

文章编号: 1003-2053(2015)01-0030-07

# 危机研究中的符号社会 ——一种生物社会学的考察视角

甘莅豪

(华东师范大学传播学院, 上海 200241)

**摘要:** 学术场域实际蕴含了两个社会: 学者社会和学术符号社会。布迪厄关注学者社会, 把符号看成学者的象征资本, 从社会学角度剖析学者社会中的学科结构、学术利益和学者性向对科学研究的影响, 从而探究学术场域知识生产的主观性。而本文则关注学术符号社会, 以危机研究为案例, 一方面把学者看作符号的生命源泉, 从生物社会学角度剖析符号社会中符号的诞生、成长、竞争和繁殖, 从而探究学术场域形成、发展和消亡的过程, 一方面对危机研究中符号概念混乱的学术状况进行重新梳理, 并试图将这些概念符号归入新的符号社会组织结构中。

**关键词:** 符号社会; 危机研究; 学术场域; 生物社会学

中图分类号: G206

文献标志码: A

DOI: 10.16192/j.cnki.1003-2053.2015.01.005

21世纪, 我国突发事件频发, 并给学界提出了一个崭新、急需解决的学术课题——危机研究。该课题从诞生起, 就是一个跨学科问题, 即不同学者由于学术传统、学者兴趣、学科地位、研究经历和研究目的不同, 造成了他们对危机研究的概念使用、体系建构和研究方法都呈现出多元状态。这种多元状态一方面从不同视角加深了我们对危机的认识, 另一方面也彼此对话、竞争、排斥, 从而促使“危机研究”这个学术场域呈现出一幅充满生气、又含混复杂的学术生态图。进一步说, “危机研究”课题的提出, 直接打破了传统系所之间的学科建制, 造成学者们不能局限于在传统的学术领域中摇旗呐喊, 而必须迫切了解其他学科的研究成果和研究视角, 从而促使不同学科的学者在同一个场域中展开对话。

尽管对话促进了危机研究的深入, 可是在展开对话和辩论过程中, 由于大家对概念定义的理解不同、对概念关系的认识不同, 又非常容易产生“鸡同鸭讲”的沮丧和无奈, 从而深刻感受到学科壁垒之间的不同通约性。由此, 这也提出了一系列研究问题: 学术概念符号的性质特征是什么? 它们是如何形成、发展与组织的? 它们和学术场域有何关系?

## 1 “学术场域”中的“符号社会”

最早提出“学术场域”概念的是法国社会学家和哲学家布迪厄。他从社会学角度进入哲学领域, 用社会学方法探讨科学知识的社会状态和组织情况, 认为科学并非全是客观的产物, 即评判是否科学的标准并不总是根据科学对象确定的, 而是学术场域中的学者们利用自身的资本、地位、能力、维护自身利益, 经过一系列斗争、妥协、博弈、胜出而最后确定的。

学术场域不仅仅和学者有关, 还和学术符号有关。布迪厄在《言语是什么——语言交换的经济》等多本著作中谈及语言符号在“学术场域”中的作用。他认为语言符号是学者们可资利用的象征资本之一, 是学者们“通过把构成其单独的以及集体经验的所有东西附加于信息之上, 从而有助于生产他所感知和欣赏的信息”<sup>[1]</sup>, 即学者会把他在学术生活中获得的各种经验添加入符号信息中, 从而生产出符合他要求的知识。然而, 虽然布迪厄探讨了学者社会关系对符号的影响, 可是他把语言符号或者笼统视为话语, 或者简单地将其视为一个个单独个

收稿日期: 2014-04-14; 修回日期: 2014-06-09

基金项目: 国家社会科学基金项目(13CXW040)

作者简介: 甘莅豪(1977-)男, 江西高安人, 副教授, 博士, 研究方向为危机管理, 修辞学, e-mail: ganlihao@126.com。

体,从而忽视语言符号之间可能会形成各种“符号关系”。而这些“符号关系”往往很可能会反作用于人的社会场域,就像虽然打牌人的技术高低很重要,但是扑克牌符号组合关系的好坏也会直接影响到打牌人之间的胜败。

