

人本认识论视野下大禹文化的数字化转型

魏国彬 杨 剑

(安徽财经大学艺术学院,安徽蚌埠 233032)

摘 要:进入新时代,新质生产力的发展使大禹文化面临新的机遇和挑战。三个世界的人本主义文化认识论为推进大禹文化创造性转化、创新性发展提供了一条推陈出新的数字创意思路。推进大禹文化创造性转化、创新性发展,可以着眼于文化系统,立足于人本主义文化认识论,用数字媒介符号表征大禹文化物质空间世界的物象、行为空间世界的景象和观念空间世界的意象,创新大禹神话传说的文化重构模型,以跨界转换、意象溯源、技术更新和超验认知的数字创意思维创新大禹文化的数字传播。

关键词:大禹文化;文化空间;符号表征;影像世界;数字创意

中图分类号:J9 **文献标识码:**A

2023 年文化传承发展座谈会召开以来,中华传承问题就成为学术界关注的热点,赓续中华文脉,推进中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发展,就成为学术界义不容辞的历史责任。^[1]但是,在如何落实这个历史责任上,当今世界正面临新时代信息社会数字技术革命的机遇与挑战。习近平总书记曾经指出,“大禹文化是中华优秀传统文化的重要组成部分,大禹故事家喻户晓,大禹精神要世代传承弘扬。”^[1]为此,本文将立足于以人为中心的文化系统哲学,运用文化空间存在三个世界的人本主义文化认识论(后文简称人本认识论)阐释大禹文化的数字化转型发展问题,以期为国家文化数字化战略提供一个推进中华优秀传统文化“创造性转化、创新性发展”的数字化思路。^[2]

一、大禹文化的逻辑结构

文化是自然界的人化。无论是认识自然界也好,还是认识人自身也好,聚焦文化的研究思维都不能脱离人自身,都必须坚持以人为中心的认识论原则,都必须立足于人自身来阐释人类文化。这是马克思主义自然辩证法的要求:“自然科学和哲学一样,直到今天还完全忽视人的活动对人的思维的影响;它们在一方面只知道自然界,在另一方面又只知道思想。但是,人的思维的最本质和最切近的基础,正是人所引起的自然界的变化,而不仅仅是自然界本身……人的智力就在怎样的程度上发展起来。”^[3]所以,坚持以人为中心的认识论原则理解把握大禹文化的结构层次,就要求必须坚持科学唯物主义的自然辩证法,深入剖析大禹文化世界的系统

基金项目:教育部学位与研究生教育发展研究中心中华传承主题案例项目“数字创意赋能大禹文化传承”(ZT-231037802);蚌埠市智库建设重点项目“打造大禹文化品牌,加快建设繁荣兴盛的高品质文旅强市研究”(ZK25B005);安徽省质量工程专业服务安徽省十大新兴产业项目“艺术专业服务安徽省数字创意产业”(2022sdxx001)

作者简介:魏国彬(1974—),湖南安乡人,博士,安徽财经大学艺术学院教授,蚌埠工商学院人文与艺术学院院长(兼职),主要研究方向:艺术学理论、数字创意、大禹文化;杨剑(1986—),湖北武汉人,博士研究生,安徽财经大学艺术学院副教授,主要研究方向:艺术乡建、数字创意、环境设计。

