

照片社交：手机摄影中的自我呈现

华维慧

〔摘要〕 手机摄影技术的面世,使拍照与图片编辑以及自我展示整合在一起,从而使照片成为社交的重要手段。本文指出,在中国社会,“脸面”是内嵌于人际互动中的社会规范,也是对一个人的评价机制和奖惩机制。数字摄影技术与智能手机的结合使脸面在数字化、移动化和视觉化中得到了延伸。对脸面的重视,使日常生活中的手机摄影体现出了实用驱动下的情境改造、虚饰与游戏、互系性思维中的关系表征以及在合群中寻求趣味与审美等特点。最后,本文认为网络社交情境的复杂化以及移动观看的出现,有可能推动脸面异质性向脸面同质性的转变,从而促成新的社会互动规范的形成。

〔关键词〕 脸面;手机摄影;自我呈现;移动社交;数字自我

摄影是一个人看待世界以及看待自身的方式,也是一个人呈现自己的方式。手机摄影技术的面世,使拍照与图片编辑以及自我展示整合在了一起,并使摄影走向日常化和生活化,这不仅改变了摄影的内容、审美和趣味,也使手机摄影成为自我表达和社交的重要手段。目前,国内的研究较多从消费文化的视角关注到了网络自拍、美图、晒照对自我认同所产生的影响,并认为一些炫耀性的网络自拍以及网络晒照是身份焦虑和自我迷失的表现;自拍构成了一种虚幻的影像认同,折射出了自我认同的危机。^{①②}另有研究首先肯定了自拍和美图提升了自我建构中“个体自我”的分量,但同时也指出,在消费文化的影响下美图确实也会使个体被环境驯化甚至内化为自我驯化。^③的确,消费文化作为一种受符码操纵的文化,将人的自我转化为颜值、身材、衣饰、消费品等受到欲望驱动的可供展示的符号,而影像能使欲望立体化、直观化,因此,摄影直接参与到了欲望的生产和流通过程之中。^④显然,在个体性的欲望之外,人另有其他社会性的需求,如与他人共处、获得爱与归属、获得尊重和赞赏、追求在群体中具有举足轻重的地位等等,这些需求在具体的社会有具体的实现方式和价值准则,在涉及“中国人如何理解照片中理想的自我,如何通过摄影的实践来呈现这一自我”这个问题时,本土脸面理论是分析手机摄影心理和行为一个重要但尚未得到充分重视的视角。

华维慧,南京邮电大学传媒与艺术学院讲师(南京210023)。本文系江苏高校哲学社会科学研究项目“网络社会行为的理性维度与情感维度研究”(2015SJB019)的研究成果。

①蒋建国:《网晒成瘾:身份焦虑、装饰性消费与自恋主义文化传播》,《南京社会科学》2018年第2期。

②曾胜:《网晒自拍:元影像中的自我双重指涉》,《兰州学刊》2012年第8期。

③彭兰:《美图中的幻像与自我》,《现代传播》2018年第12期。

④顾铮:《中国私摄影论》,《社会科学》2006年第12期。

一、脸面:中国人的自我

欧文·戈夫曼指出,当个体在他人面前呈现自己时,他的表演总是倾向于迎合并体现那些在社会中得到正式承认的价值。这一价值标准可以看成是对共同体道德价值的表达性复原和重申。^①在中国社会,“脸面”是内嵌于人际互动中的社会规范和道德观念。在中国人自己的日常语言中,“脸面”是对一个人的形象、道德、社会声望进行评价时最常用的词汇,例如,“丢脸”、“长脸”、“体面”、“要面子”、“有头有面”、“不留情面”。当一个人做了有损形象的事情,他会觉得“丢脸”,有难堪和窘迫之感,而当一个人如果能做到让人人都给他“面子”,则意味着这个人拥有被社会所认可的能力和社会地位。“脸面”既是中国社会对一个人的评价机制,同时也是一套奖惩机制,“有面子”是社会对于人的正向评价,“没面子”则往往让人有挫败之感,不仅如此,面子还是一种可交换的社会资源,有助于实现进一步的物质目标和社会酬赏。因此,“面子”是一个经社会认可的“自我”,是一个人社会影响力的代称。^②

