

# 货币符号学的经济逻辑与文化批判<sup>\*</sup>

陈文斌

**摘要：**货币作为一种元符号，是解释商品符号的符号。货币经历了“物—一般等价物—符号—象征”的历时演变，最终成为一种绝对抽象的存在，也正是货币的独立化倾向与虚幻性本质，使得货币不需要依托于实体，最终成为意识形态的表征。货币的生成与演化加速了人类意义世界交换网络的搭建。依托于国家信用体系，货币成为欲望投射的对象，同时，国家凭借着对货币的控制，巩固了意识形态对所有个体及其社会关系的控制。

**关键词：**货币符号学，马克思主义，商品，信用，意识形态

## Economic Logic and Cultural Criticism of the Semiotics of Currency

Chen Wenbin

**Abstract:** Currency is a meta sign that can interpret commodity signs. It has experienced the historical evolution of thing to universal equivalent to sign to symbol, to finally become an absolute abstract being. Due to its tendencies towards independence and its illusory nature, currency is not reliant on any entity and thus becomes a pure representation of ideology. Its evolution has also accelerated the establishment of the network of exchange for the human world of meaning. Relying on a national credit system, currency serves as an object of human desire

---

\* 本文为浙江省哲学社会科学规划年度课题青年课题“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) 的阶段性成果。

while the state consolidates its ideological control over individuals and their social relations by controlling currency.

**Keywords:** semiotics of currency, Marxism, commodity, credit, ideology

**DOI:** 10.13760/b.cnki.sam.202201003

马克思在《资本论》第一卷第一篇中指出货币的元符号本质：“货币作为价格的转瞬即逝的客观反映，只是当做它自己的符号来执行职能，因此也能够由符号来代替。”（马克思，2004，p. 152）在马克思的界定下，货币可以作为解释商品符号的符号，即元符号，最终指向价值这一解释项。这一元符号本质决定了货币并不束缚于某一种固定形式，它可以是贝壳、纸币、金银，甚至虚拟数字，因此，货币在社会交换中起元符号作用。探究货币的元符号本质，可以帮助理解市场本身发生的形态变化，以及未来经济活动的发展朝向。虚拟货币取代实体货币将普及为新的交易形态，同时，也将重塑人们日常的交换习惯和消费心理。对于诸多经济、文化问题的理解，都可以回到货币的符号学分析上来，由此，货币符号学的理论建构将成为马克思主义政治经济学与符号学结合的新领域。

## 一、货币与信用

具有主体性的个体凭借货币符号促成了商品交换。“货币符号本身需要得到客观的社会公认”（马克思，2004，p. 152），换言之，货币符号的意义需要得到阐释社群的认同，即社会群体意义解释的一致，才可能实现。符号与人的关系研究将拓宽货币符号学的整体视域。“符号学是研究意义活动的学说。”（赵毅衡，2012，p. 3）商品与货币构建的领域只是人类意义活动的一部分，当然，也正是透过这个领域，货币符号学研究可以进入人们的日常生活研究。政治、经济、文化诸领域的活动都可以被转化为符号现象，承接马克思主义的批判内核，货币符号学就是以马克思主义思想为旨归而进行的社会文化符号分析。

信用的观念应该早于货币的发明，货币符号的出现是将信用这一意义实体化。商品的交换从本质上讲满足了交易双方各自的意义需求。卖方是为了实现商品的交换价值，买方是为了获取商品的使用价值，双方不同的意义需求促成了交换的进行。交换过程中最重要的是买卖双方的相互信任，一旦任意一方破坏了这一意义规则，交换的规则就被破坏，信用体系的崩塌最终

## □ 符号与传媒（24）

将阻滞商品交换的实现。

最初的物物交换之所以不能在大范围展开，不仅是因为买卖双方各自需要的商品很难完美对接，更是因为信用会随着交易对象的生疏、交易地点的变更、交易时间的延迟而不断弱化。一旦信用无法兑现，交换就被阻断了。

