

鲍德里亚的“符号政治经济学批判”

刘玲华

内容提要 鲍德里亚认为，消费社会是一个以符号经济为主要特征的社会：第一，符号取代实物成为消费主体，具有独立的符号价值；第二，符号的生产也是意义的生产，追求符号价值的获得与追求身份地位的认同具有同构性；第三，符号意义引导符号消费，它是一种集体话语，并非个人行为。究其原因，鲍德里亚将之追溯到马克思主义提及的“生产力”因素，即电子媒介的介入带来一副触目惊心的图景：真实与符号、现实与想象之间的界线消失，符号价值上升到主导地位，并引导追求意义、欲望及自我认同的迷狂消费。因此，他认为马克思的政治经济学批判已不足以解释消费社会的符号现象，批判的触角必须深入到对符号政治经济学的批判当中。

关键词 象征交换、媒介广告、符号政治经济学批判

自20世纪60年代以来，现代社会逐步走向没落甚至终结，社会进入了一个物品丰盈、符号影像铺天盖地以及信息高速发展的社会，它被加上了“后”的称号，称之为“后现代社会”。在物质及其丰盈的基础上，消费的地位被独立出来，成为整个社会运作的核心，因此也被冠名为“消费社会”。消费社会的重要特征，一是视觉文化盛行，二是俗雅界线的消失。换言之，消费社会就是一个被符号充斥的社会，特别在法国理论家让·鲍德里亚（Jean Baudrillard）的视野里如是。他认为，在符号的理论层面上，消费社会呈现出一种新的意义结构：符号分为能指与所指，能指所指之间的意指关系构成意义的产生过程。能指实现的对比替换使得意义被无限地加以生产，并形成一种系列关系（鲍德里亚称为“物体系”），不是整合恰恰是凸现差异，使得物品之间产生相互替代的功能。当一切物品可以相互替代时，物品便过渡到符号。当物品作为符号时出现，它与其他物体之间可以产生互换，因此消费中的物既不是一般意义上的物，也不是指向功能性的物，而是商标所指示的物，物凝结为符号，具有了符号价值。因此，在消费社会中“每次的交换行为既是一种经济的行为，同时又是生产不同符号价值的超经济行为”[1]。

同时，消费作为全球性的现象，正在以其不可抗拒的魔力，向社会的每一个细胞渗透，给自身创造了一个神话。这是一个怎样的神话？神话以怎样一种机制发生作用？它给社会和个人带来怎样的后果？鲍德里亚正是瞄准了消费社会这个神话，从符号价值的角度，对其进行了深刻的剖析与批判。要言概之，一方面，鲍德里亚补充了马克思主义，断言社会已经走向消费社会；另一方面，鲍德里亚又超越了马克思主义，展开了对符号政治经济学的批判。

一、超越马克思主义：以象征交换为基点

鲍德里亚所定义的“消费社会”，其一，消费就是消费符号，消费无孔不入。在这个社会里，所有的商品是符号，所有的符号也都是商品，甚至爱心、仁慈、性等都可以毫无障碍地公开消费甚至待价而沽。其二，它已经超越了“异化”。马克思所着力批判的焦点，其最终目的在于批判经济交换的原则，或者说致力于追问剩余价值产生的不合理。明显地，马克思忽视了另一个层面的东西，一个与资本主义经济交换没有交叉却又存在着千丝万缕联系的东西，包括“解职、贱卖、挥霍、玩耍和象征主义……对身体力量原有



周访问排行	月访问排行	总访问排行
<ul style="list-style-type: none">● 鲁迅和许广平犯有“通奸”罪吗？● 现实主义还是色情主义？● “一切好诗到唐已被做完”了吗？● 不要把张爱玲和胡兰成混为一谈● 论中西文人女性人体描写的审美特征...● 文学如何向现实“说话”● 新诗创世何劳胡适尝试● 当代文学的若干问号● 期待新的中国文学批评史● 暧昧的“民间”：“断裂问卷”与90...		

