

回到马克思：重提商品符号研究的意义*

陈文斌**

【内容摘要】

马克思主义政治经济学研究的起点就在商品。同时，马克思在《资本论》中又明确地将商品视为一种符号。商品符号研究肇始于马克思主义政治经济学，并贯穿在西方马克思主义的文化理论之中。聚焦商品符号研究，不仅可以揭示马克思主义政治经济学与西方马克思主义文化理论之间的内在联系，同时也可以廓清文化研究与政治经济学研究的互动关系。回到商品符号研究是“回到马克思”的必由之路，也正是通过重提商品符号，文化研究与政治经济学研究在直面数字时代时有了共同聚焦的对象。

【关键词】

马克思主义；商品；货币；符号学；文化理论

马克思在《资本论》第一卷第一篇“商品与货币”中将“商品”作为第一章，开篇写道：“资本主义生产方式占统治地位的社会财富，表现为‘庞大的商品堆积’，单个的商品表现为这种财富的元素形式。因此，我们的研究从分析商品开始。”^① 马克思对资本主义社会的审视以商品分析为起始点，这一起点的选择，既表明了商品分析对于研究资本主义社会的重要性，也影响了其后西方马克思主义对于商品问题的关注。

马克思主义政治经济学以商品分析作为理论研究的起始点，《资本论》也是沿着商品—货币—资本的脉络来逐步推进对资本主义经济的批判。而 20 世纪西方马克思主义研究的总趋势是“文化转向”，即由政治经济学批判转向了文化批判。“西方马克思主义渐渐地不再

* 本文系浙江省社科规划课题青年课题“国外马克思主义符号学的总体状况研究”（22NDQN204YB）；浙江省教育厅一般科研项目“国外马克思主义符号学的商品批判理论研究”（Y202146186）的阶段性研究成果。

** 作者简介：陈文斌，文学博士，浙江大学传媒与国际文化学院博士后。主要从事马克思主义符号学研究。

① 卡尔·马克思：《资本论》第 1 卷，中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译，北京：人民出版社，2004 年，第 47 页。

从理论上正视重大的经济或政治问题了。”^① 可以确认的是,20 世纪西方马克思主义的核心研究领域就是文化。随着 21 世纪的到来,科技的发展促成了全球互联,数字技术与人工智能的推进使得理论研究的重心转向了科技与经济,国外马克思主义者开始重新意识到经济基础的重要性。这一理论流变始终伴随着对商品符号的不同理解与处理。正是以商品符号研究为枢纽,我们可以廓清这些理论流变中的共性与差异,并从这些商品符号的理论分析中看到经济变动对于文化理论的影响。

一、商品作为符号：马克思主义政治经济学的研究起点

以商品分析为《资本论》研究的起点,马克思继续写道:“商品首先是一个外界的对象,一个靠自己的属性来满足人的某种需要的物。”^② 这里首先承认了商品的物性,物的属性是为了满足人的某种需要,需求的满足意味着这一物对人是有用的,进而,“物的有用性使物成为使用价值”^③。商品作为物的属性构成了其自身的使用价值,然后基于对不同物质属性的使用需要,交换价值随之产生。“交换价值首先表现为一种使用价值同另一种使用价值相交换的量的关系或比例,这个比例随着时间和地点的不同而不断改变。”^④ 商品交换背后所折射出来的恰恰是人与人之间的交往关系,正是基于商品交换,人与人之间产生联系,对于不同物的使用需求串联了人与人之间的意义沟通。

何谓商品?马克思在《资本论》中写道:“要成为商品,产品必须通过交换,转到把它当作使用价值使用的人的手里。”^⑤ 换言之,商品必须被交换,只有被交换,商品才得以成立。交换是商品的固有属性,同时,“在商品的交换关系或交换价值中表现出来的东西,也就是商品的价值”。^⑥ 马克思在《资本论》的开始部分就厘清了使用价值、交换价值、价值这三者之间的关系。也正是这一步步的推导,我们可以从商品交换价值的实现中看到这背后人与人的交往。

① 佩里·安德森:《西方马克思主义探讨》,高铨译,北京:人民出版社,1981年,第96页。

② 卡尔·马克思:《资本论》第1卷,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社,2004年,第47页。

③ 卡尔·马克思:《资本论》第1卷,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社,2004年,第48页。

④ 卡尔·马克思:《资本论》第1卷,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社,2004年,第49页。

⑤ 卡尔·马克思:《资本论》第1卷,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社,2004年,第54页。

⑥ 卡尔·马克思:《资本论》第1卷,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社,2004年,第51页。

商品是社会财富构成的基本元素,同时,商品交换是社会关系构建的基础。“物的使用价值对于人来说没有交换就能实现,就是说,在物和人的直接关系中就能实现;相反,物的价值则只能在交换中实现,就是说,只能在一种社会的过程中实现。”^① 商品交换使得个人摆脱了自给自足的生产状况,人类社群的扩大,乃至社会的形成都离不开商品交换。也正是基于这一点思考,马克思将商品作为研究资本主义社会的起始点。商品的出现重塑了生产关系,这是资本主义制度得以形成的最初始环节。

