

Rational Criticism on Technology of Visual Culture's Spreading

Critique rationnelle contre la diffusion de la culture visuelle

視覺文化傳播的技術理性批評

Mei Qionglin

梅瓊林

Gong Lihui

龔麗輝

Received 21 February 2006 ; accepted 16 July 2006

Abstract Visual culture has been the fact in the field of culture and communicates today. Visual culture communicates has been a great challenge to traditional culture communicate. From the visual change, people's living surroundings are also be changed. Rational thought depending language gives way to sensible thought depending sight, image displace language become the tool of thought. The image world which focuses on technology hegemony is a world made of message and sign which are dominated by mode, code and control demonstration. Media of "unreality implosion" made illusory equal to the reality is present. There are more and more super-real and super-clear images. Today, people lack of communicate; they dislike talk to each other; there're lots of misunderstandings in modern society.

The day of post-technology provide people with several new Medias and communicative ways. Everyone can be the subject by using the new media of high technology but low-skill operating. At the back of technology, there are many kinds of communication texts. The culture value orientation of Mass communication becomes amusing and ordinary. The communicate bureau's value conception and behaviors cosmos in post-technology times become more instability.

Keywords: visual culture, media technology, post-technology times, amusement

Résumé La culture visuelle est déjà devenue la réalité dans les domaines de culture et de diffusion. La diffusion de la culture visuelle constitue un défi considérable pour la diffusion culturelle traditionnelle. Le « virage visuel » qu'il s'en suit change l'environnement d'existence de l'homme : la réflexion rationnelle tablant sur la langue fait place à la pensée sensible s'appuyant sur la vision ; l'image devient l'outil de la pensée en remplaçant la langue. Le monde des images fictives ayant pour foyer la suprématie technique est un monde des informations et signes dominé par le modèle, le code, le signe, et la cybernétique. Les médias font égaler la réalité fictive et la réalité présente par « l'explosion interne » de la réalité. Des images visuelles super-réelles et super-claires arrivent à flot continu. Donc, le grand public se tait, on manque de communication et s'enferme sur soi-même. La société, pleine de malentendus, dépérit faute de feedback.

Les nouveaux médias qui demandent peu de technique permettent à chacun de devenir le sujet de l'action de diffusion. La nouvelle ère où la diffusion individuelle et la diffusion de masse s'entremêlent est ainsi créée. Avec le soutien de la technique, des contenus de diffusion de toutes sortes apparaissent sous nos yeux. La diffusion de masse tend au divertissement et sa valeur culturelle diminue. La notion de valeur et l'ordre d'action des groupes sociaux de diffusion à l'époque post-technique prennent une caractéristique instable.

Mots-clés : culture visuelle, technique de diffusion, époque post-technique, tendance au divertissement

摘要 視覺文化已經成為當下文化領域和傳播領域的現實。視覺文化傳播對傳統的文化傳播構成了巨大的挑戰。由此引發的“視覺轉向”改變了人的生存環境，依賴語言的理性思考讓位於視覺的感性思維，圖像取

代語言成為思維的工具。以技術霸權為焦點的擬像世界是一個由模型、符碼和控制論所支配的資訊與符號的世界。傳媒以一種“真實的內爆”使虛幻和在場的真實等同。超真實、超清晰的視覺圖像紛至沓來。於是，大眾緘默，當代人缺乏交流、封閉心靈、充滿誤解與誤讀，社會也因缺乏回饋而消隱。

低技能操作的新媒體，每個人都可以成為傳播行為的主體，並由此開創了個人傳播和大眾傳播交融的新局面，在技術支援下，參差不齊的傳播內容頻頻出現在人們眼前，大眾傳播的文化價值取向走向娛樂化、低微化。後技術時代的傳播社群的價值觀念與行為秩序出現不穩定性。

關鍵詞：視覺文化；媒介技術；後技術時代；娛樂化

引 言

關於視覺文化的研究是 90 年代才興起來的一種跨學科的研究，是文化研究的一個分支，近年來視覺文化研究越來越受到人們的關注，因為它不僅昭示了文化研究新的細分，同時也反映出文化研究新的綜合。

1. 研究理由及意義

上個世紀 60 年代，結構主義和符號學盛極一時，文本、語言、句法等概念的泛化，大有將人類一切文化活動皆歸之于語言範式的勁頭。從西方思想史角度來說，語言對形象的優越始終和理性崇拜密切聯繫在一起，那就是語言優於形象，話語高於圖形，毋庸置疑，這是一種“語言中心”的文化研究。隨著後現代理論和後結構主義的崛起，自 20 世紀 80 年代以來，以語言為中心的文化開始向以視覺為中心的文化轉向，這種轉向得歸功於大眾文化的興起。從影視到廣告，從雜誌到 M T V，從建築到造型藝術，視覺圖像及其“權力”在日常生活中廣泛滲透，導致視覺圖像霸權漸趨形成，而且幾乎無處不在！圖像成為這個時代最富裕的日常生活資源，成為人們無法逃避的符號情境，成為我們文化的儀式。

“世界圖像並非意指一幅關於世界的圖像，而是指世界被把握為圖像了”。“世界被把握為圖像”，也即圖像就是世界及其認識世界的方式，當日常生活中一切事物都被視覺化時，這個時代也就是“世界圖像時代”了。在後現代的理論建構中，利奧塔進一步強化了這種視覺轉化，他將“話語的 圖像的”二分，演繹為通常意義上的現代 後現代的二分，亦即現代是理性的話語的中心，而後現代則呈現為感性的圖像的中心。從尼采到

海德格爾，再到利奧塔，視覺主題被逐步深化。這樣，視覺性不僅在日常生活中凸顯出來，也佔據了哲學思考的前沿。正是在這樣的背景下，視覺文化研究成為 80 年代以來的一種欣欣向榮的景觀。

選做視覺文化這個題目主要是有來自現實的刺激，現在的社會速度越來越快，變化也越來越大，這種現象的集中體現，可以歸納為“影像消費”，它和視覺文化緊密相連。現在社會的青少年一代，基本上是 80 年代末到 90 年以後的出生的，他們這一代人基本上是在影像文化薰陶下成長起來的，看電視、看電影、看漫畫、看廣告所花的時間比讀書還要多。這種現象已經引起了文化學者和教育學家的憂慮，也招來了很多批評。但是從發展的角度來看，成長生活在影像中的這一代人對圖像的敏感程度要大大地超過前一代人。而且，影像技術的發展也帶了新的可能性，使人們可以更清楚的觀察世界，另外用電腦繪畫、數碼相機和數碼攝像機的普及，使得年輕人可以把“影像消費”的經驗轉化他們的表達方式。

除此以外，媒體也開始向著技術性、視覺化轉變。報紙、雜誌等傳統的印刷文字媒體在視覺文化轉向的大環境下，圖片的數量和標題排版的圖像化傾向也更加明顯了。

視覺文化是我們這個時代的文化現象，它的出現是當代社會中諸多因素的綜合，消費型社會、技術的快速發展、大眾媒介的廣泛性和日常性等因素都是促成視覺文化的重要原因。視覺文化既然能夠在當代文化中佔據主流位置，它出現的合理性不容質疑，但是視覺文化與以往的文化類型有什麼區別？

2. 研究現狀

視覺文化研究從誕生之日到現在，已經有諸

多學者從多種視角對其進行研究。西方的視覺文化研究起步較早，在上世紀中晚期就已經掀起了視覺研究的熱潮，其中的主要原因是與西方媒介文化的快速發展和當代文化中異常突出的視覺文化現象密不可分的。相對來說，視覺文化研究在中國還處在起步的階段，國內目前仍常將視覺文化和視覺藝術混淆起來，前者原適用於藝術研究，具有客觀、中立、描述性等特質，但是視覺文化則更重視其背後的意識形態。另外，視覺文化是需要橫跨電視、廣告、文化等諸多學科的研究，但由於國內的很多學科建設尚處於起步階段，要打破其疆域還存在一些困難。國內和港臺的一些學者在透徹瞭解了西方視覺文化理論後，對視覺文化研究也有自己的獨特看法。

歷史上較早提出視覺文化概念的上匈牙利電影理論家巴拉茲。他在 1913 就提出了“視覺文化”的概念，他針對電影的出現和日益繁榮，提出電影使人們重新開始關注視覺性。巴拉茲在《電影美學》中指出視覺文化的含義是“通過可見的形象來表達、理解和解釋事物的能力”，儘管在我們今天看來這個表述過於簡單，但是視覺文化的表現媒介已被凸顯出來，即用形象來表達，因此他所指的“視覺文化”是與以語言表述為主的“印刷文化”相對的。這個觀點也被後來的研究者所採用，成為視覺文化研究的一個重要思路。

而後，本雅明通過對季節複製時代藝術的討論，豐富了視覺文化概念的內涵。他認為，機械複製時代的來臨，使得傳統社會裏藝術的獨特韻味日漸衰落，電影作為一種新的視覺文化塑造了一種進步的藝術與大眾的關係，新的視覺文化特徵在於傳統的審美靜觀已經衰退，取而代之的是一種震驚效果。視覺轉向了觸覺。

加拿大學者麥克盧漢關於電子文化的研究中也提出了視覺文化主題。他從媒介和傳播方式的變革角度，論證了電子媒介文化的到來，這種文化將視覺和聽覺文化整和起來，對受眾的效果超過了以前的任何一種媒介，尤其是電視的出現。

法國哲學家博得裏亞認為，借助各種電子媒介和和電腦類比，我們的社會正在進入一個“虛擬影像”的時代，仿象的出現使得真實世界變的不再重要，在這一時代，形象與現實的關係仿佛斷裂了，虛擬的仿象日益佔據著我們的日常生活。複製取代了模仿，假的比真的更令人信服。

隨著中國經濟的快速發展，中國在視覺文化

研究領域有獨特見解的學者近年來也湧現出來。2004 年 5 月 29~5 月 30 日，“全球化：可見的與不可見的——中國首屆視覺文化傳播國際研討會”在上海復旦大學隆重舉行。與國際研討會配套的“德國影視研討會”和“中德雙向攝影展系列活動”也同時舉行。復旦大學作為中國較早對視覺文化這一研究領域關注的高校，在 2002 年 6 月正式成立了全國第一個視覺文化傳播研究中心，並在研究中獲得了可喜的進展，《視覺文化傳播——對一種新文化形態和傳播理念的理論闡釋》、《中國紀錄片的歷史現狀與發展》、《2008 奧運會：中國形象傳播戰略研究》、《2010 年世博會：上海形象傳播戰略研究》等一批課題研究已經展開。

第一章 “視覺文化”：概念及其範圍的界定

1. 視覺文化的定義

視覺文化既是一種值得關注的文化現象，也是一種日益發展的文化研究的新興領域。視覺文化研究在西方已經興起了很長時間。發展到現在，基本是上有兩種趨勢，一種是將文化研究、媒體研究以及都市研究結合在一起，強調視覺的觀看形式對現代文化和生活方式所造成的影響。譬如“觀看電視與日常生活的關係”、“日常生活的審美化”等等研究都屬於這一範疇；另一種趨勢則是，視覺文化研究正在為傳統理論的研究提供更深、更廣的維度，如福柯在研究“權利”概念時，聯繫了“全景敞式監獄”來說明權利的實施與觀看方式的聯結，對福柯而言，圓形監獄成為權利的現代系統運作的示範性技術隱喻。

近年來學術界探討的視覺文化，主要指以影視圖像符號作為基本表意系統，以憑藉光電通道的影視及電腦多媒體作為傳播介質，與傳統印刷文化相對應的新型的文化藝術形態。

歷史上較早提出視覺文化概念的上匈牙利電影理論家巴拉茲。他在 1913 就提出了“視覺文化”的概念，他針對電影的出現和日益繁榮，提出電影使人們重新開始關注視覺性。巴拉茲在《電

影美學》中指出視覺文化的含義是“通過可見的形象來表達、理解和解釋事物的能力”，儘管在我們今天看來這個表述過於簡單，但是視覺文化的表現媒介已被凸顯出來，即用形象來表達，因此他所指的“視覺文化”是與以語言表述為主的“印刷文化”相對的。這個觀點也被後來的研究者所採用，成為視覺文化研究的一個重要思路。

而後，本雅明通過對機械複製時代藝術的討論，豐富了視覺文化概念的內涵。他認為，機械複製時代的來臨，使得傳統社會裏藝術的獨特韻味日漸衰落，電影作為一種新的視覺文化塑造了一種進步的藝術與大眾的關係，新的視覺文化特徵在於傳統的審美靜觀已經衰退，取而代之的是一種震驚效果，視覺轉向了觸覺。

加拿大學者麥克盧漢關於電子文化的研究中也提出了視覺文化主題。他從媒介和傳播方式的變革角度，論證了電子媒介文化的到來，這種文化將視覺和聽覺文化整和起來，對受眾的效果超過了以前的任何一種媒介，尤其是電視的出現。

法國哲學家博得裏亞從技術哲學思想的角度出發，認為借助各種電子媒介和和電腦類比，我們的社會正在進入一個“虛擬影像”的時代，仿像的出現使得真實世界變的不再重要，在這一時代，形象與現實的關係仿佛斷裂了，虛擬的仿像日益佔據著我們的日常生活。複製取代了模仿，假的比真的更令人信服。

由此可見，從電影——電視——電腦的虛擬世界，視覺文化正是借助高科技的現代傳播技術逐步發展壯大的，視覺文化的興盛與現代傳播技術和資訊社會的出現密不可分。雖然以上許多不同時期的學者和思想家都分別對視覺文化的概念和特徵有種種概述，但視覺文化研究真正形成體系是在 20 世紀 90 年代，這與資訊時代的媒介發展有著直接的聯繫，可以說，視覺文化就是以視覺資訊為主要表現形態的文化，這裏的視覺資訊特指以視頻、動畫、圖形、圖畫等形象媒體所展現的資訊。

2. 視覺文化研究範圍的界定

黑格爾早就說過：視覺和聽覺是人類認知世界的兩個主要認識性手段。客觀世界的真實面貌是獨立於人類身體和社會之外的客觀實在。人通

過怎樣的途徑認識實在世界，通過這種途徑感知的世界將會對人類本身和人類社會產生何種影響是視覺文化研究的一個方面。

我們知道，視覺認知方式自古以來就在人類的認知方式中占主導地位，視覺是人類與生俱來的感知方式之一，從人類出現的時候，人們就已經開始用眼睛來觀察外部世界，繼而遠古時期就有人類在石壁上做畫的經歷，除此以外，各種出土的文物也表明：人類用眼睛觀察世界，用心靈豐富想像，用藝術點綴生活。在印刷文化時代，文字、繪畫、雕塑等紙性藝術正是通過視覺形式得以廣泛流傳的；而今天，在現代工業社會形成以後，各種電子屏性大眾傳播媒介憑藉自身特有的技術特徵，使得具有強烈視覺衝擊力的圖像充斥著現代生活的各個角落，並且促使現代人的生存方式逐漸朝著視像化的趨勢發展。

由此可見，視覺文化從人類伊始就已經出現，但本文視覺文化研究的範圍只是限定在現代工業社會形成以後到資訊社會形成的這段時期內，所以，本文的視覺文化研究的主要物件是指各類圖像和非視覺性東西的圖像化。它們包括電視、電影、電腦、攝像機、照相機以及手機這類以電子螢幕為主要表現形式的現代性視覺工具所傳播的圖像，同時也包括部分通過大眾傳播媒體傳播的紙性媒介圖像，例如戶外廣告、書面廣告、卡通漫畫、以圖片為主的消費性雜誌和商標符號等等。視覺文化研究的範圍是十分廣泛的，甚至連人的外在形象，包括人的容貌、身形、服裝、時尚都可以列入其中。視覺文化研究的發展與消費社會的興盛有直接的關係。由於圖像的生產與傳播過程都離不開大眾媒介，因此它也是連接大眾傳播研究和文化研究的一個平臺。

3. 視覺文化的主導成因概括

3.1 視覺文本符合傳播學理論

以圖像為主要內容的視覺文化的流行，充分說明了現代社會人們還是持普遍接受的態度來對待視覺文化。視覺文化之所以可以被大眾廣泛接受，除了大眾媒體的現代化傳播以外，以圖像為主要內容的文本也具備了傳播學理論中“受眾使用與滿足”的諸多因素。

3.1.1 直白易讀性

人類主要依靠視覺和聽覺兩種感覺器官來感知外部環境，黑格爾也說過，在人的所有感官中，惟有視覺和聽覺是認識性的器官。其中，又以視覺為主，也就是說，在人的成長和學習過程中，絕大多數認識資訊都是靠眼睛獲取的。在資訊時代生產出的洪大的資訊流中，現代人在有限的時間內只能選取那些表達最明瞭、最直接、最簡單的資訊，因為圖像的能指和所指幾乎是一致的，通過圖像，人們能夠在最短的時間裏獲取最有用的資訊，因此圖像文本也比語言文本更吸引大眾的注意。讀圖的習慣符合了人類生理上的認識規律，同時也為現時代的人們節約了寶貴的時間資源。另外，在不同的文化跨越間，圖像在一定程度上比語言更能傳達意義，也許語言不通，但是圖像的所指和能指的一致性特點，讓不同文化的人也能進行意義的交流。

