

论艺术的“自身再现”

赵毅衡

一、再现文本

再现问题,是意义理论的最基本问题,也是文学艺术研究的最根本问题。看来这问题在中国学术界一直没有得到重视。很大原因可能是因为在当代学术史上,尤其在20世纪90年代之前,曾经有过文学艺术究竟应当是“表现”还是“再现”的漫长讨论,如此讨论,再现问题就成为一种简单的写作方式。当时刘纲纪的音法县:“我们可不可说西方美学只讲再现,中国美学只讲表现呢?我认为不能这样说。在我看来,任何艺术都是再现与表现的统一,而表现归根结底也是对现实的反映,不是艺术家头脑中主观自生的东西。”⁽¹⁾讨论到90年代,大致上的结论是浪漫主义倾向于“表现”主观意识,现实主义致力于“再现”客观现实,二者各有千秋。这样一来,“再现”就变成了文学艺术的倾向之一,再现主要只是明白无误地对“客观现实反映”。有论者指出:“在当代中国文学理论界,模仿说演变为再现说,是在苏联专家的具体指导下实现的。”⁽²⁾所谓“表现”,只是发送者意向性意义在文本中占了主导地位(雅克布森称之为“情绪性”文本)的再现。“表现”并没有改变再现的根本品质,至多是再现的一种类型,而绝对不是与“再现”相对的表意方式。

如此讨论,把“再现”这个术语简单化了,以至于从新世纪开始,文艺学界转用“表征”一词。实际上说的还是西文的“representation”概念,用“表征”的理由,原先是想指“带有文化权力意识的再现”,但是后来“表征”成为替代“再现”的一般性术语。这里的术语混淆,引出很大麻烦,可以参看关于此术语的讨论,⁽³⁾下文也会简短提到要点。要讨论再现作为符号表意的根本方式,不必回到以上被说得过于宏大的老题目。

本文讨论“再现”,与以上的论辩中与“表现”对立的“再现”没有关系,但是显然不能用“表征”这个词,因为讨论最基本的原理,在这个出发点上无涉文化权力。本文最后也希望从再现探讨文学艺术基本品质。但是本文从再现作为人与世界关联的最根本方式说

起,论述这个概念卷入的各种复杂问题。本文将花近一半篇幅,讨论再现作为人类意义方式的根本原理,最后才或许能探讨一个对艺术的“自身再现”比较合用的结论。

人的意识面对的,而且从中获得意义的对象世界万事万物,大致可以分成三个范畴:物与事件、文本、他人之心。人的意识要从中得出意义,首先必须感知到对象的某种“观相”。而这种感知必须被解释出意义,哪怕是应当有感知而得不到(例如母亲看不到孩子,或前面的车不打任何灯),也可以被解释出意义(孩子走失了,或前车将直行),因为意义是人与世界的联系方式。

这种感知,首先表现为心灵再现。如果我要把这种心灵再现传达给他人,我的传达意义的意向性,就成了接受者不得不面对的“他人之心”。利科指出:“他人的观看不能证实某人真正的意向,或说,诚实性并不是在认识等同于对象的意义上的真实性。”⁽⁴⁾因为所有的意向性都具有内容(aboutness),或者说“符义品格”(semantic property)。意向性支持着每一个再现,无论是一个或真(可认知的)或非真的(可想象的)再现。⁽⁵⁾

既然他人之心是不可知,我心也不为接收者所知,我要把我的意义传送给另一个人,处于上一段说说情况中的人,就必须用一个可感知的再现(例如呼喊求助、或鸣笛抗议),用来让接收者解释出一定的意义。因此,再现是意义的具体载体,是传达意义的舟筏。这样一来,接收者就不再面对他人之心,而是面对一个符号文本。再现背后有发出者的意向性,再现文本本身有体裁等文本意向性,但是这两者都不能保证再现的解释必定回复到这些意向意义,因为接收者的解释有自由度。

因此,再现是个符号传意行为,符号就是“被认为携带着意义的感知”,⁽⁶⁾其中“被感知”是第一位的,是基础,因此用于传播意义的再现必须首先被“媒介化”。皮尔斯指出“符号必须寄身于可感知的载体。我将符号的这种特征叫作再现体的‘物质品质’……再现对象(representing object)的观念,依据已经建立起来的、并作为心理之习惯的某种连接原则,在那个心灵

中激起一个被再现对象(represented object)的观念”。⁽⁷⁾因此皮尔斯断然把符号的感知出发点称为“再现体”(representamen),这词过于复杂拗口,至今不太通用,不如索绪尔的“能指”明白好使,但是它很能说明符号理论以再现为出发点。

再现体结合成文本,即一个在一定边界内形成的符号集合及其语境,单独的符号很难表意。而文本及其伴随文本(标题等),可以被接收者解释出一个合一的意义。发出者的意向意义,文本所携带的意义,与(集合的或个别的)接收者解释出来的意义,三者可能差异很大,甚至完全对不起来。但最后唯一实例化的意义,是解释者得出的意义。解释者的意义可能很不同,但是这些解释都源自同一文本,因此文本的再现方式成为意义问题的中心。从文本再现方式讨论意义问题的一个好处是,再现本身是具体的,再现与意义的关系再复杂,出发点与过程是可分析的。这好像是简化了意义产生的复杂过程,但就本文的讨论可以看到,已经够复杂的。

再现是符号过程的一部分,是意识接受意义与解释意义的普遍形式。从以上简单易懂的描述,可以看到所有的再现有以下两个共同特点:

1. 再现是媒介化的:即可感知媒介承载,呈交给接收者。即是说,意义不可能不通过某种可感知的“再现体”进行传送。

2. 再现体是文本化的,文本组合必然有一定的边框(空间边界、时间边界、象数边界、语义密度⁽⁸⁾边界等),在这个范围中一些符号组合起来表达合一的意义。

文本的边框可以有各种形式:书籍的封面封底,乐曲的开始与终了。但还有“可分解性”的边界。例如图像由笔触或像素组成,但是一旦放大到笔触象数就缺乏图像本应有的“句法密集性”(syntactic density),⁽⁹⁾图像就蜕变变成不表意的粗糙笔触,或像素粒子,所以说任何文本总是有边界的。

二、再现的基础

为什么再现文本能表达意义?这是再现理论必须解决的第一个问题。一般来说再现是对某个或某些对象的模仿,因为模仿与对象之间有一定的相似性,再现是“仿制”(copying)对象的某些特征,用以让接收者识别对象。因此,很多论者认为再现理论起源于古代的“模仿说”。

古希腊哲学家赫拉克利特说:“自然是由联合对立

物造成最初的和谐,而不是由联合同类的东西。艺术也是这样造成和谐的,显然是由于模仿自然。绘画在画面上混合着白色和黑色、黄色和红色的部分,从而造成与原物相似的形似。音乐混合不同音调的高音和低音、长音和短音,从而造成一个和谐的曲调。”⁽¹⁰⁾《易经》也有类似的意见,只不过用来在描述语言起源:“古者包牺氏之王天下也,仰则观象于天,俯则观法于地,观鸟兽之文与地之宜,近取诸身,远取诸物,于是始作八卦,以通神明之德,以类万物之情。”

应当说,“模仿论”这个古老的理论,在今日已显得过于简单:再现的对象远不只是自然物,而是人们所处的文化社群对自然的经验化表现方式。例如,古埃及人认为画人和兽必须画侧面,从金字塔保存的壁画来看,他们坚持这种再现方式,足足有千年没有任何怀疑与变易。再例如今日中国青少年画人脸兽脸,都是两个巨大的眼睛,这应当是由日本动漫形成的文化再现惯例,而不是人类或兽类在这20年中忽然都进化成了这样的大眼萌态。埃及人画侧面,如今的青少年画脸的方式也就是文化认可的再现方式。我们自以为在模仿自然,实际上是按文化的程式再现。

刘知几指出“夫述者相效,自古而然”⁽¹¹⁾;英国诗人蒲伯也说“模仿荷马就是模仿自然”。⁽¹²⁾我们用的是文化认可的方式做再现。艺术学院的学生学画石膏像时,学的是文化认可的画石膏像方式。或许他们认为它们的习作是忠实地再现了石膏像,实际上观察事物没有童贞眼光可言,贡布里希指出:“看见不是记录……世界上根本没有无偏见的眼睛,看见就是解释。”⁽¹³⁾

那么,再现的基础究竟是什么?艺术符号学家纳尔逊·古德曼断然声称:“再现不是模仿……再现依赖于符号间的某些语法和语义上的联系,而不是依赖于符号与所指对象之间的一种联系,例如相似性……只有这些要素与某些实际的或原则上的相关性结合起来,它们才能变成再现。”⁽¹⁴⁾他反对“相似性”的理由很明白易懂,“相似性应当是对称的”,你可以说某画像再现了某君,但是你无法说某君“再现”了他的画像。⁽¹⁵⁾这不仅是一个主客问题,也不仅是一个先后问题。⁽¹⁶⁾

哪怕是拥有明确相似性的再现(例如照片、录像等),再现符号文本与其对象也有根本的不同:再现提示了对象的某种文化规定性,例如明星的红毯照片,提示了此人的社会地位、声誉光环、艳压群芳的圈粉品质,而对象直接呈现(所谓“素颜出行”)往往导致人设崩塌。所以再现与对象的联系,依靠的不一定是相似

性,而必定是某种“相关性”。究竟是什么使它们相关,是下文讨论的关键问题之一。

以上是再现的基本定义。在这个定义下,再现所呈现的形态之复杂,令人惊叹,也许这就是我们一直没有好好研究再现的原因。

三、再现的媒介分类

著名英国文化理论家斯图尔特·霍尔 1997 年所编的《再现》一书,⁽¹⁷⁾2013 年中译本出版,题为《表征》。⁽¹⁸⁾霍尔原意是指“再现”是基本的,而某些再现方式携带着文化意义。某些中国学界把携带着一定文化权力的再现,译为“表征”。⁽¹⁹⁾本文并不反对此种处理方式,因为中国学界至今未能忘却五十年代“表现还是再现”辩论,“再现”一词被当作为模仿论—反映论的基础。但是本文讨论的是最基本的意义再现问题,不宜用“表征”这种这个专指“文化权力影响的再现”的特殊词汇。

此书第一章,霍尔就画出了一个生动的再现过程。他说:“如果你把手中的杯子放下,走到室外,你依然能回想这个杯子,尽管它不再在物理上存在于此……事实上,你不能用一只杯子来想,而只能用这个杯子的概念来想……你也不能用实际存在的杯子说话,你只能用适用于杯子的词(glass)来说。”⁽²⁰⁾

在这个简短的段落中,霍尔已经给出了再现的基本模式:对象→心象再现→语言或其他媒介的再现。但是霍尔自己指出:“这是一个相当复杂的过程的非常简单的说法。”⁽²¹⁾把再现按“媒介化”方式区分,大致可以分成四种:心象媒介再现、感官媒介再现、记谱媒介再现、媒介综合再现。

心象是我们要讨论的第一类媒介,偏偏这个问题最富于争议,有一部分论者,认为心象(Mental Representation,简称MR)只是经验,没有媒介化,因此无文本式组成性。哪怕拥护心象说的不少哲学家,也有人认为心象无法携带意向性内容。但是有一批论者认为心象可以被还原成意向性内容,这一派被称为“再现主义”(representationism)。他们认为心象有两种形态:它可以是“图像式的”,也可以是“语言(概念)式的”。显然,上引霍尔的观念,是“再现主义”的。本文不卷入关于心象的哲学争论,但是认为关于再现的讨论,不可能缺少心象,心象是一个“符号结构”(symbolic structure),无论是发送者还是认知者,都必须靠此唤起、变形、储存、传送、认知各种意义。一个再现理论,不给心象以一定地位,会遇到太多的困难。

