

传播符号学的历史语境与中国路径

胡易容

(四川大学文学与新闻学院, 四川 成都, 610064)

摘要: 符号学是正在兴起的用于研究文化传播的重要学科和方法论。本文从符号学的中西方古典样态谈起, 简述了中国符号学的发展脉络及其与传播学相结合的发展机遇——在第三次媒介剧变的语境下, 传播学研究的问题焦点正在由“信息通达”转向“意义交流”。错失了符号学两次黄金发展时期的中国学者, 要形成具有世界贡献的“中国学派”, 应是对既基于中国问题又关涉“人类意义共同体”的一般规律问题的回应。当下中国传播符号学者在国际学界的发声, 也应有意识地从追随西方理论, 转向融通中西与新意独出并重。

关键词: 符号学; 传播学; 人类意义共同体; 中国学派

中图分类号: G206

文献标识码: A

文章编号: 1674-3083 (2019) 06-0013-06



传播学与符号学的学科发展时间起点相近而路径不同。符号学的学科化始于索绪尔于1907 ~ 1911年在日内瓦大学讲授《普通语言学》课程, 其以语言符号为对象系统阐述了结构主义符号学的基本理论框架。传播学始于1905年布莱尔在威斯康星大学开设的新闻学课程。正如语言之于符号学, 新闻也成为传播学的第一个门类及核心对象, 学界至今仍将“新闻”与“传播”并称。

在百余年的学科发展进路中, 尽管符号学与传播学发展路径截然不同, 但两者理论逻辑的深层联系却将两者密切联系在一起。施拉姆在《传播学概论》中辟专章写“传播的符号”, 并指出“符号是人类传播的要素”。^[1] 符号学在经历三代学人并发展出四种典型模式之后, 近三十年来的重要发展方向之一是当代传媒诸现象结合。法国学者皮埃

尔·吉罗认为, 传播学与符号学从某些方面来说是“同义语”; 约翰·费斯克则将传播学分为注重研究“意义”的“符号学派”和注重研究效果的“过程学派”。^[2] 我国学者陈力丹对传播学的基本定义是“研究人类如何运用符号进行社会信息交流的学科”^[3]。从学理上讲, 传播学须通过“传播的符号研究”以洞悉“意义”的实现; 反之, 符号学也必须跨越狭义的“语言”而进入当代传媒文化这一最庞大的符号景观。对两个不同发展传统的学科来说, 符号学可以从理论繁复的“玄学”处落地于具体的文化传播现象; 传播学也可以借助符号学丰富理论提升学理性。受美国新闻传播学传统的影响, 当前我国传播学过多倚重社会学方法, 故而学界有观点认为, 传播学应归属于社会科学而非人文科学。暂时搁置这个争议, 仅就传播内容而言——其作为“符号”构成的“文本”, 具有无可争议的“意义属性”。作为研究“意义”的学问, 符号学可与社会学研究方法互为补充, 为传播学提供基础理论。

从当今传媒文化发展的现实来看, 传播学与符号学对彼此的需求更加迫切。人类正在经历由互联网引发的传媒第三次突变^[4], 传播研究的问题正在从“信息匮乏”转向“意义需求”。20世纪兴起

收稿日期: 2019-11-24

作者简介: 胡易容, 男, 广西全州人。四川大学广告学学士、传媒与文化哲学方向硕士、传播符号学方向博士, 清华大学新闻与传播学院战略传播方向博士后出站。现任四川大学文学与新闻学院(新闻学院)副院长, 广告与符号学系教授、博士生导师, 符号与传媒研究所研究员。主要研究方向: 数字人文与未来传播、城市与品牌战略规划、符号形象学。

