

# 第 1 章

## CHAPTER 1

### 符号学分析

要向那些对符号学一无所知或略知一二的人解释符号学的含义,并指出符号学怎样应用在电视和大众文化之中,总是让我心中充满不安。我并不能确定符号学是否就是一门科学,一场运动,一门哲学,或者是一种膜拜的宗教。我只清楚这门学科文献丰富,而且仍然在急速膨胀,同时许多符号学家的著作高度专业化,晦涩难懂。你可能有兴趣了解,亚马逊网站列出了 12 000 多本关于符号学的书籍,谷歌列出了 827 000 条关于美式符号学的搜索结果,以及 3 400 000 条关于欧式符号学的搜索结果(截至 2012 年 11 月 8 日)。于是,我们发现,人们对符号学很感兴趣。

因此,我的任务就具有相当的挑战性——我不仅要解释清楚符号学的基本概念或要素,而且我还要将这些概念应用在电视与电视制作,以及一般的大众文化分析中。这项任务虽然庞大,但我认为可以完成。要完成这项任务,我必须付出的代价

就是简化和缩小重点。我将阐释符号学的基本原理,讨论几种基本应用方式。我希望对符号学有兴趣的人,在读完本章内容和注释的目录之后,能在自己的业余时间进行更深层的探究。

## 学科简史

虽然长久以来,一直有人关注符号和符号沟通的方式[中世纪哲学家约翰·洛克(John Locke)和其他人就已经注意到这一问题],但现代符号学分析的创立者有两人——瑞士语言家费尔迪南·德·索绪尔<sup>①</sup>和美国哲学家查尔斯·桑德斯·皮尔斯<sup>②</sup>(皮尔斯将他的体系称为符号学,这一术语成为符号科学中的主导性术语。索绪尔的符号学在某些方面与皮尔斯的有些差异,但它们都关注符号,因此我在本章中同等对待,不作区别)。

索绪尔撰写的《普通语言学教程》(*A Course in General Linguistics*)在他逝世后于1915年首次出版,他在书中指出了符号学分析的可能性。该书探讨的许多概念可以应用于符号,本章也会对此作出相应解释。索绪尔将符号分成两个部分:能指(signifier)或“语音形象”(sound-image)与所指(signified)或“概念”(concept)。他认为能指与所指之间的关系是任意的,这在符号学的发展史上意义重大。在另一方面,皮尔斯注重的是符号的三个层面——图像(iconic)、指示(indexical)和象征(symbolic)(参见表1.1)。

---

① 费尔迪南·德·索绪尔(Ferdinand de Saussure, 1857—1913),瑞士语言学家,现代语言学奠基人,被人们称为“现代语言学之父”。1857年出生于瑞士日内瓦。其成名作是1878年发表的《论印欧系语言元音的原始系统》。1913年他的学生根据笔记整理成《普通语言学教程》一书。这是一部具有划时代意义的著作,为语言的研究和语言学的发展奠定了科学的基础,对语言学的发展产生了深刻的影响。索绪尔语言理论以语言和言语的区分为基础,认为语言学只能“就语言而研究语言”,排除任何非语言因素的干扰;而就语言来说,必须区分共时与历时,语言学只研究共时的语言系统,排除任何历时因素的干扰;而就共时的语言系统研究来说,只研究形式,不研究实质,“语言是形式,不是实质”的论断就是这一思想的集中体现。所谓语言形式就是组合关系和聚合关系。因此,组合关系和聚合关系就是索绪尔语言理论的核心。索绪尔语言理论的影响不只限于语言学,现代人类学、精神分析学、文学、哲学、戏剧等多个领域都受到它的深刻影响。根据网络资料整理。——译者注

② 查尔斯·桑德斯·皮尔斯(Charles Sanders Peirce, 1839—1914),美国哲学家,逻辑学家,符号学家。皮尔斯对符号研究的主要贡献在于,他发现符号之所以成为符号,主要是由于符号的解释者依据一定的共同体或社会的规范所作的解释或认知。符号自身无所谓指称和表达,而是人们这样理解和规定的结果。也就是人赋予符号以生命,并以符号为工具发展了人自身。皮尔斯在学术史上的贡献主要有两点:(1)其实用主义的哲学思想;(2)建立了符号体系,并对它们做了细致的分类研究,形成了系统的符号学说。

与索绪尔对于符号问题的研究基本上局限于语言符号不同,皮尔斯的符号学说带有浓厚的实用主义哲学色彩,而且把符号问题的探讨推广到了各种符号现象,从而建立了全面意义上的符号学体系。而且二者在有关符号本质问题的许多看法上,也存在根本性的差异。但是,两人都发现了符号的一条最基本的功能,即符号的作用就在于能代表或替代不同自身的他物。根据网络资料整理。——译者注

表 1.1 符号的三个层面

|                  | 图像                  | 指示                  | 象征                   |
|------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| 表达方法<br>举例<br>过程 | 类似<br>图片,雕塑<br>可以看到 | 因果关系<br>烟/火<br>可以推演 | 约定俗成<br>旗帜<br>必须经过学习 |

从这两个起点出发,一场运动应运而生,符号学分析在全球遍地开花。20 世纪初,布拉格和俄国都有重要著作完成。如今,符号学在法国和意大利地位牢固[罗兰·巴特(Roland Barthes)和翁贝托·埃科(Umberto Eco)],许多人都在进行重大的理论探索和实践应用工作。而英国、美国和许多其他国家也取得了一些前沿性进展。

符号学也应用到与传播和信息传递相关的领域中,如电影、戏剧、医学、建筑和动物学,等等。事实上,某些符号学家对于符号学迷恋至深,他们认为**任何事物**(everything)都可以进行符号学的分析,他们将符号学看作阐释性科学的王后,是开启万物意义的钥匙。

皮尔斯认为,解释者必须提供符号的部分意义。他提出,符号“对于某个人来说,从某个方面或某种能力上来看,它代表着某件事物”(引自 Zemean,1977,p. 24)。这不同于索绪尔对符号功能的看法。皮尔斯承认符号学的重要性,原因正如他说的那样,“即使这个世界并不完全由符号组成,符号还是遍布了整个世界”。我们所能看到的任何事物都可以视为一条信息,或者用皮尔斯的话来讲,都可以视作一个符号。如果世界上的任何事物都是一个符号,那么符号学即使不居首要地位,其位置也是非常重要的(符号学家全心全意地拥护这个观点)。

事实是否如此,目前尚待商榷。但毫无疑问,各种各样的人都在使用符号学而且方式十分有趣。然而,美国直到最近才重视它,并且对于符号学的接受和传授也不是十分普遍。有以下几种原因可以解释这种现象:首先,美国人倾向于实务;其次,国际间存在着文化差距。欧洲思想界的重要运动要经过一段时间才能被美国接受,更不要说广受欢迎了。虽然法国人早就“发现”了福克纳(Faulkner)和电影(作为一种重要的艺术形式),虽然皮尔斯已经在美国符号学领域取得了重要的成就,但是美国人仍然要等到符号学在欧洲演化并成熟之后才去关注。

## 意义问题

我们接着就要学习一套新语言,这套语言不同于以往的方式,它是以概念的形式来

分析电影、电视节目、服饰、食品,乃至万事万物。本节讨论的基本问题是意义是怎样产生的,意义是如何传播的。我们将特别关注电视节目(我们在此称为**文本**)以及与之相关的内容。

但是,意义是如何产生的呢?符号学的重大突破就在于,它采取语言学的模式,将语言学的概念应用到其他现象——文本,而不局限于语言本身。实际上,符号学家将文本视为一种类似于语言的事物,其关系是首要的,事物本身并不重要。正如乔纳森·卡勒(Jonathan Culler)<sup>①</sup>所言(1976):

语言学可以研究其他文化现象,这个观念基于两大基本见解:首先,社会和文化现象不只是物质对象或事件,而是具有意义的对象或事件,因此成为符号;其次,社会和文化现象不具有本质,而是受关系网的界定。(p. 4)

符号和关系——这就是符号学分析的两大关键概念。《星际迷航记》(*Star Trek*)这种文本可以被视作一个符号系统,节目的意义来自于符号,来自于汇聚符号的系统。这个系统一般并不明显,必须从文本中探究。

## 符号学的社会层面：个人与社会

符号学可以帮助回答这个问题:个人与社会之间的关系是什么?有人认为只有个人是存在的,而社会是抽象的。乔纳森·卡勒(1986)在他的《费尔迪南·德·索绪尔》(修订版)一书中引用英国哲学家杰里米·边沁的话,“社会是一个虚构的团体,是组成它的成员的总和”(p. 85)。关于符号学的社会层面,卡勒提出了一个有趣的观点:

假定社会是个体组合的结果,每个个体都按照自身利益行事是功利主义的基础。索绪尔、涂尔干以及弗洛伊德已认识到这个观点是错误的。对人类来说,社会是一个基本的现实,而不仅仅是个体活动的总和……如果一个人想要研究人类行为,就必须承认这个社会现实……简而言之,只有当人们接受不同个体及其行为是依附于社会而存在这个基本事实时,语言学和精神分析心理学的存在才可能具有合理性。(p. 87)

因为意义是由社会产生的,所以社会必须教导个体符号意味着什么。具有讽刺意味

---

① 乔纳森·卡勒(Jonathan Culler, 1945— ),美国著名的结构主义文论家。乔纳森·卡勒出身哈佛,在英国牛津大学获得比较文学博士学位,31岁即成为著名学府耶鲁大学的教授,目前执教美国康乃尔大学,是当今西方文学批评界一位重量级人物。在欧陆结构主义和后结构主义被引入美国学界,并迅速获得普及的过程中,他的两部力作——《结构主义诗学》(*Structuralist Poetics*)和《论解构:结构主义后的理论和批评》(*On Deconstruction: Theory and Criticism after Structuralism*),不仅对欧陆结构主义的理论和方法做了准确的梳理和解释,而且使之顺利实现了与英美文学批评传统的沟通和衔接。《结构主义诗学》和《论解构》两书均已在中国出版。根据网络资料整理。——译者注



的是,只有个体存在和社会是抽象概念的想法是人们在社会发展中学到的东西。索绪尔、弗洛伊德和杜克海姆认为“个体有意识或无意识同化的集体社会制度使行为成为可能”(Guller,1986,p.87)。我们不知道文化在多大程度上塑造了我们的感情、行为,甚至我们的身份。因此,意义永远是社会性的。

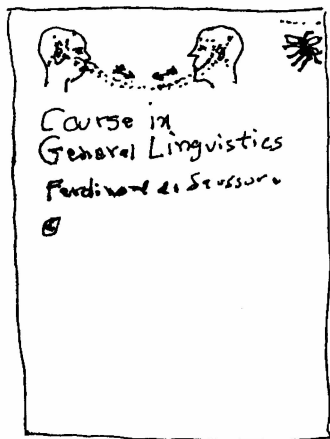
## 索绪尔对符号学的研究

在符号学分析中,内容与形式之间的分割是任意的和临时的,我们关注的是构成文本的符号系统。因此,电视节目里的一餐不再是单纯的牛排、沙拉、烤马铃薯和苹果派,而是传达社会地位、品位、教养和国籍等相关含义的符号体系。

也许引用符号学之父费尔迪南·德·索绪尔(1915/1966)的话会有所帮助:

语言是表达思想的符号体系,因此它类似于文字体系、聋哑字母表、象征仪式、套语(polite formulas)、军事信号,等等。但它是这些体系中最重要。

可以想见,一门研究社会内部符号活动的科学应该属于社会心理学的范畴,因此从属于一般心理学。我将其称为符号学[源于希腊语“符号”(sêmeion)]。符号学揭示的是什么构成符号,什么规律约束符号。如果这门学科并不存在,那么没人能够断定其内容,但是它有权利存在,并且提前划定其领域范围。(p.16)



这就是符号学的特定解释,这个解释为我们开启了媒介研究的大门,因为我们不仅可以研究象征性仪式和军事信号,也可以研究广告、肥皂剧、情景喜剧以及任何“符号体系”的事物。

索绪尔还提出另外一个重要见解,即由于关系的存在,概念才具有了意义。因此,“富”只有在与“穷”相对时才有意义,或者“喜”只有在与“悲”相对时才有意义。“概念在本质上有区别的,它们不是受其正面内容界定,而是为体系内其他词语之间的关系而界定”(Saussure,1915/1966,p.117)。决定意义的不是“内容”(content),而是系统中的“关系”(relations)。“这些概念最精确的特征”就是“别的概念所不具有的内容”(p.117)。索绪尔强调,“符号不是通过它们的内在价值,而是通过它们的相对位置而起作用的”(p.118)。我们很容易在语言中发现这种现象,在文本中也同样如此。万事万物本身并不具有意义。

在考虑对立面的时候,我们必须意识到,相反的概念在某种方式上必须是相关的。概念之间总会有一些主题(并不经常提及)将它们联系在一起。例如:富/财产/穷,或喜/精神状态/悲。多年前,我写过一篇文章,在文中我讨论了蓝色牛仔服,我将其称为“棉花化”(denimization)现象,并与高档服装做对比。表 1.2 列出了一些区别,主题词用黑体标出:

表 1.2 棉布的主题对立面

| 棉布    | 关系   | 高档服装 |
|-------|------|------|
| 低廉    | 成本   | 昂贵   |
| 粗糙    | 质地   | 柔滑   |
| 大量生产的 | 制作   | 手工制作 |
| 百货公司  | 购买场所 | 专卖店  |

如果你觉得有一对词语是相对的,可是又找不到二者之间的关联词,那么很可能那对词语之间并不存在这种相对的关系。

那么,我们可以得出什么结论呢?我认为,符号学分析是研究文本中的意义,而意义源于关系,特别是符号间的关系。不过,符号究竟是什么呢?

