

艺术与生活中的图像经验

——由贾科梅蒂的《站立的女人》开启的表层/深层*

(美) 杰弗里·C. 亚历山大 著 陈 静** 译

摘要：本文考察了文化社会学强范式中涌现出的一个关键问题：艺术能为社会生活提供一扇窗户吗？对贾科梅蒂《站立的女人》的研究表明，艺术试图通过浸入并穿越审美形式的物质表层来表达文化结构。然后，通过对家庭照片、家具和社会名流的图像意义的分析，本文认为，这些图像经验维系了当代社会生活的基础，它还解释了我们如何感知我们周围的环境，如何体验那些将我们和我们认识的人联系在一起纽带的纽带，如何发展出对文化阶层的情感。

关键词：艺术 文化 图像 社会学

在《悲剧的诞生》中，尼采宣告“艺术不是对自然的模仿，而是对其形而上的补充，是为克服自然而创造出来的。”在说到“我所说的是审美快感”时，他坚持认为，“这些形象以同情或以道义胜利的形式产生了一种道德快感”（1956 [1872]：141-2）^①。

如果艺术不是自然世界的单纯再现，那我们就可以用社会科学的语言说，审美之域是有自主性的。但尼采并不是唯美主义者，他宣称，艺术不

* 本文原载《理论、文化与社会》（*Theory, Culture & Society*）25卷第5期，赛奇（SAGE）出版社，2008，第1~19页。

** 陈静，文学博士，南京大学艺术研究院副教授，主要研究西方美学等文化创意产业。

① 这些及之后的引文都来自尼采的著作。

仅有象征属性,而且有形而上的属性;艺术的形式承载着道德信息,道德说教的抽象话语并非只是伦理交流才有的话语模式。

尼采在回顾古典艺术时承认,古希腊雕塑成功的原因是它“能使沉思冥想者以独特的形式享受宁静的快感”。但古希腊艺术干扰了这种纯粹的审美快感,它迫使我们去寻找艺术表层既遮蔽又揭示的深层意义。尼采摆弄着表层与深层、清晰与神秘的对比,挑战了美学与道德的现代主义分野——两个在康德看来绝不会产生交集的领域——站在理性主义立场上的尼采,对此是完全不同意的。他写道,“古希腊戏剧渗透到了骚动的世界中”,因此我们“感到尽管略过我们面前不过只是符号化的形象,但我们还是会探究其深层的意义,渴望撕碎这形象以便看到背后的原初形象”。一方面,“鲜明的形象并不能让我们满足,因为其隐藏的内容与其所揭示的似乎一样多”;另一方面,当它似乎想邀请我们“解开面纱、探索面纱背后的奥秘时,这种简明的具体性却让我们目不转睛,禁止探讨更深层的意义”。

一 贾科梅蒂图像中的表层和深层

如果我们站在像阿尔伯特·贾科梅蒂 (Alberto Giacometti) 的《站立的女人》(*Standing Woman*) 这样的艺术品面前,我们会被它有质感的、纹理凹凸的、反复揉捏的质地所震惊,这种超凡的工艺代表了造型艺术的最高成就之一。正如尼采所说,这种有趣的表面纹理扮演了双重角色,其雕塑表面的鲜明具象性——其形象的清晰性,令我们目不转睛。事实上,它既给予了我们一种审美的愉悦感,又似乎不愿让我们进一步探究;在引人入胜的形象面前,我们沉思冥想,似乎已满足了。

但不尽然。当我们站在《站立的女人》的面前,我们也被一种无法抗拒的冲动所占有,想要撕破这个有着精细纹理的表层。这种雕塑的形式让我们相信表层背后实际上有着更深层的意义,换言之,与其说这种鲜明的形象是自明的,不如说是神秘的。

这正是贾科梅蒂的意图所在。表层的实体形式和深层的形而上意义结构之间的张力是其晚期作品的伟大之处。正如艺术家和评论家亚历山大·利伯曼 (Alexander Liberman) 在贾科梅蒂的工作室访问了贾科梅蒂后所谈到的,雕塑家“正在为一种难以把握的(想法)所困扰:究竟该如何在艺术中表达一种观念,一种关于人的观念”(1960: 9)?

贾科梅蒂在 20 世纪 20 年代中期放弃了传统绘画，转而投入了超现实主义与象征主义的怀抱，这使他第一次进入公众的视野中。贾科梅蒂在转型 20 年后，即 1947 年解释说：在早年，他试图摆脱相似性，因为这种相似性只会让观众过多地关注于表面形式。

我感兴趣的不再是人的外在形式，而是富有情感的东西。在一定时间内复制某个身体，过去对我来说不重要，现在则完全是错误和愚蠢的，因为它会浪费我不少时间。

创作一个外表相似的形象不再是个问题了。（《给马蒂斯 [Pierre Matisse] 的信》，见拉马什 - 瓦代尔 [Lamarche-Vadel]，n. d. : 175）

10 年后，贾科梅蒂放弃了超现实主义的冒险之旅，他最后尝试的是一位妇女站着的立体主义雕塑——《不可见的对象》（*The Invisible Object*）。这为后来《站立的女人》提供了一面镜子——后者正是我们今天的主题。当《不可见的对象》在 1934 年面世的时候，安德烈·布勒东（André Breton）就曾预言：这将是当代最伟大的作品之一。那为什么贾科梅蒂还要决然地转身离开？答案可能是：他对从表层转向深层的雕塑过程不满意；他想发展一种形式，一种能够以更具有说服力的方式带我们进入表层之下的形式。

从 1935 年开始，贾科梅蒂开始与活生生的模特合作，此后，在他生命的最后 30 年中，他几乎每天都面对着人来创作雕塑和绘画。而他的超现实主义同志们对此非常失望，他们抱怨贾科梅蒂转向了简单的再现，去更准确地描绘生活的表面。实际上，贾科梅蒂所希望的是除掉形式主义的障碍，去探索人类的原型而不是形式的类型。驱动他第二次转型的是和第一次同样的欲望，这表明他想进一步努力发现一个能够更深入的表面。

我再次看到身体，它将我拉回了现实，抽象形式在雕塑中就像和在果壳中一样真实，而我想两者兼得。因此，我想用人像来创作。为此我不得不做一两个真实的研究。在 1935 年我雇了一个模特，这些研究花了我大概两周时间。但是，我从 1935 年开始每天都与模特合作，直到 1940 年。一切都在我意料之外。头颅（我很快就做任何人物了，太麻烦了）对我而言成为了完全未知和不可估量的对象。（《给马蒂斯的信》，见拉马什 - 瓦代尔，n. d. : 176）

