

批判学派在中国：以传播符号学为例

李彬

(清华大学 新闻与传播学院, 北京 100084)

【摘要】 本文回顾了2000年前批判学派在以美国式经验主义传统为主体的我国传播研究中的崛起与发展, 并对2000年后批判学派尤其是传播符号学研究在我国的学术成果进行了论列和归纳。在对这些成果进行分析的基础上, 作者认为传播符号学的研究在我国新闻传播学领域基本形成两种取向: 本体论取向与方法论取向。作者提出, 传播符号学总体上属于传播研究的基础理论与研究方法; 它具有社会学所谓中观理论的特征, 从而有别于经验传播学的微观考究和批判传播学的宏观叙事。最后, 作者就未来一段时间内的传播符号学研究课题提出了建议。

【关键词】 批判学派; 传播符号学; 中观理论

【中图分类号】 G206 **【文献标识码】** A

进入新世纪以来, 我国传播学研究继续保持攀升之势, 呈现一派有类费孝通概括中华文明的“多元一体”格局, 即各路研究纷纷推进, 而又一统于“传播研究”。其中, 不同于美国经验学派的学术传统, 尤其得到各方的关注, 成为孕育新思想、新理论、新方法的一方沃土。本文即以传播符号学以及相关的话语、文本、叙事诸路研究为例, 对这一态势略做论列, 回溯其源流, 分析其现状, 瞻望其走向, 以期为学界提供一点参考。

2000以前的回顾

众所周知, 我国的传播研究肇始于美国的经验主义传统, 特别是威尔伯·施拉姆所推崇的“四大先驱”, 在1980年代仿佛成为传播学的标志。所谓经验主义传统, 乃指以功能应用为导向、以实证科学为方法、以琐细问题为对象的“传播学”。此路研究虽有其科学性与必要性, 但也越来越受到传播学界的反思与质疑。华裔学者李金铨教授, 在近著中也指出: “美国的民主制度稳定, 日起日落, 天底下冒不出新鲜事, 学者们关注的无非是体制内的一些技术问题, 也就是如何完善美国的生活方式, 难怪选举(美式民主)和消费(资本主义)的研究铺天盖地, 有的见微知著, 但不少是微枝末节、琐碎无聊的, 鲜有成一家之言的学派者。”(李金铨, 2004: p. 2) 这路研究在1980年代之所以大行于市, 缘由似不难理解, 概括起来无非两点, 一是客观上美国传统在当代学术领域异常强势的地位和影响, 使诸多学科不可能不受其冲击; 二是主观上当时的学界面对突如其来的各路“新学”, 眼花缭乱之际, 一时不免“高山仰之”, 甚至“顶礼膜拜”。而这一切的背后, 自然又同当时“全盘西化”的社会文化心理不无关系。受制于这种学术传统, 具有浓重“玄虚”色彩的传播符号学, 自然难有什么地位和发展。^[1]

【作者简介】 李彬(1959—), 男, 新疆乌鲁木齐人, 清华大学新闻与传播学院教授, 博士。
【致谢】 本文有关资料得到博士生曹书乐的帮助, 谨致谢忱!

1990年代以来，随着整个学术风向的陡然逆转，美国经验实证流派的专美局面也就随风飘去，而以欧洲为代表的批判性学术传统迅速崛起，影响日炽。特别是市场经济大潮涌起以后，各种具有历史意识、思想底蕴、传统积淀、人文关怀的学术思潮，包括批判性传播研究更趋兴盛。其中原因也可归为两点。一是大众媒介在市场条件下迅猛扩张，急速发展，社会功能日益彰显，从而带来一系列勾联繁复的新课题，而这些又是逼仄的经验实证研究所无法应对的。另一方面，学人的独立意识和本土关怀开始觉醒，日甚一日，“与国际（实为美国）接轨”、“唯美国马首是瞻”的热望逐渐冷却。于是，在这一大的背景下，批判性学术传统异军突起，并且大有取经验实证传统而蔚为主流之势。所谓批判性学术传统，非谓隔岸观火、挑眼拨刺、横挑鼻子竖挑眼、站着说话不腰疼等，它是以超越性的反思态度、总体性的研究方法与联系性的问题意识为基本特征，以图揭示新闻传播的多方面蕴涵，从而不仅为新闻传播提供深广的理论视野和思想关照，而且尤为重要的是赋予其高远的精神意义和文化价值。其中，又包括一系列不尽相同的思路与进路，如西方马克思主义、媒介政治经济学、文化研究、媒介帝国主义、女性主义与媒介、后殖民主义媒介观、结构主义与符号学等。

