

使用价值与符号价值的博弈

——论早期鲍德里亚消费理论及其对马克思政治经济学的误读

吴花花

(北京师范大学 哲学学院, 北京 100875)

摘要: 早期鲍德里亚消费理论基于当代资本主义社会的革命性变化, 阐释使用价值的虚假性和符号的巨大社会功能, 这在一定意义上具有其合理性。在分析早期鲍德里亚早期消费社会学说的基础上, 揭示鲍德里亚对马克思及现代资本主义社会现实的误读。

关键词: 鲍德里亚; 消费; 使用价值; 符号; 马克思

中图分类号: B 08

文献标志码: A

文章编号: 1008-7192(2015)02-0032-04

里斯曼曾这样概述人类社会的数次重大变革: “第一次革命在过去的400年里涤荡了统治人类大部分历史的以家庭或家族为核心的传统生活方式。这次革命包括文艺复兴、宗教改革、反宗教改革、工业革命以及17、18、19世纪的政治革命等。这次革命当然仍然在进行当中, 但在最发达国家, 尤其是美国, 这次革命正让位于另一种形式的革命——即随着由生产时代向消费时代过渡而发生的全社会范畴的革命”^{[1]6}。法国现代思想家鲍德里亚正是基于当代资本主义社会的革命性变化提出富有批判性的消费异化理论。鲍德里亚认为, 20世纪60年代后, 西方社会的运行模式发生变化, 由生产型社会转变为消费型社会, 社会生活的核心问题不在于怎样生产而在于该如何消费。以1968年法国爆发的“五月风暴”为契机, 鲍德里亚尝试从新的批判视角出发, 利用新的理论武器反思当代资本主义社会的新变化, 并突出对社会文化心理、社会文化机制的批判。

早期鲍德里亚阶段的主要作品包括《物体系》《消费社会》和《符号政治经济学批判》, 在这一阶段, 鲍德里亚总体上还是处于西方马克思主义理论构架的影响下, 虽然他已经超出了马克思的问题域, 开始试图批判马克思理论(特别是其政治经济学), 但他本人认为自己是发展马克思主义来对消费社会进行理论反思与建构^{[2]9-10}。

一、使用价值的幻象与符号的社会功能

鲍德里亚的代表作《消费社会》为人们呈现了消费社会的景观, 在消费社会里, 商品除了具有使用价值和交换价值之外, 更重要的是具有符号价值, 包括商品所展现的风格、个性、外观、意象、品牌等, 它体现或标识了商品拥有者的社会身份、地位与权力, 同时还包括消费某种商品时产生的心理满足感等等。这种符号价值异于使用价值或交换价值, 且成为消费社会日益重要的组成部分, 在商品的购买和展示中发挥重要作用。

在消费社会里, 鲍德里亚认为使用价值具有虚假性, 认为马克思所批判的商品拜物教仅仅是一种“使用价值拜物教”、“所指拜物教”, 使用价值并非是非异化之物的本真存在, 所以要揭穿商品使用价值所具有的自然幻象以及使用价值优先性的假设。

人们没有意识到使用价值是一种社会机制的强化后果, 这往往是因为人们认为物的使用价值与人的需要直接相关, 人的基本需要包括吃、喝、睡、繁衍等, 这些基本需要使得主体与物的世界自发地建立起关系, 鲍德里亚认为这正是问题的症结, 这些基本需要假定人不能被这些需要所异化, 只是被剥夺了满足这些需要的手段, 当人们用这样的分析话语分析当代社会时, 一种天真的虚假的人类学被

建构起来了,但根据鲍德里亚,使用价值是一种虚构的想法,是在经济的“理性化”的镜子中所显现的一种镜像。“需要——真如它所是的那样——不能再从自然主义—理想主义的视域下被完整地界定了,即作为一种内在的、直觉的力量,一种自然的欲望,一种人类学的潜能。相反,需要最好应被界定为一种通过个人的内在逻辑体系推理得出的功能:更为确切地说,并不是作为被丰盛社会所解放了的消费的力量,而是作为体系自身的功能运演,即幸存以及再生产的过程所必需的生产力。换言之,需要的存在只是因为体系本身必需它们存在”^{[3]67}。也就是说物不仅是实用的东西,它更具有符号价值,这种符号的交换价值才是物存在的保证,所以,使用价值常常只不过是物的差异性符号价值的必需条件,在逻辑上,符号价值先于使用价值。

