

# 互联网传播中符号的生产与传播\*

范 明

**摘 要:** 符号意义不仅跟它自身有关,而且通过与其他符号的关联产生了一个联想场。互联网群体传播为联想场提供了比以往更为广阔的平台,众人参与到符号意义的主动建构中,生产出比过去任何时候都要丰富的符号。合理化联想的一个重要表现是在个体与群体之间寻找共同点,建立相似性,进而营造出一种身处群体的参与感和充实感。然而符号的联想也有非理性、极端化的一面,尤其是在情感刺激下网络语言的变异,走向极端化。从传播的角度看,网络符号在框架的作用下采用典型化叙事的手法,强化符号留在人们心中的刻板印象,不断放大社会结构中存在的二元对立冲突,从而产生强烈的传播效果。一个完全不同于传统媒体的传播逻辑的网络传播环境正在形成。传统媒体强调中立客观的原则以树立权威,而以关系为核心的网络传播却力邀网民的情感参与,传播的目的更多的是把弱关联转化成强关联,网络符号传播的独特性由此产生。

**关键字:** 网络符号 联想场 典型化叙事 情感调动

DOI:10.13760/b.cnki.csa1t.2017.0005

## 一、网络符号的意义生产:联想场构建

联想本属于心理学范畴,指认知主体由一事物想到另一事物的思维活动。研究词汇的语言学家借用这个表达提出“联想场”(associative field)的概念,即“以某一概念为中心,联想到与其有关的其他概念,然后聚集在一起构成一个联想场”<sup>①</sup>。从语言学角度看,每个词汇,或者语言符号处在一个联想场中,跟周围的其他符

\* 本文为国家社会科学基金重点项目“网络语言对话语权、社会情绪、价值观的影响研究”(14AZD122)的阶段性成果。

<sup>①</sup> 王文斌:《隐喻的认知构建与解读》,上海外语教育出版社,2007年,第273页。

号发生纵向聚合或横向组合的关系。这些符号有的直接呈现在表达方式中,有的以隐身的方式发挥作用。一些联想是以意义的相似为基础的,另一些联想是以纯粹形式为基础的,还有一些联想既以意义为基础,又以形式为基础。<sup>①</sup>我们在近些年层出不穷的各种网络符号中可以明显地观察到联想场的这些特征。比如非常流行的表情符号,以图形模拟身体语的方式进行形式上的类比,而像灌水、楼主、沙发等词汇则通过意义引发联想。再比如近几年迅速蹿红的网络名人王思聪,是典型的富二代符号。提到他,人们可能会联想到他炮轰俏江南董事长张兰造谣,讽刺某些演员是“毯星”,嘲笑小米董事长英语不地道,指责京东店大欺客等事件,也可能会将他与其他富二代作横向对比,比如巴菲特之子霍华德、成龙之子房祖名,或者从《非诚勿扰》走红的刘云超,这些符号既不同于王思聪,但又在富二代这个语境下彼此关联。无论哪种方式的联想,都离不开联想场符号之间的互动关系。这些符号好像被无形的绳索串连起来,牵一发而动全身,形成一个暗中的磁场环境。从心理学角度看,联想是认知主体的思维活动,引起认知主体的一系列记忆和情感活动,引导人主观能动地去理解符号。联想过程都需要人的积极主动参与,每个人的联想方式不尽相同,亚里士多德就曾提出相似联想、对比联想和临近联想。<sup>②</sup>对于王思聪的走红,有的人艳羡,有的人厌恶,有的人好奇,有的人嘲讽。从信息传播的效果来看,无论哪种情感反馈,只要进行了联想,就会引发关注,在不知不觉中完成符号的传播。网络的出现给联想场提供了比以往更广阔的平台,更多的人参与到这种对符号的积极主动建构中,生产出比过去任何时代都要丰富的符号。

### (一) 合理化联想带来群体归属感

合理化联想的一个重要表现是在个体与群体、部分与整体之间寻找共同点、建立相似性,进而营造一种身处集体的参与感和充实感。非洲裔美国诗人布鲁克斯说:“必须考虑的不仅是经验的复杂性,而且还有语言之难以控制,它必须永远依靠言外之意和旁敲侧击。”<sup>③</sup>“你懂的”暗示的就是言外之意和旁敲侧击,表达了各主体间的心照不宣。要想懂得“你懂的”,必须回归具体的语境。在不雅照事件中,楼主喊一声“要图留邮箱,你懂的”,其中“你懂的”暗示了图片不宜公开甚至非法的含义。2014年全国政协会议新闻发言

① 李宗宏:《英语词汇习得策略》,北京:北京大学出版社,2012年,第165页。

② 宋洪英:《语言文化视野下的定型研究》,开封:河南大学出版社,2011年,第113页。

③ William K. Wimsatt and Cleanth Brooks, *Literary Criticism: A Short History*. New York: Knopf, 1957, p. 674.

