

[文章编号] 1002 - 5685(2001)05 - 0017 - 05

汉字作为信息媒介的传播学思考

陈培爱

(厦门大学,厦门,361005)

[内容提要] 在华夏几千年的文明史中,汉字作为文明传承的信息载体,不仅传播了语言信息,而且传播了汉民族历史文化等诸多信息。从传播学的角度来探索汉字,可以发现汉字不仅是信息传播的载体,而且蕴含着人性化的内涵,蕴藏着当代图像传播的许多生动有趣的特征。深入探讨汉字传播信息的方法、模式、规律、功能,将对建立有中国特色的传播学理论提供借鉴。

[关键词] 汉字 信息媒介 华夏文明

[中图分类号] G206 [文献标识码] A

汉字是信息的载体

在华夏几千年的文明史中,汉字作为文明传承的信息载体,不仅传播了语言信息,而且传播了汉民族历史文化等众多的信息。在人类社会的传播交际活动中,信息不仅仅被理解为物理学上的内容,因为按物理学的观念,信息只不过是按一定方式排列起来的信息序列。而在社会传播交际活动中,这个理解还不够:信息还必须有一定的意义,或者说信息必须是“意义的载体”。信息是由物理载体的信息与语义两者构成的统一体。世间不存在无物质载体的信息,但是存在无信息的物质。信息可以通过语言作媒介,也可以不通过语言作媒介。在这个意义上说,语言是信息的载体,而文字又是语言信息的载体。

在文字产生之前,语言是传播信息的主要媒介;在文字产生以后,由文字构成的文本成

为打破时空限制传播信息的重要媒介。由于汉字的可分析特性,在长期的演进中,除了为语言信息的传播不断开拓广阔天地而外,还深深地凝聚着汉民族古老奇特的人文信息,构成了中国传统文化中一个个不解之谜。在世界上所有的文字中,像汉字这样能够以其特殊的方式传播某些神秘信息,多角度地揭示深沉的人生意蕴,对中国社会持续产生深远影响的符号系统,从古迄今,绝无仅有。

每一个汉字都储存着信息。这些信息从造字之初就开始形成并在其长期的使用过程中不断地积淀下来。因此,具有三千多年古老历史的汉字体系是一个庞大的信息库。为什么今天的学者能够破译三千多年前甲骨文所表示的内容,其中一个重要的原因就是甲骨文字形本身就暗示了它所储存的古老信息。三千年来,汉字由甲骨文、金文、简帛文演变为今天的楷书,字形变化很大,信息结构也在不断调整,有的信息被一直保存下来,有的信息丢

[收稿日期] 2001 - 08 - 27

[作者简介] 陈培爱(1950 -),男,福建人,厦门大学人文学院新闻传播系教授。

失了;同时,社会经济文化的发展,又给汉字补充了许多古代所没有的新信息。因此,时代不同,汉字包含的信息内容和信息量的多少也不一样。

从传播学的角度来探索汉字,可以发现汉字不仅是信息传播的载体,而且蕴含着人性化的内涵,蕴藏着当代图像传播的许多生动有趣的特征。深入探讨汉字传播信息的方法、模式、规律、功能,将对建立中国特色的传播学理论提供借鉴,也更加证明了华夏文明对人类发展的突出贡献。

汉字负载信息的三个层次

为了更好地把握汉字作为媒介在信息传播中的作用,必须先分析汉字的信息结构。如果对汉字的信息一无所知,那就根本说不上利用汉字传播信息了。汉字传播信息或多或少与形、音、义有联系,又要切合传输信息时的具体环境。当汉字处于语句结构之中时,它所代表的内容受到语境的限制,其承载的信息不能全部利用,只能利用与语境相合的一小部份。但在脱离语境作为一个单独的信源时,它所蕴含的各种信息就有了被利用的机会,当它与社会人文生活的各种信息相互作用,相互激发时,还能生成新的信息。

从汉字的信息结构看,汉字的信息包括三个层次。

(一)基本信息。它是指汉字在不同的历史时代所具有的信息总量。这个信息总量来自三个方面。其一是字形所蕴含的信息。同一汉字由于书体不同,蕴含的信息也不完全相同,因为书体不同必然导致字形不一样;同一汉字,由于书写的习惯不同,字形的风格特征不一样,蕴含的信息也就不完全相同。汉字笔画蕴含有丰富的信息。不同的人书写相同的笔画,由于书写时用力的强弱虚实不同,写出的形体就有不同的特征,这些特征就表现了不同人的性格和情绪。其二是字音所蕴含的信息。汉字的读音说到底就是它所代表的词的语音,而词的语音总是和语义结合在一起。天

