

公共传播文丛·专著

胡百精 主编

说服与认同

Persuasion and Identification

胡百精◎著

中国传媒大学出版社

公共传播文丛·专著 胡百精 主编

说服与认同

Persuasion and Identification

胡百精◎著

图书在版编目 (CIP) 数据

说服与认同 / 胡百精 著. ——北京: 中国传媒大学出版社, 2014.4

(公共传播文丛·专著)

ISBN 978-7-5657-1017-9

I. ①说… II. ①胡… III. ①公共关系学… IV. ①C9130-047

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第115152号

公共传播文丛·专著
主编 胡百精

说服与认同

著 者 胡百精
策划编辑 司马兰 姜颖映
责任编辑 曾婧娴
封面设计 拓美设计
责任印制 曹 辉
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社
社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号
电 话 86-10-65450532 或 65450528
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

邮 编	100024
传 真	010-65779405

印 刷 北京中科印刷有限公司
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 21.25
版 次 2014年5月第1版 2014年5月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1017-9 / C · 1017 定 价 68.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录

CONTENTS

1

目 录
CONTENTS

前言 / 001

上篇

第一章

立言 / 011

第二章

修辞 / 044

第三章

叙事 / 079

第四章

宣传 / 115

第五章

话语权 / 152

下篇**第六章**

现代性 / 189

第七章

共同体 / 224

第八章

对话主义 / 258

第九章

对话伦理 / 293

附录

主要参考文献 / 328

前 言

本书的主题是说服与认同。我们在如下意义上谈论“说服”这个词：说服是一种功利性的沟通形态、过程和方式，言者试图改变听者的认知、态度和行为；说服表现为言者与听者之间的信息传递、意见交换、利益博弈和价值协商，此中自然潜隐着知识、权力、关系、文化等要素对话语的多重建构；说服是在立言、修辞和叙事上的一种专门性努力，既存在结构、策略、技巧的生成和适用问题，亦有德性、审美、信仰之砥砺和拓展问题。

说服在内涵上有广狭之分。狭义说服是指言者对听者单向的、不平等的劝导或“语言暴力”，有时亦指信息关系双向而权力关系不平等的语言运动；广义说服泛指功利性的沟通，包括单向与双向、平等与不平等、均衡与不均衡等各种旨在谋求理解、共识和认同的沟通形态。本书采纳广义上的说服概念，但主要是指那些专门化、职业化的说服。在本书的后半部分（下篇），说服被落实为话语建构、交往实践中双向均衡的“对话”。

“认同”照文直解便是认可、赞同，我们在如下意义上使用这个词：认同是一种主观建构，即对诸如一致性、存在感、身份感、

意义感、归属感的体认和想象。认同可以区分为自我认同与社会认同，前者是指自我意义感的建构及其满足状态，后者是指对他者、外在世界的体认和契合。而以生成论的视角看，认同又可区分为：在沟通中形成的信息认同，基于互惠其惠达成的利益认同，在情感、伦理、灵韵和精神信仰层面达成的价值认同。换言之，认同至少存在三个基本来源：信息交流、利益互惠、价值同构或曰意义分享。与此相应，作为认同的凝结和秩序化的产物，人类社会的共同体亦可一分为三：信息共同体、利益共同体和价值共同体。

说服既是在信息交流层面形塑认同的基本手段，也是促进利益认同、增益价值认同的重要途径。利益的生产和分配、价值的创造和分享皆离不开有效说服。中西文明在各自的童年期便都认识到了说服的重要性，视之为个体的在世状态、基本能力和素养，亦是治理邦国天下的“机枢所在”。因此，旨在提升说服能力的修辞研究于古希腊和中国先秦皆一时壮盛。在古希腊人看来，公民需要借由修辞走向“意见之路”和“真理之路”，从而自由又有序地参与城邦公共事务。中国先秦“行人”则提出，立言、立功、立德乃是人生所应追求的“不朽”所在，一言可以兴邦，亦可丧邦。及至20世纪，叙事学研究开始流行，修辞研究亦有所复兴并发展为新修辞学派。叙事学研究致力于发现文本的“永恒结构”，以说服视角看，就是如何通过稳定或“恒常”的表达框架、话语规则设计，形塑历史和社会生活中的共识、认同。新修辞学派直接从说服与认同的关系切入，提出了达成认同的观念、要素和路径。立言、修辞和叙事是本书前三章的主题。

本书第四、五章将说服与权力联系起来，讨论了宣传与话语权问题。宣传是现代社会“制造认同”的一种常见的语言运动，它整

合各种修辞、叙事手段，在主题设计、仪式操演、群体“驱策”、领袖话语构建等方面无所不用其极。显然，宣传在价值观上是可疑的，甚至被直斥为邪恶的头脑操纵和欺哄；但是，宣传对于整合大众社会，促进政治、商业、文化和宗教认同的作用似乎又是不可否认的。按照福柯的逻辑，话语从来都是知识和权力建构的产物，所谓历史不过是权力有意识地进行“选择”或“消除”后，最终由语言重现的说法和故事。如是，宣传、议程设置、游说以及它们的职业化——公共关系、广告等，皆是权力主体制造认同、维护秩序的语言游戏。或者反过来说，语言或话语竞争的背后，乃是权力的游戏。实际上，现代社会的权力运行主要是靠语言、说服及其场域——舆论来实现的，而说服也往往表现为话语权的争夺。

言及权力与秩序，本书对说服与认同的讨论便获得了一个宏观语境——现代性(modernity)转型。在上篇——前五章，本书从“古—今—中—西”四个维度精细地铺展、清理了有关说服的思想遗产，既有观念上的辨析，也有切近的技巧选择。而以第五章为分界线，本书下篇进入了对现代性语境下的说服与认同、共同体与合法性、对话主义与对话伦理等问题的讨论。所以，本书前半部分是对说服与认同的专题研究，后半部分则将说服与认同问题置于现代性转型这一宏观的历史和社会语境下，并借由哲学、社会学和传播学等多学科的视域融合，试图发现新的问题或答案。

认同是一个典型的现代性话语。传统社会自然也存在认同问题，但血缘、地缘及其连缀、伸展的文化谱系是如此强大，以至于认同乃是“天经地义”、“本来如此”之事。而现代性转型虚化了时空边界，迎来了陌生人社会和多元主义时代，加之“交流的无奈”、利益协调的困境以及价值基础、意义世界的坍塌，造成了深重的认

同危机。用社会学家鲍曼的说法就是，现代人皆为“观光客”或“流浪者”，奔向世界和重返内心都是艰难的；一切共同体都是临时的，或者单单是靠偏见维系的“隔离区”。在一定意义上，认同危机与人类社会的现代性转型可谓相随如影。

现代性概念肇端于启蒙运动，西方在此前尚为传统社会，而后则进入了现代文明。现代性首先意味着一套对抗和超越传统价值的观念设计，譬如理性、主体性、自由、进步，这些崭新的价值将人从神权和君权的奴役中解放出来，成为认知和行动的主体——征服自然、创造财富、争取权利。同时，现代性也意味着基于理性、进步等观念的一套社会运行机制，主要表现为以科技创新、工业化、城市化、市场化、民主化为标志的“现代化”(modernization)。自启蒙运动以来的三四百年间，现代性创造了进步与繁荣的神话。如今，世界上大多数国家都主动或被动地卷入了现代性转型和现代化浪潮之中。

现代性强调以统一、高效的共同体力量来促进发展和进步，实现由低级到高级、由贫弱到富强、由落后到发达的历史跨越和宏大叙事。此中，说服既是共同体的黏合剂，也是进步的催化剂。事实上，现代性转型在每一个国家都引发了剧烈变革，必须依靠有效的说服维系认同和秩序，避免分裂，团结向前。因此，尽管说服是古老的社会现象，但诸如宣传、广告、公关等职业化、产业化的说服实践却是典型的现代事业。譬如，美国公关业就诞生于19世纪末20世纪初的工业化、城市化浪潮中。彼时，一些职业说服者希望促进利益集团与大众的沟通、协商，以确保社会认同和团结，推动社会温和改良，避免颠覆一切的暴力革命。这是本书第六章讲述的故事。

现代性是一个自我否定的动态存在，它带来了繁荣，也制造了

惊人的危机，兹举数例如下：现代性告别了传统价值的神圣性——上帝死了，也因此切断了终极意义的来源，工具理性炽盛而价值理性则凋零不堪；现代性的主体性原则促进了人的解放，也造成了人与自然、人与人、人与社会的疏离和对抗，自然风险、社会风险、经济风险、信任风险和暴力风险一触即发；个人主义、自由主义泛滥，导致现代社会原子化、碎片化、虚无化；片面的科技进步将人类推向了毁灭的边缘，生化战争、核战争顷刻便可灭绝文明。总之，现代性的每一个关键范畴都制造了自己的反面，形成了普遍存在的矛盾性，诸如秩序与混乱、真与美、自我与他者、中心与边缘、生产与消费、所指与能指、拟象与真实，等等。诚如贝克和吉登斯指出的那样，现代性一步一步把人类逼向了风险社会。

认同危机既是现代性危机、风险社会的一个表征，也是加剧前述危机的重要因素。譬如，在缺少终极意义凝摄的境况下，认同便只能停驻在交流的表面，或卷入利益的漩涡——这是我的真理，你的呢？而意义乃是协商的产物，若无起码的认同，何以在现代社会重构意义世界？

本书第六、七章考察了现代性危机的成因、表现，以及重建、拓展现代性价值的可能性。吉登斯、泰勒、哈贝马斯和鲍曼等人认为尽管现代性危机重重，却是一项未竟的事业，它所许诺的解放、进步和自由等价值仍须拓展，市场经济、民主政治和公民社会理应进一步完善。他们提出了重建现代性的诸多可能性，其中对话以再造认同、共同体乃是一个基本方案。他们的逻辑并不复杂：

由于现代社会的风险和危机已然普泛至自我、人际、社会、自然等几乎所有领域，因而只有以认同和共同体的力量才能促成真正的改变。对话是构建认同和共同体的通途，它既是一项利益策略——

协同抗击风险、促进利益生产和互惠，也是一项意义策略——价值同构和意义分享。吉登斯、泰勒、哈贝马斯和鲍曼等人都相信，对话蕴涵着这样一种潜能：促进工具理性与价值理性、解放政治与生活政治、政经系统与生活世界、个体与共同体、同一性与多样性、安全与自由等诸多现代性二元范畴的动态均衡和彼此增益，从而缓解现代性危机。

在此基础上，本书第八章描绘了由巴赫金的对话主义、阿伦特的积极生活和公共领域、哈贝马斯的主体间性、交往理性和生活世界等概念构成的对话思想地图。他们的共识主要包括：第一，对话成就自我，亦即对话是人之存在的条件和方式，自我只有在与他者的对话中才能得以确认、拓展，才能形成其独特性和完整性。第二，对话将行动的权利落实到个体，推进微观解放——早期现代性转型只实现了宏观性、制度性、物质性的解放，培育生活政治、生活世界和积极生活，促进个体在公共领域表达意见、彰显自我、增益公共之善。第三，从个体、人际交往出发，经过“积极上升”，对话的观念、原则和方式可以扩大至各类社会组织、社会运动、民族国家乃至整个人类共同体。

吉登斯、泰勒、哈贝马斯等人在对话问题上的交汇和共识一点也不偶然。他们虽然视角各不相同，却共同面对着 20 世纪末叶人类社会的发展境况。当波澜壮阔的 20 世纪经过一战、二战和“冷战”，行至最后一段路程的时候，现代性的神话和危机都达到了一个巅峰。现代社会的自反性、矛盾性空前加剧，一方面是进步和繁荣的召唤，一方面则是风险和危机的催迫。而无论是繁荣还是危机，都意味着对话成为必要的解决方案，甚至上升为时代的主题。

如果把眼界打开，我们还会发现更多始自 20 世纪八九十年代的

对话主义转向。在哈贝马斯等一批思想家齐刷刷地转向对话问题的时候，传播学领域的议程设置研究正在转向强调多元协商的议程建构，说服研究则从如何优化说服者的控制转向了如何激发说服对象的自我效能；在公共关系领域，双向均衡观念成为主流，强调对话和意义建构的修辞范式方兴未艾，致力于构建关系网络和共同体价值的关系范式亦迎头赶上。

实际上，对话主义的思想地图只有在一个以对话为主题、方式、风格和气质的时代，才能找到它所描绘的世界的入口。互联网开启了这个入口。进入 21 世纪，互联网变得像道路、水、电和空气一样重要。每一种技术都有自己的哲学，互联网的哲学就是对话。本书自第五章起，从话语权、时空观、合法性等多个视角考察了互联网的对话逻辑。

当对话时代到来，说服的范式理应转向双向、平等、均衡的对话范式。然而，对话是否存在普遍的道德基础？平等是可能的吗？何以保障对话者的地位平等、机会平等和话语权平等？为了实现多元对话，寻求理解和认同，对话者应秉持哪些交往原则？为此，本书第九章考察了阿佩尔、哈贝马斯的对话伦理思想。由于受康德道德哲学基础主义和形式主义的影响，他们将对话伦理定位为一种程序伦理。本书最后又探讨了程序伦理与实质伦理在对话、交往实践中融合的可能性。

本书的起点是立德、立功、立言问题，最后又回归到对话——当今时代的立言与说服范式——的伦理和事功之上。当对话范式贯通宏观与微观、言说与行动、个体与共同体，本书前五章讨论的立言、修辞、叙事、宣传和话语权等问题就变得既重要又实在了。前五章的全部努力就是打通、整合古今中外的一些对话智慧，以在第六、

七、八、九章提出的现代性语境下，拓展个体、共同体的对话观念、能力和德性。

本书的理论资源主要包括：中西修辞学理论；启蒙哲学的主体哲学、意识哲学和道德哲学；20世纪的语言学转向及相关的叙事学、结构主义、后结构主义研究；社会学领域的现代性与后现代理论；社群主义思想；对话主义思想；传播学、说服研究、公共关系理论。需要指出的是，鉴于公共关系乃是以“制造认同”为职志的专业说服手段，包含人际、群体、组织和公共性的多种沟通形态，且广泛渗透于现代社会的政治、经济和文化诸领域，因此本书多处以之为考察个案和分析对象。但是，这的确不是一本有关公共关系的书。

本书在写作中有三个尝试：一是跨学科的视域融合；二是历史和逻辑的统一；三是表达风格上的对话——上篇试图写得灵动、有意思，下篇尽力写得严整、有意义。每一个读完本书的人都会发现，这三个尝试皆未能真正落实。如此便只能寄望于对话了，或可有认同和超越。

感谢所有师长、朋友，感谢亲爱的同学们，感谢我的家人。感谢你们的理解、爱和宽容。在本书接近四年的写作过程中，每完成一段文字，我都会假想你们看到、听到他们会怎样批评我、鼓励我。最后，感谢中国传媒大学出版社司马兰、姜颖昶老师对我的信任和帮助。

上 篇

第一章

立言

人类自有了语言，有了交往、合作、被承认、建立秩序和维系共同体的需要，大概便有了于情、于理上自觉的说服。在古希腊，修辞、说服术被视为一个公民能够“积极生活”、参与城邦公共事务的基本素养，乃是从“意见之路”奔向“真理之路”的资粮。中国先秦则涌现了一大批职业说客，他们深度介入、干预了中国历史和中华文化的发展进程，“立言”被视为超越人生局限性、利益家国天下的一项“不朽”之业。

第一章的任务是回到历史的起点，寻找、确认自觉、专业的说服于发轫的愿景、职志和核心价值。也许每个人都有如是切身体验：在最初起心动念、举步向前的时刻，往往目标最清晰，信念最坚定，脚步也最有力。所谓初心不改，就是不把最初的使命抛在脑后，而是在行路中一以贯之、弦歌不辍。本章将在一堆史料和故事中拎出三组、九个关键词：立德、立功、立言，管理、传播、关系，信息共同体、利益共同体、价值共同体。最后，我们试着将这些关键词连缀一体。

一、立德、立功、立言

在中国传统士大夫阶层、知识群体中，《左传》所载录的“三不朽”之论应是人尽皆知：

二十四年春，穆叔如晋。范宣子逆之，问焉，曰：“古人有言曰‘死而不朽’，何谓也？”穆叔未对。宣子曰：“昔句之祖，自虞以上为陶唐氏，在夏为御龙氏，在商为豕韦氏，在周为唐杜氏，晋主夏盟为范氏，其是之谓乎？”穆叔曰：“以豹所闻，此之谓世禄，非不朽也。鲁有先大夫曰臧文仲，即没，其言立，其是之谓乎。豹闻之，‘太上有立德，其次有立功，其次有立言’，虽久不废，此之谓三不朽。若夫保姓受氏，以守宗枋，世不绝祀，无国无之。禄之大者，不可谓不朽。”（《左传·襄公二十四年》）

立言与不朽

故事发生在鲁襄公二十四年春，鲁国大夫穆叔出使晋国，晋臣范宣子“逆之”来迎。范宣子以自己家世为例求教叔孙豹何为不朽。“句”是范宣子的名字，他说，我的祖先在虞（舜）之前为陶唐氏，在夏商周亦为御龙、豕韦、唐杜等望族，子孙相继到如今晋国范氏，可谓基业久远，是否算得上不朽？穆叔不留情面，直言此乃世俗利禄，非为不朽。这并不难理解，凡可度量、建造之物——譬如世俗利禄，必有朽败、毁灭之时。

穆叔即叔孙豹，谥穆，史称叔孙穆子，春秋能臣，著名行人。行人即行者、使者，游走、游说于诸侯邦国、庙堂江湖，交攻离合，合纵连横。周代中央政权设大行人和小行人，大行人三人，为中大夫，类似今日部长一级；小行人四人，为下大夫，近乎今日司局长一级。

依周礼等文献记载，行人的主要职责是咨谏君王、沟通诸侯、宣告政事、操持仪式和礼待宾客。如是而观，除了缺少飞机和微博等现代交通、沟通工具，先秦行人与今日的新闻官员、公共关系经理可谓同路人。“同路人”的说法显然有失恭敬，叔孙豹等先秦行人乃是职业说服者所应礼拜的先驱。

范宣子提出的“何谓不朽”是一个好问题。庄子将人世速朽的困境表述为“即生即死”——一个人热腾腾地生下来就朝着灰冷冷的死走去。后世德国人海德格尔（Martin Heidegger）也有相应的说法——“向死而生”，人可能是唯一知道自己必死而又无力改变的动物。在白茫茫一片真干净的大地上，一个人要过一种怎样的生活、留下什么方为不朽？叔孙豹的答案是，太上有立德，其次有立功，其次有立言，虽久不废，乃为“三不朽”。

大抵在同一个时代，古希腊的苏格拉底、柏拉图和亚里士多德等人也在反思“什么样的生活值得过”。他们将公民（当时的自由人，区别于奴隶）的生活分为两种：积极生活和沉思生活。前者是指积极介入城邦公共事务，表达意见，彰显自我，促进公共福祉；后者是指过一种哲学——爱智慧、思辨真理的生活。在二者关系上，积极生活服务于沉思生活，即表达意见以发现真理——真理存乎意见交换之中。此中，说服、公共讨论便是公民经由意见之路靠近真理之路的重要依凭。

叔孙豹的“三不朽”之论，同样也是在文化童年期对“什么样的生活值得过”的一种回答。他与古希腊圣哲一方面“英雄所见略同”，皆视言说为安身立命之道；一方面也分殊甚巨，中国人的言说之路通往德性，古希腊人的意见之路则靠近真理。叔孙豹认为，世禄当求可求，却无关不朽。值得过的生活、值得追求的生命价

值乃是立德、立功、立言。两千多年来，“三不朽”观念渗入中国传统文化的血脉之中，成为中国士大夫、知识精英的一种主流的在世态度和生命主张。

胡适承认“三不朽”观念在中国人心目中的神圣性和普遍性，但他深感达及“三不朽”并非易事，因而它只算得上是“少数人的伟业”。实则不然，德有厚薄，功有大小，言有嘉庸，有力者治国平天下，无力者修身齐家。如孔孟程朱王阳明那般“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平”自然不是易的，但是自求功德、言致良知却是“多数人的凡行”。加之中国儒家文化素来缺少西方文化中宗教性的终极关怀，这现世可行的“三不朽”便成为中国人慰藉人生、直面生死时的价值依皈。事实上，立德、立功、立言正是中国人把速朽之“小我”汇入不朽之“大我”，以及实现胡适宣称的“对于那永远不朽的‘大我’的无穷过去，须负重大的责任；对于那永远的‘大我’

① 参见胡适著，胡明编：《不朽——我的宗教》，光明日报出版社1998年版，第265页。

的无穷未来，也须负重大的责任”的基本途径。^①即使在今日，我们若是对自己冷观回视，会发现“三不朽”仍是潜隐在内心深处的一种复杂情结。

具体到说服者的修养，“三不朽”实际上确立了以立德为根本、立功为目标、立言为路径的行人职志。对照之下，今日的一些说服现象未免让人痛心。以公共关系行业为例，自20世纪80年代“西学东渐”以来，公关在中国一直承受“污名化”之苦，诸如“公关小姐”、“洗脑”、“语言暴力”、“舆论压制”等。这自然有外界误解的因素，却也与一些公关活动寡德、贪功、妄言有关。这些活动的策划者、实施者，全然不知、不顾先秦行人立德、立功、立言之训诫。抛弃如是训诫，而欲求堂皇的人生和体面的事业，儒家称之为“缘木求鱼”，道家斥之为“不知常，妄为凶”，佛家呵之

为“蒸砂为饭”。

从个体追求层面跳出来，立德、立功、立言同时也倡导了一种群体精神和公共意识。何为德？德者，道之用。道与德是体用不二的关系，德是人们对道的体认和实践，而道广大无外，精微无内，万物一体，周遍无碍。简言之，德就是依循大道，成就他人并因此成就自己。离德则道废，悖道则德失。在我们的祖先那里，道德未必完全是一个指涉约束、规范和戒律的词语，而是反映了一种冷静、深沉的世界观和人生观，不是你“应该遵守道德”，而是说天地、家国、族群“以道德的原理和机制运行”。

再看立功。功有多义，如劳绩、成效、本领、能耐，在物理学中还指能量交换及其引起的变化。多义合一，功实际上是指通过付出、互动而促成改变、改善。在中国传统文化中，功德、事功是两个常见的词语：德即自他一体的内在心行，功乃贡献、付出的外在作为；事是过程中的业务，功为所达及的绩效。庄子转述孔子的话说“事求可，功求成”，^①意即做正确、恰当的事，避免无功而返或功败垂成。以德为基，经事济世，建功立业素为“大丈夫”平生之志。当然，功名之道，“无之不乐，哪知有更堪忧。”^②

① 支伟成：《庄子校释》，中国书店1988年版，第89页。

②（宋）辛弃疾著，朱德才选注：《辛弃疾词选》，人民文学出版社1988年版，第190页。

除心行之德、作为之功外，第三个不朽指向了表达——立言。言说是人类最独特的能力之一，表达自己，影响他人，反映并建构世界。在孔子那里，言说的重要性被表述为一句“一言可以兴邦，亦可丧邦”（《论语·子路》）。在上下失序、群雄逐鹿、百家争鸣的先秦，兴邦、丧邦之论并未夸大言说的作用。先秦出现了臧文仲、叔孙豹、子产、苏秦、张仪等一大批专门以言说、游说为业的行人、策士，《左传》、《战国策》、《史记》和《资治通鉴》中载之有名有姓者数

百人。春秋行人和战国策士乃是先秦“大时代”不可或缺的角色，苏秦、张仪等人则恢奇雄浑，行则虎虎生风，“一怒而诸侯惧，安居而天下熄”。^①

① 徐洪兴：《孟子直解》，复旦大学出版社2004年版，第135页。

说服者的职志

从先秦至今，说起来有两千多年的跨度，其实不过是一本历史书的厚度。立德、立功、立言之“三不朽”，在今日亦可被视为说服者的职志，这是一个固本清源的过程。以下仍以公关业为例说明。

现代公关诞生于19世纪末20世纪初美国工业化、城市化浪潮之中，随后数十年在世界各国逐渐普泛。20世纪80年代，中国引进了现代公关理论和经验。在90年代兴起的“国学热”思潮的推动下，中国公关业一度焕发出强烈的理论和文化自觉，试图解决“西学东渐”的公关在本土的“消化不良”问题。^②这种自觉当然是可贵的，西洋镜要照，自家祖宗的心智和手艺更应传承。然而，中国公关业在90年代最重要的议程乃是培育专业市场，“向传统文化进军”的姿态尚未做足，便急切、深度地卷入了市场化洪流。

② 参见熊源伟、余明阳：《关于现代公共关系与中国文化的研究构想》，载《公共关系报》，1992年12月10日。

我们之所以主张以“三不朽”为今日说服者的职志——或可成为中华文化观念下的公关行业宣言，也正是对90年代那场理论和文化自觉运动的一种延续。宣言的意义在于确立职志、澄明信念和凝摄核心价值，“三不朽”正堪为此任。理由如次：

甲，“三不朽”回答了“公关何为”。百余年来，现代公关成就“漂白”了无数人的声誉，自己却始终为承认而斗争，这听起来像一个

笑话。为什么能言善辩的公关人缺少自我辩护、自我决定、自我建构的勇气和能力？这是因为在公关业的虚弱处，尚缺少合法性柱石的支撑——公关何为？公关业的病症——业务、伦理、声誉上的危机，大多是合法性危机的“同病别发”。这样的追问令人难堪，你说你的神通、戏法儿、喇叭、烟火、妆容、关系、平台，却始终找不到一句话简单而自足地表达一个意思：公关是做什么的？

在“公关何为”这个问题上，中国公关的先驱叔孙豹在两千多年前提供了答案：立言以成就功德。立言者，人际说服、群体互动、组织沟通、大众传播、社会对话、公共讨论皆在其内，此乃公关之“职”；功德者，自利利他，互惠其蒙，增益公共福祉，此乃公关之“志”。如是，在中国文化视野下，公共关系以立德为根本，以立功为目标，以立言为路径。

乙，“三不朽”确立了公关的道德基础和价值追求。在现代公关的发展进程中，存在多个版本的行业宣言。1906年，现代公关之父艾维·李(Ivy Lee, 1877-1934)在协助宾夕法尼亚的煤矿企业处理矿工事件期间，发表了现代公关行业的第一个宣言，提出了“讲真话”的原则。在1907年的一篇文章中，李又提出了“凡有利于公众的才有利于组织”的信条，并将之表述为“开明自利”(enlightened self-interest):“(公司)就像个人一样，为公众做得越多，越是利用机会为公众服务，公众也就越会回报公司。公司给雇员的待遇越好，雇员就越是忠诚和有效率。如是‘协同与激励’政策，不过是对常识的一种拓展罢了。”^①讲真话、开明自利分别指向了立言和立功，同时也包含着坦诚、互惠的道德主张。

① Ray Eldon Hiebert, *Courtier to the Crowd: the Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Iowa State University Press, 1966, p.93.

20世纪50年代，美国公共关系协会(Public Relations Society of

America, PRSA) 在其章程中提出, 公关行业应奉行如下原则: “我们服务于公共利益; 我们对雇主负责, 做负责任的倡导者。我们在思想、事实和意见的市场中发出声音, 目的在于使公共讨论更有意义……促进准确和真实的信息自由流通, 对于确保公共利益和民主社会的明智决策至关重要。”显然, 这一倡导亦围绕言说的价值展开: 促进事实、思想和意见的沟通, 保障公共讨论和民主决策, 服务于雇主利益和公共利益。

艾维·李、美国公关协会的宣言与立德、立功、立言之“三不朽”在观念上有其同构之处。它们皆强调借由立言达及“真”和“善”。而深究下去, “三不朽”则在求真求善的基础上, 还增加了求“美”、求“和”。如前所述, “三不朽”的根基在于立德, 德为道之用。在中国文化语境下, 道德的一个关键范畴便是自我、人天、人人、人与社会的和谐。同时, 以中国文化的整体观看, 美即和谐, 所谓美美与共, 各美其美。

就此而论, 作为西方“舶来品”的公关之所以在中国出现“消化不良”, 倒不是因为学界和业界囫囵吞枣、暴饮暴食。恰恰相反, 西方公关在切入中国文化时, 缺少一种必要的圆融感和完整性。譬如, 西方公关的着力点一直是话语建构, 而中国公关的逻辑和现实起点则是和谐关系的建立、维护和管理。对和谐关系的“偏好”容易导致公关实践的庸俗化——拉关系, 却也有其正当性, 它根源于中国文化的集体、共同体观念。这不是“国粹论”, 也不是“特色论”, 我们从西方借用了公关的概念和观念, 正确的态度理应是拓展和弥合。拓展其科学性、规范性, 弥合其价值上的褊狭与残缺。具体言之, 西方公关求“真”、求“善”的工具理性和契约理性值得我们学习、拓展; 而求“美”、求“和”之道德基准和价值理性

则应成为中国文化对世界公关的一个贡献。

丙，“三不朽”既是超越性的信条，也是实用性的原则。超越性即人皆信奉、自足自明的价值属性，它强调“三不朽”作为一种道德理想而存在，是难为却应为之“伟业”和价值信条；实用性即在实践中可持可守，而且如是持守对于事功大有裨益，它强调“三不朽”是应为可为、必有善果的“凡行”和实践原则。对公关而言，道德的位置应处于信仰和行规之间。正如灯塔，可供仰望、守候，却不能距离航船太远。同时，公关道德应具有内源性特征，人们之所以甘愿奉行，不只是因为脱轨将遭到外部的惩戒，而且相信自己持守如常，将获得更广大、更厚实的利益和福祉。倘若一种道德主张只欲施加约束，而忽略对整体、个体利益的深切关心和长久滋养，终究是虚妄。

“三不朽”将立德与立功并置，正是对理想与现实、德性与事功等量齐观，而立言则是连接理想与现实、德性与事功的梯子。以“三不朽”为认识论和方法论框架，公关策划、实施和效果评估便存在三个标准——有德性，做得对，说得好。单就“说得好”而论，一次游说、一场演讲、一篇公关稿皆应彰显所倡导之事物的功与德。道德的资粮越是丰厚，成功的可能性就越大，所谓得道多助或厚德载物；真正的成功，须经得起道德检验，并提升道德理想的温度和亮度；立言则是成就功德的手段，也是对功德的表达和建构。

最后再回到叔孙豹。行人叔孙豹知识渊博、见地宽广，在人们对他赋诗言志、外交陈词和沟通诸侯的诸多评价中，有一项至高的赞扬——不辱国格，亦不辱人格。这大抵称得上理想与现实、德性与事功合一了。对今日公关业，为组织利益而牺牲人格或者为保全人格而牺牲组织利益，仍是令人纠结之事。叔孙豹堂堂正正，不卑

不亢，当有者争，不应有者又可以让。

钱穆在《中国思想史》一书中说，《左传》

载录那么多风流人物，可他只想写两个

人，一个是子产，我们将在下一章介绍他，另外一个就是叔孙豹。^①

① 参见钱穆：《中国思想史》，台湾学生书局1995年版，第3页。

叔孙豹在回答范宣子时提到了臧文仲，说他“既没，其言立”。臧文仲是鲁国的执政大夫，即使在死后，他讲的很多话仍是诸侯名士征引的名言。有一年，鲁国饥荒，国危民困之际，臧文仲向鲁庄公提议，将祭器国宝都拿出来向齐国换粮食。这显然是一个冒险的主意，以祭器国宝换食物，在象征意义上非亡国而不可为。奈何情势紧迫，庄公不得不铤而走险。臧文仲请命出使齐国，庄公使往。他对齐君说：敝国人民羸困将死，连祭祀周公、太公（亦为齐之祖先）都难以为继。为了保民生、续祖业，我们宁失体统和颜面，而以国之重器换贵国积余的粮食。齐君为之动容，颇以救鲁为功德，不但施粮于鲁，而且归还了祭器国宝。在使齐之前，臧文仲与他的从人（侍从）有一段广为传诵的对话：

从者曰：“君不命吾子，吾子请之，其为选事乎？”文仲曰：“贤者急病而让夷，居官者当事不避难，在位者恤民之患，是以国家无违。今我不如齐，非急病也。在上不恤下，居官而惰，非事君也。”^②（大意如下：侍从说：“国君没有指派你使齐救急，你却主动请命，这难道不是自找麻烦吗？”臧文仲说：“贤者急人危难而谦让平易事务，为官者当事任事而不避危难，在高位者体恤民之忧患，如是国家才能安定。今日若我不去齐国，就有悖于急人危难的原则。身居上位而不体恤于下，为官而怠惰，亦非臣子事君之道。”）

② 郭国义：《国语译注》，上海古籍出版社1994年版，第118页。

二、传播、管理、关系

公共关系本质上就是一种专门化的说服，囊括了人际、群体、组织的各种说服手段，大众传播、公共讨论亦是其所擅之长。因此，公关为我们考察职业化说服提供了一个综合性、代表性且实在的个案。实际上，立德、立功、立言之“三不朽”在当今时代不仅可以落实为公共关系行业的宣言，职业的说服者皆可视之为职志。而当互联网许诺了“人人发言”的技术民主，“三不朽”更可成为普通人积极生活、公共参与的理想，它的现世价值和超越性意义大有重振的必要和可能。当然，这是本书的后话了。

本章第二个段落仍以公关为个案，通过清理现代公关三位奠基人和三个学术流派的思想遗产，探讨职业化说服在功能论、价值论和方法论上的基本预设。

“公众该死”

为了形塑认同、确立合法性，很多学科和行业都曾发起“寻父运动”，诸如经济学之父、社会学之父、汽车之父、计算机之父等。公共关系也不例外，在美国，公认的现代公关之父就有三位。第一位现代公关之父是巴纳姆（P.T.Barnum，1810—1891），另外两位分别是前面提到的艾维·李和即将出场的伯内斯（Edward L.Bernays，1891—1995）。一般来说，学科或行业之父至少应该具备两个条件：一是作出了奠基性、开创性、引领性贡献，二是道德高尚，堪为后世师表。三位公关之父皆符合第一个条件，而在道德上却都有明显“瑕疵”。这大概也预示了现代公关虽有立言之功，却始终面临道德合法性不足的困境。

我们可以用如下五句话来素描巴纳姆：“每一分钟都能创造一个顾客”的生意人——马戏团和博物馆老板，当时美国最有钱的人之一；反酗酒运动等公益活动的倡导者、公共演讲家、虔诚的宗教徒；做过议员和市长，欧美众多权贵的亲密朋友；根据 20 世纪 90 年代美

① See Joe Vitale, *There's a Customer Born Every Minute*, John Wiley & Sons, Inc., 2006, flypage.

国的一项民意调查，美国人忘掉了三分之一以上总统的名字，而辞世百余年的巴纳姆却家喻户晓；^①卓越的宣传智慧和能力是他获得前述成就的主要原因之一。

巴纳姆并不知道自己后来被追认为“公关之父”。他活在自己的梦想里，并且成为一个时代的造梦师。在 19 世纪前半段的“西进运动”中，在后半段的“镀金时代”，巴纳姆都创造了宣传的奇迹。这两个时代被南北战争分隔开来，各有各的主题和背景，但对于新生的美国来说，19 世纪最重要的事情是发展、进步和创造财富。巴纳姆对时代有敏锐的观察和深切的关心，他用宣传点燃欲望和财富之火。作为一个马戏团、博物馆老板，他通过宣传让人们对他演出和展品心向往之，随后蜂拥而至、开心地掏钱。

为了推销自己的生意，巴纳姆把那个年代的宣传观念、资源和策略运用到极致，几乎使用了今日所有重要的公关手段：持续性媒体传播、演讲与游说、制造焦点议题或轰动事件、跨界公关、意见领袖代言、倡导公益性社会运动等。尽管他并未提出“公共关系”这个概念，但他的确是最早自觉、专业、系统地利用公关和说服手段成功获利的人。传记作者瓦伊塔尔（Joe Vitale）将巴纳姆的商业策略概括为“十大黄金法则”（10 rings of powers）：每一分钟都创造一位顾客；制造噱头、俘获关注；提供物超所值的服务；持续投放广告；善用人际网络；创造性协商，尊重每一位雇员和合作者；善意与慈悲；相信媒体的力量；相信文字的力量；相信演

① See Joe Vitale, *There's a Customer Born Every Minute*. John Wiley & Sons, Inc., 2006, pp.12-16.

讲的力量。①

巴纳姆的一生太过恢弘和复杂，下面的故事也许可以更真切地

展现他。他网罗了才华横溢的侏儒、歌唱家加入马戏团，以及稀奇古怪的人和动物作为博物馆展品。譬如，他的马戏团里有一位“据称”给华盛顿做过奶妈的161岁的黑人老太太，还有一条“传说”来自斐济的美人鱼。英国维多利亚女王曾多次召见巴纳姆，观看他的侏儒——“大拇指将军”的表演。为了宣传马戏团，巴纳姆让大象在铁路边耕地，过往旅客惊奇不已，媒体陆续前来报道，一小块地被大象耕了60多遍。某次表演散场后，马戏团里的一头大象为救小象而被火车撞死，巴纳姆把大象做成标本放在博物馆。随后，在他的宣传下，这头大象成为了伟大母爱的象征。母亲们带着孩子，泪流满面地买票参观巴纳姆的博物馆。

在几乎所有宣传活动中，巴纳姆都追求“让人们惊讶，让人们讨论，让人们百思不得其解”。他承认，“我所赚的每一分钱都得益于美国媒体的宣传……我的客户之所以遍及海内外，正是得益于可以持续、自如地使用这个国家的报刊……对于我所获得的成功，大众媒体的贡献几乎比其他所有因素的总和还要多。”②

显然，巴纳姆涉嫌欺诳、操纵公众。他留下了

② Ibid., p.22.

现代公关史上的一段著名公案：有人指认，巴纳姆曾骄横、粗鄙地说过“每一分钟都会诞生一个笨蛋”——那些受他的宣传鼓动观看马戏表演、参观博物馆的顾客，不过是一个又一个活该受骗的笨蛋。除了巴纳姆，当时的铁路大亨范德比尔特（Cornelius Vanderbilt）也曾说过一句类似的话——“公众该死！”这是典型的19世纪末的公众观，一些社会精英认为，所谓公众不过是愚蠢、躁动、充满欲望、

轻易受骗的群氓。瓦伊塔尔经过考证提出，“巴纳姆尊重他的顾客，给予他们物超所值的服务。他从未说过、写过、可能也从未想过这么愚蠢的一句话，相关的研究者或历史学家也没有发现任何证据

① Joe Vitale, *There's a Customer Born Every Minute*, John Wiley & Sons, Inc., 2006, p.2.

表明他曾说过这句话。”^①然而，有人坚持认为巴纳姆在愚弄公众，引领了“公共关系的黑暗时代”，认其作父乃是公关行业的“一种屈辱”。

公众是笨蛋吗？公众该死吗？问题的关键不在于巴纳姆是否说过那句话，而是宣传家、说服者究竟如何看待公众。比巴纳姆出生略晚的法国社会心理学家勒庞雄辩地论证，群体易变、冲动，极易受到暗示、传染和操纵，不过是“乌合之众”。巴纳姆宣称，“我不相信‘愚弄公众’那一套，但是我相信首先得让公众第一眼就注意到你，然后你才能取悦他们。”事实上，作为一个娴熟的宣传家，巴纳姆对公众所做的确实远远超过了“取悦他们”这个程度。他一直使用“娱乐”、“取悦”、“善意的谎言”等字眼淡化自己的操纵意图，而他一直熟练地运用着那些操纵公众的宣传技巧。

历史总是有多个版本。在批评者眼里，巴纳姆是一个以宣传牟利的骗子。而在拥护者眼里，巴纳姆是“发现之父”、“广告界的莎士比亚”（当时尚无“公共关系”一词）、“政治家”和“营销天才”。此外，他还是积极投身公益事业的社会活动家，希望创造一个美好、柔软的社会，他和好友马克·吐温 (Mark Twain) 一样是那个年代的青年导师，劝诫青年要有理想而不空想，掌握一技之长，善于沟通，勤勉奋斗。在他的演讲名篇《商业成功之道》中，巴纳姆向青年人提出了十个建议：选对职业、言而有信、全力以赴、头脑清醒、脚踏实地、集中精力、善于用人、广而告之、杜绝奢侈、自力更生。巴纳姆在演讲时喜欢引用莎士比亚的一句话：“钱财、方法和知足，乃是人

①〔英〕莎士比亚：《莎士比亚全集（二）》，人民文学出版社1994年版，第144页。实际上，巴纳姆的引用与莎士比亚的说法有出入，后者说的是钱财、资本和知足。

生不可或缺的三位挚友。”^①

也许《泰晤士报》在巴纳姆讣告中有关“无〔〔害的骗子”的说法更为公允：“他知道‘人民’

(the people)意味着‘群众’(crowds)……他的理想是依靠群众、以群众为生并且走在他们的前面。他一生都热衷于让人们(the public)看见、鼓掌然后付钱。”讣告还提到，巴纳姆的名字已经变成了一个代名词，意味着“一方行骗而无恶意，一方受骗而心甘情愿”的皆大欢喜。^②

临终之前，巴纳姆对追随者说：

② See Neil Harris, *Humbug: The Art of P. T. Barnum*, University of Chicago Press, 1981, p.282.

“你必须经常举办一些恢弘而铺张的展览，但同

时你也需要有一些朴素、纯粹、有德性和有意义的展览。永远不要去迎合人类最卑劣的本能，应该像我这样千方百计地提升娱乐的道德品格。记住，孩子们并不是我们最重要的顾客，但我宁愿听到孩子们因喜爱我的展览而发出开心的笑声，也不愿向威尔士亲王阿谀献媚而获得他的赞许。”^③

③ Joe Vitale, *There's a Customer Born Every Minute*, John Wiley & Sons, Inc., 2006, p.63.

开明自利

1900年，普林斯顿大学毕业生艾维·李成为一名记者。当时，美国正处于疯狂的工业化和城市化进程中，政治与商业、精英与大众、财富与心灵之间的传统关系和秩序遭到动摇、瓦解。繁荣背后的危机逐渐在历史的前台清晰显现：经济垄断、阶层分化、贪腐盛行、环境破坏、道德沦丧、信仰凋零。此间，新闻媒体发起了声势浩大的“扒粪运动”——揭露商业和政治的罪恶，来自底层大众的抗争运动更是风起云涌，动辄卷入数万、十几万人的罢工和流血冲突事

件使所谓“美国梦”和整个资本主义体系面临着破灭、颠覆的风险。

在“扒粪运动”中，李作为一名记者发现美国社会正面临着两个选择：要么通过革命“彻底推翻当下的文明”，当时的俄罗斯正在酝酿这样的革命；要么采取卡内基、杜威等人提出的路线，“在现有制度下的进一步改良”。李选择了后者，他认为有必要设计一种社会机制，这种机制可以促进利益集团、媒体、公众之间的沟通，以使各方能够温和地推动社会进步。

当恢宏的时代舞台需要一个必不可少的居间者角色时，李以其智慧和德性抓住了机会。1904年末，他和合伙人帕克（Judge Parker）在纽约证券交易所附近正式开办了“帕克和李公关（publicity）公司”。李相信“人民已经登基为王”并且不是愚昧的群氓，而大企业及其政治联盟亦非罪不可赦，现代社会真正匮乏的乃是沟通。他正是要以沟通为业，连接不同的利益主体，弥合各方的裂痕。李并非公关事业的第一位奠基者，巴纳姆在此之前已经尝试了现代公关的诸多策略和手段。而同样作为公关之父，李的贡献在于从总体上确立了公关事业的观念和原则，尤其是把公关嵌入现代社会系统运行之中。

李称不上伟大的思想家，但他真切地把握了时代的脉搏，并和它一起跳动。在李的推动下，公关事业从“公众该死”的时代转向“公众理应知晓”的时代。1906年，宾夕法尼亚州的铁路主干线发生了一起严重车祸，铁路公司一如既往地封锁了事故信息。李作为公关顾问对此坚决反对，他建议并实施了如下策略：检查路基，防范事故重演；赔偿死难者，承担伤者医疗费；公开、诚实地回应媒体关切；对事故原因给出专业、权威的解释；为媒体实地采访创造各种方便，向记者提供现场照片等。最终，宾夕法尼亚铁路公司得到了自“扒粪运动”以来最公正、最具善意的媒体报道和评价。李总结说：“公

① Ivy L. Lee, *Publicity: Some of the Things It Is and It Is Not*, Industries Publishing, 1925.

众所拥有的对真理的判断力会为你带来真正的自由。”^①

李相信公众已经崛起并且值得信任。1914年，他在美国铁路同业公会发表演讲时提出：“人民才是当下的统治者。人民群众取代了君王，获得了神圣的权利。人民登基为王。”^②尊重和信任公众的理性判断能力是李全部公关策略的根本出发点，他认为在和公众打交道时应当遵守两条公理：人民很聪明，他们不愿接受那些强加在他们身上的东西；人民很公正——只要他们了解事实。在他看来，如果社会诸领域的事实得以完整呈现，那么公众最终能够作出正确的决定。而公众的决定有如“民意法庭”的审判，它在重要性上与司法审判几可等同，“在一个民主社会中，公众舆论就像法院一样拥有必然和最终的判决权。”^③

② Ivy L. Lee, *Human Nature and the Railroads*, University of Michigan Library, 1915, p.8.

李强调，公关不是“让你躲避舆论风雨的保护伞”，亦非“外表光鲜的斗篷，以之遮掩里面畸形、病变的躯体”。在他看来，公关应该被看作“包扎伤口的绷带”、“消毒药水”、“X光”，发现、处理“真正的麻烦”、“困境的根源”，并将之“展现在医生——公众的眼前”。他进一步指出，企业和公共机构要通过公关让自己的“骨头、组织乃至心脏要统统暴露在我们眼前”，“没有人能够为一己私利而试图运用、实践公关，除非他已经做好了承担一切后果的准备。”^④李宣告并实践了一些至今仍然至关重要的公关、说服原则：

③ Ray Eldon Hiebert, *Courtier to the Crowd: the Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Iowa State University Press, 1966, p.154.

面对公众，事实比谎言的效力要强大得多。在一个开放的社会中，尤其是存在多元意见的情况下，事实永远是最重要的。

④ Ivy L. Lee, *Publicity for Public Service Corporations*, New York, privately printed, 1916.

唯有坦诚才能重建公众的信心，而“公众的信心是我们唯一可靠的堡垒。”人民之所以冲动、暴躁，乃是因为他们未能获知充分真相。

人民已然崛起，企业和政府认为不打开封闭的门窗是最安全的，媒体则充斥了腥煽私和不恰当的夸张，因此冲突是必然的；我们工作的价值也正在于此，即让必然发生的冲突具有理性和建设性，我们的手段是沟通，有效的沟通能够克服大众、企业、政府和媒体的局限。

开明自利——凡有利于公众的才有利于组织。

李的公关原则可以概括为一句话：在一个开放、多元的社会，不同社会主体应基于事实真相和利益互惠坦诚沟通，以维系信任、共识和认同。正如李自己指出的那样，他所确立的“开明自利”等公关原则不过是“对常识的一种拓展罢了”。然而，正是这些朴素的常识铺垫了现代公关事业的发展道路。

李的晚年有些悲怆。在1929—1933年，他受雇于德国法本公司为其处理在美国的公关事务。他此时热衷国际关系，频繁访问德国，甚至还与希特勒、戈培尔会晤。他觉得自己要像做大企业的医生一样，扮演国际关系的协调者、沟通者和顾问者角色，促进各国人民相互理解。他惹火上身了。人们认定他受雇于“邪恶的敌人”——纳粹。他因此遭到调查，虽然官方证明了他的清白，但是被意识形态和民族主义之火点燃的媒体和公众却不准备原谅他。在“民意的法庭”上，李被宣判为“国家叛徒”。1934年12月9日，李抑郁而终。

双向解释

第三位公关之父——伯内斯留下了更多争议。他创造了20世纪

最具代表性的一些公关个案，部分个案引领了当时美国的社会思潮、社会运动和生活方式；他命名了“公共关系”行业，出版了第一本公关理论著作，开设了第一堂大学公关课程，直接推动了现代公关的学术化、产业化和职业化；他建立了现代公关作业模式和伦理准则；他参与甚至主导了战争，调动了战争中的积极因素，也加剧了战争的罪恶；他嘲笑公众“越是在历史的关键时刻越是糟糕得一塌糊涂”，在重要、专业的问题上“什么结论也得不出来”；^①他的成就、傲慢激起了很多人的警惕、偏见和不满，有人认为他的名字就意味着邪恶的宣传和操纵。

伯内斯活了104岁（1891—1995），见证、参与、引领了现代公关由诞生到发展的曲折过程。三岁

① Bernays, E.L., *Propaganda*, NY, Horace Liveright, 1928, p.10.

时，伯内斯告别他那位著名的舅舅——哲学家、心理学家弗洛伊德（Sigmund Freud），随父亲从奥地利移民美国。1913年，伯内斯从康奈尔大学毕业成为一名医学编辑。当年，他成功推广了一部涉及因梅毒话题而争议极大的戏剧《婚姻禁忌》（*Damaged Goods*），表现出惊人的宣传才能。此后数年，他协助百老汇、俄罗斯芭蕾舞剧团、欧洲歌王卡罗索等开展宣传和媒体经纪工作，皆大获成功。1917年，美国卷入一战。伯内斯加入了美国军方宣传机构——公共信息委员会（Committee on Public Information, CPI），受到了充分的战时宣传训练。1919年，28岁的宣传家伯内斯以其“能干和专注”被公共信息委员会主席克里尔（George Creel）选入16人小组，参加巴黎和会。在和会上，他结识了各国政要和媒体，洞察到美国和世界正在发生变化，而新时代需要“新宣传”。从巴黎回国途中，伯内斯决定为“新宣传”和自己的社会角色起个“精彩的名字”，起初为“宣传指导”（publicity direction），后来确定为“公共关系顾问”（public relations

counsel)。这就是“公共关系”这个职业名称的由来。

1919年夏天，伯内斯和他的未婚妻多丽丝在纽约开办了一家公关公司。这家公司随后服务了大约435个客户，客户清单可以被视为一个节选版的20世纪美国政治、经济和文化精英名录：柯立芝总统、胡佛总统、小罗斯福总统、尼克松总统、福特、宝洁、通用、凯迪拉克、卡地亚、时代杂志社、纽约时报社等等。而纽约时报社起初是伯内斯最尖锐的批评者，在后者提出“公关顾问”概念后，这家报纸曾挖苦说：“如果称谓的变化能带来新闻代理人道德和行为的转变，那么人们很乐意称他为公关顾问、小甜甜，或者其他任何讨

① Bernays, E.L., *Crystallizing Public Opinion*, NY, Liveright, 1961, p.xxxiv.

人喜欢的名字。”^①在艾维·李和伯内斯之前，职业的宣传家、说服者被称为新闻代理人，他们通过寻租媒

体版面替政客和资本家做宣传。由于滥用各种宣传手段欺诳媒体和公众，新闻代理人一直被认为是一群善于鼓吹、道德败坏的家伙。巴纳姆经常雇用新闻代理人宣传自己的马戏团，他其实就是自己最大的新闻代理人。

1923年，伯内斯出版了第一部公关理论著作《舆论的结晶》(*Crystallizing Public Opinion*)。在梳理古希腊以来两千余年宣传史的基础上，他提出：“公共关系将自身定位于一项处理组织与公众关系的活动，它服务并依存于这种关系。公关顾问向公众解释客户，也

② Ibid., p. iii.

向客户解释公众。简言之，公关的作用就是促进组织及其赖以生存的公众彼此调整，相互理解。”^②

伯内斯认为艾维·李的贡献在于推动政府和企业的观念从“公众该死”转换为“公众理应知晓”，而他自己则提出公关应该致力于组织与公众的彼此调整和理解，要抱持共同的善意(*common good will*)，后来又明确将公关定义为组织与公众之间沟通与合作

的“双行道”(two-way street)。1948年,普林斯顿大学历史学者高德曼(E.F.Goldman)在《双行道》一书中将现代公关史划分为公众该死、公众被告知和双向理解三个阶段,巴纳姆、艾维·李分别代表了前两个阶段,而伯内斯则开启了第三个阶段。^①

伯内斯像他的舅舅弗洛伊德一样洞察人性,他在1928年出版的《宣传》一书中提出,“人们的思想和行为是出于对被压制欲望的补偿性替代。我们对一件事情的欲望,并非因其内在价值或用处,而是由于我们无意识地在其中看到了另一些事情的象征,或者从中看到了我们羞于承认的另一种欲望。”^②人性、偏见和欲望始终是伯内斯考量公关问题的出发点,他在总结自己为宝洁公司操持的一个公关案例时说,“这一活动召唤了大量我们可以洞悉的心机:审美、好胜、社交、媚上、自我表现、母爱等等。”^③

① See Goldman, E. F., *Two-Way Street: The Emergence of the Public Relations Counsel*, Boston, Bellman Publishing Co., 1948, pp.16-19.

② Bernays, E.L., *Propaganda*, NY, Horace Liveright, 1928, p.52.

③ Ibid., p. 53.

然而,这也正是伯内斯公关观念的“险恶处”。照此行事,公关极易沦为对人性的支配和滥用。伯内斯的传记作者泰伊(Larry Tye)尖锐地批评说:“弗洛伊德这位分析师,尝试用心理学帮助他的病患扫除精神障碍;而伯内斯则借由心理分析,劫掠消费者自由决策的意志,帮助他的客户预估和操纵消费者的思想和行为。”^④

④ Larry Tye, *The Father of Spin: Edward L. Bernays & The Birth of Public Relations*, NY, Crown Publishers Inc., 1998, p.97.

伯内斯的辩护是,工业化和城市化加剧了现代社会的多变性和复杂性,协调和认同变得越来越重要。科技、交通、传播、教育的进步,市场经济、民主政治的发展和大众的崛起,使各种社会关系日益紧密也更加紧张,社会整合、关系协调和“制造认同”成为专门性、系统化的社会需求。在现代社会中,要由“少数聪明人”、“隐

蔽的宣传家”、“公关顾问”基于时势、利益和人性，告知、说服公众，协调社会关系，形塑社会认同，促进公共之善。在伯内斯看来，几乎所有重要的政治、经济和社会议题皆须精英引领大众展开讨论，

连真理也不例外，“所谓真理，人类社会赖以生存的

① Bernays, E.L., *Crystallizing Public Opinion*, NY, Liveright, 1961, p.214.

真理，不过产生于互相冲突的欲望之间的妥协和多元意见所达成的最终说辞。”^①

三边互镜

在三位公关之父中，巴纳姆让人们看到了通过专门化的宣传、说服发财致富、扬名立万的可能性；艾维·李则有更大的雄心，他试图借由职业的说服推动社会改良；而到了伯内斯那里，说服公众、制造认同已然被视为现代社会不可或缺的运行机制了。如是而观，立言、立功、立德始终是他们关心的基本问题。当然，他们在道德问题上都曾被认为是可疑、危险的家伙。

20世纪60年代以后，公共关系理论研究在美国走向成熟。与伯内斯那一代开基立业者相比，后来者的研究从概念到观念、从方向到方法，皆更加周全、工整、细致。当然，有些研究未免太过工整，以致少了伯内斯那一代人的气质。

20世纪60年代，卡特里普（S.M.Cutlip）等人将系统论、生态学的观点引入公关研究，出版了素有“公关圣经”之誉的《有效的公共关系》（*Effective Public Relations*）。这本书巨细靡遗地讨论了从调研、计划、执行到评估的完整公关流程。1975年，斯坦福大学的哈罗（R.F.Harlow）博士发起了一场“寻找公共关系定义”活动，他访谈了65位公关名人，整理出472个公关定义。及至80—90年代，公关理论研究进一步多样化、精细化，譬如马里兰大学的格鲁尼格

(Grunig.J.E.) 在大规模实践研究的基础上确立了“卓越公关”的 17 个特征，每一特征又有其存在的权力基础和文化条件。

为了从整体上把握现代公关的理论谱系，学界将其归结为传播、管理和关系等主要流派：

甲，传播流派。代表人物是英国的杰夫金斯(Frank Jefkins)，他认为“公共关系由各种计划性的沟通、互动所组成，旨在促进各方达成相互理解。”^①杰夫金

① Frank Jefkins, *Public Relations Techniques, 2nd(ed)*, Butterworth Heinemann, 1994, p.7.

斯将公关理解为组织与公众之间的沟通，包括组织与内部公众、组织与外部公众的双重沟通。与杰夫金斯相呼应的是美国学者马斯顿(John Marston)，他提出“公共关系就是运用有说服力的传播去影响重要的公众。”^②

② J.E.Marston, *The Nature of Public Relations*, New York, McGraw-Hill, 1963, p.16.

乙，管理流派。代表人物是卡特里普和格鲁尼格，前者认为公关是组织对自身系统和所处生态的调适

与管理，后者将公关简洁明了地定义为“组织的沟通管理”。前文提到的哈罗亦属管理流派，他给公关下了一个很长的定义，可以看作管理流派对公关功能的描述：“公共关系是一种独特的管理职能，建立和维持组织与公众之间双向的沟通、了解、接纳与合作；参与解决公共议题；帮助管理层了解舆论、真相并据此作出反应；明确并强调管理层对于公共利益的责任；帮助管理层应时势变化；扮演危机预警角色，预测未来发展趋势；以研究型的、恰当的、合乎道德的传播手段为主要工具。”^③

③ Rex F.Harlow, “Building a Public Relations Definition”, *Public Relations Review*, 2(4)(1976), pp.34-42.

丙，关系流派。代表人物是普林斯顿大学的蔡尔兹(H.L.Childs)，他认为“公共关系是我们从事的各种公共性、具有社会意义的活动和关系的总称，亦即根据公共利益来调适个人或组织的行为，以使之

具有社会意义。”^①后来，卡特里普将蔡尔兹的定义充实为：“公共关系是一种管理职能，它评

① Harwood L. Childs, *An Introduction to Public Opinion*, New York, John Wiley & Sons, Inc., London: Chapman & Hall, Limited, 1940, p.2.

估公众的态度，根据公共利益确定个人或组织的策略与方法，并策划与实施一系列行动方案，以赢得公众的理解与认同。”^②关系流派批

② [美] 斯各特·卡特里普等著，明安香译：《公共关系教程（第8版）》，华夏出版社 2001 年版，第 5 页。

评传播和管理流派过于注重“公众”或“公共”的意涵，而相对忽略了“关系”的价值，因此主张建立“以关系问题为中心”的公共关系范式。在今日社交媒体（social

media）发达的年代，关系流派对于构建开放、平等、参与之社会关系的重视，更显贴近而珍贵。

以上列举了现代公关诸流派的经典定义，传播、管理、关系各有侧重、彼此交叉，可谓三边互镜。在 20 世纪 80 年代末、90 年代初，中国公关界曾围绕公关的核心概念和基本范畴展开持续争论，并产生了诸如“形象说”、“传播说”、“管理说”、“关系说”、“协调说”、“参与说”等不同“流派”。其中，形象塑造乃是公关的管理职能之一，故“形象说”可以归入“管理说”；而“协调说”、“参与说”皆派生于“关系说”。如是，中西公关流派的区分大抵一致，即传播、管理、关系。对于公关这样一个边缘的应用学科而言，流派的说法未免大而无当，以“视角”名之可能更为贴切。以融合的视角看，公关即借由沟通管理建立和维护组织与公众之间的关系。而架以不同视角，又所见各异：

传播视角看到了公关以言说、沟通为主要手段和形态，以及沟通对于理解、认同和公共福祉的价值。巴纳姆将生意建立在宣传的基础上，艾维·李强调公众理应知晓“开放、多元社会中事实与真相”，伯内斯主张通过“告知、说服公众”和“双向解释”，以“整合社会关系、

形塑社会认同”、“促进公共之善”。

管理视角看到了公关管理属性，即其在组织系统运行和环境调适中的利益协调作用。诚如卡特里普等人指出的那样，组织系统的内部要素之间、外部平行系统之间乃是多样共生、依此依存关系，唯有交换能量、互蒙其惠才能确保系统健康运行。如是互动互惠，与早前巴纳姆意义上的“皆大欢喜”、艾维·李所倡导的“开明自利”、伯内斯所主张的“双行道”、“彼此调整，相互理解”在观念上是一脉相承的。及至20世纪80年代中期，格鲁尼格提出了“双向均衡”概念，强调借由双向、平等、均衡的沟通，实现组织与利益相关者的双赢。

关系视角看到了公关的框架与结构——信息流淌在组织与利益相关者的关系网络之中，管理亦发生在各方的关系平台之上。建立和维护关系网络的平台，正是公关传播、管理的起点和落点。不仅如此，关系的维护尚须各方在道德、审美、信仰上达成共识和认同，即拥有共同的价值基础和意义空间。也正因为如此，巴纳姆在弥留之际重申“朴素、纯粹、有德性和有意义”的价值原则，艾维·李亦将讲真话、坦诚等道德准则视为一切公关问题的基点，伯内斯也强调“必须将道德和精神的意图注入公共舆论之中，而公共舆论也必须成为公共良心。”^①

总体而观，传播视角所关切的核心问题，正是前

① Bernays, E.L., *Crystallizing Public Opinion*, NY, Liveright, 1961, p.217.

面论及的立言——传播乃是一个立言的过程；管理视角下的利益协调、互惠，则与自利利他的立功观念相契；关系的建立和维系离不开信息沟通和利益互惠，而最牢靠的关系乃是价值上的共识和同构，这就又涉及说服者的立德问题。除了一般意义上的公关，商业领域的广告、日常化的政治宣传、公共空间的辩论、人际和群体间的游说，莫不着眼于立言、立功、立德，并以传播、管理和关系建构为具

体下手处。

三、信息共同体、利益共同体、价值共同体

到目前为止，本章前两个段落看似无甚关联，就像两块不搭界的拼图——祖宗的归祖宗，西方的归西方。我们尚须找到第三块拼图连缀其间。这块拼图便是“共同体”，细分之则包括信息共同体、利益共同体和价值共同体。

共同体的条件

我们相信，自打人类以族群的方式存在，建设和护持共同体（community，又译社群）就一直是一个正统、主流的理想。英国社会学家鲍曼（Zygmunt Bauman）考证说，共同体从来都是一个让人觉得明亮、温暖的褒义词：“共同体是一个温馨的地方，一个温暖而又舒适的场所。它就像是一个屋顶（roof），在它的下面，可以遮风避雨；它又像是一个壁炉，在严寒的日子里，靠近它，可以暖和我们的手。”^①

① [英]齐格蒙特·鲍曼著，欧阳景根译：
《共同体》，江苏人民出版社2003年版，
引言第2页。

每个人都不可避免地卷入一个或多个共同体，在其中寻求交往、利益、爱、安全感、确定性乃至终极的价值皈依。

最早提出共同体概念的是思想家卢梭（Jean-Jacques Rousseau）和洛克（John Locke），二人皆将契约观念引入对国家、政府、民众之间共生关系的考察。中国先哲并未直接使用共同体这个词汇，却更早地提出了诸如天下大同、四海一家的观念，并细分了诸如家、族、门、派、国、天下以及儒、释、道等不同形态的共同体。无论古今中西，共同体都意味着人们在共同条件下组建和维系的集体。这些

共同条件主要包括：

甲，沟通、交往是共同体得以建立和发展的先决条件，因此所有共同体首先是信息共同体。“不许说话不许动，我们都是木头人”不是共同体，一坑兵马俑也不是共同体。缺少交流的个体无法组建共同体；缺少充分言论自由和意见竞争的共同体，必是孱弱和危脆的。

乙，利益是缔结共同体的基础性条件，所有共同体在根本上都是利益共同体。促成共同体的原因自然是多样的，譬如“问题解决”、“使命召唤”、共同的敌人、共同的领袖或共同的际遇——譬如同是天涯沦落人，但持续的动力之源还是利益的生产、分配和公平互惠。在共同体提供的安全感、确定性和归属感中，利益认同最为直接而切近。当然，一些忠诚的共同体成员并不愿意承认自己为利益所驱动，他们会反驳说，“我们只是一个兴趣共同体”。在英文中，兴趣（interest）与利益是同一个词；在中国文言里，兴为所欲、所好，趣为趋向、靠近，说得也是对某种好处的所欲、靠近和分享。

丙，在信息沟通和利益协调中，人们不可避免——甚至强烈渴求——创造一个有关态度、情感、尊严、德性、审美、理想和信念的共同世界，亦即在信息共同体、利益共同体之外，尚存在一个价值共同体。人类向死而生，活下去意味着必须发展出一套策略——它足以平衡幻灭与永恒、绝望与希望、速朽与不朽的关系，为“无论怎样都要活下去”提供理由、勇气和智慧。最直接的策略是创造更多利益、财富，而后尽可能公平地分配它们。这是一项以利益的生产和分配为中心的策略，它存在两个预设：如果我们拥有更多财富，那么人生一世就会获得更大满足；如果财富公平分配，那么人与人之间就会和平相处于一个丰裕的共同体之中。但是，利益策略存在明显的局限：财富是有限的，欲望是无限的；强者总是得到更多，弱者

必定收获更少。更重要的是，利益无法提供人生在世的终极理由，欲望只会制造更大的欲望，并将导致冲突、争战乃至毁灭。

人们转而寻求另外的在世策略。它能够弥合、导引利益策略，并可发明心性，提供不朽的价值，是为意义策略。依循意义策略，个体和共同体在追求利益最大化的同时，尚应致力于德性、审美和信仰修炼，致力于在物质、利益世界之上构筑价值、意义世界。这实在是人类的一项伟业：为个体创造精神家园，为共同体提供价值凝摄。对个体而言，纵然利益世界已经破产，他依旧可以在价值世界从容、高贵地活着，至少可以返回自家心地。就共同体而论，人们立足于利益的生产、分配而又超越于此，在善、灵韵和精神层面达成理解、共识和认同。

实际上，共同体成员之间的沟通关系、利益关系，唯有升华、凝结为一种价值上的认同关系才是坚韧、牢靠的。也正是因为价值认同，共同体才称得上精神家园和故乡。那些了不起的共同体，绝不只是信息交流和利益交换的平台，而是能够提供先在先验的价值基础、天真自足的意义之源，以慰藉、拔济平常琐碎、苦痛颠倒的世俗人生。基于深度的情感、德性和信念认同，“在共同体中，人们相互都很了解，可以相信所听到的事情，在大多数时间里是安全的；

① [英]齐格蒙特·鲍曼著，欧阳景根译：
《共同体》，江苏人民出版社2003年版，
引言第3页。

人们能够相互依靠对方，几乎从来不会感到困惑、迷茫或是震惊”。^①

需要强调的是，信息交流、利益互惠和价值同构是一个理想、完整共同体的三个维度。一个共同体可能只具备其中一、二个维度，而若欲维系共同体基业长青、可持续发展，则应均衡拓展这三个维度。三者之间存在明显的相互建构关系：缺少价值上的导引和节制，利益共同体就会沦为由物质、世俗欲望驱动的“乌合

之众”，信息共同体就会变成众声喧哗、偏见与偏见交锋的场域；缺少充分的信息交流和分享，公平的利益互惠和内源性的价值同构是不可想象的；缺少合理的利益生产和分配，凌空蹈虚的信息交流和价值追求亦难以为继。

成就共同体

在 20 世纪初，艾维·李、伯内斯经历了战争与和平、经济腾飞与大萧条、舆论力量的崛起和传统宗教、社区力量的弱化，他们希望通过专门化的宣传、说服重新黏合社会，再造社会团结和认同。事实上，这一代人开创现代公关事业的直接动机，正是化解劳资冲突、官民冲突和阶层冲突，避免社会、文化在巨变中分崩离析。换言之，他们试图借由职业的说服来化解危机、促进繁荣，于新形势下重构共同体。

在 20 世纪末，卡特里普、格鲁尼格等人以系统论、生态学和双赢理念观照公共关系，这种共同体意识更加强烈。以格鲁尼格为例，他在 2000 年前后明显接纳了社会法团主义 (societal corporatism) 和社群主义 (communitarianism，又译共同体主义) 思想，主张通过多元对话、协商，再造社会团结和共同体。^①此间，后现代、风险社会、全球化、互联网等因素再一次引发人类文明之剧变，重构人与人、人与组织、人与社会之间的互动关系也再一次上升为时代主题。无论一个社会内部还是国际之间，皆需专门化的说服培育、塑造共同体。

^① See J.E.Grunig, "Collectivism, Collaboration, and Societal Corporatism as Core Professional Values in Public Relations," *Journal of Public Relations Research*, 12(1), p.45.

甲，说服以成就信息共同体，即促进组织与利益相关者信息共享。在艾维·李时代，组织向公众告知“理应知晓”的信息被认为是一种进步，这是“公众需要被告知”的阶段；及至 20 世纪中后期，

在公民权利意识觉醒、竞争加剧、社会多元化等因素的作用下，组织发现与公众共享一套话语体系乃是自身最大的利益之一，这是“组织需要去告知”的阶段；而当互联网带来了一个透明时代，组织与公众之间的信息不对称趋向消解，传统时代的传播秩序和权力关系因之逆转。这差不多是人类传播史和社会关系史上最深刻的一场变革，多元主体共处于透明的信息共同体之中。说服者的使命由信息告知转变为促进共同体成员之间理性、建设性对话，以寻求理解、共识和认同。这其中既包括修辞、叙事、语境调适、话语权分配等言说本身的问题，也包括重构公共领域和生活世界、重彰价值理性和交往理性、培育对话民主和对话伦理等思想创新、社会设计上的问题。本书随后各章将开展对这些问题的讨论。

乙，说服以成就利益共同体，即促进组织与利益相关者互蒙其惠。从伯内斯的“彼此调整”、“相互理解”到卡特里普的“相互依存”、“多样共生”，再到格鲁尼格的“双赢”，利益互惠始终是职业说服者的一个追求。信息不对称与权利不平等乃是相互伴随之物，这一论断反过来亦成立。一旦多元主体形成了一个公开、透明的信息共同体，各方就会产生建立公平、互惠利益机制的强烈需求。以信息革命的视角看，20世纪就是一个信息越来越公开，普罗大众也因此抱持越来越强烈权利主张的时代。随着互联网持续消解传统时代的信息不对称，乃至整个社会都聚拢为一个信息共同体，多元主体必然要求建立一个公正、平等、互惠的利益共同体。自21世纪以来，中国社会的一些矛盾和危机持续显现和爆发，一个重要原因便是互联网已然将亿万民众连缀为一个“无所不知”、“人人发言”的信息共同体，而公正、平等、互惠的利益共同体建设依然任重道远。人们前所未有地看到了一切，特别是早前为权力之幕所遮蔽的那些利益生

产和分配机制，并产生了强烈的变革冲动。

丙，说服以成就价值共同体，即组织与利益相关者在信息分享和利益互惠的基础上，切入共同的道德理想、审美境域和信仰空间。在价值层面，共同体意味着“我们”不但是一个交流、互惠的群体，而且彼此情感共振、精神融通，认同一些先验超验的道德基础和信仰力量。价值共同体还确立了“我们必须坚持什么”和“我们应当追求什么”两个准则——前者指向伦理道德的底线，此下沉沦不堪，再退则死路一条；后者指向终极价值追求，此上天高地阔，更进则生机勃勃。在成就价值共同体的过程中，公关等职业化说服的作用主要表现在情感沟通、意义协商、教化与倡导、推动社会责任、增益公共精神等方面。

有用的信条

本章第一段落回溯先秦行人之职志，关键词是立德、立功、立言，结论是说服即以立言成就功德；第二段落通过清理现代公关史来总结职业化说服的核心预设，关键词是传播、管理、关系，结论是包括公关在内的职业化说服以沟通为手段，促进管理绩效，维护利益互惠和价值认同关系；第三段落阐释了共同体的生成条件，关键词是信息共同体、利益共同体和价值共同体，结论是说服以促进信息分享、利益互惠和价值认同，从而成就理想、完整的共同体。

这九个关键词、三组结论最终众流归一，共同回答了一个问题：说服者何为？答案是：立言—传播—信息共同体；立功—管理—利益共同体；立德—关系—价值共同体。为了进一步打通逻辑上的关隘，我们需要补述或重申如下几个问题：

甲，先秦行人与现代职业说服者职志相通。他们共同的使命是：

沟通有无、相与为谋、合纵连横，以形成信息共同体；立功即成就事业、自利利他，管理亦以事功绩效、互蒙其惠为目的，以建立利益共同体；立德是功成、言顺的前提，即以德性凝摄、普洽各方，以形塑价值共同体。如前所述，最为坚韧、牢靠的交往关系大多生发于含纳德性、审美和信仰的价值认同。在中国传统文化中，德性既指向世俗人伦，也贯通“道”、“仁”等形而上的价值，因而统领人伦、审美和信仰，乃是生成人天、人人、人与社会秩序的根本尺度。

乙，立言、立德、立功同构不朽，传播、管理、关系三边互境，信息、利益、价值彼此建构。就说服者而论，言无德则巧言令色，言无功则多说无益，德无言不彰，功无言难成，其他依此类推。如此一以贯之，说服立足于立德、关系维护和价值共同体建设，着眼于立功、管理和利益共同体建设，而直接发力于立言、传播和信息共同体建设。

丙，在立言和传播问题上，本章列举的信条和规则包括：讲真话，事实比谎言更有效，人民之所以冲动、暴躁，乃是因为他们未能获知充分真相；双行道、双向解释、双向均衡等。在立功、管理问题上，本章清理出来的思想遗产包括：自利利他、开明自利、互蒙其惠，凡有利于公众的才有利于组织；彼此依存、多样共生等。在立德与关系问题上，本章反复强调的概念和观念包括：整合关系、制造认同；公共之善、公共福祉；德性、审美、信仰；价值基础、意义世界等。

丁，“信条是有用的”。^①这句话来自余也鲁教授（1922—2012），

① 参见中国公共关系口述史研究——余也鲁访谈。

他是香港浸会大学传理系创办人，后出任香港中文大学新闻与传播系主任，20世纪80年代为大陆引进公

关教育和研究作出了重要贡献。前述诸信条的有用性，主要表现在解释和解决问题两个方面。譬如，借由评估信息共同体、利益共同

体和价值共同体的健康状态，我们可以解释企业、政府乃至整个国家的发展处境，并提出相应的解决方案。

以企业为例，品牌并非企业单方的资产，而是意味着企业与利益相关者共持共处的“想象共同体”。有的企业声名远播，却连产品质量这样的基本消费利益都无法保证，品牌共同体自然危脆；有的企业传播精良、绩效卓越，却未能赢得持久、深度的价值认同，如是共同体亦有残缺。中国有若干企业跻身“世界 500 强”之列，它们在实力、利益上皆属“大企业”，而若欲在价值层面修炼成为令人尊敬、赞叹的“伟大企业”，则须付出更多努力。问题本身即潜隐着答案，成就伟大企业的关键在于超越传播和生意，增进价值认同，担当社会责任，拓展公共之善。再以危机中的说服为例，危机情境不同，因应策略自然多变。然而，转危为安、化危为机之道，说到底就是一个立言—有效沟通—重塑共识、立功—加强管理—补偿利益、立德—修复关系—救赎价值的过程。

说服者对于价值的召唤和救赎，既不应忽视，亦不可滥用。所谓滥用，即口口声声讲诚信、情感、尊严、关爱、慈悲、美好、信仰，却不过是为了私利而制造一时的流行、短暂的感动，或者以它们的名义攻击、打压竞争者和挑战者。滥用者所看重的，是德性、审美和信仰的“名义”，而不是这些值得珍视的价值本身。“那些流行和价值，如林区的大火，以个性、叛逆、道德和革新的名义，烧毁了家园”^①。

① [英]齐格蒙特·鲍曼著，欧阳景根译：
《共同体》，江苏人民出版社 2003 年版，
第 60 页。

善用而不滥用，自然知易行难。胡适在论及“不朽”时强调，“世界的关键在我们手里，其如古人说的任重而道远”。

第二章

修辞

在第一章，我们主要介绍了七个人（叔孙豹、臧文仲、巴纳姆、艾维·李、伯内斯、卡特里普、格鲁尼格），清理了由九个关键词连缀的三条线索（立言—传播—信息共同体，立功—管理—利益共同体，立德—关系—价值共同体）。此中潜隐着三个向度的讨论框架：向史、向人、向学。向史即回溯理论和实践的源流，向人即着眼于人的心智和境遇，向学即在学理上考察说服与认同问题的概念、逻辑和方法。

循着第一章提供的线索，必然引申出一些追问：何以立言？何以说服？何以借由言说形塑认同和共同体？第二章延续向史、向人、向学的讨论框架，所介入的主题是修辞。核心结论如下：说服者以修辞立言，进而在事功、德性上形塑认同和共同体。

一、一言兴邦

在日常语境下，人们言及修辞，大抵会产生两种联想：一是诸如比喻、排比、夸张、引用等表达手段和技巧；二是诸如粉饰、遮

掩、谄曲等语言的诡计。人们在论辩中会正告对方，“我没有修辞”，在生活中更怕被人指为“巧言令色”、“工于辞令”，甚至“能言善辩”也不是一个正面、体面的说法。第一种联想把修辞误解、窄化为“辞格”，亦即个体修辞技巧，以局部代替了整体；第二种理解是对修辞道德的警觉和批判，“巧言令色”和“鲜矣仁”两个词条已然被粘贴在一起两千多年了。当然，有时批判未免固化为偏见，以致把修辞理解为有悖道理和道德的语言游戏。

存在的家园

鉴于误解、偏见如是，对“修辞”本身进行说文解字便是必要的。“修”即裁剪、装饰，后面多接窄具、有形之物，如枝与眉；再者，“修”即整治、适用，后面多接宏大、无形之物，如（政治）修明、（人性）修炼。“辞”者，离别之义与本章无关，余下有广狭二义：狭者，优美之言，讼辩之言；广者，辞即言。综上可知，修辞首先是加工语言以使之更优美、更具说服力，单指对语言的雕琢、润色；而在广义上，修辞就是对语言的调整和适用，即全部语用皆属修辞。

事实上，作为人类的创造物，语言不可能像自然之物那样随性流淌，而总要与主题、语境、语体相契，表达方式的选择更是修饰、调整和适用的结果。语言学家陈望道认为，人之表达皆属修辞，只不过有消极的修辞和积极的修辞之别而已。^①消极的修辞重在“质”和记述，较少文采上的考量；积极的修辞重在“文”和表现，极尽语言文字的可能性。消极的修辞“文”附于“质”，好像是反修辞，实则不然。在纷乱的语词和世相中，一个人可以返璞归真地表达自我和外物，这本身即意味着坦荡而细密的语言意识。

^① 参见陈望道：《修辞学发凡》，上海教育出版社1997年版，第20—52页。

在说服的意义上，我们更倾向于从广义上理解修辞——凡以说服、认同为目的的表达，皆属选择、加工、适用性的修辞。诚如美国修辞学者埃宁格（Douglas Ehninger）所说：“那种将修辞看作在话语的上面加上调料的观念被淘汰，取而代之的是这样的认知：修辞不仅蕴藏于人类的一切传播活动中，而且它组织和规范人类的思想

① Douglas Ehninger, *Contemporary Rhetoric: A Reader's Coursebook*, Glenview, Scott, Foreman, 1972.

