

【新闻与传播】

认知传播学的三大价值题域*

林克勤

摘要:认知传播研究在中国经历了30年的发展,已基本形成了理论框架,逐渐显现出传播学未来演变的中国特征,被认为是传播学思想体系的重要分支。认知传播学的三大价值题域包括:对人文视角、人际关系和非实体空间的发掘,坚持了一种从主体性升华为主体间性的人文主义进路;把体验作为人类传播实践的中心,涵盖了从意向性中认知世界的直接体验和着重于阐释传播的间接体验;认为所有进入人脑的事实和意义都经过了知识、经验、情感、立场、爱好等主观因素掺和施效下的心智的加工改造。

关键词:认知传播学;主体间性;体验;认知加工

中图分类号:G206

文献标识码:A

文章编号:1003-0751(2022)02-0158-08

演进迄今已逾百年的传播学,自滥觞之日起就饱受行为主义和科学主义的影响与规制,实证、经验、效果为其拓荒轨迹上的三个关键用语。虽然说传播学研究也借用了不少社会学、人类学、心理学、政治学、现象学的理论与范式,但客观实证从来都是主流传播学派的不变范式。这种内卷化趋势陆续经历了批判学派、文化学派、后现代主义转向的洗礼,一直延续到认知科学的出现与繁荣才显现出其松动破裂的迹象。认知传播学的兴起与发展,为传播学理论大厦的建构发现了新的视角,打开了新的研究之窗。有学者认为,中国认知传播学研究已整整发展了30年,经历了缓慢发展期(1987—2003年)、理论自觉期(2004—2010年)、体系建构期(2011年至今)等三个阶段。^①现今的认知传播学已逐渐显现出传播学未来发展的中国特征,被学界认为是当下传播学宏观体系的重要分支之一。^②它以超越客观、实证、经验、技术等经典层级的传统框架为己任,其理论仪轨在多学科交叉融合的催化下已形成间性意义、体验实践、心智加工等三大价值题域,拓宽了传播学研究的时代主线与学科进路。

一、从主体性到主体间性:一种人文主义的进路

在传播思想史上,媒介技术研究是学者们历来重视并致力深耕的一个领域,麦克卢汉甚至为此专门设计了一套以媒介进步改变人类社会发展历程的唯技术历史哲学。在麦克卢汉看来,媒介是人体器官的体外延伸,电视、摄像头、网络直播是眼睛的外化,电话、收音机、音响是耳朵的假体,电脑、控制中心是心脏的另类象征,可触摸式电子媒介则是皮肤的模仿物……媒介的机械式扩展被认为是对人的器官、感官或曰功能的强化和放大。^③深受麦克卢汉影响的德布雷则提出了超越传统传播学的研究方法——媒介学,他认为技术创新性完全可以中和经济基础和上层建筑的二元论,而且,在他的眼里,一部人类文明史就几乎等同于一部媒介进化史。^④这种对媒介技术的狂热偏好在数字媒介高速发展的趋势下不断得到加强,人的主体意识在传播研究中日渐淡出,或者被层出不穷的技术导向所压制,生产力而不是生产关系取代了对主体自由意志的操纵。认知传播学适时呼吁人的主体性的回归,并在思想和

收稿日期:2021-11-15

*基金项目:国家社会科学基金西部项目“马克思主义新闻观的当代阐释与对外传播”(19XXW001)。

作者简介:林克勤,男,四川外国语大学新闻传播学院教授,文学博士(重庆 400031)。

实践层面对其进行深化和扩展,我们认为,从主体性到主体间性将是未来传播研究必然关注的一个价值题域,并且这也有可能引领传播学进阶的又一次转型。

1. 芝加哥学派的技术人文范式及其拷问

芝加哥学派是传播学史上涌现出来的一个具有重要影响力的学术群体,近年来,芝加哥学派的学术传统越来越受到学界的重视,被认为是反思传播学的一个关键思想资源。

有学者指出,芝加哥学派归根到底是以技术主义作为其核心视点的。其一,在杜威和库利那里,传播技术一直被视为人类文明繁衍生化的主要推动力;其二,传播技术的发展带来了社会的进步。英尼斯、麦克卢汉等媒介技术论者也从芝加哥学派中汲取了思想养分。^⑤确实,面对当时美国国内外形势的动荡、移民的大量涌入、社会矛盾的激化,杜威、库利、派克等人对大众传媒给予了厚望,期待其成为拯救美国伦理道德和政治共识的利器。

