

以物言说：博展传播的符号表意机制阐释

杨登翔

摘要：博展传播是一种历史悠久且十分普遍的传播活动，然而其独特的表意机制却难为信息论范式下的经典传播理论解释：博展是一种以实物而非信息传递为核心的传播活动。物性的凸显赋予了博展独特的真实性。基于实物的基础，博展传播同时兼有两层内容，即事实信息和诗性意涵。依托“展示”行为，博展传播为常见“寻常物”赋予新的视角和多层级的文本框架，这种传播方式打破了文化惯性造成的意义僵化。以小见大，博展所代表的一类表意活动实际是日常传播的缩影，博展表意机制的研究对探索更全面、更真实的传播学有积极价值。

关键词：博展，展品，符号学

Speaking with Objects: The Signifying Mechanism of Museum Exhibition

Yang Dengxiang

Abstract: As a well-established and widespread communication activity, museum exhibition has a specific signifying mechanism that cannot be fully explained by classic communication theory in the paradigm of information theory, because a museum exhibition is a communication activity that focuses on objects. The prominence of materiality gives the expositions a specific kind of authenticity. Using material objects, the communications of museum exhibition have two layers: factual information and poetic significance. By relying on the act of “demonstration”, museum exhibits provide new perspectives on and

multi-layered textual frameworks for “commonplace” objects and break the rigidity of meaning caused by cultural inertia. The signifying activities of museum exhibitions are like daily communications in miniature. This study of the signifying mechanisms of museum exhibits is an important contribution to a more comprehensive and authentic “communication science”.

Keywords: museum exhibition, exhibits, semiotics

DOI: 10.13760/b.cnki.sam.202301016

引言：博展的兴盛与传播的回归

从古希腊时期的“Mouseion”到现代博物馆，博物馆一直被视为社会文化传承与建设的重要机构。据统计，仅2020年我国登记在册的博物馆数量就同比增长12.78%，达5788座，这意味着平均每24.39万人就拥有一座博物馆。（钱益汇，2021，pp.1-10）博展传播事业方兴未艾，然而博物馆研究中的一些基本问题，如“博物馆”的定义（杜歆雨，杨智茹，魏峻，2022）等尚未完全达成共识，有待进一步讨论。博物馆在漫长的发展中逐渐产生多种职能，包括贮藏、研究、教育等（苏东海，1988）。本研究着力于考察作为一种传播活动的博物馆展示，即博展传播所包含的一般传播机制。

正如国际博物馆协会（ICOM）对博物馆教育与社会服务职能的不断强调（汪彬，2021），博物馆研究者们普遍认识到博物馆传播在现代社会的重要价值，香农“信息论”等经典传播研究理论也逐渐为博物馆学界所吸纳（周婧景，2021）。传播学视角的加入，使得文化、理念等非实在对象作为展陈内容得到了学理上的支持，极大地扩展了博展的内容和手段。然而“传播”本身亦是一个有待发展和厘清的概念。从传播学视角来看，学界对博展的讨论集中建立在费斯克（John Fiske）（2008，pp.20-30）所谓“过程学派”的范式基础上。这一理论范式以香农“信息论”为基础，将传播视作一种信息的传递过程，关注的是传递信息的效率与精准性。然而博展传播与传播“过程论”所预设的工作假定呈现大相径庭的面貌。

首先，传播的过程论关注的是特定单一媒介（如电视、广播、媒介）的传播活动；其次，这种理论范式假定了一种被编码者制定、无关情境而可为受众接收的“内容”的存在；并且，这一内容与媒介载体（信道）是相对独立而可分割的。然而“实物”却是博物馆存在的物质基础（苏东海，1988），

人们参与博物传播的目的往往与“信息”的传递和积累无关。正如在现实生活中，参观者预先从书本、电视、网络中获取的展品信息愈多，非但不会削弱，往往还会愈发激起他亲赴博物馆参观的冲动。博展传播在信息外更强调信息的实物载体，因为它们在对参观者的教导中更携有感性意味。达·芬奇亲绘的蒙娜丽莎、曾侯乙墓出土的尊盘或是霸王龙“苏”的化石标本……这些实物中难为语言穷尽的“光韵”才是吸引人们参与博展的关键要素。同时，实物必然占据一定的三维空间，不像二维的信息那样可由单一物理现象表达，因此博展传播总是依托复合媒介渠道，诉诸完整的传播场景。正如我们无法想象一个被展示在虚无中的展品，在博展传播中，从博展园区、建筑设计到场馆内动线设计及声、光等各种辅助设施的运用都参与意义的表达，共同构成博展传播的文本。

直接套用传播过程论对博物馆研究造成了困扰。基于自然科学逻辑的传播过程论以发送者意图（传播目的）（费斯克，2008，p. 2）为核心。这种“信息中心主义”的立场对博展理论与实践已经产生了严重影响，并直接地体现在关于博展中的“实物是否必要”的争论中。（康恩，2013）比如有以信息传递为博展传播核心的研究者就提出：“‘复制品’冲淡‘原件’的是宝物价值，而不是教育功能。作为文化载具的‘原件’没有排他性，其他的物和物的转型形式都可以等同有效地用于这个目的。”（徐坚，2019）这种观点的问题在于，所谓“文化载具的不排他性”或具有信息传播范围及效率上的优势，却简化、刻板化地理解了实物的表意功能，脱离传播实践语境而耽溺于策划者的单向诉求。从传播生态视角而言，一次不依托实物的展览或许能依靠媒介技术逼真的再现而完成传播，然而失去实物的依傍，这种传播活动无论在内容或形式上都无法再与图册、电影乃至电子游戏等再现性媒介活动有所区分。信息中心主义给博展带来的危机在于，当把信息传递视作博展传播的首要诉求，我们将面对的就不仅仅是“实物是否必要”的争论，更是对“博物馆是否必要”的根本怀疑。自然科学思维强调的推演逻辑抹平了博展传播的特点，那些围绕抽象信息而搭建的传播模型（费斯克，2008，pp. 20 - 30）对复杂的传播现象进行格式化处理，被“过滤后”的传播现象虽然理性化了，却不真实了。（申小龙，2019，pp. 74 - 78）