符 号

索绪尔(1915/1966)说,符号是概念和语音形象的综合,二者不可分割。可是,他自己又对这些术语不太满意,故而略做修改如下:

我建议让符号(sign)一词表示整体,概念和语音形象分别由“所指”(signified)和“能指”(signifier)代替。所指和能指互相对立,且有别于整体。(p. 67)

能指和所指之间的关系(这很重要)是任意的、无动因的和不自然的。字与概念之间,或能指与所指之间并没有必然的逻辑联系。因此,在文本中找寻意义就变得非常有趣,而且问题丛生。

索绪尔以树木为例,制作了一个一般符号的图解(如图 1.1)和“符号”树的图解(如图 1.2)。他认为,符号与象征之间的差异在于,象征中的所指绝非完全任意的:

象征的特征在于,它绝非完全任意武断的;它不是虚无,因为在能指与所指之间存在着一种自然的有机联系。一杆天平是正义的象征,它就无法被另外一个象征,如古战车,所取代。(p. 68)

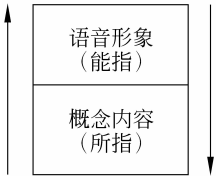


图 1.1 索绪尔的符号图解

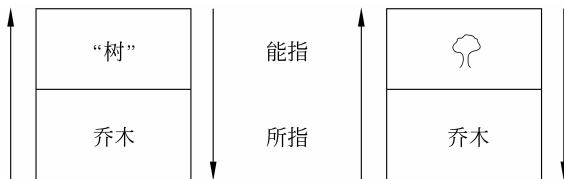


图 1.2 索绪尔的“树木”符号与象征图解

现在我们可以从不同的角度来审视文本,而且可以思考能指是怎样产生意义的。能指是如何产生意义的呢?我们如何了解这些意义呢?如果能指与所指间的关系是任意武断的,那么能指所具有的意义必须经由学习才能了解,那就意味着我们要学会一些结构性联想或符码来协助我们阐释符号(下面我会对此进行更为深入的阐述)。

让我们来讨论电视节目《星际迷航记》(*Star Trek*)中的能指与所指。看过节目的人都知道,这是一部太空冒险科幻剧。我们之所以知道,是因为每一集的片头都会告诉我们,船长的画外音描述了星际战舰“企业号”的使命——探索新世界和找寻新文明,“大胆探寻人类尚未踏足的领域”。我们可以说,科幻冒险是一般的“所指”,而且有几个“能指”来表达这种所指,包括太空舱、未来式制服、激光枪、高端电脑技术、外太空的怪异力量[如斯波克先生(Mr. Spock)尖尖的耳朵,表示他并不完全是人类],以及魔术/科学,等等。

这完全是因为该节目充满了能指,以至于大批的“星际迷”能够开会、穿着奇装异服和销售“移相器”等。可以说,当你获得适当的能指时,你就明白所指是什么了。我顺便需要指出,这也是许多电视广告发挥作用的方法。人们购买了“正确的”产品,一般都是假设(或希望)这些产品代表着某种社会阶层、地位与生活方式等。

这些都基于我们后天所习得的联想,然后这些联想一直伴随在我们左右。每一个人都利用能指与所指之间的联想关系进行沟通交流。在现实生活中,这些关系是任意的,而且变化迅速,因此,人们必须随时保持警觉,紧跟时代。能指可能已经过时,其意义一直都在变化。因此,实际上我们就像符号学家一样,非常关注符号(能指与所指),虽然我们可能从前根本没有听过这些术语。

我们很多人都有过一流符号学家的侦探经历(就像所有的著名侦探一样),不过我们可能并没有意识到这一点,这是因为我们并不知道符号学的存在。让我们来谈谈福尔摩斯(Sherlock Holmes)吧。不可避免,在福尔摩斯侦探小说中,有些场景会让



每一位读者感到迷惑,然后福尔摩斯“解答”了这些疑惑。他读取了他人通常忽略或认为微不足道的符号。在“蓝宝石案”中,华生(Watson)看到福尔摩斯在观察一顶礼帽,礼帽是由一位警察带给他的。华生描述这顶礼帽:帽子陈旧,帽檐褪色,帽身还有裂缝,布满灰尘,脏迹斑斑。福尔摩斯问华生能从这顶帽子中推断出其主人的什么信息。华生仔细观察了一遍,说他什么也看不出来。福尔摩斯接着便非常详细地描述了这顶帽子主人的信息:他非常聪明,家道衰落了,妻子不再爱他了,他习惯于久坐,房间里可能没有煤气灯。华生喊道:“福尔摩斯,你一定是在开玩笑!”于是福尔摩斯向华生指出他是如何得到这些结论的。他仔细观察那顶礼帽,注意到礼帽的某些细节(能指),从而做出推断(描述隐含的所指)。

图 1.3 表明符号是由能指和所指构成。

表 1.3 提供了“蓝宝石案”中的一系列“能指”以及它们的“所指”。从中我们可以看出,福尔摩斯是一位杰出的符号学家。

| 符号         |            |
|------------|------------|
| 能指<br>语音形象 | 所指<br>概念内容 |

图 1.3 符号：能指和所指的结合

表 1.3 福尔摩斯的能指审查

| 能 指             | 所 指             |
|-----------------|-----------------|
| 帽壳大(大的脑袋)。      | 这人很聪明。          |
| 帽子质地优良,但用了 3 年。 | 他没有新帽子,表明他家道衰落。 |
| 帽子几周没有刷过。       | 他妻子不再爱他了。       |
| 帽子上的灰尘是褐色的屋尘。   | 他极少外出。          |
| 帽子上有蜡状污点。       | 屋子里没有煤气灯。       |

福尔摩斯解释了华生的错误:“你未能对你观察到的事物做出推理,你推断的时候过于小心了。”华生说自己从帽子上什么也看不出来,因为他没有意识到这些细节构成的能指所代表的意义。这种失败在读者阅读侦探小说时相当普遍,人们常常忽略关键信息,不知道它们意味着什么。当然,也有些符号学家在推理判断的时候不够小心谨慎,但那是另外一回事。符号和文本(文本可以看作符号的集合)中的意义并非总是非常明显的,它们需要人们进行逻辑推理。我觉得很多人就像华生一样,在归纳推理的时候不够果敢干练。

## 符号的形式

我们必须认识到,符号有很多不同的形式。文字当然是我们最熟悉的形式——它们代表着不同的事物、想法、概念,等等。但是符号还有很多其他我们需要考虑的形式。

## 符号与广告

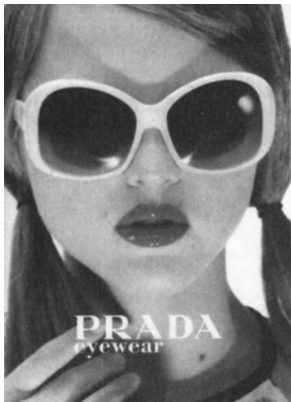
谈到广告的时候,我们通常会认为符号会告诉我们其中的商业因素和这些商业因素的基本特征。各类媒介都可以用来创造广告符号:木雕、霓虹、注塑、油漆以及其他材料都可以构成文字和图像。我们在超市橱窗里看到的广告符号意味着“特价产品”。饭店、商店(进行商业活动的任何地方)都能够看到广告符号的存在。这类符号的基本特征(它们的设计和制作材料)通常能够暗示广告企业是处于高端市场还是低端市场。

很多企业会运用标志和图标作为建立“企业标识”的一种手段,因为人们很容易记住某种标志或图标。一个公司的标志和图标设计[通过运用色彩、形式,通常还有特定的文字和(或)数字]能够帮助人们认识该企业。

营销人员对符号学非常感兴趣,他们用符号学来了解消费者的思维方式,以及考虑购买产品或服务时的想法。品牌现在已成为公司销售产品的主要途径。罗布·沃克(Rob Walker)(2008)在他的《买单:我们到底消费的是什么》(*Buying In: What We Buy and Who We Are*)一书中论述了品牌的作用。他支持新一代人已“看穿”广告的观点。他写道:

每个人都能一眼看穿传统广告。当你看一个30秒的广告时,如果你还没意识到他人正在向你推销东西,那你一定是一个白痴。

但是能辨别不等于能免疫。对于当代青年人来说,引人关注的不在于他们某种程度上是品牌的拥护者,而是想当然地认为一个品牌就像其他东西一样是一个原始的身份。事实上,消费者最善于使用品牌来塑造自己——定义自己,宣布自己是谁以及自己代表什么。实际上,这种观点认为对于年轻人和其他购买这些产品的人来说,品牌的符号学意义是很重要的。在许多情况下,商标所揭示的符号学价值是至关重要的。(p. 111)



## 品牌

品牌在人们塑造自己的身份方面起着重要的作用。普拉达(Prada)广告展示的是模特戴着一副大墨镜,这赋予她一种神秘感。模特鲜红的嘴唇引起了我们的注意并赋予产品一种诱惑。人们戴着像普拉达那样的墨镜不仅可以保护自己免受太阳光照射还可以呈现某种形象。

马赛尔·达内西(Marcel Danesi)(2002)在他的《理解媒介符号》(*Understanding Media Semiotics*)一书中详细探讨了品牌设计。他写道:

显然,品牌名称不仅仅为了识别产品,它们被构造为产品的隐含含义系统。在使用信息层面,当然产品的命名有指示(外延)功能,即它允许消费者识别出他们想要(或不要)购买的东西。但在内涵层面,产品的名称生成的形象远远超出了简单的标识功能。以阿玛尼鞋子为例,在指示(外延)层面,我们识别出这个名字是指鞋子,但这并不是它的全部作用。用制造商的名字命名鞋子而不是某些虚构名称或其他表达(措辞),赋予产品工艺和优质品质的光环。鞋子被认为是艺术家(制造商)的“作品”。实际上,它们被当作“鞋中艺术品”而不仅仅是人人都穿的装配线产品。(pp. 185—186)

我认为许多人用品牌来创立并巩固自己的身份,并用它来获得地位安全感。品牌只是用于区分其他品牌以及穿其他品牌或一般产品的人。在我的文章《品牌本身》(*The Brand Self*)(2011a)中,我认为在一定程度上,我们是我们自己的品牌。

从符号学角度看,品牌是我们用来帮助他人定义我们自己的能指,并且在一定程度上不宜过于简约,可以说我们自己就是聚集打造出的公共身份的品牌……从皮尔斯的角度来看,品牌是象征社会地位的图标。