但是,芝加哥学派仍然具有浓厚的人文主义情怀,他们广泛采用以田野调查为主的定性研究方法,可以说,热衷于研究人与人之间关系的符号互动论与纯粹迷信技术进步、希望以之改变美国社会的技术决定论,这两种视野迥异的学术观点在芝加哥学派的思想体系中体现得十分明显,而且前者的比重可能还要远远大于后者。潘忠党在分析美国传播学的发展时指出,以芝加哥学派为代表的传播学思想重镇“以人文价值取向为动因,以理解人及由人的活动所建构的社会关系并使之升华为目的”,这种价值追寻与“以控制论为代表、以社会控制为根本目的、以信号传递为基本观念、以实证主义自然科学为基本模式的传播学”有着明显的精神分野和根本的理论区隔。^⑥

被誉为美国文化研究之父的詹姆斯·凯瑞在其重建芝加哥学派的努力中,更是力图摆脱传播学以降行为主义和科学主义对其学科版图的约束与操纵,探索一种人文、互动、仪式的整合轨道。尽管他也离不开芝加哥学派的实用主义传统与经验主义研究方法,但凯瑞依然把人本主义视作其实用主义传播学的一个突出表征,他呼吁“把传播学的目标设想为文化学科较为合适,且更具人性”^⑦。

故而,在实证主义、技术主义、人文主义的纠缠交织中,我们依然强调芝加哥学派的人本主体性学

术意指,而关系的互动、人本的立场、思想意识的偏向确乎折射了其有别于经典传播研究的启蒙精髓。

2. 认知视角下贝特森的托勒密变革

贝特森一直是致力于从人类认知的视角去思考传播的。受益于人类学、语言学、心理学、精神病学等人文科学的多重滋养,他提出了一种普遍的认识论,即认为传播是理解人类行为、社会结构、相关组织等文明重要问题的出发点。由此,他提出了那句著名的论断——“人类不能不传播”^⑧。

贝特森认为,信息可以同时生产两个方面的意义,一是聚焦内容的意义,一是暗示关系的意义。“内容意义”关注何人、何时、何事(客体的视野)，“关系意义”揭示的是传播过程中参与者之间的对象性勾连(主体的视野)。他指出,关系意义可能比内容意义更加制约传播的效果,因为这涉及人的情感、喜怒哀乐、知识结构、价值取向等,也即是说,主体性的“何人说、何时说、何处说”的条件前提往往能够超越实体性的“是什么”的内容,从而施效于传播的运行进程。贝特森也因为提出了“关系传播”、彰显了传播角色的主体性律动而被称为“关系传播理论的开拓者”^⑨。

贝特森的理论旅行不仅涉及人类精神世界信息论、系统论、控制论的核心深处,也广泛触及具体而细微的传播学实践探索。在人类传播史上,他第一次提出了“元传播”的概念,即这类传播活动并不是要传达明确的内容,用内在的精神之镜去映射、达意外界的事物或事件,有可能只是提示、批评、赞赏、请求、停顿等人际关系的模糊反应。他从人类学和精神病学的角度排列了一种生物学类比,认为任何有机体个体意识的形成、社会关系的建立等演变都应该纳入传播的过程,而不是让依靠技术媒介的内容意义独霸正统的传播层级。

贝特森与瓦茨拉维克的互动关系学派强调了对人际交往行为的深层次理解,而这种有机体而非机械装置的串联互动,不仅牵涉到事件的发生、价值的接受、内容的释义、参与者的反馈,更指涉关系的判断、情感的定位以及所有互动如何产生的互动,这也是贝特森与瓦茨拉维克等人被定位为“互动关系学派”的原因。^⑩

从传播认知的普遍意义入手,贝特森及其追随者实现了对经典传播理论的质疑与反拨,完成了一场传播领域的托勒密式变革,凸显了人的主体性在

传播过程中的重要作用,被认为是对媒介技术学派和机械实证主义的批判与跨越。

3. 间性思维的传播学指向

传播思想史上技术性与主体性的博弈是主客体二元论迭代延续与脉络派生的结果。在前人的研究基础上,认知传播学高扬人的主体性的旗帜,凸显人的主体性在传播过程中的重要作用,也在现代技术的观照下,秉持一种重思主体、技术、环境等复杂关系的学术视野,从而建构一种映射实体与非实体、审视存在与非存在、有机互动、总括统一的间性思维。

在美国格兰谷州立大学商戈令教授看来,所谓间性(interality)指的是“那些非实体性质或因素的总称,用来表意存在、实体、语词及概念组成之内、之外和之间的时空、变化(过程)、关系等非实体因素、性质和作用的总和”^⑩。间性思维并非只是一种立于实体与存在的本体性站位,也不能表意为一种实用主义的认知模式,而是更多地关注事物之间的关系与情境,破除抽象的、静止的、机械的桎梏,强调生命的过程、鲜活的流变,在主体性的复魅中,探求实在界被遮蔽的本质。在认知传播学的视域下,间性论是一种认知方式或思维基模,它可以帮助我们在具象的、技术的、现代的纷繁复杂态势下,去透析人类传播过程中的感性与理性、实在与非实在、主体与客体相互纠缠、彼此渗透的混沌图景。