3.1.2 追求快感

圖像性文本的一個顯著性特點就是追求快感，反對解釋。柏拉圖說：“圖畫是外形的模仿”，“經過視覺產生快感”。亞里斯多德說：“我們喜歡看惟妙惟肖的圖像”。弗裏德里克·傑姆遜有關“快感”理論稱，快感更具有某種當下的宣洩解放作用，使人們的審美經驗得以從解釋、地位、政治、經濟等因素總掙脫出來，而以感官為唯一標準，用來體驗、調劑生活。現在，新型的媒介技術為人們追求圖像畫面的精美、真實提供了更多的可能。數碼影像技術的出現，讓圖像的製造變的比以往任何時候更加方便，以大眾可以接受的低廉的價格，數碼相機和攝像機成為了日常生活的消費品，任何人都可以拿起手中的數碼影像機器，享受以前專業攝像師的權利。我們用影像記錄著普通生活的每一天。互連網成為傳播這些圖像文本的最廣泛的媒介，你可以通過網路即時地把你的照片或者其他圖片傳送給你的親朋好友，或者其他觀者。作為圖像的製造者和傳播者，個體不再受到專業技術和昂貴的費用的限制，作為接收者，可以看到更多你想看的圖片，在傳播過程中，圖像性文本提供給大眾的正是這種行為上的快感。

很多圖像文本，如在觀看 MTV（音樂電視）、電腦技術合成電影時，圖像文本的大多數內容和情感都是由畫面來傳達的，受眾只需欣賞，從中獲得感情上的愉悅，或者是獲得娛樂和某種由技

術造成的“震撼”效果就可以了。可以說圖像性文本的崛起是商業社會發展的必然，它廣泛地緩解了社會的深層焦慮，從輕鬆的感性層面上沖淡了沉重的理性思維，比文字更能愉悅受眾的感官，獲得快感。

3.1.3 包含的信息量更大

在傳播學中，除了語言文字符號，還有很多其他的傳播方式，如語言符號的伴生符（聲音的高低、大小，速度的快慢）、體態符號（動作、手勢、表情、姿勢、視線）和象徵符體系（儀式和習慣、服裝和飲食、徽章、建築等），因此，較文字語言而言，圖像語言更具象，包含的資訊更豐富。在圖像文本中，除了文字字元，還含有大量的表情語言、體態語言、裝飾語言等，傳遞著文字符號無法言說的資訊。現在的圖像文本製造者，除了製作傳統的圖片影像，還充分利用多媒體技術開發出融合視聽感覺的新型圖像文本，例如，網路上流行的 FLASH 動畫，就是將圖像和聲音融合在一起，製作成能表達小故事的圖像文本。雖然在資訊的技術傳遞方面，圖像的傳輸和流覽速度較慢，但這只是對終端設備和網路的傳遞速度的技術要求，終究是可以改善的。

3.1.4 塑造真實感

圖像文本是通過對事物形象的真實複製來進行傳播的，其直接性、具象性、現場感、視覺衝擊力是文字所無法比擬的。由技術的可無限複製性導致的超真實感受，是視覺文化的主要特點之一，這裏所謂的複製，有兩層含義：第一，它可用任何一個已存在的文化文本作為母本，複製出數量無限的與母本逼真相似的副本來；第二，它對一切要表現的題材內容採用複製原物原貌的方式呈現在讀者面前。正像卡維爾所說的：“電影終於滿足了按照世界本身的形象來重新創造世界的觀念的願望”。

3.2 媒介技術的快速發展和普及

在人類最初的發展階段裏，視覺是使用最廣泛的用來認識世界的途徑，人用雙眼來觀看世界，又用眼睛來進行造型，他們對眼睛所觀察的世界進行進一步思考。工業社會裏，報刊、書籍構成了大眾傳播媒介的主要實體，在這一時期，語言文字比圖像佔有更廣泛的受眾，但是，這只是由媒介技術發展的局限造成的。隨著現代科技

的進一步發展和資訊社會的逐步建立，大眾媒介開始傾向於選擇以圖像為主的大眾傳播技術。現代社會熱衷於對形象的機械複製、廣告宣傳和媒體傳播構成了視覺文化流行的溫床，而這一切行為的實現都必須以現代傳播技術為基礎。

自從人類誕生以來，人類社會至少已經經歷了四次意義重大的資訊傳播革命。每一次資訊傳播革命都以新興媒介的誕生為起點，從而把人類文明推向一個新的發展階段。第一次資訊傳播革命是語言傳播的誕生——提高了人類資訊傳播的品質、速度和效率；文字傳播出現標誌著第二次資訊傳播革命的開始，文字使得人類的資訊傳播革命從此突破了時間、空間的限制，歷史和文化得以廣泛流傳和長期保存；以報紙、雜誌、書籍為主的印刷傳播的誕生是第三次資訊傳播革命的標誌，工業化、大批量的生產方式，讓印刷品成為了大眾媒介且迅速普及；第四次資訊傳播革命是電子傳播的誕生，20世紀40年代到70年代，一系列類比式電子傳播技術與媒介相繼出現並迅速普及，使得人類資訊傳播的速度空前迅速，範圍空前廣泛，內容空前豐富，複製、擴散和保存資訊的能力比前三次資訊傳播革命更加增強，人類進入了以類比式電子傳播為代表的大眾傳播時代。

第四次資訊傳播革命是現代資訊技術對社會滲透和全面發生作用的過程。各種用以傳播資訊的電子設備，如電腦、電視、攝相機、數碼照相機、移動電話和網路視頻電話等等，它們共同的技术特性都是具有圖像的可顯示性介面，這些設備既是圖像的傳播和接收工具，也是圖像的製造工具。20世紀90年代，電腦由數位資訊個人化轉向了電腦網路化，也稱為個人資訊社會化，或“資訊網路化”，資訊網路構築了張揚視覺文化的媒體平臺，這些媒體平臺不僅傳播著反映現實圖景的圖像畫面，也傳播著由數位技術構成的虛擬現實。現代化的資訊手段有效地轉化和形成¹新的時空關係，重新構築了公共生活和私人生活，同時建構起社會關係和新的感知方式。所以視覺文化的出現與視覺媒介的發展（現代化傳播技術）有著最為直接的聯繫。視覺文化與現代科技的發展，二者之間是互相促進的關係，電影技術的發明開啟了人類新的視覺文化傳播的時代，電視技

術使得影像大眾化成為現實，衛星技術和互連網技術的廣泛應用又使視覺形象滲透進日常文化生活。它們都為視覺文化提供了強有力的技術支援；然而，人對視覺精確性的追求、人類內在的窺探欲又反過來推動視覺媒介技術向著更高層次發展。

3.3 消費社會的商業需求

現代社會的發展促進了消費社會的形成。豐富的商品、興盛的大眾傳播媒介共同製造了日益過剩的影像。關於消費，在鮑德里亞的《物的體系》中，他給消費下了一個全新的定義，這個定義更符合消費社會所蘊涵的消費之意，“消費既不是一種物質實踐，也不是一種富裕的現象學，……消費是在具有某種程度連貫性的話語中所呈現的所有物品和資訊的真實總體性。因此，有意義的消費乃是一種系統化的符號操作行為”。¹

從這個意義上說，我們消費的各類商品，不僅包括商品本身的使用價值，還包括著商品的物質形象蘊涵的所有資訊和商品符號形象的文化意義。電視、廣告、網路等大眾媒介將商品形象等消費符號大量複製，並在媒介可以延伸到的任何地方廣泛傳播，由此形成的圖像佔據著我們的日常生活的各個角落，視覺形象已經成為日常生活的一部分。除此以外，在近年來消費領域中，非物質形態的商品也佔據了越來越重要的地位。例如，當代大眾的流行時尚不僅表現在服裝、髮型、妝容等物質商品上，還更多地表現在人們選擇的生活方式和生活品位上，如泡吧、打高爾夫球、戶外探險運動等休閒運動方式或偏好某些流行音樂就是當代中國新興的中高薪階層選擇的生活風格。這些非物質的時尚消費大多數屬於服務消費，消費週期較短和消費趣味不穩定是這種消費的特點之一。另外，非物質因素在物質商品中也佔據了更多的比重，商品的外觀設計、廣告包裝等非物質因素在商品構成中起著支配性的作用，手機類商品的發展過程就反映了這類“商品美學”的作用，不用說現在的手機外型設計比以前輕巧俏麗了許多，現在手機的設計不僅有各種顏色，而且還在款式上強調性別和年齡層次的區

¹馬克·波斯特編. 讓·博多裏亞文選. 斯坦福大學出版社, 2001, 25頁.

分。除此以外，商家現在越來越看重為商品量身定做的產品新概念在銷售中的作用，僅冰箱這一商品，就有環保冰箱、節能冰箱、變頻冰箱、納米抗菌冰箱等多種憑藉行業技術概念這類非物質因素來促進銷售的手段。

商品的非物質化為商品消費提供了使用價值之外的領域——欲望和趣味的消費。現代廣告和傳媒不再是普通意義上的資訊傳遞，而是通過與所銷售商品有關或無關的視覺形象來操縱人們的消費欲望和趣味。一方面，由於大多數形象商品的消費週期都十分短促，另一方面，有商業的贏利本性刺激商品生產和銷售廠家不斷更新商品形象，所以形象商品的這種無孔不如而又短暫易逝的特點，總是持續地廣泛地刺激人們對流行不定的時尚的追逐。

第二章 大眾文化視覺化傾向的基本表現及解釋

1. 大眾文化視覺化的表層意義

圖本的繁榮昌盛早已是不爭的事實。長期以來文字占主導地位的印刷平面媒介，現在已經改變了以往那種以“圖”為輔的做法，圖片、圖畫、圖案、圖表後來居上，成為媒介文本的中堅力量，甚至已經擔當起形式和內容的主角，線條、色相、構圖、肌理等視覺元素受到空前的重視。雜誌、畫冊、畫集、畫報、影集、寫真集、卡通漫畫、明信片……圖畫成了名副其實的“圖書”，圖文並茂，圖比文茂；KTV、音樂電視、電視散文，新興電子圖本樣式層出不窮，鮮明地體現了從單一聲音符號到聲畫合一、視聽合一這一“圖像化”的轉變；以數位為核心特徵的電腦語言，更體現了對圖像的倚重。作業系統由DOS到視覺化的WINDOWS視窗，從字元到圖示，從語句到功能表，促成了個人電腦的真正普及和網路的大行其道；更有商業廣告創造的豐富的圖本類型。

對此，美國學者W·J·T·蜜雪兒在《圖像轉向》一文中指出：“文化脫離了以語言為中心的理性主義形態，日益轉向以形象為中心，特別

是以影像為中心的感性主義形態。視覺文化，不但標誌著一種文化形態的轉變和形成，而且意味著人類思維範式的一種轉換。”圖本的崛起改造著文字塑造的經典世界，衝擊著文化的舊有陣地，造就了沉迷於電視、動漫、網遊和FLASH的“讀圖一代”。

可以說，文化的主流話語由文字的“話說”轉向了媒介圖像的“畫說”。

1.1 圖像符號代替了文字符號成為主要的傳播交流符號

20世紀初電子技術的發明和應用飛速發展，使人類的傳播從語言文字時代轉向了電子媒介時代。由於所有的電子媒介傳播基本上都是通過各種螢幕性質的表現平臺來進行傳播，所以也有人把電子媒介傳播時代形象地稱為屏性傳播時代、鏡像傳播時代。1936年，世界上第一座電視臺在英國試播成功，標誌著人類傳播進入了新的階段。視覺文化的發展也從電視出現後突飛猛進。從那時開始，圖像符號已經成為了主要的傳播交流符號，大量的可視廣告佔據著消費活動的主要位置，甚至超過了文字符號。以傳統書寫為代表的其他媒介也漸行漸遠，人們在不知不覺中丟棄著它。因為人們似乎更需要“容易理解、更便捷和更有效”，圖像自然合乎這種潮流。所有針對這種圖像傳播研發的技術一方面滿足了人們的需求，另一方面也擴張人們的這種需求。

生活在當代視覺文化中的我們，可以深切地感受到，古往今來，沒有哪一種傳播語言能像圖像語言這樣深刻、廣泛、迅速地滲透進人們生活的每個角落。以使用圖像語言的典型代表——電視為例，1999年的統計資料顯示，中國電視機的擁有量為3.5億台，衛星節目多達43套，² 電視受眾接近11億，不僅如此，訴諸視聽知覺的圖像語言在今天似乎正以破竹之勢顛覆著、瓦解著傳統的口頭語言、文字語言曾經有過的輝煌，甚至將它們擠向了文化的邊緣地位。由於競爭的激烈、社會的複雜，今天人們更傾向於和電視、網路等媒介交流，而卻將人與人之間的交流淡漠、隔離起來。甚至一個家庭內部的交流也受到阻礙。今天人們花大部分時間習慣於從圖像上去看，由熱播電視劇造成的影視小說的暢銷就是影

² 尹鴻. 衝突與共謀. 文藝研究, 2001, 6, P78.

像文化對文字文化的勝利之一。每天 24 小時線上的電影、電視、網路，戶外大螢幕、手機小螢幕，時時刻刻都在將各種影像嵌入人們的眼簾。影像語言的對於傳統媒體的這種顛覆、瓦解不僅來勢兇猛，而且還是空前的。就是報紙這樣在今天依舊強勁的典型傳統媒體也很難避開它的攻勢，且不說各個報紙紛紛開闢的圖片版，細心的受眾稍微留意就會發現現在越來越多的報紙被“濃眉大眼”所替代。所謂“濃眉”即指新聞製作的大標題傾向，“大眼”指新聞的文字內容常常被具體的幾副大型圖片所替代。這樣的報紙版式製作正好迎合了當代文化的視覺傾向。究其原因，與其說是為了形成強烈的視覺衝擊以吸引受眾，還不如說是為了迎合速食年代人們對於文字閱讀越來越少的耐心。

種種跡象都表明，當代文化正轉型為一種視覺文化。任何人只要對各種媒介工具諸如電腦、電視、VCD、DVD 等進行簡單的操作，立即就可以在影像的敘事中獲得視覺的滿足。大眾傳媒無孔不入地將各種影像符號輸入到所有領域，而生活中許多原本不必是視覺化的事物也開始向影像世界轉變。就以往口頭有聲語言和文字語言為仲介的藝術樣式而言，以電子傳媒為代表的傳播媒介由於技術本身巨大的包容性，幾乎將它們都網羅於自己的麾下，讓它們也容入影像語言，用影像語言說話，成為一種可以充分調動人體各器官的視知覺綜合藝術。生活原本是不必視覺化的過程，但現在只要人們願意，就可以 TV 化，影像化，將生活的原生態經過數位技術的處理保存於影像的世界裏，一台小巧的數碼攝像機就可以自我視覺化了。

1.2 傳播內容的真實性成為視覺媒介的最大優勢

相對於書寫文化的文字符號，影像是一個更善於呈現真實的符號體系。攝像機不僅將“真實”展示於一個前所未有的境界之中，纖毫畢現，同時，攝像機正在破壞與印刷文明相互協調的一系列界限。這個意義上，攝像機遠比所有的文字著作更有資格說：“一切都是真的”。

對於電影和電視說來，對於電視新聞來說，視覺化和圖像化是媒體自身的主要技術特質之一。“真實”與否僅僅是解決這個問題：影像如何為觀眾製造出“真實感”。人們的感官之中，

視覺的意義是決定性的。這個意義上，“看”的消費支援了電子傳播媒介的繁榮，人們覺得“看”到了更多的真實。另一方面，人們對於電子傳播媒介的信任與機械有關：這種真實是公正不阿的機械拍攝下來的。機械是科學技術的產物，攝像機是客觀的，中性的，它摒棄了人為的主觀判斷而忠於世界呈現的真相。

對於新聞報導來說，毫無疑問，圖像化是一種簡潔化和直觀化。攝影圖像具有的視覺直觀性特點，使的受眾在看圖片時能“一目了然”，這種傳播效果是由攝影影像呈現的同時性所帶來的：攝影影像對資訊的呈現和展示是同時的，沒有時間上的先後差異，只有空間上的主次之分，這一點和文字語言和語言傳播形成了鮮明的對比。

眾所周知，人的眼睛是形成注意力的中心，在一定的意義上，抓住了受眾的眼睛，就意味著抓住了受眾的心。目前的傳播效果調查顯示：攝影圖片與文字結合是最有效的新聞資訊傳播方式。新聞攝影報導是一種組合了圖像和文字的綜合的新聞報導形式，新聞攝影報導的載體既有令人眼見為實的新聞攝影形象，又有可用來進行綜合、概括和推理，交代故事邏輯關係的新聞背景的文字，圖文相得益彰，既生動有趣，又令人信服。攝影圖片與簡短的文字說明相結合所組成的新聞攝影報導，無論是從受眾的記憶、評價的角度來看，還是從新聞內容傳播效果評估的角度來看，都是最有效的組合傳播形式。這一點，可以從 S·謝雅維·森達爾所做的《關於網路新聞中多媒體組合資訊接受處理與感知的效果分析：圖片、聲音和電視圖像的（比較）研究》³

總的來說，影像除了具有一般意義上的藝術性和審美價值外，它獨特的審美特徵也決定了視覺媒介的真實性和可看性。影像的美常常是建立在新聞性、真實性的基礎之上，這就使得它的美學特徵具有以下特點：一是新鮮感。影像所表現的物件常常是新的、具有新聞價值的，影像傳播在表現手法上，也總是求新求異。二是真實感。影像的真實性和事實的客觀存在賦予了影像真實感和親切自然的審美感受，與繪畫手段等塑造的美好景象比較起來更加真實感人。三是現場感。

³ 彭偉步. 網路不同媒體組合的傳播效果檢測分析. 國際新聞界, 2002.

