

《文化现代性的视觉表达》

图书基本信息

书名：《文化现代性的视觉表达》

13位ISBN编号：9787301202999

10位ISBN编号：7301202997

出版时间：2012-3

出版社：北京大学出版社

作者：吴靖

页数：251

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《文化现代性的视觉表达》

内容概要

作者将日常生活、通俗文化、意识形态和大众传媒作为主要的切入点，重新考察中国社会一个多世纪的现代化进程，尤其是20世纪80年代以来的视觉现代性及其狂欢性的爆发。本书从视觉哲学、视觉历史、视觉社会学和视觉政治学等角度，融合了传播学、社会理论、文化史、性别研究、后殖民理论、政治经济学等学科框架，多方面探讨视觉文化与中国现代意识生成之间的关系，分析的对象包括摄影、印刷、电影、电视、互联网、户外广告、博览会、奥运会、大型景观等各类视觉媒介与视觉现象。笔者希望做一个当代视觉文化的“游荡者”，从看似不相关和琐碎的文化现象与事件中，扒梳现代性文化的表征与逻辑，对现当代中国传媒文化中的各种视觉文化现象进行批判性分析，以图从特定的角度揭示现代化进程中中国人的精神特质、思维方式、意识形态和集体想象，为现代性研究、中国近代文化变迁研究和当代通俗文化研究提供新的理论洞见和案例分析。

《文化现代性的视觉表达》

作者简介

吴靖，清华大学外语系本科毕业，美国爱荷华大学传播学博士，现任教于北京大学新闻与传播学院。主要研究方向为大众传播与社会理论、媒介与文化研究、视觉文化研究、媒介与公共领域等，发表中英文学术论文四十余篇。

《文化现代性的视觉表达》

书籍目录

导言：视觉文化与现代意识的生成

第一编 视觉文化与公共领域

第一章 “观看”的文化与公共领域的转型：一种理论构建

第二章 中国纪实摄影的历程与视觉公共领域的发展

第三章 影像的政治与历史记忆：表征“大屠杀”的伦理纠葛

第四章 闯入公共领域：电视真人秀中的性别政治

第二编 视觉文化与身份认同

第五章 镜中自我：观看中国的两种范式与中国现代意识的生成

第六章 现实主义、纪实影像与西方镜头中的现代中国

第七章 日常生活、摄影文化与现代认同：《良友》中的“名流”形象

第八章 迷人的父权制：韩国家庭剧中的现代性与男性气质

第三编 视觉文化中的意识形态

第九章 “电视人格”的现象学：电视名人的生产与消费

第十章 恰同学少年：视觉文化中的“怀旧风”

第十一章 可见的地产、不可见的家：房地产广告的文化政治

《文化现代性的视觉表达》

章节摘录

第一章“观看”的文化与公共领域的转型：一种理论构建德国学者哈贝马斯对“公共领域”（Public sphere）的研究在社会科学各学科中引起了广泛的讨论。而传播学关注的问题之一是现代大众传媒与社会文化、政治、经济发展之间的关系。因此如果想探讨传播媒介与建构和培养一个渐趋诉诸理性、批判的现代社会文化之间的关系，“公共领域”是一个不可或缺的理论资源。哈贝马斯对“公共领域”的定义是：所谓公共领域，我们首先意指我们的社会生活中的一个领域，某种接近于公众舆论的东西能够在其中形成。向所有公民开放得到了保障。在每一次私人聚会、形成公共团体的谈话中都有一部分公共领域生成。然后，他们既不像商人和专业人士那样处理私人事务，也不像某个合法的社会阶层的成员那样服从国家官僚机构的法律限制……今天，报纸、杂志、广播和电视就是公共领域的媒介（Habermas,2001，p.102）*。由于以电子媒介为主导的现代大众传媒已经或正在取代传统的家庭、学校、宗教和文化社区，成为塑造现代为的社会文化、行为原则和思维模式的主要力量，在现代社会谈论公共领域或民主建设，大众传媒的形态与制度，以及由此形成的社会文化模式就成为讨论的出发点之一。

《文化现代性的视觉表达》

编辑推荐

《文化现代性的视觉表达:观看、凝视与对视》由北京大学出版社出版。

《文化现代性的视觉表达》

精彩短评

- 1、个人觉得国内文化研究中精彩的一笔。文本细读很“女性”，精致透辟。但是不知为何总觉得功夫不深。细读堆积成的一本，总体看就蜻蜓点水了。
- 2、每一个北大新传想要保研的孩子都要熟背此书！划重点，要熟背！
- 3、这本书是一个研究项目，作者观点新颖，语言中的，值得一看
- 4、还蛮好读的，以及终于可以开始读郝老板的那本书了
- 5、吴老师的研究问题和研究视角都有极好的启发性，分析问题的思路满是智慧，理论信手拈来，知识分子情怀诚挚而一点都不矫情。个人粗略概括的话，现代性的反思是核心，视觉文化是路径，对这个国家的关切是出发点也贯彻始终。
- 6、视觉研究的新书，北大老师出的理论性书，质量应该不错~
- 7、从中国摄影、电视、广告、奥运世博、山寨等日常生活角度进行是视觉文化的探讨，主要是从传播学角度讨论多些~
- 8、用一种理论范式分析若干社会现象，言之有物又很不尽兴，每一个主题浮光掠影游荡而过。
- 9、不觉明厉 慢慢来吧
- 10、期待在此基础上，能有一本更具系统性的书，我相信它在路上。
- 11、“在碎裂的景观的间隙注入（历史）语境、知识和主体性。”
- 12、吴老师也是理论深厚的p大传播学教授啊！
- 13、读了三遍，毕业前终于可以摸着良心默默的说，我导写的至少我都看明白了。
- 14、G219.25
- 15、好像是微博广播把我引到这本书，今天翻完了，对不起作者没有认真看，但是案例全都太显白了，觉得没有仔细看的必要了。但是几个理论框架给我用中文说清楚了，我就追着看完了。应该是写好几本书的材料，而且有时候现象学+结构主义一并来的改变，很像是德国厨具的做饭啊（理论齐备，材料可按菜谱购置的感觉），就是充满了现成感。但作者老师的理论读得还是很扎实，用我们熟悉的教科书式中文写得很明白，还是有用的书！
- 16、清华的传播系也不过如此吗，太糙了。那些给五星的同学们，我真不知道他们在想什么
- 17、透过现象剖析此间话语的来龙去脉，对于当下的文化现象有比较深刻的分析，适合深夜读，安静的咀嚼而不是囫囵吞咽。
- 18、向WJ姐姐看齐~
- 19、吴靖真心有才华，书要多看几遍，一开始不太懂。研读吧。
- 20、批判性的高贵风骨铮铮啊！文化研究、媒介批判。
- 21、在现代性进程的大背景下来阐述视觉文化在政治 经济 文化领域中的变迁和发展 用一些日常生活中大众都能接触到的事物作为案例讲解 通俗易懂 也很吸引人 以前只道视觉成为霸权和绑架 却也才知道它也担负着启蒙的作用 只是遭遇了经济利益化的拉扯。
- 22、北大出版社的装帧真的是。。。
- 23、视觉文化。很好。另一种视野
- 24、用词精准、分析入木三分，吴靖老师这样的人的存在就是让广大研究僧们看到学术的旨趣同时又有一种路漫漫其修远兮压力山大的赶脚啊~！
- 25、真正的学者
- 26、向吴老师的治学态度看齐。
- 27、分析得较为深刻，很值得一读。
- 28、中途保了研，但还是把心中期盼见到的老师的书看完。读书浅显的时候说到批判和文化研究，眼光太浅。吴老师的文章提示我的是，在做本土文化研究要看到不同文化之间的争鸣，现实中的文化建构往往比想象中更加复杂；不敢说全都看懂了，希望自己在未来更有长进。若有机会，希望可以在未来与老师相遇。
- 29、美帝科班出身，选题精当、理论扎实、分析完备、力求深刻；偏重/偏好文本分析，对文化的具体生产过程探讨较少。作者个人还是很萌的；微信朋友圈高质量学术推送的重要来源。
- 30、路漫漫其修远兮，吾将上下而求索啊，哈哈
- 31、一种社会学想象力的实践，并拆解日常生活中隐匿的意识形态