认知传播学依托两代认知科学的强大思想基础和理论积淀,对经验传播学的领地开展了一种可视化渗入,它强调人类传播的过程与效果正是在这种主体间性(subjectivity)中逐次展开、不断显现的。恰如弗卢瑟所说:“我们所处的世界中具体的东西是关系……我们所说的‘主体’和‘客体’都是来自于这些具体关系的抽象外推。”^⑪视一切对象为传播过程的主动参与者,摈除主体与客体、实在与非实在之间的二元对立,讲求技术与人文的结合,探索一种重视体验而非重视实在、重视变动不居而非停留于迟滞静止的传播格局,正是认知传播学派自始至终弘扬的一种核心路向。

在具体的传播实践中,弗卢瑟间性论寄身于一种诸多大哲都钟情的对话模式,这种对话模式与哈贝马斯注重交往理性的对话、巴赫金“多音齐鸣、众声喧哗”言语交际模式的对话、彼得斯吁求平等交往的对话有着内涵的殊异,与德勒兹标榜自我消解和循环生成的内卷式对话也有着明显的区隔。弗卢

瑟强调,对话的本质是一种创新,而不是存量的消化、无奈的延续,这包括说话者内心的独白、与他人的互谈,也包括人类与机器装置的界面呼应、与传播假体的彼此勾连等。在认知传播学的理论架构中,对话反映了创造性的生活,它是民主的、流动的、共鸣式的信息沟通与精神吁求。

主体间性为认知传播学的发凡提供了一种丰富的现象学视野,正如德勒兹所说:“内部不过是选择进来的外部,外部不过是投射出去的内部。”^⑫认知传播学认为,我们眼中看到的世界与事物,实际上都与内在的心灵息息相关,甚至可以说,人类面前的现象不过是内在心灵投射的倒影,一种被呼唤者对呼唤者的回应。从这个意义上说,没有纯粹的主体,也没有不变的客体,主客体的转换与互融就不断发生在人类传播的广阔舞台上。

二、作为人类传播中心理路的体验实践

在斯蒂芬·李特约翰和凯伦·福斯合著的《人类传播理论》(第九版)中,一些站在学科前沿的学者已明确把现象学列为传播学研究的七大传统之一。作为西方哲学的一个重要流派,从胡塞尔到梅洛-庞蒂,从海德格尔到雷科夫和约翰逊,现象学的开枝散叶对哲学和语言学都产生了极大影响,并在认知科学的助力下,催生了认知哲学、认知诗学、认知语言学、认知翻译学、认知传播学等新的学科分支,丰富了世界知识版图。

现象学的一个关键概念就是“体验”(embodiment),也有学者把它翻译成“具身”“涉身”等,都是意指人的主体性感受。但从我们总是通过个人的主体性探索来感知、理解外部世界,并以之形成概念、生成意义来阐释外部世界这一基本逻辑来看,这种主体性行为早已超越了肉身(flesh)的实体层面,迈向了肉身与思想、意识相结合的更高维度,所以我们认为译成“体验”更为恰当。这个“体验”也是认知传播学对人的主体性感受进行聚焦生发的精粹要素。在丰富的体验实践基础上,人类运用心智的认知加工进路,形成了不同的对象性认识,展现给了自己一个五彩斑斓的世界。

1. 从意向性(intention)中认知世界的直接体验

现象学有一个基本的理论前提——人是通过自己的亲身体验去认知世界并形成相关概念,然后又借由这些概念去进一步揭示世界本质的。换言之,

我们之所以能够认知万事万物,是离不开眼耳鼻舌身意等六识对外部的感知的,有了这些直接的体验,外部的事物才能经由身体的器官摄入(最显像的摄入即西方哲学所经常提及的“凝视”),从而位移到头脑,成为心智中积存的影像轮廓。正如梅洛-庞帝所言:“我们掌握的有关世界的全部知识——甚至于包括科学知识——都是以我们自己独特的视角而获得的,或者说是从我们对世界的体验中获得的。”^④也就是说,作为一般性存在的客观世界并非是与入毫无关系的实在界,而是“我”感知到的个性化独特对象。要理解某个外在的东西,只能通过我们与该事物之间搭起的某种联系,正是这种有意识、有倾向、有立场、有指向的回眸,建构了我们与外在事物沟通、了解、认知的路径。

