

视觉文化时代图像叙述中的意识形态研究

王立慧

摘要: 其实人类早在原始部落时期就已经开始有图腾崇拜, 长期以来, 图像符号就以其高清晰度的特点向人类提供关于客观世界的各种信息。图像叙述是人类叙述行为的产物, 更是视觉文化时代的产物。图像是一种叙述, 任何叙述都总是无法回避地包含着某种意识形态。詹姆逊将叙述看成对社会现实矛盾的想象性投射, 这种投射赋予了叙述的意识形态属性。图像叙述与意识形态在本质上是有着密切联系的, 图像被建构出来的意义, 背后存在着明显的意识形态内容。

关键词: 视觉文化, 图像叙述, 意识形态

An Ideological Study of Image Narration in the Era of Visual Culture

Wang LiHui

Abstract: Looking back on human history, we find that totem worship occurred as early as the primitive tribal period. For a long time, image symbols with their high-definition characteristics have provided human beings with various kinds of information about the objective world. Image narration is the product not only of human narrative behaviour, but also of the visual culture era. Image is a kind of narrative, and every narrative contains some ideology. Jameson regarded narration as an imaginative projection of contradictions in social reality, which endows the narrative with ideological attributes. Image narration and ideology are closely related in essence. The significance of image construction lies in its

obvious ideological content beyond the image.

Keywords: visual culture, image narration, ideology

DOI: 10. 13760/b. cnki. sam. 201902012

一、视觉文化与图像叙述

回顾人类历史我们发现，人类早在原始部落时期就已经开始有图腾崇拜，长期以来，图像符号就以其高清晰度的特点向人类提供关于客观世界的各种信息。德国思想家本雅明在《机械复制时代的艺术作品》一文中表达过这样的忧思：“复制技术把所复制的东西从传统领域中解脱出来……作为人性的现代危机和个性的对立面的传统的大动荡，它们都与现代社会的群众运动密切联系，其最强大的代理人就是电影。”（1993，p. 7）显然，在本雅明看来，电影作为一种新的视觉文化样式，其问世改变了已有的文化格局，成为视觉文化的滥觞。其实本雅明并非第一位发现文化视觉转变的人，法国作家雨果应当是最早预见到电影将取代小说等传统文学形式的人。（周宪，2008，p. 3）

确切来说，电影与视觉文化并不直接相等，电影只是视觉文化的一种。美国图像理论家米歇尔（Michell, W. J. T）于20世纪90年代就已经提出了图像转向的概念，这个概念转变了人文社科领域的研究范式，成为继语言学转向的又一重大转向。21世纪以来，社会已然进入了所谓的视觉文化时代，铺天盖地的视觉冲击挑战着我们的眼球，视觉文化的兴盛成为全球范围的一道景观。

如今我们生活在一个视觉被高度开发的时代，我们也正处在一个图像资源过剩的时代，我们的眼球中总是充斥着大量的静态或动态的图像。麦克卢汉认为技术是人体的延伸，他将人类文化划分为三个阶段，即口语文化时期、印刷文化时期和电子文化时期，其中在电子文化时期技术延伸的是人的视觉感官，以视觉文化为表征。而且麦克卢汉自己也承认，与17世纪的抽象书籍文化相比较，今天的文化是一种高度感性的、画像似的视觉文化。视觉文化，就是图像逐渐成为文化主因（the dominant）的文化形态。（周宪，2008，p. 4）

当代社会由于人们的视觉经验活动频次的增加，图像符号成为表达、理解和解释事物的主因，视觉文化被标示为区别于其他文化的视觉感官体验。视觉符号有一种天然的传播优势，通过对抽象符号的再表达，图像符号逼真

再现客观事物,降低客观事物的理解难度。视觉文化时代,图像符号大行其道,传统的抽象符号都在寻求自身的视觉化转向,人们在视觉文化时代,通过图像符号沟通交流,表达喜怒哀乐。

