

みんなのポジトリ

国立民族学博物館学術情報リポジトリ National Museum of Ethnology

Food Image as Ideological Vision : An Iconological Case Study on Chinese Posters, 1950s~1960s

メタデータ	言語: zho 出版者: 公開日: 2018-03-15 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 〳, 〳 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.15021/00008911

食物图像作为意识形态的视觉表达

——以20世纪50至60年代中国宣传画¹⁾为例

Food Image as Ideological Vision: An Iconological Case Study on Chinese Posters, 1950s-1960s

陆 颖
LU Ying

Abstract: As one of the most important themes in Chinese posters (1950s-1960s), images of food provide insight into people's daily lives at the time and how they influence people's concept of food production and community. During the 1950s and till the 1960s, food images in propaganda posters changed from representation of reality towards distortion of reality. This paper focuses on food images in regard of the following aspects:

- a. As external stimulation: how did Chinese propaganda posters represent food-related images and the public's cognition of reality;
- b. As image-signs: how did such food-related images distort reality and while still being widely accepted by the public, from the perspective of visual study;
- c. As a visualization of ideology: why it is inevitable Chinese propaganda posters convey ideological thoughts; why can they on the other hand be interpreted as contemporary post-modernist art.

Consequently, this paper will draw the conclusion of how and why the food images in Chinese propaganda posters (1950s-1960s) are supposed to work as an ideological vision.

1 序文

在2010年上海世博会上，以食物“芒果”为主题意象的多件展品出现在巴基斯坦馆，其中包括1968年该国领导人访华时赠送给毛泽东的芒果（复制品），以芒果为主要纹饰的托盘、水杯，以及六十年代出现的“芒果”主题政治宣传画。在这幅宣传画中，红色幕布为背景，一粒金黄色的芒果被置于绣花白色方巾上的果盘中，画面上部是毛泽东头像及其“最高指示”语录文字，画幅底部印有“伟大领袖毛主席赠送首都工人毛泽东思想宣传队珍贵礼品——芒果”一行小字。无独有偶，2016年3月至5月，中国当代艺术家王音在尤伦斯当代艺术中心（UCCA）举办了主题为“礼物”的王音个人油画展，展品中出现了对“芒果”宣传画的仿照与复现（见图1）。这些艺术作品以或反讽或回望的姿态，对某一特殊历史时期的社会文化进行呼应。在实体餐饮业中，对中国五、六十年代大行其道的“人民公社”、“公社食堂”等为主题的餐馆也屡见不鲜（这并不意味着餐饮市场对该主题餐厅的全面追捧，笔者调查中也发现多有无法维系经营而倒闭的案例²⁾）。甚至有餐饮公司打出“公



图1 左、中：王音油画《礼物》；右：宣传画（局部，详见图27）
（左图、中图：笔者于2016年4月，摄于北京；右图：来自 <https://chinese posters.net/>）

社食堂”的宣传口号（见图2），并在餐馆的内部装修中复现公社时期的政治宣传画、古旧物品摆设等具有鲜明时代特征的视觉要素（见图3）。在读图时代的文化语境与图文“合体”³⁾的历史趋势中，当社会主义初期的主要视觉意象重新回归公众视野，对图像主题的复归与视觉艺术的复现问题，便有了再度审视的必要。

从概念界定上说，宣传画是这样一种视觉艺术形式：它并没有具体的商业要求，其艺术性服务于社会与政治需要，是一种“以宣传鼓动、制造社会舆论和气氛为目的的绘画，一般带有醒目的、号召性的、激情的文字标题”（杨2013：39）。相较于其他历史时期的招贴艺术，社会主义初期的政治宣传画具有以下特征：（1）发行量、流通量大；（2）简单明了、易于辨识，利于教育程度较低的受众群体；（3）图像主题集中明确，集中反应当时人们的生产生活场景；（4）大量政治话语（political discourse）介入，具有强烈的政治传播功能。“五六十年代宣传画实质上是宣传、传播各种政治运动思想、意义的一种特殊的大众传播媒介”（郑2007：191）。作为社会主义建设初期的视觉文化现象，宣传画成为一种载体，反映对当时的社会主流问题关注、呈现人们生产生活现状，并折射潜在的政治意识形态走向。

本文以五、六十年的宣传画作为研究对象，主要基于以下两点必要性考虑：首先，从历史角度看，该时期正是从“大跃进”运动到“文化大革命”的过渡期，期间又经历了三年严重饥荒，人们的日常生活、视觉文化、思想观念等诸方面都具有历史的特殊性。其次，从图像创作角度看，该时期的宣传画包含了大量“食物”主题的相关内容，将食物作为线索进行主题梳理，具有必要性与可行性。以食物为媒介对特定历史时期的意识形态建构、控制与传播进行的研究与探讨，在西方学术界已有端倪，如Celia M. Kingsbury在对第一次世界大战期间的英美食物供给问题研究中，谈到了视觉宣传（propaganda）的效用，并直指食物对社会控制与政治局面的决定性作用，认为“食物将赢得战争（Food will win the war）”（Kingsbury 2008）。

中国学术界对政治宣传画相关的论题研究尚未投诸应有的关注与热情，现有研究成果并不算丰富。进入21世纪，已可查的文献主要从以下几个方面展开论述：从艺术创作与技法转型方面，探讨宣传画创作对外来艺术（主要是苏联和波兰）技法的吸收借鉴与本土传统艺术的沿袭，如赵大军对政治宣传画艺术手法的初探（赵2006）；从美学与政治角度，结合当代艺术市场和国家文化，探讨宣传画的美学价值与政治价值，如周星对户县农民画的传统与再创造现象的研究（周2011）、余劲松对宣传画美学价值与国家文化形象建构之间



图2 四川省成都市新都区其他新园路与学院路交汇处的人民公社大食堂（2017年，店员提供）



图3 浙江省杭州市富阳区“衢州人家”餐馆大厅内墙上张贴的宣传报（2016年，笔者拍摄）

关系的研究（余 2014）等；从图像学角度进行案例考察，如许徐以《红色中华》为例进行图像政治的分析（许 2014）、梁爽、王令中对宣传画中人物手势的研究（梁、王 2010）等，另有转译的国际学者基于苏联政治宣传画考察提出“政治图像志”的研究思路（波奈尔 2005）。

专门的宣传画研究论著较为鲜见，除去50至60年代同期发行的参考资料汇编（如人民美术出版社1953年出版的《宣传画参考资料汇编》等），以及在文革及其后深受余波影响的年代中，以集体组织署名出版的宣传画整理外（如上海人民出版社在1971-1976年间出版的《宣传画小辑（一~四）》等），进入本世纪的后来学者专门就中国政治宣传画进行系统性梳理与历史视角论述者，着实屈指可数。已形成一定影响的有郑立君《场景与图像：20世纪的中国招贴艺术》（2007，部分提及）、陈光彪、温晋根编著的《中国宣传画史话》（2010）、杨勇《20世纪中国视觉印象》（2013，部分提及）。在国际领域中对中国政治宣传画研究做出奠基性贡献的是荷兰莱顿大学教授 Stefan Landsberger，他从70年代开始大量搜集并收藏中国宣传画，迄今为止已有超过5,500幅收录在其本人及阿姆斯特丹的 *International Institute of Social History* 名下，Landsberger 教授与 IISH 的 Marien van der Heijden 教授共同在2007年创办了中国宣传画网站（chinese-posters.net），对宣传画的搜集收藏与学术研究提供了大量素材⁴⁾。

二十世纪五、六十年代的宣传画主题中出现了大量食物图像，并有呈现劳作、丰收、烹饪、进食等食生产、食生活⁵⁾场景，而根据笔者考察，专门就宣传画中的“食物”主题进行图像学分析的研究迄今尚未有见刊。为便于表述与理解，笔者在讨论中，广义地将一切与食物意象相关的种植、收割、烹饪、食用等饮食耕作场景图像统称为“食物图像”。以食物图像作为线索，本文拟以图像分析为方法手段，通过文艺美学与人类学的交叉视角，结合历史资料与社会调查，逐次分析以下问题：食物图像对现实农事生活的再现与偏离；食物图像何以为广大观者所接受；以及食物图像作为政治意识形态表征的视觉效力。

2 食物图像对现实的“再现”与“异轨”

艺术作品是生活的客观反映，生活体验为艺术创作提供素材，艺术源于对生活的模仿⁶⁾。美国当代文艺学家 M.H. Abrams 在《镜与灯》中提出了文艺作品与客观世界之间的关系，在他的文学四要素理论中，艾布拉姆斯认为，作品、作家、世界与读者之间存在这样的关系：文艺作品（艾布拉姆斯在文中主要指的是文学作品）是对客观世界的反映，是通过作家的情感投射而作用于读者对客观世界的认知（艾布拉姆斯 1992）。国际美学协会前主席 Aleš Erjavec 更有的放矢地指明了社会主义时期的艺术、文化与时代背景下的生活现实之间的关系：在所有事件中，艺术与文化在表现并且反应历史进程的同时，也对历史进行了建构，它们总以一种崭新的甚至令人惊异的方式来实现时代的前行。艺术并不仅是对当下事件的视觉表达，因其可能导致 Holmes 所说的“第一次转型”；艺术同时开拓了一条独一无二的道路来呈现历史、社会以及政治的情境（Erjavec 2003：4）……⁷⁾ 艺术与文化是社会进程中的镜像呈现，对视觉作品的认识将有助于人们认识并解读历史。

