

## 流动不居 反式互补：评薛晨著《日常生活意义世界：一个符号学路径》

陈 蓉

书名：《日常生活意义世界：一个符号学路径》

作者：薛晨

出版社：四川大学出版社

出版时间：2020

ISBN：978 - 75690 - 3266 - 6

DOI：10. 13760/b. cnki. sam. 202101020

凡日常物事，多易令人安常守故，不察变动，只在其发展的某个节点顿悟时移势迁，譬如电子媒介对生活全面渗透，虚拟网络实现万物互联。诸多现象共同作用于现代社会，催生新的文化语境。而善于思考者，往往最先感知到变化的存在，因为他们对刻板印象保持警惕，不以恒定眼光来审察世界，不因物茫隐微而等闲漠视，并常常从变化中明晰认知，探索新义，总结规律，以供后来者参详应用。《日常生活意义世界：一个符号学路径》一书就是作者薛晨对变化给予敏锐之察、精深之思而成的著作。它以人们身处其中而又习惯性忽略的“日常生活”为观察对象，从传播符号学视角对其意义表达和交流机制进行审视和探究，为读者揭示当代日常生活意义世界的本质，为我们惯以为之的日常生活共有的、普遍的意义提供了一种脱离俗常的全新呈现，深入阐释了我们熟悉却又陌生的日常生活意义世界的建构方式和运行规律。

### 一、日常生活的意义流变

“意义”一词于我们，熟悉程度恐怕要接近“日常生活”了，过于熟悉的结果是若猛地被问及“意义”究竟是什么，可能少有人能立即给出答案，就像不经思索，少有人能就“日常生活”给出比较完善的解释。赵毅衡曾给

意义下了一个最简定义：“意识与各种事物的关联方式”（2017，p.2），将其内涵从静态的内容扩展至具有动态性质的方法和路径，由此也佐证了意义生成、发展、变化、翻转过程的合理性。这有利于我们更充分地理解意义世界的构成和运行，从而筑牢我们讨论日常生活意义流变的基础。

讨论若不设定边界，其结论终将流于虚无。因此，限定“日常生活”范畴，同我们确定“意义”内涵一样重要。为了解决这个问题，作者对日常生活研究进行了追根溯源，从罗兰·巴尔特散布于诸理论的研究论述、列斐伏尔具体化和现实化的范畴划分、赫勒对个体再生产领域下的明确定义，到舒茨对意义的建构和阐释、德塞托对生活实践反哺理论的重视，从衣俊卿明确精细的定义和层次划分、胡敏中对日常生活和非日常生活的再强调，到郑震视“常规”为日常生活情境之核心，不一而足。在此基础上，通过“标出性”理论路径，作者为本书讨论对象之日常生活下了定义：“日常生活与非日常生活共同构成人类意义世界；日常生活是具有中项特征、认同社群正项文化宰制权的，以维系人类个体生存为目的的一系列符号表意活动，以高度重复的方式建构的一种人类意义世界。”（薛晨，2020，p.59）

严格来讲，“日常生活与非日常生活共同构成人类意义世界”乃属性判断，而非对其本质特征、内涵或外延的说明，不属于定义。后半部分则为定义，至少包括七层含义。其一，日常生活具有中项特征。在文化标出性理论中，中项“非正非异”，“无法自我表达，甚至意义不独立，只能被二元对立范畴之一裹卷携带，即是只能靠向正项才能获得文化意义”（赵毅衡，2008，p.4）。中项并非居中，在社会文化整体领域内，日常生活必然有其倾向。由此有其二，日常生活认同社群正项文化宰制权。文化宰制实质上是一种关系，关系的两端为宰制者与被宰制者，即正项与异项，促使两者关系失衡的根本就在于“中项偏边”，即在社会文化整体领域内，日常生活与社群正项文化合力形成社会主流文化，使异项文化被标出。其三，以维系人类个体生存为目的。日常生活是一个符号，亦是符号的载体，形成于人类形形色色的意义活动，建构大大小小的物世界和意义世界，供给和维系人类生存。其四，日常生活是系列符号表意活动的汇总，是一个集合概念，且非对象类集合，而是集合体。具体而言，它是由诸如衣食住行、交际往来等物事集合而成的，日常生活的性质既非这些具体对象性质叠加而成，也非这些具体对象所必然拥有。其五，日常生活高度重复。这应属于认知最普遍、视觉效果最显著的特征，以众所周知来形容亦不为过，譬如晨起晚睡、一日三餐。行为高度重复会累积意义，形成具有象征性的程式，如晚睡洗漱、晨起穿衣、餐前洗手、

