

皮尔斯符号学在传播学中的发展轨迹： 一个学术史考察

赵星植¹，薛晨²

(1.四川大学 外国语学院, 四川 成都 610064; 2.四川大学 文学与新闻学院, 四川 成都 610064)

摘要: C.S.皮尔斯的符号学与当代传播学有着极深的渊源。他对符号与传播问题的诸多重要看法,直接影响着美国传播学研究在 20 世纪初的发轫,进而被视为当代传播学研究的先驱。但从 20 世纪 30 年代起,经验学派在传播学中迅速崛起并成为主流范式,再加索绪尔符号学范式在整个人文学科的重要影响,皮尔斯模式在这一时期对传播学的影响力减弱。但从 20 世纪 90 年代开始直到 21 世纪,伴随传播技术革新所导致的传播学理论与范式的更新需求,许多传播学者又开始重访皮尔斯。皮尔斯符号学模式在 21 世纪的传播学领域开始复兴并正展现出越来越强大的活力。本文从学术史的角度梳理皮尔斯理论在传播学研究中的漂流,则也从侧面为当代传播学的理论发展轨迹的研究提供了一种观察路径。

关键词: 查尔斯·桑德斯·皮尔斯; 符号学; 传播学; 学术史

中图分类号: HO **文献标识码:** A **文章编号:** 1007-8444(2017)02-0172-07 **收稿日期:** 2016-11-20

基金项目: 四川大学中央高校基本科研业务费项目“皮尔斯的传播符号学思想研究”(skq201622)。

作者简介: 赵星植,四川大学中国语言文学博士后流动站博士后,主要从事皮尔斯符号学、传播符号学理论研究。

皮尔斯(Charles Sanders Peirce)是 20 世纪美国最重要的哲学家之一,他在多个学科领域都有着极其重要的开拓性贡献。而在其诸多思想脉络中,最重要的就是他对符号问题所进行的一系列研究,由此被视为当代符号学的重要奠基人。皮尔斯所开创的面向解释者的、开放式的符号学模式,对当代符号学乃至整个人文学科都具有重要的影响。国内外现已有多篇文章探究皮尔斯对符号学发展的重要影响。

本文所关注的是皮尔斯学术脉络的另一个路径,那就是他的符号学理论在当代传播学中的发展脉络。谈及皮尔斯符号学的跨学科影响,恐怕最直接的当属他的理论对当代传播学理论的建构作用。他在符号中所提及的有关符号传播模式,以及传播、个体与社群之关系的讨论,直接影响了美国最早一批传播学者的思想,奠定了传播学的理论基础。由此他被视为美国早期传播学研究的第一代(first generation)^[1],以及早期传播学研究的先驱和开创者^{[2] 28-29}。

然而如同皮尔斯模式在符号学史中的命运一样^[3],这一模式在传播学中的发展也并非“一帆风顺”。从奠基到式微,再到复兴,皮尔斯符号学的模式在传播学中的演变,也从侧面反映出当代传播学理论对“传播”这一关键意涵,以

及对传播学这一学科之根本任务之看法所发生的改变。本文将对这些重要问题进行梳理。

一、20 世纪初:皮尔斯与美国传播学研究的开端

开宗明义,皮尔斯的符号学与传播学之间的渊源,实际上与传播者对传播现象及其传播在社会中的作用这两个根本问题的认知离不开。在不同的阶段,学者们对这两个概念的不同理解,所导致的研究方向与路线的差异,决定了皮尔斯符号学理论在学科中的影响力和重要程度。皮尔斯成为影响美国传播学发轫的重要奠基人,就是这一发展路径的最佳佐证。

美国传播学的源头是 20 世纪初所兴起的芝加哥社会学派(Chicago School)。芝加哥社会学派的成员不仅仅在社会学系,甚至不仅仅在芝加哥大学。该学派的学者如杜威(John Dewey)、米德(G. H. Mead)、詹姆斯(William James)、库利(C. H. Cooley)等人,最早意识到传播对人类社会的重要性,并就美国社会中的具体传播问题展开系统研究。他们认为传播是人类关系的本质,传播建构并且维系了社会。正如学派代表人物帕克所言,“社会不仅是由于传递和传播而得以继续存在,而且还可以说是

