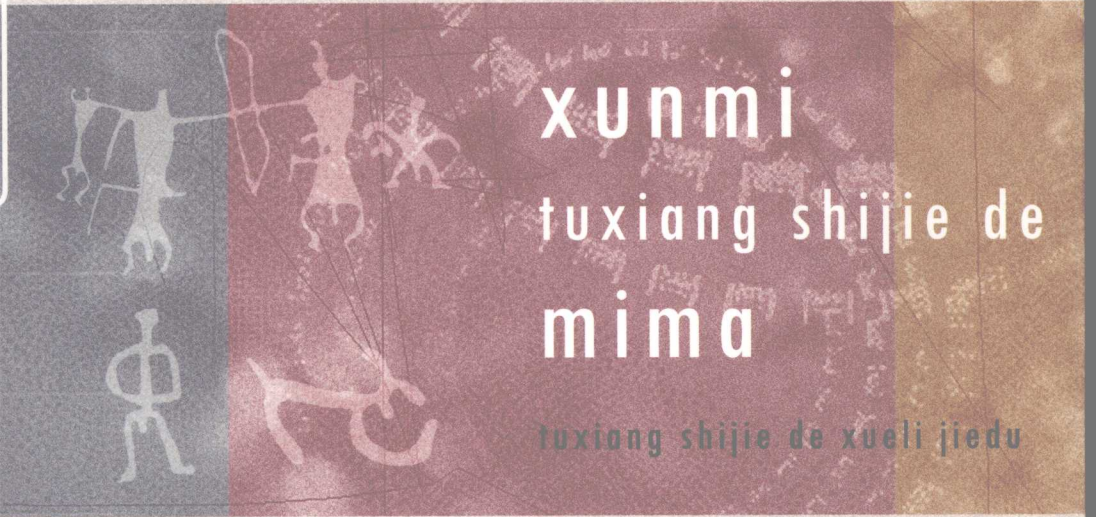


中国经济哲学博士文库 张雄 鲁品越 主编



xunmi
tuxiang shijie de
mima

tuxiang shijie de xueli jiedu

寻觅图像世界的密码

图像世界的学理解读

段钢 著



上海人民出版社

中国经济哲学博士文库 张雄 鲁品越 主编

寻觅图像世界的密码

图像世界的学理解读

段钢 著

 上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

寻觅图像世界的密码:图像世界的学理解读/段钢著.
上海:上海人民出版社,2008
(中国经济哲学博士文库)
ISBN 978-7-208-07881-9

I. 寻... II. 段... III. 图形—经济学—研究 IV. F0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 064552 号

责任编辑 齐书深

封面设计 储平

· 中国经济哲学博士文库 ·

寻觅图像世界的密码

——图像世界的学理解读

段钢著

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路193号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

常熟市新骅印刷有限公司印刷

开本 635×965 1/16 印张 14.75 插页 2 字数 206,000

2008年7月第1版 2008年7月第1次印刷

ISBN 978-7-208-07881-9/F·1757

定价 23.00 元

序 言

承载着学界的期望,由上海人民出版社出版的《中国经济哲学博士文库》面世了。此次推出了它的第一批作品,这是全国有志于经济哲学研究的博士们的共同园地,我们热切地期望:它在不久的将来,将推出更多更优秀的经济哲学专著。

今天的中国,正处在创造历史奇迹的年代。伴随着经济的迅速起飞,市场经济每天都在演绎新的故事,经济全球化浪潮冲击下的社会生活方式日新月异。这一切构成了我们时代的历史画卷。这是一个日新月异的时代,也是高度复杂的时代。在这样伟大而复杂的社会面前,一切以人为划分的边界作为自己专业领域的社会科学学科——哲学、经济学、社会学、心理学等,显得苍白无力:无论哪种社会现象,已经超越了某个专门学科领域,必须综合各门学科研究才能搞清其来龙去脉。而哲学,作为人类对整个世界的最深层秘密进行思考的思想结晶,能够以其理性的光芒,引导各门学科突破自己专业领域的局限,打开通向客观事物本身的精神之路。