其实,索绪尔所建立现代语言学的两大主轴就是围绕“符号关系”展开的。索绪尔提出“符号场域”中存在两大关系:组合关系和聚合关系。这两种关系的提出直接导致了结构主义思潮兴起,并对社会学、人类学、叙事学等社会科学产生了巨大影响。然而,索绪尔在提出这两种关系的时候,他仅仅把符号看成无生命的建筑材料,而不是有生命的社会个体,即它们只是机械地组合、排列、堆砌和建构成符号大厦。下面这个来自索绪尔《普通语言学教程》的比喻可以形象而深刻地说明这一点:

一个语言单位可以比作一座建筑物的某一部分,例如一根柱子。柱子一方面跟它所支撑的轩椽有某种关系,这两个同样的空间出现的单位的排列会使人想起组合关系。另一方面,如果这柱子是多里亚式的,它就会引起人们在心中把它跟其他式的(如伊奥尼亚式、科林斯式等等)相比,这些都不是在空间出现的要素:它们的关系就是聚合关系<sup>[2]</sup>。

在这个比喻中,索绪尔把语言比作建筑物,而把语言符号之间的组合关系就类似建筑物各个部件之间的组合,而语言符号之间的聚合关系,则类似建筑物的风格。可见,在索绪尔眼中,语言只是无生命的物体,而不是有生命的个体。

然而,根据1967年波普尔提出的三个世界理论,我们可以把符号看成有生命的个体。波普尔认为世界除了物理世界和精神世界以外,还有客观思

想世界<sup>[3]</sup>。客观思想世界是人类创造的符号世界。不过,这个世界虽然是人类创造的,但是一旦被创造后,就会自成系统、自我组织而独立存在,即虽然它会随着人类的灭亡而灭亡,但是却不会因为人类个体的死亡而消失,也就是说,每个人类个体出生前,符号世界就已存在,而且直到死亡,这个个体一生都要受符号世界的制约。可见,符号世界作为第三世界,它具有三重属性:一方面具有物理世界的客观特征;一方面具有精神世界的主观特征;一方面又形成自我的独特属性,这种属性并非笛卡尔的主客观二分,而是主客观合为一体。第一种特征,促使人们可以把符号当成无生命的自然物来研究,正如索绪尔的研究视角。第二种特征,却促使人们必须把符号世界当成人类的精神产物来研究,正如布迪厄的研究视角<sup>①</sup>。而第三种特征却提供了一个新的研究视角:把符号世界视为一个有生命、自组织的“符号社会”,在这个社会中符号互相竞争、合作、共存、倾轧、繁殖、顺从、优胜劣汰,形成等级,从而表现出一副生机盎然的符号生态景象。

这三个视角试图解决不同的问题:索绪尔试图探求语言科学的组织规律;布迪厄在反对索绪尔的基础上,试图说明科学符号的主观性,即人类社会对任何客观存在的研究都不可能脱离人类主观的影响;而第三种视角则试图讨论符号之间的社会关系,从而探求符号社会的诞生、发展,及其如何突破人类社会的主观影响,比如理查德·道金斯的“模因论”就探讨了符号基因的遗传问题,从而说明语言符号的生成并不是某个人随意产出的,而是必须遵循符号自身的遗传规律<sup>[4]</sup>。

为了方面理解,根据前述陈述,我们列表如下:

表1 符号研究的三种视角

特片 三种视角	物理世界 (客观)	精神世界 (主观)	客观思想世界 (主客观一体)	符号有生命	符号无生命	代表人物
符号结构	+	-	-	-	+	索绪尔
符号资本	-	+	-	-	+	布迪厄
符号社会	-	-	+	+	-	道金斯

注: + 表示具有某种特征, - 表示不具有某种特征。

## 2 危机研究中的符号社会

作为学术场域之一,危机研究吸引着来自管理

学、社会学、传播学、人类学、心理学和公共关系学等各方学者,其可以为我们提供一个研究个案,即当一个学术场域在初步形成的时候,学术符号之间通常会处于一种什么样的关系之中,符号社会会呈现什

