

# 近代報刊生活圖像的視覺話語身份\*

何國梅

[提 要] 圖像生活史的研究追求凸顯普通個體的歷史價值與主體地位。藉此從視覺話語視角考察中國近代報刊生活圖景時會發現,近代中國報刊圖像形成了視覺啟蒙者與被啟蒙者、消閒引領者與都市消費者、革命者與革命受惠者三種不同的媒介話語身份。從修辭的角度看,話語身份的建構得益於視覺隱喻、互文以及範疇化的修辭策略。不過,這樣的探討跨越了過長的歷史時段而在某種程度上忽略了話語身份建構的多樣化與動態性,這也許是日後深化近代報刊圖像視覺話語身份研究的方向。

[關鍵詞] 近代報刊 圖像生活史 視覺話語 身份建構 身份修辭

[中圖分類號] G210.9 [文獻標識碼] A [文章編號] 0874 - 1824 (2022) 03 - 0115 - 11

## 一、引言

### 1. 視覺話語:圖像生活史的“再出發”

生活史研究代表着一種史學研究的新視角,追求凸顯普通個體的歷史價值與主體地位。相較於文字,報刊圖像往往以其直觀可視易懂而更加貼近底層平民生活,成為展現歷史生活圖景的具象化手段。因而,隨着圖像證史的興起,有不少研究者已經注意到近代大眾媒介中的照片、連環畫、漫畫、繪畫等視覺材料對於普通民眾生活細節記述的重要意義。如王笛、陳平原、吳果中等均借助近代報刊圖像探討日常生活史問題。而在出版史領域,更有范軍、洪九來等積極提倡近代出版生活史的研究。後者雖未將史料來源、研究視角偏重於近代報刊及其圖像,但范軍等試圖從緣起、界定與立場、研究對象、研究方向與走向、研究特質等角度梳理出版生活史研究的基本範式,<sup>①</sup>使出版生活史研究由“自發”走向“自覺”,其研究理路逐漸清晰起來:它圍繞着出版人這一主體,以出版人群體的物質生活、精神生活和人際交往為中心,秉持以對“人”深切關懷的批判立場和“他者”立場,探尋出版人與社會的交互作用。經過多年的積累,出版生活史在范軍等人的首倡下已有不少研究成果,也引起了學術界和出版界的廣泛關注。出版生活史這一“出版史學研究的新視閥”,不僅提倡從“人”的視角考察出版與社會的雙向互動以體現時代與人的命運糾葛,也努力從日常生活的視角為

\* 本文係國家社科基金藝術學青年項目“《東方雜誌》圖像敘事與歷史記憶研究(1904—1948)”(項目號:2019CH02062)的階段性成果。

出版史“畫像”，從而使出版史學研究不斷走向豐富、飽滿與鮮活。這為本文的研究提供了充沛的學術資源和研究經驗。作為學科互涉廣泛、邊界相對開放的新興研究領域，出版生活史本身既在不斷釐清自身的研究範式，也以積極的姿態歡迎不同視角對其進行“跨界作業”（華勒斯坦語），以實現學術對話。為此，本文主要以圖像出版物內容為中心，力圖在借鑒、吸收出版生活史已有開拓的基礎上探討視覺話語身份問題，其理論基礎與研究取徑雖有不同，但這種差異在某種程度上可視為一種碰撞，以求教於大方。

英國著名的中國物質文明研究學者柯律格在研究明代圖像及其現代性的問題時曾深有感悟地談到：“‘畫’在明清中國首先是一個關於圖像生產活動的話語對象，而非一個有固定界限的範疇。”<sup>②</sup>他以明代圖像的地位、圖畫的生產條件及其行為活動、視覺實踐等來具體探討明代圖像與社會之間的相互關係，是以文本為中心的視覺話語分析的大膽嘗試。但視覺材料，尤其是以報刊圖像為中心的視覺話語研究卻仍有可以深入挖掘的空間。事實上，除了圖像的內容表現外，圖像中的結構安排、焦點設置、創作者的意圖及其背後隱藏的權力關係也值得進一步深挖，<sup>③</sup>而這正是圖像視覺話語分析的基本視野。我們認為，對於報刊圖像生活史研究，不應該被純粹地還原為“物質文化的賦義行為”<sup>④</sup>的分析，而應該圍繞着圖像文本進行話語實踐與建構的分析，以窺見視覺生活史背後歷史的真實面相，從而在前人研究的基礎上嘗試近代報刊圖像生活史及其話語研究的“再出發”。

## 2. 圖像視覺話語與身份建構

20世紀六七十年代，在語言學領域，對結構主義的批判和反思推動了話語分析的興起。“話語”由語言學走向了超語言學、文化符號學，並意指“包含各種形式的通過符號傳遞意義的人類實踐”，<sup>⑤</sup>是特定歷史和文化關係中人們運用語言及其他手段和渠道所進行的具有某種目的和效果的社會交往活動。<sup>⑥</sup>由此，話語實踐成為話語主體利用符號進行交流與溝通的文化交往活動，與之關涉至深的是話語主體的建構、文本生產與傳播、話語關係與社會效應等問題，其中話語主體與對象之間的身份關係成為文化符號視閥下話語實踐分析學者的關注重點之一。例如，受建構主義思潮和社會語言學影響，Fairclough 就將“構建社會身份”（Constitutive of Social Identities）視為話語（語言）的社會功能之一。<sup>⑦</sup>國內批評話語研究學者田海龍在定義“discourse”時也突出其身份的符號建構意義。<sup>⑧</sup>在這些學者看來，身份作為關係網絡中的自我定位和他者定位，是話語實踐的前提和條件，影響和框定了話語實踐。