恩格斯在《家庭、私有制和国家的起源》中论及商品交换对于生产关系的重构作用。“生产是在极狭隘的范围内进行的,但产品完全由生产者支配。这是野蛮时代的生产的巨大优越性,这一优越性随着文明时代的到来便消失了。……业已出现的对畜群和奢侈品的私人占有,引起了单个人之间的交换,使产品变成了商品。这就包含着随之而来的全部变革的萌芽。”^② 这里的变革,即野蛮时代自给自足的生产方式被解构,不同氏族与部落之间展开商品交换,人类社会随之扩大与延展,经由商品重塑了人与人之间的关系,同时也改变了人与物之间的关系。

按照马克思的判断,“劳动产品一旦作为商品来生产,就带上拜物教的性质,因此拜物教是同商品生产分不开的”。^③ 商品生产者通过交换他们的劳动产品发生社会接触,这与人为了自己生产的性质是不同的。人们通过商品交换所搭建的社会关系呈现为物与物之间的关系,劳动的性质改变,人与物的关系也在改变。恩格斯将这一转变纳入野蛮时代向文明时代的过渡阶段中,“当生产者不再直接消费自己的产品,而是通过交换把它转让出去的时候,他们就失去对自己的产品的支配权力。他们已不再知道产品的结局如何,于是产品有那么一天被用来反对生产者、剥削和压迫生产者的可能性便产生了”。^④ 从私人性质的产品,到社会交换的商品,商品的诞生为资本主义经济的剥削行为开辟了可能性。

从使用价值到交换价值,再从交换价值引出价值,有关商品这一本体的性质就被厘清。继而,作为特殊商品的货币成为《资本论》进一步讨论的对象。货币是商品交换的产物,“他们(商品占有者)只有使他们的商品同任何另一个作为一般等价物的商品相对立,才能使他们的商品作为价值,从而作为商品彼此发生关系。……其他一切商品的社会行动使一个特定的商品分离出来,通过这个商品来全面表现

① 卡尔·马克思:《资本论》第1卷,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社,2004年,第102页。

② 《马克思恩格斯选集》第4卷,北京:人民出版社,2012年,第127页。

③ 卡尔·马克思:《资本论》第1卷,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社,2004年,第90页。

④ 《马克思恩格斯选集》第4卷,北京:人民出版社,2012年,第127页。

它们的价值。于是这个商品的自然形式就成为社会公认的等价形式。由于这种社会过程,充当一般等价物就成为被分离出来的商品的独特的社会职能。这个商品就成为货币”。^① 因此,货币是一种特殊的商品,作为一般等价物的货币既然是“社会公认的等价形式”,这也意味着阐释社群赋予了其度量其他一切商品的意义。

商品交换是不同个体之间需求差异造成的,这意味着,不同主体可以通过商品来满足自己的意义需求。从商品中抽离出的一般等价物——货币是集体赋义的结果,商品交换始终伴随着意义向度。“意义必用符号才能解释,符号用来解释意义。反过来,没有意义可以不用符号解释,也没有不解释意义的符号。”^② 符号是用来表达意义的,同时,符号的意义也是被阐释出来的,发送者发送意义,符号文本承载意义,接收者解读意义,符号与意义相伴相生,因此,符号学也就是意义学。对于商品的符号学分析同样是为了揭示人类社群中的意义活动。

马克思在《资本论》中揭示了商品与货币的符号性。“由于货币在某些职能上可以用它本身单纯的符号来代替,又产生了另一种误解,以为货币是一种单纯符号。但另一方面,在这种误解里面包含了一种预感:物的货币形式是物本身以外的东西,它只是隐藏在物背后的人的关系的表现形式。从这个意义上说,每个商品都是一个符号,因为它作为价值只是耗费在它上面的人类劳动的物质外壳。”^③ 从这一段分析可以总结:其一,商品,以及作为一般商品的货币都是符号;其二,商品及货币既具有物性,也具有符号性;其三,商品与货币作为符号,其意义是人赋予的,它们所反映出来的是人与人之间的意义关系。

货币的意义是人类社群集体赋予意义的结果,这导致的不仅是所有人对货币意义的认可,更是赋予货币以权力,即支配所有商品交换,进而影响所有人际交往的权力。恩格斯不无忧虑地指出:“随着商品生产,出现了个人单独经营的土地耕作,以后不久又出现了个人的土地所有制。随后就出现了货币,即其余一切商品都可以与之交换的普遍商品。但是当人们发明货币的时候,他们并没有想到,这样一来他们就创造了一种新的社会力量,一种整个社会都要向它屈膝的普遍力量。”^④ 人的造物反而支配了人的思想与行为,这一颠倒从最初的商品形式中就蕴藏了可能性。商品与货币,符号与权力,乃至意识形态都卷在一起,通过对商品的分析,不仅可以关照经济现实,还可以进入对整体社会文化现象及问题的反思。

① 卡尔·马克思:《资本论》第1卷,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社,2004年,第105—106页。

② 赵毅衡:《符号学》,南京:南京大学出版社,2012年,第2页。

③ 卡尔·马克思:《资本论》第1卷,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社,2004年,第110页。

