

# “图像社交”下的技术与审美逻辑

——以中国摄影图片分享平台为例

●杨云邕

**摘要:**摄影作为当代视觉文化中最常见的一种,早已不局限于拍照这一动作。在数字时代,摄影的发生除了拍摄现场,更多的还在各式各样的摄影图片分享平台上。如果说相机在生产方面依然决定了摄影的发生,那么社交平台上对图像的传播与消费才是当代大众摄影的完成。当前中国对摄影图片分享平台的研究仍较为缺乏,而在“连通文化”语境下,作为“审美视觉传达”基础设施的摄影图片分享平台是如何影响着当代摄影实践、塑造着人们审美生活的问题亟待解决。作为一种高垂直度的社交媒体,中国摄影图片分享平台经历了中国互联网发展的各时期,以“严肃摄影”和“沙龙摄影”为代表的两种对立性审美品位随着流量经济的发展和平台技术的迭代此消彼长。通过对这些问题和现象在某极具代表性的平台上的发展进行媒介考古、图像学分析及民族志考察,可以看到一种“图像社交”与商业化及市场化的结合如何催生了特定的审美及实践,而这些审美及实践的背后又为何需要文化批评的介入。

**关键词:**图像社交;连通文化;审美视觉传达;摄影人类学;图像民族志

**文章编号:**1003-2568(2022)05-0136-16

**中图分类号:**J401

**文献标识码:**A

**作者:**杨云邕,博士,北京大学艺术学院博雅博士后(在站)、伦敦大学学院(UCL)人类学系荣誉研究员。

DOI:10.16564/j.cnki.1003-2568.2022.05.018

20世纪60年代,皮埃尔·布迪厄(Pierre Bourdieu)曾与他的同事一起开展了一系列关于法国社会各个阶层如何理解并实践摄影的田野调查。时至今日,基于这些田野材料所形成的论文集《摄影:一种中级艺术》(*Photography: A Middle-brow Art*, 1990)仍然是讨论摄影的社会文化属性的重要文献。对于布迪厄而言,摄影的社会性体现在两个层面:首先,不同社会阶层在摄影图像的审美判断以及具体的拍摄行为和习惯等方面确实存在差异,这些差异不仅反映了法国社会的分层与区隔,甚至还反过来强化了它们。<sup>①</sup>更重要的一点是,摄影本身是一种社会化的媒介,具备着社交属

性。以家庭相册为例,布迪厄认为,浏览一本家庭相册的过程就像阅读一个个墓碑,因为家庭影像经常会按时间顺序被安放在相册里,作为某个家庭重要时间节点和场合的见证。<sup>②</sup>

网络时代,摄影图像与设备的数码化改变了人们生产和观看照片的方式,也冲击了前数码时代摄影所具备的那有如墓碑般深沉的纪念性。如今,人们更习惯轻盈地滑动指尖,看照片如流水般穿行在不同的屏幕之间。<sup>③</sup>从“静默之碑”到“数字之流”,摄影图像的媒介与物质属性都发生了剧变,进而引发了摄影社交属性的变化——照片不再局限于私家记忆的记录,更成为公开展示的窗

①这一观点不仅贯穿《摄影:一种中级艺术》一书,还存在于他更为人所知的著作《区隔:趣味判断的社会批判》中。参见 Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, trans. R. Nice. Cambridge, MA: Harvard University Press, pp.44-47.

②Pierre Bourdieu et al., *Photography: A Middle-brow Art*, trans. Shawn Whiteside, Cambridge: Polity Press, 1990, p.31.

③Jonas Larson, “Practices and Flows of Digital Photography: An Ethnographic Framework”, *Mobilities* 3, No. 1, p.147.

口。它们不再单纯指向已逝的过去,更在修图软件和社交媒体的加持下呈现当下、想象未来。问题在于,互联网时代的“图片社交”下,这些改变是如何发生的?它们背后的社会、经济、文化机制又是怎样的?

### 一、摄影图片分享平台的定义、发展及其在中国的研究“缺场”

对于视觉文化学者尼古拉斯·米尔佐夫(Nicholas Mirzoeff)而言,互联网并不是与广播、电视同类的另一种大众媒体(mass media),而是出现在人类历史上的首个全球媒体(universal medium)。<sup>①</sup>从“大众”到“全球”的转变,是媒体相关实践中各类行动者身份的模糊乃至消失,其背后是一种范式性的变革:互联网的出现使得原本垂直流向的信息生产、传播和消费结构转向更加扁平的、非定向的信息杂糅,甚至直接消解了生产者、传播者和消费者的身份边界。这一点在以“用户生成内容”(user-generated content,下文简称UGC)为主的各种互联网社交及游戏平台上表现得非常明显,其中笔者长期关注的摄影图片分享平台也位列其中。

顾名思义,所谓的摄影图片分享平台的主要

内容是摄影图像,而“分享”的性质则决定了其作为社交媒体的基本属性,且被分享的内容是由用户“自产自消”(自我生产,自我消费)的。在西方,对于以摄影为主的社交媒体的研究虽不及主流的“脸书”(Facebook)研究那般汗牛充栋,<sup>②</sup>但也因“图像转向”(pictorial turn)<sup>③</sup>在人们的当代社会生活中日益凸显而受到了媒体研究、流行文化研究、传播学、人类学等学科的系统关注。事实上,即便在关于“脸书”这类拥有着巨大用户体量及社会影响力的社交媒体的研究中,图像或摄影图像的生产、加工、传播、消费也始终没有离开过学者们的视线。主导了“我们为何发帖”(Why We Post, 2012—2016)的跨国民族志调研项目的英国人类学家丹尼尔·米勒(Daniel Miller)就曾经对“脸书”的“相册”功能与Instagram(图享)和Snapchat(色拉布)这两款垂直类图片分享平台进行过功能、用户年龄段和历史发展演进方面的对比。<sup>④</sup>而说到Instagram(图享)这类互联网社交媒体的“后起之秀”,就不得不提媒介理论家列夫·马诺维奇(Lev Manovich)对Instagram(图享)用户的平台使用和品位的分类研究<sup>⑤</sup>,以及“连通文化”(culture of connectivity)提出者何塞·范·迪克(José van Dijk)对Flickr(雅虎网络相册)这款曾经风靡一时的

①Nicholas Mirzoeff, *How to See the World: An Introduction to Images, from Self-Portraits to Selfies, Maps to Movies, and More*, New York: Basic Books, 2016.

②关于“脸书”的文献,最具代表性的莫过于Daniel Miller, *Tales from Facebook*, Cambridge: Polity Press, 2011. 此外, Ralf Caers et al., “Facebook: A Literature Review”, *New Media & Society* 15, No.6, 2013, pp.982–1002. 对2006至2012年关于“脸书”的文献做了系统回顾,所引条目已超过110条。类似的研究还可见Robert E. Wilson et al., “A Review of Facebook Research in the Social Sciences”, *Perspectives on Psychological Science* 7, No.3, 2012, pp.203–220.

③美国视觉文化及图像理论家米切尔(W.J.T. Mitchell)在其著作《图像理论》(*Picture Theory*)中曾提出并定义了“图像转向”。他以“图像转向”命名了第一章节并认为,“图像现在有了一种在托马斯·库恩所说的‘典范’与‘异类’之间的状态,像语言一样从关于人的学问的讨论中浮出水面并成为中心。”见W.J.T. Mitchell, *Picture Theory*, Chicago: University of Chicago Press, 1994, p.13.

④Daniel Miller, “Photography in the Age of Snapchat”, *Photography and Anthropology*, No. 1, 2015, pp.3–11, <https://www.therai.org.uk/images/stories/photography/AnthandPhotoVol1.pdf>, accessed Jul. 30, 2022.

