

---

# 理论与应用

---

## 符号媒介论\*

唐小林

**摘要：**媒介在大众传播学领域意义含混。在符号论中，媒介是符号的可感知部分，是符号的物质载体。符号即媒介，符号化即媒介化。一切艺术存在于符号媒介中，在这个意义上可以说：艺术即媒介。符号媒介论之所以重要，是因为它是文本研究的基础，更是人文学科基础之基础。

**关键词：**媒介，大众传播，符号学，媒介化

## On Signs and Their Medium

Tang Xiaolin

**Abstract:** The term “medium” is characterised by the ambiguity in mass communication studies. From the perspective of semiotics, the medium is the appreciable part of a sign, which is then regarded as the material vehicle of a sign. As such, the sign is the medium, while the signifying is the process of mediumisation. Hence, art can also be perceived as a medium. Delving into the relationship between signs and their medium is of great importance, because this forms not only

---

\* 本文为国家社科基金重大招标项目“当今中国文化现状与发展的符号学研究”（13&ZD123）阶段性成果。

the foundation of textual studies, but is also a vital base for the humanities.

**Keywords:** medium, mass communication, semiotics, mediumisation

**DOI:** 10.13760/b.cnki.sam.201502010

## 一、含混的媒介

从人文科学的角度讲,我们与世界打交道,就是在与媒介打交道。媒介无处不在,像空气、阳光和雨露,构成我们的生活环境和生存现实,我们须臾不能离开。我们带着媒介的镣铐,在这个世界上跳舞,并走完自己的一生。人类借助媒介成其所是,描画刻写自己的历史,拓开自己的未来。我在这里写这篇符号媒介论,即是在操作媒介,表达意义,亦如我表达意义运用其他媒介一样。但媒介往往又是透明的,我们浸泡其中,却未必知觉、未必自知,除非我们反思地把握它。犹如此刻,倘若不反思,我只是习以为常地写作。尽管我还在一种多媒介的处境中,主导性地运作一种媒介:古典音乐的悠扬舒缓,让我沉静下来;20世纪60年代以来的先锋画册翻开在我眼前,提醒我媒介问题并不简单;一大堆关于符号、媒介的书籍簇拥着我;QQ头像不停在电脑屏幕下方闪烁,手机微信时不时滴答几声,只是此刻我都无心搭理,因为我在运用文字媒介写作符号媒介论。

可以肯定的是,媒介比文字的产生要早,它甚至比人类的诞生还要早,类人猿运用媒介与世界打交道已被科学证实(毕东海,1979)。遍及世界五大洲,150多个国家和地区的岩画(Petroglyph),据说已有四万年的历史。可是,媒介涌现为一个问题,成为一门学科,被专门研究,却是人类进入大众传播时代的事情。20世纪以前,无论中西方,“媒介”都不具今日传播学的意义。在古汉语中,“媒介”作为一个词,最早指说合婚姻的人,《左传·桓公三年》有:“会于嬴,成昏于齐也。”晋杜预注:“公不由媒介,自与齐侯会而成昏,非礼也。”后逐渐演变为泛指使双方联系起来的行为,或使两方联系起来的人。唐韩愈《雨中寄刑部几道联句》:“念初相遭逢,幸免因媒介。”《旧唐书·张行成传》:“观古今用人,必因媒介,若行成者,朕自举之,无先容也。”宋王十朋《代曾尉上陈安抚》:“太山北斗,十年怀景仰之勤;白日青天,一旦快清明之睹。实自夤缘之幸,靡由媒介之先行。”有时也指使双方联系起来的事物。清邓显鹤《赠给谏温先生》:“十四字为媒介耳。”在西方,古拉丁文“medium”指的是某种中间的实体或状态。12世纪以后,则指从事某事的方式。“然而,直到1960年代,‘媒介’才成为一个术语,用于描述实

现跨时空社会交往的不同技术与机构。”（延森，2014，pp. 59-60）“媒介”的大众传播学意义才日益凸显出来。

“媒介”出现在大众传播时代这一特殊背景，左右了对于“媒介”的理解和阐释。它一开始就被纳入了大众传播学的视域，先天性地带上了这一学科的颜色和话语规则。也许是由于在大众传播学的鼻祖马歇尔·麦克卢汉那里，媒介无所不是、无所不在、无所不能，广义到无边无际，后来关于媒介的解释，边界模糊，歧义迭出。中国的传播学跟着西方走，接着西方说，情形也不出左右。

克劳斯·布鲁恩·延森（Klaus Bruhn Jensen）的媒介说，可谓媒介含混的代表。但这并不抹杀他站在实用主义立场对“媒介融合”所作出的特殊贡献。在我看来，延森用多个“三元”建筑起自己的媒介大厦。三角的稳定效应，使延森的“媒介融合”理论显得似乎十分牢固。第一个三元，延森回答了媒介是什么：“媒介是信息的载体——它们以文本、图像和声音的方式表达关于现实的表征和洞见。媒介是传播的渠道——它们不仅让传播者接触信息，而且能够彼此交流。同时，媒介还是行为的方式——无论是在开始或是结束阶段，传播都具有施为性。”（2014，p. 43）在这里，媒介是信息、传播和行为三者合一。“媒介同时是物质的载体、表达的话语或情态形式（modal forms）以及全社会对于交互活动的形成与限制加以规范的制度”（2014，p. 43），这样，物质、形式和制度的统一又构成延森媒介的第二个三元。这个三元，让延森的媒介变得可控制：用户可以随心所欲地在私人空间和公共空间、物质世界和虚拟世界之间来去自如；小说、广播剧、音乐电视、虚拟世界等都欢迎我们以基于历史与文化的特定方式对其展开诠释；书写、印刷和电子媒介分别延伸了文化在空间的发展，并使帝国和民族—国家得以延续，催生媒介史的多次转型。（延森，2014，pp. 61-62）