① 其实,话语分析学派,比如范迪克和费尔克拉夫,也关心符号和社会关系,但是和布迪厄一样,他们也仅仅将语言看成分析社会和权力的工具。

么样的景观和特性。

由于“危机管理”“危机传播”“危机公关”这组符号是各个学科的符号精英们都在使用、再创造,以及试图辨析的,且它们之间的关系涉及学者对自身的定位和建构,所以本文准备选取这组符号,探讨它们的诞生、成长、竞争、结盟、共存等社会关系。根据《现代汉语词典》解释,“社会”的含义是“泛指由于共同利益而互相联系起来的人群”,即“社会”最初仅指称“人的集合体”。后来埃斯皮纳斯(A. V. Espinas)将“社会”引申为“动物社会”(animal society)概念,即所有的动物种类都有其社会行为,构成“生态群”,比如很早就知道等级和势力范围,有典型的社会结构等。随后生物学家又认为植物之间也构成生态群,并彼此协调和竞争,从而提出“植物社会”。显然,在隐喻机制的作用下,语言学家同样可以认为符号并不是静态的,而是在人的认知、情绪、规范、价值和记忆等心理的滋养下,有诞生、成长、竞争、繁殖等动态性,并彼此建构成一个“生态群”,形成“符号社会”。

### 2.1 符号的诞生:在挑战中分化而出

很多学术符号的诞生必须对已有的学术符号发起挑战,在已有的社会符号网中撕破一个缺口,然后逐渐获得合法性,并生存下来,比如随着吴宜蓁《危机传播—公共关系与语艺观点的理论与实证》的出版,“危机传播”概念开始在国内学术界产生影响,并被广泛接受和传播<sup>②</sup>。分析“危机传播”诞生过程,我们发现其是对占有统治地位的“危机管理”发动挑战而提出来的,请看吴宜蓁对这个过程的陈述:

从研究脉络的发展过程来看,危机管理研究发展在先,危机传播研究从公共关系研究主轴分歧而出,发展在后,……在危机研究中另树一格。

“危机管理”与“危机传播”在概念界定上其实是有差别的。一般而言,危机管理涉及的是危机策略的设计、危机管理小组的建议、环境监测、偶发性的规划以及与特定危机有关的管理措施,目的在于解决危机,使组织恢复正常状态,并且修补损害;危机传播却是为影响大众对组织的形象与认知所做的努力,目的在于沟通与形象维护。危机管理重视危机管理策略规划过程,其目的在于危机损害的控制;危机传播则着眼于危机事件之前到之后,组织与公

众之间的沟通过程,目的在于组织形象的维护<sup>[5]</sup>。

从上述话语可以看出两点:第一,“危机传播”符号诞生之初必须和“危机管理”这个符号区别开来。第二,虽然区别“危机传播”和“危机管理”的策略往往采用定义法和对比法,但是这种定义和对比,仔细分析来,却并不需要严密的逻辑性,比如我们把上文中第二段“管理”和“传播”两个符号进行对调,同样可以让读者接受:

“危机传播”与“危机管理”在概念界定上其实是有差别的。一般而言,危机传播涉及的是危机策略的设计、危机传播小组的建议、环境监测、偶发性的规划以及与特定危机有关的传播措施,目的在于解决危机,使组织恢复正常状态,并且修补损害;危机管理却是为影响大众对组织的形象与认知所做的努力,目的在于沟通与形象维护。危机传播重视危机传播策略规划过程,其目的在于危机损害的控制;危机管理则着眼于危机事件之前到之后,组织与公众之间的沟通过程,目的在于组织形象的维护。

从上可知,危机传播研究似乎并不能排除危机策略研究,其目的也是要使组织恢复正常,弥补损害,而危机管理研究似乎也不能排除沟通和形象维护,即如果一个危机管理模型不考虑沟通和形象维护,那么也不能获得其合法性。可见,新符号的提出并不需要基于逻辑和合乎情理的严密论述,往往只是基于挑战行为本身,即把自己和旧符号区分开的一种话语行为。

### 2.2 符号的成长:壮大自己的内涵所指

符号的成长主要表现为符号的能指保持不变,但是所指范围却不断扩大。作为符号一种,学术符号经过学者的孕育,通过学术刊物的接生而进入学术场域后,它同样将在这个场域中发育、成长、成熟,直至死亡。下面我们考察“危机传播”这个符号成长过程:

虽然“危机传播”诞生于国外,但是我们认为“危机传播”符号从国外进入国内学术场域,必须经过语言形式的转换,所以在某种意义上,“危机传播”将面临一次重新的孕育过程。鉴于2004年后出于对非典事件的反思,国内才开始关注危机传播研究,所以我们将2004年同时引入“危机传播”这个

<sup>②</sup> 虽然吴宜蓁的《危机传播—公共关系与语艺观点的理论与实证》专著在2005年才出版,而部分大陆学者在2004年的文章中就提出了“危机传播”概念,但由于吴宜蓁是台湾学者,而台湾地区对危机传播研究的关注远比大陆更早,同时,吴宜蓁专著影响力较大,且其本身就由早期已发表的论文构成,所以我们仍然将吴宜蓁书中对“危机传播”的定义,视为“危机传播”在国内学术场域的诞生。

