



# 《結構符號學與傳播文本：理論與研究實例》

## 學術專書寫作經驗分享

孫秀蕙\*

### 一、本書寫作動機

《結構符號學與傳播文本：理論與研究實例》的寫作動機源自 2001 年 9 月 11 日。當時筆者在華盛頓大學西雅圖校區傳播學院擔任訪問學者，就「網際網路與公共關係」主題進行研究論文寫作。猶記得 2001 年 9 月 11 日清晨，我接到家人電話，謂紐約市世貿大樓遭受攻擊，要我趕快打開電視。透過電視實況轉播，我看到了令人震驚的畫面：恐怖分子所挾持的第一架客機先將大樓撞出大洞，接下來被挾持的第二架客機摧毀了世貿大樓，在著火崩塌之前，絕望的上班族紛紛自高樓跳下，被譽為「世界之都」的紐約頓時淪為人間煉獄。

當時的美國人民個個成了驚弓之鳥，美國政府更為了加強國家安全，採用空前嚴謹的防範措施。除了對內迅速處理善後建築物與人員的損失，並追蹤恐怖分子過去與未來可能的行動之外，美國總統 George Bush Jr. 更在九一一事件之後對國會議員演說，他的講稿訊息透過電視向美國人民乃至於全世界實況轉播，以獲得全民共識的姿態向阿富汗宣戰。就在 George Bush Jr. 發表演說之後，根據 2001 年 10 月 29 日的 *Newsweek* 調查，高達 88% 的受訪者贊成阿富汗軍事行動，且有 78% 的受訪者認為 George Bush Jr. 的反恐計畫「十分周詳」。

從媒體報導的觀點來看，閱聽人對於美國媒體如何建構「衝突」與「戰爭」，並不陌生。George Bush 於 1991 年 1 月所發動的波灣戰爭，和他的兒子所發動的神學士 (Taliban) 之戰，有著相當程度的雷同；1991 年的波斯灣戰爭被學者稱之為「有史以來將文字與影像視為戰爭武器，並運用的最為激

\* 國立政治大學廣告學系教授

底的一次戰爭」(Hiebert, 1993: 29)。Taylor (1992) 指出，波斯灣戰事是電視媒體首次使用直播衛星「實況轉播」的戰爭。比較更早之前的中東戰事，媒體報導的阿富汗戰役不遑多讓，觀眾對於「看電視轉播戰爭」之舉既不陌生，對於 George Bush Jr. 的軍事行動支持程度也相當高。

我所感興趣的研究主題是，從美國政府進行公共關係與說服的角度出發，結合符號研究與敘事學的觀點，深入分析美國總統 George Bush Jr. 於 2001 年 9 月 20 日對國會的演講稿，解讀衝突如何被主講人建構，以說服美國國會以壓倒性票數（四百二十票對一票），贊成 George Bush Jr. 對阿富汗採取軍事行動。當時我和我的研究夥伴陳儀芬想解讀這個二十一世紀初最重要的宣戰文稿，了解此一演講如何合理化戰爭修辭，並深入剖析其符號結構，如何產生強大的說服能量。畢竟，有什麼論述比說服人為某種抽象觀念（如：國家、自由、民主）而奉獻生命更具力量呢？更何況，宣戰文稿牽涉的是集體，而非個人？

## 二、本書定位

臺灣並不缺乏傳播符號研究相關的著作。在中譯本方面，有 John Fiske 的《傳播符號學理論》(Fiske, 1990 / 張錦華等人譯, 1995)、Sonja K. Foss、Karen A. Foss 與 Robert Trapp 合著的《當代語藝觀點》(林靜伶譯, 1996)。在中文著作方面，林靜伶的《語藝批評：理論與實踐》可作為代表(林靜伶, 2000)。經由張錦華與林靜伶的引介及實例運用，為臺灣傳播界奠定了傳播文本及語言分析的基礎。

