

传播修辞学的问题域及其研究范式^{*}

刘 涛

摘 要 传播学的“身体”里,一直都流淌着其他学科的血脉,而修辞学则是其中最古老的学术传统。修辞学与传播学的“相遇”,诞生了一个新兴的学科领域——传播修辞学。不同于修辞传播学的实践取向特征,传播修辞学强调立足修辞认识论这一逻辑原点,赋予传播研究一种修辞视角,将传播问题置于修辞学的知识脉络中加以考察,以此拓展并重构传播研究的修辞学范式。传播修辞学研究的理论路径之一就是聚焦于传播活动的相关要素和环节,分别探讨其来自修辞学的研究视角及其打开的知识话语。相应地,修辞动机问题、修辞情景问题、修辞美学问题、修辞传播问题、修辞语法问题、修辞批评问题构成了传播修辞学研究的六大核心问题域。

关键词 传播修辞学; 修辞传播学; 学术传统; 问题域; 修辞视角

中图分类号 G206 **文献标识码** A **文章编号** 1001-8263(2022)01-0091-15

DOI: 10.15937/j.cnki.issn 1001-8263.2022.01.011

作者简介 刘涛,暨南大学新闻与传播学院教授、博导,复旦大学信息与传播研究中心研究员 广州 510632

如何描绘传播学的理论大厦? 相信在罗伯特·克雷格(Robert T. Craig)那篇著名的文献诞生之前,所有的“方案”或“体系”仅代表某种有待商榷的“靶子”,共识远远未能形成。而克雷格的意义,固然谈不上是对现有理论格局的“终结”,但他的确以一种振聋发聩的方式开启了一场讨论。1999年,克雷格在影响深远的《作为一个研究领域的传播理论》(Communication Theory as a Field)中勾勒出传播研究的七大传统,^①传播学界开始重新审视传播理论的跨学科起源(multidisciplinary origins)问题。如果说传播学是一棵正在生长的大树,当人们集体关注其“枝叶”构成层面的结构、属性和要素时,克雷格则掘地三尺,进入根系深处的“块茎”之中,尝试思考“传播之树”的营养来源及其破土而出的环境条件,即在其他学科那里寻找传播理论“生长”的生命之

“源”。按照克雷格的观点,传播学的种子并非从天而降,而是在那些古老的或者晚近出现的学科土壤中不断孕育,最终经由历史的漫长沉淀,于20世纪“开花结果”,由此获得了“传播学”的学科身份。简言之,传播学的“身体”里,流淌着其他学科的血脉,也携带着其他学科与生俱来的知识基因。这些孕育传播学理论的其他学科,被克雷格称为是传播理论形成的学科传统(tradition)。

一、传播研究的修辞学传统

传播理论的学科传统问题之所以会进入克雷格的关注视野,主要是因为他对彼时的传播研究的理论格局颇为不满——传播理论研究越来越碎片化,缺少一种整合的、系统的分类体系。20世纪90年代,传播理论整合的呼声愈发强烈。詹姆斯·A.安德森(James A. Anderson)通过对当时影

^{*} 本文是国家社科基金重大项目“视觉修辞的理论、方法与应用研究”(17ZDA290)的阶段性成果。

响较大的七本传播理论教材进行内容分析,发现这些教材在理论分类和认定上各自为阵,缺少共识——七本书共包含 249 个传播理论,但每本书提及的传播理论大都不尽相同,彼此之间几乎无法形成对话,其中被三本书同时收录的理论仅有 18 个,其占比不足理论总数的 7%。^②基于安德森的研究发现,克雷格不无遗憾地感慨道“这一结论已经无可争议地表明,传播理论并未形成一个内在统一的学术领域(coherent filed)。”^③

纵观 20 世纪 90 年代的传播理论发展态势,一边是研究热度上的“理论狂欢”,另一边又是理论格局上的“体系危机”。如何重构传播理论的整体性和系统性?克雷格的思维非常清楚,那就是绕开纷繁复杂的传播理论模式,将关注视域下沉到理论产生的根系深处,探寻那些决定理论形成与解释的底层模式。只有厘清传播理论生长的根系、块茎和脉络,才能真正发展出一套整合的传播理论。为此,克雷格放弃了宏观的社会逻辑关照视野,也拒绝微观的实践话语分析路径,而是尝试回到学科演进的历史河流中,独辟蹊径,正本清源,从传播理论生成的发生语境出发,探寻传播理论形成的学科“源头”,并尝试在此基础上抵达传播理论的起源问题。究竟哪些学科铺设了传播学的理论传统?克雷格基于科学的论证逻辑,提出了传播理论形成的七大跨学科传统——修辞学传统、符号学传统、现象学传统、控制论传统、社会心理学传统、社会文化传统、批判传统。

为什么说这七大学科传统意味着传播学的理论源头?克雷格主要沿着两个概念维度回应这一命题:一是元模式(metamodel),二是元话语实践(metadiscursive practice)。具体而言,第一,传播理论体现为一系列阐释模式,而七大学科传统则是传播理论形成的元模式。元模式意为一种解释模式的模式,其内涵就是作为传播学的生成模式(constitutive model of communication),对传播理论给出根本性的解释。按照克雷格的观点,“这些生成模式为传播学科提供一个焦点、一个中心知识角色、一个文化使命(例如揭示传播学散播模式的文化逻辑)。”^④相应地,传播理论则是那些被视为从这七大学科传统根基上蔓延、生发或建构

的产物,其“生长方式”必然受制于七大学科传统所设定的元模式逻辑。第二,传播理论本质上意味着一种元话语实践,而七大学科传统决定了传播理论发生作用的社会向度和实践逻辑。由于传播学具有显著的实践取向,传播理论的特点并非简单的“坐而论道”,而是强调理论与日常生活的深度对接,其功能就是回应社会实践中的传播问题,揭示社会场域中话语实践的深层运行逻辑,即元话语实践。因此,克雷格提出七大学科传统的意义,并非是对现有传播理论的解构,而是“旨在重构传播理论,使其成为一种理论元话语(theoretical metadiscourse),从而与日常生活的实践元话语(practical metadiscourse)形成对话。”^⑤换言之,七大学科传统不仅提供了传播理论构成维度的范畴体系或分类框架,而且通过与现有传播理论进行对话-辩证式整合(dialogical-dialectical coherence),揭示了不同学科传统之间的内在区别与联系。由于不同的学术传统拥有相对独立的元模式及元话语实践,克雷格所做的努力便是揭示七大学科传统发生作用的“元语言”系统,即对每一种学术传统的元模式和元话语实践进行分析,以此勾勒出不同学术视角下的传播学的边界与外延。

必须承认,克雷格提出的七大学科传统深刻地影响了传播学的理论“版图”。由此,一场面向其他学科的理论“考古”工作迅速拉开序幕,即从传统的学科体系中识别和发现那些能够与传播学发生对话的理论资源,一方面考察其在“传播场景”中的功能和意义,另一方面考察其回应“传播问题”的潜力和效力。著名传播学者斯蒂芬·W. 李特约翰(Steven W. Littlejohn)和卡伦·A. 福斯(Karen A. Foss)在影响颇深的《人类传播理论》一书中对克雷格的模型可谓是推崇备至,并在该书的第八版及后续更新的第九版和第十版中增设第三章“传播理论的学术传统”,尝试按照七大传统对传播理论进行重新整合和分类。正如李特约翰和福斯所说“尽管传播理论的类型划分纷繁复杂,但我们特别推崇罗伯特·克雷格的模型,因为其打开了一个理解传播领域的历史路径。这一元模型,或者说关于模型的模型,提供了一种帮助我们界定问题、讨论假设的整合模式(coherent pat-

tern)。”^⑥相对于第七版的《人类传播理论》而言,第八版的整体框架进行了结构性的调整,其最大特点就是按照七大学科传统来重新设置章节结构,梳理传播学理论资源,一方面对现有的理论资源重新布局,将其整合到七大传统所铺设的模块体系中,另一方面围绕具体的传播问题,沿着七大传统进行理论探索,以此拓展传播理论的知识地图。具体来说,理论部分主要从传播研究的八大知识模块——传播者(communicator)、信息(message)、交流(conversation)、关系(relationship)、群体(group)、组织(organization)、媒介(media)、文化与社会(culture and society)切入,勾勒传播理论形成的八大语境(context),而每一部分的理论资源都选择相应的学科传统进行模块化分类,由此形成了以“传播问题为经、学科传统为纬”的传播理论体系。

