

意指断裂与表征错位

——论新媒体时代的图像表意问题

鲍远福

(南京大学 文学院, 江苏 南京 210046;
安徽新华学院 文化与新闻传播学院, 安徽 合肥 230088)

[摘要]在传统表意领域,图像是与语言并驾齐驱的符号系统之一。但是,表意媒介技术化时代的到来,加速了图像在意指过程中的蜕变,由科学技术制造的各种新媒体图像在表意的过程中已经逐渐显现出与传统图像迥异的新特征。一方面,新媒体图像强化了传统图像对人类欲望的表征,表意的工具“异化”为“符号他者”,并为图像沉迷者狂热膜拜。另一方面,新媒体图像在步步逼近真实的表象之下,逐渐走向了意指的对立面,越是逼真的图像越是背离真实,它们不再指涉现实和意义,而是变成了自身的“仿象”。新媒体图像在“仿象”的畸变和操控图像制造者的过程中,逐步彰显出其在“读图时代”的表征悖论,即以符号和表象的在场掩盖存在和意义的缺席。这就是新媒体图像的意指断裂和表征错位,如何从学理的层面阐释这个问题,并对其现实影响作出科学的评价,在“世界图像时代”里是个十分迫切的任务。

[关键词]意指断裂;表征错位;新媒体时代;图像表意

[中图分类号]I01 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1003-5281(2015)03-0110-06

20 世纪 30 年代,马丁·海德格尔在审视人类生存状况时一语道破天机,现代世界已经被“把握为图像”了。他认为:“从本质上看,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。”^[1](P.91)]无独有偶,半个世纪后,视觉文化理论家 W. J. T. 米歇尔也提出了发人深省的洞见。W. J. T. 米歇尔指出:“我们发现,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。”^[2](序言P.2)]对两位理论家来说,“世界图像化”或“形象问题”在表征领域的严峻影响不言而喻。在社会生活中,我们已经被新媒体制造的“图像”所包围,人与人之间的文化交流也不再是纯粹的精神互动,而是变成了“视读”“视听”和“视动”,离

开了图像,人类就无法进行表意。我们对图像的依赖达到了前所未有的程度,难怪有人要把当下命名为“读图时代”,甚至于图像已经构成了人们生存的全部,“世界图像化”的另一个明显症候是曾经笼罩着神圣理性光环的“阅读文化”受到了更具诱惑力和侵略性的“视觉文化”的冲击,文学活动的生存空间也被图像观看所流露出来的欲望碎片挤压、撕裂和重置,直至被“边缘化”成一种被消费大众有意无意放逐的“亚存在”。

一、放逐理性的“图像之悦”

在表意机制层面,新媒体图像继承了传统图像承载情感欲望的修辞学功能,并进一步加以放大。

[基金项目]教育部人文社会科学研究青年基金项目“大众传媒与文艺理论创新”(编号:10YJC751002)。

[收稿日期]2015-01-07

[作者简介]鲍远福,男,南京大学文学院博士研究生,安徽新华学院文化与新闻传播学院讲师。

劳拉·穆尔维指出,图像本身就是一种欲望符号,看的视觉行为(观看、凝视、瞥见、偷窥以及审视等)及其结果(即图像)直接与人的快感(即欲望)相联系,“在某些情况下,看本身就是快感之源”^{[3](P.524)}。从人类观看行为所依赖的器官属性看,图像作为“观看行为”的结果,其呈现人类欲望也是生理现象。梅洛-庞蒂指出,人类的视觉行为直接与视觉器官(晶状体、视网膜、视神经及其所连接的大脑视觉中枢等)统一于自身的“肉身性”存在即身体之中,这些器官又与人的身体以及其所审视的对象(客观世界的表象,即图像)共同隶属于世界的“肉身性”存在。于是,视觉行为与其结果被共同建构到人类的知觉结构中去了。梅洛-庞蒂指出:“我不是按照它的外在形状来看空间的,我是在它里面来看它的,我自己也是被包括在它里面的。总之,世界围绕着我,而不是面对着我。”^{[4](P.150)}换句话说,观看行为本身与观看者的器官紧密相连,观看的器官本身又是一种欲望器官,那么观看的结果即图像自然而然地承载了快感的对象(欲望),图像与欲望由此在“肉身性”的躯体中“共在”。

