

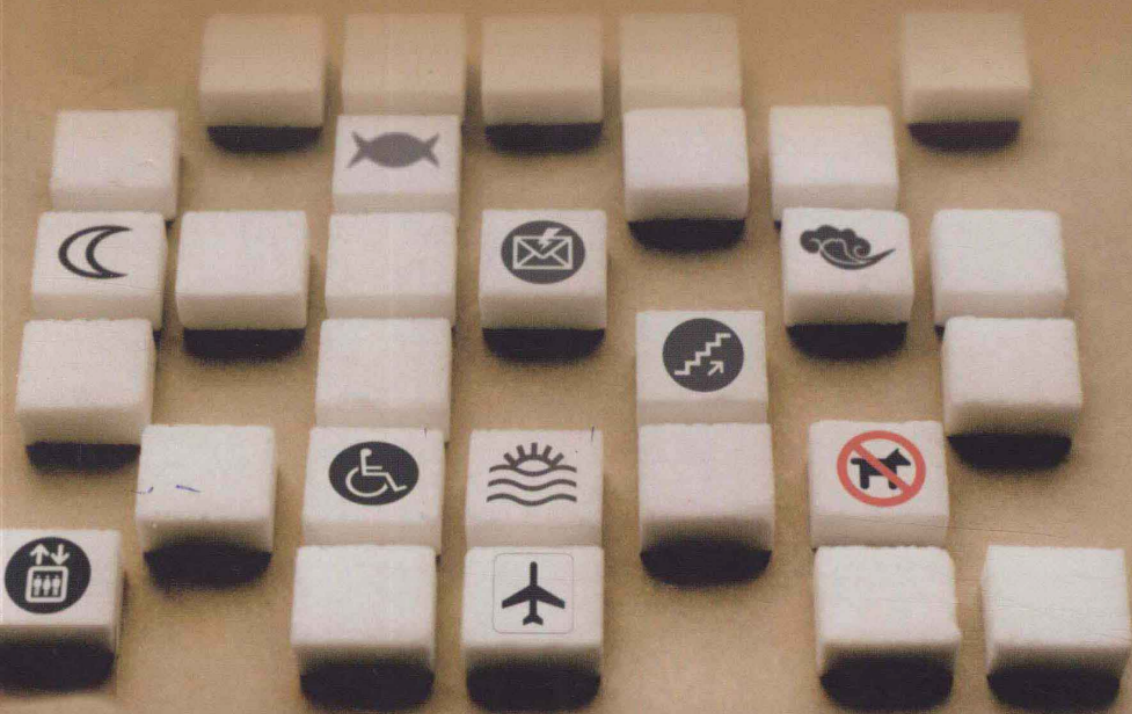
Structural Semiotics and Communication Texts

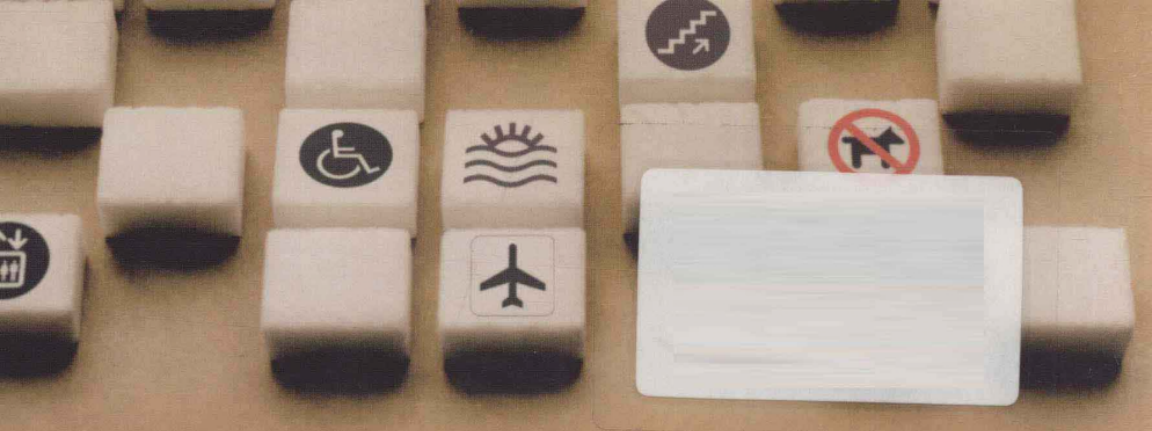
Theories and Applications

結構符號學與傳播文本 理論與研究實例

本書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，
並探討這些符號分析的概念如何運用於傳播文本，
如總統演講、網路謠言、電視政論性節目、上海月分牌廣告、臺灣日治時期平面廣告等，
歸納這些文本的符號運作與修辭策略，並說明其宣傳說服功能。

