

具身传播研究:一种作为观念的元范式变革

张文娟

(大理大学 文学院,云南 大理 671003)

摘要: 随着智媒时代的到来,基于理论形态与方法论划分的传统传播研究范式遭遇了前所未有的危机和困境。一种以“身-媒”关系为依据的元范式划分,即离身传播研究范式与具身传播研究范式之分更为切实可行。具身传播研究具备重新定义传播学的革命性力量,将导致传播学在哲学观、传播观、媒介观、方法论、基本视角及学科定位等观念和思维层面的整体变迁与转换。时下热门的身体传播研究并不全然属于具身传播研究,因为离身与具身的根本分野并不在于身体是否作为研究对象,关键在于研究观念的元范式变革。

关键词: 离身传播研究;具身传播研究;元范式

中图分类号: G206 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-579(2023)06-0080-10

Embodiment Communication Research: A Meta-paradigm Change as an Idea

ZHANG Wenjuan

(College of Literature, Dali University, Dali, Yunnan 671003, China)

Abstract: With the advent of the era of intelligent media, the traditional communication research paradigm based on theoretical form and methodology is facing unprecedented crisis and dilemma. Therefore, combining with the new trend of communication research in the era of intelligent media, this paper proposes a meta-paradigm division based on the “body-media” relationship, that is, the division of disembodiment communication research paradigm and embodiment communication research paradigm, and points out that embodied communication research has the revolutionary power to redefine communication science. It will lead to the overall change and transformation of communication in philosophy view, communication view, media view, methodology, basic perspective and subject orientation. Meanwhile, the popular body communication research does not all belong to embodied communication, because the fundamental difference between disembodied and embodied does not lie in whether the body is the object of research or not, but in the meta-paradigm change as an idea.

Key words: disembodiment communication research; embodiment communication research; meta-paradigm

一、智媒时代传播学的范式之问

20 世纪末至 21 世纪初,国内外传播学界曾围绕范式划分进行过讨论,并常以理论和方法入手进行

收稿日期:2022-11-10

基金项目:教育部人文社科基金青年项目“重思传播与范式变革:智媒时代的具身传播研究”(编号:22YJC860036)、云南省“兴滇英才支持计划”青年人才专项项目

作者简介:张文娟(1984—),女,云南大理人,传播学博士,大理大学文学院副教授、硕士生导师。研究方向为传播思想史与传播理论、视听传播。

范式分类。西方传播学界如波特、麦奎尔等学者曾提出传播研究范式的三种类型:社会科学范式、诠释范式、批判分析范式^[1]。国内传播学界大致有二分法、三分法,也基本与上述划分大同小异。值得一提的是,胡翼青在此基础上提出了以“信息人”为核心和纲领的“新人本主义范式”^[2]³。随后几年,他进而认为理论和方法并不能构成一个范式的全部,而仅仅是作为范式的一种表层结构。范式与范式之间最重要的差异来自范式所处的语境以及背后所持有的研究立场、价值观等隐性结构或深层结构。他转而借用福柯的“知识-权力”关系将传播学的研究范式划分为与权力合谋的保守主义范式、主张改良权力的人本主义范式、与权力异构的激进主义批判范式三类,同时将范式的深层结构视作学术共同体所共享的一种价值立场和学术人格^[1]。这种基于“知识-权力”的范式重构带有强烈的意识形态批判色彩,促使传播学者对现行权力进行反思和警惕。

随着智媒时代的到来,基于理论形态和方法论进行划分的传统传播研究范式越发陷入危机和困境:一是原本处于对立中的范式走向了融合,以至于缩小了旧范式之间的差异,消解了彼此间的不可通约性,而导致发生这种融合的新的研究类型已无法囊括在旧范式的分类之中,使得理论形态和方法论的范式划分标准不再适切;二是新媒介技术的发展不仅催生了有别于大众传播时代的新传播经验和现象,更重要的是对大众传播体系中的核心命题、概念系统、理论架构发起前所未有的冲击和挑战。如算法推荐、人工智能写作、社交机器人等新兴传播实践正重新定义着传播及其边界^[3]，“人-机”之间的具身交互亦促使着学界重新思考人类、技术与传播的关系^[4]¹⁻²⁸。在西方近年来兴起的人机传播研究中,作为媒介的机器已超越了大众传播视域下的工具意涵而被视作传播主体^[5]。具身化的数字技术^[6]、触觉媒介研究^[7]、移动媒介与游戏研究^[8]等正成为西方传播学界的研究热点。简言之,新兴的智能传播实践深刻挑战着大众传播研究范式的有效性,传播学在智媒时代面临着新的范式之问。而基于“知识-权力”关系进行的范式重构虽可解决原有范式内部发生融合的问题,但并非是一种回应当前技术变革并前瞻未来的范式划分。换句话说,这种划分方式依然没有凸显出智媒时代的学科创新。

当智媒技术的发展正重构着传媒生态,触发着传播变革,以至于前所未有地影响着人的生存发展,大众传播研究体系的阐释力日渐式微,传播学已身处持续的学科危机之中。可以说,我们已经到了对传播学不得不反思的地步。因为“旧范式框不住新技术”,而“局限于旧有范式的反思无法达致学科重建之目的”^[9]。在库恩看来,这种反思正是寻求新范式的前奏。新范式意味着一种对过去的重构和未来的前瞻,而范式的选择往往取决于未来的前景而非过去的成就^[10]¹³²。智媒时代崭新的传播实践亟待范式革新,“传播学的学科发展正处在‘范式革命’的主要节点上”^[11],这已构成当下重思传播重要的学术命题。

