

网络“虚拟世界”的符号意义

孟 威

内容提要 本文从符号学角度对比构筑媒介“拟态世界”的不同传播符号特点和功能,揭示了网络“虚拟世界”的符号特征和人们信息需求与接受的新特点。认为:网络“虚拟世界”不仅可以实现多媒体符号的综合利用,而且能与感知系统产生互动,具有“观念化模拟”的意义;文本作为一个符号系统,它的主体化、模糊化和形式化,增添了“虚拟世界”生动立体、个性化色彩,也有助于人们解读其含义。在网络世界中,人被赋予符号和符号使用者双重身份,成为特殊符号,他们的需求系统结构也发生了显著变化,对意义的理解拉大了差距。文章试给出变化模式,并指出了“符号人”特征的两方面含义。

符号学学者卡西尔(Cassirer, Ernst)曾经说过,人是符号的动物。(卡西尔,1985:34)创造与使用符号是人与动物区别的重要特征,人每时每刻生活在符号的世界中,运用符号作为意义表述的工具。借助于符号,人们表达自己、阐释世界、进行交流与传播。在人类信息传播的历史上,人们创造了各种各样的表达符号,从结绳记事到口语传播,从图画表意到象形文字,从手抄书信到印刷报纸,人类在符号运用与创新中推动着传播的发展进程,现代的大众传播更是一个多种符号汇合的符号系统,报纸中的语言、图片;广播、电视中的声画、口语、动作都是一种符号,正如华莱士(Wallace C. Fotheringham)所说,大众传播就是“有关符号的选择、制造和传送的过程,以帮助接受者理解传播者在心中相似的意义。”(陈阳,2000:46)媒介运用不同的传播符号作用于人,在人们头脑中形成了一幅幅世界图景,这是与客观世界存在着一定差距的世界,是媒介世界,李普曼(Lippmann)称之为“拟态环境”,也称之为“拷贝世界”或“模拟感性世界”,它是“现代社会中人们无法逃避的生活世界,它同感性世界并驾齐驱,成为决定人们生活情感、生活欲望、期待、认知和态度的两大环境世界。”(沙莲香,1987:59)它是媒介影响受众的一个重要方式。

20世纪90年代以来,网络异军突起,网络传播中数字化符号的运作、多种传播符号的综合使用以及在线聊天室、BBS新闻组、网上布告栏等虚拟空间符号的创设,把越来越多的人推入了一个人类所从未经历过的数字化的“虚拟世界”中,给人们生存方式和接受心理带来了前所未有的冲击,也影响着人们对信息传播的需求和理解方式。面临这样一个网络符号传播语境,身处“虚拟世界”的网络用户将以怎样的角色适应它?其传受特征将产生什么变化?本文从符号学研究的角度入手,力求通过对构筑“网络虚拟世界”的传播符号特点和功能的阐释,揭示网络与传统的大众传媒在设置“拟态现实”上的差异,从而引发对新的传播环境中,人们信息需求和接受新特点的探讨和思索,为进一步理解和研究传播媒介及其使用者提供新的思路

启发。

对符号认知意义的概念化阐释

符号是传播的基础,形成了传播的文本、信息和话语,也是构成“虚拟世界”的要素。理解符号的意义,便抓住了通往“虚拟世界”的线索。在论证“虚拟世界”的符号化特点之前,有必要考查一下符号学的相关研究成果,清晰地把握符号及其系统的特征和功能,以助于发现认识“虚拟世界”的符号的通道,从而更便捷、更深入地探究这一媒介世界的符号本质。

符号学的研究认为,人不能单纯理解为是理性的动物,而是生活在符号的世界中,无论是抽象的还是具体的实体之间的关系都具有符号性。人们通过符号的构建和表达来形成理性、反映意义。符号的选择、运用、创造,在人的认知过程中发挥了重要的作用,是理解心灵和个体及文化的桥梁。符号功能的实现,则与符号本身的性质以及个体的差异有关。

符号本身是一种诱导人做出反应准备的刺激因素,是“思想的工具”。它由能指(signifier)(符号形式)和所指(signified)(符号内容)构成,二者的关系具有任意性。符号的传播过程是一个指称事物和理念、传达意义的过程。所以一方面符号是观察者可以理解的,另一方面,符号又是需要解释的。符号学学者莫里斯(Charles Morris)认为,对于人类世界来说,符号的价值表现在三个方面:所指性价值、评价性价值和规范性价值,分别对应着三种人类行为阶段:知觉的、操作的、实现的阶段。(斯蒂文·小约翰,1999:115-117)而就其表现形式来说,符号是多样化的,有人工符号和非人工符号、意图性符号和非意图性符号、推论性符号和非推论性符号、语言符号和非语言符号的分别。不同符号的功能不同,其差异是明显的。如语言符号与非语言符号相比较,语言符号是有序排列的,可按层次来组织,往往表现为有意识的使用。非语言则不一定如此,它在结构上有自己的独特之处:1、它是类推的而非数码的,具有连续性;2、它是形象化的、实在的而非抽象的;3、它可能引起普遍意义,尤其是表现情感方面的意义;4、它可以同时传递几个讯息,表达信息的差异;5、它常常会引起不经思考的自动反应,具有自发性。不同符号的互动和交叉运用,构成不同的符号系统,传递符号与所指、表达与内容之间的不同关系,表现出事物的复杂性。