由此开始,在余下的岁月里,贾科梅蒂陆续雇用了几个模特,起初是他的兄弟迭戈——贾科梅蒂曾说过:他“为我做了上万次模特”(参见佩皮亚特 [Peppiatt],2001: 12)。我们一点都不惊讶贾科梅蒂对这个艺术的选择做出的解释“当他在摆姿势的时候,我认不出来他,所以我想他来做模特,然后我就能看到我所看到的。”与迭戈合作,贾科梅蒂能够更容易地超越模特脸部的外在表象。

所以当他的未来妻子安妮特 (Annette) 于 1940 年代早期成为贾科梅蒂另一个长期的模特后,他的解释是一样的“当我妻子做了我 3 天的模特以后,她就看起来不像她了。我就不认识她了。”(参见佩皮亚特,2001: 12)当诗人雅克·杜宾回忆起与贾科梅蒂在 1950 年代的某个傍晚,他邂逅了安妮特,当时她已经为贾科梅蒂当了一个下午的模特了。在晚餐的时候,她问她丈夫为什么那么紧紧地盯着她,他回答说“因为我已经一整天没有见到你了”(参见佩皮亚特,2001: 12)。如果诚如一位最近的传记作家所言,“迭戈对贾科梅蒂而言就是所有的男人”,那么安妮特对他而言,就是所有的女人。拉马什-瓦代尔更指出,贾科梅蒂的著名系列“九个安妮特的半身像就是一组偶像的集合”(n. d.: 154),看来,艺术家已经将他的妻子从熟悉的女人变成了神秘的原型。在贾科梅蒂遇到安妮特之前,他就已经名声在外,经常在深夜去造访巴黎的妓院,而他的好友让·热内特 (Jean Genet) 后来则认为他的性行为具有一种形而上学的意义。

在我看来,他是以一种膜拜者的身份去她们那里的。他去那里就是去看他自己跪在一个不可亵渎的、疏远的女神面前。每一个裸体的妓女与他之间的距离或许是他的雕塑与我们之间的距离是一样的。(热内特,1958,引自佩皮亚特,2001: 19 n10)

“你永远没办法复制桌上的玻璃杯”,贾科梅蒂曾经和一位采访者这么说,“你复制的是视觉的残余……看到它消失,再出现”。运用萨特和梅洛-庞蒂的存在主义式语言,贾科梅蒂继续说道“它真的总是在存在与不存在之间”(与帕里诺 [Parinaud] 的访谈,1962 引自佩皮亚特,2001: 19 n7)。贾科梅蒂在 1935 年第一次超越了超现实主义,他创作出了一系列雕刻的头颅,这使德烈·布勒东大叫出来“一颗头颅! 每个人都知道头颅是什么。”但

他完全不理解贾科梅蒂想要找寻什么!

通过沉浸其中并且透过表层来探测深度的努力，从模特出发去雕刻和绘画，去创造一个艺术中的模特而不是别的什么东西，造成了审美上的挑战，定义了贾科梅蒂的成熟风格。这种风格在 1945 年后才形成，那时他刚刚从自我放逐的瑞士回到战后的巴黎。然而，即使他发现了一个造型的形式去捕捉表层和内在的张力，他还是认为这个问题不可能一劳永逸地解决。“我永远都不可能成功”，他曾经不无遗憾地说道，“把一个头颅所蕴含的全部力量放到一幅肖像画中，我永远不可能做成头颅，一个头颅，哪怕只有一次”。（拉马什 - 瓦代尔，n. d. : 7; 佩皮亚特，2001: 162）

那么贾科梅蒂到底想要探索什么样的深度呢？当然，他的哲学解释者是对的，他那极端黑暗、憔悴的、形单影只的、忧心忡忡的人物形象首先传达的是，在经历了史上最具破坏性和反人类的冲突之后，欧洲社会存在的一种社会性的生存焦虑（比如，萨特，1948；佩皮亚特，2001: 5）。但对贾科梅蒂而言，与他的密友塞缪尔·贝克特（Samuel Becket）一样，一般的历史解释是不够的，他们的艺术是通过一种原型的方式揭示了人暗淡无常的命运。正如拉马什 - 瓦代尔关于后期半身像的评论可言“贾科梅蒂的面孔的图像学是一本无尽的图册，承载了绵延不断的焦虑、忧伤和悲痛，不断地在角色身上烙下时代的印记。”（n. d. : 7）

贾科梅蒂回到巴黎后，在一次异乎寻常的顿悟之后，创造出了新的形式——佩皮亚特称之为贾科梅蒂的“波琳（Pauline）体验”，弗洛伊德可能会称为“去现实化”（derealization）。某夜，当雕塑家坐在电影院里，沉浸于电影之中的时候，他感到他自己下沉到了屏幕表层之内，成了图像本身。

与其说看到了一个人在屏幕上，倒不如说我看到了模糊的黑色斑点在动来动去。我看着我周遭的人感觉像我从来没有见过他们似的。我记得非常清楚，当我从蒙帕纳斯大道走出来的时候，我看着大街，就仿佛我从来没有见过它一样。一切都不一样了：深度、对象、颜色和寂静。那一天的经历对我意义非凡，是前所未有的。（与沙博尼耶的访谈，1959，引自佩皮亚特，2001: 7）

在一篇时隔一年后发表的自传文章中,贾科梅蒂认为,他有关外在世界经验的审美框架已经改变了,变得更图像化,使他得以接触社会对象那神秘但也更真实的一面^①。在他的描述中,我们可以发现他晚期艺术的源头。

在那段时间里,我开始看到在虚空中的头颅,被空间包围着的头颅。我第一次看到头颅的时候目不转睛,一动不动,我前所未有的因为恐惧而战栗,冷汗从我的背上滑落。这已经不再是一个活的头颅,而是一个我正在观看的对象,正像我看到的别的东西在同时死去和活着。我惊极而泣,仿佛我刚刚跨越了边界,走进了一个没有人曾经见过的世界。这个场景常常浮现,在地铁里,在街头,在餐馆或者和朋友在一起的时候。利普餐厅的服务生一动不动地站在那里,向我鞠躬,他的嘴巴张着,之前的一刻或者之后一刻与之毫无关系,他的嘴巴张着,他的眼睛波澜不惊、坚定不移。这些被空虚的无限缝隙所分离的对象之间没有任何联系。(引自佩皮亚特,2001: 31-2)^②

