

新媒体视域下的电影观众辨析

——以电影第二符号学为视角

□马翠轩 崔 军

【摘要】在新媒体语境现实审视当下电影观众,纳入电影第二符号学的方法论,既是观众主体研究相关传统理论的拓展,也是对观众心灵场域的重新探寻。在当下电影社会实践中,观众主体从空洞的灭点转向能指的消费,以“不相信”的先验性和假性认同持续剥夺电影权力,能指的过度消费使欲望呈现“科技性”荒谬,媒介催化窥视癖的超我自恋和快感。而客体凝视的驯化和主体凝视的迁移,确定了观众主体的异化。

【关键词】新媒体;精神分析;电影文本;观众;第二符号学

DOI:10.16017/j.cnki.xwzhz.2024.05.016

电影第二符号学,也称电影精神分析学,以麦茨1975年发表的《想象的能指》为标志,对“电影机器与主体同一性”核心问题进行探讨,研究观众与电影系统的问题、观众与电影的观看关系、使电影获得意义的观看关系的深层心理结构,以及观众建构文本的意义等。新媒体时期对电影观众主体的分析离不开精神分析的视野,对当下电影观众进行电影第二符号学的研究,不仅是对经典理论的重新实践和校验,也是对当代电影观众精神图式的观照和对当代社会的想象。

一、辩证增补:新媒体语境下的电影第二符号学

电影第二符号学把观众作为研究主体,主要从镜像认同和观影欲望两个方面对观众的观影心理进行研究。纵观电影经典理论发展,从巴赞“现实摹写”“语言类比”到“梦境类比”,研究从客观世界向主观世界深入的发展方向,与当代工业技术、信息技术背景下人类在自然、社会环境中主体能力的凸显不谋而合。

(一)电影第二符号学的视域演变

在经典电影理论阶段,即1895年至20世纪30年代的电影本体论阶段,20世纪30年代至60年代的电影方法论阶段,均内蕴着电影第二符号学的吉光片羽。卡努杜、德吕克、慕西纳克、巴拉兹、明斯特伯格、爱因汉姆以及苏联蒙太奇学派等早期实践重点总结“电影之内”的存在合理性,比如蒙太奇、长镜头、景深、色彩等展开实用主义性、技术性的研究,使电影作为独立的艺术形式逐渐被确立。他们在探索电影艺术本质和电影本体的过程中,经验主义、自然主义式的研究也必然关注到技术与心理之

间的关系,并初步确认了观众在场的先验性以及观众心理的功能作用,电影的心理学特质已被初步认识和阐明。维尔托夫、巴赞、阿斯特吕克、克拉考尔、米特里等电影理论框架中心理学、精神分析学的价值则逐渐凸显,比如巴赞的伯格森直觉主义和存在主义的结合,克拉考尔的现象学和精神分析学的融合等,让电影语言成为电影与观众建立连接、对观众心理进行辨认的符号工具,在技术—心理的双向维度和语言的中介作用下,电影精神分析学的出现成为可能。

1965—1980年理论高峰时期呈现出某种内在的承接,结构主义和后结构主义促使原创性的理论理念不断涌现,电影符号学、电影叙事学、电影精神分析学等提供了新的电影研究工具方法,封闭性的理论形态被打破,语言学、心理学、意识形态理论、女性主义理论等彼此结合,产生了各种跨越学科的宏大理论。1980年至今,电影理论研究走向了多元化形态,多种理论范式并存,其中,前十年主要以文化研究作为范式,1997年后理论崛起,并与宏大理论形成对峙格局延续至今,电影技术哲学等方面的前沿理论也随着互联网技术的发展而在当下成为显学之一。在此过程中,电影精神分析学面临着延续完善和批评发展,逐渐成为独立且具有辐射性的电影理论,彰显其理论价值和影响力。

