

论意动性叙述

■赵毅衡

意动叙述,包括预言、祈求、说服、誓言、诺言等,是一类非常特殊的叙述体裁。半个世纪以来,许多学者讨论过意动,但是都局限于语言学,如邦威尼斯特的“祈使句”理论、奥斯汀的“以言成事”论、雅克布森的“意动性”论。意动叙述不仅讲述一个在未来会发生的事件,而且是说服接收者去采取某种行动。迄今没有叙述学者讨论过这类叙述,本文第一次把意动概念应用于广义叙述的分类和研究,总结出意动叙述的形式特征和本质。

[关键词]广义叙述;意动;以言行事;祈使句

[中图分类号]I02 [文献标识码]A [文章编号]1004-518X(2014)05-0196-05

[基金项目]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)

赵毅衡,四川大学文学与新闻学院教授、博士生导师,符号学-传媒学研究所所长,文学博士。

(四川成都 610064)

“意动”(conation)这个术语,源自拉丁文conatio,意味去做某事(an act of attempt)。最早是雅克布森在他关于符号文本六功能论文中提出“意动”主导功能,这观念很接近邦威尼斯特的“祈使式”(imperative)“语态”理论,也接近奥斯汀言语行为理论中的语力分类的第三种“以言成事”(perlocutionary)。

本文的讨论,以意动(conative)综合所有这三种理论立场,把三者看作同一种叙述体裁,即是未来叙述的特征。未来叙述,不仅是叙述未来的事情,而且是预言这种情节将要发生,来劝说或要求接收者采取某种行动。这一类叙述数量极大,包括诺言、广告、预言、测算、警告、劝告、宣传、发誓等等,然而这一个叙述体裁大类,始终没有得到过叙述学界讨论。

一、普遍意动性 特殊意动性

意动叙述最大特点,是承诺某事件会发生,

或是否定性承诺,即恐吓警告,其目的都是要求接受者做出某种相应的行为。文本的这种品质,是叙述发送与叙述接受之间的意向性联系,期盼接收者在接收文本之后采取行动以“取效”:宣传叙述中的故事是为了“如何避免某种灾难”,广告则以“将会发生的故事”诱劝可能的购买者^①,而预言则以将来会发生的事件来说动接收者采取某种行动,例如投票。

雅克布森提出:“当符号表意侧重于接收者时,符号出现了较强的意动性,即促使接收者做出某种反应。其最极端的例子是命令,呼唤句,祈使句。”^[1](P177)]意动性似乎很特殊,无法用经验检验,甚至无法判断为正确与错误,实际上却是许多符号过程都带有的性质。

塞尔认为,要一个说话人的言语行为有意义,需要满足三个条件:其一,说话人要说出某个语句;其二,这个语句所表达的意向与语境相

符;其三,听话人应当理解这个言语行为并接受它。但当语力指向不同重点时,语句的功能就完全不同,处理问题的学科也就不同:当语力指向信息,语句目的是言事(locutionary),其研究则为语音学、语义学、句法学等传统科目;当语力指向说话者自身,语句目的是行事(illocutionary),其研究则为语用学;当语力指向接收者时,语句目的是成事(perlocutionary),在接收者身上产生的效果,是主要研究对象。^{[21](P5)}由此,塞尔提出语句的五种分类:

再现型(representative):某种事物状态,例如宣称、肯定、相信等;

表达型(expressive):表达某种心理状态,例如祝贺、感谢、悼念等;

指挥型(directive):言者挑动听者某种行为,例如建议、邀请、请求等;

保证型(commisive):言者保证做某种事,赌咒、发誓、承诺;

宣称型(declarative):在社会文化条件下引出某种后果,例如洗礼、宣战、就职、签约等。^{[3](P34)}

我们可以看出,这五种句式的分布非常有意思。它后面的三种应当说都是“以言成事”,或“取效”。塞尔的分类,看起来接近雅克布森的主导功能六分类,只是雅克布森处理的是文学艺术文本,“意动”只是类型之一。而塞尔的分类,把重点放在语力的取效作用,他这种研究应当称作什么,塞尔没有说明,这个未有名称的研究方向,恰恰是奥斯汀-塞尔言语行为理论的重点所在。笔者称之为“意动研究”(建议英译 conatitics)。