形式上的创新标志着贾科梅蒂的晚期作品在创造也在弥合这种分离。在这种孤寂和空虚中,人类远离了我们的感情,远离了我们的触摸和我们的爱,从与其他的坚固之物中分割出来。贾科梅蒂之所以能雕刻出这种距离感,是因为他使那些著名的形象,比如《站立的女人》,显得遥不可及——裸体非但不能唤起性欲,体态丰满却空洞无物,有时候看起来像看着我们或者跑向我们,但总像是对我们视而不见或者离我们远去。不过,与此同时,贾科梅蒂也将我们卷入这个孤立的空间中,他让我们通过感受他那柔软的、经过了反复捶打和充分揉捏的形式质感去克服他所创造出的距离感;他所创作的头颅向前看的同时也向后看,召唤我们既进入其中,又拒之其外。他的人物,如拉马什-瓦代尔所说,可以被视为“反物质化的和恢复的人物”,尽管他们以一种非常强大的方式交流物质性^③。

贾科梅蒂在战后写道,他想创作一些“更大的人物”,不同于之前他于

① 有关现实主义的模糊性,请见 Roman Jakobson (1987)。

② Alberto Giacometti, *The Dream, the Sphinx and the Death of T.* 原出处为 *Labyrinthe* pp. 22-3, December 1946。

③ 也可参见 Lamarche-Vadel (n. d.: passim) 有关距离在贾科梅蒂美学中作用的讨论。

战争期间在瑞士创作的小型的、压缩的和迷人的微型雕塑——这些小型的雕塑都可以放在鞋盒子内，他在1945年的时候带着这些盒子到了巴黎。他坦言道“让我惊讶的是，这些雕塑看起来都很相似，他们又长又瘦。”只有当极度长和瘦的形式能够表现出有力的、紧张的和图像的效果，这种效果是贾科梅蒂内心深处的想法。热内特很准确地把握到了雕塑家后期作品的形式结构，这种方式使得作家可以沟通存在与虚无。

他的塑像从很远的地方，从一个远处的地平线，向我们而来，并且不管你在哪里，他们都让你觉得你在低处，你在仰视他们。他们在从远处的地平线上，冉冉升起，而你在山之低谷。他们匆匆而来，相遇之后，又擦身而过。（热内特，1958，引自拉马什-瓦代尔，n. d.：148）

二 社会图像中的表层与深层

艺术家讲述事物真相的方式是将表面形式作为一种装置，将我们拖入更深的，可以称之为图像意义的地方，若他成功了，那么事物的特殊性和生产过程就缺失了^①。我们一点不关心模特是谁，或者艺术家那天的感觉如何，他又是在哪里创作，或者那一时期有哪些重大历史事件。当艺术家将我们拖入这个更深的层面以后，审美对象就变成了一个符号，不再是某些特定事物的特定参照物，而是指向一切“那种东西”的一个能指。它变成了一个集体的再现，一个客体对象、人或者情境的理想类型。通过这种独一无二的独特性，它触发了一个典型化的过程，将我们拖入世界的深处，由此艰涩难懂的审美对象变成了图像的。

在此，我想提出一个简单但有意义的社会学观念。我认为，物质性，在社会生活和在艺术生活中一样，对建立“类型”具有挑战性。表层和深度之间的虚伪关系也是如此。在日常生活中，我们被表层形式拖入了意义和情绪性的经验之中，我们以一种触觉的方式在体验着这些形式；我们能够无意识地“感知”这些形式所具有的表现质感，并且将之与其他的观点

^① 反归纳的原则，即为了生产一种新的经验而忽视明显可见的“事实”原则，在形象制造的世界上有其直接对应物，这就是“图像艺术家”，即便属于“现实主义”或“幻觉主义”的传统，也像关注可见世界一样关注不可见的世界（米歇尔，1986：39）。

和事物联系着。这些观念和实物是个体的，同时也是社会的。

现代条件的本质特点就是冷漠与退缩。与之相反，这场由表及里的运动所呈现出的是对社会生活物质性的沉浸 (immersion)，沉浸到审美对象之中从而使之成为一个图像。同样的，非审美的社会事物也成了图像的。

沉浸是一个双重过程，“主体化”和“物质化”之间的一种辩证关系。在此，主体化是指将客体对象看成是外在的，拉入其自身中去。在从客体到主体的运动中，事物变活了，或者说，看起来像有了生命一样，成为我们，事物失去了它的对象性。一个人再也看不到对象，而是看到他自己，看到自己的投射，自己的笃定和信念。物质化，在这里指的是一种相反的经验，在这个过程中，主体进入客体之中而失去了自身，一个人变成了某个事物，并存在其中；个人与对象同呼吸、同命运，从在客体对象中看外面的整个世界。客体对象的质感就是你的质感。因此，福楼拜 (FLaubart) 会说，“我就是包法利夫人”^①。

如果说沉浸创造图像，那也是因为图像允许沉浸。这种“神秘的”经验使得主客体之间的区别消失了，独一无二的，而不是双重的。正如披头士乐队在《我是海象》(I Am the Walrus) 中唱到的，“我是你，你是我，我们在一起”。

因为图像志 (iconicism) 需要借鉴一定的参考，所以也不完全是神秘的。主体在沉浸经验中失去了其自身，但图像是指向其自身之外的，是主体的外在世界的某个东西。我们已经了解到，就贾科梅蒂而言，雕塑图像是如何指向人类状况的黑暗面的。任何具有强大生命力的艺术象征物都以一种类似图像的方式指向其自身之外，正如塞尚或维米尔的画，提醒我们关于家庭生活中的静谧时刻，抑或是鲁本斯的女人们提醒我们过剩的性欲或快感；也可能是像毕加索的鸽子那样，仅仅抓住了道德意义，也暗示了