因此,分析当代经济现实,已经离不开哲学。当代经济现实本身的复杂性,人类对当代经济学理论的价值期待,召唤着学者们要用哲学的眼光来审视经济学理论的内在本质,来开拓经济学理论面向现实的道路。这正是当代经济哲学的使命。

经济哲学研究不仅是当代社会的需要,也有着悠久的学术传统。所谓哲学,是人类对世界和人生的终极本质、价值理性的追问与探索。这种探索成为科学探索未知世界的向导。当它构成某一领域后,一门新的科学便诞生了,因此哲学成为当代一切科学之母,当代一切自然科学与社会科学都是从哲学的母腹中诞生出来的,经济学也是如此。近代经济学的创始人亚当·斯密并非经济学家,而是撰写了《道德情操论》的哲学教授。正是在对人类经济行为的哲学追问中——什么样的经济行为是善,政府应当如何对待人们的经济行为,亚当·斯密提出了

著名的“看不见的手”的理论，提出了自由放任的政策主张，创立了政治经济学。而在经济学建立之后，哲学继续向新的未知领域追问，引导着科学继续进行探索，不断提出新的问题，提出解答问题的思路与方法。而哲学对世界的终极关怀，也是科学研究的动力之源。

经济学与哲学结合的学术传统，在马克思主义中得到了最充分的继承与发展。马克思的第一个伟大发现——唯物史观，指出人类的经济生活世界乃是人类全部社会生活的决定性因素。人们的精神生活世界，包括政治的、法律的、宗教的生活，不过是经济生活世界的反映，是物质生活在精神领域中的投影。在人类经济生活世界中，蕴藏着解开人类社会发​​展奥秘的密码。而马克思的第二个伟大发现——剩余价值，则将经济学理论建立在哲学基础上；因为劳动实践是人类的生存方式，“整个所谓世界历史不外是人通过人的劳动而诞生的过程”。《资本论》既是人类历史上划时代的经济学著作，同时也是人类历史上划时代的历史哲学著作，是经济哲学的经典之作。马克思的这一伟大传统正在被当代马克思主义者所继承。中国特色社会主义理论体系不仅具有丰富的哲学内涵，同时也有极其丰富的经济学内涵，是当代经济哲学的伟大成果。

当然，经济哲学永远不可能替代作为科学的经济学，而只能作为经济学的服务者与引导者。它所提出的问题，只是从哲学的深度上提出的问题，还有待于经济学将其具体化；它所提出的解决问题的思路，毕竟只是从哲学角度提出的抽象的、缺乏具体操作性的哲理思路，还有待于经济学进行选择，将其具体化为具体的科学方案。并且，一旦经济哲学的某种见解能够被经济学所接纳，并且加以具体化与精确化，形成具体的经济学理论之后，经济哲学便应转向更深层次的探索，以便为经济学的下一步发展开拓前进的道路。

因此，经济哲学的研究者将永远是拓荒者。有志于经济哲学的博士及其论著是这块荒野中初生的嫩芽。我们期待着更多的富有生命力的嫩芽出土，更希望它们能够长成给人类带来一片绿阴的大树。

是为序。

张 雄 鲁品越

2008年6月于上海江湾五角场

前 言

图像进行大规模的商品生产是图像经济时代的根本特征。图像经济的发展推动着现代社会经济的进步。特别是在全球化的背景下,以韩国、日本以及欧美等国家为代表,图像产业逐渐成为发达国家的支柱产业。同时,图像产业的发展带来人类认知方式的改变。因此,本文试图展开对图像的经济哲学分析,从图像的价值论和认识论出发,运用一定的经济哲学范畴,在经济伦理的层面上把握图像产业的发展方向。