曾在中国生活了半个世纪之久的外国传教士阿瑟·史密斯的评语虽然老旧,但在今天依然有价值,他在剖析中国人的性格时指出中国人是“面子要紧”的,“面子”犹如一把钥匙,一旦人们正确理解了它所包含的意义,就可以打开中国人许多重要的性格之锁。^③本土脸面理论进一步认为,在中国人使用的脸面观中,“脸”和“面子”的含义略有不同。“脸”作为一种形象,偏向于个体性,它不仅指一个人的长相,同时也指向举止、能力以及道德上的形象,举止的不得体、能力的不足或者道德上的亏损都会令人有“丢脸”之感。“面子”则主要是指一个人在他人心理地位,因此具有社会依赖性,一个人有地位或无地位、有面子或无面子、受尊重或不受尊重,都必须在他人心理上衡量以后才能知道。^④由此可知,“脸”是可以经过自己的努力而争得的,但是“面子”只能在互动中由他人赋予。在中国文化中,脸与面既可以具有同质性,也可能存在异质性。同质性是指一个人因为有脸所以有面子,因为没脸所以没面子;异质性则是指一个人有脸但未必有面子,而没脸却未必没面子。如果一个人丢了脸,只要他所在的圈子仍给他面子,也即给他台阶下,那么一个人的脸面就仍然得以维持。^⑤由于脸面异质性的存在,有研究所指出的“朋友圈”里一片和谐,现实中却“一团狗血的社交套路”^⑥,正是“脸面观”在网络社交时代的异质性表达。

“脸面”原本运行于现实中的人情交往。翟学伟指出,中国人追求脸面的心理与行为动机主要可以分为工具型、表意型和伦理型三个取向。工具型意味着脸面是中国人用来满足生活需要和实现生活目标的最重要的手段;表意型则指脸面的动力来自于崇祖及对家人的感情,因此它同人情分不开,也即情面;伦理型意味着脸面的核心来自于伦理道德,其得失也最终在礼的标准下接受检验。^⑦因此,尽管中国人对脸面的追求极容易带来虚荣心理以及形式主义等后果,但脸面文化在价值上实际上源于儒家对仁爱的重视,以及对推己及人的道德的提倡。儒家所设定的人与人交往的理想状态在于内在有“仁”之道德,外在有“礼”之规范。

二、数码照片:移动社交与脸面延伸

瓦尔特·本雅明指出,摄影作为第一个真正具有革命性的复制技术,发明于社会学兴起的同一时

① [美] 欧文·戈夫曼:《日常生活中的自我呈现》,冯钢译,北京:北京大学出版社,2008年,第29—31页。

② 朱瑞玲:《中国人的社会互动:论面子的问题》,杨国枢主编:《中国人的心理》,北京:中国人民大学出版社,2012年,第194页。

③ [美] 阿瑟·史密斯:《中国人的性格》,鹤泉译,北京:中国华侨出版社,2014年,第2页。

④ 翟学伟:《中国人的脸面观形式主义的心理学动因与社会表征》,北京:北京大学出版社,2011年,第96页。

⑤ 翟学伟:《耻感与面子:失之毫厘,差之千里》,《社会学研究》2016年第1期。

⑥ 彭兰:《美图中的幻像与自我》。

⑦ 翟学伟:《中国人的脸面观形式主义的心理学动因与社会表征》,第349页。

代,复制技术强化了艺术品的展演价值。^①对摄影而言,只有从审美鉴赏的角度转向社会功能的研究,才能更上层楼。^②据桑塔格的研究,摄影最早的流行,是用来纪念被视为家族成员(以及其他团体的成员)个人的成就。^③因此,摄影是一种仪式,它通过对一个家庭成员各自的肖像、重要经历以及家庭合照的展示,来维系家庭的情感并确认家庭的边界与完整性,其含义在紧密互动的小群体以及组织中也同样适用。同时,由于照片被认为具有“无情的真实性”,摄影技术在广告宣传中很快就受到了青睐,实物照片广泛地代替了绘画以促进商品的销售,同样的,在政治宣传中摄影也得到了广泛采用。手机摄影技术的出现,放大了照片的展演价值,与照相机摄影不同的是,手机是一个连接互联网的技术集成平台,作为一个移动终端,它有助于将摄影与社交一体化,从而赋予照片移动社交的新功能。

