



符号学·学科系列

丛书主编/ 赵毅衡 饶广祥


符号学·传媒学
研究所

A Course in
Semiotics of Advertising

广告符号学教程

饶广祥 著



重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>



本书属“2014年度四川大学立项建设教

符号学·学科系列

丛书主编/ 赵毅衡 饶广祥

广告符号学教程

饶广祥 著

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

广告符号学教程 / 饶广祥著. —重庆: 重庆大学出版社, 2015.1 (2015.6重印)

(符号学·学科应用系列)

ISBN 978-7-5624-8324-3

I. ①广… II. ①饶… III. ①广告—符号学—高等学校—教材 IV. ①F713.8

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第179053号

广告符号学教程

饶广祥 著

策划编辑: 林佳木 邹 荣

责任编辑: 林佳木 版式设计: 张 晗

责任校对: 谢 芳 责任印刷: 赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人: 邓晓益

社址: 重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编: 401331

电话: (023) 88617190 88617185 (中小学)

传真: (023) 88617186 88617166

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆升光电力印务有限公司印刷

*

开本: 720×1020 1/16 印张: 13 字数: 212 千

2015年1月第1版 2015年6月第2次印刷

ISBN 978-7-5624-8324-3 定价: 27.00元

本书如有印刷、装订等质量问题, 本社负责调换

版权所有, 请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书, 违者必究

导论：符号学基本知识	1
第一讲 广告的定义及广告符号学的研究内容	25
第一节 广告定义的“活动论”	27
第二节 广告的文本定义	29
第三节 广告符号学研究内容	34
第二讲 广告的叙述转向	37
第一节 广义叙述学与广告叙述	39
第二节 广告叙述中的人物类型	40
第三节 广告讲述与“变化”	45
第四节 广告的叙述转向	50
第三讲 广告的意动性及其构筑	55
第一节 意动型叙述与广告的意动性	56
第二节 借助语句的语力来实现意动	58
第三节 借助体裁属性构筑意动性	60
第四讲 广告的情节结构	63
第一节 情节素与广告情节结构	64
第二节 悬念型广告：商品只出现在尾题中	66
第三节 动力型广告	69

第四节 静力型广告	73
第五节 “欲擒故纵”：商品与广告类型的暧昧关系	79
第五讲 广告符号修辞	91
第一节 符号修辞的类型与广告明喻原则	92
第二节 广告符号学修辞的手法	95
第六讲 广告的反讽	105
第一节 反讽定义及狭义的广告反讽	106
第二节 广告的广义反讽	110
第七讲 元广告与跨层	117
第一节 三重分隔与元广告的定义	118
第二节 “物化”元广告	119
第三节 自述式元广告	122
第四节 自反式元广告	124
第八讲 广告的比喻距离	131
第一节 陈述式广告与形式距离	133
第二节 叙述式广告与意义距离	135
第三节 反讽型广告与应用距离	137
第四节 元广告和跨层距离	139

第九讲 广告的伴随文本	141
第一节 广告的显性伴随文本——副文本与型文本	142
第二节 广告的生产型伴随文本——前文本、同时文本	146
第三节 广告的解释性伴随文本	148
第十讲 植入广告	159
第一节 植入广告“两维”定义	160
第二节 植入广告获得隐蔽性的途径	161
第三节 植入广告的“显性”	165
第十一讲 广告的纪实与虚构	171
第一节 叙述转向下的广告真实性问题	172
第二节 “指称性”判断广告真实性的弊端	173
第三节 广告的纪实性特征	176
第十二讲 广告的影响与责任	183
第一节 广告的泛艺术化	184
第二节 广告の出位之思	187
第三节 广告过度泛滥的后果	190
第四节 符号消费、异化符号消费与广告伦理	192
参考文献	197

导论： 符号学基本知识

■ 赵毅衡

四川大学符号学 - 传媒学研究所所长

本教程系列，主要以相关专业大学本科生、研究生，以及中专以上院校各专业的教师为适用对象，作为教科书，或教学参考用书。

符号学，是文科各学科的共同方法论，符号学普遍适用于各种学科，具体效果视应用者对符号学基本知识的掌握与变通情况而定，也视学科本身的适应情况而定。本“学科系列”各本书，选择的都是应用符号学比较成功，效果比较显著的学科，使用者无论是用来作为各学科的教科书，还是教学或自学参考书，都会有益。

