



影像都市

视觉、空间与日常生活

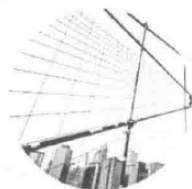
陆
晔
主
编

 复旦大学出版社

影像都市

视觉、空间与日常生活

陆晔◎主编



本书由复旦大学信息与传播研究中心：传统的消逝：影像传播与日常生活：项目组撰写

 复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

影像都市:视觉、空间与日常生活/陆晔主编. —上海:复旦大学出版社,2018.6
ISBN 978-7-309-13716-3

I. 影… II. 陆… III. 传播媒介-研究-中国 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 108798 号

影像都市:视觉、空间与日常生活

陆 晔 主编

责任编辑/朱安奇

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售: 86-21-65642857 团体订购: 86-21-65118853

外埠邮购: 86-21-65109143 出版部电话: 86-21-65642845

当纳利(上海)信息技术有限公司

开本 787×960 1/16 印张 16.5 字数 217 千

2018 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-13716-3/G · 1858

定价: 46.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司出版部调换。

版权所有 侵权必究

本书系教育部人文社科重点研究基地项目“传统的消逝：影像传播与日常生活”（项目批准号：10JJD860003）最终成果

复旦大学新闻学院学生楚亚杰、贺艳燕、胡特、冯剑侠、肖旦婉、倪剑锋、王晨曦、陈岚、梁怡、孙天旻、朱冰清、任家、汪霖同学参与了田野调查和深度访谈，特此致谢。

导言	1
参考文献	4
第一章 影像都市的视觉建构：以 2010 年上海世博会为个案	5
一、2010 年上海世博会：影像都市的特殊标本	7
二、影像都市的视觉建构与再现	10
三、影像都市的观看与公众体验	14
参考文献	19
第二章 户外电子媒介：影像都市的空间重构	21
一、LED 大屏幕：都市公共空间的全新视觉景观	22
二、影像都市：LED 大屏幕与都市空间相互嵌入	29
三、影像都市的空间重构：LED 大屏幕与公众日常生活	36
四、大屏幕与影像都市的公众视觉经验	42
参考文献	46
第三章 文化反堵的视觉表达与反消费主义的都市话语建构	48
一、文化反堵者的构成及其视觉表达切入口	54
二、狂欢理论和民间文化：阐释文化反堵的一个路径	61





三、文化反堵的视觉性与狂欢化美学	64
四、文化反堵反思与中国情境	85
参考文献	92
第四章 真人秀时代的影像与都市梦想的成名再造	96
一、聚光灯下的都市梦：真人秀与影像对名望的再生产	98
二、电视建构都市名望：真人秀的话语实践	115
三、都市梦想与成名话语的社会互动	136
四、都市梦想与影像建构的成名话语反思	150
参考文献	155
第五章 影像传播与亲密关系：社交网络秀恩爱研究	159
一、互联网、影像与当代都市青年的亲密关系	161
二、理解新技术、影像与亲密关系的理论入口：作为仪式的 传播	164
三、网络秀恩爱的影像特征	177
四、仪式：秀恩爱的建构逻辑	201
五、影像重构当代都市青年的亲密关系	223
参考文献	230
第六章 都市景观的影像化与意义共享——以上海城市形象宣传片的 受众解读为个案	236
一、都市景观及其影像化	239
二、上海：一座高度影像化的城市	241
三、都市景观通过影像达成受众的意义共享	254
附录：《力波啤酒，喜欢上海的理由》广告歌词	257
参考文献	258



导 言

陆 晔

城市的意义在于它是一个复杂的人居环境。由于人类本质上是社会性的,传播的质量是个体和群体生活质量最基本的决定因素,因此传播成为城市自主自足、自主诗化、自主长存的基础和动因。早在 20 世纪 60 年代,社会学者简·雅各布斯(2006)就在其著作《美国大城市的生与死》中,将城市描绘成一个极富动态的地方。充满活力、多样化的城市孕育着自我再生的种子。建筑学者凯文·林奇(2001)同样强调城市可以被看作是一个故事、一个反映人群关系的图示、一个整体分散并存的空间……一个充满矛盾的领域。马克·吉罗德(2008)则告诉我们,城市聚集了人的智慧,经历了岁月,也在岁月中发展起来;有些过度繁荣,有些陷入困境;但城市的故事将永远叙述下去,因为它是那么丰富多样。正因为如此,大卫·哈维(2010)才得以在《巴黎城记:现代性之都的诞生》中,从多个维度探讨城市空间生产如何再造新的社会关系和形塑新的共同体。

