绪,使观众情感起伏,不知不觉中接受广告的诉求。在“太太口服液”的广告画面中,以土黄色作为基色,用红色呈现圆满家庭的美好,用灰色表达兵荒马乱、家庭离散的苦难,用墨绿展示了哺育孩子的艰辛,结尾则以黄偏红色意味着最终团圆的幸福。期间,以“舒缓的色彩节奏意味深长地叙述了一段亘古不变的情感经历”,以“天地悠悠的沧桑风霜拨动广告受众的情感心弦。”^①诗情画意的色彩蒙太奇组合,精心营造的优美境界会使人们在认知广告本身的同时获得巨大的审美愉悦。“南方黑芝麻糊”的广告中,把南方小镇所特有的夕阳西下、麻石陋巷和扁担油灯的黄昏色彩运动地剪接到以暗黄色为主的基色之中,从而营造出一种岁月悠悠、宁静拙朴的美感。运动的色彩往往能传达出广告诉求本身以外的丰富内涵,把观众带回封存已久的童年的美好和心中涌动而又无法化开的情结。“百威啤酒”中,红色商标“~~月亮牌啤酒~~”与土黄色调构成了鲜明的对比,商标不仅具有醒目的识别意义,而且鲜艳的红色意味着火

^① 彭燕飞《电视广告创作的色彩思维》《电视研究》,1995年第1期。

热的生活。从极富有西部力量之美的土黄色的渲染到红暖色调的推出“百威啤酒”这个品牌赋予了男子汉以豁达豪迈的阳刚之气和生命的激情。

其次,是色彩的结构。色彩无疑是电视画面的构图要素。在电视画框有限的平面内,如何做到色彩简洁统一,远观显整体效果,近看又和谐统一?显然,色彩的结构是关键。色彩的结构设计至少包含以下三方面:广告画面的标志色、广告画面的对比色和广告画面的影调运动。

电视广告画面也即由色彩基调而形成的标志色,就是指广告诉求过程中统率、贯穿始终和起主导作用的色彩。色彩基调在制造煽情氛围和形成诉求意境方面无疑具有举足轻重的作用。它以某一色彩的整体优势影响人们的情绪进而打动并获得观众。上文提到的“太太口服液”的电视广告就是以土黄暖色作为其基本色调,给人以人世沧桑的岁月纵深感而又浓烈而又温馨的氛围。在电视广告的画面中,标志色经常着力于观众对广告物的认知和识别,同时在突出企业形象方面具有明显的作用。无论是“柯达”胶卷的黄色,还是“可口可乐”的红色都发挥了色彩符号的表意功能,它们对观众认识广告形象和再生效果的产生都形成了有利的影响。

构成色彩对比和营造色彩重音对于突出电视广告画面视觉中心和调动观众情绪都是有着重要作用的。电视艺术技术的运动特性使得色彩的对比可以运动地实现,在时间的进程过程中,画面色彩在色相、明度、纯度或者按对比色的一定顺序进行相应的变化,从而获得色彩动势起伏的流动,调动起广大受众的心理节奏和生理需求。亚特兰大奥运会期间“百事可乐”根据自身特点和“可口可乐”雄霸天下的市场环境推出了“蓝色系列”而形成一红一蓝在全球范围内各领风骚的局面。这一成功的事实,恰好是电视广告画面色彩对比结构在同类广告物(饮料)中的有效运用。

电视中,影调构成了画面明暗分布的视觉形式。电视广告

画面往往依照所诉求的逻辑线索、内容、气氛和情绪情感基调,或者轮廓明暗泾渭分明、符号指向作用鲜明、视觉冲击效果强烈,或者画面色彩细腻丰富、结构浑厚柔韧、视觉效果温和而富有质感。对于以情或美动人的广告画面,其影调总是以柔调和低调为主,画面主体与背景以同色为主,力求画面氛围的柔和与细腻,从而富于美感和情绪。对于许多力图通过画面视觉冲击力来凸现标志、商标或企业形象的广告则往往采用硬调,使背景与主体之间无过渡,浮雕式的画面构成恰恰能产生极强的视觉冲击。电视广告画面的运动性给了影调的转换和过渡以极大的灵活。

在许多电视广告画面中,色彩既拥有历时的煽情和渲染的叙述功能,又获得了共时的对比和象征的修辞手法。通过“立体”的语言,色彩全方位地传达着电视广告的诉求意图和主题。色彩思维乃是电视广告最突出的画面语言。

声音的叙述功能和审美追求

电视声音的特征和分类

在电视屏幕上,凡是能够表情达意的一切声音形态,诸如人声、音响、音乐等,都称为电视的声音。一方面,“声音在电视中是意义的主要载体,而在电影中则有影像来承担这个作用”^①,电视的声音比影像更能引起观众持续的注意力。富于电视特性的传播方式依赖声音作为重要的信息载体,从而确保观众注意力的持续集中。譬如新闻播报、以解说词为主导的纪录片、电视情景剧等都显示了电视对于声音的依赖性。在电视中,视像成为声音的一种图解,仅仅在声音没有覆盖的少部分地方,图像才提供“额外的信息”。另一方面,尽管由于

^① 大卫·麦克奎恩著,苗棣、赵长军、李黎丹译《理解电视:电视节目类型的概念与变迁》,第28页,华夏出版社,1999年。

电视的传播特性,视觉画面语言似乎是电视最根本的语言要素,但声音对画面的补充说明以及升发作用使得观众能够进一步认知、理解电视画面和电视作品,从而获得更加完整的电视情景。

电视声音的特性可以概括为以下几方面:其一,时空性,即声音具有时间的延续性和空间的扩展性,它不受时空的限制,利用视听觉的不一致,从视、听两方面立体地获得信息,冲破了画面景别的约束,使画框内外连成一个整体。比如解说词,就是以画面为基础,为画面服务的。它起到了补充画面背景、介绍知识、整合画面的作用,既可以对处于无序状态的画面信息进行概括,又可以对画面信息给予强调突出,将画面中容易被人忽视的细节放大。其二,抽象性,即间接形象性,展示事物的不具体性,拓展人们的思维,展开丰富的联想,增加画面的横向运动感和纵向空间感。其三,情感性,即声音带有强烈的感情色彩,是强调和提高影视作品中情感的重要手段,它在表达感情内容的同时,又表达了感情的强度。其四,思想性,是指声音可以表达人们的想法,体现作品的思想含义,一定情境下的声音节奏的变化也表现了人物思想内容的变化。

电视声音中的音响,具有丰富的艺术表现力和感染力。音响至少能表达出叙事、再现、表现、表真和表情等多方面的功能。由于对以上几方面特性表达的不同需要,电视声音具体可分为以下几类:

对白:电视画面中人物之间的对话称为对白,它是人声语言的主要表现形式,是刻画人物形象、表现人物性格以及传递时代感和表现地域色彩的有力手段。

独白:是人物独自表述或倾吐自己内心活动的人声语言,也即是人物在电视画面中对内心活动的自我表述。独白可分为自我交流对象的自言自语和向其他交流对象的大段述说两种方式。

旁白:这是一种画外传来的人声语言形态。表现为第一人

称的自述或第三人称的议论与评说。旁白可以节约次要的场景,突出主题,并达到延伸画面表现力的作用。

解说:它是从客观叙述者的角度叙述内容或评论事件。解说突破了电视屏幕画框的限制,囊括了画面形象以及同期声所不能包含的信息内容。尤其是,它的广泛使用极大地增强了电视艺术作品的文学性和纪实性。

音乐:一般是为创造一种特殊的情感或表达空间力度而在后期制作中配制的。音乐作为一种抽象艺术,在电视中往往可以准确、细腻地表达人物的思想感情。

效果声:为了增强表现效果或追求画面真实感,在录制配音时总要使用效果声。如果能与画面相互补益,效果声就能够形成很好的语言传意和造境效果。

现场声:这是现场同步录制的声音,具有真实感和真实性。由于声音与现场的多种事件要素复合并相融,现场声有极强的空间表现力度和环境说明性,特别是在电视新闻节目中常常被应用。

声音的叙事功能

在电视这个声画结合体中,与图像所具有的空间性相比,声音突出了其时间性的特征。声音不停留在某一个时间点上或某一个空间之中,而是与时间一起变化,在时间中承续下去,在时间中运动。电视声音的叙事功能就是叙述故事。

其一,电视声音能够提供完整的事件:在时空转换中,连接相继发生的事件,参与事件,既成为事件发生的动因,又推动事件的进展。在“黑芝麻糊”的广告片里,电视声音这样叙述:“小时候,一听到黑芝麻糊的叫声,我就再也坐不住了。”接着是小孩舔碗的画面并发出咂咂声,然后是声音:“一缕浓香,一缕浓情。南方黑芝麻糊。”这里,电视声音叙述了小孩喜欢吃黑芝麻糊的“故事”。观众不看画面,只听声音就能理解这一事件,电视声音提供了完整事件的叙事功能。和其他叙述形式一样,电

视的叙述也必须艺术地安排叙事时间,是故事中的各个事件形成一条因果逻辑链。那么,电视声音就是这条链上的接环,它“不仅可以叙述完整的故事,而且还能连接故事中的事件,提供时间和空间线索,成为转换时空的契机。”^①声音具有连续性的特征,使得同一声音可以在不同的时空中延续,电视叙事也就是声音来转换时空的。事实上,电视声音已成为叙述事件发展的必不可少的因素,而且电视故事中场与场之间在叙事进程上也是以声音进行因果联系的。

其二,电视声音能够塑造人物,介绍人物间的关系,引发人物活动,推进人物之间的冲突,从而推进叙事的发展。在电视中,人物行动由画面表现,人物语言由声音传达。电视声音塑造人物,主要是以声音引发人物行动,推进人物之间冲突。以声音介绍人物,是电视叙事经常使用的方法。电视叙事中经常使用场内人物或场外人物的旁白,前者的功能是补充叙述,而后者往往起到一个叙述人的作用,它在许多电视节目如电视新闻、电视剧、纪录片中采用以介绍人物、交代情况。这种非个性化的声音可以不时地点出人物的心情和癖性,介绍人物关系,推动叙事的进展。有些人认为,电视声音仅仅作为人物形体动作的一个替代品或者一种补充而存在。然而,电视声音有时比动作更重要,在功能上更能推进叙事。电视中的声音都是某个具体场景内的声音,每个场景都承担了推进叙事的任务并都有自身的叙述目标。而且,人类是用语言来进行思维、表达、交流和传播的。作为语言符号主要负载者的声音,不仅是电视传播的基础,也是电视画面解读的基础。

其三,电视声音创造了背景,渲染了气氛,制造了空间感,因而造成了现场的真实感。与电影相比,电视通常没能充分利用背景的原因就在于画框空间的局限。其主要依赖于画面而形成

^① 黄昌林《论电视声音的叙事功能》《西南民族学院学报》(哲学社会科学版),第23卷,1999年第1期。

一般化的背景——如医院、餐厅、办公室、卧室、起居室或者汽车内等等。但是,声音也同样创造背景并可以弥补画面的不足,譬如通过制造声音的空间感和各种环境音响必然会增加电视画框表现的纵深度。因为和视觉空间相配合,声音也存在相应的空间。正如张凤铸先生所言:在远景中声音音量较小,音质也不清晰;而在特写中的声音量较大,音质清晰响亮;仰角度镜头中的声音音调较高,俯角度的则较低。声音由高到低,由远而近的运动方式能够表现出事件的空间感。显然,这种空间是一种相对空间,不是视觉范畴中的物质空间,而是一种听觉空间。^①电视画面叙述的多义性“能指”恰恰是通过电视声音来解释它“所指”的多种意义的。

电视中的音乐

音乐的表现

音乐是电视声音中的一个重要组成部分。在具体的电视节目中,音乐起着进一步解释画面和加深节目理念的作用。当音乐与电视结合时,便形成了一种“电视化”了的音乐样式,也被称之为“电视音乐”。

音乐在电视中的每一类节目里所处位置是不同的。音乐会实况、综合文艺节目以及中外音乐名作配以介绍性画面等等。这类节目中的音乐是把原来独立于电视以外的完整的器乐、声乐作品,通过电视这个媒介的传播形式来播放。它既在画面上进行了“电视化”的处理,又与音乐会现场的感受有所区别。

电视传播对音乐的普及无疑起到了重要的推动作用。观众在屏幕前可以欣赏到世界各地的音乐会现场演出,人们每当看到明星与观众交流的场面时,经常会引起一种新的感受。譬如:

^① 张凤铸《影视艺术前沿——影视本体和走向论》,第196页,中国广播电视出版社,1999年。

中央电视台的《同一首歌》栏目中,看似老歌的汇编重放,却是节目策划者对观众心理中怀旧情结的合理把握,从而引发了人们去追溯往事的复杂感情,并由此与现场氛围产生了心理互动的情感呼应。人们对现场音乐节目的欣赏是一种自恋的陶醉过程,它不仅使观众完成了一次自我实现的假想,而且丰富了人们在艺术欣赏活动中的情感体验。

在电视剧、纪录片和专题片中,音乐作为视听艺术的表现手段而出现,它与语言、音响组成了电视声音的三个要素。事实上,由于有画面和其他声音的填充,这类音乐自身的概括性发生了变化——画面中的内容限制了音乐的幻想自由,观众只能从电视作品内容的框架中去感受和理解音乐。

在电视剧中,音乐的主要功能是制造悬念和调动观众的思考,并为剧中的故事情节和戏剧化的运动过程服务。剧中的音乐常以“主题歌”、“主题音乐”等形式出现。“主题歌”在剧中能概括地表现主题,它作为音乐与文学相结合的综合艺术形式,借助于形象生动的画面与重复传播的威力,常常会获得极高的感召力。“主题音乐”是一段具有相对完整和独立意义的乐曲旋律,它能表达出作品的思想感情和性格特点,并往往成为整部电视剧音乐发展的基础。电视剧中音乐节奏的强弱快慢,一般是依据画面内部运动的节奏以及蕴涵的情绪气氛而设定。但剧中的主题歌和插曲往往是依据原创音乐的节奏而去确立画面的运动节奏。而且,在曲式结构方面,电视剧音乐具有较大的随意性,依据画面内容的要求来确定音乐的结构。

在电视专题片、纪录片中,音乐则更多地是表达片中深层次情感的艺术手段。音乐作为沟通创作者主观感受与观众情感之间的桥梁,表现出自己特有的生命力。片中音乐的情绪特征是以画面所表达的内容为依据,而不是某种情绪的持续积累。期间,音乐与画面配合所引起的情绪反应,有时和乐曲的变化同样迅速,有时又与画面内容同时消失。

圆暖音乐在画面中的作用

在多数情况下,仅仅依靠画面的力量不足以凸现出内容所要求的复杂情绪,而“与情感有直接联系的音乐”却能深入到人物的内心世界,并将角色的感情、思绪以及事件发展的剧烈波动表达得淋漓尽致。即使是表现一般自然景物的画面也经常会被罩上一层迷人的气氛,散发出令人陶醉的艺术魅力。

虽然现实的生活环境是没有音乐存在的,但音乐却能够发掘并表现出人们在特定的场合和环境气氛中所切实感受到的韵律和节奏,使人仿佛身临其境。大千世界,声音和节奏无处不在。仅凭三维空间的塑造会使人觉得虚无缥缈、犹如幻景,而只有包括自然音响、环境音响、人声和音乐所组成的声音的存在才给人真实的立体感和深度感。其中,音乐以它自身丰富的抒情能力在电视中所起到的烘托和渲染画面气氛和情绪、揭示人物内心世界复杂、细腻心理感触的作用是独特的和无法替代的。此外,音乐还具有影响画面情绪基调的作用,能够使人产生截然不同的感受和效果。一方面,同一画面,如果分别配上“悲”或“喜”两种不同情绪的音乐,其让人产生出的联想肯定是不同的;另一方面,倘若把一段正播放的紧张激烈的电视情节的声音突然关掉,那么你的已被调动起来的紧张情绪也会迅速消失。

音乐之于画面情绪的强化作用十分突出,它赋予了电视画面以灵魂和生命。

五、视像产生的文化意蕴

经过一百余年的发展,当我们蓦然回首,就会发现,作为人类文明史上的重大发明,视像艺术从其诞生的那一天起,作为一门新兴的艺术形式,其不仅具有通俗的娱乐功能与产业性质,同时还具有丰厚的文化底蕴。以电影和电视为主导的视像艺术从其诞生的那一刻起,便以其鲜明的艺术特色,对人类文化产生着深刻的影响。视像艺术对人类既有审美经验的突破、对高雅及神圣观念的解构、对新的艺术审美范畴的建构以及对 20 世纪人类文化的影响等方面,都有其重要意义。

77

对人类既有审美经验的突破

人类艺术史的发展无数次地证明,当一种新兴的艺术门类诞生之时,它总是意味着对人类某些审美经验的突破及审美视阈的拓展。同理,作为一门新兴艺术主要门类的电影一经诞生,便表明了其对人类既有审美经验的突破,这种突破,具体表现在以下方面:

第一,由静态转向动态。在对电影产生的意义进行进一步的分析之前,我们有必要对 19 世纪的主要艺术类型进行一些了解。19 世纪末期,在绘画艺术的表达方式上,人们已经不满足于对现实世界的客观表现,这也许出于两方面的原因:其一,由于古典油画在艺术形式上已经达到了其巅峰,而从艺术史的发展看,人类的任何一种物质文化创造,从其诞生的那一天起,在不断的成熟和完善过程中,总会在每一个时期达到其巅峰,然而一旦走向这个巅峰,同时也就意味着其衰变并开始走向没落。作为人类最古老的艺术形式之一的绘画艺术,在 19 世纪末期以其油画为主要代表,已经发展到了一个新的巅峰,其功用和形式上已经达到了相当完善而无法再向前发展的地步,那么它就必然地呼唤新的创造物的出现,同时也就为新的发明和创造提供了新的契机,因此它必然呼唤一种新的艺术形式的出现。另一方面,在 19 世纪末期,传统艺术经过长期的发展,在其达到顶峰的同时,已经开始走向衰微,在新旧世纪交替的时刻,人们内心充满了变革的渴望,而作为对文学、戏剧、音乐等艺术形式进行借鉴与整合的电影艺术,既给人们的探索一个完满的回报,同时也就必然成为人们的至爱,因为在此之前,还从来没有一种艺术形式如此地富有鲜明个性与独特魅力。其二,由于随着摄影技术的发明与摄影艺术的兴盛,艺术开始日益走向民众、走向生活,与传统油画以王公贵胄为主要表现对象、画家必须受过良好的文化教育及艺术素养、进行创作时耗材耗工、对表现对象的写实性不够、画幅尺寸固定又不可复制的特点相比,摄影艺术则可以以普通大众为主角、摄影师只需要一定的技术培训、拍摄时瞬间即成又耗材低廉、对拍摄对象的真实性还原度极高、可以随意放大并无限复制,因此从诞生之初,摄影技术作为一种新兴的艺术形式很快便大行其道。然而作为一门艺术,摄影仍然有自身的局限,因为它既不能使画面动起来,更不能使被拍摄对象发出声音,因此一种既能活动、又能发出声响的艺术形式的出

现,就成了整个时代的呼唤。当然,真正的声画艺术的出现,一直要到 19 世纪 40 年代录音技术有了很大的发展以后才可能出现。其三,从人类艺术史的发展来看,一种新的艺术形式的出现,总是反映着新的时代人们新的审美观念的出现。随着历史的发展与社会的进步,随着工业革命浪潮的滚滚而来,伴随着蒸汽机的轰鸣,一个全新的时代——工业时代迅猛地到来。在这一时代,新兴的资产阶级迫切需要寻找到一种能够表现自己审美感受及理想的艺术形式。恰在此时,电影诞生,它那因光与影的交互作用而产生的丰富变化的活动影像,立刻成为新兴阶层竞相追逐的时髦玩意,甚至其快速变化的银幕影像,在某种程度上成为了充满动感与变革、富有节奏感的工业革命的具象表征。

第二,平面、静态的画面转向了具有立体感的动态的声音与影像的统一。早在电影艺术诞生之前,虽然有与其关系密切的绘画、音乐、摄影等艺术门类的存在,然而这些艺术形式,无论是视觉艺术还是听觉艺术,无论其对现实世界的还原如何逼真、如何活灵活现,从时空关系上来看,它们都是一种静态的艺术形式。尽管音乐是一种流动的时间艺术,但由于它仅仅作用于欣赏者的听觉器官,所以其仍然是一种功能较为单一的艺术形式。而随着电影技术的诞生,这些静态的、单一的艺术形式受到了强烈冲击,且随着电影艺术的不断成熟与发展,动态逐渐地替代了静态,声画统一替代了单一的声音或画面,无论是艺术的格局或观念,都受到了极大的震撼,这就表明了一种崭新的艺术形式的出现。

第三,寻求艺术与技术的完美结合。电影艺术的最大特点,可以说是艺术与技术的完美融合,此前人类文明史上的所有艺术形式,从来还没有哪一类像电影一样对技术有着如此强烈的依赖性,甚至从某种意义上来说,如果没有技术的支持,就不会有电影艺术的诞生,更不会有其不断发展壮大。电影是随着现代科学技术发展起来、并将随着科学技术的进步而不断发展的

80

艺术。如没有摄影机的发明,就不会有电影;没有现代科技模拟技术的发展,就不会有《侏罗纪公园》等现代科幻影片对恐龙世界的还原再现。对光影变化的捕捉与视觉暂留原理的发现,使得电影作为一门独立的艺术而得以存在;影片倒放的偶然发现,彻底地改变了人们对现实物质世界的观察与体认;声音与色彩在银幕上的出现,在电影对物质世界的艺术还原上向前迈进了一大步;长镜头与变焦镜头的发明,不仅极大地拓展了电影艺术的视阈,同时也极大地改变了其美学艺术与属性;高速摄影的出现,带来了人们对“速度”的全新感悟;数字技术的出现,使得电影发生了质的飞跃,无论从制作还是观赏,都会给人类带来革命性的变化……总之,从静态的幻灯到动态的影像,从无声到有声,从黑白到彩色,从平面到立体,从窄幅到宽幅,摄影机从静止到运动,从焦点的定位到不断变化,从写实到虚拟……电影艺术每一次变化,都以其特殊的方式记录着现代科学技术的发展成就。正是在这个意义上,我们可以说电影艺术发展的历程,也就是艺术与技术不断融合的过程,一部电影演变发展史,也就是技术不断发展变化的历史。

对全新的时空理论的感知与建构

在视像时代,电视传媒仅仅成为了事件的复制者,在电视中,时间与空间也脱离了原先的生活状态,与原来现实生活中存在或可以被我们所感知的时间与空间产生分离,成为一种不具有明确所指的事物,成为特定的视像时空的事件,原来作为事件的意义丧失殆尽。这就是被一些学者所称的视像时空与生活时空的同质化。波德里亚相当具有代表性地推崇电影表演的有限画面,认为这能保留神话感,超越世俗现实,从而使现实可以忍受。他发现在美国,社会神话尤其常常与电影虚构结合在一起,社会场景的布局带有电影视角的影子。特别在加利福尼亚,你生活在电影之中;你把沙漠当电影来体验,你把洛杉矶当

作电影,把全市当作一个全景镜头。’”^①这种对时空的重新组合与剪裁,不仅使得我们对于时间概念有了全新的感悟与体认,更为重要的是,它在自然的时间流逝与空间变化中,重新铸造了我们的时空意识及其感知觉,甚至重新组合我们的青春、生命及情感的时间记忆与空间渴望。关于这一点,意大利小说家、西方后现代主义文学重要代表卡尔维诺曾经充满深情地对自己的这种体验与感悟进行了回忆:“我谈的是我从 11 岁到 15 岁之间所看的电影,当时电影在我生命中占有空前绝后的地位,我对童年时期看的电影印象模糊,成年后看的电影又与许多其他记忆及经验相混。”^{*}曾经有几年,我几乎每天都看电影,甚至一天看两场。那是差不多从 1939 年到大战期间,也就是我的青少年期。那个时候,电影就是我的世界,是我周遭那个世界之外的另一个天地。不过对我来说,银幕上所见才具有世界的独一无二性,精力充沛、难以抗拒、合情合理,而银幕外堆叠的,只是那些仿佛因缘际会才凑在一起的杂七杂八的元素。以及在我看来缺乏形状的生命事物。”^②电影是一种逃避,大家常这么说,不乏指责意味,而这一点在当时是我所需要的,满足我对异乡的向往、将注意力放到另一个空间去的渴望,我想这个需求主要与想要融入世界有关,是每一个成长过程不可少的阶段。想开辟一个不同的空间,自然还有别的更充实、更个人的办法:但电影比较容易且唾手可得,在瞬间就能把我带往远方。”^②

摇摇片子开演以后才入场,与当时意大利观众对待其他事物的蛮横态度一致,今天亦然。可以说在那个时候,我们所接触的叙事技巧要比今日电影还矫

① 戴维·钱尼著,戴从容译《文化转向:当代文化史概述》,第 100 页,江苏人民出版社,1999 年。

② 卡尔维诺《观众回忆录》,见郑林编《艺术圣经——巨匠眼中的缪斯》,第 144—145 页,经济日报出版社,1995 年。

揉造作,把故事的线性时间打散,变成一块一块组合起来的拼图,或者就硬要人接受支离破碎的模样。为了继续自我安慰,我只好说,在知道电影结局后才看片头,有双倍的成就感。解开的不是谜团和剧情的结,而是它们的源头,还有就是面对剧中人物时那朦胧的预感。朦胧:算命师会有的那种,因为重组片段的情节不一定都很顺利,尤其是侦探片。先知道凶手再看谋杀案,总会留下更晦涩难解的疑点。再说,在片头和片尾之间我还不时遗漏一段,因为突然一看手表,发现时间已晚,如果我不想听家里人罗嗦,就必须在我进场时放的那场戏于银幕上重新出现之前,赶回家。所以好些片子我都有一个漏洞。直到今天,很多年后——我在说什么——已经快很多年了,当我无意中又看到早期的某部电影时——打个比方,在电视上——我都还认得出我进电影院时的那一刻,那场我看了但是没看懂的戏,仿佛我前一天未完成的拼图,重新拾回那些丢失的片段,把所有的图块排在一起。

我若是下午四五点钟进电影院,出来的时候让我震撼的是穿越时空的感觉,两个不同时间、不同角度之间的差异,影片内和影片外。我大白天入场,出场时外面一片漆黑,点上灯的街道延续了银幕上的黑白。黑暗或多或少遮掩了两个世界之间的不连续性,反之也彰显它,因为它突显出我没有活过的那两个小时的流逝:停滞的时间、一段想像的人生,或为了回到几世纪前的奋力一跃中的忘我。发觉白昼缩短或变长了,是那瞬间的莫名激动:季节转换(我当时的家地属温带气候,四季如春),是我踏出电影院时的感受。当片中下起雨来,我便竖起耳朵倾听外

面是否也在下雨,看没带伞偷跑出来的我,是不是被倾盆大雨给逮到了。那时尽管我身在另一个世界,但仍会记起这个世界的惟一时刻,叫人惴惴不安。直到今天,电影中的雨景仍会唤起我那个反射动作,惊慌失措。

如果还不到晚饭时间,我就和朋友在主要街道的人行道上厮混。再一次绕过刚刚才离开的电影院,好听那放映室传出的对白在马路上传荡。只是这个时候听起来带有一丝不真实感,不再是早先那个,因为我已然回到外面的世界,不过又有一点接近离情依依的感觉,就像一个人在国土边境回身眺望。

特别会勾起怀想的有一家电影院,是我家乡最老旧的那一家,跟我对默片的最初记忆密不可分,当时它还保留(一直到没多久前)一张缀满了勋章的自由业执照,大厅的结构则是一间两侧柱廊环绕、缓缓下倾的长形大房间。工作室朝着大马路开了一扇小窗子,从这儿传出电影荒谬、且因为早期的硬件设备生硬而走样的声音,更荒谬的是配了意大利文的对白,变得与古往今来任何一种人类语言都毫不相干。然而那些假惺惺的声音,应该自有一股魅力吧。就像女妖的歌声,我每一次经过那扇小窗,都会听到来自另一个世界、真正的世界的召唤。^①

卡尔维诺这种情意绵绵、感触细腻、表达生动的关于本人青少年时期对于电影的深刻记忆,也许仅仅是感触敏锐、表达独特、生性敏感的作家的个案,然而我们仍然从中可以看出电影在个人

^① 卡尔维诺《观众回忆录》,见郑林编《艺术圣经——巨匠眼中的缪斯》,第144页,经济日报出版社,1995年。

生命时间记忆与成长空间重构中的重要作用与深刻影响。

于是,在视像时代“社会空间不再是被传统地理学家进行霸权绘制的被动对象,满足于把世界的诸多层面视为屈服于权威意志,而是在理论上被解释为多元存在,在人类实践中不断地上演和重新上演。”^①于是我们会发现,在视像时代,如果我们试图对其空间特征进行描述与把握,莫过于“视像空间”更为传神。与传统的空间观念不同,视像空间本质上并非固定的场所或某一界限分明的区域,恰恰相反,它是一个可塑性极强、可变性巨大的领域。它既不同于单一的戏剧空间,更不同于一般的生活空间,因此在博德里亚看来,电视屏幕使得主客体之间的区分消失;不能将电视屏幕或电脑监视器视为与原来那些心理投射和投入形式一样、仅是供人观看的对象,屏幕与我们的愿望和想象互动交叉,成为我们精神世界的体现形式。电视屏幕‘之上’出现的东西既不是在屏幕上也不在我们头脑中,而是在两者之间的某种复杂的、总是实在的空间之中。”^②而是一种全新的空间建构,这一点在电影的空间构建与戏剧空间的特质梳理的比较中有着很好的表现:“描述这种观点的一个办法是比较电影形象的‘空间’与戏剧舞台的‘空间’。后者传统上是一个平面的空间,有着清楚的界线,而且对任何一个观众来说,他们的视线所见的是一种固定不变的概要。比较而言,电影影像构成一个有框的空间,可以更紧凑也可以更疏远,可以集中也可以散乱,甚至可以激动地介入也可以安静地不动声色。我们在日常事务中所占据的空间,随着我们与其他参与者和项目的不同接触,既在尺寸上也在密度上扩张和收缩。”^③而“被认为对每

① 戴维·钱尼著,戴从容译《文化转向:当代文化史概述》,第 156 页,江苏人民出版社 2009 年。

② 史蒂文·康纳《后现代主义文化——当代理论导引》,第 156 页,吉林人民出版社 2004 年。

③ 戴维·钱尼著,戴从容译《文化转向:当代文化史概述》,第 156 页,江苏人民出版社 2009 年。

个人都具有重要意义的空间,无论是我们的家庭空间、工作场所,还是典型的休闲区,都突出地显示出空间如何可以用不同的工具性符号来标示。”^①

这种对既有空间的无情解构与对全新空间的不断建构,在电视传媒中表现得更为充分。正如前所述,电视正在不断地对传统空间进行解构^②,这一点已经在学界达成了共识,然而另一方面更值得重视的是,电视在不断解构空间的同时,它也在不断建构空间,因为“抽象的空间是无限的,需要用某种方式来打破或建构,以使它变得有意义。因此空间由其构成的形式来界定——构成必然是人为的干预,给形式上的划分提供基础。可以说,自然‘自然地’提供了不同类型的领域,我们接下来给他们贴上标签,不过问题是,需要借助人类文化来使物理世界的差异具有意义。”^③与此同时,在空间建构的过程中,也在不断形成对空间的操纵,这两个向度形成了电视所特有的两个空间概念:其一,对于自身空间的建构;其二,对生活空间的改造与对人的生存空间的操控。由于对空间的体验是我们使日常生活获得意义所必不可少的,因此空间结构为一个文化的独特性提供基础。于是,在视像时代,空间既非一个物质性的客体,也非超越人们生活经验的先验存在,而成为了人们日常生活行为的一个重要的参照系,关于视像空间的这一特质,不同的学者会从不同的角度进行分析,而英国学者史蒂文·康纳在对博德利亚的学术思想进行研究认为,视像空间的特质,“达到了消除另一对立——即‘看不见的’感觉和幻想世界与‘可见的’公共表征世

① 戴维·钱尼著,戴从容译《文化转向:当代文化史概述》,第140页,江苏人民出版社,2004年。

② 所谓传统空间,在这里有两层含义:其一,指人们在长期的文化传统过程中形成的既有的空间意识及空间观念,主要侧重于心理层面;其二,指人们在日常现实生活中可以具体感知或亲身体认的具象空间形态,主要侧重于物理层面。

③ 戴维·钱尼著,戴从容译《文化转向:当代文化史概述》,第140页,江苏人民出版社,2004年。

界之间的对立——的目的。博德利亚说,在电影、电视和广告中,表征形式的巨大数量和信息的指数增长不仅威胁到个人世界的完整性,而且实际上消除了个人世界与公共世界之间的区分。正如随着对个人生活详细探索和客观描述的纪录片的大量增加,现实的个人世界遭到电视的无情掠夺一样,个人世界逐渐用以展现历史事件的公共世界,或逐渐被历史事件的公共世界所占据,电视使那些历史事件可以时刻出现在每个起居室中。公共世界占有了个人世界,个人世界包含了公共世界。这种情况的典型是可视度的大量增加,达到了博德里亚称为‘丑恶’的过量程度:丑恶恰恰始于没有画面,没有场景,所有一切都变得透明和直接可视,所有一切都被暴露在信息和交流的刺眼、无情的光线之下的时候。(《交际的狂喜》,第 144 页)在那一情景中,甚至几乎不可能谈什么被大众媒体异化,或从大众媒体分离问题——因为那将要求重新陈述整个思想结构,包括真实的个人存在与不真实的、虚假的意识之间的明晰区分,而可视度的大量增加已使那样的区分不再可能。在没有肯定的东西或否定的东西,只有狂热地生产更多符号、更多意义的‘交际的狂喜’的情况下,你既不可被错误表现,也不可能产生误解。如果异化被代替,那么压抑的观念本身也被代替,因为随着个人自我观念的解体,不再存在任何进行压抑的东西,不再存在任何对其进行压抑的空间。”^①于是,现实的个人生活空间被视像空间所填充或代替,现实的个人世界被历史事件的公共世界所淹没,从而形成了视像时代所独有的空间文化景观。在这其中,电视屏幕使得主客体之间的关系区分不断模糊,最终直至完全消失,因此“不能将电视屏幕或电脑监视器视为与原来那些心理投射和投入形式一样,仅是供人观看的对象,屏幕与我们的愿望和想象互动交叉,成为我们精神世界的体现形式。电视屏幕‘之上’出现的东

① 史蒂文·康纳《后现代主义文化——当代理论导引》,第 144-145 页,吉林人民出版社,1994 年。

西既不是在屏幕上也不在我们头脑中,而是在两者之间的某种复杂的、总是实在的空间之中。”^①这样看来,视像空间就不仅仅是我们通过电视屏幕可以观看或感知到的空间形式,而是一种介于外在客观的屏幕与观看者精神之间的文化形态,甚至成为人们精神世界的一种特殊体现形式。这种特质,在加拿大学者阿瑟·克罗克和大卫·库克看来:“电视在整体上作为压迫和思想剥夺的工具而被排斥;它通过‘在身体中置入一个模拟的、电子监视的、技术控制的身份’,将现实的个人变为被动的、功能健全的媒体机器;它将在社会中结合紧密的人群蜕变为‘包装而成的观众’的无形性,使他们成为由媒体精英诱导的危机情绪的巨大时尚的人质;那些观众不以任何社会的形式,而仅以晚间收视率模拟器上的数字信号的形式存在;它‘在意义文化的胜利中’用平面的形象世界代替经验世界。”^②正是这种变化,使得视像空间不仅改变了人的日常生活空间感觉或感悟,更为严重的是,人失去了其社会性的空间属性,而成为了媒体的符号与视像的人质。

对高雅及神圣观念的解构

艺术本来是一种特殊的技艺,这从“艺术”的定义就可以知道:在中国文化中,“艺术”的“艺”,本有种植的技艺之含义; (“艺”原为“藝”,本字为“埶”,《说文》解释为“种也”,含有种植之意。“艺术”即为农耕的技巧)在西方,艺术最初指称与园艺、农业等有关的技术,其希腊、拉丁语源为联结、适合,本指人在自然界中为了生存而所掌握的基本的技能。但是随着时代的发

① 史蒂文·康纳《后现代主义文化——当代理论导引》,第 142 页,吉林人民出版社 1999 年。

② 史蒂文·康纳《后现代主义文化——当代理论导引》,第 142 页,吉林人民出版社 1999 年。

展；“艺术”的内涵与外延发生了不断的变化，于是一提起“艺术”，人们首先想到的是（~~艺术月报~~美的艺术）或（~~艺术月报~~美术），于是，“艺术”一词在社会话语体系中不断地被精细化、纤巧化、贵族化。由于对艺术的理解不同，加之艺术表现内容、服务对象的差异，许多门类的艺术逐渐地演变成了有闲阶级的专利；艺术展出的场所，也逐渐地由大众活动场所转向了特定的博物馆、美术馆、咖啡馆等地，从而有效地实现了与普通大众的隔离，而从事艺术工作的人，无形中也具有了一种神圣感，因此在视像艺术主要门类的电影诞生之前，所有的艺术形式，总是和高雅及神圣密不可分。

电影艺术的诞生，使得普通社会成员的生活，成为其重要的表现内容，其观赏对象也由贵族变为了平民，其展示空间也由特定的高雅之地变为了日常生活场所，所有这一切，都标志着对既往艺术形式所特有的高雅及神圣的消融与解构，因而在某种意义上，电影的诞生标志着对“艺术”的重新界定。因为从内容题材上看，电影可以将人们身处其中的客观世界逼真再现，而更为重要的是，在观赏方式上，电影从其诞生之初，绝大多数情形下，都在诸如咖啡馆之类的社会民众常常光顾的日常生活场所展映，这表明电影与其他艺术形式在其表现形态上的最大差异，就在于其富有亲和力的大众性与深入社会成员日常生活的世俗性，也许正是在这个意义上，电影艺术被称之为“大众文化”或“世俗神话”。

对 19 世纪人类文化的影响

电影虽然诞生于 19 世纪末期，然而其作为视像艺术的主要艺术门类正式登上历史舞台、并对人类文明发生重要影响，则要到 20 世纪。这种影响，主要表现在其标志着一个新的时代——视像时代——的到来。正如前所述，在视像时代，视像成为这一阶段人们认识的主要对象，以摄影术的发明为开端，以影视技术

的发明为表征,以电视与网络的出现为最新动向,具体来说,以镜头与画面为主要内涵的视像成为最主要的因素,数字成为世界的本质,因此人们社会文化的学习与传承方式由对知识的掌握转向了对视像的观看,时间的不断精细化与空间的不断平面化,使得虚拟时空成为了重要的时空观念。

传统文化是一种自成规模的物质表征、具有独立体系的符号系统、内涵固定的生活方式,以及根基深厚的精神底蕴。其与现代文化最大的不同,集中体现为知识的载体、形式及获得途径的差异。视像时代,所有这些集中体现为知识的图像化。在图画时代,人们知识的获得主要是口传心授;在文字时代,人们通过聆听和记录获得知识;在印刷时代,人们通过阅读而获得知识;而到了视像时代,人们知识的主要来源是通过屏幕和图像获得,反之,一切知识,必须通过屏幕和图像,才能在更大的范围内和更广的层面上为人们所接受。因此从这个意义上说,我们正处在一个“读图时代”。在这以图像为主要认知方式的视像时代,其传播策略的重要特征,便是知识的图像化,这主要表现为:其一,知识传播的手段更多地趋向于图像化,如不仅新的科学知识被大量地制作为影像形式,就连传统的印刷文字也被配上了大量的图片或悦阅灾阅阅阅;其二,知识的传输渠道以广播、电影、电视、网络为主的视像的形式进行。其三,社会成员接收到的信息,更多数情形下是以图像化的方式为主要外在表征。在视像时代,影视与网络不仅成为人们重要的娱乐休闲方式,它更成为了人们了解外界信息、学习掌握知识、进行广泛人际沟通与交流的一种重要手段。在既往的时代,人们主要通过观察、交流、聆听与阅读来获得知识,而在视像时代,所有人的社会活动及其文化创造,通过“观看”便可以实现,人们与外界的交流、知识的获得、信息的处理等皆可通过“视像”而实现。在此情形下,各种知识只有转化为视像,才能在更广泛的范围内被人们接受。

以摄影、电影、电视的诞生为标志,预示了一个全新的时

代——视像时代的肇始 ,因为它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。正是在这个意义上 ,有些学者指出 :“电视既不表现对文化和美学规范的颠覆性分解 ,也不表现对经典现实主义的好莱坞文本的改进性重写 ,而是表现了我们的文化在形象的绝对和全面主导中消失之前的最后时刻 ”^① ,这种见解无疑是深刻而具有警示意义的。也许对于这些观点 ,从来都是仁智互见 ,但有一点我们可以肯定 ,如果没有视像时代的明确命名 ,我们也许很难较为深刻地认识视像媒介这一文明产物对人类文化进程的深远影响。

^① 史蒂文·康纳《后现代主义文化——当代理论导引》,第 102—103 页,吉林人民出版社,1998 年。

六、视像时代的文化策略

作为迥异于既往社会文化形态的存在,视像时代呈现出了其鲜明的特征,这种特征的形成,在很大程度上取决于其独特的传播策略,这种策略主要体现在以下几个方面:

运作的商业化

现代视像艺术区别于传统艺术的最显著特点,便是其商业化。如从电影艺术产生,到电视的发明,都表明了其浓郁的商品的特性与商业化的运作方式。如果说传统艺术是个人内在心灵情感的抒发,那么视像艺术则首先是作为一种商品的属性被发明、按照商品的运作规律被推广的。“在商业时代,人的创造力用于商品的生产和分配。今天,我们已从包装化商品的生产转向信息的包装销售。从前我们是以商品来侵占国外市场,如今,我们则用包装了的信息、娱乐和思想观念来侵占整个文化。从视听新媒介在全球范围的迅速发展来看,甚至可以说连报纸都嫌太慢了。20世纪印刷业放逐了书籍,因为书籍出现得太晚了。在这个意义上说,报

纸不只是书业的扩大,如同电影一样,它也是艺术新的集合形式。”^①尽管是商业社会,然而在视像时代,人们已将工作的重点由商品的生产和分配转向了信息的包装与销售,这种转型在人类文明史上具有非同寻常的意义。

包装技术成为了当代大众文化的重要手段,它以直接或间接的方式为推销服务。包装原是经济学的术语,指盛装和保护产品的容器和包扎产品的操作活动两层含义,而今天它已成为整个社会不同阶层、不同个体表达不同情感的“公约词”,意谓整体形象、题材领域的创意及制作在潜在市场的定位(适合哪个年龄层、文化层、地理区域等)、创作套路与艺术风格的定位(诙谐、狭义、纯情、硬朗等)、推销战略的定位(传媒的选择、推出时机等)、个人自我形象设计与塑造等诸多的含义与多元的指向。具体方式有形象包装(影视与物象),如《北京人在纽约》被改编成电视剧就是对小说的包装过程,再有就是对歌手公众形象或作品封面装帧的设计等;权威包装(利用名人的声望、地位等),比如作家的签名售书,借与名人攀亲扯故兜售作品等;批评包装,即通过专家撰文评说,举办座谈会、发布会等形式制造影响;意识形态包装,即以某一民族的文化传统或风习等,满足异族某种政治、经济、文化的需要;商品性包装,即以拍卖等形式进行赤裸裸的商业销售。文艺圈的包装热在我国已不是新鲜事,最明显的是歌坛,比如“后街男孩”、“云原”、“羽·泉”、“女子十二乐坊”、周杰伦等。而影视界的包装更是将其可能的内涵与无限的外延拓展到了极致,从影星到影片,从拍摄到制作,从首映到出售放映权,每一个环节都被精心策划、反复设计、细心包装。张艺谋无论是之前在国际获奖的充满意识形态包装的《菊豆》、《大红灯笼高高挂》,还是近期取得重大商业票房突破的《英雄》、《十面埋伏》

^① 马歇尔·麦克卢汉《视像,声音与狂热》,见福柯等著,周宪译:《激进的美学锋芒》,第343页,中国人民大学出版社,2004年。

伏》,无不典型地体现出不同时代不同包装的本质。对商品来说,包装的进步意义毋庸置疑,但于文学艺术而言,它无论如何也并非幸事,因为包装在其实质上是一种形象的工艺,一种外在的东西(它并不参与作品的内在或外在的有机构成)它的强悍的物化力量具有意识形态的欺骗作用,在商品中如此,在文艺上也不例外。对后者而言,它更是一种对生命的摧残与践踏,它把人无限丰富的情感、创造性封闭起来,从根本上讲,这是技术经济事实造成的现象。

形式的生活化

既然在运作上采取了商业化的方式,那么就必然要以对现实生活无孔不入的渗透为手段,因此其必然以生活化为其重要策略。这种生活化主要表现为:其一,视像艺术是一种进入家庭的艺术形式,随着电视的普及和网络的兴盛,首先进入了家庭,人们对其观赏,可以在生活化、私人化的个性空间里进行,随着录像机、~~电视~~ 阅读机的出现,人们可以在家中运用随意的方式、一边做家务一边进行欣赏;其二,看电视与上网不仅是人们休闲娱乐的一种重要方式,同时也已经成为了人们重要的生活方式之一,因之也就成为了社会成员一种重要的存在方式。其三,视像艺术对我们的生活产生了一种“屏蔽”作用,即社会成员的行为准则,在很大程度上取决于屏幕的诱导或引导。如人们在进行购买活动时,首先考虑的是品牌,而所谓品牌,已经与商品内在质量丧失了必然的联系,无非就是广告做得比较多,知道的人比较多而已。

于是,“文化工业生产成了标准化和均质化的大众文化。在这大众文化中,市场像熔岩奔涌一样消费掉在其路途上一切有价值的事物。公民转变为消费者。文化和娱乐融合在一起。否定——作为拒绝肯定资产阶级文化的可能性——也变得不可能。消费者以与商品同样的方式被分类贴上标签,以便出售。

媒介,特别是电视这一新媒介呈现了一个持续而无差异的潮流:这一潮流是重复的、可预知的、自鸣得意的和肤浅的。现实生活正变得无法与经过影视呈现出的生活相区别。一切都是虚妄的:乐趣、幸福、景象、欢笑、性欲以及个性。娱乐是根据工厂所要求的节奏构造起来的。广告是试金石,是文化工业大获全胜的根源和象征。广告以不变的样貌流水线式地重复出现,提供没有意义的符号。但没有它,商品和实物也就没有了意义。”^①在这一商业化与市场化的运作过程中,一切在传统社会中认为有价值的事物,不断被用以消费目的而出售,而所有这些行为,最终都导致了人类一切文化发明与文明创造被用于日常生活化的实用目的,于是日常生活的审美化成为了摆在理论家面前的一道难题。

94

在家庭影视欣赏过程中,一方面可以使人们只要可能和有兴趣,就会没有时间限制地观看影片,观看时间的延长使得观者的器官感觉极为疲劳、大脑思维不断钝化,因此无形中拉开了观者同电视所表现内容的距离;另一方面,由于电视的普及与家庭影院的配置,人们不仅可以在自己家中属于个人的私人空间中采用各种方式、运用各种姿势、选取各种角度与距离观看,而且可以在观看时附带做其他工作,如编织、烹调、洗漱、打扫家庭卫生,因此在现代家庭中,如果你看到这样一位家庭主妇的情形,你会感觉到毫不陌生:她在观看电视的同时,她还可以头上带着耳机欣赏着音乐、嘴里哼着不知所谓的小调、手中织着永远也织不完的织物,并不断地按着遥控器,同时收看着三个频道的节目……更为重要的是,随着遥控装置的发明、频道与栏目设置的多元化、社会生活节奏的加快、感觉阈值的日渐疲劳以及由此引起的心态的浮躁,人们已经很难完整地观看一个节目,这样,形式、内容、性质、风格迥然

^① 罗杰·西尔弗斯通著,陶庆梅译《电视与日常生活》,第51页,江苏人民出版社,1999年。

相异的节目可以此伏彼起地交替出现在观者的面前,因此影视的意象越来越平面化、破碎化、琐细化……

这样,媒介与现实生活产生了一种“同化”现象,所谓“同化”,主要表现在两个方面,首先表现为生活与屏幕的同步,即一方面现实生活中发生的事情或事件,皆在屏幕上同时出现;另一方面,这些事情或事件总是在屏幕上被人们在第一时间所了解。其次表现为生活与屏幕的同质,即对于绝大多数人而言,屏幕上出现的事件就是现实生活中发生的事件,如黛安娜事件、海湾战争、“~~怒尔~~事件”、阿富汗战争等,现实生活中发生的事件成为了人们在屏幕上欣赏的故事,事件的时间性、地域性、民族性及其细节被极度压缩为一种“视像”或可资欣赏的“视像”,这样,无论是人们社会行为的力度,还是发生事件的深度,都被不断地弱化或压缩,于是,日常生活的文化化成为了现代社会文化发展与进步的重要标志。如~~1952~~年,英国~~月~~说曾经将一副假睫毛、一张保险单、一本色情杂志、一个避孕套、一张名片和一份营业执照作为~~20~~世纪人类文明进程的见证物件,装入了一只特别的铁匣子,宣称留给~~2000~~年后的人们启封。这一事件传递给我们的信息,不在于这些物件是否能代表~~20~~世纪人类文明的最高成就,而是在当代人们的观念中,文化创造与日常生活已经成为了密不可分的有机组成部分,在此情形下,穿品牌、吃快餐、开名车、住豪房已经成为现代人重要的生活方式。“新三年,旧三年,缝缝补补又三年”的寒酸样已经被“克里斯汀·迪奥(~~克里斯汀·迪奥~~)”、“夏奈尔(~~香奈儿~~)”、“范思哲(~~范思哲~~)”、“阿迪达斯(~~阿迪达斯~~)”、“欧米伽(~~欧米伽~~)”、“古驰(~~古驰~~)”所包裹的光彩照人的形象所代替;如果说可口可乐(~~可口可乐~~)、哈根达斯(~~哈根达斯~~)、麦当劳、肯德基正成为小康阶层的日常用餐,那么它同时也成为了贫穷阶层改善生活的自觉追求;当一个城市的公共交通尚未满足市民们的基本需要的同时,开着法拉利兜风、坐着凯迪拉克上班已成为了人们的最高生活目标。

所有这一切皆表明,传统时代文化与艺术的高高在上,已经被日常生活的芸芸众生所解构、还原为了现实生活的一部分,更为重要的是,文明的创造与文化的传承,在视像时代以生活化的无孔不入的方式广为传播,因之形成了鲜明的特色。

手段的清晰化

电子传媒本是虚构的艺术,然而随着时代的发展、科技的进步及视像时代的到来,清晰和逼真成为了最为重要的追求手段之一。对世界的清晰与逼真再现,本来是人类文明数千年来孜孜不倦的追求与努力,从绘画艺术的产生,到文字的发明;从录音技术的发明,到摄影艺术的兴盛,特别是电影艺术的出现,使得人类的这一愿望得到了极大实现,如随着电影的发明,人类先后经历了黑白默片、黑白有声片、彩色有声片等不同阶段,通过这些不同的阶段,人类最终实现了对现实生活的高度还原。电视从1895年被发明,如果仅从对现实的色彩还原方面看,也经历了黑白和彩色的不同阶段。然而随着视像时代的到来,电视已不满足于这一成就,而是不断向更加清晰化的方向迈进,如数字化高清晰度电视(匀场灾)的出现及高清晰度电视节目的播出,就极大地还原了现实生活的事件与场景。然而事情远不止于此,目前,美国华盛顿大学人体界面研究室的科研人员正在研制的一种新的技术,充分利用激光扫描在人的视网膜上直接成像的虚像视网膜显示器(灾晒),可以说是人类视像时代的一场革命。这种技术装置可以使图像脱离电视屏幕,直接以三维形式进入人的大脑,这就使人们告别了通过电视屏幕欣赏电视节目的时代。这种装置的分辨率现在已经达到了100万个像素,且只有猿度视野,其最终目标是1000万个像素,100度视野。这一项目一旦研制成功,人类对现实世界的还原不仅将比现存所有视像手段更加清晰,而且将会彻底改变人们的欣赏习惯与认识经验。以下是传统电视、数字化高清晰度电视、虚像视网膜显

示器在技术参数上的相互比较：

摇扫描线数	源4万	圆4万	近4万
摇像素	员园度	猿园度	员园度
摇视角	云耘	孕耘猿-员	源声道立体声
摇声音	员在	猿皂皂	及遮幅银幕效果
摇与电影相比			

从以上比较可以看出，视像时代在传播技术手段上越来越趋向于高度的清晰化。

交流的互动化

传统文化是一种静态的文化，其传播过程是一个单向过程，在对其欣赏和接受的过程中，受众是一个被动的接受群体。而视像文化则是一种动态的、双向传播、具有互动性的文化。

随着现代科学技术的发展与进步，视像艺术在其传播过程中，已经真正实现了双向互动甚至多向互动。员995年，名为《现场》的第一部“交互影视剧”在 浏览: 转增增 浏览: 浏览: 的网址上播出，当观众在欣赏这部影片时，他们便不再是被动的既定情节的接受者，而是可以深入到影片之中，同影片中的人物交朋友，同时还可以深入到剧情之中，按照自己的意愿去修改故事脚本，组合故事情节，从而实现真正的互动。从此以后，各种交叉互动式的影片不断出现，只要你有足够的时间与丰富的想象力，你完全可以按照自己的兴趣爱好来选择相关影片进行重新编导与任意组合。这样，在对视像艺术的欣赏过程中，受众不再仅仅是被动的接受者，同时也是主动的创造者。因此在视像时代，一件艺术作品的最终完成，很大程度上取决于受众参与的程度。

因此在视像时代,作为社会主体的人的主观能动性日益趋强而受动性日益减弱,交流性日益趋强而独立性日益减弱,共创性日益增强而原创性日益减弱,更为重要的是,信息发出者与接收者之间的关系日益密切、界限不断模糊、位置不断变化,真正的双向交流甚或多向交流也成为可能,这样不仅极大地提高了参与者的积极性,同时也极大地减少了信息损耗与知识误读,从而极大地提高了传播效果。

知识的图像化

在图画时代,人们知识的获得主要是口传心授;在文字时代,人们通过聆听和记录获得知识;在印刷时代,人们通过阅读而获得知识;而到了视像时代,人们知识的主要来源是通过屏幕和图像获得,反之,一切知识,必须通过屏幕和图像,才能在更大的范围内和更广的层面上为人们所接受。因此从这个意义上说,我们正处在一个“读图时代”。在这以图像为主要认知方式的视像时代,其传播策略的重要特征,便是知识的图像化,这主要表现为:其一,知识传播的手段更多地倾向于图像化,如不仅新的科学知识被大量地制作为影像形式,就连传统的印刷文字也被配上了大量的图片或悦目之图;其二,知识的传输渠道以广播、电影、电视、网络为主,以视像的方式进行;其三,社会成员接收到的信息,更多数情形下是以图像化的方式为主要外在表征。在视像时代,影视与网络不仅成为人们重要的娱乐休闲方式,它更成为了人们了解外界信息、学习掌握知识、进行广泛人际沟通与交流的一种重要手段。在既往的时代,人们主要通过观察、交流、聆听与阅读来获得知识,而在视像时代,所有人的社会活动及其文化创造,通过“观看”便可以实现,人们与外界的交流、知识的获得、信息的处理等皆可通过“视像”而实现。在此情形下,各种知识界只有转化为视像,才能在更广泛的范围内被人们接受。

语言的陌生化

每一时代文化独特的传播方式,莫不以一套独特的语言建构为自己的显性标志。视像时代在其传播策略上的又一重要特征,即采取了语言的陌生化的方式,这主要表现为:其一,除了我们在印刷时代早已习惯的既有的表达文字外,大量的图表、图画和图像成为了传播语言的重要组成部分,同时现有的词语也可以作各种图示或图解,因此本为抽象的词语也具有了形象化的意符。

其二,创造出一整套专用术语,进行表述与交流,如“网络”、“因特网”、“信息”、“黑客(骇客)”、“红客”、“病毒”、“数码”、“比特”、“格式化”、“藻化”、“伊妹儿”、“~~配~~猿”、“~~灾~~阅”、“~~阅~~阅”、“~~配~~猿”、“~~月~~杂”以及前文提到的“~~匀~~球灰”、“~~灾~~阅”等。

其三,将现有语言进行全新的解释,如“同志”这一意识形态色彩极为浓厚的专用词,到了视像时代,成为了社会中同性恋这一特殊群体的特定称呼;“同志”的变迁,可以说真是沧海桑田。与此类似的诸如“斑竹”、“东东”、“病毒”、“灌水”、“造砖”等。

其四,由于网络对速度的要求,大多数情形下常常是以词汇的字母缩写代替词汇,如“~~鄙~~”、“~~允~~”、“~~阅~~阅”、“~~配~~猿”、“~~月~~”等。更有甚者,一些粗俗而带有人身攻击的“国骂”,一旦到了网上用字母表现出来,其既有语义便不断被弱化,成为一种个人情绪的抒发及对某一事物的感叹,如“~~宰~~月阅”、“~~杂~~月”、“~~孕~~孕”、“~~晕~~杂”等,因此你在网上聊天看到“写得真~~栽~~阅好啊”的时候,千万不要以为是指美国政府极力想把台湾纳入其中的弹道导弹防御系统。“~~灾~~悦”也不是让你去补充维生素悦,而是“风险资本”(灾~~栽~~栽~~栽~~悦~~孕~~孕~~孕~~孕)的缩写。

其五,以数字的谐音代替语义,如~~苑~~苑是“气死我了”,~~愿~~苑的意思是再见(拜拜)了。~~圆~~苑是运算速度最慢的处理器,因此表

示对方的智商低、反应慢。还差的意思是对不起,表示向你道歉。“图是图,像不是像”表示有人向你暗送秋波;“源是源,怨不是怨”的含义则要暧昧得多,也许是闺中少妇在寂寞无聊时向你发出的求救信号,也许是应召女郎的联络标志,甚至是花花公子网上猎艳的专门代号。

视像时代正在创造和不断规范着一整套新的话语,这种话语的推行策略便是不断地陌生化,既形成与传统话语的区别,同时又不断地吸引人们的眼球与兴趣,从而收到一种意想不到的效果。

信息的共有化

如果说印刷时代图书馆的设置使得人类第一次获得了信息知识的共享,那么随着视像时代的到来,可以说人类才真正实现了信息的共有化。这一特点直接造成了两个后果:其一,信息全球化共享网络的建构;其二,信息的无限制繁殖与泡沫的飞速膨胀。在视像时代,人们的基础性、原创性知识极度减少,而重复性、应用性知识不断增加。

在图画时代,信息是只掌握在少数祭司手中的专利;到了文字时代,信息成了少数文化精英手中的专利;印刷时代,信息虽然随着印刷品的大量发行而具有了更广的传播途径,图书馆的设立也为人类信息知识的获得提供了种种可能,然而对于那些没有掌握文化知识的人们来说,这些信息没有任何意义。只有到了视像时代,即使没有受过专门文化教育和信息接收的人,它也可以通过广播、电影、电视等媒介来共享人类所有的知识。而网络技术的发展,更是在知识信息的共享上向前迈进了一大步,因为它大大地突破了传统图书馆在时间与空间上的限制。因此网上的版权之争,实际上就是信息享有权之争,这也就是为什么在视像时代盗版会成为一个重要的产业,他在给当事人带来滚滚财源的同时,也给信息拥有

者带来了无尽的损失,因此盗版在涉及到法律与经济问题的同时,首先可能是一个文化问题。

思维的表象化

在印刷时代,由于人们面对的知识主要是以印刷文字的形式出现,因此人们的思维具有从感性到理性、从表象到抽象的不断深化过程。文字阅读的特点,就在于阅读者必须通过思维将文字符号转化为形象,在这一过程中,人的思维活动始终处于积极状态,而到了视像时代,“视像”成为了知识的主要表现形式,“视像思维”成为了人们主要的思维方式。而据学者的研究,由于“视像”的直观性特点,人们在面对这些东西时便不会再进行思考,甚至会进入睡眠状态。有研究者对人们在看电视时的脑电波反应进行了跟踪记录,结果发现,当人们在看电视半小时至45分钟之后,他的大脑皮层电波便呈现出 α 电波,而 α 电波恰恰是人类在浅度睡眠时的脑电波,由此可见,“视像”不仅无助于人们思考,还会对人们起到催眠作用。

如果说在印刷时代,一个文盲与一个学者之间的知识差异与思维方式判若云泥,那么到了视像时代,当面对同一个屏幕上的同一种视像,一个文盲与一个学者之间知识上的差异与思维方式的不同将会被极度缩小,甚至可以忽略不计,因为具体可感的视像不需要太深的思维便可以直接接收,它直接地激发和助长了人们的思维惰性。而长时间面对一个视像时,人们几乎不需要去思考,因之视像思维视觉化、形象化、表面化的特点,便是对人类理性思维、抽象思维、逻辑思维的弱化与解构。

认知的虚拟化

人类科技发展的历史,也就是不断延伸自己的感觉器官

的历史。如单从人们对自然观察认识的角度出发,人们发明和发现了各种各样的望远镜、显微镜、载射线、运载超声波、核磁共振技术、照相机、收音机、录音机、电影、电视、录像机、激光视盘和立体电影电视等,所有这一切,都是人类为了延长自身的各种感觉器官的功能所作的努力。尽管如此,总有一些领域是人类所无法随意出入其中或身临其境地具体感知的,如宇观世界中太空天体的构造、日月星辰的运行,微观世界里血液在血管中的流动、细菌的活动规律,这就迫使人们需要构建一个虚拟的世界。这种虚拟化世界的出现,很大程度上依赖于计算机技术的发展与网络技术的广泛运用。就目前发展而言,虚拟化主要表现在两方面:一是对空间的虚拟建构,主要以“赛博空间”为标志;其二为对现实的虚拟建构,主要以“虚拟实在”为特征。

要想更好地理解“赛博空间”,我们有必要探讨一下关于“空间”的观念。一般而言,所谓空间,是指物质客体具有广延性的基本范畴,也就是说,如果离开物质客体的特定空间,我们对空间的概念将很难认识,这也就是通常意义上所说的“物理空间”,它的特性有二:其一,任何空间都是被看作物质客体的特定空间,人们只有通过这种特定空间的认识才能理解物质世界的空间;其二,任何空间都是人文化建构的产物。“从科学认识论上看,人类对物质客体具有空间属性的认识总是通过物理空间与数学空间来实现的。物理空间是人们在特定的科学概念框架里对现实空间的结构性的说明,是反映物质客体存在的重要属性。数学空间是以数学实体构造的理性空间,通常它是以直观抽象的方式来说明物理空间的结构,因此本质上它是一种特殊的概念框架。数学空间可以不涉及客观世界中的现象和关系,并可以在逻辑世界得以发展。但是,数学空间却有着人类对空间的经验性体验。”^①除了物理空间与

① 张怡、酆全民、陈敬全《虚拟认识论》,第25页,学林出版社,1999年。

数学空间之外,还有心理空间,指人们通过自己的心灵建构出来的一种精神空间,所谓“海内存知己,天涯若比邻”即作为一种心理空间的建构。对“赛博空间”的进一步理解,应以物理空间的基本观念为基础。

美国科幻小说家威廉·吉布森(宰圣宰 则圣宰)认识到随着网络的出现与繁荣,将会出现一些超出现实的事物,这些事物并非出现在我们传统的物理空间中,而是出现在“赛博空间”。因此当他灵源年在其小说《网络巫师》中第一次提出精圣宰圣宰这一名词后,它很快便风行全球。所谓赛博空间,也就是网络空间;网络空间暗示着一种由计算机生成的维度,在这里我们把信息移来移去,我们围绕数据寻找出路。网络空间表示一种再现的或人工的世界,一个由我们的系统所产生的信息和我们反馈到系统中的信息所构成的世界。”^①在网络上,主体要实现虚拟出场,就需要特定的空间形式,这就是赛博空间,虽然主体不能像随意出入于物理空间那样直接出入于赛博空间,但却会产生一种身临其境的空间感受。而这一全新的空间理念,对人类的认识具有重要意义:

赛博空间对人类认知领域的扩展是空前的。过去人们认为,人类对外部对象的认知必须在现实的时空条件下才有可能,至少要有这种现实时空条件的经验基础,否则认识就滑入唯心或者超自然的轨道中去。但是,赛博空间的存在却提出了另外一个问题,人们的认识原则上都可以在虚拟条件下进行。过去被认为是难以理解的事,在虚拟条件下变得可以理解了,过去被认为是不可能认识的事,在虚拟条件下也可以认识了。

^① 迈克尔·海姆《从界面到网络空间——虚拟实在的形而上学》,第 苑页,上海科技教育出版社, 年。

而且,这些认识根本无需求助于唯心的或超自然的方式。^①

这一全新空间的创造,不仅为人类现有的知识与文化提供了一个可以共享与交流的重要环境,同时也为人类的想象思维提供了一个尽情驰骋的空间,更为重要的是,他通过对这一空间的全新创造,带来了人们对空间的一种全新的认知方式,从而为人类的物理与心灵的拓展与认知,提供了无限发展的可能。

与“赛博空间”相联系的,便是“虚拟实在”(Virtual Reality)。所谓实在,是指我们人类能够用感觉器官进行感知认识的物理性世界,它意味着主体可以对事物进行一种直接性的经验体验。就其本质,虚拟实在是以物理时空、心理时空及赛博空间为基础;“虚拟实在只是对现实(物理)时空的动态描摹或实时仿真”;“虚拟实在给予主体的官能刺激,从而产生的时空感,只能是近似物理时空的心理时空”;“虚拟实在的创造,必然服务于主体的特定需要,而它的最终结果还是要在现实物理时空中加以验证和实现”^②。虚拟实在的出现,“为人类营造了一个既是物理的又是心理的空间,它的本质应该是人类想象力付诸于世的感觉空间。”^③虚拟实在不仅仅以技术上完全身临其境的沉浸感、人机界面的强烈互动性、可实现的远程操作和显现为其重要特征,更为重要的是,虚拟实在的营造与构建,“让我们看到具有物质性的技术在现代社会中渗透到人的心灵中的价值,它可以改变人的精神状态的方方面面,成为人的精神状态的一部分。而另一方面,艺术在表现世界的能力方面却日益凸现出它的物

① 张怡、酆全民、陈敬全《虚拟认识论》,第12页,学林出版社,1998年。

② 吴志坚、章铸《虚拟实在:网络时代的技术复印》,《自然辩证法》,1999年第1期。

③ 李湘德、钱振勤:《“虚拟实在”与现实》,《自然辩证法研究》,1998年第1期。

质性的内涵,虚拟将艺术变成一种实在,至少是一种结构的实在”。^①

随着数字化技术的不断发展,虚拟化不断渗入人们的生活,不仅使得社会成员的个人身份的虚拟,同时也带来对客观世界的虚拟再现。在传统社会中,每个人的社会角色与身份基本上是相对固定的,而到了视像时代,特别是在网络上,每一个人都可以轻而易举地隐藏自己的真实身份,甚至一个人可以以几个互不相同的身份出现,从而产生了无数虚拟化的社会成员,“在网络上,你不知道对方是一个人还是一条狗”,这句话可以看作是网络上个人身份虚拟化的形象表述。这种形式发展到极致,甚至出现了“网上恋爱”、“网上性爱”。柏拉图老先生如果地下有知,则一定会感到欣慰。总之,随着时代的发展与技术的进步,视像时代的虚拟化将会无限扩大,且必将渗透到现实生活的方方面面,甚至影响到人们的精神层面,这一点我们将在后边进行讨论。

功能的娱乐化

视像时代,随着科学技术的不断进步与社会经济的不断发展,娱乐成为了社会成员甚至整个社会共有的一种文化形态,这种娱乐性主要体现在以下几方面:

第一,视像时代的传媒具有娱乐性。娱乐性是视像时代消费文化的特点,因为在这一时代,人们不仅要有态度地消费,而且要愉快地消费,因此娱乐性就理所当然地成为了视像时代的首要特征,而娱乐的载体当首推电视。“美国的电视确实是美丽的奇观,是难得的视觉愉悦,每天你都能看见成千上万个图像。电视上每个镜头的平均时间是~~猎猎~~猎猎秒,所以我们的眼睛根本没有时间休息,屏幕一直有新的东西可看。而且,电视展示给

^① 张怡、酆全民、陈敬全《虚拟认识论》,第 292 页,学林出版社,1999 年。

观众的主题虽多,却不需要我们动一点脑筋,看电视的目的只是情感上得到满足。就连很多人都讨厌的电视广告也是精心制作的,悦目的图像常常伴随着令人兴奋的音乐。我们可以毫无疑问地说,世界上最美的照片出现在电视广告里。换句话说,美国电视全心全意致力于为观众提供娱乐。”^①不仅仅是美国的电视节目,只要是电视节目,无论遥远的北极雪域抑或南部非洲的沙漠戈壁,无论多元的人种构成抑或不同的宗教信仰,无论蹒跚乐观的垂髫稚子抑或饱经沧桑的耄耋老者,无论是天上掉馅饼的狂喜抑或刚刚失去亲人的哀痛,无论是生活的浮光掠影抑或生命的深刻体验,只要是作为屏幕上节目的内容,就具有了娱乐的功能与用途,这一点我们从纳努克对唱片充满好奇的行为中^②,从戴安娜王妃的盛大婚礼及葬礼上,从层出不穷的歹徒抢劫银行的画面里,从打击人贩子后警方带回的被拐卖妇女与亲人团聚的场面中……都可以看到或感觉到。

第二,视像本身具有娱乐性。这主要体现在以下两方面:一方面,从生理上看,人的快感,绝大多数来源于我们的感觉器官,而人的感觉器官所接收到的外界信息,有~~怨~~像的来自视觉,那么人们的快感中的绝大多数成分当然也就是视觉带给我们的,而视像主要是通过人们的视觉器官被感知的,因此视像本身有快感的基础,对声音的喜悦、对色彩的偏好,对画面的体验,对情节的投入,对价值观念的认同,视像的所有这些特质,都为我们人类的娱乐提供了一个最基本的要素。另一方面,视像以直观的图像的方式展示在我们面前,与文字阅读截然不同,它不需要思索、不需要基本的文化条件,能给观看电视者带来身心身的轻松愉悦感,而内容的表达,则往往成为可以忽略不计的因素:

① 尼尔·波兹曼著,章艳译《娱乐至死》,第~~51~~页,广西师范大学出版社,2004年。

② 美国著名纪录片导演弗拉哈迪的著名纪录片《北方的纳努克》中的爱斯基摩人主人公。

“他们播报的新闻不是为了让别人读,也不是为了让别人听,他们的新闻是让人看的,这是电视自身所指引的方向,他们必须遵循。这里没有阴谋,没有智力欠缺,只有坦白的观点:‘好电视’同用于陈述的语言或其他口头交流形式无关,重要的是图像要吸引人。”^①只要能吸引人,视像就已完成了其重要使命,至于思想或观念,可以见仁见智,甚或没有也罢,因为只要能够吸引观众,其余一切皆可免予追究。

第三,视像将日常生活中的一切都变成了娱乐的或者可供娱乐的资讯。“我们的电视使我们和这个世界保持着交流,但在这个过程中,电视一直保持着一成不变的笑脸。我们的问题不在于电视为我们展示具有娱乐性的内容,而在于所有的内容都以娱乐的方式表现出来。”^②所有内容在电视屏幕上都以娱乐的方式展示出来,同时也就意味着娱乐成为了超越文本、超越现实甚至超越意识形态的存在,对于这一点,波兹曼在其著作中进行了论述,他不仅以“娱乐至死”作为他学术专著的题目,同时也对电视屏幕日益娱乐化的现象进行了分析:“我们可以换种说法:娱乐是电视上所有话语的超意识形态。不管是什么内容,也不管采取什么视角,电视上的一切都是为了给我们提供娱乐。正因为这样,所以即使是报道悲剧和残暴行径的新闻节目,在节目结束之前,播音员也会对观众说‘明天同一时间再见’。为什么要再见?照理说,几分钟的屠杀和灾难应该会让我们整整一个月难以入眠,但现在我们却接受了播音员的邀请,因为我们知道‘新闻’是不必当真的,是说着玩的。新闻节目的所有一切都在向我们证明这一点——播音员姣好容貌和亲切态度,他们令人愉快的玩笑,节

^① 尼尔·波兹曼著,章艳译《娱乐至死》,第 5 页,广西师范大学出版社,2004 年。

^② 尼尔·波兹曼著,章艳译《娱乐至死》,第 5 页,广西师范大学出版社,2004 年。

目开始和结束时播放的美妙音乐,生动活泼的镜头和绚丽夺目的各类广告——这一切都告诉我们,没有理由为电视上的不幸哭泣。简单地说,新闻节目是一种娱乐形式,而不是为了教育、反思或净化灵魂,而且我们还不能过于指责那些把新闻节目作此定位的人。”^①只要能够娱人,就可以让人有所得,同时也就能够自娱自乐,娱人娱己,何乐不为?

