

傳播符號學

傳播是什麼?

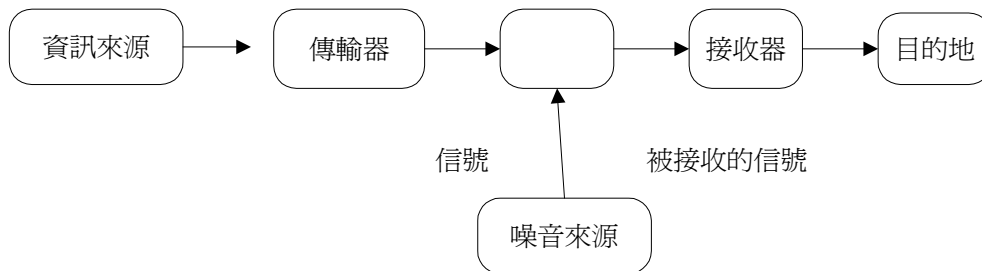
- ◎ 所有傳播都包括符號(sign)和符碼(code)
- ◎ 符號是各種人爲製品或行爲，目的在傳遞意義。
- ◎ 符碼則是決定符號關係的系統
- ◎ 過程學派：視傳播爲訊息的傳遞。他關注發訊者與收訊者如何進行譯碼（encode）與解碼（decode），目的在探討傳播效果和正確性的問題。結合社會科學，心裡學、社會學等領域，將傳播定位爲一種「行爲」
- ◎ 符號學派：視傳播爲意義的生產與交換。關注訊息及文本如何與人們互動並產生意義。取材語言學和藝術等領域，將傳播定位爲一種「作品」

傳播理論

商楠（Claude Shannon）和韋佛（Warren Weaver）的傳播數學模式，一般均認爲是傳播研究的起源之一，是過程學派的典型代表。

商楠和韋佛的傳播模式

- ◎ 基本上該模式是一個極爲簡約的線性過程。

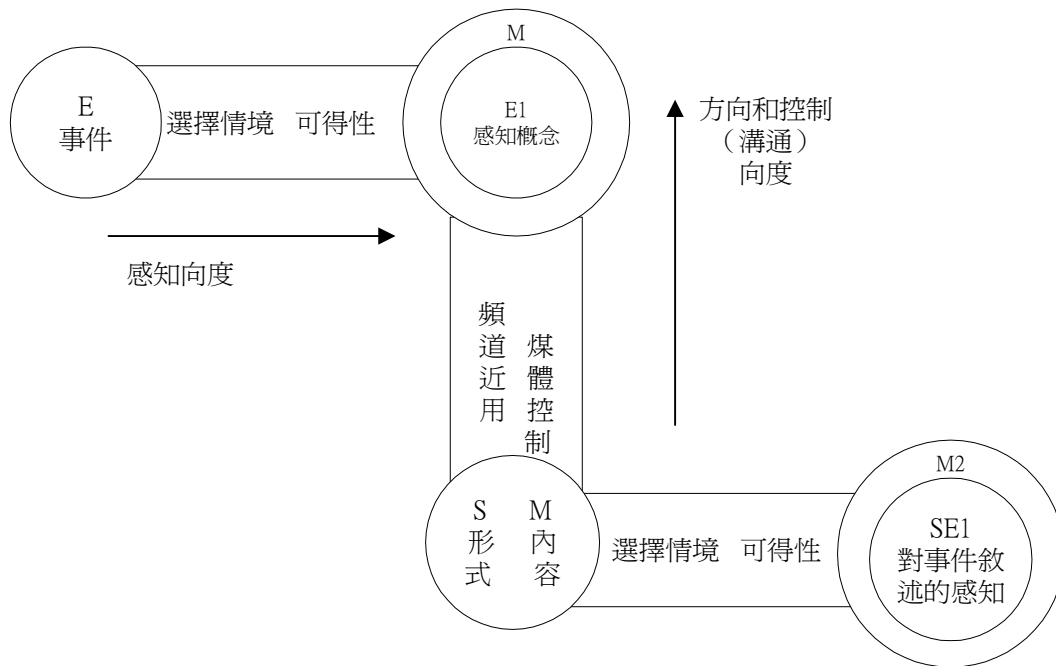


- ◎ 分爲三個層面
 - 技術層面：如何精確的傳送傳播符號
 - 語意層面：傳輸符號如何傳達出精確的原意
 - 效果層面：收到的意義後如何有效的影響預期行爲
- ◎ 商楠和韋佛認爲意義是包含在訊息之中；因此只要改善譯碼過程，便會增加語意的正確性。
- ◎ 重點在於使我們瞭解如何改進傳播過程的**精確性和效果**