在传递或传播中存在着”^[4]。

而由他们所奠定的“符号互动论”以及“社群主义”传统,从双向的符号互动角度探究传播、个体与社群之间的关系,作为一种重要的理论视角,至今还影响着当代传播学研究。之所以采取这一视角,是因为他们把传播、个体、社群视为解决现代社会危机,重建新型社群关系的突破口。而在他们心中,传播是与下列观念紧密相连的“个人在社会中的作用,社群作为共享经验的重要性以及民主方式的可能性。”^{[2] 31}

而最早奠基上述这一传播研究路径的实际上是皮尔斯。皮尔斯借助符号学理论,高度抽象地论述了社会个体如何通过符号互动来认识自己,并通过持续地互动形成意义社群。并且,他的这一传播符号学研究路径,通过对詹姆斯、杜威、米德等这些传播先驱的影响,进而实实在在地影响了早期传播学的研究假设与研究风格。从传播学学术史的角度来说,一般把皮尔斯与上述三位学者一起称为传播学研究的四大先驱。而本文要论证的是,皮尔斯的相关研究实际上对这三位学者的思想都有着重要影响,由此实实在在地影响了当代传播学的发轫。

詹姆斯是皮尔斯一生的挚友,并同在哈佛大学读书。他在学术上、生活上给予皮尔斯无限的帮助与支持。詹姆斯之所以在传播学理论史中占据一定的地位,是由于他围绕“自我”问题所展开的一系列讨论,特别是他提出“社会自我”的概念被认为是直接启发库利的“镜中我”理论,进而在此基础上启发了米德“符号互动论”中有关“主我”与“客我”互动的重要观点。

然而,詹姆斯有关“自我”的理论,实际上受到皮尔斯有关“符号自我”的相关观点的重要影响。皮尔斯首先打破笛卡尔的“身心二元论”,从符号学角度提出了“可错的自我”“符号自我”等概念,主张人对自我的认知来自于人与人之间、人与社会之间的符号互动。詹姆斯正是依循皮尔斯的这一路线,通过否认笛卡尔“心灵实体”的主体观,强调人之经验,特别是社会互动经验对自我建构的重要性。皮尔斯的这一系列论述,实际上为芝加哥学派后来的“符号互动”这一经典论说奠定了基础。

杜威之所以在传播学界被视为芝加哥学派的最重要人物,是因为他提出有关“交流即参与”,以及作为民主生活方式的“大社群”(great

community),被认为是奠定了美国早期传播学研究中的“社群主义”基础。同样杜威的这些理论成果实际上在极大程度上受到了皮尔斯相关思想的影响。杜威是皮尔斯在约翰·霍普金斯大学(The Johns Hopkins University)的学生,杜威曾选修过皮尔斯的逻辑学、哲学史等相关课程,并由此开始受到皮尔斯的影响,二者经常就哲学问题展开书信讨论(参见CP 8. 147; CP 8. 180-183)。具体来说,皮尔斯为追寻符号之“终极解释项”所发展出来的一套“探究社群”(community of inquiry)理论影响了杜威社群论的建构。特别是皮尔斯强调在社群中通过科学的方法,经持续不懈的努力探究达成最终共识的观点,后来成为杜威论述民主商谈问题的理论来源。

同样,皮尔斯有关符号传播与社群形成的相关观点,不仅影响了杜威,而且还进一步影响了库利的“首属群体”与“次属群体”理论,以及米德的“受福的社群”(blessed community)理论。这实际上说明,皮尔斯奠定的是美国早期传播学研究传统中的“社群主义”基础。诚如学者延森所述,“解释社群”这一媒介、传播与文化研究之重要概念,可直接追溯至皮尔斯^{[5] 35-36}。

而米德则是杜威的同事和挚友。他不仅批判性地吸收了杜威有关符号传播与社群的相关观点,而且还在“自我”理论的建构方面吸收了皮尔斯、詹姆斯的重要观点,并由此被誉为“符号互动论”的实际创立者。符号互动论核心即传播或交流的本质是人利用符号所进行的双向互动,而这一点皮尔斯在有关“传播的形式条件”诸问题上已经明确地提及,甚至在某种程度上比米德的思想更为彻底。

