

# 论皮尔斯符号学中的传播学思想

赵星植

## 摘要

在皮尔斯符号学体系中，符号意义的传播一直是其理论关注的重点。皮尔斯念兹在兹的传播学问题，实际上就是人如何利用符号交流意义、分享意义，并由此建立意义共同体。他所建立的三元符号传播模式，以及围绕该模式所进行的符号传播过程、符号自我、符号探究社群等研究，就是按照上述逻辑展开的。皮尔斯的这一传播学研究路径首先使他的符号学呈现出开放、动态的整体特性，进而超越结构主义，持续引领当代符号学的发展方向。同时这一路径又使其相关思想注定与传播学连接在一起，并在诸多方面启发着当代传播学理论的建构与发展。

## 关键词

皮尔斯符号学、传播学思想、传播过程、符号自我、探究社群

## 作者简介

赵星植，四川大学外国语学院讲师，四川大学中国语言文学博士后流动站在站博士后。电邮：snnjkk@163.com。

本文受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”（项目编号：skq201622）资助。

## On Communication Theories in Peircean Semiotics

ZHAO Xingzhi

## Abstract

The communication of signs' meanings is one of the essential parts in peircean semiotics. According to Peirce, the analysis of communication are based on the following hypothesis: the sign users communicate and share their meanings, for constructing the community of meaning by virtue of signs. Following this logic, Peirce innovatively puts forward the triadic pattern of communication, and then develops a series of communication theories around this pattern,

namely, the semiotic self, the bidirectional process of communication as well as the community of inquiry. Influenced by his theories of communication, peircean semiotics, demonstrating as an open and dynamic theoretical systems, continually guides the contemporary semiotic studies beyond structuralism. And his exploration of communication problems, not only lays the foundation of the early American communication theories, but also has been inspiring the contemporary communication researchers to ponder on the essence of the communication phenomena.

### Keywords

Peircean semiotics, communication theories, process of communication, semiotic self, community of inquiry

### Authors

Zhao Xingzhi is a lecturer at College of Foreign Languages and Cultures of Sichuan University, and also a post-doctoral research fellow of Chinese Languages and Literature of Sichuan University. Email: smnjkk@163.com.

This paper is supported by the Fundamental Research Funds for the Central Universities “The Communication Theories in Peircean Semiotics” (Project Number: skq201622).

## 一、皮尔斯与当代传播学研究

查尔斯·桑德斯·皮尔斯 (Charles Sanders Peirce), 是20世纪最为重要的哲学家之一, 更是美国思想史上的传奇人物。皮尔斯生前只出过一本有关光谱测定的小册子, 他广博的思想几乎都埋藏在他死后所留下的10多万页的手稿之中 (瓦尔, 2014: 7)。但这并不妨碍他同时被许多学科视为“先驱”或“奠基者”。从目前已经开掘出来的手稿资源来看, 皮尔斯的确在多个学科领域都有着极为重要的开拓性贡献, 尤其是他对符号学所进行的原创性研究, 后来成为当代符号学的基础, 因此与索绪尔一起被称为“符号学的奠基人”。他的思想还直接影响了同时代的威廉·詹姆斯、杜威、罗伊斯 (Josiah Royce), 拉姆塞 (Frank Plumpton Ramsey) 等人, 也深刻影响了比他年轻的阿佩尔 (Karl-Otto Apel)、罗素、怀海德、波普尔、瑞恰慈 (I.A.Richards)、哈贝马斯等学者。

从传播学学术史的角度来说, 皮尔斯与美国传播学的源头——传播学芝加哥学派——有着很深刻的关联。芝加哥学派受到了实用主义思想的重大影响。正如胡翼青 (2007: 11) 所言, “怎么评估实用主义对芝加哥社会学派的影响都不过分”。皮尔斯作为实用主义的实际创始人, 显然对芝加哥学派的研究对象、理论取向与研

究范式等方面产生过实质性的影响（Simmonson, 2001: 1-26）。

皮尔斯与影响芝加哥学派启蒙的两位重要实用主义学者，即詹姆斯与杜威，更是关系密切。詹姆斯与皮尔斯是一生的挚友，更是把皮尔斯的实用主义思想进行广泛传播的关键人物（瓦尔，2014: 43-44）。詹姆斯在受到皮尔斯启发下所进行的“自我”研究，对后来的“符号互动论”影响深远。被视为芝加哥学派关键人物的杜威是皮尔斯在约翰·霍普金斯大学的学生（布伦特，2008: 175），二者就“实用主义”问题进行过广泛且持久的讨论<sup>1</sup>。我们还可以继续发散下去，芝加哥学派的另一位关键人物米德是杜威的“得意门生”，他不仅批判性地继承了杜威的相关观点，而且还在符号互动论的建构方面吸收了皮尔斯、詹姆斯等人的重要观点。在其专著《符号自我》中，美国学者威利（2011: 53-58）专门对比皮尔斯与米德二人的符号自我论，发现二者存在诸多相通之处。正是在此意义上，哈特（2008: 31-47）把皮尔斯与上述三位学者共同视为美国早期传播研究的先驱。

然而，皮尔斯对美国当代传播学的影响并不仅仅在于实用主义，也不应当局限在实用主义。传播学界在很长一段时间内把皮尔斯与实用主义紧密关联起来，这导致随着实用主义思潮的退热，皮尔斯也跟着实用主义逐渐淡出传播研究的视线。实际上，皮尔斯的手稿中蕴含了大量的传播学原创思想，尤其是他对“三元传播模式”、“符号自我”、“探究社群”等一系列重要传播问题的讨论，可以为当代传播学带来更加直接的启发。

