

美图秀秀：我们时代的“新身体叙事”

○ 刘 涛

DOI:10.14039/j.cnki.cn43-1515/i.2015.12.015

当迈克·费瑟斯通于上个世纪八十年代提出“日常生活的审美化”时，他或许没有想到，如今一款名为美图秀秀的手机 APP 正将这一晦涩的学术命题演绎为一个触手可及的现实问题。今天的手机制造商，纷纷在拍照问题上大做文章。透过一长串抽象的指标参数，手机的思路非常清楚，那就是重新界定手机的功能和意义。谈不上功能异化，这只不过是手机厂商在社交媒体时代思考的一个极为朴素的经济问题。可以说，伴随着前置摄像头的出现，手机拍照就已经超越了简单的纪录功能，而是饶有趣味地转向社交网络中的身份、认同与主体性问题，而美图秀秀的出现，无疑将这些话题推向了更具想象力的认知维度。

一、消费语境中的“新身体叙事”

社会学家查尔斯·库利回答了一个极为重要的认同命题——人们对自我的认识过程，往往是在与他人的互动行为中完成的。这其中，他人对自我的情感、认知、态度和评价更像是一面“镜子”，人们借助这面“镜子”来把握和调适自己的行为。因此，他人的目光铺设了个体行为的整体语境，一定意义上限定甚至决定了

个体的行为方式。美图秀秀的出场，带着它挥之不去的资本欲望，其目的就是回应众人的目光压力问题。

美图秀秀的初衷很简单，它若有所思地打量着人们的身体，最后在面孔这里露出了资本狡黠的笑容。一直以来，人们对于外表的刻意关注和雕饰可谓是一个永恒的交往命题。美图秀秀的做法可谓简单直接，它的切口就是视觉，最后挥出的重拳就是美颜。在小说《浮士德》里，那个最后渴望成功与救赎的人，交换的代价就是有可能会付出自己的灵魂。今天，美图秀秀的登场，将整个交换成本降为零。自从安装了美图秀秀，每个人平凡的内心，都可以躲在那个神奇的 APP 背后，变得无比强大而自信。

美图秀秀的出现，总是伴随着一系列新仪式的生产。开启手机前置摄像头，45度随之扬起，然后调整好自己的姿势和表情。伴随着极具仪式感的手快门声，一张自拍照便诞生了。如果说故事在这里就落下句号，那就完全低估了现实的想象力。因此，手机留给我们的还只是一个品相有待继续挖掘的半成品。接下来，美图秀秀出场了。人们熟练地找到屏幕上的美图秀秀，抹去脸上的瑕疵，添加必要的艺术效果，这已经成为美图秀秀最基本的生产思路。对照片添加各种美化效果，随之分享到微

信朋友圈，接下来从容而优雅地回应各种蜂拥而来的点赞与评论。这样的场景或许并不陌生，整个过程一气呵成，连贯自如。当一张经过美化处理的图片进入朋友圈，它已经超越了摄影技术原初的“再现”功能，而上升为一种激活人脉关系的符号资源，撩动着朋友圈里的是是非非。不同于那些直接向身体“进犯”的整容手术，美图秀秀无疑谱写了我们时代的“新身体叙事”，也就是通过对身体的重新塑造和打磨，最终将个体包装成一个巨大的符号奇观。一直以来，社会上存在一种新的区隔体系。这种区隔并非沿着纯粹的政治与资本方式展开，而是转向外表。换言之，明星之所以为明星，某种意义上是因为他们遥不可及的美颜。从没有像今天这样，只是借助简单的几部操作，就可以定义并占有奇迹。从普通人到惊艳四座，只需要一个APP的距离，这是美图秀秀抛出的“明星梦”。不同于Photoshop的专业思路，美图秀秀一开始就选择了“平民路线”。不需要具备任何专业背景，每个人都可以熟练地绘制自己的美学世界。从这个意义上讲，美图秀秀极大地解放了人们想象力，更像是以一种“技术赋权”的方式给了人们憧憬美、编织美、占有美的权利和自由。

显然，在美图秀秀这里，日常生活的美学特质被发现了，原本琐碎的、无关紧要的、被历史有意漠视的生活世界呈现出前所未有的和谐状态和审美潜力。而要完成这一神奇的视觉神话和符号工程，美图秀秀给出的答案是，一款APP软件就可以轻松地“化腐朽为神奇”。

二、身份话语生产的“误同”

美图秀秀之所以俘获了年轻人的偏爱，本质上是因为它直接作用于人们的认同体系。按照肯尼斯·伯克的新修辞理论，我们之所以对某种事物产生认同，根本上是因为我们在这一心理行为中找到了某种安全感。伯克同时给出了

三种认同方式，分别是同情认同（Identification by sympathy），对立认同（Identification by an antithesis）和误同（Identification by inaccuracy）。误同就是一种“虚假的认同”，这一过程是借助想象行为完成的。比如在群体性事件中，某些人站在道德的制高点上抨击他人，从而获得主体身份的认同，即我们借助对“道德制高点”的牢牢占有和意义阐释来获得自身话语表达的合法性与正当性，这一过程所对应的心理认同机制就是一种典型的误同。这里，“道德制高点”往往是我们想象的产物，或者说是我们无意识深处生产的一种认同话语，其目的就是获取一种象征性的“精神收获”。

