

论“民宿软广告”中城乡意象的符号标出性

Semiotic Markedness on City and Village Image Related to Homestay Advertisements

作者 Author _ 黄文虎 Huang Wenhui

摘要 | 在民宿软广告中，“逃离城市”或“回归乡村”是一种普遍性的主导叙述模式，并反映出城市意象与乡村意象之间的博弈关系。从标出性理论来看，作为正项的城市意象属于非标出项，而作为异项的乡村意象则是被标出项，二者始终处于一种动态的不对称状态。然而，城乡意象的这种非标出与标出的关系有可能随着文化语境的改变而发生“标出性翻转”。但由于“反标出”机制所形成的阻力，城乡意象的翻转只是一种“局部性”的翻转，并由此形成了“城乡复合体”这一亚文化产物。这一特殊意象的出现一方面表明以城市文化为中心的“元语言”开始遭到挑战，但另一方面说明以乡村文化为中心的“元语言”发育还不够成熟，并不具备革命性的颠覆意义。

关键词 | 民宿软广告 标出性翻转 反标出 城乡复合体

ABSTRACT | "Escaping from the city" or "Returning to the village" is the dominant narrative model in homestay advertisements, which reflects the game relationship between the image of city and the image of village. According to the markedness theory, the image of city, as the positive one is unmarked, while the image of village, as the negative one is marked, and they are always in a dynamic but asymmetric state. However, the unmarked and marked relationship between the image of city and the image of village may reverse with cultural context changes. Nevertheless, the resistance of anti-markedness mechanism would limit the reversal to some local scope, which gives birth to a subculture product—rural-urban continuum. On the one hand, the emergence of such a special image indicates challenges to the meta-language of the city-oriented culture, but on the other hand, it reflects that the meta-language of the village-oriented culture is immature.

KEY WORDS | Homestay advertisements The reversal of markedness Anti-Markedness Rural-Urban continuum

引言

一般而言，旅游民宿是指“利用当地闲置资源，民宿主人参与接待，为游客提供体验当地自然、文化与生产生活方式的小型住宿设施。根据所处地域的不同可分为城镇民宿和乡村民宿。”^[1]实际上，民宿作为一种个性化的出行方式早在 20 世纪 60 年代的欧美以及日本等

地区就已经出现，与主流的旅游出行方式相比，它显然是一种较为边缘化的亚文化形态。而发端于近十年的“短租”热潮则可被视为中国当代民宿业发展的雏形。

近年来，随着旅游住宿业的多元化发展趋势，标准化的传统酒店行业已经无法满足越来越趋向于个性化的住宿需求，而风格独特、别具一格的各类民宿逐渐成为新的时尚潮流。在这一背景下，国家提出了各项鼓励性

作者简介 | 黄文虎 (1986-)，男，华侨大学新闻与传播学院讲师

的政策方针,要求“积极发展……客栈民宿、短租公寓、长租公寓……等满足广大人民群众消费需求的细分业态。”^[12]根据互联网市场调查机构艾瑞咨询发布的《2017年中国在线短租行业研究报告》测算,2017年中国在线短租平台交易规模估计不少于125亿元。^[13]除了市场需求和国家政策的推动之外,移动互联网的日趋成熟为民宿线上线下供需双方的互动和链接扫除了技术障碍,使“共享经济”这一理念得以在民宿领域转化为现实。

因此,从传播学的视角来看,移动互联网时代的民宿行业与传统的民宿行业最大的区别在于前者更多的依赖于媒介影响力。在这一背景之下,各种专业的商业性在线“短租”平台有如雨后春笋,发展迅猛。不少网络民宿平台甚至是大型跨国公司,比如爱彼迎(Airbnb)、缤客(booking)等。由此可见,中国当代民宿行业是以大众传播为基础,并深受全球化资本市场的影响,具有鲜明的消费主义文化特质。

民宿文化的消费主义特质实际上与中国当前的城市化进程密切相关,并反映出城乡二元经济和文化等方面的严重不对等的现实状况。所谓城市化,“表现为:是由乡村人口向城市人口的变迁过程,是由乡村经济(农业经济为主)向城市经济(初期为工业经济、中后期为技术经济和知识经济)的转化过程,是由乡村传统空间社区向城市现代空间社区的变迁过程,是宗族传统文化向市民现代文化的演化过程。”^[14]也就是说,城市化这一复杂演化进程其实揭示了乡村与城市之间二元对立和二元转换关系,其中覆盖了政治、经济、社会、文化等多个层面。从社会学意义来说,甚至有学者认为城市化就等同于乡村城市化,“城市化是一个变传统落后的乡村社会为现代先进的城市社会的自然历史过程。”^[15]在这一演进逻辑之下,乡村社会所代表的低下的生产力、松散的生产关系以及传统文化价值被彻底否认,而城市所代表的高度工业化、商业化以及消费主义文化逐渐成为中国现代社会转型期的主流价值观念,而这种城乡二元价值观的结构性对立在民宿这一亚文化形态中也有深刻体现。

