

视觉传播 形象载动信息

Visual Communication
Images with Messages (Second Edition)

(美) 保罗 M. 莱斯特 著

北京广播学院出版社

THOMSON



TM

视觉传播形象载动信息
Visual Communication
Images with Messages

[美] *Paul M. Lester* 著
霍文利 / 史雪云 / 王海茹 译

北京市版权局著作权合同登记图字：01-2002-2158号

图书在版编目(CIP)数据

视觉传播：形象载动信息/（美）莱斯特著；霍文利，史雪云，王海茹译．—北京：北京广播学院出版社，2003.2

书名原文：Visual Communication: Images With Messages

中美大学生影视专业在读精品教材

ISBN 7-81085-161-6

I. 视… II. ①莱… ②霍… ③史… ④王… III. 视觉形象-应用-教材 IV.J9

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第005871号

Lester: Visual Communication: Images with Messages (Second Edition)

Copyright © 2000 Paul M. Lester

All rights reserved. Jointly Published by Beijing Broadcasting Institute Press/Thomson Learning. This simplified Chinese edition is only for sale in the People's Republic of China (excluding Hong Kong, Macau SARs and Taiwan).

ISBN 0-534-56142-X

本书中文简体字版由北京广播学院出版社和汤姆森学习出版集团合作出版。此中文简体字版只限在中国大陆地区销售（不包括香港、澳门、台湾地区）。未经出版者书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有，翻印必究。

视觉传播：形象载动信息

作 者：〔美〕保罗·M·莱斯特

译 者：霍文利 史雪云 王海茹

责任编辑：吴三军/陈友军

封面设计：阿 东

出版发行：北京广播学院出版社

北京市朝阳区定福庄南里7号 邮编：100024

电话：010-65738557 65738538 传真：010-65779405

网 址：http://www.cbbip.com

经 销：新华书店总店北京发行所

印 刷：北京中科印刷有限公司

开 本：730×988毫米 1/16

印 张：29.75 彩插 0.5

版 次：2003年7月第1版 2003年7月第1次印刷

ISBN 7-81085-161-6/N·72 定价：58.00元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

目 录

前言 1

第一部分 视觉过程

第1章	感觉·选择·理解 2
	视觉加工过程 3
	视觉传播的圆圈舞 5
第2章	光与色 7
	光从哪里来 8
	光速有多快 9
	颗粒还是光波 9
	电磁能的其他形式 10
	色彩 12
	色彩的社会意义 14
第3章	眼睛、视网膜和大脑 17
	眼睛：从历史中走来 17
	心灵的窗户 18
	眼睛的生理构造 19
	视网膜 22
	光线进入视网膜的路径 22
	视网膜的组成区域 22
	视觉细胞：视杆细胞和视锥细胞 23
	视杆细胞 23
	视锥细胞 26
	视神经 26

大脑	27
大脑皮层	28
海马状突起	29

第二部分 视觉原理

第4章	大脑看到了什么：色彩、形式、纵深和位移	32
	色彩	33
	客观法	34
	比较法	34
	主观法	36
	形式	36
	点	37
	线	39
	形	40
	纵深	42
	产生纵深感的8种因素	43
	位移	50
	真实位移	50
	假象位移	50
	图形位移	51
	暗示位移	52
	脑细胞注意到的是差异	52
第5章	视觉传播中的感觉理论和知觉理论	54
	视觉传播中的感觉理论	55
	格式塔理论	55
	结构主义理论	60
	生态学理论	62
	视觉传播中的知觉理论	63
	符号学理论	64
	认知理论	70

第三部分 视觉形象的价值取向

第6章	广告、公共关系和新闻中的视觉说服 76
	说服与宣传的细微界线 82
	说服的作用 83
	宣传的作用 83
	广告行业中的视觉说服 84
	商业广告 84
	非商业广告 84
	广告的发展趋势 86
	公共关系行业中的视觉说服 88
	广告与公共关系 90
	政治与公共关系 90
	新闻与公共关系 91
	新闻行业中的视觉说服 94
	重新回到戴维·柯比 97
第7章	画面带来的伤害：媒介中的模式化形象 98
	形象强化了固定思维模式 102
	媒介报道和偏见 104
	模式化形象的几个例子 104
	爱尔兰裔美国人的模式化形象 105
	犹太裔美国人的模式化形象 106
	非洲裔美国人的模式化形象 107
	女性的模式化形象 110
	同性恋者的模式化形象 116
	我们所有人能不能都好好地相处 117