下文中会说到,心象构筑能力,将是再现的一系列重大特点的出发点。用平常话来说:只要想得出来,就能够再现出来。但是心象对于他人来说不可知,需要各种“外加媒介”做进一步的再现。

第二类再现媒介,是“感官性媒介”,这些媒介用感性的知觉承载再现。此类感性媒介中最主要的是视觉,其次是听觉,也不排除嗅觉、味觉、触觉的再现,虽然这些据说“进化上比较原始”的媒介的再现,比视觉与听觉有限得多。其实感官再现的原理非常复杂:一瓶香水“再现”了薰衣草的香味,并没有再现某朵薰衣草,或者作为类的薰衣草,它只是“提示”了薰衣草的某种品质。然而在视觉再现上却不然,人们会认为一幅照片自然地再现了某整个人,实际上它与薰衣草香水一样,只是以一个图景再现了“某种情况下的某些外表再现为某整个人”,甚至只是“一个人的概念”。实际上视觉文本一样边界是有限的,不可能整体上再现对象。

第三种媒介形式在人类文化中更为重要,那就是记谱(notation)。简单说记谱就是用指示符号,分解图像的整体性,或用规约符号增加图像的清晰性,指示符号的辅助图像式的再现种类非常多,时钟、仪表、地图、设计图,都用刻度、数字、图例,加在图像上。就再现清晰度而言,它们的作用比图像更明显。无规约符号的图像,只能看出一个大致趋势。加上规约符号字母或数字能精确再现,典型的是乐谱,股票涨落图谱,几何图等。图像媒介只呈现一个趋势,而记谱媒介是不连续的,可分解的,因此具有“双重分节”带来的意义优势。⁽²²⁾

记谱类再现中最大规模的系统,是语言文字,语言文字使用纯粹的规约符号来表意,用其体系(例如词法、句法)来再现世界体系。古德曼认为:“诗歌小说或传记的文本是记谱概型中的一例。”⁽²³⁾文字记下了语音,或是图像元素构成。虽语言文字与对象之间几乎没有相似关系,除了少数拟音词。言语的起始,来自情绪性的歌唱,语音记谱。只是随着文化演变得非常复杂,而且离开具体对象,但是语音再现依然是文字的基础。越来越多地表达经验中的概念范畴与概念判断。因此,记谱与对象之间的相似性非常有限,基本上是靠规约性构成相关性。

霍尔在上引书的同一章提出:“有两个过程,两个再现系统。第一,存在着一个系统,依靠它,所有种类的物、人、事,都被联系于我们头脑中所拥有的一套概念或心理表象。没有它们,我们完全无法解释世界……语言是包含在建构意义过程中的第二表征系统,我们共享的概

念图必须被翻译成一种通用的语言。”⁽²⁴⁾ 由于语言文字的强大表意能力,很多论者把他看作高一层次的“元再现系统”,意思是所有其他媒介再现的意义,都可以用语言文字重新说明,甚至更清晰地,更通用地说明。一个很常见的例子是GPS导航,经常是图像给出一个直观的大概,而加上的言语文字则是明确说明。

记谱类再现的最大特点,不是缺乏与对象之间的相似性,而是其自身的“可分解性”,文字分为字母,乐谱分为音符,表盘分为刻度。这是因为记谱再现的本质,就是用再现符号,对对象进行“双重分节”,由此导向了符号重构世界的巨大能力。指示符号把形态不清的对象导向条块分割秩序,这是此类再现最重要的功能。

因此,媒介是综合媒介,在记谱类再现中已经看到了它自然生成。在人类文化中,综合媒介并不晚出,各民族的歌舞、仪式,都是多种媒介联手再现:最早的甲骨文,是龟壳甲骨文字,以及图像(烧灸痕)联合媒介再现;中国画大多是图像、题词、印章的集合;教课、指挥、领舞是言语、动作、表情的结合;连环画的人物有“说话气泡”或其他文字说明;广告必用商品的标记押尾。而当代的电影、电视、游戏,更是综合媒介的精心混合。

四、再现文本与对象的“相关性”

再现凭着相关性,能让接收者“解释出”文本再现了对象。相关性不一定完全是再现符号文本本身的品格,而是最后在接收解释中实现的联系方式。说清这点了之后,本文先从文本的品质,对再现的相关性进行分类。

第一类是“实在对象再现”,这是我们认为再现最常见的形态:接受者通过再现文本能感觉到它与对象的关联,或是能自认为明白再现指向的对象,好像这种再现具有“自然而然”的相关性,能透明地指向对象。这是我们居住于意义世界经常有的幻觉,它们的确是幻觉。电影、摄影这样的体裁,如肖像、风景这样的题材,符号与对象的关系不言而喻,让人觉得有一种“直接感”(immediacy)。记谱再现“引入非自然因素,如时间、意识、历史,以及符号的间离性干预,从而瓦解了自然的在场性”。⁽²⁵⁾ 而图像虽然是符号,但它看起来似乎是对象的自然而直接的显现。

这种实在对象再现,经常有两个误会:一是认为再现指向客观存在的实际对象,其实再现指向的是文化承袭的“相关性”,这点上文已经说过。接收者头脑中的类似经验。所谓实指再现,让我们觉得再现的对象

是明确存在的。所谓“我们”实际上是某个文化群体的成员,所谓“觉得”,是依照我们的编码—解码体系(我们的文化元语言),觉得文本具有“解释顺畅性”,从而“自然而然”地觉得再现实在对象。

