

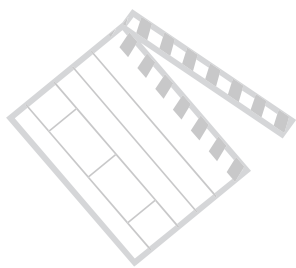
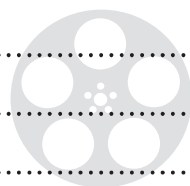


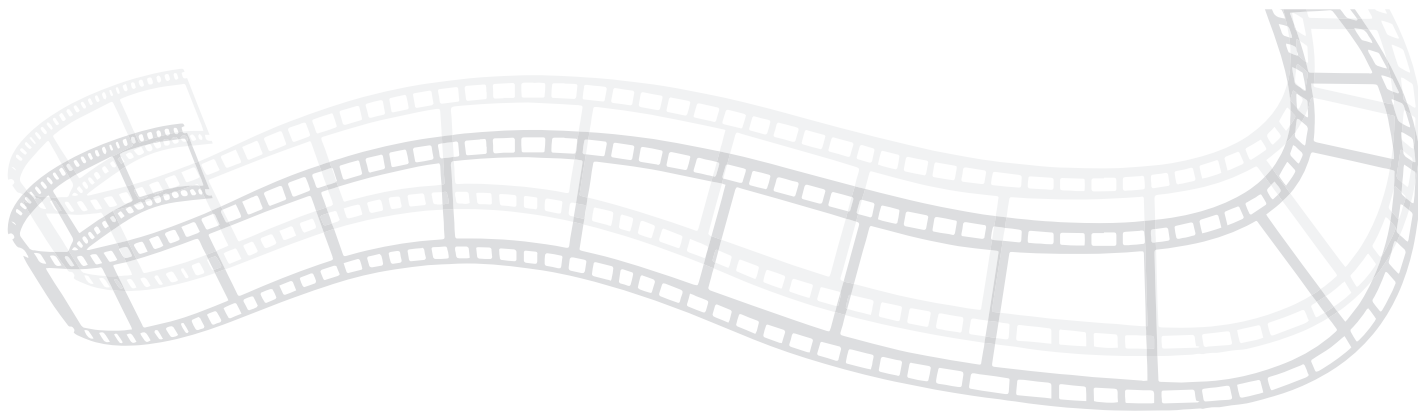
目 录

第一章 影视文化概述	1
第一节 视觉文化的现实	1
第二节 文化概述	16
第三节 影视文化	29
第二章 影视作品的编辑创作	36
第一节 镜头画面组接	36
第二节 声音录制与编辑	46
第三节 影视节奏处理	53
第四节 影视色调处理	58
第五节 影视字幕设计	60
第三章 影视作品的传播属性与特征	64
第一节 影视传播的艺术属性	64
第二节 影视传播的文化属性	72
第三节 影视传播的共同特征和差异性	75
第四章 影视传播的内容、形态和功能	83
第一节 影视传播的内容	83
第二节 电影传播的形态	86
第三节 电视传播的形态	94
第四节 影视传播的社会功能	96



第五章 影视传播的符号和语言	100
第一节 符号与影视	100
第二节 影视的符号系统	105
第三节 影视传播的语言系统	112
第六章 影视作品的跨文化传播	120
第一节 跨文化视域下的影视媒介特性	120
第二节 影视跨文化传播的内容选择	126
第三节 影视跨文化传播的多维空间	134
第七章 新媒体艺术传播的特点及优势	149
第一节 新媒体艺术的交互性	149
第二节 新媒体艺术的文化性	155
第三节 新媒体艺术的价值性	163
第四节 新媒体艺术的审美性	166
第八章 新媒体环境下的影视制作与传播发展	172
第一节 新媒体与文化艺术产业规律	172
第二节 新媒体背景下影视艺术现象	179
第三节 新媒体环境下影视传播的发展路径	188
参考文献	206





第一章

影视文化概述

第一节 视觉文化的现实

一、视觉素养理论

（一）西方“视觉素养”

一般人“视而能见”（与之相反的则是“视而不见”）的能力并非与生俱来，视力实际上像语言一样，是一种需要通过实践才能掌握的能力。

人类有部分视力是与生俱来的，但另有部分视力却是随其年龄增长而逐步“习得”的。换言之，眼睛接收的视觉信息只是“视力”的一部分，脑部还须长时间学习来诠释这些视觉信息，这样才能真正将之拼成一幅有意义的影像。这也就同时意味着，当我们在观看貌似逼真的对现实的“拟像”（“仿像”“类像”等）时，我们要牢记：逼真≠真实。

这种“以假乱真”的影像并不是一种直接作用于人的视觉的物象，它与原始物体的高度类似性，使得人们误以为对影像的接收不像理解语言那样需要长期的社会经验累积或高强度的专业训练，只需人的原始视知觉器官。这只是其前提之一，在影像日益成为人类重要视觉对象的今天，影像传播研究与影像教养也越发重要起来。



我们必须注意到“看”的两重性：其一，人类以感性经验为基础的“原始感官”上升为“理性感官”，人类原初就是为“看”而存在的，但这种“看”又常常被当成是一种脱离物质器官而依赖于内在视知觉的想象性活动。一个个客体形象跃入眼帘后，通过联想的作用，转化成视觉再也看不见的形象，变成精神的内容。长期的文字观看演练，使人们很为这种精神化的“看”而自豪，以为它是人类之所以人性化的重要途径。其二，由“理性感官”螺旋回转为“感性感官”。人类历史中的精神性思想之“看”走向极端，无形中剥夺了人们原先最初的诗意感觉，因此“原始之眼”在理性主义泛滥的情况下，需要重拾原始的“诗性意识”。

在古老的视觉艺术的黄金时代，画家和雕刻家并不单纯地用各种抽象的形状和形式来填满空白的空间，人在艺术家的眼睛里也只是一种形状。艺术家能够通过手势或表情等外形动作来表现人的思想，但是，自从印刷术发展成为人们在更遥远的距离外交流思想的主要工具以后，人的思想便集中地以文字来表现，没有再利用身体器官这一更精巧的表现工具。因此，人们的身体越来越没有表现，越来越空虚，日久不用，机能便退化了。现在，电影将在文化领域里开辟一个新的方向。每天晚上有成千上万的人坐在电影院里，不需要看许多文字说明，纯粹通过视觉来体验事件、人的性格、感情、情绪，甚至思想。因为文字不足以说明图像的精神内容，它只是不完全艺术形式的一种过渡性工具，人类早就学会了手势、动作和面部表情等语言表达方式。这并不是代替说话的符号语，而是可见的直接表达肉体内部思想的工具。于是，人又重新变得可见了。