从原始图像到认知图像再到艺术图像,人类对图像的认知是一个发展、演进的过程。图像作为伴随人类认知发展出现的事物,它不仅仅只是一般意义上的物质商品,还具有深刻的哲学意识和图像符号寓意。原始图像自从诞生以来就具有强烈的精神意义。它一方面具备简单直观的模仿特征,另一方面也充分表达了原始社会的精神需求和原始心理。原始图像是原始社会的黏合剂,直接对原始人类的行为和价值取向起着引导作用。在图像认知阶段,从柏拉图到亚里士多德,诸多哲学家对图像的“理和式”(即本质与形式)的结合作了深入的探悉。图像在传播中经历了视觉、感觉和知觉三个过程,在此过程中,人们对图像的认知是一个理念不断整合的过程。以中世纪和文艺复兴时期的艺术图像为例,人类运用艺术图像表达认知的水平达到了炉火纯青的地步。人们从对神的膜拜到返归自身的过程中,人的理念在各种艺术图像中得到淋漓尽致的表达。比如,图像的宗教主题和对人的讴歌反映了不同时期图像艺术的发展特征。

在更深的层面上说,图像的直观问题一直是哲学关心的主题。所谓直观就是对事物的瞬间把握和整体形成。图像的直观性就表现为一种原始思维。以笛卡尔、斯宾诺莎为代表,古典哲学家对直观问题都有着深入的分析。阿恩海姆进一步认为,直观直接导致视觉思维的形成,表现出若干特征,特别是在催生意会知识方面起着关键的作用,并促使其向言传知识转化。在美学上,黑格尔重点探讨了图像和心灵自由表

达的关系,海德格尔则对人的存在与美和真理的关系作了深入的表述。在对图像阐释的各种理论中,以现象学和阐释学的理论影响最大,然而马克思关于人的本质力量对象化理论是对图像解读、阐释最为本质的揭示。

图像的符号意义也是图像哲学关心的重点,它包括肖似意义、指示意义和象征意义。图像在能指和所指层面的游离是图像魅力不减的根源。图像符号在现代社会成为拜物教,是因为现代图像的生产其实就是一种图像符号生产,也是一种差异的生产和不同等级的生产。符号产生符号秩序,对生产方式的占有转变为对符号意义的占有,符号就是差异与等级的标志。所以,如何摆脱图像符号的社会意识形态操控是人认识图像符号意义的关键。而图像的象征是对图像符号意义的进一步深入,包括直接意义和间接意义。它也是人类最古老和最基本的一种表达经验意识和认识世界的方法。当下,在视觉文化背景下图像符号消费的精神特征是图像文化的核心。它不仅仅是人的文化水平的象征、对人潜意识的满足、对自我价值的实现,同时也是对人的社会身份的一种认同。这种图像文化直接导致了社会分层。所以,马尔库塞、丹尼尔·贝尔、居易·德波、鲍德里亚等对图像符号的社会批判功能作了深入的分析,为建构一个适合人类发展图像经济的文化氛围提供了具有启发性的思路。

图像商品的属性基于其深刻的哲学背景,表现在图像的劳动特征及其使用价值和交换价值上。图像商品的劳动更多地体现为一种以脑力劳动为主的全体劳动者的劳动总和,科学技术的因素占有很大比重,而那些实现价值或价值形态转换的流通劳动,或者分割现存价值的分配劳动,比如图像的管理和宣传劳动也都属于高级的脑力劳动。因此,在所有图像生产的要素中,劳动者的知识构成是图像产品生产的核心要素,而资本、技术和管理等则是图像生产的基本要素。另外还要区分图像生产的有效劳动和无效劳动。一般而言,图像的使用价值体现在视觉认知价值、视觉审美价值、信息交流价值、精神沟通价值、社会认同价值、自我认同价值等方面。而只有通过交换才能实现图像的使用价值和价值。总之,图像生产的生产力和生产关系的研究是揭示图像生

产经济秘密的关键。不同的经济制度对图像产业发展的支持具有不同的安排。只有把社会主义和资本主义制度的优势有效地结合在一起,才能更好地利用制度的优势推动图像产业的发展。

图像资源是稀缺的。它受着图像商品的传统资源、智力资源、人才资源、体制资源等的制约。所以在图像资源的稀缺性基础上要研究图像生产的可能性,以及如何实现图像产品的均衡价格。图像市场主要体现的是图像产品的供给与需求状况。图像商品的供给和需求受着生产性因素、消费性因素、分配性因素和价格因素等的影响。图像对消费的满足一是为了视觉的满足,二是为了符号的满足,所以,对图像消费的需求和偏好的研究就更为重要。人的图像消费的动机可以分为:实用动机、社会显示动机、求名动机、求新动机、审美动机、模仿和从众动机、个人嗜好动机等。在这些动机的驱动下,消费者的消费行为出现明显的变动趋势。因此,如何认识图像市场的作用,加强对图像市场的管理,防止图像市场的负面作用是推动图像市场发展的重要途径。特别是面对图像的批量生产,对图像市场的管理手段要随时创新。当然,图像消费观念对图像产品的生产起着极大的促进作用。这也要求我们要像重视图像产品的经济效益一样重视图像产品的社会效益。