当今信息与传播技术(Information and Communication Technology,简称 ICT)革命正在重塑信息化时代的城市形态,其中一个明显的特征就是都市的快速视觉化、影像化及其深远影响。在这一背景下,从视觉、空间与日常生活的角度探究城市与传播的关系,是一个有价值的路径。一个城市的视觉可识别性和视觉质量不仅是都市构成的一个重要方面,而且对都市生活的安全感、美感、节奏、象征再现多方面都意义重大。就像凯文·林奇(2001)所说的那样,城市“充满令我们困惑的景观”,但只要城市



景观“清晰可见,那么所有的恐惧和困惑都将被景观的丰富和力量中蕴含的欢乐所取代”(p. 91)。媒介文化学者斯科特·麦奎尔(2013)更是着眼于技术、媒介、城市的关系,认为媒介将都市转变为一种影像,进而藉此代表都市生活。从这个意义上看,影像是都市的透视镜,都市因此得以展示;影像也是都市的载体,都市因此得以延展。

在这里,本项目组力图基于经验研究,发展一系列有关影像都市的理论阐释。所谓影像都市,特指以影像中介的城市。在本研究中,影像和都市的关系从两个层面体现出来,一是影像参与构筑都市,是都市空间的一部分,在都市的实体空间中生产意义;二是都市的影像再现。这两个层面相互介入、相互影响,建构了光怪陆离的都市景观,成为具有高度可识别性的城市表征之一,参与都市意义的维系、协商、冲突、再造。

基于前期的基础性调研,并综合项目开题和中期成果会议上多位专家学者的意见,本项目组在最终成果当中,将“传统的消逝:影像传播与日常生活”这一议题聚焦到“影像都市”这个核心概念,在新技术环境下从实体空间和虚拟空间两个维度展开,以翔实丰富的经验材料探讨视觉、空间与当下青年文化的关系。

第一章“影像都市的视觉建构”借助2010年上海世博会这个高度视觉化的特殊标本,阐释了影像都市这一用于指涉影像中介的都市的概念,正是新技术时代都市时空新关系的一个重要维度,其内涵既包含都市的影像再现,也包含影像化的都市现实。基于技术的影像奇观,是都市的表征,也作为一个重要相面构成都市自身,为进一步开掘有关影像经验与都市经验的关系提供了重要的理论参考。

第二章关注LED大屏幕与都市空间的相互嵌入,在梳理大屏幕发展的国际经验和在地实践基础上,对大屏幕如何构成公众的都市视觉经验进行探讨。在公众看来,大屏幕代表一种全新的大都会审美,它既是都市公共空间景观,是都市现代建筑的高科技表达,也是都市的环境背景。它构成影像都市的基本形态之一。大屏幕嵌入现代都市实体公共空间,不仅强烈地概括出城市的可识别性,也是公众之于影像都市的一个新的视

觉参与维度。

第三、四、五章均着眼于都市青年亚文化在视觉实践领域的行为及意义。

第三章探讨的是作为都市青年亚文化的文化反堵如何颠覆消费主义的视觉建构。通过广告牌劫持和广告颠覆等视觉手法,都市青年与消费主义直接冲撞。尤其基于信息传播技术革命,文化反堵实践更易于获取资源、跨越时空限制,通过一种去中心化的网状路径,呈现新的视觉行为特征。

第四章从影像如何构造名望这一过往较少被研究者关注的理论路径出发,从视觉叙事策略的类型化方式、视觉文本情境的诱导性规则等不同维度,讨论电视真人秀参赛选手如何经由身份、专业等资源与电视真人秀进行交换,以期达成自身的都市梦想并获得个体认同。

第五章的议题是新技术环境下影像传播如何影响都市青年的亲密关系。通过研究恋人在社交网络的秀恩爱现象,发现个人利用影像将日常生活的超常部分抽取出来,加工、美化、表演而使之臻于完美,通过向公众显现亲密关系的理想状态来获得认可并确认实在性,然后再将这些建构重新镶嵌进日常生活的进程。正是通过这样的机制,影像重构了当代都市青年的亲密关系,也成为个人抵抗和建构日常生活的工具。

第六章以上海城市形象宣传片的受众解读为个案,探究影像化的都市景观如何与公众达成意义共享。研究发现,都市景观通过影像达成意义共享的过程,是景观实体、共同的历史人文背景、个体生活经验三者关系相互作用的过程,其中影像十分有助于通过凸显日常生活场景的丰富质感和复杂底色,来激发接受者的共同记忆,促成接受者达成有关都市的意义共享。