(二)电影第二符号学的当下价值

电影及其与观众关系的发展,反映了当下普遍的社会逻辑、意识形态,“从历史的角度看,观众已经取代现实成为基本的参照点”^[1],观众的媒介准则和价值观在当下电影生产实践中成为一种先验的标准。结合历史发展的方向,纳入信息科技和新媒体平台的发展与现实,在精神分析理论视域下,重新审

视电影观众,是当下电影第二符号学完善体系、探讨主体、想象社会的必要路径。

二、欲望实践:新媒体语境下的电影观众

信息技术和新媒体的发展使电影作为信息的一部分而存在于整个网络结构中,使观众主体从旧电影“影像—知觉”的模式变为“信息—行为”模式,从单一聚合到分层集群,主体的构成、认知动机和行动路径都发生了变化。从凝视到浏览、从视觉到动觉,文本与实践从平行并置到组合体验、从内循环到外循环……在大众文化与影像消费的语境中,媒介赋权使以新媒体技术交互为标准,以电影生产、消费及与电影观众的关系为内核,电影可分为大银幕时期和新媒体时期的电影社会实践,即“旧电影”和“新电影”^[2]。

(一)能指的消费

旧电影借助拉康镜像理论完成了其精神分析的基本模型,对于造梦过程的掩饰以及对主体的塑造,两者所指一致、互为因果。摄影机的凝视,确定了观众的存在,同时观众作为主体,被限制在“灭点”这个空洞的位置,目光游移地出现在影片中,完成幻想式的关注。由于旧电影是“纯影像”(不存在影像内外的交互),又作为“较高级度的想象”,不允许同观众直接接触,观众的一致性修复被剥夺,在不可抵达的自我认同中成为柏拉图所谓的“光的囚徒”。

在新媒体时期,网页浏览器窗口、视频播放器等逐渐取代了电影银幕,成为电影播映最多的场域,电影的空间幻觉机制转向围绕观众主体的知觉和动觉的技术幻觉机制,搭建并缩短知觉与动觉之间的反射弧及路径。技术成本的降低、生活场景的渗透以及新媒体塑造的观众日常交互习惯等,强化了工具手段的客观“无意识”语境。电影成为一种“介入”式、流动性的互文本游戏,具有复制品去魅、观映流程打破、文本空间延伸等特征,电影文本的完整自足性被打破,视觉与动觉的融合成为新电影的技术指标。能指并不致力于遮住自身的情节痕迹,反而坦白和强调其编码或译码的过程。

同时,新电影打破了源自原始场景的路线,在“电影投射到屏幕(第一条路径)—折射到观众视网膜(第二条路径)—观众的知觉、动觉对电影本体的折射(第三条路径)”中完成了两次折射。作为经历两次折射的能动性主体,观众不再是被动的传播受体,而以巨大的体量消费电影的能指,通过目光的两次投射(即第二条路径和第三条路径),对电影生

成先在的抑制与规导,使电影文本完成叙说和指认。在文本之外,观众不仅有对新电影外部运动(包括电影的投资回报、物质产品、分众传播、轮回播映等)的认知满足,而且在实现对“时尚(即便是定期过时的‘时尚’)、新鲜以及令同龄人羡慕的偶像或符号”^[3]的消费满足,他们通过对能指的介入、交互和消费,试图穿越想象界、象征界,抵达实在界的自我之旅。电影成为与观众影像的等价物,镜子容纳了主体以及所有被感知对象。观众既处于镜子之中,对影像中的自我进行判断和认知,又站在镜子之前,通过对镜子能动性改写或涂鸦的游戏,确定主体的存在与异化。

(二)“第三个虚构”的直接确证

麦茨提出,“在任何虚构的背后都有第二个虚构:叙述的故事是虚构出来的,这是第一个虚构;但是每个人都假装相信它们是真实的,这是第二个虚构;并且甚至还有第三个虚构:对于在一个人的内心深处承认它们确实是真实的想法的普遍拒绝”^[4]。第一个虚构使电影本身成为现实的“能指”,第二个虚构使电影成为“能指的能指”,第三个虚构使电影成为“能指的游戏”,新电影观众的能动性则确证了第三个虚构的存在。