毫不夸张地说,中国正在经历人类史上前所未有的城市化(城镇化)运动。据国家统计局相关数据显示,2017年中国城镇人口为81347万人,占总人口比重(常

住人口城镇化率)为58.52%。^[16]而在1997年,中国城镇人口仅为36989万人,占总人口比重只有29.9%。^[17]由此可见,近二十年间,中国有4.4亿多的乡村人口已经转化为城镇人口,平均每年有超过2200万人从农村涌向城市(城镇),这标志着中国城市化(城镇化)正处于高速发展阶段。如上所述,中国现代的城市化运动在很大程度上被简化成城市“吞并”乡村这一不可逆转的社会转型过程,这不仅意味着城乡空间之间的此消彼长,更意味着二者在政治、经济、社会以及文化等全方位的不平衡在日渐加剧,而不是在逐步缩小。在这一宏观的具有“侵略”色彩的城市化运动背景之下,城市意象往往被大众传媒渲染成为一个积极、正面、具有主导地位“文明符号”。与此相反,乡村意象在大众传播时代逐渐被异化成为一个消极、负面、处于边缘地带的“前文明符号”。

从符号标出性理论来看,大众传媒视野下城乡意象之间的二元对立结构形成了一种标出与非标出的动态关系。所谓“标出”或“标出性”(markedness),是源自语言学中的概念,后应用到文化研究和符号学之中。按照赵毅衡的说法:“当对立的两项不对称之时,出现次数较少的一项,就是‘标出项’,而对立的使用较多的一项,就是‘非标出项’。关于标出性的研究,就是找出对立的两项规律。”^[18]标出与非标出这一对立关系成立的前提源于一个假设:任何文化都是由正项、中项和异项之间的三元关系所共同构成。其中,异项即标出项,它“被中项与正项联合排拒”,而“中项无法自我界定,也没有自己独立的符号,必须靠非标出项来表达自身。”^[19]所谓“非标出项”,即正项和中项的联合体,二者构成文化中的主流和正常形态,而标出项则是边缘化的非主流和非常态。

因此,中项偏向的一边与中项离弃的一边分别构成了正项与异项,即非标出项与标出项。在城乡二元对立结构中,这种具有普遍色彩的“中项偏边”现象反映出二者始终处于标出与被标出的不平衡状态。当中项认同城市这一端之时,那么乡村则成为被标出的异项。当中项偏离城市这一端之时,那么乡村则获得了转变为正项的机会,原有的城乡二元对立结构随之被打破甚至被颠覆,从而有可能发生文化上的“标出性翻转”。

然而,“标出性翻转”并非一蹴而就,而是曲折演化的过程,这一过程同时也是两个对立项博弈的结果。由于“反标出”的阻力,城乡意象的翻转只能是局部性的翻转,其产物是作为亚文化形态的“城乡复合体”。如果要彻底扭转乡村意象的边缘地位,除非以城市文化为主导的“元语言”发生倾塌或被颠覆,否则以城市为中心和以乡村为边缘的二元结构将无法得到根本性的转变。

城乡意象：非标出与标出关系

移动互联网平台上的“民宿软广告”主要通过讲述游客、房东等与旅行主题有关的故事来包装特色民宿和宣传民宿企业品牌,此类广告结合了图文和影像媒介,具有鲜明的故事性与新闻性,属于广义上的“软广告”。相比于传统的“硬广告”,这种通过文艺形式呈现的“故事型软文”对向往远方与异域的年轻受众具有较强的吸引力。

从故事所设定的地点来看,“民宿软广告”中既有繁华喧嚣的城市,也不乏清静宜人的乡村。通过对国内具有品牌影响力的民宿公众号和在线短租平台的梳理,笔者发现,此类平台上所投放的数以千计的“民宿软广告”中对于城乡意象的建构都会自觉或不自觉倾向于一种相似的叙述逻辑:即过度强调二者不可跨越的异质性,并通过媒介化的手段不断渲染和夸大城乡之间的差异性,使二者的对立结构固化成为一种程式化的广告叙述模式。

一旦涉及城乡意象,几乎所有品牌性的短租平台上的“民宿软文”都会着力渲染二者之间不可调和的矛盾关系。在这种二元对立的叙述框架之下,民宿软广告中的乡村意象往往被塑造成非常态的“标出项”,即中项所离弃的异项,而城市意象则是代表主流文化的“非标出项”,即中项所认同的正项。城乡之间的这种“中项偏边”现象普遍存在于民宿软广告之中。

在一篇题为《大城市容不下她的梦想,这个湖南美妞跑到乡村种田遛狗,过起了让城里人都羡慕的日子》的软广告中,民宿女主人公 Heaven 偶然来到上海的一

个小村庄,情不自禁被当地的蓝天白云、麦田竹林深深吸引,于是决心留在此地,她将这个小村庄称为“东篱竹隐”,并租下一个小平房,亲历亲为重新改造设计成她理想中的民宿。Heaven 说“这就是她穷极一生追求的梦想。而这一切,是城市里容不下、给不了的。”^[10]在该软广告中,民宿女主人公 Heaven 被描述成一位渴望回归自然,追求田园生活的自由主义者。乡村被描绘成个人梦想的栖息地,而城市则成为实现自由生活的现实障碍。