概念符号的廖为建、李莉、方雪琴、史安斌的定义列举出来。

2004年廖为建、李莉将危机传播定义为:

危机管理旨在如何管理危机并最大限度地加以避免;危机传播重在最大限度地向内外公众以及媒体告知事件的信息;风险管理是识别危险并预测相关危及公众的风险;风险传播则是在危机发生的各个阶段如何与公众进行沟通。实质上,风险传播就是危机传播<sup>[6]</sup>。

2004年方雪琴将公共危机传播定义为:

针对社会的危机现象和事件,如何利用大众传媒和其他手段,对社会加以有效控制的信息传播活动。它的目的在于,按照社会传播和新闻传播规律,对危机处理过程进行干预和影响,使危机向好的方向转化。在时间紧、非常态的情况下,大众传播更多被运用到危机传播中<sup>[7]</sup>。

2004年史安斌将危机传播定义为:

所谓危机传播就是在危机前后及其发生过程中,在政府部门、组织、媒体、公众之内和彼此之间的信息交流过程<sup>[8]</sup>。

根据上述三种定义以及三人在文章中对危机传播的理解,可以发现廖为建、方雪琴和史安斌此时都将危机传播理解为组织如何通过大众媒体处理和公众的关系,如何进行“信息沟通”这个重要因素。

2010年赵路平又将危机传播重新定义:

公共危机传播贯穿于危机管理的整个过程和各个环节中,是指在公共危机生命周期的每个阶段中,以新闻媒体和其他传播渠道为中介。政府、组织与社会、公众之间双向互动的信息传递与沟通行为<sup>[9]</sup>。

赵路平将危机传播的定义扩大到不仅仅组织通过媒体和公众单向的沟通,而是要研究媒体和公众沟通如何进行博弈的过程,即她已经将危机传播从危机管理的策略取向转向了将危机传播自身视为对象进行研究。

2012年韩昱、李晓洵的定义,进一步把危机传播和传播理论结合在一起:

所谓危机传播,从传播学的角度指的是一种特殊的传播形式,重点研究危机传播过程中的传播效果、媒介、受众等变量,将传播学学科的一些理论、观点和方法运用到危机管理中<sup>[10]</sup>。

从这个定义中,我们发现危机传播不仅仅包括信息沟通策略研究,还包括自觉运用传播学理论进

行效果研究。

总而言之,从上述定义的发展,我们可以看出一个学术符号一旦被学者接受后,学者就会用这个符号给自己研究命名。而在进行命名的时候,该学者又会根据自己研究内容对符号重新定义,并把自己的理解加入这个符号中,这样符号的内涵在学术语境中就被扩大了,也就是说符号诞生后就一直处于内涵不断扩张的成长期。

### 2.3 符号的竞争:势力范围的划分与等级形成

伴随符号的成长,是它和学术符号群中其他符号之间的持续竞争。在竞争的过程中,符号之间彼此要划定势力范围和生存地盘,一个新符号往往会从附属,到平等,到超越旧符号,最后改变符号的组织结构。也就是说,这些符号在符号社会的组织结构中必须积极争取上位,才能获得更多学者的关注,从而尽可能壮大自己,生存下来。

危机研究的学术场域存在“危机管理”“危机传播”“危机公关”三个符号。目前,这三个符号正处在激烈竞争的状态。“危机管理”是对“管理学”的补充,出现时间最早,影响也最大;而“危机传播”最初是对“危机管理”的补充,随着“危机管理”学者逐渐意识到“传播”是“危机管理”中相对其他因素更为核心的一环,以及传播学者的介入,“危机传播”逐渐有挣脱“危机管理”欲和“危机管理”平级的趋势。而公共关系学科虽然比传播学科发源更晚,但是对于危机研究的关注却较早,所以“危机公关”往往也作为一员加入符号社会的竞争之中,特别随着格鲁尼格“卓越公关”巨型理论的出现,危机公关也具有了和危机传播和危机管理三分天下的资本。

