

影视明星的符号结构与价值结构

——影视明星符号学研究系列论文之一

◎ 李启军

一个符号具有怎样的结构,这是符号学的学者不能不思考的问题。我们注意到现代符号学的两位创始人索绪尔和皮尔斯对符号结构的思考并不一致,索绪尔提出的是二元结构说,而皮尔斯提出的是三元结构说。这促使我们进一步思考:符号到底是二元结构还是三元结构?或者既存在二元结构的符号也存在三元结构的符号,不能一概而论?影视明星符号与一般演员符号在结构上是否存在差异?与符号结构相联系,影视明星与一般演员的价值结构又是怎样的?

一、索绪尔二元结构说与皮尔斯三元结构说

索绪尔在《普通语言学教程》中不仅构想了在他的时代尚不存在的未来的符号学(尽管他的符号学观念很成问题),而且他从结构

主义的原则出发,提出了符号学的几个重要范畴,比如语言和言语、句段关系和联想关系(即横组合和纵聚合)、能指和所指等。他认为符号是由能指和所指构成的一个二元结构,他写道:

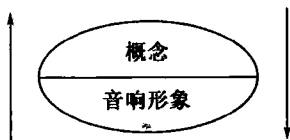
语言符号连接的不是事物和名称,而是概念和音响形象。^①

我们把概念和音响形象的结合叫做符号,但是在日常使用上,这个术语一般只指音响形象,例如指词(arbor等等)。

如果我们用一些彼此呼应同时又互相对立的名称来表示这三个概念,那么歧义就可以消除。我们建议保留用符号这个词表示整体,用所指和能指分别代替概念和音响形象。后两个术语的好处是既能表明它们彼此间的对立,又能表明它们和它们所从属的整体间的对立。^②

把符号明确划分为“能指”(signifier)与“所指”(signified)两个部分是索绪尔的功劳。就是说,如果把符号看成是一个整体,那么能指和所指就是它的两个部分,符号是这两个部分的结合体。简言之,符号是一个二元结构。

那么,符号中的能指与所指这“二元”的关系是怎样的呢?根据索绪尔的阐述,我们可以概括为下面两个要点:①“彼此呼应同时又互相对立”,打个比方就像一张纸的两面。在意识中可以进行理性的分析,把它们彼此区别开来,但在实际上却既没有孤立的能指也没有孤立的所指,而只有包含着所指的能指和只有借能指呈现的所指。②“能指和所指的联系是任意的”,^③所谓“任意性”也就是无理据性,就是说这样一个所指用这样一个能指来指称是无需解释也解释不了的,无非就是约定俗成所使然,而不能把这种“任意性”理解为符号使用者对能指的自由选择性。索绪尔的符号结构用图表示就是:

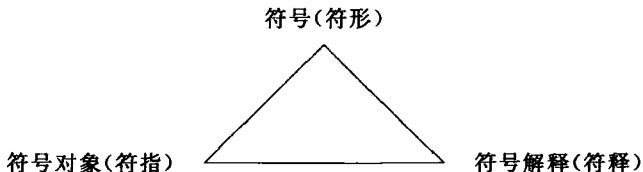


在现代符号学创始人索绪尔那里,符号学被称作 *Semiology*, 在另一位创始人美国实用主义哲学家查尔斯·桑德斯·皮尔斯 (Charles Saunders Peirce) 那里则被称作 *Semiotics*。欧洲人一般沿用索绪尔的用语,美国人一般沿用皮尔斯的用语。皮尔斯与索绪尔各自指称符号学的用语的不同并不重要,重要的是他们的符号学思想的不同。比如,对符号结构的看法,皮尔斯也不同于索绪尔,索绪尔持符号二元结构说,皮尔斯则认为符号是一个三元结构。