因此,皮尔斯的符号学思想实际上是与传播学相关思想深度勾连的,并且它在多个层面奠定了美国早期传播学的学理基础。换言之,奠定早期传播学基本假设的诸如“符号自我”“符号互动”模式以及传播社群论等重要理论,都可以从皮尔斯的思想中找到直接的源头。这与皮尔斯所开创的,以解释者互动模式为中心的符号传播模式有直接关系。人借助符号传播与交流意义,不仅是人之自我认知的主要来源,更是社群形成的根本因素。在此假设之下,美国早期传播学开启了以传播、社会与社群为主线的研究工作。

二、20 世纪中期: 皮尔斯模式在传播学中的式微

尽管皮尔斯的符号学思想在诸多方面影响了美国传播学的源头,且在事实上参与到了早期传播学理论的建构,然而当传播学作为学科于 20 世纪 40 年代确立时,皮尔斯的符号传播学范式以及芝加哥学派却并没有继续其对传播学理论的强势影响。与此同时,索绪尔的符号学模式逐渐强大,并形成蔚为壮观的结构主义运动,进而深刻影响着包括传播学在内的其他人文学科。这两个因素导致皮尔斯的传播符号学模式在 20 世纪中期以后的大部分时间,在传播学中的影响力是较为微弱的。当然,这仅仅是相对于前一个阶段而言。

造成此种局面,最根本的原因还是对“传播”这一概念的认识于 20 世纪 30 年代以后开始产生分歧。大众媒介技术的迅速崛起,导致大众传播与面对面的人际交流的分野。换言之,现代意义上“传播学”的最核心研究领域即“大众传播学”(mass communication)研究才由此形成。特别是,第一次世界大战中发挥强大作用的宣传战,以及 20 世纪 30 年代后信息论、控制论、系统论等信息科学理论强烈地吸引着传播学的相关学者。与此同时,新的社会学力量在美国其他大学崛起,逐渐改变了芝加哥学派一家独大的局面。以帕森斯(Talcott Parsons)和默顿(Robert Merton)等社会学家为代表的“结构功能主义”异军突起,并逐渐成为美国社会学的主流范式。哥伦比亚学派逐渐替代芝加哥学派成为传播研究的主流范式,芝加哥学派走向衰落。

至此,传播学界对“传播”的研究重点基本实现了从人与人的交往关系转向大众传媒的效果研究。他们既对新兴媒介的强大影响力产生强烈的“希望”,同时又对其产生“恐惧”。换言之,如果说 20 年代学界有关“传播”的关注重点还是人与人的交流与互动行为的话,那么 30 年代以后“传播学”壮大时期人们对“传播”的看法,则主要是大众传播的功能与结果。也即,他们关注的是大众传播媒介对人所产生的诸种影响,无论是积极的还是消极的。

在第二次世界大战以后,这种偏重媒介以及媒介强大效果的研究热潮有所回落。许多学者认为大众传媒的效果并没有想象中的那么强

大,如罗杰斯等人提出的“二级传播”理论,开始强调“人际传播”在大众传播中的重要作用;再比如拉扎斯菲尔德等人提出的“舆论领袖”理论,等等。然而,这两种有关“传播”的基本不同立场实际上一直持续。正如罗杰斯所述,“传播研究领域对于以技术为中介(technologically mediate)的传播活动和‘无需中介的’(non-mediated)传播活动所隐含的对立观念,造成了大众传播与人际传播研究相互割裂”。

正是因为受皮尔斯相关思想影响的美国早期传播学研究在传播学史中被弱化,所以皮尔斯对当今传播学研究的重要性被低估了。这一情况在 20 世纪的传播学研究中一直持续。直到 21 世纪以后,特别是最近几年,无论是国内还是国外,在呼吁重新检视 20 世纪初传播学的社会学以及符号学传统之时,才再度被学界提及。

事实上,即便在传播学的符号学派内部,基于皮尔斯体系的传播学研究,始终没有在 20 世纪系统地确立起来。本论文认为,包含米德等人所开创的“符号互动论”在内,传播符号学派在当代传播学史上大约可以分为如下四个传统:

1. “符号互动”模式,以杜威、库利、米德等早期芝加哥学派学者为代表。该传统重点关注的是,人如何通过符号来确立自我,以及自我与社群之间的关系。由此,互动和符号行为成为这一传统的关键词。它们的视角属于“微观社会学”式的,主要研究小型社会关系和人际关系。

2. “神话/符号批判模式”,以巴尔特(Roland Barthes)、鲍德里亚(Jean Baudrillard)等法国学者为代表,其共同特点在于以索绪尔的语言符号学为理解基础,对文化与传播现象进行批判式的解读。应当说该传统是语言符号学式的“文化研究”。

3. “解码/编码”模式,以霍尔(Stuart Hall)等英国文化研究学派学者为代表。该传统强调受众在传播过程中的积极作用,认为受众可以通过不同的解码方式来重新建构传播符号的意义,并且认为意识形态的向度在形成媒介、讯息和受众问题的过程中,扮演着决定性的角色。

4. “话语分析”模式,以范迪克和费尔克拉夫(Norman Fairclough)为代表。该传统以韩礼德的“系统功能语言学”作为其理论基础,强调话语的建构策略对传播内容之传达以及背后所携带的意识形态的倾向具有重要作用。该传统后来发展为传播研究的“社会符号学”模式,以

克雷斯(Gunther Kress)为代表。社会符号学以批判索绪尔的共时语言学入手,认为历时的因素和意识形态的结构是理论社会文化、特别是大众传媒文化的重要因素。

如前文已述,皮尔斯的符号学思想是上文第一个分支即“符号互动论”的主要理论源头之一。但皮尔斯的符号学却又在多个方面超越了“符号互动论”的基本见解。传统“符号互动论”的心理主义与行为主义倾向,被当代传播学学者所“诟病”,而皮尔斯的相关思想则恰恰规避了这些地方。因此,“符号互动学派”是在改造皮尔斯思想的基础上发展起来的;他们的相关思想与皮尔斯相似,但却在许多看法上存在着本质不同。

而后面三种传统都为传播符号学贴上了“批判”的标签,无论它们的分析方式是微观还是宏观,最终都落入意识形态操控这一宏大的主题,从而使其研究的结果陷入一种模式化的境遇之中。这并不是说传播符号学不能采用批判的视角,而是说传播符号学的目的不必全都在于批判。若拘泥于前者,只能使传播符号学成为一种理论的参照。

这种批评色彩的来源,主要是三个学派都不约而同地采取以索绪尔语言符号学为基础的结构主义符号学模式。如乔纳森·卡勒(Jonathan D. Culler)所言:“结构学家通常……把二元对立当作在意义产生的过程起基本作用的人脑的基本活动。”^[6]因此,上述这些学派的学者青睐于应用结构主义符号学方法来探究大众文化中的二元对立结构,从而透视资本主义社会中文化之社会实践的基本逻辑。

不过,传播符号学界对结构主义符号学的欣赏态度及运用实践,明显多过于对其缺陷的理性批判;这使结构主义符号学方法实际上成为传播符号学派所应用的主流范式,尽管它们在理论立场有细微差别。这一局面使得皮尔斯相关理论在传播符号学中的重要性实际上没有被充分拓展出来。

当然,皮尔斯符号学所面临的这一局面既不能仅仅归因于传播学长久以来“重量化、轻质化”的主导研究范式;也不能全部归结于传播符号学受到了结构主义思想的桎梏。应当说,皮尔斯符号学系统至今没有在传播学中确立起来,实际上皮尔斯本人要担负一定的“责任”。皮尔斯最大的问题就是他从来没有把自

己的思想总结为一本系统的专著。无论是他的符号学思想,还是传播学思想,都沉浸在他多达数十万页的手稿之中。其次,皮尔斯的写作风格极为艰涩,很难让人理解,正如他自己所言:“我最大的问题,也是最令我可悲的问题就是我欠缺语言表达的能力。”(MS 632: 207-209)更为重要的是,皮尔斯的传播学更类似于交流哲学,他在乎的是人在交流中对符号意义的认知过程;并且,人的心灵如何在符号的交际中受到具体的影响。这一论述路径,显然与当时的传播学注重具体行为与实践效果的方式有不小的差异。

