

# 新媒体语境下的观看之道与影像表达

于莉莉

**摘要:** 我们正处于一个读图时代,以电脑、手机为代表的新的视觉技术对观者的观看方式和影像的表达方式都产生了重要的影响和改变。在此,从后现代主义的视角,在视框、时空和视线三个观看的微观情境中,对新媒体语境下“观看方式”和“影像表达”互动的辩证关系进行研究。

**关键词:** 新媒体;观看;影像表达;后现代

**作者简介:** 于莉莉,女,实验师,广播电视新闻学硕士。(苏州大学 凤凰传媒学院,江苏 苏州, 215123)

**中图分类号:** G206.2

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1008-6552 (2016) 04-0018-04

从认识世界的方式看,我们正处于一个被视觉图像包围的时代,人们形象地把这个时代称之为“读图时代”。“读”的对象原本指文字,而现在视觉性成为文化的主导因素,“读”的对象除文字外还包含有图片、影像、动画等形式。“读”可以理解为“使视线接触”这一动作,其含义可以扩展为“看”。“图”也不单指“图片”,而是指各种绘制的、印制的、摄制的图像。“读”与“图”之间,即“观看”与“图像”之间是一种互动的辩证关系。“眼光与图像的互动构造了一定时代的视觉文化范式。”“视觉范式是一个关系概念,既包含了视觉主体眼光,又包含了与这样的眼光相对应的图像类型。”<sup>[1]</sup>“观看”与“图像”的互动关系,一方面表现在观看方式创造了新的视觉样式。以绘画艺术为例,20世纪绘画传统的写实功能趋于弱化,人们对抽象美的不断探索,形成了表现主义、超现实主义、抽象表现主义等众多艺术流派。人们观看方式的变化,催生出丰富多样的视觉样式。另一方面,视觉样式造就了与之相适应的观看方式。1895年,当卢米埃尔兄弟在咖啡馆放映《火车进站》时,观众误以为呼啸而来的火车会冲出屏幕,惊恐地逃离座位。而现在,即使面对“冲出”屏幕的3D影像,观众也习以为常。视觉技术带来的新样式改变了人们的观看方式。

“观看”是主体的视觉能力。20世纪以来,关于“观看”存在着“意向主义”、“构成主义”、“现实主义”、“情境主义”几种研究路径。“情境主义”的研究思路以观看的媒介与方式问题作为出发点,研究重心从表征转向观看。<sup>[2]</sup>从情境主义的角度出发,观看首先是“观者之看”,观者采用何种方式观看体现了视觉技术对人们生活方式的影响和改变。观看还是“特意地看”,观看并非一种对刺激所做的机械反应,而是观众一种有意识的行为选择。面对图像的大量涌现和表征体系的日益复杂,观者看到了什么,如何获得意义和快感成为越来越重要的问题。视觉技术自诞生以来经历了从绘画、摄影、电影、电视到现在的电脑、手机等发展阶段。“影像”作为一种典型的视觉样式,既是电影、电视的呈现方式,也是电脑、手机等新媒体设备重要的传播内容。影像在不同媒介中呈现出哪些特点、发生了什么变化,对于其生产和传播具有重要的意义。新媒体在后现代主义文化中应运而生,自身带有鲜明的后现代主义特征。在新媒体语境下,“观看方式”和“影像表达”都发生了改变,非理性、碎片化和去中心化成为两者的关键结合点。

## 一、非理性的视框和镜头极化

视框是物理层面上影像与现实的空间边界,依据承载影像的媒体的不同,视框在发展与自身限制上存在着巨大的差异。电影和电视是承载影像的传统媒体,电影和电视的技术突破最明显地表现在其

视框的扩展上。诞生于20世纪六七十年代并迅速风靡全球的IMAX技术，以其巨大的银幕尺寸试图包容人的视野范围，用强烈的视觉压迫创造观众的临场感受。作为家用媒介的电视，也通过自身视框的扩展占据着现代家庭空间的几何焦点。“其他家用机器都是在主动地否认自身的存在，它们尽可能占据一个角落并且被掩盖起来，而电视的室内定位恰恰相反，它要醒目，它要便于被看到。”<sup>[3]</sup>电影和电视视框的极大化，模糊了影像与现实的边际存在，试图向观众描述一个真实可信的世界。而电脑、手机等基于网络的新媒体设备，限于其移动便携的特性，在视框扩展上十分有限，甚至笔记本电脑和平板电脑的视框呈不断缩小的趋势。对观者来讲，长期养成的超大可视面积的观看习惯与当下新媒体设备有限的视框之间就形成了一种看似不可调和的矛盾。

