

理解媒介：从对象到现象

芮必峰 孙 爽

（安徽大学 新闻传播学院，安徽 合肥 230031）

【摘 要】将媒介视为客观对象一直是主流传播学未经检视的预设。我们通过对具身理论的爬梳和媒介的现象学还原，发现媒介并不是一种纯客观的对象，而是与人类传播活动和交往实践共生的现象。它并不存在于外部客观世界，而是存在于我们的知觉经验中。对象媒介来源于现象媒介，对象媒介是在现象媒介的基础上进行理论化和逻辑化的产物。所谓“现象媒介”即显现在本己身体经验中的媒介，是一种被体验的媒介。其主要特征包括：含混性与规范性、意向性与对象性、象征性与表达性、情境性与普遍性、主体性与主体间性。现象媒介的揭示将为媒介和媒介学奠定新的存在论基础，继而进一步引导媒介研究者重新审视媒介，解释媒介与人、媒介与自然、媒介与社会的关系。

【关键词】现象媒介；对象媒介；具身；知觉现象学

【中图分类号】G206

【文献标识码】A

报纸、广播、电视、网络；灯光、声响、色彩、气味；天空、海洋、道路、居所……我们已经习惯于直接从这些知觉对象来理解媒介，我们很习惯地把媒介等同于媒介物。因此，过去不少学者在绝大多数场合所讨论的媒介都是对象媒介，媒介被视为外在于我们的客观对象，它们随着感觉经验内容一起被给予主体。就是说，媒介似乎是早已被现实地形成在一定的对象之中，无论它们是某种实体、某种处所/位置、某种链接/关系，我们通过理解这些对象就能理解媒介。可是，如果我们不从主体与世界的互动和互构入手，不去追溯媒介关系或媒介在形成过程中的主体性根源，而仅仅从对象出发来构想媒介，除了最终得出万物皆媒的泛媒介结论，就一无所获。一切都是媒介无异取消媒介，进而取消媒介学。进一步说，仅仅从对象着眼理解媒介，诸如形式与内容、显现与遮蔽、复制与创造、象征与表达等一系列植根于媒介内部的辩证关系，更多时候也只能通过格言、警句等顿悟式的方式来把握，而难以从理论建构的逻辑中得出，因此不利于媒介学的建设和发展。由此看来，理解媒介有必要换种方式，或换条思路。

【作者简介】 芮必峰，安徽大学新闻传播学院教授，安庆师范大学传媒学院特聘教授。
孙 爽，安徽大学新闻传播学院硕士。

一、对象媒介与现象媒介

对象不仅是主流传播学未经检视的基本预设，更是自柏拉图以来就有的传统。正如海德格尔（Martin Heidegger）所批判的：“柏拉图（Plato）这位从外观方面来表象在场者在场之状态的思想家，并没有思考物之本质……倒不如说，柏拉图把一切在场者经验为置造对象了，而且这对于后世来说是决定性的。”（孙周兴，1996：1168）梅洛-庞蒂（Maurice Merleau-Ponty）的《知觉现象学》就是从质疑这种对象开始的。他认为，对象“就是存在着部分之外的部分，因而就是在物体的各部分之间或在它和其他物体之间，只承认外在的和机械的关系”（梅洛-庞蒂，1945/2001：106）。对象媒介也是被当作一种无限可分、各部分相互外在的存在物，它独立于主体之外，有其不依赖于人的质的规定性，各部分以及和其他对象之间只具有机械因果关系，是一个能以科学手段进行观察和测量的客观对象。而“单一物体的绝对身份是意识的死亡，因为它凝结整个体验，就像放入溶液里的一个晶体使溶液一下子结晶”（梅洛-庞蒂，1945/2001：104-105）。媒介作为客观对象和理论范畴，其存在的问题已有学者指出，黄旦在《奇云》的《推荐序》说：“‘媒介’一词是在中世纪和现代社会的两次接续推力中，一步步走向视觉的一面，注目于符号和意义……早年就与‘自然’如影相随的媒介，完全失去了其应有的基础地位，人类生存与媒介的关系也因此遮而不彰。”（彼得斯，2020：3）的确，媒介与人们的日常生活如影随形，构成了人们生活的基础设施，这种关系其实是人类生存的方式和状态。

沉浸在各自手机中的两个人，虽然相对而坐，但他们之间的距离却很遥远；同时在屏幕上关注大洋彼岸动态的人们，虽然他们天各一方，但仿佛同在一处、同住一村。我们每天沉浸在这种丰富的远近交织中，而这仅仅通过作为对象的媒介是很难得到解释的。正如海德格尔所说：“人类在最短的时间内走过了最漫长的路程。人类把最大的距离抛在后面，从而以最小的距离把一切都带到自己跟前。不过，这种对一切距离的匆忙消除并不带来任何切近（Nahe）；因为切近并不在于距离的微小。在路程上离我们最近的东西，通过电影的图像，通过收音机的声响，也可能离我们最远。在路程上十分遥远的东西，也可能离我们最近。小的距离并不就是切近。大的距离也还不是远。”（孙周兴，1996：1165-1166）可见，媒介造成的远近更多是心理而非物理的远近，而心理距离是内在于人的一种现象。对象可以决定物理空间的距离，决定意义空间距离的则是现象。媒介恰恰承载甚至构成了人类的意义空间，若只将媒介视为客观对象，那么或许我们就在所谓的“客观”和“科学”的口号中错失了理解媒介的密码。康德（Immanuel Kant）认为：“我们的一切直观无非是关于现象的表象；我们所直观之物不是自在之物本身，我们既不是为了自在之物而直观这些事物，它们的关系也不是自在物本身具有如同它们向我们显现出来的那种性状，并且，如果我们把我们的主体、哪怕只要把一般感