話語身份作為語境化的話語實踐建構的產物，是話語“自我建構的一種或多種身份以策略性服務於交際目標的實現”。<sup>⑨</sup>它作為語義實踐/表演（Practice/Performance），不以人與人之間的直接面對面的交往作為必要條件。媒介話語由此為身份的話語建構提供了“棲息之地”，“指導人們把自己視為積極的參與者，允許自我意識在寬廣的文化實踐範圍，包括文本、圖像、商品之中得到表現”。<sup>⑩</sup>從本質上看，媒介化的圖像視覺話語及其身份，不僅是一種文本，它還是一種互動的形式，體現出主體與對象之間的話語關係。生活史研究是“探索文化、社會結構和個體生活之間關係的一種路徑”。<sup>⑪</sup>話語分析及其身份建構因此成為重返“生活世界”的有效工具。近代報刊圖像不只是對現實生活世界某種程度上的“真實再現”，更是視覺話語身份建構的場域。

## 二、啟蒙、消閒與革命：近代報刊生活圖像視覺話語身份的三種形態

在《教會新報》（1868）、《畫圖新報》（1880~1881）和《小孩月報》（1875）等晚清教會讀物“看圖

說話”、“繡像小說”、“漫畫意識”等的媒介視覺傳播積累與醞釀的基礎上,1884年《點石齋畫報》的誕生,開創了近代中國“以圖像為中心”的敘事策略,也宣告了近代報刊圖像視覺話語的開啟。這一源自於圖說日常教事、圖解西方日常生活知識、圖繪日常生活瑣事為主要內容的近代報刊圖像話語方式,從誕生之日起就具有將目光轉向現實日常生活場景的取向,進而影響了中國近代報刊圖像的話語機制。

歷史地看,近代報刊生活圖像視覺話語的形成主要是以對平民日常生活場景的可視化展現而形成的,在對街頭生活、社會民俗、異域風情等的視覺表述中,近代報刊圖像既展現出鮮活的時代場景,又構建了新的話語實踐關係。視覺圖像的敘述者把自己及周遭人的“抽象的、流動的、碎片化的生活經驗變成線性的、因果的、整體的生活故事來呈現意義的自我”。<sup>⑫</sup>這個“意義的自我”的呈現過程即是通過近代報刊生活圖像視覺話語來實現身份建構的過程。由於生活圖像以表現平民日常生活為主要內容,在近代報刊媒介生產、傳播與接受之中,往往成為凸現媒介話語主體與對象之間身份關係的最佳寓所。這種話語身份體現於如下三種形態之中。

### 1. 視覺啟蒙者與被啟蒙者

近代意義上的“啟蒙”,即“開明”,即“打破啟蒙,掃除蒙蔽,廓清蒙昧”,就是解放人們頭腦的束縛,教他們耳聰目明,教他們了解為什麼,了解怎麼做。<sup>⑬</sup>近代中國報刊的終極追求,是救亡圖存,以淺顯直觀的報刊圖像實現新知啟蒙、思想啟蒙、科技啟蒙、藝術啟蒙的追求催生了一大批近代圖像報刊的誕生,也使得圖畫成為一些綜合性報刊傳達思想、描述生活現實的基本手段。前者如《點石齋畫報》(1884)、《啟蒙畫報》(1902)、《時事畫報》(1905)、《醒俗畫報》(1907)、《圖畫日報》(1909)、《醒世畫報》(1909)等,後者如《東方雜誌》(1904)、《申報》(1872)等。

啟蒙,既是時代所迫,也是時人所需。庚子事變後的近代中國,報刊不僅僅是失意文人與轉型知識分子實現個人抱負的言論場域,而且是借由輿論傳播推動家國宏大使命的策略化實踐場所,由此而逐漸形成了特定的媒介話語方式與群體互動身份。報刊圖像通過對日常生活主題的視覺表述來進行開蒙驅昧,在對諸如服飾潮流、飲食文化、建築交通、婚姻禮俗、喪祭習俗等日常生活的視覺描述中,不僅僅展現惡習、提倡新風,更以此凸顯出報刊出版者對於國家命運的關注和民眾生活的驅弊啟蒙,從而構建其自身對於觀者進行視覺啟蒙的話語身份。因此,啟蒙既成為話語主體以視覺化的生活敘事而實現時代變革的核心議題,也是其爭取讀者進而影響讀者的一種理想訴求。例如,以“啟蒙童蒙”為辦刊宗旨的《啟蒙畫報》發行第一年共出12冊,其中附頁(或稱附張)的主要內容往往包括娛樂遊戲、世界各地禮儀、風土人情、皇室生活等的描述和圖示,以此將歐美、日本等國家的風俗禮儀、文明情趣等日常生活景象通過圖像符號進行再現,旨在“向國人樹立標杆和摹本,改變愚昧迷信、落後保守的思想意識,以改良社會”,<sup>⑭</sup>《啟蒙畫報》因此也成為近代報刊生活圖像啟蒙話語的典範。它以識字不多的“婦孺兒童”為擬想讀者,開創了“圖寫兒童”、“圖畫兒童”、關注兒童命運的先河,主創者彭翼仲等也成為近代“開啟童蒙”的代表。由溫世霖、吳芷洲於天津創辦的《醒俗畫報》也通過對地方風俗(如鄉村民眾的鬼神巫事、女子纏足等)、日常習慣(如城市市井風情)、倫理道德(如官場醜態、嫖娼賭毒)等的圖像敘事,體現出明顯的對民眾的“視覺教化”意識,從而形塑了自身的啟蒙者形象。

如果說,以《啟蒙畫報》、《醒俗畫報》為代表的平民畫報視覺話語所形塑的“視覺啟蒙者”的話語主體身份主要是針對一般民眾的“啟蒙”而言,那麼近代報刊圖像視覺話語所建構的針對智識精英的視覺啟蒙者身份則更加明顯地體現於《東方雜誌》的圖像話語之中。《東方雜誌》是始終堅持

