

感觉质与呈符化：当今符号美学的 “新感性”趋势

赵毅衡

摘要：本文讨论的是感觉质、呈符与艺术产业的符号美学之间的关系，尤其是与艺术符号学的关系，以及与当今艺术产业的关系。从符号美学审视，可以发现当代艺术与艺术学的总趋势是越来越重视感性，而感性的基础是皮尔斯首先阐述的“感觉质”，而感觉质尚非符号。一旦它开始携带意义，就成为能影响解释的最基本符号“呈符”。围绕这两个关键概念，皮尔斯提出了符号文本的十分类，即符号文本从简单到复杂的十个阶段。艺术符号文本往往停留在呈符的阶段，“呈符化”是当代艺术中明显可见的趋势。符号美学称这个现象为“新感性”。这不是艺术的退步，而是当代艺术，尤其是产业艺术彰显人的创造精神的倾向。

关键词：十进阶，感觉质，呈符化，符号美学

Qualia and Rhematization: “The New Sensuousness” in Today’s Semiotic Aesthetics

Zhao Yiheng

Abstract: From the perspective of semiotic aesthetics, it is obvious that the general trend of art and art theories inclines to a new sensuality, of which the starting point is qualia which C. S. Peirce first expounded as non-signs. Once they carry meaning, they become rhemes that affect the interpretant, thus becoming rhemes. Therefore, he raises the idea of Ten Principal Classes of signs, which is actually the ten stages of

semiotic texts from simple to complicatedness. Yet artistic texts tend to stay on the stage of rhemes. Thus, rhematization has been the salient feature of art today. The trend is often called “new sensuousness”. It is by no means a regression but highlighting of the creative spirit in art also artistic industry.

Keywords: Ten Stages of Progress, Qualia, Rhematization, Semiotic Aesthetics

DOI: 10.13760/b.cnki.sam.202301002

一、感觉质

艺术作为符号文本，其基本的意义方式是感性。艺术与感性二者并非只是理论上遥相呼应，而是关系紧密，层层嵌合。本文关于艺术与艺术产业种种问题，说明当代艺术对符号美学提出的根本问题，多少都落实到艺术的感性基础。而且，当今艺术产业的实践正在向感性偏转。本文将从感性究竟是什么这个根本问题谈起，最后讨论理论界对感性化的反应，以及符号美学对此倾向的理解判断。

18世纪鲍姆加登创造出学科名称 Aesthetics (Hoad, 1986, p. 7)。这个学科名相当含混，兼指了三层意义：对感性的研究、对美的研究、对艺术的研究三位一体。“不仅是自然界和艺术界中的美的对象，而是在更普遍的意义上，研究一种特殊的感知能力。”(泽尔, 2016, p. 9) 鲍姆加登把这种感知能力解释为“感觉认知”(cognitio sensitiva)。

由于美或艺术的研究都遇到一些困难，近年有很多学者试图把 Aesthetics 回归到“感性学”以求突破。(赵奎英, 2018) 感性显然不是美或艺术的排他性成分，也就是说，艺术肯定以感性为基础，感性却远远不是艺术才有，下文将详细解说：感性是人的意义方式的出发点，也是人理解世界的最根本环节。感性是个认识论问题，远远不只是美学问题。

美学-艺术学的基础是感性，是人的感觉。那么，感觉是如何出现的呢？回答简单：是我们的五官感知所得。但是细问下去，就会出现非常难解的问题：感觉究竟是客观世界的品质，还是主观的？如果是我的感觉，我如何知道大家都有此感觉？

看来这是个心理学问题，甚至是脑科学问题；感觉来自事物的物理属性，所以也是个物理学问题。人们至今不甚了解穿过解神经元的脑电波如何造成某种感觉刺激，我们只知道感觉是人存在于世界的第一个基本条件。哲学上

越是简单的问题越是复杂，虽然从18世纪起许多哲学家倾力于此，20世纪更是出现“心灵哲学”（Philosophy of Mind）的高潮，但这里避开过于复杂的讨论，只是为本文讨论艺术产业的各种问题做一个符号美学结论。

《庄子·应帝王》中有中国先民神话中最不可解的一段：

南海之帝为倏，北海之帝为忽，中央之帝为混沌。倏与忽时相与遇于混沌之地，混沌待之甚善。倏与忽谋报混沌之德，曰：“人皆有七窍，以视听食息，此独无有，尝试凿之。”日凿一窍，七日而混沌死。

此神话究竟有何深意？为何靠两位时间之神“倏”与“忽”来给“中央之帝”开窍，又为何开窍以后即死亡？本文希望在结束时给一个或许可能的回答。

五官七窍是感觉之窗，一旦开启，就与世界有所交接。现代哲学一般称此种交接的东西为“感觉质”（qualia，单数 quale）。此词的来源看来是19世纪英译者翻译希腊哲学典籍时创用的词，可能来自中世纪拉丁词 Qualis（意为 of what kind）。此术语有各种译法，如“感受性质”（高新民，1999），“感受质”“感质”（陈炼，2008），前二者强调“感受”，可能越出了此概念的“非意义性”。符号学学者薛晨（2022）的论述已经详为介绍，本文“感觉质”一词借用她的译法。

