



复旦大学视觉文化研究中心



Konrad
Adenauer-
Stiftung

德国阿登纳基金会

The Era of Picture:
The Theoretical Analysis of Visual Culture Communication

图像时代

图像时代

The Era of Picture:



The Theoretical Analysis of Visual Culture Communication

时代

视觉文化传播的理论诠释

视觉文化传播的 理论诠释

主 编 孟 建 [德] Stefan Friedrich

副主编 刘成付 路 云

The Era of Picture: The Theoretical Analysis of Visual Culture Communication



复旦大学出版社
www.fudanpress.com.cn

图像

图像时代：



The Era of Picture:

The Theoretical Analysis of Visual Culture Communication

时代：

视觉文化传播的理论诠释

视觉文化传播的理论诠释

主 编 孟 建 [德] Stefan Friedrich

副主编 刘成付 路 云



图书在版编目(CIP)数据

图像时代:视觉文化传播的理论诠释/孟建,[德]Stefan Friedrich 主编.
—上海:复旦大学出版社,2005.10
ISBN 7-309-04747-8

I. 图… II. 孟… III. 视觉-文化-传播-国际学术会议-文集
IV. G0-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 106766 号

图像时代:视觉文化传播的理论诠释

孟建 [德]Stefan Friedrich 主编

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编 200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 章永宏 李 婷
总 编 辑 高若海
出 品 人 贺圣遂

印 刷 上海华业装潢印刷厂有限公司
开 本 787×1092 1/16
印 张 20.5
字 数 426 千
版 次 2005 年 10 月第一版第一次印刷

书 号 ISBN 7-309-04747-8/G·613
定 价 33.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究



中国首届视觉文化传播国际研讨会大会现场



复旦大学视觉文化研究中心主任孟建教授和德国阿登纳基金会（Konrad Adenauer Foundation）原驻上海负责人史迪凡博士（Stefan Friedrich）在主席台上



孟建教授在主持会议



史迪凡博士 (Stefan Friedrich) 在主持会议



国际视觉文化协会(International Visual Literacy Association)主席、美国罗德岛大学马焰教授(Yan Ma)接受采访



荷兰萨克逊大学 (UPE Saxion) 托恩·维尔德斯教授(Teun Velders)在大会上发言



德国包豪斯大学教授洛伦兹·恩格尔
(Lorenz Engell)在大会上发言



与会代表参观中德摄影双人展（此展为中国首届视觉文化传播国际研讨会组合活动之一）

序一

视觉世界是一个动态的、复杂的多维世界，它处在永恒的流变之中。在这个追求当下满足的时代，视觉文化和视觉传播业已成为我们日常生活、学术研究和教学内容中至关重要的部分。如果文化和社会研究是视觉文化研究的应有之义，那么，中国这条正在从沉睡中觉醒的巨龙，正是追溯丰富的视觉文化之源的最好所在。中国的视觉文化享有六千多年的历史，而汉字作为以形象为基础和极具艺术感的文字，正是中国视觉文化的最好见证。

复旦大学视觉文化研究中心主任孟建教授及其同事于2004年5月组织举办了中国首届视觉文化传播国际研讨会。会议的成功举办，为来自中国大陆、荷兰、德国、美国、中国台湾、中国香港等国家和地区的学者和研究人员交流学术经验、分享学术成果，搭建了一个全球性的平台，可以说是正当其时。此次研讨会，是中国举办的第一个以视觉文化传播为主题的大型国际研讨会，为中国认识和了解世界视觉文化传播研究提供了一个前所未有的机遇。研讨会取得了圆满成功。参会论文和会议主题演讲质量高、范围广，视觉文化传播领域诸多重要议题都有涉及。这些论文反映了中国视觉文化研究的全貌。如果中国想要成为视觉传播时代平等的一员，她就需要热情迎纳视觉文化和视觉素养(visual literacy)领域的实践。