既有传播研究范式反映的是大众传播时代的研究传统,因而无论怎样在旧有基础上进行范式重构都无法真正推陈出新,满足当下这场智能传播革命的研究需求。而本文所要追问的核心问题正是:有没有一种新的范式及其划分方式可以既对大众传播时代的研究传统作出反思和区分,又对当下和未来面临的智能传播革命有所观照和前瞻,并且这样的范式划分还必须在较长时间内处于一种相对稳定的结构而不易发生内部的融合?为此,本文基于近年来传播研究的新趋势,提出一种以“身-媒”关系为基础的元范式划分,即离身传播研究范式与具身传播研究范式之分,并指出具身传播研究具备重新定义传播学的革命性力量,是传播学在智媒时代一种具有范式转换意义的学科创新,对传播学的当下和未来有着重要的学科价值和意义。而既往关于具身传播元问题的研究并未从范式的层面加以揭示,在一定程度上遮蔽了具身视角对于传播学的重大意义。

二、格式塔变更:一种以“身-媒”关系为基础的元范式划分

范式是为某种连贯的科学研究传统提供一种“承诺和内在的一致性”,以使加入这一科学共同体的研究者也同样具备相同的研究共识。因而范式是形成和延续某种研究传统的先决条件而在科学研究中具有优先性^[10]⁸⁻⁹。范式决定了什么样的问题能够最终进入到研究视野中。因而不同的范式决定了不

同的问题域。但库恩并没有给范式下一个明确的定义,以至于学术界产生了对范式理解上的混乱。英国学者玛格丽特·玛斯特曼曾梳理了库恩在《科学革命的结构》一书中围绕范式做出的多达 21 种不同的表述。经归纳提炼后发现库恩的范式本质涵盖着三重不同层次的内涵:一是形而上学范式或元范式(metaparadigm),即“一种形而上学的观念或实体”,是科学研究所具有的“一种整体的世界观”。二是社会学范式(sociological paradigm),即“一种普遍承认的科学成就”或“一套科学习惯”。相比于作为世界观的元范式来说,社会学范式是具体的、可捉摸的、先于理论的一套科学研究习惯。三是人工范式(artifact paradigm)或构造范式(construct paradigm),即可以理解为解决难题的“一个思维的构造,一个人造物,一个体系,一个依靠本身成功示范的工具,一个由于现身说法而展示的解释方法”^{[12]77-90}。可见,库恩所谓的范式是一种包含了宏观、中观、微观三种递进层次的概念。总的来说,范式从属于科学哲学范畴。在宏观上,范式是一套科学共同体所共同承认的关于科学研究的世界观、信仰、价值观等,是指导该群体进行科学研究的一种潜在的形而上学的视域和框架;在中观上,范式则是科学共同体所形成和依赖的一套先于理论的“智识的、语言的、行为的、机械的、技术的”科学习惯,以此吸引研究者组成一个“团结一致的团体”,并为他们“提供了各种各样的问题”^{[12]84-85};在微观上,范式意味着一种理论基础和实践规范,因而是一套范例,是具体指导科学发展的研究模式或模型。

一种范式之所以成其为范式,在于其本身蕴含着某种颠覆和变革的力量。随着智媒时代的到来,传播研究所预设的哲学观(世界观)正在伴随着后现代思潮与智能传播革命的现实需求而悄悄作出调整和变更。这种传播哲学观的悄然变更又必然形成对学科的进一步投射,即智媒时代我们必须对传播以及媒介作出重新理解,继而对传播观、媒介观以及与之匹配的方法论等进行一系列的格式塔连锁变更。这些变更已然显见于当下繁荣的智能传播研究领域尤其是具身传播研究中。可以说,这一系列的元范式层面的变更早已萌芽,并以某种显著的特征明确区分于传统大众传播的观念体系和研究路数。而这种特征我们可以捕捉到并将其揭示为是一种以“身-媒”关系为依据的元范式的变更,即从离身传播研究范式到具身传播研究范式的变更。以往大众传播研究范式普遍以理论形态和方法论作为划分依据,是一种基于范式的表层结构作出的区分;亦是立足于范式的中观和微观层面的不稳定差异作出的划分,而以“身-媒”关系作为范式划分依据着眼的则是形而上学的本质性差异,即范式的深层结构或玛斯特曼所谓的元范式。

以“身-媒”关系作为范式划分依据隐含着传播学两种对立的哲学观预设,即离身观与具身观,这导致了传播研究在元范式上的根本性分野。毋宁说,这是两种不同的“看”传播的方式。离身观是以西方意识哲学,尤其是西方近代知识论作为认知框架,是建立在可表征的存在论假设和身心二元的知识论假设基础上的一种世界观或哲学观。这种观念对传播学在形而上学层面的投射便是假定世界是一个可“计算-表征”的确定性的客观世界,而人与媒介则是一种主客二元的工具论(认识论)关系。于是,作为主体的人通过使用作为工具的媒介来认识和改造可表征的世界,传播的本质论为一种脱离身体的符号传递、表征和操纵,传播的过程要么被抽象为一系列数学化的传送模式,要么被视作一种意识形态的操纵手段。而其后果就是“一个拥有记忆、感情、知识、想象与目标的活生生的身体主体”^{[13]71}消失在了传播过程中。由这种离身观所支配的传播研究传统即为离身范式。从终极上说,这是一种笛卡儿主义的遗产。由于传播学的建制主要是以大众传播研究为基础,而长期以来离身传播研究范式又是大众传播学的主导范式,离身传播和大众传播成了主流传播学的一体两面,在某种意义上二者可同一。简言之,长期以来传播研究是在离身范式的框架下提出、分析及解决问题的。因而尽管身体是媒介实践不可脱离的本体要素,但身体却在大众传播系统中缺失^{[14]67-74}。