这也就是国外一批学者在21世纪倡导回到皮尔斯，重新评估他对当代传播学所做出的理论贡献的原因。比如，法国学者麦格雷（2009: 3）在其专著《传播学史：一种社会理论的视角》呼吁，我们对“传播”这一概念的理解，应当回到皮尔斯式的“具有创造力的三元模式”，进而摆脱长久以来以二元传播观为主导媒介技术决定论范式。丹麦学者延森（2014: 33）则给予皮尔斯更高的评价，认为他“推动了哲学发展中的半个交流转向”。为此，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》中，借助皮尔斯的三元模式建构起了媒介研究的全新范式。上述两位传播学者的努力，充分验证了皮尔斯的传播学思想在当代、特别是新媒体时代的理论解释力与可延伸力。

与此同时，系统梳理皮尔斯传播学思想的工作已经在西方学者中展开。最早开始此项工作的是美国学者李斯卡（James Jak ó bLiszka）。他在1996年出版的专著《皮尔斯符号学导论》（A general introduction to the semiotic of Charles Sanders Peirce）中，首次深度发掘了皮尔斯符号学手稿中有关传播概念、传播目的、传播

形式条件等问题的论述，为学界同仁揭开了皮尔斯传播学思想的神秘面纱。在此基础上，芬兰学者皮塔里宁（Ahti-Veikko Pietarinen）与博格曼（Mats Bergeman）分别于2005年和2009年先后出版了研究皮尔斯传播学思想的重要专著——《逻辑符号：皮尔斯语言、博弈论与传播哲学》（*Signs of logic: Peircean themes on the philosophy of languages, games and communication*）和《皮尔斯传播哲学》（*Peirce's philosophy of communication: the rhetorical underpinnings of the theory of signs*）。这也标志着系统整理皮尔斯传播学思想工作的开启。

近几年来，国内传播学者也逐渐注意到皮尔斯对当代传播学的影响，并逐步将其理论应用到传播学研究的具体领域。胡翼青在其专著《再度发言：社会学芝加哥学派的传播思想》中回顾皮尔斯符号学对芝加哥学派的奠基性贡献（参见胡翼青，2007：91-96）。胡易容的专著《图像符号学》（2014），以皮尔斯符号学的“像似理论”为基础，深度勾描了大众传媒世界中的图像问题。但总体说来，国内学者对皮尔斯传播学思想的研究尚在起步阶段，相关研究还较为薄弱。这也就是文本的出发点所在。

## 二、皮尔斯传播学思想与其符号学之关系

“传播”是皮尔斯符号学的本有之题。《皮尔斯全集》第六卷专设一个名为“communication”的专题（CP 6.158-162）<sup>2</sup>，该专题整理了皮尔斯围绕“传播”这一概念所进行思辨的笔记。这表明皮尔斯的传播学理论是他本有的研究路径，而非后人对其思想所进行的传播学式的阐发。这一路径与皮尔斯的符号学思想一脉相承，因为他认为符号学研究的最根本目的就是要探究符号传播的规律与机制。具体原因有如下两点：

首先，皮尔斯符号学的核心是“符号三元构成说”，这一学说决定了符号意义的生产与传播是其符号学理论的中心视阈。皮尔斯认为，任何符号都由再现体（representamen）、对象（object）与解释项（interpretant）这三项所构成。其中，再现体是符号的载体，对象是符号所代表的东西。而在这一组三元关系中，起决定作用的是解释项。解释项是在符号在解释者心中所创造的相等的，或更为发展的符号（皮尔斯，2014：43-48），我们可以在广泛意义上将其理解为符号在解释者心中所产生的意义或思想。并且，皮尔斯认为“一个符号只有能被解释成符号才能成为符号”，而“不存在任何例外”（CP 2.308）。

这说明符号表意的核心环节在于解释者自身对符号意义的理解与解释。因为任

何一个符号，无论它与其对象的关联是自然的还是人为约定的，都必须以“在解释者心中产生一个解释项”作为必要条件，否则它就不是一个符号。换言之，任何一个事物都可能被视为符号，也可能不被视为符号；这只取决于解释者是否把它当作符号来理解。更为重要的是，解释者对符号意义的解释，又必然是面向传播与交流机制的。依据皮尔斯的理解，解释项是解释者心中的所产生的新的符号，而这一符号同样可以产生新的解释项。这样一来，符号表意过程就是一个由一个符号到另一个符号，永无止境的意义的延展行为。

为此，皮尔斯在《鲍德温心理学与哲学词典》中有关符号这一词条中说到：“符号是任何一种事物，它可以使别的东西（它的解释项）去指称一个对象，并且这个符号自身也可以用同样的方式去指涉它的对象；解释项不停地变成新的符号，如此延绵以至无穷”（CP 2.303）。这表明符号意义的传播是一个动态开放的过程。假如解释者不主动停止解释，符号意义的延展将一直继续下去。因而，符号的意义为何，并且它将往何处发展，完全取决于解释者与符号发送者所组成的解释者社群对符号意义所做出的具体解释。

通过上述推演，我们完全可以得出如下结论：符号的意义并不存在于符号结构之中，而在于解释者与发送者之间的传播过程中。传播主体的能动性，对符号意义的解释起着决定性作用。正如延森所述，皮尔斯从解释项这一概念所延伸出来的动态表意体系，使得人际交流与互动成为人类认知之关键。这使人类的探究过程转变成“带有现实意涵的交流与传播活动”（延森，2014：39）。由此，符号学重点就从对符号结构的抽象探究，转向对符号意义的传播过程的分析，因为任何符号的意义都在符号使用者之间的传播过程中才能产生。

这样，“传播”不仅成为了皮尔斯符号学的核心议题，而且也使他的符号学体系突破结构主义的桎梏，继续引领21世纪的新符号运动。在20世纪初期，皮尔斯与索绪尔几乎同时但又相互独立地创立了“符号学”这一门学科（皮尔斯称为semiotics，索绪尔称为semiology）。二者分别创建的符号理论，代表着符号学两种截然不同的学术传统。