《文化现代性的视觉表达》

- 32、吴靖老师著作，值得高分
- 33、挺好的一本书，就是自己买错了，
- 34、一本关于中国视觉文化的论文集。从视觉文化中挖掘现代性的隐伤，对于通俗和大众文化的研究真有意义，某种程度讲，大众文化就是普通人对这个瞬息万变世界的回应。
- 35、吴老师啊……让我考上您的研究生吧！
- 36、有点拼凑
- 37、着重看了3、4、5、7、8章，对南京南京、韩剧和非诚勿扰的部分印象深刻
- 38、受益匪浅。将一些日常的东西进行深刻的分析。
- 39、靖姐姐是西方学术系统训练出身，她本可以轻巧又博大地从理论到理论地建构他者的殿堂，但她却把百般武艺用以实地解剖，考察视觉现代性的狂欢现状，最后指向的是中国现代化进程。希望能跟靖姐姐对话的学术对象多起来……
- 40、这次考试的名词解释有一个就是凝视，当时有多么懊恼自己哪怕应该在考前读一下简介??！
- 41、还行，就是有点晦涩，但是内容量很大
- 42、绝对女神。读过的国内传媒类最好学术著作。
- 43、论证还是很有力度的。
- 44、在国内的文化研究作品中算是上乘之作了！多说一句，互联网已经是当代中国文化政治的重要场域，但目前似乎还没有发展出一套适用于分析网络媒介的文化理论。
- 45、欣赏吴老师对视觉文化符号编码的敏感及解码的功力。:-) 第一部分通过视觉文化观看行为比较反思主体性，在中国现代历史一些具体语境中对一些问题非常有洞见。最后一部分涉及的文化现象比较宏观，主要着重勾连批判文化表征背后的经济（现代性治本主义）机构原因，解释中似乎过多依赖现代性“内生”的文化属性…
- 46、我导必须五分！

1、看了一篇导言和第一、二章，作为一个用英文学习并写作视觉研究和传播后回来用中文写学术文章的作者，言语处理得清晰，提出的问题尖锐不乏深度和现世意义。但是我有一些疑问，也是自己在写论文时跨不过的坎，便是如何处理好“中学为体，西学为用”的关系。作者此书意在由视觉文化研究为出发点探讨中国语境下的文化“现代性”，她在导言中做了一段解释：“何为文化现代性，文化理论给出了两种相互竞争的答案。一种坚持‘启蒙运动’的理想主义，规范性地将现代意识定义为世俗化、理性和科学主义、个人主义、进步的线性历史观、相信法律与现代制度、认可人类对外在和内在自然的统治能力；而与其相对的，可以被称为‘美学现代主义’，受到浪漫主义、心理分析、批判理论，乃至后现代理论影响的理论思潮，将现代性的主观经验描绘为转瞬即逝的、偶然的和神秘的。这种现代主义对现代进程的主要判断是悲观的，认为技术的发展造成统治、对自然的控制导致灾难、个人主义造成社会的冷漠和人的孤独、资本主义无法避免对人和自然的剥削等等，并且由此延展出对传统社会和群体主义的怀旧情绪。”且不说这两个理论群体的归类方法，但无论是启蒙运动导致的科学主义、资产阶级崛起后的浪漫主义、心理分析、以及后现代思潮，都是西方文化史一路发展的自然产物，是宗教、哲学、文学、艺术互相之间充满默契的推搡和交流，再在时间中择优进化之后的种种成果。由这些运动和思潮塑造成的文化现代性、现代性主观以及身份认同是西方的。既然是关乎文化的，那么是谁的文化必须分清楚。我们的当代文化是经受西方殖民的，但其中不是没有一点自己文化的延承。殖民的和西方的这两者有区别。在这篇讨论中国语境下的文化现代性的导言中，用这些名词来定义文化现代性这个关键名词，而没有一点牵线搭桥式的论述（诸如为什么我们的文化现代性可参考西方后现代主义理论），则完全偏了题。用一个更加简单的例子来说，在导言的最后一段有一句话：“这样的思路是建立在新文化理论和历史社会学的基础之上，关注‘小写的文化’和日常生活被现代性写入的程度。”什么叫作“小写的文化”？在英语学术写作中，名词的大写和小写如被强调，是有宏观的和被语境化之后的微观概念的区别。我知道这个由语言差异导致的学术习惯，于是我明白作者吴靖在这里想说什么，是因为我接触过英语学术写作。但我想多少读者接触过呢？或者此书写作和出版的最初假象读者群就是有英语学术背景的，这样就能解释很多感觉别扭的地方。这个问题在之后的章节愈发暴露了。作者在第一章里建起了理论的手脚架，思路清晰地将本雅明到麦克卢恩到福柯到波德里亚的西方文化研究和视觉研究的理论梳理了一遍，解释了很多关键的名词，其中的承上启下也颇具说服力。这对于不熟悉西方该领域学术发展的读者来说是弥足珍贵的课堂。但是每个大段的最末部分，也就是这些理论对于作者的研究对象——中国视觉文化与文化现代性——的关联和价值，却只草率几笔，马上又回到新一轮的理论解构。第一章毕竟是“理论构建”，那来到第二章名为“中国纪实摄影的历程与视觉公共领域的发展”，作者基于现成资料简略地、但对于一篇学术论文来说有些跳跃地整理了纪实摄影的历史之后，并没有充分展开她标题中“视觉公共领域的发展”这一话题。第一章里对哈贝马斯“公共领域”和它的转变所作的精彩的理论阐释止于第一章，到具体话题时，读者得自己填补理论与运用这个空缺。最后一段作者关于我预想中的她的结论，也就是纪实摄影在视觉公共领域中是怎样的地位，提出了一个令人兴奋的概念：“市民社会的崛起”，但还没等到对“市民社会”的定义和所指进行解释，几句话后，整篇文章就结束了。如何处理理论框架和讨论对象的关系对衡量学术写作的价值很关键，而这一点在跨文化学术写作，也就是当方法论是西方的，讨论对象是东方的时候，尤为关键。方法论本来就是西洋货，处处渗透着西方文化的结晶，包括批判性思维这个在西方学术中被顶顶看重之事。该不该在对象是东方的写作中用到西方方法论这个问题我至今没有答案。然而通常我们优秀的学术作者们都是海归而写，用方法论包围中国学术看来是个必然的趋势，今后大概不仅研究对象（譬如当代文化史）是被殖民的，连研究媒介都是。往后，在殖民主义学术写作中创作有出所价值的观点，如此看来，才是对学术写作评价中的重点。这本书的确是在往“中学为体，西学为用”的方向靠近，但是“用”是个还值得好好琢磨探索的技术活。方法论和其历史与研究对象的脱节这个问题，这在我的领域是相似的。对摄影史论有整体和深入理解的学者在写书时只是做引进西方理论之贡献，并无太多如何将理论语境化、如何不完全用西方的方法论和名字来探讨我们自家事的创新观点。而那些把东西方连接起来的，更偏重于评论角度的作者，则对西方文化史并无深层的学习和理解，于是结论或粗暴或肤浅。所以这件事道阻且长，在这里提出，只是希望自己和别的作者引起重视。