官的主观性状取消掉了的话，客体在空间和时间里的一切性状、一切关系，乃至空间和时间本身就都会消失，并且它们作为现象不能自在地实存，而只能在我们里面实存。”

（康德，2004：42）在康德看来，对于客体（对象），我们知道的只是我们知觉它的方式。以此观之，一旦我们抽离主观知觉，被表象的对象媒介连同感性直观赋予它的所有属性就完全消失了，因为正是我们的主观知觉赋予并规定了媒介作为对象的客体形式。而如今媒介研究的主要问题在于，我们一方面不愿意承认上述包含在媒介中的主观性，试图消除主观知觉以达到科学的客观标准，另一方面又在主观中将现象表象视为客观存在，以数据图表固定之、实验模型模拟并考察之，这种隐藏着主观的客观主义最终将媒介研究引向了海德格尔所说的“对距离的匆忙消除”（孙周兴，1996：1165）和无意义。媒介其实与我们每一个人的生命活动息息相关，一部媒介史就是一部人类的生存史。生存活动是真实流动的，而不是客观凝滞的。对象媒介的实质是斩断媒介与人类生活的丰富联系，进而在观念中建构出某种外在于人类生存活动的“客观”媒介，由此产生的“客观”思维使我们忽略与知觉体验的联系，尽管对象媒介本身就是知觉体验的结果和延伸。如今传播研究已经逐渐意识到了忽略知觉体验带来的后果，也即“离身传播的困境”（刘海龙、束开荣，2019），而离身传播的困境也仅仅是对象媒介所造成的诸多问题的一个缩影。要理解媒介，就应该摆脱仅仅将媒介当作对象的客观思维，重新认识知觉体验中的现象媒介。

李普曼的“拟态环境”（或“媒介环境”）与“客观环境”（或“现实环境”）的区分在传播研究中流传甚广，但这种区分是成问题的。因为我们生存的环境原本就是知觉的“拟态”，是“媒介环境”，所谓“客观”“现实”环境其实也是我们直接经验的现象，是更原初的“拟态”。从存在主义的观点来看，“环境”意味着“此在”的生存，意味着人们在“被抛”的世间进行奋争时所碰到的阻碍或助推，而媒介具有重新塑造环境的力量。也就是说，环境不是一种纯客观存在，而是一种与人的意识发生交互作用的相对存在，我们对环境的理解很大程度上影响甚至决定着我们所做出的实际行动和判断（芮必峰、孙爽，2020）。上述两分正是将媒介外在化、对象化的必然结果。由于把媒介构想成一个外在于人们生存活动的客观对象，它自然就能创造一个同样外在于人的“媒介现实”。殊不知，无论是媒介还是媒介所“创造”的现实，都是人的知觉经验的构成物，都内在于而不是外在于人类的生存活动。

将媒介视为客观对象进行研究是便捷的，然而这种便捷并不能解决那些与人和人类生存活动息息相关的问题，反而造成更多麻烦。因此，我们提出从人类原初的知觉体验来理解媒介，即把媒介视为一种现象而非对象，我们称这种媒介为“现象媒介”，以示与前面所说“对象媒介”的区别。现象媒介是显现在本己身体经验中的媒介，是一种被体验的媒介。尤其在智能媒介与身体紧密结合的今天，从客观对象追溯到主观知觉已经

是不可或缺的一项任务。孙玮认为，新媒体传播是依赖高度身体卷入的“即兴表演”，是一种高度依赖意会知识的身体实践，如果我们仅仅用话语甚至文本话语作为传播研究的基础，就遮蔽了新媒体传播的身体实践的重要意义（孙玮，2018）。其实，何止新媒体或新媒体传播？可以说，没有超出具体传播经验和交往场景的媒介，只有显现在这些经验和场景中的媒介，前者是被“客观思维”构想出来的、已经完成了的对象媒介，后者才是生活世界实际存在的、处在形成中的“现象媒介”。对象媒介不过是现象媒介的主题化和对象化。因此，对象媒介莫基于现象媒介，现象媒介是对象媒介的意义根源，而不是相反。现象媒介在主题化和对象化之后能够变成对象媒介，恰恰因为对象媒介是从现象媒介那里获得了意义。理解现象媒介还需从理解媒介的具身化入手。

二、媒介的具身化

媒介并不是一种纯客观的对象，而是与人类传播活动和交往实践共生的现象。因此，它并不存在于外部客观世界，而是存在于我们的知觉经验中。对象媒介不过是知觉经验中现象媒介的构成物。媒介与认知和实践主体有着根本的内在联系。

从笛卡尔（René Descartes）开始的西方近代哲学把主体视为一种超越物质的“我思”，整个世界，包括活的身体中蕴藏的自发性和主动性都被一股脑儿地交给了这个被哲学家构想出来的纯粹的“我思”，成为这个纯粹“我思”的对象。现象学不满于这种“思”与“在”或自为和自在的两分，试图通过一种方法论的“还原”来统一两者。如果说胡塞尔（Edmund Gustav Albrecht Husserl）意识现象学的还原结果是“先验主体”，海德格尔解释现象学的还原结果是“此在”，那么梅洛-庞蒂具身现象学的还原结果就是“身体”。

