

符码与元语言:媒介文本意义生成的符号学阐释

冯月季

(燕山大学 文学学院,河北 秦皇岛 066004)

摘要:运用符号学理论考察传播问题是当前传播研究中的一个热点现象,符号学本质是意义之学,将符号学理论运用到传播研究中,主要揭示媒介文本意义是如何生成的。符码与元语言作为符号学当中的两个核心概念,属于符号文本意义的构成规则范畴,决定符号文本意义的规则称之为“符码”,而符码的集合称之为“元语言”。在传播研究中,“符码”与“元语言”既是生成媒介文本意义的符号规则,也是人们解释媒介文本意义的符号资源。将“符码”与“元语言”引入到传播研究中,可以实现传播研究一个新的理论转向。

关键词:符码;元语言;符号学;文本;意义

中图分类号:G20 **文献标志码:**A **文章编号:**2095-9915(2017)04-0110-05

DOI:10.16387/j.cnki.42-1867/c.2017.04.014

运用符号学理论考察传播问题主要是以媒介文本为中心进行意义分析。符号文本的意义是一个复杂的关系结构,它以符号文本为载体,串联起符号文本发送者的意图意义、符号接收者的解释意义以及与符号文本相关的社会文化意义。或者更准确地说,符号文本的意义来源在于社会文化领域,它基于社会文化领域中人们对某个特定符号文本意义达成的共识,这些共识形成或赋予了各个符号文本意义的构成规则或逻辑,我们把组织或决定符号文本意义的规则就称之为“符码”,而把符码的集合称之为“元语言”。“符码”与“元语言”既是生成符号文本意义的符号规则,也是人们解释符号文本意义的符号资源。将“符码”与“元语言”这两个符号学中的概念引入到传播研究中,能够在一定程度上摆脱传播效果研究的局限,将研究的重点转移到媒介文本上来,清晰地展示出媒介文本意义生成的规则和逻辑,从而有助于推动传播研究的方法论转向。

一、符码与元语言在传播中的功能

符码就是控制符号文本意义的规则。英国文化研究学派中,斯图亚特·霍尔提出的“编码-解码”理论比较接近符码这个概念。在霍尔的“编码-解码”理论中,受众有三种解码方式,分别是:主导-霸

权式解码、协商式解码、对抗式解码。

霍尔的“编码-解码”理论主要讨论受众在接收文本意义过程中的三种态度,不管哪种形式的解码,受众都必须对文本意义作出解释,而解释的前提必须是符号文本接收者掌握了与文本意义相关的某些文化规则。例如:网络聊天中的“呵呵”这个符号,当接收者收到对方的这个符号时,就会明白这个符号所指代的意思是“敷衍、心不在焉、无所谓”等意思。这样,收到“呵呵”这个表情符号的聊天者下意识中就会将“呵呵”等同于“敷衍、心不在焉、无所谓”,两者之间所存在的这样一种转换机制就叫符码。

也可以说,符码就是存在于社会传播网络中的意义结构,它为受众提供了一种认知模式。约翰·费斯克对传播符码进行了细分^{[1]55-65},符码对意义的控制主要侧重于应用的社会维度,符号表意的首要环节是将有意义的符号进行符码化。这样符号就有了携带意义的文本进入传播过程,传达到接收者那里再进行意义解释。一般来说,传播过程中的符码分为两种:强符码和弱符码。

强符码指的是具有强编码特征的符号文本,在符号发送者与接收者之间,意图意义与解释意义具有一致性。强符码很常见,交通信号灯、军官口令、数学运算中的公式等都属于强符码文本。比如在

收稿日期:2016-11-01

基金项目:河北省社会科学基金项目“新闻叙述中的可能世界研究”(HB16XW021)

作者简介:冯月季(1977-),男,河北保定人,副教授,博士,主要从事符号传播学研究。

足球比赛中,规定罚点球的位置必须距离球门12码。当然在强符码中,也不是永久固定不变的。规则改变了,就要对符号意义进行重新编码。同样以足球比赛为例,加时赛原先实行金球制的“突然死亡法”,如今规则变为必须打满加时赛上下半场共30分钟。