的传播,以电视、广播、报纸等大众传媒为主。此时传播学研究的关键点,是信息如何到达、获取——这与“信息论”方法是相适应的。若将此问题置于当今“传媒的第三次突变”背景下来看,“后真相”时代社会信息的需求,已经从匮乏转变为“在过载的信息中寻找意义与真知”。“人类命运共同体”这一宏大命题的基本条件,不仅是经由全球化媒介实现的信息通达(这在技术上早已经不构成壁垒),还必须包括人类整体的“意义共同体”。即,当代传播学应对“传媒突变”的策略,须以更开放的姿态从“信息到达”向“意义交流”转进。一方面,“传播”应回归于“交流”这一受传交互的意涵;另一方面,“信息—通达—行为”的过程结果论研究,应向“意义的共享、认知与认同”深化。

当前,打破学科间的壁垒正在成为国内外学术发展的共识和趋势。国际上将“符号学”“传播学”的融合领域通称为“符号学与传播学”。该领域影响较大的学派包括法兰克福学派、巴黎学派、布拉格学派、伯明翰学派、塔尔图学派、列日学派,等等。目前,国际上众多知名高校设立了“传播学与符号学”专业或课程,如美国宾夕法尼亚大学、康奈尔大学,加拿大圣劳伦斯大学,澳大利亚昆士兰大学,保加利亚索非亚大学,丹麦哥本哈根大学,意大利都灵大学,等等。世界著名的德古意特出版集团从2011年开始推出“符号学·传播·认知”(semiotics·communication·cognition)大型系列丛书,迄今该丛书已出版数十部。国内学界也很早注意到了符号学与传播学的学理共性。陈力丹在《符号学:通往巴别塔之路——读三本国人的符号学著作》(1996)^[5]中指出:符号学不仅是传播学的方法论之一,而且应当是传播学的基础理论。随着符号学在中国的不断扩展,将符号学和传播学结合起来研究的学者越来越多,话题也越来越广。“传播符号学”已成为新闻传播学研究的重要发展方向。

值得追问的是,中国传播符号学研究,是否仅仅指借用西方符号学理论和术语来解释当今中国面临的问题?这关涉到中国符号学的话语建构总体背景。

中国传统文化符号丰富多彩,并曾有着优渥的符号学土壤。《周易》或许可被解读为世界上第一部呈现全部人类经验的符号系统。^[6]从狭义的符号学思想的源头来看,在古希腊斯多葛学派(The Stoics)讨论符号和语义问题的同时,中国的“名家”

也在讨论“名实之辩”。远隔重洋的东西方伟大贤者不约而同在那个伟大的轴心时代思考这个符号与意义的问题。遗憾的是,尽管先秦名学充满思辨的智慧,却因未成为“正统”而未能得到很好的延续。名学被其他学派批评为沉溺于琐碎的论证。此后,在儒学取得正统地位时名学自然被边缘化了。应当承认,中国传统符号学思想没有对世界符号学运动形成实质性影响。

20世纪,符号学曾一度在中国有所发展。1926年,赵元任曾独立于西方符号学两位开创者提出符号学这一术语并阐述了自己的构想,并写成《符号学大纲》。^[7]遗憾的是,赵元任的符号学构想也缺乏后续传承。中国错失了20世纪符号学发展的两个黄金时期:一个是20世纪上半期的“模式奠定与解释阶段”,这一阶段形成了索绪尔结构主义语言学、皮尔斯逻辑修辞学、卡西尔—朗格文化符号哲学及莫斯科—塔尔图高技术文化符号形式论等基础理论模式;另一个是索绪尔及其追随者引领的世界性结构主义思潮。此后,符号学经历了一个相对平缓的发展期。尽管有格雷马斯、艾科、巴尔特、乔姆斯基等一批重要学者在诸多领域做出重要贡献,但这些贡献大致是在前人奠定的基础模式上进行再发现或局部创新。符号学自身的发展方式,也转而通过学派融合来实现。

