

“图像时代”与文化权力的大众化

李应志

(西南大学 文学院, 重庆 400715)

摘要:当前对视觉文化和图像转向的研究,除了哲学和艺术学角度之外,还包括文化研究这一重要视角。但西方文化研究传统对大众文化的批判的主要着眼点,在于文化工业和统治意识形态对大众的控制,这种控制进而影响到国内学者对视觉文化的批判。这种批判立场对视觉图像在阐释方面关注不足,忽视了视觉文化和图像转向在文化权力方面之于现代大众社会所具有的积极意义。在过去以“文字一阅读”为主的文化模式中,文化生产权力和阐释权力都掌握在特定的文化精英手里,而现代媒介技术支撑的视觉文化则改变了这一状况,不仅图像的生产和消费突破了精英群体的限制,更重要的是因为图像理解的直观性、丰富的层次性和多元的可能性,使各种不同文化处境的受众都可以获得各自有效的图像阐释,也使受众在一定程度上不再依赖精英化的权威阐释,得以可能摆脱统治意识形态的规训。据此,向“图像一观看”这一文化模式转换的过程也就可以看成是一个文化权力的大众化过程。中国有自己特殊的国情,但也同样处在视觉文化和图像生产十分发达的时代,对“图像时代”与文化权力大众化的探讨具有一定现实意义。

关键词:图像文化;视觉文化;文化权力;大众化;精英文化;图文差异

中图分类号:I106;J205 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-9841(2021)02-0161-14

一、引言:“图像时代”:文化权力的大众化

从广义讲,图像是一种人类视觉感官的信息处理结果,即通过视觉而形成的一种形象。当人类把视觉形象刻画出来再现为一种传媒形式之后,狭义的图像就出现了。这种作为表达媒介的图像,逐渐分化为艺术和抽象的文字,成为人类最重要的文化传递方式,可以说,人类对视觉图像的阅读和理解几乎跟人类社会有着同样悠久的历史。但在人类文明的历史发展中,抽象化后的图像与声音符号结合形成的文字符号逐渐成为文化交流和文化遗产的主要媒介形式,图像则更多地作为一种艺术形式而存在。随着印刷、摄影、电子和网络等现代技术的快速发展,图像重新成为人们理解与把握世界的一种重要方式。从海德格尔的“世界被把握为图像”、维特根斯坦的“图像俘虏了我们”,到巴特的“文字充实图像”、鲍德里亚的“拟像”,再到今天蔚为壮观的视觉文化学术思潮,都证实了丹尼尔·贝尔所说的“我相信,当代文化正在变成一种视觉文化,而不是一种印刷文化,这是千真万确的事实”^[1]。米歇尔在《图像理论》中把这种变化看成是一种罗蒂哲学史意义上的“转向”,即一种继“语言转向”之后的新的历史阶段,它意味着以图像为中心的理解世界的方式向以文本为中心的世界观发出的挑战,而不再是作为次于语言文字的观念表达方式而

收稿日期:2020-04-01

作者简介:李应志,文学博士,西南大学文学院教授。

基金项目:国家社会科学基金项目“马舍雷‘文学哲学’与西方马克思主义文论的‘后学’转向”(18BZW013),项目负责人:李应志。

存在。米歇尔认为,哲学家们“保卫语言”体现出来的焦虑之情,正是这一转向到来的明确信号^[2]。在这些观点里,我们非常明确地感受到与视觉文化和图像时代的到来相对的文字和印刷文化的衰落。换句话说,我们感受到的是表达、理解和阐释世界的文化方式的变迁。从文化信息的传递方式看,一种以“文字—阅读”为主的模式逐渐让位给了以“图像—观看”为主的模式。这种转换既是一种信息生产和表达方式的转换,也是一种从“阅读”到“观看”的接受方式和阐释方式的转换。

从葛兰西的文化霸权理论角度看,文化权力实践的有效性不只有赖于文化生产,也有赖于成功的文化阐释和文化接受,它必须先内化为接受者知识系统的一部分,才能完成对接受者的主体规训。从“阅读”到“观看”的转换,涉及的正是阐释、接受与文化内化这一文化政治的关键地带,很大程度上使主体多元化的阐释选择获得了更大的可能性空间,从而弱化了意识形态权力实践的有效性。不仅如此,今天复制技术支撑的图像以其快速、直接的传播特点充斥着我们的文化领域,这也使得大众获得了空前广阔的文化接受空间。视觉文化的兴盛和图像转向并非如通常的文化研究所认为的那样,是一种资本主义文化工业的诡计,相反,这一文化形态的出现,在很大程度上可能意味着对资本主义精英意识形态的摆脱,意味着文化权力的大众化转移。

二、对视觉文化的批判:一个文化研究的传统

(一)西方大众文化批判与对视觉文化的悲观态度

西方早期文化研究关注点主要在于文化生产(者)以及精英知识分子,大众文化从生产到消费都基本上被资本主义文化工业所设计和控制。法兰克福学派对大众文化整体上持批判立场和悲观态度,认为文化工业集中体现了技术这种科学控制的具体形式,通过机器和媒介技术控制并过滤大众意识,如通过电影的方式为大众制造一个“常规观念的世界”,电影“复制经验客体的技术越严谨无误,人们现在就越容易产生错觉,以为外部世界就是银幕上所呈现的世界那样,是直接和延续的”^{[3]113}。从文化工业的生产制造端看到的是资本权力的意识控制力量,大众往往被看成信息的被动接受者,大众文化以生产标准化的快感和幻觉来掩盖其权力机制,就像一种兴奋剂和麻醉剂使大众满足于粗浅与单一的快乐,从而在狂欢中渐渐失去对幸福的期待,失去了变革社会的力量,“对另一个社会的向往这种‘幸福保证’的信念,已被系统性地从不断得到强化的‘肯定性文化’中被清除出去”^[4]。同样,英国早期文化研究者阿诺德·利维斯、汤普森以及美国学者德怀特·麦克唐纳等人的文化研究也着眼于大众文化生产链条的开端,大众文化被看成是一种资本主义的市场诡计,制造了“廉价的情感诉求”“生动的生活幻象”和“催眠化的接受环境”,使得文化不断“降格”,从而破坏了传统精英文化的理想与价值传承^[5]。资本主义生产作为一种历史现象也在文化领域中显示出无可比拟的变革力量,它摧毁了利维斯主义者们的文化信心,因为这种力量体现的是资本主义文化意识形态的势不可挡。换句话说,他们看到的是一种文化生产和文化消费被全面掌控的情况。文化帝国主义、后殖民主义、消费文化等领域的研究所批判和揭示的,也正是这种资本主义的文化霸权。在这种情况下,文化操控的结果就是使大众变得顺从,就像成人仪式那样,人们主动“认同管教他的社会权力”,“人们只有逆来顺受,才能有所依靠”^{[3]139}。

视觉文化作为大众文化重要的组成部分,学者们对它的文化态度一般是批判性的。对大众文化的悲观看法作为一个业已形成的潮流,也体现在理论家们对视觉文化的看法上。

法兰克福学派对大众文化的批判常常以电影和漫画为例。从海德格尔、本雅明到鲍德里亚和巴特,再到詹明信和波兹曼,他们在论及视觉文化的兴起和图像时代的到来时,常常把这一历史现象与资本主义的技术统治和消费主义等联系在一起,把“大众”作为与资产阶级和文化精英相对立的群体,尤其是把“大众”作为无产阶级看待。在这种“大众”概念的前提下,视觉文化同样

成了一种资产阶级和文化精英为底层“大众”定制的文化鸦片,视觉文化兴盛的原因就被认为是在于图像的“通俗”和西美尔所说的“低层次”,甚至归结为詹明信所说的视觉在本质上的“色情”性,或波兹曼的“欲望”满足和“浅薄娱乐”^[6-8]。米尔佐夫对当代生活视觉化的研究,同样立足于批判立场,揭示视觉化方式具有的意识形态规训和权力运作功能,是运用福柯、拉康理论阐释视觉文化的代表^[9]。