和行为的各个方面。人不可避免的是修辞动物。”^①对说服者而言，修辞“不但不可”避免，而且“联辞结采，将欲明理”（《文心雕龙·情采》）正是孜孜以求之事。

埃宁格的修辞观，是20世纪西方语言学转向（the linguistic turn）的典型反映。语言学转向是西方传统哲学向现代哲学迈进中的一场思想革命，宣告了传统哲学及其形而上学研究——譬如康德（Immanuel Kant）的纯粹理性、黑格尔（G.W.F.Hegel）的绝对精神、尼采（F.W.Nietzsche）的“上帝死了”的没落，语言成为哲学研究的中心问题。在以现代化、科学主义、工具理性为主题的20世纪，哲学对形而上问题的关切遭到贬抑，而语言刚好介于形而上与形而下之间，为哲学建立现代逻辑提供了可操作的“下手处”。现代哲学之所以看中语言问题，是因为语言联结了主体与客体、思维与现实、逻辑与情感、本体论与认识论。譬如，透过语言可以解码人性和文化的基因，也可以编码外在的世界、规则与现象。

当语言成为理解自我与世界的中心问题，一种新的语言观便得以确立，并与传统语言观形成了鲜明对照。具体表现如下：

甲，传统语言观认为语言是人类的工具，所谓言为心声，文如其人，心念一动，发乎于外。在传统语言观中，我们可把语言喻为“剑”，即供人使用的工具、武器、手段，或可披荆斩棘，或可笑傲江湖，或可证明自己，或可改变世界。其中高明者，乃“剑气合一”、“人

剑合一”，极尽剑术、剑魂之可能性。语用之高明者，乃是文质彬彬，喧者一音统摄，静者一默如雷。

乙，新语观强调语言对人的建构，或曰语言对人的能动性和反作用。人是语言的主人，同时人也是被自己和他者的语言描述、呈现、规约、导引的生命存在。仍以剑为喻，新语言观认为当你拥有一把剑，当你成为一名剑客，御剑者亦为剑所御。譬如，作为一名剑客，你在姿态（轻灵洒脱）、情感（铁血柔情）、德性（行侠仗义）和信念（替天行道、功成身退）上，在人生道路和在世追求上，在个人与家国天下的关系上，皆须符合自己和他人对剑客的普遍期待。总之，一名剑客不同于手无寸铁者，不同于刀斧手，连饮酒的架势都要与手上、心中剑相协调。

丙，德国哲学家海德格尔以一个肯定句生动地表达了新语言观的核心主张：语言是存在的家。^①人以其语言呈现和建构自我的存在，

借由语言与外在世界发生联系。就自我而论，语言与思想是同构的，并不存在脱离语言的思想。当我们说

① 参见〔德〕海德格尔著，孙周兴译：《路标》，商务印书馆2000年版，第366页。

“爱”或者“诗意地栖居”的时候，“爱”和“诗意”就在语言里，就是一种与“心”和思想同构的修辞。同时，人皆为承认斗争，那个能否被他者承认的“你”，并非真实、独立、完整存在的你，而是被自己和他者以言说建构的“你”。宗教哲学大多讲人生如梦，大抵因为世事乃是心识和语言同构、造作的幻象。虽然人生不过劳神遁形、舞光弄影，却也应积极果敢、奋力向上，立德、立功、立言，实现自我价值，亦成就公共之善。这就呼应了第一章。

抛开艰涩的哲学演绎，日常社会生活也无不显露如是机宜。譬如，谁是著名IT企业“联想”、汽车企业“奔驰”呢？在大多数人那里，“联想”和“奔驰”皆为修辞之物，即人们所谈论的那个“它”。再举

一例，2008年北京奥运会是一场典型的全球媒介事件，对中国来说是一次重大的国家公关活动。在全球数十亿人中，唯有极少数人有机会亲临赛场，因此人们所认知和理解、历史所记录和评价的北京奥运会，实际上是两三万名记者用笔头和镜头，即他们的言说和修辞所建构的“存在”。同理，中国人心目中的美国，也主要是在日常交往、新闻报道、总统演讲、美剧和好莱坞中建构的那个“山姆”。

言说和修辞对我们来说意味着什么？或者反过来问，当我们在使用言说和修辞时，我们试图在做什么？以新旧语言观的融合视角看，沟通就是一个善用语言之可能性，以使存在与存在共感、家园与家园相济的过程。在此过程中，个体存在的家园由暗而明、由秘而宣、由孤独走向共享，以构筑可以诗意栖居的共同体。自然，这是最理想的沟通状态。

嘉言罔攸伏

新语言观强调了语言的建构作用，这并不是说人类直到20世纪才意识到语言之于生死荣辱盛衰的重要性。中西方对于语言价值的重视，在各自文化的童年时期便有充分表现，而这又集中反映在对修辞的关切上。

我们相信，自语言诞生起，人类便产生了强烈的修辞自觉——渴望真切、有力、灵动地表达自己。子曰“人不知而不愠”，可是“我本将心向明月，奈何明月照沟渠”算得上人生大苦了。《乐府诗选》的一句歌词把这般交流的无奈表达到了极致：“南风知我意，吹梦到西

①《西洲曲》，载《乐府诗选》，人民文学出版社1957年版，第102页。

洲”。^①南风岂知我意？南风何以到西洲？我梦君可知？果然君愁我亦愁？正是为了在这般困境中突围，

真切、有力、灵动的表达便成为人皆渴望拥有的一种修养和能力。

真切、有力、灵动表征修辞的三个境界。真切意味着正确、准确、具体、清晰，“我难过”只是笼统的描述，“我痛心拔脑”足见难过之切。有力强调感染、带入、纵横捭阖、虎虎生风，“我老了”是你自己的事，“所遇无故物，焉得不速老？”则是你我共感的境遇。灵动主张超越庸常粗鄙，让言说有明心见性、意蕴悠然之功，“要有志气！”便显直鲁，不若孔子一句“岁寒，然后知松柏之后凋也。”这三个境界与王国维提出的“人生三境”大抵相应：“昨夜西风凋碧树。独上高楼，望尽天涯路”，此第一境也；“衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴”，此第二境也；“众里寻他千百度，蓦然回首，那人正在灯火阑珊处”，此第三境也。^①

^① 参见陈鸿祥：《〈人间词话〉〈人间词〉注评》，江苏古籍出版社2002年版，第76页。

在先秦时代，中国文化对言说和修辞已然形成严肃、端正的态度：

甲，嘉言与治国。中国现存最早的一部古籍《尚书》中有60多处使用了“言”字，其中“嘉言罔攸伏，野无遗贤，万邦咸宁”（《尚书·大禹谟》）一句最有代表性。“嘉言”即良言、善言、德言、美言。这句话是说，如果嘉言没有被遮蔽，天下贤能人尽其才，那么万邦皆可安宁。从《尚书》开始，嘉言尽表即被视为政治清明的一个前提。顺便提一句，政治之“政”，左边为正确、正道之“正”——政者，正也，右边是文化、文辞之“文”，理想政治即因循正道、文成教化。

乙，辞顺与安民。社会是一个由多样意见构成的合意空间。合意空间既是言说的前提，也是言说的归属。存在合意空间，人们才能在言说中达成协同，而有效的言说则会拓展合意空间。我们的祖先对此有深刻的认识：“辞之辑矣，民之洽矣。辞之悻矣，民之莫矣”（《诗经·大雅·板》）。”这句话是从执政者的角度讲的，大意如下：如果你的言说、修辞是合理和顺的，那么人民的思想、社会

心理、族群性格就是和谐、融洽的；相反，执政者的话语体系混乱、失序则导致社会疏离、涣散。实际上，在任何一个时代，主流话语体系的“辑”与“悻”都是社会管理的大问题。“自古以来，无论重口语修辞的先秦，还是重书面语修辞的汉后，所有的修辞活动、修

辞行为都与达意传情、治国安邦大业相联系。”^①

① 吴士昆，《现代修辞呼唤与时俱进》，《修辞学论文集（第九集）》，北京大学出版社2007年版，第8页。

丙，言语与修身。《周易·系辞》云：“言语者，君子之枢机。枢机之发，荣辱之主。”此话说得直白，

言语是君子安身立命之根本，动静、开合之间，主导了个人的荣辱得失。在漫长的人类历史中，不知有多少人由于一句话罪愆九族，又有多少人因之富贵荣华。即使在今日，言语也是主导命运之忧喜悲欢的“枢机”。

丁，审美。修辞的功用，大抵可以分为审美和劝说两类，前者集中表现在文艺领域，后者主要体现在社会交往之中。二者其实并不矛盾，劝说未必粗鄙，审美亦有说服、教化之功。《诗经》唱道：“彼都人士，狐裘黄黄。其容不改，出言有章。行归于周，万民所望。”（《诗经·小雅·彼都人士》）那都城的男子，仪容华贵，淡定自然，文采飞扬，行合周礼，为万民所景仰。

以上对言说和修辞之用的概括并不全面。兹补充数例，以为拓展：1933年，清华大学杨树达在《中国修辞学》一书中提出了三种“修辞之益”：明事、显物、人和。^②唐代徐洪（彦伯）呼应先秦的修辞思想说：“夫言者，德之柄也，行之主也，志之端也，身之文也。君子之枢

机，动则物应，得失之见也。可以济身，亦可以覆身，否泰荣辱一系之。”^③西汉主父偃的归纳亦堪称精当，尤其是提出了“全性”之说——修辞说到底在心性的修炼：

② 参见杨树达：《中国修辞学》，上海古籍出版社2006年版，第9—14页。

③ 徐彦伯：《枢机论》，参见《全唐文》二百六十七卷，上海古籍出版社1990年版，第959页。

“人而无辞，安所用之？”昔子产修其辞，而赵武致其敬；王孙满明其言，而楚庄以惭；苏秦行其说，而六国以安；蒯通陈说，而身得以全。夫辞者，乃所以尊君、重身、安国、全性者也。故辞不可不修，而说不可不善。”^①

① 汉·刘向：《说苑·善说》，参见《中国韬略大典》第11卷，中国国际广播出版社1997年版，第2567页。

修辞立其诚

先秦圣哲对言说和修辞重要性的种种叮咛嘱咐，凝结为《论语》中的“一言可以兴邦，亦可丧邦”（论语·子路）。如是训诫，让人对言说和修辞持之以慎。春秋和战国皆以言说和修辞为个体、邦国的要务，却形成了两种不同的修辞原则：春秋尚德，战国重利。按照第一章的说法，春秋行人之介入时势，所采取的是“意义策略”，而战国策士则以“利益策略”图存求变。前者强调言说和修辞的道德原则，后者则关切其在事功中的重要性。春秋战国往往被理解为“一整块”历史，实则两个时代的主题、格局和文化分殊甚巨。简要说明如下：

春秋处于周室衰微、诸侯并起、天下失序之初，在寻找社会问题和危机的解决方案时，人们本能地朝向周代的主流价值。在以孔子为代表的一些知识精英看来，主流价值的消逝乃是造成社会病症的根源。因此，他们主张在天下失序之际重建周德周礼，重返“美好的旧时光”，亦即“郁郁乎文哉”的周初盛世。战国则进入“捐礼让而贵战争，弃仁义而用诈谲”的周之末世，周天子的地位与天下诸侯等无有异，且是其中较为弱小者，传统社会秩序和价值体系彻底崩溃。当此之世，人们所信奉的乃是“力功争强，胜者为右”。至于问题的解决方案，无论“合纵”还是“连横”，不过都是聚力特强，“遂相吞灭”，胜者即是方向。实际上，危机年代的“药方”大

抵就这两种：相信旧时因果，往昔的美好绝非偶然，似可从头再来；相信胜者为王，存在即合理，即“向前看”。

春秋时代的修辞原则，正是在“德”、“礼”最初遭到撼动，也因此在被特别重视、特别建设的情况下确立的。以下引入主父偃提到的“王孙满明其言而楚庄以惭”的故事来说明这一点：

（楚庄王）遂至洛，观兵于周郊。周定王使王孙满劳楚王。楚王问鼎小大轻重，对曰：“在德不在鼎。”庄王曰：“子无阻九鼎！楚国折钩之喙，足以为九鼎。”王孙满曰：“呜呼！君王其忘之乎？……德之休明，虽小必重；其奸回昏乱，虽大必轻……鼎之轻重，未可问也。”楚王乃归。（史记·楚世家）^①

① 司马迁：《史记》（简体字本），卷四十，中华书局1999年版，第1394页。

楚庄王在周都洛阳郊区列兵示威，挑衅周天子。周定王派王孙满安抚犒劳楚庄王。楚庄王询问象征天子权力的九鼎大小轻重，王孙满迎面直击：得天下治天下，关键在于德而不在于鼎。楚庄王心有不甘，说我楚国威武，足以问鼎。王孙满慨然相劝，大王你忘了吗，如果道德清明，虽国小而人必重之；如果奸诈昏乱，虽国大而人必轻之。最后，楚庄王无功而返归。这个故事说明，“德”在春秋时期仍然力量强大，足以震慑嚣张的楚庄王。或可推论说，至少在春秋时代，道德合法性依旧是人们最看重的利害之一。由是言之，“德”不仅是升平年代交往日用的底层秩序，也是变革之际挽救危机的依凭和柱石。

修辞重德的原则在《周易·乾·文言》中被明确表述为“修辞立其诚”。我们有必要完整地引述这句话：“子曰：君子进德修业。忠信所以进德也。修辞立其诚，所以居业也。”进德、居业、修辞三者是统一的，涵养诚信之德，以此为原则修辞，即可成就、

① 魏·王弼注，唐·孔颖达疏，卢光明、李申整理：《周易正义》，周易兼义上经乾传卷第一，北京大学出版社2000年版，第55页。

持守事业。这种“非诚勿辞”、“非辞无功”的思想在后人那里得到了很好的解释，唐代孔颖达对此有明白的

注疏说：“辞谓文教，诚谓诚实也，外则修理文教，内则立其诚实，内外相成，则有功业可居，故云居业也。”^①宋代王应麟提出，“修其内则为诚，修其外则为巧言”；清代章学诚认为，持之有故即为“诚”，而“故”者，合理合情合德之谓也，舍此而求言辞工巧即为“鄙悖”。

巧言并不总是有害、鄙悖，关键在于是否“修其内”。“修其内”的言说，应当内容可信，情感真诚。按照儒家的理解，“诚”既指信守承诺、善待他人，也要于己忠诚，不可自欺。倘若内心的魔障不除，巧言令色便害人害己，无以居业。

儒家的社会设计有一个可贵之处，即把内在之“德”、“诚”、“仁”等价值要素转化为外在可依循的“礼”。礼者，履也，即践行。礼作为外在交往实践的原则和秩序，也成为春秋修辞的一个准绳。礼的效用，不在形式，关键是诚敬。《礼记》开篇第一句就是“毋不敬，俨若思，安定辞”（礼记·曲礼上）。如是，礼和辞皆以诚敬为根本。鲁成公十三年，诸侯朝周天子，相约伐秦。成肃公在朝见仪式中行色不敬，刘康公预言成肃公必短命，理由是“勤礼莫如致敬”，“能者养以之福，不能者败以取祸”（左传·成公十三年）。在春秋典籍中，类似因言辞、礼式不敬而遭鄙视、斥责、诅咒和驱逐的故事屡见不鲜。

守常而知变

修辞的原则在“暴师经岁，流血满野”的战国发生了明显的转

向——“德”让位于“利”。在邦国游说的舞台上，讲究仁义道德的春秋行人也被势位富贵的战国策士所取代。《战国策》描述先秦策士“日夜扼腕瞠目切齿”，孟子则指斥他们“所在国重，所去国轻”，朝秦暮楚，唯利是图。对此，策士们似乎并不否认，苏秦说：“且夫信行者，所以自为也，非所以为人也，皆自覆之术，非进取之道也。”在苏秦看来，诚信不过是个人修养之私德，绝非人生进取之“正道”。

在邦兴国亡的幻灭感下，颠沛流离的战国策士承认并加剧了“道德大废”的社会局面，自求“腾说以取富贵”，亦影响了天下时势。一人之辩，重于九鼎之宝，三寸之舌，强于百万之师（《文心雕龙·论说》）。苏秦的际遇在“利字当头”的策士中最具代表性：初为策士，说秦失败，归家之时负书担囊（行囊），形容枯槁，面目黧黑，状有愧色。归至家，妻不下紝（织布机），嫂不为炊，父母不与言。及至时来运转，苏秦身挂六国相印荣归故里，他又见到了另一番光景人心：

父母闻之，清宫除道，张乐设饮，郊迎三十里。妻侧目而视，侧耳而听。嫂蛇行匍伏，四拜自跪而谢。苏秦曰：“嫂何前倨而后卑也？”嫂曰：“以季子（即苏秦）之位尊而多金。”苏秦曰：“嗟乎！贫穷则父母不子，富贵则亲戚畏惧。人生世上，势位富厚，盖可忽乎哉？”

这段描述活灵活现，苏秦问，嫂子啊，为啥你以前对我那么骄傲现在却对我这么谦卑啊？嫂子毫不掩饰地说，因为老弟你今日高官厚禄啊！个人际遇如此，军国大政亦是取势为资、市利图强。《战国策》记录了苏秦的师弟张仪游说秦惠王伐韩的故事，张仪所用言辞皆为春秋行人所看不起的商侩名利之语：“臣闻，争名者于朝，争利者于市。今三川、周室，天下之市朝也。”在张仪眼中，连周王

室——此前天下的尊主——也不过是可供交易之物。

战略修辞原则的转向,直接带来了修辞风格的变化。学者李永勃、蔡英杰论述了修辞风格从春秋到战国的四个嬗变,摘引并补充解释如下:

从简约到繁丰——春秋“辞以简称美,意以微妙见深”,多为只言片语,《论语》中最长的篇章亦不过 200 字,战国修辞则多有长篇大论,韩非子在《亡征》一文中一口气用了 37 个排比,“可谓中外文章史上的奇观”;从质朴到夸饰——春秋行人追求“辞达而已”,战国策士要的是打动人、说服人,凡有利于此的,夸张、敷衍、狡辩在所不惜;从温婉到峻切——春秋修辞含蓄蕴藉、言近旨远,战国修辞则容不得这种“温吞水”,句句剑拔弩张、章章绘声绘色,赞得美轮美奂,骂得体无完肤。从叙述到议论——春秋行人叙事明理、寓理于事,战国策士议论风生、扬厉乖张。苏秦游说赵肃侯的一段话颇能体现战国修辞风格:

当今之时,山东之建国莫彊于赵。赵地方二千馀里,带甲数十万,车千乘,骑万匹,粟支数年。西有常山,南有河漳,东有清河,北有燕国。燕固弱国,不足畏也。秦之所害于天下者莫如赵,然而秦不敢举兵伐赵者,何也?畏韩、魏之议其后也。然则韩、魏,赵之南蔽也。秦之攻韩、魏也,无有名山大川之限,稍蚕食之,傅国都而止。韩、魏不能支秦,必入臣于秦。秦无韩、魏之规,则祸必中于赵矣。此臣之所为君患也。(《史记·苏秦列传》)

然而,这并不意味着战国策士纯属趋炎附势、人格空洞之辈。他们的独立人格、潇洒自信不能因后世持儒家正统观者的激烈批评而湮没。兹举一例,以显战国策士的主体意识和士人风骨:

齐宣王见颜觸,曰:“觸前!”觸亦曰:“王前!”宣王不悦。左

右曰：“王，人君也。觸，人臣也。王曰‘觸前’，亦曰‘王前’，可乎”觸对曰：“夫觸前为慕势，王前为趋士。与使觸为趋势，不如使王为趋士。”王忿然作色曰：“王者贵乎？士贵乎？”对曰：“士贵耳，王者不贵。”

在颜觸看来，你是王我是士，既然见面，凭什么让我靠近你跟前？你靠近我是“趋士”，乃是王道精神的体现；我靠近你是“慕势”，不过是小民之志，孰重孰轻？齐宣王后来感慨万千，颜觸却毫不领情，飘然而去。事实上，唯利是图、倨傲傲气、卓异才情在战国策士身上混杂一体，也因此创造了与春秋行人大不相同的修辞气象。

以上论及春秋与战国修辞之“不同”，接下来再求其“同”。虽然春秋修辞重德，战国修辞重利，二者却同求于“力”。力者，即前述对自我与外物的建构和改变。而深究下去，春秋修辞强调心力，即合乎德性的内源性力量及其形成的交往原则和秩序；战国修辞则重视利益表达，即立足于、服务于外物所构成的个人与邦国实力。仁义、诚信、礼治等道德之力为常法，兵甲、土地、财资等外物之力为时务，不守常法不可长久，不识时务则难以筹策事功。我们正当同时继承春秋和战国两代的修辞思想和文化精神：守常而知变。

① 参见明·王守仁著，吴光等编校：《王阳明全集》，卷34，年谱二，上海古籍出版社1992年版，第1279页。

套用明代王阳明的说法，守常如操舟得舵，平澜浅濑，无不如意；知变强调事上磨炼、相机而动，虽遇颠风逆浪，亦可免没溺之患。^①

二、说服而非压服

下面进入西方修辞思想遗产的清理。公关之父伯内斯认为，说服、公关的观念在原始社会就应该已经产生，只不过部落的首领们大多

使用武力、戒律、魔法和“超自然主义”手段统治人民，沟通以赢得人民的同意尚不自觉和专业。这种状况在古希腊文明得到了改变，“作为独立个体的公民走到了历史的前台”，“争取公众支持为统治者必不可少的政治活动”，而修辞——说服术乃是赢得支持和认同的基本能力。^①

① See Bernays, E.L., *Crystallizing Public Opinion*, NY, Liveright, 1961, p.vii.

美德与顺境

在古希腊，立法、审判、征战和交易乃是借由辩论达成决策的，修辞因之成为公民必备的素养。当时，雅典的公民大会少则两三千人参与，多则有六千人加入，每年召集 40 次以上，更有大约 200 次公民法庭审议。^②若欲在决疑政事、论述中获得发言的机会并争取认同，修辞、说服乃是

② See Mogens Herman Hansen, *The Athenian Democracy in the Age of Demosthenes: Structure, Principles, and Ideology*. University of Oklahoma Press, 1999.

关键因素。不只城邦公共事务如此，雅典广场上的智者们——譬如苏格拉底(Socrates)和他的对手——还围绕神谕和爱欲、真理和真相、政治与道德等问题进行了人类文明童年期巅峰式的辩论。在此背景下，很多人投入到专业化、系统化的修辞研究中来，修辞学校在各个城邦广泛兴办。

起初，修辞研究由智辩士派所主导，他们教导城邦的年轻人习诵演讲和辩论的技巧。柏拉图(Plato)对修辞术的盛行保持着警惕，他认为修辞极易沦为诡辩和欺诳，因而是危险且不道德的。在这一点上，柏拉图与他的同代人、远隔千山万水的孔子和释迦牟尼佛的看法颇为接近。孔子憎恶巧言、谰言、佞言，释迦牟尼佛反对诳语、绮语、妄语。当然，他们同时也都承认修辞的价值：柏拉图认为修辞有利于讨论真理、赢得人心；孔子有前述居业、兴邦之论；释迦牟尼佛也讲求言说方便，主张以辩才无碍教化众生。如是默契和共

感令人不得不心生感慨——如同事先安排好的一样，东西方文明大抵在同一时代进入了明亮的童年期。

讨论古希腊的修辞思想，绕不开柏拉图的学生亚里士多德（Aristotle）。实际上，像亚里士多德这样的先哲堪称老天送给人类的礼物。他被追认为政治学、社会学、心理学、语言学、生物学、物理学、天文学以及公共关系等诸多学科之父。两千多年来，继承和批判他的思想不知养活了多少学者。很多批判者向他发起挑战，最后却发现自己不过是在新的语境和条件下为他添加了注脚。仅就修辞研究而论，一直到20世纪中后期，新修辞学派仍以亚里士多德的《修辞学》为核心理论资源。

在《修辞学》一书中，亚里士多德把修辞定义为“在每一事例

① 苗力田主编，颜一译：《亚里士多德全集》（第九卷），中国人民大学出版社1994年版，第337页。

上发现说服方式的能力”。^①换个说法，修辞即说服术或说服的能力。同柏拉图一样，亚里士多德也看不上纯粹技巧取向的修辞研究，因此致力于发展真

正的、积极的修辞学。这与他对修辞功能的认识有关，“亚里士多德认为修辞学是重要的，因为真理需要靠修辞学来辩护、部分人需

② 游梓翔：《从传播研究角度重读亚里士多德〈修辞学〉》，载《传播研究与实践》，2011年01期。

要靠修辞学来认识真理，而且人必须拥有以言辞为自己辩护的能力。”^②具体言之，亚里士多德认为修辞具有如下功能：

一是维护正义和真理并压制其反面。在亚里士多德看来，尽管人类偏爱正义和真理，它们也总是更有说服力，但是糟糕的修辞将导致它们潜隐不彰或败于下风。如是，学习、掌握修辞便成为一种

③ 苗力田主编，颜一译：《亚里士多德全集》（第九卷），中国人民大学出版社1994年版，第336页。

捍卫正义和真理的道德义务了。对于那些站在正义和真理一边却在辩论、诉讼中落败的人来说，“其不善言辞应是受到责备之处”。^③这类似于中国先秦倡导的

“嘉言罔攸伏”之论，也铺垫了后世伯内斯等人的公关观念——修辞、说服、沟通以成就公共之善。在论及公关与真理的关系时，伯内斯提出公关能够促进事实传播和公共之善的弘扬，从而有助于发现真理——真理存乎意见交换之中。

二是教化普通民众。亚里士多德提出，面对那些缺少专业和逻辑训练的普通民众，立言者理应以“通俗易懂的说服论证”施加教化。民众将因此获得认知、分析和评判问题的能力，即增长智慧。而所谓智慧，用亚里士多德的比喻来说就是“神在我们心灵里点燃的火光”。修辞以教化民众、开启民智，类似前面述及的明事、显物、人和，以及“言之辑矣，民之洽矣”，强调了修辞的社会教育、管理和控制功能。

三是自我辩护和防卫。在追求体魄与灵魂同样强健的古希腊，一个人在身体上不能保护自己是不光彩的。亚里士多德认为，一个人不能通过有效的言说和修辞为自己辩护，同样是不光彩的。“较之使用身体，人更经常地使用言辞”，因而修辞更加关乎人之安身立命。^①逻各斯(logos)是亚里士多德提出的著名概念之一，他以之表示“人作为政治动物的天性”。在古希腊语中，逻各斯兼具理性和言说之义，理性与言说密不可分——这里埋藏着后世新语言观的种子。因此，借由修辞自我辩护、说服他者，乃是人的一种天性和本领。这就颇与“言语者，君子之枢机”相近了。

① 参见苗力田主编，颜一译：《亚里士多德全集》（第九卷），中国人民大学出版社1994年版，第337页。

亚里士多德主要讨论了三种修辞类型：协商演说(deliberative oratory，又译审议演说或议政演说)、仪典演说(epideictic oratory)和论辩演说(forensic oratory，又译法庭演说或法学演说)。他分析了每一类演说的情境、论题和技巧。以协商演说为例，它大

多发生在城邦议政和立法情境下，论题一般关乎城邦公共利益，最高目标是幸福。“几乎每一个人和所有的社会共同体都有某种目标，

① 苗力田主编，颜一译：《亚里士多德全集》（第九卷），中国人民大学出版社1994年版，第352页。

为达到这一目标，人们有所选择有所回避。这个目标简单来说就是幸福及其组成部分。”^①那么，何谓幸福？

亚里士多德认为幸福是“与美德结合在一起的顺境”。

这个定义实在精辟，幸福自然是一种顺境，而缺少美德的顺境则令人难以心安，更不可长久。此中，良好的修辞是实现个体和共同体之利益、幸福、福祉的重要手段和能力。

品格与“好人理论”

良好的修辞需要借助“人为”和“非人为”的手段或曰条件。“非人为”即客观存在的修辞条件，诸如证据、证人、法律条款、礼式节文等；“人为”即主观上可以作出调整、改变的修辞手段，亚里士多德将之区分为三类：品格（ethos）、情感（pathos）、逻辑或逻各斯（Logos）。在这三种修辞、论证方式中，品格指向了说服者的素质，情感对应说服对象的心理，逻辑则与说服内容相关联。如果将此三种方式换成中国修辞理论的说法，便是服之以德、动之以情、晓之以理。

亚里士多德将说服者的品格视为良好修辞最重要的前提，乃是基于政治和生活常识作出的判断：“在所有的的事情上我们都更多和更愿意信赖好人，在那些不精确和有疑义的地方也毫无保留地相信。”^②

② 同上书，第338—339页。

③ 龚文庠：《说服学的源起和发展趋向——从亚里士多德的“信誉证明（ethos）”、“情感证明（pathos）”、“逻辑证明（logos）”三手段谈起》，载《北京大学学报》（哲学社会科学版），1994年03期。

这种“好人理论”是如此有效，以至于“在发生意见分歧，没有可靠依据可供判断时尤其如此。”^③那些品格无良者的修辞，要么只能“饰之以口，而不能服人之心”，要么欺诳一时而终将信任破产。

在《修辞学》第二卷中，亚里士多德提出了构成说服者品格的三个要素：“演说者要使人信服需依靠三种质素，这三种质素无须证明就能使我们信服。它们是明智（good sense）、德性（good

moral character）和善意（good will）。”^①明智，即说

服者拥有足够的智慧和判断力，人们相信他能够解

释和解决问题；德性，即说服者道德可靠、良善诚

实；善意，即说服者尊重、关切、悲悯听众，对于所欲达及的说

服结果抱持美好的愿望。倘若说服者齐备明智、德性和善意等要素，

就会在听众中建立信誉或信任。“一旦没有言谈的‘可信任性’，

修辞“将永远无法达到说服的目的”，不过是“自我

毁灭的技术”。^②

在两千多年后的20世纪50年代，传播学者霍夫

兰（Carl Hovland）等人通过实证研究证明了亚里士多德的“品格论”

或曰“好人理论”。霍夫兰等人的研究成果显示，在说服的起始阶段，

信源（传播者、说服者）的可信度——由权威、诚实、人格魅力等要

素构成——越高，说服效果就越好。^③从亚里士多德

到霍夫兰，一个常识一直在发挥作用：有信誉、被信

任的修辞者才能采摘说服的果子。

我们不妨进一步打开有关“信任”的话题。由于信任是构建社会关系和秩序的基本因素，因此心理学、社会学、政治学、管理学、经济学、传播学等众多学科都涌入到信任研究中来，大抵形成了如下几个视角：

一是道德视角。在此视角下，信任被理解为一种内在的道德观念，是基于人伦、情感和交往形成的一种“托付”。“我信任你”意味着“我把自己托付给你”。这种信任观既扎根于日常生活体

① 苗力田主编，颜一译：《亚里士多德全集》（第九卷），中国人民大学出版社1994年版，第409页。

② 参见林远译：《论亚里士多德修辞学的伦理—政治学涵义》，载《政治科学论丛》第29期，2006年9月。

③ 参见〔美〕E.M. 罗杰斯著，殷晓蓉译：《传播学史》，上海译文出版社2002年版，第396—400页。

验，也为一些经典哲学和神学所认同。在日常生活，寻求可信任的人和让自己成为可信任的人乃是我们基本的渴望和冲动，即使陷入轻信和迷信也在所不惜；而从神性或人生之超越性上看，信任是“神恩”或善在人性中的显现，是人与人之间最伤不起的“本真伦理”。

二是经验视角。信任是一种基于既往知识、经验的一种心理定式和行为惯性，譬如“太阳照常升起”、“他素来诚实可信，这次也不例外”、“他们依旧以腐败的方式运作，依旧在事关重大利益的问题上说谎”，“他们一直幻想通过宣传而非品质获得成功”。基于经验凝结的信任，可以内化为稳定的心理结构，也可以外化为对制度规范的期待和依赖。前者是指信任的自我强化和凝结，直到沉淀为某种心理成见——我就（不）信任他！后者是指信任的制度化、程式化和规范化，直到形塑一种制度理性——正如英国哲学家休谟（David Hume）所言，我们应该设计一套政治制度，即使流氓占据政府职位时，我们也相信他将为我们的利益服务。

三是功能视角。信任被归结为一种利益交换和社会资本。我之所以信任你，说到底是因为我期待你为我的、我们的利益行事，或者信任可以让我们以更高的效率和更低的成本相遇、协商和合作。因此，信任就是一种风险投资，一种可以创造、流通、增益、损耗的社会资本。这种利益导向的信任观，不高尚却很实在：信任作为社会资本可以直接创造财富和价值。

在对信任的理解上，道德视角发现了信任的人性和超越性价值，经验视角强调信任作为心理定式、行为惯性和制度理性而存在，功能视角则更看重信任作为社会资本的创造和转化。无论以哪个视角看，信任都是个体、组织和社会最宝贵的财富。信任越是累加，

认同的空间就越是广大，也更为坚固。相反，信任破产则往往意味着共同体的瓦解和倾覆。当信任透支时，说服者的策略和技巧便沦为徒劳的表演。在大众眼中，一个信任“裸奔”的家伙，任何表演都可能是反讽的、荒唐的、自戕的，更是对公共舆论和公共之善的持续冒犯。

反观今日之说服实践，很多机构恰是在“信任储蓄”为零甚或负数的情况下，还试图让别人接纳自己的意见，这显然是徒劳、荒唐的。更糟糕的是，一些机构利令智昏、舍本逐末，不惜以牺牲信任的方式换取所谓“注意力”，以说谎、删帖、屏蔽负面信息等手段平复危机，最终将自己逼向信任破产。仅以所谓“注意力”或“出名”而论，求“名”不求“信”，往往意味着主动爬到刀尖上舞蹈，纵然一时尝得蜜糖、受人瞩目，却始终处于身败名裂的危脆境地。

诚如亚里士多德所说，如果没有良好的品格和信誉，那么“富人就是一时运气好的愚人”。

情感与逻辑

在品格之外，亚里士多德提出的另外两种“人为”的修辞、说服手段是情感和逻辑。情感指向了说服者对倾听者心理的影响和调动，以期使后者与自己产生情感共鸣。人非草木，孰能无情，而不同的情感又会导致人们作出不同的判断，“我们在忧愁或愉快、友爱或憎恨的时候，所下的判断是不相同的。”不仅如此，人们还倾向于把“情投”等同于“意合”，把“情同此心”转化为“理应如此”。在很多情境下，只要“情同此心”，人们甚至无须“摆事实、讲道理”就会认同、支持说服者。因此，说服者应当着力触动、引发聆听者积极、正面的情感，而压抑、安抚消极、负面的情感。

亚里士多德细致地将情感区分为感情、意志和各种关联的人格因素三类，它们共同构成了修辞的情感体系。“感情”主要包括恼怒—温和、友善—敌意、恐惧—无畏、羞愧—无耻、感激—忘恩、嫉妒—倾慕、怜悯—憎恨七组二元对应的心理状态；“意志”是人类各种欲、愿、盼、望的集合；“人格因素”即富贵、谦卑、英勇等先天或后天的修养。

在《舆论的结晶》一书的开头，伯内斯讲述了“古希腊七贤”之一梭伦召唤、激发雅典人的情感而夺回失地萨拉米斯岛的故事。故事梗概如下：雅典在与邻邦争夺萨拉米斯岛的战争中惨败，当局颁布了一项屈辱法令——任何人都不得提议夺回萨拉米斯岛，违者处死。为了唤醒雅典人的斗志而又避开当局的惩罚，梭伦开始“装疯魔”。疯魔的梭伦游荡在雅典广场上，唱着挽歌：“啊，我们的萨拉米斯，她是多么美丽，又多么使我们留恋！让我们向萨拉米斯进军，我们

① Bernays, E.L., *Crystallizing Public Opinion*, NY, Liveright, 1961, p.vii.

要 为 收 复 这 座 海 岛 而 战 ， 我 们 要 雪 洗 雅 典 人 身 上 的 奇 耻 大 辱 ！”^①

梭伦成功地激发了雅典人的情感。民众怀着对雅典的爱和对敌人的恨，“飞蛾扑火般冲向萨拉米斯”。公元前600年左右，30岁的梭伦被任命为指挥官，统帅雅典人一举夺回被侵战的萨拉米斯。梭伦成为雅典的英雄，他有一句话流传千古：一个政治家如果做到两件事情，就可称为伟大，那就是想想我们的祖先，想想我们的后代。

伯内斯之所以引述梭伦的故事，大概是因为后者诉诸民众情感的说服手法正与他的说服理念相契。在《舆论的结晶》、《宣传》、《公共关系学》和一部长达800页的自传中，伯内斯皆以大篇幅论述如何洞察、激发、“驱策”民众的情感。在他看来，说服者——公关顾问对普罗大众思想和情感的敏感度，应远胜于“指南针之于方向的

敏感度、温度计之于冷热变化的敏感度”。他从心理学家那里借鉴理论资源，并像亚里士多德那样，分析了人的“七种主要本能和与之伴随的情感”：逃避—恐惧、厌恶—反感、好奇—惊诧、好斗—愤怒、自炫—欣喜、蒙羞—服从、父母之爱—慈悲。

①伯内斯反复强调，如是本能和性感，正是说服的诉求所在。

① See Bernays, E.L., *Crystallizing Public Opinion*, NY, Liveright, 1961, p.152.

不止伯内斯，公关之父艾维·李同样注重影响和改变民众的情感。在发给客户的剪报中，李总是在左上角抄录林肯的一段话：“公众情感就是一切。有了公众情感，无往不胜；反之，一事无成。形塑公众情感的人往往比政策制定者或决策者走得更远，他可以判断法令或决议是否可行。”^②

② Ray Eldon Hiebert, *Courtier to the Crowd: the Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Iowa State University Press, 1966, p.198.

接下来看亚里士多德提出的第三个“人为”的修辞手段——逻辑，即对“事实之所以如是”的理性论证。如前所述，逻辑即理性与言说的“双运”，是思想与语言的同构。在《前分析篇》、《后分析篇》、《论题篇》和《修辞学》等著述中，亚里士多德对照性地探讨了三种逻辑：有关客观真理论证的逻辑——台湾学者林远泽称之为“科学逻辑”，辩证法，修辞逻辑。三种逻辑的共性是，皆须存在一个预设的共同前提，即“前理解”或“共识性约定”。从这一前提出发，逻辑论证便是一个“三段论”的展开过程。譬如，人都是要死的，苏格拉底是人，因此苏格拉底必死，此中“人都是要死的”便是逻辑论证中的“前理解”、“共识性约定”，由它推导出作为人的苏格拉底终究向死而生。以下通过三个关键词介绍修辞逻辑与科学逻辑、辩证法的联系和区别：

一是“或然性”。科学逻辑必然存在客观或先验的真理性前提，“科学逻辑基于自明的前提，演绎地获得具有必然性的分析性知

识。”^①换言之，某一条件能够充当科学逻辑的前提，它必须具有事实上的自明性或理性上的先验性特征，

① 林远泽：《论亚里士多德修辞学的伦理—政治学涵义》，载《政治科学论丛》第29期，2006年9月。

即事理无偏、不容置疑，否则科学逻辑便会破产。这同时也说明，科学逻辑应是自洽的、独白的和强制性的，它只对真理和正确负责，而不顾及他者的意见。

对照之下，修辞逻辑未必存在真理性前提，人们对所持的共同前提可能有多种意见，前提本身也往往具有两面性，行动和实践更是复杂和多变。林远泽举例说，通常天空乌云密布就会下雨，今日天空乌云密布，所以今日会下雨。在这一例证中，前提未必总是可靠，人们会有不同判断，实际情况也存在多种可能性。如是，修辞逻辑是一种“或然”而非“必然”逻辑，亚里士多德称其展开方式为“或然三段论”。

需要申明的是，正是这种或然性使讨论、说服成为一种必要和可能。以亚里士多德的视角看，科学逻辑必须被谨慎地应用于自然和客观真理等领域，而不能在政治和伦理领域滥用。一旦某种并不自明、先验的意识形态成为独白的、强制性的逻辑前提，便可能导致暴政和灾难。修辞逻辑蕴含着可贵的民主精神，它承认差异和多样性，鼓励以说服而非压服的手段达成共识。在客观真理之外，基于修辞逻辑的真理正是存乎意见交换之中。

二是公共性。亚里士多德认为，辩证法和修辞逻辑一样存在“两可”的前提，同属或然逻辑。而二者之间也存在差异，这主要表现在：辩证法是一种正反两方面的理性论证，修辞逻辑则面临更多复杂性，并且承认前述品格和情感诉求——它们的说服效力甚至比逻辑还强大；辩证法主要适用于私人、人际辩论和智力领域，而修辞则具有

较强的公共性，尤其是在公共领域说服未经逻辑训练的“头脑单纯”的普罗大众时，更为切近而有效。

三是“省略三段论”。在修辞逻辑中，由于共同的前提为说服者和听众所共享，故而可以省略不提，亚里士多德将之命名为“省略三段论”。譬如前例可以直接表述为：今日天空乌云密布，所以今日会下雨。以下补充两例并有所发挥：

XX 是一家诚信的企业（诚信的企业值得我们选择），所以 XX 的产品可以购买。XX 的政策有利于促进社会公平（公平是我们共同追求的社会发展目标），我们需要支持并落实 XX 的政策。作为论证的前提，“诚信的企业值得我们选择”、“公平是我们共同追求的社会发展目标”，由于是人们的共识性约定，因而可以在修辞或说服过程中省略。

我们所要发挥的部分，正是这个可以省略的“共识性约定”。现代社会的一个严重危机，便是人与人、人与社会之间“共识性约定”的弱化、消逝或缺席。毫无疑问，“共识性约定”遭到动摇或根本不存在，接下来的论证就难以为继，说服的有效性和合法性就变得可疑。此中有两个问题需要强调：第一，尽管修辞逻辑的前提是“或然”的、“省略”的，但它必须真实存在。当说服者与听众之间失去了共同前提，也就放弃了共同的出发点。在实践中，很多政府部门、企业和社会组织在与公众缺少“共识性约定”的情况下，仍徒劳地谋求优雅修辞、精致说服，正可谓本末倒置。第二，针对或然的前提，应承认差异和多样性，鼓励讨论和协商，以形塑认同和合法性。实际上，和而不同、多样协商正是现代社会认同与合法性的重要来源。

以上介绍了亚里士多德修辞思想的主要内容——三种功能、三种类型、三种手段。由于年代久远和翻译等原因，《修辞学》一书

并不易读，却也不容错过。哪怕只是领会其中的吉光片羽，便也受用了。譬如，我们可以把“那些处境非常顺利的人，不认为自己会受伤害，他们的态度就是骄横、轻慢、鲁莽”这句话送给老板或客户，把“一个头脑很清醒的人，绝不应当把他的子女教养成为太聪明的人”的警诫送给父母和自己。

三、修辞与认同

在后来的古罗马和漫长的中世纪，修辞研究基本上是对亚里士多德的理论进行加减法，他的确难以超越。当然，我们也不能忽视古希腊其他先哲对修辞研究的贡献，譬如柏拉图详细分析了修辞中的立论、驳论、例证、类比、譬喻，以及非语言符号的使用等问题；古罗马的西塞罗（Cicero）和昆体良（Quintilianus）强调“演说是最高的智力活动”，品格良善的说服者更受信任，也因此更易于引导人们走正直的人生道路；在中世纪的政治和社会生活、艺术创作和宗教传播中，一些贵族、艺术家、游吟诗人和传教士对修辞技巧亦有精巧使用，但思想性的拓展并不显著。

新修辞学派

一路向下，我们在 20 世纪中期可以遇到以伯克（Kenneth Burke）为代表的美国新修辞学派。在前述的语言学转向中，伯克把修辞学从漫长的历史休眠中唤醒，将其置于“人如何认识自己和世界、影响他人和世界”的哲学领地进行重构。他取得了公认的成绩，被奉为“20 世纪最重要的思想家之一”、“现代的亚里士多德”。也许伯克对后一项荣誉并不满意，他试图批判和超越亚里士多德，而在他

因此获得的奖杯上，恰恰刻着对手的名字。

伯克认为，修辞是借由符号（语言）激发合作的行为，“哪里有说服，哪里就有修辞；哪里有意义，哪里就有说服。”^①他赞同亚里士多德对待修辞的积极态度，但主张以“认同”替代“说服”作为修辞研究和实践的核心概念，“旧修辞学的关键词是说服，强调有意的设计；新修辞学的关键词是认同，其中包括无意识的因素。”^②伯克强调了如下问题，这些问题构成了新修辞学的独特之处：认同而非说服才是修辞的原点和归宿；在认同与说服的关系上，前者是后者的来源而非反过来——“你只有以对方的语言，比如言辞、姿态、语调、语序、象征、态度和思想讲话，亦即认同彼此的言说方式才能说服一个人”；^③亚里士多德代表的修辞思想过多强调了意见竞争，而相对忽视了认同、合作；新修辞学进入了人类的精神范畴、“意义的世界”，重视那些“无意识”却至关重要的认同因素。

既然认同是修辞的核心问题，那么何以达成认同？从修辞内容出发，伯克提出了三种认同策略：同情认同（*identification by sympathy*）、对立认同（*identification by antithesis*）和曲同（*identification by inaccuracy*）。以下分而述之：

一是同情认同，即人们基于共同的情感、意见、思想和价值产生的认同。此处的“同情”所指复杂，不只是亚里士多德意义上的情同此心、眷顾怜悯，还指向了态度、意见、观念、身份上的一致性。伯克举例说，政治家在农民演讲时会提到，“我也是农村孩子出身”（身份）；而在有些场合，政治家会亲吻孩子的脸蛋（情感）。类似的例子还很多，譬如奥巴马在中国演讲时会对在场的青年人说，“真抱

① 从莱庭、徐鲁亚编著：《西方修辞学》，上海外语教育出版社2007年版，第11页。

② [美]肯尼斯·博克等著，常昌福，顾宝桐译：《当代西方修辞学：演讲与话语批评》，中国社会科学出版社1998年版，导论第17页。

③ Kenneth Burke, *A Rhetoric of Motives*. Berkeley, University of California press, 1969, p.55.

歉，我的中文不如你们的英文好”（态度）。实际上，伯克的同情认同概念包含了亚里士多德提出的三种修辞手段的主要内容：修辞者的良善，倾听者的情感共鸣，以“共识性约定”为前提的修辞逻辑。

美国传播学者彼得斯（J.D.Peters）在《交流的无奈》一书中考察了人类传播思想史，他得出了一个令人沮丧的结论：所谓沟通就是强烈渴望接触其实无法接触他者的过程。^①如是，与其苛求精致完美

① 参见〔美〕彼得斯著，何道宽译：《交流的无奈》，北京，华夏出版社，2003年，第33页。

地复制彼此的意见，还不如相互给予爱和宽容。换言之，绝对完美的沟通和说服并不存在，苛求“同意”不如许以同情。

二是对立认同，即虽然彼此存在矛盾、冲突和对立，却因共同的“敌人”而达成认同。譬如，中美两国在很多领域存在不可避免的冲突，而在经贸、反恐、维护全球和平秩序等方面却可建立深度认同。实际上，产生对立认同中的动力可以是共同的“敌人”，亦可为共同的利益和价值。2008年3月，奥巴马在总统竞选的关键时刻遇到一个麻烦，他的精神导师赖特发表了激进的“辱白言论”，引发了很多选民的强烈不满。为了应对危机，奥巴马在随后的一次演讲中是这样做的：

第一步，把赖特事件嵌入美国200余年来种族斗争背景下，“造就一个完美的共同体和联邦，是我们矢志不渝的目标、使命”，但它“仍然是未竟的事业”。如是，我们始终面临一个共同的“敌人”——种族问题而非赖特。第二步，最大限度争取同情，并把自己和导师的情感放大为“我们”共同的情感，他承认“赖特的言论、评论不但是错误的，而且有导致分裂的危险”，但是“我不能和我的老师断绝关系，就像我不能和黑人社群断绝关系……就像我不能和白人祖母断绝关系。这些人是我生命的一部分，是我们国家的一

部分，我爱他们”。第三步，把人们对大选的关注点从赖特事件牵引开来，号召人们关注更重要的共同利益和价值，诸如健康、福利、和平、改革等。

三是曲同，又译“误同”，或许转译为“象征认同”更为贴切。先解释概念，再说明理由。什么是“曲同”？伯克说，“曲同”正是新修辞学所重视的认同之中“无意识”的那一部分。他通过几个事例佐证于此：譬如“我们”这个词总是激发人们对于“在一起”、“共同体”的联想；开车的人们经常把汽车的能力视为自己的能力，以为自己可以奔驰万里，站在某款汽车所代表的社会位阶上；在超市购物的现代人会觉得自己比原始人更加强大和优越，而果真回到原始社会却可能是一只活不下去的“菜鸟”。广告和公关深谙此道，汽车厂商召唤你行走天涯、随行自在，化妆品厂商让你卷入明星代言人展示的幻象世界——“你也可以！”

人追求意义，却成为符号的奴隶。“曲同”其实是人对于符号所构造的象征世界的一种心理依附或精神寄托。在广告、公关的强势说服下，人们对一款商品的选择，被成功地转述、呈现为对一种生活方式或生活品质的选择。糟糕的是，人们拿到手的不过是一堆符号——早与生命价值、生活意义分道扬镳的消费符号。我们与一些人交往，加入一个群体，久而久之则被那些代表“我们”的语词和符号所驱策。“我们”成为情感的蓄水池、神圣的图腾，有勇气、有能力的行动者，有光荣历史和辉煌未来的共同体。

一些政治领袖熟练地操纵着符号，他们不会放过任何向“人民”派送符号大礼，制造语词和象征认同的机会。美国总统肯尼迪在竞选获胜时的一句演讲词广为流传，他说这场胜利“not a victory of party ,but a celebration of freedom”（不是一个党派的胜利，而是自由

的庆典)。^①在一千多个词的简短演讲中，肯尼迪竟然使用了40多次“we”(我们)。

① 参见肯尼迪总统就职演说，1961年1月20日。

显然，他把党派利益表达为“我们”共同的利益，把党派较量转换为“人民”对自由价值的共同追求。

言语破灭处

对伯克的拜访暂告一个段落。他在下一章仍将是主角。亲近这些了不起的思想家的好处是，你可以畅游他们的思想海洋，也可以只打上一小桶，浇浇自己的盆景就够了。

从中国先秦到古希腊再到伯克，本章又古今中西地走了一遭。对于沿途收获的思想遗产，有必要进行如下总结、补充和拓展：

甲，修辞之用，首在求同。尽管“危险且不道德”，修辞在中西方皆受到了高度重视。在先秦，说服者立言——进而立德立功，靠的是修辞，即善用语言的可能性进德居业，大则治国安民，小则修身审美。在古希腊，修辞被认为是维护正义和真理、协调公共利益、教化大众、促进民主的重要手段，也是公民自我辩护、参与公共事务的基本素养。关于修辞重要性的极致说法，来自于柏拉图同一时代的高尔吉亚(Gorgias)，他说：言语破碎处，无物存在。海德格尔对此的解释是，若无言语，万物对我们都是封闭的。就沟通、交往而论，修辞的重要性主要体现在其说服功能和认同价值上。

中西方在这一点上亦有共识。春秋修辞重德、重礼，而德、礼分别为内在、外在的认同尺度。在缺少宗教性终极价值的情况下，中国文化语境中的“不朽”——譬如立德、立功、立言——抱着强烈的被承认、被认同情结。战国修辞更为直接，策士们腾说天下，

正是为了寻求支持、缔结或瓦解同盟。亚里士多德的品格、情感和逻辑之论，亦是通过德、情、理三途而求同。伯克视认同为修辞的核心问题，并统观有意识的说服设计和无意识的象征认同。

乙，求同存异，是字优先。柏拉图设计了一个由“哲学王”治理的“理想国”，孔子则构想了一个“大同世界”。大同并非雷同，而是追求和而不同，亦即求同存异、多样和谐。在一定意义上，亚里士多德的修辞逻辑为和而不同的理念提供了通往实践的梯子——承认差异和多样性，在意见竞争中达成共识。伯克提出的对立认同，也包含着求同存异、多样共生的主张。如是，古今中外的修辞理念可以集中表述为：多元协商，和谐同一。实际上，多元协商、平等对话正是吉登斯（Anthony Giddens）、贝克（Ulrich Beck）、鲍曼、哈贝马斯（Jürgen Habermas）等全球顶级思想家制定的克服现代社会危机的基本方案。他们提出，为了应对风险社会、再造社会团结、重构人类共同体，多元主体的协商、对话乃是必由之路。^①

在具体修辞实践中，求同存异应当被理解为“是字优先”，即在讨论、对话中善于说“是”。在《说话的艺术》一书中，林语堂认为“是字优先”堪为最重要的说服策略。他打比方说，在俘获蚂蚁时，一滴蜂蜜比一加仑毒药有效得多。他还引用林肯的说法加以佐证：“我在半小时的演讲中，前二十五分钟都讲对方认

同的内容，最后五分钟再讲自己的观点”。^②如此一来，说服者便把“是”字先楔入对方的心里，在取得最大程度认同的基础上，再亮出自己的观点或诉求。就说服情境而论，求同存异应该被理解为“先求同，再论异”。有人习惯上来就说“不”，或一味地表达自己的独到和高明，殊不知一开口，便因这一个“不”字或异见，而与对方陷入了面子和

① 面对现代社会的各种危机，吉登斯提出了培育“对话民主”的解决方案，贝克赞同“参与民主”的思路，哈贝马斯主张构建“主体间性”、“交往理性”和“公共领域”，鲍曼则明确提出了“多元协商”与“重构共同体”的理念。

② 林语堂：《说话的艺术》，陕西师范大学出版社2009年版，第74页。

成见之争。若非先求“同”，“异”往往直接被忽略或打倒，而得不到理性、建设性的讨论。

丙，听说互动，言行一致。中西方皆极为关切修辞的道德原则，强调修辞者应仁义、诚信、良善，核心在一个“诚”字。而在修辞立其诚之外，另有两条道德原则不可轻视：一是尊重、顺应听者，二是说得好也要做得好。在儒家思想中，倾听本身即是一种德性，是“仁者爱人”在交往中的体现。孔子注重在不同情境下、面对不同听者时讲恰当的话：于乡党，恂恂如也（温和恭顺），似不能言者；其在宗庙朝廷，便便言（直言善辩），唯谨尔；与下大夫言，侃侃如也（亲切愉悦）；与上大夫言，

闇闇如也（恭敬正直）。^①孟子的观点更为明了，他提出要知言、知心、知人。^②亚里士多德对听者的心理和情感有精微的观照，且强调言者之引领与听者之判断是同等重要。台湾学者胡全威认为，这种言者引领、听者判断的修辞思想，充盈着“轮流之治”（rule in turn）的民主精神。^③伯克对听者的关切已然细化到语调、语序的地步，无须赘言。

孔子讲有德者必有言，先行其言，而后从之。修辞、说服不只是一个“如何说”的问题，而必须与“怎样做”联系起来。倘若光说不练，那么说得越好，带来的伤害可能也越大。以当今的公关业论，就是要对“舆论引导”和“问题解决”等而视之，偏废则不足取。我们在前面提到，西汉的主父偃称赞了几位先秦修辞大家，其中郑国大夫子产在“听”与“行”上皆为表率。“子产不毁乡校”的故事是中国公关史上的一个经典案例，他强调以民为“师”、“闻而药之”：

① 参见杨树达：《论语疏证·乡党篇第十》，江西人民出版社2007年版，第151页。

② 参见万丽华、蓝旭译注：《孟子》（卷三），中华书局2006年版，第56页。

③ 参见胡全威：《说服与判断：古典修辞对当代民主的启发》，载《政治科学论丛》，2013年55期。

郑人游于乡校，以论执政。然明谓子产曰：“毁乡校，何如？”子产曰：“何为？夫人朝夕退而游焉，以议执政之善否。其所善者，吾则行之；其所恶者，吾则改之。是吾师也，若之何毁之？我闻忠善以损怨，不闻作威以防怨。岂不遽止？然犹防川，大决所犯，伤人必多，吾不克救也；不如小决使道，不如吾闻而药之也。”（《左传·襄公三十一年》）

乡校是古时乡间的公共场所，既是学校，又是乡人休闲、聚会、议事的地方。郑国人在乡校闲议执政者的得失成败，大夫然明对子产说，不如把乡校都拆毁吧，免得老百姓闲言碎语。子产说，这是为什么？人们朝夕游于此，议论执政者善与不善，他们认为善的，我们从善而行；他们所憎恶的，我们起而行之、加以改正。他们是我们的老师啊！我曾听说忠善可以化解民怨，而从未听说倚仗威权可以防止民怨。为何不尽快止怨？正如防治水患一样，河水大决，伤人必多，我无力克救，不如平时主动疏导。执政亦复如是，与其等到民意洪水滔天，不如及时对治。

吾舌尚在不？

苏秦发迹的时候，他的同学张仪还在楚国落魄不堪。除了养活妻儿困难，还屡遭冷落屈辱，以此事为最：

张仪已学而游说诸侯。尝从楚相饮，已而楚相亡璧。门下意张仪，曰：“仪贫无行，必此盗相君璧”共执张仪，掠笞数百。不服，释之。其妻曰：“嘻！子毋读书游说，安得此辱乎？”张仪谓其妻曰：“视吾舌尚在不？”其妻笑曰：“舌在也。”仪曰：“足矣！”（《史记·张仪列传》）

张仪从鬼谷子那里学有所成，打算游说诸侯建功立业。有一次

和楚相（昭阳）饮酒，席间楚相的宝玉（和氏璧）丢了。有人怀疑是张仪偷的，因为他贫穷且没正事儿可干。张仪被抓起来，鞭打数百，仍然不招，后来被放了。老婆说，你要是不读书游说，何苦招这般凌辱？张仪对老婆说，你看，我的舌头还在吗？老婆说在啊，张仪坚定地回答：这就够了！成功的本钱还在！

张仪所自信的，当然不是舌头，而是自己的才学。至于苏秦，“刺股”苦读的故事说的就是他。《战国策》记述：“（苏秦）读书欲睡，引锥自刺其股，血流至足。”^①苏张二人的修辞、游说和功业，既因时势而起，也是他们自己尽心竭力的结果。

① 汉·刘向集录：《战国策·秦一·苏秦始将连横》，上海古籍出版社，1985年，第85页。

之所以在这一章的末尾再把苏秦、张仪搬出来，是为了说明一个问题：修辞的技巧从哪里来？所谓修辞技巧，主要是指辞格的选择和运用，亦即比喻、排比、层递、夸张、借代、反讽、拟人、引用、对比、对偶、双关、省略、婉曲、呼告、顶真、回文、摹况、飞白、镶嵌、倒装、跳脱、错综、类叠等具体修辞手法的发挥。辞格本身并不复杂，关键在于如何得心应手。

陈望道在其代表作《修辞学发凡》中提出，平庸、消极的修辞好比“零度对零度以下的努力”，很难达及审美和说服的效果。他认为，“修辞技巧的来源有两个：第一是题旨和情境的洞达，这要靠生活的充实和丰富；第二是语言文字可能性的通晓，这要靠平时对现下已有的修辞方式有充分的了解。”第一个来源——因题就境，即通常所说的“世事洞明皆学问，人情练达是文章”；第二个来源则须以大量阅读、认真研习、充实头脑取得。简言之，若求文采，先要有文化。有文化尚应涵养文采，没文化而欲求文采，不知其可也。

没文化的结果，就是只能拿出这样级别的比喻——我的心像揣

了小兔子一样蹦蹦跳。这虽是玩笑话，却可牵连出若干问题：为什么总是缺少创意？为什么冥思苦想却了无所得？为什么滔滔不绝却言之无物？为什么不能真切、有力、灵动地表达自己？为什么说服别人如此之难？

在前述修辞技巧的来源中，最为便捷而坚实的做法就是阅读。阅读是一种高级的享乐，一种投入产出最划算的修炼。多读书，则少费力；知识累加到一定程度，迷人心智的道理就变少了——到最后就“没什么道理”了，这大概就是传说中的心无挂碍。阅读者最重要的品质是沉静和坚持，不要指望自己记住每一本书里的所有概念、道理和漂亮的句子，你就自然而然、一本一本地读，就像水渐渐漫过石头。直到有一天，你会发现《左传》和《战国策》并不难懂，而且在通透地读过之后，你开始不能容忍自己在写文章时滥用一个“的”、“地”、“得”字。

关于中国本土以说服为宗旨的修辞著述，有四本书值得推荐：提供修辞指导原则的《论语》，专论修辞策略的《鬼谷子》，以及两本修辞案例集——《左传》和《战国策》。迄今为止，鬼谷子是否真有其人，《鬼谷子》是否为伪作尚无定论。也正因为如此，本章前半部分未将《鬼谷子》纳入讨论范围。

《鬼谷子》开篇即讲说服要“达心察变”。从全书来看，“达心”与亚里士多德的情感论、伯克的“同情认同”大体相当，论述亦较为细致，而且通篇都是中国文化的自我观照。关于“察变”，下面引入《鬼谷子·捭阖篇》以明其义：

粤若稽古，圣人之在天地间也，为众生之先。观阴阳之开阖以命物，知存亡之门户，筹策万类之终始。达人心之理，见变化之朕焉，而守司其门户。故圣人之在天下也，自古至今，其道一也。变化无穷，

各有所归。或阴或阳，或柔或刚，或开或闭，或弛或张。

这段话的大意是：考察历史可知，圣人在天地之间，是众生的先导。圣人观察阴阳、开合之现象而把握事物的命脉，知晓事物生死存亡的门户，度量、预知天地万物由始而终的发展过程。圣人能够洞悉人心理数，明察变化的征兆，因而据守、把控人心和变化的关键之处。所以说，从古而今，圣人经世之道一以贯之，不管万物和世事怎样变化无穷，它们最终都会归于或阴或阳，或柔或刚，或开或闭、或弛或张。

鬼谷子提出的“察变”，实际上是通过洞悉天地万物之大势，把握阴阳、刚柔、开合、张弛变化的根本或曰门户。这补充了我们前面对“修辞之力”的论述，在春秋修辞强调的“德之常法”、战国修辞看重的“利之时务”外，鬼谷子提醒我们守司“道之大势”。我们在第一章曾申明，德为道之用——守道而取势，才能真正守常而知变。当然，作为纵横家的鼻祖，鬼谷子较少考量言说的道德规范，并因此遭到儒家的贬抑和批评。

第三章

叙事

第一章的主题是立言，第二章将之延展为修辞以立言，第三章的讨论半径将拉得更长一些——叙事。叙事是比修辞更大的言说范畴，我们可以将修辞视为叙事的一种策略或一个维度。广义的叙事，是指对历史和社会生活的话语建构。在 20 世纪早期，叙事尚被狭义地理解为讲故事，叙事研究的对象也大多为神话、寓言、童话和民间故事等。及至 20 世纪中后期，叙事学在语言学转向中崛起，学术影响从文学、美学和哲学领域溢出，渗透到历史学、社会学、政治学和传播学诸领域。在叙事学领域中，文学、影视、演讲、广告、公共关系、新闻报道乃至日常交往、说服皆为考察对象。

本章仍旧采取古今中西对照、跨学科融合的框架来筛检思想遗产和理论资源。显然，这几章有过分迷恋历史、语言和哲学的嫌疑。实际上，对说服问题进行“文史哲”或曰“人文主义取向”的观照，乃是必要和重要的。古人讲心生而言立，言立而文明，这是一个循环向上的逻辑——心、言、文互生同构，而后放大光明。无论日常生活中的劝慰，还是商业传播、政治游说，说服者在行动之前皆应韬养人文之光。不能“运乎人文”，还意欲“化成天下”，自然是虚妄

的努力。无视人文修养而片面追求说服、修辞、叙事技巧，恰如驾车远行，路迢且阻，却扬鞭打车而不打马。

一、叙事、结构、灵韵

小时候，老师和父母评阅我们的作文或偷看我们的日记，经常批评说“流水账”、“豆腐账”。然后，他们要求我们向课本学习，课本里的文章总是能够概括出“段落大意”和“中心思想”——诸如本文通过描述什么，表达了什么，讴歌了什么，鞭挞了什么，云云。如今想来，在孩子的眼中，生活本来如流水，平常琐碎又天真自然，哪有太多思想和道理！师长的训练，是让我们通过叙事把凌乱的生活秩序化，并且找到“生活的意义”。

长大成人之后也是如此，一旦你想对自己和这个世界谈谈，就会进入对秩序和意义的选择、建构之中。譬如，当你在年终总结时说：“过去的一年，我努力学习和工作，努力保持头脑清明、心思柔软，努力使身边的人过得更好”，那些披头散发、叽叽喳喳，那些无心的散乱和刻意的慵懒，那些逃避与纠结、虚耗与幻想、卑微与阴郁，由于进入不了这场叙事的“秩序和意义”，便统统遭到了屏蔽和抛弃。我们通过叙事描绘人生图景，并借此实现自我认同和合理化。

个人的生活世界如是，历史叙事亦然。历史总是那么有条理，连“乱世”的故事都井然有序。难道人人都生活在既定的历史方格里？事事都按照标准的历史和生活路线图铺展开来？同前述写作文、写日记和年终总结的叙事体验一样，历史的秩序说到底就是讲述者的叙事秩序。讲述者将千头万绪、流注生灭的历史和社会生活“格式化”，进而产生能够解释今天、规约未来的意义。极而言之，历史不过是

强者、获胜一方留下的、用以形塑认同与合法性的叙事。

历史的条理

我们首先讲述一段人物史，主角是此前曾多次提及的公关之父艾维·李：

1900年，23岁的李从普林斯顿大学毕业。同那一代受过精英教育的很多青年一样，李在新旧世纪的轮转中唤起了强烈的历史感和命运感。他希望在剧烈变革的年代找到实施抱负的机会。当然，这些抱负并不包括父亲对他的期待——子承父业，成为一名调和基督教神学与达尔文进化论的职业牧师。

事实上，李以另一种方式满足了父亲的心愿。李致力于调和20世纪初美国社会的各种信念和思潮，调和利益集团和大众的冲突，他开创了一项专事调和的职业——公共关系。早在少年时代，李随着父亲传教地区的变化而四处转学，“他在每一处都留下了深厚的友谊”，老师认定“他是确定无疑的、值得尊敬的可造之材”。李在体育方面毫无作为，而在辩论场上赢得了广泛的赞誉。他在与人辩论时说，基督文明是动态发展起来的，而不是福音书的教条所造就的。彼时，基督教福音派正在谋求作出教义改革，以适应美国的工业化、城市化浪潮，积极介入社会转型期的信仰危机和文化衰落问题。

在进入普林斯顿之前，李曾在故乡佐治亚州的埃默里学院学习两年。院长是当地著名的主教坎德勒。值得一提的是，这位主教的弟弟阿萨当时搞到了一种碳酸饮料的秘方，后来给它起了个名字，可口可乐。这是19世纪末美国社会的一个缩影：即使兄弟之间，也有全然不同的信条，有人虔诚地守护着传统的宗教观念和生活方式，

有人热烈地拥抱着新世纪所许诺的财富梦想。

真正的分化不在兄弟之间，而是整个社会形成了对立的两极。在1900年前后的美国，少数人变得惊人的富有，一些大企业掌控了经济命脉，垄断了国家的大部分财富。“美国54%的财富掌握在1%的人手中。每100个家庭里面，有1个家庭能够买下其他99个家庭的所有财产，其财力仍然绰绰有余。”^①如第一章所述，媒体发

① Ray Eldon Hiebert, *Courtier to the Crowd: the Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Iowa State University Press, 1966, p.45.

② 胡百精、杨奕：《现代公共关系伦理史纲》，载《现代传播》，2013年01期。

起了对垄断罪恶的“揭丑”、“扒粪”运动，底层大众发起了激烈抗争，劳资冲突席卷垄断行业。精神世界的破败也加剧了大众的迷惘、惶恐和愤怒，“传统道德和精神信仰黯然失色，人们无所依凭地生活在根基未稳的新世界。”^②

李在普林斯顿就读期间，各种社会思潮正在拼抢大学舆论的阵地。此中，最为流行、直接对立的两种思潮是改良和革命。前者主张渐进地解决社会病症，温和地推动社会进步；后者则疾呼打倒、颠覆一切，建设一个新世界。改良的思潮在普林斯顿占了上风，李的宗教家庭背景和他本人的调和性格也正与此相契。他拒绝以激进、暴力的方式“将社会推倒重来”——尽管这类思潮对年轻人充满诱惑，而开始亲近温和的卡内基主义。

大资本家卡内基的一生充满传奇：从一个食不果腹的童工成长为与“汽车大王”福特、“石油大王”洛克菲勒齐名的“钢铁大王”；从富可敌国到捐出全部财产，他的名言是“在巨富中死去，是可耻的”；从一位企业家、慈善家转变为社会改良思想的设计者和倡导者。卡内基发展了一套上下结合的改革方案：面对贪婪、暴虐的既得利益集团，卡内基认为他们应该主动推行改革，作出切实的社会贡献，促进公平和正义；面对动辄狂怒的底层民众，他劝勉他们“要上进

和勤奋，靠自己的努力击败贫困”，“凡事不论大小，都要认真去做”。

李抓住了卡内基改革思想的核心。资本家必须承认大众力量的崛起，平等地对待他们，并且把利润的一部分贡献给公共事业，如此才能平息风起云涌的社会抗争运动，才能让原罪“软着陆”；民众也必须上进和勤奋，训练自己的性格和能力，不能单靠资本家的妥协谋取临时的、局部的权利。否则，前者的暴虐和后者的暴怒将导致严重的社会倒退。李很快就找到了实践卡内基思想的下手处。

这个下手处，与李起初对自己的职业设计有关。读大学时，李已经成为一名兼职记者，并且非常“公关”地采访了退休后拒不公开露面的前总统克利夫兰（Grover Cleveland）。在得知克利夫兰是普林斯顿校友后，李和一帮同学在这位前总统家门口高唱普林斯顿校歌。克利夫兰颇为感动，在门口发表了即兴演说。第二天，他的演说出现在多家报纸的头版。李在毕业后成为一名正式记者，他相信记者是实现社会理想的极好职业。

此时的李，“高大瘦削，英俊潇洒，目光锐利，一头黑发被精心地梳向后方，脸型周正，胡须刮得很干净，给人以真诚坦率的印象”；“走路有些瘸拐反而使他看起来颇具英雄范儿，他是那种渴望成功并且一定会成功的人。”^①李在报社干了三年后，发现媒体固然有所擅之长，同时也和大企业、民众一样存在局限性。在他看来，美国社会需要一些人充当“居间者”角色，促进媒体、利益集团和民众的沟通，以缓解社会冲突，重建认同和秩序。1903年，李离开报社，创办了世界上最早的一家专业公关公司，成为一名调和利益关系的职业说服者。传记作者希伯特（Ray Eldon Hiebert）评价李说：

① Ray Eldon Hiebert, *Courtier to the Crowd: the Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Iowa State University Press, 1966, p.42.

艾维·李所有贡献的核心价值，在于他提出了卡内基思想的实

践手段和话语体系，使得这些思想，在政治、经济、社会都远比19世纪后期要复杂的20世纪前半

① Ray Eldon Hiebert, *Courtier to the Crowd: the Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Iowa State University Press, 1966, p.36.