相对于城市的物质主义与以功利为导向的生存模式,乡村成为“极简主义者”所推崇的“世外桃源”。在一篇名为《30岁逃离都市,到深山隐居,她用破布织就了自己的童话世界》的软广告中,故事女主人公 Jing 是一名山东姑娘,曾在深圳一家服装公司担任设计经理,但高负荷的工作让她差点失明。于是,2015年,她30岁那年辞了职,搬到深圳市郊的梧桐山开了一间自己设计的民宿。Jing 种植了86种花草,日常生活基本自给自足,而这种单纯的田园生活让她感到内心充实。软文的结尾引用到 Jing 的一段话:“离开了城市化的生活节奏,清晨在晨曦中醒来,夜晚在星光下入睡。开始感知自己与万物相连,每天每一刻都被植物,动物,朝阳落日感动着。”^[11]显然,在这一段颇具抒情色彩的自白中,民宿女房东同样被塑造成一位具有乡土情怀的自由主义者。对这类人来说,城市作为文明的象征显然成为一种难以承受的身体与精神上的双重负担。

相比较城市的喧嚣与浮躁,乡村往往被塑造成灵魂避难所。在《她逃离北京,在苍山洱海边建一座彩虹农场,成了大理新地标》这则软广告中,故事女主角小丽是珠宝设计师。按广告叙述者的说法,她并非因为物质上或工作上的压力而离开北京,而是渴望宁静而悠闲的乡野生活。“我不论走到哪个城市,我都觉得我静不下来,但是我在双廊一个海边的客栈,你会觉得时间静止了,让我觉得慢下来了,可以安静地生活了,然后就留在了大理。”^[12]小丽这段叙述充分反映出她对田园生活的憧憬和向往,但并不一定是如标题所标榜的“逃离北京”。但在城乡二元对立的叙述逻辑之中,“离开城市”与“逃离城市”的区别被广告叙述者有意无意给“抹杀”了。

总体来看,以“逃离城市”或“回归乡村”为叙述模式的民宿软广告虽然数不胜数,但其潜在的叙述逻辑与以上所列举的三则软广告如出一辙。此类冠以“逃离城市”的软广告实际上通过符号修辞上的“诡辩术”给广告受众灌输一种“似是而非”的印象:“离开城市”等同于“逃离城市”,而“逃离城市”意味着“回归乡村”。

如此一来,在民宿软广告中,城乡意象的差异往往被简化为一种“非此即彼”的二元对立结构。在城乡对立的话语体系之中,城市代表正项与常态,民宿软广告主人公“离开城市”或“逃离城市”都同样意味着对主流群体(中项)的偏离,本身是一种极度个性化的“出格”行为,具有鲜明的标出性色彩。与此相对,乡村被置于城市的对立面,是不被主流所认同的异项。因此,民宿软广告中主人公“回归乡村”同样成为被正项和中项联合排拒的标出性行为。而“回归乡村”则被替换为“逃离城市”的另一个同义符号,尽管二者之间并没有逻辑上的因果联系。为了渲染“标出性”的传播效果,在民宿软广告“逃离城市”或“回归乡村”的叙述模式中,城乡意象的二元对立结构往往被固化为“非黑即白”的广告元素。而城乡之间的异质性也被夸大并伪装成一种“自然化”的媒介产物。事实上,城乡之间非标出与标出的绝对二分关系只是广告修辞所建构的“符号幻象”。

然而,从传播效果来看,正因为“逃离城市”或“回归乡村”叙述模式中故事主人公异于常人的“标出性”行为,反而使民宿软广告得到了大众舆论的广泛关注,获得了较高的点击量和深度反馈,使民宿房东实现了可观的经济收益,客观上实现了软广告的推广和营销效果。不过,这一叙述模式表明乡村意象在大众传媒视野下仍然处于边缘化的弱势地位,是少数派的自我标出行为,是一种主流之外的亚文化形态。假如“回归乡村”要转变为正项,成为主流文化的一部分,就必须被中项(主流舆论)所广泛认同,扭转乡村被标出的异项地位。

从标出性基本原理来看,正项与异项之间的不对称时常处于不稳定状态,会随着文化语境的改变而转变,乃至被颠覆,这就是所谓的“标出性翻转”。要实现乡村与城市之间根本性的文化翻转,关键是如何吸附中项的力量。“中项偏边”的原理说明,除非主流(中项)偏向于认同前工业社会所沿袭的乡村文化,乡村意象才

能成为正项。若中项仍然将工业社会所构建的城市文化视为“不言而喻”的常态,那么城乡之间的文化翻转将无法实现。

城乡意象二元结构中“标出性翻转”之可能

自20世纪90年代以来,大众传播视野下的城市形象往往是以高楼大厦作为现代化与国际化的图腾;而乡村意象中的田园农场反而成为原始、蒙昧的象征。随着20世纪末以来中国文化界对现代性、全球化、普适性价值观等西方工业文明的深刻反思与警醒,这一城乡对立的程式化印象也正在舆论场域中悄然发生改变。以西方“国际大都市”为模板的千篇一律、毫无个性的“新城规划”开始不断遭到舆论界的质疑和批判。城市作为“工业文明的符号”,其正项地位并非不可撼动。与之相对,传统的、复古的、地域性的乡村意象却逐步开始迈入公众的视野,愈来愈成为一个与都市镜像相对立的“反现代性”的“诗意符号”,其异项地位正在逐渐上升,甚至具有反转的可能。城乡意象之间这种“标出性翻转”的趋势在各类民宿软广告中均有深刻而显著的体现,值得特别关注。