媒介史的三次转型，启发了延森的另一个媒介三元，即媒介的三个维度。“人的身体，它是面对面的交流活动得以实现的物质平台；大众传播的技术性生产手段，它以模拟信号传输为特征；数字技术，它催生了一对一、一对多以及多对多的网络化交流。”（2014，p. 62）媒介并非是替代性的，还在麦克卢汉那里，新媒介的诞生并不意味着旧媒介的消亡。新旧媒介的并存关系，使延森的网络传播、大众传播和人际传播三重维度融合理论成为可能。延森媒介理论远不止这三个三元，比如在谈到媒介意涵的时候，他又将此分为“话语、体裁与形式”三元。“三”据说是世界上生发性很强的数字之一，在老子那里就有“三生万物”之说。当“三”元不断变化，组合成各种繁复的

关系时,情形更为复杂。这不能不使我们想起符号学的先驱,也是实用主义哲学家皮尔斯,他的基于三元建构的符号学理论,至今还释放出远未穷尽的阐释空间。

皮尔斯符号理论对延森的影响是显而易见的。不仅仅是实用主义的立场,可以说皮尔斯的三元符号理论构成延森媒介融合说的重要理论基石。有了这个基石,延森融汇另一位符号学奠基者索绪尔的“差异说”、解构主义思潮创始人德里达的“延异说”,提出媒介解释的三元差异说:话语性差异(discursive differences)、解释性差异(interpretive differences)和施为性差异(performative differences)。这三种差异分别奠基于皮尔斯的“直接解释项”(immediate interpretant)、“动态解释项”(dynamic interpretant)和“最终解释项”(final interpretant)。(延森,2014,pp.49-50)

这样说下去,我已经意识到一种“符号帝国主义”的危险:要搞懂当代传播学,非要符号学这个理论武器不可。必须申明,这绝非我的初衷,我是被话语牵扯到这里的。本来还要举斯图亚特·霍尔“编码—解码”的传播模式与索绪尔、巴尔特符号学的关系,就此打住。但后面还是难免要说到麦克卢汉与新批评开宗立派的人物、符号学家瑞恰慈及其弟子燕卜苏的亲缘关系,不过,我尽可能用最少的文字,以示轻描淡写。

我的初衷其实是想说,当媒介被纳入大众传播学的时候,思想史上重要的传播思想,除了皮尔斯的实用主义以外,包括亚里士多德关于潜在(potential)与现实(actualization)两个概念之间关系的论述,康德与若干哥白尼式的转向,以及后期维特根斯坦的语言游戏说(language game)等,都在理查德·罗蒂的“重新语境化”(recontextualization)方法的指引下,在延森那里实现了“双重诠释”,为其建立媒介融合说,达成了“古为今用”的目的。换句话说,延森通过如此这般的话语转换,为自己建立在三元基础上的媒介说,找到了思想史的依据。

问题是,延森的媒介三元说,实际上已经让媒介的含义变得十分含混,尽管他的论述条分缕析,思想史的支撑也相当有力。当媒介既是“载体”,又是“渠道”,还是“行为”;既是“物质”,又是“形式”,还是“制度”;既是“话语”,又是“体裁”,还是“形式”时,再加上思想史上各种传播论的重新媒介化诠释,那么,还有什么不是“媒介”?

媒介含混不是个别现象,已是大众传播学界之共相。同样带有“三元”色彩的费斯克,就把媒介分为三类:展示性媒介(presentational media)、再现性媒介(representational media)和机械性媒介(mechanical media)。展示

性媒介，以声音、面容、身体作为媒介，使用口语、表情、手势等“自然语言”来传播，“它们要求传播者在场，因为他或她就是媒介”。展示性媒介受限于当地和当下产生传播的活动。再现性媒介，指书籍、绘画、摄影、著作、建筑、室内装潢、园艺等。费斯克指出：“有大量的媒介使用文化和美学惯例来创造‘文本’。它们是再现性的、创造性的。它们制造的文本可以复制上一类媒介并独立于传播者。它们产生传播的作品。”机械性媒介，指的是电话、广播、电视、电报这类媒介。这三种媒介看似“彼此渗透”，实际上在费斯克那里是区分出层级的，后一类媒介都是“可以复制上一类媒介并独立于传播者”的。费斯克认为，“从本质上说，媒介是将讯息转化成可以通过渠道传递的信号的技术或物理手段”（2008，p. 15）。