简要地说，索绪尔是结构主义二元论的始祖，他把符号视为具有“能指”与“所指”的两面体，认为意义只能在系统与结构中产生，进而把符号学局限于语言系统之内。而皮尔斯的符号体系如前文所述，则是三元模式。他对“解释项”及其传播机制的讨论，使符号学不再局限在结构的困境之中，预设了后来开放且多元的符号学新模式。20世纪60年代以后，结构主义盛极而衰，索绪尔二元模式在符号学

中式微。而在后结构主义时代，重新发现皮尔斯开放的符号学，就成了符号学的再生之路。从20世纪70年代起，所有做出了成绩的符号学者，无不重新回到皮尔斯所画下的蓝图之上。（赵毅衡，2014：1-3）

同样，21世纪的“新符号学运动”<sup>3</sup>（new semiotics）发展的最前端，如“生态符号学”（ecosemiotics）、“生物符号学”（biosemiotics）、“伦理符号学”（semioethics）、“认知符号学”（cognitive semiotics）等，基本上都是在皮尔斯传播符号学模式上所进行的推进。这是因为新符号学运动与皮尔斯的初衷一样，都以探寻符号意义的传播与交流机制为基本任务。只是这些新的理论范式把研究对象从人与人的符号传播，转向人与环境界的符号传播，乃至整个生命界的符号传播（彼得里利、蓬齐奥，2015：421-427）。在此意义上说，“传播”不仅是皮尔斯符号学的内核，更是他的符号学能够替代索绪尔模式，并在当代保持理论活力之根本原因。

其次，从其符号学理论体系的建构来看，“传播”更是连接整个皮尔斯符号学体系的桥梁和基石。皮尔斯把他的符号学按照符号、对象与解释项这三元关系细分为三个学科。第一个分支即“符号语法学”（semiotic grammar）主要关注符号的形式特性，以及符号之间的相互关系。第二个分支即“批判逻辑学”（critical logic）主要研究符号与对象之间的关系，即符号与其指称事物的关系。（CP 1.559；CP 2.207）。

而第三分支即“普遍修辞学”（universal rhetoric），它处理的是符号与解释项的关系问题。皮尔斯沿用古罗马的命名传统，将该分支命名为“修辞学”，意指良好沟通与劝服他人的能力或行为。而沟通与劝服皆为最基本的人际传播行为，这显然是回到了传播这一概念的原初含义。关于这门学科的根本任务，皮尔斯认为是要“研究意义通过符号从一个心灵到另一个心灵，从一种心灵状态到另一种心灵状态所需之必要条件的科学”（CP 1.444）。“每个科学心智都遵循的法则（law），而这种法则使得一个符号产生另一个符号，特别是使一个思想产生另一个思想”（皮尔斯，2014:239）。而皮尔斯的这一定义，显然已经非常接近于现代传播学的基本任务了。二者的主要任务都是是要处理符号意义的传播规律与机制等问题。

皮尔斯赋予第三分支以极高的地位，他曾把该学说视为是符号学体系中“最高且最活跃的分支”（CP 2.333），认为它将“导向最为重要的哲学结论”（CP 3.545）。他认为这是因为普遍修辞学可以为符号学的其他两个分支提供“修辞证据”（CP 2.333）。他坚持认为任何理论提出的概念必须要以修辞证据作为支撑，

否则理论就是“不完善的”：“理论中所得出的推论、准预言都需要转而求助修辞证据”，即具体的实际观察来验证这些推论是否有效（CP 2.333）。

皮尔斯所谓的“修辞证据”，是指通过对符号的具体交流与传播行为的考察，来验证符号学所提出的那些基本命题是否有效。“因为，假如符号学不能胜任传统修辞学所赋予的任务，那么它将不会是一个完善的学说”（转引自Bergman, 2009: 138）。这表明，任何符号学议题的最终目的，都是要回到符号传播的具体环节之中，探寻符号意义的根本传播机制。因此，符号学第三分支对符号传播问题的具体研究，就成为了勾连皮尔斯符号学其他两个学科的关键。

从上述讨论可知，符号意义的生产与传播，实际上是皮尔斯符号学体系的内核与关键。皮尔斯对传播诸问题的重视，使得他的符号学模式能最终突破结构与系统的桎梏，继续引领当代符号学运动的发展方向。他从符号学学科建设的角度，把符号传播研究提升为连接符号学其他研究的关键，这就奠定了符号传播研究在其符号学体系中的重要地位。这两点表明：皮尔斯的传播学思想，对于其符号学体系的产生与发展产生了重要的影响。同样，皮尔斯对符号诸问题的研究，也会促进其传播学思想的发展。因此，皮尔斯的传播学与符号学思想是相辅相成的，不能够割裂来讨论。

### 三、皮尔斯的传播学思想之内核：三元符号传播模式

在梳理了皮尔斯传播学与符号学思想之关系后，我们可继续探讨皮尔斯传播学思想的内核，那就是他所创立的以符号意义生产与再生产为中心的三元符号传播模式。应当说，皮尔斯围绕符号传播所展开的一切讨论，均以三元传播模式作为基础。

皮尔斯对三元传播模式所做的最清楚的一次表述，是在他于1906年写给“符号学之母”维尔比夫人（Victoria Welby）的一封信件草稿中。在这封信中，皮尔斯把符号传播过程中的解释项分为三大类，并对这三类的相互关系进行了说明。这一分类模式的提出，可以被视为皮尔斯“三元传播模式”的确立（Bergman, 2009: 110）：

存在着意向解释项（intentional interpretant），它决定着发送者的心灵；效力解释项（effectual interpretant），它决定着解释者的心灵；而交际解释项（communicational interpretant）或曰共同解释项（cominterpretant）则决定的

是，发送者与解释者为了使交际得以发生而相互融合而成的心灵。可以把这种心灵称为共同心灵（*commens*）。（*Peirce & Welby, 1977: 196-197*）