每个科目应用符号学的方式各有千秋，因为符号学的领域是开放的，处理的问题具体变化很多。所应用的符号学理论，不仅侧重点会有所变化，理论上也会在应用中有所创新。但是各学科所应用的符号学基本原理是相同的，正如代数几何的基本原则，可以应用于各种不同的理工科科目。

本“导论”将尽可能简单地介绍符号学的一些基本原理。篇幅有限，要把符号学的许多概念说清楚，是不可能的。如果读了“导论”，觉得概念太多，请不必忧虑——有了个印象，在下文中遇到的时候完全可以回到本“导论”中的介绍重读一次。也就是说：本“导论”是需要与后面的全书联合阅读的。

应当指出的是：在具体的应用中，这些原理并不是供大家一成不变地套用的。要应用，首先要理解，需要具体问题具体分析。人类文化的最大特点就是丰富多彩、变化万千，自古如此，于今为烈。符号学强调当代文化的丰富性、多样性，而不是抹杀各门类的特殊性，不是把各科目匀质化，这一点是必须一开始就说清楚的，也是本系列各本书贯穿全部讨论的原则：一切学科都可以从符号学角度来探索，只是成功程度不一。符号学并不能解决许多学科（例如医学、预测学、地震学）的特殊问题，不能代替专业训练和研究，但是各种文科学科的学生，都能从符号学得益，这是肯定的。

本“导论”将用最简练的语言，说明符号学的 26 条最基本的原理。这些原理都不难懂，只是“导论”中很难给出足够的例子加以说明，幸好每本书都会详细讨论它们在各专业中的应用。因此，读者读完全书，可以返回来重读这些原理的讲解，或许会有更深一步的理解。

1. 什么是符号？

符号学作为一种对普遍思维规律的思索，不能不从符号的基本定义开始讨论。符号可以有以下的清晰定义：

符号是携带意义的标记：意义必须用符号才能表达，符号的用途是表达意义。反过来说：没有意义可以不用符号表达，也没有不表达意义的符号。

这个定义，看起来简单而清楚，翻来覆去说的是符号与意义的锁合关系，实际上可以从中推导出一系列重要的原理。

首先，既然任何意义活动必然是符号过程，既然不可能脱离符号讨论意义，那么意义必然是符号的意义，符号就不仅是表达意义的工具或载体，符号是意义的条件。

看到街口的红灯，我们可以说它的意义是“停车”，也可以说其意义是“Stop”，也可以说它的意义是“没有限右转的标示就可以右转”。判明一个事物是有意义的，就是说它是引发解释的，可以解释的。因此，意义有一个同样清晰简单的定义：**意义就是一个符号可以被另外的符号解释的潜力。**

2. 什么是符号学？

由此，我们可以回答什么是符号学？**符号学就是意义学，就是研究意义的表达、传播、接收和理解的学问。**人类文化，是与社会相关的意义的集合；人的生活，是不断追求意义、表达意义、理解意义的过程。我们的社会和我们个人，没有一刻可以脱离意义，也就没有一刻可以脱离符号。正因为此，关于意义的思考（无论我们是否称之为符号学），是我们的根本生存方式。

人在世界上要处理的一切，包括家庭、社会、人际关系、信仰、意识形态，甚至生死态度，我们的全部人生，无非是意义的组合。因此，有理由说：没有符号给予人的世界以意义，我们就无法作为人存在于世：符号就是我们的存在。没有符号，人就不能思维，就无法称为人。因此，符号学也是关于人的本质的研究。

“符号”这两个字，已经成为当代的常用语，但是没有学习过符号学的人们，经常用错这个词，例如说：“这种讨论只有符号意义”，意思是“不切实用的空谈”。这句话是说错的，因为任何意义都必须用符号才能表达，才能理解，根本没有“非符号意义”。同样，也不能说“这个名字已经成了符号”，因为任何名字都表达意义，都是符号，应当说“这个名字已经成为一个象征”，也就是“一个意味深长的特殊符号”。这点必须说明，希望大家不再用错。

3. 符号学何用？

符号是传达意义的，符号学就是意义学。明白了这一点，依然不能说明我们为什么要从符号学来理解一系列学科。古人没有系统的符号学，不是也度过了一生？

首先应当说明，符号学这个名称，虽然是在一百年前出现的，关于符号的思索，却贯穿了中国和世界各国民族的思想史。在西方二千五百年前的希腊哲学时期，关于符号的思想已经很繁荣；而中国的符号思想起源则更早——三千多年前写定的《易》是世界上第一个全面解释生活的符号体系。中国的先秦名学、禅宗美学、唯识学、宋明理学，有许多关于符号的思考。理解中华民族的传统符号学资源，将把符号学理论推进到一个新的高度。