饭后漱口，周而复始。其六，日常生活是意义世界。这可以视作前述内容的总结性陈词。通常来说，与意义世界并置的是实在世界。构成日常生活的诸多具体物事组成实在世界，日常生活作为系列符号表意活动的集合概念建构意义世界。其七，日常生活专属于人类。这一点有待商榷：动物有没有日常生活呢？饮水进食、戏耍捕猎，应当算是。确切地讲，作者限定为人类意义世界，是就本书讨论对象和范围而定的。更具体而言，本书讨论的是在当代社会语境下，以市民阶层为代表的绝大多数人高度重复、持续开展的日常生活意义活动。

如此定义，不同于前文众学者对日常生活与非日常生活的二元对立，而使二者之间天然具有流动的特质，肯定了日常生活与非日常生活转换的可能性，为日常生活意义世界提供了流变的空间。作者以服饰为例，为我们呈现了日常服饰符号系统的动态演变过程，即以日常服饰为代表的日常生活意义流变过程。

波德里亚曾在论述消费社会商品的极大丰富时总结：“在丰盛的最基本的而意义最为深刻的形式——堆积之外，物以全套或整套的形式组成。”（2000，p. 3）在日常生活中，服饰也须“以符号系统为单位来表意”，即所谓“穿搭”风格。思考“搭配哪一件”“是否搭得上”“搭起来是什么风格”，是绝大多数人决定是否购买某件服饰时都会展开的想象性游戏。这个想象性游戏的实质是对服饰意义的选择和组合。进行这项双轴操作时，主体必须遵从日常服饰符号系统表意规律，即日常服饰的符码规则，因为“日常服饰强烈地受到型文本制约”（p. 63）。比如，居家需要的是舒适方便，西装革履自然不在考虑之列；通勤要求大方得体，奇装异服就不太适合。“当一件衣服在一定语境之下被人们配置成一组套装或一套穿搭时，一件衣服就不再只是一件衣服，而是日常服饰系统中的一个组分。”（p. 60）自然，不同的组合就会表达不同的意义，同样的组分在不同的组合中也会产生不同的意义。这实际上为日常服饰符号系统的表意创造了流动的可能：同样的组合在不同人身上，发出不同的意图意义；不同的组合是不同的符号信息，携带不同的文本意义；不一样的接收者面对同样的组合也会产生不同的解释意义。进言之，一个配饰由不同的人使用有不同的意图意义，一个配饰与不同的服饰搭配有不同的文本意义，不同的人对同一个配饰的使用也会有不同的解释意义。在整个文化语境中，当某种服饰一再被使用，其意义就会累加，理据性上升，甚至高度理据化，获得意图定点。一旦意图定点被打破，原有的理据性滑落，新的理据性又会逐渐上升，这种服饰的文本意义就发生了改变。作者对日常

服饰之性别符码的阐释和论证有效地说明了这个问题，如职业女性的西服套装和领带突破了男性服饰体系中西服套装和领带设计者的意图定点，使人们对西装有了不同的认识。有此效果的，还有运动鞋搭配西装这样的组合轴，缩小了“西装革履”的外延。

日常服饰的意义不断演变，其他的日常物事同样如此。“人有生存本能，也就有意义本能。”（赵毅衡，2011，p. 48）在社会语境下对日常生活意义活动起最终定调作用的是解释社群。只要存在解释，就存在差异，继而就存在对符号权力的争夺，也就必然存在意义的流变。所以，我们所熟知的日常生活，所身处其间的日常生活，实际上是一个流动不居的意义世界，唯意义变化本身不变。

## 二、非日常生活的意义翻转

基于日常生活的定义，作者也给出了非日常生活的定义：“非日常生活与日常生活共同构成人类意义世界，它是具有显著正项或异项风格特征的，不以生存为目的（的）一系列符号表意活动，以低重复性方式建构而成的一种人类意义世界。”（p. 59）从定义上看，它有三层含义不同于日常生活的内涵：其一，日常生活具有中项特征，而非日常生活具有正项或异项特征。非日常生活与日常生活共同构成人类意义世界，但这一组二元关系并非截然对立。确切地说，在整个社会生活文化领域内，非日常生活既包括正项文化，也包括异项文化。正项文化正因为有中项文化的认同，才能形成文化宰制权；异项文化对中项文化的持续争夺，会加速中项异项化；而异项文化实现标出性翻转的现象十分普遍。“正项、异项、中项这三个文化范畴处在一个紧密的动力性关系之中，每一项的移动都会对其他两项起作用”（p. 152），因此，日常生活与非日常生活不仅非截然对立，还相辅相成、反式互补。其二，日常生活以维系个体生存为目的，非日常生活不以生存为目的。衣食住行、交际往来等日常生活行为为生存提供最基本的动力，而非日常生活最大的特征在于绝大部分建立在纯然的人类思维之中，例如艺术、宗教、哲学等，主要满足个体基本需求之外的需求，如精神需求、推动人类社会进步的需求。其三，日常生活的显著特征是高重复性，非日常生活则体现出低重复性。比如航天、考古等科学活动，虽然也包括日常生活世界重要特征“认知－理解－取效”的实践过程，但并不具有高重复性，不属于日常生活。这三点是区分日常生活和非日常生活的关键。