《文化现代性的视觉表达》

章节试读

1、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第157页

除了改革特定阶段的社会问题所引发的混乱和不满，还有两个原因可以帮助解释和剖析这种持续不断的、将过去美化的怀旧现象。一是官方在一个社会利益和价值体系日益多元化的时代维护主流意识形态合法性的努力，而主流意识形态的核心就是关于共产党所领导的社会革命和进步的宏大叙事。
【中略】

怀旧现象的另一个动力来自商业传媒。如果说中国媒体的市场化实验真的改变了什么，那就是它们如今更加主动地迎合大众情绪的起伏。一方面，对利润的追求是媒体世俗化最巨大的动力，它帮助消费者远离自己不喜爱的文化和政治话语；而另一方面，市场也时刻准备将任何可以创造交换价值的事务神秘化，甚至带有反商业意涵的偶像也能得到真切和热情的推广。

2、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第27页

摄影是一个独一无二的捕捉社会现实并且引起人们关注的媒介工具的想法，在一个对视觉表达如此陌生的文化中逐渐形成。战争的极端状态和揭露战争暴行的迫切需要，推动着摄影现实主义和中国纪实摄影师们走向中国现代传播活动的最前沿。

20世纪70年代末80年代纪实摄影题材-中国边远地区和少数民族地区的民族志主题：异域风情和古老风景、礼仪、文化生活，缓解中国文化传统与改革开放所带来的现代意识形态之间的矛盾，缓解由此造成的文化焦虑；第二个是对文化大革命造成的社会悲剧的政治批评。

纪实摄影的一个重要特点是它与时代和拍摄主题的特殊关系。不像新闻照片强调时效性、现场感和震撼效果，纪实摄影需要作者用更长的时间来研究拍摄对象，有更丰富的经验和文化价值观、社会条件、人民生活三者内在联系的理解。

3、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第9页

对文字和文字时代的社会理想有着深厚感情的知识分子经常对视觉文化提出指控，认为它破坏了文字时代的逻辑思维和理性基础，带来了肤浅、碎裂、轻信和缺乏历史感的文化。但在另一方面，视觉文化的实践者一直在寻找能够服务于公共领域和批评事业的视觉语言与表达方式。在致力于社会进步和变革的文化活动中，视觉文化与实践一直是一股不可忽视的力量。

4、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第139页

无论是作为“虚假意识”还是“为权力服务的观念”，意识形态在视觉文化的时代是一个无法回避的巨大存在。一方面是现代化的高歌猛进，另一方面是环境与人文的颓唐和社会冲突与不公的加剧，现代性需要一套高效而精美的“意识形态国家机器”才能遮蔽阴影、填补裂隙、维系共识和再生产现存的社会与生产关系。在资本巨大的购买力和权力无所不在的淫威之下，视觉文化不得不披挂上阵，搔首弄姿也好，重装出击也罢，视觉奇观成为意识形态国家机器齿轮上的重要一环。因此，在铺天盖地的奇观文化之中，穿透意识形态的面纱，发现完美叙事中的陷阱，解构现代性所编织的各类神话，永远是视觉文化批评的核心任务。

5、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第33页

《文化现代性的视觉表达》

视觉文化与现代意识的生成

“观看”并不是一项简单的生理活动，它产生于特定的文化、制度与社会关系，也在不断地作用于意识形态和权力关系的塑造。

现代生活的“视觉体制”

“视觉体制”培养下的“现代性主体”与“现代性文化”

被视觉文化中介的现代性体验

世界在“人”面前成为了表征 / 现代性最核心的文化机制在于视觉成为主导我们感知体系最重要的力量（海德格尔）

6、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第86页

与古代帝国不同的是，现代西方的殖民扩张伴随着有意识的知识收集。【中略】

萨义德在《东方学》和《文化帝国主义》两部著作中明确地指出了现代知识体系，尤其是与了解远方文化相关的人种学、地理学、博物学等知识的积累，与帝国的扩张和帝国秩序的合理化之间紧密的联系。

7、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第147页

除了经济原因，电视的技术特点和观看机制都为谈话类节目的发展提供了空间和理由。电视虽被认为是大众传媒的一种，但与印刷媒体强调建造“公共空间”和“公民社会”的初衷所不同的是，它发展的初期就被赋予很强的消费娱乐功能，在商品分类上也属于“家用电器”，是衡量私人生活品质的某种外在标志。人们一般在家中观看电视，电视的音像、画面与家庭中锅碗瓢盆、家长里短的琐事相互交织。电视节目总是被打断，不是外面的噪音，家事的穿插，就是观众受众的遥控器。如果你去电影院，公共的场所，黑暗的空间，银幕是唯一的光源，任何嘈杂喧闹，甚至迟到都被斥责，你可以全身心地投入到一个完整的梦境之中，暂时远离尘世的喧嚣，俗事的打扰——看电影是关掉手机，既是公德的要求，也是对自己的奖赏；如果你在家中读书看报，会停止一切其他的活动，家人也会为有时不得不打扰你的清静而稍感愧疚。而看电视就完全不同了，没有如此仪式化的空间和心态，也没有人因为你在看电视而保护你的独处。电视是家居的一部分，观看电视的体验是不经意的、断裂的和习以为常的。

8、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第45页

影像的神奇就在于，它使自身的媒介性消于无形，让人们误以为对历史获得了直接的体验。那种身临其境的幻觉正是今天的媒体工业所乐于维持和普及的，只有这样，怀旧才能成为一件诱人的商品，为消费社会的维系提供源源不绝的素材和刺激。

也正因为这样，过于相信影像和过于感性地沉迷于影响所唤起的怀旧，是对历史、现实和未来的不负责任。影像不仅仅在承载和强化记忆，更重要的是，它们是塑造和改变记忆的媒介。影像对历史的记载充满了选择、编辑、视角的转换和有意识的隐藏等过程，它所提供给人们的，是有关历史的言说，而不是历史本身。我们要做的，是去检视和分析影像所带来的记忆的政治，而不是被它的奇观所俘获，沉溺于一种没有经过反思的、怀旧式的历史记忆。在一篇讨论大屠杀记忆的文章中，阿多诺坚持区别两种对待历史的态度：一种是在心里分析的意义上认真严肃地梳理过去（他后来将心理分析定义为“批判性的自我反思”）；而另一种只是将历史那一页“翻过去”，实际意味着将过去驱赶出记忆的渴望。这种“处理”是虚假的、无效的，也是自我欺骗的：“有一种态度认为被迫害的人应该忘记一

《文化现代性的视觉表达》

切和原谅一切，而表达这种态度的恰恰是那些对他人实施了非正义迫害的人和势力。”
(Adorno,1986,p.115)

