

楚／风／汉／韵／文／库

视觉文化时代的 文学图景

——世纪之交中国文学的
图像化审美与传播互动研究

赵 晓 芳 ◎ 著

中国社会科学出版社

楚
风
汉
韵
文
库

视觉文化时代的 文学图景

——世纪之交中国文学的
图像化审美与传播互动研究

赵 晓 芳 ◎ 著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

视觉文化时代的文学图景：世纪之交中国文学的图像化审美与传播互动研究 / 赵晓芳著. —北京：中国社会科学出版社，2017. 6

ISBN 978-7-5203-0350-7

I. ①视… II. ①赵… III. ①中国文学-当代文学-文学研究 IV. ①I206. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 100557 号

出版人 赵剑英
责任编辑 熊 瑞
责任校对 周 昊
责任印制 戴 宽

出 版 **中国社会科学出版社**
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京明恒达印务有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2017 年 6 月第 1 版
印 次 2017 年 6 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 14.5
插 页 2
字 数 223 千字
定 价 69.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社营销中心联系调换

电话：010-84083683

版权所有 侵权必究

目 录

绪论 视觉文化时代的来临	(1)
第一节 视觉文化视角的确立	(1)
一 研究背景与问题缘起	(1)
二 概念界定：视觉文化	(9)
三 研究现状、方法及意义	(11)
第二节 相关理论范畴的辨析	(18)
一 视觉文化与语言文化	(19)
二 视觉文化与大众文化	(24)
第一章 图像文本：文学的图像化趋势	(28)
第一节 “视”不可挡：文学期刊的图像化征候	(28)
一 文学期刊图像化的内、外表征	(29)
二 文学期刊图像化的路径与启示	(36)
第二节 “图”行天下：文学出版的图文化趋势	(39)
一 图文书的历史演变与当代发展	(39)
二 图文书图—文关系的辨析与反思	(45)
三 图文互动：文学叙事空间的拓展	(50)
第三节 “文”随“影”动：文学文本的影像化延伸	(59)
一 从小说到影视：小说的影视改编	(60)
二 “小说影视改编”的利弊分析	(66)
三 影文互动：文学叙事技法的丰富	(70)
第二章 文本图像：文学的图像化表征	(82)
第一节 图像的感官美学与文学的欲望叙事	(82)
一 图像的感官美学：视听盛宴与欲望狂欢	(82)

二 文学的欲望叙事：以“新生代”创作为例	(84)
第二节 图像的平面美学与文学的表象叙事	(97)
一 图像的平面美学：历史断裂与当下体验	(97)
二 文学的表象叙事：以“70后”创作为例	(100)
第三节 图像的仿真美学与文学的虚拟叙事	(112)
一 图像的仿真美学：类像与超真实	(112)
二 文学的虚拟叙事：以“上海怀旧”为例	(116)
第三章 图像与权力：文学场域“看”的解析	(128)
第一节 性别权力：凝视的快感	(131)
一 凝视的快感：女性形象的“看”与“被看”	(131)
二 “身体写作”：女性被看的宿命与男权文化的胜利	(135)
第二节 消费权力：“我消费故我在”	(145)
一 “我消费故我在”：符号消费与身份区隔	(145)
二 “小资写作”：消费权力在文学中的渗透与表征	(148)
第三节 市场权力：“你消费，我快乐”	(160)
一 作为商品的文学：市场经济下的文学嬗变	(160)
二 “美女文学”现象：一次文学与市场的合谋	(166)
第四章 图像的限度：读图时代的文学隐忧	(177)
第一节 读图时代的文学创作隐忧	(177)
一 类像幽灵与文学创作的真实性匮乏	(177)
二 复制梦魇与文学创作的原创性匮乏	(186)
第二节 读图时代的文学阅读隐忧	(196)
一 阅读现状：读者的分化与观者的崛起	(196)
二 阅读隐忧：创造力的退化与想象力的掠夺	(202)
结语 图像社会与文学的未来	(209)
参考文献	(215)

