



当前位置：网站首页 > 专题研究 > 媒介文化研究

图像的审美价值与传媒艺术功能剖判

【作者】张晶

【内容提要】

图像是与传统造型艺术的形象相对而言的、由电子技术复制出来的虚拟性形象。图像以其动态性、连续性和直观性等特征使审美主体的视觉审美能力得到了大大提高。图像作为当代大众传媒的最为基本的元素，是传媒的艺术语言。在当代的艺术场域中，传媒文艺具有整合、统领其他艺术样式的地位与功能。大众传媒以电视为最主要的载体。电视就其艺术一端而言，使艺术的各门类通过图像造就了视觉文化的时代氛围。艺术的各个门类通过图像产生了较之传统艺术各门类更为协调、更具内在联系的共通性。对于当今的审美活动来说，这种特征与关系，使人的审美感知上升到了一个新的阶段，尤其是视觉的审美能力与其他感官的审美能力得到前所未有的贯通。同时，也对人的抽象能力与文字把握能力造成了相当程度的浅表化与钝化。

【关键词】 图像 审美价值 传媒文艺 艺术门类

一 图像作为视觉艺术的基本元素

作为我们这个时代的标志，图像在社会生活中的普遍存在已是一个客观的事实，无须多加议论。因而，我们这个时代被很多学者称之为“图像时代”或“视觉文化时代”。图像在人们的生活中呈现出日益强化的趋势，这样也使人们处在更为泛化的艺术氛围之中。所谓“日常生活审美化”的命题，其关键就在于图像或影像所据有的主导地位。海德格尔敏锐地指出：“根本上世界成为图像，这样一事情标志着现代之本质。”[1]所谓“世界成为图像”也即指人们以图像化的方式来构造我们的“生活世界”。

我们所说的“图像”（包括视像、影像等说法）指凭借当代的大众传媒，通过电子等高科技手段大批复制生产出来的虚拟性形象。这样说是为了将在当今时代成为标志性的审美元素的图像，和以往时代的艺术家用手亲自创作出来的视觉艺术作品区别开来。很明显，图像有着后者所无法取代的直观性、虚拟性和逼真性。图像作为当代大众传媒的最为基本的元素，是传媒的艺术语言。

在美学的范围里，价值论美学在很大程度上可以视为当代美学的一个重要转向，它使审美活动中主客体双方相互作用的关系得到了明确的揭示，而逸出了认识论美学的框架，同时，也使审美主体的作用得到了强化。所谓价值，就是客体和主体需要之间的一种特定的（肯定或否定）关系。马克思主义为价值论学说奠定了非常坚实的基础。马克思本人就曾为价值下过非常科学的界定：“‘价值’这个普遍的概念是人们对满足他们需要的外界物的关系中产生的。”[2]非常深刻地道出了价值的本质属性。价值在审美关系中可以说是根本的属性，因为审美关系并非仅仅是审美主客体哪一方面的占据主导地位，而是在彼此的相互作用中所产生的。正如前苏联著名美学家斯托洛维奇所说：“人的审美关系历来是价值关系，没有价值论的态度，要认识它原则上是不可能的。”[3]而更为重要的又在于在审美关系中主体的评价性有着非常突出的地位。当然这种评价是以审美体验为其基点的，而不是以科学认识为基点。我们之所以从价值论的角度来谈论图像，也是因为由此我们得到了一种进行审美评价的权力。

图像在人们的审美需要及其满足（有一大部分属于替代性的满足）方面的功能是不可取代的。在消费社会的文化背景中，人们对于日常生活的需要和以往是有相当明显的不同的。如果说以往的日常生活的需要基本上是衣食住行等条件，当然也包括财富的积累，而现在人们的日常生活除此之外还更多地包括着由符号和镜像印证的场域与身份的区隔。于此同时，人们的快感渴望也由以往较为单纯的

收藏文章

打印文章

关闭本页

发表评论

阅读量[429]

评论数[0]

生理层面变为带有艺术和审美因素参杂其中。电子媒介手段和数字化的艺术在这里起了全方位的作用。

在我们的生活中，大众传媒用电子科技手段每天都把难以计数的图像（影像）呈现给人们的眼前，图像成为更多的人难以离开的“伴侣”。这种情形，形成了我们对于世界的新的观看方式、把握方式和理解方式。也是在这个意义上，海德格尔才说：“从本质上看来，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。”[4]我们所意谓的“图像”，是以电子科技为其主要的生产手段的，其突出的特征是其仿真性、动态性和批量性。严格来说，“图像”只能是一个“家族相似”的、广义的概念，这个大家族中的各种图像，其实也是有着很大差异的。比如，电影、电视剧中的图像、电子游戏、网络中的图像、广告中的图像和纸文本中的图像，其特质和给人们的审美感受都有各自的特点。这些图像都是电子科技乃至数字技术的产物，与以往的绘画、雕塑等造型艺术相比，其共同之处在于其虚拟的超真实感。文学作品的形象性是要靠审美主体对文字阅读后的想象而产生内视性的审美空间，绘画、雕塑等造型艺术，虽然给人以直观，但它们都带有艺术家的明显印痕，体现出强烈的形式表现能力，却难以使人产生置身于真实的空间之内的审美感受。相对来说，我们所谈论的“图像”就不同了，它们以电子科技所创造的类于高度真实的世界，往往使我们置身于其间，而忘却了真正的现实世界的存在。这便是博德里亚所说的“超真实”。博德里亚说：“影像不再能让人想象现实，因为它就是现实。影像也不再能让人幻想实在的东西，因为它就是其虚拟的实在。”[5]其实，我们在面对传统的造型艺术作品时是进入艺术家的特定的艺术世界，那些艺术形象带有创作主体的强烈色彩；而当我们面对大众传媒所制作的图像时，则如同进入了一个非常真实的世界之中，似乎无须经过艺术家的折射。

作为审美对象，图像的大量存在，使我们对审美快感的涵义不能不作重新的反思。经典美学对于审美经验的界定在图像审美中遇到了颠覆性的障碍，如果图像作为审美对象能够成立的话，康德式的“审美无利害”的铁律似乎在今天的审美现实中很难奏效。康德在《判断力批判》中提出了“那规定鉴赏判断的快感是没有任何利害关系的”著名命题，将审美快感与利害关系严格地剥离开来，他认为“一个关于美的判断，只要夹杂着极少

【原载】中国作家网2007-12-24

《文学遗产》网络版	百年·红楼梦	绍兴文理学院人文学院	更多 加盟 信息
《文学遗产》是全国唯一的古典文学研究专业学术刊物，它代表了我国古典文学研究的最高	整理收集一百多年来的红学成果，为红学研究者和红学爱好者提供一方研究和欣赏的乐土。	绍兴文理学院人文学院前身是1956年9月建立的绍兴中等师范学校的语文教研室，19	

关于我们 | 联系方式 | 意见反馈 | 投稿指南 | 法律声明 | 招聘英才 | 欢迎加盟 | 软件下载
永久域名: www.literature.org.cn www.literature.net.cn E-Mail: wenxue@cass.org.cn
版权所有：中国社会科学院文学研究所 京ICP备05084176号