9、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第18页

当影像技术逐步成为我们这个时代占支配地位的传媒技术时，社会大众果真如伊尼斯所说，“占支配地位的技术形态及其力量”视而不见。如果说文字鼓励解读，鼓励读者与所描述的情景保持距离，保留怀疑的空间，影像则鼓励感受，鼓励将自身投入到影像所创造的“真实的幻象”中去。而人们对影像这一特点了解的缺失，商业社会推销文化对此的利用和推波助澜，更加强了视觉符号对人类感觉，甚至是潜意识的操纵。

10、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第145页

法兰克福学派的文学社会学家罗文索尔 (Lowenthal) 观察到，20世纪以来的几十年中，人物传记类的读物充斥了美国的图书市场，而人物访谈或介绍日益成为流行杂志中最日常化的内容。虽然方兴未艾的大众文化为了填满由于经济发展、教育水平提高、社会民主的普及所导致的市场需求“黑洞”，当然会不遗余力地利用一切可以利用的文化资源，罗文索尔还是认为人物传记与其他精英文化类型相比在商品市场中的“一枝独秀”有其特定的原因，一定是因为它满足了一个时代某种普遍的社会心理需求。(Lowenthal,1961,p.110)

罗氏对流行杂志中的人物传记进行内容分析后发现，20世纪前二十年，传记作者们最青睐的人物是各行各业的“成功人士”：政治家、企业家、各类职业人员，以及少量娱乐界的明星。他们被称为“生产英雄”，因为这些人为社会的发展提供了创造性的劳动，是历史变革的主导力量。那时，即便传记推介的是文化界的名人，他们也大都来自“高雅”艺术的范畴，如文学、美术、古典音乐等。将这些“成功人士”的家庭背景、成长经历、奋斗历程等展现给大众，恐怕不是为了提供“体验独特的人生、探求多样的人性”这样个体化的美学经验，而是有着更加实际的功用。罗氏认为当时的美国还算是充满活力的开放式社会，“美国梦”所允诺的无名小卒通过个人奋斗获得成功，还能在现实中得到一定程度的兑现。大众对“成功人士”传记的需求，不是来自“欣赏”，而是来自“学习”。通过了解别人的成长经验，来帮助确定自己的奋斗目标。因此，这类传记在选取素材时，特别关注影响主人公职业选择的个人性格、生活能力，或使其人生命运发生转折的重要事件。这样的传记不啻为大众的“成功手册”。传媒利用、挖掘了“成功人士”们的“余热”，为大众提供了生产型的偶像，间接服务了一个处于上升、积累过程的工业社会的需求。

但是好景不长。短短一二十年后，情况发生了变化。随着美国社会财富积累达到一定程度，社会各阶层分化逐步趋于稳定。从不名一文到腰缠万贯的奇迹发生率越来越低，“美国梦”便也回归了其本来意义——一个瑰丽但飘渺的梦境，一个更属于好莱坞的概念。罗氏的调查表明，这个时期流行杂志中的人物传记，娱乐界（主要是流行文化、体育等）明星作主人公的占到了绝对多数。而传记关心的素材更倾向于这些名人的私生活，他们的家世、朋友、爱情、生活习性、癖好等等。作者和读者们似乎不再关心他们是如何成功的，比如他们的性格、能力、进取精神，而是转而沉溺于对他们生活方式的仔细观摩和热情追问。(Lowenthal,1961,p.123) 娱乐明星们既然从事如此风光的职业，他们的私生活也一定波澜壮阔，引人遐思吧？从传记中，人们可以读到关于明星的许多信息，但却很难从中总结出此人成功的因素到底何在，好像一切都是命中注定。家庭、性格，甚至怪癖，全是天生的，不需要后天的设计和打磨。于是读者也明白，自己的“普通”与明星的“辉煌”一样，都是前生注定的。大众能从明星处模仿的，不是成功的诀窍，而是对服装、发型的选择，开什么样的车，喝什么牌子的酒，到哪里去度周末，并从中体验到“成功人士”的生活方式。这类偶像被称为“消费英雄”，他们从三四十年代之后占据了流行传记的主流。这类传记向人们提供的信息是：人生命的意义不是通过生产活动，而是通过娱乐和消费体现出来的。

11、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第109页

《文化现代性的视觉表达》

20世纪90年代以来上海国际大都市计划的启动与中国媒体产业化、市场化步伐的加快，使得民国时代上海的都市与媒介景观成为可兹效仿的先例，由此引发了传媒中的老上海热与学术研究中都市研究的风潮。对早期中国所存在的都市与媒体现代性的挖掘是以消费文化为核心的，这在很大程度上反转了80年代以生产和思想启蒙为中心的现代化叙事，使消费与日常生活的现代性成为新世纪中国现代性想象中一个新的、更加炫目的指标。【中略】

在消费现代性成为当下中国现代性想象和追求的主要面向之时，重新提出启蒙现代性的意义，可以避免我们武断地割裂历史，把当下的中国与20世纪30年代的中国都市经验简单对接，而把有关革命和现代性反思的历史从近代史的集体记忆中清除出去。

12、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第82页

在对作为现代性意识形态的科学主义进行的理论反思中，有一个非常引人注目的现象，那就是对视觉隐喻的使用。其中最著名的就是福柯关于全景监视与社会规训的理论。福柯笔下的现代社会是一个依靠纪律和规训来控制身体的社会，而视觉技术所造成的无所不在的凝视与监视正式这种规训的重要手段之一（Foucault,1977）。这样，自称属于“科学”范畴的社会学、人类学、医学、管理学等，实际上也可以被看做服务于权力的特定话语体系，而一种主导的视觉体制正是这类话语体系的基础，也是它们被普遍化的重要动力。如果从欧洲人的“地理大发现”，以及由此引发的殖民主义的角度梳理现代性在全球扩张的轨迹，我们仍旧可以找到一种基于主体对客体的控制的视觉动力。领土的扩张和占领被描述为科学的“发现”和“探险”，隐藏在背后的推动力就是一种将对象客体化的观看欲望。因此，对于现代性主导视觉体制的分析就成为反思科学与权力、现代性与压制性的不可或缺的方面。

13、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第12页

14、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第56页

除了其在时间和社会空间上的局限性，公共领域及其原则还被认为是极其脆弱的，政权、市场、参与者的理性缺失，任何一点偏差都会造成公共领域的‘重新封建化’积极批判的公众沦为被动消费的观众

15、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第15页

20世纪在西方哲学、社会科学领域出现的语言学转型，特别是以索绪尔的结构语言学为源头的对语言与现实、语言与人类认知关系的重新阐释，使人们开始关注语言如何参与人类认识世界、认识自身的过程，并规定特定的认知视角和模式。语言不再是现实的简单传递，而是将原本杂乱无章的外部世界以特定的方式分类、组织、形成逻辑联系，并以语言的方式在人类头脑中形成概念、原则、意义等。

16、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第13页

媒介形态的确会影响媒介修辞方式、编码规律，进而影响主体的构成、思维范式和社会意识形态，而这些技术的偏见又很可能被某种社会结构的偏见所强化，那么，在讨论公共领域转型中的文化因素时，媒介形态就是一个必不可少的变量，应将其与社会政治经济结构的变迁对文化类型的影响结合起来考察。