影像將受眾領入現場，通過現場環境和強烈的現場氣氛，感受到身臨其境的美感，實景真情感人至深。四是攝影手段所特有的瞬間感。攝影抓取了事物發展過程中的典型瞬間，通過這種“瞬間性”，能傳達出一種特殊的美感。這種瞬間美是其他視覺藝術所不可比擬的。

2. 視覺文化的深層涵義：只看不想

《十面埋伏》號稱是張藝謀繼《英雄》之後的又一部國產電影大片。然而，觀眾和國內電影界對該作品的評價是：與絢爛奪目的電影畫面相比，電影所敘述的故事情節太過簡單，缺乏情節的電影永遠打動不了觀眾的心靈。看完電影的觀眾如是說：“畫面挺漂亮的，可惜看到故事開頭就能猜出結尾，沒意思。”一位電影學院的老師的評價是：電影過於注重表面形象的設計，包括人物的外型、打鬥場面的特技和場景風光的渲染。從故事情節的安排上說，這部電影更像是一次攝影作品的連播展示，情節簡單而且凌亂是該作品的硬傷。《英雄》的命運比《十面埋伏》好不了多少。記者呂菽菲在《張藝謀之〈英雄〉再受批評：視覺先鋒 思想侏儒》4（載南京《週報》2003-08-13）5中的觀點：

著名文藝評論家，南京大學中文系教授王彬彬認為，在中國第五代導演中，張藝謀算是比較有藝術感覺的人物，他基本上靠感覺吃飯。他是當代中國電影的視覺先鋒，同時也是思想侏儒……

王彬彬指出，形式與內容是兩回事，電影不是純粹的視覺藝術，事實上，《英雄》還是引起了人們形式與內容哪個更重要的思考。一個優秀的導演首先是個思想者，沒有思想的導演拍出的電影是蒼白的。

張藝謀的視覺藝術感覺很好，技術手段也運用的相當好，例如《英雄》中的色彩、光影、動作、構圖都比較有特色。但他是缺乏文化修養的。歷史上一些腐朽文化人物對音樂、攝影等技術的運用也是一流的，但那是征服民眾的手段，是違背現代以人為本的政治理念的。張藝謀現在還歌

頌秦始皇，那是玩錯了感覺。《英雄》除了一張美麗的畫皮以外，什麼也不是。而他極力將原有的主題思想轉移為“和平”，並用外在形式淡化“思想”與觀眾的關係，那是吃力不討好的。

張藝謀帶給了我們一個空洞可笑的故事和一堆豔麗奪目的畫面，把這二者結合之後就被他稱為電影。電影的重點的內容不是畫面，畫面只是用來表現內容的，內容的成敗就決定了電影的成敗，再成功的畫面也不可能挽救。

《十面埋伏》和《英雄》一樣，二者顯然都過於追求視覺快感而忽略了電影的情節敘述。畢竟電影要求的是畫面講述的故事。電影的技術性能要求它的情節如同連續播放的膠片一樣，能夠完美自如的銜接起來，而不是像攝影作品，圖片之間可以有想像的中斷點。相比之下，張藝謀的《我的父親母親》雖然沒有製作精美的畫面，但完整的故事敘述和故事人物表現出來的在特定的歷史時期對愛情的執著追求足以打動每位觀眾。

現在不僅在中國，全球範圍內，尤其是美國這類的影視高產大國，憑藉各種電腦軟體合成圖像技術在電影製作中的廣泛運用，一次又一次地製造了世人驚歎的視覺盛宴。當文學這類以語言文字思維邏輯為主流的敘述性文化日漸式微時，以視覺思維為主導的“形象的文化”卻大行其道，不斷擠壓著代表語言文字思維的敘述性文化。視覺文化時代，圖像相對於文字的優勢造成了圖像霸權的趨勢。電影、電視等影視作品語言敘事的空間不斷遭到排擠和壓制，造成了當今影視畫面精美，情節內容空洞重複的尷尬局面。

這種現象不僅出現在屏性媒介中，在代表紙性媒介的印刷文化中也同樣存在。現在，印刷文化中以文配圖的趨勢越來越明顯。文字和圖像本來各有特色，文字以其抽象性和想像性著稱，圖像以其直觀性和具體性見長，然而在圖像占主導地位的印刷讀本中，文字的地位卻被忽略到了為解說圖像而存在，文字的內涵意義被圖像簡化為直觀具體的形象。雖然這樣的改變可以使一些廣博深邃的思想利用圖像的直觀具體性得到更大範圍內的“普及”，但這種普及所帶來的對精深思想的淺白具體的感知可能導致的結果就是將深邃的思想漫畫化和簡約化，精深思想裏對人生事物的抽象思考被削去發展的末端，只留下小部分主幹，抽象思考在這種情況下如何繼續進行呢？讀者對思想的領悟僅僅停留在圖像介紹的表面上，

⁴ 載南京《週報》2003-08-13.

原來文字的敘述格局和蘊涵其中的縝密邏輯被中斷、擾亂，只剩下破碎的隻言片語，客觀上破壞了思想的完整性、系統性和歷史連續性，那些蘊涵在字裏行間的深刻意義也隨之消失殆盡。

文字代表著以理性主義為主的認知方式，圖像代表著以感性主義為主的認知方式。文字與圖像地位的互換在文化史上一直都存在著，蜜雪兒認為：在人類文化史上始終存在著詞語和圖像的複雜辨證關係。“文化的歷史部分就是圖像符號和語言符號之間爭取支配地位的漫長鬥爭的里程，任何一方都是為自身而要求一個可以接近‘自然’的特權”。⁶因此，圖像霸權的形成就意味著以感性認知為主的圖像符號佔據著文化的支配地位，而代表理性主義的語言文字符號地位受到圖像的排擠和壓制。

語言符號和圖像符號的二分法在後現代文化中也有闡述。在利奧塔看來，話語（語言符號）和形象（圖像符號）是一個對立二分的概念，它們分屬於不同的文化。而後，英國社會學家拉什根據利奧塔的二元結構，進一步提出了現代主義與後現代主義的兩種藝術形態：現代主義藝術是“話語的文化”，而後現代主義藝術是“形象的文化”。拉什將兩種文化的差異歸納為以下六個方面：

話語的文化	形象的文化
(1)認為詞語比形象更具有優先性	(1)是視覺的而非詞語的感性
(2)注重文化物件的形式特質	(2)貶低形式主義，將來自日常生活中的能指並置起來
(3)宣揚理性主義的文化觀	(3)反對理性主義或“教化的”文化觀
(4)賦予文本以極端的重要性	(4)不去詢問文化文本表達了什麼，而是它做了什麼
(5)是一種自我而非本我的感性	(5)用弗洛伊德的術語來說，原初過程的擴張進了文化領域
(6)通過觀眾和文化對象的距離來運作	(6)通過觀眾沉浸其中來運作即借助於一種將人們欲望相對說來無伸介地進入文化物件的方式來運作

拉什對這兩種文化的具體分析比較全面地描述了“話語的文化”與“形象的文化”的內在邏輯差異。

後現代主義文化特有的“平面感”特性與這

兩種文化之間的轉變也有相應的聯繫。在後現代主義文化中，平面感，又可以稱為淺表感，最早是指藝術作品審美意義深度的消失。“後現代的平面感作為一種缺乏深度的淺薄，導源于解構主義對解釋的深度模式的消解”。⁶所謂解釋，即表明作品設立了現象與本質的二元對立。現象是表層的，本質存在於現象的遮蔽之下。只有透過表層才能到達深層，探測到被表層遮蔽的內在意義。後現代主義要打破的就是這類深度模式，與後現代主義緊密相關的視覺文化就體現著這一特點。

拉什所區分的“話語的文化”和“形象的文化”可以分別對應深度模式中的“深層”文化和“表層”文化。話語的文化代表著理性主義的價值觀，敘述是話語的文化最主要的表達方式，在這種文化中，詞語比形象更重要，敘述則要高於視覺。敘述具有時間的結構，事件的敘述從開始到結束的過程中貫穿著線形時間的結構。正是線形時間的存在使敘述成為了歷史，歷史演變為故事。故事按照時間順序發展，有明確的目的性，故事有表面的事件和深層的事實之分，故事的結尾揭示了真理和意義的所在。在話語的文化中，圖片處於從屬於文本的地位，起著輔助理解文本、增強直觀感的作用，反之，在形象的文化中，語言的任務是為形象服務，而不再是控制圖片。時間在這裏斷裂為“現在的時間”，失去了線形的形態，時間失去了它的深度而分解為零散不連續的形象。當敘述的線形時間在形象的文化中消失以後，敘述失去了時間性意味著失去了歷史的縱深層次感。沒有過去，沒有未來，只有現在，故事的結尾和真理的存在都顯得沒有意義了。就像海伯狄治所說：“形象之下或之後一無所有，因而沒有什麼要揭示的隱藏的真理”。⁷

第三章 媒介技術對文化傳播的影響

⁶ W. J. T. MICHELL. *Iconology: Image, Text, Ideology*, Chicago: University of Chicago Press, 1986, pp. 43. 轉引自周憲. 讀圖, 老照片, 身體. *文化研究*, 2002-3, PP. 67.

⁶ 王嶽川. *後現代主義文化研究*. 北京大學出版社, 1992.

⁷ *文化研究*, 第3輯. 天津社會科學院出版社, 2002.

1. 媒介技術塑造著文化形態

傳播技術，也稱媒介技術，是一個完整的傳播過程中必不可少的因素之一。在人類所有的傳播活動中，除了面對面的人際傳播外，幾乎所有傳播行為都要借助其他技術的仲介來完成傳播過程，這個技術的仲介，就是我們平時所說的傳播媒介。

在傳播學中，對媒介技術的分析不是指對媒介的技術原理和技術過程的研究，作為一門社會科學，傳播學視野中對媒介技術的分析是指作為一個既成的媒介，它在傳播過程中對傳播行為所發揮的作用和影響，即它對建構人與人之間的主題關係所起的作用的過程和效果。這中作用和影響與文化形態的形成有著直接的關係。

依照加拿大傳播學者麥克盧漢的觀點，在人類發展史早期，人類生活在一種“聲覺空間”(Acoustic space)中，麥克盧漢認為，聲覺空間走在文字之前，“這是一個用前文字的眼光來看待的世界，一個沒有邊際的世界。在這個世界中，資訊不是從某個固定的位置冒出來的，而是從任何地方和所有地方都可以冒出來的。這是一個音樂、神話的世界和全身心浸染其間的世界。”⁸在這個階段，人的感官是平衡的。而後，大約5000年之前出現的文字是對於人類真正具有劃時代意義的技術發明，文字的發明使人類可以更方便地分享所有的文化資訊，這些資訊也不再會隨著死去的先輩和逝去的時間而消失。知識與實踐可以一代代地廣泛地傳遞。可以說，沒有語言文字，人類後來的巨大技術進展是不可能獲得的。

文字的發明，打破了由口耳相傳而形成的“聲覺空間”，人的感覺開始失衡，各種感官的單向發展極大地發展了人類文明，但當人類發明一種新媒介的同時，也不經意間片面地發展著人類文明，使文明朝著某一單項度的方向不斷延伸。代價最終需要得到補償或某種形式的回歸。這種補償和回歸是通過不斷發明新的傳播技術來完成的。如作為對基本書寫技術的改進的印刷術，以及用化學方式、電磁脈衝或電磁波對聲音和感覺圖像進行編碼的技術，如錄音、錄影、電話、電報、照相、電影、電視、電腦網路等等。

我們看到，從人類發明書寫技術開始，伴隨著傳播技術的每一次改進，人類文化都發生了巨大的變化。

以書寫技術為例，書寫技術使得個人的經驗在時間上和空間上得到了擴展，但這種擴展不僅僅是量上的擴展，通過一種特定的媒介技術得到的擴展改變了個人經歷的性質，“媒介中所固有的獨特品質渲染了其所接收的經驗的類型”。媒介自身影響著傳播內容，用麥克盧漢的話說，“媒介就是資訊”。這裏的“資訊”在他眼裏意味著一種新的感官比率。他把“媒介”看作是人體一切器官（從手、足、牙齒、皮膚、各種感官、體溫控制系統甚至包括中樞神經系統）的各種延伸，由於每一種延伸都會在人們的生活中引入一種新的尺度，這種尺度最終會影響到人們感官比率，而感官比率的變化影響了人們的時空概念，形成了新的文化經驗，最終必然會對歷史和文明產生重大影響。

傳播技術對文化進行塑造的另一方面，是制發生在一個個體層面上的經驗與那些通過一種媒體傳播的經驗具有不同的感受。一個是人工製作的，而另一個卻是真實的。被傳播的經驗表現了對原始經驗的一種改進，這種人工的改進產生了一種被扭曲的經驗，從而形成了我們常說的“媒介環境”，例如，在電視娛樂的世界裏，人們很少看到普通生活中的邋遢和混亂部分；或者，由於某種意識形態的需要，被傳播的經驗與真實的經驗也常常會產生很大的距離，有時甚至相反。

從19世紀的電報、電話到20世紀的廣播、電視、衛星通訊、電腦網路，電子傳媒在不知不覺中成為人們生活的一部分，無形中改變著社會的結構。電報是第一個使人體運動與資訊運動分離的發明，它使脫離語境的資訊合法化。資訊的價值不再取決於其在社會活動中所起的作用，而是取決於是否新奇有趣。電報把資訊變成了一種商品。電話不僅佔據了家庭資訊的入口，而且無形中打破了個體間適當距離的規則，手機實現了人類在行走中進行跨地域互動的交流夢想。隨著手機網路和互聯網的銜接，人際傳播和大眾傳播兩種形式完美結合，任何人都可以隨時隨地的向他人發佈資訊的凡是，則加劇了傳播的泛中心化趨勢。電視上每個鏡頭的平均時間是3.5秒，思考無法在電視上快速流動的畫面間得到很好的表現，這種性質決定了它必須捨棄思想，來迎合人

⁸ [美]保羅·萊文森著，何道寬譯。《數字麥克盧漢》。北京：社會科學文獻出版社，2001，P65。

們對視覺快感的追求，娛樂因而成為電視上所有話語的超意識形態。世界上不同文化程度的人都可以看電視，增強了電視的影響力，電視將不同類型的人群帶到了相同的場景，於是不同的社會角色在電視面前變的模糊了，而互聯網傳播則進一步提供了隱去身份參與交流的條件，電子傳媒造就了傳統的口語傳播和文字傳播遠遠難以達到的資訊共用程度。

馬爾文·德夫勒在他的著作《作為社會系統的大眾媒介》一文中，為我們提供了研究傳播媒介的新思路，他可以讓我們將不同時期、不同角度的關於新媒介的斷言與設想，用一個同意的視角組織起來。他指出，大眾媒介是一個社會系統，而一個社會系統是一個由穩定、重複而模式化的行為組成的複合體，它在某種程度上是行為人共有的文化的產物，是他們心理取向的產物，而行為人反過來也是由這種共有的文化塑造成的。無論是新媒介還是舊媒介，都是一種社會系統。在他看來，新媒介的創造，是技術創造與文化創造的合一。

伴隨著科技的一次次進步，媒體也在一步步轉型。大眾傳播媒體從最初的報紙發展到廣播電視再到電視直至網路形成了四大媒體同立天下的強大陣容。在這個轉型過程中，媒體的傳播方式在朝著視覺化的方向轉變，由此導致了整個社會“視覺文化”的出現。

實際上，視覺文化並不完全是電子媒介時代的獨特文化現象，它在人類文明早期，曾經扮演過重要角色。歷史上，視覺文化經歷了幾個不同階段：早期象形文字和岩畫圖騰等以視覺認識為主的感知方式開創了視覺文化的先河；印刷術的發明使人們更多地關注印刷等抽象符號而非視覺符號；電影的問世重新引起了人們對視覺的關注，成千上萬的人因其帶來的視覺衝擊走進了電影院。電視的發明則更是將精彩的世界帶進了家裏。美國文化學者丹尼爾貝爾在談到視覺文化時說：“我相信，當代文化正在變成一種視覺文化，而不是一種印刷文化，這是千真萬確的事實。”⁹在當下，電腦的普及、數位技術的發展和多媒體產品的日益豐富，更使得視覺文化傳播成為 21 世紀文化的一種主導性力量。

⁹ 資本主義文化矛盾，三聯書店 1989 年版，第 157 頁。

2. 人類文化傳播的主要階段

2.1 口語文化傳播階段的視覺傳播

口語傳播是人類傳播活動的第一個發展階段，當人類從動物中分離出來時，社會生產力水準低下，洪水、猛獸等隨時威脅著人類的生存，只有依靠音訊傳播、協調人類行動，共同與大自然作鬥爭，才能求得人類的生存和延續。