然语音有不同的特征,负载有不同的语音信息,语音就成为汉字发明之前传递信息的主要媒介。语音与语义本来没有必然的联系,一旦人们把具有某一特征的语音与某种语义约定起来,语音就不但负载自身音值的信息,还提示人们联想起特定的语义内容。其三是字义蕴含的信息。一个汉字的字义往往蕴含着多种信息。由于汉字本质上是一个表意的符号系统,因而在造字之初,字形往往与意义有不同程度的联系。如“兵”字,它的甲骨文字形如两手持“斤”,“斤”是斧一类的器械,因此“兵”的造字本义就是“两手持器械”。

(二)系统信息。它是指汉字的字形系统、字音系统和字义系统所具有的信息。汉字首先靠着字形上的类聚关系和组合关系,形体各异的汉字无异于纵横交错的信息网上的一个个网点,每一个网点都有它独特的信息,而各个网点又相互联系,信息互通。汉字字音系统的信息明显地表现在谐音方面。它不仅包括同音的字群,而且包括近音的字群。同音的汉字负载相同的语音信息,但语音信息相同并不等于意义信息就一样,绝大多数语言相同的字意义完全不同。负载着不同意义信息的汉字由于语音信息的一致而联成网络。字音系统信息网络不仅传输汉字的语音信息,还通过声音联系传输其他信息。汉字系统信息中的字义方面的特征是义场。几乎每个汉字都不只一种意义,汉字的歧义性决定了每个字形都不只负载一种意义信息,而每一种字义都有它所属的义场,义场中所有字义都相互影响,信息互通。如“兵”可指“武器”,与此意义相近的有“器”、“械”、“具”等;“兵”又指“战士”,它与“卒”、“士”、“甲”等意义相近;“兵”还可指“军队”,它与“军”、“师”、“旅”等也组成近义信息系统。因此可以看出,一个汉字的字义与若干义场的信息相通,义场中某一字义信息的变化,必然影响到其他字义信息内容的调整。

由上可知,汉字不是杂乱无章的字符的堆积,而是一个按一定的规则组合而成的系统。每一个汉字在这个系统中都有它的地位,并且与其他汉字在形、音、义三个方面都有复杂的

关系。

(三)环境信息。环境信息是指汉字的字形、字音和字义在特定条件下受环境影响而形成的信息。环境信息主要有历史环境信息、人文环境信息和交际环境信息三个方面。历史环境信息对汉字体系的影响最明显的是字体的变化,汉字由繁到简的过程,体现了不同时代对信息传播效率提高的要求。人文环境信息是不同历史时期中华民族文化信息的积淀,它是人们精神文化的产物,如同一字的字义在不同的时代其意义信息会呈现时代差异等。交际环境信息主要从书写风格体现出来,如果是比较正式的社会交际活动,运用的应当是当时社会所公认的字体,书写比较工整。如果是社会日常交际,运用的字体比较随便,书写也不一定讲究工整。

由汉字的基本信息、系统信息和环境信息组成的信息网络,为汉字的解析和信息的传播提供了基本条件,而汉字解析的深化和信息传播的发展又促进了汉字信息结构的优化。

汉字传播特殊性信息的功能

汉字作为信息媒介,还深深地凝聚着汉民族古老奇特的人文信息。许多特殊信息是怎样层层凝聚在汉字头上的?特殊信息从发出到接受经过什么渠道和环节?汉字传播了哪些类型的特殊信息?它的传播模式、传播特点是什么?我们选择“八卦”、“周易”、测字等汉字传播中的特殊现象,探讨汉字在信息传播中的特殊性。

“八卦”起源于原始社会时期,是古代的一套有象征意义的符号。用“—”代表阳,用“——”代表阴,用三个这样的符号组成八种形式,叫做八卦。每一卦形代表一定的事物,分别为天、地、水、火、风、雷、山、泽。这八个符号都各自负载了一定的信息,它们是古人为传播信息而创造出来的一套特殊符号系统。八卦作为一种占卜专用的特殊符号,可能与汉字有某种联系。这套符号可能以汉字为借鉴,但它本身并非文字,因为它传播的信息是由占卜者