(二)国内学者对视觉文化的批判立场

国内视觉文化研究总体上沿袭了普遍的批判立场。在国内 21 世纪初刚刚兴起的视觉文化研究中,“许多学者在文章中都表现出对视觉文化认识的浅薄,对人的创造性、想象力的负面影响之忧虑”^[10]。例如作为早期研究视觉文化的代表,周宪就较明确地指出了视觉文化的负面作用,在多篇文章中表达了对视觉形象过剩、人造形象遮蔽自然形象的忧虑^[11],对视觉意识形态进行了分析批判:“在看的状态中,包含着复杂的意识形态内容,……使得种种视觉行为似乎是自然而然的,没有什么值得深究的东西。”^[12]有的学者把这种批判与消费文化联系起来,把图像消费作为符号拜物教的一种表现,“生产商为了利润,消费者为了视觉需求和精神满足”,最终“导致人从图像生产的主体成为被图像任意操纵的客体”,“人的主体性被所谓的真实消解,被‘性和暴力’所异化等等”^[13]。张伟近几年的系列文章对视觉文化问题进行了深度揭示,指出图像主导的现代视觉机制与既定的伦理规范背离,催化了身体的资本效应,催生了“身体消费”的美学实践和“窥视欲”下的身体焦虑等^[14-15]。

国内对视觉文化的批判突出地表现为“图文之争”,认为图像观看带来了文字阅读的危机,整体上认为图像文本主导的是一种肤浅的文化类型。这种焦虑一开始就在刘禾等人那里表现出来,认为这是一种以技术为支撑的“进步主义”陷阱^[16]。金惠敏认为电子媒介时代的图像增殖“对以印刷媒介为基础的文学和文学研究产生了极大的冲击,甚至也可以说形成了不可忽视的文学危机”,这种危机“瓦解了文学赖以存在的深度主体”,“新媒介拟像一方面抽掉了文学对现实的指涉,另一方面又现实地为资本主义商品语法所操纵和榨取”^[17]。周宪认为“读图时代”存在着“一场看不见硝烟的图像对文字的‘战争’,文学作品不断被影视‘殖民化’”^[18]。“图像符号以其感性、形象、生动的特有优势日趋兴盛,已然超越文字符号成为当代居于主导地位的符号类型,我们成了图像的痴迷者,世界只有以图像的形式呈现,才为我们所乐意接受和喜欢”,由此带来的后果是思维的“碎片化”“单向度”“平庸化”,甚至导致“无经验的生活”和“家庭关系的解体”^[19]。“文学图像化”是文学危机论的核心观点之一,“图像凭借其强势地位,使自己建构的有形的形象取代原本存在于想象空间的无形的形象,从而消解了文学的‘深度’”^[20]。

(三)视觉文化批判立场存在的问题

对视觉文化和图像转向的负面看法一直延续到今天的相关研究,已经成为本领域的学术传统,常常会以总结性的二元模式表达出现,如认为“视觉文化的出现并逐渐占居社会文化的主导地位,意味着一种由深度向平面、由精神向欲望、由小众向大众的变迁过程;也是文学逐渐退居边缘、图像日益跃居前台的演变”^[21]。这种看法具有普遍性和典型性,尽管人们也认识到“理论上来说,对图像的接受首先需要感性能力,然后也需要理性能力。但是在当前的大众化时代,实际情况常常是,人们更追求图像消费时的感性享受,生理快感常常超过了精神快感”^[21]。这种一脉相承的看法都潜在地假设了“图像一观看”这一文化类型的大众文化背景,并沿用西方文化研究传统乃至批判理论对大众文化的批评模式,即假设“大众”在文化上的浅层次和被文化工业操控的特点。图文之争因此潜在地反映了大众与精英、感性与理性、肤浅与深度的二元对立结构。

不过,国内还是有人较早地看到了其中存在的问题,例如曾军就认为,图文之争的问题虽然复杂,“但主导这一观念的思维方式即‘图文对立’的‘图像偏见’。如果不首先摆脱这一偏见,其

他许多具体的文化分析都将无法得出客观准确的结论”^[22]，他认为：“在所有对读图时代、图像转向的忧虑中，还包含着一种似是而非的观念，即文字比图像更深刻、更重要、更值得珍惜。其实，‘读图’不会使人幼稚，‘读文’也未必使人聪明。”^[22]

总体来看，文化研究对视觉文化持基本一贯的批判立场，“基本结论大致都是图像、视觉、景观对于人的压迫。这样的研究取向无法带来对视觉性的真正分析，容易直接略过对象的视觉内容与构成而形成判断”^[23]。近年来，逐渐有人意识到视觉文化和图像传播的正面价值。程立涛认为“图像具有激发人的视觉快感，调动视觉和听觉的全方位认知，引发丰富的联想能力和创造性思维”的功能，“它与受众的心理欲求和接受规律高度契合，因而在价值传播方面具有无可替代的优势”^[24]。刘洪通过具体例证分析图像与权力之间的辩证关系，看到了图像阐释的个性化和对权力的抵抗，掌控图像的权力会出现从制作者到受众的“飘逸”^[25]。已经有人清醒地看到，“图像的兴起以及形成的对语言的挑战，并不意味着图像取代语言成为知识体系和文化秩序的主宰，而是将图像在语言中心论的框架中解放出来，摆脱语言论的控制”^[26]。与“图文之争”相比，把“图像一观看”作为打破“文字一阅读”限制的“解放”形式，这一看法是尊重现实状况的。换句话说，在很大程度上，图像不过是文字霸权的一种多元补充，带着浓厚的文化民主化和文化权力大众化的意味。的确，早就应该摆脱表面的精英/大众、深层/浅层、理性/感性这样的对立思维。遗憾的是，以上学者的提醒在后来的研究中并未得到充分重视和深入分析。

与视觉文化兴起和图像转向相关联的问题是，这究竟是何种意义上的“大众”观念？如果说“贵族”和“平民”是以等级为标准进行划分的，那么我们所关注的“大众”是与“精英”对立的群体吗？同样，谁是“精英”？难道“精英”在今天指的是电影电视、电子媒介和图像阅读的拒绝者？同样，无论是从职业还是从收入和社会地位看，都无法在这些标准中得到一个真正有意义的“大众”和“大众文化”概念并运用于视觉文化和图像阅读。事实上，在发达的网络和移动电子媒介技术背景下，今天的每个人都可能是图像的生产者和阅读者，不能再把“大众”仅仅看成是“平民”或“底层民众”，高级知识分子和文盲、职场白领与无业游民都可以在特殊的个人状态下成为“大众”的一分子。各种层次、各种环境中的人，都在其职业限制之外共同消费着以电影、电视、移动媒体和网络等媒介为主要载体的大众文化形式。从这个意义上讲，图像的兴起不过是资本主义和文化工业带来的一种文化消费领域的扩张。换句话说，图像所带来的是更大范围、更多元化的文化市场和文化传播。由于图像本身具有的极为丰富的阐释可能性特征，人们在进行图像消费时，并非像多数文化研究者认为的那样处于被动接受地位，文化市场同样会遵循市场的辩证法，市场与消费者是相互选择的关系，也就可以把这种文化市场的扩张及其后果称之为文化权力的大众化。从某种意义上说，从非二元对立的角度来重新认识大众社会和图像文化的兴盛，会更深入地理解这一文化形态变迁所具有的历史意蕴，尤其是可以更清楚地展示“图像一观看”在文化解放方面所具有的积极意义。