感觉质就是“知觉的直接性”（sensuous immediacy），认知以感觉质为起点，有了它，世界才在我们心中获得一个形体。有了广义的“感觉质”（例如疼痛等感觉）我们才给予自己一个身体。这个身体把自己置于对世界的感觉范围之中心，符号意义哲学上称其作“周围世界”（Umwelt），世界与意识形成一个共存关系。混沌不分的“原人”消失了，从此我们成为世间万事的承受者。空间与时间穿透我们的存在，一切意义（关于幸福与苦恼、恐怖与灾难）由此而生。

20世纪兴起的“心灵哲学”对感觉质如何构成“人的世界”提出各种论辩：关于色盲者的世界是否与“正常人”的世界一致，关于靠超声波回声“感受”的蝙蝠的世界与我们有无本质差异，关于对无心灵的“僵尸”（Zombie）感觉质是否合用。如此之类的“思想实验”，让我们质疑：世界在多大程度上是由感觉质组成的？

这里并不专门讨论感觉质，而是讨论它们与符号的关系。感觉质是意义活动的起端，因此也是符号的起端。艺术既然是符号活动，尤其讲究这个开始，因为它以感觉质为其基础性的存在。那么感觉质有什么品格呢？首先，

□ 符号与传媒 (26)

感觉质并不见得人类才有，人类也不见得共享感觉质。心灵哲学的奠基者查默斯 (David J. Chalmers) 在名著《有意识的心灵》 (*The Conscious Mind*, 1996) 中把感觉质分成两种：可以用物理学原因来解释的感觉质是“简单问题”；无法用物理品质差异来解释的感觉质是“困难问题”，困难问题只能在心灵的结构里找答案。查默斯此书有一章题目非常有趣——《缺席的感觉质、褪色的感觉质、跳舞的感觉质》，他的意思是感觉质是主客观二元的：有痛感，不一定真有痛因；有快乐，可能完全不知其源。

感觉质并不是现象，而是与具体现象分离而单独考虑的品质。丹尼特 (Daniel Dennett, 1990, p. 23) 提出感觉质的根本品格，如“私密性” (private)、“直接认识性” (immediately comprehensible)、内在性 (intrinsic)，以及最重要的“不可言喻性” (ineffable)。这最后一点是说：感觉质无法用其他再现符号 (语言、数字、表情等) 等表述，因为它尚没有意义。例如“红色”“湿润”感觉质，并不是“一朵花”，“花”是我们头脑里对一些感觉质的综合。因此感觉质是感知，但尚非一个“携带意义”的感知，因此也就不是符号。

符号美学必须从感觉质出发的另一个重要原因是，符号学的奠基者之一皮尔斯是哲学史上第一个仔细讨论感觉质的学者。通过他的论述，我们才发现这种世界与心灵共同起作用才会出现的感官内容，是如何组合成艺术再现的形式的。符号美学的感性基础问题，是查默斯 (2013, p. 3) 说的“困难问题”，因为艺术的本质是感性：符号美学最终要回答的终极难题是“艺术的意识经验如何对人的身体起作用？”

皮尔斯在 1866 年 (他才二十多岁时) 就开始讨论感觉质问题，他认为：“每一种感觉 (sensation) 的组合都有一个独特的感觉质……每一天和每一周都有一个独特的感觉质——我的整个个人意识有一个独特的感觉质。” (CP 6. 223) 皮尔斯的理解是基于他的“符号现象学”。他认为感觉质是个人的。他说：“我们对于紫色有种特别的感受质，但它却是红色与蓝色的混合物。我们对每种感官的组合都有特殊的感受质，而它实际上是综合的。” (CP 6. 223) 因此，皮尔斯认为感觉质是现象性的，是经验呈现出来的样子，不是客观的、物理的。(Keely, 2009, pp. 71 - 89)

皮尔斯对感觉质研究的贡献，最重要的是把它视为经验 (体验) 的最基本组成，是“第一性的事实” (Facts of Firstness)。皮尔斯现象学中所谓“第一性”，即“质性、可能性、调子” (quality, possibility, tone)。它是真实的，但并不再现真相，而是未加工的体验，“就像婴儿的感觉” (Harkness,

2022)。符号学家李斯卡（2014，p. 185）提出，皮尔斯认为对感觉质的讨论是“现象学的一部分”，因为“现象学是比符号学更为基础的形式科学”。这样就摆脱了感觉质的客观物理原因的难题，皮尔斯的密友、哲学家詹姆斯甚至认为肝痛之类的个人感觉，也是感觉质。（刘玲，2010）

皮尔斯更重要的贡献在于分析了感觉质如何变成符号，又如何推动符号复杂化。他明确指出：“感觉质是符号性最少的那种符号效果。因为它们是我们遇到体验时，自反地感受到的‘未媒介化’的感觉。”（Harkness, 2022）感觉质是尚未由符号载体“媒介化”的品质，因此不是符号，因为符号必须以一个“再现体”（representamen）也就是索绪尔所说的“能指”（le signifiant）作为出发点。

二、呈符（Rheme）

纯粹的感觉质不可言说，因此尚未携带可以解释的意义，感觉质尚在符号的门槛上。一旦它携带了某些意义，它就符合了符号的最基础定义“被认为携带意义的感知”，就成了一个符号，这就是皮尔斯所说的“呈符”（rheme）。^①皮尔斯解释说：“呈符是这样一种符号，对于其解释项来说，就是有关质的可能性（qualitative possibility）的那种符号；也即，它被理解为它可以再现某某类型的可能对象（possible object）。任何呈符符号可能都会提供一些信息，却不被解释为它可以如此。”（CP 2. 250）一个符号本应有再现体-对象-解释项三联，皮尔斯认为符号与解释项的关联方式有三种等级，即“呈符”、“申符”（dicent）、“论符”（argument），申符是有一个明确的再现对象的符号，“只是没有提出如此这般的理由”（CP 2. 310）；而“论符”说出了应当如此这般解释它的理由，即用某种方式“自证其意义合理”（CP 2. 252）。它们的意义解释比呈符复杂得多。