费斯克的媒介论，是把“媒介”、“讯息”、“渠道”、“信号”、“技术或物理手段”等几个概念相互区别，分而论之的。他所持的是媒介“技术或物理手段”论。而其他的各个概念，都有认为是媒介的。“百度百科”的“媒介”词条颇具代表性。麦克卢汉有名言：“媒介即讯息。”戴维·桑德曼说：“严格地讲，媒介就是渠道”，“但是，这一术语常常用来指渠道和信源两者，有时甚至包括讯息”，“当我们说到‘大众媒介’的时候，我们往往不仅指大众传播的渠道，而且指这些渠道的内容，甚至还指那些为之工作的人们的行为”。媒介在这里显然成了“信息”、“讯息”、“渠道”、“行为”的杂烩。也有人认为：“媒介是指承载并传递信息的物理形式，包括物质实体和物理能。”还有人认为，媒介是“所有面向广大传播对象的信息传播形式，包括电影、电视、广播、报刊、通俗文学和音乐”。更多的人认为，媒介就是载体：是“传递大规模信息的载体，是通讯社、报纸、杂志、书籍、广播、电视、电影等的总称”；或者是“任何一种用来传播人类意识的载体或一组安排有序的载体”。还有学者作出种种综合的努力，围猎式地将种种要素纳入媒介范围，认为媒介是“介于传播者与受传者之间的用以负载、传递、延伸特定符号和信息的物质实体”<sup>①</sup>。所有这些从大众传播学出发的媒介定义，都是从不同的角度进入媒介的，各有其语境，皆秉持着学理，都值得尊重，更不能简单的对错二元作粗鲁的判断。但媒介一词意义含混，却是不争的事实。

符号媒介论，只是出于这样一种理论假想：如果不从传播学，而是从单纯的符号论出发，能否对媒介作出说明？这种说明除了对传播学，还能否对

<sup>①</sup> 请参“百度百科”之“媒介”词条。网络时代，大众传媒传播的公共知识，往往最能说明某些文化问题。为保持“原样”，内容未作大的变动。

其他人文学科有所启示？符号媒介论有无可能为其他媒介论提供某种元语言？这样的理论假想虽然有些狂妄，甚至有些愚蠢，却对我充满诱惑。如此能满足我好奇心的事情，试试何妨？

## 二、符号即媒介

当我把“媒介”纳入“符号”思考的时候，最先冒出的命题就是：符号即媒介。

对此，符号学家赵毅衡早有论述。在《符号学：原理与推演》中，他指出：“符号依托于一定的物质载体，载体的物质类别称为媒介（medium，又译为‘中介’），媒介是储存与传送符号的工具。”具体地说，媒介就是“符号的可感知部分，索绪尔称为能指，皮尔斯称为再现体，符号学讨论中也常被直接称为符号”。（2011，p.123）所以，在我看来，他实际说的是：符号即媒介。

众所周知，索绪尔的语言符号是“音响形象”与“概念”的两面一体。（2010，p.102）“音响形象”就是语言符号的媒介。扩展到文字，文字的书写形象，就是文字符号的媒介。皮尔斯的符号是“再现体”、“对象”与“解释项”的三位一体，可以简述为：“符号把某种事物代替为它所产生的或它所改造的那个观念，或者说，它是把某物从心灵之外传达到心灵之中的一个载体。符号所代替的那种东西被称为它的对象；它所传达的东西，是它的意义；它所引起的观念，是它的解释项。”（皮尔斯，2014，p.49）“再现体”，在这段话里被表述为“载体”和“符号”。

由于皮尔斯生前没有出版系统的符号学著作，其符号学思想散见于遗留下来的十万页手稿，各处的提法、含义又未必一致，虽经数代学人努力，要搞清楚皮尔斯的符号学术语仍非易事。比如，“再现体”究竟何指就很费思量。据本尼迪克特考证，1903年以前皮尔斯偶尔使用这一术语，1903年使用频率最高，之后逐渐下降。（2014，p.191）“再现体”与“符号”是何关系，也很难说清。皮尔斯就没有区分过“符号”和“再现体”这两个词，即便谈到过，我们也只能从话语中去推论：

我把（用于）再现的那种特定主体称为“符号”或者“再现体”。我采用两个不同的词语，即“符号”与“再现体”。所谓“符号”，我是指可以采用任何方式来传达有关一个对象之任何确定观念的事物。而正因为如此，我们才非常了解这种思想的传达物（conveyers）。现在，我从这个熟悉的观念入手，并尽我最大的努力去分析一个符号的本质究竟是

什么。我把“再现体”定义为适用于这种分析的任何事物。(2014, pp. 191-192)

在这里,适用于分析符号本质的“再现体”,可以理解为符号的任何再现之物,其再现的是一个对象及其观念。

在另一处皮尔斯又说:“再现体(representamen)是三元关系的一个主体。该三元关系的第二位被称其为对象,第三位被称其为解释项。这种三元关系是这样一种关系:再现体使它自身的解释项,在与相同对象的同一三元关系中,去代替某个解释项。”(2014, p. 32)这个实际处于第一个主体的“再现体”,其功能是代替,只不过是有一种解释项去代替另一种解释项。或者说它是另一个解释项的“替身”。在别的地方,皮尔斯又把这个第一主体称为“三元关系的第一相关物,第二相关物则被称为对象,那些可能的第三相关物则叫作解释项”(2014, p. 32)。“再现体”处于符号“第一主体”、“第一相关物”的位置,是值得我们特别注意的。

关于“再现体”,皮尔斯较为清楚的说法是:

符号或再现体是这样一种东西,对某个人来说,它在某个方面或用某种身份代替某个东西。它可以对某人说话,也就是说,它可以在那个人的心中创造一个相等的符号,甚至是一个更为发展的符号。它创造的这个符号,我把它称为第一个符号的解释项。这个符号代替某物,也即代替它的对象,但它并不代替其对象的所有方面,而是与某种观念相关的方面,我通常称其为再现体的基础(gound)。(2014, p. 32)

通观皮尔斯的这些说法,我们可大致推演出“再现体”的基本特征。首先,再现体是用于再现对象及其观念的事物,具有实在性或物质性。其次,再现体只能再现对象及其观念的某些方面,具有选择性、片面化的特点。再次,再现体处于符号三元的第一主体、第一相关物的位置,具有优先性、直接性、直观性。第四,再现体本身就是一个解释项,它通向的是另一个解释项,既然是“一个”解释项,因而具有某种外延性质,呈现为事物或观念的具体性和个别性。最后,再现体引起的是另一个再现体,亦即另一个解释项,根据皮尔斯的表述,“解释项只不过是另一种再现,真相的火炬传递到后一种再现之中,而这种再现同样也具有解释项”,以此类推,再现体引出的是“一个无限系列”(2014, p. 49),这样,再现体又具有了无限衍义的潜在性。概括起来,符号的再现体就具有了优先性、物质性、片面化、直观性、具体性和无限衍义的可能性等特征。

我认为，皮尔斯符号的“再现体”，不仅就是符号媒介，而且其所具有的那些特征就是符号媒介的特征。在皮尔斯那里，之所以符号与再现体难区分，是因为在某种意义上符号就是再现体，再现体就是符号。我们做一下维特根斯坦式的减法（subtraction）。如果将一个符号的再现体减去，就像将索绪尔语言符号的能指减去，一个符号还剩下什么呢？什么也不剩下，什么都没有。因此，也是在这个意义上，我说：符号即媒介。写到这里，我想起赵毅衡在谈到皮尔斯符号三分构造论对索绪尔符号二元论的突破时的一段精彩文字：“符号不再闭锁在能指/所指的构造中。由此各种符号可以有不同的构造：有的符号必须要有对象（例如指示符号），有的符号可以跳过对象（例如艺术符号），有的符号可以创造对象（而不是如索绪尔说的替代已存在的对象，例如设计符号）。”（皮尔斯，2014，p. 7）但不管符号怎样构造，怎样跳，都跳不出“能指”，跳不出“再现体”，否则，就不成其为符号。没有离开媒介的符号，也没有离开符号的媒介。即使是空符号，“能指”或“再现体”也相对存在：音乐行进中的休止符，是以前后进行的乐段作为它的物质载体——符号媒介的。

可以说，赵毅衡的媒介论集众家之长。前面已经提到，他认为媒介就是符号的“可感知部分”。这与他的符号观是一致的：符号就“是被认为携带着意义而接收的感知”（2011，p. 27）。索绪尔符号的能指、皮尔斯符号的再现体、叶尔慕斯列夫符号系统的表达形式，都是对符号的可感知部分的不同表述，都是媒介的别称。于是得出结论：符号“载体的物质类别”就是媒介，它是“储存与传送符号的工具。”

鉴于传播学领域媒介的含混，赵毅衡还仔细区分了媒介与渠道、媒体、体裁等概念。渠道（channel）是媒介被感知的方式，是符号到达接收者感官的途径，与人类的眼、耳、鼻、舌、身等感官系统及其视觉、听觉、味觉、触觉、嗅觉等感觉系统有关。艺术上的“通感”现象，即是“跨越渠道的符号表意”方式（2011，p. 132）。媒体是“指专司传达的文化体制”和机构（2011，p. 123）。体裁（genre）则是“符号文体的文化类别”，是文本分类的程式（2011，p. 124）。“出位之思”不过是“对另一种体裁的仰慕，是在一种体裁内模仿另一种体裁效果的努力，是一种风格的追求”（2011，p. 135）。总结起来，“渠道是作用于感官的物质介质；媒介是符号传送的技术性构造；媒介可以社会体制化为媒体；而符号文本的样式分类为体裁。”（2011，p. 125）他以画报上的照片为例：一张照片是符号文本，照片本身即物质存在是符号载体，摄影是其体裁，照相术是媒介，照片传达用的是视觉渠道，印照片的



画报是一种传媒。

赵毅衡关于“媒介”的解释及其举例，明晰简洁、深入浅出，但是不是也给我们留下了进一步思考的余地？前文说符号“载体的物质类别称为媒介”，后文总结说“媒介是符号传送的技术性构造”，举例又说“照相术”是照片的“媒介”，这三种有关媒介的表述如何作统一性的理解？“技术性构造”的理解相对容易：符号载体的物质形态，可以是技术性构造的结果，这在艺术中几乎是必然。但在其他符号体系中会不会出现例外？比如自然物作为符号：雷电，本来是自然现象，被我们解释为符号，它作为媒介没有问题，但不能说它有何“技术性构造”，除非我们对它作艺术处理，比如搬上舞台。“物质类别”和“技术性构造”之间如何通约？“照相术”是媒介，而不是照片本身的那个物质载体是媒介，与符号“载体的物质类别称为媒介”似乎不尽一致。而“媒介是符号传送的技术性构造”，把媒介直接放进了“符号传送”的环节，而忽略了“媒介是储存与传送符号的工具”。显然，他再一次把媒介问题放回传播学中去考察，而对符号媒介的其他方面存而不论，留给后学生们去努力。

