

新媒体·新传播书系

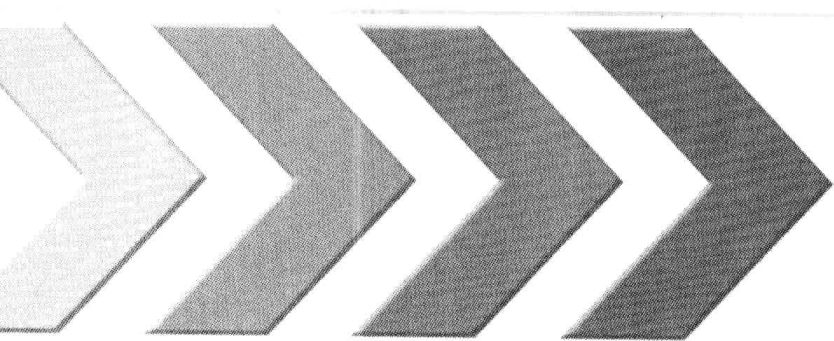
国家社科基金资助

SYMBOLS OF MASS COMMUNICATION:  
ILLUSION AND WITCHCRAFT

# 大众传播符号: 幻象与巫术

曾庆香 著

中国  广播电视出版社  
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE



# 大众传播符号： 幻象与巫术

曾庆香 著

中国  广播电视出版社  
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

## 图书在版编目 (CIP) 数据

大众传播符号：幻象与巫术 / 曾庆香著. —北京：  
中国广播电视出版社，2012.9  
(新媒体·新传播书系)  
ISBN 978-7-5043-6717-4

I. ①大… II. ①曾… III. ①大众传播—符号学  
IV. ①G206.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 216991 号

## 大众传播符号：幻象与巫术

曾庆香 著

---

责任编辑 李晓霖  
封面设计 丁琳  
责任校对 张莲芳

---

出版发行 中国广播电视出版社  
电 话 010-86093580 010-86093583  
社 址 北京市西城区真武庙二条9号  
邮 编 100045  
网 址 www.crtip.com.cn  
电子信箱 crtp8@sina.com

---

经 销 全国各地新华书店  
印 刷 涿州市京南印刷厂

---

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16  
字 数 276 (千) 字  
印 张 18.25  
版 次 2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷  
册 数 4000 册

---

书 号 ISBN 978-7-5043-6717-4  
定 价 36.00 元

---

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

## 序

这些天，桌头一直摆放着两部青年学者的著述，一是桂林电子科技大学副教授胡易容惠赠的《传媒符号学——后麦克卢汉的理论转向》，苏州大学出版社2012年版；一是中国传媒大学副教授曾庆香主持国家哲学社会科学基金项目的成果《大众传播符号：幻象与巫术》，拟由中国广播电视出版社付梓。巧的是，拙著《符号透视》今年修订后，也在清华大学出版社印行新版《传播符号论》，其中还提及这两位青年学者及其成果。

十年前，当《符号透视》在复旦大学出版社面世时，无论是传播学科还是传播符号研究都非今日之盛况可比。记得当时北京万圣书园仅有一排书架摆放着新闻传播学书籍，而今已是一片错落有致的区域了。同时，日新月异的新著译著更是鳞次栉比，乱花迷眼，符号及传播符号的著述看不胜看<sup>①</sup>。如此局面同20世纪末相比，真是不可同日而语了。

曾庆香的《大众传播符号：幻象与巫术》就是这片葱郁园地绽出的一朵学术新葩。作为中国社会科学院新闻与传播系的博士生，她的学位论文——后以《新闻叙事学》出版，当初评阅与答辩就给人留下鲜明印象，文中闪现的想象力与创造性更令人称赏。比如，她将中国媒体的“正面报道”“典型宣传”，同大禹治水三过家门这一激浊扬清的文化传统联系起来；探究其间一脉相承的叙事逻辑，立论新颖而论证翔实，颇有耳目一新之感。手头的这部新作，继续发挥其学术专长与研究风格，将静水深流的符号学理与波涌浪翻的中