别的文本会不会有“取效”意向呢?应当说,意动性是普遍的,是所有的叙述或多或少共有的。这表现在两个方面。

第一,所有的叙述,例如小说、历史等记录性过去叙述,哪怕是戏剧、电影等演示性现在叙述,哪怕是游戏,情节都寓有一定的道德教训,

而这种教训当然期望在未来起某种作用。例如,说“这里很冷”,听者根据语境就明白他应当去关窗。^{[4](P34)}只是这句话本身,并没有“以言成事”专用的祈使句形式,“应该关窗”是听者的延伸理解。因此,研究言语行为理论的学者萨多克提出“以言成事”是“传达行为的副产品”。^{[5](P8-9)}也有论者指出各种体裁的叙述都有祈求功能,例如有“见证祈求”(testimonial imperative),大屠杀存活者的证词,是对人类未来的警示。^{[6](P2)}也有论者指出各种主题的文本,都有祈使意义,例如利科说的“爱的祈使”并不能归结于康德的道德律令。^{[7](P2)}这就是所有叙述文本的“普遍意动性”伦理背景。

第二,意动是人类心灵的“基本三功能”之一。柏拉图与亚里斯多德首先提出这一点,他们指出的三功能,是“情绪”(affective)、“认知”(cognitive),以及意动,即情绪和认知如何导向行动。在后世,这概念得到某些哲学家的发挥,其中最主要的是康德。康德的《纯粹理性批判》(1781),《实践理性批判》(1788),《判断力批判》(1790),可以大致上与上述心灵三功能相对应:纯粹理性=认知,判断力=感情,实践理性=意动。应当说,“实践”与“行动”在西方思想史上,比较不受重视。因此“conation”这词,在西方成为僻词,大部分人不知其意。^②一直到20世纪下半期,神经生理学家才积极地寻找大脑中指挥行动的部分。在这种传统中,西方叙述学界忽略意动叙述,从来没有把它当作一种独立的体裁,甚至没有这样一个概念,也就可以理解了。

这些讨论都是就内容而言的,而我们探讨的“意动叙述”,是就叙述形式而言的。这就是为什么笔者认为“未来小说”(novel of the future)不是意动式的未来叙述(future narrative)。未来小说的时间方式很特殊。普通小说的叙述,似乎是自然的经验重组方式:讲往昔者,类似历史讲述;叙现今者,毕肖新闻报道。未来小说,却不像预言那么自然。预言的发表,立足于此刻;而未

来小说,叙述时间却立足于未来某个时刻,讲述在那个时刻已成往事的未来。

内容的未来性质,不能否定叙述形式的过去性质。杰克伦敦作于1907年的未来小说《铁蹄》,叙述者艾薇丝在1932年“美国二次革命”时,写了这本回忆录,回顾从1917年“美国一次革命”开始的工人阶级与法西斯的殊死决斗。因此“未来小说”依然是过去向度叙述,情节可以发生在写作时的未来,在叙述形式上,情节却发生在叙述的过去。因此,《铁蹄》按媒介类型是过去型叙述。这本书有意推动工人阶级革命,而且情节时间也放在未来,显然有预言的意图,因此具有普遍意动性。

“普遍意动性”,是指所有的叙述多少都有以言取效的目的,但这是接收者解读具体文本内容的结果。而这里讨论的,是整个体裁的品格,而且根据“弗雷格-塞尔假定”的“语力独立原则”,并不依存于叙述内容。例如广告,无论说的故事是什么指称时间,必然是劝人购物或购买服务,这是一种毫不遮掩目的的意动叙述。

顺便说,普林斯在他的《叙述学词典》2003年新版中根据雅克布森的论文提出,既然意动文本是“焦点落在受述者身上”,因此第二人称小说,就是“意动小说”。^{[8](P15)}这种看法可能是对雅克布森的描述的片面理解,因为第二人称小说是让受述人(narratee)显身成人物的一种特殊叙述方式,实际上没有促使对方做某种事的意味。

二、意动叙述的形式特征

意动文本,是以命令、承诺、劝说为意向的文本,虽然事件尚未发生,却不能称之为“虚构型”,因为它们叙述的情节“可能”发生在未来,尚没有发生,只是希望发生。但是,另一方面,虽然意动叙述说的尚不是事实,但它们不可能是有意虚构,因为它们必然以某种令人不满的经验事实(例如夫妇无子)为背景,才能预言在什么条件下,这种情况就会改变。它们总的意向方

向朝向未来,预言这些情节将成为事实,只要时间一到,或只要接收者按要求办事,目前的情况就会改变(例如贵子出生)。因此,这种叙述的指称是“透明”的,是针对“即将到来”的经验事实。意动叙述归根结底是纪实型,但是接收者对其进行事实检验,要等一步,因此意动叙述可以称为“拟纪实型叙述”。