20世纪80年代,中国学术从“文革”中复苏时,符号学发展的第二阶段已接近尾声。符号学对中国学界成了不折不扣的舶来品。重新起航的中国符号学研究,很大程度上是由一批在海外游学留学的学者带动的。他们译介西典、著书立说、教书育人,影响了一批中国学者。^[8]王铭玉认为,中国的符号学研究起步较晚但起点较高,在非常短的时间内基本上追赶上了国际研究潮流。^[9]他将中国符号学发展分为三个阶段。第一个阶段指20世纪80年代上半段(1981~1986年)。这一阶段可称为“学科引介”阶段,以译介工作为主。如1981年王祖望翻译了西比奥克(Thomas A. Sebeok,当时的译名为谢拜奥克)的《符号学的起源与发展》^[10];史建海发表了《符号学与认识论》^[11];金克木发表了《谈符号学》^[12];等等。随后,一批符号学经典论著在国内翻译出版:菲迪南德·索绪尔的奠基之作《普通语言学教程》(索振羽等译,北京大学出版社,1986)、池上嘉彦的《符号学入门》(张晓云译,北京国际文化出版公司,1985)、特伦斯·霍克斯的

《结构主义和符号学》（瞿铁鹏译，上海译文出版社，1987）、罗兰·巴特的《符号学原理》（李幼蒸译，生活·读书·新知三联书店，1988）、皮埃尔·吉罗的《符号学概论》（怀宇译，四川人民出版社，1988）、艾科的《符号学理论》（卢德平译，中国人民大学出版社，1990）。到20世纪80年代末，中国学者自己撰写的符号学专著相继面世。余建章、叶舒宪的《符号：语言与艺术》（上海人民出版社，1988）、赵毅衡的《文学符号学》（中国文联出版公司，1990）等是我国学者贡献的最早一批符号学专著，代表了中国学者在符号学理论方面独立探索的“重新”开始。

从1991年开始，传播学与符号学各自获得了巨大的发展，应用中的边界频繁交叉。传播研究对于符号这一术语基本上无法回避。符号出现在传播学的各个门类中，如：教育传播、电视新闻、广告、艺术设计、建筑。这些文献大多运用了符号学术语与典型分析方法。其中，比较多的是应用索绪尔的能指与所指结构关系及其各种延伸形式，理论深度有限，且这一时期的应用多处于一种对问题解释的自然需求状态，缺乏从方法论本身进行学理性反思。丁和根将1994年到1999年称为国内“传播符号学”的“起步期”，并认为此后进入一个“发展期”。^[13]20世纪的最后几年，传播符号学的学科方法论受到了更多重视，如周军的《传播学的“前结构”：符号活动的社会根源和基础》（《现代传播——北京广播学院学报》1994年第1期）、陈道德的《传播学与符号学散论》（《湖北大学学报》（哲学社会科学版）1997年第2期）。但此时具体研究新闻或电视的门类符号理论仍然占据较重要位置。如：唐迎春、徐梅发表的《论新闻传受的不对等性——从符号学角度的解读》（《国际新闻界》1997年第6期）；刘智专著《新闻文化与符号》（科学出版社，1999）。2000年之后，学界明确提出“传播符号学”并引以为研究主题的学者逐渐成为传播学领域的一种声音。

清华大学李彬较早地系统介绍传播符号学。他从狭义和广义两个层面界定了传播符号学的学科范畴，提出狭义的传播符号学，是“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与符号学相关的研究内容……”；广义的传播符号学则是“一切与新闻、传播相关的符号、话语、文本、叙事等方面的研究”。^[14]他这一时期的文

章随后结集为专著《符号透视：传播内容的本体诠释》（2003）。书中开篇即指出：“……其实，传播符号不仅是人类传播的‘生命基因’……，而且也是人类文明的‘精神细胞’。”^[15]从研究方法和理论立场来看，李彬教授的研究有两个特点：一是，将符号学作为传播内容研究的方法；二是，将符号学归于传播学批判流派的方法之一。^[16]

南京大学丁和根教授从话语分析与意识形态分析论入手，关注意义的生成与批判，并上升至方法论层面进行学理性探讨。他的《大众传播研究的符号学方法论》（《新闻大学》2002年冬季号）是这一时期传播符号学方法论讨论最为周详的文献之一。他认为，话语（文本）分析和叙事学的研究取向，已经成为整个传播符号学的重中之重。因为“话语分析最能够体现符号学的整体性思维和研究方法，是传播学研究借鉴符号学方法的便捷之途”。^[13]其次，他也倾向于认同符号学路径的批判取向。他认为，传播符号学虽然不能等同于批判学派，但与批判学派理论有着天然的内在联系和共同的学术取向。符号的方法更着眼于深度思辨而不是表层量化，为批判学派提供研究方法和理论资源，是传播符号学重要的意义和价值之所在。