正由于此,再现的“模仿说”常常被降解到天真的程度。左拉干脆提出:“想象力不再是小说家的首要品质……(优秀小说家)他们的才华不在于他们有想象力,而在于他们强有力地再现了自然。”⁽²⁶⁾ 所以《饕餮的巴黎》写菜市场,可以一口气描写了30多种鱼虾;《小酒馆》描写洗衣房,可以用五六页。在观众的解释体验中,这样的解释很可能发生,尤其是情绪的卷入,能让读者不由自主地认为再现的世界与真实的世界并无不同。如金圣叹所说过,好的小说“写来便若真有其事而亲临其地者”。

对此种误会,皮尔斯干脆指出,“(符号指向的只是)之前关于世界的经验或认知。”⁽²⁷⁾ 符号并不再现对象,而是再现被社会业已认可的先前的描述。符号表现的只是“真实情境中被交流者用来出发交流参与者的认知,或交流领域中的各种后续操作”。⁽²⁸⁾ 古德曼认为,“一个对象看起来想什么,不仅取决于它的方向、距离与光线,而且取决于我们对它的所有认识与训练”。⁽²⁹⁾ 再现文本而只能通过接收者学会的文化习惯和社群规约等指向对象。

第二类是“想象再现”,即是再现对象并非实际存在之物,更正确地说,并非文化中确认的实存之物。我们经常称这类再现为虚构再现,似乎再现对象是否实际存在,可用实验方式验证,或是归纳法验证。例如“白乌鸦”不存在,因为谁也没有见到过,世界各地的乌鸦颜色都是白的。这种“实际验证”是现代观念。是否为实存之物,只是文化的集体经验达成的共识。

任何文化都不断地在变化,所以对象是否实存的共识,本身也在不断地变化。鲁哀公“西狩获麟”,孔子叹而中止《春秋》。400年后司马迁秉承《春秋》遗志而写《史记》,写到汉武帝猎到奇兽,众大臣会集辨认为麒麟,因此《史记》也“至于麟止”。对于孔子与司马迁这两位他们时代有至高智慧的人来说,“麒麟”这个“概念再现”,有确切实在的指称。而且是文化中公认的有实在指称,那样他们才能从“获麟”一事中得出的“历史终结”的重大意义。

大部分此类想象再现,即使今日大部分人认为对象是虚构之物,依然有不少人认定为是实在之物,例如画出或写到神仙、鬼魂、天使,总有人认为是实在的。

当然也有再现一出现,就被广大接收者认知为想象对象的再现,例如大量动画片中的如人物的动物。儿童喜爱的原因是因为相信它们是实在的:《疯狂动物城》中的兔子警察与狐狸小偷是真实的,《星际迷航》中的星球是真实存在的。只有到了一定年龄,得到一定教育,才愿意相信虽然虚构,也有实在的特征。这就是为什么想象再现可以用来伪装、改造、掩饰真实,也就是为什么明言为虚构的小说或电视剧,依然也能使观众同喜同悲、欲罢不能。

社会群体也知道无人有经验的对象,再现方式不同。《韩非子》中有一段:“客有为齐王画者,齐王问曰:‘画孰最难者?’曰:‘犬马最难。’‘孰易者?’曰:‘鬼魅最易。’夫犬马,人所知也,旦暮罄于前,不可不类之,故难。鬼魅,无形者,不罄于前,故易之也。”⁽³⁰⁾齐王的画师并没有说鬼是想象对象,他只是说“不罄于前”,不常见,所以缺少“之前关于此物的共同经验或认知”。

因此,古德曼指出:“虚构再现的谓词,是一个具有零外延的实际谓词。”⁽³¹⁾也就是说,“他是一个鬼魂”这句话,或是一幅鬼魂画,其文本结构与表意方式,都与“实在对象再现”相同,因此是其指谓构造是“实际”的。只是特定时期的社会文化规定性,认为此种再现的对象,找不到实际存在的对应物。

尤其是当再现的想象对象与实在的对象混杂,更容易使人炫目。西游记的师徒四人三徒弟,都是再现混合的产物,孙悟空是猴子脸与手足,但是一身武士打扮。实际上,再现完全的想象的对象几乎不可能。诸神:宙斯是希腊人打扮,使徒保罗是中世纪修士打扮,玉皇大帝是中国皇帝打扮,佛陀是古印度人打扮。这种再现可以称为“想象与实指的综合再现”。

如果再现文本中同时有几个对象,本文必然要再现他们之间的关系,不然就合不成一个文本。例如米开朗琪罗所作西斯廷大教堂天顶画,上帝手指点化亚当,人类的灵魂和智慧来自神意,这幅画再现几个想象的对象之间的想象关系。雅克·路易·大卫所作《拿破仑一世加冕大典》大型油画,则是许多人物的关系,甚至包括加冕礼上实际并未在场的拿破仑的母亲,因此是真实对象的想象关系。达·芬奇名作《蒙娜丽莎》肖像的背景是一幅山水风景,此人像与风景中的关系是想象的,对象人物并没有站在风景之前,因而二者之间的关系能引发多种解释。这种“非延续对象”的综合再现,构成了当今社会的大量“同框”再现方式(例如广告中豪车旁边站美女,松鼠咬干果,书籍呼风唤雨)。

这是就图像而言的,各种记谱再现的主要功能,就是再现各种关系。例如乐谱的再现方式可以有多种,单音的声高与音长虽然重要,无论何种乐谱的主要任务是明显标识它们的相互对比关系。钟表盘面、心电图主要也是再现对象各元素的相互关系。