叶，依然具有旺盛的生命力。在其他人都试图通过革命“彻底推翻当下文明”时，李致力于推动“在现有制度下的进一步改良”，自然弥足珍贵。^①

李的故事就讲到此处。接下来的问题是：我们是如何讲述李的？在这一千多字中，我们采用了讲述历史人物的多种“套路”，诸如家庭出身论、性格命运论、时势英雄论，以及对个人选择与社会运动、个人职志与社会思潮、改良与革命、理想与现实、利益集团与底层民众等多重二元对立关系的“摆布”。这些叙事“套路”把李的青春岁月整理得井井有条，并且条条通向公关事业。在我们的叙事中，李成为一个由“历史选择”的公关之父，他开创公关事业乃是国家、社会、家庭和个人等多重因素作用的“必然”结果。毫无疑问，那些为“必然”所不容的“偶然”被我们有意无意地屏蔽、抛弃了，譬如李创办公关公司的一个直接原因是因为太穷了。在妻子怀孕后，拥有远大抱负的李甚至想过靠写小说一夜成名、养家糊口。再如，李为了招揽生意不得不策划布鲁克林大桥上的“猴车抛锚”事件，这显然与居间协调、再造社会团结的理想无关。

叙事结构

当言说的“条理”可以成就“道理”，对叙事“套路”的研究便受到了语言学、文学和哲学以及后来历史学、社会学、政治学和传播学等多学科的重视。叙事学研究起步于20世纪20年代，在60年代以后走向鼎盛。关于叙事学的核心问题，用一句话来说就是探究人

类叙事中潜隐的稳定模式或曰“永恒”结构。叙事学者们乐观地相信，表面上千差万变的文本其实存在着稳定、趋同的结构，一旦掌握了这些结构，就可以自如地阐释、创造某些历史和社会生活文本。譬如，以某种结构解读历史文献和文学作品，或结构指导广告、公关、演讲和影视创作，甚至以之为蓝本参加一次竞选、谈一场恋爱。当然，叙事学的发展也充斥着笔墨官司，先有来源之争，后有流派之争。我们绕过这些纠缠不清的藤蔓，直接采摘那些成熟的果子就好了。以下简要介绍叙事研究的三个主要阶段。

甲，第一阶段。最早的叙事研究线索是由苏联学者普洛普（Vladimir Propp，1895—1970）牵引的。他在1928年出版的《民间故事形态学》中提出，故事的基本单位并非人物，而是人物发挥的“功能”，譬如“出走”、“欺骗”、“禁止”、“伤害”、“共谋”、“斗争”、“接受神奇之物”、“隐姓埋名地出现”、“困难任务的完成”和“结婚”等。^①普洛普基于100个俄罗斯民间故事

① 参见怀宇：《普洛普及其以后的叙事结构研究》，载《当代电影》，1990年01期。

总结了31个叙事“功能”，可见不同的故事往往存在相同且稳定的“功能”。我们并不熟悉俄罗斯民间故事，却可从中国故事中印证普洛普的一些发现。以金庸小说为例，郭靖、杨过、段誉、虚竹、令狐冲、张无忌等皆以“出走”展开故事，承受“欺骗”、“伤害”和“困难”，奋然离经叛道（禁止），并通过“接受神奇之物”——九阴真经、凌波微步、乾坤大挪移等取得胜利，有情人终成眷属（结婚），进而功成身退。此外，金庸小说往往安排一个悲催的男配角——林平之、宋青书、郑克塽、游坦之等，承担悲剧命运造成的善恶逆转“功能”。

乙，第二阶段。20世纪40年代，法国人类学家列维-斯特劳斯（Claude Lévi-Strauss，1908—2009）将普洛普的观点引入俄狄浦

斯等神话故事研究。他发现,神话同样存在“内在不变的结构形式”。在一个族群中,不同神话由“不变的结构”贯穿和统摄,构建族群的集体记忆与价值认同。譬如古希腊神话充斥着人神大战和人的发明创造,中国神话则更多讲述人天和谐和人的勤劳勇敢,这也大抵投射、涵化了两厢自洽、中西有别的文化性格。列维-斯特劳斯比普洛普走得更远一些,在《神话的结构分析》、《生与熟》等著述中,他深入分析了叙事的水平结构(共时关系)和垂直结构(历时关系)。仍以金庸小说为例,在《天龙八部》中,水平结构承纳了萧峰、段誉、虚竹三兄弟各自及交错的爱恨情仇关系,江湖诸门派之间的横向关系,宋、辽、大理、西夏、吐蕃并峙的多重民族关系;纵向结构包含了无涯子、天山童姥和李秋水一代,少林方丈、段正淳、萧远山、慕容博一代,以及萧峰、段誉、虚竹、慕容复、游坦之、王语嫣和阿朱一代的复杂因果关系。

丙,第三阶段。1966年,法国《交流》杂志第八期发表了《符号学——叙事作品结构分析》专号,宣告了叙事学的正式诞生。这一时期的代表人物有格雷马斯(Algirdas J. Greimas, 1917—1992)和巴特(Roland Barthes, 1915—1980)等,他们的研究各有侧重,但都关心叙事结构问题,共同开创了结构主义叙事学。在他们看来,历史和社会生活的确发生在变动的时间和特定的空间之中,但对其叙事却存在抽离了时间和空间的稳定结构。

格雷马斯认为叙事存在表层结构和深层结构,前者属外显的叙事层面,后者是内隐的结构主干。深层结构在逻辑上优先于文本,是叙事的“元结构”。在它的支配、支撑下,表层结构得以生成,进而依照不同的时空语境和情节生成各式各样的文本。金庸小说大多以儒家仁义、佛家慈悲、道家自然为深层结构,以主角修习武艺(韦

小宝除外)、建功立业、退隐江湖(萧峰除外)为表层结构,进而结合宋元、宋辽、明清等时空语境,铺展爱恨情仇、得失进退等繁复情节。再以明清小说为例,“因果报应”(如“三言两拍”)、“惩恶扬善”(如《水浒传》)和“毕竟空”(如《红楼梦》)乃是深层结构,在此之下,作者们通过勾连各种要素和关系确立表层结构,而后以或直或曲的笔法成就篇章。

巴尔特把文本区分为三个层次:功能层、行为层和叙述层。功能层是叙事的最小单元,即文本的深层结构和价值安排,譬如前述的儒释道精神,又如新闻叙事的“揭示真相”、“批评监督”和“社会倡导”。行为层即人物层,包括人物的欲望、交往和斗争。巴尔特将叙事中的人物细分为主体与客体、施惠者与受惠者、辅助者与反对者六个角色,他们的行为和关系影响着叙事“功能”的实现。^①以《天龙八部》中的虚竹为例,他自幼在少林寺长大,一心向佛、志欲明心见性(欲望),却因下山交往了无涯子、丁春秋、阿紫、天山童姥、西夏公主等人而背叛师门,破了荤、杀、淫诸戒;随后当了灵鹫宫掌门,更在江湖中一片斗争和厮杀,一入红尘远空门(也许因此成佛?)。他周遭的人物关系,亦大体符合巴尔特的六种角色之论,不再赘述。最后一层是叙述层,即叙事者与受众的关系,譬如前者对后者进行宣讲教化、劝说动员,而后者亦有其主动权。

① 参见[法]罗兰·巴特著,董学文、王葵译:《符号学美学》,辽宁人民出版社1987年版,第130页。

下面引入《阅微草堂笔记》中的《狐妻》故事,为格雷马斯和巴尔特添一个注脚:

献县周氏仆周虎,为狐所媚,二十余年如伉俪。尝语仆曰:“吾炼形已四百余年,过去生中,于汝有业缘当补;一日不满,即一日不得生天。缘尽,吾当去耳。”一日,辄然自喜,又泫然自悲,语虎

曰：“月之十九日，吾缘尽当别。已为君相一妇，可聘定之。”因出白金付虎，俾备礼。自是狎昵燕婉，逾于平日，恒形影不离。至十五日，忽晨起告别。虎怪其先期，狐泣曰：“业缘一日不可减，亦一日不可增，惟迟早则随所遇耳。吾留此三日缘，为再一相会地也。”越数年，果再至，欢洽三日而后去。临行呜咽曰：“从此终天诀矣！”

陈德音先生曰：“此狐善留其有馀，惜福者当如是。”刘季箴则曰：“三日后终须一别，何必暂留？此狐炼形四百年，尚未到悬崖撒手地位。临事者不当如是。”余谓二公之言，各明一义，各有当也。（《阅微草堂笔记·狐妻》）

这个故事不足 300 字，读之荡气回肠。河北献县周家男仆名虎，为狐所媚，伉俪情深，二十多年岁月静好。一次狐精对周虎说，我修炼成人形 400 多年，过去生中，曾与你业缘相牵，今生当补给你，一日不满不得生天，缘尽又必当离去。又一日，狐精忽然悲欣交集，告诉周虎此月十九日，你我缘尽诀别，我已为你看中一位女子，你可去下聘礼。随后，狐精拿出白金交与周虎，以聘新人。自此，二人比往日更加缠绵悱恻，百转千回。到了十五日，狐精忽晨起告别，周虎因而嗔怪，不是说好十九日才走吗？狐精哭着说，业缘不可任意增减，我留三天的缘分，只为再次相见。多年以后，狐精果来重聚，欢洽三日，最后呜咽话别：从此苍天终尽，前缘无续！

这是个典型的中国故事，与大家熟悉的《白娘子传奇》《倩女幽魂》等故事异曲同工。其所同工，正是“深层结构”、“功能层”所在：因果，因缘，所爱别离，所求不得。从行为层看，一人一狐，往世今生，悲欢聚散。在这二元对立之间，何去何从，令人心碎。从叙述层看，作者纪晓岚借旁人之口表明了自己对读者讲述这个故事的用心：陈德音先生言，此狐善留有余地，惜福者当如是；刘季箴则说，三日

后终须一别，何必暂留？此狐炼形四百年，尚未到悬崖撒手的境界，临事者不当如是。由此可见作者对读者的心机：既要惜福，亦应撒手。

结构与灵韵

如前所述，叙事学开始只是为了探究民间故事、神话和文学作品的共同规则，而后来则进入了一切可以言说的社会生活领域，譬如素来被认为严肃、庄重的历史书写和阐释。在 20 世纪 60 年代，美国学者海登·怀特（Hayden White）把叙事学导入历史研究。怀特提出，尽管历史叙事是从经验所认定的事实或事件出发的，历史学家也有明确的“去修辞化”、“去文学化”意识，却无法回避——也必然需要——历史学家的想象性建构，以形成一个自洽的故事或完整的图画。因此，历史的真实内容，仅仅是按照某种想象性建构或预设结构，“再现为一种讲故事的工具或者它的偶然例证”。^①

怀特在历史学领域响应了普洛普、列维—斯特劳斯、格雷马斯、巴尔特等人的结构主义叙事学，他们之间存在明显的共识。我们对这些共识作出如下概括和解释：

① 参见〔美〕海登·怀特著，董立河译：《形式的内容：叙事话语与历史再现》，天津出版社 2005 年版，第 39 页。

甲，人类叙事的文本（不限于文字记录，也包括画面和交谈）是纷繁复杂、千变万化的，而叙事结构却是有限、稳定甚至“永恒”的。以历史的眼光看，叙事乃是个体和共同体存在的证据、理由和宣示，有限且稳定的叙事结构正是认同的重要来源。瓦解了叙事结构，个体的认知和认同就会陷入混乱，共同体的认同和合法性也会遭到质疑。譬如科学进步对于一些宗教有关万物起源之“元叙事”的冲击，又如互联网对威权主义政府有关“解放”、“进步”、“多数人执政”等叙事结构的解构和戏谑。就整体而论，一个族群叙事结构的变异往

往意味着权力更迭和社会转型。

乙，叙事存在着最小的单元或曰最基本的要素，它们的聚合与冲突形成了叙事结构。普洛普、巴尔特称这种最小的单元为“功能”，列维-斯特劳斯将之命名为“神话素”，格雷马斯的说法是“叙事程序”，怀特的概念是“元历史”。在叙事中，人物不过是以其“行为”来实现“功能”的符号。譬如，一个“灰姑娘”——她也可以叫“简爱”，历经各种伤害和折磨，最终得其所爱。此中，“功能”是最基本的存在。在前面列举的“出走”、“斗争”、“学武功”、“退隐江湖”、“善恶因果”等叙事功能中，哪些更稳定甚至“永恒”呢？

显然，这个问题关系到叙事的说服力及其形塑认同与合法性的效力。从巴尔特等人的论述中可以看出，诸如因果、爱恨、得失、权利、灵肉、宿命等反映人之基本利益、基本价值的“功能”乃是叙事的底层秩序。进一步审视会发现，相对于利益的“速朽”和幻灭，价值——情感、德性、灵韵、信念等在叙事功能中更堪为“永恒”要素。换言之，叙事结构的稳定性及其认同功能，正来源于那些承载着心灵、人性密码和上帝、神性密码的价值要素。叙事者总是先对心灵和上帝的意志进行解码，然后再对文本进行编码，以完成爱、正义、进步、美好以及终极价值的“想象性建构”。有一些复杂的叙事，是围绕不同价值要素之间的抉择和冲突展开的，譬如忠孝难全、灵肉冲突、公正与平等不相容、人性与天性对抗等。在金庸小说中，名利不如忠义，事功不如真情，而忠义、真情等人性价值又不如少林寺“扫地僧”的神性价值——不生不灭、不增不减、不垢不净。实际上，那些久远流传的经典叙事，莫不是对人天秩序的观照和建构。

丙，叙事的目的在于“成就德性”。在20世纪80年代，美国哲学家哈弗罗斯（Stanley Hauerwas）提出了“在叙事中成就德性”的主

① 参见汪建达：《哈弗罗斯论伦理问题的转向》，载《学术交流》，2007年09期。

张。他的基本观点是，现代社会道德建设的目标应该从让人们接受、选择某种行为规则，转向成就有德性、有品格的

人，“我们应该成为什么样的人”优先于“我们应该怎样做”。^①那么方法何在？哈弗罗斯认为，人是叙事的动物，总是在叙事中寻找意义、德性和真理性。正是借由叙事，人从偶然、纷乱的生活表面一头扎进去，在人性和神性的纵深处建构自我和世界。从共同体层面看，叙事的一个基本面向也正是确立公共道德和主流价值。因此，应当倡导一种重返自我同时也积极进入公共领域的社会生活，使个体和共同体在叙事中成就德性。

总体而观，现代叙事的局限恰是“功能层”中价值、德性的残缺，亦即缺少对人性和神性价值的体认、解码和编码。如前所述，价值乃是叙事的“永恒要素”和“最终秩序”，它所反映的是叙事者的根本理据和终极追求。叙事者缺少“功能”设计和价值安排，大抵是其核心价值体系虚弱、混乱的反映。我们经常可以透过企业的品牌叙事作出判断：这不是一家伟大的企业，因为从它的叙事中找不到人与“上帝”的德性。民族国家亦复如是，伟大的民族在其叙事中总是能够导引人们关怀生命和仰望星空。与此相应，国家形象传播说到底也就是基于国家利益而又超越于此的价值叙事。如是，叙事以成就德性其实与立言以成就功德、沟通以成就共同体乃是内在一致的。

丁，为了承载利益和价值“功能”，展开人物“行为”，叙事结构往往呈现为一些二元对立关系。普洛普、列维—斯特劳斯和格雷马斯都比较重视叙事的二元对立结构，诸如贫富贵贱、善恶是非、得失进退、悲欢离合、人神灵肉等。“简爱”、“灰姑娘”、“狐妻”以及

金庸小说皆含有紧张的二元结构。关于二元对立叙事，下一章将展开论述。

在 20 世纪后期，结构主义叙事学遭到了批评。最直接的批评便是无趣：它把叙事中饱满的血肉都剔除了，唯留一堆骨架和价值的残骸。2005 年，电影《无极》上映后遭到了一些人的批评和“恶搞”，批评者认为这部电影试图表达的“道理”太多、导演的“结构化”追求太强烈——譬如权力的丛林法则、爱情的无常与忠贞、宿命下的个人可能性等，导致骨架庞大而情节干瘪。“道理”本身无以成就电影，“电影的常识是必须有一个好故事”。单从结构上看，其实不只《无极》，几乎所有电影都是无趣的：《阿凡达》讲述了一个正义战胜邪恶、弱者战胜强者、美女“跨界”嫁给英雄的故事；《阿甘正传》讲述了一个坚持与放弃、智慧与愚蠢、杰出与庸常、困境与突围的故事；《飘》讲述了一个大时代与小人物、战争与和平、情感与理智、过去与明天的故事，凡此等等。

抛开“无趣”这样一个感性的理由不谈，结构主义叙事学最受诟病处，便是它试图以普遍一致的规则和秩序，预设历史和社会生活的结构和模式。在福柯(Michel Foucault)、德里达(Jacques Derrida)、赫尔曼(David Herman)等后结构主义者看来，抽离时间和空间的“结构”要么不存在，要么无法诠释所有叙事。“故

① [美]戴卫·赫尔曼主编，马海良译：
《新叙事学》，北京大学出版社 2002 年
版，第 8 页。

事之所以是故事，并不由其形式决定，而是由叙事形式与叙事阐释语境之间复杂的相互作用所决定的。”^①显然，普遍化的叙事结构必定要接受具体文本

的检验和挑战。而最大的挑战，不是否定文本之中存在某种结构，而是要求结构与特定语境结合起来。“后结构主义的叙事学研究，并不完全排斥对叙事模式，但更关心叙事模式在具体文

① 余岱宗：《叙事模式研究：结构主义与后结构主义》，载《海南师范学院学报》（社会科学版），2005年02期。

本语境中的特性。”^①

事实上，“后结构主义者”也是

结构主义者，他们所主张的无序、

去中心和不确定性也是一种“功能”和“行为”，只是更强调语境所带来差异性、多样性和碎片化。以周星驰主演的电影《大话西游》为例，这部典型的后结构主义“无厘头”作品，刻意摆脱了传统、庄重的叙事成规，刻意在反经典中创造经典。在充满荒诞、偶然性的语境中，《大话西游》还是顽固地承载了一些“功能”，譬如既无常又宿命、不入红尘不解脱。

这一点在巴尔特身上体现得尤为明显，作为结构主义叙事学的重要开创者，他同时也主张“消融”叙事结构。晚年巴尔特写了一本非学术非小说非杂文的《恋人絮语》——《花花公子》杂志曾盛赞这本书，他在书中排除了所有的既定结构，以“絮语”的方式呈现爱情。而当抛开情境化、偶然性的叙事，他发现爱情中的那些表白、呢喃、争吵和纠结，仍是遮掩占有、情欲等“功能”的墨镜。

二、戏剧、语境、角色

对于结构主义叙事学在语境问题上的局限，我们可以到伯克那里寻找弥合的可能性。第二章介绍了新修辞学派代表人物伯克的认同理论，以下则借用他的“戏剧五因”学说深化对叙事问题的讨论。在“戏剧五因”中，伯克对于言说的一个基本观照便是场景或曰语境。不仅如此，这一被称为“戏剧主义”取向的语言哲学、人类行为理论，提供了阐释和书写叙事文本的新视角、新模式。

在伯克看来，修辞乃是人的在世状态，因而有必要将修辞研究

拓展到哲学、社会学和传播学诸领域，以发现、理解人的动机和社会关系。为此，“伯克运用众多学科的理论营养将修辞研究范畴扩大到人类交际（交流、沟通）的所有方面”，他取得了卓越的成果，以至于“当今谁要是交际著书立说，无论他是多么有独创性，他都

① 鞠玉梅：《肯尼斯·伯克新修辞理论述评——戏剧五位一体理论》，载《外语学刊》，2003年04期。

要重复伯克的话”^①。这在公共关系领域体现得尤其明显，在20世纪90年代，希斯（Robert Heath）等人以伯克的修辞思想为基础，发展了公关修辞流派。

戏剧五因

“戏剧五因”理论恐怕是伯克被重复得最多的话了。这个理论来自伯克对一句俗语的“再发现”：人生如戏。人的动机、行为及其创造的历史和社会生活，在结构上恰恰如戏剧一般。伯克据此提出了用以分析人的动机、行为和社会关系的五个“戏剧性”因素：行为（act）、执行者（agent）、方法（agency）、场景（scene）和目的（purpose）。伯克将这五个因素结合起来，称之为“戏剧五因一体”（pentad），亦因其戏剧之缘起，而称之为戏剧主义理论。“戏剧五因”形成了标准的戏剧结构、叙事结构，可以普泛地解释“如戏的人生”，亦可生成商业、政治和文化的各种文本。事实上，在“戏剧五因”理论诞生后，它一直被应用于文学、影视和新闻等叙事作品，以及广告、公关、演讲等说服力文本分析之中。

“戏剧五因”的每一个方面都不难理解：行为，即人区别于动物的“运动”，人的行为有意识、有目的、有选择的自由；执行者，即行为主体，可以是个人或团体；方法即执行者实施某种行为时所采用的策略、手段和工具；场景，即行为发生的时空语境和外部情势，提供行为的条件和理由；目的，即执行者欲求的效果或结果，它可

能是清晰明确的，也可能是潜隐不彰的，甚至连执行者都不知道“这一切究竟为了什么？”

以莎士比亚的悲剧《王子复仇记》为例，执行者是曾经热爱天地万物、赞美生命、珍惜生活的王子哈姆雷特，“人类是多么了不得的一件杰作！”父亲亡魂的出现改变了这一切，他必须战斗，对手包括篡位的叔父、改嫁给篡位者的母亲、既是复仇的棋子又是障碍的恋人、往昔的朋友和兄弟；行为即寻找真相，积蓄力量以成功复仇；方法即步步为营，揭穿阴谋，扫除党羽；场景则由小而大，王宫，中世纪后期，文艺复兴；显在的目的是复仇，而当母亲、恋人、兄弟和仇人都死去，当哈姆雷特也身中毒剑倒下去的时候，他追求的到底是什么？

伯克把“戏剧五因”同各种哲学观念对应起来，从而构造了一个观察如戏之人生和历史的整体性叙事框架：

甲，行为对应现实主义或唯实论（**realism**）。正如格雷马斯的“深层结构”和巴尔特的“功能层”等概念所指涉的，人类行为存在相对稳定、可以类型化的“元规则”，譬如生老病死、所求不得、怨憎相会、所爱别离。现实人生的表演实际上是这些行为规则的具体化，是抽象规则在现实中的显现和摔打。

乙，执行者对应理想主义或唯心论（**idealism**）。尽管人和动物一样“向死而生”，但人可以拥有信仰、信心和信任，拥有顺应或平复外在世界的情感、德性和精神。在此过程中，人产生了对认同和不朽的追求。

丙，方法对应实用主义或务实论（**pragmatism**）。人可学习和掌握各种本领，创造和使用各种工具，而其中最重要的便是言说和修辞。伯克提出，“语言不仅导致行为，而且建构我们

的现实”^①。

丁，场景对应唯物主义或唯物论（materialism）。伯克对场景的理解，

① Kenneth Burke, *Language as Symbolic Action: Essays on Life, Literature, and Method*, University of California Press, 1966, p.45.

既包括人当下所处的“具体时间和位置”，也包括恢宏的时代舞台及其迁转流变，甚至还要考虑人在宇宙中的场景。场景即外在、客观的语境、环境，它必然影响和建构人。所谓岁月静好、现世安稳，也正是基于“人生一境域”之互动而发出的祝福。

戊，目的对应神秘主义（mysticism）或混沌论。目的与动机有所不同，与结果亦有偏差，所以在抵达终点之前尚处于神秘、混沌状态。文学、戏剧、影视、调查性新闻报道尤擅神秘、混沌地处理叙事目的，以唤起受众深切的情感认同。我们在下一章会提到，有一些“灰色宣传”在策略上故意使目的含混不明。

我们不妨以“戏剧五因”之框架重述公关之父艾维·李的“如戏人生”：美国在19世纪末、20世纪初卷入了疯狂的工业化、城市化浪潮，社会财富迅猛增长，而社会问题不断增多，社会矛盾持续加剧（场景—客观环境）。在暴虐的利益集团和暴怒的底层大众的激烈冲突中，艾维·李决心成为一个居间的调和者（执行者——一个理想主义者）。他致力于改良而非革命，推动各方坚持对话而非对抗（行为—现实主义取向）。为此，他奔走于权贵、媒体和公众之间，采取新闻报道、公共演说、人际游说、决策参与等各种沟通手段，希望以最小的代价实现既有秩序的革新，避免推倒重来（方法—实用主义、务实取向）。在艾维·李看来，美国社会并不缺少革新的勇气和智慧，真正匮乏的乃是沟通，他所开创的公关事业正是以促进不同利益主体的沟通、信任和认同为职志和使命（目的一混沌未知）的。

如果再添加一些历史细节，譬如李的公关公司最初几年生意艰难；他因服务大企业而被指责“给公众舆论投毒”并多次遭到起诉；他晚年“不小心”服务纳粹机构而声名狼藉、抑郁而终，那么伯克的“戏剧五因”及其对应的唯物论、唯心论、唯实论、务实论和混沌论就更加丰满了。

语境：营造与还原

在对艾维·李的重述中，我们已经对伯克的“戏剧五因”理论做了手脚，把“场景”的排序放在了第一位。接下来，我们正式进入说服性叙事结构的探讨，一边借用伯克的理论一边施以改造。我们首先对伯克的概念进行说服、传播意义上的对接和转换：用“语境”替代“场景”，“角色”替代“执行者”，“行为”、“方法”和“目的”不变。替代的理由有两个：一是适应说服、传播研究领域的概念使用习惯，二是在概念的所指上有所调整。以下贯通本章后面两部分，围绕语境、角色、行为、方法和目的五个方面，讨论说服性叙事的框架和结构。

第一个要素是“语境”。语境优先于话语，它是话语的“容器”。跳脱、逸出语境的话语必然是含混、错乱的，就像缺少沙漠背景的胡杨林或不见大海的贝壳一样怪诞。在日常生活中，我们有时悔恨自己“说话唐突”、“胡说八道”，就是因为言不当机、辞与境悖。在正确的时机和场合说正确的话，从来都是说服的基本原则。职业的说服者理应首先营造和调适语境，而后再决定说什么和怎么说。在这一方面，失败的说服经常犯三个错误：

甲，语境未成先说话。意义是在语境中生成的，也只有恰如其分的语境中才能得到合理的解读。亚里士多德提出的语言“四德”——正确、适当、明晰、典雅，也只有因应具体语境才能成就。

说服者的某一句话是否正确，除表述本身的真实性外，尚应考量其在特定语境下的合理性。对于热恋中的人来说，美或丑既是极端的，也是相对的，甚至未经过渡就可以直接转化。再如，正确的话未必就适当，婚礼上的新娘总是值得赞美，即使真实情况并非如此。陈情与明理、赞美与批评，皆需寻找、营造合宜的语境。在缺少现成语境的情况下，话语就变成了无处盛装的流水或空中飞沫，要么虚耗无着——没人搭理，要么让人莫名其妙——徒增疑虑、烦恼和忧惧，甚至事与愿违、触犯众怒。中国文化素来讲天时地利人和，其中天时地利为语境要素，直接影响着人的相遇、对话与和谐。

乙，语境与话语错位。话语是可以复制的，语境却难以从此处“搬运”到彼处，从过去“穿越”到将来。曾经灵光的说辞，换个语境就可能无效而有害。几乎所有说服理论都会强调产品（或议题）定位、受众细分的重要性，却未必关切语境的区隔、调适和匹配。事实上，语境定位与受众定位同等重要且关联一体。一个外交官在中国文化语境下讲“韬光养晦”，人尽皆知那是一种谦逊、内敛的德性，而美国文化则倾向于把这个词理解为卧薪尝胆、十年磨剑、有仇必报。在错位的语境下欲求说服的效果，有时好比在高原上打井，或与夏虫语冰。

丙，对于“过去”或历史的叙事缺少语境还原。所谓语境还原，就是重现彼时彼处或恢宏壮阔、或平常琐碎、或无意刻意的那些情景，让人的行为、事物的变化获得可感可触的语境。调查性报道、深度报道的记者深谙此道，他们总是把人和事物以小见大、由点及面还原到特定语境之中。这也是影视和戏剧导演们所应掌握的基本功，他们要让受众走进角色的世界，见到角色所见的山川大地、世道人心、

街角的咖啡店和家乡的霓虹灯。

一些机构会抱怨，那些精彩的活动、重要的成绩总是“传播不开”，而那些偶然发生、微不足道的负面事件却“被演绎得一塌糊涂”。这里的一个关键症结，便是语境还原出了问题：正面传播由于缺少精细的语境刻画，导致本来鲜活的人物成了照片上死盯着镜头的“脸谱”，本来生动、立体的事件成了黑板报上的内容提要；负面传播由于缺少主动、充分的告知，导致人们凭借“合理想象”为之强加一个贪嗔痴、腥膻私的发生语境。

无论是语境缺位、错位，还是未能还原归位，皆提示说服者不可无的放矢，不可凌空蹈虚地把话语推送出去。此中之“的”，一是受众，一是语境，而受众亦属特定语境中的倾听者。就此而论，叙事的功夫，一半在语境设计，一半在话语修辞，而后者更具优先性。

在语言学研究中，语境一般被区分为三类：上下文语境，即前后表达的意义、形式和结构等；情景语境，即时间、地点、人物（沟通双方、潜在听话人等）、话题类型、现场气氛等；社会文化语境，即交往者所处的政治、经济、社会和文化环境。^①在语言学分类之外，传播学还比较看重关系语境和媒介语境，前者是指交往者之间由角色、地位、权力、财富和知识状况等因素影响和设定的社会关系；后者是指不同媒介形态所形成的不同交往场域，比如是否面对“镜头”往往直接、显著地影响表达。

如是，语境的营造与还原正可从上下文、时空情景、社会文化环境、交往者社会关系、媒介场域等五个方面入手。并非所有的说服都要培育、催熟这五重语境，或可一二，或可更多。而那些具有思想动员、社会动员和意识形态教化性质的说服行动，则应创造最大的语境势能。诚如伯克所说，场景、语境提供了行动的条件和理由。

^① 参见左莉：《语境与话语含义》，载《荆楚理工学院学报》，2009年第8期。

及至语境条件成熟，话语便可当春乃发生了。正所谓万紫千红安排着，只待新雷第一声。^①反之，若无合

① 参见〔清〕张维屏撰：《张南山全集（二）·戊集·新雷》，广东高等教育出版社1993年版，第217页。

宜的语境，单靠说辞描绘一个繁花似锦的春天，必是极其困难的。

前面把恢宏壮阔、平常琐碎、无意刻意几个词加在“语境”前面，并非文字游戏，而是各有所指。它们指明了语境营造与还原的三种策略模式，下面通过一些事例分别加以说明：

甲，恢宏与细微相对——“大+小”模式。好莱坞电影——譬如《飘》、《公民凯恩》、《后天》、《2012》等，特别青睐对大时代之下小人物命运的观照。这些电影稳定的叙事结构是，在恢宏壮阔的历史语境下刻画剧中人细微的生活际遇，以及他们的高贵与卑微、奋斗与无助。“大”、“小”之间的语境重叠和张力，使观众既卷入一个大时代，也走进角色的小心思。

乙，平常与奇异相对——“常+奇”模式。某著名企业在一个化工项目建设的宣传片中，将主题锁定为“保护一窝鸟蛋”——施工人员发现一棵需要移植的大树上有一窝鸟蛋，建议公司暂时停工，等待小鸟破壳而出。公司接受了这个将造成一定损失的建议。随后数日，镜头持续记录了孵化过程，直到一窝小鸟破壳而出，这个世界又增添了一群可爱可贵的生命。对项目建设的宣传——譬如讲占地、产能和利率，自然是平常且无趣的，而把镜头对准一窝小鸟及其来到这世界的过程，便是令人惊叹的。

丙，无意与刻意相对——“偶然+必然”的模式。对叙事而言，偶然即“无巧不成书”，必然即那些稳定、“永恒”的结构。叙事那些偶然与无常、必然与命定的境遇，以及两厢之间的交错与对照，往往最令人心动。在金庸小说中，周伯通与瑛姑之邂逅、别离与重逢，

实为造物弄人，“鸳鸯织就欲双飞，可怜未老头先白”；杨过苦寻小龙女十七年后，偶然在蜜蜂翅膀上获得消息，小龙女竟在绝情谷底，于是便有了必然的重逢；张无忌在深涯之下偶遇老猿，意外拿到九阴真经，从而必然地成为天下第一高手，以重振明教、匡正武林、驱除鞑虏，凡此等等。

角色：人格化与命运感

说服力叙事的第二个要素是“角色”。“戏剧五因”理论的一个基本预设，便是在叙事中解析人的动机、行为和关系。因此，叙事对于执行者——角色、人物的呈现和塑造务求彰显其人格和命运。我们先看史记讲述的“季札挂剑”故事，以明其义：

季札之初使，北过徐君。徐君好季札剑，口弗敢言。季札心知之，为使上国，未献。还至徐，徐君已死，于是乃解其宝剑，系之徐君冢树而去。从者曰：“徐君已死，尚谁予乎？”季子曰：“不然。始吾心已许之，岂以死背吾心哉！”（史记·吴太伯世家）

（吴国）季札奉命西使（于晋），途经徐国。徐君流露出对季札佩剑的喜爱之色，却未敢明言。季札会意，无奈身负出使上国之命，故未献剑于徐君。待到季札归来，徐君已死（于楚）。虽然天不遂人，季札还是把剑挂在了徐君墓前树上，以了“心诺”。侍从者说，何必如此？季札说虽然徐君亡故，我却不可欺心！这篇百字故事，将季札为人之信义表现得淋漓尽致、荡气回肠。而在前面的“狐妻”故事中，狐妻对于宿命的体认、对于尘缘的珍惜，亦是精诚动人。这两个故事提示我们，叙事中的角色设计宜获得如下两种眼光：

甲，角色的人格化，即让人成为故事的主角。以品牌叙事为例，每一家企业都宣称以人为本，而在其话语表达中却只见被修辞装潢

得流光溢彩的“物”。这既表现为品牌自身未能人格化，也反映在品牌对公众的物化、客体化理解上。人格化的品牌是有灵魂、有个性、有价值主张的“生命体”，而非抽象、空洞、冷漠的商业或权力机构。在一些企业的观念中，公众只有一种身份——消费者，“他们”只有在消费商品时才获得存在的资格。即使是那些旨在讨好公众的市场调研活动，也不过为了让消费者的“需求”与企业的“供应”更接近，而非促进人格化的品牌与公众缔结为共同体。政治叙事也是如此，对领袖、典型人物和公众的形象塑造，应当避免脸谱化、扁平化、群像化。不见人格而宣传其品格，自然是虚妄的。

1913年，美国科罗拉多爆发了煤矿工人大罢工，并发生了严重的流血冲突。煤矿的大股东洛克菲勒家族卷入舆论的旋涡，一时成为“人民公敌”，街头的演讲家煽动民众“像打死一条狗一样干掉洛克菲勒”。艾维·李受聘成为洛克菲勒家族的顾问，他告诉洛克菲勒父子：在被指斥为“强盗大亨”的垄断财团和作为“复数”的“大众”之间已少有沟通的余地，现在的任务是让有血肉、有灵魂的洛克菲勒家族与工人真诚平等地相遇。换言之，让“强盗大亨”和工人皆回到“人”本身相遇，而不是任凭一方的“暴虐”与另一方的“暴怒”激烈冲撞。按照李的建议，洛克菲勒父子开始主动接受媒体采访，公开、坦诚地回应煤矿管理问题。老洛克菲勒还向报纸提供了给孙子庆祝生日、全家人在林间聚会、捐助学校和医院的照片。小洛克菲勒则直接走进工棚，参加工人的联欢，亲切地与工人的妻子跳舞。李把自己的人格化策略概括为“让洛克菲勒家族看起来不那么抽象和强大”。这项策略值得今日某些垄断企业和权力机构牢记在心。

乙，角色的命运感，即对人之命运的关怀。这是对前述人本眼光和语境意识的统合考量，每一个人都在具体的生命际遇中流浪生

死，在自我与他者、内在与外在、物质与精神的交错缠结中经历忧喜悲欢。2005年，选秀节目“超级女声”火爆全国，被视为媒体和企业品牌叙事的经典之作。在选秀过程中，歌唱只是节目的一部分内容，人们甚至很快忘记了某位选手曾经唱红哪首歌。真正打动亿万观众的，乃是节目极尽可能再现的选手们的命运感——爱憎、得失、进退和荣辱等。实际上，举凡“打动人”而不只“打中人”的叙事，不但可以见事见物，而且能见到人，见到人的眼睛、内心和生命图景。

1990年1月，伊拉克发动对科威特的战争，持续空袭42天。科威特委托某著名公关公司游说美国国会，希望授权白宫支持反伊战争。除必要的传播活动外，这家公关公司策划了一场“一位来自科威特的小姑娘”在国会令人泪下的表演：这位15岁的小姑娘在国会作证，她亲眼看见残暴的伊拉克士兵在育婴室取出婴儿，任凭小宝宝们冻死。议员和“3500万电视观众”愤怒了，他们强烈呼吁白宫给科威特送去“和平、光明和温暖”。小女孩对科威特婴儿命运的描述胜过了所有抽象的说教，为美国发起对伊战争作好了最后的舆论准备。当然，公关史上的这一著名个案随后因涉嫌造假而受到指责——在国会作证的小姑娘其实是科威特驻美大使的女儿，她本人并未亲历战争，证词不过说是她“听说”和想象的。

值得一提的是，我们强调叙事角色的人格化和命运感，与哈弗罗斯主张“在叙事中成就德性”是相契的。哈弗罗斯认为现代社会的道德建设原则，乃是“我们应该成为什么样的人”优先于“我们应该怎样做”。这对于说服性叙事亦有启发：“我们对于人格和命运的关切”优先于“我们应该怎样说服对方”。在传统的单向传播时代，叙事的唯一主角是说服者，倾听者是作为客体、对象或“无面孔”和“他们”而存在的。在今日双向传播时代，明智的说服者理应与利益相关者

成就共同的故事、“戏剧”和集体记忆。以叙事学的视角看，所谓共同体就是拥有共同故事的人的集合，在其中，个体的人格得以完善，命运之网亦减却束缚之苦。

三、行为、方法、目的

以上将伯克的“戏剧五因”理论导入说服性叙事研究，讨论了语境与角色两个叙事要素。本章第三部分重点考察另外三个要素，即行为、方法和目的。

行为：大格局与微内容

说服性叙事的第三个要素是“行为”。伯克细致地区分了行为(act)和运动(motion)两个词，前者为人类所专属，后者则是动物性的。人类也有动物性的一面，独特之处在于精神性和使用语言符号的能力。这种能力使人类超越本能式的“运动”，而在精神和语言上产生了有目的、主动、自由的“行为”。如是，人之行为既有其大格局，譬如立德、立功、立言，护持家国天下，解行正法大道，乃至普济十方众生、解放全人类；亦有其绵细、精微之处，譬如糊口、面子与尊严，“不足为外人道也”的贪嗔痴，坐看云起，采菊东篱，把酒话桑麻，共剪西窗烛，以及生活中那些“小惊喜”、“小胜利”和“精致的无用”。

说服者所欲倡导、激发的行为，正应从大格局、微内容两端切入。这里的行为是巴尔特提出的“功能”、“行为”两个概念的融合，包含前述之人性、神性的密码，以及人的欲望、交往与斗争。大格局者顺天应人，微内容者直面自我，二者相合即是对宇宙人生可能性的

确认与发挥。同时，大格局是对那些恒久的行为价值、“元规则”的追求和实践，譬如善良、幸福、友谊、正义、公平、和谐，它们像河水一样百折不挠、奔流入海；微内容一如后结构主义者所强调的偶然、无序和不确定性，好比纷乱的雨落，散漫的云归，隐约的耳语。

2010年，微电影《老男孩》在互联网上火爆流行，播放次数高达数亿。片子讲述了两个“未曾绽放就要枯萎”、进入而立之年的老男孩，他们曾经拥有美好、纯真的理想，当歌星、做大事、娶美丽的姑娘。如今却在陌生的城市里平凡、卑微度日，做理发师、出租司机、婚礼主持。那些年少时的轻狂、贪恋、热血和敏感、绵密的心思，早已碾碎在岁月车轮下。然而，一个偶然的机缘唤醒了这一切，他们决定参加一场其实根本不属于他们的歌唱选秀比赛。在人们的嘲笑和泪水中，他们狼狽而真诚地唱道：生活就像一把无情的刻刀，改变了我们模样，曾经那些陪伴我的人啊，如今在哪里？青春如同奔流的江河，一去不回来不及道别……

《老男孩》的热播，乃是一个文本在当今变革年代的胜利。这场胜利源自人的自我超越，在理想与现实、高贵与卑微、人生寂寥与红尘翻滚之间，人生大格局与微内容对立而统一。这样的叙事结构，在电影《勇敢的心》、《一代宗师》、《大话西游》，小说《老人与海》、《永别了武器》，乃至讲求以小见大的“华尔街日报体”新闻报道中皆有明显体现。在《勇敢的心》中，华莱士从断头台上倒下的最后一刻，以浩然正气高呼了一声“freedom”（自由），而手中却滑落了恋人海伦送给他的丝帕。追求自由之大格局与丝帕绕指柔之微内容，如琴与瑟，如冰与水，相和相融。下面摘录一篇普利策新闻奖作品作为补充例证，这是一篇典型的“华尔街日报体”新闻报道：

南非白人失业者失去了运气和机遇

《洛杉矶时报》，1986年12月17日

（南非约翰内斯堡电）焊工吉迪恩·伯克斯6个月前倒了霉，他工作那家钢铁公司把他解雇了。由于付不起房租，约翰内斯堡东部那片小农田的主人把他、他妻子和4个孩子从房子里赶了出来。

伯克斯一家搬进了一间空车库。41岁的伯克斯现在只能靠打零工和政府救济金养家糊口。

……只要听说哪里有工作，他就骑车跑上五、六十英里的路去申请，但总是被别人抢先一步，这些抢在他前头的一般都是黑人。

“我感觉自己的生活就像破碎了一样，我觉得没办法再把它重新拼起来了，”他说，“我一向相信运气，只要抓住机会就会成功，但运气好像离我而去了。我努力不让自己生气，不让自己想叫苦，但是这太难、太难了。”

伯克耸了耸肩，脸上带着自嘲的笑容说，他的经历可能“只不过是又一个倒霉的故事”，但是在南非的大城市中，随着数以千计的白人工人在经济衰退中丢掉工作，这样的故事正越来越频繁，越来越令人辛酸。^①

①〔美〕沃尔特·李普曼等著，展江主译：《新闻与正义Ⅲ》，海南出版社1999年版，第197—198页。

我们经常批评一些宣传、动员不立体、少纵深，只讲“大道理”——这其实还是比较客气的说法，它们往往上不合“天意”，下不接地气，不过是一些空洞的口号和“假道理”。譬如，某家企业生产的第一百万辆汽车（或电脑）即将下线，品牌部门决定发布一篇新闻稿以示辉煌和威武。这是比较常见的一类公关、说服文本，即正面宣传、成就报道，“近日，某企业第一百万件产品下线，这是某种观念指导、制度创新和业务进步的结果，受到各方一致好评。”在信息和物质一样匮乏的年代，人们喜欢听到这种捷报频传的喜讯，

而在今日信息爆炸、同质竞争的年代，此类宣传不过是向自己喊几句口号——一篇宣传稿，最认真的读者竟是自己。从受众一端看，你的第一百万辆车下线与我有何关系？你的“再创辉煌”、“又上台阶”、“高潮不断”与我有何关系呢？

说到底，此类宣传应当营造语境、将品牌人格化，进而彰显品牌主体的大格局和微内容。譬如，从大格局，第一百万辆汽车是在现代人的生活路线无限延展，心灵世界也被车轮驱动的时代生产的；第一百万台电脑是在交通、沟通工具都越来越发达，而人与自然、人与人越来越疏离的时代下线的。从微内容看，我们的车并不值得赞美，而开车的人是值得尊敬的，他们是坚持过年回家看父母的人，每个月读一本好书的人，每跑一段路停一下等候自己灵魂的人；电脑也不过是更新换代的产品，而我们的电脑用户不是“宅”在网上的信息孤岛，不是只写百余字的只言片语而放弃通透思考、完整逻辑和真诚表达的人。

一花一世界，一芥子中有一须弥山，大格局与微内容其实是一码事。你有没有听过、领会、记住一些经典叙事文本，在那些微细的描述中可以见到朗阔的时代和人生？譬如张爱玲的《炎樱衣谱》，这是她为朋友的时装店写的一篇“公关稿”，她感慨说：“在政治混乱期间，人们没有能力改良他们的生活情形。他们只能够创造他们贴身的环境——那就是衣服。我们各人住在各人的衣服里。”^①

① 张爱玲：《炎樱衣谱》，载《力报》，1945年4月6日。

方法：界面优化与费力最小

说服性叙事的第四个要素是“方法”，即角色行为的具体策略和方式。若欲说服对方产生于你有利的态度和行为，最好为他绘制明晰、

可行的路线图，并提供必要的条件和工具。换言之，说服者不仅要指明行为的方向，而且要设计界面可亲、路径便利的起而行之的方法。譬如，劝君穷极千里目，就需要一架更上一层楼的梯子，而且梯子还要让对方感到坚固、便利、不费力。

2010年前后，“苹果”公司生产的智能手机风靡全球，颠覆了传统手机市场格局。英年早逝的苹果公司领袖乔布斯被认为缔造技术和商业神话，开创了品牌哲学的新时代。人们对于乔布斯的品牌哲学有多元乃至过度的阐释，但是以下三条应是明确而无争议的：一是基于技术与审美的交互关系，实现界面创新；二是基于用户与手机的交互关系，实现体验创新；三是基于渠道与内容的互联关系，实现平台创新。界面创新即摆脱纯粹的技术主义，让界面变得开放、互动、可爱、漂亮、个性。体验创新即让用户以费力最小的方式参与手机功能——打电话、看新闻、社交、娱乐、购物以及主动贡献内容。基于这两项创新，乔布斯跨越媒介与内容的鸿沟——手机不单纯是沟通工具或渠道，甚至也不只是内容终端，而是拓展为广大、纵深、交互的生活和工作平台。更进一步，手机不再是人的附属物，而是与人同在的移动世界。

在苹果手机崛起的几年，与之形成对照的是曾经称雄全球手机市场多年的诺基亚。这家老牌企业一直奉行技术为王的原则，却相对忽视了界面的价值，特别是用户参与的革命性力量。诺基亚和苹果的悲喜剧，为我们提供了如下经验和教训：

甲，这是一个对话的时代，产品本身即是一个互动的文本，理应与用户书写共同的故事。在对话语境下，品牌对于利益相关者的说服，已然从向对方施加某种态度、牵引某种行为，转化为激发对方的自我效能，召唤主动的亲近、参与和创造。此中，界面设计便

不只是包装上的功夫，而是关乎爱憎、亲近与疏离、选择与放弃的真功夫；用户评价亦不再局限于技术本身，早前被视为产品“附加值”的便利、参与等体验，如今上升为品牌的核心价值。

乙，我们讲“诸相非相”，透过表象看本质，但人与人、人与事、人与物之间的亲近、认同和接纳大多始自界面。在设计学领域，“界面”被理解为人与物互动的媒介，是设计师赋予物的面孔。这一理解完全适用于说服性叙事，界面是说服内容展现给说服对象的样貌、姿态、气质和气象。除了产品，企业、政府、个人、工程、项目、某种行为或事件，同样存在“面孔”设计问题。在说服性叙事中，具体文本的界面往往对阐释和认同有直接、显著的影响。以公共关系为例，现代公关在文本设计偏爱新闻叙事，这与新闻文本的关注度高、故事性强、预期信任度高的界面特质有密切关系。公共演讲、人际说服、大型活动等公关文本也有强烈的界面意识：向对方提供青红可爱、酸甜可口的苹果，而不是强行对方吃下“维生素C”片剂——尽管它们的目的是是一样的。

总体而言，界面创新的目标是开放、审美和个人化，以使之可亲近、易参与。开放即调动一切可能的元素鼓励积极互动和纵深介入；审美即提供超越实用主义的美感和灵韵；个人化即对方做主，唤起对方的归属感和创造的热情。这些都意味着要为纯粹的技术主义、工具理性注入人文主义的灵韵。

丙，说服者所提供的方法，应以费力最小为原则。从说服者一端看，费力最小意味着了解、顺应对方的意志、需求和体验，与人方便自己方便。这既是一种策略选择、方法设计，也是一种价值安排：让对方以其方便从你倡导的行为中受惠。说服者有时制造了太多的概念、方法和路径，终日想着“下一盘很大的棋”，在一座连自己都

走不出的迷宫里呼唤对方欢喜踊跃向前；有时则只描述方向不提供方法，而当对方找不到表达、行动的通路，就会转身离去，甚或抵制、抗争。

从说服对象一端看，所谓费力最小就是参与代价最低。无论从精力、资源和智慧哪一个层面计较，于对方最好是“举手之劳”、“不费吹灰之力”。对便利的贪求是人的天性，很多人都因为稍微复杂的网络注册程序而放弃参与某次活动，或因为要拐过街角找到某家指定的银行而放弃一次慈善募捐。2010年以后，大批实体书店倒闭，很多人眷恋在书香飘逸的实体店内徘徊的光景，却更喜欢在轻点鼠标后，网店很快把书送到自己手里的便利。与此相类，微博对于博客的胜出，也正是内容之“微”和收发的移动性带来了最低的表达门槛和最大的表达便利。

目的：利益互惠与价值同构

说服性叙事的第五个要素是“目的”。前面讲到，伯克用神秘主义、混沌论来解释目的，以显示目的之复杂、多变。公共关系学者格鲁尼格显然赞同伯克的观点，他使用“混合动机”（mixed motives）

① J.M.Grunig, "Collectivism, Collaboration, and Societal Corporatism as Core Professional Values in Public Relations", *Journal of Public Relations Research*, Volume 12, Issue 1, 2000, pp.23-48.

一词定义组织与利益相关者相遇、沟通的“多元目的”。^①每一个说服者事先都会尽可能明白地确定说服目的，而说服效果却往往与预期存在偏差。无论这种偏差令人失望，抑或有意外之喜，皆说明说服不是简单的信息传递，而是人与人之间复杂心智和行为互动的结果。

且不说日常生活中人们的行为、方法和目的纷繁复杂，即使是那些被讲述得神圣、庄重的历史事件和社会运动，也激荡着多种欲望、动机和目的。1858年，林肯与道格拉斯围绕黑人地位、政治道德等

① [美] 尼尔·波兹曼著，章艳译：
《娱乐至死》，广西师范大学出版社
2004年版，第41-46页。

问题展开了七场著名的辩论。在美国历史上，这是一次意义重大、影响深远的政治教化运动，使“每一个公民都获得国家的价值观”、“连铁匠都能说出关于自由的好几个比喻”。^①很多历史学家使用了“庄重”、“伟大”之类的字眼记录这段历史，而波斯特（Mark Poster）则补述了一些看似不合时宜的历史细节：在两位辩论者每场长达数小时的严肃陈辞和激烈反诘中，现场听众在吃甜饼、喝酒、烧烤、嬉闹，现场还有狂欢的乐队。事实上，若无这消遣和娱乐，他们根本就不跑来倾听什么见鬼的政治哲学和道德理想。顺便提一句，那也正是公关之父巴纳姆带着马戏团到处巡演的年代。

这并不可憎，也不必大惊小怪。佛教的说法是，人在一刹那就有八万四千念。人的动机和目的确实在每一刻都是复杂的，有主有次，有明有晦，有虚有实，念念迁流。除去某些极端的历史和社会情境，说服者试图把所有人的所有动机和目的都引导、凝摄于一处几乎是不可能的。为此，在说服性叙事中，对于目的的理解和设定，应坚持如下三个原则：

甲，多元主义。面对混合动机与目的，说服者应承认、尊重这种多元主义。说服不是让自己的意见成为唯一的意见，而是强调借由协商达成理解、共识和合作。多元主义的信条，最基本的就是皆大欢喜，至少是各得其所。你在台上辩论自由、平等和民主，我在台下跳舞、吃甜饼，正是各就其位，也正是把你的辩论主题从口头上、从宪法文书中落到实处。

乙，两面提示。所谓两面提示，即说服者同时告知对方有利和不利的两种情况。与之相对的是一面提示，即仅告知对方有利的预

期目的。尽管两面提示存在风险——对方可能选择说服者反对的那一面，但是从古希腊到 20 世纪中期，西方说服研究一直强调正、反两面均衡告知。理由有二：一者，两面提示的说服乃是一种讨论，是民主的应有之义，“我们不把讨论当作绊脚石，而视之为任何行动

① See Thucydides, *The Peloponnesian War*,
Trans. Thomas Hobbes and David Grene,
University of Chicago Press, 1989, p.111.

必不可少的基本前提。”^①二者，从具体说服效果看，如果对方听信一面提示而未能达及预期目的，则会产生挫败感和反抗意识，说服者将面临信任破产。两面

提示鼓励对方作出自主判断，即使结果不尽如人意，亦因其自主决策的合法性，而免于对说服者追责。

丙，利益互惠与价值同构。这是我们在此前两章提出的说法，本章也强调叙事结构应承载人之基本利益和价值。说服的目的要符合人对利益和价值的基本追求，譬如号召民众“节能减排”不如宣讲“省电省水省钱”，自上而下发起低碳运动不如动员民众自主设计“家庭节约”计划。如是，节能、环保便由外部强加的社会义务，转变为自发的公民运动。在利益与价值问题上，说服者有时要许以“于无水时寻秋水，届有光处觅春光”。无水之时为困境，得寻澄明秋水，即是雪中送炭；有光处万物生长，更以春光化育，即是锦上添花。若有秋水长天、春光朗耀之境，说服者自然大功告成。

造势不如顺势

至此，我们已经简要分析了说服性叙事的五个要素：语境、角色、行为、方法和目的。从伯克的“戏剧五因”理论出发，我们结合叙事学观念和说服情境，对这五个要素进行了充实和拓展，构建了一个说服性的叙事结构：语境——营造与还原，角色——人格化与命运感，行为——大格局与微内容，方法——界面优化与费力最小，目的——

利益互惠与价值同构。这是一个标准结构，说服者可以借此拍一部宣传片、纪录片、影视剧，亦可以之为演讲、专题报道、公关和广告文本的设计蓝图。

在这五个要素之外，我们尚需补充一个“势”字。这首先是因为语境要素中的社会文化与社会关系、角色要素中的命运感、行为要素中的人生格局、目的要素中的基本利益与价值诸范畴，本身即潜隐着对“势”的契合与响应。实际上，说服性叙事就是一个因势利导的话语建构过程。另外一个理由，乃是对中国文化个性的考量。中国文化的整体观、天人合一论强调了“势”对于说服、叙事的决定性影响，这在诸子百家著作皆有鲜明体现。在某种意义上，《左传》、《战国策》篇篇写的都是一个“势”字，交攻离合之际，或大势已去，或势不可挡。

在中国文化中，关于势的第一个智慧，就是造势不如顺势。那些被认为成功的造势，大多是在大势所趋的情况下，人们顺势“添砖加瓦”的结果。这并非否认人的主观能动性，敏察、顺应大势，进而因势利导、有所作为，已属难能可贵。如果寻不到那百尺竿头，却勉强更进一步，便是颠倒梦想了。明道顺势好比历史之瀑的积蓄和喷发，逆潮流而动则不足取。明代大学士吕坤告诫说：

做天下好事，既度德量力，又审势择人。“专欲难成，众怒难犯”，此八字者，不独妄动人宜慎之，虽以至公无私之心，行正大光明之事，亦须调剂人情，发明事理，俾大家信从，然后动有成，事可久。盘庚迁殷，武王伐纣，三令五申，犹恐弗从；盖恒情多闾于远识，小人不便于己私，群起而坏之，虽有良法，胡成胡久？自古皆然，故君子慎之。^①

① 参见〔明〕吕坤：《呻吟语摘·内篇·应物》，《中国韬略大典》第11卷，中国国际广播出版社1997年版，第3388页。

吕坤说，要做天下好事，纵然你全心全意、大公无私，亦应考

虑两个问题：己力和人心。特别是后者，如果你不解人情，不明事理，那么大家就会群起攻之，毁了你自以为是的正大光明。连英明的商王盘庚和周武王欲行好事——迁都、伐纣，也要体察人心，反复动员，正所谓专欲难成，众怒难犯。吕坤讲的道理并不复杂：倘若逆势而行，分明是好事、良方，却上下缠缚、寸步难行。当此之时，即应度德量力、审势择人，不可莽撞，做一时的悲剧英雄。

对于势，应当树立《大学》所讲的“诚心正意，格物致知”的态度。唐代李翱解释说，格物致知者，万物所来感受，内心昭然不惑；宋代程灏的说法也很好，穷究事理，不为所役。说服者正应以这般态度，明了大势，成于叙事，排演如戏的人生。

最后，我们将本章的一些关键词排列如下，以统观之：叙事、秩序、结构；功能层、行为层，叙述层；语境、角色、行为、方法、目的；顺势而行、格物致知。再细致一些还有：人文之光、条理与道理、改良与革命、二元对立、心灵密码与上帝密码、叙事成就德性、结构与灵韵、后结构主义、五种语境、品牌人格化、多元主义等。抛开这些关键词，其他内容就是没什么条理的“流水账”了。

第四章

宣传

前三章从立言拓展到言说的适用与调整——修辞，进而延伸至叙事的要素与结构，本章则更向前一步，讨论说服性的语言运动——宣传。在问题得以铺展之前，我们首先要获得一种单纯的历史眼光和客观的诠释立场来看待宣传。在西方文化语境下，宣传被认为是语言的暴力，“企图使用简单的概念和口号，通过对偏见和情绪的操纵而引导民意，并驱使公众走向一个预设的立场。”

①宣传本身并不复杂，那些有效的宣传观念和手段大多古老而常见。真正令人忧惧的，乃是宣传在政治、商业、文化、宗教和战争中的渗透、滥用及其惊人后果。宣传致力于渲染事物的底色，给人们戴上有色眼镜观察世界，反过来也遭受了人们的成见。

① Anthony Pratkanis, Elliot Aronson, *Age of Propaganda: The everyday use and abuse of persuasion*, New York, W.H. Freeman and Company, 1992, p.55.

自然，也有为宣传辩护者，他们认为宣传是社会治理和认同的必要手段。与批判主义者不同，辩护者对宣传持以功能主义立场，主张研究、训练专业化的宣传技能，使之服务于现代社会的动员和团结。第三种观点即客观的诠释主义立场，既不为宣传喝彩，也未尝捡掇就妄加批判——宣传是现代社会的不可避免的运转方式，正

确的态度是分析、善用和规约。实际上，宣传和其他力量惊人的“双刃剑”一样，得失利害乃取决于持剑者的德性。若不以立德为根本，但求立言、宣传之事功，必有自戕、害人的风险。如是，我们又回到了第一章。从立言、修辞、叙事到宣传，仿佛一路向前，其实并未离开根本问题半步。

一、制造认同

公共关系之父伯内斯应该是最早系统地宣传辩护的人之一。他在1919年提出了“公共关系”概念，以之命名自己从事的“宣传顾问”、“舆论工程师”工作。然而，公共关系（public relations）并未迅速普泛为一个社会用语，这使伯内斯不得不寻找一个现成的词汇来描述他所引领的新事业。他最终选择了“宣传”（propaganda），但是又担心人们对宣传抱以顽固的偏见，故而使用了“新宣传”（new propaganda）的说法。在1928年出版的《宣传》一书中，伯内斯说：“我知道‘宣传’这个词对很多人来讲都包含了一种令人不快的暗示”，“在英语中，还没有一个词的意义像‘宣传’一样被如此遗憾地曲解”。他在这本书的第二章论及“新宣传”时提出，“宣传究竟是好还是坏，

① Bernays, E.L., *Propaganda*, NY, Horace Liveright, 1928, p.22.

要取决于它所推动的事业蕴含何种价值，以及所发布的信息是否正确。”^①

“宣传”在西方何以被“妖魔化”？伯内斯为宣传辩护的理由何在？

谣言与神话

人类的宣传活动自古有之。在西方的学术视野中，最早被记录

在案的专业宣传机构，是教皇格里高利十五世在 1622 年设立的信仰宣传委员会（*Sacra Congregatio de Propaganda Fide*）。这一机构的任务是在海外传播教义，维护天主教正宗，对抗新教改革。自此，宣传便与“中立”断绝关系，而被理解为对某种主义、观念、价值的灌输和教化。事实上，宣传早就与传播“正见”、征服异见联系在一起了。譬如在 1096—1291 年的九次十字军东征中，罗马教廷已经意识到象征符号的宣传、动员价值。在出征仪式上，教皇号召人们撕破衣衫，用布条结成“十字架”，而后群情激越地奔赴讨伐回教的战场。1530 年前后，英王亨利八世为了让罗马教廷同意他离婚，调用了多种宣传手段——释放并证实谣言、发行宣传册、游说精英、在大学召开研讨会、出版学术著作《真相的镜子》论证离婚合法性等，以打击教廷独断、争取民意支持。

而宣传的系统应用并产生惊人效果，是在第一次世界大战期间。传播学奠基人之一拉斯韦尔提出，正是一战使人们认识到，经济、武力和宣传乃是现代国家角力的三个工具。《在世界大战中的宣传技巧》一书中，拉斯韦尔将战争宣传的功用归结为六个方面：将战争责任归咎于敌人，从历史和神圣性上召唤团结、预言胜利，表达战争目标，强化民众对敌人的仇恨，让民众相信不好的新闻都是敌人制造的谣言，以恐怖的故事指证敌人的暴行。^①在一战停战之际，英国《泰晤士报》评论说，“一个好的宣传策略可以节省一年的战争。这意味着会节省上千万英镑，无疑还有上百万人的生命。”^②

① 参见〔美〕哈罗德·拉斯韦尔著，张洁、田青译：《世界大战中的宣传技巧》，中国人民大学出版社 2003 年版，第 47 页。

② 〔法〕阿芒·特拉著，陈卫星译：《世界传播与文化霸权：思想与战略的历史》，中央编译出版社 2001 年版，第 56 页。

为了在空前规模的战争中获胜，各国在一战中采取了当时所有可能的宣传策略，囊括了报纸、广播和电影等大众传播，组织传播与动员，演讲、游说、集会、焦点事件等人际和群体传播，以及传单、

小册子、海报等传统宣传手段。这可以从美国在 1917 年 4 月成立的官方战时宣传机构——公共信息委员会的职能设计中得以佐证。该委员的主席是记者出身的克里尔（George Creel）——因此也被称为“克里尔委员会”，下设国内和国外两个部门。国内部由 14 个机构组成：新闻部、官方发布部、综合特写部、公民与教育合作部、四分钟演讲人部、演说部（后来与四分钟演讲人部合并）、画报部、漫画局、广告部、电影部、照片与幻灯片部、外裔公民事务部、劳工关系部、妇女战争工作部。此外，国内部还增设立影印、制作发行、战争展览等分支。国外部负责管理委员会派驻在世界各地的代表，他们在国内部的支撑下开展对盟国、中立国和敌国的宣传。

克里尔委员会造就了一批卓越的宣传和舆论专家，其中就包括伯内斯。在经历事关胜败生死的战时宣传训练后，伯内斯于 1919 年和妻子成立了公关公司。他相信，战时的宣传智慧亦可惠及战后的政治、经济和社会发展，特别是在引领大众、凝结舆论和制造认同方面，宣传将大有作为。伯内斯的努力证明了这一点，战后“黄金十年”对专业宣传的需求是如此强烈，以至于他的公关公司很快就承揽了如下客户的宣传业务：柯立芝总统、胡佛总统、福特、宝洁、通用、凯迪拉克、卡地亚、时代杂志社、纽约时报社等。值得一提的是，伯内斯一生大约有 435 个主要客户，这些客户的名录占据 20 世纪美国政经和文化精英名录的一大部分。

然而，生意红火与职业尊严、社会认同并不是一码事。伯内斯的烦恼是，人们在 20 世纪 20 年代对一战宣传的反思和批判——误导大众、操纵舆论、加剧战争之恶，直接贬抑了他的职业价值和声誉。他不得不一次又一次站出来为宣传、新宣传辩护，“‘宣传’原本是一个绝对的褒义词，它有诚实的出身、荣耀的历史。今天它被

① Bernays, E.L., *Propaganda*, NY, Horace Liveright, 1928, p.23.

冠以邪恶之名，只能说明我们的成年人是多么的幼稚。”^①更糟糕的是，在

1929 年之后的大萧条中，很多人将经济危机归罪于政府和企业无节制的宣传。宣传制造了无尽的欲望和泡沫，迷惑了人们的心智和眼睛。

在 20 世纪 30 年代中后期，欧洲再次被战争阴云所笼罩，美国亦随时可能卷入其中。一些美国知识分子发起了抵制宣传运动，抗议统治集团利用宣传欺哄大众，将整个国家推向战争的地狱。及至二战爆发，纳粹发动了与其军事行动一样疯狂的宣传战，制造了人类文明史上最严重的灾难。希特勒在自传《我的奋斗》中以两章的篇幅介绍了宣传，并留下了“谎言重复一千遍便是真理”的“名言”。

纳粹宣传部长戈培尔也赤裸地说：“政治宣传就是在精神战场上打仗，就是要无中生有，夸大其词，赶尽杀

② Hale, J., *Radio Power*, Philadelphia, Temple University Press, 1975, p.2.

绝。”^②在二战结束迎来了冷战，在美苏两大阵营的对峙中，后者的共产主义宣传亦被西方理解为独裁和操纵的工具。按照阿伦特(Hannah Arendt, 1906—1975)的说法，极权主义的宣传要么制造谣言，要么制造神话，最终使宣传内容“不再是一种任何人皆可以有意见参与的客观问题，在他们的生活中，它已经成为真实的、不容碰触的、宛如数学公式一般无可置疑的元素。”^③

③ [美]汉娜·阿伦特著，蔡英文译：《极权主义》，联经出版事业公司 1982 年版，第 112 页。

词语大概也有其命运。在前述历史境遇中，宣传于西方语境下逐渐固化成一种作为自由和民主敌人的“诈术”。以下关于宣传的定义，在西方著述中较为常见：“宣传是组织或团体为特殊利益而说服公众的手段，它借由大规模、引人注意的思想灌输和言说，遮掩其真实目的和缺少充分支持的论述。”^④另一个近似的说法是，“宣传是影响公共领域的主要形

④ Sproule, J. Michael, *Propaganda and Democracy: The American Experience of Media and Mass Persuasion*, Cambridge University Press, 1997, p.23.

式，是传播中不可或缺的环节，它透过诈术与魅力的运用实现说服，并因此成为现代所有欺哄手段的支配形式。”^①

① J.E.Combs&Dan D. Nimmo, *The New Propaganda: The Dictatorship of Palaver in Contemporary Politics*, New York, Longman, pub group, 1992, p.45.

乌合之众

伯内斯之所以为宣传辩护，最直接的原因自然是为了增强新兴的公关事业的正当性和合法性。而在公共关系这个词广为流行之前——那已经是二战以后的事了，他必须先让“宣传顾问”这个身份变得体面起来。他宣称，“宣传在其真正的意义上完全是一种具有合法性的人类活动”，而现代社会则更需要宣传。这些需要主要表现在：现代社会越来越复杂，“每一个个体都不能作为独立的细胞而存在，必须融入社会有机体”，宣传正是引领大众、整合社会的重要手段；在现代社会中，任何一项重大事业皆需借由宣传赢得大众的认同，从卖东西到选总统、从创新教育方式到预防肺结核，“若无大众的接纳，值得赞美的运动也会失败”；大众正在觉醒和崛起，但是他们无法把握复杂的世界，需要“少数聪明人”——宣传顾问、舆论专家帮助大众了解真相和真理。^②

② See Bernays, E.L., *Propaganda*, NY, Horace Liveright, 1928, p.31.

总体而观，伯内斯对宣传合法性的论述始自一个基本判断：现代社会乃是大众社会，或者说大众时代正在来临。他的这一判断有三个明确的思想来源：

甲，社会心理学的群体观。伯内斯深受勒庞（Gustave Le Bon）、塔尔德（Gabriel Tarde）和特洛特（Wilfred Trotter）等欧洲社会心理学者的影响。在 19 世纪末 20 世纪初，这些学者宣告了大众

时代的到来，并对大众的心理、欲望、道德和行为作出了蔚为大观的论述。他们提出，在神权消隐、君权瓦解的现代社会，大众必然伴随工业生产和商业消费而觉醒和崛起。“当我们悠久的信仰崩塌消亡之时，当古老的社会柱石一根又一根倾倒之时，群体的势力便成为无可匹敌的力量”，加之“现代科学和工业的各种发现，创造了一种全新的生存和思想条件”，“我们要进入的时代，千真万确将是一个群体的时代”^①。

① 参见[法]古斯塔夫·勒庞著，冯克利译：《乌合之众：大众心理研究》，中央编译出版社2000年版，第6页。

勒庞等人承认大众的力量及其创造历史的可能性，但是对大众的低劣心智和破坏冲动怀有强烈的忧惧。换言之，大众是可敬的，而大众又不过是乌合之众。作为群体的大众，并非个体的简单集聚。群体往往暴躁、偏执、非理性、不负责任，既轻信又多疑，既忠诚又善变，既崇高仁慈又粗鄙暴虐，既急于改变又顽固保守。在勒庞等人看来，群体并不需要复杂的逻辑、理想和行动方案，那些简单、有力、便于重复的口号和信条就足以驱策群体。

伯内斯在他的15本书和300多篇文章中，大量引用了社会心理学的群体观。事实上，伯内斯本人也被称为“社会心理学大师”，他获得的其他“美名”也多与此相关：“吹嘘伯爵”、“宣传教宗”、“公关主教”等。在伯内斯看来，宣传家、公关顾问就是“安抚和铸造大众意志，并且为一个因科技发展而失去控制、旧秩序亦随之瓦解的世界重构意义的专业人士”^②。

② See Larry Tye, *The Father of Spin: Edward L. Bernays & The Birth of Public Relations*, NY, Crown Publishers Inc., 1998, p.244.

乙，精英民主论。伯内斯颇受他在克里尔委员会的同事李普曼的影响。作为“标准美国人”，李普曼是

③ 参见[美]罗纳德·斯蒂尔著，于滨、陈小平、谈锋译：《李普曼传》，中信出版社2008年版，第90页。

坚定的民主信徒，但是他反对自由放任。在20世纪20年代与杜威(John Dewey)就大众问题的辩论中，李普曼认为大众不过是“幻影”，是抽象的存在，大众自身的特性决定了其被操纵的宿命。^③他认为外

在世界的复杂性和内在的顽固偏见使大众无法了解真相、作出理性判断，“今日的普罗大众如同坐

① See Walter lippman, *The Phantom Public*. 1925, Transaction Publishers, New Brnswick, New Jersey, 1993, p.3.

在剧院后排失聪的观众，他本应关注舞台上展开的故事情节，实际上却无法让自己保持清醒”^①。李普曼相信“少数人统治定律”，提倡精英主义民主。而在现代社会的精英民主体制中，宣传家、“舆论工程师”应扮演重要角色，因为他们能够引导公众追求共识和良序。伯内斯在《宣传》中大量引用了李普曼的观点，并表达得更为直接：

“我们日常生活中的每一种行为——政治或商业、社交或道德考量——几乎都被这少数人（宣传家）控制着。虽然他们只占我们一亿两千万人口极小的比例，但是这些人了解大众的思想和行为模式。正是他们像操纵木偶一样控制着大众的思想，也正是他们在驾驭旧

② Bernays, E.L., *Propaganda*, NY, Horace Liveright, 1928, p.10.

的社会力量，同时也谋划着新的路径，来整合、引导整个世界。”^②

勒庞、李普曼、伯内斯等人的“精英式忧惧”或曰精英主义情怀，显得冷峻、锋锐和傲慢，一点也不讨人喜欢。但是，正如我们已经见证的那样，20世纪群体参与的一系列重大历史事件反复印证了他们的预言。即使在今日，勒庞式的符咒依然灵验：动辄狂欢、狂怒的群体打碎了一些陈旧腐朽的藩篱，也践踏了我们曾经珍视的价值。另一个极端是，群体又如李普曼所描述的那样“在剧院的后排”昏昏欲睡。你不说我也不说，你不动我也不动，“我们”就这么看着受着耗着。是非得失进退安危，分别来计较去，自保、安分、守成便积聚为顽固的群体意识。门前雪趁早扫，趋利不如避害，无事便是好事。当然，暴躁和昏睡都是群体的权力，群体也因此受罚。

丙，自由与秩序的均衡原则。1917年，26岁的伯内斯被征募到

克里尔委员会，他在这里确立了宣传、公关的基本观念：平衡民主社会中自由与秩序的关系。克里尔委员会成立之初即面临着一个具体难题：如何平衡新闻自由与审查的关系。最终，委员会形成了“表达，而非镇压”的战时舆论管理政策。表达即满足媒体的报道权和公众的知情权，委员会建立了真正意义上的新闻发布机制，新闻部每天24小时开放，随时向媒体提供真实、充分的战争信息。

克里尔宣称，“我们的工作是无偏颇和色彩地呈现事实，不管是在新闻选择上还是呈现方式上。”^①

① George Creel, *How We Advertised America*, New York, Harper & Brothers, 1920, p.73.

“非镇压”即强调依法审查和媒体自我审查，而非取消新闻自由。战时新闻审查主要依据1917年通过的《反间谍法》和1918年生效的《反煽动法》，两部法案对“以虚假报道或言论故意干涉美国陆军及海军行动，或者宣扬敌军胜利的；以及在战时故意挑起反抗、不忠、哗变或拒绝遵守军事命令的，或阻碍征兵、妨害服役”等行为作出了明确规定。^②同时，委员会向媒体提供周全的报道指南，通过小卡片、小册子等告知媒体哪些是危险、可疑和常规信息。媒体亦以大局为重，在对内动员、对敌批判、争取中立国支持方面有卓越贡献，并自觉避免了煽动“爱国暴民”的盲目排外主义。

② See James R. Mock and Cedric Lawson, *Words That Won the War: The Story of the Committee on Public Information*, Princeton University Press, 1939, p.43.

伯内斯在随后数十年的宣传和公关实践表明，他一直奉行着克里尔委员“自由与秩序”的平衡原则。他坚持认为，现代社会需要宣传家、公关顾问来制造认同，这是一种不可或缺的“隐蔽的治理”。他在《宣传》中劈头就讲，对大众的思想 and 行为进行操纵是民主社会的“重要构成因素”。^③“如果人们想要共同生活在一个安宁、有效率的社会中”，就必须接受这种尊重表达自由而又维系社会秩序的“隐蔽的治理”。他进一步提出，“从理论

③ See Bernays, E.L., *Propaganda*, NY, Horace Liveright, 1928, p.9.

上讲，每一位公民都可以在公共议题和私人事务上作出自己的决定。而实际上，如果人们必须对艰深的经济、政治、道德诸范畴进行考量，他们会发现自己什么结论也得不出来。我们已经自发达成了这

① Bernays, E.L., *Propaganda*, NY, Horace Liveright, 1928, p.10.

样的共识，允许这种隐蔽的治理为我们筛选数据、凸显重点，最终让我们的选择范围被缩小到可供操作的程度。”^①

以伯内斯的视角看，新闻和言论自由体现了民主社会自由的一面，而说服性的宣传、公关则反映了秩序的一面。二者一体两面，不可或缺。然而，自由这个词是如此美妙，以至于凡是与它相冲突、矛盾的一方，皆可能在大众心理、道德上被宣判为邪恶之物。由是观之，宣传、公关的坏名声可谓由来有自。

象征世界

早在 20 世纪 30 年代对宣传的批判中，一些研究者就系统地总结了常见的“宣传诡计”。单从策略上看，这些“诡计”至今变化不大：

咒骂法（*name calling*），制造邪恶的概念，并将之强加于对手。与之相对的是粉饰法（*glittering generality*），即把伟大的美德和功绩加诸自己，宣称自己代表真理、正义、公共利益或“最好品质”。这两种策略在政治、商业、宗教和战争宣传中皆较为常见。

转移法（*transfer*），将权威、受尊重的对象嫁接到欲宣传的事物之上，以暗示公众“同理可证”。证言法（*testimonial*），找到拥有足够影响力的人直接做出证言：“我信任它，你呢？”平民法（*plain forks*），宣称自己是“人民的一员”、“与人民在一起”，或直接找个平民作为宣传代理人，以激发大众“我也可以”的态度。这些策略依然支配着今日报纸的政治新闻版块、电视的广告时段和无处不在的公

关文本。

堆牌法 (card-stacking), 选择性地利用某些事实、谎言、实例和其他一切可以让人分心、误解的符号, 让它们有逻辑或毫无秩序地呈现出来, 以使意欲宣传的事物处于有利的位置。狂欢法 (band wagon), 又称乐队花车法, 制造“每一个人都在做这件事”的气氛, 动员人们参与到集体狂欢之中。

以上七种宣传策略各有侧重, 而其共性在于诉求大众心理、制造令人沉迷的象征世界。譬如咒骂法存在三个要点: 一是划界或曰建造隔离墙, 即通过制造共同的敌人——哪怕是假想敌, 实现“我们”的团结; 二是制造并强化对敌人的偏见, 偏见的“好处”是免除思考、推理的义务, 使敌人“天然”、持续地处于错误之中; 三是咒骂本身即可刺激群体狂欢的快感, 对敌人的批判被等同于对真理的捍卫, 人皆在其中获得了行动感和成就感。粉饰法旨在像吹泡泡一样幻化出道德、功业的乌托邦, 而大众则被宣传话语建构为“你就是建设者”、“你就是主人”。再以狂欢法为例, 这一策略诉求人的从众、趋同心理, “快来吧, 一起加入乐队、搭上花车, 否则就要落单了。”^①一旦登上那堂皇的花车, 个体的卑微、无助和恐惧便被群体的勇气所取代, 大家相互感染着、暗示着, 高呼着口号, 奔向下一站即可抵达的美丽新世界。

① Alfred Mcclung, *The fine art of propaganda*, San Francisco, International Society for General Semantics, 1979, p.4.