博展传播的诸种复杂现象超出传播过程论的理论框架。博展虽然并不排斥信息的传递及策划者的意图表达，但相较其他媒介传播形式，这一传播活动最终还需在参观者投身特定场所、与展品的个人化交道中落实，强调“体验”而非“授受”。对解释者与对象之间展开的互动与意义协商的考察是符

号学研究的专长。作为一种典型的人文学研究方法,符号学以意义的生成与交换为核心观照传播活动,与过程学派一同构成了费斯克(2008, pp. 2-3)所指出的两种主要传播研究进路。符号学的理论视角对传播的过程论形成了有力补充,正如霍克斯(Terence Hawkes)(2018, p. 74)指出的,“‘信息’不提供、也不可能提供交流活动的全部‘意义’……‘意义’存在于交流的全体行为中”。探索博展传播的符号表意机制,不仅是扩展博展传播的理论视角的一种尝试,更是通过对信息传递之外的意义的观照,让传播回归其更真实的面貌。

一、博展的“物”性:物证符号与事实表达

真实是博物馆展览的前提和生命(陆建松,2014),博物馆公众教育与社会文化构建等系列职能都以此为基础。说博展的核心是实物,是因为它通过物的展示完成了物证符号的表达。实物展示不仅仅为我们呈现了一个关于事实的文本,更为重要的是,它们保有的有关事实的多维解释潜力为此文本的真实性做出保证,赋予博展传播独特的真实性。

“事实”本质上是一种符号文本:我们不可能不经由一系列证据符号而直接获取某种绝对的“原点事实”,因此所谓“事实”实际是经过考据而被文化社群认定为真的符号文本。(孟华,2008)而通向事实文本的证据可以分为三类:物证、言证和书证。其中,物证是“以物品的存在、形状、质量、规格等证明案件事实的一部或全部的证据”(陈光中,1995, p. 607);言证则指经由人陈述而产生的证据。两种证据分别代表了意义活动的两种典型形式:依据语境为“物”赋予意义,或遵照文化规约对既成符号进行解码。两种证据符号不同的表意方式,决定了它们与其符号载体截然不同的关系。虽然任一具体的取证过程都只关注对象物的部分观相而将其符号化,然而物证符号尤其强调“原物性”——物证符号需由证物承载(裴苍龄,2016),符号与载体不可分离。例如在严格的司法实践中,法律就规定若非确有困难物证应当提供原件。而言证是表意文本内部的阅读活动,其内容与载体是可以分离的,所需考证的更多是语义内部的逻辑自洽问题。第三种证据符号——书证,则处于上述两种证据之间,其记录的文本内容直接传达确定的意义,而符号载体的种种物属性则具有物证的性质。

三种证据形式各有其表意特点,然而在关于事实的建构上,物证具有最高的优先性。(叶舒宪,2020)证物是一个完整、连续的物质存在,它的种

种痕迹、属性与某种事实之间具有最强的自然理据性——“物证的根本特点在于它不需要任何主观意志和外在因素加以表现，只是以其自身客观存在的情况证明案件事实存在或者不存在。”（陈光中，1995，p. 607）所谓“自然理据”，来源于证物相关属性表现与事实事件于一个特定时空点产生的、可被追溯的因果关系。这是一个自然（物理、化学、生物……）的过程，遵循“不可作弊的”天然规则：物证只可为科学的手段验证而不因人的阐释转移——哪怕是伪造的物证也会留下其作伪的痕迹而保有被辨明的可能——这无疑最符合人对“客观事实”的期待。

与大众传播惯常对特定信息的传递不同，物证与符号的紧密关系构成博展与其他传播形式的一大区别。由此，博展传播表现出两个与一般大众传播相区别的特性。

第一是以“物”为传播活动的核心。“博物馆传播介质的主体不是符号或图像，而是物，以物为核心的三维形象系统。”（严建强，2017）脱离物证，当然也可以构成事实的展演与传播，比如虚构小说、口传神话都可以依靠纯语言符号的表达构成关于事实的文本。不同之处在于，它们都是既成符号文本的传递，即言证的传播，并不需要“物”的参与。对于现代证据观念而言，未经验证的文本都有“传说与史实混而不分”（王国维，2010，pp. 1-3）的嫌疑；因此，若要达到足够的真实效果，言证还需要依赖物证的佐证。（孟华，2011）

对载体物的强调，意味着博展始终保有解释的多元性。一个博展，可以同时向不同身份的观众（研究者、爱好者、学习者……）敞开，虽然博展策划者对展览内容的“文本”有所计划，但博展传播最终的解释意义却不会被垄断。物性的彰显更为社会规约的意义保留回退的空间：通过展示行为的强调，寻常之物将得以脱离普遍的社会规约意义而获得新的阐释。

博展传播的第二个特性，是“事实由物证而来”的传播逻辑。“用‘物’进行讲述”不是博展的专利。就表现形式而言，与博展最为相似的传播活动却是主题公园（海因，2019，p. 77-103），后者是一种典型的虚构文本的表达。以沉浸性的真实体验传达一个关于事实的文本是它们共同的主旨。例如我们可以在环球影城“哈利·波特的魔法世界”中，从奥利凡德商店购买一根魔杖，并用它去实现种种神奇操作：打开橱窗里的书籍，转动花卉使花朵绽放，隔空打开行李箱……就文本呈现而言，一个设计得足够精妙的游乐场，与博物馆尤其是科技博物馆，是难以区分的。它们的核心差异在于物与文本的先后关系不同；或者说，在于物（证）与符号何者作为传播的起点与核心。

