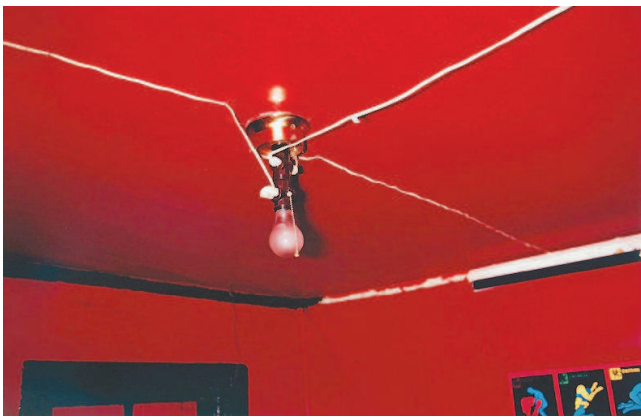


彩色摄影的过去与现在

清水穰/文 林叶/译



埃格尔斯顿摄影作品《红色天花板上的灯泡》，摄于美国密西西比州格林伍德镇



迈耶罗维茨 1974 年拍摄的《纽约》



代表日本彩色摄影的川内伦子作品集 *Illuminance* 中的照片

作为 1990 年代以后摄影表现的重要特征之一，“色彩”被提了出来。在讨论时，人们更关注快照式的彩色摄影。在日本，对众多摄影家而言，“色彩”是本质性的要素之一，色调和质感甚至比拍摄对象更重要。那么，这种“色彩”的作用、功能究竟是什么呢？

首先，本文姑且对“快照”作如下定义：拍摄于没有特别意义的日常性中，乍看没有人为的、艺术性的表现，不是打造出来的景象，而是自然、原始的碎片。“日本彩色摄影”特指以亲密的感觉、粉色调，用具有氛围的色彩感拍摄身边物，有某种特定风格的照片。

在此先试着分析两位第一代彩色摄影摄影师埃格尔斯顿(William Eggleston)、迈耶罗维茨(Joel Meyerowitz)的作品。

埃格尔斯顿最近几年突然得到很高评价，其最早的摄影集是 1976 年出版的 *William Eggleston's Guide*，第二本是 1989 年出版的 *The Democratic Forest*，两者隔了很长时间。可以说正是在这段时间内，也就是 1980 年代后，彩色摄影的再次兴起，让他再次获得关注评价。1976 年纽约现代美术馆举办了其个展 *Color photographs*，从摄影史的角度宣告了彩色摄影的解放，有着划时代的意义。据策展人沙考夫斯基(John Szarkowski)称，在埃格尔斯顿之前的摄影中，“色彩”并非必要，只是表面附上的颜色，或自律式的艺术作品中呈现的色彩游戏。大多数彩色照片只是单纯地让人觉得漂亮而已。

最初，色彩的含义被无视了。同时，拍摄对象所具有的意义被无视了。对摄影师来说，从周围生动的世界直接取景进行拍摄，要同时关注蓝色和天空

这两者实在太过困难。

这样一种黑白 VS 彩色的两分法，与绘画史中线描与色彩之间的两分法不无关系。线描表现的是“存在”“本质”“存留物”，色彩象征的则是“假象”“表层”“嬗变之物”。在摄影中，黑白是赤裸的现实，彩色则与主观审美有关。当摄影仅被看作是揭露现实的工具时，色彩似乎无处安身，黑白是沙漠中的标记，这是现代摄影的宗旨。

如此，埃格尔斯顿的彩色摄影就理所当然地被理解为形象与色彩、内容与形式的合成。

1990 年代末本世纪初的摄影师更为熟练、自然，以更大胆的意识开始创作彩色照片。色彩不再孤立，且无法对其单独进行解读。世界本身是附有色彩的存在，摄影师在创作时开始将蓝色和天空看作一体。

“内容(图像)与形式(色彩)一体化，无法进行区分”想要表达的意思适用于各类摄影。沙考夫斯基意识到了这一点，他最终将评判标准放在了摄影家的本能和直觉上。

更为大胆的摄影师开始追求自我与关于自我的先觉知识间有特别关系的拍摄对象，即那些不仅形式与内容是一致的，且与其自身的意图一致的图像。我们因而得以远离那些可被评测的美学、美术史的学问，从而被指引向直觉、迷信、气质、恐惧或喜悦等状态。

埃格尔斯顿采用的染料转印法(dye transfer)，以高度丰富和谐的色彩为特征。由此，“色彩与图像无法加以区分”这句绘画式二元论被反转了，绘画中作为形式的色彩成了内容，图像却不再是内容而成了形式。比如他在拍摄 *Democratic Camera* 时完全没有选择拍摄对象。