结构。

(一) 文化构造主义的系统世界

探讨大禹文化的创造性转化、创新性发展,首先需要深入探究文化的本质。关于文化的定义,中西方众多学派及文化学者提出了各自的见解,总计多达数百种。从以人类为中心的认识论视角出发,文化可被理解为“人类价值观念在社会实践中的具体化,是人类创造的文化价值,通过符号这一媒介在传播过程中的实现,这一实现过程既包括外在文化产品的创造,也涵盖人类心智的塑造。”^[4]此定义揭示了文化的构成要素,包括人类价值观念、社会实践、符号、传播、文化产品、心智等,其运作机制为具体化,核心在于文化价值,而实现途径则为符号传播。然而,该定义并未充分阐释人与自然界之间的关系,而是集中于“人化”现象。从劳动哲学的主体与客体关系来看,人是社会实践的主体,自然界则是社会实践的客体,社会实践作为人与自然界相互作用的机制,是人类将自己转化为认识客体的手段。因此,从以人为中心的认识论视角来看,哲学宏观层面的文化要素应包括自然界、人类自身及社会实践,自然界、人类及其社会劳动共同构成了文化的全貌。我思故我在。人本主义认为,以人为中心,就是以人为尺度来审美,以人的眼睛观察自然界和社会,以人观察自然界和社会所处的立足点思考分析客观世界。同样道理,坚持人本主义立场来认识文化,就是人本认识论。在西方文化结构主义学派的影响下,中国学者将这种以人为中心的文化哲学中国化,提炼为“文化构造理论”。该理论将文化系统的结构从外至内划分为三个层次,即最外层的物质文化、中间层的行为文化和最内层的观念文化;文化是由物质文化、行为文化和观念文化构成的系统,呈现出一种由外而内的递进式结构,具有层次性。^[5]由此可见,在以人为本的文化结构主义视野下,文化系统分为物质世界、行为世界和观念世界,这三个世界就构成了文化系统的内在空间结构。

(二) 精神世界外在的媒介形态

客观知识理论的三个世界是由著名哲学家卡尔·波普尔提出的。客观知识理论主要探讨了科学知

识的产生和发展问题。波普尔认为,现实世界存在三个相互独立但又相互作用的世界。第一个世界是物理世界,即人类所处的物质世界,包括自然界的各种物体和现象;第二个世界是精神世界,指的是人类的意识、思想、情感等主观体验;第三个世界则是客观知识世界,是精神世界以媒介存在的外在形态,包括科学理论、文学作品、艺术创作等各种人类创造的文化和知识成果。波普尔强调,现实世界的这三个世界虽然各自独立,但它们之间存在着复杂的相互作用。物理世界对精神世界有着直接的影响,例如,刮风下雨等自然环境的变化会影响人对特定对象的情感和认知。精神世界是人类的主观活动,能够创造出各种文化和知识,进而影响客观存在的知识世界。客观存在的知识世界反过来又会对物理世界和精神世界产生影响。^[6]俗语常说的“知识改变命运”和“理论指导实践”就是知识世界改变自然环境和人类生活方式的体现。波普尔的三个世界理论为人们提供了一个全新的视角来理解人类社会和自然界的关系,有助于人们更好地认识到知识和文化在文化系统中的客观性,同时也能够更深入地探讨外在的物质世界、内在的精神世界和外在的客观知识世界之间的复杂互动关系。基于客观知识理论,文化世界是由物质世界、精神世界和客观知识世界构成的文化系统。从人本认识论来看,文化系统的物质世界是独立于人之外的文化世界,是不因人的意志而转移的客观世界和社会;文化系统的精神世界是内在于人类大脑的文化世界,是摸不着看不见的意识世界;文化系统的客观知识世界是独立于人之外的精神世界,这种精神世界是对内在于大脑的意识世界的客观反映,是媒介记载的大脑的意识世界。正是由于文化系统精神世界的不可观察性及内隐意识和外在媒介相统一的对应性特征,所以,我们就可以通过媒介形态的客观知识认知意识形态的精神世界。这样,客观知识在人本认识论上就取得了与文化系统的物质世界同等的地位。