⑤Lev Manovich, *Instagram and Contemporary Image*, 2017, <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>, accessed Oct. 6, 2021.



摄影图片分享网站的技术性与社交性的分析<sup>①</sup>。以这三者——分别是社会人类学的民族志调查、视觉审美与传播,以及技术与社交的互动——为代表,更多关于不同平台且切入点各异的研究勾画出了摄影图片分享(photo-sharing)的文化、审美和社交属性,组成了数字时代“图像社交”的版图。

从时间线的对比来看,我国网民开始在互联网上分享自己摄影作品的时间与西方基本持平。1999年,美国网站Shutterfly(快飞影像)上线,成为全球第一批专门性的摄影图片分享网站之一。<sup>②</sup>而我国早期的摄影图片分享行为是依托论坛的形式存在的,最早的“新浪摄影论坛”在新浪网改组前的“四通利方”论坛时代名为“摄影天地”,于1997年9月20日开始运营。<sup>③</sup>1998年及2000年,“江湖色”和“色影无忌”论坛分别由“新浪摄影论坛”的活跃用户相继建立,至今仍在运行状态,其中后者更建成了集摄影器材资讯、理论学习、比赛、社交为一体的综合服务类网站。进入21世纪以来,数码相机、带摄像头的手机和智能手机在已然形成的全球市场上相继引领风骚,摄影真正意义上成为一种全球视觉文化。在西方,谷歌、雅虎等一线互联网公司开始收购Picasa(谷歌照片)、Flickr(雅虎网络相册)等新兴摄影平台。在中国,

随着以QQ空间、网易博客(相册)、人人网为代表的社交网站的兴起,在线摄影图片的分享突破了原有的论坛模式,一个以青年学生为主体的“中国互联网摄影圈”开始成形。与此同时,专门针对摄影爱好者开发的互联网平台也开始涌现,包括了以艺术摄影为主、审核极为严格的Fotoyard(摄影家园),由北京大学在读研究生开发的图虫摄影网,仿照国外网络相册Flickr(雅虎网络相册)的巴巴变,以及在原有论坛模式上进行了改版和整合的“色影无忌”、蜂鸟网、POCO(颇可网)和太平洋摄影部落等。2010年前后,随着社交媒体逐渐转向移动端,开始追求交互界面的简洁流畅及扁平设计,国内外又涌现出了一批新的摄影图片分享平台,其中海外以Instagram(图享)、Tumblr(汤不热)、500px(五百像素)等为代表,而中国则有LOFTER(乐乎)、米拍、快拍快拍、一闪以及500px中国版,等等。

吊诡的是,尽管中文互联网上的摄影图片分享平台蓬勃发展,且从未“落后”于西方,学术界关于它们的研究依旧寥寥无几,所谓的“中国互联网摄影圈”似乎一直停留在一个盲点区,所获得的社会关注度也远低于站在互联网行业“风口”的即时社交平台(如QQ、微信)<sup>④</sup>、短视频平台(如快手、抖

① José van Dijck, “Flickr and the Culture of Connectivity: Sharing Views, Experiences, Memories”, *Memory Studies* 4, No. 4, 2010, pp. 401–415.

② Kissmetrics, “The History of Photo-Sharing”, 2011, <https://blog.kissmetrics.com/wp-content/uploads/2011/12/photo-sharing.pdf>, accessed Dec. 28, 2020.

③ 关于该论坛的种种“传奇”,已随着论坛时代的过去而难以找寻。对于这段中国摄影图片分享平台在中国互联网“洪荒时代”的媒介考古,笔者也只能在论坛创办人之一royal写的一篇论坛长帖中找到只鳞片爪。而这篇文章,则由网友“蓝色北冰洋”在2007年转载发布于“BBS未名空间站”论坛的“胶片摄影”区。这篇“转信”,随后又在2011年3月29日由网友newlyf作为补充材料转载在一篇名为《色影无忌正史(前传)》的论坛帖中,发表在“色影无忌”论坛的“尼康单反/数码单反”分论坛:<https://forum.xitek.com/thread-852291-1-1-1.html>。为方便读者理解,特此将转载过程写出:royal-蓝色北冰洋-不知名作者-newlyf,共四手。

④ 关于QQ和微信的研究可谓汗牛充栋、角度齐全。本文囿于社会人类学视角,在此仅举出一些较为系统性的研究,如Xinyuan Wang, *Social Media in Industrial China*, London: UCL Press, 2016; Yujie Chen, Zhifei Mao & Jack Linchun Qiu, *Super-Sticky Wechat and Chinese Society*, Bingley: Emerald Publishing Limited, 2018.

音、哔哩哔哩)<sup>①</sup>、电商平台(如淘宝、拼多多)<sup>②</sup>。造成摄影图片分享这一实践在今日资本角逐的互联网生态、学术界热火朝天的互联网研究中遇冷的原因是什么?是照片在我们的社会和文化生活中已经不再重要了吗?还是说属于现代主义的摄影的技术性观看已然过时了?在一个声称“人人都是摄影师”,拿起手机“随手拍”的时代,摄影“不重要”或“过时”显然让人难以信服。毋宁说,或许正是因为摄影图像在新闻、社交媒体和手机相册已然无处不在,而当代人又已然完全适应了让电子屏幕成为我们所延伸的知觉器官,摄影图像才已然理所当然地被内化成了日常生活中司空见惯的“必需品”——谁还能想象一个不支持图片分享的聊天软件?科技的弄潮儿们还能否接受智能手机没有摄像头?

过于寻常、难以再引起惊奇的事物会逐渐“失焦”于人们的视野,这仿佛是现代性的症候,也似乎是现代人的宿命。<sup>③</sup>但是“失焦”并不意味着看不见,也不等于消逝。“失焦”是发生在人类的感知及行为一方的现象,不代表摄影这一源于19世纪的观看技术在21世纪要面临淘汰。这就好比摄影出现后有人急不可耐地宣布绘画的死亡,<sup>④</sup>但绘画经过对自身进行结构和功能方面的调整,如今依然是最为主流的艺术创作手法之一。有一个例子很好地展现了摄影当下所面临的困境:

艺术家埃里克·凯索斯(Erik Kessels)在《24小时摄影》(24 Hours in Photo, 2011)(图1)中将24小时内上传至Flickr平台的照片全都打印了出来。这350 000张照片如同流水一般,几乎填充了房间。一方面,观众可以躺在这“照片的海洋”里,惊诧于摄影在数字时代和社交媒体时代是一件多么容易完成的事情。另一方面,他们也会发现,要仔细看清这一张原本在屏幕上随着指尖、鼠标的滑动而流动的照片,已然变成了不现实的事情。在接下来的讨论中,本文将聚焦于图虫摄影网这一在中国极具代表性的摄影图片分享平台,结合基于参与式观察所获取的民族志材料、相关的新媒体平台理论和具体的图像作品分析,从艺术社会学以及艺术人类学的角度对中国摄影图片分享平台的历史发展、品位嬗变、历史迭代及其原因进行阐述。



图1 《24小时摄影》<sup>⑤</sup>。埃里克·凯索斯供图,2011年

①关于中国短视频平台的研究,是海内外新媒体研究近年来的热点,切入方向多样。在此仅列举一些最新的代表性研究,如从基础设施方面讨论的有Zongyi Zhang, “Infrastructuralization of TikTok: Transformation, Power Relationships, and Platformization of Video Entertainment in China”, *Media, Culture & Society* 43, No. 2, 2021; 分析网红直播带货的经济与治理的有:郭延禄等《“种草”与“翻车”:网红直播带货的产品质量问题与治理研究》,《中国管理科学》2021年第10期。

②在人类学领域,东南大学社会学系副教授钱霖亮成果颇丰,著有Linliang Qiang, “The Art of Performing Affection: Manufacturing and Branding an Enterprising Self by Chinese E-Commerce Traders”, *Asian Studies Review* 45, 2021, pp.509-526; 钱霖亮《上下联动:全球化的“义乌模式”》,《文化纵横》2020年第4期; 钱霖亮《电商经济的时间制度与观念:以淘宝、天猫等阿里巴巴平台卖家为中心的讨论》,《思想战线》2019年第6期;等等。

③关于新奇与现代性之间的关系,参见Boris Groys, “On the New”, *Res: Anthropology and Aesthetics* 38, 2000, pp.6-10; Aaron Jaffe, “Modernist Novelty”, *Affirmations: Of the Modern* 1, No. 1, 2013, pp.105-138.

