

西方当代
视觉文化
艺术精品译丛



Contemporary Western
Visual Culture & Art

常宁生 顾华明 主编

SEEING IS BELIEVING

AN INTRODUCTION TO VISUAL
COMMUNICATION (third edition)

Arthur Asa Berger

眼见为实

——视觉传播导论(第三版)

[美] 阿瑟·阿萨·伯杰 著

张磊 韩秀荣 李广才 译

西方当代
视觉文化
艺术精品译丛



Contemporary Western
Visual Culture & Art

常宁生 顾华明 主编

SEEING IS BELIEVING

AN INTRODUCTION TO VISUAL
COMMUNICATION (third edition)

Arthur Asa Berger

眼见为实

——视觉传播导论(第三版)

[美] 阿瑟·阿萨·伯杰 著

张磊 韩秀荣 李广才 译

图书在版编目(CIP)数据

眼见为实: 视觉传播导论 / (美) 伯杰著; 张蕊, 韩秀英, 李广才译. —南京: 江苏美术出版社, 2008. 8
(西方当代视觉文化艺术精品译丛)
ISBN 978-7-5344-2514-1

I. 眼… II. ①伯…②张…③韩…④李… III. 视觉形象—研究 IV. J9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 127034 号

Original ISBN-13: 978-0-07-353425-1

Copyright © 2008 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition is published and distributed exclusively by **Jiangsu Fine Arts Publishing House** under the authorization by McGraw-Hill Education (Asia) Co., within the territory of the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan. Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. Violation of this Law is subject to Civil and Criminal Penalties.

登记号: 图字: 10-2008-289

主 编 常宁生 顾华明
责任编辑 王林军
装帧设计 卢 浩
责任校对 赵 菁
审 读 章 浩
责任监印 贲 炜

书 名 眼见为实
——视觉传播导论

出版发行 凤凰出版传媒集团
江苏美术出版社(南京中央路 165 号 邮编 210009)

集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>

经 销 江苏省新华发行集团有限公司

制 版 南京展望文化发展有限公司

印 刷 江苏新华印刷厂

开 本 652×960 1/16

印 张 20

版 次 2008 年 10 月第 1 版 2008 年 10 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5344-2514-1

定 价 35 元

营销部电话 025-83248515 83245159 营销部地址 南京市中央路 165 号 13 楼
江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换



总序



人类的文化从视觉认知和感受的角度，可以分为文本文化和图像文化两大类。文本是人类文明发展到一定阶段为了更系统准确地传达和沟通的需要而创造的一种符号系统，图像则是人类对自然世界的模仿和想象所创造的另一种表现与传达的方式。在文字还未出现之前的史前时代，原始人类就已经开始制作图像。这一传统一直延续至今，从未中断。如果说文学、哲学、语言学研究的主要对象是以文本系统为主，那么艺术史和视觉文化研究则主要是以图像作为其研究的对象。长期以来，艺术史学科在我国一直处于相对边缘、不受重视的状态。不知是何原因，整个 20 世纪中国著名的综合性大学都具有强大的文史类专业，却很少设立艺术史和视觉文化专业学科。通常都将这些专业放在艺术院校和单科的美术学院内，而这类院校又以艺术创作与实践为主，艺术史作为公共课一直置于边缘状态。相比之下，西方的著名大学和综合院校则普遍设有艺术史与视觉传播专业，其研究和教学均产生了广泛而深远的影响。

自 20 世纪 80 年代以来，西方艺术史学科的发展出现了一些新的变化和理论的转型。这些新的变化主要表现在三个方面：一、艺术史研究的对象不再局限于“精英艺术”和“高雅艺术”，而逐渐扩展到“大众艺术”和“通俗文化图像”；二、艺术史研究的视野不再局限于西方艺术，而扩展到亚、非、拉美等世界范围的艺术图像上；三、艺术史的研究方法也不再局限于本学科的理论方法，而选择和吸收了其他相关学科

