

# 从符号标出性视角看消费文化语境中的民间工艺

向思全

**摘要：**在消费社会中，作为“前文化”的传统民间工艺，与当下符号经济的消费文化相比，表现出不对称而被卷入标出性问题。为了获得文化域中心的关注，民间工艺不得不主动或者被动的以各种方式标出自己，呈现出明显的符号化特征。本文从符号学理论的标出性原理入手，试图解释民间工艺文本“标出现象”的呈现方式和形成机制，以及未来的走向。

**关键词：**符号学；标出性；民间工艺；消费语境

社会符号学认为“意义普遍存在于语境之中”，民间工艺作为前现代的文化产物，对其意义的解读不能仅仅停留在过去农业社会的理解，而是要将其置于当下消费社会的语境中，在和当代文明的共融和博弈中，解读出新的符号意义。纵观当代语境中的民间工艺，有的在消费文化的感召下演变为时尚的商品；有的则与艺术结合表现出极强的风格性；有的则被边缘化为文化遗产走进了博物馆；还有的逐渐得到社会的认同并再次走向繁荣。总之，民间工艺不再是传统时代的常规物品和主流文化，在当代表现出明显的“前文化”特征，它努力地寻求各种方式将自己“标示出”以获得文化域中心的关注。要理解民间工艺在当代的这一文化现象，了解其意义变化的原因，符号学为我们提供了全新的视角。

## 一、标出性与当代民间工艺

标出性理论最先始于语言学界。20世纪30年代，布拉格学派音位学创始人特鲁别茨柯伊，发现浊辅音因发音更为复杂而“被标出”且较少使用。因此，首次将标出性定义为“两个对立项中比较不常用的一项所具有的特别品质”<sup>[1]</sup>。意为：当对立两项之间不对称时，出现次数较少的一项为“标出项”。后经过近一个世纪在语言学各个领域的考察和研究，由于对立项不对称的情况太复杂，该理论在语言学界未能理清。随后雅各布森意识到标出性问题并不局限于语言学范畴，应当进入美学与社会研究领域，便开启了标出性问题的非语言问题探讨。在此基础上，赵毅衡教授将标出性问题纳入到文化研究的范畴，将其做符号学研究，以探索文化标出性问题的共性特征。他认为，文化范畴的标出性远远比语言更为普遍，在文化中有A范畴就有-A范畴，任何意义范畴都有对立意义范畴，只要有范畴对立，就会有不对称，就会卷入标出性问题<sup>[2]</sup>。在两项的对立中，导致不平衡的是第三项，即“非此非彼、异此异彼”的表意，我们将其称为“中项”。中项意义不能独立，无法自我表达，只能被二元对立的范畴之一所裹挟携带。因此，携带中项的一方是非标出项，即“正项”，正项和中项联合起来排斥的一方则是标出项，即“异项”。

传统民间工艺诞生于乡土社会，是劳动人民为适应生活和审美需要，就地取材而以手工生产的一种工艺美术品。<sup>[3]</sup>这些简单朴实的作品除了作为人们生产劳动的工具以外，还蕴含了关于图腾崇拜、宗教信仰、地域特征、民族文化、民风民俗等极其丰富的内容。在生产效率不高的乡土社会，这些手工创造作品不仅促进了经济的发展，还顺应着时代的审美需求，得到了绝大多数中项的一致认同，被明确地定义为“正项”而成为主流文化。

然而，随着社会经济和文化的发展，物资的丰盛让当代中国呈现出明显的消费社会特征。在消费文化的语境中，当代社会进步的隐忧不再是生产不足，而呈现为生产过剩而消费不足，拉动消费便成为现代社会发展的引擎，“我消费故我在”渐已成为现代人奉行的价值观。<sup>[4]</sup>在消费文化的感召下，大众所代表的中项，从生产经济转向了对消费经济的文化认同，民间工艺由于生产效率低而成为落后生产力的代表，逐渐沦为“异项”而被标出。其次，在文化层面也以“前文化”