身体在梅洛-庞蒂的哲学思想中具有奠基意义。可以说，整部《知觉现象学》就是建立在身体之上的，是梅洛-庞蒂对海德格尔“在世存在”的身体化改造。在《知觉现象学》的《前言》里，梅洛-庞蒂说得很清楚：“现象学还原是一种存在主义哲学的还原：海德格尔的‘In-der-Welt-Sein’（在一世界中一存在）只出现在现象学还原的基础上。”（梅洛-庞蒂，2001：10）正是通过现象学还原，海德格尔的“此在”被置换成身体，此在在世生存成了身体在世生存，是身体在世的姿态、信念、朝向和展开。这里的身体是一种显现在本己的原初知觉经验中的身体，它可以被从第一人称视角进行内在体验，但无法从第三人称进行外在的观察。这个身体与世界的关系就像母亲腹中尚未形成的胎儿与子宫的关系，相互缠绕、相互成就、不分彼此，是一种更本源的现象身体。很显然，现象身体既不是自在的“广延实体”，又不是自为的“思维实体”，而是两者原初的综合，知觉主体与被知觉世界在这里相互交织成一条没有内外的莫比乌斯带。正是通过这个居间性、本源性的现象身体，梅洛-庞蒂试图打破西方近代哲学根深

蒂固的二元对立，超越经验主义实在论和理智主义观念论之间非此即彼的选择，从而建立起自己别具一格的具身现象学或“身体哲学”。

对于国内学界近年兴起的具身热潮，刘海龙指出：“2018年以来，身体视角突然成为中国传播研究中比较热门的话题，但是不同的学者对身体的理解存在较大差异，有一些研究新瓶装旧酒，冠上了个‘身体’或‘具身性’的概念，除了追逐新概念外，并没有给传播研究带来实质的创新。”（刘海龙，2020）具身作为传播学“新宠”，既要 从哲学层面抓住其理论精髓，还要对现有的传播研究有所关照和突破。简单来说，具身其实是对身体与世界相互指涉、难分彼此的有机关系的主题化。我们是通过身体与世界打交道的，身体是我们认知可能性的最为根本的规定条件。由于拥有一个身体，我们才拥有一个世界，拥有一个知觉场和实践场。诚如梅洛-庞蒂所言：“身体是在世界上存在的媒介物，拥有一个身体，对一个生物来说就是介入一个确定的环境，参与某些计划和继续置身于其中。”（梅洛-庞蒂，2001：116）这样一来，海德格尔的此在在世生存就被具体到了一个原初的现象身体上。这个身体与整个世界一体两面：一方面世界有一个外在于我们或自在的维度，身体也是世界的一个有机组成部分；另一方面世界又有一个内在于我们的或自为的维度，它被我们的身体所知觉，进而被我们思考和谈论，我们在不同的身体意向中拥有这个世界。身体表现的这种“自相矛盾的为我们的自在”（梅洛-庞蒂，2001：105）才是具身的真正哲学意义所在。国内近年讨论的“具身传播”只有建立在这样的身体现象学之上才有意义。

现象媒介可以通过媒介的具身化加以说明。媒介的具身化首先指媒介与身体之间存在一种原初的内在关系，即我们是通过身体与世界打交道的，其间身体与媒介是不可分开的。认知一开始既非纯粹的生理活动，也非纯粹的意识活动，而是身体与世界的内在交流与沟通。这种内在的交流与沟通其实是一切传播的基始，属“元传播”。^[1]“元传播”无需借助其他媒介，而是直接以身体为媒介。所谓“身体是在世界上存在的媒介物”无异于说身体是先于其他媒介物的最根本、最原初的媒介，是一切媒介的媒介，是“元媒介”。^[2]身体与世界的这种原初关系在汉语词汇中有丰富的表现，如“体会”“体悉”“体察”“体悟”“体验”“体谅”“体贴”“体认”“体味”“体恤”“体现”等等。此外，身体关于世界的知觉还有一些隐喻的表达，如“斟酌”“消化”“酝酿（情绪）”“孕育（感情）”等等。它们形象地反映了身体、世界、意义三者之间的内在联系，即我们通过身体与世界默会，身体是世界的载体，世界显现于身体之上，身体与意义在这种显现中不分彼此。麦克卢汉（Marshall McLuhan）的“媒介即信息”在这里表现为身体即世界，身体即意义，就是说，身体这个“元媒介”是世界及其意义的载体，或者说，世界及其意义体现在身体之上。