我们对品牌评价的变化以及我们的审美向时尚潮流开放的事实表明,基于品牌的身份可以不断地修改和改变,这就把有关后现代主义的问题引入讨论。

我们的身份或自我在某种程度上是临时建构的,这一概念是后现代理论的核心概念,我们将在本书的后面加以讨论。

### 物质文化

物品和手工艺品(构成物质文化的东西)也是一种符号,能够传递大量的信息。当我们“解读”(read)人物的时候,无论是在现实生活中还是在广告、商业片和电影等媒介文本中,我们都会注意人物的发型、衣服、鞋子以及身上佩戴的饰品。所有这些东西都是展示和描述这些人物的符号。另外,人物所处的环境也向我们透露很多信息。如果他们是在房间里,我们可以仔细观察房间里的家具和其他物品,比如墙的颜色和悬挂的画作。

很多人类学家通过研究人们的垃圾来收集关于这些人生活方式的信息。这些“垃圾学家”经常得出与他们的研究对象之前告诉他们的,关于品位和生活方式的,自相矛盾的结论。

### 物品和身份

我曾在符号学研讨会上进行了一个有趣的活动。我要求学生回家时找一个他们认为能反映他们性格和个性的物品。他们要把物品放在没有标记的棕色纸袋里,在纸条上写明这个物品反映了他们哪些特点,并将纸条放进纸袋中。我从棕色纸袋中取出的第一个物品是一枚大贝壳。我让学生告诉我,他们认为贝壳代表什么。他们回答了诸如“不

孕”“死亡”和“空虚”之类的话。然后我拿出了学生上交的那张纸条,读了一下她认为贝壳代表的含义:“美丽”“简单”“优雅”和“自然”。这个故事的寓意是,人们并不是总能正确地解读你发送给他们的信息,或者更明确点说,人们很少能正确解读你发送给他们的信息(通过面部表情、肢体语言、衣服、发型等)。



### 动作和表演

由于符号学家和心理学家的工作,我们如今开始关注肢体语言、动作、面部表情和人们发音的方式。这些都是我们用来“解读”人物的符号——也就是尝试着深入了解他们的真实程度、脾气、个性和价值观。

我们必须记住,演员是通过说话、面部表情和身体语言向观众“展示”(reveal)某种特定感情和信念的人。扑克牌玩家也是通过符号进行沟通的。他们会寻找对手表现出来的“泄密之处”(身体动作和面部表情),这会透露出他们的实力或者下一步的打算。扑克牌玩家面对的一个问题是,有时候他们的对手会虚张声势,或者“欺骗”他们。符号的一个缺陷在于,它既能用来表明真相,也就能用来撒谎。

### 音乐和声音效果

音乐和声音效果是用来引起观众的某种特定反应的——很大程度上,这依赖于给定的声音与特定情绪之间的已有的文化关联。我们知道,一个乐句或一个声音是能指,它所带来的情绪则是所指。像所有的符号一样,能指和所指之间的关系是没有必然逻辑关系的,它只是一种约定俗成的东西。

音乐和声音效果对增强电影和电视节目的现实感具有重要的角色。音乐和声音所发挥的作用是暗示观众应该对看到的节目有何感觉。

## 符号与真相

意大利著名的符号学家翁贝托·埃科(Umberto Eco, 1976)<sup>①</sup>说过,如果符号可以说

---

<sup>①</sup> 翁贝托·埃科(Umberto Eco, 1932—2016),意大利著名哲学家、符号学家、历史学家、文学评论家、作家,是全球最知名的符号语言学家之一。曾出版《理论与符号学》、畅销小说《玫瑰之名》,以及《带着鲑鱼去旅行》等。埃科还是位为多家报纸撰写专栏的公共知识分子,透过日常小事对社会现象进行批评。他在欧洲已成为知识和教养的象征,许多家庭都会收藏他的作品。在我国,埃科也在产生越来越大的影响。他曾任教于波罗尼亚大学,住在米兰。他曾于1995年访问中国,并在北京大学发表演说。根据网络资料整理。——译者注



出真相,那么它也可以用来制造假象:

符号学研究任何可以作为符号的事物。符号可以有意换成别的事物。这个别的事物并不需要存在,或者不需要出现在特定时刻符号所代表的位置上。因此,符号学基本上是一门研究任何有可能变成假象的事物的学科。如果某件事物不能变成假象,那么相对的,它也不能说明真相。那么,它就什么也“说明”不了。因此,我认为“假象原理”应当是一门相当全面的一般符号学的课程。(p. 7)

我们来考虑几种方式(参见表 1. 4),让符号来“欺骗”他人,或者说更为善意一点,来“误导”他人。

表 1. 4 作为日常欺骗符号的符号学

| 范围   | 误导性符号              |
|------|--------------------|
| 假发   | 秃顶或其他颜色头发的人        |
| 高跟鞋  | 矮个子可以增高            |
| 染发   | 深色变成金发,金发变成红色,诸如此类 |
| 衬垫胸罩 | 平胸女性可以变成丰胸女性       |
| 职业冒充 | 假装是医生、律师,等等        |
| 假冒他人 | 假装是别人,盗用“身份”       |
| 装病   | 假装生病               |
| 戏剧   | 假扮有感情、信仰等          |
| 食物   | 模仿螃蟹、龙虾等           |
| 言辞   | 避免伤害他人而说的小小的谎言     |

我们生活在一个充满谎言和误导的符号世界中,很多时候我们要花费大量精力来判断自己有没有受到欺骗。大多数时候这些误导的符号是无害的(那些头发是天然深色的染金发者),但在有些情况下(一个汽车司机假装自己是医生),假象就很危险了。埃科认为,符号如果能够用来交流,那它们也会用来说谎。这个论断非常重要。

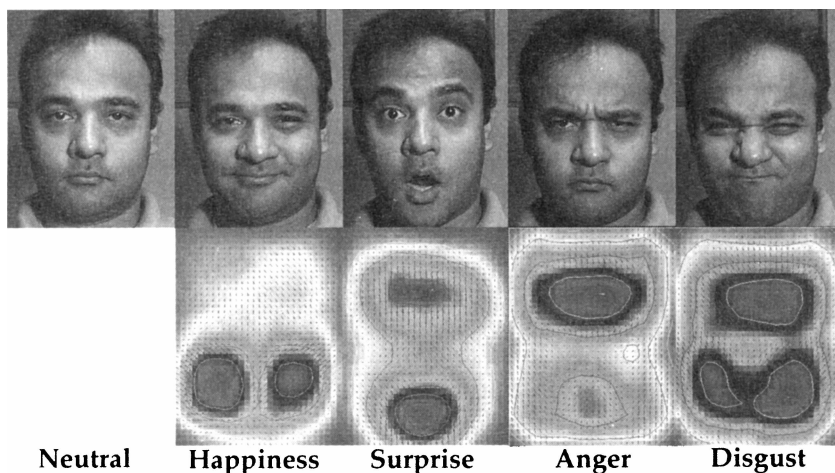
### 面部表情作为符号

心理学家保罗·艾克曼(Paul Ekman)在研究面部表情方面做出了重要贡献。我第一次接触他的作品是在一次国际符号学会议上。艾克曼认为当人们说谎时可以通过仔细观察他们的面部表情和特定面部肌肉群的运动方式的细微变化来辨别。艾克曼的研



究最终划定了八种通用面部表情：愤怒、决心、厌恶、恐惧、漠然、噘嘴、悲伤、惊讶。在向国家科学基金会(National Science Foundation)提交的一份报告中，艾克曼与泰伦斯·谢诺夫斯基(Terrence J. Sejnowski)一同写道(Ekman & Sejnowski, 1992)：

面部表情提供关于情感状态的信息，包括恐惧、愤怒、快乐、惊讶、悲伤、厌恶等情绪，以及更持久的情绪如欣狂、烦躁不安、易激怒；提供关于认知活动的信息，如困惑、专注、厌倦；提供关于性格和个性的信息，包括敌意、社交性、害羞等特征；提供关于诚实性的信息，包括当口头上提供有关计划或活动的虚假信息时会透露出的隐藏情绪和线索；提供关于精神病理学的信息，不仅包括与抑郁症、躁狂症、精神分裂症和其他不太严重的疾病相关的诊断信息，还包括与监测治疗反应相关的信息。



Source: Courtesy of Irfan Essa.

值得注意的是，作者认为可以开发自动化系统来监控面部表情，这可能会彻底变革法律、通信、医学和教育等领域。他们认为面部表情是我们情感状态的“窗户”，在我们的社交生活中起着重要的作用。上图中展示了五种通用面部表情和从“漠然”到其他四种表情所需的活力。面部可能是窗户，但我们通常发现很难通过这些窗户识破并确定某个给定的面部表情实际上是什么意思。

许多人发现各个面部表情之间很难进行区分。

## 超 真 实

让·鲍德里亚(Jean Baudrillard)，一位后现代主义的社会学家(关于后现代主义，我在本书中将详细分析)，认为现实已经被“超真实”(hyperreality)所代替，这意味着符号比

它们所代表的东西重要。就像彼得·布鲁克(Peter Brook)在《文化理论词汇》(*Culture Theory: A Glossary*)(1999)一书中所说的:



**超真实:**这是一个与大规模生产和再生产相关的概念,它意味着在这种大环境中产生的一个物品、事件和经历代替或者说超过了原型,也就是说复制品“比真实更真实”。在法国哲学家和后现代主义评论家让·鲍德里亚(1929—)、埃科(1932—)的作品中,超真实尤其与文化趋势有关,并且在当代美国社会也成为一种普遍的感觉。

在鲍德里亚的讨论中,超真实与发展很充分的形式“拟像”(SIMULATION)是同义词,拟像是指从对真实的看法中解放出来的独立的模仿物。(pp. 121—122)

根据这一理论,拟像(例如迪斯尼)最终对于人们来说比设计时所模仿的真实物反而更重要、更真实。实际上,鲍德里亚甚至认为迪斯尼如今是非常真实的,美国反而是迪斯尼的模仿品!正如鲍德里亚在他的《拟像的精确度》中写道(《拟像与仿真》):

迪斯尼的每个地方都绘制出上至美国的客观轮廓(真实外形)下至个人和人群的形象。迪斯尼的重要性受到微型画和连环漫画推崇。迪斯尼的存在是为了隐藏它才是“真实的”国家,所以“真实”美国就是迪斯尼。迪斯尼以虚构的形式呈现是为了让我们相信其余的都是真实的,尽管洛杉矶和围绕着它的美国不再是真实的,而是属于超现实秩序和仿真秩序。(欧洲高等学院,未注明出版日期)

鲍德里亚阐述了迪斯尼的标志性创作如何塑造了我们的意识以及我们对现实的看法。而现在,迪斯尼拥有漫威漫画和《星球大战》电影专辑。

## 语言与言说<sup>①</sup>

我在前面已经讲过,文本(如电影、电视节目和广播电视广告等)就“像语言”(like languages)一样,而语言学的规律可以应用于文本。语言的功能是通过建立我们所学习的体系与规则来传播信息、感情和观念。正如写作与言说有自己的语法一样,不同媒介的各类文本同样有自己的语法。

<sup>①</sup> 有的英译本译为“言语”(parole)。——译者注

索绪尔区分了**语言**(language)和**言说**(speaking),而这一点在此是有用的。语言是一种社会设置,它由系统化的规则与传统构成,使我们可以言说(或者更广泛地说,可以交流)。每个人以他或她自己的方式“言说”,但这种言说是以人人熟悉的语言和规则为基础的。如《星际迷航记》——我必须指出,我这里讨论的大部分内容都包括叙事(narrative)——可以看作是言语(speech),观众之所以能够理解,是因为观众通晓该语言。也就是说,观众理解符号以及符号所指代的意义。我们懂得该节目类型(genre)的常规,或者说,我们知道什么可以接受,什么不可以接受。我们了解这些符号!