在这七大学术传统中,本文主要关注修辞学传统,核心的研究问题是:传播学与修辞学的“相遇”,究竟实现了何种意义上的知识生产?纵观现有的理论文献,一种普遍的研究思路是征用一些成熟的修辞学理论资源,将其作为一种认识工具来分析传播现象和实践,以此拓展传播学的理论视域。具体而言,作为传播理论研究的“集大成者”,李特约翰和福斯系统“打捞”修辞学理论资源,将其“打散”后归入相应的传播学研究“场景”,即具体的传播学领域,如传播者研究、信息研究、交流研究、关系研究、组织研究、媒介研究、文化与社会研究,以此发掘传播研究的修辞遗产及其回应传播问题的可能性与现实性。例如,就“传播者”而言,李特约翰和福斯提出了两大修辞理论视角,即理查德·韦弗(Richard Weaver)的价值修辞学和埃内斯托·格拉西(Ernesto Grassi)的意大利人文主义修辞学,由此从修辞伦理的层面揭示了传播者在信息生产和传递中所应该恪守的伦理规范。^⑦如果说传统的传播伦理更多地建立在新闻专业主义知识框架之内,修辞学脉络中有关价值与伦理的思想遗产,无疑丰富和拓展了传播学中“传者研究”或“控制研究”的知识视域。再如,就传播活动中至关重要的“信息”而言,经典的传播学研究主要聚焦于内容(content)问题,其理

论话语主体上是围绕“编码”“框架”和“生产”三大问题展开,而劳埃得·比彻尔(Lloyd Bitzer)的修辞情景理论、肯尼斯·伯克(Kenneth Burke)的修辞认同理论、斯蒂芬·E.图尔敏(Stephen E. Toulmin)的论证模型理论、沃尔特·费舍尔(Walter Fisher)的叙述范式理论等理论资源,极大地拓展了传播学中“信息”问题的知识视域……^⑧

今天,“无论是否愿意,我们都无法摆脱修辞,要么正在进行,要么已经完成。”^⑨如果说修辞学传统的引入打开了传播学的新问题、新范畴和新实践,那么聚焦这一命题的研究便意味着一个新兴的学科领域,本文将其称为传播修辞学(rhetoric studies in communication)。基于此,本文旨在回答这样一个问题:当传播进入修辞学的审视视野时,传播学原有的问题、知识、观念是否发生了变化,而修辞学又是如何回应这种变化的,以及在这一过程中其自身又需要做出何种调适或拓展?在回答这些问题之前,我们有必要对当前学界容易混淆的两个概念——“传播修辞学”与“修辞传播学”(rhetorical communication)加以辨析,以此揭示传播修辞学作为一个学科领域的合法性及其学术身份和问题意识。

二、传播修辞学,抑或修辞传播学?

传播学直到“二战”之后才发展为一个较为成熟的学科,而修辞学则是一门古老的学问,早在古希腊时期就已经形成了较为体系化的学说。彼时的公共演讲、法庭抗辩、道德教育等公共实践,孕育了传统修辞学的兴起。修辞学从诞生的那一天起,就携带着明确的“传播”欲望和“传播”基因,其目的就是借助一定的语言艺术,影响甚至改变公众,进而维系一种符合既定秩序和道德规约的公共生活。可以说,就实践过程而言,早期的修辞活动就是今天所说的传播活动,只不过二者思考问题的逻辑起点是不同的。当修辞学跨越两千多年的历史长河进入20世纪中期,遇见大众媒介主导的传播学,一场猝不及防的“对话”发生了——传播在面向历史的“回眸”中,看到了自己熟悉的影子;而当修辞剥去那些曾经的“记忆”和“包袱”后,看到了更大的用武之地。具体而言,

这并非一场普通的“照面”，而是一场早有“预谋”的深情对话：一方面，修辞学身体里流淌着滚烫的“传播”基因，它苦苦地寻找一切可能的语言场景和传播舞台，而“二战”后发展成熟的大众传播学不仅为修辞学的“入场”创设了新的沟通情景和需求，而且提供了新的问题语境；另一方面，传播学诞生于社会场景，它的目的和使命就是促进不同主体之间的良性沟通，而作为“话语的实践艺术”^⑩的修辞学，无疑在“语言艺术”层面为传播学注入了某种沟通的“智慧”和“策略”。因此，修辞学与传播学的对话，并非一场偶然的相遇，而是具有历史的必然。早在传播学诞生伊始，那些经典的修辞学知识就已经被大面积引入到媒介实践的传播策略和内容编码研究中。唐纳德·C. 布莱恩特(Donald C. Bryant)于1953年在传播学核心期刊《演讲季刊》(Quarterly Journal of Speech)发表的《修辞学：其功能与边界》一文，较早地将修辞学引入传播场景，其中重点论述广告(advertising)与宣传(propaganda)的修辞功能问题。^⑪布莱恩特将修辞功能(rhetorical function)视为一种特殊的符号功能，其特点就是“因受众需要而调整观念或因观念需要而改变受众”。^⑫而大众传播实践中的广告、公关、宣传等媒介实践，因传播目的不同而在观念和受众之间不断调整策略，最终回应的是不同的修辞功能问题。

修辞学与传播学的最初相遇，主要体现为一个修辞传播学问题。20世纪50年代，由于新修辞学刚刚起步，修辞学的主导观念依然是传统修辞学的劝说思想。不同于有着多元传播观念的今天，传播学最初因战时语境下的社会需求而生，因此被贴上了实践学科的标签。^⑬同样，传统修辞学因强调既定情境中的“话语的管理”(management of discourse)问题，同样被视为一种实用学科(instrumental discipline)。^⑭因此，修辞学与传播学都被统摄在现实问题驱动的“实践逻辑”之中，并且在“实践取向”上拥有高度的一致性，其碰撞之后的“火花”也是沿着“传播艺术”这一基础性的实践问题蔓延。正因如此，修辞学最早是以“修辞术”的学科身份进入传播学场域，最终回应的依然是一个传播实践问题，即立足修辞学在语言艺

术和话语策略方面所沉淀的智慧，建立一种有别于传统传播活动的新的实践形式与样态——修辞传播。

本质上讲，修辞传播是一种建立在修辞智慧基础上的传播形式(form)或传播类型(type)，其特殊性体现为在传播活动中整合了一定的“修辞术”，这使得修辞传播更加注重文本层面的修辞美学以及话语层面的修辞技巧。相应地，修辞传播学则是系统探究修辞传播机制、规律和实践的学问。詹姆斯·C. 麦克罗斯基(James C. McCroskey)于1968年出版的《修辞传播学导论》(Introduction to Rhetorical Communication)中将“修辞传播学”上升为一个学科领域加以研究。之所以提出修辞传播这一传播形态，是因为麦克罗斯基发现了人类传播活动中传者与受者之间存在不同的传播条件、状态和后果，而修辞传播则是其中最理想的一种传播方式。根据传者与受者之间的沟通效力和效果，麦克罗斯基将人类的传播行为区分为三种，分别是无意传播(accidental communication)、表现传播(expressive communication)和修辞传播。无意传播关注的是传者和受众之间的无效沟通状态或实践，如人们每天都在源源不断地传递或释放各种信号，但受众要么未能给予关注，要么由于文化区隔等原因而产生了完全相反的认知判断。表现传播关注的是一种情感意义上的传播行为或方式，如个体携带着某种传播诉求，但往往会因为传播环境的影响而被动地调整或改变。不同于无意传播和表现传播，修辞传播则是麦克罗斯基极为推崇的一种传播方式，其强调的是“传者通过语言或非语言的表现方式，在受众大脑中形成了一种授权的意义(source-selected meaning)”^⑮。显然，如果说无意传播和表现传播中的意义流动往往存在传者和受者意义不对称的问题——意义要么溢出了传者的控制体系，要么未能产生预期的传播效果，那么修辞传播则致力于构建一种以传者为中心的可控的、可对话的、可沟通的传播方式。这也是为什么麦克罗斯基对修辞传播推崇备至，认为“修辞传播是一个人应该拥有的最重要、最宝贵的技能(skill)”^⑯。当一个人拥有了修辞传播的技能，他便可以“通过修辞的方式”传播自

