

四、意符中的引符——意引符是传播和传承的基石

意符是人按照自己的意愿建构的符号。按理说，一个对象，我可以按照我的意愿称它为狗，你可以按照你的意愿称它为猫，他可以按照他的意愿称它为别的。那么，为什么一头狗，不仅你我他都称它为狗，连写书的古人也称它为狗。如果有人称他为别的，反而难以理解难于传播和传承？这里的关键是：赢得社会公认（约定俗成）。作为意符的语词，最初是由个别人按照自己的意愿提出来的，其中赢得社会公认的，就获得不可更改的引符特性，成为人际交流和代际传承的思维工具，成为意符中的引符，可以称为意引符。不能赢得社会公认的就被淘汰出局。

自然语言的形成过程已消失在时间的长河中，我们已无从知晓。幸好网络语言是在我们的时代形成的，大家都经历过网络语言的形成过程。网络语言的语词最初都是由个别人按照自己的意愿提出来的。

例如：9494（就是就是）、pfpf（佩服佩服）、+u（加油）、3q（谢谢）、510（我依你）、洪荒之力、泡妞等等。

上网后，有的赢得社会公认，不仅成为网络语言，甚至进入自然语言。如：洪荒之力、泡妞等。得不到社会公认的，便从网上消失。

意引符是意符中符号与对象之间的联系已得到社会公认，不能随便更改，因而具有类似引符的性质的意符，具有意引两重性的符号。

自然语言的语词都是意引符，是意引符的主体。任何语词，作为意引符，除了无需解释在场，就能与一定对象相联系的引符特性外，还有能借助新的解释，跟所需要的另外一个对象相联系的意符特性。例如：“姑妈”，通常被认为是一个代表父亲的姐妹，而无歧义的语词。即使这样，在毒贩甲对毒贩乙说：“姑妈明天上午九点到。你去接机”的语境中，“姑妈”仍然可以被少数人约定用来代表毒品的。

意引符是传播和传承的基石。

(一) 原始的语音传播

原始的最简单的人际语音传播是两个人之间的口头直接传播。关于这种原始的人际语音传播，索绪尔在《普通语言学教程》中有过经典性的描述：

“这种行为要求至少两个人参与；这是完成整个循环所必需的最低人数。假设两个人，A 和 B，正在谈话：



假定循环从 A 开始，这里心理事实（概念）是和用来表达这些事实的语音（语音形象）的表现形式联系在一起的。一个已有的概念在脑子里开启了一个语音形象。这是一个纯粹的心理现象。在该现象之后，是一个生理过程。在发出声音时，大脑把一个和语音形象对应的刺激传输给发音器官，然后，声波就从 A 的口中传到 B 的耳朵里。这是一个纯粹的物理过程。接下来呢，循环继续在 B 身上发生，但是次序刚好是颠倒的：从耳朵到大脑。这是语音形象的生理传输。在大脑里面，便是这个语音形象和相应概念的心理联系。”（《普通符号学教程》中译本 2009 年版 第 13—14 页）在上面这一段话中，索绪尔只是对原始的最简单的人际语音传播过程：“心理过程—生理过程—物理过程—生理过程—心理过程”作了一般性的描述，没有给出具体的实例。

让我们来配上一个实例。譬如：被传播的具体内容是“guma”（姑妈）一词。那么，这过程就会这样呈现出来：发送者 A 大脑中一个已有的姑妈的意象（概念：父亲的姐妹）开启了语音形象“guma”。这个心理过程，经生理过程——物理过程——生理过程，在接受者 B 的大脑

里激发把语音形象“guma”跟姑妈的意象（概念）相联系的心理过程。

现在的问题是：在“生理—物理—生理”的传播过程中，特别是在物理过程中传播的只是“guma”（语音形象）。作为父亲的姐妹的姑妈的意象（概念）没有被传播。“guma”（能指）跟姑妈的意象（所指）的联系是心理的。这个联系没有被传播。传播的只是联系中的语音一端。也就是说，被传播的只是符号，对象没有被传播。那么，为什么在 A 的大脑中把符号“guma”跟对象姑妈的意象联系起来，而在 B 的大脑中不是把符号“guma”跟对象姨妈，舅妈等等别的什么意象联系起来，偏偏跟 A 一样，也把符号“guma”跟姑妈的意象联系起来呢？这只是巧合，还是带有规律性？由于这样的传播，在会说汉语的人群中，不仅在 A 跟 B 之间，在 C 跟 D 之间，在任意一个 X 跟任意一个 Y 之间，传播结果都一样。由此可见，这是一种规律性的现象。