三、20世纪末至21世纪:皮尔斯模式在传播学中的复兴

皮尔斯传播符号学模式于21世纪逐渐开始在传播学中走向复兴,与新媒介技术给现代传播学理论带来的理论调整有着根本关联。从21世纪初开始,新媒体技术的日益发展,特别是社交网络、多媒介终端技术的强势盛行,分众时代的互动式传播已经逐渐成型;新媒体时代中的人际互动替代大众传播时代的单向传播模式。这使得20世纪初的那种把人际交往为主和以大众媒体为主的两种传播基本观念割裂的做法,越来越站不住脚。

学者麦格雷在这点上说得非常到位:“传播研究在21世纪初重获新生,部分原因就是20世纪初的某些成果被再度激活。”^[7]¹³他进一步指出,单从媒介效果出发研究传媒的理论范式是无力的,“因为他提供的关于现实和社会互动的信息非常有限”^[7]³⁸。而与20世纪20年代不同的是:这次是因为媒介技术的发展使得双向的互动模式再次成为传播研究的焦点。换言之,作为传播主体的人,因为媒介形态的发展,再次被赋予强大的能动性。

从本质上说,“交流”的最根本特性就是互动,这是与网络社会所发展出来的一条全新传播模式相契合的。社会符号学者范·迪克(J. Van Dijk)在其新著《网络社会——新媒体的社会层面》(The Network Society: Social Aspects of New Media)中对网络社会的这一传播特性进行了描述。他指出,新媒体时代传播之“互动”,最根本特性是交互双方的“控制程度”;这意味着“受众不仅能够参与传播过程,还能在其中发出自己的声音”。他认为,这是因为数字媒

体比传播媒体更易于互动,“它使得平衡向受众和需求面有所倾斜”。他最后指出,除非互动让受众能够使得“传播的另一面有所不同”,否则我们不能说传播是互动的^[8]。

范迪克所谓的新媒体时代传播之互动特性,实际上就是强调作为传播主体的人在网络中再次赋予传播能动力。这种传播方式说明,人在媒介化生存的状态下,对所谓的传播效果不再被动,更无所谓恐惧。某种程度上人自身就成了媒介甚至传播效果本身,他们掌握着更加强大大,甚至完全主动的传播能动性。

也正如延森所述:新媒介融合的不断发展和不可能代替面对面的交往,实际上情况恰好相反:“旧有的媒介显有消亡;与此同时,人类不仅占据着技术为中介的关键位置,而且还是后者的原型。”^[9] 这为当代传播学理论特别是以媒介效果为中心的大众传播学理论带来的是颠覆性的挑战^[9]。

因此,所谓传播回到“交流”的本质,实际上不是传播观念的退化,而是传播理论的进一步发展。正如20世纪初芝加哥学派把传播视为社会关系之建构和维护的核心过程一样;21世纪新媒体技术的发展,使得“网络社会”这一新型的社会关系成为现实,因此传播学的视域理应超越大众传播学的范式,重回到传播社会学的角度,反映新媒体时代的交流与互动在对社会的变迁与进步上所起到的重要作用。在此意义上,重回20世纪初传播学的社会传统,可能为新媒体时代的传播学理论的建构起到启发作用。

由此,许多传播学者又纷纷呼吁把“传播”拉回到20世纪20年代的社会学视域,也即“传播”本质上是一种人的本能活动,是一种人与人的交流与沟通互动;又或者倡导在重视媒介变革的实际情况下,重新建构以人为中心的新媒体研究理论。而无论是前者还是后者,完全以大众传播效果为重心的理论范式实际上已经逐渐式微,传播学研究在21世纪重回传播的原初本质——它是人的一种交流与互动实践——开始得到越来越多人的拥护。

而在上述理论前提下,传播学以再发现的眼光,进一步挖掘皮尔斯的符号学资源,以期为当代传播学理论的重构提供理论支撑。之所以传播学一批学者选择回到皮尔斯,是因为皮尔斯以双向符号互动与社会关系为主导的传播符

号学思想,实际上更加符合当代传播学理论的发展需求。总的来说有如下三个原因:

第一,开放的体系。皮尔斯的符号学试图建构一种可概括意义形式规律的普遍性方式,也即他著名的“普遍三元观”。由此,他把符号三分为再现体、对象与解释项,使得符号不再封闭在能指/所指的构造中。并且,皮尔斯的符号表意三分式,使得符号表意具有了无限延展的能力,并且在符号表意过程中,符号接受者成为交流的关键因素,也由此打破了索绪尔由于过分拘泥于“二元观”而造成系统与结构的困境。

同样,皮尔斯在此基础上所提出的“三元传播观”,打破的是传播学长久以来的二元对立的传播观,为传播模式在当代的更新与发展提供一定的启示。法国学者麦格雷(E. Maigret)在其专著《传播学史:一种社会理论的视角》中,呼吁我们对“传播”的理解必须要摆脱二元思维的阴影,转向皮尔斯式的“具有创造力的三元模式”。为此,他基于皮尔斯的三元传播思想,重新搭建起了有关“传播”的三重维度^{[7] 3-6}。

第二,高度概括性与抽象性。皮尔斯提出了一系列“准”(quasi-)概念,认为“符号要求至少两个‘准心灵’(quasi-minds);一个是‘准发送者’(quasi-utter),一个是‘准解释者’(quasi-interpreter)”(CP 4. 551)。“准”即为“类似”的意思;也就是说符号活动的双方,不必局限在人的心灵,而是放宽到与心灵相类似的任何东西。皮尔斯一直拒绝简化符号的定义^[10],并希望他对符号的定义能够足够抽象,以至于能够准确概括所有的符号类型。也正是由于这种高度抽象与概括性的概念提出,使得从20世纪晚期开始,许多符号学家回到了皮尔斯符号学理论的原点,从皮尔斯处寻找那些更为宏观的符号交流体系,进而扩展的是符号学的疆界。

与此同时,皮尔斯用这一系列抽象术语来解释符号传播过程,使其符号传播理论也同样具备了普适力;这可以启发传播学学者运用其相关理论探索传播学的前沿领域。实际上早在上个世纪80年代,哈贝马斯就指出:皮尔斯想使符号的解释抽象地概念化,“可以促使我们去思考人工智能的运演,或者基因密码的机能模式”^[11]。

第三,皮尔斯符号学尤为关注人对符号的认知过程与特性,他发展了一套“人—符号”理

论,而这可以为当下传播学发展的最前沿——“认知传播学”(cognitive communication)——提供理论基础。皮尔斯认为,“我们的语言就是我自身的全部总和,因为人就是思想”^[12](EP 1: 53-54)。皮尔斯继续指出,不仅人是符号,而且这种符号“是外在的符号”(EP 1: 54);换言之,符号的本质是公共性的,因此不是我们在利用符号思考,而是我们的思想本身就是符号。

皮尔斯有关人之符号本质这一看法,把我们的内心视为非私人的、不可解的领域,是公共性的、外在的符号系统,这实际上是为我们研究人的内在符号认知机制打开了大门且奠定了理论基础。为此,芬兰学者皮塔里宁(Ahti-Veikko Pietarinen)就从皮尔斯符号学中的像似与图像理论入手,通过一系列的认知实验,讨论人们是如何认知传播内容以及效果的。这典型属于符号学与认知传播学的交叉范畴,也是当前传播学的最前沿。再如,Walter de Gruyter出版社为纪念皮尔斯逝世100周年所推出的新书《用皮尔斯的话来说:符号学、传播学与认知学100年》^[13],就直接把“认知”这一关键词写进标题。由此可见,皮尔斯符号学中的传播哲学思想实际上可以为当代传播学的前沿领域提供学理基础。

最早开始在传播学专著中系统梳理皮尔斯思想的当属知名学者菲斯克(John Fiske)。在20世纪80年代所著的《传播研究导论》中,菲斯克注意到了皮尔斯三元符号传播模式相对于其他符号分支的特点以及优越性;并且把皮尔斯符号学模式作为当代传播学的一个重要流派整合到传播学理论系统之中^[14]。鉴于菲斯克在当代传播学与大众文化研究领域的重要地位,菲斯克在整合传播符号学的过程中融入皮尔斯符号学思想,实际上是提高了皮尔斯符号学在当代传播学研究的能见度与重要性。

