

书评

多重意义的开放体系：读《皮尔斯：论符号》^{*}

胡易容

作者：查尔斯·桑德斯·皮尔斯著

译者：赵星植

书名：《皮尔斯：论符号》

出版社：四川大学出版社

出版时间：2014 年

ISBN: 9787561481349

DOI: 10.13760/b.cnki.sam.201601017

《论符号》的迻译出版，是中国读者期待已久的。符号学领域几乎人人都在谈论和引用皮尔斯理论，但由于原著匮乏，许多学者对他的一些理论洞见还不甚了解。蓬勃发展的中国符号学运动太需要一部来自皮尔斯的“索绪尔《普通语言学教程》”。迄今为止没有这样一部书，并非学者们不用功，而是皮尔斯的研究整理工作实在不易，否则何以皮尔斯逝世一个世纪之后，以遍布全球的皮尔斯研究机构之力，迄今依然未能完成皮尔斯手稿的全部编撰、整理？

说皮尔斯，不得不提索绪尔。今天我们将皮尔斯与索绪尔列为符号学学科的两位早期开创者，但在整个符号学诞生百年以来的大部分时间里无疑索绪尔是主导。其主导地位除了归功于“教程”的阅读便利，还部分归功于索

^{*} 本文受到广西高校人文社科重点研究基地项目“政府数字传播与文化软实力”（LS15C14B）资助。

绪尔明确聚焦于语言这一最完整的符号体系。而皮尔斯往往作为实用主义哲学家被认识,对他在符号学领域的成就,符号学界了解得并不算全面。在法国学者埃诺编写的《符号学简史》里,甚至没有皮尔斯的一席之地,其原因正如作者指出的,“直到最近一些年,皮尔斯的研究成果在这里涉及到的理论探索的发展中未起到任何作用”(2005, p. 5)。上述这种情况在国内也大致相近。在20世纪80年代符号学引入中国之初,高名凯即译出了索绪尔的奠基之作《普通语言学教程》(1980年,商务印书馆)。一段时间以来,语言学都是符号学研究的主力,索绪尔作为语言符号学的奠基人,其著作也就自然是符号学最重要的理论来源。

对于普通读者来说,皮尔斯的接受困难还在于他的学术体系复杂,涉猎面广,著述不易读,著述中背景的例证常常从某个看上去毫不相关的其他学科中来。如他在解释呈符(rheme)时说:“呈符在某种程度上非常类似于化学原子,或者那种带有不饱和键的基。非关系呈符(non-relative rheme)像一个只含有一个不饱和键的单价基,而关系呈符则像一个多价基……”恐怕对于部分文科学人来说,需要查阅相关化学术语才能读懂这段话。皮尔斯的学术理论不仅具有跨学科性,还特别倾向于创造概念来完善自己的体系。相对索绪尔的成对概念范畴,他的概念系统的复杂性令许多学人望而生畏。仅就符号分类而言,他就有十余种三分系统。除了众所周知的像似、指示、规约,还有质符、单符、型符,呈符、申符、论符……这些复杂名词常常无法得到直观理解。

历史的公正在于,它或许拉长了人们理解皮尔斯的过程,却没有阻碍人们继续探索这座富矿的脚步。随着后结构主义转向和一系列理论语境的转变,结构主义符号学成对范畴的缺陷逐渐暴露——它们面对许多新问题显得捉襟见肘。皮尔斯的理论开放体系却能提供更合理的解释,因而成为近年符号学思想的“新”动力。以洛特曼为代表的早期的莫斯科塔尔图学派就曾属结构主义阵营,但从20世纪80年代开始,他们的方法开始经由一个“基础转向”而展现“过程化和动力性”方面(库尔,2014, p. 10)。曼德克尔将洛特曼的这种“基础转向”视为符号学在20世纪最伟大的成就。其中“过程性”“动力性”正是皮尔斯符号学体系的重要特征。由此,塔尔图学派的后继者们认为皮尔斯的方法是适用于生物符号学的。(库尔,2014, p. 62)

可以说,皮尔斯体系对新领域的这种开放性特征使之成为当前充满活力的理论模式。例如,面对当前读图时代新媒体与视觉文化诸问题时,米切尔指出“不管图像转向是什么,应该清楚的是,它不是回归到天真的模仿、拷

贝或再现的对应理论，也不是更新的图像‘在场’的形而上学，它反倒是一对图像的一种后语言学的、后符号学的重新发现……”对此一观点，学界一度出现某种过于简化的误读——符号学是基于语言的，而现代图像学是“一种后符号学的发现”。笔者曾就此撰文指出，此“后符号学命题”实际上是“后结构主义符号学”或“后语言符号学”命题（胡易容，2012，pp. 146 - 151）。换言之，当代视觉与传媒文化在理论体系和整体框架下要求从结构主义转向以皮尔斯为原点的开放体系。

一种理论的生命力不仅表现为后继者的阐释结果，更表现为人们在寻找问题解决方案时的不期而遇。近几十年来，交叉发展与跨学科融合成为符号学运动的主要方向。以认知符号学的兴起为例，它也引发符号学界的讨论：是否有必要进行一场“认知转向”以区别于此前的符号学？国内较早接触“认知符号学”术语的学者郭鸿教授指出，皮尔斯符号学体系更倾向于通过思维感知角度来理解符号表意，其本身就是“认知论”的模式（2011，pp. 52 - 65）；苏晓军教授也认为“认知符号学所说的符号是皮尔斯框架内所讨论的符号”（2009，pp. 142 - 145）。不仅如此，认知转向并非单单指认知科学对符号学的改变，它还指今天的认知学家借助符号学方法来发展“认知科学”。只能说，皮尔斯超越他的时代太远，需要人们花更多的时间来消化这座思想的富矿。

