人工视觉图像的功能及其媒介的哲学美学阐释

邹凤波

（三峡大学 设计艺术研究所，湖北 宜昌 443002）

摘 要：作为此在把持和制造的人工视觉图像，其功能首先是一种欲望的表达。在此，有表达作者自身欲望的欲望，也有表达他者欲望的欲望。除了欲望的表达之外，他还有着美的关涉。人工视觉图像对于美的关涉在于自身艺术性特征的显明。而技术和媒介是不可或缺的，它们彰显了质料对于物的持久性的把握。

关键词：视觉图像；欲望；媒介

中图分类号：B832.3 **文献标识码：**A **文章编号：**2095－414X(2013)02－0040－03

当我们谈论一件人工视觉图像作品的时候，我们总是首先去探索距离我们近的，现实性强的信息，之后才去评价这个人工视觉图像其它方面的要素，诸如它的形式，质料等。这里，人工视觉图像的存在是一种器具性的存在。其存在是为了实现某种旨趣。这也即是说，人工视觉图像的存在就在于其功能的表达。

一、功能的表达

在此，功能的表达，一方面表现为欲望的彰显，另一方面表现为美的关涉。人是有欲望的。在人工视觉图像所敞开的世界里，欲望不仅被生产，而且也被消费。人工视觉图像的生成与显现着眼于人的视觉欲望，最终回归于制造者的欲望，图像生产者的欲望是更为本源的欲望。欲望在人工视觉图像中要么撕去了种种面具，直接表现自身；要么并不直接以自身的面貌呈现自身而表现为种种非欲望的对象，如果事情是这样的话，那么它所表达的往往是它所没有表达的，比如对身体的欲望通过种种暗示的方式予以表达，却并不显明。

人工视觉图像制作者通过人工视觉图像作品来表达和实现他的欲望，因而不仅要赋予形式以信息，而且要建构一个意义的世界。人工视觉图像的形式负载的信息或是明喻的，或是隐喻的。

除了欲望的彰显，人工视觉图像还有着美的关涉。美为何存在？乃是因为人的需要，确切地说是人的情感化的需要。作为对于信息的一种控制手段，人工视觉图像的生产也都是必定要对美进行关注。任何人工视觉图像都渗透着美的元素或美的问题。

人工视觉图像必须体现艺术性的特征。通过特定、清晰的符号形式，人工视觉图像将特定的信息传达并具有美的意味，这是人工视觉图像的责任。那么人工视觉图像自身所具有的艺术性又具有怎样的一种本质直观？“看”或“视觉”是关乎人的心灵的，而对于美的追求来说，乃是与人的本性和心灵相关。由于人工视觉图像相关视觉的缘故，毫无疑问，人工视觉图像的领域也是属于美的领域因而美的关涉在此成为了必然。无论是人工视觉图像的制作、传播还是接受都存在着美的问题，不仅仅包括美的创造、美的传播，同样还包括了美的接受、美感、审美经验、审美心理等一些列审美问题。图像生产者在制作人工视觉图像的过程中要充分考虑和把握采用怎样的形式来吸引特定受众以及如何符合他们的审美心理的问题，从而让人工视觉图像的旨趣得以实现。

相关于美的关涉，一方面，人工视觉图像形象地展示生活世界、现实世界。人工视觉图像的生成往往表现为对于当下生活世界的复制、再现以及表现。受众借助于人工视觉图像可以形象地获得对于外部世界的感受。如果说远古时代的抽象化图腾、文字符号以及图形最大的欠缺性就在于其缺乏形象性展示的话，那么在当下这样一个技术高度发达、信息急剧膨胀的时代，人工视觉图像则具有了前所未有的形象性。比如说可记录连续活动的录像，其每一幅画面不仅是对时间的延续，同时也是对于空间的拓展。通过角度的变换以及画面的组接，抑或通过二维的有限画面表现三维的无限空间，继而形象地再现现实景物的面貌和人物的活动。每一个人工视觉图像作品的生成，如果说欠缺了艺术性的在场，那么图像是不完整的。正是因为艺术性的在场，人工视觉图像具有了美的关涉。

另一方面，人工视觉图像直观的揭示人的内心世界。受众通过对人工视觉图像的接受而获得了对于此在内心世界的感受。基于特定的形式诸如色彩、图形以及连续画面的剪接组合，人工视觉图像自身的构成被赋予了特

作者简介：邹凤波（1981－），男，博士，研究方向：设计学.