《文化现代性的视觉表达》

17、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第65页

所谓“真”指的是通过真人而非演员在戏剧情境下表演的形式，展现真实的生活。这样的电视节目形式创新具有双重效应：一方面使具有社会学兴趣的人了解到人们的生活方式，另一方面则娱乐了喜欢窥阴的消费者。事实上，虽然真人秀与最具公共导向性的电视节目类型——纪录片有技术上的相似之处，但其政治经济学却告诉我们这种节目类型是电视节目谱系中最具娱乐性、商业化程度最高的，它们在电视节目类型的光谱中恰恰处在力图揭示或探讨社会现实的纪录片的对立面。【中略】表演性被深深地植入这一节目类型的规则，这越来越被大多数参与者和有经验的观众所了解和认可。

18、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第14页

"视觉文化是指文化脱离了以语言为中心的理性主义形态，日益转向以形象为中心，特别是以影像为中心的感性主义形态。视觉文化，不但标志着一种文化形态的转变与形成，而且意味着人类思维范式的一种转换。"（周宪，2002，72页）

19、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第155页

通过对一个理想化过去和“归家”感觉的怀念，怀旧模式深度嵌入我们的身份意识，使我们将过去和未来联系起来，进而理解我们是谁，我们将到哪里去。在社会激变的时代，人们的位置感，对意义、归属和价值判断的确定性是最脆弱的。而家似乎能够提供所有上述的事物。怀旧情绪象征性地否定变化，幻想回到稳定的过去，它的涉入可以帮助人们与时代的起伏并处，管理并理解变化。

20、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第88页

19世纪末20世纪初亲身接触中国的西方人士，并不是在意识形态和文化的真空中到来的，他们能够到达中国、能够作为观察者权威深入中国社会的方方面面，向人们描绘和揭示中国和中国文化的“本质”，这本身就是东西方不平等的权利结构所致，而这种权力结构体现在有关中国的影像中，就成为观看中国的主导范式，笔者称之为“帝国范式”：影像的摄制者有意或无意地认同西方帝国的目标和心态，以西方中心主义的视角将中国作为研究和考察的客体摄入镜头。以此留下的中国形象是作为西方的“他者”而存在的，成为西方社会文化心态和意识形态变迁的反向投射。

21、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第146页

电视名人们已经学会了如何在电视中表现自己，电视成为他们的另一个表演舞台和工作场所。他们所传播给大众的，不仅仅是被电视再现的“人格”，而是被电视塑造出来的“电视人格”。失去了距离感，电视要想作为记录、描写或探讨社会生活的媒体，就像一个人期望揪住自己的头发将自己拽离地面一样困难。

22、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第59页

在西方国家，上世纪80年代真人秀节目在电视产业经济结构转型、新自由主义文化的影响、电视频道极大丰富、新的交互式传播技术发展的背景下，大举进入电视黄金时段。由于其低廉的制作成本、便利的商品植入、更具针对性的营销形式以及观众参与的机会和现实主义的外衣，电视真人秀将新自由主义全球化时代的经济、社会和审美理想完美地融合在了一起，它变成了电视网、有线电视和新形式交互式电视都青睐的一种主要的节目类型。（Murry,2009）90年代开始的中国市场经济发展与新自由主义全球化具有结构性的关联，媒体产业都努力摆脱国营机构的面貌，在保持其国家意识形态机器这一角色的同时，将日常运营和内容生产商品化。

23、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第11页

《文化现代性的视觉表达》

经济史学者伊尼斯：一旦确定了文化中占支配地位的技术，这一技术是整个文化结构的动因和塑造力量。占支配地位的技术形态及其力量必然要受到掩盖，是该文化中的人看不到的.....

哈贝马斯的理论模型中，理想公共领域的源头既不是贵族的宫廷礼仪，也不是资产阶级的议会，而是家庭聚会中发展出来的文学沙龙。在文学公共领域中形成的理性、思辨、批判的传统又经过报业的发展扩展到政治领域。

《公共领域的结构转型》三种公共领域的历史形态：1.以展示权威、张扬权力申生为主要功能的封建专制的公共领域 2.以不受压制的自由讨论为诉求和对权力的合法批评监督为目的的自由资本主义公共领域 3.以技术的发展和各种政治、经济利益通过市场的手段来控制传媒、操纵公众意识并扩大自己权力为特色的晚近资本主义大众社会公共领域

利用语言来描述现象，不可避免要采用有历史和文化局限性的符号体系和它们所代表的意义。文字对现实的再现总是反映文化本身的视野和视角，是人类思维在一定阶段所达到的能力与限度的一种投射。

卢米埃尔兄弟放映《火车进站》的场景：由于银幕上的火车面对镜头开来，第一次看电影的观众以为火车要撞向自己，便惊慌失措地到处躲闪。银幕上的火车被当做真实的火车，在人群中产生了真实的反映。人们面对世界上最生动的文字也不可能产生这样的生理反应，因为文字“天然”地调动人脑中的符号解读系统，而解读的过程就是外界刺激抽象化、思维化，从而抑制冲动的过程。

仪式作为一种意识形态国家机器，权力的威严不是通过直接的暴力压迫，而是通过高大的建筑、物化的标志、特定的模式化的动作来得到体现，并被参与者主动认可与维护。当人们进入了一个仪式空间，便同时进入了一个意义网络。人们按照仪式的规定进行的每一个动作，都在实践上认可并同时“证实”了这个意义网络的有效性和真实性。仪式是一个复杂综合的网络，视觉奇观对人们感觉的压迫和威慑只是其中的因素之一。

中国20世纪30年代的左翼电影《新女性》中，就有一段意在批判社会的蒙太奇段落：女作家韦明违心与有权有势的学校董事到夜总会跳舞，觥筹交错间有些心不在焉。这是镜头转向一个圆形的表盘，待观众看清上面的时间后，表盘上出现了舞厅灯红酒绿的情形，紧接着变成码头工人劳动的场景。时间的流逝与这两个地方的情景交替出现在表盘上，将两个空间发生的事情通过物化在表盘上的时间联系在一起。舞厅中的颓废与码头上的艰辛形成了鲜明的对照，使观众意识到社会的分化和不公，看到夜总会所掩盖的另一面，以及这两种生活之间的联系。

24、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第111页

中国对“现代”的拥抱是从“救亡”开始的，从19世纪末到20世纪中叶，“时代的中心问题就是‘中国向何处去？’——灾难深重的中华民族，如何才能获得自由解放，摆脱帝国主义的压迫、欺凌和奴役？”（高瑞泉，2005年，第6页）

25、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第154页

怀旧既是一种市场策略，一种产业要求的创意活动，同时，在形成社会意识的层面上，怀旧也是社会创意的一部分，是人们想象自己社会的历史、当下和未来，并将它们联系在一起的一种方式。

26、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第47页

《文化现代性的视觉表达》

雷乃想告诉人们，加害者和幸存者都还生活在我们身边，我们的文化离屠杀者所奉行的理性主义和科学原则并不遥远，我们没有理由认为一场战争的胜利就一劳永逸地埋葬了人性中的邪恶。竞争、偏见、种族主义，这些邪恶的种子就在我们的文化之中，胜利者并不绝对无辜。