孫秀蕙・陳儀芬◎著





Structural Semiotics and Communication Texts

Theories and Applications

本書第一～四章著重符號學理論的介紹，從第五章開始，作者運用結構主義符號學原理於各類傳播文本分析。本書承續臺灣相關的傳播符號學論述，擴展研究視野，將符號研究學理運用於多元化的文本，藉以充實相關研究領域。

本書適用對象：

- ◎大專院校修習傳播、語言學或文學等相關系所教科用書
- ◎修習傳播符號學、文化研究等相關課程傳播科系學生與研究生
- ◎大眾傳播媒體、公關業、廣告業等相關從業人員

正
中
書
局

ISBN 978-957-09-1889-2

00350



9 789570 918892

結構符號學與傳播文本：理論與研究實例／孫秀蕙，陳儀芬著。

--初版.--新北市：正中，2011.04

面；公分

ISBN 978-957-09-1889-2 (平裝)

1.符號學 2.結構主義 3.傳播 4.敘事文學 5.文本分析

156

100003527

結構符號學與傳播文本：理論與研究實例

Structural Semiotics and Communication Texts: Theories and Applications

作者◎孫秀蕙·陳儀芬

主編◎邱憶伶

封面設計◎李建國

版面設計◎林樂娟

發行人◎蔡繼興

出版發行◎正中書局股份有限公司

地址◎新北市(231)新店區復興路43號4樓

電話◎(02)86676565

傳真◎(02)22185172

郵政劃撥◎0009914-5

網址◎<http://www.ccbc.com.tw>

E-mail: service@ccbc.com.tw

門市部◎新北市(231)新店區復興路43號4樓

電話◎(02)86676565

傳真◎(02)22185172

香港分公司◎集成圖書有限公司—香港皇后大道中283號聯威商業中心8字樓C室

TEL: (852)23886172-3 · FAX: (852)23886174

美國辦事處◎中華書局—135-29 Roosevelt Ave. Flushing, NY 11354, U.S.A.

