

# 《觀看的方式》

## 图书基本信息

书名：《觀看的方式》

13位ISBN编号：9789867252791

10位ISBN编号：9867252799

出版时间：2005年10月04日

出版社：麥田

作者：John Berger

页数：200頁

译者：吳莉君

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《觀看的方式》

## 內容概要

觀看先於言語。孩童先會觀看和辨識，接著才會說話。不過觀看先於言語還有另一種意涵。藉由觀看，我們確定自己置身於周遭世界當中；我們用言語解釋這個世界，但言語永遠無法還原這個事實：世界包圍著我們。我們看到的世界與我們知道的世界，兩者間的關係從未確定。男人行動，女人表現。男人注視女人。女人看自己被男人注視。赤裸顯露自身。裸體用於展示。裸體的詛咒是永遠無法赤裸。裸體是一種衣著形式。

約翰·伯格《觀看的方式》強調「形式」和「論點」兩者同樣重要，試圖引發讀者質疑與探究我們是如何觀看繪畫……這無疑將改變讀者觀看圖像的方式。全書雖以章次為名，但讀者可以隨自己喜好以任何順序閱讀。其中四章由文字和圖像構成，另外三章則只有圖像。由圖像構成的章節，主題分別為觀看女體的方式，以及油畫傳統中的各種矛盾面向，雖然沒有文字，但它們企圖提出的問題並不下於有文字的篇章。在這些圖像篇章裡，作者有時不提供任何相關資料，因為擔心這類資訊可能會分散讀者的注意力，干擾圖像正在傳述的意旨。

本書初版於1972年，以BBC的同名電視影片為基礎加以延伸，是所有談論藝術的書籍中，最發人深省也最具影響力的作品之一，直到今日，其啟發讀者如何觀看藝術作品的入門地位依然不變。

約翰·伯格擊中了專業藝評家的神祕化要害……他是影像的解放者：一旦我們讓畫作直接影響我們，我們就能以更好的位置做出有意義的評斷。

- - Peter Fuller, Art Review

這本書的影響力十分驚人，它開啟了我們的視野，帶我們進入如今已成為老生常談的文化研究的普遍關注領域。

- - Geoff Dyer, Ways of Telling

# 《觀看的方式》

作者簡介

## 《觀看的方式》

### 精彩短評

- 1、在看与被看的关系中，男人是行动者，女人是被观察物。
- 2、犀利好事，伙呆啊
- 3、081002-081007  
濬林的書。有點村上隆的理論，也是另一種看待藝術的方式。
- 4、十分精彩
- 5、世界在你眼前，你看到的只是你的內心
- 6、其實作為通俗讀物，這本小小的書本內含的知識比我想像中更大。書本從油畫年代寫到現代廣告設計，作者更重視的是藝術品背後的事物而非畫像，一如書名，提供了我們不同的方式觀看藝術，像是第一章對the work of art的簡淺複述、女性與裸體、金錢權力與畫的關係等等，雖然不是新的角度，但作為大眾讀物已是合格有餘。
- 7、我們的知識和信仰影響我們觀看事物的方式
- 8、复制品；裸体；油画；广告。
- 9、买下了！——有女性主义的，有批判理论的……总之都是反思现代性的。还不错~
- 10、冲着第三章去看的。其中审视者与被审视者、赤裸与裸体的概念相当令人震撼！
- 11、好看的很，尤其是第一和最后一章
- 12、女性將自己對象化，赤裸作為一種展示...JB的立場其實是不對立女性主義的。他強調裸體畫之所以奉承男性是「西方文化中的藝術審視眼光」下的產物；而東方的裸畫或畫家以愛人的目光作的畫便不那麼物化女性也不為觀眾服務。看起來比較像一個對西方性別社會角色的文化分析，而且特別是對人物化女人這一個議題上，不論觀者是男是女（物化自己），他的譴責都是一樣尖銳的。
- 13、視覺文化研究的酣暢淋漓。「想要例外，就得清楚自己過去的觀看方式，然後拋棄過去的種種習慣。」它總是跟自由息息相關。
- 14、有一些从来没有考虑过的思考方向
- 15、看的版本叫勢與藝七篇
- 16、當他說把畫中的裸女想像成男人時,我著實的笑了
- 17、关于广告的论断令人拍案叫绝。
- 18、直接抛出论点，不给予详细论证。强悍有力。
- 19、没有那版<看的方法>. 关于两种翻译印象深刻, 小孩子在会说话之前就会观察了 vs. 孩子先观察, 再辨认....之类. 你看, 这就是写书的两种方式.
- 20、一个夜晚，我像平常一样用我的望远镜观察天空，发现从一颗有上亿光年之遥的星星上伸出一个牌子，上面写着：“我看见你了。”
- 21、观点不错。虽然感觉行文还是有些晦涩。
- 22、想看作者的其他書

