

符号学：传播学三大学派的整合平台*

——兼论传播学的困境与出路

张 骋

摘 要：传播学发展至今大体形成了三大研究学派：经验学派、批判学派、媒介技术学派。虽然这三大学派为传播学的繁荣发展作出了不可磨灭的贡献，但也使传播学陷入了前所未有的危机，现在急需一个平台将这三大学派的理论整合起来。本文认为，符号学可以成为这个整合平台，因为传播学三大学派都不同程度地用到了符号学的理论和方法。以符号学为平台整合传播学三大学派将使传播学逐渐走向传播符号学，这也是传播学走出困境的方向。

关键词：符号学 经验学派 批判学派 媒介技术学派
传播符号学

DOI:10.13760/b.cnki.csa.lt.2017.0004

一、引言

传播学经过近百年的发展，已经形成了三大主要学派。从最早由传播学四大奠基人创立的经验学派，到稍晚一些在欧洲兴起的与经验学派相对立的批判学派，这两大学派一直都被经典传播学视为传播学的主要学派。到了20世纪90年代，媒介技术的飞速发展给传播学带来了新的研究问题，这些问题是传播学的经验学派和批判学派都不能解决的，于是，出现了一个以媒介技术为主要研究对象的新学派，即“媒介技术学派”^①。这三大学派分别代表了传播学的三种不同的研究思路、研究方法和研究视角，对传播现象也有着不同的看法。应该说，这三大传播学派的出现明确了传播学的研究对

* 本文系四川省教育厅一般项目“新媒体时代四川文化产业的转型研究”（15SB0018）阶段性成果。

^① 陈力丹教授称之为“技术控制论学派”，胡翼青教授称之为“技术主义范式”，刘海龙教授称之为“诠释经验主义”

象，奠定了传播学的理论根基，拓宽了传播学的研究视野，为传播学的繁荣发展作出了不可磨灭的贡献。

但是，传播学发展至今仍然出现了不少问题，甚至陷入了前所未有的学科危机。这些问题和危机主要表现在传播学始终没有形成一个研究核心，并围绕这个研究核心形成系统的理论体系。正如施拉姆所指出的一样：“传播学仍旧没有发展出一个系统的中心理论，让传播研究者可以围绕这个中心来思考，来组织，来建立一门成熟完备的学问。”^①同时，由于缺少一个研究核心和中心理论，传播学的各种理论很难被整合起来形成一个“理论场”，理论的创新非常困难。

虽然传播学的三大学派各自都取得了很多理论成果，但这些理论往往都是相互排斥、互不兼容的，很难被整合到一起，这也就使得原本就缺乏系统性的传播学更加支离破碎。因此，如何能将这三个学派的理论整合起来形成系统的理论体系，成为当今传播学学科建设不得不思考和面对的问题。南京大学胡翼青教授在《传播学：学科危机与范式革命》一书中专门就这一问题展开论述。他将“信息人”视为传播学的研究核心，并围绕着这一研究核心提出了一种新的传播学研究范式，即“新人本主义范式”。这种研究范式“整合经验主义、批判主义和技术主义范式的理论和方法，以一种‘综合传播学’的面貌，进行别开生面的传播研究”^②。

笔者非常认同胡翼青教授的观点，传播学研究的确应该回归“信息人”这个研究母题，“新人本主义范式”在理论上也的确可以将传播学三大学派的观点整合起来。但是，胡教授只是从理论和逻辑上论证了整合传播学三大学派“何以可能”，并没有从方法论上论述如何才能将这三大学派的理论观点整合起来，因为要将这三个学派整合起来必须找到能够覆盖三者的平台。笔者认为，符号学就是这个平台。符号学作为当代人文社会科学的总方法论，在传播学三大学派的学术思想中都有不同程度的体现。

二、符号学与经验学派

符号学与经验学派的关系很少有人论述，因为绝大多数学者都认为符号学主要适用于批判学派，与经验学派无关。但是，笔者认为，符号学只是与经验学派所采用的量化研究这种研究方法无关，但量化研究并不是经验学派