④[新西兰]乔弗里·巴钦《每一个疯狂的念头:书写、摄影与历史》,周仰译,中国民族摄影艺术出版社,2015年,第137页。

⑤图片来源<https://www.erikkessels.com/24hrs-in-photos>。

## 二、为什么是图虫？

凯索斯在做《24小时摄影》时是2011年，距今已有近十年时间。对于数字技术日新月异的今天来说，十年足可见证一款软件乃至一个互联网企业的兴衰。2011年时，笔者仍是一名大三的学生，刚从人人网的摄影爱好者圈子踏足彼时正兴起的图虫摄影网（以下简称“图虫”），成为图虫第48 047名用户。2020年6月，由“极客公园”发布的一篇文章显示，图虫已有超过2 000万名注册用户，其中摄影师占800万人。<sup>①</sup>2020年12月31日，图虫在其微信公众平台发文称，自2009年成立至2020年底，该网站的用户总共已上传超过5亿张照片。<sup>②</sup>尽管这个总数仍然无法与Instagram和Flickr等面向全球用户的图片分享网站相比，但这一总量依然庞大，而且用户数在十年左右时间的增长量也很大程度地反映了中国摄影图片分享网站的蓬勃发展趋势。

自2009年创立至今，图虫先后经历了草创期（2009—2014）、变革期（2014—2017）和发展期（2017—），其图片分享机制、交互界面、功能迭代、流行的图像审美和风格也经历了长足的改变。本文正是立足于笔者多年在图虫的使用经验以及2017年2月至6月间以运营实习生身份在该网络社区的经历为田野调查资料，以其技术与审美逻辑

的变迁来揭示、论证并批判中国当代互联网的“图像社交”机制，以期同类产品的发展提供一种人类学式的“深描”（thick description），与业界惯用的以数字为纲的量化分析互为补充。<sup>③</sup>

十年前，一位爱好摄影的学长向笔者推荐：想要提高摄影技术，可以多去看看图虫上面的照片。如果说当时与图虫结缘算是巧合，那么自2016年笔者以“中国摄影爱好者的互联网实践”为博士学位论文题目成功开题以来，在图虫所进行的主要田野调查工作，便是有意而为之了。作为一项质性研究，本文选择图虫作为主要研究对象，出于以下原因：

首先，虽然图虫的历史比不上以色影无忌为代表的那些论坛制（BBS）摄影图片分享平台，它所公布的用户总数也比某些综合类摄影平台所公布的用户体量要少，<sup>④</sup>但它在中国摄影爱好者中的整体认可度非常高。在社会化问答平台知乎上，有用户分别问过如下问题：“在中国，用户上传照片质量水平最高的摄影网站是哪个？”“国内外有哪些知名摄影社区？”“还有没有类似500px.com的高质量摄影社区？”而在这几个问题的回答中，点赞数最多的回答都把图虫放在了答案的首位。更重要的是，在这些最受认同的回答中，网友们推荐图虫的原因包括了“泛大众化和专业的深度的摄影频道专题结合”“相对比较纯粹”“使用者多，活动

①万鸣宇《对“图片生意”，字节跳动有了新想法》，极客公园，2020年6月18日，<http://www.geekpark.net/news/261628>，2022年7月5日。

②图虫APP《年度回顾 | 一张图看懂图虫的2020》，2020年12月31日，<https://mp.weixin.qq.com/s/yEi2d5ncGZdkJKlZm-ay-Ww>，2022年7月5日。在这篇数据可视化程度极高的数据报告中，图虫所重点突出的是“好玩又赚钱”的概念，并着重强调了其帮助摄影师在2020年总共变现人民币3 000万元这一数字。

③这一方法论的取向最初受益于数码民族志学者王圣捷（Tracia Wang）对大数据（Big Data）和厚数据（Thick Data）进行整合，以相互补充的倡议，见Tracia Wang，“Big Data Needs Thick Data”，*Ethnography Matters*，May. 2013，<http://ethnography-matters.net/blog/2013/05/13/big-data-needs-thick-data/>，accessed Jul. 5, 2022。

④比如说，截止至2019年12月29日，POCO摄影图片社区（颇可网）在其网站“关于POCO”自述一栏称其“聚合1.1亿优质网友”。该自述栏目在颇可网随后改版中已无法找到，但是互联网时光机网站“Wayback Machine”上存有网页改版前的页面快照，可作为证明。<https://web.archive.org/web/20191229003119mp/http://www.poco.cn/custom/help?item=about>，accessed Jul. 5, 2022。

多,知名度高,流量大”<sup>①</sup>。在笔者看来,对这些原因稍加整合,便可以发现它们事实上肯定了图虫上照片类型及用户品位的多元化,以及图虫作为一款互联网产品和社交媒体平台的专业化。其中,照片类型及用户品位的多元化确保了该研究对中国摄影爱好者互联网实践之观察的整体性,而平台的专业化则指向了图虫自我革新和用户增长之间存在的紧密关联。

其次,从行业定位和发展轨迹来看,成立于2009年的图虫与2000年前后涌现出的论坛制摄影社区存在着“代际”(generational)层面的差异。图虫诞生于中国社交媒体的“黄金时代”,在重视中国网络社交“蛮荒时代”的那种博客式的个人展示(图虫称为“图博”)的同时,更紧跟以人人网和QQ空间为代表的社交媒体潮流,引入“小组”“圈子”等以年龄、地域、拍摄题材等为基础的社群设计,并组织用户参与赛事及活动,强调用户在平台上的社交体验。在智能手机和应用程序(APP)普及、社交媒体随之进入“移动社交”时代后,图虫又与时俱进地开发了基于苹果iOS和安卓系统的手机APP,进一步迎合用户日益频繁的手机摄影及社交实践。<sup>②</sup>2014年12月,图虫被北京字节跳动科技有限公司正式收购,成为“头条系”的一员。新的组织架构、管理层的引进和重组以及资金的支持使得图虫迅速脱离“作坊式”的运营,并进入高速发展期。这一发展轨迹与国际领先的图片分享平台Instagram(图享)有着异曲同工之处:图享成立于2010年,在短短两年后被脸书所收购。尽管图虫和Instagram(图享)在用户总量和运行模式方面有所差异,但它们从独立运作的小规模、垂直类摄影产品到做出一定成绩后被各自国家的互联网巨头所收购的相似路径,却让人不得

不注意到“图片社交”在全球互联网产业链中极为重要的地位。从这个意义上来说,图虫自身的发展历程恰恰呼应了全球互联网产业及其资本活动的准则和展望。

综上,图虫无论从中国摄影爱好者的认可程度,还是从其自身的发展经历来说都极具代表性,也正是这种代表性让笔者选择了把它作为田野调查的网点和参与式观察的对象。本文所涉及的民族志材料均来源于在图虫上公开发表的图文、笔者与图虫用户及工作人员的访谈,以及笔者作为图虫运营团队实习生在字节跳动北京某办公室的工作、生活体验(不涉及商业内容)。

