

美国第一夫人形象建构与传播的符号学解读

曹漪那 赵唯阳

摘要：人们一般将第一夫人理解为某一国家或地区元首或领导人的妻子。作为总统的伴侣，第一夫人在某种程度上可以影响政治、政策，乃至整个国家的历史。良好的第一夫人形象对于领导人个人形象乃至整个国家形象的提升都有帮助。本文从符号学角度出发，以美国第一夫人形象为研究对象，分析其建构与传播的策略。笔者认为，美国第一夫人形象建构的内在逻辑是意指的匹配与统一，具体的传播策略是符号双轴的并行推进。

关键词：第一夫人 媒介形象 意指 双轴

DOI:10.13760/b.cnki.csalt.2017.0009

第一夫人，一般意义上来讲，是某一国家或地区元首或领导人的妻子。第一夫人不同于一般的妻子，她不仅肩负妻子的角色，更是国家的“女主人”，而其女性独特的魅力又成为一种软实力。一个良好的第一夫人形象对于领导人的执政乃至整个国家形象的提升都有帮助。正如美国学者罗伯特·沃特森（Robert P. Watson）所说，作为总统的伙伴，第一夫人影响了政治、政策，乃至整个国家的历史。^①

第一夫人这一称谓起源于美国，在历史的发展过程中逐步在世界范围内得到认可。对于第一夫人的形象塑造与传播，美国是历史最悠久、经验最丰富的。美国从建国至今，伴随着总统政治、政党更迭、社会经济、传媒环境等的变化，其第一夫人形象一直在不断变化。尤其是20世纪后半叶以来，在传媒技术不断发展、网络以及移动互联网日渐普及的背景下，一种既精英又亲民，既政治化又生活娱乐化的多元偶像形象成了第一夫人这一符号指征所力图展现的

① R. P. Watson, & A. J. Eksterowicz (eds.), *The Presidential Companion: Readings on the First Ladies*. Columbia: University of South Carolina Press, 2006, Preface.

意义。这一形象符号的特质定位既顺应时代变化的需求,也迎合社会公众的期待,更是美国第一夫人历史经验的结晶。本文试图从符号学的角度对美国第一夫人形象建构与传播进行解读,分析其内在逻辑与策略。

一、美国第一夫人形象的建构逻辑:意指的匹配与统一

(一) 逻辑起点——意指关系的主观组合

意指是指能指联结所指并使之获得意义的一个中介项,它在符号系统里没有具体的存在形式,但存在于现实传播活动的过程之中,存在于传播者和受播者的互通理解中,存在于非语言学的心理场。^①简单来说,意指就是使能指与所指结合一体,成为符号的过程,是一种组合行为。举例来说,把“第一夫人”这个能指与“某一国家或地区元首或领导人的配偶”这个所指组合在一起,就产生了“第一夫人”这个符号,这一组合过程就叫作“意指行为”或称“意指组合”。意指组合包含一个表达平面(即能指)和一个内容平面(即所指)^②,意指行为就相当于两个平面之间的关系。西比奥克就曾经指出,所有事物表象的背后存有一个共同的东西:符号意指关系。^③

在美国第一夫人形象建构过程中,意指关系并非是任意的,符号的能指与所指由人为组合,传播主体出于某种特定的目标而将二者结合在一起。而第一夫人形象建构的逻辑起点是传播主体(政府或第一夫人团队等)尝试建构某种形象,需要某种特定的能指与所指;传播主体在符号系统中创建或搜寻所需的能指与所指,并通过适合的传播手段逐步将二者结合并绑定。意指关系的设定,主要有两种方式。一方面所指的确定需要能指与其相适应。第一夫人作为总统的伴侣,自其产生以来便肩负着妻子与国家女主人的责任,这种固定的所指决定了每一任第一夫人都要符合这一双重责任要求。另一方面能指的变化带动所指的转换。具体的第一夫人有着不同的个人特性,在能指确定的情况下,所指需要与其契合;不同的历史文化环境下的能指也要求所指相应变化,以符合时代特征。这就解释了为什么罗莎琳·卡特被认为是美国第二次女性主义的意见领袖,而好莱坞出身的南希·里根则是时尚与艺术的代言人。

① 余志鸿:《传播符号学》,上海交通大学出版社,2007年,第79页。

② 隋岩:《含蓄意指与隐喻的等值对应——符号传播意义的深层机制之一》,《新闻大学》,2010年第1期。

③ T. A. Sebeok, *A Sign In Just a Sign*. Bloomington: Indiana University Press, 1991, p. 66.