这种规律性是“guma”这个意引符的引符特性的体现。符号“guma”跟对象姑妈的意象的联系，初始是任意的，建构的。符号“guma”初始是意符。后来，当这个联系在社会实践中，赢得了社会公认之后，就获得了不可随便改变的，类似于引符的性质。这时，“guma”这个意符就转化为具有意引两重性的意引符。

意引符虽然具有类似引符的不能随便改变的引符特性，但它毕竟是意符，还有可以任意改变其代表对象的意符特性。正像前面已提到的那样，当毒贩甲通知毒贩乙：“姑妈明天上午九点到，你去接机”时，毒贩乙一听就知道，他们要的毒品明天上午空运到达。

这时，“guma”对局内人，代表的已不是父亲的姐妹而是毒品。显示了它的意符特性；但对局外人仍然保持原有的引符特性，使局外人无法把它跟毒品联系起来。这就是密码之所以能够存在的根本原因。

（二）原始的文字传播

两人之间的文字传播过程与语音传播过程一样，也是“心理过程——生理过程——物理过程——生理过程——心理过程”。只是在发送者和接受者的心理过程中，作为对象的心理事实（意

象或概念)不是与作为符号的语音形象,而是作为符号的文字形象联系在一起,发送者的生理过程不是用口发出语音,而是用手写出文字,物理过程不是声波而是光波,接受者的生理过程不是从耳朵到大脑,而是从眼睛到大脑。

文字传播过程与语音传播过程的符号学特征是完全相同的。两者的符号学特征都是:

1. 只传播符号(语音或文字),不传播对象(概念或意象);
2. 接受者大脑中的符号跟对象的联系,与发送者大脑中的符号跟对象的联系相同。

如果接受者接受传播过来的符号后,不能与对象联系起来,那么,传播失败。如一个不懂英语的人,在听别人给他讲英语,或别人给他看英文字时,不知道应该把符号跟什么样的对象联系起来,也就无法知道传播过来的是什么。

如果接受者接受传播过来的符号后,符号跟对象的联系,与发送者的不一样,那就产生误解。如在发送者的大脑中,“dujuan”或“杜鹃”是与杜鹃鸟的意象相联系的。当“dujuan”或“杜鹃”传到接受者大脑中时,接受者把“dujuan”或“杜鹃”跟杜鹃花的意象联系起来,这就产生了误解。

语音和文字的传播过程的两个符号学特征告诉我们:在传播过程中,符号和对象要经历一个“联系—分开—联系”的过程。成功的传播,分开前的联系与分开后的联系是相同的。这便要求符号与对象的联系必须具有稳定性和社会公认性。这正是具有意引两重性的意引符的引符特性的体现。

有需要时,可以通过解释,使传播中的符号代表与被社会公认的对象不同的对象,成为对局外人保密的密码。这是具有意引两重性的意引符的意符特性的体现。

原始传播也可以一对多(如教师在课堂里,不用扩音器讲课,不用投影仪板书等)和多对多(如团队之间,互赠名片,不用扩音器开展辩论等)地进行。一对多和多对多,实际上只是若干个一对一的并列或交织而已,没有改变传播的符号学特征。

(三) 现代化的语音和文字传播

现代化的语音和文字传播过程(如:扩音、广播、固定和移动电话、手机、电脑和互联网等等)与原始的语音和文字传播相比,心理过程完全相同,生理过程基本相同(差别是发送者发送文字,不是在纸上手写,而是在手机和电脑上手写或使用手机和电脑上的键盘发送),不同的只是物理过程。

在原始传播中,语音和文字靠声波和光波直接传播。在现代化传播中发送语音,先要把发送者口中发出的语音声波转换成电磁波,才能有线地或无线地传播,到达后,再转化成声波,传入接受者耳朵里。发送文字,要经过编码后,才能转换成电磁波,有线地或无线地传播,到达后,经解码,恢复文字形式,传入接受者的眼睛。

传播现代化没有改变传播过程的符号学特征。

现代化的语音和文字传播过程,跟原始的语音和文字传播过程一样:(1)只传播符号(语音或文字),不传播对象(概念或意象);(2)要求接受者大脑中的符号和对象的联系,与发送者大脑中的符号和对象的联系相同。