人类的艺术史也表明,图像在意指过程中对欲望有着某种狂热的“符号崇拜”效应。对此,W. J. T. 米歇尔在介绍达·芬奇的绘画理论时曾有过精彩阐述。他指出:“绘画不仅能比诗歌更好地讲真理,而且还能更好地讲谎言。其呈现‘事实’的能力也使它能呈现最令人信服的幻觉,如此令人信服致使‘绘画甚至欺骗了动物,因为我看过一幅画使一条狗相信那就是它的主人;同样,我还看到过许多狗对着画上的狗号叫,想要咬它们;一只猴子对画上的另一只猴子做了许多蠢事’。”^{[5](P.152)}许多男人“‘爱上了并不再活着的一位女子的一幅画’,他们可能‘因为那些色情场面和栩栩如生的幻觉而激起情欲和色欲,当然,他们经不住诱惑而犯了大罪——偶像崇拜的罪过’。”^{[5](P.152)}那些逼真的绘画不仅能让动物无法自制,逼真的女性图像(如裸体画)甚至会激发男人的性欲,图像的刺激唤醒了人类潜意识中的本能冲动,并释放出可怕的魅惑力,它们不仅呈现欲望的表象,甚至还作为欲望的媒介和载体,对观察者进行欲望的投射、引逗和激发,使其潜意识中的欲望被图像所表征的情感催化剂召唤起来,与之形成“对位”和“同构”,转化为观众在现实生活中的种种行为。图像符号所指涉的客体由此也从普通的像素信息变成某种具有“类

神性”的“偶像”或“圣像”,并受到图像沉溺者的膜拜,这种对丧失了意义的图像的盲目崇拜表征了消费主义时代的文化本性。一切有意义的东西都在图像的冲击下变成了“后现代主义‘无深度’的消费文化的直接性、强烈感受性、超负荷感觉、无方向性、记号与影响的混乱或似漆如胶的融合、符码的混合及无链条的或漂浮着的能指”^{[6](P.34)}。

正是由于新媒体图像逐渐转变了本性,放大了其欲望修辞功能而转变成“类神性”的“圣像”,它们才会由人造符号变成危险的“他者”,将自己与人类的关系“反置”,由顺从变为操纵,使人类沉浸于“图像之悦”而难以自拔。当下以网络媒体、数字影视、智能手机和虚拟现实等电子终端为代表的新媒体的迅速发展,它们所制造的图像毫无节制,泛滥成灾,由此带来的全新的信息与文化接受体验更加剧了前文论及的以纸媒为载体、以理性为内核的“阅读文化”的蜕变,这种蜕变直接冲击的是人类对自身文化的理性反思领域。“媒体的力量能够‘让一个比较善良和温顺的民族’接受无辜人民的灭亡,同时又不感到愧疚或自责,更值得注意的是,它能够利用这一毁灭的场景祛除和抹掉上一次大规模战争带来的一切愧疚或记忆……‘越南战争的幽灵已经被永远埋在了阿拉伯半岛的沙漠风暴中’。”^{[2](PP.6-7)}新媒体图像全程参与了现代人的生活,它们已经覆盖了人类绝大部分的表意领域,并且有愈演愈烈的趋势。“海湾战争”这种发生于“景观社会”、只需操作夜视仪、电脑显示器和仿真电子界面上的战争软件和程序指令就可以完成射击和轰炸的“图像战争”游戏充分表明,新媒体图像已经全面参与到国际政治势力的“军事暴力”和“政治角斗”之中,作为一个有活力的“暴力合谋者”,新媒体图像以铺天盖地之势遮蔽了人类的视觉领域,不断地自我复制、召唤和赞美欲望,使理性、精神、逻辑、反思、深度、崇高、秩序与权威等传统审美范畴迅速消解;在新媒体图像视觉暴力的轮番轰炸下,人类已经丧失了反思能力,对于人道主义怀旧的热情也随不断更新的新媒体图像而耗散殆尽,人们开始对新媒体图像所呈现的灾难和苦痛习以为常,而对形而上的焦虑、绝望与恐怖熟视无睹。新媒体图像抹平了人们对于罪恶与暴力的负疚感与“原罪”意识,一切被新媒体直播出来的“图像现实”都不再承载意义,沦落为纯粹的生理快感,视觉行为直接指向欲望对象,视觉图像变为欲望载体,而人类沉迷于图像就是受制于本能,进而

