

亚像似符、符号运动与皮尔斯的视觉隐喻机制*

□ 刘 涛

【内容摘要】图像符号是一种典型的像似符，其第一符号属性是像似性，“相像”“再现”与“模仿”构成了像似符的三种基本指涉方式。我们可以从亚像似符和符号运动两个理论维度上把握皮尔斯的视觉隐喻机制。第一，隐喻是一种像似程度较低的亚像似符，它通过自身的特征实现符号体与对象的关联，即通过与该事物具有类比关系的另一事物来揭示该事物的再现特征。视觉符号的像似性恰恰存在于这种类比关系中，即隐喻揭示的是事物的类比关系。第二，图像符号的隐喻发生，存在一个“像似—指示—规约”的符号运动与意义流动过程，即符号超越符号第一性的像似关系，并经过符号第二性的指示关系，上升为符号第三性的规约关系，最终固定在文化之中，从社会文化系统中获得隐喻意义。

【关键词】像似符；亚像似符；符号三分法；视觉隐喻；皮尔斯

DOI:10.19400/j.cnki.cn10-1407/g2.2019.01.004

视觉修辞的意义机制研究，离不开对图像表征系统中的“修辞结构”（rhetorical structure）的认识和把握。^①如同一对孪生兄弟，转喻（metonymy）和隐喻（metaphor）是修辞世界两种基本的修辞手法。俄国语言学家罗曼·雅各布森（Roman Jakobson）将转喻和隐喻视为人类生存的两种基本思维方式，因此强调人在修辞意义上的“存在方式”。具体来说，转喻对应于符号双轴中的组合关系，强调邻接性基础上的认知关联；隐喻对应于符号双轴中的聚合关系，强调相似性意义上的认知推演。^②从语言修辞到图像修辞，视觉转喻（visual metonymy）和视觉隐喻（visual metaphor）成为图像意义生成的两种基本的认知关联方式，前者的修辞本质是“图像指代”^③，后者的修辞基础是“图像转义”^④。本文主要聚焦视觉隐喻这一视觉修辞命题，立足一定的符号学思想遗产，尝试探讨视觉隐喻的符号学工作原理。索绪尔（Ferdinand de Saussure）和皮尔斯（Charles Sanders Peirce）被誉为符号学的两大奠基人，同时也奠定了符号学研究的两大传统。不同于索绪尔的符号二分结构，皮尔斯的符号三分结构确立了一套全新的符号认识体系。本文尝试从皮尔斯传统探讨图像符号的视觉隐喻机制。

一、图像符号的指涉方式：相像、再现与模仿

按照皮尔斯的符号学理论，符号可以区分为像似符（icon）、指示符（index）、规约符（symbol）三种形式。^⑤不同于语言文字，视觉文本主导性的或第一性的符号特点就是像似性（iconicity）。像似性建立在感知基础之上，是感知过程提供了意义的生成基础，同时也确立了像似性的表现方式。像似性意味着对符号与对象之间的一种把握方式。图像符号的指涉结构建立在“相像”“再现”与“模仿”这些基本的概念基础之上。^⑥“相像是建立在比例类比基础上的一种对称关系”，如果A像B，同样意味着B也像A；“再现

是一种不对称关系，具有规约本质。在这一点上，再现依赖于约定。”正是在特定的规约规则下，图像符号进入一定的指涉结构，它成了表象；模仿具有两个层面的含义，第一是以相像为基础，从而在规约逻辑上建立一种指涉关系，第二是抛弃相像，甚至拒绝再现，使得“被模仿的东西不是别的，而只是作为过程的像似性本身”，其结果并不是“产品模仿”，而是意味着一种深刻的“生产性模仿”“构成性运动”“自身运动”或“自仿运动”。因此，“模仿是一种意愿性的、因此是不对称的动作。”^⑦在视觉隐喻体系中，模仿是隐喻发生的前提。一个图像之所以超越了简单的直接意指维度，而形成了隐喻性的含蓄意义，本质上是视觉符号的“生产性模仿”或“构成性运动”。隐喻强调意义系统之间的置换，而置换的逻辑和基础取决于符号/再现体与对象之间在像似性基础上的联想过程。