根据对知网论文的调查,“危机管理”这个符号大约1989年在中国学术场域出现,至今(2014年4月14日)已有7416篇论文发表,其议题主要集中在企业和干部管理、国际危机处理、生产管理等。1993年出现了“危机公关”这个词,至今已有1636篇论文,其中议题大部分和信息沟通与形象修复相关。“危机传播”出现于2004年,至今有561篇论文发表,议题集中于如何和新闻行业打交道,如果应对公共突发事件等。

虽然引入中国的时间早晚不同,发表论文的篇数不同,这三个符号依然处于彼此竞争的状态,不同学者对它们关系的定位都不同,这也造成了学术研究术语使用的混乱与学者自身定位的疑惑。对于这三种符号的关系,学术界大概有以下几种认识:

其一,把“危机管理”作为上位,认为“危机公关”“危机传播”不过是“危机管理”下面的一个分支,比如谢景芬提出“整合性危机管理模型”,认为危机管理“核心部分是公共关系、危机传播、法律、行政管理、公共管理、资源配置六个方面的整合”<sup>[11]</sup>。在这句话中,“公共关系”和“危机传播”都属于“危机管理”的核心部分之一。

其二,认为“危机传播”和“危机管理”平级,而“危机公关”属于“危机传播”下面的一个研究取向,比如吴宜蓁认为“危机传播”已经脱离“危机管理”,成为和“危机管理”并列的符号,其包括“公共关系”和“语艺批评”两个研究取向:

上述提到的“危机预防”和“危机沟通”两个概念,正是“危机管理”与“危机传播”两个研究取向的论述重点。从研究脉络的发展过程来看,危机管理研究发展在先,危机传播研究从公共关系主轴分枝出来,发展在后,加上语艺批评取向加入研究阵营,在危机研究中另树一格<sup>[12]</sup>。

而王芳、史安斌受吴宜蓁影响,都认同“危机传播”已经脱离“危机管理”,成为独立一支,他们提出:

随着越来越多的传播学者介入这一领域,危机传播研究逐渐跳出了管理学的窠臼,成为传播研究中的一个新兴“亚学科”,并逐渐形成了一套较为完整、成熟的“西方范式”<sup>[13]</sup>。

其三,认为“危机公关”处于上位,“危机管理”和“危机传播”处于下位。公共关系的集大成者詹姆斯·格鲁尼格构建了卓越理论,其中就包括危机管理和危机传播各种理论<sup>[14]</sup>。1999年,台湾学者黄懿慧教授撰文介绍西方公共关系理论学派时,也将公共关系概括区分为三类:管理学派、语艺/批判学派、整合营销传播学派。

其四,认为危机公关就是危机传播管理。持这种观点的有郭惠民:

对于公共关系,学界和业界比较公认,也是比较成熟的一种定义,即其为传播管理。若依此演绎,危机公关,实质为危机传播管理。危机为非常态事件之表现,有其传播效应,为减少危机对常态的冲击和影响,对其进行管理自在情理之中,且早已成为一种客观现实。有意思的是,英文对危机传播管理的表述为 Crisis Communication,显然这也强调了危机的传播性<sup>[15]</sup>。

从上可以看出,“危机管理”“危机传播”“危机

公关”这三个学术符号都曾试图占据符号概念中的上位,并侵入对方的地盘,把对方纳入自己的势力范围。

#### 2.4 符号的繁殖:家族壮大与延续

一个符号往往经过激烈竞争才能走上符号社会组织结构的最上层。而在整个竞争过程中,它都必须不停地繁殖自己的子符号。符号的繁殖往往会以模因的机制进行。所谓模因,实际上指文化基因,它靠传播而生存,语言是它的载体之一,其最核心术语模因(meme)是基于基因(gene)一词仿造而来,由新达尔文主义倡导者理查德·道金斯首次提到,他认为基因是通过遗传而繁衍的,但模因却通过复制而传播,是文化的基本单位。

“符号社会”存在大量形式各异的模因行为,比如如何自然就谈到两种模因行为:“内容不变但以不同的形式进行复制,或者形式不改却以不同的内容加以扩展。前者称为模因的基因型,后者则为模因的表现型”<sup>[16]</sup>。其实这两种模因行为都只单纯地重视了基因的完全复制,而忽视了符号生育过程中的基因部分复制,即子符号从母符号中复制部分基因,比如从目前学术现状看,“危机管理”影响力最大,存活时间最长,所以已经把“危机”和“管理”作为遗传基因,派生出很多子符号:“危机品牌管理”“危机财务管理”“危机制度管理”等,这些子符号都是“危机管理”的亚枝。可想而知,如果将来“危机传播”影响力变大,也可能会生出很多子符号,比如“危机话语传播”“危机议题传播”“危机环境传播”“危机健康传播”等呢,这些符号都是“危机传播”不错的子课题研究方向。