在这种对对象的个体化、偏向性关注中,人的身体扮演着十分关键的角色,即人既处身于世界之中,是世界的一部分,人的身体及器官又面向着整个世界,关联着万事万物。这种意向性身体图式的描摹勾画是梅洛-庞帝试图远离传统形而上学束缚而进行的一场认知现象学知识历险,这与胡塞尔要求丢弃偏见、抛开个体固有思维模式和处事习惯的“聚焦性意识”的方法论有着本质的不同。胡塞尔的经典现象学具有一种精密设计的客观性,它要求人们在观察世界、感知世界、体验世界的时候,不能把自己的固有立场和经验重叠带入这个双向内化和外化的认知过程,这实际上标举了对人类主观性的一种排异。而梅洛-庞帝的知觉现象学把“意向性认知”作为剖析事物外在联系或内在机制独立存在这种体验假象的手术刀,他认为人的目光对外界的注视就像探照灯一样,只照亮自己想要照亮的地方,这就形成了一种世界只存在于人的主观感知之中、关于世界的意义也是由人类个体来赋予的激进式隐秘话语。需要强调的是,他提倡的“意向性体验”是一种宽泛意义上的意识或感知,它总是“面向”“朝向”“看向”“关注”或“包含”一个特定对象的立场或兴趣。

梅洛-庞帝的“意向性体验”方法论极大地影响了雷科夫和约翰逊对体验哲学的建构,也为第二代认知科学的枝繁叶茂,进而为认知传播学的成熟发展提供了理论指向和框架形塑。从而,人类的注意力如何产生、怎样关涉客体由心理学范畴跨界移入传播学的旨趣追求,注意力问题与意向性体验成为

认知传播学体系架构中必须要解决的实质题域。

认知传播学把直接体验作为一种真实性构建的充分前提,并发展出一种多重真实的普遍性理念。通俗地讲,即你看到的世界是真实的,我观察到的世界也是真实的,由此及彼,每个人甚至每种生物都拥有自己亲身体验的真实世界,但由于个体意向性的区别,我们各自体验感知的世界可能略有差异,无法完全重合而已。在苏轼的《题西林壁》中,“横看成岭侧成峰,远近高低各不同。不识庐山真面目,只缘身在此山中”就形象地勾勒了一幅认知视角下多重真实的庐山图景。在不同角度、不同立场、不同的观察者眼中,庐山千姿百态、气韵多变,并非静止、划一、固化的客观存在,而是人的身体、器官、位置、偏向、爱好、心情等赋予了他们面前庐山的多元面貌。这些“构建”出来的庐山形象都是主观体验视角下真实的庐山,并非完全脱离实际臆想出来的庐山,但形态上各有特点,韵味上各具擅长,呈现出齐泽克所指的不不断抵抗符号化的实在界多样化表征。

2. 关注阐释传播与对空言说的间接体验

一般情况下,人们倾向于通过直接体验来认识世界、形成概念并予以影响现实行为。但在很多时候,由于受各种条件的限制,人们无法亲身体验事物与事件,必须要借助一定的介质,如语言、文字、图像、声音、信号、符号等,在别人的讲述或叙事中,在转发的图示或复刻的符号中去了解事物的存在或事体的发展,从而习得一定的知识并加以实际运用。听故事、上补习班、读书、聊天、看电视、听广播、使用手机电脑等网络媒介,都是一种非亲身在场的体验。我们把这种情况称为间接体验,这也是人类认知世界的一种方式。最典型的间接体验就是教育。教育是把自己积累的经验 and 习得的知识以传授的形式普及于大众的社会实践活动,它改变了只能靠亲身体验去认知和改造世界的单一渠道,使知识和经验的大规模习得成为可能,掀起了人类文明史上的第一次认知革命。教育最基本的手段就是阐释传播,即施教者把个人的体验从特殊到一般、再从一般到个性化的循环往复,而受教者则根据自己的禀赋、能力、背景、情绪等习得施教者的经验和知识,并进而了解外部世界。

斯坦利·迪兹在归纳现象学的三项基本原则时指出,首先,知识是在一种意向性的体验中习得的,人类借由体验获得经验和知识去认识和改造世界;