从符号论出发，我宁愿认为符号的物质载体，即符号的可感知部分是媒介。“感知”是考察媒介的关键概念之一。其实麦克卢汉正是通过“感知”把媒介问题卷入大众传播学的风暴，并拓展出大众传播学这一学科新天地的。这或许与乃师瑞恰慈、燕卜苏都是形式论出身，都是符号学家的身份有关。（杨富波，2012）他首先是以“新批评代言人”而非“媒介分析家”而闻名加拿大的。（莫利纳罗，2005，p.164）把大众传播学的渊源追溯到形式论、符号学是不得已而为之，历史不能任意拐弯，重新选择。有论者早已指出，麦克卢汉媒介理论的核心是“感知革命”，正是这个核心“帮助我们理解人与媒介技术的关系，理解人通过媒介技术与世界的关系，理解人通过媒介技术与历史的关系”（殷晓蓉，2003）。“感知”与麦克卢汉的媒介三论——媒介讯息论、媒介人体延伸论、媒介冷热论，“部落化时代—非部落化时代—重新部落化时代”的历史三段说，“口语文化—文字文化—电子文化”的三种文化模式说，以及与之对应的三种感觉空间，即“声觉空间—视觉空间—声觉空间”之间（杨富波，2007，p.43），都有着极其深刻的关联，即便是说麦克卢汉的传播理论无非是奠基于“感知”之上的，也并无大错。

麦克卢汉坚持认为，媒介“技术的影响不是发生在意见和观念的层面上，而是要坚定不移、不可抗拒地改变人的感觉比率和感知模式”（2000，p.46）。为此，麦克卢汉是通过观察、分析新的媒介技术对“感知平衡”的冲击，对

“感知比率”的改变，对新的“感知模式”的形成所施加的影响，来建构自己的媒介理论大厦的。这个过程被他描述为：

受到新技术第一次冲击时人们的反应都是最强烈的——无论这新技术是字母还是收音机。因为眼睛或耳朵的技术扩张立刻形成新的感官比率，新的感官比率又推出一个令人惊奇的新世界，新世界有激发各种感官强烈的新型“闭合”或相互作用的新格局。但是，等到整个社区都把新型的感知习惯吸收进工作和交往的各个领域之后，初期的震撼也就冰消雪融了。不过，真正的革命是在这个稍后的阶段。这是一个漫长的“调整”阶段，一切个人生活和社会生活都要去适应新技术建立的新型感知模式。(2000, p. 179)

也就是说，是新的媒介技术带来的新问题和新环境“给我们的感知生活重新编程”(莫利纳罗，2005, p. 415)，才使我们迎来了人类的新时代。所以麦克卢汉讲，他的计划是“弄清全社会所有人的感知类型和偏好”，“发现感知偏好的分层结构”。(2005, p. 367)

当然，不得不指出，麦克卢汉的“媒介”，是一切改变了人类生存状况，改变了人们的感知，进而改变世界，迫使人类进入发展新时代的技术、工具、手段、环境等的总称，“媒介在麦克卢汉那里具有了一种本体论的意味”(王岳川，2004, pp. 6-7)，它已经超出了符号媒介的范围。而他的“感知”，也不是赵毅衡符号概念里的那个携带意义的物质载体，而是人的各种感觉器官同外部世界接触而形成的关于世界的认识。但无论是作为符号媒介的“感知”，还是作为人的认识行为的“感知”，也无论从符号学角度，还是从大众传播学视域，“感知”都与“媒介”联系在一起，这不仅十分有趣，也令人深思，值得以后仔细辨析。尤其是，“感知”概念的引入，分别为符号媒介和大众传播媒介带来了怎样的文化后果，特别值得探索。

### 三、符号化即媒介化

当我把“媒介”纳入“符号”思考的时候，紧随“符号即媒介”而来的命题是：符号化即媒介化。

如果符号是被认为携带意义的感知的话，那么这个作为符号物质载体的感知，与作为认知过程的感知，应该有脱不了的干系。我认为，前一个感知，即作为符号载体的感知，是后一个感知，即作为认知过程的感知的媒介化。至于两个感知发生的时间顺序、感知方式是否就决定符号媒介化的方式，或

者相反；在一个文化社群里，习以为常的某种符号媒介，是否必然会影响人们对某物的感知方式，则是需要讨论的问题。比如在一个种族文化中“摇头”会被感知为“肯定”，在另一个种族中未必有这样的感知；中国传统文化把“龙”作为图腾符号来感知，另一文化传统却未必；凡高笔下向日葵的样子，是否就是凡高在生活中感知的样子；如此等等。这类问题，有些已经超出人文学科的范围，应该在科学实验后才能得出结论。我在这里要想说明的是：作为认知的感知必定与作为符号载体的感知相关。当然，我这里所说的感知，与克罗齐的观点一致，并非只是“对已有实在的认识”，并非只是“对作为实在的某物的把握”，而是“把我们的印象对象化，不管印象是什么”（克罗齐，2014，p. 3），甚至可能是某种凭空的想象。我这里真正要讨论的问题则是：符号化即是对意义的媒介化。