在民宿软广告中,民宿主人公的文化身份从单一化、边缘化趋向多元化、主流化,这种从非主流到主流文化身份的转换反映出城乡意象“标出性翻转”之可能。总体来看,民宿房东的文化身份可分为主流型和非主流型两大类。主流型与非主流型民宿房东的主要区别并不在于社会地位与经济实力的不对等,也不在于具体行为模式的差异,而在于社会认可度的高低。主流型民宿房东作为“体制内”的精英代表,其职业形象和文化身份符合主流大众的集体想象,因而被社会认可度较高,即中项偏向的一边,代表着“正项”;而非主流型民宿房东作为亚文化群体,其边缘化的行为模式原本是对主流价值观的背离,因而被社会认可度较低,即中项离弃的一边,代表着“异项”。

相比较而言,非主流型民宿房东作为文化“异项”,他们要么被“收编”为正项或中项的一部分,要么被“排斥”在正项和中项之外,因而其“逃离城市”的“标出性”

行为无法从根本上挑战城市作为正项的合法性地位。而主流型民宿房东往往出于各种动机自愿选择放弃已有的主流文化身份,决心“回归乡村”或“离开城市”,而这一现象的背后实际上反映出原有的正项或中项在向异项偏移。如果这一中项偏移持续增长并不断扩大,那么就有可能动摇以城市为中心的主流文化,造成“标出性翻转”。

先看非主流型民宿房东,这一类人包括自由职业者、“旅行控”、“文艺控”等亚文化群体,他们往往反对固化的中产阶级价值观,其反叛色彩有几分类似于20世纪60年代盛行于美国的“嬉皮士”。比如,在一则题为《女学霸和“男学渣”私奔到山里,开茶馆做衣服,引来整个成都的爱茶人“围观”!》的软广告中,故事主人公何世杰早点辍学,在酒吧唱歌,玩摇滚,属于传统上“不务正业”的类型。啾啾则是四川大学的“学霸”,曾经的“乖乖女”,在她男友何世杰的影响之下,居然在大四临近毕业前主动选择“辍学”。之后,二人跑到青城山脚下租下一间民房,一次性付了10年的租金,开始打造一家隐居山林中的民宿兼茶馆,享受着原生态的田园生活。^[13]在这则软文中,故事的男女主角属于亚文化群体中的“自由人”,其“叛逆”行为显然无法被主流所认同,具有鲜明的标出性。

在另一则题为《还有人diss姐弟恋?这辈子做过最对的事儿,就是和你闪婚然后玩转天下》的软广告中,男主角叫海超,女主角叫佳佳,二人是姐弟恋,他们一起开过公司,做过代购,但最大的共同爱好是酷爱旅行。两人去过几十个国家,在2015年,为了躲避雾霾,带着孩子搬到农村。随后,两人商量决定把位于怀柔区城郊的老房子改造成特色民宿,取名为“大隐于世·秘境小院”。^[14]在这则软文中,故事男女主角都是“旅行控”,显然也属于不被主流所认同的亚文化群体。由于此类软广告中主人公的文化身份原本具有标出色彩,属于被正项与中项联合排拒的异项,因而其“逃离城市”的选择,无法对以城市为中心的正项构成致命的威胁。

另一类是主流型民宿房东,此类既有体制内的少数“叛逆者”,如教师、记者、公务员等被公众认可的“正当”职业。但更多是来自于体制外的中产阶层,如IT业、金融业、传媒业、设计业、建筑业、文艺界等各领域的精

英人物。此外,还包括少量成功人士,如公司老板。这类人有些类似于20世纪60年代盛行于美国的“雅皮士”。但与非主流型民宿房东相同之处在于,两者都崇尚纯粹、随性、自然、个性化的非群居生活,对高度群居化的城市生活都持有一种“抵制”的立场,虽然在程度上会有所不同,但无本质区别。

此类“辞职返乡”的叙述模式可以视为“逃离城市”的变种,其内在逻辑具有一致性,而且往往以“新闻故事”的形式来呈现。在一篇名为《80后大学教授辞职回乡爆改破民房,宛若仙境,从此看丫头长大陪父母变老》的软广告中,故事的主角是河北地质大学环境工程专业的一位副教授,他被学生戏称为“吕老”,从教17年。2012年,女儿出生之后,远在丽水的妻子带女儿北上团聚,但石家庄的冬天空气恶劣,女儿会反复咳嗽发烧。吕老问女儿最想去哪?女儿回答丽水。为了满足女儿的童心,他决心辞去大学教职,和妻子举家迁回丽水。一家人齐心协力在乡间将一栋废弃的老屋改造成了一座与世无争的“世外桃源”。^[15]在这则软广告中,吕老“辞职返乡”的选择无疑具有强烈的标出色彩。然而,大学副教授的身份却表明吕老原本属于主流的一份子。因此,吕老“辞职返乡”实际上意味着主流群体的自我偏离和正项的自我否定,这反映出正项与中项内部开始出现分化,当这种分化从量变发展到质变之时,就有可能引发更大范围的分裂,使原有的正项地位进一步下降。

此类体制内“辞职返乡”的叙述模式并不罕见。比如一篇题为《她辞去公务员,将大片稻田改造成客厅,连加拿大总理都慕名前来》软广告中,女主人公栗红是广州的一名公务员,毕业于中山大学,工作已长达二十五年,期间还当过十年处长。然而,人到中年的她却最终做出让家人和同事都无法理解的选择——辞职下乡开民宿。她在广州从化区良口镇的一座山清水秀的小村庄租下一栋房子,亲自打造了一家名为“米社”的民宿,甚至吸引了加拿大前总理携夫人一同来到她的民宿参观。尽管“米社”并非栗红真实的出生地,然而,在软广告中,“米社”仍然被描述成为一个兼具“文艺腔”和“小资趣味”的“乡愁符号”。“在这里,能与大地有最亲密的接触。听蛙鸣蝉嘶,闻稻香阵阵,乘小筏捕鱼。感乡野情趣,唤儿时回忆。抱着沈从文的《边城》,悠