己的意图,影响他人以及自己所处的环境。

基于此,我们可以从三个维度来把握修辞传播的内涵:一是作为传播类型的修辞传播,其强调的是严格意义上的基于目标导向的传播活动;二是作为传播技能的修辞传播,其强调的是传者在传播实践中所拥有的技能和智慧;三是作为传播手段的修辞传播,其强调的是将修辞传播作为一种沟通工具,以实现既定的传播目的。那么,修辞传播究竟如何“落地”,以及如何把握修辞传播的实践机制和模型? 麦克罗斯基在《修辞传播学导论》中依托经典的传播实践结构,提出了一个修辞传播模型(见图1)。具体而言,修辞传播实际上包含三个环节,即前传播(prior to communication)、修辞-传播过程(rhetorical-communication process)和后传播(after communication)。显然,除了“传播研究”层面的意图确定、意义选

择、观念的概念化等“基础工作”以及“传播效果”层面的认知研究和行为研究之外,修辞传播重点存在并发生于信息传播结构中的编码环节和解码环节,前者对应的“技术操作”包括生产信息、改编信息、传播信息、调整信息等符号编码状况,后者则主要关注受众接受行为中的感知、解释、评价、反应等符号解码状况。那么,如何开展修辞-传播过程研究? 麦克罗斯基主体上借鉴的是传统修辞学的相关知识,尤其是古希腊修辞思想的代表作《献给赫伦厄厄斯的修辞学》(又称《古罗马修辞手册》)所提出的五大经典的修辞命题(修辞“五艺”)^⑩,即从“发明”(invention)、“谋篇”(disposition)、“文体”(elocution)、“记忆”(memory)和“发表”(delivery)维度出发,探寻修辞-传播过程中的信息准备与表征(message preparation and presentation)智慧。

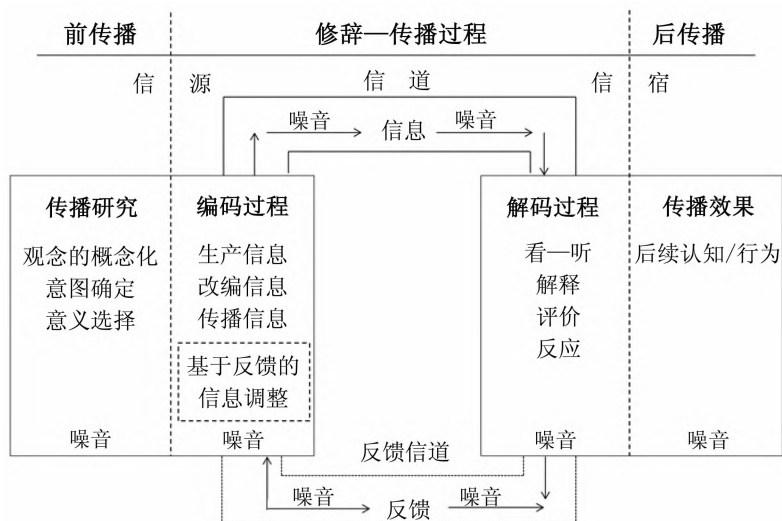


图1 麦克罗斯基的修辞传播模型

尽管传播修辞学和修辞传播学之间具有内在的关联逻辑,但二者对应的学科身份及其核心问题依然存在明显的差异。概括而言,如果说修辞传播学主要回应的是“修辞传播”这一传播类型的实践机制和策略研究,其学科身份依然属于实践学科范畴,那么,传播修辞学则意味着一个新兴的学科领域,主要强调立足修辞认识论这一基本的逻辑原点,重构传播学的问题域和知识谱系。具体而言,20世纪60年代以来,新修辞学的崛起

极大地拓展了修辞学的观念。修辞学既是一种认识论,也是一种方法论,还是一种实践论,这意味着修辞学的学科内涵获得了极大的拓展和延伸——修辞学不仅仅是一种“话语的实践艺术”,更是具有了把握语义规则及其建构的社会规范的本体论意义。与此同时,传播学也逐渐从“实践学科”的束缚中挣脱出来,其研究范式远远超越了传统的经验主义范式而拥有更为丰富的学科内涵。正是在这一总体性的学科转向结构中,修辞

学与传播学的交叉融合,注定会呈现出更为复杂的逻辑层次,也会衍生出更为丰富的理论问题。传播修辞学正是本文所关注的学科领域,其强调将修辞学作为一种研究视角,探讨传播学可能拓展的问题域及其可能的知识生产空间。

每一种学术传统都意味着一条通往传播理论的认识路径,那么,如何把握传播修辞学的学科内涵,亦即修辞学视角下的传播问题及思考路径?这一问题涉及对传播研究的“修辞视角”(rhetorical perspectives)及其内涵的认识。一个学科是否能够成为其他学科的理论视角,关键取决于前者是否可以推动后者的知识生产。相应地,所谓的“修辞视角”,可以沿着两个维度加以理解:一是聚焦既定的传播问题,将其置于修辞学的知识结构中,并给出一种来自修辞学的诠释体系;二是以修辞学作为认识工具或方法,重新发现那些被遮蔽的传播问题,或挑战那些习以为常的传播观念,从而在修辞意义上重构传播学的知识结构。因此,传播修辞学关注的本体问题依然是传播论题,而修辞学则作为一种认识视角,旨在重构一种基于修辞认识论的传播学知识体系。

三、修辞视角与传播研究的想象力

概括而言,作为一个跨学科知识领域,传播修辞学强调的是基于修辞学理论与方法视角的传播学研究,其目的是在传播学与修辞学的交叉与融合逻辑中发现和提炼新的研究问题。换言之,修辞视角意味着一种全新的透视“框架”,沿着修辞学这一认识路径,最终看到的是一个不同于其他学术传统的传播世界。

实际上,早在梳理传播学的七大学术传统时,克雷格就已经触及到传播修辞学的核心问题。具体而言,为了勾勒修辞传统不同于其他学术传统的内涵和意义,克雷格从不同维度揭示了修辞学视角下的传播学内涵。第一,就传播的本体属性而言,在修辞学的认识框架中,传播学被视为一种“话语的实践艺术”(practical art of discourse)^⑩。相应地,传播研究主体上需要重返话语问题,在内容表征的话语层面大做文章,即通过对语言、图像等文本符号的策略性使用,达到一定的话语目的。

第二,就传播的主体功能而言,传播学旨在回应既定情境中的社会危机(social exigency)。依据劳埃德·F.比彻尔(Lloyd F. Bitzer)的修辞情景理论,修辞出场的目的就是回应某种危机状态或解决某一问题。^⑪因此,只有将传播置于一定的问题情境中,才能重新发现传播之于社会的功能和意义。第三,就传播的概念内涵而言,传播学大厦实际上建立在一些基础的元话语概念(metadiscursive vocabulary)之上。克雷格将其概括为艺术(art)、方法(method)、传播者(communicator)、策略(strategy)、逻辑(logic)、情感(emotion)等。因此,修辞学视角下的传播学意味着其恰恰是围绕这些元话语概念所构筑的一个话语网络。第四,就传播的发生语境而言,当我们讨论符号权力、实践效力等元话语命题时,修辞学被视为一种极为有效的批评工具或实践方案,即借助一定的修辞批评方法或修辞实践策略,揭示传播实践中存在的所谓“技能”问题——这一“技能”是可以借助修辞训练而获得的。第五,就传播的新兴问题而言,修辞学向那些习以为常的传播观念——“行胜于言”“表象并非现实”“形式并非本质”“观点并非真相”等发起了挑战。换言之,修辞学揭示了传播学的深层悖论,将“语言的现实建构”与“现实的语言建构”同时抛向了认识论的位置,这意味着“语言问题”被推向了传播研究的重要位置,并被赋予不同于其他学科视角的新内涵和新方法。