现代化的语音和文字传播,也可以一对多和多对多地传播。如:播音员广播,开电话会议等等。与原始传播一样,现代化的一对多和多对多,实际上也只是若干现代化一对一的并列或交织而已。没有改变传播的符号学特性。

(四) 话语和语篇的传播

语音和文字传播,通常不是以词字形式传播,而是以话语(语音集)和语篇(文字集)的形式传播。

话语和语篇是由语句构成的,语句是由语词构成的。话语和语篇有长有短,最短的可以只有一个语句。长的有成千上万个语句。具体数量,没有限制。

话语和语篇的传播的符号学特征，与单个语词的语音和文字一样，也是通过“心理—生理—物理—生理—心理”的过程来传播的；在“生理—物理—生理”这一段，也是只传播符号，不传播对象。符号和对象的联系在传播中同样要经历一个“合—分—合”的过程。不同的是：发送端和接收端的心理过程都是多层次的。因而，符号和对象的“合—分—合”的情况要复杂得多。

话语和语篇传播的心理过程可以分为本义（字面意义）和转义两个层次。本义层次又可以分为字义、句义和篇义三个层次。在话语和语篇很短，只有一个语句，句义和篇义合二为一。转义层次又可以分为转 1、转 2……等若干层次。转义层次有没有，有几层，视具体的传播内容而定。

发送端的心理过程一般是从转义到本义，从对象到符号；接收端的心理过程，正好相反，一般是从符号到对象，从本义到转义。

如果在话语和语篇的传播过程中，发送端和接收端在本义的三个层次和转义层次中所有的符号和对象的联系都完全相同，当然是最理想最成功的传播

例如：给节目主持人朱军设计一个灯谜：“红色之旅”。

灯谜设计者首先要把“朱军”作为本义，寻求它的转义。“朱军”中的“朱”，经查词典知道：不仅可以代表姓，还可以代表朱红或朱砂。朱红本身就是一种红的颜色，朱砂也是一种红色物质。这样，“朱”这个姓，就可以转化为红的颜色。“朱军”中的“军”，经查词典知道，可以代表军队或军旅。这样，名字中的“军”就可以转义为军队或军旅。两者连起来，“朱军”就可以转义为“红色军队”或“红色军旅”。谜底出现在谜面中，太直截了当了。需要把“军”字隐去。“朱军”的转义就成了“红色之旅”。再让本义和转义互换：使谜面“红色之旅”成为本义，谜底“朱军”成为转义。再给谜面加上一个限制性说明：“打一节目主持人的名字”。灯谜就设计好了。（注：此灯谜的谜面和谜底，都引自一本灯谜书。书名遗忘，特此说明和致谢。）

传播的只是谜面“红色之旅”和说明：“打一个节目主持人的名字”。

猜谜者看到谜面“红色之旅”后，首先要弄清楚谜面“红色之旅”

的本义，即字面意义：红颜色的旅游，或者，红颜色的军队。然后，考虑转化成哪一个节目主持人的名字。节目主持人有名的有：董卿、周涛、朱军。慢！朱，不是红的颜色吗？朱军，朱军，红色的军队，红色之旅。噢，谜底是朱军。

这个猜谜过程，发送端和接收端的本义和转义都完全相同，是一个理想的，成功的传播过程。但这样的传播过程很少见，一般很难做到。

一般地说，一个话语和语篇的传播，只要本义的字义、句义和篇义三个层次中关键的符号和对象的联系在发送和接受两端相同，传播就算是成功的了。至于转义层的符号和对象的联系，可以仁者见仁，智者见智，因人因事而异，两端相同固然好，不同也可以，一般不作要求，有时最好不同。

例如：张三出差去外地，原定一周，三天后，因本单位临时有事，必须提前连夜赶回，为了避免半夜敲门，惊吓家人，先发回一短信：“原定出差一周，今因单位有事要我处理，必须连夜赶回。今晚 11 点到家。张三”。家中接到短信后，妈妈和孩子关心的只是其中对他们来说，是关键的一句：“今晚 11 点到家”。妈妈便说：“我得赶紧准备点夜宵”。孩子说：“我的赶紧把作业做好。又有好东西吃了”。