网友评论

如果您已经注册并经审核成为“中国文学网”会员，请 [登录](#) 后发表评论；或者您现在 [注册成为新会员](#)？

诸位网友，敬请谨慎网上言行，切莫对他人造成伤害。

验证码:

的欢宴式的强化、死亡游戏或来自欲望的行动” [2]。

鲍德里亚深入了对这个“忽视”的批判。一方面，他强调消费社会脱离了诸如以创造和借鉴为基础的道德范畴，转换为以享乐和消遣为主调，另一方面，他进一步重申马克思的政治经济学并没有使意指的各种观念理论化，因为当代哲学向语言学转变后，能指与所指区别已经消失了。能够提供明证的是，消费社会里的商品无所谓真实与赝品，索绪尔定义的能指在这里同千千万万个所指不构成一一对应的关系，所指全部成了巴特意指（符号）的代名词。鲍氏意味深长地指出，消费社会已经全然不同于生产社会的剥削和支配，而是“充满神秘、诱惑、独创和象征性的交换” [3]，在理论上迈开了超越马克思主义的第一步。

“象征交换”即为鲍德里亚理论的“阿基米德支点”。第一，他认为，虽然马克思对资本主义社会提出了彻底批判，究其根底“却依旧停留在政治经济学的形式之中”。换言之，使用价值和交换价值的交互转化构成了政治经济学所极力描述的内容。在鲍德里亚看来，马克思的分析并没有对资本主义做出一种全面的、适当的批判，因为其矛盾在马克思之后出现了新的变化——媒介广告的介入重新定义了商品的“符号价值”，以奢侈性、差异性取代了实用性。如果坚持马克思的理论分析框架，可以这样加以理解：工人与资本家之间被剥削和剥削的关系更表面地表现为丰盈的礼品交换关系。工人的自助消费、自我定位表面上看来足够平等与民主，而这件“外衣”除了遮蔽了不平等交换的实质外并没有做到更多。鲍德里亚认为正是这种“生产方式”的不同产生了象征交换的基础。第二，鲍德里亚对符号价值进行了重新地位，并把符号的自我增殖提高到绝对的主导地位。在消费社会里，马克思主义的理论与道德困难在于，工人的工资水平不再与生产过程相适应，劳动不再是一切价值的源泉。然而不可否认，资本主义是一个物品极度丰盈的社会，由于它不可能在物质上被推翻，故能消除这种商品符号主导性规则的唯一办法，就是通过对其实操作原则的象征性否定。[4]更具体地说，符号的无限增殖产生新商品的循环，并提醒人们注意这样一个事实：没有东西会持久，可每一样东西都有机会获得新生。其言下之意是，消费即意味着体现个人价值，获得地位身份，而不是自豪“这件商品凝聚了我的劳动”。

鲍德里亚同时区分了政治经济史的三个阶段，迈出了超越马克思主义的第二步。在他的区分中，第一个阶段指古代社会和封建社会，被交换的仅仅是物质生产的剩余。第二个阶段指马克思称为核心意义的资本主义阶段，所交换的是全部工业产品的价值。第三个阶段就是消费社会，它所包含的内容蕴含更多，曾经被认为不可出卖的东西如“德行、爱、知识”在这里也都被可以用来交换和出卖。在鲍德里亚看来，第三阶段与前两个阶段一样具有独特性和革命性，但它却一直被动主导着第二阶段的经济交换所蒙蔽。在创造和推断“资本主义”这个概念上，马克思最终未解决生产过剩与消费能力之间的矛盾，因而理应受到批判。同样，对于消费社会来说，“我们正生活在交换的末日。然而，只有交换才能保护我们不受命运的作弄。” [5]在鲍德里亚的理论视野里，交换不是纯粹经济上的交换，而是一种自我认可。只要存在这种认可，消费便不可避免陷入到地位确认的宿命。以挟持人质为例：人质只是一个符号，无所谓阶层之分，任何人任何阶级都有可能被挟持为人质，这里更基本的问题是对符号的结构性控制，即，人质的随意性解构了马克思所定义的生产资料的所有制结构。以此为基点，鲍德里亚认为应该提供一个桥梁来重新考虑关于德行、爱、知识等在生产社会和消费社会的地位，这个桥梁就是“象征交换”。