闲地晒着太阳。感受如烟的风情和浓浓的乡愁。时光很快，米社很慢。”^[16]与民宿房东栗红相类似，网红淡水姐原本也是一名国家机关中层干部。她在年近不惑之年辞去公职，在莫干山开了一家名为“蕨宿”的民宿。她辞职这一标出性行为迅速发酵，其事迹也被改编成一则名为《辞了铁饭碗来到莫干山：我不经营民宿，我只经营生活》的软文广告。^[17]

显然，民宿软文广告中这种“辞职回乡”的叙述体显示出极具诱惑力的标出性风格。它不仅符合中产阶级对“诗和远方”的集体期待和想象，同时也在一定程度上满足了当下被功利主义和物质主义包围的都市年轻人想要逃离城市却又无法逃离的幻想。必须承认，此类体制内“叛逆者”对“回归乡村”的认同和对中产阶级城市生活的反叛很容易搅动舆论场对于城市主流阶层的“刻板印象”，与此同时这也反映出社会主流的“自我分裂”而导致正项的原有边界开始变得不稳定。

除了体制内的“叛逆者”，体制外各界精英人士也充分体现出对“回归乡村”这一边缘化异项的充分肯定。比如，在一篇名为《80后姑娘辞职500强，赤手空拳改造农民房，竟引央视等各大媒体争相报道！》中，女主角Ada曾经在阿里巴巴工作，有十分优秀的业绩，但她却决心回归乡村，自愿成为莫干山的民宿主，原因是她“在农村长大，对土地有与生俱来的归属感，骨子里的乡村情结在日复一日时光里蠢蠢欲动。”^[18]这则软文广告中所反映出的“乡土情结”并没有打着“逃离城市”的噱头，也没有刻意将民宿主的“回归乡村”塑造成为一种极度个性化的标出性风格。然而，标题所强调的主人公角色之转换（辞职500强）本身就已经具有强烈的颠覆色彩，而这种颠覆性是社会主流对城市生活的“自我颠覆”，因而对城市意象作为正项的合法性提出了挑战。

与此相类似，在软文广告《放弃高薪工作与帝都房产，开启流浪禅修的生活，这个“拉萨刘嘉玲”的自在人生足够令人佩服！》中，故事女主人公石渝从西南民族大学研究生毕业之后，加入北漂一族，经过多年拼搏，成为中国知名奢侈品网站年薪50万的高管。而在2012年，她果断辞职，卖掉了北京的房产，开始在旅行中寻找自我。不久，她考取了专业瑜伽资格证，并在丽江创

建禅修中心。2016年，她移居拉萨，将布达拉宫下的住所改造成了具有浓厚“艺术气质”的特色民宿。^[19]从叙述框架来看，这一故事延续了“逃离城市”的叙述逻辑，然而，广告叙述者有意强调了主人公的“主流身份”以及她主动放弃城市优越生活的心路历程。可以说，从城市到乡村，主人公的文化身份发生了“双重位移”。一方面，主人公作为城市文化正项的代表，“远离城市”本身就是在不断自我怀疑和自我否认的过程。另一方面，“回归乡村”则意味着主流型房东在不断向文化异项靠拢和不断自我边缘化的过程。

因此，在民宿软文广告中，主流型或非主流型民宿主人公客观上“自我标出”的行为背后或许追求的是主观意图上的“非标出”效果，即试图被中项认可，甚至翻转为主流群体所能接纳的正项。在城乡二元关系中，由于非主流型房东的亚文化特质，其舆论影响力往往有限，很难对城市这一被主流社会所拥护的正项产生颠覆性的破坏力量。而主流型民宿房东的“自我否定”和“自我分裂”则从内部开始质疑和瓦解城市作为正项的合法性。尤其是当这种自我边缘化和反中心化演变为一种自觉的、群体性的文化反叛意识，那么就有可能造成历史性的“标出性翻转。”

城乡意象对立结构中的“反标出”机制与“城乡复合体”

如上所述，从标出性理论来看，在民宿软文广告中，城乡意象二元关系中所可能发生的“标出性翻转”将会颠覆以城市为中心的正项和以乡村为中心的异项，而由此导致的直接结果是非标出项与标出项之间的逆转。城市意象将从“常态”演化为“非常态”；而乡村意象则恰好相反，将从“非常态”转化为“常态”。而在这一翻转过程中，由于中项逐渐离弃原有的正项，并开始向新上任的正项靠拢，这会使得城市意象被迫携带“标出性”，而乡村意象原有的“标出性”则会逐步被淡化乃至消失。

然而，“标出性翻转”并非是一种“直线式”的突变，而是呈现出一种“螺旋式”的曲折演进过程。因此，标出与非标出之间的翻转往往都是正项与异项之间反复博

弈的渐进式演化过程。就民宿软广告而言,一方面,原先拥护城市意象作为正项的“主流文化社群”不愿被“降格”为非常态和非主流,因而反对“被标出”;另一方面,原先倡导乡村意象的“非主流文化社群”试图改变自身作为边缘化的异项,成为被中项所接受的“非标出项”,因而也反对“被标出”。由此,在“标出性翻转”的过程中,城乡意象对立结构之中将会发生“双重反标出”现象。