当我们关注传播研究的修辞视角,实际上就是在呼唤并重构一种通往传播学研究的修辞学范式。不难发现,当修辞学作为一种学科视角进入传播学研究体系时,修辞学的意义便超越了修辞传播维度纯粹的“实践取向”,而是致力于发现传播学的新问题,勾勒传播学的新谱系,重构传播学的问题域,并形成一种有别于传统经验主义范式的新兴的研究范式,即修辞学范式。为了较为清晰地揭示修辞视角在学科范式建构层面的功能和意义,我们不妨以环境传播(environmental communication)这一学科领域为例,探讨修辞学视角的引入,是如何拓展了环境传播的知识视域及理论范式。罗伯特·考克斯(Robert Cox)指出,环境

传播研究包含两种学术范式:一是实用主义范式,二是建构主义范式,即修辞学范式,前者强调的是通过传播的方式解决环境危机和问题,后者强调的是在修辞维度上认识环境议题建构的符号世界及话语机制。^{②①}简言之,实用主义范式对应的是一种“传播环境观”,而修辞学范式对应的是一种“环境传播观”,二者实际上赋予了环境传播不同的学术身份和研究范畴。^{②②}环境传播诞生于20世纪60年代,起初的研究主要停留在实用主义范式层面,其主要研究命题就是通过大众媒介的信息传播,重塑公众的环境意识,影响政府的环境决策,^{②③}即“通过传播的方式”来解决日益严重的环境危机或环境风险,尤其是环境污染、自然保护、生态安全等问题。20世纪80年代,环境传播的修辞视角被打开了,由此打破了实用主义范式的唯一合法地位,环境传播由此拥有了一种新的研究范式——修辞学范式。当修辞学进入环境传播研究领域,生态环境议题的“话语”维度被极大地激活了,而修辞学范式恰恰是在“话语问题”上找到了自己安身立命的学术空间。提玛·米尔斯坦(Tema Milstein)在《传播学理论百科全书》中直言,环境传播的理论基础源自传播学的经典的修辞学传统。^{②④}当修辞传统被提到一个至关重要的“传播”位置,环境传播最终停泊在了修辞学这一经典的学科岸边,并由此形成了一种不同于实用主义范式的学术传统。简言之,如果说实用主义范式主要关注的是环境信息本身的传播问题,即在媒介维度上编织环境信息传播蓝图,尤其是探讨环境保护实践的传播机制与策略问题,那么修辞学范式则将目光转向了环境话语层面的建构、争夺与生产问题,也就是环境问题如何作为一个“议题”而得以在话语维度上被再现、被建构的意义系统问题,其目的就是通过“环境”问题来认识一个时代的社会与文化。相应地,在修辞学视域下,环境传播体系中的“环境”携带着复杂的社会、文化和政治含义,而且作为一种生产性的议题形态直接参与了总体性的现实秩序建构。^{②⑤}

由此可见,传播修辞学所强调的修辞学视角下的传播研究,并非修辞学在传播“海洋”中的理论“畅游”,亦非修辞学面对传播“景观”的理论

“狂欢”,而是强调修辞学在传播“场域”中的一种认识论、方法论、实践论意义上的理论“旅行”,即传播学因为修辞视角的介入而发现、激活、建构或回应了新的传播问题。因此,传播修辞学的“问题意识”并非来自传播学本身,而是源自传播学与修辞学的“相遇”中所发生的某种深刻的“化学反应”,其结果就是形成了一个亟需回应的传播问题,而修辞学的理论与方法则如同一种透视“框架”,提供了审视这一问题的一种逻辑坐标,这使得我们可以将传播问题置于修辞学的知识视域中,重构传播问题的修辞学属性、内涵、机制及与之相应的认识路径。从这个意义上讲,修辞视角赋予传播学的既是一种问题意识,也是一种认识路径——问题因修辞而起,也因修辞而去,传播最终在修辞的世界里获得了知识生产的可能性与现实性,而这恰恰是修辞学赋予传播学的想象力。

如何从修辞学中汲取“养分”,以拓展传播学的理论视域,成为当前传播修辞学研究的重要思路。李特约翰和福斯在《传播理论百科全书》的开篇便指出:“传播是我们日常生活古已有之的概念,但是传播学作为一门学科,则是晚近以来的事情。在美国,传播学科的人文主义起源要追溯到古希腊和古罗马时期的修辞学研究,而社会科学起源则主要源于20世纪早期特别是第二次世界大战时期的大众媒介、公共舆论、宣传和劝服研究。”^{②⑥}在皮特·西蒙森(Peter Simonson)等人合编的《传播史手册》(The Handbook of Communication History)一书中,修辞学便占据了极为重要的篇章位置。^{②⑦}具体而言,由于人际沟通是最基础的传播行为,因此发轫于公共演讲、法庭抗辩、道德教育等人际沟通实践的古老的修辞学,一方面成为人际传播研究的直接理论话语,另一方面也深刻地影响了后来的大众传播理论。2009年,李特约翰和福斯合编的《传播理论百科全书》邀请了来自全球十个国家的近200名学者,共编撰了300个理论词条,尝试对传播学研究的相关理论“一网打尽”。为了勾勒300个理论词条之间的学理结构和关系,李特约翰和福斯将其划分为17大类别,其中代表“修辞取向”(rhetorical orientations)的理论词条共有19个,即修辞能动性理论

(rhetorical agency theory)、论证理论(argumentation theories)、经典修辞理论(classical rhetorical theory)、批判修辞学(critical rhetoric)、戏剧主义和戏剧五要素(dramatism and dramatistic pentad)、类型理论(genre theory)、阐释学(hermeneutics)、认同理论(identification theory)、意识形态修辞(ideological rhetoric)、邀请性修辞(invitational rhetoric)、隐喻理论(metaphor theory)、神话与神话批判(myth and mythic criticism)、叙事与叙事学(narrative and narratology)、组织控制理论(organizational control theory)、政治传播理论(political communication theories)、宗教传播理论(religious communication theories)、修辞敏感性(rhetorical sensitivity)、符号聚合理论(symbolic convergence theory)和视觉传播理论(visual communication theories)。^{②7}

实际上,上述理论并非传播学的本体理论,而是体现为一系列经典的修辞理论或跨学科理论,由于其在修辞维度上思考传播问题,因此拥有了“修辞取向”这一共同的身份“标签”和可能的统摄关系。例如,经典修辞学形成和积累的一系列劝服观念和技巧,有助于我们从修辞实践(rhetorical practice)的视角来认识传播实践和过程;批判修辞学将修辞批评引入媒介研究范畴,以揭示权力话语运作的修辞原理,由此拓展了媒介批评的修辞视角;修辞认同理论所关注的“情感认同”“对立认同”“误同”等修辞技巧,极大地拓展了话语分析的理论视角;邀请性修辞重视传播活动中的“平等”“对话”“自主性”等问题,改变了传播活动长期以来“重劝说、轻对话”的状况,从而重构了传播的观念和内涵;符号聚合理论所关注的“幻想主题”“修辞视野”(rhetorical vision)等问题,已经成为群体传播中集体意识分析的重要理论概念;论证理论将“说服性论证”(persuasive argumentation)这一修辞问题推向传播领域,由此赋予了传播文本和传播效果研究以崭新的修辞视角;戏剧主义理论假设传播实践存在一个本质性的“剧场”结构和“事件”逻辑,这使得我们可以沿着新修辞学视角理解媒介行为的形成过程及其深层的修辞动机……