符号学对于我们理解当今文化，尤为重要。最近二十多年，我们目睹了人类历史上从未有过的文化剧变，当代文化迅速冲进一个“高度符号化时代”：符号消费已经远远超过物质消费，相应地，符号生产也不得不过物质生产。在社会各阶层的对抗中，在国际范围内的文化冲突中，对“符号权”的争夺，越来越超过其他实力宰制权的争夺。可以说，不仅各民族国家，而且整个人类文明，所面临的问题大半是符号问题。无论我们是关心人类的过去、现状、未来，不理解符号，就无法弄清这些问题的实质，更谈不上采取对策。

当今时代面临文化变型、加速，社会的符号活动空前活跃，人类生活的各个方面都出现了“符号满溢”：几乎任何活动都浸泡在符号之中。这是几千年世界历史上从未出现过的现象：建立一个能对付当今文化巨大变化的符号学理论，社会要求已经很迫切。意义问题是人文与社会学科的核心问题，而符号学的任务就是提供研究意义的基本方法。从符号学着手，头绪纷繁的文化现象就有了一个共通的理论和方法论框架，相互之间就出现比约性，各学科的

理论也就不再是架空之论，各门类研究也不再封闭于学科特殊性的茧壳之内。

现代符号学近一百年进展迅猛，经过一系列学派的竞争更替，经过各国学者的努力，已经发展成一门比较成熟而系统的学科。它提供了一个极为犀利的工具，能相当有效地对付当代文化纷乱杂陈的课题。

4. 符号学的出发点

符号学自身发展过程中经历过几种模式，今日符号学不可能完全抹除这几种模式留下的印痕。第一种模式是语言学家索绪尔创立的语言学模式。语言虽然只是人类使用的符号之一种，却是占比例很高的超大符号体系。二十世纪前期，语言学为符号学提供了一个系统清晰、根基牢固的理论框架。

符号学的另一种模式，是皮尔斯提出的逻辑－修辞学模式。这种模式考量所有的符号类型，而不以语言学为基准。这个出发点促使符号学向非语言的，甚至非人类的符号扩展；更重要的是，皮尔斯模式提出了符号意指的一系列三分式，符号的解释成为打开表意的起点。

符号学的第三种模式，开拓者是苏俄符号学家巴赫金，他开创了从形式研究文化的传统，很多人称之为“语言中心马克思主义”。这一模式的发展者是苏联的塔尔图学派，他们坚持用符号学研究社会和文化，提出许多精辟之论。

以上各种模式都为现代符号学理论发展做出了贡献，也各有符号学进一步发展必须摆脱的弱点。从二十世纪初至今，符号学的发展前后经历了三个阶段。

第一阶段出现在二十世纪上半期，是模式的奠定和解释：除了上述奠基者，还出现了一批最早的推进者。

第二阶段出现于二十世纪六七十年代，符号学作为一个理论正式起飞。索绪尔符号学直接发展成六十年代结构主义大潮，符号学逐渐成为人文-社科规模宏大的总方法论。

第三阶段出现于七十年代中期，这个阶段的特点是皮尔斯的开放模式取代了索绪尔模式，由此结构主义自我突破成为后结构主义。从二十世纪八九十年代以来，符号学出现了多元发展的局势，与其他学派结合，广泛应用于各种具体课题。

5. 符号载体

符号的传统定义是“一物代一物”，这个定义简单，却问题太多。符号的载体，不一定是“物”，而应当是“事物”：一场表演、一个眼神、一个梦、一首歌、一个空白、一个心像（例如在梦中），这些事物为符号提供一个携带意义的“感知”。这个感知必须在接收者那里被理解为“携带着某种意义”。因此，符号的定义应当是：**被认为携带着意义而接收的感知**。

在人类社会，每一种使用物，或有实用目的的行为，都有可能带上符号意义；反过来，每一种供使用的物，也可以变成符号。这样就出现表意－使用性复合的“符号－物”。可以说，任何物都是一个“符号－物”。它可以完全成为物，不表达意义；它也可以向纯然符号靠拢，不作为物存在。任何“符号－物”都在这两个极端之间移动，其使用部分与表达意义部分的“成分分配”，取决于接收者如何解释。