与1895年在观看《火车进站》中惊慌失措的观众不同,新电影观众能够清晰辨认影像与现实的边界:一方面,他们可以主动践行第二个虚构,以便进入电影情境,在幻觉中完成对匮乏的短暂填充,同时通过自身的在场使电影机器完成叙事、传播等;另一方面,观众确认了“第三个虚构”,即对“电影确实是真实的想法”进行直接否认。这是源于:首先,观映场域始终开放,时空移动式的观映、平台可控式的点播、交互内容的加入等造成观众“意识”时刻在场。其次,电影之“谜”(或“梦”)已被破解,成为百科型、链接式、富文本的开放性存在。再次,电影互文本的过度开发和应用,网文、游戏、留言评介等交互机制使电影文本充满被填补和改写的缝隙,其完整性、真实性变得含混模糊。最后,观众可以有意地间离在文本之外,面对俄狄浦斯的阉割焦虑,观众可以通过多文本写作、富文本形态等,消解电影的单一话语结构的权威性,更为直接和显著的对抗来防御焦虑或试图遗忘阉割。但同时,观众可以通过与电影的短时认同、部分认同、表象认同,从符号、精神层面审查其象征秩序的合理性、精神摹写的准确性等。

(三)当下时态的“不相信”

电影要求观众相信过去时态,即当光投射在银

幕上,进行折射前的所有“已存在”,这意味着对当下的无视、遮盖,沉浸于木乃伊情结,譬如经典好莱坞时期电影。观众对过去时态的迷恋,对镜像的服从,将自我依附于能指之上,并通过眼睛和耳朵(视觉+听觉)进行验证,在密闭的物理空间和沉默的螺旋中进一步加剧群体崇拜和集体无意识。

新媒体时期对电影的不相信,是人类对“很久以前的相信”进行否认所造成的,具有另一种先验性和必然性。电脑科技被广泛应用于新电影创作中,如电影《蚁人》从现实进入到终极态或《流浪地球》从人物近景拉到宇宙大远景等,电影通过无限靠近或远离,欲望的兴奋确定了上升方向,但同时形态无限放大,无法满足也被确定,导致欲望的张力消失,延宕不存,单一维度的欲望由此陷入真空。而免费资源的观映和泛滥的影片互文本,也一方面满足了欲望(欲望同时指向匮乏),另一方面又因这满足而消解了欲望——欲望因满足的便捷性、随意性、可控性、泛滥性而得以消解。媒介赋权也加剧了观众不相信的机制。网络技术的快速发展,让每一个观众都可以随时随地成为电影评论者、研究者。当反馈作为目标,对电影的防御和警醒便一直存在,当下性一直存在,观众对“电影的相信”已转向对“相信的破除”。

(四)欲望的“科技性”荒谬

无论是外部机器还是内部机器的作用,所有的观众与电影建立连接都是为了获得愉悦,力比多经济(电影的愉悦及其历史地形成的方式)同电影经济的一致性(在电影市场研究中作为“观影动机”等术语表达),在过去、现在都是一致存在的。

电影主动放弃了其在技术科学生产与意识形态生产的交叉点上所占据的特权地位,观众在多层欲望的裹挟和实践中,在多段路径的接力中,远离了传统观看的“座位”,祛除了对电影的“神性”崇拜,打破了线性观映的推进和蛊惑,在散点、透视、开放、多线的观映中,通过贬抑或物恋,而获得了新的满足感和快感。

巴赞认为电影技术的发展是一种有目的的进程。电影作为“物恋装置”,一直尝试“带走”观众,从而证明是一部“好”电影;而由于技术的自我遮蔽(如意大利新现实主义的自然光、经典好莱坞的流畅剪辑),导致观众的物恋对象——“技巧”(能指)作为一种不在场的力量而存在,菲勒斯(所指)作为支撑物而存在。信息技术和新媒体时代,由于对观众真实在场的真实需要,新电影为“科技性”赋予了某种正义之名,“科技性”亦成为欲望的代名词,直