那么，色彩究竟是什么样的内容？在埃格尔斯顿的彩色照片中经常出现美国南部的图案，他就像是在白色的肌肤中察知黑色血液的摄影师，从有色人种肌肤颜色的差别作为脉络延伸出去，颜色成了外显却潜在颠覆日常生活的表现。一如美国文学中的怪奇小说谱系，埃格尔斯顿的照片是“关于畸人的故事”。平常生活中的普通人，因为某个契机脱离了日常这个轨道，使得身体内部沉淀多年的诡奇被剥离而出。色彩成了意味的旗手，埃格尔斯顿的彩色摄影不是对世界进行再现、表现，而是对世界的一种染色，甚至有时是一种攻击性的介入，“我始终处在针对理所当然的事物的一种战斗状态”。

我们再看另一位迈耶罗维茨的作品。他的彩色摄影最早是基于对黑白快照的扩充。“扩充”意指将他主观、个人的感觉添加进去。

“当我开始专注于彩色照片时，首先注意到的是描写的必要性增强了。所谓描写，是我从事物那里接收到的表面的感觉、色彩关系、其他状态下对那些事物的记忆、与事物不可分离的脉络等等。作为呼应，我开始了彩色照片的拍摄。”他说。

迈耶罗维茨照片的主题，是幼年时记忆深处的个人沉思。“一张彩色照片，能够让人学习或思考如何通过色彩观察并感受事物。我们对光谱全波段都能产生相应的感觉，甚至有些感觉会追溯到幼儿时的感情。但有时我们对某些波段不能产生反应，这可能是缺乏某种形成感觉的条件。我们并不是受限于波长的生物，并不是看不见某种颜色的狗。”他说。黑白的世界，就交给街上的野狗们(摄影师)吧。

在迈耶罗维茨的创作中，色彩依旧占据传统的“形式”地位。随着色彩不断壮大，表现被吞没，图像(内容)不断变得空洞直至最终被抹去，在“色彩”中发现自身纯粹的等价物。他举例道，将一张加油站的照片上下翻转，在照相机内部能看到“最美的滑冰场”。“像这种反转会让人觉得很兴奋。有些只不过凑巧‘看’到，无论对象是加油站，还是橡胶板、破旧的小屋。我看到的是纯粹的色彩。”

迈耶罗维茨希望自己能处在被动状态，即不是他在拍摄照片，而是照片在传达某些变得透明的主体的情绪及氛围，可以将他的感觉“转交”给别人。“在拍摄时，就像是滑进去了一般，一个精彩广阔的视野被打开了。在那个瞬间，我最希望看照片的人说‘就好像我在那个地方一样’，‘我经历了那些，我正好在那里，我在那幢大楼前，感受到那片阴影，我站在你们家的前廊，望着外面’。感受着风，我是竖琴。风从我的琴弦中穿过，这是风在创作音乐，属于风自己的音乐。我对于创作‘艺术’毫无兴趣，从来没有想过这件事，绝对地。”

通过纯粹的色彩，“我的”主观且不定性的感觉、情绪、回忆和情感得以表现，而“我”则变得透明，成为媒介。透过作为媒介的我，观看者所见的是他们创作的照片，自己的照片。

这一“透明的我”的定位可以延续到日本彩色摄影之中。“透明的我”并不是相机之眼，而是不特定的“我”的视线。对迈耶罗维茨而言，色彩是某个透明的“我”传达情绪的手段。将“我”虚空化，并从艺术家的自我意识中解放出来，朝着情绪和氛围的世界敞开自我，这恰恰是来自色彩的诱惑。

如今是影像信息泛滥、全面消费的社会，广告世界中新的、异质的、吸引人关注的功能被不断提升。视频广告、文案中传播的空虚的“我”，与消费者相互重叠，消费者通过购买广告商品对空虚的“我”进行填充。我们在多大程度上只有“消费者”这一属性，就在多大程度上是透明的。当“透明的我”成为某种特定的标准状态，最想要追求的却应是“不透明的我”，这恰恰是终极的商品。“个性”“像自己”“原创”“个人简历”等都只是千疮百孔的广告文案罢了。

这是日本彩色摄影产生的背景。在此，“色彩”作为“透明的我”发生作用，这个“透明的我”被虚空的情绪填满，任何一位观者都能进入，并发出“啊，这种氛围我明白”、“这种景象我曾经见过”的感叹。在这个意味上，日本的彩色摄影正如前文所提到的，只不过是不断反复的广告的进化版。

还有另一种境况，是想要从这个彻底消费化的社会中逃脱的欲望。拍摄对象会被限定为身边的物品，让人感受到些许怀念的场所，然后被定格在转瞬之间的永恒。让人联想到消费社会的东西必须被排除出去。也就是说，我们并不想作为“透明的我”，也不想作为“原创的我”。并且，包含我们在内的这个世界，最好就单纯地停止在那边。这种期待会将人引向某种怀旧情绪——对广告诞生之前的世界的怀旧，对去除了让人烦闷的赋予意义变得单纯原始的世界的怀旧，是对于现代摄影的沙漠的怀旧。新世代的彩色摄影，是向着黑白摄影沙漠的、色彩丰富的怀旧。

(作者为日本同志社大学教授)