实际上,虽然明确了区分的关键,但是日常生活和非日常生活的界限并非就如此明显。主要原因在于在整个文化语境下,日常生活作为中项意义流动不居,异项文化对获得正项地位跃跃欲试。在文化域中三者的位置从来不是一成不变的,而是一直处于变动之中,由此消解了日常与非日常的界限,使其模糊不清,只有具有鲜明日常生活特征或鲜明非日常生活特征的物事才可一目了然地区分开来,如我们前面所说的一日三餐和航天、考古。这也印证了前述二者关系并非截然对立的结论。

意义流动不居,实则是因动力演变而不长居,否则便会实现字面意义的“日新月异”,也就不存在“日常”这一认知了。一般情况下,文化三域符号系统的动力翻转过程类似“登门坎效应”(foot in the door effect),异项分目的、分阶段、分进程逐渐渗透,直至夺取正项地位。例如,西装源起于西欧渔夫装,又有资料称源自英国王室的传统服装,历经几百年,大致经过“古典西装”“礼服西装”“标准西装”“休闲西装”四阶段,最终在整个人类文化领域发展为代表正式、风度、礼仪等正项文化的符号。然而,不是所有的演变都如此温和,异项一旦被注入强势力量,则吸引中项偏边,异项翻转成为正项的过程就会迅疾完成。典型案例如国内的移动支付。1999年国内移动支付概念出现,至2011年仍不成规模。后来运营商与商业银行签订协议确定移动支付标准,电子商务普及率提高,智能手机发展迅速,支付宝和微信等第三方支付平台成熟,在几大因素合力情况下,短短几年间,移动支付渗透进人们生活的方方面面。可以说,对本书所确定的日常生活空间对象范畴,即城市市民阶层中的绝大多数人来说,移动支付取代了纸币支付,纸币支付被标出,以至于即使拒收纸币违法,仍出现了以纸币支付被拒的情况。但是,异项强行翻转并不一定能够真正取消正项的领导权(p. 156),所以拒收纸币会成为新闻,上了微博热搜,且舆论一致对此持批判态度。而反过来,任何人都可以要求只收纸币,而拒绝移动支付。凭借法律的保障,纸币支付虽然被标出,但仍拥有实际的领导权。

还存在比移动支付强行翻转更为迅疾的现象,如国内当下最新的日常生活:出行必备口罩和健康码,甚至因技术发展和生产力提高,核酸检测也将迈入该行列。而这些日常生活从萌发到形成,距笔者落笔这一刻不足一年,实际上可以说,它于短短一两个月就已取得全面认同,在这之前,戴口罩是被标出的行为:生病了,避免传染他人;身份特殊,避免被识别;空气不好,避免身体健康受损;等等。健康码更是不存在的事物。它们之所以能在如此短暂的时间内成为绝对主流,则是受“时势”这股强力的影响,对此,人们

高度一致认可其合理性。戴口罩、出示健康码成为维系个体生存、具有高度重复性的日常生活，不戴口罩、没有健康码被标出。与移动支付的翻转一样，新的日常生活来得太快，便有许多不稳定的因素。比如，不使用智能机的老年人无法获取健康码，被公共交通拒载；疫情得到控制，时势有所变化，不戴口罩的人就多了起来，出现确诊病例后，人们又意识到坚持戴口罩的必要性，使其重新回归日常。异项这种因外力涉入而非内在张力所致的翻转能持续多久，取决于外力势强势弱。

综上，正项文化与异项文化对中项文化的持续争夺，会导致作为中项文化的日常生活意义世界内部变动不居，也会促成非日常生活意义世界内部的形势变化，从而实现整个文化域的动力翻转。这种翻转过程一般是持久而漫长的，但在时势强力下，它可以迅疾完成，只是会因异项强行取代正项地位而存在一些不稳定的因素，被颠覆的正项也不一定会失去实际领导权。不过，不管是因文化自我逆转的内生张力（赵毅衡，2011，p. 291）引发的长期演变，还是时势造就、迅疾而生的翻转，都会改变人类意义世界，形成新的文化语境，呈现新的日常生活。

### 三、新日常生活的意义呈现

新日常生活并不等义于我们以上提及的新的日常生活。“新媒介时代的时空距离化特征导致传统日常生活的时空结构被颠覆，新日常生活的时空结构可以被无限延展或收缩，这是新日常生活最显著的特征。”（p. 74）显然，本书所论新日常生活立基于新媒介技术，同传统日常生活如衣食住行等共同组成日常生活意义世界，主要表现为虚拟空间和符号空间的日常表意活动，具体文本表现为网络视频、由视频而生的弹幕、社交通信、虚拟现实（VR）、网络购物等，相应的，“视觉成为人们认知的主导渠道”（p. 81）。

