

复合嵌套的媒体话语与社交平台上的政治对话^{〔*〕}

王凤仙

(江西师范大学 新闻与传播学院,江西 南昌 330022)

〔摘要〕社交平台上,多元的话语表达和话语竞争空前活跃,政治主体之间的对话具有日常性、公共性和社会性的特点,是政治沟通的重要部分。其中,媒体发挥着重要的关联作用,是政府话语和公众话语的复现机制和中介机制。媒体话语作为一种特殊的话语形式,具有复合嵌套的对话结构,表征着自身与外部话语的对话关系。这种结构在社交平台上具体地展现在三个层次上——言说主体间的权力格局、话语中的主客关系、话语间的符号指涉互动,可用以揭示、反思媒体话语的对话性和由媒体中介的政治沟通效能。这一路径超越了既有研究的主体性视角、事件本体视角或临时话语关系视角,引导我们关注主体间的对话关系,并在社会历史的延续中看待这种对话关系,启发媒体的话语生产向着民主政治和社会良治的方向不断探索。

〔关键词〕媒体话语;对话;政治传播;政治中介化;嵌套性

DOI:10.3969/j.issn.1002-1698.2019.12.004

一、引言

近年来,主流媒体在新媒体平台上的话语生产受到学术界的极大关注。微博等社交平台重构了话语权力关系,多元的话语表达和话语竞争空前活跃。主流媒体不仅面临着如何重拾话语影响力的问题,更是被寄予了促进多元话语之间对话协商的期待。本文所关注的社交平台上的政治对话,并不仅限于政治议题上的对话,而是政治主体之间的广泛对话,它具有日常性、公共性和社会性的特点,但确是政治沟通的重要部

分。现有研究多聚焦于主流媒体在新语境下就话语模式和修辞特征所作的适应性调整,未深入体察由媒体话语所承载的政治沟通之效能。事实上,媒体一方面作为社会现实的复现机制,是重要的公共话语资源,成为各种政治话语力量争夺的对象;另一方面,自身又是专业的内容生产者,有其主体性,参与到政治话语竞争中,成为政府和公众之间的中介机制和关联机制。通过这两种方式,媒体将政府话语和公众话语勾连起来,实现政治体制的输入和输出,形成西方学者所称的“媒介化政治(Mediated Politics)”^{〔1〕}或

作者简介:王凤仙,博士,江西师范大学新闻与传播学院副教授,主要研究方向为新媒体政治传播。

〔*〕本文系2017年国家社科基金青年项目“网民消极话语抗争及其疏导研究”(编号:17CXW029)、2016年江西省社会科学规划项目“基于对话理论的网络舆论引导研究——一种超越主体的间性视角”(编号:16XW09)的成果,同时受到江西师范大学重点学科建设经费资助。

“被中介的政治 (Mediatization of Politics)”^[2]。因而,考察媒体话语本身的对话性 (Dialogicality),有助于评估进而提升社交平台上政治沟通的效能。

巴赫金所提出的对话主义 (Dialogism),是以文化转型为背景的,指的是文化由定型时期的统一的“独白话语”,转向语言杂多、众声喧哗的局面。^[3]社交平台上发生的话语转型,恰好与之契合。媒体话语如同任何其他话语一样,在巴赫金超语言学理论的视角下,处在与之前和之后的其他话语的对话之中,具有对话的特征。对话不仅存在于不同话语主体的表述之间,“只要它们稍微涉及同一个主题,便不可避免地要进入对话关系”;还能够产生于同一话语主体的表述内部,“只要我们从中听出别的某人的声音”。^[4]作为复现机制和中介机制的媒体话语,既表征着自身与之前、之后的其他话语的对话关系,也在话语内部建构着各种政治话语力量之间的复杂象征性对话关系。在语言学传统下,关于新闻语篇对话性的研究,不仅阐释了作为特殊公共文本的新闻语篇的对话性,还指明了其赖以实现的语言资源和表达形式,^[5]为新闻话语分析提供了可资借鉴的理论资源。但这些研究,具有明显的人文科学取向,并不考虑新闻语篇之对话性在政治传播系统和社会治理、民主协商等方面的意义与功能。因此,本文以跨学科视野,将对话理论和语言学中新闻语篇对话性的研究成果,借鉴到政治传播领域,探讨一种新的分析路径——复合嵌套的媒体话语体系,用以揭示、反思社交平台上媒体话语的对话性和由媒体中介的政治沟通效能。

二、媒体话语的对话结构:复合嵌套的话语体系

在对话理论和语言学视角下,话语具有嵌套性。它通过言说主体的复合、双声、复调、互文等特征,与外部话语相互勾连、镶嵌,所形成的复杂对话结构,可用于揭示话语之间的对话关系和对话成效。它不同于旨在揭示意识形态和认知结构的作用方式的批判性话语分析 (Critical Discourse Analysis),在这一视角下,媒体话语,尤其