像似符是一种特殊的符号，“它因为自身的内在特性（internal nature）而被它的动力对象（dynamic object）所决定……它可以代替任何对象，主要它像那个对象。”^⑧像似符拥有的一种显著特性（significant character）——再现品质，“它作为物所具有的那种品质使它适合成为一种再现体”。^⑨皮尔斯进一步指出，像似符“仅仅借助自己的品格去指称它的对象，并且无论这种对象事实上存在还是不存在，它都照样拥有这种相同的品格”。^⑩换言之，像似符实际上是一种具有像似性（iconic）的符号，它既可以脱离再现体而存在，也可以依赖于它所再现的对象而存在。皮尔斯认为，“如果真需要一个实体，那么，这类像似性再现体则可被称为‘亚像似符’（hypoicon）。某种物质形象，如果它作为一幅画而存在，那么它主要被作为画的这种再现形式所规约；但如果它就是一种物质形象，没有图例（legend）或者标签（label），那么他可以被称作‘亚像似符’。”^⑪相对于像似符来说，“亚像似符指的是一种符号，这种符号只因自己而存在，并且旨在自己内部找到其符号化发展的场所”。^⑫

* 本文系国家哲学社会科学基金重大项目“视觉修辞的理论、方法与应用研究”（项目编号：17ZDA290）的阶段性成果。

二、亚像似符与规约性意义的“像似”再现

概括来说,亚像似符从属于像似符,但它相对于纯像似符(pure icon)而言像似程度较低。皮尔斯将隐喻置于亚像似符的符号框架中进行审视,提供了一种通往视觉隐喻研究的新的理论视角。皮尔斯根据像似程度及其指涉内涵的差异,将亚像似符细分为三种形式:一元的单位(图像)、二元的单位(图表)或三元的单位(隐喻)。具体来说,“仅仅具有某种单一品质(或第一位的第一性)的亚像似符是图像(image);通过把自身各部分的相互关系与某事物各部分之关系进行类比,从而使其能够代替此事物的这种关系(主要是一种二元关系,或者被视为这样一种关系),这类亚像似符是图表(diagram);通过对另一物中的一种平行关系(parallelism)进行再现,从而来再现一个再现体的再现品质,这类亚像似符就是‘比喻’(metaphors)。”^⑩可见,图像、图表、隐喻构成了皮尔斯意义上的三种亚像似符,它们的像似性程度依次降低,其中隐喻是像似程度最低的一种亚像似符。具体来说,正如摄影或绘画是对现实世界的再现或临摹,图像的像似性是由其生产方式决定的,它与其对象具有物理意义上的连接基础;图表的像似性程度相对较低,但我们依然可以在图表所揭示的组成关系或比较关系中发现这种像似性;隐喻的像似性已经很难通过直观的方式进行把握,而是要借助与该符号具有一定类比关系的另一事物的特征进行类比性表达。显然,皮尔斯并非在严格的修辞学意义上思考隐喻,而是将其视为抵达像似性的一种把握方式。换言之,皮尔斯意义上的隐喻对应的是一种亚像似符——隐喻不仅意味着一种亚像似符形式,而且是一种普遍存在的符号现象。概括来说,隐喻是一种像似程度较低的亚像似符,它通过自身的特征实现符号体与对象的关联,即通过与该事物具有类比关系的另一事物来揭示该事物的再现特征。正是因为类比意义上的像似性的发现,事物获得了再现的品质和能力,即隐喻的功能。简言之,皮尔斯意义上的隐喻,反映的是像似性维度上事物的类比关系,这与传统隐喻理论所强调的相似关系略有不同。

依据皮尔斯对符号三部分——再现体、对象和解释项的基本认识论,如果说一元的图像是对表达对象的直接模仿,二元的图表是对一种现实关系的表征与代替,三元的隐喻则强调再现体与对象在认知范畴上的脱离,即符号/再现体所携带着“品格”(characters)将人的某种联想性的思想带入到再现体与对象的关系中,从而使得我们在一个规约性的理解系统中完成再现体与对象的认识连接。显然,不同于一元的图像和二元的图表,三元的隐喻实际上强调符号正处于一种潜在阶段的状态,这种状态是不可以概念化的,“根据 would be(‘可能是’)的实用主义立场”,将再现体压缩到规约性的联想系统中。^⑪对于艺术创作来说,作为隐喻的亚像似符则意味着艺术活动并不是一种简单的形式活动,而是强调作为艺术符号的再现体具有更抽象的再现潜力,从而使得艺术成为了“一种发现活动、一种创新活动和一种发觉活动”。^⑫