身体作为“元媒介”，其与生俱来的能力是有限的。生物体（身体）自身的程序

外延到一种人为的程序中，这就是原初补余性的生命形式。外延之物恰恰在其外延过程中形成，而且在外延之前并不存在任何内在性——这便是“补余的逻辑”（斯蒂格勒，2010：3-4）。身体无法将信息传到千里之外，于是古代有了飞鸽传书，近现代发明了电报、电话；身体本身不能进行长时间、远距离的快速移动，于是借助马车、汽车、飞机等实现对距离和速度的需求；身体无法超出一定时间空间范围来了解过去或远方发生的事情，于是就有了报纸、电视、电脑。加塞特（José Ortega y Gasset）认为，人同时是“自然的”和“超自然的”，一种存在论上的“半人半马”，一半沉浸其（自然）中，一半超乎其外（吴国盛，2008：272）。一方面，媒介具于人的意识和行为改变我们观察世界的视角，扩展了生活世界的范围，如通过显微镜了解微生物，通过望远镜了解行星；另一方面，身体也具于媒介，媒介向人们揭示未知事物，决定现象显现的方式，并决定了人对世界的行为反应。一切媒介无非都是它们在延伸人体的过程中对我们的感知方式以及社会交往形式的改造。也就是说，作为“人的延伸”的媒介，是一种普遍的存在（范龙，2012：69）。水之于鱼，正如媒介之于我们，是一种环境。如果说一切环境都是潜意识性的，那么媒介环境之所以难以察觉的原因，也就在于它渗透了我们的“注意场”（范龙，2012：66）。媒介具于身体不仅仅是知觉的延伸，更重要的是媒介体验逐渐构成了主体体验，成为了身体的有机组成部分。随着技术的发展，每一种媒介如报纸、电视、互联网等都发展成为了庞大且完整的体系，以至于已经从我们的身体分离出去，成为了离开身体的“对象”媒介，媒介作为对象似乎是可以独立于我们而存在的客体。然而实际上无论是何种媒介，一旦与我们的知觉体验产生关联，都是现象的，也就是说，对象媒介存在于理论研究，而现象媒介总是存在于实际生活之中。“我们所使用的范畴、推理、概念系统以及主观经验，尤其是情感和记忆以及注意等过程在很大程度上都是具身的，某种程度上，我们别无选择。范畴化不是纯粹的知识事件，而是出现在经验事实之后，宁可说，范畴形成和使用的就是经验的素材。”（刘海龙、束开荣，2019）虽然彼得斯（John Durham Peters）在《奇云》里并未明确区分现象媒介和对象媒介，但他已经洞察到了身体与媒介之间的内在关系：“人的身体是最基础的媒介，具有的意义最为丰富，但是其意义并非主要基于语言或符号，而是深入人类更为模糊的丰富血脉和体液（limbic fluids）深井中。人的身体也并非独立存在，而是深植于一个巨大的网络之中。某个个体的身体与其他个体的身体共享着一个时间和空间，这一事实本身就已蕴含着丰富的意义，此意义无需多费一字一词就已不言自明。”（彼得斯，2020：7）媒介的具身化正是媒介与身体的这种根本性联系，也是身体与媒介的互构过程。离开了身体，就如同切断了河流的源头；没有人之主体，没有现象媒介，便没有客体，没有其他一切对象媒介。之所以要回归到现象媒介，就在于：现象媒介始终先于对象媒介，然而我们对现象媒介的熟视无睹正如鱼无视水的存在一样，对象媒介完全

基于现象媒介而建立，现象媒介总是作为明见的基础被给予的。也就是说，对象媒介作为一种理论的、特殊的和逻辑的的主观构造物，其本身属于现象媒介之充分具体化的产物。因此，理解媒介必须完成从对象到现象的追溯，这才是具身传播和现象媒介的真正意义所在。

三、现象媒介的主要特征

媒介的具身化说明，没有离开身体而独立存在的对象媒介，只有与身体及其活动共生的现象媒介。日常生活中那些貌似外在并独立于身体的对象媒介，其实是现象媒介的构成物。讨论了媒介的具身化以后，让我们再进一步讨论现象媒介的主要特征。

（一）含混性与规范性

现象媒介根源于身体与世界的原初关系，“身体是在世界上存在的媒介物”，现象媒介的含混性来源于与世界打交道的现象身体的含混性。梅洛-庞蒂通过对幻肢现象和本己身体经验的分析，论证了现象身体既不是自在的“广延实体”，也不是自为的“思维实体”，而是介于两者之间的第三类存在，我们可以称之为现象存在。这种存在是外在性和内在性、被动性与主动性、物质性与精神性的原初综合。正因为如此，梅洛-庞蒂十分认同别人称自己的哲学为“一种含混的哲学”。^[3]

现象媒介同样具有这样的含混性。我们既无法从纯粹的广延实体，即物质对象来谈论媒介，将媒介视为空洞的信息载体、纯粹的传递工具；也无法从纯粹的思维实体，即意义内容来谈论媒介，将媒介当作完全充盈、透明的意义内容本身。没有脱离内容的纯广延物质媒介，也没有脱离物质载体的纯思维精神媒介。媒介无法被还原为纯载体或纯内容、纯物质或纯精神。如果说上述“既无法……也无法……”“没有……也没有……”的双重否定式是对现象媒介的含混性描述，那么直接用一种双重肯定性来综合现象媒介则能达到对其规范性的认识。现象媒介一开始就把内容和形式、主动和被动、精神和物质统一在自己身上：它不仅承载内容，它本身就是内容，它是有内容的形式并通过形式体现内容；它不仅传达意义，它本身就是意义，它自带意义并表达意义。它是长期以来那种把媒介视为某种对象的媒介学，未能明确揭示出来的前对象化或非对象化的形式或结构。现象媒介在传递意义的同时，把这种前对象的形式或结构也传递给被知觉世界以及人类社会，以至于知觉世界和人类社会也被媒介化。这就是一些学者所发现和论述的信息方式、媒介时代、数字化生存、网络社会的根本源由。媒介是世界万物的联系方式，同时也是人和人类社会的存在方式。这也是我们所谓“媒介技术的生存论转向”想强调的维度（芮必峰、孙爽，2020）。虽然这里所说的规范性不具有本质主义哲学的普遍必然性和绝对确定性，但其中所内含的那种现象学的流动的形式、变化的结构

则是我们理解媒介，从最古老的传统媒介到最新兴的科技媒介的关键，乃至可以成为媒介学或媒介哲学的重要理论基础。

（二）意向性与对象性

在胡塞尔那里，“意向性”作为现象学的“不可或缺的起点概念和基本概念”标志着所有意识的本己特性，即：所有意识都是“关于某物的意识”并且作为这样一种意识而可以得到直接的指明和描述。关于某物的意识是指在广义上的意指行为与被意指之物本身之间可贯通的相互关系（倪梁康，2007：251）。意向性原本指活的身体积极朝向世界、努力把握世界、试图表达世界的能力，胡塞尔将其视为“对……的意识”，或者说所有的意识都是对“某物”的意识。现象媒介的意向性来源于身体的意向性，它的原初形式就是活的身体朝向世界的开放，是意识和世界之间的原初关联。在具体的认知和交流实践中，由于身体的局限性，它既无法将自己的意向性直接指向并抵达远方的对象，也无法直接达到对象的各个面，而只能通过指向可以指向的对象或对象可以达到的面，并以此来进一步拓展自己与世界交流。这些身体能够直接到达的对象可以是山川河流、日月星辰等自然物，也可以是各种人工技术发明物。如我们通过河流的走向获知地势的高低，通过星星辨别方向，通过显微镜发现微生物，通过互联网与远方的朋友视频聊天。正因为如此，唐·伊德（Don Irde）在各种技术发明物身上发现了一种不同于人的身体的“技术意向性”（唐·伊德，2012：108），指出“技术可以成为‘意识自身’的中介。技术可以占据‘对’（of）的位置，而不仅仅是成为某种对象”（唐·伊德，2008：30）。其实，意向性不独表现在人工技术上，也表现在人为了克服身体局限性而利用的一切工具上。