皮尔斯对此种三分式的解释，意思不难懂：“呈符”是只在感觉质基础上有起码意义可能性的符号。它的感知是第一性的，意义未充分明晰，因此它不明确指向对象，只提供某种“解释可能”。“申符”与“论符”开始走出意义的可能性，走向貌似的确定性。这三者携带意义的方式，可简单理解为“表现”“描写”“论说”。这个符号复杂化的过程，必须与符号本身再现

^① Rheme 这个词源自希腊语“词”（rema），在语言学中指与“主题语”（theme）相对的“谓述语”，与符号学中的用法不同。皮尔斯本人的笔记中，有时候称后者为“rhema”。

□ 符号与传媒 (26)

方式的分类、符号与对象关系的分类结合起来，才说得清楚。

当代艺术符号的一个重要特征就是在这种感性的“可能”表意上盘旋，往往“不指涉任何事物，也不为任何事物做承托”，“应当理解为仅仅用自身的品格再现对象”。(CP 2. 356 - 357) 也就是多少跳越所指对象后，对象意义模糊，而解释项丰富。此时的艺术文本看起来“未完成”，因为再现对象不清楚，其再现的往往是文本自身形态。这种情况又称“呈符化”(rhematization)。

当然，一个艺术文本的表意完全可以是“申符式”的，例如描写一个场景，抒发一段感情；也可以是“论符式”的，例如强调一种意志，加强一种看法，说出某种道理。但其基础(形态呈现)依然是呈符，而且当代艺术越来越向“呈符”偏移。例如杜尚的小便池，它没有符号对象，也没有艺术性的自辩(只有标题《泉》与假签字可算超出“呈符”的伪性艺术品副文本)，而是让“呈符性”成为其主导意义方式，它的对象就是自身，因为它无法指向别的对象，例如杜尚的小便池绝不能以“撒尿的地方”作为符号指称对象。(赵毅衡，2015)

艺术产业的自由度来自一个道理：形式本身可以构成意义。人类获得意义的初始过程就是“形式直观”(formal intuition)，它是意识与世界关联的第一步：寻求意义。这是意识存在于世之本质特征，皮尔斯(2014, p. 15)称之为心灵与真知“天生的亲近”。也就是说，意识等于追求意义的意向性。人生存于一个由意义构成的世界之中，只要意识尚在，就不可能停止这种意义追寻。意识定义上就是“关于某物的意识”(倪梁康，2007, p. 251)，追寻意义的活动本身，就是意识存在的方式。

《孟子·告子上》：“心之官则思，思则得之，不思则不得也。此天之所与我者。”(焦循，1987, p. 796) 孟子这段话意思清楚：感觉并不是意义的首要条件，意识(“心”)的意向性功能(“思”)才是，意识存在的理由就是“思”，也就是提供获义意向性。“思则得之”的是意义，对象是“思”的产物，而意识对意义的这种追求，是“天所与我”的直观本能，无须证明。但是持续对意义的追求，由此得到的意义文本难以融贯。皮尔斯(2014, p. 39)指出：认识要累积成经验，才有可能“把自己与其他符号相连接，竭尽所能，使解释项能够接近真相”。意义活动不会停留在初始阶段，意义的积累叠加和深化理解可以构成复杂的意义文本，认识理解必然需要让符号意义活动复杂化，但任何理解，第一步依然需要形式直观，即呈符来启动。

符号社会学家查姆利 (Lily Hope Chumley, 2013) 把人类社会的评价标准分成两个基本类, 一是“数量化”(quantifying), 二是“呈符化”(rhematizing)。她举的例子很容易理解: 招律师, 往往用数量化; 招门卫, 往往用呈符化。前者多看学历等比较复杂的意义, 后者多凭直观印象。同样, 看技术产品多用前者(依数据说话), 看艺术品多用后者(凭感觉说话)。巴尔特(Roland Barthes)在1972年著文, 认为对艺术(尤其是音乐)的正确阅读态度是一种“不得而知论”(Je ne sais quoi-ism), 因为“嗓音所开启的意指活动, 恰恰只能借助于音乐与其他东西即语言(而绝不是信息)的摩擦本身来得到更好的确定”(Barthes, 1977)。朱光潜(1980, p. 285)也认为, “虽然艺术创作中有理性思考, 文艺是一种‘象教’, 它诉诸人类最基本、最原始而也最普遍的感官机能, 所以它的力量与影响永远比哲学科学的较深厚广大”。

不过, 把符号意义的解释如此分类, 过于粗疏。皮尔斯认为, 所有表达意义的符号, 从最简单的呈符出发, 可以分成十类。

三、皮尔斯的十分类, 艺术的十进阶

比起皮尔斯提出的其他符号学原理, 他的十分类(Ten Principal Classes), 讨论者一直不多。此分类明显是按符号的解释项-对象-再现体三关系排列组合的。按皮尔斯的看法, 一个符号与对象的关系, 可以有像似(icon)、指示(index)、规约(convention)三类, 而其再现体, 则分为调子(tone)、单符(sinsign或token)、型符(legisign或type)三类。^①按说合起来本应有27类组合方式, 但是十类组合有可能, 此外组合式不可能, 例如一个呈符不可能是规约符或型符, 因为呈符基于感性。

