

叙述学如何向全域敞开：评赵毅衡的《广义叙述学》*

饶广祥**

内容提要：任何一个学科要获得重大推进，都必须在基本原则实现突破。要建立广义叙述学，不仅需要丰富分析技术，扩展研究疆域，更重要的是要应对当代媒介形态变化带来的挑战，推进对人类文化体验的理解。因此，若仅从叙述学分析技术创新的角度，评价赵毅衡提出的广义叙述学体系，恐怕只是外延性的解读。本文首先列出了媒介飞速发展对叙述学提出的三大挑战：纪实文本大量出现、意图性文本泛化、接收者地位提升三大问题，接着分析广义叙述学体系如何应对这些挑战，使叙述学向所有叙述体裁敞开，从而为人类理解和解释当今文化提供全新视角。

关键词：广义叙述学；纪实；意向性；接收者

Abstract: The great promotion of any subjects needs to break through the basic rules. The construction of a general narratology not only needs variety of analytical techniques, but also pushes its boundary toward a broader study field. What's more, it should be able to meet the challenges from the changes of the modern media so as to promote the understanding of the human beings' cultural experience. It tends to fall into the trap of a denotative study on Zhao Yiheng's general narratology if we just pay attention to his contributions to analytical techniques of narratology. This paper discusses first about three challenges brought out by the fast development of the media: the flourishing of the factual texts, the generalization of intentional texts as well as the rise of

* [基金项目]：本文为国家社科基金重大课题“当今中国文化现状与发展的符号学研究”(13&ZD123)阶段性成果之一。

** [作者简介]：饶广祥，博士，四川大学文学与新闻学院副教授，符号学—传媒学研究所副研究员，主要研究方向：商品符号学、广告符号叙述学。

the importance of the audience. Based on the analysis of the three challenges, this paper goes a step further to discuss how the general narratology meets the challenges through breaking the boundary of all different types of narratives so as to help human beings understand and interpret modern culture from a brand new perspective.

Key words: general narratology; intentionality; audience

DOI:10.16754/b.cnki.ymwxyjlc.2016.02.027

一、新媒介发展对叙述学提出的三大挑战

“叙事学是研究叙事文的科学”，而“叙事文是叙述者按一定叙述方式、结构起来传达给读者（或听众）的一系列事件。”（胡亚敏 11）叙述学研究面对的都是由媒介组成的文本，媒介形态变化会改变文本形态和接收者的阅读状态，进而使传统叙述学未重视的问题暴露出来，对叙述学理论形成挑战。

尤其近十年来，随着移动互联网技术的提高和手机的普及，人们接触文本的方式发生了根本性变化。据中国互联网信息中心（CNNIC）发布的第 37 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示：“截至 2015 年 12 月，中国网民规模达 6.88 亿人，互联网普及率达到 50.3%，半数中国人已接入互联网，其中有 90.1% 的网民通过手机上网。……互联网对于整个社会的影响已进入到新的阶段。”媒介剧烈演变，使这个挑战变得更加突出，叙述学不得不应对和处理。新媒介变化对叙述学提出了三大基础性的挑战。

第一，纪实型文本呈现出强烈的叙述性，挑战了叙述学的研究领域。这种挑战在过去几十年已经在各个领域体现出来。这些领域不仅体现在历史、影视、政治学等领域，同时还体现在医学、法学、新闻传播学等和小说相去甚远的学科中。（赵毅衡 2008:31）这些领域的研究者开始研究叙述，并呼唤新的叙述学理论。例如，追求真实客观的新闻发生了演变，出现了“新新闻主义”。相对于追求“客观理性”的新闻观，新新闻主义“将文学写作的手法应用于新闻报道，重视对

话、场景和心理描写,主张记者可以在新闻报道中描述人们的主观感受和心理活动,不遗余力地刻画细节。”(徐叶 92)因为基于事实,行文时又大量借鉴了文学的表现技巧,很多新闻报道情节精彩程度不亚于小说,具有强烈的文学性。蒋荣昌就认为,新闻等是广义的文学文本。“‘新闻’和‘报道’是大众传媒的典型文学样式。‘现场’无论是以图像、声音,还是以文字的方式被‘报道出来’,总是在表现公众在日常生活中凝聚的某种现场性关切,并且就是在这儿成为打动和吸引‘读者’的文学文本。”(蒋荣昌 163)传统叙述学理论主要以虚构的小说为研究对象,并不处理这种实用性高的“事实”文本。更深层次的影响是,由于对象的局限,传统叙述学并未有效处理经验世界和叙述的关系,因此未能在这个维度上确认叙述学研究的领域。

