

皮尔斯的三元模式在传播学中的意义*

赵星植

摘 要:传播之本质及其根本动力机制,一直是传播学理论界所讨论的重点问题,不同的传播学流派都对该问题进行过细致的讨论。甚少有人注意到的是,作为符号学重要奠基人的皮尔斯(Charles Sanders Peirce),早在20世纪初也即传播学还正在萌芽之时,就对传播之本质问题就有了非常深刻的讨论。为此,本论文通过梳理皮尔斯对传播模式及其动力机制等问题的看法,试图说明他的符号传播学思想对当今传播学理论研究所具有的重要启示意义。

关键词:查尔斯·桑德斯·皮尔斯 三元传播模式 传播符号学

DOI:10.13760/b.cnki.csalt.2015.0081

在21世纪的今天,媒介技术高度发展,一种多元互动的人类传播新形态正逐渐形成:“以人为中心、以连接了所有媒介形态的人类大环境为媒介而实现的无时不在、无处不在、无所不能的传播。”^①“传播”这一术语的定义,正逐渐从经典传播学意义上的传受二元对立关系,转向传播主体间的双向交流实践活动。

正是在上述语境下,传播学经典理论受到不同程度的挑战。正如李思屈指出,“经典的传播研究范式,如议程设置、使用与满足、知沟、扩散等,在面对丰富而复杂的传播现象时,早已缺乏足够的解释力和预见力”^②。因此,如何依据当代社会所出现的新的传播特征调适传播学现有的理论范式,已经成为最近几年来传播学理论界

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

① 赵启正:《序一:沉浸传播——新媒体时代的新概念》,见李沁,《沉浸传播——第三媒介时代的传播范式》,北京:清华大学出版社,2013年,第1页。

② 李思屈、刘妍:《论传播符号学的学理逻辑与精神逻辑》,载于《新闻与传播研究》,2013年第8期。

所面临的问题。

区别于经典传播研究范式，皮尔斯站在符号意义之解释与互动这一理论视角，从符号意义的生产与互动来讨论传播诸问题，并由此形成其独特的三元传播模式观。本研究认为，皮尔斯的三元传播观，颠覆的是传统以传受关系为主导的二元传播模式，从而转向以意义生产与再生产为传播学研究的重点。而皮尔斯的这一论述，则可以为当代传播学理论的更新与发展提供借鉴意义。

一、皮尔斯三元符号传播模式的提出

从现已发掘的皮尔斯手稿资源来看，皮尔斯实际上曾对符号传播诸问题进行过详细的探讨。哈佛版《皮尔斯全集》第6卷专设一个题为“传播”（communication）的小专题，汇聚了皮尔斯有关传播这一概念的一部分论述。在此专题中，他把“传播”定义为“两个心灵间的相互沟通（intercommunication）”^①。这一定义已经预设了传播是一种传播主体间的双向互动行为。

比此定义更加重要的是他得出此定义的推论过程。本论文认为，皮尔斯是站在传播符号解释一端，特别是站在符号解释项的角度来分析传播之本质的。而他在此推论过程中所展现出来的独特的三元传播模式，则决定了传播必然只能是传播主体间的意义互动与协商行为。

众所周知，解释项（interpretant）这一概念的提出是皮尔斯为符号学理论所作的最重大贡献。皮尔斯认为，一个符号只有能被解释成符号才能成为符号^②，因此，每个符号都必须能够表达一个解释项。因此，在最广泛的意义上，解释项可以被理解为符号在每个符号使用者心中所引发的一种动态的、连续的思想。

皮尔斯又认为：“一切思想都处于符号之中”^③，每一种思想作为符号必须根据另一种符号进行解释。由此，“不存在任何例外……一种法则，即每个思想符号（thought-sign）都会被翻译成或者被解释成随后一种符号（a

① CP 6. 161，即为哈佛八卷本《皮尔斯文献》（*Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Cambridge: Harvard University Press, 1931-1958）第6卷，第161段。本文皮尔斯手稿部分遵循国际皮尔斯研究惯例，引用哈佛八卷本时采用此格式。下同。

② CP 2. 308.