上述引文实际上包含了三组三元关系：第一组是符号自身组成，即符号、对象与解释项。第二组是符号传播过程的三个组成部分，即发送者、解释者与符号文本。第三组也是这段论述的关键，即传播过程中的解释项所组成的三元关系：符号对发送者所产生的意向解释项，符号对解释者所产生的效力解释项，以及发送者与解释者在传播过程中所达成的共同解释项。这三组三元关系在传播过程中必然是相互关联的：发送者与解释者之间以符号为中介来进行传播；而符号的三元关系决定了传播双方必须以“获取符号的解释项”为传播目的；而传播行为之达成，又必须依靠解释项之间交流与融合。

因此，皮尔斯所谓的符号传播过程，就是意图解释项与效力解释项在传播过程中通过相互对话，最后彼此融合，进而形成共同解释项的三元传播过程。从传播主体的互动关系来说，传播就是传播发送者与解释者之间借助符号探寻共同解释项的互动过程。传播双方均在符号传播过程中增加了对符号意义的理解范围或曰信息量。

因此，可以从如下三点来分析皮尔斯三元传播模式的理论意义。

首先，皮尔斯把“解释项”这一符号学第三项放置于其传播模式理论的中心位置，在本质上消解的是以“传-受”关系为核心的传统二元传播观，进而开创的是以意义生产与协商为核心的三元传播关系。二元传播观把重心放在发送者一方，对“传播的效率与精确性”（*菲斯克, 2007: 2*）的控制是这一传播观的核心。而皮尔斯的三元模式则是完全站在了传播接受的这一方。因为解释项本来就是以接受者为基础的，它是符号在解释者心中所产生的另一符号。皮尔斯为此指出：既然符号作为交流的媒介，那么每个行为者都必然能够成为一个符号（*Peirce & Welby, 1977: 196*）。他甚至指明“人类之所以具有突出的传播能力”，终究是因为“人是一个符号”（*CP 5.309*），而两个思想彼此能够进行交流，也正是因为思想就是符号（*CP 5.283*）。

皮尔斯的上述解读极为精彩。传播双方之所以在传播过程中都把对方视为符号，是因为人自身就是符号，并且传播也只能通过符号才能进行。与此同时，符号本身又必然需要处在由符号自身、对象以及解释项所构成的三元关系中才能被视为符号，这就意味着均作为符号的传播双方，都必然会在对方的心中产生某种解释

项。换言之，传播双方必然会在对方心中产生某种效力。因此，皮尔斯又在其他笔记中把“传播”定义为“两个心灵间的相互沟通（intercommunication）”（CP 6.161）。这就表明：传播过程就不会是从发送者到解释者的单向传输模式，而是影响对方心灵的互动模式。而传播的结果就是皮尔斯所谓的获得“共同解释项”。简单说来，就是传播双方通过意义协商，进而达成合意（赵星植，2015）。

菲斯克（2007：40）曾归纳过传播学符号学派的方法论特点：“在符号学派中，接收者或曰读者，被认为比绝大多数线性模式发挥了更为积极的作用”。这一论述非常恰当地总结了传播符号学的理论取向。而从前文的论述来看，菲斯克所述的这一方法论特征是从皮尔斯这里开始奠定的。尽管罗兰·巴特和鲍德里亚等人所继承的索绪尔符号学模式在传播学研究影响甚大，且同样遵循这一传统。但索绪尔自己的理论，却并未直接说明这一点（科布利，2015）。而皮尔斯的传播观则清楚表明解释者与发送者在符号传播过程中的作用和地位是一致的，因为他们都是该过程中的解释项。无论是解释者与发送者，他们在具体符号过程中的主要作用都是对符号文本进行意义的解释与再生产。

其次，皮尔斯的这种传播主体间心灵沟通的模式，还暗含着“传播”第二层含义，即人是通过符号传播来了解自我。同样在哈佛八卷本《皮尔斯文选》的“传播”这一专题中，他指出：

一个人以了解另一个人个性（personality）的那种相同方式来了解自己的个性。第二种个性的观念也即第二种个性本身，进入到第一个人的直接意识领域之中，就如同他能感受到他的自我那样直接，尽管没有那么强烈。与此同时，二位的那种对立也被感知到，由此，第二者的外在外性也就被了解了（CP 6.160）。

上述引文表明：传播不仅可以共享意义，而且还可以通过与他人进行符号互动来了解自己的“个性”，即皮尔斯所谓的“自我”。皮尔斯认为，这种对“自我”的认知是相互的。正因为了解我自己的方式与我了解“你”的方式一样的，所以我会互动中意识到你的“个性”，而这一过程就像我了解我自己的“自我”一样直接。同时，“我”也会在这种互动和差异中感到对立感，即与“你”的不同之处。因此，“我”的自我就在与“你”的自我所形成的这种对立与统一关系中被察觉出来。

皮尔斯在此处已经预见到了后来对传播学影响甚大的符号互动理论。思想的传

达与交流必然要经过符号这一载体，因此没有符号，也就无所谓传播。而人对自己的了解，也必须要通过符号交流才能够实现。同样，这一观点也影响到了他后来对符号自我以及探究社群等理论的基本观点，笔者将在后文详述。

最后，从传播学本体论意义上来看，皮尔斯所建构的三元符号传播模式同样极具启发意义。皮尔斯符号学的根基是其符号现象学的“范畴论”。他认为世间万物都可以统归于三个基本范畴：“第一性”即感知的品质，“第二性”即实际经验到的实在，“第三性”即统合第一性与第二性的法则或规则（皮尔斯，2014：14-24）。因此，在符号构成三分说中，符号是第一性，是符号解释者对符号所产生的感知；对象是第二性，是符号实际所指之物；而解释项是第三性，是解释者基于符号与对象之相互关系所产生的意义解读。可见，这三性的排列是一种从直观到综合的思维过程。