皮尔斯虽然已经开始为国内学者所熟悉,但是国内学者更多的是偏重于从实用主义哲学的角度批判性地介绍他的,有某种漫画化的味道。但是,正如伊尼斯所指出的:“在其思想的成熟时期,皮尔斯主要从事的是发展一种符号学理论。”^④ 皮尔斯虽然生前很不得志,其思想无人欣赏,穷困潦倒地过了一生,但是其身后又可谓荣耀至极。不仅 C. 哈特雄等人为他编辑出版了《皮尔斯全集》,而且 1989 年在他诞辰 150 周年之际,哈佛大学为他举办了大型纪念性的“皮尔斯国际学术研讨会”,各国与会者达四百多人。就符号学而言,虽然他没有写过专门的符号学著作,但是他有丰富的关于符号学的论述,所以美国的巴布森学院胡柏思教授辑成了《皮尔斯论符号》^⑤ 一书。现在符号学界无人不知他与索绪尔同为现代符号学的创始人。如果说索绪尔的符号学研究主要局限于语言符号学的范围,那么皮尔斯的符号学研究则真正深入到了非语言符号的世界。

理解皮尔斯的符号三元结构,需要从他的符号定义出发。“皮尔斯认为,所谓符号是相对于某人,在某个方面,能代替(代表、表现)他物的某种东西。这个定义看起来简略,但实际上反映了皮尔

斯对符号本质问题的独到理解。这一定义涉及符号、不同于符号的他物(客体对象)、主体人对符号所作的感知、解释或认知(解释项)这三个方面。事实上,皮尔斯的所有符号学说都是从这一定义派生开来的。”^⑥就是说,皮尔斯把符号看作是一个三元结构体:一是符形,即符号形体,相当于索绪尔的能指;二是符指,就是符号指涉的客观事物,这是索绪尔未作强调的方面;三是符释,符号意义的个体化解释,相当于索绪尔的所指。符形、符指、符释三者之间的结构关系,我们可以用一个三角图形来作直观表示:



皮尔斯是站在哲学的高度来看待符号的三元结构的。“在他看来,任何现象都是三元的,相对于认识而言,分别成为第一概念作用、第二概念作用、第三概念作用。所谓第一概念作用,是指独立于任何其他东西,或者说自身能独立存在,也即自在自为的概念作用。第二概念作用是指与其他东西发生关联,能对他物产生反应的概念作用。第三概念作用是指把第一概念作用和第二概念作用联系起来,并充当这种联系的媒介的概念作用。”^⑦具体到他的符号三元结构,则“符号是第一性的,客体对象是第二性的,解释项是第三性的。其中,客体对象决定符号,符号决定解释项,而客体又通过符号中介间接决定解释项。相对于客体对象,符号是被动的,而相对于解释项,符号是主动的。换句话说,客体对象是符号的成因,解释项则是符号的意义。抽去客体对象,符号就失去了存在或成立的前提。在这一意义上,符号不得不与所表达的对象对应,去迁就客体对象的

规定。另一方面,符号决定解释项,而本身并不受解释项的左右。符号与客体对象关联时,符号是变量,而客体对象是常量。符号与解释项关联时,符号是常量,而解释项是变量。反过来讲,客体是符号适用的对象,而解释项则是符号产生的结果,是符号的能力。”^⑧

二、影视明星与一般演员的符号结构

上面我们简单介绍了索绪尔的二元结构说和皮尔斯的三元结构说。我们说的影视明星与一般演员又具有怎样的符号结构呢?这是我们从符号学角度界定影视明星必须完成的工作。当然,光是下结论是没有意义的,我们的结论需要从对他们两人的观点的批判性分析中得出。

索绪尔所使用的术语“符号”、“能指”、“所指”并不是他的创新,而是从古人那里借用来的。这些术语在古希腊的亚里士多德和斯多葛派的著作里就有了,只是没有人像索绪尔这样明确地把符号看作是一个整体,把“能指”、“所指”看作是这一整体中的两个构成部分。但是对索绪尔的符号二元结构说需要作两点说明:

一是索绪尔立足于以口说语言思考符号问题,所以他所说的“符号”是口说语言中的“语词”,“能指”是“音响形象”,“所指”是“概念”,这些都是比较狭隘的,因而需要对这几个概念进行扩容。实际上符号是远远超出于口说语言符号的范围的,也是远远超出于书写语言符号的范围的,包括大量非语言符号。因此,符号除了口说语词,还有书写语词(即文字系统中的语词),还有大量起到相当于语词作用的非语言符号;而且,符号也不限于语词和相当于语词的层面,还延伸到语句、语篇及相当于语句语篇的层面。正因此,一首诗、一篇小说、一部电影,等等,整个就可以看作是一个大的符号或

符号系统。与此相联系，“能指”也不限于口语或书面语中的语词的音响形象，它可以是听觉的，也可以是视觉的，也还可以是视听觉的统一体，还可以是其他感觉如味觉、触觉的；同时，它可以是线性的，也可以是非线性的平面或立体；它可以是静态的，也可以是动态的；它可以是人造的，也可以是自然的。同样，“所指”也不限于语言中的概念。它可以是一个客观存在的人或事物，可以是某个形象，也可以是某种情感、思想、观点、理想、愿望等；可以是具体的对象，也可以是抽象的对象；可以是物质实体，也可以是观念形态的东西。

二是索绪尔认为“能指”与“所指”是任意关系，这也需要重新思考。索绪尔把符号的根本特征概括为“任意性”，这种观念已经而且继续在广泛传播，但是我们不能接受。理由我们已经在前面作了较充分的陈述。这里再正面提出我们的见解。我们说符号并不都是任意的，就是单纯的语言符号也并不都是任意的。“符号是任意的”这个结论并不成立。要所有类型的符号都符合“任意性”的条件，那是削足适履的做法。比如，从功能的角度看符号，起码可以把符号分为两类：一类是自然符号，一类是意向符号。这是圣·奥古斯丁的分法，我们在今天看来仍是很有道理的。“自然符号是那些既无意向，又无表意愿望，但除了事物自身之外还能自动让了解别的东西的符号。”^⑧“意向符号指所有生物用来尽可能地相互表达心灵活动，即他们所感到或想到的东西的符号。”^⑨火冒出的烟，动物过处留下的气味，人走过留下的足迹，人无意识中露出的表情、作出的动作，诸如此类就是自然符号；动物向同伴发出的危险信号或呼唤同伴向自己靠拢的信号，正常人有意识说出的话、做出的表情和动作，聋哑人打手势“说”的哑语，作家、艺术家们创作出的文艺作品，广告公司为商家制作的广告等，都是意向符号。人类符号一般是意向符号，意向性主要是指人们无论是创造“能指”、使用“能指”还是借用一个对象作为“能指”，都是具有表意、意指目的的。虽然人类符号

也不能完全排除自然符号,但是意向符号是普遍的,“意向性”较之“任意性”在人类符号活动中更具有普适性。所以,托多罗夫中肯地指出,索绪尔试图“建立起符号(任意的)与象征(自然的)这组对立”,“但奥古斯丁在当时已超越了这种设想”。^①

有人对皮尔斯和索绪尔关于符号结构看法的差异不予重视,说:“符号的二元关系与三元关系的差别,并不意味着索绪尔和皮尔斯之间在理论上有什么龃龉或者矛盾之处,这两种学说大体一致,只是着眼点有所不同而已。”可是,从他们不同的符号结构观看出“索绪尔着眼于语言符号的研究,而皮尔斯着眼于整个符号世界”,^②这个着眼点的不同怎能轻描淡写地说是“只是……而已”呢?这里存在着本质的区别。索绪尔根据语言符号来给所有符号下断语只能是妄断,更何况他连语言符号的特征也没有搞清。他的符号二元结构说基本就只适合于部分语言符号。由于他只限于在语词层面思考符号,把符号看成是“音响形象”与“概念”的结合体,自然是找不到符号所指对象的位置的。拉康的“三重复合体系”和当代传播学的“三种现实”理论启示我们:正如皮尔斯所意识到的,任何事物在原则上都可以划出三个层面,并且可以分别侧重从不同层面去把握。在符号发达的今天,需要经过符号来表现的事物,其能指符号是第一位的,人们对事物本身的接近或对符号的解释都离不开符号的“能指”。从这个意义上说,今天是属于“能指”的时代,或者说是“能指”狂欢的时代。当符号所指对象主要是人们的认知对象时,突出的就只是“能指”与“所指”对象的关系,这样的符号就可以用索绪尔的二元结构来说明。一些普通的地名、人名除了表示一个地方、一个人之外,对大众而言就没有什么别的意义了,也就没有发掘其意义的必要了。但是,当符号所指对象不仅是人们的认识论对象而且更是人们的价值论对象时,符号的二元结构就被突破了或者说被超越了,形成了“能指”、“所指”对象(也可以叫做直接所指)、符号意