^① 宣伟伯、余也鲁：《传媒·教育·现代化——教育传播的理论与实践》，高等教育出版社，1988年，第15页。

^② 胡翼青：《传播学：学科危机与范式革命》，首都师范大学出版社，2004年，第3页。

的全部,经验学派的很多思想都用到了符号学的思维方法,并且未来必将越来越多地用到符号学。

经验学派传播思想的萌芽可以追溯到传播学先驱拉斯韦尔的宣传研究。他在《传播在社会中的结构与功能》一文中指出:“说明传播行为有一个简便的方法,就是回答下列问题:谁?说什么?通过什么渠道?向谁?有什么效果?”^①此文一经发表,就奠定了传播学的“5W”研究模式。这一研究模式构成了未来经验学派的五大主要研究领域:传播者研究、内容研究、渠道研究、受众研究、效果研究。笔者认为,虽然这五大领域的经验学派研究者主要采用的还是实证主义的量化研究方法,但其中无不渗透着符号学的思维方法。

众所周知,拉斯韦尔的“5W”模式是在结构功能主义模式下提出的。笔者认为,结构功能主义的思想是与结构主义符号学的思想一脉相承的。结构主义符号学起源于法国符号学家索绪尔提出的结构主义语言学。索绪尔认为:“语言是由相互依赖的诸要素组成的系统,其中每一要素的价值完全是由于另外要素的同时存在而获得的。”^②这里的“系统”是指一个由各个要素组成的有机结构,正是这个有机结构决定了语言符号的意义。也就是说,在索绪尔看来,任何一个语言符号都不是独立自主的,语言符号的意义不是由语言符号的形式或者历史意义所决定,而是由这个语言符号与其他语言符号的区别所决定,这个区别使得这个语言符号在语言系统中享有一个特定的意义。在索绪尔的基础上,列维-斯特劳斯、罗兰·巴尔特等符号学家又将结构主义符号学从语言学领域推广到了人文社会科学的各个领域。结构主义符号学认为,任何符号表意都必须依赖所有符号构成的系统结构,这个系统结构决定了符号的意义。

结构功能主义模式也将社会看成是一个由相互依赖的各种要素组成的系统结构,这个社会系统结构决定了社会各要素的功能。拉斯韦尔的传播学思想正是建立在结构功能主义模式之上的。拉斯韦尔将传播看成一个系统结构,“传播者与受众的角色是由结构决定的,人的传播行为和接受行为是由它们在模式中扮演的角色所决定的”^③。由此可见,结构功能主义所强调的“人是由他们参与其中的社会结构决定的”与结构主义符号学所强调的“符号意义是由符号组成的系统结构决定的”相类似。也就是说,经验学派在萌芽时期就已经借鉴了符号学的思维方法。此后,经验学派的五大研究领域都不同程度

① 哈罗德·拉斯韦尔:《社会传播的结构与功能》,谢金文译,见张国良主编,《20世纪传播学经典文本》,复旦大学出版社,2002年,第199页。

② 特伦斯·霍克斯:《结构主义和符号学》,霍铁鹏译,上海译文出版社,1987年,第18页。

③ 胡翼青:《传播学:学科危机与范式革命》,首都师范大学出版社,2004年,第98页。

地用到了符号学的思维方式。

我们首先来看传播者研究和内容研究。笔者将这两个研究领域统称为控制研究，因为在实际的传播活动中，传播者与传播内容血脉相连，不能分开。“传播主体总是因其传播内容的存在才成为传播主体，同样传播内容也总是因其传播主体的存在才成为传播内容。”^①