其次,以广告、宣传为代表的实用性文本提出“说服接收者行动”的分析要求。当前人们接触的宣传、广告远远比阅读的小说要多。“传播也是个超过 4000 亿美元的产业,而其中 2060 亿美元用于大众传播,也就是将同一个模子里生产的产品散布到不同的地区去。美国现在有 1449 个电视台、4 大主要广播电视网、10379 个无线广播电台、1509 种日报、7047 种周报、超过 17000 种杂志和新闻简报、9 大影片制作中心。”“一个典型的美国人年平均要花 1550 小时守候在电视机前,用 1160 小时收听无线电频道,用 180 小时阅读报纸,110 小时阅读杂志。”(普拉卡尼斯、阿伦森 3)广告如此普遍,以至于成为我们社会共享的知识,是整合个体成为一个群体的价值所在。

宣传、广告、谣言、誓言等文本和小说最重要的区别在于:这些文本的发送有强烈的实用性目标。广告诱使接收者购买商品,宣传说服接收者实施捐款、投票等行为,谣言企图使接收者相信并采取相应行动。正是因为这种意图帮助发送者实现了目标,所以这些体裁在当代社会发展迅猛。广告、宣传等体裁已经成为当今社会最重要的体裁,但传统叙述学理论并不重视这种体裁的本质特征,虽然叙述视角、情节等概念一样可以用于分析,但毫无疑问,类似的研究跳过了该类体裁最为本质的部分。

新媒介时代对叙述学的第三个挑战是，接收者地位在叙述中的地位发生巨大变化。随着计算机技术的发展、网络以及移动网络的兴盛，互动性成为当代媒介的最重要特征，大众参与创作成为可能和趋势。这根本上改变叙述文本的传受关系。过去接收者（读者）或许也不缺乏选择权和解释权，但网络时代，接收者（读者）不仅阐释，而且可能干预文本的发展和走向。这种趋势在移动互联网时代变得更加复杂，微信等基于移动互联网的应用改变了接收者的阅读习惯，破碎化阅读占据人们的大量时间。与此阅读相适应，篇幅短小的文本广泛流行，而这类文本大多需要接收者更多参与解读。这意味着叙述学需要重新审视接收者叙述中的位置，并调整自己的理论提议以适应当今的叙述变化。

新媒介发展对叙述学提出的三大挑战，对叙述学提出三个问题：如何处理纪实型文本，如何应对实用性叙述，如何处理接收者地位的变化。这三个问题实际上也是对叙述学根本学科框架的追问。如何处理纪实性文本是在讨论经验世界和文本的关系，为叙述研究奠定哲学基础；如何应对实用性叙述是处理叙述的意向性和时间问题；如何应对接收者地位，则在处理叙述研究重心的问题。

众多叙述学研究者已经意识到传统叙述学的局限，并尝试推进叙述转向，于是出现了“新叙述学”或者“后经典叙述学”。虽然叙述学者所做的叙述转向努力方向不太一致，但都未能应对叙述全域，提出全新的理论体系。戴卫·赫尔曼（David Herman, 1962—）把叙述学扩展到电脑文化和计算机技术，但他所倡议的叙述学试图从其电子写作中借鉴有益的成分，并未打算扩展叙述学原有的研究疆域。同样，那些后经典叙述学研究也还是以小说为原型在讨论叙述学，停留在门类研究，没有打破各种叙述体裁之间的界限，探讨共享的基本规则。赵毅衡的《广义叙述学》的努力方向很明晰，他开篇便提出，“广义叙述学讨论的是所有叙述体裁的共同规律”（赵毅衡 2013:1），“使我们终于能够把叙述放在人类文化甚至人类心理构成的大背景中考察，在广义叙述学真正建立起来后，小说叙述学将会

‘比喻地使用’广义叙述学的术语。”(赵毅衡 2013:17)