John Fiske 的《傳播符號學理論》從傳播理論模式出發，結合北美及歐陸符號研究的重要論說，探討傳播文本符號組合與選擇的過程，進而分析傳播過程中，意義及意識型態如何構成(Fiske, 1990 / 張錦華等人譯, 1995)。Foss, Foss & Trapp 合著的《當代語藝觀點》從語藝觀點出發，評介八位歐美重量級思想家之核心論述，並針對這些學者的論著提出回應(Foss, Foss & Trapp, 1991 / 林靜伶譯, 1996)。林靜伶的《語藝批評：理論與實踐》則將不同學派的語藝批評論述，例如戲劇理論與五因分析等，運用於臺灣的傳播文本(特別是以口語傳播為主)之研究(林靜伶, 2000)。

上述符號學譯本或語藝學專書開啟了臺灣傳播符號學研究及其運用。不過，除了 John Fiske 的《傳播符號學理論》以獨立章節介紹源自歐陸的結構主



義學派，並說明如何運用於傳播文本研究之外，其他相關論述仍是有限。從人類傳播的範疇來看，傳播文本約可分為語言及非語言（圖像、影像或聲音）兩部分。而語言又可分為口語及書寫兩大內容。林靜伶在《語藝批評：理論與實踐》一書中，論及語藝批評所分析的對象時，曾經說道：「……語藝批評的範疇是相當廣泛的。但是，不可否認的是文字的論述——尤其是口語的論述——是大多數語藝批評者批評的對象。」（林靜伶，2000：8）在論及非語言符號時，林靜伶指出，非語言文本的「表現形式相當多元，所蘊藏的意涵相當豐富且流動，這些特質可能造成語藝批評實踐的困難……到目前為止，所發展出來的語藝批評方法大多著眼於文字的論述，未必完全適用於非文字論述的分析。」（林靜伶，2000：8）

語藝批評以口語傳播內容的研究為主，除了文本分析的適用性有其局限之外，臺灣的語藝批評論述，似乎認定在傳播文本分析過程中，「美學」及「功能」的討論是互斥的：「文學批評或媒介批評中的敘事批評可能較偏向從美學的觀點分析故事結構或形式，而語藝批評領域的敘事批評則比較從功能的觀點出發。」（林靜伶，2000：99）

關於語言功能及美學（或詩學）的相關討論，以及文本／文類分析的適用性討論，早在二十世紀之初俄國的形式主義學者（Russian Formalists）就已經開啟相關討論，瑞士學者 Saussure 則開創了實用語言學論述，提出了文本分析的核心概念，由法國的結構主義學者傳承、集其大成，對於符號學論述運用於傳播領域有重要啟示。結構主義符號研究的優點是，它的分析適用性極廣，舉凡文學、廣告、神話、繪畫、時尚、建築均可視為符號現象，納入分析及討論的範圍（Barthes, 1977）。再者，採用結構主義符號研究取徑，先從組合軸（syntagmatic axis）的符號組合著手，再從聚合軸（paradigmatic axis）的符號選擇來考量，將可同時解決語言或文本中符號「功能」及意義指涉的「美學」問題。

是故，本書的定位是，從西方語言學及文學研究傳統出發，重新梳理符號學研究的源流及發展，並探討這些概念如何運用於不同傳播文本之研究。全書分為兩大部分：「理論篇」以介紹結構主義學派的符號研究學理為主；「研究實例篇」則將結構主義符號研究運用於各類傳播文本分析。在章節安排方面，「理論篇」特別著重歐陸學派的介紹，例如：源自俄國的形式主義文學及故事研究，以及以法國學者為主的結構主義符號研究。這些重要的符號學思

想及其分析至今仍深深影響文本研究取徑，對於傳播研究更有不可抹滅的貢獻。本書希望可以重返 (revisit) 歐陸的結構主義符號學論述，從符號學基本概念出發，介紹分析主軸及研究面向，並示範如何運用於傳播文本，例如：政治演講、政論節目、網路謠言、平面廣告、宣傳海報……等，希冀豐富媒體與符號研究論述。