义(也即象征意义,或叫做间接所指)的三元结构关系。那么,什么符号明显具有三元结构关系呢?最具代表性的此类符号就是语言的或非语言的象征性符号。象征符号是这样的符号:符号能指对应着所指对象并通过所指对象的中介表现着与所指对象既相联系又相区别的符号意义。如“天平”一词指称一种衡器,而其形象又象征公正;“白鸽”一词指称一种鸟类动物,而其形象象征和平。在符号的世界里,象征符号是非常普遍、常见的符号现象,却被索绪尔随随便便取消了作为符号的资格,皮尔斯虽然将象征符号纳入了他的符号体系中,但是也没有得到应有的重视。

影视明星与一般演员相比较,他们的区别主要不在于演技高低,不在于相貌俊丑,不在于年龄大小……而在于他们对于大众的意义不同。一般演员基本上只是大众的认知对象,其对大众所具的符号/象征意义即使有也很微弱,且飘浮不定,难以把握。因此,其符号结构基本属于“能指”、“所指”相对应和对立的二元结构。影视明星则不仅是大众的认识论对象,往往也是大众的价值论对象,其符号明显是一个三元结构。我们知道,一般演员还没有引起观众特别的关注,就还只是演员。观众只是偶尔在某部电影或电视剧中见识过他们,如过眼云烟,不曾有过什么感动,有点面熟,但印象不深甚或根本没有印象,对待他们也就如同对待茫茫人海中的其他陌生人或极为一般的朋友一样,即使长久不见也不会生出想念他(她)的情愫来。因此,当提起某个不知名的演员的名字时,大众无非能够从他/她的名字联想到有一个叫做此名的人存在罢了,无意关心他们在表演之外的其他事情。也就是说,他们与普通人并无两样,都是一般的认知符号,就如索绪尔的符号结构所揭示的:演员的名字是“能指”,演员自己就是其名字的“所指”。除此之外,观众不容易或根本不可能再产生别的象征性联想。明星则不同,观众与他们有共鸣,自认为明星是自己的知己、朋友、人生导师,喜欢在明星身上

寻找精神慰藉,就像担心自己亲友一样担心着明星的一切,就像相信情人懂得自己的良苦用心一样相信明星也懂得自己的心意,紧紧地依恋着自己喜欢的明星。观众一方由于思想、情感的作用,使影视明星成了寄托观众某种思想、感情、理想、愿望的载体,从一般的认识论对象上升到了价值论对象。观众心中的某种渴望、企盼、梦想能够借明星在生活中或在表演中的某种语言、行动、际遇等来间接表达和实现。也就是说,影视明星符号对于观众来说具有很重要的象征意义。无论是1930年代的阮玲玉还是50年代的王心刚,无论是80年代的刘晓庆还是90年代的巩俐,如此等等,他们的名字绝对不只是让我们想到一个具体的人。“阮玲玉”、“王心刚”、“刘晓庆”、“巩俐”等影视明星的名字之所以难以被影迷们忘却,不仅仅是因为他们为大众创造了难以磨灭的银幕形象,而且,他们的名字本身已经成为某一类观众群体认可或追求的价值象征。这样,影视明星与一般演员的区别也就是一般符号与象征符号的区别。