二、“框架区隔”处理虚构与现实、 同时打开纪实型体裁进入叙述学的入口

叙述学研究最底层的问题是有关文本和经验世界的问题。任何文本都是经验世界的对面,和经验世界存在着某种关系。符号学在对“符号”下定义,也一直受符号与物关系的困扰。叙述学作为处理叙述文本的科学,也要面临人们习惯性的有关真实与虚假的追问。与这种思考模式相反,叙述学并不是在这个起点上展开研究。托多洛夫从《十日谈》中总结出“语法”,提出叙述学的学科构想,自此开始了叙述学以虚构文本——小说为主要研究对象的传统。虽然也有叙述学研究者在处理非虚构叙述问题,但从整体来看,研究虚构性文本被叙述学界当做一个不需论证的前提。(詹姆斯·费伦,彼得·J·拉比诺维茨 155)

赵毅衡在讨论这个问题时,一开始就在经验世界、虚构、纪实三者之间展开辨析:“虚构与纪实,是人类叙述活动的甚至思维方式的最基本两个范畴”,“虚构型述,是相对于纪实型叙述而言的,这是叙述的两种基本表意方式:明白了什么是虚构型,也就明白了纪实型。”(赵毅衡 2013:64—65) 赵毅衡认为纪实与虚构不在于文本形式,也不在于指称性的强弱,从风格上、指称上区分两者都不可能。虚构与纪实是发生在发送者和接收者之间的文化契约。“文本作为符号组合的边界,实际上是接收者在文本形态、意义解释、文化程式三者之间‘协调’的结果。”(赵毅衡 2013:73) 基于这个判断,赵毅衡提出了“框架区隔”判别标准。“区隔框架是一个形态方式,是一种作者与读者都遵循的表意—解释模式,也是随着文化变迁而变化的体裁规范模式。区隔看上去是个形态问题,实际上在符形、符义、符用三个层次上都起隔出再现世界的作用。”(赵毅衡 2013:74)

通过提出“区隔框架”,赵毅衡把经验世界、纪实叙述和虚构叙述

区分开来。“一度区隔是再现框架,把符号再现与经验世界区隔开来。一旦用某种媒介再现,被再现的经验之物已经不在场,媒介形成的符号代替它在场。”“一度区隔为‘再现区隔’。被区隔出来的,不再是被经验的世界,而是符号文本构成的世界,存在于媒介性中的世界。”(赵毅衡 2013:73)一度区隔是“透明”的,区隔出来的文本是“纪实型”的,直接指向“经验世界”。

而虚构叙述是符号再现基础上的再一次区隔,是再现中的再现。“为传达虚构文本,作者的人格中将分裂出一个虚构叙述发出者人格,而且用某种形式提醒受众,他期盼受众分裂出一个人格接受虚构叙述。虚构文本的传达就形成虚构的叙述者—受述者两极传达关系。这个框架区隔里的再现,不再是一度媒介再现,而是二度媒介化,与经验世界就隔开了双层距离。正因为这个原因,受众不问虚构文本是否指称‘经验事实’,他们不再期待虚构文本具有指称性。”(赵毅衡 2013:76)虚构叙述与经验世界隔开了两层,不能在经验世界求证,因此具有“不透明”效果。

赵毅衡的“框架区隔”理论对经验世界、纪实型叙述、虚构型叙述的讨论从根本上厘清了叙述学这个最为基础的问题,对叙述学理论做了重大推进。更重要的是,这个处理让叙述学向许多纪实型体裁敞开。比如,用区隔框架理论分析广告,便将广告学研究拉入到叙述学研究当中。广告学也讨论文本和经验世界的问题,但广告学是站在文本和客观世界是否一致这个“真假”角度展开讨论的,判断“真实是广告的生命。”这个讨论角度对于广告学本身来说本无可厚非。但广告出现叙述转向之后,充满了大量虚构的内容,站在传统的指称、风格的角度讨论这个问题,无法讨论清楚。

更关键的是,若总是从科学验证的角度讨论广告文本与真实世界之间的关系,便堵死了叙述学和广告结合的入口。赵毅衡的“框架区隔”理论比较好地解决了这个问题,(饶广祥 107)同时也打开了广告叙述学研究的入口。这种入口意味着,新闻、广告、宣传等体裁要进入叙述学,可以不再“‘是符合实情’的‘经验真实’,那是个证实或