现代视觉技术的每一次革命都深刻影响了观者的观看方式。“现代视觉技术对人类观看方式的强行介入使得‘肉眼之眼’和‘心眼之眼’反过来受制于‘机械之眼’的规训。”<sup>[4]</sup>新媒体设备的快速普及使人们的观看习惯发生了重要转变，人们在追求与享受大银幕带来的临场感的同时，依赖电脑、手机等新媒体观看影像的情况也越来越普遍。以2012年上映的电视剧《甄嬛传》为例，截止2016年4月在乐视网及其客户端的累积点播量已达78.2亿次，视频评论达40万条。2015年热播的电视剧《琅琊榜》，截止2016年4月在视频网站爱奇艺的点播量为40.9亿次。可见观者对新媒体设备有限的小视框有非常高的接受度，新媒体观看平台海量存储、及时点播等特点，使小视框观看成为了后现代语境下一种新的观看方式。

视觉效果最先是通过强有力的视觉吸引和诱惑力实现的，电影、电视的大视框和电脑、手机的小视框作为影像传播的载体，带给观众的视听体验相距甚远。为了迎合当下小视框的观看方式，使观者在有限的画框内能够快速被吸引、获取信息、增加快感，影像的表达呈现出追求震惊的、夸张的和感性的后现代主义特征。一方面，特写、大特写、微距等极近景别的画面高频度使用。特写、大特写是将被摄对象某一局部呈现出来的一种拍摄手法，能够让观者更加清晰地看到人或物的细节。微距是一种具有更高放大倍率的拍摄手法，将微小部分巨细无遗地呈现出来。特写、大特写、微距对形象的放大和强化，能够吸引视线、渲染情境，从而拉近观者与影像的距离。这些极近景别的画面表达带来的共鸣和震撼，恰恰是电脑、手机等新媒体设备在小视框传播中所缺失的。因此，极近景别以越来越高的频率出现在各种影像中，成为画面表达新的流行样式。另一方面是远景、大远景、航拍等极远景别的积极尝试。远景、大远景是表现场景全貌的一种拍摄手法，能够展现广阔深远的宏大场景；航拍是从空中进行拍摄而获得俯视画面。罗伯特·休斯在《新艺术的震撼》中说：“十九世纪九十年代最引人注目的事情还不是从地面斜视埃菲尔铁塔，而是从塔上俯看地面”<sup>[5]</sup>。当下的空中摄影脱离地面束缚，改变观者的视角，将并不陌生的生活景象，以居高临下的方式展现，带给观者全新的视觉体验。极远景别的画面表现力是建立在线条和图案的基础上，而不是关系要素的呈现上，因此不会因为小视框的传播而急剧衰减。从影像表现上来看，极化镜头排除了理性的思考空间，将视觉图像夸张呈现，变得更具冲击力，最大限度地刺激人的感官。从影像传播力来看，极化镜头对视框尺寸的依赖性较弱，适于电脑、手机等新媒体设备的影像表达。因此，极化镜头成为新媒体小视框观看情境中影像的一种表达偏向。

## 二、变动的时空和影像碎片

观者和影像之间具有特定的时空关系。电影的典型观看场所是在影院，在影院中观者受到固定影片、固定时间、固定座位，以及观影规则的约束，这种观看是“非日常性”的。“一种强烈的仪式感弥漫在影院的内部：一排排黑压压的人群被银幕所吸引，外部的现实世界被甩开了。”<sup>[3] (17)</sup>在影院的观看具有较强的限定性和强制性，不是一种简单的放松，更像是进行一个重要事件。电视作为家用媒介，观者和电视的接触大多集中在家庭的闲暇时间。电视观看被嵌入到了日常生活中，人们看电视的同时可以伴随着吃饭、闲聊、做家务等其他行为，具有相对的自由度。电脑、手机等新媒体设备的出现，