从图像证史的角度，“图像可以让我们更加生动地‘想象’过去。正如批评家 Stephen Bann 所说的，我们与图像面对面而立，将会是我们直面历史……尽管文本也可以提供有价值的线索，但图像本身却是认识过去文化中的宗教和政治生活视觉表象之力量的最佳向导”（伯克 2008：9）。John Berger 在《观看之道》中一开始就开宗明义地指出，图像远在语言之前。当图像的作用越来越多地为人们所认知，图像作为历史文化研究的必要性与合法性得到越来越多的确证。对图像的观看也逐渐转为一种“阅读（read）”行为（伯格 2007）。这也正是中国大陆二十世纪五、六十年代的宣传画进行“阅读”与图像分析研究的图像学依据。

根据食物图像对现实再现的逼真性，食物图像对生产生活的呈现与反映可分为三个阶段：（1）50年代早期的宣传画反映了当时人们生活情境，在一定程度上实现了对历史场景的“再现”，对食物相关主题的图像再现亦符合历史背景下的食生产、食生活现状；（2）1958年末以降，公社化运动大肆兴起，食物相关图像开始脱离对现实生活的再现而呈现出社会主义现实主义（Socialist Realism）的视觉艺术形式；（3）60年代出现局部的照片入画，虽然由于色彩技术等原因缺失了艺术的创作性，但也正因为摄影照片的真实性而减小了宣传画在视觉接受过程中与现实生活的距离。

2.1 早期食物图像中的真实性再现（1957年以前）

据统计，人民美术出版社从1950年至1957年共计出版宣传画286中，印刷1,653份；而在1958-1959年两年中，共计出版了宣传画241中，印刷1,134多万份。两相比较，“大跃进”时期这两年出版的数量达到了前八年出版量的三分之二。1958年出版宣传画130种，1,320万份（郑 2007：182）。社会主义时期中国的宣传画发布之盛，可见一斑。绘画再现生活现实，宣传画亦是如此。五十年代初期以降的宣传画空间内的场景绘制中，可见与食物相关



图4 金梅生《土改完成农民生活好》，华美画片出版社，约1951年



图5 忻礼良《毛主席给我们的幸福生活》，IISH 收藏，1954年

的生产与生活场景，真实反映了土地改革完成后，还地于民，农民获得了土地自由，农事生活（包括农耕、收割、屯粮等）场景成为了视觉艺术作品的创作主题。

倡导“耕者有其田”的全国土地改革于1953年全面完成后，中国农村地区全面展开合作化运动，有农民自发成立的互助组，也有政府推动成立的初级农业合作社与高级农业合作社。生活境况相较此前有巨大转变。该时期的宣传画主要以反应人民在获得土地后的生产生活场景为主。以图4为例，金梅生在1951年绘制发行的《土改完成农民生活好》中，描绘了土地改革后农民家庭的生活场景。图中，可以清晰辨识家中屯有大量食材，包括大米、玉米、南瓜，并育有家禽。图5由高产画家忻礼良于1954年绘制，表现的是一家五口的用餐场景，图中可以看到番茄鸡蛋汤、荷包蛋、鱼等桌上餐。图6中细致描绘了土改后



图6 石鲁《幸福婚姻》，西北画报社、西北人民出版社，1952年



图7 徐寄萍《苏联专家参观农业》，上海画片出版社，1957年

农民的婚姻场景，新人出嫁，以牛为嫁妆，并伴有家中米粮等重要食材。通过图像中对住户周围场景的描绘，可推断该家庭种植有南瓜、葫芦等，已硕果累累、成熟待采。及至1957年，农业社建立并得到苏联专家参观指导，在宣传画中的食物呈现依旧是对现实状况的乐观绘制（图7）。该时期已经出现了轻微夸张的艺术表现手法，但总体来说，1957年及其前期的宣传画创作中，图像本身所呈现的画面是对现实场景的真实再现，这符合现实主义绘画创作中的视觉艺术对生活真实再现的一般规律。

2.2 公社食堂中的社会主义现实主义⁸⁾ (1957-1960年)

1957年毛泽东出访苏联，在访问莫斯科时提出15年赶超英国的长期目标，次年《人民日报》的元旦社论，将“超英赶美”作为口号，正式发表赶超发展战略，由此展开了持续三年之久的全面“大跃进”运动。图8是自1958年起以“人民公社好”为主题而被大量发行的宣传画之一，图像描绘的是当时典型的公社生活：大炼钢铁、民兵操练、孩童授课、医院就诊、棉花收割等农耕渔猎活动。1958年，强制性在各地建立人民公社后，成员自由退社的权利被取消，公社成员不得不进入公社食堂食用三餐，并统一进行集体的农耕、炼钢等日常活动，农耕生产与饮食生活发生了改变。

当年秋，公社化运动建设进入高潮，公共食堂的兴办层出不穷，社员可凭借发放的粮票（见图9）进入食堂免费用餐。在1958年10月8日的《人民日报》上刊载了一位贫农进入公社食堂用餐时的场景，他激动地对家人说：“我们真是到了天仙国了，共产主义才沾点边儿，好日子还在后头哩”（“吃饭不要钱以后”1958）。10月至11月，《人民日报》连续发表《办好公共食堂》、《再论办公共食堂》的社论，称公共食堂已“成为巩固人民公社的一个基本关键”，“公共食堂万岁”。“公社食堂”与“丰产丰收”的主题成为宣传画图像的主要再现对象。

如图10中反映的中国北方城市的公社食堂内景，图中正在用餐的农民手中握着半个白面卷子⁹⁾，餐桌上摆放的是青菜豆腐，碗中的是蒸鸡蛋羹（俗成“鸡蛋糕”）。图像所绘制的场景在基本还原食堂场景的创作初衷前提下，进行了少许乐观的还原与夸大，意在表现



图8 芮光庭《人民公社好》，上海教育出版社，1958年



图9 辽宁省朝阳市朝阳县七道岭太阳升人民公社粮票，1959年（2016年5月，笔者收藏于杭州并拍摄）

人民公社食堂中，人人免费用餐、放开肚皮吃饭的场景。然而，根据国家农牧渔业部计划司（1983）、国家统计局综合司（1990）的统计显示，全国农村死亡率在1958年开始上升，当时的饥荒已经开始，1959年持续升高，1960年已抵达最高峰值。1958年至1960年发生了中国历史上最严重的饥荒之一。对比可见，公社食堂主题的图像已经开始偏离现实生活。为拯救粮食生产，在严重饥荒中解决温饱问题，具有引导性的“公社食谱”早已出现（见图11），这些食谱编写者声称公共食堂的“食物必须尽量选择富于营养而且价格低廉的原料”，并且通过菜谱烧制达到“质高味美的要求”（吴、余编 1959：2-3）。据中国饮食史家赵荣光先生的深入研究，公共食堂食谱的出现实则迂回地为公社食堂提供应急指导意见，即在食材极度匮乏的情况下，如何充分发掘一切果腹食材，并将日常习用食材的利用发挥到极致；如何物尽其用地进行多样化烹煮，以确保社员能够果腹，维系公社食堂伙食供应的正常进行。

在另一幅名为“龙凤呈祥”的宣传画中（图12），为了表现公社大丰收的主题，食物以远远大于其实际体量的图画形象被劳动人民高高举起，金黄色的麦穗化为凤凰的羽翼，锻炼的钢铁化为巨龙升腾。金龙与玉凤是中国图腾文化中的虚构形象，宣传画对龙凤意象的使用一方面表达了人们对食物与钢铁高产的希冀，另一方面说明了当时宣传画已经逐渐脱离对现实生活的真实性，图像中出现了传统文化元素的借喻，开始了与现实真实的“异轨”。

根据 Jacques Ranciere 在《图像的命运》中对图像的分析，“任何不相容成分的连接都可以被视作主导逻辑的批判性‘异轨’，任何闲扯都会被看作情境主义的‘偏移’”（朗西埃 2014：82）。反观50年代初期的食物图像与现实食生产、食生活情境，图像与现实之间的艺术生产关系被打破，不同成分的意象被安置于同一个二维图像画面之内。宣传画中的食物图像与生活中的现实场景之间产生了明显的图像“异轨”。在食物相关主题的视觉图像呈现



图10 赵文发《公社食堂强 饭菜做得香吃着心如意 生产志气扬》，河北人民美术出版社，1959年



图11 吴有宝，余义福编，《公共食堂食谱》上海科技卫生出版社，1959年（2016年5月，笔者收藏于杭州并拍摄）



图12 江牧《龙凤呈祥》，重庆人民出版社，1959年

与生活真实近况之间产生了裂隙与脱节，宣传画由最初的现实主义还原转向图像对现实的偏移。

食物图像的功能，由被动地“再现”现实生活场景转向超前的主动表现甚至想象夸大。

2.3 照片入画与饥荒应急（1960年以降）

当宣传画图像所呈现的视觉场景与实际生活场景逐渐偏移，图像创作者意欲重新回归真实，照片的剪切与拼贴由此渐渐出现在宣传画中。照片中真实的人物形象有助于读图者将画面中的场景对应到现实生活。

在“养猪”为主题的一组宣传画中，可作明显的视觉对比。1959年中国向苏联引进了乌克兰大白猪，同年的宣传画采用了超大体积的“猪”的形象进行呈现（图13）；及至1961年，在同样呈现养猪主题的宣传画中，人们则看到了以照片形式入画的真人、真猪的形象（图14）。尽管如维·依凡诺夫所言，“照片剪辑家们简单地在照片的灰地子上涂上一层颜色，结果颜色变成肮脏、暗淡而无生气的色调”（依凡诺夫等 1954：4），但在视觉传播方面却强化了图像带来的现实真实感。食物图像作为一种偏移现实的臆想对真实性的回归做出了努力，在这些图像的呈现中，“人民公社”这一群体性生活蓝图被塑造成了“乌托邦”。而这种意欲回归生活真实的努力恰恰反证了图像对生活的异轨。