叙述是人类传播的永恒行为,完成一种叙述即表达一种目的。传统时代的叙述主要依靠语言和文字来实现,精英主义者总是把文字视为理性与真理,他们驾驭文字,从而获得权威感,在文字是知识唯一承载物的时代启蒙大众。随着电子技术的发展、传播手段的进步,图像符号的传播日趋大众化。我们可以这样认为:图像符号传播的普及离不开“平民式的狂欢”与全球化交流的发展。一方面,图像叙述打破了长久以来文字叙述一统天下的绝对优势,降低了对读者的受教育程度与经验累积的要求,不同文化背景与文化程度的人都能够从图像阅读中获得相应信息。加之图像符号的易复制性,图像叙述越来越被当代社会重视。另一方面,在全球化交流成为普遍现象的今天,国家、地区和民族之间基于语言文字的交流障碍成为全球化发展的束缚。相较于语言文字交流困难,图像符号似乎更能满足在不同文化间传递信息、交流情感的需求,虽然对图像符号的解读也因人而异,但至少这种交流方式在目前全球化进程中受到比较多的认可。

二、图像叙述中的能指与所指

索绪尔认为,语言符号是由能指和所指组成的,这对术语是索绪尔讨论符号的出发点。索绪尔将符号视为能指与所指的结合,坚持认为能指就是“声音-形象”,而所指则是“概念”。符号学教授赵毅衡先生表示自己很难同意所有的符号所指都是概念这种观点。赵毅衡先生为所指做出如下定义:“所指就是能指所指出的东西,就是能指所指向的东西。”(2012, p. 92)“能指和所指的联系是任意的……我们可以更简单地说,语言符号是任意的。”(索绪尔,2003, p. 102)索绪尔高度强调任意性原则的重要性,同时也注意到该原则的普遍性,认为“事实上,一个社会所接收的任何表达手段,原则上都是以集体习惯,或者同样可以说,以约定俗成为基础的”(2003, p. 103)。

索绪尔把任意性的对立面称为“理据性”,并且坚持认为符号与意义之间的联系没有理据。其实自公元4世纪以来,众多学者和学派都主张理据性,只不过这种主张与争论多数在哲学领域展开,比如苏格拉底、柏拉图、伊壁鸠鲁和斯多噶学派的学者都坚持认为名称同事物之间都有着内在的或者自然的联系。我国对理据性的理解最早可以追溯到春秋战国时期。

现代社会,生活已经被全方位符号化,由科技进步导致的媒介形态的发

展都会丰富能指的内涵。能指与所指的联系在最初是任意性的，经过人类长期的集体训练、学习传授而约定俗成成为理据性。符号的社会化过程其实就是从任意性过渡为理据性的过程，在这一过程中，符号本身不可避免地被贴上各种标签。能指与所指关系的演变是稳定性与不断变化相互交替的，所以能指与所指的位置的相互替换势必会带来符号意义的变化，变动之前的意义被变动之后的意义覆盖。

在图像叙述中，能指可以理解为一张图片的外观、形式，包括光线、构图、成像技术等物质形式，这些是人通过视觉把握的符号元素；所指是影像表现出来的内容，是符号使用者对符号指涉对象形成的心理概念。（邵娣，2008，pp. 77-78）因此能指与所指的对应关系受到社会因素、文化因素、历史因素、民族因素、地域因素等的制约，也即符号的内涵是在历史发展中随着社会和文化的变化而不断变化的。

在原始的岩画、绘画、雕塑等视觉艺术中，原始居民生活中的狩猎与祭祀通常是主要内容。人类学学者陈兆复指出，“几乎所有的史前岩画都集中在基本的三个主题上：性、食物与土地；虽然时间在流逝，年代在推移，人类主要考虑的问题，几万年来似乎并没有改变”（2003，p. 31）。塔西里·那杰岩画就印证了这一说法（见图1）。塔西里·那杰岩画是出土于阿尔及利亚的一幅刻在撒哈拉沙漠岩石上的石器时代的绘画。一些学者认为这幅绘画作品描绘了妇女采集谷物（画面上的黑点可能代表谷物）的场景。（斯塔夫里阿诺斯，2006，p. 9）



图1 塔西里·那杰岩画

之后人类进入图腾崇拜时期，在图腾崇拜下产生的文化表达了人们的寄

托,有关神的画像或者雕塑都能够成为信徒膜拜的对象。在中国大多佛教信徒心中,每逢阴历初一、十五都应祭拜菩萨,祈求保佑。应当说图像不仅是一种展示,其背后都隐藏着被确立和被传承的意识形态。