### 三、一个平台,两种研究取向

面向大众的在线摄影平台的研究即使在视觉文化这一涵盖相当广阔的新兴交叉学科中也并不常见。正如第一节所言,作为一种垂直类社交网络,它并不处在科研或资本的“风口”,很少被数字媒体研究领域的学者所追捧。而作为一个在线展示和交流摄影技法、器材及艺术理念的空间,摄影又因其长期在艺术中悬而不决的位置而相对不受重视。照片过于司空见惯,以至于我们对它们长期进行观看,从它们身上索取信息和审美体验都变成了理所当然的事情。很少人会关心:在跨越国界与文化的传播过程中,我们是否形成了一种对摄影图像的整体审美?如果有,那么这种属于大众的整体审美又在时空中经历了怎样的演变?是什么样的经济、文化和技术要素为这种审美的形成及演变提供了原动力?对这些问题进行初步的探索,可以在一定程度上填补数字媒体研究和艺术学研究之间所形成的数字摄影民族志领域的真空。

常培杰曾在《艺术社会学三型及其“本质”疑

①关于这两个知乎问题及回答,可分别参见<https://www.zhihu.com/question/22065098>,<https://www.zhihu.com/question/20209407>,以及<https://www.zhihu.com/question/19895800>, all accessed Jul. 5, 2022.

②关于中国社交网络的“时代”之分,可参见:黄典林《移动社交十年,我们如何被改变》,光明网 2021 年 1 月 27 日 2 版,[https://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2021-01/27/nw.D110000gmrb\\_20210127\\_5-02.htm](https://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2021-01/27/nw.D110000gmrb_20210127_5-02.htm), 2022 年 7 月 5 日。

难》中,对艺术社会学这门学科进行过拆解、分类。其中,他区分了以“艺术”“审美”为研究核心的“艺术”社会学和以“社会”为核心的艺术“社会学”。前者讨论的是艺术和审美与时代社会背景的关系,而后者则更加着重探讨艺术和审美的社会建构机制。<sup>①</sup>无独有偶,笔者也在对摄影图片分享平台的研究中发现了类似的路径偏好。列夫·马诺维奇(Lev Manovich)在研究 Instagram(图享)时曾将该平台定义为一种“审美视觉传达”(aesthetic visual communication)方式,并根据图像形式及风格差异来区分不同的用户群体。尽管他的研究充满了社会学意义的质性观察和量化分析,但他依然旗帜鲜明地将视觉审美放在了最为突出的位置。<sup>②</sup>与马诺维奇相比,何塞·范·迪克(José van Dijck)对另一世界性摄影平台 Flickr(雅虎网络相册)的研究则更加以社会学为纲,几乎丝毫没有包含对于摄影图像在内容和形式方面的讨论。<sup>③</sup>

这两条路径在不同层面启发了笔者对图虫的认识,也各自有着自身的局限。马诺维奇把图像的风格和审美放在首位,通过对图像进行分类来区隔用户,似乎有弱化人的能动性及外部环境影响之嫌。然而,他对风格及审美的强调是可取的。事实上,这种强调在图虫身上拥有着更高的可适性。在 Instagram(图享)上,除了他提到的那些“专业类”和“设计类”作品,还有许多由一般用户上传的、以记录生活为主的快照和随拍。而图虫则一向鼓励其用户上传他们原创且在审美方面最能让自已满意的得意之作。在目前的计算机网页端,我们可以看到个人主页处可以选择本人的

“代表作”进行优先展示(图2),也可以将每次上传的图片或文章分享至相关的、聚集了众多其他摄影爱好者的组或圈子(多以照片类型、地域、拍摄主题等来分类)。由此可见,该网站非常强调用户的个人展示功能,并且专门开发了相应的功能来引导他们分享原创且富有视觉美感的作品。



图2 笔者在图虫上的个人“代表作”页面。由此可一窥该网站的交互设计风格、部分功能以及对个人展示功能的强调

范·迪克的论文则认为,照片分享网站最突出的特征是“连通性”(connectivity),而照片则与人们的记忆紧密相连。因此,所谓的“连通文化”(culture of connectivity),就是“一种观点、表达、经历和生产被社交媒体网站不断媒介化的文化”<sup>④</sup>。“连通文化”这一概念的基础,在于社交媒体网站用户的行为会不断被该种媒介影响及决定。在科学与技术研究(science and technology studies, STS)这一新兴领域中,该文化携带着用技术的能动性来去人类中心主义的方法论倾向,以强调个体、集体和技术之间相互影响的具体连通关系。一方面,连通文化强调技术(在本文中,多指数字

①常培杰《艺术社会学三型及其“本质”疑难》,《艺术学研究》2020年第1期,第17-20页。

②Lev Manovich, *Instagram and Contemporary Image*, 2017, pp.39-41, <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>, accessed Jul. 5, 2022.

③④José van Dijck, “Flickr and the Culture of Connectivity: Sharing Views, Experiences, Memories”, *Memory Studies* 4, No.4, 2010, pp.401-415, p.404.

平台及其交互界面和基层算法)如何塑造了社交性(technological shaping of sociality),另一方面,它又同时保有分析社会行为如何塑造了技术(social shaping of technology)的可能。<sup>①</sup>值得警惕的是,尽管范·迪克的出发点是建立一种理解数字社交媒体的全局观,这种全局观又在一定程度上修正了一些媒体研究学者运用“想象的共同体”理论中的技术(印刷媒介)决定论倾向<sup>②</sup>,并把这一基于纸质媒介的理论带入数字时代,她的连通文化论却依然存在过度概括(overgeneralization)的缺陷。

作为一篇研究在线摄影社区的论文,范·迪克却没有提及任何一种影像主题、审美风格,只将它们笼统地作为连通文化和集体记忆的结果,这显然让她的研究只能在极为宏观的层面对数字摄影实践做一种社会学式的鸟瞰。乍看之下,技术如何塑造了 Flickr 这一摄影平台的社交性、平台上人们的社会行为又如何塑造了技术的提法很全面,但当我们把这两条规则运用到任何一个数字平台上时,它们似乎都是成立的,并非摄影或是图片分享平台独有的特征。举个简单的例子,微信不断推出的新功能,包括“摇一摇”“小程序”

“视频号”等,难道没有改变一部分用户的使用频率及习惯吗?反过来讲,这几个功能背后所分别对应的,不正是用户日益增长的多样化社交、多功能应用程序和短视频社交的需求吗?<sup>③</sup>因此,范·迪克的连通文化论在笔者的研究中最具启发性的部分,并非对 Flickr 这一与图虫具有同类性质的平台的分析机制,而是其去人类中心主义的视野下关注各个层面的能动者(从个人用户到集体行动再到数字技术)之间互动关系的这一研究视角。在接下来的讨论中,本文将通过具体的图像与案例,提炼出以图虫为代表的中国摄影图片分享网站的社交及审美机制,并分析其背后的结构性成因。

#### 四、对立的品位

与范·迪克那种并不关心具体图像的研究取向不同,本文认为,图像本身的主题和风格对于一个在线摄影社区的研究来说处于核心位置。人们喜欢拍摄怎样的题材,会如何处理自己的作品,并让它们在社交网络上被看见、被评价,都与这些实践者对于影像本身的价值判断,或曰“品位”相关。区隔(distinction)理论的代表人物皮埃尔·布迪厄

①José van Dijck, “Flickr and the Culture of Connectivity: Sharing Views, Experiences, Memories”, *Memory Studies* 4, No.4, 2010, pp.403-404.