葛本納模式 1956

他的優點：

1. 連結訊息與訊息所指涉的「事實」，能研討接收和意義的問題
2. 將傳播過程視爲 2 向度輪替構成：感知向度（認知與接收），傳播溝通向度（包括方式及控制），依然爲線性模式。



由(E 事件)開始，被 M 所感知成爲(感知概念 E1，因爲 M 不可能全面吸收 E)，接著進入垂直向度。

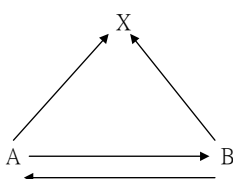
- ◎ S 是訊息的訊號形式，E 是指它的內容。
- ◎ 替 E 找一個最佳的 S，是傳播重要決定之一
- ◎ 我們內在的概念與思想模式是我們文化經驗發展的結果，所以感知不只是個體心理過程，同時也關連到文化。
- ◎ 訊息的意義並不內含在訊息本身，而是一種接受者和訊息之間互動和協調的結果。

拉斯威爾模式 1948

- ◎ 拉斯威爾模式是特別爲大眾傳播而設計的。強調研究傳播過程的每一步驟：誰—說什麼—用什麼管道—對誰說—產生什麼效果？
- ◎ 線性模式
- ◎ 是傳播爲訊息的傳達，強調「效果」的層面。

紐康模式 1953

- ◎ 是一種三角模式(ABX 系統)，如 A.B 是朋友，而 X 是兩人皆知的事物或人，對 A.B 來說，對 X 的態度與認知是系統平衡的原因。



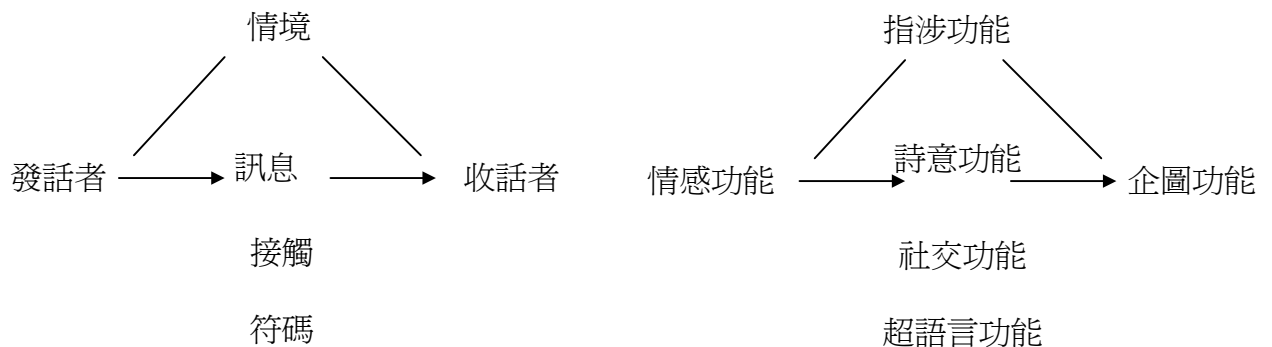
- ◎ 在一民主社會，資訊被當作一種權力，但人民不瞭解它也是「必需品」，如團體，次文化的成員共享。

衛斯理和麥克李恩模式 1957

- ◎ 加入編輯與傳播的新要素
- ◎ 如記者 (A) 採訪消息給 (C) 電視台、廣播電台，而 C 將訊息傳遞給 (B) 閱聽人
- ◎ 現在 A 和 C 扮演主宰的角色，B 只能任其擺佈。

雅各遜模式 1960

- ◎ 他是一個語言學家
- ◎ 結合了「過程」和「語意」學派，形成一個雙重的模式。



- ◎ 「發話者」傳遞「訊息」給「收話者」，其訊息必指涉外在事物，他稱為「情境」，形成三角模式。再加上「接觸」：發話者與收話者之管道與心裡接觸；另一個是符碼，是訊息構成的意義共享體系。
- ◎ 雅各遜發展一個對應的結構來解釋這六項功能。

模式與模式化

其價值在於

- ◎ 系統性的顯示了所涵蓋的領域特質
- ◎ 指出這些特質間的相互關係

近用性

- ◎ 決定 E 及 SE 的傳送是由「誰」決定的，是近用性所關注的。
- ◎ 近用媒體是權力運用和社會控制的方法

可得性

可得性就如「選擇」一樣，決定訊息該由誰接收，而其選擇權在於傳播者。如關於性與暴力的節目限制在深夜播出。

- ◎ 接近性與可得性是一體的兩面。

噪音

任何非訊息來源的訊號，或是使原有的訊號不易精確譯碼的事物。

冗贅性(redundancy)