马克思认为，货币是商品交换社会化的必然结果，“每一个商品占有者都只是想让渡自己的商品，来换取另一个具有能够满足他本人需要的使用价值的商品。就这一点说，交换对于他只是个人过程”（马克思，2004，p. 105）。我们在这里看到的还只是整个表意机制的一端，即发送者的意图意义。在表意机制的另一端，也有一个相同的发送者意图，但它同时也作为接收者而存在。买卖双方互为对象，唯有信任才能突破阻滞交换的意义壁垒。

整个表意过程不再是“发送者—符号—接收者”这样的单向度模式，而是“发送者（接收者） $\rightleftharpoons$ 符号 $\rightleftharpoons$ 接收者（发送者）”的双向循环，处于中间的符号必须同时满足双方的需求。只有这一符号能够勾连更多的发送者和接收者，才能将物物交换这一个体之间的行为转换为社会关系，进而扩展到人类共同体的意义世界中。不论交换的商品是什么，只要彼此有可以共同接受的符号意义，交换就可以冲破身份、时间、地点的限制。而这一能够共同接受的符号意义就是信用，货币正是信用的意义表征。

在《资本论》中，马克思发现货币充当了一般等价物，而支撑这一社会职能实现的其实就是信用。货币能够勾连起所有商品之间的交换，不仅仅是因为货币自身具有价值。从符号意指三分式来看，“符号所代替的那种东西被称为它的对象；它所传达的东西，是它的意义；它所引起的观念，是它的解释项”（皮尔斯，2014，p. 49）。当金银作为货币时，金银自身是有价值的，但当货币变成互联网上的一串数字时，这串数字本身并没有价值。

从皮尔斯的符号三分法来看，“商品即符号，以交换价值为表现形式，商品的对象即价值，商品所引起的观念是使用价值，它能引发购买者对于不同使用价值的意义需求”（陈文斌，2016，p. 7）。商品所指向的对象是价值，但实现价值的并不都是金银，而是具有雄厚经济实力的国家，国家保证了货币价值的兑现。这种保证基于民众对国家支付能力的信任。一旦信用体系崩溃，商品就无法直接指向具体价值。因此，从本质上讲，货币符号的对象并不是价值本身，而是信用体系给予的价值实现的保证。

对于货币而言，便利性是物质要求，信用是思想基础。从贵金属到硬币，再到虚拟货币，货币形态变化都为商品交换提供了便利。“硬币上的纹章和刻印则是信用的关键，而国王确定硬币的价值并为其提供保证，因此国王被

看作是价值的创造者。”（宫崎正胜，2020，p. 30）由此，国王不仅拥有财富，还依托财富获取了权力，这是商品交易带来的政治格局变化以及文化观念更新。正是在商品交换内蕴的权力逻辑下，货币成为权力的载体。马其顿国王亚历山大将自己的肖像雕刻在硬币上宣告权力的交接，如今，所有以物质形态流通的货币大都印有首领的头像，这种权力的符号化展现从未缺席。物质形态上的权力印记指向了国家的信用保障，经验世界延展到虚拟空间后，数字货币的持有者仍旧需要所有权的认可，NFT（Non-Fungible Tokens）这种基于区块链的加密资产依旧在争取得到现实世界信用体系的支撑。

信用体系的实现依托于每一个行动主体的加入，齐美尔认为货币在陌生个体之间建立信任，这一信任伴随着更多人的加入而被共享、再生产、维系、巩固与扩张。构建信任体系恰是依托货币促成规则平等，“货币的哲学意义是：它在实践世界中代表所有存在的公式的最可靠图像和最清晰的体现，据此，事物通过彼此得到了它们的意义，并且它们的存在通过它们的相互关系被确定了”（西梅尔，2007，p. 203）。正是这种确定感维系了意义世界的秩序，由此，制造货币并保障其信用的国家实现了对社会的调控。

## 二、货币的历史：“物—符号”的意义滑动

从符号学角度分析货币，货币必然要被视作人工制造的“纯符号”。货币是被作为意义载体生产出来的，即货币直接指向信用。但是，在运用“货币”这个概念时，我们已经无意识地忽略了货币发展的历史，从而直接将货币归类为“纯符号”。