有时候也会出现混乱的现象,节目制作者使用的符号并非观众所了解的符号,这样就造成沟通不畅。一般来讲,事情复杂化的原因就在于,人们并不明白规则与符号,虽然人们对其有所反应,但却不能清晰地表达。在电影或电视节目中,某个场景本意是表达哀伤,结果却引起了观众的笑声,就是这种混淆的例子。

因此,很明显,人们一直都在“言语”。即便他们口头没有出声,但他们的发型、眼镜、衣服、面部表情、姿态和手势等都在向他人沟通或“言说”(也就是说,一直都在进行着表达)。他人只要感觉敏锐,或对符号和能指有所留意,就会察觉到这些信息。马娅·派因斯(Maya Pines)(1982)对此做出了符号学的阐释:

符号学家认为,我们所做的每一件事情都以各种符号的方式发送有关我们的信息。同时,我们也在接收无数隐含在音乐、手势、食品、仪式、书籍、电影或广告等里面的信息。不过我们很少意识到我们在接收这类信息,而解释这些信息运作的规律也让我们感到困难。(p. G1)

派因斯又说,符号学家所做的,就是传授我们如何破译这些规则,“让它们进入意识的层面”。我将我们所发送和接收的信息比作“言语”。索绪尔(1915/1966)告诉我们,言语通常暗示了一种现有的系统,而这种系统本身也在不断演变。

上述内容归纳如下:

(1) 符号学探讨的是,在文本中,尤其是在旁白(或故事)中,**意义**是如何产生并传递的。

(2) 符号学的核心是文本中的符号。符号可以理解为**能指**与**所指**的综合。

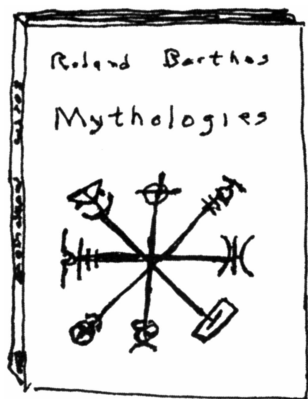
(3) 由于万事万物本身并没有意义,因此符号之间的**关系**至关重要。它类似于文字与语法,即文字组合的方式决定了它的意思。语言是一种社会制度,指示我们如何使用文字,**言说**则是基于语言的个体行为。

(4) **文本**可以看作与言语一样,或者是语法或语言,后者使得文本具有了意义。符号与约定俗成让人们理解叙事里的符号,同时也塑造着人们的行为。

## 内涵与外延

内涵这个词源自拉丁语，意为“一起标记”，指的是逐渐与词汇（以及其他的交流形式）对应到一起的文化意义。一个词的内涵包括与之相关的象征的、历史的以及情感的等方面的问题。著名的法国符号学家罗兰·巴特在《神话》(Mythologies) (1972) 中写到了法国日常生活很多方面的文化内涵，比方说牛排和炸薯条、洗涤剂、雪铁龙汽车以及摔跤。他在序言中写道：

本书有一套双重理论框架：一方面以所谓大众文化的语言工具作为意识形态的批判；另一方面则是从语意学上来分析这套语言的结构。我最近才研读了瑞士语言学家索绪尔的著作，结果得到了一个结论，那就是，如果我们将“集体征象”(collective representations) 视为符号体系(sign-systems)，那么我就能超越过去，仅基于单纯地、虔诚地揭露它们的做法，就能详细地将符合小中产阶级(petit-bourgeois)的文化转型为共通文化神秘(mystification)的目的加以说明。



《神话》的第一章涉及摔跤。巴特(1972)解释说，令他感兴趣的是，摔跤蕴藏着浓厚的阳刚之气、希腊戏剧以及斗牛街的特质，“光线毫无折扣地照射着，感情也毫无保留地发泄着”(p. 15)。他补充道，摔跤不是运动，它是一种表演，是一出“痛苦集”。

他在讨论摔跤中描述一个法国摔跤选手 Thauvin，这个摔跤手的身体向法国公众表明了很多东西：

因此在摔跤中，每个符号都要绝对的清晰，因为人们必须要能当场理解所有的东西。对手一到拳击场，公众就能立即捕捉到他的显著特征。正如在戏院，每种体型所传递的信息要超过其被分配给竞争者角色本身的信息。五十岁肥胖又皮肤松垂的 Thauvin 用

他的身体表现着卑贱的角色,因为他的角色是去表现经典概念中的邋遢鬼,“混蛋”(摔跤比赛中的主要概念),表现为器官上的惹人讨厌。(pp. 16—17)

巴特提到,法国把 Thauvin 称作质量差的肉,意即“臭肉”。那么 Thauvin 的身体意味着可以让法国专业摔跤选手形成任何强烈的情绪。我们也可以对美国专业摔跤中的英雄和坏蛋说同样的话。巴特说,他的目的是制造“一切尽在不言中”(1972, p. 11)的世界,并展示这个世界的内涵,从大的方面来讲,就是指它的思想基础。

相对的,外延(denotation)指词语和其他现象的字面含义或外在含义。例如,芭比娃娃(Barbie Doll)<sup>①</sup>的外延指一个小玩具,1959年首次在市场上销售,最初它有11.5英寸高,胸围5.25英寸,腰围3.0英寸,臀围4.25英寸。与之相对,芭比娃娃的内涵则存在着争议。有学者认为,芭比娃娃的到来意味着母亲作为妇女支配性角色的终结,意味着消费者文化的重要地位。因为芭比是个把自己的时间打发在购买服装上的消费者,而且它正在与肯(Ken)以及其他玩具建立联系。不像其他玩具,芭比娃娃并不想赋予小姑娘以传统母性的角色——让她们模仿自己的妈妈,照顾“小宝宝”。表1.5比较了内涵与外延的区别。

表 1.5 内涵与外延的对比

| 内涵   | 外延    |
|------|-------|
| 借喻的  | 字面的   |
| 所指   | 能指    |
| 推理的  | 明显的   |
| 暗示意义 | 描述    |
| 神话领域 | 存在的范畴 |

很多媒介分析都要探寻目标与象征性现象的内涵,研究文本中角色的行为与对话的内涵(这些可能对观众有意义),然后将这些意义与社会的、文化的和意识形态等方面相联系。

① 芭比娃娃是世界玩具市场上畅销最久的玩具。芭比诞生于1959年的美国。它的创造者是世界玩具公司美泰公司的创办人、被称为“芭比之母”的鲁思·汉德勒(Ruth Handler)。她见女儿喜欢当时流行的纸娃娃,趣味盎然地帮它们换衣服、换皮包,便想设计一款立体娃娃。1959年3月5日,世界上第一个美女金发娃娃问世,鲁思用小女儿芭芭拉的呢称给她命名,从此这个金发美女就叫作芭比。到目前为止,芭比的足迹遍布全球150个国家,平均每秒钟在世界上就有3个芭比娃娃被售出。现在,芭比娃娃已经成为一种文化和政治的象征。甚至有人将芭比视为除可口可乐、麦当劳之外,资本主义势力的另一种代表。在美国许多大学,“芭比学”甚至可以成为专门的一堂课,透过芭比现象探讨女性心理、角色、男女关系,以及女性与社会的互动等问题。根据网络资料整理。——译者注

## 共时与历时

共时与历时的区分也是索绪尔首先提出的。他以共时的(synchronic)一词表示分析的意思,以历时的(diachronic)一词表示历史的意思。因此,以共时的方式研究文本就是探究元素之间的关系,而以历时的方式研究文本则是审视叙事的演变方式。换个说法是,以共时方式解读文本即发掘文本中隐含的对比模式(即聚合结构)(paradigmatic structure),而历时分析则研究构成叙事的各个事件之间的联系(即组合结构)(syntagmatic structure)。

索绪尔(1915/1966)指出了静止的(共时的)语言学与不断进化的(历时的)语言学之间的区别:

对任何学科而言,对其研究对象所处的坐标进行准确的定位,都是有益的。可以对目标作两种区分:(1)同时之轴(the axis of simultaneity),表示共存事件之间的联系,时间被排斥在外;(2)连续之轴(the axis of successions),在这个轴上,每次只对一个事件进行考察,但所有的事件连同它们的变化都处在第一个轴上。(pp. 79—80)

为了解释清楚这二者之间的区别,索绪尔建议读者想象一棵植物。如果对植物的茎干做纵向切割,看到的则是植物的纤维;若做横向切割,看到的则是植物纤维间的相互联系。

表 1.6 比较了共时分析与历时分析。例如,一位研究者可能关注电脑游戏的演变方式,于是采用历时分析,或者可能对某一时刻最重要的电脑游戏进行比较,就可以采用共时分析。研究者也可以先从历时分析的角度来确定内容,再集中某几个重要游戏展开共时分析。克劳德·列维-施特劳斯(Claude Lévi-Strauss)和弗拉基米尔·普罗普(Vladimir Propp)的观点就是以上两种方法的例证,随后我会对它加以说明。

表 1.6 共时分析与历时分析的对比

| 共时      | 历时     |
|---------|--------|
| 同时性     | 连续性    |
| 静止的     | 演变的    |
| 瞬间的     | 历史回顾   |
| 系统中的关系  | 时间中的关系 |
| 分析为主    | 发展为主   |
| 聚合的     | 组合的    |
| 列维-施特劳斯 | 普罗普    |

## 组合分析

一个组合段(syntagm)就是一根链条,在组合分析中,文本被作为构成某种叙事的一组相关事件来探究。在本节中我将讨论俄国民俗学家弗拉基米尔·普罗普的观点,他于1928年撰写了开创性著作《民间故事形态学》(*Morphology of the Folktale*)一书。形态学研究的是事物的形式,即组成部分之间的关系以及组成部分与整体的关系。

普罗普(1928/1968)研究了一组童话,他将其研究方法描述如下:

我们对这些故事的主题加以比较。为了进行比较,我们以特殊的方法来分隔这些传说的各个要素,其结果就是形态学(例如,根据其构成要素、要素之间的关系和要素与整体间的关系来描述故事)。(p. 19)

普罗普将研究中的基本叙事单元称之为“功能”(function):

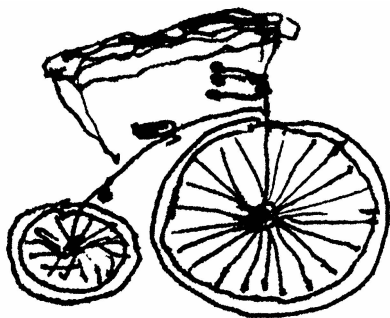
功能被理解为人物的行为,由对行为过程意义的看法而界定。(p. 21)

他的意见可以简要归纳为以下几点:

- (1) 在童话中,人物的功能是稳定的、常态的要素,与何人、以何种方式发挥这种功能无关。人物功能构成童话的基本要素。
- (2) 童话的已知功能为数有限。
- (3) 功能的先后次序总是相同的。
- (4) 就结构而言,所有的童话都只有一种形态。(pp. 21—23)

普罗普的研究对我们意义重大,因为我们可以吸收他的观点,并将其应用于电影、电视剧、漫画和各类叙事文本中。对我们而言,普罗普的论点正确与否并不重要。他提出的功能的概念正在被广泛地应用于各种文本之中,成效显著。

普罗普对功能的每一项本质都作了摘要,用一个约定俗成的符号或指定一个符号来表达其简化的定义。有些功能相当复杂,带有无数的子范畴,所有的子范畴都发挥相同的功用。普罗普的第一个功能描述如下(1928/1968),你可以从中看到一个简单的功能的特征,以及他是如何发展每一个功能的(括号里的数字代表普罗普研究的某个童话):



*The Prisoner*

1. 某个人离家。（定义：离家。指定符号： $\beta$ ）

（1）离家的可能是老一辈的人( $\beta 1$ )。父母外出工作(113)。“王子必须出门远行,将妻子留给陌生人照顾”(265)。“从前,有一个人(商人)前往外国”(17)。通常离去的形式有外出工作、去森林、去做生意、去打仗、“因公务”。

（2）离家的强化方式通常是父母的去世( $\beta 2$ )。

（3）有时候年轻人离家( $\beta 3$ )。他们外出游览(101)、钓鱼(108)、散步(137)、采摘草莓(244)(p. 26)。

这就是普罗普提出的比较简单的功能之一,例如,仅就功能(就是恶棍伤害家人)来说,它就有 19 个子范畴。

即便你没有掌握每一个功能的所有范畴,你仍然可以用普罗普的 31 种功能就选定的文本进行组合分析(表 1.7 列出了这些功能,对其有所简化和修改,且对每一种功能都给予简要说明)。他对英雄的定义值得商榷,他认为英雄就是“直接受到恶棍伤害,或同意消除别人的不幸或帮别人偿清债务的人”(p. 50)。他又说,英雄都有神奇的代理人,或有贵人相助,才得以渡过难关。