可见，在电影这种视听文化传播形式出现之前，人几乎丢失了眼睛，或者只有“阅读”的眼睛，以及“看得见空间”（造型艺术）的眼睛。随着电影的问世，现在又有了“看得见时间”的眼睛。以前，人类学会了“听”与“读”，结果“遗忘”了“看”。而现在，由于理性的长期压抑，逐渐丢失了感官原始功能的我们必须重新学会“看”。因此说，“看”是符合现代社会“全面人”需要的一种物质精神器官。

现代影像，尤其是艺术摄影图片、广告摄影图片、电影、电视剧和各种数字影像，多半不是或不仅是一种原始物象的反映、模拟、复制和电子化（数字化），而是在真实物象之上融合人的选择、加工、制作印痕的物像。大量接触影像的现代人，如果不了解影像，不学习如何理解、解读、欣赏影像，势必成为新视听时代的新文盲——“影像盲”。

（二）中国“视觉思维”

中国传统思维特征体现为一种“象”的思维，其根源是文字。文字不仅是民族思维的



载体，而且是民族思维特性之根。正是中西文字的区别，构成了中西文化和思维方式的不同。就字形而言，汉字是由点画组成的，具有三维空间暗示的二维视觉空间效果，而且汉字的历史可以追溯到公元前 2500 年至公元前 2000 年的大汶口文化晚期。

出土于山东大汶口文化遗址的陶器上，就刻有不同形体的复杂图形符号和刻符，这些图形符号和刻符同后人总结的汉字组字规律“六书”有着一定的内在联系。由于汉字由图画文字发展而来，汉字的发展改变史又是图画文字的象形、象意特征渐次退化的历史，所以特定的文化形态虽然经历了一个不断符号化、线条化、轮廓化、抽象化的过程，但是该文字借其形而表其意的文化功能色彩却一直延续了下来。从文字的历史继承性这一角度来看，我们发现，在世界各大语言体系中，汉语有着独特的民族风貌，其结构特点同世界上其他文字尤其是占世界文化主流的西方语言文字相比，存在着明显的区别，具有自己的典型特征。汉字主要表现出以下几个特点：

第一，组织方式的灵活性。汉民族很早就受《易经》文化的影响，仰观天文，俯察地理，远取诸物，近取自身，培养了一种尚简和视观精神。《易经》曰：“易简而天下之理得矣。”中华民族的汉人祖先很早就知道从简易入手，用“一阴一阳之谓道”这种哲学精神去统驭大千世界、万事万物、万理万情。因此，表现在汉语的词汇单位上，其大小和性质往往灵动性较强、可塑性较大、语词的弹性较强。各语素单位往往无一定的科学规范，在具体的语言环境中，完全可以随意由主体任意组合，随不同语气和意象情绪自由表现，由此形成强烈的语意空间。这种词义功能的发散性特征使得汉语句式呈现出“以一统多，多寓于一”的根本特征。这既便于学习，又能提供广大的创造空间。从作者方面来说，可以“造境”，提供了展示想象力的空间；从读者方面来说，可以启发出无尽的“联想”，为自由的感知提供了打通其他心理因素的契机。我们在古代诗文中经常发现耐人寻味的“一语双关”之妙境，即是汉字这一特点的具体体现。

第二，语词意义的互换性。汉语语词的意义往往是可以虚实互换的。汉语的虚词有相当大一部分是从发声词、收声词和语间助词转化而来的。随作者声气缓急强弱之不同，其词语的虚实可以相互转换。古人曰“用虚字要沉实不浮，用实字要转移流动”（《雅论》），“下虚字难在有力，下实字难在无迹”（《诗笺》），强烈地说出了古代汉字虚实转用的实际操作意义。至今，我们仍有“实字虚用”“死字活说”之法。当然，虚实相生，唯在可用。谢鼎卿在《虚字阐义》中说：“字之虚实有分而无分。本实字而止轻取其神，即为虚字；本虚字而特重按其理，即如实字。”所以，汉语语词意义的虚实互换又带来了表达意义的虚拟性和表达功能的陌生化效果。

第三，汉语节奏的音韵性。由于汉字基本上是单音词，一字一音，双音字甚少（多音



字更是凤毛麟角，类似“黄金万两”之类的民间文字游戏可谓“视觉意象”的文字转换），所以在语意表达和语句铺排上面十分看重词汇的意义选择，语法和修辞的功能性要求居其次；而在词汇的音义选择上面，音韵上的协调平才是至要。不论是中正平和，抑或是铿锵有力，一切都取决于语音的节奏感。《论文偶记》云：“一句之中，或多一字，或少一字……则音节迥异。”尤其是在诗词的创作中，主体情绪的自由抒发，其节奏的抑扬卷舒就不仅促成了创作之初对音义相谐汉字的取音而舍义，更带来了重音而味义的人文情调。汉语中多有利用谐音而达到双关效果的语言现象。“音”是诉诸听觉这一生理感觉器官的，而“义”却是诉诸人们意识理念的，需要人们调动内省力和丰富的想象力，才能达到目的。“音”是取悦耳目的方式和手段，而要真正达到语言文字意义沟通的功能，还得借助“音”的谐和之美来唤起对“意义”的认同。正因为此，中国历代文人中才有相当多的人去苦吟，在“推”“敲”的音韵背景下去“推敲”词汇背后的意义。

第四，汉语语法的重意而轻言。汉语固然也有一定的语法规则，有自成系统的程式化手段。然而，真正的汉语精神是向来不拘于语法和句法的。往往倒是那些独出机杼、恍若天成的打破程式的表达方式，才是神来之笔，方为上品。古人属文讲究“文以意为主”“意在笔先”“以意役法”，所谓“无法之法乃为至法”等，孔子亦有“从心所欲不逾矩”之说。可见，“法无定法”，以自然造化为师，畅心尽意地表达，即为“法”境。而那些往往局限于具体程式化、公式化、公文化的文章，因缺乏灵性，常为文人雅士所诟病。纵是以策论为典型属文的八股取士也强调“以神统形”“以言得意”。肇端于《周易》的“言意”之辩最鲜明不过地说明了汉语重神而轻形、重意而轻言的文化取向。《庄子·外物篇》的“筌蹄之言”影道出了“言者所以在意，得意而忘言”之要论。在此之前的《周易》阐发了“言不尽意，故立象以尽意”的见解，王弼以老庄解《周易》，得出“得意在忘象，得象在忘言”，进而达到一种“象生于意而存象焉，则所存者乃非其象也；言生于象而存言焉，则所存者乃非其言也”的超越言、象之形而通达“意”之“神而明之”的结论。与此相适应，中国古典文艺即与古典审美文化精神达到了统一，在中国文论和诗论、画论、乐论中出现了“言授于意”（刘勰：《文心雕龙》）、“系于意，不系于文”（白居易：《新乐府序》）、“咏物固不可不似，尤忌刻意太似；取形不如取神，用事不若用意”（邹祗谟：《远志斋词衷》）。