除此之外，考量自八〇年代末以降，由於新興網路媒體的發達，資訊的傳遞與流通與傳播理論所描繪的傳統模式已大相逕庭，社會環境的劇烈變動，也影響了符號指涉的變化速度，無論是從「文字文本」到「圖像文本」或「超文本」，傳播符號學研究均需要考量這些新的發展，從「新」來省思研究方法的適切性，為快速變化的文本形式，量身打造出一套合宜的分析取徑。我於 2009 年申請此一學術專書寫作計畫時，透過科技部（前國科會）補助的研究計畫，以符號研究為方法，傳播文本為分析對象，累積了些許研究成果。因此，在本書「實例分析篇」的部分，就藉由不同實例的呈現與分析，以強化臺灣符號學論述與傳播研究之對話。

### 三、本書特色

前人關於符號學理論及研究的討論，大多探討文字作為符號，其組合與選擇過程的考量及其效用。而圖像資料作為研究證據的重要性則受到忽略。事實上，當研究對象轉移至圖像符號學時，分析原則與步驟就必須有所修正。這是因為圖像有其符號組成的特殊性。Saussure 認為在一個符號裡，意符和意指的關係是武斷，甚至斷裂的。但就圖像符號而論，其內容與所欲表達的未必有差異。事實上，大部分的圖像符號屬於 Peirce 所說的「肖像性符號」，這類型符號的特色就在於意符與意指的關係是為雷同、近似。

瑞典學者 Sonesson 指出，雖然圖像與口語文字都相同具有意符（非主題式／直接呈現的）和意旨（主題式／間接呈現的），但我們會將圖像符號的內容「看」（“see”）「作是」（“into”）它的實際表達（Sonesson, 1992）。如此一來，雖然 Saussure 視語言學為所有符號研究的「最佳示範」，但我們在面對和語言之符號功能差異甚大的圖像時，就必須考慮理論適切性（pertinence）之問題，並修正分析應用時的原則和步驟。

圖像符號學（pictorial semiotics）是研究圖像（pictures）作為意義載具（vehicles）的一門學問。不同於語言為研究課題的符號研究方法，圖像符號學



鎖定研究在本質 (material)、結構 (structure) 與表意過程 (signification) 各層面都非常不同的圖像上。為此，許多學者不論是修正語言學派的符號分析法，或是設法開創新的理論架構，都投注相當多的心力。

Roland Barthes 在 “Rhetoric of the Image” 一文中，指出「意象的構成」(the composition of a image) 是「一組意義指涉的複合物」(a signifying complex)，特別是在攝影作品中，能夠「自然化象徵訊息的符號並合理化其引申意義」(naturalizes the symbolic message; innocent[s] the semantic artifice of connotation)(Barthes, 1977: 45)。他對圖像符號這樣不同於語言學研究的符號特性，不但做出深刻的說明，也進而提出分析實例。Barthes 用一個義大利麵的彩色圖文平面廣告為文本，言明該圖像文本表意系統的三個部分元件為：語言式訊息 (linguistic message)、製碼式圖像訊息 (coded iconic message) 及非製碼式圖像訊息 (non-coded iconic message)。不僅如此，他更指出語言式訊息對於兩個圖像訊息有兩大功能：

1. 預設 (意義) 功能 (anchorage)：「文本透過意象的指涉物指揮讀者……遙控他趨向預先選好的意義 (The text directs the reader through the signifieds of image... remote-control[ing] him towards a meaning chosen in advance.) (Barthes, 1977: 39-40)。」
2. 情境 (意義) 功能 (relay)：「文本與意象處於一個互補的關係中……而且要以讀故事的方式來了解整體訊息 (Text... and image stand in a complementary relationship... and the unity of the message is realized at [the] level of the story.) (Barthes, 1977: 39-40)。」