从这个基本理解出发，可以看出，符号根据其“物源”，可以有三种。

第一种是自然事物（例如雷电，例如岩石），它们原本不是为了“携带意义”而出现的，它们“落到”人的意识中，被意识符号化，才携带意义。

第二种是人工制造的器物（例如石斧，例如碗筷，例如食品），原本也不是用来携带意义的，而是使用物。这些事物，当它们“被认为携带意义时”，都可能成为符号。

第三种是人工制造的“纯符号”：完全为了表达意义而制造出来的事物，例如语言、艺术、表情、姿势、图案、烟火、货币、游行、徽章、旗子、棋子、游戏、体育，等等，它们是作为意义载体被制造出来的。

物（自然事物，人造使用物）可能带上意义而变成符号，而一旦变成符号，使用性与意义性共存于一事物之中。后一种（人造纯符号）原来就是作为符号生产出来的，却也有可能失去意义，“物化”成为使用物。每一件“物－符号”，在具体场合的功能会发生变化，其物性与符号意义的分配会滑动。例如有的筷子是用具，有的筷子却是艺术品。我们周围的世界中，一切都是使用功能和意义功能不确定的“物－符号”。

表意性与使用性的消长，在历史文物上最明显。鼎的使用性是煮的器皿，当鼎成为祭祀礼器，就开始失去器具的使用性；楚庄王“问鼎中原”，这位野心家问的是鼎的权力符号意义；在今日，鼎作为历史文物，完全没有物的使用

性，而是中华文明的象征。《荀子》说：“夫禽兽有父子而无父子之亲，有牝牡而无男女之别”，这“亲”与“别”就是人类对符号意义的自觉。人成为人，即是给事物以意义，符号化是个人意识与文化标准交互影响的结果。

6. 片面化

符号载体必须能被感知，但是被感知的不是物本身，而是物的某些品质。物不需要全面被感知才能携带意义。符号的目的是携带意义，这就迫使接收者对物的感受“片面化”，让物的感知成为意义的“简写式”。例如，看到一辆汽车快速驶过来，一个人会马上解释出“危险”意义，并且立即闪避。解释者此时不需要对汽车有整体认知，汽车的各种品质，例如色彩、样式、品牌，只要与重量和速度无关，就被忽视。

片面化是符号之必须：汽车按喇叭，你听到马上会躲避，甚至不去看汽车，此时整个符号载体就极端片面化，只剩下喇叭声音这一感知。一件物成为符号，不是因为它作为物的存在，符号载体只体现为与意义相关的可感知品质。

所以符号载体不仅不是物，只是与注意类型相关的某些感知的临时集合。但是片面化不是简单化，片面化是感知对相关意义的定向汇集，是物源的自我取消：让木瓜或琼瑶带上“永以为好”的意义，就是使木瓜不成其为木瓜，琼瑶不成其为琼瑶；让拳击成为体育，就必须使拳击不以打人为目的。只有感知片面化，才能保证意义传送。木瓜的意义大幅度提升扩充，就是因为首先被片面化。

7. 符号的分解

符号学最基本的一对关键术语，“能指”与“所指”，原是索绪尔讨论符号的出发点。符号学发展到今天，这一对似乎简单易用的概念，引出的误会太多。当代符号学需要更精确的术语，因此基本采用皮尔斯创用的术语：用“符号载体”或“符号”来代替“能指”，而把“所指”这个不清楚的术语，分解成“对象”（符号指出的直接意义）、“解释项”（符号的引申意义）二者。

皮尔斯的三分方式，不仅比索绪尔理论多了一元，更主要的是强调了符号表意展开延续的潜力：“对象”比较固定，几乎在符号的文本意义中就确定了，不太依据解释而变动。而解释项的展开，完全依靠接收者的解释努力，这样就

把符号表意的重点放到了接收这一端，这就为符号学的许多难题提供了钥匙。

“对象”大致相当于“词典意义”或“外延”，“解释项”大致相当于“百科意义”或“内涵”。

符号的第三元素，即“解释项”的提出，是皮尔斯的妙笔。皮尔斯再三强调：正因为符号有解释项，任何符号必须有接收者。他把“解释项”与“对象”分开，这个做法对当代符号学的成形，是关键性的一步。