以“聯絡東亞，啟導國民”為辦刊方針的近代大型綜合性雜誌。它自創辦之日便辟出專欄刊載圖像，堅持連續刊載了 12,000 餘幅圖像（其中主要是攝影圖像），內容涵蓋戰爭災害、婚姻生活、民俗風情、奇聞異事等。它的圖像敘事具有相對的穩定性，從而形成了獨具特色的、針對智識階層的圖像啟蒙話語。這一話語傳播的效應之一即是在承襲其開蒙啟智的辦刊理念之中逐漸使得刊物背後實際的話語權主體——商務印書館主政者、刊物主編、執行編輯、攝影圖像拍攝者等，建構起啟蒙者的話語身份。譬如，《東方雜誌》曾大量刊發女運動員的出遊、露天游泳、日常體操訓練照片，工廠女工日常作業現場照片，中西方上層女子宴會照片，普通夜校女子與知識女性日常交往情景，“三八”國際婦女節活動等生活照片。圖像中展現的女社會活動家、女英雄、女革命家、女性教育家、新母親、女運動員及其日常行為，“為中國女性提供了一種新的創建主體性和民族性的技術——即想象其在中國社會中的地位與中國在全球秩序中的地位的新方法”，<sup>15</sup>從而使“新女性”成為近代中國傳統女性向現代女性轉向的一個群體象徵。以視覺圖像所呈現的精英女性與知識女性，不僅再現了近代中國思想變革中的女性形象，而且以其鮮活的生活場景表現開啟了對於現代女性思想、觀念、形象、行為等的視覺啟迪。圖像中的新女性們從深閨走向社會、由封閉走向開放、由附庸走向獨立，代表着社會轉向中的女性認同和身份認知，也代表着《東方雜誌》對於傳統落後的兩性關係的批駁及對於新女性的提倡，凸顯和建構起刊物作為女性意識啟蒙者，以及刊物讀者和圖像觀者的被啟蒙者的話語身份。

可見，這種借助可視、直觀的報刊圖像在全社會範圍內所進行的生活圖像傳播，本質上帶有強烈的思想開化、知識傳導、視野開拓的話語訴求，在對日常生活圖景的敘述實踐中，形塑的啟蒙與被啟蒙的雙重話語身份，是近代中國報刊生活圖像視覺話語身份的一種典型代表。

## 2. 消閒引領者與都市消費者

對於近代報刊而言，啟蒙往往是救亡圖存這一時代主題之下媒介發揮社會效應的基本取徑，不過，以理性為底色的啟蒙又因過於高遠而脫離了近代中國的文化語境和傳播生態，這種媒介話語之間的斷裂在逐漸西化的近代中國城市中體現得尤為明顯。因此，以圖像敘事為主的報刊圖像，又不得不採取“消閒策略”，通過對貼近讀者的日常生活書寫以擴大受眾面、搶佔市場先機。日常生活的媒介書寫，不僅是近代報刊的生存策略，也是其有意識建構的媒介話語實踐，從而體現出對近代城市變化與轉型的敏銳感知。

19 世紀末 20 世紀初，《點石齋畫報》、《飛影閣畫報》（1890）、《啟蒙畫報》、《時事畫報》、《賞奇畫報》（1906）、《北京畫報》（1906）、《醒俗畫報》、《神州畫報》（1907）都曾刊載過諸如東洋車、新型馬車與自行車等街頭西洋新物，賽馬、賽狗、看電影、遊公園、參觀博物館等日常娛樂場景。《圖畫日報》（1909）還曾專設“上海著名商場”，刊登與商業有關的建築景觀，不僅展示出上海洋場裡的空間變化，而且以對中西融合的建築的呈現，表現了現代化的生活方式。到 20 世紀 20 年代，立足於反映城市文化風貌並着力“繪象社會”的天津《北洋畫報》，在側重圖敘新聞時政、科技藝術之時，也配以不少帶“洋味”的娛樂和消費場景，描畫了“資產階級中上層消費群體”的日常生活圖景。

而同樣以展現都市消費文化為主要內容的《良友》畫報在 20 世紀 30 年代便開始增加平民性話題，關注都市市民的日常生活和生存況味，以圖像的形式展現普通百姓的日常生活，如街邊玩耍的孩童、街上的人力車夫，等等。它以“聞人”、“聞人照相”、“名人生活回憶錄”等形式刊載社會名人名流的日常照片和生活照，內容大都是會議合影、街頭影像、公園散步、私家宅院等等。借此，《良友》向讀者編織了一幅“文明社會”和“現代生活”全景圖，展示出日常的和普通的、讀者所熟悉

的、可感知的、可模仿的生活方式。<sup>16</sup>《良友》新式生活場景和生活女性的出場，代表着一種現代美的誕生，也昭告了一種對於現代時尚的追求和呼籲。它似乎暫時迴避了國家和民族這一沉重的時代話題，而將消閒意識納入了視覺話語實踐之中。

以《北洋畫報》、《良友》等為代表的報刊圖像所展示的新奇景象，不僅僅是打發閒餘生活的玩物，它們還代表着一種異於傳統的生活方式，一種更加開放與融通的生活態度。儘管其中不無獵奇、博笑、誇飾之嫌，但卻自有源自那個語境下的消閒動向的引領性。它試圖以對城市休閒生活、日常消費場景、娛樂空間等的視覺呈現形成和傳遞出一種“新”與“舊”、“現代”與“傳統”、“先進”與“落後”的話語框架，從而在生活觀念、日常行為示範等方面發揮對民眾的引導效應。因此，具有強烈西方色彩的報刊城市消閒生活圖景，不僅是近代報刊圖像的主要內容，而且成為報刊圖像呈現近代中國圖景、生成圖像視覺話語的重要場所。借由大眾傳媒而進行言說、踐行的視覺話語，形塑了報刊作為“消閒引領者”與其受眾作為“都市消費者”的雙重話語身份。