伴随着接踵而至的人口外逃、浮肿病和非正常死亡，实际生活中的粮食短缺现象已无法掩盖，公共食堂的共餐制度以及粮食供给制岌岌可危、名存实亡。1960年春，粮荒已经危及社员的生存，1961年3月，胡乔木率中央调查组到韶山调查，4月，在他写给毛泽东的信中已承认饥荒事实：“去湘乡楠香大队、七星大队、水底大队、石江大队看了一下，情况也很严重。楠香和石江大队，三年来死亡率都在20%左右。据县委说，全县三年来死亡三万人，去年死亡两万人，全县病人去年底大7万人，现已减到一万余……”（中共湘乡市委党史联络组、湘乡市志工作办公室 2004）。

其时，代食品采集与食用成为人们食生活的主要内容之一。青海省乐都县的农民搜寻果腹品时就发现有16种植物的杆子、27种植物的叶子和46种配料能够加工磨制面粉和炒面（中共乐都县委员会 1959）¹⁰。早在1957年9月6日，国务院就已发出过《关于进一步做好救灾工作的决定》，要求饥荒灾区“大力提倡节约，发动灾民搜集一切可供食用的代食品”，三年困难时期，有组织的代食品搜集活动已经有了群众根基。在宣传画中，也相应出现了“救灾”的主题，如《抗灾力强更快地提高生产和生活水平》（见图15）中表现了一位农村妇女正在将衣物、热水瓶等生活用具整理出来用于抗灾。但即便在救灾期间，画面左侧依然绘制了成捆的金黄色稻谷，以带有欺骗性的食物图像表现不真实的屯粮情况。

社会主义初期的过度乐观（the optimism of early socialism）在这些宣传画中尽显无疑。食物图像成为一个视觉主题，极端呈现了社会生活中的实际场景与图像宣传与呈现的画面之间出现的裂缝，在Aleš Erjavec看来，这实际上引发了一系列探讨，即初期社会主义国家是否建构起一个不符合历史发展规律的“超现实”的后现代世界。在他的论证中，



图13 杨文秀《猪多肥多粮产高》，上海人民美术出版社，1959年



图14 《猪是“化肥厂”又是“聚宝盆”》，1961年



图15 佚名《抗灾力强更快地提高生产和生活水平》，上海人民美术出版社，1960年

引用了 Mikhail N. Epstein 对农作物产量的虚报情况：“意识形态能指与社会所指之间的关联不可避免地被破坏了，两者之间的鸿沟成为了深渊，这为下述观点提供了支撑，即相较于西方国家，社会主义的国家事实上进入了‘超现实’的后现代世界：‘远在西方影视技术开始就一个并不存在的现实描绘出过剩的真实图像之前，这一问题早就被我们的意识形态、印刷业以及能够将永远无法收割的农作物计算到百分之一精度的统计学所解决了’。”(Erjavec 2003: 3-4; Epstein 1995: 95)¹¹⁾

3 食物图像的纯粹形式分析

根据上一章节描述可知，当大量食物图像以偏离现实生活真实的绘制方式呈现在大众视野中时，视觉艺术与现实真实之间的“再现—被再现”关系出现了断裂，图像由此得到了相对的自主性，在暂且尚不谈及政治意识形态介入的语境下，图像表现出被 Alois Riegl 赋予绝对意义的“艺术意志 (Artistic Volition; Art's Will)”¹²⁾。由此引发的问题是，这些带有欺骗性的图像，如何能够被大量传播并为广大群众所接受？接下去两章将从图像内部与外部两种不同视角对图像接受问题进行解释。首先，从图像自身带有的纯粹形式符号谈起。

关于图像分析的要素，Erwin Panofsky 在《图像学研究》中曾对艺术作品的第一性（或自然的主题）有过这样的叙述：“我们将某些纯粹的形式，如线条与色彩构成的某些形态，或者青铜、石块构成的某些特殊形式的团块，视为人、动物、植物、房屋、家具等等自然对象的再现，将它们之间的相互关系视为事件……”（潘诺夫斯基 2011：3）。潘氏在这里提供了一种除却传统图像主题分析之外的图像分析可能性，亦即“纯粹的形式”的分析路径，因为色彩、线条、材料在图像表现上自有其辅助意义。二十世纪七十年代，美国艺术史家 Meyer Schapiro 专就此撰写长文，他试图通过对非拟态因素 (non-mimetic elements) 的艺术符号视角建构再现艺术与抽象艺术转向过程中图像学解释之可能 (Schapiro 1972-

1973)。这些图像符号 (Image-signs)，正呼应了潘氏意指的主题以外的纯形式性的图像解读路径，而又绝非遁入纯形式分析的窠臼¹³⁾。以下，从纯粹形式分析的图像分析视角进行宣传画中的食物图像分析。

3.1 大体量与结构包围

食物或食物相关图像由于对生活真实的“异轨”，以不合事实的比例进行画面呈现，与此同时，图像主体发生了更替。以“大跃进”时期出现在宣传画中的食物图像为例，在不以食物为主题的宣传画中，画面主体一般是特写的人物形象。根据优秀的宣传画家哈琼文、钱大昕等（使用化名“夏洪”）在1959年发表的《怎样画宣传画》一文中所总结，在宣传画的构图里，“采取特写镜头的处理手法是较多的，就是说通过一个人物的面部表情和他的动态来表达主题思想（不以人物为主的宣传画例外），因此人物占最重要的地位，通常在画面上出现的是一个人的半身或是大半身，甚至是头部……”（夏 1959：191）。而在食物图像为主题的宣传画中，人物主体固然依旧占用版面，但画面主体却被食物所取代，人物主体让位于食物主体，人物形象成为了衬托食物高产和大体量的参照物，食物图像渗入、挤压甚至取代了本应由人物作为画面聚焦的中心位置。以图16为例，人物被包括玉米、南瓜、冬瓜、西红柿、白菜、洋葱、茄子、金穗等日常农产品包围。食物的品种与色彩多样性更易于刺激读者的视觉感知。

人物主体与食物主体之间的边缘界限对主体进行划分，所形成的差别视觉效果潜在地影响读者对图像的视觉接收效应。如图17中，名为“丰产图”的宣传画为了表达粮食的高产，使用了在当时十分普遍的大体积表达，巨大的花生成为了能够被人驾驭的横跨黄河的船只；图18中的农耕妇女面带微笑凝视四周丰产的粮食，紧捧大捆的葵花、玉米，周身还被猪、鸭、棉花、桑蚕、葡萄、苹果、南瓜、番薯等食物意象所包围。其他宣传画图像，例如巨型的麦穗能够支撑起人的踩踏；顽皮的孩童能够骑在小猪仔背上；大型的玉米需要通过火车的运载等等……在夸张使用食物意象之外，图像也隐含了食物对人物主体的包容、承载、支撑甚至压迫的心理暗示。当人物与食物同时承担图像的主要角色时，两者之间存在间性的关系，两者之间的变化分界也影响着视觉效果。这里所说的“边缘 (boundary)”，并不仅仅指分隔的线条，也指不同内容密度之间的界限、视觉张力或者画面重心等不同排布。它是介于观看者与图像之间的聚焦的装置 (Schapiro 1972-1973: 11)。这也是一种图像符号的视觉效力表现形式。

3.2 视觉重量压迫

根据 Mayer Schapiro 对图像符号作为接受装置的猜想，不同体量的图像在不同的摆放位置会形成不同的角度与视觉接受效果，这种情况下，构图是不可替换的 (The composition is non-commutative)。例如上下部位的摆放关系，即便是相同两个图像，上下颠倒位置后，整体的视觉效果便有所不同，因为上部与下部位置会形成不同的“视觉重量” (visual



图16 曾朝华《瓜甜谷米香，大家尝一尝》，四川人民出版社，1958年



图17 张家劲《坐着花生过黄河》（局部），河北人民美术出版社，1958年



图18 佚名《社大人多资源丰富 便于发展多种经济》，上海人民美术出版社，1960年

weight)¹⁴⁾。在相同的A与B两个物件的垒叠中，A上B下的视觉效果与A下B上的视觉效果决然不同，见图19。

在以食物图像为主题的宣传画中，食物图像的位置摆放亦可佐证视觉重量对图像接受的视觉效力。位于画幅上方（而非下方）的大面积意象会对读图者造成更强烈的视觉重感，强化图像意欲传达的隐喻或更明确地对现实做出指向与引导。宣传画对食物图像与人物图像的处理可以此为鉴进行考察。以图20为例，在以“丰产丰收”为表现主题的宣传画中，丰产的粮食以绝对的大面积占据画幅，人物的意象仅仅作为了参照物存在，上下布局的两个图像主题形成与现实不符的参照对比。朱宣咸的宣传画通过对秋后“金粮山”这一具有乌托邦性质的意象进行绘制，鼓动农民进行农耕施肥。同样，在六十年代的宣传画《发展工农业生产 实现工农业并举》中，代表人物个体存在的双手意象被置于图像的下方，一双健壮有力的手托举起南瓜、小麦、稻谷、南瓜等食物意象，见图21。