“象征交换”是一种什么样的概念？准确来说，它具备以下四个特征。其一为非生产性。象征交换包含着“获取和回报，给与和接受……礼物与对应礼物的循环” [6]等各种一般的和可逆的过程。比如，A送B一瓶好酒，不久B又回送A一条好烟，中间的交换发生了，但却不是经济上的交换，更多地它是一种礼物往来。其二为非商品的交换循环。象征交换不是凝聚了使用价值和交换价值的商品，它可能只具备其中一样价值或者什么也不具备。其三为互惠性。其四为可限制性，象征性交换只有一种结果，就是一旦发生了交换后，就成了与交换对应的唯一物，它不可能再在别的时间、别的地点发生另一次交换。

由此看来，象征交换实际上明确区分了几种不同的“需要”（“价值”）。在鲍德里亚的笔下，真实需要和虚拟需要、主要需要和次要需要存在区别。在工业社会里，人们更多地追求获得实用价值或者交换价值，而当符号占据主体位置后，对自我的呼唤认同使得符号价值日占上风，成为主要需要。认同自我必然导致排他，其最终结果是，在消费的无止境舞台上，一切商品都无内容上的意义，只获得形式上的不同，

最终导致社会走向虚幻的拟像社会。因此他既致力于批判马克思所定义的生产社会，也不终止对这个符号的世界进行反思。他以坦率的方式说“马克思在他对于生产的唯物主义的 analysis 中，几乎将生产力定义为一个被授予特权的领域，其中语言、符号和交流通常都被排除在外了。”[7]在此，鲍德里亚抨击了马克思的“生产力特权论”，同时他也认为，即使资本主义进入了消费社会，符号的绝对统治同样不能使消费更加理性化。在他看来，理想的社会只有原始社会，它排除了理性的经济交换和非理性的符号消费，仅仅简单地实行象征交换，从而能够提供批判的公正依据。虽然鲍德里亚也承认我们已不可能再一次返回到原始社会和它的象征交换，然而，象征交换却被他看作是最激进的，至少在理论上足以摧毁符号化的选择以及寻求消费理性的杠杆。如果说马克思以资本主义的内部机制——生产方式的立场抨击了资本主义的虚伪性，鲍德里亚则另外从外部的结构批判了资本主义的符号性，从而最终超越了马克思主义。

二、符号结构的生成：媒介与广告

在消费社会里，消费行为总是蕴含着意义的生产。就鲍氏而言，对消费意义的分析，要求将价值及效用这些经济学范畴转换为符号及能指这些语言学范畴。通常情形下，一个符号由一个能指与一个所指构成，指涉一个真实的“物（thing）”，当个体之间进行交换时，能指与所指是等同的。但是经过意指的生成，符号就变成象征性的了，或者说意指转变成了符码。符码不仅具有某个“意义”，它还被个体分享，如同礼物交换，体现着社会关系。在《物体系》和《消费社会》中，鲍德里亚已经详细分析了这种社会关系的编码过程——符号统治的生成，接下来要解决的问题是，既然消费社会遭遇了符号的编码，那么这个编码运用了怎样的手段得以完成？