而各民族的文字,最早的用途都是再现人际关系;税收、法令、政务、打猎、作战、祭祀仪式。至今文字再现的最重要功能,是再现“谓述关系”,即某日发生了什么事,某物属于某一类。实际上,欲再现关系,没有比文字更合适的媒介了,有了文字,才有文化。西文文化(culture)一词,来自农业耕作,中文“文化”来自文字,显然中文的词源更为清晰。“设神理以景俗,敷文化以柔远”,⁽³²⁾有了文字,纵向能治理社会,横向能控制疆土,只有可一再读取的文字才能处理政治关系。而文字再现作为记录存留,就形成历史的时序关系再现,这才出现人类文明的基本形态。

第四种再现方式,“比喻再现”,实际上是上述“关系再现”的延伸。如果再现的目的在于显示事物之间的关系,那么只再现一边的关联事物,接收者就能联系到对象的外部关系。这在再现中是非常必要的,一溜瓦片也让人知道这是在再现一所传统的中式房子。这再现画面与对象之间是部分与全体的提喻关系。实际上再现会用到所有的修辞格构成,条件是解释社群能够理解再现所用的意义延展方式。

修辞格中表现力最强的是象征。象征是在文化社群反复使用,意义累积而发生符用学变异的符号,其意义往往是比较抽象而难以说清的精神,或因各种原因不宜或不愿直接说的影射。象征原是一般的比喻,经由重复而累积意义才形成:文化对某个比喻集体地重复使用,或是个人对某个比喻重复使用,都可能达到意义积累变成象征的效果。姿势如双手做心状,敬礼,跪拜;图像如奥运的五环,医院的红十字;装饰如厨师的白帽,护士的口罩。这些再现的对象,依靠符用学累积指向抽象对象。

许多象征再现历史久远。例如华表,原先是一种路标,尧舜时已经兼为供百姓告状的“谤木”。晋代崔豹说:“今华表木也,以横木交柱头,状若花也,形似楛棒,大路交衡悉施焉。或谓之表木,以表工者纳谏也,亦以表识肠路也。”后世路标与“谤木”功能早已消失,华表不再刻谏言,而为象征皇权天授的云龙纹所代替,是皇家宫廷建筑的一种特殊标志。如此复用的结果,在当代变成了中华民族的象征再现。华表的修辞意义,是历史性地重复与变异所得。由于各种宣传或广告,不会放过突出

象征标志的机会,结果更加推动华表形象的深远象征。

最后一种再现,是所谓“示例再现”,也就是说,用一个例子再现一类对象。典型的例子是橱窗里或网站上模特穿的服装,地图上的“图例”,设计图上的“比例尺”,理发店的发型照片,博物馆里动植物的标本,体操或舞蹈教练给出的动作姿势,推销员随时都带着的样品本,装修材料店挂在墙上的用料样品,教科书对任何规则性使用的解说。

许多西方学者认为所有的再现与对象的关系都是示例再现,就是说,所有再现的对象都是一个类型(type),而再现文本只表现其中的一个例子(token)。这种“符号必为类型符”说,来自西方哲学中柏拉图“理念说”的强大传统。他们提出,意义必须归结到类型才能得到理解。索绪尔所指对象是社会性的“集体概念”,皮尔斯强调符号意义的类型:“每一张画不论其方法是如何约定的,在本质上都是种类的表象。”⁽³³⁾直到今天,讨论符号“资格”的学者,依然持此标准:他们坚持认为“视像与语象,都必须能描写事物的”“基型”或“原型”;正因为与基型有这样的联系,他们才能够互相替代。”⁽³⁴⁾艾柯也强调“符号必然是类型”,他认为镜像照见的是显然是“我”这个别物,“我”不是类型,因此镜像不可能算符号再现。⁽³⁵⁾笔者认为,再现的对象可以是个别物,说镜像非符号再现,可能太过了。

中国古人在这一点上,似乎比西方人清楚。《荀子》把这种一般与个别的再现对比,称为“共名”与“别名”：“物也者,大共名也。推而共之,共则有共,至于无共然后止。有时欲偏举之,故谓之鸟兽。鸟兽也者,大别名也,推而别之,别则有别,至于无别然后止。”⁽³⁶⁾他的意思是两种推进过程,从共到别,从别到共,都是有至境的:一般化到最一般为止,个别化到个体为止。

五、艺术再现

艺术同样靠要被感知,因此必须是一种再现。黑格尔所言:“艺术中最重要的始终是它的可直接了解性。”⁽³⁷⁾但是艺术不专以上所列再现的任何一类:艺术的对象似乎是想象的,实际上也可以是实在的,幻想的,合指的,比喻的,示例的;艺术可以用任何媒介,因此不专属于感官(视觉或听觉)媒介,语言文字记谱媒介是艺术大类小说诗歌的承载媒介。艺术再现是如此多样,实际上与科学的/日常的再现没有什么不同,只是更多样化复杂一些。

甚至不一定能说某个再现文本必定是艺术,再现文本只有应用于艺术的功能才是艺术。唐人张彦远有

言,“众皆谨于象似,我则脱落其凡俗”,⁽³⁸⁾艺术可以是像似再现,但并非必要条件,只有当接收者有艺术解读方式,才是艺术。上面说到的大卫《拿破仑一世加冕大典》对当时的观者可以是波拿巴派的宣传,对今日的观者可以是历史文献,但是对把它解释成艺术的观者来说,此画是艺术。《诗经》可以“多识鸟兽鱼虫之名”,电影大片能赚到上亿元票房等,这些是艺术再现用于实际用途,此时它们不是艺术。所以,本文必须从一个新的角度考察艺术再现的本质特征:当再现与对象的关系发生发生某种变化时,它就变成艺术再现。

首先,艺术再现“虚指”对象,艺术文本可以有对象,也可以几乎找不到对象(例如无标题音乐、抽象美术、建筑等),这两种艺术再现看起来很不一样,实际上所有艺术再现都与对象保持了一个距离,跳过对象,推开对象,可以推到几乎了无痕迹的远距。哪怕有对象,也是虚应故事。换言之,艺术不一定是在再现“对象”,实际上艺术不以再现对象为意义方式。