（二）具体操作——能指与所指的合理匹配

能指与所指的主观意指组合是第一夫人形象建构逻辑的起点，而落脚到具体的操作层面便是要通过能指与所指意指关系的匹配来创造符号价值。在形象建构过程中，当为“第一夫人”这一词汇赋予相关意义时，也就将其符号化了，能指与所指在这一过程中结合为一体，形成特定的意指关系。这种意指关系建构的成功与否在于其能否产生出符号价值。形象建构中的意指关系是一种主观的组合，这一组合既要符合特定的历史文化背景、社会环境、传媒条件，也要符合作为能指的每一特定第一夫人的个人特色，兼顾二者并在此基础上匹配适当的所指，使之成为一种符号体系或符号系统，从而产生符号价值。

纵观美国历史，第一夫人形象在不断改变，分别历经了传统妻子形象、早期名人形象、独立的个体形象、传媒呈现的女性模范形象以及多元化的时代偶像形象。每一特定时代的第一夫人形象都分别是一套符号体系，而每一种具有标志性的形象特征都可以理解为在特定条件下产生的所指。为了传递出这一特定的所指，就要匹配对应的能指，这种具体的匹配方式恰恰符合意指组合的配对形式。第一，能指匹配所指。以“二战”后的第一夫人形象为例，第二次世界大战后美国一跃成为世界超级大国。在政治上，美苏两大超级大国对垒，冷战成了当时的主题；在社会发展上，美国国内的民权运动与女权运动逐步兴起，弱势群体开始争取自身的权利；在经济上，战后美国的经济全面发展，在资本主义阵营中占据全面优势；在传媒业的发展上，报纸、电视、广播三足鼎立的局面逐步出现，传媒对于社会生活所产生的影响也超越以往，乃至影响了国家政治生活与总统选举。在这种社会大环境下，美国第一夫人呈现出传媒塑造的女性模范的形象。“女性模范形象”作为这一时代背景产生的所指，对能指设定了一定的标准。这一时代的第一夫人们虽然个性不同，关注点也不同，但无不立足个人特点，不断通过媒体塑造自身的模范形象。如以艺术见长的肯尼迪夫人塑造了时尚女性的模范形象，而尼克松夫人则将自身塑造成一位中产阶级的家庭主妇、母亲，以及自由女性的模范形象。第二，所指匹配能指。具体的每一位第一夫人都有个性与特色，这就意味着不同的第一夫人都会促使“第一夫人”这一能指产生新的含义，生发出合适的所指。总的来看，美国第一夫人形象与功能由最初单纯的总统伴侣发展到当今多元化的偶像形象，本身就是所指不断适应能指的结果。从个案的角度切入，作为美国历史上在位时间最长的第一夫人，罗斯福夫人在更多时候扮演的却是作家、演说家、媒体人的角色。她从不避讳对政治及个人生

活问题的探讨,对于公众事件和流行文化也有自己的见解,她使第一夫人充分地作为一种独立形象而存在。在她之后,“独立女性”这一所指成为第一夫人的重要特色之一。在这两种匹配形式以外,公众的喜好与反馈也是符号能指形式与所指意义不断调整的动因,尤其是在网络与新媒体时代,社会民众的期待成为确定意指关系的重要依据。

(三) 最终目标——意指关系的稳定统一

第一夫人形象建构的最终目标就是要在特定的历史社会环境下,促使能指形式与所指意义的关系达到一种自然稳定的状态,形成二者的统一。符号的能指形式多样,而所指又具有内涵多义性的特点,其关系不易稳定。第一夫人形象建构就是要减少这种不稳定性,形成稳定的意指关系。无论是人物的形象塑造,还是品牌的形象塑造,在这一点上都是一样的。“乔丹”令人联想到“飞人”“活力”,香奈儿意味着“时尚”“品位”。同样,第一夫人形象建构的宗旨就是使人们在提起第一夫人时,脑海中浮现出传播者所有意设定并固定下来的形象。