- ◎ 指訊息中可以預測和約定俗成的部分。預測性高的訊息是冗贅性高和低資訊量的。
- ◎ 冗贅性有助於克服管道吵雜的問題。因此廣告傾向設計簡單、重複性高和可預測的問題。
- ◎ 冗贅性的首要功能是他有助於解決實際的傳播問題，這些問題可以偵測正確、錯誤，及管道、噪音、訊息性質和閱聽人等方面相關。
- ◎ 冗贅性是滿足藝術形式或結構的關鍵要素。
- ◎ 冗贅性通常具有穩定地位、抗拒變遷的力量；不冗贅性則是叫令人不適，具刺激、震驚的性質，也較難達到有效溝通。

管道

管道僅是訊號傳遞的物理形式

媒介

媒介是指將訊息轉換成符號，並可以在管道中傳送的技术或物理方法。

◎ 可分為三類：

1. 現場媒介：溝通者本身就是媒介，是發生於現場。
2. 再現媒介：如圖書、繪畫等。是再現與具創造性的，生產溝通的作品。
3. 機械媒介：是現場媒介與再現媒介的傳遞者。

◎ 五個主要大眾媒介的互動關係

1. 人們傾向使用報紙、廣播、電視來與社會聯繫，另一方面則是利用書籍、電影等媒介來短暫脫離現實。
2. 教育程度高的閱聽者傾向使用印刷媒體，教育程度低的則傾向使用電子視聽媒體。

符碼 Code

符碼是一個次文化或次文化成員所共享的意義系統，他是由符號和慣例規則共同組成。

- ◎ 傳播是透過媒介傳送文化共有的符碼。
- ◎ 人們以房子、車子的用途來定義他們，其次，才經由設計方面來界定他們的傳播功能。

回饋

回饋就是接收者將反應傳回給傳送者。

記號學

什麼是記號論

記號是人類一種意識的反應，用記號的方法使我們看到事物被隱藏的涵義和被隱藏的體系，這就是我們要研究的記號論

- ◎ 記號學：研究記號理論的學問
- ◎ 研究「記號」與記號有關「記號現象」

記號論的分類

- ◎ 基礎記號論：主要研究記號是什麼、語言記號是什麼的一種學問。
- ◎ 文化記號論：人們在文化活動中的一種記號形的意識反映。

什麼是記號

- ◎ 記號是「什麼東西怎麼做」的一種指示
- ◎ 從語源來看：sign>signum>signo=to mark, to designate
- ◎ sign 是指一般的「指示」