还有一种模因可能,比如对于“危机传播”和“危机管理”地位平等的学者看来,这两个符号就可以结合,生出一个新的符号“危机传播管理”,而这个符号正被公共关系学派的人认为是“危机管理”的子课题。当然,将来也可能会有“危机管理传播”符号出现,成为“危机传播”的子课题。

#### 2.5 符号社会的悖论性:内聚性与扩散性

符号的诞生、生长、竞争和繁殖其实都表现了符号社会的一个悖论性的本质:内聚性与扩散性,即每个符号有内聚性,试图让自己和其他符号区分开来,在符号社会中找到自己的位置,又有扩散性,试图和其他符号融合,扩展自己的内涵,获得发展可能。

由于学术符号直接建构了学科面貌,所以符号的悖论性也直接表现了学科的悖论性,即出于维护

自身学科地位的需要,各个学科一方面希望区别他人的研究,建立自己的学术地盘;另一方面又都希望吸纳他人的研究成果,和其他学科融合,扩展自己的学术地盘。

### 3 重塑危机符号社会中的组织结构

通过对上面三个符号的分析,我们发现学者们往往基于自己的学术传统、学术阶层和学术利益而使用这些符号,完全忽视符号诞生的历史和研究所需的逻辑性,从而造成学术概念的混乱。因此,我们把以往危机研究中的部分理论、视角、概念列举出来,分析危机研究的各种研究思路,从而重新确认各个符号在符号社会组织结构中的位置。

**形象修复理论:**班尼特认为个人或组织最重要的资产是它的声誉,并从修辞技巧上把危机传播模式分为五大战略和14种不同的战术,比如否认、逃避责任、从各个方面减少错误行为传播的范围和程度、亡羊补牢、自责等。

**情景危机理论:**库姆斯(Coombs)以定量法为基础“应对危机情形的规范系统”,以衡量公众如何归因危机的发生,从而试图发现不同危机情景应该采用的修辞策略。

**言语行为理论:**胡范铸认为“突发危机”处理不仅是政治问题、经济问题或武力问题,还是一个语言问题。他将突发公共安全危机分为外源性和内源性两类。“外源性”危机的管理是一种“维护面子”的行为,则“内源性”危机是一种“社会动员”行为。这两种行为都可以看作是一种言语行为,并对应危机处理六条语用准则:“序言”准则、话语权准则、时间准则、适度过激准则、清晰准则、差别化准则<sup>[17]</sup>。

**卓越理论:**格鲁尼格教授指出危机公关如果能产生管理、策略、对等、多样化、综效,担负社会责任、重视道德以及全球化等卓越原则,那么,它就是最有价值的,即以卓越原则作为通用原则,同时考虑文化、政治制度、经济系统、传媒生态、经济发展以及行动主义程度等差异如何影响实务作业。

**阶段理论:**斯蒂文·芬克在1986关于危机传播

提出了四阶段论模式:危机潜在期、危机突发期、危机蔓延期和危机解决阶段,此外还有奥古斯汀(Augustine N R)的6阶段模式、希斯(Heath R L)的4R模式、米托夫(Mitroff L)和皮尔逊(Pierson C M)的5阶段模式等都是以时间为顺序,根据危机不同的过程,提出危机处理应该注意的不同策略。

**焦点理论:**托马斯·伯克兰(Birkland T A)在1997年提出焦点理论,其理论的基础建立在议程设置功能和对危机传播事件的公共政策运用上,认为那些“突然发生的、不可预知的事件(焦点事件)”在促进公共政策讨论方面起着重要作用。

**舆情研究视角:**谢耘耕和陈虹等传播学者利用实证研究方法探讨了危机事件中媒体和舆情之间的关系,及其表现出来的传播特点和传播特征,并在此分析的基础上试图提出预警、监测、应对的策略<sup>[18]</sup>。

**批判视角:**批判视角主要应用媒介大众文化理论,指出危机中的权力宰制、霸权文化、公共理性、多元表达与社会结构改造对危机处理的影响。由于这些原因都是短期内无法根治的,所以批判视角并不强调提出策略。

从上述介绍,可以发现危机研究的这些理论和概念都或多或少包括了两种研究视角和目的:一种是主体淡出,把危机事件作为客体,认为研究主体应该超脱于对象客体进行研究,其目的在于探讨危机事件性质特点和发展过程,比如阶段理论、情景危机理论等;一种是主体介入,研究主体融入对象客体,站在危机处理者的角度,为危机处理者积极出谋划策,比如形象修复理论、言语行为理论等。