各种艺术文本多少避免直接再现对象,例如艺术电影(非纪录片)中的灾难、飓风、地震、火山爆发、外星人入侵,僵尸等,因为是艺术再现,观众早就学会如何保持意义距离,隔岸观火,欣赏令人战栗的恐怖图景。同样的再现,一旦放在新闻联播中,就是再现实在对象,会引发群体恐慌。因此,故事片电影直接表现的血腥残杀,色情与性偏离等,出现于电视新闻必须打上马赛克:艺术再现把对象推开到一定距离之外,就此获得了表现自由度。对艺术的这个魔术,全社会的普通观众,都很快学会恰当的观看方式。

艺术表意的特点是:对象尽量虚,最好只是虚晃一枪,符号才能偏重解释项。用艾略特的名言来说,“诗的‘意义’的主要用途……可能是满足读者的一种习惯,把他的注意力引开去,使他安静,这时诗就可以对他发生作用,就像故事中的窃贼总是备着一块好肉对付看家狗”。⁽³⁹⁾兰色姆的比喻可能更合适:诗的“逻辑上连贯的意义”,能起的作用,只是挡路。诗就在“跳过”这种对象做障碍赛跑。⁽⁴⁰⁾艺术的精彩就在于跳越对象的动作。

中国古代美术理论,很关注形似(看得出对象)与神似(引发对象外意义)的区别。南朝宋宗炳主张“万趣融其神思”;东晋顾恺之要求“以形写神”。这些玄学时代艺术家的想法极为精彩,可惜后人并不完全理解。近两千年后清代邹一桂还在反驳:“未有形不似反得其神者。”不能说所有的艺术符号都没有指称,画猫画月季,肯定再现猫这种动物,月季这种植物。但是应当说:艺术再现尽量推

开对象,尽可能保持距离,甚至让对象变形到几乎消失。

对艺术符号的“跳过对象”机制,钱钟书在《管锥编·毛诗正义二六论卷》中做了一个精彩的解说。钱钟书借《史记·商君列传》,建议称艺术文本为“貌言”“华言”。⁽⁴¹⁾ 艺术符号的对象只是一个虚假姿势,再现的存而不论的功能。由此,艺术颠覆了符号表意的三元关系:表意过程越过了“所指之事物”,直接指向“思想或提示”,这才使艺术获得自由,意义丰富。

瑞恰慈称艺术的这种方式为“无指称的诗歌语言”(non-referential pseudo-statement),钱钟书译此语为“羌无实指之假充陈述”;钱钟书又指出其他论者也有近似的术语:茵伽顿的“Quasi-Urteile”,奥赫曼(Richard Ohmann)的“quasi-speechact”,钱钟书译为“貌似断语”。⁽⁴²⁾ 但是钱钟书认为更准确地说明了艺术再现的此特征的,是《关尹子》中的说法:“比如见土牛木马,虽情存牛马之名,而心忘牛马之实。”⁽⁴³⁾ 土牛木马雕塑,可以“情存”对象,但是一旦观者“心忘牛马之实”,推远了再现对象,就成为艺术。

钱钟书认为刘勰等人没有看懂《孟子》关于“志”和“辞”的讨论,不明白艺术是“虚言”。他指的想必是《孟子·万章》篇:“故说诗者,不以文害辞,不以辞害志。以意逆志,是谓得之。”笔者认为孟子说的“文”可以理解为文采,包括“夸饰”“华言”;而孟子的“辞”是意指实在的语言文字(即我们说的“科学/实用”用语)。⁽⁴⁴⁾ 只有如此理解,钱钟书对这一讨论所做的结论,才让人明白,“孟子含而未申之意,遂而昭然”。⁽⁴⁵⁾ 艺术是有意义的,只是多少“跳过了”意义的实指部分,再现对象落入特殊形态,不能“尽信之”,又不能“尽不信之”。⁽⁴⁶⁾ 不能把“华词”再现,当作“质言”再现,只是“知物之伪者,不必去物”。

既然有没有对象不是艺术再现的必然条件,那么为什么依然称艺术为再现?艺术到底再现什么?艺术再现的对象,可以虚指实在会想象的对象,实际上再现的重点是艺术文本自身(self-representation)。再现的他者对象既然已经被虚化,它必须再现一个对象,才能称为再现。

艺术文本的这种“自我再现”品质,最早是雅克布森说明白的,他称之“自反”(self-reflectivity)。雅柯布森指出:一个符号文本同时包含多种因素,符号文本不是中性的,平衡的,而是在这些因素中有所侧重,一直到让某种因素成为“主导”,“主导成分为核心成分,它支配、决定和变更其余成分”。⁽⁴⁷⁾ 当文本让其中的一个因素成为主导时,文本就会召唤相应的解释。雅柯布

森认为:当符号侧重于信息本身时,就出现了“诗性”(poeticalness)。这是对艺术再现根本性质问题的清晰的说明:诗性,是符号再现的一种特征,艺术再现把解释者的注意力引向再现本身:再现本身成为主导。此时再现文本并非没有其他功能,并非完全失去对象,只不过文本自身的再现占据了主导地位。

这种“自反性”经常被认为是“自我指称”(self-reference)⁽⁴⁸⁾ 近年符号学家诺特(Winfred Noeth)提出“自反性”应当理解为“自我再现”(self-representation),与之成对比的是科学/日常符号文本的“他者再现”(object-representation);⁽⁴⁹⁾ 笔者认为“自我再现”比“自我指涉”清楚。“指称”或“指涉”是符号的逻辑过程,而“再现”着重于符号的表意过程。“指称”是逻辑的,到对象为止;而“再现”则是一个意义认知过程,到解释才暂停。“自我再现”强调了艺术文本闪避对象后,朝更丰富的解释项开放。