第四部分 视觉媒介

	分析视觉形象的6个视角 121
	个人视角 122
	历史视角 123

技术视角	123
道德视角	123
文化视角	125
批评视角	126
视角分析的实施	127

第8章

印刷文本	128
古登堡的传奇一生	131
古登堡《圣经》分析	136
印刷文本与6个分析视角	137
个人视角	138
历史视角	138
技术视角	149
道德视角	158
文化视角	160
批评视角	162
印刷文本的未来发展方向	162

第9章

美术设计	164
巴斯对美术设计的贡献	165
电影	165
包装设计和标识设计	169
《金臂人》片头分析	170
美术设计与6个分析视角	171
个人视角	171
历史视角	172
技术视角	176
道德视角	181
文化视角	182
批评视角	195
美术设计的未来发展方向	195

第10章**信息图表 197****气象图 199**

报纸中的气象图 199

电视中的天气预报 200

科技的影响力 201

《今日美国》信息图表分析 202**信息图表与6个分析视角 203**

个人视角 204

历史视角 204

技术视角 210

道德视角 219

文化视角 220

批评视角 221

信息图表的未来发展方向 222**第11章****卡通 223****《辛普森一家》分析 226****卡通与6个分析视角 229**

个人视角 229

历史视角 230

技术视角 256

道德视角 260

文化视角 263

批评视角 264

卡通的未来发展方向 264**第12章****摄影作品 267****《流亡母亲》分析 271****摄影作品与6个分析视角 273**

个人视角 273

历史视角 274

技术视角 284

道德视角 290

文化视角 294

第13章

- 批评视角 299
- 摄影作品的未来发展方向 300
- 电影 302
 - 奥逊·威尔斯和《公民凯恩》 305
 - 《公民凯恩》分析 309
 - 电影与6个分析视角 311
 - 个人视角 311
 - 历史视角 311
 - 技术视角 332
 - 道德视角 338
 - 文化视角 342
 - 批评视角 347
 - 电影的未来发展方向 348

第14章

- 电视 351
 - 罗德尼·金事件 351
 - 录像带的拍摄和播出 352
 - 审判和余波 354
 - “罗德尼·金录像带”分析 355
 - 电视与6个分析视角 357
 - 个人视角 357
 - 历史视角 358
 - 技术视角 372
 - 道德视角 375
 - 文化视角 379
 - 批评视角 386
 - 电视的未来发展万向 387

第15章

- 计算机 389
 - 计算机在电影制作中的应用 390
 - 计算机与6个分析视角 392
 - 个人视角 392
 - 历史视角 392

	技术视角	405
	道德视角	414
	文化视角	419
	批评视角	420
	计算机的未来发展方向	421
第16章	互联网	422
	互动多媒体	423
	互联网与 6 个分析视角	426
	个人视角	426
	历史视角	427
	技术视角	432
	道德视角	433
	文化视角	436
	批评视角	438
	互联网的未來发展方向	440
第17章	你了解的越多，看到的就越多	444
	影像——先于语言的了解途径	445
	生活在一个充满影像的世界	446
	光的中介作用	448
参考文献		451
译后记		459

第一部分 视觉过程

视觉传播既要依靠眼睛，也要借助大脑，是大脑使人接收到的信息有了意义。积极灵活、充满好奇的头脑能够创造性地记忆和使用视觉信息。了解世界、了解世界呈现给我们的形象，将有助于我们分析各种画面。如果能够批评地分析这些画面，我们将有能力创作出让观者过目不忘的高质量视觉形象。

光有什么物理特性？眼睛如何能够聚焦？视网膜如何采集光线？大脑如何加工、整理和存储视觉形象？了解这样一些基本知识非常重要。由于照相机、摄影机、计算机等现代科技产品的构造都是以同样的原则为设计基础的，所以，掌握光在人的视觉过程中的物理学和生理学特性，将会提高我们运用未来技术的能力和解读革命性视觉形象的能力。没有光，就没有视觉信息。

第1章

感觉·选择·理解

人类灵魂所做过的最伟大的事情就是睁眼看世界……

能看清这个世界，既是一种诗意，也是一种预言，同时还是一种宗教。

——画家 约翰·鲁斯金 (John Ruskin)

想想那些已经构成我们生命中一部分的视觉形象吧：一名职业棒球运动员送的一支破损的球棒；第一次骑自行车时放在车把上的手；读中学时最喜欢的一位老师的微笑；腿上伤口里流出的鲜红的血；乡间漫步时看到的一条小河；恋人意味深长的一瞥。这些视觉信息多年存留在你的记忆里。这些瞬间在你大脑的沟回中变成永恒。这些图画编织着你的回忆。也许有时它们会被尘封数年，但是你总会记起它们，向别人提及它们，因为它们对你有着不同寻常的意义。