<sup>①</sup> 参见赵毅衡教授《中国符号学六十年》，《四川大学学报》2012年第1期。



国实践有机融合，揭示内在的联系，阐发普遍的规律，体现了一种值得提倡的学风。这里虽属抽象的理论著述，但作者并非凌空蹈虚地从概念到概念、从逻辑到逻辑，亦非理论平移地空谈普遍原理，而是基于问题意识以及具体的社会传播现象进行学术探讨，包括层层剥笋地剖析了西方媒体对西藏“3·14事件”的符号建构、北京奥运会开幕式的符号象征、中央电视台《感动中国》的仪式意味等，从而既有益于深化中国的传播研究，有助于把握中国的传播实践，也践行与张扬了一种实事求是的学术传统。

2 国际关系学者张文木教授对学问进行了非学理的有趣分类。在他看来，学分四种，一流的学问称之为“以事说理”，就是从经验性的事实求得规律性的理论，即实事求是。其次是“以理说事”，就是用现成的理论解释鲜活的人生与社会，如当年的“二十八个半布尔什维克”，今天常见的哈贝马斯“公共领域”、“新闻专业主义”等言说。三流的学问叫做“就事论事”或“就理论理”，反正“事”与“理”是大路朝天各走半边，要么经验式说事，要么推演式说理。至于末流学问，则是既不说事，也不说理，一事当前，方法先行。

如前所述，新世纪以来，新闻传播学科及其学术成果呈现百花竞放之势，在学界的地位、影响、水平等无不令人刮目相看。<sup>①</sup>与此同时，由于学科膨胀，包括博士教育大跃进，不免乱象滋生，野草疯长，学风问题尤为突出。比如，有的博士论文不从具体的社会历史实践出发，不以种种社会人生问题为先导，而是一事当前，先寻觅一通西方理论，再以此作为思路与视角，审视其对象，展开其研究。如此情形让人想起古希腊神话里的故事，强盗有张标准化的床，把不同人质放上去，个头儿超标的就截短，不达标就拉长。中国也不乏类似的传说，如削足适履、胶柱鼓瑟、刻舟求剑、指鹿为马、邯郸学步、东施效颦，等等。再如，研究方法本是一种工具，针对不同的研究对象而千差万别，所以，需要因地制宜，目的在于探究问题，创造新知。而如今一种时新潮流似将方法抽离于研究对象，并置于社会历史之上，俨然成为包治一切问题的灵丹妙药。而且还人为分出所谓“质化”“量化”的南北朝，并将量化奉为文明开化的正统，质化则如南下牧马的匈奴，求学问道只有统计、问卷、量表才

<sup>①</sup> 参见丁柏铨：《论新闻学的学科影响力》，《现代传播》2011年第6期。



叫“科学”，否则就是不科学，至少是前科学、浅科学云云。如此说来，真不知柏拉图、康德、黑格尔、马克思、亨廷顿、费孝通、李泽厚属于哪类，戈公振、徐宝璜、甘惜分、王中、方汉奇、拉斯韦尔、施拉姆、麦克卢汉又当何论。流风所及，一些论文开题不看研究的问题，也不论研究的价值，而是先问哪种西方理论、何种量化方法，弄得学生神经兮兮，成天琢磨新潮的“理论”、“科学”的方法，而真正需要关注的问题以及学术研究之真谛，不知不觉丢到爪哇国了。于是，但见学位批量生产，论文层出不穷，而高水平、有价值的学术成果并未同比增长。对照延安时期毛泽东的《改造我们的学习》，联系今日学风是否似曾相识，那幅著名对子一如暮鼓晨钟，发聋振聩：墙上芦苇，头重脚轻根底浅；山间竹笋，嘴尖皮厚腹中空。