弱符码指的是具有弱编码特征的符号文本,符号编码者与解码者之间因文化、语境等因素对符号文本的意义理解不一致。人类社会文化中,除去强符码的符号文本之外,几乎都是弱符码的符号文本。恋人之间的对话、朋友之间的交流、文学艺术作品的赏析,都属于弱符码文本。艾柯在他的《诠释与过度诠释》中认为,文本意义诠释的界限难以把握,因此任何的阅读都可能是一种误读。

无论哪一种符码,都是用来传递符号意义的中介,并且在符码的使用过程中,依赖使用者共同的文化背景。不过符码不能单独建构起符号文本的意义体系,艾柯认为符码是作为一个系统而存在的,它包含句法、语义以及行为三个部分。巴尔特在分析流行服饰的符码结构时认为,服饰符码应当包含能指结构、所指结构以及符号结构三个部分^{[2]67}。

无论符码是作为一个系统还是一个结构,它都是连接形式和意义之间的一种控制机制,或者说,符码就是一种意义转换机制:“它们系由有限状态的因素集合而成,这些因素又是由偶对方式构造并受某些组合规则制约……在社会科学界,这样的系统几乎总是能够得到承认和确立,从而揭示:这样一种系统怎么才能传达另一类系统的所有或若干成分,而后者在某种程度上又与前者相联系(反之亦然)。”^{[3]43}

也就是说,符码只有在形式和表意之间构成某种关联功能时,才能得到社群中成员的确认。正如上文所指出的,符码是一个社会文化问题,比如巴尔特在《流行体系》中分析一件长袖羊毛衫时指出其中蕴含的服饰符码:

长袖羊毛开衫·领子·敞开=轻松随意

长袖羊毛开衫·领子·闭合=庄重正式

又如注重个人隐私权的北美人士,非常在意人际关系中存在的空间符码,两个人在交流中的身体距离表明两者的关系亲近程度如下:

距离小于6英寸=亲密关系

6-21英寸=亲朋好友关系

1.5-4英尺=一般关系

4-6英尺=安全距离,适合聊天

7-12英尺=正式交谈

符码能够成为控制文本意义的机制,显然,符码的使用有赖于使用者的共识以及共同的文化背景。也就是说,在符码之外,还存在一个符码形成的文化语境或系统。只有在这个文化语境或系统中,符码才能对符号文本的意义行使转换功能,这个文化语境或系统叫作“元语言”。

元语言本是语言学当中的概念,波兰语言学家塔尔斯基(Alfred Tarski)在上世纪30年代提出了“元语言”问题。他把人们谈论周围世界的语言称之为“对象语言”;把谈论对象语言的语言称之为“元语言”。^[4]举例说明:“太阳每天都是新的”这个句子是用来描述我们感知客观世界的对象,就是对象语言;而“‘太阳每天都是新的’是个陈述句”,这个句子是用来评价、解释对象语言的句子,因此就是元语言。

推而广之,任何的符号表意机制,都离不开符码背后的元语言,因此元语言是文本意义生成的符码集合。根据符号文本的传播过程,可以把元语言分为“社会文化语境元语言、文本自携元语言、接收者的能力元语言。”^{[5]233}社会文化元语言作为文本意义生成的最主要元语言,指的是文本存在的文化语境或系统,文本生产者在建构文本时,所依据的意义来源就是社会文化语境元语言。例如张艺谋在电影中偏好使用红色,是因为在中国的文化语境中,红色具有特殊的象征意义。

文本自携元语言也会参与文本意义的建构,典型的如文本的体裁,体裁决定了接收者解释文本意义的方式。例如在接收者的观念中,新闻是一种事实性叙述,小说是一种虚构性叙述。此外符号伴随文本中的副文本也属于文本自携元语言,例如书籍的装订、商品的包装、CD的封面、电影的导演、广告的代言人等等,这些副文本参与并影响文本的意义解读方式。

接受者的能力元语言指的是文本接收者根据自己的社会经历、文化修养、过往经验等形成的解读符号文本的能力。比较典型的如“一千个读者眼中有一千个哈姆雷特”“一部《红楼梦》,经学家看见《易》,道学家看见淫,才子看见缠绵,革命家看见排满,流言家看见宫闱秘事”。符码和元语言共同作用于符号文本意义建构,在符号文本的传播过程中,符码是掌控文本意义的规则,而元语言是生成意义规则的文化语境。