因此，控制研究就是要研究传播者如何通过控制传播内容进而控制传播过程。传播学四大奠基人之一的社会心理学家卢因提出的“把关人”理论是控制研究中的一个核心理论。“把关”是指对信息的筛选和过滤，行使这种职能的人被称为“把关人”。换言之，把关人的作用就是站在自己的立场和视角上对信息进行筛选、过滤和再加工。把关人对信息的把关既然是站在自己的立场和视角之上进行的，就必然涉及价值判断。价值判断的过程是一个意义的生成和传达的过程，因为意义是价值判断的依据。谈到意义就必然要谈到符号学，因为符号学就是研究意义活动的学说。赵毅衡教授指出：“任何意义都必须靠符号才能表达，才能传送，才能解释。符号是意义活动的独一无二的方式，不用符号无法表达任何意义，反过来，任何意义必须用符号才能表达。符号学就是意义学。”^②也就是说，意义和符号一定是同时出现的，不可分离。此外，把关人站在自己的立场和视角筛选和过滤信息，就必然涉及符号学里面一个非常重要的概念——元语言。元语言是解释意义必不可少的规则，把关人筛选和过滤信息依据的就是元语言。

经验学派的媒介研究现在已经从经验学派中独立出来，形成了一个独立的学派，即媒介技术学派。媒介研究与符号学有密不可分的关系，这一点笔者将在本文的第四部分详加论述。

最后，经验学派的受众研究和效果研究都提到了“使用与满足”理论，这一理论将传播的过程看成一个受众主动认知的过程。在该理论中，受众的主动性得到肯定，受众的动机、意志、情绪和态度开始受到传播学经验学派的关注。胡翼青教授将使用与满足理论视为经验学派与批判学派相整合的切入点，标志着经验学派的人本主义转向。传播学既然开始研究受众的意图、动机和态度，就必然要用到话语分析等符号学的研究方法，因为实证量化的研究方法都是用数据说话，将受众看成是一成不变、彼此相同、价值无涉的“物体”，很难深入了解受众的内在驱动力，只有符号学的研究方法才能将受众的复杂性、能动性、价值观充分展现出来。这一点笔者将在第三部分详加

① 李彬：《传播学引论》（第三版），高等教育出版社，2013年，第137页。

② 赵毅衡：《符号学即意义学》，《中国图书评论》，2013年第8期。

论述。其实,经验学派的效果研究就是意义研究,也就是符号研究,正如美国符号学家皮尔斯指出的,判断一个观念有没有意义就是看它有没有效果,没有效果就没有意义。

三、符号学与批判学派

符号学与批判学派的联系最为紧密,学术取向也相似,批判学派的所有理论几乎都用到了符号学的研究方法。具体来说,传播学的批判学派大致有以下四个:

一是传播政治经济学派。此学派站在经典马克思主义的立场之上,通过分析传媒的所有制结构及其与权力集团的内在关系,揭示出西方传媒集团所强调的新闻自由、客观、真实、公正等理念背后所隐含的意识形态本质。该学派的代表人物英国莱斯特大学大众传播研究中心的默多克和格尔丁指出:“在20世纪70年代初,71%的日报和74%的电视台、78%的电影、70%的书籍以及65%的唱片发行是由各行业中5家最大的企业控制的,这种集中和垄断的趋势依然在不断加剧。”^①也就是说,这种传媒资源的集中和垄断使得大众传播活动必然是在维护垄断资本和统治阶级的利益。

二是文化研究学派,也称伯明翰学派,以英国伯明翰大学文化研究中心的威廉斯、霍加特、霍尔为代表。该学派将大众传媒视为资本主义社会的重要组成部分,认为大众传媒传递信息的过程一定是与资本主义意识形态结合在一起的。文化产品的生产过程就是大众传媒通过选择和加工对社会事物赋予意义的过程。这里赋予意义的活动不是客观中立的,而是受到统治阶级支配的。此外,文化产品的解读也不是完全被动的,受众可以对其作出三种形式的解读:优先式解读、妥协式解读、对抗式解读。这三种形式的解读分别体现了资本主义社会中统治阶级的文化与从属文化之间支配、妥协、反抗的关系。

三是法兰克福学派。此学派在批判学派中一直都占有核心地位,甚至可以说批判学派就是在法兰克福学派的影响下发展起来的。法兰克福学派得名于德国法兰克福学派社会研究所,以霍克海默、阿多诺、马尔库塞为代表。法兰克福学派的批判理论主要围绕着对“文化工业”的批判展开,阿多诺指出:“文化工业一方面极力掩盖严重重复化的异化社会中主客体间的尖锐矛盾,一方面大批量生产千篇一律的文化产品,来将情感纳入统一的形式,纳