即使就方法论而言，所谓科学方法、实证方法、量化统计方法也属频遭质疑的未知数。如萨义德的《东方学》、贝尔纳的《黑色雅典娜》和弗兰克的《白银资本》三部名著，被哥伦比亚大学教授刘禾誉为当代西方学术转型的“路标性著作”。在《黑色雅典娜》一书的绪言里，康奈尔大学政治学教授贝尔纳对方法论有一段发人深省的论述。他说，进步和科学成为近一两百年的主导性范式，所有学科的最高律令就是科学以及同自然科学相提并论的方法。“学术领域存在这样的信念，即多数学科突变进入‘现代性’或‘真正科学’的阶段，然后是稳步积累的学术进步”。于是，方法是否科学便构成研究是否科学的合理性根据，方法论不合理的控告属于天大的学术罪状。以考古学实证主义为例，就是一种通过“物品”（objects）而达到“客观”（objective）的信念。这一信念一方面将考古学提升到“科学的”地位，一方面将其他一切来源于叙事的传统，如传说、宗教、方言等排斥在外。而在贝尔纳看来，这些貌似玄虚的东西不仅同“科学”证据一样有效，而且比现代的实证方法及其证据更具有“可信性”的基础。因为，诸如希罗多德、司马迁等“最好的早期作家是自省的，使用可信性的验证，并试图做到内部一贯性。而且，他们援引和评估他们的文献。与此相对照，19、20世纪‘科学的’历史学家不能够给出对‘证据’的形式证明，或者建立坚定的历史法则”。中国社会科学院学者黄纪苏说得更有意思：为什么一篇写戏剧的文章尽是些“A层面上的D线效应与E层面上的F线效应”？为什么《红楼梦》研究要“首次引进数理统



计”——不过是统计了贾政有几房老婆、乌头庄交来几种年货？为什么谈人跟人这点破事非要表啦公式啦模型啦，捣鼓得跟晶体管线路图似的？<sup>①</sup>

眼下新闻界“走转改”如火如荼，学术界也有所触动，据悉中国社会科学院正在酝酿与推动社会科学的“走转改”。这些新动向也旨在改造今天的学习，尤其是扭转空疏的学风。就此而言，曾庆香的研究更值得推许，包括其博士论文和这部《大众传播符号：幻象与巫术》。拙著《传播符号论》后记里有段话：“如今，传播符号研究已是春草绿色，春水绿波，且不论2012年即将在千年故都南京召开的国际符号学大会，仅举四川大学文学与新闻学院以赵毅衡教授为带头人的学术团队、中国传媒大学电视与新闻学院以曾庆香博士为佼佼者的后起之秀等，就足以令人欣然。”相信伴随着星火燎原的文化自觉以及学术自觉，曾庆香等青年才俊当会更有作为，小而言之为中国学术作出自己的贡献，大而言之为世界学术提供自己的建树。