在這一時期，人們使用以口語為主，以標誌、聲光、圖式等為輔的原始、簡單的手段來傳播音訊(message)。

口頭傳播或稱為口語的傳播，是指以口語述說來傳播思想、消息或態度。在語言產生之前，人類最早使用的傳播方式十分簡單，來源來身體器官的呼喚、手勢、體態，這被稱為體語傳播。以後隨著勞動的進行，人類的大腦逐漸發達，發音器官逐漸完善，思維能力逐漸發展，大概在幾十萬年前產生了章節語言。語言的產生是傳播史上第一個重要的里程碑。口頭傳播是這個時期主要的傳播方式，但由於口頭傳播在時間和空間上的局限性，古代人類還往往借助標記、圖式、聲光等輔助傳播手段，這些都可以視為口語傳播階段的視覺傳播方式，例如：

2.1.1 標記傳播

指借助一定物體或符號為載體，傳遞或保存音訊的傳播方式。“結繩記事”是古人為了要記往一件事，就在繩子上打一個結。以後看到這個結，他就會想起那件事。如果要記往兩件事，他就打兩個結。記三件事，他就打三個結，如此等等。

2.1.2 聲光傳播

指以聲和光作為傳遞資訊載體的傳播方式。較之口頭傳播具有速度快、距離遠的優勢。借助聲音的高低長短、光線的強弱等多種變化傳達較為複雜的內容。表現方式主要有敲擊響器、吹奏號角、燃放煙火等。

2.1.3 圖式傳播

指用簡單的書寫符號或圖形來表達意思、傳遞音訊、記載事實的傳播方式。圖式優於標記和聲光之處在於它不僅能表達數量，而且能反映事物的特點和性質。圖式傳播是原始音訊傳播的高級形態。

總之，人類在文字發明之前，主要依賴口頭傳播。視覺因素的傳播方式在這個階段還處在文

化傳播方式的邊緣。口語傳播是人類傳播歷史的第一階段，其傳播的內容多為音訊。

2.2 文字印刷文化傳播階段的視覺傳播

2.2.1 文字傳播時代

印刷文化傳播的發展的基礎是文字傳播，文字是人類傳播發展史上第二座重大里程碑，如果說語言的產生使人類徹底擺脫了動物狀態，那麼文字的出現就使人類進入了一個更高的文明發展階段。早期圖形符號也是文字的重要源泉。象徵性圖形的使用標誌著圖畫文字由具體到抽象的飛躍，它們與真正的文字越來越近了。關於文字產生的時間，多數學者推定在西元前 3000 年左右。我國的漢字，如果從仰韶文化晚期刻繪在陶器上的幾何圖形或符號算起，其形成與發展至少已有 5000 年的歷史。英國歷史學家巴勒克拉夫指出：西元前 3000 前左右的文字發明，是文明發展中的根本性的重大事件。它使人們能夠把行政文獻保存下來，把消息傳遞到遙遠的地方，也就使中央政府能夠把大量的人口組織起來，它還提供了記載知識並使之世代相傳的手段。巴勒克拉夫的概括的文字發明的重要意義：1、文字克服了音聲語言的轉瞬即逝性，它能夠把資訊長久保存下來，使人類的知識、經驗的積累、儲存不再單純地依賴人腦的有限記憶力；2、文字能夠把資訊傳遞到遙遠的地方，打破了音聲言語的距離限制，擴展了人類的交流和社會活動的空間；3、文字的出現使人類文化的傳承不再依賴容易變形的神話或傳說，而有了確切可靠的資料和文獻依據。一句話，文字的產生使人類傳播在時間和空間兩上領域都發生了重大變革。文字作為人類掌握的第一套體外化符號系統，它的產生也大大加速了人類利用體外化媒介系統的進程。

2.2.2 印刷傳播時代

中國最早發明活字印刷，但經過改進，歐洲率先採用金屬活字並大量用之於傳播宗教。西元 1456 年，德國人美因茲·戈登堡發明了金屬活字印刷，從而使人類進入印刷傳播時代。105 年，蔡倫製造了植物纖維紙。西元 7 世紀的唐代，中國已經出現了雕版印刷。1045 年，宋代的畢昇發明了膠泥活字印刷術。15 世紀 40 年代，德國工匠古登堡創造了金屬活字排版印刷，使文字資訊的機械化生產和大量複製成為可能。古登堡的印

刷術標誌著印刷時代的新紀元。

施拉姆指出：書籍和報刊同 18 世紀歐洲啟蒙運動是聯繫在一起的。報紙和政治小冊子參與了 17 世紀和 18 世紀所有的政治運動和人民革命。先是報紙，後來是電子媒介使普通平民有可能瞭解政治和參與政府。

在這裏要指出的是，以往的印刷文化雖然也是用眼睛去看，但我們說印刷文化不等於視覺文化，不是說以寫作和閱讀為主要形式的印刷文化不需要用眼睛去看，而是說看的方式不同。印刷文化讓人“看”的主要是語詞和概念，它是以認識性、象徵性、理解性的內容訴諸人們的認知、想像和思考；視覺文化讓人“看”的主要是“形象”，它是以虛擬性、遊戲性、娛樂性的表像供人觀賞、參與和消費。所以在文字和印刷傳播時代，視覺文化的發展更多的體現在繪畫、雕塑等靠視覺鑒賞的藝術領域裏，它們也可以被稱為視覺藝術。

2.3 電子時代的大眾傳媒

與以上兩個階段相比，視覺傳播這種新的圖像時代的傳播方式在電子文化傳播時期才得到了真正淋漓盡致的發揮。技術在不同的歷史階段會造就不同形態的文明與文化：“照相術和上述古登堡技術幾乎起到同樣的決定性作用，它造成了純機械性的工業主義和電子人的圖像世界的決裂。從印刷人時代走向圖像人時代這一步，是由於照相術的發明而邁出的。”¹⁰ 如果說照相術的問世還只是現代文化圖像化、視覺化的肇端，那麼虛擬技術的出現則為圖像文化成為時代藝術的主流提供了無論是理論還是現實的可能性。

在當代生活中，大眾傳媒的巨大身影是無處不在的，大眾文化從它誕生的那一天起，就是與大眾傳媒攜手並進的。任何時代的文化都離不開傳播，而與傳播活動直接相連的是傳播媒介，它是連接傳播者與受眾的工具和手段，因此，傳播的文化是以具體的文化媒介為前提，從一定意義上講，是媒介成全了文化。大眾傳媒對大眾文化的形成和改變則具有無與倫比的重要意義。

我們這個時代最顯著文化景觀，也許就是文化越來越趨向於媒介化，無數的技術發明正在被

¹⁰ [加]馬歇爾·麥克盧漢 著. 周憲, 許鈞 主編. 北京商務印書館, 2000 年 10 月版第 240 頁.

轉化成文化的生產、流通和接受方式。按照加拿大學者麥克盧漢的分類，人類文化及其交流傳播方式經歷了三個不同的階段：口頭文化傳播、印刷文化傳播和電子媒介文化傳播，每次轉變都和技術的進步密切相關。依照這種歷史的形態學劃分，人類文化的發展史，在某種意義上說，就是交流方式發展變化的歷史，是新的傳播媒介湧現的歷史。

從原始社會一直到十六世紀，人類文化的交流方式以口頭文化為標誌，在這個時期，語音符號佔有重要地位，人們是通過面對面的交流來生產意義和交往的；而後，十六世紀出現了印刷術，文化的交流進入了印刷文化階段，書寫的文字符號取代口語成為新的傳播媒介，導致了直接交流向間接交流的轉變，閱讀是主要的接受方式；到二十世紀，電子媒介的出現，使人類文化的傳播又一次面臨著巨大的變化，它的出現宣告了電子媒介文化的來臨。以衛星、電腦、影視、廣告、電話、數碼技術為代表的大眾傳播媒介，在空間上實現了麥克盧漢“地球村”的預言，在時間上使整個社會文化都與傳播網路系統共建。

“媒介即資訊”是馬歇爾麥克盧漢被引用次數最多的名句，正如他所預見的那樣，由於電子傳播媒介強大的傳播功能，大眾可以在一個更大的文化空間裏搜索資訊，自我表達。只有置身與電子傳播媒介的信號區域之內，人們才可以實現足不出戶而知天下事的夢想。

另一方面，電影、電視的傳播的影像符號比印刷文字更為栩栩如生，它直接作用於人的視覺，通過視覺對圖像的感性接受，直接刺激了人的其他各個感官感覺，它消除了人們的知覺與文字符號之間的距離，因而也消除了文字那種需要通過接受教育才能理解的間接性，消除了從符號的所指到能指之間的思維過程。閱讀文字符號和文字符號之中所特有的神聖性所產生的距離感，正在電子媒介時代的影像符號中消失。大眾傳播媒介顛覆了印刷文字一統天下的霸權，使文字逐漸淪為影像的附庸。

電子媒介時代的影像符號喪失了抽象文字符號之中隱含的指代性、凝聚性和概括性，開始與人們的感官經驗無間地交織在一起。影像符號是暫態性的，它們不同於文字，文字作為一種語言符號，是資訊的間接載體，語言文字的能指和所指是人類約定俗成的，文字只是用來表示物體的

符號之一，閱讀文字時，必須經過人腦的“翻譯”，既必須經過接受者的思維活動之後才能獲得其傳遞的資訊，相比之下，影像在簡化思維方面比文字要直接感性的多，影像作為資訊的直接載體，不必經過大腦的思考過程就可以由感官直接傳遞資訊。

以各種大大小小的螢幕為媒介的影像資訊充斥著現代社會和人類的生活環境。在城市中，這個象徵著現代文明的聚集地，無論你走到哪里，無論你身在何處，都可以從螢幕上獲取資訊，大到戶外的電子顯示板和看板，小到移動電話的彩色螢幕，影像都是最有力的表達方式。網路提供給現代人的不僅是便捷的資訊搜索功能，它更重要的作用是促使視覺文化的進一步發展，登陸網路的各個終端與人直接聯繫的介面是顯示幕，正是因為顯示幕的視覺特性，促使了視覺文化在網路上有了更廣闊的發展空間。影像檔是網路資訊不可或缺的載體，圖片、視頻成為人們表達自我的新興選擇。

“擬態環境”（pseudo-environment，又譯“假環境”）一詞自1922年提出以後逐漸成為了新聞學、傳播學的重要術語。它是指由電視等大眾傳播媒介所塑造的媒介環境。我們生活在現實社會中，衣食住行用都在此環境中發生。同時，我們又生活在由大眾傳播媒介所塑造的媒介環境中，美國著名的專欄作家李普曼（Walter Lippman）在其名著《輿論學》（Public Opinion）中稱為“擬態環境”。他對擬態環境的論述堪稱經典：

“回過頭來看，我們對自己生活於其中的環境的認識是何等的間接。我們看到，報導現實環境的新聞傳遞給我們時快時慢，但我們把自己認為是真實的東西當作現實環境本身來對待。”¹¹

“……我們必須特別注意一個共同的要素，即人們和環境之間的插入物——擬態環境。人們的行為是對環境做出反應。但因為是行為，如果見諸行動，行為後果就不是出現在刺激行為的擬態環境中，而是在行動發生的真實環境中。……因為，在社會生活層面上，所謂人做出適應環境的調整是以虛構為媒介來進行的。”¹² 此處的

¹¹ Walter Lippmann, *Public Opinion* [M]. Harcourt, Brace and Company. Copyright 1922, P4.

¹² Walter Lippmann, *Public Opinion* [M]. Harcourt, Brace and Company. Copyright 1922, P15.

“虛構”指的是在不同程度上人們自己對環境的描繪。

“由於真正的環境總體上太大，太複雜，變化太快而無法直接去瞭解。我們沒有條件去對付那麼多難以捉摸、那麼多種類、那麼多的變換的綜合體。然而我們必須在那種環境中行動，就必須先以一個簡單得多的模式來重構真正的環境，然後才能掌握它。要洞察世界，人們就必須裝有一幅世界面貌之地圖。”¹³

雖然“擬態環境”沒有直接提到視覺因素，但是它包括了新聞和電視提供的媒介圖景，擬態環境是現實世界的圖像縮微，為人們提供了相對簡化的認知框架。與它相比，更接近視覺文化的是當代資訊網路給人們造成的虛擬空間的幻覺。現代人的視覺經驗範圍遠比以前要寬廣的多，一方面，影像比文字更具有跨地域傳播的優勢，雖然語言不同，但相同的畫面卻表達著相近的意思，電子傳播媒介為觀眾開啟了一個遠遠超出覆蓋區域的嶄新視野，借助資訊網路的傳播，人們可以在嶄新的視野中重新建構一個廣闊的想像空間；另一方面，網路的全球化特性將世界圖景推到人們眼前，包括了人們所能想像到的各種景象，無形之中造就了一個觀念：電子傳播媒介能代表整個世界，足不出戶就能遊覽世界景象。人們接受的世界可以說就是按照傳媒分配的比例呈現在人們面前。海德格爾“世界將被把握為圖景”的預言在這裏得到了驗證。

第四章 視覺文化的技術理性分析

1. 技術文化的相關理論

技術發展，在我們時代的舞臺上扮演著越來越重要的角色。雅斯倍爾斯在他的《哲學導論》的第九章反省了人類的歷史，他把人類歷史分成四個重大時期。其中第四個時期是科學技術革命時期。在人類這個新的時期有一種全新的事物發生。雅斯倍爾斯將之比喻為人類的第二度開始。

阿諾德·蓋倫在《技術時代的人類心靈》中也指出：“文化的歷史或許只知道有兩個真正決定

性的分水嶺：史前期從狩獵文化向定居文化的過渡，以及近代向工業主義的過渡。”¹⁴

無論是人類的第二度開始亦或是文化過渡第二個真正決定性的分水嶺，都表明由於技術的作用，我們人類進入了一個全新的時代。

首先是現代科學與現代實踐的影響，所有的現代藝術種類都有它的不可被我們忽略不計的物質部分，社會生產力的發展，正改變著各種藝術生產的生產技術，並已經影響了藝術創造本身，最終或許還會魔術般改變藝術概念。

其次是技術引發變化的速度。本雅明在《機械複製時代的藝術作品》第一稿的前言中指出：機械複製時代上層建築的變革，“用了半個世紀才使生產條件方面的變化在所有文化領域中得到體現”。¹⁵今天，技術造成的巨變，引起了一系列的反應，對這個過程的機制和趨勢的理解的努力越來越難了，因為變化的速度太迅速了。同樣，藝術發展的頻率加快了，樣式革新的週期縮短了。1839年，第一張攝影照片產生，到1896年4月23日在美國紐約市科斯特和比亞爾音樂廳，電影首次獻映於公眾，時間相隔不到60年。今天，短短一百年時間，人類已經完成了由模擬技術時代到數位化技術時代的轉換，“20世紀見證了種種傳播系統的引入，它們使資訊能夠從一個地點到另一個地點廣泛傳播，起初，它們通過對資訊地電子化類比征服時空，繼而則通過數位化加以征服。”¹⁶

再者，曾經那麼穩固、持續幾千萬年亙古不變的時代動搖了，一切堅固的東西都煙消雲散了。“廣泛的不安感、時而發作的痙攣和發燒的社會、永遠的意識形態之流被匆忙地構造起來又匆忙地拆散。”¹⁷也就是說，數位技術引發的是一系列性質上獨一無二的事件，並以前所未有的步伐在前進著。它的速度之迅速，使人們越來越無力把握，越來越無力預言都有什麼會在這一轉變發展中被消除，有什麼會經歷了它而發生變

¹³ Walter Lippmann. *Public Opinion* [M]. Harcourt, Brace and Company. Copyright 1922, P16.

¹⁴ [德]阿諾德·蓋倫. *技術時代的人類心靈*. 上海科技教育出版社, 2003年版.

¹⁵ [德]沃爾特·本雅明. *可技術複製時代的藝術作品*. 中國城市出版社, 2002年版, P4.

¹⁶ [美]馬克·波斯特. *第二媒介時代*. 南京大學出版社, 2001年版, P3.

¹⁷ [德]阿諾德·蓋倫. *技術時代的人類心靈*. 上海科技教育出版社, 2003年版, P60.

化，最後又有什麼會承受住它而相對地不變。

“媒介仿佛是一種颶風，摧毀了時間和空間這兩者之間的各種穩定關係……資訊一旦被獲取，它很快就會被更新的資訊所取代。我們這個由電子構成的世界，已逼迫我們從資料分類的習慣轉向型式識別這一模式。我們再也無法系列地、一塊一塊地或一步一步地從事對事物的構建，因為快速的傳播確保了環境和經驗的一切因素在積極的互相影響的狀態中共存。”¹⁸

法國後現代著名思想家波德里亞認為，現代傳播媒介，“使現實與真實以及所有的歷史和政治之真全都失去穩定性……我們沉迷於媒介，失去它們便難以為繼……這一結果不是因為我們渴求文化、交流和資訊，而是由於媒介的操作顛倒真偽、摧毀意義。人們渴求作秀表演和仿像……便是對歷史及政治理智的最後通牒做自發的全面的抵制”¹⁹。

有的學者甚至認為文化時期的整個歷史時代就要結束了：“行將結束的乃是，從西元前 3500 年以來所建立的各種更高級的文化整個模式，以及伴隨著它的那些已經與更高級文化並肩存在的各種原始和半原始的文化。”²⁰

“新時代的基本立場是‘技術的’基本立場……因為時代是‘技術的’時代。”²¹ “技術的時代”的根本特徵，改變了以往單純從時間維對歷史與技術的劃分，即將我們的歷史劃分為“前現代”、“現代”和“後現代”，與我們人類的技術發展相應的時代可以劃分為“前技術”時代（以手工製作為標誌）、“現代技術”時代（以機械複製為標誌）和“後技術”時代（以“高新”“高清”等資訊技術為標誌）；而且這三種技術樣式以及與技術相應的思維特徵和思想也是交錯重疊在一起的，互相影響滲透。

1.1 麥克盧漢的媒介技術觀

麥克盧漢在其 1969 年代的著作《理解媒介》

¹⁸ [英]尼克·史蒂文生. 認識媒介文化. 南京大學出版社 2001 年版, P195.

