

# 视觉文化读本

Visual Culture:

An Essential Reader

主编 周宪

IAS 励学文丛

主编 周宪

# 视觉文化读本

Visual Culture:

An Essential Reader

主编 周宪

南京大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

视觉文化读本/周宪主编. —南京:南京大学出版社, 2013. 10  
(IAS 励学文丛/周宪主编)  
ISBN 978 - 7 - 305 - 12046 - 6

I. 视… II. ①周… III. 视觉艺术-艺术理论-西方国家-文集  
IV. ①J06 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 194251 号

出 版 者 南京大学出版社  
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093  
网 址 <http://www.NjupCo.com>  
出 版 人 左 健  
丛 书 名 IAS 励学文丛/周宪主编  
书 名 视觉文化读本  
主 编 周 宪  
责任编辑 陈蕴敏  
照 排 南京紫藤制版印务中心  
印 刷 江苏凤凰通达印刷有限公司  
开 本 652×960 1/16 印张 32.5 字数 435 千  
版 次 2013 年 10 月第 1 版 2013 年 10 月第 1 次印刷  
ISBN 978 - 7 - 305 - 12046 - 6  
定 价 68.00 元  
发行热线 025 - 83594756  
电子邮箱 [Press@NjupCo.com](mailto:Press@NjupCo.com)  
[Sales@NjupCo.com](mailto:Sales@NjupCo.com)(市场部)

---

\* 版权所有,侵权必究

\* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购  
图书销售部门联系调换

## 主编的话

周 宪

在当下知识爆炸的时代，我们所遭遇的问题不是信息匮乏，而是信息过量。看看书店，林林总总的图书扑面而来，买什么书成为一个问题。另一方面，当代文化又带有“速食”特性，尽管常有人带有贬义地使用这个概念，不过我以为“速食”自有道理。人们总是希望在最短的时间里获取更多的有效信息。于是，这几年名之为“读本”一类的书便流行起来。

所谓读本，说穿了也就是把不同学者有关同一主题的文章集中起来。读本的好处是显而易见的。比如说专著，往往一人独著，多为一家之言，有“独白”特点。较之于专著，读本的好处在于围绕一个或几个专题，遴选各家之言，形成了一个互相交流的对话或“复调”性。夸张地说，读本一册在手，便可通览全局。这在信息爆炸的文化情境中，不失为一种迅速进入学术前沿的捷径。

这个读本系列取名为“IAS 励学文丛”，意在彰显一个想法，那就是通过这个读本系列的印行，揭橥当下学术热点问题，反映学术前沿和进展。本丛书是一个开放性的系列。此次先行付梓的只是所策划中的第一系列，今后将陆续推出各个系列。各册主编一定是花了不少气力，从浩瀚如海的文献中，遴选出具体篇章，进而组织翻译，然后校对编排，组成一个完整的结构。做这样的事情，在一个讲求实用主义和个人本位主义的时代，多少有点为他人做嫁衣裳的意味。然则，

学术乃天下公器。我对各位编者放弃自己宝贵的研究，耗费如此精力来编撰这些读本，深表敬意！同时，我也深信这是功德无量的善举。

各位主编在各自的读本编撰译校过程中，一定是感慨良多。学术研究如今可谓突飞猛进，新问题、新观念、新学科层出不穷。所选篇什一方面反映了晚近学界关于特定问题研究新的思路与进展，另一方面也透露出各位编者的学术胸襟和视野。诚然，这些读本均选自西方文献，是对西方学术研究进展的一种译介，但俗话说，“他山之石，可以攻玉”，译介西方学术对于推进本土学术研究的进展，显然具有重要意义。

作为总主编，我想不必在此赘言。让我们节省时间，尽快走入读本的语境，去作一次思想游历和冒险。

视觉文化读本

视觉文化读本

视觉文化读本

# 目 录

“读图时代”的图/文“战争” 周宪 1

## 上篇 视觉文化的“转向”

- 何谓视觉文化?/[美]尼古拉斯·米尔佐夫 21
- 奇观社会/[法]居伊·德波 33
- 图像转向/[美]W. J. T. 米歇尔 43
- 理解视觉文化的路径/[英]马尔科姆·巴纳德 70
- 跨学科性和视觉文化/[美]W. J. T. 米歇尔 90
- 视觉文化研究/[以色列]伊瑞特·罗戈夫 101
- 视觉文化一瞥/[美]玛格丽特·迪克维茨卡娅 120
- 展示性观看:视觉文化批判/[美]W. J. T. 米歇尔 126
- 视觉本质主义与视觉文化的对象/[荷]米克·巴尔 150
- 作为媒介研究的视像研究/[美]马克·波斯特 186
- 文化相对主义和视觉转向/[美]马丁·杰 192

