

文本如何引导解释:一个符号学分析

赵毅衡

(四川大学 文学与新闻学院,四川 成都 610065)

摘要:符号文本的意义究竟是如何形成的?应当说,是由解释者决定的,文本是解释观照的对象,等待被解释。但是文本也携带者大量因素,要求或引导解释者提供某种解释。文本中至少有三种形式因素对解释者施加压力:一是文本所属的文化体裁产生的“期待”,它们决定了文本的根本读法;二是文本符号组成中的聚合轴显现,它们透露了文本选择组合的过程;三是文本自携的“元语言”因素,它们直接要求解释者看到文本的某种意义。

关键词:符号学;文本;意义;体裁期待;双轴;元语言

中图分类号:10 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-2359(2014)01-0121-05

作者简介:赵毅衡(1943—),男,广西桂林人,四川大学文学与新闻学院教授、博士生导师,符号学—传媒学研究所所长,主要从事符号叙述学研究。

一、什么是文本?

文本由符号组成,但不是把一些符号任意丢到一起,就能组成文本,文本是具有相当程度整体性的符号集合。

在符号学中,文本这个术语意义可以相差很大。其最窄的意义,指的是文字文本,与中文的“文本”原义相近。容易误会的是:文本不是如书本那样的物质存在,因此不同的版本,是同一“文本”^[1]。文本的文字性,不仅是中译弄出的误会,西方学者也在使用这个意义,例如巴尔特和格雷马斯,对文本符号学做出了非常重要的贡献,但他们研究中的“文本”基本上是这个术语的最窄概念,即文字文本^[2]。

比较窄的定义,文本是指任何文化产品,从手稿、档案、唱片、绘画、音乐、电影,化学公式、报告讲话等等,凡是人工符号构成的文本,都是文本。文本概念就成为从语言学的句子单元分析,跨向符号学的整体分析的桥梁。

符号学往往使用宽定义:提倡文本符号学的俄国符号学派,从巴赫金到洛特曼,到乌斯宾斯基,都

是持宽定义。巴赫金说:“文本是直接的现实(思维和经验的现实),在文本中,思维与规律可以独立地构成。没有文本,就既无探询的对象亦无思想。”^[3]他的意思是无论是思维,还是经验的再现,都必须寄身于文本。乌斯宾斯基认为文本是“文化的基本单位”;洛特曼的定义可能最为简单清晰:“文本”即是“整体符号”(integral sign)^[4]。用这样宽泛的定义,文本的定义实际上可以简化为“文化上有意义的符号组合”。

塔尔图学派的乌斯宾斯基提出一个最宽的定义,文本就是“任何可以被解释的东西”,因此,任何携带意义等待解释的都是文本:人的身体是文本,整个宇宙可以是一个文本,任何符号组合,只要携带意义,都是文本。乌斯宾斯基的定义,实际上把所有的符号都看成文本,这是有道理的。因此:只要满足以下两个条件,就是符号文本:1. 一些符号被组织进一个符号组合中。2. 此符号组合可以被接收者理解为具有合一的时间和意义向度^[5]。

这个定义虽然短,却牵涉一系列因素:“一定数

收稿日期:2013-10-20

基金项目:国家社会科学重大项目(13&ZD123)

量”的符号被组织进“一个组合”中,让“接受者”能够把这个组合“理解”成有“合一的时间”和“合一的意义”向度。这六个因素的意义,本文会一一谈到。

二、文本对解释起的作用

文本是意义的承载物,是意义的解释者关照的对象。应当说,意义是由解释者接收文本后得出的,文本只能被动地任他评说。但是在现代理论史上,至少有两个派别,认为文本有决定意义的作用,甚至独立于解释者的地位:一个是20世纪上半期的英美新批评派,另一个是以赫许为首的阐释学“含义”派。

新批评派持极端的“文本中心主义”立场,他们主张文学批评主要是对文本进行细致的阅读分析,因为文本的意义都在文本之中,而不是在其外:不在作者的个人创作意图中,不在文化施加与创作的文化意图之中。他们的论辩是:如果意图没有体现在文本中,那么这些意图与作品无关,不管作者自己如何申说都与文学本身无关;如果意图成功地渗透到作品中,就必然在作品的文本中得到体现,那么文本本身就是意图的最大依据。这个说法,不能说没有道理。由此而产生新批评提倡的“细读法”(close reading),成为新批评派对文学批评实践留下的最重要方法遗产。