绪 论

视觉文化时代的来临

第一节 视觉文化视角的确立

一 研究背景与问题缘起

对文化风向比较敏感的人或许已经觉察到，图像或影像在当代文化中扮演着越来越重要的角色。电影、电视、广告、摄影、网络、动漫、游戏等电子媒介交汇激荡，创造出层出不穷的影像或图像，充斥着我们的日常生活空间。以阅读为主的传统纸质媒介也开始重视视觉因素，报纸的摄影版面一再扩充、新闻图片不断增加并置于显要位置；杂志的装帧愈加豪华精美，青春靓丽的封面女郎总是在第一时间攫取读者眼球；图书中文字与图片的交相辉映既赏心悦目又为读者营造了一个轻松愉快的阅读氛围。总之，随着数码技术、媒介技术、网络技术的革新与发展，新的视觉方式和产品正在不断被炮制出来，让我们的眼睛应接不暇。与此同时，我们的日常经验比过去任何时候都视觉化和具象化了，我们的生存也越来越依赖于我们的视觉行为。比如：我们通过电视、网络、手机新闻来感知世界；通过X光、CT、核磁共振等来诊断病情；通过图像、图标和图例来讲解知识；通过电影、电视剧来了解古典名著；甚至通过照片、可视电话、电子图像来进行人际交往。从横向来看，由照片到影视到广告，图像艺术编织了一张无形的大网，覆盖了人类生活的方方面面；从纵向来看，由图腾到图像再到拟像，图像艺术演绎出一个越来越逼真眩惑的影像世界，直逼现实人生。一言以蔽之，“我们正处于一个视像通货膨胀的‘非常时期’，一个人类历史上从未有

过的图像富裕过剩的时期”。^① 难怪有人宣称，我们正在进入一个视觉文化时代！

早在 20 世纪之初，匈牙利著名的电影理论家巴拉兹就在其《电影美学》一书中第一次提出了“视觉文化”的概念（1913 年）。他指出：“目前，一种新发现，或者说一种新机器，正在努力使人们恢复对视觉文化的注意，并且设法给予人们新的面部表情方法。这种机器就是电影摄影机。”并进而预言，随着电影的出现，一种新的视觉文化将取代印刷文化。^②

20 世纪 30 年代，德国哲学家海德格尔认为，我们正在进入“世界图像时代”。“世界图像并非意指一幅关于世界的图像，而是指世界被把握为图像了。”^③ 1936 年，法兰克福学派的代表人物本雅明发表了重要论文《机械复制时代的艺术作品》，指出现代工业社会是一个“机械复制时代”，尤其是摄影、电影的出现将带来传统艺术的大崩溃。^④

20 世纪 60 年代之后，西方更多学者的研究都直接或间接地涉及视觉文化问题。法国哲学家德波大胆宣布“景象社会”的到来。在他看来，“在现代生产条件无所不在的社会中，生活本身展示为许多景象（spectacles——又译‘景观’，引者注）的高度累积。直接存在的一切全都转化为一个表象”。“景象决不能理解为是视觉世界的滥用，抑或是形象的大众传播技术的产物，确切地说，它就是世界观，它已变得真实并在物质上被转化了。它是对象化了的世界观。”^⑤ 因此，在景象社会中，视觉压倒其他感官而成为人的特权性感官，现代人完全成为了观看者。

美国社会学家丹尼尔·贝尔在其《资本主义文化矛盾》一书中指出了视觉文化出现的历史必然性，他认为：“目前占统治地位的是视觉观念。声音和景象，尤其是后者，组织了美学，统率了观众。在一个大众

① 周宪：《反思视觉文化》，《江苏社会科学》2001 年第 5 期。

② 参见 [匈] 巴拉兹·贝拉《电影美学》，中国电影出版社 2003 年版，第 28 页。

③ 孙周兴选编：《海德格尔选集》（下卷），上海三联书店 1996 年版，第 899 页。

④ 参见 [德] 本雅明《机械复制时代的艺术作品》，王才勇译，中国城市出版社 1992 年版。

⑤ [法] 居伊·德波：《景象的社会》，《文化研究》第 3 辑，天津社会科学院出版社 2002 年版，第 59 页。

社会里,这几乎是不可避免的。”并进而指出:“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

加拿大传媒理论家马歇尔·麦克卢汉也认为,“如果说17世纪从一种视觉和造型的文化退入一种抽象的文字文化的话,今天我们就可以说,我们似乎正在从一种抽象的书籍文化进入一种高度感性、造型和画像似的文化,即视觉文化”。^②