三、“文字一阅读”：传统文化传播模式对精英化阐释的依赖

（一）“逻各斯”传统与精英文化的阐释权威

从历史上看，文化权力的变迁在很大程度上体现在话语阐释权力的变迁之中。在西方传统等级社会中，阐释权力总是以真理的名义掌握在少数文化精英和权力阶层手中。从古代先知、中世纪神职人员到近现代各领域知识分子，阐释被看成是一种传达神和上帝旨意以及揭示世界奥秘的工作。在神圣时代，神或上帝旨意的传达主要通过“说”和“听”的方式进行。在赫拉克利特那里，“逻各斯”这一概念本身就兼具“真理”和“言说”的含义，作为阐释世界的“哲学”（Philosophy）的含义也是同语言（Philology）、辩论（Logic）紧密联系的。德里达用“逻各斯中心主义”和

“声音中心主义”来总结整个西方形而上学阐释世界的思维模式,原因就在于古典时代的阐释假设了声音、思维和真理的直接同一性。随着印刷技术的广泛应用,“文字—阅读”模式突破了“言说—聆听”模式的限制,更多数量的人可以接触经典,同时也因为阅读的时空自由度而扩大了阐释的开放性。这就率先带来了较大规模的阐释权力的流动和转移。彼得·伯克通过对公元1500年到1800年间欧洲近代早期大众文化的长时段考察,认为“印刷术的出现破坏了传统的口述文化”^[27]。这里所谓“破坏”,其最重要的指向即阐释权力从少数“口述者”向书籍阅读者的转移。维克多·雨果说:“印刷书籍取代了中世纪教堂的角色,成为人们的精神载体。而千千万万的书籍把教堂所传播的唯一思想割裂成千千万万条意见。文字粉碎了这一顽固的思想,把教堂撕裂为千千万万的书籍。”^[28]

印刷文字作为载体破坏了口传文化,但仍旧是潜在地作为声音的记录形式而存在的,相对于“图像—观看”模式而言,“文字—阅读”与“言说—倾听”模式都认同同样的真理性依据,由此也就设定了一个可以不断追逐和不断逼近的权威性阐释。也就是说,无论是“言说—倾听”还是作为其延伸形式的“文字—阅读”模式,都具有浓厚的知识和权力方面的精英性质,这种性质首先内在于语言符号、真理与权力之间的一体性关系,正如尼采所说,人类的真理意志驱使人类生产出各种形态的语言修辞形式并通过这些修辞来树立以真理为名的权力:“什么是真理? 一群活动的隐喻、转喻和拟人法,也就是一大堆已经被诗意地和修辞地强化、转移和修辞的人类关系,它们在长时间使用后,对一个民族来说俨然已经成为固定的、信条化的和有约束力的。”^[29]语言作为真理的阐释形式,本身就是真理或知识的表现形式,同时也就是以真理为名的文化权力的实践形式。福柯对知识的考古学和系谱学追踪,厘清的也正是知识话语和权力之间的关系。先知、哲人和神职人员等文化精英,以及后来学科化和专业化的知识分子,他们作为真理或知识的生产者与阐释者,无疑也是文化阐释的权威力量,对文化有着规约性的意义。利奥塔认为,在信息化时代,知识的权力特征更加明显:“知识和权力是同一个问题的两个方面,谁决定知识是什么? 谁知道应该决定什么? 在信息时代,知识的问题比过去任何时候都更是统治的问题。”^[30]

尽管印刷技术使得“文字—阅读”模式有了更广泛的适应群体,也使得像《圣经》等经典的权威阐释受到怀疑,但由于语言文字、真理、知识以及权力之间的内在性的关系,这种怀疑带来的并非权威阐释本身的消失,而只不过是权威阐释在精英内部的转移。文本具有的真理性或起源神话仍旧是阐释和阅读的某种理想。与本雅明对传统艺术的分析类似,理解的连续性和整体性仍旧是文字阅读是否有效的基本依据,这也使得话语的生产和阐释的权力依旧限制在精英群体的范围之内。

(二)文字阅读的精英化条件限制大众的阐释依赖

从接受者角度看,“文字—阅读”反而对接受者提出了更高的要求。在很长一段时间里,印刷文字本身代表了文化上的权威力量,它意味着科学性、真理性以及可接受时间检验的永恒客观性。这种权威力量也传递给接受者,使文字阅读获得严肃性和仪式感,使人们对铅字和油墨书香充满神圣感和敬畏之情。不仅如此,文字阅读本身的精英化条件也是十分明确和具体的。接收者首先必须是一个能够进行阅读的人,需要识字能力,需要文化教育作为基础,也就是接受者无论出自何种社会背景,它在文化接受的过程中都必须具备知识、阅读以及阐释的能力,需要系统的专业知识的培训,需要突破感官的限制进入到理性意识的范围。按照通俗的说法,就是需要成为一个训练有素的、具有相当理性能力的“文化人”。波兹曼指出,文字阅读不仅需要心境、时间和身体的长时间安静,还涉及理性能力和逻辑能力:“印刷文字对于我们的身体和大脑都提出了相当苛刻的要求。但是,控制你的身体是最低限度的要求。你还必须学会注意书本上文字的形状。你必须看穿它们,这样你才能直接了解这些形状所代表的意思。……你要接受一个抽象的

世界,因为这本书里几乎没有什么词组和句子要求你联想具体的形象。……聪明则意味着我们可以不借助图画就可以从容应对一个充满概念和归纳的领域。”^[31]

在资本主义文化逐渐大众化和平民化的历史中,这种文化接受的精英化要求代替了封建社会的等级限制,变成了一种新的筛选和淘汰机制,一种外在的权力限制逐渐变成一种接受条件和接受能力的限制。文化接受的精英性使受众要么接受精英教育的训练,接受特定的阐释方式,要么依赖现有的阐释权威,这在很大程度上保证了文化权力的实践空间,维持了启蒙运动所设定的从精英到大众的等级化传播模式。米歇尔·德赛都指出,在“文字—阅读”的文化传播模式中,阅读被“嵌套”在包括老师和学生、作者和读者这样的力量关系之中,文本就像一个读者永远无法到达的岛屿,而读者总是怀着一种“不忠”和“无知”的罪感,而那些拥有特权的“真正的阐释者”常常成为官方正统和合法阐释,在文本和读者之间建立起一道屏障,把那些与自己不同的阐释作为异端和无意义的理解排斥在外,“从这个角度看,‘文字的’意义就是一种社会力量的标志和结果,这力量就是精英”^[32]。

“文字—阅读”模式精英化条件的维持及其规约性权力的形成,一个十分重要的原因在于以声音或文字形式存在的语言所具有的透视性质。在传统观念中,语言符号能够成为人类交流的工具,就必然存在一个可流通的语言意义的内核,这个内核不会因为具体的交流而受损,就像胡塞尔在寻找语言交流的理想共通性及其先验基础时所假设的那样。西方哲学“语言学转向”以来,哲学家们逐渐对语言的“透明性”传统产生了广泛质疑,意识到文字作为一种媒介具有的含混性,意识到横亘在人和世界之间的文字这个中间地带是一种具有阴影和变形的透视形式。正如德里达批判胡塞尔时所称,语言流通的理想性内核并不存在先验的基础,因为这种理想性不过是一种世俗的重复性,其中充满自我分裂、矛盾、差异和延迟^[33]。索绪尔语言学也认为所指仅仅与概念相关,而不能等同于明确清晰的外部世界本身。并且,语言对外部世界的描述也不是全息性的,而是一种带有选择性和缺损空间的转述与阐释。正是如此,在外部世界与信息接受者之间,文字就变成了一个充满复杂张力的、具有极大弹性的空间,其中权力、欲望、情感、想象、环境等各种影响因素扭结在一起,形成了这一地带的重峦叠嶂及其“不可见性”。但是,文字信息及其阐释却以真理性为名常常忽视这种“不可见性”,通过德赛都所说的精英的阐释垄断,欲望和权力的要素也就潜在地包裹在了知识生产和真理性追求之中。