在回答这个问题之前，还需要绕一个小小的弯，先完成鲍德里亚对马克思政治经济学的反思批判。马克思曾明确给出了断定不同社会阶段的标准，并认为每一个社会都有一个结构方式支撑——生产力，且随着生产力的改变，生产关系也产生了变化。马克思指出，手推磨产生的是封建主的社会，蒸汽磨产生的是工业资本家的社会，前者产生主人和奴隶，后者则演化为资产阶级和无产阶级。两者分别开启了一个时代，其标志就是手推磨和蒸汽磨本身的技术结构。鲍德里亚认可这个断定，根据同样的逻辑，他将消费社会的批判逻辑建立在另一种技术基础上——电子媒介。如同蒸汽机宣告着工业时代的到来，电子媒介的出现也标志着资本主义社会迈入了一个新的媒介时代。然而鲍德里亚也指出，虽然马克思看到了技术结构给资本主义带来的影响，但将技术结构停留于经济领域不前，不仅遭到了时代新因素的质疑，更毋需说建立一种交流。[8]在《符号政治经济学批判》中，鲍德里亚发表《媒介的挽歌》开始发展他的媒介理论。这个题目有点讽刺意味，因为鲍德里亚实际上刚刚开始完善一种社会理论，而且媒介将在这个新社会理论的建构中起关键性的作用。因而可以理解为，鲍德里亚对马克思作了一次摧枯拉朽的颠覆性反思。[9]当社会进入消费社会，物品转变成符码时，消费社会的技术结构——电子媒介的作用不容小觑。如果考虑到符码价值在何种平台上被呼吁最多，或眼见或耳闻，我们肯定明白鲍德里亚的言下之意。

这个平台就是媒介。鲍德里亚承继象征交换的理论基础，在现实中又同出一辙地超越了马克思主义的分析。他认为资本主义已从劳动力被剥削的阶段过渡到劳动被销售、被消费的阶段，“劳动力起先是一种状态，是服从于代码的一种结构”[10]，因此鲍氏并没有检视生产与消费、物质和象征之间的关系，而是着重提出应该重视符码的作用。媒介的平台生成了符码，引导着无意识性的消费。那么，如何真实地分析媒介呢？

第一，理清马克思之后“媒介”一词的发展线索，有助于鲍氏提出自己的理论。在鲍德里亚的理论视野里，有三种媒介理论受到了他的“青睐”。[11]概括性地说，这三种理论又集中于一个焦点——是否具有交流性？其一为恩森斯伯格的媒介革命理论。恩氏认为媒介提供了发话者和受话者的可逆交流，鲍氏却认为这种可逆性仅仅是一种中介理论，并非直接的相互交流，而以符码为特征的媒介应该既无发话者也无受话者，只需要崇拜符号；其二为麦克卢汉理论。麦氏认为“媒介即信息”，媒介的作用在于将信息展示并内爆，眼前的事实却是，符码使媒介与现实无法区分，因此鲍德里亚认为这种单向交流性应该受到排斥；其三为媒介接受理论，单方面认可接受者同样不可行。[12]在批判这三种理论的过程中，鲍德里亚同时也奠定了他的理论基础——媒介就是要将社会区分转化为社会化的过程，取其差异性排除同质化，即符码是

区分社会身份的唯一交流手段。

第二，电视广告充当了电子媒介最重要的工具，构建了一个新的语言及传播现实。在电子媒介出现以前，传播方式分为手稿和印刷两大类。口头文化和印刷文化在很长一段时间里展现了它们各自的魅力，使得政治、经济、文化三足鼎立，成为独立的三大领域。电子媒介问世以后，电子文化填补了这一鸿沟，经济、政治、文化之间的关系焕然一新：媒介进入了政治领域，比如一个国家领导人出访另一个国家有可能只是看望灾民；娱乐内爆为教育，电视录像方便了远程教育和空中学堂的人。麦克卢汉称这些现象为“深度参与”，即电视取消了时空的差异，带来了更广泛层面的信息交流和受众参与。鲍德里亚更乐观地认为，电视广告清楚地展现了新的表意方式，因为符号与指涉之间最重要的联系被粉碎了。广告占据一个能指，这个能指与广告中的物体之间并不具有传统意义上的对应关系，但却被附加到了广告中的物体上。更加不可思议的是，这种新表意方式被每个人言说，确切点说，广告生成了一种集体语言——符码，“每个物体都被翻译为普遍抽象的平等符码，即它的合理性、它的客观法则、它的意义”。[13]至此，符号不仅完成了媒介作用下的编码过程，同样又以符号消费完成了解码过程。因而鲍德里亚认为，电子媒介特别是电视广告的介绍在符码的结构生成层面扮演着非常重要的角色，为他构建“超现实”理论及批判符号政治经济学找到了一个切入点。