④ 《马克思恩格斯选集》第4卷,北京:人民出版社,2012年,第127页。

经由以上分析可以看出，马克思与恩格斯都注意并强调了商品与货币的符号性，也经由符号背后的意义考察将经济活动延伸至整个人类社会活动中。因此，有关商品符号的研究对于整个社会而言至关重要。马克思指出：“政治经济学从商品开始，即从产品由个别人或原始公社相互交换的时刻开始。进入交换的产品是商品。但是它成为商品，只是因为在这个物中、在这个产品中结合着两个人或两个公社之间的关系，即生产者和消费者之间的关系，在这里，两者已经不再结合在同一个人身上。”^① 商品的出现，带来了人与人、社群与社群之间的交往关系，也正是基于这一点，对于商品的研究就不再仅仅是纯粹经济范畴上的内容，再者，“经济学研究的不是物，而是人与人之间的关系，归根到底是阶级和阶级之间的关系；可是这些关系总是同物结合着，并且作为物出现”。^② 从这一逻辑关系中，我们看到了商品同时具有物性与符号性，是“物-符号”的二联体，通过对商品这一符号的政治经济学分析，最终深入的是人与人之间关系的研究。商品作为研究对象，不仅存在于经济领域，同时进入了文化研究的视野中。

二、西方马克思主义文化理论中的商品符号研究

所谓文化，克利福德·格尔茨在《文化的解释》中有过界定：“我主张的文化概念（下列各文将试图论证这个概念的效用）实质上是一个符号学（semiotics）的概念。马克斯·韦伯提出，人是悬在由他自己所编织的意义之网中的动物，我本人也持相同的观点。于是，我以为所谓文化就是这样一些由人自己编织的意义之网，因此，对文化的分析不是一种寻求规律的实验科学，而是一种探求意义的解释科学。”^③ 符号、意义、文化彼此之间的关系被澄清，符号承载意义，人的存在需要意义，人自己创造符号构建文化，因此，对于文化的分析始终离不开对符号的关照。

恩斯特·卡西尔在《人论》中也有过类似的分析，在他看来，“人不再生活在一个单纯的物理宇宙中，而是生活在一个符号宇宙之中。语言、神话、艺术和宗教则是这个符号宇宙的各部分，它们是织成符号之网的不同丝线，是人类经验的交织之网。人类在思想和经验之中取得的一切进步都使这符号之网更为精巧和坚固”。^④ 人类对于世界的认知都是建立在将其纳入意义之网之中，意义之网的编织者与维护者都是人类自身，各种文化的成果都是意义之网的一部分。这样来看，意义的生成是

① 《马克思恩格斯选集》第2卷，北京：人民出版社，2012年，第14页。

② 《马克思恩格斯选集》第2卷，北京：人民出版社，2012年，第14—15页。

③ 克利福德·格尔茨：《文化的解释》，韩理译，南京：译林出版社，2014年，第5页。

④ 恩斯特·卡西尔：《人论》，甘阳译，上海：上海译文出版社，2013年，第43页。

人类经由符号实现的。因此,卡西尔进一步判定:“所有这些文化形式都是符号形式。因此,我们应当把人定义为符号动物(animal symbolicum)来取代把人定义为理性的动物,只有这样,我们才能指明人的独特之处,也才能理解对人开放的新路——通向文化之路。”^①

文化经由各种符号构建,人的本质性确认也离不开符号了。人的自我确认同样也是符号化的过程,即在主体内部将自我符号化加以审视。人与人之间的交流也是借助符号得以展开,语言、文字都是符号。人类生产的商品也是符号,这一符号现如今渗透到社会生活的方方面面,以至于我们可以透过商品符号的分析去审视整个社会的政治、经济、文化状况。

从符号角度对文化进行界定,并不只是西方学者的操作,中国的符号学家赵毅衡认为:“文化是一个社会中所有与社会生活相关的符号活动的总集合。”^②这一界定串联起了“文化-意义-符号”这三个概念,同样确证了符号研究对接社会现实的理论路径。也正是基于以上学者的界定,我们得以清晰地看到文化与符号之间的关联,经由这些分析我们也得以明确,如今遍布人类活动各个角落的商品符号,应当成为我们研究文化不可绕开的重点。

重新回顾前文的分析,马克思对于资本主义社会的政治经济学研究是从商品分析开始的,他也强调了商品与货币的符号性。同时,从符号学角度来看,整个社会文化就是由符号编织起来的意义之网。就这样,政治经济学与文化分析在商品符号这里得以共融与叠合。通过对商品符号的分析,既可以进入政治经济学的范畴,也可以深入整体社会文化的统观,关于商品符号的研究价值可见一斑。

整个社会由各种符号编织构成,对于社会的分析无法同时兼顾到所有类型的符号,因此,着眼于某一类符号展开分析成为更切实的方案,商品符号作为社会生活中普遍存在且与人密切关联的符号由此进入我们的关注视野中。从商品符号的分析入手,我们既可以考量商品在政治经济学研究中的位置,同时也能够对当下消费时代或数字时代的诸多现象与问题进行回应。商品不仅在数量上保持持续增长态势,活动范围也在不断拓宽,而且与人自身主体性的关联增强。对于商品符号的持续关注可以与现实的变动密切结合,同时,商品符号的研究本质上是对于马克思主义政治经济学的回归与重视。