第四,视像技术的发展为电子娱乐游戏的出现提供了重要支持,而电子娱乐游戏典型地表达了视像的娱乐功能,在电子游戏的具体操作行为中,人类的娱乐天性表露无遗。关于这一部分,我们将在后边一章中进行重点探讨,故这里不再详述。

时效的迅捷化

在视像时代,速度成为了重要的文化表征,不仅人们的出行因为超音速和磁悬浮技术的发明而大大地提高了时效,更为重要的是,视像时代使得人们对时效的追求达到了一个新的境界。比如对于新闻的定义的变化,在印刷时代,当日发生的事情即为新闻,而到了视像时代,随着网络技术的发达,与传输接收同步发生的才成为了新闻,否则即是“旧闻”。“~~9·11~~”事件发生时全球重要新闻传媒的实时转播,更是让我们进一步地领略到了视像时代信息迅捷化的重要特点。不仅是时间上的迅速,更有使用上的便捷,在今天,即使在家里闭门不出,也可以通过电视与网络掌握最新的信息,从而将个人与世界紧密相连,因此在理论与技术的层面,每个人可以真正成为足不出户而尽知天下事的“秀才”。甚至还出现了在家里上班的人群。所有这些迅捷化的时效展示,将极大地提高社会成员信息接受的效率及其工作的效率。

^① 尼尔·波兹曼著,章艳译《娱乐至死》,第 51 页—52 页,广西师范大学出版社,2004 年。

目的的消费化

视像时代与娱乐密切相关的特质 ,就是消费。

在传统社会 ,人们的消费依赖于生产 ,也就是说 ,如果没有生产出来的具体产品 ,也就没有人们具体的消费行为。然而在视像时代 ,人们不再局限于仅仅消费产品 ,而且也可以消费观念、消费形象 ,甚至消费梦想、消费媒介。技术经济以创造高度发达的物质文明为己任 ,对人们生活的满足是它们的骄傲。数年来国人已不再在安贫乐道的超脱中受人恭维了 ,较高的收入在对比中使他们沾沾自喜 ,技术经济又适时地为他们提供了旅游、观光、时装、游戏机、桑拿浴等娱乐服务体系 ,精明的中国人也就不失时机地改变了人生哲学。“ 劳其筋骨 ”置之脑后 ;“ 温良恭俭 ”束之高阁 ,剩下的不外以消费为消遣了 ,羞答答地来二两“ 人头马 ”成为时尚。国人已不再避讳衣食饱暖之乐 ,尽管心灵中仍存有传统的压力 ,但已不再反思什么 ,忘记了痛苦和忧伤。正如杰姆逊所讲 :“ 在过去的年代 ,人们的思想、这些观点也许很重要 ,但在今天的商品消费时代里 ,只要你需要消费 ,那么你有什么样的意识形态都无关宏旨了 ” ,因为商品消费已成为人们的意识形态 ,而这正说明了商品逻辑对思想的放逐。

在传统社会 ,我们所使用的商品 ,首先是因为能够满足我们某一方面的生活需要而被我们所购买 ,也就是说 ,对于我们广大的社会成员来说 ,它首先是有用的 ,因为有用 ,它才产生了一切商品所具有的意义与价值 ;在视像时代 ,人们却认为任何商品 ,它是因为有某一方面的意义和价值才有用 ,而判断这种意义与价值的标准 ,首先是看它能不能满足人们消费的需要 ,因此在传统社会中人们因需要而进行消费的行为 ,到了视像时代 ,却变成了首先满足人们消费的需要 ,至于这一商品与生活需要有无关系 ,或者说其是否是人们日常生活的必需品 ,这些都显得不那么

重要。关于这一点,当代学者有着清醒的认识:

在商业时代,人的创造力用于商品的生产和分配。今天,我们已从包装化商品的生产转向信息的包装销售。从前我们是以商品来侵占国外市场,如今,我们则用包装了的信息、娱乐和思想观念来侵占整个文化。从视听新媒介在全球范围内的迅速发展来看,甚至可以说连报纸都嫌太慢了。20世纪印刷业放逐了书籍,因为书籍出现得太晚了。在这个意义上说,报纸不只是书页的扩大,如同电影一样,它也是艺术新的集合形式。^①

110

而所有这一切,目的都不在于满足人们日常生活的需要,而在于满足人们消费的需要。于是,“消费、时尚和风格不再是因为有用而有意义,只是因为它们有意义而被认为有用,在这个虚妄现实里,想象取代现实成为实物的——以及所有的——价值的基础。其结果导致了强迫性的、物化的系统:表象(符号系统)的暴政。”^②消费不再是为了满足人们现实社会日常生活中的物质需要,而首先是为了实现人们时尚或者妄想的一种虚荣性的满足;“电视在节目里的确通过故事、体裁和修辞把商品文化的逻辑与日常生活的利害、价值和意义融成一个整体。节目与广告在表达和强化消费社会的主流意识形态方面几乎不可能失败。……同样,媒介如何在电视的形式中,在节目表的结构中,在媒介的日历模式和频道序列中,提供了一条进入消费文化的途径,把自己作为选择对象提供给多少有些或积极消极的观

① 马歇尔·麦克卢汉《视像,声音与狂热》,见福柯、哈贝马斯、布兰迪厄等著,周宪译《激进的美学锋芒》,第147页,中国人民大学出版社,1999年。

② 罗杰·西尔弗斯通著,陶庆梅译《电视与日常生活》,第151—152页,江苏人民出版社,1999年。

众,这也是清楚明了的。最后也可以认为,通过生产和再生产消费者和消费对象之间(这二者把系统定义为一个整体)各种关系的恰当形式,作为一项技术的电视连接了当代文化——家庭文化和消费文化。我们消费电视,我们也通过电视消费”^①,而特别需要补充的是,在整个消费行为中,人类自身也成为了被消费的对象。在视像时代,人类不断消费并且自身也被消费着,这成为这一时代人类无法逃避的厄运与宿命。

而在霍克海默和阿多诺那里,商品化和消费被确定为理解晚期资本主义的逻辑和动态的关键。消费具有的物化和压制作用,使得大众得以建构,而他们的自由、真理和真实的愉悦则都被否定。在文化工业的霸权范围内,日常生活的节奏和惯例都被根据工业化的守时性加以塑造。消费取代生产成为社会生活的可见标志,但并不否定生产的基础性、实质性和重要意义——这应该添加进来。消费因此具有双重意义:既是晚近资本主义秩序的能指也是其所指。^②在这一消费行为中,电视的技术性含量退避三舍,而“消费本身是一种转换活动,具有如魔法般的效用,像一种文化机器一样运转,不断提供一套完全一致的符号和图像,这些符号和图像是从早期废弃的、过时的产品中提炼、再利用和大规模生产出来的。电视是这个过程的中枢。……电视是消费的对象和促进剂。作为促进剂,电视提供了一种传播方式——一个接一个的仿真在流通中造成了永远闭塞而奢侈的思想贫瘠,这种贫瘠决定了消费行为的有限性和可能性,而且没有东西可以从中逃脱。”^③我们在这一消费大潮中无处藏身,于是,我们不仅进行物质的消费,同时也进行观念的消费,我们不

① 罗杰·西尔弗斯通著,陶庆梅译《电视与日常生活》,第 152—153 页,江苏人民出版社 1999 年。

② 罗杰·西尔弗斯通著,陶庆梅译《电视与日常生活》,第 152 页,江苏人民出版社 1999 年。

③ 罗杰·西尔弗斯通著,陶庆梅译《电视与日常生活》,第 152 页,江苏人民出版社 1999 年。

仅进行身体的消费（参阅下一章）同时也对时间与空间进行消费。

通过不断努力工作，我们换取对休闲时间的消费；通过旅游、观赏、购物，我们购买时间来进行消费；通过在电影院、电视机前、网络上的观看与互动，我们实现了视像时间的消费，甚至通过对节目内容的观赏，实现了影音画面的即时消费，所有这些，都是我们实现了对时间的消费。

不仅消费时间，我们也消费空间。当我们出行在外，无论是走在城市的通衢大道还是走在公园的林阴小道，无论是跻身拥挤的地铁车厢还是坐在舒畅的出租车内，我们已经在不知不觉间通过自己的纳税行为或购买行为实现了对社会空间的消费；而无论是自助还是跟团，近郊踏青还是远足漫游，当我们出外旅游，就已经实现了对自然空间的消费；无论我们被视像艺术作品感动得热泪盈眶，还是被一条无聊的广告影响得情绪低落；无论我们被电影院好莱坞大片宏大的场面所深深震撼，还是被网络上一只流浪的猫的命运紧紧牵挂，甚或经过一天的工作劳顿，坐在电视机前昏昏欲睡，当我们只要与视像传媒发生一丝联系，我们便已实现了对视像空间的消费。

在视像时代，我们不断地消费时间与空间，我们也不断地被时间与空间所消费，于是，消费便贯穿了我们的所有生活及全部生命，即使我们自身被消费，也在所不惜，这一点法国思想家布尔迪厄曾经有过独到的见解：“对于布尔迪厄来说，消费是一个物质性活动，它的结果是真实的。消费包括了贯穿于购买、使用和评价的主动辨别活动，并因此包括对实物的‘建构’。实物是作为物质的和符号的商品共同在消费中呈现的。我们的消费能力受到我们的社会地位和资源利用率的制约，以及消费对象自身物质性的制约。但是消费也是一种符号行为。……他认为，文化是充满差异的碎片，而且这差异也在不断变化。这些差异最终表达了阶级地位，但这阶级地位很明确地是在消费活动中构造出来的，而不是简单地生产

关系中构造的。”^①在消费的下坡道上与我们身体的惯性作用中 ,所有的制动系统都统统失灵 ,我们因消费而富有 ,我们也因消费而贫穷 ;我们因消费而充满生活的乐趣与生命的奢望 ,我们也因消费而感受到情绪的低沉与生命的萎顿 ,我们在消费中充满了灵感与创造性 ,我们也在消费中消磨掉激情与真爱……除了消费 ,我们别无选择 ;除了消费 ,我们无处可逃 ,在消费时代 ,我们只有一条路可走 :

消费至死 !

^① 罗杰·西尔弗斯通著 ,陶庆梅译《电视与日常生活》,第 55 页,江苏人民出版社,2004 年。

七、视像与身体

114

文化的身体与身体的文化

从一定意义上来说,所谓人类文明发展与传播的历史,其实就是人的身体进行空间位移与时间纵移的历史。不仅是自身身体的移动,对于社会中的人们来说,一方面是自己身体的位移,另一方面则是对自然界客观事物与自己身体位移关系的观察与考量,因为“察觉外物的移动对于动物的生存起着至关重要的作用,只有知道了有没有物体和别的动物向自己靠近,才可能躲避危险。”^①因此无论是自己身体的位移,还是对自然界事物与自己身体关系的思考,实际上涉及到的都是关于身体的文化问题。

早在古希腊时期,人们崇尚自然,以天然健康的人体为美,裸体的体育比赛成为人对自身身体之美的集中展示,今天留存下来的断臂维纳斯的雕像,典型地反映了当时人们对人的身体

^① 保罗·馥·莱斯特《视觉传播》,第 240 页,北京广播学院出版社 1999 年。

的观念。到了西方中世纪的“文艺复兴”时期,由于整个社会对人的身体的关注,随之引发了人体解剖学的兴盛,解剖学不仅直接促成了医学的发展,同时也为当时的艺术家们提供了探索人体构造的有利条件。于是,人的身体成为了各门类艺术竞相表现的对象,无数的艺术家为人类身体的构造奇妙与精美绝伦所着迷,并将其看作是造物主的杰作。

但是值得注意的是,在古希腊人的观念中,虽然十分重视人的身体,但它有一个先决条件,那就是身体之美是与精神之美、灵魂之美、知识之美相关联的,古希腊德谟克利特就说过:“身体的美,若不与聪明才智相结合,是某种动物性的东西。”柏拉图也说过:“应该学会把心灵的美看得比形体的美更加珍贵,如果这是一个美的心灵,纵然他在形体上不甚美观,也应该对他爱慕。”也就是说,如果没有内在心灵的支持,任何外在的美都是不存在的。不仅如此,柏拉图在不断强调灵魂的重要作用的同时,他十分轻视身体,甚至对身体抱有深深的敌意:身体对于知识、智慧、真理来说,都是一个不可信赖的因素,身体是灵魂通向它们之间的障碍;“因为带着肉体去探索任何事物,灵魂显然是要上当的”^①,因为身体就代表着欲望,欲望会玷污灵魂,遮蔽智慧,因此“我们要接近知识只有一个办法,我们除非万不得已,得尽量不和肉体交往,不沾染肉体的其余,保持自身的纯洁。”^②因此身体的欲望不仅导致了尘世间的苦难与罪恶,同时也遮蔽了对知识的获得。柏拉图关于身体与灵魂的所有观念,来源于其二元论的基本构架,因此在他看来,“身体是短暂的,灵魂是不朽的;身体是贪欲的,灵魂是纯洁的;身体是低级的,灵魂是高级的;身体是错误的,灵魂是真实的;身体导致恶,灵魂通达善;身体是可见的,灵魂是不可见的;大体上来说,灵魂虽然非常复杂,但它同知识、智慧、精神、理性、真理站在一起,并享有一种对

① 柏拉图著 杨绛译《斐多》,第 85a 页,辽宁人民出版社,1984 年。

② 柏拉图著 杨绛译《斐多》,第 85a 页,辽宁人民出版社,1984 年。

于身体的巨大优越感。身体正是柏拉图所推崇的价值的反面，它距离永恒而绝对的理念既陌生又遥远。”^①尽管也有过像文艺复兴时期那样对人的身体的解放，然而不可否认的是，正是这种二元对立的关于身体的理念，可以说深刻地影响了西方的文化与文明，后来的笛卡尔、奥古斯丁、黑格尔、马克思等，无论其哲学观点与学术话语多么不同，但有一点是相同的，那就是从根本上尚未脱离出这种二元论的思维定势。

这种影响，一直要到尼采的哲学体系中，才出现了新的转机。与前哲相比，尼采更深刻地认识到了身体在文化中的重要性，他提出“以身体为准绳”，并对其给予了高度的评价：“身体乃是比陈旧的‘灵魂’更令人惊异的思想。”^②“兄弟啊，在你的思想与感情后面，有个强力的主人，一个不认识的智者——这名叫自我。他寄寓在你的身体中，他便是你的身体。”^③而对于身体的关注与否，成为了能否达到“超人”境界的关键，从此开始，身体不仅成为哲学的中心，而且世界也从身体的角度获得了各种各样的解释性意义。

尼采之后，罗兰·巴特从人类的阅读行为出发，将身体提到了一个新的高度。他将身体引入人的阅读行为，认为人在阅读中寻求的不是“意义”，而是“快感”，因此阅读就不再是人与人之间的精神交流，而是人的身体与身体之间的情色游戏。于是，阅读顺理成章地成为了人类所特有的一种身体表演行为。

到了法国思想家福柯那里，将身体引入自己的文化与社会学研究领域，并以身体为出发点来构建自己的学科理论。在他看来，历史在一定意义上只能是身体的历史，历史以其特有的方式将自己的痕迹纷纷铭写在身体之上，身体成为各种权利所追

① 汪民安、陈永国编《后身体：文化、权利和生命政治学》，第7页，辽宁人民出版社，2000年。

② 尼采著，张念东、凌素心译《权力意志》，第76-77页，中央编译出版社，2000年。

③ 尼采著，徐梵澄译《苏鲁支语录》，第106-107页，商务印书馆，1986年。

逐的目标,于是各种各样历史的悲喜剧中,“最终涉及的总是身体,即身体及其力量、它们的可利用性和可驯服性、对它们的安排和征服”。于是,身体刻写了历史的印记,而历史及其权力则在不断摧毁和塑造着身体:“权力关系总是直接控制它,干预它,给它打上标志,训练它,折磨它,强迫它完成某些任务、表现某些仪式和发出某些信号”^①。然而福柯有关身体的理论,虽然来自于尼采的学说,但与尼采的观点有着区别,因此“福柯关注的历史,是身体遭受惩罚的历史,是身体被纳入到生产计划和生产目的中的历史,是权力将身体作为一个驯服的生产工具进行改造的历史,那是个生产主义的历史。”^②

总之,在西方文明漫长的历史发展过程当中,作为正统的意识形态或哲学观念,总是对人的身体采取压抑或贬低的态度,总认为它是屈服于灵魂、为精神与心智所服务的,而它自身又是卑贱、肮脏、世俗的,因此如果谁要想提到身体,或者说重视身体,那么轻则会成为个人道德品质问题,重则会成为异端邪说而为社会所赶尽杀绝,对这一点,法国思想家鲍德利亚有过精当的评述:

在意识形态的历史中,那些与身体相关的意识形态,在很长时间里,都具有对以灵魂或其他某种非物质原则为中心的唯灵论、清教、说教性类型意识形态进行攻击批判的价值。从中世纪开始,面对着教会僵硬的教条,所有的异端都以某种方式表达过身体的肉欲要求 and 预先恢复(这是不断复兴而不断遭到正统教义审判的‘亚当’趋势)。自从15世纪以来,感觉主义、经验主义、唯物主义的哲学摧毁了传统的唯灵论教条。

① 福柯著,刘北成、杨远婴译《规训与惩罚》,第144页,三联书店,1986年。

② 汪民安、陈永国编《后身体:文化、权利和生命政治学》,第144页,辽宁人民出版社,1999年。

对那种被称为灵魂的基础价值进行的极其漫长的历史分解进程,牵涉到救赎的整个个体模式,当然也包括社会一体化的整个过程,如果对这一进程进行细致的分析,那会是很有意义的。这种对身体进行的长期去魅及世俗化贯穿了整个西方历史:身体的价值曾在于其颠覆性价值,它是意识形态最尖锐矛盾的策源地。^①

这种概括,不仅从较为开阔的视野分析了人类社会中身体的“身份”及其权益,同时也指明了其社会意义与价值。

与西方文化不同,在中国文化中,身体被赋予了一定的特质,早在史前时代华夏审美起源阶段的性别与性别偏向,其实就是文化的身体与身体化问题,因此海外华裔学者孙隆基提出的中国文化的“身体化”特征,其实早在史前时代就已表现了出来。在中国文化中,常常表现出对身体的两种矛盾态度:一方面“身体发肤,受之父母”,身体具有独立的不可随意处置的神圣性,另一方面中国人同时又常常会“舍生取义”,其实就是为了理想而放弃身体的现实。这种态度,势必造成中国人的“身”与“心”的严重分裂,正如中国古代思想家荀子所言:“形相虽恶而心术善,无言为君子也;形相虽善而心术恶,无言为小人了。”一个人身体的外在表现,可以独立于它的精神,甚至会出现像悖的情形,因此在长期的文化发展中,个人的身体处于一种严重“缺席”的状态。这样,我们在中国文化与艺术中,常常可以看到对各种人体器官的展示与审美,如汉代赵飞燕的细腰《古诗十九首》中的“纤纤玉手”,《红楼梦》中林黛玉的“丹凤眼”与“笼烟眉”……但常常却缺乏对身体美的展示与审美,或者说,中国文化中对身体美的展示,都是通过对人体具体器官的描写来展开的。

^① 让·波德里亚著,刘成富,全志钢译《消费社会》,第 171 页,南京大学出版社,2000 年。

中国改革开放以后的历次文化运动 ,实际上是对身体的解蔽或解放的过程。如刘晓波的成名作即为《赤身裸体 ,走向上帝》。同理 ,王小波的小说固然可以有许多文化阐释 ,然而不可否认的是 ,其鲜明的身体化倾向则是其对中国文学的最大贡献。他小说中对身体的描述 ,在他汪洋恣肆的文笔与天马行空式的思维背后 ,隐藏的是对身体的展示渴望与身体意识的觉醒。于是 ,有女性社会学家发出了“ 只要不侵犯别人利益 ,女性有支配身体权利 ”的呼声与呐喊 :

只要不侵犯别人利益 ,女性有支配身体的权利

中新社北京一月二十一日电中国社会学家李银河博士在接受《华声视点》采访时表示 ,张扬以强调个人的快乐为特点的新型性道德 ,不会引起中国社会的混乱 ,婚姻不是性关系的唯一许可证 ,女性有支配身体的权利 ,中国关于淫秽品的法律太过时、太脱离实际了。

李银河认为 ,在中国这片传统文化积淀很深的土地上张扬个人的幸福 ,不会引起社会的混乱。目前婚外性增多的原因 ,是有一部分人认为 ,婚姻已经不是性的许可证了 ,他们就可以选择婚外性。

李银河说 ,婚姻的稳定与社会的稳定之间没有必然的联系。美国的离婚率是百分之五十 ,而美国的社会是很稳定的。

李银河作过一些调查 :她所有的朋友都看过“ 毛片 ”。她说 ,按照法律他们都违法了。中国关于淫秽品的法律太过时、太脱离实际了。如果公民中有五成以上的人都在犯法 ,那么这个法律是有问题的。说淫秽品导致社会上性犯罪的增多是一种误

导。在谈到目前一些女性在社会上利用性来获取利益、机会的问题时,李银河认为,只要不侵犯别人的利益,女性有支配自己的身体的权利。对于不平等的性关系,用道德来谴责就可以了,没有必要用法律的手段来惩罚他们。中国人有了权利意识,中国就快进入现代社会了。^①

这则消息是意味深长的,它不仅表明了一个女性社会学家对现有法律及观念的不满,更值得注意的是,它也许标志着中国人现代身体观念的彻底转型。

身体意识的觉醒,并非仅对性感的展示,或者以身体为消费对象、目标,而首先是表现在对身体的表达愿望及对这种愿望的具体表现行为。

其实,纵观中外文化发展的历史,一种文明的先进与落后,有一个很重要的标识,即是展示还是禁锢身体。而文化与身体的关系,简言之,就是文化个体有没有支配自己身体的权利以及如何支配自己的身体。

古希腊、罗马文化,文艺复兴,都是以对身体的解放与展示为标志的,而中世纪的宗教时代及其维多利亚时期,皆是以对身体的遮蔽与禁锢为其特征的。如此引申,昆德拉的小说之所以能风靡世界,也许有很多原因,且非常容易上升到理性的层面:即它在本质上表达了社会变革时期知识分子的生存状态。然而一般论者却往往忽略了这样一个问题:即昆氏小说中对身体的展示与对身体的观念与意识,背后揭示的是西方文化中的身体意识与观念,为我们提供了迥异的关于身体及文化中的身体化的异域景观。这不仅是新颖的阅读经验,同时也是一种阅读快

^① 1995年10月14日,《南方周末》转载中新网“同城约会”,原文见网易新闻频道。

感。正是这一点,促成了昆氏小说在中国的流行。正是在此意义上“身体的整个当代史是身体的标识史,是包括各种标志和符号的一个网络,这个网络自形成以来就遮盖着身体,分化着身体,破坏着身体的差异性和根本性,以便把身体组织成一个进行符号交换、与物体领域相同的结构物质,把其嬉戏的虚拟和象征的交换(不要与性征相混)变成性征”^①,这种性征,在很大程度上成为整个文化史上进行身体标识的重要表征。

身体解放与性别解放

与人类社会历史漫长的对人类自身身体的禁锢与压制相一致,在人类社会既有的性别构成中,作为人类性别组成的重要部分,男性与女性从来都具有不同的文化与社会地位,通常情形下“生物学意义上的男性身体在教科书里常常被当作种族或者全人类的理想代表而出现”^②,男性的身体成为了社会文化价值观念与审美观念的“标本”,而女性却遭受了更多的灾难与压制:确实,在与我们相关的这个历史时代,女性被混同于不祥的性别并被认为注定如此。但这种心理辖制的宣判完全受到某种社会奴役的唆使:女性和身体在整个西方历史上遭到了同样的奴役、同样的流放。女性的性别界定是历史造成的,对身体的压抑和对女性的剥削被置于同一符号之下,这一符号要求所有被剥削的(因而是危险的)范畴自动获得一种性别界定。黑人也同样被‘性别化’了,并不是因为他们‘更接近天性’,而是因为他们为奴隶、被剥削。整个文明的被压抑、被升华了的性欲,必定是和其社会压制、隶属构成的这一文化自身基础的范畴结

① 让·鲍德里亚著,陈永国译《身体,或符号的巨大坟墓》,见汪民安、陈永国编《后身体:文化、权利和生命政治学》,第183页,辽宁人民出版社,1999年。

② 杰奎琳·厄拉艾伦·悦斯韦伦德著,林斌译《芭比与人体测量学:通俗文化中令人不安的女性身体理想》,见汪民安、陈永国编《后身体:文化、权利和生命政治学》,第184页,辽宁人民出版社,1999年。

合在一起的。”^①女性的身体不仅承担着社会文化和欲望的表达 ,同时也在不断的身体再造中完成了女人的物化过程。于是 ,我们看到 ,在视像时代 ,身体不仅成为消费的对象 ,身体同时也成为可以任意改造甚至加工的对象 ,而当代文化中所有这一切对女性身体的控制、疏离、流放、奴役 ,并非仅仅因为男权社会来自男性的原因 ,也不完全来自女性 ,而主要是来自以电视为代表的视像传媒的操控。

虽然在视像时代充满了女权主义的号角 ,虽然妇女解放运动在全球范围内风起云涌 ,且今天的妇女已经具有了较高的社会地位与较好的经济收入 ,尽管如此 ,但社会成员的身体并未随着社会地位的变化而被纳入绝对的解放 ,用波德里亚的话说 ,目前我们仅仅是“ 处在一个清教意识形态和享乐主义意识形态相互渗透的阶段 ”; 我们看到 ,今天似乎取得了胜利的身体并没有继续构成一种生动矛盾的要求、一种‘ 非神秘化 ’的要求 ,而只是很简单地接过了时代的接力棒 ,成了神话要求、教条和救赎模式。它的‘ 发现 ’ ,曾经在很长时间内是面向更多自由、真相、解放的、对神圣化的批判 ,简言之就是人反对上帝的战斗 ,如今它也落到了重新神圣化的符号之下。身体崇拜不再与灵魂崇拜相矛盾 :它继承了后者及其意识形态功能。”^②在新的消费时代到来之际 ,传统的关于精神与肉体的观念 ,与当代享乐主义观念紧密地结合在了一起 ,这不仅将传统社会身体与精神的尖锐对立消解于无形 ,而且形成了两者相互融合的消费时代的新的意识形态景观。“ 身体的政治化和生命的女性化促进了对人体进行社会分析的兴趣。这两个密切相关的社会变化应同当代消费主义的发展联系起来。20世纪增长的消费文化和时尚产业特

① 让·波德里亚著 ,刘成富 ,全志钢译《消费社会》,第 146 页 ,南京大学出版社 2000 年。

② 让·波德里亚著 ,刘成富 ,全志钢译《消费社会》,第 146 页—147 页 ,南京大学出版社 2000 年。

别重视身体的表面。消费社会重视强健美丽的身体,在这个消费社会的成长过程中,我们可以看到西方价值发生了主要的历史性变化。西方价值先是因为一些苦行原因强调内心控制,现在则因为审美目的而强调对身体表面的操控。这种身体的变化代表了西方价值的世俗化倾向,在此,饮食的目的以前是用来控制精神和灵魂生活,现在的目的则是为了变得更性感和更长寿。为了对身体进行控制而设置的饮食管理,其最初的宗教表白通过医学化的作用转变成了世俗的健康和卫生道德。”于是,身体自然被纳入了文化与审美的视阈。“与消费主义密切相关的是,人们对身体的审美性质日渐重视了,而这则是从长相的角度来强调苗条和自我调控。”^①而由于商品社会消费文化的盛行,由于大众文化所导致的社会区位与风格的差异性,由于以闲暇为表征的城市文化的发展;人们越来越意识到,身体是被社会性地建构和生产的,身体被碎片化了而且有多种多样的身份;身体不再是牢牢地固定在一个稳定的社会空间内。”一旦身体变得时尚化,一旦它被编码整理,在社会理论中就会越来越多地强调欲望、性和情绪”^②。身体这种日益零碎化的被社会建构与空间的不断位移,以及社会对欲望、性和情绪的这种强调,从本质上取决于视像时代视像的视觉化特质及其内在需求,但究其根本目的,只有一个,即如雅克·斯顿伯格所言:“不管被投入到商业领域中的物品是轮胎还是棺材,他们总是企图触及潜在客户的同一个部位——腰带之下。这对精英来说是色情,对大众而言是淫秽。”^③由于有这一根本动力,因此它要求作为社会成员的个人将自己的身体最大限度地视觉化。

① 布莱恩·特纳著,汪民安译《身体问题:社会理论的新近发展》,见汪民安,陈永国编《后身体:文化、权利和生命政治学》,第182页,辽宁人民出版社,1999年。

② 布莱恩·特纳《身体问题:社会理论的新近发展》,见汪民安,陈永国编:《后身体:文化、权利和生命政治学》,第182页,辽宁人民出版社,1999年。

③ 转引自让·波德里亚著,刘成富,全志钢译《消费社会》,第182页,南京大学出版社,1999年。

身体的视觉化

人类对自身身体的关注、人类自然的身体成为文化的身体，又一重要的表征，即身体的视觉化。在传统的文学艺术中，虽然身体有一个漫长的不断被视觉化的过程，然而对人类身体的理解与把握，总是需要通过观看者的想象去弥补。比如说在文学作品中，无论是如何活灵活现的人物形象，总是需要阅读着的丰富想象作为基础的，在绘画及雕塑艺术作品中，虽然人类的身体被赋予了具象的可感知形式，然而对其静态的瞬间性表情的理解，自然还需要观赏者借助自己丰富的想象去弥补前因后果。然而随着摄影技术、影视技术的被发明，身体的视觉化逐渐显现出了其不同于既往艺术形式的人文景观。随着视像艺术的被发明，人们在不同的场合通过不同的媒介（摄影、电影或电视）来呈现自己的身体，以满足不同人们对异性或同性身体的观看需求。在社会普遍的男人观看女人的行为中，女人首先关注的是自己的被观看，这样，女性的身体就成为了一种可供观看的视觉客体，因此也就形成了身体的视觉化。在身体的这一视觉化过程中，身体实现了其美学与经济学的最大价值。

而这种视觉化，本质上是出于商品社会消费时尚的需要，因为“今天的历史，是身体处在消费主义中的历史，是身体被纳入到消费计划和消费目的中的历史，是权力让身体成为消费对象的历史，是身体受到赞美、欣赏和把玩的历史。身体从它的生产主义牢笼中解放出来，但是，今天，它不可自制地陷入了消费主义的陷阱。一成不变地贯穿着这两个时刻的，就是权力（它隐藏在政治、经济、文化的实践中）对身体精心而巧妙的改造。”^①正是这种隐藏于消费文化的对身体的消费意识与“一些传媒与

^① 汪民安、陈永国编《后身体：文化、权利和生命政治学》，第 104—105 页，辽宁人民出版社，2003 年。

商业文化、传统观念在利益互动中营造的女性审美文化氛围,使男性在审美文化和性别关系中的主体性得以彰显,而女性在审美关系中的被动地位被强化。女性身体仍然是男性文化的消费对象,在男性的各种‘注视’中,女性逐渐他者化、商品化。男性对女性身体的消费同样也存在双重道德标准的问题。一方面,他们教会女人怎样在注视中懂得什么是美、怎样才能变美、怎样利用美,另一方面又轻薄女人的身体。尤其是在性市场上,许多男性一边享用着女人的美丽和身体,一边骂着婊子,骨子里瞧不起她们。”这种观点,不仅仅是因为出自一位女性作者的愤懑的情绪化的呐喊,更为重要的是,它表明了这样一个社会现实:在一切均以消费为至高无上准则的商品社会的消费文化大潮中,人类的身体不仅无法幸免,甚至首当其冲成为了可供消费的对象。既然要使身体具有可消费性,那么人类便要能够支配自己的身体,这样便迫切需要实现对身体的控制与操控。

身体控制与身体操纵

尽管如此,人类的身体毕竟不是可再生的商品,因此人们既要消费身体,又要保护身体以便经常消费,于是,对身体的控制与操纵自然就成为了一种重要的方式。

经营身体的必要性以及‘做一切你能做到的’的信条其实就是你能选择你想要的身体这样一个观念——是消费文化的一个普遍性的特征。控制身体不让它太胖或者肌肉松弛——换句话说,服从以性别为特征的健康和体重标准——是个人的社会 and 道德价值的标志。但是……并不是所有人的身体都受到同样程度的仔细审视或者在其失控的情况下受到同样的冲击。特别是在女性的身体和欲望中,结构矛盾——对消费的刺激和对纵欲的社会谴责两者同时并存——似

乎最明显地表现在身体的高度自我监督和自律机制上面。‘一天内六次查看化妆效果看粉底是否结成硬块或者睫毛膏是否融化并且担心风雨会毁坏发型的女人已经像全景式监狱里的囚犯一样毫无疑问地变成了一个自我警戒的对象,一个受到自身无情的监督约束的自我’。如同女性的相貌受到社会更为苛刻的审视一样,女性的欲望、饥饿和食欲在父权制社会中被看作是极具威胁力因而需要控制的对象。^①

因此这种对身体的控制与操控,通过对消费的刺激与对纵欲的谴责,首先在女性身上体现出来,这是因为女人在人类社会,为女性赋予了更多的社会文化含义:在我们文化中,做一个女人意味着除了很多事情之外,你还需要不断遵从管理身体的要求,对身体实行严格的控制——以防变得太胖或太瘦,太苍白或是面色太黑,以防皱纹丛生或毛发太盛,以防外表太性感逼人或过于寒酸,以防身体散发汗味、血腥味或蒜味,以防经血渗漏或指甲折断。你必须控制你的身体,让它时刻处于严密的监控之内。”^②这种对自身身体的操控,并非仅仅满足于自身的需要或社会的目光,更重要的是表明了女性对男权社会的妥协。

“天乳”与“波霸”

天乳者,自然发育形成的乳房也;波霸者,乳房特别大而可以称王称霸、睥睨群乳者也。“波”,据

① 杰奎琳·厄拉艾伦·悦斯韦伦德著 林斌译《芭比与人体测量学 通俗文化中令人不安的女性身体理想》,见汪民安、永国编《后身体:文化、权利和生命政治学》,第 141—142 页,辽宁人民出版社 2004 年。

② 兰德·马克沃特尔著 龙冰译《自然的身体 我们这些离经叛道者》,见汪民安、陈永国编《后身体 文化、权利和生命政治学》,第 142 页,辽宁人民出版社 2004 年。

说是源于英语“乳房”一词第一个字母的发音,系从港台舶来。本来无论“波”“乳”,不分男女,它是人体一个比较敏感的器官或隐秘的部位,在中国传统观念中不仅是一个形体的“累赘”,更是一个话语的“禁区”,当然也就不容人们在大庭广众之下聒噪置喙,然而时代在发展,社会在进步,本来传统观念中不是话题(至少不是公开谈论的话题)的话题,今天却成了一个热门话题,本来不存在任何问题的东西,现在一夜之间却成了天大的问题。这绝非笔者的危言耸听,君不见遍布电视和印刷品的各种广告,做女人“挺”好;做女人“挺”不容易;挺不起胸、抬不起头;只有漂亮是不够的,丰韵才是真的美等等,不一而足,似乎一夜之间,全中国的妇女都得挺起胸膛,不然小则会失去女性美,大则会终生缩着脖子、夹着尾巴,重新吃二遍苦、受二茬罪;私则有愧于列祖列宗,公则对不住社稷江山。在此观念的诱导和大众传媒的催眠下,神州大地一时间“波”涛汹涌、“波”浪滚滚,倾巢之下,安有完卵,本来安之若素的一些淑女们,在此劈头盖脑的大潮之下,不免蠢蠢欲动、随“波”逐流,形成了新的家庭不稳定因素。

于是,五花八门的方法和措施应运而生,或在体内填入某种物质,或在体外垫上各种泡沫,或系戴金属圈以支托,或服食中草药以丰隆,更有甚者,在支托服食之外,每日迫不及待地蹦上跳下、挤捏揉搓,在当今社会,恐怕没有任何事情能使女人们如此地专心致志,如此地痴迷执着,如此地趋之若鹜。

天乳与波霸,仔细想来,两者有异有同,同者,两者在一“大”字,既然是天乳,自然是因为天然生成,不大不足以谓之“天”;既然是波霸,当属同类之翘

楚,不然何以称王称“霸”?异者,前者乃天然去雕饰,没有任何人为的因素在内;而后者则是人为巧雕饰,如果用中国传统审美范畴去统摄,一个是“自然”,一个则是“人工”。在中国文化传统中,前者常常得到尊崇,后者则往往受到贬抑,谁曾想风水轮流转,到了20世纪末,社会思变,人心不古,两者整个位置大转换,这真是人生的美丽与无奈。

本来窃以为这只是人类爱美之心的自然流露,抑或是商业社会的常规炒作,甚或只是社会流行文化大潮中荡起的几缕微澜,随着时间的推移和兴趣的衰退自然会波平浪静、水波不兴,然而似乎并不止此,就在行文即将结束之时,浏览报纸,偶尔看到广州有一款菜肴,名曰“波霸羹”,对于笔者来说,简直是匪夷所思,也许真应验了一句古语:秀色可餐。但是其表明了这股波澜已经向饮食文化的渗透,不知明天是否还会出现以“波霸衫”、“波霸屋”、“波霸车”……为“主打”的“波霸秀”?那么后天呢?随着人类的最后一块遮羞布的飘然坠地,他们还会为自己留下最后一块隐私吗?

通过节食而减去体重,为了苗条而不惜患上厌食症,这也许在另一层面不无象征意义:女性通过对自己身体的操控来获得在男权社会很难获得的控制欲的满足,表明了她们从家庭和生育中解脱的欲望,以及对男权的抗争,尽管这种抗争以对自己身体自虐的形式来完成。通过现代医学对身体的改造与再造行为,女性将自己从她生就的躯体中解放了出来,通过这种对自己身体支配权的获得,完成了对男权社会的有限反抗。尽管“当代女性既是自己身体的修女又是其经理,他负责使其保持美丽

和有竞争性”^①，然而在这种操控本质上并非是时代审美观所致，而是有其更深的社会规则，因为在不同的文化系统中，“美丽和苗条根本没有天然关系。肥和胖在其他时代、其他地方也曾被看作美丽。但那种强制性的、普遍的以及大众化的美丽，则是与苗条密不可分的。美丽在于肥胖或苗条、沉重或轻盈，都是由一种建立在形式和谐基础上的传统规定所决定的。根据目前它与符号相联系的逻辑规定，它只能在于苗条及轻盈，这一规定和物品的功用性或曲线的优雅一样，受到代数经济的支配。从那些样板和模特的身形来看，它更在于苗条甚至消瘦，她们既是对肉体的否定也是对时尚的颂扬。”^②既然是时尚，它总是具有流行与循环的性质，然而在关于人的身体的塑造与管理中，这一法则却失去了效力，与流行的“文化症疾”性质相比较，对苗条的追求与对线条的塑造，成为了跨文化、跨时空、跨观念的相对稳定的一种“永不消逝的时尚”，短暂的流行时尚法则，在当代社会中女性关于自己身体的永恒塑造行为中，失去了其普泛性的规律，其中的意味也许是复杂而深长的，但有一点可以肯定，那就是在日益缺乏个性的时代，女性（当然也不排除男性）通过对自己身体的控制与改造，完成了自己独立不群、特立独行的个性形象塑造。

然而这就造成了新的矛盾，因为一般而言，人类对自己身体的控制与改造，总是象征着人类身体由先前的禁锢转向现在的解放，且在商业消费社会，我们的社会行为不仅普遍地指向一种具体物质与抽象精神的“消费”，且这种消费最终明白无误地落在了围绕自己身体的消费方面，这本无可厚非，然而值得注意的是，人类在通过这种消费行为将满足人类身体的全部潜在性需

① 让·波德里亚著，刘成富，全志钢译《消费社会》，第158页，南京大学出版社，1994年。

② 让·波德里亚著，刘成富，全志钢译《消费社会》，第158页，南京大学出版社，1994年。

要充分释放与发掘出来的同时,身体受到了新的禁锢甚至摧残,也就是说,当人类刚刚为自己的身体从传统文化的桎梏下获得解放而沾沾自喜之时,在消费文化大潮的冲击之下,人类又为自己的身体套上了新的枷锁,那就是以各种美丽的名义进行的化妆、装饰、减肥、纹身、整容、清洗(包括外在的肌肤与内在的一些脏器),所有此前的整个社会意识形态对个体的束缚与控制,如今皆以美丽的名义进入对人的身体的普遍关注之中,成为一种潜在的对个体身体的制约;就是这种冲动,超越了时尚的(且不可置疑的)规定性,培养了那种不可抑制的、非理性的、猛烈的自我毁灭,其中起初的目标,美丽和优雅,都只是一种无法摆脱的日常惩戒操练的借口而已。身体在一种全面折磨之中,变成了必须根据某些‘美学’目标来进行监护、简约、禁欲的危险物品,我们只要把眼睛紧盯着《浪潮》中的那些瘦削、枯瘦的模特们,就可以从中解读出丰盛社会对于其身体必胜主义的完全反向的侵略,和对于其所有自身原则的强烈否定。”^①在这种压抑与否定中,身体的美丽与人类身体物质的需要、人类性欲的需要中断了关系,也与人类进行身体解放的初衷大相径庭,而是形成了技术、美学与经济对身体新的操控与压抑。“这个躯体化的女性特质之谜使得女性身体永远也不够有女人味,而必须刻意经过往往很痛苦的改造才能符合‘自然造物’的初衷——这种情况在消费资本主义的背景下得到戏剧性的强化——这促使我们在针对不合乎常规的身体进行的研究中把焦点集中在女性理想的具体形象上面。关于男性和女性身体的种种理想化的观念既不具有普遍性也不是恒定不变的,而是有着因时间、种族或民族、阶级和文化而异的一段漫长历史。在 19 世纪的北美洲,身体的理念在其形成过程中受到的影响来自于古典或‘高雅’艺术中的形象以及科学和医学文献,并越来越多地来自诸

^① 让·波德里亚著,刘成富,全志钢译《消费社会》,第 156 页,南京大学出版社 2000 年。

多商业利益,从普通的人寿保险标准到更加吸引公众注意的时装、健身和娱乐工业。每个因素都在 20 世纪后期美国的理想身体标准的确立过程中发挥了一定的作用,尽管有时候这些作用相互抵触。”^①

视像时代的身体美容

对自己身体进行控制与操纵的极端行为,便是充分运用现代科技发展的最新技术及成果,在美容的名义下对身体的再造与修整。由于目的、方法及观念的差异,目前的身体美容主要侧重于以下几方面:其一,美发:以头发为对象的装饰与美容,如剪理、熨烫、洗染、编织及各种饰物的使用来达到美化身体的效果;其二,装饰:主要包括衣服及其装饰与各种体饰来实现;其三,纹身:主要通过对自己身体表面皮肤的穿刺、涂绘等方法来实现;其四,美容:只对身体局部的装饰与美化,以不改变这些身体部位的自然状态为标识,如对睫毛、眼球、牙齿、嘴唇、指(趾)甲等部位的美容;其五,整容:分病变性整容与审美性整容,前者主要指通过现代医学手段对自然或人为的灾难对人体所造成的伤害的补救行为;后者主要指美容性整容,指通过医学外科手术的手段实现对包括面部、胸部、阴部及身体其他部位的美化;其六,变性:分生理性变性与心理性变性,即通过现代外科医学手段实现的对人类性别的再造行为。

为了实现以上目的,人体美容既可以通过外在装饰的美学手段或服药、手术等医药手段,也可以通过健美、日光浴等运动手段或自我暗示、疏解等心理手段,通过这些不同的手段,以便达成以下两个目标:其一,改变体量:如以瘦为美。社会节奏的

^① 杰奎琳·厄拉艾伦·悦新韦伦德著,林斌译:《芭比与人体测量学:通俗文化中令人不安的女性身体理想》,见汪民安、陈永国编:《后身体:文化、权利和生命政治学》,第 404—405 页,辽宁人民出版社,2000 年。

加剧与个体竞争的日益激烈,迫使社会成员的美容以减少身体的空间占有为特征,从而使审美上的苗条通过体量的减少得以实现;其二,操控体形,现代社会的一个重要特征,表现为各种事物在事实上的可操作性与可控制性,这种观念转化为人对自己的身体,自然也要实现对其的操控,而这种对身体的操控意识与行为,背后有其复杂的原因。

其实人类对自己身体的美容,至少有以下几方面值得注意:其一,技术的进步促使人们实现生活的转换,即人们通过技术手段实现对身体的操控;其二,商品社会的需要刺激促进消费,身体成为了可供消费、可供娱乐的对象,而社会经济的发展,客观上为这种消费提供了经济后盾;其三,社会竞争的日益激烈需要社会成员不断提升竞争资本与加大投资,于是身体便成为了一种最便于攫取的资本,一种最简便易行、最经济也最容易见出效果的一种投资手段;一个最直接的例子,便是在每一种职业岗位,不同的性别之间,女性比男性更容易获得成功的机会,而在同一性别之间,漂亮的女性比相貌平平的女性更容易获得更多的资源;其四,时代观念的多元化与社会变迁使得社会个体不断的个性化,使得社会成员不断进行自我设计,其中当然也就包括了对自己身体的自我设计与改造,这样,对身体的美饰、对性别的改变自然也就成为了其中的重要内容;其五,社会思潮的多元与个人生活方式选择的多元,使社会对这种行为采取了一种宽容的态度,从而在一定程度上鼓励了其行为;其六,个人审美观念的多元化必然带来多元的审美理念与行为;其七,大众文化时代日常生活的平庸化带来的审美救赎与提升,意味着对平庸的反抗;其八,出于生物性的炫耀与竞争促使人们突出与展示自己的性感,以便在种的延续上获得资源的最佳与最多配置;其九,通过工业社会商品的大规模生产实现人类审美的转型与变革。在美容行为中,身体既是审美的对象,又是审美的材料,所有高科技手段的运用和高新材料的使用,其功能本质上是对肉体的延伸,其

外形或形式上,也是对真人肉体形式与功能的模仿;其次,人在社会生活中行为或观念受挫后对自己身体所采取的一种自虐行为。有研究表明,一个出身于暴力家庭的小孩,其自虐或他虐的倾向要远远高于其他孩童,同理,一个人在社会中如果受到挫折,如果他是一个意志薄弱者或弱势群体,那么它很可能会转向一种对自己身体的自虐行为。于是我们在美容行为中,会发现这样的场景屡见不鲜:为了增强面部的血液循环,不惜每天拍打自己的脸部,直至因用力过猛而使双颊肿胀;为了养颜,不惜忍着恶心,每天早起畅饮着全家人的小便,以至于丈夫因为难以忍受而不得不提出离婚……这种种自虐行为,都在美容的旗帜下获得了合法存在的理由,而最大的危害可能还在于使美容者有可能失去生命。当“对身体美的追求成为一些女性极端的生活方式,当人们越来越多地知道这些风光的美女中,许多人的美丽都是再造出来的时候,于是大批的女性狂热地拥向健身房、美容院、减肥门诊等场所,吸脂隆胸、消斑拉皮、割眼隆鼻、打针吃药、换肤漂色、按摩挤压、镶水晶牙、甚至喝毒汁,无所不用其极。就连曾被用于生化武器、毒性仅次于炭疽杆菌的肉毒素也因为对美容有奇效,1999年在美国开始用于美容业,现已成为世界美容界的新宠。台湾就有 10 万多人接受过注射。这种产品用不好,会使人面部肌肉瘫痪,甚至危及生命。尽管在中国大陆这种产品还未被批准用于美容,但却已在美容院大行其道,如果得到的菌珠是非法生产的,其结果将不堪设想”^①。问题还不仅如此,更为严重的是,在中外一切的对身体的再造行为中,“所有的整形手术都在某种程度上把性别和身体当作文化塑料来处理,但是这些手段意义各不相同。另外,手术改变身体特征的潜能可能对社会性别的自然性和生物性别的决定性带来挑战,但是这尚未动摇认为性别本质上在于肉体而不是语言、姿态或其他

^① 见《中国妇女报》1999年11月15日报道《曹翠芬院士惊呼:太可怕了》。

表演性的外在行为的观念。的确,各种不同的社会和文化力量试图合谋把身体的改造变得如此正常如此必要,以至于‘选择不做整形手术有时反倒被看作没有调动一切可利用的资源以保持社会所接受的年轻而有魅力的体貌’。这个领域的复杂性使得巴巴拉·克鲁格等艺术家把身体,特别是被社会剥夺权利的身体,看作一个战场,一个有充满各种矛盾和抗争的多个阵地构成的领地,在这里,种族、民族和性别不平等的历史影响到个体对自己身体所作的‘选择’。”^①身体不仅被当作可以再生与再造的“文化塑料”,同时它也被社会彻底剥夺了权力,成为种族、民族、国家、性别及意识形态抗争的战场与掠夺的资源。

在任何一个社会体系中,社会价值观念与生活方式的改变,在某种程度上都首先反映在这个社会绝大多数社会成员对待自己身体的态度上。如果说从传统社会向视像社会过渡中人们对自己身体的态度发生变化,那么首先就体现在人们对身体的关注,逐渐从“养体”转向了“养眼”。

在传统文化中,身体的作用主要是社会文化主体的载体,因此其具有一般的意义,即社会成员对自己身体的关注,其主要目的是为社会主体的存在、社会文化的创造提供一个客观的条件,所以人们对自己身体的关注,理所当然将其重点放在了对肉体本身的重视,也就是重点在“养体”。而到了视像时代,由于视像决定了人们的生活方式、思维方式与审美方式,因此作为社会成员的物质性的身体除了其在传统社会中固有的意义之外,则更加凸显出了其“养眼”的一面,亦即身体的存在,主要是为了满足人们视觉的需要。虽然身体亦是社会成员的存在方式,但这一规则则因为早已变成了一种不证自明

^① 杰奎琳·厄拉艾伦·悦斯韦伦德著,林斌译《芭比与人体测量学:通俗文化中令人不安的女性身体理想》,见汪民安,陈永国编《后身体:文化、权利和生命政治学》,第7页,辽宁人民出版社,1999年。

的“潜规则”而被整个社会所忽略,人们更加关注的则是人的身体的可视性效果,因为在视像时代,由于视像传媒的作用,人们的身体意识空前强化,且常常容易将自己的身体与精心挑选、打造过的明星作为参照物,必然会产生对自己身体的不满。“成千上万名健康美国妇女认为自己的身体有缺陷,这决不是什么秘密。种种迹象随处可见:从潜藏致命因素的整容手术和药物到日常生活中更为常见的节食、卷发、烫发和增氧健身运动,妇女们试图控制她们那不听话的肉身。每年至少有十五万名美国妇女做乳房填充手术,亚洲妇女则为了让自己的外表看起来‘少一点平淡’去再造鼻子、加宽眼睛。研究表明,女性在幼年时期就表现出对身材的过度关注和不满情绪,这使人感到惊骇;生活在市郊的九岁女孩中高达百分之八十在为节食和体重而担忧。类似这样的报道连同年轻女性人群中饮食紊乱病例的激增仅仅是源于内奥米·沃尔夫所谓‘美的神话’的社会现象中较为明显的几个例子。利润丰厚的化妆品、减肥和时装工业助长了这个美的神话中关于女性身体的种种动人理念,而这些观念却反过来在女性身上起着不良作用,成了‘一条由对自我的憎恶、对身体的过度关注、对老龄的恐惧、对失控的忧虑组成的黑色脉络’。”^①这种无论国家、无论种族、无论性别、无论年龄的对身体的过度关注、担忧、憎恶、恐惧及其危机意识,不仅与身体的生理原因无关,也与身体的社会空间存在关系不大,而是来源于视像时代各种传媒的引诱与误导,在当代;愈演愈烈的各色选美风潮以及无孔不入的怂恿女性改头换面再造自己形象的大小广告轰炸,使社会对女性身体美的苛求和女性自己对体重和外表的迷恋达到了极致。在这样一个审美文化急趋功利的时代,减

^① 杰奎琳·厄拉艾伦·悦新韦伦德著 林斌译《芭比与人体测量学:通俗文化中令人不安的女性身体理想》,见汪民安 陈永国编《后身体:文化、权利和生命政治学》,第 445 页,辽宁人民出版社 2008 年。

肥、整容、丰乳、隆胸等成为近几年社会上热得烫嘴的一些词汇,并成为大批女性不可或少的生活内容和生活方式。尽管关于减肥整容修身美体行为造成的恶性事件的报道不绝于耳,许多女性为此付出了健康乃至生命的代价,但仍没能阻止住女性飞蛾扑火般地加入减肥整容和丰乳肥臀大潮的步伐”^①。一切为了视觉,一切要具有可操作性,视像时代的这两条训诫,在人类对待自己的身体上,体现得完全彻底!而人类在这条对自己身体的再造行为中,从来没有走得如此心甘情愿,如此无怨无悔!

^① 姜秀花《对女性身体再造行为的文化评析》,《妇女研究论丛》,1998年第3期,第155页。

八、视像与性别

197

视像再现与模式化再现

视像再现的模式化倾向

在前面的章节中我们提到,视像是被程式化、符号化了的现实世界。在这里我们有必要来回头看一下“程式”这个概念。关于程式,英国学者大卫·麦克奎恩有这样的论述:“程式是一些重复出现的元素,在重复中这些元素能够被观众所熟悉和预见……程式包括:人物、情节、场景、服装和道具、音乐、灯光、主题、对话、视觉风格”^①;“这些程式我们在经常的接触之后就能够识别。”^②由此可见,所谓程式,是指视像节目中一些重复出现、被人们所熟知并易于识别的要素。

不同类型的电视节目,往往有着不同的程式化了的元素。我们还是以前面的足球比赛的现场直播为例,来看看这些直播

^① [英]大卫·麦克奎恩著,苗棣,赵长军,李黎丹译《理解电视——电视节目类型的概念与变迁》,第 44—45 页,华夏出版社,1994 年。

中所包含的一些程式化了的元素。在每次比赛的直播中,除了双方参赛的球员以及教练员、裁判等与球赛本身有关的人员外,总会有一个或者两个解说员,有时候还会邀请特约评论员或者嘉宾。基本的情节,自然是双方的比赛,在比赛的进程中,最为常见的做法就是进球后的慢镜头回放以及给一些“冒尖儿”的人物以特写或者近景,比如进球或是犯规的球员、焦躁不安或是狂喜不已的教练、还有一些狂热不已而又个性鲜明的球迷;除此之外,在比赛开始前往往往会有一些球员、教练员、裁判员的介绍,中场休息时,不会忘记回演播室一趟,然后再给你来个精彩回放之类的,当然更不会忘了卖一次广告。至于场景,一般都有两个部分,比赛场和演播室。演播室里,解说员和评论员(或嘉宾)的服装一般都不需要特殊的修饰,大方、得体即可;道具也是简简单单,一张桌子、每人一台笔记本电脑——在笔记本电脑的外壳上还是没忘了卖一把广告,上面往往都印着“清华同方”、“联想”之类的几个大字——解说员后面一般是可以显示影像和图案的大屏幕;灯光也是满足基本的照明,没有影子即可——都是一般的播报型演播室的要求。比赛场里,服装、道具、灯光之类的,好像还没有受到视像节目制作者人为控制的痕迹。对话的风格一般都会因解说员和评论员(或嘉宾)自身的特点而有所不同,但似乎都少不了一些调侃的话语,比如:“他是一个全能型球员。实际上,全能型球员就意味着没有什么特长。”“这一大脚太臭了”之类的;而最为明显的便是一些极富主观色彩的猜测性话语:“假如……”、“大概……”、“也许……”、“可能……”。视觉风格大多已经在前面提到过了,还有一点就是在比赛过程中绝大多数情况下都是用跟镜头,跟的主要对象就是那圆滚滚个人争来争去的“皮球”。

当然,任何类型的电视节目,它的程式都不会是一成不变的。随着时代的变迁,某一类节目的程式都会或多或少地发生变化,但在短时期内,这种程式化了的元素有着相对的稳定性。

从传播学的角度来讲,传者和受者之间信息的传递是通过

符号的编码和解码来实现的。所以,任何传播媒介所传播的信息都是符号化了的,它的意义的完整建构都必须依赖于受者的解码,而受者对符号的解码又会受到自己的知识、文化背景、生活经验、当时所处的环境等因素的影响。作为传者来讲,他必须尽最大的可能使自己想要传播的信息到达受者,于是“媒介运用一种简便的方式来建构其再现世界,这种方式包括各种易于辨认的类型和程式。”^①在媒介用这种简便的方式来“再现”这个现实世界的过程中,使得这些易于辨认的程式发挥到了极致,不可避免地便会出现一些模式化的倾向,呈现在电视屏幕上的视像同样不能例外。举个简单的例子,在足球比赛的现场直播中,摄像机往往会寻找一些“冒尖儿”的球迷来传达那种狂热的气氛,而进入摄像机镜头的这些球迷往往都是脸上涂满了油彩,身着奇装异服,做出一些夸张的表情和动作,为自己的球队声嘶力竭地呐喊……这样的形象反复出现在电视屏幕上,他们共有的一些特征和性格特点便凸现了出来,并被设想为所有球迷的共同特征,于是,关于球迷的模式化形象便产生了——而事实上并非所有的球迷都是这样。

说到这里,我必须对“模式”的特征进行一些辨析:首先,模式并非总是消极的。尽管并非所有的球迷都是满脸油彩,但满脸油彩的球迷“形象”并没有对他们造成任何不良影响。其次,模式并非一成不变的。随着时代的变迁,模式化了的形象总会发生一定的改变,只不过有时这种改变是在不经意间发生的而已。也许有一天,当球迷们觉得在脸上涂满油彩是“老土”的表现时,他们中会有一部分人率先吹响告别油彩的号角,慢慢地,告别油彩的球迷数目“与时俱进”,直到有一天,油彩彻底地远离球迷……但是,球迷还是球迷,他们总会有一些共同的特征,只要有这些共同的特征,视像中展现的球迷就还是会有着自己

^① [英]大卫·麦克奎恩著,苗棣,赵长军,李黎丹译《理解电视——电视节目类型的概念与变迁》,第154页,华夏出版社,1999年。

的模式化形象。有了这两点基本的认识,我们再来看看视像中一些常见的模式化形象:

性别模式摇视像中表现得最为明显的便是由性别导致的模式化形象,这一点我们将在后面的章节中专门讨论。

年龄模式摇在视像中,不同年龄段的人往往都有着不同的模式化形象。儿童一般都被表现得聪明、可爱,喜欢各种各样的玩具,充满了童心童趣。青少年则往往被表现为充满了叛逆精神和时尚气息,向往自由、向往独立。中年人则往往被表现为肩负社会和生活重担,在各种各样的利益纠葛中奔波忙碌。老年人则往往被表现为赋闲在家,和同龄人在一起休闲娱乐是自己生活的主要内容,当然,也不排除他们中有一部分人会偶尔为后辈们的事烦心一把。

地域模式摇由于人类所生存的自然环境地形地貌的差异,形成了不同的地域特征,不同地域之间的文化差异较大,经济发展不平衡。视像中所展现的往往都是不同地域的特色所在之处。在视像中,经济发达的地区,往往被表现为高楼林立,香车美女云集,充满着现代、时尚的气息;而经济欠发达地区,则往往被表现为简陋的民居,肮脏的街道,有着奇异的自然风景,充满了一种原始气息。电视剧《一米阳光》中,故事发生的两个主要地点——上海和丽江就有着这种鲜明的对比。

民族模式摇人类有多个民族、多个人种构成,中国又是一个多民族国家,作为对现实的再现,视像也常常去关注一些少数民族或原始先民的生活。在视像中,他们往往都被表现为身着自己民族极富特色的服装,吃着自己民族极富特色的食物,有着一些特有的风俗习惯……

视像对定向思维模式的强化

正如前文中所提到的那样,视像节目的制作者为了使自己附加在视像节目上的讯息更好地在受众那里得到译码,就会采用一些易于辨认的类型和程式,久而久之就形成了视像对现实

的模式化再现。

在一些非虚构类的视像节目中,模式化再现更多地体现为对同类视像元素的抽象和概括,比如前文中提到的对球迷特征的概括。而在一些虚构类的视像节目(主要是电视剧)中,模式化再现除了体现为对同类视像元素的抽象和概括外,还体现为对同类元素共性的夸张与放大。在抽象和概括的过程中,同类视像元素之间的个性差异被视像节目的制作者人为地淡化——甚至有可能被抹杀殆尽,而对共性的夸张与放大则造成了共性与个性在量上的绝对差异,强烈的对比往往使受众在面对这类视像元素时更多地去注意这些元素的共性。但是我们不能忘记的是,这些元素的共性并非现实中存在着的,而是视像节目制作者想让我们看到的。比如一些青春偶像剧为了表现男女主人公之间“惊天地、泣鬼神”的爱情,就抽离人物生活的社会环境,把人物表现得没有任何生活、工作的压力,似乎他们生来就是为爱情而生,以至于一些网友不得不把这些剧中的主人公戏称为“不食人间烟火的主儿”。曾经热播一时(准确地说,应该是片刻)的《流星花园》就因为将这一点发挥到了过火的地步而遭到评论家们的猛烈抨击,随后便被主管部门紧急叫停。

视像所具有的形象直观性,使得它对人的认知过程、情感过程的影响往往都大于文字、图片等传统媒介。如果观众对现实世界缺乏足够的认知,当视像中的模式化形象反复出现多次以后,观众就会对这一模式化形象产生强烈的认同感,并形成一种定向思维模式。当一名儿童经常在电视机中看到自己的同龄人拿着各种各样的玩具,吃着各种各样的糖果时,他会觉得“我也应该这样!”于是,他开始吵着向父母要属于自己的玩具和糖果,却不知有太多的家庭无力承担这笔昂贵的开支。当一个对西部缺乏足够了解的人经常在电视中看到西部的大漠戈壁时,他会觉得西部所有的地方都是大漠戈壁,却不知西部也有山清水秀之地。当一个对农村缺乏基本认识的人经常在电视中看到农民的愚昧无知时,他会觉得所有的农民都是愚昧无知的,却不

知农民也是“代有人才出”！

这种定向思维模式，严重地影响着受众对现实世界的认知过程。电视的日益普及也使得大众对电视的依赖性越来越强，很多社会学家不得不公开道出他们的忧虑：过分地依赖电视来获取外界信息，会使人们的思维方式越来越僵化。而电视的大众传媒特性，又决定了它的受众有相当一部分是未成年人，未成年人对事物缺乏足够的判断能力，就使得他们对视像所展示的内容，几乎都倾向于毫无异议地接受。《流星花园》被紧急叫停，原因就在于该剧的受众有相当一部分都是中小學生，而剧中的男女主人公则整天沉浸于“浪漫”的洪流之中，这股洪流不需要学习，更没有任何来自社会、家庭的压力，这势必会造成对未成年观众的误导。

性别的模式化再现

视像与女性的模式化形象

视像具有无所不包的普泛性特质，这一特质决定了作为人类这一社会生物所特有的性别，在视像中必然成为表现与被表现的对象。然而，值得注意的是，在视像的性别表述中，女性成为了数量和频率上占绝对优势的表现模式。在谈论视像中女性的模式化形象时，我们有必要先来分析一下电视广告中的女性形象。

在电视广告中，我们看到的女性大多年轻、漂亮，拥有白皙的肌肤、清澈的大眼、飘逸的长发和“魔鬼般”的身材，她们用自己的身体或者身体“零件”为以下几类产品做着广告：

第一类是女性专用产品同时也是一些生活必需品的广告，比如卫生巾、内衣、丝袜之类的。这些广告中的女性用她们自己的身体告诉观众：用了这些产品，女性可以“重塑三围、内外兼修、美体修形、一穿就变”（某内衣广告）可以“增添自信”。

第二类就是那些让美女变得更美的产品，比如各种各样的

化妆品、护肤品、亮发露、减肥茶、丰乳霜之类的。在这一类产品的广告中,她们用自己的身体或者是身体的一部分,向观众诠释了这些产品的神奇功效。本来满脸的痘痘,用了某种护肤品后,“痘痘不见了!”(某护肤品广告)头发本来又干又皱,广告告诉你,原因在于没有水分,于是就用了某种亮发露,立马乌黑发亮,随风飘逸(某亮发素广告)本来肥得像头猪(说得过分了点,可有些广告为了宣传自己的产品,的确把减肥前的人表现得像猪一样肥),用了某种减肥茶、减肥药后,立马少了载斤,拥有了“魔鬼般”的身体(某减肥产品的广告)本是“太平公主”,用了某种丰乳产品后,立马“没什么‘大’不了的”。(某丰乳霜的广告)

第三类产品便是一些家用品,最常见的就是一些洗涤用品、家居用品、以及一些儿童用的奶粉、尿不湿之类的。这些广告中的女性用她们自己的“切身体会”告诉观众这些家用品非同一般的功效:用了它们,你可以省心省力,可以让家保持干净整洁,可以让宝宝睡得香甜等等。比如妇女唱着歌集体洗衣服(某洗衣粉广告)跳着探戈擦家具(某清洁剂广告)为全家做饭、端盘子、洗碗(常见于各种冰箱、微波炉、脱排油烟机、五花八门的调味品广告)等等。

第四类产品跟女性之间似乎没有什么必然的联系,这些产品任何人都可以用——当然,前提是你得有钱去买他们。在这些产品的广告中,女性不是在使用这些产品,而是被作为这些产品的装饰、陪衬来表现。比如香车配美女、豪宅配靓妇等,还真有点儿“红花还需绿叶衬”的味道。

在第一、第二类产品的广告中,广告商用女性美的身体或者是身体的一个个“零件”——秀腿、纤指、美颈、明眸、皓齿、细足、白肤、裸臂、丰乳等等,吸引着观众的“眼球”,并以此向观众推销自己的产品。在这个过程中,女性成了一种被看的“客体”,成了观众观看的对象。

在提到第四类产品的广告时,笔者用了“红花还需绿叶衬”

这七个字 ,可到底什么是“ 红花 ”?什么是“ 绿叶 ”呢?在一个香车美女的广告中 ,你可以说美女是“ 绿叶 ” ,她是被用来衬托香车这朵“ 红花 ”的 ,因为广告的主体是“ 香车 ”。可是你别忘了 ,香车是要人来买的。于是 ,广告的潜台词就成了“ 美女 ,开我的香车吧 ,只有我的车才能配得上你这样的美女 !” “ 买了我的香车送给你的美人吧 ,这样 ,可以让你的美人更美 !” 于是 ,香车变成了“ 绿叶 ” ,美女变成了“ 红花 ”。说到这里 ,你就会发现 ,在这一类广告中 ,美女的身体与第一、二类广告中美女的身体有着异曲同工之妙 ,那就是“ 吸引 ”。在吸引的同时 ,女性就成了被观看的“ 客体 ”。

女性成为被观看的“ 客体 ” ,这一点在各种各样的时装表演和选美大赛中表现得尤为明显。在时装表演中 ,模特们身着那些所谓的“ 时装 ”往返于 裁型台上 ,凭借她们身体的线条、姿势、造型和眼神、手势、步态等向观众推销着身上的衣服以及衣服中所渗透着的种种时尚观念 ;在各种各样的选美大赛上 ,选手们像被挑选的商品一样 ,每个人身上都挂着一个标识身份的号牌 ,她们或着晚礼服、或着职业装 ,或者就着最显“ 本色 ”之泳装 ,逐个从评委的面前走过 ,试图凭借她们的身体征服评委 ,征服观众 ;为了赢得评委与观众更多的青睐 ,她们不惜搔首弄姿……在广告中 ,女性成为被观看的“ 客体 ”在表现方式上似乎还有点含蓄的意味——毕竟她们推销自己的目的是为了推销某种商品——而在时装表演和选美大赛中 ,这一点就表现得近于直白了。

而美女“ 美 ”的意义就在于她们可以利用自己的天赋去迎合男性的视点和欲望。对于这一点 ,视像节目从不讳言 :两位女性在讨论吸引男性的宝典 ;“ 那他是怎么看上你的 ?” “ 还不是因为我皮肤好 !” (某护肤品的广告)长发飘逸的女郎走在大街上时 ,引得众男士频频回头 ,其中一个竟忘了看前方的路 ,撞在了电线杆上 (某润发露的广告)美腿丝袜对男性“ 不只是吸引……”(某丝袜的广告)……

于是,关于广告、时装表演和选美大赛的视像造就了女性的模式化形象之一:女性就是用来被男性观看的“美女”。

在女性所做的第三类产品的广告中,她们的形象一般都是家庭主妇或者是贤妻良母,她们承担了大部分的家务劳动,洗衣、做饭、孝敬老人、照顾孩子……这一类的女性形象与现今一些电视剧中的女性形象有着非常相似之处:她们匍匐在男权意识下,成为被男权指认、符合男性理想的传统女性形象。

1994年代曾轰动一时的电视剧《渴望》,其女主人公刘慧芳就是靠一味奉献,不知索取而赢得男性社会喝彩的女性形象,她对小芳、对王沪生,都贯注了奉献式的母爱。《突出重围》中的女强人方洁,为了能够让父亲满意,不得不假扮“贤妻”,她在心中暗慕朱海鹏却得不到承认。可以说方洁的双重角色,是女性现实生活中面临尴尬的最好写照。在前段时间热播的电视剧《玫瑰花开》中,兰姨与方其东一起生活了15年,深爱着方其东却不能与之结婚,但她依然任劳任怨,像方家的保姆一样包揽了所有的家务,为了让方其东走出困境,她主动提出让方其东和自己的情敌结婚,到最后又甘愿为了方其东而牺牲自己的性命;李枚骗走了馥砸的配方,却爱上了方其东,为了方其东她可以忍受陈达的羞辱;为了方其东,她可以指使小姚杀死威胁到方家安全的吕国强,最终又为方其东而死;大律师楚霜霜在提出与戴强复婚时,戴强拒绝的理由是“你不会做饭,不会做家务,我都快成保姆了”,楚律师只好:“为了你,我可以学。”……

这种传统的女性形象,在一些历史题材的电视剧中表现得更加明显。曾经热播一时的连续剧《大宅门》中,白文氏精明能干,深明大义,在白家腹背受敌之时能够力挽狂澜,凭借高超的经营谋略和过人的胆识救百草厅于危难之间,使其重振昔日声威,但对于丈夫的怯懦无能,她却只有忍气吞声,独力承担起经营家业,教育儿子的责任;白七爷的第一个夫人黄春善良、平和,是传统的贤妻良母,在丈夫另结新欢后,观众似乎也不大能感受到她的失落。对婆母不容九红,也看不出女

人正常的一点幸灾乐祸,却对九红仗义相助,贤惠得让人大跌眼镜;妓女出身的杨九红一生的心愿不过是和七爷厮守在一起,能获得大宅门的认可,有个自己的地位。可是,就连这一点也不能遂愿。先是不能进白家的大宅门,后是骨肉分离,满心满意做了孝服,却不被允许带孝;出生入死闯关东为白家立了奇功,白七老爷却已移情别恋,最终不得不数着念珠,参禅拜佛,以渡余生;白七爷的第三个夫人小姨奶奶槐花本是老太的丫头,跟了白七爷后,与白七爷缠绵恩爱,可最后却因为和姨奶奶斗嘴后老爷不向着她而自尽了——老爷是否向着她比她的命重要多了。也许有人会说,这些女性形象只是历史人物,可是不要忘了那句老话:“历史的就是现实的!”。看看白七爷的几位夫人,再看看前面提到的《玫瑰花开》中的兰姨和李枚,你就会发现她们是多么地相似!