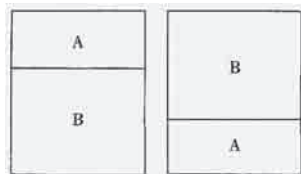


图19 不同位置形成不同的视觉重量

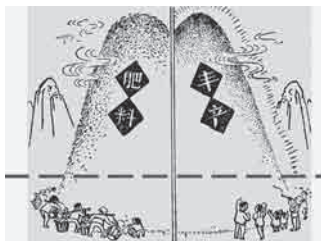


图20 朱宣咸：《肥料堆积比山高，秋后变成金粮山》，1958年



图21 《发展工农业生产 实现工农业并举》，上海人民美术出版社，1960年

3.3 左右不对称现象¹⁵⁾

五、六十年代的食物主题宣传画之所以得到了良好的宣传与接受效果,还可通过视觉认知中的左右视不平衡感进行解释,在这些宣传图像中,食物被不经意地安置于视觉热点之上。

图像的左右视不对称是指,人们在观赏一幅画的时候总是习惯于从左向右扫描过去,当把画的左半部与右半部互换时,也就等于是把观赏画的习惯顺序颠倒了。Heinrich Wölfflin 在解释拉斐尔的《西斯廷圣母》时作了如下解释:当我们关注左图中的人物位置时,可以感受画面中人物站位的平衡感,然而对画幅进行左右镜像处理后,原本立于画面左侧的人物呈现在画面右侧时,画面的右半部显得比左半部更为繁重,“在一幅画中,位于右半部的那些物体看起来总是比左半部的‘重’一些”(阿恩海姆 1998: 34, 见图22)。亦即,在图像的视觉接受过程中,右侧图像原本就更具有“明显性”,与之有着微妙差异的是,左部同样是主观视觉的重要位置,这与“戏剧的舞台区域”是一致的,“当幕布从舞台刚刚升起时,观众的眼睛总是首先盯住舞台的左半部”,“在画的左半部分这个主观的中心也同样能承担更大的重力,这就是为什么拉斐尔把西克斯托斯的形象放置在画的左方而不至于把这幅画‘压翻’的原因。然而一旦将它移到画的右方时,它就在‘杠杆原理’的作用下,而变得更‘重了’”(阿恩海姆 1998: 34)。也就是说,在图像接受的过程中,左侧图像先天地占据着视觉的“重要点”和“中心性”,而右侧图像则更为“明显”和“厚重”,两者之间存在细微的差别。

以表现公社食堂中饮食生活主题的宣传画《食堂办得好,生产劲头高》为例(图23),根据视觉透视法进行分层,图像前景表现的是体态丰腴的女性结束农耕后,进入食堂并做出邀请之姿;中景是一位正在端盘上餐的食堂工作人员,手托一盘高粱馒头;远景是食堂正厅中男女老少用餐的场景。读图者在第一时间解读前景之后,按照上述左右视不对称原理,视线将更倾向于落向更为“明显”的图像右部,即中景图像中的食堂工作人员以及主食,此时中景当中的馒头意象也因其以三角形的整体形状出现而更吸引视线;远景图(图像左部)则承担了凸显“重要性”与“中心性”的主旨,即在集体制的人民公社中,人们



图22 拉斐尔《西斯廷圣母》草稿及其左右镜像
(阿恩海姆 2001)



图23 胡曰龙:《食堂办得好 生产劲头高》,上海人民美术出版社,1959年

能在公社食堂免费且自由地用餐。根据“近景—中景—远景”的透视递进过程，读图者对图像的接受正好符合了左右不对称原理中对图像左右部分不同侧重的微妙辨识，图像层层递进、由浅入深，更具层次性地对主题进行视觉说明。

“人类的认知是多模态的，不同来源（语言、视觉、听觉、嗅觉等）的多重线索共同形成了我们对周围世界的知识”（格瑞莎柯娃 2013：109）。宣传画中对理想生活场景的描绘正是通过多模态的呈现来对读图者施加影响的。艺术首先是一种视错觉，一种“错觉的生活”（波德里亚 2015：49）。视觉是综合信息处理和主观认知的多层次过程，视错觉亦是如此，它是指人或动物观察物体时，基于知觉经验或不当参照等形成的与客观事实不一致的特定感知（刘等 2011：1）。宣传画的视觉接受过程正是读图者在多种模态因素相互扭结、彼此辅助的作用下对图像形成的个人感知。通过不恰当的参照物形成错误的视觉知觉，食物在以粮食的丰产丰收为主题的宣传画中，成为了图像主体，潜在地成为了意识形态的视觉传播者。

4 食物图像与意识形态的视觉“共谋”

上一章对图像本身进行了“纯粹的形式”分析，试图在并不引入意识形态的前提下，通过简单的形式分析，来论证图像自身的符号语言能够达到的延展力度。但是，对偏离生活真实的食物图像而言，其图像接受问题并不完全能够在纯粹的形式分析中得到解答。在我们试图从更宽广的视角谈论宣传画的图像接受与传播问题时，发现食物图像作为足以引起读图者感官共感的视觉艺术，宣传画这一特殊时期的大众艺术，作为图像符号，成为勾连图像、话语与意识形态的视觉表达，并进而主观性地建构一个图像的乌托邦，以外部刺激的形式，完成了图像对意识形态的“共谋”。当法国社会学家 Jean Baudrillard 在谈论当代艺术时，并不会想到，艺术的“共谋”在西方当代艺术开始之前，在中国的某个特殊时期和特殊人群中，早已以特殊的形式实现了艺术的“自由变体”，即便这种艺术的共谋被赋予了群体性的乌托邦向往。他所说的“共谋（conspiracy）”指的是“艺术也可以随处自由变体，进入政治（政治的美学化不再是一种法西斯主义的符号，同样，美学的政治化也不再是激进主义的符号），进入经济，进入媒介”（波德里亚 2015：7）。1927年，Sigmund Freud 提出对幻觉性的未来的思考，他将一种被压抑的、无意识的快感欲望与渴望进行编码，主张那些人类情感中被抑制的欲望通过较为平和的形式——如梦境、艺术、神话故事或道德寓言等——进行替换，通过这些需要想象的“升华形式”，人们被压制的愿望得到补偿，并且通过平和的形式进入社会（Freud 1989）。宣传画中那些偏离（甚至背离）社会真实的图像，在建构与传播意识形态的过程中，实则成为了弗洛伊德所说的对大众内心被压抑渴望的补偿形式。在图像建构的意识形态乌托邦中，宣传画作为外部视觉刺激，作用于读图者的日常饮食习惯，并通过对读图者进行无意识的政治话语传播，达到社会与政治目的。

笔者接下来要展开的意识形态讨论将基于如下的背景与共识：最早提出“意识形态”

概念的并非 Karl Marx 与 Friedrich Engels。虽然 Marx 在《德意志意识形态》中指出意识形态的虚假本质,但并未对此进行明确的、系统的概念界定(这也是为什么 Althusser 执意对意识形态进行深入的理论说明与体系建构的源头),这个术语的产生及其含义都比马克思主义的历史更为悠久,在马克思主义产生及其后,学者在讨论中对这个术语赋予的新含义在很多情况下,都和马克思主义并不相关。按照 Raymond Williams 在《马克思主义与文学》及《关键词》中的词源解释与历史还原,意识形态(Ideology)一词最早于18世纪末,由法国理性主义哲学家 Antoine Destutt de Tracy 伯爵创造,他认为应当将心灵的哲学命名为“意识形态”,即 Science of Idea,是一个表示“观念科学”的哲学术语(威廉斯 2005: 217-223; 2008: 59)。Tracy 的大部头著作《意识形态初步》已无处寻觅,但显然意识形态概念在其诞生之初,并不涵盖任何虚假意识或形而上学层面上的否定性意涵或批判性态度。这与后来被用为抨击资本主义国家镇压机器(Marx)或意识形态国家机器(Althusser)的论调,是截然不同的。后世学者对意识形态的讨论层出不穷¹⁶⁾, Slavoj Žižek 甚至将这一术语比喻为“意识形态的幽灵”, Daniel Bell 则大张旗鼓地高呼西方“意识形态的终结(The End of Ideology)”(贝尔 2001),凡此种种,不一而足。在笔者下文中将要讨论的“意识形态”术语,都将框定在特拉西提出的原初概念界定语境之下展开,让我们摒弃自18世纪以来的矛盾语境,将其视为一般的、普遍的意识形态讨论¹⁷⁾、以及社会文化与认知心理分析,最终总结作为外在刺激(external stimulation)的宣传画图像对意识观念的建构与传播。

4.1 读图者的主体性回返

在深入图像接受问题时,意识形态的主题论述已不可避免,此时不得不回归这样一个读图现状:就读图主体而言,图像阅读是一种主观性的人为过程,因为“我们只看见我们注视的东西”,而注视“是一种选择行为”,由于主体性的不同,在进行图像选择时受到“知识与信仰的影响”,“所有影像都是人为的”(伯格 2007: 3)。可以说,对图像的接受更多地是出于读图者的主观意志。

一般地说,意识形态研究可以是“从最直接的意义讲,只是对想法、思想体系与信仰体系的简单研究”(Thompson 1994: 5; Howells and Negreiros eds. 2012: 84)¹⁸⁾。而这些思想与信仰体系将在现实生活的实践层面上组织并引导人们的生活,“这要求我们在进行意识形态研究时,通过多样化的‘象征性形式’(symbolic forms),调查意义的生成与传播形式,从日常话语表达达到复杂的图像与文本(complex images and texts)”(Thompson 1990: 7; Howells and Negreiros eds. 2012: 84)¹⁹⁾。宣传画提供了这样一种“复杂的图像与文本”调查对象,它一方面通过对“食物”等主题图像的绘制并呈现,试图力证(而终未能证实)人民公社饮食场景或生产生活场景;另一方面通过视觉诱导,形成意识形态的“审美幻觉”(王 1991)。