为了回应特定的传播问题,一系列新兴的修辞理论不断涌现,极大地丰富了传播修辞学的理论视域。这里,我们不妨以邀请性修辞理论为例,揭示既定修辞视角的引入为传播学打开的学术想象力。邀请性修辞理论是索娅·K. 福斯(Sonja K. Foss)和辛迪·L. 格里芬(Cindy L. Griffin)于1995年提出的一种替代性修辞理论,其“出场”是为了改变传统修辞学普遍存在的将修辞对象客体化、对象化、目标化的“父权式偏见”(patriarchal bias),进而从女性主义所倡导的平等、自主性(self-determination)、固有价值(immanent value)等沟通伦理体系中寻求智慧,以期恢复修辞对象的主体性和修辞过程的对话性,构建一种有助于促进理解和对话的替代性修辞学。^{②8}那么,邀请性修辞究竟回应了什么传播问题,又如何成为传播研究的理论资源?实际上,邀请性修辞“出场”的目的是改写传统修辞学长期以来的劝服观念。按照传统修辞学的观念,修辞致力于将修辞者的意志和欲望以一种合法的方式“施加”给受众,以此建构受众的认同体系,影响受众的认知判断,改变受众的价值观念。莎莉·米勒·吉尔哈特(Sally Miller Gearhart)对修辞的“劝服”欲望发起了激烈的抨击,认为一切劝服形式都未能给予受众足够的尊重,而“任何以劝服为目标的行为本质上都是暴力行为(act of violence)”,^{②9}因此给出了“劝服即暴力”“修辞的女性化”(womanization of rhetoric)等直接向修辞发难的著名论断。而福斯和格里芬之所以提出“邀请性修辞”这一概念,恰恰是为了回应吉尔哈特的质疑和发难,尝试在“修辞的伦理”维度上拓展修辞的内涵,赋予修辞以正向的、积极的交往价值。其实,当传播行为开始考虑传者与受者之间的平等地位,尤其是思考传播活动的对话及其伦理问题时,邀请性修辞便进入一系列具体的传播“情景”或“场域”,如文艺传播、政治传播、健康传播、环境传播、家庭传播等具体的传播领域,赋予传播研究一定的价值刻度和文化向度,进而拓展了传播研究的理论问题,如家庭传播中父母和子女之间的沟通问题,^{③0}环境传播中生态意识的影响和改变问题,^{③1}健康传播中的情感知识和共享知识生产问题,^{③2}文化传播

中参与式文化的构建问题,^③公共传播中的修辞伦理与公民德行(civility)问题,^④宗教传播中不同信仰群体之间的话语弥合与共情问题,^⑤焦点小组访谈中的自我意识调整问题^⑥……显然,相对于传统修辞学的功利主义诉求,邀请性修辞旨在“为人类理解提供一种邀约”,“其传播模型体现为提供并创造一个重视安全、价值和自由的外部条件和理解视角。”^⑦

四、传播修辞学的问题域及研究路径

如何科学地厘清传播修辞学的问题域?一种较为简易的方式便是从具体的传播环节或要素出发,探讨“修辞视角”打开的核心问题以及提供的修辞学认识观念和路径。哈罗德·拉斯韦尔(Harold Lasswell)经典的“5W模式”的确勾勒了一个较为普遍的传播研究模块,即控制研究、内容研究、媒介研究、阐释研究和受众研究,但这一分析框架的落点依然停留在“领域”层面,其核心问题并不明晰。而修辞学作为一门与语言学密切相关的学科,其研究已经超越了“语言艺术”维度而上升到“言语行为”(speech act)和“话语实践”(discursive practice)层面,因此,若能在语言学和传播学的“接壤处”发现新问题,无疑便找到了修辞学最为擅长的切入路径。我们不妨将目光转向著名的语言学家罗曼·雅柯布森(Roman Jakobson),尝试从其语言学模式那里寻求可能的理论智慧。

之所以“重返”雅柯布森的语言模式,是因为他的语言世界里包含了丰富的修辞“基因”。一方面,雅柯布森创造性地发展了索绪尔的双轴理论,将语言构成的组合关系和聚合关系纳入修辞视域中加以考察,由此发现了修辞问题深层的思维本质——组合关系对应于转喻思维,聚合关系对应于隐喻思维。^⑧另一方面,雅柯布森将语言置于日常生活维度,关注的是一种有别于文学语言的语言诗学问题。当语言进入“诗学”的认识范畴时,语言的“功能”(function)问题不仅得以凸显,而且上升为语言表意实践中不得不考虑的修辞问题。基于对语言六要素及其对应的六功能分析,雅柯布森成功地将传播过程的诸多环节转化为语言学问题,从而为传播过程与修辞学的衔接

奠定了“语言”的基础。在雅柯布森模式中,语言传播包括六个基本构成要素:发送者(addresser)、接受者(addressee)、语境(context)、符码(code)、信息(message)和接触(contact)。^⑨当传播过程偏重或强调不同的语言要素时,语言传播实践便呈现出不同的功能——偏重发送者展示情动功能,偏重接受者展示意动功能,偏重语境展示指称功能,偏重符码展示元语言功能,偏重信息展示诗性功能,偏重接触展示交际功能。与拉斯韦尔的“5W模式”相比,雅柯布森的主要贡献有三:一是将语言置于传播(过程)语境中,使语言获得了实践的品格;二是发掘了语言的“功能”维度,将语言置于修辞“效应”的层面进行审视;三是关注语言释义的复杂系统,如指称问题、元语言问题等,克服了机械模式的意义缺失问题。必须承认,尽管雅柯布森的理论模式依然是以语言为中心的分析系统,并且未能在传播实践和传播效果的维度提供深入反思,但我们依然可以在他的语言模式中发现一个隐秘的传播过程或传播结构。

基于此,本文依托雅柯布森的语言模式,在修辞学理论视野下探讨传播学问题,尝试突破语言中心的束缚,构建传播修辞学的问题域。雅柯布森的语言六要素——发送者、语境、信息、接触、符码和接受者,分别对应的是语言的六大功能,即情动性(情动功能)、指称性(指称功能)、形式性(诗性功能)、交际性(传播功能)、解释性(元语言功能)和意动性(意动功能)。^⑩显然,语言的六大要素/功能提供了一种理解传播学的全新框架。本文立足传播学的总体“场域”,以语言的六大功能——情动功能(emotive)、指称功能(referential)、诗性功能(poetic)、传播功能(phatic)、元语言功能(metalingual)和意动功能(conative)作为研究对象,提出传播学的六大核心问题,并将其置于修辞学的理论视域中加以考察,以此形成传播修辞学的六大问题域——修辞动机问题(rhetorical motive)、修辞情景问题(rhetorical situation)、修辞美学问题(rhetorical aesthetics)、修辞传播问题(rhetorical communication)、修辞语法问题(rhetorical grammar)和修辞批评问题(rhetorical criticism)(见表1)。接下来,本文分别聚焦这六大问

题域,探讨传播修辞学研究的核心问题及其研究路径。

表 1 传播修辞学的问题域

语境(Context)		
指称性——修辞情景		
信息(Message)		
形式性——修辞美学		
发送者(Addresser)	----->	接受者(Addressee)
情动性——修辞动机	接触(Contact)	意动性——修辞批评
	交际性——修辞传播	
	符码(Code)	
	解释性——修辞语法	

(一) 情动性与修辞动机问题

感叹词、声音模式、句法形式等修辞艺术可以构造不同的情绪状态,而实际情绪的真与假则可存而不论。^①作为传播行为的起点,发送者对应的是传播学的控制研究领域,这一领域的传播学理论囊括了把关人研究、潜网研究、体制研究等理论成果,其传统的方法论基础依然是社会学。那么,转向修辞学视野,如何认识发送者问题?传播学视域中的发送者研究,主要体现为传播意图维度的信息控制问题,但修辞学却给出了不同的理解方式,由此赋予发送者研究以新的理论视角。如何理解发送者的意图问题?修辞学将其概括为修辞动机问题并加以阐述。对此,新修辞学代表人物肯尼斯·伯克(Kenneth Burke)在其动机语法中给出了系统论述。伯克认为,动机常常在戏剧五要素——行动(act)、行动者(agent)、手段(agency)、场景(scene)和目的(purpose)的两两配对的情况下被认识,^②因为不同的要素配对方式能够建构出不同的修辞动机——在关系对子中,不同的要素顺序也意味着不同的因果关系,由此推演出不同的阐释动机。^③例如,在“行动-行动者”关系结构中,行动决定了行动者,这是一种典型的指控修辞,而在“行动者-行动”关系结构中,行动者的性质决定了行动的方式,这便构成了伦理修辞……

可见,在伯克的戏剧主义分析结构中,修辞动机以及情动性问题不再是传播链条中的信息控制问题,而是可以通过戏剧五要素之间的两两配对及其关系加以识别和研究的修辞问题,这便是修辞视角赋予传播学研究的学术想象力——在认识