成为欲望的奴隶,彻底迷失本性,成为追逐快感的动物。

总之,新媒体图像在光鲜靓丽的外表之下继承了传统图像的欲望本质,并把表意与欲望无缝对接的功能发挥到了极致。那些以逼真见长的新媒体图像,例如通过网络媒体、移动终端呈现的食品广告对于食欲的引逗,好莱坞大片中画质高清、音质高仿、形象逼真的爆炸或动作场面对于暴力的呼唤,电子游戏中随意获取宝藏、秘籍、美女和社会成就的视觉场景设计对于安全感、财富欲、性欲和社会认同感的肯定,等等,它们所流露出来的欲望意图如此直接和露骨,形式多样且变化多端,传播速度更快、范围更广,强劲地冲击了人们对现实生活一成不变的平淡体验。新媒体图像作为欲望的媒介,通过欲望对生活品味、大众情调、审美体验的重新建构放逐了理性的思考,因此它也解构了单调、碎片化但又活生生、不可替代的现实生活。正是因为新媒体时代的“观看”与“看见之物”都与人类的欲望相关,我们才会为了这种欲望不停地观看,并祈望不断获得新的表象经验,即“看见之物”所承载的新欲望。

由于新媒体图像借助于操作方便的交互技术与媒介使观看的渠道更为通畅、内容更为丰富,它所承载的欲望也被无限地放大,产生的破坏力也更加触目惊心。如今,这些由新媒体图像所激发和承载的欲望更多地被整合到大众传媒的意识形态中,并进化成某种富有“活性”的文化因子,更加肆无忌惮地表征着“人为符号”的权力欲和操控力,新媒体图像所建构的视觉文化本质由此变成了承载着各种欲望(情色、权力、暴力、成就感、身份认同,等等)的“他者”。“图像之悦”的自我膨胀使人类逐渐沉溺于社交网络、数字影像、电子游戏以及虚拟现实等新媒体图像所制造的欲望世界而不能自拔,而波兹曼所说的“娱乐至死”则是这些愚蠢“图像拜物教”行为的可悲写照。

二、遮蔽真实的“符号伪装”

艺术史上宙克西斯(Zeuxis)借绘画打赌的故事表明,越逼真的图像越具有欺骗性,也越虚假,能够欺骗画家和鸟儿的绘画即使再逼真,它也与它所表征的现实相去甚远,因为“它把自身掩饰成它所再现的东西”^{[5](P.33)},所以图像的表征终究无法取代其企图表征的客观世界。而美少年纳喀索斯

(Narcissis)的神话也表明,逼真的图像甚至可以致命(纳喀索斯因为过度沉迷自己的倒影而落水身亡,后来变成水仙花)。贡布里希也认为,越是逼真的图像也就越虚假,与其“企图”意指的客观对象的距离越远。“真实世界看起来并不像一幅平面图画,虽然一幅平面图画可以被画得看上去像真实世界。”^{[7](P.18)}绘画或摄影普遍采用的透视法为了在平面中呈现自然界的立体影像,通过视错觉手段将自然物象整合到带有秩序感和层次感的视觉表象中,其结果看起来虽然是图像对自然的逼真模拟,但其实质却是虚假的,是一种质料(色彩、框架、结构、造型、纹理、点线面、像素,等等)对另一种质料(客观对象自身的物理构造)的“替代性模仿”,因此,绘画、照片或电影影像只能是客观事物的虚拟表象,它们只能(甚至不能)让我们联想到它们在思维层面上所指涉的客观对象,而不是这些对象本身。