人吕新华在回答有关反腐的提问时表示：“我们所说的不论是什么人，不论其职位有多高，只要是触犯了党纪国法，都要受到严肃的追查和严厉的惩处，绝不是一句空话。”紧跟着又加了一句：“我只能回答成这样了，你懂的。”人们立即听出了弦外之音。在这里，“你懂的”的直接意指并不明确，但却以缺场化在场（absent presence）的方式支配着人们丰富的联想。在大力反腐的社会背景下，人们通过对这个符号含蓄意指的联想组成了互联网时代的“想象的共同体”，从而掀起了使用某个流行语的网络热潮。人们在使用语言符号时，通过合理化的联想寻找彼此的认同点，能够听得懂这些网络“行话”的人们就有了一种无形的归属感，形成了一个默默存在的舆论场。发声的和不发声的网民都在构建着这个联想场，卷入其中的网民数量越多，联想场的范围和影响力就越大。各种网络兴趣小组，多有自己常用的词汇和语言。文艺青年偏爱的天涯、豆瓣、知乎、果壳，影视爱好者常聚的各种字幕组、弹幕网、视频库，网络购物剁手党光顾的淘宝、京东，爱吐槽和社交的网民的博主、微博、朋友圈……都形成了各有特色的网络组群，穿梭在其中的网民用语言和行动表达着对这个群体的认同和参与。一大批与正统语言明显不同的网络语言和符号不断产生，吸引着更多向往网络的后继之人。今天人们日常交谈中都少不了当下流行的网络用语，像“PK”“补刀”“回血”“秒杀”这些词汇原本是游戏中的用语，是游戏玩家的身份标识，随着联想场的不断扩大，现在已经充满整个语言环境，成为普通的大众词汇。从某种意义上讲，网络本身已经构成一个松散而巨大的联想场，跟传统的话语场拉开距离，同时又保持着一定的互动关系。

## （二）情绪推动产生非理性联想

语言的联想有非理性、极端化的一面，尤其是情感刺激催生了网络符号的变异，网络符号走向极端。在一些突发事件的推动下，非理性的网络语言容易成为当前社会矛盾的放大器和助燃剂。2013年一张引发热议的网络照片中，一座楼房的顶层搭建起两层违章建筑，还做了很多景观设计，俨然一个空中花园。新闻的本意是揭露违章建筑，然而网民热议的却是房屋所有人的身份。网络刊载新闻时只提到了北京教授，并未提及哪所大学，但网民很快就将矛头指向北大教授，甚而开始责骂北大校长。从“北京教授”到“北大教授”再到“北大校长”，与其说是因为网络快餐文化中容易产生的误解，不如说是因为网民的有意联想。“北大教授”比“北京教授”响亮得多，更引人注意，更能刺激网民感情，迎合人们对结构性冲突的非理性联想。近年来频现的对大学教育、教育公平、名校建设、师德等的不满情绪，借此新闻得以

发泄。这种非理性的联想更多是在情绪的推动下产生的。比如网络语言的两种句式——“今天，我们都是某某人”“关注某某事件！今天你不转发，明天你就是他”，表达的就是超真实的群体情感。这种以群体压力的方式引发的联想，将情绪的极端化发展表现得淋漓尽致。

## 二、网络符号的传播手段：典型化叙事

网络符号的传播离不开框架的影响。框架这个概念由社会学家戈夫曼提出，指人们用来解释外部客观世界的心理模式，人们使用框架来归纳、结构和解释各种现实生活经验，框架使我们能够确定、理解、归纳、指称事件和信息。<sup>①</sup> 新闻媒介中的信息传播实践离不开框架的影响。媒介的框架就是选择的原则——刻意强调的、阐释的和呈现的符码。媒介生产者惯常使用这些框架来组织产品和话语。这些框架成为大众媒介文本编码的一个制度化了的重要部分，而且可能在受众解码的形成中发挥关键作用。<sup>②</sup> 网络符号虽然不是像传统媒体一样经过专业人士把关，但背后依然存在着框架影响，无论是符号的发出者还是接受者都在框架的制约下。“城里人真会玩”“有钱就是任性”“世界那么大，我想去看看”“人丑就要多读书”等网络流行语言涉及的内容、表达的情感各不相同，但都在网络的框架下诞生，隐藏着同样的逻辑线索和传播手段。典型化叙事就是最常用的一个框架，网民通过对网络符号的创造和参与在不断地建构并强化这个框架。