## 中篇 看的实践与视觉政治

- 看之方式/[英]约翰·伯格 209
- 看的实践:形象、权力和政治/[美]玛利塔·斯特肯 莉莎·卡特赖特 225

- 现代性的视觉体制 / [美] 马丁·杰 248
- 视觉现代化 / [美] 乔纳森·克雷里 253
- 视觉快感与叙事电影 / [英] 劳拉·穆尔维 265
- 形象修辞学 / [法] 罗兰·巴特 281
- 关于“凝视”的札记 / [英] 丹尼尔·钱德勒 286
- 幻象机器 / [法] 保罗·维利里奥 304
- 形象、幽灵与景象: 视像的技术 / [英] 约翰·杰维斯 324

## 下篇 视觉文化面面观

- 电影: 从表征到现实 / [英] 斯科特·拉什 345
- 电影与后现代状况 / [美] 安妮·弗里德伯格 355
- 如何看待电视? / [德] 特奥多·阿多诺 379
- 解码广告 / [英] 朱迪思·威廉森 396
- 博物馆: 一种看的方式 / [美] 斯维特拉那·阿尔珀斯 401
- 迪斯尼乐园文化 / [英] 肖恩·库比特 409
- 解读苗条的身体 / [美] 苏珊·鲍德 427
- 女性的裸体: 艺术、淫秽和性 / [英] 琳达·尼德 439
- 麦当娜 / [美] 约翰·菲斯克 453
- 杂志封面女郎 / [美] 卡罗琳·基什 472
- 视觉文化研究文献 487

## “读图时代”的图/文“战争”

周 宪

### “读图时代”的图像“霸权”

2004年,《一个人的战争》刊行了“新视像读本”,在读书界引起了一些反响。照作者的说法:“现在是第八个版本……这一次是诗人叶匡政设计的。他在电话里告诉我几乎每一页都作了设计,封面是上层烫银的,画是李津的。……叶匡政说,李津的画似乎是专门为《一个人的战争》画的,《一个人的战争》也好像是为李津的画而写作的。这话我并不相信,但是看到最后,发现此言实在有几分道理。”<sup>①</sup>其实,这种图配文的格式古已有之,如古代绣像本小说。但这一新版本标示为“新视像读本”,它与古代绣像本有何不同?“新视像”又新在何处?这不禁使人联想到时下流行的一个关键词——“读图时代”。

这本“新视像读本”全书238页,配有图画212幅(有少许重复)。用策划者叶匡政的话来说,“几乎每一页都作了设计”。如此之多的图出现在文本中,单从图像数量上就已不同于传统的绣像小说了。历史地看,传统的图文书(包括绣像本)中,图配文从数量比例上总是文字为主,图像为辅,插图只是点缀性的,用于说明关键段落或文

---

<sup>①</sup> 林白:《一个人的战争》,第1页,北京十月文艺出版社,2004。

字。图与文数量上的差距，表明传统书籍中图与文孰轻孰重的格局。今天流行的图文书却是图片与文字在数量上势均力敌。图片与文字在数量比例上的不同不仅体现了图文关系的变化，而且反映了图书出版理念的变化。我们应追问的是，《一个人的战争》在刊行了七版之后，为何又隆重推出第八版“新视像读本”，这一版与以前各版差异何在。显然，第八版文字依旧，唯一的新元素就是画家李津所作的那200多幅图画。新版吸引读者的正是这些图像。假如这一判断可以成立的话，那么可以推论说，“读图时代”图文书的真正“卖点”不再是原有的书面文字，而在于那些新奇、精美、富有视觉冲击力的图片。在这些新版图文书中，图像似乎逐渐占据了主导地位，文字反倒沦为配角。这种状况不仅反映在图书中，在杂志、报纸、手册甚至各种教学资料中，图片的数量也倍增。这一现象似乎均标志着传统的文字占据主导地位的文化已发生了深刻变化。任何读物，倘使缺少图像，便会失去对读者的诱惑力和视觉冲击力。这正是“读图时代”的新法则，图像对眼球的吸引形成了一种独特的“眼球经济”。进一步深入思考这一现象，或许可以推断，当代人的阅读方式已经发生了某种转变，已从专注于文字理解转向热衷于图像直观。