^① 郭庆光:《传播学教程》,中国人民大学出版社,2011年,第258页。

人一种巧加包装的意识形态，最终是将个性无条件交出，淹没在平面化的生活方式、时尚化的消费行为以及肤浅化的审美情趣之中。”^①由此可见，文化工业的过程是一个标准化的文化生产过程，通过麻木大众的心灵向大众推行资本主义秩序。在法兰克福学派看来，文化工业向大众提供的是一种虚假需要，这种虚假需要压制了人本来就有的真正需要，个人都被商品拜物教所支配，成了“单向度的人”。

四是文化帝国主义。此学派认为，在现代资本主义社会，资本主义全球扩张不再依靠军队、经济、科技等硬实力，而是主要依靠意识形态、文化价值观等软实力的输出。其中，大众传媒起了决定性的作用。大众传媒通过日常的新闻报道、影视剧、广告宣传等手段，将资本主义统治阶级的特殊价值描述为“普世价值”，其目的是推行他们的价值观，进而对资本主义世界之外的国家和地区实施文化殖民。文化帝国主义又被称为媒介帝国主义，因为大众媒介是资本主义社会进行文化输出的主要渠道和手段。

以上四种学派虽然研究思路各有不同，但是其基本观点都是一致的。它们都是站在马克思主义的立场上，对资本主义控制下的大众传媒进行理性的反思和深刻的批判，体现出强烈的忧患意识和人文关怀。它们既然都是在对资本主义社会的大众传媒进行批判式的分析，那么就必然要用到符号学的研究方法——话语分析。

批判学派使用的话语分析与经验学派使用的内容分析的区别在于内容分析是建构性的，而话语分析是批判性的。话语分析最早出现在语言符号学领域，结构主义语言学家哈里斯在《话语分析》一文中最早使用了这个术语。话语分析使得现代语言学从研究语言的抽象结构转向研究语言的实际使用。后来，随着符号学从语言学领域延伸到整个文化研究领域，话语这一概念也从一般的言语形式扩展到日常生活中的规范形式，话语分析也就运用到了人文社会科学的各个领域。就传播学而言，话语分析主要运用于批判学派的研究。

批判学派的话语分析继承了苏联哲学家巴赫金的话语理论。他认为话语的意义既不来源于个人的主观创造，也不来源于索绪尔所认为的稳定的系统结构，而是人与人之间对话与交流的结果。这种对话与交流必然包含各种社会和历史的因素，这些因素无不充盈着意识形态的内容。因此，在巴赫金看来，话语的意义是意识形态的产物。此后，西方马克思主义对话语理论作了进一步的探索，从葛兰西的文化霸权理论到阿尔都塞的意识形态观，逐步构

^① 陆扬、王毅：《大众文化与传媒》，上海三联书店，2000年，第50页。

成了话语理论的思想体系。最后，法国思想家福柯的知识考古学揭示出了话语与权力之间密不可分的联系。知识考古学也就是话语考古学，考察了各种话语的形成机制和形成历史。在福柯看来，各种话语或知识都是权力的产物，体现着特定的权力关系。

总之，话语分析就是要“凸显话语的产生与运作过程中存在的意识形态、阶级、性别以及政治、经济等深层权力关系的争斗”^①。批判学派将传播看成一种意义的生产、互动与斗争的话语，这种话语的意义生成与互动是与整个社会意义系统联系在一起的。话语分析的目的就是大众传媒编织的各种话语中揭示出意识形态的内涵，进而揭露出资本主义社会的罪恶本质。

四、符号学与媒介技术学派

传播学的经验学派和批判学派虽然观点立场不一致，但都是将媒介传播的内容作为自己的研究对象。而后来兴起的媒介技术学派就不再关注媒介传播的内容，转而关注媒介本身，强调媒介本身在人类文明发展史中的决定性作用。