诚然,食物图像具有同幻觉般的虚构属性,因为绘画就其本身而言,承担了虚拟空间

构建的功能。美国符号论美学家 Susanne K. Langer 在《情感与形式》中坦言了纯视觉的虚幻属性：“任何与图画有关或在艺术上有效的因素，必然是视觉的，而任何视觉的因素有服务于建造的目的。”视觉艺术所建造的，是“一个全然可见又可理解的整体空间的基本幻象”（朗格 1986：86-87）。在食物图像、现实食生产、食生活与政治意识形态之间形成从“能指”到“所指”的转向，图像符号成为了一种视觉媒介，构筑起一个似实而虚的生活场景。在特定历史背景下的读图主体，经由自身的生产生活经历和政治文化学习，在对宣传画的阅读过程中，掺杂了自身的知觉经验。John Berger 所指出的“知识与信仰”等主体性行为，在 E.H. Gombrich 的语境中是对读图主体施加“心理定向（mental set）”的“知觉周围闪烁不定的虚幻色彩（phantom color）和虚幻图像（phantom image）”（贡布里希 2013：57）在图像的意识宣传下，对以“人民公社”为主题展开的理想化生活的向往，演变成为了人们日常生活中形影不离的“虚幻色彩”与“虚幻图像”。不论读图者是有意识或无意识地选择接受或规避图像的虚构性，他们为什么最终主观性接受了这些图像？笔者认为，在读图的过程中，读图者完成了一次类似肖像画阅读时会发生的“主体性回返”。

以下将通过宣传画中的视觉“凝视（Gaze）”²⁰⁾进行图像说明。如图24《菜绿瓜肥产量多》中，画面中的人物正在挑拣、整理丰盛的食材（南瓜、冬瓜、洋葱、西红柿等），其视线投诸于食物。当读图者在观看宣传画时，也将其视线投诸于实物图像，在“凝视食物”这一行为中，画中人与读图者之间形成了行动的重合，读图者在对食物图像进行观看时，已经与图像中同样也在凝视食物的人物进行了主体性的身份重合。对同一个食物图像进行凝视的读图者与图像内部人物之间形成主体性投射。在图像人物与读图者的目光发生直视时，这种主体性的带入就更为直接与强烈。如图25中，读图者与图像人物四目相对时，发生了一种“互文性”的对话，人物被邀请进入图像，图像则成为 Jaques Lacan 所说的“镜子—阶段”的意象功能，建立起了生物体与其现实之间的关联。读图者在图像中看到自身的主体性，对自我的认知与构成就在这样的“自主的幻想”（illusion of autonomy）中形成了。这时，根据读图者与图像的互动，笔者可以不合时宜地说，宣传画实际带有了肖像画的性质。

根据法国哲学家 Jean-Luc Nancy 对肖像画中存在的主体性延展分析，肖像画中人物的凝视对画家及观画者的凝视发生折返，对行为本身的再现过程“形成了对自身的回返，而该行动也使得画的主体[主题]双重化。”当读图者看着宣



图24 金梅生《菜绿瓜肥产量多》
上海人民美术出版社，1959年



图25 翁逸之《感谢农民兄弟的支援，使我们生产有了保证！》
上海人民美术出版社，1956年

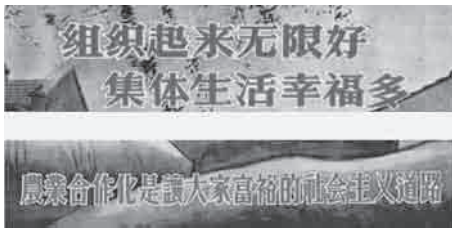


图26 食物主题宣传画中出现的文字标题

传画中的人物时，正如同看到了自己，由此“一个‘我’的‘揭开面纱’得以发生”，产生了“那个被外展的主体”（南希 2015：6-7）。读图者对食物图像的凝视亦同，在读图者对食物图像进行解读和接受的过程中，主体的外展引发更强的代入感。从视觉效力的结果上

看，这样的食物图像宣传呈现出 Michel Foucault 式的规训手段与疯癫心象。我们看到在宣传画大行其道的五六十年代期间，视觉宣传以一种“图画的暴政”（米歇尔 2012：42）的强行占据大众视觉艺术的主流，其中似乎可以看到 Foucault 笔下描绘的“不能接近真理”而造成的“疯癫”，食物图像中所描绘的理想化物质世界，正是疯癫所指向的“关于物质世界”中的“错觉、幻觉以及各种感知紊乱”（福柯 2012：101）。在社会主义建设初期的意识形态建构过程中，在某个特定的时代背景之下，人们坚定地笃信某种早已偏离了真理的真理，而更乐于相信想象性虚幻。Foucault 在定义“疯癫”时所引用的“百科全书”式的解释，亦可作为借鉴，即“偏离理性‘却又坚定地相信自己在追随着理性’”（福柯 2012：100）。

值得注意的是，由于文本对图像的高度介入，以宣传画标题的形式出现在画幅中，强化了读图者对意识形态的接受与认同，如图26。食物图像作为意识形态的表征是视觉上直观可感的，而以文本为载体进行政治话语的传播，则更具归纳性地将图像主题进行总结，对读图者进行图像接受的理性引导。通过“语图合体”的形式，宣传画引导民众对文字与图像进行阅读，引导读图主体形成综合直觉（synthetic intuition，参见注释23表格），从而改变民众观看生活现实的方式。文本的视觉虚构现象在接受美学研究领域也早有论证，根据德国接受美学理论家 Wolfgang Iser 在提出阅读的现象学时所使用的“隐含的读者”（implied reader）中所谈及，在阅读过程中，文本与读者之间存在双向的建构关系，因为文本自身所带有的具体化条件，使得“读者发挥能动性，参与作品潜在意义的实现”，“提供了一种存在于所有读者对文本的历史实现和个别事件之间的联系，使我们有可能对它们进行分析”（朱 2014：427）。

Rights were not granted to include this sentence in electronic media. Please refer to the printed journal.

Rights were not granted to include this sentence in electronic media. Please refer to the printed journal.

Rights were not granted to include this sentence in electronic media. Please refer to the printed journal.

4.3 外在刺激的后现代转向

在对图像主题分析的需求下，我们重新审视本文在引言中所使用的“芒果”案例，以六十年代末出现在宣传画中的“芒果”图像为主题，进一步对食物主题的图像学考察方法作典型案例分析。

1968年8月，巴基斯坦外交部长（Arshad Hussain）得到毛泽东的接见，随行带来的“一篮芒果”下发给了毛泽东思想宣传队，毛泽东表示“要与中国人民分享”。在1969年及其后很长一段时间内（文革时期尤盛）出现的芒果主题宣传画屡见不鲜，芒果由此成为了一个具有象征意义的政治符号，与毛泽东思想紧密结合在一起。如宣传画《紧跟伟大领袖毛主席奋勇前进》中（图27），伟人形象被突出，同时在背景的左下角，工农兵高举一盘金灿灿的芒果，这一盘毛泽东从巴基斯坦友人处得到的珍贵礼物到了人民群众的手中，正如伟大领袖毛主席带领人民奋勇前进。

从作为自然第一性的食物演变为政治化的象征符号，这一过程可以通过 Erwin Panofsky 对图像学研究的三个不同层面的递进式分类陈述。根据其在《图像学研究》导论部分对方法论的梳理，图像分析有三个层次，即前图像志描述、图像志分析和图像学解释（潘诺夫斯基 2011：13）²³⁾。

用第一层次的分析方法进行图像认识，即在读图过程中认识到“芒果”图像的实际所指，作为自然的、“第一性”的芒果，如1969年出现的芒果图（见图28中部，及图1中对该



图27 左图：上海人民美术出版社供稿《紧跟伟大领袖毛主席奋勇前进！》，上海人民美术出版社，1969；
右图：左图左下角局部放大

图像的模仿)及所有以该芒果为母题的其他视觉呈现,可参见本文引言中的图例。

将“芒果”主题还原到特定历史背景中,还原“图像的故事和寓意”,这是图像分析的第二个层次。在进一步解释芒果的特殊来历与故事时,读图者会看到在这幅宣传画的“芒果图像”下部有特殊



图28 佚名：《伟大领袖毛主席赠送首都工人毛泽东思想宣传队珍贵礼品——芒果》约1969年

的文字说明：“伟大领袖毛主席赠送给首都工人毛泽东思想宣传队珍贵礼物——芒果”，见图28底部文字说明。文字介入宣传画图像内部，向读图者说明芒果作为礼物的收授关系。同时也使读者立刻进入到特定语境当中，“伟大领袖毛主席”的表述方式正暗含了特殊的政治历史背景，透露着民众的表述习惯与思维定向。

在图像的第三层次分析中，图像带有强烈的主观性色彩，因为对图像的解读无法完全根除个体世界观与价值取向的影响，图像解释因而深入内在意义与象征世界的价值。在这一层次进行图像解释时，读图者需要自身的综合直觉，按照 Panofsky 的解释，这指的是，图像学解释需要通过人类心灵的一般倾向和本质倾向来进行矫正，它受到个人心理与世界观的限定。如图28上部，政治话语借由文字对宣传画图像的植入，进一步解释了芒果图像对意识形态建构中的想象性世界的描绘。该芒果主题的宣传画上部使用了毛泽东头像并录有文革时期的“最高指示”，文字内容如下：“我国有七亿人口，工人阶级是领导阶级，要充分发挥工人阶级在文化大革命中和一切工作中的领导作用，工人阶级也应当在斗争中不断提高自己的政治觉悟。”在内在意义和价值考察的基础上，图像被赋予了强烈的政治色彩与意识形态强力。文化大革命的特殊政治诉求与文化生活愿景使毛头像与领导人语录等成为象征性的符号，引导读图者在图像认读过程中，连接意识形态构建的想象性世界。

宣传画（以图28为例）中的食物图像通过图像学分析的三个层次解释，完成了从图像到意识形态的视觉传播与视觉渗透，它协助构建了一个想象性的生活现状，以温和的手段完成了对群众的心理安抚与愿望补偿。

有趣的是，进入21世纪，当这些带有强烈政治导向的食物图像重新回到人们的视野中时（如图3中的饭店内墙画报），却带着完全背离上述主题的反抗、否定、戏谑甚至嘲弄的态度，呈现主题上的滑稽与肤浅，这正是后现代主义的特性。如图29中，以丰产丰收的农耕活动为主题的宣传画，被配上了与画面主题原意完全相反的文字说明。图像在新的时代语境中完全褪去了意识形态元素的影响，而渐渐显出后现代的转向²⁴⁾。2016年8月，笔者