总之,尽管启蒙运动以来西方存在一个文化逐渐大众化的过程,但“文字—阅读”模式的精英化要求始终是存在的,识字的水平和速度、知识视野和理解能力、专业话语的权威再加上全球化时代的跨语言要求等,都在很大程度上对现代信息的接受形成了障碍。这些障碍一方面缩小了大众文化接受的范围,限制了文化接受的深度延伸,同时反过来强化了大众的文化接受对精英知识分子及其阐释权威的依赖性,使大众在接受这些权威阐释的过程中潜在地接受其意识形态的质询和主体规训。西方现代主义就可看作是传统精英文化意识的一曲挽歌,后现代文化则标志着一个大众文化时代的到来:“在现代主义的巅峰时期,高等文化跟大众文化(或称商业文化)分别属于两个截然不同的美感经验范畴,今天,后现代主义把两者之间的界线彻底取消了。”^[34]⁴²⁴

四、现代大众社会:多元文化需求对精英文化权力限制的突破

今天是一个知识和信息爆炸的时代,大众社会特征越来越明显,文化的大众化已经是一种无法避免的历史潮流。无论人们对大众文化的看法是褒还是贬,是消极还是乐观,在移动媒体和互联网技术支撑下,这种历史潮流已经是一个必须承认和面对的现实。

(一)现代“大众”的“非组织性”特征

詹明信所说的“高等文化和大众文化”的“审美界限的消失”,实际上也指出了现代大众社会

精英与大众本身的群体界线消失的现象。传统精英文化立场对“大众”理解常常采取一种二元对立模式,即“贵族/平民”“上等人/普通人”以及“资产阶级/无产阶级”“少数人/多数人”这样的群体划分。这样理解的“大众”常常是一个缺少知识和理性因而需要启蒙和拯救的对象,而由资本主义文化工业统治的大众文化则浇灭了这一精英理想。从尼采到加塞特,从艾略特到利维斯和法兰克福学派,都对大众文化心怀悲愤而对精英文化满腹乡愁。目前我们讨论的“大众社会”的“大众”是一个威廉斯意义上的概念,所有人都会在某种情况下成为“大众”,成为别人眼中芸芸众生的一员,正如我们自己把那些身份模糊的所有人称之为“大众”一样。“大众”不过是现代社会的一个角色和身份状态,每一个人在掩盖和越出职位、学识以及政治、宗教和道德等各种群体身份而成为众生中的独立个体时,都可以看成大众的一员,恰如威廉斯所说,“实际上并不存在大众,只存在把人们看成大众的方式”^[35]。国内学者在研究“大众文化观”和“大众传播观”时认识到:“大众传播观的发展表面上是效果的反复,本质上还是受众观的反复;大众文化观的演变表面上是各种不同的文化观念互不相让,实际在某种程度上依然是对大众认识的纠缠。”^[36]

在一个高度理性化、科层化和制度化的现代社会中,人们都在一定程度上属于某个组织或群体,在各种不同的组合中和各种不同的范围内存在身份的认同。但他们也有溢出这些结构性关系限制而成为一个独立的原子并因此具有自由流动性的时刻,尤其是人们在分享共同的媒介信息时。德弗勒说,大多数理论家会强调从“个人与周围社会秩序的关系”而不是从人口数量角度来理解“大众”概念:“第一,个人处于心理上与他人隔绝的疏离状态;第二,非人格性在人们的相互作用中盛行;第三,个人比较自由,不受非正式社会义务的束缚。”他认为布鲁姆和塞尔兹尼克“精辟地概述了大众社会概念的要点”,总结起来就是“非组织性”^[37]。这样来看,“大众”拥有的恰恰是差异性、流动性、“解辖域化”和“非组织化”等特征,既不是马尔库塞担忧的“单面人”,也不是勒庞所说的那种个体完全被群体淹没的“乌合之众”。这些原子化个体可以在流动中随时组合为分子群体,只是这种组合具有非强制性,并且也仅仅是大众的一种临时形态。换句话说,“大众”是那种打破了一切人为界限的同时又在流动中随时可能进行链接和组合的那种个体的集合,奈格里称之为“扩散的独立个体的集合”,“是原子的集合,该集合总是随着非时间性的和例外的倾向而动”^[38]。这也是麦奎尔所指出的大众具有“在不断变化的边界内随意组合”的特点。这意味着大众一方面是“异质的”,因为它“由来自所有社会阶层和人口群体的大量人组成”,但另一方面又存在临时、流动的组合可能性,因此在“选择一个特定兴趣对象的行为上有同质性,在见解方面也与那些想‘操纵’它的人相同”^[39]。这些关于大众的看法,都看到了大众的个体存在,看到了个体的独立性、差异性和组合的各种可能性。相反,从一个与大众有特定距离的立场,或者从文化工业以及政治统治的自上而下角度看,大众就可能被看成一个“模糊”的“同质化群体”。

以多元个体为基础的大众社会具有非组织化特征,而另一方面我们又通常认为资本主义高度发达的阶段是高度理性化、组织化的。这种看上去十分矛盾的状况,只有从个人与社会的关系状态去理解才能取得协调。也就是说,所谓“大众”状态,其实正是一种对“组织”“界限”和“理性”的逸出状态。这种状况也符合现代人的生存状况,即个人作为社会生产结构中的一部分而存在时是“组织化的”,有着各种各样明确的社会界限意识和规则意识,这时候,他在某种意义上说不属于他自己;而当他作为个体消费者而存在时则是“非组织化的”。从这个角度看,费斯克以及霍尔把大众作为一个实体的社会群体,并把它作为“从属者”而与“权力集团”对立起来的看法,还是有一定缺陷的。但是,霍尔已经注意到这种对立其实也是一种“同质”和“异质”的对立,是在经济、立法、道德、美学等各个领域具有“相对统一、相对稳定的社会力量”与“形成和再形成的相异和分散的”社会构成之间的对立^[40]。这实际上已经涉及“组织化”和“非组织化”的社会关系状态之间的对立,这种对立在很大程度上并非实体的阶级、集团或群体的对立。在高度发达的大众媒

介技术面前,大众文化几乎就是所有人的文化。当领袖和平民、知识精英和文盲观赏同一部电影或电视剧时,他们都同样只是作为消费意义上的“大众”,有着同等的选择消费旨趣的个体权利和自由。这就是麦奎尔所说的“所有的社会阶层在使用大众媒介的类型方面是十分一致的”,因此大众文化可以说是一种“共享文化”^[41]。

(二)消费市场的扩张与现代“大众”的僭越性

在发达资本主义时代,人的组织化状态和“非组织”状态是由资本主义生产和市场的矛盾性决定的。一方面,资本主义生产追求最高效率,因此其生产状态中的人是高度协作和组织化的;另一方面,资本主义对消费市场的追求则是无限细化和扩张,这种本性决定了它拥有冲破一切消费壁垒的力量,既要消除文化消费的社会群体与组织界限,又要消除观念的限制。市场扩张制造了容纳各种差异性生存状态和多元化消费旨趣的现代“大众”,使市场想尽一切办法对各种可能的观念领域进行逾越、渗透和吸收,由此带来强大的摧毁壁垒的力量,马克思在《共产党宣言》中对这种力量进行了气势恢宏的总结:“资产阶级在它已经取得了统治的地方把一切封建的、宗法的和田园诗般的关系都破坏了。它无情地斩断了把人们束缚于天然尊长的形形色色的封建羁绊,它使人和人之间除了赤裸裸的利害关系,除了冷酷无情的‘现金交易’,就再也没有任何别的联系了。……资产阶级抹去了一切向来受人尊崇和令人敬畏的职业的神圣光环。……一切固定的僵化的关系以及与之相适应的素被尊崇的观念和见解都被消除了,一切新形成的关系等不到固定下来就陈旧了。一切等级的和固定的东西都烟消云散了,一切神圣的东西都被亵渎了。”^[42]总之,资本主义对市场的追求带来的一个显著特点就是打破了一切可能的限制。