上述两位学者的共同特点是将传播符号学作为传播学中的批判传统看待。如果将他们的研究称为传播符号学中的“批判分析学派”，那么李思屈、隋岩、曾庆香等教授则偏向于“符号实践与建构”。

李思屈教授从广告及消费文化入手，进入消费洞察与建构性操作。从1998年开始，他贡献了一系列广告符号学的论文。主张建构又富含思辨的思路在李思屈教授两部代表性著作中体现得也非常充分。在《东方智慧与符号消费：DIMIT模式中的日本茶饮料广告》（浙江大学出版社，2003）中，他结合中国传统智慧，提出了用以指导广告传播实践的“DIMIT”模式；而《广告符号学》（四川大学出版社，2004）是国内冠以“符号学”进行广告研究的第一部系统著作。这一思路在他近年的研究中一以贯之，如《传媒产业化时代的审美心理》（浙江大学出版社，2008），立足符号学，兼备质性与量化分析，对当代大众传媒产业和大众消费案例做出了翔实的分析。隋岩教授的《符号中国》从理论、实践两个维度探讨符号的含指项、同构、元语言机制、自然化机制、普遍化机制；并从中国文化符号传播实践中梳理出象征中国的历史符号的变迁，探

究鸦片、东亚病夫、缠足等负面能指符号背后的传播机制,思考如何提炼、打造代表中国、传播中国的强符号。中国传媒大学的曾庆香偏重从新闻话语入手,以新闻传播的符号叙事为基础分析了网络符号、新闻报道、北京奥运会等案例^[17]。她注重建构实例分析,并注意到图像符号这一常常为话语分析所忽略的领域。

上面已经提及,一些学者从不同角度对我国传播符号学的发展进行了观察和分期。若以“传播符号学”的总体发展来看,2008年是一个不可忽略的节点。这一年不仅研究数量大幅攀升,更有内在结构的质变。这一年尤其值得一提的是,已回国任教于四川大学的赵毅衡成立了符号学—传媒学研究所(ISMS),并创办了国内第一份打通传播学与符号学的学术期刊——《符号与传媒》。此后,他带领的符号学—传媒学研究所为中国传播符号学打开了全新的局面。在学科建设方面,四川大学设立了迄今全国唯一一个符号学交叉学科博士点,从2009年起招收传播符号学方向的硕士、博士研究生,培养了一批以符号学为方法论的文化传播研究有生力量。在成果出版方面,四川大学符号学—传媒学研究所组织出版、翻译的符号学几大系列丛书——《中国符号学丛书》《符号学译丛》《符号学开拓丛书》《马克思主义符号学丛书》《符号学教程》就超过80部。在组织机构方面,赵毅衡、蒋晓丽等教授发起成立的“中外文艺理论学会·文化与传播研究专业委员会”“中国新闻史学会·符号传播学研究委员会”是符号学与传播学融合发展的全国性学术共同体,汇集了我国该领域主要的学者。此后,四川大学符号学—传媒学研究所还与天津外国语大学、同济大学、苏州大学、南京师范大学、西北师范大学等国内机构发起成立了“中国符号学基地联盟”,以共同推进中国符号学的发展。从2008年至今,我国传播符号学发展处在一个高峰期,参与人数、学术发表量乃至涉及学科都有了极大的拓展。

应当说,经过近40年的努力,中国符号学发展确实取得了长足的进步。在老一代学者的引领、培养下,该领域的新一代学者的学术素养并不输于大洋彼岸的同人。摆在当今中国传播符号学研究者们面前的问题转而成为:中国符号学以何种姿态处身全球化学术语境。换言之,若今天正在发生的知识更新在符号学领域引发的变革,将酝酿

第三次世界性符号学运动,那么中国学者将如何跻身国际学界?