符号能指因时代的改变而变化,随着时代语境的不同,符号的能指也逐渐丰富。

隋岩曾经指出:“能指部分是具有物质性质和物质形式的用以承载符号内容的‘中介物’,是承载符号内容的表达层面,是符号中我们能看到的或听到的部分,也即符号的形象或声音,是所指的中介物。”(2009, pp. 21-23)符号能指的社会性演变是一种人为的社会化的行为,裹挟着意识形态。随着社会语境的不断变化、发展,符号能指也在不断被赋予新的内容。

以“禁欲”和“性冷淡”为例。“禁欲”原意是一种生活形态,一种以剥夺某些基本需求和欲望来达成某些特定目的的手段,特别指和宗教相关的此类行为。而时下“禁欲系”一词表达的是另一重意思,一般用来形容颜值高,外貌清淡高雅,性格沉默内敛的男性。

同样的,“性冷淡”本是一个医学用词,指性欲减退,后来被用于命名一种美学风格。这种风格在色调的要求上相当苛刻,造型也必须极简,既不能有繁复的花纹,也不能有不必要的颜色。说到底,就是崇尚极致的简单,在色彩上,明暗、色调对比弱,整体给人感觉低调而不失格调。“性冷淡”风格的精髓是极简与克制,这个词的能指早已超越原来医学上的含义。

三、视觉文化时代图像叙述中的意识形态表达

“视觉文化”研究取向为人类提供了一种新的批判视野,直指当代日常生活,它不仅是广义上的文化研究的一部分,同时也是文化研究的新领域。从某种层面上讲,视觉文化的出现是大众传媒技术进步的直接表现,也是大众文化直接促生的结果。

大众文化是后工业社会的主流文化形态,内容上以通俗性著称;传播方式上大众文化的可复制性与易得性已经渗透到了社会政治、经济、文化等各个领域。以批判大众文化而著名的法兰克福学派的学者则认为,“大众文化是标准文化、程式文化、重复文化和肤浅文化的同义词,是为一种虚假的感官快乐而牺牲了许多历久弥新的价值观念”(陆扬,王毅,2000, pp. 19-21)。

从符号学角度来说,符号文本是“一定数量的符号被组织进一个组合中,让接受者能够把这个组合理解成为有合一的时间和意义向度”(赵毅衡,2012, p. 43)。上文已经提到过,图像是一种叙述,并且任何叙述总是无法

回避地包含着某种意识形态。意识形态是社会化的精神生产和生活，它能动地反映客观存在。社会生活中，每一个主体总是披挂着意识形态的符号活动在人生舞台上。（胡潇，2010，pp. 12-13）既然意识形态是人类精神生活的产物，那么叙述不可避免地也在生产过程中裹挟着不同的意识形态。詹姆逊将叙述看成对社会现实矛盾的想象性投射，这种投射赋予了叙述意识形态属性。

（一）图像叙述中的交往——以网络表情包交流为例

表情包的运用其实最早可以追溯到1998年台湾一位网络作家痞子蔡，他的网络小说《第一次亲密接触》里面的男主角“痞子蔡”在网络聊天室与女主角“轻舞飞扬”聊天的时候，为了博取女主芳心，就用一些自创的表情符号来取悦对方，比如：:)表示微笑、:P表示吐舌、:D表示大笑，等等，这些符号可以说是网络上的第一代表情包。之后随着QQ的不断壮大，第一代字符表情包淡出网络。2002年后，因特网在国内普及开来，这个时候QQ基本成为中国大陆网民聊天交流的唯一工具。2003年起QQ出现了自带的圆脸表情，、、、等表情符号至今仍然在网络交流中占据重要位置。

随着时代的发展，网络越来越成为现代人社会生活中的必需品，QQ自带表情包也开始不能满足人们复杂的交流需要，这个时候网络上出现了自制表情包。这类表情包的创作者基本上都是漫画家和平面设计人员，他们创造了一系列风靡整个网络的卡通表情包，如小阿狸、悠嘻猴、兔基斯、流氓兔，等等，用户可以根据自己的喜好来下载使用这些表情包。这种新生代表情包日渐成为网络交流的主要工具，当屏幕前的聊天者不想说话或者不知道说什么的时候就开始不断地发表情包，这可以说就是最初的“尬图”。