②“想象的共同体”原出自本尼迪克特·安德森(Benedict Anderson)20世纪80年代的同名著作。作者通过比较历史学的方法,探讨了世界范围内民族主义的起源。其中,拉丁文的衰微、“语言—辞典编纂学”(philological-lexicographic revolution)及印刷文化在各地的兴起均为民族主义及民族认同的兴起提供了条件。具体可参见 Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Revised Edition, London: Verso, 1991, pp.67-107 (Chapters 5 & 6). 该理论因提及媒体技术如何激发集体认同而广为媒体研究学者所喜爱。篇幅所限,仅举一例: Lori Hitchcock Morimoto & Bertha Chin, “Reimagining the Imagined Community: Online Media Fandoms in the Age of Global Convergence”, in *Fandom, Second Edition*, eds. Jonathan Gray, Cornel Sandvoss & Lee Harrington, New York: New York University Press, 2017, p.174.

③关于微信“摇一摇”的功能及其在我国社会生活中的拓展运用,可见诸相关报道,如:孙宏超《首次社交春晚:微信摇一摇成过年新习俗》,2015年2月21日, <https://tech.qq.com/a/20150221/004587.htm>, 2022年7月5日。微信“小程序”和“视频号”的推出,也分别引起了科技圈及社会的震动。此类报道可见于《微信小程序到底有多火,央视竟然连续3次报道?》, 2017年8月25日, [https://www.sohu.com/a/167317729\\_655974](https://www.sohu.com/a/167317729_655974), 2022年7月5日;蓝鲸财经《微信视频号追赶抖音快手,张小龙胜算几何?》, 2020年2月7日, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1657853603833258698&wfr=spider&for=pc>, 2022年7月5日。

(Pierre Bourdieu)在20世纪50年代研究法国摄影爱好者的观念与实践时发现,摄影同时具备了社会团结和社会区分两种功能。来自不同阶层的人有着不一样的摄影实践,对于这种技术持有不同的期待,<sup>①</sup>并在对图像的解读方面存在巨大差异。<sup>②</sup>这种基于具体实践活动所形成的团结和区分,导致了基于阶层的一组对立性品位的生成。其中,“野蛮的”“流行的”“功能性的”审美被认为是农民、工人和低端中产阶级所持有的,而“好品位”则属于更高的社会阶层。<sup>③</sup>

诚然,无论从时代的角度还是从本地性的角度来考虑,布迪厄的研究都无法直接套用到当代中国摄影的语境中。有意思的是,在图虫发展的十余年间,该平台用户的图像审美也呈现出相似的对立性,并且双方的对峙、互动、消长在很大程度上渗透到了平台本身的各个层面,如生存发展决策、运营推荐机制、交互界面迭代,等等。

用图虫创始人“小钢炮”在2013年图虫曾经活跃的官方账号“图虫客厅”的一篇讨论帖原话说,图虫上的这两种对立的品位来源于两种不同类别的摄影,即“沙龙摄影”和“严肃摄影”<sup>④</sup>。概括来说,“沙龙摄影”指更加追求视觉冲击力和视觉愉悦的照片。它在主题方面以风景和人像为主,凭借“好看”的视觉风格广受一般摄影爱好者的喜爱。“严肃摄影”则指探索摄影的社会纪实与艺术属性的影像。在这种摄影实践中,“好看”往往是

其次的,拍摄对象本身也并不一定是其实践的核心。相反,如何通过对某一、物或景的摄影表征来探讨社会问题、进行自我表达、完成艺术性的实验,才是这类摄影的目的所在。

图4所节选的是图虫上两组高人气作品的部分影像。其中,左侧的照片由用户ID名为Joyous周游的风光摄影师所拍摄。该照片自2018年7月10日被上传以来,截至2021年6月18日,它已经获得了超过4万次的浏览及超过3600次分享,并产生了200余条的留言讨论。右侧的照片则由人像摄影师BoatRen拍摄,她在2017年3月10日把这张照片作为《晚秋》组照中的一张上传至图虫网,在接下来3年多的时间里获得了逾70万的浏览量、13000多次的分享量以及600条评论。从影像的风格及内容上来说,左侧的竖幅风景照影调深沉、明暗有致、色彩丰富(这些步骤均经过了后期软件的加工),包含了雪山、荒野、花木及流水等要素,并在构图时采取了经典的三等分法,把具有延伸感和丝绸质感(慢快门所致)的流水放置在画面右侧约三分之一处。所有的这些技法让照片具备了一种“双重如画美”的形式:其构图和景物的选取参照了中国竖幅山水画的传统,而色彩和用光则大量参考了活跃于19世纪中叶美国的哈德逊河画派(Hudson River School)——这些作品往往通过对自然光的精准描绘和艳丽的色彩,歌颂自然风景的雄浑、瑰丽和浪漫。(图5)

①③Pierre Bourdieu et al., *Photography: A Middle-brow Art*, trans. Shawn Whiteside, Cambridge: Polity Press, 1990, pp.77-86, pp.92-94.

②Pierre Bourdieu et al., *Photography: A Middle-brow Art*, trans. Shawn Whiteside, Cambridge: Polity Press, 1990, pp.24-25, pp.98-92.

④图虫客厅《关于严肃和沙龙摄影》,2013年9月。“图虫客厅”是图虫网曾经的官方账号之一,从2011年开始记录了网站创办人小钢炮及其团队所进行的网站改版、优化,并时常就社区规则的改变做出说明,对部分用户违反社区规则做出的处理给出解释,与用户通过发帖交流和组织活动等方式进行互动,得到用户反馈。2021年,“图虫客厅”的所有原帖均遭删除(具体原因不明),因此给定链接已失效。但账户时间线浏览模式下仍保留了原帖部分内容(标题与少部分正文)可供浏览,关于本帖的“残留”,可参见图3。



图3 “图虫客厅”账号上所记录的2013年9月图虫的界面更新、改版、服务器升级以及官方对不同照片类型的态度和推荐机制的解释。其中,红框文章为彼时网站创始人兼管理员小钢炮所发表的对于“严肃摄影”和“沙龙摄影”两种主要摄影类型之间的冲突的讨论



图4 图虫“沙龙摄影”中最受欢迎的两种摄影题材——风景摄影和人像摄影(写真)。左:《野望》<sup>①</sup>, Joyous 周游供图; 右:《晚秋》<sup>②</sup>, BoatRen 供图



图5 《卡特斯基尔瀑布》(Kaaterskill Falls)<sup>③</sup>, 托马斯·科尔(Thomas Cole)供图, 1826年

①图片来源:joyous周游《野望》, 2018年7月10日, <https://joyou.tuchong.com/19881106/>, 2022年10月27日。

②图片来源:BoatRen《晚秋》, 2017年3月10日, <https://tuchong.com/428846/14218460/>, 2022年10月27日。

③图片来源:Thomas Cole, Kaaterskill Falls, 1826, [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Cole,\\_Thomas\\_-\\_Kaaterskill\\_Falls.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Cole,_Thomas_-_Kaaterskill_Falls.jpg), Oct.27, 2022。

至于图4右侧的人像摄影,在图虫等中国摄影图像分享网站和社交平台上有着另一个名字,叫作“写真”。在这张照片中,读者可以看到摄影师通过后期软件让图像整体呈现出偏黄和偏绿的色调,且对比度相对较低。画面中被摄者双唇微启,目视远方,像是摄影师抓拍下了模特在生活中一个不经意的瞬间一般。这种追求人物自然状态下之美的审美取向,在很大程度上源于以筱山纪信为代表的日本商业摄影师在20世纪80至90年代创作的人像“写真集”。此外,照片中的黄绿色调(彩图可参见网页链接),也是诸多成长于20世纪90年代和21世纪初的中国年轻一代在童年时所熟悉的。这种色调广泛出现在他们的老家庭相册中——彼时,国人们最常用的相机和胶卷除来自美国的柯达以外,多为源于日本的富士和柯尼卡。<sup>①</sup>廉价的“傻瓜机”配上批量冲洗的胶卷,为不少照片都烙上了不同程度的色偏,而这种色偏则伴随着人们的视觉记忆,在时间的发酵下成为一代人所追求的复古、怀旧之美。