再想想那些我们曾经目睹但可能已经忘怀的视觉形象吧：棒球比赛场周围的广告板；第一次骑自行车结束的地方；毕业典礼上和你同席而坐的毕业生；帮你包扎腿伤的大夫；乡间小路两旁花草树木的颜色；恋人家里墙壁上挂的画。实际上，相对于被遗忘的情景，我们能够记住的形象是少之又少的。为什么只有极小一部分视觉形象可以时时被唤起，而其他的绝大部分却被忘记了？

大脑在我们意识不到的情况下自主地整理了所有的视觉信息，并保存了那些成为我们长时记忆中一部分的内容。这种选择过程很大程度上取决于你了解某一信息的欲望有多强烈。对于某个保存在记忆中的形象来说，你必须首先反复唤醒它，经过一段时间以后，这种重复回忆会对大脑造成深刻印象，于是这一种视觉形象就被它永久保存起来了。这些图景也就变成了你的视觉信息库中的一部分。当你看到新的形象时，你会将它与库存画面作比较，并由此产生新的联想。新旧形象持续地反弹进入你的思维过程中，你就可以从中得到所需信息。否则的话，你就会忘记它们。大部分文字和图像信息就是这样被遗忘的。就像演员鲁特格·豪尔（Rutger Hauer）在影片《银翼杀手》（Blade Runner）中所说的：“所有这些时刻都会消失在时间里，就像泪水消失在雨水里。”

本书第8章到第16章采用了许多著名的、经常被转载的图片。它们所传递的视觉信息是如此强大，以致于成千上万的观者都记住了它们。而且每当它们被再一次看到的时候，都会对观者产生新的意义。这些视觉形象鲜明有力、引人注目、易于理解。它们帮助塑造了西方文化，并反映了其中大多数人对这种文化的感受。尽管它们的创作意图、表达内容和传播媒介各不相同，但是，有一点对它们来说是一致的，那就是：它们的生命力要借外物之光。首先要借助自然光，其次还要借助传者创造之光、借助受众理解之光、借助教育传统之光。

■ 视觉加工过程

阿尔多斯·赫胥黎（Aldous Huxley）曾经创作了小说《勇敢新世界》（Brave New World）和其他幻想未来的作品。《观看的艺术》（The Art of Seeing）这本书是他在1942年写成的，书中详细叙述了他如何努力让自己尽可能地看清事物（图1.1）。赫胥黎从16岁就开始患有眼疾，一只眼睛仅仅能够感光，另一只则只能在距离10英尺远的地方看到视力表上最大的字母。在这本书中，他用一部分篇幅描写了自己如何通过身体练习克服障碍，但是他最主要的观点是：能够看清楚往往是能够想清楚的结果。赫胥黎用一个公式总结了他看清事物的方法：“感觉 + 选择 + 理解 = 观看。”

观看的第一步是感觉。感觉，或者说看，仅仅意味着让充足的光线进入眼睛，从而直观地看到周围的物体。从这个意义上也可以说，感觉的效果取决于眼睛的各部分工作得好不好。很明显，受伤或是不能正常工作的



图 1.1 由于单目失明，另一只眼也几近失明，赫胥黎不得不戴着厚重的眼镜。但是，低角度拍摄、低调光效、再加上他本人与读者的目光接触，这一切使得赫胥黎从镜片后面仍然表现出了强烈的个性力量。

眼睛会妨碍人们感受事物。不妨把看的过程当作照相的过程来理解，因为在视觉感觉这个层次上，人对形象的精神加工几乎不存在。

赫胥黎认为观看的第二步是从视野中选择一个特定的元素。所谓选择，就是从感觉能够提供给我们的大量画面中，把景物中的一个具体部分隔离出来。完成这种隔离，要靠光线的集中，以及大脑高级功能支持的眼睛的聚焦特性。选择是由意识和智力控制的行为。面对景象中形形色色的物体，选择要比单纯的看更投入。它启动了一个给视觉对象分类的加工过程，比如，某个物体究竟是已知的、不熟悉的、有意义的，还是费解的。选择就是把某个既定目标隔离在成像最清晰的区域里，即眼球后部视网膜的中央凹里。从景象中选择一些个别目标，这是眼睛的一项生理功能，它能把人的精神活动集中在从其他物体中隔离出来的一个细小对象上。

关于观看，赫胥黎写道：“你了解的越多，看到的就越多。”一个前职业运动员和一个第一次到赛场的人观看同一场棒球比赛，两人看到的效果肯定截然不同。初来乍到者可能会错过球队经理的手势、比分牌上的信息、球从投手到击球手之间的飞行弧线以及其他一些细节，而这些情况那个前运动员都会注意到。