在鲍德里亚看来,在当代资本主义社会里,人的需要并非自然的、内在的、直接的,而只是社会生产体系演化、计算后得出的结果,或者说需要如同一种资本,一种对生产体系进行投资的资本,它不亚于资本家对生产的资本投资及雇佣工人对生产的劳力投资。遗憾的是,使用价值因披上需要的自然主义外衣而成为一种无意识的社会话语,鲍德里亚认为,这才是最隐蔽、最彻底的资产阶级意识形态,在这样的意识形态笼罩之下,社会失去了怀疑、批判与超越的可能性。正因为“使用价值成为了政治经济学的皇冠和王权”^{[3]133},所以包括马克思主义政治经济学在内一切政治经济学都不可能逃脱资产阶级意识形态,不可能超越资本主义社会。

透过使用价值的幻象,鲍德里亚发现,物的使用价值并不依赖于根据理性的目的而被生产出来的客体之中,人的需要不存在于既定的、被预设为自觉的有意识的主体之中,人的消费也不由理性化的选择和计算所决定的,物的使用价值、人的需要和消费均存在于预先规定好的价值体系和交换体系中,存在于物的差异的体系中,即一种差异性意指关系的符码体系中。

“对于消费理论中的拜物教徒、市场的策划者们以及消费者们来说,物在任何地方都是作为某种力量(幸福、健康、安全、荣誉等等)的承载而被给予和接受的。这种具有魔力的载体散播得如此广泛,以至于我们忘记了最初与我们打交道的其实是

符号:一种被一般化了的符号的符码,一种完全任意的差异的符码,物正是在这个基础上,而不是由于其所具有的使用价值或者内在的‘特性’,才得以展现其自身的迷人魅力”^{[3]78}。也即是说,在本质意义上,在原初意义上,人是被安排进差异性的、被符码化的物体系之中,借助于物,每个人和每个群体在某种系列中寻找自己的位置,符号试图将每个人放置到某个特定的位置上。与此同时,由于人陷入了虚假的物体系之中,他(她)不是对物迷恋,而是对符码迷恋,由此符码控制了主体,人丧失了主体性,人成为一个抽象化的、异化了的的存在。

这种符号的社会区分功能在凡勃伦对炫耀性消费的分析中体现得淋漓尽致。在《有闲阶级论》中,凡勃伦认为仆人的功能不仅是工作和生产,同时也发挥着展示主人级别的功能,仆人以主人之名消费,这是一种替代消费,展现主人的财富和地位。再如父权制社会中女性的生存状况,一个女人打扮得漂亮,不是为了让自己漂亮,而是为了彰显作为一家之主的男性的荣耀和社会特权。此外,有闲阶级还通过休闲消费显现威望,通过休闲活动,消费闲暇时间,来证明时间的无用性,拥有剩余时间就像拥有剩余价值一样。显然,这种炫耀性消费、休闲消费有着鲜明的社会意义。基于此,鲍德里亚认为,不能仅从普遍化的个人满足来考察消费,把消费看作是一种普适的价值体系是荒唐的,“实际上它不过是一种制度、一种道德而已。在这一意义上,它在过去和未来都曾经是或者将会是任何社会中权力策略的一个要素”^{[3]41}。

二、鲍德里亚对马克思主义政治经济学的误读

鲍德里亚认为,马克思的政治经济学与过去的政治经济学一样,喜欢把自身的体系当作模型,却没有质疑模型的合理性,在他看来,马克思的政治经济学依然受制于资产阶级意识形态,没有真正批判当代资本主义社会,“为了从根本上批判政治经济学,仅仅解释隐藏在消费概念背后的人类学意义上的需要与使用价值是不够的,我们还必须揭示隐藏于生产、生产方式、生产力、生产关系等概念背后的东西。马克思主义分析中的所有基础性概念都必须加以质疑”^{[4]1}。鲍德里亚的这一论断是否确切?笔者的答案是否定的。下面我们将立足于马克