通过以上讨论,我们可以看到,公众,尤其青年,是新技术与大众媒介在实体空间和虚拟空间多个维度的都市生活的积极践行者。他们建构、阐释、生产着影像都市的意义,并藉此将他们自身投入到多元、动态、活力的传播系统当中,通过日常实践参与社会生活、寻求个体认同,并且在形

塑积极的公共生活、社会互动和文化凝聚当中承担一定的角色。正如罗兰·巴尔特(2008)所言：“城市是一个话语，而且这个话语实际上是一种语言：城市对其居民说话，我们通过居住、穿行、注视来谈论着我们身处的城市。”从视觉、空间与日常生活的维度，立足于新技术带来的传播革命及其正在显露的深远影响，发展有关影像都市的理论阐释，这一研究我们才刚刚起步，未来还有很长的路要走。

参考文献

- [1] 大卫·哈维. 2010. 巴黎城记：现代性之都的诞生. 黄煜文译. 桂林：广西师范大学出版社
- [2] 罗兰·巴尔特. 2008. 符号学和城市规划. 载罗兰·巴尔特. 符号学历险. 李幼蒸译. 北京：中国人民大学出版社. 199—209
- [3] 简·雅各布斯. 2006. 美国大城市的生与死. 金衡山译. 南京：译林出版社
- [4] 凯文·林奇. 2001. 城市意象. 方益萍，何晓军译. 北京：华夏出版社
- [5] 马克·吉罗德. 2008. 城市与人——一部社会与建筑的历史. 郑圻，周琦译. 北京：中国建筑工业出版社
- [6] 斯科特·麦奎尔. 2013. 媒体城市：媒体、建筑与都市空间. 邵文实译. 南京：江苏教育出版社



第一章 影像都市的视觉建构：以 2010 年上海世博会为个案^①

陆 晔

现代都市不仅是人生停泊的码头，也是我们生活的世界里由空间、景观、人的活动及感受共同构成的特殊所在，是复杂社会的一个有力象征（凯文·林奇 2001）。它巨大，多姿多彩，意味深长，“一座城市无论景象多么普通都可以给人带来欢乐”（凯文·林奇 2001：1）。而其视觉可识别性和视觉质量，不仅是都市构成的一个重要方面，而且对都市生活的安全感、美感、节奏、象征再现多方面都意义重大，“每一个人都会与自己生活的城市的某一部分联系密切，对城市的印象必然沉浸在记忆中，意味深长”（p. 1）。随着新技术的发展，曼纽尔·卡斯泰尔^②（2001）所预测的信息空间正在逐渐取代城市空间的趋势，只是有关都市未来的一家之言。我们必须注意到都市的快速视觉化、影像化及其深远影响：LED 技术致使越来越多的大屏幕嵌入到都市实体空间当中，从 20 世纪 80 年代单纯的技术奇观，快速演化为新的日常文化符号（陆晔，邓之涓 2009）。影像，成为五光十色、光怪陆离的现代都市一个重要的表征。不仅现代都市充满复杂杂质、令人眼花缭乱的视觉影像，而且，进入都市公共空间的影像，

① 本章初稿内容曾刊发：陆晔：《影像都市的建构与体验——以 2010 上海世博会为个案》，《新闻大学》2012 年第 2 期，第 80—85 页；陆晔：《映像都市：大画面スクリーンと大衆の都市への視覚的経験——2010 年上海万博を事例に。5》，*Designing Media Ecology: Design and Society (Special Feature)*，2015，4：100—109。

② 又译为曼纽尔·卡斯特、曼纽尔·卡斯泰尔。





已经越来越超越其作为传统记录工具和欣赏对象的功能,开始参与到都市景观和都市功能的建构当中。这一特质同时极大地丰富了都市视觉可识别性和都市生活视觉质量的内涵——基于影像的视觉经验正在日益成为都市经验的重要组成部分。

在过往有关都市建构的研究当中,都市想象或想象都市(imagined city)是学者们关注的焦点,尤其以文学、电影为切入点的都市想象研究,涉猎面广,成果丰厚(如,赵园 1991;戴锦华 2000;赵稀方 2003;陈平原,王德威 2005;李欧梵 2001;等等)。在传播研究中,都市文化与都市想象也是重要议题(如,Stevenson 2003)。近期国内有学者从传播学视角探讨中国媒介的想象都市(如,曾一果 2011),同时都市自身作为媒介的传播学意义也进入研究者的视野(如,孙玮 2011)。然而,基于影像与都市在当今新技术环境下前所未有的复杂关系,都市想象或想象都市及其意义正在因一个新概念的介入而拓展,这就是影像都市(imaged city)。