皮尔斯也知道十分类让很多符号学家感到迷惑, 他自己举的例子(见下表)品类不单一, 有语言学与逻辑学例子, 让人无从在同一体裁的符号中做出对比。“许多学者对上述这种最终类型学感到迷惑, 并且觉得反常, 因为这种分类实在是太粗糙了……考虑了许多形式之外的因素。”(李斯卡, 2014, p. 209)而本文认为皮尔斯提出的不仅是符号分类, 而且是符号解释复杂化的“十进阶”, 为了说明这是符号的复杂性递增。

为了证明此“十进阶”的普遍适用性, 本文以公认的四种最重要艺术体

^① 请参看《皮尔斯论符号》(赵星植, 编译)第二章第二节“符号类型学”。

□ 符号与传媒 (26)

裁(美术、音乐、舞蹈、诗)为例。事实上任何文化范畴、符号活动、艺术产业(例如雕塑、建筑、论文、演讲、商品、生产、恋爱、仇恨等)都是可以分为十阶的,不一定每一阶都十分贴切,但是发展的趋势很明显。何一杰(2020)曾用此十分类讨论符号文本的“信噪比”(information-noise ratio),发现噪音逐类递减,这就已经把十分类变成了发展过程。哈佛大学符号人类学教授哈克尼斯(Nicholas Harkness)(2022)著文详细讨论十分类在社会人类学中的应用,画出了十分类线上发展的图表。他把十分类作为人类学符号资料,视为沿着从单纯感觉到复合理性、从简单到复杂向上展开的十分阶,可惜的是,至今笔者尚未看到他用足够例子说明之。

鉴于至今学界没有人(哪怕皮尔斯本人)拿出详细的例子说明十分类的递进过程,下表列举四种最常见的艺术体裁(美术、音乐、舞蹈、诗歌),用其符号文本构造为例,便于对比。我们的文化中每一种艺术产品类型,都会有如此形态的“进阶”,当然这只是说明一个趋势,具体分析不一定经过如此严格的分类。

表1 皮尔斯符号文本十分类及举例

十类组合: 解释项-对象-再现项	皮尔斯 举例	美术	音乐	舞蹈	诗歌
呈符-像似符-质符	红色	一团色彩	一拨弦	身体一动	一个字素(音素或写素)
呈符-像似符-单符	图表的一元素	一抹笔触	一个有音差的音组	一个身姿	一个独立的词
呈符-指示符-单符	自发的一声叫喊	一笔显示笔锋	一个连音	一个单独的步子	一个有节律的词
申符-指示符-单符	风向标	有浓淡对比的色彩	一个起伏的乐音组	连续的姿势	一个有节律的词组
呈符-像似符-型符	脱离内容的图表	一组块面	一个乐句	一个舞步	一个意义连缀
呈符-指示符-型符	指示代词	组成轮廓透视的块面	一个音段	一组连续的舞步	一行诗
申符-指示符-型符	交通灯、指令	一个对象的图像	一段表现的旋律	一段有表现力的舞	一段有内容的诗
呈符-规约符-型符	普通名词	一幅有对象的画	一段描述的音乐	一段模仿动物的舞	一段描述场景的诗

续表1

十类组合： 解释项 - 对象 - 再现项	皮尔斯 举例	美术	音乐	舞蹈	诗歌
申符 - 规约符 - 型符	命题	一幅描绘场面的画	一段有结构的音乐	一段有主题的舞蹈	一首主题完整的诗
论符 - 规约符 - 型符	三段论推理	一幅有主题的画	一首结构完整的音乐	一出情节完整的舞剧	表述一个思想的诗

此表格或许令人眼花缭乱，实际上最好的办法是纵向每列（每种体裁）分别细读，证明十进阶不虚。但本结论只能对十行分别讲解，目的是说清符号从简单发展到复杂的十阶。皮尔斯本人也对每行分别解释过，只是他的解释主要是符号学概念的分辨，对非符号学专业的读者未必有益。皮尔斯自己明白，组合不必说得那么复杂。他在晚年（1904）提出：每一步有个名称可以简化。^①但是简化后可能更加对比不清，因此本文还是按行说明一下。

第一阶：

呈符 - 像似符 - 质符	红色	一团色彩	一拨弦	身体一动	一个字素（音素或写素）
---------------	----	------	-----	------	-------------

此时符号本身只是一感觉质（quale），本身“无法言说”，因为它刚开始有点意义。它只停留于感觉，是噪音，或“杂色”，或“无意的动作”，或一个音素（phoneme，一个元音或辅音），或写素（grapheme，字素）。皮尔斯为此给的例子是“红色”，除了基色，似乎无再现品质可言。但是，解释者已经认为它们可能携带某种意义，它翻过了门槛，开始获得“符号性”（semiosis）。它是脱离纯感觉的第一步，它不再是感觉质的纯然“不可言说”，似乎开始携带意义。

第二阶：

呈符 - 像似符 - 单符	图表的一元素	一抹笔触	一个有音差的音组	一个身姿	一个独立的词
---------------	--------	------	----------	------	--------