其实，从符号学对物的分析来看，只有将货币放置在具体历史条件下，将货币作为“符号—使用体”（sign-function），才能从历史唯物主义角度去看待货币的意义滑动。就货币的界定来看，“抽象的价值关系获得一个事物的形态，这就是货币”（张一兵，2014，p. 604）。也就是说，货币作为符号离不开物性，即必须有物质形态来支撑其符号性。这一本质特征从货币诞生之日起就存在，“货币符号的演变始于易腐的消费品，结束于无形的电子记录”（Bankov，2017）。由于货币的当下形态（虚拟货币，如比特币〔Bitcoin〕、狗狗币〔Dogecoin〕等）变得抽象，货币的物性正在被人淡忘，也正是这种淡化，使货币发挥意义的效力不断增强。

货币有着自身演变的历史，而这个过程正是物不断向符号滑动的过程，即由纯然物向纯然符号靠拢的历时演化。最初的货币可以是牲畜和粮食，在

## □ 符号与传媒（24）

狭窄的人际范围内进行物质需要的交换；等到金银作为稀缺金属充当货币，人力开采就不断渗入货币；“如果说黄金还带有天然属性的话，纸币则是彻头彻尾的人造物”（陈创生，2002），褪去了物质上的稀缺性，纸币在国家权力保证的信用体系支持下成为价值的象征；等到数字化货币将价值转化为一连串阿拉伯数字，货币最初的物性也被抹除，变成一种抽象的存在。虽然数字化货币仍旧需要依托于计算设备，但人与物的生产关系被隔断了。

货币在“物—符号”之间单向滑动，但现实情况显然更加复杂，也需要被更细致地划分。最初作为货币的牲畜和粮食同样也是可食用的物，它们只是在偶尔的交换中充当一般等价物。当贝壳、金属等稀缺物开始在交换领域流通时，一般等价物才真正产生，它兼具了物的使用性和符号的意义。纸币则是人造的纯符号，是实用意义符号，它本身无法与物的价值等同，只是作为一种符号来连接商品交换。

纸币不断地在交换中流通，重复地使用加快了货币的流转，数字化货币在转瞬之间交换价值，甚至不需要可触的实体。这样，货币愈发成为一种抽象物，成为笼罩在所有人头脑中的象征。“物—一般等价物—符号—象征”，这一演变将货币在“物—符号”之间的单向滑动进一步细致划分。象征是一种特殊的符号，“是在文化社群反复使用，意义累积而发生符用学变异的比喻”（赵毅衡，2012，pp. 205 – 206）。货币作为财富的比喻，借助处于一定社会关系下人的重复使用，成为新时代的崇拜对象。当所有人都信任货币所给予的承诺时，货币符号就是一种象征了。

由纯然物到象征物的转化是一种高度抽象的过程，不同商品之间的交换是以对社会劳动的抽象为前提的，“而在实际交换过程中，这种抽象又必须物化，象征化，通过某个符号而实现”（马克思，恩格斯，1979，p. 88）。这里延伸出来一个问题：货币为什么最终走向了一种抽象？也就是说，货币本身的形态在不断发生改变，每一次改变都是特定历史条件的要求，其中包括交换的便捷、流通的方便等，但不可否认，除了这些外在可见的现实要求外，其中还渗透着隐秘的意义问题。具体来看，纯然物只需要具备自身特定的使用价值，在历史推进过程中不断更新自己的性能即可，例如计算机由最初的庞大机器更新为现在的掌上设备，物质承载的性质并没有改变。信息传播要求不断拓宽边界，人创造的意义世界要求不断丰富，由此，虚拟化成为必然形势，元宇宙也必然是未来世界的新场域，但这些形势并没有让网络设备本身成为纯符号，那为什么货币最终走向了抽象，是何种原因推动货币不再依赖某类实体？