因此，汉字由“六书”带来的形意特征及其独特的功能性，不仅使它在时间上得以延续，更在空间意义上将汉字传播到相邻的国度，如日本文字、朝鲜文字、越南文字、泰国文字均不约而同地受到了中国汉字的影响，日本文字至今仍保留有大量汉字。中国书法之所以由具有实用功能性的工具成为一门艺术，也与汉字的书画同源性有关。最终没有走向拼音化道路的现代汉字，虽历尽数度简化但仍然保留有原初的象形特征，这就一脉相承地



承绪了中国独有的艺术文化精神。因此，中国书法甚至成为解读中国文化和符码的锁钥。世界上没有哪一种文字能像中国文字这样足以称得上是民族的文明象征。质言之，正是由于中国文字与中国人的思维方式紧密相连，相互推动，这种文化上的直观性、整体性、内省性、辩证性等才使得中国传统“视像思维”观念逐渐深入人心。

王弼在《周易略例·明象》中说：“夫象者，出意者也；言者，明象者也。尽意莫若象，尽象莫若言。……故言者所以明象，得象而忘言；象者所以存意，得意而忘象。”在这里较早产生了“意象”概念。我们知道，“意象”的产生以及“言”“象”“意”三者的联系及其分界问题只是为了求得“意”的一种手段，而对“意”的理解又必须走近“象”，获得对“象”的整体认知和把握，这样，“象”实际上成为“意”的关键。

汤用彤先生在《魏晋玄学论稿·言意之辩》中认为：王辅嗣以老庄解《易》，于是乃援用《庄子·外物篇》筌蹄之言，作《周易略例·明象章》，而为之进一新解，文略曰：“尽意莫若象，尽象莫若言。”然“言者所以明象，得象而忘言。象者所以存意，得意而忘象。”“是故存言者非得象者也，存象者非得得意者也。”然则“忘象者乃得意者也，忘言者乃得象者也”。因此，“言”为“象”之代表，“象”为“意”之代表，二者均为“得意”之工具。

可见，中国古代对“言”“象”“意”关系的表述旨在说明：由于“道”具有某种本体性特征，不易把握，于是就借助于“象”来勉力表现；而作为工具手段之“言”则是用以描述“象”进而接近“意”这样一种渐次接近的方式，从形而下的肉身行为逐渐靠近“道”的本体；“象”在表“情”达“意”上之于“言”的优先性，最近“道”“意”。

现在看来，这一思想可以视作中华民族借助于“视觉思维”去表达形上意念的精神资源。可惜的是，在以后中国文化实际发展中，言与象的关系却颠倒了。语言与形象的实际地位经过漫长的封建社会的重新整合，此消彼长，语言的霸权得以确立，以至于莘莘学子“从事于语言之末”，而至“图谱之学不传”，深具中华文化神韵的“意象思维”从而被淹没在“语言之末”中。

如果说，图像是观念的符号，那文字在表现观念上面则是更早的符号；如果说，图像是表象的符号，文字则是内在的符号；如果说，图像符号主要借助于视觉，那么，文字则不仅借助于视觉，更由表及里深入人的精神层面。

一般认为，由于中国文字通向书法，而书法之“动”带来了时间性的空间走势，是为“纸上的舞蹈”，舞之节奏化为动态的时间性潜流，这种意趣的追求使人们从中发现了书法的真精神，即借“舞”形以传“气韵”，借“节奏”以达“生气”，从而将书法艺术（乃至绘画等艺术）一同送入默会感想与冥念的形神合一、动静合一、时空合一的超越境界，极



大地调动了汉字的多重功能和华夏民族的深层文化心理。正是由于书法作品中贯通有一种“笔走龙蛇”的乐舞精神，中华艺术才以其至诚本真的生命性、广博深邃的时空性、气象万千的历史性和辩证演进的涵融性将书法艺术带入了一个新的天地，进而达到了代表着中国人的宇宙意识这一高度。也正因为如此，“中国画里的空间构造……是显示一种类似音乐或舞蹈所引起的空间感性。确切地说：是一种‘书法的空间创造’。中国的书法本是一种类似音乐或舞蹈的节奏艺术。它具有形线之美，有情感与人格的表现”（宗白华语）。该论断为我们深入理解中国式“视觉思维”给出了明晰的注解。

（三）视觉文化再认识

人是拥有生命意识，并能够将其形式化从而唤起情感共通的生物。其中，图像与影视文化正满足了人类这一愿景。

可以说，电影唯一的支撑和物质的纽带就是银幕，而不是影片所在的胶片。这种被附加了一种“思想”的银幕奠定了图像与电影观众之间的联系，并通过时间将这种联系与史前人类投射在洞穴内壁上的图像所做的沉思相比较。如今，我们再也没有产生洞穴壁画的社会条件了，借助电影形式，穴壁变成了这个世界在身上凿开的一个洞口。让-吕克·戈达尔（Jean-Luc Godard）在《电影史》中说道：电影的历史是伟大的历史，它比其他历史都伟大，因为它能够将自己放映出来。电影代替观众将不存在转变为存在的方式；它有条理地教会我们什么是存在：教我们懂得存在不是什么具体事物，延续下来的才是存在本身，而观众的目光真正注视的是作为事物本质的世界的变化。在影片放映之后，观众便拥有了这种奇特的可以延续的经历。在走出电影院的时候，仍然能够强烈地感觉到那种奇妙的感受。

让-吕克·戈达尔在电影《蔑视》一开场就说：“电影取代我们的眼睛，引领我们进入一个能满足我们欲望的世界。”从某种意义上说，电影就是为了满足我们从外部观察自己的愿望，就像别人看我们一样。有人说，它是一门像吸血鬼一样吸走人的生命却又使之永生的艺术。正因此，电影是向心的，是由外而内的，电影把观众逐渐带向银幕，深入角色的内心世界，进而促使人们思考。作为现代艺术，电影的首要意义就在于其视觉世界语的渗透情结。

对于电影的诊断与反思：由于电影具有类似催眠的作用，能使人在不知不觉中受到支配，使人屈服于最粗俗的情感感召，而且这种感召越来越阴险，不显山不露水。因为电影是与对生活栩栩如生的幻想，和“欲望”联系在一起的，于是，这些欲望若“呈现”太过，则势必导致文化的衰败，从而带来精神和文化的危机。而人们转向了大众文化，并沉湎其



中难以自拔，由此就带来消极结果，以其为快乐之源。如英国文化批评家利维斯（Leavis）就认为，大众文化缺乏“道德的严肃性”和“审美价值”，它的作为不是引导大众的“鉴别”和“抵制”，而只能使人脆弱，沉湎于不再思考与批判等。

美国文化学家尼尔·波兹曼（Neil Postman）在《娱乐至死》一书中曾说：“这是一个娱乐之城（即拉斯维加斯，现今世界的隐喻），在这里，一切公众话语都日渐以娱乐方式出现，并成为一种文化精神。我们的政治、宗教、新闻、体育、教育和商业都心甘情愿地成为娱乐的附庸，毫无怨言，甚至无声无息，其结果是我们成了一个娱乐至死的物种。”