其次,事物的意义由个体的生活立场、情感结构、知识背景等主观因素决定,同一事物在不同的人心中的价值和意义可能有所区别;最后,人类的语言是用来定义和表象世界的工具,人类正是通过语言的播撒、解释、传授来体验世界的,甚至于“以言取效”,不断调整自己的社会交往行为,并在一定程度上去改造世界。^⑮海德格尔在其阐释现象学的立场上,强调正是由于语言在特定条件下对存在界的阐释才呈现出了现象的价值和意义。“词语和语言并不是事物的包装纸,仅仅用来构成人类说话和写作的材料单位,而是在词语和语言的使用中,事物才第一次形成了它们的轮廓并被抽象出来。”^⑯在海德格尔的语用行为阐释理论当中,语言被确定为认知世界的关键桥梁,语言在不同环境下使用的意义深刻影响了人们对于某个特定情境或特殊对象的体验,从而形成了主体性框架下大同小异的世界图景。皮尔斯根植于现象学的三元传播理论也认为,有三个基本范畴控制了人们关于世间万物的认知,其一是我们用身体感知到的东西,这是一种通过直接体验得到的实在界影廓;其二是我们运用经验和知识观察到的实在界;其三是综合第一和第二的规则与结构。^⑰实际上,皮尔斯的第一性理论讲的是人通过亲身经历从而得到关于世界的认识,第二性指的是人通过间接体验获得的对外界事物的看法,第三性则指的是对于第一性和第二性的阐释,即叙事者基于不同情境、关系限定等对于外界事物的意义解读。有学者把皮尔斯这种渐进性的认知方式定义为一个特别的概念“统觉”(apperception),即一种“用个人过去经验的积淀把新的经验吸收进来,加以改造,从而形成一个新的整体”^⑱。

不可否认,阐释者在接受者通过间接体验来认知世界的过程中起着关键的引导作用,有的时候甚至发挥了“师傅领进门”的决定性功效;但从接受者的角度看,阐释者的话语或文本本身也充满了大大小小的缝隙,不可避免地存在着可以补足的空间。因为没有一个人能通晓一切,也没有一种叙事、一个文本可以放之四海,涵盖所有事实或阐明一切真相至理。故此,我们认为,阐释者的话语解读因人而异,那些天生的缝隙正是阐释者留给接受者的认知空间,阐释者在传道授业解惑中也向接受者发出了对空言说的邀请,即诱使他们积极参与解读,发挥个体的想象力,统合构建新文本、新体系。^⑲

三、心智对传播过程诸要素的影响

与人类的体验与认知密切相关的是心智(mind)。在认知科学蓬勃发展的大潮中,雷科夫和约翰逊倡导的体验哲学独树一帜,提出人的心智、概念、语言都是基于和外界的“互动体验”以及大脑的“认知加工”而形成的,这是一种完全有别于笛卡尔身心二元论的体认一元观。^⑳也就是说,人的心智并非天赋神授,而是从实际生活中慢慢积累经验、学习知识而后成熟的,反过来,成熟的人类心智又主宰、控制着个体的判断和行为,施加着主观能动性的映射与改写。因而,这是一种“客主、主客、主客主”多重互动的唯物辩证法进路。^㉑纽维尔和西蒙根据认知科学的大量研究成果推断出人脑中存在着一个认知加工系统^㉒,外界事物进入人脑都要经过该系统的编码、排序、储存、输出,但他们把人脑视同于电脑,用感受器、效应器、记忆器和加工器等机械元件符号指代人脑的复杂工作机制,这是对心智功能的简单化描摹和单向性考量。实际上,人的心智对传播过程诸要素的影响要广泛和深入得多。实践证明,人的心智并非是对外界事物作客观记录和原样复刻的自然之镜,而是一面在知识、经验、情感、立场、爱好等主观因素掺和施效下的哲学之镜。

传统西方哲学本质上是以本体论和认识论为中心的“镜式形而上学”,自柏拉图、笛卡尔、康德以降,都把人的心智看成是实体的“心”(heart),一个客观反映外在事物的精神实体,人们获得的知识就是“心”不折不扣地转录外部世界的反复积淀。在这些论述中,洛克的“白板说”尤能揭示“心”作为自然之镜的旨趣,他认为“心”就像一张“白板”,而让这张“白板”留下符号和印记的,便是外部事物在这张“白板”上投下的倒影,这些倒影和符号累积起来便抽象成了经验和知识。西方哲学发生语言学转向之后,语言之镜又代替了自然之镜,成为与外在世界关联挂钩的重要媒介。语言哲学家们认为语言的基本特征就指代了世界的基本特征,研究语言就是研究世界。但在罗蒂的眼中,这两面镜子都应该打碎,取而代之的则是他抛弃镜式思维之后的实用主义哲学。罗蒂的功绩在于,把人的整体、行为和社会实践作为理解人类认识活动的前提,并强调人的认识都是多元的和相对的。^㉓但他的缺陷也一目了然,即割断了人的心灵与外部世界的有机联系,否认了外部

世界的客观性。其实,镜式隐喻这种哲学传统并没有问题,有问题的是对镜子本身性质及工作机制的定义。心灵之镜确乎存在,但它既非一面机械复刻外部世界的自然之镜,也非“宇宙即我心,我心即宇宙”的主我之镜,它应该是一面既力图真实反映实在界的本来面目,而又经过了人脑认知加工和某种改造的哲学之镜。