Barthes 的 “Rhetoric of the Image” 一文，不僅是現代圖像符號學的重要作品之一，也奠定了圖像符號的基礎研究方法。從語言學方法出發，他特別注意圖像符號的內容 (content) 及指涉參考物 (referent) 在現實世界中與意識型態相關的聯結。

在義大利符號學者 Eco 的圖像符號研究中，我們同樣可看到語言學方法的痕跡。Eco 認為圖像符號是以慣用語的方式表意，他起初曾設法分解圖像至最小肖像單位 (iconeme)，如同 Saussure 使用的音素 (phoneme) 是無意義的單音，並以此最小肖像單位，對圖像符號進行結構式分析。然而，圖像中的細節卻很難毫無意義。舉例而言，當細節已是最簡為單一顏色時，在不同文化中還是各具不同意義 (Eco, 1976 & 1977)。

另外值得注意的是，圖像符號學的研究對象，廣義而言是為圖像，但圖像組成的本質與表意模式彼此亦仍有差異。比如：廣告與圖畫的不同，不僅在於使用的物質元素（攝影或水彩），更有傳播意圖上的差異（商業的或美學的表達）。自 Barthes 發表“Rhetoric of the Image”一文後，圖像符號學就大致分成兩大流派，一是廣告符號學（the semiotics of advertising），二是視覺藝術符號學（the semiotics of visual art）。也就是說，在建構圖像符號學理論的同時，學者們已注意到為不同分析對象調整分析工具的需要。更進一步來看，在分析廣告時，也應區分圖文平面廣告、電視廣告、報紙文字分類廣告等的個別特性，才能援用最佳的理論根據並發展出適切的分析原則與步驟。

#### 四、結語：結束，是另一個開始？

專書資料蒐集、整理與寫作期間，筆者與陳儀芬持續在政大廣告所召開符號學讀書會，深入指導學生閱讀與分析文本的方法至今。《結構符號學與傳播文本：理論與研究實例》一書也在正中書局的協助下，於 2011 年順利出版。然而，一個研究計畫的結案落幕，也啟發了另一個研究方向的可能。就在今年三月，為抗議執政黨輕率通過服貿協定，臺灣爆發了新一波的學生運動，攻占立法院的學生，除了以文字表達抗議訴求之外，更用大量的視覺圖像來表達他們的意見與心聲。許多藝術學院的學生更進駐街頭，以平面或複合媒材來建構所謂「憤怒的藝術」。「太陽花學運的圖文符號觀察」或許是筆者下一個感興趣的研究主題：這些符號如何運作？為何而運作？產生了什麼樣的效用？值得未來深入探討。

#### 參考文獻

- Barthes, R. (1977). *Image-music-text*. New York: Hill and Wang.
- Eco, U. (1976). *A theory of semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Eco, U. (1977). The influence of Roman Jakobson on the development of semiotics. In D. Armstrong and C.H. Van Schooneveld (eds.). *Roman Jakobson. Echoes of his scholarship*. Lisse: Peter de Ridder Press, 39-58.
- Hiebert, R. E. (1993). Public relations as a weapon of modern warfare. In B. S. Greenberg & W. Gantz (Eds.), *Desert storm and the mass media* (pp. 29-36). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Sonesson, G. (1992). The semiotic function and the genesis of pictorial meaning. In Eero Tarasti (Ed.), *In the representations and institutions* (pp. 211-256). Imatra: International Semiotics Institute.



- Taylor, P. M. (1992). *War and the media: Propaganda and persuasion in the Gulf War*. Manchester: Manchester University Press.
- 林靜伶譯 (1996)。《當代語藝觀點》。臺北：五南。(原書 Foss, S. K., Foss, K. A. & Trapp, R. (1991). *Contemporary Perspectives on Rhetoric* (2<sup>nd</sup> Edition). Long Grove, IL: Waveland Press.)
- 林靜伶 (2000)。《語藝批評：理論與實踐》。臺北：五南。
- 張錦華等譯 (1995)。《傳播符號學理論》。臺北：遠流。(原書 Fiske, J. (1990). *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge.)