一般演员的符号结构就是一般符号所具有的“能指”与“所指”二元结构,影视明星的符号结构则是相对复杂的三元结构。参照象征符号的结构图,可以把影视明星的符号结构更明确地表示为:

影视明星符号=	能指(姓名、照片等)	
	直接所指(明星形象)	间接所指(象征/符号意义)

三、影视明星与一般演员的价值结构

影视明星和一般演员都是商品,但是一般演员就如同政治经济学中的商品概念,而影视明星则如同当前流行的符号政治经济学中的商品概念。也就是说,影视明星和一般演员虽然都是商品,但却

是具有不同价值结构的商品。

讨论影视明星以及一般演员的商品价值必须先回到传统政治经济学提出的商品概念。在马克思的政治经济学中,商品经济或商品生产是相对于自然经济或自然生产的。所谓自然经济或自然生产就是指“生产与消费之间、创造物质财富与消耗物质财富之间”、“几乎是直接的联系”^⑨的经济形态或生产方式。相比较而言,商品经济就是生产,不是直接为了消费,在生产与消费之间存在着交换的中间环节。生产者不能直接把生产的物质产品变成自己的消费品,消费者也不能直接获得自己的消费品,从生产到消费必须经过交换。可见,商品经济与自然经济之间最根本的区别在于,前者在生产与消费之间存在着交换的中介,后者则是生产与消费的直接联系。自然经济形式主要存在于原始社会中,在奴隶制和封建制的社会中也占据优势,在现代社会也并没有完全消失。原始社会的一般情形是,一个氏族的成员共同生产(狩猎与种养等)共同消费劳动成果,这也是原始社会被称为“原始共产主义”的原因。在这里,生产者与消费者是直接同一的,生产者也就是所生产的产品的直接消费者。在中国过去漫长的历史中存在的自给自足的小农经济,也是自然经济的典型形式。在奴隶制和封建制社会,虽然生产者与消费者发生了严重的分离,奴隶和佃农主要是为奴隶主和封建主的消费需要而生产,而只有极少部分产品用于满足奴隶和佃农自己的消费需要,但是这中间并没有发生交换,奴隶和佃农无偿为奴隶主和封建主生产,奴隶主和封建主则直接掠夺奴隶和佃农的劳动成果。因此,奴隶制生产和封建制生产基本上还是属于自然经济的形态。在资本主义社会,虽然商品生产是占绝对支配地位的生产方式,但是在“福特制”和“泰勒制”之前,工人在工作之余往往从事生活资料的家庭生产。在我国,广大乡村的农民以及城乡结合区域的一些工人和基层干部都不同程度地从事着生活资料的家庭生产(如自己种

菜)。这种情况也属于自然经济的形式。可以说,自然经济的彻底消失是不可能的。商品经济中的交换先是物—物交换,后来出现了物—币交换。人类社会早期就有的物—物交换是商品经济的萌芽。当某些原始部落拥有了剩余的某种物质财富之后,在部落之间就开始出现了物—物交换。以物易物的产品交换以及后来出现的物—币交换,都是当时已经出现简单商品经济的标志。到了资本主义社会,商品经济成了主要的经济形式。虽然商品经济的基本矛盾同样是生产与消费的关系,但是,因为交换的中介作用,生产与消费的关系转化成了商品交换价值与使用价值的关系。商品经济条件下,生产出的产品——不仅是物质产品而且是精神产品,是作为商品出售的。在商品交换中,生产者的产品从使用价值转换为交换价值,消费者再将商品的交换价值转化为使用价值。