英国文化批评家伊格尔顿也指出我们正面临着一个视觉文化时代,文化符号趋于图像霸权已是不争的事实。图像生产深刻地涉及现代社会的政治、科技、商业、美学四大主题。美国文化批评家詹姆逊则进一步将这一领域的研究引向纵深。他在《晚期资本主义的文化逻辑》一书中指出:“晚期资本主义是个超越文字的世界,人的生活到了这个阶段已经迈进到阅读和书写以后的全新境界了。”^③他认为,电影、电视、摄影等媒介的机械性复制以及商品化的大规模生产,构筑了“仿像社会”。在这个“仿像社会”中,我们看到了消费社会作为一个巨大的背景,将形象推至文化的前台这样的历史过程。从时间转向空间、从深度转向平面、从整体转向碎片,这一切正好契合了视觉快感的要求。詹姆逊所说的“仿像社会”也就是法国哲学家鲍德里亚所提出的“类像时代”,他指出这是一个由模型、符码和控制论所支配的信息与符号时代。^④

20世纪80年代末以来,“语言学的转向”似已寿终正寝,越来越多的思想家迷恋于“视觉的转向”或“图像的转向”。美国学者W. J. T. 米歇尔在《图像的转向》一文中指出:在20世纪后半叶,哲学家的论述、其他学科及公共领域正在发生一种“图像转向”。他认为,“21世纪的问题是形象的问题。我们生活在由图像、视觉类像、脸谱、幻觉、拷贝、复制、模仿和幻想所控制的文化中。”^⑤另一位美国学者尼

① [美] 丹尼尔·贝尔:《资本主义文化矛盾》,生活·读书·新知三联书店1989年版,第154、156页。

② [加拿大] 麦克卢汉:《麦克卢汉精粹》,南京大学出版社2000年版,第459页。

③ 参见[美] 杰姆逊《晚期资本主义的文化逻辑》,生活·读书·新知三联书店1997年版,第453页。

④ 参见[美] 道格拉斯·凯尔纳等《后现代理论——批判性的质疑》,中央编译出版社2001年版,第158页。

⑤ [美] W. J. T. 米歇尔:《图像理论》,陈永国、胡文征译,北京大学出版社2006年版,第2页。

古拉斯·米尔佐夫则在《视觉文化导论》一书中开宗明义,指出“现代生活就发生在荧屏上”,“在这个图像的漩涡里,观看远胜于相信。这绝非日常生活的一部分,而正是日常生活本身。”通过对“戴安娜之死”所引发的国际性媒体事件的分析,他指出戴安娜之死标志着一个全球“视觉文化时代”的来临!^①

视觉文化的出现有其历史合理性和必然性。首先,消费社会的到来及消费文化的蔓延为视觉文化的兴起提供了温床。消费社会日趋都市化的生活空间 and 生活方式为视觉主体的“看”提供了更多机会,而消费文化所推崇的享乐、闲暇、快感的消费意识形态又不断地生产和强化着“看”的欲望主体。视觉文化作为一种直观、感性、欲望的文化正好契合了视觉主体对视觉快感的要求。因此,消费社会乃是视觉文化滋生的温床。其次,科学技术的发展特别是媒介技术的革新、大众传媒的崛起为视觉文化传播提供了媒体平台。具体来说,摄影、电影、电视、电脑、数码成像、VR等技术的发明先后铺平了通往读图时代的大路,每个阶段都丰富着视觉图像的功能和品质,刺激着“看”的欲望和冲动,并不断推动“看”的技术革新,将视觉文化推进到新的水平和高度。再次,人类本能的视觉需求以及视觉欲望的不断攀升推动着视觉技术的花样翻新,为视觉文化的兴起提供了内在驱力。英国著名美术批评家伯格说:“观看先于言语,儿童先观看,后辨认,再说话。”^②可见,人类自诞生之日起就存在对视、听等感官经验的本能需求。离开了感觉经验,人类的生存将受到威胁。随着人类文化的发展,人的视觉能力越来越高,对视觉对象的要求也越来越高。这种强烈的视觉冲动又促使人们不断改进技术,创造更加丰富多样的视觉形象。上述原因,共同催生了视觉文化的勃兴。当然,视觉文化并非今天才有,但古、今视觉文化有着质的区别,它经历了一个由图腾、图像到仿像的发展过程,这点将在后文中详细论述。