接宣告了电影自身的消逝:3D应用模糊了凝视与物恋对象的界线,遮蔽了凝视主体独立于镜像外的存在;反馈互动平台将电影作为路径工具,支撑物(如投资营销)存在于电影文本、观众和路径之外。欲望因“科技性”而让渡出自己的位置,欲望的消解便显得更加荒谬。新媒体的“科技性”,使电影也从暴露癖,重新回归到杂耍。^[5]场域上,电影最早在咖啡馆、马戏团等场所播放;技术上,每秒16格让电影角色像小丑一样滑稽;内容上,梅里埃的魔术表演和麦克·塞纳特的扔蛋糕都是彰显外部动作的杂耍奇观。而新电影的杂耍,不仅包含电影的技术演练、观众的互文本游戏等,还包含电影对电影母题、观众主体和交互空间的兼容,以及电影和观众在新型场域和不同阶段的角力。

(五)媒介催化的自恋适应

旧电影为观众准备了一个将要占据的视点固定位置,这个位置不仅仅是好莱坞三镜头法与轴线要确定的位置,也是整部电影结构的关键所在。文本呼唤并缝合观众,观众主体被能指所塑造,自我认同失败,超我失去地位和身份。

而新电影的所指在某种意义上即是观众,其铭文和显现都有观众的意识存在,观众并不是阿尔都塞所谓的“一个俯首称臣的人”。观众在新电影中始终在场,因此与“客体”的认同也十分艰难:当观众看到“自己”出现在电影中(如社会热点映射、粉丝对剧情要求),参与被感知物时,感知(知觉)变得无法独立存在,而只能进一步导向外在(行为),即“我参与一切”。网络技术的交互装置进一步催化了这种自恋,观众不但可以对镜像进行指认,并可以利用镜像来试探和观察自己行为和行为带来的结果,以及它们是如何被呈现出来的。新电影是一面全新的镜子,不仅反映了观众的镜像,而且反映甚至放大了观众的行为活动。这种与以往不同的新型自恋,不是来自观众被动的沉思,而是观众的主导行动,以及被媒介放大的行动投影。

首先,媒介文化的交互性激发了观众的自我效能,试图创造“媒介超我”的最高理想,这成为观众的重要心理支撑与财富。

其次,观众利好或立场得以实现,分化的观众圈层在彼此分层博弈(如粉丝对电影咖位之争议),或与媒介文化、电影机器之间的斗争(如抗议流量明星的使用)等,本我释放和自我彰显的通俗,得以实现超我的自恋。

最后,技术与艺术的交叉融合为观众带来不同类型的快乐。尤其是VR电影或高帧频电影(如李

安的《比特·林恩的中场战事》),既满足了观众技术美学的视听体验,更满足了以观众视点和身体为中心位、主体沉浸体验的本我享受,满足了观众的快乐原则。

对于自恋践行能力和水平不等的不同个体来说不总是顺利和成功的。当“本我被电影的叙事世界不充分地滋养时,它可能出现于本我层面”^[6],或本我满足过于强烈(如某些网络大电影的感官刺激),或电影沉闷、趣味低下或不够真实等状况下,自我的防御或反抗则会出现,进而导致超我可能被阻挠或抑制,本我则借助交互技术功能进一步彰显。

(六)客体的驯化与主体的客体化

新电影的观众在语言与知觉的基础上附加行动与动觉。由于观众弹幕可以获得点赞,粉丝文化话题会得到同圈层的订制推送与互动等,在交互技术、密度美学、社群文化的合力下,使观众进一步自我迷恋和自我“物化”。媒介是人的延伸,“我”即媒介,这个“我”,非自然属性、家庭属性的“我”,是因拥有粉丝身份、匿名网民身份或意见领袖身份等,被赋予了发言权、决断权。新电影与观众的关系试图重塑、彼此角力,并逐渐复杂,从媒介传播、消费意识、大众文化等多角度重新考量也成为必然。