学界一般将宣传区隔为三种常见类型——白色宣传、黑色宣传和灰色宣传, 而每一类型皆以制造一个预设底色的象征世界为目的。所谓白色宣传, 是指信源明确可辨, 信息亦准确无误, 但其目标却“独厚于某一方”的宣传形态。宣传者对事实真相施以“为我所用”的加工, 引导人们支持特定立场。譬如通过大规模、持续化的事实“拼接”, 激发民众的爱国心、对政党或企业的支持、对社会运动的参与

等。在处理科罗拉多煤矿工人罢工事件时，公关之父艾维·李就曾被媒体批评说：“用一块块客观事实拼接出有强烈立场和倾向的主观图景。”^①黑色宣传的信源通常是假的，信息也是刻意编造的，“是包

① 胡百精：《真相与自由：艾维·李与现代公共关系的诞生》，载《新闻春秋》，2013年06期。

② [美]盖斯·乔维特、[美]维克多·丹尼尔著，陈彦希、林嘉玫、张庭誉译：《宣传与说服》，台湾韦伯文化国际出版有限公司2003年版，第13页。

含一切创造性诈骗手段的大谎言”。^②黑色宣传不惜采用任何手段给敌人抹黑，将对手“搞臭”。这与前述咒骂法颇为相似，让敌人“天然地”地身陷偏见的沼泽地之中。灰色宣传介于白色与黑色宣传之间，信源暧昧不清，信息是非含混、真假莫辨。它往往制造一种

混杂、“掺沙子”、暗示性的情境，以逐渐消解或强化某种动机和议题。

若以冷眼旁观，识破前述七种“宣传诡计”和白、黑、灰三类宣传的“欺哄”其实并不困难。然而，人是政治、社会、交往的动物，是符号、象征世界的“奴仆”。伯内斯早就发现，若欲敦促个体改变认知、态度和行为，就应该把他抛到群体当中去。他的一句名言是，“改

③ Larry Tye, *The Father of Spin: Edward L. Bernays & The Birth of Public Relations*, NY, Crown Publishers Inc., 1998, p.102.

变百万人的态度极有可能，改变一个人的态度几无可能。”^③宣传召唤个体加入群体，进而诉求、利用群体心理，再将群体驱策至象征世界。在象征世界里，宣

传者对群体进行催眠、唤醒，使之昏昏欲睡或者急于行动。

二、主题与仪式

宣传何以构造象征世界？群体心理怎样被形塑？一般而言，重大、持续和专门的宣传，在叙事脚本上大抵也存在语境、角色、行为、方法和目的等戏剧主义要素，在话语策略上亦应采纳修辞的基本观念、原则和技巧。同时，宣传作为一场语言运动——并意欲掀起社会运动——尚应考量如下要素：主题、仪式和领袖。在宣传中，主

题是行动口号、纲领和内容的来源，是群体握在手中的“火炬”；仪式即群体心理的发酵池和行动的导火索，是行动的语境、场域和舞台；领袖是主题的化身和代表者，是仪式的祭司和操持者，是群体高举火炬追随的人。

价值主题与功能主题

中西文化皆有以文载道的传统，即使是自娱和审美的诗赋之作，也会追问一句“对酒当歌，人生几何？”宣传更是载道而行，而且强调主题先行，希望把精挑细选的主题，如种子一般撒到人们的心里，并长出早在图谱上画好的花果来。尤其是在今日信息爆炸的年代，人们往往只给你说一两句话的机会让大家记住你，主题设计愈加不可不慎。

就宣传而论，主题既是“表”——文本的标签、行动的口号，也是“里”——宣传者的核心观点和精神主旨。我们称“五四”运动是一场呼唤“德先生”和“赛先生”的启蒙运动，称1978年的思想解放运动是一场关于“真理标准问题”的大讨论，即是主题统摄“表”、“里”的例证。“表”的问题，要简单、有力、生动，善用成语俗语、谐音双关、对偶顶针、譬喻象征、诗词格言，乃至“顺口溜”等修辞方式，以增强宣传主题的传播势能。1917年，伯内斯承接了欧洲歌王卡罗索赴美演出的宣传事务，他提出了一个没有记者会在新闻标题或导语中拒绝的比喻——“卡罗索是声音如紫罗兰的人”。

当然，宣传主题的设计绝非找一两句朗朗上口的漂亮话那么简单。“表”应服务于“里”。这个“里”，即宣传主题的内在价值和功能。接下来，我们将宣传主题划分为三类：最高主题、最低主题和中间主题。以下分而述之：

甲，最高主题“天上来”。我们暂且用最高主题这样一个生造的概念指涉那些反映“天理”的宣传主题，诸如正义、平等、民主、自由、和平、团结、大同、人与自然和谐共处等人皆以为然的最高信念，或那些具有神圣性、超验性的意志。举例而言，英国在一战中的宣传主题是“为人类的最后一次战役而战”，北京奥运会的口号是“同一个世界，同一个梦想”，皆属人类的共识性约定和追求，因而具有“永恒正确”的性质。你认同、顺从于此，意味着你站在正确一边；你反对它，则意味着向正确宣战。“为了和平”、“为了正义”、“为了团结”等都是永恒正确的主题；对教众而言，上帝的意志无须检验、不容置疑。谁公开挑战最高主题，谁就会被认为是疯子、叛徒或恶魔。

乙，最低主题“由心生”。最低主题是指那些反映原初、朴素之真心、人性的宣传主题，它所释放的是爱情、友谊、诚信、尊严、孝顺、宽容、慈悲、坚贞等心性的力量。换言之，它所碰触的是人非草木中的那个“非”，温暖柔软，怦然心动。同最高主题一样，最低主题一般也具有无可争辩、不言自明的正确性，譬如母爱是伟大的，宽

① 参见〔爱尔兰〕威廉·巴特勒·叶芝著，傅浩译：《叶芝诗集·亚当所受的诅咒》，河北教育出版社2003年版，第184页。

容是可贵的，童真是美好的，爱情是永恒的，“我用古老的方式爱过你”^①。自然，在对敌宣传中，最低主题则指向光明心性的反面，指责敌人的贪婪、暴虐、粗鄙、愚痴、嫉妒和污秽。

丙，中间主题“显真容”。中间主题是指介乎最高、最低主题之间的宣传主题，往往用来表达宣传者真正的动机或功能性诉求。譬如，在战争宣传海报中写上“为人类的最后一次战役而战”的大标题，同时配以“来吧，把粮食捐给前线”、“让小伙子们加入军队”、“女人的支持至关重要”、“尽快购买战争国债”之类的副标题；再如，基于“让生活更美好”的广告口号，加上“我们更有效”、“更便宜”、“更周到”、

“更新鲜”之类的具体诉求。这些“副标题”和“具体诉求”实在、切近而有力，承载着宣传者希望人们接受的主张和诉求。

分类的目的在于分析。最高主题承载“上帝的密码”，化自“悠悠天理”；最低主题反映“心灵的密码”，发乎“渺渺人心”；中间主题则传达那些实在的利益主张。换一套说法，最高、最低两类主题属于情感、人性、精神、信仰等无形层面的价值主题，中间主题属于客观、实在的功能主题。需要强调的是，高、低、中三类主题并非比较的概念，最高主题未必比最低主题更具优先性，中间主题亦非另外两类主题的过渡。前面只是为了表述上的方便，而分别以高、低、中标识宣传主题的来源。

为一句话活着

基于以上分析，宣传主题的设计规则可以概括为：以最高主题感召、形塑信念，以最低主题打动、熏染人性，以功能主题刺激实际需求。其中，中间主题在功能性诉求中，常有三种选择：一是强化差异、差距、对立、变化，譬如“我们与众不同”，“他们是我们的敌人”，“二代产品”；二是提供某种好处、利益、诱惑，譬如“分田到户”、“更年轻更健康更美丽”、“男人中的男人”；三是表达某种缺失、困境、恐惧，譬如“民主制度正受到威胁”、“不用我们的产品，将会长痘长斑口臭没人爱”、“谁烧山我整谁”。

如是，宣传主题的设计原则可以集中表述为：信念洗礼、人性激发、功能强化，亦即在价值上顺天应人，功能上展现差异、诱之以利或制造恐惧。在这般设计下，群体的就犯在所难免。这样的概括和发现，未免令人心生苍凉和悲悯之感。自19世纪大众媒体勃兴以来，宣传创造了多少政治、商业、革命的神话，又制造、加剧了

多少动乱、战乱的灾难？有多少进步的思潮因宣传而开启民智？又有多少偏见、异端乃至邪恶的意识形态因宣传而愚弄大众？在宣传煽点的烈火的指引下，群氓如飞蛾一般奋勇向前。

三种主题存在多种组合方式：一是高、低、中主题同时出现，并可针对不同对象和文本而各有侧重。譬如，中国共产党在革命战争时期推出了共产主义理想（高）、“同志情”和“鱼水情”（低）、“打土豪、分田地”等宣传主题，并因具体情境而灵活组合。二是只推出单一主题；三是以最高主题“拉”中间主题，一般适用于国家层面的宣传和全局性的社会动员；四是以最低主题“推”中间主题，一般适用于文化、消费、生活和危机中的说服、动员；五是三者合一，极致状态是一句话包含高、低、中三个主题。

仍以奥运口号为例，1988年汉城奥运会的宣传主题是“和谐、进步”（高），1996年亚特兰大奥运会巴塞罗那奥运会提出“永远的朋友”（低），2004年雅典奥运会则高呼“欢迎回家”，表明了现代奥运会百余年后重返雅典的事实，同时也强调了回归“更高更快更强”的运动精神和“人神对话”的古希腊精神，是中、低、高主题的二合一。在实践中，对宣传主题的提炼和表达能够做到三合一，往往是神来之笔，可谓一句难求。

在前述五种组合方式中，若以单一的中间主题驱动宣传，则需持之以慎。理由在兹：中间主题的功能性诉求往往过于宣传者本位，太直接赤裸，太实际粗糙，不如价值主题那般明亮温暖、感人动人；同时，中间主题不具备价值主题的“永恒正确”或超验属性，随时会遭到质疑和挑战。当人们觉得你并非“更有效”、“更便宜”、“更周到”或“更正确”，就会选择疏离、放弃，乃至背叛和对抗。

那些短期促销的产品广告可以只使用功能主题，但若欲在整体

上形塑品牌形象，价值主题则必不可少。政治宣传也是如此，功能性的政策议程设置是必要的，而敬天保民的价值主题更不可缺失。价值主题的清晰度，从表面上是看宣传的功夫，实则是一个组织、族群价值观清晰度的直观反映。以国家形象宣传为例，政策、经贸的推广和辩护固然重要，而价值主题的输出和协商才是根本性的。缺少明晰、一贯的价值观，国家形象就会模糊、紊乱和反复无常。

实际上，高、低、中三类宣传主题所欲建构的就是一个象征世界，语言连缀了其中的人天、人我和物我关系。值得追问的是，语言的幻象当真可以迷惑群体心智，以至于为一句口号而心动、行动？显然，最高主题未免杳渺空洞，最低主题有时流于煽情，中间主题可能只是虚设的差异、诱惑或恐惧，三者组合也未见得严整的逻辑。而勒庞等人对此的回应是，群体需要逻辑吗？纳粹在其宣传实践中提出，群体的接受力和理解力是有限而薄弱的，“为了达到宣传成效，宣传应求其通俗，并考虑到知识最低者的接受能力，即宣传的知识标准宜降低，而且避免陈义过高。大多数国民（尤其是女性）的思想和行动，皆受到情感胜于理智的支配，这种情感并不复杂，而且变化不多，不是积极便是消极，不是爱便是恨，不是真理便是谎言。”^①

① 蔡绮：《纳粹德国（1933—1945）宣传海报研究》，载《台中技术学院学报》，2008年12期。

此外，如果逻辑于宣传效果有利，宣传者自然也不会放弃看起来有逻辑的说服。至于逻辑的线索清晰还是模糊一点，则看现实需要了。放大一个局部，给出一个近景，让你看得清清楚楚并信以为真；加一个滤镜，照一座远山，让你神秘秘并以杳渺为美。另一个必须道破的真相是，高、低、中三种宣传主题从价值和功能上契入了人的贪求、嗔爱和痴迷。换言之，宣传极易支配、滥用人天性和欲求。凡有贪求之处，必有宣传的市场。诚如法国思想家托克维尔

(Alexis de Tocqueville, 1805—1859)

所言，那些追求自由之外任何东西的

人们，不是注定生而为奴吗？^①

① [法]托克维尔著，董果良译：
《论美国的民主》，商务印书馆
1988年版，第397页。

在宣传制造的幻想中，人是靠一句口号、一句话活着的。事实上，并非宣传情境才如此——为一句话活着，乃是人生的一个重要真相。在余华的小说《活着》里，福贵正是活在“活着就好”的说法之中，说着说着，他就和自己排山倒海的悲剧命运产生了友谊；在电影《飘》里，斯佳丽的慰藉、向往和勇气都来自那句“tomorrow is another day”，说着说着，她就迎来了照常升起的太阳；我们每日奔波劳碌，总是期待一句关切、承认和赞扬；那个著名的矿泉水品牌，与成百上千个竞品相比，真正的差异是“有点甜”这句话，它活在这句话之中。中国禅宗文化讲“言语道断，心行处灭”，是说修行到一定境界后，言语、心行一时俱空。然而，果真到了这般境界，大概也要念一句阿弥陀佛吧！

仪式与认同

我们在前面讨论了宣传的定义、分类、策略，以及作为宣传对象的群体和作为宣传内容纲领的主题，接下来考察宣传的语境问题。一般性宣传语境的营造与还原，与上一章论及的叙事语境的调适并无不同，我们在此处关心的是宣传的一类特殊语境、场域——仪式。

宣传倚重仪式，乃因为人是仪式的动物。这个判断来自语言学家维特根斯坦(Ludwig Wittgenstein, 1889—1951)，他认为庆典仪式

是区分人与动物的重要标志。^②比维特根斯坦还要早

② See Ludwig Wittgenstein, *Philosophical Occasions, 1921-1951*, Indianapolis, Hackett Publishing Company, 1993, p.129.

一些，法国社会学家涂尔干(Emile Durkheim, 1858-1917)将人类先民的生活区隔为世俗和宗教两类，前

① 参见〔法〕爱弥尔·涂尔干著，渠东、汲喆译：《宗教生活的基本形式》，上海人民出版社2006年版，第32—37页。

者是指创造基本生活条件的日常劳作和生活实践，后者则是靠仪式维系的宗教和精神生活。^①涂尔

干进一步指出，真正的团体都是宗教性的，而宗教性包含两个核心要素：信仰和仪式。1975年，传播学者凯瑞（J.W.Carey）提出可以从传送（transmission）和仪式（ritual）两个视角观察传播问题。以传送视角看，传播即信息在空间上的流动和扩散；而以仪式观之，传播则是“在时间上对一个社会的维系”，这肇端于人类社会久远以来“以团体或共同的身份将人们吸引到一起的神圣典礼”^②。

② 参见〔美〕詹姆斯·W.凯瑞著，丁未译：《作为文化的传播》，华夏出版社2005年版，第5—7页。

人类很早就表现出对仪式的强烈需求和偏好。最早的仪式与敬畏、祈愿、竞赛、争战、纪念和狂欢有关，这些主题一直延续至今。人类渴望借由仪式与神祇、祖先和各种强大而神秘的力量沟通，寻求启示、许可、宽恕和助力，以期族群绍隆、衣食丰足、安宁和美，是为敬畏、祈愿。在竞赛、争战中，仪式是鼓舞士气、彰显实力、彪炳功德、创造或再现传奇的重要方式。同时，集体记忆的建构和呈现也离不开仪式，每一场纪念仪式都意味着记忆的复活，以解释当下、规约未来。仪式更有一洗尘劳，重整身心的狂欢价值。

从共同体的视角看，“仪式是一种卓异的沟通方式”。除了权力驱赶和利益诱惑外，仪式应该是召唤群体迅速聚集、达成认同最为便利、有效的方式。而较之权力和利益上的顺从、认同，仪式的召唤更加温和、通透和持久。一些仪式亘古传承，世代凝摄人心，已成为家国精神殿堂之中不灭的灯烛。

关于仪式与认同、族群整合、社会团结的关系，语言学、社会学、传播学等多学科皆有精彩论述，并大致形成了如下共识：仪式普遍

存在于人类社会，是人们共同创造、参与庄重生活的一种象征行为，“国家仪式倡扬爱国，爱情仪式崇尚浪漫，友谊仪式唤起忠信，威权仪式施加服从，礼节仪式推崇文雅”^①；仪式使用固定、重复、共享

① E.W.Rothenbuhler, *Ritual Communication: From Everyday Conversation to Mediated Ceremony*, Sage Publication Inc., 1998, pp.129-130.

② G.Senft & E.B.Basso, *Ritual Communication*, Oxford, Berg 2009, p.82.

③ 参见〔美〕弗雷德里克·杰姆逊著，唐小兵译：《后现代主义与文化理论》，陕西师范大学出版社1987年版，第225页。

的符号，“有助于增进社会团结，避免相互攻击，消解影响共同体和谐的风险因素”^②；仪式可以破除日常交流的某些障碍，促进带有神圣性的价值分享；仪式的认同功能可能遭到统治精英、利益集团的滥用——通过提供“一种抚慰性的关于整体的幻景，一种抚慰性的一致感”，将个体嵌入宰制的意识形态之中，个体

非但浑然不觉，反而主动建构与整体相适应的“自我”和形象。^③

从实践层面看，操持仪式的权力从来都是统治阶级的核心利益。仪式蕴含着权力的合法性，也提供了共同、稳定的社会心理基础，并且是社会动员的便利手段。宣传家对于仪式的效用更是了然于心，现代政治、商业和一些文化仪式的幕后总是晃动着他们的影子。对宣传家而言，仪式既是一种动员方式，也是其他宣传、动员策略的实施语境。按照凯瑞的说法，宣传家应当兼备“信息传送”和“仪式传播”两种能力，后者既可独立生效，亦可为前者营造语境。

以下简要分析仪式在宣传、动员中的三种作用机制：

甲，转场。在戏剧中，转场是指一幕戏向另一幕戏的转换和过渡。仪式在社会生活中有转场之功。通过参与仪式，人们得以摆脱平常琐碎、危脆粗糙、无奈纠结的现实世界，转向身心解放的象征世界。在那里，你可庄重可轻灵，可匍匐可飞舞，沉重的肉身不见了，现实中的不堪一扫而光。用语言学家巴赫金（Mikhail Bakhtin, 1895—1975）的话说，仪式开启了“第二世界”之门，而截断、跨越了现实生活之流。什么得失成败是非长短，什么美中不足今方信、意难平，

什么房贷网购雾霾二胎，统统像蚕壳般蜕去。人们诗意、高贵、神圣地栖息在转场而来的“第二世界”，随着领袖和祭司的钟磬、风笛、咒语、诵辞、经幡和歌唱动静起落、舞光弄影。

乙，招魂。在仪式中，充满暗示的符号、精心设计的节奏、不断重复的程式烘托了一种催眠情境。人们于梦境里“闪回”童年，甚或与神祇、祖先的灵魂相遇，重温那些纯真、美好的旧时光；亦可穿越至将来，脚步有力，夙愿得偿。这是一个招魂的过程，人们在现实生活中颠沛流离、失魂落魄，而在仪式上重新发现和建构自我。新的自我获得了“饱满”的灵魂、信念和勇气，时刻准备着出发。即使梦想是长在悬崖上的果子，也志在必得，而牺牲正是荣耀。如是招魂术，有人以之动员民众实现国家富强、民族复兴；有人以之制造一场时尚风潮、消费狂欢；有人以之鼓动极端民族主义，屠杀犹太人，征伐世界。

丙，合流。在《交流的无奈》一书中，彼得斯将人类交流的困境归因于自我与他者、私人与公共、思想与言说之间的断裂。在一定程度上，仪式传播弥合了这三种断裂。仪式积蓄着强大的暗示和传染能量，个体平常不愿想不敢说不能做的事，在仪式感召的群体中如有神助般挥洒无碍。同时，仪式创造了共同“在场”的情境，个体与集体、私人与公共的鸿沟得以弥合。不仅如此，仪式以稳定、共享的符号传递意义，甚至未经言语表达，价值同构已然完成。当“我”融入“我们”，对偶像、自己人、理想的热爱，对敌人、对立面和困境的憎恨便被激活。恐惧消散，勇气升腾；怀疑无罪，行动有理。

由此可察，转场、招魂、合流就是把人群召唤至一个极端化的象征世界、仪式化的语境之中。仪式化语境好比“温室”或“培养池”，

将现实世界的坏天气、坏脾气、坏风气、干扰噪音破坏全部隔离掉，让种子在一个相对独立独特、自足自洽的环境下生长。

大处思考

我们三次正式提到语境，第一次是论及修辞的“因题就境”原则，第二次是阐释叙事语境的营造与还原，第三次便是此处的仪式化语境。因题就境是指言说、修辞理应契入现实情景；营造与还原则强调说服者对于语境的能动性——调适语境与话语的关系；仪式化语境所追求的是一种“温室”或曰“电影院”效果。如前所述，这种效果就是在纷繁的现实世界之外，设置一个相对单纯的象征世界、“第二世界”，让人们赤忱投入其中，直至心动化为行动。

然而仪式并非天天都有，滥用、生造皆不可取。因此，宣传中更经常的策略乃是把现实语境仪式化，而非频繁启动、制造仪式。所谓现实语境仪式化，即赋予平常的上下文、当下时空情景、社会文化背景以仪式感，为“第一世界”染上仪式化的色彩。譬如，把“我在一个阴天的下午闲逛”描述成“我在一个忧伤遮蔽了阳光的午后走向自己”，便有了一场心灵净化仪式的意味；又如你说“一个老头在江边钓鱼”没意思，你得让老头穿上蓑衣，最好垂下直钩，端坐于寒江飘雪或烟雨纷飞处才有意思；再如，“全世界有数十亿网民”只是一个平常说法，而“数十亿人跨越了传统时代山川大地的障碍，齐聚在互联网构造的地球村广场上”，就涂抹了一层共同体仪式的色彩。

仪式化现实或为现实注入仪式感，要求说服者、宣传家有通透的历史眼光、扎实的人文功底、敏锐的审美自觉，以及对时势的整体理解力。否则，就会闹出生硬粗鄙、不伦不类，把形式主义当作

仪式感的笑话。仪式沦为形式，乃是文化的堕落。在这一方面，伯内斯为我们留下了可贵的思想遗产。如果用一个词来概括伯内斯的说服、宣传观念，那就是“大处思考”（the big think）。在解释“大处思考”之前，我们首先看伯内斯的两个杰作：

第一个案例来自宝洁公司，它是伯内斯最忠实的客户之一。1924年，宝洁交给伯内斯一个任务：“让孩子们爱上肥皂”。对孩子们来说，爱玩闹、不爱梳洗、不受拘束是一种天性，除非父母严加管教，否则让他们悖逆天性几无可能。伯内斯放弃了与孩子们这种天性的对抗，转而召唤他们另外的天性。他组织了一场全国肥皂雕刻大赛，优胜者获得了令人心动的奖金和荣誉。在大量的媒体报道和广泛的公众参与下，雕刻大赛持续举办了37年，参赛者每年会用掉近100万块肥皂。一年一度的比赛成为一些美国家庭的生活仪式，即使不是为了参加比赛，购买、雕刻、使用肥皂也变成了生活中的趣事。参赛者主要是儿童，而在伯内斯的运作下，连奥运冠军和总统候选人都报名参与其中。此间，宝洁的“象牙牌肥皂”逐渐成为市场引领者，陪伴“爱上干净”的孩子们长大成人。

在伯内斯看来，肥皂自然改变不了孩子们“偷懒”的天性，而后者却可能让步于创造、竞争、审美等天性。如是，与其推销肥皂的洁净品质，不如让孩子们卷入竞赛并创造生活之美。竞赛是仪式，创造生活之美则是仪式化现实。伯内斯的思路可以“拆解”为如下几个环节：第一，人的态度和行为皆始于天性，宣传家首先要顺应人之天性，进而“弹奏”、引导天性的不同方面。当然，这句话也可以理解为不与人的偏见对抗，而是利用一种偏见压倒另一种偏见。第二，通过设计仪式——伯内斯称之为“超级秀”（a stunt stage）——吸引媒体和公众的注意。第三，让你所倡导的、人们所追求的东西在现

实生活中以超脱、崇高、优雅、有美感和仪式感的形式呈现。第四，经由制造仪式和仪式化现实，你所倡导之物——理念、政策或产品便可形成一种社会潮流或运动，那将是一场更为宏大的公共仪式。第五，如果你的努力能够增益人性和生活之美，促进个体和社会进步，那么你将成为这种美、进步的代表者和引领者。

另一个案例来自美国烟草大亨希尔（George Hill），他希望伯内斯能够打开女性市场。当时，除了妓女或其他“下等人”，吸烟乃是女性的禁忌。伯内斯的策略与服务宝洁时如出一辙。1929年复活节，一群时尚、漂亮的姑娘从四面八方“像约好了似的”涌向纽约第五大道，她们叼着香烟招摇过市。人群迅速聚拢，媒体也赶来采访这场“神秘”而“无所顾忌”的游行。一个参与游行的姑娘（其实是伯内斯的秘书）发表了演讲，她说这一切都是为了女性的自由、平等和解放，为了将美国的女权运动推广深入。随后，全美媒体广泛报道了复活节游行，视之为女权运动的一个标志性事件，为女性解放“开启了一个未来”。政客、专家和各类评论员纷纷在媒体上表态，认为女士们手里的“香烟如同自由火炬”，“击溃了对女性的所有歧视”。当年，希尔的烟草公司增加了3200万美元的销售收入。

多年以后，一些了解真相的人在媒体上批评伯内斯说服女性接受烟草。而直到去世之前，伯内斯都坚称自己当年对烟草危害一无所知，所以才策动女性吸烟。他还辩护说，你不要只盯着女性吸烟这一点不放，你还应该看到我发起的运动促进、引领了女性解放。这也正是“大处思考”的关键所在——把具体诉求融入普遍人性或宏大语境，再从普遍人性或宏大语境重返具体诉求，而连通两厢、两个世界的，正是制造仪式和对现实的仪式化。

伯内斯的“大处思考”看似迂回曲折、恢宏无序，实则运心精妙、

① See Larry, Tye, *The Father of Spin: Edward L. Bernays & The Birth of Public Relations*, NY, Crown Publishers Inc., 1998, p.52.

用力雄浑，“能够扭转现实”、“让客户感到过瘾”，“给客户带来巨额回报，甚至还改变了美国人的

生活”^①。如果进一步拆解“大处思考”，那么可以发现如下要件：一个反映社会思潮和时代主题的宏大理念（女性解放）；一些可以直抵内心的人性诉求（自由、平等）及其象征符号（火炬）；某种可以成为风尚或运动的行为模式（吸烟）。实际上，“大处思考”就是通过宏大理念营造传播语境、设置宣传主题，进而在朗阔的传播语境和高远的宣传主题下，实施生动、细密的人性诉求，促进互惠性、群体化的态度和行为改变。

三、领袖、偏见与自我

本部分以一则战国故事开场：

吴起为魏将而攻中山，军人有病疽者，吴起跪而自吮其脓，伤者之母泣。人问曰：“将军于若子如是，尚何为而泣？”对曰：“吴起吮其父之创而父死，今是予又将死也，吾是以泣。”（《说苑·复恩》）

魏国将军吴起率军攻打中山国，有一位军士生病长疽。将军跪地，亲自为他吮吸脓血（见者无不动容）。唯有伤兵之母悲泣不已。有人问，将军如此照顾你儿子，你为何这般伤心啊？母亲说，往昔吴起为我儿子他爹吮吸伤口，他爹感恩不尽，誓死追随吴将军，最终战死沙场。如今，吴将军故恩重施，这分明是要我儿子和他爹一样，为将军战死啊！所以，我才伤心流泪。

这般礼贤下士、爱民如子、“与人民在一起”的公关故事，自古至今不知成就了多少领袖的传说。而除了饱经苦痛、爱子心切的“母

亲”，又有几人识得破？纵然识得破，她们能否拦得住决意以死相报、如飞矢一般冲锋陷阵的男人？

领袖形象的框架

在必要的情况下，宣传需要打造一个偶像化的领袖。勒庞提出，“在每个社会领域，从最高贵者到最低贱者，人只要一脱离孤独状态，立刻处在某个领袖的领导之下。”^①伯内斯也认为，群体不可避免地需要领袖，“在作出决定时，群体的第一直觉通常就是追随被

信任的领袖。这是大众心理学中最可靠的一项成规”^②。

在伯内斯看来，无论在政治、商业、文化、宗教、战争等大问题，还是在健康、育儿、时尚、买股票等日常生活中，大众的思想都是“那些他们所相信的领袖，那些懂得如何操控舆论的人赋予他们的。这些思想中

包含了世代存续的偏见、象征符号、陈词滥调，以及领袖赋予他们的语言规则”^③。

一个值得大众追随的领袖应该具备一些起码的品质。首先是信念，即提出某种信仰、理想、真理，并为它们所造构的“理想国”、乌托邦或彼岸世界而奋斗。这个信念应该反映或被表述为大众的共同利益，“这也正是我们想说的！”其次是意志，且不说领袖的意志关乎群体的团结、士气和行动的成败，仅就人们选择领袖的一般心理动机而论，领袖的坚定、执着总是可以免除追随者思考的义务和对不确定性的焦虑。在意志力强大的领袖面前，人们只需昏睡或行动，并认定思考上的痛苦和“天塌下来”的麻烦会由领袖承受着。再次是智慧，领袖应该扮演先知、战略家、大英雄乃至“神之子”的角色，料事如神，用兵如神，凡事如有神助，连失败都是为了实

① [法] 古斯塔夫·勒庞著，冯克利译：
《乌合之众：大众心理研究》，中央编
译出版社 2005 年版，第 98 页。

② Bernays, E.L., *Propaganda*, NY, Horace
Liveright, 1928, p.50.

③ Ibid., p.92.

现或创造一个神迹；最后是美德，领袖应是各种美德的化身，他诚实、正直、善良、慈悲、谦虚，总之恰好与群体的期待相符，而与敌人的丑行形成对照。此外，领袖的外表也很重要，即使未必感官俊美，亦应有“福相”或“异相”。

但是，如果领袖并无这些品质怎么办？譬如，他根本没什么信念、意志孱弱、智识平庸、德行败坏且行为猥琐，如之奈何？对此，16世纪的政治学者马基亚维里（Niccolo Machiavelli）明确提出，“君主并没必要条条具备上述的品质（各种美德），但是非常有必要显得好像有这些品质。”他直截了当地说，“理想和美德是号召和动员别人的旗帜，但作为实际运用的手段，毫无意义。”^①这与我们在第二章引述的苏秦的说法可谓殊途同归，“且夫信行者……皆自覆之术，非进取之道也。”至于如何让领袖“显得好像有这些品质”，就要看宣传的功夫了。

①〔意〕尼科洛·马基雅维里著，李修建译：《君主论》，中国社会科学出版社2009年版，第78页。

以下我们探讨在宣传中塑造领袖形象的三个框架。框架（frame）一词将在下一章有所阐发，此处暂且可以理解为基模或模式。在实践中，领袖形象塑造存在三个常见的框架：

甲，角色——功能框架。这一框架重在表达领袖扮演什么角色，承担哪些职责，以及胜任程度。所谓在其位、谋其政，宣传者首先要塑造和强化领袖“名副其实”、胜任本职的形象。离开这一基础性框架，而欲打造一个“高大全”的领袖形象，纵然成功亦难长久。譬如，人们对一个企业家的基本期待是生产品质合格的产品，若无此保障，而谈论什么企业社会责任乃至“裸捐”便是可笑的；又如，一个歌手起码要唱好歌，而后才戴得上诸如多才多艺、热心公益、业界良心之类的高帽子。再如，一个坚守工作岗位的男人——父亲临终不回家、妻子临产也不回家，在脱离了作为儿子、丈夫的角色和职责框架后，

很难在正常的社会文化语境下被塑造、接纳为一个“典型人物”。前纽约市长朱利安尼提供了一个正面的案例，他在“9·11”事件中带领市民渡过难关，受到媒体和市民的极高评价。他说自己之所以

① 参见〔美〕鲁迪·朱利安尼著，韩文正译：《领导：纽约市长朱利安尼自述》，译林出版社2005年版，第4页。

在危机中不辱使命，是因为他奉行了两条领导原则：“亲临现场和以身作则”。他的办公桌上写着“我来负责”。^①

乙，情感——道德框架。领袖需要保持适度的神秘，但这并不妨碍他表露自己的感情、个性和其他一切能够增添魅力的柔软因素。人们需要有血有肉、个性鲜明、品德高尚的“英雄”、“偶像”和“主心骨”，而不是权力的机器和利益的传声筒。如前所述，感情浓烈的故事、充满激情的口号、张扬个性的话语往往比严密的逻辑更迷人。因此，宣传家有时要摘下领袖的面具，让人们看到他的眉目、神情、泪水、微笑，甚至调皮。不仅如此，领袖还要表征人们最看重的那些道德范畴，最好亲自“上演”一些令人赞叹的、戏剧化的道德故事，譬如为士兵吮吸脓血，或“出其不意”地出现在公共场合，并且排队、让座、抚慰老人和孩子。在这一方面，领袖既要庄重地持守传统道德，以迎合道德上的保守和原教旨主义者；也要显得与时俱进，偶尔像个中产阶级那样刻意对生活的成规说“不”，以顺应那些要作出改变的人。

丙，文化——信念框架。人们本能地预设领袖是族群文化的代表者、引领者，是共同体信念的化身、旗手。为此，无论公开演讲、接受采访，还是参与、主持一些活动和仪式，领袖皆应表现出必要的文化素养、公共精神和终极关怀。在操作层面，领袖要善于利用那些代表文化风尚、产制精神意义、召唤共同体信念的符号。譬如，在国旗下演讲，在演讲中重复那些体现民族性格和主流价值的词汇，

引述承载集体记忆的故事；又如，主动出席那些能够输出纪念、勉励、感恩、哀悼、团结、进取等价值的场合。有一些领袖——如宗教领袖，不仅要宣扬某种信念，而且要创造出顺应天理、升华人性的信念。

以上三重框架中，“角色—功能”所包含的关键词是胜任和卓越，“情感—道德”的核心主张是真诚、个性、庄重，“文化—信念”则强调了人文素养，以及引领公共精神、输出终极价值的能力。伟大的领袖兼备三重框架，有的领袖适用其一二，有的只在诸如个性、人文等个别范畴上有所作为。

诚如马基雅维利所说，领袖未必拥有足够的才、力、情、德、文化和信念品质，但是宣传家们可以将领袖打扮得仿佛拥有它们。这样的说法未免让人难过，大众无可避免地追随领袖，而领袖极可能是一个无能、伪善、暴虐的家伙。他的口号和旗帜、业绩和神迹，不过是宣传家提供的道具和台词。然而，我们也不必太沮丧，领袖借由宣传所制造的幻象大多难以长久。说到底，倘若无德无功，无论立言多么精巧，终归是一时欢腾鼎盛。

中国先贤讲人生有三戒：德薄而位尊，即德行浅薄却身居高位，无异于以身犯险；智小而谋大，即智识昏未却想“下一盘很大的棋”，此为自取灭亡；力弱而负重，即以孱弱之力承受重任，正是自讨苦吃。这三戒也适用于那些意欲塑造光辉形象的领袖们，尤其是在今日这个“透明围观”的时代，德薄、智小、力弱者切莫贪求无度。

二元对立

哲学中有一个常用词——一体两面，即事物乃是辩证的存在，“一体”之中包含着阴阳、有无、生灭、真幻等“两面”。第三章曾论及叙事的二元结构，诸如人天、灵肉、爱恨、得失、善恶、正邪、敌我、

安危、因果等。你还可以信手拈来更多，成败、强弱、贫富、贵贱、美丑、聚散，以及希望失望、光明黑暗、民主集权、清廉腐败、进步落后、忠贞背叛、彼岸此岸，凡此等等。大多数人对于人生图景的指望，便是在那些“两面”之中，单挑美好的一面活着。

在洪蒙初起之际，人类对于“两面”或“二元”的分别，也许只是为了深入地认识、解释“一体”。譬如“太极”玄而又玄、说不明白，那就将之一分为二，便有了阴阳的分别。而到了后来，以时间和空间、心和物为根本尺度，人类在语言、知识的进步中制造了更多的分别，分别之下尚有分别。最后，无尽的分别“格式化”了人类的头脑，我们每一刻都处在自我与他者、内在与外在的切割、对立和矛盾之中。在个体层面，分别成为人生在世的尺度和规矩；在共同体层面，分别使人类超越动物，构筑了精致、繁复的文明世界。这自然是了不起的创造，却也带来了人类认识上的分裂、偏见和冲突。《圣经》对此警示说，“凡加增知识的，也加增忧伤。”

“两面分别”或曰二元对立，生成了人类文明中那些共同传诵的“标准故事”：正义战胜邪恶，美好战胜丑陋，光明战胜黑暗；积因成果，善恶有报；贫苦弱小者打败为富不仁者——得道多助失道寡助，美女嫁给英雄——往往是二元对立的孽缘转化为良缘，譬如灰姑娘与王子（贵贱）、狐精与书生（人妖）、反动势力的女儿与革命者（敌我）。标准故事的结构和结局乃是统一定制、规范成型的，从结构上看，我方真善美，对方假恶丑；从结局上看，真善美征服假恶丑。当然，讲故事的高手不会完全套用这般格式，而是在“标准件”上烙下一些神秘、含混、夸张的印迹。

我们如此偏爱标准故事，以至于不管那些故事多么老套，总是百听不厌。即使听者偶尔变得挑剔，讲述者只需把故事里的人名、

地名换一下，时间干脆就用“很久很久以前”或“有一次”，人们仍然如痴如醉。显然，这是因为标准故事许诺了美好，不管经历多少红尘浊浪、艰难困苦，理想会实现，庶民会胜利，相爱就能相守。实际上，标准故事在结构上利用了人们对于两面、二元的顽固分别，在结局上许诺了人皆向往的真善美的一面。换言之，标准故事弹奏了一首二元复调的曲子，并预设了一个欢腾、胜利、美满的尾章。譬如1986年版电视剧《西游记》，不知被多少家电视台重播了多少次，而每一次都使一批观众卷入师徒、凡圣、佛魔、顺逆、离合、情欲与佛性、贪嗔与清净、劫难与圆满的二元对立、一元胜出的标准故事之中。

这可真好，标准故事提供了人之向死而生的精神慰藉，也提供了历史车轮不会倒转的证据——美好和进步早已写在脚本里；这可真糟，标准故事屏蔽了太多真相，混沌和无序，并为宣传家欺哄、催眠、诱导大众提供了麻醉剂、兴奋剂。宣传家偏爱标准故事，正是因其二元对立结构和既定结局，与大众的认知结构和心理预期乃是呼应、共振的。

1876年，德国音乐家奥芬巴赫（Jacques Offenbach）到美国旅行，他记录了这个新兴商业国家的景象：“广告业如音乐家拨弄琴弦一般，操控着人们的头脑”^①。当时，美国

① See Bernays, E.L., *Crystallizing Public Opinion*, NY, Liveright, 1961, pp.xxv-xxvi.

刚刚进入“镀金时代”，“美国梦”正在“标准成型”：只要努力奋斗，穷小子可以一夜暴富，甚至成为合众国的总统。政客、商人、大众报刊终日讲述着这样的故事：成功者过上“金色的生活”，尚未成功者也要怀揣“金色的梦想”，每个人都可以变成石油大王、铁路大王或钢铁大王。在马克·吐温的小说《镀金时代》中，主人公塞勒斯上校的餐桌上“只见冷水和生萝卜”，但是他的发财梦做了一个又一个，

相信自己会通过修铁路而彻底改变命运。

人的头脑是什么材料做成的，可供广告业、宣传家弹奏？二元对立的认知分别和顽固偏见——对美好的执迷亦属偏见，正是宣传家拨弄群体头脑的下手处。紧张对立的二元关系，如同被拉满的“弓”和“弦”，一触即发。前述宣传的价值主题与功能主题、群体心理的矛盾性（如忠诚与背叛）、仪式转场、招魂、合流，以及领袖形象塑造的多重框架（如传统价值与文化风尚）皆隐含着如是二元结构。事实上，宣传家的曲谱和手法处处针对着人性之中的认知偏见。

我们在这四章中提到了多个故事，其中精彩者，皆属二元对立、弓弦拉满之类，如叔孙豹的世禄与不朽、王孙满的德与鼎、子产的堵与疏、狐精的贪恋与撒手、微电影《老男孩》中理想的凋谢与绽放、伯内斯导演的复活节游行中的女性与烟草。在各种心灵鸡汤类的故事中，穷人总是有志气的，富人大多是不幸福的，成功者往往失去更多，“小清新”绝不是“没有故事的女同学”……

现实生活中也不断上演标准故事。譬如，2009年杭州发生的“70码”事件，一起车祸便被演绎为公共空间中的标准故事。这个故事的基本事实是“车撞人”，而亿万网民在公共舆论中将之铺展为：跑车撞人；跑车在市区飙车撞人；富二代开跑车在市区飙车撞人；富二代开跑车在市区飙车撞死浙大优秀毕业学子；屡次超速的纨绔富二代开跑车在市区飙车撞死父母含辛茹苦养大即将与恋爱多年的女友结婚的浙大优秀毕业学子。最后的版本把贫富、强弱、善恶的弓弦拉满了，一起车祸由此升级，凝结为一个预设了结局的标准故事。倘若司法裁决与网民预设的结局不一致，舆论的风暴甚至会绑架司法。

2010年的“我爸是李刚”事件、2011年的“药家鑫事件”，可谓

同出一辙。李刚必须承受责骂，虽然他并非肇事者；药家鑫必须是“富二代”、“官二代”，虽然他不过生活在一个中产之家。在这现实版的标准故事中，他们都被设定为罪无可赦的“恶人”。那些试图为他们作出“理性”辩护、解构标准故事的人，则被视为帮凶、“人民的敌人”而一并遭到谩骂。

一体同观

我们有必要重申标准故事的基本特征：在结构上，标准故事承载着人们最看重的那些是非观念、道德准则和价值尺度，它们以二元对立的方式并行存在；结局则是一元胜出，光明、进步、真理、良善和美好终将战胜它们的反面。这种结构和结局设计，很容易被当作历史和生活“本应如此”的展开方式，因而能够最大限度地激发人们的认同感、带入感。不难看出，标准故事蕴含着将历史合法化、将生活合理化的巨大价值。正如第三章所论，历史往往就是优胜者的合法性叙事——“我们”代表积极、正面的“一元”，征服了消极、负面的“另一元”；生活也是如此，我们需要把生活图景的展开描述为由不堪的此岸奔向明朗的彼岸，以慰藉、支撑倦怠的身心。

人性是多么神奇，单单求索那好的一面。倘若历史和人生之中，果真只有好和美丽的一面，难道不是一件可怕的事情？难道不是越美丽越无常？所以，对两面、二元的区别是必要的，却不可固守偏见，非要一方压倒另一方。二者乃是辩证的存在，两面正是一体，二元合乎中道。佛教有“不二法门”、“一体同观”的说法，不二即一体，承认好坏、得失、善恶、美丑的差异而又超越于此，并不为其所障碍。

再回到宣传。伯内斯的“大处思考”颇有善用二元对立——宏大主题与细密诉求并行，而又超越于此的气象。20世纪40年代末，马

克货车公司面临着来自铁路运输业的激烈竞争，对手在媒体上指责它的载重卡车压坏了道路，应当课以重税。马克公司求助于伯内斯的帮助，他给出了令管理层吃惊的解决方案：把眼光从自己与铁路业之间你死我活的竞争中移开，放弃舆论上的对立和回击，放弃生意上的直接冲撞和拼抢。在伯内斯看来，敌我对抗的思维无以解决马克公司的难题，就算在舆论大战中占据上风，也无法化解自己损坏道路而招致的民怨。因此，他建议马克公司制定一个超越性的战略，那就是游说国会批准上百亿美元的预算，以构筑更庞大、结实、高效的全美公路系统。如此才能从根本上平息民怨，拓展生意空间，避免与竞争对手陷入愚蠢短视的相互残杀。

马克公司采纳了伯内斯的建议：协调公路运输业内部立场，统一诉求拓展公路网；举办盛大的社交聚会，整合意见领袖和媒体精英的力量；建立“前线行动组织”，以在各州重点社群展开动员；“利用民生议题吸引公众”，让公众意识到公路网建设是一项值得投入的公共事业。1950年，国会通过公路预算法案。伯内斯主导的宣传运动不仅彻底扭转了马克公司的困境，而且极大促进了美国公路交通建设，对经济和社会发展产生了深远影响。

同样地，伯内斯也建议腊肉商、书商等客户尽量不要简单粗暴地抢走竞争对手的机会和利益，因为这样做代价巨大而且可能不道德。20世纪20年代，他帮助客户发起早餐营养运动，让腊肉成为“丰盛早餐”的一部分，而不是直接叫卖腊肉、推销自己、打败敌人。30年代，他找来那些拥有尊崇社会地位的人们在媒体上谈论书对于生活、文化的价值，还邀请建筑师、包工头、设计师在新建的房子里专门预留书架的位置——并使之成为时尚，这场运动被认为显著地改善了美国家庭的阅读状况。

伯内斯之所以能够“大处思考”、超越二元对立，关键是他拥有一种对于势、市、事的整体理解力，并因此达及求是、如是之境。势即宏观大势，市即利益交换的场域、格局和规则，事即时务，是即对、本来、存在以及价值论意义上的“应该”和“最大值”。成语讲“实事求是”、佛经讲“如是我闻”，皆有本来如此、理事无碍的意思。作为公关之父，伯内斯的天分和才华在于洞察大势、市场和时务，并总是找到超越非此即彼之二元冲突的“最大值”、公共之善或曰最大公约数。

我们可以用一个简单的例子说明伯内斯的智慧。假设你是一位教授，在某一次课堂上动员学生达成一致意见。你说，亲爱的同学们，让我们喜欢苹果吧，可能会有一半的人反对，因为他们喜欢桔子；然后你说，让我们喜欢水果吧，也许还有四分之一的人不同意；你接着说，让我们热爱健康吧，可能就剩下八分之一的人无动于衷；你最后说，让我们珍惜生命吧，大家都会举手认同。事实上，人生格局的舒展，就是从小家子气地偏执于苹果而讨厌桔子，逐渐变得开阔、不惑、无碍，直至关怀生命本身的过程。按照伯内斯的思路，你不要纠缠苹果怎样打败桔子——若无超越性的战略，任何游戏的总成绩都是零。你应该直接切入“一体”，而不是停驻于二元之间的简单博弈。当然，“一体”要足够高远、宽广、厚实，以充当最大公约数。

有此天分的不止是伯内斯。本章最后补述一个春秋故事：

十月，晋阴飴甥会秦伯，盟于王城。秦伯曰：“晋国和乎？”对曰：“不和。小人耻失其君，而悼丧其亲，不惮征缮以立圉也。曰：必报仇，宁事戎狄；君子爱其君，而知其罪，不惮征缮以待秦命。曰：必报德，有死无二。以此不和。”

秦伯曰：“国谓君何？”对曰：“小人戚，谓之不免；君子恕，以为必归。小人戚，曰我毒秦，秦岂归君？君子恕，曰我知罪矣，秦必归君。贰，而执之；服，而舍之。德莫厚焉，刑莫威焉。服者怀德，贰者畏刑，此一役也，秦可以霸。纳而不定，废而不立，以德为怨，秦不其然。”秦伯曰：“是吾心也。”改馆晋侯，馈七牢焉。（《左传·僖公十五年》）

鲁僖公十五年，秦晋交战，晋惠公战败被俘。秦国曾有恩于晋惠公，而后者非但不知恩图报，反而挑起战事。十月，晋大夫阴飴甥在王城与秦穆公会盟。穆公问，你们晋国现在和谐吗？阴飴甥说，不和。小人为失国君而耻辱，为亲人战死而悲痛，因此不怕征税赋、置兵甲，并拥立太子圉继位。他们说，宁可臣服于戎狄，也要报此大仇。而君子爱戴国君，知道国君亦有过失，他们也不怕征税赋、置兵甲，却是为了等待秦国的命令。他们说，如果秦国归还国君，必将以死报效秦国。小人、君子有此分歧，所以晋国不和。

穆公又问，晋国如何看待惠公的命运？阴飴甥回答，小人忧惧，君子宽心。小人说我们毒害秦国，秦国岂肯还我国君？君子说我们已知罪了，秦国必还国君。背叛就抓他，知罪便放了他，此般恩德最大、刑罚最严。经此一役，心服者感恩秦国之德，二心者则畏惧刑罚，秦国可以图霸了。当初秦国帮助惠公回国继位，如今却不让他安于其位，乃至废了他，必使恩德化为仇恨，秦国不会出此下策。最后穆公说，正合我意。于是善待惠公，让他改住宾馆，待之以诸侯之礼。

侯之礼。

① 参见金圣叹选批，唐文吉注释：《金圣叹评点才子古文》，线装书局2007年版，第12页。

清初大文人金圣叹评价《左传》的这段故事说，“看他句句挺特，字字精神”、“通篇用整整二扇之法。”^①

所谓“二扇之法”，便是小人与君子、仇怨与恩德、戚与恕、服与贰、

归与不归、和与不和等二元之论。阴饴甥在游说中处处以二扇相对，却又使之合于一处，终于说服秦穆公，得以讨回晋惠公。这个“一处”，于晋是无论报仇还是报恩，总之要讨回国君，于秦则是德刑相济的霸业。

这一而二、二而一的道理，若可知行合一，便是“少数人的伟业”了。

第五章

话语权

本章从立言、修辞、叙事和作为语言运动的宣传，过渡到语言与权力的关系，以进一步考察说服与认同的问题。毫无疑问，拥有话语权才谈得上立言、修辞、叙事和宣传，而话语权的行使则体现为立言、修辞、叙事和宣传等话语实践。在常识层面，人类很早就意识到了语言与权力的互生关系——说话是人的基本权利，而权力则有赖于话语表达。在哲学层面系统讨论话语权问题的是法国思想

① 参见〔法〕米歇尔·福柯著，肖涛译：《话语的秩序》，中央编译出版社2001年版，第1—31页。此处需说明的是，福柯的这篇文章出现在这本文集中，并无直接表述“话语即权力”。

家福柯(Michel Foucault, 1926—1984)，他在1970年荣任法兰西学院院士的演讲中提出，“话语即权力”^①。本章的主题便是话语权，开宗明义，我们从两个层面定义它：话语的权利(right)，话语的权力(power)。

前者是指获得说话的机会和资格，后者是指借由表达的机会和资格行使权力。

一、话语与议程

那些了不起的思想家有一个共性，就是能够找到一把关键的钥

匙打开知识的迷宫，譬如康德基于“绝对律令”概念演绎道德哲学体系，马克思（Karl Max）以“劳动”的概念切入“人的本质”问题，尼采用“权力意志”概念表征人与事物的存在本质和动力。福柯也是如此，他打开思想史之门的钥匙是“话语”。如果把历史的镜头拉开，福柯发起的话语转向乃是20世纪语言学转向的一部分。从索绪尔（Ferdinand de Saussure, 1857-1913）到海德格尔、列维—斯特劳斯，再到格雷马斯、巴尔特、布迪厄（Pierre Bourdieu, 1930—2002）、德里达（Jacques Derrida, 1930—2004）、伯克和福柯，他们都相信历史和社会生活皆为话语所构建，尽是语言的沉积之物。而福柯的独到之处在于，他不只关心语言的内部结构，而且看重话语背后的规则——知识与权力的合谋。此外，他不像结构主义者那样迷恋“永恒的结构”，而是强调话语构建的断裂、离散和偶然性。

话语即权力

福柯的话语研究大体可以划分为三个阶段：20世纪60年代的知识考古学——知识话语研究，70年代的谱系学——权力话语研究，以及晚年的生命话语研究。^①同列维—斯特劳斯等人的叙事学和伯克的修辞学理论一样，福柯的话语理论也是体系庞大且晦涩难懂。作为语言学家，他们看起来并不太在乎读者的感受，这未免有些吊诡。以下从福柯的思想谱系中拎出五个要点，作为我们讨论话语权问题的理论资源：

① 参见陈长利：《论福柯的三维话语理论》，载《河南师范大学学报（哲学社会科学版）》，2006年02期。

甲，何为话语？福柯承认，话语在他这里是一个指代模糊的观念，“我把‘话语’有时当作所有‘声明’（statement，大陆学者多译为‘陈述’——作者注）所在的广大领域，有时当作一组可以独立的‘声明’之总称，有时当作解释某些‘声明’的一个规则化

的运作。”^①从《知识考古学》、《疯癫与文明》、《规训与惩罚》、《词与物》、《性史》等著作的通常用法看，福柯

① [法]福柯著，王德威译：《知识的考掘》，麦田出版有限公司1993年版，第176页。

实际上用话语泛指“声明的整体”，亦即人的各种表意实践。比较而言，福柯意义上的话语与德里达使用的“文本”概念差不多，甚至还要更为宽泛。德里达将文本理解为一切具有实质性内容的符号组合与社会存在，譬如一篇演讲、一则新闻稿、一部电影、一段历史、一种社会思潮、一个时代的气象和气质、一座城市。^②话语包含着

② 参见[法]让·弗朗索瓦·利奥塔著，车槿山译：《后现代状态：关于知识的报告》，生活·读书·新知三联书店1997年版，第14页。

③ 李幼燕：《理论符号学导论》，中国社会科学出版社1993年版，第363—364页。

德里达意义上的社会存在，同时也潜隐着那些尚未固定的、所指含混的表意实践。就后者而论，话语既是有逻辑的符号组合——文本，也是“文本生成过程中变动不居的动力场”^③。换言之，文本乃是固定下来的话语，而话语不但产制文本，还构造表意实

践的场域。

乙，话语乃是历史和社会生活的建构者，这是福柯在知识考古学阶段的核心主张。以福柯的视角看，所谓“过去”、科学、哲学、

④ Jacques Derrida, translated by Gayatri Chakravorty Spivak, *Of Grammatology*, Baltimore, John's Hopkins University Press, 1998, p.163.

⑤ Hall, Stuart, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London, Sage, 1997, p.44.

⑥ [德]哈贝马斯，曹卫东译：《现代性的哲学话语》，译林出版社2004年版，第299页。

宗教和法律，都是历史沉积下来的庞杂的话语集群，是话语形成的繁复文本。德里达把类似的观点表述为“一切皆在文本之中”^④，霍尔（Stuart Hall）则将之逆向概括为“话语之外，别无一物”^⑤。我们在第二章亦曾引述高尔吉亚的论断：言语破灭处，无物存在。哈贝马斯提出，在福柯式的考古眼光的凝视下，“历史凝聚为一座冰山，覆盖着晶莹剔透而又变幻万千的话语形态”^⑥。福柯

的建构主义话语理论是如此流行，以至于众多学科领域都出现了话语转向。国内学者周宪引述多个实例佐证于此，譬如“传统最终不过

① 参见周宪:《福柯话语理论批判》,载《文艺理论研究》,2013年01期。

是一套人为‘发明’的话语程序,旨在建构当下与过去关联的合法性”;所谓意识形态,就是设置一套复杂的话语手段,

把“事实上是党派的、有争议的和特定历史阶段的价值”,呈现为“自然的、普遍的和必然如此”的思想观念;连“女性意识”亦非完全与生俱来,而是话语建构的结果。^①

丙,话语建构历史和社会生活,而知识和权力建构话语,这是福柯在谱系学阶段的主要观点。福柯认为话语绝非自然、自主之物,而是知识和权力的共谋。当然,知识说到底也是一种权力,规约着话语的形成和实践。后现代学者利奥塔尔(Jean-Francois Lyotard, 1924—1998)呼应福柯说,“知识和权力是同一个问题的两个方面,谁决定知识是什么?谁知道应该决定什么?在信息时代,知识的问题比以往任何时候都更是统治的问题”^②。福柯从四个方面讨论了话语的形成规则:

② [法]让·弗朗索瓦·利奥塔尔著,车槿译:《后现代状态:关于知识的报告》,生活·读书·新知三联书店1997年版,第14页。

首先,“谁在说”本身就是一个权力问题,他在何处说、处于何种位置皆会影响到话语建构。显然,他必须遵循权力的谱系陈述自己和世界,才能获得理解、认同和接纳。其次,话语的对象亦非自为自在——并不存在“纯而又纯的客观真实”等待主体陈述,它们也是知识和权力选择的结果,以知识和权力允许的方式“探讨它们,确定、分析、分类、解释它们所应该构成的关系网络”^③。再次,概念的使用也必须符合特定的话语程式、逻辑和“认知型”,否则便会遭到排斥、歧视。最后,话语策略的选择亦应考虑多重因素:表意——表达权力意志的需要,具体情境下的话语内部规则,社会、文化、习俗等于话语外部施加的制约,人的复杂欲望和无意识的支配。总之,话语即权力,它被

③ [法]米歇尔·福柯,谢强等译:《知识考古学》,生活·读书·新知三联书店1998年版,第57页。

权力编码，也编码权力。

丁，话语建构历史和社会生活，却不像早前历史研究预设的那样存在时间上一贯、清晰、齐整的秩序；权力建构话语，亦非全然单向的支配，而是存在着竞争、抵抗和转化。福柯放弃了历史研究的时间范式，转而关心其空间状态。时间范式强调历史是在旧与新、传统与现实、常规与脱轨的转渡中铺展的，有合乎因果律、目的论的演进秩序和统一解释。空间范式则采取一种近似考古学的视角，看到了历史的断层、交叠、混合与离散。在空间范式下，虽然历史中的矛盾、碎片和偶然亦有其结构，但不必非要按照统一的价值和世界观进行归因和整合。知识与权力合谋了话语的规则与形态，而知识与权力本身却是多元、多变的。因此，话语必然具有外在性、间断性、个别化、事件化等特征，不同话语之间也必然遭遇冲突、竞争和对抗。尤其是在知识爆炸、权力多元化的现代社会，话语权的争夺势必愈演愈烈。由是观之，福柯从结构主义走向了后结构主义，并预言了诸如多元化、差异性、碎片化、去中心、去秩序等后现代潮流。

戊，权力与话语的同构是现代社会的—个基本特征，构成了无处不在、“毛细血管”般的权力网络。与传统社会相比，现代社会倾向于将暴力机器安排到“幕后”，而借由话语权施加更为软性、精密的统治。从“凝视”人的身体，到建构社会生活秩序，话语权的

控制渗透了现代社会的所有领域。福柯将如是控制称为“理性压迫”，布迪厄的说法则更加直接——符号暴力。^①为了在理性压迫下实现自我解放，福柯晚年主张建立一种生命话语，以使现代人变得更纯洁、更自由、更有自制力，更靠近不朽。^②然而，除了这种伦理上的努力，反抗话语权的最直接的策略乃是

① 参见〔法〕皮埃尔·布迪厄、〔美〕华康德著，李猛、李康译：《实践与反思——反思社会学导引》，中央编译出版社1998年版，第186—229页。

② 参见〔美〕L·德赖弗斯、保罗·拉比诺著，张建超等译：《超越结构主义与解释学》，光明日报出版社1992年版，第306页。

争夺话语权。换言之，竞争、掌握和行使话语权，才能缓解来自他者的话语霸权。在这一意义上，话语权一分为二：话语权利，即获得表达的机会和资格；话语权力，即通过话语行使权力，构建自我和世界。

本着为我所用的原则，我们从福柯的话语理论中萃取了如下精要：知识、权力构建话语；话语构建历史和社会生活、自我和世界；话语是多元化、差异化和竞争性的；现代社会借由话语权实施控制和统治，也面临着激烈的话语权竞争。

议程设置

几乎与福柯的话语研究同步，传播学领域在 20 世纪六七十年代提出了议程设置 (agenda setting) 假说。这个假说初步解释了公共空间内话语权的竞争和实现问题。1972 年，美国学者麦库姆斯 (M. E. McCombs) 和肖 (D. L. Shaw) 发表论文《大众媒体的议程设置功能》，总结了他们对 1968 年总统大选期间媒体如何影响民意的研究成果。论文提出，大众媒体具有一种为公众设置“议事日程”的功能，媒体赋予各种“议程”以不同程度的显著性，影响人们对周围世界的“大事”及其重要性的判断。

在 20 世纪，大众媒体在政治、经济、文化、战争和日常生活诸领域都创造了令人震惊的神话。议程设置假说揭示了大众媒体实现其传播、教育、认同和控制功能的一个重要机制：设置公众议程，促进公众“共同思考”、“思考共同”。大众媒体对某一议程越强调，公众的关注度也就越高；媒体对某一议程漠不关心或故意忽略，也会消减、转移公众的兴趣。这在逻辑上与福柯的话语构建理论颇为接近，大众媒体以其信息—知识优势、传播—权力机制，构建公共

空间的议程、图景和秩序。

事实上，在麦库姆斯和肖之前，李普曼、科恩等人就注意到了大众媒体的议程设置现象。1922年，李普曼在《公众舆论》一书中将媒体比喻为“一道躁动不安的探照灯光束，把一个事件从暗处摆到了明处再去照另一个”，从而“影响我们头脑中的图像”^①。作为

① [美] 沃尔特·李普曼著，阎克文、江红译：《公众舆论》，上海人民出版社2006年版，第287页。

② Bernard C. Cohen, *The Press and Foreign Policy*, Princeton, Princeton University Press, 1963, p.13.

探照灯，大众媒体在公共空间设定了人们见与不见、多见与少见。当然，正见并不易得，偏见则无处不在。

1963年，科恩提出“在大多数情况下，报纸不能左右读者怎样想，但在让读者想什么上却是惊人的成功”^②。如是，以权力的视角看，大众媒体乃是现代社会角逐、行使话语权的关键所在。

问题在于，是“谁”、“怎样”影响了媒体议程，进而设置了公众议程？在议程设置假说提出后，传播学、社会学、政治学和公共关系等多学科围绕这一问题展开了大量后续研究，并得出了三种答案：媒体中心论、消息来源中心论和“消息来源—媒体协商论”。

麦库姆斯和肖的议程设置假说其实就是典型的媒体中心论：媒体是议程的设置者、引领者。费斯曼（Mark Fishman）在《制造新闻》一书中精练地表达了媒体中心论思想：“这个世界是以新闻媒体和记者的需要，规划组织框架和社会结构的。”^③那么，媒体是怎样设置议程的呢？

③ Mark Fishman, *Manufacturing the News*. Austin, TX, University of Texas Press, 1980, p.51.

媒体中心论的看法是：

甲，媒体不但设置议程的内容，而且影响公众对议程的思考和讨论方式。1985年前后，麦库姆斯在检讨早期的研究假设时提出，任何议程都包含着诸多不同的面向，每一面向都具有不同的属性；人们总是思考议程的某些侧面，而不是另一些，这正是因为媒体已

甲，媒体不但设置议程的内容，而且影响公众对议程的思考和讨论方式。1985年前后，麦库姆斯在检讨早期的研究假设时提出，任何议程都包含着诸多不同的面向，每一面向都具有不同的属性；人们总是思考议程的某些侧面，而不是另一些，这正是因为媒体已

经为他们预设了视角、标准和方式。因此，媒体既能影响人们思考什么，也能影响人们怎样思考。

乙，媒体议程不只预设公众的认知，同时也形塑态度、影响行为。早前，议程设置被明确定位为“认知效果”，人们对它在态度和行为改变上的能量比较悲观。而在后续研究中，艾英戈（Shanto Lyengar）和金德（D.R. Kinder）发现电视新闻不仅排定了总统大选议程的“优先级”——引导公众优先思考哪些议程，不仅提供了“思考方式”，而且影响了公众对候选人的态度和投票行为。他们提出，媒体是通过一种“底色作用”或“铺垫机制”（priming）达成这一效果的。^①媒体无法做到不偏不倚，总是有其正向或负向的价值判断。换言之，媒体在输出事实议程时，必然有意无意地为之涂上价值底色，以感染公众的情绪和态度，牵引公众的选择和行为。一般而论，并不存在未经价值染色的事实议程。

^① See Lyengar, S., A. Simon, *News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion*, *Communication Research*, 1993, 20 (3).

总体而观，媒体中心论认为大众媒体可以实现多重设置：议程内容、思考方式、价值底色。在19世纪中后期和整个20世纪，大众媒体通过持续的议程设置，深度干预了社会发展中的几乎所有重大问题。实际上，作为现代社会的“第四权力”，大众媒体从来就不是单纯的记录者和转述者，而是以其话语权或强势或温和、细密地建构历史和社会生活。

权力表达的框架

关于“谁”、“怎样”设置了媒体议程，第二派观点是消息来源中心论。所谓消息来源，即向媒体提供消息的话语主体，他们才是真正的议程设置者和话语权的拥有者。持这一派观点的学者认为，社会是由互相竞争的利益团体构成的，媒体不过是社会系统运行中政

治、经济和文化之权力角逐的一环。如果说媒体设置了公众议程，那么谁在设置媒体议程？

1978年，霍尔提出了初级界定者（primary definer）和次级界定者（secondary definer）的关系问题。霍尔认为，媒体在信息产制过程中，不得不依附于各种“可靠”、“权威”和“精英”的消息来源，不得不向统治阶级靠拢，因此实质上复制了主流意识形态。统治阶级才是议程的“初级界定者”，媒体不过是基于自身特性筛拣议程的“次级界定者”。

1990年，斯莱辛格（Philip Schlesinger）批评以往的议程设置研究过于强调媒体中心主义。他认为，研究者被纷杂的媒体业务所迷惑，以至于未能看清新闻信息产制的社会过程和权力背景。譬如，研究者全神贯注地观察记者的采访路线、写作方式和报道风格，咬文嚼字地解读媒体编辑方针和“媒体老板”的价值观，却忘记了更宏大也更具穿透力的视角：媒体在整个社会关系网络中的位置和角色。在斯莱辛格看来，真正影响媒体议程的是那些处于信息生产上

① See Philip Schlesinger, *Rethinking the Sociology of Journalism: Source Strategy and the Limits of Media Centrism*. M.Ferguson (ed), *Public Communication and the News Imperatives*, London, Sage, 1990, pp.283-306.

游和权力网络中心的消息来源。他们要么通过权力直接支配媒体议程，要么通过公共关系策略向媒体“推销”议程。^①

我们可以通过一战中美国公共信息委员会的新闻审查和公关策略来印证霍尔和斯莱辛格的观点。正如第三章介绍的那样，公共信息委员会一方面借由立法直接规约、审查媒体议程，一方面则以“开放的”公关策略平衡战时舆论的自由与秩序。譬如，作为战时唯一可靠、权威、及时的消息来源，该委员会的例行新闻发布会保证了媒体能够“自由地”获取官方版本的信息。又如，委员会招募了75000名“四分钟演讲人”，围绕精挑细选的36个主题

① 参见胡光夏、边明道：《美国公共资讯委员会对宣传机制设立与宣传策略应用的启发》，载《复兴岗学报》，2010年99期。

在海内外进行了 755190 场演讲，他们以民间的名义向媒体和 3 亿多听众（人次）输出了战

争议程。^①

事实上，大众媒体乃是复杂的权力场域，是现代社会多元权力主体博弈的重要平台。以下权力主体皆会直接影响媒体议程：外部压力团体，如政党、官方主管部门、行业协会、司法部门、相关民间组织等；特定利益团体，如事关媒体命脉的广告商；同业竞争者、上下游合作者；专家学者；受众和关联公众；新闻事件的当事人和其他信息提供者。媒体最终呈现和传播的内容，绝非一己之见的放任表达，而是诸多权力主体作为消息来源进行博弈的结果。

除了直接施加管控、输出议程，消息来源往往还通过形塑“框架”渗透媒体话语权。框架（*frame*）是戈夫曼（*Erving Goffman*）在 1974 年提出的概念，他将之定义为一种认知和诠释的基模（*schema*），即人们理解社会行为、处理沟通事务的基本原则和模式。在心理学中，基模是指人类认知的心理结构，决定着一个人看见什么、忽视什么，进而影响到理解、记忆和评价。^②因此，框架意味着某种特定且稳定的感知方式、辨识角度，以及理解和分类的域限。每个人都习惯以自己的框架赋予情境和话语以意义。譬如对于迟到，男人倾向于采取事实的框架，将之归因于交通、天气或加班；女人则可能基于价值的框架，将之定性为一个关乎态度、尊严、“爱得有多深”的大问题。那些重大、严肃的议题也是如此。譬如，若以阶级论为框架，那么 1840 年以来的中国历史就是一部革命史；而以现代性为框架，同一部历史将被诠释为中国从传统迈向现代，走向民主政治、市场经济和公民社会

② See Erving Goffman, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1974.

的曲折进程。

由于身份、权力、文化等因素上的差异，多元社会主体不可避免地以不同的框架对待同一事件和议程。这就表现为框架竞争的话语权的角逐。毫无疑问，占据权力优势者的框架一般更容易胜出。大众媒体所呈现的，往往就是胜出者的框架。而公众所感知的，只是被权力“框现”的议程，那些被“框限”的部分则消失在历史的后台了。议程来源于事实、真相，却不过是“传真”、“逼真”或“拟真”，权力的框架预设了它们的形态和结构。

举例而言，一些西方利益团体以其传播优势，在全球主流媒体上构建了关于中国议题的三个稳定框架：意识形态、利益竞争和人道主义。凡中国社会发生的重要议题，大抵会被纳入这三大框架：贪污腐败、拉萨“3·14”事件、新疆“7·5”事件、薄熙来案、打击网络“大V”、有关宪政问题的争论等，一般被归入意识形态框架；中国崛起、中国在第三世界的战略、中国企业海外并购等议题，通常被归入利益竞争框架；汶川地震等自然灾害、弱势和边缘群体、持异见者等议题，则大多归入人道主义框架。

国内亦如是。一些官方机构以其掌握的传播资源，构建了呈现、诠释群体性事件的固定框架：X月X日X地，发生一起不法分子（或别有用心的一小撮人）利用X原因（或时机），煽动（不明真相的）群众非法聚集（或打砸抢烧）事件。XXX高度重视，立即启动X级应急预案，（冒着严寒或酷暑或风雨）赶往现场。XXX说，他还说，他强调，他指出，最后他认为……现场群众情绪稳定，群众XXX说，这样做破坏了安定团结的大好局面，群众XXX也说，这是不得人心的……事态已经得到控制……在事件总结和表彰大会上，XXX指出，这又是一场胜利。

议程建构

与媒体中心论和消息来源中心论不同，协商论主张从消息来源和媒体互动、协商的角度，考察议程和话语权的形成机制。1988年前后，罗杰斯（E.M.Rogers）和迪尔林（J.W.Dearing）批评了早前狭隘的决定论——要么媒体设置公众议程，要么统治阶级设置媒体议程。他们提出了“议程建构”（agenda building）的概念，以开展整体性、动态化的“议程设置过程”研究。^①议程建构看重媒体议程、公众议程和政策议程的三方互动，并视之为一个完整的建构过程。公众议程一旦为媒体所设置或反映，就会影响消息来源特别是精英决策者的政策议程，并可能左右政策的贯彻执行；同时，政策议程对媒体议程和公众议程也有直接、强烈的影响，它往往是媒体报道和公共讨论的优先级话题。

① See E.M.Rogers & J.W.Dearing, "Agenda-setting Research: Where Has It Been, Where Is It Go?" *Communication Yearbook*, 1988, Vol11, pp.555-594.

议程建构打破了以往“决定论”的线性思维，将议程的形成和转化视为多元协商、彼此建构的过程。麦库姆斯和肖承认，“这的确提供了全新、全面的框架和视角”^②。此前，人们更关心议程设置的效果和“谁支配了谁”的主客体关系，而罗杰斯和迪尔林则呼吁人们统观议程设置的整体过程。自此，有关议程设置过程的诸多变量，譬如多元主体之间的互动及其情境、步骤和效果等，皆得到了建设性的讨论。譬如，肖等学者提出了“纸草性议程”的概念：消息来源和媒体的议程设置是自上而下的、纵向的，仿佛经线；但公众也有自己的议程，而不唯媒体议程马首是瞻，这些议程一般是水平、横向流动的，恰如纬线。媒体议程与公众议程纵横交错，形成了错综复杂、趋向融合的传播网络。

② M.E.McCombs, & D.L. Shaw, "The Evolution of Agenda Setting Research: Twenty-five Years In The Marketplace of Ideas," *Journal of Communication*, 1993, 43(2).

其实，早在1980年前后，厄布林（Lutz Erbring）、戈登伯格

(E.N.Goldenberg)和米勒(A.H.Miller)等人就提出, 媒体议程与公众议程之间存在一种双向关系: 另一方面媒体设置公众议程, 一方面

媒体中的各级“把关人”对公众的“新闻兴趣”和“新闻价值”皆有稳定的判断, 因此公众也可以设置媒体的议程。^①

① See Lutz Erbring, E.N.Goldenberg & A.H.Miller, “Frontpage News and Real World Cues: A New Look At Agenda-setting By The Media,” *American Journal of Political Science*, 24, 1980, pp.16-49.

而更早些, 1968年, 纽曼(E.N.Neumann)和马塞斯(Rainer Mathes)在有关反越战游行的研究中发现, 媒体中 also 存在意见领袖, 主流媒体的议程总是能够影响其他媒体的议程, 二人将媒体之间的议程设置称为“共鸣效果”(resonance effect); 随后, 马塞斯等人在有关反公娼、抑制国民 IC 卡等研究中提出, 边缘媒体的议程也可以流向主流媒体, 此为“溢散效果”(spillover effect)。

如果进一步追溯, 公关之父伯内斯在 1923 年出版的《舆论的结晶》中指出: “在一些根本性问题上, 媒体看似在塑造舆论, 实则不过是常与舆论尽量保持一致”。在他看来, “公众引导媒体”和“媒体引导公众”两个相反的说法都有道理。伯内斯还提出, 对公共关系顾问及其雇主来说, “遵从新闻媒体的标准是非常重要的, 同样重要

② Bernays, E.L., *Crystallizing Public Opinion*, NY, Liveright, 1961, p.80.