### 3. 革命者與革命受惠者

近代攝影美學在抗戰背景下逐漸演化為“藝術武器論”，受此思想影響深遠的中國共產黨歷來重視文學、藝術、報刊直接為革命和戰爭服務的功用。因此，中國共產黨非常重視視覺宣傳工作，自1920年創辦《友世畫報》至1937年全面抗戰爆發之前，共創辦了宣傳畫報不少於34種。<sup>17</sup>這些直接服務於革命戰爭和政治運動的圖像報刊，往往也會注意到軍民日常生活視覺書寫的動員作用。《友世畫報》、《山東農民畫報》、《湖南農民畫報》、《湖北工人畫報》等就曾以連環畫或廣告的形式刊載過反映農民和農村生活的圖像，只是早期的中國共產黨畫報數量不多且轉瞬即逝，並且這種借由日常生活書寫而形成視覺話語實踐的自覺意識並不明顯。待到第一次國共合作破裂後《春耕運動畫報》、《選舉運動畫報》等相繼創辦，辦刊者的目光才更多地轉向農民春耕勞作的日常景象、蘇區農民選舉運動等。到20世紀40年代，基於敵後抗日根據地的特殊背景，中國共產黨在克服人員、技術、材料、運輸等重重困難之下，終於創辦了黨史上第一份真正意義上的畫報——《晉察冀畫報》（1942）。

《晉察冀畫報》的創辦，標誌着一種不同於視覺啟蒙話語與消閒引領話語的新的報刊圖像話語方式的誕生。在這份畫報的基礎上，中國共產黨先後創辦了一系列政黨化色彩濃烈、意識形態突出、政治訴求直接的圖像報刊。這些報刊媒介天然地具有為政治服務的屬性，它積極地展現根據地建設及邊區軍民日常生活圖景，往往成為戰爭與革命的鼓手，而非僅僅是一個記錄者。單從現存13期《晉察冀畫報》的內容來看，關於八路軍參與邊區農業生產與生活的圖像雖然不及戰爭及民主政權建設報道的數量多，卻也佔了不小的篇幅。<sup>18</sup>畫報中登載的《生產進行曲》、《春耕秋收：一面戰鬥，一面生產》、《淳樸富庶的田園生活》、《“組織起來”“自己動手克服困難”：邊區大生產運動蓬勃展開》、《渤海漁民生活》、《邊區農業水利建設之一：靈正渠之修築》等，不僅展現了晉察冀軍隊幫扶、支持、領導邊區恢復被戰爭摧毀的農業生產與日常生活情境，而且體現出強烈的政治訴求。此外，圖像中展現的邊區日常藝術生活、體育賽事、科學研討會等，本身即以體現在黨的領導下邊區群眾享受實惠、安穩祥和的編輯旨趣。

作為中國共產黨在邊區創辦的第一份畫報，《晉察冀畫報》實際上為日後黨的畫報畫刊在圖像傳播與視覺話語方式上奠定了基礎，也提供了基本的參照。此後，中共創辦的包括旬刊、半月刊、月刊、季刊、增刊、號外、時事專刊、畫冊、攝影讀物等在內的晉察冀畫報系列圖像出版物，都不同程度地、以不同篇幅關注和表現軍民日常生活，以此來塑造和強化自身的話語身份。如出版於1946年

的“晉察冀畫報叢刊”之一《八路軍和老百姓》中，就有不少展現“幫助人民春耕”、“縫軍衣”、“送飯”等軍民日常生活交往場景的攝影圖片；畫報畫刊中還有不少關於根據地百姓日常勞作及夏日孩子水中嬉戲、海邊漁民捕撈以及“淳樸富庶的田園生活”等農村日常生活場景的圖像表現。

這些報刊上展示的生活圖像，是“中國共產黨戰時宣傳背景下的重要成果”，它深受戰時“攝影武器論”和革命鼓動的影響。圖像中“對美好的日常生活的呈現，反襯出破壞美好家園的侵略者醜惡面目，進一步激發了軍民保家衛國的革命豪情”。<sup>19</sup>正是在這樣的話語框架和敘事氛圍中，《晉察冀畫報》系列報刊圖像所表現的日常生活圖景就具有了強烈的為戰爭和革命而進行視覺動員的訴求和意義，從而凸顯出話語主體借此而塑造的革命者的話語身份。革命要爭取最廣泛的支持和更多的同盟者，則必須展現出更多實際的“革命受患者”，而這既是《晉察冀畫報》發行的目標對象，更是革命報刊圖像所展現的主體，與革命者這一話語主體形成了身份參照關係。

總起來說，啟蒙與消閒是近代中國報刊兩種基本的話語追求與媒介理念，“視覺啟蒙者與被啟蒙者”和“消閒引領者與都市消費者”因而成為近代中國城市報刊圖像話語身份的兩種基本形態。而在兩種視覺話語身份之外，基於敵後抗日根據地的實際情況及中國共產黨對於戰爭、政權建設、文化領導權鞏固等的需要而出版的政黨畫報畫刊則形成了“革命者與革命受患者”的話語身份形態。

### 三、隱喻、互文與範疇化：近代報刊生活圖像視覺話語的身份修辭

話語修辭強調話語表達的效果，它意味着人們一旦接受了一種修辭，就同時接受了其中觀察事物的特定角度和話語身份，並因此而觸發了價值認同與態度轉變的可能性。修辭學視角下的身份研究認為，“交際者通過不斷選擇言語活動的方式來建構自己和他人的身份”，<sup>20</sup>從而使話語的身份構建也成為一種具有目的性、修辭性的行為實踐，身份成為一種話語修辭。話語身份修辭從本質上看是根據語境和表達效果的需要而以身份為載體和手段的、以引導他人透過身份書寫而形成某種態度或促使其採取某種行為進而達成合作關係的傳播策略。話語身份在此既是觸發點和出發點，也是中介和方式，更是目的和訴求，是形式和內容的統一體。就近代報刊圖像而言，諸種不同形態的視覺話語身份，不僅是近代中國特殊的歷史語境、文化傳統、媒介環境、媒體人的教育背景與個人追求等綜合作用的表現，更是報刊出版人在綜合政治、市場、技術、文化、媒介訴求等各方力量之後而有意識建構的產物。從話語修辭的角度看，它集中體現於報刊圖像視覺話語中身份視覺隱喻、互文修辭和範疇化策略之中。