赵毅衡提出“标出性翻转”这一说法,并注意到一些“淡化”标出的社会学现象中带有“反标出”的倾向,比如白领办公室职员尝试用一种“非标出”的方式来呈现自我,也可被视为一种“反标出”的“庸常宣言”。^[20]不过,赵毅衡并没有从“标出性翻转”过程中标出项与非标出项之间的博弈关系来详细阐述两者之间所存在的“反标出”转换机制。而以往有关标出性的理论也几乎没有直接涉及到“标出性翻转”过程中的“双重反标出”现象,同时对这一现象所可能产生的重要后果也估计不足。笔者认为,“反标出”转换机制揭示出“标出性翻转”过程中两个对立项之间不可忽视的过渡状态和变异现象。无论是非标出项转化为标出项抑或标出项转化为非标出项,实际上都是在竞争中妥协,在妥协中竞争,因此,“标出项”与“反标出项”的竞争关系不能简化为非此即彼的二元对立两项的水平位移,而是在不断分裂、调和与变异之中所发生的“中和效应”。

“反标出”与“标出”相互博弈所产生的“中和效应”具有普遍意义。从民宿软广告中城乡意象二元关系来看,如果“标出性翻转”彻底实现,原先作为异项的乡村将完全替代原先作为正项的城市意象,颠倒的结果是前者成为主流,变为“零度风格”,而后者变为非主流,构成“标出性风格”。然而,这只是一种理想状态,并且忽略了“反标出”所可能导致的“标出性风格”的变异。由于“双重反标出”对“标出性翻转”过程的抵制和重构,在城乡二元对立结构之中衍生出了一种非城非乡又亦城亦乡的特殊意象——“城乡复合体”。

在民宿软广告中,“城乡复合体”意象往往表现为都市街区中所刻意营造的“田园意境”或“乡村情境”。举例来看,在一则名为《她30岁从知名媒体裸辞,在胡同里打造了自己的乌托邦》的软广告中,主角卡生是80后,云南人,生性热爱自然。她原本是知名媒体人,辞

职后在北京胡同打造了一座民宿。广告叙述者用一种诗意的笔法将卡生描述为一名北京城中的“隐士”,“于是她走进胡同,喧嚣世界安静下来,只剩下一个落满丁香的小院,卡生说住在这里,物质欲望也降得极低,像花草树木一样,人回归到很自然的生活状态。”^[21]在广告中,卡生的胡同民宿被形容成一个“搬运”到北京城中的“移动乡村”,显示出强烈的标出性。然而,这座胡同民宿并非单纯的“个性化旅店”,它还兼具各类实用性的社交功能,比如不定期举办画展、时装展、工艺品展以及名人饭局,此外还会有各种文化沙龙活动。因此,这座深藏在胡同中的“小院”所独具一格的艺术特质与形而下的商业特质又自觉不自觉地走向了合流,其“崇尚自然”的标出色彩于是演化成了民宿的“时尚卖点”。

在一则题为《他家的“院子”5600m²,却能藏在成都的高楼里!一扇门连接“两个世界”,这才是真正的桃源啊》的软广告中,民宿主是一位连锁酒店的老板,算是成功人士,然而,这位年近中年的“酒店大佬”却醉心于“禅学”。于是,他在成都市蜀西路的高楼大厦之中打造了一座具有“禅味”的“锦城院子”。正如广告叙述者所描述:“‘锦城院子’就像是隐居在城市里的世外高人,它好像看破了一切,知道你喜欢精致讨巧的小物件,也知道怎么去安抚你那颗浮躁的心。”^[22]显然,“锦城院子”这种“大隐与世”的禅意在灯红酒绿的天府之国成为一种低调却又高贵的奢侈品。“锦城院子”所着力打造的“禅修室”、“冥想室”、“香堂”等禅意风格试图构建一个超越世俗世界的“都市桃花源”。然而,吊诡之处在于,其动辄上千元一夜的房费却又将这种形而上的“隐士风”拉回到了资本逻辑所统治的商业世界。

与此相类似,在一则名为《复原600平米百年私塾并改为民宿,这个斜杠青年邀请你体验士大夫的闲适生活》广告中,Jackie Leung也是一位具有“隐士情结”的民宿主。他将广州白云区城中村中的一座别具岭南风格的百年私塾改造成了兼具审美与实用功能的高端民宿。如民宿主在广告中所叙述:“每个客人进门,私塾都会有三样东西给他:视觉上世外桃源般的享受,因为院子足够大足够传统足够美;听觉上如处在山野溪涧般空灵自在,因为假山的水声淙淙;嗅觉上带来触及心底的宁静,袅袅的沉香早已焚上,深吸一口,疾行的脚步

与心灵都可渐渐慢下来……”^[23] 如果只看广告词,受众可能会以为这座私塾民宿是坐落在某个偏僻的山野或乡村。但事实上,这座具有强烈标出色彩的私塾民宿就紧邻广州地铁六号线沙贝站,其日均价格超过六千元。如此高昂的价格门槛无疑使这座低调却又奢华的私塾式民宿不仅成为区隔世俗世界的“桃花源”,同时也阻隔了世俗世界的芸芸众生,成为“高端人士”和“高消费阶层”暂时摆脱城市喧哗的专属“疗养院”。