③ Charles S. Peirce. *Writing of Charles Sanders Peirce; A Chronological Edition*, Vol 2. Edited by the Peircean Editions Project. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1984, p. 213.

subsequent one) ……”这说明,任何符号表意过程实际上都是解释项的衍义过程,因此符号意义的生产与传播实际上是动态与开放的。赵毅衡认为,皮尔斯的解释项概念对当代符号学发展的意义重大,解释项不仅比索绪尔理论多了一元,更主要的是给予符号表意展开延续的潜力,^①“为符号学的许多课题提供了钥匙”^②。

而从传播学的角度来看,皮尔斯不仅借助解释项这一概念激活了符号的动态表意过程,同样也采用这一概念建构起他独有的三元传播模式论。而皮尔斯的这一三元传播模式论,则对当代传播学理论建构具有重要意义。正如符号传播学者延森所言,解释项不仅使得符号过程成为一个动态开放的体系,更为重要的是,这一体系使得人际交流与互动将会对人类认知起到重要的作用。这推动的是“哲学发展过程中的半个传播的转向”,因此探究活动的过程实际上就转变成“带有现实意涵的交流与传播活动”。^③

皮尔斯在1906年写给维尔比夫人(Victoria Lady Welby)的一封信件草稿中,对符号传播过程中的解释项进行过细致的分类并且说明了其相互关系。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。^④他在该封信中如此写道:

存在着意向解释项(Intentional Interpretant),它决定着发送者(utterer)的心灵;效力解释项(Effectual Interpretant),它决定着解释者(interpreter)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(fuse)而成的心灵。可以把这种心灵称为共同心灵(commens)。^⑤

笔者尝试着把上述引文解释如下:意向解释项是指发送者对被传播符号意义的最初理解;效力解释项是解释者根据自己对符号的理解产生的一种几乎完全不同于意向解释项的解释项;而具有动力解释项,并不代表传播过程

① 赵毅衡:《回到皮尔斯》,见曹顺庆、赵毅衡主编,《符号与传媒》(第9辑),成都:四川大学出版社,2014年,第6页。

② 赵毅衡:《符号学》,南京:南京大学出版社,2012年,第98页。

③ 克劳斯·布鲁恩·延森:《媒介融合、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,2014年,第33页。

④ Mats Bergeman. *Peirce's Philosophy of Communication: The Rhetorical Underpinnings of the Theory of Signs*. London: Continuum International Publishing Group, 2009, p. 110.

⑤ Charles S. Peirce & Welby-Georgory Vicotia Welby. *Semiotics and Signifcics: The Correspondence between C. S. Peirce and Victoria Lady Welby*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1977, pp. 196-197.

就此结束,反而才刚刚开始。因此,皮尔斯继续指出:发送者与解释者之间的符号传播要得以成功,就必须获得一种共同解释项。

因此在皮尔斯看来,所谓符号传播过程,实际上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,最后彼此融合从而形成共同解释项的三元传播过程。而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通过符号探寻共同解释项的动态互动过程,而传播双方都在符号传播过程中增加了对符号意义的理解范围以及信息量。

皮尔斯采用诸种解释项的概念来说明传播过程,从本质上消解的是经典传播学理论中以传受双方为主导的“二元传播观”。所谓二元传播观,是指那些重在关注发送者与接受者之间的传递关系及由此带来的传播效果的理论取向。他们强调传播是一种过程,而不重视传播意义的生产及其作用。这一传播模式固然简洁明了,且在当代传播学理论的发展中发挥着重要作用,但却使得传播学研究长久以来背负着“机械论”“刺激—反应论”“行为主义”“技术主义”等略显消极的评论。^①

尽管从21世纪开始,“大数据”(Big Data)等更加强大的新媒体技术研究手段在传播学界显现出强大的号召力,但从本质上说,它还是延续了传播的二元模式:即便我们能从总体数据上更加细致地看出传播过程中传受关系的变化过程,但我们无法进一步追问导致这种变化的根源在于何处。换言之,二元传播观所关注的重心一直都是如下这个问题:传播者如何通过对传播内容的控制,使受众更好地接受传播内容。