#### 1. 身份的視覺隱喻

在修辭學中，隱喻是一種創造性的修辭行為。它“通過一事物來理解和體驗其他事物”，<sup>21</sup>從而產生新的思想和新的認知。視覺隱喻則是“在有不同本性但還有某些共同性的事物之間建立一種視覺上的含蓄的比照關係”，“在二者之間建立一種語義性聯繫。在對象的比照之中，將抽象的思想視覺地表達出來”。<sup>22</sup>身份的視覺隱喻修辭被視為以“在場”的視覺化符號書寫喻指“不在場”的身份話語意義的過程，話語身份在隱喻修辭的過程中發揮着導引接收者思維朝向、創造身份理解的作用。在近代報刊中，視覺圖像往往“通過選擇令人出乎意料的源域和反常規的視覺安排，創造新的相似性，提供看待某一事物的新視角，從而構建或重新構建社會身份”。<sup>23</sup>

在近代中國的歷史語境下，“獲得主體性的人”已經出現在清末民初那些敏感的人群當中，<sup>24</sup>在他們的眼中，大量存在於世的卻是那些“主體性缺失”或“主體性不足”的人，因而“獲得主體性的人”不得不以話語主導者的媒介身份來喚醒、點撥、激發那些冥冥不知者。無論是視覺啟蒙者與被啟蒙

者,還是消閒引領者與都市消費者,乃至革命者與革命受惠者,近代報刊圖像生活視覺話語身份的形成都折射出以近代報人為代表的知識分子在面對迫切的時代使命、全新的媒介生態以及個人搖擺不定的生活現實時的局促,是他們以日常生活圖像書寫所進行的對自己以及他人身份探索的某種嘗試,其中有着複雜的視覺隱喻。

“視覺啟蒙者”與“視覺被啟蒙者”同為深受落後思想禁錮的滿身創傷的普通中國人,不同的是對於西方思想與生活方式的接受程度及其醒悟程度。日常生活圖像的媒介在場,隱喻着圖像背後的“視覺啟蒙者”和不在場的“被啟蒙者”。在報刊圖像的生產和傳播中,作為話語主體的出版者不僅通過對刊物理念、內容選擇、版式設計、圖像符號象徵等方式扮演着這一場域中的在場的主導角色——視覺啟蒙者,而且將未見的、散落的讀者編織進這場博弈中,成為被審視的、被批判的、待開發的受蒙蔽者。他們所選擇、創造、傳播的視覺化的日常生活圖景,讓觀者更真切和直觀地感受到,“自己不再是從前某種權威(神權、王權等等)的臣民,而是擁有權力和義務、眾生平等的國民”。<sup>⑤</sup>諸如《東方雜誌》專欄圖像中所展現的新女性、新母親、女運動員、托兒所兒童的日常活動以及諸如《印度王族之生活》、《外蒙之風俗人情》、《日本兒童之消夏行動》等生活場景圖像,在傳達出顛覆傳統性別角色、兒童觀念等的啟蒙意義時,使自身成為構建媒介話語身份——“視覺啟蒙者”與“視覺被啟蒙者”——的隱喻,從而折射出救亡圖存的時代命題。

日常生活圖像的在場,在消閒話語模式下的報刊圖像中也是一種話語身份的視覺隱喻。它以對現代都市生活的書寫,構建起了“消閒引領者”與“都市消費者”的話語身份。一方面,以《北洋畫報》、《良友》畫報為代表的報刊所登載的時尚女郎及其生活方式、街邊路人及其日常行為、公園影院及其所代表的西式休閒等圖像,傳達着一種新的生活理念和消費觀念,進而凸顯出刊物作為“消閒引領者”的話語身份。而另一方面,對象化的生活圖景預設了一種新的媒介市場關係和市場主體身份的形成。近代報刊圖像所帶來的媒介生產方式的變革、觀看方式與觀看視角的變化,以及以日常熟悉而未曾熟知的普通生活為主的觀看內容的轉變,似乎預告了一種新的、趨於大眾化的城市平民身份的逐漸形成。他們不再禁錮於觸不可及的文字理性之外,不再隔離於無法理解的政治之外,而擁有了一種自由選擇的權利——儘管這種權利本質上仍然要依附於媒介生產者對於市場規律的掌握和時尚生活領悟的程度之下。從這個意義上講,近代報刊生活圖像在近代中國的出現,不僅僅是一種新的媒介話語方式的更新,更是在西風東漸大勢之下的媒介話語身份的重塑。其中雖然帶有強烈獵奇的市場導向,但卻無法抹殺它對城市生活的引領,以及以時尚生活為嚮往的媒介人這一“消閒引領者”和那些或隱或潛的城市消費者的隱喻性呈現。

相較於報刊生活圖像對於視覺啟蒙者與被啟蒙者、消閒引領者與都市消費者這兩重話語身份形態的隱喻化表達,以《晉察冀畫報》系列革命報刊為中心所形塑的革命者與革命受惠者的話語身份隱喻似乎顯得更加淺白。圖像報刊成為黨爭取群眾、宣傳革命、展示戰果的重要媒介,也是其構建文化領導權的重要話語形式。由於敵後根據地和解放區普遍存在的低識字率等落後狀況,不僅圖像報刊成為中國共產黨媒介話語實踐的重要方式,而且貼近百姓日常的生活圖景亦成為構建黨的“革命者”形象與昭示百姓作為“革命受惠者”身份的重要媒介。革命的正當性和合法性與革命成果享有的普遍性與全面性緊密相連的,“革命者”的身份也只有在與“革命受惠者”的緊密關聯中才能得以建構。而對於革命戰爭形勢嚴峻、政權建設任務重、生產生活遭受重創的敵後根據地來說,對真切實感的百姓生活的圖像傳播,體現出中國共產黨領導下寧和安穩的革命戰果普惠於廣大的支持者與同盟者。強烈的政治訴求與場景化的生活圖繪相結合,形成了政治性畫報淺顯直白的