任何文学艺术作品,多少都符合这规律:诗歌韵律平仄之精致,无助于再现对象,只是再现了自身之语言美;书法的笔触狂放恣肆,无助于再现对象,而是自我再现了笔墨的韵味。越到后现代,再现对象越淡出:故宫可以说再现了皇朝的威严,对面卵形的北京歌剧院却除了自身线条之美,很难找到再现对象;雕塑从再现历史人物与故事,转向了不再再现任何对象的形体。

我们就拿电影这种大众艺术为例:电影似乎是在讲一个复杂或动人的故事,人生的一种情景,或幻想的一桩事件。它们当然再现对象,此对象的兴趣吸引了大部分观众(例如男青年喜欢战争冒险,女青年喜欢家务感情)。这些情节可以大同小异不断重复,看完后可能很快就淡漠于同类题材的模糊记忆之中,而留下最深的印象是明星的外貌与导演的技巧。演员形象原本为了再现(想象的或实在)的人物,最后他们离开银幕,进入影院观众心中。编剧导演煞费苦心编个精彩故事,但是观众留下印象主角演员俊俏的脸相,酷毙的打斗,以及美轮美奂的异国风景:当今的电影重要的是再现,而不是被再现。投资方无可奈何,只能给当红名演员高工资,从投合观众需要来说,这个账是算得很合理的,虽然从社会风气与青年教育来说,弊病太多。观众的欣赏方式,把电影变成了艺术的自我再现。

这就是为什么剧中的古人有一张我们熟悉的明星脸,我们却一点也不惊奇。正因为艺术的自我再现偏重,自我重复的效果在当代艺术中越来越重要。这不仅表现在先锋艺术中,也表现在一再重复的系列电影

(如007电影,《碟中谍》电影,《复仇者联盟》电影,开心麻花电影)观众看电影明星,看预料却突然的场面,电影故事只是个暂时的理由。

自我再现的另一个明显例子是网上互动影视,它们让观众挑选演员,甚至决定情节走向,也就是让文本再现观众心理的故事。或许最极端的应当是电子游戏。电子游戏中的故事框架是次要的借口,主要吸引力的在线对象是文本自身的好玩,以及允许游戏者本人参与再现的方式。如此的再现方式满足了玩家的自恋偏好:游戏并不努力再现生活真实,而只是在再现玩家已经成为其一部分的游戏本身。

正因为艺术主导意义不再是再现对象,艺术的自我再现就是自我增生的表意,由此就给文化增大了信息量。文化是一个社会中所有与社会相关的表意活动集合,而非艺术的交流传播的高效化、自动化,使文化中的推动交流与传播展开的“认知差”逐渐流平,趋向消失。当今传播自动而高效,信息交换数量与频率就逐渐脱离人的注意。

而艺术再现,因为主要是自身再现,意义就是在符号文本活动本身,文本自己制造关于自身的意义,使构成社会文化的总意义交流量大幅度提高。一个封闭系统最终会达到热平衡,没有了温差,再不能做功,这个过程就叫熵增。一个据守日常平庸的信息系统,也会因为重复相同的再现,熵增日渐严重。而艺术因为不重复日常信息,总是在日新月异地变花样把自己再现为对象,数量之大,至少能用艺术自我再现造成的“信息熵减”,把社会从庸常传播的“信息熵增”压力,部分得到解脱,社会文化重新具有活力。

这好像是一厢情愿的空谈拟猜,实际上这就是很多学者痛心疾首的“泛艺术化”最主要的效果。就看当今社会大量场所、机构、城市景观、旅游设计,它们并没有重复拥堵日常信息,它们给社会添加了大量新鲜信息的高速流通。这个问题太大,不得不另做讨论。但是泛艺术化的五个方面,商品附加艺术,公共场所艺术,趋向日常物的先锋艺术、生活方式的艺术化,以及数字艺术,合起来在当今文化中占的比例越来越大。而这些艺术,都带有自我再现意义,当数量巨大时,就给整个文化增添了交流量,而不会重复已有知识或已成习惯的信息,那样会让文化走向热寂。

听起来这个说法似乎很神秘,而且看来对饱受学界诟病的“泛艺术化”评价过高。实际上在我们生活中每时每刻都在发生。最简单最便宜的一次性水杯,一

般是没有装饰的,如果加了三道色环,让人眼睛一亮;除了色环会图案本身的“自我再现”,它们没有其他意义,没有加入日常化的平庸信息洪流。它们提高了活跃了信息的社会流通量,却没有增加人们的信息疲劳。所有的艺术在当代信息社会中都起到这个作用。当这些“自我再现”在文化中达到一定的数量级,文化就起了很大变化:变得生动而活跃,这就是艺术的信息“熵减”。我们的城市风景线变得美轮美奂,我们的家居让人觉得舒适而丰富,我们确没有觉得头脑增加了负担,反而增加了组成文化的再现信息总量。

由此我们可以看出艺术再现在人类文化中的意义方式变化:

在前现代,艺术再现,与其他再现方式大致相同,主要是再现对象。

在现代,艺术开启“自律模式”,越来越少地关注对象,而是表现自身。

在后现代,通过“泛艺术化”,艺术对象淡出,文本“再现自身”,从而增加社会文化的意义交流总量。

这样一个社会文化表意方式的变化,意义重大,值得学者们注意,也值得为此做细致而深入的学术辩论,笔者倾听匡正的声音。

[基金项目:本文系四川大学创新火花项目库项目(项目编号:2018hhf-63)的阶段性成果。]