这些新的研究潮流在中国的兴起，不妨以1994年《新闻与传播研究》的创刊、同年《现代传播——北京广播学院学报》的改版和1995年《国际新闻界》的改版为标志。因为，其时这方面陆续出现的研究成果，均以这些学术期刊为主阵地。1997年，吴文虎教授《广告的符号世界》（广州出版社）的出版，成为我国新闻传播学界第一部传播符号学的专著。1998年，留法博士陈卫星在《国外社会科学》第1期与第2期上，连载发表《西方当代传播学学术思想的回顾和展望》^[2]，进而将传播学分为三个基础学术流派：“注重工具理性的控制论模式，以社会经验为内容的经验-功能主义流派和阐释传播符号的结构主义和符号学方法论。”^[3]此后，由于传播学被正式列入国家学科目录，成为二级学科，这方面的研究愈发活跃。因为，作为一门学科，传播学一旦摆脱“妾身未分明”的尴尬和功能实用的羁绊，就不得不考虑安身立命的理论根基，而包括传播符号学的一系列批判性学术传统，则具有张力巨大的学术空间，可以生成异常丰富的学术资源，从而为新闻传播学提供坚实而厚重的学科基础。所以，到新旧世纪之交，批判性传播研究已在新闻传播学以及相关学科，获得比较广泛的推展。1999年，国家社科基金新闻学与传播学学科片为此专门立项，开展“传播学批判学派研究”。

2000以来的发展

2000年以来，批判性传播研究取得不少成果，引起新闻传播学以及相关学科日益浓厚的兴趣。其间，传播符号学无论作为理论还是作为方法，同样得到越来越多的关注。作为理论，传播符号学包罗广泛，涉及诸多学科及学说。举其要者，至少有以索绪尔为代表的语言学、以皮尔士为代表的逻辑学、以雅格布森为代表的诗学、以皮亚杰为代表的心理学、以卡西尔为代表的哲学、以列维-斯特劳斯为代表的人类学、以罗兰·巴特为代表的符号学、以麦茨为代表的电影学、以艾柯为代表的文学、以海登·怀特为代表的历史学、以让-鲍德里亚为代表的后现代主义传播学等。同样，作为方法的传播符号学也日见兴旺，成为解剖传播的一大工具或“利器”，尤其得到青年学子的青睐——只需翻翻近年来硕士博士论文的提要及目录即知大概。

如同批判性的传播研究具有广狭两个层面^[4]，传播符号学研究也可如是看待。本文所谈的传播符号学属于狭义层面，即主要为新闻传播学所关注、由新闻传播学所推展、被新闻传播学所吸纳的研究内容。就此而言，新世纪以来已经取得一些值得称道的成果，其中大致包括译著、专著及论文三个部分。

译著方面可举美国丹尼尔·戴扬等《媒介事件：历史的现场直播》（北京广播学院出版社2000），麻争旗译；英国约翰·费斯克《理解大众文化》（中央编译出版社2001），王晓珏等

译；英国诺曼·费尔克拉夫《话语与社会变迁》（华夏出版社2003），殷晓蓉译；荷兰托伊恩·A·梵·迪克《作为话语的新闻》（华夏出版社2003），曾庆香译；英国泰玛·利贝斯《意义的输出：〈达拉斯〉的跨文化解读》（华夏出版社2003），刘自雄译；英国斯图尔特·霍尔《表征：文化表象与意指实践》（商务印书馆2004），许亮等译；法国弗朗索瓦·多斯《从结构到解构：法国20世纪思想主潮》（中央编译出版社2004），季广茂译；英国约翰·费斯克等《关键概念：文化与传播研究辞典》（新华出版社2004），李彬译……此外，中国社会科学出版社译丛“知识分子图书馆”（王逢振主编）、商务印书馆译丛“文化与传播”（周宪等主编）等，也包括一些相关的重要著述，兹不一一列举。