符号的魅力就在于:它揭示意义,是社会对象化的意义载体,由此产生相关联的各个不同的意义系统。任何符号都与意义形成共鸣(resonate),意义构成了客体或思想与符号之间的联系。而意义并不是存在于符号中凝结不变的,它是活生生的、是能够满足人类需要的精神媒介和思想程序。所以法国的符号学学者A·格雷马斯(A. Greimas)在探讨符号的意义时做出了这样的论断:“对人而言,人类世界本质上来说大概就是意义的世界。一个没有意义的世界,决不会被称为‘人’的世界。”(陈力丹,2000:66)符号的意义可以分为三个层次:表面意义、深层意义、潜在意义。其来源是符号所处的社会环境或文化背景,即社会的文化观念、心理结构、意识形态等方面。而意义又可以从两个层面来理解——逻辑的层面和心理的层面:前者指涉符号与所指对象之间的关系,后者指涉符号与人之间的关系。由于符号具有表达上的隐喻性,意义也有可增值性。

意义是信息传播所要阐述的内涵。但符号和意义发生联系要受到语境的制约,在特定的、不同的语境下,传播者可以把数量不多的符号结合起来表达出无限的意义,也可以通过各色各样的符号传递同一种意义。其不同的原因一方面在于人的能动性,人有运用符号指称外物,传

达思想、完成与外部环境的物质能量交换过程的需要,这是意义符号化的根本动力。另一方面,人群分属不同的社会团体、组织机构,具有不同的价值观、文化修养、年龄职业等,所以对传播的需求与功利存在着不同程度的差距,意义在传达的过程中的个性化倾向,是意义创造的内在动力。在意义的解释与理解过程中,可能引发歧义:衍生、理解不足或被误解。因此意义的编码与解码之间总会有一个客观存在的间距,使得意义的内涵在解释者和理解者那里不能完全重合。

从符号学的角度出发,信息传播可以得到这样的启发:符号是在信息传播过程中被经验着的,符号之间相互作用形成了一定的时空关系,并产生了意义。意义通过人的能动性而依附于符号,构成了作为符号的物。同时,随着语境的变化,人与符号的关系处于不同的上下文之中,意义也会随之变化。可见,意义只有在用感觉形成和理解的符号来表达时才存在。通过表达,意义被对象化为符号。也就是说,在通过符号传播表达意义的过程中,人根据经验不断地创造、运用了符号,拓展着意义的空间,而意义又物化为符号,通过传播作用于人,为人们认识的加深和需求的更新提供了条件。

符号化的网络“虚拟世界”

人类对外部世界的欲知、理解、感受和把握为传媒手段的发展创新提供了需求动力。从报纸、广播、电视等大众传媒的诞生到网络传播的出现,媒介不断地探索着怎样以多样化的手段满足这种需求、影响受众的方式,所谓“多样化的手段”呈现在媒介使用者面前即是不同媒介所运用的不同的符号,这些符号的交织、互动,构筑了由媒介勾画出的世界——“拟态世界”是对“现实”的符号化虚拟,带有鲜明的符号特征。而不同的媒介符号作用于媒介使用者的心理,其产生的意义是不同的,会引发不同的感受,影响人们对媒介的选择和接受,进而影响他们认识世界的视野和水准。正如柏拉图(Plato)洞穴理论所揭示的,一旦人们熟悉了“影子世界”并理所当然地接受它,真实的世界就会遭到拒绝。(罗素,1996:168)从这个角度来看,媒介运用符号的特征差异直观地决定着人们眼中的“现实世界”,以及在何种程度上接受和认同这个世界。