奥巴马夫妇是美国第一任黑人总统夫妇,他们同时也被称为“社交媒体总统夫妇”。作为第一夫人的米歇尔·奥巴马自其上任以来便保持着很高的民众支持率。2014年的盖洛普调查数据显示,米歇尔自2009年担任第一夫人以来,民众支持率一直高达60%以上。^①她注重与媒体的关系,尤其是善于通过社交媒介获得普通民众的支持;她关注社会事件,在健康、医疗、教育等方面发挥着重要的作用;她肩负白宫女主人的职责,主持作为第一夫人的各项基本工作;她同时也是时尚名人,经常出席娱乐及时尚活动。可以说,米歇尔·奥巴马集贤妻良母、慈善领袖、时尚女性等多种形象为一身。而在当今的社会及传媒大环境下,无论是出于第一夫人的角色功能要求,还是为满足社会公众的需求,多元化的偶像形象恰恰是第一夫人及其团队所追求的。多元化并不意味着多义性,多元化意味着全面与丰富,本身就是特点。当社会公众在提起“第一夫人”这一能指便自然而然联想到“多元化的正面形象”时,意指关系的稳定与统一便现实了。这也是当今时代第一夫人形象塑造所追求的目标。

^① Alyssa Brown, “Michelle Obama Maintains Positive Image”. Gallup, <http://www.gallup.com/poll/167696/michelle-obama-maintains-positive-image.aspx>. 2014-03.

二、美国第一夫人形象的传播策略：双轴的并行推进

（一）双轴关系——有效传播的基础

作为一种符号，美国第一夫人形象的传播同时也是第一夫人的符号表意活动。任何一种符号表意活动，大到整个社会文化，小至一部电影，都离不开符号的双轴关系。所谓双轴关系，是指符号文本的两个展开向度——组合轴和聚合轴。符号双轴关系最早的提出者是索绪尔。索绪尔将组合轴称为“句段关系”，是一些符号组合成一个有意义的文本的方式。相对复杂的聚合轴被索绪尔称为“联想关系”，是“凭记忆而组合的潜藏的系列”。然而，索绪尔的理解过于心理主义，并未得到学界的广泛认可。^① 索绪尔之后的符号学家将这两个术语改称为组合轴（syntagmatic axis）与聚合轴（paradigmatic axis）。然而，这一概念仍然比较晦涩难懂。20世纪50年代，雅柯布森在文章中提到了他对这一概念的理解。他将组合轴称为“结合轴”（axis of combination），其功能是邻接黏合，将聚合轴称为“选择轴”（axis of selection），其功能是比较与选择。雅柯布森的观点认为横组合轴的运作方式类似于转喻，而纵聚合轴的运作方式类似于比喻，这二者就是人的思考方式最基本的二维，也是文化得以维持并延续的二元。^②

符号文本的双轴关系，是在任何符号表意活动中都必不可少的。文章的选词炼句、建筑的设计、电影的镜头选取、活动的安排、会议的布置等都涉及双轴关系。建筑设计中，建筑物的空间组合关系是组合轴上的运作，而具体选择出符合某种建筑风格特色的柱子、棚顶等则是聚合的结果。同样，诗词歌赋的基本呈现是文字的组合同，而为何选择这一字而不选择另一字这样的炼字的过程就是聚合。人物形象的塑造与传播，也符合符号的双轴关系：选择怎样的传播渠道、传播何种形象这是组合关系，而具体的传播渠道、具体的形象起到何种效果则是聚合关系。美国第一夫人形象传播过程中组合关系与聚合关系是缺一不可的，二者的并进推行是有效传播的保证。