在发送端：

张三：本义：今晚 11 点到家 —— 转义：避免半夜敲门，惊吓家人



解释：对家人的关爱

图 1

在接收端：

从理论上讲，语音、文字、图像和实物都可以作为符号来传播，也可以作为对象来传播。

实际上，语音和文字通常是作为符号来传播，而图像和实物通常首先作为对象来传播。

在实际传播语音和文字时，接收端接受到传播过来的语音和文字后，通常考虑的是这些语音和文字作为符号代表的是什么，一般不会把它们作为对象，考虑代表它们的符号是什么。所以，语音和文字的传播过程通常是一个传播符号，不传播对象的过程。例如：在传播语词“五星红旗”（语音或文字）时，接收端接收到语词“五星红旗”后，通常考虑的是语词“五星红旗”代表什么，不会去考虑代表语词“五星红旗”的符号是什么。

在实际传播图像和实物时，接收端接收到传播过来的图像和实物后，首先考虑的是：这些图像和实物是什么，也就是先把它们作为对象来考虑代表它们的语词符号是什么。如果接收端不清楚代表这些图像和实物的语词符号，也就是不知道这些图像和实物是什么，其他也就无从考虑起。接收端只有先把传播过来的图像和实物当作对象，弄清楚代表它们的语词符号，也就是知道它们是什么（本义）后，才能考虑它们能代表什么（转义）。所以，单渠道单编码传播图像和实物的过程首先是一个传播对象，不传播符号的过程。例如：在传播五星红旗（图像或实物）时，接收端接收到传播过来的五星红旗后，首先考虑的是这是什么，也就是先把五星红旗作为对象，考虑代表它的语词符号是什么。只有把五星红旗跟代表它的语词符号“五星红旗”联系起来，也就是知道了这是五星红旗（本义）之后，才能把五星红旗作为符号来考虑它能代表的对象（转义）：中华人民共和国。

只有在传播熟悉的图像和实物时，接收端才会把图像和实物当作符号来考虑它们代表什么。例如：来了客人，主任端上杯茶。客人就不会先去考虑端上来的是什么。而立即意识到这代表主人的以礼相待。

在传播中，与语音和文字通常扮演符合角色不同，图像和实物扮演的角色，首先是对象，其次才是符号。但不管作为对象，还是作为符号，在单渠道单编码传播中，只传播图像和实物自

身，代表它们的符号和被它们代表的对象，都不传播。所以，不管图像和实物作为对象，还是作为符号，在传播过程中，符号和对象的联系都要经历一个“合一—分—合一”的过程。图像和实物作为对象，与作为符号的区别在于：前者（相当于本义层），符号和对象的联系在发送和接收两端必须相同，否则，不是传播失败，就是产生误解；后者（相当于转义层），符号和对象的联系在发送和接收两端，有时必须相同，有时最好相同，有时可以不同。

把图像和实物作为对象来传播的实例：

远在美国的儿子寄回（传播）一台小型老年手写电脑给国内的老爸。如果老爸也知道这是老年手写电脑，传播成功；如果老爸不知道是什么东西，束之高阁不用，传播失败；如果老爸把它当成电视机，只用来看看电视电影，不知道可以手写输入，这是误解。本义层上的误解，会影响传播的成功率。所以，要求本义层的符号和对象的联系，在发送和接收两端，必须相同。

把图像和实物作为符号来传播的实例：

把图像和实物作为符号的前提是：发送和接收两端都知道图像和实物是什么，也就是本义层的问题已经解决。把图像和实物作为符号时，要解决的是转义层上的问题。所以，只是有时必须相同，有时最好相同，有时可以不同。

有时必须相同：世界上大部分地区，摇头表示不同意；也有一些地区，正好相反，摇头表示同意。在这种情况下，摇头作为符号，代表什么，发送端和接收端必须相同。

有时最好相同：甲请乙吃饭。发送端甲认为：吃饭只是代表朋友间叙一叙。如果接收端的乙也认为：吃饭只是朋友间叙一叙，这当然好。如果接收端的乙认为：吃饭代表甲有求于乙。这虽然也是误解，但不会导致传播失败。因为这是在甲乙都已经知道是吃饭（本义），即传播基本成功的前提下的误解，是转义层中的误解。

有时可以不同：男青年送给女青年一束玫瑰花。男青年的愿意只是表示一下友情，女青年却理解成向她求婚。这虽然是一种双方都已经知道是一束玫瑰花（本义），即传播基本成功的前