① 当对象试图寻找作为转型的能指的功能时，早期存在以特定的客体寻找形式存在于成年人的生活中。因此，在成年人的生活中，问题不是去占有客体，而是客体被迫逐着去屈从于它，作为一种改变自身的媒介，主体作为乞求者，现在感到自己成了环保再生的接受者，认同自身的化蛹成蝶……记忆……在早期对象关系中在个人对客体的（一个人、地点、事件、意识形态）的找寻中证明了自己，这一对象许诺了自身的转变。（博拉斯，1987：14）我在此处描述的辩证法与主体性-创造-客体过程具有一种家族相似性。黑格尔在《精神现象学》中阐释了这个过程，此点从胡塞尔到梅洛-庞蒂的现象学运动对主体性的兴趣中先后得到了说明。（有关使用黑格尔理论的一个有意义的挪用，是丹尼尔·米勒在1987年对当代消费行为的主体和意义维度的解释）。我的看法与其不同之处在于，物质化的时刻并不一定是疏远或者异化的前奏。对象被创造出来就能够提供一种典型化的，或者说“图像化的”时刻，因此它们能够给主体化提供方便。

脆弱性和孤独。玛丽·卡萨特 (Mary Cassatt) 的女性坐在剧场包厢里面, 香肩半露, 罗扇半掩, 媚态横生, 风姿绰约, 和那些孤芳自赏的贵夫人们在一起。艺术家的图像包括在进行狩猎、钓鱼、装腔作势和装扮光鲜的男人, 滑冰的中世纪小孩, 正在吃饭、聚会、结婚和死亡的先祖们, 堆积谷垛、收割稻谷的农民, 趾高气扬的小市民, 辛苦劳作汗流浹背的工人, 盛装打扮的贵族, 庆祝的学生们, 流汗的演员们和冰冷四方的机器, 熙熙攘攘而引人入胜的都市场景和热闹的海滨等漆黑的寒冷冬夜雪景^①。

这样的图像经验会是社会生活的基础吗? 甚至在我们今天生活的现代的、末世的、世俗的、技术的和物质化的世界里? 我认为“是的”。图像的经验解释了我们是怎样感受我们周遭的社会和物理世界的, 我们如何体验将我们与我们所认识的或者不认识的人联系起来的现实纽带, 我们如何发展一种对地点、性别、性欲、阶级、民族、我们的职业以及我们自己的意义。

下面是一些图像在现实生活中的世俗例子。

1. 家庭照片。这些照片将我们有感觉的并且爱着的人们具体化了, 这种触动人心的再现将他们带进了我们, 我们也进入了他们。在我们的一生中, 我们有时得和无数的人们或者某个人分离, 我们凭着记忆或者这样的图像来将我们爱的人留在身边。这样的物质呈现方式在家里和办公室里, 到处都是, 还有那些我们带在身边到各处去的钱包和皮包中。它们通过它们的物质形式让我们回忆起了那些在我们的社交生活中最密切的人。

那么, 低微的家族照片和艺术馆里的那些伟大的肖像和半身像之间的差别是什么? 他们都被虔诚地观看着, 被评论和供奉着, 他们流传下来, 引起我们强烈的感情, 或苦或甜。

2. 室内家居物品。布置家里意味着什么? 是“装饰”一个客厅或者卧室, 或者改造厨房吗? 是选择毛巾、地毯、毛毯或者绘画吗? 这不仅仅是为了把地板盖住从而保温或者提供地方让人工作或者休息这样的功利性目的, 而是为了让那些能够体现我们的价值、标准和信念的物质对象包围着我们。由此, 这些室内图像提供了持续不断的、与主体化相关的屈从或者程序化的经验(例如, 奇克森特米哈利和洛奇伯格 - 霍尔顿 [Csikszentmihalyi and Rochberg-Halton], 1981; 米勒 [Miller], 1998; 伍德沃 [Woodward], 2003)。

^① 关于形成流行文化的艺术形式、原型和理想 - 形式的表征之间的关系的社会学调查, 见 John Carroll (2001)。

广告和品牌宣传。广告是被设计来卖东西的,但这个是通过呈现和推动主体化和物质化的辩证法来实现的。新近生产或者上市的对象与先前的那些图像联系起来,就像汽车及其广告形象鲜明,消费者将自己融入这些图像之中,与隐藏在图像表面之下的强烈情感产生共鸣,并且也视那些产品为自己所喜欢的。当我们将自己沉浸于这些产品的物质性的时候,他们的物质性也就消失了(见贝尔克与塔姆巴 [Belk and Tumber], 2005; 霍尔特 [Holt], 2004)。这个过程表明了人的商品化 (commodification) 或者更准确地说,是商品的主体化,想想雪佛兰、宝马和捷豹的神秘与性感,大众、甲壳虫又是如何具象地象征了禁欲主义、突破陈规以及反物质主义的。当然,在艺术史上也有与这些符号化的社会体验相类似的情况,表现了各种家居用品。我们能想到的,比如肯侯兹 (Ed Keinholtz) 的自动化雕塑装置作品,将汽车符号与性、酒精和 20 世纪 50 年代的帮派文化联系在一起,又或者安迪·沃霍尔的坎贝尔汤罐 (cans of Campbell soup)。

3. 电影明星和社会名流。我们在日常社会生活中创造了人的符号。他们是人们的集体表征,我们不认识、可能永远也不会认识这些人,但我们仰慕他们,甚至崇拜他们。他们或隐匿于黑暗中,在电影院里与我们这些无名小辈擦肩而过,或在我们的客厅、卧室中,与我们一起“看”电视。我们进入大众调解的娱乐是为了能和这些偶像取得联系,获得一种与这些字面上或者比喻意义上都大于生活的偶像们面对面的沉浸性体验;我们中的很多人都从杂志上面剪下他们的照片,或者买他们的海报,把他们的图片贴到我们办公室或者家里的墙上去。我们看电视仅仅是为了获取资讯或者得到娱乐,是为了笑或者哭?我们看电视也是因为我们能成为我们的偶像之一,成为他们或为了他们成为我们,与他们的图像所具有的事物-想法-信念-感情联系起来^①。

^① 嘉宝的脸蛋依然属于电影中会令观众欣喜的时刻。人会在人的影像中迷失,有如迷药一般。面孔代表一种血肉的具体呈现,既难以触及又难以抛弃。她的妆容像白雪覆盖的面具:这张脸不是画上去的,而是用石膏打造出来的……光是眼睛,厚得像奇特的柔软肌肉,但并非毫无表情。它们其实是微弱而颤抖的伤口,这张脸极端美丽,是雕塑在某个平滑易碎的物体上……既完美又短暂……面具全然的诱惑(如古董面具),暗示着脸的原型而非秘密主题(如意大利的半边面具)。嘉宝给人一种人类生灵的柏拉图式理念,这也解释了为什么她的脸在性意义上并不明确,但并不令人疑惑。(罗兰·巴特,1970: 56);也可参见 Edgar Morin (2005 [1957]: 27-109, 135-49), Garry Wills (1997: 11-27, 309-14), Chris Rojek (2004) and Sarah Gilligan (2000)。