人是意识的动物，意识的本性是寻找意义，所以人又是意义的动物。人凭靠意义而存在。没有意义的人是行尸走肉，徒有人的虚名。那么，意义如何与人关联？也就是说，人何以为人？巴赫金的说法很有启发：“人带着他做人的特性，总是在表现自己（在说话），亦即创造文本（哪怕是潜在的文本）。”（1998，p. 306）符号、文本是人表达意义的方式，也是人存在的方式。符号、文本之外无人存在。因此，“人类为了表现自己而寻找符号，事实上，表现就是符号”（1998，p. 306）。在这个意义上，“人用的词或符号就是人自身”，“符号就是我们的存在”。（赵毅衡，2011，pp. 4-5）我们也就当然成了使用“符号的动物”（卡西尔，1985，p. 34）。这样，“我们的一生几乎从头到尾，一直把事物当作符号。我们所有的经验，在这个词最宽的含义上，不是在使用符号，就是在解释符号”<sup>①</sup>（Ogden & Richards, 1946，pp. 50-51）。

人表达自己、表现自己的方式是运用符号、创造文本。而人运用符号、创造文本的第一步则是意义的媒介化。媒介化是意义符号化的前提。一个人满脸通红，突然语塞，原因除别的心理的、文化的因素外，比如禁忌、尴尬、激动、羞涩等，就是一时还有没有找到意义媒介化的途径。或者忽然挥起拳头向对方一击，或者给对方一吻，或者不屑一顾的“一顾”，都是媒介化的方式。就算是永远“语塞”，就此无言，保持沉默，也无异于一种媒介化的形式：极权时代，沉默的大多数并非就不是在表达。

在我看来，符号的辞典义不表意。符号只有在具体的语境中，成为言语，或者说成为巴赫金意义上的话语、表述，才能传达意义。我赞成维特根斯坦

<sup>①</sup> 用的是赵毅衡先生的译文，特此致谢。

的说法：意义即用法，符号自身似乎都是死的，它在使用中才有了生命，就像一个词的含义是它在语言中的用法一样。任何一个符号的意义，即如奥登和瑞恰慈所言，都是由它的语境来决定的。置于存在之境的人，都是在具体的语境中表达意义的。因此，意义媒介化是在具体的情境中进行的。爱情可以媒介化为玫瑰，女特务可以媒介化为玫瑰，一种精神意志也可以媒介化为玫瑰，比如林忆莲红遍亚洲的歌曲《铿锵玫瑰》——关键在语境。弗雷格援引“启明星”与“黄昏星”的例子说明，同是金星，何时是晨星，何处为暮星，也取决于语境。《诗经·小雅·大东》中的诗句就是证明：“东有启明，西有长庚。”朱熹《诗集传》的解曰：“启明、长庚皆金星也。以其先日而出，故谓之启明；以其后日而出，故谓之长庚。”同是金星，可以作不同的媒介化。也就是说，符号化即媒介化，是在具体语境中实现的。亦即，媒介化是一个活生生的事实。而且，符号媒介化的内容，是另一个媒介；另一个媒介化的内容，又是另一个媒介，以至无穷。譬如上例，《诗经·小雅·大东》中的诗句是对同一颗“金星”的媒介化，朱熹的《诗集传》的“解”是对这“金星”媒介化的媒介化，弗雷格援引此例说明事物的指称相同而意义并不相同，可以说是对此的再媒介化，如此等等，只要这个意义行为还在展开，不管是在何种语境中展开，媒介化就一直在途中。意义符号化的过程，就是这样一个不断媒介化，永不停息的过程。人类的生命就在此中延续。

读到这里，或许有读者心生疑惑：符号化即是对意义的媒介化，这“意义”究竟什么？是直觉，是感知，是经验，还是人的某种意向性投射？也就是说，符号媒介化的内涵是什么？另一个问题是，意义在先，还是符号在先？既然“意义”都在那儿了，何须媒介化？这两个问题，都可以从多个角度进行研究，比如认知符号学、符号现象学、媒介现象学就是非常要命的切入方式。我之所以将媒介化带入语境，就是想回避第一个难题。我不想对此作本质主义的考察。直觉、感知也好，经验和意识的投射也罢，都不是既成事实，事先摆在那里，供我们去媒介化。它们或许是在流动中、互动中、关系中、不断变化中存在，或许是在人的认知的不同层面、不同形态中翻动。媒介化的内容依情形而定，随语境而变。比如对“经验”而言，威廉·詹姆士的比喻就十分形象有趣，他“巧妙地将一个意识经验的过程比作一只鸟的飞翔和栖息”（杜威，2005，p. 60），至于它栖息何处，因何栖息，并被媒介化，我以为完全是语境的事情。