表 1.7 普罗普的功能说

|            |           |                   |
|------------|-----------|-------------------|
| $\alpha$   | 最初状况      | 介绍家人或英雄。          |
| $\beta$    | 离家        | 家人离家。             |
| Y          | 禁令        | 对英雄设禁。            |
| $\delta$   | 违禁        | 英雄违犯禁令。           |
| $\epsilon$ | 侦察        | 恶棍试图展开侦察。         |
| $\eta$     | 传递        | 恶棍接获关于受害者的信息。     |
| $\zeta$    | 诡计        | 恶棍试图欺骗受害者。        |
| $\theta$   | 同谋        | 受害者受骗,无意中帮助了敌人。   |
| A          | 恶行        | 恶棍伤害了某个家人。        |
| A          | 需要        | 某个家人缺少某物或需要某物。    |
| B          | 调停        | 不幸公之于众,英雄被派遣。     |
| C          | 反击        | 找寻者(seeker)同意反击。  |
| $\uparrow$ | 出发        | 英雄离家。             |
| D          | 捐赠者的第一个功能 | 英雄被考验,接受神奇代理人的帮助。 |
| E          | 英雄的反应     | 英雄对将来的捐赠者的行为做出反应。 |
| F          | 接受神奇的代理人  | 英雄请求利用神奇的代理人。     |
| G          | 空间转移      | 英雄找到搜索目标。         |
| H          | 战斗        | 英雄与恶棍直接战斗。        |



续表

|    |         |                   |
|----|---------|-------------------|
| I  | 胜利      | 恶棍被打败。            |
| J  | 蒙受污名    | 英雄蒙受污名。           |
| K  | 清除      | 最初的不幸或匮乏被清除。      |
| ↓  | 归来      | 英雄归来。             |
| Pr | 追逐      | 追击;英雄被追逐。         |
| Rs | 营救      | 英雄被解救。            |
| L  | 无理要求    | 假英雄提出无理要求。        |
| M  | 艰难的任务   | 向英雄分派艰难的任务。       |
| N  | 完成      | 任务完成。             |
| O  | 未被认出的到来 | 未被认出的英雄回家或到另一个国家。 |
| Q  | 认同      | 英雄被认同。            |
| Ex | 揭露      | 假英雄或恶棍被揭露。        |
| T  | 变相      | 英雄面貌一新。           |
| U  | 惩罚      | 恶棍得到惩罚。           |
| W  | 婚礼      | 英雄完婚,登上王位。        |

普罗普的剧情中有 7 种人物

|   |     |              |
|---|-----|--------------|
| 1 | 恶棍  | 与英雄搏斗。       |
| 2 | 捐赠者 | 给英雄以神奇的代理人。  |
| 3 | 帮手  | 协助英雄解决难题,等等。 |
| 4 | 公主  | 找寻对象。        |
|   | 国王  | 分派艰难的任务。     |
| 5 | 派遣者 | 派遣英雄执行使命。    |
| 6 | 英雄  | 找寻某物,或与恶棍作战。 |
| 7 | 假英雄 | 自称英雄,却被揭穿。   |

我现在要将普罗普的功能说运用于电视剧《囚犯》(*The Prisoner*)中,了解普罗普是怎样帮助我们解读叙事文本的形态的。《囚犯》是著名的“存在主义”(existential)电视剧,多年前就首映,至今仍被视为经典。故事讲了一个人向某神秘组织(很显然是间谍机构)辞职后遭到绑架,被拘禁在“村庄”里。小岛上的这个村庄非常奇异,好像是度假村,村子的人不用姓名,而是用数字互相称呼。在这部 17 集连续剧中,英雄被迫与无数的敌人交战,每个敌人都被称为“二号”。最终,囚犯(“六号”)逃离并摧毁了村庄,回到了自己在伦敦的公寓。

《囚犯》第一集名为“抵达”(Arrival)。该片开头是一位姓名不详的男主角正在递交辞呈。他与几位官员在办公室里,最后他拍案离去。他回到自己的公寓中收拾行李,因

煤气中毒而昏迷。醒来之后，他发现自己身处“村庄”之中。“村庄”是一个专制集团的群体，人人没有姓名，只用数字互相称呼。他被叫做“六号”，被迫与“二号”作战，而“二号”则要找出“六号”辞职的原因。“六号”企图从沙滩上逃走，却被藏在海中的巨大而可怕的橡皮球体“海盗船”(Rover)“截获”(captured)，该船由“二号”控制。“六号”被送往“村庄”医院，却发现自己竟与一位同是间谍的昔日好友共处一室！当“六号”接受医生检查时，听到观察室里传来一阵骚动。等“六号”冲回房间，发觉他的朋友已经自杀了。“六号”出院后参加了朋友的葬礼，发现有一名女子在葬礼的过程中举止古怪。“六号”经过与她交



谈，得知她是朋友的情人，两人曾经计划逃离海岛。她有一块配有特殊装置的手表，可以避开“海盗船”，偷取一架直升机。“六号”取走手表，驾驶直升机“逃离”。当刚刚离开小岛不久，他就发觉直升机由“二号”操纵控制。第一集的结尾是，直升机飞回并降落到“村庄”，而原本已经自杀的间谍朋友正在告诉“二号”，“六号”不是一般的常人，需要对其进行特别对待。

尽管《囚犯》不是民间故事，但它同样包含民间故事的诸多要素。可以说，当今很多叙事文本都是经过修改和更新的传说故事，它们很大程度上类似于普罗普所描述的传说故事。表 1.8 列出了一些普罗普提及的功能，这些功能可以用于分析“抵达”。当然，还可以用普罗普的子范畴作更广泛、更深一步的研究，不过在此我仅止于指出这类分析的可能性。

表 1.8 普罗普的功能说在电视剧《囚犯》“抵达”一集中的应用

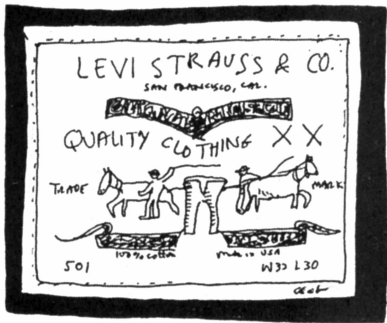
| 普罗普的功能说    | 象征       | 事件              |
|------------|----------|-----------------|
| 最初状况       | $\alpha$ | 英雄辞职。           |
| 违禁         | $\delta$ | (暗示)间谍不能辞职。     |
| 恶棍造成伤害     | A        | 英雄被绑架到村庄。       |
| 得到神奇代理人的帮助 | F        | 女子给“六号”特殊装置的手表。 |
| 揭发假英雄      | Ex       | 朋友和“二号”在一起。     |

我们从组合分析中学到了两点。第一，不管是任何形式或类别的叙事，它都是由某些功能(或要素)构成，这些功能(或要素)对于故事的发展至关重要。因此，普罗普引导我们要了解公式(formulas)的本质。第二，事件在叙事中的顺序异常重要。叙事文本的逻辑与故事中要素的安排，这些都能极大影响我们对于任何事情的“意义”的理解。事实

上,这就是借助剪辑过程所要实现的目标。<sup>①</sup>

我将提供使用普罗普分析法的引文来阐明詹姆斯·邦德(James Bond)的小说。在托尼·本尼特(Tony Bennett)和珍妮·伍拉考特(Janet Woollacott)的《邦德的前世今生:一个大众英雄的政治生涯》(*Bond and Beyond: The Political Career of a Popular Hero*)(1987)一书中,他们描写了翁贝托·埃科对邦德现象的分析。

正如弗拉基米尔·普罗普所说,“就结构而言,所有童话故事都属于相同的类型。”因此,埃科认为,在情节层面,邦德小说在结构上是统一的。事实上,他进一步主张“邦德公式”只是传统童话原型结构的变体。根据普罗普的观点,童话的基本单位包括故事中的角色——英雄、恶棍、公主——在故事中执行的功能。同样埃科认为,邦德小说中的角色受到分配给他们的功能的驱使,他把功能比作游戏规则所要求的一系列动作。(p. 70)



这表明邦德小说和电影的一些吸引力是由于它们成为了现代化的、更新的童话故事,因此它们在我们的心灵世界中发挥的作用类似于传统童话故事。在精神分析理论的章节中,我将更多地谈到詹姆斯·邦德。

## 聚合分析

聚合分析就是在文本中找出隐含的两两对立模式(pattern of oppositions),这种对立模式深藏在文本之中,需揭示方能知其意义。正如艾伦·邓迪斯(Alan Dundes)<sup>②</sup>在普罗普的《民间故事形态学》(1928/1968)序言中所说的那样,结构分析的聚合形式:

寻找描述据称构成民俗文本基础的模式(这种模式通常以二元对立为基础)。这种模式与顺序结构(sequential structure)完全不同。相反,它要从“既定的”次序中抽取要素,然后将要素置于一个或更多的分析框架中进行重组。(p. xi)

<sup>①</sup> 例如,以下两个句子使用相同的词语,但词语的次序不同,意义完全不同:“My husband was late...”(我丈夫迟到了……)和“My late husband was...”(我过世的丈夫是……)。

<sup>②</sup> 艾伦·邓迪斯(Alan Dundes, 1934—2005),国际著名民俗学家、美国加州大学人类学系教授,有民俗学诺贝尔奖最佳人选之誉。其研究领域涉及民间文学理论和方法、象征研究、民俗的精神分析研究、城市民俗、谚语、笑话、北美印第安人的民间故事和童话等。在当代民俗学和民间文学研究界,邓迪斯大概是对理论和方法论述最多也颇有创新的一位学者。他的一个重要贡献在于把描述民俗学推向了解释民俗学的新阶段,使传统的对民俗材料的确认和描述走向了深度分析和阐述。根据网络资料整理。——译者注

我们探讨二元对立或正反对立,这是因为意义的产生正是以这些关系为基础,而语言中表达意义最重要的关系就是二元对立。

我们再回到索绪尔(1915/1966)的观点——语言中只存在差异(p. 129)。或者正如乔纳森·卡勒(1976)所说的那样,“结构主义者通常同意雅格布森(Jakobson)的观点,认为二元对立是人类思想的基础,是表达意义的基石。”(p. 15)因此,在所有的文本中,必然存在某些系统化的、相互关联的对立组,并可以揭示出来。现在很多人还没有意识到这些二元对立(有时候这些二元对立以暗示的方式表达,并不明显),不过,假若没有差别,那就毫无意义可言。

有人辩解,符号学家从文本中“抽取”(elicit)出的对立和其他结构根本就不存在。这些人批评符号学家不是从文本中**发现**(discover)了这些关系体系,而是**发明**(invent)了这些关系体系。这场争论有时被称之为“变戏法”(hocus pocus),是对“上帝的真理”(God's truth)的争论。我相信符号学家在文本中找到的对立确实存在,而且必然存在。没有二元对立而企图发现意义是不可能的,就好比通过一个巴掌就想听到声音一样。

我还是用《囚犯》中的“抵达”一集来做聚合分析。该集最重要的对立在于自由与控制之间的对立,我用自由和控制这两个概念来简要概括我的对立列表(见表 1.9)。这个简表列出了该叙事的概念结构(ideational structure)依赖什么。

表 1.9 “抵达”中的二元对立

| 自由   | 控制   |
|------|------|
| “六号” | “二号” |
| 个体   | 组织   |
| 意志力  | 武力   |
| 逃跑   | 捕捉   |
| 信任   | 欺骗   |

著名法国人类学家克劳德·列维-施特劳斯(Claude Lévi-Strauss)<sup>①</sup>表示,对文本的组合分析揭示的是文本的显性意义,而对文本的聚合分析揭示的则是文本的隐性意义。