是为序。

李彬

2012年立秋于清华园

（李彬系清华大学新闻与传播学院教授、博导）

<sup>①</sup> 黄纪苏：《高高低低话平等——在中央财经大学的讲座》。

# 目录 CONTENTS

序 李彬 / 1

绪论：符号的崇拜 / 1

第一章 从象征之林到象征交换：人类符号崇拜的  
演变历程与规律 / 3

第一节 人类符号崇拜的演变历程 / 4

一、仪式符号崇拜 / 4

二、宗教符号崇拜 / 6

三、身份符号崇拜 / 9

第二节 人类符号崇拜的演变规律 / 12

一、从模拟到表征再到自我指涉 / 12

二、从符号“巫术”到符号“迷思” / 19

三、从所指崇拜到能指崇拜 / 27

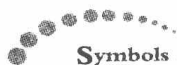
第三节 符号“魔力” / 32

符形篇：像似的能指 / 36

第二章 符号判断与分类的审视 / 38

第一节 符号判断的误区 / 38

一、误区之一：征候是符号 / 39



二、误区之二: 体态是符号 / 43

第二节 符号判断的标准 / 45

一、时空的非同步位移性 / 45

二、复制性 / 46

三、可控性 / 46

四、人为性与习得性 / 46

五、理据性与非必然性 / 47

六、交际性和展示性 / 50

第三节 符号分类的审视 / 51

一、前人对符号的分类 / 51

二、本文对符号的分类 / 54

第三章 符号的像似性 / 58

第一节 符号像似性的内涵 / 59

第二节 映象像似性的表现 / 61

一、语言符号映象像似性 / 61

二、非语言符号映象像似性 / 62

三、语篇映象像似性 / 66

第三节 拟象像似性的表现 / 67

一、数量像似性 / 67

二、顺序像似性 / 69

三、距离像似性 / 72

第四节 隐喻像似性与转喻像似性 / 74

一、隐喻像似性 / 74

二、转喻像似性 / 76

第五节 符号像似性的磨损 / 79

第四章 网络符号: 视觉文化时代的像似交流 / 82

第一节 文化的视觉转向 / 83

第二节 视觉文化特征 / 84



### 第三节 网络符号的像似交流：视觉文化特征的突显 / 87

- 一、网络像似符号之象形：图像化与情感化 / 87
- 二、网络像似符号之拟声：游戏化与去权威 / 90
- 三、网络像似符号之隐喻与转喻：形象化与幽默感 / 92