者证伪的问题”(赵毅衡 2012:258),而是从文本的虚构与纪实角度讨论,为整个文本叙述研究奠定基础。

三、从体裁讨论意向性,将意动叙述和 演示叙述引入叙述学研究

文本是发生在发送者和接收者之间的,这两者之间有一定的意向关系,这种意向性是文本研究框架性的问题。语言学使用“语气”,分析哲学则使用“语力”来处理意向性,奥斯汀就提出了著名的“以言言事”、“以言行事”、“以言成事”三个类型,但大多学者都是站在文本内部(比如语句、判断等)来讨论,而未站在体裁角度并关联到叙述学学科来展开讨论。赵毅衡在总结各家观点基础上,从整个体裁角度提出三种时间向度:过去、现在、未来,由此,整个叙述学从文本意向性的角度,就区分为了记录类叙述诸体裁、演示型叙述诸体裁,意动型叙述诸体裁。“这三种叙述文本的真正区分,在于文本意向性指向的时间方向:过去向度着重记录,因此是陈述;现在向度着重演示,意义待决,因此是疑问;未来向度着重规劝,因此是祈使。”(赵毅衡 2013:36)赵毅衡的这个分类,并不是基于文本内部的语句做出的,也不是基于被讲述内容发生的时间得出的,每个讲述事件里面可能会有陈述、疑问、祈使,甚至各类叙述文本讲的故事都可能接近,但因为文本的意向性不同,文本会被解读出完全不同的意向性。

赵毅衡有关文本意向性的讨论,对叙述学的最大影响是,将演示类叙述和意动性叙述拉进了叙述学研究的领域。“演示类叙述,是用‘现成的’的媒介手段讲述故事的符号文本,可以用于演示的媒介种类有身体、言语、物件、音乐、音响、图像、光影等。演示叙述种类极多,最大一类是‘表演型’的表演,如戏剧、舞蹈、歌唱、演奏、魔术、展览、演讲、口述、沙盘推演、仪式等;演示叙述也包括‘竞赛型’的叙述,即为求得胜赢而举行的比赛、赌博、决斗等;也包括各种‘游戏型’叙述,即无目的,或只有虚拟目的(例如快乐,例如得分等)的游戏与电

子游戏等。”(赵毅衡 2013:38)因为西方不少传统叙述学研究者都认为叙述研究的是“过去时”的文本,因此把演示类叙述排除在叙述学大门外。戏剧、游戏等已经成为当代人们生活的重心所在,叙述学若无法应对这类文本,解释力便会十分有限。

意动型叙述“不仅叙述未来的事情,而且预言这种情节将要发生,劝说或要求受众采取某种行动。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。这一类叙述的最大特点,是承诺某事件会发生,或是否定性承诺,即恐吓警告,其目的都是要求受众做出某种相应的行为。”意动型叙述重在“取效”,广告不断说什么故事,都意在说服接收者购买商品,宣传则往往通过告知某种利益或者危险,说动受众采取发送者期待的行动。

意动型叙述为诺言、宣传等提供了全新的思考方向:意图不仅仅通过发送者意图实现,文本本身就携带“说服接受采取行动”的意动能力。而对于叙述学本身来说,意动型叙述第一次被当做独特的对象放入到叙述学研究中,成为亟待深入研究的领域。

四、提出二次叙述,接收者端获得叙述学位置

叙述发生在发送者和接收者之间,但接收者因为在文本之外,往往被忽略。互联网出现之前,接收者的能动性极为有限,对文本影响较小。传统叙述学更重视文本内的叙述者与受述者、隐含作者与隐含读者这两对关系,对发送者和接收者这对关系研究较少。但互联网出现了,接收者不仅仅掌握有解释权,同时也更多参与到叙述生产中,对叙述文本有更大的影响。普林斯曾提出:“今年来,一般文学研究尤其是叙事研究正在经历从关注作者或文本向关注读者的转变。”、“我们似乎进入了这样一个时代:作家、写作过程和作品的重要性低于读物、阅读过程和读者的重要。”(普林斯 2013:102)普林斯自己也讨论了“阅读叙事”,并提出了“任何读者在他阅读任何文本的过程中都做出重大贡献。”(普林斯 2013:130)但他并未深入讨论接收