的身份被标出。从表面来看,民间工艺蕴含了积极、向善、健康、乐观的民族心理,符合中国文化的审美和价值观。但是文化是相对于“非文化”而出现的,文化强烈定义本身为正项<sup>[5]</sup>,并且具有很多的风格性元素(如服饰、用具、装饰等)。在现代消费经济的主流文化中,民间工艺仅属于这些风格元素。文化作为正项,必须是非标出的,也是非风格化的,再加上每个文化的主流还有结构性的排他要求。因此,在消费经济的主流文化下,民间工艺作为标出的部分,只能被定义为“前文化”或者“异文化”。

## 二、作为“标出项”的传统民间工艺

消费语境中作为“异项”的民间工艺,为了得到“中项”的认同,一方面,以主动的姿态努力地寻求各种方式将自己“标示出”以获得文化域中心的关注。它们有的表现出对传统文化的坚守,强化自身的独有特征,以本真状态示人;有的则主动选择和商业结合,将自身演变成适应大众审美的商品,标示出品牌、时尚、文化的符号意义。另一方面,主流文化为巩固自身正项的合法性,协同中项共同对异项施加压力。在各种力量的作用下,作为前文化的民间工艺以被动的姿态呈现出不同的标出形式。有的被艺术选中,变成当代艺术的前卫符号,有的在主流文化中不知不觉地被动标出。

### 1、消费逻辑的符号化标出

在消费社会的文化逻辑中,物必须成为符号才能成为被消费的物。大众消费也出现了“符号消费”的转向,商品的符号价值成为了大众消费认同的正项,而原本以功能为主的民间工艺,则因符号价值的缺失,被排斥在当代消费的主流文化之外。

部分传统民间工艺如传统劳作、传统吹银、传统纺织等,因为脱离当代生活,不能适应消费社会的文化生态,只能以传统文化的身份,进入博物馆。而另一部分的传统民间工艺,还顽强地和当代保持联系。它们意识到,要得到大众消费者的中项认同,就必须让自己携带上更多的符号意义而具备当代商品的特征。因此,这部分民间工艺选择了将功能性层面让位于符号化层面,把自身不同于主流文化的差异化特征如地域文化、特殊工艺、高雅等符号意义放大,目的是为消费者在琳琅满目的商品中,建构出不用于其它工业商品的差异化的符号意义。如,福联升将老北京布鞋和当代品牌设计结合,让普通的生活用品附上了品牌符号的价值;中国四大民绣的“苏绣”,为了显示出苏绣高贵典雅的古典气质,和顶级豪车品牌劳斯莱斯合作,使用丝绸元素打造出幻影“静谧丝语”特别版车型,建构出奢侈品的符号意义;独立家具品牌“梵几”,为了适应年轻消费的喜好,将传统家具的造型进行简约、朴素处理,赋予了传统家具以时尚符号意义。这些符号化的标出方式,改变了人们对传统民间工艺意义解读固定、形象落后古板的“强编码文本”的认知,赢得了作为中项大众的认可,也成为传统民间工艺当代发展的典范。除了在产品上进行符号化打造之外,有的民间工艺还根据自身的特点,走上银幕,通过舞台展演的方式呈现出来。总之,在充满符号的消费社会,民间工艺符号化现象看似是消费逻辑的被动改造,实质则是民间工艺为得到大众消费者的中项认同,通过增加符号筹码方式的主动标出。

### 2、作为异项的艺术化标出

民间工艺除了功能价值以外,还具有审美的艺术价值。作为文化和艺术双重范畴的民间工艺在当代呈现出风格化的艺术特征,有两个方面的原因。

首先,从文化层面来看,风格化的标出是被艺术选择的结果。主流文化在争取到了大部分人的中项认同后,得到了社会平和稳定的同时,却造成了文化的凡俗和平庸。艺术的标出本质,具备反抗凡俗符号优势的特征。因此,在消费时代的后现代语境中,为了表现出对文化平庸的反抗,艺术选择向主流文化所挤压的“亚文化”地带突围,把正项所排斥的部分挖掘出来,在内容和形式上进行改造,呈现出先锋艺术的异质特征。民间工艺正好处于这个地带,因此被艺术选中而呈现出当代先锋艺术的特征。最为典型的例子就是吕胜中的“小红人”,艺术家为了表达自己前卫的艺术观念,在“异项”文化中选则了民间剪纸作为艺术表现的符号,用新的材料和实验艺术的表现形式进行表达。从早期的装置艺术“招魂堂”到后期的行为艺术“降吉祥”,为我们呈现了一个不同于传统民间工艺的当代艺术。类似的例子还有刘小康的“椅子戏”,在传统民间木工的

