

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

中国传媒大学出版社

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. ① C9130-047

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

责任编辑 曾婧婧

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](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应。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，因此本书多处以为之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、姜颖昞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:“昔勾之祖,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。“勾”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。