是社交平台上的媒体话语,其对话结构可以分别从言说主体、话语中的声音、符号语义三个层次上进行描写。第一层次上,媒体话语与外部话语共同言说而形成复合关系;第二层次上,媒体作为言说主体与其话语内部的客体性他人言说形成主客关系;第三层次上,媒体文本与其他文本之间形成意义指涉互动。

(一)复合话主与权力的差序格局

话语的言说主体可以是单一的,也可以是复合的、重叠的“谁”。当组织机构作为话语主体时,言说身份是组织中全部个体的集合,属于复合的“谁”,话语属于组织的集体行为。当个人进行言说时,也可能以代言人的身份,与被代言者、参与话语生产者共同构成复合话主。又或者,言说者对外部话语进行直接转述 (direct speech),并不加入新的意义,言说者与转述对象也共同构成复合话主。^[6]媒体话语正是典型的复合话主,主要体现在两个方面。其一,媒体作为专业的内容生产机构,以组织身份发表声言,最终的话语输出是记者、编辑等组织成员集体协作的结果,是他们共同的话语行为。其二,媒体受自身内容产制能力的限制,除自主的内容生产外,还大量转述其他话语,特别是同行的新闻内容,且常常不经任何加工处理或评论地直接转述 (direct speech),仅注明内容的来源和出处。这种情况下,媒体并非将被转述话语作为加工和评说的对象,重新对其进行话语建构,而是与被转述者在话语立场上、话语行为上保持一致,两者构成了复合话主。

媒体通过直接转述、借用外部话语 (即不加评论地转发),与被转述者复合发声,所结成的复合言说关系网络,在某种意义上,也是主体间的权力关系网络。它不仅表征着主体间权力关系的亲疏远近,如,国内媒体之间常常复合发声,或转述政府话语,但不存在与外媒复合发声的情形。而且,它也表征着主体间权力关系的差序格局以及权力话语流动的方向和过程,如,时政议题上,地方媒体转述新华社、《人民日报》等中央

级媒体的话语,与其复合发声,但反过来,中央级媒体将地方媒体作为转述对象、与其复合发声的情况,却少有出现;又如,媒体常常将政府话语作为权威加以转述,共同发声,但政府却无法采用媒体的话语立场,与其共同发声。不同主体,或为话语输出者,或为话语传送者,两者之间存在着明显的权力势差,话语由权力的高处向权力的低处输送。话语输出者,即复合话主中的被转述者,往往居于权力的高位;话语传送者,即复合话主中的转述者,则居于权力的低位。因而,通过分析这种复合的言说关系,各类媒体之间(中央级媒体与地方媒体、党媒与市场化媒体)以及媒体与政府、媒体与公众之间的权力关系和话语流向能够被揭示出来。

(二) 双声、复调与话语中的主客关系

巴赫金以小说话语为切入点,借用音乐术语将对话性具体阐释为双声和复调两种形式,分别对应着两种对话关系,即微型对话和大型对话。双声,对应着微型对话,它指言说者“用他们的语言讲出的他人话语”,“同时表现为两种不同的意向……两个声音、两个意思、两个情态,而且这两个声音形成对话式的呼应关系”。^[7]巴赫金又用“主体性话语与客体性话语”对应小说作者与主人公之间的主客体关系,“单一指向的话语与双重指向的话语”反映小说语言中是否存在不同的意识、立场、意向。^[8]单声话语,是相对于双声话语的,它或者直接指述事物;或者转述客体性语言,且整体拿来、不改变语义语调、不赋予别的指物述事的含义(即与被转述者共同发声)。一旦作者利用别人的话语,既保留其原来的指向又加入新的意义,就成为含有两种声音的双声语。双声语根据指向不同,又可分为三种情形:单一指向的双声语,两个声音互相赞同和肯定;双重指向的双声语,两种声音互相敌视和对立;双重指向的双声语,但是客体性语言并不完全被主体(作者)掌握,而是积极影响作者语言,两者在共同的言说对象上进行话语交锋。^[9]总之,双声语包含双主体,即作者与他人,无论是单一指向还