有关商品的研究,既关乎人与外部社会的联系,也涉及人与人之间的主体关联。马克思主义将商品研究作为政治经济学研究的起点,是要沿着“商品—货币—资本”

① 恩斯特·卡西尔:《人论》,甘阳译,上海:上海译文出版社,2013年,第45页。

② 赵毅衡:《文学符号学》,北京:中国文联出版公司,1990年,第89页。

的路径揭开资本主义经济制度对劳动者的剥削与压迫。随着资本主义制度自我调整,剥削与压迫的形式也在发生改变,但不变的是商品在其中裹挟的权力与意识形态。从葛兰西、卢卡奇到法兰克福学派,再到如今西方马克思主义发展的总体状貌,20世纪批判理论完成了马克思主义的文化转向,这一转向主要特征就是政治经济学批判转向了文化理论批判,对于社会现象及问题的探讨都可以在文化领域内得到解释,批判性指向也是围绕文化领域的斗争展开。

这一转向的形成有着特定的社会历史背景,学术研究旨趣的转向必然对应着现实自身的发展状况,虽然研究关注的重点发生了转移,但商品在其中的研究地位并没有贬低,反而始终贯穿在马克思主义政治经济学到西方马克思主义文化理论之中。对于其中商品符号研究成果的爬梳,不仅具有理论回溯的价值,更重要的是,我们可以透过对商品符号的研究方式、探讨视角、分析语境的差异,重新审视商品符号在学术话语与社会实践上的意义,我们也可以经由商品意义的变化来探究经济活动、文化现象所映射的时代变迁状貌。

西方马克思主义文化理论始终贯穿着对商品符号的研究,或隐或现,从未断绝。另外,商品生产、交换及消费方式的状况也在重塑着社会现实,从而成为西方马克思主义文化理论直面的对象。可以说,西方马克思主义文化理论的缘起与福特主义的商品生产方式密切关联,葛兰西的市民社会理论、卢卡奇的物化理论都是在由福特主义导致的社会结构转型中产生的。如今西方马克思主义文化理论的新发展同样与后福特主义,或后工业社会的商品生产、交换、消费方式相对接,鲍德里亚的消费社会理论,詹姆逊的后现代文化批判理论等,都是直面社会转型下商品符号泛滥的产物,在他们的理论关照中,商品的具体形态及特征成为研究对象。可以看出,西方马克思主义文化理论与商品符号研究始终牵绊在一起,也正是通过对商品符号的分析,经济活动得以清晰呈现,与经济活动相互影响的文化活动也得以廓清。

商品符号的生产、交换、消费方式组构了社会形态,这一形态既是理论诞生的现实根基,同时也是理论关照的对象。14世纪末至15世纪初,资本主义的生产关系在西欧封建社会内部萌生,美洲大陆的发现为新兴的资本主义开辟了商品市场,资本积累逐步开始。资本主义商品经济的发展加快了生产关系的更新,即以资本主义生产关系取代封建生产关系,伴随着经济实力的增强,资产阶级逐渐掌握政治与文化上的话语权。

从18世纪60年代开始,资本主义机器大生产取代了以手工技术为基础的工场手工业,工业生产中的机器使用提高了生产效率,资本主义经济也得以迅猛发展。19世纪30年代以来,资本主义周期性经济危机暴露了其内部矛盾,马克思主义诞生于

这样的背景下，其对于资本主义制度的批判指向了生产关系，而生产的产物就是一系列的商品。在这些商品中，资本主义经济制度的剥削就体现在它将劳动力商品化，并从中谋取剩余价值。

马克思指认了劳动力变为商品的过程，“劳动力占有者要把劳动力当作商品出卖，他就必须能够支配它，从而必须是自己的劳动能力、自己人身的自由所有者。劳动力占有者和货币占有者在市场上相遇，彼此作为身份平等的商品占有者发生关系，……他作为人，必须总是把自己的劳动力当作自己的财产，从而当作自己的商品”。^① 劳动力将自己作为商品出售，雇佣关系得以形成，人与人的关系变成了人与商品之间的关系。马克思正是从这一发现中看到了资本主义制度的剥削本性。这一生产关系所造成的结果就是：“原来的货币占有者作为资本家，昂首前行；劳动力占有者作为他的工人，尾随于后。一个笑容满面，雄心勃勃；一个战战兢兢，畏缩不前，像在市场上出卖了自己的皮一样，只有一个前途——让人家来鞣。”^②

在马克思看来，“占有生产资料的资本家、依附于资本家的企业家和经理人，以及没有生产资料、受到合同约束人身自由、用劳动换取报酬的工人之间的矛盾是资本主义生产关系的核心”。^③ 资本主义生产关系的形成肇始于劳动者主体的商品化，对于商品的分析不再局限于实在物，作为商品的劳动者必须被包括在研究视域中。