三、走向符号政治经济学批判

媒介与广告作为消费社会里的技术结构，无可置疑地展现了一个符号统治的世界。即，鲍德里亚认定消费社会产生了一种新形式的拜物教——符号拜物教。

拜物教历史流长，历经了商品拜物教、货币拜物教、资本拜物教三个阶段。在马克思的分析中，拜物教的产生源于两大“颠倒”性过程：第一是在经济生产过程中产生了“颠倒”。随着工业革命的实现，机器大工业的发展与私人占有关系之间的矛盾对立越来越尖锐，因而劳动和人都产生了异化，沦为“死劳动”和被剥削者；第二是经济交换过程中产生了“颠倒”性。资本家对交换价值的期望以及对剩余价值的追求，使得人被货币所决定，直接导致对商品有用性的崇尚转向对货币、资本（剩余价值）的渴望。马克思的“颠倒”分析在鲍德里亚的视野中继续深化，在区分了使用价值、交换价值和符号价值的基础上，他断定，在文化艺术领域同样能够找到“异化”的痕迹。首先，艺术与经济不是对立而言的，它们之间互相联系。艺术品拍卖可以作为一个很好的例证以供参考。不可否认，艺术品起源于经济领域，凝聚着无差别的人类劳动，但它从另一个方面也给予了反驳——为什么艺术品所获得的价值不等同于交换价值？原因在于，通过拍卖，“符号价值”取代了交换价值，获胜者将艺术品占为己有，形成了一种优越感和特权。鲍德里亚认为，艺术品的符号价值重新考虑了一种社会关系，毋宁说它就是经济与文化联系的反映。其次，艺术本身的地位同样不容忽视。当艺术品变成符号时，它直接召唤着符号价值的产生。[14]

符号拜物教产生于交换价值的被取代过程中。当一切以符号价值为中心时，马克思的政治经济学批判便让位于符号政治经济学批判。鲍德里亚指出“如果符号政治经济学的批判易受到古典政治经济学的影响，这是因为它们的形式是相同的”，[15]再一次强调了符号带来的颠倒特征，相似于马克思的分析。在经济交换中，使用价值构成理性交换的前提。当使用价值被符号价值所取代，一切以意义和身份的获得为目的，消费社会中的透支消费、迷狂追求、时尚诱惑才能得到理解。这种迷狂状态消除了理性，走向极端的非理性状态，这是鲍德里亚所要指出的第一个“颠倒”。另一个“颠倒”则在于，符号价值延伸到了意识形态领域，产生了主客体关系的变化。阿尔都塞曾指出主体是一个意识形态的假设，强调人与物的自然关系。但是当符号占据了主导位置后，物品以物体系中符号功能物的身分解蔽了意识形态，使人与物的关系变得不再透明可见。贝斯特与凯尔纳认为：“鲍德里亚同时宣布客体的成功和主体的失败，告诫我们与主体支配客体和改变世界的计划决裂”[16]，这可以视作鲍德里亚展开对符号政治经济学批判的高度概括。

因而，以下两个方面的批判得到了能够阐释的可能性。在直接层面上，鲍氏所要批判的是符号价值，正如马克思批判使用价值和交换价值一样。鲍德里亚重申了“需要”的定义，按照马克思政治经济学的观点，是主体占有客体的结果就是“需要”，但在符号政治经济学中，“需要”就是意义和符号的获得：前者是