海德格尔从现象学出发,强调人类是立足于个体的情境来体认生存经验和领悟世界意义的,由此而形成了我们各不相同的人生观、世界观、价值观。这种方法论个人主义的体悟主要由两种方式构成:一种是“思”,即人类通过理性的计划实现生存;一种是“诗”,他描述为人类诗意地栖居于大地。我们不妨把前者看成是周密计算的和逻辑推理的,把后者视为感性渲染的、情绪控制的。人的心灵无疑兼有这两种不同气质的波动与想象,在对外界事物进行映射与描摹的时候,便引发了心智对实在界的理性加工和感性加工,也可以称之为认知加工和情绪加工。认知传播学的努力方向就是沿着“信息加工取向”(information processing approach)这一进路,去探测人类心智隐秘的黑箱,试图揭示人类行为与意识之间的工作机制,系统研究知觉、注意、记忆、动作、语言、思维、决策、动机、情感的过程和结构,厘清人类认知活动的物质来源。^{②4}

1. 依赖于周密计算和逻辑推断的信息加工

在大多数情况下,面对外界事物时人脑会产生一种“思”的存在和影响机制,它意指大脑是一个知识的储存与处理器。通过体验获得的知识以符号的形式潜藏于大脑之内,正如拉克曼等人所指出的那样,少量较为基本的符号计算操作,例如编码、比较、定位、储存以及类似的操作,可能最终负责人类的智力,从而创造知识、新奇感,或许还有对未来的一种期待与憧憬。^{②5}这些基本的知识符号对于进入大脑的信息会产生最初的判断、取舍、记忆、改写等,发挥着中央处理器的作用。正是这种理性思考、逻辑推断、文化层级、知识结构等对于外界事物的加工施效,形成了人们对于同一对象认知行为的不同表征与内涵区别。

兰盖克主张,人们在认知世界和表达意义时必然涉及客观的体验和主观的识解。在意识进场(grounding)时,由于认知主体互动体验的个体特色,人们往往会从不同的详略度、辖域、背景、视角、

突显来考察同一对象^{②6},这就形成了关于该对象的差异性看法,甚至于语义多变的各色概念。这种基于客观对象体验的“创造性误读”,是人类个体知识与实践经验的筛选与重组,也是布鲁姆强调的以修辞方式表现的一种解构主义改写。而且,这样的“误读”体验感越强烈,产生的文本越多,就越容易成为流传的经典。

在对民族志传播语篇的考察中,我们发现,这种情况尤其典型。如唐朝诗人张继的名篇《枫桥夜泊》:“月落乌啼霜满天,江枫渔火对愁眠。姑苏城外寒山寺,夜半钟声到客船。”因为话语的跨文化传播,国内外对文本理解的“创造性误读”,《枫桥夜泊》最终成为中外文化宝库中的不朽经典。据统计,国内外有关这短短四句诗的译文竟有40篇之多。^{②7}在这些译本中,尽管译者都在努力忠实于张继的原意,力图回溯千年之前的夜泊场景,但都运用自己的知识积淀和文化背景对汉语文本进行了理性的加工,凸显了跨文化传播中认知改造的主观性与多样性。如把“泊”理解为“停靠”“抛锚”“拴桩”,把“乌啼”翻译成“乌鸦的叫声”“乌啼桥”“猫头鹰的叫声”,把“江枫”意指为“江边的枫树”“江桥”“枫桥”,把“渔火”定义为“渔船上的灯火”“打鱼的灯火”“打鱼人的灯火”,把“寒山”想象成“冷山”“寒山子的寺庙”,把“霜满天”建构成“地上霜”“霜色满天”“月色似霜”,把“对愁眠”解释为“想入睡”“忧愁难眠”“已经伴随忧愁入睡了”,把“客船”描述为“旅行者之船”“慢悠悠的船”“漂泊流浪的船”,等等。这些根植于不同知识结构和文化背景的理性加工,并没有完全背弃张继本诗的原意,只是在原文本的基础上生发出了创造性的理解,这种在不同民族、不同国家中的经典改编性传播是有着积极作用的,同时,也为原来的汉语文本增色不少。

2. 取决于情感或者情绪的信息加工

在一定的语境下,人的心智面对外物进行摄入时很大程度上会受制于自身的情绪或情感,或者说是一种“诗性”的发挥与延伸。

情绪是人类独有的品性,是漂浮于生活或工作空间的表层化意识,如果管理得当,它会给人的生活增添色彩;如果控制不好,它也会给我们带来严重的负面效应。认知科学家认为,作为有意识的人类,我们的日常生活是由情感的连续流构成的,人类无法完全禁绝情绪或者情感对自己的侵入与操控。^{②8}情

绪可能是一种瞬间的刺激反应,情感相对持久一些,心情的包含范围则更广,对外在事物的认知固化效果更为长久。情绪、情感、心情都是人类极端复杂的生理现象,相对逻辑、知识、概念等理性的编码,它们是一种非理性的选择,对认知行为会产生非常强烈的规制和重塑作用。