值得注意的是,不仅生产者的产品是作为商品出售的,生产者自身作为劳动力也是作为商品出售的。劳动力作为使用价值在交换中获得的交换价值就体现为工资。无论人们承认与否,工资就是其在劳动力市场交换价值的形式。在商品社会里,最重要的意识形态就是商品意识形态,而商品意识形态认为任何东西——包括人、人的一切,都可以作为使用价值而成为商品,经过交换以获得交换价值。我们说明星——包括明星的形象是被作为商品出售的,在某些人看起来很奇怪:怎么人成了商品?但是又多少感到有点满足,因为在他们的意识中自己绝不是商品。这实在是商品意识淡薄的表现。其实,在商品社会里一切都可以变成商品而且具有合法性。道德可以变成商品,见义勇为为基金给见义勇为者重奖就是明证,而且从某种意义说这是必需的。爱情可以变成商品,电影《美丽新世界》就是明证,而且这也是无可非议的。荣誉可以变成商品,过去评奖发奖状和现在评奖发奖金就是明证,而且谁也不会拒绝这种奖金。既然如此,明星漂亮的脸蛋、英俊的模样、超人的魅力、美好的

声誉为什么不能拿来卖呢？只要有人愿买何尝不可以卖？卖的价钱越高越好，没什么丢人的。但有人一方面看到了明星的商品化，一方面又表现出某种担忧，似乎这辱没了人格：“当代文化工业的商品性和形象性使得它的产品必然成为商业性的形象，明星也不例外。当明星的个人秘密及其外形都在文化工业中作为商品形象的一部分出售时，明星就被彻底形象化了，当然也彻底商品化了。或者说，在文化市场中明星已经成为非人，它是被抽空了内容的纯粹形象。而明星之所以能成为明星，也正在于它的一切都可以被物化为商品，物化得越充分，明星的形象越晶莹剔透，在市场中的知名度越高。最有影响的明星实际上是最完美的商品。因而，明星的自由是作为商品的自由……”^⑩从这段话我们可以感受到作者在内心对明星商品化的不屑。可是，如果说人被商品化是人的悲哀，那么商品社会里每个人——包括这段话的作者，应该为不能逃脱被商品化的命运而感到悲哀。我们认为既然在商品社会被商品化是人类的宿命，就没有什么可悲哀的，应该悲哀的倒是社会不能充分认识到你的商品价值！的确，虽然每个人都具有商品价值，但是每个人的商品价值又是那样不同。有人一夜之间能够成为百万富翁，有人一辈子圆不了“万元户”的梦。处于社会底层的人只好以“人生之路总有一些不平事，洒脱一些过得好”的歌词来安慰自己。

那么，为什么人与人之间的商品价值存在着那么大的悬殊呢？这就需要从符号政治经济学的角度来加以解释了。从符号学与政治经济学相结合的角度来看，商品的交换价值与使用价值的对应、对立就相当于符号的能指与所指的关系，商品价值用图来表示即：

$$\text{商品价值} = \begin{array}{|c|} \hline \text{交换价值(能指)} \\ \hline \text{使用价值(所指)} \\ \hline \end{array}$$

在让·鲍德里亚看来，商品的交换价值与使用价值这两种价值

的结构性对立是具有“意识形态功能”的,因为“这种结构绝不是一个纯粹的结构,它总是使得两个术语中的一个处于优势地位。结构的逻辑在策略上总是双重的(男性—女性,前者占据优势;意识—无意识,意识处于上风等)”,“相同的事情就在这里出现了”^⑧:

交换价值/使用价值=能指/所指^⑨

让·鲍德里亚接着指出:“在这一关系式中,使用价值和所指与交换价值和能指,它们的分量各不相同。使用价值和所指拥有战术上的价值,而交换价值和能指拥有战略上的价值。这一系统建构在功能的但却是等级化的两极性之上,从而在绝对的意义强化了交换价值和能指。使用价值和需求仅是交换价值的一种实现。所指(和参照物)仅是能指的一种实现。”^⑩所以,商品使用价值对交换价值的功用如同符号学中所指构成能指的实现一样,它构成了交换价值的一种意识形态保证:“使用价值面前人人平等……从这一观点来看,除了满足需求的手段不同外,需求是世界上最平均分配之物,相对于作为交换价值的物品,人是不平等的;但相对于作为使用价值的物品,人是平等的……使用价值使那些被交换价值从社会意义上分离的人们和解在普遍性之中。”^⑪