不难预见，在符号学学科的第二个一百年中，皮尔斯研究将对符号学的整体发展具有更关键的影响。我们已经看到欧美学界为此作出的卓越努力，李斯卡教授此书的出版就是其中成果之一。对于中国符号学界来说，皮尔斯理论的译介则更具紧迫性和实际价值。中国符号学界太需要一部“来自皮尔斯的经典教程”，尽管皮尔斯符号学的丰富维度和广泛涉猎，不可能用一部书就完全归纳，但《皮尔斯：论符号》在中国的出版无疑朝着这个方向迈进了有意义的一步。

全书分为两个部分，第一部分从几个已出版的皮尔斯手稿文集中精选，编者力图从皮尔斯符号学的庞杂体系中梳理出一个基本框架。在这一部分中，读者阅读到的是“原汁原味”的皮尔斯——既有体系分类法折射的宏观视野，更有许多富于启发的精微妙论。以对符号意指过程的讨论为例。索绪尔理论的能指/所指是成对范畴，该范畴在不同符号结构中可能面临一些诸如能指缺失或所指不明的具体情况，这种情况常常被认为是符号意指过程分析的不完整，甚至是“不完整符号”。在皮尔斯关于对象的论述中，他认为动力对象（dynamic object）“总体上决定符号过程”，它才是构成符号的推动力，

而具体的对象不过是符号所再现的内容——这就精妙而自然地解决了对象物与逻辑对象的区隔问题。许多此类妙论让人感觉到,皮尔斯并非刻意将问题复杂化,而是以其洞见展现了符号形式的本质观相。

毋庸讳言,皮尔斯“论符号”对于部分读者来说仍有一些困难:一方面是多个手稿的整理集成导致行文连贯性上不如专门、系统的教材,二是皮尔斯文风本就晦涩。不过,后半部分李斯卡教授撰写的《皮尔斯符号学导论》完美地弥补了这一不足。李斯卡教授是皮尔斯符号学研究专家,曾任美国皮尔斯学会主席。他的学养和皮尔斯研究功力为读者带来了完全不同的阅读体验。导论部分随处可以看到李斯卡教授以其渊博知识为背书的对比性分析。例如 semiotics 与 semiology 的比较,许多学者认为两者内涵完全相同,而仅仅是皮尔斯与索绪尔选用术语之别(埃诺,2005)。李斯卡教授则从皮尔斯与索绪尔理论体系以及学科范畴的深度分析了两者的差异,并指出它们分别代表了逻辑形式论与心理主义如何处置符号学学科的重大分野。从可读性角度来看,李斯卡教授的导论部分更符合一部经典教材的要求。李斯卡教授深入浅出的导论与皮尔斯的原文经典的精心编撰,成就了这部皮尔斯符号学体系的经典之作。

此外,对于一部如此分量的著作来说,翻译责任之重要不言而喻。以皮尔斯的风格来说,翻译之难也可想而知。早有学者指出,对于皮尔斯的翻译,语言、专业素、养哲学功底任何一方面的不足都可能导致陷入泥潭,其结果恐怕是译文比原文还难懂。(季海宏,2014, pp. 85-90)恐怕大多学人都品尝过比原文还难懂的翻译是何种滋味,而皮尔斯这样的术语创造大师对译者而言更是巨大考验。译者星植君专攻符号学且双语修养极佳,富有远大学术抱负。对于此书的翻译,我个人的阅读感受是,无论是皮尔斯符号学庞杂晦涩的专业术语的准确性,还是李斯卡导论部分的流畅性,都使得该书堪称一部著译俱佳的上乘之作。对于原文阅读尚力有不逮的学人而言,该书的出版不啻是福音;即便对能驾驭原文阅读的读者而言,此书也提供了术语、注解方面极具价值的参考。原典的精心选编、精湛的导读与精良的翻译三位一体,成就了该书在汉语符号学界的价值。其在汉语界译出版显然不是一个结束,而是一个新学术语境下多重意义的开启。皮尔斯曾说,这是一个广阔的领域,而他作为最先触及该领域的人,不得不将研究限制在一些最重要的问题上。有两类工作亟待继续:一是皮尔斯专题研究工作者,他们将皮尔斯的思想遗产宝库一点点打开,成为更多学人可能享用的思想精华;另一个同样重要的工作是,在皮尔斯理论基础上,结合新学术语境,来构筑新时代符号学理论大厦。

引用文献：

- 埃诺，安娜（2005）. 符号学简史（怀宇，译）. 天津：百花文艺出版社.
- 库尔（2014）. 生命符号学（彭佳等，译）. 成都：四川大学出版社.
- 胡易容（2012）. 论图像的符号性——驳米切尔图像转向论的“后符号学”命题. 社会科学战线, 10, 146 - 151.
- 郭鸿（2011）. 认知符号学与认知语言学. 载于曹顺庆，赵毅衡（主编）. 符号与传媒, 2, 成都：四川大学出版社.
- 苏晓军（2009）. 认知符号学视域中的体验性. 外语学刊, 6, 142 - 145.
- 季海宏（2014）. 皮尔斯符号学和国内外研究现状. 俄罗斯文艺, 2, 85 - 90.

作者简介：

胡易容，符号学与传播学博士，四川大学特聘研究员，研究方向为符号学视域下的传媒图像文化与品牌形象战略。

Author:

Hu Yirong, Ph. D. of semiotics and media studies, researcher of school of literature and journalism, Sichuan University. His research fields include semiotics of design and semiotics of branding strategy.

Email: rongyi_hu@126.com