話語特徵,但這種話語實踐之中的媒介圖像,卻因而具有視覺象徵性。因而,那些精心挑選的、為了革命動員的生活化的報刊圖像,就成為構建“革命者”與“革命受惠者”的隱喻化符號,產生積極的視覺動員效果。

## 2. 身份的互文修辭

互文(Intertextuality)原指“任何文本都是在已有話語基礎之上建構的,任何文本的構成都是對其他文本的吸收和轉化”。<sup>②</sup>Fairclough 特別重視話語實踐中互文性對於話語意義的重要性並提出“互為話語性”(Interdiscursivity)這一新的術語來強調話語建構的互文性。他雖然沒有明確提出身份的互文性在話語實踐中的意義,但卻將互文分析引入了話語身份研究中。

受此啟發,我們認為,話語身份的互文是指在特定語境下,話語主體身份的建構並非孤立地形成,而是需要借助於對話語對象、話語內容所形塑的其他身份,以及話語主體以往身份、自我預設身份和身份想象的參考、吸收、轉化、熔煉,是一種具有互文性特徵的話語修辭。我們使用語言構建身份的一種方法是以某種方式描寫他人及其身份,與我們想要接受或構建的身份形成比較或對比。在許多情況下,如果沒有其他人接受相關身份或被描述為具有相關身份,某一特定身份就不存在。<sup>③</sup>話語身份的互文修辭改變了本質主義從性別、年齡、種族等社會特定“固化”身份的基本取向,而將身份視為話語實踐中身份之間相互作用的結果。它指向話語的“生產”能力,指向話語如何通過改變、調適已有的現實身份,創造和重建新的話語身份,進而拓展話語實踐行為的傳播效果。在圖像領域,互動參與者(Interactive Participants)和表徵參與者(Represented Participants)是圖像意義活動的兩類參與者。前者指話語行為的實際參與者,如圖像的製作者或觀看者;後者指圖像觀看者所閱讀和討論的對象,<sup>④</sup>兩者之間相互參照和建構,從而型構圖像意義的生產場域並推動意義的生產與傳播。

在報刊圖像意義生產和話語實踐的博弈場中,不僅僅是話語主體與對象之間的彼此映照和彼此生產,其間還有攝像者與被攝像者、繪畫者與被繪者、看報人與非看報人、闡釋者與淺讀者等話語身份的存在。在生活化的視覺圖景中,他們的存在,不同程度地體現着“啟蒙者”與“被啟蒙者”、“引領者”與“被引領者”、“革命者”與“受惠者”的話語身份。攝影者、繪畫者、記者、通訊員、評論員、編輯等是具體從事報刊圖像(以及圖像名稱和說明文字)生產的人。攝影者和繪畫者作為報刊圖像的最初供稿人,不僅會依據報刊媒介的社會角色定位而選擇性地進行圖像獲取和投遞,更會因為不同刊物擬定的話語訴求而進行自我調整,以最終服務於刊物的話語生產和實踐。而作為報刊圖像的直接生產者,刊物經營者、記者、編輯等出版人在攝影者和繪畫者所能提供的圖像中進行選擇、編排、加工時,既有以欄目需求和刊物宗旨為限制下的一定的自由度,又會自覺或不自覺地受到攝影者和繪畫者的視野範圍、技術條件、藝術鑒賞力和藝術追求等的影響。尤其是,在近代中國國勢頹危、各方市場既缺乏穩定的發展環境又因此而得以在夾縫中相對自由生長的环境下,視覺圖像的現代性追求、報刊及圖像的生產傳播技術水平發展等等裹挾中,報刊出版者、圖像提供者、讀者和觀者其實都在相互借取經驗,從而設定和建構起新的話語身份。

此外,我們會發現,“啟蒙者”與“被啟蒙者”、“引領者”與“被引領者”、“革命者”與“受惠者”儘管是我們隔岸觀火式地回望歷史而提出的近代報刊圖像視覺話語的三種基本話語身份,但三者之間卻並不決然分開或完全獨立。譬如,具有典型的“視覺啟蒙者”與“視覺被啟蒙者”的話語身份特徵的《東方雜誌》所刊載的生活圖像,其中也不乏以引導城市消費為訴求的娛樂消遣、中西合璧的城市建築等圖像刊載;而以《良友》畫報為代表的以塑造“消閒引領者”和“城市消費者”為話語



身份為追求的刊物,也刊發了一些體現女性解放意識覺醒、關注身體的現代性、提倡和睦平等的婚姻關係的家庭日常生活照片,以營造現代家庭所構成的“啟蒙的價值體系”。<sup>29</sup>可以說,近代報刊圖像話語實踐所建構的話語身份,不僅具有內部的相互參照性,而且相互之間也產生了一定的借鑒和比照。即便是作為“革命者”與“革命受惠者”話語身份建構代表的《晉察冀畫報》,也不免刊載過啟迪百姓思想、反映“資本主義生活方式”的圖片,如無私的國際主義戰士白求恩的裸泳照片。不過這些都不足以影響不同報刊圖像話語身份的主流,而應該被視為不同視覺話語身份得以建構的一種互文修辭方式。

因此,我們認為,“啟蒙者”與“被啟蒙者”、“引領者”與“被引領者”、“革命者”與“受惠者”這三種近代報刊生活圖像話語身份的建構,不僅是在報刊內部話語運作之中不同身份的人之間相互合作與競爭、吸收和借鑒而逐漸演化出來的,也是在三者之間聯繫和差異、相似和相異之中得以呈現的,是話語身份之間“對話”的產物,是內外部多個不同話語身份相互作用的結果。