使用价值和交换价值，后者是符号价值。对符号价值的追求，使得真/假意识被模糊了，真实与符号无可再分，客体支配主体世界，因而必须受到批判，即致力于批判追求当中的无差异性和同质性。在符号学意义层面，鲍德里亚主要针对符号形式，其核心又在于对所指进行批判。在传统观念领域，从经济基础决定上层建筑出发，文化逻辑总是依附于经济逻辑之上，然而进入消费时代后，物不是作为生产出来的物出现，而是折射了文化意义的象征物，因此批判仅从经济逻辑入手就不足以解释文化意义现象。也就是说，批判必须从文化逻辑身上找到一个理论立足点。鲍德里亚进而指出，媒介的介入构成生产的中介，并抛弃一一对应的能指与所指关系，使得所指开始变得复杂，成为孕育多种意义的所指。它提供一种集体言说，重新获得意识形态的特征——“直接意指的客观性与作为意识形态的含蓄意指相对立，是最意识形态的话语”[17]。因此，文化逻辑中意指的产生与经济过程具有了同构性特征，从而也让鲍德里亚的符号政治经济学批判成为可能。

四、两个二律背反的尴尬

鲍德里亚对符号政治经济学展开批判，意味着他关于消费社会的论断告一段落。从他的分析中可以看出鲍氏极力超越资本主义的意图，然而由于理论本身的矛盾性，他也不可避免地陷入到欲解决矛盾却未解决的尴尬中。

尴尬之一：补充马克思与超越马克思。在论述符号价值过程中，鲍德里亚借助了马克思的经典框架，从使用价值、交换价值和劳动异化展开对消费社会的分析。从《物体系》到《消费社会》，鲍德里亚的理论重点试图补充马克思所不曾遭遇的时代特征，以完善马克思主义理论。虽然鲍德里亚论述了符号社会的特征，但思路仍奠基于马克思的生产逻辑上，将消费视为生产中的一大环节。这个马克思主义立场使得能够将他早期对商品的批判视为历史唯物主义的可贵补充。到了《符号政治经济学批判》中，鲍德里亚开始将符号的地位独立出来，颠覆了马克思所称称的主客体关系理论，认为符号支配了主体的决定作用。符号的绝对统治既许诺构建一个新话语体系，一个超越同质性的体制体系，同时又使个体服从新话语的实践。在这里，鲍德里亚已不满足于完善马克思主义，而是转而探寻一种新的意识形态，为新话语的合理化构建开辟通途。因此，鲍氏选择了超越马克思主义，并非故意而是自然而然地进行了超越，这也就同他的初衷——补充马克思主义理论相距甚远了。

尴尬之二：图像增殖与符号虚无。在鲍德里亚看来，能指与所指的分裂决定了符号与现实的分离。他断言，在媒介的复制下，所有真实的东西最终都走向同一个结局——消失。因为原件消失了，原件通过媒介变成了无限多的延伸以及数量上的增加，它不再是独一无二的而是无穷多个。或者说，真实在无限的复制中“死亡”了，它的存在只在于复制后的“复兴”中。无穷多的符号表达一个事实：真实已经被它纠缠的符号和影像系统所接纳，甚至符号比真实还要真实，从而产生了“超现实”的图像增殖后果。这里存在两个问题：如果符号统治了一切、操控了一切，那么是否有可能走出符号世界？马克思将社会矛盾界定与生产关系和生产力之间的矛盾，在实践上实现了引导人们变革这个社会的可能，那么在符号世界里，是否也同样可能产生变革？然而鲍德里亚的后期作品只能得出一个结论，他将希望完全寄托于象征交换上，认为符号支配了主体，无限精美地“谋杀”了主体，除了符号，一切都在符号世界中变得无意义，符号世界只是一片荒漠。这种矛盾表明，鲍德里亚早期试图以符号补充马克思主义的乌托邦（Utopia）幻想最终成了一个不可实现的神话，并最终陷入虚无。贝斯特、凯尔纳这样加以评述：“当鲍德里亚的著作带领我们发展一种后现代理论时，它却在传递上最终失败了”。[18]