这里,鲍德里亚显然是对马克思的政治经济学中所提出的商品拜物教的批判。在他看来,马克思使用的“交换价值”实质上是对生产者代表的社会劳动力的抽象,“使用价值”则是对消费者代表的社会需求力的抽象,因此,说到底交换价值与使用价值的关系反映的是生产与消费的关系。这还不是他的目的,他的目的是揭示“使用价值拜物教”。他认为,就如上述关系式所表示的,马克思把交换价值放在使用价值之前,目的是突出交换价值,轻视使用价值,其商品拜物教实质上是一种“交换价值拜物教”。鲍德里亚认为“使用价值拜物教增强和加深了交换价值拜物教”,^⑫“使用价值不仅仅是交换价值系统的备份、转换或延伸”,“它同时还作为交换价值的意识形

态保证在起作用”。^⑧他认为交换价值抹掉了真正的劳动过程,使之呈现为一种独立价值,使用价值更是为抽象的无人性的商品提供了“有人性的”终极性。使用价值“引导主体首先考虑作为个体的自我,考虑受需求和满足制约的自我,并理想化地把自我整合到商品的结构之中”^⑨。交换价值是对生产的强调,所以马克思的政治经济学在他看来仍属于“生产之镜”,他要“走向后马克思:从生产之镜到符号之镜”^⑩。

其实,鲍德里亚误读了马克思。马克思用生产之镜观照商品,不仅仅是看到商品的交换价值,也不仅仅是对生产的重视。在他看来,“没有生产便没有消费,没有消费就没有生产”。^⑪在马克思的时代,生产具有优先性,同样商品交换价值相对于使用价值也具有优先性,马克思准确地把握住了这一点。但是并不能因此就说马克思的“商品拜物教”就是“交换价值拜物教”。鲍德里亚认为,“很明显,商品拜物教(及社会关系隐藏在商品本身的性质和属性中)不是既具有交换价值又具有使用价值的商品的功能,而仅仅是交换价值的功能”^⑫。这里鲍德里亚起码夸大了马克思对商品交换价值的认识。

鲍德里亚给我们的启发在于,他从符号学的角度看待马克思商品交换价值与使用价值的对应与对立,把交换价值理解为商品价值的能指,把使用价值理解为商品价值的所指。虽然鲍德里亚强调“两者相辅相成,但一个绝不可意指另一个”,^⑬相反,我们要把他的话修改为:一个恰恰可以意指另一个。如果把符号的两个部分看成是完全相等的,那么,商品的交换价值确实不可意指使用价值。但是,符号的两个部分从来就不是也永远不可能是相等的,如果符号的两个部分是相等的,就不再存在两个部分了,就只能是一个部分了,也就无所谓符号结构了。正因为两个部分并不相等,所以说能指意指所指——或“代替”、或“表现”、或“代表”所指。鲍德里亚的本意是要批判马克思用交换价值遮蔽了使用价值,我们却从他给出

的关系式中看到了商品的价值结构：交换价值对应、对立使用价值。也就是说，我们虽然不赞同鲍德里亚的观点，但是他客观上给了我们从符号学的角度来重新审视商品价值的启发。这是我们应该感谢鲍德里亚的。

我们认为从真正的符号政治经济学出发，就应该是既看到商品的使用价值，又看到商品的符号价值，它们都作为商品的所指得到肯定，而仍然是交换价值充当着它们的能指。因此，符号化商品的价值结构就转换成了下面的图表：

符号化商品价值 =	交换价值(能指)	
	使用价值(所指 I)	