¹⁹ [美]馬克·波斯特編. 讓·波德里亞文選(英文版). 斯坦福大學出版社, 1988 年版, P217.

²⁰ [德]阿諾德·蓋倫. 技術時代的人類心靈. 上海科技教育出版社, 2003 年版, P107.

²¹ [德]岡特·紹伊博爾德. 海德格爾分析新時代的技術. 中國社會科學院, 1993 年版, P118.

一書中，麥克盧漢對數位化生存、資訊網路和虛擬世界就做出了天才的預見。麥克盧漢最著名的觀點就是世人所共知的“媒體即資訊”和關於世界“地球村”的預言。當代的電視、廣播、電子技術和網路的發展使麥克盧漢關於“地球村”的預見成為現實。麥克盧漢認為“媒體即資訊”，媒介技術是中樞神經系統的延伸，“任何媒介，對於個人和社會的影響，都是由於新的尺度的產生：我們的任何一種延伸，都要在事物中引進一種新的尺度。”²² 也就是說，任何一種新技術都將創造出一個新的環境，這個新的環境對人類將有深層次的影響；每一次技術的突破，都將帶來傳播方式的轉變，也就意味著人類獲取資訊方式的改變，從而人類社會獲得巨大飛躍。同時，麥克盧漢還從傳媒的角度對人類的歷史進行了分析，從部落化——非部落化——重新部落化，這一著名論斷就表現了電子媒介之於社會的影響。簡言之，麥克盧漢的樂觀技術觀認為，電子傳媒帶來了全面的社會交流，猶如人的中樞神經系統，不斷延伸到社會的各個角落，帶來社會的全面生機。麥克盧漢從媒介與人類進步的角度概括了人類歷史發展的進程：原始社會，在沒有文字記載以前，人類社會處於原始的部落狀態；隨著人類文明和文字的出現，人類出現了分化，出現了社會等級，掌握文字和控制文化的等級和不掌握文字不受控於文化的等級出現了分化，於是出現了不平等，即非部落化；當今電子技術和傳媒的發展，使人類在更高的程度上回到了新的部落時代，溝通的無障礙和網路資訊的蔓延，形成了新的電子部落生存。在這一新的部落裏面，資訊和交流得到最廣泛的溝通，具有最大的透明度，這樣人類社會將更容易融合交流，以至於工業社會和戰爭和歷史等所造成的國家的概念、國與國的界限將消失，最後進入到整個地球為一個村落的“地球村”的大部落時代。在這裏我們可以看到麥克盧漢對與電子傳媒技術帶來的全球化趨勢的科學論斷，但是麥克盧漢的預言還是過於樂觀了。

1.2 瓦爾特·本雅明關於技術時代的文化藝術的論述

²² M·麥克盧漢. 理解傳媒. 商務印書館, 2000 年版, 第 33 頁.

瓦爾特·本雅明的理論研究在視覺文化領域主要突出表現：他指出了用來表現視覺文化的餓新科技（特別是攝影和電影）的發展所導致的重要變革。

在他最著名的論文《機械複製時代的藝術作品》（1936年首次發表）中，本雅明指出：照片截斷了時間，賦予瞬間一種“追憶的震驚”而引爆了一場美學上的革命，這是從手工複製（繪畫）到機械複製的轉捩點。機械複製是模擬複製的晚期形式，在美學意義上卻和傳統的手工複製大不相同：首先，機械複製比手工複製更獨立於原作；其次，技術複製能把摹本帶到離原作更遠的地方。本雅明對繪畫與電影後作了詳細比較之後說：“藝術作品的可機械複製性在世界歷史上第一次把藝術品從它對禮儀的寄生中解放了出來。”²³由於製作了無數脫離原本而存在的拷貝，因而眾多的複製品取代了獨一無二的原作；又由於作品脫離了對教堂、博物館等神聖語境的依賴而進入日常空間，因而賦予了複製品以現實的合法身份。這個“祛魅”的雙重進程導致了審美傳統的大動盪，並且與現代社會的群眾運動密切相聯，因此蘊含著可怕的革命力量。他指出，這一過程導致了作品中他稱之為“靈韻”的東西的衰落。本雅明論述道，在早先的勢力階段，藝術作品專屬於特定時間、空間和傳統（教堂、小禮拜堂、宗教儀式、貴族的資助等等）。這些傳統並不是不變的，但它確實賦予藝術作品以特別的和原初的意義。當代複製技術（照片、電影、錄音帶和CD等等）將藝術作品從傳統中分離出來，並導致了作品的“靈韻”或獨一無二的意味的衰落。

在本雅明看來，傳統在藝術中佔有重要的地位，傳統調動了儀式的、崇拜的意義。這樣，繪畫和實物將擁有牢固的意義，這意義產生與繪畫與實物在特定社會組織的宗教或文化時間中的清楚定位。在某種意義上，這產生了一種圍繞著物件的敬畏感或權力感。例如，在基督教傳統中，被安置在教堂的藝術品——如掛在羅馬西斯廷教堂牆上的繪畫，在其創造了一個圍繞自己的空間這個實質意義上，它擁有一種靈韻。藝術作品就這樣被安置在傳統中，並且獲得了只有處在哪個

創造靈韻的傳統中才可能獲得的力量。文本存在與一個特定的物理位置、並且只能進入那個位置才能被看見和欣賞，在這個意義上，文本是原創性的。機械複製的發展改變了這一局面。正如本雅明所解釋的那樣：“在世界歷史上，機械複製第一次將藝術作品從他們所寄生依賴的儀式那裏解放出來。極而言之，被複製的藝術品變成了為複製性而設計的藝術品。”²⁴

如果本雅明活到如今的數位化複製時代，定會對“複製”這個命題的深刻性有進一步的認識——比起如今的數位化複製來，電影的模擬式複製已經算顯得含情脈脈而成為“傳統”藝術了。後者畢竟還殘留著人性特有的曖昧和誤差，而電腦製作卻可以做到一絲不苟的乾淨，抹去仿製品與原作之間的任何區別。

1.3 讓·鮑德里亞的技術哲學思想與“擬像世界”

1.3.1 從摹仿到擬像

隨著工業革命的來臨更出現了一代全新的仿真物，批量複製使它們既無傳統也無真贗之別。而目前我們所處的則是一個新型的仿真時代，電腦網路的發展使仿真不僅意味著對原型的複製，更發展為沒有原型的摹本——“擬像”（*simulacra*）。此時仿真物完全產生於符號化的模型中，其價值取決於符號代碼和代碼間的關聯與替換（運算）。由於擬像和仿真物的大規模出現並且類型化和系列化，使得真實和原型被它們所取代，世界因而變得擬像化了。在這樣的擬像社會中，人們的經驗完全由模型和符號支配，擬像與真實之間的界限已經內爆（*implosion*），人們以前對“真實”的體驗和真實的基礎均告消失。從“擬像化”的角度來看電腦虛擬現實與藝術摹仿論的關係，是一個極富啟發性的視角。符號交換理論向人們揭示了一條摹仿—>複製—>虛擬的邏輯鏈條，這個鏈條最終消滅了藝術，甚至也消滅了現實世界本身——現實世界本身已經成為一場傑出的藝術虛構。在《完美的罪行》一書中，鮑德里亞揭露了虛擬世界謀殺現實世界的罪行的始末：符號與現實的關係日益疏遠，仿真物日益取代真實的事物，比真實的事物更加真實。原先人們篤信的那個不以人的意志為轉移的外在

²³ 本雅明. *機械複製時代的藝術作品*. 浙江攝影出版社, 1993, 第59頁.

²⁴ *機械複製時代的藝術作品*, 1970: 22.

世界，突然變得難以辨認了。人與現實的關係變得令人懷疑，虛擬世界如此地“超真實”而變成了一樁完美的罪行——“完美的罪行就是通過使所有資料現實化，通過改變我們所有的行為、所有純資訊的事件，無條件實現這個世界的罪行——總之：最終的解決方法是通過克隆實在和以現實的複製品消滅現實的事物使世界提前分解。”²⁵ 當虛擬比真實還真實時，真實便反而成了虛擬的影子——當代生活就成為一個完全符號化的幻象——技術媒介不僅不需要模仿現實，而且本身就生產現實。在數字仿真和即時回饋構成的當代世界圖景中，虛擬與現實的摹仿論關係發生了徹底顛倒。

1.3.2 媒介技術分析

鮑德里亞的擬像世界是由資訊、傳媒和技術所描述和構成的後現代世界，即一個由符號、仿真和擬像、科學與技術、資訊與傳媒所構成的世界。在這個擬像世界中，媒體技術佔據著重要地位，傳媒技術和傳媒本身的發展已經深刻地改變了我們的生活空間，並極大地改變了我們賴以生存的文化和社會形態。大眾媒體所形成的廣告話語結構和視覺衝擊，產生了大量的能指與所指分離的現象，這種傳媒資訊的單向性霸權最終造成了意義的缺席和大眾的沉沒。電視作為媒介技術的主要工具被鮑德里亞看做是後現代社會的最重要的具有標誌性的機器，電視的“仿真”促成了擬像生活的廣泛傳播。人們在家中就可以感受現場的真實，甚至肥皂劇中的情感的真實。傳媒技術把“象”和“符號”加以複製，塑造了一種超真實，超真實比真實還要真實，在現實中找不到摹本，是一種不來源於表象的真實。傳媒中的資訊和“符號”強調了假像的真實和視覺的衝擊與感受，之於內容層面則部分甚至全部消解，從而導致了意義的喪失，現實和資訊之間不再有所區別。

1.3.3 數位化生存

從擬像和仿真、超真實的角度剖析虛擬現實無疑是深刻而尖銳的，代表了相當一部分人文知識份子對數字時代的看法，然而循此得出的結論卻是荒謬的：既然人類用以判斷“真實”的標準不過是易受蒙蔽的感官，那麼在數位化複製的時代人們甚至已經無法確認生存的真實性，因為真

實與非真實的界限已被電腦技術徹底地消除；既然“符號交換”是一種歷史必然，那麼主體對客體沒有任何反抗能力，唯有在客體自身的符號邏輯和技術贗像中苟且偷生；因此，審美主體本身的主體性已完全取消（甚至根本不曾存在），符號的自我生產支配著當代生活，將個體的感官與思維賦予特定形式，使之順從消費社會的媒介機器。這真是一幅令人絕望的世界圖景。但實際上，世界能否完全歸約為符號運作是甚為可疑的。那些無法納入數位運算的部分——人的無限細膩的感受性、主觀的能動性、自由的意志與曖昧的情感，在理想化的模型抽象中遭到了遺忘，而它們恰恰是當代人走出技術統治的希望。如果我們將鮑德里亞所強調的客體間“交換”置換為主體間“交往”，那麼虛擬現實所帶來的“真實性危機”便會展現出其積極的一面。問題重新回到交往上。從交往的觀點看，包括電腦網路在內的當代資訊媒介實際不過是主體間交往的具體環節之一。科技革命使交往手段由文字化轉向了數位化，但這恰恰奠基於交往本身的主體間性。既然現實的人並非一種先驗的主體，而是在不斷交往的歷史中建構的存在，那麼就沒有理由認為，離開交往關係的個體具有什麼絕對的主體性（正像康得所預設的那樣）；同樣也沒有理由認為，離開了交往著的人還存在某種叫做“現實”的東西（如果把“交往”換成“思維”，笛卡爾必會雙手贊成）。換言之，人所身處的現實，以及現實中的人，都只有置於具體的主體間交往關係中才能成立。所以鮑德里亞的真正問題在於，他將“擬像”當成了一種獨立於交往主體的客觀存在，而不是一個由設計者、使用者、技術與文化共同建構的歷史進程。一旦找回了在交往中相互建構著的主體，那麼虛擬現實與“日常現實”一樣，都是現實生活的一種展開樣式，或者如海德格爾所言是“此在的存在的敞開”。

2. 媒介是技術的結果，媒介延伸了人的視覺

“媒介是人的延伸”，這是麥克盧漢思想一個自始至終的主題：一切技術都是肉體和神經系統增加力量和速度的延伸。人與外界交流主要是

²⁵ 鮑德里亞. 完美的罪行, 第 28 頁

通過五官，五官中聽覺與視覺承擔重要工作。廣播的問世延伸了人的聽覺，電視的問世延伸了人的視覺。從表面看，廣播、電視都是在增加人的力量和速度。聽覺與視覺能力的增加體現了人的一種追求：擁有順風耳與千里眼。這與人的控制欲和全知欲望相關。技術正是利用這種欲望的多次滿足達到對欲望的控制。

麥克盧汗在涉足傳播學研究之前曾是文學批評家，他的這一學術背景在其傳播學論著的寫作風格上留下了烙印。他往往以比喻的方式提出其觀點。就如前文所述，他把媒介技術比做人體或人類感官的延伸，並提出了“感官的平衡”的概念。例如，文字與印刷是視覺器官眼睛的延伸，廣播是聽覺器官耳朵的延伸，麥克盧漢還強調電視是全身感覺器官的延伸。雖然有後人評價麥克盧汗的一些論著風格是屬於語錄式的驚世奇談，並且缺少行文邏輯，但是他的這些預言的一部分與現實還是相當吻合的。20世紀60年代，電腦技術的發展尚未達到普及的程度，多媒體技術、虛擬技術等傳播新技術尚未出現，因此麥克盧汗筆下的新媒介以電視為代表，但麥克盧汗在其富有想像力的預言中並非絲毫沒有涉及電視後的媒介發展。他認為媒介對人體的延伸有三個階段，“在機械化時代，我們實現了自身在空間中的延伸。如今，在經歷了一個多世紀的電子技術的發展之後，我們已在全球範圍延伸了我們的中樞神經系統，在我們的星球範圍取消了時空。目前我們正在很快的接近人體的延伸的最後階段——意識的技術模擬階段，在這個階段，知識的創造性過程將被集體地、共同地延伸至整個人類社會，如同我們已通過各種媒介延伸了我們的感官和神經一樣。”²⁶

儘管麥克盧漢當時還不可能對後來將迅速崛起的互動型媒介做出清楚的描述，但是他還是扮演了預言家的角色，雖不無模糊但卻大膽地對資訊傳播新技術革命將使知識、資訊成為生產力發展的主要資源的趨勢，做出了預言。

正是由於傳播技術的發展，才讓我們足不出戶坐在家裏就可以看盡世界大事和各地風光，這樣一種可以稱為“地球村”的傳播狀態早在麥克盧漢在1969年出版的《地球村——戰爭與和平》

一書中就被提出來了。當時在大眾傳媒領域中發生了兩件大事，一是電視對美國侵越戰爭的現場報導使戰爭變成歷史上第一次“電視化的戰爭”，被吸引在電視機前的美國公眾成了這場戰爭的直接觀眾。令人震驚和沮喪的殘酷畫面使美國在越南戰爭結束以前就在媒介上輸掉了戰爭。事隔22年，在中東海灣地區，對技術上更加進步的電視媒介的操縱和監控使五角大樓和美國有線電視網CNN一起從頭到尾策劃和製造了一場在現實中以勝利告終的電視戰爭。而這種把戰爭直觀化、遊戲化的技術可能性是從22年前發生的另一件大事開始的。1969年7月16日美國宇航員阿姆斯壯(Neil ARMSTRONG)登上月球，這一新聞通過美國的通信衛星進行了全球電視直播，媒介從此進入一個新的被人稱之為直觀的時代。

在視覺文化時代，科學技術使受眾可以面對的世界大大擴充，人們明顯感到視野擴大了，蘊涵現代技術的大眾媒介滿足了人們原始的窺探欲望，在現時代，人們看的行為有了一個變化的過程：從小範圍的觀摩品位到漫無目的地泛視。早期的視覺藝術時期，出現工業複製以前，人們通過仔細品位欣賞藝術家的藝術作品，從中感受藝術創造者的審美情趣。而在現時代，人們通過各種高技術性的媒介設備，包括日常消費性相機，DV機和四通八達的網路，傳播和接收著數不勝數的圖像文本，看到一切想看的東西。網路成為了圖像文本傳送和接收最廣泛的使用方式，在互連網上，搜索你想看的內容，各類相近內容的圖像文本就可以輕鬆流覽。衛星電視讓觀眾能夠不費吹灰之力觀看到地球另一端的現場直播節目，總之，各種各樣的高技術性媒介為人們提供了看的無限可能性和所看範圍的無限廣闊性。另一方面，由於作品的數量之大，人們在接受作品時，開始有選擇有目的，以更好地滿足自身需要。“極其廣泛的大眾的參與就引起了參與方式的變化”²⁷，科學技術的進步，使得人們在日常的工作生活中壓力加大，他們接受作品時的態度，不再是欣賞，相反是解脫。作品存在的目的不是提供藝術享受，而是使人們從緊張的壓力中至少暫時地脫離出去，速食式的大眾文化一時佔據了人們的視野，人們開始“輕快地步入現在”。

²⁶ McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media*(second edition) New York: McGraw-Hill Book Company.p.19.