同样，皮尔斯三元传播观的根基也是其符号现象学。这首先意味着我们可以从现象学层面深化对符号传播过程的理解，进而可用更加立体的角度来讨论传播过程中的意义生产。以前文所提到的符号传播中的三类解释项为例：从现象学角度来说，这三类解释项说明传播主体对符号品质的感知，到对符号所指之实在的经验理解，最后到符号意义的抽象理解，这是一个理解深化的过程。这是符号意义生产的三种基本层次。有学者认为，这种渐进的认知方式，类似于认知论哲学与心理学上说的“统觉”（apperception），即“用个人过去经验的积淀把新的经验吸收寄来，加以改造，形成一个新的整体”（赵毅衡，2012：122）。

所以，从符号学现象的角度来看，皮尔斯的传播模式不仅仅是多了一元，更重要的是这代表一种理论视角与研究范式的转变。既然传播现象都具有从第一性到第三性，从单一到综合的过程，那么我们对传播本身的理解，也应当从平面的二元的模式，转向立体的三元模式。而这种三元的模式的根本，就是要用作为第三性之传播主体的解释法则，来统摄整个传播现象的理解。由此，传播主体的能动性，传播主体所构成社群的之文化等方面，就成为理解传播的一个不可或缺的维度。

如麦格雷所言，以二元论为中心的传播观实际上是把理性与技术对立起来，把人的思维与行为对立起来，而这种做法实际上是不恰当的。他解释到，人类在世界上的行动可以参照不同的标准——如工具的、规范的、表达的——而这些标准或秩序之间实则上并没有不可逾越的鸿沟。从本质上说，“人类并不是双脚站立在技术的大地上而思想却飘浮在星空中”（麦格雷，2009：3）。为此，他呼吁传播学研究应当从二元论恢复到三元论中来，因为“要更准确定义传播这个词，必须……接

受社会科学奠基人和继承者以不同方式所发出的邀请,把传播看成一个我们永久居住的三维空间”(麦格雷,2009:3)。他列举了许多社会学者的三元模式,如韦伯的三种合理性,米德和布鲁默的客体三分法,以及后来的哈贝马斯等人的行动三分法。而最终被他选为范本的即为皮尔斯三元模式。他认为皮尔斯的三元模式更加适合用来理解传播现象本身。因此,他在皮尔斯现象学“三性原理”的基础上,从三个层面来理解“传播”(麦格雷,2009:3-5)。第一,是自然层面或功能层面。它是指那些所谓“精确”科学假定存在的根本机制。这与皮尔斯所表述的“第一性”相一致,该范畴指明思想与世界一一对应关系。而这一层面的“传播”,相当于量化研究所展现出来的不同传播模式。第二,是社会或文化的层面。它是指符号再现与现实世界之间的差异与冲突。麦格雷认为这是“表达身份与差异的层面,是界定社群与社群间关系的层面”(麦格雷,2009:4)。身份指向共有,差别指向等级和冲突。这一层面与皮尔斯所谓的“第二性”相对应,第二性的最大特征即为现实感与冲突性。这一层面的“传播”充分假定社群间存在对话或非绝对的冲突,而这是权力/文化关系的基础。第三,是创造性的层面。这指的是出现新的意义解释,并对之做出调整,包含创造性和可能性的层面。这也是皮尔斯所谓的“第三性”的层面,它指向传播个体和社群之间的普遍意义关系,其边界就是人与人的传播关系。在这一层面上,“传播”既是一种规范的、伦理的、政治的互动,更是权力、文化与民主选择之间的关系。

综上,皮尔斯的三元符号传播模式的核心,是传播主体围绕符号文本所进行的意义生产与再生产、协商与再协商。这一符号传播模式的最大特性就在于,它赋予了传播主体充分的能动性。这不仅意味着传播主体需通过符号传播来了解自我与被传播者,还同时意味着我们对传播的理解,也必然受到传播主体所构成的社群文化之影响。如此一来,我们对传播之本质的理解,实际上也是按照“自我-传播双方-传播社群”这样一种皮尔斯符号现象学原则逐步展开的。

#### 四、皮尔斯传播学思想的一条主线:符号传播、符号自我与意义社群

皮尔斯基基于三元传播模式基础,对传播、社会个体与社群之间的相互关系所展开的论述,构成了其传播学思想的一条主线。从传播学理论史的角度来说,对这三者关系的讨论本是传播学这门学科自开创以来就拥有的研究传统。早期传播学者,如詹姆斯、杜威、库利、米德等,都从不同角度论述过此议题且在诸多观点上存在着共识。究其原因,是因为早期传播学者把传播、个体与社群视为解决现代社会危

机，重建新型社群关系的突破口。如哈特所述，“包括皮尔斯、詹姆斯、杜威和米德等人在内的一代哲学家都提出了有关传播的构想”，而在他们心中，传播是与下列观念紧密相连的：“个人在的社会中的作用，社群作为共享经验的重要性以及民主方式的可能性”（哈特，2008：30-31）。

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。这些论述都实在地影响了美国早期传播学的学理假设，并在一定程度上奠定了早期传播学研究的学理基础。符号传播问题，笔者已经上一小节进行了详细论述，本小节主要关注皮尔斯对符号自我与意义社群这两个问题的讨论：

首先，是传播与符号自我的形成问题。皮尔斯把“自我”视为一种符号，即“符号自我”。这样一来，“自我”就成为了一个充满弹性的结构，它既能够传达意义与也能够解释意义。自我从一种先验的心灵实体变成一种社会互动的产物。皮尔斯的这一论断，扫清的是长期在近代哲学思想中占据主导地位的、以笛卡尔为代表的“身心二元论”，否定了主体哲学领域绝对永恒自我的观念。（威利，2010：33）