加拿大多伦多学派鼻祖英尼斯是媒介技术学派的先驱，他所提出的“媒介偏向理论”，将媒介分为时间偏向的媒介和空间偏向的媒介。前者质地较重、较易保存，能够经受住时间的考验，如石头、黏土等；后者质地较轻、较易传送，能够经受住空间的考验，如纸张等。英尼斯认为，不同时空偏向的媒介可以导致不同文明偏向的帝国的产生，“偏向时间的媒介有助于树立权威，从而形成等级森严的帝国；而偏向空间的媒介则有利于帝国的扩张与管理，但不容易形成等级性很强的社会体制”^②。

英尼斯的弟子麦克卢汉是西方传播思想史上第一位真正意义上的媒介技术主义者，甚至可以说麦克卢汉开创了媒介技术学派。在英尼斯的“媒介偏向理论”的基础上，麦克卢汉提出了著名的“媒介即讯息”。他认为：“任何媒介即人的延伸对个人和社会的任何影响都是有新的尺度产生的。我们的任何一种延伸或曰任何一种新技术都要在我们的事务中引进一种新的尺度。”^③也就是说，媒介的形式而非媒介的内容对人类社会结构和人类文明的变迁起到了决定性的作用。同时，麦克卢汉认为，媒介对人类的决定性作用是通过

① 胡春阳：《话语分析：传播研究的新路径》，上海人民出版社，2007年，第3页。

② 胡翼青：《传播学：学科危机与范式革命》，首都师范大学出版社，2004年，第173页。

③ 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，何道宽译，商务印书馆，2000年，第33页。

延伸人的感觉器官实现的。于是，就有了麦克卢汉的另一个非常重要的理论“媒介即人的延伸”。任何媒介都是人的一种或几种感觉器官，甚至整个中枢神经系统的延伸，正是通过延伸，不同的媒介为人类创造了不同的感知环境。此外，麦克卢汉所提出的“冷热媒介”“地球村”等理论都是媒介技术学派的重要理论。

麦克卢汉的理论提出之后引起了巨大的社会反响，在学术界掀起了一股麦克卢汉研究的热潮。不过，到了20世纪80年代，麦克卢汉及其媒介理论突然受到冷落，甚至一度销声匿迹。就在此时，美国传播学家梅罗维茨接过了麦克卢汉的大旗，提出了“媒介情境论”。梅罗维茨将麦克卢汉的媒介理论和美国社会学家戈夫曼的“拟剧理论”结合起来，认为大众媒介首先改变了人类生活的情境，进而改变了人类生活。此后，在保罗·莱文森、小麦克卢汉等人的努力下，媒介技术学派理论越来越成熟，越来越完善。

前文提到传播学的经验学派与批判学派都不同程度地继承和用到了符号学的理论和方法，但笔者认为，媒介技术学派不仅仅使用了符号学的方法，甚至可以说媒介技术学派的理论与符号学理论是融为一体的，因为媒介技术学派的研究对象是媒介，而媒介是符号必不可少的组成部分，没有媒介就没有符号，同样，没有符号也就没有媒介。

关于符号与媒介的关系，赵毅衡教授在《符号学》一书中指出：“符号的可感知部分，索绪尔称为能指，皮尔斯称作再现体，经常也被大家直接称为符号。符号依托于一定的物质载体才能被人感知，但是感知本身需要传送，传送的物质称为媒介，媒介即是储存与传送符号的工具。”^①在笔者看来，赵毅衡教授的这段话其实就是在说“媒介是符号的可感知部分”，因为感知必须通过媒介才能传达，人们也只有通过媒介才能感知到符号。这里的“媒介”相当于索绪尔的“能指”、皮尔斯的“再现体”。在皮尔斯符号学的三元模式里面，“再现体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”^②。换言之，符号不可能离开再现体而存在，再现体也是对象和解释项存在的必要条件。那么，符号也不能离开媒介而存在，同样，媒介也不能离开符号而存在。