从美学角度来说，文字和图像本来各具特色，图像以其直观性和具体性见长，而文字以其抽象性和联想性见长。文字读物可以唤起读者更加丰富的联想和多义性的体验，在解析现象的深刻内涵和思想的深度方面，有着独特的表意功能。图像化的结果将文字深意感性化和直观化，无疑给阅读增添了新的意趣和快感。抽象的文字和直观的图像交相阐发，无疑使得阅读带有游戏性，从文字到图像，再从图像到文字，来回的转换把阅读理解转变成视觉直观。正像林白所言：“绝妙之处在于，无论是先看图再看文，还是先看文再看图，都会发现一种有趣的吻合。”<sup>①</sup>林白的解释道出了文与图之间“有趣的吻合”的“互

---

① 林白：《一个人的战争》，第1页。

文性”阐发，但这种阐发又隐含着某种“危机”，因为图像与文字之间复杂的关系造成了某种张力。一方面存在着图像对文字的有效阐发，另一方面又存在着图像对文字的曲解和转义。从前一方面来看，图文书把书籍“通俗化”和“大众化”了，因而扩大了读者范围。但从后一方面来看，图与文之间的紧张有可能误导人们对文字的理解，尤其是一些漫画书将一些经典“连环画化”或“漫画化”。本来，这些经典著作多以思想深刻见长，特定的古汉语不但是其独特的表述手段，同时也是读者进入这些经典的深刻思想的必要条件和路径。然而，在“读图时代”，此类读物被大量地“通俗化”，改造成“图画本”，独特的语言表述被转换为“平面化”甚至“庸俗化”的图解。比如蔡志忠漫画系列，将诸子经典中的精深思想图解为一种漫画形式，虽然这也许有助于读者理解这些古代经典，但同时又存在着将古代思想家博大精深的思想漫画化和简单化的可能性。假如读者对古代智慧和思想的了解仅限于这些漫画式的理解和解释，留在他们心中的只有这些平面化的漫画图像，这是否会导致古代经典中的深意变形以至于丧失呢？而唐诗宋词这样纯粹的语言艺术作品被转化为漫画时，文字的独特魅力及其所引发的丰富联想已被刻板地僵化为特定画面，这是否会剥夺读者对文学作品诗意语言的体验呢？

“读图”时尚的流行，也许正在悄悄改变人们的阅读习惯，其潜在的后果之一是重图轻文的阅读指向。我以为，“读图时代”的读图隐忧乃图像对文字的“霸权”，因此造成了对文字的挤压。在“读图时代”，从文化活动的对象上说，文字有可能沦为图像的配角和辅助说明，图像则取得了文化主因（the dominant）的地位；从文化活动的主体来说，公众更倾向于读图的快感，从而忽略了文字阅读的兴趣和乐趣。尤其是太多插图进入文字著作中，搅乱了文字原有的叙事格局和逻辑，中断了文章的内在脉络，将读者的注意力从文字引向图像本身，也暗藏着破坏读者对文字沉思默想式的感悟方式的可能性。

一言以蔽之，“读图时代”存在着一场不见硝烟的图像对文字的

“战争”。这场“战争”还广泛地延伸到越来越多的文化领域。

文学作品不断被影视“殖民化”，也是这场“战争”的一个侧面。由于形象工业的空前扩张和膨胀，越来越多的非图像文化资源被图像化地开发利用，许多古典的和现代的文学名著被改编为影视剧或漫画和连环画。这本来无可厚非，但问题在于，大量地甚至粗制滥造地图像化和影视化，在助长和强化公众以图像来理解文学名著的偏爱的同时，不可避免地冷落了文学文本。看电影和电视显然比读小说更轻松，更有快感，因而也就更具吸引力。尤其在一些青少年读者中，“读图”的偏好似乎取代了读书的乐趣。从偏爱文字读物，到热衷于各种图像读物，这表明读者的眼睛所追寻的东西发生了微妙的变化。面对空前发达和市场化的影视业，文学不得不改变着自己的“生态”，文学界涌现出越来越多的专以影视写作生存的作家和以成就影视为目标的“文学作品”，甚至是由影视“定制”的作家、作品。其结果是，一方面影视业的视觉需要和市场行情制约着文学，迫使文学屈就于影视的典型视觉性要求；另一方面，各类专为影视写作的文人，逐渐丧失其文学创作的独立自主性，渐渐蜕变为附庸于影视的“寄生者”；更有甚者，影视作品成功的巨大诱惑，也改变了作家成名的方式，刺激了他们“功夫在诗外”的冲动，即借影视的强势影响来扩大自己的文化资本。一些影视知名导演选择作家及其作品为作家们提供了非文学的“成名”路径。更有趣的是，文学作品也会随着影视的成功获得更大的市场和更多的读者，这在《哈利·波特》那种电影与文学“双赢”的策略中体现得最为明晰。目前尚难判断，这个局面究竟是有利于文学自身的发展，给文学带来新的生存空间，还是潜藏着文学愈加边缘化的危机，迫使文学“沦为”影视强势文化的“奴仆”。