解答第二个问题，是我用赵毅衡的符号观作为符号媒介论立论之基的原因之一。赵毅衡的符号观，既不同于索绪尔的二元结构，也有别于皮尔斯的

三元结构论。根本的差异在于，在索绪尔和皮尔斯那里，符号都是一个既成事实，只需进入符号内部分析它的构成，或者从哲学角度探寻它的本质，寻找符号之为符号的充分必要条件就可以了。尽管皮尔斯带入了“解释项”，符号由此可以自由构造，符号思想得到一次大解放，开启了当代符号学宽阔疆域的大门，但“解释项”依然处于既成符号的结构中。赵毅衡立于普遍的解释学立场，将符号定义为“是被认为携带着意义的感知”，就把符号之为符号的法权还给了人，交给了解释者。任何事物，只要需要，都可以被人赋义，被人解释为符号，不管它是自然物、人造物，还是专属符号。同理，任何人造符号，也会因解释发生根本性变化而沦落为物。这就不存在意义在先还是媒介化在先的问题，这个“鸡生蛋还是蛋生鸡”的问题，因为本质主义的解构而自行瓦解。所以，赵毅衡机智地把意义界定为“是一个符号可被另外的符号解释的潜力，解释即意义的实现”（2011，p. 2）。由于符号与物都是“滑动”的，都是可以蝶化的，所以意义的媒介化就不决定于符号本身，而是取决于作为解释者的人，取决于“符号行动”。

前面已在多处举到过符号化即媒介化的例子，这里再以艺术为例加以简单说明。艺术是人类最为复杂的符号活动之一，符号化即媒介化也是这个领域最为典型的特征。这与符号媒介的优先性、物质性、直观性、片面化、具体性和无限衍义的潜在性密切相关，在这个意义上可以说：艺术即媒介。对此，古今中外的艺术家、艺术哲学家、美学家、符号学家、文艺理论家等多有精彩论述。唐孔颖达《诗大序正义》：“诗者，人志意之所之适也。虽有所适，犹未发口，蕴藏在心，谓之为志。发见于言，乃名为诗。”（郭绍虞，1979，p. 5）“言”为“志”的媒介化。“夫情动而言形，理发而文见，盖沿隐以至显，因内而符外者也。”（刘勰，1958，p. 505），“言形”、“文见”，是“情”、“理”的媒介化，沿隐以至显，因内而符外，则是这种媒介化过程的生动说明。诗人“写气图貌，既随物以宛转；属采附声，亦与心而徘徊”，这是在说媒介化与“心”、“物”的关系。“故灼灼状桃花之鲜，依依尽杨柳之貌，杲杲为日出之容，漉漉拟雨雪之状，啾啾逐黄鸟之声……皎日噤星，一言穷理；参差沃若，两字穷形；并以少总多，情貌无遗矣”（刘勰，1958，p. 693），形象诠释了艺术符号媒介的片面化、具象化特点。清人郑板桥从“眼中之竹”到“胸中之竹”再到“手中之竹”（北京大学哲学系美学教研室，1980，p. 340），再现其绘画艺术的媒介化过程。艺术符号媒介，在海德格尔那里被表述为一种“物性”，“艺术品作为物自然地现身。”“一切艺术品都有这种物的特性。……建筑品中有石质的东西，木刻中有木质的东西，绘画中

有色彩，语言作品中有言说，音乐作品中有声响。艺术品中，物的因素如此牢固地现身，使我们不得不反过来说，建筑艺术存在于石头中，木刻存在于木头中，绘画存在于色彩中，语言作品存在于言说中，音乐作品存在于音响中。”（1991，p. 23）即是说，一切艺术存在于符号媒介中。这些“石头”、“木头”、“色彩”、“言说”、“音响”之所以成为艺术，是因为“在这种最终的状态中，基本的艺术材料已被艺术家制作成一种物质性事物——艺术作品——它有特殊的构思，以便让人们把它当作审美客体来领悟”（奥尔德里奇，1986，p. 56）。也就是说，这些东西因为被艺术家媒介化，而完成了“寻常物的嬗变”<sup>①</sup>。杜威甚至断言：

每一件艺术品都具有一种独特的媒介，通过它及其他一些物，在性质上无所不在的整体得到承载。在每一个经验之中，我们通过某种特殊的触角来触摸世界；我们与它交往，通过一种专门的器官接近它。整个有机体以其所有过去的负载和多种多样的资源在起着作用，但是它是通过一种特殊的媒介起作用的，眼睛的媒介与眼睛相互作用，耳朵、触觉也都是如此。美的艺术抓住了这一事实，并将它的重要性推向极致。（2005，p. 216）

杜威的论断，不仅说明艺术即媒介，还仿佛把我们带回到前面已经触及的核心问题：作为认知过程的“感知”与作为符号“媒介”的感知的关系。

由于在很多时候，符号与符号媒介不分，符号与语言不分，所以艺术的媒介，也被笼统地称为“艺术的语言”。著名艺术哲学家古德曼的一本书就是这样命名的。不过，他没有忘记加上一个副标题：“通往符号理论的道路”，也没有忘记在导言中指出：“严格说来，我的书名中的‘语言’（languages），应该代之以‘符号系统’（symbol systems）。”而且“在这里，‘符号’（symbol）被用作一个非常一般而无任何色彩的术语。它包括字母、语词、文本、图片、图表、地图、模型等”（2013，p. 2）。对艺术媒介有很深造诣的学者张晶，对艺术语言的解释是令人信服的：“艺术语言是指在各种艺术门类的创作中所使用的符号体系，它是艺术家的艺术构思得以生成和作品得以产生的物质化媒介。”（2011）最后，我还想说明，其实无论是黑格尔还是丹托的“艺术终结论”，如果从符号媒介论的角度来看，都是艺术家通过艺术品蓄意将艺术媒介化的过程和盘托出，使艺术演进为有关艺术的自我意识——比