在西方,学者们一致认可,视觉文化作为一种主导文化形态出现在

^① [美] 尼古拉斯·米尔佐夫:《视觉文化导论》,倪伟译,江苏人民出版社2006年版,第1、286页。

^② [英] 约翰·伯格:《观看之道》,戴行钺译,广西师范大学出版社2005年版,第1页。

20 世纪 60 年代前后。因为,这一时期正是西方后现代主义出现的时间标志。视觉文化往往被认为是后现代的典型特征。如:詹姆逊在《文化转向》一书中概括了后现代主义的两个基本特征:“现实转化为影像、时间断裂为一系列永恒的现在。”^①前国际美学协会主席艾尔雅维茨也认为,“后现代主义最突出的特点是从视觉出发。它是一种图像和图画不仅相互纠缠、而且可以互换的视觉文化”^②。英国社会学家拉什将以话语/图像(形象)为媒介的语言文化/视觉文化创造性地与现代主义/后现代主义对应起来。他指出:“现代主义文化很大程度上是以‘话语的’方式来表意的,而后现代主义文化的表意相当程度上则是‘形象的’。”^③在拉什的理解中,所谓后现代美学也就是形象的美学,一种张扬视觉文化的感受性美学。米尔佐夫在《什么是视觉文化》一文中说“后现代主义即视觉文化”。他解释说:“后现代是现代主义和现代文化因面临自身视像化策略的失败而引起的危机,换言之,它是造成后现代性的文化所带来的视觉危机,而不是其文本性的危机。诚然,印刷文化肯定不会消失,然而对视觉及其效果的迷恋——现代主义的主要特征——产生了后现代文化,当文化成为视觉性之时,该文化最具有后现代特征。”^④从某种角度讲,后现代主义确实是从视觉文化中开始的,正如安吉拉·默克罗比所言,艺术与视觉文化领域中的后现代主义,就是从建筑、美术中最早的后现代冲动出发,到今天电影、流行音乐和艺术对表层的关注越来越彰显。^⑤视觉文化的诸多特点都打上了后现代主义的烙印。在西方,视觉文化作为一种系统的学理研究,则是进入 20 世纪 80 年代才开始的。从上述各个学科各个领域学者的论述我们可以看到,视觉文化研究是一个跨学科或多学科融合的新兴研究领域,视觉图像成为从事艺术史、电影和媒介研究、社会学、传播学、文艺美学及

① [美] 詹姆逊:《文化转向》,胡亚敏等译,中国社会科学出版社 2000 年版,第 20 页。

② [斯] 阿莱斯·艾尔雅维茨:《图像时代》,胡菊兰、张云鹏译,吉林人民出版社 2003 年版,第 35 页。

③ 转引自周宪《符号政治经济学视野中的“视觉转向”》,《文艺研究》2001 年第 3 期。

④ [美] 尼古拉斯·米尔佐夫:《什么是视觉文化》,《文化研究》第 3 辑,天津社会科学院出版社 2002 年版,第 3 页。

⑤ [英] 安吉拉·默克罗比:《后现代主义与大众文化》,中央编译出版社 2001 年版,第 4 页。

其他视觉研究者共同关注的中心。

在中国,进入20世纪90年代中后期,随着影视、广告、网络等图像艺术在日常生活中的凸显,视觉文化进入了众多学者的研究视野。需要说明的是,将西方的视觉文化概念引入中国当前的文化研究需进行必要的限定和修改。因为从后现代文化是一种视觉文化的前提出发,就会潜在地得出中国当代文化是后现代文化的结论,这显然是不妥的。中国目前正处于迈向现代化的进程之中,后现代社会、后工业社会等概念与中国社会的当前特征似有距离。然而,这并不等于说中国没有视觉文化现象。自社会主义市场经济初步确立以来,经济得到迅速发展,社会生活水准逐渐提高,甚至由于日常生活意识形态的兴起,理想的乌托邦式的文化日益让位于世俗的、消费主义的文化。在这种文化中,大众媒介的广泛渗透与消费主义的结盟构成了中国当代独特的文化景观。视觉文化从这个景观中凸显出来,成为一个显著的文化主因。毫无疑问,视觉文化为我们理解中国社会文化的转变提供了一个有价值的视角。