1、对于印象派而言，可见的世界不再是为了让人观看而展现自我。相反的，可见的世界由于不断流动，因而变得难以捉摸。我们再也体会不到它以独一无二的影响出现在某人面前的那种感动，它的首要意义再也不是它说了什么，而是它是什么。原作与新复制方法：如今，艺术原作都笼罩着一层虚假的宗教性，这种宗教性最终是以市场价格为依归。绘画的意义变成可以传播的东西，也就是说，它变成了一种资讯，而且就像所有资讯一样，如果派不上用场，就不会有人理会。文章引用绘画来为它的字句背书。这样的画作确定了两件事：穷人是快乐的，以及这个世界的希望所在就是让自己更有钱。有人指控我们着了财产的魔。事实恰恰相反。真正着魔的是我们正在讨论的这个社会与文化。只是着魔者总是会把他的着迷视为理所当然，于是根本看不清事情的真相。对欧洲文化而言，财产与艺术的关系就像呼吸一样自然... 想要成为少数的例外画家，就得清楚自己过去的观看方式，然后抛弃过去的种种习惯。他必须单打独斗地对抗过去塑造他的那些艺术规范。他必须把自己当成否定画家观看方式的画家。eg林布兰的两幅自画像：在第二幅画中，林布兰已经转过身来，利用传统来对抗传统。他已经把传统的语言夺了过来，重新诠释。如今他是个老人。一切都过去了，只剩下对存在的质疑，作为一种问题的存在。【广告】本质上，广告是乡愁怀旧的。它必须把过去卖给未来。历史上没有任何一个社会像我们这样，充斥着这么高浓度的影像，这么高浓度的视觉信息。广告从不谈论现在。它们常常指涉过去，而且永远诉说着未来。它总是跟自由的某个概念息息相关：购买者的选择自由：制造商的企业自由。资本主义城市里的巨型广告看板和霓虹灯，正是“自由世界”就在眼前的招牌。广告一开始正是对准人们追求享乐的本性。但它无法提供享乐这样东西，实实在在的东西。事实上也没有东西可以替代享乐本身。广告说，世故炼达就可以让生活免于冲突。如今彩色摄影之于“观众-购买者”，就像当年油彩之于“观看者-拥有者”一样。这两种媒体运用类似的手段，也就是高度触觉性的影像，来挑弄观众的感觉，激起他们想要取得真实物件的欲望。广告的目的则是让观众对他目前的生活方式不满。不是对社会的方式不满，而是对他自身的生活方式不满广告暗示说，只要他购买了眼前这项产品，他的生活就会变得更好。广告提供他可以改善现状的选择。所有的广告都在利用焦虑。广告以未来式做出种种许诺，但美好的未来似乎永远没有达到的一天。那么，广告为什么还能取信于人——还没信用破产，是因为广告的真实性不是建立在它的许诺能否成真，而是建立在它所制造出的幻觉能不能打动“观众-购买者”。广告的主要作用不是针对现实世界，而是瞄准白日梦。