作为国际视觉文化协会(International Visual Literacy Association)的主席，我非常赞赏视觉素养是视觉文化研究不可分割的一部分的观点。视觉素养研究20世纪60年代中期发端于美国。John Debes，国际视觉文化协会历史上最重要的人物之一，1969



年对视觉素养作了如下定义：

“视觉素养系指人类通过观看，同时整合其他感觉经验，发展出一组视觉能力的素质。视觉能力对正常的学习过程来说具有基础性的作用，有视觉素养的人能发展出这些能力，并据以理解和区分其环境中的可视动作、物体、符号，无论它们是自然的还是人工创造的。对视觉能力的创造性运用，使人和人之间的交流成为可能。将这些能力运用于鉴赏，人们就能理解和欣赏视觉传播方面的经典之作。”

视觉素养对想在国际经济、政治、商业、传播、艺术、媒体、教育及相关领域取得成功的人来说至关重要。因其所涉领域众多，视觉文化传播的研究者往往来自不同的学科：艺术、科学、传播理论、符号学、图形设计、摄影、摄像、媒体研究、建筑、商业、教育及教育技术、教学设计、健康、心理学、语言学、哲学、文化人类学、大脑研究、计算机应用等。

今天，我们已经进入了视觉媒体环境，形象常常在各种情境中浮现，并且经过了剪辑和数字化处理，所以对视觉形象进行分析的能力显得尤为重要。不论在哪种文化之中，懂得怎样评估视觉媒体，以获得对媒体信息的准确理解和对媒体表达谬误的判别，对一个见识广泛、明达事理的公民来说，都是非常紧要的事。精确分析和理解视觉媒体的能力对全球网络的形成同样至关重要，因为全球网络主要建基于视觉形象设计之上。互联网潜能巨大，能够基于商业、社会和政治互动等目的将不同的社会和文化团体聚合起来，而对各种文化团体的视觉描绘对于有效沟通是必不可少的。在全球网络化的过程中，我们对视觉媒体正在扮演的角色的理解将有赖于我们对跨文化视觉表达的社会—文化意义的把握，这一点可能从来还没有像今天这样清晰地显现出来。我们通过视觉形象相互表达并将这些表达作为社会和文化评论而加以理解，这种方式将成为媒体生产、视觉文化研究以及媒体分析的中心环节。

该书是此次研讨会参会论文精华的集结，它为中国今后的视觉文化传播研究盛举提供了一个成功的开端。这些论文将有助于学者们理解什么是视觉文化，以及在中国如何开展视觉文化研究。

尤为重要的是，本书是孟建教授及其同事在过去几年中努力工作所取得的成果。自2001年认识孟建教授以来，我和他一直在共同感兴趣的中国视觉文化传播研究领域有着紧密的合作。孟建教授深具学术热情，思维活跃，在中国视觉文化传播研究方面做了大量开创性的工作，他的研究开拓了中国视觉文化研究的新领域，并在该领域一直保持领先地位，同时，也吸引了一大批国内外学者和他一起进行研究工作。由孟建教授主持的复旦大学视觉文化研究中心为中外学者开展视觉文化传播研究搭建了一个学术平台，2004年5月成功举办的中国首届视觉文化传播国际研讨会正是孟教授辛勤工作的成果之一。我相信许多学者都从孟教授及其同事那里获益良多，我只不过是他们中的一员。能有机会和孟教授及其同事一起从事中国视觉文化传播领域的研究，意义重大，亦使我觉得快乐之至。能为这样一本视觉文化传播领域中重量级的学术著作作序，何幸如之！该书内容丰富，既有对视觉文化传播理论的深度诠释，又有对视觉文化传播实践领域的个案分析，既有对视觉文化传播的历史回顾，又有对视觉文化传播学术前景的探讨。我相信，本书的出版，一定能够吸引更多的人参与到视觉文化传播的研究

和实践中来,一定能使中国的视觉文化传播研究向纵深化、国际化方向发展,从而迈上一个新的台阶。在此,我和许许多多读者一样,对孟教授和他的同事们为出版此书所付出的辛勤劳动和不懈努力深表敬意和谢意。