要思考这个问题，需要在符号学视域审视货币。从表层看，某物与某物直接交换很困难，因为交换双方同时实现意义需求的可能性较小。从意义协调的便捷来看，第三方物的出现可以解决这一意义僵局。而这个“被用作交换媒介的商品，只是逐渐地转化为货币，转化为一个象征；在发生这样的情况下，这个商品本身就可能被它自身的象征所替代。现在它成了交换价值被人承认的符号”（马克思，恩格斯，1979，p. 89）。吊诡的现实是，象征吞噬了物本身，以至于我们现在常识性地接受货币就该如此，或者是说，我们习惯于将价值本身看作抽象数字，这样，对于劳动本身的衡量也转换成数字，对于个人价值的判断也与这个数字挂钩。

财富，这个本身由劳动产生的东西，以货币符号的形式翻转成了主导，所有人向它看齐。斯皮瓦克认为，“货币以其自然的形式腐蚀了自然物，并把它们转换进仅仅为社会交换关系而存在的可见符号中”（1987，p. 33）。这个可见的符号一步一步抹去自己的物性，最终弥散在所有人的社会关系中，由此来看，某个独立个体不是货币抽象化的推手，是整个社会共同合力造就了这个“上帝”，合力的原因即在于意义世界共享的普遍需求，而这又是由人的本质决定的。

### 三、货币与社会关系

独立的个体无法创造社会，社会立足于集群构建。再者，社会不仅仅是物质性的存在，当人类创造的所有物质得以保留，而只剩下一个人存活时，社会仍旧是不存在的。个体既无法创造社会，也无法拥有社会。社会的存在依附于社会关系的存在，而“关系”直接涉及意义问题。

我们所构建和依赖的社会就是意义的网络，其中存在着不同的意义规则，当然，还有共享的社会常识。由于意义标准的不同，人与人之间会产生误解和矛盾，也由于常识的共享，虽然有国籍、种族、性别、年龄等不同的划分标准，但人类整体仍能够实现交流与共融。“1000 年前，每种文化都有自己的一系列故事来解释宇宙是什么、有什么基本成分。但到今天，全球受过教育的人都相信同样一系列关于物质、能量、时间和空间的理论。”（赫拉利，2018，p. 101）如今的世界已然是意义共享的世界，也是能实现意义理解的共同体，在这之中，经济的互联奠定了意义共享的基础。

厘清社会、社会关系与意义的联系，就可以发现符号学所探究的意义问题与货币及货币背后的社会关系存在着密切的关联。黑格尔说：“事物并不

## □ 符号与传媒（24）

是自在的东西；事物只有在关系中，只有通过我以及它与我的关系，才有意义。”（1979，p. 260）这点明了通过研究货币与人的关系，就可以明确货币自身的意义，这也是符号学与政治经济学能够融合的重要理论切口。

先从符号过程的三种不同意义看：“发送者（意图意义）—符号信息（文本意义）—接收者（解释意义）”这个单向度的模型诠释了意义流转的过程，三个意义经常不一致，且“时空跨度使这三个意义并非同时在场”（赵毅衡，2012，p. 51）。将这一模型嵌入商品交易过程，就是“买家—商品—卖家”，借助货币中介，买卖双方同时实现了自己的意义需求，这种交换既可以同时在场，也可以跨越时空。举例而言，当面交易，买家通过付现款的形式直接和卖家达成交易；抑或网上交易，买家先付款到第三方，再由卖家发货，买家确认收到自己所需要的货物之后，卖家才能从第三方那里收款。信息技术驱动下的买卖行为不再是当面交易的小范围人际交往，商品交易早已突破了时空的限制，由此，人类意义世界也被不断关联与拓宽。

买卖的交换模型并非单向度的，而是双向的。此刻的买家可以成为下一刻的卖家。将自己拥有的商品卖给另一个人（或同一个人），出售某一商品的卖家同时需要购买其他生活用品而成为买家。买方与卖方的身份可以不断切换，这和表意过程是相通的：发送者和接收者也在随时转换，商品交易实现了社会网络中意义的流通。因此，“买家—商品（货币）—卖家”就都成为交换网络中的实在主体。商品交换本身也就是意义的交换，对于某物的需求和购买就是为了填补意义需求的空白，货币在交换过程中实现着自身的意义。