是双重指向,都包含了两个声音、两种意识,两者之间形成了或赞成、或反驳、或补充的对话关系。

复调,对应着大型对话,指的是“有着众多的各自独立而不相融合的声音和意识”的对话关系。“主调音乐”和“复调音乐”同属“多声部音乐”。前者只有一个主旋律,可出现在任何声部,其他声部只对主旋律起到烘托和陪衬的作用,缺乏独立性;后者各声部都具有独立性,相互形成和声关系。巴赫金将独白小说类比作主调音乐,小说中主人公的声音缺乏独立性,主人公的自我意识从属于作者意识;将陀思妥耶夫斯基的小说比作复调音乐,“主人公议论……似乎与作者议论平起平坐,并以特别的方式同作者议论结合起来,同其他主人公同样具有十足价值的声音结合起来”,形成大型对话。^[10]同时,大型对话与微型对话具有相互依赖的关系,“形诸布局结构的对话,与内在对话(即微型对话)密不可分地联系在一起……而它们两者同样密不可分地与囊括它们的整部小说的大型对话联系在一起”。^[11]话语本身既表征着主体性言说与客体性言说之间的对话关系,也建构着众多客体性言说之间的对话关系。

媒体话语具有双声和复调的特征。首先,媒体话语是非常典型的双声语。媒体作为专业的内容生产机构,除直接指述和描写事物外,还需要对客体性的言说(外部话语)进行描述,常常还加以或隐或显的评论。它同时体现着媒体的声音和他者的声音,两者之间或赞成、或反驳、或补充,展现着媒体与他者之间的微型对话关系。其次,媒体话语还具有非常鲜明的复调特点。媒体在进行内容生产时,为力求客观,往往广泛吸纳不同阶层、不同立场的多种客体性言说。同时,媒体内容生产的专业原则也规定了媒体需要保持客体性言说的独立性,不能使他者的声音完全附属于媒体意识,而是使媒体的主体性言说与众多的外部话语之间形成和声、对话,借此完成媒体话语内部的大型对话。总体来看,媒体话语与外部话语之间的微型对话和媒体所建构的各

外部话语之间的大型对话也相互依赖,形成媒体话语内部的完整对话结构。由此,可透视媒体话语中的主客对话关系,因而它也是媒体话语对话性的表征之一。

(三)互文性与话语间的指涉互动

“互文性(intertextuality)”由法国文学理论家、女性主义批评家朱丽娅·克里斯蒂娃(Julia Kristeva)提出,她在巴赫金对话理论的基础上,以互文性(文本间性)概念代替了对话性(主体间性)概念,将话语之间的关联因素从“表述”层面推进到了符号语义层面。按照这种观念,“文本是一种文本置换,是一种互文性:在一个文本的空间里,取自其他文本的各种陈述相互交叉,相互中和”,“对于认识主体而言,互文性概念将提示一个文本阅读历史、嵌入历史的方式”。^[12]对于互文性,存在两种不同的解释路径。广义的互文性,也被称为解构主义互文性,即将互文性当作一切文本(包含非文学的艺术作品、人类的各种知识领域、表意实践)的基本特征和普遍原则。狭义的互文性,即结构互文性,指向结构主义或者说修辞学的路径,把互文性限定在精密的语言形式范围内,必须是一个具体文本与其他具体文本之间可论证的互涉关系,例如,有本可依的引用、套用、影射、抄袭、重写等关系。它们分别对应后结构主义和结构主义的取向,但即便广义的互文性也并未否定文本之间由互文产生的结构,而是将这种结构泛化。

从这种结构性来看,文本不再是独立自足的封闭体系,文本本身就意味着文本之间的关系。任何文本都无法独立存在,从生产到阅读都以其他文本为前提,任何文本都处在若干其他文本的交汇处。“在一个确定文本中,互文性的具体实现模式将提供一种文本结构的基本特征”,^[13]这种结构特征不仅存在于文本内部,还标志着多个相关文本之间存在着互相接受与互相影响、互相开放与互相整合的语义系统。通过或泛化或精密的互文结构,话语之间形成了镶嵌式的意义交往关系。互文结构从文本间的视角展示着对话

关系,它一方面在长期的话语间指涉互动中具有一定的稳定性,另一方面也因话语间指涉的建构性而具有一定的变动性。

媒体话语是一种典型的互文性话语,具有敞开式的结构特征。媒体内容的生产依赖于其他文本(如政策法规、工作报告、会议记录、法律文书、经济报表、文学作品、影视剧、广告等),与其他文本产生意义交往关系。各种互文形式在媒体话语中发挥得淋漓尽致:既包括水平(horizontal)互文性和垂直(vertical)互文性——有文本内部的一段话语与其他话语之间的互文关系,也有文本对其他文本的引用和应答关系;^[14]又包括宏观互文性和微观互文性——文本之间有谋篇布局、立意手法方面的相互借鉴,也有具体词语句子上的彼此相关;还包括积极互文性和消极互文性——互文要素进入当前文本后,或者与当前文本相比产生了新的意义,或者与当前文本保持意义上的一致。通过这些互文形式,每一媒体语篇的意义总是超越自身所示,特定语篇的生产和接受需要依靠读者对其他语篇的知识。在这些基于符号的象征性互动中,我们不仅可以看到意指概念的流变,还能了解意义争夺的话语竞争过程。