数码照片便于存储、复制以及传输,这使自我以及自我所嵌入的语境在影像上可以随时被复制和传输,自我存在的时空秩序得以重构。延森指出,手机作为一个“自我为中心的人工产品”,为传播提供了从“共同的语境”转向“介入不在场语境”的可能,在场与缺席之间的界线被打破,并且缺席的语境也越来越多地进入到一个人潜在的行动语境之中。^④这使人与人的交往进入到了一个虚实混杂互嵌的媒介化新型社会空间——复合空间之中。^⑤在复合空间中,照片弥补了身体不在场所导致的社会临场感的缺乏。社会临场感指的是交流对象在互动过程中的凸显性以及随后人际关系的凸显性,由于人际间的态度主要是通过视觉线索来传递的,因此媒介传输有关面部表情、姿势、服饰和非语言信息线索的能力,将有助于提高社会临场感,社会临场感越高,交流者之间的关系就会越亲密。^⑥同时,在复合空间中,照片也是一个人展示自我,从而获得社会确认的重要手段。威克伦德和戈尔维泽在符号自我完成理论中指出,任何重要的身份都需要社会确认,因此,人们会展示社会界定的、与角色有关的符号行为,如果这些符号化的行为能够被人注意或者认识,那么它们就能够更有效地给人一种自我完成感。^⑦在脱离了面对面交往的移动社交中,照片是自我的替代性存在,同时更是脸面的延伸性存在。数字成像技术的出现,为一个人拥有了体外化的数字自我和数字存在提供了支持,一个人的电子相册、朋友圈的持续更新,都为自我打造了一个对外展示的形象空间。不仅如此,由于照片不只记录了自我的外观形象,更能够在无形中体现一个人的能力、所属的群体以及社会地位,因此,对社会差异的追求使得照片逐渐与多重技术和策略整合在一起,以制造在脸上的区分。例如在空间上通过地理定位与照片的结合来体现了一个人的活动场所、社会关系以及身份地位,^⑧在知识上通过文字解说加照片来表达一个人的趣味与品位,在时间上通过照片每日打卡的方式记录如健身、阅读、旅游中的自我如何实现形象、能力以及自我控制方面的转化。在移动社交时代,照片逐渐开拓了自我呈现的新方式与新准则,使得中国人的印象整饬从面对面的互动转向图像符号的打造与维护。

另外,数码照片即刻成像的优点,也推动了脸面的视觉化并进一步加强了人的自我意识。作为一种视觉表征符号,照片比文字直观、具象,能够使观者产生直接的认知。正如芒福德评论摄影时所说,眼睛本来是视觉工具,但现在已经充斥了过多的抽象印刷符号。要想重新全面地观察物体,看出它们

① [德]瓦尔特·本雅明:《摄影小史》,许绮玲、林志明译,桂林:广西师范大学出版社,2017年,第72—74页。

② [德]瓦尔特·本雅明:《摄影小史》,第47页。

③ [美]苏珊·桑塔格:《论摄影》,黄灿然译,上海:上海译文出版社,2010年,第15页。

④ [丹麦]克劳斯·布鲁恩·延森:《媒介融合:网络传播、大众传播和人际传播的三重维度》,刘君译,上海:复旦大学出版社,2014年,第112—114页。

⑤ 蒋晓丽、朱亚希:《移动网络时代“复合空间”生成的层级要素及其耦合逻辑》,《南京师大学报》(社会科学版)2019年第2期。

⑥ [英]乔纳森·布朗、玛格丽特·布朗:《自我》(第2版),王伟平、陈浩莺译,北京:人民邮电出版社,2015年,第236—237页。

⑦ [美]亚当·乔伊森:《网络行为心理学——虚拟世界与真实生活》,任衍具、魏玲译,北京:商务印刷馆,2014年,第28—30页。

⑧ R. Schwartz & G. R. Halegoua, “The Spatial Self: Location-based Identity Performance on Social Media”, *New Media & Society*, 2015, vol.17, p.10.