### （一）体现二元对立认知模式的典型化叙事手段

列维-斯特劳斯的神话理论揭示出，深层结构的二元对立是符号力量的源泉，对立越是鲜明，人们的焦虑感就越是强烈，调和矛盾的符号也越有力量。因此，在戏剧表现中，塑造反面人物和先进典型变得一样重要，甚至可以说，没有极端的反面人物就凸显不出极端的典型英雄。亚历山大指出，从符号学意义上说，恶是善所必需的对照物；从叙事动力学意义上说，只有通过设置反面人物，戏剧的张力才得以展现；而从仪式上说，正是恶的潜在污染性，使净化仪式在文化上成为必需。<sup>③</sup> 于是，通过典型化，对立双方的冲突

① Erving Goffman, *Frame Analysis*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1974, pp. 10-11.

② 黄旦：《传者图像：新闻专业主义的建构与消解》，复旦大学出版社，2005年，第231页。

③ 杰弗里·亚历山大：《社会生活的意义：一种文化社会学的视角》，周怡等译，北京大学出版社，2011年，第108页。

更加激烈,受众的焦虑感和关注度更高,神话也就更有力量。典型化叙事的成功之处不仅在于树立一个榜样,更在于打造榜样所处的二元对立的结构,唯有在这个结构中,榜样才能体现出极端化了的神圣性。网络符号是意义再生产的过程,从一个无人重视或毫不知晓的符号开始,通过联想与其他意义发生关联,然后在典型化叙事的影响下增强传播效果。通过运用典型化的手法,网络社会事件中最具冲突性、最吸引眼球的元素得到强调和放大,同时,一些冲突不够激烈、不够典型的细节则被省略或者改造,从而生产出非真实却比真实更“真实”的符号。之所以说比真实更“真实”,是因为它的细节虽然不真实,但它意指的整个社会心态、社会情感都是真实的。也就是说,它是由网民在真实事件的基础上创造出的一种符号化的超真实。

以沈阳商贩夏俊峰刺死城管案为例,这个网络符号的流行过程中多次呈现出典型化的叙事结构,经典的英雄和反面人物多次发生了现实的转置,找到了现实的对应,具有了神话力量。第一次是小贩夏俊峰被英雄化,而两名被刺城管被塑造为“抗争剧目”中的反面人物,英雄与恶霸的激烈冲突构成了夏俊峰案这个符号结构的第一组二元对立。根据蒂利的定义,“抗争剧目”(repertoire)指“一种地方性的、为人熟知的、在历史中形成的、群体性的诉求伸张活动的表现形式,也是一种在大多数条件下由投身于斗争政治中的人们自行界定和发挥的斗争手段”<sup>①</sup>。有学者进一步指出,网络事件总是由一系列的剧目构成。<sup>②</sup>从这个意义上说,抗争剧目是互联网典型化的一种外在表现形式,典型化是抗争剧目的一种“老法新用”。第二次转置中,在一部分媒体和网民的合谋下,英雄和恶霸不再代表他们自己,而是代表了所属的群体,即具有了普遍的代表性。在夏俊峰案的报道中,不少媒体强调双方身份的代表性,比如有的专题取名“带着‘獠牙’的城管难获同情”<sup>③</sup>,刻意强调在社会中多以负面形象出现的城管身份,使“强 vs. 弱”“官 vs. 民”的二元对立得以凸显,在本身就充满冲突性的事件中进一步将对立冲突推向极致。在激烈冲突的叙事下,夏俊峰的刺杀行为被隐喻为勇于反抗强权,契合了弱势群体的普遍诉求,建立起符号的相似性联想。夏俊峰由此与同样身为弱势群体的草根网民紧紧联系在了一起,引发了弱势群体的自我代入。正如有网友评

<sup>①</sup> 查尔斯·蒂利:《政权与斗争剧目》,胡位钧译,上海:上海人民出版社,2012年。书中指出“repertoire”有两种翻译法,另一种为“行动剧目”。本文结合典型化叙事的表现,更倾向于选择“抗争剧目”的译法。