19 世纪末到 20 世纪初，传统的自由竞争资本主义转向了以组织化生产为特征的福特制资本主义，福特制以一种流水线式的商品生产方式替代了自由竞争资本主义时期的工场手工业生产方式，以科层制为基础的组织化体系替代了自由竞争的市场体系，“由福特主义所导致的这种社会结构的总体转型，构成了葛兰西实践哲学以及他分析市民社会与文化霸权理论的现实基础”。^④ 经济的变动与理论的构建密切关联，正是因为商品生产效率的提升，经济危机的矛盾被转移，革命的马克思主义者只能试图从文化层面撬动资本主义的根基，葛兰西所引发的思想革命，为书斋式的文化理论埋下的种子。

与葛兰西同时期的卢卡奇也是针对资本主义商品经济的现实提出了物化理论。卢卡奇在《历史与阶级意识》中就阐明：“马克思描绘整个资本主义社会并揭示其基本性质的两部伟大成熟著作，都从分析商品开始，这绝非偶然。因为在人类的这一发展阶段上，没有一个问题不最终追溯到商品这个问题，没有一个问题的解答不能

① 卡尔·马克思：《资本论》第 1 卷，中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译，北京：人民出版社，2004 年，第 195 页。

② 卡尔·马克思：《资本论》第 1 卷，中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译，北京：人民出版社，2004 年，第 205 页。

③ 于尔根·科卡：《资本主义简史》，徐庆译，上海：文汇出版社，2017 年，第 10 页。

④ 仰海峰：《实践哲学与霸权：当代语境中的葛兰西哲学》，北京：北京大学出版社，2009 年，第 136 页。

在商品结构之谜的解答中找到。”^①也正是通过对商品结构之谜的解答，物化理论解释了人的关系被商品结构中物的关系所吞没与掩埋，最终物得以支配人与控制人，物化理论中的物指向的就是商品。

卢卡奇的物化理论以马克思主义政治经济学为理论发端，剖析了资本主义发展过程中物化结构不断内化于人的意识，进而破坏人类本性的问题。这一批判路径“开启了后来法兰克福学派的‘启蒙辩证法’新的批判逻辑，甚至是‘后马克思’思潮的开端”^②。之所以说卢卡奇的物化理论影响了其后的西方马克思主义文化理论，是因为物化理论是通过商品结构分析进入文化批判视域，商品结构分析卷入的是人与物的关系分析，经济学研究由此转入文化研究。“西方马克思主义作为一个整体，当它从方法问题进而涉及实质问题时，就几乎倾全力研究上层建筑了。”^③将经济基础推到后台，反过来将上层建筑作为主要研究对象，成为西方马克思主义的整体特征。

葛兰西与卢卡奇开启了西方马克思主义文化理论的先河。其后的法兰克福学派、伯明翰学派，乃至鲍德里亚、布尔迪厄、詹姆逊、大卫·哈维、伊格尔顿、齐泽克等，都在各自的理论建构中触及，甚至详细展开过有关商品符号的分析。可以说，西方马克思主义文化理论中始终漂浮着商品的影子，对于这一影子的捕捉，可以找到政治经济学与文化理论之间的交汇点，亦可以对文化转向后的理论走向进行追踪。

三、文化与经济：商品符号研究对接现实变革

当我们论及法兰克福学派，通常指的是霍克海默继任所长之后的“社会研究所”，“批判理论”（critical theory）则是法兰克福学派的指导思想。在霍克海默与阿多诺合著的《启蒙辩证法》中，文化成为商品，“文化是一种充满悖论的商品。它完全遵循交换规律，以至于它不再可以交换；文化被盲目地使用，以至于它再也不能使用了”^④。文化被商品化的境况是为资本服务的结果，《启蒙辩证法》对理性的批判恰恰是看透了商品侵蚀文化，进而侵蚀人的主体性的现实。“现代资本主义社会的

① 卢卡奇：《历史与阶级意识——关于马克思主义辩证法的研究》，杜章智，任立，燕宏远译，北京：商务印书馆，1999年，第148页。

② 张一兵：《文本的深度耕犁：西方马克思主义经典文本解读（第一卷）》，北京：中国人民大学出版社，第61页。

③ 佩里·安德森：《西方马克思主义探讨》，高铨译，北京：人民出版社，1981年，第96页。

④ 马克思·霍克海默，西奥多·阿道尔诺：《启蒙辩证法》，曹卫东译，上海：上海世纪出版集团，2006年，第147页。

经济结构,就是为工具理性的这一最后胜利提供了充分必要条件:在资本主义社会里,一切生产都是因为市场需要来作安排,商品生产不是为了满足人们的使用之需,而是追逐利润,为了利上滚利。”^①文化作为商品,不是为了满足人们的多样化需求,而是对人进行意识形态上的统一,从而削弱了人的反思与反抗能力。启蒙走向了自我的反面,导致这一走向的背景就是文化商品化的经济状况。商品反过来在影响人、改造人,这一思想影响了其后诸多西方马克思主义思想家的观念,如鲍德里亚有关消费意识形态的论述等。

到了伯明翰学派,首先需要关注的就是雷蒙德·威廉斯有关文化的界定与分析。雷蒙德·威廉斯认为,“马克思主义者应该是把‘文化’看作整体生活方式的,这是合乎逻辑的”。^②按照这一界定,整体生活方式囊括了人与人、人与物之间的所有活动,商品也就成为这一界定中的重要构成。人生产、交换并消费商品,甚至于人将自身商品化,商品已然成为整体生活方式中无法绕开的构成部分,经济与文化交织在一起。