在这些电视剧中,对于这种男权社会下的女性形象,对于女性所处的地位,都得到了来自作者的相当合理的解释,根本谈不上对夫权、族权意识、等级观念的批判,即使是温和的,都没有。

于是,视像中女性的模式化形象之二便产生了:女性是男权社会中男人的附庸。

随着女权主义思潮在国内的兴起,女权主义者喊出了“让妇女走出厨房,让妇女告别家务!”的口号。在这种思潮的影响下,一部分女性告别家务劳动,走向社会,以职业女性的身份出现在了世人面前。在这种现实的关照下,视像中的女性形象也开始有了一定的变化。

在一些电视剧中,尤其是一些现代都市题材的电视剧中,一些女性或步入政坛,如《忠诚卫士》中的郑欣,或进入商界,成为社会的精英阶层,或凭借自己的才华走进白领阶层,成为粉领一族,如《男才女貌》中的苏拉。她们似乎已经告别了男权时代,实现了真正的自立、自强。但事实上,这些女性在这个社会中的弱势地位却依然没有得到改变。一方面,我们可以清楚地看到,不管是在视像中,还是在现实生活中,这些职业女性依然没有得

到与男性平等的待遇。对于这一点,最明显的例子莫过于每次人大开会时,电视上公布那些人大代表的名单时,每一位女性代表的名字后面都会被加上一个括弧,注清是“女”性,那么为什么不在男性代表的名字后面也加上一个括弧,注清是“男”性呢?社会对于女性中的精英分子大多冠以“女强人”的称呼,为什么没听说过“男强人”之称呢?这就从一个侧面说明了男女所享受待遇之间的不平等。另一方面,随着都市生活成本的逐渐增加,在绝大多数家庭中,仅凭男性一人之力,已经无法承受生活中巨大的经济压力,于是职业女性就成了男士们的新宠,成了他们新的欲望诉求的对象。对于这一点,前不久在网上流行的男性择偶的标准:“在家是主妇,出门是贵妇,床上是荡妇!”就是再恰当不过的例证。

于是,“职业女性”就是成了男权社会下的视像为女性造就的第三个模式化形象。

视像与男性的模式化形象

在造就女性的模式化形象的同时,男性以一种几近“自恋”的方式在视像中表现着男性自身。

视像塑造的男性形象,无论他们是做什么的,也无论他们有多大年龄,只要是视像所着力刻画的主角,他们就一定有着成功之处,有着可取之处。他们要么拥有万贯家财,住着花园别墅,开着豪华轿车,如《玫瑰花开》中的方其东;要么拥有社会地位,受人尊敬,受人爱戴,如《省委书记》中的贡开宸;要么拥有智慧,浑身才气,运筹帷幄,决胜千里,如《忠诚》中的高长河;要么有着坚强的毅力和超越常人的忍耐力,如《黑冰》中的郭小鹏……实在不行,他们就塑造一个平民化的英雄:他们没有惊天地、泣鬼神的光辉业绩,没有雄厚的物质基础,也没有崇高的理想,远大的抱负,有的只是平常而琐碎的世俗生活与世俗理想——希望能够多赚点钱,希望拥有比较好一点物质生活,希望比较美满一些的婚姻配偶,希望有一个比较温馨的家——他

们为此而努力,而奋斗,而痛苦,而欣悦;另一方面,他们在平凡中孕育了自己的伟大,在某种生活机遇之中,他们做出了或慷慨、或机智、或勇敢、或坚韧等具备英雄品质的事迹;如《北京人在纽约》中的王启明、《贫嘴张大民的幸福生活》中的张大民等……

总之,不管怎么样,视像造就的男性形象总是有着他的成功之处。而成功的男性总是能得到女性的青眼有加,甚至还会有人为了他们而争得头破血流。例如前面谈到过的《玫瑰花开》中的方其东,他的身边可谓美女云集:张兰、李枚、吴菲菲,用他的对手陈达的话说是“挺有女人缘的”,当然他的魅力并不仅仅在于他有钱。《黑冰》中的郭小鹏本就有一个情妇刘眉,却爱上了来卧底的警察汪静雯,以至于刘眉为了重新得宠,不惜找人去杀汪静雯。于是,在隐隐约约中,它似乎在传达这样一种哲学:要获得美人的青睐,你得做一个成功男士。

效仿——视像及其认知模式

在传统的文字时代,我们可以经常听到人们形容女性的美貌时用“秀腿、纤指、美颈、明眸、皓齿、细足、白肤、丰乳、肥臀”之类的词汇——包括笔者在前面的论述中也不得不借助这些词汇来描绘女性之美。作为读者,我们看到这些词时,头脑中就会出现一个美女的形象,当然这个形象是我们根据自己原有的经验在大脑里想象出来的。但是,到底什么样的腿才能称之为“秀腿”?什么样的指才能称之为“纤指”?什么样的眼睛才能算得上“明眸”?什么样的牙才能称得上“皓齿”呢?……好像还没有人给出过具体的标准。所以,全凭读者自己想了,同样的“秀腿”两个字,无数个读者想到的绝对是无数种不同的“秀腿”。这可不太好,作者本来用这些形容词只是形容一个美女,可光“秀腿”一项大家就想出来这么多种,要是读者再想出这么多的“纤指”……算笔账吧:我们姑且假设只有无数个读者,(少是少了点,不过这样算起来会相对容易一些,因为笔者算术

学得不是特别好)就会有 无数种“秀腿”和 无数种“纤指”,这两样组合到一起,就有 无数种组合方式,然后再加上 无数种“明眸”,就是 无数种组合方式,接下来还有“皓齿”、“细足”、“白肤”、“丰乳”、“肥臀”……我的天啊!作者只是描绘了一个美女,到了读者那儿竟然变成了这么多种: 无数种 无数种 无数种 无数种 无数种……

总得想办法解决这个问题吧。你还别说,咱们中华民族的文人们还真是有办法,换了一种方式:“闭月羞花之貌、沉鱼落雁之姿”、“美若天仙”、“肌肤胜雪”、“柳叶眉、葡萄眼、杏红腮、樱桃嘴”……不光是用那些抽象的形容词了,用具象的“月”、“花”、“鱼”、“雁”、“天仙”、“雪”、“柳叶”、“葡萄”、“杏红”、“樱桃”来表现你的美丽。可是,当读者看到这些词的时候,问题又出现了,不同的读者对“月”、“花”、“鱼”、“雁”、“天仙”、“雪”、“柳叶”、“葡萄”、“杏红”、“樱桃”都有不同的感受,更何况月有阴晴圆缺,花有千姿百态;至于仙女,更是谁也没有见过。那么,到底什么样的美貌才能“闭月羞花”?什么样的美女才能“貌若天仙”?不同的读者还是有着不同的看法。

那怎么办呢?索性就不管了吧,任由读者去想象好了,反正我说的这个人是个“美”人,至于到底“美”成了什么样,你随便想就是了。这样一方面可以锻炼广大读者的想象力,另一方面还可以求同存异,有利于人类社会的进步。

可现在不一样了,视像时代来临了,于是,一切都变了。想知道什么样的人“美人”,什么样的腿是“秀腿”,看电视好了,上面都有。视像中的女性用她们自己的身体和身体零件向你诠释了“美人”、“秀腿”、“纤指”、“美颈”、“明眸”、“皓齿”、“细足”、“白肤”、“丰乳”等的含义。不过,有一点必须指出,在视像中好像还没有人用自己的臀部对“肥臀”的含义进行诠释,而她们诠释出的“丰乳”也好像稍微有点变味。在中华民族的传统文化里,之所以认为“丰乳肥臀”是女性之美,是和女性的生理结构有关的。“肥臀”的女性骨盆大,顺利产出健康婴儿的概率

大；丰乳”可以保证女性在哺乳期有充足的奶水哺育婴儿。所以“丰乳肥臀”是和下一代的健康有关的。可到了当下这个以“瘦”为美的时代，再也没有人也公开宣称自己有着“肥臀”了，“丰乳”倒是保留了下来，不过，光是“丰”不行，还得“挺”，因为“做女人‘挺’好”。

可是，视像中的美女太多了，大家都美，总该有个“最美”吧。于是乎，今天是“世界小姐大赛”，明天是“新丝路中国模特大赛”，后天是“中华小姐环球大赛”，然后是“中国模特之星大赛”、“中国旅游小姐大赛”……各种选美大赛蜂拥而至。你想当最美吗？那就先挂个号牌，把你的身体以及身体的各个零件让评委和观众看个够再说。等评委看够了，各种各样的“小姐”——什么“中华小姐”、“中华旅游小姐”之类的也就产生了。这些“小姐”虽然都只是瞬间的最美——因为拥有这些头衔的人总是在换——但她们却有着一个共同的特点：骨感十足。

视像中的女性用她们自己的身体和身体的零件诠释了“美”，而且还明明确确地告诉你，美是吸引男性目光的资本。那么“电视机前的女性观众，你想吸引男性的目光吗？你想让自己成为美女吗？”想，是吧？”那好，跟我学吧。”首先，你得告别中华民族传统的丰腴之美，像那些各种各样的“小姐”一样骨感十足才行。那好，你得先减肥让自己拥有“曲线身材”！然后，还得像在电视上做广告的女性一样，用护肤品“保持肌肤嫩白润滑”，用润发露使头发“乌黑亮泽”，“清爽飘逸”，用丰乳霜使自己“没什么‘大’不了的”……只有这样，你才能“做漂亮女人，享受美好生活”；只有这样，你才有足够的吸引力，才能让他“看上你！”。

“爱美之心，人皆有之”，更何况女要“为悦己者容”。于是乎，电视机前的女性朋友们开始纷纷效仿。买各种各样的化妆品、各种各样的润发露、各种各样的丰乳霜，开始食用减肥药、减肥茶……这些东西的功效如何，笔者局外之人，不甚

清楚,但却知道这些东西的价格不菲,普通老百姓很少有人能负担得起。于是,就有人不吃不喝把钱省下来买这些东西,这样也好,一举两得,因为不吃不喝称为“节食”,是减肥的有效手段之一。

不过,不知是有些女性先天不足,还是她们买到的是“假货”,光用这些化妆品、润发露、减肥茶还是没法达到理想的境界——好在还从没听说过有人因为用化妆品、润发露、丰乳霜、减肥茶之类的东西而惹出什么病来的——那就得想想别的办法,比如前面说到的不吃不喝式的“节食”,做个丰乳手术,脂肪去除手术之类的。节食和做手术的效果怎么样,我还是不清楚,不过却经常听到一些关于这方面的不太好的消息。“由于过度节食,一种名为‘神经性厌食症’的最时髦的新病正在成为世界缘种新病症之一,而女性患者人数是男性的 16 倍。在全世界,神经性厌食症一直在困扰着女性,全世界患此病的人数在不断地增加,而每 10 个患神经性厌食症的人中,女性就占了 9 个,它严重地威胁着女性的健康。”^① 丰乳手术使她犹如做了一场噩梦,隆胸竟被毁掉乳房。”^② 从 1959 年到 1964 年,德国有 12 名患者,由于吸脂手术时受到了危险的感染、或者内脏被刺伤、或者得了肺栓塞,而被送到急救站抢救。其中 12 人为了美容而丧失了性命。”^③ 看到这一串串的报道时,让人不得不慨叹:都是‘美女’惹的祸!

由于种种先天或者后天的原因,许多女性朋友是注定做不了“美女”了,那就效仿视像中的另一类女性形象吧——做“才女”,也就是我们前面谈到的职业女性。要做才女,就得有才、有知识,除了先天的因素外,还得靠后天的发愤努力,那就是不

[illegible]

② 丰乳手术使她犹如做了一场噩梦，隆胸竟被毁掉乳房，测试：林绮霞发怒反咬一口。林绮霞在丰胸手术后，不仅没有达到预期的效果，反而出现了严重的副作用，导致她的乳房变形，甚至影响了她的健康。

③ 抽脂减肥手术时所发生的危及生命的意外事故频繁，~~溺水、触电、中毒~~
糖、酒精、毒品而死亡。因患糖尿病而死。

断的学习、“充电”。她们中有不少人成功了,成了社会的精英阶层,穿梭于都市的车水马龙之间,出入于各种高档的办公、休闲、娱乐场所……在为了“成功”而成功之后,决大多数人感受到的却是“无聊”。

可是,也有不少人,由于年龄或者其他的一些原因,她们既做不了“美女”,也做不了才女,那么就做一个贤妻良母型的家庭主妇吧,承担起孝顺父母、“相父教子”的重任,默默地为家庭、为社会做出自己的贡献。并以此来获得社会对自己、自己对自我的认同。

在这里,我必须澄清一点,那就是:在现实社会中,有很多女性身兼“美女”、才女、家庭主妇的双重或者三重角色,以免她们对我口诛笔伐,说我对某些女同胞的身体或才华带有偏见。不过,无论是才女还是家庭主妇,她们好像都不会拒绝做“美女”,但是“美女”有时候会拒绝做才女或是家庭主妇,因为,在他们看来,“美”就是资本!”我已经有“资本”了,还为什么要累死累活去做才女或者家庭主妇呢?

现实中的女性纷纷效仿视像造就的女性形象,男同胞们自然也不甘落后,纷纷效仿视像造就的男性形象。希望自己能够同视像中的那些男性一样,有钱,有地位,有智慧,有才华,有着过人的意志品质……实在不行了就向那些平民化“英雄”学习,在小人物的生活中找寻活着的乐趣。

他们中很多人成功了,而成功了的这一部分人就开始向他们的另一面学习,想办法让自己的身边美女云集。好在有很多人还知道在法律和道德的规范之下办事,敢于越过雷池的还只是一小部分人。而敢于越过雷池的人中又有相当一部分人是有心无力,所以剩下的也就不多了。剩下的这一部分人中,普通老百姓顶多也就是在娶妻之后搞一把婚外恋,就像《让爱做主》中的耿林。真正能让自己身边美女云集的还是那些有钱有势之人,他们在娶妻之后开始纳妾,纳完妾了还要包二奶、包三奶、包四奶……就象《大宅门》中的那位白七爷那样。不过,在白七爷

那个年代 ,娶几房都不犯法。可当下的中国是一夫一妻制 ,明的不行 ,他们只能来暗的。不过 ,暗的也有东窗事发的一天 ,所以 ,对这类事件的报道常常见诸于各种媒体之上。十六大以来落马的八位高官 ,其中有四位就包了二奶或者养了情妇^①。

有钱有势的男人们对美女的这种向往使得美女的身体有了用武之地。对男人们来说 ,包二奶、养情妇就意味着大把大把的花钱 ,给美女买别墅、送豪车 ,然后还得提供大笔的“零花钱” 。这样 ,美女的价值就被变相地量化成了金钱.....

说到这里 ,我突然有一种奇怪的感觉 ,效仿视像中的形象所产生的结果就是 :女人为男人活着 ,男人为女人活着 ?!

“同志”情怀的视像表述

“同志”一词 ,志投意合、同一志向成员之谓也 ,原本是一个具有特定社会政治文化内涵的称谓 ,指那些具有共同政治理想的人群。

人类的“同志”

无论是在茹毛饮血的远古时代 ,还是在当今高度发达的信息社会 ,同性恋现象——作为人类学研究的一个基本课题之一 ,自古至今都普遍地存在着 ,甚至人类的近亲——灵长类动物 ,如猕猴、狒狒、黑猩猩等都有同性性行为。

由于同性恋现象的特殊性 ,大多数的人对同性恋者缺乏足够的认识 and 了解 ,存在着许多认识上的误区。实际上 ,同性恋和异性恋一样 ,是一种性取向。同性恋者与异性恋者的不同仅仅在于对性伴侣的选择上。调查发现 ,在那些发生了感情的同性恋者之间 ,他们的感情生活无论是从形式、内容 ,还是从双方的

^① 中央狠抓腐败十六大以来已有八高官因腐败落马 ,
来源: 新华网 2003 年 12 月 10 日

投入的程度来看都与异性恋爱有着极其相似之处。当然,这并不排除同性恋者有好多仅仅是因为性需要而走到一起的(事实上,异性恋者仅仅因为性需要而走在一起的也颇多,所谓的“一夜情”便是如此)。曾有社会学者指出:如果没有社会习俗与法律禁令在不断强化和延续婚姻的话,异性恋关系能长期维持的要比现在实际存在的少得多。由于同性恋关系不但没有这么好的外界条件和外来维系力量,而且还存在着个人内心的冲突以及个人与社会不断的冲突,结果这种关系绝大多数只不过是——次聚首而已。

另外,必须指出的一点就是,许多同性恋者同时也是异性恋者,即所谓的“双性恋”者。对于这一点,有理论家认为,同性恋和异性恋是一种性行为的连续体,完全的同性恋者和完全的异性恋者处在连续体的两端,而绝大多数人都处于这两个极端之间。金赛教授把人们性行为指向异性或同性分为七种情况:绝对对异性恋的(对同性绝对没有性欲的);异性恋占优势,仅仅偶尔有同性恋的;异性恋占优势,但有过较多同性恋经历的;异性恋倾向和同性恋倾向相等的(双性恋者);同性恋占优势但有过较多异性恋经历的;同性恋占优势,仅仅偶尔有异性恋的;绝对对同性恋的(对异性绝对没有性欲的)。^①

对于同性恋形成的心理因素和社会因素,比较有影响的学说就是精神分析学派和行为学派的理论。精神分析学派认为:儿时的遭遇在潜意识中种下了异性恐怖的种子,因此一个人成年以后会害怕与异性作性的接触。行为学派则认为,同性恋行为是受环境的影响而习得的。

我国的同性恋研究者李银河教授运用访谈法和问卷法,在1983年到1986年调查了国内约1000位同性恋者。调查发现,在同性恋形成过程中的后天因素中,“最为重要的是最初的性经

^① 琼·瑞妮丝,露丝·毕思理著,王瑞琪等译《金赛性学报告》,第402页,明天出版社,1988年。

历、即青春期(性朦胧期)的遭遇和经历”^①并指出境遇性同性恋的形成是因为在一些“单性环境中,异性往往不能或不易得到,或者说同性更容易得到,于是人们的性目标转向同性。”^②

从古到今,不同的民族在不同的时期对同性恋现象都有着不同的态度。大致上,人们对同性恋的看法有过三次改变。最初,同性恋被看作是和异性恋一样正常的行为。在基督教兴起之后,人们对同性恋的态度发生了第一次改变,他们被看作是宗教意义上的罪人和法律上的罪犯。19世纪初,人们对同性恋的态度发生了第二次改变,同性恋被认为是一种疾病,这是一个人道主义的转变,他们从被诅咒和镇压的对象变成需要理解和帮助的对象。19世纪下半叶,随着同性恋解放运动的发展,人们对同性恋的态度发生了第三次转变,即认为它不过是一种与众不同的性行为方式而已。

19世纪下半叶,随着人们对同性恋的态度发生第三次转变,同性恋者法律地位也开始得到了明显改善。瑞典法律以前是制裁同性恋的,但1959年以后只要同性恋行为不涉及未成年人,不卷入一些特殊类型的关系(如师生关系),就不会触犯法律。英国1957年的“沃芬顿报告”在同性恋法律变迁过程中起到了重要作用,它将法律领域与道德领域划分开来的思想对后世的法律思想产生了划时代的影响。在这种思想的影响下,1967年,彼此同意的成年人之间的同性恋关系在英国合法化,但仍限定参与者在两人以上或在公共场合的同性恋行为应视为犯罪,此外规定军事及警察机构人员中的同性恋行为仍属非法行为。1970年代末,美国有14个州允许同性恋合法存在,其余各州同性恋仍属非法,但只判处罚款和处罚涉及重罪的行为,目前仍有10个州和哥伦比亚特区将同性恋行为看作是非法的。在德国、瑞士和奥地利,法律对同性恋行为也有相关规定。

① 李银河《同性恋亚文化》,第17页,今日中国出版社,1988年。

② 李银河《同性恋亚文化》,第17页,今日中国出版社,1988年。

中国同性婚姻提案

建议在修改《婚姻法》时增加关于同性婚姻的条款,或设立独立的法规,准许同性婚姻。理由如下:

第一,根据现行法律,同性恋不违反中国法律,同性恋者是具有各项权利的中华人民共和国公民。同性恋者当中有人有结婚的要求,他们的要求与他们作为公民的权利没有冲突,应该得到承认。

第二,鉴于同性恋者属于少数族群,许多国家已设立反歧视的保护性法律。目前西方许多国家已陆续承认了同性婚姻,较早的有澳大利亚及北欧国家,美国的一些州,较晚的有法国和德国。如果我国能够允许同性婚姻,将属于保护少数族群利益、反对歧视的立法,在人权方面使我国跻身于世界先进行列,也可以此证明我们的党和政府是代表了先进文化的,取得与西方一些国家在人权方面斗争的优势。某些西方国家,特别是天主教国家,在关于同性恋的立法上受到宗教方面的压力,要想通过保护此类少数族群利益的立法十分艰难;而中国古文化对于同性恋并不太歧视,这是我们在人权方面可以得分的一个有利背景,应善加利用。一旦中国立法保护同性婚姻,将成为我国保障人权的一个有利证据,使仅仅允许同性恋进入军队服役的美国相形见绌。

第三,由于同性恋者的关系没有婚姻形式加以束缚和保障,容易造成一部分同性恋者交友随意,增加性病传播的可能性。而承认同性婚姻则可以使相当一部分同性恋者建立和保持长期关系,减少短期关系,从而减少性病传播的可能性。

摇摇第四,我国有保护少数民族和弱势群体利益方面的成功经验,如在保护少数民族利益、保护妇女儿童利益方面都属于世界领先地位。对于同性恋这个处于弱势地位的少数民族的保护将使我国的形象更为开明、进步,造成一种各社会群体之间更为宽容、和谐的气氛,有利于国家的形象和社会的稳定,免于出现西方社会中同性恋不断游行示威、与主流社会文化发生激烈冲突的局面,而和谐、宽容的做法也与中国文化中崇尚和平、和谐的精神相拍。

总之,中国允许同性婚姻有百利而无一害。为了国家的利益、人民的利益以及同性恋这个少数民族的利益,特提出此提案,希望全国人大能够予以批准。

近几年,随着网络的发展,许多同性恋者采取了退而求其次的办法——他们开始在同性恋网站上注册结婚。但是,网络毕竟是一个虚拟的空间,他们婚姻的维系除了感情因素外,只能依靠道德的力量,而这也是这种婚姻形式与现实中的婚姻最大的区别所在。

事实上,许多同性恋者在现实中所面临的最大困境还不是没有合法地位的问题,而是社会观念对同性恋的不理解、不接受、不宽容。由于社会上绝大多数人对同性恋这个群体缺乏了解 and 认识,所以他们要么把同性恋看作是一种不道德的行为,要么把同性恋看作是一种疾病,或者就把同性恋者看作是有着反常性行为的怪物。而事实上,同性恋只是这个社会上一个少数群体所选择的生活方式而已。

但是,无论它是否合法,无论我们是否理解,无论我们是否接受,作为一个不可回避的现实,同性恋现象始终存在着。

视像中的“同志”与“同志”的视像

视像是对现实的再现。“同志”现象作为现实的一部分,不可避免地会出现在再现的视野中。但是,由于“同志”现象所具有的非主流特征以及主流意识形态对其所持的特殊立场,当打开电视机时,我们很难在大陆地区的电视节目中看到“同志”的形象。普通民众要想满足自己对“同志”的窥视欲,只能更多地依赖于电影影像。

1999年,第一部以“同志”为主题的电影《与众不同》在柏林上映,惊世骇俗地正面描写了同性恋情。此后,“同志”这一现象在西方成了很多电影人的创作题材,甚至成了一些电影大师的偏好,并诞生了《欲望号街车》、《费城故事》、《美国美人》等经典名作。2000年,由李安执导的第一部涉及“同志”生活的华语电影《喜宴》问世,并一举夺得了柏林电影节的金熊奖。此后,两岸三地相继出现了多部涉及“同志”题材的华语电影并登上了国际电影节的最高领奖台:陈凯歌的《霸王别姬》获得了第四十六届戛纳电影节的金棕榈大奖;王家卫凭借《春光乍泄》一片摘得了戛纳影展最佳导演的头衔;蔡明亮的“小康三部曲”中,《爱情万岁》、《河流》分获威尼斯电影节的金狮奖和第四十七届柏林国际电影节最佳电影银熊奖,《青少年哪吒》一片虽未能获得此等殊荣,却也在国内外引起了较大的反响;张元的《东宫西宫》获得阿根廷马德普拉塔电影节最佳导演奖;关锦鹏的《愈快乐愈堕落》获得柏林影展同性恋电影单元的银熊奖。此外还有《美少年之恋》、《蓝宇》、《夜奔》、《情色地图》、《蓝色大门》等一大批引起广泛影响的影片,以及大陆年轻导演独立制作的《男男女女》、《旧约》、《丑角登场》等“地下电影”。

绝大部分涉及“同志”题材的影片都真实地再现了“同志”在现实中的境遇,诸如他们的情感世界、他们的生活圈子、他们的社会地位、面临的压力等,在此基础上,相当一部分影片都表现了同性恋者在面临巨大的心理压力和社会压力时内心的迷惘

以及由此产生的认同危机。但是,不可否认的是,也有相当一部分影片是打着“同志”题材的噱头,哗众取宠,以标榜“另类”来迎合一些观众卑污的视角,这一类影片最明显的垢病就在于当我们把影片中的一对同性恋者换作异性恋者时,一点都不会影响影片的叙事。

除了影像,视像时代的普通民众了解“同志”的另一渠道便是日益发达的互联网络。在全球最大的搜索引擎 百度 上,以“同志”的英文名称“同志”为关键词进行搜索,找到的网页有 1000000 页之多;以“同性恋”为关键词搜索所有的中文网页,符合条件的查询结果也有 1000000 项^①。借助于网络这一工具,绝大多数局外人开始慢慢地了解、理解“同志”这一群体。而各种各样的论坛、社区,以及 天涯 博客 等网络等通讯工具也成了“同志”之间获取信息、交流情感的帮手,前文中提到的“同志”之间的网络婚姻,便是例证之一。

随着社会环境的日益宽松,“同志”现象也成了国外以及港台地区一些谈话类节目的话题之一。在这类节目中,主持人、嘉宾以及现场的观众利用他们对话语的控制权表达着自己对“同志”的看法,并以此来影响电视机前的观众。当然,绝大多数节目都倾向于理解并尊重“同志”。

正如前文中所提到的那样,由于国内主流意识形态对“同志”现象所持的模糊态度,国内的视像节目大多对“同志”这一题材采取了避而远之的态度。

电视剧《一米阳光》中,同性恋很难得地出现了一次:金正武和米拉。可是,在视像还没来得及表现他们这一对同性恋人之生活时,他们之间所谓的“恋情”却被自己人给拆穿了。原来,只是米拉为了引起女记者费雅的注意而编造的一个故事。我们且不管这个故事编得怎么样,我们来分析一下米拉此为之的动机:米拉之所以要将自己杜撰成同性恋,是因为

^① 本项统计笔者完成于 2002 年 11 月 10 日。

他想引起暗恋已久的费雅对自己的注意。可为什么偏偏要杜撰自己是同性恋呢？无非就是因为他觉得标榜自己是同性恋可以显示出自己的“另类”，这种“另类”足以使他从芸芸众生中脱颖而出，从而引起这位记者的兴趣。以便在这位记者对他俩进行采访的过程中，得到与其接触的机会。他如愿以偿了，费雅采访了他们，并把他们的专访刊登在了杂志上，而他也在拆穿西洋镜后得到了费雅的爱。此后，当米拉在丽江被导游秀丁作为“情圣”介绍给游客时，却有游客拿出那本刊有他与金正武专访的杂志，指出他是一个同性恋者，然后就有游客说到：“你看他还靠在那个男人怀里，他是扮演男性角色，还是女性角色呢？看他这副神态，应该是扮演女性角色吧。”“这家伙真恶心！”

尽管这部电视剧中的这一对同性恋人是假的，但是，它却从一个侧面反映了同性恋者在现实社会中的境遇：社会对他们的不了解和不理解。在很多人眼中：同性恋者是与众不同的“另类”；一对男同性恋者有男女角色的划分；他们“真恶心！”。

除了金正武和米拉这一对假的同性恋形象外，笔者从未发现“同志”形象见诸于国内的视像。可是，同样是对现实的再现，在一些文学作品（包括很多电影中），同性恋形象却得到了创作者的足够关注。其原因何在？笔者以为主要在以下两个方面：

一方面，社会上有很多人对同性恋现象还是持不理解和不接受态度。视像中出现同性恋形象势必会影响到观众对视像的接受，从而会影响到视像制作者的经济利益。

另一方面，视像具有不同于文学作品的特性。欣赏文学作品需要比观看视像更高的文化素养，高文化素养则往往意味着较高的鉴别能力。所以，对于文学作品中的同性恋形象，文学作品的欣赏者都能根据自己原有的文化水平做出自己的判断。而视像的观众有相当一部分是未成年人，他们的身心尚未成熟，且

缺乏足够的鉴别力 ,再加上视像所具有的形象直观性 ,视像中同性恋形象将极易成为未成年人模仿的对象 ,这种模仿将会在一定程度上影响他们的性取向。

相信在不久的将来 ,随着技术的发展和社会的进步 ,视像也能够像电影一样实行分级制 ,实现对未成年人的有限开放。届时 ,随着社会对“同志”现象的逐渐认可 ,作为对现实的再现 ,“同志”的形象必将出现在电视屏幕上。

九、视像与暴力

163

暴力的人类学本质

人类史实际上亦可称之为暴力叙述史。从远古时代到现在,暴力始终无所不在,并且在世界各个角落以种种面目与日俱增:生灵涂炭的战争、恐怖主义的盛行、军事武器的扩建、两性的不平等……我们就置身于这样一个浸淫在暴力威胁下的时代里,而当我们想要给暴力一个确切的定义时却又有些力不从心。有学者认为,暴力是攻击行为的一种形态,凡意图引起他人身体的、心理的伤害的行为都被认定为攻击行为,而暴力专指造成身体伤害(包括心理伤害)的行为。也有学者给暴力下了这样的定义:暴力行为是指人们为了利益,以直接危害他人生命体为手段,迫使他人无条件屈从于自己意志的一种行为。人们对暴力有着种种不尽相同的阐释,难怪齐格蒙·鲍曼曾言:“事实上所有试图认真把握暴力现象的作者都发现这一概念要么界定得不足,要么界定得过分,或两者兼有。”^①虽然暴

^① 齐格蒙·鲍曼《后现代的道德》第154页,学林出版社,1999年。

力还没有一个公论性的定义,但有一点是肯定的,那就是暴力必定会导致伤害。一般而言,所谓暴力,指人类通过某种手段或运用某种工具对同类或异类造成伤害或剥夺其生命的行为。

汤因比曾说:“战争是人类暴力和残酷性的一种特殊表现形式。”^①确实,战争的涵义同暴力的涵义不完全重叠,战争是人类共同体之间围绕生存为核心的各种具体利益,有目的、有组织、动用一切共同体社会内外资源,以暴力方式坚持自己意志,并将这种意志强加于冲突对方的行为,因此可以说,战争是人类暴力行为的最高表现形式。从街头斗殴、黑帮火并、宗教冲突直至战争,暴力行为也就达到了它的顶峰。纵观历史,从狩猎—采集部落到工业化国家,各种社会都使用过战争这一最有组织的暴力攻击形式,据说从有文字记载的公元前猿年到猿世纪末的猿年代,约猿年多时间里共发生过猿多次战争,平均每年有近猿次战争,整个人类文明史只有猿年没有发生战争。另一说是在人类有记载的猿年中,猿年有战争,只有猿年是和平的。

除却暴力这种大规模的有组织的暴力攻击外,我们的生存空间里还存在许许多多的暴力行为和暴力形式。强奸、掠夺和谋杀等暴力犯罪已经成为社会的顽疾,家庭暴力、校园暴力这些名词也在各种媒体中不断地刺激着人们的视听,上面的这些暴力行为都是人对人类自身实施的恶行,暴力行为却不禁于此,人类对自然界也进行着摧残,猎杀珍稀动物、盲目开采、肆意伐木、环境污染等等,我们惟一的地球承载着不堪忍受的痛楚。然而人类无休止的暴行也换来地球对人类的报复,泥石流曾让多少家园毁于顷刻,人们流离失所,还似昨天之事的,难道不是地球对人类的报复吗?

人类学认为,在人性深处有一种野蛮的攻击性本能,它是

^① 转引自周濂:《影像时代的暴力表达》,载《视觉传达设计》,2010年第1期。

潜藏在伦理教化、温情脉脉的面纱背后的“恶”。从人类进化的角度看,人是从较低等的动物和最蒙昧的远古时代进化而来的,人们必定在一定程度上承袭着动物的形貌特征、生活习惯和某些本能。这种兽性的遗留在图腾时代有无数例子。比如许多被后世推崇为仁德盖世的氏族领袖和上天神明,原本反倒是以野兽的形貌而著称的。《山海经》等书中所记伏羲、女媧、蚩尤等众多神明,皆是人面兽身或人面蛇身,因此从源头上说,人类保留着崇尚原始野蛮的攻击兽性,是原始时代基本的文化特征。

在原始社会复杂的生存环境下,人类的体质还非常弱,因此带有兽性的野蛮而残酷的攻击性行为是原始人类活下去的必要生存手段,对于孱弱的原始先民而言,只有随时用尽一切最残酷的办法,才能抵御自然界各种野兽的千重万袭的包围和无所不在的侵害。原始思维的一项基本纲领就是认为自己永远处于各种凶恶的牛鬼蛇神的致命威胁之下,在这种恶劣的生存环境中,生存下去的惟一希望只能是用同样甚至更凶残的手段去抵御各种侵袭。

既然野蛮的攻击性行为是原始先民生存必需的手段,它就不可能仅仅作为一种单纯的生存方法而存在,它会渗透到整个文化体系之中,成为具有规定性的文化因素。巫术就是那个时代主要的文化形式。原始的巫术信仰中充斥着无数神秘而野蛮的准则。它们规定了原始文化只能依靠血腥的杀戮和各种残酷的行为,才能获得最基本的生命权。这也就是野蛮兽性可以代表原始时代文化特征的原因。对异族和异神的仇杀是原始野蛮性的强大动因。对于原始氏族来说,异族及其图腾往往是最凶恶的敌人,只有用最残酷的手段才能抵御它们的威胁,使本氏族得以生存。所以对于原始人来说,对异族异神的残忍非但不是罪恶,反而是最高的美德。例如岳飞的《满江红》里的名句:“壮士饥餐胡虏肉,笑谈渴饮匈奴血。”每当民族矛盾尖锐时,发源于原始文化中人类的攻击兽性便

会强烈地爆发出来。人类学家 砸·云·默菲曾研究巴西蒙都鲁库人的资料。蒙都鲁库猎头人把自己的敌人视为大型猎物,那里的武士谈起非蒙都鲁库人就好像在谈论西豹一样,谁猎取了人头,谁的地位就会提高。他们的尚武行为都带有浓厚的、强大而又盲目的习惯性和宗教色彩,猎头仅仅是存在的赋予,在蒙都鲁库人的传说中,他人的领土防卫或挑衅从来不是战争的理由,非蒙都鲁库人生来就应是猎取的对象。默菲写道:“可以说,只要有敌人部落存在,蒙都鲁库人就要挑起战争。而敌人这个词就是指其他任何不是蒙都鲁库人的群体。”^①蒙都鲁库人传统的宗教活动主要有两个内容:乞求上天保佑他们有丰富的猎物资源,举行仪式,要求人们遵从保护猎物资源的各种条规。蒙都鲁库人相信“母亲”这个超自然的精灵,会很快地报复那些仅为兽皮而猎取但任其尸体腐烂的人。所以毫不奇怪,在蒙都鲁库人心目中,敌人的概念从属于猎物的概念,人们也把成功的猎头人称之为“西豹之母”。

但是,虽然人有攻击性的施暴本能,但是暴力行为的发生却不能仅仅归咎于此,环境和刺激条件也是其中至关重要的因素。今天,人们几乎没有听说过昆桑族成年人中发生过暴力行为,伊丽莎白·马歇尔·托马斯曾称他们为“无危害的人民”。但就在 1949 年前,当这些“灌丛人”人口较多,中央政府控制较松时,他们的凶杀率与底特律和休斯敦的相同,马来半岛的舍麦人表现出更强的顺应性,在绝大多数时间里,舍麦人似乎甚至不知道什么是暴力攻击,他们之间没有谋杀,甚至连一个明确表示杀人的词都没有(“打”是委婉的代词),他们不打孩子,不到万不得已连鸡也不杀。父辈总是小心翼翼地教导孩子们继承非暴力的传统习惯。1949 年代初,当英国殖民政府征召舍麦人入伍,参与围剿共产党游击队的时候,舍麦人甚至不知道士兵的职责就应

^① 转引自戴尔逊著,林和生译《论人的天性》第五章:攻击性。台北远流出版公司,1989 年。

当是打仗和杀人。美国人类学家罗伯特·登坦写道：“很多了解舍麦人的人们坚持认为，像舍麦人这样不好战的民族永远也不可能产生杰出的军人”，^①但是，事实证明他们的这种观点是错误的。恐怖分子杀害了舍麦人防暴部队部分成员的男性亲属。尽管舍麦人来自一个无暴力的社会环境，杀人也是受人之命，但他们似乎都一下进入他们称之为“血醉”的疯狂状态之中。用典型的舍麦老兵的话来说就是：“我们杀人，杀人，杀人。马来人会为了搜查腰包、夺取手表和钱财而忘了杀人，我们却并不在于手表和钱财，我们只想到杀人。唉，我们真像是被血迷住了。”有个人甚至还是告诉我们他如何畅饮被他杀死的人的鲜血。

所以说，人类攻击性是遗传和环境相互作用的产物，具有一定的规律，是可以预测的。这一概念与生物进化理论相吻合，一方面，攻击行为的铤而走险的形式，如战争行为、犯罪攻击行为等，是人通过后天学习所得；另一方面，人又具有先天性的攻击倾向，在一定的条件下，先天因素使我们容易产生非理性的敌意，如果对此采取危险的放任态度，敌对情绪会自行发展，最终失却控制，导致暴力行为。

原始人类的攻击性残暴行为，是与当时的自然和文化环境相适应的。但在以后的较文明社会形态中则会受到压制。在文明社会形态中，由于文化的发展，渐渐出现各种伦理与社会规范，把人的野蛮攻击兽性压抑在心灵的无意识层，人们不可能随便地暴露出攻击性本能，不能想干什么就干什么，他们必须进驻到自己的社会角色里。法律、道德、规范等，使人的活动受到很大的局限，行为的许可范围只能是社会规范所能容纳的限度，否则将会受到律法和强权的惩罚。在这些文明的社会中，个体的攻击性被压抑，群体性的战争就成为这种攻击性本能的集中

^① 转引自威尔逊著 林和生译《论人的天性》第五章：攻击性。台北远流出版公司，1984年。

表达,这是由于规范在战争期间失效而引起的。

总而言之,人类是从蛮荒时代走出来的,有限的自然资源占有和低劣的生产力水平,使人的生存遵从着严酷的弱肉强食的丛林法则,暴力在原始社会时代成为一种生存必须。在人类社会进入现代文明时期之前的漫长岁月里,暴力一直颇有用武之地,它满足了人们对自身安全的渴望和对力量、勇武的雄性特征的崇拜心理。应该说,在漫长的人类历史中,对暴力的推崇已经在很大程度上沉淀为一种文化心理。

暴力的视像再现

虽然暴力频繁地在发生,并对人类造成无法估计的伤害,但我们对暴力的认知是如何得来的呢?回想一下我们脑中的暴力场面,无论是美伊战争中的炮火连天,无辜平民死伤的惨绝人寰,还是武林侠客们动辄舞刀弄枪的快意恩仇,这些无不是电视给我们的暴力经验。

我们生活在一个法制与和平的社会,作为社会的普通一员,我们恐怕终其一生在现实生活中也无法见到杀人放火、血肉横飞的“刺激”场面,战争的残酷恐怕只存在于老一辈人的久远记忆里,对于年轻人而言,无论是海湾战争、波黑战争还是美伊战争,虽然发生在他们生活的时代,却距离自己有千山万水之远,如果想看,也非常简单,无非是打开电视,就可以在家中观世界之战事。暴力,原本一个非常遥远难以在现实得见的名词,就通过电视走进我们的世界,电视也就其以各种各样的暴力影像塑造了我们的暴力概念,甚至我们的暴力经验早已经跟随影像的想象力膨胀到一个我们自己都无法估计的程度,打架斗殴这种暴力事件对于在电视中见惯了“大场面”的观众而言,只是小儿科了。

萨缪尔·韦伯就指出了暴力在我们概念中的尴尬处境:“我们不能想当然地认为,当我们看见暴力或者当我们认为我

们看见暴力的时候我们总是而且毫无疑问地知道暴力是什么。我们所‘看到’的,或者更重要的是,我们看的方式,在今天要比以往任何时候更加依赖于媒体,特别是电视。一旦我们超越我们无助的感觉所能及的经验领域,电视就过来补充我们的眼睛和耳朵——事实上,它几乎取代了它们。”^①所以,我们所谈论的暴力究竟是怎样的?我们在生活中未曾见到多少暴力的场面,但是却又感觉自己拥有丰富的暴力经验,几乎所有的暴力形式我们都见过,并且并不感到陌生,这一切,都要归功于电视。现在,电视中频频出现的暴力,已经比现实中的暴力种类还要繁多,场面还要残暴,电视制作者们用自己丰富的想象力,甚至能制作出现实中本不可能出现的暴力场面。科幻片中的星际大战,人们已经使用飞船和激光为武器,杀人于无形之中,更遑论一些具有异能的人,运用超能力,制造出更多匪夷所思的暴力行为。还有就是中国的武侠电视剧。那些身怀绝技的大侠和侠女们上天入地,无所不能,杀人也是易如反掌,当然,都有迫不得已的苦衷和隐情。诸如此类的暴力场景,都是运用一定的制作手段和拍摄手法再现荧屏的。再就是新闻中的报道。当人们在怨月 26 日当天通过电视直播目睹 9 号客机撞击世贸大楼时,无不震惊,以前这种只有在虚构的影视剧中才会有情节竟然就这样发生了。电视以最快的速度报道了这一事件,向世人展现了恐怖主义的可怕。电视就是一个最新、最现代化的信息综合加工厂,它能把最新发生的事实用最快的速度公布于众。这其中,容易被观众忽略的就是,电视媒体给了我们怎样一种真实?我们通过屏幕看到的、了解到的暴力,是事实的全部吗?

当然不是。媒体的真实并不同于客观的真实,媒体的报道都是基于一定的立场或者利益,而播出的内容则是经过选择剪辑处理过的镜头。对此,联邦德国前总理、德国社会民主党领袖

[illegible]

赫尔穆特·施密特这样认为：“媒体所传播的信息，往往只是一些伪信息，只是通过某些生动的，尽可能引起轰动的图片形式，片面地展示了问题或事件的某个方面：与试图分析症结所在的专家会议相比，燃烧的房屋，爆炸，正在开枪的士兵，死者，骚乱或者殴斗，显然更适合上电视镜头。”^①这样我们就不难理解，同样是暴力事件，为什么在美国轰炸了我国驻南斯拉夫大使馆后，美国媒体对这个事实的报道只是轻描淡写，坍塌的房屋，不幸的死者，死者亲人的痛苦以及中国人民对这件事情的反应和强烈愤慨，不是一带而过就是根本不予提及。所以我们从电视中观看看到的暴力场面，获取的暴力经验，无不是经过电视加工过的信息，它们所能呈现的也只是一种媒体的真实。

暴力频繁地出现在电视屏幕上，最常见的就是影视剧中的暴力。暴力电影，武侠电视连续剧，涉案剧等等。最近，张继中的第四部金庸武侠剧《神雕侠侣》正在热热闹闹地选角，还没有开拍就已经先声夺人。经过《笑傲江湖》、《射雕英雄传》和《天龙八部》三部毁誉参半的金庸剧，张继中的武侠情结还真是没完没了。当记者问及他为何钟情武侠剧时，他用一句话概括了缘由：“时事呼唤英雄，英雄应声而起。”再让我们看看这些“英雄们”都有如何的表现。《笑傲江湖》中的人物张口就是“暗藏杀机”、“杀个把人有什么稀奇”，动辄挥剑相向，杀得昏天昏地，尸横遍野。为了一个剑谱，为了夺江湖权势，多少武林人士丧命喷血。五岳派合并之后的掌门人岳不群总结道：“江湖中，血雨腥风啊！”《天龙八部》、《射雕英雄传》里也尽是一片腥风血雨，为了国仇家恨，门派之争，大侠们各显神通，各种武功绝学，打得敌人轻则伤筋动骨，重则命丧黄泉，也弄得观众眼花缭乱，看着满屏幕的死伤无数。在武侠剧中，刀剑相见、武功伤人的暴力场面出现频率之高，恐怕居各种暴力影视作品之首。这几年，还有

^① 赫尔穆特·施密特：《全球化与道德重建》，第 44 页，社会科学文献出版社 2006 年。

一种比较火的剧集类型就是涉案剧，“黑”字系列的电视剧热播荧屏《黑洞》、《黑冰》、《黑雾》等等，还有《重案六组》、《中国第一刑侦大案》等剧也有很高的收视率，得到观众的认可和喜爱。这些涉案剧中的犯罪分子通过制造惊天大案，或杀人绑架、抢劫走私，或贩卖毒品、开设赌场，牟取不义之财，其中在表现犯罪分子的作案过程时，有的片子刻意对砍手、剁指、挖心等情节进行血腥渲染，血淋淋的镜头让人心惊胆寒。

除了影视剧中的暴力，还有一种比较频繁的暴力“发放处”就是电视新闻报道。现今的世界，虽然和平是主流，大部分的人们过着安居乐业的生活，但是有一些地区还是战火频仍，20世纪90年代海湾战争的硝烟还没有在人们的记忆中散去，阿富汗战争又战火燃起，电视媒体对于阿富汗战争的报道，也每每成为新闻头条。炸弹燃起的高高火焰，全副武装的士兵们持枪作战，平民的流血伤亡，无辜的孩子们瞪着惊恐含泪的双眼，我们从电视上看到了战争的“实况”，那些暴力的场面让每一个善良的人心痛。在报道阿富汗战争的媒体争霸战中，还出现了一个媒体神话，这就是卡塔尔半岛电视台的崛起。在“九一一事件”后，该台因为两次播放拉登的讲话惹怒西方而一举成名，1998年10月，塔利班政权宣布禁止各国记者进入阿境内，而卡塔尔半岛电视台成为惟一能够进入塔利班控制区的电视台，利用这一优势，卡塔尔半岛电视台开始在阿富汗战争的新闻报道中独领风骚。摄像机拍摄到的空袭画面不过是黑暗中微弱的闪光，卡塔尔半岛电视台却频繁播放了导弹袭击阿富汗首都喀布尔的实况，因此人们都把半岛电视台称作是“海湾的CNN”。后来尽管半岛电视台因播放伊拉克战争的悲惨场景而受到美英的指责，但该台表示，将不会对有关战争恐怖场面的画面进行审查。据路透社报道，半岛电视台发言人巴卢特说：“我想观众有权看到战争的每一面。”他说，提供24小时阿拉伯语报道的半岛电视台，决定播出那些可能会让观者不舒服的画面是经过深思熟虑的，并否认此举是出于任何政治偏

见。巴卢特还补充说：“我们不是在迎合任何一方，或支持哪种意识形态。我们只是尽可能按专业的要求进行报道。”巴格达被炸毁的建筑、受伤哭喊的伊拉克儿童、以及丧命或被俘的美英士兵的画面，传递到世界各地数百万观众的眼前，这激怒了意图将战争描绘为解放伊拉克人民的美英政府。巴卢特表示：“如果有人察觉到报道失衡，那完全是因为获取讯息的渠道所限。”他说，如果美英允许该电视台更接近他们的军队，那么“你们当然会看到关于他们那方面情况的报道会和伊拉克方面的报道一样多”。战争，这种人类暴力形式的最集中表现，就借助电视媒体，让人们看清了它怎样也无法洗脱的非人道的一面。

电视中还常常出现暴力场面的就是一些电视专栏节目。这类专栏节目又可以划分为两大类：法制节目和军事节目。法制节目是普法宣传的重要阵地，这类节目的主要特征就是选取一些涉及法律的事件或案件，在报道这些事实的同时，通过深入细致的分析，使观众学法，进而守法。中央台的《今日说法》、《法制在线》就属此类的法制节目。在这些节目曝光的事件里，不乏一些暴力犯罪的案件。在介绍这些案件的背景时，出现一些暴力镜头是在所难免的。还有一类节目就是军事节目。中央电视台第七频道军事节目目前每天播出 源个半小时，几乎覆盖了全国大部分地区。《国防时空》、《军事报道》、《中国武警》、《国防时空》等栏目都是着力打造的军事节目。对于任何一个国家而言，国家安全关涉到全体人们的利益，只有国家安全和平，人民才有可能安居乐业，发展经济。全民族的国防意识是人们这一利益的潜在保障，军事节目就是在各个层面和各个领域上都注重全民国防意识的培养和宣传。这些栏目大多设置军事动态、武器性能、军事战史等版块，向观众介绍军事和国防知识。例如《中国武警》栏目就有一个版块叫：橄榄视野，主要是集中反映处置突发事件。在和平时代的国土上，这些可爱的官兵在真枪实弹、刀光剑影中与犯罪分子进行着殊死搏斗。为了祖国母亲的安宁，他们表现出大智大勇和誓死如归的英雄本色。他

们与犯罪分子的搏斗,本质上是一种以暴易暴,这种暴力,完全是基于人民的利益,对这种暴力的表现,基点也完全是为了弘扬子弟兵们的英勇精神。与这节目类似的,就是一些电视法制专题片中也会有一些暴力呈现,如山东台的《法治中国》(第五集)、广东省司法厅的《走向法治》以及张胜友的《擎起达摩克利斯剑》等影片。

除了上面这些经常出现暴力场面的电视形式,还有一种就是电视广告。广告要在短短的几十秒内给观众留下深刻的印象,让观众记住其所宣传的产品很是不易。广告商们总是绞尽脑汁,搞出新鲜、刺激的场面,来吸引观众的眼球,暴力就是一种省力的选择。这一类的广告多是采用武侠暴力或科幻暴力的表现形式,将暴力的实施对象设置成虚拟的恶势力。最新一期的百事可乐的广告就是采用科幻的形式。一个看似石头材质的巨人对一个小孩子造成了生命的威胁,由云源郑秀文、郭富城、周杰伦等明星扮演的百事战士,与巨人进行了一场“炫目”的搏斗,最终将巨人击得粉碎,挽救了小孩的生命。这场搏斗视觉效果极富冲击力,有点类似电脑游戏中的暴力情节和场面,明星战士们的超级武功也是由电脑特技生成,打斗的场面更是制作得暴力十足。

上面的这些视像暴力,都是以成年人为接受对象,这并不是说在针对儿童的电视节目里就没有暴力,动画片里的暴力成分丝毫不弱于其他电视节目。现在的青年人应该都还记得《变形金刚》这个动画片,它的叙事结构就是将两派机器人设于对立状态,每一集都会有一个矛盾点,解决矛盾的惟一途径就是暴力冲突,双方战得你死我活。除了这个动画片,还有《圣斗士星矢》、《忍者神龟》等等都延续着这样的叙事结构。在我国播了多年仍然受到欢迎的《猫和老鼠》是个老少咸宜的动画片,但是里面充满了暴力情节,猫和老鼠之间精彩的打斗,是其常演不衰的重要法宝。

暴力的如此发展以致泛滥,因为它的背后总是有一只“看

不见的手”在推动,那就是——利益。在这个商品社会,影视剧的生产也成为一种文化产业,在策划和创作的同时,就要考虑到它的发行和收视,暴力镜头是一种国际化的语言,与道德伦理剧和喜剧等剧种不同,观众对暴力的接受并不需要更多的背景性理解,它是一种非常容易获得观众认同的表达方式,国籍、文化或者宗教背景的差异对观众接受暴力影视剧不会产生太大影响,所以投资生产暴力影视剧就成为收益最快的一种选择。新闻节目中的暴力表现一方面是为了向观众介绍最新的时事,满足观众了解天下事、身边事的愿望,但在面对着网络、报纸等诸多观众新闻来源的竞争,电视新闻本身具有的直观优势,使它的暴力表现容易走向某种极端。暴力、血腥以及死亡本身所具有的强烈感官刺激,无疑成为新闻的一大“卖点”。正因为其新闻价值可观,电视在对战争、暴力犯罪(如杀人、伤害、勒索、抢劫等)的报道中,已经或多或少存在过度渲染的弊病,对观众注意力的吸引成为一个重要的原则,暴力在这样的理念下,“出镜率”越来越高,面目也一步步狰狞可怕起来。电视专栏节目中的暴力视像,很大程度上是出于节目定位和表现的需要。军事节目介绍各类武器装备以及对世界大战中经典战役的回顾与剖析,这些暴力的呈现都是从科学的角度,向观众宣传军事知识,提高人们的国防意识。《现代战争风云录》就是一档此类的军事节目,它的宗旨就是远离战争,改革开放以后,随着市场经济中错综复杂矛盾的出现,人们的法制意识逐步增强,对法律问题的关注度,对法律知识的需求度不断提高。法制节目就是在这样的背景之下迅速发展起来。法制节目将书本上高度抽象的法律条文与书本外千变万化的个案联系起来,展现法与情、情与理的交融与冲突,以及深蕴其间的法律思想、人文精神。这类节目中存在的视像暴力,是法律所要制裁的对象,它们的呈现,只是一个索引,如果不将涉及暴力的案件表现出来,仅仅“说”法,也会显得空洞。在这些专栏节目里,暴力只是手段,远离暴力才是最终目的。

随着电视媒体发展的日新月异,我们现在很难想象暴力还会以其他什么样的形式出现在观众面前。我们可能会远离现实中残酷的暴力,却拒绝不了电视中的暴力影像,只要电视是打开的,暴力影像就会不经意地扫荡我们的视线。

视像暴力何以成为美学

“暴力美学”这个词不知从何时起悄然流行起来;“暴力”和“美学”看似两个挨不着边的词语被组合在一起,竟然具有了如此之大的魅力,影视作品、电子游戏甚至汽车展争相打着“暴力美学”的旗号,力图吸引更多的眼球。人们对这个词语的使用,带有极大的随意性和个人感情色彩。“暴力美学”似乎就像一个标签,可以任人贴在跟暴力沾边的视像作品上,又因为缺乏一个切实可行的衡量标准,人们很难分清“暴力美学”的真伪。而暴力美学究竟是什么,一般的普通人不会去关心它的确切含义,就是学者们也都莫衷一是。

在文汇报组织的一次关于“暴力美学”的讨论中,学者尹鸿认为:“‘暴力美学’是个广义的、泛审美的概念,并非严格的美学概念,相关作品的主要特点是展示攻击性力量,展示夸张的、非常规的暴力行为。”^①劳凯声则认为:“我不赞成将暴力纳入审美中。暴力作品在崇拜宣扬人的强力统治理念时,否定了民主秩序和法制原则,与现代理念格格不入。对于认识能力有限的青少年,它很容易产生认识上的偏差。从文艺作品的现实影响上看,‘暴力美学’的所谓‘美’是值得商榷的。”^②郝建是国内对“暴力美学”研究比较深入的学者,他认为:“‘暴力美学’有约定俗成的特定含义,主要指电影中的对暴力的形式主义趣味。与

① 吴娟《大众文化冷思考:暴力美学“真的那么美”》《文汇报》2006年11月16日。转引自曾媛《网络暴力:从网络暴力到网络暴力》,见《网络暴力:从网络暴力到网络暴力》,北京:中国文联出版社,2006年。

② 同上

‘暴力美学’相关的一类作品有共同特征,那就是把暴力或血腥的东西变成纯粹的形式感。它主要发掘枪战、武打动作或其他一些暴力场面的形式感,并将这种形式美感发扬到炫目的程度。”^①而就电影中来看,笔者认为,作为一种具有电影史意义的风格形态的成型和完全发展,所谓“暴力美学”有着其约定俗成的特定含义:即指在中国香港电影中发展成熟,在日本一些电影导演的影片风格中被扩大视阈,在好莱坞被广泛学习借鉴的视像艺术是一种艺术趣味和形式探索,他发掘出枪战、武打动作和场面中的形式感,并将其中的形式美感发扬到炫目的程度,忽视或弱化其中的社会功能和道德教化效果。电影导演以中国香港的吴宇森、日本的北野武、美国的昆汀·塔伦蒂诺为代表。

当然,“暴力美学”只是具有一个约定俗成的含义,要给它一个公认的定义还有一段比较长的路需要走。但是,暴力是否可以被纳入美学却是一个可以讨论的问题。我们都知道罗丹的那句被广为引用的名言:世上没有不美的事物,只是缺乏审美的眼睛。大多数人的理解可能都是:日常生活中存在太多美的事物,我们缺乏发现和捕捉美的能力。但是纯粹美学的意思却可能是:一切事物,特别是被认为粗俗的、淫荡的、卑下的、低级的事物,它们也可以被纳入美的视野,在某种条件下,也都有可能转化为美。假如我们观照事物的方式是纯粹的,抛却我们审美性情的道德感,而转向一种伦理学的价值中立,那么就没有什么对象是可能不美的,确如尹鸿所言:“从美学本身来讲,没有素材不可以表现为美。丑与恶的东西,如果以人文价值系统进行观照,进而进行社会化的改造,是可以转变成美的。”^②既然一切事物,甚至是丑恶的东西,在人们一定的审美关照下,都有向美转化的余地,那么暴力作为人类社会的一种现象,自然也可以被

① 吴娟《大众文化冷思考:“暴力美学”真的那么美?》《文汇报》,转引自曾媛《暴力美学:一种文化现象的批判性思考》,见《电影艺术》2004年第4期。

② 同上

纳入审美中,成为一种审美的客体。据此,暴力美学就可以理解为,人们在抽离了审美道德感后,对视像中的暴力行为或现象产生的一种审美性体验。

可是往往我们在屏幕上看到的暴力要么是纪实性的展现暴力场景,逼使人们反思社会和自身,要么就是把暴力当成“春药”,目的仅仅是刺激观众的感官,我们不禁要问,这样的暴力即便是纳入审美的视野,会给人们带来审美的愉悦体验吗?答案是否定的。暴力要使人们在观看时得到美的感受,就需要运用一定的艺术手法和技术手段来表现它,这种表现也是对暴力进行无害化处理的过程。无害化处理的特征表现为:创作者往往运用后现代手法,要么把影片中的枪战、打斗场面消解为无特定意义的游戏、玩笑,彻底的去深度化,抹平一切可能的意义,悬搁所有可能的道德批判,追求绝对的形式主义;要么把它符号化,作为与影片内容紧密相关的视觉和听觉的审美要素。这种形式主义的趣味追求和符号化的处理,才有可能遮住暴力影像原本狰狞的嘴脸,呈现出一种唯美的意味,也就才有可能使人们对暴力影像获得与以往不同的心理体验,才会发现,原来暴力也是可以用来欣赏的,原来也这么具有美感。

一般认为,暴力美学开始于 20 世纪 50 年代末到 60 年代初的好莱坞,其中尤以 1957 年阿瑟·佩恩导演的《邦尼和克莱德》(《邦尼和克莱德》)、1962 年山姆·派金帕导演的《野帮伙》(《野帮伙》)、1965 年由斯坦利·库布里克导演的《发条橘子》以及 1976 年马丁·斯科西思导演的《出租车司机》等几部影片为代表。从这几部片子来看,暴力美学早期的作品中,道德判断并未缺失或搁置,相反,却是影片讽喻社会的一个重要载体。比如《发条橘子》对社会群体以正义之名对个体操纵的批判,以及对暴力和色情成为社会顽疾的忧虑;《出租车司机》对 60 年代冷漠的美国社会环境的控诉等等。只有到了上个世纪 80 年代,香港导演吴宇森的崛起,标志着“暴力美学”真正走向成熟,因为在他之前,还没有哪个导演像他这样执著于用精致的艺术手

法去表现阴郁沉重的暴力主题。这位迷恋好莱坞歌舞片的导演,最早以香港独创的“武侠片”起家,后来他将武侠世界的情义模式、忠义思想和动作标准,放到以现代都市为背景的警匪片中,并且深受其歌舞情节的影响,追求人物细节的煽情,和动作细节的浪漫唯美,这一番糅合使其吴宇森近年推出的《英雄本色》获得空前成功,创造了吴氏“暴力美学”的传奇佳话。事实上,吴宇森表现“暴力之美”的艺术手法,也并非独创,他的暴力表现融会贯通了许多前辈导演们的艺术精华,如派金帕,他在《野战群》(1952)里拍出了舞蹈般的厮杀场面,并用慢镜和特写捕捉动作和死亡的镜头,成为吴氏“暴力美学”的启蒙教材。还有梅维尔的人物刻画——通过个性化处理放大每个部分的魅力的手法,也是吴宇森的营养之源。

“暴力美学”在香港发展成熟以后,又反过来影响了美国的暴力美学观念。创作出暴力美学经典作品《低俗小说》的昆廷·塔伦蒂诺承认他的作品深受香港电影的影响,作品中有的暴力细节则直接来自香港影片。在昆廷·塔伦蒂诺的作品里,暴力美学呈现出另外一种面貌。在《低俗小说》里,他将暴力玩笑化、平常化,倾向于消解暴力的本意,一切都只是游戏,也都没有多少意义。这部片子在戛纳电影节上令人难以置信地击败了基耶斯洛夫斯基的《红色》、米哈尔科夫的《毒太阳》、张艺谋的《活着》等多部名家力作,夺走了金棕榈大奖,也算是国际影坛对他的“暴力美学”的肯定。

检视了一下暴力美学的发展,我们可以看出,对它的阐释都是在电影的领域里展开的,是不是暴力美学就仅仅适用于电影呢?当然不是,与电影艺术同样为视觉艺术形式的电视中亦存在暴力美学,前文中,已经列举了诸多的电视中的暴力,其中有一些暴力场面的呈现与电影中的暴力美学已有异曲同工之妙。最典型的的就是武侠电视连续剧。

这几年武侠剧出现了热拍的局面。大胡子张纪中,因为拍了《笑傲江湖》和《射雕英雄传》成了“金庸剧制片人”的第一品

牌,虽然观众骂声一片,但是人家毫不气馁,紧接着又捣鼓出一部《天龙八部》。这部片子大获成功,没让金庸迷们失望。张制片现在又在紧锣密鼓地打造下一步金庸武侠剧《神雕侠侣》。才几年时间,他已经把金庸的经典作品悉数打进,自己没闲着,也没让观众闲着。《神雕侠侣》之后他又会瞄上金庸的哪部作品,我们还要拭目以待。

这一些都算是“内地版”的金庸武侠剧,也都不是第一次搬上荧屏,金庸的某些作品更是被一而再、再而三地重拍。仅是《笑傲江湖》就曾五次被拍成电视剧:1983年由周润发、陈秀珠主演的《笑傲江湖》;1990年吕颂贤和梁佩玲主演的《笑傲江湖》;台湾著名编剧杨佩佩改编、由任贤齐与袁咏仪主演的《笑傲江湖》。此外,还有台湾演员马景涛第一次当制片人、有新加坡演员范文芳参演的《笑傲江湖》,以及内地版的《笑傲江湖》。

这些武侠电视剧反复地拍摄,观众们还是乐此不疲,除了改编、演员等因素外,还有一个重要的原因就是武侠片越来越好看了。人们津津乐道于原来的版本,很大程度上是怀旧的因素在起作用,在娱乐资源匮乏的时代,一两部成功的作品很难让人忘怀,比如黄日华和翁美玲版的《射雕英雄传》至今还是许多金庸迷们心中无法替代的经典。但我们不得不承认的是,现在武侠剧的发展已是今非昔比。武侠剧经过多年的发展,积累了丰富的经验,随着时代的发展和观众口味的变化,创作者们的创作理念也不断更新,加之现在影视技术水平发展迅速,拍摄设备和后期剪辑技术越来越先进,以前导演能想象到但因技术条件所限无法实现的视觉效果,通过电脑的帮助就可轻松地完成,可以说是,只有人们想象不出的,而没有制作技术完成不了的,所以在一些武侠电视剧中,暴力的展现已经不再是对一场暴力屠杀的血腥表现,一些武打动作的处理也出现了舞蹈化、诗化、表演化的倾向,尽量将暴力行为美学化和游戏化,人们在观看武侠影视剧的时候,仿佛是在欣赏一场别开生面的武舞表演,本来血腥、

凶残的暴力场面反倒呈现出一种视觉的美感,暴力的残酷性在这种手法下被消解。有时,创作者为了不使影片的叙事情节因表演性的武术场面而中断,有时还将带有表演性的武术技击放置在非敌对性的故事背景中,那些武打场面设计得极想象力之能事,人物的姿态优美,武术动作华丽而夸张,像舞蹈一样展现人身体的生命活力和美感,面对这样的视像暴力,人们不会因为暴力的残酷感到难以接受,相反,会在这些富于观赏性的暴力场面中,产生愉悦的审美体验。

如果武侠电视剧这种极具风格化、表演化和游戏化的方式表现暴力场面的手法,可以算作衡量暴力美学的一种标准,那么也可以对电视中存在的其他视像暴力做一个区分。在反腐剧、涉案剧等影视作品中,创作者一般采取纪实主义的艺术手法,力图给观众一种亲历现场的真实而惊悚的感觉,镜头语言干净利落,极少有抒情性的暴力展现,恐怕很少有人能从如此血腥残暴的场景中感受到美。在新闻和电视专栏、专题片中的暴力,一般都是拍摄自暴力现场,拍摄者只能如实地记录下事情的真实情况,这不是对暴力的一种艺术创作,仅仅是反映了事实的原貌。人们在接受这些暴力视像时,往往带有价值判断和感情的倾向性,无法进入纯粹的审美领域,只是接受信息或获得知识,因而也很难用暴力美学来界定。但是在某些广告中,我们却能发现暴力美学的影子。广告只是被宣传物的载体,重点在于如何让观众通过广告记住和接受产品,缺乏美感的暴力场面容易让人反感,进而对产品产生厌恶感,这是广告制作商要避免的,所以在一些以武侠或功夫为创意的广告里,武打动作的设计新颖、巧妙,游戏化的风格突出,力图让观众在娱乐化的欣赏情境里接受产品,达到最好的宣传效果。最后就是动画片与暴力美学,动画是从人物到动作,到场面完全虚拟,由人创作出来的一种视像形式,创作者的可操控性也是最强的,在一些有暴力倾向的动画片、特别是日本动画片里,虽然是人体飞跃腾挪,鲜血流淌的暴力场面,但在镜头的搭配设置下,在极其讲究的色彩和线条的渲

染下,也能形成一种壮烈的美感。而在《猫和老鼠》这样的动画片里,无论猫对老鼠还是老鼠对猫的暴力,谁也未曾真正伤害过对方,暴力完全是游戏化、趣味化的处理,打得热闹,打得有趣,观众自然也看得津津有味。

上面的分析,只是粗略的对电视媒体中的暴力影像在暴力美学与暴力非美学中作了一个划分,但是每个人的审美标准都不尽相同,个体由于性别年龄、受教育程度、对美的直觉体验、对暴力的耐受力等等方面都存在不同程度的差异,同样一段暴力场面,对于成年男性而言,可能他会饶有趣味地欣赏,感到形式化的表现带来的美的感受,但是如果儿童或女性则可能还是会感到难以接受,在这一点上,暴力美学还是缺乏一个客观的衡量尺度,暴力美学和暴力非美学之间的度究竟在哪里,还是一个我们需要继续研究的课题。

现如今,暴力美学虽然还没有完全揭开真面目,就已经有点儿变了味,成为商家销售产品的宣传噱头,商家们为了追求商业利益滥用暴力美学。本身“暴力”表现就是对人的欲望宣泄的一种满足,已经能吸引观众的目光,而“美学”则很容易地与艺术联系起来,似乎只要是“暴力美学”,就一定具有较高的艺术水准,商家们一旦贴上了这个标签,仿佛就在对观众说,别犹豫了,快来看吧,这可是一部艺术上乘的优秀作品。暴力美学成为毫无美感可言的残酷暴力的“精美外衣”。到了这个地步,“暴力美学”的所谓“美”就真的值得商榷了。

视像暴力的功能

人类内在暴力冲动的疏导与宣泄

暴力是内在于人类本性的一种冲动,西方现代行为学创始人康·洛伦茨在《论侵犯性》一书中曾写到:“人类的好斗性是一种真正的无意识的本能。这种好斗性,也即侵犯性,有其自身的释放机制,同性欲及其他人类本能一样,会引起特殊的、极其

强烈的快感。”^①但是在现实社会中,人的这种“侵犯性”,被种种社会规范所限制。社会文明的过程,也就是这种侵犯性本能被遏制的过程。人的这种天性虽然能够被束缚,被规范在社会伦理道德和法律的制约中,很难在现实中找到兑现的机会,但并不是说它就消失了,不存在了,而是隐藏到了人性的深处,时时会蠢蠢欲动,时时寻找着突破口,寻找一种方式来释放这种本能。不过我们生活在现实社会,大多数心智健全的人都知道如果暴力的侵犯性实施在现实中会有什么样的结果,不仅可能承受对方更加暴力的攻击,而且轻则拘留重则入狱。在暴力行为的实施中,虽然自身的暴力冲动得到释放,但任谁恐怕也不愿意承受结果。所以,大多数人都会寻求替代的心理需求,视像暴力就成了人们最好的选择。在观赏视像暴力时,会将自己带入到视像的情境中去,通过想象的方式使欲望得到满足。另一方面,现代社会中个体自由的天地越来越小,感情也日益纤细、琐碎、敏感,生活越来越精致,但同时生命力也越来越孱弱,容易受伤害,容易陷入痛苦中不能自拔。而通过欣赏野蛮的东西,则可以使人之间的感情变得粗糙,意志更加果敢,敢于冲破重重规范去追求心中希望的东西。所以说,影像的暴力能够为现代人提供一个发泄兽性,满足暴力冲动的安全场地。电视的制作者和投资方正是洞察出人们潜在的暴力心理,通过影视剧等形式把暴力加以演绎,惊心动魄地展示出来,提供给观众一个合法的暴力宣泄渠道。

视听快感与审美愉悦的给予

人是具有社会感的,为了得到社会共同体的承认和庇护,就必须交出自由,承诺起法律的、经济的、道德的等方面的义务。虽然法律规定了在它面前人人平等的原则,但是社会的复杂和多元远非一个条文的规定就可以实现的,人们在

^① 康·洛伦茨《论侵犯性》,第40页,纽约版,1936年。

生活中经常会感到社会现实的不完美。俗语有云：“衙门朝南开，有理无钱莫进来。”人们经常会遭遇一些不公平的对待，可是又无力改变这种社会现实，这些不满很容易形成强大的心理情结，就需要通过一个审美的渠道发泄出来。去年曾闹得沸沸扬扬的某网站的举办的文化偶像的投票选举中，金庸榜上有名就非常能说明问题。他的武侠作品深受人们的喜爱。在武侠世界里，大侠们可以无须屈从外部规范，压抑、扭曲自己的意志，他们可以采用非文明的方式，凭个人的功夫来“了断”一切恩怨情仇、是非曲直。武侠中的这种道德原则，在文明世界里是绝对行不通的。所以，武侠世界满足了人们的审美需求，现实生活的不如意，可以在武侠世界的快意恩仇里得到消解和释放。武侠电视剧的叙事结构也都是建立一个虚拟的武侠世界，这个世界有其自身的完整的价值体系，人物都是善恶分明，主人公实施暴力的前提，必定是国仇家恨，迫不得已，这样就给暴力的实施提供了充分的合法性，正义的暴力与非正义的暴力界限分明。所以当观众看到代表着公正和善良的主人公使用暴力的时候，不会觉得这种行为是在戕害另一个生命，不自觉地认同了他解决问题的方式。而且正如前文所述，现在随着影视技术水平的发展和创作者理念的进步，暴力的展现已经脱开完全写实的展现，呈现出了视觉的美感。那些武打场面设计得像舞蹈一样优美，展现人身体的生命活力和美感，观众在欣赏这些暴力场面时，不但不会因暴力的残酷感到难以接受，相反，会因为这些暴力场面新颖，别具一格而富有想象力的展现，得到阅听的快感和审美的愉悦。当然，武侠世界只是现实世界外的一个虚拟存在，肯定不能将它和现实生活等同起来，它们内在的文化逻辑和价值体系相去甚远。这种虚幻的、游戏般的世界，它的观念体系和视觉呈现确会给人某种心理的快慰。大众文化本身就是一种快感文化，只要人们有这样的需求，这种视像就会源源不断地生产出来。

武侠的“文化原罪”

贾磊磊

摇摇电视剧的生存策略历来就建立在“市场决定论”的前提上。作为一种文化产品的或是作为一种商业化的娱乐形式,中国武侠电视剧具有它与生俱来的负面影响。这种影响就像香烟、酒精一样,他们在给社会带来丰厚的物质利润和商业利益的同时,对人的身体会有某种程度的损害。武侠电视剧特定的表现题材和故事内容也不可避免地会带来一系列文化问题和社会心理问题,如果不加限制地乱用这些东西必然造成非常严重的社会后果。

比如说,武侠电视剧解决问题的最终方式都是诉诸于暴力,它甚至是这类题材的作品解决矛盾冲突的惟一方式。“以血还血,以命抵命”成为武侠电视剧当中一个永不改弦更张的行为逻辑和叙事逻辑。这是这种以武打为动作重心的电视剧必须恪守的一种叙事常规——这是武侠影视艺术与生俱来的“文化原罪”。这种以武力、暴力的方式解决纷争的选择,显然是与现代社会的价值取向相悖逆的,特别是与建立公正的社会秩序的人类理性相违背的。所以武侠电影、电视剧的叙事结构往往需要采取一种善恶对立、是非分明的价值体系来“划定”暴力的合理性,区分正义的暴力与非正义的暴力。使观众在一种公正、正义、善良的叙事主体使用暴力的时候,认同其解决问题方式本身的合理性。

另外,武侠的世界是一种消解了现实意义的虚拟世界。不论是替父复仇,或是争夺天下武林至尊,乃至寻找武林秘笈,江湖中的人有他们的生存法则,

武侠小说大多讲的是个人恩怨,讲的是江湖道义和武林规矩。观众从属性的社会地位,决定了他们在观赏武侠电视剧和电影的过程中的心理指向是一个“帝力于我何有哉”的暴力乌托邦。毫无疑问,我们不能把武侠的世界直接等同于我们生存的现实世界,因为它们内在的文化逻辑截然不同。沉溺于一种虚幻的、游戏般的世界有时会给人某种心理的快慰,只是不要把这种快慰无限度地扩大,否则这种虚拟的“非常美”就会变成真实的“非常罪”。^①

对人类历史及社会现实的思考

视像暴力有时也是一种表现手法,向人们诉说一段历史,一种真实。现在的年轻人生活在和平的年代里,安逸的生活使他们一味地享受生活,却很难体会这种生活是多少人抛头颅、洒热血才换来的,革命历史题材的电视剧和专题纪录片就提供了极好的革命传统和爱国主义教育。没有经历过战争年代的年轻人,只能是从书本上的文字描述,来了解那些历史,但是单纯的文字说教,很难让他们有一个直观的感受和体验,视像的呈现就弥补了这种不足。例如电视连续剧《长征》等,这部电视剧本着忠于历史的原则,将那段艰苦卓绝的革命岁月搬上荧屏,该剧中不乏作战、流血、伤亡等暴力场面,但是就是这些历史的再现,让我们知道了今天生活的得来不易,受到了一次爱国主义教育的洗礼,也会更加热爱生活,珍惜我们所拥有的一切。

去年热播的电视剧《不要和陌生人说话》,把一直被人们视做极为私人化的“家庭暴力”问题用电视剧的形式表现出来。

① 溧水：转曾曾爱圃溧水县志卷之四，转普转范转员应近溧水。因因原原元原缘原文刊载于《文汇报》。

该剧讲述了一个优秀的脑外科医生安嘉和由于性格扭曲,总是怀疑妻子有外遇,便对其百般虐待,他的行为无意中被一个偷窥者拍成录像。当偷窥者拿着录像带找他敲诈时,他却失手将偷窥者杀死,于是他变成了杀人犯……女主人翁梅湘南因为爱隐瞒了曾遭强暴的过去,受到丈夫安嘉和的猜疑。遭到暴力后,她又因传统的“尊严”和残存在心底深处的爱,努力维系着家庭的完整,祈盼丈夫的转变。结果,却遭到丈夫更深的猜忌和更为恐怖的暴力。终于,她从逃避走向反抗,走向为维护自己的正当权益和真正尊严的斗争道路。这部电视剧一经播出,立刻得到广泛的关注。剧中有多处丈夫暴打妻子的暴力场面,导演张建栋介绍剧中一共有“远处打戏”、“拍冯远征(剧中的丈夫)将梅婷(饰妻子)的脸都踩扁了时,许多人看不下去,甚至要求我能不能别这样拍。当时大家都用一种特仇恨的眼光看着我。可是我没有停止,虽然我自己也心痛,但因为最初做背景调查时,许多真实的个例就是这样震撼我的,所以我坚持要将这种震撼传递给观众,通过这个我要说只有做到真诚而宽容地待人,人的心理才会健康,那才叫文明。”^①拍摄这部剧的一个最主要目的是为了制止家庭暴力,给妇女宁静安全的家庭生活,为引起社会更深入而持久地关注家庭暴力问题。

很显然,这种视像暴力,只是一种手段,通过这种表现,给人一定的启发,唤醒人们对社会的某种现象、某种现实的思考和审视。这种影像,说明了人类社会发展中存在一些畸形的形态,这些形态不是个人的,它具有普遍性,暴力呈现就是把这种普遍性告诉给大家,并且引起人们的思考,力图不让人们再犯同样的错误。

《不要和陌生人说话》播出后,关于家庭暴力立法的问题引起广泛的讨论,也必定会加速立法的进程,同时,也使一些人反思自己的行为,减少或不再制造家庭暴力。在这种影视剧中,暴

^① 《遭遇“家庭暴力”梅婷被冯远征“暴打”》,来源:转载于网络,原
文原载于《扬子晚报》

力的表现就具有了重要的社会意义,而不仅仅是单纯的视觉刺激,导演所要表达的思想意义和内涵已经蕴于其中了。

对既有道德规范的消解

电视中日益增多的视像暴力也引起了人们的忧虑。施密特直接了当地指出:“甘地说过这样一句话:‘缺乏个性的教育是一种社会罪恶。’目前影响力最大的教育因素,即电视的个性完全是模糊不清的。甘地的定义适用于大部分电视节目。原因在于,从总体来说,电视所发挥的影响,不外乎以潜移默化的方式诱使人们——特别是儿童、青少年——走向犯罪和诉诸暴力。”^①他的这种担心并不是多余的。

人们在电视中看到了太多的暴力,他们的行为就会受武力或者暴力手段来解决日常生活中的问题的价值观念的指导,认为暴力并不必然是非法行为,它是人们生活的重要组成部分,是解决问题的重要手段,在这种文化氛围中,暴力已作为一种价值观念渗透到人们的潜意识中,把使用暴力看成理所当然的事,甚至崇尚暴力而对不使用暴力者歧视或排斥。这种暴力文化对正处于早期社会化过程中的青少年,影响尤为深刻。

青少年由于人生经历太浅,是非观念不清,加之缺乏自我控制能力,因而极容易通过接受影像暴力的误导,常常会因生活环境中微不足道的失意、生活挫折或哥们义气大打出手,做出各种暴力行为,导致暴力犯罪。据美国《国际先驱论坛报》报道,一个美国青少年15岁之前在各种传媒上能看到1万起谋杀案和10万起其他暴力行为。美国前教育部长赖利在国会作证时承认:“我们的文化往往美化暴力”。儿童专家斯特拉伯格指出:“孩子们从电影电视上得到的信息是:作为一种解决复杂问题

^① 赫尔穆特·施密特:《全球化与道德重建》,第152页,社会科学文献出版社,2004年。

的方法,使用暴力是可以接受的。”^①因为在宣扬暴力的影视片中,那些所谓伸张正义的杀手,不但受任何法律制裁,而且是被当作英雄加以歌颂的。这对于一个十几岁、是非分辨力还不太强的孩子来说,自然就起了一种蛊惑作用。

早在 1955 年,美国心理协会“电视与社会”稽查小组主席在国会作证时就指出:“电视足以引起侵略行为,这是有证据支持的。”上个世纪 50 年代,电视进入美国家庭,其结果是谋杀案例激增。在南非,暴力电视直到 1976 年才被解禁,结果形成一个极有说服力的“自然实验”:在暴力电视解禁后的 10 年之间,谋杀案激增,而且,在拥有电视最早、且拥有电视机台数最多的地区,谋杀案的增幅也最高。美国最近有人对 100 个案例进行分析,涵盖的对象接近 100 万人次,所得出的结论是:浸淫于“文化暴力”的人,其涉猎“现实暴力”的可能性比正常人高出 10 倍!而暴力对儿童的影响明显高于成人。1989 年,美国医学学会主席在国会作证时称:“愈来愈多的科学研究都揭明了大众传播与暴力行为之间的关系……大众媒体播映节目会导致暴力行为,而对于许多儿童、青少年与成年人的侵略态度尤其相关。虽然研究已经证明了暴力与犯罪之间的关系,但是电视制作者还是振振有词,泽维·布劳恩就说:“我们生活在一个暴力的社会,艺术只是在如实地模仿生活模式,而不是用别的方式:议会应该去清洗这个社会而不是清洗反映这个社会的屏幕。”^②泽维·布劳恩只是道出了部分的事实,这个世界的 imperfect 一定程度上确实需要暴力为载体去展现,但这绝不是放弃电视制作者的责任感,一味表现暴力的借口。

① 《校园枪杀——美国暴力文化孕育的恶果》,转引自《中国青年报》,1999 年 10 月 10 日。原载于《解放军报》。

② 转引自《中国青年报》,1999 年 10 月 10 日。原载于《中国青年报》。

在我国,这个问题也越来越严峻。北京零点调查公司 1999 年 9 月进行了《中国沿海城市中学生社会文化特征调查》,在“中学生偶像明星排行榜”中,被排在第一位的国际影星有愿名是男影星,其中有 3 人以拍武打片成名。他们分别是:成龙、施瓦辛格、史泰龙、周润发、汤姆·克鲁斯、李连杰。青少年就浸淫在视像暴力中,很多人还对暴力行径津津乐道。在暴力犯罪,特别是青少年犯罪中,很大一部分都是受了视像暴力的影响。马家爵的犯罪震惊全国,人们不断地反思我们的社会和教育到底出了什么问题,视像暴力对他的影响难辞其咎。

有学者的研究报告指出,即使长期观赏暴力性节目的人在行为上未变得更加暴力,亦会对现实生活中暴力受害者的伤痛日渐麻木、漠不关心,以致逐渐容忍社会暴力的层次日增,因而逐渐失去感受惊吓和伤痛的能力。

为了减少电视中的暴力展现的不良后果,1997 年国家广电总局下发通知,要求全国所有电视台在收视最为集中的黄金时段,不得播放渲染凶杀暴力的涉案题材影视剧。这一举措虽姗姗来迟,仍不亡羊补牢之策。“暴力的基础是对生命的极端漠视”。血腥暴力,纵使出于正义目的,终究改变不了其无视和践踏生命的实质,终究改变不了催生人类恶念和恶行的本质。而以正义的名义施暴、行凶,往往更具欺骗性。这个通知的贯彻实行,必会绿化、净化荧屏,为青少年成长营造良好的空间。

视像暴力在人们的心理需求和制作者的投其所好双重作用下越来越泛滥,在宣泄了人们的暴力冲动,带给观众释放快感的同时,产生了诸多的负面影响。有人因为扭曲异化的价值观念走向自甘堕落的歧途,有人因为被错误诱导,道德沦丧,有人被直接刺激起犯罪欲望并付诸行动,也有人从中学到“高超”的犯罪技能总结犯罪经验,妄想逃脱法律的制裁,形形色色的视像暴力,带来了形形色色的后果。人们究竟该放纵自己的欲望拥抱视像暴力,还是应该撑起理智的大旗控制它,这恐怕是一个难有答案的悖论。

十、视像与竞技体育

190

人类的竞技体育自古有之,成型的竞技体育盛会也至少可以追溯至公元前776年在宙斯庙前举行的第一次奥运会,而电视的产生和发展只是近几十年的事情。自1936年柏林开创了电视转播奥运会以来,与电视的结合已越来越成为现代竞技体育的普遍现象。试看从中超联赛到欧洲杯,从各项世锦赛到奥运会,期间哪个赛事能够脱离电视而存在?在竞技体育产业化、全球化的过程中,电视不仅始终扮演着推波助澜的角色,而且不断地反映着竞技体育的阳刚、阴柔、形态、风格、技巧的审美特点以及国际化、科学化、商业化、职业化、多样化乃至政治化的基本特征。在视像时代的今天,竞技体育已经越来越成为电视表达的重要内容,其表达的形式也越来越趋于多样化。本章从梳理竞技体育发源及其特征入手,试图通过分析竞技体育电视表达的形式和内容,阐释视像时代竞技体育作为一种消费文化、作为人类的文化仪式以及作为全球和平、平等发展手段等方面的人类学意义。我们认为,竞技体育的视像表达理应成为“视像人类学”的重要一支。

竞技体育与人类社会

竞技体育的历史渊源

早在人类产生之前,动物之间就存在着生存竞争和无意识的“游戏”行为。虽然是无意识的,但这些活动对远古时代人类竞技的产生无疑是具有重大影响的。在人类的愚昧、野蛮时代,原始人之间的竞技活动是他们生产劳动之余的主要文化活动形式,同时反映出了简单社会中人们蛮拙的身体需要和贫乏的物质条件。在人类发展史上,早期体育运动与军事需要直接相关,这从古希腊城邦的历史中已得到了证明。每一个斯巴达人的孩子,除非被认为是“废品”扔到野外去死掉,全都从苑岁开始就要受斯巴达式的军事教育。没有例外,所有的女孩子也和男孩子一样要受到体育锻炼。而这种服务于军事需要的专业化锻炼,几乎在每一个民族的历史上都有所反映。具有人类文明意义的竞技体育活动,应该追溯到古希腊的奥林匹克运动会。

古希腊文明创造了服务于战争的体育,同时也创造了象征和平的体育。公元前 776 年,第一届古奥运会在奥林匹亚举行,据说这是希腊各城邦普遍厌战的结果——与其通过野蛮战争一决雌雄,不如通过和平竞争一分高下。在奥运会期间,各城邦必须遵守“神圣休战月”的规定,不得发动战争,不得携带武器进入奥林匹亚。当时的运动会仍以祭典为主,体育竞技项目不多。第 1 届至第 13 届古奥运会只有短跑一项,其后每届有所增减、调整。古奥运会从公元前 776 年始到公元 393 年止,共举行了 293 次,其间的盛衰荣辱可歌可泣。公元 393 年罗马皇帝宣布废止奥运会,奥林匹亚的宙斯神庙和竞技场等辉煌建筑也先后毁于战火、地震。虽然奥林匹亚作为人类体育运动会的发源地变成了一片废墟,但是古奥运会留给世人的文化遗产却是丰厚的。奥林匹亚是在战争中形成的“和平圣地”,它使竞技体育从军事需要中分离出来,通过和平、公正的比赛来显示人的力量和

进取精神。每一个参赛者都要面对宙斯神像宣誓永不把非正当手段用于比赛 ;大会用象征和平的橄榄枝编成的花环作为对冠军的奖励 ;大会对弄虚作假者予以严惩 等等。这些精神和准则所体现的和平愿望与公平意识 ,都要通过运动员的体力较量和技能竞争来实现 ,在这里没有别的权威。正如针对那些企图用贿赂等手段获取殊荣的现象所给予的警示一样 :奥林匹克的胜利不是可用金钱买来的 ,而需依靠飞快的两腿和健壮的体魄 !