价值有正负之分，人们消费商品追求的是正价值而不可能是零价值和负价值。因此，符号化商品价值结构中的符号价值如果是接近于零价值甚至是负价值，我们就可以称之为一般商品甚至是超低值商品，其价值结构就是：

$$\text{商品价值} = \text{交换价值(能指)} / \text{使用价值(所指)}$$

当符号化商品的符号价值为正价值时，我们就称之为符号化商品，其价值结构就是：

$$\text{符号化商品价值} = \text{交换价值(能指)} / \text{使用价值(所指 I)} + \text{符号价值(所指 II)}$$

具体到劳动力商品的价值也应该如此理解。把劳动力商品置于劳动力市场，形成了一个劳动力商品的符号体系/秩序，在这个符号秩序中，不同的劳动力商品处于不同的位置，有些具有符号正价值，有些具有符号零价值，有些具有符号负价值。在重视符号消费的消费时代，谁的符号正价值大，谁就能在特定的劳动力市场获得高交换价值，谁的符号正价值低，谁的交换价值就相对也低，谁的符号价值向零接近，其交换价值就会十分低廉。

一般演员与影视明星的片酬相差十万八千里,为什么?也是因为影视生产劳动力市场上,影视明星与一般演员作为具有不同符号价值的商品形成了一个相对封闭的符号体系/秩序。在这个符号体系/秩序中,他们的交换价值的大小也是直接由他们所处位置的高低决定的。一般演员的符号价值几乎为零,他们在影视生产劳动力市场中相当于一般商品,所以,他们一般只能从制片商那里获得相当于他们实际劳动量——使用价值的交换价值——片酬。大小明星都具有正向的符号价值,因此,他们的片酬——交换价值往往就高出他们的实际劳动量——使用价值。但是,不同的明星在他们所属的符号体系中所处的位置仍旧是千差万别的,因此他们的片酬——交换价值也是千差万别的。一句话,影视明星与一般演员作为影视生产的人力商品因为具有不同的价值结构,在他们所属的符号秩序中处于不同的位置,所以他们的片酬也不可同日而语。正因如此,某些大明星一部片酬高达数百万、数千万元,而另一些无名小卒类演员的片酬不过数千元,也就是完全可以理解和接受的了。

①②③ [瑞士]费尔迪南·德·索绪尔:《普通语言学教程》,高名凯译,101、102、102页,北京,商务印书馆,2003。

④ [美]伊尼斯:《符号学文集》,1页,印第安纳,印第安纳大学出版社,1985。

⑤⑥⑦ 卢德平:《皮尔士符号学说再评价》,《北方论丛》2002(4)。

⑧⑨ 圣·奥古斯丁:《论基督教学说》,第2卷第1章第1节,转引自托多罗夫《象征理论》,王国卿译,43页,北京,商务印书馆,2004。

⑩ 圣·奥古斯丁:《论基督教学说》,第2卷第2章第3节,同前引托多罗夫《象征理论》,43页。

⑪ 同前引托多罗夫《象征理论》,47页。

⑫ 陈宗明:《符号世界》,9页,武汉,湖北人民出版社,2004。

- ⑬ [南斯拉夫]米拉丁·科拉奇、蒂霍米尔·弗拉什卡利奇《政治经济学：资本主义和社会主义的商品生产理论分析原理》，邵玉环等译，58页，北京，人民出版社，1982。
- ⑭ 陈刚：《大众文化与当代乌托邦》，71页，北京，作家出版社，1996。
- ⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑ 让·鲍德里亚：《在使用价值之外》，见罗钢、王中忱主编《消费文化读本》，33~34、34、34、35、34、35、35页，北京，中国社会科学出版社，2003。
- ㉒ 这是仰海峰研究鲍德里亚思想的一本书的名字，即《走向后马克思：从生产之镜到符号之镜：早期鲍德里亚思想的文本学解读》，北京，中央编译出版社，2004。
- ㉓ 马克思：《〈政治经济学批判〉导言》，《马克思恩格斯选集》第2卷，94页，北京，人民出版社，1972。

李启军 广西民族学院中文系 副教授 博士 邮编：530006