论和方法论上建立发送者意图问题的修辞学研究路径。因此,修辞学既可以建构相应的发送者动机,也可以作为一种认识论洞察到发送者的修辞动机。正是因为修辞视角的介入,传播意图问题超越了传播学理论视域而进入修辞学的认识维度,最终转换为一个可以借助修辞学加以认识的修辞动机问题。不同于新修辞学提供的研究框架,修辞动机问题在传统修辞学那里主要体现为一个“人格”问题。亚里士多德(Aristotle)在修辞论证中提及的诉诸人格,便是尝试从人格构造的角度发掘修辞的效力。按照亚里士多德的观点,“演说者不仅必须考虑如何使他的演说能证明论点,使人信服,还必须显示他具有某种品质,懂得怎样使判断者处于某种心情。”^④中国文化崇尚“修辞立其诚”(《周易·乾》),认为只有建立在真实基础(修养)上的发送者人格,才具有无远弗届的动人力量。当前,中国基层治理实践中之所以越来越重视乡贤的作用,是因为他们在人格上的“德高望重”超越了一般的法理逻辑。其实,人格不仅仅涉及修辞构造问题,还涉及文化意义上的长期培育问题,这便要求我们不能仅仅将人格问题当成孤立的、短期的现象来看待,而是要挖掘人格形成的历史语言以及现实塑造的修辞力量。

(二) 指称性与修辞情景问题

在雅柯布森那里,语境(context)强调的是语言的指称性(referential)功能。语言之所以能够建立一种指称结构,是因为存在语境维度的意义锚定结构。语境本身具有一定的解释功能,尤其是限定或引导事物的解释方式,而这种“解释”在修辞意义上又是分层次的,相应地也就形成了不同的语义系统及其赖以存在的语境形式,如互文语境、情景语境、文化语境,它们分别回应了指称结构中的符号连接问题、符号边界问题、符号象征问题。^⑤

指称问题指向的不仅仅是一个实体,而且也是一种整体的现实状况,其对应的修辞问题便是修辞情景。在传播实践中,指称问题所对应的修辞情景可以从语义功能、指示功能、情景功能三个维度加以分析。第一,任何修辞符号都存在表意维度的指涉结构,它或许指向现实中的事物,或许

指向拟构的对象,当其中的指涉结构得以建立并发挥作用时,符号的语义功能便随之实现了。语义本身往往铺设了一定的认知情景,如果没有语义的支撑,修辞表意就会因为情景的悬置而变得空洞无物,由此失去修辞的现实基础以及认知基础。第二,传播符号中充满了各种指示符(indicator),它建立起了自身与对象、符号以及秩序的联系。禅宗典故里“指”和“月”之间的表意关系,正是通过“指向月亮”这一指示过程建立起来的——手指的指向使得“月亮”的含义得以显明。此外,任何文本并非孤立存在的,其必然携带着一定的伴随文本(co-text),这意味着指称问题经常体现为互文系统中的关系问题。由于互文关系的作用,符号的意义实际上是被“结构”出来的,因此我们可以通过分析互文系统中符号与符号之间的接合方式(articulation)来把握符号指称深层的修辞情景问题。实际上,在修辞实践中,符号总是通过不断地选择或切分世界而建构世界秩序,并在此过程中建构起有利于传播主体的修辞位置。第三,修辞情景还体现为一种任务,一种紧急状态,^④比如捕鱼场景中的“放手”“收网”就是为了完成捕鱼任务而使用的,而环境污染造成的紧急事态就需要社会动员维度的公共修辞(public rhetoric)加以修补。综上可见,修辞情景的概念,已经溢出了雅柯布森的理解维度,涉及对传播活动中现实境况的深入分析和研究。

(三) 形式性与修辞美学问题

语言除了指称层面的功能,还有纯形式的“诗性”(poetic)功能,即美学功能。文本表征中的形式、韵律、格式、风格等问题,本质上都体现为一个美学问题。不同于艺术学领域的美学内涵,修辞美学强调通过对符号形式的策略性设计与布局而实现既定的符号功能。传统修辞“五艺”中的“文体”,即汉语语境中的“文采”,本质上体现为一个修辞美学问题。诚然,修辞的美学功能并非仅仅停留在形式构造层面,它更强调的是符号形式与其功能之间的连接结构或实现方式。因此,修辞美学所强调的形式,主体上回应的是修辞功能问题。换言之,修辞美学超越了艺术领域纯粹的审美向度,而体现为符号形式维度上的话语

建构方式,即在符号的呈现形态、表征语言、艺术手法、风格体系等美学层面编织一种更为深刻的意义、话语或观念。

既然修辞美学是一个与符号功能密切相关的问题,那我们便可以从符号功能维度切入,把握传播活动中修辞美学的内涵及研究路径。韩礼德(M. A. K. Halliday)在系统功能语言学中提出了语言的三大元功能(meta-function),即概念元功能(ideational meta-function)、人际元功能(interpersonal meta-function)和语篇元功能(textual meta-function),^{④7}相应地,修辞美学也可以在这三个层面展开。第一,在概念功能层面,修辞美学主要强调在既定的表意形式维度上编织一定的话语内涵。如何理解表意的形式问题?诸如艺术学、符号学、风格学、形态学、类型学等都提供了丰富的理论资源。当符号的形式问题超越了纯粹的美学范畴,开始酝酿一定的话语和意义,且在修辞功能层面表现出相应的语言、技艺或策略时,修辞美学的概念功能便发生了。第二,在交际功能层面,修辞美学探讨的核心问题是传播如何创设一个有意味的修辞情景,使传者和受者之间形成更加紧密的关系。在社交媒体环境下,为了拓展文本传播的交际能力和潜力,数字时代的文本形式在“图像转向”与“情感转向”维度上发生了深刻的变化。相应地,修辞美学的研究问题主要聚焦于文本表达的形态及其语言问题,如视觉修辞对于图像文本的形式语言研究,^{④8}程序修辞对于游戏文本的形式语言研究,^{④9}等等。第三,在语篇功能层面,修辞美学关注的是全部符号系统的整体组合,其主体上体现为一个风格问题。例如,典雅、崇高、悲剧、戏谑、平和(零度)等风格不仅会带来不同的审美感受,而且能够重塑整个表达的情绪氛围、社会身份和表达意图;然而正式的传播场景往往要求修辞的纯正、透明、得体,否则会导致适得其反的效果。^{⑤0}

(四) 交际性与修辞传播问题

雅柯布森认为,语言中有一些讯息是用来确定、延续或中断传播的,有一些则用来检测渠道是否通畅,还有一些用来吸引或是延续接收者的注意力。这些讯息并没有实质性的内容,而仅仅是

为了实现“接触”(contact),即体现为一种纯“交际性”功能。纵观人类的传播实践,这些讯息是动物与人沟通的唯一通道。正是通过捕捉和占用这些交际性的讯息,尚未学会说话的婴儿掌握了与成人“沟通”的能力。^{⑤1}当修辞实践开始重视这些与“媒介”或“管道”相关的交际性讯息时,符号活动便上升为一个修辞传播问题,即那些看似没有实质意义的讯息,却发挥着积极的“传播”功能。例如,修辞中的某些信息看起来略显冗余,但是它能够使受众理解某些深刻的信息内容;通过冗余信息占据信息的通道,已经成为宣传实践中常见政治修辞策略;互联网空间中的@功能,实际上是主体试图通过指名道姓来赢得支持的一种方式;表情包、“呵呵”“嗯嗯”等也成为传播关系建立、延续和中断的模糊修辞方式;在媒介环境学派看来,媒介并不是纯粹的中介物,而是具有独立的效应,它能够引进一种新的尺度、感官比率 and 思维方式^{⑤2}……由此看来,尽管语言的“接触”元素没有实质性的指涉意义,但却产生了实质性的功效和作用——作为修辞情景建构的不可或缺的信息形态,这些交际性讯息在传播活动的建立、维持、中断方面发挥着积极作用。因此,修辞传播意味着将这些交际性的“接触”元素置于修辞维度加以把握,如此才能全面地考察和认识媒介对于社会结构、行为模式和思维方式的根本影响方式。需要特别强调的是,这里的修辞传播与前文讨论的麦克罗斯基提出的“修辞传播”并不在同一个概念层次上——传播修辞学视域下的“修辞传播”主要关注传播实践中那些能够发挥“接触”功能或促进“交际”效果的符码讯息或媒介元素的修辞问题。