的形状、色泽、质地,就需要我们重拾曾经拥有过的对光、影的欣赏能力。^①同样的,对观察和理解一个人而言,照片对外表、衣着、神情、姿态的捕捉要比文字的描述直接和清晰,这使眼睛转化为自动化感知,而不再需要对文字进行阐释和转译。但反过来看,照片的清晰度和真实感为人们的自我观看、自我审查与自我验证提供了新的方式,从而有可能强化一个人的脸面意识。很多人准备拍照时都感到焦虑,因为他们害怕相机不给面子,人们希望见到理想化的形象:一张他们自己的照片,显示他们最好看的样子。当相机给出的照片的形象不比他们实际的样子更吸引人时,他们会感到自己受训斥。^②照片是对人的视觉能力和感知能力的延伸,它克服了双眼的限制,可以令人观看到肉眼不容易注意到的细节,尤其是数码照片,其分辨率足以令人对一个人身体上的一根白发、一条细纹以及一处赘肉产生关注并引发情绪上的回应,并且对一个人瞬间“定格”下来的姿态、表情与气质产生严格的评判。正如麦克卢汉指出,照片涉及到自我意识的发展,这改变了人的面部表情和面部化妆,其速度之快,与它改变人的身体姿态的速度一样是立竿见影的——无论是公开场合中的体态还是私下的体态都受到改变。不仅如此,我们的内心姿态和自我对话也受到照片的影响。^③由此可见,照片不仅可能使人陷入到一种麻木自恋的状态中,同时也很可能因为视觉经验的转换而增加一个人对自我的焦虑。

正因此,在19世纪中期,德国一位摄影师发明了第一种修正负片的技术,从此以后,照片就在“真”与“美”两套标准之中斗争与徘徊。到了数字时代,美颜相机和图像编辑软件已经与“不会说谎”的摄影镜头合而为一,人们对经过技术修正后的美化自我深深沉醉,甚至无法再接受以真实的形象来面对网络世界的自我展示。当然,对于现代人所称之为“颜值”的“脸”的推崇只是体现当下摄影观念的一个方面,对于符合社会成功典范的“能力”的“脸”的表达同样深刻约束着现代人的摄影实践,它直接导致了对摄影题材以及摄影“布景”的重视。由于摄影往往被认为能够攫取和透露一个人身心两方面的内外姿态,导致如今拍照和修图技术越是发达,但拍出一张可以赢得脸面的理想照片却越是困难。

三、摄影实践:脸面追求与自我呈现

脸面交往通常发生在熟人社交圈之内,因此,它不同于以商业运作或者吸引粉丝为目的的社会互动。在商业运作中,人的表演可以完全只依据“人设”而非真实的身份,甚至为了流量和人气,表演者可以完全抛下脸面,进行非日常、非常态的夸张式和挑战性表演。而在大众的日常生活中,照片的发布与分享主要是一种社会交往的方式,是发生在相识的人之间的情感和脸面的相互酬赏,因此,照片所呈现的自我往往在真实与虚拟之间具有相当的一致性与互构性。

由于照片既可以反映一个人的长相和精神面貌,也可以透露和传达一个人的社会地位和社会声望,因此,当一个人通过摄影来呈现自己的时候,通常他也是在回答“我认为我是谁”以及如何将“我认为我是谁”表达为“人看我是谁”。钱锺书曾说过,我们未必可以从作品判断一个人为人行事之“真”,却可以从中看出一个人希望成为什么样的人,自诩为什么样的人,以及希望别人视他为什么样的人。^④的确,我们依赖他人对我们表示出的尊重从而感觉自己还不错。反过来,当一个人在其他人眼里不被重视则往往会引发自我认同的困境以及身份的焦虑。^⑤中国人对脸面的重视,一方面可能促成通过照片来“自我显扬”,另一方面也体现为摄影中的“脸面焦虑”,也即对照片中的自己是否有脸有面,以及照片发布后是否有人捧场产生过度的关切。不仅如此,“脸面焦虑”往往还延伸为一种“社交