4. 服装。时装和风格的功能是用一张图像来遮盖我们自己，将我们自身沉浸于物质形式中，将我们自身转变为我们看到的并且希望成为的那种“类型”。故而，“服装创造人”出现了（见鲁宾斯坦 [Rubinstein]，1995）。

5. 化妆。梳理头发、晒出古铜色、涂上唇膏，无所不用地修饰我们的脸庞，还有什么比这更好的例子说明主体化和物质性的辩证法修饰着我们的符号化生活呢（见康斯特布尔 [Constable]，2000；拉里 [Lury]，1996）？

社会符号生产了什么样的情感呢？这种情感具有美学形式，但同时又将我们从表层带入社会事物的语言和情感中去。社会符号充满了感情、知识和判断，我们“崇拜”它们，“屈从”它们，感觉好像可以为之生，为之死。与纯粹物质的东西不同，它们是社会崇拜，偶尔是社会污秽的集体表征；他们是“歌剧名伶”、女王、性象征物和“他-人”（he-men）；歌之情人、董事会主席、摇摆舞之王。我们想触摸他们，吞噬他们，对他们上下其手，享受从内到外的视觉盛宴。我们想“成为”他们^①。

在近几年间，在经过人文科学的文化转向后，社会学家已经了解到，一个社会的标准规范并不是由正式规则或者像社会价值这样广泛存在的东西最先建立起来的，而是由基于编码、叙事和比喻的集体话语建立起来的。我们需要将这个新的认识再向前推一步，集体的话语也设定了一个图像的形式，人们是通过主体的沉浸和物质性的客体投射来理解其意义的。

我们扮演着种种角色，我们从事着形形色色的职业。作为丈夫、妻子和伙伴，作为演员、学者和艺术家，作为精英抑或是普罗大众的一分子，我们如何得知我们应该追求什么呢？这难道不依赖于由工作、行为、自我和认知的社会化标准所建立起来的、沟通并维系着的图像经验吗^②？

艺术家对象和社会符号能够按照被分阶层地安排起来，所依据的就是某种相近的原型，某种崇高的理想，这种依据基于的不是智力上的考虑而是参考了某种真实的物质对象，它的形状和感觉。当图像的表征捕捉到表层之下的原型，我们就能依据这种相近性判断原真性。那种看起来就很像

① 有关日常对象，比如摩托车和香烟提供图像的、艺术的-与-宗教的经验的研究，见 Paul Willis (1978) and Richard Klein (1993: esp. 1-76, 135-156)。

② 关于惹眼的物质消费和保持精英身份的原型研究，见 Thorstein Veblen (1899)。凡勃伦将之与更少铜臭味更多真实性的“工艺直觉”进行了比较。后者可以持续激励非精英阶层，“使人们赞成更高效的效率，无论如何只要是为人所用，并且使他们反对材料或者努力的浪费行为”（1899: 93）。然而，正如我下面所要说明的，这种工艺直觉和有闲阶层的消费一样，具有独立的图像性。

模仿的被称作刻奇,这种图像是那种无法刺激或者促进沉浸性和认同感。

艺术家的图像是按照纵向的层级排列的,这种希望能复制图像性崇高的渴望驱动着那些即将成为艺术家的人做出很多成就。每天的生活都不同吗?学徒总是羡慕能干的工匠,“如果我能和史密斯一样能搞定一个接头就好了”;年轻的运动员盯着一位已经取得了很大成就的前辈会因此爱上自己的职业;而一名年轻的学者在她所从事的领域中也有她自己的偶像,年轻的厨师想必也是如此。我们都“知道”,从我们的骨头里感觉得到什么是好或者伟大的标准,不管我们做什么,打理头发、系领结、超车、捆稻草、弹吉他、挥舞网球拍、拉个口子或者做爱,我们也从我们目之所及、触之所至处感到我们所极力想避免的,偏离了和背离了理想的标准。我们知道一个诚实的人看起来是什么样的,我们有诚实的偶像,也有不诚实的偶像,流行文化一直都在生产这些偶像的新旧版本。我们要求社会创造偶像,当我们希望记住某些特别突出的个人、时间或者东西,或者纪念我们治愈过的社会创伤。在这种情况下,私人照片和个人图像是不够的。我们想要一些更为正式地建构起来的、更公开的、更引人注意的东西(见施瓦兹,2000: 29-142)。

极端的和保守的想法倾向于一种乡愁式的信念:图像化的经验仅仅适用于早期社会,传统生活。我们假想自己没有时间获得这样的经验,因为我们是现代主义者,会受到普遍的对物质主义、具体化和对象化的怀疑的影响。现代性还没有消除与传统艺术的神圣“光晕”的联系吗?这种光晕在本雅明看来是只和真实的事物产生关联的时候才存在的。

我在这里想说的是,抒情的/美学的范畴在现代社会中也是有基础性的,它们通过物质形式进行交流,这些物质形式的表面拉着行动者去深入体验道德和情绪的深度。这样的话,我们对于艺术的体验在我们现代甚至后现代的生活体验中都不是边缘的,而是核心的。

三 文献/理论注释

这篇文章的形式不是学术性的,我第一次演讲这篇论文是在耶鲁画廊讲给外行观众的。后来,它的想法是从自在之物而不是从理论文献网站中的悬置之物发展而来,我也不愿否认它究竟有多么被悬置起来。因为我在注释和参考文献中提到各种经典和当代的书目,所以我愿意在这里详细解

释下我的理论框架。

“图像经验”为社会理论对美学的日益重视助长了声威，这种关注以一种升华了但非乌托邦式的形而上方式，将艺术和生活合二为一的古老的浪漫梦想复兴了，使形式和感性重新嵌入对象和实用之中。对于这种美学理论中新方向的背景和模糊性，请见马修斯和麦克沃特（Matthews and McWhirter, 2003）。对于这种艺术和生活的合二为一及其知识考古学的最新辩护词，请见贡布里希特（Gombrrecht, 2006），也可见贡布里希特的《运动美之礼赞》（*In Praise of Athletic Beauty*）中的启发性图示。