主题公园一类传播活动中,前者经由体验对象所展现的事实内容不需要从考据中来,无需遵循“物证先于事实文本”的逻辑。它只关心文本表达,而文本的具体承载物可以任意派生,物与符号之间不具有天然联系,正如相同的主题公园可以被复制到世界各个角落。其中,传播活动中载体物的符号化方式为传者意图所决定,符意被预先决定,它只是依照剧本对角色进行扮演,其他属性统统被悬置,成了表现为三维实际却扁平的符号。说它是扁平的,是因为它仅能在某种特定的维度为其所是。就像主题公园里的魔杖仅能在特定空间和特定范围内与其他设备配合而起作用,脱离这个文本范围,它只是一根木棍。叙事所用之物被处理为某一符号的规定载体,它与特定意义的关联仅仅停留在特定语境规约中——而能容纳多种维度意义解释的交叉验证亦是我们认为真实应当具有的特性。

二、以“物”言说:博展传播的双重内容

(一) 抽象信息的秩序与博展的社会义务

不同于作为传统“珍奇柜”(cabinet of curiosities)的“缪斯神庙”以私人贮藏为主,现代博物馆的迅猛发展“是在它们意识到自己对人民负有应尽的义务时出现的”(吉诺韦斯,安德烈,2014, p. 59),其诞生建立在对推广科学、教育社会的功能的自觉之上,从一开始就带有浓厚的实用主义工具性。

从某种角度可以说,现代博展诞生的意义与价值就是提供解释自然的某种标准答案。在现代博展兴起的所谓“分类时代”(徐保军,2011),以林奈(Carl von Linné)双名法为代表的一系列现代科学观念替代了传统“特征简介”的命名方式,为人对自然物的认识建构了新秩序,更直接地改变了博展的组织方式。(吉诺韦斯,安德烈,2014, pp. 38 - 40)科学在对展品“是什么”做出确认的同时也就完成了对它的组织分类:以“届-门-纲-目-科-属-种”为框架提供了一套分节(articulation)系统,将各种自然物安置于一个超越地域文化的意义生态位(niches);如此,神造的自然得到标准化解释。正如涂尔干(Durkheim)所指出的,社会组织实物世界的方式反映它组织其他所有事物的方式。博展的呈现构成了科学这一语言(langue)的言说(parole),这一文本结构呼唤着、实际协助生产了当代博展观众——现代科学理念的信仰者。

在知识分子和国家力量的双重认可之下,“科学”成为博展的重要组织

原则和唯一合法语言：“如果哪个博物馆展品不是用‘科学化’的方式组织整理，那么它就不能完成教育和发展的任务；同样博物馆也只有致力于收集、组织和发展某个知识门类，才能提出对这个世界的理性解释。”（康恩，2013）社会发展的需求将现代博物馆形塑为收藏、科研、教育三重职能合一的形态。

虽然20世纪后半叶以来愈来愈多的学者注意到展品的意义是流动的，会随着知识理念、物件场景及整个展陈结构的不同而变化——这些观察和讨论破除了展品意义的唯一性，揭示了传统分类学的帝国主义倾向，进而扩展了博展的表意空间，但对唯一秩序的反対并非否认秩序的必要。秩序化与文本化、可读化一体两面，一个清晰而有秩序的组织框架是博展传播的社会责任的体现，更是其立身之本；失去这种秩序的表达，是与时代之需求背离，博展则将沦为某种个人化、意义混沌的表达而不具传播价值。今日的博展不可能完全拒绝分类、阐释而回到原始的、混沌的堆叠物品的状态。

（二）“物”的不可消溶与诗性

对信息秩序的追求，在实践中常常将博展活动导向另一种极端，又掩盖了其作为“物”之表意的魅力。由于从业者惯常将教育视为特定文本的授受，传播理论成为当代博展实践的重要指导原理（周婧景，2021），经典传播学的信息中心主义倾向也随之侵入博展的理论与实践。

著名博物馆学者史蒂夫·康恩（Steven Conn）就发现，近几十年各类博物馆展览中实物所占的比重都愈来愈低。博展中实物的减少，一方面是由于对展品呈现精致化、秩序化的追求；另一方面，则是策展者惯于以“更高效”的媒介技术手段取代“无言”（孟华，2008）的实物以提高传播效果——尤其是信息传递效率和清晰度。

将博展完全视为特定信息的载具实际是将展品纯符号化。伽达默尔（Hans-Georg Gadamer）（2007，p. 557）认为，“由某个符号物所作的指称越是单义，这种符号就越是纯符号，也就是说，这种符号完全消溶在这种配列关系之中”。纯符号也被皮尔斯（2014，p. 64）称为“规约符”（symbol）；“消溶”是因为其符、义之间无理据性，完成特定意义之表达后符号不再有存在必要。（胡易容，2017）“得意忘言”的前提，是此“言”全然单纯地作为语义再现，换言之，只有完全浸没在一套系统中，容不下任何其余解释时，符号才谈得上“消溶”。需要明确的是，可消溶的符号是指作为“独立于外界客体的心智体”的能指，而不是作为符号载体的物，虽然后者在不细致的

讨论中也常被直接称为“符号”(赵毅衡, 2016, p. 25)。因此, 绝对意义上的纯符号实际只存在于特定语境下对符号过程的反溯或是对符号过程的抽象预设中。正如雅各布森(Roman Jakobson)所指出的, 哪怕在被认为具有透义性(transparency)的语词表达中, 一次具体交流也可能侧重于表达中多种元素的任意一端而产生不同主导偏向的意义。(霍克斯, 1987, p. 83)