2008年，在北美流行了一年的“暴走漫画”被网友引入中国，在中国网民中引起强烈的反响。在同一时期，一些真人表情包配合“暴走漫画”成为网络表情包新亮点，赢得广大网友青睐，篮球明星姚明、日本声优花泽香菜和韩国演员崔成国被誉为“表情三巨头”。随着微信在中国大陆的普及，另一种表情包在广大中老年人群中特别流行起来，这些表情包配的文字具有鲜艳的色彩和金光闪闪的“质感”。与此同时，表情包的内容越来越丰富，大量的表情包制作软件出现，为网友创作表情包提供了便利。

表情包意义的产生离不开社会环境与客观现实。爱德华·霍尔（Edward T. Hall）在《超越文化》（*Beyond Culture*）中提到过这样一个概念：内化

语境机制 (internal contexing)。霍尔认为,内化语境机制使人能完成一个极其重要的功能,那就是自动校正扭曲或缺失的信息。(2010, p. 103)霍尔在《超越文化》一书中多次提到“语境”(高语境与低语境)、“情景”等概念,并认为这些概念都是文化研究重要的组成部分。笔者认为,霍尔所提到的内化语境机制与前文中提到的伴随文本在意义上不谋而合,都是要通过既有的符号文本解码新的符号文本。

(二) 图像叙述的诗性主导与解读

图像文本属于符号文本的一种,图像叙述如何才能获得传播意义,实际上取决于图像文本接收者的意义构筑方式。图像文本接收者在解释(解码)所接收到的意义组合时必须考虑到图像文本发送者的意图(编码)。

雅柯布森在其1960年出版的著作《语言学与诗学》(*Closing Statement: Linguistics and Poetics*)中曾经提出了“符号六因素”理论,即一个符号文本同时包含发送者、文本、对象、媒介、符码与接收者这六个因素。雅柯布森指出,符号文本不是中性的、平衡的,当文本让其中一个因素成为主导时,就会导向某种相应的特殊意义解释。(赵毅衡,2012, p. 179)雅柯布森对于诗性的解释是六因素理论产生重大影响的关键。雅柯布森认为,当符号侧重于信息本身时,就出现了诗性。诗性,即符号把解释者的注意力引向符号文本本身,文本本身的品质成为主导(赵毅衡,2012, p. 180),图像叙述正是图像符号文本的诗性主导。

表达离不开解读。前文中提到过,只有先对图像叙述的能指做出分辨,才会逐渐深入所指层面。也就是说,只有对图像文本所要表达的意义进行深层次解读,才能揭示图像文本背后的意识形态,这种解读类似于莫萨里斯所谓的“图像素养”:“在认识到图像表现和客观世界存在诸多差异的基础上,通过静态和动态图像来把握整个世界的的能力。这种能力源自于公众在观察图像时已有的认知水平、语言能力和社会经验。”(Messaris, 1994, p. 208)

解读往往要借助伴随文本。伴随着符号文本一道发送给接收者的附加因素被称为伴随文本。不仅仅是图像文本,其实任何的符号文本都浸透了社会文化因素的复杂结构,在解读图像文本的时候不能忽视这些符号文本自身携带的社会约定和联系。赵毅衡把伴随文本分成三大类——显性伴随文本、生成性伴随文本和解释性伴随文本。三个大类的伴随文本之下又有不同的分类,显性伴随文本包括副文本和型文本,生成性伴随文本包括前文本和同时文本;元文本、链文本和先后文本则属于解释性伴随文本。在解读图像叙述

时，解读者的身份、所在的时代、所持有的社会经验都会成为其伴随文本，影响着对图像的解读。

（三）潜移默化的非标出性视角

非标出性和视角分别是符号学和叙述学中最基本的概念。赵毅衡在《符号学》一书中指出，“当对立的两项之间不对称，出现次数较少的一项就是‘标出项’，而对立的使用较多的那一项，就是‘非标出项’”（2012，p. 279）。视角则专门用来指“有限人物叙述角度”（赵毅衡，2013，p. 248）。不仅小说有视角问题，几乎所有的叙述，视觉的或是隐含着视觉的，都有一个“引导接受者从哪里看”的问题。（p. 249）