(三)现代大众的多元文化需求对精英文化的突破

与资本主义消费市场的扩张和现代大众的“非组织性”“僭越性”相应,文化市场的扩张也会要求文化消费越出精英范围,生产一切可能的文化形式并传播到一切可能的群体或个体的消费对象那里。它既突破了速度、时空和民族的限制,也突破了以言论自由为口号的单一文化价值观的要求,突破了文化形式和传播技术障碍的要求,突破了以文字为主的载体形式的限制,从而走向视觉和听觉、文字和图像相融会的要求。在市场机制下,以满足大众消费为市场追求的现代文化必然是一种多元文化,大众的文化需求必然是一种突破精英文化形式和消费者限制的多元需求。现代社会高度发达的印刷工业、通信技术和互联网支撑的传媒时代,正现实地展现着这一文化景观,这就是詹明信所说的“全新的文化形态”后现代文化:“在这里,只有多元的风格,多元的论述,却不见常规和典范,更容纳不了以常规典范为中心骨干的单元体系。”^{[34]452}在资本和市场逻辑下,追求“常规”和“典范”的精英主义文化走向了“美感上的民本主义(aesthetic populism)”^{[34]423}。

詹明信所称“多元化”趋势所体现的,是“非组织化”形态的“大众”的一种消费自由。从某种意义上讲,对大众文化的悲观或乐观立场,其区别在很大程度上就在于如何看待这种“自由”。悲观论者看到了各种界限和规范的消失,认为最终带来的是大众的同质化,因此是一种“伪自由”。乐观论者却看到,规范消失后,更多的个体性差异获得了实现的可能性。马歇尔·伯曼指出,资产阶级自由交易原则那冲破一切的“没有良心的自由”,同时也意味着“资本主义的敌人也可以利用大量的自由来做自己的工作——阅读、写作、演讲、聚会、组织、示威、罢工、选举等等”^[43]。当然,它也必然要容纳消费的自由,向无数种差异化的消费旨趣开放,它冲破一切观念障碍,同时也意味着容纳一切可能的观念。从这个角度看,詹明信所说的那种“高等文化跟大众文化(或称商业文化)”的“界限的消失”^{[34]424},就既不能理解为“高等文化”的“低等化”,也不能理解为启蒙思想家设想的那种精英文化的大众普及,而是指向一种包括“高低深浅”在内的、容纳各种差异性消费的、展览性的文化“聚合状态”。可以说这也是形成大众社会的使“大众文化”“消费文化”和“流行

文化”具有内在同一性的重要原因。

资本主义市场的自由辩证法促成了大众社会的形成,文化工业和文化市场也促成了文化大众化的历史潮流,使得精英性质的文化传递模式逐渐呈现出它与这一历史趋势难以协调的有限性,呈现出它在文化意义生产方面不可避免的意识形态的限定性和规约性,以及受众在文化接受方面因为精英化的条件限制而产生的对权威意识形态阐释的依赖性,等等,这些有限性都难以满足文化消费的多元化和个体自由的要求,从而使“文字—阅读”模式受到挑战。由此,阐释权威逐渐走向衰落已经成为一种历史必然:“现代世界已目睹了传统力量在总体上的衰落,尤其是以这种方式规约意义的知识分子的力量衰微。”^[44]

五、“图像—观看”:阐释的包容性与文化权力的大众化

与“文字—阅读”模式相反,那种能够在文化传播、文化接受和阐释方面容纳各种个体能力差异和可能性的模式,才能够冲破各种可能的文化阻隔和精英化的条件限制,与今天的“大众文化”的普适性和多元性要求相适应。可以说,这正是视觉文化转向、图像时代到来和“图像—观看”模式兴起的一个重要原因。

(一)视觉文化的多元化特征

吴琼曾在总结视觉文化研究谱系时提到,通过对“视觉性”问题的关注,“视觉文化研究者们明智地让自己摆脱了高雅与大众的纷争”^[45]。这些研究者之所以力图摆脱“高雅”与“大众”的二元结构,正在于注意到了视觉文化问题超越任何人群划分、超越精英话语范围的特点,因此把研究关注点落在“视觉性”上面^[45]。与拉什和利奥塔尔等后现代主义理论家一样,他们关注的是一个已经处于后现代的“社会”整体状况,这个“社会”是消除了任何文化阻隔的“大众社会”。对这种二元结构的规避,当然也让我们得以把视觉和图像文化从理性/感性的对立以及理性的限制中解放出来。罗兰·巴特把文字和图像在文化传播中的历史地位翻转称之为“文化自然化”过程,即一种文化传播的图像化和视觉化过程^[46]。但这里的“自然化”不是“肤浅化”,也不能理解为盲从和趋同的“流行化”,而应被理解为突破理性话语限制的、包容多元可能和具有普遍适应性的“大众化”。因为“观看”作为一种信息的接受和理解过程,既容纳了浅层的认知,也同样包含了深层理解的可能性。这种原初自然的形式是包容最为广泛、层次最为丰富复杂的形式。如果忽视“大众化”和“流行化”的区分,就很有可能陷入对图像时代的矛盾观念之中。有学者认为,视觉艺术消费导致了“大众对图像审美的盲从和主观审美的低下”,但同时又认为“在对其消费的过程中不同文化阶层可以获得不同的视觉感受和不同的生活感悟”^[47],这两种矛盾表述正是未能区分“流行化”和“大众化”的结果,不过,作者还是敏锐地意识到了艺术图像消费中存在的多元解码选择,这也正体现了图像在突破精英限制方面的广泛适应性。

“图像—观看”突破精英话语限制而走向大众的普适性,不仅包含了艺术形式的图像,也包含了科学和信息形式的图像,这在今天的电子媒介中已十分普遍。标志着图像形式的文化传播并不仅限于电影电视和摄影等艺术领域,在其他文化领域同样有文化大众化的潜能。2017年,美国老牌新闻媒体《时代周刊》曾分别在 Twitter 及 Instagram 两款社交媒体上发布了一则相同的关于日全食的新闻报道,结果 Twitter 的点赞数仅为 67 次,而 Instagram 的播放量则超过 21 万。这则新闻所涉及的分析材料指出,以图像为中心的媒体 Instagram 的确从数据上体现出其受众的适应广度远远超过以文字为中心的媒体 Twitter^[48]。我们显然不能把这一现象仅仅理解为感性的狂欢和对理解文字信息的粗浅化和娱乐化,只能说图像在这里比文字更具有受众的包容性,并且可能为许多受众播下了走向专业研究的种子。

那么,为何“图像—观看”模式比“书写—阅读”模式更能适应现代“大众文化”,更能包容充满

各种差异的大众文化需求呢？

(二) 图像与大众文化阐释的主动权

本文认为,其中最重要的是图像相对于文字而言的独特的接受和阐释特征,而阐释和接受正是文化权力实践的核心地带。无论从葛兰西的文化霸权理论、阿尔都塞的意识形态理论还是福柯的话语权力理论来看,文化形式进行的权力实践都只有通过文化阐释来发挥作用。也就是说,文化政治不只是停留于文化生产,它还是一种关于解码、意义生产或阐释权力的政治。有意思的是,霍尔及其后继者戴维·莫利、洪美恩、约翰·费斯克等人的受众研究以及“新受众研究”,他们关注的“解码”或阐释领域恰恰集中在电视等视觉文化领域,并且从中看到的恰恰是受众在图像阐释中获得的文化主动性。例如,约翰·费斯克在电视研究中把大众看成是“主动的行动者”,而非“屈从式主体”^[49]。他还把观众对电视文本的多义性解读作为一种“意义的抗争”形式,甚至认为这种抗争“可能是改变社会结构的主要动力来源”^[50]。本雅明电影“蒙太奇”的革命潜能以及菲斯克讨论的电视接受的主动性,都涉及一个更具普遍性的图像阅读问题。大众在电影和电视观看过程中获得解码的能动性,主要还是来自电视作为一种视觉展览而具有的区别于语言文字阅读的特征。换句话说,这种能动性主要来自视觉或“图像—观看”这种信息接受模式本身所具有的解码特点。从某种意义上说,正是这些解码特点使得“图像—观看”这一文化传播形式有了重要的文化政治内蕴。