就当下的中国而言，转型期大众文化语境中的影视艺术发展到今天，其热闹的程度早已超出人们的预料，它在满足人民群众日益增长的多样化审美需求的同时，也出现了令人担忧的局面。仲呈祥曾说，“情商越来越高，智商越来越低，胆子越来越大”；黄式宪也评论道，“感官的盛宴，快乐的诱惑”。

二、视觉文化转型

丹尼尔·贝尔（Daniel Bell）在《资本主义文化矛盾》一书中曾断言：“我相信，当代文化正在变成一种视觉文化，而不是印刷文化，这是千真万确的事实。这一变革的起源与其说是作为大众传播媒介的电影和电视，不如说是人们在19世纪中叶开始经历的那种地理和社会流动以及应运而生的一种新美学。”

在这个日益影像化的时代，面对逐渐取代现实的“影像生态学”，我们不仅要充分考虑到其负面作用，更要注意其存在的现实合理性。当我们生活于文化的高度理性化状态时，对感性的尊重与重新唤起不仅意味着人的全面复归，更说明了人的存在本身的目的和意义。从这个意义上说，海德格尔强调“诗意的栖居”就不仅是传统意义上的哲学反思，更是现代意义上的人性化固守。

“看的精神”具体表现在两次文化转型中。

第一次文化转型，就是理性对于感觉的胜利，就是本质主义对于表象主义的胜利，就是人类中心主义对于自然及其神学的胜利。由此，因果、逻辑、必然性、规律性、本源、意义、中心、整体性等传统的审美观念进入文化的空间，从而支配着人类的文化发展。

众所周知，德国美学家汉斯·罗伯特·姚斯（Hans Robert Jauss）在面对电子影像的事实时，就把当代的文化冲突归结为电影文化和印刷文化的冲突，并且断言其结果是“古典主义的美学成就已受到怀疑”。这预示着“看的精神”的第二次文化转型。



第二次文化转型中，在经过长期文化与美学熏陶境况下，人们于无形中调动“感知”“情感”“想象”等以直觉方式来观影。影像一开始便可进入心灵，产生感动。它对人的影响看似是在接触它的一刹那发生的，实则有着长期的文化积累。与传统的“看”不同，现代是一个重“智”的社会，理论的逻辑理性已经完全占据人们的思维视野，即使文学的审美意识也注重思想的启迪。由于重“智”，现代文学作品的思想性美学特征大大超越它的感性美学，从而成就了一个“思想世纪”。无疑，“看”的转型无形中也在影响着其他。

后现代文化“原始性”的意义在于，它揭示了一种视觉占据主流时代的文化思维特征，揭示了某种影像“压倒”文字后人类又一创新文化的努力姿态。从这一意义上言，后现代美学是一种视觉美学，它否定艺术的单一等级观念，视觉文化成为现代文化的重要方面，声音和影像造成的巨大冲击力、眩晕力，成为审美力的主导潮流。例如，大量科幻片中关于科学批判、民主秩序、自由追寻等视觉影像的存在表明，科幻片所着力塑造的未来就是人类文化传统中最为基本的对文化理想的维护和重建。

三、文化现实透视

“文化”，是20世纪以来，无论是学界抑或日常生活中用得既多且滥的主要“关键词”之一。不难发现，在我们日常生活中，凡是与人相关的一切似乎都被冠以“文化”的华衣，换言之，“文化”充斥于我们生活中的一切。如果说审美文化是传统美学在当代条件下的经典表现，是传统美学学科的当代展示方式，那么，“影视文化”则是其当下的主要表现方式之一。

“文化”是具体历史时代条件下的产物，其诞生、发展、高潮与衰落都经过了一段漫长的时间过程。“文化”生存于人类生活之中，而生存于具体时代条件当下的我们，往往于不知不觉中受到文化的熏染而感觉到生活的意义。这是一种真实的感受，也正是这种感同身受的丰富感受使人产生一种现实场景感。

在人类社会早期，一切都以“感觉现实”为整体宇宙观，人们的思想本身也主要是具体的，是与客观物象直接相关的，是可视、可听、可触摸到的实体化存在。生存在此间，似乎也无所谓生命意识或其间潜含的某种时间危机感，一切都以生死为界，生是个谜，死亦为谜。阴阳相隔纯然是超乎原始人想象的，他们的意识和理性因素尚不足以从人类个体生命的时间周期来考量，当然也不存在明确的“文化”概念。在他们眼里，一切都是当下的感知，所有的文化存在样式都是处在同一平面的。因此，生命的历时性是与他们感同身受的共时性密不可分的，存在意义上的历时性无形中化成了即时的共时性存在，丰富的共



时性以空间效应而显身。时间历时性与空间共时性的同一与混同现象，就使得原始人秉持一种静止而循环的“时间观”，人们于不知不觉中周而复始地生老病死，代代无穷。原始人试图通过对逝去的祖先和现世人类曾经的荣耀的回忆与联想来重新唤起生命的鲜活，他们试图借助于仪式化的表演来重新唤回现在不能具体感知但明明还在头脑当中浮现的印痕，试图通过这些来重温旧梦，再度体验生命的充沛和激情，并通过使自己与群体在思想和行为仪式上的同一来达到消除孤独、寂寞与恐惧的目的，通过这些与逝去的祖先和英雄对话。这些无明确文化意识的有意识祭拜活动，使周期性的节日庆典活动诞生，也正是每次的庆典活动，使他们朦胧意识到未来可能像祖先一样能够在类似的活动中获得重生。在其中，他们意识到又一次的生命欲望被理智地激发起来，也使他们预知到下一次同样庆典的到来。于是乎，命运的随意性就成为现代传媒娱乐中不断出现的主题并得以以五彩缤纷的方式呈现。当代传媒业巨头鲁伯特·默多克（Rupert Murdoch）有句名言：“谁掌握了传播的入口，谁就掌握了世界。”

或许正是在此意义上，法国著名电影理论家安德烈·巴赞（André Bazin）才在《摄影影像的本体论》一文中热情洋溢地说道：

降伏时间的渴望毕竟是难以抑制的，文明的进步只不过是把这种要求升华为合乎情理的想法罢了。我们不再相信模特儿与画像之间在本体论上有同一性，但是我们承认后者帮我们回忆起前者，因而使他不至于被遗忘。描形绘像的做法已经与人类本位说的实用主义无关。它涉及的不再是人生命延续的问题，而是更广泛的概念，即创造一个符合现实原貌，而时间上独立自存的理想世界。从这种社会学观点看问题，照相术与电影的出现便自然而然地解释了现代绘画肇始于19世纪中叶的精神与技术的重大危机。唯有摄影机镜头拍下的客体影像能够满足我们潜意识提出的再现原物的需要，它比几可乱真的仿印更真切，因为它就是这件事物的原型。不过，它已经摆脱了时间流逝的影响。影像可能模糊不清，畸变褪色，失去记录价值，但是它毕竟产生了被摄物的本体，影像就是这件被摄物。……因为摄影不是像艺术那样去创造永恒，它只是给时间涂上海料，使时间免于自身的腐朽。基于这种观点，电影的出现使摄影的客观性在时间方面更加完善。影片不再满足于为我们录下被摄物的瞬间情景（就像在琥珀中数百年的昆虫保存得完整无损），而是使巴洛克风格的艺术从似动非动的困境中解脱出来。事物的影像第一次映现了事物的时间延续，仿佛是一具可变的木乃伊。此外，电影还是一种语言。