此问题的答案,或取决于中国学者如何解答人类面临的符号传播与文化变革共通问题。可以观察到,全球学界正在进行一场新的赛跑,且几乎站在同一起跑线上。并且,当今国际符号学发展涌现出许多新的动向。如:塔尔图学派在继承科学与文化交融传统的基础上在生命符号学领域有所拓展;当代美国符号学的研究具有方法论的综合性色彩,并在认知论、行为主义及非语言主义方向卓有成就;法国符号学发展表现出极强的语言文学特性,并与后结构主义文化研究发生融合。^[18]以艾科为代表的意大利符号学界,在艺术门类结合方面成绩突出——建筑、绘画、电影均有出色成绩,并在一般理论方向上关心意识形态研究。其中,意大利都灵学派的社会符号学特色鲜明;德国符号学则依然体现出优良的哲学传统,并与现象学传统、存在论传统以及阐释学传统融合;北欧符号学既具有浓厚的哲学思辨色彩,又融合了经验研究的新技术手段。丹麦、芬兰、瑞典等国的符号学结合了主体哲学、认知学等跨学科传统,与美国的系统论(贝特森)语用论及行为主义(莫里斯)传统遥相呼应。

纵观当今国际符号学界,多元化、流派融合的学术话语为新理论提供了足够多“素材”——它们就像一锅适合新事物发生的“原子汤”。更重要的是,当今传媒文化的剧变,为符号学乃至整个人文科学提供了理论创新条件,同时也提出了亟待解决的现实问题——物理学对宇宙起源解析的突进冲击了哲学与宗教的世界观;人工智能正在改写“智域”的主体和边界;媒介剧变重铸着人类社会连接结构;生物工程,尤其是基因科学的进展,让人类不断尝试僭越造物主的角色……。

与此相对的是,在人类技术文明进步的同时,人类的生活意义却进入了空前危机:消费社会的物化和异化使得传统社会的信仰边缘化并导致伦理缺失;数字化生存的现实让“真”“谬”关系发生了某种不对称的“后真相”转向;诉诸感官沉浸的碎片信息令传统文化生活的仪式感走向消失。在内爆的信息冲击下,人们失去了意义的追寻方向。国与国之间、民族与民族之间的文明冲突却没有因媒介技术带来的传播便利而稍减——恐怖袭击、暴力冲突甚至大屠杀有了更大规模的杀伤性手段;核威胁、生化武器以及具有更恐怖杀伤力的人工智能武器,

仍是悬在全人类头上的达摩克利斯之剑。

这个时代对“意义交流”的需求比以往更加凸显，构成了学术发展的问题导向。而问题发展的基础则植根于所在的知识传统。做出卓越贡献的学者，也必然植根于其所在的学术土壤。符号学界常常热衷谈论皮尔斯与索绪尔的区别，但从学术传统的根源来看，他们的理论却有着共同的西方哲学起点：从研究对象来看，古希腊以来的语言逻辑修辞传统在索绪尔的理论模式中得到了充分体现。众所周知，索绪尔将研究范围界定于“以表音体系，且是以希腊字母为原始型的表音体系”^[19]，这一研究对象即是西方语音中心主义的承袭。而皮尔斯的符号学起点，是亚里士多德以来的西方逻辑学。皮尔斯的逻辑修辞符号学模式，在某种意义上可看作是他的理论抱负——“构建亚里士多德传统能适应于各门学科的科学的逻辑”——的结果。此外，据说皮尔斯能背诵康德的《纯粹理性批判》。另一位康德主义的继承人——恩斯特·卡西尔则提出了“人是符号的动物”这一关于“人”的新定义。

上述学者的理论，都深刻植根于特定文化土壤与理论传统，并与社会发展的需求相结合。就西方符号学的知识传统来看，“东方中国符号”无论是作为对象，还是作为理论思考方式，都未能被恰当地纳入考虑。包括汉字在内的中华传统符号也仅仅是偶尔被作为“东方符号奇观”而加以误读式关照。这种忽略“文化生成生态”的“线性符号达尔文主义”^[20]，其根本指向有悖于文化的多样性本质。