图29 香港某文化公司出品的笔记本封面与封底
(2017年4月, 笔者摄于杭州市清河坊步行街商铺)

对浙江省富阳市场口区的衢州人家店主叶先生(60年代生人)进行电话访谈,询问其为什么选择使用图3宣传画,对方的回答是认为这些图“有趣”和“好玩”,而且在店主过去曾打工过的其他餐馆中也有大量类似的店内装饰。顾客反响较好,甚至有出于猎奇心态专门前来参观用餐的顾客。这些以公社食堂、丰产丰收、农耕劳作等为主题的图像成为另一种形式的外在刺激。在这些图像中,读图者看到的是“全然不同的、异类的、滑稽的和本土的,支持肤浅的、嬉戏的、分散的、组合的和并列的”(哈灵顿 2010:190)后现代主义图像作品。

褪去了意识形态宣传的时代使命与政治光环,食物图像成为更纯粹的视觉图像,它们成为某种时代的记忆唤醒,作为视觉上的外在刺激,向用餐者进行环境与氛围的营造,并对读图者输出变异的图像符号。不论人们是出于什么样初衷来绘制、印刷、使用这些带有后现代戏谑痕迹的食物图像,这些宣传画的外在刺激作用也已决然不同于五六十年代期间作为意识形态载体时的视觉效力了。

5 结语

以食物为母题(motif)、以食物图像为主要分析对象,本文基本上完成了中国五十年代与六十年代期间宣传画的图像考察。在梳理过程中,笔者试图对以下几个问题进行了说明:

首先,作为外在刺激手段,宣传画中的食物图像以大饥荒时期为界,经历了三个不同阶段,逐渐由遵从生活真实的图像绘制转为偏离生活真实的图像创作。

第二,笔者认为偏离了艺术真实性原则的宣传画作为视觉传播载体,影响了读图者对现实生活的评判与认知,进而虚构出一个想象的乌托邦共同体。通过对图像的纯粹形式分析以及接受美学、意识形态理论的相关说明,解释了食物图像如何逐渐占据了画面中心并产生视觉效力。在图像接受过程中,读图主体无法摆脱自身固有的心理预设,通过实际生

活经验与知识调用，主观性地接受了脱离生活真实的宣传画图像。

第三，在解释图像、文本（政治话语）与意识形态关系中，通过对意识形态理论的借鉴与梳理，笔者认为，意识形态本身是具有“物质性”的，具有意识领域的促动力，需要宣传画等媒介因素作为外在刺激，在社会主义初期国家运作中发挥宣传作用。

作为意识形态的视觉表达，食物图像在被读图者进行阅读的过程中，宣传画作为真实的实践力量，填补了现实与理想之间的鸿沟，描绘了乌托邦现实中“应该有”的场景，这是 Gramsci 意识形态理论指明的一条实践哲学之路。另一方面，读图者在无意识中完成了 Althusser 所说的主体性“询唤”，主体被置于、被征召于群体意识形态的共同语境中，这些读图的主体实际上既受到意识形态的影响，又反过来协助建构了意识形态。

此外，笔者发现作为外在刺激的食物图像在21世纪的时代语境中呈现出后现代的反叛与嘲弄。这些经过加工的图像在沿用了本文主要案例对象的元素时，以一种否定的、解构的视角打破了意识形态的光晕。

综上所述，本文完成了作为意识形态宣传方式的食物图像在二十世纪五六十年代间对人们饮食生活实践、饮食观念以及整体社会意识形态与思维模式的影响分析。

注

- 1) 中国的宣传画现象的源流带有很强的本国传统浪漫主义色彩，更有深远的历史依据，从发生学角度看，其根源可追溯至我国先秦时期的图腾崇拜与文字的出现。与政治目的相关联的宣传也早有案例，如秦始皇一统中国后，东巡时立碑勒石，宣扬和歌颂其个人德政功绩，其实已有政治宣传的特点。近代中国的宣传画兴起很大程度上收到苏联与波兰政治宣传方式的外部影响。20世纪30年代的斯大林领导下，苏联为了实现国家工业化而制定五年计划，在此期间，宣传画成为了激励建设、广布思想的有力工具。二次世界大战期间，英美等国也利用宣传画对人民进行战争动员。

中文中的“宣传画”一词尚无外来词源可据，笔者认为是在中国本土语言语境中生成的表达，并非外来语。“宣传”、“画”、“口号”、“标语”等词汇在文献资料中的频繁出现，为“宣传画”一词提供了构词来源。如1930年7月22日，赣西南刘作抚写了《给中央的综合报告》中写道了该地区的宣传境况：“赣西南地方各级政府标语、壁画都很普遍，宣传方法有河流宣传（在木板上写宣传标语，放在各处河流里漂流）、空中宣传（制一孔明灯，把宣传品系在灯上任其飞去）……”（陈、温编著 2010）“宣传（propaganda）”一词在《简明不列颠百科全书》第八卷（1986：714）中的解释即为：一种借助于符号（文字、标语、纪念碑、音乐、服饰、徽章、发式、邮票及硬币图像等等）以求左右他人的信仰、态度或行动的有系统的活动。为了达到目的，宣传家都以自己认为最有效的方式列举事实、陈述道理、施加影响。从广义的宣传画定义来说，它包括文字的也包括图像的宣传，内容上包括了商业的、文化的、社会的、政治的。本文中所指的“宣传画”专指带有政治宣传目的的宣传画，是狭义概念上的“宣传”，不包含商业的目的，这样的宣传画主题明确单一、主题表达方式直接明了。

- 2) 笔者在调查中发现中小规模的“人民公社”食堂存在难以为继的现象，如浙江省杭州市萧山区山阴路688号恒隆广场某“杭州人民公社大食堂”自2013年开业，于2015年倒闭。在笔者的电话访谈

中，店长叶先生回忆道：“我们店里装潢也用了很多的插图和口号之类，当时运营其实没有太多问题，但是由于恒隆广场租金太高，所以才关闭了”。

- 3) 图像越来越多地占据了人们的生活视野，文字与图像之间的关系问题也日益成为文艺学界的热点关注问题，在读图时代中，根据雷纳·韦勒克在《文学理论》中对文学研究进行的“内部”与“外部”研究的梳理划分（韦勒克、沃伦 2010），南京大学文艺学带头人赵宪章教授由此生发，在 2010 年谈及文学与图像关系的若干问题时，从中国艺术史角度谈及不同历史阶段中的图文关系。赵教授认为在宋元时代以后，中国的绘画就已经进入“语言艺术和图像艺术彼此需要、相互吸吮”的技法境界，“语图合体”是艺术发展的历史必然（赵 2010）。笔者认为，宣传画的创作虽然政治强力的外部影响，但语图合体的艺术表达方式并未有改变。
- 4) 本文论述中所使用的宣传画如无特殊标注均来自 Stefan Landsberger 教授的个人收藏（可参见 www.chineseposters.net），图片引用已得到 Landsberger 教授及 IISH 授权，特此感谢。
- 5) 根据赵荣光教授在《中国饮食文化概论》（赵 2008）中对人类食事活动的定义，“食生产”与“食生活”的基本界定如下“食生产”指的是“食物原料开发（发掘、研制、培育）、生产（种植、养殖），食品加工制作（家庭饮食、酒店饭馆餐饮、工厂生产），食料与食品保鲜、安全贮藏，饮食器具制作，社会食生产管理与组织”；“食生活”指的是“食料、食品获取（如购买食料、食品），食料、食品沟通，食品制作（如家庭饮食烹调），食物消费（进食），饮食社会活动与食事礼仪，社会食生活管理与组织。”
- 6) 艺术模仿说源于古希腊文艺理论，早在赫拉克利特的早期朴素辩证唯物主义为基础的观点中就已经有过艺术模仿自然的观点。柏拉图以其中心概念“理念”为基础提出模仿说，在《理想国》谈到木匠制床，将画家所绘之床、木匠制作的床与自然中本已存在的床进行三个层次的区分，最早奠定了艺术模仿说（柏拉图 1986）。后柏拉图弟子亚里士多德延续并修正了老师的观点，形成了系统化的“模仿说”理论。他肯定现实世界的真实性，因而也就肯定了艺术模仿现实真实性，认为艺术是对现实世界内在的本质和规律的模仿，形成了现实主义的、平民化的艺术哲学。
- 7) 此处英文原文如下：In any event, art and culture expressed and mirrored historical processes at the same time that they were contributing to them, and they often carried this out in new and startling ways. Art was not only visibly expressing the ongoing events that led to what Holmes has called “the first transition”, but also finding a unique way to articulate a historical, social, and political situation.
- 8) 根据孟繁华在《中国 20 世纪文艺学学术史》（杜、钱主编 2007）中的文章记载，以及周扬《为创造更多的优秀的文学艺术作品而奋斗——1953 年 9 月 24 日在中国文学艺术工作者第二次代表大会上的报告》，1953 年 9 月，在全国第二次文代会上，“社会主义现实主义”被提出是“作为我们整个文学艺术创作的批评的最高准则”，这在一定程度上标志着作为范本的“社会主义现实主义完成了它在中国的确立过程。”（周 1953）
- 9) “白面卷子”为当地民俗叫法，即擀薄面饼，抹油，撒上葱花、椒盐等，卷成条状后切成块状，入笼屉蒸熟便可实用。
- 10) 根据《大搞代食品和副食品安排好群众生活》，这里的 16 种秆子是：玉米秆、玉麦秆、豌豆秆、蚕豆秆、燕麦秆、荞麦秆、茄子秆、洋芋秆、小麦秆、刀豆秆、糜子秆、荞菜秆、谷子秆、扁豆秆、菜籽秆和六十豆秆。27 种叶子是：蚕豆叶、荞麦叶、豌豆叶、茄子叶、榆树叶、杨树叶、花椒叶、香椿树叶、萝卜叶、软梨树叶、冬果树叶、杏树叶、桦树叶、刀豆叶、角麻叶、蝎子草叶、刺芥叶、桑树叶、六十豆叶、野苜蓿叶、苦菊菜叶、兔儿草叶、沙果树叶、秋子树叶、花青树叶、马奶头树叶和李子树叶。46 种配料是：麸皮、麻渣、豆渣、油渣、粉渣、果干、角麻、西瓜皮、榆树皮、谷糠、刀豆皮、洋芋皮、野燕麦、野荞麦、野糜谷、药草子、灰条子、马连子、斜切子、