## 符义篇：现实的幻象 / 96

### 第五章 谁在新闻中说话：现实幻象的建构主体 / 100

#### 第一节 话语与话语主体 / 100

#### 第二节 新闻来源与新闻的说话主体 / 101

- 一、作为新闻话语主体的新闻来源 / 102
- 二、新闻来源为何成为新闻的话语主体 / 103

#### 第三节 刻板印象与新闻的话语主体 / 107

- 一、刻板印象及其自动激活 / 107
- 二、新闻为何存在刻板印象 / 109
- 三、谁在操纵新闻的刻板印象 / 111

### 第六章 个案分析：西方媒体建构的“3·14”事件的幻象 / 115

#### 第一节 话语包与框架 / 116

- 一、机智的隐喻 / 116
- 二、典型的案例 / 117
- 三、生动的描写 / 117
- 四、醒目的形象 / 118

#### 第二节 思维方式与言语表达 / 119

#### 第三节 话轮与话语权的转换 / 122

#### 第四节 框架与话语包效应 / 125

### 第七章 个案分析：兽首拍卖事件的西方意识操纵 / 127

#### 第一节 纵容反道德：从道德到法律 / 128

#### 第二节 事件奇观化：从“强盗”到“讹诈”到“无赖”再到“报复” / 131



第三节 科学编制思维程序: 从“怒贝”到“讽蔡” / 133

符旨篇: 巫术的争夺 / 137

第八章 话语事件: 话语表征及其社会巫术的争夺 / 139

第一节 别名与内涵 / 140

第二节 话语表征及其社会巫术的争夺 / 146

第三节 脚本的认知震撼或道德震撼及其三种基本模式 / 148

第四节 真相的逼迫出场与公众的话语抵制 / 151

第九章 文化公民身份及其建构 / 155

第一节 文化公民身份呈现的语境 / 156

第二节 文化公民身份的内涵 / 160

第三节 原型: 召唤“文化公民”认同 / 164

第四节 价值观: 召唤“文化公民”行动 / 168

第十章 个案分析: 认同·娱乐·迷思

——北京奥运会开幕式的符号分析 / 175

第一节 具象与认同 / 175

第二节 仿像与娱乐 / 178

第三节 奇观与迷思 / 183

专论篇: 图像化生存与仪式化传播 / 187

第十一章 图像化生存: 从迹象到拟象, 从表征到存在,  
从规训到展演 / 189

第一节 视觉中心主义与图像化生存 / 190

第二节 图像作为符号: 从迹象到拟象 / 193

第三节 图像对真实的殖民: 从表征到存在 / 198

第四节 观看与凝视下图像: 从规训到展演 / 202

第十二章 仪式传播的符号特征 / 208

第一节 模拟与“互渗”: 仪式符号的像似性 / 209



第二节 所说之话：从施为话语到陈述话语 / 217

第三节 仪式符号及其组合：形式主义与召唤结构 / 226

一、仪式的形式主义 / 227

二、仪式的召唤结构 / 235

第十三章 个案分析：《感动中国》的仪式符号特征与召唤结构 / 240

第一节 《感动中国》的仪式类型 / 241

一、《感动中国》是典礼和庆典的变异融合 / 241

二、《感动中国》是历年再现仪式 / 244

第二节 《感动中国》作为仪式传播的符号特征 / 245

一、《感动中国》的形式主义和操演特性 / 245

二、《感动中国》的隔离、重整作用与反结构特征 / 251

三、《感动中国》的象征意义 / 252

第三节 《感动中国》仪式的召唤结构 / 254

一、《感动中国》召唤结构之一：融入榜单文化的仪式符号形式 / 254

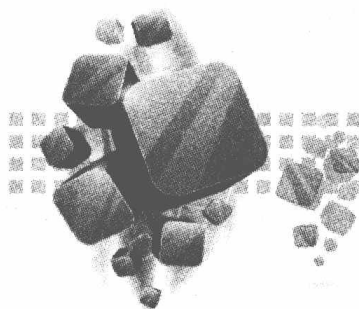
二、《感动中国》召唤结构之二：英雄的草根化 / 255

三、《感动中国》召唤结构之三：故事的选择与叙事的技巧 / 258

参考文献 / 262

后记 / 276

## 绪论：符号的崇拜



从古至今，人们对于符号有异乎寻常的崇拜心理。符号崇拜有两种表现：一种是异常喜爱心理，一种是畏惧心理。无论是喜爱还是畏惧，都建立在相信符号具有某种神力的基础之上。古代尤为典型的符号崇拜是符咒、测字、语言禁忌等，现代最为盛行的是数字崇拜。

符咒在人类现实生活 and 虚拟世界都普遍存在。无论中国人还是外国人，都有佩戴护身符的习惯。护身符显然是符咒的一种，现代人的这种习惯无疑肇始于原始社会，正如美国人类学家罗维（H. Lowie）所指出：“农民身上佩戴使酋长息怒的符篆；行路的人佩戴躲避野兽预防疾病的符篆；妇女的腰间佩戴防止不育的符篆；战士身上佩戴几种躲避兵器的符篆，还佩戴几种令人魂飞胆丧的符篆。”<sup>①</sup>而在《西游记》中，孙悟空本领高强，无人可敌，但却败于如来佛的紧箍咒之下。

测字在现代虽已不再盛行，但在封建社会却受到上自皇帝下自平民百姓的追捧，相传宣和年间，宋徽宗微服私访，遇见测字方士谢石，就在地上画了一横，要谢石测算。谢石胆战心惊地说：“‘一’写在‘土’上，不就是‘王’吗？恐怕是圣上亲临吧？”宋徽宗大为佩服，并大加赏赐。测字风行的原因在

<sup>①</sup> 陈原：《社会语言学》，商务印书馆2000年版，第348页。



于人们深信：“字，心画也。心形如笔，笔画一成，分八卦之休咎，定五行之贵贱，决平生之祸福，知目前之吉凶。富贵贫贱，荣枯得失，皆于笔画见之。”

所谓语言禁忌，是指人们认为某些语言具有神力，如果触犯这种语言神力便会带来灾祸，从而避免提及。这种禁忌在新年、新婚这类开端之日，尤其注重。因此，我国在正月里忌说“死、输、光”等字眼，怕给全年带来灾祸。又如 1908 年 12 月 2 日，清朝末代皇帝溥仪 3 岁登基即位，年号宣统，由其父载沣监国摄政。登基当日，年幼的溥仪坐在太和殿的宝座上接受文武百官朝贺时，哭闹不止，他的父亲摄政王载沣哄他说：“别哭，别哭！快完了！快完了！”典礼结束后，文武百官纷纷认为摄政王载沣触犯了语言禁忌。凑巧的是，三年之后，即 1911 年 10 月，孙中山领导的辛亥革命推翻了清王朝二百六十多年的统治，溥仪也因此被赶下了皇帝的宝座。现在仍有人潜意识里认为，清朝灭亡是触犯了语言神力的原因。不然，这一故事不会如此被人们津津乐道。