2、虽然篇幅不长，但与《二十世纪西方文学理论》一样，是一部文化研究领域的经典作品。作为一位马克思主义的艺术批评家，John Berger以极具批判力的笔触揭露了所谓专业艺术评论家对绘画、影像作品的神秘化，让我们重新注意到艺术作品以事实上极为明显的方式，向观者讲述的权力关系与意识形态内容。对我来说，这本书最杰出之处在于，它以文字论述与图像解读相结合的方式，在西方绘画传统与现代资本主义的广告影像之间、在油画语言与广告语言之间，建立了一种清晰却往往被忽视的关联。这一关联让我们看到传统绘画中所包含的意识形态力量，是如何为广告这一今日消费主义意识形态最有力的武器所继承的。以这种方式，作者对现代资本主义提出了严肃的批判。

## 章节试读

### 1、《觀看的方式》的笔记-第10页

觀看先於語言。

我們看到的世界與我們知道的世界，兩者間的關係從未確定。

語言和觀看之間的鴻溝。

---What we seeing couldn't be well spoke in words.

無法以言語形容。

注視是一種選擇性行為。

我們注視的從來不只是事物本身；我們注視的永遠事事物與我們之間的關係。

影像是一種再造或複製的景象。它是一種表向(appearance)或一組表象，已經從他最初出現和存在時空抽離開來 - -

我們對影像的感知與欣賞，同樣也取決我們自己的觀看方式。

過去從來不曾待在某處等人去發現，去認識真實面目。歷史總是不斷在建構現在與過去的關係。過去不是供我們生活在其中，過去是一口井水，我們從中汲取結論，以便採取行動。

\*\*\*過去神秘化:非文字上，而是利用種種解釋讓原本清楚明白的事物變得模糊不清。

圖片探討:

Frans Hals

他的觀看方式，作品中男與女管事的彼此觀看的方式，我們(觀者)的觀看方式。

我們受畫作影響是我們接受了他筆下人物的方式。該畫作要符合我們社會的習俗與觀點。

\*\*\*\*面對面對抗:

男女管事(some middle class?)凝視著沒有名望且窮困的哈爾斯，哈爾斯一雙力圖保持客觀的貧民之眼看著他們。

哈爾斯:第一位替資本主義創造出來的新人物與表情進行描畫的肖像畫家。

照像機的發明改變了人類觀看的方式。

1.證明了時間流逝的觀念與視覺經驗是不可分離

:::The world you see at the moment, depending on the position you stand.

2.以往得透視法認為眼睛乃有事物的中心，一個人能接受的現實，所有都匯聚在眼睛上，就匯聚在無限的消失點。

3.提供了建築的歷史，變成其特質。

## 《觀看的方式》

4.繪畫的意義不再單一:畫作,不斷被複製,新地位:因為他是某名畫的複製。  
探討的不再是原作的意義(它說了甚麼獨一無二的內容),而是它是獨一無二的。  
所以我們用錢來衡量。

5.印象派:世界不在是為了讓人觀看和展現自我。  
立體派:世界非單一角度觀看。

### 2、《觀看的方式》的笔记-第154页

倒著看更有趣。

你如果看過一遍了,再把書倒過來看,會更有趣。

有不同的認識和體悟。

\*階級,奴隸,女性以及男性,油畫,自畫像,廣告。

頁75的海倫芙夢,之所以不朽,正是因為她披著正掉落的皮裘,和畫家挹注其中的情感,是其他男人無法替代的。  
她與那些脫光了,裸體的女人不同。

\*\*\*\*\*

### 節自CH7

廣告影像是瞬間的,因為它必須不斷推陳,不斷更新。然而廣告影像從不談論現在。它們常常指涉過去,而且永遠訴說著未來。

廣告+自由..Buyer,producer, Capitalism.