南京大学的周宪教授是较早关注视觉文化的学者,在多篇关于视觉文化的论文中,他分析了视觉文化成为时代文化主因的缘由:一是视觉性成为当今一个突出的文化现象;二是图像对文字的优势地位越来越明显;三是对外观尤其是身体的关注超过了以往任何时代;四是人们对视觉快感的普遍欲求。^① 据此,他宣称视觉文化时代已经来临。复旦大学视觉文化传播研究中心主任孟建教授也持相同观点,他在“上海首届数字艺术节”的演讲中指出:现代文化正在脱离以语言为中心的理性主义形态,日益转向以视觉为中心,特别是以影像为中心的“感性主义”形态。^② 此外,还有一些学者将当今时代称为“读图时代”(钟健夫、杨小彦、李洁非)、“电子时代”(南帆)、“图像时代”(张荣翼)、“视像时代”(林少雄)、“图像社会”(彭亚非)等,虽然表述方式不尽相同,但大都对视觉文化成为当今时代文化主因表示认同。本书认为,视觉文化时代是对我们生活于其中的这个社会文化生产、传播、接受与

^① 周宪:《视觉文化时代的来临》,《解放日报》2004年7月25日。以上观点还散见于他的其他相关论文。

^② 孟建:《视觉文化传播时代的来临》,“上海首届数字艺术节”演讲全文,2002年12月14日。http://www.bings.cn/design/design_theoretics/20070328/26759_3.html。

消费模式的一种命名,也就是说我们现在的文化运作方式与文化生活形态越来越由图像的呈示与观看构成。当然,这并非说视觉文化时代只有视觉文化而没有文字文化,而是强调视觉文化超越文字文化成为文化的主导形态这样一种趋势。

视觉文化时代的来临,对以“语言”为媒介来反映社会生活的文学造成了极大的冲击和影响,当代文学中一些值得关注的现象和问题随之浮现出来。

从文化语境来看,图像文化因其传播的快捷、简便,内容的直观、形象而受到越来越多人的喜爱,而以语言文字为主要传媒的传统文学则遭受冷遇,越来越边缘化、圈子化。图像文化大有凌驾语言文化之上的趋势。在这样的氛围之中,文学前途未卜。诚如J.希利斯·米勒这位老资格的文学研究者所意识到的那样:“在新的全球化的文化中,文学在旧式意义上的作用越来越小。”^① 艾尔雅维茨也在《图像时代》一书中说:“在后现代主义中,文学迅速游移至后台,而中心舞台则被视觉文化的靓丽光辉所普照。”^② 在中国文学界,“文学死亡了”“文学走向了终结”的论调也时时回响在耳际。

从文学表征来看,文学的图像化趋势日益明显。从最初的“文配图”到“图配文”到“图文书”成为阅读和出版的新宠;从游记类、历史类、怀旧类大众化程度较高的散文随笔配插图、照片到纯文学类的诗集、小说集、长篇小说配插图、彩页;从少数作家或青春写手在书商或出版社的策划下选择图文本出版,如余秋雨、陈丹燕、程乃珊、陈染、林白、安妮宝贝、张悦然、郭敬明等,到大量主流作家纷纷尝试出版图文本新书,如潘军的《独白与手势》、王蒙的《尴尬风流》、韩东的《扎根》、阎连科的《受活》和《丁庄梦》、李锐的《太平风物》、韩少功的《山南水北》、莫言的《生死疲劳》和《北海道走笔》、贾平凹的《秦腔》和《高兴》、北村的《发烧》、张炜的《家族》、张欣的《锁春记》、徐小斌的《敦煌遗梦》等。文学名著不断被改编成电影、