与之迥然相异,具身传播研究范式则将“身-媒”视作是一种关系存在论(Relational Ontology)范畴。正如唐·伊德所认为的那样:人与技术之关系是一种内在关系存在论的模式,并暗示了“存在着一种人和技术的共同构造”^{[15]58}。技术组织着人与世界的感官关系,形塑着人对世界的感知^[16]。具身传播研究范式所秉持的具身哲学观将世界视作非计算、非表征、处于流动中的关系情境,传播的本质既不

是意识符号的传递和操纵,也非完全是物质的过程;传播既是精神的亦是物质的,并无法简化为某种静态的数学模式,而是一个在生活世界中因媒介具身实践而实时邀约的各种关系、情境的生存经验和存在之揭示的过程。媒介也并非是无生命的客体 and 工具,而是作为“代具”构成了人的身体,并调节着身体的知觉经验,从而构成了人与世界打交道的必要条件。这种以具身观为哲学基础、将“身-媒”关系视为关系存在论范畴的传播研究范式,称为具身传播研究范式。以具身性重思传播,将会看到诸多在离身范式框架下被遮蔽的具身面向。随着人工智能的发展,西方传播学界逐渐从以媒介工具论为预设的“计算机中介传播”(CMC)转向以控制论为基础的“人机传播”(HMC)^[17],打破了传统大众传播学的理论框架与预设,将机器视作与人沟通交流的传播主体,关注人机的具身关系及其意义创造与社会影响^{[4]1-28}。可以说,西方传播学界转向的正是一种涉及“人-机”具身传播的研究视域。

如果说,离身传播研究范式逐渐将口语传播、亲身传播等人际传播形态边缘化,那么具身传播研究范式无疑将重返和追溯人际传播形态。具身性早就隐含在一切传播活动中,而面对面的亲身传播便是具身传播的最初原型。但具身传播研究范式只有在智媒时代才得以浮现并有望形成一种新范式,其直接原因就在于以移动互联网、人工智能、虚拟现实、物联网等新技术推动下的第四次技术革命引发的是一场真正意义上的传播革命。德国社会学家卢曼将每个时代占主导地位的传播方式看作是与这个时代相配合的一种人类沟通模态和社会系统,标示出人类所处的不同社会阶段^[18]。那么按照卢曼的观点,智媒时代则必然因其特有的存在和运作方式,为人类“重构感知和经验的时空参数”,因而这场传播革命必然为人类配置“一个独特的社会体验模式的构成框架”^{[19]前言1}。在万物皆媒、万物互联的泛媒介化时代,智媒技术正在将传播实践日益镶嵌入大众的日常生活纹理之中。这种独有的存在和运作方式势必会建构起属于智媒时代的实在,即媒介性成了万物(包括人)存在的根本属性,万物皆以被媒介所架构(framing)的方式存在于世,此乃真正意义上的“媒介化生存”^[20]。这样的传播实践与大众传播实践具有根本性不同,是完全立足于另一套全新的媒介技术逻辑和运作结构。这场正在进行中的传播技术革命,使得具身哲学观及其研究视角从一种隐在状态中得以强势显现。换句话说,具身传播研究范式只有在智媒时代才具备格式塔变更的条件和时机。

有学者强调从“媒介”入手才最能抓住传播学的根本^{[21]序13},而以“身-媒”关系作为依据的划分就是一种以媒介作为入射角的思考方式。从这样的“孔径”望进去,传播史即是媒介与身体的关系实践史,传播学则是在去身体化到回归身体的观念坐标上进行的知识生产与再生产。从离身到具身的格式塔变更意味着传播学所面对的问题域发生了转移,解决传播问题的标准、思维方式都将相应地发生转换。传播学者所面对的世界发生了翻转。“这些改变,连同几乎总是伴随这些改变而产生的争论一起”,都是范式革命的基本特征^{[10]5}。接受一种范式犹如戴上一副眼镜,在看清世界景象的同时亦接受并内化了这副眼镜在人与世界之间所预设的尺寸和角度。

三、具身传播研究的观念转换与范式变革

媒介技术的智能化发展导致人类沟通模式的整体变迁正以一种不可避免与势不可挡的态势挑战着离身传播研究范式的核心知识体系。研究视域的格式塔变更“远不是一个可以经由对旧范式的修改或扩展所能达到的过程”。范式革命是“一个在新的基础上重建该研究领域”^{[10]73},甚至意味着研究者“据以观察世界的概念网络的变更”,一种新范式的革命意义就在于其具备了这种“重新定义相应的科学”^{[10]88}的潜力。时下繁荣而混乱的新媒体研究中的确已经萌芽和显现出了具身传播研究范式的雏形以及学术共同体一种无意识的范式自觉,逐渐浮现出一种范式革命的潜能。具体来说,具身传播研究具备着范式变革的力量,并体现在传播的哲学观、传播观、媒介观、方法论、基本视角与学科定位等传播学形而上学(观念和思维)层面的整体变迁和转换。