媒介技术学派所强调的媒介技术对人的感知的决定性作用一定是通过符号实现的。因为人只有通过符号世界才能认识到现实世界。正如德国哲学家

① 赵毅衡：《符号学》，南京大学出版社，2012年，第124页。

② 皮尔斯：《论符号》，赵星植译，四川大学出版社，2014年，第32页。

卡西尔指出的那样：“在某种意义上说，人是在不断地与自身打交道而不是在应付事物本身。他是如此地使自己被包围在语言的形式、艺术的想象、神话的符号以及宗教的仪式之中，以致除非凭借这些人为媒介物的中介，他就不可能看见或认识任何东西。”^① 这里的“人为媒介物的中介”，就是符号，没有这个作为中介的符号，我们将无法交流、无法思考、无法行动，甚至无法生存，我们将处于意义的荒芜之中。这里的符号就是我们与实在世界进行沟通与交流的媒介。由此可见，符号与媒介是你中有我、我中有你的关系。“媒介偏向理论”即“符号偏向理论”，“媒介即讯息”即“符号即讯息”，“媒介情景论”即“符号情境论”，这些都是符号学与传播学未来不得不思考和面对的问题。

五、走向传播符号学：传播学的未来与出路

笔者将传播学三大学派与符号学的关联作了一次梳理，目的是想说明虽然传播学三大学派的研究观点、研究范式、研究方法都不一致，甚至相互排斥，但都用到了符号学的思想和方法。这就是将传播学三大学派整合起来的契机和平台。同时，将传播学三大学派整合到符号学这个平台之上就必然会迎来一个新的研究领域或学科体系，即“传播符号学”。笔者认为，传播符号学是传播学走出困境的方向。

传播符号学是将传播学与符号学融合在一起的一门学科。关于这两门学科融合的方式，不同的学者有不同的看法。有学者认为符号学隶属于传播学，因为符号是传播的一个过程要素；也有学者认为传播学隶属于符号学，因为符号学研究意义的生成、传达与接受，而传播学主要研究其中“意义的传达”这一部分。笔者认为以上两种看法都有道理，如果将两种看法结合起来，就是传播学与符号学是相互隶属的，两者的边界趋于融合，学科互动日益增多。正如结构主义符号学家雅各布森指出：“如果符号学学科的圆周是包含语言学在内的最近的一个圆周，那么下一圈较大的同心圆就是通信学科的总体了。”^② 这里的通信学科就是指传播学。

传播学与符号学大致都兴起于 20 世纪 20 年代，这不是巧合，因为两者息息相关。传播学以人类传播现象为主要研究对象，任何形式的人类传播必然都要用到符号，因为人类只有通过符号才能进行意义的交流与分享；符号

^① 卡西尔：《人论》，甘阳译，上海译文出版社，1985年，第33页。

^② 保罗·利科：《哲学主要趋向》，李幼蒸译，商务印书馆，1988年，第346页。

学以意义的生成与传达为主要研究对象，意义的生成与传达必然也要用到传播。因此，研究传播学必然要用到符号学，研究符号学必然也要涉及传播学。传播学与符号学在传播符号学这里相遇是必然趋势，是合乎学科发展规律的，正如李思屈教授所指出的那样：“无论传播技术如何发展，传播现象怎样纷繁复杂，人与符号的互动都是传播行为的基本结构。当我们从纷繁的现象不断深入到这一基本结构时，传播符号学的诞生就成为必然。”^①

总之，传播符号学是以符号学的视角来审视传播现象，以意义的生产、传达和交流为研究对象的一门学科。传播学走向传播符号学将使传播学研究回归自己的本源，即“意义的生产、传达与交流”，因为无论传播技术发展到什么程度，人与人之间的沟通与交流本质上都是意义的沟通和交流，传播技术的发展最多只是改变了意义的实现方式而已。本文在引言中提到传播学目前所面临的最大危机就是缺乏一个研究核心将各个学派的不同观点整合起来。现在，“意义的生产、传达和交流”就可以充当这个研究核心，从而将传播学三大学派的观点综合起来加以考察，因为这个研究核心是传播学三大学派最终都必须思考和面对的问题。因此，走向传播符号学，将是传播学的未来与出路。

作者简介：

张骋，新闻学博士，四川师范大学影视与传媒学院讲师。

^① 李思屈：《当代传播符号学发展的三种趋势》，《国际新闻界》，2013年第6期。