国内学者对图文问题也有较多的讨论。吴琼较早撰文总结了视觉文化研究谱系,指出“视觉中心主义”和“视界政体”是一个源自希腊的文化传统^[45]。实际上,在中国同样有“仰观俯察”的视觉传统。周宪谈到康德、黑格尔把视觉和听觉作为与人的认识能力相关联的最重要的感官,他进一步补充认为,“在人的视听感知中,视觉又有某种优越性而超越了听觉。如果我们不是从感官通道本身,而是从感官形态与文化联系上来思索,视觉的优越性不仅体现在其直观、感性和理解的直接性上,而且与图像或形象密切相关”,他还进一步把视觉相对于听觉的优越性同图像对文字的优越性联系起来,“即是说,视觉对听觉的优越性也就呈现为图像对语言的优越性上”^[11]。不过,我们注意到,视觉的优越性不是一个随着历史发展而变化的特征,但视觉文化和图像的兴盛则是晚近的历史现象,是随着大众文化和消费社会的形成联系在一起,因此也就有必要把视觉把这一现象与大众社会联系起来进行思考。正是如此,本文才把文化权力、图像观看与大众社会的适应性等作为一个较合适的讨论视角。

(三) “图像—观看”与阐释层次的丰富性

视觉文化的大众普适性总体来说是它能够容纳大众的多元文化阐释,也就是说,不通过情景中的各种形式和层次的图像阐释皆具有自身有效性。

首先,这种包容性源于“图像—观看”模式在意义建构方面的低起点特征,即它是人类认识世界最重要的基础方式。无论是“经验”“直观”还是“现象”“时空形式”等概念,都在很大程度上与人对世界的视觉感知或“观看”问题相关联。换句话说,视觉经验是人类认识世界的基本出发点和最主要的阐释对象。约翰·伯格说:“观看先于言语。儿童先观看,后辨认,再说话。……正是观看确立了我们在周围世界的地位。”^[51]阿恩海姆认为:“任何一个人的眼力,都能以一种朴素的方式,展示出艺术家所具有的那种令人羡慕的能力,这就是那种通过组织的方式创造出能够有效地解释经验的图式的能力。这说明,眼力也是一种悟解能力。”^[52]对视觉材料的理解无论多么复杂,都首先必须经过这种感性悟解的过滤,即我们首先要对视觉材料有所“感觉”。有学者指出,这种看似低层次的“感觉”入口,对于“理解影像和阐释影像的意义同样是不可或缺的”^[53]。观看不仅仅是一种视觉信息的感性接收过程,同时也是有效的思维过程和意义建构过程。滕守尧指出:“阿恩海姆的一系列论述都旨在证明,感知,尤其是视知觉,具有思维的一切本领。这种本领

不是指人们在观看外物时高级的理性作用参与到了低级的感觉之中,而是说视知觉本身并非低级,它本身已经具备了思维功能,具备了认识能力和理解能力。”^[54]感性层次的可阐释性是图像理解适应大众社会的一个重要方面,而无法理解的文字则不可能具有感性层次的意义建构渠道。从这个角度看,可以说只有无意义的文字,没有无意义的图像和视觉经验。

不过,“图像—观看”模式在意义建构方面的低起点特征并不意味着它只能停留在起点的层次,而是说它相比于“文字—阅读”那种精英化的高门槛要求,有着更丰富的层次和更广泛的适应性,亦即更能适应大众社会不同层次的信息需求与信息处理能力,这也是视觉文化与大众文化具有内在一致性的重要原因。图像理解可以是简单的,也可以是深奥复杂的,它具有自身独立的意义传达方式。拉尔夫·波萨克在研究图像和文字之间的关系时,明确强调图像不是“文字”的附属品,而是与文字一样的独立的“自我指涉系统”,具有自身独立、完整表意方式,人们可以避免文字的导向实现自己对图像的理解,进而理解自我和这个世界:“很多时候,对图片或图片中某一事物的即时理解是超越语言和文本内容本身的(并不需要经由语言及文本内容作为媒介),但这一点却往往有意无意地被遗忘,从而未在方法论层面和行动理论中得到进一步讨论。”^[55]米歇尔在研究“图像转向”时不仅意识到了这种独立性,还注意到了图像理解的复杂性,因为图像本身就应该被“当作视觉性(visuality)、器官(apparatus)、制度(institutions)、话语、身体和喻指性(figurality)之间的复杂作用”^[56]。观看行为是“深奥的”,它有着超出符号文本的向度,“以语言学转向模式建构的符号学可能无法处理图像”,“文本性模式恐怕无法充分解析视觉经验或‘视觉识读能力’”^[56]。

对图文差异的这些讨论说明,大众不仅可以通过“图像—观看”模式进行意义建构,同时这种建构也可以具有十分复杂的面向。正如康德所说,感性经验一方面可以经由规定性判断而进入知性解析的领域,通过各种先天范畴的加工处理而走向知识性的意义建构。另一方面,感性经验也可以在保留自身完整性的基础上经由反思性判断的处理进行审美的意义建构。潘诺夫斯基在《图像志与图像学:文艺复兴艺术研究导论》一文中把图像阐释分为原初的、自然的形式层次,以传统惯例和风习为主的理解层次,以及以阶级、时代、种族等深层内涵为主的象征理解层次等三个层次。第一个层次是感性直观的没有种族文化的区分,而只要在一定传统中并受到传统文化和风习影响的人,也可以很容易进入第二个层次,第三个层次则主要是专业领域的阐释对象^[57]。这三个层次较为完整地展示了图像理解的丰富层次和对观者的包容性。尽管潘氏针对的是艺术图像,但这种图像理解的特点同样适用于一般图像的理解和阐释。米尔佐夫也举例指出,一幅漫画既可以适应儿童,也可以被成熟的艺术家所领悟,同时“在运用得当的情况下能够触及甚至是最复杂的道德问题”^[58]。这些讨论显示,图像既可以适应于纯粹感性的情形,就像婴儿睁眼看世界;也可以是感性基础的意义建构情形,就像儿童对世界进行初级认识的看图识字;还可以是艺术直观的情形,就像视觉艺术领域中发生的各种观看情形;当然,在批评家和相关学者眼中,它也完全可以成为深奥的文化信息载体,可以进行深度阐释;甚至也可以基于超越语言的可能性而成为神秘主义和图腾的温床。同样一幅图像,完全可以容纳不同层次的“观看之道”和意义建构方式。这些都使图像媒介获得了它在大众社会的文化适应性。

(四)“图像—观看”与阐释的非权威化

“图像—观看”的复杂性和多向性,容纳的正是人类在用眼睛面对世界时的全部复杂性和多向性,这正是大众社会本身的特征,而不是像文字阅读那样会对人群进行条件筛选。“图像—观看”模式也就因此意味着对“文字—阅读”精英文化模式的超越。它一方面以自身的阐释代替了对精英阐释的依赖,另一方面也很难对图像阐释进行精英化和权威化。