专著中较有代表性的是：路扬、王毅的《大众文化与传媒》（上海三联书店2000）；王君超的博士论文《媒介批评——起源·标准·方法》（北京广播学院出版社2000）；杨新敏的博士论文《电视剧叙事研究》（文化艺术出版社2003）；李彬的《符号透视：传播内容的本体诠释》（复旦出版社2003）；陈卫星的《传播的观念》（人民出版社2004）……

发表的主要论文有，潘忠党《历史叙事及其建构中的秩序——以我国传媒报道香港回归为例》，载《文化研究》第1辑，天津社会科学院出版社，2000；李彬《传播与符号：罗兰·巴尔特思想述略》，载《国际新闻界》2000年第3期；陈阳《符号学方法在大众传播中的应用》，载《国际新闻界》2000年第4期；李彬《传播符号的分类及功能》，载《中国青年政治学院学报》2000年第2期（《高等学校文科学报文摘》2000年第3期转载）；李彬《语言·符号·交流——谈布拉格学派的传播思想》，载《新闻与传播研究》2000年第2期；李彬《符号与世界：萨丕尔-沃尔夫假说初探》，载《新闻大学》2000年第2期；李彬《巴赫金的话语理论及其对批判学派的贡献》，载《国际新闻界》2001年第6期；赵斌《社会分析和符号解读：如何看待晚期资本主义社会中的流行文化》，载《视界》第3辑，河北人民出版社，2001；黄顺铭《一个诠释典范：霍尔模式》，载《新闻大学》2002年冬季号；丁和根《论大众传播研究的符号学方法》，载《新闻大学》2002年冬季号和《新闻与传播研究》2002年第3期；李彬《鲍德里亚的“符号革命”及其传播学蕴涵》，载《中国传媒报告》2003年第1期（《中国社会科学文摘》2003年第3期转载）；仰海峰《鲍德里亚与媒介理论》，载《视界》第11辑，河北人民出版社，2003；吴晓东《〈长河〉中的传媒符码——沈从文的国家想像和现代想像》，载《视界》第12辑（河北人民出版社2003）；潘知常、袁力力《文化研究：传媒作为文本世界》，载《现代传播》2003年第1期；范红《新闻话语的编码和霸权的形成》，载《现代传播》2004年第2期；石长顺等《叙事理论与电视》，载《现代传播》2004年第2期；范红《审视媒介语言的社会文化内涵》，收录于《媒介二十五讲》（清华大学出版社2004）……

另外，还有一些未刊的硕士学位论文与博士学位论文，也不同程度涉及传播符号学的内容，其中值得特别一提的有中国人民大学新闻学院陈阳的硕士学位论文《我国女性期刊中的女性神话》（2001）、中国社会科学院研究生院新闻系曾庆香的博士学位论文《试论新闻话语》（2003）等。^[5]两位年轻学子的共同特点，都是将传播符号学的理论与方法，同中国的新闻传播实践有机结合，提出一些颇有新意的创见。

研究现状评述

从现有的研究成果及态势看，传播符号学的研究在我国新闻传播学领域，基本形成两种取向，可以概括为本体论取向与方法论取向。前者探究传播符号自身的基本问题，包括传播符号的本质及其分类（如能指与所指、空间符号与时间符号等）、符号与意义解读（如广告与电视方面的有关研究）、文本与阐释、文本的内在构成、叙事的脉络与逻辑关系、话语与意识形态以及符号在各种传播实践中的呈现与运用（如流行文化与消费主义）等。方法论取向的传播符号学，则

通过文本分析、内容分析、矩阵分析、神话分析等符号学方法，对各种传播现象进行解析。

首先，如前所述，传播符号学包罗广泛，涉及渊深，所以本体论即基础理论研究，难免成果稀少，进展迟缓。然而，这一取向所追求的，往往不是体大思深的系统化建构，就是精雕细刻的专题化论述。前者以国家社会科学基金“九五”规划重点项目“大众传播学”的有关子课题及其成果，即《符号透视：传播内容的本体诠释》较为突出；后者以中国传媒大学陈卫星教授新著《传播的观念》最称厚重。另外，路扬、王毅的《大众文化与传媒》虽然篇幅不大，但以凝练的思想和通透的文字，阐发了批判性传播研究的主要理论，包括传播符号学的有关思想。