从符号学的思维继续延展，以货币为媒介所建构的意义网不同于某种单向度的符号意义过程。也正是对这种表意差异性的开掘，才能够探析货币为何会一步步褪去物性，最终演变成抽象存在。货币的这种差异性或独特性，主要表现在以下两个方面：

其一，货币具有独立化倾向。符号文本是由发送者掌控的，一封信怎么写、用什么纸写、什么时候寄出都是由写信人决定的；符号文本也必须受到接收者的控制，信上的内容如何来看，信件阅后是否销毁，这些都不是信本身能掌握的。以此为例去推演，一句话怎么说，这句话又怎么理解，分别取决于两个主体（发送者与接收者）。货币则不同，它具有强烈的独立化倾向，即摆脱交换双方对它的主宰而成为一种独立的主体。按照马克思的说法：“货币的内在特点是：通过否定自己的目的同时来实现自己的目的；脱离商品而独立；由手段变成目的；通过使商品同交换价值分离来实现商品的交换

价值；通过使交换分裂来使交换易于进行；通过使直接商品交换的困难普遍化，来克服这种困难……”（马克思，恩格斯，1979，pp. 96－97）

货币的功能表象掩盖了其独立化倾向。表面上看，如何使用货币是由交换双方来定的，但恰恰是货币本身的存在让交换双方对它的依赖性加强，人类创造的工具最终却成为目的。也正是由于货币强大的勾连关系、满足需求的能力，货币不同于具体的一般物而成为物中的“神”，成为能够勾连所有物的中介，同时也凌驾于所有物之上，成为人们追逐的目标。

褪去物的表象成为一种抽象存在，具有社会关系的内在需求，货币的这种独立化倾向内含于其诞生之日，而助长这种倾向的又恰恰是社会关系中人的不同意义需求。正是因为众口难调，才需要建构新的崇拜让所有人能从中共同获得意义满足，也正是因为这个独立且共享的意义中介，社会关系才获得了某种稳定中枢。单个商品不再是人追求的目标，能够拥有购买所有商品的货币才是终极目的，这就是货币驱动下的意义世界的真相。

其二，货币具有虚幻性本质。这种虚幻性需要从两个层面来讲，从物质载体的角度看，任何商品其实都有可能成为货币，但货币并不与某一实体捆绑，正是这种自由性，让货币本身飘忽而无定形，其最终演变成数字化、虚拟化存在也是发展之必然。从货币演变的历史来看，“一切商品都是暂时的货币，货币是永久的商品”（马克思，恩格斯，1979，p. 94）。最终成为抽象存在已经暗藏在货币的虚幻性本质中。

从货币营造的社会关系来看，虚幻性弥散在整个社会集群中。从交换形式来解析：（1）交换的主体处于自主自愿、公平交易的意义准则中；（2）交换的对象被认为是相等的，用一定量货币购买的物就等于一定量货币所表征的价值；（3）交换行为本身就是通过货币的媒介作用实现的，没有外来力量的干涉。

每个人看似在满足自己的需求，而实际上，“在这种经济关系中，每个人都为另一个服务，目的是为自己服务，每一个人都把另一个人当做自己的手段相互利用”（张一兵，2014，p. 633）。借助货币这一媒介，目的被掩盖了，因为彼此利用的矛盾也被平等自由的幻象蒙骗。

协调意义的货币加速了社会关系的搭建，其本身的功效奠定了它存在的必要。也恰恰由于它的必要，它本身可以独立出去，逆转自己作为工具的地位。既然要独立出去，就不能依附于某一特定实体，货币在不同对象身上的依附都是暂时的。货币本身就有虚幻性本质，抽象存在满足了这种虚幻性，且最终走向抽象也是独立化的更高要求。

#### 四、意识形态的幽灵

马克思在《〈政治经济学批判〉导言》中指出：“人体解剖对于猴体解剖是一把钥匙，低等动物身上表露的高等动物的征兆，反而在高等动物本身已被认识之后才能理解。”（马克思，恩格斯，2012，p. 705）这句话转而针对货币这一对象时，就是说，只有当货币发展成虚拟货币时，人们才能从中去理解货币从物向符号转化的前历史。也正是当前幻象的解构，才带来了对货币的新反思。