① [美]刘易斯·芒福德:《技术与文明》,陈允明、王克仁、李华山译,北京:中国建筑工业出版社,2009年,第297页。

② [美]苏珊·桑塔格:《论摄影》,第141—142页。

③ [加拿大]马歇尔·麦克卢汉:《理解媒介:论人的延伸》,何道宽译,南京:凤凰出版传媒集团,2011年,第226页。

④ 钱锺书:《管锥编》,北京:中华书局,1986年,第1388—1389页。

⑤ [英]阿兰·德波顿:《身份的焦虑》,陈广兴、南治国译,上海:上海译文出版社,2009年第6页。

焦虑”，面对他人呈现的照片，中国人也特别注意顾全对方的面子，以合于人情以及面子的相互酬报。彼得·汉密尔顿曾以库恩的范式概念来解释摄影家团体如何分享一种共有的表征观念，而当一种范式具有支配性的地位时，意味着摄影家被迫在一套视觉规则内建构形象，从而使摄影作品有发表的可能。^①而当摄影从摄影家走向大众和日常生活时，脸面焦虑使得对脸面的再现与塑造成为了主要的表征范式，这使摄影实践呈现出以下的特点：

1. 实用驱动下的情境改造

对脸面的重视本身存在工具性的动机，“有面子”意味着正向的社会评价，这有助于实现自我激励以及社会交往时资源的交换，对照片实用价值的认可使“有用性”成为了视觉合理性的标准。由此，照片不再只是一种对现实的反映性手段，更是一种具有意向性的工具，这一意向性表现在为了给照片观看者留下符合自己意图的印象，拍摄者对自己的外表、举止以及所处的情境进行一定的筹划，也即“布景”。“布景”是在拍摄前事先改造自身所处的“现实情境”的行为实践。举例来说，近年来旅游热兴起，一些游客为了拍出理想的照片，出现了占道拍照、爬树拍照、踩花拍照、公共场合卧躺拍照这样一些不恰当、不雅观的行为。但对许多游客自身而言，不论其行为在旅游现场是否文明，甚至可能曾被批评、被警告，只要游客本人在当时占据了合适的位置，摆出了有吸引力的姿势，拍出了满意的照片，再经后期的修图，这些照片若能进一步在网络社交圈中引发大家的点赞和回应，那么摄影实践本身就是成功的。从脸面观来看，游客的行为与其身处场景的行为规范是不一致的，因此可能也是丢脸的，但是脸面并不需要在陌生人中挣得，脸面实际上指向的是手机、Ipad等智能设备中的网络社交圈或交往对象。移动社交使得脸面互动所依赖的“共在的情境”转变为“分离的情景”，不在场的观众潜在地影响着拍摄者的行为实践，而在场的观众却被排除在“情境”之外，这构成了脸面“移动存在”和“虚拟体验”的特点，但同时，这也在一定程度上支持了作为颜值和能力形象的“脸”与道德形象的“脸”之间的分离，由此强化了手机摄影中自我表达的形式主义倾向。

2. 虚饰与游戏

阿瑟·史密斯曾指出，中国人作为一个族群，具有天然的表演天赋。^②而他所指的性能天赋意味着在脸面的互动中，只要表面无违，内在实质究竟如何并不十分重要。表演的精神落实到摄影之中，就促成了虚饰的盛行。罗兰·巴尔特曾因为照片中的自我不能与精神自我相吻合而在摄影中感到自我的扭曲，他说道：“由于我希望人家捕捉到是精神而不是一个摆好的姿势，我不知道怎样做才能把内心的东西展现到脸上。总之，我希望自己表情多变、饱经风霜的形象，在上千张随着处境、年龄的变化而变化的照片上，始终能与我的“自我”（深沉，正如大家所知道的那样）相吻合。”^③这种对于因照片难以呈现个体性的精神自我而认为对自我产生了扭曲的反思，与扮演符合社会成功典范的自我是截然不同的。如果人们追求于呈现精神的自我，那么摄影时善于捕捉就变得十分重要，正如罗兰·巴尔特所说“摄影像意外”，“没有意外，也就没有照片”。^④而当人们热衷于与社会认可的成功典范保持自我的齐一而非自我的分别，那么通过借势、烘托等手法来虚饰自我就变得非常重要。进一步说，抓拍需要体现的是人物与情境的自然融合，而虚饰则考虑构图，重视构图所能传达的被社会认可的自我形象，因此，照片中的每一种关联都是为了适应拍摄者的目的而产生。虚饰实际上就是对自我形象的表演，一方面它表现为通过各种烘托、配合的方法来体现自己的能力和地位，另一方面也表现为在摄影时隐藏与脸面形象不符合的事物或环境。