而皮尔斯把“解释项”之间的互动关系放置于其传播模式理论的最中心位置,则正好采取了与二元传播观相对立的理论视角。二元传播观把重心放在发送者一方,而皮尔斯的三元模式则是完全站在了传播接受的一方。根据皮尔斯的观点,既然解释项是符号对任何符号使用者产生的一种解释产物,那么,传播符号意义生成实际上是传播发送方与解释方的一个双向过程。双方在传播过程中得出共同解释项的过程,则可以解读为二者为了达成合意,所进行的意义协商过程。

换言之,无论是传播发送者还是接收者,被传播符号都会对二者的心灵产生解释项。这也就把经典传播模式中的“传—受”线性关系,转换成了互动的意义生产与意义协商关系。在皮尔斯看来,在传播过程中,发送者与解释者的地位是平等的且可以互换位置。他指出,既然符号是交流的媒介,那

① 埃里克·麦格雷:《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,2009年,第3页。

么每个行为者都必然能够成为一个符号。^① 我们说“人类具有突出的交流能力”，终究是因为“人是一个符号”^②，而两个思想彼此能够进行交流，也是因为思想就是符号。^③ 因此，在皮尔斯看来，是行为者作为符号，而非行为者自身，使传播成为可能。^④

皮尔斯的上述解读极为精彩，他实际上从符号传播学的角度消解了传统的二元对立的传播主体关系。传播双方在传播过程中都把对方视为符号，因为人自身就是符号，而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，这就意味着皆作为符号的传播双方，都必然会在对方的心中产生某种或某些解释项。换言之，传播双方必然会在对方心中产生某种效力。因此，传播过程就不会是从发送者到解释者的单向模式，而是双方相互影响对方心灵的互动模式。

因此，从上述两个方面的讨论可知，传播的最根本问题就不再是讨论如何把符号意义从发送者传递给解释者，而是专注传受双方间如何协商彼此所生成的意义，并通过进一步的互动达成共同意义的问题。这也就是皮尔斯从解释项角度入手，谈论三元传播模式的根本优势之所在。

二、符号三元传播的根本机制

值得追问的是，由三种解释项所构成的三元传播模式究竟是如何发挥作用的，并且这一模式与皮尔斯所提出的“符号—对象—解释项”这一三元符号表意过程之关系又是怎么样的。这实际上追问的是符号传播的根本动力机制。

根据上文可知，皮尔斯的三元传播模式包含了三组三元关系，即由“符号—对象—解释项”所构成的符号自身的三元关系，由“发送者—解释者—符号”所构成的传播主体三元关系，以及由“意图解释项—效力解释项—共同解释项”所构成的意义三元关系。为了方便理解，此处本文借用芬兰皮尔斯研究者皮塔里宁（Ahti-Veikko Pietarinen）所绘制的一幅图来说明这三种

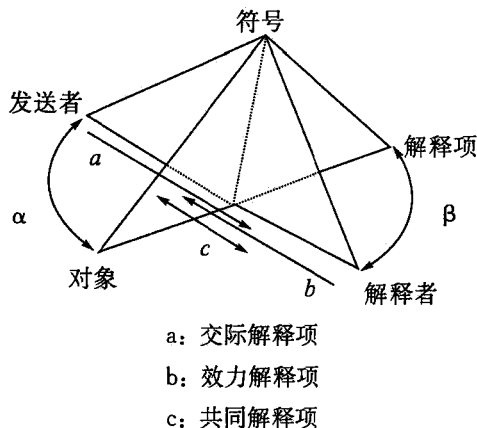
① Charles S. Peirce & Welby-Geogory Vicotia Welby. *Semiotics and Significs: The Correspondence between C. S. Peirce and Victoria Lady Welby*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1977, p. 196.

② CP 5. 309.

③ CP 5. 283.