将意识形态分析的对象指向货币，也就指向了货币所连接的社会关系，以及社会关系所承载的社会主体，当然，整个文化也成为分析的对象。所以，对货币的符号学研究必然要走向一种批判性维度，以货币的符号学分析为切入点，可以探究更多人们习以为常而实际上被遮蔽的现实。

回到意识形态研究的路径来看，葛兰西将意识形态划分为有机的意识形态（organic ideology）和随意的意识形态（arbitrary ideology），前者是系统化的思想体系，后者则弥散在日常生活中。阿尔都塞将国家权力划分为强制性的国家机器和意识形态的国家机器，前者用暴力维护统治，后者用意识形态来教育民众。沿着意识形态与国家权力这条路继续走，福柯从宏观走向微观，说明权力渗透在每一个角落。到了鲍德里亚那里，意识形态的这种遮蔽性在消费领域得到呈现，也正是在消费领域，《符号政治经济学》指认符号形式取代了商品形式，符号价值取代了物品本身的劳动价值，其间隐藏着的交换关系卷入了意识形态问题。

交换关系也是一种社会关系，交换关系的进行又进一步依赖于货币这一符号。货币的存在已经常态到没有人会去质疑，去反思。也正因如此，我们才需要警惕并进一步分析货币。按照齐泽克的说法，现如今的意识形态“不再是大的政权方案或哲学方案，而是非常琐碎、微小、不足道的个人体验，遍布在你的日常生活，以及你与他人的互动中”（蒯乐昊，2007）。也正因这种弥散到常态化的现状，意识形态更具有遮蔽性，而解读常态化存在的货币，我们就会发现，每个人的社会实践都将触及意识形态问题。“意识形态不是用来掩饰事物真实状态的幻觉，而是用来结构我们的社会现实的（无意识）幻象。”（齐泽克，2014，p. 30）正如货币凭借着自己的物质形态自在地成为财富的化身，这一状况本身就是以物与物的关系遮蔽了人与人的关系，这一幻觉构建了我们身处的现实，也塑造着我们真实的社会行为。

除了语言，货币也许是最好的意识形态分析对象。首先，货币作为价值的象征与权力相关，福柯所言说的权力渗透同样熔铸在货币之中；其次，意识形态辐射在整个文化社群中，而货币作为一种显现物可以捕捉到被遮蔽的意识形态操作；再者，不论是布尔迪厄的“符号暴力”，还是鲍德里亚的“符号消费”，货币这一重要符号都是不能绕过的；最后，按照马克思主义政治经济学对“经济基础 - 上层建筑”关系的论断，货币既是经济运行不可或缺的要素，也在塑造社会成员的价值观。

货币无法从社会生活中剔除，也正是由于这种必要性，货币的存在、流转、演变始终是被合理化接受的。货币既可以作为工具，也可以成为目的，货币掩盖了交易规则平等表象下的权力关系和意识形态操作。货币成为权力话语的支撑物，作为“文化的（符号学式）的元语言”，统治阶级“赋予自己的思想以普遍性的形式，把它们描绘成唯一合理的，有普遍意义的思想”（马克思，恩格斯，2012，p. 180）。这样，掌控货币生产和制造的国家自然地就掌握了权力话语，任何物的价值都被用货币符号表征，任何个体言说都无法超越国家话语。

当代的符号危机，已不仅是异化劳动和异化消费的问题，异化符号消费被提出，同样指向了货币符号，“符号危机的原因，是当代生产与消费对符号的依赖”（赵毅衡，2012，p. 374）。不仅是依赖品牌符号，广告符号刺激的只是消费，更为核心的是，我们极度依赖货币符号，这个可以购买任何品牌、任何商品的符号。货币作为中介被人常态化接受，各种以货币购买的商品反而成为批判的焦点。往回退一步，常态化的货币用工具的外表展现着自己的朴素与中立。

