

鲍德里亚符号拜物教及其批判

叶蔚春

(福建师范大学 文学院 福建 福州 350007)

[摘要] 与商品拜物教、货币拜物教和资本拜物教相比,符号拜物教是资本主义社会对人的统治更为隐蔽、更具控制力、更高层次的形式。鲍德里亚认为马克思的拜物教批判并未摆脱资产阶级意识形态的影响,未能超越政治经济学,只有从符号出发才能彻底揭示资本主义拜物教,揭示资产阶级意识形态的编码过程。拜物教揭示的是对符号的迷恋,它同时控制了物与主体并将其抽象化。物的符号化与人主体性的丧失是符号拜物教产生的原因及主要特征。

[关键词] 鲍德里亚;拜物教;符号;主体

[中图分类号] A81

[文献标识码] A

[文章编号] 1672-0040(2016)02-0046-05

一、引言

资本主义历史上共存在三种拜物教类型:商品拜物教、货币拜物教和资本拜物教。据鲍德里亚考证,拜物教的词根(fetish)经历了语意的歪曲。今天,这个词指的是一种力量,一种物的超自然的特质及存在主体内部的潜在能量,在最早的时候,它是一种人工制品,一种为了展现外观、凸显符号的劳作。法语里的这个词源自葡萄牙语feitico,意为“人工的、人为的”,而该词又来源于拉丁语facticius,意思是“去做”、“效仿某种符号”。作为与feitico同词根的facio和facticius这两个词在西班牙语中为afeitar,意思是“涂画、修饰、装饰”、以及afeite意为“准备、化妆品、装饰品”,同时还有法语中的feint,有伪造、虚构等意思^{[1]77}。商品拜物教、货币拜物教、资本拜物教是前后相继又互相渗透的三种拜物教类型,本质上都是人们对物的崇拜,人们对资本的崇拜取代了对商品和货币崇拜,资本拜物教自然成为拜物教意识核心。从商品拜物教到货币拜物教再到资本拜物教,我们可以发现拜物教大致有两个特征:

首先,拜物教总是将“物”神秘化,赋予其超自然的强大魔力;其次,拜物教总是具有宗教性质的崇拜,它总是迷信“物”并对之顶礼膜拜。

在原始社会,由于人类知识有限,缺乏对自然现象的认识,于是人们产生各种猜测与想象,创造出意义含混不清的符号并对其加以崇拜。这些符号总类繁多,既有象征符号,也有图像符号,甚至还有自然符号,一些民族流传下来的图腾即是符号拜物教存在的证明。在消费社会,“符号变成‘物品’符号,物品作为符号成为无意识大众唯一崇拜的符号,在现实中表现为对消费的崇拜”^{[2]169}。人们处在符号的强力统治之下,并因丧失主体意识而沦为符号的奴隶。符号拜物教的产生正是因为物的符号化与人主体性的丧失。

二、物的符号化

鲍德里亚认为物的符号化是其成为消费品的前提,“要成为消费的对象,物品必须成为符号,也就是外在于一个它只作意义指涉的关系——因此它和这个具体关系之间,存有的是一种任意偶然的和不一致的关系,而它的合理一致性,也就是

[收稿日期]2015-11-12

[作者简介]叶蔚春,女,福建寿宁人,福建师范大学文学院博士研究生。

它的意义 来自于它和所有其他的符号—物之间, 抽象而系统的关系”^{[3]223}。占有或使用商品不算是消费, 获取差异的购买行为才是消费。当所有人都购买相同的物, 物虽然可以使用, 但也只停留在有用性上, 这并不是消费, 只有去购买与一般人不一样的物, 有了差异才算是真正的消费。物品被消费的不是物本身的物质性(使用价值), 而是其差异。不同的物变成不同的符号, 符号间存在着差异, 这些差异将不同的符号区分开来并构建了符号系统。鲍德里亚从客体系统、主体意识以及物的“意识形态”三个方面详尽分析、阐释了功能物、非功能物、伪功能物等向符号转化的机制。