的是他在向新闻媒体提供观点时, 也必须遵从公众最基本的理解和判断”。^②

回过头来看罗杰斯和迪尔林对于议程建构的研究, 他们之所以强调议程设置过程中的双向互动和多元协商, 除了研究观念和视角带来的变化外, 最主要的还是大众传播实践在 20 世纪末发生了深刻的变革和转型。这表面上是概念转换, 其实意味着权力和文化的转向。伯内斯在 20 世纪初注意到的媒体与公众之间潜在的相互引导现象, 在 20 世纪末已然成为一种普泛、显著的互动。不仅如此, 消息来源、

媒体和公众之间的权力关系亦更加复杂，双向互动、多元协商成为主流趋势。就话语权而论，统治阶级——政治、商业和文化精英垄断真相和真理，“天下定于一尊”的话语权格局在越来越多的国家遭到摒弃或诘难。及至互联网全面崛起，精英与大众之间的话语权革命便在全球范围内势不可挡了。这是本章后面要重点讨论的内容。

在本段落的最后，有必要明确几个相近概念的使用方式：议程设置——大众媒体设置公众议程的一种传播机制和功能；议题管理，这是公共关系领域经常使用的概念，即权力主体、消息来源借由包括大众媒体在内的各种沟通工具，针对特定议题实施的舆论引导、形塑认同和政策改善行动；议程建构——多元主体针对特定议程的互动、协商和建构。三个概念在含义上较为接近，差异在于视角：以媒体为中心则称为议程设置；以消息来源为中心则称为议题管理；以多元协商的视角看则称为议程建构。

二、说服的局限

20世纪是空前剧变的一百年，政治、经济、科技、教育和文化诸领域都发生了翻天覆地的变化。以全球视角看，最根本的变革乃是人类社会的现代性转型。在如是转型中，民主政治成为文明国家的普遍追求，市场经济促进了利益多元化，大众在全新的政经、科教条件下强势崛起。正如涂尔干、韦伯（Max Weber，1864—1920）在20世纪初预言的那样，人类社会将变得越来越复杂，维护认同、团结和秩序将越来越困难；也正如勒庞、特洛特等人预言的那样，“一个真正的大众社会”来临了。大众在心智上的确存在局限，诸如冲动、狂躁、破坏性强，但是“他们”的进步也是显著的——伴随着崛起的

正是觉醒。从 20 世纪后半叶的社会历史实践看，大众对于来自政治、商业利益集团的说服和规训保持着充分警惕，独立性、选择性增强，并越来越主动地参与话语权竞争，甚至策略性地奔袭、瓦解利益集团的话语体系。

这种变革直接投射到了哲学、社会学、政治学、心理学和传播学等领域，譬如福柯在 20 世纪六七十年代对于话语之断裂、离散和竞争的强调，以及前述传播学研究中从议程设置、议题管理向议程建构的转换。事实上，二战以后的说服研究最能反映多元、多变时代话语权的变迁，尤其是说服者的无奈。

有限效果

在 20 世纪早期，由于大众媒体、宣传在一战和战后“黄金十年”创造了惊人的奇迹，因此人们对传播效果持以极度乐观的态度。一些研究者信奉“魔弹论”，宣传家通过大众媒体发布信息，犹如将炮弹投向大众，后者立时命中、应声倒地。我们在第四章提到，一些美国记者和学者在 30 年代发起了抵制宣传运动，他们反思说，宣传在一战中加剧了战争的罪恶，在大萧条中则放大了资本的罪恶，当局不应再以宣传操纵民意。随后二战爆发，美国官方开始更多地使用“说服”一词，并成立了战时说服研究机构。50 年代，传播学正式诞生，并在随后二三十年间将说服研究推向深入。大量研究项目证实，即使拥有话语权，说服效果也受制于复杂的条件和因素，因而是有限的。以下简述部分研究成果：

甲，多级传播。拉扎斯菲尔德 (Paul F. Lazarsfeld, 1901—1976) 在二战期间的调查中发现，事实信息（他称之为信息流）可以由传者直接抵达受者，而意见信息（影响流）则须经过少数权威者——意见

领袖的过滤和二次乃至多次传播才能触及受者。譬如，某公司推出一款新产品（事实信息），只需花足够的钱便可广而告之，而若欲影响人们的态度、偏好（意见信息）则须首先影响人们信赖的意见领袖。另有一些研究成果呼应了拉扎斯菲尔德的多级传播假设：卢因（Kurt Lewin, 1890—1947）通过实证研究提出了“把关人”概念，他认为传播过程的各个环节都存在信息的“守门员”；罗杰斯等人在有关“创新—扩散”的研究中也证实了这一点，创新是一个少数人优先采纳新观念、新事物，进而扩散给更多人的过程；前述的框架理论补充说，信息传播其实就是一个层层叠叠“过筛子”的过程。

乙，先在倾向。拉扎斯菲尔德等人还发现，在说服过程中，如果你与对方既有的立场、态度一致，成功说服的可能性就较大，相反则较小。人们总是选择性地接收信息，于己有利的信息也许照单全收，相反则可能视而不见、刻意逃避，或者顽固地合理化自己的既定选择。事实上，李普曼（Walter Lippmann, 1889—1974）早就对“刻板印象”问题作出了精彩论述，他认为人人都生活在由情感、习惯和偏见的三棱镜所投射的世界。^①在人的认知中，除了刻板印象之外，可能寸草不生。伯内斯也引入心理学上的“防逻辑隔离层”（logic-proof compartments）

① 参见[美]沃尔特·李普曼著，阎克文、江红译：《公众舆论》，上海人民出版社2006年版，第62页。

概念分析了类似现象：人们倾向于为自己建立一道心理上的隔离层，以防自身的逻辑被瓦解。在很多情况下，人们为了避免心理和精神上的破产，可以全然不顾真相和真理，屏蔽、谩骂异见，而固守自身偏见。^②

② See Bernays, E.L., *Crystallizing Public Opinion*, NY, Liveright, 1961, p.100.

伯内斯提出，若欲说服对方，有时要利用刻板印象，有时要与之斗争，有时还会制造新的刻板印象。利用即顺应、召唤“目标公众早已熟悉的刻板印象，并且加入公共关系顾问自己

的观点”。伯内斯举例说，奥地利在一战后就为了改变自己“好战”的形象，单单宣扬自己对于和平的决心是不够的，

① See Bernays, E.L., *Crystallizing Public Opinion*, NY, Liveright, 1961, p.163.

而应召唤人们对那个拥有“蓝色多瑙河”的国家的记忆和向往。^①斗争并不意味着消除人们的刻板印象——这几乎是不可能的，而是借由另一种天性或偏见，替代、压制或超越于说服者不利的刻板印象。伯内斯为宝洁公司发起的肥皂雕刻大赛即是一例，他以爱玩、竞争、美感等天性，替代孩子们不爱梳洗的习惯。制造新的刻板印象更加不容易，往往需要持久的重复、暗示和强化。

丙，多元变量。霍夫兰等人在二战期间和战后开展了大量心理实验，通过调控各种因素、变量测量说服效果。他们在更微观的层面证实了说服之难：信源（传者）的可信度越高说服效果越好，但随着时间的推移，“信度高”与“效果好”之间的正相关会减弱。在说服内容和诉求方式上，一面提示还是两面提示、理智诉求还是感性诉求，以及是否使用恐惧诉求，皆要视具体的说服对象和情境而定。由是观之，说服效果的产生存在多种变数，这多少让人觉得悲观。

这些变数的出现，一方面可能是因为 20 世纪初的研究者大多是在现象层面观察传播、说服问题，不如霍夫兰等人在 20 世纪中后期的研究那般科学和精细，所以未能揭示效果生成机制的复杂性、多变性；而另一方面的原因则是前述社会历史实践的巨变。仅以公众的变化为例，二战后成长起来的一代人，在受教育程度、收入水平、权力意识和政治参与能力上皆有显著提升。他们不像生活在 20 世纪初的长辈那样，在大众媒体的扫射下“应声倒地”。

说服矩阵

在说服研究方面，另一位代表人物是在耶鲁大学追随霍夫兰开展心理实验研究的麦奎尔（W.J.Macguire）。从20世纪70年代开始，麦奎尔就着手构造一个能够集纳更多关键变量的“说服矩阵”。经过二十多年努力，他的说服矩阵于1999年大致“定型”为：^①

① See McGuire, W. J., "Attitudes and attitude change", In G. Lindzey and E. Aronson (Eds.), Handbook.

矩阵的横轴是说服的自变量，纵轴是因变量。自变量即说服者自己能够控制的要素，包括信源、信息、信道（媒介）、信宿（受者）和目标（预期效果），其实就是拉斯维尔提出的“5W”（who, what, which channel, to whom, what effect）。因变量即说服对象的反应，包括“注意”、“同意”、“采取行动”、“改变信仰”等13个方面。

麦奎尔对说服自变量的考察，基本上承袭了霍夫兰的研究成果。以信源为例，为了达成说服效果，信源应重点考量如下五个指标：一是信源的规模，即由单一信源还是多个信源充当说服者？通俗地说，就是在说服中，你要独唱、合唱还是想制造众声喧哗的狂欢？二是信源之间的一致性与差异化，即不同信源是形成呼应、汇流之势，还是有所区隔、分工？三是信源的社会人口学特征，如性别、年龄、学识、职业、收入等；四是信源的吸引力，即有形、无形的魅力及其与说服对象的利益攸关程度；五是信源的可信度，包括诚实和权威等因素。

说服矩阵的因变量由13个逐级递进的变量构成：曝光→关注→喜欢→理解→准确认知→获得→同意→记忆→当有行动的机会时：提取支持新态度的信息→决策→行动→认知调整（如果按照新态度采取的行动未得到强化，则新态度受到伤害，相反会获得巩固）→改变信仰。每一个变量都是容易理解的，我们强调其中三个问题：

甲，变量“曝光”是麦奎尔在20世纪90年代才补充进来的，这与现实环境的变化有关。早前，说服者在说服对象面前“亮相”并不困难，那是一个“呀，他上报纸了”、“哇，他有一场演讲”的年代。而在20世纪末，人类已经进入信息时代，报纸广播电视制造了信息海洋，互联网正方兴未艾。此时，“亮相”——曝光成为一项需要以高昂代价购买注意力的交易。注意力资源越来越稀缺，以至于说服者必须以充分投入换取必要关注。虽然传统的宣传、说服策略——诸如粉饰法、移转法、平民法、乐队花车法、意见领袖代言，以及情感诉求、理智诉求、恐惧诉求等仍被广泛使用，但是整体效力却远不如信息匮乏年代那么强大。或许更准确的说法是，这些策略能否生效越来越倚重于说服对象的认知和抉择，而不再是说服者如何狂轰滥炸或润物无声。

乙，麦奎尔注意到并强调了认知、态度和行为三者关系的复杂性。早前的说服研究大抵是围绕这三者之间的线性关系展开的：先改变认知，进而影响态度，并因此激发预期行为。在健康传播等应用性的说服研究领域，如是“知—信—行”模式一直被奉为核心假设、基本原理。然而，即使在常识层面，这种线性模式也是不靠谱的。认知未必影响态度，态度未必激发行为。譬如，你知道吃冰淇淋会发胖吗？知道（认知正确）。应该多吃吗？不应该（态度正确）。喜欢吃吗？喜欢（态度冲突）。吃吗？吃（行为偏差）！

在说服矩阵中，麦奎尔所使用的都是传播学、营销、广告和公共关系等领域的“旧概念”，但是概念排序非常讲究。他把“喜欢”放在“准确认知”、“同意”等变量之前，突出了态度、“信”的优先性。在认知调整环节，麦奎尔也强调了态度的重要性——伤害或强化。如是，“知信行”就变成了“信知行”。显然，这更符合我们的日常生活。

活体验：如果我不信任你，或者对你没信心，即便你知识丰富、所言极是，我亦无动于衷，“就你聪明，行了吧？！”在信息匮乏的议题上，“知”是基本的；而在信息丰富、泛滥的议题上，“信”是首要的；在有些情境下，譬如在战争、重大自然灾害、传染病大流行的说服和社会动员中，则需要公众先行动起来，并在行动中形成认知和态度。

丙，同霍夫兰一样，麦奎尔也强调了说服对象的“信仰”要素。二战后的说服研究受心理学影响较大，霍夫兰本人及其大部分团队成员皆心理学研究出身。当时，行为心理学最为兴盛，它主要关心两个问题：一是人类获得知识和技能的过程，据此发展了心理学领域的各种学习理论；二是人类反应行为的产出和表现过程，据此形成了各种动机理论。此中的一个缺陷是，人的内心机制仍然是一个“黑箱子”，行为心理学一直未能实质性地切入信念和人格要素研究。霍夫兰的独特之处在于，他对心理学的研究兴趣是落实在传播和说服问题上的。他在二战期间和战后参与、主持了大量说服研究项目，在战后出版了四卷《美国军人丛书》、五卷《耶鲁大学关于态度和传播研究丛书》。

这些实践和研究经历，使霍夫兰得以克服行为心理学的一些局限，而像李普曼、伯内斯那一代舆论专家一样重视信仰问题。李普曼、伯内斯都有参战、参政、发起社会运动、引领社会思潮的经历，信仰问题对他们来说一点也不抽象，恰恰是说服研究、实践的出发点和归宿。麦奎尔早期并未专门强调信仰问题，直到20世纪90年代修订说服矩阵时，他才正式将“改变信仰”置于说服过程的最后、最关键的一环。麦奎尔的这一转变意义重大。霍夫兰在1961年英年早逝，随后二十年的说服研究呈现出严重的科学主义取向。学者们执

着于对复杂变量的复杂测定，乃至“只见森林不见树木”。麦奎尔重新将信仰问题纳入说服矩阵，说明他注意到了科学主义的局限，试图使说服研究获得人文主义的眼光和立场。

自我效能

在与说服相关的研究中，同样致力于平衡科学主义与人文主义关系的是心理学者班度拉（Albert Bandura）。他自 20 世纪六七十年代起致力于克服行为心理学的局限，以科学实验和人文主义观念相结合的方式考察人类心理机制中的主体性因素。班度拉的问题意识来自于日常生活：为什么在相同环境下，有相同行为知识和技能的人，表现的出色程度各不相同乃至差异悬殊？即使同一个人在同一条件下的表现也会时好时坏？他提出，除了外界刺激，人类内在地拥有一

一种自我效能（self-efficacy）机制。^①班度拉所欲揭示

的正是一种人类生存的“本真的智慧”，“自我效能理论的建构，标志着班度拉自发地走向了人本主义”。^②

作为一种主体性因素，自我效能是指人们在执行某一种行为时，对于自己能够在何种程度、水平

上达及预期目标所形成的信念、判断或主体性的自我感受。班度拉通过一系列实验证实，自我效能的高低直接影响人们对环境的评价和选择，对目标的理解和预期，对行为过程和情景的想象，以及对行为结果的承受度和成败归因。在实践中，自我效能关乎人们的努力程度，以及在遭受挫败时的意志和耐力。尤其是那些挑战性、创新性的行为，主体的自我效能信念对于进退成败有关键性影响。同时，自我效能还表现为特定的身心过程，决定了人们在困境、危机中的应急状态。譬如，风险的大小既取决于客观上的威胁程度和不

① 参见高建江：《班杜拉论自我效能的形成与发展》，载《心理科学》，1992年06期。

② 高中春：《自我效能理论评述》，载《心理发展与教育》，2000年01期。

确定性，也要看人们对它的感知和想象，自我效能预设了人们如何应对风险。

实际上，自我效能既是人们对外界刺激的一种反应机制，也是主体内在的自我建构、自我做主机制。如是，所谓说服与其说是向对方输出某种意见，毋宁说为对方创造释放自我效能的条件。譬如，说服民众防控甲型 H1N1 流感，除了知识和政策宣讲，公共卫生机构的要务乃是激发民众的自我效能。无论官方的防控措施多么精致，都无法替代民众积极、主动地“勤洗手、多通风、少扎堆、打喷嚏要遮挡”。

那么，何以培养、激发人们的自我效能？班杜拉认为强化自我效能主要有四个途径：成败经验、替代经验、语言说服和调适身心。^①我们可以将这些途径应用于说服实践：一是帮助对方总结成败经验，尤其要提升对方的成功体验；二是寻找对方可信任、可类比的行动者，以提供示范和参照；三是精心劝慰；四是帮助对方创造最好的情绪和身体状态，使之更加平静、自信和乐观。

① 参见高建江：《班杜拉论自我效能的形成与发展》，载《心理科学》，1992年06期。

从说服的视角看，抛开具体研究发现不谈，自我效能理论的最大贡献在于强调了说服对象的复杂性。这种复杂性不单是早前宣传家、说服研究者所指认的偏见、先在倾向、刻板印象、“防逻辑隔离层”，而是在积极的意义上表现为人的主体性、独立性和选择性。因此，说服应该是一种双向的交流实践。它不仅意味着说服者如何基于自身的权力意志发展一套话语策略，也不意味着怎样顺应、引导说服对象外在的“知信行”表现，它更要求说服者获得一种反观、回视的眼光，即从说服对象的自我效能、权力意志出发，考量如何实现利益互惠和价值认同。

毫无疑问，说服者能否获得双向、统观的眼光，绝非单纯的策略调整问题，而是涉及到价值观和权力关系的革命。对说服者而言，这场革命至少带来如下改变：一是说服的目的由争取追随者，变成激发协同的行动者；二是与说服对象建立双向的、趋于平等的信息和利益交换机制；三是话语权将以协商、分享的方式得以实现——当我们谈论某人或机构拥有话语权，我们是在说他或它与其说服对象共享一套话语体系。

二战以后，广告界和公关界对大众的崛起和觉醒表现得最为敏感，并率先作出了变革。一些行业先锋很早就注意到大众越来越难以说服，并非完全因为大众“心智低劣”、“冥顽不化”，而是由于大众正在以现代公民的心态和姿态成长。在广告界，瑞夫斯 (Rosser Reeves, 1901—1984) 于 20 世纪 50 年代提出了“独特销售主张理论”，强调

广告要从消费者利益出发表达一个清晰的卖点、观点^①；奥格威 (David Ogilvy, 1911—1999) 于 20 世纪 60 年代提出了“品牌形象理论”，他认为广告在传达品牌“功能利益”的同时，亦应构建消费者看重的“附加价值”^②；特劳特 (Jack Trout) 于 20 世纪 70 年代提出了“定位理论”，主张“在消费者的心智上下功夫”^③；科特勒 (Philip Kotler) 于 20 世纪 90 年代提出“整合营销传播理论”，整合一切可能的渠道，以一致的形象和声音，实现与消费者的全面沟通和互动。^④

在公关界，卡特里普等人于 20 世纪 60 年代提出了“开放系统论”，认为组织应将自身建设为一个开放系统，与目标公众形成良好沟通。而以更宽广、长远的眼光看，组织与公众其实共处于一个彼此依存的生态系统之中，欺哄、操纵、压制公众，无

① 参见〔美〕罗瑟·瑞夫斯著，张冰梅译：《实效的广告——达彼思广告公司经营哲学：USP》，内蒙古人民出版社 1999 年版，第 79 页。

② 参见〔美〕大卫·奥格威著，曾晶译：《奥格威谈广告》，机械工业出版社 2003 年版，第 14—16 页。

③ 参见〔美〕艾·里斯、〔美〕杰克·特劳特著，王恩冕、余少蔚译，《定位》，中国财政经济出版社 2002 年版，第 10—12 页。

④ 参见〔美〕菲利普·科特勒、〔美〕凯文·莱恩·凯勒著，王永贵等译：《营销管理（第 13 版）》，格致出版社、上海人民出版社 2009 年版，第 537—567 页。

① See S. M. Cutlip, A. H. Center & G. M. Broom, *Effective Public Relations*, 8th Edition, London, Prentice-Hall International (UK) Limited, 2000, pp.228-239.

异于自我肢解。^①格鲁尼格在1985年前后总结了历史上的四种公关模式：19世纪的新闻代

理人模式，这一时期的代表人物是巴纳姆；20世纪初的公共信息模式，代表人物是艾维·李；20世纪中期的双向不均衡模式，代表人物是既主张彼此适应、相互调整，又强调精英统治的伯内斯；当时正在兴起的双向均衡模式，卡特里普和格鲁尼格皆属代表人物。随后二十余年间，格鲁尼格一直致力于确立和完善以双向均衡为核心特征的“卓越公关理论”。他明确提出，双向均衡是一种“有潜力的实践模式”，但首先是一种价值观，它追求组织与公众之间的对话、合作和双赢。^②

② See J.M.Grunig, “Collectivism, Collaboration, and Societal Corporatism as Core Professional Values in Public Relations”, *Journal of Public Relations Research*, Volume 12, Issue 1, 2000, pp.23-48.

1996年，时任英国工党领袖、后来出任首相的布莱尔（Tony Blair）提出了利益相关者（stakeholder）概念。这个概念很快在世界范围内为众多学科所采纳，早前抽象的“大众”获得了更切实的权力地位。在商业领域，利益相关者被定义为“在企业中拥有一种或多种权益，能够影响企业行动、决策、政策、做法和目标的个人或群体”^③。可见，利益相关者不是被置于企业系统之外，而是与企业构成了一个契约共同体。这就改变了传统意义上“企业—消费者”的“主体—客体”观念，二者之间乃是参与、协同和分享关系。倘若一定要确认一个“客体”，那么它应该是“我们”需要共同面对的问题，而非在“你”、“我”之间指认一个被控制的对象。

③ 参见[美]阿奇·B·卡罗尔、安·K·巴克霍尔茨著，黄煜平等译：《企业与社会：伦理与利益相关者管理》，机械工业出版社2004年版，第45页。

截至目前，本章主要讨论了三个问题。首先是福柯的话语理论——权力建构话语，话语建构历史和社会生活，我们由此提出了话语权的获得和实现问题。其次是现代社会在公共空间占有和行使

话语权的基本机制——议程设置，我们介绍了媒体中心论的议程设置、消息来源中心论的议题管理，以及多元协商的议程建构。最后从微观层面考察了话语权实践的可能性与局限性——二战后代表性的说服研究成果表明，说服并不容易，大众正在崛起和觉醒。作为一个后结构主义者，福柯看到了话语的断裂、离散和竞争，这与议程建构概念中的协商意识、说服研究中的系统开放和双向平衡观念是一致的。事实上，我们试图通过以上三个问题揭示一个趋势：在20世纪后期，话语权、说服已然成为一个对话问题，而不再是单向的话语支配、征服问题。

三、话语权再分配

20世纪最后几年，信息技术革命在全球范围内掀起一个高潮，其中最大的革命成果是互联网的迅猛发展和普及。如果一定要给这个时代贴上标签的话，那么互联网应该被贴在最显著的位置。事实上，互联网在今天已经变得像水、电、道路、空气一样重要。倘若离开互联网，很多人的生活路线图就会断裂、破碎。在宏观层面，互联网同样引发了剧烈、普泛的变革，罔顾互联网的力量而谈论政治进步、经济转型和文化创新，已然是不可想象的了。

抛开纷繁表象，互联网对于社会秩序的影响，大抵可以概括为两个方面：一是信息传播格局的再造，亦即话语规则的改变，二是社会主体之间权力关系的调整，亦即权力规则的改变。统观二者会发现，互联网重构了现代社会的话语建构和权力运行机制。简言之，互联网促进了话语权再分配。如果架以福柯的视角，现代社会主要靠话语权来维系认同和治理，那么互联网重新分配话语权，就是一

个从根本上改造现代认同和治理模式的过程。

所有人对所有人说

在 web1.0 时代，互联网带来的最直接的变革是信息激增，人们使用诸如“爆炸”、“海洋”等词汇形容自己身处的信息世界。当 web2.0 时代降临，以 facebook、twitter、微博、微信为代表的社会化媒体 (social media) 狂飙突起，“用户贡献”内容——网民自主生产信息成为新的潮流。亿万网民获得了内容生产的权力和便利，“人人发言”进一步扩充了信息海洋。2010 年被称为“微博元年”，从这一年起，全球信息量每两年翻一番，充分的量变必然引发质变。当互联网成为人类社会不可或缺的知识来源、表达平台和行动空间，它便超越了单纯的工具属性，不甘做人类的“大玩具”，而反过来建构历史和社会生活。

拜互联网之赐，信息激增、人人发言实现了对普罗大众的话语赋权。普通人可以低成本地占有丰富信息，并获得空前的表达机会。信息、知识不对称乃是传统权力关系得以建立、维系的重要前提和保障，而当普通人占有更多信息、获得更多表达机会，人类社会的传播秩序、权力格局必然发生重大转变。在互联网的推动下，普罗大众逐渐获得传播者地位，并拥有越来越多的话语权。政治、商业和知识精英的话语权则相对削弱，他们不再是真相和真理的绝对垄断者。尽管精英仍然占据表达优势，而完全由其主导信息生产和传播的时代已一去不复返了。同福柯一样，布迪厄也认为话语权问题遍布社会诸领域，并提出话语权包括“有权利说”和“能说”两个方面。^①至少在前一个方面——“有权利通过语言来运用自己的权力”上，互联网带来的技术民主对大众

① 参见杨善华：《当代社会学理论》，北京大学出版社 1999 年版，第 76 页。

进行了有效赋权。

在前互联网时代，现代社会通常存在三种话语权的交锋：一是由政治和经济权力、知识资源所赋予的“天然正当”的话语权，即自上而下的精英话语体系；二是普罗大众通过上书、上访、集会、游行、示威、抗议等形式行使的话语权，即自下而上的公民话语体系；三是报刊、广播、电视等传统媒体一直宣称或追求的“第三方话语权”。正如历史所见证的那样，传统媒体其实不可避免地成为某一方——尤其是统治精英——的拥护者和传播管道。大众特别是其中的弱势群体几无可能获得与统治精英对等的媒体话语权。虽然议程建构概念强调了多元协商的必要性和可能性，但是统治精英、媒体、大众之间的话语权势差还是极其明显的。而从话语权的行使上看，大众一直缺少充分的公共表达训练。在这一点上，制度化、体系化的大众媒体天然地不亲近大众。

互联网显著地改变了这一状况，初步实现了话语权再分配。“历史上从未有哪一个时代，如今天这样，能让普通个体拥有如此之大的

话语权。”^①类似的看法已然成为互联网时代的共识和现实：“传统意义上的受众如边缘弱势群体、NGO组织、民间压力团体，凭借新媒体获得话语权，形成了多级化的传播格局，原来处于绝对‘支配’地位的

政府从‘单级’转化为‘多级’”^②。在互联网平台上，大众以其数量优势和道德优势动辄成百上千万网民以“人民”的名义对官、商、知识分子和其他传统权威进行全景围观和“舆论审判”。官方话语权、媒体话语权持续遭到挑战和去中心化，早前定于一尊的信息传播格局被打破。

在公共空间，话语权再分配主要表现为多元利益主体之间公开

① 《聚焦网络舆论生态系列访谈》“编者按”，载《人民日报》，2011年10月25日。
② 史安斌：《危机传播研究的‘西方范式’及其在中国语境下的‘本土化’问题》，载《国际新闻界》，2008年06期。

的意见竞争。在传统时代，不同利益主体的博弈、冲突一般为时空边界所遮蔽，或被权力之幕所覆盖，局外人、边缘利益相关者往往知之甚少。以公共危机事件为例，危机的真相和“口径”、解释和解决方案主要掌握在官方、企业 and 专业精英手中。一场危机究竟是“天灾”还是“人祸”，最终取决于谁拥有为之定性的话语权。倘若定性为“天灾”，则制度废弛、管理涣散、领导渎职等罪责便被“消除”了。而互联网突破时空阻隔、揭开权力之幕，多元意见的竞争和交锋越来越公开地呈现在“前台”。精英与大众之间，代表不同利益的精英之间，大众的不同社群、个体之间，皆在公共舆论场域展开了喧哗的意见竞争。“互联网帮助边缘群体——曾经被排除在公共领域的主流话语之外的人们，发展了属于自己的各种协商平台、联系方式，并与宰制性的意义和实践相竞争。”^①

① Lincoln Dahlberg, “The Internet, Deliberative Democracy, and Power: Radicalizing the Public Sphere”, *International Journal of Media and Cultural Politics* Volume 3 Number 1. MCP 3 (1) 47-64, Intellect Ltd., 2007.

实际上，“所有人对所有人说”就是人人都要求获得话语权，并充分地表达自己的意见。尽管从“有权利说”到恰当行使权力的“能说”尚有距离，尽管勒庞等人诅咒的群体的低劣心智仍在蠢动，尽管公共讨论的参与者动辄为明显的偏见和荒谬添加逻辑，但是“我要说”已经成为普遍的权力意志。

另一个趋势是，虚拟空间的话语权再分配、意见竞争正在向现实空间转移和扩散。互联网在技术上确立了开放、平等、分享的民主原则，并逐渐形成了对话、协商、去中心、反权威的民主氛围、民主观念。当亿万网民越来越习惯在意见竞争中发现真相和真理，就必然产生将虚拟空间的民主与话语权“挪用”、复制到现实社会的强烈冲动。人们渴望依循互联网上的民主观念和原则重构社会关系、再造社会结构。如今，虚拟空间不只是现实空间的简单投射和延展，

而是反过来按照它自身的哲学、价值和方法“格式化”现实社会。

面对如是境况，统治精英大抵有两种选择：一是退回到定于一尊的时代，试图阻扼话语权再分配，压制意见竞争，屏蔽众声喧哗；二是直面传统信息传播秩序和话语权格局的变革乃至瓦解，及时、主动、公开地参与意见竞争。第一种选择乃是“压服”的策略，可以一时实现“和谐”与“舆论一律”，而最终是行不通的——在技术上越来越难以操作，并将导致信任破产，引发合法性危机。第二种选择乃是“说服”的策略，可能一时陷入虚耗、混乱，却顺应了多元协商、对话时代之大势，从根本上增进认同和善治。

重构集体记忆

我们接下来将视线拉回历史和社会生活领域，以集体记忆为例讨论互联网时代的话语权分配和说服机制。集体记忆是说服的重要资源，也是话语权的必争之地。“我们拥有共同的记忆”往往意味着最强力的说服、最稳固的认同，而由谁来建构“我们”的集体记忆则是话语权角逐的焦点。

记忆起初是一个心理学概念，用以说明个体如何在头脑中留存和理解往事。1925年，法国社会学者哈布瓦赫（Maurice Halbwachs）将个体记忆放大至社会群体层面进行考察，提出了集体记忆概念：一个特定社会群体之成员共享往事的过程和结果。哈布瓦赫认为，保证集体记忆传承的条件是社会交往，“人们通常正是在社会之中才获得他们的记忆的。也正是在社会中，他们才能进

行回忆、识别和对记忆加以定位。”^①哈布瓦赫其实延续了导师涂尔干的“集体意识”概念，后者认为并不存在纯粹的个人记忆，记忆是社会成员在交往中因

①〔法〕莫里斯·哈布瓦赫著，毕然、郭金华译：《论集体记忆》，上海人民出版社2002年版，第68—69页。

共同的利益和价值而形成的思想意识。20世纪80年代,美国社会学者康纳顿(Paul Connerton)呼应了哈布瓦赫和涂尔干,提出人类历史文化之中持存着集体记忆或曰社会记忆。他强调,“任何社会秩序下的参与者必须具有一个共同的记忆”,“我们对现在的体验,大多取决于我们对过去的了解;我们有关过去的形象,通常服务于现存社会秩序的合法化”^①。

集体记忆是族群认同的基本依据,是共同体合法性的重要来源。拥有集体记忆未必能够构建和维系一个族群,而集体记忆的消逝则注定造成共同体的孱弱、分裂和覆灭。

对一个族群而言,集体记忆表征着“我们”共同的话语和行动,以及由此形成的共有的命运感、共通的文化血缘和共持的价值信念。按照英国社会学者史密斯(A. D. Smith)的观点,除历史形成的领土因素外,民族国家既是一个“法律—政治”共同体,也是一个“历史—文化”共同体。^②前者仰赖于国家暴力机器及其合法性论证,后者所依凭的则是集体经验、历史记忆和共享的文化符号。在民族国家主体性和自我认同的形塑中,集体记忆乃是凝聚性的文化结构,对内促进认同与融合,对外实现区隔与“划界”。

当历史进入记忆,它便不再是自己。集体记忆定格于过去,却由当下所限定,并且规约未来。人们如何建构和叙述过去,在很大程度上取决于现实的理念、利益和期待。美国学者施瓦茨(Barry Schwartz)验证了“现实中心论”,他在研究美国人对林肯的记忆时发现,林肯所代表的价值观在代际间得到了相对完整的传承,但每一代人心中又各有不同的林肯。^③林肯以多样的形象和姿态活在岁月中,接受时光流转的投射

① [美] 保罗·康纳顿著, 纳日碧力戈译:《社会如何记忆》, 上海人民出版社2000年版, 导论第3—4页。

② See Smith, Anthony, 1991, *National Identity*, London, University of Nevada Press, p.11.

③ Barry Schwartz, "Reconstruction of Abraham Lincoln", In David Middleton and Derek Edwards *David(ods.)*, *Collective Remembering*, Nowbury Park: Sage, 1990.

和建构。中国学者的一些研究结论也与此相契：“历史记忆表达的常常是他们对现实生活的历史背景的解释，而不是历史事实本身，但在那样的场景中，常常可以更深刻地理解过去如何被现在创造出来。”^①

① 陈春声：《走向历史现场——“历史·田野”丛书总序》，参见赵士瑜：《小历史与大历史》，生活·知识·新知三联书店2006年版。

问题的关键在于，谁可以成为集体记忆的构建者和讲述者？谁拥有唤醒集体记忆以解释现实的权力？这就涉及到集体记忆与权力的关系问题。福柯认为，“记忆是斗争的重要因素之一……谁控制了人们的记忆，谁就控制了人们的行为脉络。因此，占有记忆，控制它，管理它，是生死攸关的。”^②德里达则更明确地指出，“从过去到现在”的记忆建构就是一个权力运作过程，就是“过去”和权力一同“重获光明和重新开始生命运动的过程”^③。

② [法]米歇尔·福柯著，刘北成、杨远婴译：《疯癫与文明》，生活·读书·新知三联书店2007年版，第97页。

③ [法]雅克·德里达著，蒋梓骅译：《多义的记忆：为保罗德曼而作》，中央编译出版社1999年版，第75页。

对于“谁在建构集体记忆”，学界给出了一个和常识一致的答案：族群中的精英。这一点仅从一些代表性学术成果的论题中即可得到印证，诸如《村庄精英的行动场域、组织、话语与记忆》（萧楼、程煜，2004）、《集体记忆与精英行动》（张雷，2004）、《地方精英与族群认同——一个村庄族群记忆的研究》（于鹏杰，2008）。“这些人中有知识分子、商人、地方官员、医生或者其他有财富、有权力、有影响和受过良好教育的人……他们通过对地方历史的重新诠释，可以有选择地强化某些地方认同的符号，从而主观地建构起一套与现实认

④ 于鹏杰：《地方精英与族群认同——一个村庄族群记忆的研究》，载《青海民族研究》，2008年01期

同相符合的‘历史’。”^④民族国家层面也是如此，生成集体记忆的权力场域总是为精英所主导。

在传统时代，得出上述结论——精英从现实出发重塑集体记忆——乃是理所当然的。作为话语建构的产物，集体记

忆是权力借由话语对于历史和社会生活的“保留”或“消除”。以权力视角看，集体记忆本身即意味着结构性失忆，那些无法用来解释和合法化“现实”的历史元素，在充当历史“立法者”的精英那里往往“视而不见”，进而灰飞烟灭。以官方档案为代表的制度性记忆尤其如此，大众往往只获准见闻觉知有利于巩固权力合法性、形塑主流意识形态的部分内容。康纳顿认为，极权主义的一个重要特征就是操纵“社会忘却”，国家机器被系统地用来剥夺公民的记忆。^①

普罗大众有时也会奋起反抗，以争取一部分有关集体记忆的话语权。在当局控制的典籍档案、文史资

料和新闻媒体拒绝了一些历史事实后，传说、野史和谣言便在民间记忆的领地春风吹又生。然而，以野史消解正史，以谣言倒逼真相虽有抗争的价值，却终究不是赢得话语权、积极介入集体记忆建构的光明大道。

互联网带来了希望。

① 参见〔美〕保罗·康纳顿著，纳日碧力戈译：《社会如何记忆》，上海人民出版社2000年版，第10页。

权力变革与大众书写

互联网正在剧烈改造社会发展现实，深度干预人类文明的未来图景，同时也从“当下”出发重写历史、传统和集体记忆。谓之重写，一个重要原因便是互联网使大众成为集体记忆的生产者，精英在集体记忆的唤醒、转述和创造上的垄断地位被弱化。如前所述，互联网许诺并初步兑现了人人发言的技术民主，集体记忆也因之进入了大众书写时代。互联网向统治精英所施加的焦虑和惶惑，也许堪比印刷术在中世纪后期开启了知识平民化时代，导致贵族和僧侣权威性、合法性的瓦解。彼时，印刷术终结了贵族和僧侣对知识、教育的垄断，大众开始占有越来越多的教育资源，知识迅速普及，宗教

革命、思想革命和政治革命随之发生。

大众书写和权力关系调整必然改变集体记忆的形态、载体、建构机制和消费方式。由于大众的介入，既有的集体记忆不断被补充和解构——重现和“篡改”的成本越来越低；正在生成的集体记忆则陷入多元话语竞争，精英与大众之间、大众之中的不同社群和个体之间，皆可针对特定事件的叙述和解释展开竞争。从大众一端看，精英对集体记忆书写和阐释权力的让渡是令人欢喜的，普通人的积极参与和充分表达意味着书写“完整历史”、“完整记忆”的更大可能性。从统治精英一端看，话语权的失落未免令人沮丧，而更为忧惧的乃是众声喧哗下集体记忆的危脆和混乱，以及由此引发的认同和合法性危机。欢喜者和失落者将共同见证如下变化：

甲，公共舆论主导集体记忆。在互联网时代，官方档案和专业精英的记录与解释依然是构成集体记忆的基础素材，却不再是唯一的叙事框架和真相版本。它们必须适当地进入公共舆论场域，与大众书写的框架和版本竞争、协商、融汇。在这个场域，大众可以生产、加工自己的素材，可以根据重要性、显著性和贴近性等原则自主决定对历史和现实的“见”与“不见”。无疑，舆论未必总是正确、准确，大众对叙事张力和表达快感的渴望甚至会压倒对真实性的追求。然而，舆论“就在那里”，时刻准备着对历史和社会生活事件作出强势表达，并使之沉淀、固化为集体记忆。

在引导公共生活和社会交往方面，公共舆论所凝结的集体记忆通常比档案馆、图书室的文牍更加强力和直效。倘若精英话语在公共舆论中缺席，或者说缺少必要的社会化，集体记忆便任由人们在公共舆论中涂写了。近年来，洋务运动、维新变法、辛亥革命、抗

日战争、解放战争、朝鲜战争、“三年自然灾害”、“文化大革命”以及改革开放以来重大政经事件在互联网上均出现了民间化的重写和再现，部分内容已然对年轻一代的记忆和认同产生了深刻影响。

乙，常人社会消费集体记忆。互联网创造了一个常人社会——普罗大众成为表达者和行动者，人们的日常生活世界、生活政治得以向社会系统、公共空间延展。这意味着精英记忆不但要介入公共舆论，而且要创造适应常人社会的叙事内容和表达形态。在传统时代，精英记忆的文本大多用来呈现大事件、大人物以及阶级、民族、国家层面的制度性议程，即英国社会学者吉登斯（Anthony Giddens）宣称的有关解放政治的宏大叙事。而在互联网时代，除了解放政治，人们也呼唤指向个体之身体、性、自我、安全、心灵、审美、德性、信仰、认同等问题的生活政治。“生活政治的关怀预示了一种影响深远的变迁，实质上这是在现代性社会秩序形式发展的‘另一边’发展的。”^①与解放政治相适应的集体记忆大多关心压迫与反抗、奴役与解放、贫弱与富足、落后与进步等宏观议程；与生活政治相适应的集体记忆则看重微观层面的“我们如何生活”，观照个体的生活方式和在世状态。因此，互联网时代的集体记忆要让常人也成为主角，为常人提供生活路线图和生命的镜像。

① [英] 安东尼·吉登斯著，赵旭东、方文译：《现代性与自我认同》，生活·读书·新知三联书店 2000 年版，第 252 页。

丙，集体记忆的部落化。通过人人发言和重构社会关系两种机制，互联网正在构建多元的、全新的社群。一起公共事件、一种生活方式、一个兴趣爱好皆可建立和维系一个“部落”。作为整体的现代社会正在被互联网部落化，在市场营销、新闻传播等领域，“受众”的概念已然被细化为“分众”、“小众”、“精众”。同时，一个人可以充当多个部落的成员，“后现代人类陷入的关系网比以往任何时候都更复杂，

更具流变性……个人身份不再被视为一种事实，而是一项从未完成的任务”^①。互联网部落可能存续数年，

① [荷] 约斯·德·穆尔著，麦永雄译：《赛博空间的奥德赛：走向虚拟本体论与人类学》，广西师范大学出版社 2007 年版，第 159 页。

也可能仅仅维系数月、数日，而不同部落之间在情感、利益和文化上的疏离和对抗在所难免。

在对抗中，集体记忆既是一个部落强化内部认同的工具，也是与其他部落进行斗争的武器。通俗点说，集体记忆成为情感上亲不亲、文化上近不近、利益上可靠不可靠的重要尺度，是内外有别、敌我分殊的重要标志。从表面上看，这与集体记忆的传统功能并无不同，但是鉴于互联网部落的巨大数量、复杂关系和脆弱结构，集体记忆之争将加剧现代社会系统的离散。有学者提出，互联网在文化上“离散了国家、民族、阶级、社团组织、家庭等所有现代既定的社会关

② 郭台辉：《共同体：一种想象出来的安全感——鲍曼对共同体主义的批评》，载《现代哲学》，2007 年 05 期。

系制约，进一步削弱了由民族国家苦心经营几个世纪的集体认同”^②。每一个部落都有自己的边界，书写一个统摄所有部落的宏大集体记忆越来越难。此中，官

方和专业的精英话语不再是唯一的中心，哪里有故事、仪式和行动，哪里才是中心。

多中心的时代理应是一个对话的时代。在这样一个崭新的时代，话语权、说服和认同，唯有在对话中才能实现。

下篇

第六章

现代性

本章将说服与认同问题置于现代性语境下进行考察。现代是与传统相对的概念，与此相应，现代性是指在对传统价值的反抗和超越中形成的一整套观念设计和社会运行机制。在观念上，现代性以理性、主体性、进步性为核心价值；在实践中，现代性表现为以科技创新、工业化、城市化、市场化、民主化为标志的现代化。现代化可以被理解为现代性的实践过程和方式。正是在理性主义旗帜的指引下，经由现代化实践，现代性自西方启蒙运动以来的三四百年间，开创了一个全新的世界体系。如今，世界上绝大多数国家都主动或被动地卷入了现代性转型和现代化浪潮之中。

现代性强调以统一、高效的共同体力量，促进改革、发展和进步，实现由低级到高级、由贫弱到富强、由落后到发达的历史跨越。此中，说服既是共同体的黏合剂，也是进步的催化剂。实际上，说服虽是人类社会的古老现象，但诸如宣传、广告、公关等职业化、产业化的说服实践却是典型的现代事业。现代性转型在每一个国家都引发了剧烈的变革，以至于必须依靠有效的说服维系底线性的认同，以避免分裂，并奋力地团结向前。本章首先讲述一个美国故事——美

国在 19 世纪末 20 世纪初工业化、城市化进程中的公共传播与社会认同，而后深入讨论现代性语境下的说服与认同问题，并考察其对话主义转向。

一、进步与认同

进入 21 世纪以来，中国的社会学、政治学、管理学、经济学和传播学等诸多学科不约而同地朝向美国“进步主义运动”（*progressive movement*）展开了一次集体回溯。事实上，早在 20 世纪 90 年代有关“现代性陷阱”、“拉美陷阱”、“中等收入陷阱”的国际讨论中，“进步主义运动”就已经成为参照性的历史镜像。这场发生于 19 世纪末 20 世纪初的美国改革运动，被认为在解释和解决社会危机方面提供了重要线索：如何走出财富集中、经济垄断、政治腐败、贫富分化、阶层板结和环境破坏等现代性困境，并确保可持续发展？如何应对日益尖锐的社会矛盾和激烈的大众抗争运动？如何挽救传统信仰并开创新时代的道德和价值体系？

“进步主义运动”涉及到政治、经济、文化诸多领域的深度改革，每一个学科观照这一段历史的视角不同，所发掘的历史遗产亦有差异。我们以说服与认同的视角考察“进步主义运动”，所关心的基本问题是：在转型和动荡中，对话和共识何以成为可能？这个问题可以进一步分解为：在变革年代，如何提出并确认社会发展的问题与目标？进步主义者及其“敌人”如何对话？在对话中，思想的解放如何转化为行动的洪流？对话如何在关键的历史细节上发挥作用？达成社会共识的思想基础和价值前提是什么？

我们时代的问题

1865年，美国南北战争结束，实现了国家统一，随后进入了经济腾飞的“镀金时代”。1870—1900年间，美国科技日新月异，工业化浪潮汹涌，迅速成长为世界上最富强的国家之一。及至1900年，美国国民生产总值和人均收入皆已上升至世界第一位。同时，美国完成了由农业社会向工业社会的过渡，与工业化相随如影的城市化亦全面兴起。正如托克维尔在19世纪30年代断言的那样，“美国的社会没有摇篮期，它在建立时就已经是成年”^①。1888年夏，恩格斯曾在美国旅行一个月，他也认为由于“没有中世纪的废墟挡路”，美国“一诞生就是现代的”^②。

然而，“镀金时代”的浮华无力掩盖工业化、城市化滋生的各种病症和危机，经济腾飞背后是惊人的垄断、腐败和贫富分化。若无必要和有效的干预，工业化对大规模、集中化生产的追求将不可避免地导致垄断。而当时美国在意识形态上奉行的社会达尔文主义，则鼓励了强者恒强、弱者遭殃的垄断。社会达尔文主义者将自然界的进化规则照搬至人类社会，他们倡导自由放任、适者生存的竞争，认为强者在竞争中剥夺弱者——“不适者”乃是天经地义之事。“在世界中，适者生存。激烈的市场竞争淘汰弱小者和无力者，而筛选出那些凭借着首创精神、远见卓识、正确判断和组织能力而得以获得天父垂青的个人，以让强者占据权位。”^③在19世纪末，占总人口1%的富有家族掌握了全美51%的财富，而占总人口44%的穷人在总财富中只占有1.2%。^④

赚钱成为整个社会的最高目标，经济增长被统治集团视为自己

① [法]托克维尔著，董果良译：《论美国的民主》（上卷），商务印书馆1988年版，第351页。

② 参见[德]马克思著：《马克思恩格斯全集》第4卷，人民出版社1995年版，第389页。

③ Ray Eldon Hiebert, *Courtier to the Crowd: the Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Iowa State University Press, 1966, p.34.

④ 参见[美]史蒂文·J·迪纳著，萧易译：《非常时代：进步主义时期的美国人》，上海人民出版社2008年版，第2页。

最重要的业绩和权力合法性的来源。工人夜以继日地干活，安全生产事故频发。如果有工人的双腿卷入机器，经理会下令截肢以保证生产时间，这位残疾的工人则遭解雇。农业一直在发展，但农民在财团面前毫无议价能力。政治上腐败横行，民主制度赋予底层大众的选举权常常被卖掉，或是操纵于政治大佬之手，而这些政客也不过是工业和金融寡头的同盟或棋子。同时，环境遭到严重破坏，食品安全令人忧心忡忡，劳资矛盾时常引发流血冲突。

不仅如此，工业化和城市化迅猛改变、颠覆了传统时代的生活图景和生命价值，人们随时面临着意想不到的选择和变数，身体和精神都处于离乡状态。传统道德和精神信仰黯然失色，人们无所依

凭地生活在根基未稳的新世界。整个社会面临着“失去灵魂的危险”^①。“（这一切）给民众带来了混乱无措的社会困境和经济难题……人们变成了经济的奴隶。”^②一百年后，很多发展中国家对此可谓感同身受：发展和美好不是一回事；发展之后未必美好，甚至可能以美好为代价。

改革势在必行，而在此之前，社会各方需要尽可能清晰地确认和表述“我们时代的问题”。追逐和纠缠假问题、表面问题、片面问题，只能贻误时机、加剧危机。起初，洛克菲勒、福特、摩根等垄断财团认为冲突的根源在于利益，只要满足底层大众的一些要求，譬如适当提高福利、改善民生，罢工就会偃旗息鼓。但是，他们惊讶地发现，工人在获得了八小时工作制和相对高薪后竟然产生了更高层次期待，工会组织也变得更加好斗。他们意识到，在金钱之外，工人还渴望公正、尊严和自主，要求摆脱“时刻被监督、检查、训导到崩溃”的人格境况。譬如，老工人们无限怀念机械化生产之前的年代，那

① See Harold Underwood Faulkner, *The Quest For Social Justice: 1898-1914*, New York, 1931, p.81.

② Benjamin.P. Dewitt, *The Progressive Movement: A Non-Partisan, Comprehensive Discussion of Current Tendencies in American Politics*, New York: Macmillan Company, 1915, p.14.

时他们手艺精湛，堪为工厂的脊梁，连洛克菲勒见到他们都要摘下礼帽致敬。重返那个年代自然不可能，他们实际上是期待一个被承认、被尊重、有存在感、实现自我价值的未来。用政治学家的话来说，他们渴望获得现代公民的资格。

除了工人，农民、移民、小企业主、新兴白领阶层等群体也都加入了抗争。他们渴望能够稳定地养家糊口，自主地学习、上教堂、交朋友，获得宪法承诺的民主、自由和平等。譬如移民，他们在努力安顿家业的同时，吁请政府和富人改善移民子女的教育条件，以确保有指望的阶层流动性。又如白领阶层，他们受过良好教育、拥有体面的工作，也因此渴望拥有更多的管理权力。

最终，“我们时代的问题”在国家层面被确认为均衡地推进现代化，即实现物质和精神的同等繁荣，在奔向富足的同时，“重建遭到工业文明摧毁和破坏的社会价值体系，从而推动资本主义顺利发展”^①；在个体层面就是要活命，也要自由。“他们试图获得经济保障，即在物质享受方面达到一个合理的水准；他们要求个人自主权，即作出人生选择、开创事业、建立家庭和维持社群的能力，不受来自他人的不适当干涉；他们还追求社会地位，即来自同侪或整个社会的尊重和承认。”^②

① 李剑鸣：《大转折的年代——美国进步主义运动研究》，天津教育出版社1992年版，第3页。

② [美]史蒂文·J·迪纳著，萧易译：《非常时代：进步主义时期的美国人》，上海人民出版社2008年版，第6页。

1900年前后，国家和人民的同步现代化、财富和人性的整体拓展成为美国社会的公共议程。作为被共同确认和体验的“真问题”，它为各方参与和推进改革提供了底线性共识和总体行动纲领。值得深究的是，在剧烈变革的年代，一个社会怎样才能避开假问题、表面问题和片面问题，从而确认和分享“真问题”？怎样才能克服改革之初的偶然、自私和混乱？显然，在寻找共识性的解决方案之前，

各方必须首先认可“我们时代的问题”。

不满者与不满者相遇

当时，美国现代化改革的“真问题”是在以下三种情境下得以清晰呈现的：

甲，“不满者与不满者相遇”。19世纪后期，美国报刊业获得了充分发展，一个前所未有的透明时代已经到来，这使得在全国范围内传播和评论改革议程成为可能。高等教育培养了一大批知识精英，一些学者、律师、教士、白领、小企业主、公共机构负责人在社会运动和新闻报道中成为拥有全国性声望的人，他们能够清晰、深入地分析社会问题，在众声喧哗中有效影响公众的认知和态度。“联合会”、“工会”、“服务社”、“同盟”等社会组织广泛建立，它们发起了此起彼伏的农民抗议运动、工人罢工和城市

① See Robert H. Wiebe, *Businessman and Reform: A Study of the Progressive Movement*. Cambridge, Harvard University Press, 1962, p. 16.

贫民窟的“社会报复行动”，并形成了相互策应之势。总之，当时的美国社会出现了“不满者与不满者相遇”^①的社会局势，千差万别的利益和欲望汇聚在一

起。这一方面导致了社会认同危机由表及里爆发，一方面也使重建认同成为紧迫的议程。

部分不满者遭到了暴力镇压，官方甚至以“践踏草坪”、“妨碍邮递”的罪名逮捕抗议者。更有人不幸死于工厂主、州警察和联邦军队的枪下。然而开枪者很快就意识到，社会系统毕竟要正常运转下去——底层和中产阶级的反抗导致统治集团的利益亦难以为继。所以，一些开明的既得利益者拿出了他们以为适当的利益来缓解社会不满，却未曾料到人们抱有更高期待。在这种情况下，统治精英深切体会到，只有改革和进步才能化解对抗。站在对立面的民众不是

问题，而恰是问题的解决者。在科罗拉多大罢工造成流血惨案后，洛克菲勒声名狼藉，有人高呼“像打死一条狗一样干掉洛克菲勒”。洛克菲勒则以极大的勇气，采纳公关顾问艾维·李的建议，放弃“从后门进入市政厅”，不再躲避工人领袖、新闻记者和示威者，而是与他们直接对话，一起寻找解决方案。“先生们，走后门的日子已经过去了。洛克菲勒先生将和其他人走同样的门进去，必须的。”^①不满者也在斗争中发现，流血牺牲所换回的往往只是暂时和局部的胜利，人们期待有作为的政府和负责任的企业推动社会系统的整体改善。

① Ray Hiebert, *Courtier to the crowd: Ivy Lee and the Development of Public Relations in America*, Doctoral Dissertation, University of Maryland, 1962, pp.125-126.

乙，公共讨论与身份认同。从对抗到对话，是一个根本性的历史转变。当“不满者与不满者相遇”的时候，美国选择了公共讨论而非持续对抗来应对社会危机。对于一个进取的社会而言，不满者的“会合”未必带来想象中的风险，反而可能为改革提供破冰、融冰的历史性机遇。公共讨论的首要价值是让人们以参与者、解决者和社会主体的身份面对问题和危机，而非不屑一顾的旁观者、不顾一切的反抗者。这是一个地位赋予过程，民众以建设者的身份认同卷入改革，其直接效果是在改革议程上集纳各方意见、勇气和智慧，即使找不到最优方案，亦可排解不满和仇恨。而从整体性的社会历史效果看，美国正是通过普泛、务实的公共讨论把大众训练为公民，在转型和危机中涵化理性、建设性的公民精神，消解“乌合之众”的自私、偏见和盲动。因此，公共讨论本身即是美国进步主义运动的珍贵遗产，它促进了“国”与“民”的同步现代化。

1902年春，罗斯福总统亲自出面协调宾夕法尼亚西部15万无烟煤矿工人罢工事件，他邀请劳资双方代表到白宫直接对话，为其设立仲裁委员会。最终，调解结果皆大欢喜。^②罗

② 参见李颜伟：《美国改革的故事》，北京大学出版社2009年版，第189页。

斯福的做法鼓舞了社会各方以沟通、对话的方式解决问题，而不是动辄“颠覆一切”或者“推倒重来”。譬如，钢铁大王卡内基一方面在汹涌民意的冲击下作出自我调整——改善管理方式、提升工人福利，一方面也告诫工人，资本家的让步并不意味着平民的胜利，成功要靠“勤奋认真地做好每一件小事”。这样的“告诫”在当时得到了广泛的传播和认可，可见大亨与民众之间尽管关系紧张，彼此尚可认真倾听、理性对话。

丙，“扒粪运动”与信息共同体。在波澜壮阔的社会运动和热烈的公共讨论中，美国社会就改革议程形成了一个信息共同体。新闻界、文学界发起的“扒粪运动”对共同体的贡献最为直接和显著。20世纪初，美国出现了一批揭露大企业和政府劣迹的新闻记者和作家，发起了面向社会罪恶的“扒粪运动”。仅在1903—1912年间，这些

① See Richard.L.Meeoimick, *The Party Period and Public Policy from the Age of Jackson to the Progressive Era*, Oxford University Press, 1986, p.238.

② [美]拉菲柏：《一个超级大国的崛起与兴盛：美国世纪》，海南出版社2008年版，第134页。

记者和作家就发表了2000多篇揭丑文章，^①设置、引领了改革的核心议程。他们成功地扮演了改革的提问者和意见整合者的角色，使“20世纪开头几年支持社会改良的人数在人口中所占比例之高，是历史上罕见的”^②。

“扒粪者”的可贵之处在于，他们不单把罪恶暴露在阳光下，更重要的是不滥用自己的笔杆子和影响力，不操纵民众的激情、恐惧和仇恨。他们没有利用自己的火炬点燃统治集团的炮火和民众的怒火，避免了炮火与怒火毁灭性的相遇。相反，他们用火炬照亮了改革的“真问题”：打破垄断格局，实现民主、公平、正义；抑制工业化、城市化带来的社会病症，给予人民经济保障、自由权利和社会地位；建立新时代的道德秩序和精神家园。

1902年11月，女记者塔贝尔（Ida M.Torbell）在《麦克卢尔》杂

志上连载深度报道《美孚石油公司史》。这是塔贝尔历时五年进行“史学家式”调查研究的成果，揭露了美孚独占市场、巧取豪夺和勾结政府的劣迹。美孚专门成立了一个小组反击塔贝尔的报道，而这个小组却束手无策，因为报道客观翔实、证据确凿、无懈可击。事实上，让美孚难堪和受罚并非塔贝尔的追求，她在揭露问题的同时，也向读者公正地指出美孚拥有世界上最先进的技术和管理手段。塔贝尔真正的目的是推动

① Tarbell Ida, *The History of the Standard Oil Company*, Vol. 2, New York, McClure Phillips & Co., 1904, p.292.

一场由人民参与其中的全面的工业和社会改革，“我们合众国的人民，而非其他任何人，对美孚石油公司及工业环境所体现的可怕弊端，皆必须予以纠正”^①。1906年，作家辛克莱 (Upton Sinclair) 推出了畅销百万册的纪实小说《屠场》，记述了肉类托拉斯惊人的粗暴贪婪、令人作呕的生产环境、不顾消费者死活的“死老鼠火腿肠”。辛克莱得到了罗斯福总统的约见，他吁请政府干预市场、庇护人民。罗斯福决定彻底改变举国共愤的食品和药品安全问题，敦促国会通过了《食品安全与药物管理法》，这是美国在食品药品卫生领域走向现代化的一个里程碑事件。

胡适在美国留学期间正逢“扒粪运动”的高潮期，他对这场改良运动有高度的评价：“以人民的疾苦为背景，以事实和证据为武器，暴露黑暗面，唤起社会和政府的注意，从社会立法上加以改善。这种运动在美国文化上占最重要的一部分。”^②

② 胡适：《我们能做什么？》（1947年9月21日在天津公能学会的演讲），载天津《大公报》，1947年9月22日。

命名与共同体

在准确地捕捉到“我们时代的问题”，就改革的必要性达成共识后，改革路径的选择及其障碍破除便成为优先议程。美国从1890年

前后改革潮起到 1917 年卷入第一次世界大战，历经近 30 年的讨论和行动，实现了比较充分的现代化改造，于此间崛起为绝对的世界强国。此中值得深究的是，社会各方怎样在“必要性共识”的基础上进一步达成“可行性共识”？尤其是如何破除改革进程中立场、利益上的分歧、纷争和障碍？以下从三个方面进行考察：

首先，谁是改革者？谁是改革的敌人？他们之间的冲突为什么没有导致暴力革命而是促成了温和的社会改良？一些文献记录了当时充当改革先锋的进步派成员的构成，如《加利福尼亚进步派及其原则：对中等阶层政治的研究》调查了 47 位加州“进步者”，其中司法人员 17 人、新闻工作者 14 人、企业主 11 人、医生和银行家各 3 人；另据 1912 年一项关于进步派的调查，261 人中有企业主 95 人、

① 参见李颜伟：《知识分子与改革：美国进步主义运动新论》，中国社会科学出版社 2010 年版，第 30—31 页。

律师 75 人、编辑 36 人、其他专业技术人员 55 人。^①如此看来，这场社会运动不能简单、抽象地归结为底层民众与统治集团的对抗：改革同盟成分复杂，除一般民众及其领袖外，各行业、各阶层——中产阶级、企业主和银行家皆参与其中。

从大企业层面看，福特、卡内基、洛克菲勒等“强盗大亨”对改革的觉醒并不迟滞、消极和肤浅，他们认识到疯狂和贪婪必然造成难以为继的社会困局，因此主动在管理、技术、福利等方面作出了大量实质性改革。从政府层面看，总统罗斯福和威尔逊皆为积极的改革者，他们站在民众一边着力打破财富集中和利益板结，又站在企业一边化解劳资对抗，总体上顺应和引领了国家现代化潮流。1905 年前后，垄断财团和政党、政府达成了改革共识，标志性事件是洛克菲勒等人公开支持“垄断克星”罗斯福连任竞选。

改革者及其“敌人”形成了一个复杂的利益共同体，罗斯福表

① Theodore Roosevelt, *Progressive Principles*, New York, Progressive National Service, 1913, p.310.

述了这个共同体的核心利益：“要么全体上升，要么一起沉沦。”^①这其实是一个共同体得以维系和发展的基本常识。

工农大众贫穷而愤怒，中产阶级牢骚满腹，记者学者到处“扒粪”，中小企业主在夹缝中艰难生存，移民陌生疏离，教会持续批判工业文明和现实道德，这些显然不符合统治集团对经济、政治、社会和文化秩序的理想；反过来，当时人们发起抗议的目的在于追求美好生活而非毁灭一切，毕竟工业化和城市化带来了前所未有的发展成就、工作机遇和生活可能性，希望仍然大于失望。

此中有一个细节值得注意，就是“命名”对于发起社会运动、构建利益共同体的极端重要作用。实际上，关键历史时刻的思想解放和改革浪潮，往往肇端于那些能够最大限度凝聚共识的“命名”。具有“命名”价值的一个词、一句话，可能带来旧思想、旧制度的“破”，新方向、新方法的“立”，以及不同利益族群之间立场和利益的有效协调。譬如“四人帮”这个命名即在很大程度上解决了“文革”的政治归因和政治立场协调问题。又如中国的一些人文知识分子称 20 世纪 80 年代为“新时期”，以彰显其作为“后革命”和“前市场”之历史间隙的思想和文化变迁。

经过 19 世纪 90 年代的酝酿，美国支持改革的各个族群在新世纪之初获得了历史垂赐的共同“命名”：进步派。这个名词最早出现在 1905 年，当时有改革者宣称自己为进步派。1912 年，罗斯福在参加大选时组建了第三党，名称即为“进步党”。1915 年，德威特 (B.P. Dervitte) 发表了一篇标志性的论文《进步运动》，称“进步主义”一词已普泛为社会用语。这说明当时能够带来多数人共识的统一“命名”出现了，“进步”化解了统治阶级与人民大众之间激烈的“敌我矛

盾”——并非完全抹煞矛盾，而是建立了“我们都是为了进步”这样一个基本共识。在“进步”——由发展到美好的改革愿景的召唤和凝摄下，“进步派”、“进步主义”、“进步运动”分别定义了改革的主体、理念和实践，确立了温和的改革基调。

在改革实践中，被统一命名的共同体也必然是差异性的族群。即使在同一家工厂，车间里的老工人梦想回到洛克菲勒向他脱帽致敬的美好旧时光，以挽回被机械瓦解的劳动尊严；年轻技师向往更高薪水和更多权利；而坐在办公室里的白领既惦记着参与企业管理决策，也在关切国家层面如何改善选举程序，譬如直选参议员。差异性的“进步派”或曰改革共同体营造了相对平衡的改革情境：多样化需求使进步主义运动成为一次创造性而单一化的社会变革，一方面共同体意识则确保了变革未造成严重的社会失序。“进步主义的

① 赵辉兵：《美国进步运动研究评述》，载《史学集刊》，2006年01期。

革与秩序的内在紧张关系，进而奠定了现代美国的基础。”^①

承认差异性意味着正视改革的实用性，避免对改革抱有过度浪漫主义的想象。共同的责任心和忧患意识十分必要，但共同体并不要求也难以做到每一个改革者都无私。改革也不是无私向自私的挑战，而是把每一方的利益都捆绑到公共利益上来，在对话、竞争和妥协中各得其所。进步主义运动顺利开展的一个关键原因，就是各方于改革中能够理性、建设性地协商议程，而在利益问题上，理性就是实用，建设性就是互惠。实用和互惠使社会改革主张与个体追求产生了共振、融汇，抽象的思想解放随之转化为行动的洪流。

进步主义运动形成了一个多元协商改革议程的舆论和权力格局：底层民众为改善自身境况发起抗争，牵引了社会视线；“扒粪者”开

辟广阔的公共讨论场域，更多知识精英提出解释和解决方案；既得利益集团一边自我辩护一边因应时势作出调整和变革；国家和政府层面则不断废止或革新政策、法案，把运动成果转化为制度性财富。这些政策和法案涉及反垄断、财产、税收、市政、选举、儿童与妇女权利、教育与医疗保障诸领域，实实在在地促进了公平正义、民主自由，改善了社会运行品质和民众生活水平。

二、现代性转型与价值危机

“进步运动是否具有—贯性（即其本质，一种共同的思想观念）？如果存在的话，这种—贯性是什么？”^①自 20 世纪 50 年代起，学者们就对进步主义运动是否存在“一套思想体系”争论不休。保守的观点认为，这场改良运动起讫时间不明，“谁是进步派”也说不清，更谈不上严格界定的“主义”；乐观的看法是，进步主义运动在经济思想、政治哲学和伦理道德上皆有鲜明主张，比如威尔逊倡扬的“新自由主义”综合了杰斐逊时代以来的“传统自由主义”和罗斯福的“国家干预思想”，成为一种新的国家哲学。^②至少，改革者拥有一些共同的价值原则和精神气质，“进步主义者是乐观主义者，是行动主义者，也是理性主义者，他们认定社会具有可塑性，他们意欲以自己的精力通过合理方式锤炼它”^③。

从说服与认同的角度发问，这一争论也可以表述为：在信息共同体、利益共同体之上，改革者是否还成功构筑了价值共同体？换言之，在信息共同体形成“改革必要性共识”、利益共同体达成“改

① 赵辉兵：《美国进步运动研究评述》，载《史学集刊》，2006 年 01 期。

② See Cohen, Nancy, *The Construction of American Liberalism: 1865-1914*, Chapel Hill & London, University of North Carolina Press, p.9.