对古希腊成为奥林匹克竞技体育的发祥地的原因 ,卢元镇曾概括为以下几方面 :第一 ,古希腊商品生产较为繁荣 ,这在以农业经济为主的人类古代社会是绝无仅有的。商品经济的繁荣使生产力得到迅速发展 ,征服自然、改造自然的信念趋于形成 ,包括奥林匹克竞技活动在内的社会生活内容也就逐渐丰富多彩。第二 ,商品经济的发展和开放的海洋地理环境铸就了希腊人外向、好动的性格。他们具有独立不羁的人格、开拓精神和变异观念。这种充满自由、竞争精神的文化个性鼓励着人们参与各种竞技活动 ,激励了人们的竞争能力。第三 ,古希腊的奴隶制民主制度为竞技体育的存在和发展创造了良好的思想氛围。因为竞技体育始终需要一种平等和公正的原则作为思想基础。尽管古希腊的民主制度只局限于奴隶主阶级 ,但在当时世界各种文明中也是惟一的。第四 ,古希腊的城邦统治在注重军事的同时 ,更注重军事的主体——人的体力的发展。频繁的城邦战争使人们又渴望和平 ,渴望用一种和平竞争的方式取代残酷的杀戮。^① 正是上述机制的综合作用才产生了古奥林匹克运动 ,并持续了一千多年 ,成为人类文明史上的奇葩。

真正含义的近现代竞技体育发源于英国的户外竞技活动。资本主义在雇佣劳动、商品流通的同时 ,出现了繁荣的市场经济 ,也产生了与之相应的竞争观念和行为。这种活动特征和价值观念迁移到业余文化活动中 ,刺激了近现代竞技体

^① 卢元镇《体育社会学》,第 287 页,高等教育出版社,1994 年。

育的勃兴。英国户外竞技运动的兴起、德国考古学家对古希腊奥林匹克遗址的发掘以及法国教育学家顾拜旦对近代奥林匹克运动的倡导,奥林匹克运动终于重新兴起,并使竞技运动随大工业的产生、发展逐渐发育,在市场经济环境中得以成熟和完善。

二次大战后,世界人民厌倦动乱和战争,渴望加强国际间的合作。佐勒曾认为竞技体育是“随着人类文化的进步而发展起来的一种特殊的、礼仪化的战争”^①,这反映了人类强烈地寄希望于竞技体育的发展。同时世界两大阵营的对垒和冷战局面的形成,使竞技体育成了政治斗争的工具。但是,不管是社会主义国家对竞技体育政治功能的理解还是资本主义国家对竞技体育职业化、商业化的发展,两者都从不同的侧面推动了世界竞技体育。因此,20世纪六七十年代以后,竞技体育更向国际化、科学化、人文化、高水平化的方向迅猛发展。

竞争是竞技体育的灵魂,也是一种普遍存在的社会现象。优胜劣汰是自然界和人类赖以进步的客观规律。自然界和人类社会中的每一个体都处在这个被筛选的过程中。当生命需要的广泛性与维护这种需要的利益的有限性发生强烈冲突时,竞争就不可避免。于是,人类社会的竞争就一直存在着、延续着,并且由于人类的意识的存在而将竞争推向及至——战争。而人类厌恶阴谋竞争和野蛮竞争,希冀公平竞争和规范竞争。竞技体育恰恰为人类社会构筑了一个公平和规范的竞争模式。这个模式是一个平等得使每个人都乐于接受、通俗得使每个人都能够接受的模式。竞技体育中的竞争是文化领域内的竞争,不同于以灭绝对方为目的的战争方式的“竞争”,也不同于以获得更大经济利益为目的的经济方式的竞争。竞技体育的竞争以合作为

^① 澳大利亚学者约瑟夫·奥斯玛·佐勒在《体育、社会与政治》一文中引用康德拉·洛伦兹的观点。转引自郝时远:《体育运动的人类学启示》,《世界民族》,第151页,1996年第1期。

前提,提倡一种公平竞争精神,即云贵省赠

竞技体育的价值还表现在对人的全面发展具有独到作用——既肯定人的个人发展,又肯定社会对人发展的社会需求;注重人健康的生物观、心理观和社会观的统一。尤其在 20 世纪的今天,许多学者提出,竞技体育就是要以人为本;把人置于世界发展的中心”^①,提升人类的生活质量,提高人类健康水平,创造一个保障人们平等、自由的社会环境。竞技体育这项全人类最广泛的活动,其宗旨理应就是促进全人类的和平、幸福和安康。竞技体育,不仅具有通过体能符号使不同人群能够直接理解,达到有效交流目的的功能,而且在传播友谊、促进世界进步和沟通人类情感方面也具有独特的作用。在全球化条件下的当今社会,以体育服务为龙头的包括体育用品生产、体育旅游等为主要内容的体育产业成为朝阳产业,使竞技体育在社会经济发展进程中扮演着重要角色。而更深层次的供给则是竞技体育在精神生产力方面所具有的潜在价值,通过陶冶人的情操、愉悦身心、调整人的心态、增强人的意志等,为培育现代人的必需品格提供了丰富的精神食粮,成为了人类精神宝库中不竭的资源 and 难以评估的财富。

体摇育摇论

肖复兴

摇摇人类狂热的两个焦点和爆发点:一是战争,一是体育。体育是和平时期战争的转移,转移到绿茵场上另一种民族的较量与竞争。除此之外,在世界的任何一个角落或任何一种方式,很难能够如此煽起高蛋白和胆固醇一并增长的现代人的狂热。

① 祖芾《再论体育价值》《北京体育大学学报》1994年第 1 期。

摇摇这种狂热 ,首先表现在赛场上的欢呼、唾骂种种淋漓尽致的情绪 ,和对体育明星一往情深乃至丧失理智的崇拜。

这使得体育不同于艺术表演 ,哪怕是迈克尔·杰克逊或麦当娜的表演 ,都无法与之相比。

这使得体育带有神圣的意味、理想的象征。

体育是穿运动衣的政治。

体育是人心目中的泛宗教。

体育是一本现代版本的圣经。

运动场从来都是战争的缩影。

战争的残酷 ,必然要带进运动场。纵然有种种不断改进完善的规章制度所制约 ,也只能相对的公平和公开。战争中 ,乃至人性中种种劣根性 ,自然会袖珍于运动场上 ,让人感慨胜利的辉煌的时候 ,同样感慨着投机取巧、乘人之危、伪造现场、甚至冤假错案……一样明目张胆地在运动场上表演。

人类自动物进化以来 ,人性与兽性一直并存 ,并且两者一直进行着厮杀搏斗。人类在这种成长史中 ,体育和艺术是特殊的两翼 ,插在人类的身上 ,使得人类飞翔而不至于永远匍匐在地。

可以说 ,体育和艺术 ,是人类创造出来克服兽性而达到人性日臻完善的一对双胞胎。

置身万众欢腾的体育赛场上 ,会涌出一种博大雄浑的感觉 ,涨潮般地包融着你 ,浸润着你 ,吞没着你 ,这是在音乐厅、在美术馆、在博物馆 ,都断然难以涌出的情感。当然 ,在百货商店或舞厅酒吧 ,这样的情感 ,就一丝丝也不会涌出了。

摇摇体育 和少量的艺术(比如绘画和音乐)是这个世界上无需翻译的通用语言。它能迅速沟通我们彼此的陌生的心和遥远的情感。

体育 是人类创造的一个神话。^①

竞技体育的人类学观照

寻求平等、促进沟通的手段

作为人类所特有的一种社会行为 ,竞技体育起源于人类生产、生活的实践 ,反映着人类对战胜自然和敌人的自身力量或能力的强烈愿望和追求。竞技体育使人类在竞争中切实地感受着强大与软弱、荣誉与耻辱、胜利与失败。如果从文化人类学的观点看 ,体育是人类文明的火种 ,体育是不服输的精神 ,体育是内心生长的力量^②。竞技体育运动从古奥运会时表现出人类和平竞争的理念追求后 ,就开始成为人类创造和平和维护平等的一种斗争手段。而现代竞技体育则在抵制霸权主义、反对种族歧视以及缓和国际关系等方面起到了重大的作用。

1955年在莫斯科举行的第 12 届奥运会曾在现代奥林匹克运动史上留下极不光彩的一页。当时 ,国际奥委会的 107 个成员中公开抵制和拒绝参加的达五分之二 ,参加的 107 个代表团中有 107 个队以奥运会五环旗代替国旗 ,有 107 个队只有旗手而运动员没有出场 ,有些获得奖牌的国家在颁奖的升旗仪式上不使用本国国旗和国歌。在这次奥运会上 ,苏联代表队虽然创造了获金牌 107 枚、银牌 107 枚和铜牌 107 枚的奥运会史纪录 ,但是由于众多国家的抵制和大量优秀运动员没有到会 ,这次奥运会不能代表世界体育运动的水准 ,因此这次奥运会的金牌也被舆论

① 原文刊载于《天涯》1995 年第 1 期。

② “安踏”运动系列产品的电视广告词。

评价为贬值^①的金牌。类似的抵制行动在国际专项体育比赛和地区性体育比赛中也不鲜见。如伊拉克入侵科威特的行径,不仅遭到国际社会的谴责和制裁,阿拉伯国家运动会也对此作出相应的反应,等等。以奥林匹克运动为代表的世界竞技体育是在和平、友谊基础上进行平等竞争的社会活动,它为世界各国、各地区和各民族的友好往来、相互学习、平等切磋创造了广阔的历史舞台,并在人类社会追求和平与进步、反对战争与对抗的努力中发挥着广泛的现实作用。当然,在霸权主义嚣张、种族主义肆虐或意识形态对抗的形势下,这种民间性的国际交往也不可避免地受到国家政治的干预和国际政治的影响。利用体育运动挑起事端、加剧对抗的事件比比皆是。如第~~19~~¹⁶届奥运会上发生了巴勒斯坦“黑九月”组织袭击以色列运动员的恐怖主义流血悲剧,苏联为报复世界多国抵制莫斯科奥运会而促使绝大多数社会主义国家抵制~~1980~~¹⁹⁸⁴年在美国洛杉矶举行的第~~22~~²³届奥运会等。冷战结束以后,美国在处理同中国的关系方面仍常常表现出冷战思维的心态,利用一切机会攻击和丑化中国。~~1995~~¹⁹⁹⁶年在美国亚特兰大举行了第~~25~~²⁶届奥运会,当中国代表团入场时,~~1996~~¹⁹⁹⁷年的体育评论员科斯塔斯介绍说:“中华人民共和国的人口为全世界的五分之一,经济增长率每年约为~~10%~~^{10%},包括美国在内的每一个经济强国都想敲开大门进入这个潜在的庞大市场。但是,中国存在人权问题、版权争端问题和对台湾构成威胁的问题。……他们在体育运动方面出类拔萃。但是,有一些怀疑,特别对于他们的田径运动员和他们的游泳女选手,他们可能使用提高成绩的药物。”^①在“体育精神超过了政治,友谊超过了敌意,志同道合超过了分歧”^②的使世界各国超越一切障碍走到一起的盛大集会上,主办国的新闻媒介对其他参加国公然进行

① 盛沛林《警惕“没有硝烟的战争”——西方传媒妖魔化中的手段及原因剖析》《当代传播》,第~~19~~¹⁹页,第~~1994~~¹⁹⁹⁴年第~~1~~¹期。

② 郝时远《体育运动的人类学启示》《世界民族》,第~~19~~¹⁹页,第~~1997~~¹⁹⁹⁷年第~~1~~¹期。

恶毒攻击,这种行径引起了美国华人的强烈抗议,进而通过国际互联网络发展为世界华人社会对美国 1982 年的全球性声讨和抗议活动。

19 世纪初期,由于西方殖民主义对全球的统治,西方人的“白人至上”和对所谓“有色人种”的歧视,也渗透在国际体育运动中。1896 年在德国慕尼黑举行的第 1 届奥运会,因主办国邀请了罗得西亚白人种族主义者与会,引起非洲国家的强烈不满并宣布集体抵制此届奥运会。迫于国际社会的压力,国际奥委会不得不作出关于取消罗得西亚的参赛资格的决议。1960 年在加拿大蒙特利尔举行的第 16 届奥运会,由于新西兰橄榄球队会前应邀访问南非,且无视非洲最高体育理事会的警告,以致当新西兰参加奥运会时,与会的非洲国家纷纷退出比赛以示抗议,造成这次奥运会只有 105 个国家和地区的 1173 名运动员参赛的冷落局面。世界体育运动领域的反种族歧视斗争,促使联合国于 1978 年通过了《反对体育领域种族隔离的国际宣言》,1979 年通过《反对体育领域种族隔离国际公约》,要求世界各国采取一切必要措施,消除体育领域的种族隔离行径,并促进以奥林匹克原则为基础的国际体育接触。

第二次世界大战以后,随着东、西方两大阵营的形成,国际政治格局出现了以社会制度和意识形态为基础的冷战对抗态势。20 世纪 60 年代末到 70 年代初,美、苏两霸争夺世界的对抗格局开始发生变化。以苏联为首的社会主义阵营内部发生严重分歧,中苏关系处于战争的临界状态,美国则陷于越南战争的泥潭,在与苏联争霸全球中开始处于守势。在这种形势下,缓和中、美之间的矛盾已成为中、美两国政治家共同考虑的问题。但是,打破中、美两国长期的对抗僵局、跨越意识形态的鸿沟并非易事,外交途径的努力不可避免地受到这种历史背景和现实矛盾的制约。打破这一外交僵局的是竞技体育。1971 年 4 月,第 31 届世界乒乓球锦标赛在日本名古屋举行。中国决定参加这一赛事。周恩来特别要求中国队把这次参赛作为恢复中国对外联

系、广泛建立友谊的机会,规定了与美国队接触时应遵循的原则和态度。当美国队主动与中国队接触并表示访华的愿望后,中国立即作出反应,正式邀请美国队及其随行记者团访华。这一消息在冷战对抗的世界成为头号新闻,世界各大报都以最显著的版面、最快捷的速度进行报道和评论。中美关系的坚冰是通过“乒乓外交”打破的,“小球推动大球”,在世界外交史上留下了光辉的一页。竞技体育作为民间外交的重要渠道,此后被国际社会广泛运用。国际社会解除对某国制裁也往往从允许其参加国际体育赛事开始。

人类特有的文化仪式

竞技体育无疑是当今社会最广泛、最激动人心的人类文化活动之一。虽然宗教仪式是我们所知的最为纯粹的共享活动:信徒们沉迷于集体的行为之中,跟随祭司一起表达他们与神祇融洽一致的愿望,但是观看竞技体育比赛的观众也不是孤立的。与其他电视种类诸如戏剧相比,竞技体育节目的欣赏不存在制造幻觉、演员角色的转变过程乃至审美移情。在竞技体育的视像表达中,运动员就是生活的实在。当姚明突破严密的防守,用刚劲的双腕将篮球扣进篮圈的时候,观众会同时用热烈的掌声或喝彩声作出激烈的回应。尽管可能存在观众的地位不同、身份不一,但竞技体育却唤起了人类共同的情绪。所以,竞技体育的观赏本身就是一种文化仪式。迄今为止,尚没有任何一种社会活动能像奥运会、世界杯那样,对于人类的精神生活产生积极、高亢、持续和深远的影响而一举成为全世界人民的共同节日。诞生于19世纪末的现代奥林匹克运动是人类社会进入工业文明以后的一项伟大的社会实践,它以周期性的律动震撼着不同肤色、不同语言的人们,虽几经挫折,但今天的奥林匹克运动不仅成为人类社会竞技体育史上规模最大的体育现象,而且对世界竞技体育的发展起着举足轻重的作用,它是人类文明史上一个宏大的社会文明现象,在社会的政治、经济、道德、伦理、

和不能避免的失败。如果奥运会是一个世界大家庭的联欢会的话,世界杯就是一种仪式化的战争。竞技体育在当今已成为一种社会惯例和仪式,一种人类共同的“节日”仪式。当今世界上,没有一种文化能像竞技体育那样超越语言和习俗的隔阂而达到一种心灵的共振。这种定期的节日除了全球性的各种杯赛、锦标赛之外,还有洲际的竞赛、区域性的比赛等等。就是一所学校乃至一个村落也会定期举行各种体育集会。在传媒日益完善的今天,现代人既可以享受狂欢的体育节日,又沐浴文化的春风,体验着现代竞技体育的文化精神。竞技体育的仪式从约定俗成到发扬光大,它维系着人类社会的一致性,并在潜移默化中把人类社会共同的信仰、传统和价值观内化到个体结构之中。从理论上讲,竞技体育可以在世界上任何一个地方开展,也可以与任何一个观众见面。当不同种族和阶层的人们步入同一个场馆或端坐在同一个屏幕前,也许他们可以按年龄、性别相区分,却不可能用文化、地域、阶层和趣味相归类,因为竞技体育的电视表达只有一种语言,是人类共同的文化仪式。

国际化的视像奇观

现代竞技体育已经远远超出了体育本身的意义,而演变成一场奇观化的电视文化仪式。美国全美橄榄球总决赛总是最引人注目的竞技体育活动之一。每年全球平均有近 1 亿观众收看这项赛事,是收视率最高的竞技体育赛事之一。1994 年,美国有一亿六千万观众收看了圣路易斯公羊队与新英格兰爱国者队的总决赛,成为当年最受欢迎的节目之一。比赛开始前,天后级女歌手玛丽亚·凯莉演唱了《星条旗永不落》,在结尾高潮部分震耳欲聋的歌声中,从纽约世贸中心废墟挖出的美国国旗在赛场上升起。和以往“超级杯”决赛由球员单独出场接受观众欢呼不同,这次“爱国者”队的后卫们特意穿上了象征美国国旗红、白、蓝三色相间的队服集体上场,摆出了准备上战场的架势!值得注意的是,从比赛开始到终场哨响的四个小时的电视直播

中,可以称得上是真正意义的橄榄球比赛只有 苑分钟。期间,由前总统(老)布什和橄榄球球星罗杰·斯拉堡来抛掷硬币决定哪方开球;用高科技传输手段插入了远在阿富汗坎大哈的美军士兵收看比赛的画面;在赛场中央,超级杯的会徽绘在了美国地图的轮廓里。在中场休息的宣传片中,来自参赛双方的球星一边挥舞美国国旗,一边大声重复“我们为自己的国家骄傲,为美国老师骄傲,感谢在阿富汗的战士们”之类的套话。这场由福克斯电视台直播的节目反复出现美国国旗的画面,并用电脑特技制作了红、白、蓝三色礼花绽放画面作为节目之间的穿插图像。就这场决赛本身而言,的确扣人心弦。从实力看,“爱国者”在强大的“公羊”面前处于劣势,但在比赛开始后却一直掌握了主动,中场结束时以 员愿藏领先。下半场“公羊”发起反攻,将比分追成 员苑平,并且一度超出。在比赛快要结束时,“爱国者”竟奇迹般地靠一个三分球反败为胜,解说员趁机将它捧为有史以来最精彩的一次“超级杯”决赛和最为刺激的结局。虽然拉斯维加斯的赌徒们因此损失了上亿美元,但这一结果在新英格兰地区乃至整个美国掀起了爱国的热潮。赛后,“爱国者”队的老板发表了一番显然是经过精心准备的讲话:“我们是靠团队精神取胜的,强大的精神和对民主的坚定信念是我们这个国家的基石。今天,我们都是爱国者,‘爱国者’成了世界冠军。”^①

“超级杯”这一电视体育仪式显然为日益上升的美国民族主义情绪提供了一个全景式的观照,那么,当年的美国盐湖城冬奥会则事实上使民族主义和爱国主义在宣扬国际主义精神的奥运会上占了上风。圆苑年 圆月 愿日在美国犹他州盐湖城开幕的冬奥运会动用了 缘万名军队参加保安工作,超过了在阿富汗的美军总数。整个赛区上空成为“禁飞区”,美军出动了“黑鹰”

^① 道格拉斯·凯尔纳著,史安斌译《媒体奇观——当代美国社会文化透视》,第 源页,清华大学出版社,圆苑年 员月。

战斗机执行巡逻任务。^①在经过一番争论之后,国际奥委会同意了美国的要求,允许一面从纽约世贸中心大楼废墟中找到的美国国旗在开幕式上展示。起初,不少国际奥委会委员担心像国旗这样爱国主义的象征和奥运会所宣扬的国际主义精神相悖,还有人担心这样具有历史意义的文物应该送到华盛顿国家博物馆之类的地方收藏,以免在露天遭到日晒雨淋。然而,美国人的意见最终还是占了上风,全世界 195 个国家的 35 亿观众通过电视观看了在美国观众的欢呼声中那面国旗徐徐展开的“体育奇观”。另外,在大型国际竞技体育赛事上,谁将最后点燃圣火向来是直到最后才见分晓的头等绝密。本届冬奥会上观众看到的是由冷战时代 1954 年战胜夺标热门前苏联队获得金牌的美国冰球队队长麦克·厄如兹昂和全体队员点燃圣火。接着,小布什总统发表了带有浓厚政治色彩的演说。他打破了奥运会宣扬国际主义精神的常规,以极其民族主义色彩的言辞宣布:“我代表一个自豪的、坚定的和充满感激的国家,宣布在盐湖城举行的冬奥会开幕!”^②然后他走到刚刚点完圣火的美国冰球队队员中间与他们合影。他的这一举动无疑是爱国主义和权力的象征以及对美国在冷战中获胜的颂扬。人们似乎都忘记了在这场盛典背后的拉票丑闻——盐湖城冬奥会的组织者曾经用一百万美金收买部分国际奥委会成员而赢得了本届大会的主办权。这些丑闻被媒体披露后导致了十位奥委会委员的辞职。不管人们对本届冬奥会有关的贿赂、作假和阴谋活动的案件以及安然公司的丑闻关注程度如何,当赛会开幕时,人们从电视上看到的是盛装游行和焰火表演构成的豪华盛典以及充满爱国主义情绪的狂欢场面。然而,整个冬奥会的比赛仍然是由丑闻、民族主义

^① 华敬锋、魏峥《盐湖城冬奥会见闻与启示》《中国保安》,第 39 页,1994 年第 3 期。

^② 道格拉斯·凯尔纳著,史安斌译《媒体奇观——当代美国社会文化透视》,第 147 页,清华大学出版社,1994 年 5 月。

和争吵纠纷所构成的媒体景象。最出名的当数花样滑冰双人滑的丑闻。获得金牌的俄罗斯选手明显技不如人,而发挥出色的加拿大人只能屈居亚军,媒体和观众纷纷鸣不平。在强大的舆论压力下,一位法国裁判终于承认她受到来自法国奥委会官员的暗示,把金牌判给俄罗斯选手。然后,国际奥委会决定为加拿大人补发金牌,这一决定立即又引起全球媒体的轩然大波……至此,奥运会已经超越本身具有的体育意义,成为媒体文化奇观。”^①

人类文明全球化的领跑者

现代竞技体育的兴起,尤其是奥林匹克运动的复兴,其最大的特点就是全球化。从 1896 年第 1 届奥运会到 2000 年第 26 届奥运会,现代奥林匹克运动经历了百年的发展。在这一百年间,从参加第 1 届奥运会的 14 个国家和地区的 140 名运动员,到参加第 26 届奥运会的 199 个国家和地区的 1 万多名运动员;从第 1 届奥运会设立的 9 个比赛项目,到第 26 届奥运会设立的 28 个大项、109 个小项,其国际化的程度越来越高。可以说,以奥林匹克运动为代表的世界竞技体育是 20 世纪以来人类社会生活国际化、全球化的先导。今天,当人们主要对体现在经济、信息、某些生活方式上的全球化现象大加论证时,似乎没有意识到全球化的趋势源于竞技体育,也没有注意到体育运动仍然是全球化趋势的领先者。在 1896 年由 14 个国家和地区参加的第 1 届雅典奥运会上,不分大国小国、富国穷国、强国弱国,不分种族、民族、宗教、语言,都在统一的竞赛规则下平等地参与竞争,这在世界性组织与全球性活动中是绝无仅有的。

竞技体育全球化的基础是其项目的多样性。各民族的传统体育项目在科学和规范的开发中越来越多地走向世界。第 26 届

^① 道格拉斯·凯尔纳著,史安斌译《媒体奇观——当代美国社会文化透视》,第 140 页,清华大学出版社,2000 年。

届奥运会的项目数量是第 15 届奥运会项目数量的 3 倍。未纳入奥运会的国际性竞技项目还有很多,如武术、无板篮球、水上篮球、板壁球、墙球、门球、水下曲棍球、墙网球、室内足球、滑风、沙舟、攀岩、飞盘、掰手臂、龙舟赛,等等。很多民族特点浓厚的民间娱乐性竞技和技巧项目,也不再局限于民族和地区范围,而开始融汇于竞技体育的世界舞台。民间传统的踢毛毽不仅表现出令人目不暇接的专业技巧,而且形成了踢毽子的对抗赛。1997 年 9 月在中国湖南举行的全国首届舞龙精英赛,除中国各地区队外也有外国队参加;坦桑尼亚发明的贾伍球在欧洲广为传播;英国苏格兰民族的“大力士”比赛吸引了众多的外国参赛者;日本的国技——相扑也走向了世界,等等。至于各国内部的竞技体育项目,则更为多样化,中华全国民族运动会即是一例。民族性、地区性的体育项目繁荣发展的结果是走向世界,使人类的竞技体育增添活力和色彩。与此同时,很多民间性的表现技能和体能的游戏或个人特长也被纳入世界吉尼斯纪录。

正因为如此,竞技体育的国际空间得到了前所未有的拓展。传统体育,即各民族、各地区、各国家多种多样的传统运动形式,通常表现出民族性和地区化的特点,它与生产、生活联系紧密。其中的技巧性、对抗性和力量性是发展为现代体育运动的源泉;其中的游戏性、仪式性和教育性是普及、传承这些运动的基础。现代竞技体育,即以国际体育运动或国家体育运动为代表的各类比赛项目。这类运动来源于各民族、各地区和各国家的传统体育,在科学规范的基础上形成国际社会或国家内部的统一竞技原则和竞赛标准,如方式、场地、器械、规则、评判、计分、奖励、处罚,等等。竞技体育的国际化一方面形成了现代体育竞技项目国际认同的统一标准和规则;另一方面又表现出国际体育运动在专业化、区域化和民族化多层面展开的特点。如果说奥运会是最高级的全球性竞技体育盛会,那么全球性的国际单项赛事则以其专业化的特点创造着世界纪录。如田径、篮球、足球、拳击、乒乓球、体操、排

球、网球、手球、曲棍球、射箭、游泳、冰球、击剑、自行车、柔道、摔跤、举重、射击、羽毛球、滑雪等国际联合会组织的世界杯赛、世界锦标赛等赛事,对竞技体育的单项发展发挥着巨大的作用。同时,以地区为特点的亚洲、非洲、泛美、巴尔干、太平洋运动会,以民族为依托的阿拉伯运动会、世界犹太人的麦卡比运动会,以身体条件为特点的国际聋哑人运动会和国际残疾人奥运会,以军事技术为特点的世界军事体育运动会等众多国际性体育组织的经常性赛事,都为人类竞技体育日益广泛和深入的交流创造着不断扩大的空间和机会。

与竞技空间的拓展密切相关,便是竞技水平的不断提高。现代竞技体育在对“更快、更高、更强”的人类极限的追求中,依托于经济社会和科学技术的发展,不断推动着运动水平和竞赛成绩的提高。体育设施不断完善,体育器材不断改进,体育赛事不断增多,体育运动不断普及,使运动员的选拔和培养具有广泛的基础,使运动员的训练过程更加科学与合理,也使运动员的成绩不断提高。现代竞技体育诞生以来,世界纪录被不断改写,很多早期奥运会创造的世界纪录现在已是成千上万的运动员都能达到的水平,人类在当代竞技体育中的竞争正在以 $\frac{1}{1000}$ 秒(赛跑或游泳)、 $\frac{1}{1000}$ 公斤(举重)、 $\frac{1}{1000}$ 厘米(跳高或跳远)的计量精度向新的世界纪录迈进。在这种日趋激烈的竞争中,竞技体育的技能不断提高,“足球先生”、篮球“飞人”、“魔术师”之类的称号显示着人的体能发挥达到了出神入化的境地。与此同时,科学技术对提高运动员竞争能力的作用也越来越显著,仅从体育用品生产的科技含量即可看出这种作用。各体育用品公司在竞争中除了将品牌、款式和舒适程度作为商品竞争能力的指标外,提高运动员的成绩也是其竞争优势的根本所在。如一种专为游泳运动员设计的游泳衣,其最大的特点是在水中的阻力只是一般质地和样式的游泳衣的十分之一;阿迪达斯公司根据足球运动员在每场比赛中要跑员万步的运动量及其对体力的消耗,以及最能拼杀的前锋队员在一场球赛中也只有源分钟时间能接触

到球的情况,设计了一种比传统足球鞋的重量轻一半的球鞋,大大减少了运动员的体力消耗,耐克公司则根据运动员奔跑、跳跃产生的重力对身体和大脑的震动,开发出气囊吸震的耐克鞋底。此外,运动员的饮食等保健措施中也都包含了科学的内容。竞技体育水平的提高有赖于先进的体育器械、运动用品、科学训练方法和运动营养学的发展,但是运动员的心理、意志、信念和对技能的谙熟程度往往是在激烈竞争中取得胜利的保证。因此,当代竞技体育的世界纪录并没有被经济和科技发达的国家所垄断。雅典奥运会金牌的分散归属就是最好的证明。

当代竞技体育的繁荣,还体现在运动员的跨国界、跨地域交流。在竞技体育比赛中,所有参赛运动员的胜负荣辱并不代表种族、民族、宗教信仰和文化背景,但是必定代表各自的国家。在人类社会的国家过程尚未终结之前,每一个人的国家归属都可能发生变化,但不可能没有国家归属。竞技体育中以表现人类体能极限和运动技巧为目的的国际球员大交流现象,则是体育运动的国际化水平真正突破国家界限的具体表现。世界足球运动中的国际球员最多,尤其在欧洲各国,外籍球员比比皆是,很多世界级水平的俱乐部往往把拥有著名外籍球星作为其强队地位的标志。中国足球走向职业化以来,各俱乐部纷纷聘用外籍球员或教练,甚至国家队的教练也起用了“洋教头”。同时,许多优秀的中国乒乓球运动员也走出了国门,在其他国家任教或打球,甚至代表其入籍国参加国际比赛,形成“海外兵团”。此外,在羽毛球、体操等项目中也有不少中国选手在他国效力。中国女篮的郑海霞也曾一度成为美国 宰 宰 宰 的外籍球员。毫无疑问,国际运动员日益增多的现象与职业运动员高昂的转会费收入直接相关。但是运动员本身的价值是实现这种国际化的前提条件,没有哪一个国家的体育俱乐部会花重金聘用一名成绩平平的运动员。在经济利益驱动的背后,是各国竞相吸收全人类竞技体育的优秀成果和争取创造更优秀成果的理念。“体育无国界”的国际化趋势在揭开商业性追求的面纱后,它展现

的是竞技体育文化“你中有我、我中有你、共同发展”的整合过程。

与此同时,体育设施和体育器械不断专业化、科学化与人性化。从古代奥林匹亚宙斯神庙的运动场到存留至今的古罗马大型竞技场,人类体育设施的建筑历史不仅源远流长,而且气势非凡。现代体育运动兴起后,随着竞技运动的发展和大众体育的普及,体育场、馆等运动设施成为各国城市建筑中最有特点的一部分。在世界各国的大、中城市中,没有体育设施的恐怕极其少见,发达国家的小城镇几乎都有现代化的体育设施。在这些规模不一的众多体育设施中,以奥运会场、馆为代表的大型体育建筑群堪称人类体育运动设施中的佼佼者。凡是争取或获得奥运会主办权的国家,都要在运动场地和馆舍建设方面投入大量人力、物力、财力。随着体育竞技项目的多样化和排除气候等自然条件影响的需求以及对运动员居住条件的要求,以奥林匹克运动场所为代表的体育设施建设在统一的国际标准基础上日益呈现出综合性、大型化、室内化和生活化相结合的特点,其形式则反映了民族文化多样性的特点。体育设施建设是国家基本建设的重要内容,同时在建筑方面属于对结构设计、材料使用、空间利用、设备安装、安全措施等先进科学技术综合运用水平要求很高的一种建筑类型。体育场、馆的现代化程度及其综合服务水平,从一个方面反映着国家的综合国力。

古代体育运动由于运动方式的单一性和经济社会的落后性而对运动器械缺乏要求或难以实现要求。近、现代经济体育的飞速发展不仅使体育项目日益增多,而且使竞技体育本身的发展(竞技水平的提高、表现形式的多样、裁判执法的公正、保护措施的周全等)越来越多地依赖于相应的器械和设备。这种需求极大地促进了体育器械和设备的生产以及科学技术在这方面的运用。在竞技体育全球化的进程中,由于竞赛原则和评判标准的统一性,运动器械的生产也形成了国际标准。如各种球类

运动所使用的球,凡被列为国际比赛项目使用的,其材料质地、形状大小、重量规格甚至颜色都必须一致。体育器械的国际标准化程度在世界各类产品中是处于领先地位的。同时,体育器械和设备的科技含量很高。各类器械作为运动员表现体能和展示技能的辅助物或依托物,在标准化的过程中包含了诸多学科如理论力学、材料力学、运动生物力学、运动生理学、运动解剖学、运动医学、体育统计和体质测量学等的技术研究成果。例如,世界著名的运动鞋生产厂家彪马公司研制了一种运动专用鞋数据采集仪器,运动员只要在仪器上跑几步,就可以采集到一组反映其身体特点的制造运动鞋的材料力学、生物力学、运动医学等方面的数据。在科学技术高度发展的今天,通过科学技术帮助人类最大限度地发挥运动极限,已成为现实。同时,电子计算机、电视等技术在体育场、馆广泛运用,形成了专门的体育计时、计分、记录和监测设备系统。体育器械和设备的生产也成为专门的行业。随着体育运动的普及,体育训练器械派生出多类型、多功能的家庭健身器械,体育器械生产的前景也因此更为广阔。

竞技体育的视像审美特征

有人认为:为了增强和提高自身的生存能力及征服和改造自然界的能力,人与体育运动发生了功利关系;人们用最新的思维方式和科学技术去研究考察体育运动,人与体育发生了认识关系;随着人们的眼光逐渐从人体转向自然界(劳动对象),随着人类审美能力的增长和提高,人们开始把观赏体育竞技作为一种获得愉快享受的方式,开始用美学的观点去看待它,人与体育运动发生了审美关系。^①由此,体育美学的产生也就成为必

^① 裴益民《体育运动的美学特征》,《西北民族学院学报》(哲学社会科学版)1998年第1期。

然。生命在于运动,人类之完美在于运动。人类在漫长的社会实践中创造出体育,并使体育这种运动现象的审美价值与日俱增,在体育运动中,美的事物层出不穷。体育运动以其特殊的方式充分展示着人类追求美、体现美和创造美的理想。体育运动作为人类战胜极限、超越自我的一种伟大实践活动,表现了人的本质力量、人的智慧以及运动与人体的有机统一,具有极高的审美价值和艺术欣赏价值。所有这些艺术与审美价值,不仅通过现场表演体现出来,在视像时代,更是通过视像这一特定的形式淋漓尽致地表达出来。

阳刚美与阴柔美

210

体育运动是随着人类社会的发展而逐渐形成和发展起来的一种社会活动。原始人类在劳动中逐渐脱离了动物界,随着人类社会的漫长发展,人类的思维器官和运动器官也在发展变化。原始人类在劳动和为了生存的斗争中,走、跳、投掷、攀越、游泳等技能得到发展。正是由于这些技能的发展,也发展了人类自身。人体在运动中的活动就是最初的体育形态。在我国古代,早就有人对审美对象的不同特色,给予了应有的关注,提出了“词分豪放、婉约,美分阳刚、阴柔”的审美主张。人类的身体是有生命的活体,从体质人类学看,人体的结构和机能的发生是一个由低级到高级、由简单到复杂的过程。这个过程是在人的生物基础和自然属性上进行的。人是自然界长期发展的产物,具有自然属性,它能显示出自然结构的美,主要表现在人体外部匀称而协调的体态、形态方面。由于男女在生理结构上的不同,在体态、形态方面存在明显的差异,所以形成了男“方”女“圆”的审美标准。要求男子具有阳刚之气,其体态线条多平直,肌肉发达,棱角分明,体现“方”之美;同男子相比,女性的魅力则在阴柔之美,其体态线条更注意圆润,显示出秀美、柔和,显露“圆”之妙。而体育运动则能最充分和最丰富地展示充盈着生命力

的男子阳刚美和女子阴柔美。这种美在体育运动和过程中能够得到最充分的展示,并在运动中得到完善和发展。阳刚美与阴柔美是体育运动的最重要的美学特征。

形式美与形体美

体育运动从广义上讲,它是在人类社会发展过程中,根据生产和生活的需要,遵循人体结构成长规律,以身体锻炼为基本手段,达到增强体质、提高运动技术水平、丰富社会文化生活、培养意志品质为目的的一种有意识、有组织的活动,也是社会文化教育的有机组成部分。体育运动的发展与人们的休闲娱乐也是分不开的。许多运动项目如羽毛球、足球、篮球、排球都是在人们的游戏娱乐中发展起来的。显然,运动是体育的基本手段,是体育过程中的外在显现形式。身体运动形式的不断发展、变化,产生了形形色色的运动项目,显示出丰富的文化价值和美学因素。从1896年第一届奥运会上仅有4个大项、23个单项到1996年第四届奥运会上46个大项、261个单项,体育的内容和形式日趋丰富和深化。我国是一个多民族的国家,在56个少数民族中,就有近100多项传统体育活动,如高山族的竿球、侗族的抢花炮、苗族的射弩等极大地丰富了我国体育运动的内容和形式,其中有些项目将随着社会的发展和民族文化思想交流的加强而广为传播,成为全人类的共同财富。早在古希腊时代,人体就成为审美的对象,奥林匹亚大会是追求人体以健为美的审美趣味的产物。古希腊人崇尚健美的形体,他们认为谁具有宽阔的胸部、虎背熊腰的躯体、能投掷铁饼的结实的胳膊、能跑善跳的矫健的腿部,谁就是最美的人,是人人都崇拜的目标。古希腊著名的雕塑家米隆的《掷铁饼者》就塑造了一个力与美结合的运动员的形象,雄健的身躯平衡协调,发达的肌肉强弱交错,把节奏、韵律、力量融为一体,给人以无限的美的遐想。形体美作为体育运动的成果和形式,它既是体育美的基本内容,同时又是人们进行体育欣赏的主要审美对象。体育运动能塑造人健美的形体,

而健美的形体又能给人以美的精神享受。形体美以其积淀人类理想尺度的形象,吸引人们将此定为塑造健康体魄的标准典范,通过审美经验的积淀,在创造运动美的过程中,完善人类自身。形体美不仅以形式取胜,而且还包含着对健康体格的人格充分肯定。随着时代的飞速进步、现代体育运动的全面发展,为广大的运动员提供了更大的竞美舞台。在竞技场上运动员充分展示着人类生龙活虎、雄壮有力的豪放之美,和明朗多姿、线条优美的秀丽之美。而人们在体育审美活动中,正是通过这些具体可感的运动形象,才能领略到体育的美的奥妙,感悟到体育美的真谛。

技巧美与风格美

在美学理论中,技巧和风格是表现美的本质的重要范畴。它包含三个要素:第一是指人对客观必然规律的创造性掌握和运用。第二是由必然到自由的发挥。第三是在娴熟的技术和技巧中所表现出的个性特征,是内容和形式密切统一中显示的整体素质特色。被人们尊称为球王的贝利,在自己的运动生涯中,为人们作过无数次的精彩表演,创造了大量的优秀球品和体育佳绩。为此,有人对他的球技作过这样生动的描述:贝利的球艺高超,脚法细腻,过人动作巧妙,假动作逼真,令对手无法防御,他对使用双脚的每一个部位触球后产生的效果,已成为下意识,故而能使控球动作迅速矫健,双脚运球出神入化,在很多情况下,对手凶狠的抢截都能被他一一化解,还特别善于凌空射门。球王高超的球技,充分表现了足球技巧的美,令人陶醉其中。体育世界是一个充满了美的世界。由于当代体育健儿更加出色的表现,才使现代体育运动具有无限的艺术魅力。如体操运动员通过“高、难、新、险”的动作加上合理巧妙的编排,无不给观者以美的享受。至于跳水运动员从10米高台飞身而下又“落水无花”的绝技更令人称赞。他们对各项运动规律的熟练驾驭,运动过程的合规律性与运动成果的合目的性的完善统一,

使人感受到一种明快、喜悦、乐观的情绪体验。技巧美是人体美、动作美和智慧美在运动过程中的综合体现,技巧美充分显示了人的本质力量及体育美丰富多彩的内容,它以特有的魅力引起人们的欣喜、愉悦、惊奇、赞叹。我国前国家女排队长孙晋芳是个优秀的二传手,人们称她是“进攻的核心”、“场上的灵魂”。孙晋芳技术全面,反应灵敏,她传出的球高低适当,因人而异。根据不同的扣球手的特点和要求,结合场上的不同情况,传出不同时差、高度和位置的球,极大地调动和发挥了本队其他队员的能力,在这方面她表现出高超的技巧,使人赏心悦目。美国前篮球巨星约翰逊被称为是篮球场上的“魔术师”。他在其辉煌的运动生涯中,尽显英雄本色。在篮球对抗激烈、强手如林的赛场上,以其扎实的基本功和富于创造性的表现,将篮球运动带入了艺术的殿堂。他高超的球技令人惊叹,给人以美的感受。而乔丹不仅在球技上为人们所敬佩,而且他的商业头脑更让人钦佩不已。

所谓体育运动的风格,则是指在竞赛中所表现出来的高尚的思想道德、勇敢顽强的战斗作风、精湛的技艺以及突出的个性特色的总和。风格可以是集体的,也可以是个人的。风格又可分为思想风格和技术风格。人的体育审美意识是社会审美的一部分,它与人的社会思想道德等存在着一种客观的联系。因此,人们在观赏体育比赛时,看到了运动员表现出符合社会道德规范的良好思想作风,也会感受到它很美,同时获得美的精神享受。如女排姑娘们的拼搏精神,中国乒乓球队的团结协作精神无不闪耀着美的光辉。1984年的第23届汉城奥运会上,加拿大帆船运动员勒米厄在小组比赛中领先居第二位时,毅然停止了比赛去抢救一名落水的新加坡运动员,而使自己的成绩落到第3位,为了表彰他高尚的行为,萨马兰奇授予他一枚奖章,裁判团将他的名次提到小组第二名。勒米厄的行为体现了高尚的体育风格,其良好的道德风尚令人称赞,精湛的技术风格也使人陶醉。我国男子篮球队在20世纪80年代确立了“积极主动、勇猛顽强、

快速灵活、全面准确^①的指导风格,先后战胜了一些世界强队。后来我国日趋火爆的足球职业联赛,各队都塑造和完善自己球队的风格。如上海申花队的“抢、逼、违”、北京国安队的“小、快、灵”的鲜明团队风格,给球迷留下了深刻的印象。巴西队和德国队这两支足球劲旅,都曾多次夺得过世界杯,但巴西球员讲究技巧、配合,德国选手则强调力量、速度。这些不同的风格特点,都是用最美的形式表达了体育美的内涵。郎平被称为“铁榔头”是说她个人敢打敢拼、勇猛顽强的风格;周晓岚被誉为“天安门城墙”是称赞她防守严密、攻而不破的风格;迈克·乔丹是世界体坛的超级巨星,被人们称为篮球场上的飞人,则是他的风格的体现。

体育竞赛的顽强对抗、激烈争夺,惊心动魄,使人豪情满怀、精神抖擞。赛场上优势与劣势、主动与被动、领先与落后、进攻与防守,瞬息万变、扣人心弦,让人目不暇接,使得体育竞赛熠熠生辉,吸引着无数的体育爱好者如痴如醉。竞技体育是技巧美与风格美的展现,是健、力、美、险的统一,激烈的抗争、和谐的旋律、鲜明的节奏、巧妙的配合、多变的战术,表现出光辉的竞技境界,给人以美的享受。

毫无疑问,所有这些美学特征,如果没有视像时代的技术设备、思维方式、视像语言及其方法手段,将不会得到如此强化与突显。

现代竞技体育的基本特征

国际化与全球化

19世纪初期随着大工业生产的迅速发展,欧洲大陆各国出现了大工业生产所形成的城市化快速生活节奏。社会实践使人

^① 郭永波、郑颐乐、毕仲春、李万松:《我国篮球训练指导思想的形成及其影响》《北京体育大学学报》,1999年第4期。

们认识到紧张的生活节奏需要更富于游戏性的体育运动,而竞技运动作为各种动作的综合体,更能满足人们的娱乐需求,因此,竞技体育在现实中得到了迅速发展。随着世界市场的形成,民族间的堡垒被打破,社会的生产和消费国际化的进程大大加快,于是体育也超越了国界,形成了东西方体育以及不同形式体育的交流融合的体育国际化大趋势;特别是国际体育组织的产生和发展,则成为现代体育国际化的最重要的标志。19世纪以前只有 1 个国际体育组织,其他的国际体育组织都是在 19 世纪以后建立起来的,从而加快了现代体育国际化的速度。竞技体育的国际化主要表现在全球范围内体育运动全方位展开的客观现象。1896 年第 1 届奥运会举行时,只有 14 个国家的 241 名运动员参加。经过了一个多世纪的发展,1996 年后的今天,当奥林匹克回到家乡雅典时,有 204 个国家和地区的 10945 名运动员加入了奥林匹克大家庭最大规模的一次团圆。奥委会已形成了一个比联合国更为壮观的“国际大家庭”。体育运动的国际化、全球化为人类社会的进步,文化的繁荣和世界和平作出了积极的贡献。

科学化与高水平化

第二次世界大战以后,现代科学技术进入跃进时期,新技术革命加速崛起,多学科革命呈现连锁效应,推动了生产力水平的提高和经济的腾飞,加速了竞技体育的科学化。从运动员的服装到运动器材,从场地建设材料到光电计时测距装置,从借助计算机和信息技术进行组织管理到大型电子信息服务系统的采用,从闭路电视转播比赛的实现到卫星电视的实况转播,从载光透视、断层扫描到核磁共振成像技术在体育科研中的运用,显示了竞技体育已逐渐成为现代科技的直接研究对象,加快了现代科技成果向体育科技成果转化的进程。竞技体育与现代科技的相互促进、共同发展,对人类社会产生了深远的影响。由于竞技体育的科学化发展,使得运动技术日臻完善,训练方法不

断进步,促进了运动成绩的提高和世界纪录不断更新,使竞技运动向更高、更快、更强的高水平方向发展。这种竞技体育的高水平化使现代体育更具观赏性,以满足人民对竞技体育观赏的需求,从而也加速了竞技体育向商业化和职业化发展的进程。

商业化与职业化

20世纪80年代以来,充分利用商业手段运作大型体育竞赛已成为现代体育的一个重要特征。体育竞赛有着巨大的吸引力,广大体育爱好者直接或间接地观看体育的竞赛,这就为商业化运作提供了各种机会。最为典型的是1984年洛杉矶奥运会商业的运作大获成功之后,各种体育竞赛纷纷效仿这种商业化运作模式,极大地促进了竞技体育的开展。90年代末只有洛杉矶一个城市申办奥运会,到申办2000年奥运会时竟增加至56个,一度濒于生存危机的奥运会也再度充满活力。仅1984—1988年奥运会商业开发就获得了1.5亿美元,1992年亚特兰大奥运会电视转播权就卖了1.5亿美元。^①将商业化引入奥林匹克运动,不仅是为解决其本身的问题,也是将商业化用于竞技体育的大胆尝试,对体育发展具有开拓性意义。竞技体育的商业化也面临新的挑战。首先是导致世界各地区间的体育发展的差距加大,特别是发展中国家商业化的经验尚不成熟,将影响竞技体育的发展;其次是竞技体育中不加限制的商业化会使体育的伦理道德受到扭曲,人们追求真、善、美的情感和竞技体育内在的价值逐渐淡漠,竞技运动成为人们追求财富的手段,一些腐败现象和违背体育伦理道德的现象不断显露,使竞技体育失去了其原来的意义和价值。竞技体育的职业化是指运动员以从事体育运动作为一种谋生的手段,职业竞技的组织者和运动员通过提供高水平的比赛,在满足人们观赏需要的同时获得经济收

^① 文媛《奥运会电视转播问题研究》《渝西学院学报》(社会科学版),2000年第1期。

入。随着职业网球选手获得参加奥运会资格后,立即引起连锁反应,随后职业足球、篮球等选手登上了奥运赛场。竞技运动的职业化使运动成绩有所提高,使比赛更加激烈,扣人心弦。职业竞技运动的组织者和个人可以从中获得可观的利润。职业运动员作为一个自由职业者,出售自己的技艺和肌体,将导致体育组织对其的失控。因此,加强运动员的职业道德教育,使其树立良好的形象榜样作用,显得尤为重要。

政治化与平等化

第二次世界大战后,世界进入了一个多种模式和不同的经济发展水平的国家之间竞争与共处的时代。虽然和平与发展是当代世界的主流,但仍然充满了政治冲突。国际上相互冲突的政治因素的存在,是现代竞技体育中发生各种政治矛盾的温床。运动员代表国家或地区参加比赛,赛场上为获胜者奏国歌、升国旗,激发了人们的爱国主义热情,使运动员的态度与国家的形象结合起来,加上媒体的宣传作用,强化了民族意识,形成了体育比赛是民族、国家之间的竞争。当竞技体育的政治价值越来越为人们所认识时,国际政治力量对体育运动的利用已是不可避免的。萨马兰奇说他每天处理的问题,90%是政治问题,而体育问题只占10%。受当前多元化国际政治秩序的影响,竞技体育的政治化主要集中在与民族及国家有关的民族主义介入上。正是由于竞技体育与政治的这种密切关系,使之有着能在当今世界积极地发挥其独特的政治作用,改善国家间的关系,促进国际间的团结与和平。同时,竞技体育的政治化将使体育运动成为政治斗争的工具,使其失去独立性和本身的价值。正确处理体育与政治的关系,使竞技体育运动在人类社会自我调节的机制中发挥其独特的作用是我们必须正视的问题。平等化是指运动员参加比赛不受政治的、经济的、文化的、种族的、性别的差异所影响,在统一的规则下,紧张激烈而又友好的竞争。竞技体育比赛是一种特殊的竞争方式,以严格的规则为运动员提供了理想

的、对等的、公平的竞争条件,竞技比赛的胜负作为这种公平竞争的结果具有不可争辩性。这种公平合理的竞争赋予竞技运动员以高尚的价值,使之成为高尚的社会文化活动。在这种活动中,人们的心灵得到净化,使人的行为变得崇高,内心世界变得更加丰富,为人类社会和平共处,公平竞争提供了典范。

平民化与普及化

在人类社会发展的历程中,体育运动在很长的一段时间都是作为祭祀神灵的宗教活动,达官贵族的娱乐活动和训练士兵的手段。文艺复兴以后,特别是进入 19 世纪以来,体育逐渐由“圣”入“俗”,成为平民百姓强身健体、娱乐身心的活动,使体育运动平民化。19 世纪下半叶以来,随着现代科学技术革命的发展,改变了社会生产和人们的生活方式。机械化、自动化程度的提高,减少了人们的体力劳动强度,导致人类的生物结构和机能退化。饮食结构的改善,活动量的减少,致使体内脂肪积累增加,激烈的竞争和现代生活节奏加快,使人们承受着沉重的心理压力。环境污染和生态平衡的破坏,造成人类生存环境的恶化。由于上述原因导致“文明疾病”广泛蔓延,人类面临生存危机。在这种社会背景下,各国积极采取措施,通过体育运动提高国民生活质量和健康水平。德国通过实施“黄金计划”^①,大众体育得到广泛的开展,体育俱乐部由 19 年代的 4000 余个增加到 20 世纪末的 15000 个,参加体育俱乐部活动人数由 19 年代的 250 万发展到 20 世纪末的 1500 万。日本自 1964 年东京奥运会之后把体育的重点转移到发展大众体育上,经过几十年的发展,体育人口已达 70% 之多。我国自全民健身计划实施以来,参加体育活动的人口不断增加,大众体育得到迅速的发展。以扩大体育人口为目标的大众体育

^① 诞生于 1950 年,是一项为促进全民健身和体育锻炼而在全 国范围内建设体育场和设施的庞大计划。

正朝着平民化、普及化的方向发展。

多样化与生活化

大众体育的多样化包括三个方面:一是人们对体育的价值观念的多元化。由过去的单纯健身观向身心健康、休闲娱乐、达成目标、满足需要等多元化方向发展,形成了现代体育的价值观体系。二是体育活动形式的多样化。体育运动是人与人的社会交往、感情交流的重要场合,它以扩展生活空间的形式调节人们的生理和生活方式,因此,人们自愿地参加体育协会组织、自发性体育组织、各种体育俱乐部以及各种形式的体育活动和体育比赛。在各种形式的体育活动中,人们获得运动欲望的满足感、人际关系关系的调和感、目标达成的自我价值实现感和形体的健壮美感。三是体育运动项目的多样化。现代大众体育的发展已不拘泥某几种健身项目的活动,更多的人希望掌握现代体育运动技术,将其作为终身体育锻炼的手段,特别是新兴体育项目的开发,为大众体育多样化增添了新的内容。随着社会的发展,人们的人生观也由维持生存向追求发展进而追求享受转化。在现代社会中,体育不仅是一种强身健体的手段,同时也成为人们生活中的重要内容,人们开始追求参加体育活动本身的价值,享受体育运动的愉悦,把体育作为生活的一部分使其生活化。大众体育在终身体育和终身健康思想的指导下,在多元化体育价值观的影响下,呈现出多样化和生活化的特征。

219

竞技体育的视像表达

视像表达 现代竞技体育之道

卫星通讯的出现使电视现场实况转播的范围由国内转到了国际,电视转播通过其真实的画面再现竞技体育的过程,加之演播室评论者对各种动作绘声绘色的描述和对竞技体育项目技

术、战术、规则的深入浅出的剖析,丰富了受众的知识,帮助了人们了解一些尚不普及的项目,欣赏高水平的竞技运动,观赏国际优秀运动员的风采。电视所特有的快速和直观使观众如临其境。

譬如足球,由于自身的强观赏性、悬念性和竞争性而成为全世界最受人关注的竞技体育之一。而电视也因为其声像互动的传播方式和可以实况直播的特点成为传播足球比赛最具优势和吸引力的媒体。在国外,许多足球联赛因为电视转播的介入而不断发展壮大,许多电视台也由于对足球联赛的转播而蒸蒸日上、日进斗金。1999年,默多克买下刚刚诞生的英超联赛转播权,使得当时奄奄一息的天空电视台不仅重获新生,而且很快成为当今英国足球转播的第一大户。英超也因为天空电视台的介入成为当今国际足坛最具影响力和吸引力的足球联赛之一。^①

竞技体育本身的特点、电视媒体的特征和观众的需求促使竞技体育与电视的结合成为一种必然。首先,当运动员们龙腾虎跃向着“更快更高更强”的目标迈进之时候,他们在赛场激烈的竞争气氛激励下所爆发出的巨大能量,通过飒爽英姿的外在形象,让人们感受到意志的坚强、体能的超常、动作的敏捷和反应的神速。所有这些都昭示着人类力量和智慧的发展成就,也折射出人类向极限挑战的光辉。那么,这种美感只有通过电视为首的传媒才可能传播得更广阔和更深远。而且,当今竞技体育的市场化和产业化道路以及体育产权、体育劳务、体育产品、体育人才都迫切需要通过有专门的市场和环境来实现资源的优化配置。如果离开电视的支持和介入,竞技体育显然无法生存和发展。其次,现代技术的应用,使电视媒体对竞技体育的表达快速、准确而及时,并形成了多方位、大视角、综合性的特点。尽管由于空间距离使观众的观赏活动可能不如现场那么直接,但

^① 资料来源:李瑛,何力《默多克媒体经营的启示》,《新闻爱好者》,1999年第 2 期。

竞技体育的视像表达反而因空间距离的存在而使观众的美感享受更深刻更有意味。电视中音画的同步事实上能够把认知、情绪乃至观念统统“注入”观众的心灵,使其产生或兴奋或失望甚至痛苦的情绪。第三,随着“花钱买健康”观念的深入人心,竞技体育节目不仅已成为人类共同的高雅话题以及了解体育知识、掌握锻炼方法、提高竞技运动水平的手段,而且更成为面临越来越大精神压力的个体宣泄的需要,竞技体育电视节目无疑具有心理“替代”作用。

电视不仅使竞技体育的公平原则得到提升,而且对体育产业化发展提供了强大的经济基础。反之,当爱情这个主题在越来越多的电视剧目中严重泛滥时,竞技体育这个传播媒源中最生动、最能激人奋进的内容已成为不可或缺的视像表达。因此,竞技体育与电视是密不可分的两个社会现象:没有竞技体育,电视将缺少亮丽的色彩;没有电视,竞技体育难以展翅翱翔。

首先,体育技术与现代科学技术——特别是视像技术的交汇和创新,为体育技术与现代艺术语言更广泛的结合提供了更大的可能性和先决条件。典型的例子就是广播电视,无线电传播技术和卫星转播技术的广泛普及和应用使艺术传达手段高度科学化和现代化。正是这一现代科学技术与艺术语言的结合才形成了电视这个新的艺术品种。电视的出现使人们不受固定的时空限制,自由地观看竞技体育运动的赛场。在不同国家和地区进行的各种体育竞技活动,当它二度出现在无数家庭电视荧屏上时,它已不再是实地进行着的体育活动,而是成为可供亿人自由欣赏的节目,并和其他类型的节目一样具有艺术的、审美的、娱乐的特性。花样滑冰、艺术体操不言自美,就是各种级别的篮球赛、足球赛一旦被卫星转播,就失去了其运动的纯粹性,而增添了欣赏的审美性。当今,人们对不同形式的竞技体育节目的观赏兴趣并不低于诸如电视剧等类型的兴趣。竞技体育节目的观赏无疑已经成为现代人审美生活中的重要组成部分。

电视媒体推动了现代竞技体育文化的发展。竞技体育发展

到今天已不再是单纯的群众性活动了,而是已经成为社会文化的重要组成部分,并对人们的生活、学习和思想行为产生了重大影响。体育文化不仅包含“更快、更高、更强”的奥运精神,而且涵盖着更为深刻的文化人类学内容,即对人的潜能的不断实现和生理极限不断超越的确证。同时,作为一种文化,它必然要进行传播。在传播业发达的今天,传播体育文化的任务很自然地落在了传播媒介的身上,电视则是首当其冲。因为电视作为传播的一个主要手段,无论在信息传播的速度还是画面的生动逼真上,都是其他媒介无可比拟的。一幅情感动人的电视体育画面常常能激发一个民族的活力,并体现民族的真实情感。当电视中出现中国运动员手捧金牌登上领奖台、眼含热泪注视着国旗、激动的心情溢于言表时,举国上下亿万双眼睛注视着这一动情的画面,必定产生一种发自肺腑的声音,为中华民族而感到骄傲和自豪。此情此景,一种强烈的情感爆发力撞击着观众的心灵,激发着观众的热情。从这个角度来讲,现代竞技体育节目(如奥运会)无疑使竞技体育的魅力得到空前的发掘和张扬。

竞技体育节目融体育文化和电视文化为一体,向人们展示竞技体育的精神和美,之所以深受电视观众的欢迎就在于竞技体育集拼搏性与欣赏性为一体,展现人类最原始、最高尚、最纯洁的精神心灵美与人性气质的美、流动的美、艺术的美、英雄的美、悲壮的美、勇敢的美、无畏的美、智慧的美、意志的美、力量的美、柔韧的美,并传达给电视观众。电视观众从整体效果上去感受运动世界中人类的勇毅、顽强、坦荡和宽容。同时,许多竞技体育节目(如专题片)已经完全脱离了对赛事或体坛人物的单纯报道,而是逐渐形成了社会人文大背景下的体育专题片种。有些则注重赛场之外的挖掘,围绕赛场进行多视角全方位的审视和报道,不简单追求报道比赛过程和比赛结果,而是立足于人文社会大背景下观察并与相关的政治、经济和科技等形成互动,从而拓宽了电视体育的表达面,丰富了竞技体育的人文内涵。例如中央电视台曾制作《桑兰,慢慢地陪着你走》,其中告诉观

众：一个 16 岁的体操运动员以灿烂的微笑让全世界人都懂得该如何学会坚强！

竞技体育为电视观众带来了狂热和激情之时，电视又给竞技体育提供了展示的舞台和发展的空间。在现代体育的高速发展过程中，电视以互利互惠的态度介入竞技体育之中，在留下人类征服自然、征服自我瞬间的同时显示出电视的独特魅力。

其次，竞技体育的发展显然离不开电视的普及和传播。萨马兰奇曾把未来体育运动归为两类：一类是适合电视的口味，另一类则不适合，并指出：竞技体育只有在属于第一类的情况下才有机会发展，否则，要么衰落，要么踏步不前。电视对竞技体育比赛的转播，彻底改变了它的传播形态，使竞技体育超越比赛现场的狭小范围，让亿万观众能够及时完整地收看到国际上正在进行的各种竞技体育比赛盛况。只要技术条件允许，电视能准确地拍摄下运动中的每个瞬间，观众就可享受到体育带来的快乐。在现有的媒体中，电视显然有着无与伦比的巨大优势。美国人洛伊甚至认为：电视实际上控制了职业体育的命运，既表现在形式上，又体现于经济基础方面。一方面，电视给竞技体育带来了巨额的资金。如 1984—1985 赛季，NBA 的电视转播权卖出了 1.5 亿美元的天价；英超 1992—1993 赛季来自电视转播的收入占其总收入的 75%。另一方面，竞技体育也为电视带来了大量的观众和源源不断的利润。以 1994 年世界杯足球赛为例，其首先投巨资购买最具影响力的竞技体育比赛的转播权，将观众卖给广告商，以此得到巨额广告收入的回报。其次，利用有线网络收取用户的收视费。在美国，1994 年收取的收视费不仅足以收回购买比赛转播权的资金，而且还可以带来不菲的利润。此外，该机构也注重通过自己创办竞技体育比赛来吸引观众。这样，不但需要付出投资就能通过广告获得收益，而且还可以通过转让电视转播权获得利润。1994 年曾创办 1994 年世界杯足球赛，由于比赛场面惊险、刺激和精彩，充分发挥了电视的优势，很快就吸引了众多年轻人的参与，也吸引了全球各地观众的眼球。1994 年

由此大获成功。

电视推动了现代竞技体育产业的发展。据统计,1944年世界体育产业的产值超过了 1 亿美元,并正以每年 10% 的速度增长。二次大战后,由于奥运会规模的空前发展,国际奥委会曾陷入经费危机。但是,1956 年墨尔本奥运会首次出售电视转播权,从此找到了一大财源:电视成了竞技体育的经济基础。电视全面介入竞技体育成为大型运动会和职业联赛的最大买主,这彻底改变了竞技体育的面貌。正是由于电视转播权形成了一个庞大市场,才有国际竞技体育产业的勃勃生机。NBA 在 20 年代初期曾是一个负债累累的职业联赛,但自从大卫斯坦恩出任其总裁伊始就召集一批电视和法律专家组成媒体传播部,公开声明电视台应该成为美国篮球协会的重要客户,与电视台打交道应该成为协会最重要的日常工作,并指出:电视是美国篮球的命根子。这个举动使 NBA 从此步入崭新的时代:从 20 年代末以来,出售电视转播权的收入占其总收入的 1/3。^①

电视转播权收入取代门票收入可谓是竞技体育产业化的一个重要标志。1985 年美国的体育产业总值就达到了 140 亿美元,超过了财力雄厚的石油、汽车制造和航空等重要工业部门的产值。而且,在竞技体育产业的总收入中,电视转播费列第二位(仅排在体育博彩业之后)。亚特兰大奥组委出售电视转播权的费用突破了 1 亿美元。另外,电视转播必然吸引体育赞助,带动了体育消费。竞技体育的电视表达放大了赛场,使观众的数量千倍地增长,从而促进了体育广告、体育赞助和体育彩票等相关产业的发展。由此,有国际体操联合会负责人曾提出“电视将决定体操运动的未来”^②的口号,并声称要使国际体操联合会

① 数据来源:应国良《电视媒体与现代体育》,《体育文化导刊》,1994 年第 1 期。

② 1985 年 10 月,意大利人布鲁诺·格兰蒂在参加国际体操联合会主席竞选过程中所打出的口号。因得到国际体联大多数人的支持,其成功当选。

成为像国际奥委会和国际足联一样富裕的国际体育组织,惟一出路便是把体操和电视紧密结合。

同时,电视极大地推动了竞技体育和群众体育的发展。当今社会,电视媒体对社会产生的影响是巨大的,人们自觉或不自觉的要受到电视的影响。体育也不会例外。奥运会、世界杯等大型竞技体育活动期间能把全球观众的目光聚焦一处的只能是电视媒体。作为一种视觉艺术,电视依托先进的技术而超越了时空的限制,把竞赛场的壮观场面传送至地球的每个角落并长久地留驻在观众的记忆之中。