### 3. 身份的範疇化策略

身份範疇是與話語中出現的人們的身份相等價的常識性類別。身份範疇化策略(Membership Categorization Device, MCD)就是把身份範疇聚合在一起的話語策略。如“家庭”這一身份範疇化策略就聚合了“兄弟”、“母親”、“小孩”等身份範疇。身份範疇化策略是一種積極的話語建構策略,它遵循“一致性”原則,即“如果使用了源自某一身份範疇化策略的一個範疇,則使用來自該身份範疇化策略的另一範疇,也會是合適的”。身份範疇化策略,可以讓人們做出推斷,或者建立與行動者的範疇身份的關聯。<sup>30</sup>身份的範疇化策略不同於身份隱喻修辭和身份互文修辭之處在於,身份的視覺隱喻修辭強調以對視覺圖像符號所代表的再現意義和象徵意義為隱喻而實現話語身份的塑造,身份的互文修辭突出不同話語身份內部及身份話語之間相互影響並凸顯佔據主流和主導的話語身份,而身份的範疇化策略是某一主導性話語身份聚合“部分”、“某一些”話語身份,從而使個別的、具體的話語身份映射、提示整體性的話語身份,進而使得這一整體性話語身份得以建構。

在近代報刊圖像中,以啟導國民為宗旨的《東方雜誌》,往往被視為“視覺啟蒙者”與“被啟蒙者”話語身份建構的代表,而這一整體性話語身份聚合了教育啟蒙者、生活啟蒙者、醫學啟蒙者、性別啟蒙者等不同的“身份範疇”,從而使自身得以被建構。它是將通過展現西方現代高校及其日常教育活動、近代化管理的育兒院日常活動等教育啟蒙者,上海公園、香港公園、吉林公園、大連電氣公園、維也納建築等具有現代氣息的日常場景所體現出的生活啟蒙者,西方現代化醫院及其平民看病等醫學啟蒙者,女運動員、女社會活動者、新母親、女詩人、女飛行員等現代女性思想啟蒙者等不同的話語身份聚合在一起,從而產生整體效應。創辦於1926年的《良友》畫報立足於上海及其城市消費文化環境,以突出媒介的消閒引領功能,在其20年的刊物生命週期中形塑其近代報刊圖像“消閒引領者”與“城市消費者”的話語身份。這一話語身份以一種範疇化的方式集結了社會名人生活圖示者、名媛明星生活方式視覺示範者,以及以上海建築及街道、街頭市民、街頭表演、市民集體慶賀等為內容的城市生活展示者等多重話語身份。這些多樣化的話語身份既聚集於消閒式媒介話語之中,又成為建構《良友》畫報“消閒引領者”與“城市消費者”話語身份的不同面相,其中無論是哪一層話語身份在借由上海城市生活的視覺書寫中都具有其自身的合理性和存在的意義,但同時又共同服務於刊物的主流話語身份建構。而以《晉察冀畫報》為代表的革命性報刊,在表現其為革命戰爭服務的媒介話語身份時,也聚合了邊區婦女兒童生活展示者、百姓日常勞作呈現者、邊區生活讚頌者等多重話語身份,因而也體現出明顯的話語身份範疇化策略。

總之，無論是隱喻、互文還是範疇化，話語身份修辭不同程度地存在於近代報刊圖像視覺話語身份塑造的全過程。身份的視覺隱喻、互文修辭與範疇化策略，與近代報刊視覺啟蒙者與被啟蒙者、消閒引領者與都市消費者、革命者與革命受惠者三種不同的視覺話語身份建構之間並無一一對應關係。

#### 四、結語與展望

出版生活史的研究，誠如范軍等人所言，是要“用濃墨重彩深描出版人的日常生活，尤其注重對生活歷程、心靈體驗等的挖掘與鋪敘，以呈現出版人乃至出版史血肉豐滿的立體化圖景”。在晚清民初的複雜語境中，出版人群體在“邊緣”和“中心”之間不斷游離，“迫切需要重新想像和建構自己在社會中的身份定位”，因而“從知識分子這個群體入手，考察知識分子如何在社會變局中重建身份……梳理他們與出版的多重聯繫，亦是值得嘗試的方向”。<sup>①</sup>普通人的日常生活能夠成為以知識分子群體為主創者的近代報刊尤其是近代畫報的重要內容，與晚清帝國國門迫開、經濟貿易迅速發展以及城市化興起、市民階層形成、報刊媒介自身演化密不可分。也正是因為這樣的話語環境，使得報刊圖像不僅僅是信息傳播、新聞報道、生活描繪、知識更新的手段，還成為以對近代中國社會視覺敘事而建構其生產者與觀者之間話語身份的載體。我們從話語分析的視角切入對近代報刊生活圖像視覺話語身份進行研究，提出視覺啟蒙者與被啟蒙者、消閒引領者與都市消費者、革命者與革命受惠者三種不同的話語身份，並進而發現這些話語身份建構過程中所使用的隱喻、互文和範疇化的修辭策略。這樣的探討，是承接范軍等人提倡的觀照於出版人群體的生活面相及其媒介實踐這一出版生活史研究的基本走向，並在此基礎上嘗試從媒介話語與身份建構之中對近代出版人群體進行“合理想象”，可以被視為近代報刊圖像生活史研究與視覺話語研究融合、互涉的粗淺嘗試。

不過，我們更應該看到，身份建構是一個動態的過程，身份認同中的“具體身份”只是這個過程中的某個“瞬像”(a Snap Shot)。<sup>②</sup>因而，話語身份的建構本身不僅是目的性的、動態的，也是高度語境化的。近代中國的圖像報刊媒介作為一種新的信息生產和傳播方式，更新乃至顛覆了人們對日常社會生活的認知，周遭的日常生活以一種近在眼前的真實感迫近，新的媒介語境逐漸形成。但這一媒介語境自身也是變化的，它與身份之間的互構始終處於動態之中。因此，我們在研究近代中國報刊圖像的視覺話語身份時，應該高度重視話語語境自身的更迭與轉變，才能夠看到其中所呈現的話語身份的更多“瞬像”，從而窺視生活圖景中話語身份的多面性與歷史演進之間的相關性。