事实上, 能吸引人们舟车劳顿前往博物馆观展的往往是展品无法再现、不可消溶的特质——在今天, “可媒介再现”已几乎成为“可远程传播”的代名词。常为科学逻辑研究者忽略的一点在于, 博展传播中的展品不仅有被解释出无限事实文本(信息)的潜力, 更可以作为整体表露那些不可言说的意味。“不可言说”是因为这些特殊的意义从根本上就与以语言为代表的符号分节系统不兼容——“那些真实的生命感受, 那些互相交织和不时地改变其强弱程度的张力, 那些一会儿流动、一会儿又凝固的东西, 那些时而爆发、时而消失的欲望, 那些有节奏的自我连续……都是无法用语言符号加以描写或论述的, 然而它们却可以在一件优秀的艺术品中呈现。”(朗格, 1983, p. 128)博物馆学者苏东海(2005)在20世纪60年代初期就关注并强调博展除传递理性信息外, 更有一种直击人心的冲击力, 引起理性之外的情感共鸣: “面对着一千多座兵马俑和战车组成的罕见的宏大的兵马俑战阵时, 产生的震撼与惊叹是绘画、电影、照片, 任何复制与摹拟都达不到的。”

一件件展品被直观地展现在参观者面前, 与一般符号活动“他者再现”(object-representation)不同(赵毅衡, 2019), 展品是符号感知的来源, 亦可以是符号对象, 它在表意活动中往往不指向外部, 只是将解释者的注意力引向自身; 它整体呈现于此, 不为任何一种分节方式所穷尽, 因而不具有确定的意义外延。(陆正兰, 赵毅衡, 2009)在雅各布森看来, 当表意文本指向自身时, 就产生了“诗性”(poeticalness), 即艺术性。在博展传播中, 这种不可消溶的表达在两个层面展开: 首先, 展品的物性乃它所经历一切历史的踪迹(trace)之总和, 这些踪迹并非历史的再现, 而是直接召唤历史到场; 其次, 剥去所有再现性和意义象征性之后, 展品回归物自身直接向人敞开, 被观者的物感直观直接领受, 是“物击中身体的感觉, 而不是对符号意义的理解或情绪书写”(吴兴明, 2014)。在此, 无论是参观者感受到的历史厚重感与震撼还是更为直接的物感, 都是不可为语词言说的感性交际。

苏珊·朗格(Susanne K. Langer)(1983, pp. 127-130)认为, 艺术符号虽不能替代另一事物或与本身之外的事物发生联系, 但具有“结合”或称“逻辑表现”的特殊符号功能: 将语义学意义上纯符号所难以企及的情感、

主观经验的表象或经验形式化并由此将经验呈现出来供人们观照、逻辑直觉和理解。为与一般符号既定的规约意义（也即信息）相区别，她将艺术品所表现出的特殊意义称为“意味”，即“某种内在于作品之中并能够让我们知觉到的东西”。朗格强调，艺术符号是不可分节的单一符号——“艺术品作为一个整体，就是感情的意向”，其意味也并非各个部分意义的叠加。她举例说明：意味之于艺术品正如生命之于有机体，我们无法区分肺部、腿部各存在多少生命，更不能说明增加一条尾巴会增加多少生命。这也能解释康恩的发现，即所谓艺术博物馆是唯一没有实物减少的博展类型。“意味”不能脱离具体的物而存在，二者的锁合关系决定了艺术品的唯一性和不可替代性。然而，非艺术品实物在博展中就是非必要的吗？以展品分类来区分博展意义在面对实际问题时是缺乏可操作性的，至少关于什么是“艺术品”就很难做出确定的划分。

所有展品都可以具有诗性或艺术性，即当博展以一种彰显物性的方式展开，参观者将注意力投向这一存在者本身，展品以自我再现的方式进入参观者释义活动的时候，博展便成为一种诗性的表达。但这并非是说所有展品都是一般意义上的艺术品。什克洛夫斯基（Viktor Shklovsky）（1994，pp. 4 - 23）认为“事物的艺术性……归属为诗，是我们感受方式产生的结果”。艺术性由解释者观看与解释活动创生，而不是某类物与生俱来的属性。我们的释义不构成物之为艺术品身份的充分保证，却为其赋予了合法的艺术性。

对事实信息的承载和对情感意味的表露是博展的两种不同表意进路，它们理应并行不悖、相互补充。依据皮尔斯对符号的分类法，事实信息的表达诉诸规约性，它强调的是表达的秩序性、高效性与意义的精确性（皮尔斯，2014，p. 69）。而自指性的表达则偏向指示性，符号对象与解释项高度重合（胡易容，2014，p. 36）；它携有最远的意图定点，使展品成为艺术符号与情感意味的载体。二者的差别仅源自解释者的释义差异，却常在博物馆实践理论中被处理为一种非此即彼的、优劣有别的取向。

对主旨文本的过分追求和对物轻视，无形中压缩了博展设计意图外的释义空间。例如笔者曾试图在川渝地区博物馆搜集青铜器上一类被称为“巴蜀符号”的古代图语符号研究材料，然而其作为一种相对冷门的研究对象，很长时间都未得到博展单位重视。虽然很多器物携带此类刻画，但因为布展灯光或展示角度的局限，参观者很难观察、记录下这些不起眼的图符。那些精心设置的辅助设施，在超出策划者意图文本范围时出人意料地成了一种束缚——博展在不经意间被“拍扁”了。

三、“符号物”：展博传播的文本编码/解码

(一) 编码与解码引导：从“寻常物”到“符号物”