③ [美]拉菲柏著，黄磷译：《一个超级大国的崛起与兴盛：美国世纪》，海南出版社 2008 年版，第 35 页。

革可行性共识”的基础上，“进步派”是否还在国家哲学、社会理想和道德原则上确立了共识性的价值前提？

国家哲学与“共同理解”

进步主义者发起的公共讨论涵盖了政治与经济、传统与现实、国家与公民、美国与世界等各个领域，而核心问题是对根深蒂固的“市场自由竞争、政府不干预经济”的理念进行“破局”。如是不干预的理念始自杰斐逊时代，后来与斯宾塞鼓吹的社会达尔文主义汇流，成为一种从官方到民间普遍信奉的发展哲学。如前所述，社会达尔文主义相信自由放任、优胜劣汰乃是“天经地义”的法则，可以确保经济和社会的发展活力。显然，杰斐逊的传统主义和社会达尔文主义为财富集中、阶层分化和社会不公提供了合法性解释——它们不过是自由竞争的必然结果。

而进步主义运动正是要消解这种顽固的“合法性”：自由固然是可贵的，却不能以彻底牺牲平等为代价。实际上，现代化所追求的自由、平等、正义等诸多价值目标并非内在一致。譬如，自由放任的市场竞争导致了强者恒强的产业格局和社会结构，便是对普罗大众之平等利益的伤害。若欲再造社会团结和认同，实现国家的整体性进步，就需要与时俱进地调整、优化国家哲学。在这一方面，进步派确立、传播了两个新观念，成为人们思考转型期国家命运的“共同理解”：

甲，新国家主义。针对社会达尔文主义的理论“破局”首先发生在社会学、哲学和文学领域。社会学家乔治（Henry George）在《进步与贫困》一书中批评社会达尔文主义贬损了人的价值，认为真正的社会进步乃是人的平等并且仰赖于平等，要避免不平等导致“进步趋

① 参见〔美〕亨利·乔治著，吴良健、王翼龙译：《进步与贫困》，商务印书馆1995年版，第425页。

势减弱、受阻，甚至逆转”^①。哲学家詹姆斯(William James)的《心理学原理》和杜威(John Dewey)的《实

用主义》两本名著强调人具有自由意志和创造力，不是任由环境摆布的动物，而应根据环境变化主动地调整自身的发展理念和哲学。在詹姆斯和杜威看来，社会达尔文主义主张的自由竞争，与动物界的“丛林法则”并无二致，乃是人类文明理应挣脱的“野蛮人哲学”。在畅销百余万册的小说《回顾》中，作家贝拉米(Edward Bellamy)描绘了一个消灭了社会不平等的“美国乌托邦”，而这个乌托邦正是建立在政府适当干预市场竞争、平衡多元利益关系的国家主义体制之上。

1909年，哲学家克罗利在《美国生活的希望——政府在实现国家目标中的作用》中提出了“新国家主义”概念。这部进步主义哲学的经典之作认为，美国人民应该在国家哲学层面达成如下共识：国家利益高于一切，公共福祉优先于个体价值——少数既得利益者理应服务于公共福祉；为了确保公平正义，“积极的政府”可以干预经济和社会发展；杰斐逊传统浪漫地把民主理解为放任自由，社会达尔文主义则残忍地把强者恒强理解为物竞天择，他们都忽视了社会的整体性进步；干预并不意味着牺牲自由，因为“最终的民主希望依赖于国家责任的履行”^②。1910年，罗斯福总统公开宣称，他为克罗利提出的“新国家主义”一词所倾倒，并将之纳入了自己的政治纲领。^③

② 参见〔美〕赫伯特·D·克罗利著，王军英、刘杰、王辉译：《美国生活的希望》，江苏人民出版社2006年版，第294页。

③ 参见李颜伟：《知识分子与改革：美国进步主义运动新论》，中国社会科学出版社2010年版，第30—31页。

乙，新自由主义。第二个新观念是总统威尔逊提出的新自由主义，他主张走一条中间道路，强调政府的职责是协调多元复杂的利益关系并代表共同利益。“新国家主义”重点在“破”，限制乃至肢解垄断

体系；而新自由主义重点在“立”——做好增量，强调为小企业主、中产阶级、劳工大众创造更多的公平竞争机会。罗斯福着眼发展中“秩序”的一面，威尔逊则以罗斯福的改革成就为基础，又回头强调了发展中“自由”的一面，并力求在二者之间实现平衡。值得一提的是，艾维·李和克里尔都深受威尔逊影响，他们都主张在自由与秩序之间建立一种动态的平衡。艾维·李在普林斯顿大学读书时，恰逢倡扬改良和进步思想的威尔逊担任校长。克里尔是威尔逊的老朋友，正是在后者的提议下，他在一战时出任美国公共信息委员会主席，并建立了一套审查与自由相结合的宣传政策。

从杰斐逊传统、社会达尔文主义到新国家主义、新自由主义，进步主义运动实现了国家哲学与时俱进的转渡与创新，至少在精英阶层形成了有关国家治理观念的“共同理解”。英国社会学家鲍曼认为，从价值层面看，共同体需要获得一种“优先于所有一致和分歧

① 参见〔英〕齐格蒙特·鲍曼著，欧阳景根译：《共同体》，江苏人民出版社2003年版，第3页。

的共同理解”，以“保持根本性的团结”，并允许各种分离因素的存在。^①进步主义运动确立了20世纪以来美国处理政府、市场和社会三者关系的原则性共识或

曰“共同理解”：民主政治、市场经济和公民社会相对自由独立而又在干预、互动中联结一体。

社会福音与道德理想

除了国家哲学的调整，进步主义运动还要克服社会生活层面更为普遍的价值危机——人的异化、认同消解、道德失序和社会理想凋零。工业化、城市化导致农民和旧中产阶级失去了往昔熟悉的生活路线，在新时代里彷徨无措；工人、新中产阶级则被镶嵌在机器和管理体系上，拼命工作却没有尊严、自主和人生意义；在财富欲

望的膨胀中，学者的知识导师、教士的心灵导师地位遭到弱化和动摇；垄断和腐败使小企业主举步维艰，早前“镀金时代”乐观的创业精神屡遭打击；在汹涌的“扒粪运动”中，官员、政客和大资本家也怀有强烈的焦虑和恐惧。

这种价值危机蔓延为各个阶层、大多数人的切身体验：找不到自己，也难以认同他人；过去不可追，未来幻灭无常；在精神世界，弱者孤独无助，强者亦有其贫乏。作为统摄性的全民价值观，“美国梦”——政治上民主平等，经济上自由竞争，个人层面上天道酬勤——在变革年代显得飘渺而幻灭。它曾许诺所有人以平等的机会，鼓励每个人抓住机会攀上财富和成功的巅峰。从内战结束到“镀金时代”再到垄断横向，不过二三十年，毫无节制的现代化导致“美国梦”黯淡无光。

面对财富激增而道德理想凋敝的时代境况，基督教组织、发起了社会福音运动。这场运动以心灵改造为宗旨，是进步主义运动的重要组成部分。当时，教会直接介入了劳资纠纷调节、贫民救济、揭露市政腐败、教育和文官制度改革、移民保护和禁酒等社会事务。而为了以信仰和道德的力量影响社会变革，基督教首先进行了自我改造，胡适将如是改造概括为三个方面：一是理智化，简化宗教仪式，把旧宗教的迷信部分降到最低限度；二是人格化，强调以认真、负责任的态度对待现世、财富和尊严，促进人格救赎和完善；三是社会化，主张宗教道德普洽社会发展，以

① 有关教会“理智化”、“人化”和“社会化”的说法来自胡适，参见《胡适文集》，中正书局1981年版，第131页。

砸碎社会罪恶的锁链，培育社会心智。^①

通过这些改造，基督教一方面缓解了自身的一些困境，诸如年轻一代、新兴中产阶级对宗教的疏离，科学精神与宗教信条的冲突等；一方面也使教会在世俗生活面前重新焕发了生机，以积极引领

而非消极退隐的方式处理宗教和现代社会生活的关系。对美国而言，宗教能够在国家和人民的同步现代化、财富与人性的均衡拓展中找到合适的位置，乃是一件天大的幸事。我们将在后面提到，信仰危机、认同危机与现代性转型相随如影，现代社会仍然离不开宗教的慰藉和凝摄。

意义总是在背景中显现。社会福音运动着眼于宗教自身的困境、社会危机和人的苦难，对教义作出了响应时代主题的新诠释：上帝之国并非人类企望却不能实现的某个遥远所在，而是由人类生活的

① 参见费孝通：《美国与美国人》，生活·读书·新知三联书店1985年版，第307页。

全部内容所构成的，因此要创造新的人，创造新的社会秩序。^①新教伦理鼓励人们勤勉工作，恪尽职守，创造财富，增加美德，服务世俗，荣耀上帝。此中，

世俗之路与天堂之路实现了交汇，积极的生活便是精进的救赎。社会福音运动对美国复兴基督教、重塑社会心灵作出了重要贡献，费孝通在《美国与美国人》一书中对此评价说：“把一个完善不缺的理想，

广泛深入到每一个老百姓心中。在这种不满于现状，

② 同上书，第115页。

企求更合乎理想的新秩序的心理中，产生了所谓进步的观念”^②。

社会福音运动稳妥地处理了宗教的神圣性与世俗性、超越性和实用性的关系。德国社会学家马克斯·韦伯在1904年考察了美国的宗教改革，两年后出版了一本至今仍被广泛引用的《新教伦理与资本主义精神》。韦伯认为，新教伦理在美国形塑了一种理性的生活方式，为美国务实地解决现代性转型中的社会问题注入了时代精神，尤其

③ 参见〔德〕马克斯·韦伯著，康乐、简惠美译：《韦伯作品集 VII：新教伦理与资本主义精神》，广西师范大学出版社2007年版，第196—203页。

是在社会信用和商业伦理重建上居功至伟。^③鲍德里亚（Jean Baudrillard，1929—2007）在评述美国的现代性问题时也说，宗教乃是美国人“不可被挑战或质疑”

① [法]波德里亚著,张生译:《美国》,南京大学出版社2009年版,第119页。

的生活方式,“宗教本身在美国是作为一种共同的见解,而不是作为一种神启的教条发生统治作用的”^①。尽管一

战后的“黄金十年”和消费文化的兴起造就了以海明威为代表的“迷惘的一代”,二战后的五六十年代造就了以凯鲁亚克为代表的“垮掉的一代”,但是宗教始终在美国人的生活层面发挥着坚韧的牵引作用,使之在脱轨之后尚可回归正途。及至八九十年代,美国宗教和传统价值观再次强势复兴,阿甘就是这场复兴运动的代表,他勤奋、正直、忠诚、执着,生活简单而热情洋溢。^②

② 参见李蓉:《美国现代化进程中对传统价值观念的反叛和回归》,载《成都纺织高等学校学报》,2011年03期。

实用主义与原罪救赎

基督教的态度与实用主义哲学在美国的创立、发展和普泛与美国人的日常生活哲学是相契的。实用主义哲学的兴盛正值进步主义运动时期,前述“新国家主义”、“新自由主义”观念其实都体现了实用主义思想。这一脉哲学的主要特征是本体论上的折衷主义、认识论上的相对主义和社会历史观方面的多元主义,强调观念的有用性,重视经验的价值。作为实用主义哲学的奠基人,詹姆斯和杜威都主张“有用即真理”。作为杜威的学生,胡适也认为真理是人造出来的供人所用之物,因为它们大有用处,所以才给它们真理的美名。事实上,进步派的改革理论和方法大多谋求多方调和,立足社会现实,以解决具体问题为旨归,精神层面的建设——促进公平正义、革新宗教和道德体系等也是如此。

在进步主义运动中,美国出现了一批来自新中产阶级的“社会工作者”。他们年轻有理想,有济世情怀且讲求实际,在贫困、酗酒、

卖淫、青少年犯罪等问题上研究和采纳了大量专业实用的解决方案。他们组建或加入社会服务社等公共机构，积极促进个人福利的改善，同时也呼吁“社会性的诊疗”机制。其中，简·亚当斯（Laura Jane Addams）创办的赫尔事务所最具代表性，事务所的宗旨是“为民主

① 参见李贻伟：《知识分子与改革：美国进步主义运动新论》，中国社会科学出版社2010年版，第182页。

② 参见苏守波，饶从满：《美国现代化进程中的公民教育特征》，载《外国教育研究》，2013年01期。

制补充社会功能”^①，主要职责是开展公民教育。美国在现代化过程中一直高度重视公民教育，一方面培育公民资格和公民精神，一方面维系公民对民族国家和民主国家的认同。^②赫尔事务所的主要项目包括：教

授移民英语和美国史；在贫民区设立安置所，开办娱乐场、幼儿园、公共浴室；在社区举办文化节和艺术活动，传播社群意识和美国价值观等等。

实用主义哲学在进步主义运动中的另一个重要体现，就是人们对于原罪问题的处理。当时，改革需要突破一个关键性障碍，如何对待既得利益集团——财团寡头及其政治同盟——在资本积累和权力使用中的历史原罪？倘若这个问题得不到正视和解决，改革即使温和、平稳起步，也可能在原罪和积弊中逐步暴露、深入批判的中途，随时陷入疯狂的历史清算。在社会改革方面，改革中途散场、矫枉过正、满盘皆输的惨烈教训写满了历史教科书。美国在进步主义运动中之所以在一定程度上实现了“原罪软着陆”，主要有两方面原因：

甲，利益认同。“原罪软着陆”符合各方的根本利益和长远利益，政治精英、知识精英认同于此并将之务实地转化为社会共识。譬如，“扒粪运动”发起了狂风暴雨般的批判，却并未导致舆论汪洋恣肆、疯狂失控。塔贝尔、辛克莱、贝克、斯蒂芬斯等数十位“扒粪”先锋，以“对全部事实及细节负责”的理性态度揭露既得利益集团的问题，同时也理性地引领公共舆论。他们提醒大众，洛克菲勒、卡内基等

人皆白手起家、勤奋辛劳、能力卓越，这些典型的“美国品质”值得尊敬；美孚、福特、摩根等大企业“极富效率”、“组织完善”，在科技和工业领域世界领先。因此，改革的任务不是清算原罪，而是谋求整体进步。这并非为既得利益集团辩护，唯有如此改革才能平稳推进，也才符合全社会的共同利益。

乙，自我救赎。当原罪者以最大的诚意、勇气和智慧，承担社会责任、建设公共事业以实现自我救赎，社会各方承认了他们的贡献，宽恕了其原罪。1901年，卡内基拿出500万美元设立钢铁工人救济和养老基金，随后陆续捐建3500多座图书馆，到1919年去世已捐出全部个人财产。我们在第三章曾提到卡内基有一句名言，“在巨富中死去，是可耻的”。洛克菲勒的公益贡献集中在教育和医疗领域，1901年开办的医学研究院百余年来培养了20多位诺贝尔医学奖获得者，1903年成立的普通教育委员为大学和黑人教育作出了重要贡献，1913年组建了世界上最大的慈善机构——洛克菲勒基金会，1914年在中国捐建了协和医院。我们也在第三章提到，洛克菲勒的善行和公关使他的家族看起不再那么“抽象和庞大”，他摆脱了声名狼藉的困境，并引领了美国的慈善事业和公益精神。“大财阀们设法挽回声誉，并意识到为缓解社会矛盾、使美国的制度良性运转，自己也有一份责任。”^①

① 资中筠：《怎样才能进步：资中筠论美国进步主义时代的专栏文章》，<http://ishare.iask.sina.com.cn/f/22136968.html>。

既得利益集团主动作出改革，是进步主义运动的一个重要经验。尤其是那些垄断财团，它们主动让渡财富、发展公共事业，分担了政府公共管理的压力，直接而显著地造福了广大民众。这在一定程度上填补了它们与大众之间的利益鸿沟和情感鸿沟，从而为“原罪软着陆”提供了有说服力的理由，社会各方既蒙其惠，便回报以足

够的宽容。人们总体上同意，改革的最大敌人不是垄断者，进步的最大障碍也不是落后，现实的立场应该是以更高的智慧和更好的制度促成更大的进步。

进步主义运动的遗产

总体观之，进步主义运动其实就是一场旨在重塑社会认同、促进社会进步的实用主义革新。这场革新维系了转型、危机语境下底线性的社会共识，社会系统在颠簸、摇晃之中生长为一个新的共同体。以上所呈现的正是新共同体的生长脉络：工业化和城市化危机全面爆发，不满者在社会运动和公共讨论中相遇，全社会形成了以改革和进步为核心议程的信息共同体；进步派顺应时势，致力于打破财富集中、拓展竞争空间、理顺政经关系，在对话、协商中将多元社会主体构建为以公平、互惠为目标和原则的利益共同体；国家哲学得以调整和优化，基督教引领了道德和信仰重建，实用主义哲学主导了改革事务，公共之善持续拓展，逐步成就了“从发展到美好”的价值共同体。进步主义运动对于美国有“二次建国”之功，美国借由近三十年的温和改良，实现了现代性和现代化的“升级”。

美国进步主义运动的历史镜像价值，体现于上述三个共同体的彼此构建关系上：一个公开、透明的信息共同体，内在地要求成长为公平、互惠的利益共同体，否则就会出现认同危机，乃至分崩离析。这是容易理解的：当既得利益集团的惊人财富和与之伴随的罪恶得以曝光，改良或革命的冲动便会激荡人心。事实上，进步主义运动并非发生在绝对贫困的社会境况之下，“镀金时代”的工业、农业、科技、教育、医疗和人权诸项事业皆有较大发展，而正是利益上的“相对贫困”、权力上的“相对匮乏”导致相遇的不满者起而行之。在信

息共同体、利益共同体之上，尚应构筑有关美好心灵、公共之善和终极追求的价值共同体，否则由于缺少价值规约和导引，信息共同体就会沦为偏见与偏见交锋的情绪流放地，利益共同体就会堕入无节制的欲望膨胀和冲撞之中，最终不免覆灭。我们在第一章就提出了类似的结论。

作为一个来自欧洲的观察家，波德里亚承认，人们面对美国的现代性转型往往只能产生两种想法：“拙劣地模仿”，

或者“不快乐地移情”。^①所谓“不快乐地移情”，就是心有不甘地对自己说，“我们的国家也曾有这样的历史

① 参见〔法〕波德里亚著，张生译：《美国》，南京大学出版社2009年版，第97—100页。

阶段”，或者“我们的国家将来也会这样”。作为来自中国的观察家，我们也未免有如是“不快乐地移情”。虽然国情和所处历史阶段不同，但是中国当下的社会发展状态在轮廓和脉络上与美国进步主义运动多有相契之处：

大众媒体、互联网、公共舆论正在把整个中国社会变成公开、透明的信息共同体，亿万民众共处于一个开放、平等的对话场域。人们获得了前所未有的信息资源、表达平台和行动机会，政治、经济、文化诸领域的改革议程几乎全部纳入或宏大或精微的公共讨论之中。一个比较乐观的估计是，新旧媒体融合正在构筑一直处于想象中的“中国式公共领域”，公共领域之光将照亮每一个角落的人和事。至少从现实层面看，人们突破时空边界相遇，已经开始众声喧哗地描绘有关实现个体价值和公共之善的改革路线图。众声喧哗可能导致失序失范、徒劳虚耗的舆论纷争，但对于形成有关改革和进步的信息共同体，对于训练公民的公共讨论能力、砥砺公民精神则是不可避免和总体有益的。

虽然人们很难就改革的所有细节达成共识，但是意见的多样性

和利益的差异化非但不能压制或“取消”，反而应该重视和珍惜。从美国进步主义运动的经验看，实现从信息共同体向利益共同体的转变，关键问题是基于意见的多样性达成哪怕底限性的改革共识和利益认同，而非取消意见的多样性。换言之，既要珍惜“多样性”又要追求“同一性”。在利益共同体层面，这个底线共识或曰“同一性”就是公平和互惠。若不保障公共讨论和利益表达的多样性，人们就难以获得改革的“主人翁”身份，就会走向边缘和反面，利益共同体的公平和互惠也就无从谈起。

同时，社会核心价值体系建设要为改革中的信息共同体、利益共同体提供心灵、道德和精神上的底限和上限，从而形塑价值共同体。底限者，弃之不顾则无限沉沦；上限者，持以为真即天高地阔。用进步主义运动的话语来讲，价值共同体所许诺的是物质世界繁荣之上的精神家园的自足、和谐、美好。当然，价值建设远非一时之功，且须传统文化持续的创造性转化，主流意识形态在价值合法性上的实质性增益和革新，以及宗教道德理想和世俗伦理规范的有效重构。如此艰难复杂，是绕不过去的历史关隘。每一个现代化国家都要从战略上解决价值建设和价值认同问题——较之利益认同，价值认同才是根本之计。实际上，只有价值认同才能保证一个社会不在萧条时溃败，亦不在发展中分裂。

三、现代性与认同危机

美国并非最早踏上现代性之路的国家，却是走得最快的一个。它在19世纪末20世纪初所经历的壮盛、危机和现代性的“升级”，如今正在被一些后发展国家“拙劣地模仿”或“不快乐地移情”。以美

国进步主义运动的故事为案例和素材，我们接下来深入讨论现代性的一般谱系、普遍病症，及其引发的自我认同和社会认同危机。至于解决方案，我们其实在上一章便已牵引出线索——多元协商、平等对话。美国进步主义运动的经验也表明，公共讨论、社会对话乃是克服现代性危机、重构共同体的通途。

现代性的谱系

现代性肇端于 17 世纪的欧洲启蒙运动。启蒙运动所倡导的核心价值观是人的理性和主体性，即把人从神权和王权中解放出来，成为认知、行动和权利的主体，免除饥饿和恐惧，追求自由和进步。按照康德的说法，“启蒙运动就是人类脱离自己所加之于自己的不成熟状态”，“要有勇气运用你自己的理智！”^①启蒙理性使人成为自主、自由的现代人，人类社会也因此进入了现代社会。韦伯将启蒙理性区分为工具理性和价值理性，前者强调科技进步、程序设计、效率优先和功利至上，后者重视审美、道德、信仰等精神价值和终极追求。而启蒙运动和现代性转型的一个“意外”后果是，工具理性过度膨胀，价值理性衰落凋敝，在进步中失去信仰成为现代性的魔咒。正如我们在进步主义运动的故事中所见，“进步”差点断送了“美国梦”。

经过启蒙运动，人类跨越了传统与现代的分水岭。此中，理性成为认识之源和价值之源。“理性作为启蒙哲学所认定的人的本质，它是现代的精神与灵魂，不仅构成现代价值观念的来源，同时还以‘理性化’构成现代历史进程的方向与准绳”^②。理性化的“方向与准绳”，规划和实践了一个看起来清晰、有序的现代性谱系：

① 康德著，何兆武译：《历史理性批判文集》，商务印书馆 1997 年版，第 22 页。

② 陈嘉明：《理性与现代性——兼论中国现代性的建构》，载《厦门大学学报（哲学社会科学版）》，2004 年 05 期。

甲，理性设计。在观念上，现代性强调人类理性的力量和“人对自然立法”的主体性，相信人类可以设计、创造合乎目的性的历史和社会生活。如是预设反映在经济层面，便是以计算的法则组织社会生产，借由科技化、工业化、市场化等手段创造最大化财富；在政治层面则表现为公共权力的民主化、契约化，以及行政管理上精细的科层制；在文化层面就是“祛魅”，即世俗化，连文化本身也不过是一种工业和商品；在社会层面即训练理性、自主的现代公民，建立自治、有活力的公民社会。概而言之，现代性转型的整体愿景乃是建立市场经济、民主政治和公民社会。我们经常使用的“现代化”一词便是指奔向这一愿景的实践过程，它强调以经济建设为主导，持续推进政治开明进步，以实现富国强民和社会发展。

就此而论，现代性并非一个局限在西方的问题，也不是一个纯粹的理论问题，它是包括中国在内的众多国家正在全面展开的（社会）历史实践。事实上，自19世纪中后期起，现代性转型便伴随着战争、殖民和经贸往来，从西方逐渐拓展到世界上更多的国家。只是有些国家主动拥抱了现代性，有些国家至今仍处在摇摆和抗拒之中。

乙，宏大叙事。利奥塔将现代性的预设和愿景称为宏大叙事（grand narrative）或元叙事（meta narrative），亦即许诺了由低级到高级、由落后到发达、由混乱到秩序之类的因果明晰的合法性叙事。这与我们在第三章、第四章提到的“元结构”和“标准故事”是一致的，宏大叙事通过许诺美好和进步来建立、增益合法性。一旦宏大叙事遭到质疑或瓦解，就会引发合法性危机。事实上，结构主义及其影响下语言学转向、叙事学和修辞研究本身即是现代性思想的应用和展现。结构主义者相信历史和社会生活中存在“永恒的结构”，合法

性叙事的任务是循因果、从此岸到彼岸地发现和呈现这些结构。“美国梦”就是一个典型、标准的宏大叙事，穷小子变成大亨，移民的后代当选总统，以及普通人也可以创造生命的奇迹。譬如，美国在一战和二战的海报宣传中皆使用了“山姆大叔”的形象。这位虚构出来的大叔一般被描绘成一个有鹰钩鼻、山羊胡、神采奕奕的老头，他勤劳、乐观、正直、爱国，工作平凡而受人尊敬，生活平凡而生命精彩，被认为代表了美国人的性格和精神。

进一步而论，现代性的预设、愿景和宏大叙事决定了它对认同和秩序的强烈偏好。显然，只有最大限度说服大众、赢得认同、维护秩序，现代性的诸多许诺才有可能高效地实现。譬如，“团结”、“集体主义”几乎是致力于从贫弱到富强之现代性转型国家的共同口号。职业化的宣传、广告和公关皆带有鲜明的现代性特征，皆体现了现代性所持有的强烈的认同和秩序情结。鲍曼提出，现代性仰赖于秩序并努力生产秩序，而“建立并维持秩序意味着，交朋友，斗敌人。”毫无疑问，“交朋友，斗敌人”就是要争夺话语权，建立共同体，完善自身的合法性叙事并压制其反面。在极端情况下，现代性对认同和秩序的执迷甚至会达到疯狂的地步。在鲍曼看来，纳粹对犹太人的大屠杀就是现代性疯狂追求认同和秩序的结果——现代性以园艺师般的理性对待秩序问题，凡是“杂草”皆应被管理、同化、驱逐或连根拔除。“杂草之所以必须被除掉，与其说因为它们是杂草，倒不如说因为这是美丽和井然有序的花园所要求的。”^①

① [英]鲍曼著，杨渝东、史建华译：《现代性与大屠杀》，译林出版社2002年版，第123页。

丙，动力机制。吉登斯认为现代性存在三种动力机制：时空分离、脱域和知识的反思性。在传统社会，时间与空间关联一体，构成了特定社群存在和发展的场域——时间提供生命延展的线性序列，

空间划定行动的边界。而当现代性的大幕拉开，科技革命、工业化、城市化改造了人类的时空观。时间不再是一个与“本地”捆绑在一起的概念，不同社群共享全球“标准时间”。由于交通和沟通技术的革命性变迁，人类可以穿越的空间边界也不断扩充。在时间统一、空间无界的情况下，社会活动得以在越来越广阔的范围内统一安排、协作。由是而观，全球化乃是现代性的必然产物。现代性要求理性计算、效率最大化地配置全球资源要素，凡有碍于此的时空边界，它都会去敲门、冲撞。中国在 20 世纪 70 年代末打开国门，既是主动的改革开放，也是顺应全球化大势、接受全球产业布局分工的结果。

现代性的第二个动力机制是脱域。时空分离必然形成社会关系的“脱域”，即“社会关系从彼此互动的地域关联性中，从通过

① [英] 吉登斯著，田禾译：《现代性的后果》，译林出版社 2011 年版，第 18 页。

对不确定时间的无限穿越而被重构的关联中脱离出来”。^①脱域之后是嵌入，即社会关系从特定社群的时空和文化语境中脱离，进而伴随社会活动的扩张

而嵌入新的语境。譬如，跨国公司因时空分离而实现全球化生产，亦因脱域而面临诸如社群关系再造、文化认同等问题。时空分离和脱域必然依赖于信任，特别是对象征系统和专家系统的信任。前者如货币、语言、权力和合同，提供现代社会交往的流通手段、“抽象原则”和程序理性；后者则意味着专业知识和权威解决方案。

第三个动力机制是现代性的反思性，吉登斯将之区分为两种：自反性和一般性反思。自反性是解释现代性危机的重要概念，留待下文再叙。一般性反思又称知识的反思性，是指“多数社会活动以

② [英] 吉登斯著，赵旭东、方文译：《现代性与自我认同》，生活·读书·新知三联书店 1998 年版，第 22 页。

及人与自然的现实关系依据新的知识信息而进行阶段性自我修订的那种敏感性”^②。这种敏感性——爆炸式的知识创新促进了社会进步，极大地缩短了社

会变革周期。前现代社会也存在知识的反思性，但主要是对传统的重述和阐释。这在中国传统文化中体现的尤为明显，孔子惦记着重返“郁郁乎文哉”的有周一代，而后世儒生则惦记着到孔子那里去讨个说法。及至现代性出现，反思性开始指向未来，知识创新渗透至一切社会再生产领域，敏感的创新被认为是社会进步的动力之源。“认识不断地被新的知识刷新，传统、自然和宗教等的束缚被降至最小，再也没有什么固定不变的、不可侵犯的知识。”^①

① 王成芳：《吉登斯现代性视野下的自我认同》，首都师范大学，硕士论文，2007年。

现代性危机

吉登斯所称的自反性，是指现代性在发展中走向了自我的“反面”，制造了自己的“敌人”。譬如，现代性怀有强烈的秩序情结和共同体意识，而市场体制势必形成多元利益主体的竞争、分化和对抗；工业社会以生产为主导，而大规模生产却培育了物质丰裕、意义匮乏的消费社会；知识创新推动了社会变革，而剧烈的变革则使社会结构持续处于不确定和失序状态；在时空分离中，先进的或强势的技术、资本、政治、文化、宗教和军事力量获得了全球性流动的机会，这既体现了现代性的进步意志、效率原则，也暴露了其征服的欲望和压迫的野心；在脱域和嵌入中，一方面是千方百计地制造认同、维护秩序和强势推行“一体化”，一方面则是不可避免的疏离、断裂和冲突。

时空分离、脱域和反思性机制构建了庞大、复杂、自反、充满矛盾性的现代社会系统。实际上，现代性的每一个关键范畴都制造了自己的反面，或者说酝酿了冲抵、湮没自己的风险。譬如科技进步造成核弹与生化危机、经济增长带来能源与环境危机、全球化引

发宗教和文化冲突，这些危机皆是现代性自身逻辑或曰内部矛盾的产物。理性特别是工具理性所设计的最后一把钥匙，未必能打开新的知识和财富宝库，反而可能触发文明自毁的旋钮。也就是说，现代性的诸多病症和危机单凭宏大叙事、经济和技术进步已然难以解释和解决——它们正是病根所在。

按照吉登斯的说法，“一个马力强大又失控的引擎”驱动着这个现代社会系统，开辟了通往繁荣之路，也开启了风险社会之门。贝克是“风险社会”这个概念的发明者，他也认为现代性在自反中将自己

① [德] 贝克、[英] 吉登斯、[英] 拉斯著，赵文书译：《自反性现代化》，商务印书馆 2001 年版，第 75 页。

己逼向了风险遍在的社会发展阶段。“我们越是想拓殖未来，未来便越可能给我们带来意外。”^①现代性每向前一步，风险也就进一步日常化、公共化，成为个

体贴身的恐慌，亦上升为全社会、全世界的普遍焦虑。在风险社会中，风险分配逻辑取代了早前的财富分配逻辑成为社会的核心议程，“安全”取代“增长”、“平等”而居于社会价值排序的优先地位，危机管理甚至会压倒从容的战略抉择和顶层设计。在此排序下，发展固然是硬道理，而安全、稳定才是红线所在。红线之内，人们免除了饥饿，却新增了恐惧。

鲍曼同样注意到了现代性自身无以“涤荡的矛盾性”。他认为秩序和混乱是现代性的一对“孪生儿”，现代性对秩序孜孜以求，却将世界变成了混乱的碎片。经济理性、程序理性、官僚制、科层制形成了现代社会的道德漠然，世界不再是人类诗意栖居的家园，而是谋利的场所。更要命的是，这个场所在每一刻都处在剧变之中，没

② [英] 鲍曼著，邵建立、李静韬译：《后现代性及其缺憾》，学林出版社 2002 年版，第 24 页。

有什么是确定无疑的，“一切都会不宣而至，不辞而别”^②。这就造成了严重的认同危机，人类越来越难以确认稳定、连续、一致的自我和世界，也就无法纺织

自我和社会生活梦想的画布。人人皆是这个世界的观光客或流浪者，只有好奇、震惊和惶惑，内在、深度的认同则是罕见的。

法兰克福学派对启蒙理性的“自我毁灭”展开了深入批判。霍克海默（M.Max Horkheimer，1895—1973）和阿多尔诺（T.Wiesengrund Adorno，1903—1969）在《启蒙辩证法》一书中提出：启蒙确立了人在自然面前的主体性，但既没使人成为自然的主人，也没有使自然成为属人的存在，反而破坏了人与自然的共处关系，导致了自然对人类的疯狂报复；启蒙最初以消解神话为志向，而在破除了神权和君权的神话后，却使理性成为新的迷信和神话；更何况这是一种残缺的、单向度的理性——追求物质主义和效率至上的技术理性统治了世界，人之为人的“本质力量”非但未得到拓展和充盈，反而被惊人地物化。霍克海默和阿多尔诺感慨说，启蒙本来追求进步，让人摆脱恐惧，成为自己的主人，却自我毁灭般地造就了一个“充满着巨大的不幸”的世界。^①

① 参见〔德〕霍克海默、阿多尔诺著，洪佩郁、简月峰译：《启蒙辩证法》，重庆出版社1990年版，第1页。

作为阿多尔诺的学生，哈贝马斯也认为启蒙理性内蕴着自我破坏的力量，他将现代性危机的根源归结为启蒙所确立的主体哲学及其主体性原则。在启蒙运动中，理性被宣告为人优胜于其他造物的本质所在。既然人是理性的，那么人就可以自我做主，征服他者和自然。主体性原则一方面促进了个性解放和个人主义、自由主义的发展，一方面也导致了气焰嚣张和自我中心主义。“主体性原则内蕴着主—客二元对立的思想方式，这就为主体与客体、自我与他人、个人与社会的对立冲突埋下了隐患，也为理性萎缩成工具理性奠定了思想根基。”^②按照主体性原则，他者、自然皆是主体所欲征服、为我所用的对象，个人、社会、自然不可避免地走向分裂和对抗。在一定意义上，生态与能源危机、阶层对抗、

② 陈国庆：《哈贝马斯的“交往理性”及其启示》，载《理论探索》，2012年01期。

文化冲突等现代社会危机皆与主体性原则的支配、征服意志紧密相关。而主体性原则与前述秩序情结相结合,便可能造成灾难性的后果,譬如极权主义与大屠杀。

认同危机

以上现代性危机的每一个方面都进一步引发了现代社会中的认同危机。在最宽泛的意义上,认同是人的一种意义感、身份感和归属感。我们可以将认同区分为自我认同和社会认同,前者是指个体向内的自我确认,即对自我存在的状态、方式和意义的反思性理解;后者是指个体向外的对特定群体、集体或社群的靠近、认可程度,具体包括信息沟通、利益互惠和价值同构的状态和品质。现代性危机谋求人的自我认同和社会认同,然而其自反性、矛盾性和“自我毁灭性”又不断地蚕蚀、摧毁着认同。

传统社会的认同问题远不如今日这般严重。血缘、地缘、习俗、宗教为不同社群划定了清晰的边界,一个人只要不离散到边界之外,便无认同断裂、幻灭之苦。社群内部稳定的关系、结构,以及专属的话语体系、集体记忆和标准故事建造了人们存在的家园,并与其他者“划界”。而现代性动力机制无不以施加认同上的离散和幻灭之苦为代价,如同马克思、恩格斯所预言的那样,“一切固定的古老的关系以及与之相适应的被尊崇的观念和见解都被消除了,一切新形成的关系等不到固定下来就陈旧了。一切固定的东西都烟消云散了,一切神圣的东西都被褻渎了。人们终于不得不用冷静的眼光来看他

① [德]马克思、恩格斯:《共产党宣言》,人民出版社1997年版,第81—82页。 } 们的生活地位,他们的相互关系”^①。以下从四个方面
简析现代性语境下认同危机的根源和表现:

甲, 确定性、连续性、一致性的消解。我们生活在一个时空虚

化的现代世界，时空分离带来了开阔的眼界和行动的自由，也剥夺了生活中本有的屏障、确定性和安全感。脱域使我们越来越频繁、激烈地卷入陌生的社会关系和文化语境，消解了自我的连续性、整体性。“我”在不同的语境下——譬如 QQ、微信、微博、facebook、twitter 上与不同的人交往，碎片化的“我”与他者展开碎片化的交流。“我是谁”、“我从哪里来”之类的问题，比它们在远古时代刚被提出时，更令人惶惑和焦虑。知识的反思性让一切都处于巨变之中，一切都建立在流沙之上。过去与未来、自我与他者、内在与外在的一致性日益模糊。有一首歌叫“每一刻都是崭新的”，唱起来好听，想起来却心酸，“崭新”意味着没有什么可以抓住，没有什么可以从头再来。

乙，本体性安全的丧失。在考察现代性语境下的认同危机时，吉登斯提出了“本体性安全”概念，指人对自我的意义感、身份感和外在社会、物质环境之恒常性的信任。本体性安全意味着“生存的勇气”、活下去的“希望”，乃是个体生命和社会系统得以支撑下去的根本理由。^①它扎根于现实存在中的“基本信任”，譬如婴儿确信妈妈在离开后还会回来看自己。传统社会的血缘、地缘、习俗、宗教，特别是不断重复的集体劳动和仪式，涵化了如是恒常性和“本应如此”的信任。而现代性的时空虚化、脱域和知识的反思性瓦解了自我和环境的恒常性，信任成为最大的风险，进而冲击了人的本体性安全。由于缺少基本信任和本体性安全，自我认同和社会认同都变得越来越难。即使是在互联网构建的众声喧哗的虚拟空间，人人亦不过是孤岛，热切招呼之下鸿沟深壑。

① 参见[英]吉登斯著，赵旭东、方文译：
《现代性与自我认同》，生活·读书·新
知三联书店 1998 年版，第 42 页。

丙，价值基础、意义世界的颠覆。韦伯针对启蒙理性提出了工

具理性炽盛、价值理性凋零的著

名论断，他说：“我们这个时代，

因为它独有的理性和理智化，

最主要的是因为世界已被祛魅，它的命运便是，那些终极的、最高贵的价值，已从公共生活中销声匿迹。”^①现代性颠覆了传统价值，人性得以摆脱形而上力量的束缚之苦——“上帝死了”，却也切断了终极意义的来源，斩除了认同最为坚韧的纽带。我们从第一章开始便反复强调，价值基础、超越性的意义世界乃是认同的根本保障。在自我认同层面，人终究要皈依由德性、审美和信仰等价值奠基的意义世界；在社会认同层面，价值凝摄决定了信息认同、利益认同的广度、深度和持久性。一个缺少价值凝摄的共同体，一个未给崇高、神圣留有一席之地之共同体，极易沦为乌合之众的集聚地。实际上，美国进步主义运动中的社会福音运动就是为了克服价值认同危机而作出的系统努力。

① 转引自〔美〕罗洛·梅著，冯川、陈刚译，《人寻找自己》，贵阳人民出版社1991年版，第148页。

丁，在悖论中生存。如前所述，现代性乃是一个自反、矛盾的谱系，它铺展了充满悖论的历史和社会生活。精英与大众、生产与消费、秩序与混乱、自由与安全、变革与确定性、人与自然，结成了紧密又紧张的二元对立关系。以主体性问题为例，一方面主体性原则的扩张导致了气焰嚣张，激发了斗争哲学——“与天斗其乐无穷，与人斗其乐无穷”；一方面人的主体性并未得到实质性拓展，人反而为物所役，活在异化的、精神蒙难的单向度世界。悖论之中更有悖论，我们处于现代性的自反性和矛盾性之中，莫衷一是，手足无措。神圣的同一性消隐了，而宰制、绵密的话语权控制则无所不在。与同一性相契的乃是一种积极的、自觉的认同，而话语权控制所形成的乃是一种消极的、被“凝视”的、“不得不”的认同。

同样源于自反性，现代性培养了自己的“敌人”——后现代性。在 20 世纪末叶，后现代性全面兴起，并衍生出后结构主义等诸多“后学”，挑战宏大叙事，倡扬去中心、去权威，重视多元化、差异性。这也正是我们在上一章论及话语权再分配、说服之开放性和议程建构之多元协商取向的理论和现实背景。

后现代主义者宣告现代性已然破产，而拯救现代社会病症的药方，包括认同危机的解决方案就在他们手里。果真如此吗？本章的最后一句，仍是预告对话主义时代的到来。

第七章

共同体

自 20 世纪末以来，现代性危机在世界范围内持续加剧，遭到了来自后现代主义者的激烈批评。而“玩弄碎片”、“滑向虚无”的后现代性并不能完全弥合现代性的缺陷，也无法简单地替代现代性。就认同危机而论，后现代性挑战现代性的宏大叙事，主张去中心、去秩序，却滑入了碎片化、无中心的幻灭之境。因此，人类尚应持有现代性的进取精神、建设情怀和革新意志，正视危机，拯救理性，进一步解放现代性的潜能。而克服包括风险社会在内的各种现代性危机，重建和拓展现代性价值，必然倚重共同体的力量。那么，何以再造社会认同和团结，何以在巨变年代形塑和维系共同体？

本章主要讨论三个话题：重建现代性，重建共同体的思想方案——社群主义，重建共同体的现实路径。

一、重建现代性

现代性与后现代性“共峙”是当今时代最基本的境况和特征之一。自 20 世纪末以来，人文社会科学领域围绕现代性与后现代性

的关系问题，大抵形成了两种对立观点。第一种观点认为现代性自身蕴含了后现代性，后者不过是前者的延展和分化，“我们实际上并没有迈进一个所谓的后现代性的时期，而是正在进入这样一个阶段，在其中现代性的后果比从前任何一个时期都更加剧烈化更加普遍化了”^①。第二种观点则宣告现代性已然衰落和失败，后现代性是对危机深重的现代性在历史序列上的超越和替代。两种观点的争论，关系到人类社会应该按照现代性还是后现代性的观念、价值和范式，来解决现实问题和设计未来之路。

① [英] 安东尼·吉登斯著，田禾译：《现代性的后果》，译林出版社 2011 年版，第 3 页。

譬如，面对普遍的认同危机，我们究竟应该按照现代性的观念重建“统一性的认同”，还是依循后现代性的原则促进“多样性的理解”？统一性的认同会不会重蹈大一统、极权主义、意义宰制的覆辙？在碎片化的时代，重建统一性的认同难道不是反动和徒劳的吗？多样性的理解会不会导致规范失序、分崩离析？所谓的多样性、多中心是否意味着众声喧哗的无中心？

现代性的敌人

现代性从 17 世纪铺展到 20 世纪后期，在自反中培育了作为“敌人”的后现代性。后现代性肇端于 20 世纪六七十年代建筑和文艺领域的“反叛”运动，随后普泛为一种对后工业社会的“逻辑叙述”。反叛的先锋被称为后现代主义者，代表人物在本书中大多已出场或即将出场：福柯、德里达、贝尔（Daniel Bell）、利奥塔、鲍德里亚、罗蒂（Richard Rorty）、鲍曼等。为了批判和克服现代性的诸多病症，后现代主义者采取了“反一”、“去一”的叙事结构，如反现代性因果明晰的宏大叙事、反统摄一切的整体观、反工具理性、去秩序、

去中心、去权威。

作为一种世界观和生活观，后现代性排斥普遍主义和基础主义，尊重多元话语、差异性、碎片化、平等和自由。这些观念的形成与20世纪后期以来的社会现实紧密相关，“后现代思想的历史背景由三

① 参见[英]尼格尔·多德著，陶传进译：
《社会理论与现代性》，社会科学文献
出版社2002年版，第160—161页。

个相互联系的主题提供”，即后工业主义、消费主义和“自由—民主资本主义的明显胜利”^①。这三个主题暴露了现代性的自反性和局限，并产生了与其自身相

疏离、对立的社会和文化形态，具体表现如下：

甲，现代性开创了工业社会，工业社会以生产为主导，而发达的生产则使消费成为经济和社会生活中的主导性议程。生产什么便消费什么的时代一去不复返了，恰恰相反，正是消费什么决定了应该生产什么。换言之，工业社会创造了自己的“反面”——消费社会或曰后工业社会，在观念、文化层面又可称为后现代社会。现代性与精准计算、操控的工业社会相对应，而后现代性则与多元化、碎片化的消费社会相对应。经过进步主义运动的现代性“升级”，美国在20世纪20年代便兴起了消费文化的一轮高潮，海明威的小说《太阳照常升起》和莱昂纳多的电影《了不起的盖茨比》所反映的正是这一段文化光景。二战结束后，经过二三十年的经济和社会复苏，西方社会于六七十年代全面迎来了消费文化、消费主义的狂欢。

乙，随着消费文化和自由民主在二战后的迅速发展，精英与大众、中心与边缘之间的边界被爆破，现代性精心构造的秩序、规范和等级遭到嘲笑和动摇。单就等级而论，消费文化和自由民主皆以迎合、抚慰、“抬升”大众为核心策略，现代性的话语权宰制被消解。大众越来越难以说服、规训，他们强势崛起，并且毫不约束自己瓦

解权威的冲动和快感。一切权威及其整齐划一的权力意志都可能被戏谑和抛弃。大众文化肆意蔓延，精英则感受到了精神世界的破败和社会位阶的相对下滑。而反叛的大众并未建立新的认同和秩序，个人主义持续膨胀，一个原子式的社会降临了。

丙，与工业社会不同，消费社会拥有自己的意识形态。在物质丰裕、选择丰富的情况下，人们对消费符号的追逐，甚至压倒了对其所表征的现实之物的渴望和对超越性意义的寻求。在物的世界，在消费的狂欢中，人的意义感、身份感和归属感建立在所谓高级、多元、多变的消费方式上。占有物质、消费符号、满足俗世的快感，替代了对神圣性和崇高感的体悟和感应，成为自我和社群的安慰剂。崇高和不朽遭到驱逐，一切意义都被解构。在这迷幻、速朽、消费主导的世界，人人撕扯其中一个碎片，自由、孤独地向死而生。在后现代主义初兴的 20 世纪七十年，欧洲有一首摇滚歌曲唱道：这是我的真理，你的呢？鲍德里亚则直接宣称，“世界已经毁掉了自身，它解构了一切，余下的乃是支离破碎之物。人们所做的就是玩弄这些碎片。玩弄碎片，这就是后现代”^①。

① Jean Baudrillard (1984), "Game with Vestiges", *On the Beach*, 5 (winter)19-25.

从以上三点来看，后现代性不只是一些理论家的想象和宣言，也不只是一些先锋分子的“出位”和反抗策略，它所形塑的世界观、生活观已然普泛至日常生活实践。譬如，我们对于意义解构的快感和落寞，对于多元化、碎片化带来的个性解放和孤独无助，皆有切实的体验。

总体而观，现代性及其主导的现代化依然狂飙突进，而后现代性已然崛起，它们显著地“共峙”于当今社会。共峙存在两种可能：一是现代性将死，而后现代性尚未完全取代它，我们正处在生灭交替的前一刻——严整的现代性轨道就要走到尽头，碎片化的后现代

性之网已经张开；二是现代性仍然处在持续的发展和完善之中，后现代性正是现代性在新的历史阶段的一个面向、一种状态、一类特征，或者说今日的现代性同时容纳了理性、进步、秩序等早期现代精神和作为其反面的后现代性——虽然二者并不和谐。

按照第一种可能性，我们需要主动适应和构建一种值得追求的后现代性，它能够缓解、克服现代性危机，并许诺比现代性更美好的价值。这是一种替代论。第二种可能性则意味着拯救启蒙理性，弥合现代性的局限，吸收后现代性的积极价值，进而重建和拓展现代性的整体价值。这是一种重建论。

替代与重建

首先看第一种可能性——替代论。自启蒙运动起，现代性主宰西方社会发展三四百年，二战后更向全球扩张，果真衰落、消隐，后现代性是否堪为替代方案？在前面列出的后现代主义思想家名单中，大概只有鲍德里亚明确宣称自己持以坚定的后现代立场。他发展了“最引人注目”、“最极端”的后现代理论，特别是对消费文化进行了繁复、精致的论述。我们接下来便以鲍德里亚的消费社会理论为例，探讨后现代性替代现代性是否可行。

① 参见〔法〕让·鲍德里亚著，刘成富、全志钢译：《消费社会》，南京大学出版社2001年版，第6页。

甲，鲍德里亚提出，“我们处在‘消费’控制整个生活的境地”，所有人共同的身份是消费者。^①当消费而非生产主导经济和社会生活，商品的交换价值就变得比使用价值更重要。因为前者指向了符号所表征的身份、地位和名望，后者则不过是一种简单的“物质实践”。这种本末颠倒关系，恰如人为物役，又如能指（符号形式）支配了所指（符号指涉的对象）。当意义不再以所指为中心，符号就失去了与现实之物的确定性关联。

乙，符号在现实世界之外构造了一个“拟象”世界，能指在其中成为自身的所指，现实则消隐了。拟象世界乃是一种“仿真”的“超现实”存在，它接近现实而又独立自主。换言之，拟象世界能够进行自我复制和再生产，真实不再是拟象的唯一来源或曰“底版”。相反，真实只有被呈现为拟象所期待的样子才会被更好地感知和接纳。在拟象世界里，影子成为真人。

丙，从鲍德里亚的逻辑出发，消费文化的兴盛实质上宣告了现代性之中那些经典范畴，诸如生产与消费、使用价值与交换价值、所指与能指、真实与拟象、中心与边缘、统一性与多样性之间关系的断裂和解构。在现代性语境下，这些二元论范畴原本存在清晰的因果论、决定论和目的论关系，亦即每一对范畴中的前者主导着后者。譬如，生产决定消费、所指限定能指、统一性支配多样性，它们提供了历史和社会生活所必须的确确定性和意义。而在后现代语境下，二元论范畴中的前者让位于后者，后者往往占据优势，从而解构了既定的因果关系和确定性，认同消解和意义消逝。譬如，交换价值压倒使用价值、拟象逸出真实、多样性扰乱统一性，这就导致了无序、混沌，充满歧义和不确定性。

丁，以后现代立场看，断裂、解构乃至颠覆都是好消息，因为它们会带来更加充分的自由和解放，多元化、差异性将变得既合理又可贵，“仅消费本身就意味着一场‘人文解放’运动的前奏”^①。然而，坏消息似乎来得更猛烈一些。能指、拟象、解构至上的消费逻辑并不局限在花钱享乐上，而是渗透至后现代社会生活的所有领域。在意义、所指、确定性缺席的市场上，政治、商业和文化皆在贩卖符号表征的价值。这些价值既非此岸实在的“有用”，亦非彼岸灵明朗耀的信念，不过

① [法]让·鲍德里亚著，刘成富、全成钢等译：《消费社会》，南京大学出版社2001年版，第78页。

是欲望而已。“欲望并不能满足欲望，相反，欲望使欲望成为欲望。”^①媒体翻来覆去地讲述诸如成功、财富、“与众不同”、“更胜一筹”、“做我自己”之类的欲望故事，而当价值基础和终极意义缺席，它们空洞且速朽。如果不是为了爱和理想，“更胜一筹”又有何意义？

① M.C.Taylor & E.Saarinen, *Imagologies: Media Philosophy*, London, Routledge, 1994, p.11.

戊，按照后现代性的路线，人从现代性的理性压迫和结构化的限制中逃逸出来，所得到的不过是浮萍般的“自由”——无依无靠，而非自在无碍。这般自由，面临着滑向虚无主义的风险：在对符号的追逐中失去实在感，在拟象世界成为符号的奴隶；在解构中失去意义感和不朽感，失去恒常的心灵庇护之所；在“去中心”后，未必迎来众所期待的“多中心”，而是虚无、毁灭的“无中心”。意义既已终结，鲍德里亚断言任何依靠意义活着的生命都将消逝。鲍德里亚承认，“我就是个虚无主义者”，他并不回避后现代性的虚无主义

宿命。^②

② 参见〔美〕道格拉斯·凯尔纳编，陈维振等译：《波德里亚：批判性的读本》，江苏人民出版社2005年版，第16页。

生命无意义的痛感只能暂时、表面和局部地被消费快感所缓解和麻痹。与鲍德里亚的论断相反，“恰恰是任何不依靠意义而活着的人，都会因为意义的丧失而死亡。毕竟人是有精神的存在，尽管他们所追求的意义各不相同”^③。后现代主义者试图超越现代性——他们确实作出了精彩的批判和极致的解构，但是在“怎么办”的问题上却滑向了幻灭、虚无，勾画了一个令人沮丧的未来。如是，我们需要把眼光投向前述的第二种可能性——重建现代性，即承认现代性的局限，重新发现社会进步的动力之源、历史方位和意义之所在。

③ 陈嘉明：《消费社会、拟象世界与后现代性》，载《江苏社会科学》，2006年03期。

未竟的事业

本章开篇便提到，在抵达意义沉沦的宿命之前，我们尚应抱持现代性的进取精神、建设情怀和革新意志，拯救启蒙理性和现代性危机。“回归启蒙理性仍然是人类最大的希望所在”^①。当然，拯救启蒙传承的“目的在于振兴现世”，而非“沉迷往事或投靠西方”^②。这让人怀念康德。在孵化现代性的启蒙年代，康德提出：要有勇气运用你自己的理智！

① 张旭鹏：《后现代、现代性重建与中国的现代性问题》，载《史学月刊》，2006年05期。

② 参见〔美〕斯蒂芬·埃里克·布隆纳著，殷杲译：《重申启蒙——论一种积极参与的政治》，江苏人民出版社2006年版，第11页。

面对现代性危机，后现代主义者在批判中宣告了现代性的终结，而自身却未发现拯救之道。仅就意义的危机而言，后现代主义者拒斥现代性的理性精神，这实际上加剧了精神世界的危机，走向了拯救的反面。现代性颠覆了传统的价值基础和意义世界，但是好在用理性和俗世的秩序填充了意义的留白。阿多尔诺批评启蒙理性打碎了传统神话而建立了自己的神话，这其实并不是最糟糕的境况。理性的神话许诺了线性展开的科技进步、财富增长、生活改善和个体自由，以及由低级向高级的社会进化。在现代化洪流中，这种因果逻辑、宏大叙事和既定秩序大体能够安顿人类的身心——缺少终极慰藉却仍可满怀希望。

真正糟糕的是，后现代主义者意图将残缺的意义、理性的神话和俗世的秩序也一并解构了。循此路径，人类只能走向一个意义消逝、内心无着、无所认同的未来。事实上，后现代主义者对工具理性泛滥深恶痛绝，并因此殃及了现代性土壤里生长的所有理性果实，包括必要的秩序、知识和真理。他们断言，“知识将裂解成片断并商品化”，“所遮蔽的总是超过所揭示的”，“科学的根基并不比文学更可靠”^③。

③〔英〕尼格尔·多德著，陶传进译：《社会理论与现代性》，社会科学文献出版社2002年版，第165页。

与后现代主义者不同，吉登斯、贝克等现代性的辩护者主张务实地面对危机，“仅仅发明一些像后现代这样的新概念是不够的，我们必须重新审视现代性本身的特质”^①。在他们看来，现代性的确如履泥途，却不至积重难返。为此，他们针对现代性危机提出了一套解释和解决方案，以重建现代性而非沉湎于批判的偏执和快感。

吉登斯和贝克首先将现代性进程分成两个阶段：第一阶段，即简单现代性，第二阶段，即高级现代性（吉登斯又称之为反思现代性、审美现代性）。自从欧洲发轫以来的三四百年间，现代性开创了人类历史的新纪元，消除了“短缺的专制”，实现了物质财富激增和民富国强。但是，片面追求繁荣的简单现代性在起始阶段就为自己埋藏了危机的种子：掠夺自然发展经济，导致人与自然尖锐对立，后者看起来一度被征服，却时刻准备着疯狂地报复人类；财富的生产和分配机制一旦失调，便会造成严重的贫富分化、利益板结和阶层对抗，“这种从不应有的贫困和依赖中解放出来的承诺，都是以社会不

平等范畴进行行动、思考和研究的基础”^②；同时，工具理性消解了宗教信仰、传统道德、神话和艺术的灵韵，滋生了意义的危机。现代性“只处理了人类文明表层的文化现象，并未深入人类精神性的、理想性的，亦即人灵性生命的深层价值”^③。

当人们从财富增长最初带来的惊喜中平静下来，并逐渐感受到社会不公、道德沦丧、灵韵扫地、信仰缺失之苦，繁荣就不再是现代性的唯一合法性理由。吉登斯和贝克提出，现代性应当由此超越至第二阶段，即高级、反思的现代性。简单现代性创

① [英] 安东尼·吉登斯著，田禾译：《现代性的后果》，译林出版社2000年版，第108—109页。

② [德] 贝克、[德] 威尔姆斯著，路国林译：《自由与资本主义——与著名社会学家乌尔里希·贝克对话》，浙江人民出版社2004年版，第73页。

③ 参见曾春海：《中国现代化与后现代展望》，载《中共中央党校学报》，2011年05期。

① [德] 乌尔里希·贝克著，何博闻译：《风险社会》，译林出版社 2004 年版，第 3 页。

造了现代化的奇迹，也将人类文明逼向了风险社会，而反思现代性就是在风险社会中重振和拓展理性，实现

可持续的、整体性的进步。“我们正在见证的不是现代性的终结，而是现代性的开端——这是一种超越了古典工业设计的现代性。”^①

事实上，吉登斯、贝克承认鲍德里亚对现代性的批评，他们也认为现代性危机单凭经济增长和知识创新已难以解决。所不同的是，他们直面危机并力图革新和重建，鲍德里亚则表现出一种虚无主义宿命论的姿态。以前者的眼光看，既然现代性因其内在的动力机制而从工业社会转向了风险社会，那么仍应反思和善用这些动力机制，构建风险社会语境下的现代性目标、价值和道路。如此，现代性将在其高级阶段“被补充、被扩展、被重塑”^②。现代性并非一个凝固不变的模式，而是一个动态延展的过程。在第一阶段，现代性初步解决了人的物质和权利的匮乏问题；而在第二阶段，现代性将消化自身产生的风险和后果，并实现新的超越。

② 参见 [德] 贝克：《属于自己的生活》，法兰克福 Suhrkamp 出版社第 56—57 页。1995 年版，转引自章国锋：《反思的现代化与风险社会》，载《马克思主义与现实》，2006 年 01 期。

除了吉登斯和贝克，哈贝马斯也是现代性的积极辩护者，他认为现代性是一项未竟的事业（原文是现代性——一项未完成的设计），必须从现代性内部出发重建现代性。^③即使是被认为后现代主义代表人物的利奥塔，也认为“现代性包含对自身的克服的承诺”，并可在“重生”和“革命”中重续合法性。^④鲍曼的两个观点同样具有启发性：如果说现代性是一个陷阱，那么后现代性虽然代表了一种解放的希望，却也不过是一个雷区——将世界爆破到支离破碎；现代性在其内部产生了相随如影的后现代性，后者的出现并不意味着

③ 参见 [德] 哈贝马斯著，曹卫东等译：《现代性的哲学话语》，译林出版社 2004 年版，前言第 1 页、第 49 页。

④ 参见 [法] 利奥塔著，谈瀛洲译：《后现代性与公正游戏》，上海人民出版社 1996 年版，第 154 页。

着前者的终结，而是为前者提供了一种
反思和觉醒的视角。^①

① 参见郑莉：《理解鲍曼》，
中国人民大学出版社2006年
版，第42页。

中国情境

在探讨吉登斯等人提出的现代性重建方案之前，我们有必要考察一下中国是否存在与西方相类似的情境和问题。自20世纪80年代以来，中国知识界对西方现代性与后现代性思想的激辩给予了高度关切，并在“古—今—中—西”等多个维度展开了有关中国现代性转型的热烈讨论。这些讨论大抵提出了如下议题：一是中国是否存在现代性问题？二是中国是否存在后现代性问题？三是如果前两个问题的答案皆为“是”，那么中国是否存在吉登斯等人所主张的重建现代性问题？

甲，第一个问题的症结是，尽管现代化的道路和方式——譬如科技创新和产业布局的现实选择是多样的，而现代性却只有一个——它来自西方，中国参与现代性转型即意味着要接纳西方的价值和文化体系。“现代性是唯一的，并不存在与西方现代性不同的中国现代性”^②，一旦中国被迫或主动卷入现代性，就势必颠覆传统价值，亦将消解主流意识形态。对此，有人主张西化，用后来的话说就是拥

② 韩克庆：《现代性、后现代主义与中国的现代化》，载《社会科学研究》，1999年04期。

③ 参见河清：《现代，太现代了！中国——比照西方现代与后现代文化艺术》，中国人民大学出版社2004年版，第371—373页。

④ 参见张法、张颐武、王一川：《从“现代性”到“中华性”——新知识型的探寻》，罗岗、倪文尖编，90年代思想文选（第一卷），广西人民出版社2000年版，第250—251页。

抱普世价值，提振中国面向西方世界的价值合法性；有人则提出“坚决抵制现代性，彻底回归传统……重新肯定中华民族自己的价值观、世界观、历史观和思维方式，重续中国文化的本根”^③；还有人主张以“中华性”取代现代性，而中华性包含中国传统和西方价值，^④这其实是一种理论上的平衡策略，在“既要……又要”的叙事中构建中国式现代性。

事实上，在知识界尚争论不休的时候，主流意识形态和改革开放实践给出了答案：高蹈现代性的科技和市场精神，科技被认为是第一生产力，市场经济无关姓“资”姓“社”；而在科技和市场之外，西方从传统向现代性转型的另外的历史基石，譬如宪政民主和公民社会，则审慎待之，有时还会受到“国情论”、“特色论”和“阶段论”的批评。

乙，至于第二个问题，“即使在依然寻求现代性的中国，后现代的来临已经是一个不争的事实”^①。在一定意义上，“后现代”首先是作为一种学术或思想策略在20世纪八九十年代被引入中国的。后现代主义者对现代性和资本主义政治、经济和文化发起了激烈批判，这些批判为一部分人反击西化、揭露资本主义罪恶提供了理论资源和证据，于是在主观利用或错解下，后现代话语得到了“主流”的默许。同时，后现代思想主张多元化、差异性、去权威、去中心，亦迎合了一部分人对于自由、平等、民主和进一步思想解放的想象。正是在这种各取所需的环境下，后现代成为思想界的热门话题。

① 张旭鹏：《后现代、现代性重建与中国的现代性问题》，载《史学月刊》，2006年05期。

及至邓小平南方讲话重启中国改革议程，市场经济和消费文化洪流奔涌，社会生活的各个领域都开始显露出“后现代的面孔”，后现代就不再只是一个理论话题和学术策略了。消费文化及其承载的后现代性精神，让刚刚摆脱物质匮乏和禁锢之苦的中国人着迷、狂热。人们在前所未有的消费体验中过上了“好日子”。“我们已经进入了一个新纪元，一场决定性的‘人文’革命把痛苦而英雄的生产年代与舒适的消费年代划分开了。”^②

② [法]鲍德里亚著，刘成富、全志钢译：《消费社会》，南京大学出版社2001年版，第74页。

丙，第三个问题的答案也是肯定的，中国同样存在现代性与后现代性的内在冲突，而解决的方案也是进一步释放现

代性的潜能。进入新世纪，现代性的“通病”在经济持续、快速增长的中国社会开始发作：财富激增而两极分化严重，功利主义猖獗导致道德理想衰微，社会问题增多，社会矛盾尖锐，掠夺式发展造成能源短缺、环境破坏——壮美的“中国梦”只能始于“沙逼北京，猪投上海”之足下。与此同时，后现代性的怀疑论和虚无主义亦有泛滥之势，公共舆论借由互联网平台动辄陷入狂欢、狂怒的“无中心”状态。在有关传统和主流价值的宏大叙事遭到怀疑后，怀疑就像欲望一样不断自我膨胀，以至于一切都变得可疑。当传统、现实和西方都不可靠，眼前的利益和快感就成为生命之源，浅思、浅爱、浅交往，面子即里子。

中国的现代性情境可谓独特而复杂。一方面，从鸦片战争至今，中国的现代性转型经常被打断，虽经百余年艰苦卓绝的努力，现代性却并未完全建立、发育成熟；而另一方面，后现代性则在市场化、全球化等内因外力的作用下已然崛起。无疑，积极的后现代性必须以成熟的现代性和充分的现代化为根基，而这个根基在中国尚不扎

① 参见陈晓明：《现代性之隐忧与多样性方案》，载《海南师范学院学报（社会科学版）》，2004年06期。

实。一些学者为此提出，不可盲目仿效西方对启蒙理性和现代性的批判，否则很可能“影响中国有待于完成的延期的现代性建构”^①。中国理应再度启蒙，推进

现代性对公民、市场和国家的深度建构。譬如，首先要建立成熟的现代民主政治，然后才谈得上质疑其局限。总之，正视现代性危机、在与后现代性的对话中拓展现代性，亦是关乎中国命运的重大课题。

二、再造共同体

吉登斯和贝克乐观地相信，尽管现代性困厄重重，风险社会动

① [德] 贝克、[英] 吉登斯、[英] 拉斯著，赵文书译：《自反性现代化》，商务印书馆 2001 年版，第 224 页。

荡不安，而人类仍可在反思和超越中重建现代性。他们强调，

“更多的反思、更多的专家、更

多的科学、更多的公众领域、更多的自我意识和自我批判可以在混乱的世界中开启新的更好的可能性”^①。实际上，他们所祈望的“更多”，就是基于自我认同和社会认同，再造从生活世界到整个人类社会的命运共同体，从而以共同体的力量推动现代性由简单、低级上升至高级、审美阶段。

风险社会

1986 年，贝克在《风险社会》一书中宣告了风险社会的到来，而随后二三十年的全球社会发展实践从各个维度、层面印证了他的预言。贝克当时的预言是，随着现代性在广阔历史时空中的延展，尤其是从工业社会过渡到后工业社会，人类遭遇的风险将呈现如下趋势：由自然风险转向人为之社会风险，由局部风险转向全球风险，从单一风险主体转向多元风险主体。如是，人类将迎来不确定性遍在、灾难频发的风险社会。

中国情境也印证了贝克的预言。作为一个译介的概念，“风险社会”在 21 世纪初尚停留在中国学者解读贝克的学术文章里，但此后十余年间，它则指向了政府、企业和公众深切体验的真实社会境况。

风险和危机日益常态化、公共化，“成为一种认知框架

和价值安排，我们生存在危机中”^②。自 2003 年“非典”

起，禽流感、甲型流感等公共卫生危机，雾霾、水污

染、土壤污染等生态环境危机，大地震、泥石流等天灾，产品、企业、

产业和经济增长模式危机，拆迁、征地、民生未济、社会保障缺位

② 参见胡百精：《在危机中》，参见《中国危机管理报告 2008-2009》，中国人民大学出版社 2010 年版，第 2 页。

引爆的群体性事件，民主、法制、公平、正义诸领域关涉政治信任和决策合法性的重大危机，加之道德心灵、人文教化和精神信仰危机，以及来自国际社会的政经、外交和文化压力，在辉煌的现代化图景上投下了阴影。中共“十八大”报告明确提出，“我们面临的风险挑战前所未有”。

贝克认为现代性之所以导致风险社会，有两个主因：一是自然

① See Beck.U, *Democracy Without Enemies* }
Malden Mass Polity Press, 1998, p.26.

的终结，二是传统的终结。^①自然的终结并非自然消失不见了，而是伴随着科技化、工业化和城市化，未

经人类干预的自然变得稀缺，“人化自然”则越来越普遍。毋庸置疑，这是一个破坏自然规则、伤害人类与自然契约关系的过程，引发了自然对人类的报复。现代性造成了传统的断裂，而断裂、自反亦成

② 参见〔德〕贝克、〔英〕吉登斯、〔英〕拉斯斯著，赵文书译：《自反性现代化》，商务印书馆 2001 年版，第 10 页。 }

为现代性内蕴的逻辑。循此逻辑，“现代化的基础与现代化的后果”之间持续冲突。^②譬如，现代性追求创新、进步，而创新必然导致社会系统越来越复杂，且始终

处于漏洞百出的风险和不确定性状态。现代性在告别传统后，制造了人与自然、信仰与知识、真与美、秩序与混乱、效率与公平、民主与权威的尖锐对立。后现代主义者正是在此处发起批判，断言这些对立、危机可能导致人类文明的虚无和终结。

贝克详细分析了现代社会面临的主要风险类型：自然风险（如生态环境危机和传染病等）、社会风险（如失业和各种社会冲突）、经济风险（如经济和金融危机）、意识形态风险、信任风险和暴力风险（如核战争和生化战争）等。他提出，诸如生态危机、传染病、金融危机、恐怖主义、大规模杀伤性战争等风险，远非一时一事一己之功可以化解，而必须以族群乃至人类共同体的力量谋求转危为安。

同时，现代性的个人化和全球化趋势也使共同体建设变得重要

而紧迫。在现代社会，个人主义泛滥，个体变成游弋的原子，自我、私利过度膨胀，而社会关系疏离、松散。这种极端的个人化趋势，既容易引发、积蓄风险，同时也造成个体应对风险时的孤立和孱弱。全球化趋势一方面导致风险向全球扩散，一方面也意味着全球化本身将产生更多的新风险。在这一点上，贝克和吉登斯有高度共识：“生活在全球化时代里意味着我们要面对更多的、各种各样的风险”^①。

① See Anthony Giddens, *Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives* (New York: Routledge, 2000), pp.88-89.

在克服风险社会、充盈现代性的具体方案上，贝克赞同“参与民主”的思路。所谓参与民主，即包括普通公民在内的所有利益相关者皆应介入公共决策，以创造能动的政治、能动的社会，增强共同体应对风险、化解危机的能力。以参与民主的视角看，即使在西方的民选政治系统中，公民也一直未获得积极、充分参与公共事务的机会。专家政治、精英政治和程序理性始终占据主导地位，普通公民的意志和行动经常被排除在决策过程之外。及至风险社会降临，公民参与乃是重建认同与合法性，以共同体的力量抵御无所不在的现代性危机的必由之路。譬如，没有公民参与的环保运动是不可想象的。又如，在公民缺席的情况下，统治精英一厢情愿发起重建价值理性、意义世界的人文教化运动亦难以成功。参与民主模式同样适用于全球风险治理，贝克认为开展风险治理国际合作势在必行。

贝克的参与和合作、参与和共同体观念并不抽象，对于应对风险社会有切实的指导意义。譬如在具体的风险和危机事件中，政府、企业理应确立共同体的价值取向和行动框架，最大限度说服、动员危机中的利益相关者。与之相反的取向是，将危机管理视为一个以我为主、单边行动、消除异见的过程。这种取向可能导致两个后果：一是由于现代社会的危机越来越复杂、多变，单一主体难以支撑困局，

最终落得满盘皆输；二是纵然度过眼下的危机，但由于排拒了利益相关者的参与，或以利益相关者为“对立面”而采取征伐、打压之策，最终造成严重的认同与合法性危机。

实际上，贝克之所以认为风险社会并非一个太令人悲观的概念，就是因为他相信人类能够以共同体的力量反思和超越工业社会的理性基础，充盈现代性价值，推动现代性进行主动的自我建构。他提出，在风险社会中，既然人人承受风险之害，人人也自认是受害者，那么就应该唤起一种“集体命运感”。这种命运感既是一种事实——

① 参见薛晓源、刘国良：《全球风险世界：现在与未来——德国著名社会学家、风险社会理论创始人乌尔里希·贝克教授访谈录》，载《马克思主义与现实》，2005年01期。

风险社会使然，也是一种价值——人类理应如是。他呼吁，政府、企业和各种社会组织皆应以共同的力量，在国家内部、国家之间建立双向沟通、合作的关系网络，以形成协同的风险治理模式。^①

生活政治

吉登斯和贝克一样对重建现代性抱乐观态度。他认为现代性批判不是终点而是开端，犬儒式的悲观主义显然不可取，人类应以自己的理性和能力让世界变得更好。为此，他主张通过“反思性思维和实践性搏击”，亦即“激进的卷入”来应对风险社会和重建现代性。如是搏击和卷入，致力于平衡发展与风险的关系，革除简单现代性和工业社会无节制、压迫性的弊端，推动现代性由低级走向高级、反思和审美。在吉登斯看来，反思现代性在其本体论、方法论和价值观上，

乃以“眷顾和关怀人的现实生活世界”为前提。^②换言之，人类应借由“对社会关系进行反思性定序与再定序”，^③实现工具理性和价值理性协同进步拓展，再造声、色、美的世界。

② 参见王能东：《“自反性现代性”理论述评》，载《国外理论动态》，2009年07期。

③ 参见[英]安东尼·吉登斯著，田禾译：《现代性的后果》，译林出版社2000年版，第32页。

较之贝克，吉登斯提出的现代性重建方案更为复杂和精细，包括超越匮乏型经济、再造环境伦理、实施对话民主、建设非暴力社会等等。以下通过三个关键词介绍吉登斯的方案：

甲，对话民主。在吉登斯看来，对话民主既是现代性的重建方案之一，又是其他方案得以实践的主要手段。他的逻辑并不复杂，既然现代性危机深重，风险社会充满不确定性，那么增进人际之间、社群之间、民族国家之间的对话、认同和合作势在必行。吉登斯主张培育多级、多维的对话民主：

个人生活世界、亲密关系领域的对话民主，即在现代化、风险社会语境下重振人际交往，建立平等、诚实的婚姻、家庭、性和朋友关系；社会运动和自治团体领域的对话民主，即充分发挥社会运动和自治团体的作用，打破等级制度和权力垄断，开辟更加广阔的社会对话空间；组织层面的对话民主，即组织内部、组织之间在对话、协商中增进信任和协同；民族国家之间的对话民主，即培育世界主义民主，以解释和解决全球性风险问题。

乙，积极信任。显然，吉登斯的抱负是建构一个从日常生活到社会运动、从单个组织到社会系统、从民族国家到国际社会的对话系统。借由对话，多元主体将协同促进现代性重建，再造社会团结、共同体生活和意义世界，激励人们以整体的力量创造繁荣、应对危机。但是，时空分离、脱域、反思性等现代性动力机制使人与人之间丧失了基本信任和本体性的安全感。在缺少信任和安全感的状况下，对话、认同和合作皆难以为继。于是，吉登斯又提出积极信任的概念。他把人们对既定路径、规范、制度和权力的接受与遵从称为消极信任；把主动从他者那里赢得的信任称为积极信任。^①

① See Anthony Giddens, *Europe in the Global Age*, London, Polity Press, 2007, pp.140-142.

丙，生活政治。对话民主基于积极信任，前者的存续和升级须以后者为条件。那么，积极信任来自哪里？吉登斯认为，积极信任生发于个人生活世界中的“纯粹关系”，譬如爱人、家人、朋友之间

① 参见〔英〕吉登斯著，赵旭东、方文译：《现代性与自我认同》，生活·读书·新知三联书店 1998 年版，第 7 页。

可以抛开外在附加的标准、彼此真诚和平等敞开的相互关系。^①这种关系并不依靠功利或伦理上的社会义务来维系，却能够提供本真性的承诺、安全感和确定性。

经由“积极上升”，人际交往领域的积极信任机制和平等对话精神可以扩大至抽象系统、专家系统、民族国家和全球秩序；如果积极信任机制得以确立，那么时空分离、脱域和反思性所造成的社会风险、信任危机和本体性的安全焦虑就会得到缓解，社会团结、文化共生和全球良序就会一直有希望。

克服现代性危机须以对话民主为手段，对话民主须以积极信任为前提，而积极信任生发于生活世界。如是，重建现代性的逻辑和现实起点便落在了如何创造美好的生活世界上。吉登斯的一个洞见是，简单现代性只实现了宏观层面的“解放政治”，却未能触及微观上的“生活政治”。而在高级现代性阶段，政治既要处理传统的宏观性、制度性议程，也要考量日常生活、人际交往等微观问题。

简单现代性的政治范式是“解放政治”，它强调理性——主要是工具理性，张扬主体性——二元论、决定论和某种意义上的斗争哲学，旨在改变物质和权利的匮乏状况，实现社会由低级向高级进化。从启蒙之初到 20 世纪，西方国家和包括中国在内的后发展国家大多经了解放政治，创造和享了解放政治的成果。解放政治强调统一性、确定性、权威和中心，却限制了多样性、自由和平等，造成了文明祛魅。同时，解放政治把眼光投向民族国家、政党、政府、阶层等宏观范畴，专注于怎样把人从外在的和制度层面上的剥削、压迫和不平等中解

放出来，而忽视了个体的、内在的、心灵的微观解放。

若欲克服、弥合这种宏观解放的粗暴、宽疏和物化，高级现代性的政治范式应着眼于个体、内在和心灵的微观解放，直面人的生存和道德问题。这就是“生活政治”，它关心“我们如何生活”、“什么样的生活值得过”，关心身体、性、自我、安全、认同、美感、意义和生态环境等问题。生活政治不回避微观、个体化的在世状态和生活路线图等平常、琐碎问题，恰恰相反，正是在对这些问题的观照中，自我认同、纯粹关系、积极信任、对话民主才能扎实地培育和生长，现代性病症也才有望痊愈。

我们可以将吉登斯的思路概括如下：简单现代性和解放政治极致发挥了启蒙理性之中的工具理性，在宏观上逐步解决了人类社会的物质匮乏和世俗权利问题；而高级现实性和生活政治则重振启蒙理性之中的价值理性，在微观上解决人的认同、信任、安全、德性、灵韵和信仰等问题。如是，现代性将得到整体性拓展，潜能被进一步释放，并将造就基于积极信任、对话民主的现代共同体。

社群主义

作为 20 世纪最有影响力的思想家之一，加拿大哲学家泰勒（Charles Taylor）也从认同和共同体的视角切入寻求现代社会危机的拯救方案。他认为现代性存在三个严重的隐忧：个人主义泛滥，工具理性泛滥，以及由前二者导致的政治危机和自由的沦丧。以下分而述之：

甲，个人主义。个人主义是自由主义的起点和基石，同理性、主体性一样是启蒙运动的产物。实际上，对主体性的强调必然导致对个人权利和自由的重视。这原本是好事，但个人主义却随着现代

性转型的深入而呈泛滥之势，并导致了意义的丧失。个人退守到自我的领地，追求无拘无束的生活享受，却疏离了社会和公共空间，深陷于“喜怒无常的情绪”和“莫名所以的焦虑”之中。在个人主义盛行的原子式社会中，善和其他崇高的意蕴逐渐丧失，每个人都在文化解体中变成“滑落虚无主义深渊的自由落体。”

乙，工具理性。泰勒大抵继承了韦伯对工具理性的定义，“一种在计算最经济地将手段应用于目的时所依赖的合理性。最高的效率，最佳的投入产出比乃是其衡量成功的标准”^①。效率和成本原则最终

① Charles Taylor, *Invoking Civil Society, in Philosophical Arguments*, Harvard University Press, 1995, p.217.

将工具、手段转换为目的，真正的目的反而黯淡不彰了。譬如，赚钱本是过上美好生活的手段，却在机关算尽之中成了生活的目的。正可谓认影子为真人。作

为物和工具的奴隶，现代人过着没目的、没意义的生活，劳神遁形，不肯悔悟。

丙，自由的沦丧。现代性对主体性、个体权利的许诺，以及个人主义的扩张会导致自由的沦丧？是的，正如我们在前面反复论及的那样，现代性总是走向自己的反面。由于个人退守到私人领域——譬如沉迷于消费，对公共领域漠不关心，导致现代政治一直缺少公民的积极介入和有效监督。一方面是个体的冷漠、分散和无助，一方面则是现代社会缜密的结构、程序和话语设计，二者共同形成了一种“温和专制主义”的恶性循环。

泰勒提出，为了缓解现代性之隐忧，人类社会应当重建认同和重返休戚与共的共同体。人并非自足的存在，只有在对话、关系和共同体

之中才能获得意义感、身份感和归属感。他说，“一个人只有在其他自我之中才是自我”^②。因此，造就“共同体之中的人”，乃是克服个人主义、自由主义、工具

② [加]泰勒著，韩震等译：《自我的根源：现代认同的形成》，译林出版社2001年版，第49页。

理性泛滥成灾的根本之计。与泰勒形成呼应之势的，还有麦金泰尔 (Alasdair Macintyre)、桑德尔 (Michael Sandel)、贝尔和普特南 (Hilary Putnam) 等人，他们在 20 世纪末形成了一个思想阵营——社群主义 (communitarianism)。社群主义又译共同体主义，再造共同体乃是这一脉思想的基本主张。

在 20 世纪末，一张照片在世界范围内广为流传：

人类从太空俯瞰地球，一个水蓝色、散发着柔和光芒的星球，置身其中，它仿佛是整个世界；而之于浩瀚

① [英]彼得·沃森著，朱进东、陆月宏、胡发贵译：《20 世纪思想史》，上海译文出版社 2005 年版，第 674 页。

宇宙，它又只是一个“相对小的，最重要的是，相对有限的世界”^①，人类共同栖居在这个有限的世界上。19 世纪末至今的人类文明进程，大抵上是一个人与人之间、族群之间、国家之间彼此发现的过程，信息、技术和资本正在努力连通世界的每一个角落。这意味着要以整体的理解力和普遍的道德来面对新的人类境况、在世状态和发展条件。

在此背景下，社群主义以批判和超越自由主义的姿态崛起。在社群主义看来，自由主义理想之所以幻灭，是因为它们把“双向度”的人推向了“单行道”。完整的人性存在两个向度：自然的人和社会的人。自由主义将前者极致演绎，主张个人选择至上，一切限制和强迫皆属罪恶，而社群主义则认为正是社群构成了人“此在”的先决条件，因而疾呼“人与社会重新相遇”。

如前所述，个人主义、自由主义是启蒙和现代性的产物。现代性号召人们走出专制和神谕，在民主的世俗中好奇地发现自我。自我的命运与神祇的宠爱和权威的愤怒并无关联，“我们的本质在于我们的存在”、“我们把上帝定义为自己的未来”^②。如此，每个人都是独特的行动者，同时也是

② [美]理查德·罗蒂著，黄宗英译：《筑就我们的国家》，生活·读书·新知三联书店 2006 年版，第 18 页。

他人的旁观者，这就切断了个体与宗教的神秘链条，也放弃了与共同体的联结，转而建立个人的神话天堂。社群主义批判自由主义把选择当作目的的观念：分裂的原子似乎循着各自的轨道自由前行，其实全然不知自己的方向。贝尔提出，“一个人如果没有一个可以被叫作家的地方，他总是知道生活里缺少了些什么，这可以说是灵魂的一个缺口。”^①正是认同和共同体而非其他因素使人更有力量。只有承认和尊重共同体的存在，人的思想和行动才有意义，真正的自由、正义和安全才有保障。

① [美]丹尼尔·贝尔著，李琨译：《社群主义及其批评者》，生活·读书·新知三联书店2002年版，第101页。

更进一步，自由主义将个体权利视为人参与世界的第一目标，人们需要承担道德义务，但如果义务只带来限制，社会只施予强迫，那么不如抽身而去。历史并非整体性的叙事，而应成为个人话语的归宿。共同体及其施加的政治力量要找到自己适宜的去处，而不是粗暴地介入个体的生活世界。社群主义指责自由主义是带来冷漠、背叛和冲突的危险思想：在自由的招牌下，人们无情无义、自私自利，行为怪异、放荡、迷醉，只承担肤浅的义务，却总是让文明付出深刻的代价。作为补救，个体应在共同体中分享公共精神，追求长远利益，履行积极责任。同时，个体不应闪避权威，在需要的情况下，政治有理由介入信念重塑和规则调整。

从以上辩论中可以看出，社群主义的核心观念主要包括三个方面：一是集体主义的自我观，即个体在共同体之中才能成就自我；二是公共利益优先的政治理论，即共同体利益是个体利益的基本保障；三是目的论的伦理取向，即善优先于选择，选择的自由不能毁灭善。总之，泰勒等人宣称，社群主义既承认个体的尊严，又重视人类存在的社会性。

三、乌托邦的轮廓

从贝克、吉登斯到泰勒及其社群主义阵营，再造认同、共同体皆被视为重建现代性的重要方案和面向。吉登斯将缓解现代性危机、拓展现代性价值的态度和理想称为“乌托邦现实主义”：一方面承认改造现实世界的紧迫性，一方面也要超越性地将现实世界引向安全、人道和善。在吉登斯看来，现代性危机已然到了必须务实、制度化地加以解决的时刻，同时人类亦应“打开窗口以迎接未来”，追寻那些对于美好生活必不可少的价值和理想。^①本章最后一段落便采取如是乌托邦现实主义态度，考察重构现代认同和共同体的若干基本问题，并寻找从现实通往乌托邦的梯子。

① 参见[英]安东尼·吉登斯著，田禾译：
《现代性的后果》，译林出版社2000年
版，第155页。

本真理想

重构认同和共同体面临着一个无可回避的难题：如何处理普遍性与差异性或曰同一性与多样性的关系。显然，简单套用黑格尔的辩证法，在理论上将二元关系表述为“既要……又要……”是不符合乌托邦现实主义之务实取向的。在实践中，我们认同他人，或加入某一共同体首先遭遇的便是普遍趋同或自我独立的纠结。过度趋同意味着依附、丧失主体性、他人即地狱、集体即专制，这种共同体生活是不值得追求的；不合群的独立性、差异性自然也是不可取的，它们意味着边缘和放逐——在高同质化的共同体生活中，独立会造成孤立，差异则带来差距。

实际上，现代认同和共同体危机的一个重要根源就是普遍性与差异性之间的对抗和断裂。正如我们在前面反复论及的那样，现代

性强调统一、权威、中心和秩序，推崇合乎普遍性、目的论和因果论的宏大叙事；而个体则在现代性转型中采取了一种相反的姿态，即退守到离散、多样、碎片化的私人领域。这就形成了现代社会两处“分立”的景观：一厢是无处不在、绵密、统一的结构和秩序设计，一厢是个体化、原子式、自由而孤立的生活轨迹。两厢较力、拒斥之下，前者逐渐失去了来自后者的信任和合法性赋权，后者也未能获得来自前者的人本关怀和微观解放。

泰勒直接回应了这一难题。他的解释方案大抵有如下要点：

甲，承认的政治。由于普遍性与差异性的区隔、对立，现代社会形成了两种关系紧密而又紧张的政治思想：普遍主义政治（politics of universalism）和差异性政治（politics of difference）。二者皆有其自洽的辩护理据：普遍主义政治以同一性为逻辑起点，强调共同价值和“公意”乃是共同体得以建立、维系的基础，所有个体皆享有平等的尊严，譬如有人信奉普世价值；差异性政治则体现了多元主义的价值观，强调差异是绝对的，普遍却是相对的，差异化的个体、观念和文化在价值上是独特且平等的，譬如“我的地盘听我的”、“这是我的真理，你的呢？”不难发现，前者重视价值上的同一性，后者更在意价值上的独特性。

泰勒要走的是第三条道路，即承认的政治（politics of recognition）。既然称之为第三条道路，那么承认的政治就需要回避普遍主义政治和差异性政治各自的缺陷，并尽可能融合二者的优胜处。泰勒认为承认是认同的重要来源，“认同部分地是由他人的承认构成的”，“得不到承认或只得到扭曲的承认”必将造成伤害和压迫，“将人囚禁在一种虚假的、被扭曲的和被贬损的存在方式之

① See Charles Taylor, "The Politics of Recognition," in *Multiculturalism and the Politics of Recognition*, Princeton University Press, 1992, p.25.

