

从政治经济学批判到符号 政治经济学批判

——对马克思、列斐伏尔与鲍德里亚关系的一个考察

汪正龙

[摘要]随着资本主义消费领域相对自主性的加强,马克思的物化-拜物教理论对资本主义社会交换价值统治的批判,与其对生产活动优先性的强调产生了一定程度的裂痕,因为前者暗示着交换价值以金钱或资本的形式获得某种独立。在这种情况下,马克思在政治经济学批判框架中已经注意到的商品交换的符号性和象征性,逐渐在列斐伏尔、鲍德里亚那里发展为符号政治经济学批判。但是大的方面列斐伏尔没有脱离马克思对于资本主义的政治经济学批判框架,鲍德里亚则走向对马克思思想本身的背离与修正。

[关键词]政治经济学批判;物化;拜物教;符号政治经济学批判

中图分类号: I02

文献标识码: A

文章编号: 1004—3926(2014)01—0179—06

基金项目: 国家社会科学基金项目“语言转向视野下的文学理论问题重估研究”(11BZW002)阶段性成果。

作者简介: 汪正龙(1965—),男,安徽南陵人,南京大学文学院教授、博士生导师,研究方向:文学理论及西方美学。江苏南京 210023

一、物化-拜物教批判和生产优先性之间的裂痕

学术界公认马克思的一个重要贡献是对资本主义社会商品交换逻辑统治的揭示。威廉·亚当斯认为“资本主义社会的特征在(马克思)这里被归结为交换价值的统治。在资本主义社会,所有的经济活动,所有的生产关系和商品都根据它们在流通过程中产生的金钱价值来衡量。”^[1](P.251-252)这里主要指的是马克思在中后期提出的物化-拜物教理论,即资本主义制度下生产者与社会总劳动的社会关系相疏离而形成的商品交换逻辑对人的统治。物化是马克思对资本拜物教的发生学分析,指的是在资本主义商品生产条件下,人与人之间的社会关系发生了颠倒,转化为物与物之间的社会关系,人的能力转化成物的能力。在《政治经济学批判》中,马克思就指出,“生产交换价值的劳动还有一个特征:人和人之间的社会关系可以说是颠倒地表现出来的,就是说,表现为物与物之间的社会关系。只有在一个使用价值作为交换价值同别的使用价值发生关系时,不同个人的劳动才作为相同的一般的劳动相互发

生关系。因此,如果交换价值是人和人之间的关系这种说法正确的话,那末必须补充说:它是隐蔽在物的外壳之下的关系。”^[2](P.22)马克思在《资本论》中写道“商品形式的奥秘在于:商品形式在人们面前把人们本身劳动的社会性质反映成劳动产品本身的物质性质,反映成这些物的天然的社会属性,从而把生产者同总劳动的社会关系反映成存在于生产者之外的物与物之间的社会关系。由于这种转换,劳动产品成了商品,成了可感觉而又超感觉的物或社会的物。……这只是人们自己的一定的社会关系,但它在人们面前采取了物与物的关系的虚幻形式。……我把这叫做拜物教。”“在生产者面前,他们的私人劳动的社会关系就表现为现在这个样子,就是说,不是表现为人们在自己劳动中的直接的社会关系,而是表现为人们之间的物的关系和物之间的社会关系。”^[3](P.89-90)

马克思的物化-拜物教理论一方面是对资本主义把人的社会关系转变为物与物关系的揭露和还原,以破除商品世界的神秘性。正如阿多诺所指出的,“马克思已经表达了作为批判产物的客体的优先地位同现存的客体的讽刺画、商品特性对客体的歪曲之间的差别。交换作为一个过程有现