^① 皮尔斯（CP 8. 341）提出十分类的另一种命名法：（1）质符；（2）像似单符；（3）像似型符；（4）“痕迹”（Vestiges），或呈符指示单符；（5）专有名词（Proper Names），或呈符指示型符；（6）呈符规约符；（7）申符单符（例如附带图例的肖像画）；（8）申符指示型符；（9）命题，或申符规约符；（10）论证。

□ 符号与传媒 (26)

这是关键的一步，它依然是“呈符”，因为尚没有独立的意义，但是已经肯定有意义，所以它不再是一团无形状可言的感觉，而是有了初步的符号形态。但是它的再现能力过于单薄，所以它是一个没有脱离感性的、没有明白意义的“单符”。此时符号性开始再现，也就是说得出一个意思来。皮尔斯的例子“图表的一元素”，例如一个箭头、一个柱状图形，这个例子有力说明：有了对象形体，但是意义不清。可以用里希特（Gerhard Richter）1974年作品《灰色》为例：全幅画纯然灰色。他认为灰色代表着“无陈述”，无联想，可见又不可见。

第三阶：

呈符 - 指示符 - 单符	自发的 一声叫喊	一笔显示 笔锋	一个连音	一个单独 的步子	一个有节律的词
---------------	-------------	------------	------	-------------	---------

第三阶的特征是它不再是某种“像似”，而是似乎指示了某个对象，虽然没有再现那类对象的特征。皮尔斯的例子是“自发的（spontaneous）一声叫喊”，叫喊明显是有意义的，或是惊喜，或是恐惧，但是单独发出时意义不清。正如说话时说出一个词，正好是仄仄平；一个单独的步子，或许只是偶尔的动作。这是无法说清意义的单符。可以举罗斯科（Mark Rothko）画作为例：橘黄色的平涂，中有一块略深，让人觉得有对象可能，但无法说出究竟是什么。

第四阶：

申符 - 指示符 - 单符	风向标	有浓淡对 比的色彩	一个起伏 的乐音组	连续 的姿势	一个有节律的词组
---------------	-----	--------------	--------------	-----------	----------

皮尔斯把这一类称为“申符”（dicent），也就是已经能描述出对象。他的例子“风向标”，很清楚地指明了某个意义（风向）。笔者个人认为第四阶应当依然是呈符（最好与下一阶换个位置）。色彩已经有浓淡，音句已经有起伏，姿势已经有连续。皮尔斯认为风向标虽然有意义，却依然是孤立的单符，缺乏其他要素参照，就只是一个方向，却难以指示某种具体意义。可以用罗斯科的其他画为例，已经浓淡有致，但究竟画的是什么依然无法说清。

第五阶：

呈符 - 像似符 - 型符	脱离内容 的图表	一组块面	一个乐句	一个舞步	一个意义连缀
---------------	-------------	------	------	------	--------

此种符号已经开始有可以解释的意义，但它依然是停留在感性的呈符，无法清晰再现。皮尔斯的例子有点奇怪：一张图表已经比较完整，但是无再现对象（因为图表必定要用文字、数字或字母说明）。可以看到文本的感性组合已经成形，有描述某些可能对象的潜力，只是看不出其感性层次后对象的实在性。可以举康定斯基（Wassily Kandinsky）的画为例：形状出现了，但是无法说是什么对象的形状。

第六阶：

呈符 - 指示符 - 型符	指示代词	组成轮廓透 视的块面	一个音段	一组连续 的舞步	一行诗
---------------	------	---------------	------	-------------	-----

这一阶符号的意义开始清楚，它虽然未能做到再现，但是已经有意指方向，尽管并不清晰。皮尔斯的例子是“指示代词”（demonstrative pronoun），也就是“我”“你”“彼”“此”之类的词。这种词究竟指什么对象要根据语境而定，所以这种符号没有明确的指称，依然是呈符。皮尔斯转向语言例子是个遗憾，因为不便于对照。但是我们看到它是唯一进入“第三性”（逻辑性）的呈符。在各种表意体裁中，都可以找到此类符号：已经可以表意，但是没有明确对象。可以举蒙德里安（Piet Mondrian）的画为例：形状明确，方向清楚，只是并不能指明究竟是什么。

第七阶：

申符 - 指示符 - 型符	交通灯、 指令	一个对象 的图像	一段表现 的旋律	一段有表 现力的舞	一段有内容的诗
---------------	------------	-------------	-------------	--------------	---------

第七阶符号表达了明确的意义，摆脱了纯感官再现。因为它是指示性的，所以皮尔斯认为交通灯是个好例子，交通灯的色块不再是感觉的直接呈现，而是借此发出某种强制性的指示。此种指示背后有理由（让车流畅通），但实际上无车流时交通灯依然会亮起，因为它并不感知交通情况。此类符号说出了某个对象，所以皮尔斯（CP 2. 309 - 310）认为它已经是一个“存在物的符号”，只是“并不提出该存在物是真是假的理由”。我们可以用波洛克（Jackson Pollock）的名画为例，我们看到的似乎是树林，黑色枝干、黄叶飘落，只是对象远远不够清楚，《秋的韵律》这个艺术品式的标题很干扰解释，就画幅而言，只看出一种肃杀的气氛。