概念的石頭 (ST) = 指示 = 解釋 = 意義

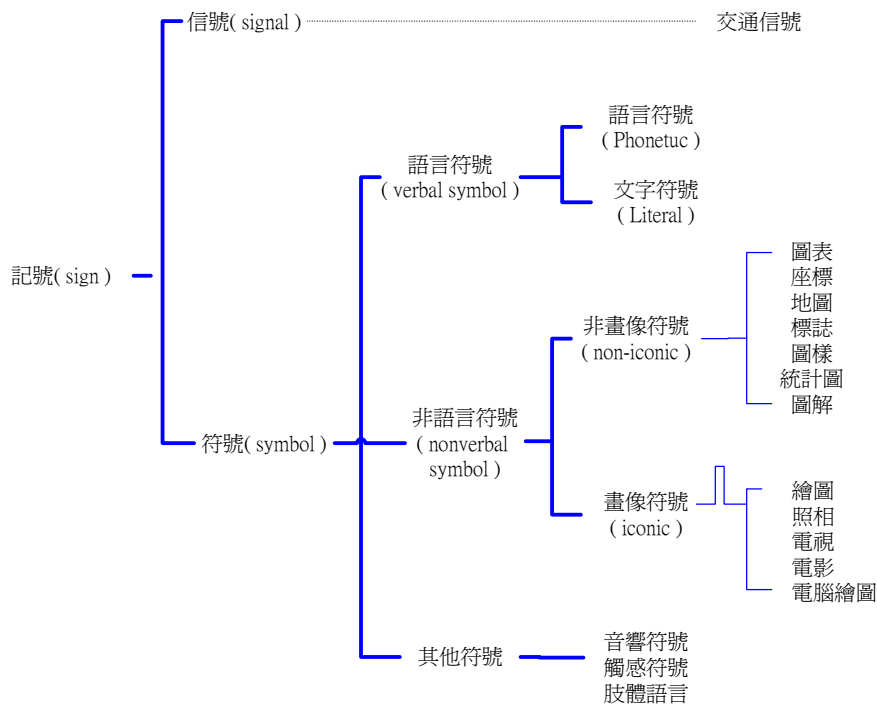
具體的石頭 (SI) = 指示物 = 對象 = 含意

記號 = 象徵 = 媒介 = 表象




記號是「指示」與「指示物」的一種象徵

記號是具體「對象」和它的「解釋」方面的一種媒介

記號也是「意義」和「含意」的一種表象



事實上記號可以分爲：類像型（圖像）記號（icon）、指示型（標誌）記號（index）和象徵型記號（symbol）三種

| | 圖像 〔 Icon 〕 | 指引 〔 Index 〕 | 象徵 〔 Symbol 〕 |
|----------|---|---|--|
| 示意 方式 | 外觀相似 | 因果關係 | 傳統觀念 |
| 例子 | 人像  | 房子冒煙  | 十字架  |
| 辨識 過程 | 能夠 直接認識 | 可以 經由聯想 | 必需 經過學習 |

- ◎ 語義（Semantics）是指「記號」和「指示對象」之間關係的理論
- ◎ 語構（Syntactics）是指「記號」和「記號」之間關係的理論
- ◎ 語用（Pargamatics）是指「記號」和「使用者」之間關係的理論

記號與符號

- ◎ 記號（含意性）—指物性、指意性
- ◎ 符號（視覺性）---指示性
- ◎ 記號（sign）暗示---signal 信號（第一信號系統）屬物理性刺激
---symbol 象徵（第二信號系統）需約定俗成

中國古代的記號學

- ◎ 中國古代周易的「掛」，可算是中國最早的記號學。
- ◎ 八卦的順序：乾 坤 震 巽 坎 離 艮 兌，除文字和文字記號以外，這就是我國最早的記號學。

一般記號論

語義論 (Semantics) 語義論是記號論裏的「基礎論」

記號的含意性

- ◎ 人們用「含意性」去設定它與人類之間的價值關係
- ◎ 「記號」與人類的文明有不可分的關係
- ◎ 人類是一種「使用記號的動物」

記號現象

當人們使用單詞（如媽媽）的同時，還產生一種特殊的方法，就是形成一種「意識形態」，也就是所謂的「含意性」體系。

- ◎ 「記號」不單單是那些由以定的習慣內容所表現的「符號」，而是一種通過創造活動新產生出來的「含意性」，人們通過這樣一些現象去捕捉一種新的內容，從而形成一種新的認識，我們稱為「記號的現象」。如：落葉象徵秋天的到來
- ◎ 它不是一種人們習慣所產生的固定性符號，而是一種感性富有一定合適的記號，這種給予某一事物賦予一定含意的過程為「記號過程」
- ◎ 但「習慣」的確立，又形成一種「束縛」。

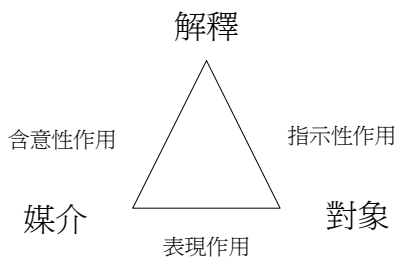
記號的表現

- ◎ 語言作為記號的一種形式，是用來「表現」和「傳達」人們思想、感情等這樣抽象概念的一種工具，就是記號的表現。

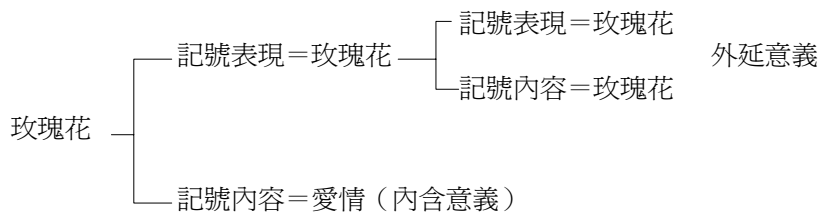
記號和對象

- ◎ 記號三要素

「解釋」「媒體」「對象」



某種意義來說，在記號和對象之間由於有這種命名的活動，從而使人們確定了自己的存在，自己和他人與社會的關係。



符號學

近代語言與符號學的發展

探討符號學可以源自希臘時期蘇格拉底直觀、擬人式的羅格斯 (logos)，柏拉圖理念為主的羅格斯，亞理斯多德有關語言及邏輯的論述 (李幼蒸 1996)。但是，一般談及近代語言學與符號學時多從皮爾斯 (Peirce) 與索緒爾 (Saussure, F) 論起，因為皮爾斯與索緒爾可以說是十九世紀裡兩位「語言學家」的異類。