图像商品如何与人文精神相契合是图像时代的最大课题。复制技术的一统天下,无疑也使图像商品生产快速地被纳入工业流水线作业,随之而来的是,人们被大量图像商品所淹没,人的视觉逐渐被异化,对外界的美感趋向钝化。而且,在虚拟的“真实”背景下,人的身体意识被夸大和强化,人被沦为商品的附属,审美低俗化倾向愈演愈烈。因此,如何有效地承继传统文化的精华,发挥一定社会的文化习俗作用,是图像产业得以可持续发展的前提。

在此基础上,发展中国图像经济要有一个基本思路,即要在认清中国图像经济的发展现状和特点的基础上,看到图像经济发展的前景,特别是在如何营造中国图像生产的社会环境方面,如加强信息交流平台的建立,提高人们的消费水平,扩大传媒对图像经济的影响以及政府对图像产业的支持等,发挥多方面的作用。这是本课题研究的意义。

目 录

第一章 导论 / 1	
第一节 图像经济时代的到来 / 3	
一、人类图像发展的历史溯源 / 3	
二、图像经济在当代 / 7	
三、图像产业发展的特点及产业化方向 / 11	
四、图像产业的全球化 / 15	
第二节 图像读写:一个理论研究的新视点 / 17	
一、认知方式的改变:图像理论研究的重点 / 18	
二、国内外有关图像的论述 / 20	
第三节 分析的技术路线 / 31	
一、图像的认识论和价值论取向 / 31	
二、图像经济哲学范畴 / 34	
三、图像经济伦理 / 36	
四、图像经济哲学研究的意义 / 39	
第二章 图像的哲学意识 / 44	
第一节 从原始图像、认知图像到艺术图像 / 44	
一、原始图像 / 44	
二、认知图像 / 46	
三、艺术图像 / 50	
第二节 图像与直观 / 54	
一、对直观的认识 / 54	
二、直观与视觉思维的形成 / 57	

三、公众对图像的直观认知特点 / 59	目 录
第三节 美学背景下的图像表达 / 61	
一、黑格尔:心灵在图像中的表达 / 61	
二、海德格尔:图像的存在追问 / 64	
第四节 图像阐释的不同维度 / 68	
一、现象学的关照 / 68	
二、阐释学的立场 / 70	
三、人的本质力量的对象化 / 73	
第三章 图像的符号内涵 / 76	
第一节 作为符号存在的图像 / 76	
一、符号对图像的意义 / 76	
二、图像符号与拜物教批判 / 80	
第二节 在象征中获取意义 / 83	
一、图像的象征 / 83	
二、图像的象征意义 / 86	
三、图像符号的象征消费及精神特征 / 89	
四、图像符号消费的社会分层 / 91	
第三节 图像符号的意识形态操控 / 94	
一、图像的社会意识形态功能 / 94	
二、图像的操纵 / 99	
三、日常生活与图像的现代性批判 / 102	
第四节 图像符号的批判功能 / 105	
一、“否定”与“保守”:从马尔库塞到贝尔 / 106	
二、“景象”与“仿像”:从德波到鲍德里亚 / 109	