定的意义。由此，人工视觉图像自身成为了各种意义的聚集，乃是一个意义的世界。而这样一个意义世界的获得正是一个凭借受众的内心活动才能体验的内心世界。比如说在人工视觉图像中，狂欢与欲望的释放已成为一种非常现实的游戏策略和叙事方式。而且在这样的图像中，往往采取碎片式的形式与表现方式，诸如流行时装、时尚模特、摇滚乐，迪斯科以及劲舞等。

而且，基于技术的发达，当下世界人工视觉图像的生成可以运用一切艺术的形式和表现手段。正是在此意义上，人工视觉图像的生成与艺术有着更加紧密的关联。“事实上，艺术的主要动力在于：艺术那令人陶醉、给人以直接感官享受的特征……”[1]而人工视觉图像尤其是影像也具有令人陶醉的，给受众以直接感官享受的特点。同时，人工视觉图像对于美的关涉不仅包含了给予受众美的形象和美的愉悦，同时也包含丑的形象和感受。尤其是在后现代的时代里，基于艺术与非艺术界限的模糊与消失，美与丑也不在对立了，美的似乎是丑的，丑的也变为美的了。

一方面，人工视觉图像已经由本真的独创性向大规模复制型转变，图像作品的原创性和权威性被复制品的无差别性所取代，人工视觉图像的艺术价值被其功能价值所替代。在此，人工视觉图像本真的存在不再变的重要，而是表现为互动性的人工视觉图像与受众关系的生成成了人工视觉图像审美的关键。这个转变使得受众对于艺术品本身的关注，转向了对艺术品和观众互动关系的重视。正是由于技术的可操作性所导致的网络人工视觉图像的易生产性以及大规模复制性使得人工视觉图像的生成轻而易举。于是谁都可以成为网络或数字人工视觉图像的制造者。其结果导致了人工视觉图像的泛滥，以及人工图像审美的生活化。

二、媒介的在场

人工视觉图像的生成必须借助于一定的媒介。媒介使图像的存在成为可能并最终得到敞开。它是视觉图像得以产生、传播、被接受及保存的凭借和载体。媒介消亡，视觉图像也随之消亡。人工视觉图像的制作、传播及接受都离不开特定的媒介。媒介不仅参与了视觉图形的制作，而且也在人工视觉图像传播和接受的过程中发挥了重要作用。由于“任何媒介都诉诸人的某个或某些知觉”[2]，而正是由于人工视觉图像与人的视觉相关，因而它与媒介的关联乃是显而易见的事情了。人工视觉图像生成的媒介既有物质性的关联，也有着非物质化的指涉。在这里，媒介的非物质化在数字化的和虚拟化的媒介，诸如数字影像和网络图像，比如说电视、网络等媒介中体现出来。

如果给予媒介一个相对的区分，媒介的发展大致经历了口头媒介、纸质印刷媒介、电子媒介以及数字虚拟媒介等阶段。基于前沿计算机科学技术的网络媒介，以互联网为载体，将人工视觉图像、声音结合一起而成为一种的新兴的、流行的传播媒介。正是由于网络世界、非物质化空间的出现，媒介逐渐由物质的现实走向虚拟的存在。新的媒介、语言和手段，不仅是对传统媒介、语言和手段的重要补充，而且在某些方面还是对于传统媒介的重要更新，并逐渐取代传统媒介的地位，成为主流媒介。比如基于网络等新兴媒介产生的数码视觉图像。

此处的媒介显然与麦克卢汉对媒介的有关界定相关。媒介乃是人的知觉的延伸。媒介必须得使人工视觉图像的生成成为可能。于是它相关于视觉，即与图像和色彩相关联。麦作为媒介的人工视觉图像，它既含有物质的、现实的因素，也包括了虚拟的、非现实的因素。一方面，基于传统的纸质媒体，通过触摸我们可以真真切切地感受到它们的存在，诸如他们的形状、大小、体积、色泽及质感等。另一方面，对于非传统的媒介而言，比如说网络图像，它只有虚拟的平面化的视觉呈现，无论它所显现的内容是多么的真实，但是我们对于其形式构成以及材料的特质还是缺少感知的。

于是，我们不得不承认，人工视觉图像已经从根本上改变了传统的由于传播技术的限定所形成的人类文明的发展趋向，即文字长期居于独霸地位的现实。它作为一种基于视觉、形象化的、制度、权力、话语、身体以及隐喻等事情的聚集，正对我们所居住的当下世界产生着前所未有的重大影响，以至于当下世界对人工视觉图像形成了严重的依赖，当今的时代成为了人工视觉图像的时代，而当今的文化成为了图像文化或视觉文化。

三、技术的参与

人工视觉图像首先是作为一个物理性和实体性的物呈现在我们面前。人工视觉图像是物。“所有艺术作品都具有这种物因素……在建筑中有石质东西，在木刻中有木质的东西，在绘画中有色彩的东西，在语言作品中有话音，在音乐作品中有声响。在艺术作品中，物因素是如此稳固，以至于我们可以说；建筑存在与石头里，木刻存在于木头里，油画在色彩里存在，语言作品在话音里存在，音乐作品在音响里存在。”[3]这里，作者意在说明物的因素在人工视觉图像中的重要性。但是，“给物以持久性和坚固性的东西，同样也是引起物的感性涌逼方式的东西，即色彩、声响、硬度、大小、是物的质料。”[3]毫无疑问，质料为人工视觉图像的生产提供了可能，而技术也在人工视觉图像的生成中发挥了重要作用，它使人工视觉图像由创意、构思到最终物质化的呈现成为可能。