笔者认为，非标出性视角是一种潜移默化的文化习得，这种文化习得包含着重要的意识形态内容；非标出性视角的习惯应用，使得意识形态的表达变得十分自然。在这种状况下，非标出性视角成为一种接收常态，而非一种强行的灌输。接受者参与图像叙述编码的过程，并且该过程由传授双方通过互动共同建构完成，其中，接受者根据自己的偏好向传者提出视觉诉求，传者依据接收者的视觉诉求来编制视觉符号体系。

早期西方油画中，对女性身体的描绘往往都采取男性视角，男性视角一度成为非标出性视角（例如图2）。这种非标出性视角几乎主宰西方油画史，绝大多数对女性身体的绘画都通过男性视角来完成。这种从男性视角出发对女性身体的表达是一种父权社会的意识形态的表达。

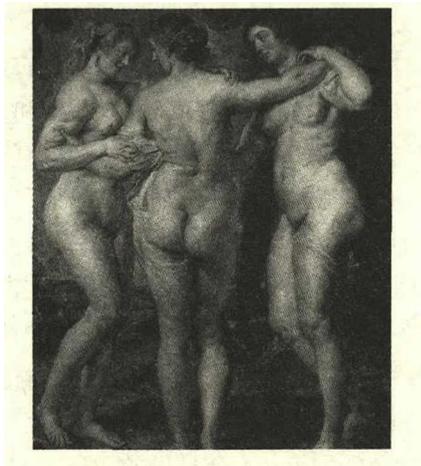


图2 鲁本斯《三美神》

随着传播技术的进步，影视作品对于非标出性视角的运用也成为表达意

识形态的主要手段。好莱坞电影中不乏对美国价值观的图像表达,例如无孔不入的美国国旗。1990年上映的美国电影《与狼共舞》中有这样一组镜头,主角邓巴来到边界驻地时,驻地已经化为一片废墟,但是就在这已满目荒凉的土地上飘扬着一面美国国旗;《十二怒汉》中最终审判结束后,法庭外高高飘扬的美国国旗暗示着美国法律的公正;《独立日》中连脱衣舞的舞台背景都挂着美国国旗。非标出性视角是受者在接受了既有的文化基础和社会共识后持有的一种视角,这种视角是建构图像叙述中意识形态表达的一个方面。

(四) 符号操纵下的欲望制造

图像叙述中的欲望展现是视觉文化的具体表现,也是当下视觉文化时代人们迷恋图像文本的原因之一。图像叙述通过符号操纵来制造欲望,完成意识形态表达。当代社会依然是消费社会,消费社会的自我表达就是对欲望的欲望。鲍德里亚指出:“消费社会是对消费品赋予过分价值的社会……整个社会、经济和文化制度被一种消费物质商品的动力所支配和渗透。”(2003, pp. 60-61)

赵毅衡认为当代社会符号危机的特征之一就是欲望的欲望,这是一种“伟哥文化体制”(2012, p. 367)。笔者认为,基于符号操纵的欲望制造实质上是消费社会的必然结果。

回顾人类社会历史我们会发现,原始社会时期没有剩余粮食,这个时期没有所谓的发展,食不果腹是常有的事情,人类在原始社会唯一的目标就是生存。而到了古典文明时期(公元前1000年—公元500年)整个欧亚大陆趋于整体化,技术的进步是其基础。这个时期农业生产率的急剧增长,意味着人类此时可以取得足够的剩余粮食来发展经济和建立国家。(斯塔夫里阿诺斯,2006, p. 84)之后,人类进入工业社会,直至今天所谓的消费社会,在这个过程中,产品的表意性随着文明的进程而不断丰富,意识形态内容赋予了商品除了使用价值之外更多的含义,这个含义是社会关系的象征,也就是说,人类开始在使用物品的基础之上寻找可以象征社会地位与社会阶层那一类属性。由此催生的炫耀性消费放大了商品使用价值之外的那一部分,这一部分内容由于被各种符号操纵而成为欲望制造的滥觞。