的一些方法和理论体系,如符号学、现象学、阐释学、社会学、心理学、解构主义、女性主义以及文化研究理论等。这意味着传统经典的艺术史正在向一种跨学科和多元性的新艺术史转向。美国芝加哥大学教授W.J.T.米切尔指出,当前学术界以及公共文化领域正在发生一种关系错综复杂的转型。这一转变被称为“图像的转向”,由此艺术史学科将会从理论的边缘性转化到学术中心的位置。今天,艺术图像和视觉文化研究正逐渐成为学术和文化研究的中心。

事实上,当今的时代已进入了一个视觉图像为中心的时代,电影、电视、摄影、绘画、雕塑、建筑、广告、设计、动漫、游戏、多媒体等正在互为激荡汇流。这个以图像为中心的时代也就是我们所称的图像时代或视觉文化的时代。随着图像时代的到来,视觉文化研究是近年来国际学术界出现的一个新的跨学科研究领域。视觉文化及其研究已经由一个对从事艺术史、电影与媒体研究、社会学及其他视觉研究者有用的术语,变成了一个时髦的,也许还是有争议的研究交叉学科的新方法。关于跨学科(Inter-disciplinarity)研究,法国学者罗兰·巴特认为,“要进行跨学科研究,挑选一个‘学科’(一个主题)而后扩展到它周围的两三门学科是不够的。跨学科研究旨在创建一门不属于任何一门学科研究的新对象”。

正是基于这样一种认识,我们策划编辑出版了这套“西方当代视觉文化艺术精品译丛”,精选欧美当代著名艺术史和文化研究学者的最新论著译介到我国。本丛书的选题大致可分为如下四个方面:一、新艺术史系列;二、视觉文化研究系列;三、公共艺术研究系列;四、博物馆研究系列。通过这套丛书的编选和翻译,我们希望能够反映和体现出国外学术研究的最新进展和动向,并对我国的文化研究和学术本土化有所裨益。

常宁生 顾华明

2006年7月1日



第三版序言



本书关注的重点在于如何培养视觉读写能力，帮助读者畅游视觉文化。自 1998 年《眼见为实》第二版出版以来，出现了许多与本书关注重点相关的事件。随着科技快速发展，当前数码摄影正在成为人们摄影和抓拍各种图像的主要方式。互联网成为全球交流和消费文化中的重要因素。谷歌网在自己的搜索引擎上推销广告。在最近几年中，谷歌成了媒体大亨。就在我写这篇序言时，谷歌网页占据了 my 电脑屏幕的 1 英寸半的地盘，通过我的皮擦撒 (Pacasa 2) 账户（谷歌公司控制的秀图软件）大约每 2 秒就发送来大量的新图像。

从政治角度来看，骇人的“9·11”事件，以及人们从电视上看到的各种恐怖图像早已让美国人意识到了自己的弱点。恐怖分子——新反面人物的出现引起了我们的关注。2004 年伦敦地铁爆炸案突显了使用监视摄像头的重要性。正是这些摄像头抓拍到了爆炸者们密谋策划的全过程。同时，这件事也展示了人们当前作为被监视对象受监视的程度。因此，面对恐怖主义威胁时隐私权的重要问题就摆在了人们面前。美国人一年内遭受到了形形色色极端分子的恐怖袭击，然而真正成为世界范围内新问题的却是伊斯兰恐怖分子。在报纸杂志、电视报道上随处可见的这些恐怖分子的形象，已经成为人们日常生活的一部分。

《眼见为实》第三版涉及了上述话题——数码摄影的意义、因特网以及全球恐怖主义形象的重要性。此外，此书还探讨了许多其他方面的

话题，例如图像的社会意义、图像与视觉回顾、电子游戏、视觉幽默、消费者文化的新发展和视觉现象。本书中添加了新内容，例如关于艺术理论、雅各布森的传播过程模式、后现代主义和“真实”图像、身份以及漫画小说。

2005年9月，可怕的卡特里娜飓风带来的种种摧毁性景象震惊了美国，因为这些景象让人们看到了新奥尔良还有很多美国黑人的贫穷状况，以及在灾难善后处理上联邦政府令人难以置信的无能。图像的力量是强大的，会带来各种效应。这就是本书关注的内容——图像的力量、塑造灵魂、文化和社会的视觉传播形式。