二、符码化与媒介再现:媒介文本的意义建构

符码作为控制媒介文本意义的规则,并不是一个静止和孤立的现象,而是人们在使用符号和传播符号过程中达成的阅读契约,并且以一种文化规约的形式存在于社会文化关系中。换言之,符码是一种动态的控制文本意义的规则,这些规则在生成之前,都经历了形式各异的符码化。也就是说,任何媒介文本的符号表意,必须首先将对象符码化,然后通过媒介再现在对象与意义之间,以形成对应关系。

符码是控制文本的规则,也是受众解释文本的意义依据。任何媒介文本如果要传达意义,都必须首先对文本进行符码化处理,即如何组织文本的结构方式。通俗来理解,就是如何安排文本的意义结构。例如在摄影时,我们想要表达拍摄对象的高大形象,此时就需要在技术手法上做文章,采取仰拍的方式;要想表达特定的情感,就要采取特写的方式。只有首先对文本进行符码化处理,符号文本才能携带发送者的意图意义,这时的符号文本就具有了意义,而符号文本的意义要在传播对象面前展示,依靠的是“媒介再现”。“媒介再现”指的是媒介对表达对象的编码,以语言、文字、图像等形式在媒介上的“再次呈现”。媒介再现具有两种功能:观念传达与形象塑造。

媒介再现不是对客观现实的忠实记录,而是通过媒介修辞,根据媒介生产者的意图对媒介文本进行加工,加工的手段包括报道角度的选择、画面的拼接、语言的组合、镜头或色彩的运用等手段,将不同的符号组合起来,表达某种特定的观念。

比如电影作为一种综合艺术,使用音乐、文字、图像、色彩等符号等进行编码,由这些符号组合成长短镜头来连接各个符号之间的关系。克里斯蒂安·麦茨把电影的符码分为两类:技术性符码和社会性符码。^{[6] 62-70}但是在艾柯看来,电影中所有类型的符码都是文化符码,植根于社会的文化规约是符号表意的前提。

“技术性符码”指电影中对色彩、声音、镜头等方面的技术性运用所产生特定的编码。如镜头拍摄角度所产生的意义,仰拍代表着高大威严,俯拍代表着弱小微茫。有些影片多用音乐符码,比如《入殓师》中,久石让为影片谱写了以大提琴为主要乐器的背景音乐,大提琴特有的低沉表现了影片敬

畏生命的主题。有些影片多用色彩符码,如陆川的《南京!南京!》采用极具张力的黑白叙事色调,表达了某种绝望和压抑的内涵。

“社会性符码”指的是电影通过人物语言和人物形象等来表达与社会文化有关的意义。例如《阿甘正传》通过对阿甘“弱智”形象的塑造表明人生的意义。虽然充满各种偶然性和戏剧性,但人性中的光辉,诸如坚持、执着、宽容以及对爱的信仰是永不磨灭的。

媒介再现的另外一种功能是形象塑造。作为文本生产者的一种话语实践,通过媒介再现,文本生产者根据社会文化元语言对文本进行编码,此时文本就具有了意识形态的功能。媒介内容不是像镜子一样直接反射现实世界,它是经过选择和排除之后经过了编码的。媒介内容隐含了特定的价值观和意识形态。

媒介再现的形象塑造功能在现实中往往形成“刻板印象”。形成对不同性别、职业、地域、种族、民族等社会群体的认知。例如在美国媒体的报道中,来自中东、南欧、美洲地区的移民常常被描述为具有暴力倾向的个体,成为美国社会犯罪的主要群体。美国社会内部,黑人群体也常常遭受种族歧视,他们在媒体的报道中也常常成为暴力和社会冲突的主角。