新媒体图像作为一种技术延伸,其出现的本意是使人类有能力从视觉的层面更加“逼近”真实世界本身,结果却不以图像制造者的意志为转移地放大了图像的“掩饰”功能。在新媒体的世界中,越是逼真的图像——如虚拟现实中的仿真互动、3D数字电影中的“沉浸”体验、电子游戏中的幻境穿梭,等等——就越与生活现实背道而驰。说到底,新媒体图像的“逼真性不过是一种人为技术的结果而已”^{[8](P.33)},我们对于新媒体图像世界的“逼真体验”,仅仅是因为我们在主观上认同了它们对于存在于现实或虚构中的对象的“逼真的感觉”而已,事实上,这种感觉极有可能是我们的心理错觉。由于新媒体图像用一厢情愿的自我诠释或“内爆”来替代现实存在的本质,并且欺骗我们的视觉器官,因此,我们才会感觉到它的逼真,而实际上,这种所谓的“逼真”只不过是对于我们视觉感知的想象性“延伸”,是“以一种复制品的形象而呈现,却根本不是该复制品的固定符号,而是生动地将其表达出来”^{[8](P.34)}。说到底,是新媒体图像利用了人类视知觉的缺陷,把图像信息的欺骗性发挥到了极致。

从本质上讲,新媒体图像的欺骗性与人类视觉经验的悖论有着很大关系,对于这一问题,贡布里希做过深入思考,认为世界的不稳定性导致了我们的视觉经验具有可塑性。“我们所‘看见’的并不仅仅是已知的,而是过去经验和对将来预期的结果。”^{[7](P.27)}表征或指涉可见世界的图像呈现的并

不是可见的世界本身,而是它的某个瞬间的碎片。这个碎片并不是稳固不变的,而是一种凝固了的、不变的关于可见世界的静止图像;但是从认知逻辑层面上说,它又是一种介于过去与未来之间的关于可见世界的存在状态的描述,这个看似静止的图像既蕴含了可见世界在过去所有活动的结果,也包含了可见世界向未来发展的潜在可能性,从这个意义上讲,所有的图像都不完全是“静止”的图像。正因为如此,很多时候我们才会有贡布里希式的疑惑:为什么同一个图像既能够被我们真实确切地感受到却又让我们感觉到陌生?这个生活经验告诉我们,那些看上去越是逼真的图像,反而越显得虚假和失真,因为其中的道理也是一样的。事实上,在新媒体时代,由于图像再现技术越来越高明与便捷,这种视觉悖论也就更容易被凸显出来。

新媒体图像的意义总是没有太强的深度感和反思性,是一种浅显的表征系统,甚至在现实中没有对应物(如科幻电影中的未来世界、电子游戏中的虚拟界面,等等),它们不断变幻,甚至在未能有效激发观看者的兴趣并对其进行深入探究之前,又迅速地投入了新的表征的怀抱,转向了对新的幻象的诠释与呈现,它们稍纵即逝,意指的链条在断裂和重构中不断腾挪、跳跃与耗散,令人目不暇接。新媒体图像与传统图像相比,所指涉的语义对象是动态的和不确定的,“是时空的某一个片段的影像”^{[8](P.113)},甚至在物理世界没有确切的对应物。因此,即使它看上去“逼真”地表现了某个对象,也只是对这个对象本质的一种片段化的表征或臆造。新媒体图像作为人类想象力极致的视觉机能的“延伸物”,其依赖技术手段所生成的“想象物是大大接近又大大远离现实的:说它接近,是因为它是现实之生命在我身体里的图解,它是精髓,或者说它是肌体的内面第一次展现在视线面前……说它远离,是因为画面只是依据身体的一种类似,因为它不向心灵提供一个机会去重新设想事物的组成关系,而是向视线提供这种机会,以便使它与内部的视觉踪迹相吻合,也因为它向视觉提供从内部覆盖对现实的想象结构的东西”^{[4](PP.132-133)}。所以说,“任何一种透视技术都绝非一种准确无误的解决办法,没有任何一种对现存世界的投影方法,可以完完全全地忠实于现存世界”^{[4](P.146)}。因为透视技术是人为臆想出来的对现存世界的“技术再造”,只要它具有人工属性,那它就不能替代自然界的自主性生成结构。实际上,人工化程度越高、