来口述的,是靠汉字来记录和阐发的。事实证明,八卦作为特殊场合的信息传播是与文字语言结合在一起的,它反映了图文结合的信息传播具有良好的效果。

由早期的八卦演变为六十四卦,每卦的卦象配上了卦名和卦辞,这就构成了一个信息库。给构成卦象的每个爻象都配上爻题和爻辞,使这个信息库内部结构臻于完善,这就是儒家经典《周易》的主干。《周易》相传系周人所作,内容包括《经》和《传》两部分。《经》主要是六十四卦和三百八十四爻,卦、爻各有说明(卦辞、爻辞),作为占卜之用。《传》包含解释卦辞、爻辞的七种文辞共十篇。《周易》通过八卦形式(象征天、地、水、火、风、雷、山、泽八种自然现象),推测自然和社会的变化,认为阴阳两种势力的相互作用是产生万物的根源,提出“刚柔相推,变在其中矣”等富有朴素辩证法的观点。《周易》作为占卜之书,人们从大量的实践经验中抽绎出富有哲理的材料,构成一个开放性的信息系统,为解释人事,预测未来提供了理论依据。但就其预测的真实性而言,由于没有受众参与,是缺乏说服力的。而就其广告效应而言,是有一定诱导力量的。

从信息传播的角度审视《周易》,可把《周易》视为传播媒介。传播者通过独立的思维运作不断加大信息量及信息覆盖面。《周易》六十四卦与一般的汉字不一样,因为它除了具备汉字的符号信息功能而外,还具备图像信息功能。而且《周易》作为媒介传播的信息,不是对卦名、卦象、卦爻辞一般意义的解析,而是对其哲学原理的揭示。无论古今,只要运用《周易》预测自然人事,必定涉及到此事物与彼事物之间错综复杂的关系。对汉字哲学意蕴掌握得比较好的解析,对实践的指导意义就比较明显,说服力比较强,受众也易于接受。现代对卦名、卦爻象、卦爻辞、五行生克、天干地支、六亲、六神及其相互关系的解释,实际上已经突破了对单个汉字的哲学解析,构成了一个完整的哲学思想体系。运用这一思想体系来观照自然和人事,解析汉字密码,让受众理解,是一种较为特殊的传播活动。它与社会成员平常

进行的传播活动,无论是传播方式,传播目的,传播功能,传播特征,都不完全相同,值得重视和研究。

测字也是中国古代利用汉字传播特殊信息的手段。测字也叫拆字,隋代叫“破字”,宋代叫“相字”。以汉字加减笔划,拆开偏旁,或打乱字体结构,加以猜测附会,以推算吉凶。由于汉字是由笔画构成的,所以笔画的分合重组可以变化出不同形体的汉字。由于汉字是以表意为目的的,它的各个构成部分也都包含着一定的意义。如果把一个汉字用不同的方法分拆成几个部分,那么,因为分拆的方法不同,拆出的几个部分包含的意义也就各不相同,这拆出的部分传达给人的信息也就不一样。这种拆字尽管传播的信息并非造字时代的原始信息,但在字形分拆时却注意到了构字部件的完整性和理据性,并没有随心所欲地把汉字字形任意乱拆。许多复合型的汉字本来就是由若干独体型的汉字组合而成的,把复合型汉字分拆为若干独体型汉字,是出于传播特殊信息的需要。

测字术不仅是专业活动者借传播信息来谋取社会地位的手段,也是政治家、军事家借信息传播以达到其政治、军事目的的工具。为了使传播的信息为更多的受众接受,测字者心中的标准是尽量对所问事件给予熟悉。对事件了解的程度不同,传播信息的方式、传播的手段就不会一样。传播者熟悉的事件,一般论断就比较肯定;不太熟悉的事件,就留有余地。其次是所问事件的具体内容,内容不同,传播的方式和手段就可能不同。这些最终目的都是力求取得社会认同的传播效果。测字传播信息的活动一般有五个层次:(1)信源。信源提供了问题或事件的初始信息,萌发了求测者或为人占测的心理需求。(2)环境。许多测字中可能不提环境的影响,但环境的潜在影响都是不可忽视的。(3)受众与传播者。测字活动要求传播者具备丰富的文化积淀并具有较强的分析、处理、转换、加工信息的能力,能够针对不同信息需求调动各种信息资源,满足不同受众的需要。(4)事件结果。相当多的非事件

性信息交流都没有事件结果,所以事件结果只是检验传播效果的一个方面。如果测字者在结果产生之前已作出推断,受众据此可以检验推断是否准确,这就直接关系到传播效果。(5)社会公众。社会公众是测字活动代代相传的社会基础,又是评价、检验传播效果的试金石。汉字结构的非科学拆拼是一种中国文字中特有的艺术技巧。测字者把字理技术化、神秘化,成为吸引受众、传播信息的主要手段,这本身就带有一定的欺骗成份。但是,测字能够在中国延续千余年而尚存,我们除了理解汉字在信息传播中的深厚内涵外,是否能对测字在预测事物、未雨绸缪方面的科学性作些研究呢?