不可否认，数字崇拜在古代也普遍存在，但这种心理在现代却表现得尤为明显，这体现在我国官方把 2008 年北京奥运会开幕式的时间定为 8 月 8 日晚 8 点上，也可从下列新闻看出：

#### 粤 A9999S 车牌号拍出 95.2 万元天价

2011 年 1 月 11 日，广州第 31 期汽车牌号拍卖再创新高，成交总额达到 1234.9 万元，均价超 12 万元，均创历史纪录。粤 A9999S 更是拍出 95.2 万元，成为当日单个号牌的最高价。<sup>①</sup>

这种对数字的追崇不仅表现在车牌号上，还表现在电话号码上，如中国联通 156 号段曾开展网上申请号码的“靓号营销”，如尾号 88888 的用户需要预存 24 万元话费，并承诺每月最低消费两万元、在网两年等。

从古代的符咒、测字、语言禁忌，到现代的高价吉祥号，虽然都是符号崇拜，却表现了其变迁规律，从符号“巫术”到符号“迷思”。

<sup>①</sup> 张维：《粤 A9999S 车牌号拍出 95.2 万元 天价吉祥号拍卖引争议》，《法制晚报》2011 年 1 月 14 日。

## 从象征之赫到象征交换： 人类符号崇拜的演变历程与规律

法国学者拉康指出，符号是“挖空存在使之成为欲望”的东西。即符号正是由于客体的不在场，才具有意义。<sup>①</sup> 因此，某种东西在我们内心所激发的情感，会自发地附加在代表这种东西的符号上。<sup>②</sup> 这自然容易导致符号崇拜现象：“我们爱慕、畏惧、崇敬的是记号，我们觉得感激和快慰的是记号，我们为之献身的也是记号。士兵为他的旗帜而死，为他的国家而死；但事实上，在他的意识中，旗帜却是第一位的。有时候甚至是旗帜直接决定了行动。”<sup>③</sup>

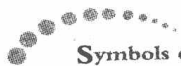
英国学者鲍曼认为，人类社会可分为两个阶段：生产者社会 and 消费者社会。<sup>④</sup> 笔者以为，他这里的人类社会应该不包含原始社会，因为原始社会或者以狩猎和采集经济为主，或者以渔业为主，或者以简单的自然农业为主，总

① 转引自【法】克里斯蒂安·麦茨：《想象的能指：精神分析与电影》，王志敏译，中国广播电视出版社2006年版，第13页。

② 【法】涂尔干：《宗教生活的基本形式》，渠东、汲喆译，上海人民出版社2006年版，第209页。

③ 【法】涂尔干：《宗教生活的基本形式》，渠东、汲喆译，上海人民出版社2006年版，第210页。

④ 【英】鲍曼：《全球化——人类的后果》，郭国良、徐建华译，商务印书馆2004年版，第77页。



之，他们只是利用简单的工具从大自然中获取现成的生活资料，而不是创造生活资料。而生产则是指人们使用工具创造各种生产资料和生活资料。因此，从这一角度来说，人类社会应该包括三个阶段：获取者社会<sup>①</sup>、生产者社会和消费者社会。本章试图厘清人类在这几个社会阶段的符号崇拜的演变历程及演变规律。