与此同时，译著中斯图尔特·霍尔所编的《表征：文化表象与意指实践》（*Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*），既可当文化研究的入门读物，又可做传播符号学的基础教材，内容广博，条分缕析。编者斯图尔特·霍尔（Stuart Hall），是英国“文化研究”学派的重镇。另外，约翰·费斯克等所编《关键概念：文化与传播研究辞典》（*Key Concepts in Communication and Cultural Studies*），也以相当的篇幅给予传播符号学以全面而翔实的论列，280余个辞条多与结构主义与符号学有关。编者之一约翰·费斯克（John Fiske），亦为英国文化学派的宿将，向以《解读电视》（*Reading Television*）、《理解大众文化》（*Understanding Popular Culture*）等著述知名。

其次，将符号学作为方法论，用以解剖传播文本、透视传播活动、分析传播意味，也成为一种趋势。目前，这一取向的研究最为活跃，生机盎然，既丰富了传播符号学的学术积淀，又开拓了传播符号学的应用前景。比如，丹尼尔·戴扬和伊莱休·卡茨《媒介事件：历史的现场直播》，通过语言学的三个分支——语法学（涉及人们对媒介的关系）、语义学（涉及人们对媒介的解读）和语用学（涉及人们对媒介的反应），对电视直播的“媒介事件”展开专门研究，提炼了“征服”（conquest）、“加冕”（coronation）和“竞赛”（contest）三种电视直播的类型，别开生面，饶有意味，成为传播研究的一个典范。再如，前举陈阳的学位论文《我国女性期刊中的女性神话》，借助传播符号学的视角与方法，对当代中国四种具有代表性的女性期刊进行剖析，揭示了它们各自的深层蕴涵与诉求，思路独特，见解犀利，不失为一种新的学术探求。同样，曾庆香的博士学位论文《试论新闻话语》，不仅系统论述了新闻话语的基本构成与内在逻辑，而且阐释了中国新闻报道中一些历史、文化与传统的深层蕴意，特别是借用荣格的原型理论，透视了其中源远流长的诸多意象——从大禹治水、女娲补天到“抗洪报道”等，对深入理解“中国特色”的新闻传播颇有启发与裨益。

另外，某些其他学科的传播符号学研究，也不乏新意迭见的成果。比如，北京大学中文系吴晓东博士通过沈从文的长篇小说《长河》，探讨了现代媒介及其符码与民族国家认同感的建构问题。在《长河》的叙述中，频繁出现现代报刊史上的重要媒介，如《申报》、《大公报》、《中央日报》等。特别是《申报》，据作者统计一共出现了16次。他认为，“沈从文更是把《申报》笼统地看成是现代传媒的象征和标识，所以它更是一个符码。但正是作为大众传媒符码的《申报》在塑造湘西百姓的‘国家’意识，传播国家主义意识形态方面起着显而易见的作用”。（吴晓东，2003：p. 205）这种源于B·安德森“想象的共同体”或麦克卢汉“媒介即讯息”的研究，不仅为理解现代媒介与中国社会的关系，尤其为拓展中国新闻传播史的学科领域开辟了新奇思路，而且对符号的解读提供了独特视角和新鲜范本。

当然，传播符号学的研究在我国传播学领域一方面收获颇丰，另一方面还存在诸多缺口。而且，相信随着研究的不断深入，旧的缺口可能尚未补齐，新的缺口又被撞开。针对我国传播学的整体研究状况，中国人民大学新闻学院陈力丹教授曾经指出，总体上还停留在引进、介绍的层次，缺乏原创性，而且往往将国外某个模式或理论简单搬过来，而对其提出的背景和适用的范围了解不多，缺乏考察。[6]这种现象与问题，也在一定程度上存在于传播符号学的研究。不过，目前首先还需解决的是在已有研究基础上，进一步探讨和明确传播符号学的定位、内涵、研究走