²⁷ 機械複製時代的藝術作品(德). 瓦爾特·本雅明, 王才勇(譯). 中國城市出版社, 2002年版, P62.

3. 視覺文化中距離的銷蝕，意義的隱退

視覺文化時代，圖片優於文字表現在以下幾個方面：首先，圖片的數量越來越多；其次，圖片得以展示的範圍日益擴展；第三，圖片以其直觀性、逼真性、易複製性的特點符合了現代社會快節奏的生活方式，深受人們的喜愛。近年來出版的書籍中，圖片高於文字的優勢越來越明顯。以希望出版社的一套彩色人文歷史讀物為例，該系列包括了各門主要學科的發展歷史。由馬丁·奧利弗編著的《哲學的歷史》，規格為 760mm×1020mm，16 開，全書 12 萬字，根據書末頁的插圖提供表統計表明，全書共有大小彩色圖片 231 張。這樣的文字與插圖的比例使得這套彩色人文歷史的讀本顯得更像是一套圖畫書籍。

哲學、文學、刑罰、考古、宗教這類學科本是人類在文字印刷時代達到鼎盛發展的知識學科，在當今的視覺文化時代裏，文字淪為圖片的解說詞，原本由文字敘述建構的學科在今天卻由圖片擔任了傳承知識的載體，這正是圖像霸權的顯露。

在前面提到的“話語的文化”與“形象的文化”分別可以代表理性主義的價值觀和感性主義的價值觀。眾所周知，一方面，以書籍為代表的印刷文化是一個話語的世界，話語的解讀必須訴諸想像和記憶的重構，因此，話語和實在世界之間的轉換隱含著兩者的距離。“話語和實在世界之間的距離是話語為意識形態密碼保留的空間，也是讀者自由闡釋文本的前提”。²⁸ 另一方面，印刷文本雖然成為我們精神生活和日常生活的一部分，但是它只是用描述性的文字符號來刻畫現實世界，書籍與現實世界的界限依然存在。文字符號與現實世界之間的距離意味著一種深度。文字符號中蘊涵著深刻的意義，是文字權威的體現。在傳統的印刷文本閱讀過程中，文字符號與現實世界的深度為讀者提供了一個自由創造和發揮想像力的空間。“抽象的語言文字符號通過想

像力被還原為豐富多彩的生活圖景，抽象的哲理、思想、原則、定理等才能被讀者經由生活驗證而理解，作品的內在意義才得以生成實現，價值才得以體現。”²⁹

在視覺文本閱讀時代，“形象的文化”代表的感性主義價值觀宣揚圖像的表意直觀、形象等特點，複製技術的出現模糊了“原本”和“摹本”的區分失去了意義，視覺文本與實在世界之間的距離因視覺圖像的逼真性和直觀性消失了，深度消失了，至少在表面上，影像與真實物質的原形可以分毫不差，一切影像都如此逼真、形象，仿佛伸手可及，正如以追求真實感著稱的某數碼相機和數碼印表機的廣告語所宣傳的那樣：“拍下最真實的自我”，“難道你不想觸摸他嗎？”（一張嬰兒的列印照片）

對真實感的追求所導致的視覺影像與實在世界表面上距離的消失，與詹姆遜所提到的後現代主義文化的一個重要特性是距離感的消失是相互對應的。“距離感正是由於攝影形象和電影的出現而逐漸消失”。³⁰ 在論及電視這一媒介時，他說：“它進入了你的生活，它上面出現的形象也可以說就是屬於你的。在電視這一媒介中，所有其他媒介中所含有的與另一現實的距離感完全消失了，這是個很奇特的過程，但這一過程可以說正是後現代主義的全部精粹。”³¹

距離感的消失擠壓了話語為意識形態密碼保留的空間，擠壓了人們發揮想像力的空間。文字的權威地位消失了，一切意義就是停留在表面的影像表現。在現代社會裏，由於年輕的一代人所接受的教育和生活環境發生了向視圖化方向改變的趨勢（例如在電腦軟體的學習和使用上，十多年前普及的還是 DOS 環境下的作業系統，現在流行的卻是更易於學習和使用的視窗化作業系統），他們的思維方式也朝著直觀化和簡單化的方向發展，視覺思維成為新一代人類的主要思維方式，在問題的分析 and 理解上，他們相對來說缺乏話語思維重邏輯、重系統、重內涵的特徵。在舒爾茨的《整合行銷傳播》一書中，舒爾茨認為：

²⁹ 同上。

³⁰ 南帆. **雙重視域——當代電子文化分析**. 江蘇人民出版社, 2001.

³¹ 傑姆遜. **後現代主義與文化理論**. 陝西師範大學出版社, 1987, 168 頁.

²⁸ 南帆. **雙重視域——當代電子文化分析**. 江蘇人民出版社, 2001.

現代社會中，在媒體視覺、聽覺和技術的強大整合之下，社會生活的視覺化傾向導致了特有的“近似文盲”的出現。“近似文盲”是指習慣於視像化生活方式和思維方式的一群人，對語言文字反應遲鈍、理解力下降，“他們可以理解簡單的句子”，但是在理解需要較嚴密的理性思維邏輯能力的複雜句子時出現了困難。當代青少年已經出現了偏好讀圖的傾向，雖然不容否認的是：圖像的直觀生動性是低年齡文化層次啟蒙的優勢所在，但是正如文章開頭所提到的：新的視覺文化的顯著特點之一是把本身非視覺性的東西視像化，視覺文化的本質不在圖像本身，而是在於人類和世界存在的圖像化或視覺化這一現代趨勢。因此，視覺文化的普及無論是從它本身的內涵意義的消退還是從對人類社會追求真理、探尋實在世界的真實所在的影響來說，都應該引起我們重視的一個方面。

第五章 後技術時代資訊傳播過程

轉向“視覺化”、“影像化”

人類文明的發展是與文化技術的發明不可分離的。對人類來說，“通過把一種圖像和資訊傳播到更廣泛的人群中，這些技術創造出他們自身的經驗類型，並以某種方式把它們加以潤飾。沒有了他們的通訊聯絡的服務，某些制度是不能夠運行的。政府的官僚機構運動了書寫技術。字母的發明把書面語言交到了商人和其他人的手裏，引導著一種活躍的生活。對某些人來說，面對的這些視覺符號意味著這些富豪擁有一種距離的存在；可以點燃許多哲學之火。印刷使文字靠近了大眾，它培育了一種更加精確的思維方式，這對於現代的學術和科學研究是至關重要的。著名的作家開始獲得向宗教崇拜那樣的追隨者。這種變化發生在電影製作、音樂錄製以及無線電和電視傳播，這些技術使表演者的個人形象進入大眾的眼簾，從而把他們只造成‘明星’，名人被當作一種人的商品來包裝和出售。隨著電腦的出現，文化再次面臨轉變。被聯繫起來和互相產生影響的個人經驗可能會帶來一系列新的公共價值觀”

32

從 20 世紀 40 年代開始，傳播媒介的發展就激起了人們一系列的提問，就是傳播技術媒介給個人和社會帶來了什麼效果，包括新的資訊傳播技術產品的生產、應用和接受問題。新的傳播媒介——電腦網路、電視本文、圖像本文、互動有線電視、衛星電視、各種軟體、資料庫、多媒體——同樣向人們提出了問題。這主要涉及到工作的性質、娛樂的性質，時間和空間的概念。所有的學習、教育、個人和職業的交換形態都借此發生轉化，甚至科學實驗和影響權利也發生變化，傳播自身的內容、形式和表達都受到影響，這直接影響到整個社會的文化、道德觀念的變化。

新的資訊傳播技術在社會、文化和經濟領域中的切入和參與，激起人們許多新的思考或者對老問題的新思考。比如，如何看待技術、技術物件的吸引力和恐懼感問題等等。技術的可能性和擴張後果是如此無所不及，一切事物如今都如此的大上了技術的烙印，而技術的發展速度甚至會使人感到，在技術的許諾本身的同時，任何一項新技術的問世，都可能增加一項新的技術災難和人文環境污染的可能性。我們在互聯網上也會發現網路污染、野蠻廣告、邏輯炸彈、黃色資訊和智慧犯罪。電腦或多媒體電腦都有巨大的神奇力量或極大的恐怖力量，西方有些研究者認為，社會的碎片化和個人主義的崛起，是新的資訊傳播技術的直接結果，這使社會組織的經緯發生斷裂。

隨著影像技術、印刷技術、電子傳播技術等的數位化和數位傳播技術的發展，資訊傳播進入“視覺化”、“圖像化”時代。與“視覺化”、“影像化”緊密相關的關鍵字之一是“影像”。

影像傳播技術包括影像獲得技術、影像處理技術和影像傳播技術。目前，影像傳播技術仍在發展，無論是攝影、傳真，還是電影、電視、網路傳播，都將不斷產生新的技術。技術的進步必將為影像傳播帶來更大的便利，同時將豐富影像表現的能力。影像的表現需要現代性的視覺媒介，在文中，我們可以將各種出現在我們身邊的大大小的顯示幕歸納為屏性傳播媒介。屏性傳播媒介是數位影像時代的視覺化的傳播媒介，它的使用讓影像傳播更方便、更廣泛。

³² 美，威廉 麥克高希，*世界文明史*，新華出版社 2003 年，第 8 頁。

1. 馬爾庫塞“批判的文化藝術理論”

馬爾庫塞“批判的文化藝術理論”產生的背景正如馬爾庫塞在《單面人》一書中指出的那樣：一種單面思想與單面行為模式誕生並且控制了當代發達工業社會。

在馬爾庫塞眼中，“當代技術和科學取得統治地位，成了理解一切問題的關鍵”。馬爾庫塞深刻地認識到：“在工業發達國家，科學技術不僅成了創造用來安撫和滿足目前存在的潛力的主要生產力，而且成了脫離群眾而使行政機關的暴行合法化的意識形態。”他繼承了霍克海默等人的觀點，認為科學技術作為一種新型的意識形態是導致發達工業社會及其思想文化的單面性的根源，它也是工具理性和實證主義的思想基礎。

文化領域在馬爾庫塞那兒是作為最後一片淨土被保留的，但它同樣不可避免地受到技術理性的侵襲，由此而導致相應的整合。由此，馬爾庫塞將西方的高等文化劃分出兩個階段，即前技術時代和後技術時代。

前技術時代的文化正是馬爾庫塞推崇的真正意義上的高等文化，它在很大程度上可以被認為是一種封建文化，為少數人所特享，前技術時代正是資本主義社會的早期，文化反映的是“前輩們的世界”，勞動在那時還是一種命定的不幸，不像發達工業社會“有益的產品向人們昭示了一種美好的生活方式”。在前技術這個落後時代的散文與詩歌中，“跳動著那些步行者和乘馬者的旋律，也跳動著那些有餘暇與閒心來思考、凝注、感觸及敘述的人們的旋律”。在當代人中，這是一種過時的被超越的文化。馬爾庫塞感歎“只有美夢與孩童般的返樸歸真才能重新把握它”。但是馬爾庫塞同時也認識到它也是一種後技術時代文化，因為他發現這種文化的主張能夠在技術社會中得到保留並重獲新生。

但是這種保留是出於別的需要，其實質卻發生了轉變。馬爾庫塞舉二三十年代的超現實主義文學藝術為例，認為這種藝術在當前的失效不是由於其頹廢形象的失效，而是這些形象所體現出來的“毀滅力量，他們的破壞性內容——他們的真理”的失效。頹廢形象沒有在文學中消失，但

是他們已經發生了質變，他們已與日常生活達成了妥協。而這正是馬爾庫塞所極力批判的，因為他堅持這樣的觀點：文學藝術應當“始終是一股理性的認識力量，揭示出人和自然在現實中受壓抑和受排斥的那一面”。即藝術應與發展中的社會在美學上不相容。唯其如此，才能體現它“真”的內質。前技術文化的羅曼蒂克正是這種“真”的風格的表現。它被少數人享有，實質上是表明它與它所面對的大眾離異。從這種意義而言，藝術是破壞性的。

借鑒馬克思的勞動異化概念，馬爾庫塞提出“藝術異化”的術語。“藝術異化是對異化了的存在有意識的超越——即‘更高層次’或中間層次的異化”。從這個定義我們看出藝術現實在馬爾庫塞那兒是區別於社會現實的，真正的藝術應當是對現狀的抗議——“大拒絕”（the Great Refusal），唯其如此才能保持自身否定的理性，保持尖銳的批判鋒芒。然而現在，它在逃脫不出被同化的趨勢。藝術的阻止整合的“不溶解的核”正受到技術理性的削弱。“今天的新穎特徵，乃是文化與社會現實之間的敵對通過清除高等文化——它構成了現實的另一面——中的對立、異己且超越的因素而被緩和”。如果說，文化在前技術時代一度站在現實的對立面，那麼在後技術時代它就喪失了自身“否定性”的品格，對立由此也被抹平了。單面文化在理想與現實的同化中誕生。它作為物質文化的組成部分，已逐漸失去其真理的對抗性。

2. 後技術時代的視覺文化傳播類型

2.1 傳統媒介的視覺化傾向

隨著影像技術、印刷技術、電子傳播技術等的數位化和數位傳播技術的發展，資訊傳播進入“視覺化”、“圖像化”時代。與“視覺化”、“影像化”緊密相關的關鍵字之一是“影像”。

影像傳播技術包括影像獲得技術、影像處理技術和影像傳播技術。除此之外，傳統媒介在視覺媒介當道的也悄悄發生著變化。

2.1.1 報紙、雜誌視覺新聞的出現

傳統紙性媒體用圖片來代替文字，已經得到了一定程度的認可。這種類型的新聞就稱為視覺

新聞，它已經成為報業一種嶄新的新聞報導和編排方式。所謂視覺新聞就是根據人們的視覺習慣，利用圖文強化配置的方式，對具有強烈感情色彩的新聞題材，用大幅照片進行表層簡化，以消解深度，從而對讀者產生強烈的視覺衝擊和心靈震撼的一種新聞報導和編排方式。視覺新聞根據其加工新聞的方式，可以分為新聞圖片加強處理和專版視覺新聞兩種形式。在我們日常生活中，報紙上經常採用的是前者，後者的出現頻率稍微少些。

所謂新聞圖片的強化處理，是針對“文字為主、圖片為輔”這一傳統的新聞報紙編排方法來說的。在技術性的影像傳播時代裏，報紙的生存空間也受到大量氾濫圖片和影像媒介的擠壓。“圖文並重”逐漸成為報業新聞人士的共識。報紙開始出現“雜誌式封面”，主要特徵就是：選擇一幅當天最為人關注事件的照片，用第一版的大版面刊發，並配以特大號的標題，詳細內容則轉入第二版。

除了封面式新聞圖片外，視覺新聞專版會拿出更多的版面來刊登新聞圖片，一般是1-2個版面，它們的名字繁多，有的稱為“攝影報導”，如《南方日報》，有的稱為《新聞聚焦》、《圖片報導》，如《北京青年報》，有的直接稱為《視覺新聞》、《視點》。有的以一幅大照片和分別配以多幅輔助照片，以簡短的文字說明，或採取連環畫的形式述說新聞故事。如《楚天都市報》2006年3月21日32版的新聞現場，全版四條新聞，配以六幅照片，其中《世貿大廈昨唱半天“空城計”》一則新聞，配置了一大一小兩幅照片，將大廈業主與物業公司管理的矛盾現場展示出來。類似報導，視覺衝擊力比較強，傳播效果有時候比洋洋灑灑的文字描述要好的多。

2.1.2 圖文書

圖與文看似是兩個截然對立的形態，然而，和報紙一樣，書籍的生存空間也同樣受到視覺文化的滲透和影響。當代圖文書與以往的書籍插圖並不一樣，在從前的插圖書中，文字始終是整個書籍的重點，佔據著無可厚非的主導地位，文字一直保持著權威性而和神聖性，然而這種權威性、神聖性卻也無時不刻在暴露著自己的缺點。約翰·洛克在《論人的理解力》中說到“除了語言原本的不完善，再加之使用字詞是難以避免的

晦澀和混亂，人們在以這中方式交流時就會犯若干任意的錯誤和疏忽，因此使符號在指意時達不到她們本應具有的清楚明瞭。”

當代圖文書中對圖與文的關係有了更高、更新的要求。圖文書中的圖與文並不只是簡單的相加，圖與文是書的整體的有機組成部分，並且各自保持獨立的地位，在兩者的相互交融中為讀者營造了一種新的意義空間，同時也生成了一種新的閱讀空間。圖與文應該成為一種補充的、互動的關係，而不僅僅只是一種說明的、重疊的關係。