① [英] 斯图尔特·霍尔：《表征文化表征与意指实践》，徐亮、陆兴华译，北京：商务印书馆，2013年，第122—124页。

② [美] 阿瑟·史密斯：《中国人的性格》，第1页。

③ [法] 罗兰·巴尔特：《明室摄影札记》，赵克非译，北京：中国人民大学出版社，2011年，第15—16页。

④ [法] 罗兰·巴尔特：《明室摄影札记》，第24—25页。

与虚饰密切相关的另一种文化表现在于中国人对于“脸谱”的传统性亲和,中国人在戏剧中通常用“脸谱”来表达一个人的忠奸善恶。根据翟学伟分析,中国人所说的“脸”,很接近于西方心理学中的Personality(人格)的拉丁文原意,也即面具。但如果说中国人的脸是一种面具,那么它是中国式面具。西方人通常在角色的意义上来谈面具,它是指用一套符合规范的行为来建立一种形象,而角色更具稳定性和模式性。但是中国人的脸面完全可以根据个体的需要,脱离身份和地位而变化,因而更具弹性,它是一种变幻莫测的“象”与“相”。^①这一独特的文化现象近年来也反映在中国人对美图技术和美颜镜头的开发之上。在“手绘自拍”之外,“古装”扮相、“戏曲”扮相、“我的前世青年照”等一拨又一拨趣味变装功能使我国网民们实现了“自我”的不停变换和古今穿越,体现出了自拍文化对于“脸谱”强烈的游戏和喜乐精神。

3. 互系性思维中的关系表征

与西方的个体主义文化不同,中国人重视人与人之间的联系和相互依赖性,美国学者安乐哲指出,中国人具有“互系性”的思维:“我们必须认识到,是这种关系中成就的共享、同步之‘乐’将我们聚到一起,将我们变成和谐家庭与社会的一员。”^②互系性思维也即一种关系性思维,这使人们对于什么样的关系和交往可以被摄入手机这一看法具有文化上的独特性。在中国社会,人们倾向于将与重要人士的合影视为自我能力和形象的一种积极展示,因此,在一些有名人和重要人士出席的聚会或者讲座的场合,中国人使用手机拍照或者请求合影的频率往往比较高,这一行为与西方社会存在差异。原因在于,互系性思维不是一种基于个体性的理性思维,而是在关系中各安其位的思维,“位”具有“中心”和“偏位”之分。设定“中心”是中国人一种非常重要的政治、文化和社会的意识和观念,确定中心的过程同时也是要求偏位聚拢围绕的过程。如果没有偏位的修饰作用,中心地位就得不到突出,得不到强调或体现不出光彩。所谓“众星捧月”、“夫唱妇随”就是对此恰当的形象比喻。^③这一确立中心的意识会使参加此类场合的中国人迅速将有影响力和有知名度的人物视为整个场域的中心,并且伴随着尊敬之情。与“众星捧月”密切相连的一种心理是“与有荣焉”,参加此类场合的人很容易产生我能在这样的场合以及我能和这样有影响力的人物合影“我也很荣耀”的脸面心理,并很可能进一步产生到朋友圈晒一晒的动机。在这样的前提下,类似场合就极易产生拍照、合影的行为。这一心理当然包含有积极的层面,如钱穆曾指出,真要讲个人主义,觉得外边无可尊,可尊的只是我自己。无可亲,可亲的亦只是我自己。所以中国人在人群中,必先知道有他可尊可亲的对象,这是中国人的人生哲学。^④当然,从消极的层面来讲,以关系来呈现自我,“我”就只能体现为合影中的位置、姿态、表情等外在的、形式化的符号,或者成为某类场合的参加者、某类物品的拥有者这样一些代名词。

4. 在合群中寻求趣味与审美

中国文化对人情及伦理的重视使得中国人的个体性自我并不发达,合群性较强,同时也更重视人与人之间的情义。相比从自己的喜好出发,中国人更倾向于在他人的标准、他人的趣味和他人的审美中来表现自我,而非追求独树一帜和标新立异。的确,对于中国人喜爱在群体中行动并乐此不疲于塑造同一个模式的典范自我这一现实而言,仅用“在标榜个性的潮流里迷失方向”来理解未必全然贴切,因为这并非自我迷失,而恰恰体现出了中国人自我的特点。朱瑞玲指出,中国人传统的性格是以“社会取向”为主,即个人的行为标准依赖于团体或其他人的评判。在他人取向下传统中国人对别人给自己的批评与意见特别敏感,老是要顾全面子,要有脸。^⑤金耀基认为,中国人有较重的社群取向,所谓