巴赞此论虽然尚需进行辩证分析，但他将其上升到本体论的高度来认识，确系真知灼见。作为现代传媒的主要形式，影视文化已经不经意间具有了“点石成金”的魔力，它在跨越知识阶层之时似乎承担了“现代术士”的身份，于是人们纷纷投身其中，想要理解



过去、观察现在乃至预知未来等。

值得指出的是，中央电视台曾隆重推出了由中国四大古典名著之一的《水浒传》改编的大型电视剧，其片尾曲在豪放之中唱出了现时代的感觉：“该出手时就出手。”一时间，它传遍中华大地。这种“感觉”的泛滥从较早期的大众歌场唱到了国家电视台，真不愧是一个“感觉的时代”，一个“感觉”形象的时代，一个似乎不需要理性，十足的任凭“感情”四处奔突、如入无人之境的时代。

诸般“文化现象”只是表面上的热闹，造成了一时的气氛蒸腾，其实质是人类对自身缺乏自信心的表现，一种自卑意识的觉醒，一种对深潜在人类心灵深处的试图返回生命纯真的圆融世界这一美梦的失落。正由于现时代条件下，一切都是那么快节奏、高强度地发展，人类在尚不及感受青春的时候，青春已逝，当人们尚未及体验生命的强度时，可惜已“垂垂老矣”。外在世象的匆匆而过，如过眼烟云，生活劳动强度的时间消耗与生命周期延长之现实的不可能，更可怕的是核武器时代的恐怖结果以及人类生命科学领域各种新的突破，如“克隆”技术、生命科学的基因技术掌握，人类更加陷入了自身带来的文化危机意识的包围之中。人们更加清晰地认识到，当现有的人类生命病痛尚得不到缓解和根治之时，又不断出现更多的新文明时代病征，而且这都是在人类现有生命根本得不到医学科学保证继续延长的条件下产生的，人们的悲凉心境就可想而知了。

现代文明的高度发展不期然竟产生了如此这般的效应，完全与人类文化之创制的目的相悖。如果说，口头文化时代是黑色文化（亦称回头文化），印刷文化时代是蓝色文化（一种日益走向理性的文化），那么我们当下所生活的电子文化时代则是幻彩文化，它以绚丽的话语诉说把人们引向欣赏表层、取消厚度、丢弃信仰、排斥思维等一连串的文化减压。在“电子时代”中，艺术品只是一个中介，间隔于艺术家与观众之间，形成暂时的力之中心，然后如闪光灯一样一闪就完成了自我。传统的经典戏剧、音乐会、绘画都消失了，留下的只是有关记忆与表象。这无疑敲响了文化的警钟。

从现代文化情状看，当代中国文化的结构主要呈现为三重架构，即主流政治文化为主导，精英文化为补充，大众文化为主流。主流政治文化居于当代中国文化的主导和中心地位，它始终自觉地引导和规范着传统精英文化，影响着文化价值体系和文化管理者的文化意识，通过制定文化政策、利用文化管理和组织等渠道来引导、监督和扶持传统精英文化，制约、监督、利用当代大众文化，直接影响并干预大众文化的审美品位，力求强化其理性深度和道德趣味。传统审美文化此时要承受双重夹击：一方面，它要面对主流政治文化的规范矩度；另一方面，它既受到来自当代大众文化更强烈的冲击，同时又要保持自己的自律性特征，循其约定俗成的审美轨道运行。而当它面对已成汹涌之势的大众文化时，



其影响已日渐式微。

当代大众文化的急剧扩张已经开始形成某种传统文化人不屑却又不可小觑的“文化洪流”，已成为中国当代文化中最具规模和潜在活力的生力军。传统精英文化的“失语”现象愈加增多，意味着文化盲区的日渐增多，以及有待认识的盲点的增加愈加频繁，精英文化门庭冷落之势当备受关注。大众文化潜在的市场化和商品消费等特性吸引了太多的消费受众，文化消费领域异常扩大且直接带动了“文化价值”的贬值和时间效应的减弱。这种“泛文化”现象的大幅升温与“文化价值”下沉的过程直接点明了，在商品经济条件下，市场价值规律是可调节文化市场的大杠杆。大众文化和中国经济的飞速发展正同步展开，且在相当意义上是一个消费社会原则和世俗享乐主义扩张的过程，日常生活的意识形态的胜利，使得主导文化的崇高和精英文化的规范都失去了以往所具有的震撼力量。

现阶段，中国存在多种经济模式，形成了由社会主义市场经济、“资本主义”经济规律和封建社会遗存的某种自然经济等现象的交叉并存。在这样一种时代条件下，我们的文化体系自身也在经受着不断调整和自我认识与完善的过程，可以说是一种未完成型的文化结构。于是，在这样一个未完成型的文化结构逐步完成的过程中，任何一种斥责或者高声欢呼大众文化时代到来的表态都是一种不成熟的表现，至少是不负责任的表现。不可否认，“文化”这一概念在后现代主义中已极大地扩张了，而且商品已不再是一个纯经济学的术语，它已经演变成了一个文化概念（反过来，又何尝不是如此呢），经济含有文化的内容，世界上出现了“文化化”的社会或“文化化”的经济（或经济化的文化）。文化的“文化性合法化”出现，使西方的文化圈层已经大大地扩容，深入社会的方方面面。在真正意义上的后现代社会中，一切都是文化。而我们当前的时代尚处于前“工业化时期”阶段，所谓“一切皆文化”现象的出现，值得我们进行深刻反思。

20世纪90年代以来，人们的审美感觉力和审美想象力开始失去其经典意义，人成了某种本能欲望、金钱和商品拜物教的奴隶，造成了某种价值缺失，这实质上构成了对20世纪80年代那场文化启蒙的再度消解，是一次文化上的启蒙危机。这种“启蒙危机”在实际意义上达到的直接效果是引导人们更深入地去思考人生，它实际上不经意构成了真正意义上的人性启蒙的先声。其“启蒙”的潜在命题虽然不言而喻地带来了某种文化迷失，但是，危机意识的存在昭示着我们危险与机遇同在，同时迫使人们更深入地理解该时代的文化意义。不难看出，大众文化本身也正像它所倡导的“感觉”那样，人们从它身上发现的幻灭感无疑是一次刹那高潮满足后的疲惫、乏味与懈怠，人们在品味大众文化“快餐”之后必然像扔弃消费过的产品包装袋一样，扔弃大众文化的某些现象。现在大众文化的时空高涨很可能预示其命运的回光返照。我们今天所需要的仍然是文化中的精品，是反映人