让我们用最平易的语言讨论一下皮尔斯提出的符号基本构成方式：(1)符号指向两个不同的东西，一个是对象，另一个是解释项；(2)对象是符号文本直接指明的部分，是意指过程可以立即见效的部分，而解释项是需要再次解释，从而不断延展的部分；(3)而这个新的符号表意又会产生另一个解释项，如此绵延以至无穷，因此我们永远无法穷尽一个符号的意义。

8. 符号过程，不完整符号

符号表意之所以有必要，是因为意义尚不在场，解释未出现：意义不在场是符号过程的前提。由此可以得出一个似乎奇怪的结论：之所以需要符号，是因为缺少相关意义，符号越多，就越暴露出意义之不在。符号并不表达已经存在的意义，而是有了符号才有意义：没有木瓜（或琼瑶），“永以为好”的意义就无法出现。意义必须靠解释才能出现，没有解释，木瓜只是一个木瓜。

为了更清楚地回答这个悖论，我们必须区别符号过程中的三种不同“意义”：

发送者 → 符号信息 → 接收者
(意图意义) (文本意义) (解释意义)

首先，这三个意义经常是不一致的，欲使它们之间保持一致，需要特殊的文化安排，例如现代的“科学理性”文化，三者才有可能保持一致。人的符号能力，很难保证这三者一致。这三种意义互相排斥，互相替代。后一个否定前一个，替代前一个。可以看到，意图意义在文本意义中具体化（主观的想法被落实到文本表现），文本意义在解释意义中具体化（文本的“待变”意义成为“变成”的意义）。在这个过程中，这三层意义也在一步步否定前者。某人画的一幅画，他的本意我们不知道；他的画，本身可能令人费解；观者的解释，可能与画者的意图，画本身的意义，都不相同。意图意义是“可能有”的意义，文本意义是“应当有”的意义，接收者提供的解释意义是“实现了的”意义。

9. 不完整符号

以上符号过程的描述，是理想的。符号学之复杂，是因为绝大部分符号（如果世界上的符号数量能作统计的话）没有这三个环节。缺失了三个环节中的任何一环的符号，就是不完整符号。但三个环节中没有一个是不可或缺的，有一个甚至两个环节都缺失，也已经是符号，因为它已经是“携带意义的感知”。

信号在世界上大量存在。但是到底信号算不算符号，符号学界至今没有接近一致的意见。把信号排除出符号之外，符号的范围就太窄；把信号包括在符号内，符号的范围就太宽，这的确是一个两难之境。信号的特点是：它不要求解释，却要求接收者以行动反应。但是信号的起始既然是可被感知的载体，它就是符号。前一节说过，符号的三个环节，只要有一个存在，意义也就存在，就够资格成为符号：从原则上我们无法否认信号是符号。

信号的反应是固定的，不要求解释，也不允许解释，因此在人体内部，在生物界，甚至在物体之间都大量存在。有一批符号学家坚持把符号学扩大到生物界，这尤其让当今生态文化拥护者振振有词。例如动物发情时，两性对气味或动作有反应，但是反应固定，它们用信号繁殖，显然这种信号离人类的爱情相差很远，人类的爱情是非常复杂的符号表意与解释行为。比赛的起跑枪声意义固定，不容许任何解释。可以看到，只有动植物可以保证做到感知信号后自动采取行动。人不可能完全排除解释：赛跑偷跑者叫人恼火，因为人倾向于做解释，一旦有解释余地，就引向充分利用这种解释。

更常见的不完整符号，是无发送符号。没有发送者，也就没有意图意义，也没有文本意义。自然符号无发送者，必须靠解释者强加意义，才会有意义。中国的天文乾象、吉凶预兆、星卦谣谶、感应梦幻等自然现象，作为符号时，解释者必须构筑“天意”这个符号发送者。构筑自然符号的发送者意图，是现代之前人类文化生活中的重要内容。

大量无发送者的自然符号，因为没有接收者，只是有携带意义可能。“一叶知秋”是对一张秋叶的符号解释，世上任何落叶都可以成为此种符号，为何一定要这张秋叶？因此这里起表意作用的，不一定是个别的具体的某张落叶：正因为所有的落叶都可以是秋天的符号，具体的一次落叶借助全部落叶而成为秋之符号。如果考虑到自然界充满了无发送符号，只要可以够及接收者，都会被解读出意义，那么任何可能被解释出意义的物或现象，都可以是潜在符号，