电影叙述学家博德维尔首先指出,邦维尼斯特所说的“祈使句”,不仅是个语态,而且必须卷入“你”这人称,而且必是现在时。他举的例子是音乐剧《窈窕淑女》(My Fair Lady)中男主角的台词“叶莱莎,给我拿拖鞋来”。他说“每个言述(enunciation)都假定一个说者,一个听者,而且说者具有用某种方式影响听者的意图”。他进一步指出,祈使形式特征很重要,如果把祈使标记略去,就会变成“历史或故事”(histoire),成为“某个时刻观察到的事实之呈现”。^{[9](P21)}也就是说,变成记录类叙述,博德维尔这个观察极其敏锐。

尼尔曾经详细讨论过宣传文体,包括讲道、竞选、纪录片等。他指出此类文本的特点是邀请读者采取某种立场、某种行动,哪怕是认可现状,也需要作出努力以保持现状不被更改,目的在于让读者认同某套讲述并进行实践。^{[10](P3)}贝西尔西则进一步指出陈述句叙述(她指的是“现实主义”小说)的特点是虚构,而且有结尾,而“祈使句叙述”不可能是虚构,而且经常无结尾,因为必须让接收者去采取行动。^{[11](P76)}她特地引了阿尔都塞的一段话。阿尔都塞在谈到布莱希特(Bertold Brecht)的戏剧时指出:“他想要把看客变成演员,来完成未结束的戏。”^{[12](P127-188)}预言的过程是在不断提出问题,并告诉观众往下如何做,才能有一个理想的结局。

总结各家意见,意动(祈使式、以言成事)的叙述,具有以下形式特点:

非虚构,因为要改变某种经验事实性;

“我对你说”的人称关系非常清楚,而且不

可改变;

情节事件发生在未来,但语句可用现在时,以显示紧迫感,敦促听者采取行动;

情节无绝对明确的结尾,因为要把决定结局的能力交到听众手里。

意动叙述的“纪实型”还有一个证明:它的未来向度是实指的,当叙述指明的时刻到来,预言就不再是预言,不再有关未来,如夫妇过了生育年龄,就再也无法早生贵子。而意动叙述的时间是绝对的,其预言是针对实在世界的,因此某个对未来的预言,时间过去了,就不再是预言。汉末黄巾军的预言“苍天已死,黄天当立”,在汉末之后,就不再是预言,只是历史档案;玛雅预言2012年会发生的事,到了2013年就不再是预言。这种实指性,来源于意动叙述的“纪实性”,即与经验现实的直接关联。

因此,意动叙述的未来性,有明确的时间,它再模糊化,也是有指称的:一个承诺文本是有时效的。老板对一个讨薪工人说“明天公司给你发工资”,这个承诺到明天是可以事实检验的文本。那时文本可以被要求与经验验证,因为此承诺叙述,已经转换成另一个相应的“记录类过去时”的叙述文本,变成“你说过今天公司给我发工资”,未来叙述在本质上是可验证的。

宗教预言关于地狱中对罪人诸种惩罚,要变换成目连救母壁画,或《神曲》的地狱之行的诸种描写。这些都是在把一种诉诸未来的威胁,变成图像或文字的过去叙述。用虚构把未来的“非事实性”变成过去性的展现。

而“未来小说”等虚构型叙述说到未来,那就是永远不会到来的未来,过了指明的时间,依然是未来。王小波《白银时代》开宗明义:“现在是2020年”,往下讲的故事发生在之前——2010年,2015年。但是到2015年之后,《白银时代》依然是未来小说,正如奥威尔的《1984》,至今依然是未来反乌托邦小说。因为未来小说的时间是虚构的,哪怕明确为1984,指的也不是1984,因

为与实在世界的纪年时间不在一个轴线上,互不干扰。

三、意动叙述的本质

意动叙述的另一个特点,是与媒介没有直接联系。它可以使用任何媒介,包括记录类媒介如文字、图像,也包括演示类媒介,如身体、言语、实物展示。例如玛雅预言,它记录在一种至今专家都似懂非懂的文字之中,记录在一种关于未来的时间性叙述之中。这与听占卜先生口头说未来有什么不同呢?没有根本的不同。可以读霍金《宇宙简史》了解地球毁灭的前景,也可以听霍金斯演讲说地球毁灭之日,这些媒介有没有给意动叙述造成根本的区别?可能听者能当场与占卜者或未来学家交流,以进一步问清未来的情况,因此算命占卜的媒介类似演示类,玛雅预言的媒介属于记录类,但是它们的意动效果没有根本区别。