汉字作为信息媒介的传播学思考

图像(图形)的传播在当代日益盛行。从电影的发明开始,人类传播方式逐渐从以文字和口头传播为主向以电影、电视、演讲、MTV等为主的传播方式转化,传播手段主要为声音、象征、符号、图像等。这种传播方式具有直观、生动、易懂、不需要受众多大程度参与的特点,这使得现代人缺少对信息的理性理解,而更多的是一种感性的感觉。由于社会越来越重视图像、声音和象征的运用,减少了对阅读的要求,于是有人称这是出现了所谓的“近似文盲”,越来越多的人只能读一些字,却无法理解简单的句子或字义。这是否标志着文字的运用已走到了尽头,代之而起的只能是生动活泼的图像?对于这种属于时代的进步或是悲剧的现象,我们不忙于下结论。

但是,我们可以做的工作是,从华夏几千年作为文明支柱的汉字本身,可以不断挖掘其蕴藏着无穷资源的信息宝库,汲取其在信息传播中的成功经验。本文从人性化的角度,探讨汉字作为媒介使用中的占卦、测字这些古老、神秘、晦涩的语言现象背后的深刻内涵。撇开其迷信色彩的一面不谈,我们确实重新认识了枯燥的汉字蕴藏着当代图像传播的许多生动有趣的特征。汉字传播特殊信息的方法、模

式、规律、功能,对建立有中国特色的传播学理论提供了借鉴,也为从媒介角度重新认识汉字的价值开辟了新天地。

其一,语言是信息的载体,而文字又是语言信息的载体。世界上所有的文字都负载语言信息,这是一个常识。但是,当今世界上除汉字而外,还没有发现字形本身直接负载如此丰富的哲学和艺术信息的先例。《周易》六十四卦的卦名和卦象负载了多层次信息,这已经引起不少中外学者的惊叹。然而直接运用汉字作为传播媒介进行“测字”,这里的“字”并不负载社会公认的语言信息,这又是中国传播史上一个十分独特的现象,耐人寻味。而本文提出这个问题,这就为后来有志于这一个领域的学者进一步探索问题开了一个头。

其二,由于用《周易》六十四卦和用汉字为媒介传播超语言信息,受众不可能在一般情况下了解信息内容,因此,必须由传者用口语加以解释。口语解释与展示符号(或图像)两种手段为信息传播提供了双信道的便利,信道的增加使传递的信息种类增多,信息量增大,因

而说服受众的力度增强,这就从整体上提高了传播活动的质量,突破了单纯用一般语言交际的框架,表现了中国古代注重传播效果的特色。

其三,从应用传播学中的广告传播领域来看,现代广告传播无所不用其极,其手段之多令人目不暇接,但它总是从突破单纯用语言传播的传统框架开始。用《周易》和汉字做媒介的传播活动为什么总是受众去找传者?就是因为传者首先以广告的形式招徕受众。占卦者手里举着“文王神课”的悬幅,测字者的字摊上也大书“天机可测,预知吉凶”的广告语,这些符号吸引了受众参与到其传播活动中。不仅如此,在传播活动中,传者对卦象和汉字的解析,与现代广告商人介绍其产品的优越性不是如出一辙吗?广告是吸引并说服受众(顾客)参与政治、经济、社会文化活动的手段,用《周易》和汉字为媒介何尝不是如此?可见测字实质上就是汉字从语言符号异化为广告图像的转变。

In the view of communication : Chinese characters as information medium

CHEN Pei - ai

(Xiamen University, Xiamen, 361005)

Abstract: As an information carrier of handing down civilization through centuries of Chinese history, Chinese characters do not only spread linguistic information but also many other information like history and culture. Including the study of Chinese characters in the field of communication, we can find that Chinese characters are not only the carrier of information transmission, but also have the humanized connotation. Chinese characters take many interesting features in image transmission. The ways, models, rules and functions that Chinese characters are used to transmit information can be a reference for the foundation of a distinctive Chinese communication theory.

Key words: Chinese characters; information medium; Chinese civilization

[责任编辑:丁学梅]