第四章 作为商品的图像 / 116	
第一节 图像商品的分类和设计特点 / 116	
一、图像商品的分类 / 116	
二、图像商品的设计特点 / 122	
第二节 图像商品属性的现代内涵 / 127	
一、图像商品的劳动特征 / 127	
二、图像商品的使用价值和交换价值 / 130	
三、图像的生产力和生产关系 / 134	
第三节 知识和资本:现代图像生产的核心要素 / 136	
一、劳动者的知识构成是图像生产的核心要素 / 136	
二、资本、技术和管理是图像生产的基本要素 / 140	
三、图像消费观念促进图像生产 / 144	
四、图像产品的商业价值与消费水平 / 146	
第五章 图像商品的市场根据 / 149	
第一节 从偏好到需求 / 149	
一、图像消费逐渐成为主要生活方式 / 149	
二、图像市场的偏好与需求 / 153	
第二节 从消费动机到市场行为 / 157	
一、图像消费的社会心理需求 / 157	
二、图像消费的动机与行为 / 161	
第三节 现代图像商品的稀缺性研判 / 164	
一、图像资源的稀缺性和供求均衡 / 164	
二、资源稀缺背景下的消费满足 / 168	
三、图像商品的供求制约 / 171	
第四节 两种尺度的并重:市场与社会的关联 / 174	

- 一、图像市场的功能 / 174
 - 二、图像市场的作用 / 176
 - 三、图像市场的负面性 / 177
 - 四、经济效益和社会效益并重 / 179
- 第六章 市场追求与人文精神的契合 / 182**
- 第一节 标准的复制与美感钝化 / 182
 - 一、图像生产模式的标准化 / 182
 - 二、图像复制的反思 / 185
 - 第二节 虚拟的真实与低俗化倾向 / 189
 - 一、虚拟导致视觉的异化 / 189
 - 二、图像消费的低俗化倾向 / 193
 - 第三节 传统的绵延与习俗暗示 / 197
 - 一、文化传统和传统文化的承接 / 197
 - 二、习俗在图像经济中的作用 / 199
- 第七章 结语:发展中国图像经济 / 203**
- 第一节 中国图像经济发展现状及前景 / 203
 - 第二节 图像的批量生产与市场管理 / 208
 - 第三节 构建中国图像生产的社会环境 / 211
 - 第四节 加强中国图像市场的宏观调控 / 216
 - 一、图像市场宏观调控的目标 / 216
 - 二、宏观调控与市场机制的有机结合 / 218
- 参考文献 / 220**
- 后记 / 224**

第一章

导 论

人类进入 21 世纪,图像成为大规模、批量生产的商品已是不争的事实。图像作为一种感知事物和认识事物的主要方式,渗入到社会的每个角落,进入人们的家庭和个人生活,并直接影响着人们的精神生活。从铺天盖地的各种广告到获取信息的多种影视媒介,从各种印刷图像到电子技术图像,人们对图像的统治无处可逃。尽管注意力经济、眼球经济等各种新名词频繁出现,不容否认的是,图像生产成为其中最为引人注目的一种经济行为。

本书的研究对象局限在具体的图像,仅以由具体图像引起的视觉、大脑反映以及所导致的行为、价值取向等等为研究对象,不涉及因文字、嗅觉、触觉、感觉等引起的图像观念和意识,或者形象以及形象意识。图像作为客体,其与视觉主体之间的关系,以及对实物图像的经济哲学观察是本书的重点。本书试图分别运用社会心理学、经济学、哲学等的有关理论,进行多方面的论述,包括:对图像经济时代的认知,对图像经济的哲学和符号学认知,对图像的商品属性和市场根据的认知等。对图像的经济哲学的把握是本书分析图像的关键。这种分析不只是一种静态的认知,而是一个动态的过程,这涉及如下一些问题:图像在现代社会大生产中扮演的角色,及其重要的作用;图像背后所蕴含的哲学意识和符号寓意;图像商品生产的经济规律;人的知识构成在图像生产中的作用;图像符号拜物教的产生;图像的批量生产所导致的价值观和伦理观的改变,等等。

“过去我们读书,今天我们读图——所读之图,有静止的,也有活动的,甚至还配有声音,比如影视、广告、MTV、动漫等。这些或静止、或活动、或孤立、或连续的图像,铺天盖地,无时无刻不冲击着现代人的眼球”^①。“读图时代”成为人们逐渐熟悉和接受的社会背景。在越来越功利的时代,视觉超越听觉,图像替代文字,电子媒介的图像传播的优越性和诱惑力无比巨大。一切提供观看信息的图像媒介,如电影、电视、戏剧、摄影、绘画、时装、广告、形象设计、网络视听……都成为读图时代最为主要的渠道。各种图像在现代社会已成为主宰人们生活的主要工具。