尤其在这个社交媒体极大繁荣的时代,公众获取信息和表达意见的渠道更为多元和便捷,因而加剧了其在情绪化条件下发掘事实甚至建构事实的主观加工偏好。有学者认为,我们已经迎来了一个由客观事实、主观加工以及情绪(情感)噪声共同构成本体真实的“后真相时代”。^②在这个“后真相时代”里,“真相”犹如雾里看花、隔河观柳,其表象方式更加曲折、漫长,而情绪(情感)则在其中扮演了重要角色。在社交媒体的赋能下,情绪(情感)的噪声往往主动挑选符合其震动频率的事实片段,加上主观性的渲染和极化,共同拼贴、创造一种现象真实,并努力形塑一种价值取向,而这种价值取向又加剧了情绪的波动和发酵,进一步推动真相的情绪化重组。由此,情绪(情感)不再是传播过程中的杂音,而是开始在事实与真相的循环影响之间发挥关键作用了。^③

从 2013 年新华网发布的“年度十大反转新闻”开始,由情绪化(情感化)推动的反转新闻就成为中国新闻界出现频率最高的媒体现象,而每一次反转都牵动着公众和媒体敏感的神经,并造成了舆论的极化甚至真相的推倒重来。例如,2018 年 10 月 28 日上午,重庆市万州区一辆公交车与一辆小轿车在万州长江二桥相撞后坠入长江,15 人不幸遇难。随即,网络上迅速爆出车祸的原因是该小轿车在桥面上逆行导致惨剧发生,目前,女司机邝某娟已被警方控制云云。随着网络舆论的情感发酵,舆论矛头不约而同地指向了“女司机”,甚至有媒体捕风捉影地指出是女司机穿高跟鞋开车导致了事故,并配上了女司机无助地坐在地上的高清无码图作为佐证。而后来经公安机关全面排查,还原的事实真相则是:公交车乘客刘某因坐过站而与司机冉某发生争吵、拉扯,导致公交车失控越过中心实线,与对面正常行驶的小轿车发生相撞,随后坠入江中。在这起反转新闻中,公众与媒体的情感导向(对“女司机”的偏见)是先入为主,拼贴部分事实片段,最终建构现象真实的主要因素,也是情绪(情感)加工在“后真相时代”

的一种典型运用。因而,引导或者控制好公众与媒体的情绪化表达,注重心智与行为之间的密切联系,将是有效解决“后真相时代”谣言、流言、传言蜂起,遮蔽事实真相难题的关键变量。

四、结语:呼唤一种生命的传播

从传播学发展的历史和学科特性来看,传播学归根到底是人学,研究的是人与人之间的关系问题。虽然媒介技术的进步给它的体系框架带来了革命性的创新与改变,但对技术的附和与依赖也在某种程度上弱化了对人的思想、意识、理性、情感、情绪、兴趣等“只可意会的知识”的关注。现代社会倚重于社会化软件的联结,但也离不开对人与人之间那种生命体互在关系的检视。认知传播学有别于经典传播学的是它对人的主体性的复魅,它的理论题域涵盖传播过程中实体与非实体因素、性质和作用的总合,即一种互为主体的间性勾连;也把人类的体验(包括直接体验和间接体验)作为人类认知世界、改造世界的必要前提,而从某种意义上说,体验就是人类传播的中心;同时,认知传播学还运用神经科学的相关范式剖析身体与心智的互动关系,遵循一种认知加工的进路,强调人对实在界的理解必然经过自身心智的理性加工和感性加工,呈现出其哲学之镜的根本内涵。“我们在历史上高估了计算机联网的价值,而低估了社会联网的价值,所以我们花了过多的时间用在解决技术问题上,而不是用在解决使用软件的人群的社会问题上。”^④在新媒体新技术为人际交往插上翅膀、让其恣意飞翔的加速年代里,传播更应该存在于作为生命体的人之间,存在于人的生命力和思想力之中。我们相信,作为一种体现生命活力的传播,将会超越干巴巴的机器与技术对社会关系的异化,升华为一种有温度、有湿度、有黏性的人人时代代理性与情感的互动与互构。

注释

- ①李茂华:《多元融合体系建构价值展现——中国认知传播研究三十年发展综述》,《新闻知识》2018 年第 12 期。②李明德、朱妍:《跨学科视域中的新闻传播学》,《中国社会科学报》2021 年 3 月 4 日。③[加]埃里克·麦克卢汉、[加]弗兰克·秦格龙编:《麦克卢汉精粹》,何道宽译,南京大学出版社,2000 年,第 277 页。④陈卫星、[法]雷吉斯·德布雷:《媒介学:观念与命题——关于媒介学的学术对话》,《南京社会科学》2015 年第 4 期。⑤胡翼青:《试论社会学芝加哥学派与传播学技术主义范式的建构》,《国际新闻界》2006 年第