(三) 以人体为分类标准的艺术世界

易中天在《艺术人类学》这本艺术哲学著作中建构了一个原始艺术系统的三个世界,即以物质文

化为核心的环境世界、以行为文化为核心的人体世界和以观念文化为核心的心象世界。易中天认为,艺术世界是以人为中心的艺术可视化,是通过艺术可视化的情感传达来自我确证人之为人的客观认知意识。这种情感传达的艺术可视化有两种途径,一是在内在的心理动机上获得自我确证感,二是在外在的可视化标志上获得自我确证感。因此,原始艺术在本质上就是通过情感传达实现人的确证。人的自我确证感是通过外在的艺术可视化标志来反映的,这就是原始的人体艺术。在头上插上羽毛,在赤裸的身体上穿上衣服,或者是张口大声有节奏的呼喊歌唱,这些行为动物都无法实现,因而这些人体艺术的可视化标志物或行为就能够确证人之为。在原始艺术的自我确证中,人体艺术是从外部世界到内心世界的中介,所以,易中天把人体以外的艺术世界看作是环境艺术,以人体本身为载体的艺术世界看作是人体艺术,以语言符号为载体的艺术世界看作是心象艺术。“从环境艺术到人体艺术再到心象艺术,也就是从自然到人体再到心灵,其总体精神是从物质到精神、从客体到主体、从外部世界到内心世界,这不仅是艺术发展的逻辑,也是人类社会发展的逻辑,与人从自然向人生成的历程正相一致。”^[7]易中天建构的这种艺术世界体现了原始艺术与文化结构、社会意识的一致对应性,是一个从外部物质世界到人体行为世界再到人体观念世界的艺术系统。它以人体为分类依据,将艺术世界划分为客观世界、行为世界和主观世界三个部分,物质文化存在于客观世界,行为文化或制度文化存在于行为世界,观念文化或精神文化存在于主观世界。基于相同的结构逻辑,工艺、建筑、雕塑等环境艺术存在于客观世界,属于物质艺术层;人体装饰、舞蹈、哑剧等人体艺术存在于行为世界,属于行为艺术层;绘画、音乐、诗歌等心象艺术存在于主观世界,属于观念艺术层。从文化系统的整体结构来看,艺术是由客观世界的自然物质、行为世界的人体动作和观念世界的心灵意象构成的统一体。^[8]

(四)人本认识的文化空间结构

人是文化的核心。从人与文化的关系角度审视

文化世界的内在结构,我们就会发现,“所谓文化系统,就是人类的活动(劳动实践)方式以及由人类的活动所创造的全部产物的系统。”^[9]这个系统由物质文化、制度(行为)文化和精神(观念)文化构成。人本认识论就是以人为立足点来认识文化系统的 worldview。文化构造主义理论、客观知识理论和艺术人类学的自我确证理论不仅在认识论的立足点上观点相同,而且三个世界的内涵也大致相同,因此都可以看作是人本认识论。不过,这三个人本认识论在阐释的侧重点上则有所不同。文化构造主义是把文化作为一个整体看待,然后在这个整体的基础之上再来解剖内在结构,将文化的内部空间结构区分为三个世界。客观知识理论首先把文化看作是外在的思想或观念世界,其次在这个外在的思想或观念实体的基础之上探究客观知识的发生发展机制。艺术人类学则是把原始艺术的所有类别看作是一个系统,然后以人体为标准分析原始艺术的历史演进规律和艺术分类特征。正如爱德华·W·索亚所建构的空间理论一样,他将空间分为物质空间、社会空间和心理空间,认为人是空间的统一体,心理空间的身份认同主导人的身份认同。^[10]人本认识论的思维路径基本上遵循索亚的空间理论规则,首先解剖文化世界的内在空间结构,析分为物质空间的物质世界、社会空间的行为世界和心理空间的观念世界;其次阐释客观知识对应的三个世界,即第一世界对应于物质空间世界、第二世界对应于心理观念世界,第三世界对应于媒介观念世界;最后以人体为标准将客观知识(主要是艺术)划分为三个世界,即对应于物质空间世界的环境艺术、社会空间世界的人体艺术和心理空间世界的意象艺术。人本认识论的这种空间世界观对于把握大禹文化的三个世界如何实现数字化转型发展具有特殊的启示价值,也为分析大禹文化创造性转化、创新性发展的数字创意指明了思考方向。

二、大禹文化的影像世界

从客观知识理论来看,大禹文化可以分为物质世界、精神世界和知识世界。媒介理论家麦克卢汉曾经指出,媒介就是讯息。作为文化的载体,媒介自

然也是文化世界的讯息表征。在麦克卢汉看来,文化世界就是媒介世界;媒介不同,媒介呈现的讯息表征就不同。^[11]基于这种媒介决定论,大禹文化的三个空间世界就是由不同媒介表征的文化世界。在当今时代,媒介表征的文化世界主要呈现为影像世界,抖音、快手、B 站等短视频影像不仅成为大众文化消费的主要对象,也是媒介表征数字化的必然趋势。^[12]因此,本文将立足媒介表征的影像世界,运用人本认识论来阐释大禹文化数字化转型的理论逻辑,探寻跨媒介表达的转换机制。