27、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第26页

在商业文化的压力下，大众传媒从公共领域变成了公共卖场，推销和吆喝代替了理性的思考和严肃的辩论，瞬间满足和“惊颤”代替了客观的分析和反思与追问。公共领域转型的核心，就在于消费文化对非理性主体的诉求，使之尽量排挤一切与之相悖、能够唤醒大众怀疑意识和批判精神的文化模式，迫使它们退出占据大众心灵和头脑的大众传媒，尤其是视觉传媒。因此，对视觉传播的表意机制及其与“重新封建化”的公共领域之间关系的研究，最终应该置于对消费社会产生与发展的社会经济、政治、文化脉络梳理的大框架之下。

28、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第85页

殖民者自我意识的觉醒是通过主动“发现”、“观察”、“研究”他者，从而确立起自我的主体性和世界中心的意识（Said, 1978）【中略】现代性文化所宣传的普遍性来源于一次巧妙的转换：全球多元文化的空间景观，被进化论置换为一元性的时间序列。每个民族被迫在进化的时间轴上寻找自己的位置，而这个轴的顶端便是被普遍化了的欧洲文化。

29、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第153页

怀旧是市场化媒体经常采用的一种内容策略。它在内容的可得性、稳定性和市场的可预测性等方面都满足了商业媒体最基本的运作需求。在中国传媒市场化和国际化的过程中，怀旧也成为越来越引人注目的文化和社会现象。

30、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第156页

具有讽刺意味的转折出现在20世纪90年代，而这正是市场化改革进入前所未有的广度和深度的时候。正在现代化的蓝图开始实现之时，怀疑和不满几乎同时出现。除了所有正在现代化和已经现代化的社会所共有的问题，如污染、城市扩张、日益增大的贫富差距等，中国的情况更具复杂性。因为不久之前，中国的民众还浸淫在关于平等、工作保障和集体主义的意识形态中，一时难以忘却。而当经济改革不仅使少数人致富，还导致了大规模下岗、失去医疗和其他社会保险机制，以及官员中大量出现似乎无法控制的腐败现象时，大众不可避免地流露出急躁和怀疑的心态。许多人在一个完全不同的社会环境中长大。因此，当曾经赢得多数人认可的改革似乎并没有完全按照想象的方式实现当初承诺的时候，关于过去的幻影开始回潮，或者被刻意重新包装，以应付当下生活的扰人境况。

31、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第3页

对于首先进入现代性的欧洲来说，关于“进步”的时间意识实际上是在一个全新空间规划的展开中逐渐获得的。16世纪以来，随着航海技术的发展和欧洲皇室对海外探险的推动，欧洲逐步“发现”了一个全新的、以欧洲为中心的世界。这个世界呈现出一幅以欧洲人的目光和欧洲人的利益为轴心的图景。我们甚至可以将这样一幅崭新的全球秩序和景观命名为“欧洲及其他者”。欧洲以外的土地、自然、人民和社会，一个接着一个地变成了“新边疆”、“蛮荒之地”、“自然资源的宝藏”、“原始种族”、“未开化社会”、“新兴市场”等等。无论他们曾经拥有怎样的文明和历史，他们在欧洲目光的凝视下全都变为了客体，变为了等待欧洲现代性去“发现”、“开发”和“开化”的前现代的遗迹，只有经由欧洲文明的关注才能获得进入现代的路径和钥匙。欧洲也在这个过程中发现和内化了自我、进步、文明等现代化的核心意识形态。

《文化现代性的视觉表达》

32、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第16页

33、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第14页

在哈贝马斯的理论模型中，理想公共领域的源头既不是贵族的宫廷仪礼，也不是资产阶级的议会，而是家庭聚会中发展出来的文学沙龙。在文学公共领域中形成的理性、思辨、批判的传统又经过报业的发展扩展到政治领域。从某种意义上来说，西方现代化之后的两种公共领域的对立，也是以印刷文字为核心的“文学沙龙”和以电子视觉媒体为基础的大众传媒两种传播体制和传播文化的对立。

34、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第80页

19世纪以来，发轫于西欧的现代社会模式在全球范围内的扩张越来越脱离了启蒙运动和工业革命时代所体现的自发性和创造性，以一种霸权的面貌出现在亚洲、非洲、拉丁美洲等非西方地区。这些地区的现代化日益与殖民主义、帝国主义、霸权主义这些压制性的力量联系在一起。对于这些地区来说，现代化很少是一种自觉的社会选择，而是被强加的外来秩序，并且这种秩序在很大程度上是对先发现代性地区既得利益的维护和扩张。因此，现代性越来越被感知为“控制”与“操纵”，而不是“自由”和“解放”，尽管“解放”至今仍旧是全球范围内有关现代化的最具影响力的意识形态。到了20世纪，现代性的内在矛盾以世界大战、种族压迫和灭绝、环境恶化、精神异化等形式进一步在现代化的中心地区得到体现，引发了哲学和社会理论对现代化持续不断的反思。这些反思的重要成果之一就是发现并揭示了内在于现代性现象之中的对于占有、控制和管理的渴望，而合理化和支持这种渴望，并将其转变为社会实践的，正是启蒙运动所倡导的理性和科学精神。

35、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第1页

“视觉文化”可以说是“现代文化”的同义词，也因此是塑造“现代主体”和“现代性感知结构”的重要媒介和平台。

“观看”并不是一项简单的生理活动，它产生于特定的文化、制度与社会关系，也在不断地作用于意识形态和权力关系的塑造。

人成为宇宙的主宰，能够依据自身的利益自由地对世界加以认识、规划和改造，是理性的最高体现。

所谓科学精神实际上就是把人类与客体之间的观看关系放置在其他任何可能的关系之上，因为观看导致知识，而知识导致掌握、预测和控制。

我们几乎可以把“理性”和“科学”等同于“观看欲望”、“观看秩序”与“观看手段”的最佳结合。

在这样一种统摄一切的视觉体系中，人的主体性反而变得越来越虚弱和可疑，在无所不在的目光的监视下，现代人日益成为被管理、被改造、被规训的客体。现代正在走向自身的反面，抑或这本身就是现代性内在的逻辑使然？

由技术进步、消费文化、景观社会所带来的影像爆炸和视觉泛滥使人们丧失了深入、持续和批判性思考的能力，文字的退位意味着理性公共领域的衰落。异化的图像将“他者”以景观的方式呈现出来，人们的眼前充斥了各种陈词滥调和刻板形象，无法进入异文化的特殊情境中同情性地理解与自身相异的思想、观念与生活方式。而反思性和同理心恰恰是民主和公正的社会原则所需要的文化素养。但是另一方面，现代民主秩序的健康运作却是建立在一系列有关透明、公开和监督的视觉隐喻之上。

36、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第152页

在新旧世纪交替的中国，怀旧成为引人注目的文化潮流，都市社会的大部分成员都或多或少地卷入其中，或者受到这股潮流的影响。衡量怀旧风波及成都的一个重要指标，是它在怎样的文化领域和文化形态中得到体现。如果观察一下当下中国存在的三种文化形态——以超越性思考和社会批判为目标的精英文化、以维护主流意识形态和现存社会秩序合法性为目的的官方文化，和以赢得市场与获取利润为指标的大众文化——我们会发现，除了精英文化以外，几乎覆盖社会所有阶层的官方文化与大众文化都在异常热情地拥抱怀旧风，并在某些怀旧题材的调用上面达成了一定程度的共识。当然，两者在另外一些题材选择上的差异也是显而易见的。