④ 皮尔斯：《皮尔斯：论符号》，赵星植译，成都：四川大学出版社，2014年，第242页。

三元关系之间的动态关系：



皮尔斯的三元传播模式^①

“符号—对象—解释项”以及“符号—发送者—解释者”，在图中表示为两个相互交叉的三角形。两个三角形重叠的部分，即用虚线表示的部分为皮尔斯所谓的“共同基础”（common ground），它决定着共同解释项（图中用箭头c表示）的形成；箭头a与箭头b则表示发送者之“意向解释项”与解释者之“效力解释项”的运动方向。^②

发送者与对象之间的角度“ α ”表示发送者有关该符号的信息量。皮尔斯认为，发送者与符号对象之间存在着一种吸引力，这是“发送者的本质成分”。为此，他用拉丁文把这一成分称为发送者的“quasitum”（目的），并认为它具有进一步探究符号对象之构成成分的权利。^③

显而易见，在传播之初，发送者的目的就是邀请解释者参与到有关符号的探究过程之中来；此刻他暂时站在发送一方，必然更加了解符号与对象之关系。因此，发送者有关符号的信息量则为他与对象之间的距离。同样，解释者与解释项之间的角度“ β ”是解释者有关该符号的信息量，这也就表示，在符号传播过程之初，解释者自身则更加与符号之解释项接近。显然，解释者的交流目的主要就是要寻求符号意义的解释。

然而，上文所描述的仅仅是传播双方初始阶段的信息状态。传播一旦开

① Ahti-Veikko Pietarinen. *Signs of Logic: Peircean Themes on the Philosophy of Languages, Games and Communication*. Netherlands: Springer, 2006, p. 426.

② Ahti-Veikko Pietarinen. *Signs of Logic: Peircean Themes on the Philosophy of Languages, Games and Communication*. Netherlands: Springer, 2006, p. 426.

③ 此段手稿编号为：MS 318: 22。转引自：Ahti-Veikko Pietarinen. *Signs of Logic: Peircean Themes on the Philosophy of Languages, Games and Communication*. Netherlands: Springer, 2006, p. 428.

始,二者的信息量必然开始出现动态的变化。前文已述,皮尔斯认为传播或交流不是从发送者到解释项的过程,而是传播双方共享意义,寻求共同解释项的过程。因此,从图1可知,在传播过程中“符号—发送者—解释者”这一三角形的两个顶点也即“发送者”与“解释者”必然会按照图中箭头a与b的方向进行移动,也即意图解释项就必然向解释者靠近,反之亦然。二者目的就是使得c的长度增加,也即共同解释项的信息量增加。简单来说,就是发送者为了让解释者理解他的意图意义,在传播过程中必然向解释者靠近,同样解释者为了了解被传播的符号,也必然向发送者一方移动。

由此,“符号—发送者—解释者”这一三角形则会在传播过程中整体往顺时针方向移动。与此同时, α 与 β 的角度也会相应地变大,这也就意味着传播双方在探求符号意义过程中有关被传播符号的信息量都增大了。在此意义上说,符号传播是意义共享的过程,因此,传播双方的交流必然只会是双方信息量同时增加的过程。

更为重要的是,这两个三角形的共同顶点即为“符号”。这表明传播过程必然是在由符号所构成的两种三元符号关系之中共同进行的。第一组三元关系,即“符号—对象—解释项”是符号自身所构成的三元关系,而“符号—解释者—发送者”这一三元关系则是由符号所建构起来的三元传播关系。前者是后者的基础,因为传播双方目的就是共同协调,探究符号自身的结构并共享符号的意义,二者密不可分。而第三组三元关系,即“目的解释项—效力解释项—共同解释项”则是前两组三元关系在具体传播的过程中所生成的动态解释产物。

因此,我们在考察传播过程时必须同时要考察这两组三元关系。这主要表现在如下四个方面:

第一,如图所示,两个三角形叠合的部分也即虚线所示的部分即为皮尔斯所谓的“共同基础”。依据皮尔斯,共同基础是指我们实际生活体验到并积累的,且先于此符号过程而存在的那些一般知识;“它包含发送者与解释者在最初就充分理解,以及必然会充分理解的所有东西,从而使得正在交流的这种符号可以发挥其功能”^①。这也就将符号意义交流从“封闭的”符号世界拉到现实世界中去,从而强调人际关系、社群经验以及背景知识对符号传播的重要作用。

换言之,在由传播双方经符号组成的三元关系中,只有首先在符号自身的

^① Charles S. Peirce & Welby-Geogory Vicotia Welby. *Semiotics and Significs: The Correspondence between C. S. Peirce and Victoria Lady Welby*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1977, pp. 196—197. CP 5. 309.

