

## 資訊的界說【之三】

### —談資訊的觀察

謝清俊 940625

940627 一修

930629 二修

940629 三修

上一期談到創作端資訊的定義，本文更進一步談創作端與收端資訊的概念和界定的不同。

資訊的創作是每個領域都有的。美學對創作的探討頗多<sup>①</sup>。根據美學的詞語，創作是一個外化的過程，亦即將心中所知（抽象的）表現於外在世界（實物的）的過程。資訊的創作亦如此。

前文已說過，創作資訊的現象（即資訊生成之相），是最重要的；因為創作時，表現人類所知、所感的形式符號（如語言）有共同的法則，且此法則與各學科專業內容或情境無直接關聯。所以，資訊生成之相是一個共同之相，依此共相：「**資訊即所知表現在媒介上的形式**」<sup>②</sup>。此定義與蘇珊·郎格（Susanne Langer）對藝術品的定義：「藝術即表現人類感情的形式符號」<sup>③</sup>，有異曲同工之處。

從創作端和接收端看資訊的重點不同；創作端著重在資訊生成的共相，接收端則在對資訊的接受、觀察、了解（understanding）和感受（feeling）。二者的差異如下表所示。

項目	創作端	接收端
人	作者	讀者
行為特質 （轉換）	從所知起，外化，從心至物； 從抽象到具體。	對任何形式皆可感受、了解其意義。 內化，從物至心；從具體到抽象
目的	創作資訊	了解資訊承載的內容及其意義
情境	固定的作者情境	不固定的讀者情境
結束狀況	收斂。作品完成後即止。	發散。了解資訊的原義後，尚可作種種 情境下之詮釋（意義之延申）。
產出	有傳播意圖的人為資訊 僅為讀者能接收資訊中的一部份	理性的了解與感性的感受。 作者欲傳達之意義與讀者詮釋之意義。

在接收端，讀者可以由觀察的行為接收資訊。讀者觀察的對象可以是自然現象，像

科學家的觀察、文人的觸景生情；觀察的對象也可以是非自然的現象，如人文、社會現象。對觀察者而言，資訊的解讀常常依該資訊對觀察者有無傳播的意圖（intention）④而產生變化。自然現象不是人們創作的資訊，沒有傳播的意圖，所以，一般認為是較客觀的。而資訊創作端產生的資訊，有此意圖。人文、社會呈現的現象則需依情境來判斷是否有此意圖。

此外，回憶、想像、幻想等之事物，也都可作為了解、思慮、感受的對象⑤。所以，從接收端來說，能接收的資訊是多樣的。這情形與創作端截然不同。要言之，人們可以感受、了解任何形式，亦可從任何形式獲得意義⑥。接收者能觀察到的資訊類型，如下表所示：

創作者	傳播意圖	典型的行為	資訊例舉	接收者資訊的定義
有 (人為的)	有	傳播	語言、文章、禮儀、藝術、符碼 (code)、記號 (sign)、符號 (symbol) .....	所知表現在媒介上的形式
	獨頭意識	構想、創作	回憶、想像、虛構之事物.....	讀者心中構想的形式
	無	觀察	除以上之外的人文、社會現象	資訊即形式
無 (自然的)	無	觀察	自然現象	

資訊一旦創作完成，相關的情境即固定。也就是說，作品一旦完成，該資訊（作品）所有相關的背景，如創作時作者的個人身心情境、作品的時空、社會、政治、文化等情境，都不會再改變了⑦。接收時則完全不一樣，讀者除了可試圖了解作者的原意外，還可在任意的時空情境解讀資訊（作品）的意義⑧。因此，只要人們能夠感受、有心了解的任何形式，在接收端都可以稱為資訊。簡單的說：「**資訊即形式**」。

已往以傳播模式來界定資訊，常常將傳輸者與接收者同時納入一個模式，且經常將傳輸者視同創作者。如此則不易顯現上二表所列的區分。所以，本文分別由創作端和接收端來界定資訊的定義。至此，資訊的定義可綜理如下：

從資訊的創作而言，「**資訊即所知表現在媒介上的形式**」。此定義適用於所有傳播的情境。從接收的立場來看，面對傳播，資訊仍為「**所知表現在媒介上的形式**」；面對觀察，則「**資訊即形式**」。至此，資訊定義的探討可暫告一段落；往後，將依此定義討論資訊的性質，以及資訊與各學科之間的關係。

註：

- ① 朱光潛，《談美》，台北：專業文化出版社，1989。
- ② 謝清俊、謝瀛春、尹建中、李英明、羅曉南、張一蕃、瞿海源，《資訊科技對人文、社會的衝擊與影響》，行政院經濟建設委員會委託研究，台北：中央研究院資訊科學研究所，1997年6月，第34至35頁。
- ③ 唐孝祥、袁忠、唐更華編著，《美學基礎教程》，廣州：華南理工大學出版社，2002.8，第149頁。
- ④ 麥登 (Madden, 2000) 文中指出的兩種傳播形態：有意傳播 (intentional transfer of information) 和無意傳播 (un-intentional transfer of information)。此處即指此而言。詳情請參考本專欄前兩期之文。
- ⑤ 這類行為稱為個體內傳播 (intra-person communication)。佛學稱此傳播之意識為獨頭意識，即獨自一人完成傳播行為的意識。
- ⑥ 無論是記號學或社會學的符號互動主義均有此說。有興趣的讀者可參考本專欄已往列的記號學書籍、論文，或參考符號互動主義的經典之作：Herbert Blumer, *Symbolic Interactionism – Perspective and Method*, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc., 1969.
- ⑦ 記號學稱：一旦能指 (signifier) 產生，將永不變易，而所指 (signified) 會依時空、情境改變。其實，不僅能指的形式不再變易，與其相關的情境關係亦將不再變。
- ⑧ 請參閱：羅蘭·巴特原著，洪顯勝譯，《符號學要義》，台北：南方出版社，1988，第111至115頁。