序

言



1989年本人的《眼见为实》第一版面世。当时我认为，传授给学生一些视觉传播学的基本知识是非常重要的。我想帮助读者们培养视觉读写能力——即理解和创造视觉传播的能力。当今时代，视觉意象在政治、娱乐和日常生活中扮演着越来越重要的角色。我想，如今培养视觉读写能力比任何时候都重要。我们必须学会如何分析、诠释各种图像和视觉传播方式，从而能够更好地判断这些现象对生活产生的影响。

本书的第二版添加了许多新的话题，例如传播模式、道德规范、后现代主义、动画制作以及眼睛处理视觉信息的过程等。同时，第二版还拓展了广告研究和电视广告研究的范畴内容，加强了对符号学、颜色、音乐电视（MTV）的探讨，增加了大量新颖有趣的图像。

我希望这本升级版《眼见为实》可以帮助学生们更好地分析、诠释视觉传播并理解其在他们和他们亲友们生活乃至整个社会中扮演的角色。

读者

近年来，在大学中，尤其是在新闻与传播学院，一场学术运动正在迅速兴盛起来，那就是为培养学生的视觉读写能力做些事情。我们的大学生在毕业时对图像传播、理解图像所隐含的意义以及字体和美术设

计、电影影像和电视影像的区别都知之甚少，这是完全有可能并且很常见的。

但是具有讽刺意义的是，却有相当多的学生有意从事与视觉传播直接或间接相关的工作，比如广告业、公共关系、电视或新闻行业。视觉传播在每个人的生活中扮演着重要的角色，例如看电视、电影，读书看报。人们生活在“信息”社会中，接受的大量信息都具有视觉特征。因此，掌握有关图像如何起作用，学习如何“识读”或诠释图像，理解各种视觉传播方式对人们来说是非常重要的。这些知识对于传播领域（或者相关领域）的学生而言尤为重要，因为他们将是创造和运用这些图像的人，他们要对那些将受到图像影响的人们负责任。

关注大众传媒

本书的一个突出特点在于对大众传媒的关注，提供学习者感兴趣的、熟悉的材料。本书内容主要与美术相关，这点要区别于其他许多涉及视觉传播的书籍。

运用符号学、心理学概念

本书运用了符号学和心理学概念，帮助读者理解如何发现视觉现象意义，明白人的意识如何处理图像。书中谈及的这些概念简洁易懂，大量的插图生动展示了这些理论的具体运用。书中还引用了大量权威观点，对这些理论的理解给予了非常实用的补充，这将有助于本书的学习者更好地理解符号学和心理学原理。

举例经典

本书内容经过了精心设计。既然本书探讨的主题是视觉传播，它

就应该是一本内容设计精美、引人入胜的书，而不应该是拘泥于理论的枯燥说教。本书向读者展现了美术设计和视觉图像的巨大魅力，让本书易学易懂。此外，书中精彩的插图都是精挑细选的佳作，以非常直观的视角和深刻的感染力诠释书中探讨的内容。

可教性

作为教科书，本书具有以下特点：

1. 内容简单易学；
2. 主题内容与学习者的体验相关，能引起学习者的兴趣；
3. 书中图像精彩有趣，生动地阐述了主题内容；

4. 实用性强。读者可以运用书中阐述的大量概念，理解现实生活中的各种图像。同时，本书还要求学习者具体生动、创造性地应用这些概念和理念。

因此，在每章结尾处的“应用”这一部分会要求学习者思考教材内容，并将所学内容应用到实践中，他们将会从这些实践当中不断获取乐趣。

本书还配有《教师手册》，其中为教师提供了大量供参考的活动和练习，教师可以选择作为课堂任务，或留作学生的课后作业；也可以选作讨论题或考题。

撰写风格

尽管本书探讨的内容比较复杂，但正如前文所述，本书的撰写风格体现了较强的可读性。换言之，这是一本入门性的书。夸张地说，这还是一本比较“幽默风趣”的书。

采用这种轻松活泼的风格是为了更好地吸引学生们的注意力，激

发其学习兴趣。这就像是“裹上糖衣的药片”，将书中复杂的内容生动化，激发读者主动接触通常看起来技术性很强的内容，尽量避免他们主观上回避这样的学习内容。

换言之，部分读者可能觉得这不像是本教科书；而且，在笔者看来，它引人入胜的内容设计确实让我与他们产生同感。

本书中蕴含了大量的幽默。这是本书吸引更多读者的另一个特点，也可以缓减阅读时的焦虑感（这样说可能有些理性化。笔者本人也是个颇富幽默感的人，和许多教授一样，认为自己正在训练成为一名出色的脱口秀谐星）。