第八阶：

呈符 - 规约符 - 型符	普通名词	一幅有对 象的画	一段描述 的音乐	一段模仿 动物的舞	一段描写场景的诗
---------------	------	-------------	-------------	--------------	----------

□ 符号与传媒 (26)

此时符号的意义复杂化，靠社会文化的约定俗成与再现对象和解释项联系。皮尔斯的例子是语言中的“普通名词”。但并非所有的符号都遵循如此规律，即其意义约定俗成，只能说各类艺术符号都在这个阶段清楚地描述了意义（对象、情感、气氛）。这种描写并不一定“忠实”，只要社群文化认同，例如中国画的山水“皴法”不一定需要地质学的对应。它是一种“型符”（type），是社会文化的规定。我们可以拿毕加索（Pablo Picasso）的《阿维农少女》为例，画上的女人能辨别，只是身体变形为块面，无法说出她们是什么人，在做什么。

第九阶：

申符 - 规约符 - 型符	命题	一幅描绘场面的画	一段有结构的音乐	一段有主题的舞蹈	一首主题完整的诗
---------------	----	----------	----------	----------	----------

一个符号要充分清楚地表意，就必须进展到这个地步。皮尔斯借用现代逻辑学的“词项”（term）、“命题”（proposition）和“推论”（argument）三进阶，认为这时已是“命题”，也就是一个谓述清楚的意义陈述。文本意义完整自证。皮尔斯的例子是逻辑的三段论，但是大前提的真伪无法保证，只是内部逻辑清晰。对于各类艺术来说，它们在此阶段构成充分支持解释项的再现。可以列宾（Ilya Efimovich Repin）的《伏尔加河上的纤夫》为例，这是一幅现实主义名作，将底层劳苦人民的痛苦描述得很清楚，但是船上究竟是农奴主，还是资本家及其商品，却不清晰，因此，此文本没有“自证”，没有说明苦难的原因。

第十阶：

论符 - 规约符 - 型符	三段论推理	一幅有主题的画	一首结构完整的音乐	一出情节完整的舞剧	表述一个思想的诗
---------------	-------	---------	-----------	-----------	----------

皮尔斯认为符号的最终目的是接近“真知”，只有当一个符号包含了逻辑过程，它才能证明自己是能传达“真实意义”的符号。当然这只是“自证”，是在大前提“真实”条件下演绎。艺术作品也可以借助某种社会承认的理由，自证意义之真善美。所谓“论符”就是能借此对解释项施加最大影响的符号。此时，符号文本的整体性就很重要，例如叙述作品“有头有尾，结局完美”。我们可以以大卫（Jacques Louis David）的著名现实主义大作《拿破仑加冕礼》为例。按欧洲的传统，皇帝必须由教皇加冕，此画却是拿破仑在教皇注视下拿起皇冠，给约瑟芬皇后加冕，画上的观者喜形于色：权

力的来源清楚地被画面“自证”。

显然这十类符号与携带意义能力的关系层层推进，完全是以符号逻辑为基本模式的，应用于各种文化体裁时，情况很不同。如果用逻辑真知为标杆，显然“呈符”表现意义能力不足，因为它未能脱离感性。对现代之前的艺术，此十进阶的后面三个阶段比较适用，因为主题思想的真善美品格是当时的艺术作品所必须追求的。现代艺术情况就不同了，卡西尔（1988，p. 165）很早就有个感觉：

在艺术中，抽象和概括这一过程被一种新的努力所遏止，从而停滞不前了。在这里，我们踏上了相反的道路。艺术不是一个将我们的感觉材料加以分类的过程。艺术沉湎于个别的直觉，远远不需要逐步上升到一般概念上去。

那样的话，艺术符号（或艺术文本的某些部分）就会停留在十进阶的中间，这就是艺术的“呈符化”问题。可以看到，本节举出的名画例子，十进阶的顺序正好与历史顺序倒了过来，进阶越低的（呈符性越强的），越为晚出。艺术的进展（艺术产业的进展亦如此）越是前现代，符号文本越是花功夫做论辩，对象越清晰，逻辑越明白。这就是现当代艺术的“呈符化”效应。但艺术过程是“正向进展”的，画家不是从第十阶倒退回去，而是从朝画布上涂第一笔色彩开始，从感觉质开始，进行到呈符的某个阶段，就停下了，见好就收。“没有一件艺术品是真正完成的，它们只是停在了好的位置而已。”（亨利，2020，p. 218）所以本文称之为“呈符中停”（rhetic pause）。

四、马克思的预见与“新感性”

近年许多学科（哲学、心灵哲学、符号学、现象学、人类学）都出现了讨论“感知”的潮流，主要是围绕“感觉质”这个概念。本文谈的是艺术与艺术产业，因此讨论更多的是呈符性，因为这是理解艺术的根本。现代以来（就美术史而言印象主义以来）艺术向呈符化靠拢，回向感性的趋势越来越明显。艺术产业的各种类型，尤其突出的是自包豪斯以来的设计，在三性合一的艺术部分，感性因素越来越多。终于，在这种趋势开始一百多年后，一些艺术理论家开始做理论上的总结，皮尔斯的术语“呈符化”比较生僻，大部分论者把这种倾向称为“新感性”。

从美术史上说，最早提出此说的是理论家桑塔格（Susan Sontag），她在

□ 符号与传媒 (26)