在雷蒙德·威廉斯看来,马克思主义文化观“是把经济机构的事实以及由此而来的社会关系看作是一条主线,文化便是沿着这条主线编织起来的,只有理解了这条主线,才能真正理解文化”。^③经济活动构成主线,文化沿着主线编织。正是出于对经济重要性的率先强调,马克思自己的文化理论没有得到充分的完善,但我们对于文化的阐释仍旧离不开马克思主义。“马克思主义已经变成了诠释文化的主要积极活动,因此,文化理论还是必要的。不仅需要用马克思主义来阐释过去的和现在的文化,而且也要用马克思主义预测未来的文化。”^④西方马克思主义文化理论始终离不开马克思主义思想,马克思主义政治经济学则是其中的重要部分。

雷蒙德·威廉斯不仅对文化做出界定,也澄清了马克思主义与文化理论之间的关系。伯明翰学派对于大众文化的研究仍旧保持了马克思主义的人道主义关怀和社会批判指向,并将文化研究与政治经济学结合在一起,这典型地反映在伯明翰学派对于亚文化的分析中。承接马克思主义关于“基础—上层建筑”的论述,伯明翰学派将工人阶级亚文化的成因归结到经济上来,“如果缺少一种真实的经济基础——‘丰裕’时期现金工资的增加,那么工人阶级亚文化群体是不可能存在的。但是,更重要的事实是,工人阶级青少年的收入增长要比成年人更快一些,并且其中大部分还

① 陆扬等著:《马克思主义文化理论发展史(上)》,南昌:百花文艺出版社,2018年,第217页。

② 雷蒙·威廉斯:《文化与社会:1780—1950》,高晓玲译,北京:商务印书馆,2018年,第407页。

③ 雷蒙·威廉斯:《文化与社会:1780—1950》,高晓玲译,北京:商务印书馆,2018年,第391页。

④ 雷蒙·威廉斯:《文化与社会:1780—1950》,高晓玲译,北京:商务印书馆,2018年,第398页。

是‘可支配收入’（可用于娱乐、非强制支出的收入）”。^① 工人阶级青少年在经济上的自由给亚文化风格的建立提供了物质条件，文化群体的构建最终还是回到了经济现实上。

收入只是为工人阶级青年提供了一种风格建立的物质基础，风格的建立依托于一系列符号的组合及符码意义的改造，这些符号就是市场提供的商品。“如果没有专门以青年为消费对象的消费品市场的增加，亚文化群体也是不可能存在的。新的青年工业提供了原材料和商品……物品唾手可得，但被群体用于各种独特风格的建构当中。但这并不意味着只是把它们简单地捡起来，而是要主动地把一种对物品和商品的独特选择建构到一种风格当中去。”^② 商品符号成为亚文化风格建立的工具和手段，商品不只是实用物，其承载了特定的文化意义。统治阶级赋予了它特定意义，对于统治阶级的反抗则是改造、消解掉它固有的意义，并在此基础上去生成属于自己社群的意义。

伯明翰学派将亚文化的研究落实到商品符号及其文化意义上来，“商品也是文化符号”^③，主流文化与亚文化都离不开商品符号对自身文化的支撑。“所有的商品有一种社会用途，因此也有一种文化意义。”^④ 亚文化群体之所以要“重写”（reworking）商品表达的意义，是因为商品现有的意义是经过符号编码的，“它们（商品）已经被占支配地位的文化赋予了各种意义、联系和社会含义（social connotations）。许多这样的意义看起来是固定的、‘自然的’。原因就在于，占支配地位的文化已经完全地占有了这些意义并为其所用，以至于它归属于商品的这些意义出现时，似乎只能传达唯一的意义”。^⑤ 这种符号与意义的捆绑，是统治阶级意识形态操控下的结果，目的是构建并捍卫固有的社会文化秩序。

我们所处的文化正是符号编织之网，这样的论断符合文化自身的情况。抽象的文化被具象化为商品符号，使得我们可以清晰辨认。西方马克思主义文化理论对商品符号的研究，实质上就是经由商品符号进入意义编码过程，最终还原文化构建与维系的真相。“因为商品表达的意义是社会给予的——马克思将商品称为‘社会的象

① 斯图亚特·霍尔，托尼·杰斐逊编：《通过仪式抵抗：战后英国的青年亚文化》，孟登迎，胡疆锋，王蕙译，北京：中国青年出版社，2015年，第132页。

② 斯图亚特·霍尔，托尼·杰斐逊编：《通过仪式抵抗：战后英国的青年亚文化》，孟登迎，胡疆锋，王蕙译，北京：中国青年出版社，2015年，第132页。

③ 斯图亚特·霍尔，托尼·杰斐逊编：《通过仪式抵抗：战后英国的青年亚文化》，孟登迎，胡疆锋，王蕙译，北京：中国青年出版社，2015年，第133页。

④ 斯图亚特·霍尔，托尼·杰斐逊编：《通过仪式抵抗：战后英国的青年亚文化》，孟登迎，胡疆锋，王蕙译，北京：中国青年出版社，2015年，第133页。

⑤ 斯图亚特·霍尔，托尼·杰斐逊编：《通过仪式抵抗：战后英国的青年亚文化》，孟登迎，胡疆锋，王蕙译，北京：中国青年出版社，2015年，第133页。

形文字’(social hieroglyphs),所以它们的意义也是可以被社会改写或重构的。”^①因此,对于商品符号及其意义的分析,在本质上就是对于社会文化的分析,商品符号研究属于文化理论中的重镇。