思的政治经济学揭示鲍德里亚对马克思政治经济学的误读。

首先,马克思强调生产的第一性和历史性。人首先是一种自然存在物,有吃喝住穿及繁衍等基本需要,人类“第一个历史活动就是生产满足这些需要的资料,即生产物质生活本身,而且这是这样的历史活动,一切历史的一种基本条件,人们单为了能够生活就必须每日每时去完成它,现在和几千年都是这样”^{[5]79}。生活资料与生产资料的生产是人类存在和发展的基础,可见,生产具有第一性的重要地位,不仅如此,马克思还强调生产具有历史性,历史是各个世代的交替,每个世代都在前一个世代生产水平的基础上拾级而上,无论是生产什么,还是怎样生产,都与时代发展密切相关,人类的生产史不是断代史,而是一个循序渐进的演进史。可以说,马克思的经济理论与历史理论是密切相关的,诚如阿尔都塞所言,“《资本论》完全包含了对我们理解经济理论来说是必不可少的历史理论”^{[6]134}。马克思的政治经济学深刻剖析了经济领域的经济事实,而历史唯物主义则贯穿马克思政治经济学的始终。

其次,马克思重视生产与消费的辩证关系。马克思在《〈政治经济学批判〉导言》中,系统论述了生产与消费之间辩证统一的一般关系,生产、分配、交换、消费这四个环节在社会生产过程中是一个统一体,其中,生产起决定作用,决定分配、交换、消费,马克思也强调“生产就其片面形式来说也决定于其他因素”^{[7]17}。实际上,在马克思看来,生产与消费是两个相互渗透的过程。一方面,生产也是消费,生产过程是主体能力支出和消耗的过程,也是原料被使用、被消耗的过程。另一方面,消费也是生产,消费的结果一般是消费资料以另一种存在形式存在于消费主体之中,为主体活动提供能量或基础。显然,马克思在强调生产与消费辩证关系的时候,依然重视消费,将消费视为一个与生产互动的环节,消费代表着产品的最后完成,马克思之所以把理论重心放在对生产过程的研究上,是因为马克思的理论具有高度的革命品格,尝试以此武器的批判更好地为批判的武器服务,为无产阶级和全人类的解放指明现实的道路,这是马克思理论的旨趣。遗憾的是,鲍德里亚并未了解马克思作为革命导师的用心良苦,一味地批判马克思对消费研究的

不足,更曲解了生产与消费的辩证关系。

最后,再看使用价值与交换价值。马克思在《资本论》中论述道:“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”^{[8]47},因而“物的有用性使物成为使用价值”^{[8]48},但使用价值只是商品的一个必要条件,它不能保证劳动产品成为商品,商品是用来交换的,所以商品应该对他人具有使用价值,通过交换,把使用价值转到他人手上,只有当为别人生产使用价值时,才能赋予劳动产品以交换价值,此时也就成为商品。所以,在资本主义条件下,交换价值相对于使用价值具有逻辑的优先性。正是在这个意义上,马克思把理论重心置于交换价值之上,以此揭示商品拜物教的本质。不仅如此,马克思强调,“使用价值——作为‘商品’的使用价值——本身具有特殊的历史性质,例如,在生活资料由社员共同生产和共同分配的原始公社里,共同的产品直接满足公社每个社员、每个生产者的生活需要,产品或使用价值的社会性质这里正是在于其共同的性质”^{[9]413},马克思的政治经济学坚持使用价值的历史维度,使用价值具有社会性质,与一定的社会历史条件相关,显然,鲍德里亚将马克思的商品拜物教理解为“所指拜物教”是一种严重的误读。

鲍德里亚对马克思的政治经济学存在严重误读,早期鲍德里亚消费理论更多的是一种文化批判、政治意识形态批判,这与马克思的批判理论不可同日而语。

三、结 语

早期鲍德里亚思想有其深刻的社会历史背景,是应对当代资本主义社会新变化的理论尝试,勾勒物的功能化及功能物的符号化轨迹,在此基础上,呈现一个消费的社会景观,以符号政治经济学抨击符号消费。笔者认为,鲍德里亚早期消费理论在一定程度上值得借鉴。