在上述民宿软广告中,无论是北京胡同,锦城院子还是私塾式民宿,都可以被视为“城乡复合体”的化身。它们都精心伪造了一种隐藏在都市喧嚣中的“田园意境”或“乡村情境”,给受众制造出一种“大隐隐于市”的错觉。但与此同时,这一特殊意象又暗合了现代都市人既高度依赖于城市却又幻象逃离城市的矛盾心理。

从广告叙述手法来看,民宿软广告中“城乡复合体”这一特殊意象的建构既模仿了“回归乡村”叙述模式中对乡村或田园特质的认同,与此同时,它又淡化了“逃离城市”叙述模式中对都市特质的排斥。因此,它的参照物既不完全作为正项的城市也不完全作为异项的乡村,而是两者“杂交”所形成的“新物种”。那么,这一“新物种”是如何形成的呢?笔者认为,“城乡复合体”的形塑过程实际上就是城市意象作为非标出项与乡村意象作为标出项这两者之间发生“标出性翻转”的过程。然而,这一“标出性翻转”不是指向作为转化结果的全局性“翻转”,而是指向作为演进过程的局部性“翻转”。这一翻转过程所反映的并非是一个固化的终点,而是两个对立项动态而微妙的博弈状态。

在“反标出”转化机制中,作为标出项的乡村为了摆脱其异项位置而“反标出”,而作为非标出项的城市为了巩固其正项地位而“反标出”。因此,两个对立项之间在“双重反标出”构成了局部性的“标出性翻转”,从而诞生了非城非乡却又亦城亦乡的新型标出项——“城乡复合体”。

需要特别注意的是,民宿软广告中所呈现的“城乡复合体”并不能等同于社会学意义上所说的“城乡一体化”,因为这一媒介镜像的社会功能并未能缩小城乡二元结构所导致的不平衡。同时,它也没有在经济学层面体现出“城乡空间融合”的特征。“城乡空间融合”特

征之一为“乡村资源不再是单向的非农化转移,而且能同时获得城市资源的使用和消费。简言之,就是在乡村中也能处处享受到城市一般的物质与文化生活。”^[24] 显然,“城乡复合体”表面上以乡村意象作为理想镜像,推崇乡村文化所倡导的自然化、简约化、去中心化的日常生活美学,但其本质却是将“乡村景观”或“田园景观”强行移植进都市商业体系之中,背后是以功利化、高端化、再中心化的消费主义和资本逻辑作为基础。因此,“城乡复合体”并没有在实质上弱化城乡二元对立结构。这一特殊意象或许预示着未来可能实现的革命性翻转,但本质上来看,这种不彻底的局部性翻转表明“城乡复合体”仍然只是一种缺乏主导性“元语言”力量的亚文化形态的异化产物。

结语

从社会学意义来看,有学者甚至断言,城乡严重不对等的二元结构是实现中国现代化的最大障碍,因而弱化城乡二元结构应当成为中国城市化发展的出发点。^[25] 若从文化层面来看,民宿软广告中的城乡意象非标出与标出之间的动态博弈关系也在一定程度上从媒介社会学层面揭示出社会转型期城市与乡村之间所存在的严重对立和难以回避的冲突,其背后隐含着城乡二元结构所导致的经济、政治、文化及社会资源等方面的不平等关系。

不过,在民宿软广告中,城乡对立结构所暗含的政治经济学意义被简化成了一种带有“消极自由主义”色彩的小资趣味和都市中产阶级的乌托邦。这种碎片化和个体化的抵制不具备自觉的群体意识和政治立场,因而无法对以城市为中心的主流意识形态形成颠覆性的力量。

因此,尽管民宿软广告在表面上往往极力塑造一种具有标出性风格的“反物质化”的乡村生活理念,但在实质上却又无法摆脱以城市化为主导的消费主义。对民宿软广告叙述者而言,广告的艺术逻辑不得不受制于商业逻辑,广告修辞精心运作的目的是将赤裸的消费主义包装成“日常审美文化”来赋予“逃离城市”或“回归

乡村”之类叙述模式的合法性。然而无论是“逃离”或“回归”，其本质都无法摆脱异化的消费主义和资本逻辑所统摄的城市主流话语。

不可否认，民宿广告中城乡意象局部性的“标出性翻转”反映出当前中国城市化进程中已经开始浮现的“逆城市化”思潮的端倪。翻转的背后甚至牵涉到一整套文化“元语言”的剧烈变动，即从原有的“以城市化与物质化为中心”的消费主义向“以自然化与生活化为中心”的生态主义转变之趋势。然而，这一转变尚不具备革命意义，而只是一种“去政治化”的“消极自由主义”、“生态主义”与“消费主义”混搭的半成品，因而只能构成局部性的“标出性翻转”。

需要警惕的是，这种未完成的“翻转”所造就的产

物（如“城乡复合体”）的实质是一种能指意义上的“亚文化形态”，或表现成迎合都市中产阶级趣味的猎奇式的媒介景观，而无法形成一套被中项所认同的符码系统。若要形成有所指意义上的“标出性翻转”，需要整个文化语境出现大局面式的“翻转”。随着中国“大城市病”的加剧和国家新型城镇化规划的开展、“美丽乡村”的建设以及“逆城市化”潮流的冲击之下，城乡二元结构的不稳定性和可塑性将会愈发明显，而这也昭示着一种新型的、有所指意义上的非城非乡、亦城亦乡的“城乡复合体”出现之可能。