潜在符号就充溢了整个自然界。

作为符号被生产出来的人工制品（纯符号），因为各种原因没有被接收，没有完成符号传达过程，可以称为潜在符号。它们依然是符号，原因是它们是文化作为符号制造出来的：符号发送者明确地给它们以意义，只是因为某种原因，没有到达接收者的感官。例如没有发表的文学艺术作品，没有被人看到的化妆或设计，没有传送出去的电报，没有送出的礼品，没有邮寄的单相思情书，半夜里无车辆行人时的红绿灯。没有能被接收，符号过程就没有能完成。但是这不能证明它们没有携带意义，它们原先就是作为纯符号被生产出来的。广告研究中讲究“到达率”，说明许多广告未能到达受众，也就成了潜在符号。

10. 任意性与理据性

符号与意义究竟靠什么互相连接？符号到底凭借什么力量，引导接收者理解某种特定对象的特定意义呢？索绪尔把这种连接关系称为“任意武断性”：任意是逻辑上的“无逻辑联系”，武断是社会心理上的“无需理由”，符号与其意义的结合方式不可也不必论证。索绪尔认为任意性原则是任何符号普适的，任意性原则支配所有符号系统，是符号之所以为符号的原因。

任意性原则，会引出一系列重要结果，其中最主要的是系统问题。系统性是任意性原则的必然结果，是看来散乱的符号单元之所以能表达明确意义的关键。一个系统的符号组分能覆盖“全域”的意义，条件是在组分之间能互相区别。

“区分”是系统与各成分关系的主要维系条件：“狗”之所以有现在这个意义，并不在于它的发音和写法本身，而是在于此词与其他词在发音上、写法上的区别，这个区分保证了这个词在汉语这个系统中独占一个特点的意义。

皮尔斯认为符号与对象之间，不完全依靠任意武断的连接，它们之间可以出现“理据性”。由于这种关联，符号可以分成三种：像似符号、指示符号、规约符号，前两种是有理据性的符号。

11. 像似符号

像似符号指向对象靠的是“像似性”：一个符号代替另一个东西，因为与之在某个方面、某种程度上像似。像似符号看起来似乎简单直接，让我们马上想到视觉上的像似，例如电影、摄影这样的体裁，符号与对象有“自然而然”

的相像之处，让人觉得有一种“直接感”。

应当指出，这种“自然而然”是假相，首先，像似不一定是图像的，可以是任何感觉上的：视觉上的像似符号虽然较多，还有听觉、嗅觉、味觉、触觉上的像似符号。而且，像似关系，似乎应当是符号尽量去模仿对象，实际上很可能是对象模仿符号。麒麟、凤凰的图像，或建筑设计图，符号看起来很生动，对象却不存在，必须反过来像似符号。

图表性与比喻性像似符号，则更复杂一些。图表相似，是一种“构造类似”，就是把符号之间的关系（例如大学排名、富豪榜排名）变成图表的位置关系；比喻式像似，抽象程度又比图形相似朝前跨了一大步，符号只是再现了对象的某种品质，筑高台模仿“至高无上”，由此产生了遍布全世界的各种“金字塔民族”，上下位置就像似了权力与服从关系。

12. 指示符号

符号与对象因为某种关系，而互相提示，接收者感知到符号，就能够想起符号的对象，这种符号是指示符号。指示符号的作用，就是把解释者的注意力引到对象上。学生们最常用的指示符号，是用书包占位子，教课的老师则经常用教鞭或手点箭头。

指示符号文本有一个相当重要的功用，就是给对象的组合以一定的秩序：它们既然靠因果和邻接与对象联系，符号在文本中的组织，也就使对象有个相对整齐的对比方式，使对象也跟着组合成序列。最清楚最简单的指示符号，是手指，它不仅指明对象，而且给出对象的方向、动势、大小、幅度的暗示。符号指明对象的排列位置，似乎只是指示符号的顺带功能，其实是“指示”这个关键功能之所在：在关系之中确定意义。指示符号的这种功能，不是其他符号所能替代的。

学位等指示教师级别；体育比赛按年龄，按性别，按残废等级分等。指示符号秩序感也可能具有令人不舒服的强制性：各种等级制度就是具有压迫性的，例如高考成绩与高校之间的等级对应。书籍、档案、字典，以字母或笔划排列以供查询，也是指示符号给对象以秩序。