参考文献：

- [1] 威尔伯·施拉姆. 传播学概论 [M]. 何道宽, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2010: 61.
- [2] Fisk, John. Introduction to Communication Studies [M]. London: Routledge, 1990. xv.
- [3] 陈力丹. 传播学是什么? [M]. 北京: 北京大学出版社, 2007.
- [4] 赵毅衡. 第三次突变: 符号学必须拥抱新媒体时代 [J]. 天津外国语大学学报, 2016 (1).
- [5] 陈力丹. 符号学: 通往巴别塔之路——读三本国人的符号学著作 [J]. 新闻与传播研究, 1996 (1).
- [6] Zhao, Y., "The fate of semiotics in China" [J]. Semiotica, 2011 (184), 271-278.
- [7] 赵元任. 符号学大纲 [M]// 吴宗济, 赵新那. 赵元任语言学论文集, 北京: 商务印书馆, 2002: 177-208.

由上，摆在中国学者面前的课题，是对传播学和符号学的双重创新——既融通传统中国文化符号遗产，也接轨当下独特的中国传媒变革现实。在这场学术创新话语竞赛中，中国学者提出的理论模式或贡献，应然是基于中国问题生发的，同时关涉“人类意义共同体”的一般规律。由此，当下中国传播符号学者在国际学界的发声，也应有意识地从追从西方理论的阐释，转向融通中西与新意独出并重。其中，涉及中国的对象问题的思考，则必须走出“东方主义”式二元对立框架，以越出仅仅通过与“西方”的比较来实现自身意义的存在。同时，中国传统文化符号思想所蕴含的“意义”必须在“人类意义共同体”的整体语境下被关照和阐发——这应是中国传播符号学界努力方向，也是本套丛书的初衷。

“传播符号学丛书”是四川大学“符号学-传媒学研究所”(ISMS)发起并策划出版的一套丛书，旨在推进“传播符号学”的学科建设。本套丛书包括“国际视野”与“理论探索”两个子系列：前者主要译介传播符号学领域的国外优秀成果，旨在展现国内外传播符号学交叉发展的前沿视野和最新动态；后者力图展现中国学者在传播符号学领域的探索和努力。此种兼容并包的思路，是希望读者从这套丛书中能直观比较当前传播符号学国内外学者的视点，同时也在国际学术对话中为推动中国哲学社会科学话语体系的建构而尽绵薄之力。(本文为《传播符号学丛书·序》)

- [8] 赵毅衡. 中国符号学六十年 [J]. 四川大学学报(哲学社会科学版), 2012 (1).
- [9] 王铭玉, 宋尧. 中国符号学研究 20 年 [J]. 外国语, 2003 (1).
- [10] C. 皮尔逊, V. 斯拉米卡《信息学是符号学学科》，张悦校，《国外社会科学》1984 年第 1 期；T. 谢拜奥克《符号学的起源与发展》，王祖望译，《国外社会科学》1981 年第 5 期。
- [11] 史建海. 符号学与认识论 [J]. 内蒙古社会科学, 1984 (8).
- [12] 金克木. 谈符号学 [J]. 读书, 1983 (3).
- [13] 丁和根. 中国大陆的传播符号学研究：理论渊源与现实关切 [J]. 新闻与传播研究, 2010 (6).
- [14] 李彬. 批判学派在中国：以传播符号学为例 [J]. 新闻大学, 2007 (3).

[15] 李彬. 符号透视: 传播内容的本体诠释 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2003.

[16] 李彬. 批判学派在中国: 以传播符号学为例 [J]. 新闻与传播评论, 2005 (5).

[17] 曾庆香. 认同·娱乐·迷思: 北京奥运会开幕式的符号分析 [J]. 当代传播, 2009 (5).

[18] 李幼蒸. 理论符号学导论 [M]. 北京: 社会科学

文献出版社, 1993: 22.