怀旧为什么在世纪末的中国成为官方和大众文化的宠儿，并获得如此普遍的社会认同？社会历史层面的解释指向了中国自20世纪80年代以来以市场化改革为中心的社会变革。到了跨世纪的十几年，变革在人们的社会、经济和政治生活中都引发了急剧的震荡。阶层的分化、人口流动性的增强、国家与社会的分离、地区差异的扩大、消费文化的蔓延、全球化进程的深入，乃至工业和经济结构转型、社会管理和整合方式的变迁，以及环境问题的恶化，这些作为“现代化进程”具体内容的社会变迁以爆发性的方式在短短的二十几年的时间集中出现在中国社会，这在世界历史上也是不多见的情形。这些变化在使人们变得兴奋和充满希望的同时，也必然引发了人们的焦虑情绪、对目标的迷失、对认同的失落和对生活的不确定感。这是怀旧情绪蔓延的社会心理温床。另外，中国经济改革的产物之一是文化工业和文化市场的兴起。80年代以前由国家行政资金资助、被严密统一到执政党意识形态框架中的文化生产，在改革时期经历了资金、渠道、制作、内容和意识形态等方面的多元化变革，出现了官方文化、精英文化、商业文化和民间文化逐步分化的局面。文化的产业逻辑和盈利潜能被执政党所接受和推崇，希望能在不影响官方对媒体意识形态控制的前提下，将文化生产转变为商业活动。（Zhao,2000）同时，官方文化还通过积极学习商业文化的运作方式 and 市场策略，维持其在一个日益多元化社会中的可见度和影响力。文化产业发展背后的经济逻辑，使得不论是官方文化还是商业文化都需要通过赢得消费者的注意力来开拓市场。人们耳熟能详的传统题材和产品，在长期的传播中已经形成了认知度和忠诚度，因此文化产业大量重新包装和重新调整现有的内容来降低成本，以赢得顾客的认同和延长产品的市场生命。这是怀旧体裁受到文化生产机构青睐的背后的市场实用主义的因素。

37、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第2页

所谓科学精神实际上就是把人类与客体之间的观看关系放置在其他任何可能的关系之上，因为观看导致知识、预测和控制。在现代社会，基于各种复杂技术支持的“观看”与“监视”的活动遍布于科学研究、社会管理、政治动员、新闻报道、艺术创造、娱乐消费、广告营销等现代生活的方方面面。

38、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第1页

39、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第149页

西方研究者发现，早在20世纪80年代，商业电视的谈话节目就已经发展到一个形式大于内容的新阶段。文化研究学者威廉姆斯（Williams）说电视谈话的内容是什么并不重要，重要的是嘉宾是谁。（Williams,1974,p.69）托尔森（Tolson）总结了访谈类节目的几个新趋势。一是话题总会引入个人问题，或“私人问题”，远离对“社会”或“机构”的讨论；而是这样的转折通常伴有幽默，以及机智的语言游戏；最后是谈话的模式没有一定之规，比如被访者突然转为发问者，以转移话题，或引发主持人的自我描述。（Tolson, 2000, p.298）所有这些都指向了形式上的灵活性和内容上的零散性，使谈话节目成为实践和强化电视的世俗功能的主要力量。

40、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第25页

消费文化时代的广告与过去小规模，为了介绍产品性能、打开销路而做的广告有很大的不同。商品的饱和与大量为了流通而流通的消费品的生产，使得广告的竞争集中于抓住观众瞬间的注意力和引发人们无理性的购买欲望。为了达到这个目的，广告不惜给已经不堪重负的现代人增加许多无谓的心理焦虑——体重超重、有头皮屑、长青春痘、头发发干、头发发油、个子太矮——然后将自己的产品与经过化妆师妙手回春的主人公“拼贴”在一起，让人们相信是产品本身解决了那些原本就是虚构出来的问题。有时广告业触及现代人真实的忧虑——对工作稳定的担心，害怕孤独，渴望爱情，对环境污染的关注。但是，它们通常并不指引人们通过提高对自己的认识，与他人平等谦让地相处，积极参与社会决策来改变不甚满意的现状，而是提供药片、增白霜、快餐和空气清新剂，为真实的问题提供虚假的解决办法。广告中的产品总是与表现人生各种美好状态的途径拼贴在一起，使二者之间产生强制性的、基于幻觉的关联

41、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第85页

19世纪末20世纪初，影像文化随着西方文明的其他方面进入中国，西方人在中国留下的大量记录和描绘性的影像资料，成为当时中国知识分子和民众“睁开眼睛看世界”的重要载体。但是，为了重新认识自身而接受新的批判的武器，不能代替和遮蔽对武器的批判。

42、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第108页

20世纪90年代以来，在海外中国研究的影响下，中国近代史研究，特别是思想史和文学史领域，逐步引入了现代性的问题意识和思考框架，意图超越传统的阶级斗争和意识形态理论，将晚清以来至今的中国社会变迁放置在中国求索现代化路径、经历现代化转型的大框架下加以分析和阐释。

43、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第57页

改革开放之后的文化强调对日常生活的一种个人主义、追求物质满足和去政治化的视角，以此成为对过去以集体主义、自我牺牲的清教主义和阶级斗争为核心的革命时期意识形态的反拨和消解。与此同时，其他的文化价值体系在主流意识形态缺位的情况下竞相进入。比如，重获中国社会青睐的传统文化和从西方引入的市场话语正在取代日益空洞化的社会主义文化价值观，成为在充满变数的“自由”经济以及全球化的社会时空间中，提供社会认同和文化意义的两种重要力量。无论两者之间有何种差异和矛盾，传统文化与市场话语在涉及家庭价值和家庭生活的各类表述中表现出惊人的一致。两者都把当代的核心家庭神圣化，都摒弃社会主义激进的性别观念和性别关系的理想。在这一主题下，改革开放后的文化价值和后女性主义产生了合流。社会主义时期关于女性独立、与男性平等、分享和集体主义等女性主义观念受到质疑和解构，成为需要被激烈颠覆和超越的旧意识形态。

44、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第155页

怀旧是一种现代性的症候。西文中这个词最初是指一种疾病，出现在离家很远的人身上，比如海员。17世纪末期，瑞士医生奥伏尔（Johannes Hofer）用希腊词根创造了这个词，直译就是痛苦的对回家的渴望。（Davis,1979）当时的人们由于思乡出现的身体不适与生理疾病联系在一起，说明现代早期时，离开家乡还是很少见的现象。人们在家里赶到安全、无忧无虑，这与生活在充满不确定性和紧张感的陌生之地形成了鲜明的对比。但这种情况很快就产生了变化。现代经验的核心特征就是不断地漂流，大量人群离开故乡，再也无法归来。经过几个世纪的发展和扩散，作为一个社会历史过程的现代化甚至使得“原初”这个概念本身也开始消失，不论它指的是生理的、文化的，还是地理的“原初”。尽管现代性意识形态多年来一直在培养人们对变化和新奇事物的热爱，对于生活中接踵而来的变化，最普遍的心理反应还是多愁善感的怀旧，希望回到过去，回到一个平静和安全的时代，一个更有“在家”感觉的时代。这种心理状态的文化表达出现在无数现代时期的艺术和传媒产品中，使得原本