根据上面两种视角,我们可以对“危机传播”“危机管理”“危机公关”重新定义:

**危机传播:**探究危机事件的性质特点和发展过程,以及危机过程中组织、媒体、人际之间的双向信息沟通<sup>③</sup>。

**危机管理:**探究各种危机情境的性质特点和发展过程,并为危机处理者消除或降低危机所带来的威胁和损失所应该采取的规划和决策策略,其包括有形资产管理,比如生产管理、设备管理、质量管理、财务管理等,也包括无形资产管理,比如信息管理、

③ 值得注意的是,对于“传播”这个词汇,每个人理解不同,有人把“传播”理解成信息单向宣传的过程,有人把“传播”理解成双向沟通,有人采用广义的理解把“传播”理解为信息传播,其中包括组织信息传播、人际信息传播、媒体信息传播,而有人采用狭义的理解,把“传播”仅仅理解为媒体信息传播。理解不同,造成“危机传播”在符号的社会结构中所处位置不同。虽然本文并不能规定他人对“传播”的理解和使用,但是既然要对符号社会重新建构,所以本文必须限定笔者对危机传播的理解,即笔者采用广义和双向的理解,认为传播是“组织、人际和媒体信息之间的双向沟通过程。”

形象管理、关系管理等。

危机公关:危机处理者建立、维系组织、利益相关者与公众之间互相受益的无形资产的管理策略,其中包括管理信息、关系、形象等。鉴于目前很多人认为危机公关就是危机传播管理,所以危机传播管理可以归为和危机公关同一概念。

显然,确定好定义后,“危机传播”属于第一种视角,“危机公关”属于第二种视角。而“危机管理”出现时间较早,影响面较大,且其不仅关注有形资

产,还关注无形资产,而“危机传播”和“危机公关”都只关注无形资产,所以我们将“危机管理”列为符号社会组织结构的上位。另外,为了解决了很多传播学者研究危机事件时的策略取向,我们延续学界中关于“危机公关”就是“危机传播管理”的观点,即危机传播研究一旦从主体淡出视角转入主体介入视角,那么就自然变成“危机公关”的范畴。据此,我们对危机研究中这几个符号之间的关系进行重新界定,见图1。



图 1 危机符号社会中的组织结构

当然,为了理清危机研究学术概念符号使用混乱的现状,本图只是规范性地,而不是描述性地,对这三个符号的意义和关系重新做了界定。显然,该组织结构图不一定会被所有的学者接受,但是科学本质不是追求共识,而是追求歧义,正如利奥塔所说“共识只是科学探讨的一个特殊状态,而非其目的;相反,科学探讨的目的是寻求悖谬”<sup>[19]</sup>。也许,本图的核心价值并不在于对学术符号的重新排序,而是在于试图使学术研究场域明晰化的努力。

参考文献:

[ 1 ] 布迪厄. 言语意味着什么——语言交换的经济[M]. 北京: 商务印书馆 2005. 9.

[ 2 ] 费尔迪南·德·索绪尔. 普通语言学教程[M]. 北京: 商务印书馆 2002. 171.

[ 3 ] Popper K R. Objektive Erkenntnis [M]. Heidelberg, 1973: 123.

[ 4 ] 道金斯. 自私的基因》[M]. 长春: 吉林人民出版社 2006.

[ 5 ] 吴宜蓁. 危机传播——公共关系与语艺观点的理论与实证[M]. 苏州: 苏州大学出版社 2005. 7.

[ 6 ] 廖为建, 李莉. 美国现代危机传播研究及其借鉴意义[J]. 广州大学学报, 2004( 4): 18 - 23.

[ 7 ] 方雪琴. 信息公开与媒体理性——试论危机传播中的舆论引导策略[J]. 中州学刊, 2004, ( 6): 183 - 185.

[ 8 ] 史安斌. 危机传播与新闻发布[M]. 广州: 南方日报出版社 2004.

[ 9 ] 赵路平. 公共危机传播中的博弈[M]. 上海: 上海社会科学院出版社 2010.