(一) 功能物的符号化

家庭摆设是个体无法回避的人造环境, 家具及摆放位置是家庭和社会结构的忠实形象, 它们体现了由传统社会向现代社会的重大转变。鲍德里亚对于传统居室的想法是, 传统居室秩序是象征性的, 人与物同处于家的范畴内, 形成了情感复杂的有机体。家是一种特殊空间, 它不看重装饰与布置, 因为“家具与物品的首要功能在于体现人们之间的关系, 填充它们共享的空间并将灵魂注入其中。它们所占据的真实向度被他们所要表达的道德向度牢牢捕获”^{[4]16}。在这种摆设结构中, 物更加趋向于一种独特性、象征性的表达, 物品于是成为家庭之神, 体现着家庭团体的情感关系, 因此是无法替换的。

个人与社会、家庭关系的转变带来了家具摆设方式与装潢风格的变化。家具变得可以随时折曲、伸张甚至是消失, 在现代家具更加功能化、更具灵活性的同时, 它的象征意义也被剥离了。由于居住空间的缺乏, 更多的多功能家具被制造出来, 家具走向了纯粹的功能性。“工艺品与手工品的不同在于, 前者无关紧要的部分不再由个人一时兴起的需求所操控, 而是由生产体制进行挑选并使之系统化”^{[4]9}。因此, 现代家具通过工业生产的标准化处理不再具有独特性, 摆设也就不再有家庭成员的情感注入, 传统家具摆设的道德规范意义丧失, 物及组合所体现的意识形态也不复存在。

去象征化使物品变成纯功能性, 因此拥有了无限组合的可能。人们不再将物品的功能性作为首要考虑因素, 物品的符号意义逐渐被看重, 物品的功能被建构在符号上。人们按照各自的风格品味来组合物, 物品似乎是为了让个体能够满足其

个性风格而被操纵的, “在气氛的塑造上似乎传达着主体的自由选择能力, 而事实上, 在符号化的物体系统中, 风格本身正是按照符号的差异逻辑来完成的”^{[5]114}。

物品功能的目的在于建构符号秩序。鲍德里亚这样总结“功能性是能够被整合进整体框架的能力。物品的功能性是能够使物品在次要的方向上超越它主要的‘功能’, 即在通用的符号体系里, 参与进来成为组合的一个元素、一种可调节的物品。”^{[4]63}人们通过对物的自由搭配组合来显示个体风格, 物品成为个性的符号, 而通过显示它与其他物品之间的差异性, 物品又体现出占有者的社会阶层, 在这个意义上, 物品实际上是标明人们社会地位的符号。

(二) 非功能物的符号化

每一个物品都具有两种功能: 被使用与被占有。有的物是因其有用性为人所实际使用, 有的物虽然不具有使用价值, 但人们可将情感注入其中, 因此被人占有。“前者所涉及的场域是主体对世界实践的整体化, 后者所涉及的是外部世界, 它是主体自身所进行的抽象的整体化”^{[4]86}。古物与收藏品则属于后者, 因为它们“在特定的时刻里成为一种别有意义的事物, 和主体深深联系”^{[3]99}。古物虽然没有实用性的功能, 但也未能逃脱物体系, “当古物指涉过去时, 它特指的是神话的特征。古物不再具有实际的功用, 它的作用仅仅是作为符号”^{[4]73}。古物对起源的怀念和真切性的执迷, 满足了现代人的心理需求, 成为现代人精神投注对象, 也激起了他们的狂热心态。此时, 古物的非功能性反而成了功能性的最高点。

收藏品是非功能物的另一个代表, 人们对它的狂热, 忠实反映出自己的欲望。收藏是一个乐趣与风险并存的行为, 不仅乐趣与危险成正比, 甚至满足感越强, 带来的失望也越多, 因为收藏者在得到一件物品后就得去寻找下一个物品, 而每一个新近的收藏品都有可能带来收藏的终结, 并且把找到下一个收藏品的难度提高了。收藏将物从功能性中剥离出来, 由主体赋予其意义, 因此收藏品是对收藏者主体性的表达。收藏的完整性并不取决于客观条件, 而是取决于收藏者的主体性, 每个收藏品都为主体增添了新内容, 它们都指向主体, 彼此成为相互指涉的符号, 构成一个完整的系列。