社会生活的秩序依靠一套稳定的符号规约系统，然而这种稳定性也会生成文化的惯性，最终一叶障目，遮蔽了其他意义的可能。博展的有趣之处在于它时常扮演一个“意义切换器”。它把展品从原初语境中抽离出来，通过阻滞文化惯习对物的交往和感知惯性，将其从意义确定的媒介状态还原为意义待在的感知集合；再配合展陈中多元伴随文本的提示，赋予展品以不同于世俗认知的新意涵。

作为一种符号动物，人通过符号认识世界并与之进行互动。我们对“某物”的认识实际源自“对某些历史事件及其因果影响的了解”而非对对象物的摹状（克里普克，2005，p. 2），任何一件事物的名称背后，都包括一整套与用具打交道的惯习。正如海德格尔所说，我们是在对工具的使用而非对物的观望中揭示事物的存在。（陈嘉映，2014，p. 62）正如我们称为“书”的那个对象并不仅仅是那种纤维制品本身，这一符号所指称的更包括此类物被用作语义载体以供阅读的那种功能状态。“书”这一符号仅从其实实践中的整个指引网络截取了一个碎片，然而文化的惯性却在无形中将我们与对象物的交往方式转换成了一种牢固的语法关系。（胡翌霖，2019，p. 34）事实上，正如媒介考古学所反复强调的，处于传播活动中的事物，其功能与特性在不同语境下总是变动不居的。

人在对事物重复感受之后便通过认知来感受事物，对象被符号遮蔽。瓦莱里就认为：“大部分人更经常地通过智力而非眼睛去观察。面对缤纷的世界，他们了解的是概念……他们更多地通过词汇而非自己的视网膜去观察……令他们乐此不疲的是充斥着词语的概念。”（克里斯坦，2019，p. 3）我们从稳定的规约系统中收获高效的意义活动手段，但对世界的知觉也变得钝化而机械。“事物就在我们面前，我们知道这一点，但看不见它”，因此我们才需要艺术性或诗性的视角打破这种窠臼，让物的自我再现阻滞、延缓感知，打破我们对现实的日常感知方式造就的惯性，“使我们看见世界而不是麻木地认识它……取代那个我们从别人那里接过来的、习以为常的（同样是虚构的）现实”。什克洛夫斯基将艺术的这种效果称为“陌生化”（ostranenie）。（1994，pp. 4-23）

陌生化通过将事物提供为可观可见之物而不是可认可知之物“恢复对生活的体验”。从某种角度而言，这就是符号载体凸显、前置的物性彰显的过程。这也正是当下文化博物馆、民族博物馆所采用的方法。正如那句经典的广告所说：“世界缺少的不是美，而是发现美的眼睛。”日常生活中不起眼的、寻常的事物通过展示活动而作为解释对象被强调，通过策划者的题材化处理，对象物被纳入新的意义分解系统，最终携带上新的意涵而重新媒介化。例如广西民族博物馆便展出了许多当地人民仍在使用的器物，如毛南族的花竹帽、靖西壮族绣球、瑶族服饰等。日常实用的寻常物通过展示的强调，褪去了“寻常”这件的外衣，引导人们将注意力转向器物中平常不为人注意的艺术性、民族性，这些展品摇身一变成为地域文化和非物质文化遗产的表征载体。

（二）原物与还原物：意义的回退与再阐释

在博展中，展示行为本身构成了一种陌生化的手段。展示是所有意义活动中极其重要的一步。面对同一对象，依据不同的解释规则会得出不同的意义，因此任何一种具体解释总要依据一定的解读方式，这个依据就来自符号文本的展示活动——“此文本属于某种类型，就是因为它被展示为此类型”（赵毅衡，2015）。

展示效果的达成并非一蹴而就，实际是一个“展示+提示”的文本编织过程；或者说，上文所说“展示为某类型”，实际是“展示+为”的两步走。展示首先扮演一个引号的角色，将被展示之物框定起来，标出而成为自身的再现，这一动作扩大了其与一般认知间的距离，使意义活动向更多感知敞开；而后，系列的伴随文本将这一感知集合重新归入某种社会文化身份范畴，衍生出新的意义。这一过程可由关于“成都”的文字表述简单模拟：

“成都”读作 chéngdū。

“成都”共计 16 个笔画，是两个黑色楷体五号字。

“成都”最早出现在蒲江飞虎村船棺葬墓群出土的一支铜矛上的铭文中。

“成都”更粗的笔画使其在被印刷出来时具有了更粗糙的触感。

在这些例子中，对象片面化的诸种方式已经远远超过这一语词的感知范畴。在展示活动的提醒下，“意义的简写式”（赵毅衡，2015）被还原为一个向解释活动敞开的感知集合，载体从符号背后跃至前台。引号在此作为一个指示符，指向这一惯常被视为语词书写的对象本身。然而，引号仅能提醒注

意却并未构成一个完整的符号，尚需后续文本的配合我们才能知道如何选择、组织对象诸种观相以构成一个新符号。当“成都”整体落于语境中，新的意义最终落实。

迈克尔·弗雷德 (Michael Fried) (2013, pp. 155 - 178) 就指出，当物性的凸显破坏作品的表达框架，意义生成将被推向对象外部。当展品被还原为一个物品时，其原本的内容变得空洞无物，就需要诉诸外部元素的剧场化 (theatrical) ——观看者及其遭遇作品时的环境——来实现其意义体验。这种还原再连接的文本编织手段带来了现代博展的兴盛，它正是如此这般将驳杂的自然存在转变为近代科学的俘虏从而收获了现代社会的追捧。博展中的展示行为就如同上文的引号，将解释引向了解释的对象本身，再通过与周遭伴随文本——陈列说明、情景搭建、展品信息标识——的连接，赋予展品新的意涵。