我們可以說，十八、十九世紀是語言學興起的世紀，但是當時語言學興起含有「帝國霸權」之爭的影子，海權帝國霸權顯然已落入英國之手，進而人類學興起 (研究殖民地原住民習性、文化、語言...)，陸權帝國的霸權則在法國與德語系國家間爭執，進而語言學興起 (研究古語與今語的演變，進而研究歐亞民族語言、文化、習性的起源與分佈)。所以，當時的語言學研究重點在於探討歐亞語系的源流、演變、進化 (進而支持人種進化論與「上帝選民」論)。在十八、十九世紀，陸權帝國的霸權或許絕大部分時期在法國手裡，但是學術中的哲學及語言學論述的霸權卻是在德語系國家裡，這就是近代語言學宏堡特 (Humboldt, K.W 1767-1835) 的「德奧」學派背景。而皮爾斯是從哲學來研究語言學的美國學者；索緒爾是第一個提出「共時性」語言學研究及從語言學研究涉入符號學研究的學者，所以是十九世紀裡兩位語言學家的「異類」。

符號學是十九世紀由語言學發展而來，主要指人類對符號的理解是受到其生長地區的文化影響，進而對人類運用符號的現象，以語言學理論及符號學理論來分析其民族的生長背景及其文化。符號學 (semiotics or semiology) 有三個主要的研究領域：符號本身、組成符號所依據的符碼或符號系統、符號或符碼運作依之文化，因此符號學的焦點主要在文本。

◎三要素：1.符號 2.符號的指涉 3.符號的使用者

◎ 符號學不刻意區分製碼者 (encoder) 和解碼者 (decoder)

◎ 號學研究極有貢獻的幾位學者

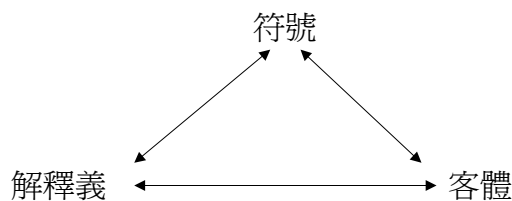
1. 皮爾斯是由哲學來研究語言學，主要提出符號性質分類:因像符號可分為象徵性符號(Symbol)·指示性符號 (index)、象形性符號(Icon)

2. 索緒爾是第一個提出『共時性』語言學研究及從語言學厭就涉入符號學研究的學者。將語言學帶入符號學，提出了語言是一種符號系統，奠定符徵(內涵)符旨(表現)的二元一位論的符號學基礎。
3. 巴賀德則將符號學帶入了文化學，提出符徵符旨的擴充論。
4. 葉柯也是將符號學轉向文化學的重要學者，提出符號學就是文化理論，使符號學結合詮釋學、文學理論與符播學理論，應用層面更寬廣，加重文化分析在符號學理的角色即有重大的貢獻。

兩個重要的「意義模式」

皮爾斯 (C.S.Peirce) 模式

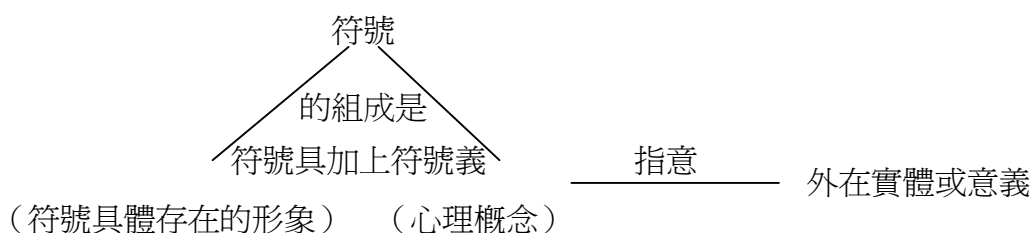
- ◎ 美國符號學之父
- ◎ 符號、使用者、和外實在實體之間的三角關係是研究「意義」所不可或缺的方法。



- ◎ 雙向箭頭強調：每一要素只有在與另二者相連時，才能被理解。
- ◎ 符號 指涉其本身外的某事物----客體 (object)。而符號能在使用者心裡產生作用，我們稱它為解釋義 (interpretant)，解釋義是隨使用者經驗範圍之不同而有所差異。

索緒爾 (Ferdinand de Saussure) 模式

- ◎ 焦點集中在符號本身，他說「符號由符號具和符號義組成」
- ◎ 符號具和符號義一樣，都是文化的成果。



- ◎ 索緒爾最關的是符號具與符號義的關係，和符號與符號之間的關係。
- ◎ 符號所受驅動越強，符號具受符號義的限制就越大。

符號與體系

- ◎ 符號義是人為的，決定於我們所屬的文化或次文化。屬於同一文化的人們，使用同一種語言系統或符號系統來相互溝通。

- ◎ 任何一個符號義所指涉的實體範圍或經驗範圍，是由體系內相關的解釋義來界定的。
- ◎ 體系內，符號與符號之間的關係，索緒爾稱為價值（value）。對索緒爾來說，決定意義的正是價值。