在视觉隐喻系统中,图像符号与对象的像似性程

度是最低的,但我们却可以在一个规约性的解释系统中建立二者的联系。换言之,图像符号实际上被置于一个更大的规约系统中,来自文化的解释逻辑超越了纯粹视觉意义上的像似逻辑,从而赋予了图像与对象的指涉体系。其实,所谓的隐喻意义,并不是因为事物“看上去如此”,而是因为它“看上去具有某种平行表达的潜力”,即皮尔斯所说的“再现一个再现体的再现品质”。在万宝路香烟的平面广告中,驰骋在荒野中的男性牛仔之所以超越了“图像”意义上那个被拍摄的现实中的男性对象,而具有了指向“当代美国消费文化中的性感男性”的再现潜力,是因为这一亚像似符所携带的“品格”(牛仔、奔马、驰骋荒野)将人的联想性思想带入了了解释项中,使得平面广告从纪实性的一元的单元(图像)流动到了三元的单元(隐喻),即作为亚像似符的广告图像实际上是一种发现活动,而且正处于具有解释为“自由”“奔放”“掌控力”“敢于冒险”的潜在状态。可见,联想性的思想的出现,实际上将再现体置于一个规约性的解释体系中,我们也因此在广告中发现了不同于“传统美国话语”的“现代消费主义话语”。

需要特别强调的是,尽管说规约性占据了隐喻意义解释的主要力量,但像似性依然是包括隐喻在内的一切亚像似符意义运作的基础。广告中的符号“品格”之所以不具有其他的解释潜力而对应于“自由”“奔放”“掌控力”“敢于冒险”等规约意义,实际上是联想的结果,而联想的基础依然是像似性,也就是对某种规约性意义的“像似”再现。

三、符号运动与视觉隐喻的意义流动机制

像似符具有流动性,^⑬其对应的意义流动过程可以概括为符号运动。隐喻意义的发现过程,并不是像似性基础上的直接再现,而是在像似符经历一定的符号化运动而最终通过规约关系体现出来的。按照皮尔斯的符号三分法原则,作为像似符的图像符号依然存在三层属性,即“再现体”与“对象”的指涉关系可以分为像似(第一性)、指示(第二性)和规约(第三性)。“再现体”与“对象”的每一种关系,分别对应于不同的“解释项”,从而形成三个层次的符号概念。在隐喻实践中,实际上存在一个“像似-指示-规约”的流动过程,即符号从“第一性(像似关系)-第二性(指示关系)-第三性(规约关系)”的移动过程。皮尔斯将再现体与对象之间的符号关系在三个层次上的流动称为符号化运动过程。符号化运动的基本逻辑可以概括为:作为像似符的图像及其构成元素首先是一种视觉意义上的“印记”,它并不是指称某个具体而实在的对象,用皮尔斯的话说,它只是“代替另外的某种东西的某种东西”。随着人们认识活动的不断深入,这个“印记”开始打量着我们经验系统中的实在对象(场景、瞬间、存在),最终在我们的认知结构中建立了特定的指示关系——图像符号从第一性的像似关系进入第二性的指示关系。然而,隐喻实践的最大特点就是超越了符号的指示关系层面,即

符号脱离了被标记的时间和场所,进入社会文化场域,向着表象阶段发展,最终上升为一种普遍意义上的第三性的规约关系。当符号从“标记场所”移动到“文化场所”,最终作为一种认知“意象”出场,它便获得了传递“画外之意”的潜在能力。

在图像符号第三性的规约关系中,它实际上进入了一个文化元语言系统,按照社会文化的约定俗成法则获得了一定的含蓄意义或象征意义。正如皮尔斯所说:“每一个规约符都或多或少地通过一个指示符去指称一个实在对象。”^⑦可见,视觉隐喻的发生存在一个“像似-指示-规约”的符号流动过程,即符号超越符号第一性的像似关系,并经过符号第二性的指示关系,上升为符号第三性的规约关系,最终固定在文化之中,从社会文化系统中获得隐喻意义,这便是皮尔斯符号学意义上的视觉隐喻机制。

我们不妨以罗兰·巴特在《今日神话》中提到的《巴黎竞赛报》杂志封面上的那张著名照片“黑人士兵向法国国旗敬礼”作为分析文本,进一步分析隐喻实践发生的符号运动过程,也就是作为像似符的图像符号在“像似-指示-规约”三个层次的流动过程。第一,图像认知的基本心理构成是完型,也就是通过部分或局部来抵达整体的认知过程。图像在原初意义上是一个像似符,画面中的元素(黑人、士兵、国旗)与其对象之间存在一种相像关系。正是借助这种照相式的直接呈现,我们完成了对图像中符号元素的识别——法国的国旗、一个名叫查理·约翰逊的黑人士兵、黑人士兵正在敬礼。在拟像层次上,图像只不过是对现实中特别瞬间、特别景观、特别场景的直接抓取,它的功能就是尝试代替某种东西。第二,为什么存在“黑人向法国国旗敬礼”的整体视觉关系?这一问题很难在像似性基础上解释,即像似性可以把握画面中的单个元素,但却难以回答元素组合后形成的普遍结构。至此,再现体与对象之间的像似性开始让位于指示性。画面中的元素整合之后形成了一种新的视觉关系。这一视觉关系超越了经验意义上的对象形态,而呈现出一种指示特征,即符号试图揭示一种普遍意义上的现实图景——画面中的黑人士兵查理·约翰逊超越了写实意义上的像似关系,而在指示意义上指称法国的少