(一) 虚拟仿真世界的数字影像

数字影像是媒介科技与时俱进的影像世界。传播史揭示,人类传播的媒介最早可能是发声或做手势,靠身体表情来传递信息,这是原始社会早期口头表达时代的传播特征;随后是就地利用石头、骨头、芭蕉叶、竹木片、羊皮等空间性媒介来交流思想,这是原始社会晚期文字表达时代的传播特征;后来,人类再创造出青铜器、纸张等原本客观世界不存在的媒介介质,借助器皿、竹简、册页等媒介表达观念,这是奴隶社会和封建社会时期文字表达时代的传播特征。随着电子的发现,电子媒介开始进入人类传播领域,电影、电视、电脑等综合性传播媒介逐步出现,人类开始借助电子信息远距离传递影像,这是近代社会电子信息时代的传播特征。现在,数字技术革命席卷全球,全息投影技术、虚拟全景技术、3D 建模技术、人工智能技术等先进科技为人类传播提供了更为可视化的影像媒介,文化消费场景开始进入影像体验时代,全景图像开始成为影像世界的符号表征,借助数字技术进行沉浸式体验,这是当代社会图像视觉时代的传播特征。在传播媒介的介质上,电子依然是技术基础,但是在传播媒介的符号表征上,以图片、图画为主要符号特征的静态图像和以影视画面为主要符号特征的动态影像已经变成了传统的数字影像,以虚拟仿真场景和虚拟仿真实景为主要符号表征的交互影像则成为数字影像的创新趋势,沉浸式体验创造的数字影像也正在成为文化消费场景的新潮流。特别是网络直播、智慧地图、沉浸式电影、AI 影像等数字媒介新形态,融动态影像、沉

浸式体验和主客交互为一体,不仅是数字技术目前最为突出的创新形态,也是数字媒介场景消费最受青年群体接受青睐的数字业态。^[13]当前,大禹文化仍然还依靠传统的传播媒介来传播,这显然已经落伍数字信息时代的发展潮流。推进大禹文化创造性转化、创新性发展,沉浸式、交互性的数字影像应该成为大禹文化数字传播的首选对象。

(二) 数字影像世界的符号表征

推进大禹文化创造性转化、创新性发展,应该高度重视大禹文化的数字影像问题。数字影像是媒介符号内容表征的影像世界。数字影像分为媒介介质和媒介符号。媒介介质是数字影像的物质载体,媒介符号是数字影像的表征符号。媒介介质与人的精神世界没有关系,其功能主要是记录、存储、传输和转换信息,发挥数字影像客观存在的物化作用。媒介符号则反映人的精神、意识和观念,是文化世界的内容载体,发挥数字影像意义呈现的转换作用。媒介符号呈现的数字影像就是媒介表征的影像世界。媒介符号表征的影像世界是数字传播的落脚点,创作者策划、拍摄与制作它,媒介机构生产、交易、传播它,受众接受、购买、消费它。因此,影像世界的符号内容就成为数字传播需要高度关注的对象。数字影像是媒介符号间接表征的影像世界。根据客观知识理论,影像世界是外在物化的精神世界或观念世界,是在二次传播当中反映的现实世界。按照文化构造主义理论,影像世界也是由物质世界、行为世界和观念世界构成。但是,此物质世界已非彼物质世界,是媒介和符号表征的两种不同的世界形态:现实世界的物质世界是物质媒介直接表征的实物形态,影像世界的物质世界是数字媒介借助符号间接表征的物象形态;现实世界的行为世界是以人体为媒介直接表征的行为的文化形态,影像世界的行为世界是数字媒介借助符号间接表征的行为文化的影像形态;现实世界的观念世界是语言文字符号直接表征的观念的文化形态,影像世界的观念世界是数字媒介借助符号间接表征的观念文化的影像形态,即影像媒介形态的客观知识。对于客观知识而言,影像世界不仅是物象的物象,也是观念的观念,还是符号的符

号。^[14]总之,数字影像是现实世界的物质、行为和观念以电子媒介和影像符号为媒介间接表征的影像世界。分析影像世界,把握影像世界的媒介特征和符号特征,理解清楚影像世界的这两种审美特征和现实世界文化形态之间的逻辑对应关系,这是推进大禹文化数字化转化的逻辑理路。