① [美] J. 希利斯·米勒:《全球化对文学研究的影响》,王逢振编译,《文学评论》1997年第4期。

② [斯] 阿莱斯·艾尔雅维茨:《图像时代》,胡菊兰、张云鹏译,吉林人民出版社2003年版,第34页。

电视剧，并陆续推出插图珍藏本、漫画本；小说家期待着电影导演青睐自己的原作，并出现海岩、周梅森、王海鸰等“影视专业户”以及郭宝昌、王跃文、陆天明、石钟山等影视小说大佬；“影视同期书”也搭影视的顺风车屡创销售神话。文学期刊、杂志越来越重视外观装帧设计并加大图片容量，纷纷设置视觉艺术、影视评论等栏目。作家、影视界、出版界、大众传媒结盟互动，相互借力发作的现象越来越普遍，影视文学、摄影文学、网络文学、博客文学、手机短信文学等新的文学样式不断浮现。除了上述显在的文学图像化之外，文学隐在的图像化趋势也日益显现，主要表现为纯文学创作中出现了一些与图像的审美逻辑相契合的新的审美特质，如：以“新生代”为代表的欲望化叙事与图像的感官美学相契合；以“70后”为代表的表象化叙事与图像的平面美学相契合；以“上海怀旧”为代表的虚拟化叙事与图像的仿真美学相契合。尽管，我们无法断定后者对前者有直接的影响作用，但是二者在审美和精神上的契合却是值得深入探讨的现象。

从文学阅读来看，在读图“旋风”的裹挟下，快餐文化心态已初露端倪。匆忙而紧张的现代人没有耐心也没有时间静下心来仔细地品味经典名著，而是将目光投向商业电影、流行出版物、电视、广告、通俗歌曲、地摊书刊、卡通制品等形式直观、内容浅显又具有充分娱乐性的快餐文化样式，很多人发出了“不读小说”“我只看看图画而已”的呼声，大学生也更热衷于影视、卡通读物，传统的文学经典遭到了冷遇。

以上现象在当今的文学界确实存在并有蔓延之势，由此，我们不得不追问：在视觉文化语境中文学是否有自己的发展空间？它该如何生存？文学的图像化到底是增强了还是削弱了文学的文学性，它是对文学的终结还是延续抑或是文学谋求自身发展、拓展自身空间的策略？在文学图像化的背后存在哪些权力纠葛？即：在文学场域，市场、传媒、书商、作家、读者等各个行动者到底扮演了怎样的角色而促进了文学的图像化走势？读图是否会取代传统的阅读成为我们主要的文化活动？它如何对读者的阅读心理、鉴赏习惯、审美趣味形成规约和重塑以及这种规约和重塑又如何影响了作家的创作并加剧了文学图像化的趋势？正是带着这些问题，本书打算从视觉文化的角度切入来考察世纪之交中国文学的生存图景。具体来说，就是考察20世纪90年代至今的文学，尤其是

小说的图像化走势。以视觉文化角度切入文学的研究,一方面,可以及时把握世纪之交文学语境的变化,从而为文学的“异动”现象和文学形式的变化提供现实依据;另一方面,可以通过视觉文化这面无处不在的镜像,深入剖析文学图像化的趋势、表征及其审美效果,既为解释世纪之交层出不穷的文学现象提供了一个参照视角,也为学术界理性看待视觉文化和文学的关系提供一些启示;再则,以视觉文化角度切入文学的研究能够将文学放在一个众多权力、视线交织的文学场,将隐而不彰或熟视无睹的欲望、权力、消费、传媒与文学之间的关系凸显出来,从而揭示文学的丰富性与复杂性,帮助读者把握世纪之交文学的整体样貌,并对当代中国文学的未来发展具有警示意义。

二 概念界定:视觉文化

关于视觉文化这个概念,众说纷纭,目前没有定论。美国文化学者尼古拉斯·米尔佐夫认为:“视觉文化是仍处于创建期的构想,而不是一个已经存在着的界定清晰的领域”,它更多的是陈述问题的一种“方式”、一种“策略”、一个“战术”。^①视觉文化是本书立论的理论基点,因此,在进入论述之前有必要对这个概念进行界定。