作为一种摄影实践,“写真”对于许多中国摄影爱好者来说源于日系的胶片色调和商业人像,在当下中国业余摄影的语境中基本等同于人像摄影。这从不少摄影师和模特把自己称为“写真摄影师”或“写真模特”的行为上可见一斑。除了所谓的“日系写真”外,一些摄影师还开发提炼出了“欧美写真”“港风写真”“国风写真”等人像摄影风格,它们都有着非常直接的怀旧视觉意象。比如,“港风”常常把拍摄背景放在霓虹广告牌林立的香港街道,或是采用王家卫电影中的色调;又比如,

“国风”经常诉诸“仗剑豪饮走天涯,竹林深处落飞花”的古装武侠题材。有意思的是,“写真”一词在日本便是摄影的意思,并没有专指人像。然而,从词源方面考证,“写真”却仍源于中国南朝(公元502—557年),且正是“如实摹画人物或事物”“肖像画”的意思。<sup>②</sup>从这个层面来说,中国摄影爱好者们在无意间让“写真”一词重新回归到了其中文原意中,通过“引入”续接了历史。

站在“沙龙摄影”对立面的“严肃摄影”,又是一些有着怎样观感的照片呢?笼统地看,“严肃摄影”作品并不把视觉愉悦作为其首要追求的目标,在图虫上有着相对小而固定的圈子,其摄影师们多集中在“八卦图说”等小组及圈子进行交流。<sup>③</sup>这类型的摄影一般承袭摄影史的两传统:第一种传统为纪实摄影,它由英国纪录片先驱格里尔森(John Grierson, 1898—1972)率先奠定,经时任美国现代艺术博物馆(Museum of Modern Art, MoMA)摄影部主管的爱德华·斯泰肯(Edward Steichen, 1879—1973)以美国农业安全局摄影活动(即FSA纪实摄影,活跃于20世纪30年代)为范本向公众不遗余力地进行普及后走向高潮;<sup>④</sup>第二种传统更偏向表现主义,它强调摄影师对客观世界的主观表达,流露出更加丰沛的自我情感,主题也更为私人化,包括乡愁、亲密关系、对日常事物的诗意表达,等等。

然而,具有这两种偏向的“严肃摄影”并不总是泾渭分明的。比如图6和图7中,两组照片的主题都与家的拆迁和重建相关。图6是长居郑州的女性摄影师梅若梅所创作的《不存在的家》这组作

①在全球范围内,对于中国改革开放后大众摄影的系统研究有着较为严重的缺失,史料也散布在不同学科领域的文献当中。据乐凯胶片公司前员工刘荣生撰文,彩色胶片的使用和冲洗在中国的普及应源自20世纪80年代富士、柯达、柯尼卡、爱克发等外国品牌的先后传入。这段历史的回顾可见:刘荣生《中国照相材料市场的百年回顾》,《照相机》2000年第3期,第34—36页。

②王振霞《现代汉语日源词对“写真”一词的考察》,《语文学刊》2016年第5期,第36页。

③囿于篇幅,笔者无法在此展开具体的展示。“八卦图说”小组页面原网址为:<https://banban.tuchong.com>,现网址已失效。

④John Tagg, *The Disciplinary Frame: Photography Truths and the Capture of Meaning*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009, pp.51—52.

品的节选。该作品是摄影师在得知居住还不到一年的老房子被计划拆除后,对家中日常物件的记录。她用中画幅胶片相机拍摄那些最普通的事物,通过摄取它们的“结局”,如破碎的盘子、被挖空的西瓜、伴侣拔完火罐的背部等,并利用胶片相机的双重曝光所创造的“错觉”视效,来表达“家”这一实体的终结性及不确定性。这些私人化的作品所指向的是一种批判,通过一种细腻而私密的影像撬动更为庞大的社会性议题——在加速城镇化的背景下,拆迁这一融合了国家政策、地方政府、地产开发等一系列不同层级组织的综合实践给普通人带来了怎样的影响?正如梅若梅在作品自述中所说:“都说家是安全稳定,这是鸡汤说法。在这样一个社会,家和人一样,随时都会完蛋。”



图6 《不存在的家》<sup>①</sup>,梅若梅供图,2013年

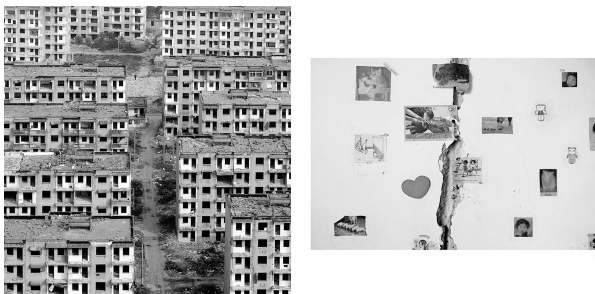


图7 《Lost & Found》<sup>②</sup>,泥巴供图,2013年

泥巴的《Lost & Found》(图7)乍看之下是一组完整的纪实摄影作品。他走进了居民留下的待拆

迁房里,为废墟拍摄“肖像”。她拍的照片里有大片房屋在拆迁中的外貌,也有某些房屋内部被原居民遗弃的物件,如墙上的海报、照片、贴纸、神像等。它们启发了摄影师对于此前居住在这里的人的生活、品位和爱好的想象。她在作品陈述中写道:“对于改革开放前后出生的一代来说,眼前的一切因裹挟了时代特有的烙印而无比亲切和怀旧。我深信,空屋里深藏着被忽略的现实,在时间的流逝中,它们依旧沉默,保守着生活的秘密。而如今,它们的主人在哪儿?会认领这份失落的记忆吗?”诸如“亲切”“怀旧”“生活的秘密”等词语,统统指向了一种忧郁的乡愁,其并不具备梅若梅作品中对社会维度的批判性。在这里,尽管摄影师所采取的拍摄手法是写实的,其拍摄的主题看似房屋拆迁,整组作品的落脚点却是个人的,呼应着艺术史家巫鸿在《废墟的故事》中所描述的在面对废墟时通过意识活动生成“古今之感”的中国文人文化。<sup>③</sup>

## 五、商业化原则下的“连通文化”

### 内涵与内容的变迁

在图虫进入发展期以前,“沙龙摄影”和“严肃摄影”构成了该平台最主要的摄影类型。两者内部讨论较为活跃,双方在总体上又互有交锋。交锋的重点在于网站首页的推荐机制上。“沙龙”一方大致认为,追求视觉愉悦,把摄影作为一种娱乐方式即可。他们对如何把人和景“拍美”一事悉心钻研,吸引了大批网友的关注和追捧,因此认为首页的作品展示按照照片受欢迎程度自动罗列即可。相比而言,“严肃”一方的社会交往则更多局限在几个相对固定的群组中,他们的作品也缺乏一般观众的关注。“小钢炮”那篇只剩“残骸”的

①图片来源:梅若梅《不存在的家》,2013年7月8日,<https://meiruomei.tuchong.com/4881611/>,2022年10月27日。

②图片来源:泥巴《Lost & Found》,2013年9月4日,<https://nlxed.tuchong.com/6001973/>,2022年10月27日。

③巫鸿《废墟的故事》,肖铁译,上海人民出版社,2012年。

《关于严肃摄影与沙龙摄影》(图3)提到了自己与时任图虫总编辑 DEAB 对图虫所定下的“摄影教育”的基调,强调了主页由编辑推荐的作品曝光不会只考虑一般观众们的“口味”,而是要兼顾“严肃摄影”,以期让用户看到摄影的多样性,进而提升他们的“品位”。这一对“严肃摄影”的“人工偏重”使得图虫在相当长的一段时间里与中国其他互联网平台相区分开来。一方面,它与大多数纯粹以观众口味为导向的平台有着明显的区别;另一方面,与只针对“严肃摄影”,不追求摄影教育功能的照片分享网站[以 Fotoyard(摄影家园)为代表]相比,它对于一般用户又显得更具亲和性(accessibility)。