1965年发表文章《一种文化的新感受力》。(金影村, 2021)四年之后,即1969年,法兰克福学派的马尔库塞(Herbert Marcuse)出版了著作《论新感性》,明确地提出艺术的感性倾向:“对审美之维的基本经验,是感性的而不是概念的。审美直觉根本上说是直观的,而不是理念的。”(1989, p. 48)他认为“新感性”是一种崭新的美学:“人的诸种感官必须学会不要再以构成事物的那些秩序和法则为中介,去看待事物。必须打碎那种欲图左右我们感性的恶劣的机能主义。”(2001, p. 110)因此他强调,感性是对人性的解放力量。

近年马丁·泽尔(Martin Zeel)对“新感性”提出另一种理论申辩,他建议将美学的内核由传统美学所关注的“表象”转移到“显现”上来,因为感知的的时间性是关注的焦点。如果把艺术视为一种“显现”,其时间特征必然是当下性。只有当下能在感知中显现,其余的现象范畴,包括时间延续形成的空间,都是想象的构造。因此,美学对人类认识的贡献聚焦于当下。(泽尔, 2016, p. 1)这是从时间方面对感觉质的本质的看法。他的说法或许可以是对本文开头神秘的中国神话的一个解答:给“混沌”开窍的是时间之神“倏”与“忽”,即瞬间性。而一旦感觉质出现,混沌(作为一个实体)就会消失,符号意义世界诞生。

在21世纪,对“新感性”做出更激进评价的理论家,应当是朗西埃(Jacques Rancière)。朗西埃对资本主义社会不平等提出新的后现代解决方案,他称为“可感性的重新分配”(partage du sensible)。感性不再如现代时期那样与理性分离,它改造了主体所在的时空,将其转化为一个我们可以共享的世界。(Tanke, 2010)统治阶级为了维护对社会的控制,将感性进行了划分与区隔,某些社会阶级被排除在可感性的分配体系之外,因而变成了“非感者”,造成了感性的阶级不平等。朗西埃(Rancière, 2010, p. 142)提出“审美政治”体系,强调应当进行可感性的平等分配,以改造资本主义的不平等。

正如蒙特豪克斯(Pierre Guillet de Monthoux)对当今社会文化的精辟论述(2010, p. 30):

审美判断调动生命冲动进入积极状态,使人类作为观众而成为意见统一体。艺术作品的这种通过欣赏而统一观众的效果起了弥补公共领域的作用。……这也正是为什么私人的经验可提供一种具有公共现象的力量,为什么审美精神可以在诸如市场、社会或企业等多个公共领域形成自己的公众的奥秘所在。

艺术进入社会经济活动，并没有变成非艺术，而是在社会文化中扮演了更重要的角色，这就是所谓“私人的经验可提供一种具有公共现象的力量”。朗西埃说的似乎是艺术乌托邦，却回应了莫里斯以来一个半世纪的“艺术社会主义”理想。

这些理论家的各种看法，包括他们用“感性”改造社会的方案，似乎如此强调感性的重要性，有点天真。艺术，包括艺术产业，出现感性化倾向，能对社会产生改造性力量吗？从当今艺术产业在“泛艺术”浪潮中对社会的渗透来看，这并不是完全不可能的。而从感性对社会的重大意义来看：正是马克思本人对感性的地位做了非常透彻的论说。或许这是我们观察当今社会文化时，可以更加重视的一个方面。

马克思在名著《1844年经济学哲学手稿》中强调感性的重要。他不满意黑格尔哲学的纯粹思辨性和理性主宰，汲取了费尔巴哈感性论的合理成分，将感性视为世界和人的基础，他明确指出：“人的第一个对象——人——就是自然界、感性。”（2002，p. 308）对马克思来说，重视感性，意味着人对自然界客观性的承认：自然界不再是理性的外化，实际上它更意味着人对自身力量的确证，即人“以全部感觉在对象世界中肯定自己”（p. 305）。与理性相比，感性无论在逻辑上还是在经验上都更具有优先性。因此，马克思明确说：“感性必须是一切科学的基础。”（p. 308）

由此，马克思提出感性来自实践，实践中的感性活动才携带着意义，才使艺术成为可能。由此，他提出了这段关于感性生活的著名论断：

由于人的本质的客观地展开的丰富性，主体的、人的感性的丰富性，如有音乐感的耳朵、能感受形式美的眼睛，总之，那些能成为人的享受的感觉，即确证自己是人的本质力量的感觉，才一部分发展起来，一部分产生出来。（p. 305）

这段分析，是对“人的本质”中的感性力量的最高肯定，令人信服地说明了艺术如何依靠感觉质变成人的存在基础。

而且马克思的论辩也说明感性的艺术对人的重要性：在人意识到其作为类的本质力量的过程中，只有当人的感知能力增强，艺术的形式本身才能带给人“确证自己是人的本质力量的感觉”。只有当人成为完整的人，真正占有了自身本质时，感性的实践活动才具有自由自觉的特征。人的生产实践，才不仅是物质生产，而且是艺术生产。

在马克思的眼光中，艺术活动是一种全面的生产活动，它调动了全部人

□ 符号与传媒 (26)

性的感觉。因而，艺术活动作为一种为满足物质需要而进行的生产，同时也是一种人类的自我享受活动，人类在艺术活动中获得了生命的自由感、生活的完整性、创造的幸福感。马克思的这段论述，是本文讨论艺术产业的最高度的概括总结：艺术越来越广泛地渗透当代社会，就是因为艺术能够确证“人的本质力量”。对符号美学研究来说，这个目标是最崇高的。