与此相关的、理想的、典型的后现代主义论点，请见费瑟斯通（Featherstone, 1992）。对于关于这种后现代必需品的宽泛的宏观经济背景，请见拉什和尤瑞（Lash and Urry, 1994, esp. pp. 60 - 144），还有韦尔施（Welsch, 1996）以及拉什和拉瑞（Lash and Lury, 2007）。

然而，正如“图像经验”路径所揭示的，我已经开始怀疑采取这种历史主义路径进行美学化的方式。物质的意义在去商品化过程的经济生活中是显现不出来的，这一经济过程的标志就是后工业化、后福特主义经济。可以确定的是，“今日之生产与其说是物质的，不如说是信息的”，而利润是依赖于“信息如何物质化具象出来”（拉什和拉瑞，2007: 94）；在生产过程中，越来越多地考虑了设计和广告的作用，品牌也代替了一切对实际生理需求的感知，这些需求是在生产和销售中是价值附加值的来源（2007: 111 - 44）。但是，当马克思在150年前著述的时候，他过高地估计了为了交换而生产的商品和保留了使用价值的前标记物体之间的差别。事实上，设计的美学和道德维度对于创造物质对象，从图腾到工具而言，都是最重要的（比如约翰·赫斯克特 [John Heskett], 2002）；使用价值从来都不是单纯的使用价值，交换的等价物也从来不是完全抽象的（萨林斯 [Sahlins], 1976: 166 - 204）。

因此“图像经验”所搁置的理论网络更多采用的是理论的逻辑而非历史的逻辑，这些理论网络调和了对独特性、主体化的强调和抽象性、商品化——后者出现在20年前物质消费的人类学和社会学研究，代表性的作品有丹尼尔·米勒（Daniel Miller）的《物质文化与大众消费》（1987）、艾戈·科皮托（Igor Kopytoff）的《物的文化传记：商品化过程》（1986）和科林·坎贝尔（Colin Campbell）的《浪漫伦理与现代消费主义精神》（1987）。

某种意义上，建议艺术和生活的融合回归到了塞缪尔的活力论，伴随

的是包罗万象、跨界的审美主义。这不仅需要将美与崇高联系在一起,这是康德所无法抵抗的,还需要将这两种美学范畴与德行的社会生产联系起来,而这是康德所反对的。正如“图像经验”所指,美与崇高可以被视作与涂尔干派所推崇的一致,当然,也不是完全一致。如果世俗显著于其世俗性,受崇于其超验性,那么美/崇高是神圣性和丑陋的美学版本,后者成为了不被关注的和贫乏的审美等价物或者令人恶心和让人不快的世俗之物(有关恶心和不快成为美学范畴,参见阿瑟·丹托 2003: esp. 49-60)。值得关注的是,塞缪尔有关审美建构的观察与涂尔干有关将神圣与凡俗的分开设定之必要性之间的一致性;在写到有关美的时候,塞缪尔写道“我们的感知是与差异联系在一起的。”

当今世上最高的审美刺激和审美价值之一是基于世界分割成光明与黑暗两部分,因此其要素不会散漫地流入另一边。相反地,各边在机制层级中都有其位置,各高低有序,粗糙和较低的形式的支持和意义源于他们成为精粹、光明和高尚之物的支持和基础(1968: 70)。

在有关艺术和生活的表层/内涵的讨论中,“图像经验”最近在美学理论中回归到“物质”表层的重要性讨论(Martin Seel, 2005),或更普遍地说,回到视觉研究的蓬勃之地。如果说这一点是与对象性的渐受关注互为补充的话,也是与比尔·布朗(Bill Brown)坚持“物质性-存在-意义”的观点相反。物质性并不应该被认为是符号的替代物,而是象征性交流的一种替代性的非口头的媒介,正如罗姆·哈瑞(Rom Harré)所指出的,“客体对象就是明确独立于任何故事情节、事物,通过将其置于叙事而变成的一个社会对象”。在《图像学:图像文本和意识形态》(1986)中,米歇尔(W. J. T. Mitchell)提出了一个有力的观点,反对简单化的二元对立,比如图像/文本、本质/形式、图示/符号;在《重构:人类学和美学》(2004)杂志最近一期《争议的对象》中,惠特尼·戴维斯(Whitney Davis)声称“这段时间以来,视觉-文化研究经常呈现出一种纯粹的视觉性”。

的确,视觉性常常看起来被视为一个历史对象,即“视觉文化”什么的。但这种方式打断了从原始现象到文化意义的连贯性所隐含的理论……当视觉文化研究将视觉性而不是某个形象创作史的时刻视为根本的时候,就无法必然地将形象自身的效果——其自身应具有的基本秩序,与在视觉中产生图画表达的原因联系起来(2004: 9-10)。

这个结果就是“一种具化的纯粹视觉性”,一种“乞题教义”。这一信条

模糊了“分裂激发了视觉的想象和图画的构图，这才构成了从形式到符号、从图像到话语、从感知到理解，周而复始循环的真正机制”（2004：9-10）。

所有这些暗示了符号学理论和象征理论中长久以来的争论，最重要的是，它预示了对皮尔斯关于图像和索引的纯粹实用主义的、非传统的物质性理论的怀疑。皮尔斯坚信图像清晰可视的物理相似性，使其在交流过程中比象征符号更直接、更纯粹，因为与之相反，象征符号的意义必须借助传统进行沟通（见皮尔斯 1955 [1940]）。但是如此这般的实用主义以及紧随而至的索绪尔式推论的单纯性，或者更简单地说即话语性，是一种误导。这里所说的简单推论是指其彻头彻尾的关于能指和所指的任意性关系的结构主义信念。物质性是非语言的，但也是传统的。我们无法——事实上我们也不能，考虑字面上的物质形式，尽管他们表面的纹理质感给予他们卓有成效的交流能力，这就是巴特在“图像修辞学”（1977）中的观点。这个观点在克里斯托弗·蒂利（Christopher Tilly）的《物质文化和文本：模糊性的艺术》中关于非话语意义的解释中得到了发展，安伯托·艾柯（Umberto Eco）在《符号生产》（1985）中对皮尔斯的观点也进行了同样的批评。

米歇尔从分析哲学的传统出发，对过去图像符号所谓的自然状态进行了理论上的挑战。他将对“拜物教”的攻击与现代主义对透明性和理性的信念联系起来，更激烈地说，与对象征性的、非语言的和图像交流的“最原始的”品质的东方式的拒绝联系在一起。