(一) 传播哲学观的变迁:超越意识哲学的思维框架

智媒时代具身传播研究的兴起预示着传播学旧有知识型的解构与新的知识型的正在生成。从终极

上说,传播研究“具身转向”的实质是传播哲学观的变迁,即试图超越西方传统意识哲学的思维框架。以往大众传播研究总体上秉持着西方意识哲学的信念:一是可表征性的存在论假设,即认为世界可以表征为由非对即错的原子事实或命题组成的系统;二是身心二元论假设,即将人分为身体与心灵两个独立的实体,而身体与认知是无涉的。长期以来,近代哲学这种笛卡儿主义的二元论把我们的身体从自我认识、相互认识及认识世界的过程中驱逐出去了,因而表现为一种离身观念。与这种意识哲学的假设相对应的是符合论的真理观,即真理被规定为表象的确定性,这意味着作为认识对象的客体必须向作为认识的主体而存在,客体必须作为主体的表象被置于或提交到主体面前供主体确认。世界因此也就成为一种被表征的“图像”^[22]。按照美国哲学家罗蒂的说法,西方意识哲学中的这种符合论真理观乃是一种唯表象主义,是对客观主义原则的无上推崇,以其远离生命欲望的“第三人称”的旁观者视角无视身体的情感欲望。这种真理观导向的必然是一种还原主义^[23]。西方传统哲学中的表象论、反映论、表征论等都是符合论真理观的不同表现形式。在西方意识哲学框架中的传统传播学,无论是实在主义取向的还是建构主义取向的,二者共享的真理观都是表象符合论。因而在离身传播研究范式主导下的传播学,要么沉溺于对客体的测量、计算、评估、确定,要么沉迷于表征,以此达到控制和操纵的目的。

与之不同的是,具身传播研究范式所暗含的则是现象学取向,即一种非表征性的存在论假设以及身、心、物、环境一体论的具身假设。与之相对应的是海德格尔提出的去蔽论真理观。从符合论到去蔽论,真理的本质也由“陈述所具有的反映,或可靠地指涉物体的能力”转变为“作为揭示过程的真理”^{[24]201}。但必须指出的是,海德格尔并不是否定符合论,如果这种符合论真理观是一种认识论范畴的话,海德格尔则是要通过“追问符合是如何内在可能的”来给符合论提供一个存在论基础^{[25]61}。因而去蔽论将这种对存在者的揭示、对其隐藏的消除,谓之真理^{[24]101}。在这种哲学观及其真理观的框架下,传播研究被赋予了某种付之阙如的生存意蕴,因而具身传播研究范式视野中的传播观、媒介观、方法论、问题域等都较之传统离身传播研究发生了根本性的颠覆和变革,是一种伴随着传播哲学观变迁所带来的思维解放与超越。

(二) 传播观的翻转: 从观念的传播到实践的传播

在离身观视野下,传播最初被比拟为是一种脱胎于信息论中 C. 香农和 W. 韦弗提出的电子通信过程的模型。这种包括了信源、讯息、发射器、信道、接收器、信宿、噪声等诸要素的线性模型被奉为传播过程的数学模式。数学模式使得传播工具化,使得传播过程被高度抽象和简化为一种脱离了情境的可计算、可量化、可表征的符号传输过程。即便是凯瑞试图想扭转这种“传递观”所带来的传播研究的窄化而倡导传播研究的“仪式观”,也不过是将传播视作一种表征。从根本上说,传递观和仪式观都是置身于离身观视野下的,都将传播视作是精神的交往、意识的对接,因而重在以文本为中心进行考察。信息符号作为一种关于世界表征的心灵意识只有脱离身体的障碍才能远距离传输,以帮助人们更好地征服世界。因此,离身传播研究范式注重的必然是传播的效果、动机以及符号价值、信仰的维系。传播学的任务就是要思考如何优化这个信息符号的传送模型以达到更好的社会控制、操纵与治理的目的。从根本上说,离身传播研究范式所隐含的是一种观念(意识)的传播。

与之不同,具身观则恰恰是要“悬搁”那些传统传播研究中未经检视的、教条化的预设。因为只有通过这种“悬搁”,才能跳出旧有的知识型或认知基模的束缚,“一种新的经验、思考以及理论化的方式”^{[26]44}才会向传播学者敞开。具身观反对认知的“计算-表征”论,因而传播的过程无法简化为某种静态的数学模式。具身指向的是一种涉身的关系范畴,同时也体现了这种涉身关系在意义创造中的实践过程^{[27]257-284}。具身观视野中的传播是一个在生活世界中因媒介具身实践而实时邀约的各种关系、情境的聚集过程。因此,具身传播关涉的是一种具有强烈实践取向的“身-媒”关系存在论。

无疑,人的身体是我们最根本、最原初的媒介,知觉和语言是不可脱离人的身体的。从这个意义上说,人类的一切传播活动都隐含着具身面向,人类从未有过真正脱离身体的传播活动。以身为媒的面对面亲身传播乃是较为理想的具身传播形态。而在智媒时代,身体与媒介物在物理、心理、感官等全维度

上的互嵌、趋近,造就了新型的传播主体——媒介人(赛博人)。媒介化生存已是现代人日常生活的常态。智媒时代的具身媒介实践是此在在世界之中存在之揭示的基本方式,考察生活世界中的媒介具身实践亦构成了智媒时代具身传播面临的最核心的任务。因而具身传播研究范式所秉持的是一种实践的传播观,而传播观的翻转意味着研究命题的随之转换。