① 克劳德·列维-施特劳斯(Claude Lévi-Strauss, 1908—2009),现代西方哲学家、社会学家,结构主义哲学的创始人,法国科学院院士。生于比利时首都布鲁塞尔,求学于巴黎大学,获哲学和文学博士学位。1959年起任法兰西学院社会人类学教授。列维-施特劳斯是结构主义运动时期所谓“巴黎五巨头”中的一员。另外四人为罗兰·巴特、雅克·拉康、米歇尔·福柯、路易·阿尔都塞。列维-施特劳斯作为当代法国思想史“纪念碑”的永久性历史地位是无人可以动摇的。其代表性成果有《亲属关系的基本结构》(1949)、《忧郁的热带》(1955)、《结构人类学》(1958)、《野性的思维》(1962)、《神话学》(4卷,1964—1971)等。根据网络资料整理。——译者注

文本的显性结构就是文本中所发生的事件,而隐性结构则是文本所包含的内容。也就是说,当我们进行聚合分析时,我们并不在意人物的所作所为,我们关心的是人物的用意是什么。

列维-施特劳斯感兴趣的是叙事组织或建构的方式,以及这种建构是如何产生意义的。他研究了很多神话、亲缘系统(kinship systems)以及相关的主题(争议还比较大)。他认为(1967),神话由最基本单位或最小单位“神话素”(mythemes)构成,主题以某种方式组合来传递信息。这些神话可以用简单的一句话来表达其重要的关系。例如,在俄狄浦斯神话故事中,列维-施特劳斯列出几个主题,如“俄狄浦斯杀父”、“俄狄浦斯娶母”或“俄狄浦斯杀斯芬克司”。这些神话主题与组合规则[列维-施特劳斯称为“束”(bundles)或关系]是神话创作的素材。神话之所以重要,不仅因为神话对相信它、讲述它的人们发挥着认可的功能,而且因为它们了解人类思维方式的关键所在。

神话最重要的部分是它所讲述的故事,并非其体裁。因此,角色间的结构关系以及这些关系所表达的含义应该成为研究重点,故事讲述的方法却不是我们重视的对象。列维-施特劳斯相信,神话将来自各种文化的编码讯息传递给个人,而分析者的任务就是要“破译密码”(cracking the code),找到那些被伪装或隐匿的讯息。在最后分析时,分析者还要揭示出文本的聚合结构。<sup>①</sup>

对文本进行聚合分析时,分析者要避免几种可能会犯的错误。第一,一定要找出真正的对立(而不是简单地找出否定)。例如,“穷”是“富”的对立,就不应当使用“不富”“非富”这些字眼。第二,你应该确定你所找出的对立与文本中的角色和事件是相关的。

假如我列出“抵达”更为详细的大纲,我就可能对这个故事进行更详尽的组合和聚合分析,而我所列出的普罗普的功能与二元对立的表格也会更长(表 1.8 和表 1.9)。我还要强调,在文本分析的同时,分析者对自己的二元对立表中的词汇做出分析,进而解释每一组对立使用的原因,这种方法对自己是大有裨益的。

## 互 文 性

**互文性**(intertextuality)是一个争议颇多的术语。在本书中,它指的是运用于(有意或无意)来自其他先前所创造素材文本的文本。对文本的滑稽模仿,就是有意再利用文

① 限于篇幅,我无法长篇介绍列维-施特劳斯的论说。有兴趣者可参考本章附录的列维-施特劳斯的相关书目。

本素材的一个范例。要让滑稽模仿有效果,观众必须对最初的文本有所了解,这样他们才能欣赏到它被嘲笑的方式。有风格(style)滑稽模仿(例如,在比赛中,参赛者要争相模仿海明威写作风格,达到最可笑的效果)和体裁(genre)滑稽模仿之分,后者运用了各种程式化文本的基本剧情结构,例如肥皂剧和西部片等。

伍迪·艾伦(Woody Allen)(1978)在他的《春季公报》(*Spring Bulletin*)中提供了模仿课程描述的精湛作品。

哲学1: 阅读早至柏拉图晚至加缪的所有人的著作,学习课题包括伦理学: 绝对命令,以及使其产生效果的六种方式;美学: 艺术是人生的镜子吗? 如果不是,又是什么? 认识论: 知识是可知的吗? 如果不是,我们又何以得知? 荒诞: 存在何以常常被认为是荒谬的,特别是对穿着棕白两色皮鞋的人而言。学习多数性和单一性,因为两者与其他性有联系。(达到单一性的同学将继续学习两重性。)(p. 44)

这里的幽默在于我们将艾伦的模仿与典型的大学课程目录描述进行比较。在这里,艾伦对课程目录的描述既有题材滑稽模仿又有风格滑稽模仿。

另一种有意识的互文性发生在编剧或电影导演制造的可以被认出是“引用”其他电影的作品。先锋派电影制片人和其他艺术家经常有意“引用”别的作家的作品——他们从著名(或不太出名的)作品中攫取片段,然后创造出新的作品。因此,就像马塞尔·达内西(Marcel Danesi)在《理解媒介符号语言学》(*Understand Media Semiotics*)(2002)一书中所说的那样,电影《银翼杀手》(*Blade Runner*)中暗含了很多圣经的主题,例如寻找上帝。另外一个关于互文性的例子是李奥纳多·伯恩斯坦(Leonard Bernstein)/斯蒂芬·桑德海姆(Stephen Sondheim)的音乐剧《西区故事》(*West Side Story*),它的情节来源于莎士比亚的《罗密欧与朱丽叶》。一些电视批评家认为2003年昙花一现的电视节目《皮囊》(*Skin*)是《罗密欧与朱丽叶》的又一个现代版本。

无意识的互文性指在创作者毫无意识的情况下,各种文本素材(剧情、主题和各种人物等)成为共同媒介(common currency),遍及各种文化并进入新的文本。实际上,一些文艺理论家认为,所有创作作品最终都是互文性的,即所有文本在不同的程度上都彼此相互关联。

## 对话理论

苏联符号学家米哈伊尔·巴赫金(Mikhail Bakhtin)<sup>①</sup>提出,语言是**对话性**的(dialogic)。他认为,当我们说话时,我们所说的内容不仅联系着我们以前说过的话,而且还联系着我们将来要说的话。正如巴赫金在其著作《对话的想象:四篇短论》(*The Dialogic Imagination: Four Essays*)(1981)一书中所说的那样:

生活中会话使用的词语是直接的、公开的,并且指向接下来的回答的,即它引起一个回答,提前对这个回答进行预期判断,并根据回答的方向进行自我建构。在由已经说过的话所构建的氛围里自我形成的词语,同时会被还没有说出来但非常必要的语言决定着,事实上也被接下来要回答的话所期待着。这就是生活中会话的状况。(p. 280)



如果我们采用这种观念,并将他们从演讲话语转化到文本方面,那么我们会对互文本有更深入的认识。巴赫金讨论了文本之间的关系,包括中世纪时称为“引用”(现在我们称之为互文本)的现象:

在当时,他人的措辞职责重大,社会上公开地、崇拜地强调这些词语,诸如半隐蔽(half-hidden)、完全隐蔽(complete hidden)、半意识的(half-conscious)、无意识的(unconscious)、正确的(correct)、故意曲解的(intentionally distorted)、故意重新解释的(deliberately reinterpreted),等等。自己的言词和他人的言词之间界线并不明显,也不固定,经常被蓄意歪曲和混淆。有些文本看起来就像是**从别的文本中分割出来的……**中世纪滑稽模仿论文的最高权威更是直言不讳地指出,中世纪的文学史和拉丁文学史就是一部独特的**侵吞(appropriation)史、再创作史和模仿他人作品(或模仿他人语言、风格或词汇)的历史**。(p. 69)

中世纪“侵吞”他人作品的现象与当今类似。其部分原因是西方世界的大多数人接

<sup>①</sup> 米哈伊尔·巴赫金(Mikhail Bakhtin, 1895—1975),苏联著名文艺学家、语言学家、符号学家和美学家。他是一个被埋没了30年后才被发现的大师,起初人们是通过阅读当时巴赫金以自己名字发表的唯一著作《陀思妥耶夫斯基诗学问题》时知道他的,最后在一所不知名的大学——莫尔多瓦师范学院找到了他。此时巴赫金已垂垂老矣,但他的思想和论著最终还是在他逝世前传播开来。巴赫金之所以被称为“符号学家”,主要是他在《马克思主义与语言哲学》中较多地讨论了符号问题。根据网络资料整理。——译者注

受了共同的文化遗产,这种传承塑造了艺术家的作品,即便他们在“引用”其他文本或资源时并没有意识到自己的行为,但是这种传承在文本中仍然得到了反映。

## 隐喻与转喻

隐喻(metaphor)和转喻(metonymy)是传达意义的两种重要方式。隐喻是通过类比(analogy)指出两件事物之间的关系。因此,我们可以说:“我的爱情是一朵红玫瑰。”最通常的隐喻形式之一是明喻(simile),即用“像”或“如”来说明比较。例如:“他像刀片一样锋利”或“她如天使般善良”。

有时我们把隐喻和明喻加入到动词中,如:

船劈开浪花前进。(船像刀子)

船在浪花上飞舞而行。(船像舞蹈家)

船赛过浪花而行。(船像赛车)

船腾跃浪花而行。(船像马)

船犁过浪花而行。(船像犁)

在这些例子中,船被当作不同的身份。这些动词传递出不同于“船从浪花中驶过”的信息。

转喻是以联想(association)为基础的关系,用来暗示人们思维的符码,使人们能够做出适当的关联。诚如詹姆斯·莫纳科(James Monaco)(1977)说过的那样:

转喻是通过细节联想或概念联想来激发观点或描述事物的修辞格。根据语源学(etymology),该词表示“替代名称”[源于希腊语,包括转换、名(onoma)和姓名(name)]。因此,在文学作品中,我们可以用“王冠”(the crown)一词来称呼国王(和王室的意思)。(p. 135)

转喻的通常形式是提喻(synecdoche),即以局部来指代整体或以整体来代表局部。

隐喻在电影中的范例有卓别林(Chaplin)的《淘金记》(*The Gold Rush*)中的著名场景。在影片中,卓别林煮自己的鞋吃,把鞋带吃得像是吃通心粉一样津津有味。转喻的例子在《囚犯》中可以找到,恐怖的气球“海盗船”象征统治“村庄”的专制政权。表 1.10 是隐喻和转喻的对照表,以帮助我们区分这两个概念。

一般来说,隐喻和转喻通常混杂在一起,有时候某特定的事物可能同时具有隐喻和转喻的意义。这个观点非常重要,它使我们能够更加清楚地知道事物与形象(以及语言)是如何产生意义的。就转喻而言,显然人们的头脑中已经存有符码——这是高度复杂的联想模式,正因为此,人们才得以正确地理解转喻式交流。就像没有节目你就不能辨别



演员是否优秀一样,没有符码,你就不能明白大多数事物的意义。

表 1.10 隐喻与转喻对照表

| 隐喻                      | 转喻                         |
|-------------------------|----------------------------|
| 字首(meta): 转换,超越         | 字首(meta): 转换               |
| 字尾(phor): 带有关系          | 字尾(onoma): 名称              |
| 卓别林吃鞋带像是吃通心粉。           | “二号”命令“海盗船”杀死“村庄”的居民。      |
| 明喻: 重要的子范畴,用“像”或“如”作比较。 | 提喻: 重要的子范畴,部分代表整体,或整体代表部分。 |
| “人不是孤岛……”               | 红色代表激情。                    |
| 蜘蛛人的服饰。                 | 山姆大叔“代表”美国。                |
| 狭长的东西可以看作是阴茎。           | 礼帽暗示英国人;牛仔暗示美国西部。          |

## 符 码

符码是极为复杂的联想模式,需要人们在特定的社会和文化中通过后天学习而获得。人脑中的符码或者说“秘密结构”(secret structures)影响了个体对于媒介和生活方式中符号与象征的阐释与理解。从这个角度来说,文化,即符码化系统(codification systems),在人们生活中发挥着重要的(但经常不易察觉的)作用。本质上讲,人的社会化和受教育就是被传授一些符码,而大部分符码与个体特有的社会阶级、地理位置以及种族等存在关系。不过,在较为一般性的符码中可能还存在着子码(subcode),“美国特性”就是一个例子。