当然,电视的需要也深刻地影响着竞技体育的发展。一些竞技体育项目为了引起电视转播的重视而不得不改革其传统的竞赛形式、制度和规则以增强观赏性,更好地适应电视对竞技体育的要求。如国际足联曾将原来 90 分钟的半场休息时间调整为 15 分钟以便一场足球赛的转播时间控制在二个半小时之内。如国际乒联也改变了乒乓球和球台的颜色以获得更好的电视视觉效果。

另外,体育作为现代社会人们健身、休闲和娱乐的一种生活方式,近年来正日益受到电视的重视。电视也将群众体育纳入其主要报道的内容。

竞技体育与电视的关系日益密切。电视以其巨大的影响力和独特的功能吸引着亿万观众。有资料显示,1994 年世界杯巴西队和比利时队的八分之一比赛时有 1.4 亿巴西人通过电视观看了比赛;观看巴西对中国的则有 1.2 亿,收视率达 70%。而在中国,这场比赛的观众更是达到了 1.5 亿人。由此,电视使得人们对竞技体育的理解更加深刻。

在我国,自 1993 年初央视五套开播以来,许多地方台陆续开出了体育频道、体育栏目,电子竞技游戏频道。

第三,正是由于电视深层次的介入,才使得竞技体育接近了大众。竞技体育的发展离不开电视媒体的支撑。然而,电视如果只是反映竞技体育的“事实”显然是不够的,事实上,电视已

226

经在更高层次上展现了竞技体育的价值所在,从而促进了竞技体育的健康发展。在这一点上,电视要比其他诸如报纸、杂志等媒体具有更明显的情感表达效果。1981年中国女排战绩,假如没有电视的大力推介,就不会促成鼓舞中华民族奋发向上精神风貌的“女排精神”的传扬,也就不可能把代表当时世界最高水平的女排精神体现为民族自豪感的宣泄发挥得淋漓尽致。电视画面里可以是赛场上拼搏的全镜,可以是飘扬的国旗的特写,也可以是同一比赛进程不同角度的慢动作的升格回放,还可以是运动员或者是教练员脸部表情的特写。从另外的角度看,竞技体育是一个涵盖非常广的概念。历史上,从来没有一个在所有体育项目上都始终处于领先的国家。因此,在一些竞技体育项目从引入、发展到强大的过程中,电视对它们高水平赛事的介绍和报道是必不可少的。电视正视了这一点,并通过转播此类比赛项目在传播过程中介绍它的历史、竞技规则或欣赏方法等。由此,作为视像媒体的电视,无疑在促进该项目的普及和提高其赛事的整体水平等方面有其独特的表达手段和强烈的效果。同时,电视对竞技体育运动阴暗面的揭露和曝光不仅成了促进竞技体育健康发展的有利手段,而且也是当今竞技体育许多专栏节目的重要内容。譬如中央五套的对中国足球界“羊城赌球案”和“红塔案”的追踪报道、上视体育频道的“唐蒙视点”中对某一体育现象之深刻挖掘和评述等等。上述这些都可视为电视对竞技体育视像表达的体现。

第四,电视体育与观众。有人说,观众是电视传媒的终点。的确,竞技体育电视表达的中心任务就是全心全意为观众服务,也就是说观众对节目的满意程度直接决定着电视传媒的生命。因此,观众就是电视体育情感的中心。显然,电视体育要用高水平、激烈的赛事来吸引观众。但是,电视体育在尽力满足观众的视听欣赏之外,还必须扩大自己的服务范围。电视媒体已越来越注重开发具有极强参与性和趣味性的非竞技类体育项目以及与大众生活密切相关的体育活动上面就是

一个很好的明证。譬如“全民健身运动”栏目,就是有代表性的广泛报道各地民间体育健身活动的经验做法。正是由于电视媒体,使该项活动不仅把越来越多的观众吸引到室外,而且使电视和体育的距离变得更近,体现了电视媒体的平民化和大众化的本质。中央电视台 1995 年开设的“康乐年华”和“城市之间”等栏目既丰富了体育事业,也拓展了电视体育的报道“路径”,使电视体育的表达完成了从纯欣赏性到融自身欣赏性与参与性为一体的角色转变。在这个变化中,观众无疑成了最大的受益者。

体育视像的多维表现

竞技体育的新闻报道

历史上,竞技体育的电视表达是从赛事转播和报道开始的。在我国电视体育赛事报道发展的初期,由于受到客观条件的限制,经常只能选择其中一些有意义的项目和场次进行转播。1980年代初,就主要选择了转播实力强的女排和乒乓球的比赛。那时,选择有实力、高水平的项目进行转播,不仅观赏性强,而且还可以体现民族的自豪感。1990年代以后,由于与境外体育往来的增加以及我国有些体育项目的骄人成绩,更由于经过几十年的探索,加上引进了一些西方先进的传播设备,我国的电视从业人员才有能力也有实力来转播乃至直播电视节目,竞技体育节目才从此在电视节目中占据一席之地,并对电视观众产生越来越重大的影响。但如今,伴随着电视制作技巧的日益成熟,我国的电视体育节目得到了较大的发展,不但在内容上有大的突破,在手法和表现方式上也更为丰富。我国的电视体育节目真正形成规模、走向世界是 1995 年前后的事。1995 年,我国已发展成为体育强国之一,我们的电视业也正向世界迈进。各电视台对国内外赛事进行了大幅度地报道,而电视体育节目不仅展现了我国的竞技体育实力,也为我们向世界展示我国的电视业提供了

一个契机,当年中央电视台对日本广岛亚运会的成功报道标志着我国的电视体育报道进入新的时期。

伴随电视报道技巧的日益成熟,我国电视体育报道手法、表现方式也更趋于理性化。当今的体育节目已大大突破了纯竞技赛场的局限,赛事的前瞻、赛后的分析批评总结、体育项目发展的国际国内环境、体育与健康健美健身的关系以及全民健身活动与竞技性大众化的体育等等都成了电视体育表达的对象。这就不仅大大丰富了竞技体育的内涵,也拓展了竞技体育的外延。观众的角色也从纯粹被动的欣赏发展到了积极主动的参与。

竞技体育的赛事转播

从国内外的竞技体育电视节目来看,大多以赛事转播为主线,以大板块专题为专栏,呈现出直播化、专题化和叙述、分析、评论相结合的表达形式。譬如 1994 年韩日世界杯的转播,中央电视台通过紧凑的节目编排,借助了赛事、专题、新闻之间的联动,采取了每天 5 小时的直播形式,对每天的赛事报道通过三个栏目串接起来,整个赛事报道过程都是围绕着球赛的转播为主。其中的《球迷世界杯》,由两队球迷在演播室预测比赛结果并阐释理由,带有浓厚的论辩色彩,属于受众参与式的谈话节目,成为了广大球迷发表见解的乐园。《你好!世界杯》是大型赛事直播栏目,由现场直播和主持人点评两部分组成,并以直播为主,穿插点评,联动到比赛结束,再一直延续到晚上的专题《我爱世界杯》,在晚上 5 点以后还有当天比赛的精彩集锦。这样,从每天午间到深夜,整个五套所播出的内容都是有关世界杯的。整个节目的连贯性很强,它把直播和新闻专题报道巧妙地糅合在一起,形成了套餐效应,而不是被切割成孤立的板块。在编排上,充分考虑了节目的承袭因果,从球迷预测到比赛直播再到专家评论,包括后面补充的集锦,都能吸引观众的视线,形成了收视的连贯性。

竞技体育赛事的生命是它的时效性。电视媒体展示体育的现场过程,以满足受众对比赛过程的激情欣赏和对比赛结果的情感期盼。它不仅满足了观众“先睹为快”的心理需求,而且这也是电视体育赛事转播服务受众的主要思路。正是扑朔迷离变化无常的竞技过程和结果吸引了无数的体育迷。有测试表明,竞技体育实况转播的收视率不足现场直播收视率的 $\frac{1}{3}$ 影像,其原因就在于观众想在第一时间看到比赛的现场。为了赢得观众,目前,一些普通水平的赛事的电视报道也经常采用直播的形式。因为赛场上的新闻资源是有限的和共享的,即比赛的结果和过程几乎没有什么独家新闻,众多媒体的报道手法和技巧也大同小异。因此,只有抓住现场直播这个最能体现电视媒体优势的形式,才能在报道方面领先一步。

竞技体育的专题述评

近几年,随着我国竞技体育节目的不断发展,电视体育的表达出现了新的变化——对重大比赛的报道不受内容、形式和时间的局限,而是通过比较、引申或记者评论等方式,对事件本身进行深层次的开拓和挖掘。这就是电视体育节目的专题化。在表达方式上,专题节目更侧重于时宜性而不是时效性。它的前、后期制作比较讲究,对重大事件有尽可能详实的报道,围绕热点和难点问题寻找最佳切入点,灵活驾驭所收集的背景资料,对“缘起”的新闻要素做立体的、全方位的剖析,使节目带有强烈的逻辑思辨性,从而引起观众的思考和共鸣。从评论节目讲,有中央五套的《五环夜话》,上视体育频道的《唐蒙视点》、《今日体育快评》等;从评论领域讲,包括了《天下足球》的“说”足球,《篮球公园》的“玩”篮球和《纹秤论道》的“道”围棋;在传播者中有张扬个性的黄健翔、统筹构思的唐蒙以及以权威著称的嘉宾张路等。《天下足球》就是一个有关体育比赛的大型专题。该节目作为一个长时段的对体育赛事作报道、评论的节目之所以能够在没有大赛的淡季牢牢地将观众吸引在电视机前的原

因,就在于节目中穿插了国内外各大赛事的新闻分析、背景资料介绍、专家现场评论等多项内容。尤其是在韩日世界杯之后推出的一个新的子栏目——世界杯“十大”——“十大门将”、“十大倒钩射门”等等,通过总结归纳足球大赛中精彩的瞬间,将其呈现给观众,使之充满了活力,满足了不同层次球迷的不同需求欲望。再如,上视体育频道的《唐蒙视点》栏目于 2002 年 6 月 1 日晚播出的《逃离实德》通过对徐宏(大连系的四川队主教练)、李承鹏(中国足球报记者)、魏群(四川足球队队员)等关键人物访谈和四川队大胜山西国力队等电视画面的表达,在主持人和被采访对象的评述中展示了四川足球的兴衰以及大连海派文化与四川创根文化的不容。

当然,竞技体育电视表达的效果如何显然还与其中的分析和评论的深度和力度有着十分密切的关系。最初的体育评论是指在比赛现场或在转播的画面前对体育比赛的实况以即兴为主进行的有声创作活动,也就是我们通常所说的“体育解说”。这种方式只需要对画面进行比较全面、细致、具体、生动的叙述,以及对叙述的主体进行一些竞技历史和规则的阐释即可。但现在的体育评论则不仅要求对画面进行详尽的解说,而且更多的是要求对竞技过程加以科学合理的分析和评述。例如,在对 2002 年 6 月在中国举办的“亚洲杯”足球赛小组赛作评述时,都对进球细节、关键场面做重点描述和再现,并尽可能把教练、球员的赛后总结以及一些观众对比赛的想法综合起来,同时恰如其分地融入记者的评价。对某些观众不太熟悉的竞技体育项目,还往往适度地在报道中加入相关的知识和发展现状等背景资料,以期取得良好的效果。“体育评论”涉及的范围包括对赛场主角的心理素质、职业道德、技战术策略的评论以及对赛场的政治、经济、文化背景等条件、环境的评判。这比体育解说无疑更具有深度和难度,但无疑也更能满足受众日益变化的口味和挑剔的目光。因为毕竟对一般观众而言,电视画面的可欣赏性和体育评论的科学性、合理性是构成竞技体育节目可视性的两大

风景线。从体育解说发展到体育评论是竞技体育报道艺术不断成熟的结果。在我国,早期从事电视体育评论的工作人员极少,并且大多以口齿清晰伶俐、能说善讲见长。在长期的实践中,他们通过自己辛勤的摸爬滚打在体育评论中树立了自己的尊严和威信,而新一代的体育报道工作人员则大多受过传播理论的熏陶。并且,为了增加体育评论的专业性和权威性,许多竞技体育项目的业内人士也被请进了评论现场。比如,在奥运会、亚运会的项目比赛转播中,请教练员来做解说评论。亚洲杯的演播室里我们看到了前国脚黎兵、马明宇、陶伟的身影;而雅典奥运演播室里,观众不仅看到夺冠运动员、雅典比赛现场的特邀记者和嘉宾,甚至运动员家长都参与到了节目当中。

竞技体育的视像特征

231

全球竞技体育事业和电视事业不断进步,科学技术和报道手段推陈出新,使电视越来越成为表现竞技体育的最具优势的媒体。而体育比赛所蕴涵的商业价值更使之受到电视媒介的青睐,成为它们获利的法宝。当今竞技体育的电视表达正表现出直播化、专题化、栏目化和娱乐化的趋势,具体表现为以下方面。

国内外体育新闻研究者指出,纵览当今的各类体育类传媒,凡体育报道,无不以对国内外重大体育比赛的竞技体育报道为主,不论是纸质媒介还是电视媒介都本着满足越来越多的受众对竞技体育信息的关注热情,把竞技体育的报道作为重点之一。其原因不外乎由竞技体育的新闻性以及其自身作为丰富的新闻源决定的。

竞技体育最大的魅力和最显著的特征就是竞赛结果的不确定性。在竞技运动的比赛过程中,无论是两强相遇还是强弱相对,其比赛结果都可能出乎意料而充满悬念。譬如在1996年欧洲锦赛开赛前夕,所有媒体或专家有几个曾料到排位垫底的希腊

足球队竟然两胜东道主葡萄牙队而最终会成为“最有成色的黑马？”~~1994~~年韩日世界杯的“揭幕战”上，卫冕冠军法国队与非洲的塞内加尔相遇。按当时的舆论及足球专家分析，法国队因拥有世界最佳中场齐达内、英超最佳射手亨利以及意甲头号射手特雷泽盖，其实实力实属雄厚，全取三分如板上钉钉。然而，比赛的结果却是塞内加尔以一球小胜法国。法国队由此锐气大挫，首轮即被淘汰。正如一位好莱坞导演所言：没有一部奥斯卡影片所制造的悬念能与一场足球比赛媲美，在运动场上任何结果都有可能发生，竞赛对手之间的实力越接近，双方的竞赛水平越高，其悬念性越强。竞技体育的新闻也同样符合新闻理论曾经阐释的道理——其价值的体现，关键在于该新闻是受众欲知、应知而未知的事实。

222

当今，在全世界范围内，竞技体育已经形成了包括综合性和单项性且定期举办的国际间大型运动竞赛。除了世界性的国际竞赛外，还有以地域为中心的各种运动竞赛。全球几乎每天都有一项国际间的大型运动会举行。各国家还每年定期举办围绕国际大赛的各种运动竞技，以及本民族传统体育项目的运动竞赛。另外，竞技体育的项目也正越来越丰富。以最具规模和最有影响力的奥运会为例，~~1994~~瑞典夏季奥运会上已经拥有超过~~100~~个大项和~~100~~个小项的竞赛项目。

正是由于竞技体育的悬念性、赛事的丰富性以及运动项目的多样性，使竞技体育每天都有新鲜的视像表达。

强烈的比赛现场感

体育运动最突出的特征是竞技。竞争、对抗，不断挖掘潜能、不断突破自我，这是竞技体育自身的规律，也是它给予人们最深刻的启示。从观众心理角度看，与其说他们关心的是比赛的结果，还不如说是比赛角逐过程中的惊险。就竞技体育电视节目而言，当今的节目越来越尊重竞技体育运动规律和观众的接受心理。大量的电视体育节目采取现场直播的方

式,充分发挥电视的特长,突出和加强竞技体育的现场感。即便是综合新闻中的体育新闻,也重视体育比赛现场画面的展开,把新闻的及时性与电视的现场感优势结合起来,展现竞技体育的娱乐性和观赏性。竞技体育的电视直播方式,紧紧抓住体育“竞技”这一特性,发挥了电视的现场感,大大提高了可视性。

心理学中对情感的体验分为高强度情感体验和次强度情感体验。由于竞技体育是直接追求胜负、公开挑战极限并且在规定时间内能及时看到结果的运动形式,因此人们在竞技体育过程中完全可以强烈地体验到胜利后的狂喜、失败后的悲伤,体会到战胜自我的豪情、意志软弱的羞愧。竞技体育无疑是一种高情感体验的运动形式。竞技体育的电视表达正是对这种高情感体验运动进行展现,它自然而然地就充满了高情感的色彩,尤其是在受众带着明显的地域性、倾向性观看电视时,随着比赛的胜负,观众的喜怒哀乐的体验就更加鲜明和强烈。譬如足球锦标赛的电视转播中观众经常看到球员、教练、美女观众的表情的慢动作回放,这些现场镜头的插入是带有明显的情感性感情色彩的。当今在许多国家,足球转播已经超越了“看球”的纯粹,而步入了“看人”的层面。德甲联赛中平均每场使用 16 台摄像机转播单场足球比赛,多机位不但是为了竭力捕捉比赛场上最精彩的镜头,而且也加强了千姿百态看台众生相的搜寻。其中有 4 台摄像机始终对准双方教练,从而把场上的风云变幻、教练的喜怒哀乐以及观众的动作表情加以切换编辑,从更多的人文意义上挖掘了竞技体育的魅力,也构成了更富有情感性的视像表达。

浓厚的娱乐色彩

当今,不管是西方的还是我国的媒体都十分重视电视体育的娱乐性。美国有线电视频道的全称便是娱乐及体育节目网(ESPN)。但相比之下,西方电视商业化运作更为成熟,在竞技

体育报道的娱乐化方面的手法更为娴熟。同时,它们的电视体育节目的编排也能做到尽量迎合受众的趣味,争取最大的观众市场。譬如在美国,传统意义上最受欢迎的应该是职业橄榄球赛,通常有最多的观众收看,然后按受欢迎的程度依次是职业棒球赛、大学生橄榄球赛、拳击、大学生篮球赛和职业篮球赛,相对来说,看高尔夫、赛车、足球、曲棍球和保龄球的人要少些,因此安排的时间段和位置也不同。美国电视甚至介入竞技体育,有它们来安排比赛时间,如为争取最大量的太平洋西岸观众,将东部比赛安排在夜间灯光下进行。在此,电视媒介的根本目的是为了高收视率带来的广告收入。但是,由于重视了竞技体育比赛的娱乐性,客观上对电视体育节目的大众化也起到了促进作用。

234

娱乐休闲性是竞技体育的基本特征之一。竞技体育本身首先是一种休闲娱乐活动。抛开其功利性的一面,专业化或商业化的竞技体育本身就是一种娱乐。负责美国马术竞赛的是一个公司,而负责电视转播和节目推广的是另一个娱乐公司。在国内的赛事转播或体育新闻节目中也已经出现了轻松的娱乐化的倾向。譬如对于1994年葡萄牙欧锦赛的电视表达,中央电视台没有做常规性的专题节目,而是以一款“豪门盛宴”的形式新鲜出炉,其节目形式、演播室背景和灯光设计都颇有新意,带给电视观众一种与观看比赛时完全不同的另类感受。作为一种最大众化的传媒,迎合观众的收视心理是竞技体育电视节目无可指责的应有之举。体育人文社会学者曾认为:竞技体育从它产生之日起就不是一种孤立的社会现象,而是与社会其他各种活动都有密切的联系。美国心理学家马斯洛在他的“需要层次理论”中指出,在社会发展中人们在基本的生理、安全需要得到满足之后,就会出现交往、娱乐、尊重、爱、归属乃至自我实现的高层次的需要。那么,在实际社会生活中,这种需要是最容易得到实现的一种方式,莫过于在休闲时,人与人之间的以身体活动来进行的各种竞赛游戏。这种情形无论在过去还是现在,都在人

们的日常生活中时有发生。因此,竞技体育无论参与或观赏,始终都与人类休闲娱乐的需要紧密联系在一起。而且体育电视的传播本身就是一种休闲娱乐活动。在竞技体育的视像表现中,通过电视画面、电视特技等向人们生动地传递活动的情景、竞技的结果以及赛程中发生的许多有趣的人和事,从而进一步满足了人们对竞技体育休闲娱乐的需求。在我国,自20世纪80年代中期以来,我国专业体育频道、体育栏目很快遍及全国和各地方台,竞技体育节目的收视率也始终居于各类电视节目的前列,已成为了各大电视台最具效益的支柱产业。

视像表达的跨文化性

首先体现在竞技体育本身的跨文化性。竞技体育具有浓厚的跨文化因素,它是一个集合的概念,包含了由各种身体动作组合并表现出来的各种运动项目——如足球比赛中的长传、突破、围抢、铲断、射门;体操中的奔跑、跳跃、腾空、转体;篮球运动中的传、运、投、移;等等。这些身体动作在竞技体育理论术语中也被成为身体文化。其最重要的特征就是跨文化性——突破了语言、民族、地域、宗教等诸因素的障碍成为“无声”的人与人之间相互沟通的方式。如一场精彩的美洲杯足球赛,任何民族、任何国家都能从球场上各种技战术的变化以及竞技情景中得到愉悦的情绪体验。其次,竞技体育本身就具有鲜明的国际性特征。在全球化背景下,竞技体育风靡全世界。每年在世界各地举办的国际竞赛几乎从未间断,甚至“每天都有一项国际性运动竞赛举行”的说法。竞技体育已形成了以奥运会为依托的全球文化现象。第三,随着竞技体育的发展,各个项目、各个地区的国际性运动竞赛组织也相继成立,这使得当代竞技体育运动形成了规模大、数量多的国际化特点。此外,在过去的几十年当中,参与竞技体育运动的代表队出现了纷纷引进外援的现象。如享誉世界的欧洲足球俱乐部,在全球各地招募运动员。由于各路精英的加盟,使欧洲足

球赛以及各足球“豪门”俱乐部成为全世界目光聚焦的热点。由此,运动员不代表自己的国家,自主选择参与国际竞技运动的现象更加丰富了竞技体育的跨文化性的内容。意大利甲级联赛也因此一直被称为“小世界杯”。

形式与内容的创新与拓展

体育节目的源泉自然是竞技体育比赛。随着人类自身素质的不断提高,人们挑战自我的方式也在不断发展。竞技体育就是人类挑战自我的一种方式。由于对体魄历来重视和物质条件相对优越,西方国家在新的竞技体育项目和比赛的开拓和报道方面较为领先,无论在竞技体育还是群众性体育方面都产生了许多新的形式。例如,自1970年以来,欧美电视中悄然兴起了被称为“真实电视”或“真人秀”的竞技生存类型节目。“真人秀”泛指由制作者制定规则,由普通人参与并录制播出的电视竞赛游戏节目。1974年开始于荷兰、美国《悦乐》的《生存者》、法国的《城堡探险》、德国的《硬汉》等,都成为所在地最火爆的电视节目。在中国,自1979年央视从《悦乐》引进《生存者》以来,迄今至少有《生存大挑战》、《重走长征路》、《峡谷生存营》、《走入香格里拉》、《勇者总动员》等本土制作的“真人秀”节目陆续亮相荧屏等。1984年由法国制作的《城堡探险》选景在大西洋的一个神秘城堡内,每一集都有不同的参赛者挑战不同的生理和心理极限,他们必须在规定的时间内,通过一系列力量、技巧与灵活性的测试,从而获取足够数量的进入宝藏室的钥匙,否则将有可能身陷囹圄。相比《百万富翁》等益智节目,《城堡探险》更富于观赏性,游戏项目的设置也更刺激更新鲜。该节目开播以来已经在欧美十几个国家的主要频道播出,其中法国电视台和法国电视缘台的收视率一直排名第一。尽管一些“真人秀”竞技类节目存在着诸如“道德底线”、“片面要收视”等问题的争论,但人类挑战自然、挑战自我的信念不会改变。新的体育项目和比赛

的不断涌现,大大丰富了竞技体育电视节目的内容。

竞技体育的视像意蕴

运动的视像

竞技体育作为一种运动,与电视所要表现的画面的动感是一致的。这种动感画面必然是活跃的和有节奏的——变幻莫测的足球世界、精彩火爆的 世界杯赛场以及风驰电掣般的 云原员赛程等等无不是在激烈的运动中完成其一幅幅电视画面的。在展示足球比赛节目时,制作者往往注重把握激烈的运动场面,场上队员之间激烈的拼抢和场外球迷热情欢呼的特写,用慢动作画面让观众从多角度看到球员的每一个精彩的进球,抓住队员的面部表情去反映胜利者的喜悦和失败者的沮丧,从而让赛场上的每一个动感画面都融入到观众的情感中去。同样在直播云原员的时候,常常充分运用多镜头画面的快速转换让观众体会线与速的较量——如狭窄的弯道、赛车间的碰撞、超越以及飞快的车轮与地面摩擦而发出的火花,这些动感画面无疑都表达了生死时速的刺激,不仅抓住了赛车的关键所在,而且通过电视留住了比赛的精彩。

巴拉兹曾认为电影是身体动作的艺术,并指出,体育、竞技在电影里所能起的作用显然就比它们在其他任何艺术里所能起的作用大得多。以奥林匹克为代表的竞技体育题材的电影在国际上也很受重视,1954年奥斯卡金像奖获得者就是体育故事片《烈火战车》。另外,《球王贝利》(《胜利大逃亡》)也是诸多竞技体育影片中的一个。

电视作为大众传播媒介进入奥运会始于 1936年柏林奥运会。从技术角度看,奥运会是电视技术手段综合利用的结果。当今的电视画面中,经常是既有直升飞机上鸟瞰全景的大视野,又有与运动员一起体会速度的快感的通过同步移动镜头。这样,竞技场上稍纵即逝的精彩瞬间不再成为观众的遗憾。在

1994年的卡尔加里冬奥会上,电视媒体曾通过安装在冰球中的微型摄像机制作出了令人匪夷所思的影像。而1998年的长野冬奥会上甚至在冰赛场下面放置声音传感器,使电视的表达不仅包含了内行的解说、异常的视角,而且让受众感受到运动员每一次蹬冰的力度和真切的声响!

情感的视像

一段能打动人的竞技体育画面必然是充满了情感的画面。情感是一种象征和思想的符号,通过情感来表现主题的深刻是现代电视通用的手法。如表现某足球队陷于低谷或遭遇失败的时候,运用空镜头画面或慢动作的组接——阴暗的天空、冷清的看台,并用叠画手法将曾经的热闹、喧哗和热情的球迷剪辑在一起,使画面激发了观众的情感,从而缩短了电视与观众的距离。

2002年 2月 8日晚,亚洲杯半决赛第二场中国队与伊朗队的交锋中,双方 90分钟内战成了 1比1,120分钟的加时赛双方依然未分高下。在残酷的点球大战中,中国队在肇俊哲先失手的情况下顶住压力,先是利用对手击中横梁将比分战平,其后刘云飞将伊朗第五个点球扑了出去。中国队以点球 3比2 总分 缘比 源击败伊朗晋级决赛,一雪十年不胜伊朗之耻辱。

竞技体育的最大特点是集拼搏性与欣赏性于一体,既展示最原始、最纯洁的精神心灵美,又表现最高尚的人性气质的美。观众对电视体育画面更倾向于欣赏性——欣赏竞技体育所展现的人类生存与发展所具有的整体的美、流动的美、艺术的美、雄壮的美、悲怆的美、力量的美、智慧的美、勇敢的美以及磊落的美。现今,竞技体育的电视画面的表现更是将节目的内容与外在的包装结合起来,包括画面的色调处理(黑白或彩色)、字幕的搭配、音乐的烘托以及特技的运用等等。电视从整体效果上表达了运动世界中人类的勇毅、刚强或坦荡、宽容,展示大自然滋养人类的最美所在。如《唐蒙视点》中在回放四川全兴队大

比分战胜陕西国力队的比赛画面时配上了一段略带忧伤但仍然十分流畅的轻音乐,不免让观众感受到虽然全兴队由于较为复杂的原因而离开了中国足坛,但人们尤其是一直酷爱它的球迷将永远不能忘记在中国的甲 粤赛场上曾经有一支作风硬朗、身披黄色战袍的四川足球队。

被誉为具有“平民色彩”的大型益智类竞技节目《欢乐英雄》,之所以长期红火的原因之一便是其在影像表达方面的特别之处。《欢》把参赛选手分为“幸运队”和“开心队”,主持人的组合与选手团队强调了协作。画面中,颇具人缘的王小丫的动人微笑和李咏特有的睿智幽默共同掌控了全场,特别是通过与选手的亲密接触与倾情互动,引领两个团队完成一次次的挑战,把握了剧情的发展方向与节奏。《欢》在节目的故事化演绎、游戏项目的情节化设计、多景区的高度互动等方面大胆地使用了大量特殊的创作元素。舞美、灯光的设计完全突破了传统的晚会或综艺节目的创作思路,而是引进电影、戏剧的创作因素——如“智慧谷”中强调了局部布光和光影的比例、变化。这些表达,使观众好似欣赏影视剧般被深深引入其中,产生美感和情感。

239

细节的视像

在竞技体育的视像表达当中,由于受到环境、比赛规则和竞赛项目本身特点的限制,加上竞技过程常常都是在瞬间发生的、充满着对抗和反复,因此,对于一场精彩的体育赛事转播来说,所要注重的就是赛场的转播气氛如何把握、电视导播在镜头组接上如何取舍和运动员在场上的表现如何及时传达给观众等问题。这些稍纵即逝的细节是竞技体育电视画面表达的重要内容。譬如一场排球赛的直播,至少需要摄像、音响、评论员、慢动作操作员、字幕员等的通力合作和现场导播对电视镜头的捕捉和取舍。观众看到的除了比赛的全镜头之外更多的是组织进攻方二传手的隐蔽性手势变化的特写、防守方鱼跃救球、队员的

表情、主教练的手势以及拉拉队的狂欢等大量的细节镜头。这些画面的运用,再加上现场声响和电视评论员的评述,无疑凸现了竞技体育电视表达的真实性。

体育视像表达的优势,就在于利用现代化的电子摄录设备和技术,尽可能完整地将包括动态、声音和气氛等一系列原始信息在内的竞赛流程记录下来,并加以整合、重组和创作。当电视镜头遵循客观现实的存在方式去探索体育和直面赛场的时候,其中富有个性张力的瞬间不仅展现于某一赛项、赛段或选手出现变异的突发时刻,更多地表现于整个赛程的较量之中。如果不分巨细,显然有悖于电视观众的收视和欣赏期待的。在 1996 年 7 月 10 日至 7 月 16 日在葡萄牙举行的欧洲足球锦标赛期间,通过上视体育频道,观众可以看到所有比赛场次的直播画面。如于北京时间 7 月 10 日凌晨 1 时 45 分开球的半决赛第二场希腊对捷克的那场比赛是本届欧锦赛电视直播的代表性的实例。在以球场全镜摇为主的视像表达的前提下,几乎是在固定的时间间隔内重复地插入某一运动员的回跑特写跟镜头、主教练的近镜、边裁的中景移镜头,然后是现场观众的脸部表情特写,再是长传或射门以及之后的全镜、射门动作特写以及从多个视角表现的慢动作回放。

艺术化的视像

如同其他电视类型一样,竞技体育的制作和表达也是符合艺术创作的规律的。试想,假如只用一台摄像机转播整场足球比赛,那么显然这个表达是少有可视性的,因为其中恐怕连最基本的胜负也难于传达,更不用说球场上球员间的争抢、传球的配合、犯规等局部的“战争”了。显然,多机拍摄不仅增加了信息的拾取量,而且从镜头剪辑的角度出发,又大大提高了电视表达的叙述能力,增加了看点。

过去的许多比赛的电视转播中,经常会出现较长时间的毫无意义的全景空镜头。现在,对每一轮比赛的间隙往往会

插入一些诸如表情和动作很有特点观众的近镜、在普通视角下难以注意到的鲜花或者在某一特殊角度的静物等。这些从场内精心挑选了的有意义的画面,或者反映出现场观众在比赛间隙的反应、紧张之后的松弛以及观众的热情参与,或者表达出比赛组委会的精心安排和组织、现场气氛的力与美的结合,或者在现场声的配合下表达了新一轮比赛的即将到来,等等。

1989年在天津举行的世界体操锦标赛的电视转播的结尾是这样的:在明亮宽敞的现场全景的画面下,由暗而明的音乐渐渐响起。随乐场逐步加大,画面缓缓叠换至赛馆外礼花瀑布的夜景,然后在夜景的画面渐显出本届大赛的会标——翱翔的海鸥。经动画处理的海鸥由远及近,由小至大,最后定格在画面中央。这样的结尾是经过主创人员精心策划的,它显然要比简单的在现场画面上草草收场具有更强的艺术处理色彩和韵味。由于其提高了转播的整体效果,声画技巧综合应用结合比赛的完整转播,使得这次世界级的赛事既充满了浓厚的氛围,又富有凝重的艺术气息和欣赏价值。就像1996年的欧锦赛,尽管没有取得渴望中的冠军,但葡萄牙人没有失望,因为他们可以对着镜头(略带夸张但很真实的葡萄牙球迷的特写画面)自豪地向全世界宣布:我们成功地举办了一次令人难忘的赛事!

真实的视像

竞技体育节目最大的特点就是真实而不是表演。包括比赛环境、规则的真实,也包括运动员、教练员和观众心理的真实。许多艺术化的电视画面让紧张激烈的比赛增添了新的看点 and 情趣,既缓解了竞争气氛,又起到了恰当的润色作用。但是,艺术的生命还在于生活本身,在于客观现实。在竞技体育的电视表达中,虚构是可笑的,而充分利用画面和声音的各种表现技巧以加强比赛本身的可观性应该是其惟一的和最终的目的。

此外,画面中的英雄塑造(体育明星、民族英雄)也是竞技体育电视表达的重要特征。体育竞技最主要的特征是对力的强度和技巧的运用。这个力就是指身体的力和心理上的竞争力。在远古时代,人类就懂得用体育活动保持体力和激发竞争力。竞争力推动着人类去寻找新的力,而对力的追求又开拓了人的生命活动,这是力崇拜给人类带来的必然结果,是人类生命高扬的体现,也是人类社会不断发展的动因。

竞技体育与视像时代的消费文化

视像时代既然是一个消费时代,那么作为当下社会文化重要形态的竞技体育,也就必然地打上消费文化深深的烙印。这种消费文化,有多种多样的消费对象及其消费形式,主要体现在对品牌的消费和对明星的消费两个方面。

奥运品牌与奥运品牌消费

在体育运动职业化和社会化的发展进程中,体育商品的国际化浪潮可谓一浪高过一浪。1972年,美国一家经销日本运动鞋的小公司创出了自己的运动鞋品牌——耐克(Nike——希腊神话中插着翅膀的胜利女神的名字)。70年代初,耐克运动鞋开始崭露头角,成为阿迪达斯、锐步、彪马等名牌的强劲竞争对手。1978年,耐克鞋的销售额突破1亿美元,在美国运动鞋市场上占据了1/3的份额;穿耐克鞋的运动员保持着1英里—1英里半米赛跑的所有世界纪录。在1984年的洛杉矶奥运会上,12名穿耐克鞋的运动员夺得了12枚金牌。到1990年耐克创造了12亿美元的收入,在美国运动鞋市场上占1/3的份额,在海外市场的销售额达1.5亿美元。耐克公司在世界100多个国家和地区都有生产厂家,产品除运动鞋外还包括全套的体育服装和用品。耐克成为体育用品的“全球巨人”,其成功的奥秘不仅在于耐克的创始人几乎都是优秀的

运动员,他们将耐克办成了“为运动员而生存的公司”,而且还在于“耐克人”将“通过运动和健身提高人类的生活品质”作为公司的宗旨,并利用诸多体育明星的影响向全世界进行宣传。著名的美国篮球运动员迈克尔·乔丹就是耐克广告的长期签约人。此外还有 44 名 篮球运动员、4 名 美式橄榄球职业球员、4 名 棒球职业球员都是耐克鞋的“广告人”。甚至著名歌星惠特尼·休斯顿在电影《保镖》中穿耐克鞋也是“耐克人”向好莱坞进军的广告谋略。这种明星效应和耐克鞋的优良品质以及舒适程度,使人们对耐克产品尤为热衷。耐克运动鞋演化为人们日常生活中老少皆宜的“旅游鞋”,从而引起了世界制鞋业的重大变革。类似的体育用品社会化现象不胜枚举,如中国运动服中的名牌“李宁服”,各地足球爱好者偏爱的本地区甲 足球队员的队服,各种款式、各种色调的运动服在城市家庭中的普及,等等。体育用品的社会化一方面反映了竞技体育对人类生活日益深入的影响,另一方面反映了国际化所推动的体育用品在社会经济中日益重要的地位。

乔丹、篮球与姚明:明星消费

从古希腊的奥林匹克运动和古罗马的战车比赛和角斗开始,竞技体育一直是娱乐和仪式的主要场域之一。当代竞技体育运动通过与商业主义和媒体文化的结合,颂扬和传播了社会主流价值观、产品和机制,使竞技体育越来越成为“表现种族和民族主义、名人和明星号召力、过失和丑闻的奇观”,它可以将运动员吹捧为偶像甚至神祇,也可以在一夜之间让他们跌入耻辱的深渊。当今的竞技体育已成为消费社会的一个重要组成部分,人们通过它可以学习竞争和成功的行为和社会价值观。体育明星属于消费社会中最富有的精英阶层,他们的豪华生活也成为普通人的榜样和理想。当今社会将竞技体育与电视媒体结合起来,打破了专业化和商业化的界限,充分证明了在媒体和消费时代,社会生活的所有层面都不得不

被商业化的事实。像乔丹这样的体育明星可以从“乔丹”这个体育“娱乐”巨头所产生的丰厚利润中赚得天文数字的工资,而观众也被训练成“追星族”,把这些明星当作下凡的神祇来顶礼膜拜。运动员被职业化以后更容易受到市场和商业化逻辑的操控,不仅运动员如此,竞技体育项目和比赛本身也被高度商业化。譬如美国的篮球,诸如“八喜啤酒本场最佳球员”、“米勒淡啤酒真实一刻”、“锐步(运动鞋)中场报道”、“NBA总决赛间暂停”等这样的标志比比皆是。在美国,电视网为了争夺职业体育赛事的直播权,开出了天文数字的价码。像橄榄球“超级杯”和“乔丹”这类大型体育赛事的广告费更是不断创下历史新高。近年来,媒体业的大集团对开办体育频道和获得赛事及球队的特许权日益显示出浓厚的兴趣。而领着超过千万的薪水的超级球星们还积极投身于广告业和影视圈,成为商业集团竞相追逐的对象并藉此获得丰厚利润。

橄榄球和棒球曾经是美国人最热爱的主流体育项目。但19世纪年代开始,美国职业篮球随着乔丹的出现而迅速崛起,成为当代竞技体育“娱乐业”又一巨头,从而形成了与橄榄球和棒球三足鼎立的局面。起源于19世纪的棒球运动对崇尚极端个人主义的美国提出了挑战——如何将个人的才能和创造力与团队精神和集体协作融为一体。它在保证个人成就的同时,也具有一套严格的规则,让个人适应团队的要求。这与“资本主义发展初期崇尚个人成就和荣誉、竞争和成功的企业家精神是不谋而合的”。^① 橄榄球则使按工业化大生产的模式组织起来的。它是工业化时代的产物,体现了19世纪上半叶资本主义发展的特点。它是一项集体运动,是艰苦的团队体力劳动和个人成就相结合的典型代表。虽然跑动后卫、枢纽前卫和触地得分手总能赢得赞誉,并更多地出现在电视画面中,但不可否认的是,严密

^① 道格拉斯·凯尔纳著,史安斌译《媒体奇观——当代美国社会文化透视》,第24页,清华大学出版社,1999年。

的集体配合才是成功和胜利提供了基础架构。假如缺少强大的防守和出色的组织配合,再大的球星也无法施展其才能,更不用说取得全队的胜利了。相形之下,着力展示的是超级明星的个人才能和“绝活”的美国职业篮球无疑成了电视节目的最理想的形式之一。NBA的快节奏,充满了各种才艺表演——激烈冲撞、漫长飞奔、芭蕾舞班的投篮动作以及无处不在的慢镜头升格回放,使篮球成了NBA为代表的音乐电视和NFL为代表的体育电视时代最适宜的竞技体育项目。NBA总干事大卫·斯特恩曾说:体育正成为电视最重要的节目来源。由于竞技体育是原创的、激动人心的、戏剧化的、具有高度娱乐性的和引人入胜的,融时效性、观赏性和戏剧性于一炉,因此就成为现场直播节目的主要内容之一。他还指出,竞技体育也促进了有线电视的普及和电视技术的进步。在全球范围内,竞技体育正成为美国最重要的出口商品之一以及传播美国偶像、产品和价值观的文化大使。

NBA这个名字本身就意味着电视时代竞技体育和娱乐的结合。通过对体育明星、美国价值观和竞技体育比赛的偶像化、戏剧化的展示把美国变成了一个痴迷体育的国家,把成千上万的观众编织进了一个庞大的体育消费网络中。除了大量直播体育赛事外,NBA还仿效NBA音乐台的做法制作了以体育界名人为主角的娱乐节目,将乔丹包装成明星或偶像。

篮球是一项高速度的竞技体育。在电视表达中往往通过快速剪辑和切换、变焦以及特写镜头等手段将它演绎成一场展现速度“媒体奇观”,这与当代社会生活越来越快的生活节奏是相契合的。NBA为了适应这一要求,制定了3秒出手投篮的规则。此外,慢镜头回放突出了球星出色的个人技术,而特写镜头强化了球员们的喜怒哀乐等各种表情,从而缩短了他们与观众在感情上的距离。

从20世纪60年代开始,电视的加入使NBA越来越受欢迎,甚至把篮球提升为一种时尚运动而吸引了大批忠实的追随者。更为重

要的是 篮球不仅是美国人喜爱的项目 ,到了 20 年代它已经成为全球性的竞技体育文化。

20 年代中期 ,也即乔丹刚刚开始其职业生涯的时候 ,篮球每年只是制作 编辑“每周赛事精选”卖给国外媒体 ;到了 1950 年 ,它的电视转播节目已扩展到世界上 150 个国家和地区 ,以 10 种语言播出 ,观众达 2500 万。1955 年的 篮球的节目发展到以 10 种语言向 150 个国家和地区播出 ,观众由此突破 2 亿。

篮球因此也成了一项巨大的产业 ,其球员的平均年薪超过 100 万 ,总数更是高达 10 亿美元。被称为“电视时代造就的第一个伟大的运动员”的乔丹 1983 年的收入为 1000 万。

篮球 乔丹和芝加哥公牛队这类现象所体现的是跨国界的竞技体育文化 ,那么世界杯、奥运会这类全球性的竞技体育的产生就成了民族主义和爱国主义激情以及对民族身份的认同。显然 ,体育文化已超出了民族国家的范畴而成为一个全球性的现象。越来越多的体育明星成为国际知名人物。他们通过竞技体育的豪华场面、广告宣传、产品促销、影视作品等媒体文化形式在全球范围内流通和传播。1985 年至 1986 赛季 ,福尔克为乔丹签下了创记录的 1000 万美元的 篮球比赛合同 ,并且促成了乔丹与耐克等跨国集团的合作而为后者赢得了 1000 万美元的销售利润。由此 ,竞技体育、娱乐和商业以及观众共同打造出了一个全球性的“乔丹奇观”。

另外 ,竞技体育还表现为宗教——尤其是拜物教的特征——竞技体育成为“终极关怀”的对象 ,把人们从日常生活的乏味和苦难中解脱出来。那些体育明星们相应地成了半人半神的“圣人” ,而竞技体育则染上了宗教仪式的色彩——球迷们聚在一起观看比赛。在此过程中 ,球迷们超越了自我 ,获得了群体性的“超我” ,他们与同伴一起为球队的胜利而欢呼或为失败而沮丧 ,仿佛单调乏味的社会重新赢得了意义和价值。这里 ,竞技体育是人们从日常生活中得到暂时解脱 ,让人们参与宗教般的

仪式,感受到神秘和特殊的精神氛围。同时,竞技体育也向人们灌输了诸如个性、竞争、团队精神和商业主义等世俗的价值理念。

乔丹已经成为一个体现普遍价值观和更广泛社会意义的文化符码;同时,他又是一个充满矛盾的价值观并具有多重意义的能指。他既是美国民族文化的象征,又是全球大众文化的符码。他体现了勤奋工作、激烈竞争、强烈进取心和为成功而奋斗的美国价值观。作为一名超级体育明星,他向普通大众传递了一种文化想象——任何人都可以通过个人奋斗和激烈竞争,超越种族和阶级的界限,沿着社会地位的阶梯拾级而上。作为一个多义性的能指,乔丹现象体现了民族国家和全球的文化想象(如运动天才、财富、成功和进取心),体现了全球化时代成功人士的优秀品质和普通大众的期望。但是,广告词“对毒品说不”和“快点做吧”也反映了乔丹形象的矛盾性。前者代表了自控和自律,后者则蕴涵着行为过火甚至不端。“说不”暗指道德和压抑欲望;“快点做吧”则意味着无节制和纵欲,也意味着决心和勇气。“快点做吧”也反映了耐克公司自相矛盾的基本理念——一方面体现了消费主义所提倡的对欲望的无节制的满足(“快点做吧”实际上是让消费者“快点去买耐克鞋吧”)另一方面又蕴含着竞技体育和商业成功所需要的基本品质:勤奋工作和献身精神。^①

美国是一个纯粹利益至上的国家,而作为一个经营多年,机智成熟、财力雄厚的组织,乔丹可谓是老谋深算的商场杀手,而攫取最大利益则是其一贯的目标。乔丹的上一个高峰与飞人乔丹密不可分。乔丹为乔丹带来了前所未有的影响力和巨大商机。然而,进入20世纪以来,随着乔丹的廉颇老矣,乔丹的影响力也随之减小。虽然仍有无数精心包装的星星的涌现,但

^① 摘自 道格拉斯·凯尔纳著,史安斌译《媒体奇观——当代美国社会文化透视》,第182页,清华大学出版社,2001年。

事实证明,从希尔、奥尼尔到布莱恩特,没有一个人能够取代乔丹。虽然 男篮的比赛同样激烈但观众少了一份激情和那种扣人心弦的投入感。当飞人再次宣布彻底把火炬传给后来人时,男篮也走到了十字路口。于是,中国这个拥有数以亿计球迷的巨大市场理所当然地成为了 男篮 革命性战略目标”。1996年远月 圆日,火箭队在纽约麦迪逊广场花园剧场以第一顺位摘走姚明。于是,每年至少有 场火箭队的比赛在中国电视现场直播。据统计,当年火箭与步行者队的揭幕战,共有 亿户中国家庭能收到电视转播信号,而美国只有 亿户。1996年员月 男篮与美国广播公司(网)、 体育频道和特纳电视(网)签订的为期六年的 男篮赛事转播权总价达到 亿美元,平均每年 亿美元。依此估算因姚明而带来的电视转播权收入每年至少可达 万美元。^① 美国人总是善于利用经济的领先来促成其文化的领先,再利用文化的传播促成其经济的传播从而形成市场垄断。

① 资料来源:马越、刘方《姚明为什么这样红》《新体育》1996年第 源期。

十一、视像与建筑

249

建筑的人类学意义

建筑的起源

对于建筑的起源,著名的漫画家丰子恺先生曾用他那幽默的笔触向世人诠释过。但建筑真正的起源却并非漫画所诠释的那样。

当类人猿进化成人类时,他们和所有的动物一样面临着自然界的各种侵害。大自然在给予他们空气、阳光、水、食物等生存必需品的同时,也把死亡的威胁带给了他们。原始先民翻山越岭采摘果实、长途跋涉追捕猎物,获得生存必需的食物后,他们像所有的动物一样都必须有一个栖息之所,以便抵挡毒虫猛兽的攻击和酷暑、严冬等各种各样恶劣自然条件的侵害。另一方面,当采摘的果实和获取的猎物有了剩余时,就需要有一个储藏之地。

原始先民们选择栖息之所和储藏之地通常有两种方式,一种是像鸟一样在树上搭巢,当然也包括利用各种树洞;另一种便

是像绝大多数生活在地面上的动物一样过穴居生活。这就是所谓的“人类藏身,古有两法,一居树上,一居穴中”^①。

最初,原始先民们只会单纯地“赴树木”,选择一些树冠较大、枝叶浓密的大树或者树洞作为栖息之地。后来,当他们学会使用工具时,他们便开始使用石斧、石刀等对自己居住的树冠进行加工,在一棵大树的众多树杈之间构筑起一个居住面。可以说,这时候的原始先民们已经有了不自觉的建筑的意识。但是,在树上构筑的这种居住面,大多类似于鸟巢或者说仅仅是鸟巢的一种变形,还不能称之为建筑物。

当原始先民们告别极不便利的林栖生活,来到大平原开始地栖生活后,已经无法再把树木作为保护自己的屏障。最初,他们只是选择一些天然的洞穴作为栖身之所,但这种可利用的天然洞穴大多比较难以寻找,而且有些也不太适合居住。这样,建造一个集储藏室与栖息地于一身的“家”就显得尤为重要了。于是,他们开始了掘穴而居的生活。

原始先民们最先挖掘的一些洞穴大多是横向洞穴或者是挖掘在山坡上的半横向洞穴,这种洞穴有点类似于今日的窑洞。这种横向和半横向的洞穴已经具有了遮风挡雨、避暑御寒、储藏食物等基本功能。为了防止毒虫猛兽进入洞穴实施攻击,也为了保存火种,原始先民们大多会在洞口点一堆火,加工熟食等也需要生火,而火往往会在洞穴中生出大量的烟雾,但这种横向的洞穴却不利于烟雾的散发。于是,原始先民们就开始在平地上挖掘竖向洞穴,这种结构的洞穴有利于烟雾通过洞口袅袅而出,但却带来了不能遮雨挡雪的新问题。进化的愈加聪明的原始先民们,巧妙地用树枝、木棒扎成顶盖。这种顶盖可以根据需要随时盖在洞口上,这便是屋顶的雏形。同时,这种竖向洞穴还存在一个出入不便的问题,为了解决这个问题,也为了让洞内更为通风、干燥,这种纵向的洞穴慢慢地从地下变到了地上,洞穴的四

^① 吕思勉《先秦史》,第74页,上海古籍出版社,1984年。

壁变成了用石块、木头、泥土等砌起的墙壁,而洞口上的顶盖则变成了固定的屋顶,而出入的通道则由洞口改成了墙壁上的门。于是,洞穴就成了房屋,真正的建筑物诞生了。

建筑的功能

对于建筑的功能,我们在前面谈到建筑的起源时已经提到了。最初,原始先民们筑巢、掘穴、修建房屋的动机很简单,就是希望能够拥有一个遮风挡雨、避暑御寒、抵御攻击的栖身之所和储藏食物的仓库,这一点作为建筑的基本功能一直保留到了现在。

随着人类社会的发展,建筑的种类也越来越多,但它们都发挥着建筑最基本的实用功能:为人类提供了活动的场所和储藏各种物质资源的仓库。现代建筑除了向人类提供像家、公寓之类的居住场所外,还得向人类提供工作场所(如写字楼、车间)、休闲娱乐场所(如酒吧、舞厅)、消费场所(如商场、饭店)等;除了向人类提供仓库储藏食物以外,还得向人类提供仓库储藏日益多样化的物品,如工厂生产所用的原材料、加工出来的产品、普通大众衣、住、行所使用的物品等。

人类在建筑的实践过程中不断地追求建筑的实用功能,这必须会导致建筑美的诞生。为了追求建筑物的实用,就必须注意建筑材料的质地、重量、耐用性以及各种建筑材料的搭配、建筑物形状、各部分之间的比例与均衡等,而这必将导致建筑形式美的产生。举个简单的例子,人类在不断的实践中发现,当房屋的高度一定时,用同样多的建筑材料,把房屋的底面建成圆形时,房屋的可利用面积是最大的,而圆形同时具有对称、均衡的美感;修建屋顶时使屋顶相对于墙壁向外突出,形成房檐,可以防止雨水冲刷墙壁,同时房檐也增加了房屋整体的美感。慢慢地,随着人类在这方面经验的积累,他们在追求建筑的实用功能的同时,开始有意识地追求建筑形式上的美感。例如上海的东方明珠电视塔在建造时除了考虑它的实用功能外,就特别注意

了它形式上的美感 ,高耸入云的东方明珠与南浦、杨浦两座大桥巧妙地构成了“ 双龙戏珠 ”的美景 ;每到夜晚 ,巨大的球体在五彩灯光的装饰下 ,光彩夺目 ,群星争辉 ,更显得晶莹剔透 ;与浦西外滩的灯光建筑群交相辉映 ,展现出现代化大都市的迷人之夜 ,成为上海的标志性建筑之一。著名的悉尼歌剧院是一座极为成功的音乐、戏剧演出建筑 ,其外观为三组巨大的壳片。那些濒临水面的巨大的白色壳片群 ,像在海浪中鼓帆前进的巨型帆船 ,又像漂浮在悉尼港湾海面上的洁白贝壳 ,与周围的海上景色浑然一体 ,富有诗意 ,被誉为是一件杰出的艺术品 ,并成为悉尼的标志性建筑。这样 ,对建筑美的追求就使得建筑有了它的审美功能。

有些建筑除了有它的实用功能和审美功能之外 ,还有象征与崇拜的意味。原始社会中 ,生产力极为低下 ,人们对自然界也缺乏足够的了解和认识 ,所以他们往往对自然界的一些事物顶礼膜拜 ,崇拜天地日月、山水草木、飞禽走兽 ,以此来寻求一种精神上的支柱。在这种意识的支配下 ,他们就建造一些富有象征和崇拜意味的建筑物来表达他们的崇拜之情 ,在这方面 ,最典型的例子莫过于新石器晚期的“ 巨石建筑 ”。巨石所特有的一些品性(如巨大的体积、重量以及坚硬的质地等) ,再加上岩崩等自然灾害带给先民们的威慑力 ,使得他们对巨石有着由衷的崇拜。故而他们就选择用巨石来修造一些坟墓或者几乎没有什么实用功能的建筑 ,来企盼巨石阻挡和镇压有害的神灵 ,为自己营造一个安全的空间。

随着人类社会的进步 ,这种极为盲目的崇拜相对地少了 ,但人们利用建筑物来表达自己的崇拜之情的行为却保留了下来。在现存的一些古建筑中 ,仍有相当一部分充满了象征和崇拜的意味。例如位于北京天安门东南的天坛 ,始建于明成祖永乐十八年(公元 1420 年) ,原名“ 天地坛 ” ,是明清两代皇帝祭祀天地之神的地方。天坛的建筑设计十分考究 ,“ 圜丘 ”、“ 祈谷 ” 两坛同建在一个园子内。圜丘坛在南部 ,是天神的地方。祈谷坛在北部 ,是祈求丰收的地方。依照古人的思想观念 ,认为天地的结

构是“天圆地方”，因此天坛围墙平面南部为方形，象征地象，北部为圆形，象征天象，此墙俗称天地墙。天坛的主体建筑祈年殿结构十分独特，不用大梁和长檩，檐顶以柱和枋桷承重；殿高九丈九尺，用阳数之极象征至高无上，殿顶周长三百五十四丈，表示月宫三百五十四天；殿身中央有源根龙井柱象征四季；中间有圆根金柱象征圆个月；外圈有圆根檐柱象征圆个时辰；里外有圆根楹柱象征二十四节气，再加源根龙井柱总共圆根柱子又象征二十八星宿。殿身三百五十四块枋、桷象征三十六天罡。每年皇帝都要在这里举行祭天仪式，祈祷风调雨顺、五谷丰登。而现存的一些宗教建筑（如寺院、佛塔、教堂等）所蕴含的宗教色彩更是彰显了设计者赋予建筑物的宗教崇拜之意味。如中国的佛教建筑中，多用到莲花的造型，并以此来象征西方的极乐世界。

视像语言与建筑语言

253

当视像作品和建筑作品向受众传达意义时，它必须借助自身所特有的语言系统将所要传达的意义进行编码，生成讯息。而作为受众，要理解作品传达的意义，他们也必须借助视像的语言系统和建筑的语言系统对接收到的讯息进行译码。

很明显，它们两者的语言系统根本的差异就在于基本语汇——也就是基本的语言元素的不同。视像语言的基本语汇是声音和画面，而建筑语言的基本语汇则是各种各样的建筑材料，如泥土、沙、石、木材、砖、瓦、玻璃、塑料、混凝土、玻璃钢、钢、铁、以及各种合金等等。除此之外，视像的语言系统和建筑的语言系统有着极其相似之处。

对物质和技术的依赖

“巧妇难为无米之炊”——无论是视像语言还是建筑语言，它们意义的建构都无法凌驾于物质材料之上。视像从最初的生到最后的终端接收，都必须依赖专用的物质材料和设备；而建

筑物本就是各种各样物质材料的堆砌。

除了对物质的依赖,视像和建筑都表现出了对技术极强的依赖性。视像本就是现代科技的产物,而它的每一次重大的革新(从黑白到彩色、从模拟到数字)或者每一次小的进步(画面清晰度的提高,播出方式从录播变为直播等)都是在科技的直接推动下实现的。就建筑而言,从材料的质地、性能到建筑物的整体结构,每一个环节都受到技术因素的制约。当原始先民们学会建造房屋时,为了使建成的房屋能够坚固耐用,他们就必须考虑下面的问题:选用何种材料,是岩石、木材还是泥土?这些材料如何组合使用?房屋的几何结构是什么样的,圆形还是方形?到了现代,建筑师们在前面这些方面可选择的余地越来越大,建筑物的技术含量也越来越高,而这些都是和技术进步的推动下实现的。

254

对光的依赖

对于视像的生产而言,光是一个必不可少的因素。一方面,光可以照亮整个被摄场景,使得它满足摄像机的照度要求。另一方面,光还可以起到造型和烘托气氛的作用。在演播室中,通常都采用三点布光的方式来增强被摄对象的立体感。而在一些非纪实类的视像节目(如电视剧)中,则往往利用光来形成某种特殊的造型效果或烘托某种气氛。例如,为了营造恐怖气氛,拍摄人脸时可以采用脚光照明,使人脸显得狰狞恐怖;为了表现某个人物的孤寂的内心感受,可以在逆光下拍摄主体渐渐远去的剪影;暖色调的光通常被用来表现某种热烈的气氛,而冷色调的光则被用来传达某种清冷、孤寂的意味。

就建筑而言,光同样是一个必不可少的因素。一方面,光对建筑物有照明的作用。另一方面,建筑物的光影效果可以强化建筑物外观空间和内部空间的性格特征。西方的建筑就善于运用有动感的直射光与空间相结合,使建筑空间产生强烈的光影和明暗对比,由此产生独特的性格特征和强烈的艺术感染力。

古罗马万神庙的高大穹顶空间因四周无窗而显得寂静幽暗,但由于穹顶中部开了一个圆洞,使得一束强烈的光束从天而降,穿透黑暗中的沉寂,唤起人们的崇高感。哥特式教堂则采用大面积的彩色玻璃窗,当阳光透过它照射进来时,室内便被渲染得五彩缤纷,暖融融的光线与峻峭清冷、幽暗恍惚的空间形成强烈对比,象征“神启”进入圣徒的心灵,冲淡了压抑、忧郁的内省情绪,带来“神圣的忘我”。

对人类生理错觉的借用

在视像和建筑的语言中都有着对人眼生理错觉的借用。

事实上,呈现在我们眼前的视像只是一幅幅静止的画面,而每一幅画面都是由一系列的光点组成的,但是,人眼视觉暂留的生理特性却给我们的大脑造成了错觉,让我们相信自己看到的视像是连续的、运动着的。另外,电视机的屏幕只是一个平面(或者是一个稍曲的曲面),故而呈现在屏幕上的视像也是平面的,但我们的知觉却告诉我们它是立体的,这同样是对人眼生理错觉——透视规律的利用。

在建筑中,高明的建筑设计师总是会利用人眼的生理错觉来增加建筑形式上的美感。从力学的角度分析,如果忽略立柱自身的重量,立柱的各部分承受的压力应该是一样的,故而立柱应该造成上、中、下三端一般粗细。但是,人眼的生理错觉却告诉我们,一条直线的中间部分总是要比两端柔弱一些。故而,著名的陶立克柱式就利用人眼的这种生理错觉,将立柱的中间造得比两端稍微粗壮一些,反而给人一种匀称和谐的感觉。

视像语言的语法与建筑语言的语法

当我们谈到语言时,我们就必须谈到语言的语法,因为无论是何种语言,它都是按照一定的语法规则将语言元素组织在一起来表达意义的,视像语言和建筑语言亦不例外。就视像语言和建筑语言而言,它们最基本的语法就是将各种语言元素并置

在一起,以此来产生新的意义。

通过语言元素的并置使意义得到扩展,这一点对中国人来讲,最好的例子莫过于一些汉字的造字方式。当我们将“人”和“木”并置在一起时,我们得到的是一个“休”字;当我们将两个“木”字并置在一起时,我们得到的是一个“林”字,而三个“木”并置在一起时,我们得到的是一个“森”字;当我们将一横(“一”)置于“日”下,我们得到的是一个“旦”字,因为当一轮红“日”从地平线上升起来时,清晨(“旦”)到来了。在这些汉字中,当我们将组成它的元素并置在一起时,它所生产出来的意义已经远远超出了单个元素的意义之和。

在视像语言中,并置则是最基本的语法规则。苏联蒙太奇学派的创始人之一库里肖夫曾做了大量的实验来证明镜头并置对意义的扩展。例如,1929年,库里肖夫把下面的一些镜头连接起来构成一部短片:

镜头一 一个青年男子从左向右走来。

镜头二 一个青年女子从右向左走来。

镜头三 两人见面、握手,青年男子用手指点着。

镜头四 一幢白色大建筑物(白宫)。

镜头五 两人向台阶走去。

当这些镜头按上面的顺序连接起来在银幕上放映时,观众认为这完完全全是在同一地点、连续发生的一场戏,认为两个青年是在白宫门前相会。实际上,上面每一个镜头都是在不同地点拍摄的。表现青年男子的那个镜头是在国营百货大楼附近拍的,女人那个镜头则是在果戈里纪念碑附近拍的,而握手那个镜头是在大剧院附近拍的,白宫那个镜头则是从美国影片上剪下来的,走上台阶那个镜头则是在救世主教堂拍的。这些在不同的时间、不同的地点拍摄下来的镜头并置在一起时,便营造了一个实际上并不存在的电影空间与时间,扩展了单个镜头所具有的意义。

另一个著名的“库里肖夫实验”,是库里肖夫从一部影片

中选了苏联著名演员莫兹尤辛的一个静止的没有任何表情的特写镜头,然后将这个特写镜头分别与其他影片的小片断连接产生了三个组合。在第一个组合中,莫兹尤辛的特写后面紧接着一张桌上摆了一盘汤的镜头,这个镜头显然表现出莫兹尤辛是在看着这盘汤。第二个组合中,莫兹尤辛的特写镜头与一个棺材里面躺着一个女尸的镜头紧紧相连。第三个组合是这个特写后面紧接着一个小女孩在玩着玩具狗熊的镜头。当库里肖夫把这三种不同的组合放映给一些不知道此中奥秘的观众看的时候,效果是非常惊人的。观众对艺术家的表演大为赞赏。说他看着那盘忘在桌上没喝的汤时,表现出沉思的心情;他看着棺材中的女尸时是一副沉重悲伤的面孔;他在观察女孩玩耍时脸上洋溢着轻松愉快的微笑。很明显,在这个实验中,观众的情绪反应是由单个镜头并置而产生的扩展意义导致的。

对于电影中的并置原理,苏联蒙太奇学派的另一位创造人爱森斯坦在他的《蒙太奇论》中谈到:“粤取自正在发展中的主题,月亦取自正在发展中的同一主题,然后将粤与月并置在一起,使之产生为新的总体,最后使这个主题的意义得到进一步的扩展。”爱森斯坦高度概括了镜头并置的这种表意功能。在他看来,两个镜头并置不是简单的一加一,而是一个新的创造。爱森斯坦曾强调指出:把无论两个什么镜头并置在一起,就必然产生新的表象、新的概念、新的形象。

在爱森斯坦关于并置原理的论述中,他主要强调了将两个镜头并置在一起时所产生的意义的扩展。在此之后,随着影视创作实践与理论不断发展,人们在谈论蒙太奇时,不再仅仅限于谈论镜头之间的并置,而且涉及到了同一镜头内元素之间的并置、同一画面内元素之间的并置、场景之间的并置、段落之间的并置以及由此出现的对意义的扩展。事实上,在电影语言中,意义的表达,几乎都是靠两个或多个电影语言元素的并置来实现的。对于电影而言,它最基本的语言元素就是画面和声音

(在默片时代,电影语言最基本的元素仅仅是画面)。

电视出现以后,由于电视和电影有着极其相似之处:它们都是用画面和声音向观众传达意义。所以,电影语言的基本的语法规则——并置,很快地被借鉴和吸收到了视像语言中,成为视像语言最基本的语法规则。视像语言和电影语言一样,通过基本语言元素——声音和画面的并置,得到一个个的镜头;然后再通过镜头的并置,得到场景和段落;然后再通过场景和段落的并置得到一个节目(在电影中是影片)。在这些语言元素并置的过程中,每一次并置都使意义得到了扩展,并最终使节目(影片)向观众传达了一个完整的意义。当视像在同一个镜头内将一个小孩摔倒的画面和他母亲抱着孩子向医院跑去的画面并置在一起时,它传达给观众的扩展意义是:这个小孩受伤了。当视像将一个人耸动双肩的画面和哭泣的声音并置在一起时,它传达的扩展意义是:这个人在哭。当视像将一个人走进机场登机口的镜头和一架飞机起飞的镜头并置在一起时,它传达给观众的扩展意义是:这个人乘飞机走了。当视像将医生抢救小孩的段落和他父亲接他出院的段落并置在一起时,它传达给观众的扩展意义是:医生救了这个小孩。

就建筑语言而言,它最基本的语法规则同样是通过语言元素之间的并置来使意义获得扩展。对建筑语言来说,它基本的元素自然是各种各样的建筑材料:如泥土、沙、石、木材、砖、瓦、玻璃、塑料、混凝土、玻璃钢、钢、铁以及各种合金等等。这些建筑材料大多具有可砌筑或可拼接的特性。通过这些建筑材料的并置,建筑师们可以得到各种各样的建筑部件,如楼梯、阳台、支柱、过梁、悬臂梁板、拉索、斜撑、门、窗、雨棚、遮阳板、窗台板、栏板、栏杆、墙壁、屋顶以及门窗贴脸、天花线脚、地面铺装、灯具、家具、陈设器物等等。当建筑师根据他们的设计,将这些建筑材料和建筑部件按一定的规则并置起来时,呈现在世人面前的再也不仅仅是塑料、混凝土等建筑材料,也不仅仅是墙壁、屋顶等建筑部件,而是一座座的建筑物。

当一块砖出现在我们面前时,它的意义仅仅是一块砖;可是当我们将大量的石块按照一定的规则并置起来时,它们可以形成一堵墙;当我们将四堵墙、一个屋顶、一扇门和一扇窗户并置起来时,它可以形成一间房屋。当我们将钢筋、混凝土等建筑材料按一定的规则并置在一起时,它可以形成一座摩天大厦。并置使砖、钢筋、混凝土等建筑材料本身的意义得到了扩展,构成了一个原本并不存在的客体:房屋、摩天大厦。当我们把不同的建筑物并置在一起时,同样也能够得到意义的扩展。上海的东方明珠塔和南浦、杨浦两座大桥并置在一起时,我们看到的是一幅“双龙戏珠”的美景;当上海浦西古色古香的传统建筑与浦东现代化的摩天大厦并置在一起时,我们闻到的是上海传统与时尚并重的氣息。

无论是视像语言,还是建筑语言,在遵守它最基本的语法规则的前提下,不同的使用者总是会有着不同的使用方法。同样的语言元素,不同的语言使用者总是能通过不同的并置方式得到不同的意义,而这也就是我们通常意义上所说的语言风格。

在形成不同语言风格的过程中,修辞方式的运用是相当重要的。就视像语言和建筑语言来说,最常用的修辞方式就是对比与映衬、象征与隐喻。

对比与映衬在语言中,对比与映衬的修辞方式就是通过两个或多个意义相对的语言元素之间的并置,来产生相互强调、相互冲突的作用,以此来强化所表达的意义。

在视像语言中,对比与映衬的修辞方式就是我们通常所讲的对比蒙太奇。例如,著名纪录片导演伊文思将焚毁小麦的镜头和饥饿的儿童镜头并置在一起,充分揭露了经济危机的本质。一些电视广告为了强调所广告的商品的功效就常常用对比与映衬的修辞方式。例如,某护发素的广告将模特使用该护发素前的镜头与使用该护发素后的镜头并置在一起,通过对比来强调该护发素的神奇功效。

在建筑语言中,对比与映衬也是极为常见的修辞方式。在卢浮宫改、扩建筑设计中,设计师在拥有 缘四 年历史的卢浮宫中,设计了一个纯现代主义的玻璃金字塔。卢浮宫精美的古典建筑形式和金字塔的极为纯粹简洁的现代形式之间,以及古朴、敦实的石材体量和光洁、透明的玻璃锥之间形成鲜明的对比,可以说是相互映衬、相得益彰。

象征与隐喻摇在语言中,象征与隐喻的修辞方式就是通过语言元素之间的并置,暗示某种与这些语言元素相应相谐的抽象观念与情绪,从而赋予这些元素以新的含义。

在视像语言中,象征与隐喻的修辞方式就是我们通常所说的隐喻蒙太奇。在这方面,最经典的例子莫过于《战舰波将金号》中那三个石狮子的并置。在这部电影中,爱森斯坦将一只熟睡、一只苏醒、一只正在爬起的石狮子并置在一起,构成石狮子卧着、石狮子抬起头、石狮子跃起的电影形象,以这种具体生动的方式,表现了俄国人民奋起反抗沙皇统治的不屈形象。在视像中,当我们把解放军战士接受检阅的镜头和万里长城的镜头并置在一起时,它所暗示的抽象意义就是:解放军战士是保卫我们祖国的钢铁长城。

在建筑语言中,隐喻与象征的修辞方式通常表现为数的象征与隐喻、色彩的象征与隐喻以及物的象征与隐喻。例如:中国的佛塔建筑就通常用数的象征与隐喻来暗示佛教教义。平面为正四边形的佛塔造型暗示佛教教义的“四重谛”;正六边形则暗示“六道轮回”;正八边形暗示“八正道”;正十二边形暗示“十二因缘”等等。金碧辉煌的紫禁城则以黄色来暗示皇权的神圣不可侵犯。澳大利亚悉尼歌剧院的“帆船”外型则暗示了悉尼作为国际港口,与世界各地进行经济文化交流、迎来送往的绵绵情意。

除了基本的修辞之外,同样作为塑造空间的艺术,视像和建筑首要乃至惟一的创造性内容都必须从观念和结构中寻找。语言使用者的创作理念和语言元素并置时采用的结构是形成语言

风格时最核心的因素所在。

依赖于受众的意义建构

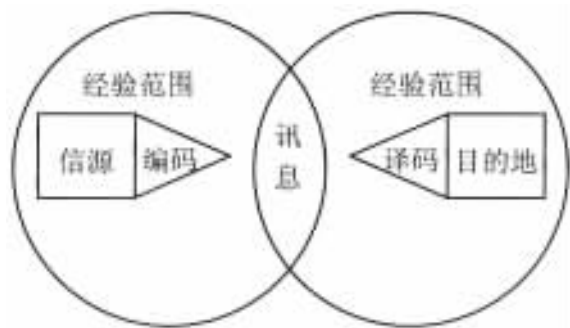
事实上,无论是视像语言还是建筑语言,它们意义的最终建构都必须依赖受众来完成。对受众来讲,创作者用视像语言和建筑语言建构的作品只是一个供他们来阅读的文本,它并非像字典里的词一样有着明确、固定的意义,而是一部未完成的、本身并不能产生独立意义的开放式的文本。只有通过受众能动的阅读,只有通过受众与视像、受众与建筑物之间的协商,这个文本才能建构出明确的意义。

在受众阅读的过程中,在受众与视像和建筑物协商的过程中,受众的知识水平、文化背景、年龄、经验以及受众所处的环境等因素对文本意义的建构有着非常重要的影响。

当视像中呈现出皇帝早朝,文武百官一起跪下三呼万岁的一幕时,如果受众不了解中国封建文化中的宫廷礼仪,就一定会纳闷:为什么这些人一见了这个所谓的皇帝就要跪下来,而且还要喊着“万岁!万岁!万万岁!”?而对于知晓这种文化背景的受众来说,他们都很清楚,文武百官只是在按照君臣之间的礼仪来参见皇帝,而三呼万岁则是由于封建社会的皇帝大多都希望自己长命百岁,奢望通过臣子们的呼声来延长自己的寿命。视像作品中常常有一些由文学作品改编而来的电视剧,对于那些没有读过原著的受众来讲,视像作品所塑造的人物形象往往都能获得他们较强的认同感;可是,对那些读过原著的受众来说,他们大多已经通过阅读原著在自己的脑海里形成了这些人物形象的范本,所以,视像塑造的人物形象往往很难获得这一部分受众的认同。央视版《射雕英雄传》的两位主角郭靖和黄蓉的形象招来一片骂声,除了演员李亚鹏和周迅自身表演的因素外,很大程度上就是这一原因导致的。

看到同一座建筑物,不同的受众也往往会因为文化背景等方面的差异而有着不同的理解。例如山东东营的新世纪广场建

筑群由中心广场和市委、市政府综合办公楼、市法院、市检察院、新世纪门源座建筑物组成。法院和检察院在广场两侧对称布置,面向广场的一侧中轴线上则建有高起的标志塔,主要为了取得对广场的控制,形成广场空间特有的形体标志,其形象喻意来自东营当地油田常见的石油井架。建筑群落成后,不同的受众对这一建筑群有着不同的理解:有人参观后认为其形象是代表“执法如山”(高起的标志塔与法院、检察院恰好在正立面上形成“山”字形);有人则认为两建筑代表市政府前一左一右两个“印把子”(两个都是立方体建筑,正中加一高塔)^①。因此,对于视像作品和建筑作品的设计者来说,要使作品传达的意义能够为受众所理解,就必须知道预期受众的知识、文化背景、年龄、经验以及他们所处的环境等影响受众阅读的因素。从传播学的角度来讲,视像作品和建筑作品的设计者是意义传播过程中的传者,而视像作品和建筑作品的阅读者则是意义传播过程中的受者。著名的传播学者宣韦伯曾于1949年提出了一个如图员所示的传播模式。