周宪是国内给视觉文化下定义在时间上最早的,也是影响最大的。2001年,他在《视觉文化与消费社会》一文中指出:“所谓视觉文化,它的基本含义在于视觉因素,或者说形象或影像占据了我们文化的主导地位。”^②这一定义后来被许多研究者采用。在同年的另一篇文章中,周宪认为定义视觉文化有三种策略:“第一种看法强调在图像—语言的二元结构中来理解视觉文化,认为视觉文化是一个相对于阅读文化的概念。它不同于阅读文化,但又和这一文化相关……第二种理论偏重于历史的建构,它把视觉文化视为一种当代现象,与后现代文化、消费社会和媒介文化等当代特殊的发展趋势关联起来……第三种看法则着重于视觉文化的符号学和社会体制层面,亦即着力于符号表意实践。”他认为,“视觉文化有两个基本含义,一是指称一个文化领域,它不同于词语的

① [美] 尼古拉斯·米尔佐夫:《什么是视觉文化》,《文化研究》第3辑,天津社会科学院出版社2002年版,第11页。

② 周宪:《视觉文化与消费社会》,《福建论坛》2001年第2期。

或话语的文化，是视觉性占主因的当代文化；二是用来标识一个研究领域，是广义的文化研究的一个重要分支。”^① 李鸿祥认为，“当代视觉文化是指一个由漫画、图书、电影、电视、网络等大众视像传媒所构成的一种视觉现象。”^② 他侧重从传播媒介的角度来理解视觉文化。赵维森认为：“近年来学术界探讨的视觉文化，主要指以影视图像符号作为基本表意系统，以凭借光电信道的影视及电脑多媒体作为传播介质，与传统印刷文化相对应的新型的文化艺术形态。”^③ 吴琼则从视觉文化研究的任务来阐释视觉文化，她说：“‘视觉文化研究’不是一般意义上的针对‘视觉’或‘视觉文化’的研究，而是一种针对‘视觉性’的文化研究，是对‘视觉性’进行的一次后现代质疑，是对‘奇观’社会作的一种后现代逆写。”^④

在综合上述观点的基础上，本书认为，视觉文化是以图像为基本表意符号、以大众媒介为主要传播介质、以视觉性为精神内核，与通过理性运思的语言文化相较而言的一种通过直观感知的图像文化形态。图像包括两个方面：一是图画部分。主要指绘画、雕塑等静态视觉样式。二是影像部分。主要指影视、广告、录像、动漫、游戏等动态视觉样式。在本书的论述中，将取广义的视觉文化概念，但主要论述的是影视、动漫等动态视觉样式。

在界定了“视觉文化”的概念后，我们再来看“视觉性”。视觉性（Visuality）是视觉文化的精神内核。尼古拉斯·米尔佐夫指出：“新的视觉文化的最显著特点之一是把本身非视觉性的东西视像化。……视觉文化不依赖图像，而是依赖对存在的图像化或视觉化这一现代趋势。”^⑤ “‘视觉性’不是指物的形象或可见性，而是海德格尔意义上的‘世界的图像化’，是使物从不可见转为可见的运作的总体性，这种总体性既包括看与被看的结构关系，也包括生产看的主体的机器、体制、话语、

① 周宪：《反思视觉文化》，《江苏社会科学》2001年第5期。

② 李鸿祥：《视觉文化研究：当代视觉文化与中国传统审美文化》，东方出版中心2005年版，第3页。

③ 赵维森：《视觉文化时代人类阅读行为之嬗变》，《学术论坛》2003年第3期。

④ 吴琼：《视觉性与视觉文化——视觉文化研究的谱系》，《文艺研究》2006年第1期。

⑤ [美] 尼古拉斯·米尔佐夫：《什么是视觉文化》，《文化研究》第3辑，天津社会科学院出版社2002年版，第5页。

比喻之间复杂的相互作用，还包括构成看与被看的结构场景的视觉场，总之，一切使看/被看得以可能的条件都应包含在这一总体性之内。”^①视觉文化研究的基本任务就是对视觉性的研究，其关注点不是视觉对象的可见特征，而是视觉对象和看的行为的可能性机制。