赫许(E. D. Hirsch)试图为过于散乱无标准的释义找一个“有效解释”的立足点,所以他建议一种“含义/意义”(Sinn/Bedeutung)两分式。他认为“含义”是文本固有内在的意义,与作者意图有关的,不随时代,文化,解释者变化;而“意义”则是外在的,是解释行为的产物,是随语境变化的开放的产物^[6]。这样,解释可以由于各种原因千变万化,但是万变不离其宗,文本固有的“含义”是不会变化的,因此是飞散的“意义”无法逃避的原点和归宿。

在后结构主义的意义播散理论来看,文本只是意义的起始点,意义如何展开,应当是解释的自由天地,无法也不应当受到任何控制。按当代理论来看,新批评的文本中心论早就过时,这个看法是对的。赫许的意义分割也遇到严重挑战,许多论者提出“文本固有”的“含义”,难以封闭固定,更难作为解释“有效性”的标准^[7]。

但是新批评对文本决定意义的看法,赫许对文本占据解释活动核心地位的看法,在某个特定方面,可以说又复活了。这个特殊领域,就是文本自身携带着意义的解释压力,本文称之为文本的“解释引导”。这些因素虽然不足以完全决定意义的解释,却是任何解释活动无法忽视的出发点。因为它们是文本的一部分,既是解释的对象,又是解释的引导,也

就是说,它们是“解释的解释”。它们比解释者的解释处于更核心的地位,因为它们在任何解释活动无法忽视的文本内因素。

尤其重要的是:这些因素都出现于文本形式之中,而且是直接与文化相连接的文本形式中,并不是文本所谈的内容,内容的解释可以有解释者的立场而千变万化,而形式因素不可能被任何主观的读法所忽视。这些因素主要集中在三个方面:一是文本所属的文化体裁产生的“期待”,它们决定了文本的根本读法;二是文本符号组成中的聚合轴显现,它们透露了文本选择组合的过程;三是文本的“自携元语言”因素,它们直接要求解释者看到文本的某种意义。下文试就这三个方面展开讨论。

三、体裁期待

体裁是文化决定的文本归类,因文化而异。它的最大作用,是指示接收者应当用何种方式解释眼前的符号文本。体裁本身是个指示符号,引起读者某种相应的“注意类型”或“阅读态度”,这就是“体裁期待”。

体裁看起来是符号文本的形式分类,却是一套控制文本接收方式的规则。决定一个文本应当如何解释,最重要的因素,却是该文本所属的体裁:体裁就是特定文本与文化之间的“写法与读法契约”。

体裁首先规定了文本的形式特征:同样一段故事,如果是历史书,至少不能有太多的对话或场景描写,也不能有太多的小人物命运,那是小说的形式特征。但是文本形式并非决定性的。同样的语句,在不同的体裁中,可以产生完全不同的意义,因为我们的阅读,有体裁的文化程式的支持与限制。诗句的节奏韵律,并不完全是诗句本身的品格。一首诗分行写,与其说是因为写的是诗而分行,不如说分行形式表示这是一首诗。中国古诗不分行,依然有其他体裁定位标志,例如标题,押韵,印在诗集中等。

故事电影,与纪录片或电视“现场直播”,其中的暴力或色情场面,虽然文本表现一致,体裁却要求两种完全不同的解释,纪录片必须打马赛克,情歌中的求爱语言,与口头说出的求爱,词句相同,意义完全不同,歌中可说的,现实中不宜。实际上每一种体裁对阅读方式各有要求,例如《水经注》,可当作文学书读,可当作地理书读;《诗经》可当作歌词读,可当作儒家经书读,文本依然,但是体裁所规定的解释方案完全不同。这是我们成长的文化训练的结果^[8]。

期待“读法”是体裁的最重要效果。对这个问题讨论最清楚的卡勒,说得一针见血:“同样的语句,在不同的体裁中,可产生不同的意义。”因此,“各种文

学体裁不是不同的语言类型,而是不同的期待类型……戏剧之所以为戏剧,正是因为把某些作品当做戏剧来阅读的期待,与读悲剧和史诗完全不同”^[9]。

如此理解,就出现一个悖论的循环定义:一本小说之所以为小说,一首诗之所以为一首诗,主要原因就是它强迫读者按照小说或诗的读法来读它。也就是说,如果我们非不按诗的方式来读(这是可能出现的,只是一个文化中大部分读者不会如此做),它就不成其为诗,成了散文。