皮尔斯对自我问题的这一突破性贡献，来源于他著名的“人—符号理论”（瓦尔，2014：135-136）。皮尔斯认为，“我们只有在用符号时才能思考”，并且“一切思想都不可避免地要在符号中表达出来”（Peirce，1992：24）。所以，不是我们表达思想需要符号，而是我们的思想本来就是符号。皮尔斯认为之所以能得出上述结论，其根本原因在于人自身就是人使用的一个符号。他进一步论证道：“在人的意识中，没有任何一个要素不与词语相对应”（Peirce，1992：24），因而“我的语言就是我自身的全部总和，因为人就是思想”（Peirce，1992：54）。这也即是皮尔斯“人—符号”理论的含义所在。

既然人的本质是符号性的，而我们思想也是符号，那么我们所谓的“自我”也必然只能是“符号自我”。皮尔斯为此解释道，“从我们自身存在中（这种存在通过无知和错误的出现已得到证明）得出，每一个呈现给我们的事实都是我们自身的一种现象显现（phenomenal manifestation）”，因此，“当我们思考时，我们自己作为我们在那个时刻所成为的那种事物，就会再现成为一个符号”。（Peirce，1992：63）。用简单的语言来说，就是我们在思考时会把我们自身也当做成为一个符号来进行思考，所以“自我”在本质上就是符号。

并且，皮尔斯还进一步指出，这种符号自我还必然具有社群属性。这一观点进

一步与身心二元论所谓的绝对自我，割裂开来。为此，皮尔斯证明道：

人所使用的词或符号就是人的自身。因为把每一个思想是一个符号与生命是思想的系列这两个事实联系起来，我们可以证明人是一个符号，因此每一个符思想就是一个外在的符号，证明人是一个外在的符号。（Peirce, 1992: 54）

皮尔斯认为思想和人在本质上都是外在的符号。这表明思想不是什么私有的事情或深藏在世界背后的东西，它在本质上是公共，因为我们思想所需的符号就是外在的。皮尔斯举例说：正如我们说“一个物体在运动”而不是说“运动在一个物体里”一样，“我们是在思想里，而不是思想在我们里面”（Peirce, 1992: 42）。既然思想是外在的和公共的，那么我们的内心思想活动也就并非完全是私人的、不可解的，而是必然与社群、公众和社会环境结合在一起的。所以，自我也不可能完全是私人的自我，而是属于某个社群的自我。

皮尔斯的这一观点再次向“符号互动论”敞开了大门。如威利所述，詹姆斯、杜威、米德等美国早期传播学者都对“自我”这一概念上保持着与皮尔斯一致的传统，即皆认为“自我是一个符号实体”（威利，2010：4）。这不仅意味着自我运用各种符号，还意味着自我本身就是一个符号。我们的思想，无论是社群性的社会意识，或者是个人思想、意志，甚至是潜意识，都是外在的符号。因为，无论存在什么样的差异，它作为符号的形式却是可以被让人可以理解的。这就是“符号互动论”为何可讨论“自我的内心对话”模式的关键所在。

更值得一提的是，皮尔斯的符号自我论还明确指出了自我的对话模式。而这一模式的提出，进一步奠基了符号互动论的理论范式。他指出“思维永远以对话形式进行着不同阶段的自我之间的对话”（CP 4.6）。因此，“我”的思考过程，实际上是自我与另一个自我之间展开的对话。皮尔斯的这一解释通俗点说就是，“我对自己说，我说道”（Colapietro, 1998: 41）。通过这样的对话，“我”会加深我自身对自我的认知。胡翼青（2007：199）曾引米德原文“思考过程本身不外是一种进行中的内在会话……”，并由此推论说，“米德可能是人类历史上第一个明确把思维的本质说成内向传播的学者”。由此看来，笔者应当可作稍许修改：皮尔斯实际上早于米德许久就已提出了思想是自我间的对话这一观点。

皮尔斯所提及的这种“内心对话”模式暗示着自我的可分裂性。“一个人并不绝对是一个个体，他的思想是的他‘正在对自己所说’的内容，也就是对另一个自

我所说的内容，在时间流中，这另一个自我即将进入生活”（CP 5.421）。这样一来，“自我”就是一个合成的概念，它实际上由两个不同类型的自我所构成：一个是当下的自我，皮尔斯把它称为“我”（I）；另一个是面向将来的自我：“所有的思维都是在对另一个人说，或者是像对另一个人说的那种方式，在对未来的自我说”。皮尔斯把后者称为“你”（Thou）。

关于“我”与“你”的互动，皮尔斯认为是“在瞬间产生的自我，召唤着更深层的那个自我，以获取它的首肯与共鸣”（CP 6.338）。简言之，就是当下的自我（“我”），主动与将来的、社群所肯定的那个理想的自我（“你”）对话，来反思此刻的自我。从上面叙述来看，皮尔斯所谓的“你”已经非常接近于米德所谓的“客我”。同时，皮尔斯又认为当下的“我”具有“自愿行动的能力”以及“对未来事件不具约束力的原因”（转引自威利，2010：28），这是“我”可以与“你”能够对话的关键。皮尔斯对“我”的这一特性描述，显然与米德所描述的当下的或具有“自由的原动力”的“主我”对应了起来。

詹姆斯正是受到了皮尔斯在可分裂之自我方面的研究影响（胡翼青，2007：96-97），才进一步展开了对“经验自我”与“纯粹自我”的社会心理学研究，因此被誉为是“第一明确提出自我概念的社会科学家”（特纳，2003：3）。而米德有关“主我”与“宾我”的讨论与皮尔斯有关“你”与“我”的讨论存在着诸多共通之处，可以说米德是在继承皮尔斯、杜威等人的研究成果上所进行的继续提升（威利，2010：53-59）。因此有足够理由可以证明，皮尔斯的符号自我论，为美国早期传播学研究的“符号互动论”指明了方向。