## 第一节 人类符号崇拜的演变历程

4 追溯社会发展的这三个历程，可认为人类符号崇拜的演变历程是：获取者社会的仪式符号崇拜、生产者社会的宗教符号崇拜、消费者社会的身份符号崇拜。而诸如英国的爱德华·泰勒、詹姆斯·乔治·弗雷泽，法国的列维-布留尔、列维-斯特劳斯等众多人类学家把人类的智力演化划分为三个阶段：巫术时代（Age of Magic）、宗教时代（Age of Religion）和科学时代（Age of Science）。人类学家的阶段划分在某种程度上可谓是人类符号崇拜演变历程的佐证。

### 一、仪式符号崇拜

在获取者社会，即原始社会，由于认知水平的有限，人类无法根据时令等大自然的条件创造大量的生活资料，而是靠天吃饭。于是，原始人生活中最重要的两件事是食物和后代。这使得那时的人们对大自然或者大自然中与他们生存攸关的某种事物充满了崇拜与畏惧。如由于埃及的食物供应依赖于尼罗河的潮汛，因此，他们最古老的神灵俄西里斯<sup>②</sup>的祭祀仪式和历法都依赖于尼罗河

<sup>①</sup> 获取者社会即原始社会。之所以用这个概念，是为了与生产者社会和消费者社会相适应。本文将会混合采用这两个名称。

<sup>②</sup> 俄西里斯（Osiris），古代埃及神话中死而复生之神，他的死而复生象征大自然的季节循环，他是埃及最古老、最长命、影响最深远的神灵，也是所有复活之神的原型。——【英】简·艾伦·哈里森：《古代仪式与仪式》，生活·读书·新知三联书店2008年版，第5、28页。

的潮流。为了获得足够的生活资料，于是，人们举行各种仪式进行控制、祈祷、祭祀、赎罪，以取悦于他们所认为的能够控制他们所赖以生存的生活资料的神圣事物或者超自然力量。

原始社会普遍存在着仪式崇拜，无论是生命转折，还是部落节日；无论遭遇天灾人祸，譬如长期干旱，或者亲属去世；还是出现失意困扰，比如不孕不育，或者诞下双胞胎，都会求助于仪式。因为仪式是“用于特定场合的一套规定好了的正式行为，它们虽然没有放弃技术惯例，但却是对神秘的（或非经验的）存在或力量的信仰，这些存在或力量被看做所有结果的第一位的和终极的原因”。<sup>①</sup> 这就是说，在原始社会，人们几乎都无一例外地相信宇宙存在某种超经验超自然的力量，只要通过特定的仪式，便能得到这种力量的帮助，这自然导致对仪式的崇拜。

对仪式的崇拜之所以是对仪式符号的崇拜，一是原始人认为，主宰宇宙中的一切的“神秘的（或非经验的）存在或力量”因看不见、摸不着而在仪式上被化约为一种符号，这使得崇拜“神秘的（或非经验的）存在或力量”变成了崇拜指代它的符号。如后所述，原始社会的仪式崇拜实质上是巫术仪式崇拜，而“原始巫术是基于这样一种观念，即由于人们创造了支配现实的形象，人们就能实际地支配现实，……因此，以事先施行的祭仪作为实际活动获得成果的原因”。<sup>②</sup> 卢卡奇的这一观点明白地告诉我们，在原始社会，仪式形象（即符号）被原始人认为具有一种魔力，这样才成就了巫术，也促使他们诸事求助于仪式。例如，在恩登布人部落中，“在把促使妇女多育作为明确目标的仪式里，人们使用的工具性象征符号就有果实众多的树或者根须众多的树的各个部分。恩登布人说这些果实和根须代表孩子，它们具有使女人多生孩子的效力。它们是达成仪式主要目标的手段”。<sup>③</sup>

二是仪式本身就是由一个个符号组成的体系：“每一类仪式都可以看做象

① 彭兆荣：《人类学仪式的理论与实践》，民族出版社2007年版，第15页。

② 【匈】卢卡奇：《审美特性》，社会科学出版社1986年版，第65页。

③ 【英】维克多·特纳：《象征之林》，赵玉燕等译，商务印书馆2006年版，第31页。