（二）横组合轴——多元化形象的呈现

符号的双轴关系在美国第一夫人形象传播过程中无处不在，其中，组合

① 赵毅衡：《刺点：当代诗歌与符号双轴关系》，《西南民族大学学报（人文社科版）》，2012年第10期。

② 赵毅衡：《两种经典更新与符号双轴位移》，《文艺研究》，2007年12期。

关系主要体现在两个层面。

第一,传播的渠道选择存在横组合关系。在传播的过程之中,信道会影响信息的传播效果,良好的传播渠道可以最大限度地减少从信源到信宿过程中的噪音,确保传播活动的有效进行。为了更好地塑造美国第一夫人形象,其传播一直以来都采用了多种渠道的组合。其中,即包括第一夫人与他人接触过程中的人际传播,也有第一夫人在出席国家活动、参加政党会议等过程中的群体、组织传播,以及最为普遍的大众传媒。在通过大众传媒的传播过程中,所选择的媒介渠道也是多种组合。就当前的传媒发展来看,既包括传统的报纸、广播、电视,也包括网络与新兴的移动互联网。

多种传播渠道组合是传播团队的策略。自肯尼迪夫人担任第一夫人开始,第一夫人办公室便增设了媒体秘书(press secretary)一职。^①肯尼迪夫人的继任者,新闻学专业出身的约翰逊夫人将这一职位延续,聘请资深新闻工作者担任。此后历届第一夫人都十分重视并不断拓展其功能。时至今日,美国第一夫人有着成熟的媒体团队,其中既有针对传统媒介的,也有针对新媒体的,还有专门从事第一夫人传播以及新媒介传播(E-Communication)的工作人员^②,以确保第一夫人形象在各类媒体上全面传播。另一方面,这种多种传播渠道的组合也是现代传播环境的要求。在手机等移动互联网终端盛行的当下,信息量海量增加,传播速度飞速增长且留存时间较短,单一的传播手段无法适应传播节奏的加快。人们对信息的关注耐心有限,传媒争夺的是场景、移动设备与智能,只有多种渠道的“轰炸”才能保证形象传播的有效。同时,移动互联网时代人们对于媒介的选择变得越来越挑剔、个性化,使得形象宣传要有针对性地投放,更要兼顾各类媒介形式,采取多元化的组合方式,以达到需求的满足。

第二,第一夫人多元形象在传播中存在横组合关系。多元化是当前美国第一夫人形象内涵的主要特征。依据美国学者的经验总结、媒介的报道划分,以及第一夫人自身的角色功能定位,可以将现代第一夫人的多元化理解为四种形象:(1)总统伴侣与国家女主人形象,包括贤妻良母的形象,白宫管理者的形象,以及国家社交活动女主人的形象等;(2)偶像与名人形象,将第一夫人看成公众人物的一种,担任时尚偶像以及社交、仪式的典范,成为女性的标杆;(3)公共事务的领袖,第一夫人担任慈善事业提倡者、妇女儿童

① R. P. Watson, & A. J. Eksterowicz (eds.), *The Presidential Companion: Readings on the First Ladies*. Columbia: University of South Carolina Press, 2006, p. 111.

② R. P. Watson, *Laura Bush: The Report to The First Lady*. New York: Nova History Publications, 2001, p. 47.

权益的保证者、弱势群体关注者、生活健康倡导者等，在人权、种族、教育医疗等公共事业方面起到意见领袖作用；（4）政治形象，其中既包括国内的政治形象，如政策的支持者，总统选举的伙伴，政党、总统的支持促进者，等等，也包括对外的政治形象，起到外交官的作用。这四种形象共同构成了第一夫人形象多元化的内涵，而多种形象的组合也确保了第一夫人形象的完整性与生动性。

以2012年美国《纽约时报》对时任美国第一夫人米歇尔·奥巴马的报道为例。2012年以米歇尔·奥巴马为主题的新闻报道共有59篇，这些报道所反应的奥巴马夫人的形象全部是多元的，而不是单一的某一角色。其中有超过半数报道具有明显的形象组合关系，这种组合关系或是并列（两种或多种形象地位平行），或是包含（以一种形象为主体，其他形象为辅助），或是因果（其他形象基于某种形象的功能而产生）。第一夫人作为一名公众人物在参与活动、展现自身形象意义的过程中是动态的、鲜活的。单一的形象很难立足，也很难在公众心目中扎根，多元形象的组合传播才能保证第一夫人符号意义的稳定。