文字配上圖片，使原本沒有必然聯繫的文字與其描述的物件、現象之間多了一個仲介，這樣讀者就可以不用憑藉自己的經驗去產生表象，相應地也會減少一些主觀成分；而圖片配上合適的文字，則會使原本包含豐富資訊的圖片在文字的配合下，表達出適當的資訊。當然這種互配並不是隨意的，以為“視覺符號就是通過語言資訊的輔助來確定其意義的，其中至少有一部分圖像資訊與語言系統有結構上的冗餘或替換關係”，也就是說圖中一目了然的東西，就不用說了，文字應該表現圖背後的故事。由於不同主體有不同的觀看方式和標準，因此不同主體能夠從圖上看到的東西和實際看到的東西就會產生差異，這就需要文字來點到為止。可以說，配上圖片的文字更具有表現力和感染力。

圖文書的圖片按照製作方式可以分為三類：攝影圖片、電腦合成圖片和手工繪圖。攝影圖片主要出現在美術史、建築史或者旅遊類圖書中。這類圖片主要是為了統一讀者的感性認識和理性認識，同時增強書籍的觀賞性，造成強烈的視覺衝擊，以真實的記錄性帶來視覺的震撼，由震撼進而去關注文字，去閱讀圖片背後的故事。

隨著科技的發展，電腦的運用日益普及，為了對一些高深的理論進行建議，明瞭的說明，借助電腦進行繪圖在一些教材和科普類圖書中日見繁多。在湖南科技出版社出版的《時間簡史》（插圖本）中，就可以看到製作精美的說明圖和模擬圖。插圖本在原來圖書的基礎上加上了250多幅照片，以及由電腦繪製的三維、四維空間圖，讓讀者借助這些圖片來理解深奧、枯燥的時間和空間的秘密。

2.2 後技術時代的視覺文化傳播新類型

“後技術”最主要的特徵是高科技成果的低

智慧掌握、高端技術工藝的低技能運用。“後技術”是高科技自身激劇繁殖的表現，“後技術”是高新科技在迅速發展過程中鞏固社會物質基礎的策略；“後技術”是對科學技術中反人性因素的一種制約，是高新科學技術與人文精神在社會進步的最新層面上的匯合，“後技術”是科學技術分支越來越多的同時出現高度綜合的形態。³³作者在文章中認為，後技術時代的標誌特徵是高新科技的簡易化應用、高科技成果的低智慧掌握、高端技術工藝的低技能操作。後科技時代給大眾提供了各種新的傳播媒體、傳播管道和傳播方式，每個人都可以成為傳播的主題，後技術條件支援下文化心理相互認同的交叉傳播行為構成了後科技社群。後科技社群的虛擬社交活動是文化傳播的過程。後科技社群成員在交叉傳播活動中經常以多重身份出現，他們的價值觀念與行為秩序具有很大的不穩定性。

在後技術文化時代，“資訊”不僅是指新聞消息或社會觀念，也可以是個人化的話語——包括情感的各種藝術化表達，文字的、聲音的、圖像的等等。這裏所指的文字、聲音、圖像都是具有“後技術”形態的，如 EMAIL、音頻檔、視頻作品以及綜合的多媒體產品等等。其中，以視覺接收為主的傳播作品成為人們日常生活的重要組成部分，日常生活的視頻化，使我們的眼睛不堪勞累，每天盯著顯示器，處理日常事務，晚上回家，還要盯著電視上的肥皂劇，時不時再玩玩電視遊戲和電腦遊戲，看看 DVD 電影。然而，令人們樂此不疲的是，任何人只要具備了一定的技術工具，就可以隨心所欲的製造自己的文化作品。

2.2.1 DV 製作

在上個世紀 70 年代，電影的創作、製作、發行需要宏大的機構，電影製作人為了拍出真實宏大的場面，需要最大程度地發揮電影攝製設備的功能，需要調動那個年代幾乎所有的通訊、交通設備，需要調動大量專業人員的參與，技術含量非常高。進入 80 年代以後，隨著電腦技術進軍電影業，電影製作也進入了影像合成技術高峰，一批電影作品的技術要求比 70 年代高出了一大截。電影和其他大眾傳播媒體在一定程度上成為

了高新技術的競爭與展示。

1998 年的上海電視節上，一個五歲半的小女孩帶著自己的作品參加展出與交易，她胸前的牌子上寫著“5.5”。“5.5”成為這一屆電視節上的一個亮點。她的父母把她周遊世界許多國家的情景攝製成一步記錄片，在電視節上，“5.5”自己拿著宣傳氣球到處拍發，用漢語和英語來“推銷”她的記錄片。“5.5”式的創作與傳播是後技術傳播條件給予她的，DV (Digital video——數碼攝像機) 提供了後技術條件，視頻影像作品迅速成為個人化的文化傳播利器。2001 年在北京電影學院舉辦了“第一屆中國獨立映射節”，展映了一批個人製作的 DV 作品。“映射節”給近年來全國各地紛紛出現的 DV 拍攝與傳播活動提供了一個向眾人展示的舞臺。個人創作本來並不需要什麼統一的組織活動與評價，更多的 DV 創作都保持著“獨立製片”的特點。由於 DV 攝製操作簡單，不需要什麼專業技術，任何人隨時都可以利用 DV 進行拍攝和傳播行為。

2005 年中央電視臺社教節目中心《講述》欄目受中央電視臺委託，以關注未成年人成長為主題，在 2005 年 9 月底啟動的一項名為“托起明天的太陽”面向社會徵集 DV 作品、攝影作品和徵文的活動，共收到應徵作品 6500 多件，其中，DV 作品 2260 多部。

“這次 DV 展播就是突出全民參與的理念，就是要為大家提供另外一種表達方式，不僅是用筆，用歌聲，還要用影像來表達每個人心中和眼中的世界。”中央電視臺科教頻道社會專題部副主任李欣說，DV 和普通民眾之間不應該有技術的鴻溝，提出“大家一起來 DV”的活動就是要消除技術鴻溝，消除普通觀眾對 DV 的陌生感。DV 大賽不僅是 DV 發燒友、DV 愛好者等專業人士的大賽，還應該是普通觀眾的 DV 大賽。

作為一場民間影像運動，DV 從上世紀 60 年代起就在全世界範圍內興起了。當時在一些國際電影節上，DV 影像作品已經相當普遍，還有些作品在藝術和商業上都獲得了成功。現在有不少世界知名的導演都是擅長 DV 拍攝的高手，比如喬治·盧卡斯這樣的老牌導演，在拍攝《星戰前傳》時，也樂於嘗試用 DV 進行拍攝。從電影膠片到電視視頻，再到今天的 DV，代表了人類三次影像技術變革：從工業電影到電子媒介，再到數位時代。其價值取向體現了一種民主化進程：影像藝術由

³³ 林焱. 後技術時代的文化傳播. 東南學術, 2002 年第三期.

精英走向普羅大眾。DV 最大限度地刷新了影像藝術觀念，其器材小型化、技術簡單易行促進了廣泛的影像業餘性、平民性、自主性參與。一如賈樟柯曾經宣稱的“業餘電影時代即將到來”——現在是已經到來了。

電影批評家張獻民說道：“DV 也就是‘二人轉’的級別。看這兩年的 DV 作品，即使是劇情長片，經常也就兩三個人房子裏轉轉就差不多了，道具簡單得像街頭秧歌大媽手中的扇子。”“DV 就是低微。”³⁴

2.2.2 網路視頻

2005 年網路論壇裏出現頻率最高的詞語恐怕是“後舍男孩”了。熟悉歐美流行音樂的人都知道，“後舍男孩”可能淵源於歐洲的一個流行歌曲組合“後街男孩”(Back Street Boys)。

那麼，這個看似冒牌的組合“後舍男孩”究竟是什麼呢？上網搜索“後舍男孩”，與其相連的最多的是視頻節目。他們是來自廣州美術學院的一對男生，他們的特長是模仿流行歌曲的現場演唱，但僅僅限於對口型。他們利用攝像頭和網路連接，將自己與歌曲對口型的視頻錄影放到網路上播放，網路遊民們驚訝於“後舍男孩”對口型的精確和面部表情的極度搞笑。

在同時期，與後舍男孩齊名的是另一部風行網上的短片及其引發的激烈爭論成為社會關注的熱點。

這部短片的名字叫《一個饅頭引發的血案》(以下簡稱《饅頭》)，素材主要來自導演陳凱歌的新作《無極》，作者是胡戈。這個時長為 20 分鐘的短片圍繞《無極》中出現的那個饅頭，串聯起電影中的鏡頭與人物，加上時下流行的廣告插播、RAP 音樂等元素，令許多線民感到“新鮮而好玩”。

但是電影導演陳凱歌認為，胡戈創作《饅頭》屬於侵權行為，並表示將訴諸法律。胡戈的行為侵權了嗎？電影侵權行為該如何界定？怎樣才能杜絕侵權行為？透過《饅頭》引發的爭論，許多人開始對網路影視作品侵權進行反思。

《饅頭》們是否構成對影視原作的侵權，尚無定論；非法下載，則是可以明確“定罪”的侵

權行為，也是進入互聯網時代後，技術含量最低、最為常見的侵權行為。

高新技術是一把雙刃劍，它可以孕育奇跡，也可以成為潘朵拉的盒子，我們可以依靠技術來為今天的網路侵權製造壁壘，但永遠有新的“智慧”可以破解今天的壁壘。有形的是法律與技術，無形的是個人的自我約束能力和知識產權意識的提高。社會各界一直在為前者的完善群策群力，而作為社會個體，後者更值得每個人思考。

2.2.3 FLASH 動畫

“閃客帝國”這個名稱非常形象地標誌著一個後技術社群的存在和迅猛擴張，“閃客帝國”中的文化傳播現象，也具有典型的後技術時代傳播的特點，美國 Macromedia 公司的 FLASHC 以驚人的速度風靡全球。據 2001 年底的統計，全球有 36000 萬人在使用和流覽 FLASH 產品，加盟“Macromedia”中國用戶聯盟包括中央電視臺和幾十家知名媒體、會員人數超過 30 萬人。FLASH 用戶與愛好者號稱“閃客”，網站 www.Flashiheapire.com 號稱“閃客帝國”的“國界”遠遠超出幾個以傳播 Flash 作品為主的網站。

Flash 的出現，使電腦世界超越了對現成文藝形式的複製，有了自己獨特的藝術語言，而這種語言在技術的支援下正在迅速豐富的令人眼花繚亂。

2002 年春節，全國玩具市場最流行的是一隻眼睛眯成直線的兔子。這只兔子的名字叫“賤兔”，也可以叫它“流氓兔”，它來自通過互聯網廣泛流傳的韓國 FLASH 動畫，它在 FLASH 短片裏表現的性格特點是愛開下流的、猥褻的玩笑，它的最著名的故事將月亮上搗藥的玉兔說成是在疏通馬桶。於是，頭上或身上吸著一根疏通馬桶的杵子就成了這只兔子的標準像。賤兔在 FLASH 動畫作品裏的原名叫做“Mashimaro”，原創作者是韓國的兩個年青人，一分鐘左右的畫工簡陋的動畫 FLASH 廣為傳播，讓這只小兔子成為國內青少年追捧的明星，由它衍生的周邊產品也呈現鋪天蓋地的趨勢，文具用品、玩具市場、人物貼紙、杯碗等等都有它的影子。

無論是“賤兔”還是更早就流行開來的臺灣 FLASH 系列作品春水堂《阿貴》、《大話三國》系列等等都有濃厚的“搞笑”色彩。在 FLASH 軟

³⁴ 《DV 時代結束影像霸權 影視導演危機感倍增》
<http://www.sina.com.cn> 2006 年 03 月 06 日 18:40 中華 DV 網

體支援的這個後技術社群來歷，輕鬆、詼諧的情趣、與“崇高”、“優美”相反的“賤”、“平凡”、“瑣碎”的審美趣味由此迅速傳播開來。

FLASH 簡單的文字、音頻、視頻形象中所包含的情感與趣味是不完全確定的，原創者所表達的意圖不具有限定的意義。在傳播過程中後技術社群的成員都是主體，他們利用這些形象並賦予不同的意義，在不同的時間向不同的物件傳播不一樣的情感與趣味。

從以上三種後技術時代的媒介文化來看，無論是 DV 影像製作的平民化傾向，還是網路視頻的新潮流或者 FLASH 動畫的普及，都與由新技術促成的視覺媒介操作簡易化有直接關係。可以說，沒有強大的技術支援，就沒有後技術時代豐富的影像形式。

第六章 對當代視覺文化傳播純技術傾向的思考

1. 技術條件下視覺文化傳播的文化價值取向

後技術時代的視覺媒介傳播的重心正在實現向娛樂消遣的轉移

在這些後技術時代的文化形式中，無論是傳播主體或是受眾，表現出來的媒體情感都是輕鬆、詼諧的情趣，甚或可以說成故意搞笑、以博人一笑為目的，由此不難看出：娛樂是它們共同的特點。

在盛希貴的《影像傳播論中》，指出影像傳播的社會功能是傳播新聞、指導生活、開闊眼界、審美教育和娛樂功能。當今，對於大多數人而言，第一娛樂就是媒體。尤其是呈現形式以影像為主的媒體，例如我們生活中常見的電影、電視。電影是“高品質和最廉價的娛樂形式”³⁵；電視上，“新聞和娛樂的區別正在變的日益模糊不清。新聞節目希望更高的收視率並且它們呈現出娛樂般

的畫面”。³⁶將大眾的目光集中於一個特別的事件是電視娛樂的特點，觀看現場直播已經成為重要的娛樂節目。

如果說電影和電視提供給人們的還只是觀看的娛樂，網路媒體則提供給人們觀看與參與制作的雙重娛樂。

網路媒體除了和以往的電影、電視一樣，能夠使人們通過它觀看內容更為豐富的視覺影像之外，還通過各類簡單易學的電腦圖像製作軟體培養著現代線民的創新能力，在掌握了軟體應用的同時，網路媒體發表條件的匿名性和平等性刺激著人們實現自我、張揚自我的神經，把網路媒體當成了自己的作品陳列室，每天網路上上傳的各類影像作品數以千計，其中既有專業的，也有業餘的。網路媒體為後技術時代的愛好影像的人們提供了一個張揚自我的技術平臺，擁有簡單的技術工具，微通一點軟體知識，就能在沒有經過專業影像知識的條件下，獨立的製作和發佈影像作品，偶爾還會看到比較專業的非專業人士製作的影像作品。

娛樂本是人的天性之一，而且娛樂性也是現代大眾傳媒的重要特點之一。在飽嘗了生存的沉重壓抑和泛政治、泛道德文化的塑造之後，人的需要和人性的發展渴望自由的生存空間，這便是人生的快樂。尋找自己的樂園，這是當代入極為普遍的生活情趣與生存崇尚。崇尚快樂，催生了當代人的喜劇感和幽默感，也催生了代理人“參與”和“遊戲”的欲望，“休閒”和“體驗”的渴求，“娛樂”和“享受”的需求。把功利的、世俗的生存現實轉化為一種遊戲的、審美的人生方式，這大概就是代理人崇尚快樂的深層奧妙。隨著人的需要和欲望的普遍高漲，以及物質文化形態的極大豐富，一種具有實用性、大眾化和享受性等特徵的感性文化氛圍也正在形成和發展著。新時期大眾審美的通俗化和娛樂化，把人性從長期呆板枯燥的生活中解放出來，新的社會文化轉型已經從根本上消除了傳統審美的神秘色彩，由此煥發出人的無限的生命活力。承載著娛樂審美文化的娛樂傳播於是應運而生，並快速發展著，為大眾提供愉悅、快樂，釋放感性。

“人格與娛樂文化密不可分。電影、錄音、

³⁵ [美] 威廉·麥克高希. 世界文明史——觀察世界的新視角, 317 頁.

³⁶ [美] 威廉·麥克高希. 世界文明史——觀察世界的新視角, 327 頁.