摇摇摇摇员

^① 虞朋,布正伟《关于现代建筑语言中的修辞》《世界建筑》1994年12期,第18页。

在这个传播模式中,宣韦伯突出地强调:作为传者的信源和作为受者的目的地之间,只有在共同经验范围内才能保证传播的真正实现。也就是说,只有具备共同经验,才能共同分享信息。因此,作为传者的视像作品和建筑作品的设计者必须努力寻找自己与预期受众之间的共同经验,并在这个共同经验能够译码的前提下对所传播的意义进行编码,只有这样,才能保证作品意义建构的真正实现。

而对于受众——视像作品和建筑作品的阅读者来讲:“你了解的越多,感觉到的就越多;感觉到的越多,选择的就越多;选择的越多,理解的就越多;理解的越多,记住的就越多;记住的越多,学到的越多;学到的越多,了解的就越多。”^①

视像建筑的人类学分析

263

在前面的章节中,我们已经谈到,视像是对客观现实的“再现”,而建筑作为客观现实的一部分也就不可避免地纳入了视像再现的视野。在这里,为了论述的方便,我们不妨把视像再现的建筑称为“视像建筑”,把视像再现的人类称为“视像人类”。

视像建筑对建筑基本功能的保留

尽管在再现的过程中,建筑已经被人为地主观化——变成了“视像建筑”,但视像建筑依然“固执”地保留了建筑的基本功能。

对于视像建筑来说,它最基本的功能依然是为“人类”提供活动的场所,只不过,这里的“人类”已经不再是现实中的人类,而是那些被视像再现的人类——“视像人类”而已。

首先,视像建筑为视像人类提供了居住的场所。视像人类

^① 保罗·酝·莱斯特著,霍文利,史雪云,王海茹译《视觉传播:形象载动信息》,第 263 页,北京广播学院出版社,1994 年。

和现实中的人类一样,有着衣、食、住、行的基本需求。住的基本需求意味着他们必须有一个居住的场所——当然也有一些视像人类因为穷或者别的什么原因没有住所,比如流浪汉、乞丐之类的弱势群体。视像建筑为视像人类提供的居住场所——可以是我们通常意义上所说的“家”,也可以是有钱人才住得起的别墅,旅途上住的酒店、招待所等等,另外还有一些不能排除在外的工作场所——因为,常常有人加班加点顾不上回真正的住所,或者是由于别的一些什么原因住在那里。

其次,视像建筑为视像人类提供了工作场所。视像人类也要工作——不能否认有一部分不需要工作的视像人类,比如学生(应该说,他们的工作就是学习),比如像《还珠格格》一类电视剧中所塑造的一些不食人间烟火的主儿——要工作就意味着他们得有工作的场所。视像建筑为视像人类提供的工作场所,包括办公室、会议室、医院、工厂的车间、封建社会的官府衙门等等,当然还有一些居住场所——因为,对于一部分自由职业者而言,家就是工作地,工作地就是家;对家政服务人员来说,别人的住所就是他们的工作场所;对家庭主妇或家庭妇男而言,住所也是她们的工作场所。

第三,视像建筑为视像人类提供了购物消费场所。对人类而言,生存的必需品不可能全部由自己来生产。最初,人类就需要拿自己的产品去交换别人的产品,也就是物物交换。后来,随着货币的出现,这种物物交换的活动就变成了拿货币来购买,这种购买活动同样需要一个场所,这一点对视像人类也不例外。视像建筑为视像人类提供了各种各样的购物消费的场所,包括街边小店、集贸市场、超市、大商场等等。

第四,视像建筑为视像人类提供了休闲娱乐场所。在满足了衣、食、住、行的基本需要后,视像人类在工作之余需要放松,这样,一些休闲娱乐的场所就是必不可少的了。视像建筑同样为视像人类提供了各种各样的休闲娱乐场所。对绝大多数人来

说,最主要的休闲娱乐场所就是自己的居住场所——主要图它的方便和经济。另外,视像建筑所提供的休闲娱乐场所还包括我国古代的一些茶馆、酒馆、妓院、赌场,西方古代的斗兽场,现代社会的酒吧、茶吧、书吧以及歌厅、舞厅、游戏厅等,还有国外的一些赌场和妓院。

第五,视像建筑为视像人类提供了储存各种物品的仓库。人类绝大多数的产品不可能在生产的同时就被消费,在生产和消费之间,各种物品就需要有一个储存的仓库。尤其是到了物质资料极其丰富的近现代,这种需要就尤为明显。视像在展现视像人类的生产与消费过程时,就不可避免地就涉及到各种物品的储存,这就需要视像建筑为视像人类提供储存这些物品的仓库,比如储存生产资料的仓库,储存成品的仓库等。另外,视像人类所用到的一些生活用品在不用时也需要有一个储存的仓库,比如有钱人储存汽车的车库,中国的普通老百姓储存自行车的车棚等。

另外,视像建筑还为视像人类的其他活动提供了场所。比如为学生提供学习的场所,为有宗教信仰的人群提供宗教集会的场所,为视像人类提供金融服务的场所,为病人提供治疗的场所,为犯人提供的服刑场所等等。

我们在这里将视像建筑的基本功能进行了一个大致的分类,事实上,许多视像建筑的基本功能,并非像我们在这儿列出的这样明确,它们很多时候都是身兼前面谈到的多种功能。比如一座建筑物,它的主体是商场,对于购物者来说,它提供了购物消费的场所;对于商场的工作人员来说,它提供了消费的场所;对于待售的商品来说,它提供了储存商品的场所;另外,大型的商场往往还为顾客提供存车的场所。

视像建筑对建筑审美功能的承续

绝大多数视像建筑在向视像人类提供各种活动场所的同时,也为视像的观众提供了审美的功能。举个简单的例子,当视

像中的新闻节目播报全国人民代表大会召开的新闻时,绝大多数情况下都会为了交待开会的场所把人民大会堂这座建筑物呈现在视像上。这时,对于视像的观众来讲,一方面他们可以由此明确会议召开地点,另一方面,人民大会堂的外观以及它所象征的权力和尊严都会给他们带来审美愉悦。只不过这一类视像建筑的主要功能在于为视像人类提供活动的场所,所以它的审美功能都表现得比较隐蔽,需要刻意地去注意才能发现。

在一些介绍建筑、介绍地方风土人情以及与旅游有关的专题节目中,视像建筑更多地强调了它的审美功能。而且这些节目为了便于观众的接受,大多加入了的解说,对建筑的历史背景、文化意蕴都介绍得比较清楚,使得这类视像建筑的审美功能彰显了出来。比如央视的《综艺大观》栏目就经常有一些介绍异国他乡风土人情的节目,其中涉及到的视像建筑大多是这些地方的标志性建筑或者是有着特殊文化含义的建筑,由于加入了解说词,观众大多能够从中获得审美愉悦。另外,一些转场用的空镜头(这里所谓的空镜头,指那些没有摄入人的镜头)已经习惯于拍摄一些建筑物或者建筑物的局部,在这一类镜头中,视像建筑的审美功能也得到了彰显。比如新闻节目在报道人民大会堂召开的会议实况时,为了防止跳轴镜头的出现,就加入一些大会堂顶上装饰吊灯的镜头做转场之用,这些装饰吊灯极其华丽的造型往往都能给观众带来美的愉悦。

视像建筑在视像再现中的作用

一方面,视像建筑在视像再现中的作用与视像建筑的基本功能是分不开的。

视像建筑为视像人类提供了各种活动的场所,这一点对于观众来讲,就意味着它交待了事件发生的具体地点:家里、公司、酒店、舞厅等等。而一些标志性的建筑物,如悉尼歌剧院、埃菲尔铁塔等还有助于确定事件发生的城市。另一方面,视像中呈现特定时期的建筑还有助于向观众交待事件发生的大致时间。

当我们看到视像人类在紫禁城活动时,我们就可以大致清楚这个故事发生在明清时期的皇宫里;当我们看到视像人类在东方明珠塔附近活动时,我们就可以大致确定这个故事发生在 1999 年 10 月 1 日之后的上海。

很多视像作品的创作者就充分利用这一点——他们要么把建筑物的镜头同人物活动的镜头并置在一起,要么把建筑物作为表现主体的背景,要么把建筑物作为表现主体的前景(也就是我们通常所说的带关系镜头,最为常见的就是带着门窗的边框从屋内拍摄屋外或者从屋外拍摄屋内)——来交待事件发生的地点和大致的时间。例如电视剧《一米阳光》就经常用一个丽江古城的俯拍镜头来告诉观众,接下来的一幕发生在丽江。

不同的视像建筑意味着视像人类不同的活动场所,而在某个特定的活动场所内,视像人类的身份也是确定的。也就是说,视像建筑有助于观众确定视像表现的主体人物的身份。当视像所表现的主体人物出现在家里时,他的身份是主人;当他出现在写字楼时,他的身份是老板或者员工;当他出现在商场或超市时,他的身份是购物的消费者;当他出现在监狱时,他的身份是狱警或者犯人……另一方面,一些特定的建筑还可以代表视像所表现的主体人物的经济地位和社会地位。同样是主人,住在别墅里的通常都是有钱人,而那些穷人则大多只能住在一些低矮的窝棚里;同样是警察,局长的办公室总要比刑警队长的办公室大一点、豪华一点。例如电视剧《玫瑰花开》中,方其东的家就是一幢别墅,宽敞的房屋,极富品味的家具处处都显示出主人的身份;同样是刑警,大徐和小陈等人只能多人共用一间办公室,而队长戴强就有一间供自己单独使用的办公室,而且高高凌驾于部下的办公室之上。

另一方面,在视像再现中,视像建筑可以用自己本身所具有的建筑美来愉悦观众。对于这一点,我们在前面已经谈到过,在这里,我们主要来看一下视像再现中视像建筑所起到象征和隐

喻的作用。

在前面的论述中,我们谈到很多建筑有象征和隐喻的功能,当它们被再现为视像建筑时,这种功能保留了下来,而且在有些情况下这些功能会因为解说词的介入而彰显出来。这是视像建筑自身所具有的这种象征和隐喻功能。

除此之外,更为重要的一点是,当我们把具有隐喻和象征功能的视像建筑和其他的视像语言元素并置在一起时,视像建筑所具有的这种象征和隐喻的意味会与其他画面元素一起暗示更为深刻、更为强烈的象征和隐喻的意味。我们来看一个例子,监狱里关押犯人的牢房大多都有一个特点:三面是墙壁,另一面是栅栏。对犯人而言,它是一个居住的场所。但是,它和其他居住的场所不同。其他居住的场所往往四面都是墙壁,当门窗紧闭时,它是一个私密的空间,居住其间的人可以拥有自己的隐私。牢房的那一面栅栏使得这个居住的空间不再私密,也就意味着居住其间的人在一定程度上被剥夺了拥有隐私的权力,当然,这里的隐私权主要指身体和行为上的隐私权。然后我们再来看一看电视剧《黑冰》最后一集中郭小鹏交待自己犯罪过程的那一幕。在那一幕中,郭小鹏被捕入狱,住进了牢房。在那间牢房里,他向那位女警官——同时也是自己的心上人——坦白了自己从事犯罪活动的心路历程。无论他做出这一举动是否自愿,他都失去了精神上、心灵上的隐私权。这时,牢房的象征意味不再仅仅是剥夺了郭小鹏身体和行为上的隐私权,更为重要的是它还剥夺了郭小鹏精神上和心灵上的隐私权。

视像时代的建筑

视像时代的建筑形式及其空间营构

视像时代的到来,是在科技与经济的双重推动之下实现的。而科技和经济的发展,势必会影响到社会生活的方方面面,建筑

领域亦不例外。视像时代的建筑领域带给普通民众最为直观的感受便是：在传统的建筑形式之外，各种新的建筑形式纷至沓来：

其一，随着现代交通工具的发达而出现的各种交通建筑，如火车站、机场、长途汽车站等；

其二，随着商业的发展与消费社会的到来，出现了大量的商业建筑，如大型百货大楼、超市、连锁店、快餐店、茶馆、咖啡馆、洗浴中心以及仓储式大卖场等；

其三，随着大型公共文化艺术展演活动而出现的各类文化建筑，如会展中心、展览馆、歌剧院、博物馆、音乐厅等；

其四，随着体育事业的发展与体育消费的膨胀，出现的各种体育场馆设施及其配套建筑，如各类健身中心、体育场、体育馆、亚运村、奥运村等；

其五，随着人们受教育机会的增多与教育投资的大幅增加，出现了各类教育建筑，如各类学校的校舍建筑、图书馆、档案馆、音像资料中心等；

其六，随着现代科技的发展，虚拟成像技术得到了愈加广泛的应用，利用虚拟成像技术来构造一种全新的空间已经初见端倪。在各种传统的建筑形式之中，传统的建筑空间将与虚拟空间一起，形成一种全新的建筑形式。

建筑的本质是对空间的一种营构。随着视像时代的到来，在建筑之外，视像作为一种新的营构空间的方式出现在了世人面前，在这一新方式的启发之下，许多原本并不存在的空间被营构了出来——这些新的空间大多依附于原有建筑空间之上，以自身独特的魅力，彰显出消费社会对空间的经营意识。

其一，商店的玻璃橱窗的出现，营构出了一种新的空间。“所有的玻璃橱窗和广告一样，都是我们消费城市时间的对流辐射源，尤其是这种‘协调程式’，这种交流以及这种使整个社会按照时尚的文静而惊人的逻辑、通过不断的日常文化适应

进行同质价值交换场所。玻璃橱窗这种既不内在也不外在、既非私有也不完全公共的特定空间,包括透明玻璃后面的保持着不明确地位和商品距离感的街道,这一特定空间也是一种特定社会关系的场所。玻璃橱窗的镜位推移、它们的总是同时意味着失望的精心布置的梦境、这种购物时的犹豫徘徊华尔兹,都是对交换前物质财富进行颂扬的卡纳克舞步。物品和产品摆在那里就像是摆在一个耀眼的舞台之上、摆在一种神圣化的炫耀之中。陈列物品模仿的这种象征性赠予、陈列物品和目光之间这种安静的象征性交换,显然会诱行人到商店内部去进行真正的经济交换。但也许说到底,玻璃橱窗建立起来的这种交流并不只局限于个体与物品之间的交流,还有所有个体相互之间的普遍交流,这种普遍交流并非通过对同样一些物品的凝视而是通过对同样一些物品中相同符号系统及相同价值等级编码的解读和了解而建立的。这种文化适应、这种训练随时随地发生着,在街道上、在墙上、在地铁候车廊里、在广告牌和灯光招牌上。玻璃橱窗就这样强化着社会价值进程:它们是对大家持续适应能力的一种测试、对指导性投射及一体化的测试。”^①

其二 随着户外广告牌、霓虹灯、招贴牌、指路牌等标示性设施的出现,一些新的空间被营构出来。无论是户外广告牌,还是霓虹灯、招贴牌、指路牌,它们都依附于传统的建筑空间之上,消费着本就因为人流、车流而显得拥挤不堪的都市空间。与此同时,它们也凭借着自身的物理存在(包括它们发出或者反射的光以及由此形成的光与影)重新分割、整合着都市原有的空间;而它们所特有的标示性,又将这一空间拓展到了自身之外更为广泛的空间,它可以是广告牌所标示的某种商品,也可以是霓虹灯所标示的某座大厦,还可以是指路牌所标示的一个更为广阔

^① 让·波德里亚著,刘成富,全志钢译《消费社会》,第154—155页,南京大学出版社,2004年。

的地理空间。

其三 ,随着各种交通工具与移动视像媒体的结合 ,一种流动的空间被营构出来。这种空间与交通工具的原有空间密切相关而又性质不同。原有空间是为了让交通工具实现运载之功效而设计 ,而各种移动视像媒体的介入 ,在原有空间的功能基础上 ,又附加了一种视像空间的功能。不管是各种交通工具中的移动电视信息 ,还是收音机中的节目资讯 ,抑或是车身内外各种各样的平面广告 ,都在不断分割与改造着既有空间的形式与功能。

其四 ,随着虚拟成像技术的日益成熟 ,虚拟空间的营构已经成为现实。在寸土寸金的消费社会 ,虚拟空间的营构意味着可以利用有限的物理空间来产生无限的空间效益。在利益的驱动之下 ,虚拟成像技术将获得长足的发展 ,藉此营构的虚拟空间将日益逼真 ,其中所呈现的内容也将日益丰富、日益多元。

这些新的空间的营构 ,绝大多数都是出于商业经营的目的 :煞费苦心、标新立异地营构空间更多地是为了达到一种广而告之的效果 ,并藉此来推动产品的流通与消费 !而消费社会的特征则不仅体现在各种空间的营构上 ,同时还体现在对这些空间自身的消费上。当人们走进麦当劳、星巴克等消费场所时 ,他们不仅在进行薯条、汉堡、可乐、咖啡等食品的物质消费 ,更为重要的是他们在消费一种“ 情调 ” ,而这种所谓的“ 情调 ”则主要来源于麦当劳、星巴克这一特定的社会文化空间。

后 现 代 空 间

现代派视空间为建筑艺术的本质 ,他们追求透明度和“ 时空 ”感知。空间被当成各向同性 ,是由边界所抽象限定了的 ,又是有理性的。逻辑上可对空间从局部到整体 ,或从整体到局部进行推理。

摇摇与之相反,后现代空间有历史特定性,植根于习俗,无限的或者说在界域上是模糊不清的;“非理性的”,或者说由局部到整体是一种过渡关系。边界不清,空间延伸出去,没有明显的边缘。这是一种进化,不是革命。所以它兼有现代主义的质地。

艾森曼(赖特住宅)或格雷夫斯(耶鲁住宅)的住宅看上去形式十分自由,颇有巴洛克风趣。但实际上有一种思维上的协调。参考性墙面是暗示的正面,穿越建筑物的途径和弯弯曲曲的各种要素都和这一鸟笼似的概念有关。他的纯粹语言像现代派,但他那语言的象征式运用是后现代的;他在句法上的排他性以及对功能上的轻慢态度是现代派的,但在空间发展上的模棱两可和耽于声色则是后现代的。

罗伯特·斯特恩的作品是线条分明的纸板箱式国际风格。但他相信比喻和“兼容主义”的重要性(在耶鲁他是文丘里的学生)。他具有纽约世界主义的敏感性,但他天生倾向于乡村住宅而不是中心大街。他的理论驱使他走向多元化。他的波尔住宅(莱斯特住宅)具有地方文理性,有历史的隐喻。这正是他对后现代主义定义中的两个重点。这一建筑并不太沉溺于装饰,——也是其定义中的一点。他的威斯特切斯特(辛普森住宅)住宅是设计得很聪明而又很荒诞的。他把一些现代派题材支离地混在一起,小心地闪来滑去的不对称墙面,但它们是淡赭石色,不是白色。窗台不见了。除了两条红线条冠于墙顶之外没有什么装饰性的勾连。赖特式的平平板板的石砌层台,既没有什么帽子顶盖,也没有什么足以令人产生传统联想的水平向线脚。室内为

了强调体积而大胆倾泼的色彩可看成是勒·柯布西耶风格装饰艺术(~~现代主义~~)的翻版。后现代派建筑师总免不了精神分裂,他们不能抛弃现代主义的敏感性,同时只要愿意,就拣拾起片片折衷式的残片。“残片”的概念对他们很重要。这一住宅平面有圆形,有卵形,似方似棱,可称之为“不完全形式”,就像禅宗的美学观念,留有残缺,靠想象来完善它。

由于空间上的噱头太多,雷·史密斯(~~现代主义~~)已经用“超风格主义”来称呼现在的美国建筑。——无所不在的对角线,狂暴的尺度变换,超级的绘图技巧,怪诞的标点符号。

后现代就像中国园林的空间,把清晰的最终结果悬在半空,以求一种曲径通幽的、永远达不到某种确定目标的“路线”。中国园林把成对的矛盾联结在一起,是一种介于两者之间(~~现代主义~~)的,在永恒的乐园与尘世之间的空间。在这种空间中,正常的时空范畴,日常建筑艺术和日常行为中的社会性范畴、理性范畴,均为一种“非理性”的或十分难于表诸文词的方式所代替。后现代派的同样手法,用屏障,用不重复的题材,模棱两可和玩笑,把它们的面弄得复杂断残,把我们对时间和广度的正常含义都弄得不明不白。其不同点在于,中国园林有实际的宗教上和哲学上的玄学背景,有隐喻式建筑的惯用体系。而我们复杂的建筑艺术没有这类在含意上可接受的基础。因而它不能像中国园林那么精确,那么深邃,融会一体。在一个工业化社会中这种隐喻和玄学究竟能走多远是值得怀疑的。

查尔斯·穆尔试图发展一种能表达大众隐喻,能把后现代主义的题材放到一起的建筑艺术。他的

克累斯格学院(运动喜悦建筑)宿舍区,把历史的追忆组成一体。总平面曲曲弯弯,拐折突兀。蜿蜒而进,既像中国园林,又像紧凑的意大利小山城。巨大的白色墙面,公用的双层街廊,各体量之间以不同角度组合,增强了地中海村庄的想象。但它的材料是硬纸板似的木材,而不是南欧小镇那种永恒的石质材料,给人以一种易消耗掉的印象。

在平面上,建筑物在透视中相碰,增添了运动感和深度,在曲曲弯弯的路径上有“非纪念碑”式的标点符号——邮局、洗衣店、电话亭等等,尽管很俗,但有人们所期望有的内容。这是一座与现代派大学很不相同的校园,是仔细地与当地文理结合在一起的。建筑物的背面是漆成赭色的木材,与树林相谐和。平面弯来弯去,以避免现有的红木树。

隐喻的深度,既与强有力的想象、也与活动的妥善安排有关。邮局的集会场所坐落在 蕴形总平面的两头,来来往往的人群充满街道。片断的分布开的活动,丰富了这一历史式的小镇。穆尔的另两个作品——新奥尔良的意大利广场、洛杉矶的庞斯住宅(月则译习东译)也是其独特的想象和发挥的结果。他的设计,使人有某种等同的感受,但其才智是高人一筹的。^①

视像空间与建筑空间的融合

在视像时代,以电视为代表的视像媒介对建筑物的内部空间与外部空间进行了全新的整合与重构,并直观地表现为视像

^① 查尔斯·詹克斯著,李大夏摘译《后现代建筑语言》,第 28—29 页,中国建筑工业出版社,1985 年。

空间与建筑空间的融合。

就内部空间而言,一方面出现了专门为消费视像产品而兴修的建筑,如电影院、网吧、歌剧院等;在这些建筑物中,建筑空间更多地是为视像空间服务。

另一方面,视像媒介的出现与视像时代的到来,对既有建筑物的空间进行了拆分与重构。当电视进入家庭时,已经彻底在“家”这一极具私人化特色的建筑空间中划分出了一个共有空间——这一共有空间被用来播放不同类型的视像节目;同时,视像节目的内容也成了个性化的私人空间与社群化的国家空间之间进行联系的一条重要纽带;而不同的视像节目板块,则将时间进行了有效切分与转化,并进而在“家”这一建筑空间中衍生出时刻变化着的“即时空间”。随着闭路监视系统的广泛普及,建筑物的管理机构普遍用监视视像空间来代替监视建筑空间,这一现象的出现就使得这类建筑物中部分本应属于私人空间(起码是临时性的私人空间,比如大型浴场、商场的更衣室、宾馆的房间、大型酒店及其他公共场所的包房等)的场所在性质上变得暧昧不明——说它是公共空间,里边的情形并非每一位人皆可看到;说它是私人空间,又确实能被人看到。视像空间的介入,就使得这一类原本的私人空间,变成了一种介于公共空间和私人空间之间的“灰空间”。

就外部空间而言,一方面,由于视像时代的到来,传统的建筑物改变了其单一、静态的外观,以极具动感、充满变化的外形——甚至通过模仿实物或以实物的造型为装饰,来追求更为另类、更为前卫的视觉冲击,这一点在一些波普建筑中表现得尤为明显:建筑物的外形可以是对自己公司产品外形的仿制、夸大或者变形(比如某饮料公司将自己的办公大楼外形修建成一个放大了数十倍的饮料瓶子),也可以是为了图吉利而模仿某个吉祥物的造型(如国内某酒店为图吉利把酒店的外形修建成硕大的福、禄、寿三神并列之相)……各种花样,层出不穷。

另一方面,在许多现代建筑上,巨大的显示屏成为建筑物外部空间的有机组成部分。显示屏上的内容除了可以美化建筑物的外观,还可以发布一些信息(比如广告、公益资讯等),这就极大地拓展了建筑物外部空间的实用功能。

“窥视”中的视像与建筑

1895年,当卢米埃尔兄弟在巴黎的一家咖啡馆内公开放映《火车进站》、《工厂大门》等影片时,电影就开始堂而皇之地满足观众的窥视欲。之后,随着电影题材的日益广泛、内容的日益丰富,电影作为满足观众窥视欲的触角之一开始日益深入到社会生活的方方面面。如果说由于这种窥视行为的发生离不开专用设备和场地的支持而导致这一行为无法在更为普遍的层面上得以继续的话,那么当电视作为一种新的视像媒介出现在世人面前并逐步走进普通民众的生活时,它就以其大众化、平民化的特性在更为普遍的层面上满足了观众的窥视欲——因为无论是在家里还是在其他的场合,只要你打开电视机,你就可以在“那里”窥视“别人”的生活,而对于现今社会的普通民众而言,电视机几乎唾手可得。

久而久之,窥视已经成为习惯,并日益渗透到社会生活的方方面面,建筑概莫能外。

在所有的建筑物中,墙壁的作用之一是对内外空间的间隔。这种间隔在相当程度上阻挡了空间内外大众相互窥视的视线,从而使得建筑物的内部空间成了一个相对私密的个人空间,而建筑物的外部空间则成了一个相对敞开的公共空间。在这二者之间,窗户与门起到了沟通内外的中介作用,沟通的同时伴随的则是窥视——不管窥视者是否自觉,也不论被窥视者是否自愿,这种窥视的的确确存在着。

在窥视的欲望之下,大量开辟与窗户、门相似的沟通中介成了视像时代建筑物的共性:各种透明材料在建筑中得到了广泛的应用——窗户可以越开越大;墙壁也可以选择由透明材料

(包括双向透明材料和单向透明材料两类)来建造,形成所谓的“玻璃墙”;透明的淋浴房、马桶、浴缸,甚至厕所已不鲜见……这一现象在本质上可以说是对人的窥视欲望的舒缓与窥视心理的一种替代性满足——如果说双向透明材料在建筑物中的大量使用,满足了建筑物内外大众相互窥视的心理需求,那么单向透明材料则是满足了建筑物内大众向外的窥视欲望(也可以是建筑物外大众向内的窥视欲望)。

在借助于透明材料窥视他人的同时,视像时代的建筑物中大量使用的镜像系统又在时刻满足着大众对自我的窥视欲望。这些镜像系统,一类是随处可见的各类镜子;另一类则是即时可见型监视系统^①。借助于这些镜像系统,大众可以在窥视自身影像的同时满足窥视自我的欲望。

^① 在这里,即时可见型监视系统主要指在一些建筑物中,摄像头和监视器处于相同或者相邻的区域,被监视者可以在监视器中看见自己的即时影像。

十二、视像与服饰及时尚

278

服饰与时尚的人类学本质

“云想衣裳花想容”，唐代诗人李白在咏杨贵妃的诗中，第一句就用美艳的芍药花来比喻杨贵妃的服饰和容貌，一个锦衣丽服、风姿灼约的美人就映现在我们的眼前，服饰，是诗人对杨贵妃之美描写的重要方面，而也正是借助对服饰的想象，我们才完成了对杨贵妃形象的构筑，在这里，足见服饰实用与审美并重的意义。

那么，服饰是如何产生的呢？关于服饰的起源，历史上有各种各样的说法。汉代刘熙在《释名·释衣服》一文中说：“衣，依也，人所依以蔽寒暑也。”^①东汉王充在他著名的《论衡》一书中说：“夫衣与食俱辅人体，食辅其内，衣卫其外。”^②这就是说，衣服和饮食一样，是生存的基本需要。衣服的具体

① 刘熙《释名·释衣服》

② 王充《论衡》

作用是“衣卫体寒”。自古以来,衣服护卫着人体,战胜了自然界的种种侵袭,为人类的进化做出了贡献,这种观点就是衣服起源的“护身说”,即实用的需要是服装产生与发展的原因。除了“护身说”,在衣服的起源上还有“礼貌说”与“装饰说”。“礼貌说”认为人类由于羞耻心的缘故,所以才将肉体遮盖起来,而“装饰说”则认为衣服是出于人类爱美的需要,是为了装饰外观以炫耀于众。人类学家拉策尔(1833—1904)就赞同礼貌说,他说各民族中女人穿衣服多于男人,并以此为证据来支持自己的观点,罗维(1868—1923)和米勒·原利尔(1874—1923)则反对这种观点。这三种说法各有主张者,但以装饰说的赞成者最多。夏威夷土人穿着鸟羽外套,赫雷罗(1874—1923)的女子头上戴着皮冠,重约四磅,这些皆是为美观而穿戴,文化人类学据这些事实认为:“礼貌说最为肤浅,护身说与装饰说可合并以解释衣服的起源”。^①

服饰在人们的生活中扮演着重要的角色。最基本的功能就是御寒、防暑,保护人体的健康和生命安全。人们在不同的气候、季节、地理环境下能健康愉快生活,并要适应生产劳动和社会生活,就需要穿着与之相适应的合体的服饰。这就是服饰的实用性和舒适性。这是服饰的最基本的功能。实用性是指服饰对人们从事各种活动的适应程度,舒适性则指人们无论处在静态还是动态,或是在不同的气候环境下,服饰所起的调节人体机能的作用。可以想象爱斯基摩人和生活在热带的人们穿着的服饰肯定大相径庭,厚厚的动物皮毛可以保证爱斯基摩人在恶劣寒冷的气候条件下生存,而热带的人们则仅需一层薄薄的衣服裹身即可。

除了御寒、防暑这种最基本的功能,服饰还能满足人们日益增长的社会心理的需求,为了适应社会的发展,人们有着对道德、美、名誉、地位归属、成就等多方面的社会性的高级需求。每

^① 林惠祥《文化人类学》,第 298 页,商务印书馆,1935 年。

个人由于其文化素养、职业、收入、家庭和社会地位等方面的不同,对服饰具有的心理需求也是千差万别的。孔乙己不愿脱下那件又破又脏的长衫,就是为了保住自己“读书人”的身份。在当今,成功男士们身着 ~~登喜路~~ 登喜路、圣达菲等品牌的服饰,以此来证明自己气度非凡的成功人生,而女士们则在迪奥、夏奈尔、~~圣罗兰~~ 圣罗兰的装扮下尽显婀娜多姿,典雅高贵的迷人风姿,对于一般人而言,有限的收入使他们与名牌服饰无缘,但也可以穿着合适而得体的服饰以显示自己的品位和素养。服饰就是一种语言,在无声中向人们传递着某种信息。人们会根据服饰来了解、认识、评价一个人,尽管并非绝对准确,但也会有某些合理的成分。服饰是交际中最行之有效的手段之一,不仅增强人们的自我表现力,也与人们的自我心理意识交融向外界表达某些气质和心情。

在安妮宝贝的小说《告别薇安》里,男主角林和女主角薇安在网络里曾有这样一段对话:

安:我知道,就好像我知道你肯定是喜欢穿棉布衬衣的男人。你平时用蓝格子的手绢。你只穿系带的皮鞋,从不穿白袜子。你不用电动剃须刀。你用青草味道的香水……^①

薇安猜中了林的服饰习惯,服饰,成为新人类指认对方的重要方式。

所以说,服饰具有一种普遍的人类学意义,既是人类一种基本的生理和生存需要,也是一种体现人类社会属性的外在标记,除此之外,在象征领域里,也是人类不同社会的文明与文化特性的一种表达。服饰,能向我们透露不同社会时期异常丰富的信息。在封建社会里,不同的阶层有不同的服饰,一点儿也不能僭

^① 安妮宝贝《告别薇安》,第 0 页,中国社会科学出版社,2000 年。

越。皇帝有龙袍,不仅样式独特,连颜色也专用,从唐代以后,黄色就成为皇帝服饰的专用色,而官员们的服饰也都有严格的规定。从头上戴的冠帽,身上穿的袍服,到腰间系的腰带和脚上穿的鞋子,无一不有着严格的限定,甚至服饰上的花纹也不能随意绣上。服饰成了那个时代政治权威的一种文化表征。文革时期,在国家领导人穿着草绿色的军装接见全国各地的青年学生后,草绿色的军装就成为那个时代人们追逐的对象。这种服饰根本谈不上美的修饰,完全成为了政治需要的附属品,人们穿军装主要是为了表示出自己的革命态度,政治上的需求和表现欲已经远远地代替了一切。军装也就是那个时期狂热革命文化的最佳诠释者。由是观之,服饰既可以是易于生产的生活必需品,也可以是精心制作与加工的奢侈品。服装的意义,体现着人的社会身份,构建着社会结构,并表述出了不同社会形态中的文化、种族与性别差异。因此,服饰及其体系,与饮食一样,是人类社会的一个基本细胞组织,是社会政治、经济、文化的一个聚焦点。用凡勃伦的话来说,就是“同任何其他消费类型比较,在服装上为了夸耀而进行的花费,情况总是格外显著,风气也总是格外普遍。”^①

服饰也是当代社会时尚的重要载体。时尚、时髦、流行的趋势,集中地体现在人们的多变的服饰样式中。上个世纪末的时尚刮了一阵复古风,从 19 年代的披头士到 20 年代的牛仔,都拥挤地出现在世纪末的 T 型台上,而 21 世纪的第一个春夏流行发布,则是服饰的色彩斑斓与朴素风格相映成趣,就好像两种截然不同的心态——尽情享受与回归自然,各自找到了归宿,两者共荣共存,体现出一种世纪大同的包容与大气,但是时尚却不仅仅关涉到服饰。有人说,时尚总是与一些含义不明、语焉不详的词语有关,比如小资、波布、丁克等等,这些与生活方式有关的名词亦常常以时尚的姿态出现。这就是时尚的两难境地,似乎人人

^① 凡勃伦《有闲阶级论》,第 140 页,商务印书馆,1999 年。

都能心领神会,但却变幻莫测,让人摸不到它的脾气。其实,从社会心理学的角度来说,时尚就是在大众内部产生的一种非常规的行为方式的流行现象。具体地说,时尚就是指一个时期内相当多的人对特定的趣味、语言、思想和行为等各种模型或标本的随从和追求。

时尚是纷繁复杂的,它几乎遍及人类生活的所有领域,但如果把时尚置于广义的人类文化现象中,或者说,将其视为在某一特定群体或社会的生活中形成的,并为部分成员所共有的一种特殊的生活方式,就可以看到时尚及其流行领域的三个层面。第一个层面是器物层面的时尚,它主要以衣食住行等方面的物质媒介的流行为基础。服饰流行趋势,私家车购买热,布艺家具异军突起等等,皆属此类。第二个层面是行为层面的时尚,这通常是以群体行为的方式出现的。高尔夫生活方式的出现,丁克家庭的增多,都市泡吧族等,就是此类时尚的典型。第三个层面是观念层面的时尚,它在广义上包括人们的思维方式、感受方式、社会思潮、以及其他与人类精神产品的流行有关的各种时尚现象。小资、波布、白领等等,即属此类。

时尚的具体表现形态多种多样,它的称谓也五花八门、各不相同。时髦、时新、摩登、时尚、风尚、时狂,流行等等。一种时尚的流行,往往呈现这样的模式:缓慢地兴起,逐渐发展,积聚能量,然后到达顶点,之后就是逐渐衰落直至彻底消失。在这个模式中,有一条增长曲线和一条衰退曲线,这两条曲线构成了时尚从出现到高峰然后衰亡的完整周期。

在时尚的演变过程中,由于人们在社会地位、经济条件、敏感程度和应变能力方面的差异,他们受时尚影响的程度以及介入和舍弃它的时间先后是有所不同的。时尚不可能一下子在整个社会中流行开来,也不会在整个社会中一下子消失不见。最常见的方式是,时尚在一个社区或阶层消失的同时,迁移到另一个社区或另一个阶层。在这种迁移的过程中,时尚的具体形态、

表现方式、新异程度以及追求者的自我涉入性都会发生变化,这就是时尚演变中的变异性,也是时尚在流行过程中最终发展成时狂的主要原因。

追问时尚的本性,有其深厚的文化根源,与人的标新立异的本性难脱关系。从时间的角度看,时尚的新颖性和新奇特点表示和以往的不同,这就是“标新”;而从空间的角度看,时尚的新颖又迥异于他人,这就是“立异”。标新遵循的是新奇第一,从未有之;立异遵循的是个别化原则,就是要显示出自己与众不同的个性特色。

标新立异,是时尚流行的心理机制之一。每个人都有一种基本的欲望,都想从周围的环境中寻找新异刺激,从而满足自己的好奇心。当生活的内容在一段时间内缺少变化而失去新鲜感的刺激时,人们就渴望打破这种局面,于是好奇心理就与新奇的时尚不谋而合。然后时尚的易逝和轮回,也是因为人们好奇心理难以持久造成的,因为人们对于任何事物的兴趣都会随着时间的流逝而递减,从陌生到熟悉,随后就难以摆脱平淡以至被抛弃的命运,而在这时,追求更新的需要又随之产生了。

求同于人,也是时尚流行的心理机制之一。时尚的最新追逐者和倡导者多为社会地位较高之人,有些人自愧于自己的现状,想摆脱心理上的不平衡和压抑感,就向这些有地位有影响的人看齐,在心理上得到一种补偿。更为重要的是,人们还有一种从众心理,这种心理驱使大多数人去适应周围的环境,寻求认同感和安全感,以保持心理上的平衡。所谓从众,就是个体在团体的压力下,放弃自己的意见或行为,而采取与大多数人一致的心理行为方式。追求和模仿时尚,正是人们试图获得他人认同,避免排斥与孤立,以获取心理平衡和安全感的一种方式。从众模仿心理是时尚得以流行的重要条件。

说到底,时尚表达的是人的欲望,虽然时尚流行古来便有,《后汉书·马援传》曾有言:“城中好高髻,四方高一尺;城中好

广眉,四方且半额;城中好大袖,四方全匹帛。”^①但是人们的求新求异的欲望真正得到重视和发掘,却是市场经济以后的事情。随着改革开放的深入和经济的发展,我们告别了物品匮乏、经济短缺的落后经济时代而转向市场经济,一个新的消费社会正在形成,正如丹尼尔·贝尔指出的那样:“更为广泛的变化是消费社会的出现,他强调花销和占有物质,并不断破坏着强调节约、简朴、自我约束和谴责冲动的传统价值体系。”^②为了获得最大的经济利益,消费的提供者——各大厂商,便使出浑身的解数,利用宣传、广告等心理的操作手段,制造出种种的消费时尚,而其后隐藏的深层目的,不过是通过激发人们的购买欲,制造更多的消费需求。时尚在这种商业化的操作中,就转化成一种附加的文化意义,从商品的功能消费转为意义消费,人们选择购买某一样东西,与其说是在消费商品这个实体,还不如说是在消费广告商们附加给这种商品的一种意义,一种符号,一种社会群体感。比如某一品牌的香水,作为一种商品,它的功用自不必多言,但是在商业广告的包装和策划下,它却与爱情联系起来,恬淡的清香,诉说着亘古以来的爱情宣言。它是爱情的使者,是微醺的浪漫,是感情的灵魂,也是爱情的标识。当人们在消费这种香水时,更多的是消费了其中蕴含的爱情理念,与其说是产品的优质,不如说是广告策划的成功。于是,在现代社会,那些有着雄厚经济实力的企业财团经常与现代媒体(尤其是电子媒体)相互配合,不断地制造时尚,制造人们的消费需求与消费欲望,驱使人们不断地追求所谓的时尚生活,从而不停地消费。因此,在现代社会中时尚的本质可以说就是通过意义来创造需求。

对于人们而言,随着社会的加速发展,生活节奏也相应加快,当代人身心承受着诸多压力,生存的压力,发展的压力等等,焦虑和疲惫成为都市人的普遍状态,对时尚的追逐,在某种程度

① 范曄《后汉书·马援传》

② 丹尼尔·贝尔《资本主义文化矛盾》,第54页,三联书店,1989年。

上成为现代人缓解焦虑状态、调节生活的一种手段。拥有时尚乃至引领时尚可以让人们在心理上得到满足,至少时尚可以给他们这样一种暗示:我是时尚的,我是成功的。他们的消费行为已经成了一种强制性的、非理性的行为。他们在潜移默化中接受了商品的符号意义,并通过消费行为去拥抱被媒体和商家制造出来的时尚。

一方面是商业社会消费主题的尘嚣日上,另一方面是人们的各种心理需求,时尚便在我们生活的舞台上频频亮相,用它诱人的姿态激发人们的购买欲望,而人们只是沉溺其中,却不会在意商业主义和大众传媒合谋对他们消费意识和行为的渗透。

这是一个充满着时尚的年代,仅仅在服饰上每年就会有各种各样的流行趋势,时尚快讯,春夏、秋冬两季发布会,各种名目的博览会,到处充满着感性诱惑的语言和画面,但仔细看去,却总有“似曾相识”的感觉。在充满新鲜活力的时尚背后,也有着疲惫和弹力。但这是一个消费的时代,只有通过不断制造出来的时尚,商家们才能立于不败之地。虽然时尚不无“三十年河东,三十年河西”之弄人,但我们还是要接受它,消费它,因为我们无法摆脱这个社会,这个时代。

285

具象的身体及其服饰

20世纪的哲学思想史上,“身体”成为一个不断出现的名词。早在19世纪初,德国哲学家、社会学家西美尔(即西美尔)就已断言,现代艺术已经从“面容之美”走向“躯体之力”,从精神意象的呈现走向欲望肉体的展现。虽然身体是自然界赋予人类的最初和惟一的美丽,但是在不同的时期,人类的文明发展却对身体产生过种种不同的压抑。柏拉图认为,灵魂和理智是最高级的存在,而身体欲望则处于最下层。在中国,从先秦儒学的“克己复礼”到宋明新儒的“存天理灭人欲”,身体和

感性范畴也是长期处于被压抑状态。

一直到 20 世纪，“身体”才被重视和挖掘出来。正如南帆所说：“20 世纪的一系列理论故事纵深演变的时候；身体’成为一批风格激进的理论家共同聚焦的范畴。快感、欲望、力比多、无意识纷纷作为‘身体’之下的种种分支主题得到了专注的考虑。从萨特、梅洛·庞蒂、福柯、罗兰·巴特到巴赫金、德勒兹、弗·詹姆逊、伊格尔顿，他们的理论话语正在愈来愈清晰地书写‘身体’的形象及其意义。身体与灵魂二元论的观念以及蔑视身体的传统逐渐式微，身体作为一个不可化约的物质浮现在理论视域。‘身体’这个范畴开始与阶级、党派、主体、社会关系或者政治、经济、文化、意识形态这些举足轻重的术语相提并论，共同组成了某种异于传统的理论框架。”^①

不论是伊格尔顿所言“美学是作为有关肉体的话语而诞生的”^②，还是梅洛·庞蒂所说的“世界的问题，可以从身体的问题开始”^③，无可否认的是，我们已经进入了一个主张“身体”经验的时代，身体总是与人们的某种幻想和欲望联系在一起，具有性意味的身体展示，会给人无限的遐想和生理的快感，身体成为快乐的本源。另一方面，身体是重要的审美对象，在我们追求和仰慕的美的事物中，我们首先关注的就是身体的美丽，身体是自然界给我们的最初和惟一的美丽，罗丹就曾说过：“人体是最美的艺术品。”在现代社会，人们尤其是女性更是通过各种途径使用各种方法，使自己的身体更加的富有魅力。在体质人类学看来，“健康的肉体”就是最大的真、善、美，人类的肌肉、骨骼的和谐运动也能给人带来极大的美感，就是像古希腊人那样，把健康的灵魂寓于健康的肉体之中。而不是像文明时代中，把健康的灵魂放在首位，让健康的肉体变作灵魂的载体，结果自然就造成

① 南帆《双重视域》，第 5 页，江苏人民出版社，2000 年。

② 伊格尔顿《美学意识形态》，第 1 页，广西师大出版社，1999 年。

③ 转引自谢有顺《文学身体学》《当代作家评论》2000 年第一期。

肉体的病态 ,因此从体质人类学的角度讲 ,应该让肉体从重重思想束缚中、病态中摆脱出来 ,在身体的展现与欣赏中 ,使人回到他的类存在中 ,使人沉醉在自己具有人的形体结构、拥有人的躯体这种大自然的厚爱或幸运中 ,因为人们会因为身体所表现出来的一切高度发展而欣喜 ,所以从这个角度来看 ,对身体的展示和重视 ,就是真善美的传达。

学者王岳川也指出：“‘身体’已然成为这个时代最大的自恋话题。20世纪年代由于社会的进一步世俗化和市民化；‘身体’的私人空间获得了前所未有的解放。当‘灵魂’成为可疑可笑之时；‘身体’就直接成为现代化权力持续不断加工和消费的对象。”^①现在 ,大众传媒无处不利益无处不娱乐的传播态势下 ,身体已经成为电视媒体的重要消费对象。这里对于身体的重视隐含了两个基本的范畴 :内在的与外在的身体。内在的身体指的是对于健康、合宜的身体功能的关注 ,它要求在面对疾病以及老年化过程中的身体维护与保养 ,而外在的身体指的是外表以及在社会空间中身体的运动和展现。内在的身体的屏幕呈现主要是通过各类广告和健康节目。现在越来越多的广告直接指向人的身体 ,充斥在电视中的医药广告就是最明显的例子 ,补铁补钙补锌的广告频繁地轰炸着人们的视听 ,让观众也有些不知所措 ,难道我们的身体真的缺了这么多的东西吗？小到口腔溃疡、牙龈肿痛 ,大到肝病、心脏病甚至癌症 ,我们身体的方方面面都是广告的诉求点。除了这些药品广告外 ,以女性为主要消费对象的化妆品和洗涤用品也是不绝于目。这些广告的主人公多为青春靓丽的美女 ,她们在银幕上展示着柔嫩的肌肤、飘柔的长发、轻盈的体态、暧昧的目光、晶莹的贝齿。“美丽是她的惟一属性。她没有皱纹、疤痕和瑕疵。的确 ,她连毛孔都没有。她苗条 ,通常很高又有一双长腿 ,而且年轻。无论产品和观众是谁 ,

^① 王岳川《中国镜像——20世纪年代文化研究》,第 240 页,中央编译出版社,2000 年。

中,男性要不断地展现自己的身体,从开始的出场,就要展现自己的矫健的身姿,健壮的形体,在展示体魄和胆魄的环节中更是需要赤裸上身,显现强健的肌肉,那些被淘汰的男性,则会被搔首弄姿的美女们毫不留情地推入身后的水池,全身湿透,更是“曲线毕露”。这个节目将男性置于被表现和谈论的焦点位置,迎合了传媒的男色时代。

既然男性的身体都已经可以被如此地展现和卖弄,女性就更不甘示弱了。除了影视作品中女性越来越大胆的突破尺度的演出,毫不顾忌地展露自己的身段,就连天气预报这种似乎跟性别没有多大关系的栏目也卖起了关子,这就是去年曾闹得沸沸扬扬的湖南娱乐频道推出的“星气象”节目。在这个天气预报中,主持人一改往日正统、职业的装束,全部换上了香肩大露的吊带装,一时嘟起红唇,一时随着音乐狂舞,一时还会发嗲,甚至提起一些露骨的话题。这让第一次看到如此形式天气预报的观众们大感“刺激”,甚至有种被挑逗的感觉。如此以女性身体的诱惑为卖点的天气预报怎么能不引起巨大的争议呢,虽然有的观众表示这档新节目新奇刺激,“比一般的天气预报要好看”,但还是有观众认为节目编排太离谱,气象播报包含色情成分令人无法接受,面对这些声音,电视台娱乐频道媒介部经理姜茜就说:“我不觉得我们的节目是色情天气预报,正确的定位应该是情色天气预报;‘情’就是利用美女优势调动观众情绪,让他们的观看感觉更好,而‘色’就更简单了;‘秀色可餐’嘛。”^①制作者们正是抓住了女性的身体具有的极大吸引力,在注意力就是经济的时代,不管是男性还是女性的身体还会在屏幕上突破什么禁忌,用什么样的方式来展现身体,我们只能拭目以待了。大众传媒这种直接刺激和消费身体性的东西,也使得身体的远距离控制成为可能,我们在观赏此类节目的同时,也感受到欲望的

^① 《美女风骚报天气情色?色情?》,来源:潇湘晨报,原载于《潇湘晨报》

宣泄和身心的愉悦,这也就成为电视节目对身体欲望再生产的动力。

与人的身体密切相关的就是服饰了。阅读与传播月报这是某个时装展示会的主题,意思是服装和身体融合为一。“体形造就服装,服装设计体形”,这是重新为人体轮廓下定义的一种企图,服装与身体的相互包装达到了空前的和谐。对服饰的关注是因为我们感觉到了我们身体的感性存在,与此同时,服饰以媒介的形式让我们更全面地理解着有些陌生的躯体,服饰总是穿戴在人的身体上,总是以一种最日常化的方式体现并建构着人的身体,并通过这种体现与建构,塑造着人的身体活动形态、特征与规范,从而构造出人的基于其身体的主体性。前文中已经提到服饰是当代社会时尚的重要载体,似乎只要提到时尚,人们首先想到的就是服饰,或者更确切地讲是女性服饰,这又是为什么呢?爱美是女人的天性,娇美的体形,迷人的外表是每个女性都渴望拥有的。女性们在日常的生活中,通过时尚化消费,通过各种日常、娱乐与礼仪性活动,接受了这个社会有关欲望、美、魅力等有关身体的各种观念,并要将这些观念实践在自己身上,按照社会的时尚规则来建构自己的身体。在这种建构中,服饰是一个重要的道具,作为个人的一种社会化表现,服饰往往是自己给予他人的第一印象,这直接影响着个人的社会交往行为,如同博德里亚所说的那样:“女人已经和她的服装成为了一个不可分割的整体。”^①这是一种女性身体的时装化过程,这样一来,服装成为了社会与个体身体的一个交接点,一种联系、沟通与交换的媒介,使得日常生活通过服饰,尤其是通过时装,获得了一种稳定的物质表达形式与形象。因此,时尚,首先并必然地以服装来体现。我们可以说,服饰是身体的上层建筑。服饰其实是一种身体政治,个性化的宣言其实是对个性的放逐,每个人都急于借助“个性”的时尚口号为自己的社会身份定位。而且

① 博德里亚《消费社会》,第 23 页,南京大学出版社,1989 年版。

从词源学的角度来看，“时尚”与“时装”共用 ~~春寒料峭~~ 一词，两者之间有着密不可分的天然联系，虽然时尚涵盖的范围涉及人类生活的方方面面，但服饰却构成了“时尚”的核心元素及其发布和流传的最主要载体。

电视媒体无疑是服饰时尚的有力推介和宣传者。最新的服饰款式，最佳的服饰搭配，最酷的流行色彩，电视不断地影响着人们对服饰的选择。从一些时尚类节目对欧美最新时装发布会的报道，到电视剧里主人公穿着的服饰，到节目主持人不断变换的服装，电视不遗余力地向观众透露着时尚的信息，兜售着服饰的流行趋势，也打造了一个又一个流行服饰的神话，前几年的旗袍热就是在媒体的操纵下才奇迹般地红遍大江南北。王家卫的《花样年华》在上个世纪末的浓重怀旧气氛里为观众奉上了一份大餐，人们对这部电影的关注，很大程度上是因为女主角那二十多套精美漂亮的旗袍，张曼玉玲珑有致的身材裹在合体的旗袍里，举手投足间尽显女性的妩媚和万种风情。这部电影从一上映，媒体对它的报道就铺天盖地而来，旗袍作为其中的一个关键词，也反复地被媒体渲染，于是再看看大街上到处都是身着旗袍的女子也就不足为奇了。其实，电影对于旗袍的大肆流行只是起到了一个发动的作用，旗袍真正地流行起来，还要依赖于媒体、特别是电视媒体的成功宣传。那些穿着旗袍的女性都看过《花样年华》吗？肯定不是，相信大部分的人接受和穿着旗袍，都是受了媒体的宣传影响，在《花样年华》热映期间，电视上充斥着各种各样对这部电影的报道和评论，娱乐类的节目从明星的角度来报道，旗袍跟随着明星也有了多次的曝光机会，生活时尚类节目直接分析由电影吹起的这股旗袍风，并在一边煽风点火地助长这种风潮，再加上杂志、报纸和网络的齐番上阵，旗袍俨然成了女性风韵的最佳诠释者，观众们接受了这种推崇以后，就迅速地实践在自己的身上，试问哪个女性不希望自己妩媚动人却又媚而不俗呢？旗袍，这种满族妇女的传统服装，在媒体的成功操作下在上世纪末的中国放射出耀眼的光芒。服饰内蕴的

缔造和宣传,哪一个能少得了电视媒体的参与呢?牛仔所体现的美国神话、西装所代表的身份地位、裁剪剪裁所属的休闲气质,无一不是电视在潜移默化中灌输给我们的服饰经验。身体与服饰,服饰与时尚,电视与服饰就这么交织在一起,影响着人们的生活,建构着人们的生活。

旗袍:翻新在电影中

苏摇飞

摇摇提到旗袍,会有一种忧伤,一种繁华落尽的感触,总会记起一些爱穿旗袍的女人,比如张爱玲,比如阮玲玉。她们身着旗袍的样子,像一幅幅电影海报的画面映入记忆中,描写她们生平的电影听说也陆续开拍了。

据报章载:“旗袍源于清代的旗人之袍,是贵族的衣饰;现代意义的旗袍,诞生于 20 世纪初叶,盛行于三四十年代,一度成为中国女性服装的代表。行家把 20 世纪 20 年代看作旗袍流行的起点,30 年代达到顶峰状态,很快从发源地上海风靡至全国各地。”说到那时的上海,就有海派的西式生活方式,以致后来出现了“改良旗袍”,从遮掩身体的曲线一变为显现玲珑突兀的线条,自然还会想起潘玉良笔下女人形体的线条穿透轻纱的朦胧,在纸上留下致密的声响——旗袍彻底摆脱了旧有的模式,成为中国女性具有民族特色的“国服”。

经过那么多年的修正与改良,旗袍变得最能体现中国女性的美,用最传统的布料,丝绸、锦缎,制成最中国味道的服装——旗袍,穿在发髻高挽身段窈窕的女子身上,一种东方美、东方人的神韵,令人叹

为观止。旗袍在这里 ,已超脱了一般意义上的服装 ,成为一种象征 ,为什么它会成为经典 ,答案也正在这里。

而旗袍与影视的结合 ,更具有一种现代意义上的“复活”作用。在电影中 ,旗袍最适合传达三四十年代女性文化的蕴含。旗袍在许多电影中成为一种视觉符号 ,具有回忆的功能 ,它的出现 ,可以唤起观众对那个逝去年代的回忆。比如《花样年华》,比如《橘子红了》。就说在《花》片中 ,几乎每换一场戏 ,张曼玉就换一身旗袍 ,每一件旗袍的样式、质地、色彩略有不同 ,但都在精心地营造一种相似的视觉气氛 ,编导似乎是要用尽旗袍特有的潜质 ,以此衬托出影片中女主角的高贵和典雅 ,而这种预设最终取得了不同凡响的唯美效果。

看来 ,这样的古典美感既源于演员的气质 ,又由于旗袍的内涵本身。两者相得益彰——也许就是《花样年华》中的张曼玉——穿出了旗袍风采 ,也留下她自己的恒久光彩 ,就说繁花落尽了还有柳暗花明。^①

223

视像元素与时尚基因

电视作为现在最重要的一种大众传播媒体无时无刻不在影响着人们的行为和生活。时尚具有的大众文化的性质使它与电视有一种天然的亲缘关系。20世纪四五十年代 ,电视甫一问世

^① 来源:转引自《中国妇女报》。原载于《中国妇女报》。

世,就成为一种时尚。那时,电视作为一种昂贵的生活用品,还不能为一般的平民百姓所拥有,极少数能欣赏电视节目的有钱者,便成为这一时尚的引领者。以后随着电视的发展,人们甚至一度冷落了电影,电影业这才奋起直追,靠着高额资金的投入,制作大场面的视觉奇观,并且随着技术的发展,出现了宽银幕、立体电影、环幕电影等等观赏形式来同电视争夺观众。

中国由于国情所限,很多人都是到了 20 世纪 60 年代甚至 70 年代才知道电视为何物,许多人的脑海里还有当年亲朋好友或者邻居百家凑在一台电视机前观看的记忆,当然人们也不会忘记在《姿三四郎》播出的时候,上海的公交司机可以冲出驾驶室围在商店的小黑白电视前不愿离去,《霍元甲》播放时出现的万人空巷的局面。在那个娱乐活动和资讯极度匮乏的时代,人们就是通过电视看看外面的世界,获得少有的休闲娱乐,人们茶余饭后津津乐道的也是电视里人们的命运,看电视成为那个时代人们业余生活真正的时尚。

现在随着时代的发展,人们早就已经告别了精神生活极度匮乏的时代,看电视也从一种时尚的活动逐渐演变成一种生活方式,人们下班回到家,第一件事情可能就是打开电视,这已经成为某些人的习惯和下意识行为。电视就像一个魔盒,可以变幻出无穷无尽的美妙,人们的感性需求都能够得到满足。很多人都有这样的感觉,只有多看电视,才能和这个世界发生更多的联系,不看电视,就不知道世界和自己的周围发生了什么,不看电视,也就不知道今年的流行色是什么,不看电视也就不知道现在最酷最炫的时尚是什么。没错,这就是电视作为大众传播媒体不可抗拒的魅力。

电视是一种全方位、内容容量大、功能多样的综合性传播工具,新闻联播、世界风光、奇闻轶事,上到天文,下至地理,一切有形的和无形的,精神的和物质的,它都可以展现在你眼前。电视这种媒体从诞生以来,就成为人的社会化过程中一种不可忽视的因素。人们在观看电视的时候,无形中就获得某种教化,这

种教化是在轻松活泼、形式多样的电视节目中所获得的,而不像在学校或家庭里受到的强制性的教育,人们也就乐于从电视中接受知识和信息。正是电视的这种强势传播作用和受众的广泛性,才使得商家们热衷于通过电视媒体来宣传他们所要塑造的时尚,而电视也就自然而然地成为传播时尚的重要领地。

有一档叫做《时尚·潮流·先锋》的节目,每天40分钟,向观众兜售着时尚观念。节目的宣传语有:“流行的集散地,前卫的先锋派”;“追踪潮流,引领时尚”;“流行有主见,前卫更到底”,“另类、出位,让你‘瞠’到底”等等。这些宣传语就将“流行”、“前卫”、“先锋”这些与时尚密切相关的词语悉数囊括,而“出位”、“瞠”这些词语本身就是一种语词的时尚。这档节目共分时尚白皮书、时尚新发现和时尚速递等几个板块,每一个板块都诉说着不同的时尚主题。下面就以一期节目为例,看看这档电视节目如何抛售它的时尚。在时尚白皮书这个板块里,介绍了北京的一次青春演艺大赛,让青春做主是这个报道的主题。报道介绍了这次活动自信、阳光、时尚的青春旋律,青年人在伦巴舞、小品、京剧等多种的艺术形式中,展现着青春的活力和风采,以此来揭示青年们生活品质的变化和追求。编导们当然没有忘了时尚任务,以“青春离不开时尚”的串联词,引出了对一位女性如何选择时尚的问题。这位女性面对镜头也是侃侃而谈,畅言自己的时尚观:“我认为时尚就是运动、休闲、自由,不要修饰,自然就是美。”在时尚新发现的板块里,以“假日放风,你去哪?”的问句,将观众的目光引向了北京郊区的某风景区,骑马、湖上泛舟、蹦极这些在人们日常生活经验之外的活动,以其新鲜、休闲、刺激的品质,成为此景区吸引都市人的时尚因素,最后,景区的一个负责人还没有忘了告诉观众,从北京市区如何乘车来此游玩。之后是对2004年环球中国小姐大赛冠军张萌的一个访谈。访谈以时尚美女、时尚人生为主题,分成关于环姐比赛、关于亲情、关于爱情和关于时尚几个部分。张萌这样表达了自己对时尚的认识:“时尚就是要根据场合搭配。我接受时尚,但不盲目

追求时尚,穿着可以迎合时尚,但又不失自己的本色,把时尚元素融合进自己的气质里。”最后一个板块时尚速递,报道了香港影星吴镇宇为雪碧冰薄荷饮料作代言人的宣传现场。明星作代言,当然离不开产品,当被问及雪碧和时尚的关系时,吴镇宇的回答也是给足了商家面子:“雪碧 垣吴镇宇 垣时尚 越有人气。”不知道有多少人能认同吴镇宇的“时尚”回答。综观这期短短的 15 分钟的节目,涵盖了青春、旅游、美女、明星诸多的时尚元素,不难看出,作为一档时尚类节目,首先就是要有敏锐的触角,因为世界如此的繁杂,什么才是时尚的呢?编导们,更确切地说是节目的赞助商们决定了时尚以什么样的面貌呈现出来,节目在商家和观众之间搭起一个桥梁,无论是旅游还是明星代言的饮料,仅仅是让他们通过这座桥走进观众的消费视野而已,至于青春演艺大赛和美女则是为了吸引与时尚的相关的消费群体,看看我们的周围,最大的时尚消费群不就是青年人和女性嘛,紧紧抓住她们的眼球,才能让她们心甘情愿地掏腰包。

除了这种直接传递的时尚信息,报道时尚动态的电视节目,还有一些很有时尚气息的栏目。《超级模特》就是这样的栏目。每期节目经过多轮淘汰、重重考验,从多名选手中选出一名冠军。超模在行动,时尚在尖叫,超级艳丽,超级火辣,超级角逐,超火、超酷、超炫、超辣的宣传语,一遍一遍地刺激着观众的神经。超模作为一种职业,因为它与服装行业的亲密关系,他们可以接触最新的时尚动态,并成为这种时尚的代言和展示者,成为超模必须具备的高挑纤细的身体要求,迎合了人们以瘦为美的普遍的审美观,也是视减肥为时尚的人们的最终目标。他们远远超出常人的收入水平,也使他们有能力消费时尚,永远站在时尚的浪尖,正是结合了如此多的时尚吸引力,才使这个节目具有了相当高的知名度,收视率也是不断攀高。这档节目的赞助商是 曼妮芬化妆品和黑松纤果汁,节目制作者也是不放过任何一个可以宣传这两样产品的机会,为了考察参赛选手是否有做广告模特的潜力,要求她们手持着两样产品摆出各种造型,既是节

目的一个环节,也没有辜负广告商的投资。因为这个节目的大多数受众是女中学生与女大学生,黑松纤果汁的市场价格定位完全在她们的消费能力范围内,节目不断的播出过程就是对广告商的回馈过程,不仅在时尚的节目里宣传了产品,而且还培养了一个成熟的消费群,节目与产品、广告商的良好关系,也是其持续发展的动力。

类似的节目还有很多很多。《魅力前线》也是一档时尚节目,每次节目,美女主持沈星都会不厌其烦地告诉观众节目的定位:“相约时尚,品味时尚。”节目的内容也是无所不包,从明星到饰品,从旅游到运动,从电影到卡通,人们生活中的方方面面,都可以包容进入,因为时尚无所不在。

而且现在随着时尚类节目的不断发展,就连制作时尚节目本身也成为一种时尚,各种时尚节目层出不穷,就像上面提到的这些栏目,虽然定位可能有差别,但是时尚的宣传法则、节目的面孔却都惊人地相似。学者周宪在《崎岖的思路——文化批评论集》里,就指出了这种现象:“时尚通过媒体被炮制出来,再通过各种传播渠道来广泛复制,复制不但体现了同一产品生活方式和价值观的重复,而且更体现为新文化人策划和节目的同一性反复。最近一个明显的趋向是,各家电视台节目花样翻新,可又免不了互相拷贝,复制成风,表面上看公共领域很开阔,媒体也形形色色,究其实质,一种同质性的文化面貌清晰可见,表面上五花八门、千差万别,内在逻辑和本质却极其相似。”^①

电视能传播时尚,倡导一种时尚的观念或生活方式,有时又以其无所不在的示范性引领时尚。这样的例子更是不胜枚举。20世纪60年代,美国大型电视连续剧《浮华世家》和《豪门恩怨》在世界各地播放,收视率极高,剧中女主人公身着有垫肩的华丽服装出场,对推动夸张的垫肩具有极强的渲染力。20世纪70年代日本电视

^① 周宪《崎岖的思路——文化批评论集》,第55页,湖北教育出版社,2004年。

连续剧《血疑》播出后,青年男女们纷纷摹仿剧中主人公幸子、光夫的服饰,一时间,幸子衫、光夫衫成为了他们最时髦的服饰。20世纪60年代《渴望》的推出又让女性们钟爱起了“慧芳服”,当电视连续剧《上海一家人》热播的时候,如果走在街上,会看到许多女性都留着剧中女主人公若男的发型,电视引领时尚的能力可见一斑。1985年7月,英国王妃戴安娜和查尔斯王储在伦敦圣保罗大教堂举行婚礼,约有150万人参观了这个“童话婚礼”的现场,全球有2亿多人观看了电视实况转播,而此后在电视上频频露面的戴安娜王妃更是以其迷人的着装风格对传统高级女装的发展助了一臂之力,整个欧洲都被戴安娜王妃倾倒。

每年奥斯卡颁奖之时,不仅美国大量影迷在颁奖仪式前早早地从各地赶往洛杉矶,搭上帐篷翘首等待颁奖典礼,非洲某个贫困的城市竟也在广场上支起电视,万人空巷地观看格温妮斯·帕特罗的出场,让人产生了人类的艺术生活只剩下奥斯卡的幻觉,而那些女明星的光彩照人,风情万种的风姿,更是人们注目的焦点,她们身着的服装,不仅能使设计者一夜成名,也会引领时尚的风潮,让观众在她们的风采中分享时尚的光芒。

在一些电视广告中,时尚也是扮演了重要的角色,以时尚为卖点的创意更是比比皆是。运·赠·赠的广告中,青春靓丽的美女对着镜头抬起自己的纤纤玉手,将腕上的运·赠·赠饰品送到观众眼前,再来上一句性感又富有磁性的话语:“你够时尚吗?”海尔广告的最后,总会出现“时尚生活,成就自我”的广告语,就连奥旭牌吸排油烟机的广告上来第一句就是:“时尚的外观……”这些广告都是直接将时尚的语词或概念应用到广告中,不免有些生硬,一些观众不易觉察的软广告,才是真正的高招。20世纪90年代,搞垮巴林银行的尼克·里森在电视上大谈其种种“业绩”时,身着“耐克”厂商提供的裁恤,戴着相同标志的帽子,据说这样做的代价是由“耐克”公司向里森支付一笔六位数的钞票。在海湾战争停战协议签署仪式的电视转播中,全世界的人都看到了美军司令施瓦茨科普夫手里拿着一瓶百事可乐的镜

头,更要使人猜测百事可乐公司到底为此付了多少钱。影星潘虹赴法国参加电影《末代皇后》的首映活动时,巴黎时装名牌“路易·费洛”捷足先登,为潘虹接受电视采访提供了服装和化妆品。节目结束时,主持人很自然地提到,中国影星潘虹今天穿的是“路易·费洛”的最新设计。用明星抬高身价,使名牌再次镀金,时尚的传播法则里永远不会少了这一条。

在以前信息传播还不是很发达的时代,时尚必然具有极强的地域性,不同的区域都会有不同的时尚潮流,但是自从有了电视媒体,时尚就不再在某个区域“羞答答地盛放”,而是经由电视的传播,很快地传到所有有电视的地方,可谓是“遍地开花”,这就使得时尚不断走向趋同化。米兰或是巴黎的最新时装发布会一举行,今年的时尚装扮或风格就会由电视传播到世界各地,引起人们的纷纷效仿,时尚的潮流不会停息,人们追逐的脚步也不会放慢。往往时尚的传播模式和路线又是:从欧洲到北美,从日韩到港台,最后才是大陆,强力的经济逻辑又在起着主导作用。“伊都锦”、“宝姿”、“苹果”等已经是中国时尚女性耳熟能详的品牌,在这个消费时代之前,中国的女性拥有哪怕丝袜之类的世界顶尖品牌都是天方夜谭,然而在我们这个时代,清晨巴黎女性穿在腿上的丝袜,说不定晚上就穿在了中国女性的脚上,我们可以追逐同样的时尚。世界顶尖品牌在中国制造的大规模的迷恋者和追随者,也标志着这些品牌不可抗拒的时尚力量。

现在,时尚已经成为电视中不可或缺的因素,现代人在紧张的生活压力外需要一种精神的按摩和放松,时尚可以满足这一点。时尚就是千变万化,时尚就是潮流的翻新,对现代人而言,在时尚的浪尖上嬉戏,才能带来官能审美的持久刺激。电视中的时尚永远也不会消失,因为商家们永远不会放弃这个“战场”,因为人们的猎奇新永远也不会满足。

十三、视像与艺术

300

视像艺术的主要类别及发展

所谓视像艺术 指的是随着现代视像技术的发展而出现的新的艺术形式 其主要形式有电子艺术(计算机图形学)、网络艺术(多媒体)、录像艺术(电视)、超文本文学(网络文学)、电子游戏(计算机游戏)、数字艺术(虚拟现实)、云艺术等形式。

电子艺术(计算机图形学)

电子艺术是随着电子技术的不断发展兴起的一种艺术形式。一般情况下 ,我们所讲的电子艺术都是一个比较宽泛的概念 ,是指那些以电子仪器和电子设备为依托的艺术。现阶段的电子艺术主要包括摄影艺术、电影艺术、广播艺术、电视艺术、计

① 因“电子游戏”将在下一章中专门讨论 ,因此我们这里对其特性不再单独讨论。

算机艺术、网络艺术等门类。

在所有的电子艺术中,最早出现的应该算是摄影艺术。在摄影艺术诞生之初,它所使用的照相机都是依靠机械原理来工作的,属于机械设备。后来,随着电子技术的不断发展,照相机开始广泛采用电子快门,这就使得摄影艺术跨进了电子艺术的大门。此后,随着数字技术的发展,出现了完全电子化的摄影设备——数码照相机,它从拍摄、成像、储存到依赖计算机设备进行后期处理、依赖网络进行传播等都实现了数字化,这就使得摄影艺术成了更为纯粹的电子艺术。

电影艺术从它诞生之日起就与电子技术结下了不解之缘。从最初的依靠电子设备(摄影机)来生产影像到利用电子设备进行后期的加工处理,再到现在的数字电影,电影艺术的每一次技术上的重大变革都与其使用的电子设备的更新有关。

广播艺术与以往的电子艺术相比,最大的进步就在于它利用电子设备实现了信号的远距离传播,而且,无论是信号的生产还是信号的接收,都是离不开电子设备的。

电视艺术本就是电子技术的产物,在它诞生之日,它就吸纳了电影和广播两家之长,利用电子设备实现了声音和画面的远距离传送。

电子艺术真正崛起,并成为与传统艺术分庭抗礼的艺术门类则是上世纪 20 年代之后的事。迅猛发展的计算机技术和兴起于 20 年代的网络技术,不仅广泛地应用在摄影、电影、广播、电视等艺术领域,改变了这些艺术门类的创作、传播方式,而且形成了独具特色的计算机艺术和网络艺术。

计算机艺术大致上可以分为两个大类,一类是利用计算机技术对原有的艺术门类进行改造,改变传统艺术门类的创作方式,比如电脑文学、电脑音乐、电脑美术等;另外还可以把计算机技术作为原有艺术创作手段的辅助形式,比如利用计算机技术对影像和电视节目进行后期的加工、处理等;另一类则是利用计

计算机技术创造出来的新的艺术样式,比如电脑动漫艺术、电脑游戏等。其中,最值得一提的是利用虚拟现实技术进行创作的计算机艺术。创作者利用虚拟现实技术创作出各种虚拟的情景,人类可以借助各种输入设备(包括利用现实引擎连接的头盔显示器、数据手套或数据服)进入到虚拟的景观中,在其中进行交互活动,并获得逼真的感受。这一艺术样式最初的、最低级的表现方式便是角色扮演类的电脑游戏。

电子艺术对电子仪器和电子设备的严重依赖,使得这些仪器和设备在很大程度上决定了这一艺术门类的特点,这就使电子艺术呈现出一种极为浓厚的技术美学氛围。

网络艺术(晕染笔刷)^①

随着个人计算机的普及和互联网络的高速发展,越来越多的人感受到了信息新科技对传统生活模式和思维方式的影响。当网络成为人类社会生活所依赖的重要平台,艺术也自然成为这一平台上的一个鲜活角色。

网络艺术的最早渊源可以追溯到被称为“超文本之父”的纳尔逊在 20 世纪 70 年代初所提出的“文学机器”体系的概念。纳尔逊所指的“文学机器”是一个海量信息资源存储系统,它主要面向人类既有艺术信息资源的数字化与集成。纳尔逊提出的“超文本”和“超媒体”概念是网络领域的重要基石,这两个概念奠定了网络信息传播体系高度交互性的本质特征。在此基础上,网络艺术形成了它区别于以往艺术形式的最大特点——交互性。

常见的网络艺术有两类:一类是以网络作为原有艺术形态的传播媒介之一,以此来提升原有艺术品的传播速度,拓展原有艺术品的传播广度。事实上,这一类艺术品有很多可能是原创

^① 由于传播方式或接受方式的不同,一般所说的网络艺术包含 晕染笔刷 等多种表现形式,目前尚未有统一的界定。

的“发表”在网络上的,但是这一类艺术品脱离网络这一媒介后,仍然能够独立地存在。目前的网络艺术品绝大多数属于这一类,比如在网络上极为常见的电子图书、电子刊物、各类图片(包括摄影作品和美术作品)、音乐、电影、电视、计算机游戏、电脑动漫等。

另一类则是众多网络爱好者开发出的专门用于网络传播的艺术品,比如互联网游戏、在网页上广泛应用的云动画以及新兴起来的多人协作的维客。

总体而言,这两类网络艺术都是数字化的、通过互联网传播的。这些网络艺术品大多在创作上具有个人性,在传播上具公共性,可以无限复制,绝大多数都可以由受众随意修改。

网络艺术与传统艺术既有相同之处,又有很大不同。目前绝大多数网络艺术作品还只是传统艺术作品的数字化、网络化,只是在传播方式、存在媒介上截然不同。有部分网络艺术作品则只存在于互联网络的虚拟空间(精确复制)之中,其他创作手法、风格、传播与接受方式是特有的。