通过上述三个层次,媒体话语与外部话语结成了复合嵌套的话语体系。它同时也是一种相对稳定的对话结构,媒体话语沿着这些结构运行,经历着可以预测的变化。媒体话语的复合嵌套体系,展现着由媒体话语复现和中介的政治对话,因而可以作为揭示媒体话语对话性的新型分析框架。

三、媒体话语的对话关系:联结政府与公众

媒体作为政治对话的复现机制和中介机制,它与政府、公众之间的话语交互,不仅是语言和信息层面的沟通,更是社会历史广阔语域中的身份、意义、行动等多层面的共时性交鋒。

(一)媒体话语与公众话语

媒体与公众之间的关系,就其功能来看,体现为对公众认知和公众行动两个方面的作用:一

是作为公众环境感知的中介机制,二是作为公众话语行动的平台。首先,在影响公众认知方面,由于公众个体处于特定的时空中,通过直接感知获取的经验和知识有限,要了解超越自身直接经验的广阔的外部时空环境,就需要依赖介质性的文本。大众媒体就是在现代大众生活中占据相当分量的介质性文本,它通过议程设置(*agenda-setting*)和框架(*framing*)的过程,建构出复现真实时空环境的象征性文本。这些文本区别于社会历史,不同的媒体组织,由于民族、宗教、文化等意识形态方面的制约和自身的社会身份地位的差异,会对同样的社会历史以不同的方式进行建构。反过来,公众作为一个集合,内部也存在着巨大的差异,分裂为不同的社会群体、社会阶层,每一个个体都因其不同的社会身份、个性特征而偏好不同的媒体文本,即使面对相同的媒体文本也可能产生不同的感知。

其次,作为公众话语行动平台,传统媒体被区分为公益性的事业单位与经营性的企业化单位两种性质,前者作为非营利性组织就承担着主要的政治沟通和反映公众声音的义务。但从公众方面来看,能否通过媒体实现话语行动还在于媒介近用机会的获得,而这又取决于媒体如何进行议程设置和把关;获得媒介近用机会后,公众话语也不得不经媒体的重新建构和框架,有可能在被引用的过程中出现“创造性的叛逆(*creative treason*)”。总的来说,媒体与公众话语互动的过程和结果都是十分复杂的,在这种互动关系中,媒体处于绝对的主导地位。在新媒体(特别是社交媒体)诞生以后,这种情况得到改善,公众能够在社交平台上依靠集体的话语力量设置议程,反过来向媒体输出议程,但仍然不能避免媒介的“框架”过程。

媒体话语在对话结构的三个层次上,与公众话语相关联。首先,就言说主体来看,当媒体与公众复合发声,则意味着媒体对公众话语整体拿来、不再加工,媒体话语传递着自身与公众的共同声音,是由双重主体发出的单声语。这种情形

的出现,往往取决于言说的议题性质、个体公众的社会身份等因素,如微博平台上,“V人民日报”“V央视新闻”在网络段子、心灵鸡汤等议题上,常常与微博大号或普通公众共同发声。其次,就话语中的主客关系来看,媒体与公众构成双声语的情况,比起两者作为双重主体发出单声语要常见得多。公众话语是媒体表述的重要客体,媒体以其为“原料”进行“加工”并添加新的意义,使表述中含有媒体话语和公众话语两种声音。同时,媒体为求客观而呈现的多样公众声音,形成话语中的复调现象。最后,在文本间的意义互动方面,媒体对公众话语的使用,在具体形式上可直接引用或间接引用,甚至以不指明的方式,在谋篇布局、具体词句上对公众文本进行重读、更新、浓缩、移位和深化,通过这种符号互动实现概念形塑和意义协商。^[15]

(二) 媒体话语与政府话语

大众传播是政府社会治理的重要途径,它基于媒体的两个重要功能:一是意识形态控制,二是政治协调。在意识形态控制方面,由于意识形态作为社会文化中整体性、规范性及指导性的权力结构隐含在符号化的话语表述中,它能够使每个社会成员体会到与国家、社会休戚与共的关系,在全社会中形成强烈的聚合心理并转化为共同的信念和统一的行动,是国家内部统一和社会控制的手段,即葛兰西(*Gramsci Antonio*)所称之“社会水泥”。意识形态的培育,通过学校、家庭、大众媒介等阿尔都塞(*Louis Pierre Althusser*)所称的“意识形态国家机器(*ideological state apparatus*)”展开。其中大众媒体,既是意识形态斗争的场地,又是利益博弈的平台。就媒体自身而言,其话语生产受制于现实的社会权力结构,容易受到政治权力、经济权力的侵蚀,与权力合谋而成为“权力的媒介”。然而,中国的情况似乎正相反,有华人学者研究发现,中国政府构建出一个得到社会各阶层认同的主导意识形态,媒体自改革以来很大程度上保留着对体制的批判倾向,其从业人员在价值观上与体制的格格不入使