8期。⑥潘忠党:《解读凯里·跨文化嫁接·新闻与传播之别》,《中国传媒报告》2005年第4期。⑦[美]詹姆斯·W.凯瑞:《作为文化的传播——“媒介与社会”论文集》,丁未译,华夏出版社,2005年,第39页。⑧Paul Walzlawick, etc. *Pragmatics of Human Communication: A Study of International Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. W. W. Norton & Company, 2011, p.33.⑨刘蒙之:《格雷格里·贝特森对传播学研究的奠基性贡献》,《国际新闻界》2010年第1期。⑩王金礼:《元传播:概念、意指与功能》,《新闻与传播研究》2017年第2期。⑪商戈令:《同性论撮要》,《哲学分析》2015年第6期。⑫Vilem Flusser. *On Memory (Electronic or Otherwise)*. *Leonardo*, 1990, Vol.23, No.4, pp.397-399.⑬Gilles Deleuze. *Spinoza: Practical Philosophy*. San Francisco: City Lights Books, 1988, p.125.⑭Maurice Merleau-Ponty. *The Phenomenology of Perception*. Translated by C. Smith, London: Routledge & Kegan Paul, 1974, p. vii.⑮Stanley A. Deetz. *Words Without Things: Toward a Social Phenomenology of Language*. *Quarterly Journal of Speech*, 1973, Vol.59, No.1, pp.40-51.⑯Martin Heidegger. *An Introduction to Metaphysics*. Translated by R. Manheim. New Haven, CT: Yale University Press, 1959, p.13.⑰赵星植:《论皮尔斯符号学中的传播学思想》,《国际新闻界》2017年第6期。⑱赵毅衡编:《符号学》,南京大学出版社,2012年,第122页。⑲张龙海:《哈罗德·布鲁姆论“误读”》,《当代外国文学》2010年第2期。⑳㉑王寅:《体认一元观:理论探索与应用价值——心智哲学的新思考》,《中国外语》2015

年第2期。㉒Allen Newell, Herbert A. Simon. *Human Problem Solving*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1972, p.15.㉓汪琳琳:《论罗蒂对心灵之镜的批判》,《南华大学学报》(社会科学版)2008年第4期。㉔李思屈:《认知神经科学与新闻传播研究新范式》,《新闻与写作》2016年第8期。㉕Roy Lachman, Janet L. Lachman, Earl C. Butterfield. *Cognitive Psychology and Information Processing: An Introduction*. Lawrence Erlbaum Associates, New York: Distributed by Halsted Press, 1979, pp.114-115.㉖Ronald W. Langacker. *Foundations of Cognitive Grammar: Theoretical Prerequisites*. Stanford: Stanford University Press, 1987, p.487.㉗王寅:《认知语言学的“体验性概念化”对翻译主客观性的解释力——一项基于古诗〈枫桥夜泊〉40篇英语译文的研究》,《外语教学与研究》2008年第3期。㉘James A. Russell, Lisa Feldman Barrett. *Core Affect, Prototypical Emotional Episodes, and Other Things Called Emotion: Dissecting the Elephant*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1999, Vol.76, No.5, pp.805-819.㉙喻国明、钱绯璠、陈瑶、修利超、杨雅:《“后真相”的发生机制:情绪化文本的传播效果——基于脑电技术范式的研究》,《西安交通大学学报》(社会科学版)2019年第4期。㉚张庆园、程雯卿:《回归事实与价值二分法:反思自媒体时代的后真相及其原理》,《新闻与传播研究》2018年第9期。㉛[美]克莱·舍基:《人人时代:无组织的组织力量》,胡泳、沈满琳译,浙江人民出版社,2020年,译者序Ⅷ。

责任编辑:沐紫

Three Fields of Values in Cognitive Communication

Lin Keqin

Abstract: After more than 30 years' development in China, cognitive communication has basically formed its theoretical frame and gradually presents the Chinese characteristic of its future evolution, which is deemed as an important branch of the communication thought system. Three fields of values of cognitive communication are as follows: insisting on a humanism approach from subjectivity to inter-subjectivity based on detecting humanism perspectives, interpersonal relations and nonphysical space; regarding experiences as the center of human communication practices, covering the direct experience of knowing the world from the intentionality and the indirect experience focusing on interpretive communication; pointing out that all the facts and meanings entering into human brains have been processed and modified by mind with the participation of such subjective elements as knowledge, experience, emotion, stand-points hobbies.

Key words: cognitive communication; inter-subjectivity; experience; cognitive processing