(三) 媒介观的转移:从媒介工具论到媒介存在论

长期以来,离身传播研究深受西方技术中性论和功能主义的影响而与媒介工具论暗合,即将媒介视作提供外部世界的表征及信息流通的工具和渠道,隐含着人与技术的“主-客”等级关系。人作为技术的操纵者始终处于优先位置,作为工具的技术因受制于人而被视作被动的客体。在这种认识论之下,传播研究的核心议题在于传播内容而非媒介本身,传播的任务和核心是如何利用信息内容优化传播模式以实现对大众的影响和操控。因而作为技术的、物质的媒介面向在传统传播研究中是被视而不见的。无论是经验学派视域中科学主义的媒介本质论,或是批判学派意识形态偏向的媒介本质论,都暗含一种媒介工具论的色彩^[28]。此种预设将媒介的工具属性放大为唯一真理,压制和遮蔽了其他关于媒介的认识。德国学者克莱默尔认为,媒介具有一种参与生产意义而非仅仅传递意义的力量^{[29]64-65}。在传播学术史上,媒介环境学派较早对媒介工具论持否定意见。无论是英尼斯发现了媒介的时空偏向、麦克卢汉揭示了媒介的感官偏向,还是波兹曼指出媒介的道德偏向,在媒介环境学派看来技术(媒介)并非是中立的工具。麦克卢汉并不将媒介看作将客观事物传递到人类主观感知中来的无生命的管道,而宣称媒介“不是人与自然的桥梁,它们就是自然”^{[30]407},提出“媒介即人的延伸”等振聋发聩的洞见,另辟蹊径为传播学提供了另一种理解媒介的路径,即拉开了媒介存在论转向的序幕,推动了传播研究的“具身转向”。

具身传播视野中的媒介技术能动地构成了人的身体,并调节着身体的知觉经验,据此成为解释世界的一种“揭示方式”(way of revealing)^{[31]117}。因而人是依靠着技术(媒介)为中介来理解社会、理解周遭、理解自身存在的。智媒时代使得人的“技术性存在”这一事实前所未有地凸显出来,媒介已成为人与世界打交道的必要条件。海德格尔就明确反对技术中性论,认为这种论调完全无视技术的本质。基特勒也直言“媒介决定我们的境遇。”人总是需要“通过什么”而“通达什么”,而这个“通过什么”即寓于媒介之中,媒介框定和塑造着此在在世存在之领会,媒介乃存在者得以显现的存在方式。维贝克亦认为,媒介并非仅是人与世界沟通的中介,媒介关涉着实体的起源^[32]。因而追问人之存在即是追问人的媒介性——一种媒介具身的存在,人也因此局限于其中的命运^{[33]8}。从存在论的角度来看,人的本质即是“无”,是可能性而非现成的规定性。媒介则以具身方式能动地参与了存在者之存在的揭示过程。媒介不仅是为存在者所用的工具,更关涉着存在者的存在,即存在者的出场和呈现方式。故而从这个意义上说,存在论即媒介论。媒介存在论的问题域便从关注传播动机、效果等转换为关注人在媒介中如何遭遇自身,如何通过媒介来造就自身^{[33]18}。

此外,当代法兰克福学派的重要代表人物安德鲁·芬伯格同样反对将技术仅仅看作是工具,尽管他所提出的技术理论中含有“工具”二字。在他看来,技术创造了“把我们卷入其中并且型塑我们生活的环境”^{[34]序A},这与媒介环境学派颇有共鸣。他并不满意传统技术哲学关于技术本质的两种理解,即技术工具论和技术实体论,而提出了“工具化理论”(并非“媒介工具论”),即将技术的本质分为“初级工具化”和“次级工具化”两种层次,二者辩证统一。在他看来,导致人、自然、现代技术对立的根源在于技术在上述两个层次上的失衡,即技术被严格限定在与计算、控制、效率相关的“去情境化”的“初级工具化”层次上,而技术的内部结构中却缺失了生态、道德、审美、人的健康等涉及人与自然生存发展的“次级工具化”要素。这种“抽离世界”(deworlding)的本质主义技术观最终导致技术无法跟人与自然和谐相融。为此,芬伯格倡导技术的“再情境化”,将技术放回到具体的实践情境中理解,通过恢复和重视技术的“次级工具化”地位以此重构人、自然、技术的和谐关系^[35]。用芬伯格的观点来看,传播学中长期存在的媒介工具论论调即属于技术的“初级工具化”层次的理解,而技术“次级工具化”层次的要求体现的

是一种此在与媒介在生存论上的关涉,从终极上说,指向的是媒介存在论的问题域。

媒介观从工具论到存在论的转向改变了传播学界对媒介的既有理解:从一种工具、渠道的实体性理解转为对一种“通过……而达……”“向……呈现……”的居间性的指引结构的关注。而这种指引结构则蕴含在每一种具体的媒介技术物之中从而形成不同的通达方式。因而在拉图尔看来,媒介并非是中立的“传义者”,而是具有“改变和转变事态”的能力^{[36]52}。媒介的首要意义并非作为把客体之规定性传递到主体的感知中的桥梁和工具,正是媒介的居间性指引才使得事物成其所是。媒介乃令世界敞开的方式,媒介之外的确别无他物。