任何能够符码化的对象都依赖于人们共同的文化规约。文化规约不是临时口头约定,它是在长期的文化实践中人们形成的对某些意义的认同。文化就是一种过程、一种实践,就是一个社会成员之间的意义生产和交换。强调文化是一种实践和过程,指的是文化参与者通过表征某事物的方法给予该事物特定的意义。我们能够运用词语表征某事物的意义,是因为该事物作为一个符号,在其与被表征的意义之间具有了符码化的意义机制。表征“并非被简单地编入我们体内的生物遗传程序,而是对我们来说具有意义和价值,需要他人富有意义的解释,或需要依赖意义才能有效运作”。^{[7] 3}

同一社会的成员共享大致相似的文化符码,它们是符号意义生产和实现的“表征系统”。表征符号意义的主要媒介是语言,语言通过表征产生意义的前提是存在有意义的符号,在文化实践中这些符号构成表征系统,意义是在表征系统中由符码建构和确定的。符码确定了符号和意义之间的关系,它是一种意义固定、转换和传播机制。

三、体裁作为媒介文本表意的符码和元语言

对媒介文本进行符码和元语言分析,本质上是对媒介文本意义生成机制的一种“解构”。但同时我们也会发现,符码和元语言作为控制和生成媒介文本意义的规则和逻辑,在某种程度上也将媒介文本意义限定在一个相对固定的范畴里,这使得媒介文本缺乏新的表意机制和能力。如何突破这种限制,需要我们转换思路,从媒介文本的形式来考察符码和元语言问题。

在一般的传播研究中,主要考察传播内容的意义建构问题,而对形式问题关注不多。在符号学的范畴里,文本形式的表意功能同样重要,文本形式不仅作为文本内容的载体,同时也作为文本意义建构的重要元素。在众多文本形式当中,文本的体裁是最重要的一种。体裁属于符号文本自携元语言范畴,具有指示接收者如何阅读符号文本的功能,它是控制符号文本接收方式的符码,也是符号文本与社会文化和接收者之间形成的某种阅读契约。举例来说,新闻作为一种体裁,指示接收者必须按照事实性的文本来阅读它;小说作为一种文学体裁,指示接收者只能按照虚构性的文本阅读它。

所有的符号文本都属于某一类体裁,体裁之所以能够成为控制符号文本接收方式的规则。根本原因在于符号文本在生产时携带了特定的社会文化元语言,在共有的文化语境中,这些文化元语言得到所有人一致的认可和接受。用法国学者皮埃尔·布迪厄的观点来解释,符号文本的体裁居于某种特定的“场域”,“场域”作为高度分化世界中的具有自主性的社会小世界,是具有自身逻辑和必然性的客观关系的空间。“场域”非地理学意义上的空间,而是社会文化意义上的“符号域”,在这样的空间中,社会关系和文化具有自身的逻辑、规则和惯例。

文本接收者能够按照体裁对符号文本进行意义解释,相当程度上在于接收者在“场域”中所形成的社会文化“惯习”。布迪厄把“惯习”看作是一种“持久的可转移的秉性系统”,法国社会学家菲利普·柯尔库夫(Philippe Corcuff)在解释“秉性”这个概念时认为:“秉性,也就是说以某种方式进行感知、感觉、行动和思考的倾向,这种倾向是每个个人由于其生存的客观条件和社会经历而通常以无意识的方式内在化并纳入自身的。”^{[8]36}符号文本的体裁在“场域”中本身就是一套表意的符码。

因此,符号文本体裁有其社会文化语境的表意目的,在其存在的“场域”中,通过传达出来的信息使得社会关系得以沟通和交流。符号文本的体裁具有指示符号的功能,在文本生产时,对“场域”中社会参与者之间的特定关系进行了编码。

体裁作为符号文本表达意义的重要形式,是一种指示接收者解读文本的规则。因此体裁与符号表意之间具有某种自然的联系,在大多数符号文本中,符号表意都受到体裁的限制。但是在某些艺术文本中,艺术创作者为了追求新奇,增强艺术表现力,也会试图摆脱某种艺术体裁的限制,通过努力,使得文本呈现出跨体裁表意的特征。