<sup>①</sup> “寻常物的嬗变”（the transfiguration of the commonplace）是美国哲学家阿瑟·丹托（Arthur C. Danto）艺术哲学考察的核心问题。

如杜尚的小便池、沃霍尔的布里洛包装盒等艺术品——亦即艺术哲学，并由此走向所谓的“终结”的。当然这个问题的深入考察，不是本文能够完成的。

关于符号媒介论，本文只是一个粗浅的开头，还有一大堆的问题留待以后去探索，比如：符号媒介与符号的区别，符号媒介成其所是的条件，符号媒介的物性与单纯的事物之间的区别，媒介形态与符号形态的关系，文化变革与媒介变动的关系，符号统治与媒介统治的关系，符形学与符号媒介学的关系，媒介在艺术符号中的地位和作用，艺术媒介与审美距离的关系，符号自指与艺术媒介的关系，艺术标出与艺术媒介的关系，等等。符号媒介问题之所以值得研究，是源于符号、文本在人文学科乃至整个文化体系中的地位。巴赫金说：“文本是任何人文学科的第一性实体（现实）和出发点。”（1998，p. 317）洛特曼进一步认为：“文本可以看作是文化的第一要素。”（康澄，2006，p. 19）离开文本，人文学科和文化的研究将无以进行。而在我看来，符号媒介又是文本的第一性实体和第一要素，是人文学科和文化研究基础之基础，其重要性不言而喻。

#### 引用文献：

- 奥尔德里奇，V. C. (1986). 艺术哲学（程孟辉，译）. 北京：中国社会科学出版社.
- 巴赫金，(1998). 文本，对话与人文（白春仁，晓河，等译）. 石家庄：河北教育出版社.
- 北京大学哲学系美学教研室（编）(1980). 中国美学史资料选编. 北京：中华书局.
- 毕东海（1979）. 类人猿有使用符号语言的能力. 世界科学译刊，11，67.
- 杜威，约翰（2005）. 艺术即经验. 北京：商务印书馆.
- 费斯克，约翰（2008）. 传播研究导论：过程与符号（第二版）（许静，译）. 北京：北京大学出版社.
- 古德曼，纳尔逊（2013）. 艺术的语言——通往符号理论的道路. 北京：北京大学出版社.
- 郭绍虞（编）(1979). 中国历代文论选（第一册）. 上海：上海古籍出版社.
- 海德格尔，马丁（1991）. 诗·语言·思（彭富春，译）. 北京：文化艺术出版社.
- 卡西尔，恩斯特（1985）. 人论（甘阳，译）. 上海：上海译文出版社.
- 康澄（2006）. 文化及其生存与发展的空间——洛特曼文化符号学理论研究. 南京：河海大学出版社.
- 克罗齐，贝内德托（2014）. 美学的理论（田时纲，译）. 北京：中国人民大学出版社.
- 刘勰（1958）. 文心雕龙（范文澜，注）. 北京：人民文学出版社.
- 麦克卢汉，E.，秦格龙，F.（编）(2000). 麦克卢汉精粹（何道宽，译）. 南京：南京大学出版社.
- 麦克卢汉，马歇尔（2000）. 理解媒介——论人的延伸（何道宽，译）. 北京：商务印书馆.
- 莫利纳罗，M.，麦克卢汉，K.，托伊，W.（编）(2005). 麦克卢汉书简（何道宽，译）.

## □ 符号与传媒 (11)

- 北京：中国人民大学出版社。
- 皮尔斯, C. S. (2014). 皮尔斯：论符号 (赵星植, 译). 成都：四川大学出版社。
- 索绪尔 (2010). 普通语言学教程 (高名凯, 译). 北京：商务印书馆。
- 王岳川 (编) (2004). 媒介哲学. 开封：河南大学出版社。
- 延森 (2014). 媒介融合——网络传播、大众传播和人际传播的三重维度 (刘君, 译). 上海：复旦大学出版社。
- 杨富波 (2007). 麦克卢汉媒介理论研究. 吉林大学硕士论文。
- 杨富波 (2012). 新批评派对麦克卢汉影响初探. 长城, 4, 23-24.
- 殷晓蓉 (2003). 网络时代：麦克卢汉何以东山再起? 新闻大学, 4, 83-87.
- 张晶 (2011). 艺术语言作为审美创造的媒介功能. 文艺理论研究, 1, 73-80.
- 赵毅衡 (2011). 符号学：原理与推演. 南京：南京大学出版社。
- Ogden, C. K., & Richards, I. A. (1946). *The meaning of meaning*. New York, NY: Harcourt, Grace & World.

### 作者简介：

唐小林，四川大学文学与新闻学院教授，符号学—传媒学研究所副所长，研究方向为符号学、基督教文学与文化、中国现当代文学。

### Author:

Tang Xiaolin, professor of School of Literature and Journalism, Sichuan University, Deputy Director of the ISMS Research Team. His research interests mainly cover semiotics, Christian literature and culture, and modern and contemporary Chinese literature.

Email: 13808091823@163.com