而丹麦学者延森(Klaus Bruhn Jensen)于1995年所撰的专著《大众传播的社会符号学研究》^[15]中,则更是在菲斯克的基础上,进一步从理论实践的角度,为皮尔斯符号学模式在大众

传播学的研究提供研究范式。他在此书中提出,相对于索绪尔符号学的第一代模式,皮尔斯模式则属于大众传播学的第二代符号学范式。与第一代模式相比,皮尔斯在符号中对于传播社群、传播方法的探讨,则更加切合于当代大众传播的具体领域。

美国皮尔斯研究者李斯卡(James Jakób Liszka)于1996年在其专著《皮尔斯符号学导论》(A General Introduction to the Semiotics of Charles Sanders Peirce)中,在系统梳理皮尔斯符号学体系之基础上,首次在其手稿中深度发掘并重建了皮尔斯有关传播诸问题的原创性论述^①。这为21世纪其他学者系统开掘皮尔斯传播符号学资源,起到了重要的指导意义。由此可见,从20世纪晚期起,皮尔斯符号学模式已经开始在传播学领域逐渐复兴,相关学者已经开始从理论层面梳理并探究皮尔斯模式的重要性。

进入21世纪,皮尔斯符号学模式在传播学中正在发挥着越来越重要的作用。有关皮尔斯传播学思想的系统专著也相继出现。比如,芬兰符号学者皮塔里宁(Ahti-Veikko Pietarinen)与博格曼(Mats Bergeman)分别于2005年和2009年先后出版了系统探究皮尔斯传播学思想的专著,即《逻辑符号:皮尔斯语言、博弈论与传播哲学》^②与《皮尔斯传播哲学:符号学的修辞基础》^③。这两本专著可以视为研究皮尔斯传播符号学理论的里程碑。

除了对皮尔斯符号学中的传播学思想进行开拓以外,21世纪的皮尔斯传播符号学模式兴盛的另一个佐证就是,他的理论被广泛应用到传播学研究的各个具体领域。例如,延森在其专著《媒介融合:网络传播、大众传播与人际传播的三重维度》^[16]中更是基于皮尔斯的符号学体系全新建构起了有关“媒介融合”研究的理论模式,充分验证了皮尔斯的传播哲学思想在当代,特别是新媒体时代的理论解释力与可延伸力。

而艾赫拉特(P. Johannes Ehrat)的专著《电影与符号学:皮尔斯与电影美学、叙述与再现》

① 详见该书第四章即“普遍修辞学”(Universal Rhetoric), James Jakób Liszka. *A General Introduction to the Semiotics of Charles Sanders Peirce*, Bloomington: Indiana University Press, 1996.

② Ahti Veikko Pietarinen, *Signs of Logic: Peircean Themes on the Philosophy of Languages, Games and Communication*, Netherlands: Springer, 2006.

③ Mats Bergeman. *Peirce's Philosophy of Communication: The Rhetorical Underpinnings of the Theory of Signs*. Bloomsbury Academic, 2009.

(*Cinema and Semiotic: Peirce and Film Aesthetics*, 2013), 则应用皮尔斯的符号学理论去探究电影符号文本中的意义建构过程, 尝试用皮尔斯符号学去解决“电影符号学使得电影的意义‘无意义’”^[16]等问题。再例如, 贾皮(Tony Jappy)的专著《皮尔斯视觉符号学导论》试图通过皮尔斯符号学理论去“论证图像、视频等影像文本建构当代视觉文化的路径以及作用”^[17], 从而建构一套全新的、皮尔斯式的视觉符号学体系。

近年来, 国内传播学研究者对皮尔斯符号学模式方面的研究更是拓展到了大众传播学领域的方方面面, 充分显示了皮尔斯模式在传播学研究中的前景与活力。国内相关学者围绕新媒体社会中的图像、广告、游戏、新闻传媒、社会等重要领域, 结合符号学前沿理论对此展开了充分讨论, 如胡易容的《图像符号学》^[18]、饶广祥的《广告符号学》^[19]、宗争的《游戏学: 符号学与叙述学研究》^[20]、李玮的《新闻符号学》^[21], 等等。