厘清图像一词的含义,需要寻找其辞源。图像一词在现代汉语大词典中的意思是:绘制、摄制、印制的形象。

在《辞海》^②中“图”的意思有几种:

1. 用线条、颜色显示出来的事物形象。如:地图;心电图。《周礼·夏官·职方氏》:“掌天下之图,以掌天下之地。”

2. 绘画。如画影画形。司马相如《子虚赋》:“众物居之,不可胜图。”

3. 谋划。《诗·小雅·常棣》:“是究是图。”

4. 谋取。《国策·秦策四》“韩魏从而天下可图也。”

5. 法度。《楚辞·九章·怀沙》:“前途未改。”

6. 指河图。《易·系辞上》:“河出图,洛出书,圣人则之。”详“图签”,“图策”。

7. 旧时区划地方的单位名称。如一都二图。

在《辞海》中“像”^③的意思有:

1. 人物形象的摹写或雕塑。如肖像;画像;石膏像。

2. 从物体发出的光线经过光学系统(透镜、镜、棱镜或他们的组合)后形成的与原物相似的图景。由光线实际汇聚而成的像成为“实

① 陈平原:《“这是一个读图时代”吗》,《北京日报》2004年8月2日16版。

② 《辞海》中卷,上海辞书出版社1989年版,第20、30页。

③ 《辞海》上卷,上海辞书出版社1989年版,第685页。

像”，由发散光线在其相反方向的延长线（即虚线）会聚而成的像称“虚像”。

3. 法式。《楚辞·九章·橘颂》：“行比伯夷，置以为像兮。”

4. 相似。如：他像他父亲。

5. 好像。如：像要下雨。

6. 如同。如：像他这样的人很难得。

按照《英汉大词典》image^①的解释：

作为名词(n)：1. 像；画像；肖像；塑像；偶像。2. 映像；影像；图像；镜像。3. 外形，外表；酷似的人(或物)，翻版。4. 头脑中的形象；概念。5. 典型，象征，化身。6. 生动的描绘。7. (修辞中的)比喻。8. (数)像点，像。9. (心)表象，意象。10. (古)幻觉，鬼怪，幽灵。

作为动词(vt, vi)：1. 画……的像，造……的像。2. 想象。3. 形象化地描绘。4. 反映。5. 放映。6. 象征。7. 与……相像。8. 照相，成像。

可以看到，关于图像的解释，既有作为客体的具象，也有作为主体的主观行为及意识观念，本书涉及的图像时代是以具体的图像为背景，在此基础上产生的种种经济的、哲学的、人文的理论分析路径，以期从此获得对图像时代的深度把握。

第一节 图像经济时代的到来

一、人类图像发展的历史溯源

在原始部落时期，人们的沟通和交流依靠的是众多的图像符号，是一种直观的摹画产物，如洞壁上的图腾、记号等。许多文化人类学家都指出，原始的居民可能数不过两位数，但却能依靠图像记清楚很多事物，比如第一次到过的地方。图像扮演的角色极为重要。

进入原始社会后，人们之间的沟通和交流越来越多。由于图像在表达上过于繁琐，图像逐渐简化成文字符号，文字慢慢开始代替图像的

① 《英汉大词典》，上海译文出版社1989年版，第1610页。

作用,图像的功能随着文字的推广逐渐势弱。随着历史的发展,在所有文字配画的历史典籍中,图像仅仅是文字的进一步说明。古代对图像的生产 and 认识,停留在对物体真实的反映上,缺乏对它的商业认识,更多的是对历史事件的图说。古典时期的视觉文化是以金属、机械为技术,以印刷、书写为媒介,以绘画、雕塑为表现形态,以实像为特征的视觉文化。这个时候的图像还处于文字的从属地位,人与人之间,人类与自然之间的沟通更多依靠文字。图像只是对思维和认知的补充,仅仅是人类认识世界的工具之一,是感知存在的对象。