(三) 影像世界的文化表征符号

影像世界是可视化呈现现实世界文化形态的表征符号。现实世界文化形态的表征媒介是不同的。物质世界以实物性的物质媒介而存在,进入意识后形成物体的表征形象,称为物象。物象是空间媒介呈现的空间性。行为世界以人体为物质媒介,以人体行为的持续动作和语言的持续发声而存在,进入意识后形成人物的表征形象,称为景象。景象是时间媒介呈现的时间性。观念世界是以心理图式或心理印象的形式存在于人的大脑或心灵,称为意象。意象是符号媒介呈现的符号性。文化的物质世界和行为世界可以具有空间感的物象和景象直接可视化呈现于影像世界,文化的观念世界则必须转化成为以语言、文字、图像等符号来表征具有空间感的物象和景象,才能够可视化呈现于影像世界。影像是数字媒介呈现的综合性。影像世界能够借助物象、景象和意象可视化表征反映现实世界文化形态的内在结构。客观知识理论指出,物质世界作用于大脑神经,形成意识。大脑意识必须要表达出来,以语言文字符号等媒介予以物化记录,这样才能形成客观知识。在现实世界,物质世界和行为世界是可视化的文化世界,影像可以直接表征物象和景象;而观念世界是不能可视化的,必须借助讲话、访谈等景象来直接表征,或是借助记载有观念世界的媒介这种物象来间接表征。观念世界是怎样的,人们是怎样看待现实世界的,影像没有办法直接揭示出来,但是,观念世界在历史上已经形成独立于人类大脑的意象文本,这就是客观知识。客观知识是已经脱离人的大脑而独立存在的意象世界。^[15]虽然说意象可视化呈现于影像世界要比物象和景象难得多,但是,这并非不可克服。由于观念世界的意象是对现实世界的反映,因此,将观念世界与现实世界对应,根据意象寻找到现实世界的物象和景象,然

后将以语言文字符号初次传播的意象转换成现实世界的物象或景象,或者是直接二次传播观念世界的意象文本,实现观念世界的意象还原,意象可视化的问题就可以得到解决。

(四) 大禹文化的影像符号世界

影像世界能够可视化表现大禹文化的三个空间世界。影像世界是对现实世界文化形态的三个空间世界的符号表征。在影像文本的视觉内容上,影像世界的内在结构可以分为三个层次,即直接层、间接层和媒介层。直接层是直接表征现实空间世界的物象和景象,间接层是间接表征现实空间世界的意象,媒介层是由直接层和间接层所构成的观众所接受的媒介终端影像。在现实空间世界,大禹文化资源可以根据影像世界的符号表征特征,按照艺术系统的三个空间世界进行资源分类。大禹文化资源分为物质文化资源、行为文化资源和观念文化资源。^[16]在物质文化资源上,大禹文化资源有涂山、天河、淮河、禹会村遗址、禹王宫、祭台、防风冢、小涂山、劈山导淮遗址、涂山石榴、淮河醉蟹、泥娃娃、耒耜、开山斧、锁龙井、银杏树、九鼎等,这些突出淮河流域地方文化特征的物质文化资源不仅仅直接停留于环境艺术阶段,还要以物象的视觉形式可视化呈现于影像世界。在行为文化资源上,大禹文化资源有被列入省级非遗保护项目的涂山禹王庙会、作为涂山禹王庙会核心活动的民祭仪式及体现送子祈福内涵的抱泥娃娃民俗等。这些只有在特定民俗场景和文化空间当中才能存在的行为文化资源除了要活态化行为展现之外,还要在影像世界以景象的形式可视化呈现给受众。在赅续中华文脉的观念文化资源上,大禹文化资源有作为中华民族共同体意识心理原型的大禹精神和被列入省级非遗保护项目的大禹民间神话传说“涂山大禹传说”。这些观念文化资源既要重视符号表征的文字文本,还要重视在影像世界以意象文本的物象形式或是转换成现实世界的物象和景象形式予以数字媒介的可视化呈现。总之,数字传播借助数字技术和数字媒介,可以具体形象的物象表现大禹物质文化资源,以运动可感的景象表现大禹行为文化资源,以丰富文化内涵的意象文本表现