榫卯结构的基础上，主动颠覆传统形式，以各种怪诞、新颖的当代椅子形态表现出强烈的异项美感。在这一层面，民间工艺只是异文化的代表，被艺术家选中而呈现出强烈的艺术特征，它是作为艺术对异文化的展演而被标出，并不要求参与中项争夺。

其次，从大众审美层面来看，在先锋艺术盛行的当下，大部分的美和艺术集中于表现标出的异项，再则异项艺术也具有异项美感。因此，中项代表的大众的审美和情感表达都开始偏向异项美。传统民间工艺来自大众的劳动生活，表达的是传统的审美价值观，因此在造型上以形式服从功能的原则，具有典型的正项美感。而当代民间工艺为了赢得中项大众对“异项审美”的认同，主动将自己进行艺术化标出，呈现出符合当代审美的民间工艺的异项之美。典型的案例就是地方城市雕塑，地方政府为了展示地域文化的特征，主动请来艺术家，选择地域文化突出的民间工艺符号为元素，进行艺术化创作。著名设计师陈绍华创作的“丝绸之路起点”雕塑，就是将西安民间工艺虎头鞋作为元素进行艺术化创作，用艺术的语言言说了西安文化的传承和融合；在安徽地区，经常可以看见以徽派建筑为原型的城市雕塑；在山东地区，也有很多以风筝为原型的雕塑。它们的共同特征都是打破了传统民间工艺的原初形态，进行了大胆的艺术化表达，具有很高的艺术水准和当代特征。这一层面的风格化标出，是符合大众异项审美潮流的主动标出，不再是单纯的异文化的展演，其目的是争取中项的认同。在强势的主流文化前，亚文化往往通过艺术的手段标出和维系自我。

### 3、正项文化中的被动标出

文化对标出性有三个必须，即必须划出少数异类，必须边缘化异类，必须容忍异类。<sup>[6]</sup>也就是说正项具有排他性，必须通过标出异项来证明自己的地位。在消费经济发展的当代社会，代表先进文化和生产力的现代文明，作为正项得到了中项的认同，是建立在对民间工艺所代表的前文化和落后生产力的标出基础之上的。主流文化通过划出少数异类，边缘化异类，从而稳定中项对正项的认同。正如洛特曼所说，文化都需要用自己的努力来建立一个“他者”<sup>[7]</sup>。

例如国家为保护文化遗产，制定了非物质文化遗产保护的相关政策，自2006年起先后颁布了四批次1517项的国家级非物质文化遗产保护名录和省级、县级等不同级别的保护名录，在此基础上还评选出国家级、省级、市级、县级民间工艺大师和传承人。民间工艺以非物质文化遗产的形式被强调和分级，从文化保护角度看是对民间工艺的重视和关注，而从符号学的角度来看，却是被主流文化“标出”最明显的证据。主流文化并不希望中项发生位移，民间工艺作为可以被容忍的少数异类、被主流文化排挤和标出，以“他者”的异文化身份，参与到主流文化多样性的补充中去。

中项的认同建构了正项的合法性。但是社会中项，对跟随正项来排斥异项，有一种愧疚。<sup>[8]</sup>具体表现在一系列的符号行为上，如男性社会中，有礼仪上的“女士优先”，节日安排中有妇女节没有男人节，有母亲节没有父亲节，有护士节没有医生节等。在当代，主流文化不断强化各种民间的传统节庆和仪式。国家规定每年六月的第二个星期六为“文化遗产日”；在少数民族地区，地方政府将传统的泼水节、摆手节、火把节等少数民族文化节庆强化成为比常规节庆更重要的节日，以此来促进和传播少数民族的民族文化。这些节日是正项和中项对异项认同也好、是安慰也罢，但至少可以让边缘化的民间文化感受到尊重，从文化符号学的角度来看，这是主流文化稳定社会秩序的一种方式。