不同于例子中的语词符号，博展展品的陌生化可以走得更远。语词本就为再现语义而生，因此文学的诗性一般不将词与意分离，“而是倍增了它的意义范畴”。展品中的事物却往往不为特定规约系统束缚，一般不被视作特定信息的载体，在陌生化的操作下可直抵无解释的物感层次，解释空间尤为广阔。通过将“已制成之物”转换成经观展者参与的“对事物制作的体验” (什克洛夫斯基, 1994, pp. 4 - 23)，日常之物也可被纳入展品的范畴。例如 2017 年英国策展人爱丽丝·斯内普 (Alice Snape) 在英国国家海事博物馆推出的“100 只手”项目 (100 Hands Project) 陈列了 100 只复制人手以展示当代文身文化。策展者认为，文身图画虽能以任何其他艺术作品的方式进行分析，如水彩、雕塑、油画等，然而它存在于人活生生、会呼吸的皮肤上，这意味一旦携文身者失去生命，它们也会随之消逝。手这种日常物在展览中被突出强调，在此，它不仅仅是一个器官、工具或图案的载体，更在观众的感受过程中具有了生命意味。

苏东海 (2005) 说，参观博物馆不仅要看外边看不到的东西，更要体验外边体验不到的情感。不妨对此引申：博展的“新”“奇”不仅仅在于对各式稀罕珍奇之物的搜罗，更为重要的是它提供新的视角，引导参观者以超越日常的目光重新发现这个世界。戏剧化的是，博展这种基于陌生化的表意技法在长久的积累下又逐渐成为一种被人们广泛接受的认知惯习。那些并非策划者设计的对象在意外进入博展的语境后，也常被观众按此路径自行展开解释。比如 2016 年的旧金山现代艺术博物馆就发生过这样一桩趣事：一名中学生随手取下自己的眼镜放在展厅地板上，立马吸引了众多观众驻足观看甚至

伏地拍照。很明显，被放置在展厅地板上的“眼镜”不再只是眼镜，观众依据它所处的展览环境为它赋予了新的意涵。

（三）博展文本结构：游戏式多层框架

虽然博展策划者可以通过上述还原与链接的方式为展陈之物赋予新的意涵，然而这些操作对于博展传播而言只能是对参观者解码的提示。博展传播的文本结构不像一般传播中“内容”的结构那样是一个信息的平面，而是呈现一种极为复杂的多层结构。

虽然同样属于展示性传播，博展的展开方式与戏剧、体育竞赛等稍有不同，其中最主要的差别在于参观者所处的位置。博展的参观者并非传统意义上的受众，他们处于叙述框架之内，无法像观看戏剧、球赛那样以一个“局外人”的身份观看到整个叙述文本的展开过程。虽然大部分的展示性传播都为观者的互动留有空间，然而其“传者规定性”同样明显：传播过程中的传、受两端身份相对清晰，观众面向内容的角度与距离也是预先设计好的。博展参观者却具有更高的自由度，叙述文本最终的落实更依赖参观者据位置移动的注意力的运动。杰伊·朗兹（Jay Rounds，2004）就发现，观众在展览中的移动轨迹总是由兴趣驱动，很难预测。参观者步入展厅，如同手持一支手电筒在布满壁画的漆黑山洞中行走，壁画内容并不等于参观者看到的内容，光圈照亮的范围和移动的轨迹才最终划分出展开在他面前的文本。从这个角度而言论，博展的文本展开方式并非传统策展者所期望的授受式的，而更像是一场游戏。

宗争（2016）认为游戏叙述的主要特征就是具有一种双重互动结构。简单而言，游戏拥有双重编码、接收者并创造了双重文本，而它们的互动关系构成了游戏型叙述的活力。首先，第一重文本是由设计者编写的“游戏内文本”，这一文本由游戏参与者来解读，它构成了游戏规则；游戏文本则由参与者完成，参与者通过阅读游戏内文本获得游戏参与资格，再由其行为和选择展开游戏，构成游戏文本。

对应到博展中，一般意义上说的博展设计，所设计的只是“游戏内文本”。策展者所精心设计的文本，即展品被预期投入的系列伴随文本，为展陈奠定了情感和意图的基调，提供指示以引导参观者的体验动线，成为观展者对博展内容基本理解的最重要参照。但是这些都不具强制性，这层文本只是构成了参与者解读的一种参考框架和规则边框。

在博展中，观众、环境与对象一同构成了意义生成的现场，然而这个环

境却并不一定等同策展者所规划的那个多元伴随文本集合；情景最终隶属于观看者——“那是他的情境”（弗雷德，2013，pp. 155 - 178），它来自观众的解释一端而非被给予。如果将博展的参观过程视为一次演示叙述，那么其叙述层级可以被观众搭建得极其复杂。

在现代博展中，步入展馆往往就意味着叙述的开始。博展的空间构成了叙述的第一层框架。空间设计首先体现为一种氛围的营造，它并不诉诸语言符号，却能为参观者的沉浸体验导入最基本的、总体的释义方向。例如南京大屠杀博物馆的设计，新老两个展馆整体营造出了战争、杀戮、和平三种氛围，从悲戚、凝重到紧张不安，最后由暗转明表达出对和平的向往。

其次，空间设计可以直接引导参观者以一定的顺序进行参观从而获得符合设计者意图的体验。比利时“在弗兰德斯战场博物馆”（In Flanders Fields Museum）就为每位参观者发放一根数字手环并为参观者分配一个战争参与者角色，参观者从四条参观动线中选择一条，手环将记录其参观经过，最后生成一份参观者所扮演角色在经历此战争时所可能经历的事的文本。设计这样个人化的体验，正是期望每个参观者能切身体验到这场战争的残酷。