卡勒引用过热奈特的一个实验。一段报上常见的新闻:“昨天在七号公路上—辆汽车以时速一百公里行驶撞上一棵梧桐树。车内四人全部丧生”。热奈特把它分行写:昨天在七号公路上/ 一辆汽车以时速一百公里行驶撞上/ 一棵梧桐树。/ 车内四人全部/ 丧生。不仅是同一个故事,甚至是完全相同的语句,这里的昨天,已经不仅是某个特定的日子;这里的死亡,象征“疯狂的终结”,或“永恒的寂静”。这样的循环论证,实际上是体裁的题中应有之意:无论是诗人与读者,都与文化签了约尊重这些程式。

我再来举一个例子:赵丽华的《我爱你爱到一半》:“其实,树叶的翻动/只需很小的力/你非要看看白杨叶子的背面/不错/它是银色的。”有人认为这是在说只能爱一半,因为另一半是金钱;有人认为是说男女只有“半生缘”,另半边是银发。总之,“银色”在诗中,成了一个不得不详解的象征,不能随便做一个任意词。既然是诗,就必须有“深远的意义”,这是诗之为诗的要求。

卡勒认为读诗有四种特殊的期待:节律期待,非指称化期待,整体化期待,意义期待^[10]。本文重点讨论各种符号的普遍规律。例如广告是与诗完全不同的,非常实用的文本体裁,因此广告的“期待”完全不同。但是广告之所以为广告,就是因为我们按广告的这些期待来看广告。广告必须满足观者“诚意性”、“区别性”、“适合性”三个期待。

广告,无论是电视上的镜头,还是招贴上的图像,还是报上的文字,还是雇人在街上大声叫喊,都是为了劝人购买某种商品或服务。因此,“诚信”是广告的第一期待,“诚信”就是让潜在的顾客觉得广告说的是老实话,没有故意的欺骗意图。为了让接收者感到符号信息发出者有诚信,广告的符号文本作各种修辞装饰,让文本裹上可信性,让文本接收者觉得发出者“据实而言”^[11]。如果广告明目张胆说自己是在骗人,这个文本就无法满足接收者对广告体裁的首要期待。

广告的第二期待是区分,广告劝人购买的商品

或服务,必须让顾客看到这家的货与别家有别,总有值得购买的好处。无区分即无广告可言,区分越大则越有说服力。广告出的各种奇招,目的都是要让接收者一眼就可看出这个区分。

广告的第三个期待是相关性,是否相关与接收者的生活方式有关,与他们的经验积累和生活欲望有连接的可能。因此出售的货品哪怕全球相同,广告却必须根据生活于每个文化的人作设计,例如“代言人”所选用的明星,在各个国家不一样。

广告这种体裁,在当今文化中已成为一个重大产业,既推动经济,又救活文化。是应用符号学的研究重点。从符号学角度研究任何体裁,第一要找的特点,就是这种体裁籍以立足的“接收期待”。

四、双轴共现于文本

任何符号文本,小至一个梦,大至整个文化,必然在两个向度上展开,即组合轴与聚合轴。这个观念首先是索绪尔提出来的,在索绪尔理论的四个二元对立中,有三对(能指/所指,语言/言语,历时/共时),虽然依然有效,却已被学界认为是过时的理论,而这个双轴观念,在今日符号学中仍然有强大的生命力。

组合关系比较好懂,就是一些符号组合成一个有意义的“文本”的方式;聚合轴比较复杂,索绪尔把这个轴称为“联想关系”(associative relations),他对符号文本的这个关系向度的解释是:“凭记忆而组合的潜藏系列。”他的这个名称不适用,因为理解似乎完全是靠解释者判断,而不是文本的品质。

以后的符号学家把索绪尔的术语改称为聚合轴(paradigmatic)与组合轴(syntagmatic)。这两个源自希腊文的术语,意义相当晦涩。雅柯布森在五十年代提出:聚合轴可称为“选择轴”(axis of selection),其功能是比较与选择;组合轴可称为“结合轴”(axis of combination),其功能是邻接粘合。比较与连接,是人的意义方式的最基本维度,也是任何文化得以维持并延续的二元^[12]。雅柯布森的术语非常清晰易懂,可惜未能在符号学界通用。

聚合轴的组成,是符号文本的每个成分背后,所有可能被选择的(也就是“在结构上”有可能代替该成分的)各种元素。因此,聚合轴上每个可供选择的元素,是作为文本的隐藏部分存在的。它们只是作为一种可能性存在,是否真地在文本组成过程中进入挑选,或在解释过程中进入解释者的联想,无须也无法辨明。因此,聚合轴,并不是接收者的猜测,而是文本组成的隐形方式。希尔佛曼指出:“聚合关系中的符号,选择某一个,就是排除了其他。”^[13]