英国艺术哲学家佩特(Walter Peter)把这种现象称之为“出位之思”,在讨论雕塑艺术与绘画艺术时,佩特说:“尽管每门艺术因此具有了其独特的作用于印象的规则和不可翻译的魅力,但是仍有一点值得注意,在每种艺术特殊的把握材料的方式中,它们可能被发现变成了其他一些艺术的存在条件……即对其自身界限的部分的背叛,通过它,艺术能够做到的不是实际上取代彼此的位置,而是相互间提供新的力量。”^{[9]151}佩特在这里的意思是:艺术的不同体裁之间具有相互靠拢和跨越的特征。例如音乐追求绘画的效果,门德尔松为莎士比亚的喜剧《仲夏夜之梦》谱写的同名钢琴曲就具有极强的画面感;例如诗歌追求音乐、绘画效果,在网络时代,学者毛翰为了扩大新诗的传播范围,一直致力于“音画诗”的创作。

艺术文本的“出位之思”并不是仅仅对另一体裁的模仿和比喻,而是借助另外的体裁实现新的表意方式。艺术文本体裁之间的“出位之思”常见于近年来的电影与电子游戏中。著名导演彼得·杰克逊(Peter Jackson)认为:制作游戏和拍电影极为类似,游戏也特别关注故事的叙述,镜头调度和场景转换在电影和交互游戏中都成为必要手段。

作为“媒介融合”的一个主要方面,电影与电子游戏体裁之间的相互改编成为近年来一股风潮。典型的如《古墓丽影》系列,先是电子游戏问世,在玩家中赢得良好口碑,然后游戏制作方开始将其改编成电影。由电影改编成电子游戏的如《哈利·波特》系列,《哈利·波特与魔法石》的游戏版本中除了再现电影中霍格沃茨魔法学校和电影人物造型之外,对电影中的“禁林探索”“记忆球争夺战”“大战伏地魔”等经典桥段也进行了保留。

从技术层面而言,电影与电子游戏之间的融合

得益于电子游戏 3D 引擎功能的进步。游戏引擎是控制整个游戏流程的符码,而 3D 游戏引擎的兴起使得电子游戏摆脱了早期的受制于文字和简单图形的限制,开始朝向高清图像视频、仿真音频阶段迈进,越来越多的人看好电子游戏成为“第九艺术”的可能性,电子游戏的开放性和互动性是电影艺术所欠缺的,因此两者之间进行“媒介融合”完全具备可行性。例如时下流行的“引擎电影”(Mechanical Cinema,也可写作 Machinima),被称为“游戏的技术,电影的内容”。

相比于电子游戏中的电影元素,如今电影中借鉴电子游戏的元素更为丰富和成熟,例如成龙、吴彦祖主演的《新警察故事》中,吴彦祖扮演一个因缺乏亲情而整日沉迷于电子游戏中的颓废青年,他恨透了当警察的父亲,因此联络了一帮身手不凡的社会青年,通过犯罪吸引警察的追捕,然后在特定的地点模仿电子游戏《反恐精英》中的情节进行真人警匪枪战,并且与同伴展开杀人竞赛。

另外,有的电影完全是按照电子游戏的表现手法展开剧情,如《死亡飞车 2》,在“绝命岛”监狱中,琼斯为满足他在电视领域里的野心,发明了“死亡飞车”游戏,不惜以监狱犯人的性命来博得收视率。整部电影的剧情完全是按照游戏通关的手法而展开的,这种表现手法在近几年的美国电影中屡见不鲜。如今,电影与电子游戏之间体裁的界限更加模糊,例如电子游戏《模拟人生》中更丰富和真实的情节体验,而互动式电影的出现让观众具有了更多像电子游戏玩家一样的自主选择权利。

综合上文的叙述来看,符码和元语言机制的存在,将媒介文本的意义限定在某个相对固定的范畴里,从而在某些方面造成了媒介文本的封闭性。如果我们从媒介文本体裁的角度考察就会发现,体裁作为一种文本表意形式,能够突破符码和元语言的框架限制,从而赋予了媒介文本生成新的表意机制的可能。

参考文献:

- [1] 约翰·费斯克. 传播研究导论: 过程与符号[M]. 许静, 译. 北京: 北京大学出版社, 2008.
- [2] 罗兰·巴尔特. 流行体系: 符号学与服饰符码[M]. 敖军, 译. 上海: 上海人民出版社, 2000.
- [3] 翁贝托·艾柯. 符号学理论[M]. 卢德平, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 1990.
- [4] 郭聿楷. 关于“元语言”[J]. 中国俄语教学, 1999(3): 47.
- [5] 赵毅衡. 符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2011.
- [6] 克里斯蒂安·麦茨. 电影与方法: 符号学文选[M]. 李幼蒸, 译. 北京: 三联书店, 2002.
- [7] 斯图亚特·霍尔. 表征: 文化表象与意指实践[M]. 徐亮, 陆兴华, 译. 北京: 商务印书馆, 2003.
- [8] 菲利普·柯尔库夫. 新社会学[M]. 钱翰, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2000.
- [9] 沃尔特·佩特. 文艺复兴[M]. 李丽, 译. 北京: 外语教学与研究出版社, 2010.

责任编辑: 刘世华

(E-mail: n61319783@163.com)

The Narrative Strategy of Keigo Higashino's Novels —— Based on Analysis of Into The White Night and Grief Grocery Store

(by HOU Li-bing)

Abstract: Keigo Higashino reconfigures the time of his stories through a variety of means such as flashbacks, intermittence, concurrence, time-travel, and making "acquaintances" unfamiliar, creating a significative temporal "perversion". And also, he uses specific pop cultural elements and historical events to "tag" the stories' positions and displacement on the timeline. Clues are narrated in a parallel manner and incrementally merge into the main plots. This strategy of time presents a "fish skeleton" narrative structure for Into The White Night and Grief Grocery Store. The density changes of time also allow the pace of narration and frequency of incidents to change accordingly, constantly giving the stories a driving force.

Key words: Keigo Higashino; time; narration; Into The White Night; Grief Grocery Store

Three Errors in the Study of the Anti-Japanese War in Wuhan

(by DENG Zheng-bing)

Abstract: Studies on the Anti-Japanese War in Wuhan have made considerable progress and people from all walks of life are giving more attention to this subject. However, there are some errors in the research about the history: the first Konoe statement was a statement that declared to break diplomatic relations with the Chiang Kai-shek government but it is referred to as one to lure Chiang into surrender; the loss of the Japanese Eleventh Army in the Wuhan battles is misinterpreted as the loss of the Japanese Second Army in the Xiaojieling battles; the Wuhan Headquarters for the Chairman of the National Government's Military Commission on Pingyue Road in Wuchang is miss-located as on Huashang Street in Hankou. All these mistakes need to be corrected as they are closely concerned about how researchers treat the concepts of, materials about, and attitudes towards the history of the Anti-Japanese War and the Wuhan Battles.

Key words: Anti-Japanese War in Wuhan; Konoe statement; Xiaojieling battles; Wuhan Headquarters for the Chairman of the National Government's Military Commission

Research on the Dissemination of Wuhan City Image in the Context of Micro Films —— Works of the China (Wuhan) Micro Film Competition as an Example

(by CHEN Xiao-juan)

Abstract: City micro films have become an important means of city image dissemination and marketing. Wuhan city micro films, as a high-quality carrier to enhance the city's influence, created a distinctive, three-dimensional image of the city. But there are deficiencies in the aspect of creative content, marketing mechanism, and profit-making models. Actions must be taken to establish a governmental marketing alliance, produce quality content, and build up an industrial chain.

Key words: micro film; Wuhan city image; dissemination; marketing; strategy

Code and Meta-language: the Semiotic Interpretation of the Media Texts' Meanings

(by FENG Yue-ji)

Abstract: The essence of semiotics is the study of meanings, therefore, using semiotic theory to study the issues in communication is to reveal how the meanings of media texts are generated. As core concepts of semiotics, code and meta-language belong to the category of rule formation for the generation of media text meanings. The rules that decide media texts' meanings are called "codes" and the set of codes is referred to as "meta-language". In the study of communication, "codes" and "meta-discourse" are both semiotic rules to generate media text meanings and semiotic resources to interpret the meanings. The introduction of "codes" and "meta-discourse" may lead to a new theoretical direction in the study of communication.

Key words: code; meta-language; semiotics; text; meaning