他们对揭露社会黑暗问题怀有热情。^[16]在政治协调方面,媒体的功能又可以进一步区分为实现民主和帮助政策沟通,两者在很大程度上是重合的,体现为抽象目标与具体目标之间的关系。西方社会在电视媒体诞生后出现了所谓“电子化民主政治(E - democracy)”,即通过电子媒体进行广泛的政治宣传和媒体受众的理性选择而产生的民主。^[17]虽然这种民主的有效性受制于媒体政治宣传背后政治、经济力量的干预和受众“理性”,但客观上大众媒体确实拓宽了政治参与的方式,并向社会提供了对公共权力进行监督的渠道。这样,大众媒体还能够帮助政策沟通,作为政策过程中各要素、各阶段之间的联接机制,促进政策过程的高效运转。

从媒体内容生产来看,政府的政治活动是社会最为重要的组成部分,政府话语必然被媒体作为客体性文本加以报道。媒体与政府的话语互动,也同样在其对话结构的三个层次上有所展现。首先,在言说主体方面,媒体与政府共同发出单声语时,将政府话语整体拿来、不改变语义语调、不增添新的意义,使自身与政府在话语立场、话语行为上保持一致,比如对政府话语的全文刊发或实况转播。其次,在话语中主客关系方面,当媒体在转述政府话语时添加新的意义,使读者感受到政府与媒体的双重声音,就形成了双声语。这种情况下,媒体通过对政府话语有所评议而将自身的主体性凸显出来。并且,媒体转述政府话语时,往往会同时呈现民间的声音,形成复调,以此实现全面描写相关文本的客观性,或者凸显言说对象物的重要性。最后,在文本间指涉互动的层次上,媒体话语,特别是其宣传话语,常常从官方文本中吸纳大量意指概念,如“中国梦”“新常态”“新时代”“打铁必须自身硬”“撸起袖子加油干”等,运用到自身话语中,以实现政治宣传和沟通。

(三)政府、媒体、公众之间的政治对话

经由复合嵌套的话语体系,媒体话语一方面与公众话语相关联,另一方面也与政府话语进行

互动,成为政府和公众之间的沟通桥梁。无论在传统媒体还是新媒体语境下,大众媒体都是政治传播系统中上情下达和下情上达的重要通道。在传统媒体的单向度传播环境下,大众媒体掌握着公开“施话”的主动权,政府话语、公众话语则需要依赖媒体才能得以公开展现,媒体在政府与公众的对话关系中起着至关重要的中介作用。社交平台诞生后,公众被赋予了公开“施话”的权利,政府也获得了与公众直接对话的平台,政府、媒体、公众之间的话语关系被重新塑造。空前活跃的多元话语表达和话语竞争,使得社交平台已然成为传统媒体之外十分重要,甚至是更为重要的一个话语场域。然而,社交平台上政府机构的话语影响力远不及媒体,媒体作为专业的内容生产机构,依然是公众依赖的环境感知和话语行动的重要途径。政府与公众之间的话语沟通依然有赖于媒体发挥桥梁作用。

由媒体中介的政府与公众的对话,是政治传播系统的核心部分。而对话问题,几乎是横跨新闻传播学、政治学、语言学等众多学科领域的“元问题”。西方学者的对话(Dialogue)理论和思想,引入并嫁接到中文“对话”一词上,在这种新旧所指混合的情况下,相关讨论虽繁杂多样,但很少能够真正交锋。对此,我们不禁要发问:究竟何谓对话?追究起来,对话在西方也不是一个明晰而统一的概念。对话概念在各种对话理论的历史传继中,出现了“能指的漂移”,其内涵逐渐延异、散播。早在古希腊,苏格拉底(Socrates)将人与人之间的自由辩论(对话)看作探求真理的方法。经柏拉图(Plato)、黑格尔(Georg Wilhelm Friedrich Hegel)、费尔巴哈(Ludwig Andreas Feuerbach)等思想家的发展和阐释,到20世纪,马丁·布伯(Martin Buber)提出“之间”(betweenness)的概念,突破近代哲学中的“主体性”,引发了西方哲学界关于对话的持久讨论。之后,巴赫金以超语言学的视角提出了话语的“对话性”本质;伽达默尔借助“对话”概念,关注文本与读者之间的“倾听”关系;^[18]哈贝马斯的“对话”思想则以