（基金项目“华侨大学高层次人才科研启动项目”（项目编号：13SKBS222））

注 释

- [1] 中华人民共和国国家旅游局，《旅游民宿基本要求与评价》，https://www.sohu.com/a/166293222_168296，2018年8月20日访问
- [2] 国务院办公厅，《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》，http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-11/22/content_10336.htm，2018年8月21日访问
- [3] 艾瑞咨询，《2017年中国在线短租行业研究报告》，<https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=2944&isfree=0>，2018年8月21日访问
- [4] 王振亮，《城乡空间融合论——我国城市化可持续发展过程中城乡空间关系的系统研究》，上海：复旦大学出版社，2000年，第18页
- [5] 高佩义，《中外城市化比较研究》，天津：南开大学出版社，1991年，第3页
- [6] 中华人民共和国国家统计局，《中华人民共和国1997年国民经济和社会发展统计公报》，http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjgb/ndtjgb/qgndtjgb/200203/t20020331_30011.html，2018年8月22日
- [7] 中华人民共和国国家统计局，《中华人民共和国2017年国民经济和社会发展统计公报》，http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201802/t20180228_1585631.html，2018年8月23日
- [8] 赵毅衡，《符号学：原理与推演》，南京：南京大学出版社，2011年，第281页
- [9] 赵毅衡，《符号学：原理与推演》，南京：南京大学出版社，2011年，第285页
- [10] 小猪短租，《大城市容不下她的梦想，这个湖南美女跑到乡村种田遛狗，过起了让城里人都羡慕的日子》，https://mp.weixin.qq.com/s/TdVM_3H4_NeBAGr8lp6xrQ，2018年8月23日访问
- [11] 民宿头条，《30岁逃离都市，到深山隐居，她用破布织就了自己的童话世界》，<https://mp.weixin.qq.com/s/u9a0QNfBxJkw0reuGWDsBg>，2018年8月24日访问
- [12] 游多多，《她逃离北京，在苍山洱海边建一座彩虹农场，成了大理新地标》，<https://mp.weixin.qq.com/s/-mcHh1Elagq5wpEaNxHwSA>，2018年8月25日访问
- [13] 民宿头条，《女学霸和“男学渣”私奔到山里，开茶馆做衣服，引来整个成都的爱茶人“围观”》，<https://mp.weixin.qq.com/s/zveONKg2DIRKzpBOrkkR3g>，2018年8月26日访问
- [14] 榛果民宿，《还有人diss姐弟恋？这辈子做过最对的事儿，就是和你闪婚后玩转天下》，https://mp.weixin.qq.com/s/gga5CdRPX0lZ7_YKG7VjxA，2018年8月27日访问

- [15] 民宿头条,《80后大学教授辞职回乡爆改破民房,宛若仙境,从此看丫头长大陪父母变老》, <https://mp.weixin.qq.com/s/GTwHaCl9ZjAdC-HpkltgXg>, 2018年8月28日访问
- [16] 民宿头条,《她辞去公务员,将大片稻田改造成客厅,连加拿大总理都慕名前来》, <https://mp.weixin.qq.com/s/wA1zMnTy2qT2x-2y0NF64Q>, 2018年8月29日访问
- [17] 二十八宿,《辞了铁饭碗来到莫干山:我不经营民宿,我只经营生活》, https://mp.weixin.qq.com/s/_d-lekXyL4fofidb9K2-xw, 2018年8月30日访问
- [18] 游多多,《80后姑娘辞职500强,赤手空拳改造农民房,竟引央视等各大媒体争相报道!》, <https://mp.weixin.qq.com/s/2W4nRnzpKuqddyrg7i2dYw>, 2018年8月31日访问
- [19] 小猪短租,《放弃高薪工作与帝都房产,开启流浪禅修的生活,这个“拉萨刘嘉玲”的自在人生足够令人佩服!》, <https://mp.weixin.qq.com/s/rWxTMnn3s4tC0vA4JPIC3w>, 2018年9月1日访问
- [20] 赵毅衡,《符号学:原理与推演》,南京:南京大学出版社,2011年,第295页
- [21] HAO品报告,《她30岁从知名媒体裸辞,在胡同里打造了自己的乌托邦》, <https://mp.weixin.qq.com/s/7JLw9GVWKiimm1PKpOCMmg>, 2018年9月2日访问
- [22] 舍舍民宿,《他家的“院子”5600m2,却能藏在成都的高楼里!一扇门连接“两个世界”,这才是真正的桃源啊》, https://mp.weixin.qq.com/s/llimNuU8r88_ked7-hjqeQ, 2018年9月3日访问
- [23] 小猪短租,《复原600平米百年私塾并改为民宿,这个斜杠青年邀请你体验士大夫的闲适生活》, <https://mp.weixin.qq.com/s/zP-K3WMIEE4kcCYOMuKJw>, 2018年9月4日访问
- [24] 王振亮,《城乡空间融合论——我国城市化可持续发展过程中城乡空间关系的系统研究》,上海:复旦大学出版社,2000年,第116页
- [25] 李树琼,《中国城市化与小城镇发展》,北京:中国财政经济出版社,2002年,第20页