符號的分類

- ◎ 皮爾斯將符號分成三類：
 1. 肖像：形似或聲似其所指涉的事物。如男女洗手間
 2. 指標：與其指涉的事物有直接的相關。煙是火的指標、打噴嚏是感冒的指標。
 3. 記號：與其指涉事物之間既不相似，也無直接關係。

慣例

要理解任何符號都是要經過學習的，慣例是符號的社會面向：對符號的正確使用合適當反應，都是符號使用者之間的約定。

符號的組成

- ◎ 索緒爾認為，符號組成符碼的方式有兩種。
 1. 系譜軸（paradigms）：被選用的符號所延伸出的一組符號，如一組交通標誌所用的形狀-----方、圓或三角形-----是一個系譜軸。
系譜軸是一個可以選擇各元素的地方，同一系譜軸的各單元，必有其共同之處。
 2. 毗鄰軸（syntagmatic）：是被選用的符號所組成的訊息，一個交通標誌是一個毗鄰軸。
一個元素從系譜軸被選出後，與其他元素組合，這樣的組合就叫毗鄰軸。
- ◎ 因此所有訊息都涉及選擇（selection，由系譜軸中選出），和組織（combination，成爲一個訊息）。

符碼

- ◎ 符碼就是一套套有組織的符號系統。
- ◎ 日常生活中，凡約定俗成之事都是「符碼化」的結果。

行爲符碼（codes of behaviour）：指的是法律條文、行爲態度、規則等符碼

指意符碼（signifying）則是指符號的系統

我們所指的符碼是指意符碼

其共同特徵：

1. 由數個系譜軸中選取單位加以組合，形成毗鄰軸
2. 符碼具傳遞意義的功能

3. 符碼的使用建立在使用者的共識和共同文化基礎上，符碼與文化之間有動態相關性。
4. 所有的符碼都具有社會和溝通功能。
5. 符碼的傳遞是透過適當的管道與媒介來進行的

現場符碼 (presentational code)

- ◎ 具指標性質，無法獨立於他們所指涉以及它們的譯碼者之外而存在。
- ◎ 非語文傳播 (non-verbal communication) 是透過現場符碼，如手勢、姿態、眼神等 ... 要素來表達，也就是說只能在面對面的情況下進行。
- ◎ 擅長企圖和情感的表達。
- ◎ 具有兩項功能：
 1. 可以傳播指標性的訊息
 2. 可以進行情境的互動影響
- ◎ 主要傳遞工具是人類的肢體
 1. 肢體接觸
 2. 接近性
 3. 方位
 4. 外型
 5. 頭部動作
 6. 表情
 7. 手勢
 8. 姿勢
 9. 眼神與目光接觸
 10. 演說中非語文部分

精緻符碼與通俗符碼

- ◎ 伯恩斯坦所建立的
- ◎ 他的結論：中產階級的兒童傾向使用精緻符碼 (elaborated codes)，相對的，工人家庭的小孩多使用通俗符碼。
- ◎ 社會階層並非是語言習慣的決定因素，真正決定符碼使用的因素是社會關係的型態。
- ◎ 通俗符碼詞彙較少，句子的結構也較簡單
- ◎ 通俗符碼比較口語化
- ◎ 通俗符碼較擅長顯示社會關係，精緻符碼則用來促進個別意願之表達。
- ◎ 通俗符碼用來表達具體的、特定的、現場的情境。
- ◎ 通俗符碼仰賴共同的文化經驗來傳遞。

廣播符碼和窄播符碼

- ◎ 依閱聽人的性質來區分的
- ◎ 廣播符碼 (broadcast codes) 具有許多通俗符碼的特質，是一個文化進行自我溝通與表現的方式。
- ◎ 窄播 (narrowcast codes) 具有菁英文化的特質，閱聽人要的是變遷與再充實。

慣例和使用

- ◎ 達成共識的首要方法是依靠慣例 (convention) 和使用 (use)，這是指那些由文化成員共享的經驗所產生的不成文期望。
- ◎ 慣例是重複使用的結果，它有助於解碼，表現族群特色，依賴共有的經驗，並具保證安心的作用。
- ◎ 它具有高度的順應性、缺乏原創性、抗拒社會變遷等特色。
- ◎ 新興符碼經年累月會逐漸為大多數人所接受，進而形成傳統的一部份，這種文化歷程，稱為「慣例的形成」(conventionalization)