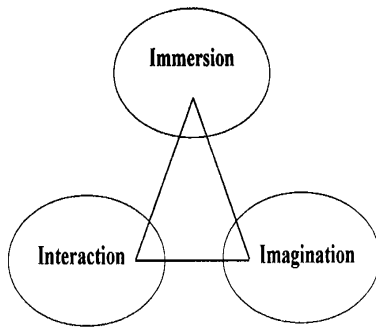
在因特网普及之前,报纸设置给受众的“拟态环境”,主要是运用线性连续的文字符号构成的,并辅之以实指性和示意性的符号。文字符号的最大特点是它需要人们逐字阅读,才能完整地理解其意义,它所表现的事物,依靠描述来实现。通常情况下,文字符号具有两个层次的含义:明示义(denotation)和隐含义(connotation),分别彰显符号外在的意义,以及在其所依托的社会文化背景之中的引申意义。隐含义又通过隐喻和转喻手法表现为符号的深层意义和潜在意义,所以不同的受众由于“知识沟”的存在,对描述进行理解时差异性最大。而且文字表达中词义、句式、语态的选用,孕育着情感倾向,所以文字符号创造出来的世界具有演绎性功能,是受众脑海中的抽象,同时也带有媒介情感色彩。虽然报纸上实指性图像,如摄影图片,可以给这一世界以直观、具象的补充,而示意性图像如统计例示,也具有视知觉的特征,但通常不成为报纸表达的主要因素,只是作为辅助手段,对文字做出通俗化的解释。广播是通过声音符号塑造的媒介世界,具有瞬间呈现、易于理解的特点。同时,声音符号与文字符号虽具有抽象意义上的相似性,但由于声音是诉诸听觉的,在表达文本的意义和情感时,需要把视觉材料转化为听觉材料,经过语汇、语法和语调的重新创造,减少文字的模糊性,增加表意的确定性,呈现的世界比起文字世界更趋直白、明晰,但意、趣方面又不能与之相提并论。

与报纸和广播相比,电视的最大优势在于非语言符号的运用,它既有诉诸视觉的动态画面,又有诉诸听觉的模拟音响。而画面可以说是一种双重符号,既能够表达信息本身的文字含义,又能够传达姿势、节奏、标示等非语言符号的含义,所构造的世界更生动、更形象,更具仿真效果。但即便如此,对于身处信息世界的受众来说,电视“推给”他们的媒介世界还是充满了“过滤”后的人为色彩,作为“一个第二秩序的符号系统”,它使得存在于“第一个系统中的一个符号”在这一系统中“变成一个能指”,意识形态的能指。(罗兰·巴尔特,1999:3)因此,当网络传播把一个立体的、更加逼真的、并富有虚幻色彩的虚拟世界带到人们面前时,人们的生活空间得到了全新的扩展,想象的空间随之扩大了,主体的认知因素处于空前的活跃状态,对媒介世界意义的理解也得以迅速地更新。

网络的虚拟空间是以运用数字化符号为基础构成的,是以0和1组合的BIT数据,通过计算机自动的符号处理,把信息、文字、图像等作为自己的形式,以场的状态弥漫而成符号空间。从它的存在状态和外表现的无形性态去理解,“虚拟空间”在本质上,带有比特的非原子特性:“没有颜色、尺寸或重量,能以光速传播”以及具有超越自然时空的特点。它是“信息的DNA”,是计算机二进制转化和处理后的0和1的字符串。(尼葛洛庞帝,1997:21-24)简而言之,以比特为基础的“虚拟即是符号化”。它呈现的空间的首要意义不仅是对自然的超越,而且是对人们思维空间和传统的符号空间的内在突破和超越。(周若辉,2001)对于传统媒介环境听受众来讲,比特构制的“虚拟世界”能够从人们的心理、头脑中走出,第一次以有形的、立体的方式出现在人们面前。这种表现方式是文字符号所不可企及的,也是平面化的电视表现所无法比拟的。

比特形成的虚拟符号世界是有形与无形的同构。所谓无形,是针对数字化符号的特性而言的;所谓有形,则是指网络世界可以与使用者的感知系统产生互动,互动中强调人的主导作用,启发了想象,塑造了可见、可听、可感的虚拟现实,并生成观念化世界,这是网络符号世界的一个明显特征。人的感知系统是一种确定身体正常状态的高度冗余的(经验的)系统,包括视觉感知、听觉感知、触觉感知、味觉感知和运动感知等,传统媒介所调动起来的感知,局限于视觉和听觉,且发挥的程度受到技术水平的限制而与数字化技术运用的效果相形见绌。在网络世界中,感知在数字化符号的作用下,被全方位地调动起来了:点击互联网,你可以到琳琅满目的电子资料库中任意比较、挑选;可以与远在万里之遥的陌生人聊天、发表看法;或与你喜爱的网上主持人彼此问候,互相“交谈”;你同样可以收听来自网络的高保真的奇妙音乐,聆听酷似现实环境中的各种声音,或者接通话筒进行网上对话,感受现场感。据悉,穿戴上数据装、电子手套等电子装置,人们还能够体会到真实的嗅觉、味觉、触觉(《参考消息》,2001/1/5)。不仅如此,网络世界借助虚拟技术也已实现人的思维观念的再造,生成仿真性、超越性、幻想性虚拟实在,把抽象的概念、事物甚至未来图景创造出来并加以体验。以此形成“拷贝式虚拟”和“观念式虚拟”并存的世界图景。(李河,1997:111-113)一方面现实生活被还原,一方面虚拟生活被创造出来。网络“虚拟世界”的符号作用加强了其干预生活的机动性、形象性和伸缩性。从这个意义上来考虑,波顿(Burden.G)的“3I”(immersion-interaction-imagination)模式图(网络图书馆,2001:56)可以帮助我们更好地理解网络符号作用于人的感知的过程如图1。