向、学科意义以及同其他传播研究的关系等。

未来走势探析

约翰·费斯克在《传播符号学理论》^[7]中，将传播研究分为两大流派。一大流派其实就是美国的经验实证主义传统，它们往往将传播视为一种讯息的传递过程，因此关注的重点在于传者如何编码（encode）和受众如何译码（decode），以及如何使用媒介以达到确定目标等。总之，这个流派视传播为一种影响他人行为或心理状态的过程。因此，传播未达到预期效果，便属于“传播失败”，并且试图在传播过程的各个环节中，寻找失败的原因。另外一个学派，实即欧陆的符号解读及文化研究传统，它们将传播看做意义的生成与交换过程，关注的重点在于文本如何与人们发生互动，产生意义。因此，他们并不认为误解必然是传播失败的证据，因为误解可能来自传者和受者之间的文化差异及其对符号的不同解读。由此说来，传播研究自然成为文化和文本研究，研究方法就是符号学（semiotics）（意义及符号科学）。^[8]显然，费斯克对传播符号学寄予厚望。

与此相对，北京大学教授、留英博士赵斌，则对费斯克及其传播符号学颇有微词，不以为然。她在为费斯克《理解大众文化》中文版作序时，对此做出详细阐发。在她看来，传播符号学的研究与传播政治经济学的研究，基本上是背道而驰的（赵斌，2001：p. IV）：

比起严谨沉重、有时甚至出力不讨好的社会学分析，聪明机敏的符号学解读则显得轻松、惬意和诙谐，往往能带给阅读者文字上的惊喜和愉悦。卸掉了历史包袱和社会内涵，符号从此获得了独立和自由。它们被人为地分裂成能指和所指，两者可以在不经意之间任意组合并取得意想不到的效果。符号学家们成了语言魔术师，他们使用的道具就是没有历史深度的、自由自在的象征符号。盛产时装、香槟酒和小资产阶级的法国并非偶然地成了符号学的圣地，法国学者巴特和鲍德里亚先后成为世界级符号学大师。在有着深厚的经验主义和实用主义传统的英语世界，一些文化研究者们也赶了一回时髦，将法国人的符号游戏当真了。因此，社会文化现象统统被拿来当成符号解读了。这时，问题就严重了。

放弃了严肃的社会学分析，将被分裂为能指和所指的符号拿来摆积木游戏，结果肯定是社会现象的严重误读。

她的批评不无道理，有些思想也让人憬然而悟。符号学研究原本存在弗雷德里克·詹明信（Fredric Jameson）说的“太科学化”问题，或特里·伊格尔顿（Terry Eagleton）说的没有“历史感”问题。如若走火入魔、“玩物丧志”，将严肃的社会历史问题都归结为轻松有趣的文本分析，那么确实有可能导致传播研究也在“文化的脂肪上搔痒”（朱学勤），而远离严肃的社会实践。不过，面对后现代缤纷陆离的媒介景观以及消费主义的文化格局，传播符号学的解剖刀自有其透辟的锋刃，同样可以体现鲜明的批判色彩，如让-鲍德里亚的符号政治经济学批判（Critique of the Political Economy of the Sign）。^[9]尤为重要的是，“随着电子媒介的出现，现代社会变成了一个由符号引导的消费社会，符号自我增殖，构成了当下社会的深层运转机制”，“而对符码的批判，正是鲍德里亚符号政治经济学批判的核心主题”。（仰海峰，2003：p174，182）

关于传播符号学同其他传播研究如何有机结合的问题，南京大学新闻与传播学院的丁和根博士，在《论大众传播研究的符号学方法》一文中提出：“符号学方法在大众传播研究中的运用，将可能对大众传播研究的松散状态起学科整合作用；同时弥补我国目前传播学研究中过于技术化的偏向，为传播学增添人文学科的底蕴。由于符号学是一个十分繁复的复合的知识系统，从话语分析的角度切入大众传播研究，是目前可以选择的较好途径。”他进而将传播符号学的研究内容，归结为“三个维面的综合体”。一是语法学，主要研究符号与符号的组织关系，如大众传播

语言组织规律、文本和话语的结构、语言符号和非语言符号的搭配等。二是语义学，主要研究传播符号的意指作用、能指与所指关系的发生即意义的生成和传达等问题。三是语用学，主要研究传播符号与符号使用主体之间的关系，着重探讨媒介话语背后隐含的社会认知和意识形态因素。另外，在他看来，话语分析不同于一般意义的语言符号学，而是兼有狭义符号学与广义符号学的特征。因此，从话语分析的角度切入，将有利于将传播符号学的三个维面，整合到一个统一的学术目标之中，为综合借鉴符号学方法进行大众传播研究提供便捷途径。