实的客观性,但同时客观上又是不真实的,违犯了它自身的原则——平等的原则。这就是它为什么必然产生一种虚假意识、即市场偶像的原因。……物化本身是虚假客观性的反映形式。”^{[4] (P.188)} 另一方面,马克思也注意到资本主义社会物化的表现和生产力的发展有关,是资本主义社会结构的外在表现,具有某种社会协调功能,“在交换者看来,他们本身的社会运动具有物的运动的形式。不是他们控制这一运动,而是他们受这一运动控制……正是商品世界的这个完成的形式——货币形式,用物的形式掩盖了私人劳动的社会性质以及私人劳动者的社会关系,而不是把它们揭示出来。”^{[3] (P.91-92)} 所以,马克思把物化视为资本主义的必然阶段,肯定了交换价值和交换逻辑对生产力发展乃至人的全面发展的历史作用,“全面发展的个人——他们的社会关系作为他们自己的共同的关系,也是服从于他们自己的共同的控制的——不是自然的产物,而是历史的产物。要使这种个性成为可能,能力的发展就要达到一定的程度和全面性,这正是以建立在交换价值基础上的生产力为前提的,这种生产才在产生出个人同自己和同别人的普遍异化的同时,也产生出个人关系和个人能力的普遍性和全面性。”^{[5] (P.108-109)}

马克思的物化-拜物教批判是对资本主义社会交往过程中物与物的社会关系遮蔽人的生产关系进而渗透于生活世界的指认。马克思指明这种情况的出现具有历史性和必然性,但却摧毁了主体间的道德关系,使之成为工具关系,“个人只是作为交换价值的所有者互相对立,作为各自用自己的产品即商品为对方提供某种物的存在的所有者互相对立。从在流通中发生的社会的物质变换的观点来看,没有这种客体的媒介,他们彼此就不会有任何关系。他们只是物质上彼此为对方存在,这种情况在货币关系中才得到进一步发展,在这种关系中,他们的共同体本身对一切人来说表现为外在的、因而是偶然的的东西。通过独立的个人接触而形成的社会联系,对于他们既表现为物的必然性,同时又表现为外在的联系,这一点正好表现出他们的独立性,对于这种独立性来说,社会存在固然是必然的,但只是手段,因此,对个人本身来说表现为某种外在的东西,而在货币形式上甚至表现为某种可以捉摸的东西。他们是作为社会的个人,在社会里生产并为社会而生产,但同时这仅仅表现为使他们的个性物化的手段。因为他

们既不从属于某一自然发生的共同体,另一方面又不是作为自觉的共同体成员使共同体从属于自己,所以这种共同体必然作为同样是独立的、偶然的、物的东西同他们这些独立的主体相对立而存在。这正是他们作为独立的私人同时又发生某种社会关系的条件。”^{[6] (P.469-470)}

由于马克思的物化指的是商品交换过程中发生的社会关系物化,其重心已经不自觉地转移到资本主义制度下人的社会关系如何转化为物与物的关系的现象,或者说,转到由商品交换而来的社会关系重组方面来。马克思在《资本论》中曾经对资本拜物教的形成过程进行了论证。随着交换的普遍化,“物满足直接需要的效用和物用于交换的效用的分离固定下来了。它们的使用价值同它们的交换价值分离开来。”^{[7] (P.106)} 交换的扩大需要一种特殊的产品既便于携带又不易损坏,于是货币产生了。自从商品的价值以货币的形式同商品分离甚至对立时起,特别是随着资本主义的发展,货币从原初的流通手段,由于对商品的关系表现出越来越大的独立性,而成为一切财富的代名词,“价值……成了自行运动的价值,成了自行运动的货币。当作这个,它就成了资本。”^{[7] (P.177)} 这就是资本拜物教产生的秘密。马克思指出,“在生息资本上,这个自动的拜物教,即自行增殖的价值,会生出货币的货币,就纯粹地表现出来了,并且在这个形式上再也看不到它的起源的任何痕迹了。社会关系最终成为一种物即货币同它自身的关系。这里显示的,不是货币实际转化为资本,而只是这种转化的没有内容的形式……在这个形式上,利润的源泉再也看不出来了,资本主义生产过程的结果也离开过程本身而取得了独立的存在。”^{[7] (P.441-442)} 货币或商品独立于再生产之外而具有增值资本的神秘能力,物的关系遮蔽了人的社会关系。詹姆斯认为“这一客观性的幻觉形成了我们生活的生存组织,而我们的生活以信仰这种物化为特征(拜物教就是一种信仰),全神贯注于一般的商品获取与消费。另一方面,社会生活现实又在于劳动过程本身,在于人类劳作和行动的透明性,这种劳作和行动最终既为生产的商品负责,又为商品在其中形成基本生产范畴的社会方式负责。但在我们自己的社会里,社会生活的这一真相被隐蔽起来,通过批判分析才能间接地见到”^{[8] (P.251)}。巴利巴尔也说“马克思所说的商品之间的关系(等价,价格,交换)是带有自主性