注释: -----

- (1)刘纪纲:《中西美学比较方法论的几个问题》,《文艺研究》1985年1期。
- (2)伍蠡甫主编:《西方文论选》下卷,上海译文出版社,1979年版,第413页。
- (3)赵毅衡:《“再现”与“表征”:一个再也无法姑且下去的术语混淆》,《国际新闻界》2017年9期。
- (4)[法]利科:《作为一个他者的自身》,余碧平译,商务印书馆,2013年版,第109页。
- (5)“Mental Representation” Stanford Dictionary of Philosophy, 2000.3.30 (2019.6.4) <https://plato.stanford.edu/entries/mental-representation/>.
- (6)赵毅衡:《重新定义符号与符号学》,《国际新闻界》2013年6期。
- (7)[美]J.C.S.皮尔斯:《论符号》,赵星植编译,四川大学出版社,2014年版,第37页。
- (8)Göran Rossholm, On representation: An iconic supplement

- to Nelson Goodman's theory of depiction, *Semiotica*, 1995, issue 1-2, p.129.
- (9) (14) (15) (23) (29) (31) [美] 纳尔逊·古德曼:《艺术的语言:通往符号理论的道路》,彭锋译,北京大学出版社,2013年版,第125页,第172-174页,第6-7页,第159页,第18页,第54页。
- (10) 北京大学哲学系外国哲学史教研室:《古希腊罗马哲学》,商务印书馆,1961年版,第19页。
- (11) 刘知几:《史通》第一卷,上海古籍出版社,1978年版,第219页。
- (12) Alexander Pope, "An essay on criticism", *Critical theory since Plato*, San Diego: HBJ, 1972, p.279.
- (13) [英] 贡布里希:《艺术与错觉》,浙江摄影出版社,1987年版,第596页。
- (16) 参见赵毅衡:《论意义顺序:对象先于符号,还是符号先于对象?》,《兰州大学学报》2018年第3期。
- (17) Stuart Hall, *Representation: Cultural Representations and signifying practices*, London: Sage, 1997, p.34 (中译参考徐亮、陆兴华译,《表征:文化表征与意指实践》,2013年版,略有改动)。
- (18) [英] 斯图尔特·霍尔:《表征:文化表征与意指实践》,徐亮、陆兴华译,商务印书馆,2013年版。
- (19) 关于此术语纠葛的讨论,见赵毅衡“‘再现’与‘表征’:一个再也无法姑且下去的术语混淆”,《国际新闻界》2017年9期。
- (20) (21) (24) [英] 斯图尔特·霍尔:《表征:文化表征与意指实践》,徐亮、陆兴华译,商务印书馆,2013年版,第22页,第22页,第22页。
- (22) Umberto Eco, *Semiotics and the Philosophy of Language*, Bloomington: Indiana Univ Press, 1984, p.223.
- (25) [斯洛文尼亚] 阿莱斯·艾尔雅维茨:《图像时代》,吉林人民出版社,2003年版,第206页。
- (26) 朱雯等编:《文学中的自然主义》,上海文艺出版社,1992年版,第294页。
- (27) 转引自 Winfried Nöth & Nina Bishara (eds.) *Self-reference in the Media*. Berlin & New York: Mouton de Gruyter, 2007, p.36.
- (28) Siegfried J Smith, *Self-References in Advertising*, in Winfried Nöth & Nina Bishara (eds.) *Self-reference in the Media*. Berlin & New York: Mouton de Gruyter, 2007, p.89.
- (30) 《韩非子·外储说左上》,山西古籍出版社,2003年版,第85页。
- (32) (南齐)王融:《曲水诗序》,见《太平御览》,中华书局,1960年版,第21卷。
- (33) Charles Sanders Peirce, *Collected Papers*, Cambridge Mass: Harvard Univ Press, 1931-1958, vol 2, p.228.
- (34) Valerii Lepakhim, "Basic Types of Correlation Between Text and Icon, Between Verbal and Visual Icons", *Literature and Theology*, March 2006, pp.28.
- (35) Umberto Eco, *Semiotics and the Philosophy of Language*, Bloomington: Indiana Univ Press, 1984, pp.214-217. 注意艾柯的这个讨论,仅出现于他为此书英文版特别加写的两章,中译本《符号学与语言哲学》(百花文艺出版社,2006年版),是从意大利文本直译,丢落了这两章,非常可惜。
- (36) 《荀子》。
- (37) [德] 黑格尔:《美学》第1卷,朱光潜译,商务印书馆,1979年版,第34页。
- (38) 《中国美学史资料选编》上卷,中华书局,1985年版,第310页。
- (39) T.S. Eliot, *Selected Essays 1917-1935*, London: Faber & Baber, 1932, p.125.
- (40) John Crowe Ransom, "Criticism as Pure Speculation", (ed) Morton D Zabel: *Literary Opinions in America*, New York: Harper, 1951, p.194.
- (41) (42) (43) (45) (46) 钱钟书:《管锥编》,《毛诗正义》,生活·读书·新知三联书店,2007年版,第一卷,第166页,第168页,第167页,第168页,第167页。
- (44) “辞”的意义,《荀子·正名》有解释:“辞也者,兼异实之名,以论一意也。”注:“说事之言辞。”
- (47) 罗曼·雅克布森“主导”,见赵毅衡编:《符号学文学论文集》,百花文艺出版社,2004年版,第8页,原文见 Roman Jakobson, "The Dominant", in Ladislav Matejka and Krystyna Pomorska (eds), *Readings in Russian Poetics*.
- (48) Steven J. Bartlett, Peter Suber (eds.) *Self-Reference: Reflections on Reflexivity*. Dordrecht: Nijhoff, 1987, p.56.
- (49) Jørgen Dines Johansen, *Literary Discourse: A Semiotic-Pragmatic Approach to Literature*. Toronto: University of Toronto Press, 2002, pp.174-288.

(作者单位:四川大学符号学—传媒学研究所)

(责任编辑:张涛)