(四) 方法论的变更:以(后)现象学方法为底色

现象学方法论之所以具有划时代的革命意义就在于,其“悬搁”“还原”“本质直观”等是对以观察为基础的休谟经验主义和以理性、概念系统为基础的康德超验唯心主义的双重反动^{[37]18},是一种用具身实践弥合经验论与唯理论之二元对立,用直观经验弥合个别与一般的断裂,从“表征”返回到“前表征”的全新的“接近问题的方式”。‘现象学家则试图揭示性地和理解性地接近无意识的生活体验,从自己的信念中,从许多人甚至所有人的共同信念中剖析出尚未把握的东西。’^{[38]11}因而现象学具有一种启蒙哲学的特质,擅长发现那些不言而喻的东西背后的可疑性^{[39]67}。具身性深刻根植于现象学脉络,胡塞尔、海德格尔、梅洛-庞蒂等人的具身思想构成了具身理论的哲学根基,因而具身传播研究势必以现象学的方法论为基础,这无形中赋予了具身传播研究范式一种批判性和超越性,即从追求表象的思想(representative thought)变更为追求根源的思想(original thought),从抽象的普遍性(abstract universal)转为具体的普遍性(concrete universal)^{[40]27-28}。因此,不同于经验学派和批判学派那样去把握一种现成的传播之本质和规律,即所把握到的传播乃是在观念中之所是,以现象学的方法论作为底色的具身传播研究是直面生活世界的“直接给予性”,在媒介具身实践中如其所是般把握和揭示传播。换言之,具身传播研究的任务便是把传播研究从充斥着概念、模型、公式、计算、表征的理念化世界中解救出来,从活生生的日常生活的媒介具身实践中获得明证性。

而在当代,具身理论又在美国哲学家唐·伊德所开创的后现象学(技术现象学)脉络中得以丰富和发展,即将古典现象学“身体-世界”的知觉具身模式拓展为“身体-技术-世界”的技术具身结构^[41]。由于现象学从不以将自身树立和标榜为教条圣谕和终极真理为目的,因而后现象学才得以在现象学的方法论上与时俱进,将实用主义、分析哲学、技术哲学的经验转向等融于后现象学的方法视域中。这种方法上的继承和发展正好与智能媒介时代的具身传播研究切合。

因此,具身传播研究是以现象学“接近问题的方式”作为底色,同时得益于后现象学取长补短、兼容并包的方法论优势。换句话说,处于后现象学视域下的具身传播研究虽然是以现象学方法论为底色,但并非拒斥其他的方法论。相反,基于后现象学具备一种多元开放的兼容特性,决定了具身传播研究的方法论注定是一种介于科学与人文之间多元融合的形态。

(五) 基本视角的改变:从人类中心主义到非人类中心主义

人类中心主义思想早在古希腊时期就根深蒂固,如智者派代表普罗泰戈拉就认为“人是万物的尺度”;亚里士多德将人看作是其他存在物的目的,认为万物皆为了人而造。到了近代西方,人类中心主义思想更是与“主-客”二元论深度缠绕,确立了近代西方的主体性原则,在唯理论和经验论的共同推动下越发抬高了作为理性的人的主体性地位。康德所谓的“人为自然立法”为人类中心主义奠定了伦理学根基^[42],黑格尔的“绝对精神”更是强化了人类中心论思想。总的来说,人类中心主义具有三重内涵:由“地球中心论”推导出“人是宇宙的中心”,从目的论层面论证“人是万物的目的”,从价值论层面强调“人是万物的尺度”^{[43]1176}。时至今日,人类中心主义观念在自然科学、人文科学、社会科学中都有深远影响。传播研究长期以来皆是在此种视角的预设下展开。

20 世纪以来,在现象学、技术哲学、行动者网络理论(ANT)、新物质主义、后人类等思潮的推动下,一种非人类中心主义的视角正在挑战既往人类的自大观念和主体特权。当代哲学家格拉汉姆·哈曼在

胡塞尔的意向性理论和海德格尔的工具分析的基础上,认为物不是“被使用”,它“是其所是”^{[44]129},提出了一种以物为导向的本体论(Object-Oriented Ontology,简称OOO)。近年来,上述种种思潮与媒介技术的变革深度缠绕,推动了传播学的各种转向。当下颇受传播学界关注的基特勒的媒介本体论、哈拉维的后人类理论等无不渗透着非人类中心主义的主张。在传播实践场域,新兴的社交机器人、ChatGPT等人工智能技术正在入场并改变了由“人”主导的传播主体生态,形成了一种“人+机器”并存的传播状态^[45]。智媒时代的人类已不得不让渡出部分主体特权,人与媒介物的共生体构成了智媒时代作为混合行动者的新型传播主体,体现的是人与物的共同主体性。因而,具身传播研究范式既非人类中心主义视角也非媒介中心主义视角,而是一种隐含着身体与媒介的指引关系,彰显着人与技术(物)共生的媒介人视角。

(六) 学科定位的转换:从学科到元学科

从广义上说,传播乃是一门关于沟通和交流的学问。因而一开始,传播学因其“杂交”属性而被形容为“十字路口”“租界”。但迫于传播学的建制需要,施拉姆首先用“四大奠基人”给传播学框限了特有的研究议题,筑起了学科的边界,并为传播学在方法论上树立了示范。可以说,传播学最初是依靠着“一组特定的人”围绕“特定的兴趣”而产生的,这就不可避免地存在一些视野的局限和狭隘。但这种传播学的最初形式却为以后的历史定型^{[46]16}。施拉姆为传播学得以迅速成为一门独立学科做出了巨大贡献,但因传播自身的多学科性决定了传播研究的繁杂性,传播学应该面对的并非仅仅是社会的局部问题,而是人类生活的整体经验^{[47]134}。控制论的创始人诺伯特·维纳早就将社会学和人类学纳入传播学这一总范畴中^{[48]142}。媒介理论家傅拉瑟(Vilém Flusser)也曾把传播学看作是与科学、哲学并立的三大学科。可见,一些学者早已预见了传播学具备元学科的潜质。当传播在今天越来越跳出一一种“社会运行子系统”的结构功能主义设定而成为社会构成性要素和基础架构的时候^[49],施拉姆当初在学科建制时埋下的隐患便日益凸显,以至于大众传播研究充满了研究碎片化、学科合法性的焦虑。传播的“物质性转向”“空间转向”“媒介转向”等思潮都是对主流传播学被囿于功能主义、实证主义之狭小的学科视域的一种反思和突破,意欲改变目前传播学科这种裹足不前、行将就木的局面。而具身传播研究范式所提供的以“身体-媒介”为共生体的具身实践来揭示人与世界的存在是以往传播研究所没有的创新视角。这种创新并非是研究对象的翻新,而是思维与观念的格式塔变更。传播学无法再囿于或仅仅满足于单一封闭的“社会工程学”视角和眼界来探究当前万花筒式的传播生态和场域,必然要勇于转向一种元学科,在具身性这个当下最强劲的思想场域中勇于提供一种来自传播学的元视角和元理论思考。