[19] 费迪南·德·索绪尔. 普通语言学教程 [M]. 高名凯, 岑麒祥, 等, 译. 北京: 商务印书馆, 1980: 51.

[20] 胡易容. 符号达尔文主义及其反思: 基于汉字演化生态的符号学解析 [J]. 兰州大学学报 (社会科学版), 2018, 46 (3): 158-166.

The Historical Context of Communication Semiotics and its Chinese Path

HU Yi-rong

(School of Literature and Journalism, Sichuan University, Chengdu, Sichuan 610064)

Abstract: Semiotics is an emerging discipline and methodology for studying cultural communication. This paper, from the classical state of semiotics in China and the west, briefly describes the development of semiotics in China and the opportunities of its combination with communication. In the context of the third media upheaval, the focus of communication studies is shifting from “information access” to “meaning exchange”. However, Chinese scholars who missed the golden development period of semiotics twice should form a “Chinese school” with global contribution, which should be a response to the general law problem that is based on the origin of Chinese problems and related to the “community with shared meaning for mankind”. At present, the scholars of Chinese communication semiotics in the international academic circle should also consciously shift from following the interpretation of western theories to paying equal attention to the integration of Chinese and western theories and the creation of new ideas.

Key word: semiotics; communication; community with shared meaning for mankind; Chinese school

(上接第 12 页)

The Constructive History of Huaxia Communication Studies (Part II)

—— *Taking the Process of Proposing the Theory of “Huaxia Intrapersonal Communication” as an Example*

XIE Qing-guo

(School of Journalism and Communication, Xiamen University, Xiamen, Fujian, China, 361005)

Abstract: Huaxia Intrapersonal communication is not only the cornerstone of the construction of Huaxia communication system, but also the characteristics of Huaxia communication. The author takes the process of constructing the theory of Huaxia intrapersonal communication as an example, passing on some experiences of academic research and theoretical construction. For example, if you are familiar with the subject, you should be good at finding the connection between the background subjects and communication; you should follow the general rules of academic research; you should build our own network and systematic theoretical system based on the point; you should be good at introspection and boldly break through the existing communication theories; the construction of Huaxia communication is a process of resisting pressure, overcoming doubts and proving oneself. The author holds that Huaxia communication, as a new thing, is bound to have a place in China’s academic field, just as the academic circle recognizes the legal status of “Chinese philosophy” and “Chinese science” in the field of philosophy and science.

Key word: intrapersonal communication; Huaxia Communication Studies; Confucianism; Taoism; Buddhism



胡易容 教授、博士生导师

胡易容，男，广西全州人。四川大学广告学学士、传媒与文化哲学方向硕士、传播符号学方向博士，清华大学新闻与传播学院战略传播方向博士后出站。现任四川大学文学与新闻学院（新闻学院）副院长，广告与符号学系教授、博士生导师、符号与传媒研究所研究员。瑞典隆德大学（Lund University）语言与认知符号学研究中心客座研究员；国家社科基金冷门（绝学）重大专项课题“巴蜀图语”符号谱系分析与数字人文传播研究首席专家。主要学术兼职包括：中国新闻史学会常务理事，兼符号传播学分委会常务副会长、清华大学国家形象传播研究中心智库专家；广西高校重点人文社科基地——政府数字传播与文化软实力基地常务副主任；四川省新闻教育学会副会长。主要研究方向为：数字人文与未来传播、城市与品牌战略规划、符号形象学。

近年出版《图像符号学：传媒景观世界的图式把握》《传媒符号学：后麦克卢汉的理论转向》《当代马克思主义符号学思潮》《传播符号学访谈录：新媒介语境下的对话》等专、编、译著5部。与赵毅衡教授合作编著《传媒学——符号学辞典》；执行主编《传播符号学丛书》，与陆正兰教授合作主编《中国符号学丛书》，迄今已出版《哲学符号学：意义世界的生成》等多种；近年来，在《新闻与传播研究》《中国人民大学学报》《国际新闻界》《社会科学战线》《兰州大学学报》等刊物公开发表论文50余篇。