其次，是皮尔斯有关符号传播与意义社群之形成的综合研究。前文第三节已提及皮尔斯符号学理论的一个经典命题，即符号的“无限衍义”问题。简单说来，皮尔斯认为符号解释项的推演是开放的，并且在理论上是可以绵延以至无穷的。我们只能在某个时间段、某个具体语境中了解到某个符号相对固定的意义，而所谓“终极意义”或曰“最终解释项”（ultimate interpretant）仅仅是一个理想极限值。

但皮尔斯的理论并没有停步于此。皮尔斯认为，符号学的终极问题也即是“真相”问题（李斯卡，2014：27-29）。皮尔斯认为所谓真相就是任何符号的最终解释项（CP 8.814）。因此，真相的问题，就转变成为符号的最终解释项是否可能或者在何种意义得以实现的这一具体问题。关于此，皮尔斯认为“最终解释项”的实现是一种“将来时”（would-be）。换言之，在“无限未来”中，经由足够多探究者所组成的“探究社群”（community of inquiry），所进行足够持续的传播与沟通

之后，“最终解释项”终会形成（CP 8.814）。

而皮尔斯所谓的“探究社群”，则是由一群探究者所组成的社群。他们不急利害得失，为了真相本身而最求真相，他们使用自我修正的科学方法，对相关问题进行长期的研究。皮尔斯相信，他们最后会得到一个一致同意的终极意见（ultimate opinion）。在这种理想的环境中，他们对与符号所做的解释，将会是最终的、终极的、唯一为真的解释。这也就是皮尔斯著名的“探究社群”理论。

延森指出，皮尔斯的探究社群理论，实际上把人类的所有符号认知活动设想为一种社群活动，而这暗示的是一种普遍交往活动的存在。皮尔斯的探究社群理论说明，“在所有人类求知活动中，无论他们正式与否，正是社群为其提供了一个交流与传播的平台，它鼓励理性的怀疑，并推动对怀疑之解答的交流”。因此，“皮尔斯将‘超个体的解释单元’与‘经验的长期有效性’这两个前提结合起来，形成了自己的‘哥白尼式的转向’”（延森，2012：37）。

因此，皮尔斯的上述论断，也已经把终极解释项的问题转换成如下这一传播学经典命题：传播者为了获取符号的终极意义，如何形成相互合作的意义社群，进而进行科学、有效的公共讨论。因此，要获知解释项之最终归属，就不得不去分析“探究社群”这一意义社群的构成及其条件。概而论之，皮尔斯认为探究社群的形成起码要具备如下三个条件：首先，社群成员必须要具备理解符号且能利用符号进行交流的能力，这使得我们可以把事物和事件转化为可交流的意义。其次，社群成员之间必然具备着某种传播与交流的关系，从而社群成员可以分享或共享符号意义。最后，社群成员会因为上一条中所述的那种传播关系，从而认同自己该探究社群的一部分（皮尔斯，2014：210-224）。

此处，我们又再次看到了美国早期传播学研究特别是芝加哥学派的影子：皮尔斯对真相的探究，实质上讨论的是人为了得到社会共识，如何利用符号在社群中进行互动，并遵循什么样的交际伦理或交流条件。从长远来看，米德所谓的“符号互动”、杜威所谓的“大社群”（great community）和哈贝马斯的“普遍语用学”（universal pragmatism）理论，皆可以在皮尔斯的传播学思想中找到原型。

## 五、结语

在皮尔斯符号学体系中，符号意义的传播诸问题一直是其理论关注的重点。这一特性首先使其符号学思想呈现出开放、动态的整体特性，进而超越结构主义，持续引领当代符号学的发展方向。并且，他在符号学体系建构中对符号传播诸问题的

思考,又使其相关思想注定与传播学连接在一起,并在诸多方面启发着早期传播学理论的建构。因此,皮尔斯的传播学思想与其符号学思想实际上不可分割,二者交融发展,共同影响着当代符号学与传播学的发展。

而皮尔斯念兹在兹的传播学问题,实际上就是人如何利用符号交流意义,分享意义,并由此建立意义的共同体。为此,皮尔斯所建立的三元传播模式,并围绕该模式所展开的符号自我、符号传播过程、符号探究社群的研究,就是按照上述逻辑展开的。而人与自我、人与人的交流,人与人所组成的交流社群,又恰好遵循皮尔斯以第一性,第二性,第三性的符号现象学原则。这充分说明皮尔斯的传播学理论是与其整体思想体系是高度统一的。

当然,皮尔斯的思想体系异常庞杂繁琐,这是任何研究皮尔斯的学者都应当有所心理准备的事,笔者也感同身受。本论文仅仅算是一个呼请,呼吁在皮尔斯逝世100年以后,再次以发现的眼光回到皮尔斯的符号学宝藏中,探究他所留下的传播学资源,从而为当代传播学理论的发展提供可持续的理论资源。

(责任编辑:熊壮)

### 注释 [Notes]

1. 详见哈佛出版社的《皮尔斯文选》(Collected Papers of Charles Sanders Peirce. Cambridge: Harvard University Press, 1931-1958)第8卷,第147段;以及第180-183段。
2. CP 6.158-162,即为《皮尔斯文献》第6卷,第158段至162段。此夹注形式遵照国际皮尔斯研究引用规则。下同。
3. 2014年世界符号学大会的主题就是“新符号学:介于传统与创新之间”(New semiotics: between tradition and innovation)。从大会官方网站上也看出,各小组讨论的主题甚少涉及索绪尔式的符号学,以此可以作为21世纪符号学回归到皮尔斯所开创的“大符号学传统”的例证。参见大会官网:<http://semio2014.org/en/home>。

### 引用文献 [Reference]

埃里克·麦格雷(2009).《传播理论史——一种社会学的视角》(刘芳译).北京:中国传媒大学出版社(原著出版于2003年).