因此，在意义形式的阶梯式发展中，艺术所依靠的感性并不是低等的，而是符合人的本质力量的。只是异化的劳动实践，才剥夺了人的艺术感知。因此，艺术的各种“呈符化”，促进人的力量的解放。这也就是为什么本文要用那么多篇幅，重新审视艺术产业的社会功能，试图回答当代艺术所提出的一系列符号美学问题。讨论这些问题，有助于我们看清符号美学在当今社会文化以及艺术产业中义不容辞的责任。笔者希望本文的每一步讨论，都没有离开这个目的：当代社会需要艺术，需要艺术产业，正是因为群众的“人的本质力量”等待着释放，等待着高扬。

引用文献：

- 陈炼 (2008). 杰克逊的“知识论证”错在何处?. 哲学研究, 24, 86 - 92.
- 查默斯, 大卫·J. (2013). 有意识的心灵: 一种基础理论研究 (朱建平, 译). 北京: 中国人民大学出版社.
- 高新民 (1999). 心理世界的“新大陆”: 当代西方心灵哲学围绕感受性质的争论及其思考. 自然辩证法通讯, 10, 6 - 13.
- 何一杰 (2020). 度量噪音: 皮尔斯符号类型与噪音关系的探讨. 载于赵毅衡 (主编). 符号与传媒, 2, 88 - 103.
- 亨利, 罗伯特 (2020). 艺术精神 (张婷, 译). 南京: 南京大学出版社.
- 焦循 (1987). 孟子正义. 北京: 中华书局.
- 金影村 (2021). 当代美学与艺术中的新感性. 美术研究, 5, 118 - 123.
- 卡西尔 (1988). 语言与神话 (于晓, 等译). 北京: 生活·读书·新知三联书店.
- 刘玲 (2010). 感受质: 皮尔士, 刘易斯, 费格尔. 第三届全国科技哲学暨交叉学科研究生论坛, 26 - 31.
- 李斯卡, 詹姆斯 (2014). 皮尔斯符号学导论. 载于赵星植 (译). 皮尔斯论符号, 137 - 271, 成都: 四川大学出版社.
- 马尔库塞 (1989). 审美之维: 马尔库塞美学论著集 (李小兵, 译). 北京: 生活·读书·新知三联书店.
- 马尔库塞 (2001). 审美之维 (李小兵, 译). 桂林: 广西师范大学出版社.
- 蒙特豪克斯 (2010). 艺术公司: 审美管理与形而上营销 (王旭晓, 等译). 北京: 人民邮

- 电出版社.
- 马克思, 卡尔 (2002). 1844 年经济学哲学手稿. 载于中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局 (编译). 马克思恩格斯全集 (第 3 卷). 北京: 人民出版社.
- 倪梁康 (2007). 胡塞尔现象学概念通释. 北京: 生活·读书·新知三联书店.
- 皮尔斯 (2014). 皮尔斯论符号 (赵星植, 译). 成都: 四川大学出版社.
- 薛晨 (2022). 论符号人类学中的感觉质研究. 载于赵毅衡 (主编). 符号与传媒, 2, 86 - 100, 成都: 四川大学出版社.
- 赵毅衡 (2015). 展示: 意义的文化范畴. 四川戏剧, 4, 10 - 14.
- 朱光潜 (1980). 朱光潜美学文学论文集. 长沙: 湖南人民出版社.
- 泽尔, 马丁 (2016). 显现美学 (杨震, 译). 北京: 中国社会科学出版社.
- 赵奎英 (2018). 美学重建与“感性学”“审美学”反思. 厦门大学学报, 2, 1 - 8.
- Barthes, R. (1977). The Grain of the Voice. In S. Heath (Ed.) *Image - Text - Music*. New York: Hill & Wang.
- Chalmers, D. J. (1996). *The Conscious Mind, in Search of a Fundamental Theory*. New York: The Oxford University Press.
- Chumley, L. H. (2013). Evaluation Regimes and the Qualia, *Anthropological Theory*, 1, 169 - 197.
- Dennett, D. (1990). Quining Qualia. In W. Lycan (Ed.), *Mind & Cognition: A Reader*. Cambridge: Basil Blackwell.
- Hoad, T. F. (Ed.). (1986). *The Concise Oxford Dictionary of Word Origins*. London: Guild.
- Harkness, N. (2022). Qualia, Semiotic Categories, and Sensuous Truth: Rhematics, Pragmatics, Symbolics. *Estudos Semioticos*, 18 (2), 57 - 81.
- Keely, B. (2009). Early History of the Qualia. In J. Symons & P. Calro (Eds.), *Routledge Companion to Philosophy of Psychology*, 71 - 89. London: Routledge.
- Peirce, C. S. (1931 - 1958). *Collected Papers*. Cambridge Mass: Harvard University Press.
- Tanke, J. J. (2010). Why Rancière Now?. *The Journal of Aesthetic Education*, 44 (2), 1 - 17.
- Rancière, J. (2010). *Dissensus: On Politics and Aesthetics*. London: Continuum.

作者简介:

赵毅衡, 四川大学文学与新闻学院符号学与叙述学教授。

Author:

Zhao Yiheng, professor of Semiotics & Narratology of Sichuan University.

Email: zhaoyiheng2011@163.com