從更大的視野中切入我們會發現，近代報刊圖像視覺話語身份與其報刊話語實踐之間，是一種互生互構的關係。身份是話語建構的產物，話語也是特定身份下的文化實踐。近代報刊視覺話語不僅凸顯出這種理解和想象背後的媒介身份與媒介關係，而且框定和描繪出時人對於近代中國社會的認知、理解和想象。這也許是近代報刊圖像視覺話語研究日後可以不斷嘗試的方向。

①范軍、歐陽敏：《出版生活史：出版史學研究新視閥》，北京：《現代出版》，2017年第2期；范軍、歐陽敏：《論出版生活史研究範式的雙重特質》，太原：《編輯之友》，2020年第7期；范軍、劉曉嘉：《出版生活史：對象、立場與可能的走向》，澳門：《澳門理工學

報》，2022年第1期，等。

②柯律格：《明代的圖像與視覺性》，黃曉鵬譯，北京：北京大學出版社，2011年，第219頁。

③侯傑、常春波：《晚清日常生活研究》，見常建華主編：《中國日常生活史研究的回顧與展望》，北京：科

學出版社,2020年,第239~240頁。

④本·海默爾:《日常生活與文化理論導論》,王志宏譯,北京:商務印書館,2008年,第293頁。

⑤J. Blommaert, *Discourse: A Critical Introduction*, Cambridge: Cambridge University Press, 2005, p. 3.

⑥施旭:《什麼是話語研究》,上海:上海外語教育出版社,2017年,第4頁。

⑦N. Fairclough, *Media Discourse*, London: Arnold, 1995, p. 55.

⑧田海龍:《批評話語分析:闡釋、思考、應用》,天津:南開大學出版社,2014年,第10頁。

⑨袁周敏:《身份的界定:問題與建議》,西安:《外語教學》,2016年第4期。

⑩曾軍:《視覺文化與觀看的政治學》,上海:《文藝理論研究》,2007年第1期。

⑪J. Dollard, *Criteria for Life History*, Magnolia, MA: Peter Smith, 1949, p. 32.

⑫翁紅波:《建構敘述者的意義自我:生活史視角》,南昌:《教育學術月刊》,2013年第2期。

⑬資中筠:《啟蒙與中國社會轉型》,北京:社會科學文獻出版社,2011年,第178頁。

⑭吳果中:《圖說中國近代知識普及化傳播——以〈啟蒙畫報〉為中心的視了解讀》,北京:《新聞與傳播研究》,2010年第4期。

⑮季家珍:《擴充女性/國族的想象:晚清婦女期刊中的社會女英雄及女戰士》,曹南屏譯,見復旦大學歷史學系、復旦大學中外現代化進程研究中心編:《新文化史與中國近代史研究》,上海:上海古籍出版社,2009年,第65頁。

⑯吳靖:《日常生活與現代性啟蒙——〈良友〉中的“名流”形象》,北京:《國際新聞界》,2010年第10期。

⑰夏羿:《“廣而速”:中國共產黨早期畫報宣傳理念與實踐(1921—1937)》,太原:《編輯之友》,2019年第7期。

⑱據統計,第1~10期的《晉察冀畫報》刊載的反映邊區日常生活的圖像就有260幅,佔總數806幅的32.3%。見楊健:《革命的凝視:政治·宣傳·攝影維度下的〈晉察冀畫報〉研究》,上海:同濟大學出版社,2020

年,第159頁。

⑲楊健:《革命的凝視:政治·宣傳·攝影維度下的〈晉察冀畫報〉研究》,第228頁。

⑳K. Tracy, J. Robles, *Everyday Talk: Building and Reflecting Identities*, 2<sup>nd</sup> ed, New York: The Guilford Press, 2013, p. 39.

㉑喬治·萊考夫、馬克·約翰遜:《我們賴以生存的隱喻》,何文忠譯,杭州:浙江大學出版社,2015年,第3頁。

㉒馮丙奇:《視覺修辭理論的開創——巴特與都蘭德廣告視覺修辭研究初探》,北京:《北京理工大學學報》,2003年第6期。

㉓潘豔豔:《政治漫畫中的多模態隱喻及身份構建》,南京:《外語研究》,2011年第1期。

㉔㉕徐沛:《近代畫報研究的文化轉向及其價值》,北京:《國際新聞界》,2013年第3期。

㉖J. Kristeva, *Word, Dialogue and the Novel*, New York: Columbia University, 1989, p. 37.

㉗詹姆斯·保羅·吉:《話語分析:實用工具及練習指導》,重慶:重慶大學出版社,2020年,第145頁。

㉘G. Kress, T. Leeuwen, *Reading Images: The Grammar of visual Design*, 1<sup>st</sup> ed, London: Routledge, 1996, p. 46.

㉙呂新雨:《書寫與遮蔽:影像、傳媒與文化論集》,廣西桂林:廣西師範大學出版社,2008年,第109頁。

㉚喬納森·波特、瑪格麗特·韋斯雷爾:《話語和社會心理學:超越態度與行為》,肖文明等譯,北京:中國人民大學出版社,2006年,第135~137頁。

㉛范軍、劉曉嘉:《出版生活史:對象、立場與可能的走向》,澳門:《澳門理工學報》,2022年第1期。

㉜C. Baker, D. Galasinski, *Cultural Studies and Discourse Analysis: A Dialogue on Language and Identity*, London: Sage, 2001, p. 30.

作者簡介:何國梅,中南民族大學文學與新聞傳播學院副教授,博士。武漢 430074

[責任編輯 劉澤生]