中”^①。所以，承认既是建立自我认同的主动需求，也是寻找归属、赢得他者尊重的积极

动力。以承认的观念看，多样化、差异化的平等主体存在形塑同一性价值的必要性和可能性。换言之，为了获得承认，多元主体之间的同一性和多样性可以达及各得其所、皆大欢喜的和谐之境。问题是，承认何以成为个体、政治和文化的自主自觉的追求？

乙，本真理想。泰勒提出，若欲挺立承认的观念，以协调普遍性与差异性的关系，就要重振人的本真理想（authenticity ideal）。本真理想是启蒙运动之初最受重视的概念之一，是启蒙思想的重要基石。所谓本真性理想，即人在脱离上帝、返回自身后，尚可支撑“人之为人”的根本依据。启蒙思想家康德、霍布斯（Thomas Hobbes）、卢梭之所以对人的理性和主体性持以乐观态度，就是因为人拥有一种天赋的道德意识和本真理想。本真理想确立了“我的方式”，使自我成为积极、独特、纵深的存在，譬如追求美好生活，尊重他者，承担义务。泰勒认为，本真理想是一个人“内心的声音”，是独一无二的理想，是忠实于自我的内在约定性。^②

② 参见汪晖主编：《文化与公共性》，生活·读书·新知三联书店1998年版，第295页。

然而，这并不意味着人是自足的——像自由主义宣称的那样，本真理想的确是独特、内在的，却必须与“有意义的他者”交往互动才能实现。泰勒清理了卢梭、赫尔德（Johann Gottfried Herder）等启蒙思想家的观念，也借鉴了米德（George Herbert Mead）等后世社会学者、政治学者的理论，据此提出了两个判断。第一，如前所述，本真理想即“我的方式”，我的内心召唤我如是思考、表达和行动。否则，生活便无意义，自我亦不过是空洞的存在。第二，自我存在

于他者之中，来自他者的认同和承认是自我建构的基本依凭和面向。与此相应，本真理想是自我与那些“有意义的他者”在对话中得以确认、激活和伸展的。

丙，重返个体与促进对话。在简单现代性阶段，个体的本真理想是由理性、进步、真理等宏大叙事建构的，是社会和民族国家对个体自我认同的预设。在这一点上，后现代主义者主张解构和反叛是有道理的，他们希望摆脱宏大叙事和外部预设，以重新发现以“我的方式”存在的人。泰勒的眼光则更为深邃和周全，他至少看到了如下问题：第一，不应全盘否定现代性的道德理想，亦不应沉湎于它的低级实践形式，现实的任务是重振启蒙时代即已提出却一直被忽视、被外部预设所贬抑的本真理想；第二，重振本真理想的下手处，是微观和个体化的，即从日常生活切入，造就忠实于自我之独特性，同时也寻求承认和认同、分享共同体价值的积极公民；第三，促进对话，对话是本真理想的基本特征和实现方式——若无对话，个体怎样才能确认什么是“我的方式”并将之完善呢？

泰勒与吉登斯可谓殊途同归，他们将缓解现代性隐忧和危机的方案都落实到了微观层面——个体及其生活世界，并试图在乌托邦和现实世界之间架设一把梯子——对话和对话民主。在主体上，吉登斯所展望的生活政治其实就是一种自我实现的政治，这与泰勒基于个体之本真理想而培育承认的政治是相通的；在方法上，他们皆以对话为通途，强调在对话中弥合解放政治与生活政治、共同体与个体、同一性与多样性、工具理性与价值理性的断裂。

自由与安全

鲍曼所关心的是重构共同体时如何处理另外一个难题——安全

① See Best, S.1998, "Zygmunt Bauman", }
British Journal of Sociology, 49, 2.

与自由的悖论。作为“一只披着
后现代主义羊皮的狼”，鲍曼以

“令人难以置信的华丽的语言”表达了对共同体的眷恋。^①他将共同体比喻为温馨的家、温暖的壁炉，隔绝了外界的风险和黑暗。在共同体之中，人们相互信任、依靠、宽容，即使争吵也是为了使“我们”的生活更美好，即使犯错也会获得同情、理解和救助。

总之，“共同体”这个词给人的感觉是不错的，“有一个‘共同体’，置身于‘共同体’中，这总是好事”^②。

② [英]齐格蒙特·鲍曼著，欧阳景根译：
《共同体》，江苏人民出版社2003年版，
序曲 1-3 页。

然而，现代社会摧毁了传统意义上的共同体，使之成为“失去的天堂”——一个我们热切渴望重返其中的天堂。起初，共同体的价值是被刻意颠覆的，及至人皆流离失所、重返补救时竟已杳渺难追。鲍曼频繁使用的一对比喻是“观光客”和“流浪者”。他提出，在“非共同体”中生活乃是一种残酷的现实，我们像观光客、流浪者一样孤独地铺展人生路线，认同自我和理解他者都越来越难。那么，人类早前为何要摧毁共同体呢？

在《共同体》一书的开头，鲍曼引述了古希腊神话中坦塔罗斯的故事，说明共同体存在的一种二律背反：安全与自由。共同体所许诺的核心价值是安全感、确定性，诸如温馨、信任和互助等价值皆由此派生而来或可归入其中。而寻求安全感和确定性的庇护，必然意味着牺牲自由。鲍曼的说法是，为了获得作为共同体成员的好处，你就要在自由、自主、自决或“成为自我的权利”方面付出代价。共同体在现代社会衰落的根本原因，就是它的安全感、确定性压迫了自由。而在启蒙理性、主体性、个人主义、自由主义的鼓励下，现代人开始逃离共同体，逃离之旅并不愉快。在共同体家园瓦解后，人们漂泊于充满不确定性的、戏弄碎片的生活图景之中，根基尽失，

归属亦无。按照后现代主义者的断言，逃离的终点将是虚无、幻灭之境。

社群主义正是为了纠偏自由主义，拯救这场虚无主义的逃离而兴起。在孤独的漂泊中，人们泛起了强烈的共同体乡愁，渴望认同、安全感和确定性。如前所述，麦金泰尔、泰勒、贝尔等社群主义者呼唤“人与社会重新相遇”，鼓励个体重返共同体并在其中成就自我。在西方，社群主义之所以能够在20世纪80年代以后的二三十年间迅速崛起为与自由主义平起平坐的哲学话语体系，最直接的理由便是为饱受精神上离乡之苦的现代人重新规划了共同体家园。就像往昔失去的天堂一样，共同体家园许诺了信任、互助、亲密关系和公共之善，当然最重要的还是安全感、确定性。

鲍曼同样期待重返共同体，但是他深感社群主义者并没有解决安全与自由的悖论。他重申，“失去共同体，意味着失去安全感；得

① [英] 齐格蒙特·鲍曼著，欧阳景根译：《共同体》，江苏人民出版社2003年版，序曲6—7页。

到共同体，如果真的发生的话，意味着很快失去自由”^①。如果这个悖论得不到解决，单把早前从共同体

中逃离的现代人由一个极端召回另一个极端，绝非拯救之道。没有安全感、确定性的自由，同没有自由的安全感、确定性一样，“都是一种奴役的生活”。尽管社群主义不断将自己与大统一的“集体主义”划界，而包括鲍曼在内的批评者仍然倾向于将之定义为一种奉行集体主义信念的“新集体义”。显然，社群主义稍有不慎便可能重蹈现代社会理性秩序的藩篱，使个体命运再度被结构化的社会力量所形塑，沦为理性设计和意义宰制的对象。

在鲍曼看来，现代社会形成了两种病态的、残缺的共同体：第一种是类似于“隔离区”的共同体，偏执地将共同体成员与外界区隔开来，通过排除异质性来换取简单的归属感和安全感；第二种是“美

学的共同体”，即围绕特定偶像或焦点事件形成的临时共同体，为人们提供可“当下”体验的安全感和确定性。第一种共同体与其说是提供安全感、确定性的家园，还不如说是“制造社会分裂、碎片化和
社会沦丧的实验室”。从长远看，它们既无安全感，亦无真正的自由。第二种共同体乃是陌生人的集合，大多难以存续，尤其是当人们之间的关系真正变得重要起来时，它们就消失了。因此，两种共同体皆非现代人安身立命之所。

鲍曼提出重构“真正的共同体”，以平衡安全和自由的关系。他敏锐地指出，现代性的观念、价值和范式适用于解决诸如社会、民族国家等宏观层面的问题，而后现代的态度、立场和路径则着眼于个人。^①前者所擅之长在于提升人类的自治、认同和团结，后者将行动的主体落实为个人，致力于个体的自由和解放。换言之，“现代性知识旨在实现国家和社会权力的理性化；而后现代知识旨在实现个人行为的理性化。”^②据此，鲍曼重构共同体、拓展现代性的思路便可以概括为：促进现代性价值和后现代性关怀的对话，使前者的认同和确定性价值与后者的自由和多元观念在对话中走向融合。

这一思路跳出了安全与自由的悖论关系，二者不再非此即彼，而是处于动态的对话之中。循此思路，鲍曼提出通过建构公共领域来再造共同体。他的设想是：在微观上，个体应拓展生存的道德——过有德性的生活，承担对他者的道德责任，创造实现自我价值和人类团结的伦理基础；在宏观上，政治应着力建构公共领域，改变社会系统与私人领域的疏离和对峙。在公共领域中，个体与共同体乃是一种动态、持续的对话关系，一方面避免共同体泯灭个体的尊严

① 参见〔英〕鲍曼：《是否有一门后现代的社会学》，参见〔美〕史蒂文·塞德曼编，吴世雄等译：《后现代转向》，辽宁教育出版社2001年版，第269—270页。

② 陈晓明：《现代性之隐忧与多样性方案》，载《海南师范学院学报（社会科学版）》，2004年06期。

和自由，一方面也为身心漂泊的个体指明确定性的归宿。如是，自由与安全大抵可以动态、平衡共处。

对话转向

鉴于第六、七两章出场人物众多，思辨和论述繁复，我们有必要将他们提出的概念与观念、方向与方法作出专门的概括和总结：

甲，现代性神话。现代性肇端于17—18世纪的启蒙运动，它使西方社会告别传统、走向现代。及至20世纪，现代性得以在全球伸展，大多数国家都卷入了现代性转型。在观念层面，现代性承载着理性、主体性、自由等启蒙价值；在实践层面，现代性表现为以科技进步、工业化、城市化、市场化、民主化为主要手段的现代化。从现代性的谱系看，一个现代国家意味着民主政治、市场经济和公民社会彼此分立、协调发展。

现代性以启蒙理性为认识和价值之源，相信人的理性能够规划、创造历史和社会生活。启蒙理性包括工具理性和价值理性，前者是指由效率、成本原则主导的计算理性，后者是指人类在德性、审美、信仰上的合理化追求。主体性强调“人对自然立法”，主张以自我为中心，这使人成为权力和行动的主体。自由被视为天赋之人权，个人主义、自由主义成为西方乃至世界范围内最重要的一种意识形态和生活哲学。基于理性、主体性和自由等价值，现代性建构了由匮乏到丰裕、由低级到高级、由落后到发达的宏大叙事。现代人类文明表明，现代性的确兑现了它所许诺的有关进步、繁荣的神话。

乙，现代性危机。现代性内蕴着自反、自我否定的逻辑，越是向前挺进越是危机重重，以至于将人类推向了风险社会。启蒙理性激进而畸形，工具理性统治一切，价值理性凋敝衰微，意义世界坍塌，

人被物化。主体性原则过度膨胀，制造了人与自然、人与人、人与社会的尖锐对立，现代社会充斥着自然风险、社会风险、经济风险、信任风险和暴力风险。个人主义、自由主义泛滥，导致现代社会原子化、碎片化、虚无化。事实上，现代性的每一个关键范畴都制造了自己的反面，形成了遍在的矛盾性：秩序与混乱、认同与分裂、中心与边缘、生产与消费、所指与能指、拟象与真实，凡此等等。

当然，现代性为自己制造的最强大的反面“敌人”，便是后现代性。面对现代性危机，后现代主义者发起了激烈批判，并提出了去秩序、去中心、去权威、多样化、差异化以及更充分的平等、自由等解决方案。这些方案反映了现代性的矛盾和危机，挑战了现代性的宏大叙事和合法性，而且对“理性压迫”之下现代人的生存境况表现出强烈的关怀。但是，后现代性纵容——或者说无力阻挡消费逻辑在后工业社会的全面渗透和疯狂解构。若无节制，任凭一切意义、结构、认同和秩序被解构，后现代性必将导致文明的幻灭与虚无。因此，后现代性不堪为现代性的替代方案，自然也谈不上主导人类社会的未来。

丙，重建现代性。现代性转型乃是一个动态、持续拓展的社会历史过程，每一阶段皆有其特定的使命、主题和任务。简单现代性主要解决了人的物质和权利匮乏问题，一方面创造了进步和繁荣的神话，一方面也付出了工具理性猖獗、风险社会逼迫的代价。作为一项未竟的事业，现代性应当进一步拓展和释放自身的潜能以克服危机。这就要重申启蒙，重建现代性。重申启蒙意味着平衡工具理性和价值理性的关系，再造主体性原则，节制个人主义、自由主义的泛滥。重建现代性则是以此为基础，善用现代性的动力机制——诸如时空分离、脱域和反思性，推动现代性由简单阶段进化到高级、

审美阶段。

在重建、拓展现代性的方案上，贝克、吉登斯、泰勒和鲍曼等人的共识是再造认同和共同体。由于现代社会的风险和危机已然普及至自我、人际、社会、自然等几乎所有领域，他们深感只有以认同和共同体的力量才能促成真正的改变。认同关乎人的意义感、身份感和归属感；共同体是安全感、确定性的来源，是利益互惠的平台和交往互动的场域。按照我们在第一章提出的说法，重构认同和共同体其实既是一项“利益策略”——协同抗击风险、促进利益生产和互惠，也是一项“意义策略”——价值同构和意义分享。那么，何以在现代性语境下重构认同和共同体？

丁，对话转向。吉登斯、鲍曼等人都表达了对话以形塑认同、成就共同体的思想。他们在如下问题上形成了呼应、共振：一是微观改造，让个体成为有德性、抱持积极信任的对话者、参与者；二是促进工具理性与价值理性、解放政治与生活政治、同一性与多样性、安全与自由等诸多现代性二元论范畴之间的对话，实际上就是促进现代性与其反面——后现代性的对话，使前者的宏观进步与后者的微观解放并行不悖，甚或彼此增益。总体而观，吉登斯、鲍曼等人“既关注最小的生活细节，又关注最大的、引人注目的社会问题。”所以，他们提出的解决方案既有“高大上”的视野——大格局，又有精致的小玩意——微内容。而对话正是联结宏观与微观、“高大上”与小玩意、乌托邦与现实的梯子。我们在下一章会专门论及对话的价值，它使二元论范畴不再因静止、僵化而对立，而是在动态的平衡中并行或互生。

当重建、拓展现代性的方案落实到了微观、个体和对话，并与认同和共同体联系起来，本书前五章讨论的立言、修辞、叙事、宣

传和话语权等问题就变得既重要又实在了。我们在前五章的全部努力就是打通、整合古今中外的一些对话智慧，以在第六、七章提出的现代性语境下，拓展个体、共同体的对话观念和能力。如是，说服与认同便转向了对话——在对话中成就不朽和共同体。

第八章

对话主义

对话主义（dialogism）是来自前苏联思想家巴赫金的一个概念。起初，巴赫金用对话（dialog）概念指称小说作者与角色之间的相互建构，他发现人之自我是对话的存在，自我与他者是互为主体、彼此交流的共生关系。巴赫金的对话理论远远超出了一般文学、美学研究的范畴，指向了人、文化的存在前提和方式，因而称之为一种“主义”乃是名副其实的。在 20 世纪中后期的思想界，阿伦特、哈贝马斯与巴赫金形成了彼此呼应、拓展之势。倘若对话主义这个说法同时包含他们三人的对话思想，也许会变得更加充实、完整：巴赫金的对话理论，阿伦特关于积极生活和公共领域的论述，哈贝马斯关于“完美沟通”的批判和设计——公共领域、主体间性、交往理性等。

我们在上一章指出，对话被认为是克服现代性危机、重构认同与共同体的基本方案之一，并且是其他方案得以实现的手段。本章从巴赫金、阿伦特、哈贝马斯的对话思想切入，重点考察三个问题：作为一种“主义”，对话所抱持的基本观念和价值；作为一种解决方案，对话何以建构认同、共同体与合法性；作为一种范式，对话与互联网发起再度启蒙、拓展现代性的可能性。

一、对话及其可能性

巴赫金一生颠沛流离（1918—1975），曾被前苏联当局流放到西伯利亚——在当时的威权政治下举起对话旗帜，显然是可贵、真诚而令人不愉快的。自20世纪70年代起，巴赫金的著作被陆续引入至西方，并在80年代掀起了“发现巴赫金”的热潮。西方哲学、语言学界之所以推崇巴赫金，“主要原因是巴赫金理论与结构主义、后结构主义文论的共鸣”^①。事实上，巴赫金不仅契合了西方的语言学转向，而且像福柯一样引领了语言学转向中的话语转向，进而开启了话语转向中的对话转向。

① 刘康：《一种转型期的文化理论——论巴赫金对话主义在当代文论中的命运》，载《中国社会科学》，1994年02期。

语言学转向使语言成为哲学的核心议题——它联结了自我与世界、认知与行动，人们致力于寻找语言的“永恒结构”与离散的“后结构”；话语转向将语言与知识、权力问题联系起来，语言被视为历史和社会生活的建构者；对话转向则直指人与文化的存在前提、建构方式，实际上指明了一条人与文化的解放之路。正是这种重返人自身的、民主的、解放的对话主义，使巴赫金成为20世纪最重要的思想家之一。

对话与复调

在研究路径上，巴赫金和福柯有一个共同之处，即以特定的历史与社会生活现象为个案，或以具体文本为刻画、解释的对象。我们在上一章提到，福柯的话语理论来源于他对监狱、医院和学校的观察。巴赫金则以小说语言、审美活动中的作者和角色关系、陀思妥耶夫斯基的诗学问题为理论冶炼的矿藏。虽然是阐释别人的作品，

巴赫金却建构了属于自己的庞大理论体系。此中，对话理论是最基础也是最闪亮的部分。择其要者，介绍如下：

甲，人之自我乃是对话的存在。在解读陀思妥耶夫斯基的小说时，巴赫金总结了一种新型的主体与主体之间的关系：对话。他发现，陀思妥耶夫斯基在小说中建构了作者与主角的开放交流、平等对话关系。作者是独立、自主的，主角也获得了平等、自决的地位。不仅如此，作者和主角正是在对话中才确认、实现了各自的意义。由小说而普泛到人生戏剧，人的主体性，其实生发于自我与他者的对话。为了成就自我，一个主体必须寻找、创造对话的他者。当然，他者并非对象化、可支配的存在，而是拥有平等的主体性。巴赫金认为：“一切都是手段，对话才是目的。单一的声音，什么也结束不了，

① [俄]巴赫金著，白春仁、顾亚铃等译：
《陀思妥耶夫斯基诗学问题》，生活·读
书·新知三联书店1992年版，第344页。

什么也解决不了。两个声音才是生命的最低条件，生存的最低条件。”^①这与泰勒提出的本真理想的对话属性颇为接近，但巴赫金的论述要更早、更精致一些，

并且更关注对话本身。

巴赫金使用了视域剩余、外在性和超在性等三个概念来说明主体之间的对话关系。所谓视域剩余就是己所不见，譬如若无镜子，一个人便看不到自己的脸和后面。人皆生活在感性、表象、偏见的世界，有所不见是再正常不过的事情了。而对话的他者则可以弥合自我的视域剩余，拓展自我的外在性。在这一意义上，他者扮演了自我的延伸者角色，使自我获得了完整的主体性。基于对话中的视域融合、外在补充，一个人可以“全面、整体地把握自己，超越自己”，“最终达到互相补充和交融的完整、超在的理想境界。”^②

② 刘康：《一种转型期的文化理论——论巴赫金对话主义在当代文论中的命运》，载《中国社会科学》，1994年02期。

乙，人之思想的本质就是对话。我们曾在第二

乙，人之思想的本质就是对话。我们曾在第二

① [俄]巴赫金著,白春仁、顾亚铃等译:
《陀思妥耶夫斯基诗学问题》,生活·读
书·新知三联书店1992年版,第133页。

章言明,语言与思想是同构的,
并不存在脱离的思想形成和表
达。巴赫金是这种语言观的主

要贡献者之一,“同言论一样,思想就其本质来说是对话性的”^①。他进一步解释说,作为一种精神运作的过程和产物,思想并非存留在孤立的个人意识之中——那意味人的“退化以至死亡”;思想只有在同他者对话后,才能形成、发展、寻找和更新自己的语言表现形式,并衍生新的思想。简言之,人的精神活动要成为真正的思想,就必须置于同他者及其思想的积极交往之中。

显然,巴赫金赋予了对话以本体论和生成论的性质。本体论即对话作为人之自我和思想的本质而存在;生成论即人的主体性、思想皆在对话中得以形成和拓展。就此而论,对话既是一种交往过程、方式和手段,同时也以自足为目的。作为手段,对话即人与人之间的开放、平等的信息沟通,承担说服与认同的功能;作为目的,对话本身就是值得追求、珍惜、护持的生存状态。这并不是一个复杂的道理,若将立言理解为开放、平等的对话,那么,通过立言来实现立德、立功,对话即为手段;将立言视为与立德、立功同等重要、彼此相通的价值追求,对话即为目的。人生在世之所以离不开友谊,未必因为“多个朋友多条路”,而是“我的方式”恰恰存乎于自我与“有意义的他者”的对话之中;企业之所以费心竭力开展公共关系,也不见得是为了急功近利地吆喝什么,而只是单纯地与利益相关者维系一种对话关系。这种单纯的对话关系,恰恰是企业主体性和思想的来源。

丙,对话应以差异性为原则。在巴赫金看来,对话是不同意见的相遇和协商,是不同声音在交汇中形成多声部、双声部的“复调”。

与复调相对的是“独白”，即不顾对话者之间的多样性、差异性，唯求发出单一的声音。诸如“一致同意”之类的单一声音，无论多少人加入其中，亦不过是独白。真正的美、和谐，理应是复调而非独白。巴赫金认为，对话的差异性原则根源于“社会现实的多元性和矛盾性”，因此独白是违背客观现实的。^①同时，差异性原则也是对话各

① 参见〔俄〕巴赫金著，白春仁、顾亚铃等译：《陀思妥耶夫斯基诗学问题》，生活·读书·新知三联书店1992年版。

方独立性的反映，亦即对话者之间互不混淆、互不同化，谁也不是绝对真理的拥有者，谁也不是话语权的垄断者。

由是观之，巴赫金一方面强调了对话之于认同和秩序的价值——复调，一方面也捍卫了对话的差异性、多样性和独立性原则。前一方面体现了鲜明的现代性态度，后一方面则是典型的后现代主义立场。在巴赫金的对话主义中，现代性的价值追求与后现代性的多元关怀是并行不悖的。

丁，对话将走向何处？人们希望自己被倾听，希望被别人理解，这使对话成为一个开放的、未完成的、未定论的动态过程。对话的“未完成性”具有深刻的哲学和历史意义，它要求人们不断选择、创造和超越。在个体层面，人并非自足，自我的存在是不完整的，而持续的对话则可补充、完善自我；在共同体层面，对话是化解冲突、解决问题的可持续性方案。对话不一定非要得出结论、达成共识，它本身即意味着认同和严肃的超越。我们在下面还会专门论及对话的超越性。

积极生活

巴赫金将对话视为人之存在的条件和方式，强调了自我、主体性的对话本质，这就弥合了启蒙思想中主体性原则的局限。启蒙倡

扬人的主体性，而主体性的过度膨胀则衍生了一种斗争哲学，造成了人与自然、人与人、人与社会的疏离和对抗。而按照巴赫金的对话主义，人对主体性的追求并没错，但是主体性理应在对话中得以形成和完善。换言之，对话主义超越了主体性原则的悖论：一强调人，自然就终结了；一强调自我，他者就对象化了。从对抗到对话，意味着人在面对自我和世界时根本观念和方式的改变。

需要指出的是，尽管巴赫金的对话主义思想“超出了单纯的作品分析，具有普遍适用意义”^①，但毕竟是主要面向美学、人文领域的阐释和建构。而阿伦特和哈贝马斯关于积极生活、公共领域、主体间性和交往理性的论述，刚好在历史和社会生活领域呼应、拓展了巴赫金的对话观念。当然，这并不是说后二者在对话问题上与巴赫金有直接的互动和传承，而是强调他们在20世纪中后期西方总的哲学背景和思想基调中，殊途同归而又各有气象。

阿伦特（1906—1975）同样是20世纪最重要的思想家之一。作为一个犹太学者，她在1941年从纳粹德国的屠杀中逃亡到美国，经历了连续战争、充满道德和人性灾难的40年代，又经历了社会重建、经济复苏、技术革命和文化转型的50年代。她说自己和苏格拉底一样，“并不认为摆脱这一困境的出路在于回到已经破碎了的传统”，而是要“从我们最崭新的经验和最切近的恐惧出发，重新考虑人的条件”^②。而实际上，她还是重返了古希腊的思想殿堂。阿伦特的理论建构带有浓厚的雅典气质，以至于她本人被称为“亚里士多德绝望的女儿”^③。在1958年出版的《人的条件》一书中，阿伦特深度开掘了古希腊“积极生活”概念，以解释和解决当代的困境和恐惧。

① 周宪：《生存与对话主义》，载《江海学刊》，1998年02期。

② Dana R. Viall, *Politics, Philosophy, Terror: Essays on the Thought of Hannah Arendt*. Princeton, NJ, Princeton University Press, 1999, p.100.

③ 参见崔卫平：《积极生活》，中国人民大学出版社2003年版，第136页。

① 李文阁：《我们应该怎样生活——论生活哲学的转向》，载《学术研究》，2010年01期。

积极生活是与哲学生活相对的一种生活方式。在古希腊，哲学的含义是爱智慧，并不像后世那样指涉及某种玄奥的思想和话语体系。哲学生活即过一种爱智慧、沉思宇宙人生、拥有自足价值、自由快乐的生活。因此，哲学生活又被称为沉思生活，“这种生活完全

以自身为目的，在自身之外别无他求”^①。积极生活又被称为政治生活，它代表了一种向外驰求、成就自我的生活方式，亦即积极介入城邦公共事务，在政治和

公共生活中展开言说和行动，从而实现个体价值。诚如亚里士多德所言，作为言与行统一的逻各斯(logos)乃人之本性，而人又是政治的动物，所以积极生活和沉思生活一样也是人成就自己的基本途径。事实上，积极生活也正是古希腊人极其重视修辞训练的主要原因，它意味着基本的生活能力和公民素养。

两种生活的差异在于，沉思生活的意义是发现真理，而积极生活的价值在于提出意见和采取行动。前者铺就“真理之路”，后者则通往“意见之路”。这就出现了高下之分：沉思生活追求智慧和真理，因而是自足、崇高和优雅的；积极生活热衷于意见和行动，依靠外在的、受限的条件展开生命和生活，因而是一种不自足、有缺欠的在世状态。苏格拉底的审判加剧了这种高下对照。积极介入城邦事务的雅典公民，审判并处死了在广场上沉思的苏格拉底。意见之路并未向真理之路靠拢，意见反而伤害了真理。所以自柏拉图起，积极生活在西方的哲学和政治学思想中便遭到轻视，它有时意味着低劣、危险和对真理的伤害。

阿伦特试图纠正这种偏见，重新赋予积极生活以意义。她认为沉思生活自然是宁静、美好的，积极生活亦有其内在价值。理由在兹：

甲，阿伦特把人的活动区分为三种，它们构成了积极生活的主要内容：劳动（*labor*）、工作（*work*）和行动（*action*）。为了满足人的基本生理需要和生命条件，人必须付出劳动，它是人无法躲避的“奴役性活动”。工作具有制作和创造的性质，它在某种程度上超越了劳动的痛苦不堪和筋疲力尽，使向死而生的人获得了一定的意义感、不朽感。在工作中，人可以体会到自我力量的“坚实”和“升华”。但是，工作其实也是一种生产活动，无法摆脱外部的强制性和压迫感。行动则是一种积极的言说和介入，在“被他人看见和被他人听见”的公共空间，表现自我，增益共善，实现美好生活（*good life*）。阿伦特认为，“人能够行动的事实，意味着总是可以从他身上期待未曾预料的事情，他可以完成不可能的任务。”^①劳动、工作和行动皆是人生在世的基本条件，而行动是最可贵的一种境况。如是，一出有意义的人生戏剧便是勤勉劳动，认真工作，自由言说，积极行动。前二者皆有强制性，而积极的言行则是这出戏的精彩、殊胜之处。

① Hannah Arendt, *The Human Condition*, the University of Chicago Press, 1958, p.178.

乙，阿伦特的立论基础是人的“复数性”，亦即人（*man*）是以复数的形态（*men*）存在的。“复数性是人的基本境况……它构成了积极生活的全部条件，不只是必要条件，而且是充分条件。”^②每一个人都是独特的，而这种独特性恰恰是在对话、参与中才能显现和完善。与巴赫金、泰勒的看法一样，阿伦特也强调人必须通过与他者对话来拓展完整的人性。也就是说，人只有在进入公共空间被“公域之光”照亮后，自身的独特性才得以唤醒和生长。作为反例，最悲惨的人就是被公共空间遗忘、遗弃的人。那些“经济上无用、政治上漂泊无依”的人在社会关系上已经死亡，顺从和反抗已经没有意义。

② *Ibid.*, p.7.

丙，重振积极生活的目的在于克服现代人、社会与政治的危机。阿伦特提出，人类社会在步入 20 世纪后，居然还会出现纳粹和极权主义统治，根源在于现代人不再像古希腊那样展开积极生活。当个体从公共空间撤出，政治就萎缩了，直至成为独裁者的玩物。及至独裁者通过宣传等手段驱策大众重返公共空间，那又是另一番历史景象和后果了。因此，无论个体价值的实现还是民主政治建设，重振积极生活都是必须的。个体的行动——意见表达和公共参与，乃是抵抗专制和极权主义的重要保障。普罗大众的意见和参与可以促进政治的民主、自由和平等，敦促政治放弃以“无言的暴力”压服人，

① 参见〔古希腊〕亚里士多德著，颜一、秦典华译：《政治学》，中国人民大学出版社 2003 年版，第 78 页。

而坚持在意见交换中说服人。而从个体一端看，积极生活特别是行动有利于养成公民德性，这种德性用亚里士多德的话说就是：“能出色地统治，又能体面地受治于人”^①。

公共领域

阿伦特区分了人类活动所对应的三个领域：劳动发生于私人领域，工作处在社会领域，而行动则展现于公共领域。在古希腊，公民（不包括奴隶）创造了一个言说与行动统一（*speech and act, speech-act*）的公共领域。在公共领域内，人们表达自我，交换意见，发现真理，服务公共事务。这意味着公共领域是一种既实在又具有超越性的场域。实在就是说的确存在一个公共空间，允许人们自由地言说和行动。超越性则表现为这个场域使个体摆脱私人领域的“奴役性”活动，拓展个体价值和公共之善。人们在公共领域言说和行动，可以赢得公共的关注、回应和赞赏，甚或改善公共事务，人生因此变得更有意义、更近乎不朽。在阿伦特看来，“一个人如果仅

① [美]汉娜·阿伦特著,刘锋译,汪晖、陈燕谷主编,《文化与公共性》,生活·读书·新知三联书店2005年版,第70页。

仅去过一种私人生活,如果像奴隶一样不允许进入公共领域,如果像野蛮人一样不去建立这

样一个领域,那么他就不算一个完完全全的人。”^①

阿伦特对“公共”一词做出了双重解释:公开和世界。公开即“显现”,人们可以见闻觉知;世界并不等同于地球、自然及其包含的万事万物,而是人类创造的行动场域。公共领域就是一个公开的、共同的世界,人们于此言说、协商,展现自我,协同行动。阿伦特提出,“作为共有世界的公共领域把我们汇聚在一起,又防止我们倾覆在彼此身上。”^②这一论断指明了公共领域的基本特征:公开,对话,自由,平等,以及对行动者的主体性和协同性的关切。

② Hannah Arendt, *The Human Condition*, the University of Chicago Press, 1958, pp.53-55.

在现代社会重振积极生活,势必要重建公共领域。然而,把依托于雅典广场、神庙、竞技场等公共场所的小城邦式公共领域直接复制到现代社会是不可能的。现代社会的人口规模、社会分工、权力和利益网络以及道德和文化谱系,皆意味着无法重现古希腊城邦作为一种生活方式的、面对面的说服和协商情境。在阿伦特那里,公共领域更像一个古典的乌托邦,供现代人缅怀过去、批判当下,却难以在现实中重构。哈贝马斯在这一方面走得更远一些,他借鉴了阿伦特对于公共领域的论述,并致力于现代社会情境下公共领域的批判和建构。

作为一个思想家,哈贝马斯却在世界各地受到了明星般的欢迎。2001年,哈贝马斯在中国作了七场学术演讲,受到知识界和京沪两地中产阶级的热烈追逐。事实上,在整个中国文科领域,从学者到学生再到早已在社会中混迹多年的文艺青年,若不能引用、谈

论哈贝马斯，就好像缺了点什么。鉴于对哈贝马斯的“阐释和过度阐释”已汗牛充栋，以下从三个方面简要介绍他的公共领域思想：

甲，公共领域是一个中介领域。哈贝马斯同意阿伦特将公共领域比喻为一张人们围坐的谈判桌的说法，进而指出这张桌子介于国家与公民社会之间。换言之，公共领域乃是国家与公民私人领域之间的一个张力场。显然，若无这样一个张力场，公民将退守到私人领域，造成政治和公共生活的荒芜，国家则可能走向专制、滥用权力。因此公共领域首要的价值、原则便是对公民开放，鼓励公民珍惜私

① [德]哈贝马斯著，曹卫东、王晓钰、刘北城、宋伟杰译：《公共领域的结构转型》，学林出版社1999年版，第125页。

人领域并超越于此，成为公共空间中的积极行动者和作为整体的“公众”。“公共领域在原则上对所有公民开放。公共领域的一部分由各种对话构成，在这些对话中，作为私人的人们来到一起，形成了公众。”^①

乙，公共领域是一个对话领域。早前由于缺少传播学者的介入，哈贝马斯著作的中译本大多将“沟通”(communication)译作“交往”，“舆论”(public opinion)则被直译为“公共意见”。哈贝马斯明确提出，“所谓‘公共领域’，我们首先是指社会生活的一个领域，在这个领域中，像公共意见(舆论)这样的事物能够形成。”^②可见，公共领

② [德]哈贝马斯著，汪晖、陈燕谷主编：《文化与公共性》，生活·读书·新知三联书店2005年版，第125页。

③ [德]尤尔根·哈贝马斯著，童世骏译，《在事实与规范之间》，生活·读书·新知三联书店2011年版，第445页。

域其实就是舆论场域，它保障人们自由地集合和组合，公开、平等地表达意见。哈贝马斯同时强调，“公共领域最好被描述为一个关于内容、观点，也就是意见的交往(沟通)网络；在那里，交往之流被以一种特定方式加以过滤和综合，从而成为根据特定议题集束而成的公共意见或舆论”^③。概而言之，作为一种社会机制，公共领域

是由意见沟通网络和“在交往行动中产生的社会空间”构成的。由于公共领域需要确保参与者的多样性、差异性、平等、自由以及双向

或多向的说服与协商，因此它摒弃那些单向、支配性的沟通，而以对话为其目的和方式。也就是说，公共领域是一个对话领域。

丙，公共领域是一个批判领域。有国内学者在理解哈贝马斯公共领域理论时提出，“公共领域最核心的含义，是独立于国家政治权力并介于国家与社会之间的公共交往和公共舆论，它既监督制约国家政治权力，同时又为政治权威提供合法性基础”^①。

这就指出了公共领域的公共性和批判性，前者是指对多元意见和公共利益的表达与协商，后者是指对国家

① 杨仁忠：《公共领域论》，人民出版社2009年版，第341页。

政治权力的监督和赋权。参与者在公共领域中并不会获得实质性的政治权力，但是他们的集合和组合将形成一种公共性的力量，影响政治信任和决策合法性。在理想的公共领域中，私人的焦虑可以上升为公共议程，国家政治权力将给予关切和解决；同时，国家层面的议程亦借由公共讨论而转化为私人的关切和协同。正是在这种多元对话中，权力的运行一方面处于被监督状态，一方面也获得了合法性。哈贝马斯对此的说法是，“合法性原则是普遍讨论的结果”^②。

② 参见〔德〕哈贝马斯著，曹卫东等译：《公共领域的结构转型》，1990年版序言23页，学林出版社1999年版。

就以上三点来看，哈贝马斯对于公共领域这一社会机制的设计，仍然带有明显的乌托邦色彩。只不过是把他把阿伦特的古典乌托邦演化为现实乌托邦，或者说是吉登斯意义上的“乌托邦现实主义”。但是，哈贝马斯并未止步于此，从20世纪60年代初到2000年前后，他一直在积极回应如下三个关键问题：第一，个体之间平等的对话关系何以可能？第二，怎样确保公共领域之中的对话、协商有利于发现、靠近和掌握真理，而不是走向反面？按照前面的说法，意见之路如何通往真理之路，而不是审判和迫害苏格拉底？第三，一个真正以对话为主题、风格、方式的时代何

日能到来？

二、对话与交往理性

哈贝马斯为第一个问题准备的答案是“主体间性”，针对第二个问题则提出了“交往理性”。主体间性、交往理性和作为这二者语境的“生活世界”，共同构成了哈贝马斯交往（沟通）行动理论的基本框架。至于前述第三个问题——对话时代何日到来，哈贝马斯承认他的交往理论、对话理想是一种乌托邦现实主义，同时又辩护说：

“绝不能把乌托与幻想等同起来。幻想建立在无根据的想象之上，是永远无法实现的，而乌托邦则蕴含着希望，体现了对一个与现实完全不同的未来的向往，为开辟未来提供了精神动力。乌托邦的核心精神是批判，批判经验现实中不合理、反理性的东西，并提出一种可供选择的方案。它意味着现实虽然充满缺陷，但应相信现实也

① [德]哈贝马斯、章国锋：《哈贝马斯访谈录》，载《外国文学评论》，2000年01期。

同时包含了克服这些缺陷的内在倾向。我们必须肯定启蒙理性的历史成就，相信社会进步的逻辑。”^①

主体间性

简单而论，主体间性即主体在沟通过程中与他者的相关性，这种相关性表现为对话者之间互为主体。显然，如是“主体—主体”关系，改造了启蒙思想中的主体性原则——“主体—客体”关系。从笛卡尔（Rene Descartes）的“我思故我在”——“我思”是唯一自明的东西，到康德的“人为自然立法”和费希特（Johann Gottlieb Fichte）的“绝对自我”，“唯我论”、“人类中心论”一直占据着现代性主体哲

① 参见〔德〕胡塞尔著，倪梁康选编：《胡塞尔选集》，生活·读书·新知三联书店1997年版，第876页。

学的中心位置。胡塞尔 (Edmund Husserl) 对此有所反思，提出在自我的建构上应从“唯我”走向

“他人”，从单数的“我”走向复数的“我们”，也就是从主体性走向主体间性。^①巴赫金、阿伦特、泰勒也都表达了接近于主体间性的对话思想，而真正光大这一概念的当属哈贝马斯。

我们在第六章提到，哈贝马斯将现代性危机的根源归结为启蒙所确立的主体性原则，亦即“主体—客体”之间的二元对立、支配和斗争。启蒙理性之所以一分为二并造成工具理性凌驾于价值理性，就是因为启蒙主体哲学及其主体性原则的过度膨胀。为此，哈贝马斯提出了哲学上的改造策略：放弃单向的主体性，建立开放、平等的主体间性，确立自我与他者之间的交互主体关系。他像巴赫金、阿伦特、泰勒等人一样相信，开放、平等的对话可以成就自我，亦可促进公共之善，尤其是缓解现代性语境下的气焰嚣张、工具主义至上和社会冲突。

沟通是哈贝马斯讨论主体间性问题的基本视角。他提出，“‘自我’是在与‘他人’的相互联系中凸现出来的，这个词的核心意义是主体间性，即与他人的社会关联。只有在这种关联中，单独的人才能成为与众不同的个体而存在。”^②主体间性既是个体在保持主体性基础上的社会化，也是社会化基础上的个体化。^③这是一个自我与他者在社会中相遇、协商，彼此保持主体性并双向建构的过程。一旦主体间性得以确立，自我就会改变对他者关系的看法：我并非世界的主宰，除了沟通、对话，我什么也得不到，连“自我”都会消失。如是，基于主体间性的对话并非一种义务，而是自我实现和共同行

② 章国锋：《关于一个公正世界的乌托邦构想》，山东人民出版社2001年版，第40页。

③ 参见〔德〕哈贝马斯，曹卫东译：《现代性的哲学话语》，译林出版社2004年版，第390页。

动的动力之源。

就此而论，人之为人最大的理性乃是交往（沟通）理性。交往理性是哈贝马斯在 20 世纪 80 年代以后最为看重的概念之一，他以之破解现代性转型中工具理性泛滥的危机。“工具理性以捍卫自我

① 参见〔德〕哈贝马斯著，曹卫东译：《交往行为理论》，上海人民出版社 2004 年版，第 363 页。

为最高目标”，凡可为我所用者，便无所不用其极。^①

此中，效率和计算成为主导原则，工具“由次要的因素占据了整体的位置”，最终成为主宰一切的力量。

哈贝马斯的解决方案是以交往理性替代工具理性，正如用主体间性替代主体性——“主体—客体”的二元对立。

交往理性以主体间性为核心内容，强调沟通行为的合理性与有效性。“沟通理性是一种互为主体的理性，它同实践理性都肯定主体的能力，但它要求行动的合理性，以及主体之间沟通批判的有效

② 黄瑞琪主编：《沟通、批判和实践：哈伯马斯八十论集》，台湾允晨文化实业股份有限公司 2010 年版，第 370 页。

③ 王晓升：《从实践理性到交往理性——哈贝马斯的社会整合方案》，载《云南大学学报（社会科学版）》，2008 年 06 期。

性。”^②为了确保交往理性得以实现，哈贝马斯提出了三个“有效性宣称”：真理宣称、正当宣称和真诚宣称。

“说话的人必须向听者证明自己的关于外部世界的描述是真实的。关于道德规则的表述是正当的，关于内在情感的表述是真诚的。”^③后来，哈贝马斯将之进一步

调整、充实为交往理性的四个基本原则：认知和内容上的真实性 (truth)，话语表达上的可理解性 (intelligibility)，道德规范上的正当性 (rightness)，动机和情感上的真诚性 (truthfulness)。

在哈贝马斯的设计中，交往理性首先是有效对话、达成共识的一种程式和规范，对话者应当按照上述四个原则确认自己交往行为、话语实践的有效性。而正是这种程序理性，确保了对话者之间的平等、自由，以及在认知、情感、道德上的“互识”和“共识”。同时，交往理性也是引导意见之路的重要规范，使意见之路不至于偏离正轨，

① 胡军良：《试论哈贝马斯对话伦理学的四重理论限度》，载《浙江社会科学》，2009年02期。

错过或湮没真理之路。“在哈贝马斯那里，语言则使历史恢复了秩序，向社会提供了意见一

致的润滑剂，保证了道德的基础，配置了民主的要素，以及先天倾向于反对偏离真理。”^①

那么，交往理性何以化解工具理性导致的现代性危机？启蒙促成了人的解放，确立了人的主体地位，而这也造成了神性、德性和灵韵的消隐，人与自然走向对立，社会冲突持续加剧。尤其吊诡的是，主体性原则催化了工具理性并最终导致人为物役。也就是说，主体性原则试图使人成为主宰，却制造了人与神圣性、自然、社会的冲突，并导致了人的物化。哈贝马斯提出的主体间性承认人的主体性，但是要求它注入开放、平等的对话精神，以交往理性为新的理性柱石，化解前述的冲突和物化。基于交往理性，“交往行为的目标是导向认同。认同归于相互理解、共享知识、彼此信任、两相符合的主体间相互依存”^②。

② [德]哈贝马斯著，张博树译：《交往与社会进化》，重庆出版社1989年版，第3页。

更进一步，启蒙隔断了“人一神”关系，主体性原则因其不节制而堕入了“人一物（工具）”关系，主体间性、交往理性则致力于建构“人—人”关系。根据韦伯的概念，现代性转型造成了工具理性泛滥而价值理性消隐，导致现代社会价值基础——道德、审美和信仰的祛魅乃至沦丧。哈贝马斯的思路是，通过“人—人”对话在价值上填充神性、德性和灵韵的留白，重构价值理性、“信念之库”。

这就涉及到另外一个问题：再造生活世界。

生活世界

哈贝马斯对现代社会结构进行了二分：系统与生活世界。系统

即现代性基于工具理性建构的政治和经济体系，前者以权力为媒介，以建构生产关系为目的；后者以金钱为媒介，以促进生产力发展为目的。二者皆强调合乎目的性的效率和计算原则，以最大限度地整合社会、创造财富。哈贝马斯认为，现代社会危机的一个重要表现就是系统肆意扩张，造成了对生活世界的殖民。生活世界以语言为媒介，是人们在交往中形成的“前工具性”、“非系统化”的生活背景和“信念之库”。在哈贝马斯看来，系统是功能性的——权力配置和物质生产，而生活世界是价值性的，充当着文化、道德和意义的来源。在工具理性的驱动下，政经系统对生活世界持续渗透和殖民，摧毁了人们沟通的共同背景和信念。

① 参见[德]哈贝马斯著，洪佩郁、茵青译：《交往行动理论·第二卷》，重庆出版社1994年版，第174页。

人们总是在特定的语境下进行沟通，而生活世界正是“言者与听者相遇的先验场所”^①。我们共处一个生活世界意味着我们是拥有同一语境的交往共同体。

生活世界不仅预设了沟通语境，而且存储了对话者所必需的共同信念和知识。所谓信念之库，即那些人所共知、人皆尊奉的信念集合。人们在生活世界所提供的共同知识、明确意义和无争议的信念之下，真实、真诚、正当地对话，以期达成共识和理解。如是，再造生活世界，使之摆脱被殖民状态，就是一个克服工具理性泛滥、重建价值理性的过程。

行文至此，我们尝试着从三个视角对哈贝马斯庞大的理论计划做出简要总结：

第一个视角，为了解决现代社会中个体退守私人领域、国家政治权力失去监督的风险及其面临的合法性危机，哈贝马斯和阿伦特一样主张在私人领域与国家政治权力之间建立一个谈判桌式的公共领域。公共领域是一个中介的、对话的、批判性的意见沟通网络和

社会行动空间。理想的公共领域许诺了这样一种社会机制：私人的焦虑可以上升为公共议程，公共议程亦可转化为私人的关切、共识和协同行动。

第二个视角，现代性病症的根源在于启蒙主体性原则和工具理性的过度膨胀，哈贝马斯的解决方案是以主体间性替代主体性、以交往理性替代工具理性。基于主体间性和交往理性的对话，有利于化解人与自然、人与人、人与社会的冲突，把人从物、工具的奴役中解放出来，重新过上有德性、有灵韵、有信仰的生活。交往理性本质上是一种程序理性，为了确保沟通合理、有效，它要求对话者坚持真实性、可理解性、正当性和真诚性四项基本原则。

第三个视角，现代社会危机的一个重要表现是政经系统在工具理性的驱动下，挤压、殖民了生活世界，破坏了“先验的”沟通语境和信念之库。生活世界本应是政经系统运行的基础和目的，如今却本末颠倒，功能性的后者取代价值性的前者成为目的。直白地说，追求权力和金钱本是为了更好地生活，而当工具理性至上，这一原则竟异化、颠倒为生活的目的便是追求权力和金钱。哈贝马斯提出，唯有再造生活世界，使之重新成为自我完善、人际交往和社会整合的基础，才能拯救启蒙理性——平衡工具理性与价值理性，进而重建现代性。

在以上三个视角中，对话和交往理性占据了哈贝马斯视线的中心。公共领域本身即是一个对话性的行动空间，它的中介性、批判性也要靠各方的交往理性来维系。主体间性、互为主体是对话的应有之义，也是交往理性的价值前提。生活世界为对话、交往理性提供了语境和信念之库，而反过来，生活世界也只有基于交往理性的对话之中才能实现自我的再生产。同时，哈贝马斯认为生活世界

和政经系统之间亦应建立理性的对话关系，“生活世界和系统这两个范式都是至关重要的”，真正的社会整合应以前者提供的价值基础和后者创造的物质基础为必要和充分条件。

论及对话和生活，哈贝马斯便与吉登斯实现了理论上的“会师”。我们在第七章曾专门介绍，吉登斯所提出的重建现代性的两个重要向度，正是培育对话民主和建构生活政治。除了他们二人，巴赫金、阿伦特、贝克、泰勒、鲍曼等人也都高度关切自我、生活、认同、共同体等主题，并视对话为最基本的解释和解决方案。我们有必要重申这些 20 世纪最重要的思想家们在对话问题上达成的共识：

甲，对话成就自我。这一论断在上述不同思想家那里有多样的表述：对话是人之存在的条件和方式；自我只有在与他者的对话中才能得以确认、拓展，才能形成其独特性和完整性；作为人之为人的内在依据，本真理想的根本特征是对话；思想并非孤立存在，而是对话的产物；积极生活的价值在于表达意见、彰显自我、增益公共之善。

乙，对话是在现代社会建构生活政治、生活世界、公共领域的核心路径。生活政治的价值在于，弥合解放政治之宏大叙事的不足，在个体的道德、审美、日常生活和生态环境等方面思想实现微观解放。而正如吉登斯指出的那样，如是微观的解放有赖于重振人际交往、培育纯粹关系、建立积极信任。生活世界、公共领域的价值不再赘述，它们既是对话发生的场域，也是对话的建构性存在。

丙，对话是重塑现代认同和共同体的通途。在这一点上，吉登斯、贝克、泰勒、鲍曼和哈贝马斯等人的共识是，应将对话的权利、能力落实到个体，造就积极的公民和行动者。从有效的个体表达、人际交往出发，经过“积极上升”，对话的观念、原则和方式可以扩大

至各类社会组织、社会运动、民族国家乃至整个人类共同体。当多元主体皆奉行对话主义，认同的可能性就会扩大，共同体的力量就会提升，而这正是克服现代性危机、应对风险社会的根本保障。

丁，对话是合法性的重要来源。在认同问题上，对话不只是促进多元主体寻找最大公约数的一种手段，它本身即意味着认同的可能性。前者是指多元主体通过对话建立利益认同和价值认同，后者是指对话内蕴着认同的力量。细言之，对话的开放平等意识、互为主体原则和双向交流方式，本身就是认同和合法性的重要来源。即使多元主体在具体的利益或价值议题上并无共识，却可能因为对话本身而达成理解和认同。同其他富有民主精神的程序理性一样，对话未必通往实质性的共识，但至少确立了程序合法性。从阿伦特、哈贝马斯的理论和设计看，公共领域的对话机制正是政治和决策合法性的重要来源。

对话时代

哈贝马斯同吉登斯、泰勒、鲍曼等人的理论“会师”一点也不偶然。此中既有理论逻辑铺展后殊途同归的因素，也有彼此之间直接或间接呼应、补充的因素。而更重要的是，他们虽然视角各不相同，却共同面对着 20 世纪末叶人类社会的发展境况。实际上，对话也正是从这个时期开始逐渐成为时代的主题。当波澜壮阔的 20 世纪经过一战、二战和“冷战”，行至最后一段路程的时候，现代性的神话和危机都达到了一个巅峰。现代社会的自反性、矛盾性空前加剧，一方面是进步和繁荣的召唤，一方面则是风险和危机的催迫。而无论是繁荣还是危机，都意味着对话成为必要的解决方案，甚至上升为时代的主题。

这一点在哈贝马斯的学术进程中体现得极为明显。他在 20 世纪六七十年代有关公共领域、合法性危机的论述，大抵保持了法兰克福学派的批判性，提出概念、发展理论的目的主要是批判现实；而到了八九十年代，他有关交往行为、话语民主等问题的讨论则体现出强烈的理论建构、干预现实的野心。如前所述，他希望建构一套基于主体间性、交往理性的“交往行为理论”，以之指导个体和共同体的对话，平衡系统与生活世界、工具理性与价值理性的关系，从而推进“未竟的现代性事业”。由批判导向转变为建构导向、实践导向，固然与哈贝马斯个人学术旨趣的转变有关，而不可忽视的社会现实因素是，对话在 20 世纪的最后一二十年日益清晰地显现了其必要性和可能性。

如果把眼界打开，我们还会发现更多始自 20 世纪八九十年的对话主义转向。在吉登斯、泰勒、哈贝马斯等一大批思想家齐刷刷地转向对话问题的时候，传播学领域的议程设置研究正在转向强调多元协商的议程建构，说服研究则从如何优化说服者的控制转向了如何激发说服对象的自我效能；在公共关系领域，双向均衡观念成为主流，强调对话和意义建构的修辞范式方兴未艾，致力于建构关系网络和共同体价值的关系范式亦迎头赶上。

且以公关修辞范式的兴起为例说明于此。在 20 世纪八九十年代，以希斯 (R.L.Heath) 为代表的一批公关学者将伯克的新修辞思想引渡至公关学科，推动了修辞在说服、公关领域的复兴——上一次是在

古希腊时期。希斯认为，修辞、说服是“双方在特定语境下，围绕关键要素 (key aspect) 展开持续性叙事”，因而必然“渗透着彼此的人格和意识形态”^①。这就意味着修辞取向的公关不只是事实信息的传达过程，“意

① See R.L.Heath, “A rhetorical perspective on the values of public relations: Crossroads and pathways toward concurrence,” *Journal of Public Relations Research*, 12(1), 2000, pp.69-92.

义是公共关系最为重要的东西”。较之其他正式的说服手段，公关更应倚重和擅长意义分享，即借由符号设计和传播，召唤人们进入由德性、审美、信仰所形塑的意义空间和象征世界。意义生产的特殊性在于，它是传者和受者共同理解的产物，是对话和协商的结果。事实可以由一方“告知”另一方，而意义却只能在对话、分享中生成。

既然意义是公关最为重要的东西，而意义又是分享、协商的产物，那么公关便应从早前单向或支配性的宣传、劝导走向对话。如是，所谓公关就是借由专业修辞，发起和改善组织与利益相关者的对话，以分享意义、建立认同。与伯克所代表的新修辞学派如出一辙，公关修辞范式也反对传统说服观念，而以对话和认同作为核心论题。传统说服致力于一方精巧表达，以使另一方认真倾听，而对话则强调双方共同卷入。

格鲁尼格是公关管理范式的代表人物，却也赞同修辞范式的对话观念，他甚至要求在公关中消灭“说服”这个字眼。在他看来，说服中即使有双向的交流，也无法改变权力上不平等、不均衡的事实——一方支配另一方，而不是反过来。为此，他建议使用协同式倡导（*collaborative advocacy*）概念替代说服，即各方在对话、合作中朝着一致的目标努力。^①当然，格鲁尼格的极端观点也遭到了包括伟达公关公司创始人希尔（J.W.Hill）在内的很多人的反对，后者质疑说：“除了说服，我们还能做什么？”^②

我们不必卷入他们的笔墨官司。事实上，说服包含单向不均衡（如宣传）、双向但不均衡（如劝导）和双向均衡（如对话）等多种话语观念和方式。格鲁尼格的本意是让对话和认同成为公关的基本问题，

① See J. E. Grunig, "Two-way Symmetrical Public Relations: Past, Present and Future," In R. L. Heath (Ed.), *Handbook of Public Relations*, Thousand Oaks, CA, Sage, 2001, pp.11-30.

② G.R. Miller (1989), *Persuasion and Public Relations: Two "ps" in a pod*, in C.H. Botan and V. Hazleton (eds), *Public Relations Theory*, pp.45-66, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.

尤其是确立双向、平等的公关价值观。这也正是公关管理范式和修辞范式的“会师”之处：二者都试图将对话精神注入公关价值观，将公关由单向或支配性的宣传、说服手段，改造为依循对话观念、采取对话方式寻求理解和认同的一项专门事业。

强调意义、对话和价值观，就使公关获得了一种文化观照的视野和气象。修辞范式的公关学者认为，政府、企业和各类社会组织的公关、修辞能够促进文化的改变。特别是在双向、平等价值观的指引下，这种改变将创造更美好的政治、商业和社会图景，提升一个时代的世道人心和文化品质。以对话的观念看，双向、平等并不是强加给公关的道德义务，而是组织与利益相关者建立积极信任、夯实价值基础、构筑意义世界的机会。这一派学者的抱负是值得我們赞叹的，正如我们应该赞叹吉登斯提出的乌托邦现实主义。

在吉登斯的设计中，乌托邦现实主义旨在描绘自然和传统终结后——我们曾论及于此，亦即在现代性的高级阶段和风险社会中，重建现代性的制度性轮廓。这一轮廓由四部分构成：一是促进公平正义，努力消除绝对的或相对的贫困；二是重建环境伦理，恢复人与自然的和谐关系；三是培育对话民主，与专制权力作斗争；四是减少社会生活中的武力、暴力，亦即建设非暴力社会。^①超越匮乏、

① 参见〔英〕吉登斯著，李惠斌、杨雪东译：《超越左与右：激进政治的未来》，社会科学文献出版社2000年版，第259页。
② 参见同上书，第263页。

人化自然、对话民主和非暴力社会指向了经济、环境、政治和社会四个维度的乌托邦建设，而每一项乌托邦方案的落实，皆离不开对话与认同。吉登斯申明，他

不相信有任何行动者或群体能够单独承负人类社会的希望；历史的方向是开放的，并不掌握在任何“享有特权的能动者手中”。^②他强调，在风险社会中——尤其是在全球化、核风险一触即发的时代，对话乃是对暴力的唯一替代。

对话的愿望是美好的。然而，在对话主题已然彰显的 20 世纪末叶，人类社会尚未形成能够连缀、贯通庞大规模的个体、个体与共同体的协商渠道、对话机制和行动空间。哈贝马斯曾列举现代公共领域的一些对话平台和机制，比如“教会、文化团体和学会，还包括了独立的传媒、运动和娱乐协会、辩论俱乐部、市民论坛和市民协会，此外还包括职业团体、政治党派、工会和其他组织等”^①。但是，不同平台之间、每一平台的内部成员之间一直缺少日常、双向、平等沟通的载体和机制。

① [德]哈贝马斯著，曹卫东等译：《公共领域的结构转型》，1990年版序言 29 页，学林出版社 1999 年版。

同时，这些平台也无法向一切有意愿的个体开放，说到底多元精英的俱乐部。

哈贝马斯和吉登斯都相信社会进步的逻辑，他们预言并等待着一个真正的对话时代的到来。

三、对话范式

客观而论，巴赫金、阿伦特、吉登斯、哈贝马斯和泰勒等人的对话思想确实缺少具体的下手处和行动者。批评者认为，他们所主张的“对话”在理论上不过是概念与概念——比如生产与消费、利益与意义、工具理性与价值理性之间的互动，在实践上不过是与“对抗”相对应的某种宏大叙事，对话者不过是抽象的精英与大众、自我与他者或泛指的多文化。即使为对话辩护者，大多也只能称其作为乌托邦的方向、母题和原初关怀价值。譬如，美国学者布兰顿 (Robert Brandom) 和罗蒂都赞同借由对话延续启蒙、拓展现代性价值，却也只能笼统地宣称“对话对于人类来说是件大好事”，“重要的不是真理而是对话”^②。实际上，

② 参见衣俊卿、丁立群：《走近罗蒂——与罗蒂先生关于分析哲学、后现代主义和文化哲学的对话》，载《求是学刊》，2004 年 05 期。

由于缺少方法论价值，对话一直被视为重建现代性所应秉持的一种德性。

现代性及其主导的科技革命再一次创造了奇迹。互联网开启了对话时代。如果说对话在互联网尚未普及应用的 20 世纪后期还是一种乌托邦方案和宏大叙事，那么在 21 世纪开元的十余年，对话则成为贯穿微观与宏观、个体与共同体、生活世界与政经系统的现实主题。

合法性危机

每一种带来根本性变革的技术都有自己的哲学，互联网的哲学是对话。在互联网改造下，世界成为一个平面，人人都站在广场上，“无远弗届”地看得见、听得到彼此。作为层层叠叠、错综复杂网络中的“节点”，个体至少在技术上是趋向自由、民主和平等的。普罗大众获得了更多话语权，官民对话、民商对话、跨文化对话不再是零星、分散或想象中的协商实践，而是成为实时遍在的政治、商业和文化境况。

从说服与认同的视角看，互联网带来的一个重要冲击就是传统权力结构的合法性危机。如前所述，对话是合法性的重要来源。一旦个体掌握了话语权，互联网技术又提供了表达的便利，那么传统意义上的合法性就受到了质疑、挑战。在对话时代，凡是未经对话、协商的决策和行动，皆可能被指认为合法性不足。即使它们于各方有利，而若抛弃对话的观念、原则和方式，亦难以赢得理解和认同。

合法性危机本质上是一种认同危机，即权力主体在核心价值、存在依据和权力正当性上遭遇的根本性质疑、威胁或颠覆。一般而言，合法性主要有三个来源：一是基于公平、正当的程序而取得的合法性，譬如对话与协商、民主决策、依法管理；二是建立在事功、效率、

效益层面的绩效合法性，譬如经济增长、产业振兴；三是生发于道义、精神、信仰层面的价值合法性，譬如为人民服务，倡扬公共精神、人性价值、以善治为旨归的政治意识形态等。这三个来源的阻塞和破坏，皆可能引发合法性危机。

以互联网时代的公共危机管理为例，政府在危机中的程序、绩效、价值合法性皆会经历严峻考验。譬如，自2007年以来，中国厦门、大连、宁波、成都、昆明等多地接连发生民众抵制“PX”项目事件，“PX”项目成为一个高度敏感且被“妖魔化”的公共议题。地方政府在危机发生后再三强调“PX”项目对于国计（产业转型和升级）、民生（增加收入和就业）的重要性，并持续推进诸如“PX毒性不如一杯咖啡”之类的安全教育，却一直未能成功说服民众。

以今日之信息发达程度和教育水平来看，民众了解“PX”项目的“有用性”或曰绩效合法性并不困难，起而抗争主要是因为程序合法性和价值合法性存在问题。“PX”项目关乎民众切身利益、安全和尊严，未经公共讨论、协商就在权力之幕的遮蔽下决定上马，显然存在程序合法性问题。同时，官方话语偏好对项目绩效的宣传，却一直未能提供超乎短期利益的价值理由——意义是对话的产物。在缺少程序和价值合法性的情况下，单一的绩效合法性不足以说服对话无门、参与受阻、顾虑重重的民众。很多政府部门都未绕出如是认知和权力上的迷障，迷恋产业、就业等绩效合法性，而忽视了程序和价值合法性。亨廷顿曾警示说，唯绩效论难以长久维系合法性，绩效差会产生合法性危机，绩效增长也会导致合法性危机——譬如贫富分化、阶层冲突，物质主义至上而价值理想衰微。^①

① 参见〔美〕塞缪尔·亨廷顿著，刘军宁译：《第三波——20世纪末的民主化浪漫》，生活·读书·新知三联书店1998年版，第54—68页。

在技术层面，互联网为民众提供了针对任何公共议题进行讨论、

投票的现实途径。在医疗改革、延迟退休、新交通法实施、全国节假日安排等公共决策中，一些政府部门已经通过网络投票等方式征询民意。无疑，这种表达、参与乃是一种刚性增长，“退不回去”的公民意志。公共危机情境更是如此，一旦人们的话语权和参与意识遭到排拒、压制，危机便不再单纯是一时一事的得失、进退问题，而将直接消解权力和决策合法性。这大抵也解释了为什么在一些危机事件中，危机管理者尽管做到了是非分明、进退有度，说服资源和策略亦齐备，而舆论仍然不依不饶、狂欢狂怒。当一起具体危机事件演化为合法性危机，危机管理者针对事实本身的说服、辩护已无意义。在合法性危机下，舆论往往形成“为反对而反对”的“极化”倾向。

互联网加剧了现代社会的去中心、碎片化、反权威趋势，导致权力和决策合法性的“保质期”、“有效度”不断衰减。而在互联网语境下，对话既是程序合法性的一部分，也是绩效和价值合法性得以形成和巩固的重要手段。在对话中，多元的意见、利益和价值得以比较、协商、融合，这本身即是一个获取、巩固、拓展合法性的过程。较之独断、封闭和对抗，对话显然是更优的决策程序，它赋予各方以权力主体、决策参与者身份，而不是不顾一切的反对者、不屑一顾的旁观者。同时，对话能够促进有序参与和协同行动，一方面提升合作绩效，一方面也拓展多元主体在价值上的合意空间。

从近年一些成功个案看，危机管理的一条基本经验就是在对话中重建程序、绩效、价值合法性。2011年发生在广东陆丰的“乌坎事件”即是范例。当年9—12月，乌坎村三四千人持续聚集、示威，抗议非民选的村委会变卖土地一事。当地政府一度与村民发生激烈冲突，引起海内外舆论广泛关注。村民通过互联网“向世界直播”了

事件的全过程。12月下旬，广东省成立“乌坎事件”工作组，以对话、协商的方式缓解了危机。翌年2—3月，经过充分讨论，乌坎村采取一人一票的方式选举了村委会，选举全程向媒体开放。村民选出了他们认为能够代表全村利益的村委会成员，政府承认选举有效。乌坎危机至此化解，被认为是政府处理群体性事件的一个里程碑。

如果我们把视线再转移到现代性与后现代关系上，就会得出一个整体性的结论：鲍德里亚、利奥塔等后现代主义者倡导多样化、差异性、去中心、去权威、去秩序，正是对现代性之合法性的质疑和挑战。而吉登斯、哈贝马斯等人提出的对话方案，则是对合法性危机的一种回应。譬如，交往理性就是在程序上增益认同和合法性的努力。互联网强化、放大了合法性危机，合法性的取得不再像早前那般“天经地义”、“一劳永逸”。同时，互联网也为应对、超越这些挑战提供了可能性——合法性的建立和维护将一直处于动态、开放的对话状态。

对话正是超越之道。

超越二元对立

在广义上，人与人之间的交流、讨论、会谈皆可称为对话。而在说服和认同的框架下，对话是主体与主体之间双向、平等的信息交流。双向即对话者之间言、听身份的轮转，一方表达，另一方必有所反馈。平等包含三层含义：一是对话者之间权力平等，这是一种理想而难得的状态；二是表达机会平等，对话者拥有同样的言说机会，却无法保障各方在身份、地位、资源、说服力、影响力等方面也是平等的；三是开放、动态和张力下的相对平等，这正是对话的超越性所在。

甲，权力平等即格鲁尼格意义上的双向均衡。我们可以视之为对话的价值观，或者一种乌托邦理想。它的确是理想主义的，即使是最亲密的个体之间亦难以保障绝对平等的双向交流；个体在政府、企业和各种利益团体面前总是脆弱的；而当大众发起“围观”和行动，那些政商组织和利益团体又反过来沦为弱者。这既说明绝对的权力平等是罕见的，也意味着它是可贵的、值得追求的。

乙，机会平等即交往理性、程序理性意义上的平等。它更接近于乌托邦现实主义之中务实的一端，许诺精英与大众、政府与公民、企业与消费者、黑人与白人、男人与女人、上级与下级、老师与学生等每一方拥有相同的发言机会。显然，在一个常规的课堂上，即使老师与学生发言机会平等，也无法改变真理、尊严（面子）和道德“天然地”在老师一边的现实。但是，机会平等、程序理性本身已然成了了不起的进步，而且是真正可以落在实处的平等。

丙，相对平等即动态均衡。在对话中，参与者的关系是动态的，语境和话语也是动态的，这意味着超越非此即彼之二元对立的可能性。二元论范畴之所以矛盾尖锐、势不两立，就是因为传统静态、支配的观念下，二元之间陷入了僵化、冲突。譬如，在主体性原则下，二元之间要么鸿沟深堑，难以跨越或填平；要么就是一元对另一元的征服。而在对话的观念下，二元之间乃是开放、动态、互为主体的交流关系。我们对此做出两点解释：

一是对话拒绝把二元之间的鸿沟视为问题——鸿沟之中万物生长。换言之，对话并不谋求一定达成共识。有共识自然是好的，缺少共识却仍可以相互理解，乃至以彼此之间的差异、映照为美，同样是可贵的。所以，对话意义上的认同和同一性包括两层含义：共识和理解。差异化的主体可以追寻共识，亦可但求理解。共同体并

非雷同个体的集合，合法性亦非以一种意志统一多样的心智。

二是对话并不特别忧虑一元对另一元的征服。在对话中，“彼”和“此”得以相互嵌入、融汇和增益，同时又保持各自的独立和自由。按照巴赫金的说法，对话的价值在于“复调”，不是一方的“独白”，也不是各方在泯灭差异后共同加入“独白”。总之，对话承认二元之间的差异和张力，但并不以一元压倒另一元，也不放任对立、分裂可能造成的终结、虚无或其他灾难性后果。

综合以上甲乙丙三方面内容，对话实际上形成了说服与认同领域的一个新范式，我们不妨以“对话范式”名之。对话范式乃是作为一种“主义”的对话和作为一种解决方案的对话融合的产物，它的核心主张包括：

以主体间性即参与者之间互为主体、权力平等为价值观；以双向的信息交流为方式，善用修辞、叙事和各种话语策略；依循机会平等的交往理性，当然也包括哈贝马斯所宣称的真实性、可理解性、正当性和真诚性诸原则；以理解或共识为目标，致力于成就共同体和合法性。需要强调的是，对话范式并不排斥传统说服与认同手段，但是主张为它们注入对话精神。譬如，宣传至今仍是实现信息最大化覆盖的必要手段，而为了确保宣传的传播效果，避免其操纵、愚弄等道德后果，则应为之注入对话的开放和平等精神。

在第三、四章，我们曾论及二元对立在叙事和宣传中的应用，并表达了对说服者滥用标准故事制造“偏见与偏见交锋”的忧虑。而超越偏见、进入“不二”之境的法门，正是促进二元之间的对话。诚如公关修辞学派的倡导，我们应以对话、协商促进意义生产和分享，从而提升个体心智和文化品质。

以对话范式看，现代性的重建方案理应是一个对话体系：反对

工具理性践踏价值理性，也反对为重构价值理性而偏废工具理性，它们应在对话中均衡拓展；反对后现代的过度碎片化与虚无主义，也反对在为现代性辩护时忽视后现代性的积极价值，譬如多样性、平等和自由；解放政治与生活政治、系统与生活世界、个体与共同体之间的关系亦复如是。总体而观，现代性在自反中培育了后现代，后现代以批判的姿态生长于现代性内部，“前”、“后”二者之间的合理关系乃是对话。前者继续将“理性的狂妄”施加于后者，抑或后者彻底解构前者，皆会造成更大的风险和危机。

以中国情境而论，“美丽中国”应当是工具理性和价值理性交相辉映的愿景。尽管工具理性在后现代话语中声名狼藉，而中国却必须继续推进工业化、城市化和民主政治，并且扩充工具理性的一些重要维度，诸如科技进步、程序理性和契约精神等。同时，道德、审美、信仰层面的价值理性建设亦应纳入国家议程。按照对话范式，改革本身就是一个对话过程。譬如，重构、维护主流意识形态的合法性，绝不意味着退回定于一尊的话语格局，而是强调由压服走向说服，在对话中再造、增进认同与合法性。若无精英与大众、政治与社会、经济与文化、个体与共同体的有效对话，梁启超在《新民说》中描述的苦痛恐难疗愈：

“不意此久经腐败之社会，遂非文明学说所遽能移植，于是，自由之说入，不以之增幸福，而以之破秩序；平等之说入，不以之荷义务，而以之蔑制裁；竞争之说入，不以之对外界，而以之散内团；权力之说入，不以之箴膏肓，而以之灭国粹。”^①

① 梁启超著，宋志明选注：《新民说》，辽宁人民出版社1994年版，第173页。

重申启蒙

对话范式是和互联网时代一同到来的。我们在第五章提到，互

联网正在变得像道路、水、电和空气一样重要。这样的描述本身就体现了互联网鲜明的现代性特征：技术革命狂飙突进，许诺改变、创新和进步。同时，如是改变又带有明显的自反性特征，去中心、去权威、碎片化已然普泛为互联网时代大众生活的平常体验。现代性与后现代性皆在互联网上安营扎寨。正如我们所见，互联网既是个人主义、自由主义的乐园，也是社群主义、集体主义的殿堂，它宽容、鼓励原子般的游弋、“一个人孤独地打保龄球”，也抱持强烈的规则、秩序情结，以及族群整合、社会团结冲动。

实际上，巴赫金、阿伦特、吉登斯、哈贝马斯、泰勒和鲍曼——广而言之还有罗蒂、毕塞特（Joseph Bessette）、科恩（Joshua Cohen）、曼宁（Bernard Manin）、扬（Iris Marion Young）、德雷泽克（John S. Dryzek）等人——的对话主义思想地图，只有在一个以对话为主题、方式、风格和气质的时代，才能找到它所描绘的世界的入口。互联网开启了这个入口，并渗透、延伸到整个世界。重申启蒙、拓展现代性的契机已然显现：

甲，互联网的“元逻辑”。元逻辑是一个典型的现代性概念。后现代主义者大多讨厌类似的字眼，他们认为所谓元逻辑、元叙事、元理由、统一性、永恒结构都意味着对多样性、差异性、不确定性的压制。互联网的独特价值在于，它的元逻辑与多样性是并行不悖的。技术并非完全中立——至少信息传播技术如此，在元逻辑上必有其否定性和规定性，并表现为特定的技术哲学取向和价值偏好。而互联网之所以能够同时呈现和承纳冲突、矛盾的各方，乃至直接对立的二元关系，就是因为它的元逻辑、技术哲学在于对话。开放、分享、对话不是附加或建构出来的互联网价值，而是其技术设计上的初衷和文化理念上的基因。

事实上，互联网呈现和承纳了现代社会最重要、最显著的那些二元悖论，诸如工具理性与价值理性、自由主义与社群主义、多样性与同一性、拟象与真实、确定性与自由、全球化与本土化等等。无论在技术和实践层面，还是在文化和哲学层面，互联网都是这种二元对立、鸿沟深壑之张力的创造物。它在对话中生长，它促成新的对话。按照互联网的元逻辑，对话既是必须的，也是可能的。

乙，对话的行动者。互联网把对话和拓展现代性的行动者落实为个体，具化为个体对本真理想、积极生活、生活政治和生活世界的建设。实践表明，互联网通过改造个体生活和生命路线图来改造社会，也因此可能在最彻底的意义上影响政治、经济和文化路线图。首先，互联网促进“忠实的自我”与“有意义的他者”相遇、对话，为个体成就本真理想、建立纯粹关系和积极信任提供了更多条件。其次，互联网建构了面向普罗大众开放的公共领域和行动空间，个体的意见表达和公共参与空前便利，积极生活有望重建并深刻影响历史和人生。即使是在一些后发展、威权主义国家，亦因互联网革命而出现了公共领域的雏形。最后，互联网在个体生活方式和生命价值层面实现的“元创新”和“微变革”，拉近了吉登斯的生活政治、哈贝马斯的生活世界等观念与现实之间的距离。

从最乐观的情况看，互联网一方面提供了官民对话、民商对话以推进建立解放政治、优化政经系统的便利平台，一方面也为个体“向内心的移民”、向他者的开放、对生命意义的皈依提供了虚实相合的空间。外在的、宏观的、制度性的解放与内在的、微观的、精神上的自由，在互联网时代获得了并行不悖的希望。在乌托邦与现实的张力下，大问题与小问题、自我价值与共同体理想各得其所。

丙，再度启蒙。互联网使个体成为对话的行动者，而复活和创

建社群亦是互联网所擅之长。作为对话的渠道和平台，互联网将整个世界建构为时空虚化的对话场域，各种旧的同侪、“部落”、社群关系全面复活，新的共同体更是激增、扩散。而作为一种文化和社会语境，互联网推动对话主义——在对话中增进理解、共识、信任与合法性，促进利益互惠和价值协商，成为各种社群乃至人类命运共同体发展哲学和范式。

在世界范围内，互联网正在强势介入这样一场变革：形塑新的政治、经济形态，建构新的社群、民族国家和全球秩序，培育新的生活方式、消费文化和道德理想，或可酝酿一轮新的启蒙。三四百年前的启蒙运动肇端于传统与现代的断裂，传统老去，现代蓬勃生长。彼时，传统诸领域、现代诸领域在复杂时空条件下展开对话，理性、主体性、自由和民主等价值在对话中占据了优势地位。如今，人类社会仍需重申启蒙，以适应诸如风险社会、消费文化、全球化等生存境况。新启蒙要弥合现代性的残缺，推动科学技术、市场经济、民主政治、公民社会持续进步，促进个体的本真理想、共同体的“信念之库”自足光大。

在风险社会、消费文化、全球化和核战争等复杂语境下，除了对话，人类其实别无选择。幸好，互联网在观念和技术上宣告了对话时代的到来。以消费文化为例，它一直被描述为精英文化的沉沦或者现代社会细密的控制、“凝视”，然而同时也是大众为争取商业民主和公共参与而发起的文化反叛。大众通过消费——用钱和用脚投票，在生产者及其政治同盟面前实现了后现代主义者所指称的多样化、去中心，乃至滑向虚无。一旦互联网使大众成为真正的对话者，并且容纳、显现人与物、人与人、人与自然、工具与价值等多向度关系，单向度的消费文化就可能得到修补、矫正。

在新的文化生态中，有人追求知识、真理、确定性、同一性、灵韵，有人“戏弄碎片”、任意自在、捍卫多样性，其实每一个人都同时怀有多样的渴望——而这才是人本来应有的样子，才是真正的进步、自由和解放。新启蒙和重建现代性的价值也恰在此处，让人们过上物质丰裕、自由而安全、有道德、有信仰、美好而多样的生活。

显然，我们过分强调了互联网在倡扬对话主义、推进对话实践、拓展现代性中值得乐观、充满希望的一面。之所以采取如是论述策略，乃因为重申启蒙、重彰理性，正需要焕发这般乐观进取精神和革新意志。在现代性危机和风险社会面前，是陷入犬儒主义、悲观主义、宿命论，还是积极行动乃至吉登斯式的“激进卷入”，是一个理想问题。启蒙理性和现代性发展至今，正发起主动的自我重建。杜威往昔的一个论断，大抵可以充作重建的宣言，他说：

“今天，我们在理想之事上是虚弱的，因为智识已然与抱负分道扬镳……当哲学能够与变革之力相称，能够让日常生活的意义清晰且一贯地彰显，科学与情感将彼此渗透，实践与想象将相互拥抱。”^①

① John Dewey, *Reconstruction in Philosophy*, Boston, Beacon Press, 1957, p.164.