数族群。因此,一个人的像似关系转向了一群人的指示关系,符号体现为一种人为构造的指示关系。第三,我们为什么会根据这张照片解读出“臣服”的含义?这显然是与“敬礼”这一表达方式有关系,而这便涉及到符号的第三性关系——规约性。图像从它的“事实场所”移动到作为“文化场所”的杂志封面,它开始完整地进入表象阶段,即“向着这种过渡在文化中所产生的命运过渡”。^⑧“敬礼”之所以意味着“臣服”,显然是文化规约意义上的认识后果。至此,我们可以沿着文化规约系统中的“敬礼”意象来想象并抵达另外一种意义系统——“法国是一个伟大的帝国,她的所有子民没有肤色歧视,忠实地在她的旗帜下服务,对所谓殖民主义的诽谤者来说,没有什么比这个黑人效忠所谓的压迫者时展示的狂热有更好的回答了”。^⑨概括来说,图像话语中的隐喻意义并不是出现在符号第一性的像似关系中,而是经过符号第二性的指示关系层次的“语义转化”,最终在符号第三性的规约关系中体现出来,并固定在文化的阐释体系中。

四、结语

总之,我们可以从亚像似符和符号运动两个理论维度上把握皮尔斯的视觉隐喻机制:第一,隐喻是一种像似程度较低的亚像似符,视觉符号(本体)之所以具有隐喻功能,是因为它在与另一事物(喻体)的类比关系中发现像似性,而这种像似性并非自然性的,也非物理性的,而是建立在视觉形式的描述基础之上,最终表现为文化规约维度上被创造的像似性。这种被发现、被激活、被创造的像似性,使得视觉符号获得了指示对象的能力,即具有了再现一个再现体的再现品质和能力。当一个视觉符号在与其他事物的类比关系获得了再现的特征和能力,它便构成了亚像似符意义上的隐喻。第二,图像符号的隐喻发生,存在一个“像似-指示-规约”的符号运动过程,即符号超越符号第一性的像似关系,并经过符号第二性的指示关系,上升为符号第三性的规约关系,最终固定在文化之中,从社会文化系统中获得隐喻意义。由此可见,皮尔斯意义上的亚像似符和符号运动两个理论维度,提供了视觉隐喻研究的新的理论视角。

注释:

① Danesi, D. (2017). Visual rhetoric and semiotic. *Communication*. Oxford Research Encyclopedias (online), para. 1.

② [俄] 罗曼·雅各布森:“隐喻和换喻的两极”,载自张德兴编:《二十世纪西方美学经典文本》(第一卷:世纪初的新声),复旦大学出版社2000年版,第238-243页。

③ 刘涛:《转喻论:图像指代与视觉修辞分析》,《南京社会科学》2018年第10期。

④ 刘涛:《隐喻论:转义生成与视觉修辞分析》,《湖南师范大学社会科学学报》2017年第6期。

⑤⑧⑨⑩⑪⑬⑭ [美] 查尔斯·皮尔斯:《皮尔斯:论符号》,赵星植译,四川大学出版社2014年版,第72页、第51-52页、第52页、第51页、第53页、第53页、第67页。

⑥⑦ [法] 让-弗朗索瓦·波德龙:《像似性》,载自[法] 安娜·埃诺、[法] 安娜·贝雅埃:《视觉艺术符号学》,怀宇译,四川大学出版社2014年版第114-119页、第119页。

⑫⑬⑭⑮⑯⑰ [法] 让·菲塞特:《像似符、亚像似符与隐喻——皮尔斯符号学基本要素导论》,载自[法] 安娜·埃诺、[法] 安娜·贝雅埃:《视觉艺术符号学》,怀宇译,四川大学出版社2014年版,第101页、第104-105页、第104-105页、第96页、第98页。

⑱ 罗兰·巴特:《今日神话》,载自罗兰·巴特等:《形象的修辞:广告与当代社会理论》,吴琼译,中国人民大学出版社2005年版,第8-9页。

(作者系暨南大学新闻与传播学院教授、博士生导师、复旦大学信息与传播研究中心研究员、教育部“长江学者”青年学者)

【特约编辑:纪海虹;责任编辑:李林】