非但影视与文学之间存在着图像对语言的“霸权”，在大众媒体中，视觉媒体对文字媒体同样构成了巨大的威胁，例如电视对报纸的压制和诱惑。布尔迪厄注意到电视对报纸这类传统文字媒介的挑战。

他指出,电视在新闻场域的经济实力和象征力上渐渐地占据了统治地位,因此报业面临着新的危机,不少报纸在电视的挤压下销声匿迹了。<sup>①</sup>他特别分析了电视与报纸之间的竞争,说穿了也就是图像与文字之间的紧张关系。这种关系尤其明显地体现为文字记者对电视的崇拜和对文字的失望,因为电视的影响远远超过了报纸。<sup>②</sup>电视的魅力、强力和吸引力,说到底就是图像的力量。换言之,图像凌驾于文字之上在当代文化中是一个不争的事实。

至此,我想提出的问题是,“读图时代”的来临,是否意味着文字主因的文化已经被图像主因的文化所代替?是否可以说今天图像比文字更具魔力和吸引力?是否可以断言今天确实存在着图像对文字的霸权?巴特的如下陈述给这些问题提供了肯定的说明:

这是一个历史性的转变,形象不再用来阐述词语,如今是词语成为结构上依附于图像的信息。这一转变是有代价的。在传统的阐述模式中,图像的作用只是附属性的,所以它依据基本信息(文本)来表意。文本的基本信息是作为文本暗示的东西加以理解的,因为确切地说,它需要一种阐释。……过去,图像阐释文本(使其变得更明晰)。今天,文本则充实着图像,因而承载着一种文化、道德和想象的重负。过去是从文本到图像的含义递减,今天存在的却是从文本到图像的含义递增。<sup>③</sup>

巴特所表述的现象可以说是当代视觉文化的一个显著的发展趋向。文字与形象或文本与图像的传统支配关系现在被颠倒了,不再是文字或文本支配图像,而是相反,图像获得了前所未有的“霸权”。

---

① 布迪厄:《关于电视》,第48页,辽宁教育出版社,2000。

② 同上,第57—58页。

③ Roland Barthes, “The Photographic Message”, in Susan Sontag, ed., *A Barthes Reader*, New York: Hill and Wang, 1982, pp. 204 - 205.

其结果是，图像的“霸权”对文字或文本构成威胁，使之成为依附性和边缘化的媒体。

## 图像拜物教

“读图时代”形成的标志是确立了图像的霸权，它昭示了一个从语言主因型文化向图像主因型文化的深刻转型。那么，如何来看待这一历史转型呢？

拉什提供了一种符号政治经济学的分析路径。他认为当代社会视觉性凸现的发展趋势，可以从“表意体制”角度来解析。而“表意体制”又包含以下两个层面：一是“文化经济”，包括特定文化产品的生产关系、接受条件和消费结构；二是意义模式，亦即符号学所规定的文化符号的能指、所指和指涉物的复杂关系。<sup>①</sup>这对我们探究“读图时代”具有启发意义。

从“文化经济”的角度看，当代“读图时代”的图像霸权，具体体现为当代文化的符号生产、流通和消费均呈现出一种图像中心的模式。对此，德波概括为“奇观社会”(the society of the spectacle)的到来。“奇观既是现存的生产方式的筹划，也是其结果。奇观不是现实世界的补充或额外的装饰，它是现实社会非现实主义的核心。奇观以它特有的形式，诸如信息或宣传资料、广告或直接娱乐消费，成为占据主导地位的社会生活现存模式。奇观是对在生产或必然的消费中已作选择的普遍肯定。奇观的内容与形式同样都是现存状况与目标的总的正当性理由，奇观也是这种正当性理由的永久在场，因为它占用了现

---

① Roland Barthes, "The Photographic Message", in Susan Sontag, ed., *A Barthes Reader*, pp. 4-5.