每個廣告影像也會強畫其他廣告的力量。  
廣告本身就是一種言語,來傳地同一項提案。

買越多就越富有,但我們荷包卻越小。

廣告就是製造羨慕的過程。  
是假享樂,它無法提供那種機會或產品,只能吸引沒享用過的購買者。  
Audience--Buyer

它提供購買者一種自我形象,好像它因為購買廣告中的東西,而變的有形象和魅力。

廣告是關於社會關係,而非物品。它的承諾與享樂無關,它的承諾是快樂:快樂是由別人根據你的外在所做的判定。

### 3、《觀看的方式》的笔记-第160页



## 《觀看的方式》

廣告先是偷走了她對自己的喜愛，現在的自己，再以產品的價格賣給她。

廣告「引用」藝術有兩種目的。藝術是富裕的指標；屬於美好的生活；是這個世界送給富人和美女的一種裝飾。

廣告所引用的藝術作品同時代表了兩件幾乎相反的東西；"它同時意味著財富與精神"；她暗示著我們，它所推銷的這些購買行為不但是奢侈的享受，還具有文化價值。

廣告有很大程度是建立在油畫的語言上.....兩著看上去幾乎一模一樣，幾乎可以拿來玩「對對樂」遊戲 - - 把幾乎相同的影像或影像細部擺在一起。不過真正重要的不再於它們看起來一模一樣，而是它們所使用的一套套符號形式。

廣告是消費社會的文化。它藉由影像傳播這個社會對自己的看法。

Why....

- 1.私有財產的禮讚。它是從『你有什麼，你就是什麼』
- 2.廣告是鄉愁的，它把過去賣給未來。
- 3.廣告本不是要讓人家理解的，只要能喚起一知半解的文化教訓就好了。
- 4.(油畫&攝影)兩種媒材都讓觀看者覺得自己幾乎可以觸碰到影像中的事物，而這種感覺會提醒她，它真的可以擁有那件實物，或確實擁有了那件實物。
- 5.油畫顯示的是畫作主人已經享有的財產和他的生活方式。  
加強了她對自己的價值和形象。

廣告，卻是讓觀眾對他目前的生活方式萌生不滿。它會暗示觀眾，只要他買了這項產品，他的生活就會變得更好。

- 6.油畫訴求的對象是那些已經在市場上賺到錢的人，廣告則是對準構成市場的人。

廣告操弄的焦慮是一種恐懼；一無所有就是一無所事的恐懼。

#### 4、《觀看的方式》的笔记-第32页

畫作變成一種資訊:影像變成有多種用途，去滿足不同目的。

影像在時間軸展開，出現的順序建構了無可逆轉的論述

而畫作所有元素則是同時映入觀眾眼簾。

當我們看到一幅畫，在沒有文字說明下，跟在附加文字說明後，造成了觀者的改變。

例如書中舉的各種圖像的例子，把其拿來論述，但卻跟畫的原始意義毫無關連。



## 《觀看的方式》

影像的意義會取決於你在影像前後看的哪些東西。

原畫作是沉默靜止的，訊息從來不是。

視覺藝術總是存在於某種保護中，巫術性.神聖性.有型的，無體的，始終於特定權威相關。

現代的複製技術摧毀了藝術的權威，隨手可得，他們變得像語言一樣，匯入我們的生活，卻也無法以自己的力量影響我們。

複製是一種幻覺，及一切皆沒改變。

影像取代畫作的地位。

### 5、《觀看的方式》的笔记-第56页

男性的風度多少靠他的權利，許諾對象是卻總是他人。  
風度當然也有可能是虛張聲勢，偽裝是為了展現它可以對別人施展某種權力。

女性的風度說明了她是如何對待自己，界定別人如何對待她。  
風度是體內散發出來的  
男性總把女性的存在當成一種看得到，摸得到，某種熱氣，香味或靈光。  
女性的身分就是審視者和被審視者的兩個對立的自我所構成。  
自己扮演的角色+別人眼中的形象(男性)來決定她是否成功。

別人眼中的她，取代自己眼中的她。

一言以蔽之，男人表現，女人行動。男人注視女人，女人看自己也被男人注視，這決定了大部分M&W的關係，同時也影響了W與自己的關係。女人內在審視者是男性，被審視者是女性。她把自己轉變成對響 - 尤其是一種是覺得對象，一種景觀。

赤裸的概念是在觀看者心中引發的。

聖經:女人受到責難，上帝罰她聽從男人的命令。對女人而言，男人成為上帝的代理人。

繪畫越來越世俗化，所有的裸體畫中，畫家暗示畫中主角，都有個觀眾正在看她。  
她不是以她原來的樣子赤裸，而是以旁觀者看她的樣子赤裸。

## 《觀看的方式》

### 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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)