现象媒介中内含着人的身体意向，这种意向性会在不同的交往情境中改变自己的投向。如果说对象媒介是特定交往情境中完成的媒介，现象媒介就是在流动情境中生成的媒介。对象媒介不过是身体在不同的知觉、运动或实践任务中为克服自己的局限性将意向性投入某个对象的结果。换言之，现象媒介总是随着我们身体的知觉意向、运动意向或实践意向随时调整和分配自己的形式和结构，变换自己所栖居的对象。身体对于不同交往情境的把握目的和方式，以及身体运动和实践的各种可能性，时刻影响着现象媒介的动态结构和物质属性。所以说，是身体的意向之线拉着媒介的内在结构和物质形式，是身体意向为媒介技术意向奠基，是现象媒介规定着各种对象媒介的不同结构和物质形态。在梅洛-庞蒂的身体哲学中，人就是身体，“媒介是人的延伸”意味着媒介是身体的延伸。关键在于这里的身体不是各部分相互外在、四肢五官可以拆卸开来的对象身体，而是一个灵与肉、肉与肉不可分割、在世生存的现象身体。万物皆媒在于我们的身体可以利用各种事物来克服自身的局限性，进而更好地与世界打交道。只有对“媒介是人的延伸”进行上述现象学改造，才能加深我们对媒介的理解，媒介学的思想理论根

基才能扎得更深、更牢。

（三）象征性与表达性

象征性是指两种差异性意义之间的相互指涉、等价交换或彼此替换关系。媒介之所以为媒介就在于它能够在不同的意义之间架起相互联系的桥梁，将自己当着世界和他人的一般象征，就像货币把自己作为商品的一般象征那样。除了我们自己外，世界上还存在他人和其他各种事物，这些人和物通过某种象征与我们发生关系，现象媒介的一般象征性就在于它能根据我们的知觉、运动和实践任务与外在于我们的世界发生象征关联和意义交换。

现象媒介的象征性同样根源于身体这个“元媒介”。身体在与世界打交道时，“它把自己的各部分当作世界的一般象征来使用，我们就是以这种方式得以‘经常接触’这个世界，‘理解’这个世界，发现这个世界的一种意义。”（梅洛-庞蒂，2001：302）正是作为“元媒介”的身体的这一特征规定了各种现象媒介的象征性。但我们不能把这种象征性仅仅理解成对另外意义的被动指涉或替换，现象媒介在象征性之外还具有一种表达性。玫瑰花不仅象征爱情，而且表达爱情；发芽的柳枝不仅象征春天，而且表达春天；大众媒介不仅象征现实，而且表达现实。这种表达性中包含着新的意义，因此也是一种意义的创造，就像一幅如蒙娜丽莎那样的写实画，不仅指涉对象，还创造出一个新的对象。与其说媒介即信息，不如说媒介即意义，用存在主义或现象学的术语说，就是媒介即存有。^[4]当然，这并不是《奇云》一书原来的副题，虽然彼得斯所谓元素媒介、基础媒介、背景媒介、后勤媒介等似乎都想表达媒介的上述表达性或创造性，但由于他未能通过“现象学还原”发现并揭示出一个“现象媒介”，他的许多论述是“模糊不清”的，“他抓住的是一个‘媒介’概念，而不是媒介自身”（黄旦，2020）。我们注意到，彼得斯书中有十多处提到现象学，但没有一处展开过，可见他只是隐约觉得现象学的一些思想可以帮助自己理解媒介，但并未像唐·伊德研究技术那样，自觉运用现象学来研究媒介。

（四）情境性与普遍性

现象媒介的情境性包括两层含义。首先，没有脱离具体情境的媒介，现象媒介总是在特定的认知和交往情境中生成。拥有一种媒介就是卷入了一种特定的情境，在此情境中，我们有着特定的目标与任务，我们是根据这些目标和任务投入情境之中，并生成、创造和使用媒介的。猎人为了追踪猎物，将动物的粪便或草丛被践踏的情形当作媒介；农民为了获知天气情况，将云霞和小动物的动态作为媒介；人们为了与他人交往，将鲜花、烟酒和各种礼物作为媒介；我们为了与世界联系，将报纸、广播、电视和网络当作媒介。是特定情境中人的使用成就了媒介，媒介也在这种情境中成就了人。其次，由现

象身体“延伸”出来的各种媒介本身又创造各种情境，在具体情境中生成和使用媒介与在使用和生成媒介中创造新的情境同时发生。人通过在一定情境中使用媒介而使媒介成为“媒介”，媒介则通过被人使用而生成新的情境，使人成为“人”。这里我们再一次在工具论以外看到了媒介的生存论意义。