观察商品成为解社会文化的窗口。商品形态的变化也映射了社会结构的改变。丹尼尔·贝尔对“后工业社会”的描绘就是从商品到服务这一经济形态转变出发的,实际上,信息与服务仍旧是商品,只是与物质实体的商品存在形态上的差别。丹尼尔·贝尔认为:“后工业社会以服务行业为基础。……如果工业社会的定义是根据作为生活标准标志的商品数量来确定的话,那么后工业社会的定义则根据服务和舒适——在保健、教育、娱乐和文艺领域——所计量的生活质量标准来确定。”^②工业社会以大规模商品生产为特点,而后工业社会则转向以服务业主导,从实体物品到信息与服务,这中间变化的就是商品形态的主导模式,后工业社会所倚重的信息与服务仍旧在商品生产-交换-消费的链条中。

后工业社会的提出基于信息与服务作为商品主导的社会形貌,消费社会的状况也是被商品堆积所建构。鲍德里亚《消费社会》开篇描写的场面是:“今天,在我们的周围,存在着一种由不断增长的物、服务和物质财富所构成的惊人的消费和丰盛现象。”^③整个社会充斥了丰盛的商品,“大商店里琳琅满目的罐头食品、服装、食品和烹饪材料,可视为丰盛的基本景观和几何区,在所有街道上,堆积着商品的橱窗光芒四射……”^④鲍德里亚有关消费社会的分析就是从对商品丰裕的现实开始的,商品生产过剩导致的就是为刺激消费得不断制造新的需求,商品符号被意义编码,从而维系消费意识形态对社会的掌控。“消费是用某种编码及某种与此编码相适应的竞争性合作的无意识纪律来驯化人们;这不是通过取消便利,而是相反让人们进入游戏规则。这样消费才能只身替代一切意识形态,并同时只身负担起整个社会的一体化,就像原始社会的等级或宗教礼仪所做到的那样。”^⑤所有人都生活于这样的意识形态笼罩下,被商品消费所牵制住,经由商品彼此连接,并在这个过程中被纳入社会等级秩序并加以区分。

后工业社会、消费社会、后现代社会等等的提法都得直面商品,并对商品形态进行回应。弗雷德里克·詹姆逊对后现代社会文化的分析也是从诸多商品中衍生的,

① 斯图亚特·霍尔,托尼·杰斐逊编:《通过仪式抵抗:战后英国的青年亚文化》,孟登迎,胡疆锋,王蕙译,北京:中国青年出版社,2015年,第133页。

② 丹尼尔·贝尔:《后工业社会的来临》,高铨等译,南昌:江西人民出版社,2018年,第120页。

③ 让·鲍德里亚:《消费社会》,刘成富,全志刚译,南京:南京大学出版社,2014年,第1页。

④ 让·鲍德里亚:《消费社会》,刘成富,全志刚译,南京:南京大学出版社,2014年,第2页。

⑤ 让·鲍德里亚:《消费社会》,刘成富,全志刚译,南京:南京大学出版社,2014年,第78页。

在詹姆逊的描述中，“周遭环顾，尽是电视剧集的情态，《读者文摘》的景物，而商品广告、汽车旅店、子夜影院，还有好莱坞的B级影片，再加上每家机场书店都必备的平装本惊险刺激、风流浪漫、名人传奇、离奇凶杀以及科幻诡怪的所谓‘副文学’产品，联手构成了后现代社会的文化世界”。^① 这些商品构成了对后现代社会文化的提喻，詹姆逊将这些商品作为具体的文化文本展开分析，从而揭开了后现代社会文化的真相。

商品形态与文化状貌羁绊在一起，文化理论不是对空言说，商品是马克思主义政治经济学研究的起点，作为符号的商品同时也承载了文化意义，对于商品意义的解读可以进入对文化的解释中。随着时代发展、科技进步，商品形态持续变化。在马克思的《资本论》中，劳动者将自己作为商品出售，而如今，人工智能正在取代人，将劳动者从商品序列中剔除，商品反过来夺取劳动者的工作岗位，这一持续推进的失业浪潮将震荡全世界的劳动者生存状况。

商品早就不局限于供我们吃穿用度的物，信息与服务拓宽商品的活动场域，知识同样成为商品，商品市场也延伸到网络空间中，资本在其中发挥了至关重要的作用，即将一切纳入商品范畴，并通过商品的生产与消费来谋取利润。尼克·戴尔·威则夫特指出，“电子技术正在使计算机软件、电影、视频、电视节目、电子音乐和游戏以及数字产品等一系列对信息经济至关重要的商品，瞬间化蛹成蝶。它们具有商品形式难以包含的无线和瞬息的形式，几乎以‘思维的速度’通过电子和数字渠道进行传播”。^② 商品的生产与传播突破了时间和空间的限制，为资本的流通争取到了绝对的自由，这样，社会斗争的空间也被拓宽，社会运动的形式也随之改变。科技与商品联手重塑了整体社会结构，身处其间的主体该何去何从，成为政治经济学与文化理论共同讨论的新话题。