形象作为“自然符号”的观念是……西方的物恋或偶像。作为偶像，它一定被建构成它所意指的真实存在的体现；它必须通过与其他部落的虚假偶像形成对照而证实自身的效应——这些虚假偶像包括：图腾、物崇拜、异端的仪式用品、原始文化、非西方艺术的“风格化的”或“习俗的”模式。最富创意的是，西方对自然符号的崇拜在一种仪式化的偶像破坏下掩盖了自身的本质，声称我们的形象与“他们的”不同，是由怀疑主义和自我矫正的批评原则构成的。这是一种理性主义的“祛魅”，它并不崇拜自身投射的偶像而改正、证实它们，用“我们看到的事实”和“事物的表象”或“事物的本来面目”经验地检验它们（1986：90-91）。

当然，这些关于审美范畴约束的论述有着新马克思主义批评理论的深深烙印，更倾向于将符号的与无道德感的联系在一起，甚至与对法西斯主义整体化的反批判思考联系在一起，比如杰伊（Jay，2003：3-27）。

正是通过批判这种康德式的将美从道德中分离出来的坚决主张，我开

始了“图像经验”的研究。这种分离应当被视为对西方文化的深刻反省，而非自反性的条件。西方文化始于第一个犹太人，然后新教徒的偶像破坏 (iconoclastic) 其对古老的反应，后来天主教形式的偶像崇拜，或者图像学 (iconology) 出现。这些反省及其之后的启蒙主义表现，不应该与批判理性混为一谈，与之相反，理性和批判的社会实践是深入植入于主体性和物质化的辩证法之中的。

托马斯·库恩在其《科学革命的结构》第二版的序言中提出对科学训练中有影响力的“证据”的主张时，在与独立模式的理性，比如方法论话语、怀疑主义和伪造观测等做了比较后，强调了在西方理性的典范中图像经验的意义。

类似的论点，关于创造性和批判性是如何嵌入图像经验的是由无数关于艺术创新的自传描述提供的，启发这些创新的往往是在艺术界中与前卫作品前所未有的激烈遭遇。比如，布伦达·理查森 (Brenda Richardson) 深入研究了在 20 世纪 80 年代早期，美国画家布莱斯·马登 (Brice Marden) 为何背离了他的单色画风格而转向了他的冷山系列，前者使得他获得了第二代极少主义画家的声誉，而后者开启的与之完全不同的构图风格使得马登成了当代先锋艺术的重要人物。理查森发现，“在马登的冷山系列中，波洛克是一个非常真实的呈现”，“马登在他的画桌上目光所及之处摆了四张波洛克的明信片，在触手可及之处摆了关于波洛克的书，以便他随时翻阅以复制其他的油画和素描”；而且“马登反复去参观波洛克在纽约的画作，他探究和考察作品以获得更深入的理解” (理查森, 1992: 45-6)。

谈及她与马登的访谈，理查森描述了“当马登谈到波洛克的时候，他的声音中有一种难以隐藏的敬畏和愤怒，他对波洛克的成就感到敬畏，对有些批评不断地有意去贬低波洛克的成就而感到愤怒” (1992: 39)。在马登自己的描述中，他的关于波洛克的图像经验出现得非常明显并且清晰——在对波洛克的绘画对象进行主体化的时候，他达到了一种艺术自由与自律的新境界，体验了他后期的那种艺术风格，而这种风格是他的转变了的艺术认同的物质化。

波洛克的一切，如英雄般的传奇。他甚至在有生之年就已经成了一个符号。你或者波洛克代表了新艺术，不停歇的现代质询，或者你相信“他者”，过时的艺术学术研究。美国人总是很不情愿接受天才。

对于波洛克，总有一种观念认为，他做的是错的，“他泼泼洒洒，他有点疯狂，他喝太多酒，他出过车祸”。看看他后期的作品《蓝极》（*Blue Poels*），就是个很好的例子。这是一件完整的作品，波洛在绘画中已经做了他能做的一切。但是，有很多人还是不接受波洛克的绘画创作能力。这幅画成了一幅有问题的作品。“为什么杰克森·波洛克的作品突然有了这些东西？”人们最难接受的就是一个艺术家的作品出现了变化。我相信文化一直在尽力地压制艺术家，就是因为艺术创作的全部意义就是维护自由，而作为自由的一种显现，波洛克创作了《蓝极》。当我想到世界上的伟大之物时，我就想到了波洛克在斯图加特作画《无题》（1950）——另一幅晚期作品。这幅作品是艺术史上最引人瞩目的作品之一（理查森，1992：40-3）。

参考文献：

- Alexander ,J. (forthcoming) ‘Iconic Consciousness: The Material Feeling of Meaning’ , *Environment and Planning D: Society and Space* 26.
- Barthes ,Roland (1970) *Mythologies*. New York: Hill and Wang.
- Barthes ,Roland (1977) ‘Rhetoric of the Image’ , in *Music/Image/Text*. New York: Hill and Wang.
- Belk ,Russell W. and Gulnur Tumbat (2005) ‘The Cult of the Macintosh’ , *Consumption , Markets , and Culture* 8 (3) : 205 - 17.
- Benjamin ,Walter (1969) ‘The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction’ , pp. 217 - 51 in *Illuminations*. New York: Schocken Books.
- Bollas ,Christopher (1987) *The Shadow of the Object: Psychoanalysis of the Unthought Known*. New York: Columbia University Press.
- Brown ,Bill (2001) ‘Thing Theory’ , *Critical Inquiry* 1 (1) : 1 - 22
- Campbell ,Colin (1987) *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Blackwell.
- Carroll ,John (2001) *The Western Dreaming: The Western World Is Dying for Want of a Story*. Sydney: Harper Collins.
- Charbonnier ,Georges (1959) *Le Monologue du pentre*. Paris: R. Julliard.
- Constable ,Catherine (2000) ‘Making Up the Truth: On Lies ,Lipstick and Friedrich Nietzsche’ , pp. 191 - 200 in S. Bruzzi and P. C. Gibson (eds) *Fashion Cultures: Theories ,*