然而，现象媒介始终存在一些超越情境的普遍性。和作为“元媒介”的现象身体一样，现象媒介始终预设了自身与世界一般的原初关联，预设了自己对于这个世界一般的把握方式，这种关联和把握方式作为一种不变的普遍性，从一个方面规定着我们的认知和交往能力以及周围世界的显现样式。我们只能根据身体提供的条件感知事物，我们只能根据媒介提供的条件认知世界。现象媒介的普遍性在于它提供的是一种原初的视域，由于这种原初视域蕴含的意义是一种非主题化、非对象化的意义，它的具体表达就不得不依靠一定的物质对象，这才是媒介的物质性的真正含义。就是说，媒介的物质性是现象媒介的前对象化意义的对象化，对象化了媒介自然呈现出一定的物质形态。研究媒介，既要研究对象化了的媒介自身的物质属性，发现它们为我们提供的与世界打交道的各种可能性和局限性，更要看到作为“元媒介”的身体固有的“厚度”。身体的“厚度”决定了我们与世界的距离，无论媒介技术如何发展，这种存在于“元媒介”的“厚度”都是无法超越的。一定的呈现总是伴随着一定的遮蔽。更进一步说，如果这种“厚度”被超越，媒介变得完全透明，那么这个世界的万事万物就变得毫无差别，因此媒介也就没有任何存在的必要了。这恐怕是被一些媒介技术的理想主义和乐观主义者所忽视的一个根本性问题。

（五）主体性与主体间性

如上所述，媒介不仅象征世界，而且表达世界；媒介不只是客观世界的被动反映者，同时还是现实世界的积极建构者。而且，象征和表达、反映和建构从一开始就包含在现象媒介与世界的原初关联中。这也是我们所说的媒介主体性的基本含义。这里的主体性是一种更本源的主体性，是经验主义和理智主义都不曾看到的主体性。无论是经验主义还是理智主义，媒介都是被视为某种既成对象，它们要么客观地反映世界，要么主观地建构世界。李普曼的所谓“媒介现实”就是建立在这一思想基础上的。然而，正如我们已经指出的那样，对象媒介只是现象媒介的构成物，现象媒介才是我们与世界打交道的方式，世界其实就是现象媒介向我们呈现的样式，“媒介现实”和“客观现实”其实是同一个现实。媒介的这种主体性同样源于身体这个“元媒介”与世界的沟通和交融中，源于我们身体在特定的情境中，带着特定的任务、运用特定的视角朝向世界的努力。

从梅洛-庞蒂的身体哲学出发，上述媒介的主体性同时也是媒介的互主体性。媒介在朝向客观世界的同时，客观世界也朝向媒介，正如身体在朝向世界的同时，世界也朝向身体，正所谓“世界的肉身”“身体的肉身”。^[5]媒介的象征和表达、反映和建构的

可能性，以及交流和沟通的可能性都建立在这种原初的互主体性中。不仅如此，媒介的互主体性还涉及“他人”问题。由于每个人都拥有一个身体，“两个有意识的主体有同样的神经系统，但不足以保证同样的情绪能在他们身上以同样的方式表现出来。重要的是他们运用其身体的方式，重要的是他们的身体和他们的世界在情绪中同时形成”（梅洛-庞蒂，2001：246）。可见，不同的身体决定了不同的现象媒介，身体之间的互主体性决定了媒介之间的互主体性。媒介的主体性总是以这种互主体性表现出来的，从而使媒介之间相互交织、相互缠绕、相互作用、相互影响。媒介的互主体性的理论意义不仅表现在媒介哲学上，而且表现在媒介社会学和媒介政治学上。前者说明，媒介社会可能比先前一些媒介社会学家论述的还要复杂；后者暗示，媒介的自主性和多样性可能比先前一些媒介政治学家论述的还要根本。

四、结语：“现象媒介”之意蕴

通过“现象学还原”，我们从林林总总的“对象媒介”背后揭示出了一个更原初的“现象媒介”，进而对现象媒介的具身化以及现象媒介的主要特征进行了描述和阐释。那么，这样的揭示究竟有什么用呢？我们认为，现象媒介的揭示将为媒介和媒介学奠定新的存在论基础，这种新的存在论又将进一步引导媒介研究者以一种新的思维方式重新审视媒介，解释媒介与人、媒介与自然、媒介与社会的关系。

西方哲学存在论传统一直与理性主义的认识论传统并肩而行。后者把追求绝对确定的客观知识当作自己的使命，它诱使认识者将被认识对象刻画为某种确定的对象，无论该对象是客观的还是主观的，只要它有某种是其所是的本质即可。我们可以将这种与理性主义认识论并行的存在论称之为“对象存在论”。长期以来，媒介学在很大程度上就是以这种“对象存在论”为基础的。人们总是想方设法地在媒介身上找到某种与我们相对、属于媒介自身的东西：从媒介是载体到媒介是通道，从媒介是物质到媒介是属性，从媒介是位置到媒介是关系，从媒介是形式到媒介是内容……仿佛媒介是某种外在于它的研究者，因此也外在于人类社会的纯客观存在，有着某种先天的、独立于人的固有本质。虽然媒介学里不乏像麦克卢汉、德布雷（Régis Debray）、彼得斯等充满智慧的思想者，他们或以格言、警句的形式，或以辩证的逻辑，或以丰富的联想和隐喻，深刻论述了媒介的另外一些特征以及深藏在媒介内部一系列辩证关系，并给人以极大的启发，但他们总体上并没有摆脱对象存在论所预设的理论框架，极少有像技术哲学家唐·伊德那样，自觉以现象学为指导，努力为认识（技术）媒介寻找一种新的理论框架的。以德布雷为例，在《媒介学宣言》中，他明确倡导一种“超越物质与形式之间和解，或物质设备与精神状态之间的和解……增加审美与技术之间的桥梁，增加主体和客体之间的桥梁”的“媒介学方法”（德布雷，2016：125），甚至干脆引入“活生生的肉体”来说