国际视觉文化协会主席 美国罗德岛大学教授 马焰
2005年8月24日于美国罗德岛大学
(刘成付 译)

序二

当今的时代已进入了一个图像时代：电影、电视、摄影、绘画、广告、美术设计、建筑、多媒体、动漫、游戏等正在互为激荡汇流。视觉文化传播在全球范围内极大地影响着我们文明的进程。视觉文化传播研究也已经开始成为当代文化研究和媒介研究中极为重要的方面，在国际间正成为一个跨学科的新兴研究领域。研究视觉文化传播，也是我们更好地理解、诠释和应对当代政治、经济、传媒、文化乃至日常生活现象和问题的必然要求。在此背景下，复旦大学视觉文化研究中心和德国阿登纳基金会(Konrad-Adenauer-Foundation)于2004年5月29—30日在上海联合举办了首届视觉文化传播国际研讨会。研讨会以“全球化：可见的与不可见的——视觉文化的理论与实践”为主题，对视觉文化传播的历史、实践、理论以及对当代社会的影响进行了广泛深入的探讨。

此次研讨会，既有来自高等院校和研究机构的学者、教授，也有来自视觉文化传播实践领域的媒体从业人员代表，特别是一批在视觉文化与视觉文化传播领域享有国际声誉的专家学者也拨冗与会，可以说是名家荟萃，济济一堂。尤其是国际视觉文化协会主席、视觉文化研究的著名专家、美国罗德岛大学马焰教授亲临会议祝贺并主持会议，更使得本次国际研讨会熠熠生辉。他们紧紧围绕视觉文化基本理论、视觉文化与影像传播、新技术与视觉传播、视觉文化传播在当代社会中的应用和影响等议题进行了卓有成效的学术交流和探讨。德国包豪斯大学视觉哲学教授 Lorenz Engell 博士在演讲中回顾了视觉哲学的历史，指出了在全球化的今天，以超越主观主义和客观主义的观点将普遍与相对、可见与不可见作为当代视觉哲学研究的重要课题的意义和价值。南京大



学周宪教授总结了视觉文化的三种形态,即复制、虚拟、模仿,阐释了图像技术发展所导致的图形符号与现实世界的不同关系,及其所引起的视觉文化和美学观念的转变。荷兰萨克逊大学 Teun Velders 教授探讨了视觉语言结构及其在教育与媒体实践领域的应用。笔者对 2008 年申奥宣传片做了详尽的视觉文化传播分析。马焰教授则通过对杭州时装模特的考察,从视觉文化传播的角度讨论了中国的媒体和种族问题。学者们还从美术、广告、建筑、电视、网络游戏、动画等多维角度对视觉文化传播现象进行了分析讨论,取得了可喜的成果。大家一致认为,视觉文化时代已经来临,在全球化的大背景下,视觉文化传播已经从各个方面影响并改变着我们与世界的关系。一方面,视觉文化的形成给我们提供了崭新的机遇,应该好好把握,如它给我们提供了与世界互动的新方式,形成了新的视觉文化产业等;另一方面,随着视觉文化的不断发展,各种视觉文化现象和问题也日益凸现,视觉文化传播的研究和视觉素质的培养应该得到重视和加强。

视觉文化传播的研究不但具有极其重要的学术价值,也具有极强的实践指导意义。研讨会成功举行是中国新闻传播学界的一件盛事,它使得中国的视觉文化研究从隐性状态转化为显性状态,从零星研究汇聚成燎原之势,从封闭式研究走向开放式研究,从而成为中国视觉文化传播研究中的一个里程碑,在学界和业界产生了广泛的影响和强烈的冲击力。为了展现此次国际研讨会的学术风貌,总结研讨会的学术成果,让公众了解和分享这些成果,我们特将研讨会的论文编撰成书,以期推动中国的视觉文化传播研究向纵深发展,向世界迈进。