的,所以它们之间的关系不但代替商品交换的关系,而且代表了人与人之间的关系。”^{[9] (P.102)}

但是,众所周知,马克思的政治经济学研究是以生产为中心的。在生产、流通、分配和消费各个环节的关系上,马克思明确地把生产置于中轴位置,“如果我们把生产和消费看做一个主体的或者许多单个个人的活动,它们无论如何表现为一个过程的两个要素,在这个过程中,生产是实际的起点,因而也是居于支配地位的要素。消费,作为必需,作为需要,本身就是生产活动的一个内在要素。但是生产活动是实现的起点,因而也是实现的居于支配地位的要素,是整个过程借以重新进行的行为。”^{[10] (P.744)} 马克思的物化-拜物教理论是在预设了生产活动的优先性地位的情况下,对物与物的关系遮蔽人与人关系的指认。随着资本主义消费领域相对自主性的加强,马克思建立在拜物教理论基础上的物化批判与其对生产活动优先性的强调产生了某种程度的裂痕,因为它暗示着交换价值以金钱或资本的形式获得某种独立,“对商品拜物教的分析是围绕一种隐喻进行的,那就是将社会与历史现象具体化为‘自然现象’。由于商品的交换掩盖了商品生产的过程,市场规律掩盖了通过具体的人的活动与关系对规律相似物的构建,非拜物教化的话语将生产与交换、使用价值与交换价值、人类的构建活动与文化中的现象对立起来……改变了马克思授予生产的本体论的优先权。生产领域并不是如同本质之对现象一样支持流通领域。随着生产领域不断增进的合理化和生产与交换的日益集中,垄断资本主义开始发展成一种社会现实,所有的反差都消失了,除现在之外的各种选择都变得令人难以置信。”^{[11] (P.107-108)} 而马克思的物化-拜物教批判本身也包含了对由交换关系所构成的人类世界变化及社会关系重组的揭示,这就为马克思政治经济学意义上的物化-拜物教批判过渡为列斐伏尔、鲍德里亚等人的符号的政治经济学批判提供了可能。

二、马克思对商品世界的符号分析

有学者指出,“与符号学结合最顺理成章的是马克思主义;符号学本质上是批判性的,它把符号意指,看成文化编织话语权力网的结果,与马克思主义的意识形态批判,精神上至为契合。”^{[12] (P.15)} 事实上,无论是意识形态批判,还是异化、物化与拜物教批判,马克思都无意中贯穿着符号分析。

例如,马克思在其关于异化的讨论中,就包含了金钱所造成的交换价值愈益加剧的抽象化的论述。早在《1844年经济学哲学手稿》中,马克思就注意到金钱在商品世界中的转换与替代功能,“货币是一种外在的、并非从作为人的人和作为社会的人类社会产生的、能够把观念变成现实而把现实变成纯观念的普遍手段和能力……因为货币作为现存的和起作用的价值概念把一切事物都混淆和替换了,所以它是一切事物的普遍的混淆和替换,从而是颠倒的世界,是一切自然的性质和人的性质的混淆和替换。”^{[13] (P.154-155)} 马克思在其政治经济学研究中提出了商品的使用价值和交换价值的区分,使用价值对应于商品的自然存在,交换价值对应于商品的社会存在,它可以脱离商品的自然存在而具有某种独立性,“价值的第一个形式是使用价值,是反映个人对自然的关系的日用品;价值的第二个形式是与使用价值并存的交换价值,是个人支配他人的使用价值的权力,是个人的社会关系”^{[15] (P.124-125)}。但是由于资本主义生产以交换为目的,商品便获得了脱离使用价值的一般存在,“产品成为商品;商品成为交换价值;商品的交换价值是商品内在的货币属性;商品的这个货币属性作为货币同商品相脱离,取得了一个同一切特殊商品及其自然存在形式相分离的一般社会存在。”^{[5] (P.91)} 马克思甚至认为,“商品是否能够转化为货币,是否能够同货币相交换,它的交换价值是否能够实现,取决于本来和作为交换价值的商品毫不相干的、不以它为转移的各种情况。商品转化的可能性取决于产品的自然属性;货币转化的可能性是和货币作为象征性交换价值的存在结合在一起。”^{[5] (P.92-93)}