第九章

对话伦理

最后一章讨论对话伦理。我们在双重意义上理解对话伦理：对话的伦理、道德的对话范式。对话的伦理即对话者、对话关系和对话活动所应遵循的价值规范，譬如哈贝马斯提出对话者应确保真实、真诚、正当和可理解等交往原则。道德的对话范式是指以对话的观念、价值和原则为核心内容的道德准则，亦即道德的对话论。在语言学转向之前，哲学主要关切的是个体内在的意识问题——上帝、“唯我”或“我思”所建构的绝对律令、纯粹理性、绝对精神等，道德的范式也因之是个体化、内在化和形而上学的。阿佩尔（Karl-Otto Apel）、哈贝马斯等人则在语言学转向发生后，以对话为范式考察道德问题，是为道德的对话论。

对话的伦理与道德的对话范式分殊甚巨，却又关联紧密。至少在哈贝马斯那里，对话伦理的这双重含义是彼此衔接和递进的：他试图发展一套交往理性——对话的伦理，而又考虑到语言、交往和对话对于历史和社会生活的基础性、普遍性建构，因此又致力于建构一套以对话为范式的价值准则，以适用于多元社会的道德境况。本章兼顾对话伦理的这双重含义，而为了契合全书题旨，则以前

者——对话的伦理为重。

一、互联网的德性

我们此前乐观地宣告互联网开启了对话时代，并寄望一场铺展于对话时代的启蒙。然而，若无坚实的对话伦理根基，对话范式之中的“主义”与“方案”、“乌托邦”与“现实主义”就会分道扬镳。在凌空蹈虚、众声喧哗之下，理性的解放让位于毫无节制的解构，乌托邦杳渺虚幻，现实则纷乱虚无。在此背景下，对话的伦理和道德的对话范式皆成为重要而迫近的议题。事实上，互联网的对话伦理境况已经引发了人们深切的道德焦虑。这又是一个巨变的年代，道德的断裂和重构既是巨变的重要原因，亦是其主要后果。

浅交往

时空是生命的展开方式、状态和场域。人在时间之河顺流而下，穿过空间的缝隙，悲欢离合，得失进退，生老病死。为了“生”，人要在事实世界赚取足够的物质利益，以求持续的饱暖；由于“死”——无可避免的时空之旅的终点，人要在价值世界寻求心灵、精神的永恒寄托，即不朽或“活得有意义”。在有限且特定的时空创造利益和意义，正是传统时代人之为人的生活路线。在第一章，我们曾将之表述为人生在世、社会运行的利益策略和意义策略。道德也是特定时空语境的产物，是优化利益世界的规范力量，是意义世界的柱石。

交通和交往改变了这一切。在火车、轮船、汽车、飞机、飞船和电报、电话、报纸、广播、电视的推动下，被高山大川阻隔的一

群人与另一群人，走出血缘和地缘的边界，快捷地在远方相会。美国社会学家库利（Charles Horton Cooley）在1894年写道：“在运输过程中，地区关系和克服空间障碍，就是一切。而在交流过程中，地区关系的重要性正在逐渐降低；自从电报问世以来，可以说，地区关系已经不复存在”。他乐观地预计，信息技术和交往的进化将把人们从时间和空间的粗暴压制、束缚中解放出来。^①传播学者波兹曼（Neil Postman）认为电视“以现时为中心，它的语法里没有表达过去的时态，图像中的一切都是‘现在’发生的事情”^②。

① See Charles Horton Cooley, *The Theory of Transportation*, Kessinger Publishing, 1893, p.70.

② [美] 尼尔·波兹曼著，章艳译：《娱乐至死》，广西师范大学出版社2004年版，第117页。

互联网全面印证了库利和波兹曼的断言。我们正在亲历互联网对时空观的改造。在时间上，人与人“实时”交往，整个世界都处于直播状态。实时意味着信息传递不再给反馈和评价留有间歇，事情即刻发生便须即刻回应和评价，时时处处都是生活戏剧的直播。在空间上，全球成为一个透明、喧嚷的大社区，陌生人身处拥挤的“地球村”，既热烈又孤独。在这信息激荡、网路纷繁、边界虚化的大社区里，我们来不及观照和反思自己的生活。而苏格拉底早就指出，“未经反思的生活是不值得过的。”

那么，我们如何反思时空观被重构的当下生活，特别是其中的道德境况？首先从时间向度反思互联网带来的实时交往效应及文化后果：

甲，实时交往带来了时间的“压缩”，一直压缩到“当下”。万物的来去，皆有其时间。对交往而言，时间是建立、维护和检验道德的必要条件。从人际交往看，互联网上的对话乃是一种实时、碎片化的互动，道德往往被窄化为一种礼貌，缺少纵深、持久和强制的规范力量。从公共交往看，在互联网时代之前，任何一起社会事

件发生后,当事者必有一定时间和余地思考解释和解决的方案,因为相关事实和意见(对事实的情感、态度和评价)总是在“随后”、“后来”才得以传播和扩散。而今,这种交往的余地却越来越狭促。在微博、微信、facebook、twitter等社交媒体(social media)上,说与听、传与受实时同步,当事者、旁观者的交往以及此间“万物的来去”共处于当下直播状态;事实信息与意见信息被同时生产和扩散,事实尚在“发生中”、“进展中”,情感调性、道德框架、价值底色即已施加其上。

在一些公共事件中,亿万人可以瞬时形成匿名、透明的围观,并以其数量优势、“人民的名义”施加自己无须逻辑、却要对方必须立即答复、立即行动的道德审判。人们一方面浅思考、浅交往,“片刻的总和仍然是片刻”^①,一方面又期待深度讨论、理性决策和完美行动。两相对照之下,未免形成显著的心理和行动、理想和现实之间的落差,从而导致关系紧绷、无从对话,或者越交往越孤立、越对话越对抗的困境。

从文化上看,这种容不得“随后”——“历时”沉淀的实时“围观”和交往,可能弱化我们严肃思考、认真对话、庄重生活、信守道德和保持“友谊地久天长”的能力。在互联网形成的虚拟世界里,在被虚拟世界浸染乃至“格式化”的现实世界中,我们生活在自我与心灵、自我与他者、自我与社会关系的最表面。如同在没有边界、终点的冰面上滑行,我们唯有一刻不停地飞驰,因为停下就是倒下。

诚如社会学家卡斯特(Manuel Castells)指出的那样,互联网“压缩时间直到极限,形同造成时间序列及时间本身的消失”^②,作为持存的、延续的时间观念的

① 参见胡百精:《新媒体与认同的想象》,参见胡百精主编,《中国危机管理报告(2010-2011)》,中国人民大学出版社2013年版,第26页。

② [美]卡斯特著,夏铸九等译:《网络社会的崛起》,社会科学文献出版社2000年版,第530页。

黯淡，已经显现于网络时代脆弱的道德、友谊、爱情、婚姻、性及其他关系的建立和维系上。

乙，互联网的海量信息生产、传播、存储机制，以及即刻搜索机制带来了时间的“交叠”，过去、现在、未来共时地“积聚”于当下。在道德考验上，除了实时透明的“围观”，互联网的另一个强大机制是“历史清算”或者说“算总账”。在传统时代，遗忘是时间和生理合谋的一项人生策略，也是社会系统自我调节和康复的重要机制——个体和社会不应背叛“过去”，同时也不要被“过去”压垮。然而，互联网在信息生产和存储上实现了时间的叠加，在传播和叙事上突破了历史和人生行进的线性模式，“过去”一直潜伏着，时刻等待被搜索引擎激活。

今天，卷入互联网世界的每一个人的生活轨迹、人生图景都可能被自己或他人记录在网上。记录的内容可能包括生活中那些卑微、自私、猥琐、过错和意外，也包括偏见、误解和造谣中伤。这些将与人们一生如影随形，在求职升职、面对一份新感情、进入一个新圈子的所有可能时刻，轻易就被“人肉”出来。在互联网的“不遗忘”机制下，个体、政府、企业和各种社群皆要背负所有过错前行，承受“原罪”发作后的道德惩罚。

这是人类未曾有过的生命体验、在世状态和社会运行机制，它改变了救赎、宽容、人性升华、社会矫正的传统观念和路径。往昔的错误将造成持续、深度的焦虑、恐惧和痛苦。简单点说，技术上透明的时代来临了，而道德上完美无瑕的人和社会尚不存在。可以一比的是阿伦特对“卫星时代”道德和文化境况的忧虑。1957年，世界上第一颗人造卫星成功发射，在技术上为文字、影像和声音的及时、广泛传播提供了可能性。作为20世纪最有洞察力的思想家之一，阿

伦特已经意识到技术带来的时空变幻：“人们居住在一个地球般广阔的连续整体上……人的生命中，不再有哪段重要的部分——年、月、星期。”^①随即，她严肃地指出，这种随时被围观和凝视的生活乃是肤

① [美]汉娜·阿伦特著，王寅丽译：《人的境况》，上海世纪出版集团2009年版，第201页。

② 同上书，第47页。

浅和愚蠢的，“这虽然保持了透明度，但却失去了从某种更幽暗之所上升到光亮处的性质”^②。

陌生人的最大公约数

无论“实时的当下”还是“积聚的当下”，皆属互联网对传统时间观念的摆脱和反叛，并可能改变、颠覆人类生活的基本境况。如是反叛提出了两个道德难题：何以建构实时交往的道德？何以解决“不遗忘”机制下的道德原罪和“历史清算”问题？在回答这两个问题之前，我们还要考察互联网在空间维度引发的对话伦理问题。

甲，话语与语境。吉登斯将脱域定义为社会关系从特定地域脱离而出，随后嵌入到一个新的地域和文化语境之中。这势必造成语境与话语的断裂和分离。话语在脱域后嵌入新的空间，语境却守在原地。互联网放大了脱域机制，话语在全球瞬时、实时传递，但是交往语境却无法由此处“搬运”到异域。问题是，话语意义的生成和理解离不开初始语境。一般而言，语境大抵可以区分为上下文语境、情景语境、关系语境、媒介语境和社会文化语境等五类，脱域交往很难完整复制、再现这多重语境。当话语脱离了语境，其语义和语法便不再是原有权力、道德和文化的编码，而只能任由新语境赋予意义和解码。无疑，这种脱离纵深语境且来自陌生人的解码，必然滋生严重的意义风险和道德冲突。陌生人不得不望文生义，或者以自己的道德框架、“顽固偏见”合理想象话语的所指和能指，并因此

引发误读和冲突。

听者的误读反馈给言者，言者就必须做出改变。由于缺少语境及其积蓄的表达势能，言者只能让话语本身更给力。譬如，为了获得脱域下的倾听和理解，言者越来越倾向于将意义生成在话语的表面，并让话语本身更直接、更撩人、更雷人。在很多情况下，互联网话语热衷于迎合、解放普罗大众心性之中那些粗陋的认识和贪嗔痴。个中缘由，最直接的就是它们能够充当脱域语境下的“共同语言”。这也大抵印证了一个诅咒式的断言：人类可以创造越来越先进的沟通手段，却未必从根本上改善沟通的质量。

乙，“用时间消灭空间”。这是来自马克思、恩格斯的名言，他们认为交通和交往手段的革命将带来物质和信息交换效率的提升，时间因此将突破空间上的障碍和距离。一百多年后，麦克卢汉使用“地球村”概念来描述被“消灭”了距离的全球地理空间。及至信息技术革命催生了互联网，“无远弗届”就变成了现实而不再是一个比喻。当全球成为一个无碍相通的空间，脱域也不再是社会关系从一处转移到另一处，处处都是脱域空间，处处都存在陌生社会关系的嵌入和干预。不仅如此，互联网创造了基于现实空间而又相对独立的虚拟空间，这二者之间也存在相互脱域的互动关系。

在脱域空间，多元主体乃至全球性的关注、讨论和介入，必将重组社会关系，再造利益各方的权力、道德和交往规则。譬如，官在上、民在下的地位势差可能改变，核心利益与边缘利益的排序可能重置。以2011年广东“乌坎村”事件为例，地方政府面临的新情况是，当事官民同时置身由微博构造的全国、全球性“演播大厅”之中。省内省外、国内国外的网民“等距离”甚至“无距离”围观了这场官民对话的直播。很少有人精准搜索、定位乌坎村究竟在何县何乡，因为

它就在“眼前”，就在观众环绕的中央。外乡人、外国人的无距离围观施加了众目睽睽、众声喧哗的政治和道德压力，并因此改变了当事官民之间、当事者与围观者之间的权力格局和交往关系，影响到事件的处理观念、原则和方式。

从来没有一个时代像今天这样，陌生人可以大规模、集中化地在同一空间相遇。按照社会学家涂尔干的观点，同一空间的人应该

① 参见〔法〕爱弥尔·涂尔干著，渠东、汲喆译：《宗教生活的基本形式》，上海人民出版社2006年版，第8页。

拥有同样和普遍的情感、道德与价值。^①这些价值是人们共同心智的凝结，为差异化的个体提供交往的尺度，以及必要的同一性和“最大公约数”。在血缘和地

缘维系的传统社会寻找共同体成员的最大公约数并不费力，而这在“无远弗届”的脱域空间、随聚随散的陌生人世界则是莫大的难题。“世界是平的”，我们都站在广场上。上帝曾借由分化语言来阻止人类协力修建直抵天堂的巴别塔，如今则可能通过道德情感和价值理想的断裂、最大公约数的缺席阻止人类把地球真正削成一个平面。

如是，后现代主义者的预言并非全无道理，一切都在解构之中走向多样化、差异化和碎片化。一个糟糕的景象很可能会出现于互联网驱动的全球化时代：人类齐聚在拥挤的社会部落或地球村，却并无相契且坚实的情感、道德和价值基础。互联网所许诺的民主化和多中心，由于缺少最大公约数的普洽，而落入无中心的陷阱。几乎每一天，互联网都在制造或呈现令人目瞪口呆的巨变和奇观，哪里有奇观哪里就忽然成为中心，而其中心价值又稍纵即逝。信息海洋之上浮沓遍起，却不是众所期待的自在而又和谐的多中心。

综合甲乙两方面，互联网在空间维度至少带来了如下道德困境，它们皆关涉到对话的伦理和道德的对话问题：一是话语与语境分离不可避免地造成意义的误读和道德的冲突；二是由于缺少共同的情

感、道德和价值基础，互联网连缀、贯通的陌生人世界会放大多元主体之间的道德冲突；三是化解道德冲突的主要方案是寻找陌生人之间的最大公约数，然而这是否意味着要建立多元主体共同信守的道德准则？进一步发问，是否存在普世的道德？倘若建立一种“以一摄多”的道德规约，那么这个“一”又由谁决定？

时空虚化

之所以考察互联网对于人类时空观的改造，是因为由此激发的历史和社会生活变革最为基础、普泛和深入，从而也是最根本性的变革。当时间被压缩到若有若无，空间被扩充到广大无边，人类的交往及其伴随的道德境况必然面临时空虚化语境下的复杂重构。正如人类文明史所展现的那样，包括互联网在内的根本性技术革新，往往需要以一时的道德混沌、价值紊乱为代价。

时空虚化导致传统社群失去了安身立命的家园，稳定的地缘、社会关系和文化网络逐渐消隐。一旦从有形的时空语境、稳定的社会关系中走出来，个体便成为虚化时空中的观光客、流浪者，旧的道德认同趋向弱化和瓦解，而形塑新的道德认同则缺少依凭。从时间之维看，“一切还来不及体验和反思，就已经消失了，难以言说的焦虑和难以承受的空虚随之而起”^①；从空间之维看，人与人的相遇和相识变得越来越容易，却不过是交往于当下的陌生人。所谓观光客、陌生人并非素不相识，而是彼此间缺少牢靠的集体记忆和共同的道德基础，“他们不再是同一块布上扯下来的一小片，而是有自己不同的颜色和花色”^②。

① 但海剑：《简论现代性背景下的网络传播的时空困境》，载《理论月刊》，2011年01期。

② 崔卫平：《我们时代的叙事》，花城出版社2008年版，第2页。

实际上，前面只列举了时空观改造及其道德后果的若干显著特

征。就对话伦理建设而言，我们还将遭遇更多的挑战和不确定性。兹举数例如下：

甲，集体记忆的祛魅。我们在第五章曾以集体记忆的书写和阐释为例讨论互联网时代的话语权分配和公共交往问题，此处亦可将之延展至对交往道德问题的考察。集体记忆本来就是形塑道德认同的重要载体，它们往往表现为个体和共同体的美德故事，譬如诚实、正直、勤奋、团结、敬畏、进步等等。正是在这些美德的指引下，共同体成员于交往中获得了鲍曼所宣称的安全感和确定性。那些堪为族群道德认同和合法性来源的集体记忆，应是持久沉淀、庄重刻写和神圣操演的产物。而经过互联网的冲击和淘洗，集体记忆的历史纵深感被消解，附着其上的情感和审美品质、道德和信仰价值也一并祛魅。集体记忆走向平面化和庸常化，褪去了历史乌托邦的诗意。

造成这一状况的原因是复杂的。譬如，互联网语境下的浅思考、浅交往和漂泊的身心实践，让人们无意停驻在任何时刻、事物上，那些需要持久、专注、庄重卷入的价值之物更是如此。同时，海量的信息生产、选择和接收，错综复杂的社会关系重构，也降低了所有事物在人们记忆中的相对重要性。即使是北京奥运会、上海世博会等重大社会历史事件，也可能在一时欢腾后退出集体记忆的中心画面，难以胜任凝聚道德认同、弘扬价值理想的使命。此外，互联网造就了真正意义上的大众时代、“常人社会”。怀疑、狂欢、戏谑以及对宏大叙事的反抗，加剧了集体记忆及其重要载体——公共仪式的形式化、空洞化和虚无化。一些集体记忆所呈现、承载的道德观念非但无法在现实中复活，反而成为大众戏谑的对象。

乙，闲暇的消逝。互联网贯通了工作时间与生活时间，带来了“闲暇”的消逝。互联网打破了劳动与非劳动、生产与非生产

的边界，把“上班”和“回家”、“上课”和“下课”、“生计”和“休养”连成一片。工作和闲暇的关系，由各处一端的两个梭子变成了同一个旋转的陀螺。在马克思的分类里，社会时间包括劳动时间和自由时间，前者决定人的生计和商品的价值，后者决定人的发展空间，人拥有的自由时间越多则自我发展空间越大。互联网特别是社交媒体和移动互联网混淆了劳动时间和自由时间的界限，进而让前者渗透、侵占了后者。在工业社会之前，工作是为了获得自足的闲暇和发展空间；工业社会颠倒了二者的手段和目的关系——闲暇、休养是为了更好地工作；信息社会则面临着工作彻底挤压、消解、占领闲暇的风险。

互联网为工作提供的便利很快成为必须承担更多工作的理由，这个理由把工作路线图一直延伸到黄昏和午夜。譬如，SOHO（在家办公）原本是一个许诺自由、自主的新生活概念，结果工作路线图替代了生活路线图，家成为工作的又一个去处或者说殖民地。闲暇的消逝并不是说人们被剥夺了全部非工作的时间，而是意味着栖息感、自在感和意义感的沦丧。对很多人而言，特别是年轻一代，生活的展开过程不再区分为工作和闲暇，唯余一项内容：工作和为了工作。显然，这将造成新一轮深重的异化，生活世界进一步被工作的场域——政治和经济系统殖民，权力和金钱的逻辑主导一切。正如哈贝马斯所强调的，生活世界乃是交往道德的基本来源和实践领域。

丙，交往场域的重构。在现实空间之外，互联网创造了一个崭新的生活和交往场域——虚拟空间。2010年前后，社交媒体、移动网络的全面兴起对虚拟空间实施了三项改造：一是由单纯的信息空间转变成关系网络，虚拟空间不只生产、分享信息，而且建立、

重构社会关系；二是由现实的投射转变为现实的强势干预者，虚拟空间开始拥有自己的规则、结构和价值，并且反过来影响现实空间的权力和道德秩序；三是由言说的场域转变为行动的场域，虚拟与现实之间的边界日益模糊，“线上”、“线下”的言说和行动走向统一，这在诸如“茉莉花革命”、“占领华尔街”等政治运动和中国的一些社会事件皆得到了印证。虚拟与现实“谁更真实”已然不重要，真正值得考量的是如何拓展言说和行动的可能性。

这三重改造紧密关联，共同提出了一系列新的道德问题：如何建构虚拟空间的对话伦理？如何协调虚拟空间与现实空间的伦理准则？如何统一对话伦理与行动伦理？

二、说服者的德性

言说、交往的道德并非是一个新话题。我们在第一章、第二章分别介绍了中国先秦行人叔孙豹提出的立德、立功和立言之“三不朽”，古希腊先哲亚里士多德提出的修辞“三要素”——品格、情感和逻辑。此外，孔子、孟子等人倡导的修辞立其诚、交往之礼义，柏拉图在《对话录》、亚里士多德在《政治学》等著作中强调的表达伦理，也都将道德确立为言说、交往的基本前提和面向。在日常生活领域，诸如诚实、坦率、不妄语、不两舌（搬弄是非）、言而有信、言行一致等言说道德更是被视为人之德性的基本内容。

及至 20 世纪，公共关系、广告、宣传等职业化的说服手段被系统应用于政治、经济、文化、宗教和战争诸领域，言说道德建设便成为一个绕不开的理论 and 实践课题了。当然，从先秦、古希腊到 20

世纪，人们主要是从说服者的视角考察言说、交往的道德规约。实际上，在互联网和对话时代到来之前，言说道德的核心问题就是说服者的道德。我们在今日建构对话伦理，首先应清理传统上由说服者留下的道德遗产。鉴于广义上的公关包含了新闻发布、广告、宣传、游说等各种人际、群体、组织和公共性的沟通手段，下面便以公关为例讨论说服者的道德问题。

沟通即德性

巴纳姆是第一位现代公共关系之父，但是他并未提出一套专门的公关、宣传伦理。在道德问题上，他所推崇的是作为一个基督徒的道德喜悦，作为一个商人的诚信。他取悦大众，有时还在宣传中愚弄大众，他的道德底线性是“无害的骗子”。我们在第一章提到，《泰晤士报》说巴纳姆的名字是以下事实的“代名词”：“一方行骗而无恶意，一方受骗而心甘情愿”。

现代公关的基本道德原则是由艾维·李最早提出的。1906年，李协助摩根等人控制的无烟煤矿处理了一场大罢工，他的主动、公开和坦率赢得了媒体和工人的赞誉。在事件中，李发布了一份《原则宣言》，提出公关必须信守讲真话的道德准则。随后，他又将“开明自利”纳入大企业的公关和宣传准则。李是一个实用主义的改良派、进步派，而不是一个激进的革命者。他对自己的定位是做利益集团与人民大众的居间人，促进二者的沟通和共识的达成。而从利益集团——说服者一端看，沟通应当坚持讲真话的原则，并且开明地做到利益互惠。

李意识到，“人民已经登基为王”，而利益集团却

仍旧奉行保守、封闭、粗暴的政策。^①两相比较力之下，美国进入了一

① See Ivy Ledbetter Lee, *Human Nature and the Railroads* (Philadelphia, E. S. Nash & Co., 1915), p.8.

个要么改良以求渐进，要么革命以颠覆一切的关键历史时刻。同很多进步主义者一样，李相信在这样的紧要关头，沟通本身就是一种有德性的选择。沟通能否解决全部问题尚未可知，但它至少能够改善冲突各方的心态、姿态和关系状态。

然而一个不争的事实是，致力于居间协商的李终究要站在利益集团一边，居间人不过是“大企业的医生”。他改变不了自己的受雇

① Ray Eldon Hiebert: *Courtier to the Crowd: the Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Iowa State University Press, 1966. p.131.

② Ibid., p.119.

身份。“李站在幕后，操纵着这个世界上最伟大的实业家们，并帮助他们解决难题。”^①1915年春天，李曾四次在法庭上接受听证、质询，理由是他涉嫌以“神秘的”不法手段操纵宾夕法尼亚铁路公司、洛克菲勒

家族和无烟煤矿主。听证结果显示，李做到了让他的客户讲真话，他成功地劝阻洛克菲勒家族收买媒体，“不应该花一分钱，企图以任何方式直接或间接地影响媒体的立场”，他还引导煤矿老板们“亲自表达，坦诚表达，完整表达”^②。

这四场质询反而成就了李的道德声誉，也在一定程度上建立了人们对公关这一“公共宣传新游戏”的初步信任。同公关界的后起之秀伯内斯相比，李在创意、策略上皆乏善可陈，而他的长处正是以德服人。在遇到舆论困扰时，洛克菲勒会选中李的方案，因为“这是我听到的唯一不包含任何不正当手段的建议”。李在服务宾夕法尼亚铁路公司时提出，公司决策层要确保他的独立顾问地位，而非成为他们的傀儡。公司总裁阿特伯里（G. W. Atterbury）忆及：“他是我所认识的公关专家中，唯一能够在觉得我错了的时候会站起来和我争辩的人。”李为人坦诚，并将坦诚原则贯彻到他的公关实践中去。也正是由于坦诚，洛克菲勒家族、宾夕法尼亚铁路公司才在风起云涌的“扒粪运动”中挽回声誉。在李看来，只有坦诚才能重建公众的信

① Ray Eldon Hiebert: *Courtier to the Crowd: the Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Iowa State University Press, 1966, p.100.

心，而“公众的信心是我们唯一可靠的堡垒”^①。

作为一个职业说服者，李当时面临的一个具体问题是如何实现宣传价值与新闻价值的统一。他提出，企业和公共机构不应偏执于自身的宣传价值，而必须契合和满足媒体所追求的新闻价值。李认为“赢得媒体善意”是公关的重要目标，但他反对因此而贿赂记者——这只会导致客户和媒体一起沉沦。他主张向媒体提供有新闻价值的信息，帮助记者克服采访障碍，让他们顺利地完成本职工作。如是，组织也可以最大限度地传达自己的声音。在整个公关生涯中，李从未被指责以任何方式收买媒体，他自己也得意地宣称：“在过去二十年里踏进媒体办公室的次数不超过四次”。

《编辑和出版人》杂志在1908年赞扬李说：“不过三年，由于受到美国编辑和出版人的尊重，他的宣传机构已经牢牢确立了自己的地位。”杂志记述说，李“从未在任何一家报纸的专栏中为植入客户信息而付费”，因为他向媒体提供的新闻素材“永不哗众取宠、永不损人利己，总是精确而值得信任，可读性很高”^②。李开启了新纪元，他使宣传家和新闻界建立了一种和谐互动的关系。在他之后，一大批训练有素的新闻工作者投身公关领域。这在一定程度上确保了美国公关行业在其“童年期”即遵守新闻规律、重视新闻价值，并以之平衡公关伦理和新闻伦理之间的关系。

② Ibid., p.80.

总体而言，李大抵确立了现代公关“童年期”的职业信条和道德理想：一是对组织——企业和政府等公共机构而言，沟通比镇压、对抗更富有建设性、进步价值和民主精神；二是沟通——在当时主

要是公共宣传 (publicity), 必须以诚实、及时、准确、坦率为原则, “如是, 无论有多少流言

蜚语甚嚣尘上, 自身的结构依然安全和坚固”;^①三是从利益和价值角度看, 凡有利于公众的事情才从根本上有利于组织自身。

李至少把前两个信条坚定地贯彻于他的公关实践, 而组织与公众的相互适应与调整、促进公共利益和社会责任、价值共同体建设则是公关在随后大半个世纪的使命和愿景。这已经足够了, 让统治集团开口讲真话, 在沟通中推动改良和进步, 使李成为名副其实的“美国新民主运动的实践先锋”。李的传记作者评价说, “他努力促使资本主义从 19 世纪的帝国主义贪暴无良转向 20 世纪的道德慈善, 从

^② See Ray Eldon Hiebert, *Courtier to the Crowd: the Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Iowa State University Press, 1966, preface.

19 世纪的个人利益至上转向 20 世纪强调公众、组织和社会共同发展”。在这一点上, “他的贡献可能超过了其他所有美国人”^②。

公共之善

在艾维·李之后, 美国公关业的代表人物是伯内斯。不过这样的说法本身就是对历史缺少道德感的粗暴侵犯, 活跃在 20 世纪 20 至 50 年代的其他杰出公关人物便因此湮没在历史尘埃之中了。譬如美国电报电话 (AT&T) 公司的公关副总裁佩奇 (Arthur W. Page), 他在接受任命时提出了如下条件: 决不做操纵公众的宣传家; 在公司政策制定中享有发言权; 将企业自身的实际表现视为公共声誉的决

定性因素——而不是宣传。^③

^③ 参见 [美] 卡特里普 (Scoff M. Cutlip) 等著, 明安香译: 《公共关系教程》, 华夏出版社 2001 年版, 第 103 页。

同样作为公关业的奠基者, 伯内斯也面临着艾维·李的职业伦理建设任务。这些任务包括: 促进

组织（政府、企业和其他各类社会组织）真实、坦诚、公开、主动地回应公众关切；借由沟通实现组织与公众的利益互惠；协调公关伦理与新闻伦理，遵守后者的客观、公正、平衡和独立等原则。所不同的是，伯内斯以其一贯的“大处思考”风格，着力论述和实践公关对于社会发展的介入方案：促进组织与公众彼此理解、相互适应，形塑公众舆论，制造社会认同，增益公共之善。此中包含着他的三个职业伦理观：“双行道”的沟通与互惠、制造认同与团结、增益公共之善。

甲，建立组织与公众之间的双行道。从李到伯内斯，现代公关的道德观念发生了微妙变化：前者重视统治集团的改良、妥协和取悦公众——李的传记名称即为《取悦公众》（*Courtier To The Crowd*），后者则强调建立组织与公众彼此互通的双行道。伯内斯提出，“在现代社会中，公众的认同对于任何重大事业而言都是至关重要的。所以，若未得到公众的接受，值得赞美的运动亦将惨遭失败。”^①但是，认同应当来自组织与公众的沟通、合作和让步，而不是要么压制、要么迎合。他举商业的例子说，“公众要感谢大规模生产和科学营销的商业模式带给他们的利益，商业机构也应感谢公众日益增强的判断力，并尝试理解和满足他们的要求。只有商业机构和公众彼此合作、相互让步，双方关系才是健康的。”^②

① Edward L. Bernays. *Propoganda*, New York, Vintage books, a division of random house, p.26.

② *Ibid.*, p.66.

这种合作、让步的观念贯穿于伯内斯一生的公关思想和实践。我们在第一章曾提到，伯内斯认为所谓真理也不过是各种欲望和思想在沟通、妥协中最终达成的某种说辞。事实上，“双行道”的公关观念在 20 世纪上半叶大抵上还属于一种道德理想。且不说组织的决策者是否具有在“双行道”上与公众相遇、协商的内在动力，单从手

段、技术上就难以实现普遍化、日常化的双向沟通。李的居间协商观念也是如此，他不可避免地站在说服者——雇主一端，务实地谋求一些可能的改良。

乙，制造认同与团结。在伯内斯看来，工业化和城市化加剧了现代社会的多变性和复杂性，科技、交通、传播、教育持续进步，市场经济、民主政治和大众社会不断发展，这一切都使社会关系日益紧密也更加紧张。如是，社会整合、关系协调和“制造认同”成为一种专门性、系统化的社会需求。正是这种认同和团结的需求，孕育了以“告知、说服公众和整合社会关系”为业的现代公关。在多部著作中，伯内斯毫不忌讳地把“操纵”和“舆论”两个词连在一起使用。他认为现代社会的认同和团结乃是“设计”、“制造”的结果，而非自然生成的秩序。换言之，尽管作为手段的“操纵”在道德上是可疑的，但其目的却是合理的——使现代社会从涣散、混沌走向认同和良序。

在《操纵舆论：为什么与怎么做》一文中，伯内斯强调“舆论乃是异质性的存在”。为了确保舆论能够达成共识，实现“终极的

① See Bernays, E. L. (1928), "Manipulating Public Opinion: The Why and the How", *American Journal of Sociology*, 33(6), pp.958-971.

社会和个人利益”，公关对舆论及其背后的大众进行引导和塑造便必不可少。^①按照伯内斯的逻辑，为了不冒犯大众而刻意无视大众的致命缺陷，乃是一种

伪善。因此，公关一方面要促进统治集团直面舆论，以民意为准调整自己；一方面也要正视并努力改变如下事实：大众心理总是在“顽固”和“脆弱”的两极激荡，并伤害真正的自由、平等和秩序，因而理应施加必要的“操纵”。他认为负责任的政治家既要顺应民意，又要改造大众的心智，“无论政府职位的竞选、对新议题的解释和推广，还是将日常公共事务管理变成社区生活的重要问题，宣传的

① Edward L. Bernays. *Propoganda*, New York, Vintage books, a division of random house, p.94.

使用——对公众心智的精心改造，已然成为政治生活必不可少的部分。”^①

丙，增益公共之善。在对公关价值的预期上，伯内斯抱持的一个理想是基于而又超越组织与其相关公众之间的利益互惠，实现社会责任、公共福祉的拓展。这在本书第四章介绍的他所操作的诸多案中皆有体现，譬如将马克货运公司与铁路部门的私怨、纷争成功转化为全美公路网建设运动。他认为公共之善乃是制造认同的最强大的武器，“如果政治家学会将自己在公共福祉和公共服务方面的观点与选民的思想融汇一体，那么他就不必成为大众偏见的奴隶。”^②他重申，“塑造公共舆论”即“塑造公共良心”。^③

② Ibid., p.104.

③ See Bernays. E.L. (1966), “The Outlook for Public Relations”, *Public Relations Quarterly*, 10, pp.34-38.

伯内斯对社会责任和公共之善的重视有其深厚的社会历史背景。在美国，社会责任的概念和观念是在大萧条、二战期间兴起的。自从1929年的大萧条将美国及其资本主义制度“推到了悬崖边上”，物质萧条与精神消沉相伴而行，“永远没有人能计算出，美国文明付出了多少代价。”^④临危受命的富兰克林·罗斯福总统开始推行新政，在政治上恢复二、三十年前的国家干预主义，在经济上采纳凯恩斯主义，在社会层面实施福利主义。

④ [美]戴维·A.香农编：《大萧条》，美国新泽西州普伦蒂斯—霍尔公司1960年版，第93页。

罗斯福新政是以充分的政治宣传和游说为基础的。从1933年3月起，罗斯福通过广播发表了30次“炉边谈话”。他放弃官场演说那一套，如在家中交谈。他的声音浑厚悦耳，语调轻柔舒缓，称呼听众“我的朋友”。他说服人们把钱存进银行以重振国家金融：我可以向大家保证，把钱放在经过整顿、重新开业的银行里，要比放

在褥子下面更安全。第二天，人们带着不久前挤兑出来的钱和黄金，在银行门口排起长龙。一周后，全国四分之三的银行复业，交易所铜锣又响。在某次广播谈话中，罗斯福突然停下问道：“咦？我的那杯水呢？”随后广播中传来倒水、喝水的声音。总统说，“我的朋友，华盛顿今晚真的很热！”这样的细节让人们觉得总统宛在身旁，他对萧条和苦难亦有深切体验，对繁荣和美好更有同样强烈的向往。当罗斯福为民众带来信心，民众则报之以信任。

技巧总是次要的。罗斯福的“炉边谈话”及其12年任期内的998次记者招待会涉及金融整顿、工业复兴、社会福利、种族平等、劳资纠纷和公民权利等各个方面，而其政治公关的统摄性主题是社会责任。他主张建立积极行动的政府，担负市场和社会难以解决、无力承担的责任，比如拯救经济危机、促进公平正义、重建精神家园；他要求企业配合政府、承担社会责任，消除你死我活的商业竞争和对劳工的残暴，建立最高工时和最低工资制度。企业最初抱以抵抗态度，而后却实用主义地发现，理性竞争、关爱底层、善尽社会责任有助于赢得理解、信任和尊敬，有助于摆脱危局和创造新的机会。

以善尽社会责任为诉求的公关越过二战，一直延展到20世纪中后期。20世纪50年代，“慈善企业主题被认为纠正了企业的‘强盗大亨’形象，弥补了大萧条时期的不良记录”。此间，公关的地位亦得到提升，企业以之为积善之资——开展“策略性慈善”^①。1953年，博文(Howard R. Bowen)在《商人的社会责任》一书中将企业社会责任问题理论化，提出“原本不受约束、自由发展的企业现在需要承担对员工、客户以及大多数公众的义务，并以此作为企业生存的条件”。

^① John C. Nerone, *Last Right-Revisiting Four Theories of the Press*, Chicago, University of Illinois Press, 1995, p.15.

双向均衡

艾维·李和伯内斯的公关伦理观带有明显的实用主义、功利主义色彩。无论是为了应对某个微观的伦理情境——譬如确保一次宣传的真实性，还是在宏观上促进社会改良、社会认同和社会责任，他们的思想和实践皆体现了“有用即真理”的实用主义准则。他们提出了诸如居间协商、双向协商等道德理想，而主要精力还是花在务实地帮助组织建立一套道德准则，以稳妥处理组织与公众（雇员、选民、消费者等）、组织与媒体、组织与社会的交往关系。

及至 20 世纪后期，艾维·李和伯内斯基于组织——说服者立场的公关伦理观遭到了格鲁尼格等人的批评。格鲁尼格认为，正确的世界观（world view）乃是卓越公关的前提。他们提出，传统公关最大的问题在于不对等、不均衡，并且至少表现出七种错误的 worldview。^①这七种 worldview 可以概括为四个方面：

^① See E.N.Grunig, "Symmetrical presuppositions as a framework for public relations theory", in C.H.Botan and V.Haeleton, Jr.(eds.), *Public Relations Theory*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp.17-44.

甲，内在导向与自我封闭，即只用自己的眼光看外界，从不由外而内看自己；只注重“我”说，把信息推出去，而无视或排拒外部信息。

乙，效益第一，一切皆以绩效改善为中心，效益是思考、创意和行动的基点，至于尊重、信任和持久关系等则较少被考虑。

丙，精英主义与中央集权，充斥着精英意识，服膺领导意志，组织内部权力集中于少数管理者，于外部则滥用组织强势；公众则被视为乌合之众，不过是“我”实现利益的对象和工具。

丁，保守主义与传统至上，“我”与公众各守边界，倘有变化，也是“我”对公众的改造，而非“我”针对公众需要做出调适和创新。固守传统，裹足不前，唯求平稳，防御、闪避心理压倒了开放、变

革意志。

为此，格鲁尼格呼吁改造公关的传统世界观。他宣称，新世界观必须与传统世界观的不自由、不平等、不民主、抵制创新等劣根性决裂。在大量实证研究的基础上，格鲁尼格在 20 世纪 90 年代提

① See E.N.Grunig and J.White, *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale NJ, Lawrence Erlbaum Associates, 1992, pp.31-64.

出了公关的 10 种新世界观：相互依存、系统开放、地位平等、动态均衡、自主自立、有效创新、民主体管理、承担责任、化解冲突和尊重公益。^①我们可以将之归纳为五个方面：

甲，系统开放和彼此依存这两个概念传承自卡特里普，他在 20 世纪六七十年代倡导组织与公众建立开放、共生的利益系统，公关则是系统边界的“扳手”、系统生态的调适者。

乙，地位平等、动态均衡是处理组织与外部利益相关者权利和交往关系的道德准则，即二者拥有平等权利，即使存在差异和差距，亦应在双赢的沟通中实现动态均衡。从这两个准则出发，格鲁尼格提出卓越公关有必要“清理门户”，把那些单向、支配性的说服手段逐出门外。

丙，化解冲突和担负责任强调了公关的合作精神和社群主义价值观。

丁，自主自立、有效创新和民主体管理关涉组织内部的治理原则。格鲁尼格认为双向均衡的公关伦理能否落到实处，关键要看组织内部的权力结构。

戊，尊重公共利益是公关新世界观的最后落点，它明确了公关的使命：基于多元协商，促进公共利益。在格鲁尼格看来，倘若无视公共利益，公关就会沦为语言暴力、欺诈操纵和威逼利诱。

2000 年，艾斯 (Robert van Es) 与梅杰林 (Tiemo L. Meijunk)

① See Robert van Es, Tiemo L. MeijUnk, "The dialogical turn of public relation ethics", *Journal of Business Ethics* 27: 69-77. 2000, p.70.

提出了公关伦理的对话转向问题。他们试图整合格鲁尼格的公关价值理想和早前艾

维·李、伯内斯的功利主义公关伦理，并以元伦理框架 (metaethical framework) 建构个人伦理、职业伦理和公共伦理三位一体的“对话主义公关道德”。^①他们认为，对话取向的公关伦理不只关注公关业者的实践，而且看重组织与其对话者（包括群体和个人）关系的总和。这些关系既涵盖对话者之间的利益和价值问题，也承载着社会和政治义务（譬如公平和关爱）以及环境义务（譬如公共利益和生态利益）。因此，对话主义的公关伦理是多种道德反思平衡的结果。公关的作用也恰体现在此处：建立和维护组织与多元利益相关者有道德的对话关系。

2004年，博文（Shannon A. Bowen）借鉴康德道德哲学的义务论观念提出了公关行业的伦理标准：公关实践应当基于人之为人的普遍理性（rationality）和道德律令（the categorical imperative）；公关决策理应充分自主自治（the law of autonomy），免于不正当规则和雇主私利的羁绊，在道德决策的灰色地带（grey areas）更应自律；人非手段而是目的，公关业者要护念人的尊严（dignity and respect）；公关业者应承担对利益相关者的义务（duty），并始终抱持道德上的善意（the moral good will）。^②

② Bowen, S. A. (2004), "Expansion of Ethics as the Tenth Generic Principle of Public Relations Excellence: A Kantian Theory and Model for Managing Ethical Issues," *Journal of Public Relations Research*, 16(1), pp.65-92.

当我们提到康德的时候，就又回到了启蒙理性、交往理性和对话伦理问题。康德道德哲学正是阿佩尔、哈贝马斯对话伦理思想的重要来源。阿佩尔通过改造康德道德哲学提出了对话伦理的基础主义和普遍主义。哈贝马斯也是康德道德哲学的改造者，“哈贝马斯本

质上是一个康德主义者，其突出的表现就是哈贝马斯在对话伦理学的探究上始终坚守理性

① 参见胡军良：《哈贝马斯对话伦理学与康德义务论伦理学共有的四重基本特质》，载《贵州社会科学》，2010年5月。

的立场、注重确定道德律的形式而不关心道德律的内容、追求道德原则和道德规范的客观性和普遍有效性以及坚持道德原则的理想性与批判性”^①。就此而论，哈贝马斯的对话伦理思想堪称康德道德哲学的“复兴和重建”。本章最后一部分即探讨对话伦理思想并以为之全书的尾音。

三、对话伦理与认同

对话伦理所欲解决的根本问题，乃是在现代性与后现代“共峙”或者说现代性的高级阶段，如何建构交往理性和理性交往，从而在多元社会条件下再造认同和共同体。现代性创造了进步与繁荣的神话，也导致了人与自我、人与社会、人与自然的疏离和对立，价值理性衰微，传统权威瓦解，风险社会降临。而作为现代性自我否定之物，后现代进一步造成了去中心、去秩序、多样化、差异化和碎片化的疯狂解构。正如此前数章所论，对话以重构认同和共同体，乃是克服现代性危机的重要途径。这就意味着要发展一套规约对话方式的道德准则，即对话伦理。而当对话上升为时代主题，对话伦理便不再单纯指涉对话方式本身，而普泛为一种对话取向的道德规范。所以，对话伦理首先是对话的伦理，进而泛指道德的对话范式。

互联网在 21 世纪初开启了对话时代。在这个时代的入口，我们已经见证了一些新的道德境况和问题。早前，哈贝马斯的对话伦理思想尚带有明显的乌托邦色彩，更像预言家、批评家虚构的理想境域。

而当互联网深刻改造了人类交往的观念、原则和方式，这个乌托邦便离现实更近了一些，甚至为对话时代出现的道德新境况、新问题预设了部分解释和解决方案。

先验基础

在又一次邀请哈贝马斯出场之前，我们有必要先介绍一下德国哲学家阿佩尔（Karl-Otto Apel），他们二人同被视为对话伦理学的代表人物，而后者的问题意识和思考框架对前者有直接的影响。面对20世纪后期的全球化、后现代境况，阿佩尔在道德层面提出的一个问题是：在多元主义时代，人类是否存在一致的道德基础？这一发问显然有重要意义——无论在一个家庭、组织、民族国家，还是在国际社会，我们能否达成道德共识？在贝克所宣称的“世界风险社会”中，诸如生态危机、核武器危机是否存在基于普遍道德展开对话、讨论的可能性？阿佩尔对此的回答是，“我们今天面临的问题都是全球范围内的问题，这就要求一种普遍伦理学”^①。

后现代主义者则给出了否定的回答。利奥塔、罗蒂和鲍德里亚皆认为，只有相对主义、怀疑论乃至虚无主义才能解释和合理化今日的道德现实。在他们看来，传统时代的道德基础主义、普遍主义早已不复存在，现代社会的道德世界充满矛盾、悖论，一切都是相对化、差异化和情境性的，所谓“一致”必是可疑的。^②举例

而言，在2008年汶川地震中，中学老师“范跑跑”抛弃学生独自逃生，引发了舆论热议：范是道德的吗？按照后现代主义者的观点，这一问题只能在当时的具体情境、范的主观意识和其他复杂要素的交错中才能找到答案，而这个答案也未必可靠，更谈不上将某一种道德强

① Sander Griffioen, *What Right Does Ethics Have? Public Philosophy In a Pluralistic Culture*, VU University Press, 1990, pp.1-2.

② See E. Mendieta, *The Adventures of Transcendental Philosophy: Karl-Otto Apel's Semiotics and Discourse Ethics*, Lanham, Owman & Littlefield Publishers, Inc., 2000.

加给范。

后现代主义者在理论上提出了诘难：客观事实世界的确存在普遍规律和一致基础，而道德属于主观价值世界，难以形成具有普遍约束力的共识和约定。自英国哲学家休谟始，事实与价值二分法便成为一个著名且看来自明的命题：事实不能推导出价值，“是”无法推导出“应该”。譬如学生在地震中情况危急（事实）并不必然意味着“范跑跑”应该舍命相救（价值）。所以，即使全球共同面临着事实上的风险，亦无以建立普适的道德基础。

阿佩尔承认道德的多元化事实，但是他希望能够折衷道德相对主义与传统的道德基础主义，以为现代社会的道德共识提供指导。基础主义是康德道德哲学的一个重要特征，也是其主体哲学的一个重要面向。作为启蒙运动的旗手，康德相信人的理性和主体性。这表现在道德领域，便是他乐观地认为人内在、先验地拥有一种“纯粹理性”。而纯粹理性又可生发出道德上的“绝对律令”，即以善本身为目的、绝对的、无条件的道德意志。这种意志人皆共有，是人的主体性的重要范畴。因此在康德那里，道德存在先验、普遍的理性基础，它成就个人的主体性，同时也通约不同主体、缔结共同体。

然而，随着启蒙思想和现实性转型的铺展，主体哲学及其确立的主体性原则、道德基础主义在现代社会惹了太多麻烦，以至于沦为“唯我论”、气焰嚣张、意识形态霸权和意义宰制的代名词。譬如，倘若当真在世界范围内建立一种统摄性的伦理机制，那么以东方、西方哪一套伦理为基准？倘若屈从于西方的话语霸权，那么西方内部又以哪一国为统率？

实际上，现代社会的道德困境一方面表现为传统的道德基础主义危机重重，一方面则是道德相对主义、怀疑论、虚无论炽盛。二

者共同导致了道德共识脆弱、共同体涣散，人们在困厄中难以寻觅道德上的真诚眷顾和支援。多元化、差异化、个性化带来了解放和自由，也制造了一个又一个道德漠然的孤岛。在阿佩尔看来，挽救道德共识的希望在于重构道德基础主义——作为一个命运共同体，人类离不开那些可以相互通约的道德准则和依凭。当然，退回到康德道德哲学是不可取的，理想的方案是对其施以折衷主义的改造。阿佩尔的改造方案主要包括如下要点：

甲，从意识到语言——道德的语言学转向。如前所述，康德的道德基础主义本质上属于主体哲学、意识哲学，道德被视为人之理性、主体性中向善的意志。阿佩尔将 20 世纪的语言学转向思潮应用于道德论证，让语言替代意识成为道德哲学的中心议题。换言之，道德不再是个体内在的、形而上学的理性和善意，而是转换为主体与主体之间对话、讨论和交往的价值规范。在这一点上，阿佩尔的论证与巴赫金、哈贝马斯和泰勒对于主体性问题的讨论非常接近，核心观点是主体只有在与他者的对话中才能成就自我。道德亦复如是，它并非主体全然“唯我”的运思，而是存乎主体与他者的对话、交往之中。

乙，从纯粹理性到共同体的预设——替换道德的先验基础。阿佩尔提出，今日的道德仍然存在先验基础，却不再是康德意义上个体的纯粹理性和绝对律令，而是对话者或曰讨论共同体所确立的先验性、前提性的规范和思想。在阿佩尔看来，“一切语言表达，一切有意义的人类行动和表情，就其诉诸言说而论，皆可被看作潜在的讨论，”个体的思考亦属“灵魂与自己的对话”^①。因此，人的意志和交往，总会预设一个讨论的共同体。而在讨论具体事务之前，共同体又“总是已经”承认了一些普遍的规范和前提，正是它们构成了道德的先验基础。这个基础

① 转引自罗亚玲：《阿佩尔的对话伦理学初探》，译文有所改动，载《哲学动态》，2005 年 06 期。

是对话者“严格反思”的结果，是绝对、有效、终极的存在，指导对话者对具体事务的讨论。如是改造使阿佩尔扬弃了康德：既保留了道德的先验基础——此乃确保道德共识的根本，又超越了意识哲学和“唯我论”——共同体的交往规范替代个体意志成为道德的基石。

丙，那么，共同体的哪些预设堪为先验、普遍的道德基础呢？阿佩尔将共同体预设的道德基础称为“不可后退”、“无须追问的底线”，而他并未系统阐释如是底线的具体内容。从他所举的例证看，真诚、平等、对话者对于发现和解决问题的共同责任乃是关键所在。按照阿佩尔的逻辑，所有对话者皆地位平等，真诚地参与讨论，共

① See Sander Griffioen, *What Right Does Ethics Have? Public Philosophy In a Pluralistic Culture*, VU University Press, 1990, p.17.

享发现和解决问题的权利，亦担当同等的责任。^①就道德义务而言，每一个对话者皆应真诚、负责任地发言，为自己的论述提供证据，不为明显的荒谬添加逻辑。这些原则固然是理想的预设，却可借此道德基础

保证对话的有效性和达成共识的可能性。

如果以阿佩尔的道德基础主义考察互联网时代的道德境况，那么无论是“实时交往”还是“脱域交往”，皆应首先确立共同体预设的道德先验基础。虽然阿佩尔的思路落到实处并不容易，但它所指示的方向还是明确的。在互联网的推动下，“我们的世界，以及我们的生活，正在被全球化和认同的冲突性趋势所塑造”，一方面是国家主

② [美]曼纽尔·卡斯特著，曹荣湘译：《认同的力量》，社会科学文献出版社2006年版，第1页。

义开始让位，一方面则是不同族群为捍卫文化的独特性、多样性而修筑战壕。^②全球地方化、地方全球化可能促进人类共同体的交流、合作，同时也可能以不

同族群的文化冲突、族群内部的认同断裂为代价。在此背景下，构筑人类共同体的道德基础，促进真诚、平等、义务共担的全球对话，便是一个需要奋力迈进的方向了。

程序伦理

哈贝马斯充分借鉴了阿佩尔对康德道德哲学的改造，但是他的改造更加彻底，走得也更远一些。倘若用一句话概括哈贝马斯的对话伦理思想，就是要以对话的观念、原则和方式确立对话伦理。更简单的说法是，让对话成就自身的伦理。以下从四个方面介绍哈贝马斯的对话伦理思想及其背后的理据：

甲，超越康德的“唯我论”和阿佩尔的共同体预设，将普遍的道德规范建立在对话者理性交往的基础之上。康德认为道德存在先验基础，其来源是形而上学的纯粹理性和绝对律令。阿佩尔同样认为道德有其先验基础，却不是主体内在、独白、形而上学的产物，它的来源是共同体“总是已经”承认、预设的一些规范和前提。哈贝马斯则更进一步，他指明道德基础的来源是对话者之间的理性交往，亦即经过对话者充分讨论、普遍认同的那些约定和规范。换言之，道德基础乃是对话的产物，既非个体理性和意志的独白，亦非共同体“无须追问的底线”。

在哈贝马斯看来，阿佩尔让道德摆脱了作为个体独白的处境，并将之置于交往实践之中，这是对康德“唯我论”的重要超越。但是，由于阿佩尔提出的所谓共同体预设乃是先验的，而非通过对话得出普遍规范，所以不可避免地沦为“唯我论”、主体哲学或意识哲学的残余。哈贝马斯据此主张更为彻底的超越，将道德的普遍原则建基于交往理性。^①

乙，D原则与U原则。哈贝马斯和阿佩尔都同意这样一条对话伦理原则：一项道德规范只有获得所有对话者的认同才是有效的。他们指出，“唯有这样的规范方可宣称有效：它得到（或能得到）全体具有交往实践参与者身份的利益相关

① See Jurgen Habermas, *Moral Consciousness and Communicative Action* [M]. Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 2001, pp.76-77.

方的认同。”^①此即为对话伦理的 D 原则 (*principle of discourse*), 又称对话原则。那么, 一项道

① Jürgen Habermas, *Moral Consciousness and Communicative Action* [M]. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 1990, p.66.

德规范何以获得对话者的认同? 也就是说怎样才能把 D 原则落到实处? 阿佩尔于此裹足不前, 他认为 D 原则是共同体预设的先验规范。哈贝马斯则继续推进, 他提出了对话伦理的 U 原则 (*principle of universalization*), 又称普遍原则。

U 原则的主要内容是, 一项道德规范若想获得对话者的普遍认同, 它应当体现和满足所有人的利益, 所有人亦认可它可能带来的后果。哈贝马斯将 U 原则表述为, “每一个有效的规范都必须满足以下条件: 所有利益相关方皆可接受这一规范的后果; 普遍遵守这一规范的后果是可以预期的, 即能够满足每个人的利益 (而且如是后

果比其他已知规范的可能后果更易于接受)。”^②总体而

② Ibid., p.65.

观, D 原则意味着道德实践领域同事实世界一样, 存在对话者普遍接受的规范, 而 U 原则指明了普遍规范的来源——对话、协商、满足所有人的利益。阿佩尔和哈贝马斯的分歧恰在此处, 前者认为普遍规范是共同体的先验性预设, 而后者则以对话为普遍规范的合法性来源。

丙, 主体间性。沿着哈贝马斯的逻辑向前走, 必然得出如下结论: 为了实现 U 原则, 对话者之间应当建立“主体—主体”式的双向、平等关系, 而抛弃“主体—客体”式的单向、支配关系。此即以互为主体的主体间性替代单一的主体性。在借鉴阿佩尔和德国法学家阿列克西 (*Robert Alexy*) 相关成果的基础上, 哈贝马斯将主体间性具体化交往实践中的平等关系为三种平等权利: 地位平等, 机会平等, 无强制性或曰话语权平等。他认为, 基于这三种权利, 对话者便可在

① See Jurgen Habermas, *Moral Consciousness and Communicative Action* [M]. Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 1990, p.86.

讨论中确立普遍、必然的道德基础。^①这三种权利的具体描述是：

一是每一个能够言说和行动的主体皆可参与讨论，即地位平等；二是机会平等，这又包括三个细目：每一个主体都有权质疑讨论中的各种主张，每一个主体皆可提出一种主张并使之成为讨论的议程，每一个主体在讨论中皆可表达自己的态度、愿望和需求；三是公正、平等的话语权，讨论应该发生在没有强制的理想言说情境之中，没有任何一个主体会因为对话情境之内或之外的支配性、强制性力量而无法行使前两项权利。从这三项权利的内容看，哈贝马斯的对话伦理确实具有双重含义：对话的道德规范，道德规范的对话取向。前者关心我们如何有德性地对话，后者强调道德本身即是在对话中建立的价值规范。

丁，程序伦理。除了道德基础主义，康德道德哲学的另一个重要特征是形式主义，即程序伦理。受康德影响，阿佩尔和哈贝马斯的对话伦理亦属于一种程序伦理，即保证对话在形式、程序上合乎德性。与程序伦理相对的概念是实质伦理，前者关心对话者怎么说，后者则看重说什么；前者强调提出某种主张的形式、程序合法性，后者则考量某种主张的内容合理性；前者认为“正确地说话”比“说正确的话”更重要，而后者则刚好将之颠倒过来。

实际上，哈贝马斯对话伦理中的D原则、U原则，以及主体间性所包含的地位平等、机会平等和话语权平等三项权利，皆属形式、程序上的道德规范。在此基础上，哈贝马斯还提出了确保交往理性的四个“有效性宣称”，即真实性、可理解性、正当性和真诚性。这四个范畴都比较接近实质性价值规范，但总体上还是程序性原则。譬如，真诚表达至关重要，却未必通往共同利益和公共之善。一群

人可能真诚地谋划出一个满盘皆输、伤天害理的行动。前述的机会平等也是如此，它确保人人享有表达权利，但由于人们在知识、修辞上的差异，拥有话语权利和行使话语权力并不可简单等同。

多元对话

本章第一部分论及，互联网开辟了对话时代，新时代面临着诸如实时交往、脱域交往等道德上的新境况和新问题。阿佩尔、哈贝马斯的对话伦理思想——尤其是它们内蕴的程序理性，为解释和解决对话时代的道德问题指明了方向和方法。在众声喧哗的围观下，在容不得“随后”的意见竞争中，在浅思考、浅交往的行动情境中，地位平等、机会平等、话语权平等之主体间性，以及真实、真诚、正当、可理解等言说原则乃是不可或缺的道德规范。至于“原罪”状态下的交往，更是离不开程序理性给予的救赎机会和机制。如是规范对于缓解话语与语境分离造成的意义风险和道德冲突，以及在对话、协商中得出陌生人的最大公约数，同样是极其必要和可贵的。

但是，偏重于形式主义、程序理性的对话伦理也存在明显局限。它只提供寻找“善”的路线图，却不许诺“善”本身。譬如，互联网造成了闲暇的消逝，生活世界面临着被系统进一步殖民的风险，而重建生活世界的核心问题乃是重彰价值理性。我们在第八章提出，重彰价值理性意味着过上一种有德性、有灵韵、有信仰、多样而自由的生活。这就涉及到“善”在内容上的传承、创造和分享，而不只是怎样在形式上发现“善”。同样，为了缓解包括集体记忆在内的各种道德传承的解构和祛魅，也必须在道德内容建设上做文章。而在公共领域，对话伦理不仅要在程序上赋予权力和决策合法性，而且要在公共利益、价值信念上增进认同与合法性。

回到阿佩尔和哈贝马斯构建对话伦理的原初问题意识上，也能发现在程序伦理之外拓展实质伦理的必要性。实际上，他们在道德相对主义、怀疑论、虚无论炽盛的现代性转型语境下，近乎“顽固地”重构道德基础主义，正是为了克服意义消逝、价值认同瓦解造成的实质伦理危机。用哈贝马斯的话来说就是，“宗教的有效性基础崩塌之后，道德语言游戏的认知内涵就只能依靠其参与者的意志和理性加以重建”^①。他们为应对道德危机开辟了一个程序伦理视域，而仍有必要补充、拓展一个实质伦理视域，进而按照伽达默尔 (Hans-Georg Gadamer) 的说法，促进视域之间的对话与融合，以求新的创造和超越。

① [德] 哈贝马斯著，曹卫东译：《包容他者》，上海人民出版社 2002 年版，第 13 页。

实质伦理即“何为善”的伦理，一般带有明显的实用主义、功利主义特征，即按此行事将得到利益和价值上可预期的好处，反之则会受到惩罚。如是而论，本章所清理的公共关系道德遗产大多可归入实质伦理。诸如开明自利与互蒙其惠、公共之善与社会责任、独立自主与民主平等、化解冲突与促进团结等，皆指向了说服、对话中道德理想和伦理原则的实质内容。事实上，吉登斯倡导的积极信任与纯粹关系，福柯晚年主张的生命话语、选择自由与美好生活，泰勒等社群主义者论及的本真理想、道德框架和共同体价值，皆带有实质伦理的色彩。德国哲学家布伯 (Martin Buber) 提出了一个近似主体间性的概念，即以双向、平等的“我一你”关系替代单向、支配性的“我一它”关系，从而改造人类的对话和生命的意义。所不同的是，布伯意义上的“我一你”关系更倾向于一种实质伦理——譬如“爱乃是你我共同的责任”^②，而不像主体间性那样最终被哈贝马斯落实为程序伦理上的三种平等权利。

② See Martin Buber, *I and Thou*, Scribner, 1958, p.15

在视域融合中，我们所欲建构的对话伦理可以描述如下：一是以对话的方式思考、言说和行动，由阿佩尔、哈贝马斯的程序伦理所主导；二是在事实层面促进利益互惠，由关涉利益生产、分配的实质伦理所主导；三是在价值层面促进意义分享，由指向价值协商、意义凝摄的实质伦理所主导。此中，程序伦理不仅主导对话过程、方式，而且贯穿于利益互惠和意义分享，以确保对话者在交往实践中的地位平等、机会平等和话语权平等。

这也正是本书主题所在。在第一章，我们重温了中国传统文化宣扬的“三不朽”：立德、立功、立言。立言经过游说、宣传、公关、广告等各种言说形态之演进，在今日转换为双向、平等的交流形态——对话。同样以当代的视角看，立功和立德分别指向了利益互惠和意义分享。因此，立言以成就功德，在今日便是对话以促进利益互惠和意义分享。就认同和共同体问题而论，这一论断又可以表述为：对话以形塑信息认同、利益认同和价值认同，或者对话以成就信息共同体、利益共同体和价值共同体。再以合法性的视角看，言说、利益和价值又指向了基于多元对话的程序合法性、绩效合法性和价值合法性。

阿佩尔和哈贝马斯之所以专注于对话伦理的程序价值，主要有两个原因：一是理论的需要，他们都试图超越事实与价值二分法，论证道德领域、价值世界也存在“类事实”的真假问题，而程序理性意义上的对话伦理乃是他们证明道德真实性、普遍性的理论产物；二是现实的考量，程序伦理更易于落到实处，实质伦理则要复杂得多。自由、公正、平等和幸福皆是人类追求的美好价值——它们可以一并写进宣传文本和标准故事，却并不可简单通约。在实践中，那些经常被同时列举的美好价值往往直接冲突甚或相互牺牲。譬如，为

了维护游戏规则的公正性，弱者也许永远无法取得与强者对等的成绩。出路仍然在于对话。

正如我们在第七、八章辨析的那样，解决多样性与同一性、自由与秩序等诸多悖论的方案，乃是促进多元对话。对话至少内蕴着三种可能性：一是达成共识，皆大欢喜；二是纵无共识，亦可维系各得其所的动态平衡；三是共识、平衡尽失，尚可彼此理解，给予爱和宽容。最后，我们有必要重申巴赫金对话主义的一个观点：对话始终处于“未完成态”，并因此许诺了永恒的超越。

附录

主要参考文献

1. 杨伯峻编著,《春秋左传注》,中华书局,1990年版。
2. 汉·刘向集录,《战国策》,上海古籍出版社,1985年版。
3. 司马迁,《史记》,中华书局,1999年版。
4. 杨伯峻译注,《论语译注》,中华书局,2006年版。
5. 徐洪兴,《孟子直解》,复旦大学出版社,2004年版。
6. 胡适著,胡明编,《不朽——我的宗教》,光明日报出版社,1998年版。
7. 钱穆,《中国思想史》,台湾学生书局,1995年版。
8. [英]齐格蒙特·鲍曼著,欧阳景根译,《共同体》,江苏人民出版社,2003年版。
9. 陈望道,《修辞学发凡》,上海教育出版社,1997年版。
10. 杨树达,《中国修辞学》,上海古籍出版社,2006年版。
11. 苗力田主编,颜一译,《亚里士多德全集》(第九卷),中国人民大学出版社,2003年版。
12. [美]E. M. 罗杰斯著,殷晓蓉译,《传播学史》,上海译文出版社,2002年版。
13. [美]彼得斯著,何道宽译,《交流的无奈:传播思想史》,华夏出版社,2003年版。
14. [法]罗兰·巴特著,董学文、王葵译,《符号学美学》,辽宁人民出版社,1987年版。
15. [美]海登·怀特著,董立河译,《形式的内容:叙事话语与历史

- 再现》，文津出版社，2005年版。
16. [美]哈罗德·拉斯韦尔著，张洁、田青译，《世界大战中的宣传技巧》，中国人民大学出版社，2003年版。
 17. [法]古斯塔夫·勒庞著，冯克利译，《乌合之众：大众心理研究》，中央编译出版社，2000年版。
 18. [美]盖斯·乔维特、[美]维克多·丹尼尔著，陈彦希、林嘉玫、张庭誉译，《宣传与说服》，台湾韦伯文化国际出版有限公司，2003年版。
 19. [美]詹姆斯·W·凯瑞著，丁未译，《作为文化的传播》，华夏出版社，2005年版。
 20. [意]尼科洛·马基雅弗利著，李修建译，《君主论》，中国社会科学出版社，2009年版。
 21. [法]米歇·福柯，谢强等译，《知识考古学》，生活·读书·新知三联书店，1998年版。
 22. [法]让·弗朗索瓦·利奥塔著，车槿山译，《后现代状态：关于知识的报告》，生活·读书·新知三联书店，1997年版。
 23. [德]于尔根·哈贝马斯，曹卫东译，《现代性的哲学话语》，译林出版社，2004年版。
 24. [美]沃尔特·李普曼著，阎克文、江红译，《公众舆论》，上海人民出版社，2006年版。
 25. [美]菲利普·科特勒、凯文·莱恩·凯勒著，王永贵等译，《营销管理（第13版）》，格致出版社、上海人民出版社，2009年版。
 26. [法]莫里斯·哈布瓦赫著，毕然、郭金华译，《论集体记忆》，上海人民出版社，2002年版。
 27. [法]米歇尔·福柯著，刘北成、杨远婴译，《疯癫与文明》，生活·读书·新知三联书店，2007年版。
 28. [英]安东尼·吉登斯著，赵旭东、方文译，《现代性与自我认同》，生活·读书·新知三联书店，1998年版。
 29. [法]托克维尔著，董果良译，《论美国的民主》（上卷），商务印书馆，1988年版。
 30. [美]史蒂文·J·迪纳著，萧易译，《非常时代：进步主义时期的美国人》，上海人民出版社，2008年版。
 31. [德]马克斯·韦伯著，康乐、简惠美译，《新教伦理与资本主义精神》，广西师范大学出版社，2007年版。
 32. [德]康德著，何兆武译，《历史理性批判文集》，商务印书馆，1990年版。
 33. [英]齐格蒙·鲍曼著，杨渝东、史建华译，《现代性与大屠杀》，凤

- 凰出版传媒集团、译林出版社，2002年版。
34. [英]吉登斯著，田禾译，《现代性的后果》，译林出版社，2000年版。
 35. [德]乌尔里希·贝克、[英]安东尼·吉登斯、[英]斯科特·拉什著，赵文书译，《自反性现代化》，商务印书馆，2001年版。
 36. [德]霍克海默，阿多尔诺著，洪佩郁、蔺月峰译，《启蒙辩证法》，重庆出版社，1990年版。
 37. [法]让·鲍德里亚著，刘成富等译，《消费社会》，南京大学出版社，2001年版。
 38. [美]斯蒂芬·埃里克·布隆纳著，殷杲译，《重申启蒙——论一种积极参与的政治》，江苏人民出版社，2006年版。
 39. 郑莉著，《理解鲍曼》，中国人民大学出版社，2006年版。
 40. [加]泰勒著，韩震等译，《自我的根源：现代认同的形成》，译林出版社，2001年版。
 41. [英]彼得·沃森著，朱进东、陆月宏、胡发贵译，《20世纪思想史》，上海译文出版社，2005年版。
 42. [美]理查德·罗蒂著，黄宗英译，《筑就我们的国家》，生活·读书·新知三联书店，2006年版。
 43. [美]丹尼尔·贝尔著，李琨译，《社群主义及其批评者》，生活·读书·新知三联书店，2002年版。
 44. 汪晖、陈燕谷主编，《文化与公共性》，生活·读书·新知三联书店，1998年版。
 45. [俄]巴赫金著，白春仁、顾亚铃译，《陀思妥耶夫斯基诗学问题》，生活·读书·新知三联书店，1988年版。
 46. [德]尤尔根·哈贝马斯著，曹卫东、王晓钰、刘北城、宋伟杰译，《公共领域的结构转型》，学林出版社，1999年版。
 47. [德]尤尔根·哈贝马斯著，童世骏译，《在事实与规范之间》，生活·读书·新知三联书店，2003年版。
 48. [德]尤尔根·哈贝马斯著，张博树译，《交往与社会进化》，重庆出版社，1989年版。
 49. [德]尤尔根·哈贝马斯著，洪佩郁、蔺青译，《交往行动理论·第二卷：论功能主义理性批判》，重庆出版社，1994年版。
 50. [英]吉登斯著，李惠斌、杨雪东译，《超越左与右：激进政治的未来》，社会科学文献出版社，2000年版。
 51. [美]尼尔·波兹曼著，章艳、吴燕莲译，《娱乐至死》，广西师范大学出版社，2009年版。
 52. [美]曼纽尔·卡斯特著，夏铸九等译，《网络社会的崛起》，社会科

- 学文献出版社，2001年版。
53. [美]曼纽尔·卡斯特著，曹荣湘译，《认同的力量》，社会科学文献出版社，2006年版。
 54. Joe Vitale, *There's a Customer Born Every Minute*, John Wiley & Sons, Inc., 2006.
 55. Ray Eldon Hiebert, *Courtier to the Crowd: the Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Iowa State University Press, 1966.
 56. Edward.L.Bernays, *Propaganda*, NY, Horace Liveright, 1928.
 57. Edward.L.Bernays, *Crystallizing Public Opinion*, NY, Liveright, 1961.
 58. J.E.Grunig, "Collectivism, Collaboration, and Societal Corporatism as Core Professional Values in Public Relations", *Journal of Public Relations Research*, 12(1).
 59. David M. Dozier, Larissa A. Grunig, *James E. Grunig Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.,1995.
 60. Larry Tye, *The Father of Spin: Edward L. Bernays & The Birth of Public Relations*, Crown Publishers Inc.,1998.
 61. Erving Goffman, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Harvard University Press,1974.
 62. E.M.Rogers & J.M.Dearing, "Agenda setting Research : Where Has It Been, Where Is It Go?" *Communication Yearbook*, 1988.
 63. M.E.McCombs & D.L. Shaw, "The Evolution of Agenda Setting Research : Twenty-five Years in the Marketplace of Ideas" , *Journal of Communication*, Volume 43, Issue 2, June 1993.
 64. W. J. McGuire, "Attitudes and Attitude Change" , *Handbook of Social Psychology*, New York: Random House, 1985.
 65. Charles Taylor, 'the Politics of Recognition', in *Multiculturalism and the Politics of Recognition*, Princeton University Press, 1992.
 66. Jurgen Habermas, *Moral Consciousness and Communicative Action [M]*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2001.
 67. Kenneth Burke, *A Rhetoric of Motives*, University of California press, 1969.
 68. Hannah Arendt, *The Human Condition*, the University of Chicago Press, 1958.

公共传播文丛·专著

说服与认同

Persuasion and Identification

上架建议：新闻



- 034 -

ISBN 978-7-5651-1791-9



9 787565 171017 9 >

定价：68.00 元