综上所述，视觉文化由浅入深大致包括三个层面的内容。一是图像。即：看到了什么？这是视觉文化可见的部分也是最基本的层面。二是图像的内涵。即：图像表达了什么？图像的意义是漂移的、零散的，所以有时候人们更倾向于认为图像背后没有意义，它就指向它自身，这也是人们认为图像较之语言的浅薄之处。实际上，对图像的解读离不开语言文字的参与，视觉文化并不排斥语言文化，相反它需要语言的参与来提升其内涵，这一点，在后文中会详细论述。三是视觉性。即看何以可能或者看的生产机制。这是视觉文化中不可见的部分也是最深层的部分。法国后结构主义学者罗兰·巴特曾在《神话学》一书中解读了法国黑人士兵向法国国旗敬礼的广告。他主要从三个层次来分析。这可与本书分析的视觉文化的三个层面进行大致比较。一是外延，对应于图像。二是内涵，对应于图像的意义。三是神话。他认为神话的背后凸显的是意识形态的霸权。这相当于视觉文化内容的第三个层面，视觉性。

三 研究现状、方法及意义

西方学者对视觉和视觉文化的研究起步较早。可以说，自古希腊以来，大多数西方思想家都不同程度地触及了视觉、视觉隐喻等问题。自20世纪60年代以后，随着西方后现代主义的兴起，作为其典型形态的视觉文化受到了众多学科学者的关注。进入80年代后，他们从思想、文化、哲学、艺术、心理、生理、技术等各个方面对视觉文化、图像表征等进行了专门性的探讨，出版了大量丛书、专著、读本和文献综述。论文集如，霍尔·弗斯特主编的《视觉与视觉性》（Hal Foster, ed. *Vision and Visuality*, New York: The New Press, 1988），伊安·赫伍德和贝瑞·桑迪威尔主编的《解释视觉文化》（Ian Heywood and Barry Sandywell, eds. *Interpreting Visual Culture*, London: Routledge, 1999）。专著有

^① 吴琼：《视觉性与视觉文化——视觉文化研究的谱系》，《文艺研究》2006年第1期。

马丁·杰伊的《低垂的眼睛：20世纪法国思想中对视觉的贬低》（Martin Jay, *Downcast Eyes: The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought*, Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1993），鲁道夫·阿恩海姆的《艺术与视知觉》（中国社会科学出版社1984年版）与《视觉思维》（光明日报出版社1986年版），格列高里的《视觉心理学》（北京师范大学出版社1986年版），卡洛琳·M. 布鲁墨的《视觉原理》（北京大学出版社1987年版），J. J. 德卢西奥—迈耶的《视觉美学》（上海人民美术出版社1990年版），阿莱斯·艾尔雅维茨的《图像时代》（吉林人民出版社2003年版），约翰·伯格的《观看之道》（广西师范大学出版社2005年版），莫尼克·西卡尔的《视觉工厂》（湖南文艺出版社2005年版），马尔科姆·巴纳德的《理解视觉文化的方法》（商务印书馆2005年版），尼古拉斯·米尔佐夫的《视觉文化导论》（江苏人民出版社2006年版），W. J. T. 米歇尔的《图像理论》（北京大学出版社2006年版），理查德·豪厄尔斯的《视觉文化》（广西师范大学出版社2007年版）等。这些成为视觉文化研究重要的理论资源。

中国本土关于视觉文化的专门研究虽然近几年才逐渐形成热潮，但关于西方相关研究成果的译介工作却在20世纪80年代就开始启动。值得特别提出的是，2000年，天津社会科学院出版社出版的《文化研究》第三辑，以“视觉文化研究”为专题进行了专门的探讨。从宏观角度进行研究的有：美国学者W. J. T. 米歇尔的《图像转向》、尼古拉斯·米尔佐夫的《什么是视觉文化》、以色列学者伊雷特·罗戈夫的《视觉文化研究》、法国学者居伊·德波的《景象的社会》、中国学者倪梁康的《图像意识的现象学》、周宪的《看，读图与意识形态》。从个案入手进行研究的有：汉密尔顿的《法国平民主义摄影》、徐旭的《狂欢在秋雨中的身体》、程文超的《波鞋与流行文化中的权利关系》。这种做法为国内视觉文化研究做了一个很好的学术示范。此后，一些中国学者主编的西方研究成果便大量涌现出来。如罗岗、顾铮主编的《视觉文化读本》（广西师范大学出版社2003年版），吴琼、杜予主编的《“视觉文化系列”丛书》（中国人民大学出版社2005年版）。国内学者关于视觉文化研究的专著也开始出现。南京师范大学张舒予教授的《视觉文化概论》（江苏人民出版社2003年