可见,在对资本主义的政治经济学批判中,马克思已经注意到商品交换的符号性和象征性,“商品的交换价值在价格上得到的只是观念的存在,在货币上得到的只是代表性的、象征性的存在。这样,交换价值只是表现为想象的或用物代表的东西,它除了在商品本身中物化着一定量劳动时间以外不具有任何现实性。因此,表面上看来,价值符号直接代表商品的价值,它不表现为金的符号,而表现为在价格上只表示出来、在商品中才实际存在的交换价值的符号。但是,这个表面现象是错误的。价值符号直接地只是价格的符号,因而是金的符号,它间接地才是商品价值的符号。……强制通用的国家纸币是价值符号的完成形

式,是直接从金属流通或简单商品流通本身中产生出来的纸币的完成形式。”^{[2] (P.105-106)} 马克思认为金银不是以使用价值,而是以交换价值来标明自己的价值的。由于资产阶级生产必须把财富在一种唯一的物的形式上作为物神结晶起来,金银就成为这种财富的相应化身,“一般金属在直接生产过程中的重大意义是同它们当作生产工具的作用联系在一起。撇开金银很稀少不谈,仅就它们比铁甚至比铜(指古人所用的硬铜)软而论,这已经使它们不适于这种用途,因此,这在很大程度上使它们丧失了一般金属的使用价值所赖以存在的那种属性。它们不仅在直接生产过程中没有什么用处,而且作为生活资料,作为消费对象,它们同样不是必须的……另一方面,金银不只是消极意义上的剩余的、即没有也可以过得去的东西,而且它们的美学属性使它们成为满足奢侈、装饰、华丽、炫耀等需要的天然材料,总之,成为剩余和财富的积极形式。它们可以说表现为从地下世界发掘出来的天然的光芒,银反射出一切光线的自然的混合,金则专门反射出最强烈的色彩——红色。而色彩的感觉是一般美感中最大众化的形式。”^{[2] (P.144-145)} 在1857-1858年经济学手稿中,马克思揭示了商品具有自然差别,但是商品又需要等价交换,二者的矛盾导致货币的产生。商品“作为价值的属性不仅可能,而且必须同时取得一个和它的自然存在不同的存在……因此,商品的价值也必定取得一个在质上可以和商品区别的存在,并且在实际交换中,这种可分离性必定变成实际的分离,这是因为商品的自然差别必定和商品的经济等价发生矛盾,这两者所以能够并存,只是由于商品取得了二重存在,除了它的自然存在以外,它还取得了一个纯经济存在;在纯经济存在中,商品是生产关系的单纯符号、字母,是它自身价值的单纯符号。”^{[5] (P.85)} 要使得商品实现交换,必须创造一个能在更大范围内交换的作为一切商品价值象征或符号的商品,这就是货币,“同商品本身相脱离而自身作为一个商品又同商品界并存的交换价值就是货币。商品作为交换价值的一切属性,在货币上表现为和商品不同的物,表现为和商品的自然存在形式相脱离的社会存在形式。”^{[5] (P.90-91)} 也就是说,货币能够把商品的自然属性“过滤”掉,转化为纯经济存在。“货币作为商品价格的转瞬即逝的客观反映,只是当作它自己的符号来执行职能,因此也能够由符号来代