其意义为,人沉浸到网络符号世界中,感知与符号环境发生相互作用,在定性和定量综合集成的虚拟环境中,人能够对符号得到感性认识,开启了想象,再上升为对符号所表述概念、内涵的理性认识,从而加深了对现实意义的理解。人的思维也得到了启迪、萌发了新意。



31模式图

图 1

比特符号作用于人的视听知觉,表象上看呈现为对传统媒介符号的综合利用,但这一“综合”系统的意义大于符号的简单相加,使“虚拟世界”在形态和功能上都与以往的“拟态世界”大为不同。因为由多种符号相互作用产生的文本,作为构造网络“虚拟世界”的物质基础,不仅表现形态发生了变化,表义功能也大大加强了。

根据符号学原理,在符号、符号的属性及其指称之间存在着如下关系:“相应于一个符号,至少应具有一种确定的属性;而相应于属性的集合,又必然存在一个对象为其所指称;而对于一个被指称的对象来说,则不仅有一个符号。”(朱前鸿,1997:40-42)由于网络虚拟文本构成存在着多种符号,每个符号都对应着一种或多种属性集合体,发挥着不同的表义功能,或相辅相成、或相反相异,其形态上的差别人们在直观上就能够感受得到;而由那些同类符号构成的文本,如诉诸文字的文本,因为文字符号表现出不同的属性功能,如表达或褒或贬或中性的明示义和隐含义,人们在解读文本时也会生发出不同的理解;复杂的信息符号文本形式、类型包罗万象,在超链接传播的层级过程中,还会不断地出现信息附加或编码,这使得文本愈加虚化,从而造成了表义多元化、模糊化,令“虚拟世界”的内容和表现形式都愈加丰富、充实。

另一方面,作为复杂的综合性符号系统——网络文本既包括阐述概念的、推理的若干形式符号,也包括感性的、具体的、直观的若干形式符号,对它们的错综复杂的运用,共同激发了人们的情感和联想,强化了意义表达的形式特征。也就是说,文本不仅构成了海量信息的载体,而且使信息传播日益变得艺术、娱乐化。艺术、娱乐与信息内容的界限日益模糊,硬性新闻与软性信息的表现形式日益模糊,写实与虚构的信息形态日益模糊。“虚拟世界”的表现突破了单一符号或结构简单的符号系统构造的局限,更加接近现实状态的生动、立体。

再者,虚拟技术的运用,赋予符号系统探索、模仿未知世界的可能:包括绘制已经消失的过去和尚未到来的未来世界的可能性,使信息“本质上超出全部感觉领域的精神内容被翻译成为可感觉的形式,成为看得见、听得见、摸得着的东西。”这种“构型的独立样式是意识的一种特殊活动,它作为工具,使用了那些直接感觉和知觉的材料”,(卡西尔,1988:243)让在线者得以感受到精神的自由和思维创造力的释放,“虚拟世界”在个体头脑中超越现实的意义也愈加清晰、明朗了。

可以说,比特虚拟世界是多种传播符号交织、综合的系统,符号系统的虚化、形式化、主体化,一方面构造了“虚拟世界”,赋予它以新的特点;另一方面,为人们认识、体验虚拟符号世界

提供了必要的工具。而且,在对复杂的网络符号编码和解码中,意义又被创造出来以便不同的人理解。通过信息符号的数字化运动,传者与受者、受者与受者、传者与传者之间形成了前所未有的信息对称关系,“虚拟世界”的符号所指不再局限于传播者传达的意义概念,而更清晰地指向所表达的多样化现实。其结果从表面上看,似乎增大了人们疏通思想的难度,事实上却为人们正确把握符号传播的要旨提供了可能的方向。

网络“虚拟世界”中的 特殊符号——“人”的特征

从上述的分析中我们可以看到,网络呈现给人们一个直观的“虚拟世界”,蕴含着多样化符号,内涵丰富、形式扑朔迷离,在这样一个网络数字化空间中遨游,人们的角色身份也发生了变化,其传统的媒介接受心理和认知方式也经受着极大的冲击。