意动类“文本意向性”之强大,可以完全改造叙述方式。科勒马桶电视广告是个绝佳例子:一个男人看到一位漂亮的女管道工走进邻居家工作,他想与美女管道工进一步接触,就冲进自家卫生间将各种东西倒进马桶,人为地求一个马桶堵塞。但无论他倒入什么东西,科勒马桶都以超强冲力全部冲下。就在此人黔驴技穷往马桶倒狗粮时,被他妻子发现在做昏事,广告戛然而止,银幕出现“五级旋风超强冲力”的广告语和科勒商标。这则广告并没有按照一般广告“满足主人公希望”的套路进行,科勒马桶的超强冲力与此主人公的愿望相悖,他一路失败。但广告叙述体裁的意动性如此强大,使观众不会误会这个广告的意向。^③

意动性叙述,是叙述者与接收者之间达成的对未来的理解契约,接收者在某种条件下倾听,因为对文本发出者的信任,不管是解读玛雅预言,或是听霍金斯演讲,或是听人做竞选演讲,抑或请人算命,都需要对叙述发出者的人格或能力的信任。

文本意向性,就是叙述对他人发挥影响的企图。邦维尼斯特说的三种“讲述”,讨论的不只是讲述行为,不只是讲述内容,还是讲述人希望讲述接收者回应的方式,是贯穿说话人——话语——接收者的一种态度。而在叙述的三种文本意向性之中,意动叙述的“张力度”最为强烈。

著名意大利学者阿甘本(Giorgio Agamben)甚至提出祈使语式的“本体意义”。他指出邦维尼斯特早就看到,在印欧语系各语言中,动词命令式,比其他变位都更接近“动词语义的裸核(naked core)”。这点在英语中最为明显,在其他语言中虽然各有变化,比较而言也是如此:“Walk!”比“walks”更接近动词的原始形式,而“Be!”比“is”更接近动词的本体形式。因此,意动可能是人类存在的更根本需求,是叙述更本质的特征。^④

至今叙述学界没有归纳出过这种叙述体裁,但许多论者的讨论已经接近这样一个概念,对意动性的专门研究,已经呼之欲出。“意动研究”这门子学科——如果这门子学科最后能建立起来的话——非常实用,它是劝服、说服、产生效果的背后原因之研究,其原理可以用到广告、宣传、包装、动员等许多实践之中。这门学科应当包括普遍意动性(即所有符号文本多少具有的取效性),以及特殊意动性(一大类特殊叙述体裁的品格),更应当研究为什么意动是人类表意传达最本质的品格。

注释:

①广告研究者告诉我们:广告的意义不是广告灌输的,而是观众(爱好运动的少年)的意识构筑的。他们急需幻想中的未来,实现自我的转换。见 Judith Williamson: *Decoding Advertisements*, London: Marion Boyars, 1978, P56。

②中文中,“意动”是现代语法家研究古汉语的一个概念,即把名词与形容词(意)当作动词用(动)。古汉语

“意动”的例子,如“故人不独亲其亲”(《礼记》)、“登泰山而小天下”(《孟子》)。这与本书讨论无关。

③林敏芳:《广告叙事结构的符号学分析》,《新闻爱好者》2010年第2期。转引自2013年叙述学班刘东的作业,特此致谢。

④ Giorgio Agamben: “What Is a Commandment?”, Lecture at the Kingston University, 2011, Notes of Audio Lectures, <http://www.google.com.hk/url?sa=t&rct=j&q=Giorgio+Agamben>, 2013年3月5日查询。

[参考文献]

- [1] Judith Williamson. *Decoding Advertisements*. London: Marion Boyars, 1978.
- [2] John R Searle. “A Classification of Illocutionary Acts”, *Language in Society*, Vol 5, No. 1, April 1975.
- [3] John R Searle. *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press, 1979.
- [4] Richard J. Watts. *The Pragmalinguistic Analysis of Narrative Texts*. Tuebingen: Narr, 1981.
- [5] Jerrold Sadock. *Toward a Linguistic Theory of Speech Act*. New York: Academic Press, 1974.
- [6] Risa B Sodi. *Narrative and Imperative*. London: Peter Lang, 2007.
- [7] David Hall. *Paul Ricoeur and the Poetic Imperative: The Creative Tension Between Love and Justice*. SUNY Press, 2007.
- [8] Gerald Prince. *A Dictionary of Narratology*. Nebraska: University of Nebraska Press, 2003.
- [9] David Bordwell. *Narration in Fiction Film*. New York & London: Methuen, 1985.
- [10] Steve Neale. “Propaganda”, *Screen*, 18(3), 1977.
- [11] Catherine Belsey. *Critical Practice*. London: Routledge, 1980.
- [12] Louis Althusser. “Ideology and Ideological Apparatuses”, *Lenin and Philosophy*. London: New Left Books, 1969.

【责任编辑:倪爱珍】