技术性进化的新电影,对观众的多个层面作用实现在显性功能和隐性功能上。在信息技术和新媒体环境中成长起来的新型观众,表现出新的技术消费特征。而不同类型电影对技术的诉求以及网络交互的程度不同,这使得观众对于不同类型的电影,具有不同的技术期待。

新电影利用技术优势,让观众无时无刻不注意到媒介的存在,电影成为观众面对世界的一种方法论。当观众通过技术交互将电影作为方法论的同时,也在使自己客体化、对象化,如马克思所说,“一切对象对他来说也就成为他自身的对象化,成为确证和实现他的个性的对象,而这就是说,对象成了他自身”。^[7]

作为主体的观众的自由始终需要被管制在“介入”和交互的技术规训下,如新电影对观众提出的新的认知要求和行为参与模式。一方面,新电影面临着异质化的观众,文本建构的观众和实际的观众有所差异。为尽可能覆盖和满足所有观众的需求,新电影尽可能提供越来越敏感的刺激情境,结果导致观众滋长了审美惰性和钝化了审美感应力,最终导致观众与电影关系的非人格化。

另一方面,在不同场域和技术环境中,观众则

面对着不同技术意识形态的规导或限制。观众表达身份的逻辑来自于网络的预定义身份或菜单。观众自我变为网络符码以及网络符码的译码,交互行为使得主体进一步心理外化或客体化,并进行固化、重复。

电影在当下媒介拟态环境和与观众的直接交互中,其地位已然退化。电影把观众当作某种对应物,并被观众的凝视所驯化,将某种互动的前意识增补进其文本运作中,使得意义异延的可能性不断降低。

三、结语

新媒体语境下的电影观众接受技术意识形态和功能议题设置,同时受到社群文化(包括电影知识合作生产、制作圈层文本等)的裹挟,观众的主体表现,始终处于与主体分裂、被议程规训的状态,被欲望驱动,以及欲望被压制、延宕。电影所制造及试图满足的欲望,并不能在电影之外的媒介上具象化或得到释放。电影的目光不再凝视观众,也不专注于获取观众的凝视。新媒体的惯常叙事、形式快感和参照交互,消除了匮乏,使得观众的影像欲望成为“欲望的欲望”,多次折射使欲望失真,快感成为空洞的能指。观众在成为电影的“所指”的同时,也成为“能指的能指”。

[本文为河南省哲学社会科学规划项目“新媒体时代基于电影第二符号学的受众研究”(2021BYS004)阶段性研究成果]

参考文献:

- [1]尼克·布朗.电影理论史评[M].徐建生,译.北京:中国电影出版社,1994:163.
- [2]马翠轩,崔军.新媒体时代关于电影本体的第二符号学辨析[J].编辑之友,2023(6):77.
- [3]格雷姆·特纳.电影作为社会实践[M].高红岩,译.北京:北京大学出版社,2010:6.
- [4]克里斯蒂安·麦茨.想象的能指[A].吴琼.凝视的快感:电影文本的精神分析[C].北京:中国人民大学出版社,2005:56.
- [5]袁欣如.电影的语言[M].上海:复旦大学出版社,2012:2.
- [6]克里斯蒂安·麦茨.想象的能指:精神分析与电影[M].王志敏,译.北京:中国广播电视出版社,2006:91.
- [7]马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集:第42卷[M].中共中央编译局,译.北京:人民出版社,1995:125.

作者简介:马翠轩,河南省教育新媒体暨舆情研究中心副主任(开封 475001),河南大学新闻与传播学院讲师(开封 475001);崔军,博士,河南大学新闻与传播学院教授(开封 475001)。

编校:郑 艳