技术性越强的透视技术,对世界的模仿逼真程度就越高,但它所显现出来的缺点也就越突出,也就是说,它所建构出来的世界也就越表象化、虚假化。基于此,现代的3D电影实际上是对传统绘画透视法的一种技术延伸,这种延伸也使得电影本身的幻象属性更加明显。作为技术呈现的“机绘图像”和“数绘图像”也是这样,它们越是逼真地指涉现实,与现实世界的距离也就越远,图像符号“伪饰”的痕迹也就越加明显。

新媒体图像的泛滥把人类带进了一个全方位的“仿象时代”。“到处都是以相同的方式出现的仿象:时尚中美与丑的互换、政治中左派与右派的互换、一切传媒信息中真与假的互换、物体层面上有用与无用的互换、一切意指层面上自然与文化的互换。”^{[9](P.6)}新媒体图像的“仿象世界”作为游离于现实存在的“图像指涉物”,模糊了现实与虚构、生活与艺术、自然与审美的界限,使美与丑、善与恶、真与假、有用与无用以及天然与伪饰等美学观念沉陷于图像的自我膨胀之中;在新媒体图像所建构的符号陷阱与语义漩涡中,人类社会存在的本色被遮蔽、置换,并悄悄滑向虚无主义的泥淖。当“读图时代”到来后,在越来越炫目的图像的狂轰滥炸之下,人们已彻底丧失了“激情”,技术性图像近乎完美地展示也无法打动挑剔的观众,究其原因,还是因为新媒体图像已经不再承载现实世界的神秘本体,而只是在按部就班地制造幻象,这些幻象与现实生活越来越遥远,乃至最终背离我们的现实生活。

三、溢出本体的“意义缺席”

如前所述,新媒体图像是人为臆造的表征系统,它们以精彩纷呈的符号躯壳“重构”了人类认知系统所观照的现实世界,并作为后者的“技术延伸”而被纳入到人类的表征体系中去,所以,只要它具有人工属性,那么它就不能替代自然界的“自发自为的”生成性构造。对此,尼尔·波兹曼认为,所有的新媒体图像都是“假信息”,但它们“并不意味着错误的信息,而是意味着使人产生误解的信息——没有依据、毫无关联、支离破碎或流于表面的信息——这些信息让人产生错觉,以为自己知道了很多事实,其实却离事实的真相越来越远”^{[10](PP.92-93)}。这与让·米特里对电影的描述如出一辙:“电影语言的特殊性在于带着所谈论的事

物来谈论这些事物。”^{[8](P.123)} 伯格也指出:“最初,制作影像是为了用幻想勾勒那不在眼前的事物的形貌。”^{[11](P.4)} 因此,图像是以表象的“在场”来呈现存在本质的“不在场”,与语言符号通过能指与所指结合的方式强调存在本体的在场不同,图像通过展示它所展现之物来表意,而图像展示的则是“存在的薄皮”。图像作为一种工具,既不表现它自身,也不表现存在的本质,而只是作为存在的表象,而且是由制造、传播和解释图像的人所赋予的功能,才使它能够表达并非来自于它本身所具有的属性和意义。从这个意义上讲,新媒体图像的本质就是以存在之虚假表象的在场来凸显现实世界的丰富性的不在场或“意指的缺席”。