- Explorations , and Analysis. London: Routledge.
- Csikszentmihalyi , Mihaly and Eugene Rochberg-Halton (1981) ‘The Most Cherished Objects in the Home’ , pp. 55 – 89 in *The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Danto , Arthur (2003) *The Abuse of Beauty: Aesthetics and the Concept of Art* , Carus lectures. Peru, IL: Carus Publishing.
- Davis , Whitney (2004) ‘Visuality and Pictoriality’ , Special Issue ‘Polemical Objects’ , *Res: Anthropology and Aesthetics* 46: 9 – 31
- Eco , Umberto (1985) ‘Producing Signs’ , pp. 176 – 83 in Marshall Blonsky (ed.) *On Signs*. Baltimore , MD: Johns Hopkins University Press.
- Emmison , Michael and Philip Smith (2000) *Researching the Visual: Images , Contexts and Interactions in Social and Cultural Inquiry*. London: SAGE.
- Eyerman , Ronald (2006) ‘Towards a Meaningful Sociology of the Arts’ , in Ronald Eyerman and Lisa McCormick (eds) *Myth , Meaning , and Performance*. Boulder , CO: Paradigm Publishers.
- Featherstone , Mike (1992) ‘Postmodernism and the Aestheticization of Everyday Life’ , pp. 265 – 90 in Scott Lash and Jonathan Friedman (eds) *Modernity and Identity*. London: Blackwell.
- Genet , Jean (1958) *L’Atelier d’Alberto Giacometti*. Paris: L’Arbalète.
- Gilligan , Sarah (2000) ‘Gwyneth Paltrow’ , pp. 245 – 9 in S. Bruzzi and P. C. Gibson (eds) *Fashion Cultures: Theories , Explorations , and Analysis*. London: Routledge.
- Gombrecht , Hans U. (2006a) ‘Aesthetic Experience in Everyday Worlds: Reclaiming an Unredeemed Utopian Motif’ , *New Literary History* 37: 299 – 318.
- Gombrecht , Hans U. (2006b) *In Praise of Athletic Beauty*. Cambridge , MA: Harvard University Press.
- Harré , Rom (2002) ‘Material Objects in Social Worlds’ , *Theory , Culture & Society* 19 (5 – 6): 23 – 33.
- Heskett , John (2002) *Toothpicks and Logos: Design in Everyday Life*. Oxford: Oxford University Press.
- Holt , Douglas B. (2004) *How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding*. Cambridge , MA: Harvard Business School Press
- Jacobson , Roman (1987) ‘On Realism in Art’ , pp. 19 – 27 in *Language in Literature*. Cambridge , MA: Harvard University Press.
- Jay , Martin (2003) ‘Drifting into Dangerous Waters: The Separation of Aesthetic Experience from the Work of Art’ , in Pamela R. Matthews and David McWhirter (eds) *Aesthetic Sub-*

- jects. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Klein ,Richard (1993) *Cigarettes Are Sublime*. Durham ,NC: Duke University Press.
- Kopytoff ,Igor (1986) ‘The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process’ , pp. 64 – 91 in Arjun Appadurai (ed.) *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kuhn ,Thomas (1970) ‘Introduction’ , in *The Structure of Scientific Revolutions* ,2nd edn. Chicago: University of Chicago Press.
- Lamarche-Vadel ,Bernard (n. d.) *Alberto Giacometti*. Secaucus ,NJ: Wellfleet Press.
- Lash ,Scott and John Urry (1994) *Economies of Sign and Space*. London: SAGE.
- Lash ,Scott and Celia Lury (2007) *Global Culture Industry: The Mediation of Things*. Cambridge: Polity Press.
- Lieberman ,Alexander (1960) *The Artist in His Studio*. New York: Viking Press.
- Lury ,Celia (1996) ‘Making Up and Making Do’ , pp. 118 – 55 in *Consumer Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Matthews ,Pamela R. and David McWhirter (2003) ‘Exile’s Return? Aesthetics Now’ , pp. xiii – xviii in Pamela R. Matthews and David McWhirter (eds) *Aesthetic Subjects*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Miller ,Daniel (1987) *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Blackwell.
- Miller ,Daniel (1998) *A Theory of Shopping*. Cambridge: Polity.
- Mitchell ,W. J. T. (1986) *Iconology: Image ,Text ,Ideology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Morin ,Edgar (2005 [1957]) *The Stars*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Nietzsche ,Friedrich (1956 [1872]) *The Birth of Tragedy*. New York: Anchor Books.
- Parinaud ,Andres (1962) ‘Entretien avec Giacometti-Pourquoi je suis sculpteur’ , *Arts* 873: 13 – 19.
- Peirce ,Charles (1955 [1940]) ‘Logic as Semiotic: The Theory of Signs’ , pp. 98 – 119 in *The Philosophy of Peirce: Selected Writings* , edited by J. Buchler. London: Harcourt.
- Peppiatt ,Michael (2001) *Giacometti in Postwar Paris*. New Haven ,CT: Yale University Press.
- Richardson ,Brenda (1992) ‘The Way to Cold Mountain’ , pp. 25 – 90 in Brice Marden: *Cold Mountain*. Houston ,TX: Houston Fine Art Press.
- Rojek ,Chris (2004) *Frank Sinatra*. Cambridge: Polity Press
- Rubinstein ,Ruth P. (1995) *Dress Codes: Meanings and Messages in American Culture*. Boulder ,CO: Westview Press.
- Sahlins ,Marshall (1976) *Culture and Practical Reason*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sartre ,Jean-Paul (1948) ‘The Search for the Absolute’ , in *Alberto Giacometti*. New York: Pi-

- erre Matisse Gallery.
- Schwartz , Barry (2000) *Abraham Lincoln and the Forge of National Memory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Seel , Martin (2005) *Aesthetics of Appearing*. Stanford , CA: Stanford University Press.
- Simmel , Georg (1968) ‘Sociological Aesthetics’ , in *Conflict in Modern Culture and Other Essays* , trans. K. Peter Etkorn. New York: Teachers College Press.
- Tilly , Christopher (1991) *Material Culture and Text: The Art of Ambiguity*. London: Routledge.
- Veblen , Thorstein (1899) *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. New York: Macmillan.
- Welsch , Wolfgang (1996) ‘Aestheticization Processes: Phenomena , Distinctions and Prospects’ , *Theory , Culture & Society* 13 (1) : 1 – 24.
- Willis , Paul (1978) ‘The Motor-bike Boys’ and ‘The Motor-bike’ , pp. 9 – 62 in *Profane Culture*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Wills , Garry (1997) *John Wayne’s America*. New York: Simon and Schuster.
- Woodward , Ian (2003) ‘Divergent Narratives in the Imagining of the Home Amongst Middle-class Consumers: Aesthetics , Comfort and the Symbolic Boundaries of Self and Home’ , *Journal of Sociology* 39 (4) : 391 – 412.