敏感地认识到“视觉成为人们认知的主导渠道”，使视觉表意成为新日常生活的主导表达方式，网络直播当属其中典型案例。近年来，得益于新媒介技术的发展成熟，网络直播迅速在人们的社会生活中取得重要地位，深入工作、教育、购物、休闲娱乐等领域，并在2020年全面铺开，视频会议、线上课堂、电商购物、电子游戏等多媒介符号文本接收者几乎囊括全民，且直接面向每一位受众，颠覆了传统日常生活的时空结构，直观、即时、灵活、便捷等特点更直接有效地提高了意图意义和文本意义到达率。然而，其取效结果却未必如传统日常生活符号系统，因为借助电子媒介，在新日常生活的

## □ 符号与传媒 (22)

表意机制中，接收者的参与度和可参与度都得到了前所未有的提高，接收者的解释意义对符号文本的意义建构影响空前。

以上述具体文本中接收者具身可参与度最低的网络视频为例。纵观各大门户网站、社交网络空间，视频传播均十分繁荣，不愧于视知觉时代。网络视频作为一个完整的符号文本，本就是一个完整的符号表意过程。然而，“视觉式样与人类赋予这个式样的表现性并不是一回事，正如一个字与这个字所传达的内容也不同一样”（阿恩海姆，2006，p. 609），意图意义、文本意义与解释意义经常不一致。在这种情况下，网络视频附带的评论、转发、点赞等功能，就使其更大限度地敞开了意义世界大门，凡评论、转发、点赞者都具现地参与了其意义建构。该意义建构的结果不是只留存于接收者个体自己的世界，而是以形象化的内容形式共享于这个网络空间，与原视频文本组成一个全新的符号文本，形成全新的符号表意过程，向后来者发送新的文本意义。接收者具身可参与度最低的网络视频如此，遑论更深入参与视频意义建构甚至主导视频文本叙述的弹幕，导致当代社会人身份危机的网络社交通信，深度发挥身体符号功能、引发传播范式变革甚至颠覆的VR技术等新日常生活文本。同我们的经验世界相联系，“形象化内容既是被比较之物，又是比较项，并且替代了我们无从看到的现实”（米特里，2012，p. 117），这是视知觉表意必然的过程和结果。

新日常生活世界在视知觉表意过程中得到进一步建构，而“伴随对新日常生活的实践和改造活动，人类对新日常生活的总体认知也在发生全面变化，包括人类在新日常生活语境下的认知技术、认知模式以及认知范畴的全面变化”（p. 131），这是新日常生活对人类意义世界的再建构。对新日常生活的认知本质上是对视觉文化的认知。巴纳德在回答“为什么每个人都应该理解视觉文化？”这一问题时曾说道：“在理解关于我们每天所面对的视觉文化的那些解释和阐释是如何产生的、是如何被接受并得到支持的过程中，我们实际上就是在理解我们自己的文化和社会地位，或文化身份。”（巴纳德，2013，p. 7）这一判断适用于对新日常生活的观照，也适用于对整个意义世界的审察。本书作者通过对日常生活意义世界的深度剖析也警醒我们：要持续对日常生活意义世界予以关注，对意义世界的变动保持清醒，因为我们身处其中，每一次变动都关涉自我。

### 引用文献：

阿恩海姆，鲁道夫（2006）. 艺术与视知觉（滕守尧，朱疆源，译）. 成都：四川人民出

版社.

巴纳德, 马尔科姆 (2013). 理解视觉文化的方法 (常宁生, 译). 北京: 商务印书馆.

波德里亚, 让 (2000). 消费社会 (刘成富, 全志钢, 译). 南京: 南京大学出版社.

米特里, 让 (2012). 电影美学与心理学 (崔君衍, 译). 南京: 江苏文艺出版社.

薛晨 (2020). 日常生活意义世界: 一个符号学路径. 成都: 四川大学出版社.

赵毅衡 (2008). 文化符号学中的“标出性”. 文艺理论研究, 3, 2-12.

赵毅衡 (2011). 符号学: 原理与推演. 南京: 南京大学出版社.

赵毅衡 (2017). 哲学符号学: 意义世界的形成. 成都: 四川大学出版社.

#### 作者简介:

陈蓉, 四川大学出版社编辑, 主要出版方向为符号学、叙述学、新闻传播学。

#### Author:

Chen Rong, editor of Sichuan University Press, mainly engaged in the publishing work of semiotics, narratology, journalism and communication.

Email: crong\_27@sina.com