使观看的时空限定被彻底瓦解了。尤其是无线网络的大范围覆盖和4G网络的完善,观者接触媒体的时间、地点变得异常灵活和零碎,上下班的途中、等待的间隙、偶尔的空闲都可以成为观看的可能。从另一个角度来看,在消费社会人们的闲暇时间增多,由于机械复制时代生产力的提升,影像消费产品极为丰富。“今天我们生活在一个图像富裕甚至过剩的时代,生活在图像的包围甚至重压的情境之中。”“消费社会就是一个消费欲望无穷生产的社会,而消费欲望的无止境同时包含了对视觉快感的无尽追索。”<sup>[6]</sup>新媒体语境下,特别是手机、平板电脑塑造出来的观看时空,具有短暂的、当下的、偶然的后现代特征。

在变动的时空中,观者通过电脑、手机观看时,余光和注意力会被现实世界所干扰,无法被影像完全吸附进去,观者在现实世界和影像世界之间的摆动十分频繁。支离破碎的观看时间将影像分割成了碎片,影像碎片化最直观的表现是时长大幅度缩短。传统电影的时长大都在1.5小时至2小时,传统电视剧每集时长在40分钟至60分钟,近年出现的“微电影”、“网络剧”,虽无明确的时长规定,但其片长大都控制在30分钟以内。手机应用程序“秒拍”、“美拍”向社交网站上传的视频长度不超过5分钟,微信在朋友圈发送的小视频最长只有10秒钟。GIF动图是一种介于图片和视频之间的文件格式,是新媒体社交平台中一种流行的影像表达方式。GIF动图支持将多幅图片保存为一个文件从而形成视频效果,其拍摄制作程序将时长设置为21帧、32帧等。影像的时长单位从小时变成了帧,极度的碎片化使影像既能够填补到日常生活的每一个间隙,也能够满足人们对视觉快感无尽追索的消费欲望。

影像时间的碎片化也造成了影像内容的碎片化,传统的线性叙事结构被改变,严密的叙述逻辑被解构为一个个情节碎片。首先,连续剧、系列剧中,剧集之间的粘性变小。以热播的《爱情公寓》《万万没想到》《屌丝男士》为例,全剧不再围绕一个主要的情节线索展开,而是多条叙事线索共存,通过主要人物间的关系和冲突来结构全篇。每集的故事内容具有相对的独立性,观众不必花费大量时间持续追剧,可以从任意一集切入全剧进行观看。其次,在后现代语境下,影视作品不去制造复杂的人物关系和多变的空间环境,简化故事背景和发展过程,以惊险、动作、悬疑等手法迅速吸引观者的眼球,在短时间内发生冲突并达到情节高潮;观者结合日常生活经验和个人判断,将被解构的情节碎片拼接起来。最后,影像节奏起伏明显,观者最终达到情绪认同而非内容认同。后现代主义学者杰姆逊曾举过一个例子:在房间里布置四五十台电视机,在不同的电视机上同时放四盘录像带,不同银屏上出现的同一盘录像带的速度也不一样,这样满屋的电视银屏上便都是各个不同的形象。杰姆逊认为这个实验同时让人观看不同的运动的画面,其意图就是让人们去体会差异性。后现代主义让一切都变得把握不住。<sup>[7]</sup>节奏起伏的影像碎片是很难甚至无法整体理解的,这种影像的表达方式不看重具体信息的传递,而期望观者在情绪上与影像达到共鸣。总体来看,变动的观看时空、影像时长的碎片化和影像内容的碎片化三者之间相互影响,在新媒体语境中形成一种互补与契合。

### 三、游离的视线和多元要素

视线是人在观看时和目标之间的假想直线。视线控制是“通过表征的运作实现对观者的视觉吸引、指引、说服直到达到观者视线认同的过程”<sup>[4](96)]</sup>。传统影像画面中的主体元素通过位置、大小、色彩等方式突出自身的核心地位,与陪体、背景等元素区分开来,从而受到观者的关注。通过观者的关注,主体元素承载的意义信息得以传递,既定的意义和意图强加给了观者,最终实现对观者的引导和说服,即达到“视线认同”。但影像在传播的过程中,观者的具体观看行为并不是完全被动的,视线也可能不被控制而分散到影像中的其他元素上。这正体现了福柯所说的“即使在规训的空间里,也存在着颠覆、抵制和批判权力话语的可能”;也是霍尔认为的“意义的传递过程中存在着理解和误解,存在着不同的解码方式及其可能性。”<sup>[6](86)]</sup>在新媒体的观看情境中,视线不受控制、目光游离的现象愈发普遍。其原因一方面是传统观看情境中,观者对影像的观看是单向无重复的,后面的影像会消解前面的影像。而当下完善的点播回放功能,使观者可以放松心态从容地多次观看,不断发现兴趣点。另一方面,后现