大禹观念文化资源,以超验性全景图像的影像表现大禹文化的三个空间世界。

三、大禹文化的数字化传播与转换

从大禹文化三个空间世界的资源特征来看,大禹物质文化资源和大禹行为文化资源因大禹民间神话传说而有文化内涵,因大禹民间神话传说而产生文化价值,因此,大禹民间神话传说是大禹文化最有价值的遗产资源,更是大禹文化数字创意的落脚点。根据人本认识论,创新推进大禹文化的数字化转型发展,关键是要科学把握数字影像媒介的符号表征逻辑,以跨界转换、意象溯源、技术更新和超验认知的数字创意思维创新大禹文化的数字传播,建构大禹文化的新质生产力。

(一)从现实世界向影像世界的数字化跨界转换

人本认识论是基于空间理论基础之上的文化系统论。这也就告诉我们,影像世界的大禹文化重构本质上是一种空间世界的跨界转换,是从物质现实空间的文化世界向心理观念空间的影像世界实现数字化跨界的艺术创作。跨界转换创新是大禹文化从现实世界向影像世界的数字创意逻辑。根据大禹文化的三个世界,跨界转换创新有三个路径,分别是物质世界的物体影像化、行为世界的空间影像化和观念世界的知识影像化。物体影像化就是要摒弃传统语言文字符号表征大禹文化世界的现实物象方式,用动态感强的数字影像符号表征物质世界地理空间当中的实物形象,以具有超验视觉认知效应的影像可视化呈现已经成为空间文化遗产的物象。例如,邀请现场参观禹王宫改成线上观看影视纪录片《禹王宫》,这就是物质世界的跨界转换创新。空间影像化就是要摒弃以文化空间的人体直接表现作为大禹文化遗产的艺术行为和民俗仪式,而是以空间层次感强的数字影像符号表现文化空间中的人体行为和民俗艺术,以具有空间超验场景全景效应的影像可视化呈现文化空间中的人体行为和民俗景象。例如,组织涂山禹王庙会改成拍摄制作影视纪录片《涂山禹王庙会》,这就是社会行为世界的跨界转换创新。知识影像化就是摒弃以

传统语言文字直接传播大禹文化遗产既存的客观知识方式,而是以虚拟仿真复原重建的数字影像符号表现大禹文化意象文本当中的观念世界,以具有心理空间超验逻辑思维效应的知识影像可视化呈现日常生活难以视觉认知的心理原型和内在意象。例如,用文字符号来表述大禹精神改成用影视专题片《大禹精神》来可视化呈现大禹精神,这就是心理观念世界的跨界转换创新。总之,跨界转换的创新路径就是借助数字影像媒介的符号表征把大禹文化难以视觉认知的物象、景象和意象等非视觉形态变成可视化的空间影像世界。

(二)从现实世界寻找意象世界根源的数字意象溯源

大禹文化因民间神话传说而更具有现实的空间可触感,这是因为远古的历史事件已经湮灭,在历史文献的模糊记载中变得虚幻缥缈,难以触摸,只有民间神话传说在地理空间上还在指明方位,提供文化遗迹和生活民俗。作为大禹文化非可视化的意象文本,大禹民间神话传说不仅体现积淀在社会意识心理底层的原型意象,而且还依据特定地域的地方风物和生活民俗塑造大禹文化的意象世界,传递着作为中华文脉的中华民族共同体意识。正是因为大禹民间神话传说具有空间叙事的意象特征,所以,大禹文化的观念世界才有意象溯源的可能性。^[17]把大禹民间神话传说创造性转化为可视化的影像世界,其根本途径就是依据大禹民间神话传说所提到的地方风物和生活民俗,到现实世界去寻找相对应的物象和景象,然后用影像符号表征这些不可移动的物象和景象,从而达到揭示大禹文化意象文本的目的。例如,拍摄民间神话传说《劈山导淮》,就要到《劈山导淮》的故事流传地寻找到劈山导淮的遗址,看看“山”是指哪一座山,“淮”是指哪一条河,“劈”是怎样劈开的,当地人是怎样看待这样一件事情的。把“山”和“淮”的现实物象用可视化的数字影像记录下来,把劈山的现场景象虚拟仿真复原重建出来,把当地人言说的历史文化记忆意象记录下来,然后再把溯源得来的这些可视化的数字影像素材剪辑制作成一个有机的影像世界,这就是民间神话传说《劈

