

視覺傳播的知識拼圖： 評介 Handbook of Visual Communication: Theory, Method and Media

盧安邦*

書名：Handbook of Visual Communication: Theory, Method and Media
譯者：Ken Smith, Sandra Moriarty, Keith Kenney, Gretchen Barbatsis
出版社：Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
出版年份：2005

「觀看先於言語。孩童先會觀看和辨識，接著才會說話。」

—John Berger (2005: 10)

在 *Handbook of Visual Communication: Theory, Method and Media* 一書的開頭，編者便指出，要理解文字，需仰賴特殊的學習過程，然而，視覺符號的觀看卻不在此門檻，較之文字更具普遍性，因此，在語言以及文字符號之外，視覺的重要性不容小覷。另一方面，就台灣自身的經驗也可看出，隨著科技的發展，視覺對於人類的影響力日益升高，以新聞報導的發展為例，傳統的文字新聞已經不再能夠滿足觀眾的胃口，不論是平面媒體或電子媒體，新聞「畫面」的重要性大幅提高，有時甚至超越了「文字」描述。廣告、電影、卡通、照片、商標…各式各樣的影像充斥在我們的日常生活中，形成了極須重視的文化現象，也為一本討論視覺傳播相關理論及方法專書的誕生，帶來了養分豐富的文化土壤。

* 作者為政治大學傳播學院新聞所博士生，e-mail: sax303gogo@yahoo.com.tw。

綜觀全書，本書大致試圖回答下述問題：視覺符號具有什麼樣的傳播力量？人們應該如何進行視覺傳播？視覺符號為人類社會帶來什麼樣的影響？作為研究者，我們又可以如何研究視覺傳播？在編排策略上，編者刻意不選擇單一理論視角組織本書，而採取後現代的去中心（de-centralize）思維。對編者而言，一門學科的建立乃基於多元且去中心化的理論與方法之拼湊，由此觀點出發，編者認為視覺傳播領域乃主要由十二塊不同知識領域各自耕耘之後，化作拼圖（Decentralized fragment）的碎片，共同拼湊而成的跨領域學科。因此，本書旨意不在於提供一則關於視覺傳播的完整圖像，而在於提供讀者許許多多的拼圖碎片，不同碎片的混搭能夠拼湊不同的圖像，視覺傳播領域的開放性及可能性也將在讀者探索的過程中一步步浮現。

本書副標為 *Theory, Method and Media*，然而，編者的章節編排策略乃以理論為主幹，以視覺傳播領域常見的十二種理論取向為分類架構，將全書分為十二部分，每部分由一篇理論章節出發，搭配一至三篇媒體研究章節，作為理論章節所介紹之豐富理論以及方法論基礎在媒體研究上的實際操作範例。

作為主幹的十二種理論取向包括美學（aesthetics）、感知（perception）、再現（representation）、視覺語藝（visual rhetoric）、認知（cognition）、語意學（semiotics）、接收理論（reception theory）、敘事（narrative）、媒體美學（media aesthetics）、倫理（ethics）、視覺素養（visual literacy）以及文化研究（cultural studies）。筆者認為，本書最大特色乃其展現在理論章節的知識豐富性，心理學、生物學、符號學、語言學、語藝學、社會學、美學甚至腦科學都在其中扮演重要角色。各章作者大多由不同領域的既有理論出發，並將之與視覺傳播研究相扣連，提出對於視覺傳播研究的觀察與啟發，並且引導讀者思考與視覺傳播未來發展的相關問題。舉例而言，在視覺語藝理論章節中（第十五章），Sandra Moriarty 除了以 Saussure、Peirce 以及 Barthes 三人的理論為基礎介紹符號的運作之外，更試圖引導讀者重新思考傳播研究的範疇，討論視覺符號甚至自然符號（如氣候）在人類傳播中的重要性。除此之外，Julianne H. Newton 也提出與倫理相關的系列問題（第二十六章），刺激讀者思考視覺倫理的特殊性，試圖藉此引領讀者進一步探索視覺倫理在研究上以及實踐上的可能發展。

在理論之外，「方法」與「媒體」同樣是本書討論重點，編者試圖藉由呈現以理論章節的特定概念為基礎之媒體研究，向讀者展現特定方法的操作過程。然而，或許正因為重點在於展示特定概念與特定方法的操作，而使得這部份在內容深度以

及啓發性上皆略爲不足。此外，相較於理論章節尚有十二類理論取向作爲分類的架構，本書在討論方法及媒體時，則缺乏一個可供讀者整理、分類資訊的架構。雖然對本書而言這仍是瑕不掩瑜，然筆者認爲，若能以本書理論章節作爲認識的主幹，並在本書媒體研究章節之外，補充視覺傳播相關期刊文章，或是搭配研究方法之專書一同閱讀，也許能夠幫助對視覺傳播研究有興趣之讀者，更進一步認識、探索視覺傳播的魅力所在。

略微回顧台灣在視覺傳播領域的討論，可發現大多討論圍繞在視覺的文化取向、歷史取向以及技術取向，因此文化研究、符號學、心理學等學科占據此領域的主要位置。筆者認爲，本書最大的特色在於，除了上述取向之外，更補充了腦科學、神經科學的取向（如關於美學、感知、認知的章節），爲視覺傳播領域添上恰到好處的神來一筆。

正因爲本書內容的多元性及豐富性，筆者認爲閱讀此書有兩種方法：一爲將本書視爲視覺傳播理論與研究的工具書，根據自身的研究興趣選讀特定篇章。由於各部分的理論章節內容豐富，採取此種閱讀方式，能夠讓讀者針對各自有興趣的部分獲取相關理論知識，爲讀者勾勒出特定取向視覺傳播研究之輪廓。另一種方法則爲從頭到尾逐篇閱讀，如此則可爲讀者帶來前述探索的趣味，讀者可暢遊於本書理論及方法的豐富性及多元性，帶著不同問題意識的讀者可能從本書提供的眾多拼圖中得到不同的收穫：訊息設計者能夠自第一、二部份中習得人類處理美學訊息的腦部運作、從第七章學到影響傳播效果的文化因素、並在第十章獲知使用視覺語藝進行說服所應注意的元素，並藉此作爲其訊息設計的基礎；視覺傳播研究的探索者更能在不同領域、不同理論的對話與衝突中，理解視覺傳播的面貌，甚至發展自己的視覺傳播觀。整體而言，對於台灣視覺傳播的發展，本書提供了許多創見，勢必能爲台灣的視覺傳播研究帶來新生、茁壯的養分。

參考資料：

吳莉君譯（2005）。《觀看的方式》台北：麥田。（原書 Berger, J. (2005). *Ways of Seeing*. London: Penguin.）