所以,奢侈品消费成为图像叙述的重点。一时间,昂贵的珠宝、手表、包、汽车、红酒、服装等纷纷成为社会身份的象征。身份与消费的紧密结合成为视觉文化时代图像叙述的一种重要的意识形态输出。

香奈儿最著名的5号香水广告因为玛丽莲·梦露的一句广告词而风靡全

球：“我只穿香奈儿五号睡觉。”这些充满了欲望的包装，都在符号操纵下完成了“欲望激活”。商标对于商品的消费来说十分重要，那些充满了诱惑的商标成为某个阶层显示自己财富和地位的标志，人们也开始习惯依据这些标志来划分社会阶层。视觉文化为社会营造了一个图像消费的乌托邦（刘琛，2006，p. 41），被符号操纵的欲望刺激了消费心理，当代社会的人们为了满足这种消费心理，越来越迷失在光怪陆离的符号中。

结 语

视觉文化时代人们的图像意识觉醒，它潜移默化地影响着现代人的思维方式和生活习惯。人们已不单单满足于用文字来再现客观世界，“有图有真相”成为人们表达意识形态的另一种方式。按照麦克卢汉的理论，图像叙述的发展是技术进步带给人们的质的飞跃。

我们今天研究视觉文化时代图像叙述中的意识形态，其实面对的是一种新的文化研究领域。卡西尔说“人是符号的动物”，归根结底，人类的意识过程其实就是将人类世界进行符号化的过程。图像叙述本身并不是孤立地存在于客观现实，它隐藏着的某种观念和意识形态成为图像叙述能够表意的直接原因。一种意识形态的形成是一种社会实践长期积累的结果，在符号体系的协助下，图像叙述的意识形态研究本身也在缔造一种文化。图像作为一种符号，原本就是视觉表达中比较直接和准确的传播媒介，它在沟通文化和传递信息方面起到的作用不可忽视。

引用文献：

- 鲍德里亚（2003）. 消费社会（刘成富、全志钢，译）. 南京：南京大学出版社.
- 本雅明（1993）. 机械复制时代的艺术作品（王才勇，译）. 杭州：浙江摄影出版社.
- 陈兆复（2003）. 岩画——人类早期的视觉表达（邓启耀，主编）. 昆明：云南人民出版社.
- 胡潇（2010）. 马克思恩格斯关于意识形态的多视角解释. 中国社会科学, 6, 12-13.
- 霍尔，爱德华（2010）. 超越文化（何道宽，译）. 北京：北京大学出版社.
- 刘琛（2006）. 图像叙事：当代文化的图像转向. 博士学位论文. 北京：北京语言大学.
- 陆扬，王毅（2000）. 大众文化与传媒. 上海：上海三联书店.
- 邵娣（2008）. 浅析摄影图像中的符号性. 新闻世界, 7, 77-78.
- 斯塔夫里阿诺斯（2006）. 全球通史（上）（吴象婴等，译）. 北京：北京大学出版社.
- 隋岩（2009）. 从能指与所指的演变解析符号的社会化. 现代传播, 6, 21-23.
- 索绪尔（2003）. 普通语言学教程（高名凯，译）. 北京：商务印书馆.

□ 符号与传媒 (19)

赵毅衡 (2012). 符号学. 南京: 南京大学出版社.

赵毅衡 (2013). 广义叙述学. 成都: 四川大学出版社.

周宪 (2008). 视觉文化的转向. 北京: 北京大学出版社.

Messaris, P. (1994). *Visual Literacy: Image, Mind, Reality*. Boulder, CO: West-view Press.

作者简介:

王立慧, 四川大学文学与新闻学院博士研究生, 四川大学符号学传媒学研究所成员, 四川艺术职业学院戏剧系讲师, 主要研究领域为传播学、符号学。

Author:

Wang, Lihui, Ph. D. candidate of School of Literature and Journalism, Sichuan University, member of the ISMS Research Team, lecturer of Department of Drama, Sichuan Vocational College of Art. Her research interests include semiotics and communication.

E-mail: 872286070@qq.com