尼葛洛庞帝(Nicholas Negroponte)曾在《数字化生存》一书中写道:“在数字化生存的情况下,我就是‘我’,不是人口统计学中的一个‘子集’(subset)。”因为“在后信息时代……信息变得极端个人化。……当传媒掌握了我的地址、婚姻状况、年龄、收入、驾驶的汽车品牌、购物习惯、饮酒嗜好和纳税状况时,它也就掌握了‘我’——人口统计学中的一个单位。”(尼葛洛庞帝,1997:192)实际上,这段话不仅道出网络能够尽显个性化的特色,使人们好象能够“在网络时代真正发现了那个叫‘个性’的东西,发现了真正富于‘个性’的‘我’,”使任何人不会将“我”与他人混同。(李河,1997:87)也揭示了网络虚拟世界中人的双重身份:作为符号的人及作为符号使用者的人。这种角色是传统受众所未曾经历过的,给予网络用户以新的感受和特点。

在网络虚拟世界中,人能够通过感知系统直接参与网上互动,与网络融为一体,这使他带有虚拟化符号的色彩。说人表现为一个符号,因为他已经具有了符号的特征:1、人不作为一个实体在网络上出现,不代表明确的形象(除非他自己愿意键入真实的照片),但他是一个存在的代码;2、他能够与其他符号产生直接的互动,并产生意义,他的活动是一个明显的意指过程;3、他可用作他人阐释意义的工具。但作为符号的人,与其他符号也有明显的不同,1、他终究是人性化的产物,在互动中附加意识形态。2、他不需要或较少地借助阐释素,直接表达文化概念。3、他可以时时变化符号形式,作为虚拟的形式。所以带有双重身份的虚拟人既“在场”又“不在场”,其真实的形态难以确认、难以捕捉。这使得“符号人”摆脱了作为单向式传播受众的不利地位,变得独立、主动、不受束缚。

具有双重属性的“符号人”在网络虚拟世界中生存,其需要系统比之于以往也发生了显著的动态变化,这种变化反过来又扩展了对网络媒介的期待目标。如前所述,人的需要是推动符号创新的根本动力,符号的创新又激发着、调整着需要的内容。每一个人在心理上都具有由不同需要所成的需要系统,处在特定的媒介符号环境下,需要系统的内容侧重和相互关联的方式、结构也不相同,但需要系统不是一成不变的,而是处在发展之中,比如,电视诞生后,以它的动态的视觉符号特征,显示了报纸、广播没有的巨大优势,这个优势被受众所接受,激发了受众对现场参与的需要。没有关于现场的动态画面,没有观众可以感受到的反馈,观众就不会满足,总觉得缺少点什么。事实上,受到观众好评的栏目如《焦点访谈》、《实话实说》、《欢乐总动员》等,无论是属于时政题材、市井话题,还是文化娱乐等等,一个共同的特点就是较好地满足受众的参与性需要。而比之于电视,网络的虚拟世界的符号构成手段更加复杂,操作更具有个

性化, 符号所引发的传统受众的需要系统也发生了显著变化, 表现为新需要的引发和传统“需要——满足”方式的改变。

据新浪网上对网民的一项调查表明, 人们对于网络虚拟世界的新需求: 情趣需求、虚拟需求、合群需求、展示需求、代偿需求分别占上网总需求的 32.5%、20.7%、17.6%、11.2% 和 4.5%, 综合统计, 这些为以往大众传播媒介所无法引发的新需求总量占上网需求的 54%。(sina, 2001/3/1) 而这些需求充分体现了网络符号世界的数字化、感知互动、文本虚化的特征。网络所能提供的交互式电子游戏、话题讨论空间、虚拟刺激等形式, 实现了对这些新需求的满足, 又进一步引发了对网络虚拟世界精彩纷呈的期待。

网络符号不仅刺激了需要系统内容的变动, 也改变了传统需求的满足方式, 如图 2、图 3 所示:

(1) 传统媒介符号提供的“需求——满足”方式:

需求 → 信息 → 满足

图 2

(2) 网络虚拟世界提供的“需求——满足”方式:

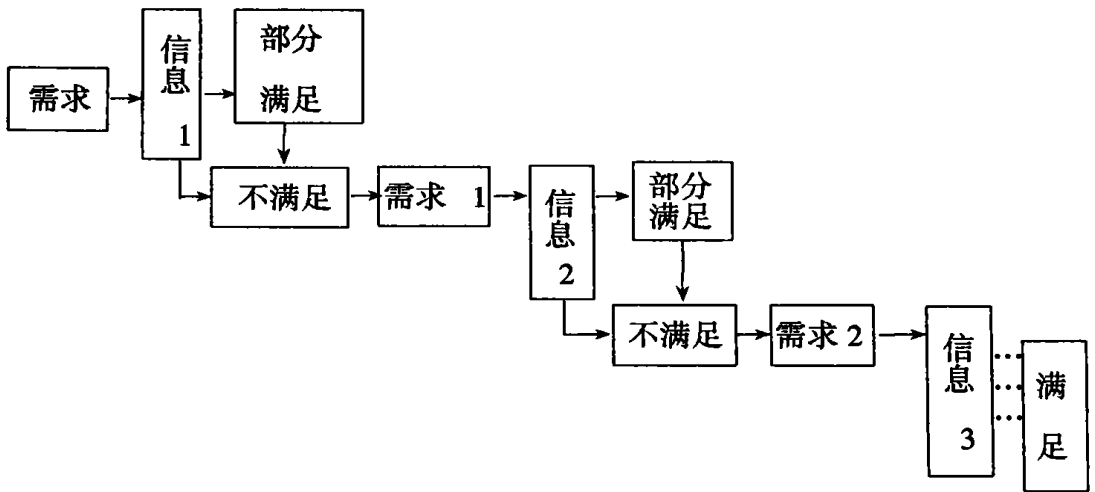


图 3

以往, 某一种传播媒体符号提供的“需求——满足”方式, 是比较简单的、一次性完成的过程, 尽管达到满足时, 人们心理上可能仍处于不满足状态, 但是由于传播符号的限制, 人们不得不结束这一过程。为了求得需求最大限度的满足, 人们只好不断地在相同或不同的媒体上开始一个又一个相似程序的搜寻。而网络虚拟世界提供的“需求——满足”方式是动态的、复杂的也是便捷的, 它表现为以下的特点: 1、最初的需求和最终的满足不必定有直接的因果关系; 2、需求处于即时的甚或实时的动态、层级变化中; 3、需求到满足是一个没有固定预期、没有时限的过程; 4、最终的满足取决于人们的心理状态; (如厌倦、兴趣转移等) 5、最终的满足仍然可能是部分的满足。

举例说来, 当“符号人”在网络世界漫游, 用来满足寻求性信息、扩展新闻来源的实用需求时, 如上网查找近期发生的远华重大走私案消息, 直接需求是最新事态的报道, 第一次发现了

信息 1, 部分地满足了人们的直接需要, 但在网络符号作用下, 信息 1 引发了不满足, 从而产生了进一步的需求 1, 需求 1 作为一种新需求在网络符号互动中带有即时性、甚至实时性特点, 引发着人们对信息 2 的搜寻, 信息 2 又部分地满足了这一需求, 同时引起了新的不满足, 又增添了需求 2 的内容。……于是在寻求最新事态报道的需求牵引下, 人们的需求及其系统时刻处于动态的变化过程中, 导致一步步去查找有关远华一案的背景材料、前因后果、官方态度、民间评述、相关论坛, 还会发掘出与此有相似点的信息, 如胡长青一案的审理, 成克杰腐败问题的披露等。(sina, 2001/ 2/ 15) 动态的新需求一层层出现, 一层层引发新的不满足, 直到需求心理产生了厌倦感或兴趣转移等而至满足为止。把满足的结果和寻求信息的初衷相比较, 很可能早已远远超越了直接的因果联系。如果网络“虚拟世界”不能及时使人们经历这一过程, 就会引起人们不满或失望的情绪反应。

行为学研究认为, 人们心理上有追求符号的新异性、生动性和变化性的特点, 在新闻传播中, 人们对信息符号新异刺激的期待, 引发了他们的兴趣, 而生动的不断变化着的刺激, 比之于简单的静止的刺激, 更能让大脑皮层的神经元感到兴奋, 激发并维持注意。得到报偿后, 又增加了对需求的期待。网络符号给人们的心理时空提供了绝对新异性并刷新了相对新异性, 信息符号立体交织、错落有致, 层层叠加, 把原先提供影像、图案、文字、声音、音乐的平面空间加工成立体空间, 展示了符号无穷的表现力, 开启了新需要, 唤醒了潜在需要, 从而提高了人们对媒介期待的目标和水平, 成为推动人们参与网络“虚拟世界”运动的动力。

不仅如此, 人们在网络“虚拟世界”所解读的符号文本, 由于具有表达上的多义性、模糊性、形式化的特点, 扩展了符号的隐含义, 加剧了人们对意义理解的分歧。人们对传播符号的理解就是运用已有的知识、经验, 对传播符号的内容及形式的认识和阐释。符号包含什么意义, 只有理解才能获得。而理解符号的意义是理解符号内涵和外延的统一。通常, 人们对传播符号的外延(即符号与所指物体之间的关系)是容易理解的, 但对于符号的内涵(即符号与概念作用本身之间的直接关系, 包括一个人与符号相联的全部的情感和联想), 不同的人会有不同的解释。符号学研究认为, 理解符号的内涵, 往往要借助于阐释素(interpretant), 它是“建立符号表象意义的文化概念。”(斯蒂文·小约翰, 1999:) 网络“虚拟世界”中, 人们所面对的符号、文本孕育着丰富、多样的阐释素, 这为拉大理解上的差异提供了条件。