明媒介与世界的关联，但他却明确否认与现象学与梅洛-庞蒂的联系：“我们的目光史并不是一种关于可见之物的现象学，它与梅洛-庞蒂精辟阐释过的现象学（尤其在《心与眼》一书中》无关）。”（德布雷，2016：122）

问题的关键在于，不能一开始就把认识者与被认识对象、追问者与被追问的存在分割开来，使前者外在于后者。媒介不是外在于我们的对象，而是我们须臾不能离开的与世界打交道的方式，即“在世存在”方式。换句话说，我们不是用媒介与他人和世界万物打交道，而是我们在与世界的交往过程中产生了媒介。从这个意义看，媒介不是传播的工具或手段，媒介不是信息的载体和通道，媒介也不是意义的象征或附着物。媒介就是传播，媒介就是信息。媒介就是意义。研究媒介其实就是研究传播，研究信息的流动，研究意义的生成。

与本质主义哲学不同，现象学从一开始就把认识者放入“生活世界”之中，将此在的在世生存当出发点，因此客观对象不再是其追逐的目标，呈现在原初经验中的现象才是关注的焦点。后者不仅是前提条件，而且是根本，是奠基者，前者则是结果，是被奠基者。如果将本质主义哲学的存在论称之为“对象存在论”，那么现象学的存在论就是“现象存在论”。我们的“现象媒介”正是在这一哲学思想的指导下提出的，其中梅洛-庞蒂的身体现象学更是我们的直接思想来源。从对象到现象，从“对象媒介”到“现象媒介”，其实是媒介学在哲学存在论层面的转向。

我们把梅洛-庞蒂通过现象学还原在客观身体之下揭示出的那个显现在原初知觉经验中的现象身体视为“元媒介”，就在于这个现象身体既不能被还原为一个纯粹的外在对象，也不能被还原为纯粹的内在意识，它在我们与世界的交往中具有本源性，其间的对立统一是其固有的存在方式。这个“元媒介”是全部现象媒介的基始，是一切对象媒介的根源。如果说它有某种“中间”属性，这种中间性并不表现在某个外在的客观空间里，像有些人所理解的处在两个对象物体之间，它的中间地位或中介功能深深植根于此在的在世生存中，并与世界融为一体。它“是在世界上存在的媒介物”“是世界的枢纽”“是某个世界的能力”“是寓于作为世界”的“中介”（梅洛-庞蒂，2001：116、116、146、192）。它的存在形式是现象而非对象。让我们透过梅洛-庞蒂的分析，进一步加深对这种“现象存在论”的了解吧。《知觉现象学》通过对本己身体经验的分析，发现作为现象的身体不同于对象的一些新特征：第一，用第一人称视角观察自己的身体，你会发现观察者与对象是无法分开来的，我们其实是通过身体观察身体，用身体观察身体的；第二，身体可以同时具有感觉和被感觉双重功能，并能在两者之间迅速切换，如果我们用一只手触摸另一只手或身体的另一部分，感觉者同时也可能就是被感觉者，它们之间可以迅速来回切换；第三，身体在感觉自身时是一种不必借助任何中介的直接感受，它和所谓主体不分彼此、互为内在；第四，对象不能自行运动，而身体是活

的，能够自行运动。正是通过这些本己身体经验与患肢现象分析相结合，梅洛-庞蒂在身体在世存在的运动中发现了一种自在与自为的原初统一。在这种原初统一中，身体还不拥有关于世界的明确的对象性意识，还没有关于世界的意义，而只是和世界一起处于“意义”当中，身体、意识、世界、意义都还在一种未分化状态。这里的意义不是我们通常理解的，与纯粹意识相联系的理论意义，而是一种与本能行为中活的身体相联系的实践意义。这种实践意义随着身体与世界的对话过程而不断生出新的意义，并朝着规范性的方向发展。意义的生成过程就是身体的实践过程，意义的循环传递过程也是身体不断重构自身的过程。在作为“元媒介”的身体与意识、世界、意义的这种原初关系中，我们不难发现媒介的更深层的意义，进而为媒介学找到一种新的存在论基础，一种“现象存在论”而非“对象存在论”基础。

现象存在论将主体纳入原初的存在之中，从而使这种原初存在与其显现无法区分，毋宁说它就是存在的显现。现象先于对象，存在先于本质。现象存在论要求我们在理解媒介的过程中把我们自己纳入其中，把我们在与世界打交道中的身体存在及其显现视为“元媒介”。如此，我们才能从中发现人与媒介、内容和形式、意义与载体、信息与媒介、媒介与非媒介之间相互联系、相互制约、相互转化，但又无法相互完全还原的动力学机制，并进一步根据这种动力学机制从生存论层面重新理解媒介，特别是现代技术媒介，重新审视媒介学和传播学。