TEL: (718)3533580 · FAX: (718)3533489

日本總經銷◎光儒堂—東京都千代田區神田神保町一丁目五六番地

TEL: (03)32914344 · FAX: (03)32914345

總經銷◎楨德圖書事業有限公司 TEL: (02)22192839 · FAX: (02)86672510

行政院新聞局局版臺業字第0199號(10690)〃

分類號碼◎150.00.013

出版日期◎西元2011年4月初版

ISBN 978-957-09-1889-2

定價／350元

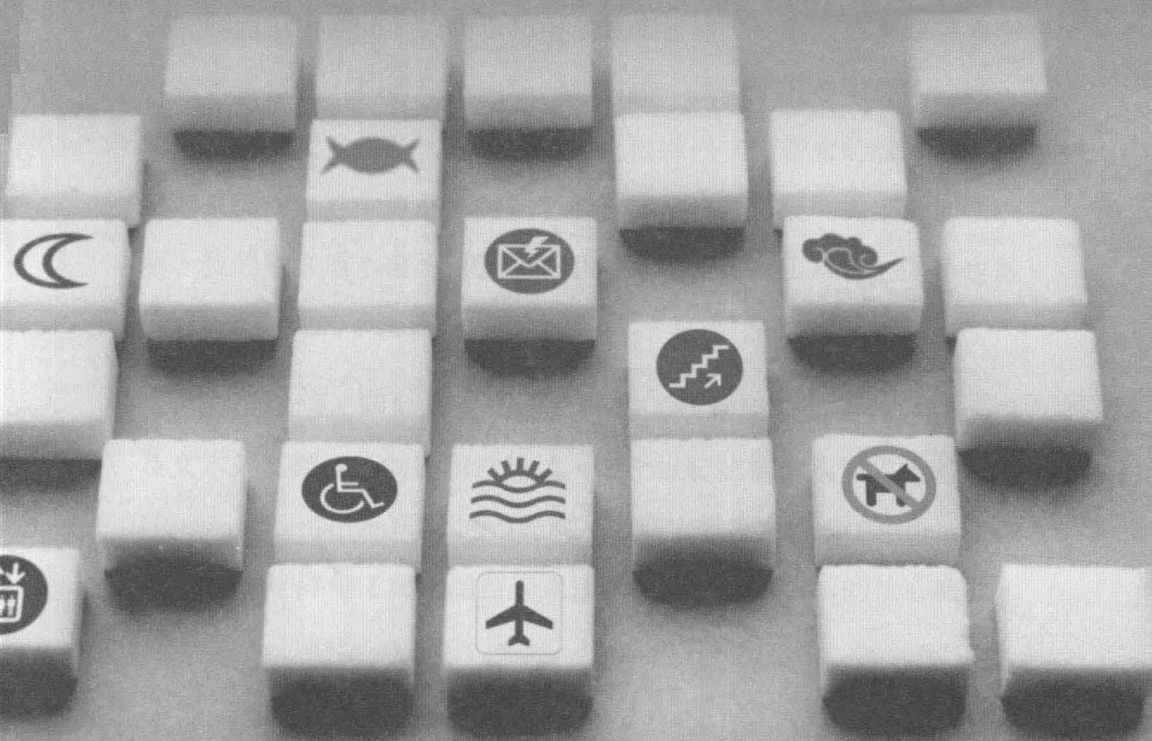
版權所有·翻印必究 Printed in Taiwan

Structural Semiotics and
Communication Texts
Theories and Applications

結構符號學與傳播文本

理論與研究實例

孫秀蕙・陳儀芬◎著



本書書名《結構符號學與傳播文本》即標示了人文社會學科內的小小跨領域合作，而副標「理論與研究實例」也想說明，這是兩位作者在理論探討與寫作過程的磨合與成果。自美國九一一事件發生，兩人合作第一篇論文開始，理解與詮釋符號運作一直是十年來研究的焦點。期間，我們也利用了幾個暑假，在政大傳播學院舉辦符號學讀書會，和研究所同學一起討論，找到了許多年輕的同好，教學相長，受益良多。本書內容便是根據幾次讀書會的讀本內容編纂修訂而成，其中更盡量將同學們有興趣以及有疑問的部分加強說明。我們期許這本書是符號學的理论入門與實用工具書，同時也是傳播文本研究的學術累積。

追根溯源，關於語言功能及美學（或詩學）的相關討論，以及文本／文類分析的適用性論述，二十世紀之初俄國形式主義學者（Russian formalists）早已開啓先河，而瑞士學者索緒爾（Ferdinand de 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啓示。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）著手，再從聚合軸（paradigmatic axis）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。

本書寫作的策略是，先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傳播文本之研究。我們特別著重歐陸學派的介紹，如：源自俄國的形式主義文學及故事研究，以及以歐陸學者為主的結構主義符號探討。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。

再者，考量當今網路媒體發達，資訊的傳遞與流通和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」、「圖像文本」到「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。

在章節安排方面，第一～四章著重符號學理的介紹，為了鼓勵讀者實際操作，這四個篇章結尾均附有思考練習題。從第五章開始，我們以深入的實例示範取代思考練習題，分別以企業網站、總統演講稿、政論性節目、網路謠言、上海月分牌廣告畫及日治時期臺灣宣傳海報為文本分析對象，探討其符號結構及功能，並詮釋文本的社會及文化意涵。特別要說明的是，第五章的「從文本到超文本：網站符號研究」改寫自兩位作者與謝雅如合著的研討會論文「網站文本中的符號運作：以房地產建案網站為例」，其他均由本書兩位作者合力完成。

本書之所以能順利完稿，要特別感謝國科會社會人文處提供補助（專書寫作計畫編號：98-2410-H-004-111-）以及正中書局的支持。藉由本書拋磚引玉，期望臺灣傳播文本的符號研究，在未來可以更蓬勃地發展。

【目錄】

作者序	3
-----------	---

第 1 章 符號研究的起源與基本概念

第一節 索緒爾的符號學論述.....	13
第二節 「符號學」的起源：皮爾斯的符號學理論 (Theory of Signs).....	24
第三節 索緒爾與皮爾斯的符號學理論對傳播研究的啓示	28

第 2 章 從聚合軸到組合軸的拋物線

第一節 俄國形式主義(Russian Formalism).....	31
第二節 Vladimir Propp的形態學(Morphology)： 俄國民間故事研究	34
第三節 Levi-Strauss的結構主義符號學與神話研究.....	36
第四節 Roman Jakobson的結構詩學： 傳播模式與詩學效用.....	40

第 3 章 敘事分析、文類研究及其運用

第一節 Gérard Genette的敘事論述分析	50
第二節 Gerald Prince邁向語意層次的敘事功能分析.....	55
第三節 Tzvetan Todorov的文類研究： 符號系統的開放與創新	58