网络艺术满足了大众的收藏欲望。美术馆、博物馆、图书馆不再是离自己的居所相当距离甚至自己完全不能抵达的场所,这些场馆里的文学艺术作品,不再是遥不可及的公共收藏品,而是通过个人电脑,轻点鼠标就可随时欣赏的“虚拟收藏品”。艺术世界从外在进入室内,从实在进入虚拟,从公共进入个人,从过去进入现在,从经验进入体验,从鉴赏进入浏览。这样一来,就使得网络艺术具有了个人性、综合性、动态性、交互性、短暂性、瞬时传播性、虚拟性、可下载性等特点。

网络艺术的发展带给人们的影响不仅存在于生活模式领域,而且更深刻地体现在思维方式领域。在人们将网络接受为生活所依赖的重要平台之后,一些新的认知方式、思维方式、交流方式也因网络而大行其道,成为一个时代中的主流。网络供给人们的是高度开放的信息共享,这正如将个人神经系统通

过计算机网络而向全世界大大延伸,使得人们的认知视野大为开阔。

数字艺术(阅读与思考)

艺术伴随着人类的诞生而发展,科技的进步时时触发艺术创作的灵感。在计算机技术和网络技术飞速发展的今天,科技作为艺术创作工具和载体的作用更加突出。

特别是从上世纪 80 年代末开始,数字技术和信息技术的发展,为艺术家全方位地进行创作提供了新的平台,各种科技、艺术媒介逐渐成熟,新媒体的主要形式进入到数字时代。艺术家们则利用数字科技与艺术相结合,创作出许多富有时代特色、效果独特的数字艺术作品。

数字艺术泛指使用各种数字、信息技术制作的任何形式的有独立审美价值的艺术作品,数字艺术以数字科技的发展和全新的传媒技术为基础,是人类理性思维和艺术感觉巧妙融合一体的艺术。数字艺术作品必须在实现过程中全面或者部分使用了数字手段。数字艺术可分为两种类型:一种是运用计算机技术、软硬件设备及科技概念进行设计创作,以表达属于数字时代价值观的艺术;另一种则是将传统形式的艺术作品以数字化的手法或工具表现出来。

数字艺术作品的表现形式包括以下一些形式:录像及互动装置,虚拟现实,多媒体,电子游戏,卡通动漫,网络游戏,网络艺术,数字设计,电脑插画,电脑动画,网络动画,数字特效,数字摄影,数字音乐以及音乐影像等,也就是说,数字艺术是艺术和科技高度融合的多学科的交叉领域,涵盖了艺术、科技、文化、教育、现代经营管理等诸多方面的内容。那么,一切由电脑技术制作的媒体文化,都可归属于数字艺术的范畴。

从上世纪 80 年代开始,世界各国纷纷成立数字艺术中心、博物馆也相继成立网络艺术奖,数字艺术正日益受到各国政府、企业界的重视。现在,新媒体艺术的主要形式已经进入到数字

艺术时代,数字艺术成为全世界最新一波的艺术潮流。

将数字艺术作品应用于商业中,国际上的通用定义是数字内容。数字内容也就是利用数字技术和信息技术,对图像、影像、文字、语音等加以数字化并整合运用后的产品、技术和服务等,这就催生了数字艺术产业(也称之为数字内容产业)的蓬勃发展。根据国外的统计资料,从1990年以动画、游戏、电影、广告、宽带内容、多媒体产品、数字出版等为代表的数字内容产业(不包括多媒体硬件)市场规模达到700亿美元,至2005年将达到1500亿美元,数字艺术产业成为全球增长最快的新兴产业之一。

数字艺术的诞生和发展为视讯内容的传播打开了大门,其表现手法越来越多样化,内容也越来越丰富多彩,作为人类创意与科技相结合的数字艺术产业也将是21世纪知识经济的核心产业。

录像艺术(录像艺术)

录像艺术是在活动影像诞生发展至一定历史时期的产物,它产生于上世纪70年代中期,当时存在着两种录像实践:一种是由活动家推动的、与非传统新闻报道有关的纪录片拍摄;另一种是名副其实的一些所谓艺术录像的拍摄。在前一种实践里,制作人在没有新闻工作者合法证件的情况下,设法闯入各种政治会议和具有新闻价值的事件现场,进行录像拍摄。对于素材他们从不添加任何艺术构思,不做任何导演性的加工。他们的片子都表现出一种粗糙的、具有现场感的即兴创作风格。其题材毫不修饰地被展现出来,丝毫谈不上“艺术性”。后一种以“艺术”为导向的录像艺术实践,则要追溯到1965年。这一年,出生于韩国的激浪派艺术家、音乐家白南准用索尼便携式摄像机,在某一天将镜头对准了走在第五大道上的教皇一行。白南准与那些跟在教皇后面亦步亦趋的新闻人恰恰相反,他生产的是一种粗糙的、非商业化的产品,是一

种个性化的表达。他无意“报道”教皇到访这一新闻事件,他要捕捉的是在他看来具有文化和艺术魅力的形象。于是,一位获得公认的艺术家(白南准)在这次拍摄活动中应用了实验性音乐和实验性表演,从而使他的录像成为了他自身艺术实践的扩展。由此,录像艺术宣告诞生,录像艺术作品既非出售的产品,亦非供大众消费的产物。录像艺术美学尽管表面上给予创作以自由,但它要求录像艺术家的出发点是艺术,在这一点上,它和一般的美学专业没有区别。录像艺术与纪录片、新闻报道等领域中担负有实际目的的录像有着本质的不同,不论后者在操作上如何艺术精湛。对电视持批判态度,是录像艺术自诞生之初至上世纪 80 年代中叶的主导倾向。除了批判电视媒体之外,录像艺术的几位先驱还潜心钻研摄像技术,并且开创了不少新型的表现手法。这些手法后来不仅为其他艺术家所用,而且还广泛地为主流媒体的广告所窃取。录像艺术自上世纪 80 年代渐渐成为发达国家的主流艺术方式,进入 90 年代后越来越受到数字技术的影响,越来越多的艺术家开始使用数字手段处理作品,录像艺术发展至今,大体可分为三类:单频录像片、录像雕塑、录像装置。

录像艺术进入中国,是被作为一种艺术样式来接受和利用的,没有经历西方录像艺术早期对录像这种媒介的政治激进主义的功能性运用,中国艺术家更没有经历 70 年代西方街头录像小组那样的热衷于捕捉真正的新闻,目击社会变革,并与美术馆作战的过程。中国艺术家一开始就将录像当作个人体验的一种新手段,并赋予它一种美学上的价值。

录像艺术的出现,有赖于新科技的产生。艺术在所有时代都会利用各种可能的技术条件去创造,在这个意义上可以说艺术永远在追求创新。但艺术是从人的视角来显现这个世界,它必须服从人的意志。艺术比科技更能体现具体的个人价值,也因此更体现了个体的自由和纯粹性。录像艺术正是在此意义上区别于大众娱乐电视传媒,而作为严肃艺术被

承认。

云笔写

云笔写是美国的 配书集公司 公司于 员 年 远月推出的优秀网页动画设计软件。它是一种交互式动画设计工具,用它可以将音乐、声效、动画以及富有新意的界面融合在一起,以制作出高品质的网页动态效果。

云笔写的前身是 云笔写 公司开发的 云笔写 是 粤生 是一个基于矢量的动画制作软件。由于该软件得到良好的反响,于是被 配书集公司 收归旗下,定名为 配书集公司 云笔写。由于 配书集公司 的大力宣扬和 配书集公司 云笔写 本身的独特本领,很快成为网络的宠儿。云笔写作为矢量化的交互式 动画制作工具,它结合 配书集公司 的“流”技术—— 云笔写 在 上用于发布交互式的动画。

云笔写的特点非常突出:第一,使用矢量图形和流式播放技术。与位图图形不同的是,矢量图形可以任意缩放尺寸而不影响图形的质量,流式播放技术使得动画可以边播放边下载,从而缓解了网页浏览者焦急等待的情绪。第二,通过使用关键帧和图符使得所生成的动画(文件)非常小,几 运字节的动画文件已经可以实现许多令人心动的动画效果,用在网页设计上不仅可以使网页更加生动,而且小巧玲珑下载迅速,使得动画可以在打开网页很短的时间里就得以播放。第三,把音乐、动画、声效、交互方式融合在一起,越来越多的人已经把 云笔写 作为网页动画设计的首选工具,并且创作出了许多令人叹为观止的动画(电影)效果。而且在 云笔写 的版本中已经可以支持 配书集公司的音乐格式,这使得加入音乐的动画文件也能保持小巧的“身材”。第四,强大的动画编辑功能使得设计者可以随心所欲地设计出高品质的动画,通过 粤生 和 云笔写 可以实现交互性,使 云笔写 具有更大的设计自由度,另外,它与当今最流行的网页设计工具 配合默契,可以直接嵌入网页

的任一位置,非常方便。

云锦的应用领域也非常广泛:第一,制作动画,可以制作互联网中上映的动画;第二,网络广播,云锦动画文件以流媒体(如RealVideo)方式传送信息,这样就可以逐步地传送实时播放的内容,可以在最短的时间内播放所有的数据,最新的动影像导入功能更进一步强化了利用云锦进行网络广播的功能;第三,制作游戏,随着粤锦社译器的强大,出现了很多种制作技法,通过这些技法可以制作出简单、风趣的云锦游戏;第四,制作教学课件,教学课件最能反映云锦所含的功能。最基础的教学课件将教学内容播放成活动影像或将讲义内容播放为声音文件,实现了交互式的可选性;第五,云锦电子贺卡,可以制作包括多媒体在内的交互式邮件;第六,制作悦图酷炫,云锦和多媒体制作工具皂非制皂器相结合,相互取长补短,在悦图酷炫的制作中如虎添翼;第七,制作视频文件,云锦影片可以保存为任何一种格式,将视频影像文件保存为酷的灾格式,则可以编辑视频文件;第八,网络艺术,在当今互联网成为展示个人才华、情感以及思想的艺术展览馆的时代,尤其随着“计算机网络艺术”新领域的出现,云锦作为最贴切的网络制作工具受到很多艺术家的欢迎。

现在云锦不仅成为网页动画的标准,成为一种新兴的技术发展方向,更为重要的是,它作为当代一种艺术表述方式为越来越多的人所关注,因此它同时兼备了网络艺术、电子艺术、动画艺术、音乐电视等新兴艺术门类及个人情感表达等诸多功能,不断带动与促进着其他艺术的发展,如先在网上流行一时继而风靡全国的《俺们东北人都是活雷锋》,就是这方面一个典型的例子,其前景不可限量。

超文本文学(云锦魔城超文本小说)

“什么是超文本?你将在万维网上看到它。当你在万维网

上的时候,你就亲身投入到电子文化和超文本的环境之中了,这里没有开始和结束,一切都是中间。你可以跳到任何地方,率性而为,从一个站点游弋到另一个站点。这不像我们拿起一本书,按照传统的方式从头读到尾。当你在万维网上调研的时候——当你假定要达到某一特定的目标的时候——你会发现你的兴趣任意而迅速地改变着,更重要的是,超文本技术让你能够轻而易举地去探寻它们。超文本,要成之为超文本,并不需要遵循线性思维的逻辑,但是却能够遵循(有人坚持应该遵循)联想思维的逻辑(线性,分散的,建议性思维,我们按照大脑半球的分法,来自于左脑,而联想思维来自于右脑)。什么是虚拟图书?它最宏伟的形式就是万维网。(其他的例子你可以从后面的文章里读到)什么是多媒体?如果你使用的是 链接作为你浏览万维网的工具,那么你就只能看到文字(例如,词);如果你使用的是 配音或者 多媒体那么你就不仅能够得到文字,而且还能够得到图像(图形)和声音(语音,音乐等)。链接为你提供超文本,配音和多媒体以及其后的任何一种浏览器都可以给你多媒体(那就是,超文本加上图像和声音)。就在几个星期以前,我看到了 链接一种支持三维空间和更高层次交互的程序。”^①

一般认为,超文本文学主要有以下几方面的特点:其一,文字字母大小字体排版比纸张印刷更加自由,其早期源头来自达达主义运动的文学和绘画;其二,动态文字或影像,能很好地将文学与绘画、音乐、影像等混合在一起,这是书本纸张所无法实现的;其三,超连结设计(多媒体)。超文本能提供读者多重路径选择的事实,也催生了新型的多向阅读行为,同时给传统读者和作者的身份定义带来冲击。电子多向文本的面貌是经由读者的路径挑选动作而产生,每次阅读所得的面貌仅是众多可能之

^① 维克多·允·维坦查《超文本超文本》。原文见世艺网 新媒体艺术 新媒体理论和研究。

一,未必与作者的原初安排相同。简言之,在超文本小说中,文本的当下状态由不同读者的不同选择构成,因此读者也同书写者一样,享有生产文本意义的权利,甚至可能真正实现乔伊思所主张的“读者即书写者”(“~~讀者即書寫者~~”)。其四,互动书写(互动性超文本),允许读者输入书写的互动书写出现。这类作品的出现也同时宣告一种“新文学人”的诞生:参与者既具读与写的身份,大可以“读写者”谓之。这个新读者并非凭空创造出来,而是和超文本科技的进展习习相关。“读者书写”(“~~讀者書寫~~”)正是当今网路的流行现象,留言板、讨论区中读者的参与自是不在话下,新颖例子如亚马逊书店,每一本书的专属网页都提供使用者评论空间,参照使用者所输入的正负面书评,读者可能做出比较好的购买选择。一言以蔽之,超文本含书写开放的成分,是由读者参与书写而共同形成的,因此,资讯提供者与使用者共同建构起来的超文本,已不归属单一方,而是读写者的公物。

审美轍业:艺术创作目的的变化

传统艺术是一种纯审美的艺术,尽管其中不乏一些实用的艺术形态,如建筑、园林、服饰等,然而其最终的目的是超越了现实的实用功能,指向审美的精神提升。因此在传统的艺术体系中,无论有心还是无意,艺术创造的目的,最终目的将指向首先满足人的审美愉悦。

视像艺术则恰恰相反,从其诞生之初起,其目的就是为了商业的盈利。如电影在其诞生之初卢米埃尔兄弟的第一次放映,就是在法国巴黎一家咖啡馆以一法郎为其门票价格的。到了20世纪前期,人类又发明了电视。电视一旦被发明,马上便被运用于商业用途。此后电影尽管经过了一个多世纪的发展,电视也经过了半个多世纪的发展,但其首先作为商品的

属性从来未被改变过,甚至随着时代的发展,这一属性显得越来越重要,直到今天,票房与收视率仍然成为了影视业的首要目标。因此现代视像艺术区别于传统艺术的最显著特点,便是其商业化,不仅商业化,还要追求利益的最大化。如从电影艺术产生,到电视的发明,都表明了其浓郁的商品的特性与商业化的运作方式。如果说传统艺术是个人内在心灵情感的抒发,那么视像艺术则首先是作为一种商品的属性被发明、按照商品的运作规律被推广的。由此可见,视像艺术的最大特点便是其商业化,甚至我们可以这样说,如果没有商业化,也就没有视像艺术。

当然我们做这样的表述,并不意味着视像艺术以商业性为其惟一的目的与动力,它也将艺术审美作为自己进行艺术创作的目的,只不过这种目的在视像艺术的整个创造过程中,既非最重要的,也非惟一的,因此尽管视像艺术也讲求艺术审美功能,但它仅仅是在商业利益这一总体目标下的艺术审美。

画面 视像 :艺术作品特征的变化

人类艺术史的发展无数次地证明,当一种新兴的艺术门类诞生之时,它总是意味着对人类某些审美经验的突破及审美视阈的拓展。同理,作为一门新兴艺术的视像艺术一经诞生,便表明了其对人类既有审美经验的突破。人类一种新的艺术形式一旦产生,总是以其独特的作品存在方式为其又一重要表征。视像艺术的产生,表明了艺术存在的又一种可能性,这种艺术的特征,具体表现在以下几个方面。

第一,由传统艺术的静态转向了视像艺术的动态。在对电影产生的意义进行进一步的分析之前,我们有必要对 20 世纪的主要艺术类型进行一些了解。20 世纪末期,在绘画艺术的表达方式上,人们已经不满足于对现实世界的客观表现,这

也许出于两方面的原因:其一,由于古典油画在艺术形式上已经达到了其巅峰,而从艺术史的发展看,人类的任何一种物质文化创造,从其诞生的那一天起,在不断成熟和完善过程中,总会在每一个时期达到其巅峰,然而一旦走向这个巅峰,同时也就意味着其衰变并开始走向没落。作为人类最古老的艺术形式之一的绘画艺术,在19世纪末期以其油画为主要代表,已经发展到了一个新的巅峰,其功用和形式上已经达到了相当完善而无法再向前发展的地步,那么这一现实就必然地呼唤新的创造物的出现,同时也就为新的发明和创造提供了新的契机,因此时代文化氛围必然呼唤一种新的艺术形式的出现。另一方面,在19世纪末期,传统艺术经过长期的发展,在其达到顶峰的同时,已经开始走向衰微,在新旧世纪交替变化的时刻,人们内心充满了变革的渴望,而作为对文学、戏剧、音乐等艺术形式进行借鉴与整合的电影艺术,既为人们的苦苦探索提供了一个满意的回报,同时也就必然成为人们的至爱,因为在此之前,还从来没有一种艺术形式如此地富有鲜明个性与独特魅力。其二,由于随着照相技术的发明与摄影艺术的兴盛,艺术开始日益走向民众、走向生活,与传统油画以王公贵胄为主要表现对象、画家必须受过良好的文化教育及艺术素养、进行创作时耗材耗工、对表现对象的写实性不够、画幅尺寸固定又不可复制的特点相比,摄影艺术则可以以普通大众为主角、摄影师只需要一定的技术培训、拍摄时瞬间即成又耗材低廉、对拍摄对象的真实性还原度极高、可以随意放大并无限复制,因此从诞生之初,摄影艺术作为一种新兴的艺术形式很快便大行其道。然而作为一门艺术,摄影仍然有自身的局限,因为它既不能使画面动起来,更不能使被拍摄对象发出声音,因此一种既能活动、又能发出声响的艺术形式的出现,就成为了整个时代的呼唤。当然,真正的声画艺术的出现,一直要到20世纪40年代录音技术有了很大的发展以后才可能出现。其三,从人类艺术史的发展来看,一种新的艺术

形式的出现,总是反映着新的时代人们新的审美观念的出现。随着历史的发展与社会的进步,随着工业革命浪潮的滚滚而来,伴随着蒸汽机的轰鸣,一个全新的时代——工业时代迅猛地到来。在这一时代,新兴的资产阶级迫切需要寻找到一种能够表现自己审美感受及理想的艺术形式。恰在此时,电影诞生,它那因光与影的交互作用而产生的丰富变化的活动影像,立刻成为新兴阶层竞相追逐的时髦玩意,甚至其快速变化的银幕影像,在某种程度上成为了充满动感与变革、富有节奏感的工业革命的具象表征。

第二,由传统艺术平面、静态的画面转向了视像艺术具有立体感的动态的声音与图像的统一。早在电影艺术诞生之前,虽然有与其关系密切的绘画、音乐、摄影等艺术门类的存在,然而这些艺术形式,无论是视觉艺术还是听觉艺术,无论其对现实世界的还原如何逼真、如何活灵活现,从时空关系上来看,它们都是一种静态的艺术形式。尽管音乐是一种流动的时间艺术,但由于它仅仅作用于欣赏者的听觉器官,所以其仍然是一种功能较为单一的艺术形式。而随着电影技术的诞生,这些静态的、单一的艺术形式受到了强烈冲击,且随着电影艺术的不断成熟与发展,逐渐地动态替代了静态,声画统一替代了单一的声音或画面,无论是艺术的格局或观念,都受到了极大的震撼,这就表明了一种崭新的艺术形式的出现。

第三,寻求艺术与技术的完美结合。视像艺术的最大特点,可以说是艺术与技术的完美融合,此前人类文明史上的所有艺术形式,从来还没有哪一类像电影一样对技术有着如此强烈的依赖性,甚至从某种意义上来说,如果没有技术的支持,就不会有视像艺术的诞生,更不会有其不断发展壮大的历程。影视是随着现代科学技术发展起来、并将随着科学技术的进步而不断发展的艺术。仅以电影为例,如果没有摄影机的发明,就不会有电影;没有现代科技模拟技术的发展,就不会有《侏罗纪公园》等现代科幻影片对恐龙世界的还原

再现。对光影变化的捕捉与视觉暂留原理的发现,使得电影作为一门独立的艺术而得以存在;影片倒放的偶然发现,彻底地改变了人们对现实物质世界的观察与体认;声音与色彩在银幕上的出现,在电影对物质世界的艺术还原上向前迈进了一大步;长镜头与变焦镜头的发明,不仅极大地拓展了电影艺术的视阈,同时也极大地改变了其美学与艺术属性;高速摄影的出现,带来了人们对“速度”的全新感悟;数字技术的出现,使得电影发生了质的飞跃,无论从制作还是观赏,都会给人类带来革命性的变化……总之,从静态的幻灯到动态的影像,从无声到有声,从黑白到彩色,从平面到立体,从窄幅到宽幅,摄影机从静止到运动,从焦点的定位到不断变化,从写实到虚拟……电影艺术每一次变化,都以其特殊的方式记录着现代科学技术的发展成就。正是在这个意义上,我们可以说视像艺术发展的历程,也就是艺术与技术不断融合的过程,一部视像艺术演变发展史,也就是技术不断发展变化的历史。

静态 动态 : 艺术传播方式的变化

传统文化艺术是一种静态的文化,其传播过程是一个单向过程,在对其欣赏和接受的过程中,一方面艺术作品本身是一种静态的存在状态,另一方面受众也是处于被动状态的接受个体或群体,因此在传统艺术的传播形态中,艺术品与艺术接受者之间至少在形式上是一种相对隔离的状态。作为迥异于传统艺术的重要表征,受众对视像艺术的接受方式也在发生着很大变化。在传统艺术的接受中,尽管有各种各样的不同的方式,但在接受的过程中,艺术欣赏者与艺术作品之间始终处于一种疏离的状态,基本上处于被动的过程,而视像艺术则是一种动态的文化形态,在其传播过程中,艺术品与艺术接受者之间是一种相互交流与互动的关系,且随着现代科学技

术的发展与进步,视像艺术在其传播过程中,已经真正实现了双向互动甚至多向互动,相信随着时代的进一步发展,科技的不断进步,这种互动将会成为当代视像艺术在其交流传播方式上的一个重要特征。

如果说,阅读数字压缩技术的发展,使得影片或节目内容的互动成为可能(如在阅读影碟中,你可以从一部影片的任意一部分开始,对影片进行重新整合与编排,从而体现出全新的内容),那么网络技术的出现,则使得电视节目可以真正实现多向互动。1995年,名为《现场》的第一部“交互影视剧”在《网络:轱辘增增城事网》的网址上播出,当观众在欣赏这部影片时,他们便不再是被动的既定情节的接受者,而是可以深入到影片之中,同影片中的人物交朋友,同时还可以深入到剧情之中,按照自己的意愿去修改故事脚本,组合故事情节,从而实现真正的互动。从此以后,各种交叉互动式的影片不断出现,只要有足够的时间与丰富的想象力,你完全可以按照自己的兴趣爱好来选择相关影片进行重新编导与任意组合。这样,在对视像艺术的欣赏过程中,受众不再仅仅是被动的接受者,同时也是主动的创造者。因此在视像时代,一件艺术作品的最终完成,很大程度上取决于受众参与的程度。

因此在视像时代,作为社会主体的人的主观能动性日益趋强而受动性日益减弱,交流性日益趋强而独立性日益减弱,共创性日益增强而原创性日益减弱,更为重要的是,信息发出者与接收者之间的关系日益密切、界限不断模糊、位置不断变化,真正的双向交流甚或多向交流也成为可能,这样不仅极大地提高了参与者的积极性,同时也极大地减少了信息损耗与知识误读,从而极大地提高了传播效果。

阅读 轱辘 :艺术主客体知识结构的变化

著名雕塑艺术家罗丹曾经说过:“对于我们的眼睛,不是缺

少美,而是缺少发现。”这句话某种程度上也成为了传统艺术对艺术创造者与欣赏者自身素养的基本要求。在既往时代,作为艺术的创造者与欣赏者,至少它应该具备一定的知识素养,一定的对艺术的兴趣与感觉。在这一时期,我们很难想象,一个人如果没有“绘画的眼睛”与“音乐的耳朵”,他能够很好地进行绘画与音乐艺术的创造与欣赏;一个人如果不能识文断字,他能够进行文学艺术的创造与欣赏……因此知识的储备与艺术的素养,成为了这一时期进行艺术创造与艺术欣赏的最基本条件与要求。然而到了视像时代,这种对艺术创造者与艺术欣赏者的基本要求,已经显得不是十分重要,甚至可以不成为最基本的要求。

在视像时代,人们随时随地地面对具体的图像与画面,镜头与画面成为了社会文化与人们生活中的最主要的因素,视像成为世界的本质,因此人们社会文化素养的获得与知识的掌握,由传统印刷时代的“阅读”转向了对图像的“观看”。也就是说,在视像时代,一方面人们的许多知识通过对视像的“观看”便可以获得,另一方面视像本身成为了知识的一种存在形式,甚至“视像即知识”。因此人们对知识的获得,不需要绞尽脑汁地识文断字,不需要十年寒窗地熟读经典,只需要在漫不经心的观看中便可轻松实现。

人们这种获得知识的途径及方式的变化,无形中也带来了人们思维方式的变化,如在印刷时代,由于人们面对的知识主要是以印刷文字的形式出现,因此人们的思维具有从感性到理性、从表象到抽象的不断深化过程。文字阅读的特点,就在于阅读者必须通过积极主动的形象思维将抽象的文字符号转化为具体的形象,在这一过程中,人的思维活动始终处于积极状态,而到了视像时代,“视像”成为了知识的主要表现形式,“视像思维”成为了人们主要的思维方式。如果说在印刷时代,一个文盲与一个学者之间的知识差异与思维方式判若云泥,那么到了视像时代,当面对同一个屏幕上的同一种视

像,一个文盲与一个学者之间知识上的差异与思维方式的不同将会被极度缩小,甚至可以忽略不计,因为具体可感的视像不需要太深的思维便可以直接接收。长时间面对一个视像时,人们几乎不需要去思考,因之视像思维视觉化、形象化、表面化的特点,直接地激发和助长了人们的思维惰性,对人类理性思维、抽象思维、逻辑思维进行了不同程度的弱化与解构,并有不断发展、愈演愈烈之势,尽管如此,然而我们不得不正视的是,在这一阶段,全体社会成员成为了认识的主体,人们认识的主要对象是图像世界;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,在视像阶段,没有什么是不可以用图像来表达的。在此情形之下,技术实现了对现实的彻底还原。在此前不同时代图画符号、文字及书籍对社会一部分成员的“屏蔽”,被随影视技术的日益进步而日渐丰富的各种视像所打破,从而为每一个社会成员知识的接受与掌握提供了更大的可能。正是这些特点,使得视像时代的社会成员形成了迥异于此前任何一个时代成员的独特的知识结构,这种知识结构的形成,必然地呼唤着与之相应的艺术形式的出现。

视像艺术的诞生,使得普通社会成员的生活,成为其重要的表现内容,其观赏对象,也由贵族变为了平民,其展示空间,也由特定的高雅之地变为了日常生活场所,所有这一切,都标志着对既往艺术形式所特有的高雅及神圣的消融与解构,因而视像艺术的诞生,也在某种意义上标志着对“艺术”的重新界定。因为从内容题材上看,视像艺术可以将人们身处其中的客观世界逼真再现,而更为重要的是,在观赏方式上,视像艺术从其诞生之初,绝大多数情形下,都在诸如咖啡馆之类的社会民众常常光顾的日常生活场所展映,这表明视像艺术与其他艺术形式在其表现形态上的最大差异,就在于其富有亲和力的大众性与深入社会成员日常生活的世俗性,也许正是在这个意义上,视像艺术被称之为“大众文化”或“世俗

神话”。

不仅如此,随着社会闲暇时间的不断增加,艺术的功能也在不断发生着变化,在视像时代,“家庭的逐渐瓦解,个人生活进入闲暇的转变,闲暇进入管理细节的常规程序的转变,闲暇成为棒球场和电影、畅销书和收音机的消遣的转变,这些转变会导致人内心精神生活的崩溃。很久以前,文化就被这些驾轻就熟的乐趣取而代之,因此,它已呈现出一个逃避现实者的特点。人们已经沉溺于个人的观念世界里,当重新调整现实的时机成熟时,他们才会重新调整他们的思想观念。人们内心的精神生活和理想已成为保守的因素。但是随着人们取消避难所能力的丧失——这种能力既不在贫民区也不在现代殖民地成长起来——人类已丧失构造出一个不同于他生存的那个世界的另一世界的能力。那个世界就是艺术世界。今天,艺术仅仅在那些坚定地表现出单一个体与残暴社会环境之间差别的作品中生存下来——像乔伊斯的散文和毕加索的格尔尼卡之类的绘画。这些作品所表现出来的悲伤和恐怖与那些根据合理原因而对现实或对反对现实的叛乱感到厌恶的人的情感不相一致。艺术作品背后的潜在意识是从现实世界剪裁下来的一部分,因此,它不得不变为古怪、不协调的形式。这些冷淡的艺术作品,由于保持着对作为反对现实存在荒谬的个体忠诚,这样,它们就保存着先前伟大艺术作品的真实内容,这些艺术作品比今天喋喋不休的谈论类似和谐的任何作品更紧密地与拉斐尔的圣母像和莫扎特的歌剧艺术相联系;在今天,笑容中包含着狂乱,而仅仅在狂乱者忧郁的脸上,仍然保留着希望的标记。”^①艺术功能的这种变化,表面上看起来似乎意味着人类某种精神的衰微,其实也许是以另一种存在方式继续其生命历程。

^① 麦克斯·霍克海默著 李小兵等译《批判理论》,第 444—445 页,重庆出版社,1989 年。

对新的艺术审美范畴的建构

一种艺术的兴盛,有赖于其艺术审美范畴的确立与建构。电影艺术一经诞生,便显示出了其作为综合性艺术的极大魅力,这种区别于既往艺术形式的独特魅力,主要体现在以下几个方面:

其一,其独特的视听感受形式,为人们带来了一种全新的审美体验。人类的科学研究表明,对于感觉器官正常的人来说,其所接收到的信息,百分之九十五以上都依赖于视觉器官与听觉器官,因此在人的五官感觉之中,视觉与听觉具有非同寻常的意义。在电影诞生之前,人类的艺术形式中,既有作用于人的视觉的艺术,也有作用于人的听觉的艺术,电影的诞生,使得人类的视觉与听觉第一次结合起来,这种感觉器官的“强强联合”,极大地丰富了人们的视听感受,为人们带来了一种全新的审美体验。而电视的被发明,则极大地拓展了这种体验的疆域。

其二,作为一种全新的思维方式的视像思维,极大地拓展了人们的认知方式。作为视像时代所特有的思维方式,视像思维是一种基于影像的思维方式,它既不同于以往文字印刷时代的思维方式,亦不同于日常生活中的具象思维,它既以视像为思维对象,又以其为思维方式,并最终以其为思维结果,因此视像贯穿于整个思维活动的始终。因此正如当代一些理论家所言:“人们可以把电影在上面放映的幕布与绘画驻足于其中的画布进行一下比较。幕布上的形象是会活动的,而画布上的形象则是凝固不动的,因此,后者使观赏者凝神观照。面对画布,观赏者就沉浸于他的联想活动中;而面对电影银幕,观赏者却不会沉浸于他的联想中。观赏者很难对电影画面进行思索,当它意欲进行这种思索时,银幕画面就已变掉了。电影银幕的画面既不

能像一幅画那样,也不能像有些现实事物那样被固定住。”^①在这流动不息的画面运动变化中,人们欣赏传统艺术时静态的思维方式将会得到极大改变。

如果说人在阅读时需要一种思维的转化,那么当人们面对具体的视像时,作为以电影与电视为其艺术本性特征的视像艺术,既不依附于戏曲,也不依附于文学,而是有其独特的品性。所谓“综合艺术”或“第七艺术”、“第八艺术”之说,实际上是否认了电影电视作为一门独立艺术门类的本质特性。既然是视像艺术,那么就要通过视像本身来叙述。今天的中国电影与电视,正处于这一转型过程之中。

据此,我们可能会对视像艺术有这样一个基本的定义:广泛运用现代科技影像手段与方法,通过艺术家对客观世界的主观的视像还原(再现),满足人们窥视心理及娱乐愿望并取得相应商业利润的艺术。

对以上界定,我们可以从以下几方面理解:首先,对客观世界的真实再现,是视像艺术的一个重要功能。虽然视像艺术总是建立一种假定性的真实,但这种真实是一种带有强烈主观色彩的真实,所有视像艺术家所要表现的“客观”,都是艺术家本人主观意识中的“客观”;所有“真实”,都是艺术家眼中所看到的“真实”。尽管如此,然而不可否认的是,无数的视像艺术工作者,总是力图做到对客观世界的真实再现。其次,视像艺术从外部看,是借助于高科技手段,对客观世界的主观再现。但从其功能上看,是为了满足人们的窥视欲。因为视像艺术虽然是为了商业目的而被发明的,但为了达到这一目的,最有效的策略便是尽力满足人们各种不同的窥视欲。窥视是人类的本能,无论是渔猎时代对捕获对象的关注,还是静处山洞时对外界的观察,早在史前时代,人类就已经完成了窥视的心理积淀。窥视的需

^① 麦克斯·霍克海默著 李小兵等译《批判理论》,第 444—445 页,重庆出版社,1989 年。

求与愿望成为了人类许多重大发明与创造的原动力。视像以直接的、形象的方式,直接地满足或舒缓了人类各种不同的窥视欲,这可以说是视像艺术的最大功能。再次,视像艺术与其他艺术不一样,它是一种商业化的艺术。既然是商业化的艺术,就要符合商品经济的规律,就要追求利益的最大化。最后,视像艺术是广泛运用现代科技影像手段,并随着现代科学技术发展起来的一门艺术,而且它必将随着现代科学技术的进步而不断发展。科技影像手段的广泛运用,使得艺术家对客观世界主观的视像还原成为可能,因为对客观世界真实的再现是人类的一个永久的梦想,人类在很早时候就力图表现对现实世界的真实再现与客观还原,然而真正实现对现实世界的真实再现与客观还原,却是在视像时代到来之后。

通过以上简要的概述,我们认为完全可以将以影视为主体的艺术形态在“视像艺术学”的学科分类下进行专门的研究。当然,对于一门新兴学科来说,由于其尚处于初始的发展阶段,且正处在不断的动态发展过程中,虽然许多人进行研究并取得了卓有成效的建树,许多专家从各自的学术体例下(如电影学、广播电视艺术学、传播学以及大众文化研究等)对其进行了深入的研究,然而作为一门新兴的、独立的学科,其内涵、外延及更进一步的学科构架,迫切需要得到更多的关注与探究。

十四、视像与电子游戏

322

游戏本质的人类学视阈

人类在其自身文明的建构及发展过程中,总是试图对一些现象的本质作出形象的思考与探索。在这一过程中,人类的游戏理所当然也就成为了人们思考的对象。

在哲学与美学史上,德国哲学家康德在其《判断力批判》中首先提出了艺术与游戏的关系问题:“艺术也和手工艺区别着。前者唤做自由的,后者也能唤做雇佣的艺术。前者人看做好像只是游戏,这就是一种工作,它是对自身愉快的,能够合目的地成功。后者作为劳动,即作为对于自己是困苦而不愉快的,只是由于它的结果(例如工资)吸引着,因而能够是被逼迫负担的。”^①现在有一些教育家认为促进自由艺术最好的途径就是把它从一切的强制下解放出来,并且把它从劳动转化为单纯的

① 康德著,宗白华译《判断力批判》(上卷),第181页,商务印书馆,1955年。

游戏。”^①

直到 1909 年,席勒在其《审美教育书简》中,第一次比较系统地将其上升到学理层面进行探讨:“我们知道,在人的一切状态中,正是游戏而且只有游戏才使人成为完整的人,使人的双重本性一下于发挥出来……人与令人愉快的东西,善的东西,完善的东西在一起仅仅感到严肃,然而他却同美游戏。”^②因此他在其名著《审美教育书简》中提出,游戏既是人的综合感性和理性冲动的产物,又是产生美的对象的人性内在的根据,而且他明白无误地对游戏作了人类学本体论的界定:“只有当人是完整意义上的人时,他才游戏;而只有当人在游戏时,他才是完整的人。”而且他认为,这条人类学本体论的基本原理“将支撑起审美艺术和更为艰难的生活艺术的整个大厦。”^③通过这一论述,他建构了“这样一种审美人类学的艺术起源论序列:需要——精力过剩——自然的 游戏——外观——审美的 游戏——模仿——艺术。”^④

从人类学的研究看,人类在其自身的发展过程中,有一个“幼态持续”^⑤的过程。所谓“幼态持续”,就是从人类种系进化来看,在许多重要方面,人类的成体保留了灵长类祖先的幼年特征,这种进化现象就叫做“幼态持续”,按照字面意思理解就是“保持幼年状态”,或者说通过延迟发展保留胚胎或青少年的特征。这种赋予成年人某种胎儿或幼兽的特征的年轻化现象,在生物进化上常常具有丰富的意义,主要是它把新生的族类从为着适应某一特殊的环节而产生的狭隘的特性中解放出来,并且

① 康德著,宗白华译《判断力批判》(上卷),第 140 页,商务印书馆,1953 年。

② 席勒著,张玉能译《席勒散文选》,第 104 页,百花文艺出版社,1986 年。

③ 席勒著,张玉能译《席勒散文选》,第 104 页,百花文艺出版社,1986 年。

④ 张玉能《席勒论艺术的人类学根源》,《三峡大学学报》(人文社科版),2004 年第 4 期。

⑤ 对于这一观点的系统论述,见杨宁《人类行为的幼态持续——兼论游戏的本质与意义》,《学前教育研究》,1995 年第 3 期。

如果这个年轻化的现象与脑的发育相伴而行 ,还有利于发展出全面的能力和多重适应的品质。

这些 “幼态持续 ”的特征在人类进化中起着核心作用 ,无论是从身体还是从行为方面来看 ,“幼态持续 ”都是灵长类的普遍特征 ,由于 “幼态持续 ”的存在 ,人类个体各个发展阶段之间的边界不像动物那样明显 ,发展的敏感期难以确定 ,任何特定经验或刺激抑制的不足导致发展缺陷的可能性也减少了 ,行为在更大程度上反映了不同发展阶段、不同反应模式和不同动机系统的混合。

相对于动物而言 ,人类个体缓慢的大脑发育不仅允许行为为可塑性的发展 ,而且可能保护年幼的有机体不受过度刺激的伤害。有人提出 ,个体感觉和运动神经系统的缓慢发展可能在早期发展中具有一定的适应作用 :新生儿有限的运动能力使他们不能随意远离母亲 ,因此提高了其生存机会 ;与此同时 ,个体的感觉限制也减少了他们接受的信息量 ,从而有利于他们建造一个简单的和可理解的世界。在这一行为过程中 ,人类婴幼儿的游戏行为在其对世界与周围环境的体认中就发挥了重要的作用。研究发现 ,婴儿对视觉复杂性的喜爱随年龄的增长而增加 ,年幼婴儿比年龄大一些的婴儿更喜欢复杂性较低的刺激。通常是较少轮廓的刺激 ,这似乎表明 ,在婴儿身上存在一种知觉刺激的最适宜水平 ,它随年龄不同而不同。而另一方面 ,许多文献也表明 ,给予发育不良或在孤儿院中抚养的婴儿以丰富的视觉、触觉和动觉刺激会促进他们知觉和智力的发展 ,似乎有理由相信 ,提供知觉方面多变和丰富刺激的环境会促进人类婴儿的发展。而在现有的研究中 ,人类的游戏行为是最适宜于婴幼儿成长的一种刺激。从文化心理角度看 ,“幼态持续 ”的适应价值在人类社会的复杂性远远超过动物界 ,可变性也大得多 ,这就使得人类比其他物种更多地依赖于学习和行为的塑造来获得成功 ,需要一个延长的童年期来获得成功所必需的知识储备。

毫无疑问,在许多动物的不成熟阶段都广泛存在着游戏现象,在那些行为上灵活而且特别是在延迟性成熟的有机体身上最有可能出现游戏行为。我们不能说动物游戏是因为它们幼稚和喜欢嬉戏,相反应该说动物有一个幼稚的时期是为了游戏。因此,游戏是人类行为“幼态持续”的具体体现,同时又是“幼态持续”影响发展的工具。著名音乐教育家布约克沃尔德更是呼吁:人类从生命的一开始到生命的结束,始终保持游戏的能力与人类的生存性命攸关。儿童游戏的意义不仅十分重要,而且儿童游戏的好处也是显而易见的。许多理论家相信,游戏能推动儿童工具使用和问题解决能力的发展,促进儿童自我概念的发展,推动语言和思维的发展,帮助个体宣泄不良情绪和适应环境。此外,游戏给幼儿提供了发展动作技能、实际掌握社会行为的机会,以及通过在本能最小的情境中进行各种尝试与学习的机会。儿童对于自然的那种连续性的生态学的感受,在根本上是审美的,具备了一种既了解又可以化身进入的力量而充满欢乐。同时,它也是对自己创造性力量的感觉。就儿童,特别是幼儿的学习来讲,他们获得概念主要是通过实例与具体操作的方式,是自下而上地进行的。儿童的概念是在同步的、总体感受中形成的,有的时候可能主要是视觉,有的时候可能主要是听觉,但大背景总是两者结合起来的整体,而视、听也只有在这个整体中才获得其意义。从根本上讲,学习过程是一种微妙的生态平衡,通过这个过程,如果一切都进行得顺利,孩子们就会形成完整的人格。他们已经可以十分自然、无拘无束,在游戏中学习,把学习视为游戏。由此可见,游戏不仅是人类特有的一种“幼态持续”的社会文化与生物心理现象,同时它也在人类的成长中具有重要的意义及作用。

在视像时代,游戏的形式可谓争奇斗艳、五花八门,但其中影响最大、最具代表性的,当属电子游戏。电子游戏作为一种崭新的艺术形式,已悄然走入人们的生活,俨然成为了一种审视生

活的态度,我们依靠着制作师们的天马行空的奇思妙想,在这个亦真亦幻的世界里自由地驰骋。随着时代的变迁,技术的发展,电子游戏也逐步迈入臻于成熟的黄金时代。电子游戏拥有了更自由的互动性,产生了更广泛的艺术性,形成了更深邃的文化性。它蕴含着五味杂陈的人生感悟,迸发着永无穷尽的理想火花。电子游戏开始成为各大媒体所共同关注的焦点,而铸就今日辉煌的奥秘正是隐藏在电子游戏背后的人类文化心理与审美诉求。由于电子游戏与电视节目相对还有一些距离,所以本章试图主要通过电子游戏与电影的关系以及两者在互相借鉴过程中所体现出来的共通之处及矛盾冲突,来讨论电子游戏与视像艺术之间交叉与分离的特点,以及两者在未来发展中可能达到的无限广阔的艺术空间。

326

电子游戏的特质

所谓电子游戏,权威词典是这样定义的:

利用操作装置通过中央处理器调用存储器中的游戏程序显示出图像和声音的电子游戏机来进行的游戏。有依靠电池供电(或家用电路上接上整流电供电)的手控机关进行(手控式)和利用电视屏幕、计算机终端进行(显示式),以及利用设在游艺室内的大型设备进行等多种。始于 20 世纪 50 年代末。已形成许多种游戏项目。^①

概括起来,电子游戏不外乎以下一些特质:其一,以现代计算机技术为主的强大技术支持;其二,游戏过程与结果在视像屏

^① 《辞海》,第 525 页,上海辞书出版社 1989 年缩印本。

幕上进行与完成 ;其三 ,所有场景、人物及情节的虚拟化再现^①。但是 ,从电子游戏的最新发展动态看 ,以上三个方面还不能完全表现出其重要而又独特的一面 ,于是我们有必要将其放在一个更为宏大的视野中去观察。有人将电子游戏称之为继表演艺术(如音乐和舞蹈)、造型艺术(如绘画和雕塑)、语言艺术(如文学)、综合艺术(如戏剧和电影)之后的“第五类艺术”。也有人将电子游戏称之为继音乐、绘画、雕塑、建筑、舞蹈、文学、戏剧、电影之后的“第九艺术”,虽然称呼不同 ,但两者都在试图为电子游戏寻求合法性存在的定位的同时 ,表明了其作为一种独立的艺术门类的风格及特点的形成。

早期的电子游戏 ,结合了音乐、绘画、文学这三类艺术形式 ,而作为作为一种独立的艺术门类 ,电子游戏应具备以下三个方面的基本条件或者说基本特点 :其一 ,交互性 ;其二 ,开放性 ;其三 ,虚拟现实^②。所谓交互性 ,即通常我们所说的“人机交互”(人机交互是人与计算机的交互) ,即在电子游戏过程中 ,人与计算机、人与人通过网络而实现交流互动。如果继续发展 ,随着交流互动的更加深入 ,交互双方不仅可以彼此看见对方的形貌、听到对方的声音 ,甚至还可以感受到对方的气息。这种交互性的游戏 ,带来了两个鲜明变化 :其一 ,不同于现有任何一个有情节的游戏中都需要一个完整的人物对话剧本和足够的 晕脱^③等预设的对话文字 ,游戏者才能够从 晕脱处获得足够的信息 ,而是游戏中的人物对话剧本和 晕脱将会变得不再必需 ;其二 ,游戏者在完全交互式的游戏中可以扮演任何类型的角色 ,因为完全的

① 当然 ,随着技术的进步与观念的发展 ,目前已经出现了真人拍摄的电子游戏 ,但在这些游戏中 ,作为现实生活中的真实的人已经失去了其固有的身份、个性及其社会背景 ,他在游戏中只是作为一个具有虚拟化性质的游戏角色而存在。

② 这一节主要观点参阅了萧雪枫《新世纪的电子游戏——第五类艺术》,原文发表于《电子游戏软件》1999年第10期。

③ 晕脱英文 晕脱是晕脱的缩写。他们是非玩家控制的人物 ,玩家可以和他们进行交流 ,并获取有用的信息。

交互性保证了游戏中的任何人物都可以由游戏者来担任。比如在一个即时战略游戏中,你既可以做一个运筹帷幄之中、决胜千里之外的将军,也可以做一个亲临战场奋勇杀敌的士卒;在一个砸场^①中,你既可以做救民于水火、解民于倒悬的济世英雄,亦可以去扮演老谋深算、心狠手辣的黑社会老大,或者干脆去扮演一个善于见风使舵、八面玲珑的坐探,所有这些,完全取决于你本人的身份认同意识。

所谓开放性,并非指游戏玩家可以随意地出入于游戏场所或过程,而是指游戏的过程与结局完全开放,也就是说,一个电子游戏不是像传统的游戏一样,可以一遍又一遍地玩,直到通关,而是玩家在每次玩它的时候,都能够通过不同的方式得到不同的感受并获得不同的结果,这就是所谓的“开放性结局”,即该游戏的结局并不由游戏开发者来定,而是由游戏者来定,而游戏开发者仅提供给游戏者一个大环境、大背景。

所谓虚拟现实所说的“现实”,指的不是人们所生活于其中的现实,而是游戏中的“现实”。当然,游戏中的“现实”也是以生活中的“现实”为蓝本的,只不过它是虚拟的,而人们在这一虚拟的环境中完全可以体验到真实的感受。当然,虚拟游戏中的现实更深切地依赖于计算机技术的发展,诸如灾砸头盔^②、可

① 砸场英文全称 砸场子,砸场子意思就是角色扮演游戏。玩家必须扮演游戏中的一个角色,这个角色是游戏中的一个人物,这个人物必须在游戏所有的环境下有一定的行为准则和行事方式。

② 灾砸头盔:灾砸是英文 灾砸的缩写,意为虚拟现实。虚拟现实直接将我们投入到虚拟的三维空间中去,与交互的环境融为一体。在这个虚拟的世界里,我们能够自由的运动,观看风景,就和真实的世界一样,我们有着足够的自主性,我们甚至可以捡起一块石头攻击敌人。灾砸头盔能提供更好的多人之间的交互,提供更加逼真的虚拟环境,从而使人们能够享受其中的乐趣,带来更好的娱乐感觉。目前已经开发出来的,在视觉方面有头盔式立体显示器等,在听觉方面有三维音响输出装置等,力觉、触觉、运动感方面有数据手套、数据衣等,以及一些语音识别、眼球运动检测等装置,在未来还会开发出味觉、嗅觉系统,那时,虚拟现实将更加真实,虚拟现实技术也会更加先进。

穿戴计算机^①等,皆可以帮助我们实现这一愿望。以上种种变化,将会引发电子游戏的重大变化:首先,游戏开发者将会把开发重点集中在游戏所提供的故事环境、场景以及游戏基本引擎上,他们要完成的主要任务就是构建一个能够深深吸引玩家的“非常真实的虚幻”,至于游戏中原先占重要地位的人物及其语言、事件序列、场景顺序、结局设计等将归于次要地位,这些部分基本上都可以由游戏者来决定;其次,游戏开发者的身份角色不断模糊,到那时,不仅仅只有程序员能够开发游戏,任何一个作家、商人、学生、运动员甚至一个学龄前儿童,每个人只要有兴趣与能力,都可以来“开发”游戏;其三,由于技术的不断进步,生活的“真实”与游戏的“虚幻”之间的界限日益模糊。

电影视像与电子游戏的关系

329

虽然同为视像艺术的两个不同门类,但电影与电子游戏的起源与发展道路是不同的。比起传统艺术门类,电影诞生的历史虽然不是太长,距今仅仅百多年时间,然而电影在这一段历史发展进程中,不断完善摄影机的技术手段和表现手段如镜头变化、蒙太奇、快速摄影和慢速摄影等,同时汲取了大量其他的艺

① 可穿戴计算机是一类超微型、人-原机“紧密结合与协调”的可穿戴移动信息系统,是手机、笔记本和掌上电脑之后的新一代计算机,是计算机的尖端技术产品,它拓展了计算机功能,是一个可穿戴、多媒体、多功能、多形态、开放式和移动计算平台。可穿戴机是人机合一的产物。计算机虽然代替不了人,但可以增强人的能力、感知,使人真地具有三头六臂。从宽泛的概念来看,近年来为人们所熟悉的 光盘、手机、PDA 和手机都实现了可穿戴机的部分功能。穿戴机不需要主干网,每台机器都是自己的中心网,出现问题可以自组网络。现在的可穿戴机已经做到衣服内部,使用计算机就如同穿衣服。有的可穿戴机被做到手表、背包、戒指、发卡等人们随身携带的小饰品中。有人还试图将可穿戴机压缩成片,将计算机芯片植入人的皮下。麦克卢汉在上个世纪 70 年代就提出了“媒介是人的延伸”,今天的可穿戴计算机正在实现着人各个器官的功能,并延长着每一个功能。在穿戴计算机时代要实现的就是,将人围着计算机转转变为计算机围着人转”。从大型机到台式机到掌上电脑,科学家正在尽可能地缩短人机之间的距离,以最终实现“零距离”。

术形态,如文学、音乐、造型艺术等,作为自身的补充成分并对其进行融合改造,因而被公认为一种业已成熟的具有独立特质的艺术门类形态。

与相对于电影源远流长的历史相比,电子游戏的历史要短得多。1947年,第一个电脑游戏程序《宇宙战争》由美国麻省理工学院的辐射实验室开发完成;1957年,出现了第一台商业化的电子游戏机,而第一个商业化的电脑游戏软件《巫术》则更是到了1985年才问世。虽然诞生至今还不到半个世纪,但是借助电脑硬件技术和图像处理等高科技手段,以及吸收包括电影、文学作品、音乐等艺术中的精华,电子游戏进步之神速有目共睹,在某些方面,例如“愉悦”化的面部情绪表现和人物动态骨骼捕捉系统等,甚至达到了目前连一般电影技术手段也难以企及的高度,就其受众的广泛程度和影响力而言,电子游戏完全能够与电影分庭抗礼。

除了综合性方面,电子游戏在娱乐性上与电影也有着惊人的相似之处。电影从诞生的第一天起就开始成为娱乐的工具,人们在此感受快乐,享受人生,实现着一个又一个现实无法赋予的美丽梦幻。单从这一点而言,电子游戏便与其产生了极为相似、相互共通但又不尽相同的诸多特点。人们对于娱乐有着多方面的诉求,通过华丽的布景、宏大的场面、超炫的动感、天籁的音乐,电影以高科技的手段有效地实现了这种视觉、听觉的双重冲击。而电子游戏除了制作精美的“愉悦”的画面、逼真的音效外,还体现出另一种娱乐的效果——互动。它让玩家不仅感受到而且能够亲自参与,在通过角色扮演剧情中的主人公并掌控他的言行方面,电子游戏显然比电影略胜一筹。

① “愉悦”是英文“愉悦”的缩写,原意为计算机制图技术,即“图形学”或“电脑图形学”。内容从纯艺术创作到广告设计,可以是二维三维、静止或动画,广义的还包括网页和悦音。现在的“愉悦”概念正在扩大,延伸到很多领域,由愉悦和虚拟技术制作的媒体文化,都可以算“愉悦”的范畴。

正因为电子游戏与电影的这些共同点,两者之间的相互借鉴日益增多。但是,由于电子游戏与电影在本质上的区别,两者在相互借鉴的过程中又不可避免地发生冲突。这种现象展现出电影视像与电子游戏之间目前相似又相异的奇妙关系,而随着各自的发展,电影与电子游戏最终还是会走上相互促进的共同繁荣之路。

电影视像与电子游戏的互相借鉴

如果你对电子游戏(主要是电脑游戏)和电影都很熟悉,你就会发现现在的电子游戏越来越像电影了。充满魅力的情节、恢弘规模宏大的背景配乐、熟练的镜头切换等——这些电影艺术的常用手法,已经成了各大游戏厂商最乐意的借鉴对象。游戏厂商们越来越多地运用电影中的一些手法来吸引众多玩家的眼球。而这种借鉴并不是单向的,电影也在电子游戏的成功中看到了它的优势,电子游戏中常见的表现手段被广泛地运用到电影中去,游戏的理念也给电影带来了新的叙事方式。

一方面,是电子游戏对电影视像的借鉴。电子游戏对电影的借鉴,最常用的莫过于用剧情抓住玩家的心。我们知道,一部影片最吸引人的地方就是它的剧情,游戏也是如此。比起十多年前,现在的游戏再也不是那种简单的外星人入侵、拯救公主的套路了,尤其是那些大制作的**好莱坞**、**砸钱**游戏,一般都有一个完整而宏大的剧情结构。说到底,**砸钱**就是讲故事,很多游戏把战争、爱情、友情、冒险等因素糅合在一起成为题材。大多电影公司都有自己的资深编剧,有时候,这些编剧

① **好莱坞**:指美国加利福尼亚州的好莱坞地区,是电影工业的代名词。**砸钱**:指投入大量资金进行游戏开发。**砸钱游戏**:指投入大量资金进行开发的游戏,通常具有宏大的剧情和精美的画面。玩家扮演游戏中的主角,通过跳跃、攀爬、格斗、射击等一系列动作,开动脑筋解开每一个谜题,通过仔细观察,找寻一个个机关,以寻找宝物或“上级”交给的任务为目标,展开冒险。此类冒险类游戏的代表作是《古墓丽影》。

和导演一样,也会成为公司的金字招牌。事实上,在电子游戏界也有专业的剧本创作人来编写剧本。比如 光荣公司^①的冈本吉起属下就有一个专业的剧本写作公司——云雀屋^②,当年被重新制作的《生化危机 圆》的剧本就是由这个公司完成的;长坂秀佳的悬念小说使 光荣公司^③的系列“电子音响小说”(一种游戏)取得了成功;《最终幻想》系列的剧本是北籓佳范编写的。游戏中唯美的爱情故事、奇特的幻想世界抓住了众多玩家的心。可以说,一部游戏就是一部动作片、爱情片,区别在于,这部影片是可操纵的。

另外,在这里不得不说的还有 光荣公司^③的《合金装备》系列,它的剧情的丰富和严谨令人咂舌。在游戏中,一群恐怖分子占领了美国的一个核军事基地——影子摩西岛,并威胁如果不答应他们的要求就要发动核攻击,为此,军方派遣超级特工 索罗^④去解决整个事件。经验告诉我们,整个事件绝对不会那么简单,背后一定隐藏着巨大的阴谋。通过游戏最后一段没有影像的秘密录音,我们才知道,原来美国总统才是整个事件的幕后操纵者,那些叛乱分子只是他手中的一颗颗棋子而已。这样扣人心弦的复杂剧情,这样大手笔的制作是好莱坞间谍片的一贯风格,光荣公司^③的王牌制作人小岛秀夫把这种手法成功地搬到了游戏中,再加上“反核”主题,使这款电子游戏取得了巨大成功,全球销量超过 近百万套。圆年^⑤末,小岛又推出了续集“自由之子”。这次的主题是“反对基因战争”,剧情同样激动人心,甚至有些类似于英国的 花园^⑥,不过 索罗^④倒是没有 花园^⑥那么多的桃花运。索罗^④在上次事件发生两年后作为传说中的英雄回归,故事加入了新角色,解开了上代中幕后操纵者总统的身份之谜,并留下了更多的谜题和悬念,

① 日本的一家著名游戏公司。

② 日本著名的游戏制作公司。

③ 日本的一家游戏公司。

这种制作理念实在和电影《终结者》、《回魂》等系列影片有着异曲同工之妙。

同时,越来越逼真的情节和画面让玩家们的发现,似乎无法分清自己是在玩游戏还是在看游戏。如果说剧情只是电子游戏的一个骨架,那么怎样去表现才是更具有吸引力的关键。《最终幻想》之父坂口博信是一个立志要当导演的游戏制作人,早在1988年他就声称自己的工作就是一个导演。史克威尔^①是最早提出电子游戏电影化概念的公司之一,而从游戏《最终幻想》开始,该公司一直是整个电子游戏电影化运动的先驱。在游戏中,插入了大量高质量的动画来表现剧情,最著名的就是《最终幻想》里面那段舞会的忧郁和由王菲演唱的片尾曲《寂静之声》的动画了。《最终幻想》最大的特点就是它的游戏场景过渡到动画时显得很自然,比如在电波塔上的巨大雷达升起来的场景,还有男主角斯考尔营救被困在悬崖边上女主角莉诺雅的场景等,都给人留下了深刻的印象。还有一组非常电影化的经典镜头:史克威尔的大哥在密室和教团的使者密谋,为了逼他就范,使者将他用毒药杀父的所作所为全盘托出,这时镜头一转,史克威尔的二哥在门外听到了这个消息,这时的背景音乐也由诡异突然变得很悲愤。这一幕运用了几个很合理的旋转镜头,将家庭的矛盾刻画得淋漓尽致,也为以后的兄弟相残打下了伏笔,具有很强的戏剧效果。很多时候,我们重新去玩这些游戏时,似乎只是为了再次回味那些曾经让我们感动不已的镜头。

小岛秀夫也是如此,他从小是一个电影迷,用电影那样的镜头切换来表现电子游戏是他的梦想,这一点玩过《合金装备》的人都很清楚,并且对《合金装备——自由之子》中(游戏中的主人公)躲避子弹的那一幕绝对不会陌生:大雨倾袭的油轮甲板上,奥尔加一发冷枪射向史克威尔,镜头突然放慢,来了

...

^① 日本的史克威尔游戏制作公司。

个猿猴度的大回旋,子弹掠过奈摩的脸庞时产生的热浪使画面产生了扭曲。这让人很容易就联想到《黑客帝国》中经典的“子弹时间”,而小岛正是把它成功地移植到了游戏之中。小岛在《合金装备 圆——自由之子》中用了大量的电影表现手法,比如多视角的切换、镜头的摇移等方式。在甲板上,采用高空俯拍方式,视野广阔;船舱内则多用镜头跟踪的方式;此外,还有主角的第一人称视点、望远镜视点,让玩家更自由、更真实地进入游戏中去。不仅如此,当主人公从水中出来时,溅起的水花还会在镜头前留下水珠,这种细致真实的手法让人不得不为之感叹。而在表现固定剧情的时候,小岛更是淋漓尽致地展现了自己的导演功底。如果把游戏中那些过场 悦郎串起来的话,可以毫不夸张地说,那就是一部电影。

除此之外,电子游戏在一些细节上对电影也进行了有趣的模仿。比如标题画面,在以前的电子游戏里往往是游戏开始前的选项画面,现在则有了一些变化。如在《合金装备 猿猿猿》中,奈摩云先通过地下河到达敌军基地底部,要努力绕开敌方视线,进入电梯。在这个过程中,屏幕上一组一组地打出 悦郎导演、音乐、角色设定等名单,一直到进入电梯后,游戏会给奈摩云一个大特写,游戏的标题才会正式出现。在通关后,制作人员的名单则是上拉式的,在《最终幻想 愿》片尾,还在屏幕左边配上类似成龙电影那种花絮式的小格动画。这一切简直像极了电影。再比如,电子游戏中的字幕,以往的 砸那游戏,人物的对话字幕都是以漫画式的方框来表示,而到了 圆世纪,大家似乎都开始喜欢用电影那样的下挂式字幕了。比如《最终幻想》、《生化危机》、《鬼泣》、《莎木》,全是下挂式字幕。在《生化危机》里,发生剧情的时候,还特意把画面上下都去掉一部分,造成一种遮幕式的电影效果,配上字幕,甚至,在《最终幻想 戟》和《莎木》的国际版中,我们还可以自由选择语言种类及发音,如英语,甚至是法语、德语。

另一方面,则是电影视像对电子游戏的借鉴。从电影借鉴电

子游戏的角度来说,最直观的就是出现了许多改编自电子游戏的电影。当然,最初的探索并非一帆风顺,在经历了一些惨痛的失败教训之后,经过相当长一个阶段的沉寂与反思之后,电影制作商又开始蠢蠢欲动了。《古墓丽影》、《最终幻想》、《生化危机》等先后被搬上电影。这些影片的内涵和质量与早期试验阶段的拙劣产物已不可同日而语了。《古墓丽影》和《生化危机》均由真人出演,辅之以电脑图像合成的游戏场景再现,而《最终幻想》则是一部彻头彻尾的全三维、惊悚动画电影,故此更显意义非凡。

自1997年11月《最终幻想 Ⅹ》创造破天荒的单月销售100万份纪录以后,索尼电脑娱乐制作人坂口博信就已经在酝酿电影版的拍摄事项了,之后该项目正式得到索尼董事长出井伸之的批准,并落实了哥伦比亚影业公司作为投资1.5亿美元的全球发行商的地位^①。这部影片的情节与游戏背景类似,讲述了1999年科学家们努力从外星人手中夺回地球,然而人类军队的首领为了实现自己全球制霸的计划,研制使用一种不仅可以摧毁外星人而且可能毁灭地球的武器,两者之间发生了冲突,海因将军也在军人的职责和对美丽的女科学家艾琪·罗斯的爱情之间矛盾不已。自1995年《玩具总动员》及其续集以全三维手法塑造卡通玩具的造型而开全三维电影的先河以来,《最终幻想 电影版》是第一部以全三维、惊悚动画来表现真人的作品,这是空前艰巨的任务,因为人类的肌肤和头发等细节包括面部情绪变化,都极难用计算机来模拟。尽管高新数字技术还远没有达到创造一个完全令人信服的虚拟人物形象的地步,但《最终幻想》

^① 当年索尼电脑娱乐还属于任天堂阵营内,索尼大力扶持它以换取“最终幻想”(云)对索尼的支持,然后让哥伦比亚电影公司(1993年开始成为索尼的全资子公司)与之合作拍摄电影版的最终幻想,而让索尼电脑娱乐连续两个财政年度亏空,并且索尼乘机以“高尚”的举动进入资助,成为索尼电脑娱乐第二大股东(1995)。这迫使索尼电脑娱乐于1996年11月,通过子公司方式重返任天堂阵营,专门负责《最终幻想》及《最终幻想 战略版》和《最终幻想 水晶编年史》,而成为了索尼和任天堂之间真资格的“双面”间谍。

电影版开发总部的百多位精英还是揭开了电影史上崭新的一页。主创人员包括 乔治·卢卡斯从担任《铁达尼克号》和《阿波罗 13 号》电脑特技制作的 视觉特效公司网罗的 15 名英才,以及《阿波罗 13 号》的编剧,还有担任配音的亚历克·鲍德温、唐纳德·萨瑟兰和詹姆斯·伍兹等影界大牌,这是一场电子游戏界与电影界的天作之合。这部由电子游戏改编的电影已经全然摆脱了以往同类作品的幼稚,它力求融东方文化与西方文化、游戏艺术与电影艺术、动画风格、绚丽图像技术与真人电影拍摄手法于一炉,成为电子游戏与电影相互借鉴的一个极佳案例。

《古墓丽影》和《生化危机》虽然在数字技术上没有像《最终幻想》那么极致,但是同样也成为了电影取材于游戏的成功范例。说到《古墓丽影》,一定会让人联想起劳拉,她在游戏中的表现给电影中的鲜活的人物形象奠定了坚实的基础。而说到劳拉,我不禁会联想到另一部电影《劳拉快跑》,并不仅仅因为角色名字的相同,更是因为《劳拉快跑》被人津津乐道的叙事方式。多种假设性的并存让影片呈现出不同的可能性和不同的结局,而那种“重新开始”式的故事结构,不正是对游戏中“读取存盘”的灵活性的借鉴吗?