具体地说, 对网络“虚拟世界”在理解上的差异主要来源于两个方面: 第一, 来源于网络符号系统内部多种符号意义表达上的重复、交叉和冲突。符号本身具有“转喻”、“隐喻”的特点, 使文本表述呈现模糊性、虚假性, 易于造成人们对意义理解的千差万别; 第二, 多媒体符号空间为人们的选择性理解提供了例证和支持, 使人们更能轻而易举地找到“适合”自己“口味”的思想观念。而传播学的研究业已证明, 人们的接受心理具有选择性, 愿意选择与自己已有的态度、需要及价值观相一致的信息来理解。作为网络世界中的“符号人”, 上网时, 你常常会有这样的感觉: 可以任意推、拉的信息符号, 所得到的文本包含多种意义, 不论你心理上倾向于哪种观点, 总可以找到例证加以支持和确认。与以往相比, 你对于网络“虚拟世界”符号意义的理解过程, 更多地表现为是一个自我学习、寻找同类群体确证自己的过程, 人们得以用符号编码来设计个性化的现实和观点更为完善、性格更为独特的自我。由于网络符号互动的快捷、方便, 多个独特的“自我”通过网上交谈、发送和接受电子信件、打电话、聊天室等形式容易建立起联系, 找到归属群体, 跨越生活世界的局限, 结交拥有相同生活方式的、相同生活品味的、相同兴趣追求的、相同价值观的成员。在这个过程中, 个性化的“自我”和其所归属的群落被以数字化

符号的虚拟形式分化出来,独立地存在,也更加凸显,依据“托马斯公理”所阐述的原理“如果人将某状况作为现实把握,那状况作为结果就是现实。”(竹内郁郎,1989:211-214)个体的“固定的成见”得到巩固,而不同理解群体之间的差距也随之加剧。

从上述分析可以看出,网络“虚拟世界”把人虚化为符号,具有了“符号人”的特征。而人作为特殊的“虚拟符号”的存在,也增加了网络“虚拟世界”的生动性,使网络交往方式变得亲切而不生硬、即时而不延迟、随意而不拘束,带有自然人的人性化交往特征,“虚拟世界”更具有“真实”感;但是难觅踪迹的“符号人”的存在,也更易给传播造成巨大的、直接的负面影响,如个人网页、BBS 新闻组、聊天室等发布的信息言论,充斥着不确定性,虽然在网络管理上有事前事后过滤、真名注册等说法,但由于身份的隐蔽性,道德意识、文化修养水准不高的“符号人”,依然可以大量制造虚假信息、色情信息、不健康言论,腐蚀精神,败坏风气,甚至造成恶劣的社会影响,如1999年4月,游人在商都信息港BBS公告上发布“交行行长携款潜逃”的虚假信息,结果引起了一场挤兑风潮,而我国首例网络虚假广告案也诱使不少人上当受骗,蒙受损失。(钟瑛,2000:21)至于网上侵权问题、网络黑客的进犯、网上色情活动给青少年带来不利影响,更引起了人们的高度重视,成为网络“虚拟世界”中亟待解决的问题。

结 论

从不同的视角观察事物,往往会发现事物的独特之处,对研究的问题带来些许启发。把符号学和新闻传播学原理结合起来探讨网络虚拟世界,可以为网络传播的研究提供又一个切入点。

人们生活在符号的世界中,通过符号来指称事物,表达观念和情感。在不同的符号互动中,在不同的语境之下,符号所发挥的功能也不相同,从某种角度来看,符号有语言符号、非语言符号,文字符号、图像符号等的划分。它们各具特色,构成的符号系统更是难以把握的。理解符号的关键在于理解意义,符号所要阐释的意义有明示义、隐含义之分,而符号和意义的关联在于人,人对符号做出阐释是在一个实际的和可能的关系的复杂网络中,有无穷的符号功能相互关联。因此符号的内涵是复杂的,理解上是多义的,带有个性化的特点。

传播以符号为基础,不同的大众传播媒介符号运用的侧重有所不同。而大众传播学的研究证明,媒介的一个重要功能就是能为受众构筑“拟态世界”,这个世界区别于现实世界,但更为受众所接受,并能影响他们的思想和情感。构筑这一世界的基本素材就是传媒使用的符号,因此符号与“拟态世界”有着不可分割的内在联系,研究符号的运用,可以揭示媒介世界的特征,从而更好地理解媒介,理解媒介使用者。