### 三、当代民间工艺的“中项认同”及“标出性翻转”

传统民间工艺在消费语境中无论是主动还是被动标出，都是作为少数的异项身份出场的。难道传统民间工艺就只能作为标出项参与到当代文化中去吗？其实不然，赵毅衡教授认为，任何二元对立的文化范畴，都落在正项/异项/中项三个范畴之间的动力关系中。<sup>[9]</sup>文化的标出项是很不稳定的，是有可能通过中项的位移来做出调整的，一旦中项偏边而承认了异项，标出性就会翻转到二元对立范畴的另一边。可见，文化的合法身份是从中项的争夺中获得<sup>[10]</sup>。在文化中，中项其实并不居中，作为“非此非彼，亦此亦彼”的表意，中项也不是明确地站在“标出项”的对立面，而是一直处于文化对立面的缓冲地带。在文化体制严厉的时候，正项压力过大，中项明确站在正

项一边，共同对异项施加压力，从而标出异项。但异项并不会因此消失，为争取生存的空间它通过变形的方式，潜伏在正项或者中项之中，等待合适的时机再次复活。<sup>[11]</sup>正如诺曼特所说：“文化不会死亡，在语境允许的情况下是可以复兴的。”

### 1、当代民间工艺在新语境中的“中项认同”

在改革开放初期，我们的任务是以经济建设为中心，大力发展工业、制造业。在和世界接轨的途中，我们的制造标准来自西方制造业大国，在审美上也以西方流行文化为潮流，政府为追求GDP数据而无暇顾及代表落后生产力的民间工艺。在这个时期，作为经济意识形态的正项携带绝大多数的中项对民间工艺的生存空间形成挤压，民间工艺处于集体失语的状态，呈现为明显的标出。

随着改革开放的深入发展，中国进入了物质丰盛的消费社会。以制造为中心的经济发展被以消费为中心的意识形态所取代，产品的使用价值已经不能满足消费者的需求，符号价值成为大众追求的共同目标。传统民间工艺因其深厚的文化底蕴，既能够满足消费者的文化需求，又具有异文化的审美价值，而被社会重新认识。政府以“经济搭台，文化唱戏”的方式，将其用于文化产业的打造；资本以工业化生产的方式，将其进行产业化升级和改造；旅游以文化演艺的方式，将其搬上舞台。一时间，民间工艺被来自各方面的力量所操控和包装，以全新的姿态重回当代。当代的民间工艺虽然不同程度地被符号化建构，但在政治层面也得到了政府的认可，让人们在情感上找到了文化的乡愁，同时也丰富了大众的审美需求。因此，在宽容的新文化语境下，传统民间工艺争取到了中项在审美、情感和政治层面的倾斜和认同。

### 2、元语言层对民间工艺的“价值认同”及“标出性翻转”

民间工艺在新语境下得到了中项的认同，但并不意味着能实现自身作为异项的翻转。因为中项的易动也具有复杂的结构。青年学者彭佳在赵毅衡教授的研究基础上，对标出性问题作出进一步的补充，她在《文化“标出性”诸问题》一文中提出，中项在正项和异项的动力关系中存在两个层面。第一层面是由政治因素、情感因素、美感因素所构成的显性层面，表现单个文化文本的具体意义；第二层面是综合文化观念及核心意识形态所构成的隐性层面，又称元语言层面。显性与隐性之间并不是单向进行的，但中项的偏边本质上是由隐性的元语言层面所决定<sup>[12]</sup>。

民间工艺在中项显性层面的认同，并不足以推动传统民间工艺的标出性翻转。就如同20世纪六七十年代的着装风格，人们在情感和审美上其实都偏向个性化的服装，但是文化的元语言层认同“无产阶级”，而将个性服装定为“资产阶级服装”将其标出，人们还是只能穿统一的“蓝蚂蚁”服装。在改革开放以后，只有在文化的元语言层接纳了不同的文化形态，作为异项的个性化服装才真正实现历史的翻转。在当今的消费社会，消费文化的元语言层认同的是物的符号价值和符号消费。因此，当代社会进步的隐忧不再是生产不足，而呈现为生产过剩而消费不足，提升物的符号价值从而拉动消费，便成为现代社会发展的引擎。民间工艺无论在显性层面上如何被中项认同，其本质还是作为符号成为被消费的物。