代主义游戏的、反讽的特性渗透到了人们的认知体系，观者乐于选择用“游戏符码”来参与影像解读，并积极通过新媒体的互动功能进行沟通交流。

字幕作为影像中的构成要素，除文字以外，还包含了表情符号、卡通图案等内容。字幕一直以来属于画面的附加元素，起到解释、说明、辅助观者视听的作用。后现代游戏的、浅层次的观看方式，使观者的视点不固定、不唯一，这样除了画面在影像中占主导地位以外，作为辅助元素的字幕可以突破原有的功能限制，成为影像表达新的视觉要素。字幕在影像中的新地位，在综艺娱乐节目中突出地表现出来，以《爸爸去哪儿》《奔跑吧兄弟》《极限挑战》等为代表的真人秀节目，精心设计的字幕大大提升了节目效果；以《关爱八卦成长协会》《娱乐猛回头》《爱奇艺早班机》等为代表的网络节目，甚至经常出现没有画面，只有文字和表情的全字幕表达方式。

周宪先生在论及视觉范式从传统到现代的发展时认为，图像符号的发展演变经历了从模仿和再现的相似性到非模仿性的自指性的转变。这个过程在绘画中体现为从再现向表现甚至抽象的发展。<sup>[6] (47)</sup>字幕即使不像绘画、摄影、电影等属于视觉符号中一种独立的类型，但其功能的发展也符合了从相似性到自指性的演变。第一，再现型字幕，这类字幕起说明、强调的作用，是“写实性”的。以中央电视台真人秀节目《了不起的挑战》为例，诸如“早上七点”、“上海图书馆”、“抵达北京”等时间、地点、人物、任务名称、对话关键词等信息都会通过字幕进行提示，字幕内容和画面内容是对应的，字幕是对画面的相似性表达。第二，表现型字幕，这类字幕用来提示细节、发掘笑点、增加信息含量，是“写意性”的。《了不起的挑战》第二期节目中，阮经天和华少换上挖藕所穿的工作服走出房间时，字幕组在他们宽大的黄色工作服外加上蓝色牛仔背带裤，再给他们加上圆形眼镜，塑造成动画中小黄人的形象，直戳观众笑点。这种手法将隐藏在画面中的细节提炼出来并生动展现，是对画面的总结性表达。第三，抽象功能的字幕与画面的关系往往是间接的、超越性的。《了不起的挑战》第二期节目中，阮经天和华少在进行挖藕任务时，一群鸭子从旁边游过，字幕组为鸭子添加了内心独白“愚蠢的人类”，被网友们称为神吐槽。这类字幕不是对画面信息的说明、强调和总结，而是另一种角度或多重、或散漫、或荒诞的想象和评价，是自指性的表达。字幕在影像中的功能从相似性到自指性的发展，说明它已经从画面的附属物，变为了具有独立主体地位的视觉要素。观者游离的视线，使影像表达中有机会呈现出多元的视觉要素；反之，多元视觉要素的应用，又会迫使观者选择游离的观看方式。

## 四、结 语

视框、时空和视线是观看的微观情境，从这三个角度分析新媒体对观看方式和影像表达的影响和改变，可以看出两者当下呈现出的非理性、碎片化和去中心化的后现代主义典型特征。这些特征是反映在人们行为方式和艺术审美领域的，如果要探讨两者在社会、文化领域的特征，就还需结合更为宏观的政治、经济和文化情境。

### 参考文献：

- [1] 周宪. 视觉文化的三个问题 [J]. 求是学刊, 2005 (3): 91.
- [2] 金元浦. 观看, 一个曾被忽略的命题——读曾军的《观看的文化分析》[J]. 中国图书评论, 2010 (4): 68.
- [3] 汪民安. 电视的观看之道 [J]. 文艺研究, 2011 (12): 15.
- [4] 曾军. 观看的文化分析 [J]. 文学评论, 2008 (4): 94.
- [5] [美] 罗伯特·休斯. 新艺术的震撼 [M]. 刘萍君, 汪晴, 张禾译. 上海: 上海人民美术出版社, 1989: 6-7.
- [6] 周宪. 视觉文化的转向 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2013: 60.
- [7] [美] 杰姆逊. 后现代主义与文化理论 [M]. 唐小兵译. 北京: 北京大学出版社, 1997: 237.