替。”^{[3] (P.149)} 马克思的上述分析在揭示资本主义社会商品拜物教、货币拜物教和资本拜物教的形成秘密的同时,又通过资本主义社会物化现象的分析,揭露了商品交换逻辑在资本主义社会中的作用,在很大程度上预示了资本主义社会符号化的演变趋势,为对资本主义的符号批判奠定了基础。

当然,如前所述,马克思为符号批判进一步奠定基础主要是通过《资本论》。有人说“《资本论》提供了另一种解释方法,这种解释的中心是权力和金钱,这样才有了今天人们所谓的象征性结构分析(尽管当时马克思还不会使用这个词汇,但它确能帮助我们理解马克思的解释方式的意义。在马克思谈及商品世界时,他的语言具有双重含义:一是由货币符号规定的平衡与限度,二是由法律规定的责任、契约)。”^{[9] (P.103-104)}

马克思对商品世界的符号分析,到了20世纪进一步发展为列斐伏尔、鲍德里亚的符号政治经济学批判。

三、符号政治经济学批判的出场

符号学家吉罗说“形象观念,讯息观念,以及通过对公众的内心动机的了解来操纵公众,已成为目前我们文化的一种关键。”^{[14] (P.135)} 如何用符号学,或者说,运用马克思主义观点对这一现象进行符号分析,则需要一定的转换环节,因为现代符号学原本发端于索绪尔的结构主义语言学,具有形式主义特征而相对排斥价值判断,和马克思主义的政治经济学批判有一定的距离。这就意味着,需要研究社会亚系统的编码方式,把它们纳入一定的符号关系系统,剖析其含义和信息。社会是人与人的关系系统,个人与个人在集团内部或集团与集团在集体内部的身份地位由一定的标志或招牌来指明,如制服、装束、膳食、住所等,反映了一定的社会价值和社会等级的状况。这就需要把发端于结构主义语言学的符号学研究推衍到社会文化亚系统,“把符号学分析视为对组成一个象征形式或符号的各成分之间的关系的研究,以及对这些成分与这一象征形式或符号所属的更大系统的成分之间关系的研究。以这个意义认识的符号学分析一般涉及对生产与接收象征形式的社会-历史条件的方法论抽象。它集中于象征形式本身并设法分析它们的内部结构特征、它们的构成因素与相互关系,并把这些联系到它们所属的系统 and 准则。”^{[15] (P.308)} 列斐伏尔和后继的鲍德里亚所做的正是这方面的工作。

列斐伏尔注意到二战后的资本主义控制并组织了消费,社会是按照消费而不是生产组织群体,所以他把在其他社会学家那里分别加以研究的技术、消费者、丰裕、闲暇作为一个整体加以考察,提出“消费受控的科层制社会”(the bureaucratic society of controlled consumption)这一概念。列斐伏尔批评索绪尔的语言学把意义放在所指上,从而把语言转变成实证的东西,而马克思的《资本论》则在资本主义现实关系中考察能指和所指的关系,把交换视为可以脱离其内容(劳动力)的存在,为分析资本主义社会消费的状况提供了基础。