因此，媒介的产生，尤其是在现代，对于技术有着

不可或缺的依赖性。技术的发展大大促进了媒介的发展，甚或可以说媒介本身就是技术。电视技术的发展表明了技术对于媒介的影响与作用。从黑白电视到彩色电视，从无线电视到有线电视，从最初简单厚重的笨重盒子到数字压缩、高分辨率、高品质的立体声电视。电视技术发展的最为直接性的影响，就是使人工视觉图像的生成、传播及其效用都发生明显的变化与进步。因而，人工视觉图像的生成依赖于特定技术的运用。从人工画像，到近代照相技术的发展，到当今最先进的数字成像技术诸如纳米技术等都为各种形态和不同存在方式的视觉图像的生产提供了可能。

显然，与人工视觉图像生成相关的技术乃是视觉技术。所谓视觉技术。有学者认为，应包括两层含义：一方面是指人工视觉图像制作技术，比如说原始社会的洞穴壁画，到今天的电脑人工视觉图像制作，无不渗透着低级或高级的制作技术的运用。另一方面是指人工视觉图像呈现的技术或受众观看图像的技术，比如静态纸质平面视觉图像与动态数字网络视觉图像的区别等。[4]媒介技术大体经历了手工制作—机械复制—虚拟技术（诸如模拟、仿象）等多个阶段。而多媒体技术则打破了艺术之间分门别类的现象，各种媒体在此综合运用，并发挥各自的最大性能，创造出比单一媒体更为完美的视觉效果。由此电脑技术的发展与应用为多种媒体的综合运用提供了可能。

而数码技术对于人工视觉图像的创作与传播来说，也是任何传统的媒介形式所无法比拟的。汪大伟先生认为，这在于传统设计或艺术以客观世界为表现内容和挑战主题，而数码艺术设计的特点决定了它不仅表达出人对于客观世界的改造和征服，同时也表明了人对自身主观世界的挑战。因为数码艺术对于未知世界和虚拟世界的构建较之传统媒体更加真实、形象，它更能彰显人的主体意识、想像力、思想的能力。当然，数码艺术设计的运用不仅表明了媒介自身的虚拟化，而且也消解了视觉图像的制作方式。

当然，数字化设计带来的必定是数字化的生存。普瑞特认为，信息工人的大大增加，是一个社会进入后现代社会的标志。[5]由此看来，在后现代时代里，“信息”一词乃是其主要的标志。同时，人也成为了数字化的人。“当今世界，大众媒介、远程通信和电子技术服务和其它消费信息，标志着从硬件形式到软件形式的全面变化。”[5]在网络环境以及多媒体和虚拟现实技术的主导下，“数字化生存”已成为人的命运。它意味着在虚拟化生存的语境里，人往往更多地被置于虚拟视觉图像中。

数字化意味着非物质化。以视觉信息设计为主的当下图像的设计乃是“非物质设计。”它是社会非物质化的产物，而且属于一个以非物质化为特征的设计新领域。视觉图像设计的功能、存在方式和形式乃至设计本性都不同于基于传统媒介的传统视觉图像设计。而“复制”是后现代境域中人工视觉图像制作的重要特征，它意味着所谓的“原作”已不复存在，视觉图像设计成了“仿像”的过程，即成了没有原本的摹本。影视、摄影、网络人工视觉图像等大规模的复制生产，往往都是“仿像”生产和再生产的结果。“仿像”从某种程度上已造成了现实的“非真实化”。比如说，承载着特定商品信息的广告图像，从表面上看似乎指涉的是实在的商品本身，其实，这些工图像经过了特定的技术处理，而广告图像中的商品事实上是实际商品的“仿像”。因此，当下图像的设计方式也从某种程度上注定了我们所居住的当下世界不得不被种种人工视觉图像所控制的命运。

参考文献：

[1] [德]阿多诺. 美学理论[M]. 王柯平译，成都: 四川人民出版社，1998. 102.

[2] 张贤根. 虚拟的自由—后现代语境中的艺术与媒介[J]. 美苑，2004, (4).

[3] [德]海德格尔. 林中路[M]. 北京: 商务印书馆，2004. 45–46.

[4] 周宪. 模仿/复制/虚拟—视觉文化的三张形态[A]. 视觉文化传播的理论阐释, 人工视觉图像时代[C]. 上海: 复旦大学出版社，2005. 20.

[5] [美]马克—第尼亚. 非物质社会—后工业世界的设计、文化与技术[M]. 滕守尧译，成都: 四川人民出版社，1998. 242.

Athletic Interpretation on Function and Media of Artificial Images

ZOU Feng-bo

(College of Fine and Performance, China Three Gorges University, Yichang Hubei 443002, China)

Abstract: This article tries to get an athletic interpretation on Function and Media of Artificial Images. In artificial images, function is one kind of desire expressions as well as a regarding of beautify. Technology and media are also essential factors which causes artificial images grow from the creativity or designer’s mind into finally materializing completion and make it disseminated, preserved and accepted.

Key words: Visual Images; Function; Media