随着消费社会符号经济的深入发展，过度的符号洪流暴露出大量的问题。当今社会为追求经济价值，忽略产品的品质和灵魂，大量的粗制滥造，拉低了中国制造的档次。再加上，符号不断无深度的运作，消解了产品原初的意义，商品不再注重使用价值，而成为无休止的消费欲望。在商品的双轴关系中，原本的宽幅反而变成了窄幅，人们失去选择只能在现成的组合中沦为马尔库塞所描述的“单向度的人”。消费社会符号危机的逐渐暴露，影响到了大众对符号消费元语言的怀疑。在质疑和反思中，人们开始寻找提升消费品质的办法。如今，在大国复兴的语境下，李克强总理在2016年《政府工作报告》中在说到“提升消费品品质”时，首次提出“培育精益求精的工匠精神”。工匠精神实质上是指一种工作中所蕴含的一丝不苟的工作态度和精工精致精神<sup>[13]</sup>。其目标是，用追求卓越的创造精神、精益求精的品质精神，打造出行业内最优质的卓越产品，实现产业的振兴，以提升消费品质。如今“工匠精神”得到社会各界的认同，并成为各行各业奉行的价值标准。民间工艺精工细作的特征，蕴含了耐心、专注、坚持的精神，和“工匠精神”的内涵一脉相承。一时间，传统民间工艺的内涵得到了极大发掘和提升，被树立为“工匠精神”的典范。因此，原本作为异项的传统民间工艺，在新的文化元语言层面上寻找到了合法性，争取到了中项

的整体位移。传统民间工艺在中项元语言层的认同，将在本质上推动民间工艺的标出性翻转。

### 结语

可以说，民间工艺在当下的语境中，不论是显性的审美和情感还是政治以及文化元语言层面都得到了认同，中项也在一定程度上呈现出易边的趋势，整个文化呈现出全面复兴的希望。在这样的环境下，民间工艺既要保持自身的文化自律，也要适应当代语境的改造。因为，符号的认同本质上还是需要和大众的解码吻合。文化的复兴不是一蹴而就，不必操之过急，为改变自己亚文化的处境，急于争夺中项的认同，而以各种方式进行“自我标出”，这又会导致民间工艺陷入符号化运作的漩涡，当大众对标出的异域文化风情厌倦以后，就会回归常态而失去兴趣。文化的重建要中项认同层面具有包容性，将文化导向多元，代表各种少数民族文化、异文化的民间工艺才会在适当的氛围中传承和发展。我们有理由相信在不久的将来民间工艺在当代文化中会再次走向繁荣。至于是不是需要实现绝对的翻转，其实并不重要。

### 参考文献：

- [1][5][6][8]赵毅衡.符号学[M].南京:南京大学出版社,2012:280,285,292,293.
- [2]赵毅衡.文化符号学中的“标出性”[J].文艺理论研究,2008(3).
- [3]王平.中国民间美术通论[M].中国科学技术大学出版社,2007:1.
- [4]颜景,高贺巍.论符号化消费的社会逻辑[J].山东社会科学,2013(9).
- [7]孙大川.夹缝中的族群建构[M].台北:台北联合文学出版有限公司,2000年:41.
- [9]赵毅衡.符号伦理学视野中的标出性[J].江苏社会科学,2012(3).
- [10][13]胡易容.论文化标出性翻转的成因与机制——对赵毅衡一个观点的扩展[J].江苏社会科学,2011(5).
- [11]彭佳.论文化“标出性”诸问题[J].符号与传媒,2011(1).
- [12]李砚主.工匠精神与创作精致[J].装饰,2016(5).

作者：向思全，四川大学设计学博士生，湖北民族学院美术与设计学院讲师。

本文为2016年度国家民委民族理论政策研究基地课题“武陵山民族地区旅游纪念品开发的困境与对策研究”(项目编号：2016-GMG-015)阶段性成果；2017年湖北民族学院院内青年科研基金项目(项目编号：MY2017Q016)阶段性成果。

责任编辑：大理