[Maigret, E. (2009). *Sociologie de la communication et des medias(Trans.)*. Beijing: Communication University of China Press(Original work published 2003).]

保罗·科布利(2015).符号学(semiology)之死与神话拆解:巴尔特与传媒研究.载曹顺庆、赵毅衡主编.《符号与传媒》(第10辑).成都:四川大学出版社.

[Cobley, P. (2015).The death of semiology and mythoclasm: Barthes and media studies. In Cao, Sunqing & Zhao, Yiheng (eds.), *Signs and eedia (Vol.10)*. Chengdu: Sichuan University

Press.]

布莱恩·特纳(2003).《Blackwell社会理论指南》(李康译).上海:上海人民出版社(原著出版于1996年).

[Turner, B. S. (2003). *The Blackwell companion to social theory (Trans.)*. Shanghai: Shanghai People's Publishing House (Original work published 1996).]

汉诺·哈特(2008).《传播学的批判研究:美国的传播、历史和理论》(何道宽译).北京:北京大学出版社(原著出版于1992年).

[Hardt, H. (2008). *Critical communication studies: communication, history and theory in America (Trans.)*. Beijing: Peking University Press (Original work published 1992).]

胡易容(2014).《图像符号学》.成都:四川大学出版社.

[Hu, Yirong (2014). *Semiotics of images*. Chengdu: Sichuan University Press.]

胡翼青(2007).《再度发言:论社会学芝加哥学派传播学思想》.北京:中国大百科全书出版社.

[Hu, Yiqing (2007). *Speaking again: on communication theories of Chicago School*. Beijing: Encyclopedia of China Publishing House.]

科尼利斯·瓦尔(2014).《皮尔斯》(郝长墀译).北京:中华书局(原著出版于2000年).

[Waal, C.D. (2014). *On Peirce (Trans.)*. Beijing: Zhonghua Book Company (Original work published 2000).]

李斯卡(2014).反思皮尔斯的符号学,载曹顺庆、赵毅衡主编.《符号与传媒》(第9辑).成都:四川大学出版社.

[Liszka, J.J. (2014). Some reflections on C.S. Peirce's semiotics. In Cao, Sunqing & Zhao, Yiheng (eds.), *Signs and media (Vol.9)*. Chengdu: Sichuan University Press.]

罗伯特·威利(2010).《符号自我》(文一茗译).成都:四川教育出版社(原著出版于1994年).

[Wiley, N. (2010). *The semiotic self (Trans.)*. Chengdu: Sichuan Education Press (Original work published 1994).]

皮尔斯(2014).《皮尔斯:论符号》(赵星植译).成都:四川大学出版社.

[Peirce, C.S. (2014). *C.S. Peirce: on signs (Trans.)*. Chengdu: Sichuan University Press.]

苏珊·彼得里利、奥古斯托·蓬齐奥(2015).《打开边界的符号学:穿越符号开放网络的解释路径》(王永祥等译).南京:南京大学出版社(原著出版于2005年).

[Petrilli, S. & Ponzio, A. (2015). *Semiotics unbounded: interpretive routes through the open networks of signs (Trans.)*. Nanjing: Nanjing University Press (Original work published 2005).]

克劳斯·布鲁恩·延森(2012).《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(原著出版于2010年).

[Jensen, K.B. (2012). *Media convergence: the three degrees of network, mass, and interpersonal communication (Trans.)*. Shanghai: Fudan University Press (Original work published 2010).]

约瑟夫·布伦特(2008).《皮尔斯传》(邵强进译).上海:上海人民出版社(原著出版于1993年).

[Brent, J. (2008). *Charles Sanders Peirce: a life (Trans.)*. Shanghai: Shanghai People's

- Publication House (Original work published 1993).]
- 约翰·菲斯克(2008).《传播研究导论:过程与符号》(第2版)(许静译).北京:北京大学出版社(原著出版于1996年).
- [Fiske, J. (2008) *Introduction to communication studies (2nd edition)(Trans.)*.Beijing: Peking University Press (Original work published 1990).]
- 赵毅衡(2012).《符号学》.南京:南京大学出版社.
- [Zhao, Yiheng. (2012). *Semiotics*. Nanjing: Nanjing University Press.]
- 赵毅衡(2014). 回到皮尔斯. 载曹顺庆、赵毅衡主编.《符号与传媒》(第9辑). 成都:四川大学出版社.
- [Zhao, Yiheng. (2014). Return to Peirce, In Cao, Sunqing & Zhao, Yiheng (eds.), *Signs and media (Vol.9)*. Chengdu: Sichuan University Press.]
- 赵星植(2015). 皮尔斯的三元模式在传播学中的意义.《中外文化与文论》,(3), 180-189.
- [Zhao, Xingzhi. (2015). On Peirce' s triadic pattern of communication and its significations to communication studies. *Cultural Studies and Literary Theory*, (3), 180-189. ]
- Bergman, M. (2009). *Peirce' s philosophy of communication: the rhetorical underpinnings of the theory of signs*. London: Continuum International Publishing Group.
- Colapietro, V. (1988). *Peirce' s approach to the self: a semiotic perspective on human subjectives*. Albany: State University of New York Press.
- Liszka, J.J. (1996). *A general introduction to the semiotic of Charles Sanders Peirce*.Bloomington: Indiana University Press.
- Peirce, C.S. & Welby, V.W. (1977).*Semiotics and significs: the correspondence between C.S. Peirce and Victoria Lady Welby*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.
- Peirce, C.S. (1992). *The essential Peirce: selected philosophical writings(Vol.1)*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.
- Simonson, P. (2001). Varieties of pragmatism and communication: visionsand revisions from Peirce to Peters. In D.K. Perry (ed.), *American pragmatism and communication research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.