梅洛-庞蒂对“可见的世界”的描述有助于我们理解新媒体图像的“意指的缺席”。“我们亲眼之所见这样的存在的明晰影像——比如那些安静地、顽固地作为自身,驻于自身,绝非自我之物的存在——是作为缺席的和逃避的自我概念的补充甚至同义词。”^{[12](P.170)} 笔者认为,“眼见之物”乃存在本质的表象,它是自我概念“不在场”的明证。据此也可以说,“眼见之物”的视觉图像是以“在场”呈现“世界本相”的“不在场”。反过来说,如果“眼见之物”真的是世界应该是的那个东西的话,那么它将从我们的知觉体系中退隐并融合到存在的本质中,而此时,“自我概念”就会“缺席”,这样它才能与世界纯然一体地融合,我们才有可能接近“世界本相”。但是,由于我们无法将“自我”还原成事物的自为状态,也不能用思想状态、自我的感受来取代事物的本质,因此我们对事物的视觉表象的认知是不能与事物自身等同的,两者在知觉体系中的统一并不意味着它们在本质上的一致性,只不过是知觉“告诉”我们:它们就是这么一回事。符号在这一过程中充当了“和事佬”,充其量仅作了某种“暗示”,所以,图像具有极大的欺骗性,而逼真的新媒体图像尤其如是。图像符号是以世界表象的“在场”呈示存在本质的“不在场”或它自身意义指涉的“缺席”,例如新媒体图像所反映的“仿象世界”在现实世界中找不到对应物,它们只是图像的自我建构,它们所指涉的那个存在也只是某种“伪存在”,而是存在本质的“在场”。

新媒体图像为我们制造了一个可体验却并不真实的“仿象世界”。“符号和影像掩盖的不是现实,而是现实的不在场;在大规模生产和复制的文化场景中,符号并不指涉现实,而仅仅指涉其他的

符号……符号不再与现实的任何东西之间有什么相似或关联,它们纯粹是指称和超真实序列的仿像……它把世界的某些部分界定为虚构,以便让人们相信其余的部分是真实的——而事实上,整个世界已经步入了虚幻的构造之中。”^{[13](PP.200~201)} 电子游戏、迪斯尼乐园和好莱坞环球影城的水上世界以无比真实的情境模拟了现实存在的某种可能性,它们借助新媒体图像“创造了自身的真实”。新媒体图像和所有高度仿真的图像一样,通过呈现存在的某些碎片、层次、要素或“薄皮”来暗示人类知觉结构(视、听、嗅、味、触)中那个“思维观念”所对应的现实世界的“幻象”,以及它们在“无限接近”“世界本相”时的自我否定。

图像以“在场”呈现“不在场”的表征错位还表现在它与其指涉的现实世界之间的关系层面。一切图像都是人类视觉表象的产物,它们既接近现实又远离现实。说它接近是因为它们以表象呈现世界,并使这种表象与身体内在的意向性结构相吻合;说它远离,是因为它们所呈现的表象总是身体内部意向性结构与外在世界“一次遭遇”的结果,它们在短暂的接触中无法诱使知觉思考世界的本相。因此,视觉表象仅仅以(个别和局部的)“在场”呈现(完整和丰富的)世界本质的“不在场”。图像每一次呈现的世界表象都是独一无二的,都是“世界本相”“某一次”的生动展现,世界的完满性和丰富性作为自在自为的存在,变动不居,某一次的视觉表象无法占有它的全部生动性与变化性。因此,图像呈现的“在场”只是存在的碎片和局部,它所暗示的“不在场”却是存在的全部生动性和可能性,图像要无限地“逼近”“不在场”的存在本质,只能通过语言符号对应的思想概念予以暗示。那些在现实世界中没有对应物的新媒体图像则什么都不表示,它是没有摹本的仿拟物,没有根基的指涉物,是不承载任何意义的“符号的符号”,在这些图像中,我们看到的已经不再是现实存在的“缺席”,而是存在之本质的消逝。

以数字电影、虚拟现实交互系统、电子游戏互动空间、超真实的文化景观等为代表的新媒体图像已将自身建构成集合了各种符号、代码和文本的系统,它们在超级语义场中既自成体系、彼此对立,又在媒介统合功能的作用下相互交融、彼此互联,这一媒介环境和符号场域有着难以置信的鲸吞和整合能力,一切图像都能被它纳入到自身的系统内,任何图像都可能因为极其偶然的原因成为这个系