既然聚合是文本建构的方式,一旦文本构成,就退入幕后,因此是隐藏的;而组合是文本构成方式,因此组合是显示的,因此我们说,聚合是组合的根据,组合是聚合的投影。除了被选中进入文本的成分,其他元素哪怕不可能在文本组合形成后出现,依然对文本投下影子,期投影转化成文本风格因素,成为影响解释的压力。

但是不同的人,不同的文本,可以有不同的偏向:偏向聚合的表意方式,与偏向组合的表意方式,可以形成文本风格上、体裁上、倾向上的巨大差异。雅柯布森讨论过一个令人惊奇的文学风格例子。他说俄国作家赫列布·伊万诺维奇·乌斯宾斯基(Gleb Ivanovic Uspenskij)晚年患精神病,出现语言障碍,聚合能力不足。看一下乌斯宾斯基的文风,则可以发现此作家“在有限的篇幅中堆砌大量细节,以至于读者抓不到整体,失去了人物的面貌”。雅柯布森认为:乌斯宾斯基服膺现实主义,他的文风偏重组合。^[14]

雅柯布森把本来属于符号系统的双轴关系,转化成二种文本风格分析。双轴关系可以在文本中同时起作用,但是当某一轴的操作成为主导时,就形成不用的符号处理方式。按照雅柯布森的看法:浪漫主义是隐喻性的,现实主义是转喻性的。现实主义作家用转喻方式,从情节旁枝出去处理氛围,从人物旁枝出去处理时空……例如托尔斯泰写安娜·卡列尼娜自杀的场面,特别仔细地写女主人公落在一只手袋,这是转喻写法;在《战争与和平》中则细写女性人物“唇上的汗毛”,“裸露的肩膀”,是提喻写法。两种都是组合型的,适合现实主义的写法。

而在某些情况下,双轴甚至可以都在文本中显现出来。巴尔特举例说:餐馆的菜单,有汤,主菜,酒,饭后甜点等各项,每项选一,就组成了想点的晚餐。因此菜单既提供了聚合轴的挑选可能,又提供了组合轴的连接可能^[15]。菜单这个文本,显示了整个文化的多层次双轴运作:菜单与一桌饭菜是两个不同的组合文本,一桌饭菜端上后,其聚合轴退隐,我们只能在“菜系的多选择性”上看到某些风格特征。而菜单是另一种文本,菜单产生时已经作了选择,经理和大厨能提供的,已经对菜单文本做了选择,但是菜单上依然列出每个范畴的选择可能。因此菜单是聚合与组合的双轴交叉文本,它给文本接收者提供了“双轴显示”。

“双轴显示”例子很多,例如进入全运会的运动员名单已经是省级选拔的结果,全运会最后的优胜者名单则是另一个文本,是在这个名单里选择更高

层次的方式。再例如童蒙课学写诗,课本上说明诗词格律规定,这是组合内容;课本上也说明某字可选的平仄,某句可以押的韵,某字对偶的可选择范围,这是聚合内容。几乎任何教科书都同时显示聚合与组合。

菜单、运动会、教科书这样的“双轴显示”文本,是有聚合偏重的文本,因为它们重点讨论比较关系;而做成的一席菜肴,设计好的一栋房子,写好的一首诗,则可能是有组合偏重的符号文本,因为主要表现邻接关系。接收者对两者的解释显然很不相同:“双轴显示”文本,是有意暴露选择过程的文本。许多当代小说(例如《法国中尉的女人》)或电影(如《罗拉快跑》),就是暴露选择的“双轴显示”文本,“多选择”已经成为当代表意方式,甚至生活方式的象征。

五、文本自携元语言

1958年,雅柯布森提出了著名的符指过程六因素分析,六因素的分别主导,造成了文本的“情绪性”、“意动性”、“指称性”、“交际性”、“元语言性”和“诗性”,这些“文本主导特征”都对文本的解释方式造成压力,例如“交际性”是保持对渠道的占领,文本意义并不重要。巴尔特指出:“在恋爱中,愈是无用的事,愈是有意义,愈能显示出它的力量。”^[16]因为恋人的表意主要是保持接触,说的内容并不重要,这就为接收者(恋爱对方,或旁观者)提供了最基本的解释文本的方案。