歧異解讀 (aberrant decoding) ---艾柯 (U. Eco,1965)

由於大眾媒介必須滿足許多不同次文化需要，而這些次文化所使用的符碼經常和廣播符碼使用者有明顯的出入，因此發生在大眾媒介訊息的「歧異解讀」是必然的現象。

任意符碼 (邏輯符碼)

- ◎ 任意符碼的定義明確且易於瞭解，使用者的共識也相當清晰明確，在符號具和符號義之間存在成文、明確同意的關係，且是具有象徵性、明示性、非個人和穩定性。如數學符號。
- ◎ 文化差異已無關係，一切只需要學習瞭解即可。
- ◎ 是封閉的

美學符碼

- ◎ 美學符碼變化多端且意義鬆散，所以不易界定，文化情境對於它們而言有決定性的影響。「風格」就是這類的概念。
- ◎ 傳統美學符碼需要取得那些來自相同文化背景的使用者的共識。通常，它們越傳統或不斷重複，就越顯得老套、庸俗而無新意。

意義

羅藍巴特是索緒爾的追隨者，他首先創立了意義分析的系統模式，經由這個模式「意義」溝通和互動的觀念得以分析。而巴特的理論核心就是「符號」含有**兩個層次的意義**。

「明示義」是相機對客體機械性的再製，隱含義則是過程中人為的部分。

明示意

- ◎ 索緒爾分析符號的第一個層次的意義。

◎ 描述符號中符號具、符號義之間，及符號和他所指涉的外在事物之間的關係。

隱含義

◎ 巴特認為符號如何產製意義的第二層有三種方式，隱含義是其中之一。它說明符號如何與使用者的感情或情感，及其文化價值觀互動。

◎ 意義建構的主觀層面，解釋義同時受到解釋者與符號或客體所影響。

◎ 隱含義產製於主觀層次，所以常不自覺。

迷思

◎ 巴特認為符號如何產製意義的第二層有三種方式，第二種就是透過迷思（myth）

◎ 迷思原是一種神話故事，文化透過它解釋、瞭解現實或自然。

◎ 對巴特而言，迷思是一種文化思考事物的方式，一種概念化事物，理解事物的方式。是一連串相關的概念。

◎ 巴特認為迷思的運作主要方式是將歷史「自然化」。迷思原本是某個社會階級的產物，而這個階級已在特定的歷史時期中取得主宰地位。

◎ 迷思的改變是漸進而不是革命的。

象徵

◎ 第三種方式，象徵（symbolic）

◎ 當物體由於傳統習慣性用法而替代其他事物的意義時，即成為象徵。勞斯萊斯是財富的象徵。

◎ 勞斯萊斯是財富的「指標」，也是擁有社會地位的「象徵」

隱喻

◎ 同時利用字詞間的「相似」和「相異」之處，因此我們可以說它以「系譜軸」方式進行。

◎ 廣告常用隱喻的方式

◎ 隱喻並不是天生自然的，如「上、下」的價值觀，透過相同的隱喻，來理解它們則是「主控價值」傳布於社會的方式之一。

◎ 另一個例子是「金錢就是時間」的隱喻----「清教徒的工作信條」：隱喻任何無關生產的時間都是錯誤的消費。

◎ 以上 2 個隱喻（上下與金錢）都是李維-史陀（Levi-Strauss）所稱的「具體的邏輯」，他認為每個社會要理解重要抽象事物都會運用具體經驗作為隱喻。

◎ 主控階級權力的維繫部分原因便在於將它們的思想延伸成為每個階級的「常識」。這就是「意識型態的常識」。

轉喻

◎ 轉喻基本定義是「部分代表全部」

- ◎ 轉喻是傳遞事實有利的方式，因為他有指標的作用。如煙之於火。
- ◎ 轉喻是為了寫實效果而依據毗鄰軸，隱喻則是為了想像或超現實效果依據系譜軸的作用。

符號學方法與應用

規範與歧異

- ◎ 規範（norms）描繪一個族群或社會的一般狀態，所以是可預期的。而非預期的或非慣例的就是歧異（deviation）。
- ◎ 創造力或原創性通常就是指打破成規或慣例。

意識型態與意義

指意與文化

- ◎ 意義乃是由讀者與文本之間的互動所產生，若 2 人不屬同一個文化，意義的製造過程便會較緊張。

意識型態

- ◎ 威廉斯（Raymond Williams, 1977）發現 3 種主要用法：
 1. 某一特定階級或族群的信仰體系（意識型態由社會決定）
 2. 虛假的信仰體系---假意見或假意識（統治階級控制勞工的工具）
 3. 意義與思想產製的一般過程（迷思與隱喻是顯示意識型態最有用的工具）