综上所述, 皮尔斯的符号学与传播学之间的渊源, 实际上与传播者对传播现象及其传播在社会中的作用这两个根本问题的认知离不开。在不同的阶段, 学者们对这两个概念的不同理解, 所导致的研究方向与路线的差异, 决定了皮尔斯符号学理论在学科中的影响力和重要性程度。他的符号学思想中的诸多重要观点直接影响着美国传播学研究的开端, 他因此被视为当代传播学研究的先驱。从20世纪30年代起, 经验学派在传播学中迅速崛起并成为主流范式, 以及索绪尔符号学范式在整个个人文学科的重要影响, 皮尔斯模式在这一时期对传播学的影响力减弱。但从20世纪90年底开始直到21世纪, 传播技术革新所导致的传播学理论与范式的更新需求, 使许多学者又开始重访皮尔斯。皮尔斯符号学模式在21世纪的传播学中开始复兴并展现出强大的活力。

参考文献:

- [1] Peter Simonson. Varieties of Pragmatism and Communication: Visions and Revisions From Peirce to Peters, in *American Pragmatism and Communication Research* [M]. David K. Perry ed. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 2001: 1-27.
- [2] 汉诺·哈特. 传播学批判研究: 美国的传播、历史和理论 [M]. 何道宽, 译. 北京: 北京大学出版社, 2008: 28-29.
- [3] 赵毅衡. 回到皮尔斯 [J]. 符号与传媒, 2014(2).
- [4] E. M. 罗杰斯. 传播学史——一种传记式的方法 [M]. 殷晓蓉, 译. 上海: 上海译文出版社, 2014: 198.
- [5] 克劳德·布鲁恩·延森. 媒介融合: 网络传播、大众传播和人际传播的三重维度 [M]. 刘君, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2012: 35-36.
- [6] 阿瑟·伯格. 通俗文化、媒介和日常生活中的叙事 [M]. 姚媛, 译. 南京: 南京大学出版社, 2000: 33.
- [7] 麦格雷. 传播理论史——一种社会学的视角 [M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2009: 13.
- [8] 简·梵·迪克. 网络社会——新媒体的社会层面 [M]. 蔡静, 译. 北京: 清华大学出版社, 2014: 7-8.
- [9] 赵毅衡. 符号学 [M]. 南京: 南京大学出版社, 2012: 1.
- [10] 苏珊·佩特丽莉. 符号疆界: 从总体符号学到伦理符号学 [M]. 周劲松, 译. 成都: 四川大学出版社, 2014: 17.
- [11] 哈贝马斯. 皮尔士与交往 [J]. 张云龙, 译. 西部学刊, 2013(3).
- [12] Charles S., Peirce. *The Essential Peirce: Selected Philosophical Writings* [M]. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1992: 53-54.
- [13] Torkild Thellefsen. *Charles Sanders Peirce in his Own Words: 100 Years of Semiotics, Communications and Cognition* [M]. Berlin: Walter De Gruyter Inc, 2014.
- [14] John Fiske. *Introduction to Communication Studies (2nd Edition)* [M]. London & New York: Routledge, 1990.
- [15] K.B. Jensen. *The Social Semiotics of Mass Communication* [M]. London: Sage, 1995.
- [16] P. Johannes Ehrat. *Cinema and Semiotic: Peirce and Film Aesthetics, Narration, and Representation* [M]. Tronto: University of Tronto Press, 2005: 2-6.
- [17] Tony Jappy. *Introduction to Peircean Visual Semiotics* [M]. Bloomsbury: Bloomsbury Academic, 2013: 1.
- [18] 胡易容. 图像符号学 [M]. 成都: 四川大学出版社, 2014.
- [19] 饶广祥. 广告符号学 [M]. 成都: 四川大学出版社, 2014.
- [20] 宗争. 游戏学: 符号学与叙述学研究 [M]. 成都: 四川大学出版社, 2014.
- [21] 李玮. 新闻符号学 [M]. 成都: 四川大学出版社, 2014.

责任编辑: 刘海宁