<sup>②</sup> 曾繁旭、钟智锦、刘黎明:《中国网络事件的行动剧目——基于10年数据的分析》,《新闻记者》,2014年第8期。

<sup>③</sup> <http://view.news.qq.com/zt2013/btqcg/index.htm>

论：“我们不是同情夏俊峰，而是在同情我们自己。”夏俊峰个人所受的伤害超出事件本身，被弱势群体视为集体创伤，进一步凝聚集体的创痛感和共同命运感。

“小贩被城管打骂，小贩不堪其辱奋起反抗刺杀城管”的典型化叙事和结构性冲突塑造了夏俊峰的悲剧英雄形象，而情感代入又使夏俊峰的遭遇成为弱势群体普遍化的体验，最终引发了网民的同情和声援。同时，典型化遮蔽了中间的共性细节，使得复杂的事件各因素被符号化为相对简单封闭的二元对立结构。

## （二）典型化叙事常出现刻板印象

典型化叙事在突出二元对立的同时，也在强化双方的刻板印象。悲情人物必须是底层的、可怜的、无助的，恶霸势力则一定是强权的、蛮横的和咄咄逼人的。在日常语境中，人们一看到有“官员自杀”就想到“畏罪”和“掩盖”，一看到“临时工”就想到替罪羊，一看到“名人嫖娼”就想到“肯定是被迫害”。类似的符号在一次次的联想过程中反映出非理性想象在公共舆论中的累加效应，这样的累加效应造就了人们对此类事件或符号的刻板印象。2015年天津大爆炸引发网民对马云逼捐事件的热议，反映出人们对金钱财富、富人的道德观和社会准则等方面的诸多刻板印象。网络文化，尤其是娱乐文化盛行的网络环境中，另一个明显的刻板印象就是对容貌的要求：年轻男艺人必须是“小鲜肉”，女性成功若不靠容颜则“人丑就要多读书”。这些标签既是由特定事件产生的，同时又具有放大镜的作用，不断催化社会情绪，进一步强化、加固刻板印象。联想总是倾向于“最有冲突性和刺激性的符号”，甚至形成了某种条件反射。于是，在负面联想的作用下，一个模糊的网络符号很容易被置换，转而强化大众对官员、权威、名人、富商等传统强势群体的负面的刻板印象，形成高度简单化的先入为主的思维定式，最终，强化了社会内在的结构性冲突。

## （三）典型化叙事下的传播效果

网络传播的时代看似带来价值的多元化，实则是典型化叙事的手法依然畅行无阻，甚至产生更大的影响力，左右着整个网络舆论场的走向。在多次发生的舆论审判案例中，可以清晰地看到网络语言背后的同一套典型化叙事手法。2003年黄静被发现全身赤裸地死于自己的单身宿舍，先后三次法医鉴定均未发现异常，警方据此得出“黄静属于正常死亡，不予立案”的结论。黄静妈妈黄淑华将此事件搬上网络，使用“为你鸣冤叫屈”“特大贪官”等典

型化叙事的语言表达,突出事件背后可能隐藏的二元对立,使黄静之死迅速成为各大论坛的热门话题。<sup>①</sup>“我爸是李刚”事件则开启了舆论对“官二代”“富二代”的审判,并深刻影响了其后发生的药家鑫等案的舆论导向。在这两起案件中,两位肇事者一位“态度特别嚣张”,一位“手段特别残忍、情节特别恶劣”,与事故受害者的无辜也构成了极其鲜明的对比。而且,受害者的诉讼代理人等律师们也主动加入媒体和部分意见领袖利用舆论造势的队伍,为刑事案件安置阶层斗争的框架,并且有意识地强化框架内的冲突,形成一股典型化叙事的合力。虽然后来加诸药家鑫“富二代”和“官二代”的背景被证明并不存在,“我爸是李刚”的许多细节也与媒体最初的报道有较大出入,但这些已经不是网络符号传播的核心内容,留在人们心中的依然是对“官二代”“富二代”的刻板印象。在符号的生产层面,群体事件性网络语言结构中的矛盾冲突和现实生活的结构性冲突之间有一定的相似性,并被典型化叙事所放大甚至夸大。在典型化的叙事层面,网络舆论符号的本质不是反映真实,而是表达诉求、发泄情绪。网络传播甚至不惜牺牲信息的真实、客观和准确,而在典型化叙事的推动下单纯地追求网民的关注,用极端化的方式扩大传播影响力。