大家都知道,人们需要了解符码才能够在高速公路上安全行驶。这种符码就是整体规则,指导我们如何处理各种可能发生的情况。同样的情况,我们(通常是非正式地)学会了其他符码,这些符码教会我们如何应对各种情景,明白某些事物的“意义”。非常明显,我们可以把生活中的这些规则与意义转移到媒介制作中,或转移到**大众媒介传播的文化**(mass-mediated culture)中。

那么,电视节目制片人 与观众之间很可能会产生误会。翁贝托·埃科(1972)甚至认为“错误的解码(aberrant decoding)……是大众媒介的惯例”(p. 106)。这是因为不同的人给信息注入了不同的符码,故而以不同的方式来阐释这些信息。如埃科所说:

根据一般的文化参考架构,符码与子码应用到信息(此处指解读“文本”)之中。所谓一般的文化参考架构指信息接受者的知识总和,包括其意识形态的、道德的、宗教的立场,其心理态度、品位和价值体系,等等。(p. 115)

埃科举出一些例子,指出解码错误在以前就曾发生过,如异域人在异族文化中不知

道符码,或人们以自己的符码阐释讯息,而不是以原创讯息的符码来解释讯息。埃科认为,这是大众媒介发展以前的情形,当时解码错误只是偶然现象,还没有成为惯例。然而,由于大众媒介的成长,情况急剧改变,错误的解码成为常态。埃科认为,这是因为媒介制作者与接收者之间存在着鸿沟。

由于讯息传递者的社会阶级、受教育程度、政治意识形态、世界观和性格等原因,传递者的符码并不同于讯息接收者的符码,因此讯息接收者对于讯息的阐释就会有所歧义。英国社会语言学家巴兹尔·伯恩斯坦(Basil Bernstein)(1977)的研究证实了这一点。他通过研究指出,英国儿童学习语言符码,不外乎“复杂”符码(elaborated codes)和“有限”符码(restricted codes)两种,而且,这些符码在儿童的未来成长和成人生活中扮演着重要的角色。表 1.11 列出了这两种符码的差异:

表 1.11 两种符码的对比

| 复杂符码     | 有限符码      |
|----------|-----------|
| 中产阶级     | 工人阶级      |
| 语法复杂     | 语法简单      |
| 词汇有变化    | 词汇统一      |
| 复合句结构    | 短句、重复句    |
| 慎用形容词和副词 | 很少用形容词和副词 |
| 高度概念化    | 低度概念化     |
| 逻辑的      | 情绪的       |
| 使用限定词    | 很少用限定词    |
| 使用者了解符码  | 使用者不了解符码  |

这些符码塑造了个体的思想。以上两套不同的符码产生了截然不同的价值体系、信仰体系和世界观。伯恩斯坦的研究让我们明白了语言如何塑造人类,同时也指出我们对社会贫困分子和不利元素再社会化(resocialize)时所面临的重重困难。

有人说,美国和英国使用相同的语言,却被分离成两个不同的国家。同样的情形,英国不同的阶级使用不同的符码,似乎也形成了分离。我们从语言转到大众媒介,大众媒介还包括美学符码、图像符码(iconic codes)以及更为分离的受众成员,可是我们可以看到,媒介都能有效地沟通,这实在令人惊异。

文化符码

我们所认为的“文化”也可以被理解为我们在社会中所学到的符码的集合,社会告诉我们应如何思考,如何行事,吃什么东西,什么时间吃以及各种其他事情。正如我在我的

《文化符码》(Culture Codes)(2012)一书的第一章中所说的那样:

在这本书中,我建议可以将文化看作塑造我们行为的符码的集合。

我们将察觉到的符码称之为“规则”或“法律”,将察觉不到却在许多领域塑造我们思想和行为的符码称之为“文化符码”(culture codes)……众所周知,遗传密码在塑造我们的身体以及许多困扰我们的疾病中起着重要作用。同样地,文化符码在我们的思想和行为中起着重要的作用,尽管我们察觉不到它们的存在。(p. 7)

让我举个例子加以说明。2012年秋天,我花了1个月时间在阿根廷讲授符号学和媒介分析。在那里,有人跟我解释说,阿根廷人一天吃四顿饭。早上吃早餐,午餐在中午到下午2点左右,下午5点左右吃点点心,晚餐在晚上10点左右,有时候迟至半夜才吃。布宜诺斯艾利斯的一位教授告诉我,他和妻子经常在晚上10点去看电影,然后电影结束后在半夜12点吃晚餐。这和美国吃晚餐的时间大不相同,美国人通常是在下午5点到7点吃晚餐,尽管之后会参加晚宴。美国人和阿根廷人都认同(达成一致)的一个文化符码是,牛排应该用来烤而不是煮(着吃)。在美国,在吃牛排之前,我们通常会先吃沙拉;而在法国和许多其他国家,沙拉是在主菜之后吃。

在书中,我详细讨论了以下几个主题:

- **符码的特性:** 一贯性、隐蔽性、清晰性、具体性、连续性以及包容性,等等。
- **符码的显现:** 人格(在心理学中)、社会角色(在社会心理学中)、制度(在社会学中)、意识形态(在政治学中)、仪式(在人类学中)。
- **问题:** 符码的创造、符码的修改、冲突性符码、反符码(countercodes)、符码与规则。
- **大众文化中的符码:** 间谍小说、侦探小说、西部片、科幻历险记、流行音乐、科幻杂志(fanzines)、女性小说(girlie fiction)、恐怖小说、哥特式小说(gothic novels)、广告、情景喜剧,等等。
- **仪式:** 进餐时间、酒吧中饮用、送礼、约会、看电视、超市购物、电梯中的行为、体育比赛、做爱、穿衣,等等。<sup>①</sup>

符号之所以很难看出来,是因为其特征——它们无处不在,特定而清晰,这些使它们几乎无踪可循。符码几乎渗透我们生活的每个层面(我已经列出了一些明显的层面),而且是通俗艺术与媒介分析的有用概念。因为不仅在西部片和情景喜剧中有符码可循(也就是通常所说的公式),一般的媒介也遵循符码。现在我就要专门探讨电视的符码。

<sup>①</sup> 关于这种现象的详细说明,请参看伯格(1976a)。

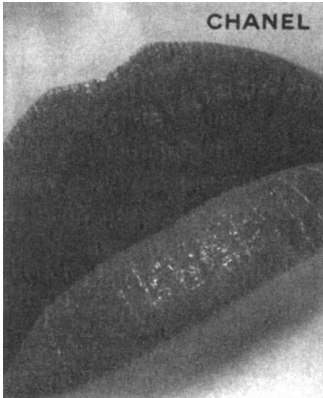
# 电视媒介的符号学

到目前为止,我讨论的主要是一些可以用于电视节目的符号学分析方式,尤其以电视叙事为重点。一种媒介形式可以传递多种大众艺术形态,如表 1.12 所示。

表 1.12 媒介和其他大众艺术形态中的符号

| 媒介   | 大众艺术形态 |
|------|--------|
| 广播   | 肥皂剧    |
| 电视   | 广告     |
| 电影   | 西部片    |
| 连环漫画 | 警匪枪战   |
| 唱片   | 综艺表演   |
| 海报   | 音乐     |
| 报纸   | 脱口秀    |
| 杂志   | 新闻     |
| 电话   | 间谍小说   |
| 图书   | 纪录片    |
| 告示牌  | 爱情小说   |

每种媒介囿于其性质,无论它传递何种形态或类型的大众艺术,都会受到某种限制。



例如,由于电视影像的小屏幕及其特性,电视就不能成为放映大型战争场景的理想媒介。电视是“特写”(close-up)媒介,更适于表达角色,而不太适宜展示动作。

因此,在将符号学应用于电视研究时,我们应该注重该媒介“符号”的功能(function)层面,它与符号的传递(carrying)有所不同。由此可知,电视最值得探讨的是该媒介所使用的摄像机镜头类别。表 1.13 列出了比较重要的镜头类别,这些类别有哪些能指功能? 每个镜头的所指通常表达什么意义?

香奈儿(Chanel)的广告以女人的唇部为特写,表明广告将关注点放在性兴奋部位,借此销售产品。广告中,女人的嘴唇微微张开,而这也是性兴奋的状态。广告中,除了公司名字——“香奈儿”,再无其他内容,因此给人以性欲和唤起性欲的联想。

表 1.13 摄像机镜头的能指功能

| 能指(镜头) | 定义    | 所指(意义)   |
|--------|-------|----------|
| 特写     | 脸部    | 亲密       |
| 中景     | 大半身   | 个人关系     |
| 远景     | 背景与演员 | 环境、范围、距离 |
| 全景     | 整个人物  | 社会关系     |

摄像机的操作和剪辑方式也可以这样考察(表 1.14):

表 1.14 摄像机的操作方式和剪辑方式的所指与能指

| 能指 | 定 义       | 所 指   |
|----|-----------|-------|
| 仰拍 | 摄像机从下往上拍  | 权力、威严 |
| 俯拍 | 摄像机由上往下拍  | 渺小、微弱 |
| 推进 | 摄像机向前推进   | 注意、集中 |
| 淡入 | 影像渐显于荧幕   | 开始    |
| 淡出 | 影像渐消失于荧幕  | 结束    |
| 切  | 从影像跳接另一影像 | 同时、兴奋 |
| 划像 | 影像从荧幕上消掉  | 强行中止  |

就镜头、摄像机运作和剪辑技巧而言,以上表格揭示了一种电视语法(grammar of television)。我们观看电视节目,学到了这些现象的意义,进而帮助我们了解具体的节目内容。

这里还有一些其他因素也要加以考虑,包括灯光照明技术、颜色的使用、声音的效果和音乐等。所有这些都能指,有助于阐释我们所看到的(与听到的)电视节目。电视是运用口语、视觉形象和声音的高度复杂的媒介。电视符号学的任务就是:(1)这为什么是可能的;(2)这是怎样实现的。

## 对符号学分析的若干批评

你会注意到,我们没有讨论过审美判断的问题。这就是符号学分析最惹人非议的弱点,它关注文本中要素的关系与意义的产生,却忽略了作品本身的品质。也就是说,符号学并不真正关切艺术,相反,它注重意义与认知模式(modes of recognition)(即为了了解文本所需要的符码)。这就好比有人以佐料的品质来评判食物的好坏,却全然不顾烹煮的方法或品尝的味道一样。

有时候,文本易受批评。文本只不过是符号学家迷人演出的托辞,符号学家对作品

本身并不重视。但这是一切形式的阐释共有的问题。而多数艺术作品受人批评,相关的分析阐释文章堆积如山,其长度甚至远远超过原作品。

符号学分析方法存在的另外一个问题是针对电视与电视文本的,即这一领域缺少强有力的理论基础,不利于研究工作的开展。近年来符号学的大部分成果都产生于电影领域,而不是电视领域。在没有健全而清晰的批评理论的情况下,应用于电视文本方面的符号学分析方法必然会流于肤浅。

不过,这个领域还是大有可为的。如果你在分析文本的符号体系时能够避免极端化,那么你所作的批评性解读就有相当的价值与意义。假如你在研究起步时已经拥有足够的理论储备,那么符号学分析方法的应用就能够帮助你在批评理论上取得进步。

## 电视符号学分析要点一览

在对电视节目进行符号学分析时,我建议要核对以下问题。我在本章曾将叙事作为分析核心,但实际上我提到的大部分方法都可以用于各类节目之中。

1. 隔离并分析文本中的重要符号。
  - (1) 有哪些重要的能指,表达什么意义?
  - (2) 赋予这些符号意义的是什么样的体系?
  - (3) 可以找到哪些符码?
  - (4) 涉及哪些意识形态和社会学的问题?
2. 文本的聚合结构是什么?
  - (1) 文本的核心矛盾是什么?
  - (2) 哪些二元对立可以适用于相应范畴?
  - (3) 这些对立具有社会心理学或社会学的含义吗?
3. 文本的语段结构是什么?
  - (1) 普罗普的哪些功能可以应用在文本中?
  - (2) 各元素的排列次序是如何影响意义的?
  - (3) 文本构成有没有程式化的层面?
4. 电视媒介如何影响文本?
  - (1) 使用了哪种镜头、摄像机角度与剪辑技术?
  - (2) 灯光照明、颜色、音乐与音效如何赋予符号意义?
5. 有什么理论可以加以应用呢?
  - (1) 有哪些符号学理论可以运用于电视?
  - (2) 有哪些理论可以运用于符号学分析?