三元关系中找到可以进行交流的基础,交流才会进行。而这种基础,既以符号自身的三元结构为参照,又必然外在于符号过程,而在传播双方的间接经验中被寻找。因此,在传播的起点上说,这两组三元关系就已经密不可分。

第二,在符号自身所构成的三元关系中,也只有当传播双方在为其所寻找的共同基础上,该符号的意义才可能被视为是具备可解释性的。换言之,符号自身的意义必然会涉及传播主体的相互关系,而这种传播关系必然是人际关系、社会关系等。符号三元关系也必然是一个动态的、开放的关系,而非一个封闭的体系或结构。因此,符号的意义要得以解释,也必然需要依靠“符号—解释者—发送者”这一组三元关系的推动作用。

第三,这两组三元关系在传播过程中是动态且开放式地发展的。前文一再强调,皮尔斯认为传播过程是传播双方共同探究被传播符号之共同解释项的过程,因此在传播过程中,发送者的意图解释项会不断地向解释者的效力解项靠拢,同样解释者的效力解释项也会不停地向对方靠拢。换言之,双方彼此担当对象角色功能的比重在逐渐增加。

相比于传播之初双方的信息量而言,由于彼此都在交流中对对象的心灵造成了影响,并使符号的意义不停地产生新的解释或理解,因此双方的符号信息量都有增加。我们可以进一步推测的是,所谓“完美交流”的实现,也即清晰有效的传播结果的实现,实际上就是图中的两个三角形在运动中最终重叠起来,由此,发送者与解释者完全互换了位置,也即双方同时理解了对方有关符号意义之解释并由此达成了共识。当然,这仅仅是传播的最理想状态,任何传播过程都不能达到完全的清晰、一致。但这可以说明的是,三元传播模式更加重视的是传播过程中传播主体与符号意义的协商、交流与共享过程。

最后,“符号—对象—解释项”这一符号自身的三元关系也会随着“符号—发送者—解释者”这一三元关系在传播过程中的互动而动态变化着。再以之前的图为例,传播过程实则是两个三角形向重合无限靠近的过程,在这一过程中,箭头线c所代表的共同解释项长度越来越长,这表明二者在具体过程所寻找到的共同基础越来越多。因此,符号自身的三元关系这一三角形也会沿着反方向向传播主体所构成的那一三角形靠近。二者越靠近,意味着被传播符号携带了符号过程之外的,且由传播双方在具体语境中所共同创造的更多的新的符号意义。从这个角度来说,皮尔斯的三元传播模式不仅仅强调传播双方的双向互动过程,而且更加看重意义在传播过程中的生产过程。

三、三元传播观的特性及其理论意义

总的说来,本论文认为,皮尔斯的三元传播模式具有如下几个根本特性:

首先,它给予传播主体充分的能动性与交互性。皮尔斯在符号传播过程中把传播双方皆视为符号,并且其传播角色可以彼此互换,这就是使得传播过程必然是一个双向的符号互动过程。而他所谓有效的传播,就是传播双方在交流过程中,被共同的解释项所决定。这就意味着,发送者与解释者的协商与互动,都对传播符号意义的解释与传播起到了重要作用。因此,他的三元传播模式实际上给予了传播双方充分的主动性:被传播符号的意义是双向协商与互动的产物。

当然,这并不表明皮尔斯如同奥古斯德-施拉姆循环传播模式一样,认为传播双方的地位绝对等同。皮尔斯的传播观尤为强调“共同基础”的影响,而“共同基础”不仅仅包括传播双方的背景知识,而且还是包括具体的交流语境。由此,在不同的语境中,传播双方所掌握的有关符号的信息量是不一样的,传播双方的地位依据传播语境的不同而产生动态的变化,但这并妨碍双方为达成共同的解释项而进行真诚的互动努力。这表明传播主体间的交换性对传播过程的重要作用。

其次,皮尔斯的三元模式足够抽象,这使其与米德、布鲁默等人的“符号互动论”以及莫里斯的“行为主义符号学”等诸种其他三元符号传播模式相比,在解决当代的传播问题中更具普适力。