①翟学伟:《中国人的脸面观形式主义的心理动因与社会表征》,第185页。

②[美]安乐哲:《儒家角色伦理学》,孟巍隆译,济南:山东人民出版社,2017年,第87页。

③翟学伟:《人情、面子与权力的再生产》(第二版),北京:北京大学出版社,2013年,第172页。

④钱穆:《人生十论》,北京:九州出版社,2012年,第151页。

⑤朱瑞玲:《中国人的社会互动:论面子的问题》,第204—205页。

“做人”，虽有内心自律的一面，但确有“从人”、“从众”的他律倾向。^①因此，在看待中国人的摄影行为甚至晒照行为时，不能只从个体性的“炫耀”、“竞争”等层面来理解。中国人的晒照和社交通常指向自己参与其中的“小团体”和“圈子”，具有与他人保持一致，不要落单，但又试图在一致中抬高自己的等级和脸面感的倾向。在这样的自我展示面前，个体内在的独特性和多样性并非是最重要的，最重要的是在群体中有归属感、获得同伴的认可和夸赞。

如今，随着各类图像技术、摄影APP的开发，现代人的生活已被源源不断的图像信息所包围，人人往往把摄影实践与个人审美以及个人技能相关联，认为只要对技术的掌握越熟练，下载的摄影APP越强大，素材库越丰富，对摄影教程和摄影指南的学习越勤奋，那么摄影的能力和水平就越高。以上对摄影的理解容易导向两个方向：一是将摄影技术视为客观的工具，因此摄影本身只与作为主体的摄影者相关；二是将人视作被摄影技术与摄影APP所规训的对象，把摄影文化日益归结为对技术逻辑的臣服。但正如潘忠党指出，生活在“媒介化”的时代，并不意味着我们成为传媒技术的“臣民”，而是意味着传媒技术成为我们的随从和伴侣。^②随从和伴侣这一比拟说明技术并不是没有力量的奴仆，技术与文化始终处于复杂的互动之中。技术创造人的活动方式，文化则使自然之物与给定之物得以完善。^③对于手机摄影和照片分享功能的开发和使用而言，我们能够看到，受到西方年轻人热爱的照片“阅后即焚”功能在中国并不普及，但是中国年轻人喜爱的“自我变妆”功能在西方并不发达；而从摄影题材来看，表达个性和独特性的题材在个体主义文化中更为常见，但合群性的审美以及对摆拍的热爱在关系主义文化中显然更为主流，可见，不同的社会对于摄影的趣味、品味以及意义这些问题的理解千差万别。技术是具有文化嵌入性的，技术只能在某种使用情境中成其所是。^④脸面作为内嵌于中国人行动中的社会准则，塑造了手机摄影的表征范式，这也意味着照片绝不仅仅只是对现实的忠诚记录，而是对现实的一种阐释性复述或阐释性创造。

四、照片的文化隐喻及可能的转向

许烺光曾将中西方艺术视为“生活之镜”，他通过对中西方绘画的比较而指出，人物为主的题材在西画中俯拾皆是，但在中国宣纸上并不常见，并且中国画几乎看不到人物的面部表情，观画的人只能看出画中人的身份、阶级、威望或社会地位，而看不出他们的个性，这源于西方艺术着重于男人或女人都是以个人为主体，而在中国艺术中，重要的是表现个人在整个外在事物中所占的位置。^⑤传统绘画表明中国人喜爱和谐的、审美洽意的、符合儒家理想秩序的题材，“性格”、“个性”作为西方人最看重的内容，在中国文化中是不被重视的。桑塔格曾在评论中国人的摄影时指出，在中国，拍照永远是一种仪式，永远涉及到摆姿势，每一个试图捕捉意外的镜头，都意味着剥夺了一个人摆出最好看姿势的权利。^⑥因此，与其说大多数的手机摄影者在日常拍摄中发现了个体性的自我，不如说他们是在按照社会定义的脸面标准来看待自我、陈列自我以及塑造自我。

脸面具有以他人为重的情境性特征，因此，脸面的解释范围主要在个人的朋友圈或者熟人社交圈内。保护他人面子，或给人面子，往往只限于与自己有关系的人，关系圈以外就较无情面可言。因此，