第 4 章	從文本到圖像：圖像符號學	
第一節	Roland Barthes的圖像修辭	66
第二節	其他學者的圖像符號論述	76
第三節	Beasley與Danesi的廣告符號論述	78
第 5 章	從文本到超文本：網站符號研究	
第一節	網頁介面的構成元素	88
第二節	網站的文本特質	92
第三節	網站文本分析：以房地產建案網站為例	98
第四節	迷思：傳播符號的「自然化」	131
第 6 章	符號、敘事結構與公共關係中的「說服」： 以九一一事件布希演講稿為例	
第一節	文獻探討	137
第二節	研究方法及目標	143
第三節	布希演講稿的基本敘事結構	148
第四節	布希講稿中以呈現對立為宗旨的幾個符號建構原則 ..	155
第五節	教宗爾本二世的佈道結構	158
第六節	衝突論述與公共關係理論的連結與驗證	160

第 7 章

臺灣電視政論節目的議題論述策略與框架分析： 以「真調會覆議案大法官關說疑雲」為例

第一節 文獻探討	167
第二節 研究問題	176
第三節 臺灣電視政論節目分析	179
第四節 政論節目中的修辭與符號運作	195
第五節 政論節目的議題論述策略與框架分析	197
第六節 政策建議：媒體的社會責任	205

第 8 章

網路謠言中的「女性」符號運作： 以東森新聞臺「網路追追追」為例

第一節 文獻探討	214
第二節 與女性相關的網路謠言分析	226
第三節 研究結果與討論	235

第 9 章

被框架的女性意象： 上海月分牌廣告畫的圖像符號分析

第一節 文獻探討	242
第二節 研究方法與分析	251

第10章

日治時期臺灣廣告宣傳中的女性符號分析

第一節	臺灣廣告史論述的空缺： 被忽略的日治時期廣告發展	276
第二節	視覺設計文獻對臺灣廣告史論述的意義與貢獻	278
第三節	重述歷史：建立日治時期臺灣廣告發展論述	280
第四節	從性別觀點反思日治時期廣告論述	286
第五節	日治時期廣告中的女性圖像所述說的「歷史」： 符號分析的觀點	292
第六節	日治時期的圖像宣傳、女性與社會變遷	304
附錄一	美國總統小布希演講稿	307
附錄二	教宗爾本二世演講稿	319
附錄三	三十則與「女性」符號相關的網路謠言內容摘要 ...	323
參考書目		327

【表錄】

表1-1	語言與話語的對照：以中文用語為例	17
表4-1	媒體的廣告表意趨勢	79
表5-1	網頁連結方式的分類	94
表6-1	布希講稿的基本敘事結構	154
表6-2	布希講稿中的對立符號結構.....	156
表7-1	政論節目的藍綠光譜分布與論點立場	188
表7-2	議題敘述中的符號運作.....	196
表7-3	政論節目的議題論述策略與框架分析	201
表8-1	與「女性相關」的網路謠言分類.....	228
表8-2	提及女性生理特質的網路謠言分類.....	234
表9-1	上海月分牌廣告畫的文本特性辨識與符號分析原則	270

【圖錄】

圖1-1	皮爾斯「意義的元素」	25
圖2-1	《伊底帕斯》的深層意義結構圖	38
圖2-2	「詩學效用」的拋物線.....	41
圖2-3	轉喻和隱喻在兩軸上的分布.....	42
圖5-1	建案網站架構——兩層式架構.....	99
圖5-2	建案網站架構——三層式架構.....	100
圖5-3	非線性閱讀方式示意圖.....	101
圖5-4	不同瀏覽路線示意圖	102
圖5-5	網站文本的組合軸與聚合軸.....	103
圖5-6	有限的非線性閱讀示意圖	104

圖5-7	有限的非線性閱讀以及聚合軸元素.....	105
圖5-8	「摩納哥山水行館」建案網站進站動畫	107
圖5-9	「摩納哥山水行館」建案網站首頁頁面	108
圖5-10	「摩納哥山水行館」網站導覽頁面.....	110
圖5-11	「摩納哥山水行館」網站文本意義組構圖.....	111
圖5-12	「文山政大」建案網站首頁頁面	112
圖5-13	「文山政大」「環境嚴選」導覽頁面	113
圖5-14	「文山政大」網站文本意義組構圖.....	115
圖5-15	「美河市」建案網站進站頁面	116
圖5-16	「美河市」網站進站動畫	117
圖5-17	「美河市」建案網站首頁頁面	119
圖5-18	「美河市」網站文本意義組構圖	120
圖5-19	「美河市」網站導覽主題頁面	122
圖5-20	「美河市」網站「空間美學」導覽主題頁面	123
圖6-1	字、義在聚合軸與組合軸上的關係.....	145
圖6-2	衝突論述的結構與運用	162
圖7-1	政論節目議題論述運作過程：一個結合符號學與框架理論的分析架構...	184
圖7-2	政論節目的藍綠光譜分布	186
圖7-3	《新聞駭客》2004/9/16.....	188
圖7-4	《臺灣高峰會》2004/9/16	188
圖7-5	《關鍵開講》2004/9/23.....	192
圖7-6	《大話新聞》2004/9/23.....	192
圖7-7	《關鍵開講》2004/9/24.....	195
圖7-8	《關鍵開講》2004/9/24.....	195
圖7-9	議題敘述中的符號意義迴圈.....	200