### 三、网络符号的传播逻辑:情感调动

从传播方式看,流行的网络符号经过人际互动和群体传播得到广泛的认同,最终实现了大众传播的效果,但正如社会心理学家勒庞(Gustave le Bon)所言,“群体可以先后被最矛盾的情感所激发,但他们又总受当前刺激因素的影响”。在群体传播的起始和发展阶段,网络语言获得了极高的出现率和使用率,不少网络语言更进入大众传播,被商业媒体竞相使用,进一步扩大了传播范围和认知度。人际传播则体现出网络语言的到达率和受欢迎程度。一个网络语言能够从线上到达线下,在人际传播中得到使用,也就具有了强符号的神话力量。与此同时,网络语言的社交属性也规制了人们对网络语言的使用。在群体传播中,越会使用时髦网络语言的人越受欢迎,也越能引领小圈子的潮流,反之,完全不懂最新网络语言的人,可能在交流中遭遇尴尬,很难成为内部圈子的话题引领者,也免不了担心自己被群体孤立。这也激发了群体传播对网络符号更新、更快、更个性化的追求,使网络语言的生命周期更短,更换频率更高。

<sup>①</sup> 卜昌炯、栾慧:《每份判决书都少于140字》,《博客天下》,2013年第25期,第50页。

传统媒体的新闻报道原则是客观、中立、及时，以权威和独家的新闻打动观众。互联网传播中，传播时效已经不在媒体的掌控之中，新闻事件都是最早的当事人或目击人即时传播的。多种声音下，权威的树立变得异常艰难，而换取网民的情感认同才能成为传播的助推器。从群体传播方式看，部分网民在匿名评论、互动性和弱把关<sup>①</sup>的掩护下，不看是非，只看站队，然后断章取义，上纲上线，群起而攻，用极端的所指发泄极端的情绪，由此生产出一批带有鲜明极端性特征的网络语言。单一网络语言的传播看似无序，“却处于被某种特定价值观或权益支撑起来的相对稳定的结构中，正是这一结构的支撑，成为个体积极参与传播行为的动力”<sup>②</sup>。换言之，极端且多变的网络语言同其他符号一样，具有相对稳定的符号结构，在草根网络舆论场的语境中，建立起诸如“官 vs. 民”“贫 vs. 富”等二元对立模式。在进一步的符号强化过程中，网络语言被同构出意义的唯一性，意义的唯一性又凸显了结构性的冲突，使结构性的冲突远大于社会问题中实际的冲突和分歧。极端表达由此形成，意义的唯一性本身也成为极端强符号的结构性诱因和神话力量的源泉。

网络传播一个更明显的特征是粉丝效应。不仅是娱乐明星有粉丝，媒体的追随者也成为粉丝，各种社会化媒体的参与者都以粉丝的面目呈现。传统媒体的权威效应在网络传播中的粉丝效应中瞬间坍塌。网络传播的逻辑完全不同于传统媒体传播的逻辑，在这个新的市场意见领袖变得更为重要，因为他们犹如明星般的吸引力能带来更多的粉丝，而粉丝的数量决定媒体的影响力，在传播过程中扮演重要角色。因此，传播的目的更多的是把弱关联转化成强关联，即把受众的关注转化为“粉丝—明星”般的强关系连接。

由此看出，一个有着完全不同于传统媒体的传播逻辑的网络传播环境正在形成。过去受众和媒体是相向而立，站在信息链的两端，受众对媒体不需要情感上的付出，只需要建立信任关系、媒体的客观、中立、及时报道原则就是为了建立并维护这种信任关系。而现在的网络传播使社会化媒体中的群体传播成为主流。在群体传播中，人们已经天然地拥有一种信任关系。信息的传播不再依赖传播主体的权威，而是看受众喜欢不喜欢，因此情感的投入会更多。意见领袖在网络传播中发挥出更为突出的作用。意见领袖的意见不再以权威和中立为本，而是要个性鲜明、观点明确，以情感感召力吸引追随者。网络符号的产生方式更多的是联想，这是跟个人情感直接相关的认知方式。网络符号的传播环境是群体，在群体中情绪的感染力影响最大。网络符

① 隋岩、李燕：《从谣言、流言的扩散机制看传播的风险》，《新闻大学》，2012年第1期。

② 隋岩、张丽萍：《从“蚂蚁效应”看互联网群体传播的双重效果》，《新闻记者》，2015年第2期。

号的内容组织方式是典型化的叙事结构，它挑动着人们的每一根神经。因此，网络符号的意义生成和传播都力邀情感参与，这 and 传统媒体传播的中立客观原则有很大不同，网络符号传播的独特性由此产生。网络传播中，即便是吐槽，带来的传播效果也是非常明显的。眼球或者说关注是网络传播最重要和最稀缺的资源，无论受众是喜欢还是不喜欢传播主体或内容，只要有关注，能吸引眼球，就能传播。

**作者简介：**

范明，北京农学院外语部讲师，中国传媒大学新闻传播学部博士研究生。