（三）纵聚合轴——形象背后的隐藏属性

在第一夫人的形象传播过程中，多元渠道和多元形象的组合传播扩大了第一夫人的形象传播的广度，使其在当今社会得到更多的传播与更高的知名度。而为了达到更好的传播效果，使第一夫人在社会公众中树立更为理性化也更为深刻的形象，却要依靠聚合轴上的传播。

聚合轴是由符号文本的每个成分背后所有可比较从而有可能被选择的各种成分组成的。^①与组合轴的呈现方式不同，聚合轴上的可选择因素是作为隐藏成分而存在的。其中，既包括符号传播者在传递过程中所作的选择，也包括符号解释者在理解过程中所作的选择。唐代诗人贾岛《题李凝幽居》的“鸟宿池边树，僧敲月下门”这一句诗呈现给人们的是符号的组合关系，而令贾岛纠结的“推”“敲”二字的选择，便是一个符号聚合的过程。第一夫人形象的传播过程也如此，最终呈现给观众的是符号的组合，但为何选择某种渠道，为何传播这一种形象而不传播另一种形象，就是符号的聚合。

第一夫人形象传播的聚合关系亦体现在传播的媒介渠道和形象本体这两个视角中。2012年是美国总统大选年，为了帮助贝拉克·奥巴马连任总统，

^① 赵毅衡：《刺点：当代诗歌与符号双轴关系》，《西南民族大学学报（人文社科版）》，2012年第10期。

时任第一夫人的米歇尔·奥巴马在各种合适的场合为自己的丈夫拉票,并积极参与民主党内活动以及与竞选相关的政治活动。美国白宫的官方网站白宫网上推出了大量有关奥巴马夫人参与选举活动的新闻,其中包括米歇尔在美国民主党全国大会的新闻,米歇尔陪同奥巴马到各州进行动员的新闻,以及每次活动的全部讲话稿。同样是对第一夫人参与竞选活动的报道,《纽约时报》并未像白官网一样对总统及第一夫人的每次竞选活动都事无巨细地报道,而是进行选择性的报道。在报道的角度上也大不相同,有从第一夫人参加活动本身切入的,还有从活动所提出的议题切入的,也有从第一夫人的服饰及外形切入的,等等。这体现出了不同媒体在新闻选择上角度的不同。白官网作为政府官方媒体,更多充当政府的喉舌,其新闻以总统及第一夫人为核心展开,且形式单调、内容严肃;《纽约时报》保持其一贯的大报特色,以新闻性为主,在内容选取与报道方式上角度更加新颖。二者的选择便是符号的聚合,呈现出了第一夫人形象的不同侧面。

不仅传播渠道存在聚合关系,在第一夫人的多元化形象方面,聚合关系表现得更为明显。当第一夫人出现在公众视野之时,社会公众所看到的是第一夫人所呈现出的某些形象组合,这一点体现的是组合关系。而至于缘何在这一场合选择这样的—个或几个形象组合出现,则体现了聚合关系。2014年,应中国习总书记夫人彭丽媛邀请,美国第一夫人米歇尔·奥巴马赴中国访问。为期7天的访问,内容并不涉及内政,而将重点放在教育合作与青年交流上。在访问的过程中,双方作为公众名人、公共事务领袖,展现出了在外交方面的软性作用。此次访问过程之所以呈现这样的议题,呈现这样几种形象,是经过精心选择的,否则达不到预设的目的。不仅呈现出的多种形象存在聚合关系,即便是一种形象,其呈现也是经过精心设计与选择的。以米歇尔作为社会公共事务领袖为例,米歇尔在任期上主要关注儿童健康问题,推出了“Let's Move”项目;关注女童教育问题,推出了“Let Girls Learn”项目;同时奥巴马总统夫妇还十分关注老兵及其家属的待遇问题。这几项公共事务是立足于美国社会具体情况所作出的选择,这些选择共同塑造了米歇尔在公共事务中的形象。

作者简介:

曹漪那,四川大学外国语学院讲师,研究方向为国际新闻。

赵唯阳,四川大学文学与新闻学院2014级新闻学博士研究生。