圖9-1	哈德門牌香煙廣告	256
圖9-2	東亞煙廣告	256
圖9-3	日本仁丹廣告	256
圖9-4	菊牡丹牌蚊蟲香廣告	257
圖9-5	英美香煙公司廣告	261
圖9-6	詩妓：李萍香	264
圖9-7	上海太和大藥房廣告	267
圖9-8	林文烟花露香水廣告	267
圖9-9	回春堂健胃固腸丸廣告	268
圖9-10	上海中法大藥房廣告	268
圖10-1	烏龍茶（產品包裝）	293
圖10-2	採茶姑娘（明信片）	293
圖10-3	烏龍茶海報	293
圖10-4	烏龍茶海報	293
圖10-5	臺灣香蕉海報	297
圖10-6	改良蔗作生產海報	297
圖10-7	臺灣糖業株式會社海報	297
圖10-8	高砂啤酒海報	297
圖10-9	原住民共舞（明信片）	300
圖10-10	太魯閣國家公園海報	300
圖10-11	菊元百貨宣傳單	302
圖10-12	《臺灣婦人界》封面	302
圖10-13	《婦人之力》雜誌封面	303
圖10-14	防空襲常識講座海報	303



第 1 章

符號研究的起源與基本概念

本章首先說明現代符號學源自瑞士語言學家索緒爾與美國哲學家皮爾斯的論述，分別闡述其主要的符號學概念，並說明語言之為符號的結構、基本概念與運作方式，以協助讀者熟悉語言與現實生活之間的關連，再以生活中的慣用語或熟悉的圖文為例，說明在傳播過程中，「意義」如何被傳播者所「創造」與「詮釋」。

第一節

索緒爾的符號學論述

以符號研究的領域來說，美國實用主義哲學家查爾斯·桑德斯·皮爾斯(Charles Sanders Peirce)和瑞士語言學家費爾迪南·德·索緒爾

(Ferdinand de Saussure)是二十世紀現代符號學的兩大源頭。兩人分別在大西洋兩岸，不約而同地開創了索緒爾稱為「semiology」（該詞源自希臘文semeion），而皮爾斯則稱之為「semiotics」的符號學。索緒爾的學生Charles Bally與Albert Sechehaye依其生前演講的筆記，在一九一五年編輯出版《普通語言學教程》（*Course in General Linguistics*）一書（Saussure, 1966）。至於皮爾斯的文章，在其逝世後幾年間，亦被收錄在八冊的*Collected Papers*中（Peirce, 1931-1958），兩者皆奠定了現代符號學的研究基礎。

索緒爾的語言及符號學論述受到二十世紀初，源自德國，後擴及歐洲各國的Gestaltenheit（格式塔，或稱之為「完形主義」）之影響。完形主義最初應用於心理學研究，後來被廣泛運用於各學門研究。完形主義者主張，當我們在進行研究時，被研究的對象可視為「有機的整體」，並可進一步拆散為組成部分或感覺內容，而不是由基本的、零散的、不可還原的印象所構成。具體地來說，採用完形主義的研究概念，主要以「直接經驗」，例如：人類的感知經驗，為其研究對象（Angeles, 1992／段德智、尹大貽&金常政譯，2007）。

完形論者主張，一切經驗現象中共同存在著「完形」特性，在物理與心理現象之間，具有對應，但未必完全對等的關係（Angeles, 1992／段德智、尹大貽&金常政譯，2007）。例如：假設我們走在路上，看到鄰近房子窗戶裡冒出濃煙，當我們的眼睛看到「濃煙」，又聞到嗆鼻的味道，藉由感知到這個物理現象，我們的經驗判斷：房子可能（未必完全對等）著火了！「房子可能著火了」正是一種心理概念。

彼時的語言學研究對於語言的源頭及演變多有關注，索緒爾深受完形主義的影響，主張語言學研究應注重語言的結構、系統及功能等分析。他