类创造“美”的结晶。审美文化，作为一种精神性的活动，往往是各个时代人文精神中最主要的载体形式。审美文化的种类很多，最重要的就是文学艺术，我们今天仍然需要“大道存一”，在天地之间立其心的审美文化精神，这也是传统中国美学对当代文化的重要启迪。中国审美文化精神的最高理想是“即感性”而不是超感性的，是摒弃急功近利的，是以天地之心为内涵的生命意识及其实践活动。

“当代”不仅仅是一个时间概念，更是一个文化概念。从时间上说，它是相对此前传统和历史状况而言；就文化理念而言，试图摆脱既有的文化惯性。据此，梳理一下当代文化景观及其体现是必要的。当代主要文化景观主要体现为追“新”逐“后”意识。

随着对“感觉”的强调，形象的诞生与升腾的意识开始缔造一种新的文化场景。这一特性又是与以电视、电脑等为产品的电子文化时代的到来紧密联系在一起。我们知道，影视文化素以改变人类生存空间、大量占有人类生存时间、弱化人类生存状态、抹平人类生存歧见为当代文化主要特征，尤其是电视文化更加如此。有人戏称现在是“读图时代”，这既有意义又有困惑。有意义的是，人们在阅读“老照片”的时候无意识回归到传统；困惑的是，人们果真因为不需要通过认识从“男”“女”到 Man (Male), Woman (Female) 而直接看图就可以找到“洗手间”就万事大吉了吗？实际上影视文化的娱乐性往往修正了历史真相。当然，电视走入寻常百姓家的确为我们打开了一扇新的通往另一个世界的窗户。摄像机的镜头可以代替人类的眼睛去窥视更多人们在现实状态下无法把握的视界，不仅在宏观世界，也在微观世界领域给大众打开了一个全新的天地。

但是，电影、电视形象要求我们放弃自己，去趋同“镜头”。这也许正是导演和明星们成为“大腕”，成为人们尊奉崇拜的偶像的“机械学”原理。不仅如此，由大量古今中外文学名著改编而来的电影和电视剧，前所未有地占据了我们的想象和思想的空间，更有武侠小说、侦探小说以及由此而改编的武打片、间谍片、警匪片、枪战片、西部片、战争片、科幻片、灾难片等，此起彼伏，一浪高过一浪，互联网上突破传统的传播局限、来自“地球村”的交互网络信息，等等，不一而足。我们该如何解释这一现象呢？社会学家曾经指出，一个人群的集合体“表现出许多新的特征，非常不同于组成这个集体的那些单个人。集合在一个集体中的所有的人，他们的情绪和思想都是一致的，并朝着同一个方向，而他们的个人意识消失了”。

培植“明星”的电影、电视及其他大众传媒等酿成了当今中国文化现象的某些热点，如“偶像崇拜”，即是“形象崇拜”，而这一“形象崇拜”的本质即有“形象”背后的“高科技崇拜”和非俗常性（“超星”）崇拜。法国美学家杜夫海纳（Mikel Dufrenne）曾经一针见血地指出：“人们都很清楚，艺术的逐渐演变受到人生观隐秘变化的制约，也同样受到



技术变革的制约。……艺术家对技术侵入我们的生活激烈反应，他会丑化性地仿造它们，使技术转而反对自身，或者他也可能利用我们文明的垃圾箱发展一种废物美学。”

认真分析一下“形象”有可能使我们更加清晰地审视我们所处的文化时代。

首先，“形象”无形中已经成为人们直观生命场景及其意义的，不是唯一至少也是主要的途径，原因在于：其一，大众传播媒介在组构“形象”的过程中，关心的是如何使个人内心充盈的种种欲望获得与外在“形象”一致和某种程度上的肯定；其二，“形象”的审美化也意味着提升大众接受者心理层面的生理性欲望的理性化，大众足以通过彼此之间的交流、认同，拉近相互之间的距离，并进而为自己的欲望抒发找到一种合情合理的同一化解释；其三，“形象”的审美化还同时揭示了一种无深度的感性生活享乐的现实合法性。“形象”的大量出现，导致了大众传播对人的现实生活欲望“制造/消费”的巨大可能性。对此，我们还可以这样来看：“形象”以审美化的包装，把“美好生活”从艰苦卓绝的人人感同身受的现实场景中抽取出来，通过广播、电影、电视、报纸、杂志、手机、互联网络的有效传播，把“美好生活”转嫁为一种具有具体实感的生活的“形象”代用品，使人们足以在对“形象”的当下占有的愉快满足中，体验生活的美好，钝化理性的沉思，强化大众/接受者的感性层面，激活已经为生活所磨蚀的浪漫情怀，并进一步推动这种情绪去不断地再度体验，无形中促使人们不断将追求“形象”转化为实际占有性的循环化举动。

其次，由“形象”所诱导的对形象需求的复制欲望，造成了现实与“形象”的混同，其原理同上。“形象”的审美化策略，直接造成了“形象”的直观化与大众日常欲望满足之间的紧密联系。所以，大众传播媒介在复制“形象”的过程中，似乎没有什么必要去考虑“蓝本”与“摹本”之间的源流关系问题，其结果是，人们就在“摹本”“形象”化手段中完成了对真实的理解。再者，“形象”有时毕竟呈混同的样态，所以，“时尚”就成为集中体现“形象”的典型话语表达。作为“时尚”的事件、思想、行动、习惯和趣味等等，有时直接成为大众传播媒介产品的高附加值，大众/接受者的消费欲望的挑动是由大众传媒来引导和发布的。“时尚”到处充斥着自行生效的种种假设，所谓“美的”“好的”“快乐的”“高品位”等。潜在意义即是这种种假设的有效表达。严格说来，任何“时尚”都可以被媒介所“生成”，“时尚”的流行泛滥再明白不过地说明了这一点。此外，“形象”的形成亦与当代人的文化环境具有一致性，我们应当在这一前提下来研究当代人对生命的敏锐理解力。就此而言，影视作品在引领与传播时尚，塑造与树立形象方面一直处于领军地位。