如果读者们能从本书中得到愉悦，那么本书的目的就实现了一半。倘若书中许多理念、插图和图像（作者本人自创或引用他人的）能给读者带来快乐，使这本书人性化，更让读者爱不释手，那就锦上添花了。本书最大的目的就是让学习者通过阅读此书，学习到有关视觉传播学的知识。

目 录

总序 / 001

第三版序言 / 001

序言 / 001

绪论 图像与想象 / 001

第一章 眼见为实 / 023

第二章 看的方式——符号学入门 / 055

第三章 视觉传播的成分 / 091

第四章 排版与美术设计：视觉传播的工具 / 123

第五章 摄影：捕获的瞬间 / 151

第六章 电影：运动的影像 / 184

第七章 电视：永不停歇的马赛克画面 / 213

第八章 漫画、卡通和动画：一种艺术形式的发展 / 243

第九章 计算机和图形学——绘图软件创造的奇迹 / 269

人名索引 / 299

参考书目 / 304



绪论

图像与想象



1

视网膜上聚集着大约 25 000 个对色彩敏感的圆锥形细胞，每个圆锥细胞都有神经元。中央凹是视网膜中央的一个小圆孔。令人难以置信的是，中央凹上每平方毫米（一个针头大小的面积）上竟然聚集了 160 000 个细胞。中央凹能使健康的人在视距为 20 英寸处非常准确地看到一个小圆环，尺码范围为 1/96 英寸到 1/4 英寸……人们能够穿针线、挑刺和雕塑，这都是中央视觉的功劳。环绕中央凹四周的是视网膜中区，椭圆形，呈黄色，拥有对颜色敏感的细胞，它使人的视角范围垂直方向为 3° ，水平方向为 $12^{\circ} \sim 15^{\circ}$ 。视网膜中区的视觉非常清晰，但不如视网膜中央凹视力清晰敏锐，原因在于视网膜中央凹的细胞较之更为密集。在别的途径之外，人们还可以通过视网膜中区进行阅读。人们用眼角余光察觉到某个动作时，是在进行外围观察。当视线从视网膜的中间移开时，所看到事物在特征、效果上差别较大，能看到敏感颜色的能力会随着颜色敏感圆锥细胞的逐渐分散而减弱。

——爱德华·霍尔，《隐匿的空间》

尽管图像在生活中随处可见，但它仍是让人觉得很神秘的事物。该如何理解图像呢？它们又是如何激发人的情感呢？在探讨图像时，我们必须先解决上述问题。

图像

人们生活在一个充满可视物的世界里，一个视觉的世界。在观看时，人们已经付诸了大量的体力和情感。像鱼一样，我们畅游在图像的海洋当中，这些图像帮助我们认识世界，了解自我。据估计，人类所接受的信息中，80%都是通过眼睛获取的。

图像遍布在人类社会中，比如在公告栏上、报纸杂志上、电影荧幕上、电视屏幕上，在我们给孩子抢拍的镜头里，在与亲朋好友的照片里以及墙壁上的涂鸦里。这些绘画既丰富了生活，也向外界传递着我们的审美观、社会经济地位和品位。肯尼斯·克拉克在他的著作《观察图画》一书中这样写道：

我认为人能够学会质疑一张图画，以巩固和延续这幅画所带来的快乐；假如艺术不仅仅只是传递快乐的话，那么知道自己喜欢什么离你就不远了。艺术不是棒棒糖，也不是一杯苜蓿利口酒。在我们所能理解的一部伟大艺术品的意义中，细微之处一定与我们自身的生活相关，是为了增强精神动力。看我们这些图画需要积极主动地参与，尤其在初期，还需要一定的理论。