廣播和電視有著不同尋常的能力去捕捉人格中能感受人觀感的方面，並將形象傳送給大眾。”³⁷

“對於世上所有孤獨的人，表演者的電影或是電視形象打破了他們的孤獨感並且將他們與社會重新聯繫起來。”³⁸ “作為一種激情的媒介，電子娛樂為人們提供了廣闊的模仿模式。”在文化工業那裏，文化成了娛樂，娛樂本身成了人們的理想。娛樂再造了幸福感，壓制了反思。它許諾人們能從煩惱中解放出來而並不提供現實的解放，相反，它只是使人們從思考和否定中解放出來。“快感總是意味著什麼也不思考，意味著忘記苦難，甚至就在這苦難被表現出來的地方忘記它。從根本上說，它是一種無所助益的東西。它是一種逃離，但不是人們所說的逃離悲慘的現實，而是逃離最後一絲抵抗的念頭”。公眾越來越表現出的政治犬儒主義的姿態，遠離深刻和社會重大意義，對搞笑的狂叫和對瑣事的胃口大增，現實的自我滿足自然漸漸鈍化了他們感知周遭的靈敏度和批判的鋒芒。

1.2 技術時代促使視覺文化逐漸轉向形式化、低微化

美國藝術理論批評家格林伯格發現現代主義藝術作為一場運動有兩個分化，一是藝術與非藝術之間的區分，二是各門藝術之間的區分。他指出，每門藝術都在尋找屬於自己的邊界和特性，這裏的特性指的是為了確保各門藝術的安全，為了不使某一藝術被其他藝術所取代，它就必須找到屬於自己而其他藝術所不具備的獨特性。繪畫在攝影、電影等視覺藝術的挑戰面前，若要保持自身的合法存在，唯一的途徑就是找到自己有別於其他視覺藝術的特性，這就是平面性。格林伯格堅信，“每門藝術許可權的特有而合適的範圍，這與該藝術所特有的媒介特性相一致”。（格林伯格：《現代主義繪畫》）“如此一來，每門藝術將變成‘純粹的’，並在這種‘純粹性’中意味著自身限定，因而在藝術中的自身批判激烈地演變成為一種自身界定”（同上）。這裏的“純粹性”也就是藝術形式的完善。從 20 世紀初德國表現主義繪畫，到 50 年代美國的抽象表現主義，

他所指出的這一追求純粹性形式的傾向非常明顯。傳統繪畫以表現的內容見長，而自表現主義以來的現代主義繪畫則是一個逐漸消解內容發展邏輯，藝術的純粹性就是媒介的純粹性，也就是形式的純粹性。這樣的傾向導致了現代主義繪畫的不再強調所表現的東西，而是突出表現本身，尤其是繪畫的媒介形式。

與上述情況相似，當代視覺文化的發展正傾向於表現形式。無論是前文所提到的各類後技術時代的視覺文化傳播類型，還是傳統媒介的視覺化變化，都表現出視覺文化轉向形式化的趨勢越來越明顯。遵循著攝影——電影——電視——網路媒體的演變過程，視覺文化已經不再滿足物質形式上的擴張。家用數碼攝影、日常生活 DV、網路視頻與 FLASH 動畫製作已經成為當代視覺文化新的突破口，在網路和電子媒介提供的平臺上，還會有更多的新形式的視覺文化樣本湧現出來。與此同時，這些新的視覺文化樣本以最快的速度融入人們的日常生活，成為日常生活的合理的一部分，並在合適的時候，以把自己標榜成為人們的一種生活方式存在。

後技術時代的科技平民化趨勢，讓大部分人有機會體驗高科技帶來的娛樂快感。這樣做的結果是任何人擁有了這樣的技術形式，都可以“製作”出自己的作品。其中品質存在著明顯的差距，既有精品，也不乏粗製濫造的“偽劣”作品。以前文提到的“後舍男孩”為例，在這兩個廣州美術學院的在校生以此在網路上迅速走紅之後，網路上立刻出現了類似的視頻作品，都是套用模仿流行歌曲對口型的形式。有些表演者極盡能力搞怪、搞笑，並傾向於惡俗化，以一些噱頭博取網路看客的關注。

在後技術時代，可以說，每個人都可以成為創作者，大眾的審美情趣在不經意之間引導著人們文化生活的方向。“我表現，我存在”的文化生存方式令更多的人們以自己的日常生活為題材，創作著數以萬計的平民作品。

2. 純技術型傾向與人文價值的衝突與融合

³⁷ [美] 威廉·麥克高希. 世界文明史——觀察世界的新視角, 124 頁.

³⁸ [美] 威廉·麥克高希. 世界文明史——觀察世界的新視角, 127 頁.

電子媒介創造了比文字符號更“真實”的影像，它們的真實再現給人們帶來一種本雅明所說的“震驚”體驗，但電子媒介取消時空距離帶給我們的“震驚”，又不知不覺地被剝奪了我們諸多的主動權。因為高科技保證了符號或者是圖像世界的真實性與逼真感，技術複製因此也具有把謊言編造得更“真實”更天衣無縫的可能。實在的世界在圖像世界中退隱，人們往往誤將虛擬的讀屏符號當作普遍的價值出發點，不再追求真理，而只體驗當下，不再追求實在，而僅沉溺於情感，不再鑽研經典，而走向漫畫和圖片。潛藏的危險是有可能將人類導向意義和價值虛無的生存，從而迷失藝術的精神創造性的本性。

2.1 影像帶給當代人的困惑

2.1.1 影像帶給人們的困惑：豐富的影像生活，脆弱的精神生活

我們得到了比以往任何時候都豐富的世界圖景，為什麼還是不夠滿足，為什麼還是覺得不夠滿意？一般來說，如果過分強調視覺媒介的感染力特徵的話，那麼，在增強人們對於世界整體的想像力的同時，人們對於現實的真實感受能力就會減弱，這將導致一種強調對形式的自由想像和審美反應而拒斥現實苦難和挫折、漠視切身存在的文化心態。當代人生活在視覺媒介提供的嚴格的審美形式框架之內，不再過問那些與他的視覺審美毫不相關的事物，也不再對那些與他的視覺敏感不相干的傳統發生興趣，以至於使個體的生存狀況越加封閉。另外，由於當代視覺媒介採用的是一種超越近身事物從而獲得更寬廣的形式構架的方式，因此，在視覺文化環境中，人們往往忽視周邊事物的存在，而不斷放眼遠處，這種生活方式由於缺少了一種貼己的感受方式，因此常常是沒有實質性內容的傳播方式，這就造成了當代兼有廣泛的社會關係而又感受孤立的精神狀態。

2.1.2 無處不在的顯示幕帶來的社會危機

《高科技高思維》的作者約翰·奈斯比特等指出：“各種顯示幕充斥與我們的生活之中：電影、電視、電腦、遊戲機、電子筆記本、尋呼機、移動電話、顯示型電話、微波爐、心臟監視器都有顯示幕，未來的科技專家還不知又會發明些什麼顯示幕。顯示幕無所不在，指導我們、告知我們、娛樂我們，在我們不知不覺中形成塑造了我

們。也了我們的顯示幕——電視、電影、網站、電子遊戲——被說成‘虛擬’，輕輕帶過，我們於是乎不把他們當真。”³⁹

“當今的美國的頭號娛樂是媒體，頭號內容是暴力。但我們不把它當真。顯示幕上的暴力像幽靈，潛進我們的記憶之中、夢寐之中、談話之中，我們卻堅稱它沒有害，甚至有教育性。我們笑斥顯示幕上的暴力非真實。“只是卡通……是電子遊戲……是電影或是新聞……”因為拒絕承認顯示幕上的內容是真實的，我們於是乎不假思索，安心讓自己與孩子定期吞下驚人的暴力，而當孩子在學校向同學開槍時，卻又驚駭不已並困惑不解。”⁴⁰要說顯示幕上顯示的都是真的，未免太過激。但把它們當成幻象、虛擬、無害，則禍害甚大。⁴¹

2.1.3 圖像化帶來的知識危機

隨著媒體視覺化和圖像化時代的來臨，當代入花去越來越多的時間看電視、看錄影、看DVD、看卡通漫畫、上網、玩電腦遊戲，花在讀書上的時間越來越少，只“看”不“讀”不僅成為普通人的習慣，教育機構也傾向於“多媒體教學”，學生學習知識也越來越來地靠“看”不靠“讀”。現代人接觸的資訊比以往任何時候都豐富，但是卻沒有時間仔細品味，深入思考。

研究表明，高技術玩具和電子遊戲能鍛煉孩子的反應能力和觀察技巧，但從總體上可能對孩子的智力產生負面影響。想像力是人類思想的基石，電子娛樂（電視、錄影、電腦遊戲等）卻導致了孩子們想像力的減退和創造力的缺失，具體表現為寫作能力的明顯下降和繪畫能力的退化。⁴²“看”擴大了資訊傳播的範圍，對人們獲得信息量是重要的；但是，在知識積累和獲取知識方面，“讀”更為重要。在資訊極大豐富的時代，要把無數的資訊變成有用的資訊，就需要把資訊“知識化”。只“看”不“讀”將帶來知識危機。

2.2 純技術型傾向導致視覺文化本身承載的人文價值觀渙散

³⁹ 約翰·奈斯比特等. 高科技高思維, 14頁.

⁴⁰ 德·哈拉爾德·米勒. 文明的共存——對塞繆爾·亨廷頓“文明衝突論”的批判, 35-36頁. 北京: 新華出版社, 2002.

⁴¹ 約翰·奈斯比特等. 高科技高思維, 14頁——15頁.

⁴² 美克勞迪婭·卡爾布. 幻想的終結. 參考消息, 2003-11-03

視覺文化所借助的各種技術型手段, 提供了超越現實的各種可能性。但是, 視覺文化所承載的人文價值觀在“數位化”中, 逐漸喪失“自我”、失去“主體”。在視覺文化純技術型傾向的發展初期, 人們普遍認為, 視覺文化的創作者和傳播者能夠借助“數位化”技術, 不斷提升和追求表現物件的文化內涵。但是, 隨著這種技術傾向對文化的逐步深化和滲透, 我們應意識到, 資訊網路化技術的濫用已經開始侵蝕視覺文化人文價值觀的社會建構。這是因為, 一方面, “數位化”雖然可以在一定程度上表達視覺文化的人文精神內涵, 但是這種傾向所具有的虛擬化、視像化、空間化、代碼化和非人性化特徵不能滿足“文化”本意所追求的全面自由的人文精神釋放; 另一方面, 人文精神既表現為“數位化”, 又不限於“數位化”。人們固然可以通過實踐“數位化”來展現視覺文化的人文內涵。但是, 這並不排除人們還可以通過批判“數位化”進而超越“數位化”, 以建構起一種更加有助於每個人自由而全面發展的人文精神。

2.3 視覺文化創作者的人文精神在純技術型導向洪流中的湮滅

作為視覺文化的技術化是和商品化屬性緊緊聯繫在一起的。視覺文化的商品化必須以技術化為手段。沒有技術化的包裝和運作, 視覺文化就失去了作為商品批量生產和銷售的基本條件。這無疑有害於視覺文化本身人文精神特點的實現, 而導致視覺文化賴以安身立命的個性、風格、獨特性、獨創性的失落。阿多爾諾認為, 科學技術高度發展的直接後果, 是人的理性變成了純工具化的思維。工具理性支配著社會生活的一切領域, 視覺文化的技術化意味著工具理性支配了視覺文化領域。視覺文化本來應該是想像和價值理性的天地。這一領域一旦由工具理性所佔領, 不僅這種文化的生產者, 而且它的傳播者和享用者也都成了工具。作為視覺文化的創作者, 在喧囂四起的大眾文化領域中, 所見到的更多的是愈演愈烈的高技術複製、朝生暮逝的時尚變化, 以及即時性的情緒宣洩或心理反應。面對長時段的精神性磨練被降格到最低的限度, 心靈的玩味和孤獨的冥想幾乎失去了存在的地盤, 這無異於把視覺文化的精魂推向了消亡的邊緣, 而人的生活也被急劇地壓縮為技術化、市場化的東西。科技的進步意味著勞

動過程的縮短, 亦即時間性的壓縮, 這對視覺藝術卻構成了前所未有的威脅。視覺文化的創作者面對的是由各種“影像”所構築的世界, 由此而遠離了現實的人生關係中的情感交流和生命感受, 人生現實逐漸被推向虛擬化的境地。作為人們的實際需要, 往往能夠借助技術手段獲得最大限度的滿足。這就促成了一種普遍的社會心態: 只要擁有技術, 一切有關用”的問題便可迎刃而解。不僅如此, 實用主義還導致了人們價值取向的變化, 這一情勢造成了技術萬能的現代迷信, 導致了技術拜物教的產生。它將以往人們孜孜以求的終極價值變成了技術問題, 變成了通過技術的手段、方式和過程可以達致的可能性。與實用主義、技術主義相聯繫的方法論是實證主義。實證主義只問“是何”而不問“為何”, 只求其然而不求其所以然, 只關心事實和現象而不關心事實和現象背後的原因和本質。實證主義的眼光僅僅局限於事物表面的事實和現象, 一方面無視人的存在意義, 另一方面忽略了歷史發展的意義, 從而直接導致視覺文化創作者的人文精神在純技術型導向洪流中的湮滅。

參考文獻

- [1] 郭慶光. 傳播學教程 [M]. 北京: 中國人民大學出版社, 1999年11月.
- [2] 王岳川. 後現代主義文化研究. 北京大學出版社, 1992.
- [3] 周憲. 崎嶇的思路. 湖北教育出版社.
- [4] 阿特休爾. 權力的媒介 [M]. 北京: 華夏出版社, 1989年.
- [5] 陶東風等 譯. 文化研究導論. 高等教育出版社, 2004年7月第一版.
- [6] 尼古拉·米爾左夫著, 王有亮譯. 什麼是視覺文化. 文化研究. 天津社會科學出版社, 2002年1月第1頁.
- [7] 周蕾著. 視覺性、現代性與原始激情. 視覺文化讀本. 廣西師範大學出版社, 2003年版第259, 263頁.
- [8] 麥奎爾、溫德爾. 大眾傳播模式論 [M]. 上海: 上海譯文出版社, 1987年2月版.
- [9] 德弗勒、鄧尼斯. 大眾傳播通論 [M]. 北京: 華夏出版社, 1989年2月版.
- [10] 麥克盧漢. 媒介通論. 四川人民出版社, 1992年.
- [11] 殷曉蓉. 戰後美國傳播學的理论發展——經驗主義和批判學派的視域及其比較. 復旦大學出版社, 2000年

- 版。
- [12] 尼克·史蒂文生著, 周憲、許均主編。認識媒介文化。商務印書館, 2001 年版。
- [13] 利奧塔。後現代狀況。北京三聯書店, 1997 年版。
- [14] M·麥克盧漢。理解傳媒。商務印書館, 2000 年版。
- [15] 本雅明。機械複製時代的藝術作品。浙江攝影出版社, 1993。
- [16] 尼葛洛龐帝。數位化生存。海南出版社, 1997。
- [17] 鮑德里亞。完美的罪行。商務印書館, 2000。
- [18] 卡斯特爾。網路社會的崛起。社會科學文獻出版社, 2001。
- [19] [德]阿諾德·蓋倫。技術時代的人類心靈。上海科技教育出版社, 2003 年版。
- [20] [美]馬克·波斯特。第二媒介時代。南京大學出版社, 2001 年版。
- [21] [德]沃爾特·本雅明。可技術複製時代的藝術作品。中國城市出版社, 2002 年版。
- [22] [英]尼克·史蒂文生。認識媒介文化。南京大學出版社, 2001 年版。
- [23] [美]馬克·波斯特。資訊方式。南京大學出版社, 2000 年版。
- [24] [美]丹尼爾·貝爾。資本主義文化矛盾[M]。趙一凡譯。北京三聯書店, 1989。
- [25] 江潛。數位家園——網路傳播與文化[M]。上海:復旦大學出版社, 2001。
- [26] 李英姿, 從傳統文化走向網路文化的思考[J]。中共山西省委黨校學報, 2001, (5)。
- [27] 周憲, 反思視覺文化[J]。江蘇社會科學, 2001, (5)。
- [28] 鐘曉媚, 網路文化的特徵及影響[J]。探求, 2001, (4)。
- [29] 藏策。 “讀圖時代”與“圖像霸權”, [DB/OL]. <http://www.cphoto.net/luntan/zangce/08.htm>
- [30] 馬爾庫塞。單向度的人。上海譯文出版社, 1989 年 2 月第一版。
- [31] 梅爾文·德弗勒、埃弗雷特·鄧尼斯著。大眾傳播通論。華夏出版社 1989 年 2 月第 1 版。
- [32] 尹鴻著。鏡像閱讀——90 年代影視文化隨想。海天出版社 98 年 12 月第 1 版。
- [33] 吳鴻。閃靈: 眾聲喧嘩之後的無奈。藝術世界, 2002 年 03 月 27 日。
- [34] Flash 已不是那個 Flash。新週刊, 2001 年 10 月。
- [35] 陳衛星。傳播的觀念。北京: 人民出版社, 2004。
- [36] 陳力丹。談談印刷和電子數位媒體衝突引發的人文危機[J]。新聞大學, 2002 年 7 月
- [37] 盛希貴。影像傳播論。中國人民大學出版社, 2005 年 3 月第一版
- [38] 李鴻祥。視覺文化研究——當代視覺文化與中國傳統審美文化。中國出版集團, 東方出版中心, 2005 年 4 月第一版。
- [39] 米金升。屏性媒介和圖像時代。文化研究網, 視覺文化, 2003.10。
- [40] 羅崗、顧錚 主編。視覺文化讀本。廣西師範大學出版社, 2003.12。
- [41] 趙維森。視覺文化時代人類閱讀行為之嬗變。文化研究網。視覺文化, 2003.12。
- [42] 羅鋼, 王中忱 主編。消費文化讀本。中國社會科學出版社, 2003.6。
- [43] [英]馬丁·奧利弗。哲學的歷史。希望出版社, 2004.3
- [44] 辛華。精神頹廢與技術進步的巨大反差——跨世紀的美國電視業簡評[J]。當代傳播, 2000 年 3 月
- [45] 殷曉蓉。戰後美國傳播學的理論發展——經驗主義和批判學派的視域及其比較。

作者簡介:

①Mei Qionglin (梅瓊林), 教授, 博士生導師。

②Gong Lihui (龔麗輝), 中國武漢大學新聞與傳播學院傳播學研究生。

通信地址:

Mei Qionglin (梅瓊林), 武漢大學新聞與傳播學院傳播學院, 中國湖北省武漢市, 430000。