香烟子、兰蒲子、胡麻子、大麻子、麦衣子、骆驼蓬子、牛鼻子、车前子、扫帚子、槐树子、洋槐子、甘草根、鸡头菜根、猪头菜根、羊尾巴菜根、红萝卜秆、白萝卜秆、糖萝卜秆、野萝卜、角菜、坏洋芋、玉米心、菜根、荞麦花、刺梅花、刺芥子和野果子。（中共乐都县委员会 1959）

- 11) 此处英文原文如下：“...that the link between the ideological signifier and the social referent was irreparable destroyed, and that the gap between the two was becoming an abyss, serving as an argument for the view that socialist countries had actually entered the ‘hyperreal’ postmodern world before their Western counterparts: ‘Long before Western video technology began to produce an overabundance of authentic images about an absent reality, this problem was already being solved by our ideology, press, and statistics, which would calculate crops that would never be harvested to the hundredths of a percentage point.’”
- 12) Riegl 在文中用 art's will 进行表达，但并未给出明确的概念界定；后来学者如欧文·潘诺夫斯基、卡尔·曼海姆、Schapiro 等均对此做出过批评与争论中，也将其表述为 artistic will。Alois Riegl (1858-1905)，19世纪末20世纪初奥地利著名艺术史家，维也纳学派，现代西方艺术史的奠基人之一，严谨的艺术哲学代表人物。在世纪之交完成的《罗马晚期的工艺美术》中，Riegl 反复提及并阐述的“艺术意志”概念引发了20世纪多位艺术史家的争相阐释和探讨（李格尔 2010）。笔者在这里对“艺术意志”的使用更倾向于潘诺夫斯基的艺术自治观。1920年，潘诺夫斯基在对 Riegl 进行讨论的《艺术意志的概念》一文中认为，“艺术意志”指向一种艺术发展的自治逻辑，倾向于摒除诸多外在决定因素，而将注意力聚焦于内在的客观（潘诺夫斯基 2000）。“艺术意志”对潘诺夫斯基形成期图像学研究理论形成了根本性影响，在泽德尔迈尔与潘诺夫斯基的探讨期间，前者将“艺术意志”看作是构成艺术作品的特定形式的集体的和超个人的深层结构。同一时期的德国社会学家卡尔·曼海姆（Karl Mannheim）曾从社会发展的意义阐释角度对“艺术意志”的观点进行使用，他更多地将其汇入“世界观”领域，借此构建一套“意义社会学”的综合体系（曼海姆 2002）。
- 13) 此处笔者将 Non-mimetic Elements 一词译作“非拟态因素”，也有译为“非模仿性因素”者，如高蔚《夏皮罗的艺术符号学——在文艺研究符号学范式变革的语境下》一文（高 2015）。关于图像符号（Image sign）的解释说明，参见 Meyer Schapiro 于 1972-1973 年间发表的 *On Some Problems in the Semiotics of Visual Art: Field and Vehicle in Image-signs* 一文（Schapiro 1972-1973）从四个方面阐述了对现代绘画而言纯粹的艺术符号可能对图像表现带来的影响。本文此处为全面解析艺术符号对文革宣传画的传播和接受所起的作用，将就 Schapiro 的图像分析思路作解析尝试。该文认为除了传统的图像学分析方法之外，存在纯粹的“图像符号”（image-signs）用以实现图像主题的传递与观看者的接受。Schapiro 将其分为四个非拟态因素（non-mimetic elements），分别为：（1）ground（画面的背景）：主要指材料方面，如原始壁画中根据岩石表面的天然凹凸粗糙来呈现；（2）boundary/frame（界限/边框）：比如不同虚拟空间如何在一个二维平面内实现同构；而边界的概念十分宽泛，可以是不同视觉密度、视觉张力或者画面重心的不同排布，并不单指可视的线条；（3）position/directedness（位置/方向性）：指不同的站位，不同的体量，横向或者竖向，高低等；（4）size/perspective（大小/视觉透视）：由（3）衍生，由于大小或比例能够形成透视，而方向性可以承载符号的意指，不同的区块元素大小、缩放比例不同，所指代的含义也可以不同。
- 14) 原文论述如下：“The qualities of upper and lower are probably connected with our posture and relation to gravity and perhaps reinforced by our visual experience of earth and sky. The difference can be illustrated by the uninvertibility of a whole with superposed elements of unequal size. Though formed of the same parts the rectangle with small A with larger B is expressively not the same as the one with the same B over A. The composition is noncommutative, as archi-

pects recognize in designing a façade. The same effect holds for single elements; the cubist painter, Juan Gris, remarked that a patch of yellow has a different visual weight in the upper and lower parts of the same field.”

- 15) 瑞士艺术史家海恩瑞希·乌尔富林指出艺术作品中的左右不对称现象，专就该问题写过两篇文章，即《轮回花的左右不对称问题》、《将拉斐尔的画翻转过来之后产生的问题》，均收录在他的《艺术思想史》中，中国社会科学出版社1986年出版乌尔富林的中译本《艺术史原理》，梁再宏译（乌尔富林 1986）。
- 16) 建议参看卡尔·曼海姆《意识形态与乌托邦》第二章第二节，意识形态概念含义变化讨论时的页下注（曼海姆 2002）。
- 17) 笔者在本文中谈论的意识形态，应当框限在特拉西对这一术语最初使用时的中性界说语境之下，它并不指向某种具体的、历史的意识形态，而是一般的、总体的意识形态，并不讨论“意识形态”一词可能带有的否定性色彩，更多地从艺术、媒介与意识传播的关系角度展开可能的探讨。
- 18) 此处原文表达如下：In its most straightforward sense ... ideology is simply the study of ideas, systems of thought and systems of belief.
- 19) 此处原文表述如下：Hence, ‘the study of ideology requires us to investigate the ways in which meaning is constructed and conveyed by symbolic forms of various kinds, from everyday linguistic utterances to complex images and texts.’
- 20) 关于 Socialist Realist Gaze，可同时参照 Stephanie Donald 的论文 *Red Aesthetics, Intermediality and the Use of Posters in Chinese Cinema after 1949* (Donald 2014) 中的相关论述。
- 21) Gramsci 的意识形态理论在很大程度上得到笔者的认同。首先，在他看来，意识形态并不是对经济基础的消极反应，也不能简单地界定为一种错误的观念和虚假意识。这意味着，本文中所使用的摒除否定性批判语境的意识形态界定，而将其还原为一种精神创造的活动，是得到 Gramsci 的理论支撑的。他认为，通过意识形态，“人们活动着，获得他们的情境、斗争的意识”。其次，Gramsci 的意识形态理论与他对知识、常识、知识分子等的社会分析密不可分，他认为意识形态通过知识进行权力分配，“知识就是权力”。另一方面，与在他之前的卢卡奇以及在他之后的 Althusser 一样（即便存在具体语境的不同），Gramsci 认为“意识形态具有物质性特征”，承认意识形态的物化/物质化（葛兰西 1983）。
- 22) Althusser 早期的意识形态指的就是意识形态国家机器，这是针对马克思所说的“镇压性的国家机器”而言的，他认为这是资本主义意识形态进行意识控制的手段，所以这是在否定性的批判语境中谈论的意识形态理论（齐泽克编 2002）。但是在 Althusser 后期理论中，他又指出“意识形态没有历史”、“意识形态就是主体性”、“意识形态无所不在”等与其前期思想多有出入与自相矛盾之处。历史地看，他的意识形态理论带来了远超出其自身预想的后世影响，并不可一言以蔽之，但也因其前后的反复与不明晰，引发了后世学者如伊格尔顿等的长期讨论、争辩与批判。本文对其理论的使用，是从意识形态建构与传播的目的论上展开的，并不使用其本人的历史语境。
- 23) 关于图像学分析三层次的区分，潘诺夫斯基本人也在书中明言，三个层次并不完全严格区分，而是“在实际的工作中却彼此融合，成为一个有机的、不可分解的过程”。后世图像学理论研究中，对第二层次（图像志分析）与第三层次（图像学解释）之间的研究方法厘清也多有争议。笔者在此仅以“芒果”为一个特殊历史时期的图像符号进行考察，试图从一幅图像中解析出不同的图像学含义。潘诺夫斯基《图像学研究》中整理的图像解释三层次分析解释如下表（潘诺夫斯基 2011）：

解释的对象	解释的行为	解释的资质	解释的矫正原理 (传统的历史)
I 第一性或自然主题——(A) 事实性主题, (B) 表现性主题——构成美术母题的世界	前图像志描述 (和伪形式分析)	实际经验 (对象、事件的熟悉)	风格史 (洞察对象和事件在不同历史条件下被形式所表现的方式)
II 第二性或程式主题, 构成图像故事和寓意的世界	图像志分析	原典知识 (特定主题和概念的熟练)	类型史 (洞察特定主题和概念在不同历史条件下被对象和事件所表现的方式)
III 内在意义和内容, 构成“象征”价值的世界	图像学解释 [深义的图像志解释 (图像志的综合)]	综合直觉 (对人类心灵的基本倾向的熟悉) 但收到个人心理与“世界观”的限定	一般意义上的文化征象或象征的历史 (洞察人类心灵的基本倾向在不同历史条件下被特定主题和概念所表现的方式)

24) 后现代主义：20世纪70年代开始流行的术语，它最早指的是一种建筑美学的模式，由建筑师 Charles Jencks 和 Robert Venturi 最早提出。后来成为与“现代主义”相反抗的艺术风格与表现手法的总称，它的大行其道与法国后现代思潮理论家利奥塔（Jean-Francois Lyotard）所提出的“去中心化”有着深厚内在联系。若用哈桑1985年对后现代主义区别于现代主义的纲要性差异进行相关特性说明，后现代主义指的是：反形式的（分离的、开放的）；破坏/解构/对立；分散；反解释/误读；反讽；不确定性等等。

参考文献

〈英文文献〉

Donald, S.