四、结论

既有传播研究范式的划分是以大众传播研究为主体,以理论形态和方法论作为划分标准,体现的是大众传播时代的研究理路。随着智能传播革命的到来,旧有范式体系内部日渐发生松动和融合,亦无力将新兴的传播研究囊括其中。据此,本文通过批判性分析传统大众传播研究范式及其划分方式在智媒时代遭遇的危机和挑战,试图结合传播研究的新趋势,提出一种以“身-媒”关系为基础的元范式划分,并认为传播学正从大众传播时代的离身传播研究范式转向智媒时代的具身传播研究范式。这种新的范式划分是一种以媒介作为入射角的思考方式,不仅能有效回应当前媒介技术的变革,还对未来的传播研究有所前瞻。这种新的范式划分将区别于既往基于范式表层结构所作出的区分,并非立足于范式的中观和微观层面的不稳定差异作出的划分,而是着眼于范式的深层结构或玛斯特曼所谓的元观念层面的本质性差异。

库恩指出,一个新范式的优越性体现在,新范式能够发现旧范式所尚未发现的问题并解决旧范式产生的危机和困境^{[10]128-129}。因此,具身传播研究之所以能成为一种新范式,至少在两个层面上体现出特有的潜力:一方面,它以全新的具身视域引导了一种对既往研究的批判性反思,即用离身范式的框架所审视的传播经验和现象势必会遮蔽掉传播中的具身面向;而当我们以具身范式作为主导框架时,具

身关系就作为焦点涌现了出来。正所谓不同的范式决定了我们如何看以及看到了什么。另一方面,具身传播研究范式还是一种立足当下、朝向未来的传播研究取向。具身传播研究范式所继承和发展的具身性思想本身就具有后现代的解构和变革的力量,即一种对传统离身传播研究的反叛。本研究正是揭示了具身传播研究蕴含的重构传播的革命性力量,即促使传播学在哲学观、传播观、媒介观、方法论、基本视角及学科定位等观念和思维层面的整体变迁与转换。正是这样的内在革命性决定了其在智媒时代有望带来一场传播研究的元范式变革。本研究的重要旨趣即是发现、捕捉并揭示出当下繁荣的智媒研究中所共享的、隐在的这种研究承诺和内在一致性。

与此同时,离身传播研究范式和具身传播研究范式的根本差异并非研究对象的翻新,更根本的是一种传播元观念的格式塔变更。因而,时下热门的身体传播研究并不全然属于具身传播研究,一些声称作为具身传播研究的成果其实质不过是对既有离身传播研究范式的继承与延续。唯有在哲学观、传播观、媒介观、方法论、基本视角及学科定位等方面进行具身翻转,将“身-媒”关系视为关系存在论范畴,以媒介具身实践来理解和追问人的在世存在的研究模式,才是真正意义上的具身传播研究范式。因此,离身与具身的根本分野并不在于身体是否作为研究对象被纳入传播学中,关键在于研究观念(视域)的元范式变革。

参考文献:

- [1]胡翼青.论传播研究范式的表层结构与深层结构:兼论中国传播学30年来的得失[J].新闻与传播研究,2007(4):36-41.
- [2]胡翼青.传播学:学科危机与范式革命[M].北京:首都师范大学出版社,2004.
- [3]Lievrouw L A. New Media ,Mediation ,and Communication Study [J]. Information ,Communication & Society ,2009 12(3) : 303 - 325.
- [4]Guzman A L. What is Human - Machine Communication ,Anyway? [M]// Guzman A L. Human - machine Communication: Rethinking Communication ,Technology and Ourselves. New York: Peter Lang 2018.
- [5]Guzman A L. Ontological Boundaries between Humans and Computers and the Implications for Human - Machine Communication [J]. Human - Machine Communication 2020 ,Vol. 1: 37 - 54.
- [6]Puskar J. Counting on the body: Techniques of embodied digitality [J]. New Media & Society 2019(10) : 2242 - 2260.
- [7]Parisi D ,Archer J E. Making touch analog: The prospects and perils of a haptic mediastudies [J]. New Media & Society 2017 (10) : 1523 - 1540.
- [8]Richardson I ,Hjorth L. Mobile media ,domestic play and haptic ethnography [J]. New Media & Society 2017(10) : 1653 - 1667.
- [9]孙玮.为了重建的反思:传播研究的范式创新[J].新闻记者,2014(12):50-58.
- [10]托马斯·库恩.科学革命的结构[M].金吾伦,胡新和,译.北京:北京大学出版社,2012.
- [11]喻国明.传播学的未来学科建设:核心逻辑与范式再造[J].新闻与写作,2021(9):5-11.
- [12]玛格丽特·玛斯特曼.范式的本质[M]//伊姆雷·拉卡托斯,艾兰·马斯格雷夫.批判与知识的增长.周寄中,译.北京:华夏出版社,1987.
- [13]彼得·艾迪.移动[M].徐苔玲,王志弘,译.新北:群学出版有限公司,2013.
- [14]Marvin C. Communication as embodiment [C]// Shepherd G J ,John J S ,Striphas T. Communication as. . . : Perspectives on theory. Thousand Oaks ,CA: Sage 2006.
- [15]唐·伊德.让事物“说话”:后现象学与技术科学[M].韩连庆,译.北京:北京大学出版社,2008.
- [16]Verbeek P P. Materializing Morality: Design Ethics and Technological Mediation [J]. Science Technology & Human Values , 2006(3) : 361 - 380.
- [17]赵海明.基于“人-机”关系视角的具身传播再认识:一种媒介现象学的诠释[J].新闻大学,2022(7):14-26.
- [18]黄旦.建构实在:大众媒体的运作:读尼克拉斯·卢曼的《大众媒体的实在》[J].国际新闻界,2020(11):54-75.
- [19]斯科特·麦奎尔.媒体城市:媒体、建筑与都市空间[M].邵文实,译.南京:江苏教育出版社,2013.
- [20]李智.走向人伦主义的关系本体论:媒介深度融合进程中“媒介人”的人文主义思考[J].现代传播,2021(1):28-