再次，消费观念的崛起与人文精神的失落，“后工业化时代”的到来所带来的文化消费方式和新潮文化观念为中国现代化事业的进程注入了强心针和兴奋剂，超前的经济消费



和文化消费自然带动了文化观念的变革。而文化观念的变革又必然导致文化的载体形式、内容发生与传统文化的偏离，民众的审美趣味也被“消费”的趣味牵动着，以前表现为崇高形态的高度张扬，悲剧与壮美的历史性独白，群体革命的大型“宏伟叙事”和以“华彩”连缀的英雄史诗是一种极其亢奋的、狂飙突进式的崇高审美心态，是一种真诚、热烈、夸张和“万众同声”的时代的审美风尚；痛苦、艰巨、危难、严峻、动荡以及挫折、斗争、反抗、征服、战胜则成为 21 世纪审美文化的主题，此中既包括有某种乌托邦性质的革命理想主义，又有某种封建式迷狂的个人崇拜。而现在由以崇高为主形态的审美道德教化文化向审丑的、享乐的消费文化转化。长期以来，居于文化正堂的史诗、颂歌、悲剧、交响诗等悄然遁形。通俗歌曲、小品、流行音像制品、通俗小说赫然居于文化的正堂，在我国当代审美风尚史上一直隐身侧幕的滑稽、调侃、谐谑、反讽、戏仿，日渐成为审美文化的主形态或主范畴。大众消费的世俗趣味破天荒地成为中国审美文化的主导趣味。社会主义市场经济的逐渐成熟提供了审美文化发展变化的经济动因，经济的发展使相当多的人摆脱了贫困，使人们有经济能力和闲暇、情趣去追求美；经济的发展使相当多的人摆脱了笨重的劳动，使劳动本身以及劳动产品获得了审美特性，变成了某种人类“自由自觉”的活动，劳动创造了审美对象，也创造了审美主体自身。经济发展一方面改造了人的生存环境，另一方面又更新了人的观念。同时经济的快速发展又是紧紧伴随科学技术为第一生产力的观念前进的，所以当代大众审美文化的发展实际上是人类在日渐摆脱“政治中心”环境论而回归主体自身的欲望大爆发。“经济”成为欲望满足的杠杆，科技与文化市场提供了“审美文化”生长的时机与场景，为人们内心的生命需要和审美冲动提供了良好的条件，从而为当代审美文化环境的形成创造了条件。我们看到现代科技与大众传媒的大踏步发展，如电视、录像、VCD、CVD、DVD、SVCD、电脑、游戏机、手机、微博、微信、手机电影等高科技的产物，使多种多样的大众审美文化和艺术视觉化、感性化、官能化。高科技同时又提供了个性发展与审美情趣多样化的机遇，高科技作为大众传媒所具有的快速、紧张的特点使人更加注重感官愉悦的强度冲击和瞬间的效果，其电脑制作的高强度效果已经到了使人欲罢不能的地步。

最后，审美的艺术与俗常生活的同一。文化的层次是丰富的、多方面的，艺术作为审美的形式属于文化的上层。然而在现时代，由于经济条件的提高、主体感性欲求的释放与生活质量的提高，都使人们不满足于传统文化那已经约定俗成的固有文化体制，要求突破禁区，跨越藩篱。一切都以推倒障碍、满足官能的舒适为目的，结果是削平了艺术的轮廓，使艺术走向平面，走向与生活的同一。此时的艺术已经不能称其为“艺术”了，而成



了生活舒适的某种装饰、点缀，文化这一概念也成为商品的代名词，而商品已经由一个纯经济的概念，转换成了一个文化概念，一个含有文化的内容，艺术这种文化也就成了商品。此时的艺术形象脱离了原初的理想状态，它以生活化的形式来证实自身的现实价值和存在意义。因此，才出现了所谓古典美术的挂历化、古典名著的影视化、古典诗歌的白话化、古典音乐的流行化、名胜古迹的公园化、文史思政的散文化、历史名人的平民化和电影场所的生活化等现象。

可见，当代文化景观及其诸般现象无一例外地对我们惯常的审美经验提出了挑战，引发我们来做更深一步的思考。一个敏锐的、具有科学探索精神的思想者总会找到自己的语言和适当的途径去认清他所面对的一切文化现象。

我们担心的不是出现什么文化现象而导致迷惑与困扰，而是担心人们在这样的文化消费时代中失去人的理性特征，在大量人化的产品中只是极力追求动物般的生物性满足和官能的泄欲。人类创造的任何产品其实质都要说明和暗示人的社会性意义和理性价值，若是一味地沉湎于“感性”漩涡之中，于“形象”的盲目崇拜之中难以自拔，人也就失去人之存在的意义和价值。古希腊哲学家亚里士多德（Aristotle）给“人”下过一个定义：人是政治（文化）的动物。人是“动物”，但这种“动物”是人类文化“驯化”过的动物，这种动物已不复是一种造化的自然物，作为完整的人的兽性的一面也透射出文化色彩，因此人类的“饮食男女”才显现为“美食”和“爱情”的文化形态及其意韵。而作为人类文化高级阶段的审美文化更应该体现出人类理性价值意义和人类文化精神。

我们反对那种声色犬马的“文化”，它们不是人性的高扬，而是对人性的羞辱，它们不是文化，而是在“文化”庄严的袈裟下兽性的自然流露。生活中的文化如此，审美文化中的人文意义更是如此。因为经济因素的诱惑，某些“文化人”忘却自己所担负的文化使命——“以文教化”，而是在“文化”中注进反文化的毒素，使文化传播的受众也受到这种“文化”的感染。例如，有些作家和艺术家在作品中大肆追求“平面化”“本能写作”“身体写作”“另类写作”等意识或潜意识的感觉和冲动，有意无意地去消解传统审美文化的理性精神，削平人类理性文化的高度，填平价值意义的鸿沟。当下文化就呈现出这方面的苗头，应当引起我们的高度警觉。



第二节 文化概述

一、文化考源

人们有时经常将“文化”和“文明”一词混用，结果“文化”是如此不可捉摸，它看似无形却有形，貌似具象却抽象，看似单纯却复杂。可以说，“文化”从来也没有像现在这样被如此的滥用，甚至于有人怀疑“文化”是否能够作为单独的一门学科存在。

社会学宗师马林诺夫斯基（Malinowski）的看法较为被大众认可。他在《文化论》一著中说道：“‘文明’一词不妨用来专指较进展的文化中的一个特殊方面。”而较进展的文化又主要包括两大方面，即物质的和精神的（语言和社会组织又从某方面说隶属于精神方面）。不管人类社会发类型如何变换，“文化”总是要依凭于人类而存在的，也只有依凭人类才有意义，它总是要根据人类自由、自觉的创造性的活动过程及其形式结晶而表现出来。它正是通过某种物质或精神活动并借助于该种方式而得以显示自身的一种人类性气息，即社会性因素。正如德国古典美学的集大成者黑格尔（G. W. F. Hegel）在谈及“美的本质”时所感叹的那样，对于人类而言，越是耳熟能详、司空见惯的事物，人们越是把握不住它的真实意义，“美”就是如此。我们不禁想到，无论是外延还是其内涵均远远大于，“美”的“文化”又何尝不是如此呢？在这个世界上，没有别的东西比文化更难捉摸。我们不能分析它，因为它的成分无穷无尽，我们不能叙述它，因为它没有固定形状。我们用文字来范围它的意义，这正像要把空气抓在手里似的：当我们去寻找文化时，它除了不在我们手里以外，它无所不在。关于这一点，毫不奇怪，因为文化自始至终是运动的、变迁的、开放的，它从属于人类各种实践性的活动，如影随形般地与人类各种社会性实践活动紧密联系在一起。因此，“文化”的概念也只有当“人”的问题得到了说明，“文化”的意义也才能得到敞开。从历史的源头出发，可以说“文化”的发端一开始便与人类历史和文明的进化紧密地联系在一起。