我希望本章内容让你涉猎符号学的方法,使你能够运用这个迷人(而有力的)分析工具。你可以把符号学应用到电视、电影、连环漫画、广告、建筑、疾病、神器、物体、公式、会议、组织、朋友、敌人以及传播等在其中起重要作用和具有意义的任何其他事物上。

如果你想对符号学有更深入的研究,爱沙尼亚塔尔图大学(符号学家尤里·洛特曼为学院成员之一)现提供两年制硕士学位课程,语言为英语。此外,还有许多其他学校,例如印第安纳大学和多伦多大学也提供符号学高级进修课程。

## 讨 论 题

1. 比较皮尔斯和索绪尔关于符号本质的研究。
2. 讨论以下概念:共时/历时,组合/聚合,语言/言说,隐喻/转喻,复杂/有限符码。
3. 详细解释普罗普的理论。讨论他对于叙事文本中“功能”的看法。
4. 二元对立有什么重要性?概念具有“纯粹差异”(purely differential)是什么意思?
5. 什么是符码?为什么符码重要?
6. 讨论本章提到的电视和电影摄像机镜头是如何发挥符号功能的?
7. 复杂符码与有限符码有什么区别?
8. 符号学分析受到过什么样的批评?

## 参 考 文 献

Bakhtin, M. M. (1981). *The dialogic imagination: four essays* (Michael Holquist, Ed.; Caryl Emerson & Michael Holquist, Trans.). Austin: University of Texas Press.

该书由四篇有关文艺理论的文章组成,以小说为研究中心。在多年被人们忽视之后,巴赫金重新为人们所“发现”,他的观点影响深远,尤其是他的对话理论,在这本书中有所论述,他的“狂欢”(carnival)理论在其关于拉伯雷(Rabelais)的著作中也有所体现。

Barthes, Roland. (1970) *Writing degree zero and elements of semiology* (A. Lavers & C. Smith, Trans.). Boston: Beacon.

巴特强调符号学的基本概念,将其运用到食品、时尚、家具和汽车的分析上。

Barthes, Roland. (1972) *Mythologies*. New York: Hill & Wang.

本书是一些以日常生活为主题的散文集,如摔跤、洗衣粉、人造黄油、牛排和货币等,还有一篇分析神话的长篇论文。这部著作深具魅力,也是符号学分析方法运用最有趣的著作之一。

Berger, Arthur Asa. (1997). *Bloom's Morning: Coffee, Comforters, and the Hidden Meaning of Everyday Life*. Boulder, CO: Westview.

该书写的是一位名叫布鲁姆的普通人(取自乔伊斯《尤利西斯》的主人公),对他所使用的每一件物体,以及从他被闹钟吵醒到吃早饭时所做的每一件事情,分析其符号学意义。在35篇布鲁姆早晨的短

片随笔之前,是一篇讨论日常生活的文章,该书最后一章题为《神话、文化与日常生活》,书中还有作者画的35幅图片。

Berger, Arthur Asa. (1997). *Seeing is believing: An introduction to visual communication* (4th ed.). New York: McGraw Hill.

该书可以作为启蒙读物,帮助读者获得视觉上的认知。书中主题涵盖视觉传媒(visual communication)的基本要素:摄影、电影、电视、连环漫画和卡通,以及与视觉传媒相关的新技术。

Berger, Arthur Asa. (1998). *Signs in contemporary culture: An introduction to semiotics* (2nd ed.). Salem, WI: Sheffield.

该书适合那些对符号学知之甚少的读者。它对符号学的基本概念进行了探索,并将这些概念运用到当今社会各个不同的方面。每一章既有对符号学概念的讨论,也有对符号学概念的应用。

Berger, Arthur Asa. (2010). *The object of affection: Semiotics and consumer culture*. New York: Palgrave Macmillan.

本书讲述的是物质文化及其在消费文化中的作用,人们如何利用品牌来塑造自己的身份。本书的第二部分介绍了许多具有文化意义的物品:如麦当劳汉堡、伏特加、泰迪熊和电脑。

Berger, Arthur Asa. (2012). *Culture codes*. Mill Valley, CA: Marin Arts Press.

本书表明,我们所描述的“文化”可以被视为塑造我们思维和行为的不同符码的集合。这部书涉及我们烹饪牛排的不同方法、关于花花公子的不同见解、解释笑话的不同方法,以及抽烟时的不同礼仪。

Bignell, Jonathan. (2002). *Media semiotics: An introduction* (2nd ed.). Manchester, England: Manchester University Press.

比格内尔在书中描述了“符号和神话”“广告”“杂志”“新闻”“电视新闻”等。同时,他还在“电视现实主义”“电视小说”“电影”“互动媒体”等章节中,通俗易懂地阐述了符号学在媒介研究中的重要性。

Chandler, Daniel. (2002). *Semiotics: The basics*. London: Routledge.

该书对符号学理论进行了通俗易懂的介绍,内容涉及符号、符码以及主要符号学家的理论。

Coward, Rosalind, & Ellis, John. (1977). *Language and materialism: Developments in semiology and the theory of the subject*. London: Routledge & Kegan Paul.

这是一部重要的理论著作,探讨了符号学及其与马克思主义理论、法国后弗洛伊德学派拉康的著作以及其他主题之间的关系。

Culler, Jonathan. (1976). *Structuralist poetics: Structuralism, linguistics and the study of literature*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

卡勒对符号学分析及其在文学中的运用进行了精彩的论述。卡勒的另一部著作《费尔迪南·德·索绪尔》(Ferdinand de Saussure)(在“企鹅现代大师”系列里)也非常值得推荐。

Danesi, Marcel. (2002). *Understanding media semiotics*. London: Arnold.

达内西,多伦多大学符号学与传播学理论项目的负责人,运用符号学理论的知识来处理其他方面的问题,比如印刷和视听媒体、电影、电视、电脑、网络和广告。

Eco, Umberto. (1976). *A theory of semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.

该书对符号学的应用范围进行了重要的理论研究,它适合那些已经具备符号学背景的读者阅读。也可以阅读埃科的《读者的角色:符号学探讨》(The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics



of Texts)(印第安纳大学出版社,1979)。

Fiske, John, & Hartley, John. (1978). *Reading television*. London: Methuen.

这是目前所见到的在电视分析中运用符号学理论的最佳著作之一。作者特别关注符码与专题文本。

Goldman, Robert, & Papson, Stephen. (1996). *Sign wars: The cluttered landscape of advertising*. New York: Guilford.

作者通过符号学以及其他文化批评方法对一般广告、各种商业广告和某些广告战进行“解码”。他们还从批评的角度,讨论了广告业在美国文化与社会中所发挥的角色。

Gottdiener, Mark. (1995). *Postmodern semiotics: Material culture and the forms of postmodern life*. Oxford, UK: Basil Blackwell.

戈特迪纳是一位将符号学的概念运用于购物商场、迪斯尼乐园以及后现代建筑分析的社会学家。该书第一部分侧重于理论探讨(论述相当复杂而精密),第二部分主要是文化研究和社会符号学。

Guiraud, Pierre. (1975). *Semiology*. London: Routledge & Kegan Paul.

该书对符号学原理进行了简要而有趣的阐释,最初出版于法国的“我知道什么”(Que sais-je?)系列。它侧重于媒介的功能、意义以及符码的研究。

Hall, Stuart. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage.

这部书是由斯图尔特·霍尔编写的,包括他的《再现的工作》(*The Work of Representation*)和《他者的景观》(*The Spectacle of the other*)这两篇长论文,以及肖恩·尼克松(Sean Nixon)的《展现阳刚》(*Exhibiting Masculinity*)和克里斯汀·克莱德希尔(Christine Gledhill)的《性别研究:肥皂剧案例研究》(*Genre to Gender: The Case of Soap Opera*)。

Johansen, Jorgen Dines, & Larsen, Svend Erik. (2002). *Signs in use: An introduction to semiotics* (Dinda L. Gorlee & John Irons, Trans.). London: Routledge.

本书涉及符号学的一些核心概念,比如:符码、符号、话语、叙事和物质文化。

Leach, Edmund. (1970). *Claude Lévi-Strauss*. New York: Viking.

该书成功地将列维-施特劳斯介绍给一般读者。书里有一些传记资料以及列维-施特劳斯有关神话、亲属和象征的章节。

Lévi-Strauss, Claude. (1967). *Structural anthropology*. Garden City, NY: Doubleday.

该书是有关语言、亲属、社会机构、神话、宗教和艺术的随笔集,作者是著名的法国人类学家,他具有开创性的头脑,同时也是一位伟大的文艺批评家。

Lotman, Jurij (Yuri) M. (1976). *Semiotics of cinema* (Mark E. Suino, Trans.). Ann Arbor: Michigan Slavic Contributions.

该书将符号学理论运用于电影之中,对电影的叙事、蒙太奇、剧情、动作等进行了研究。洛特曼与俄罗斯符号学塔尔图学派(Tartu school)思想一致,并将塔尔图学派的理论运用到艺术与文化中。他的另外一部著作《艺术文本的结构》(*The Structure of the Artistic Text*)也已经由 Michigan Slavic Contributions 出版。

Lotman, Jurij (Yuri) M. (1990). *The universe of mind: A semiotic theory of culture* (Ann

Shukman, Trans. ). Bloomington: Indiana University Press.

本书从广义上论述了符号学理论和文化之间的关系。该书的第一部分探讨了文本中的符号是如何产生意义的;第二部分介绍了洛特曼的“符号域”和空间性理论。在这一节中,他讨论了圣彼得堡的象征主义,以及但丁的《神曲》和布尔加科夫的《大师和玛格丽特》中的空间性。

Propp, Vladimir. (1968). *Morphology of the folktale*. Austin: University of Texas Press.

该书是对童话的经典“形式主义”分析,最初出版于1928年,他在书中已经暗示了对所有其他媒介文化的分析的可能性。

Rapaille, Clotilde. (2006). *The culture code: An ingenious way to understand why people around the world buy and live as they do*. New York: Broadway Books.

该书中,拉帕耶认为1~7岁的儿童会被一些特定的符号影响,这些符号会影响到生活的方方面面,比如从奶酪到购物。

Saussure, Ferdinand de. (1966). *A course in general linguistics* (W. Baskin, Trans. ). New York: McGraw-Hill.

这是符号学分析的核心文献,也是该领域许多概念的源头。

Scholes, Robert. (1974). *Structuralism in literature*. New Haven, CT: Yale University Press.

该书介绍了结构主义,侧重于文学文本的分析,但对其他类型的文本也有很明显的暗示。书中还介绍了雅格布森、列维-施特劳斯、若勒(Jolles)、苏里奥(Souriau)、普罗普和巴特等思想家的理论。

Sebeok, Thomas A. (Ed. ). (1977). *A perfusion of signs*. Bloomington: Indiana University Press.

Sebeok, Thomas A. (Ed. ). (1978). *Sight, sound and sense*. Bloomington: Indiana University Press.

Sebeok编辑的这两部书是实用符号学理论的重要文集。书中侧重的主题有小丑、药品、面孔、宗教、绘画、建筑、音乐和文化等。

Solomon, Jack. (1988) *The signs of our times: The secret meanings of everyday life*. New York: Harper & Row.

该书将符号学分析以一种有趣而富于启发的方式应用到每一种事物之中,从广告、玩具和建筑,到电视、食品和时尚,不一而足。最后一章讲述后现代艺术形式如MTV,和后现代作品如电影《失衡生活》(*Koyaanisqatsi*),结论非常精彩。

Wright, Will. (1975). *Sixguns and society: A structural study of the western*. Berkeley: University of California Press.

这是一部将列维-施特劳斯、普罗普等人的观点开创性地应用于西方的著作。