与报纸、广播、电视塑造的“拟态世界”相比较,“网络世界”是个突破了心理缺陷的数字化世界,这个以比特为传输单位的“虚拟世界”不仅可以实现传统媒介符号的综合利用,并发挥出系统论“整体大于部分之和”的优势,而且具有“观念化模拟”的意义,与人的感知系统产生互动,创造出人们所未曾经历过的生活空间和体验。而作为一个符号系统——信息文本,由于符号重复、交叉、冲突等相互作用而变得日益主体化、模糊化和形式化,这为塑造富有个性化色彩的、生动的、立体的“虚拟空间”,并进而分割成一个个“意趣相投者”的“次级空间”提供了可能,也为人们理解“虚拟世界”的符号意义提供了蕴含丰富的阐释素。

符号世界不同,人的角色特征、心理需求、理解方式也相应地发生变化。网络“虚拟世界”

作为现代人的又一个生活世界,“生活”在其中的网络用户与大众传播时代的受众有着符号学意义上的差别:人的符号角色发生了转变,人被赋予了符号和符号使用者的双重身份,形成了数字化和自然人的双重人格。“符号人”在网络符号的互动过程中产生,他们的需要系统也处于时时更新的显著动态变化中,已有的“需求——满足”方式发生了改变,全新的需求不断涌现,这反过来又提高了对媒介符号世界期待的目标和水平。在网络符号的作用之下,人们对于意义的理解也拉大了差距:“同者相吸,异者相斥”、“选择性理解”的原则更显适用。网络“符号人”的角色特征一方面增加了网络的生动性,并让人摆脱了束缚,获得了更多的自由度和自主性,另一方面,也扰乱了网络符号世界的秩序,给“虚拟世界”投下了阴影。

作者:中国社会科学院研究生院新闻系 博士研究生

参考文献:

- 陈力丹(1999):《舆论学——舆论导向研究》,中国广播电视出版社。
- 卡西尔(1985):《人论》(1944),上海译文出版社译本。
- 卡西尔(1988):《语言和神话》(1979),三联书店译本。
- 李河(1997):《得乐园,失乐园——网络与文明的传说》,中国人民大学出版社。
- 李普曼(1989):《舆论学》(1922),华夏出版社译本。
- 罗兰·巴尔特(1999):《符号学原理》(1988),三联书店译本。
- 罗素(1983):《西方哲学史》上册(1955),商务印书馆译本。
- 尼葛洛庞帝(1995):《数字化生存》(1997),海南出版社译本。
- 沙莲香(1987):《社会心理学》,中国人民大学出版社。
- 斯蒂文·小约翰(1999):《传播理论》(1998版),中国社会科学出版社译本。
- 沃纳·赛佛林,小詹姆斯·坦卡德(2000):《传播理论》(1997年4版),华夏出版社译本。
- 郑兴东(1999):《受众心理与传媒引导》,新华出版社。
- 竹内郁郎编(1989):《大众传播社会学》(1987年8版),复旦大学出版社译本。
- 陈力丹(2000):《近年来我国出版的几本符号学译著》,《国际新闻界》2000/6。
- 陈阳(2000):《符号学方法在大众传播中的应用》,《国际新闻界》2000/4。
- 苟效志,马红安(1999):《意义论论纲》,《人大报刊复印资料》1999/2。
- 钟瑛(2000):《论网络新闻的伦理与法制建设》,《新闻与传播研究》2000/4。
- 周若辉(2001):《关于虚拟现实的哲学思考》。
- 朱前鸿(1997):《以符号学析公孙龙子的〈指物论〉》,《学术研究》1997/2。
- 《参考消息》2001/1-2
- <http://www.cjr.com.cn>(2001/2-3)

JOURNALISM & COMMUNICATION

VOLUME 8. NUMBER 4, 2001

2 *The Idea of Pan-communication*

Du Junfei

This thesis adjusts the conventional communication idea on modeling and all-inclusive concept, with the background of the internet age. The most important attributes of the pan-communication can be described with those concepts: disperse, panorama, expand and unity. The academic meaning of pancommunication concerning “media has become human” and “human has become the part of message” is brought forth through the discussion on the “pan-step”, “pan media” and “pan-net”. The thesis discusses the “pan-step” and asserts that the medium and non-medium are symbiosis on the basis of technique and humanism in pan-communication and in the conclusion the thesis attempts to present an ideal model.

14 *Pandora(s)Box: Mass Communication as a World.*

Pan Zhichang Lin Wei

The fundamental weakness of the mass communication can be seen through the contradiction of strengthen of human product and dissimilation of human being. This paper asserts that the mass communication must serve human being and reflect the object and value of human being.

19 *Comparative Journalism: Definition and Methodology*

Zhang Wei

Comparative journalism has been a vague concept both in China and abroad. This paper analyses some key issues in comparative journalism with an attempt to establish an academic system for such a study.

33 *The Invented World of the Internet: A Semeiology Significance*

Meng Wei

This paper investigates new features of the invented world of the internet from semeiology perspective