然而到了现代工业社会,图像不甘于成为文字的附属物,特别是随着现代技术的发展,图像大规模的生产和复制使其成为获取利益的主要工具,图像所承担的传统使命被消解了,而成为现代社会一种具备极大商品属性的产品。从整个人类的图像发展史来看,图像经过一个凸显到弱化再到扩张的过程。我们可以试图把这一事关人类视觉发展的历史作一个大致的分期,从中可以看到,人类在依靠图像的历史中,是如何完成几次重大的飞跃的:

第一阶段——原始部落时期:在这一阶段原始部落和氏族社会中,岩画、图腾、各种记号等图像充斥着整个成员间的生活,各种特色鲜明的标志性形象成为政治、宗教、血缘等信息表达的工具。

在文字出现之前的漫长时代,人类为了谋求生存,逐渐积累生活的经验和知识。图像作为人类早期认识外部世界的主导因素和媒介,在传递信息和交流情感中起着重要作用。一些艺术性的图像充分再现出当时的生活环境,表达了原始人在宗教仪式中的态度。这个时期图腾充当了重要的工具。图腾作为人类寻求精神上生命延续的视觉表现,它已不仅仅是对世界的反映,还在于这些图像象征着社会权力。整个部落的凝聚依靠对图像的膜拜,有时掌握图像就是掌握一定的权力,如部落首领往往以一幅图像作为自己的象征。在这一时期,原始部落的图像还有许多简单的绘画和雕刻作品,比如岩画、塑像、陶器、陶俑以及服饰上的图形和图案。一些岩画就表现了当时原始人狩猎后的喜悦心情。在中国陕西临潼郑家庄出土了一件6 000年前的“庙底沟类型陶塑人像”。人像头戴厚实的圆帽,形象生动,生活气息浓厚。在西方具

有代表性的有威伦道夫的“维纳斯”(Venus)。这件女性雕塑,头发呈波浪纹状,乳房、腹部、臀部夸张凸显,极为丰满。研究者认为,这尊塑像是“女神”(Mother goddess)的意思,有“丰盛崇拜”(fertility cult)的象征,代表“性的繁殖与生产”之意。原始部落时期,图像的功能大于文字的作用,人们依靠它来表达自己的世界观和价值观。

第二阶段——阶级形成时期(奴隶制形成时期):这一时期,图像架构、象征意义规范以及集体身份认同基本建立。图像在这一时期代表了阶级的身份和地位的认同。始于殷商时期的“甲骨文”,被多数史学家和文学家认为是中国文字较成熟且完备的标志。到了西周时期,“政治社会的等级制度”已逐步建立,出现了奴隶主和奴隶,贵族与平民的严格区分。而所谓艺术家(即图像制作者)大多出身奴隶阶层,他们把图像的制作朝着易于使用的方向发展,同时也注重图像的审美性,而且此时的图像具备了更多的身份和权力的象征意义。一个重要的变化就是,此时图像逐渐向文字符号演变,图像开始发展成象形文字,并开始向表意文字发展,具象变成抽象,图像变成线条,表意的范围大大超过了具象。类似文字的符号开始出现在陶器上。

有学者认为,随着周代服饰制度的大致完备,服装也成为一大图像景观。随着陵墓丧葬艺术的大量涌现,图像在其中得到极大的发展。许多出土的古代陵墓艺术中,刻画了许多极为精彩的图像,陵墓图像表现的是墓主人对死后灵界生活的美好向往,一方面是为了炫耀和延续生前的阶级身份,另一方面是缓解对死亡的恐惧。这些陵墓图像所演绎的是当时当地人类的生活习俗、生死观和神灵观念。此时,图像渐渐由对自然神或者说部落图腾的崇拜,转向了对阶级身份的认可,并且对人的社会地位的确立起了很大作用。可以说,在阶级形成时期,图像更多成为一种身份和权力的象征。

第三阶段——封建宗法时期(资本主义大工业前):在此阶段,出现大量的绘制山水、人物的中国国画,以及出现大量的西方油画,许多图像表现宫廷和教堂的景象。绘画的技术有很大的提高,图像作品成为少数统治阶级的审美对象。除了表达少数人的审美情感外,此时的绘画很大程度上成为统治者的工具。