所谓影像都市,特指以影像中介的城市(王志弘 2003)。在这里,影像和都市的关系从两个层面体现出来,一是影像参与构筑都市,是都市空间的一部分,在都市的实体空间中生产意义;二是都市的影像再现。这两个层面相互介入、相互影响,建构了光怪陆离的都市景观,成为具有高度可识别性的城市表征之一,参与都市意义的维系、协商、冲突、再造。影像都市的一个具体实例是大屏幕嵌入现代都市实体公共空间,不仅强烈地概括出城市的可识别性,而且令城市时时处于以往要在夜晚华灯初放霓虹闪烁时才会呈现的兴奋状态。在城市的核心地带,大屏幕首先是新的都市景观,是醒目的城市地标,具备所有城市地标的文化特质,又因其绚丽多彩变幻不定的播放内容,与流动的都市生活相映成趣(陆晔,邓之涓 2009)。例如,在美国纽约时报广场^①上,以纳斯达克那块位于第 43 街和百老汇大街交叉处、24 小时播出财经新闻的大屏幕为代表,众多大屏幕

^① 又译为时代广场。

以色彩斑斓的动感影像共同凸显出时报广场作为“世界十字路口”的隐喻和象征意义。同时,影像都市所昭示的意义还在于作为都市的书写者,人与影像互为类像(simulacrum)的后现代文化特征(Fiske 1991)。与作为影像的观看者或接受者的影视观众不同,置身都市的人群和大屏幕上的影像一道构成都市丰富的肌理。人与实体空间的影像并置,相互言说,是影像化都市现实的集中呈现,也是都市生活的践行者,建构、阐释、积极生产影像都市的意义。

一、2010 年上海世博会：影像都市的特殊标本

诞生于 1851 年的世界博览会,经过 150 多年的发展,成为临时性博物馆和超大型主题公园相结合的现代都市复杂景观,其中注册类(以往称为综合类)世博会作为全球最高级别的博览会,从 2000 年开始每五年一次,展示六个月。一方面,世博会从集中展现人类文明与科技进步成果到提供开放、多元文化碰撞空间的演变,使这个临时的博物馆呈现出新博物馆理论所倡导的包容性和促进社会理解的特质。作为全世界各种文化的共同空间,新博物馆理论强调博物馆在参观者的注视和记忆中相互抵触,同时展现它们的异质性,甚至是不协调性,像网络一样联系,相互杂交和共同存活;并且具备创造一个强大的学习经历的潜能(珍妮特·马斯汀 2008)。在这里,文化的体验、异质杂交、传递通过展品与观者的关系达成。另一方面,日益“主题公园化”(李洁,路秉杰 2006)的世博会则进一步凸显了集游乐、科学博览、各类表演为一体的新型都市旅游景观的特质,其展示方式也从实物展示逐步转变为实物、图片、影像、空间、场所等的综合展示。尤其自 1970 年日本大阪世博会的穹顶影院、立体声电影、多块大屏幕组合等影像技术博得参观者喜爱以来,影像越来越成为世博会的重要展示手段。在 2010 年上海世博会上,影像成为绝对主导的展示方式,各类影像技术在不同的展馆内外普遍使用。中国馆主题影片《和谐中国》导演郑大圣感慨:“创作之初,我就知道到时各个主题馆的影像内容会很多。但直到布展完了后才知道,多到了铺天盖地的程度,处处被影像



裹挟。不单单在主题影院，你在任何角落，抬头看，左看右看，LED 显示屏、普通显示屏和各种发光装置到处都有，我没想到影像传播时代被这么超级和超级的方式表达出来。每次世博会都是当时生活环境最生动的体现，我们现在就是一个影像泛滥的时代。”^①



图 1-1 2010 年上海世博会城市人馆的巨幅影像^②

单是世博会主题馆，人们就可以看到每个展馆都有夺人眼球的特色影像：城市人馆“交往”展区有一块 360 度全景投影的圆顶穹幕；城市地球馆用 32 米多媒体无缝拼接投影“球冠”模拟蓝色星球；城市未来馆“昨日之梦”展区用 5 米高的巨幅屏幕播放有关未来世界的经典科幻电影片段。“城市让生活更美好”(Better City, Better Life)的主题为影像提供了多元的表达内容，参观者也对影像表现出极大的热情，其中一个重要的佐证就是以超大屏幕、3D 或 4D、IMAX 等各类影像技术著称的场馆，如沙特馆、石油馆，恰好也是观众排队等候时间最长的场馆。在展出期间，世博园区这个特殊的空间，同时也是主办城市的地标和游览焦点，或者说，就是都市空间的一部分。