列斐伏尔考察了近代以来能指、所指与指称物关系的变迁。他发现19世纪中期语词与句子的关系以指称物为依据,到了20世纪之后,随着声、光、电等现代技术的发展,能指链走向瓦解,人们对世界的感知不再依赖于指称物,而让位于功能性的技术客体所营造的符号图景。由于“真正的”指称物被驱逐了,语言成为唯一的指称物。在一个商品主导的社会中,语言获得了自足的存在,能指链失去了和所指的关系,商品拜物教向符号拜物教转变。“伴随着文化的支离破碎以及交换价值对使用价值的支配,语言与符号逐渐脱离它们所指涉的对象……语言反过来成了现实的最高本质,一种能够自我复制语言的元语言”^{[16] (P.318)}。技术语言对世界编码,调节能指、所指之间的关系,形成“符号-物”体系的语言异化。列斐伏尔以公共宣传品(publicity)为例,指出其不仅提供了一种消费的意识形态,而且创造了一种消费者的“自我”形象,让他在行动上实现自己并使自己与理想形象保持一致,但其实际是建立在对事物的想象性存在的误认的基础上。公共宣传品以诗性的方式侵入经验,激发人们的消费欲望,使物品的消费和符号的消费连为一体。“消费主要与符号而不是与商品本身相联系。”^{[17] (P.91)}例如商品广告便采用了文学的修辞手法,产生吸引消费者眼球的假象(make-believe),使消费者成为消费主义意识形态的俘虏。消费者把被煽动起来的欲望投射到物品之中,填平了真实和假象的鸿沟,模糊了现实和想象的界限。这样一来,“文化”就成了这个社会消费的物件,因为消费品巧妙地利用虚构、假象来进行包装。“符号消费值得我们给与特别的关注……每种物体和产品都获得了双重性的存在,即可见的和假象的存在;凡是能够被消费的都变成了消费的符号,消费者靠符号,靠灵巧和财富

的符号、幸福和爱的符号为生;符号和意味取代了现实,这就有了大量的替代物”^{[17] (P.108)}。虽然资产阶级对工人阶级的压迫和剥削加深了,但是由于消费替代了生产,成功地消解了工人阶级的阶级意识,使得这种压迫关系变得模糊了。

列斐伏尔的符号政治经济学批判为他的学生鲍德里亚所继承和发展。鲍德里亚比列斐伏尔走得更远,他质疑马克思对生产活动基础性地位的认定。鲍德里亚认为在生产主义语境中,消费被想象成一种休闲、舒适,而个人仅仅被视为一种生产的力量,其实“消费不仅要在结构的意义上被界定为交换体系和符号体系,同时还要在策略的意义上被界定为一种权力机制。”^{[18] (P.70)}他认为不应把消费视为生产的一种功能,相反,消费力本身就是一种生产力的结构模式。在鲍德里亚眼中,使用价值反而是符号的交换价值的结果,“物不仅是一种实用的东西,它具有一种符号的社会价值,正是这种符号的交换价值才是更为根本的——使用价值常常不过是一种对物的操持的保证(或者甚至是纯粹的和简单的合理化)。”^{[18] (P.2)}进一步说,由于鲍德里亚把符号分析纳入交换研究中,符号交换的物品不依赖于使用价值,而依赖于与其他符号的差异关系。他认为资本主义的消费“建立在符号/价值的交换模式之上,即在差异性交换的基础之上,同时也就是建立在有区别的物质载体,以及由此产生的潜在的共同体的基础之上。”^{[18] (P.109)}显然,鲍德里亚把物的效用不是归为有用性,而是社会符号的编码,对这一象征性符号价值的消费是一种能指拜物教。

比如奢侈性消费或炫耀性消费就是为了显现身份或威望,珠宝、艺术品甚至半自动洗衣机换成全自动洗衣机,这类消费都带有炫耀的性质,与物品的有用性无关,而标志着身份等级。所以他指责马克思的商品拜物教是对交换价值的崇拜。这样,鲍德里亚便把马克思对商品消费的生产性的物性功能的分析引向对物品功能性要素及权力关系的分析,从而对他所指认的马克思探讨的商品生产中发生的使用价值与交换价值关系的生产性消费的政治经济学发起了挑战。我们知道,总体来看,马克思是从生产过程的分配关系上来理解消费力的,“社会消费力既不是取决于绝对的生产力,也不是取决于绝对的消费力,而是取决于以对抗性的分配关系为基础的消费力;这种分配关系,使社会上大多数人的消费缩小到只能在相当狭小