交往行为理论为基础,将恰当的言语对话看作实现理性交往的途径。^[19]而国内学术界关于对话的理解又与以上诸种不尽相同,就此传播学者李彬进行了总结:“在西方式的对话里,人们认为最重要的是能够生产真理的逻辑论证,因为它可以澄清‘谁对谁错’;而在中国式的对话中,着眼点在于获得对话各方都喜欢的、至少都能接受的互利结果”。^[20]事实上,这两种解释路径并不矛盾,真正的对话性恰好应当同时包含这两个层面。如果缺少互利的基础,那种能够产生真理的对话也许根本就不会发生;反之,如果对于真理没有基本的共识,也很难产生各方都喜欢的结果。因而,本文将对话定义为一种良性沟通,既包括形成互利的结果,也包括达成观念上的共识。

政府、媒体、公众之间的对话问题十分复杂,既发生了狭义上的直接对话,也存在广义上的对话性关联。在具体的对话实践中,还包含着丰富的语言策略:可能出现法国小说家纳塔丽·萨洛特(Nathalie Sarraute)指出的有意隐藏起来的“潜对话”(potential dialogue),即与语句意义相背离的实际信息;^[21]或者发生马丁和怀特所说的对话扩展或对话收缩现象,即言说主体回应他者声音时或启发或拒绝的微妙态度。^[22]可见,话语主体之间即使存在形式上的对话,也未必能够实现有效的对话,最终通向观念的共识和互利的结果。笔者此前的研究发现,官方与民间虽然在社交平台上保持着丰富的信息交互,却存在着对话意义上的沟通障碍。^[23]政府、媒体、公众之间对话,不应只注重形式上的对话,更重要的是实现有效的实质性沟通。这种沟通的质量,可以通过媒体话语的对话性分析展现出来。

四、经由媒体的政治沟通:超越主体的间性视角

在语言学视角下,话语是个体性的,而对话是主体间性的。它发生在两个或两个以上的主体之间,是主体通过言说而进行的话语互动。政治传播系统中,媒体在政治体制的输入和输出之间发挥着重要的中介作用,是政府和公众之间政

治对话的中转站。考察经由媒体的政治沟通,既要注意到媒体的中介性,更应该避免仅仅立足于媒体的主体性视角,而只将对话成效归因于媒体。

(一)经由媒体的对话关系是媒体主体性的表征

话语是表征性的。霍尔(Stuart Hall)强调这种“表征性”是语言的基本功能,认为语言“构成并传递意义……是运载意义的工具或媒介……代表或表征我们的各种概念、观念和感情”。^[24]话语始终是一种特定历史具体性的形式及其“秩序”的表象,在各个特定时期、特定地点,以特定的方式被配置,表征着各种实践在具体的历史境遇中的运作方式。而媒体更为特殊,它是公共话语资源,是公共政治传播的最重要途径。作为一种象征性的镜像,媒体话语本身就可以作为政治主体间对话的观测点。媒体话语的复合嵌套体系,实际上就是媒体与外部话语互动而形成的对话结构,展现着媒体与政府、公众之间的对话关系。

媒体话语的表征性包含着两个层次,分别对应着媒体的复现机制和中介机制,其表征对象类似于巴赫金所讲的双声语中的客体性声音和主体性声音。首先,镜像的媒体话语表征着多种外部话语实践及其相互之间的对话关系,这个层次的表征是一个“再现”的过程,媒体话语与言说对象之间是仿拟与被仿拟的关系,或者说是符号与象征对象的关系。其次,媒体话语表征着自身的话语实践,可以说,这个层次的表征才是实在的、真切的、未经代表和加工的。即便是第一层次的表征,由于它是仿拟式的“再现”,也要经由第二层次的表征,即将被仿拟对象加工成仿拟性的文本,才能得以实现。在某种意义上,媒体文本的价值和媒体的主体性也正在于此。媒体话语不仅是向他人讲述的新闻,也是媒体之所以存在的方式。政治传播系统中,媒体在民意表达、政治决策、政治行动之间进行转换和传输,如何组织语言再现、回应政府话语和公众话语,就是媒体自身的话语行动。它对客体性声音的加工、处理愈多,则中介性愈强,主体性愈凸显。这种