在整体空间规划框架下，每一个展出物又都可能成为一个故事、一种独特情感流露的载体，每一个展台和每一个橱窗又均可能被视为一个框架而构成次一级叙述。最后，落实到一个个具体的展示对象，每一物都包纳了其自身所有的历史痕迹和可无限阐释的细节。例如新会陈皮博物馆就别出新意地将陈皮的气味加入展览设计，通过多种感官渠道让参观者体验到陈皮文化。

所有这些内容，每一部分都可以构成一个较为独立的叙述文本进行分析。它们之间相互嵌套，以一种极其复杂的互文关系交织在一起：对物的观看不得不受到空间设计、场馆氛围营造等元素的影响，所有这些文本最终汇成一个完整的“大”表意文本。人力几不可能将如此之多层级、多内容的叙述梳理成一个固定形式。动线的指引并不能完全决定参观者的行动轨迹，而观众对每一展品的感受方式（以阅读的方式接受策展者的意图意义、以艺术的方式感受展品、以私人视角解读……）、驻足时间和注意力动向都不可能是一致的。假如我们以“视点人物写作手法”（Point of View, POV）的方式将每个参观者的所见记录为一部纪录片，相信每个人的影片都将是独一无二的。

博展天然地为参观者留有多样体验的空间，正是基于此种特性，当下博物馆研究者也愈发重视对观众体验的保留。英国学者大卫·马斯特斯（David Masters，2017）就指出，博展中往往“少即是多”：“没必要阐释每一件展品或者一个地方，单纯的陈列展品或将观众引入一个特殊的空间就能使他们产

生巨大反应，并体会到不同意义。最好的阐释支持着真实性和个人的相遇，而不是将阐释作为一切。”

结语 作为博展的生活与更完整的传播学

博展传播的特殊是相对于信息传递式的传播活动而言，实际上，这种传播活动无论从人类历史还是今日生活实践来看都不罕见。媒介环境学派的先驱们在 20 世纪 60 年代就已经阐明：“只有等到电报问世以后，信息才从石头和莎草纸之类的实物中分离出来”，实物运输与信息的传递都同样具有交流（communication）的效力，“每一种形式的传输都不只是简单的搬运，而且涉及发讯者、收讯者和讯息的变换和转换”。（麦克卢汉，2011，p. 111）我们的生活是立体的，三维世界中并不存在绝对二维的内容或符号。人的传播除了是对特定内容的传递，更是与符号载体物的交流过程。生活中的大量传播活动，如礼貌行为、身体动作、纪念物、仪式等，其内容并不偏向某种特定的信息或符号：往往并不消除任何不确定性也不涉及熵的增减。它们不为传播的过程论所解释，但是在我们生活中它们的重要性和普遍程度都是毋庸置疑的。

博物馆学的捷克布尔诺学派在对博物馆的研究中提出了“博物馆化”（muzealizace）、“博物馆物”（muséalité）这一组概念来论述博物馆的文化逻辑。其中，“博物馆化”用以指“事与物（真实物）被从其脉络分离以作为其所构成的现实的代表性资料加以研究”；一个不再被使用或交易而是用来传递有关现实的真实证明的物，以及博物馆化的物，则被称为“博物馆物”；而用以指一定时空背景下主观价值判断的标准，被称为“博物馆性”。（德瓦雷，2010，pp. 36 - 38）虽然博物馆学界批判“博物馆化”活动切断了展品与其原有语境的关联而造成“冷冻效果”（意义的僵化），但若将“博物馆化”视作一种特殊的符号化活动，将“博物馆物”视为携带特定符号的符号物，我们会发现，博物馆的一系列活动在根本上与人的符号活动是一致的。我们都需要通过一定的意义选择，使自然物转变为符号物而携带上意义，以此为人所认识。博物馆学国际专业委员会（ICOFOM）出版的《博物馆学关键概念》就认为，“博物馆性”就是“人类与其现实的特殊关系”（德瓦雷，2010，p. 42）。

可以说，与博展最相近的传播活动正是生活本身。自古以来，我们与这个世界就是如此交往着：直接框定一部分现实以示强调，通过人与对象的直

□ 符号与传媒 (26)

接交往产生意义。媒介技术的大爆发干扰了我们对传播的认识。正如卡西尔所指出的,文化主导的符号形式总体呈现为一个符号透明性逐渐降低、规约性逐渐增强的过程。在大众传播技术的形塑下,我们习以为常地以理解书面文字、电视、电影的方式,即一种唯信息论的视角——信息独立于载体而可以在不同载体间无损切换——去理解所有传播活动。从前自然地将“交通”与“交流”(communication)等同的观念被大众传播时代的“信息传递观”取代。对技术的沉迷使我们只看到信息,却忽略了与存身的物质世界最普遍也是最朴素的交往方式。就这个角度而言,博展活动像是人类意义活动的一个缩影。

当一种理论框架明显有违常识时,我们应当对其进行革新。基于通信工程模型的理论模型并不关注“通信的语意问题”(Shannon, 1948),对博展传播的讨论证明,对意义问题的讨论有助于我们探查传播活动的质性维度;一门更为全面、真实的传播学理应对人文性有所观照。

引用文献:

- David Masters (2017). 意义建构:博物馆最佳传播实践的探索(许捷,译). 东南文化, 4, 109 - 114.
- 陈光中(编)(1995). 中华法学大辞典·诉讼法学卷. 北京:中国检察出版社.
- 陈嘉映(2014). 海德格尔哲学概论. 北京:商务印书馆.
- 杜歆雨, 杨智茹, 魏峻(2022). 定义博物馆:关于国际博协博物馆定义提案的若干探讨. 文博学刊, 3, 54 - 61.
- 费斯克, 约翰(2008). 传播研究导论:过程与符号(许静,译). 北京:北京大学出版社.
- 弗雷德, 迈克尔(2013). 艺术与物性:论文与评论集(张晓剑, 沈语冰,译). 南京:江苏美术出版社.
- 海因, H. S. (2019). 转型期博物馆的哲学观察(曹岳森,译). 南京:译林出版社.
- 胡易容(2017). 论象征:理据性与任意性在传播中的复合——从一篇学术论文的术语辨析说起. 新闻与传播研究, 4, 14 - 24 + 126.
- 胡翌霖(2019). 媒介史强纲领:媒介环境学的哲学解读. 北京:商务印书馆.
- 霍克斯, 特伦斯(1987). 结构主义和符号学(瞿铁鹏,译). 上海:上海译文出版社.
- 吉诺韦斯, 安德烈(编)(2014). 博物馆起源:早期博物馆史和博物馆理念读本(路旦俊,译). 南京:译林出版社.
- 伽达默尔, H. (2007). 诠释学:真理与方法(洪汉鼎,译). 北京:商务印书馆.
- 康恩, 史蒂芬(2013). 博物馆是否还需要实物?(傅翼,译). 中国博物馆, 2, 2 - 22.
- 克里普克, 索尔(2005). 命名与必然性(梅文,译). 上海:上海译文出版社.
- 克里斯坦, 安娜-玛丽(2019). 文字的历史:从表意文字到多媒体(王东亮, 龚兆华,

- 译). 北京: 商务印书馆.
- 朗格, 苏珊 (1983). 艺术问题 (滕守尧, 译). 北京: 中国社会科学出版社.
- 利亚, 马歇尔 (2014). 博物馆的职能. 载于休·吉诺韦斯, 玛丽·安妮·安德烈 (主编), 博物馆起源: 早期博物馆史和博物馆理念读本. 南京: 译林出版社.
- 陆建松 (2014). 博物馆展示需要更新和突破的几个理念. 东南文化, 3, 98 - 101.
- 陆正兰, 赵毅衡 (2009). 艺术不是什么: 从符号学定义艺术. 艺术百家, 6, 97 - 104.
- 麦克卢汉, 马歇尔 (2011). 理解媒介: 论人的延伸 (何道宽, 译). 南京: 译林出版社.
- 孟华 (2008). 符号学的三重证据法及其在证据法学中的应用. 证据科学, 1, 16 - 26.
- 孟华 (2011). 真实关联度、证据间性与意指定律——谈证据符号学的三个基本概念. 证据科学, 1, 92 - 99.
- 裴苍龄 (2016). 再论物证. 环球法律评论, 1, 65 - 76.
- 皮尔斯, C. S. (2014). 皮尔斯: 论符号 (赵星植, 译). 成都: 四川大学出版社.
- 钱益汇 (编) (2021). 中国博物馆发展报告 (2019—2020). 北京: 社会科学文献出版社.
- 申小龙 (2019). 中文的中文性研究. 上海: 复旦大学出版社.
- 什克洛夫斯基, 维 (1994). 散文理论. 南昌: 百花洲文艺出版社.
- 苏东海 (1988). 博物馆演变史纲. 中国博物馆, 1, 10 - 23 + 96.
- 苏东海 (2005). 博物馆物论. 中国博物馆, 1, 3 - 11.
- 汪彬 (2021). 国际博协博物馆定义的历时性与其时性分析. 中国博物馆, 3, 117 - 125.
- 王国维 (2010). 古史新证. 长沙: 湖南大学出版社.
- 吴兴明 (2014). 论前卫艺术的哲学感——以“物”为核心. 文艺研究, 1, 10 - 24.
- 徐保军 (2011). 林奈的博物学: “第二亚当”建构自然世界新秩序. 广西民族大学学报 (哲学社会科学版), 6, 25 - 31.
- 徐坚 (2019). 博物馆还需要“物”吗. 光明日报, 9月10日, 02版.
- 严建强 (2017). 在博物馆里学习: 博物馆观众认知特征及传播策略初探. 东南文化, 04, 93 - 101 + 127 - 128.
- 叶舒宪 (2020). 物证优先: 四重证据法与“玉成中国三部曲”. 国际比较文学, 3, 415 - 437.
- 赵毅衡 (2015). 展示: 意义的文化范畴. 四川戏剧, 4, 10 - 14.
- 赵毅衡 (2016). 符号学: 原理与推演. 南京: 南京大学出版社.
- 赵毅衡 (2019). 论艺术的“自身再现”. 文艺争鸣, 9, 77 - 85.
- 周婧景 (2021). 博物馆以“物”为载体的信息传播: 局限、困境与对策. 东南文化, 2, 136 - 145.
- 宗争 (2016). 游戏叙述原理研究——以体育竞赛与电子游戏的叙述形态为例. 四川大学学报 (哲学社会科学版), 1, 105 - 111.
- 德瓦雷, 梅黑斯 (编) (2010). 博物馆学关键概念 (张婉真, 译). Paris: Armand Colin.

□ 符号与传媒 (26)

Rounds, J. (2004). Strategies for the Curiosity—Driven Museum Visitor. *Curator: The Museum Journal*, 47, 389 – 412.

Shannon, C. E. (1948). A Mathematical Theory of Communication. *Bell Systems Technical Journal*, 27, 4, 623 – 656.

作者简介:

杨登翔, 博士研究生, 四川大学符号学 - 传媒学研究所成员, 主要研究领域为传媒符号理论、巴蜀文化。

Author:

Yang Dengxiang, member of ISMS research team. His research interests include theory of media and signs and Ba-shu culture.

Email: yangdx.1994@qq.com