“图像—观看”作为一种“视觉思维”过程,意味着人类认知心理的全部复杂性和不确定性。

这种不确定性包括了图像阐释丰富复杂的层次、理解的不同选择和随机的环境影响,这一点正与大众社会拥有各种可能的文化需要相一致。国内也有学者注意到这一点,即图像阐释表面上看是趋同的,但“图像带给人们的知识与信息往往是‘不规则’和‘非线性式’的”且“具有意识形态性”^[59]。这里的意识形态性当然暗含的是不同阐释背后的意识形态选择。在阐释上升为本体论的哲学阐释学之前,追求客观确定性一直是意义研究的主要目标,不确定性因素则被极力排斥。在阐释学以及后结构主义影响下,意义媒介的不确定性才得到明确关注。这种转移,也同样意味着追求真理唯一性权威的精英化要求逐渐转向了对杂多的大众理解的合法性承认。与文字阐释追求确定性和有着较为明确的话语系统限制不同,图像天然具有它超越于语言意义的开放性,特别是其感性层次的开放性更能反映大众多元理解的合法性,甚至成为大众社会图像消费的根本特征。巴特的图像研究曾经一度十分注重图像中暗含的意识形态的规约性,但在后期研究中却更加明确地对图像的非确定性感兴趣。他注意到图像阐释有一个难以捉摸的“第三层次意义”,它超出一般常识和意识形态规约性,这与米歇尔和波萨克意识到的图像超出语言的那部分有异曲同工之妙。这层意义“显而易见”,但却“飘忽不定,然而又就在那儿。其所指是什么我说不清,至少无法给它一个名称”^[60]。由于电子传媒时代电子图像的广泛存在以及智能化视觉处理的大量需求,今天的计算机科学和人工智能的相关研究都十分关注图像理解问题,而这些方面的研究又恰恰为我们揭示了图像理解与文字理解完全不同的、内在的复杂性和不确定性。一方面,图像包含的信息是直接或间接的生活世界的信息,具有包含生活世界各种可能的“全息性”,因此图像信息本身存在大量的不确定性。另一方面,尽管图像生产本身可能有着明确的意义传输意图,但却无法像文字阅读那样向理解者传达明确的意义规定和阐释取向,对纯粹的图像而言,其阐释是开放的。第三,图像阐释的开放性使得阐释的方式与过程都在极大程度上决定于主体的特定处境,而不同大众个体的处境极为丰富复杂,加上缺少规约的限制,其图像阐释的个体取向也必然是丰富复杂的。图像与观看者之间的这种复杂的、不确定的相互关系,被霍斯特·布雷德坎普(Horst Bredekamp)看成是图像行为理论的核心。他所说的三类图像行为实际上皆着眼于这种复杂的交互:“图解的图像行为以身体对图像的影响作为基础,替代的图像行为以身体和图像的交流为前提,内在的图像行为通过形式的潜能起作用。”^[61]

总之,这些不确定性都使得图像本身要完成某种明确的权威表达变得十分困难。对图像进行精英化阐释、达成阐释取向的唯一性和权威性也就失去了可靠基础。只不过就像巴特所说,意识形态话语或“神话”的目的,在于通过文字对图像进行清晰说明,通过“净化”强行实现意义的“锚定”^[62]。但在纯粹的图像观看状态下,作为消费者的大众可以在很大程度上避开这种强制的意义锚定,从而架空意识形态单向度的文化权力实践。与此相反的则是大众各种阐释背后的不同意识形态选择,图像阐释的非线性和非稳定性提供了这些选择的可能性,远远超出图像制作者的意图传递。“图像中暗含着某些文本制作者尚未觉察的,也并非他们意图传达的多样化信息。这种充满迹象性的视觉画面令图像的解读产生模糊性和不确定性,但同时也带来许多意想不到的可能性。”^[59]并且,大众不同向度的阐释对于各种状况的主体选择来说不仅是可能的,而且也是自足、合法和有效的。正是在这个意义上说,视觉文化背景下“图像—观看”文化模式的扩张,实际上暗含了文化权力从精英向大众个体的转移。这个过程,也是一个以真理话语为基础的意识形态阐释系统向以自我欲望和需求为主的大众消费系统的转移过程。

六、结语:“图像—观看”与精英阐释权力的弱化

图像作为意义载体是人类最为原始的文化媒介之一,也是最原始的语言。在某种程度上说,人们能够对图像进行各种复杂多元的阐释并且具有意义建构的有效性,这本身就是人类语言符

号能够逐渐形成的一个基础。人类语言的最初形态具有“命名性”和“诗性”的特点,应该说也是指其表达和阐释方面的丰富性和不确定性。在语言不断逻辑化、理性化、系统化和真理化的过程中,在交流过程中,语言符号的意义逐渐趋于明晰稳定,并能够在字典中进行规定和描述,语言逐渐取得真理阐释的权力,并成为意识形态实践最重要的媒介形式。资本主义自由市场的辩证法带来了文化的大众化和商业化,加上现代复制技术和成像技术的发展,图像重新成为广泛流行的重要意义载体,其基础也许正在于图像描述世界的原始直观性以及图像阐释的自由多元特征在大众社会的广泛适应性。尽管图文媒介文化中心的转移可能存在诸多问题,但在现代媒介技术支撑下,大众却在很大程度上借助“图像—观看”模式弱化了对精英阐释的依赖,增强了文化表达和文化阐释的自主权力。在利奥塔看来,这种转换反映的正是后现代社会的一种文化趋势:即以感性思维为基础的图像文化对“大众”和“精英”对立的消解,也是对语言文字为主要表现形式的“逻各斯中心主义”的精英文化传统的强力反叛^[63]。其最终带来的不是大众文化和图像的新霸权,而是一种破除等级、追求文化丰富性和多元性尤其是追求感性合法性的自由。这种自由体现的正是一种对精英文化限制的超越和文化权力的大众化趋势。不过,大众和精英并非天然的文化对立形式,这也意味着“图像—观看”模式只有在作为一种精英文化补充及文化自由之体现时,才具有积极的价值。相反,如果图像媒介成为低层次、庸俗文化的载体,成为纯粹的欲望表达与传递形式,甚至以拟象代替真实、用图像技术扭曲和掩盖真实,这种大众文化权力同样也会因为滥用而成为一种限制和暴力,自由多元就会演变为混沌失序,其积极性也就因此而消失了,也许这正是图像时代隐含的可能的危机。

参考文献:

- [1] 丹尼尔·贝尔. 资本主义的文化矛盾[M]. 赵一凡,蒲隆,任晓晋,译. 北京:生活·读书·新知三联书店,1989:156.
- [2] MITCHELL J T. Picture theory: essays on verbal and visual representation[M]. Chicago and London: The University of Chicago Press,1994:11-13.
- [3] 马克斯·霍克海默,西奥多·阿道尔诺. 启蒙辩证法:哲学断片[M]. 渠敬东,曹卫东,译. 上海:上海人民出版社,2006.
- [4] JAY M. The dialectical imagination: a history of the Frankfurt School and the Institute of Social Research, 1923—1950 [M]. Heinemann and London: Heinemann Educational Books Ltd. 1973:180.
- [5] LEAVIS F R. For continuity[M]. New York: Books For Libraries Press Freeport,1968:18-21.
- [6] 雅克·拉康,让·鲍德里亚,等. 视觉文化的奇观:视觉文化总论[G]. 吴琼,编. 北京:中国人民大学出版社,2005.
- [7] 陈永国. 视觉文化研究读本[G]. 北京:北京大学出版社,2009.
- [8] 周宪. 视觉文化读本[G]. 南京:南京大学出版社,2013.
- [9] MIRZOEFF N. An introduction to visual culture[M]. London: Routledge,1999.
- [10] 徐沛. 国内视觉文化研究的范式及其特征[J]. 内蒙古社会科学(汉文版),2006(1):100-103.
- [11] 周宪. 反抗人为的视觉暴力——关于一个视觉文化悖论的思考[J]. 文艺研究,2000(5):14-20.
- [12] 周宪. 文化的转向:当代传媒与视觉文化 看的方式与视觉意识形态[J]. 福建论坛(人文社会科学版),2001(3):21-24.
- [13] 段钢. 视觉文化背景下的图像消费[J]. 江海学刊,2006(2):61-66.
- [14] 张伟. 从“非礼勿视”到“视觉狂欢”——图像时代的视觉伦理及其文化表征[J]. 兰州学刊,2017(1):111-118.
- [15] 张伟. “视觉转向”与身体美学的现代逻辑[J]. 文艺理论研究,2017(4):188-195.
- [16] 杨小彦. 话说读图时代——李陀、刘禾专访[J]. 天涯,2001(1):166-175.
- [17] 金惠敏. 图像增殖与文学的当前危机[J]. 中国社会科学,2004(5):167-178.
- [18] 周宪. “读图时代”的图文“战争”[J]. 文学评论,2005(6):136-144.
- [19] 司皓君. 世界图像时代的危机透视[J]. 哈尔滨学院学报,2011(5):6-9.
- [20] 张才刚. 符号学视野中的“图文之争”[J]. 武汉大学学报(人文科学版),2011(2):104-108.
- [21] 何林军. 视觉文化的出现及其原因略析——兼及图像与文字的比较[J]. 湖南师范大学社会科学学报,2017(1):60-65.
- [22] 曾军. 近年来视觉文化研究中存在的几个问题[J]. 文艺研究,2008(6):5-12.
- [23] 唐宏峰. 视觉性、现代性与媒介考古——视觉文化研究的界别与逻辑[J]. 学术研究,2020(6):36-43.
- [24] 程立涛. 图像的价值传播功能三题[J]. 高校马克思主义理论研究,2019(4):89-95

- [25] 刘洪. 论图像与权力的关系[J]. 钦州学院学报, 2008(8):72-78.
- [26] 史修永. 图文之争:当代文学理论的建构与反思[J]. 齐鲁学刊, 2012(4):157-160.
- [27] 彼得·伯克. 欧洲近代早期的大众文化[M]. 杨豫, 王海良, 汪堂峰, 等译. 上海:上海人民出版社, 2005:作者序言 3.
- [28] BALAZS B. Theory of the film: character and growth of a new art [M]. London: Dover Publications, 1970:39.
- [29] 尼采. 哲学与真理——尼采 1872—1876 年笔记选[M]. 田立年, 译. 上海:上海社会科学院出版社, 1993:106.
- [30] 让·弗朗索瓦·利奥塔. 后现代状态:关于知识的报告[M]. 车槿山, 译. 北京:生活·读书·新知三联书店, 1997:14.
- [31] 尼尔·波兹曼. 娱乐至死[M]. 章艳, 译. 桂林:广西师范大学出版社, 2004:31-32.
- [32] DE CERTEAU M. The practice of everyday life[M]. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1984:170-171.
- [33] 雅克·德里达. 声音与现象[M]. 杜小真, 译. 北京:商务印书馆, 2010:88-110.
- [34] 詹明信. 晚期资本主义的文化逻辑:詹明信批评理论文选[M]. 张旭东, 编;陈清侨, 等译. 北京:生活·读书·新知三联书店, 1997.
- [35] WILLIAMS R. Culture and society, 1780—1950[M]. Garden City, New York: Anchor Books, 1960:319.
- [36] 隋岩. 大众文化观与大众传播观的并行应和[J]. 社会科学, 2015(9):161-174.
- [37] 梅尔文·德弗勒, 桑德拉·鲍尔. 大众传播学诸论[M]. 杜力平, 译. 北京:新华出版社, 1990:178-179.
- [38] NEGRI A. Art and culture in the Age of Empire and the Time of Multitude [J]. Substance, 2007(1):48-55.
- [39] MCQUAIL D. Mass communication theory: an introduction[M]. New York: SAGE Publications, 1983: 36.
- [40] 约翰·菲斯克. 解读大众文化[M]. 杨全强, 译. 南京:南京大学出版社, 2001:8.
- [41] M CQUAIL D. Towards a sociology of mass communications[M]. London: Collier-Macmillan, 1969:94-95.
- [42] 马克思恩格斯选集, 第 1 卷[M]. 北京:人民出版社, 2012:402-403.
- [43] 马歇尔·伯曼. 一切坚固的东西都烟消云散了——现代性体验[M]. 徐大建, 张辑, 译. 北京:商务印书馆, 2003:146.
- [44] 尼克·史蒂文森. 认识媒介文化:社会理论与大众传播[M]. 王文斌, 译. 北京:商务印书馆, 2001:145.
- [45] 吴琼. 视觉性与视觉文化——视觉文化研究的谱系[J]. 文艺研究, 2006(1):84-96.
- [46] BARTHES R. Image-Music-Text[M]. HEATH S. ed. and trans. London: Fontana Press, 1977:26.
- [47] 杨成立. 新媒体时代艺术图像消费的流行性论析[J]. 艺术百家, 2018(3):79-85.
- [48] 两张图告诉你:为什么文字已死,读图时代已经到来! [EB/OL]. (2017-08-28). https://www.sohu.com/a/167757707_188123.
- [49] 约翰·费斯克. 理解大众文化[M]. 王晓珏, 宋伟杰, 译. 北京:中央编译出版社, 2001:199.
- [50] 约翰·费斯克. 电视:多义性与大众化[G]//罗杰·迪金森, 等. 受众研究读本. 单波, 译. 北京:华夏出版社, 2006:217.
- [51] 约翰·伯格. 观看之道[M]. 戴行钺, 等译. 桂林:广西师范大学出版社, 2005:1.
- [52] 鲁道夫·阿恩海姆. 艺术与视知觉[M]. 滕守尧, 朱疆源, 译. 成都:四川人民出版社, 1998:56.
- [53] 吉莉恩·罗斯. 观看的方法:如何解读视觉材料[M]. 肖伟胜, 译. 重庆:重庆大学出版社, 2017:37.
- [54] 鲁道夫·阿恩海姆. 视觉思维:审美直觉心理学[M]. 滕守尧, 译. 成都:四川人民出版社, 1998:译者前言 28.
- [55] 拉尔夫·波萨克, 郝小斐, 陈红燕. 图片阐释:作为一种质性研究的方法论[J]. 北京大学教育评论, 2015(1):56-77.
- [56] MITCHELL J T. Picture theory: essays on verbal and visual representation [M]. Chicago: The University of Chicago Press, 1994:16.
- [57] PANOFSKY E. Meaning in the visual arts: papers in and on art history[M]. New York: Anchor Books, 1955:28-30.
- [58] 尼古拉斯·米尔佐夫. 视觉文化导论[M]. 倪伟, 译. 南京:江苏人民出版社, 2006:26.
- [59] 董燕, 郭绍波. 图像文本阐释属性及其过程辨析[J]. 长春理工大学学报(社会科学版), 2014(11):111-113.
- [60] 罗兰·巴特. 文之悦[M]. 屠友祥, 译. 上海:上海人民出版社, 2009:136.
- [61] 霍斯特·布雷德坎普. 图像行为理论[M]. 宁瑛, 钟长盛, 译. 南京:译林出版社 2016:223.
- [62] B ARTHES R. Image-Music-Text[M]. HEATH S. ed. and trans. London: Fontana Press, 1977:156.
- [63] 让-弗朗索瓦·利奥塔. 话语, 图形[M]. 谢晶, 译. 上海:上海人民出版社, 2012:14-16.

责任编辑 韩云波

网 址: <http://xbbjb.swu.edu.cn>