赫胥黎视觉理论的最后一步是理解，也就是说，必须设法弄清楚你所选择的关注目标的含义。只有积极地思考了所见事物的意义，大脑才有可能把这个视觉信息存储到长时记忆库里，让它成为你知识积累中的一部分。

从更高的认知程度上对一个形象进行精神加工，而不是停留在简单的感觉和选择，这意味着必须全神贯注于视野中的既定目标，发现它的意义，而不仅仅是完成一种观察行为。这一切的实现对精神活动的敏锐程度

有相当高的要求。当然，如果面前有一个全新的或是出人意料的事物出现，不用很复杂的精神加工，你也可以把某些特别的视觉元素区别出来。但是，只有当你对相关视觉信息做过分析之后，你才能确切地发现这个情景的真正意义，它才有可能成为你长时记忆中的一部分。

■ 视觉传播的圆圈舞

了解的越多，感觉到的就越多；感觉到的越多，选择的就越多；选择的越多，理解的就越多；理解的就越多，记住的就越多；记住的越多，学到的就越多；学到的越多，了解的就越多。

能不能看清事物不在乎视力好不好，不在乎戴没戴眼镜，也不在乎有没有一台可以观测月球的高倍天文望远镜。感觉、选择、理解，这些过程要求我们有好奇的、怀疑的、有知识的头脑。视觉传播者的目的不是把一个形象刊出或是播出这么简单。他的目的在于通过引人注目的图片，让观者牢牢记住其中的内容。如果观者在思想过程中没有动用这个形象，那这个形象就等于完全没用。作为一个未来的视觉形象消费者或是传播者，你一定想看到让你过目不忘的形象，或是创作出让别人过目不忘的形象。

本书的目的就在于给大家提供一种适用于不同媒介的分析视觉信息的方法。如果没有系统的分析，你可能看到了一个电视图像，却没有注意到画面中的个别元素，你可能意识不到它和整个报道以及你自己的生活之间有什么关系；如果没有这样的思考，你就不能从中得到任何感受或启发，

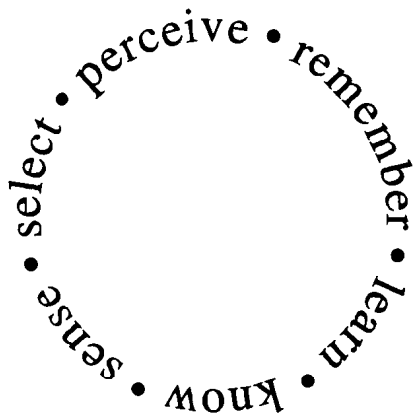


图 1.2 阿尔多斯·赫胥黎的视觉理论可以用一种强有力的视觉信息表达出来。图中所示的一组词被排成一个圆圈，并以圆点分隔。这样，因为二者形状相似，造成了一种很醒目的表达效果。

图中文字：感觉·选择·理解·记忆·学习·了解

这个画面只不过成为众多被你遗忘的视觉信息中的一部分。而分析工作则能让你更持久、更仔细地看一个画面，这是一种令人愉悦的精神行为。这些视觉形象也将成为你认识世界的一部分；你会发现各种形象是如何以一种你不曾知晓的方式联系在一起；你会慢慢变成一个对世界充满兴趣和好奇心的人（图 1.2）。

第2章

光与色

我的一个基本感觉是，思想，还有心灵，必须完全奉献给光所创造的灿烂、魔幻和神奇的世界。

——摄影师 克莱伦斯·约翰·劳林

(Clarence John Laughlin)

纵观人类历史，人们总是被光所迷惑。不同的文明都曾为太阳的每一次升起顶礼膜拜、欢呼庆祝，都有自己崇拜的太阳神。宗教领袖将光等同于生命，并以创世纪开始了《圣经》（图 2.1）。当不同的人群最初发现火时，他们也无不对神奇的火苗和人对它的控制力充满了敬畏。

光是如何进入人的眼睛并在人的头脑中形成图像的，了解这种物理和生理现象非常重要。因为，我们是怎么看到东西的，这事关我们对这个世界了解多少，能观察到多少。受光物体、眼睛和大脑之间的联系，既与三者的物理特性有关，也与我们的心理反应有关。

对于一本研究视觉传播的书来说，从分析光线开始是很自然的，因为没有这种电磁能，就没有形象。不过，光感其实是一种发生在我们大脑中的化学反应，没有眼睛中感光光子产生的刺激，我们就看不到光。因此，了解光线的特性，即它如何塑造我们所见物体的形状，以及它如何引导我们的注意力，对于分析和创作视觉形象就显得至关重要。熟悉与光学现象相关的物理和精神工作原理，将有助于我们理解为什么有的形象被人记