在数字时代中，文化与商品的关系已然形成这样一种局面：文化的生产者、文化文本、文化的接受者都被商品化了。数字化技术是促成这一局面的先锋，而真正的幕后主导是抽象的资本。“在信息高速公路的时代，资本正在建设自己的赛博空间大道，以规避或压倒曾令其陷入危机的产业冲突。通过它的循环，我们看到它部署了高科技来粉碎一切反对的痕迹——确保工作的可获得性，使更大范围的经验商品化，深化社会控制和加剧生态系统的枯竭。”^③ 文化商品化程度的加剧，与资本为自身谋

① 弗雷德里克·詹明信：《晚期资本主义的文化逻辑》，陈清侨等译，北京：生活·读书·新知三联书店，1997年，第424页。

② Nick Dyer-Witheford. *Cyber-Marx: Cycles and Circuits of Struggle in High-Technology Capitalism*, University of Illinois Press: Urbana and Chicago, 1999, p. 202.

③ Nick Dyer-Witheford. *Cyber-Marx: Cycles and Circuits of Struggle in High-Technology Capitalism*, University of Illinois Press: Urbana and Chicago, 1999, p. 129.

取生存空间的需求是平行的,对于文化的分析始终离不开对于资本的关注,换言之,对于文化的考察始终无法脱离开对经济的分析与研究。商品是联系两者的一个枢纽,这一思路延续了马克思对于资本主义经济分析的起点选择,也应当成为我们聚焦任何文化问题时的起始点与落脚点。

围绕商品符号这个核心,将与商品符号研究相关的理论纳入视野,关注从马克思主义政治经济学到西方马克思主义文化理论,再到已然出现的数字时代新动向,从而确立“商品符号-意义-文化”的阐释框架,并将这一框架纳入“商品生产—交换—消费”的过程中,这就是重提商品符号研究的意义所在。商品符号的研究始终需要立足于马克思主义政治经济学的理论资源,并在这个基础上对当下的变革做出解释。人工智能,数字劳动、5G、虚拟货币等等问题,已然影响到我们的日常生活,对于这些新动向的关注始终可以聚焦到商品符号上来。

重提“商品符号”,不仅是要回到马克思主义政治经济学的研究路径,而且需要从政治经济学与文化研究的双重视域中去考量商品符号研究的价值及意义,从而对当下现实问题做出分析与解释。文化研究逐渐走向“文化中心主义”,即一切问题的解释都交由文化,这导致了“文化研究的视野在明显缩小”,^①视野缩小的原因在于刻意回避政治经济学的相关路径,这一回避显然无法切实应对社会总体问题,我们身处于诸多“后理论”浪潮中,一切坚固的东西被消解后总需要再找到新的坚实的基点,商品符号的重新研究与重视,就是回到马克思主义,回到新的理论增长点的必由之路。

(特约编辑:徐立伟)

^① Jim McGuigan, *Cultural Populist*, London: Routledge, 1992, p. 244.

Abstract:

In the coordinate system with subjective-objective as the vertical axis and insubstantial-real as the horizontal axis, the first quadrant is the subjective insubstantial spirit, the second quadrant is the subjective real sign, the third quadrant is the objective real matter, and the fourth quadrant is the objective insubstantial information. Signs and information are philosophical categories that signify existence, and both are in the transition zone between material and spiritual existence, while symbols are weakly coded and have many meanings, and information is strongly coded and mapped one by one. The four quadrants are interrelated and can be transformed into each other. If we start from Peirce's manifestation science, combined with Hegel's and Sartre's phenomenological ideas, we can assume that the spiritual world and the material world exist equally, and the symbolic world where signs and information are located is only the manifestation of the existence of the original world. The symbolic meaning constitutes the whole domain of information. From the interpretation of manifestation, sign is the manifestation of the way and state of existence of matter and spirit — the sum of material phenomena and spiritual phenomena; sign is manifestation.

Keywords:

Existence; signs; phenomenon; symbolic world; sign movement

Back to Marx: Revisiting the Significance of the Study of Commodity Symbols

Chen Wenbin (Zhejiang University)

Abstract:

The starting point of Marxist political economic research is commodities. At the same time, Marx clearly regarded commodities as a symbol in *Capital*. Commodity symbol research started from Marxist political economy and ran through the cultural theories of Western Marxism. Focusing on the study of commodity symbols can not only reveal the internal connection between Marxist political economy and Western Marxist cultural theories, but also clarify the interaction between cultural studies and political economic studies. Returning to the study of commodity symbols is the only way to “return to Marx”. It is precisely by revisiting commodity symbols that cultural studies and political economic studies have a common focus when facing the digital age.

Keywords:

Marxism; commodity; currency; semiotics; cultural theory

Reflection on Chinese Aesthetic Modernity: Discussion of the movie *The Sacrifice*

Wang Jie (Zhejiang University)

Shi Xiaolin (Henan University)