收藏只有在缺失时才有意义, 在收藏品中最

缺失的是收藏者本人,收藏者本身是收藏品的最终项,最终项的出现导致了对死亡的恐惧。“最后一件收藏品的出现,从根本上来说预示着主体的死亡,反之,它的缺席仅仅使主体能够通过占有最后的收藏品来表演死亡,并因此驱逐它”^{[4]92}。收藏品的深刻力量在于收藏的组织本身取代了时间,收藏活动完成了时间的封闭结构,在这个收藏系列中物品通过相互指涉获得意义,时间消融于结构的维度中。“它将时间简化为一个个固定的时间节点,因此可以在任一方向上操纵它,收藏品呈现出了被控制的循环的永恒更始”^{[4]95}。物的功能化使得功能物大肆发展,人也愈加功能化,成为社会的边缘性存在、物的观照者,任何物品都可以成为收藏品,人们也愈加需要收藏来建构主体性。

(三) 伪功能物的符号化

今天的物品在功能上朝着两方面发展:一是物品自动化程度提高,人力从物中解放出来;另一个是许多无意义的小发明“玩意儿”的出现,如会飞的闹钟、太阳能剥蛋器。人们对自动化的过度狂热,使得许多功能上的可能丧失了,“自动化很少拥有技术内涵,它甚至是包含了一个使得科技停顿的风险:当一个物品未被自动化,它仍有可能被重新改造,并且以参与一个更广大的功能组合来自我超越”^{[3]130}。自动化是人心理的外在投射,人投射在自动化物品上的是人的自主意识、操控能力与人格意念。如果物品执行了自动化程序,它的功能达到了极点并因此封闭而重复,人在这种技术的完满中实现了征服世界的梦想。人对自动化物品的欲望甚至超过了物品的功能性,因为自动化是一种拟人,通过这种拟人,人自我完善的欲望得到满足,自动化的物品也满足了人的想象。自动化的极端表现是机器人的发明,机器人能进行一切生产却是人类的奴隶,这便满足了人类懒惰而又有梦想的人性。

各种“玩意儿”的出现,导致了物品技术结构严重失衡,不断完善自我的执著加剧了物品功能的主观性,物品的发展不仅需要听从技术理性的逻辑,甚至要遵守人类潜意识欲望的绝对命令,这些非功能性的“玩意儿”,体现出对技术极其盲目的迷信,它们共同构建了一种信仰,即所有实用上的问题都可以通过技术来解决。从实质上看,自动化和“玩意儿”都是技术的灾难,这种非结构性的配件寄生在物上,使得物的使用更加复杂、更易

老旧,虽然这也让物更受欢迎,但同时造成了技术停顿。为了获得更多利润,生产商追求的不再是功能、结构上的改良,而是更流行的非结构性配件的开发和更讨喜的包装。

功能物指涉的是物,非功能物指涉的是人,伪功能物指涉的是自然整体,它“依照现实中的技术原则,被彻底地改造,成为对自动化的自然的一种绝对拟像”^{[4]116}。物是以人为旨归的,功能物服务于人的实际需要,非功能物致力于人主体性的建构,而伪功能物则满足人的潜意识与想象,也正因如此,伴随物的发展,人的主体性也相应地逐渐丧失。

三、主体的丧失——以广告为例

物的符号化是其成为消费品的前提,生产者销售商品首先就要给商品编码,将其变成符号。通过编码,将商品与品位、地位、风格等意义联系起来,这种意义可以是任意的,至于具体采用哪种意义则与公司的理念、销售的目标群体、流行趋势有关。对商品的编码通常是通过广告来实现的,人们购买商品大多是受到了广告影响。广告通过将商品和某种意象联系起来,企图让消费者相信购买此种商品就等于是拥有了某种意象。