赵毅衡在论及当代符号危机的四个特征时提出：“第一个特征，是对欲望的欲望，这是一种伟哥文化体制”（赵毅衡，2012，p. 369），也就是说，社会不断地制造欲望，诱使消费，通过消费再来刺激生产，拉动经济。以笔者的观点来看，对货币的欲望催生了各种类型的劳动生产与商品消费。劳动是为了获取价值的代表——货币，再用货币去满足自己的具体欲望，由此，货币欲或是拜金思想作为当代文化中的重要现象值得深究。任何目的的实现都要经过货币这一关，意识形态对欲望的把控可以落实到具体的经济措施中，国家通过调控汇率、制定经济政策就可以干预金融市场，进而影响每一个拥有货币的人，这便是货币所具有的遮蔽性以及强大效力。

国家减少政府对市场的干预，推动金融贸易自由，金融市场其实影响着人们的文化观念。这不仅仅是一种政治经济的实践，同时也是一种文化话语

## □ 符号与传媒（24）

的影响。金融市场越活跃，参与金融交易的人越多，这种话语的影响力就越渗透进社会各方面，参与其中的经济主体就越无法摆脱国家信用体系的干预。信贷的繁荣强化了经济的依赖关系，同时，货币政策塑造着文化关系。

货币的拥有意味着美好未来的兑现，世界经济的运转都建基于这个设定。人们普遍深信这个设定的真实性，将价值的实现交给货币，于是，越是离不开货币，就越是依附于给予货币职能的国家。正是历史发展的趋势强化了意识形态的效力，人们仍将深信货币所承诺的一切，也需要继续依托国家的存在，即使社会发生变化，一个凌驾于所有人之上的实体还是必须存在的。

### 引用文献：

- 陈创生（2002）. 货币符号的象征意义. 社会科学家, 4, 61.
- 陈文斌（2016）. 为什么马克思提出“商品是一种符号”. 符号与传媒, 13, 7.
- 蒯乐昊（2007）. 我们仍然需要马克思主义——专访齐泽克. 南方人物周刊, 17, 63.
- 哈维，大卫（2006）. 新自由主义简史（王钦，译）. 上海：上海译文出版社.
- 赫拉利，尤瓦尔（2018）. 今日简史（林俊宏，译）. 北京：中信出版集团.
- 黑格尔（1979）. 精神现象学（下卷）（贺麟，王玖兴，译）. 北京：商务印书馆.
- 宫崎正胜（2020）. 世界史就是一部货币史（朱悦玮，译）. 杭州：浙江人民出版社.
- 马克思，恩格斯（1979）. 马克思恩格斯全集（第46卷上册）（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.
- 马克思，卡尔（2004）. 资本论（第一卷）（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.
- 马克思，恩格斯（2012）. 马克思恩格斯选集（第一卷），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.
- 马克思，恩格斯（2012）. 马克思恩格斯选集（第二卷），中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译，北京：人民出版社.
- 皮尔斯（2014）. 皮尔斯：论符号（赵星植，译）. 成都：四川大学出版社.
- 齐泽克（2014）. 意识形态的崇高客体（季广茂，译）. 北京：中央编译出版社.
- 西梅尔，格奥尔格（2007）. 货币哲学（一）（于沛沛，林毅，张琪，译）. 北京：中国社会科学出版社.
- 赵毅衡（2012）. 符号学. 南京：南京大学出版社.
- 张一兵（2014）. 回到马克思：经济学语境中的哲学话语. 南京：江苏人民出版社.
- Bankov, K. (2017). Approaches to the Semiotics of Money and Economic Value. 符号与传媒, 15, 189.
- Spivak, G. C. (1987). Speculations on Reading Marx: After Reading Derrida. In Derek Attridge, Robert Young & Geoff Bennington (Eds.), *Post-structuralism and the Question of*

History. Cambridge, New York & Melbourne: Cambridge University Press.

**作者简介：**

陈文斌，浙江大学传媒与国际文化学院博士后，研究方向为马克思主义符号学。

**Author:**

Chen Wenbin, Postdoctoral fellow, School of Media and International Culture, Zhejiang University. His research field is Marxist Semiotics.

Email: 819235619@qq.com