其一,鲍德里亚对符号价值的分析和对符号消费的揭示一定程度上呈现了现代社会景观,解释了人的非实用性消费行为和消费心理。“在马克思区分的使用价值和交换价值之外,鲍德里亚又增加了对符号价值的分析,在这种符号价值中,商品的价值是以它们所带来的声誉以及它们所展现社会地位和权力的方式来衡量的”^{[10]148}。随着经济发展,

社会进步,人们越来越呈现多方面的诉求,包括异化了的诉求或是被社会灌输了的虚幻诉求,对此,鲍德里亚呈现了详尽的描述、准确的分析和犀利的批判。美国学者波斯特曾对《符号政治经济学批判》的贡献评论道:“马克思的商品概念始终没能达到这样的分析,他忽略了交换价值藉以变成一种表意符号的转型过程,因为马克思主义的概念机器是以生产和劳动作为其模型的,所以它不可能使‘生产符号的社会劳动’能被理解,而这种社会劳动基于一种不同的逻辑,符号流通本身就能生产剩余价值,这是一种不基于利润而基于合法性的价值”^{[11]148}。像波斯特一样,一些学者认为早期鲍德里亚是后马克思主义者,他发展了马克思的理论以应对马克思不曾遭遇的时代境遇。

其二,早期鲍德里亚的理论有利于现代社会人之主体性的觉醒。鲍德里亚的理论是基于历史情境的系统研究,其批判理论的深度和敏锐有利于人主体性的觉醒。例如,鲍德里亚对大众传媒、符号消费的批判,有助于我们重新审视现代媒介,反思日常消费行为和消费社会的本质,并进一步树立健康合理的消费理念,防止消费异化,深刻认识到消费异化将导致人自身的异化。再如,鲍德里亚对“使用价值”的自然性和本真性持质疑和批判的态度,暂不说这种质疑和批判是否合理,但切实地给我们带来裨益,理论上厘清政治经济学的基本概念,实践上警醒意识形态的无意识话语。

虽然鲍德里亚早期消费理论具有启示性作用,一定程度上反映了当代资本主义社会的基本特征,

符号标识的差异性逻辑的确已经成为当代资本主义社会生活的主导性制约因素之一。然而,诚如前文所述,鲍德里亚对马克思政治经济学存在严重误读,我们要警惕鲍德里亚符号政治经济学批判的反历史唯物主义倾向,要认识到符号统治不可脱离客观物质生产,在历史领域坚持唯物主义原则。

参 考 文 献

- [1] (美)大卫·里斯曼. 孤独的人群[M]. 王昆, 朱虹, 译. 南京: 南京大学出版社, 2002.
- [2] 仰海峰. 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解读[M]. 北京: 中央编译出版社, 2004.
- [3] (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.
- [4] (法)鲍德里亚. 生产之境[M]. 仰海峰, 译. 北京: 中央编译出版社, 2005.
- [5] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 1995.
- [6] (法)阿尔都塞. 读《资本论》[M]. 李其庆, 冯文光, 译. 北京: 中央编译出版社, 2001.
- [7] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集: 第2卷[M]. 北京: 人民出版社, 1995.
- [8] (德)马克思. 资本论: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 2004.
- [9] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集: 第19卷[M]. 北京: 人民出版社, 1963: 413.
- [10] (美)道格拉斯·凯尔纳, 斯蒂文·贝斯特. 后现代理论[M]. 张志斌, 译. 北京: 中央编译出版社, 2001.
- [11] (美)马克·波斯特. 第二媒介[M]. 范静晔, 译. 南京: 南京大学出版社, 2000.

A Game Theory on Use-value and Sign-value

——A discussion on early Baudrillard's consumer society theory
and his misreading of Marxist political economics

WU Hua-hua

(College of Philosophy, Beijing Normal University, Beijing, 100875, China)

Abstract: Based on the revolutionary changes of the contemporary capital society, early Baudrillard's consumer society theory was used to explain the falsity of use-value and the huge social function of signs, which is reasonable in a certain sense. By studying the early Baudrillard's consumer society theory, the thesis argues that Baudrillard misread Marx and the contemporary capital society.

Key words: Baudrillard; consumption; use-value; sign; Karl Marx

【编辑 吴晓利】