(五) 解释性与修辞语法问题

语言中必然存在“符码”(code)要素,它既决定了传播者的编码和接收者的解码能否获得一致的结果,也承担着解释对象语言的“元语言”(metalingual)功能。符码经常在双方协商“是否听懂”的时候浮现出来。^{⑤3}符码是一种编码和解码的规则,是“社会所有成员一致同意的”,其研究“常常侧重于传播的社会维度”^{⑤4}。而元语言作为一种“操作程序”,能够洞察修辞编码底层的意识

形态,^{⑤5}由此便引申出修辞活动中的释义规则问题。如何把握修辞语法层面的释义规则?“修辞结构”(rhetorical structure)提供了一个非常重要的修辞认知视角。^{⑤6}具体而言,修辞结构可以通过三个内在关联的修辞问题加以认识:第一是意义规则层面的语义辞格问题。辞格的功能就是将抽象、隐藏、贫乏的意义携带出来,使其变得易于把握。相应地,语义辞格研究主要表现为对隐喻、转喻、意象、寓言、反讽等修辞格的探究,特别是探讨其在非语言符号实践中的表现方式及意义作用机制。第二是意义推演层面的修辞论证问题,它强调通过逻辑、对比、分析等方式从已知推导未知,从而得出某个结论。常见的修辞论证方式包括修辞三段论、因果论证、权威论证、例证、类比论证、隐喻论证、实质论证(substantial arguments)、分析论证(analytical arguments)等。第三是意义再现层面的编码法则问题,它回应的是对象何以把握的问题。不同的编码规则往往对应不同的修辞认知方式,如“框架”揭示了意义建构的模式问题,“模因”揭示了符号流动的文化问题,“互文”揭示了符号联结的结构问题,“图式”揭示了思维形成的底层逻辑问题,等等。

(六) 意动性与修辞批评问题

按照雅柯布森的观点,祈使句、呼唤语等能对接收者产生“意动”(conative)功能^{⑤7},因此意动功能关注的是修辞效果问题。在传播学中,意动功能对应的正是效果研究领域,其更多地体现为基于“事实”的经验研究而缺少分析性的维度。劳埃德·F.比彻尔认为,不同于普通听众和读者,修辞受众(rhetorical audience)往往是修辞情景的核心组成要素,而修辞要产生效果,修辞受众往往起着“中介人的作用”。^{⑤8}在符号实践中,如何理解修辞效果问题?修辞批评提供了一种可能的分析路径。修辞批评的使命就是发现修辞运作的机制,揭示修辞效果得以实现的不同作用方式,从而把握修辞效果得以发生的意义原理和机制。基思·肯尼(Keith Kenney)和琳达·M.斯科特(Linda M. Scott)将修辞批评分为经典式(classical)、伯克式(Burkeian)和批判式(critical)三种模式,^{⑤9}它们代表了不同的“修辞观”,因此回应的是不同的效

果问题及“评估”方式。具体而言,“经典模式”建立在传统的修辞“五艺”(发明、谋篇、文体、发表、记忆)的基础之上,其回应的效果问题主要体现为劝服意义上的影响效力和结果。“伯克模式”聚焦于象征行动(symbolic action)问题,“效果”评估的关键是对修辞动机及其认同机制的揭示。“批判模式”则重在揭示符号实践深层的社会权力结构及其生产逻辑,因此其关注的主要是文化塑造范畴或意识形态领域的效果问题。在此,修辞批评从不同的层面揭示了修辞效果得以发生的机制,这为传播学的效果研究提供了分析性(人文主义分析)而非经验性(经验主义分析)的方法和维度。

概括而言,本文将雅柯布森的语言模式与传播修辞学进行对接,尝试揭示传播修辞学得以建立的跨学科逻辑基础。由于雅柯布森的语言五要素一定程度上对应具体的传播环节和要素,因此可以从具体的传播对象或问题切入,形成传播修辞学的六大问题域,即修辞动机问题、修辞情景问题、修辞美学问题、修辞传播问题、修辞语法问题和修辞批评问题。表2呈现了传播修辞学知识体系中语言学、传播学、修辞学之间的内在关系,尤其是每一个问题域所对应的元话语体系。必须承认,尽管雅柯布森将传播过程及其语言维度进行了细分,但是他的模式仍然是以语言为中心的,未能充分彰显传播问题的互动性。因此,传播修辞学研究还需要进一步引进传受互动的维度,以弥补雅柯布森模型的不足。反过来,当修辞学获得了传播的维度,它就能够跳出文本中心的立场,进而获得丰富的主体内涵、文化内涵和社会内涵。

表2 传播研究的修辞视角及其元话语体系

语言要素	传播研究领域	修辞视角	修辞问题	元话语体系
发送者	控制研究	主体维度	修辞动机问题	主体、动机、人格、情感、解放……
语境	内容研究	语义维度	修辞情景问题	事实、情景、危机、环境、任务……
讯息	文本研究	形式维度	修辞美学问题	形式、形态、风格、叙事、语言……
接触	媒介研究	交际维度	修辞传播问题	讯息、媒介、接触、渠道、冗余……
符码	阐释研究	解释维度	修辞语法问题	辞格、话语、规则、元语言、图式……
接受者	受众研究	效果维度	修辞批评问题	情感、效果、认同、权力、意识形态……

五、结语与讨论

七大学术传统所建立的理论谱系,宣告了传播学并非“无本之木”,而是拥有坚实而牢固的“根系”。然而,不得不承认,这一“谱系”的获得却是以传播学主体性丧失为代价的——在其他学科的“地基”上,建起了传播学的理论“大厦”。当一个学科的基础理论体系都依附于其他学科时,所谓的学科危机也正在悄悄逼近——传播学最终陷入其他学科铺设的基础语境,并且成为其他学科的“跑马地”。这种将传播理论简单地视为其他学科“脚注”的思考路径,一方面提供了一种通往传播学理论的合法性想象路径,但另一方面又无情地扼杀了传播学作为一个学科的生命力和想象力。

正因如此,本文重提传播研究的修辞传统,并非将传播学作为一个从属性的学科领域投入修辞学的河流中接受“洗礼”,而是要立足传播学的主体身份,重返传播学的主体立场,回应传播学的主体问题,从而在跨学科维度上发现传播与修辞之间的对话结构——这是一个学科与另一个学科之间的高贵对话,其目的就是将修辞学视为一种学术范式,识别、发现并重构来自传播研究本体维度的核心问题。具体而言,在传播修辞学的关照视野中,传播学与修辞学的“相遇”,并非强调修辞作为传播的“验证”工具,亦非强调传播作为修辞的“演练”场景,而是强调二者在问题意识层面的整合,即将传播问题置于修辞学的知识脉络中加以考察,以此打开传播研究的修辞视角——发现全新的传播问题,赋予传播研究全新的认识视角,并在修辞维度上重构传播研究的认识论体系。一方面,由于赋予了传播研究一定的修辞视角,相应地也就在认识论和方法论上拓展了传播研究的知识体系,其主要表现是拓展并形成了传播研究的修辞学范式;另一方面,在修辞学进入传播学这一实践“熔炉”之际,新的传播问题和实践不断检验、挑战并冲击修辞学原有的知识体系,由此推动修辞学理论本身的发展、批判与创新。

尽管本文从传播研究的要素或环节出发,提出了传播修辞学的六大问题域,即修辞动机问题、

修辞情景问题、修辞美学问题、修辞传播问题、修辞语法问题和修辞批评问题,但必须承认,这一研究取向主要是为基于“化繁为简”的考虑,也就是在确立领域的基础上寻求可能的修辞视角及其对应的修辞问题。由于传播学的领域还存在其他更为多元的分类方式,因此本文仅仅是提供了传播修辞学研究的一种可能思路。当前,随着新媒体环境下传播格局的变迁,传播学的观念和内涵正在经历一场普遍而深刻的拓展和创新,雅柯布森的语言六要素模式在回应新传播环境下的“传播”结构时,亟待发展和创新。因此,未来的传播修辞学研究可以沿着两个逻辑进路展开:一是立足新传播环境下的新生态、新领域和新问题,从不断革新的修辞学那里汲取“养分”,从而在修辞视角下推动传播研究的知识生产;二是立足修辞学的“三论”——认识论、方法论和实践论,发展和创新传播学的修辞学范式,进而重构传播学的知识体系。相比较而言,第二种逻辑真正回应了传播学与修辞学在学科逻辑上的对话问题,因而拥有更大的研究空间。相应地,传播修辞学的问题域及其研究范式便体现为修辞认识论、修辞方法论、修辞实践论视域下的传播研究。