[10] 韩昱, 李晓洵. 2010 年危机传播研究综述[J]. 青年记者, 2012, ( 4): 24 - 25.

[11] 谢景芬. 整合性危机管理[A]. 危机管理与整合策略传播[C]. 武汉: 武汉大学出版社 2010. 91.

[12] 吴宜蓁. 危机传播——公共关系与语艺观点的理论与实证[M]. 苏州: 苏州大学出版社 2005. 7.

[13] 王芳. 危机传播经典案例透析[M]. 北京: 中国社会科学出版社 2010: 7.

[14] 詹姆斯·格鲁尼格. 等. 卓越公共关系与传播管理[M]. 北京: 北京大学出版社 2008.

[15] 郭惠民. 关于危机管理与公共关系的若干思考[A]. 危机管理与整合策略传播[C]. 武汉: 武汉大学出版社 2010. 51.

[16] 何自然. 语言中的模因[J]. 语言科学, 2005, ( 6): 54 - 64.

[17] 胡范铸. 突发危机管理的一个语用学分析——兼论语言学的研究视界[J]. 华东师范大学学报, 2002, ( 6): 51 - 57.

[18] 谢耘耕. 新媒体与社会[M]. 上海: 上海交通大学出版社 2011.

[19] Lyotard J F. The Postmodern Condition: A Report on Knowledge [M]. 1984. 65 - 66.

( 下转第 44 页)

- [27] Krabel S , Mueller P. What drives scientists to start their own company? An empirical investigation of Max Planck Society scientists [J]. *Research Policy* , 2009 , ( 38 ) : 947 - 956.
- [28] 蔡跃洲. 国家创新体系视角下的国家创新能力测度述评——理论方法、数据基础及中国实践 [J]. *求是学刊* 2012 , ( 1 ) : 42 - 50.
- [29] Samila S , Sorenson O. Venture capital as a catalyst to commercialization [J]. *Research Policy* , 2010 , ( 39 ) : 1348 - 1360.
- [30] Anderson T R. Daim T U , Lavoie F F. Measuring the efficiency of university technology transfer [J]. *Technovation* , 2007 , 25 ( 5 ) : 306 - 318.
- [31] 任冬林 , 黄燕琳. 基于 DEA 的我国西部高校科技成果转化评价研究——以国家重点建设西部十四所高校为例 [J]. *西南科技大学学报( 哲学社会科学版)* , 2012 , ( 3 ) : 85 - 90.
- [32] 王桂月 , 王树恩. 基于模糊神经网络的高校科技成果转化评价研究 [J]. *科技管理研究* 2009 ( 12 ) : 194 - 209.

## Research commercialization: Content , boundary as well as statistics and measuring

CAI Yue - zhou

( Institute of Quantitative and Technical Economics , Chinese Academy of Social Sciences , Beijing 100732 , China)

**Abstract:** Due to the lack of fundamental works in statistic measuring , there exist some conceptual deviation in the field of research Commercialization in China. The statistical survey , measuring and evaluation of research commercialization are discussed here based on the review and definition work for its contents , boundary and influencing factors. It is argued that research commercialization should focus on the commercialization of applicable achievements in university and public research institutes. For measuring and evaluation , many consensuses have been acquired in selecting indicators within some developing economies , and several national wide statistical surveys have been carried out as well. However , there never comes out an international comparable statistics and survey system in this field. Relevant studies in China pay more attention on the measuring methods , while the fundamental works of statistical survey , establishment of indicator system are far from accomplished. More efforts should be put on these fundamentals to promoting the research commercialization.

**Key words:** research commercialization; statistical survey; measuring and evaluation

( 上接第 36 页)

## The symbol society of crisis study: A sociobiology perspective

GAN Li - hao

( School of Communication , ECNU , Shanghai 200241 , China)

**Abstract:** Academic field actually contains two societies: the society of scholars and the society of academic symbols. Pierre Bourdieu considers the symbols as scholars' s capital and analyses the influence of the academic structure , academic profits , and scholar' s quality for scientific research. Then he explores the subjectivity of scientific knowledge production. Different from Bourdieu , the paper considers the scholars as the life source of symbols and analyses the birth , growth , competition and reproduction of symbols. Then the study explores the formation , development and extinction of academic field on the case of crisis study.

**Key words:** symbol society; crisis study; academic field; sociobiology