山导淮》的意象溯源。这个案例揭示,影像世界能够可视化呈现大禹文化的观念世界,关键是作为大禹神话传说原型意象在现实世界的具体形象(物象和景象)溯源。意象溯源的路径是从民间神话传说意象文本出发,回到大禹文化现实世界寻找原型意象的根源,寻找到与意象对应或相关的物象和景象,再将这些现实世界的物象和景象创构成具有视觉认知超验效应的影像世界。

(三)用新兴媒介替代传统媒介的数字化技术更新

传播模式理论告诉我们,传播是一个由传播者、传播内容、传播媒介、传播受众和传播效果组成的信息运行系统。其中,作为心理空间的观念世界和对应于媒介世界的客观知识,传播内容附载于物质传播媒介之上。而作为文化的记录介质,传播媒介体现的是彰显物质生产力进步的技术。特别是进入电子媒介时代后,传播媒介与数字技术的一体性就更为突出。比如说,文字媒介依赖的是记录呈现书写痕迹的造纸技术,图像媒介依赖的是定格记录精彩瞬间的摄影技术,影像媒介依赖的是能够创造视听特效的影视技术,网络媒介依赖的是多文本链接集成的网络技术,全景媒介依赖的是沉浸式实景交互的虚拟全景技术。使用的媒介技术不同,那么传播媒介的形态也就不同。同样道理,用先进的数字技术替代传统的媒介技术,那么传统媒介形态也就会被新兴媒介形态所替代。现在,影像世界已经进入交互沉浸式的新兴媒体时代,数字电影、卫星电视、交互网站等曾经颇为新潮的新兴媒体都变得过时了,交互视频、沉浸式影院、全景数字地图、融媒体大屏、全息数字人等数字媒体才算得上紧跟数字技术发展步伐的新兴媒体,与之相对应的视频交互、虚拟现实、虚拟全景、多源信息融合、全息投影等数字技术已经成为数字影像时代先进的主流科技。^[18]从数字传播的角度推进数字影像媒介的更新换代,用符合当前主流受众喜好的新兴媒体替代不符合主流受众口味的传统媒体,就是技术替代创新。例如,用比较传统的摄影技术拍摄制作影视纪录片《劈山导淮》,用习以为常的影视媒体数字传播大禹文化,改

成用交互沉浸式的虚拟全景技术拍摄制作能够可视化全景呈现大禹文旅景点景区的禹迹全景智慧地图,用具有超验认知心理特征的全景媒体替代遵守日常生活视觉认知规律的影视媒体传播大禹文化,就是数字影像的技术替代更新。

(四)用全景思维替代影像思维的数字化超验认知

创构影像世界的传统思维是影像思维,这种思维的视觉特征是按照日常生活的视觉思维模式认知现实世界,建构符合日常生活习惯与视觉认知规律的影像画面。遵循这种视觉认知思维规律所建构的影像世界中中规中矩,很难对影像接受者产生强烈的视觉冲击力;在认知心理效应上也会四平八稳,难以产生心灵震撼。特别是在反映浩瀚无垠的宇宙、深远浩渺的天空、一望无涯的海洋等这样的宏大场景时,如果遵循日常生活的视觉规律来建构对应这些宏大场景的影像,那么正常的影视拍摄制作方法是难以反映出它们与其他场景迥然不同的视觉审美特征的。但是,如果我们运用全景思维建构其宏大场景,提升影视拍摄立足点的太空站位,突出太空俯视的视觉语言,那么,我们建构出的影像世界必然就会超出日常生活的视觉规律,具有陌生化和震惊度的超验认知心理效应。影视摄影机的常规镜头思维是平视、侧视和仰视,太空俯视的镜头由于摄影技术的限制而超出人力范围,超出日常经验,因而一般很难实现。现在,随着无人摄影机遥感技术的深入发展,无人拍摄技术已经突破影视技术的制约,能够实现非人力所能达到的高空拍摄,能够获得具有太空俯视视觉认知效果的全景化场景。这种有纵深感的全景化场景能够给人带来视觉心理上的超验认知效果,使人产生强烈的视觉冲击力和震撼力。当然,除了无人航拍技术能够支持全景思维建构宏大场景的数字影像之外,现实虚拟仿真技术也能够支撑突显纵深场景和超验认知的全景思维。如果我们细细品味今年春节期间上映的《哪吒 2 魔童闹海》,理解浩瀚大海的动画场景,那么,我们对影像世界虚拟仿真重构的认知就会更为深刻和透彻。虽然我们不能完全替代影像思维,但是,我们能够尽最大可能使用无