代生产以外的大部分时间。”<sup>①</sup>就是说，奇观不仅成为生产结构中的核心元素，而且成为生产之外的人类活动的主导因素。从前一方面看，商品的生产同时伴随着各种形态的图像生产，从产品的外观设计到品牌标志，再到广告策划等，以至于商品的市场实现在相当程度上需要依赖于自身品质之外的图像性策划、传播和公众认可度。所以说，商品即形象。由此我们不难理解在“读图时代”，为什么图像会成为重要的非物质性生产资源，为什么商品拜物教会演变为新的图像拜物教，而越来越多的商业竞争已转变为图像资源的争夺。这里需要特别讨论一下图像本身的生产性。

当代社会的生产在相当程度上是围绕着图像来结构的，图像是一个具有巨大潜能的生产性要素。所谓生产性，在这里不仅是指图像在生产过程中作为对象被生产出来，同时还指图像本身也在生产更多的这一生产本身所需要的条件和资源。正像马克思谈到生产与消费的关系时指出的那样，生产直接是消费，消费直接是生产，双方都直接是对方，同时在两者之间存在着一种媒介运动。这是因为，一方面在消费中产品成为现实的产品，消费创造出新的生产需要；另一方面，生产为消费提供了材料和对象，决定了消费方式，创造了对产品的需要。用这种观点来看，图像的生产性为不断发展的消费创造出新的方式和需求，为消费提供新材料和对象的可视的可能性。于是，图像本身就不仅仅是一个可有可无的元素，而是极为重要、极具潜力的生产要素之一。图像既是被生产的对象，同时又是生产出更多对特定生产的需求和欲望的对象。图像不但使得商品成为现实的商品，同时也创造了对商品的现实需求和更多的欲望。在德波看来，奇观已然成为“社会现实的总体性”，社会生产的最终目标就是奇观符号。因为“奇观社会”的法则是，看得见的才是好东西，好东西必须看得

---

① Guy Debord, *Society of the Spectacle*, New York: Zone, 1994, # 6. 来源: library.nothingness.org/articles/SI/en/display/16.

见。眼下流行的术语“注意力经济”说的就是这个道理，图像（奇观）就是生产消费者“注意力”的基本手段。所以德波的结论是，奇观作为一个自主的目标，作为一个直接塑造不断增长的形象物品的发达经济部门，已经成为当今社会的主要生产。<sup>①</sup>由此看来，传统上以语言文字为主的印刷文化，不可避免地导向新的图文并存、势均力敌的新格局。前面说到的种种“读图”趋势便应运而生，图像的霸权或优势也由此合乎逻辑地确立起来了。加之电子媒介本身在技术上保证了图像生产和传播的高效便捷，而消费文化塑造了一种快感主义的意识形态，闲暇生活与消费模式也就形成了图像中心化的结构。

进一步来看，解读“读图时代”图像“霸权”的特征，需要特别关注图像“霸权”的文化政治意味，这可以概括为新的“图像拜物教”倾向。马克思对古典资本主义的分析，指出了资本主义的商品生产使得商品具有某种神秘性，商品交换的物的关系遮蔽了生产者之间的社会关系。商品交换价值的实现使人误以为商品自身具有某种魔力，因而导致了对商品魔力的崇拜。如果说当代社会发展有一个从商品向形象的转变，那么，我们有理由认为，传统的“商品拜物教”在“读图时代”已演变为新的“图像拜物教”。

拜物教本是原始社会普遍存在的一种宗教性活动。从概念上说，拜物教就是对物质性的、无生命的对象的崇拜，把它当作具有普遍神奇魔力的东西，当作可以给人带来好运的东西。在当代文化研究中，拜物教的概念被广泛运用于不同领域。在马克思的政治经济学分析中，拜物教既具有意识形态的特征，又有遮蔽性和虚假性。<sup>②</sup>在弗洛伊德的精神分析学说中，这个概念通常被解释为恋物癖，它是由匮乏所引起的某种误置及其所带来的替代性满足。大体上说，拜物教具有

---

① Guy Debord, *Society of the Spectacle*, New York: Zone, 1994, # 15. 来源: library.nothingness.org/articles/SI/en/display/16.