这使得 2010 年上海世博会成为有关影像都市具有相当研究价值的特殊标本，它充分体现出影像都市的双重视觉化，即影像传达和阐释世博

① 王倩：《影像时代的世博漫游》，《新民周刊》2010 年 5 月 19 日。

② 文中所有图片，除具体标注出处外，其余均为作者拍摄。

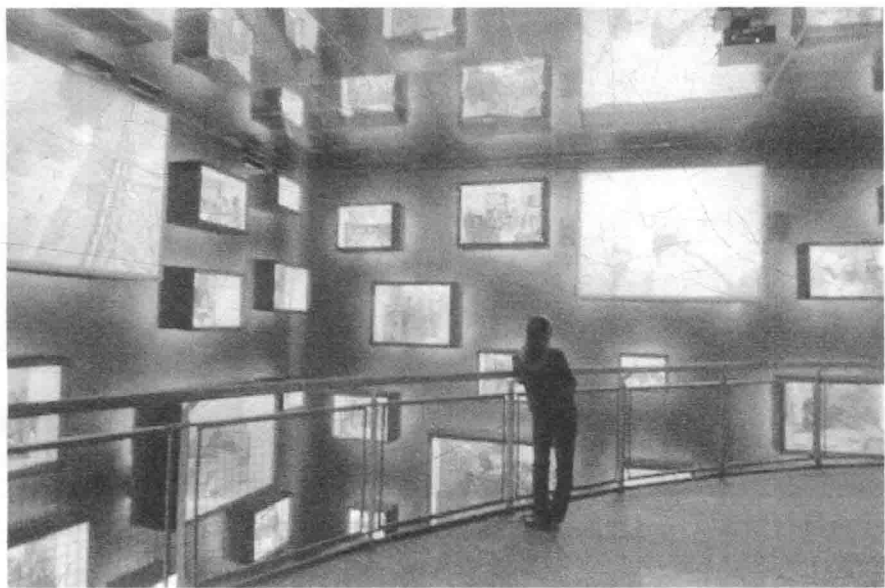


图 1-2 2010 年上海世博会城市人馆由众多屏幕构成的展厅

会的“城市”主题，而“城市”本身在实体空间和再现空间两个层面都是影像中介的。中国馆的《清明上河图》，澳大利亚馆有关城市建设的 360 度环幕动画电影，韩国馆的《和声城市》，希腊馆众多 LED 显示屏播放的 24 小时城市生活……这些关乎都市的影像证据的共通之处均在于都市和影像互为表里。世博会这一兼有博物馆和主题公园性质的临时景观，通过文化感知、传递和异质杂交所呈现的影像都市的意义，经由影像都市的再现与建构、观看与体验的互动过程完成。这一案例所蕴涵的有关影像都市的丰富内涵和特质，值得深入探究。

本章以质化研究的参与观察和深度访谈为主，辅之以文献和文本研究。在世博会期间，项目组收集了各场馆影像（片段）共计 45 条^①。世博会前半程（2010 年 5—7 月），项目组在世博园区的中国馆、西班牙馆、美国馆、澳大利亚馆、芬兰馆、香港馆、台湾馆、城市人馆、城市地球馆等参与观察，聚焦研究主题。世博会后半程（2010 年 8—10 月），项

^① 感谢上海广播电视台音像资料中心和新闻中心评论部世博项目组的帮助。



图 1-3 芬兰馆展厅

项目组在世博园区内对参观者进行开放式访谈，最终筛选出来自全国各地、有观影体验的 148 名参观者做深度访谈。之后，2011 年 5—8 月，项目组通过筛选，对上海本地 12 位年轻白领进行了深度访谈，其中涉及有关世博会的观影记忆，作为对世博会期间的参与观察和深度访谈的补充。

二、影像都市的视觉建构与再现

影像都市既是参与都市实体空间建构的影像，同时也是都市的影像再现。2010 年上海世博会作为影像都市的一个特殊案例，不仅世博园区这个特殊的小型临时都市区域本身就是由大量影像参与建构的，影像本身就是都市的组成部分；而且这些建构都市的影像，也日复一日传递和建构参展方眼里各不相同的都市形象。二者共同阐释“城市让生活更美好”的主题。在城市社会学者看来，都市形象的主要特征是社会性、文化性。都市形象影响人们对城市生活的理解，塑造城市生活自身（Lofland 1983）。因此，都市形象不仅具有可识别性，而且会与都市社会生活的其他方面相互渗透、相互影响。2010 年上海世博会各个国家馆的影像展