综合传播符号学的各方情形，我们认为，这门学科总体上应该属于传播研究的基础理论与研究方法。具体说来，传播符号学不仅同美国的经验传播学和欧洲的批判传播学鼎足而立，而且同两大传统或基础流派互相渗透，彼此勾联，一方面具有浓重的学术色彩，另一方面又体现强烈的现实关怀。如果说经验传播学侧重于知识层面——实际的功用，批判传播学侧重于思想层面——深度的见识，那么符号传播学则侧重于理论层面——有机的体系。也就是说，传播符号学具有社会学所谓中观理论的特征，从而有别于经验传播学的微观考究和批判传播学的宏观叙事。就具体研究而论，未来一段时间传播符号学可以考虑如下课题：

- 传播符号学的理论体系
- 传播符号学的学科定位与研究方向
- 新闻话语的内在结构
- 新闻话语的叙事分析
- 新闻作品的语篇研究
- 影视文本与流行文化
- 流行元素的符号解读
- 帝国传播的象征策略
- 广告的符号建构与意义表达
- 传播符号与青少年（包括大学生）时尚观
- 文化霸权的符号意味
- 符号、话语与意识形态
-

注释：

- [1] 1982年，施拉姆访华，曾带来一部由其弟子余也鲁译述的著作：《传媒、信息与人——传学概论》，书后所附的参考书目中，包括约30种符号学著作。1985年，在复旦大学新闻系召开的一次学术会上，居延安提交《中国大百科全书·新闻出版卷》词条“传播学”初稿，也已将传播学的方法论基础归结为控制论、信息论、系统论和象征互动论（即符号互动论）。这些应该是国内最早谈及符号学与传播学问题的论述，只是并未引起多少关注。参见http://bbs.mediachina.net/index_bbs_show.jsp?b_id=4&s_id=112147。
- [2] 《新华文摘》1998年第9期转载。
- [3] 与此同时，美国学者罗伯特·克里格（Robert Craig），区分了七种传播研究的传统：修辞学的（rhetorical）、符号学的（semiotic）、现象学的（phenomenological）、控制论的（cybernetic）、社会心理的（sociopsychological）、社会文化的（sociocultural）及批判的（critical）。其中，修辞学、符号学、现象学以及批判等传统，实际上都同传播符号学的论题直接相关。见Stephen W. Littlejohn “Theories of Human Communication”，北京，清华大学出版社，2004，P. 13。
- [4] 参见拙文《批判学派纵横谈》，载《国际新闻界》2001年第2期（《中国社会科学文摘》2001年第4期转载）。
- [5] 《试论新闻话语》已由中国广播电视出版社出版。另外，陈阳后赴香港中文大学新闻传播系，攻读博士学位，现为中国人民大学新闻学院讲师，曾庆香现为中国传媒大学电视与新闻传播学院副教授。
- [6] 陈力丹：《关于传播学研究的几点意见》，载《国际新闻界》2002年第2期。
- [7] 约翰·费斯克：《传播符号学理论》，张锦华译，台北，远流出版公司，1995。
- [8] 参见http://academic.mediachina.net/xs_jd_view.jsp?id=1585。
- [9] 参见仰海峰：《鲍德里亚与媒介理论》，载《视界》第11辑，河北人民出版社，2003。另见拙文《鲍德里亚的“符号革命”及其传播学蕴涵》，载《中国传媒报告》2003年第1期（《中国社会科学文摘》第3期转载）。

参考文献：

- [1] 李金铨. 超越西方霸权：传媒与“文化中国”的现代性[M]. 香港：牛津大学出版社（中国），2004.
- [2] 吴晓东. 〈长河〉中的传媒符码——沈从文的国家想像和现代想像[J]. 视界，2003（12）.
- [3] 赵斌. 社会分析和符号解读：如何看待晚期资本主义社会中的大众文化. 约翰·费斯克. 理解大众文化[M]. “中文版导言”. 北京：中央编译出版社，2001.
- [4] 仰海峰. 鲍德里亚与媒介理论[J]. 视界，2003（11）.