的界限以内变动的最低限度。这个消费力还受到追求积累的欲望的限制,受到扩大资本和扩大剩余价值生产规模的欲望的限制。”^{[7](P.272-273)}也就是说,马克思是把消费作为生产活动的一个部分或环节来看待的,没有预料到消费社会的来临,所以鲍德里亚对马克思政治经济学的批评有一定的道理。在《象征交换与死亡》中,鲍德里亚指责马克思的经济学为古典经济学,因为在那里“使用价值作为交换价值系统的远景和目的性而起作用”,而消费社会是一个仿像社会,商品结构具有自主性,不依赖于参照价值和使用价值,“参照价值为了惟一的价值结构游戏的利益而被摧毁了。结构维度自主化,参照维度被排除,前者建立在后者的死亡之上。生产、意指、情感、实体、历史等各种参照都终结了……现在是另一个价值阶段占优势,即整体相关性、普遍替换、组合以及仿真的阶段。”^{[19](P.3-4)}甚至“劳动不再是生产性的,它变为指派给劳动的再生产,这是一个甚至不知自己是否愿意生产的社会表现出来的总习性。……劳动就这样被掏空了自己的能量和实体,作为社会方阵的模式复活了,并且把政治经济学的其他所有范畴都带入代码的随机领域。”^{[19](P.11-12)}

应当说,列斐伏尔对资本主义社会的符号政治经济学分析还是借用符号学的一些概念和方法来思考资本主义从生产向消费转向过程中发生的问题,大的方面没有脱离马克思对于资本主义的政治经济学批判框架。鲍德里亚则不然,他摒弃了物质生产的基础性地位甚至商品的有用性本身,把商品社会归结为符号交换统治的王国,甚至设想原始的礼物关系或象征性交换的复归,其视野已经转向符号学本身。这种分析虽然还带有从马克思的政治经济学脱胎而来的痕迹,却明显地走向对马克思思想本身的背离与修正。

参考文献:

- [1] William Adams, "Aesthetics: Liberating the senses", in *The Cambridge Companion to Marx*, edited by Terrell Carver, Cambridge University Press, 1991.
- [2] [德]马克思. 政治经济学批判//马克思恩格斯全集(第13卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1965.
- [3] [德]马克思. 资本论(第1卷) //马克思恩格斯全集(第23卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1972.
- [4] [德]阿多诺. 否定的辩证法[M]. 张峰译, 重庆: 重庆出版社, 1993.
- [5] [德]马克思. 政治经济学批判(1857-1858年草稿) //马克思恩格斯全集(第46卷上册) [M]. 北京: 人民出版社, 1979.
- [6] [德]马克思. 政治经济学批判(1857-1858年草稿) //马克思恩格斯全集(第46卷下册) [M]. 北京: 人民出版社, 1979.
- [7] [德]马克思. 资本论(第3卷) //马克思恩格斯全集(第25卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1974.
- [8] [美]詹姆逊. 马克思主义与形式[M]. 李自修译, 南昌: 百花洲文艺出版社, 1995.
- [9] [法]巴利巴尔. 马克思的哲学[M]. 王吉会译, 北京: 中国人民大学出版社, 2007.
- [10] [德]马克思《政治经济学批判》导言[A]//马克思恩格斯全集(第12卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1962.
- [11] [斯洛文尼亚]齐泽克编. 图绘意识形态[C]. 方杰等译, 南京: 南京大学出版社, 2002.
- [12] 赵毅衡. 符号学: 原理与推演[M]. 南京: 南京大学出版社, 2011.
- [13] [德]马克思. 1844年经济学哲学手稿[M]//马克思恩格斯全集(第42卷) [Z]. 北京: 人民出版社, 1979.
- [14] [法]皮埃尔·吉罗. 符号学概论[M]. 怀宇译, 成都: 四川人民出版社, 1988.
- [15] [英]汤普森. 意识形态与大众文化[M]. 高钰等译, 南京: 译林出版社, 2005.
- [16] 刘怀玉. 现代性的平庸与神奇——列斐伏尔日常生活批判的文本学解读[M]. 北京: 中央编译出版社, 2006.
- [17] Henri Lefebvre, *Everyday Life in the Modern World*, New Brunswick & London: Transaction Publishers, 1984.
- [18] [法]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.
- [19] [法]鲍德里亚. 象征交换与死亡[M]. 车槿山译, 南京: 译林出版社, 2006.

收稿日期: 2013-10-10 责任编辑 申燕