注:

- ①③④⑤⑩⑬ Craig, R. T., *Communication theory as a field*, *Communication Theory*, 1999, 9(2), pp. 119 – 161, p. 120, p. 125, p. 129, p. 135, p. 135.
- ② Anderson, J. A., *Communication theory: Epistemological foundations*, New York: Guilford Press, 1996, pp. 200 – 217.
- ⑥⑦⑧ Littlejohn, S. W., & Foss, K. A., *Theories of Human Communication?* (10th Edition), Long Grove, IL: Waveland Press, 2011, p. 44, pp. 106 – 109, pp. 137 – 205.
- ⑨⑪⑫⑭ Bryant, D. C., *Rhetoric: Its functions and its scope*, *Quarterly Journal of Speech*, 1953, 39(4), pp. 401 – 424, pp. 401 – 424, p. 413, p. 424.
- ⑬ Delia, J. G., *Communication research: A history*, in C. R. Berger and S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of Communication Science* (pp. 20 – 98). Newbury Park, CA: Sage, 1987.
- ⑮⑯ McCroskey, J. C., *An introduction to rhetorical communication* (9th ed.), London: Routledge, 2016, p. 21, p. 19.
- ⑰【法】玛蒂娜·乔丽《图像分析》,怀宇译,天津人民出版社2012年版,第81—84页。
- ⑲④⑥③ Bitzer, L. F., *The rhetorical situation*, *Philosophy & rheto-*

- ric*, 1968, 1(1), pp. 1 – 14, pp. 1 – 14, pp. 1 – 14.
- ⑳ Cox, R., *Environmental Communication and Public Sphere*, London: Sage, 2006, p. 12.
- ㉑ 刘涛《“传播环境”还是“环境传播”?——环境传播的学术起源与意义框架》,《新闻与传播研究》2016年第7期。
- ㉒ Hansen, A., *Environment, media and communication*, London: Routledge, 2010, p. 75.
- ㉓ Milstein, T., *Environmental communication theories*, in S. Littlejohn & K. Foss (Eds.), *Encyclopedia of communication theory* (pp. 344 – 349), Thousand Oaks, CA: Sage, 2009, p. 345.
- ㉔ 刘涛《环境传播: 话语、修辞与政治》,北京大学出版社2011年版,第1页。
- ㉕②⑦ Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. (Eds.), *Encyclopedia of Communication Theory* (Vols. 1 – 2), Thousand Oaks, CA: Sage, 2009, p. li, pp. xix – xx.
- ㉖ Swearingen, C. J., *Rhetoric in cross – cultural perspectives*, in Peter Simonson, Janice Peck, Robert T. Craig, and John P. Jackson Jr. (Eds.), *The Handbook of Communication History* (pp. 125 – 137), New York: Routledge, 2013.
- ㉗③⑦ Foss, S. K., & Griffin, C. L., *Beyond persuasion: A proposal for an invitational rhetoric*, *Communications Monographs*, 1995, 62(1), pp. 2 – 18, pp. 2 – 18.
- ㉘ Gearhart, S. M., *The womanization of rhetoric*, *Women's Studies International Quarterly*, 1979, 2(2), pp. 195 – 201, p. 195.
- ㉙ Pariera, K. L., & Turner, J. W., *Invitational Rhetoric between Parents and Adolescents: Strategies for Successful Communication*, *Journal of Family Communication*, 2020, 20(2), pp. 175 – 188.
- ㉚ Kindred, M. N., *Invitational rhetoric: Alternative rhetorical strategy for transformation of perception and use of energy in the residential built environment from the Keweenaw to Kerala*, Michigan Technological University, 2007.
- ㉛ Jarvis, C. M., *Invitational Rhetoric in Epistemic Practice: Invitational Knowledge in Infertility Support Groups*, *Rhetoric of Health & Medicine*, 2021, 4(1), pp. 1 – 32.
- ㉜ Bates, B. R., *Participatory graffiti as invitational rhetoric: The case of O Machismo*, *Qualitative Research Reports in Communication*, 2017, 18(1), pp. 64 – 72.
- ㉝ Bone, J. E., Griffin, C. L., & Scholz, T. L., *Beyond traditional conceptualizations of rhetoric: Invitational rhetoric and a move toward civility*, *Western Journal of Communication*, 2008, 72(4), pp. 434 – 462.
- ㉞ Sharier, J. A., *Redefining interfaith discourse: Applying invitational rhetoric to religion*, *Young Scholars in Writing*, 2012, 9, pp. 87 – 97.
- ㉟ Johnson, J., Friz, A., Randall, C., & Vitolo – Haddad, C.

- V., "Keep Talking, I Keep Changing My Mind": The Value of Invitational Rhetoric for Focus Group Research, *Western Journal of Communication*, 2021, 85(3), pp. 381–399.
- ③【俄】罗曼·雅各布森《隐喻和换喻的两极》，载张德兴编《二十世纪西方美学经典文本》（第一卷：世纪初的新声），复旦大学出版社2000年版，第239—240页。
- ③④④⑤③⑤⑦ Jakobson, R., Closing statements: Linguistics and poetics, In T. A. Sebeok (Ed.), *Style in Language* (pp. 350–377), Cambridge, MA: MIT Press, 1960, p. 353, p. 357, p. 354, p. 356, p. 355.
- ④② Burke, K., *A grammar of motives*. Berkeley, CA.: University of California Press, 1969, pp. xv–xvi.
- ④③④⑤⑤⑥ 刘涛《视觉修辞学》，北京大学出版社2021年版，第369—373、108—119、120—121页。
- ④④【古希腊】亚理斯多德《修辞学》，罗念生译，上海世纪出版集团2006年版，第75页。
- ④⑦ Halliday, M. A. K., *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning*, London: Arnold, 1978, p. 183.
- ④⑧ 刘涛《媒介·空间·事件：观看的“语法”与视觉修辞方法》，《南京社会科学》2017年第9期。
- ④⑨ 刘涛、曹锐《程序修辞：游戏研究的修辞学范式》，《新闻界》2021年第1期。
- ⑤⑩【德】尼采《古修辞讲稿》，屠友祥译，华东师范大学出版社2018年版，第22—31页。
- ⑤②【加】马歇尔·麦克卢汉《理解媒介——论人的延伸》，河道宽译，商务印书馆2000年版，第33、78、122页。
- ⑤④【美】约翰·费斯克《传播研究导论：过程与符号》，许静译，北京大学出版社2008年版，第55页。
- ⑤⑤【法】罗兰·巴尔特《符号学原理》，李幼蒸译，中国人民大学出版社2008年版，第56—57版。
- ⑤⑨ Keith, K. & Scott, L. M., A review of the visual rhetoric literature, in Linda M. Scott and Rajeev Batra (Eds.), *Persuasive Imagery: A Consumer Response Perspective*, Mahwah, NJ.: Erlbaum, 2003, pp. 17–56.

（责任编辑：御 风）

Rhetoric Studies in Communication: Research Domain and Paradigms

Liu Tao

Abstract: Historically, communication has drawn on many academic disciplines, of which rhetoric is the oldest one. Different from rhetoric communication which makes its exploration on the dimension of practice, rhetoric studies in communication develops into a new research field by re-contextualizing communication studies in rhetoric perspective and thus reconstructing its rhetoric paradigms. Focusing on the specific elements and processes of communication activities, rhetoric studies in communication explores the academic resources and the intellectual discourse they open. Its main research domain accordingly consists of rhetorical motive, rhetorical situation, rhetorical aesthetics, rhetorical communication, rhetorical grammar, and rhetorical criticism.

Key words: rhetoric studies in communication; rhetorical communication; academic tradition; research domain; rhetoric perspective