广告也是一种意义生产,大众的解码方式正如斯图尔特·霍尔所说的有三种:在主导性解码中,大众完全接纳了广告的符号,接受了符号所要生产与表现的意义。人们面对繁杂信息时感到焦虑与麻木,因此更易呈现出接受的态度,这时人们对广告的编码与广告编码的意图吻合,广告的操纵往往能够成功。协调性的解码是编码意图与解码意图的妥协性产物,大众部分接受了广告的意义,通过拒斥、修改文本来增添某些新的意义。对抗性解码则与主导性解码相反,大众从自身的社会位置、语境中来进行解码,抵制文本的霸权性意义,形成对立性的立场。符号相互指涉构建了一个社会系统,每个人都感受到来自系统的压力与规训,当社会上的大部分人开始认同商品符号的时候,从众效应开始起作用,小部分人为了让自己显得合群,放弃自己的观点,选择追随他人,越来越多的人就会通过购买来获得他人认同,结果就是生产者成功控制了人们的消费。

广告常常通过请名人当代言人来宣传商品,一方面是希望消费者能把对名人的信任转移到商品上来,让消费者产生名人用的东西就是好东西

的错觉。另一方面是希望名人的号召力能够带动粉丝的购买力。广告还常常通过在娱乐道德中实现商品的编码来诱导消费者消费,在这里起作用的不再是欲望、品味与爱好,而是“一种扩散了的牵挂挑动起来的普遍好奇——这便是娱乐道德,其中充满了自娱的绝对命令,即深入开发能使自我兴奋、享受、满意的一切可能性”^{[6]73}。时下流行的“中国好声音”等选秀类节目,就是利用观众的好奇心来获取利润,观众对歌手个人经历的好奇远大于对其歌声的关注,因此,只要在节目中花费时间来了解歌手背后的辛酸故事,观众就有观看的兴趣。收看节目的观众增多,该时段的收视率上升,插播在节目中的广告收益就越可观。

广告通过各种各样的谎言许诺了近在咫尺的美好未来,并用重复性的描述让人们沉浸在美好而虚幻的幻想中,最终使人失去反抗意识。广告没有让人去理解、学习,而是让人去希望、幻想,它创造了非真非伪的劝导性陈述,它通过自我实现的预言来超越真伪。为了带来这种希望,生产商甚至可以随意制造广告,这种制造同时也操纵着人的意识和行动。

四、符号拜物教及其批判

从词源的考证可以看出,拜物教包含着人为设定的内涵,它是具有文化意义的符号性劳动,“它作用于物恋的载体,同时也作用于这种物恋让人产生的迷恋之中。而这一方面的内涵却很快被另外一种内涵所压抑,由此,导致了用某种力量的操控来代替符号的操控”^{[1]78}。鲍德里亚认为,马克思对拜物教的运用在语意上就是一种误用,这种观念认为人们是将本属于自己的特性赋予他物中,并对之崇拜,比如人们对商品的崇拜就是忽视了自身就是商品制造者,而将商品在社会中的作用完全归于一种无形的魔力,因而产生崇拜。因此,这种拜物教虽然在形式上是歪曲的,但实质上仍是对力量神秘化的膜拜和渴望。在他看来,拜物教的原始意义才是其本质逻辑,即意味着“一种人为性、伪造、变造和创造,是人的符号化活动,是拜物教概念中,从形式到内容都不具有真实性,都是符号能指的漂浮链接而已”^{[5]146}。鲍德里亚说,物的迷人魅力不是由于其所具有的使用价值与内在的特性,而是因为我们最初接触到的其实是一种被一般化了的、完全任意的差异符号^{[1]78}。