对外部话语的建构性,是媒体话语的主体性和能动性之所在。因而,媒体话语的对话结构,正是媒体主体性的外化。

(二)媒体的主体性是社会历史的

话语的言说,受话语规则和秩序的制约。这不仅体现在语言学方面(语法、语体等),更重要的是历史延续的话语关系及其背后的权力秩序。福柯(Michel Foucault)说“话在说人”,人必须“屈服于话语”,正是这个意思。詹姆斯·保罗·吉也认为,话语之间的关系相比某次具体的话语行为更有意义,它在某次话语主体出场之前已经存在,并且在它离场之后仍然会长期存在。^[25]

媒体的话语生产,必须也必然以长期以来的话语关系为基础。首先,媒体话语所言及的议题并非凭空创制,虽然媒体具有议程设置的功能,但议题的生成和拓展都具有历史的延续性;其次,媒体话语处在与过去、未来的话语的互动之中,对过去的话语以肯定、反驳、补充等方式进行回应,对未来可能产生的话语进行预期并给予启发;第三,媒体话语在历史承继中获得自身的言说身份,作为话语行为的立足点;第四,媒体话语基于现实的权力关系,建构着言说对象物,同时也塑造着自己;最后,媒体正是通过这种话语建构,反作用于现实的话语关系和权力秩序,使自身成为历史。正如霍尔指出的,主体并不是话语的主体,而只是话语建构的对象,“是在话语内产生出来的”,^[26]它要受到话语的主宰,服从于话语的权力或知识的处置,然后才可以成为主体,获得意义。因而,媒体如何进行话语生产,不仅仅是其经营运作的问题。媒体不是一个完全自足的系统,而是特殊政治、经济和文化传统的产物,其主体性、能动性深深嵌入社会结构之中。

从对话的视角来看,经由媒体的政治对话是一种“流动”的社会实践,它们围绕社会表述系统和大众媒介资源相互争夺与竞逐,不断生产、修正与再造,共同构成“话语的政治”。在媒体与社会的互构过程中,世界以及关于世界的观念在交流的特定历史模式中呈现意义。

(三)转向超越主体的间性视角

目前,国内政治对话的相关研究,聚焦于两大议题,一是政治认同和政府形象塑造,二是社会冲突、集体行动与新媒体事件。前者往往基于传播过程模式的线性逻辑和意义同质化流动的基本假设,忽略信息交互过程中的“意义协商”,立足于官方主体视角,将问题归因于媒体专业技能,导致公众的主体性受到忽视,以至于由此导出的许多话语引导策略无效果甚至产生反效果。后者则基于事件本体视角或临时性的话语关系视角,以典型冲突事件为起点,关注事件中的行为、关系、机制,或冲突中的话语竞争,往往不能兼顾“冲突/事件/行动”生成的社会历史语境,关注冲突本身而不问其由来,因而也较少具有对政治沟通实践的指导意义。因此,对媒介化的政治对话问题的研究,应当突破此两种研究视角的局限,以一种超越主体的间性视角,关注主体间的对话关系,并在社会历史的延续中看待这种对话关系。

关于这种视角的具体化,本文初拟了三点构想。第一,由主体视角转向间性视角,它也区别于事件本体视角,并非仅仅关注冲突性事件或议题本身,而是关注主体之间的话语关系和“意义协商”过程,是一种关系的视角。具体来说,就是将研究立足点从媒体、政府的传播实践,转移到政府、媒体、公众之间的话语关系。第二,着眼于长期的、更为日常的话语关系,而不只是冲突性事件或议题中的临时性话语关系,考察主体之间的话语关系状态,思考如何改善政府、媒体话语、公众之间的对话关系,建立良性话语关系的问题。也就是说,将政治沟通的目标,由化解社会冲突事件上升为更为长远和根本地建立政府、媒体、公众之间的良性话语关系。第三,从民主政治过程中的权力关系出发,认识官方与民间,政府、媒体与公众之间的对话关系,指导政治话语沟通实践。目前,相关研究常提及的所谓“官民话语对抗”,往往含糊地涉及了两个层面的意义,一是民间对官方的“监督”,二是民间话语对官

方话语的“逆反”解读和回应。这类表述中暗含的权力关系模糊不清,往往也容易导致实践的混乱——对于监督性和逆反性的网络表达眉毛胡子一把抓。故而,理论研究必须厘清当前体制条件下话语主体之间的权力关系。媒体话语实践也应当对此加以区分,既提供“监督”的渠道,也要化解“逆反”的情绪。

综上,媒体话语是政治话语竞争的复现机制,也是政府与公众之间政治对话的中介机制,由它复现和中介的对话关系,通过其自身的复合嵌套结构展现出来。媒体话语的结构,即可作为透视政治对话关系和媒体话语自身之对话性的绝佳观测点,描述和诊断长期的或者说日常的政治传播运行。这种分析框架不仅可以提高研究的精度,还能为媒体话语实践提供更为具体的指导。同时,这种主体间的视角,还带给我们另一重要启示,媒体话语与政治传播、社会治理、民主政治等议题密不可分,媒体话语生产应当向着民主政治和社会良治的方向不断探索。