提下的误解（转义层中的误解）。这种误解却是男青年不敢奢望，而又求之不得的。

图像和实物传播成功的关键是：在传播中，图像和实物不论作为符号，还是作为对象来传播，它们的本义层，在发送端和接收端的符号和对象的联系必须相同。

由此可见，图像和实物，跟语音和文字一样，传播的基石也是意引符。

(六) 多媒体传播

所谓多媒体传播，在这里，我们用来指多渠道（主要是视听两个渠道）同时传播，也包括单渠道多编码的同时传播。如：传播带有文字说明的图像。

多媒体传播的原始形式是一种不借助传播工具的多渠道多编码的直接传播。如：老师在课堂上，在用口讲的同时，用手在黑板上写写画画。演员在台上演戏：话剧、评弹、特别是京剧，台上的语音、乐器声、锣鼓声、演员的身姿和台上的布景等等统统通过视听二觉同时传入观众的大脑。国画的画面完成后，通常还要题词题名，写几个字。

多媒体传播的现代形式是借助传播工具的多渠道和单渠道多编码的传播。如：电影、电视、多功能的电脑和手机等等。

多媒体传播能同时传播符号、对象和解释，所以，具有促成认知发生的能力。例如：你不认识金丝猴。有人把你领到动物园，在用手指着金丝猴的同时，嘴上告诉你：“这是金丝猴”。你耳眼并用，把耳朵听到的“金丝猴”。跟眼睛顺着手指的方向看到的金丝猴联系起来，你便生成了对金丝猴的认知。

多媒体传播能同时传播符号和对象，可以使符号和对象的联系在传播中避免经历一个“合一分一合”的过程，因而可以大大地提高传播的成功率。例如：传播一幅清明河上图。如果图上有“清明河上图”的字样，接收端一看就知道是一幅清明河上图，传播成功率就高。如果只有图，没有字，接收端就要东想西猜，毫无疑问，传播率就会大打折扣。但传播的高成功率的基础

仍然是“河上清明图”与河上清明图之间的联系稳定性和社会公认性，“清明河上图”必须是意引符。又如：在电视机上，出现了高楼林立的都市画面，画面上的还有字幕“上海”。你便会感到上海原来是这个样子。当画面变成日本富士山时，画面上的字幕还是“上海”，你便会立即感到弄错了。为什么？这是因为你在看电视之前，已经知道：“上海”是个大城市，不是山。“上海”跟大城市之间的联系，具有稳定性和社会公认性。

由此可见，多媒体传播过程，与非多媒体的单渠道单编码传播过程一样，要求符号和对象的联系至少在本义层要具有相对稳定性。如果符号和对象的联系只有任意性，没有稳定性，那么，什么传播都实现不了。所以，多媒体传播的基石同样是意引符。

(七) 共时传播和历时传承

传播通常是指共时传播，历时传播称为传承。

传播和传承的区别是：传播的接收端，如果遇到问题，还有机会和可能与发送端进行沟通；传承的发送端已经作古，接收端的问题只好自己单方面进行分析，甚至猜测。为了使传承的接收端能够尽可能地正确理解发送端，便形成了考古、考证、诠释和解释等学科和各种解释理论。

传承与传播一样，符号和对象在传承中要经历一个“合一—分—合”的过程。尽管传承的发送端已经作古，理想的传承仍然要求至少在本义层中符号和对象的联系在发送和接收两端力求相同。也就是至少要尽可能弄清楚传承下来的古文字和古物叫什么。这是古文字学和考古学首先要解决的问题，这就要求古文字跟它代表的对象的联系，古物跟代表它的符号的联系，不能只有任意性，还必须要由相对稳定性。也就是说，要求符号必须是意引符。

所以，意引符不仅是共时传播的基石，也是历时传承的基石。

意引符虽然具有类似引符的性质，从而保证了人类认知成果的传播和传承，但毕竟不是引符，而是意符，所以，还具有意符性质，从而保证了人类认知能够与时俱进，思想能够及时解放，

不拖科学和社会发展的后腿。

例如：“原子”代表什么？人们关于“原子”代表的对象的意象，随着 1904 年汤姆森提出原子的面包夹葡萄干模型；1911 年卢瑟福提出原子的行星模型；1926 年薛定谔提出原子的电子云模型，短短二十多年，改变了三次。

又如：随着邓小平理论的提出，大家改变了“商品经济”只能代表资本主义的看法，把商品经济引入我国的社会主义计划经济，建立了中国特色的社会主义市场经济，大大地促进了我国经济大发展，人民生活水平大提高。