符號：意識型態：意義

- ◎ 當我們運用符號時，我們賦予延續意識型態的生命，但同時該意識型態和我們對意識型態的回應也在模塑我們。
- ◎ 我的意識型態決定我和符號之間互動所得的意義。
- ◎ 意識型態的功能---使現存權力分配狀態看起來「正常」且「自然」。
- ◎ 馬克思認為
 1. 意識型態是一個相當直接的概念，是使統治階級的旨意為社會大眾廣泛接受，且視之為自然而正當。
 2. 資產階級的意識型態使的無產階級，即勞動階級處於一種假意識的狀態。
 3. 在馬克斯理論中，「意識型態是一種假意識」是很重要的一個概念。
- ◎ 阿圖賽（Louis Althusser, 1971）
 1. 視意識型態的理論為一種實踐，意識型態的力量比馬克思所以為的要大得多，他能直接從人的內在運作，牢牢深植在每一個階級的思想模式和生活方式中。
 2. 召喚（hailing）：所有溝通都是對某人說話，便將說話對象放進一個社會關係中，而當給於回應者也參與建構社會、意識型態的過程。

3. 在意識型態中，人無所遁逃。

- ◎ 廣告中便是以這樣的手法來（召喚）閱讀者，將閱讀者置於某種意識型態類別中，使其忘記自身原屬的社會角色。
- ◎ 葛蘭西（Antonio Gramsci）：引進爭霸（hegemony）：視意識型態為抗爭過程，贏得霸權的主要策略之一是建構常識（common sense）。
- ◎ 意識型態理論強調所有的溝通、所有的意義都有其社會/政治面向，抽離了社會情境便無法瞭解。
- ◎ 意識型態運作通常有利於既得利益者。

併入（incorporation）：指的是「統治階級採納來自受統治者的反抗要素，加以利用後，反而有助於維持其現有地位，而不是向其現有地位挑戰」的過程。
如「就像沒化過妝一樣自然」

商品化（commodification）：資本主義體系最重要的工作是製造商品。我們被教導以所需要商品的角度去瞭解自身的需要。

設計文化符碼的應用：

- ◎ 設計解析：對了解設計作品的文化造形符碼。
- ◎ 設計創作：設計解析所得的體驗與資料，經過變形，就成為設計學習上與創作上的重要資源。
- ◎ 保持對文化造形的敏感性：設計者要從生活中體驗與尋找設計靈感，體驗與尋找設計靈感就在於對文化造形的觀察體驗與分析。
- ◎ 推理、臆測與找出設計研究課題。

設計文化符碼

簡單的說：設計文化符碼就是提醒設計師，能夠敏銳的注意到文化差異的分析方法，並且能將這種“有用的分析”運用到設計作品上的一種設計方法。

玫瑰象徵愛情，物件、事情等等的象徵意涵，是透過學習、整個文化的接受，才能達到傳達或溝通的作用。同樣的，我們對“設計作品”，也是有語言作用或象徵作用，所以，在設計界最早發展出來的就是“設計語意學”。

設計語意或是設計符碼這樣的概念早在德國烏姆設計學校初期（1970年代）就開始發展了，到了1980年代在北歐或在美國少數設計學校也開始發展，而到了1980年代末期還在北歐開了第一次國際產品語意學術研討會。而奠定了“設計語意學”的主要內容。

不過，通常“設計語意學”這個詞比較偏向工業設計這個領域在使用，其他的設計領域有用“符號學”（法國的巴賀德於 1960s）、“都市符號學”（義大利的葉柯於 1970s）、“服裝符號學”（法國的巴賀德於 1970s）、“廣告符號學”（澳洲的費克斯於 1990s）、“語言學”（美國的白派建築師與英國的詹克斯等人於 1980S）等來稱呼。這些在當時算是新一代的設計師們（包括：視覺傳達設計、產品設計、建築設計、服裝設計）之所以紛紛新創設計語言學、設計語意學、設計符碼，到底是爲了什麼？

新時代新造形？還是不同的文化有不同的造形？表面上看起來，這些在當時算是新一代的設計師們，逐漸企求突破“現代設計”的限制畢竟現代設計運動從 1910 年起算，到 1960 年也有 50 年了），特別是突破“現代設計運動”裡追求精簡、乾淨的“教條”，希望設計作品能多說話、能有豐富的表情，而不斷的開始建構這“多說話”的理論基礎。所以從這個角度來看，設計語意學的興起，是隨著後現代設計浪潮而興起的……………。