“文化”的曙光最早出现在 300 万~150 万年前的早期直立人阶段，其文化标志即是出现了早期的工具制造，如砍砸器、刮削器等。“文明”时代的到来则以文字的普遍使用为标志，出现了人类阶级社会，形成了国家，并有了科学、艺术、法律等意识形态。流传在华夏大地的文化史从“北京猿人”开始，中国的文明史则应该从距今约 8000 年前，乃至 1 万年前开始写起。



在中国古代文化典籍里,“文化”一词是“文”与“化”的主谓复合结构。“文,华也”(皇侃:《论语义疏》),“华”即“花”的假借。《说文解字》中解作既“文”又“纹”,故“文”通“纹”,即泛指纹理、花纹、纹路等,后引申为文彩、文采、条文、文章、文字(这可以从早期的甲骨文、钟鼎文、篆文等的书体演化上窥见一斑)的形式外观,至于再往后就演化成为礼、乐、诗、书等“六艺”之“文”和君子布德政于天下的“王道教化”了。从此以后,“文”与“德”对应,与“质”对称。这条“文”“化”脉络较为清晰地反复出现在先秦以后中国各种文化典籍里,例证甚多,俯拾皆是。如:《尚书·序》曰“由是文籍生焉”之“文”乃指文字;《尚书·大禹谟》中“文命敷于四海”之“文”即指文德教化;《论语·学而》中“行有余力,则以学文”之“文”又是“六艺之文”;至于《论语·庸也》中“质胜文则野,文胜质则史,文质彬彬,然后君子”更是“文”与“质”的统一,是一种内有所充而形有所显的和谐之义。至于“化”,则有改变、变化、化生、造化之意,如《礼记·乐记》中“和,故百物皆化”之“化”即指化生;又如《素问》中“化不可代,时不可违”之“化”乃指“造化”。宋理学家朱熹亦说过“天地之化,往者过,来者续,无一息之停,乃道体之本然”,也明确点明了“化”之含义。

将“文”“化”二字联系起来使用的例子,最早出现于我国先秦时期《周易》的贲卦《彖传》,“观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下”,此间的“人文”已经逐渐由形式因素的纹饰浸润到社会生活人与人之间各种纵横交叉的关系网络之中,从其外在纹理表象的相似性上追寻其共性特征,进而说明其规律性。

毋庸讳言,举凡哲学、法律、道德、逻辑、艺术等各种意识形态性的学科在西方文化中一开始出现即独立存在,虽然彼此相互联系,但并没有被统辖于某一专有学科之下。而在中国传统文化中,所谓哲学、法律、道德、逻辑、艺术等各种意识形态性的学科均不约而同地要臣服于人伦的宗法关系网络之中。诸如君臣、父子、夫妻、兄弟、朋友等即构成了各种人伦序列,各色人等均可在此网络中找到自己不可移易的坐标点。因此,以“人文化成天下”之中国人“文”的精神,再自然不过地说明了就是借助于人们对人伦的依从使整个社会关系网络遵循着一条“人伦纲常”的线索去教“化”人们,约束和规范人们的行为。孔孟儒家的“文化”是“以文教化”,即以诗书礼乐、道德伦序教化世人,被尊奉为“国家哲学”以后,儒家文化即堂而皇之地成为历代圣贤明君们手中常常祭起的法宝。如汉代刘向的《说苑》中“圣人之治天下也,先文德而后武力。凡武之兴,为不服也,文化不改,然后加诛”,此之谓也。

在西方里,“文化”一词最早源于拉丁文 cultura,其包含的“文化”之意也是走了一个逐渐整合、同一的轨迹。起始,“文化”意义多样,既为耕种,亦为居住、练习、留心



或注意。然而，西方国家的文化学者们对文化与文明的认识与中国文化学者们的理解不同，虽然人类历史文明的进程是一致的。即使都是西方国家的文化学者，他们彼此之间对文化与文明的认识也不尽相同。文明是人类社会的典章制度、约定俗成的生活习惯及其关系的内在规范形式化，文化是这种社会状态的进一步改善并程式化，如艺术、科学等。也有一些社会学家认为，社会发展的必然结果就自然形成了一定的教化规范，它们可以分为文化和文明两大部分，“文化”主要着眼于对外部世界和未知领域的征服，“文明”则是在业已形成的社会团体内部起到融合、调节、推动、升华作用。文化就是人类在自身发展过程中谋求生存和发展能力的进程。另外有些人认为文化主要分为四大主干：物质文化、社会文化、语言文化和精神文化。有的学者拟出文化的普遍模式，包括几大类：语言、物质特质、艺术、科学知识、动作、家庭与社会制度、财产、政府、战争。还有些学者甚至直接就认为，所谓文化就是人类行为的形式，如生活方式、教育、工具制作、制度制定等。总之，“文化”就是一个民族及其精神的物化表现。

19 世纪以来，社会学和人类学、文化学逐渐兴起和发展，“文化”一词才被真正赋予其现代所公认的含义。英国著名的人类学家爱德华·泰勒（Edward Teller）在其出版的《原始文化》一书中，率先把“文化”作为中心概念拿出来细加分析与探讨。他说：“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。”由泰勒的这一定义可以看出，他基本上是把“文化”和“文明”这两个紧密相连而又不同的概念视为同一的原发性概念。也正是由于其定义的历史性混乱和逻辑的暧昧，他后来又试图给文化重新下一定义。从泰勒先后给“文化”下的两个定义来看，一个是把文化当作一个复杂的总体，它既包括一般意义上普泛的知识，又囊括了上层建筑和意识形态的艺术、法律、风俗以及其他社会现象；另一个定义是把文化当作一个复杂的总体，包括知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及人类在社会里所获得的一切能力与习惯。其后有很多社会学家、人类学家、民族和民俗学家、文化心理学家们又分别从现象描述、社会反推、价值认定、结构分析、行为取义、历史根源、主体立意以及意识解读等不同角度来把握“文化”的具体内涵，试图给“文化”下定义。

从目前所有关于文化的定义来看，虽然各有侧重，彼此歧义甚多，但有一点是共同的。那就是：文化作为与人紧密相连的“人学”特征而具有同“自然”相对应的“人化”性。马克思（Karl Heinrich Marx）在《关于费尔巴哈的提纲》一文更是从人类活动的本体意义上给我们以启发，他在文中说道：“从前的一切唯物主义——包括费尔巴哈的唯物主义——的主要缺点是：对事物、现实、感性，只是从客体的或者直观的形式去理解，而