鲍德里亚对商品拜物教的批判在于,他认为马克思将拜物教视为形式拜物教,对于商品拜物教的讨论停留在经验和现实层面上,其本身也是一种概念拜物教,没有逃离资产阶级意识形态。从实质上来说,商品拜物教不过是被抽象化了的的具体劳动,不得不屈从于意义的劳动,被符号化了的抽象劳动,即差异的生产以及符号/价值的生产。对于货币拜物教,鲍德里亚认为它是建立在体系上的,货币的魅力与物质载体无关,也与它成为一般等价物无关,关键在于“货币可以被体系化的本性”^{[1]80}。因为价值是抽象的,在货币体系里它们可以相互交换,因此人们对货币充满了崇拜。

鲍德里亚提出,即使存在拜物教,也并非是指拜物教或一种实体与价值的拜物教,而是能指拜物教,即“主体陷入到了一个虚假的、差异性的、被符号化、体系化了的物之中,拜物教所揭示的并不是对于实体(物或者主体)的迷恋,而是对于符号的迷恋,它控制了物与主体,使它们屈从于它的编排,将它们的存在抽象化”^{[1]78}。物体在社会中不是孤立存在的,只有置于体系中,通过差异与编码才能获得自己的位置,符号物体本身是差异体系的表现。鲍德里亚对符号拜物教的阐释用的是符号学逻辑,将能指/所指的辩证法化为一切经济、历史、文化的基本范式,体现的是一种差异区分的过程。

在马克思看来,资本主义将身体、性、心理等一切事物都转化为交换价值作为可交换的商品,那么鲍德里亚亦在证明上述的一切事物都必须转化为符号和意义才能被认可。因此,符号的生产和再生产就成为一种经济过程,这种生产方式代替了马克思的物质劳动的生产方式,“符号/价值是被某种特定社会劳动所生产出来的。但是差异的生产,以及差异性等级体系的生产,都不能与对剩余价值的剥削相混淆……在差异的生产与剩余价值的生产之间,还存在着另一种类型的劳动,正是它将经济价值与剩余价值转换为符号/价值:这一过程依据另外一种完全不同的交换,它是一种奢侈的运作,是一种消耗或者是一种超越了经济的价值”^{[1]104}。符号/价值的生产、再生产的运作机制彻底破坏了使用价值,原作与仿作的差别不是使用价值,而是社会阶层的差异区分,原作生产和消费的过程就是差异确立的过程,在这一过程中物的价值变成了符号的价值。

[参 考 文 献]

[1] 让·鲍德里亚. 符号政治经济学批判[M]. 夏莹,译. 南京: 南京大学出版社 2009.

[2] 张天勇. 社会符号化——马克思主义视阈中的鲍德里亚后期思想研究[M]. 北京: 人民出版社 2008.

[3] 尚·布希亚. 物体系[M]. 林志明,译. 上海: 上海人民出版社 2001.

[4] Jean Baudrillard. The System of Objects [M]. Tr. James Benedict ,London&New York: Verso ,1996.

[5] 韩欲立. 马克思政治经济学批判的哲学意义——鲍德里亚的批判及其回应[M]. 上海: 复旦大学出版社 2013.

[6] 让·鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富,全志刚,译. 南京: 南京大学出版社 2000.

(责任编辑 鲁守博)

A Study of Baudrillard' s Symbol Fetishism and Its Criticism

Ye Weichun

(*College of Chinese Language and Literature , Fujian Normal University , Fuzhou 350007 , China*)

Abstract: Compared with commodity fetishism , currency fetishism and capital fetishism , symbol fetishism is a form more private , more manipulating and of higher level in capitalist society. Baudrillard' viewpoint is that Marx' s critique of fetishism did not escape the influence of bourgeois ideology and failed to go beyond the political economics. And the bourgeois symbol fetishism will not be thoroughly exposed unless we set out from symbol analysis , and only in this way will the encoding process of bourgeois ideology be fully comprehended. Fetishism reveals the obsession of symbols , and it controls the object and subject and abstracts them at the same time. The signifying of object and loss of subject are not only the cause of the symbol fetishism , but also its main features.

Key words: Baudrillard; fetishism; sign; subject