32.

- [21]黄旦. 辨音闻道识媒介[M]//杰弗里·温斯洛普-扬. 基特勒论媒介. 张昱辰,译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2019.
- [22]张祥龙. 技术、道术与家: 海德格尔批判现代技术本质的意义及局限[J]. 现代哲学, 2016(5): 56-65.
- [23]张再林. 意识哲学, 还是身体哲学: 中国传统哲学理论范式的重新认识[J]. 世界哲学, 2008(4): 6-12.
- [24]戴维·J. 贡克尔, 保罗·A. 泰勒. 海德格尔论媒介[M]. 吴江,译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2019.
- [25]张世英. 哲学导论[M]. 3版. 北京: 北京大学出版社, 2016.
- [26]丹·扎哈维. 胡塞尔现象学[M]. 李忠伟,译. 上海: 译文出版社, 2007.
- [27]Allwood J. Dimensions of embodied communication – towards a typology of embodied communication [C]// Ipke Wachsmuth, Manuela Lenzen & Günther Knoblich. Embodied Communication in Humans and Machines. New York: Oxford University Press, 2008.
- [28]张文娟. 具身性之思想溯源、概念廓清与学科价值: 一种对具身传播研究的元认知[J]. 新闻与传播研究, 2022(9): 112-125.
- [29]西皮尔·克莱默尔. 传媒、计算机、实在性: 真实性表象和新传媒[M]. 孙和平,译. 北京: 中国社会科学出版社, 2008.
- [30]埃里克·麦克卢汉, 弗兰克·秦格龙. 麦克卢汉精粹[M]. 何道宽,译. 南京: 南京大学出版社, 2000.
- [31]Ihde D. Heidegger's Technology: Postphenomenological Perspectives [M]. New York: Fordham University Press, 2010.
- [32]Verbeek P P. Expanding Mediation Theory [J]. Foundations of Science, 2012(4): 391-395.
- [33]胡翌霖. 媒介史强纲领: 媒介环境学的哲学解读[M]. 北京: 商务印书馆, 2019.
- [34]安德鲁·芬伯格. 在理性与经验之间: 论技术与现代性[M]. 高海青,译. 北京: 金城出版社, 2015.
- [35]童美华, 陈耀成. 基于技术整体论的技术、自然、人的和谐: 芬伯格生态技术观解析[J]. 自然辩证法通讯, 2019(12): 97-102.
- [36]Latour B. Reassembling the Social: An Introduction to Actor – Network – Theory [M]. UK: Oxford University Press, 2005.
- [37]维克多·维拉德-梅欧. 胡塞尔[M]. 杨富斌,译. 北京: 中华书局, 2014.
- [38]赫尔曼·施密茨. 新现象学[M]. 庞学铨,李张林,译. 上海: 译文出版社, 1997.
- [39]范龙. 媒介现象学: 麦克卢汉传播思想研究[M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 2012.
- [40]牟宗三. 中国哲学十九讲[M]. 上海: 上海古籍出版社, 2005.
- [41]张进, 王红丽. 论唐·伊德的物质阐释学及其诗学意义[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2023(5): 121-132.
- [42]蔡春玲, 汤荣光. 人类中心主义的哲学阈限及其价值重构[J]. 南通大学学报(社会科学版), 2018(6): 19-23.
- [43]金炳华. 哲学大辞典[M]. 上海: 上海辞书出版社, 2001.
- [44]格拉汉姆·哈曼. 迈向思辨实在论: 论文与讲座[M]. 花超荣,译. 武汉: 长江文艺出版社, 2020.
- [45]张洪忠, 任昊桐, 斗维红. 人工智能技术视角下的国际传播新特征分析[J]. 江西师范大学学报(哲学社会科学版), 2022(2): 111-118.
- [46]汉诺·哈特. 传播学批判研究: 美国的传播、历史和理论[M]. 何道宽,译. 北京: 北京大学出版社, 2008.
- [47]范龙. 媒介现象学: 麦克卢汉传播思想研究[M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 2012.
- [48]G. H. 哈代, N. 维纳, 怀特海. 科学家的辩白[M]. 毛虹,仲玉光,余学工,译. 南京: 江苏人民出版社, 1999.
- [49]孙玮. 从新媒介通达新传播: 基于技术哲学的传播研究思考[J]. 暨南学报(哲学社会科学版), 2016(1): 66-75.

(责任编辑: 戴利朝)