在“沙龙摄影”和“严肃摄影”的对峙中,我们能够看到一种以图像多元化为前提的审美逻辑。这一在线社区对于主题不同、风格不同、功能不同的照片采取包容的态度,并通过编辑的筛选推荐工作确保该意志得到显现。这种审美逻辑确保了图虫网内部一种特殊的“图像社交”——对摄影有着不同的看法和期待的用户总是可以在这里找到与自己想法类似的人,也可以发现摄影更广阔的可能性。在这种“同意”与“异议”并存的现实下,图虫以一种辩证的姿态高速发展,既成就了诸多“网红摄影师”(如获得国家地理摄影大赛大奖、最近以一组《车窗外的中国》收获大量关注的储卫民),为中国的数字—视觉经济贡献良多,也催生了一批以摄影为媒介的青年艺术家(如程新皓、赵谦)及摄影批评家(如胡昊),为中国当代艺术行业输送了新鲜血液。

通过以上的图像学分析,笔者明确了图虫的

审美逻辑与其图像社交的关系。这有助于我们在中国本土的语境中重访马诺维奇的“审美视觉传达”和范·迪克的“连通文化”理论,进而导向摄影图片分享网站内部的图像社交在审美逻辑以外所包含的技术逻辑。马诺维奇和范·迪克的概念都分别强调了图片分享网站的社交媒体本质。换言之,尽管这类平台的用户生成内容(UGC)是以摄影图像为主,但选择在平台上展示作品的人实际上所追求的是围绕着摄影图像所能获得的一系列社交体验。图像位于平台内容生产及传播的中心,但决定它们处在这一位置的却是人们的社交需求。这也是为什么,在那些视觉形式雷同的“沙龙摄影”作品的图片说明部分,我们往往能够看到描述拍摄器材的文字或描述拍摄经历的文字。这些文字中经常包含了摄影爱好者的一些“黑话”,如“机位”<sup>①</sup>“风光狗”<sup>②</sup>“出佳为尼”<sup>③</sup>,等等。这些以共同经历或身份标识为基础的文字描述丰富了图像的外延,让它们变得更加可谈论。

事实上,在同一个照片分享网站上,由同一的程序语言及算法构成的人机交互界面,以及它们所提供的功能就在持续不断地为其用户制造共同的体验、回忆,乃至新的身份认同以及范·迪克所说的那种“连通文化”。这个概念本身就来自安德鲁·霍斯金(Andrew Hoskin)的“互联记忆”(networked memory),后者“解释了在互相连接的数字环境中个人表达与集体之间的复杂张力”<sup>④</sup>。在此基础上,范·迪克认为“连通文化”进一步拓展了我们在数字语境中对于体验和记忆的认知,是为“想象的共同体”在数字时代的延伸。前文已

①架设相机进行拍摄的位置,被视为一种资源。发现“机位”或在经典“机位”拍摄被不少摄影爱好者看作外出摄影的目的。

②风光摄影师对自身无人相伴的跋山涉水的自嘲,“狗”的说法也与中国互联网上“单身狗”一词相对应。

③表示佳能用户把自己的摄影器材悉数卖掉,都换成尼康的。在摄影爱好者的圈子里,使用佳能品牌的人经常被认为他们拍摄人像较多,而使用尼康的则偏爱风光摄影。

④José van Dijck, “Flickr and the Culture of Connectivity: Sharing Views, Experiences, Memories”, *Memory Studies* 4, No.4, 2010, p.403.

述,这一概念对于笔者的研究而言最有价值的部分在于它对整个数字环境中“非人”(non-human)元素的强调,引导我们从物或媒介的能动性反推到人的能动性。

具体到图虫上,这种“连通文化”至少表现在三个层面。第一,从网站的基本功能设置来说,照片的上传(通过上传及存储照片功能实现)、观赏(需考虑窗口呈现方式,并关注用户、小组以获取更新)和表态(通过点赞及评论功能实现)都旨在为用户提供一种图片社交的固定模式。“小组”和“圈子”的功能让用户因对摄影的认知和实践方式聚集,也使他们分离。然而在不同的分类方式,如按照地域进行划分的条件下,新的小团体又能持续不断地被想象出来。比如说,笔者本人既是“严肃摄影”小组“八卦图说”的成员,又因为此前在英

国留学而加入了“英伦细雨”小组,并与小组的成员一同外出拍摄,由此了解了更多关于摄影爱好者的个人诉求和集体认同,对摄影的复数化理解有了新的认识。

第二,以图虫摄影网的改版为例。作为图虫的创始人和最早的基层架构师之一,“小钢炮”在图虫的草创期一直坚持发布版本更新、硬件升级和交互界面改版的消息,与用户进行实时交流(图8),这些更替和迭代最终的目的都是让用户获得更好的图像社交体验。早期的这种工程师与用户直接的沟通,鼓励用户建言献策、找程序漏洞的行动更是打破了“用户对用户”这种社交媒体网站一般所采取的互动方式,实现了一定程度的技术民主化,营造了一种亨利·詹金斯(Henry Jenkins)所说的“参与式文化”<sup>①</sup>的氛围,增强了网站初

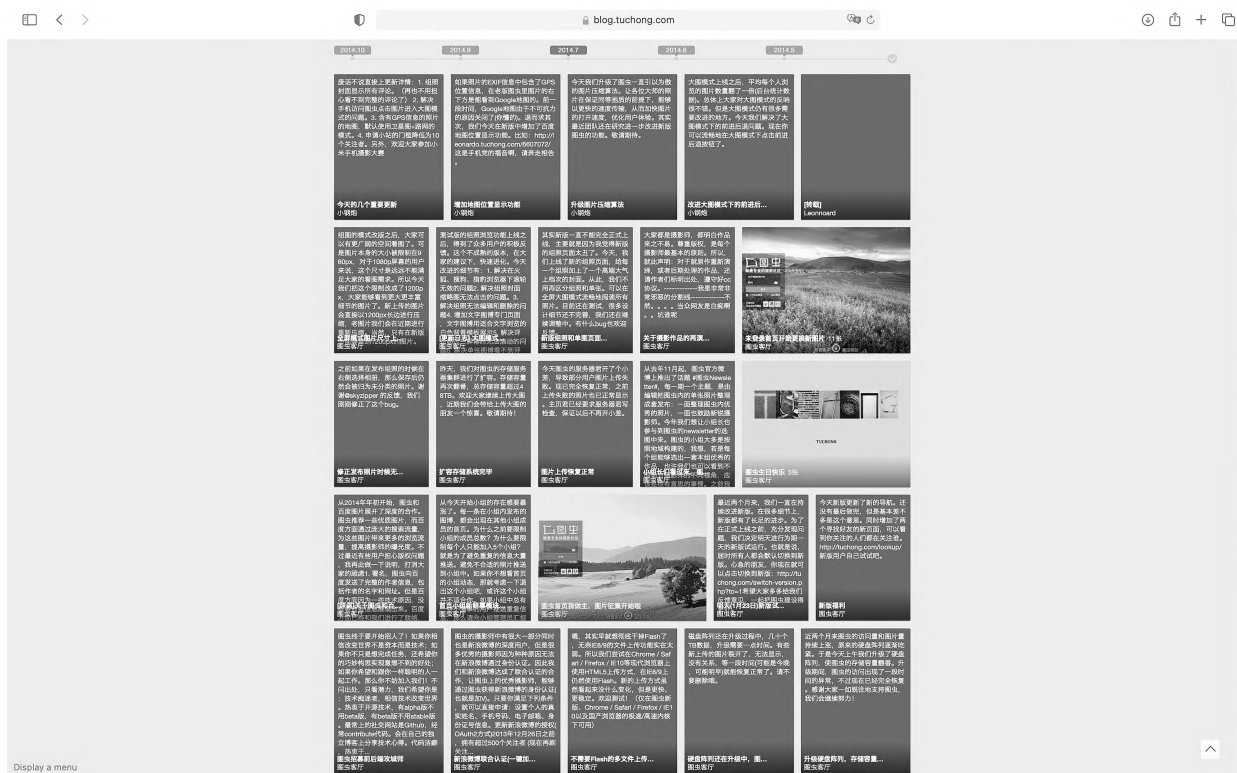


图8 “图虫客厅”页面上过往一些帖子的“遗照”。这些帖子原本为图虫的工作人员所发,大多目的是向用户汇报网站维护、改版及升级的信息,并通过实时互动向用户收集个人体验及改版建议

①Henry Jenkins, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, London: Routledge, 1992, p.23; Henry Jenkins, et al., *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York: New York University Press, 2013, pp.159-166.