《文化现代性的视觉表达》

私人化的、转瞬即逝的对当下不满的情感拥有了特定的形态、集体的认同以及一定的意识形态力度。

45、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第23页

除了制造几乎无法抗拒的视觉奇观以外，电子影像还具有将时间、空间、事件任意组合、拼贴在一起，表达全新意义的功能。剪辑和蒙太奇手段的发展，加上声音的引入，使电影、电视的表意能力更加丰富和综合，从本质上区别于静态且静默的摄影画面。蒙太奇原本是作为与利用连贯性剪辑制造天衣无缝深化的好莱坞传统相对立的电影手段发展出来的。蒙太奇理论的发起者苏联导演爱森斯坦认为蒙太奇可以将表面上互不相干的事物剪辑在一起，让它们产生意义上的关联，打破人们对日常生活的传统认识和惰性的视角，从新的角度认知世界并引发对现实的批判，启发人们的革命意识。

【中略】

然而，20世纪的社会历史发展并没有使对蒙太奇的解放性使用成为主流。极权主义和大众商业文化，两个看上去毫不相干的文化趋势，在法兰克福学派的批判性审视下，显出了高度的同质性。两种文化驯服大众的核心手段都是推销：不论要贩卖的是种族主义的意识形态还是价格昂贵又没有实用价值的消费品。40年代，霍克海默（Horkheimer）和阿多诺（Adorno）就指出，“对商业广告的警觉——它们不会白白给我们任何东西——应该适用于任何领域，特别是对现代工业利益与政治利益的相互融合的认识上。”（Horkheimer and Adorno,1997, p.255）推销成功与否的关键，是能否消除大众的这种警觉。而电子视觉媒体所蕴含的强大的麻醉功能，自然得到推销文化的青睐与发掘。蒙太奇所具有的将原本互不相干的事物联系在一起、利用画面的逼真效果令观众毫无保留地接受的能力，成为政治和商业推销的基本手段。安德森（Andersen）称其为“关联性技巧”（associative techniques），意思是将画面强制性拼贴在一起，意义的生产就来自于影响组合给出的暗示，而不是经过逻辑推理或理性分析。（Andersen,1995,p.81）

46、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第11页

传播学关注的问题之一是现代大众传媒与社会文化、政治、经济发展之间的关系。因此，如果想探讨传播媒介与建构和培养一个渐趋诉诸理性、批评的现代文化之间的关系，“公共领域”是一个不可或缺的理论资源。（中略）由于以电子媒介为主导的现代大众传媒已经或正在取代传统的家庭、学校、宗教和文化社区，成为塑造现代人的社会文化、行为原则和思维模式的主要力量，在现代社会的公共领域或民主建设，大众传媒的形态与制度，以及由此形成的社会文化模式就成为讨论的出发点之一。

47、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第22页

当人们进入了一个仪式空间，便同时进入了一个意义网络。（中略）仪式并没有随着现代化的到来而消失。现代社会不仅在一定程度上保留、转化或吸纳了传统社会的某些仪式，比如宗教仪式、国王加冕和领导人就职典礼、婚丧嫁娶风俗等，还创造了完全属于现代社会的仪式范式：国庆节、阅兵式、奠基礼、奥运会等等。而视觉科技的发展更为“奇观”的制造提供了无限的技术潜力，帮助现代社会的人们重新感受在仪式中迷失、沉醉、丧失自我的快感。同时为，电子媒介中的影像所创造出的冲击力和奇异的“晕眩”效果，是传统社会中寄托神性的物化偶像所远远不及的。

48、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第155页

怀旧是一种社会工具，帮助人们避免或转移身份断裂所导致的情绪危机。也就是说，当一个社会对自己不确定时，它寻求怀旧的帮助来逃避。（Davis,1979）

49、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第44页

19世纪末以来，人类进入了影像社会，也同时进入了记忆过剩的时代，这不是偶然的巧合。我们

《文化现代性的视觉表达》

对“漫长的20世纪”的记忆是建立在一串串静止或运动的影像之上的，如果没有小肯尼迪对覆盖着国旗的父亲棺木敬礼、宇航员缓步走下飞船悬梯踏上月球地表、毛主席天安门城楼宣布中华人民共和国中央人民政府的成立、越战中被燃烧弹桌上的小女孩哭喊着跑向镜头的定格、切·格瓦拉带着贝雷帽眼神深邃遥望远方的头像、国庆游行队伍中一条“小平你好”横幅等已经成为经典的影像，我们队肯尼迪遇刺、阿波罗登月、中华人民共和国的成立、越南战争、古巴革命、改革开放等历史事件的记忆，就不会如此鲜活、生动和亲切。

也正因为这样，过于相信影像和过于感性地沉迷于影像所唤起的怀旧，是对历史、现实和未来的不负责任。影像不仅仅在承载和强化记忆，更重要的是，它们是塑造和改变记忆的媒介。

史诗电影的恢宏气势和道德上的绝对自信是这类影像的共同底色。但是，与美国将战争机器中立化的轻松所不同的是，苏联更强调民族抵抗的意志和弱者在绝境中爆发的力量。

许多再现大屠杀的文献纪录片都采纳了这样的视角。将观众置于权威的旁观者的位置上，赋予了观看者先天的道德优势，是一种启蒙和教育性的叙事，基本的表述方式就是具有人性的“我们”惊愕地、震怒地、痛心疾首地看着“他们”禽兽不如的行为，对人性的邪恶有了更深刻的了解，从而支持对犯罪者进行惩罚以及保持警惕让此类事情不再发生。

人性并不那么容易被拯救，正义也并非可以轻巧地得到伸张，现代性的苦难无法升华为伟大的悲剧，这是人类在犯下了大屠杀的罪行之后应该得到的最基本的原则。

50、《文化现代性的视觉表达》的笔记-第79页

在中国现代初期——19世纪末到20世纪上半页——以影像的方式记录中国社会变迁的活动几乎为西方人所垄断。当时以不同原因到达中国的西方人士，留下了大量关于中国的影像资料，成为西方人，乃至受西方影响的中国知识分子认识和了解中国文化和中国社会变迁的重要工具。也正因为如此，当时留下的影像素材具有双重特性。在为历史建构提供真切、直观、富于细节的“证据”的同时，这些影像也为“观看”和“观察”中国设置了一定的框架。这些框架既来自于当时通行的影像摄制风格和形式上的传统，也来自于摄制者和集团作为观看主体所携带的意识形态立场。笔者认为，现代早期的中国影像大致可以分为两种范式。一是“帝国范式”：影像的摄制者有意或无意地认同西方帝国主义的目标和心态，以西方中心主义的视角将中国作为研究和考察的客体摄入镜头。以此留下的中国形象是作为西方的“他者”而存在的，成为西方社会文化心态和意识形态变迁的反向投射。这是与现代性视觉体制相一致的主导范式。第二种范式笔者称其为“人文主义范式”：不同程度上受到当时西方的纪实影像运动影响的艺术家、知识分子和记者，将中国变成了记录运动的另一个行动场所。这场纪实运动所采用的人文主义视角由于强调对人的尊重、对社会变迁中人的命运的关注，以及对社会进步的支持和追求，在一定程度上超越了观看者和被观看者、记录者和被记录者之间的种族和地域隔膜，将中国的人文和社会景观纳入到全球社会变迁和社会运动的宏观视野之中。后者镜头中的中国社会是动态的，并具有主体性。

《文化现代性的视觉表达》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com