从本质上说,米德所开创的“符号互动论”是最为接近皮尔斯的三元传播观的。米德在符号自我、符号互动诸多方面受到了皮尔斯符号学的影响。^①然而米德的社会行为主义立场,使得其三元模式仅仅局限在具体的人与人的交际行为之中,这大大削弱了其理论的延续能力。此外,米德不承认符号交流是人之本质的这一观点,也降低了他理论的解释力。同样,莫里斯受米德的影响,他所开创的行为主义符号学模式,尽管在术语、三元模式等方面大量吸收了皮尔斯的观点,并且同时强调符号使用者的社会人格及其作用,但由于其“刺激—反应”式的行为主义立场过于坚挺,^②其三元观也少有拥趸。

与米德、莫里斯等人的三元符号传播观不同,皮尔斯的三元观是足够抽象的,这足以使其在当今传播学研究中占有一席之地。通过前文的讨论可知,皮尔斯主要从“解释项”的角度去论述符号传播关系,尽量回避使用“解释者”一词,皮尔斯后来使用“发送者”与“解释者”时,也特别说明这两个术语并不仅仅包含“人”这一主体,从而保证其符号学理论足够广阔,能够

① 诺伯特·威利:《符号自我》,文一茗译,成都:四川教育出版社,2011年。

② 金毅强:《前进中的后退:莫里斯行为主义符号观》,见曹顺庆、赵毅衡主编,《符号与传媒》(第8辑),成都:四川大学出版社,2014年。

容纳下除人以外的能够具备符号心智的其他符号使用者。^①

除了术语之外,皮尔斯对传播过程的描述与解释也高度抽象化与逻辑化,这些都充分地保证了他三元传播观的理论普适力,使得他的传播理论不仅可以适用于人际传播、大众传播等领域,而且同样也适合用来解读人与自然环境、人与虚拟主体交流等前沿问题。正如上个世纪80年代哈贝马斯对皮尔斯传播符号学理论的评价:皮尔斯想使符号的解释抽象地概念化,“可以促使我们去思考人工智能的运演,或者基因密码的机能模式”^②。因此,当虚拟互动、人机交互性等问题在新世纪成为重要的传播问题之时,皮尔斯三元传播模式的解释力就显现出来。

最后,新兴媒介技术的发展,使得社会个体的媒介素养迅速提高,由此人际交流的模式已经出现革命性的转变。同样,处在信息社会中的个体不再仅仅是传播符号的接受者,而是可以传播符号意义的主动生产方:他们通过边界的网络社交媒体,可以影响社会舆论,可以建构新型的社交关系,还可以创建全新的文化样态。由此,网络空间中个体与虚拟社群之间的互动,成为近几年来传播学与符号学研究的热门话题^③,而这些问题归根结底就是符号使用者如何在新媒体空间通过意义生产与交互形成虚拟社群的问题。上述这一些问题,恐怕是二元传播观无法解决的:它对传播效果的强调,恰恰忽略的是传播意义的动态建构过程。

而从上文讨论来看,皮尔斯的三元传播观核心就是强调传播符号意义生产的动态性、多样性与复杂性,而传播本质就是要传播双方共享意义,协商意义,乃至创造符号意义,并由此确立意义社群。因此,皮尔斯以意义生产与解释为中心的三元传播路径,可为当代传播学论突破二元传播模式困境,进而发展出一套更加符合当代社会传播形态的演变规律的传播学理论提供启示。

作者简介:

赵星植,传播学博士,四川大学外国语学院教师,四川大学符号学-传媒学研究所成员。主要研究方向为皮尔斯符号学理论,传播符号学理论。

① 詹姆斯·李斯卡:《反思皮尔斯的符号学》,见曹顺庆、赵毅衡主编:《符号与传媒》(第9辑),成都:四川大学出版社,2014年。

② 哈贝马斯:《皮尔士与交往》,张云龙译,载于《西部学刊》,2013年第3期,第70页。

③ 即将于2015年10月举行的“美国符号学协会第40届年会”的主题即为:“进化中的爱:虚拟世界中的关系与身份”(Evolutionary Love: Relations & Identities in the Virtual World)。具体请参考: <http://t.cn/RL8wut6?u=1250072362&m=3873615482967028&cu=1250072362&ru=2177007110&rm=3873614191839103>