复旦大学视觉文化研究中心成立于 2002 年 6 月,是全国第一个视觉文化传播研究中心。该中心在全国较早地关注视觉文化传播这一研究领域,并率先开设硕士和博士课程。复旦大学视觉文化传播研究中心正在成为国内这一研究领域的重镇。德国阿登纳基金会(Konrad-Adenauer-Foundation)是德国最大的基金会之一。该基金会在支持世界诸多国家,特别是中国经济社会发展的同时,还倾力支持中国的文化与教育事业。此书的出版,得到了阿登纳基金会的大力支持和资助,在此表示衷心的感谢。

我在此要深深感谢德国阿登纳基金会原上海分部负责人 Stefan Friedrich 博士(他现在已调任阿登纳基金会总部担任更为重要的工作)对此次研讨会的鼎力支持和对此论文集的大力资助。我在此也要衷心感谢马焰教授给予本次研讨会的大力支持。同时,也要诚挚感谢复旦大学视觉文化研究中心主任助理刘成付博士为此次国际研讨会的召开和论文集的编撰工作倾注的大量心血,以及其他参与会议组织的同事和同学所付出的努力,当然,还要衷心感谢复旦大学出版社的编辑章永宏、李婷为此书付出的辛勤劳动。

此书的出版及所涉视觉文化传播领域的研究,亦得到了教育部人文社会科学研究“视觉文化传播研究”项目的资助,在此一并致谢。

愿此书的出版能为中国的视觉文化传播研究和实践添砖加瓦!

复旦大学视觉文化研究中心主任 孟建
2005 年 5 月 1 日于复旦大学

目录

一、理论建构：视觉文化传播的深度诠释

- | | | |
|----|---------------------|------------|
| 3 | 不可见之见 | |
| | ——从观念时代到全球时代的德国视觉哲学 | 〔德〕洛伦兹·恩格尔 |
| 11 | 视觉语言结构 | 〔荷〕托恩·维尔德斯 |
| 20 | 模仿/复制/虚拟 | |
| | ——视觉文化的三种形态 | 周 宪 |
| 32 | 镜城突围：消费时代的视觉文化与身体焦虑 | 陶东风 |
| 35 | 动感模拟凝视：都市消费与视觉文化 | 〔美〕张英进 |
| 41 | 影像作为视觉文化 | |
| | ——贝拉·巴拉兹的视觉文化本原论 | 石长顺 唐亚蕾 |
| 47 | 视觉文化研究的现象学之维 | 耿文婷 |
| 55 | 视觉文化：语言文化的提升形态 | 丁莉丽 |
| 65 | 论视觉文化传播的哲学根基 | 刘成付 |
| 74 | 视觉文化传播时代的后技术影像转型 | 李晓虎 |



二、视听阅读：视觉文化传播的现代主潮

- | | | |
|-----|----------------------------|---------|
| 81 | 电视审美与身体文化 | 金丹元 |
| 89 | 眼前无路想回头 | |
| | ——论英韩法印及中国港台地区电影产业对文化交流的启示 | 冯建三 |
| 102 | 影视文化社会身份刍议 | 尤 游 戴元光 |
| 110 | 视觉文化语境中名著改编的审美得失 | 李 立 |
| 117 | 影像暴力的传播 | |
| | ——以动画片为例 | 陈 颖 |
| 124 | 宗教意识的影像文化分析 | 刘华宾 |
| 130 | 电视新闻的镜面包装 | |
| | ——以台湾电视新闻为例 | 徐瑞希 |
| 137 | 可见与不可见 | |
| | ——当代电视媒体的视觉文化解读 | 沈 杰 |
| 144 | 从奥斯卡金像奖看电影影像本体论的嬗变 | 李贺楠 |
| 148 | 论数字电影的影像增殖 | |
| | ——电影数字化对视觉文化传播的重释 | 阚 淼 |