注释:

[1][美]W. 兰斯·本奈特、罗伯特·M. 恩特曼主编:《媒介化政治:政治传播学新论》,董关鹏译,北京:清华大学出版社,2011年,第2页;Kropf, M., “Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy”, *Journal Of Politics*, Vol. 65, No. 3, 2003, pp. 940 - 942; Corner, J., “Mediated politics, promotional culture and the idea of ‘propaganda’”, *Media, Culture & Society*, Vol. 29, No. 4, 2007, pp. 669 - 677.

[2]Entman, R. M., *Democracy without citizens: Media and the decay of American politics*, New York: Oxford University Press, 1989; DelliCarpini, M. X. & Keeter, S., *What Americans knows about politics, and why it matter*, New Haven, CT: Yale University Press, 1996; Swanson, D. L. & Mancini, P. (eds.) *Politics, media, and modern democracy: An international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*, Westport, CT: Praeger, 1996; Mazzoleni, G. & Schulz, W., “‘Mediatization’ of politics: A challenge for democracy”, *Political Communication*, Vol. 16, 1999, pp. 247 - 261.

[3][美]刘康:《对话的喧嚣:巴赫金的文化转型理论》,北京:北京大学出版社,2011年,第2页。

[4][8][10][11][苏]巴赫金:《巴赫金全集》(第5卷),晓河等译,石家庄:河北教育出版社,1998年,第436、240、246 -

256、5,359页。

[5]如新闻语篇中的言语转述、情态、让步、语气、人称等,参见辛斌:《转述言语与新闻语篇的对话性》,《外国语(上海外国语大学学报)》2007年第4期。

[6][25][美]詹姆斯·保罗·吉:《话语分析导论:理论与方法》,杨炳钧译,重庆:重庆大学出版社,2011年,第24、28页。

[7][苏]巴赫金:《巴赫金全集》(第3卷),晓河等译,石家庄:河北教育出版社,1998年,第110页。

[9]巴赫金将这三个小类分别命名为仿格体、讽拟体、暗辨体。参见[苏]巴赫金:《巴赫金全集》(第2卷),晓河等译,石家庄:河北教育出版社,1998年,第419页。

[12][13]出自克里斯特娃的论文《文本的结构化问题》收入“如是”小组的集体论文集《整体理论》,巴黎瑟依(Seuil)出版社,1968年。转引自秦海鹰:《互文性理论的缘起与流变》,《外国文学评论》2004年第3期。

[14]Kristeva, J., “The system and the speaking subject”, In T. Moi eds., *The Kristeva Reader*, New York: Columbia University Press, 1986, pp. 23 - 35.

[15]例如,“V人民日报”曾模仿网络语体“鹿晗告白体”发布微博内容。2017年10月8日,娱乐明星鹿晗公开恋情的微博表述“大家好,给大家介绍一下,这是我女朋友@关晓彤”在网络上被疯狂模仿,一时间,成为最热门的网络语体,被称为“给大家介绍体”“鹿晗告白体”“鹿晗介绍体”。10月9日,“V人民日报”发布微博“大家好!给大家介绍一下,这是我的家——中国”,也是对这一网络语体的模仿。

[16]林芬、赵鼎新:《霸权文化缺失下的中国新闻和社会运动》,《传播与社会学刊(香港)》2008年第6期。

[17][美]W. 兰斯·本奈特、罗伯特·M. 恩特曼主编:《媒介化政治:政治传播学新论》,董关鹏译,北京:清华大学出版社,2011年,第2页。

[18][德]伽达默尔:《伽达默尔集》,邓安庆等译,上海:上海远东出版社,1997年,第71页。

[19][德]哈贝马斯:《交往与社会进化》,张博树译,重庆:重庆出版社,1989年,第11页。

[20]李彬:《传播符号论》,北京:清华大学出版社,2012年,第159页。

[21]董小英:《再登巴比伦塔——巴赫金与对话理论》,北京:生活·读书·新知三联书店,1994年,第9页。

[22]Martin, J. R. & White, R. R., *The Language of Evaluation: Appraisal in English*, New York: Palgrave Macmillan, 2005, p. 134.

[23]王凤仙:《社交媒体场域的传播失灵现象观察——基于官方与民间话语互动的案例分析》,《当代传播》2015年第6期。

[24][26][英]斯图尔特·霍尔编:《表征——文化表象与意指实践》,徐亮、陆兴华译,北京:商务印书馆,2013年,第7、56页。

[责任编辑:刘姝媛]