人航拍技术和虚拟仿真重建技术,拍摄制作出更多具有超验认知心理效应的全景化场景。用全景思维替代影像思维,更多使用无人航拍和虚拟仿真技术,拍摄制作具有超验认知效果的数字影像,这是超验场景数字化创意的应有思维。

四、结语

进入新时代,新质生产力使大禹文化面临新的机遇和挑战,无人航拍、虚拟仿真、虚拟全景、三维建模、交互视频等数字技术正在深刻影响着影像世界的数字业态。三个空间世界的人本认识论为推进大禹文化的数字化转型发展提供了一条推陈出新的数字创意思路。推进大禹文化的数字化转型发展,可以着眼于文化系统,立足于人本认识论,用数字媒介符号表征大禹文化物质空间世界的物象、行为空间世界的景象和观念空间世界的意象,创构大禹神话传说的文化重构模型,以跨界转换、意象溯源、技术更新和超验认知的数字创意思维创新大禹文化的数字影像传播。

注释:

(1)2005年5月17日,习近平总书记在任浙江省委书记赴绍兴调研文化工作时提出这一要求。参见2024年6月2日中国先秦学会等发布的《大禹文化蚌埠共识》。

参考文献:

[1] 张晓松,林晖,杜尚泽,张贺.赓续历史文脉,谱写当代华章——习近平总书记考察中国国家版本馆和中国历史研究院并出席文化遗产发展座谈会纪实[N].人民日报,2023-06-04(01).

[2] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[N].人民日报,2022-10-17(01).

[3] 马克思恩格斯选集(第三卷)[M].北京:人民出版社,1972:551.

[4] 冯天瑜,何晓明,周积明.中华文化史(第3版)[M].上海:上海人民出版社,2010:12.

[5] 赵仲牧.一种文化构造理论及其研究方法

的模型[C].载张文勋主编.民族文化学论集[M].昆明:云南大学出版社,1993:27-56.

[6][英]波普尔.客观知识——一个进化论的研究[M].舒炜光,卓如飞,周柏桥等译.上海:上海译文出版社,2001:78.

[7] 易中天.艺术人类学[M].上海:上海文艺出版社,2001:260-261.

[8] 魏国彬.德昂族艺术的文化阐释——以保山市潞江坝白寨为例[M].昆明:云南大学出版社,2014:56-57.

[9] 周洪宇,俞怀宁,程继松.文化系统论纲——文化学系列研究之二[J].华中师范大学学报(哲学社会科学版),1988,(6):4-11.

[10] 尹保红.西方马克思主义空间理论建构及其当代价值[M].北京:光明日报出版社,2016:101-108.

[11] 胡潇.麦克卢汉媒介哲学解析[J].广州大学学报(社会科学版),2009,(6):14-18.

[12] 何杰.短视频:红利期结束后的走向和思考[J].中国广播电视学刊,2022,(9):41-45.

[13] 杨雅,林苗,丁汉青.情感的狂欢:网络直播受众的信息加工机制和行为分析——感知有用性的中介和情感效价的调节作用[J].当代传播,2023,(3):86-91.

[14] 王启立,刘子飞.商品、符号与媒介:鲍德里亚《消费社会》中异化理论的二重转换[J].长春理工大学学报(社会科学版),2024,(4):55-60.

[15] 周文杰.元宇宙、世界3与图书馆的明天[J].中国图书馆学报,2022,(6):27-39.

[16] 魏国彬.珠光闪烁,传承大禹精神[M].芜湖:安徽师范大学出版社,2024:5.

[17] 罗秋洪,杨筑慧.稻作神话的空间叙事与族群互动——以西南民族为例[J].广西民族研究,2022,(6):111-119.

[18] 王婷.后电影时代的数字影像本体:泛媒介电影、“无中生有”与数字真实[J].当代电影,2023,(6):49-56.

(责任编辑 陆晓宇)