三、视界扩展：视觉文化传播的多维路径

- | | | |
|-----|--------------------|---------|
| 157 | 论图像证史的有效性与误区 | 曹意强 |
| 166 | 当代性与地域性：全球化时代的世界美术 | 常宁生 |
| 171 | 新媒体的叙述 | |
| | ——浮沉在影像库中的千面城市 | [美] 孙绍谊 |
| 176 | 早期女性肖像、生活照的私人性与公共性 | 姚玳玫 |
| 186 | 技术与视觉传播 | |
| | ——来自麦克卢汉“冷媒介”说的议题 | 李 岩 |
| 194 | 后现代视觉景观与媒介革命 | 彭逸林 陆笑容 |



202	广告审美消费对审美主体的重塑	张殿元
211	在现实与想象之间：中国当代摄影与城市化	顾 铮
220	基于主题的视觉传达 ——历届世博会标志设计分析	周 进
225	福柯的眼睛：医学目视的文化意义	钱海红

四、影像个案：视觉文化传播的时代印记

233	申奥片：作为“视觉游说”的经典读本 ——对中国2008年奥运会申办宣传片的视觉文化传播分析	孟 建 阎 瑾
246	申博片：作为一组视觉符号的跨文化意象分析	陶 颖
254	历史与阶级意识：《铁西区》的视觉解读	吕新雨
264	不散的视觉语言 ——蔡明亮作品评析	胡毋意
272	《超级模特》：作为符号的女性身体	葛 星
279	俯视 ——残疾人视觉艺术形象简析	高太梅
288	战争海报：怎样的“视觉-说服”统一体？	黄顺铭 徐 沛 周 丹
299	“超真实”狂欢下的失重 ——以《魔戒》为文本的视觉社会解读	李 杨
305	频道包装中的视觉文化 ——对上海生活时尚频道形象宣传片的解析	祝 嫒

Table of Contents

一、Theory Constructing: In-depth Interpretation of Visual Culture Communication

- 3 Seeing the Invisible
—Visual Philosophy in Germany from the Age of Ideas to the Global
Age 1900 /2000 [Germany] Lorenz Engell
- 11 Visual Language Structure [Netherlands] Teun Velders
- 20 Imitation, Replicate and Virtual Reality
—Three Forms of Visual Culture Zhou Xian
- 32 Breaking Through the Symbolic City: Visual Culture and Body Anxiety in
Consumption Age Tao Dongfeng
- 35 Mobilized Virtual Gaze: Urban Consumption and Visual Culture [U. S. A.] Zhang Yingjin
- 41 Films and TV as Visual Arts
—Images as Visual Arts in Béla Baláze's Visual Arts Fountainhead Theory
Shi Changshun, Tang Yalei
- 47 Phenomenological Approach of Visual Cultural Study Geng Wenting



- 55 Visual Culture: The Upgraded Conformation of Language Culture Ding Lili
65 On the Philosophical Bases for Visual Culture Communication Liu Chengfu
74 Post-technical Image Transformation in the Era of Visual Culture Communication
Li Xiaohu

二、Video and Audio: The Modern Tide of Visual Culture Communication

- 81 TV Aesthetics and Body Culture Jin Danyuan
89 Inspiration from Film Industry in U. K. , South Korea, France, India and China H. K. ,
China Taiwan for Cultural Exchange Feng Jiansan
102 On the Social Identity and TV & Film Culture You You, Dai Yuanguang
110 Success and Failure of the Adaptation of Classics in the Visual Culture Context Li Li
117 Communication of Visual Violence
—The Case of Animated Cartoon Chen Ying
124 Analysis of Image Culture in Theological Sense Liu Huabin
130 Picture Adornment of TV News
—The Case of TV News in Taiwan Xu Ruixi
137 The Visible and the Invisible
—A Visual Culture View of Contemporary TV Shen Jie
144 On the Change of Movie Image Ontology Based on the Analysis of Oscar Awards
Li Henan
148 The Image Multiplication of Digital Films
—Re-annotation of Visual Culture Communication by Film Digitization Kan Miao