而电影中游戏要素的体现,在《黑衣人》、《第五元素》等科幻作品中都曾略显一二,然而没有哪部作品比《黑客帝国》更能系统、透彻地反映出来了。影片讲述的是人们与自己发明的人工智能机器之间展开的一场浩大战争,最终人类被机器打败,沦为为机器提供能量的电池。为了使电池发挥极致的作用,机器设计了一套又一套完美的程序来“控制”人类的思维。影片在我们面前展现的其实是一个虚幻的世界,也就是那“一套又一套完美的程序”所设定的世界。这其实与电子游戏的理念是一致的,即你所见到的所谓“现实”其实是由电脑控制着的,只要你身在其中,就无论如何也不可能逃出程序的掌握。影片中那些现代发达的城市、美轮美奂的景致、美味可口的食物、无所不能的人物,像极了电子游戏中玩家所见到的一切,虚拟的环境、虚拟的形象、虚拟的

对手、虚拟的感知。影片是整个故事构架在游戏领域,令很多没有玩过电脑游戏,尤其是没有玩过 配着者们的人无从理解。在影片中,人们可以自由转换时空概念,可以刀枪不入,实际上这些只是电脑程序“允许”他们得以所见的。很多的游戏追求脱离现实越远越好,实现玩家在现实中无法实现的事情,从而得到在现实中无法得到的满足感。可以肯定地说《黑客帝国》从电子游戏中汲取了灵感与创作素材,相信随着此片的成功,会有越来越多的制片商到电子游戏中去积极寻找素材,促成电影与电子游戏的进一步联姻。

电影视像与电子游戏特性的比较

随着技术的迅速发展,电子游戏已经度过了开发的蛮荒时代,新奇的想法和奇形怪状的编程图景交织在一起,慢慢地形成了各种类型,例如早期的 砸和 杂。所有的电子游戏类型都是基于对现实世界的模拟,既通过三维技术以产生逼真的模型而进行的模仿表象,也模拟现实中的行为,如射击、策略,甚至是整个人生历程。这种“模拟”,与电影对人生的“再现”如出一辙,它们的异曲同工之处也不难发现。

首先,在人文表现上,电子游戏和电影,两者皆属于人类历史、文化积淀、社会背景与心理活动的一种表现,它们同时也毫无掩饰地反映出不同历史时期、不同地域、不同民族文化的特征和差异,包括民族特征、文化精神以及艺术流派等,堪称人类现实生活的镜子和百花筒。

① 配着者们:配着者们是网络游戏的简称,中文含意:大型多人在线角色扮演游戏。这是一个划时代的游戏种类,通过 配着者们把全世界的玩家联系起来,在虚构的世界中扮演自己想要扮演的角色,和其他玩家共同游戏,配着们的精神和精髓在这个平台上得到了最大限度的发挥。

② 杂:杂是模拟游戏的简称,在日本经常以此来表示“模拟游戏”,欧美以及深受欧美影响的台湾则称之为“策略游戏”。而我们所称的“模拟游戏”,日本经常归类为动作射击类,他们称之为 杂(杂是模拟游戏的简称)。

当我们研究某部影片的时候,我们会考虑到民族特征对于人物形象的影响,而从一个电子游戏的特点上也可以看出这种民族特征的影响。法国著名影片《红》、《白》、《蓝》三部曲就是以三个平行发展、互不相关,但在隐喻层面上又有某种程度暗合的情感历程所构成,它们比较注重感觉和意识的引导,情绪和知性的体验,而《美国丽人》、《西雅图未眠夜》之类的美国大片则要直白得多,偏重于理性和逻辑的方面,尤其是前者比较强烈地刻画出中年男性的情感历程和情爱方面的心理危机等等,给人以一目了然的感觉。与之相类似的是,欧洲的一些砸那也大多定位于感觉和情绪化方面的体验,显得比较内敛和含蓄,而美国的一些砸那故事构架整体上显得直截了当,但逻辑推理方面的内容较多。以日本为代表的东方影片又有所不同,《情书》偏重以唯美的手法、朴实的单纯式剧情推进来诠释故事,而不像欧美影片那样较多地采用多线式、多种叙事手法以强调思维的开放性。而这又可以从欧美和日本的游戏中找到一些佐证,还是以砸那为例:日本的砸那往往给人的感觉像是串联在一起的铁笼,玩家被困在第一个笼子中,要找得到钥匙才能打开出口(有点像电影中故事发展的转折点),但只能去第二个笼子,于是只好顺序打开第二、第三个铁笼,直至终点;而美国所代表的游戏好比是一大堆散布于空地上的笼子,钥匙又四散在地上和某些笼子中,玩家在笼外,可以任意去尝试打开不同的铁笼(也就是支线任务),虽然自由度较高,甚至不必打开所有铁笼,也可以达到结局,但铁笼和钥匙间错综复杂的关系却也令难度大大增加。

在文化精神方面,电子游戏也和电影一样通过角色刻画、情节安排、语言或符号来传递出强烈的地域民族特征,例如:《罗生门》、《姿三四郎》等日本影片偏重于悲剧(悲壮)化的表现手法,常常会让观众强烈感受到日本民族那种武士道精神。同样的《最终幻想》虽然将舞台移至未来的幻想工业化都市,人物也都是一些洋名字,然而从他们的一言一行和故事发展中,玩家

同样被笼罩在一股挥之不去的武士道精神迷雾之中。而中国本土开发的游戏如《仙剑奇侠传》、《三国群英传》、《金庸群侠传》等,无一不是在体现中华民族千百年来推崇至上的侠义精神,这种精神我们也可以轻易地在武侠题材的影视剧作中体会到。而在欧美的游戏如《无尽的任务》、《魔兽世界》等中,中世纪骑士文化的精神也总在故事背景、角色设定的点滴间不经意地流露。

电子游戏的视觉特性决定了它必然会和电影一样,在某种程度上展现出一些不同风格的艺术流派,例如《异域镇魂曲》的画面,简直就是巴洛克风格艺术的展现;又如《雷神之锤》等众多游戏,又何尝不是在体现那吴宇森创造的让西方人如痴如醉的“暴力美学”。

其次,在技术结合上,电子游戏的发展历程,是一个技术与艺术互相弥补、互相促进、互为参照,有时又互相制约的螺旋型发展的过程。同样的,在电影中也存在着这个近似的螺旋型轨迹。所以电影和电子游戏发展到一定程度就会出现交汇,电脑图像处理技术的日新月异就带给了我们一个可贵的交汇点——这就是“悦游”。

1982年,由迪士尼公司拍摄的立体动画短片《裁缝》是第一部使用“悦游”画面的动画电影,在该影片中,电脑鬼才弗林发明了一个电脑游戏,可以控制人类的黑暗面,足以毁灭世界,因此弗林同时也设计了另一个防护程序,他的好友也一起加入对抗这一邪恶的电脑游戏的战斗中,一场拯救人类浩劫的正义奋战就此展开。从“星球大战三部曲”开始,“悦游”逐渐在电影中找到了感觉,而1991年斯皮尔伯格执导的《侏罗纪公园》,使“悦游”真正奠定了在电影中不可替代的地位:各式各样的恐龙空前地栩栩如生、或翱翔、或踱步、或友善、或暴怒……而这一切的幕后功臣当数由美国人克拉克创立的号称全球图像电脑工作站之王的“雅达利”公司。《独立日》中的异形入侵,《龙卷风》中的风卷残云,

① “云”为第一人称射击游戏的英文简称。

《阿波罗 13 号》中的火箭升空时烈焰飞腾、惊天动地的景象，《铁达尼克号》中海豚出水时的诗情画意和船体一折为二、游客纷纷落入水中的可怖景象《异形 2》、《幽灵的威胁》、《黑客帝国》……这一长串名单至今还在不断地延伸之中。

虽然电影在运用 惊悚方面比电子游戏要早一步,但是如今在这方面,电子游戏却丝毫不逊色于某些电影大片。玩家对于电子游戏中的经典 惊悚也是耳熟能详了,惊悚在大多数电子游戏的大作中几乎从不缺席,而其制作蓝本是源于电影化表现手法的。例如 顽皮狗这个公认的大师级制作商,在《最终幻想 苑愿》、《寄生前夜》等超大作中就完全采用好莱坞电影式的大气魄、感官刺激、快节奏、大量分镜头的表现手法,让玩家感到前所未有的视觉震撼力。此外《帝国时代》、《反恐精英》等系列大作的开篇和过场动画中,电影式的表现手法也俯拾皆是。

电子游戏几乎是离不开 惊悚片断的,因为电子游戏本身就是虚拟的,没有比 惊悚更能逼真地展现设计者脑海中的场景的了,惊悚往往是表现为过场动画之类的陪衬,与剧情之间有断层。而电影中 惊悚的运用完全是为剧情服务、与剧情融为一体而不留痕迹的。除了在科幻电影中,惊悚在生活写实、情感题材的影片中也占据越来越重要的地位,用以表现摄影手段无法表现的情景。全 惊悚的电影,我们在《玩具总动员》、《昆虫的一生》、《蚁哥正传》等影片中早已见识其魅力了,而真正意义上的全惊悚游戏至今还未出现。每年的 科隆 大展是游戏 惊悚炫技的一个高峰,它不仅促使游戏的视觉效果不断追求完美,同时也给予未来全 惊悚游戏的探索一个契机。去年的展会由于战争、疾病等原因导致参展的厂商有所减少,但参展游戏的数量和精彩程度不降攀升,充分显示出电玩产业在全球经济疲软的大气候下风景独好的繁荣。

① 科隆展即科隆国际游戏博览会,是电子娱乐展,在美国洛杉矶每年举办一届,是全球三大电玩展中影响最大的一个。

第三,在游戏者的主观体验感受方面,两者具有相似性。日常所言“戏如人生,人生如戏”,电影中演员们一次次演绎的正是我们现实生活中各人所扮演的角色,而我们在看电影的时候又难免会对号入座,尤其是当影片的情节与自己的经历类似时,仿佛自己就是那个故事的主角,自己正在亲身经历那些事情。人们会因角色的喜而喜、因角色的悲而悲,会同情弱者、憎恨邪恶,会受到影片的影响或者鼓励……人类的感受容易产生共鸣,所以人们常常更愿意看到欢喜的、正义的、满怀希望的故事情节,比如“贺岁片”就常常是喜剧。亲身经历似地观影体验始终让观众保持着新鲜感,而这种受众的价值取向有时候甚至会影响到一部影片的受欢迎程度。

而砸那游戏中人们可以更深地体会到亲身经历的感受,甚至可以满足自己的价值取向而成为自己心里想成为的那种“人”。砸那是所有电子游戏类型中最适宜于表现恣意汪洋的思绪、博大精深的剧情和变幻莫测的人性的。理由很简单,大至整个人类的历史,小至某一个人生轨迹,何尝都不是一种砸那形式与内涵的再现?砸那的这种广泛的包容性和表征性与电影在本质上是十分相似的。说到这里,就不得不重提一下那款被评为 2003 年最佳砸那的《异域镇魂曲》了,这是砸那圣手阿摩连特继《博德之门》后一款不可多得的顶尖巨作,它融《博德》的引擎优势、《辐射》中诠释到位的人物个性和故事情节、以及对于人性冲突入木三分的刻画于一体,是全面承袭砸那优秀传统和经验的精品。游戏中有诸多时空迥异的世界,交汇点是泽基城,痛苦与快乐的源头,所有持不同人生态度的角色在这里互动交流,俨然就是一个人类世界的幻想化再现!玩家可以逐渐恢复以前遗忘的技能,以尝试转变为不同的角色,可以与持不同信仰的和世界观的异种交谈、合作和战斗。同时它的画面也堪称是具有巴洛克风格的动态艺术品,数以千计的不同人物均有栩栩如生的外貌和跃然于屏幕上的个性张力,加上背景的精緻绝伦,丝丝入扣的动画表现和绚烂至极的魔法效果演

绎,极其类似于电影的人物对白,毫不逊色于大多数优秀影片的挖掘深度……这一切足以使它成为游戏本原精神的体现,成为一部电影化电子游戏的代表作品。

“电影化的 砸砸”已然浮出水面,“砸砸化的电影”也指日可待。

电影视像与电子游戏的差异性

前边我们反复强调,电影首先是一种商品,这种属性并不因为其在艺术方面的成熟以及在社会人文方面的影响而与电子游戏的商品性质有什么区别。在好莱坞的电影“生产线”上,电子游戏更是常常作为电影衍生的周边副产品而投入市场。同样的,一个在商业上取得巨大成功的游戏,无疑将是相关电影的无形广告和潜在市场,因此也必然成为电影公司进行投资改编的重要选择对象。但是电影与电子游戏在本质上的不同禀赋,最终还是让两者在互相改编时出现了不少的失败案例。这种失败可能有多种原因,但以下两方面的原因可能不容忽视。

首先,电影视像与电子游戏有着其不兼容性。电影中卖座的大片在两三个月甚至更短的时间内,迅速改编为电子游戏,早已有许多典型的例子,然而结果几乎都不令人满意,可以说原作风韵尽失,倒是一些“局部改编作品”,例如《绝地大反攻 砸砸》等比较讨巧一些。例如《天煞:地球反击战》、《侏罗纪公园》、《第五元素》、《黑衣人》、《昆虫一生》之类电影的电子游戏改编版本都早早地被玩家投了否决票,不免令改编者汗颜。这其中的重要原因是:商业利益驱动要素过于强烈导致游戏开发周期极短,根本达不到必要的修整和磨合,简单地进行一些电影符号的“复制”和游戏要素的“粘贴”就推了出去,玩家普遍有一种空泛和泡沫过多之感。整个电子游戏业界的消费主义倾向有愈演愈烈之势,电影改编的电子游戏起了很坏的带头作用。

与此同时,电子游戏改编的电影往往就更“不堪入目”了,

以前的几部影片如《超级马里奥》、《双截龙》、《街霸》之类,虽然在电子游戏界都是响当当的经典,可一拍成影片上映就门可罗雀了。而前文中提到的《最终幻想》、《生化危机》、《古墓丽影》等只是少数的几部成功的作品。制作商同样是犯了上述毛病,根本没有吃透原作精髓并辅之以优秀的电影剧本,仅仅是由商业利润驱动就表现出超乎寻常的热情,结果是可想而知的了。

现在看来,这些电影和电子游戏间互相改编时遭遇的失败似乎往往更多地表现为人的因素。只有少一些浮躁和急功近利,才能创造出优秀的堪称为艺术的作品。要使电影和电子游戏能达成一个互相充实互相挖掘对方附加价值的共荣关系,我们必须熟悉两者之间本质的区别,重视它并且尽量地扬长避短。

其次,电影视像与电子游戏的不兼容性,根本原因就在于两者本质的不同。游戏面对的是“玩家”,顾名思义以“玩”为主,玩家参与其中,相对自由自主地与程序进行交流互动,并且对游戏的胜负结局起到决定性的作用,游戏的互动性使得整个体验展现出新奇的个体性和随机性。对于电子游戏而言,除了单机版的游戏之外,优异的作品总是具有人物与系统之间的高互动性、玩家与玩家之间(线上多人模式)的高互动性、以及在人物与场景之间的高互动性,这是真正能让人融入其中的动力所在,是游戏的真正魅力所在。

电影面对的是“观众”,也就是以“观”为主,单向地进行讲述,观众在接受的同时,并不能对影片的情节起到任何影响作用,但是电影的故事性使得影片能够具有绝对的完整性和必然性,同时故事性的情节至上,也带给电影因为不必受制于技术和平台而享有的更大的自由度,这是电影的优势所在。

其实电子游戏在交互式电影化方面已经有过开拓,但大多失之片面不成系统,例如四光碟的《幽魂》和七光碟的《第七访客》等,电子游戏中司空见惯的交流互动,却使得交互式电影总是被认为过于游戏化。然而《劳拉快跑》、《英雄》等影片的深受

欢迎,却最终还是在某种程度上验证了自由地选择相信自己愿意相信的结局所带给观众的更多的满足感。

电影视像与电子游戏的融合前瞻

我们在上面谈到电影视像与电子游戏的本质区别,并不意味着两者分庭抗礼、势若水火,恰恰相反,在视像时代,电影视像与电子游戏将会成为一对携手并肩的“亲密爱人”,在未来可预见的日子里,一方面,随着硬件的更新换代和观念的日新月异,电影和电子游戏都会在各自己的领域发展得越来越成熟;另一方面,电影与电子游戏的互补共荣,也是必然的发展方向。至于由电影改编的电子游戏,或者由电子游戏改编的电影,也将不再只是对方的衍生产品,而是一跃而成为可以相互独立的娱乐商品,互为对方的潜在价值和附加生命力。

1994年,美国游戏工业的规模已经可以和好莱坞抗衡,游戏软件和硬件在美国的销售额达到了近百亿美元,超过了10多亿美元的美国电影票房,电子游戏已经成为一种强势娱乐产业。华纳兄弟公司以前只把电子游戏看作和玩具及裁纸一样的电影副产品,然而现在却成立了华纳兄弟游戏公司,想要和诸如“电子艺界”之类的电子游戏界老大一争雌雄。

再从各路导演演员纷纷投身电玩的迹象来看,电子游戏极有可能取代电影,成为下一代人类的主流娱乐方式。这场“行业迁徙”中的领军人物包括——乔治·卢卡斯,他所在的卢卡斯影业是第一家与电影公司联合的完整的游戏生产发行商,由于他所导演的《星球大战》电影的超群影响力,当然公司会推出一系列的“星球大战”题材的游戏,其中有些作品确实很出色,如云豹类型的《绝地武士》系列,太空飞行模拟的《载战机》系列等,而大多数应该说是表现一般,还有些则很糟糕,比如《星球大战:原力指挥官》。风靡一时的《黑客帝国》的导演沃卓斯基兄弟,也开始大量参与电影的动画版和游戏的制作及开发。

好莱坞著名制片人杰瑞·布鲁克海默,曾监制《珍珠港》、《绝地战警》、《加勒比海盗》等,经过与法国游戏公司“育碧”的多次磋商,终于以 7 位数美元的价格买下去年风靡全球的动作冒险游戏《波斯王子:时之砂》(Prince of Persia: The Sands of Time)的电影改编版权,协议包括由“波斯王子”之父乔丹·迈纳亲自改写剧本,由《大鱼》的编剧约翰·奥古斯特协助监督。《美国派》和《绝命终结站》的制片人华伦·仔德,买下了被评为最佳格斗游戏的南梦宫的《魂之利刃》(Soul Edge)改编版权,故事讲述少林武僧为寻回一把可以开启地狱之门的宝剑而培养出两名绝顶高手,为阻止邪恶王子毁灭世界的阴谋而战。《指环王》三部曲的导演彼得·杰克逊,曾经为《指环王》的游戏出谋划策,其中有大量从电影中剪出来的过场短片,而近日他在制作影片《金刚》的同时,还将全程执导一部由世界顶级游戏公司“育碧”和环球公司联手开发的取材于《金刚》的电子游戏。吴宇森则建立了名为“虎丘娱乐”(Tiger Hill Entertainment)的游戏工作室并与“世嘉”(Sega)结为伙伴。按照协议,吴宇森将与世嘉公司将联合制作基于吴宇森与世嘉产品的电视游戏,二者的合作标志着电影制作者与游戏开发者将同一时间就同一原始资料的题材进行合作并制作电视游戏的开端,其制品的范围也将扩展到其他主流娱乐行业,如电影、漫画以及玩具等。吴宇森说:“交互式电子娱乐游戏业很快将成为娱乐行业的中坚产业,由电影而来的游戏非常自然,它是在电影制作者与游戏开发者间为了增加动作冒险游戏经验而架起的一座填补认识差异的桥梁。今后,吴宇森将与世嘉公司联手制作电视游戏业的老牌厂商世嘉公司将向业界传送这样的经验。”

创作人才的合并流动给电影和电子游戏的合作注入了新鲜的血液,而从软件和硬件两方面的近期尝试中,这种合作的趋势也可见一斑。

在软件上,游戏引擎技术引发了一种新的表达方式——“引擎电影”,可以翻译为“游戏电影”或“引擎电影”。这个由“机

器”加“电影”构成的新生事物,目前被定义为在实时模拟虚拟环境中的电影制作。在实际操作时,一般使用游戏引擎来提供环境、道具、虚拟演员,所以也称为“游戏引擎电影”。它和这个新创造的单词一样已经堂而皇之地登上了视像艺术的历史舞台。简而言之,游戏引擎电影实际上是由人操控游戏引擎所提供的虚拟演员在场景中表演的过程。如今的游戏引擎已经具备了构建一个虚拟世界的所有条件,它可以定义重力等基本的物理法则,可以决定物体的运动模式,可以调节角色对环境的智能反映。在技术允许的前提下,他对制作者的创作手法没有任何限制。导演拥有无限的虚拟摄像机机位,他们可以随意移动机位、改变视角,导演还拥有对演员的绝对控制,他们可以亲身操纵游戏中的人物玩偶来表演。导演更可以做许多大胆的尝试,把现实中无法表现的效果展示在屏幕上,而不必担心现实中存在的许多问题。对于引擎电影的创作者来说,惟一的限制是他们的时间和想象力。现在,美国已经有了一个专门的游戏引擎电影协会(粤引擎),至今已经举办了两届“引擎电影节”。早在1995年,第一部游戏引擎电影《阅读者日记》(露营者日记)就由一个名叫砸烂的战队偶然创之。他们以《雷神之锤》中的士兵为演员、以游戏环境为电影的场景,战队的一员以第一视角进入游戏,记录其他队友的一举一动。这些年,世界上已经出现了一些专门从事引擎电影开发制作的个人和公司,创作出了许多脍炙人口的作品。比如苏格兰的索尼公司早期作品《韵书》,是根据英国诗人雪莱的同名诗作改编而成的,原诗描述的是诗人在面对昔日叱咤风云的古埃及王韵书的雕像时所发的感慨。这段影片采用引擎制作而成,内容非常简单:一名旅行者在沙漠中穿行,在旅途中他发现了残破的雕像残骸——一双被固定在基座上不知迈向何方的巨大的腿和一个埋于沙土中的头颅雕塑,所有这一切都融入影片肃杀的气氛中。影片在艺术性上堪称佳作;又如其近期作品《韵书》,采用了引擎(半条命)引擎,这部短片由“控制

室”、“隧道”、“牢房”、“小巷”四个片段构成,模仿“黑客帝国”中的人物,其中主要人物造型都和“黑客帝国”中的角色十分相似。“控制室”一段中更有模仿《黑客帝国》的一段特效镜头,十分经典,而国内游戏业界最有名的游戏电影应属天人互动公司拍摄的“血战奥巴马”和“死亡任务”,这两部游戏电影都以游戏“重返德军总部”为基础而制作,影片描述了1945年远月远日盟军登陆诺曼底奥巴马海滩时激烈和残酷的战斗;再如网络上十分知名的“甜咖啡”创作的《欢乐的酷乐》系列,其中的《爆炸规则》也十分经典,走的是打动人心的路子,歌曲舒缓动听,略带伤感,着重表现了欢乐的团队精神和队友之间的友谊,最后一个为队友挡狙而牺牲的镜头更是让许多玩家潸然泪下。也许引擎电影现在的面貌还有些粗糙,并不够格能称得上一部真正的电影,然而我们关注它所构筑的前景,那是让人激动万分的未来。腾讯的创始人之一马化腾说,他们的公司曾和暴雪、微软、索尼和网易这样的大公司合作过,而现在正致力于开发新的电视系列片。马化腾说,游戏的未来非常光明——游戏引擎的技术会应用在电视节目制作上,很快也会被用在电影长片的独立制作上。

而在硬件上,一些新平台的崛起已经实现了游戏与电影的初步一体化,例如索尼公司的PS3就采用了蓝光作为载体。微软公司的Xbox360不但配有低价的可供玩家选购的Xbox360套件,还有杜比数字音效以及支持联机功能,可以实现基于游戏平台的视频点播。

电影和电子游戏在本质上的差异,并不会成为两者合作的障碍。随着电影的叙事方式的日趋多样化,具有互动性的电影的出现显然只是一个时间问题。互动被看作是二者互补融合的一个突破口,人性化理念的深入也使得游戏正在发生质的飞跃,网络互动游戏渐渐居于主流地位,使得电影中所强调的真正意义上的人性碰撞与冲突成其为现实。电子游戏也正在努力借鉴电影化的故事表述手法,电影化的台词,电影化的视点切换

(例如 阅悦大片《莎木》).....砸砸更需要借鉴电影成熟化的表现技法、声光效果与独具深度和切入点的故事构架。电影的将来也理应开拓出类似于 砸砸的高交互性、高参与度的一片天地。对于电影来说,虚拟现实可以是交互式电影的实现途径之一,而虚拟现实的建立需要数字技术的支持。全数码电影的诞生又拉近了电影与电脑制作技术的距离,在不久的将来,具有尖端水准的 憾憾动画电影将不会只是梦想,依托更先进的技术平台,我们也完全有理由去期待高交互性的影片的诞生,由观众坐在电影院中控制角色的举动,从而与场景产生互动效果,并亲手改变主角的命运。虚拟现实完全可能与生活现实交互作用,使观众真正置身于一个虚实莫辨的主观体验的境界之中。

据此,我们有充分的证据可以确信:在不久的将来,电影与游戏的界限会变得日趋模糊,二者在保留自身的独立特性的同时,会朝着互补共荣的美妙合作前景继续探索,一方面双方会各自继续保持自己的艺术个性,另一方面又营构出借鉴对方门类独特品格的艺术特质,从而创造出既综合互动、又迥异于这两门艺术独特艺术个性的视像文化景观。

十五、视像与仪式

仪式^①是文化发展的重要因素,文明的形成和创造,不仅意味着各种具体的物质形态的创造,在某种意义上也意味着各种仪式的形成。仪式也是审美产生的必要前提(崇拜与审美),审美意识的发生,与日常的生活和各种超验的仪式有着密切的关系。作为人类文明所特有的一种现象,电视在某种意义上也具有仪式的本质特征,因此本文试图运用文化人类学关于仪式的理论,对电视进行一些形式与美学的分析,以期对视像理论研究的深化提供别一种视阈。

349

人类仪式的本质

仪式,是文化人类学研究领域中的一个传统的话题,在其研

① 本论文中关于“仪式”及“仪式化”概念的界定及基本范畴的梳理,先后参阅了爱德华·月·泰勒的《原始文化》(上海文艺出版社,1984年)、《人类学》(上海文艺出版社,1984年)、马林诺夫斯基的《文化论》(中国民间文艺出版社,1984年)、列维-斯特劳斯的《野性的思维》(商务印书馆,1984年)、列维-布留尔的《原始思维》(商务印书馆,1984年)、玛格里特·米德的《三个原始部落的性别与气质》(浙江人民出版社,1984年)、史宗主编《二十世纪西方宗教人类学文选》(上海三联书店,1984年)等相关著作中的相关论述。

究视野中,仪式往往作为一个社会或是社会成员生存状态和生存逻辑的凝聚点存在。人类学家常用仪式这个词来表示受规则支配的象征性活动,它使参加者注意他们认为有特殊意义的思想和感情对象。同时也有学者认为,仪式也是一种调整的手段。从这些意义上来讲,我们认为,在成长的过程中,那些使自身受到很大触动的事件,我们都可以称之为“仪式”,因为,这些事件本身是一个“凝聚点”,同时又是自己成长中从一种状态进入到另一种状态的“象征”。可能这些“仪式”并不需要像“成年仪式”那样需要有很多来证明,以某种很实物化的方式证明自己从一个阶段介入另一个阶段。如有些民族举行“割礼”仪式,有些民族举行盛大的“成年礼”。但是,我们认为,在成长中那些触动自己心灵的事件并不需要这样外化的方式得到确认,只要自己明白、了解就可以了,因此,有人亦将这样的事件称做“心理仪式”。

一般意义而言,仪式是人类所特有的一种社会行为,它表明人类为了某种目的而有规律地进行的一种阶段性、规范化、规模化的一种公众活动。仪式的功用,是将社会成员从日常生活场景和庸常的生命状态中隔离出来,使其在一定时间或特定空间下进入一种超常的脱俗状态、一种神圣的隔离情境,从而同现实生活、当下情境保持一种隔绝与距离,使人们体验到不同于现实世界的彼岸世界,感悟到不同于常态的特异氛围,从而达到在现实世界和日常生活中所无法达到的感受与体验。

人类学的视阈与视像艺术的体认

作为人类特有的文化发明,视像艺术的出现以电影的出现与电视的出现为两个重要阶段。电影的出现,使得社会人类与现实生活产生了一种严重的“疏离”。这种疏离,首先表现在观赏形式上。如人们要在特定的时间(电影放映场次)、

特定的空间(电影院)、通过特定的手段(购票)去观看。这种观看电影前的一系列活动,就将人们的感觉、知觉与现实有效地进行了疏离,因之使人们做好了充分地进入影片既定情节与提供画面的情境中去心理准备。这种将人与现实生活的有效“疏离”,实现了人们日常生活中梦境的具象体验,抑或营造出了新的梦境。在这一点上,电影与仪式有着相近的作用与动能。而电视的出现,则使人类的这种疏离状态得以弥合。

仪式从史前时代就已形成,在其后社会发展中不断演变,一方面,仪式广泛存在于社会生活的各个层面;另一方面,仪式也贯穿于社会成员个体生命周期的始终。这种活动一旦在时间上有一定的连续性,在空间上有一定的特定性,并形成一整套的规范、规模与特定的内涵,就成为了人类仪式化的一种行为。仪式的这种普泛性特点,与我们在日常视像中的感受应该有相通之处:

仪式是特殊形式的表演,在这里,象征性节目被展示的方式召唤着并建立起集体间的密切关系或团结一致。这是为什么对空间的安排在宗教目的的场合备受重视,不过在不那么正规的领域,空间的界限、进入的标准、特定的行为要求都实际上再生产着社会秩序。指出使用特殊空间的方式如何常常具有高度的性别特征,可以更加清楚地显示出社会秩序中暗含的权利和等级结构。^①

仪式的奥秘和力量在于它的普遍性。它的意义如此单纯和普遍,以至于我们觉得它与我们同生,它是我

^① 戴维·钱尼著,戴从容译:《文化转向:当代文化史概述》,第155-156页,江苏人民出版社,1999年。

们的一部分。我们还知道,它是已被接纳的一员,是一份固定遗产——我们不可能随意重新解释它。仪式是一种社会约束,是一套共同使用的语言,是一条纽带。当我们在影片中重新发现我们的行为和思维方式的反复呈现的特征时,我们就会感到社会存在的一体化和规范化要求。我们将意识到在通常情况下未曾察觉的现实,并且被它吸引,这不是由于冷冰冰的客观性,而是由于一种充满生机和令人信服的感染力。^①

作为人类所发明的视像艺术,无论是出于娱乐还是审美的目的,从生产制作到观赏分析,在长期发展中,已逐渐形成了一套约定俗成的规范、规模与内涵,成为人类所特有的一种文化行为,因之也就成为了人类特有的一种仪式。而作为这种仪式的“电影满足了我们的一个愿望,即它可以魔术般地重现世界,让我们在不被看到的情况下观察世界。”^②在现代社会,人类的观影行为越来越演变为一种仪式化的行为,观影环境、观影活动等,都在向仪式化的方向发展。如从一部影片观赏到结束的整个过程,成为了独立于我们的日常生活状态的仪式化过程。关于这一点的本质,伊芙特皮洛曾有过这样的表述:

在这里,我们可以发现现代电影的真正特性:它从现代文明的习俗中,从社会和群体的日常实践中创造出毫无虚饰的仪式,呈现出它们的本质,呈现出左右我们生活的那些必要的礼仪。^③

① 伊芙特·皮洛《世俗神话——电影的野性思维》,第 190 页,中国电影出版社 1985 年。

② 斯坦利·卡维尔《看见的世界——关于电影本体论的思考》,第 154 页,中国电影出版社 1985 年。

③ 伊芙特·皮洛《世俗神话——电影的野性思维》,第 190 页,中国电影出版社 1985 年。

因此从根本上看,所谓视像艺术的真正特性所在,就是这种仪式的创造与礼仪的呈现。当然,仅有这些是不够的,因此我们有必要从仪式与视像的功能作进一步的分析。

视像功能的仪式化

对于视像的功能,不同的人有不同的认识,这种认识,常常影响到对其本质的体认。我们在这篇文章中,试图运用人类学的观点、理论与方法,对视像艺术的本质进行一些探讨。这种探讨,基于以下一些判断:

第一,视像最大的功能,首先是满足人们的窥视欲望。窥视是人类的本能,无论是渔猎时代对捕获对象的关注,还是静处山洞时对外界的观察,早在史前时代,人类就已经完成了窥视的心理积淀。窥视的需求与愿望成为了人类许多重大发明与创造的原动力。视像以直接的、形象的方式,直接地满足或舒缓了人类各种不同的窥视欲,这可以说是视像艺术的最大功能。这种窥视功能,既对我们被压抑的欲望进行了有效的排解与疏导,又使我们无法体验的生活阅历与无法实现的生命情感获得了替代性补偿。对日常生活状态的审美观照,对人类英雄情结的永恒呼唤,对性的幻想,对暴力的渴望,对死亡的替代性体验,对灵异世界的想象性了解,对未来生活的预见性展示……所有这些,都可以通过仪式化的视像画面来得以实现。

第二,视像与仪式都是人类所特有的一种体验生命、认识世界、表达情感、思考人生与获得知识的方式。在仪式活动中,人们体验到了生命底蕴的浑厚博大,认识到了世界的无穷奥秘,表达了情感的细微复杂,获得了知识的系统及传承,思考了人生的意义与价值,所有这些在仪式活动中所得,人们同样可以在视像活动中得到。正是在此意义上我们可以说,有多少种仪式,就有多少种体验生命的方式;同样,有多少部视像,就有多少种思考人生的途径。在这一点上,仪式与视像充当了同样的角色,承担了同样的功能。

第三,在人类宗教意识越来越淡化的今天,视像充当了一种“准宗教”的角色。人类在视像中所得到的情感愉悦与审美体验,有时完全是一种具有宗教体验的感受。这种宗教体验与感受,不仅表现在对视像内容的过度沉迷中,也表现在对影星的狂热追捧与非理性崇拜方面,同时更值得注意的是,它成为了消费社会的重要特征。“从人类学的角度看,宗教仪式赋予了社会关系具体的形式和内容,从而使社会关系得以明确或固定,使事件的变迁具有意义,并且控制意义的导向。它们是稳定文化倾向的一种因素,因而,它们成为所有社会的基本构成部分。道格拉斯和伊舍伍德认为,虽然宗教仪式可以表现为口头形式,如在问候或祷告时,但当它与物质东西相联系时更有效,因为商品是‘看得见的那部分文化’。从这个角度讲,物质产品的使用——消费——是宗教仪式过程的重要方面”。^①在这一仪式化的过程中,视像的功能有怎样的变化?对于这一问题,曾经有学者在对电影艺术进行研究的过程中进行过专门的论述:

在仪式化过程中,电影的原创力、电影的发现和革新表现在什么地方?首先表现在电影象征化的平俗性,表现在抽象过程的世俗性和具体性。众所周知,戏剧动作的全部元素都是高度风格化的,动作的支点却不是形体活动,而是最抽象的概念系统——语言;在影片中,不仅两者所占的比例和重要性是颠倒的,而且动作本身始终具有最严格意义上的自然形态。自然存在是通过直接的物质运动和反应实现的。电影无需风格化,它把值得注意的元素从其日常生活环境中提取出来,加以提纯,去芜存菁,使它们贴近我们。于是,我们

^① 西莉亚·卢瑞著,张萍译:《消费文化》,第54页,南京大学出版社,2004年。

看到了在此之前未曾显露的极富表现力的容貌。^①

这种对现实生活的提炼与还原,实际上就是视像仪式化的过程。这种仪式化的过程,不仅表现在视像艺术的功能方面,其实也表现在题材方面。无论何种题材,总离不开对人的生命过程与生存状态的关注。个体的成长,生命的演进,情感的碰撞,性爱的激荡,宗教的禁锢……现代电影包涵了与人类生活密切相关的几乎所有的题材,而这些能够进入电影的视阈并引起人们广泛关注的题材,也开始越来越趋向于从人类学的视角去发现、发掘与提炼,并将其不断进行仪式化的处理,使其更符合人们“潜宗教”的心理期待,从而使其极易讨巧,又容易叫好叫座,如《指环王》、《哈里波特》等。

视 像 与 仪 式

355

我们在探讨人类的仪式与视像的关系时,至少有以下几方面值得思考:

第一,电视以其规律性的节目时间安排与程式化的内容形成了一种相对神圣的仪式。与电影的放映不同,电视作为一门生活化与家庭化的媒体形式,成为人们日常生活的有机组成部分。那么电视该如何实现其对人们及其生活的操控功能呢?其首要的一点,就是以常规性的时间安排与固定化的节目内容来实现其目的。电视从诞生至今,通过长期的实践,它已经逐渐探索出了一整套日益成熟的节目播出体例。无论是“中国电视报,生活真需要”的宣言式套语,还是“开门第八件事,去买上海电视”的客观现实,都在向人们彰显着电视播出中节目安排固定化的重要性。在播出时段上,人们严格按照收视率的高低,将

^① 伊芙特·皮洛《世俗神话——电影的野性思维》,第 195 页,中国电影出版社,1988 年。

不同时间单元划分为黄金时段与非黄金时段 ,并为其赋予不同的价值与意义。

第二 ,在观看电视的过程中 ,人们每天准时准点进入一种特定的状态 ,无暇顾及其他事情 ,也无心思做别的事 ,犹如在神圣的仪式行为中。

第三 ,电视与人们日常生活中的重要时刻或事件发生联系 ,一方面 ,人生中许多重要时刻是在电视机前度过的 ,比如西方的圣诞节 ,中国的除夕之夜 ;另一方面 ,人生中许多重要阅历或重大事件 ,常常被以视像的形式记录与保存 ,如婚礼、旅行、毕业典礼等。对于人生来说 ,这些事件的发生或重要时刻的到来 ,尽管具有隆重的仪式性 ,然而更为重要的是 ,我们在电视前的行为 ,使得日常时间与空间获得了仪式性的意蕴 ,这种意蕴由于视像这一特定的范畴而获得了特殊的意义 :“ 平常的时间和空间大多数都比较寻常。我们能把这些日子从那些可以预计、可以设计的事件(像生日或者是结婚纪念日 ,出生或死亡)中区分开来 (这些事件是多少让人满意的家庭仪式的中心) ,也可以把它们从我们依靠电视安排的仪式化事件中区分开来 ,不管这些事件是不是可以预计、可以设计 ,或者是巧妙安排得杂乱无章 ,它们的仪式性是依赖电视的。进入既虚构又真实的电视节目的‘ 如果 ’世界 ,既是生活的一个部分 ,也不是一个部分。甚至在每天的家庭生活中 ,都有特定的时间段、特定的节目被划定出来 ,并且确保其特殊性。在这些时段或者是节目中 ,家庭生活既得以保持也被打断。人们在这时会不接电话 ,不做饭 ,不洗碗。这些互相矛盾着的日常仪式牢固融入日常生活的结构中。即使是那些不那么容易融入生活中的节目 ,它们也会向我们的日常生活挑战 ,打扰我们的生活 ,为我们提供一个仪式化或正在形成仪式化的焦点 ,这些也可以被看作(经常)是通过电视与电视文化和日常生活连为一体。圣诞节 ,这个节日一方面深入每个家庭 ,一方面又是向公众开放的 ,甚至庆祝它也是围绕在电视机旁边。婚礼 ,越来越多地被拍摄成录影带 ,它通过这种方式与电视文化

融为一体,而它被称之为仪式也就有了多种原因。自然的或者人为的危机与灾难,这些都通过非常规律性与仪式化的结构以及新闻的滚动播出而变得可以被控制。所有这些事件都显示出,媒介有能力调动起神圣的力量,有能力创造出人类学家称为‘共同体’的东西,经验是共享的,然而,在共同体内部的经验,确实破碎的、暂时的以及虚拟的。”^①因此在家庭环境中,无论是家庭主妇雷打不动的肥皂剧观看,还是对电视广告的边批判边又按其指导来进行消费的家庭购物行为,都在不断地构筑着我们的仪式性时间与空间。

第四,民族与国家仪式与传统通过视像方式得以保存或传承。国家领导人会见外宾,检阅陆海空三军仪仗队,甚至领导人体恤民情的考察,各种展出、运动会,建筑物的奠基(落成)等开(闭)幕式,公祭大典,成人宣誓等仪式……所有这些传统文化或国家意识形态的仪式,通过各种视像传媒不断被神圣化与仪式化,从而得到传承与光大。正如斯坎内尔所言:“典礼与象征符号越来越快地失去反响,被历史扔到堆放杂货的屋子里,很快就有别的取代它。在现代化的过程中,仪式与传统逐渐消除掉与宗教的密切关系,因为新的世俗传统非常迅速地创造出来,而且非常丰富。没有什么比国家的形象与象征物的重建更辛劳的了。”因此,“电视有可能为家庭与国家的仪式提供新内容,但它从根本上保存了传统形式与传统功能。”^②

第五,在现代社会,一个国家或民族的仪式,较为集中、完整地保存在各种民族风俗与民间传统艺术文化中,在视像时代,这些风俗与传统文化通过视像而得以保存。如评弹、评书、京韵大鼓、东北二人转、各种地方戏曲等,如果没有电视的推波助澜,很

① 罗杰·西尔弗斯通著,陶庆梅译《电视与日常生活》,第140页,江苏人民出版社,1999年。

② 罗杰·西尔弗斯通著,陶庆梅译《电视与日常生活》,第140页,江苏人民出版社,1999年。

有可能会默默无闻、自生自灭,而视像时代以电视为代表的大众传媒,不仅充当了这些民间艺术与文化遗产的载体工具,更为重要的是,民族或国家的仪式,正是通过对具体民情风俗与民间传统艺术的保存,获得了保存、传承与延续。

第六,人们通过电视等媒体获得并了解信息的过程,也就是人生不断仪式化的过程。按照文化人类学的观点,在一个国家地域或某一民族中,仪式化不仅仅是对既有的仪式的传承,同时更为重要的是也包含着新的仪式的创造,人类文明正是在这仪式的不断传承与创造中获得发展的。在日常人们的视像行为中,人们面临着不断仪式化的过程,如现在有相当一部分人,每天如果不看电视,轻者会若有所失,重者会烦躁不安;学校有许多学生,如果每天不在网上“挂”几个小时,他会寝食不安、彻夜难眠,就像在印刷时代许多读书人每天晚上不翻翻书睡不着觉一样。这种行为的意义,并不在于你去看或看见什么,而重要的是“看电视”或“上网”这种行为已成为人们日常生活中有意无意的一种行为,而这种行为的不断重复,构成了一种文化上的仪式行为。

第七,视像仪式对于婴幼儿的成长具有重要的作用。从一般生理学与心理学上的观点看。所谓婴幼儿指的是学龄前的儿童,在我们的日常生活中,婴幼儿阶段是人生一个学习与模仿的重要阶段,在这一阶段,不仅与人类文明相关的各种仪式通过各种活动得以传承与学习,同时他们与视像的关系也空前密切,这种现象,可能有其深刻的文化原因:其一,对婴幼儿来说,任何形象的事物要比抽象的语词更具有吸引力,因而也容易把握,而以电视媒介为主的视像传媒恰恰是因其直观性、形象性见长的,因此婴幼儿对于视像有一种天生的认同感;其二,按照精神分析学说的观点,婴幼儿对电视的依赖,使其力图独立于母亲之后成人独立意识的反映,因此电视也就在潜意识中成为了母亲形象与角色的替代者;其三,人类自从出生的那一天开始,他就对运动的事物充满了兴趣而相对对

静止的东西缺乏关注的耐心,而视像以其动感十足的画面语言,往往最容易引起婴幼儿的注意;其四,婴幼儿天生具有将具体可感的事物进行抽象把握与理解的能力,这种能力,正好与电视的表达方式或者说电视对世界的把握方式相类似,因为电视上所表现的现实生活,并非等同于我们日常生活中发生的事情,而仅仅是编导播者想让我们看到的现实,以及对真实生活的重新编码与解码,它一方面反映了节目制作者的主观意图,另一方面同时也表明了电视对人的操控功能。因此相对于现实生活而言,电视上所播出的所有节目,都是对现实生活的抽象表述,而这种描述更容易被婴幼儿所接受,这也就是为什么婴幼儿对卡通与动漫有着天然亲合力的重要原因;其五,孩子们在观看电视时,自认为他自己可以能够通过遥控器来控制电视,似乎“一切尽在掌握”中,其实不然,当他在观看电视的过程中,他已经在不知不觉间被电视所控制。正如媒体研究学者帕尔默所言:“观察孩子看电视,我们看到它们控制了电视机。他们很喜欢打开电视与电视做游戏。他们很自信能在电视中找到自己要看的节目,而且他们也能做到,但他们很少会关掉电视”,正因为如此,所以一些研究者指出,“电视把人变得很幼稚或者是让人退化了。看电视被看作是让人退化了,电视把成人带回到不加批判的麻木与幼稚的状态中;另一种观点认为,通过把注意力集中到电视节目这一方式里,电视创造了具有儿童特征(天真烂漫)的状态——它让观众变得越来越幼稚,取消了他们的创造性。”^①无论是婴幼儿的成人化,还是成人的幼稚化,视像对人们的思维与行为起着很重要的作用。无论是正面还是负面,有益还是有害,婴幼儿正是在对视像的观看、理解与把握之中,获得了对仪式的了解、接受与传承。

^① 转引自罗杰·西尔弗斯通著,陶庆梅译《电视与日常生活》,第104页,江苏人民出版社,2009年。

第八 现代人的商品消费观念 ,在某种程度上与史前社会的图腾崇拜观念有着密切的关系。所谓图腾崇拜 “是植物、动物或物体与个体、人群之间的符号联想 ,它是传统社会的一个特色。在其关于图腾崇拜的一个最有名的分析中 ,列维—斯特劳斯(1955) 提出 ,图腾崇拜是一个通用过程 ,在此间 ,自然界被分成不同种类 ,而这样的分类反映了并造成了社会差异。他指出 ,图腾崇拜的概念包含着两个思想体系 ,即自然系列与文化系列之间的意识形态关系 ;也就是说 ,一件自然物品可以代表或者作为一个部落或者社会群体的象征。人们凭部落使用的一件物品或部落成员对该物品所代表的东西的一致崇拜来识别该部落。因此 ,该物体既是一件自然之物 ,同时也是一件文化物品 ;其含义与它所传递的群体的社会等级关系密切相关 ,对这个群体来说 ,它具有文化意义 ”。“萨赫利斯延伸了此观点 ,将其用于现代社会。他指出 ,现代社会已经用生产出的产品代替了物种或自然物体。换句话说 ,被生产的物体是现代社会中的图腾 ,而消费群体就相当于传统社会中的部落。”^①正是这种“都市部落”中的“图腾消费” ,构筑着新的商品仪式。在史前社会不同的部落群体 ,通过不同的图腾进行标识与区别 ;而到了现代社会 ,通过商业化的运作与广告的无所不在的宣传攻略 ,通过不同的商业品牌 ,将不同的社会群体进行重新划分与标识。各种商品的品牌、符号、理念、蕴涵构成了现代企业或团体、个体的共同标识 ,因之也就构成了其图腾。明白了这一点 ,我们也就明白了现代企业为什么那么热衷于品牌构建与维护。而下面一则消息 ,则典型地表明了视像时代的“图腾消费”本质 :

近日 ,以私人游艇和飞机作为竞争对手的世界顶

^① 西莉亚·卢瑞著 ,张萍译 :《消费文化》 ,第 155—156 页 ,南京大学出版社 ,2004 年。

级豪车劳斯莱斯 ,在北京宣布 ,为了庆祝其百岁大寿 ,
劳斯莱斯在全球推出特别版豪华车款“ 百年幻影 ” ,全
球限量 獭獭辆 ,而中国地区就将得到 獭獭辆。^①

在这则消息中 ,消费的是“ 劳斯莱斯 ”的新款“ 特别版豪华车 ”
“ 百年幻影 ” ,因为它是“ 世界顶级豪车 ” ,并“ 以私人游艇和飞机
作为竞争对手 ” ,而时间上是其“ 百年大寿 ” ,且“ 全球限量 獭獭
辆 ” ,品牌、名称、型号、公司状态、发行时间、产品数量 ,全部成
为了可供消费的标识性“ 图腾 ” ,还有什么能比这更具有蛊惑人
心的魅力 ?

仪式镜像与镜像意识 :意识形态的仪式化

从人类学的角度看 ,意识形态在人类文化发展中总是一个
既显在又潜在的行为准则 ,而从视像文化的发展来看 ,迄今为止
的人类影像史 ,总是或多或少、或隐或显地书写与表现着人类的
意识形态。如美国影片中美国主流意识形态的表现 :美国是世界
上自由与博爱的中心 ,美国人是拯救世界的英雄 ;中国影片中
政治意识形态的影片及目前的主旋律影片等。几乎在世界上各
个民族的电影中 ,或潜在、或显在 ,或多或少 ,总是在宣传着各自
民族或被这个民族所肯定的意识形态。

与一般的理论著作或教科书不同 ,视像以其高度具像化、符
号化的言语方式 ,常常将意识形态诗意化、审美化 ,因而不断地
消解意识形态的刚性原则 ,使其具有软性的、更具亲和力的性
状 ,这种处理的最典型方法 ,便是采用镜像语言的仪式化。这方
面最典型的例子 ,便是《意志的胜利》。

德国著名女导演里芬斯塔尔在她的《意志的胜利》一片中 ,

^① 摘自《劳斯莱斯大中华区总经理黄忠建 :我们“ 锁定 ”中国头面人物》,原文
载于 獭獭獭年 苑月 獭獭日《东方早报》獭獭月版。

对纳粹思想的极力宣扬,对法西斯本质的艺术体现,是通过仪式化的画面语言来完成的。这种仪式化的画面语言,主要表现在以下两个方面:其一,将希特勒个人神灵化。在影片中看到,一开始是德国上空浓云密布、烟雾撩乱的天空,用来象征当时德国动荡散乱、期待神灵降临的景象,显示一个正在等待新创世主前来开天辟地的混沌世界。当一架映有纳粹标志的飞机从天空飞过,天空逐渐云消雾散、晴朗明晰,第三帝国的形象也逐渐清楚地出现在人们的眼前。当这架载着新的救世主的飞机降落在纽伦堡时,立即受到了人们的夹道欢迎。在欢迎“元首”的群众中,有妇女、儿童和士兵们,他们眼睛里含着泪水,手里举着小旗,高呼口号。一座具有中世纪情调的都市挤满了欢迎的人群,国旗随风飘扬,汽车在人群中慢慢地向前驶进。只此一组隐喻及象征镜头,就已经将希特勒彻底地塑造成为了拯救德国的神灵。云雾缭绕的烟火,集会群众的狂热,纳粹领导人所处的神殿般的超然空间,英雄式音乐曲调的交相呈现……所有这一切,都重新阐释了德意志神话。女导演正是通过她的仪式化的镜头画面,将希特勒塑造成为了拯救德意志民族的神祇。其二,将纳粹活动仪式化。在人类文明史上,任何思想与观念的灌输及传播,没有任何一种形式能像宗教一样简洁明快、事半功倍。而作为宗教宣传的重要策略,就是将日常行为不断地仪式化、神圣化。对于宗教文化意识十分浓郁的欧洲来说,对于一种思想与观念的传播,其最简捷的手段与最直接的效果,莫过于以宗教的形式实施。里芬斯塔尔在影片中正是借助了纳粹集会宗教化的方面大加渲染,希特勒的出现,具有救世主降临的隐喻意义;纳粹领导人的舞台,被表现为神殿的形式;群众的集会游行,具有宗教巫术的形式;全篇缓慢而庄严的节奏,更让人感受到帝王或教宗的威仪,而精美肃杀的纳粹服饰、机械呆板的纳粹礼仪、希特勒手舞足蹈的布道式演讲、集会中由各种徽标组成的图腾式符号……所有这一切仪式化的努力,都在不断地强化与提升着纳粹的宗教本质。影片缓慢而庄严的节奏,犹如帝王或教皇等具

有宗教性的活动的肃穆,从而不仅为荒诞的思想包裹上了一层神圣的外衣,同时也营造了一种宗教的威严。所有这一切,其实都在不断地彰显着纳粹的合法性、强化着纳粹的亲合力,从而使影片起到了直接的政治教化与意识形态灌输所起不到的作用。^①

当然,视像在对意识形态的镜像化表述中,有一类影片似乎很难界定,即成人片或者说情色片。现在一般人认为其主要以渲染情色、刺激感官为主,然而如果从文化人类学的视阈观察,我们就会发现,其实在这些影片中,在更深的意义上,仍然是人类行为仪式化的结果。首先,性行为不仅是人类最古老的一种生命仪式,更是人类最古老的一种文化行为,根据人类学的研究,人类起源最早且流传最广的仪式行为“交感巫术”,其起源于对人类性行为的直接模仿与象征^②;其次,人类生机的勃发与生命的萎顿,都可以通过性爱镜头展现出来,而这些镜头或场面,本质上都是人类性行为的仪式化再现。因此在这类影片中,我们不仅可以窥视到我们渴望窥视的场景,更为重要的是,在这种窥视中,我们实际上经历了生命仪式的预演或温习,充分地体验到了存在于自然规律与社会规律之间的生机盎然、张力十足的意识形态。

几乎在人类所有的文化行为中,仪式化成为了一种重要的表现形态,而在视像艺术中,人类行为的仪式化特征,最典型地体现在视像画面语言的运用上。综观视像史上的影片,那些经典作品,尽管作为其经典性在意蕴、风格及题材上千差万别、各有千秋,然而有一点是其共同的,即在影像语言上都创造了高度仪式化的画面语言,以至于多少年过去,人们可能对影片的整体

^① 对这一影片的详细分析,见林少雄:《纪实影片的文化历程》,第 329—330 页,上海大学出版社,1999 年。

^② 参见弗雷泽《金枝:巫术与宗教之研究》(中国民间文艺出版社,1986 年)中的相关论述。

内容记不住多少,然而人们对其中的一些经典性镜头却记忆犹新。如《泰坦尼克号》中男女主人公双双站在船头张臂远望的镜头,这部影片可以与法国影片《新桥恋人》中相类似的镜头比较。为什么同样一个构思,在《新桥恋人》中这一镜头给观众的印象不深,而在《泰坦尼克号》中却大放异彩?其实答案很简单,即在前一部影片中,导演只是将其作为一般的电影镜头来处理,而在后一部影片中,导演却将其仪式化了,因之取得的艺术与美学的效果截然不同。

视像的常规化与仪式的超越性

仪式不仅是当时人们的社会生活的重要组成部分,也成为了人们最重要的精神活动之一,因而也就成为了人们重要的审美活动形式之一。史前时代人们审美意识的萌芽,在很大程度上都与当时人们的各种仪式活动有着密切的关系,同理,在视像中人们审美意识的萌芽与流变,也与各种仪式化的镜头有着密切关系。既产生于日常生活,又同日常生活拉开一定的距离,仪式的这种超越性的特点,在视像世界里也有着相似的情形,同时也就决定了其必然与人们的审美态度和审美意识发生紧密的联系:

第一,既然产生于日常生活,那么作为一种人类社会活动的客观产物或结果,仪式就必然会注定成为人们审美对象的一个重要内容,必然地要被纳入人们重要的审美范畴之中,因此仪式行为本身可以是人们的审美对象,在仪式活动中也就必然地包含了人们的审美活动。同理,在现代人们的社会生活行为中,视像作为人们重要的审美对象,也必然会被纳入人们重要的审美范畴,因此在对电影的观看行为中,也就必然地包含了人们的审美活动。甚至在当代视像社会,电影已成为了人们最重要的审美对象之一。

第二,仪式行为的过程,与观看视像的过程一样,是一个在

相对固定的场所、固定的时间不断地进行某种活动的行为过程,在这一过程之中,不断重复的行为不仅使得行为者深深地体验到一种节奏和韵律的美感,而且培养了其对这种过程的喜好与愉悦,从而使其进入一种自由舒畅的心理体验之中,这正是人类能够发现、感受和体悟美的一种心境,因而也是最适宜于进行审美活动的一种状态。

第三,仪式的超越于日常生活的特点,又决定了其能够超越于现实的功利目的,暂时将人们带入一个相对超越于现实功利世界的精神氛围,而这一氛围,也正是人类进行审美活动时所需要的氛围,这正是人类的仪式行为和审美活动之间最容易相通的氛围。在现代社会,人们正是通过视像而实现了这一超越,因此视像的氛围,也正是人类进行审美活动、进行审美创造的最佳氛围。

第四,在仪式行为中,需要对主体行为的对象进行一种客观观照,这种观照的对象已经脱离了其始初状态,成为了一种完美化的精神象征;而在审美活动之中,审美对象也是暂时脱离了其日常的状态,暂时地隔断了同周围事物的联系,成为一种纯粹的精神对象。正因如此,仪式的对象才可以很容易地转化为审美的对象。而在电影的观看行为中,按照斯坦利卡维尔的观点,我们并非仅仅希望看到世界,而是希望看到世界本身。“说我们希望看到世界本身,就是说我们希望得到观看世界的条件。这是我们同世界建立联系的方式:通过观察世界,或得到世界的形象。我们的条件变成这样:我们自然的观察方式,是在感到自己不被看到的的情况下去看世界。我们与其说是一般地看着世界,不如说是从自我的背后往外看世界。这是我们的幻想,而幻想是没有人看见的,而且必须不让人看到。”^①这样看来,视像对人类的隔离,是将人类的生命个

^① 斯坦利·卡维尔《看见的世界——关于电影本体论的思考》,第 54 页,中国电影出版社,1984 年。

体从自然状态与社会生活中隔离出来,以便不仅使其获得一种不同于常态的观察认识世界的独特的方式,同时也使其通过这种方式凝神并发现一个独特的审美世界,这一世界人们可以在意识中进入,也可以在视像中进入,而惟独不能在真实的现实生活中进入,这也许既是仪式与视像的相似之处,同时也是两者之魅力所在。

第五,仪式行为中所使用的道具或物件,在为了满足某种特殊需要而进行特定加工制作和在不同场合不断反复使用的过程中,逐渐地固定化、精致化、规范化,总之是不断地“文化化”,而这也正是人们在审美活动中所要求于审美对象的最基本的审美属性,因此仪式行为中的物质创造,也最容易成为人们重要的审美对象。不仅如此,仪式行为中的各种不同活动形式,也成为了后来不同艺术形式的萌芽。前面我们谈到,仪式的客观功效就是将人们从日常生活状态中隔离出来,使其超越于日常生活状态而进入一种特定的氛围。为了达到这一目的,除了心灵上的虔诚之外,在很大程度上要通过外在形貌或装饰的改变来达到目的。如涂饰在身体上的各种的纹饰、佩戴的各种面具及饰物、满足特殊需要而穿着的各种特殊的服装、不同的场合使用的不同的器具,以及约定俗成而不断重复的动作、诵词等,所有这些事物在不断地被重复使用的过程中,一方面激发和强化了行为主体的审美感受和审美意识,另一方面又被行为主体赋予了特殊的审美内蕴,表达出主体特定的审美愿望,因而逐渐脱离了其特定的用途,成为后来服饰、舞蹈、音乐、诗歌等艺术形式的萌芽,因而也就成为了人们重要的审美对象。而在现代社会,人们早在史前时代积淀下来的这种心灵上的虔诚与外貌上的繁琐庄严,通过视像活动中的偶像崇拜与影迷拜物最终得以实现。今天影迷对偶像的虔诚与崇拜,丝毫不亚于处于原始巫术或宗教行为仪式中人们的行为。

正因如此,所以在史前时代,随着人们各种仪式行为的经常

化、场地的固定化、规范的制度化、规模的扩大化和功能的超越化,作为人们日常社会活动内容之一的仪式行为,就逐渐地演变为了一种独特的、具有浓郁本土特色的审美活动行为。而在人类的视像活动行为中,随着其商品运作的不断产业化,放映场地的日益专门化,行为规范的制度化,生产制作规模的扩大化,以及它的社会功能日益向其他领域不断渗透,视像已经逐渐成为人们最要的审美对象之一。

作为人类所特有的一种社会文化行为,仪式行为与审美活动有着密切的关系,在仪式活动中,可以使人们直接进入一种审美状态,可以直接促成审美意识的发生,这是因为:首先,仪式不仅是人类带有一定目的和功利的社会活动和行为,同时也是人类表现自己审美意识的一种特殊表现方式。人类的审美意识,除了在艺术形式中得以集中表现外,在作为社会行为的仪式中也有着特殊表现,甚至从某种意义上说,仪式行为是人类对自然宇宙之美的把握与体验、模仿与表现。其次,在仪式行为中,不断地培养着人对节奏和韵律的感悟与把握能力,而对节奏和韵律的感悟与把握,正是人类审美意识产生的一种重要因素。节奏和韵律不仅是整个自然界普遍存在的一种自然现象,是生命个体所拥有的一种生物的本能,也是人类审美感受中不可或缺的重要组成部分。第三,仪式是人类对自然和心灵秩序的一种模仿与演示,而对秩序的把握,表现了人类对自然之美的感受,它表现了人类渴望寻求美的现象、把握美的规律的一种努力。第四,在仪式活动的行为中,人对超自然神秘力量的敬畏,实际上也表现了人对抽象的人格力量的赞美。人类的仪式活动,虽然就其动机和目的是为了满足不同人们现实的物质需要,然而其所要安抚和祈求的对象,则是大自然的神秘力量或已经故去的先祖的魂灵,这些事物在童年时期的史前人类的心灵中,无疑具有一种巨大的人格力量,因此通过仪式对其进行礼拜,也就意味着对这些人格力量的赞美。以上仪式与审美活动所有这几方面的联系,在视像中都

有着相同的情形。

审美的仪式再现

我们之所以说审美的仪式再现,是因为人类的审美活动,最终总要以一定的行为为其外在表征,特别是在史前时代,由于社会发展处于始初阶段,因此人类的审美活动和审美意识,在很大程度上都要通过仪式行为来表现出来。这是因为:首先,人类的审美观念、审美意识,都要通过一定的形式和过程表现出来,这一形式和过程就构成了人们的审美活动。无论在仪式行为还是视像活动中,进行仪式或观看影片的过程,既是人们物质世界一个社会化活动的过程,又是其精神世界审美化活动的过程。这两个过程紧密联系,构成了史前社会人们所特有的审美活动方式。

其次,审美意识的突现,在很大程度上还取决于具体的审美对象,而在仪式轱辘像行为活动中,无论是具象的自然界的时令变化、生命的存续与消亡,还是现实生活中人们所遇到的实实在在的事件,抑或超验的神秘力量和神异世界,都在客观上为人们提供了意识投射的对象,因此仪式活动中的事物,客观上也就构成了人们特定的审美对象。正是在此意义上,我们可以说仪式轱辘视像活动为人们的审美活动提供了客观的对象。仪式活动中具体的特定场所、动作行为、语言、装饰以及渲染气氛的道具的使用,都直接或间接促成了后来建筑、诗歌、舞蹈、音乐、服饰等纯艺术形式的诞生,从而极大地丰富了人们的审美对象,不断地强化了人们的审美意识。

第三,在仪式轱辘像活动中,由于特定的时间和场所,以及为满足仪式轱辘像本身的需要而营造的特殊氛围,使人们容易进入一种暂时完全脱离于日常生活常态的状态。而在审美活动中,也需要人们脱离于日常的生活状态,进入到一种忘我的境界。仪式轱辘像行为所达到的状态和审美活动所需要的境界,两者正

好有着相似或相通之处。在这里,仪式视像的状态极容易转化为审美的境界,所以说仪式视像行为为人们的审美活动提供了可能的状态和所需要的境界,从而使得人们将日常的社会活动转化为审美活动成为了可能。

第四,人们在日常生活中所产生的对节奏与韵律、自由与秩序、神圣与超验等审美感觉的把握,总是要通过一定的形式不断地强化和重复,并从中领略和体验到一种美的境界。仪式视像活动正好为人们的这一习惯提供了机遇。人们通过一定的仪式视像活动及其所创造的氛围,可以将日常生活中的审美感受与体验不断地重复和强化,或者说人们将自己的审美经验和感受带入到具体的仪式行为之中,通过仪式视像这一特定的行为,不仅将自己的审美经验不断地重复和强化,同时还从既有的动作行为中不断地获得新的审美感受和体验,极大地丰富自己的审美经验,不断地强化自己的审美意识。

第五,不同时代人们不同的审美意识,一定要通过不同的审美形式表现出来。在史前社会,由于各种艺术形式还没有产生明确的特征,同时又与日常社会活动紧密联系在一起,因此我们今天很难找到一种用来表现当时人们纯粹的审美意识的形式。在此情形之下,仪式是我们所能够寻求到的系统体现当时人们审美意识的重要形式之一,这是因为:其一,仪式不仅满足人们的物质需要,更满足着人们的精神需要;其二,人们的审美意识在仪式活动中得到了很好的培养和发挥,或者说仪式活动培养了人们的审美意识;其三,仪式活动中直接孕育了后来多种纯艺术的形式。因此我们说史前时代人们的审美意识,在社会化的仪式行为中得到了始初萌芽和不断再现。视像对当代人们审美意识形成的作用,在某种意义上也许并不比仪式在史前时代人们审美意识形成方面的作用更小。同样的审美对象、相似的审美氛围和相近的审美活动过程,就极为容易形成一种类似的思维机制,使得人们的审美选

择、审美趣味和审美情调不断地趋向同一 ,这种现象虽然不利于审美活动的多样化和丰富多彩 ,然而对于审美意识处于萌芽阶段的史前人类和一个群体或部落来说 ,却有利于其整体审美意识的萌发。

以上只是尝试运用文化人类学的研究方法以及关于人类社会行为中“ 仪式 ”的一些基本理论观点 ,探寻其与视像艺术与美学的契合点 ,至于文化人类学理论在视像美学研究中的具体运用 ,在很大程度上还依赖于对文化人类学自身理论与方法研究的进一步深化 ,以及对视像“ 本文 ”的具体分析与解读 ,只有将两者紧密结合起来 ,也许才会带来视像理论与美学研究的新视阈。所有这些 ,非两三篇论文或一两个课题可以解决 ,它不仅在很大程度上取决于文化人类学研究的理论突破与视像美学研究新疆域的开拓 ,更取决于视像艺术观念的巨大突破与创作实践的不断探索。在此意义上 ,也许对视像艺术的人类学研究永远是一项“ 不可能完成的任务 ”。

十六、视像时代传统文化的命运(代结语)

371

随着现代科学技术的发展,人类文明进入了一个全新的视像时代,在这一时代,由于市场意识的日益强化、经济开发的不断扩大、全球化浪潮的日趋迅猛,以及经济发展而带来的消费社会的到来,传统文化遭遇了各种因素的围剿。本课题试图通过文化学与传播学的视阈,对视像时代的基本内涵进行辨析。与此同时,对经济开发引发的对遗物古迹的破坏、市场化引发的对文化遗物的买卖盗掘、旅游经济带来的对传统文化原生态的伪造与破坏、全球化引发的国际文物走私的猖獗等现象,特别是对视像技术的高度发展带来的整个社会成员传统文化素养的急剧弱化现象,不得不引起我们对当下社会保护传统文化与追求经济效益之间的矛盾、社会成员对于传统文化关系的分析与思考。

视像时代最大的社会发展动力,在于经济的飞速发展。在发展经济的过程中,传统文化受到了空前的挑战,现状让人担忧。现代人对于传统文化的态度,可以说是既爱又恨,所谓爱,体现为一种观念上的尊重,即在今天,可能很少有人会提出要彻

底否定传统文化,然而不容乐观的是,这并不意味着人们对其重视,首先在观念上,表现为敬而远之的态度。在具体行为中,则实际上不断地在进行着破坏与消解。

经济开发引发了对遗物古迹的破坏。要发展经济,首先要搞好基础设施建设,因此,就要大兴土木,这对历史文物造成了极大的破坏。如三峡工程对三峡两岸历史文物的破坏,可以说是空前的,而历史文物一般具有不可再生性,因此一旦消失,便无法再生。再如河西走廊,这里遍布石窟、汉简、画像砖、彩陶、壁画等,可以说是一条文化走廊,这里的民勤县,是著名的沙漠县,通过解放前至建国后几十年的治理,成为了著名的沙漠绿洲。然而在改革开放发展经济中,县里建起了葡萄酒厂,于是为了向酒厂供应原料,县上铲掉植被,种起了葡萄。前后不到数年,葡萄没有种出来,植被却被破坏殆尽,像这种情况,在河西走廊遍地都是,据不完全统计,河西走廊现有酒厂四十余家,成为了名副其实的“河西酒廊”,直接结果使其成为了沙尘暴的重要发源地之一,日益恶劣的环境,对文物古迹造成了极大的破坏。

如果说经济开发引发了对文物古迹的极大破坏,那么市场化必然引发对文化遗物疯狂的买卖盗掘。市场化的重要游戏规则之一,便是没有什么东西是不可以明码标价并出售的,因此,在市场化的格局下,无价的文物成为了有价的商品,于是,需求创造着供应,买卖引发了盗掘,在巨大的经济利益驱使下,文物买卖成为了文化资源异常丰富的西部贫困地区人们重要的经济来源,特别是在广大的西北地区,文物买卖盗掘活动尤为猖獗,这种行为,直接造成了两个结果:一是对现有文化资源的破坏,二是珍稀文化资源的大量流失。如新疆的干尸,对于民族学、人种学、人类学、考古学、经济学等学科的研究具有十分重要的意义,现在干尸已经被国外科研机构盯上而重金收购,因此干尸的走私便成为了十分猖獗的活动。

由于开发旅游经济而引发的旅游开发区的无规划建设、对文物古迹的仿造与伪造、旅游者对古迹名胜的肆意践踏与破坏

等行为,则直接构成了后果不堪设想的破坏。如在河西走廊酒泉、嘉峪关至敦煌的戈壁滩上,分布着大量汉魏晋墓葬画像砖,这些遗物的发现填补了中国美术史上实物资料的空白,但是为了发展旅游经济,先是修建敦煌机场,破坏了大量遗物,现在旅游开发,在酒泉地区发掘出了几座墓葬,并将其中一座保持原样,让旅游者直接进入墓葬参观,并可以随意触摸,加之目前保护技术的不过关与大量人流的氧化,画像砖上的色彩日渐暗淡,甚至不断剥落,从而形成了对稀世文物的新的破坏。

随着现代科学技术的飞速发展,全球化、信息化成为了现代社会的重要标志,然而这一特征也为文物倒卖走私提供了更加便利的条件。走私分子不仅具有优异的运输装备、便利的通讯条件、隐秘的信息资源,同时还利用因特网等现代高科技技术进行走私。

与上述种种情况相比,更令人格外关注的是,在视像时代,社会成员个人文化素养急剧下降,这主要表现在以下几点:

其一,认知方式的改变引发了思维方式的变革。在视像时代,观看图像成为了现代人了解信息、获得知识的重要途径与惟一方式,由对文字的阅读转向对图像的观看,成为了当代青年获得知识的重要方式,所有这些都将直接导致思维能力的下降。不仅如此,由于政府对外语学习的过分强调,结果矫枉过正,出现了大量“外语通”的“汉语盲”。这种现象的直接结果,便是造成了思维的表象化。在印刷时代,由于人们面对的知识主要是以印刷文字的形式出现,因此人们的思维具有从感性到理性、从表象到抽象的不断深化过程。文字阅读的特点,就在于阅读者必须通过思维将文字符号转化为形象,在这一过程中,人的思维活动始终处于积极状态,而到了视像时代,“视像”成为了知识的主要表现形式,“视像思维”成为了人们主要的思维方式。如果说在印刷时代,一个文盲与一个学者之间的知识差异与思维方式判若云泥,那么到了视像时代,当面对同一个屏幕上的同一种视像,一个文盲与一个学者之间知识上的差异与思维方式的

不同将会被极度缩小,甚至可以忽略不计,因为具体可感的视像不需要太深的思维便可以直接接收,它直接地激发和助长了人们的思维惰性。而长时间面对一个视像时,人们几乎不需要去思考,因之视像思维视觉化、形象化、表面化的特点,便是对人类理性思维、抽象思维、逻辑思维的弱化与解构。

其二,对传统文化的“戏拟”与“伪拟”,引发了表达方式的变化。遍布荧屏的“戏说”与胡编乱造,会使青少年不断模糊现实与虚构的界限,并且直接导致对历史事实的“误读”;而大量卡通、电视剧及综艺类节目,更是对传统文化进行“消解”甚至“曲解”;不注重传统文化原生态的保护,大量仿造、伪造名胜古迹,形成了对传统文化的“戏拟”与“伪拟”;电子图书的盛行,不仅使原典阅读成为现代人知识结构中的空白,同时更成为了独立存在于现代人知识视阈的异域景观。长此以往,这种种现象都将会造成传统的断裂。

其三,视像时代还引发了对传统文化理念的消解。广告对人对欲望的刺激,直接与传统文化中克己、中和、谦逊、重义轻利等道德观念形成了冲突。如某网站“你可以不‘上’我,但不能忽视我”、“‘上’我一夜情,伴你到天明”的广告词;“如何做个百万富翁”、“如何吸引异性”之类的图书的畅销,更是将人们对金钱、美色的欲望赤裸裸地表达了出来,而所有这一切,都与传统文化价值观念形成了巨大的反差,从根本上对传统观念形成了解构。

其四,语言符号表征出现了新的变化。每一时代文化独特的传播方式,莫不以一套独特的语言建构为自己的显性标志。视像时代在其传播策略上的又一重要特征,即采取了语言的陌生化的方式,这一点可参阅第六章“语言的陌生化”一节。视像时代正在创造和不断规范着一整套新的话语,这种话语的推行策略便是不断地陌生化,既形成与传统话语的区别,同时又不断地吸引人们的眼球与兴趣,从而收到一种意想不到的效果。这种大量的外来语、新的词语的创造,从其负面影响看,将会破坏

汉字的纯洁性,其直接后果,便是对作为传统文化重要载体的语言文字的破坏。另一方面,演员与主持人脱口而出、字幕随处可见的错别字(如《康熙王朝》),将会对一代人的文化素养,起到潜移默化的弱化作用。

如果说经济开发引发的对遗物古迹的破坏、市场化引发的对文化遗物的买卖盗掘、旅游经济带来的对传统文化原生态的伪造与破坏、全球化引发的国际文物走私的猖獗等现象对传统文化具体形态进行了解构,因之形成了当下社会保护传统文化与追求经济效益之间的矛盾,那么视像技术的高度发展带来的人们认知与思维方式的改变、表达方式的变革、对既有文化理念的冲击,以及语言符号表征的变化,使得整个社会成员传统文化素养急剧弱化,所有这一切从根本上对传统文化造成了致命一击。正是这双重威胁,造成了对传统文化的不断消解,加之视像时代新闻简报的模式规范与风光名胜的宣传观念、猎奇览胜的心理定势与急功近利的操作心态,从而使得传统文化面临着巨大危机。当然,随着时代的发展,传统总是在逐渐走向衰微,然而社会与执政者并不能因此就放任自流,而应该采取积极的策略与可行的方法,尽力改变或推迟这种衰微,这并非自不量力,而应是文化人无法逃避的宿命与抗争,正是在这抗争中,才会体现出人性的良知与人格的魅力。

参 考 文 献

- 爱德华·泰勒《原始文化》,上海文艺出版社 1986年。
- 爱德华·月·泰勒《人类学》,上海文艺出版社 1986年。
- 列维—斯特劳斯《结构人类学》,文化艺术出版社 1989年。
- 马林诺夫斯基《文化论》,中国民间文艺出版社 1989年。
- 列维—斯特劳斯《野性的思维》,商务印书馆 1989年。
- 列维—布留尔《原始思维》,商务印书馆 1989年。
- 史宗主编《20世纪西方宗教人类学文选》,上海三联书店 1989年。
- 林惠祥《文化人类学》,商务印书馆 1989年。
- 辛格顿著、蒋琦译《应用人类学》,湖北人民出版社 1989年。
- 马塞尔·毛斯《社会学与人类学》,上海译文出版社 1989年。
- 安东尼·吉登斯《社会学》,北京大学出版社 1989年。
- 易中天《艺术人类学》,上海文艺出版社 1989年。
- 卡尔·海德著、田广、王红译《影视民族学》,中央民族学院出版社 1989年。
- 张江华、李德君等《影视人类学概论》,社会科学文献出版社 1989年。
- 马歇尔·麦克卢汉《理解媒介》,商务印书馆 1989年。
- 安吉拉·默克罗比《后现代主义与大众文化》,中央编译出版社 1989年。
- 约翰·多克《后现代主义与大众文化·文化史》,辽宁教育出版社 1989年。
- 斯蒂芬·贝斯特、道格拉斯·科尔纳著,陈刚等译《后现代转向》,南京大学出版社 1989年。
- 史蒂文·康纳《后现代主义文化——当代理论导引》,吉林人民出版社, 1989年。
- 齐格蒙·鲍曼《后现代的道德》,学林出版社 1989年。
- 包亚明主编《后现代性与地理学的政治》,上海教育出版社 1989年。
- 包亚明主编《现代性与空间的生产》,上海教育出版社 1989年。
- 李惠国、黄长著主编《重写现代性:当代西方学术话语》,社会科学文献出版社 1989年。
- 汪民安、陈永国主编《后身体:文化、权利和生命政治学》,吉林人民出版社, 1989年。
- 丹尼尔·贝尔《资本主义文化矛盾》,三联书店 1989年。
- 爱德华·宰·萨义德《文化与帝国主义》,生活·读书·新知三联书店, 1989年。

戴维·钱尼著,戴从容译:《文化转向:当代文化史概述》,江苏人民出版社,1999年。

常昌富,李依倩编:《大众传播学:影响研究范式》,中国社会科学出版社,1999年。

约翰·斯道雷《文化理论与通俗文化导论》,南京大学出版社,1999年。

戴安娜·克兰《文化生产:媒体与都市艺术》,译林出版社,1999年。

波德里亚《消费社会》,南京大学出版社,1999年。

迈克·费瑟斯通《消费主义与后现代主义》,译林出版社,1999年。

马克·波斯特《信息方式》,商务印书馆,1999年。

马克·波斯特《第二媒介时代》,南京大学出版社,1999年。

戴维·莫利、凯文·罗宾斯:《认同的空间:全球媒介、电子世界景观与文化边界》,南京大学出版社,1999年。

尼古拉斯·阿伯克龙比著,张永喜等译:《电视与社会》,南京大学出版社,1999年。

马歇尔·麦克卢汉著,何道宽译:《理解媒介》,商务印书馆,1999年。

安德鲁·古德温,加里·惠内尔编著:《电视的真相》,中央编译出版社,1999年。

王逢振主编《电视与权力》,天津社会科学院出版社,1999年。

罗杰·西尔弗斯通著,陶庆梅译:《电视与日常生活》,江苏人民出版社,1999年。

伯格《通俗文化、媒介和日常生活中的叙事》,南京大学出版社,1999年。

大卫·麦克奎恩著,苗棣等译:《理解电视——电视节目类型的概念与变迁》,华夏出版社,1999年。

陈龙《在媒介与大众之间:电视文化论》,学林出版社,1999年。

时统宇《电视批评理论研究》,中国广播电视出版社,1999年。

孙玉胜《十年:从改变电视开始》,生活·读书·新知三联书店,1999年。

福柯,哈贝马斯,布尔迪厄等著,周宪译:《激进的美学锋芒》,中国人民大学出版社,1999年。

瓦尔特·本雅明《机械复制时代的艺术作品》,浙江摄影出版社,1999年。

麦克斯·霍克海默著,李小兵等译:《批判理论》,重庆出版社,1999年。

彼得·比格尔著,高建平译:《先锋派理论》,商务印书馆,1999年。

罗钢,刘象愚主编《文化研究读本》,中国社会科学出版社,1999年。

王逢振主编《先锋译丛:愿视觉潜意识》,天津社会科学院出版社,1999年。

保罗·馥·莱斯特,霍文利著,史雪云、王海茹译:《视觉传播:形象载动信息》,北京广播学院出版社,1999年。

保罗·梅萨里《电视说服:形象在广告中的作用》,新华出版社 1999年。

阿瑟·阿萨·伯格著,姚媛译《通俗文化、媒介和日常生活中的叙事》,南京大学出版社 1996年。

尼尔·波兹曼著,章艳译《娱乐至死》,广西师范大学出版社 1999年。

尼尔·波兹曼著,吴燕荃译《童年的消逝》,广西师范大学出版社 1996年。

南帆《双重视域:当代电子文化分析》,江苏人民出版社 1995年。

泰玛·利贝斯《意义的输出:达拉斯的跨文化解读》,华夏出版社 1996年。

哈罗德·伊尼斯《帝国与传播》,中国人民大学出版社 1996年。

安德列·巴赞著,崔君衍译《电影是什么》,中国电影出版社 1986年。

伊芙特·皮洛《世俗神话——电影的野性思维》,中国电影出版社 1985年。

斯坦利·卡维尔《看见的世界——关于电影本体论的思考》,中国电影出版社 1986年。

道格拉斯·凯尔纳《媒体文化——介于现代与后现代之间的文化研究、认同性与政治》,商务印书馆 1996年。

张凤铸《影视艺术前沿——影视本体和走向论》,中国广播电视出版社, 1992年。

林少雄《纪实影片的文化历程》,上海大学出版社 1996年。

道格拉斯·凯尔纳著,史安斌译《媒体奇观——当代美国社会文化透视》,清华大学出版社 1996年。

苏珊·蕴·卡拉瑟斯著,张毓强等译《西方传媒与战争》,新华出版社 1996年。

阿芒·马特拉著,陈卫星译《世界传播与文化霸权》,中央编译出版社, 1996年。

巴伦·李维斯,克利夫·纳斯著,卢大川等译《媒体等同:人们该如何像对待真人实景一样对待电脑、电视和新媒体》,复旦大学出版社 1996年。

张怡,酆全民,陈敬全《虚拟认识论》,学林出版社 1996年。

汪成为《人类认识世界的帮手:原虚拟现实》,清华大学出版社、暨南大学出版社 1996年。

迈克尔·海姆《从界面到网络空间——虚拟实在的形而上学》,上海科技教育出版社 1996年。

龙意祖《图像与艺术》,辽宁美术出版社 1996年。

潘绥铭《中国性现状》,光明日报出版社 1996年。

刘达临《中国当代性文化》,上海三联书店 1996年。

刘达临《性社会学》,山东人民出版社 1996年。

李银河《同性恋亚文化》,今日中国出版社 1996年。

王振复《建筑美学》,云南人民出版社 1996年。

参考文献

戴元光 ,金冠军主编《传播学通论》,上海交通大学出版社 1999年。
黄会林 ,彭吉象 ,张同道主编《电影艺术导论》,中国计划出版社 1994年。
宰·舒里安著、罗悌伦译《影视心理学》,四川人民出版社 1988年。
卢元镇《体育社会学》,高等教育出版社 1995年。

后摇记

380

本书章节体例由林少雄敲定,正文中第一、二、三、五、六、七、十三(第一、二节)、十四、十五、十六章由林少雄撰写;第四、十章由王仁勇撰写;第八、十一章由张立潮撰写;第九、十二章由孙虹撰写;第十三章第三、四、五节由周薇撰写。全书最后由林少雄负责统稿。