本文只限于讨论其中的“元语言性”：“自携元语言”是雅柯布森对符号学做出的一个重要贡献。当符号侧重于符码时,文本就提供了线索应当如何解释这个文本。最明显的地方,用“明白我的意思吗?”“好好听着!”这样的指示来提醒接收者。因此,元语言不一定外在于文本:文本往往包括了对自己的解释方法。

就拿比喻来说,比喻的“相似”,经常是自我设定的元语言引导的结果。反喻很难找到相似点,其意义是无可奈何的让步:承认系辞的力量,可以克服符号学的困难,在符用层面上得到整合。例如说:“我是一天的烟头”(我到晚上筋疲力尽只冒余烟);“杯子是我心脏的直径”(贪杯使我心室肥大);“时间的柠檬吝惜它的泪水”(浪费生命无人同情再说也无用);“沙发是房间里的飞行路线”(此人只会躺在那里无所事事地幻想)。这些句子是我从现代诗中找来的诗行,括弧里是我本人的解释,而我的解释的根据,只是这些句子中的“是”“如”这些词,因为这些词规定了两边必须相似,而解释者必须自己去找到这些相似点。

利科在“为像似性辩护”一文中指出：像似性“不仅是隐喻陈述所建构的东西，而且是指导和产生这种陈述的东西……应当成为谓词的归属特征，而不是名词的替代特征。”^[17]他说的“谓词归属”，就是“像”或“是”这样的自携元语言的强制性，而他说的“指导和产生”陈述，就是元语言对解释的作用。

里法泰尔在《诗歌符号学》中引用了法国超现实主义诗人艾吕雅的两句诗，更生动地说明了这个问题：“地球蓝得像个橘子。/没错。词儿从不撒谎。”里法泰尔说这是在空间飞行时代之前写下的诗句，是诗性的前瞻，但据说诗人只是“从天堂回到人间时兴奋地连声呼喊”^[18]。艾吕雅坚持的“不撒谎”的参考文献：

- [1] Alec McHoul. Text[G]//Encyclopedia of Semiotics. Paul Bouissac, Oxford: Oxford Univ Press, 1998: 609.
- [2] A J Greimas, Joseph Courtes. Semiotics and Language[M]. Bloomington: Indiana Univ Press, 1982: 340.
- [3] Mikhail Bakhtin. The Dialogical Principle[M]. Minneapolis: Univ of Minnesota Press, 1981: 17.
- [4] Boris Uspenskij. Theses on the Semiotic Study of Culture[G]//Structure of Texts and Semiotic of Culture. Jan van der Eng, Mojnir Grygar. The Hague: Mouton, 1973: 6.
- [5] 赵毅衡. 符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2012: 43.
- [6] E. D. 赫许. 解释的有效性[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1991: 34—39.
- [7] E. D. Hirsch. The Politics of Theories of Interpretation[G]//The Politics of Interpretation. T. J. Mitchell, Chicago: Univ of Chicago Press, 1983: 321—334.
- [8] Paul Franklin Baum. Principles of English Versification[M]. Cambridge: Harvard Univ Press, 1922: 6.
- [9] Jonathan Culler. Structuralist Poetics: Structuralism, Linguistics and the Study of Literature[M]. Ithaca: Cornell Univ Press, 1975: 129.
- [10] 赵毅衡. 文学符号学[M]. 北京: 文化艺术出版社, 1992: 131—139.
- [11] Ron Beasley, Marcel Danesi. Persuasive Signs: The Semiotics of Advertising[M]. Berlin and New York: Mouton de Gruyter, 2002: 18.
- [12] Roman Jakobson. The Metaphoric and Metonymic Poles[G]//Fundamentals of Language. Roman Jakobson, Morris Halle. Hague: Mouton Press, 76—82.
- [13] David Silverman, Brian Torode. The Material World: Some Theories of Language and Its Limits[M]. London: Routledge, 1980: 225.
- [14] Roman Jakobson. The Metaphoric and Metonymic Poles[G]//Critical Theory since Plato. Hazard Adams, Leory Searle. Beijing: Univ of Peking Press, 2006: 1134.
- [15] Roland Barthes. Elements of Semiology[M]. London: Cape, 1967: 89.
- [16] Roland Barthes. A Lover's Discourse[G]//A Barthes Reader. New York: Hills & Wang, 1982: 431.
- [17] 保罗·利科. 活的隐喻[M]. 上海: 上海译文出版社, 2004: 266—267.
- [18] Michael Riffaterre. Semiotics of Poetry[M]. Bloomington & London: Indiana Univ Press, 1978: 62.

[责任编辑 海林]