注释：

- [1] “元传播”最初由美国学者格里高利·贝特森（Gregory Bateson）于1951年提出，从这个概念指涉所有生物与外部世界互动的方式看，与我们的“元传播”有某种内在关联。但由于贝特森的概念是基于生理学、心理学和系统论提出，并聚焦于人际传播，其普遍理论意义并未达到一种真正的哲学高度。（参阅王金礼：元传播：概念、意指与功能[J]，新闻与传播研究，2017（2），第118-125页。）
- [2] 有学者将“元媒介”理解为“以计算机、智能手机、平板电脑等智能终端为代表，基于互联网与移动终端为一体的新闻传播平台。”（见赵星植：元媒介与元传播：新语境下传播符号学的学理建构[J]，现代传播，2018（2），第102-107页。）这与我们所说的“元媒介”完全不是一回事。其实，“元”（meta）这个前缀，在西方思想史上的一般用法是指隐藏在某事物背后的更抽象的东西，而不是发生在某事物之后的事物。恰恰相反，无论在时间上还是在逻辑上，它都是先于某事物的。如metaphysics, metamathematics, metapsychology, metalogic, metatheory等等。因此，《海德格尔论媒介》的作者从“语言是存在之家”出发，将语言视为“元媒介”，与我们这里的“元媒介”更加契合。（参见[美]戴维·J. 贡克尔，[英]保罗·A. 泰勒著，吴江译：海德格尔论媒介[M]，北京：中国传媒大学出版社，2019，第30页。）关键在于要把语言当作此在在世生存的现象，如果仅仅把语言当作对象看，我们谈论的“元媒介”就比语言更加本源。
- [3] 梅洛-庞蒂曾将瓦朗斯《一种含混的哲学》作为自己著作的前言。参见商务印书馆2005年出版的《行为的结构》中译本。
- [4] “媒介即存有”这个命题我们最初是在邓建国翻译的彼得斯《奇云》（上海：复旦大学出版社，2020）一书的副标题上看到的，但我们发现，这部著作原来的副标题是Toward a philosophy of elemental media（面向一种元素型媒介的哲学）。我们请教过译者，据说“媒介即存有”来源于原版中的A medium must not mean, but be（媒介非表意，媒介即存有），在责任编辑的建议下，译者以此作为书的副标题。我们认为，虽然这个副标题没有违背彼得斯的意思，而且似乎比原来的副标题更吸引人，但这个充满存在主义和现象学意味的命题与彼得斯在书中表达的媒介观还是有不少出入的。

- [5] 梅洛-庞蒂曾在—则笔记中写下“世界的肉身——身体的肉身——存在”，并接着写道：“我们的身体用与世界（它
是被知觉的）同样的肉身做成的，还有，我们的肉身也被世界所分享。世界反射我的身体的肉身，世界和我的身体的
肉身相互僭越（感觉同时充满了主观性，充满了物质性），它们进入了一种互相对抗又互相融合的关系”。（参见
[法]莫里斯·梅洛-庞蒂，罗国祥译。可见的与不可见的[M]。北京：商务印书馆，2008，第317页。）

参考文献：

- [1] [德]康德著，邓晓芒译，纯粹理性批判[M]。北京：人民出版社，2004。
[2] 孙周兴选编，海德格尔选集[M]。上海：生活·读书·新知三联书店，1996。
[3] 芮必峰，孙爽。从离身到具身——媒介技术的生存论转向[J]。国际新闻界，2020(5)，第7-17页。
[4] 孙玮。交流者的身体：传播与在场——意识主体、身体—主体、智能主体的演变[J]。国际新闻界，2018(12)，第83-103页。
[5] 刘海龙。什么是传播视角下的身体问题[J]。新闻与写作，2020(11)，第1页。
[6] [法]斯蒂格勒著，赵和平，印螺译。技术与时间2：迷失方向[M]。南京：译林出版社，2010。
[7] 吴国盛主编，技术哲学经典读本[M]。上海：上海交通大学出版社，2008。
[8] 范龙著，媒介现象学：麦克卢汉传播思想研究[M]。北京：中国大百科全书出版社，2012。
[9] 刘海龙，束开荣。具身性与传播研究的身体观念——知觉现象学与认知科学的视角[J]。兰州大学学报(社会科学版)，2019(2)，第80-89页。
[10] [美]约翰·杜海姆·彼得斯著，邓建国译。奇云：媒介即存有[M]。上海：复旦大学出版社，2020。
[11] 倪梁康著，胡塞尔现象学概念通释[M]。北京：生活·读书·新知三联书店，2007。
[12] [美]唐·伊德著，韩连庆译。技术与生活世界——从伊甸园到尘世[M]。北京：北京大学出版社，2012。
[13] [美]唐·伊德著，韩连庆译。让事物“说话”——后现象学与技术科学[M]。北京：北京大学出版社，2008。
[14] 黄旦。云卷云舒：乘槎浮海居天下——读《奇云》[J]。新闻大学，2020(11)，第111-129页。
[15] [法]莫里斯·梅洛-庞蒂著，姜志辉译。知觉现象学[M]。北京：商务印书馆，2001。
[16] [法]雷吉斯·德布雷著，黄春柳译。媒介学宣言[M]。南京：南京大学出版社，2016。

profoundly changed by the rapid expansion of new media. The coupling mechanism of media politics and politics has been weakening, even the trend of unbinding has been appeared. Since the 18th National Congress of the Communist Party of China, the ruling party has been reorganizing the new order of communication, reshaping the logic of media politics, and comprehensively improving the party's governance capacity in media.

[Keywords] the Communist Party of China; media politics; political legitimacy; public opinion field; adaptation

24 Understanding Media: from Object to Phenomenon

· *RUI Bi-feng, SUN Shuang*

[Abstract] In mainstream communication studies, media have always been treated as an objective object, without further examinations of its underlying assumptions. Through a comprehensive review of embodiment theory and a phenomenological reflection on media, this study asserts that media are not objects. Instead, they make phenomena that co-exist with human communication and socialization practices. Rather than residing in external objective worlds, media exist in our perceptual experience. The objectification of media derives from phenomenological media-objective media result from the theorization and logical deliberation of phenomenological media. Phenomenological media which manifest themselves within embodied experience are media to be experienced. Their features include: ambivalence and normative, intentionality and objectivity, symbolic and expression, situationism and universality, subjectivity and inter-subjectivity. The explication of phenomenological media lays an existential foundation for media studies. Furthermore, it leads media scholars to re-examine media and re-interpret the relations between media and human, median and nature or media and society.

[Keywords] phenomenological media; objective media; embodiment; phenomenology of perception

38 Speaking for the people: Government's Positive Public Relations Strategy in Response to Pandemic Crisis

· *CHEN Xian-hong, WANG Yan-ping*