期用户的忠诚度和归属感。然而值得一提的是,尽管在一定程度上人人皆可发声,最后交互界面的更改是否会保留仍然取决于网站开发人员对于后台数据,特别是网站的用户增长量、用户活跃度、访客人数、网页弹出率等量化指标的监测及分析。在图虫进入发展期以后,随着用户数量的几何式增长,针对单一用户的建议进行改版和更新逐渐丧失了其可行性。

第三,走出草创期的图虫在“连通文化”建设方面,开始着力于将用户生产内容的商业价值与网站的技术性和社交性进行耦合。2017年,图库平台“图虫创意”的建立标志着图虫开始了它的商业化探索。<sup>①</sup>“把照片变成钱”的口号不仅吸引了大量已有用户的投稿,还让网站的新用户注册量进入了前所未有的高速发展期。与此同时,在以图像社交为导向的摄影社区,草创期时并没有明确确立过的市场与品牌部门被规范化地建立起来,开始增加与旅游行业、政府组织、手机和相机厂商所合作展开的摄影比赛、奖项及教育活动,刺激了平台新用户的增长及无数有相关需求的用户在平台上的活跃。吊诡的是,当图虫的用户数量及图片上传数量迎来爆发式增长的同时,“严肃摄影”群体因逐渐失去了编辑及运营的支持而迅速走向没落,最终导致了他们大规模离开了这个在线摄影社区。<sup>②</sup>可以说,变革期与发展期的图虫摄影网基本上放弃了图像社交中图像的种类多样性对社交行为的塑造,而是拥抱了以互联网流量为准绳、以图像及用户在数量层面的增长为导向的

市场化策略。尽管在2017至2020年之间,图虫的运营团队曾以“影像频道”为依托对全站内容进行筛选并对偏艺术类的“严肃摄影”作品及摄影书进行推广,也创办了如“Open See”等线下分享及展览平台,<sup>③</sup>这些动作在整个团队内部实际上归入了“品牌化”的议程当中。与曾经以保证图像多样性为前提相比,这一品牌化的理念让“摄影更广阔的可能性”成为商业化这一进程本身的点缀。

### 余论:“图像超市”中的残酷现实

2021年5月28日,由彼得·桑迪(Peter Szendy)策划的“图像超市”展览在北京红砖美术馆开幕。展览的核心概念,即“超级—市场”(super-market)与“图像经济”(iconomy 或 economy of images)来源于策展人数年前在“悉尼讲座”(Sydney Lectures)上所讲授的系列课,其讲稿随后被编纂成书出版。<sup>④</sup>该展览针对人们在当今互联网上日益频繁地生产、传播、消费数字图像的现象提出了批判,也对时下一些前沿的互联网经济及金融问题进行了反思,如数字货币、数字劳动生产等。在一系列作品中,伊万·罗斯的作品《自你出生》(Since You Were Born, 2019—2021)和萨缪尔·比安奇尼的作品《看得见的手》(Visible Hand, 2016)以一种巧妙的方式与本文所讨论的现象发生了关联。

其中,前者在展墙上贴满了艺术家二女儿自出生后所访问过的一切网络上的图片,满墙密密麻麻、毫无留白的图像扑面而来。在一篇评论报道中,作者以“令人窒息”来形容现场的观感。<sup>⑤</sup>这

①关于图库摄影的起源、运作与商业模式,可参见Paul Frosh, *The Image Factory: Consumer Culture, Photography and the Visual Content Industry*, Oxford: Berg, 2003.

②除笔者的观察外,该趋势也在2020年笔者与梅若梅的访谈中得到确认。被采访人:梅若梅,女,70年代末生,现居郑州,摄影师;访谈人:杨云邕;访谈时间:2020年6月1日;访谈地点:线上访谈。

③关于“影像频道”,可参见:<https://tuchong.com/vision/>, 2021年10月21日。

④Peter Szendy, *The Supermarket of the Visible: Toward a General Economy of Images*, New York: Fordham University Press, 2019.

⑤王诤《“图像超市”特展:每天30亿张图片,到底呈现了什么》,澎湃新闻2021年5月29日:[https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_12895728](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_12895728), 2022年7月5日。

一作品一方面直观地展现了一个人所能生产及消费的数字图像之多,另一方面则更深层地暗示了我们在数字时代对于图像有着永不满足的渴求。这种无法被满足的欲望被资本所捕获,进而被转换为图像去分享社区中那些形式相仿、内容雷同却能不断刺激、拨动人们的感官愉悦的照片。后者“看得见的手”这一意象则显然是对经典经济学中市场这一“看不见的手”在数字时代的扬弃式新解。作品中的这只手“取自一张股票经纪人的手的照片,与互联网相连,完全由计算机ASCII码组成,实时对应世界各地股票市场指数的变化。手的隐与现取决于市场的交易,字符会根据世界各地股票市场指数的变化实时生成,发生波动,从而提醒我们,数字图像越来越依赖支撑它们的资金、信息和能量的波动”<sup>①</sup>。的确,正如前文的民族志材料所展示的,数字图像与流量(及其背后的资本)已经完成了结合,并对无法被纳入其新的技术与审美逻辑框架中的图像进行了“驱逐”。乍看之下,这似乎是“大众品位”对于“精英品位”的胜利,

但显然,这并非本雅明(Walter Benjamin)意义上“品位的无产阶级化”<sup>②</sup>的实现。

图像社交之审美和技术逻辑内涵的演变让笔者回想起詹明信(Fredric Jameson)在《后现代主义或晚期资本主义的文化逻辑》一书中所提到的“审美民粹主义”(aesthetic populism)<sup>③</sup>及作为其后果的“个人的消失”(the disappear of the individual subject)<sup>④</sup>。本文无意对“群众的选择”采取一种居高临下的态度进行批判。相反,笔者意图从马克思主义政治经济学的角度,结合对一个平台及其图像的深入追溯及描述,辨析出数字摄影图像的经济基础,探讨其在资本的加持下从被观看的对象成为主动生成、主动展示的能动者的过程。如果说相机在发明之初,拥有和观看照片是一项特权,那么在今天,这些不再被我们双眼所捕获,而是时刻准备猎食我们视觉观感的图像们,是否已经创造出了一种新的霸权?从特权到霸权,我们又当如何应对及自处?

①王诤《“图像超市”特展:每天30亿张图片,到底呈现了什么》,澎湃新闻2021年5月29日:[https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_12895728](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_12895728),2022年7月5日。

②Kaja Silverman, *The Miracle of Analogy, or the History of Photography, Part 1*, Stanford: Stanford University Press, 2015, p.5.

③④Fredric Jameson, *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, London: Verso, 1991, p.2, p.17.