者如何解读文本以及这种解读对叙述的影响是什么。

赵毅衡的广义叙述学对接收者极为重视。这首先表现为对心像叙述的讨论。叙述学界一直把心像叙述排除在叙述类型之外,理由是心像无法被理解为具有时间向度和意义向度的叙述。赵毅衡判定心像是叙述的原因是:“首先它们是媒介化(心像)的符号文本再现,而不是直接经验;其次它们大都卷入有人物参与的情节,心像叙述者本人就直接卷入情节。”如果重视接收者在叙述中的作用,便不难发现,心像叙述中,接收者和发出者是同一个人,接收者在叙述的同时也在接收,接收时在不断揭示出文本的时间向度和意义向度。

赵毅衡将接收者在接收过程发生的解释行为定义为“二次叙述”。“二次叙述化,发生于文本接收过程中。只有叙述化,只有叙述文本,而没有接收者的二次叙述化,文本就没有完成叙述传达过程:任何文本必须经过二次叙述化,才能最后成为叙述文本。这个过程并不只是理解叙述文本,也并不只是回顾情节,而是追溯出情节的意义。”(赵毅衡 2013:106)文本经过特定解释社群的二次叙述,获得相对一致的意义。不同的文本本身叙述化的程度不同,需要进行不同的二次叙述。赵毅衡将二次叙述分为四个等级:对应式二次叙述,还原式二次叙述,妥协式二次叙述,创造式二次叙述。

二次叙述重新把一直未受重视的接收者拉进叙述学研究的视野,为叙述文本研究拓展了全新的领域。而对于其他学科来说,接收者和文本之间的互动关系方面,也有新的理论武器。当然,赵毅衡在《广义叙述学》中重新讨论叙述学界长期争论不休的论题,对叙述者二象状态、叙述不可靠、否叙述与另叙述、可能世界、情节否定性推动力等问题,都提出了全新的见解。比如,他辨析了“底本和述本”问题,提出“述本可以被理解为叙述的组合关系,底本可以被理解为叙述的聚合关系。”(赵毅衡 2013:106)

赵毅衡从根本上应对了新媒介时代对叙述学提出的三个挑战:纪实与虚构的区分,为新闻、历史、纪录片等体裁厘清了引进叙述学的基础;有关意动性的讨论,为广告、宣传、游戏等当代体裁确立叙述

学研究方向；而二次叙述等理论的提出，则从整体上改变了叙述学重文本轻接收的现状，使叙述学向全域体裁敞开，获得全新活力。

引用作品[Works Cited]:

安东尼·普拉卡尼斯、埃利奥特·阿伦森：《宣传力：政治与商业中的心理操纵》，林夕榆译，北京：新华出版社，2015年。

戴卫·赫尔曼主编：《新叙事学》，马海良译，北京：北京大学出版社，2002年。

胡亚敏：《叙事学》，武汉：华中师范大学出版社，2004年。

蒋荣昌：《消费社会的文学文本——广义大众传媒时代的文学文本形态》，成都：四川大学出版社，2003年。

杰拉德·普林斯：《叙述学词典》，乔国强、李孝弟译，上海：译文出版社，2011年。

——：《叙事学：叙事的形式与功能》，北京：中国人民大学出版社，2013年。

理查德·沃尔施：《叙事虚构性的语用研究》，见詹姆斯·费伦，彼得·J·拉比诺维茨主编：《当代叙事理论指南》，申丹等译，北京：北京大学出版社，2007年。

饶广祥：“广告是纪实还是虚构——一个符号叙述学分析”，《中外文化与文论》，2015年第3期，第107—116页。

唐忠朴：《广告的生命在于真实》，见许正林、张惠辛主编：《中国广告学研究30年文选：1978—2008》，上海：上海交通大学出版社，2009年。

徐叶：“新新闻主义——新闻客观性的扩容”，《当代传播》，2008年第3期，第92—93页。

赵毅衡：“‘叙述转向’之后：广义叙述学的可能性与必要性”，《江西社会科学》，2008年第9期，第31—41页。

——：《广义叙述学》，成都：四川大学出版社，2013年。

——：《符号学》，南京：南京大学出版社，2012年。