①金耀基：《“面”、“耻”与中国人行为之分析》，杨国枢主编：《中国人的心理》，北京：中国人民大学出版社，2012年，第260页。

②潘忠党：《“玩转我的iPhone，搞掂我的世界！”——探讨新媒体技术应用中的“中介化”和“驯化”》，《苏州大学学报》（哲学社会科学版）2014年第4期。

③[德]彼得·科斯洛夫斯基：《后现代文化：技术发展的社会文化后果》，毛怡红译，北京：中央编译出版社，2011年，第4页。

④[美]唐·伊德：《技术与生活世界》，韩连庆译，北京：北京大学出版社，2012年，第135—138页。

⑤许烺光：《中国人与美国人》，徐隆恩译，台湾：南天书局，2002年，第19—20页。

⑥[美]苏珊·桑塔格：《论摄影》，第256页。

面子的人情法则体现为在关系圈内有义务替人留面子,保护及维护、尊重他人的面子,并对他人给予的面子有回报之义务。^①这意味着,在熟人圈中,一个人所发布的照片不论形象如何,其收获正向赞扬的可能性要远高于收获批评甚至于客观的评论。可一旦到了匿名互动或者陌生人互动的网络社交圈中,脸面的运行也将伴随着网络自身的特征而改变,身份的隐匿以及脸面顾虑的消失往往令陌生人场域更容易产生真话、产生负面的批评甚至于出现批判和声讨。

不仅如此,原先在现实社会,人们可以一直活在自己的社交圈里,他所要展示和应对的只是他认识的人,但互联网中的自我展示,其层次已大大丰富化了,它既包含个人现实的社交圈,也包含网上的朋友圈,有时一个简单的转发,又扩展至更加广泛的陌生人圈层。多重情境意味着在特定情境中适用的行为规范可能会失效,导致此处一种美态,在彼处就可能是丑态,这是传统脸面观不曾遇到过的。更何况,当人人都拥有一只随身携带的移动相机时,意味着人人都是观看者,人人也都可能成为被看者,多重观看以及多角度观看的出现,很可能催生在熟人社交圈中“有脸有面”,但在陌生人场域中却出现“拆台”信息从而导致形象崩塌的事件。脸面异质性在复合空间所面临的风险使人们进行形象管理时需要考虑更多的细节,以及付出更多的努力,总体而言,在网络社交中,指示性和牵引性的观看将变得越来越难。或许这将有机会使脸面的异质性转向其同质性,脸面同质性的确立意味着面子在熟人社交圈中的运行规则发生改变,面子的保护以及人情的互酬机制将不再发挥作用,而社会外部的强制力成为一个人行为规则的主导,这一新型社会互动规范的形成也许将有助于在脸面传统中培育出新的文化基因,同时进一步推动手机摄影文化朝向个性化、多样化以及创新化的方向发展。

(责任编辑:程天君)

Using Photos for Social Communication: Self-presentation in Mobile Phone Photography

HUA Weihui

Abstract: With the advent of mobile phone photography technology, photography is integrated with photo browsing, editing and self-display, thus making photos an important means of social interaction. This paper points out that in Chinese society, “face” is not only a social norm embedded in interpersonal interaction, but also an evaluation mechanism and reward and punishment mechanisms for a person. The combination of digital photography technology and smart phones extends the form and function of the “face” in digitization, mobility and visualization. Attaching importance to “face” makes Chinese people lay emphasis on these factors when they are taking pictures: rebuilding the situations for practical purposes, posing and playing for pictures, accumulating one’s *guanxi*-based social capital and seeking one’s aesthetic taste in the interaction with others. Finally, this paper argues that the complexity of social networking situations and the emergence of mobile viewing may promote the transformation of the heterogeneity in “faces” into a homogeneity in “faces”, thus forming a new norm of social interaction.

Key words: face; mobile phone photography; self-presentation; mobile social communication; digital self

About the authors: HUA Weihui is Lecturer at College of Media and Art, Nanjing University of Posts and Telecommunications (Nanjing, 210023).

^①陈之昭:《面子心理的理论分析与实际研究》,杨国枢主编:《中国人的心理》,北京:中国人民大学出版社,2012年,第135页。