② 参见 W. J. T. Mitchell, *Iconology: Image, Text, Ideology*, Chicago: University of Chicago Press, 1986, 185ff.

如下两个特征：第一，拜物教倾向总是将物质性的、无生命的事物神秘化，赋予这样的事物超自然的神奇魔力；第二，拜物教总是带有某种宗教性的崇拜，它构成了对上述具有神奇魔力事物的顶礼膜拜。我以为，从商品拜物教到图像拜物教，这些特征不但存在，而且愈加显著。

“读图时代”的图像流行的同时，也不可避免地被“魅化”了。在“注意力经济”的新法则下，图像似乎具备了种种神奇功能，它可以决定特定商品的市场份额，它可以左右人们对一个品牌的认知和接纳程度，它甚至可以让某些人塑造或确认自我身份，以及民族的、阶级的、种族的和性别的认同，它还可以拟仿一个虚拟现实的世界，可以提供这个时代特有的感性的、快乐主义的生活方式，等等。最重要的是，当商品转变为形象时，商品拜物教也就转化为图像拜物教，人们在商品上误置的许多神奇魔力，便合乎逻辑地误置到图像上来，对商品魔力的膜拜也就自然地转向了对图像魔力的崇拜。各类“读图时代”的印刷物之所以流行，正是把“卖点”维系于图像之上，把吸引眼球作为书籍营销的新策略。在商业竞争中，商品自身的品质也许大致相当，但其图像的公众认可程度的差异使得该商品成为现实商品的可能性大相径庭。商品图像的魔力就是它的生产性。从消费者方面看，拥有名牌商品最终不过是一种对商品图像的幻觉，一种在其图像中实现了的符号价值或象征价值（商标、广告、明星生活方式、时尚、社会地位，等等）。从这个意义来讲，图像的象征价值也许比商品本身的使用价值更为重要。

显然，图像拜物教夸大了图像功能并把它“魅化”。图像对文字的“霸权”说到底正是这种拜物倾向的体现。图像之所以具有如此魔力，是由于图像作为文化主因恰恰适合消费社会的快乐主义意识形态。“商品即形象”这一表述本身表明了形象具有消费特性，形象作为消费对象不但提供了物质性的商品的使用价值，而且提供了更多的符号或象征价值。

## 从“语言学转向”到“图像转向”

从学理上说,“读图时代”的到来,可以采用一种转型的表述,那就是我们当下的文化正在经历一个告别“语言学转向”,转而进入“图像转向”的新时期。

依据美国哲学家罗蒂的看法,古代和中世纪哲学与其时人们的观念相联系,而当代哲学则更多地关注语言问题。他写道:“哲学问题是这样的问题,要么借助改良语言来解决,要么通过更多地理解我们现在使用的语言来解决。”<sup>①</sup>在这一表述中,罗蒂强调了一个重要问题,哲学上所讨论的诸多问题其实并无超验的根据,正像维特根斯坦所断言的那样,“全部哲学就是语言批判”<sup>②</sup>。这就是所谓的“语言学转向”。有人甚至认为,“语言学转向”早在18世纪启蒙运动时代就已经开始了。<sup>③</sup>

“语言学转向”抛弃了传统的主客二分的认识论模式,有力地颠覆了精神与现实之间朴素的对应关系,质疑了那种认为语言是自然的、中立的、透明的和工具性的传统观念,因而凸显出人的认识和知识经由语言来塑型的重要观念。换言之,“语言学转向”的核心问题是强调语言和意义是生产性、建构性和创造性的,我们的知识、认识和观念甚至实在世界都与语言建构密切相关。社会学家伯格爾(Peter L. Berger)和卢克曼(Thomas Luckmann)写道:

---

① Richard Rorty, *The Linguistic Turn*, Chicago: The University of Chicago Press, 1967, p. 3.

② 维特根斯坦:《逻辑哲学论》,第38页,商务印书馆,1985。

③ 有学者提出,“语言学转向”发生在18世纪的德国,海曼、赫尔德、洪堡就是这一转向的先驱。20世纪又经历了海德格尔、伽达默尔等人的发展,一直到阿佩尔、哈贝马斯等人,形成了一条明晰的“语言学转向”的线索。这个转向的核心在于强调语言的世界开启层面,强调语言的交往功能而非认知功能。参见 Cristina Lafont & José Medina, *The Linguistic Turn in Hermeneutic Philosophy*, Cambridge: MIT, 1999.