在消费主义语境下，误同是资本话语最常见的修辞原理，而且往往呈现出一种符号化的生产趋势。换言之，误同的对象往往指向某种人为构造的符号对象，而且经由符号化的方式表现出来。所谓符号化，就是赋予事物意义的过程和行为。一本旧书原本没有多么复杂的意义，然而一旦进入希望工程的话语体系，那便获得了意义，成为一个不折不扣的意义符号。在美图秀秀这里，它的工作思路非常简单，那就是沿着“误同”这一修辞方向来重构个体的认同体系。原始的手机照片只具有最简单的再现功能，也就是对事物的真实呈现。美图秀秀则试图在美学语境下重新诠释照片的意义内涵，这使得原始的照片被“符号化”了。从再现到表现，纪实语境到美学语境，美图秀秀完成的是一件微妙而神奇的符号工程。

正是在被符号化的美图背后，身份话语的生产发生了微妙的偏移，那就是借由对虚拟的视觉符号的认同而完成对自我主体性的识别与确认，这恰恰是心理认知层面“误同”的工作原理。在美图秀秀这里，认同的前提不单单是身体符号的美学生产，更为重要的是对美的生产以及对美学意象的生产。美图秀秀最为自豪的功能就是美颜，也就是将美纳入一套模式化的、指标化的、参数化的生产平台上，从而完成美的标准化界定和生产。关于什么

是美，美图秀秀在反复实践中，已经提炼出了一系列“整体方案”，同时也生产了一系列标准的美学意象——甜美系、粉嫩系、唯美系、清凉系、月光系、典雅系。只要轻轻地在手机屏幕上比划几下，我们便可以按照美图秀秀所预设的生产思路改造自己。至此，误同已经不单是对某种笼统的、模糊的符号话语的生产，而是转向对某种标准的视觉意象的生产。当美进入标准化的生产体系，而且作为一种模式化的视觉意象出场时，美图秀秀完成了一场近乎逼真的视觉神话。

三、主体性与社交想象力

美图秀秀拒绝任何瑕疵，它最为亲睐的美颜功能，同样延续了消费话语最擅长的身体叙事功能。其实，美颜只是一个翘板，一种途径，一场奇观，它的终极目标就是要将个体卷入社交平台，从而实现对主体性的生产。换句话说，如果离开社交媒体平台谈美图秀秀，那就远远低估了美图秀秀的社交想象力。

社交媒体平台是一个再逼真不过的操演舞台。如果说以前的“社会形态”是福柯在全景监狱模型中设想的“少数人看多数人”，今天我们已经进入了一个“多数人看多数人”的“共视社会”或“对视社会”。因为观看的方式发生根本性变化，资本的流动方式及其深层的交往模式也发生了相应的偏移。于是，人们不可阻挡地进入聚光灯下，在窥视他人的同时也被他人窥视。进一步审视社交媒体平台上的“操演逻辑”，不难发现，人们通过永不停息的表演来获得源源不断的注意力。注意力成为社交舞台上极为宝贵的争夺资源，一定意义作为一种特殊的社会资本进入社交游戏的深层逻辑，而在社交媒

体极为贪婪的欲望图景中，美图秀秀无疑迎合了人们对注意力的本能偏好。换言之，美图秀秀深谙注意力的秉性与嗜好，它的出场本身就是一个耐人寻味的生产命题。

朋友圈的游戏规则并不那么单纯，这里悄无声息地生产着某种“缺席的恐惧”。美图秀秀的出场，本质上迎合了朋友圈的游戏规则，那就是解决个体的“形象”和“在场”问题。具体来说，今天，朋友圈的信息轰炸令人猝不及防，稍有倦怠，就会淹没在不断膨胀的信息洪流中。因为面对轮番袭来的信息，个体毫无反抗地迷失其中，这一过程对应的恰恰是个体的“他者化”过程。他者化就是失去注意力，就是对自我感知的失真，就是个体与世界的关系疏远。因此，扑面而来的信息轰炸已经深刻地威胁到个体的主体识别过程，“重返人群”成为一个逼真不过的生存哲学问题，这也是为什么人们会诉诸一切途径“不断发声”。发声的目的就是抵抗不断膨胀的信息洪流，进而重获进入人群所需要的注意力。

注意力的另一种表征，就是人们在人群中发现自己的“存在感”。美图秀秀更多地是在视觉上理解并接近社交媒体平台上稍纵即逝的“存在感”：一方面着手于身体奇观上的符号叙事，以期通过对美颜话语的生产来积累公共注意力；另一方面着手于美颜话语基础上的人脉关系生产和再造，其目的就是编织一个经由美图秀秀激活并主宰的更大的关系网络。可见，正是在身体意义上大做“视觉文章”，美图秀秀饶有趣味地接管了人们的注意力，并迫使人们在对美颜话语的“误同”中重构个体与世界的想象性关系，进而实现主体身份的识别与再生产。

(作者单位：暨南大学新闻与传播学院)