人们通过图像交流。视觉传播是人类生活的核心，许多视觉传播是通过符号，间接地使用各种语言、标识和符号。人的情感状态与创造冲动需要某种视觉和符号的表达产生并保持下来，这一点解释了为何许多组织、机构如此关注视觉现象，比如服饰、制服、符号性的物体、

标识、旗帜、肖像和伟人塑像。

图像需要哲学抽象化，使历史上的伟人显得更真实、具体，或更直接地疏导、激发人的感情。要使人对一个抽象化的事物付诸情感是相当困难的事。因此，宗教团体、政治团体都相当关注英雄人物，或伟人，因为这些人可以刻画得更直观，人们能识别出来，可以内化这些人的思想。

中世纪伟大的犹太哲学家和智者迈蒙尼德（公元 1135—1204 年）在他的经典作品《迷途指津》中探讨了图像。为了理解在圣经《创世纪》篇中的一句话：“让我们用神的意象造人”，他把图像的概念（希伯来语中为 tzelem）与相似性的概念（希伯来语为 demut）和形式（希伯来语中为 taoro）相比较。他在书中这样写道：

图像（tzelem）和相似性（demut）：人们曾经认为，在希伯来语中图像指的是万物的外形、轮廓。鉴于上帝的旨意“用神的形象造人，使之与我们相似性”（创世纪 1: 26），这一假设将人们引到了“上帝肉体的存在”这一纯粹的教义中。由于他们认为上帝有着人的外形，我指的是外貌和体态，那么接受上帝是肉身的这一纯粹的教义也就是顺理成章的了。

但据迈蒙尼德后来对一些段落的解释（我将他的观点简化），他解释“让我们用自己的图像造人”这句话指的是上帝的外形，而非他（她）的视觉图像，外形与精神理念相结合，而非其外貌和体态。

想象力

想象力指人脑超凡的力量，将抽象的、不存在的事物在大脑中形成图像。人脑可以创造性地使用这一能力发明新的图像和理念。我们看到在“图像”与“想象”之间有着强烈的关联。想象存在于人脑，而图

- 3 像对我们而言是可视的、具体的。图像通常是想象的成果，这说明可视性的图像与精神上的图像是紧密相连的。

创造性的定义纷繁多样，许多理论都试图解释什么是创造性，为何只有一些人有创造性（或至少其他人表面看来不具备创造性）。也许，在创造性和想象力（人在大脑中生成图像的能力）之间有着某种联系，图像并非总是具体体现在人的体验中或与人的体验中某些事物相关。

视觉图像可以帮助人们发现事物，在《人类及其象征》一书中，心理学家卡尔·荣格提到了梦中图像在发现苯中所起到的作用。荣格在书中这样写道（1964：26）：

19 世纪德国化学家克库勒在研究苯分子结构时，曾梦到过一条蛇，当时蛇的嘴里正衔着蛇尾（这种代表公元前 3 世纪希腊的拼写法见图 0.1）。他认为，那个梦就意味着苯分子结构是一个封闭的碳环……（图 0.2）



图 0.1 著名的蛇像示意图：蛇口衔尾图——最早发现于公元前 3 世纪希腊文手稿。19 世纪，化学家克库勒做了一个蛇口衔尾的梦，这个梦境帮助他发现了苯分子结构。

——阿瑟·阿萨·伯杰

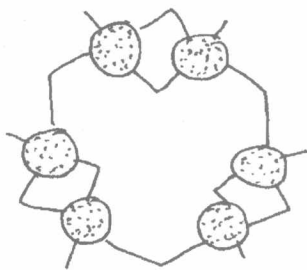


图 0.2 克库勒在他的教科书《有机化学》（1861）画的封闭性碳环示意图。

——阿瑟·阿萨·伯杰

这件趣闻轶事表明，视觉图像与人们所说的创造力之间存在着紧密联系。人们看到的图像，无论是梦中图像还是幻想中的图像，画本上