统新的表征单元。新媒体图像在突破和超越传统图像表意阈限的同时,在“戏仿”和“拼接”传统图像时还将表意的功能投射到其他符号领域,慢慢地挣脱语言符号的压倒性指涉功能的束缚,形成自己的指涉领域,并且逐步蕴涵了超越“语言—图像”二元互动图式的复杂语义关系的潜能。从某种意义上讲,这种与传统图像表意并立的新图像系统已经逐步转变为抛弃意义、抛弃语境甚至抛弃符号存在本质的“非真实存在”,它们利用故弄玄虚的方式来彰显自身强大的表征力,但这都只是它们的伪装,撕开新媒体图像表意的“伪饰”,我们看到的只有知觉的骨架、意指的碎片和“存在的薄皮”,新媒体图像在伪装表意的过程中已经变为操纵意义傀儡的“符号他者”,而不是受意指原则控制的具有实体性指涉功能的代码了。新媒体图像的“内爆”并未带来表意的繁荣,反而预示了符号指称功能的悄然失陷,这就是“图像拜物教”所带来的负面影响。图像的意指功能已经“溢出”了它的符号本体,意义也从中逃逸而出,外表光鲜的新媒体图像在表意环节使意义彻底沦丧,剩下的只有符号躯壳和“仿象体系”的狂欢。

四、结语

当代社会,现实世界已经被逼真、新奇、吊诡的新媒体图像包围,变成了“符号的牢笼”,图像作为视觉文化的重要表征已经渗透到了日常生活的每一个角落,甚至悄悄地“重构”了日常生活,人类自身也慢慢地变成新媒体图像表征结构的一部分,作为它们的意指单元而存在,我们再也无法离开视觉文化或各种形象、影像、“圣像”“类像”和“拟像”而独立存在,在图像的诱惑和裹挟下被“异化”,人类甚至被图像所操纵。因此在当代,谁掌控了图像符号的内在生成机制,谁就掌握了话语权,并能够控制大量的媒介、渠道、受众、资源和信息,成为这个世界真正的主宰。图像作为一种文化“软实力”,在新媒体时代已经从幕后走向前台,从非理性的符号表象转变为具有“自主性”甚至“独立能动性”的现实存在,从语言符号的附庸转变为“自

我指涉”的“符号他者”,它们像有生命的细菌一样,渗透到人类的生命历程中,成为生活常态,并逐渐获得建构人类的生存境遇和存在方式的能力,这种现象耐人寻味。也许是新媒体图像如此具有亲和力和吸引力,才让我们深受其诱惑、困扰、纠缠和操控。只有像梅洛-庞蒂所说的那样,“从幻象的外部解释这些我们受其困扰的幻象”^{[12](P.25)},我们才能摆脱和审视它们。而对于新媒体图像的“意指断裂”与“表征错位”,如何从学理层面予以阐释,并对其现实影响作出科学的评估,对相关理论研究者来说显得尤为迫切。

【参考文献】

- [1] 海德格尔. 林中路[M]. 上海:上海译文出版社,2004.
- [2] W. J. T. 米歇尔. 图像理论[M]. 北京:北京大学出版社,2006.
- [3] 劳拉·穆尔维. 视觉快感和叙事性电影[A]. 杨远婴. 电影理论读本[C]. 北京:世界图书出版公司,2012.
- [4] 眼与心:梅洛-庞蒂现象学美学文集[M]. 北京:中国社会科学出版社,1992.
- [5] W. J. T. 米歇尔. 图像学:形象文本意识形态[M]. 北京:北京大学出版社,2012.
- [6] 迈克·费瑟斯通. 消费文化与后现代主义[M]. 南京:译林出版社,2000.
- [7] 贡布里希. 图像与眼睛——图画再现心理学的再研究[M]. 南宁:广西美术出版社,2013.
- [8] 让·米特里. 电影符号学质疑:语言与电影[M]. 长春:吉林出版集团有限责任公司,2012.
- [9] 让·波德里亚. 象征交换与死亡[M]. 南京:译林出版社,2009.
- [10] 尼尔·波兹曼. 娱乐至死[M]. 桂林:广西师范大学出版社,2009.
- [11] 约翰·伯格. 观看之道[M]. 桂林:广西师范大学出版社,2005.
- [12] 梅洛-庞蒂. 可见的与不可见的[M]. 北京:商务印书馆,2008.
- [13] 丹尼·卡瓦拉罗. 文化理论关键词[M]. 南京:江苏人民出版社,2006.

(责任编辑 李静丽)