2014 Red Aesthetics, Intermediality and the Use of Posters in Chinese Cinema After 1949. *Asian Studies Review* 38(4): 658-675.

Erjavec, A. (ed.)

2003 *Postmodernism and the Postsocialist Condition: Politicized Art Under Late Socialism*. California: University of California Press.

Epstein, M. N.

1995 *After the Future: The Paradoxes of Postmodernism and Contemporary Russian Culture*. Amherst: University of Massachusetts Press.

Freud, S.

1989 *The Future of an Illusion*. Translated and edited by J. Strachey, NY: Norton.

Howells, R. and J. Negreiros (eds.)

2012 *Visual Culture*. Cambridge: Polity Press.

Kingsbury, C. M.

2008 Food Will Win the War: Food and Social Control in World War I Propaganda. In K. LeBesco and P. Naccarato (eds.) *Edible Ideologies: Representing Food and Meaning*, pp.37-52. Albany, NY: State University of New York Press.

Schapiro, M.

1972-1973 On Some Problems in the Semiotics of Visual Art: Field and Vehicle in Image-signs. *Netherlands Quarterly for the History of Art* 6(1): 9-19.

Thompson, J. B.

- 1994 *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*.
Cambridge: Polity Press.

〈中文文献〉

阿恩海姆, 鲁道夫 (Arnheim, Rudolf)

- 1998 《艺术与视知觉》(滕守尧等译) 成都: 四川人民出版社。

艾布拉姆斯, M. H. (Abrams, M. H.)

- 1992 《镜与灯: 浪漫主义文论及批评传统》(郇稚牛等译) 北京: 北京大学出版社。

阿尔都塞, 路易 (Althusser, Louis)

- 1995 意识形态和意识形态国家机器 (续) (李迅译)《外国电影理论文选》上海: 上海文艺出版社。

贝尔, 丹尼尔 (Bell, Daniel)

- 2001 《意识形态的终结: 50年代政治观念衰微之考察》(张国清译) 南京: 江苏人民出版社。

波德里亚, 让 (Baudrillard, Jean)

- 2015 《艺术的共谋》(张新木等译) 南京: 南京大学出版社。

伯格, 约翰 (Berger, John)

- 2007 《观看之道》(戴行钺译) 桂林: 广西师范大学出版社。

伯克, 彼得 (Burke, Peter)

- 2008 《图像证史》(杨豫译) 北京: 北京大学出版社。

波奈尔, V. E. (Bonnell, V. E.)

- 2005 政治图像志——苏联时期的宣传画艺术《新美术》2005年第4期, 第388页。

陈光彪、温晋根 (编著)

- 2010 《中国宣传画史话》贵州: 贵州出版集团、贵州教育出版社。

杜书瀛、钱竞 (主编)

- 2007 《中国20世纪文艺学学术史》(第三部) 上海: 上海文艺出版社。

福柯, 米歇尔 (Foucault, Michel)

- 2012 《疯癫与文明》(刘北成、杨远婴译) 北京: 生活·读书·新知三联书店。

高薪

- 2015 夏皮罗的艺术符号学——在文艺研究符号学范式变革的语境下《文艺理论研究》2015年第02期, 第180-188页。

葛兰西, 安东尼奥 (Gramsci, Antonio)

- 1983 《狱中札记》(葆煦译) 北京: 人民出版社。

格瑞莎柯娃, 玛瑞纳 (Grizakova, Marina)

- 2013 语言与图像的符际冲突《江海学刊》2013年第2期, 第36-40页。

贡布里希, E. H. (Gombrich, E. H.)

- 2013 《理想与想象》(范景中等译) 南宁: 广西美术出版社。

哈灵顿, 奥斯丁 (Harrington, Austin)

- 2010 《艺术与社会理论——美学中的社会学论争》(周计武等译) 南京: 南京大学出版社。

简明不列颠百科全书编委会

- 1986 《简明不列颠百科全书》(第八卷) 北京: 中国大百科全书出版社。

朗格, 苏珊 (Langer, Susanne K.)

- 1986 《情感与形式》(刘大基等译) 北京: 中国社会科学出版社。

朗西埃, 雅克 (Ranciere, Jacques)

2014 《图像的命运》(张新木、陆洵译) 南京: 南京大学出版社。

李格尔, 阿洛伊斯 (Riegl, Alois)

2010 《罗马晚期的工艺美术》(陈平译) 北京: 北京大学出版社。

梁爽、王令中

2010 政治宣传画中的手势研究《艺术与设计(理论)》2010年第8期, 第71-73页。

刘宏、李哲媛、许超

2011 视错觉现象的分类和研究进展《智能系统学报》2011年第1期, 第1-12页。

曼海姆, 卡尔 (Mannheim, Karl)

2002 《意识形态与乌托邦》(黎鸣、李书崇译) 北京: 商务印书馆。

米歇尔, W. J. T. (Mitchell, W. J. T.)

2012 《图像学——形象, 文本, 意识形态》(陈永国译) 北京: 北京大学出版社。

南希, 让-吕克 (Nancy, Jean-Luc)

2015 《肖像画的凝视》(简燕宽译) 桂林: 漓江出版社。

潘诺夫斯基, 欧文 (Panofsky, Erwin)

2000 艺术意志的概念(陈平译)《世界美术》2000年第01期, 第61-68页。

2011 《图像学研究: 文艺复兴时期艺术的人文主题》(戚印平等译) 上海: 上海三联书店。

柏拉图 (Plato)

1986 《理想国》(郭斌和、张竹明译) 北京: 商务印书馆。

王杰

1991 审美幻觉: 中西美学的理论与实践《学习与探索》1991年第74期, 第42-45页。

韦勒克, 雷纳 (Wellek, René)、奥斯丁, 沃伦 (Austin, Warren)

2010 《文学理论》北京: 文化艺术出版社。

威廉斯, 雷蒙 (Williams, Raymond)

2005 《关键词: 文化与社会的词汇》(刘建基译) 北京: 生活·读书·新知三联书店。

2008 《马克思主义与文学》(王尔勃、周莉译) 开封: 河南大学出版社。

乌尔富林, 海恩瑞希 (Wolfflin, Heinrich)

1986 《艺术史原理》(梁再宏译) 北京: 中国社会科学院出版社。

吴有宝、余义福(编)

1959 《公共食堂食谱》上海: 上海科技卫生出版社。

夏洪

1959 《怎样画宣传画》上海: 上海人民美术出版社。

许徐

2014 图像政治: 〈红色中华〉宣传画的图像学考察《文艺理论与批评》2014年第1期, 第133-136页。

仰海峰

2006 葛兰西的意识形态理论及其当代效应《马克思主义与现实》2006年第2期, 第46-53页。

杨勇

2013 《20世纪中国视觉印象》北京: 中国轻工业出版社。

依凡诺夫, 维 (Ivanov, Vi)

1954 《谈政治宣传画》(乌蓝汉译) 北京: 朝花美术出版社。

余劲松

2014 政治宣传画的美学价值与国家文化形象建构《科教导刊》(中旬刊) 2014年第1期, 第173-174页。

赵大军

- 2006 新中国政治宣传画的先声——从新民主主义到社会主义转变时期（1949-1956）的政治宣传画艺术初探《南京艺术学院学报（美术与设计版）》2006年第4期，第48-53页。

赵荣光

- 2008《中国饮食文化概论》北京：高等教育出版社。

赵宪章

- 2010 文学和图像关系研究中的若干问题《江海学刊》2010年第1期，第183-191页。

郑立君

- 2007《场景与图像——20世纪的中国招贴艺术》重庆：重庆大学出版社。

周星

- 2011 从政治宣传画到旅游商品——户县农民画：一种艺术“传统”的创造与再生产《民俗研究》2011年第4期，第168-198页。

周扬

- 1953 为创造更多的优秀的文学艺术作品而奋斗——1953年9月24日在中国文学艺术工作者第二次代表大会上的报告《文艺报》1953年第19号。

朱立元

- 2014《美学大辞典（修订本）》上海：上海辞书出版社。

齐泽克，斯拉沃吉（编）（Zizek, Slavoj ed.）

- 2002《图绘意识形态》（方杰译）南京：南京大学出版社。

〈政府资料，地方资料，新闻报道〉

国家农牧渔业部计划司

- 1983，第510-511页。

国家统计局综合司

- 1990，第2页。

中共乐都县委员会

- 1959“大搞代食品和副食品安排好群众生活”1959年12月29日。

中共湘乡市委党史联络组、湘乡市志工作办公室

- 2004《中共湘乡地方史（1949-2002）》北京：中共党史出版社。

“大力提倡节约，发动灾民搜集一切可供食用的代食品”

- 1957年9月6日 国务院《关于进一步做好救灾工作的决定》

“吃饭不要钱以后”

- 1958《人民日报》1958年10月8日。