如前所述，是否能够评价鲍德里亚就是一个马克思主义者，或者确切地说是一个后马克思主义者？按照西方理论界的观点，鲍德里亚的思想可以划分为三个阶段，其早期思想是在新的社会条件下补充和发展马克思主义[19]，但就后两个阶段的思想转向来看，现今更普遍的看法，则是将鲍德里亚当作后现代主义者，并且是其中最重要的一位。道格拉斯·凯尔纳极其推崇鲍德里亚的后现代影响，称他是“迄今为止立场最为鲜明的后现代思想家之一”[20]；詹明信也明确指出，无论在文化、社会、传播理论中，只要讨论后现代境况中的媒介功能，都绕不开对鲍德里亚的论述；德里达等后现代主义巨匠虽然以某个理论价来加以搪塞，实际上仍无法忽略鲍德里亚的影响力。然而，鲍德里亚却并不认同自己是个后现代主义者，同时也否

定了他自己的社会学出身。确实，他的理论在范围上无所不包，不仅涉猎到马克思主义、符号学、社会学、媒介学等诸多领域，而且影响深度难以估计。马克思主义者？社会学家？后现代主义巨匠？鲍德里亚是他们，但到德里又不是他们。因此，将鲍德里亚硬贴上某个理论的标签，确乎有些武断，鲍德里亚跳跃的行文方式和多面化的理论思维不是一个简单的定位能够加以概括的。至于鲍德里亚在哪个阶段冠以哪种定位，则是此文以外有待论述的问题了。

参考文献

[1] Jean Baudrillard: For a Critique of the Political Economy of the Sign[M], c1981.159.

[2] Jean Baudrillard: The Mirror of Production [M], trans. with introduction by Mark Poster, St Louis, Telos Press,c1975. 44.

[3] Jean Baudrillard: “The Beauborg effect: implosion and deterrence” [J],October, 20, (Spring): 3-13.

[4] Jean Baudrillard: Symbolic Exchange and Death [M], trans.Iain Hamilton Grant, with an introduction by Mike Gane, London, Sage, 1993.123.

[5] Jean Baudrillard: “The ecstasy of communication” [J], ed. and introduced by Hal Foster, in Postmodern Culture, London, Pluto Press: 50.

[6] Steven Best and Douglas Kellner: Postmodern Theory—Critical Interrogations [M], The Guilford Press, 1991.116.

[7] Jean Baudrillard: For a Critique of the Political Economy of the Sign [M], translated with an introduction by Charles Levin,St. Louis, MO.: Telos Press, c1981.164.

[8] 在马克思主义哲学中，经济基础决定上层建筑，对应于经济领域则是生产力决定生产关系。这种提法遭到了阿尔都塞、麦克卢汉等的批判，认为马克思最大的不足就是没有将生产力延伸到文化领域。

[9] 麦克卢汉对鲍德里亚的影响很大，特别在“媒介即信息”、内爆、地球村等重要概念上。

[10] Jean Baudrillard: Symbolic Exchange and Death[M], c1981.12.

[11] 尼克·史蒂文森作了另外一种介绍。他认为媒介理论分为三种，一是法兰克福学派的意识形态支配理论，包括雷蒙·威廉斯、霍尔等；二是麦克卢汉技术决定论；三是受众研究论包括约翰·菲斯克，与鲍德里亚所论述的有不同。见尼克·史蒂文森。《认识媒介文化——社会理论与大众传播》[M]. 商务印书馆. 2001.

[12] 尼克·史蒂文森进行了深入分析，用雷蒙·威廉斯、阿尔都塞得媒介文化理论补充了鲍德里亚理论的不足。但在鲍德里亚的理论视野里，虽然对阿尔都塞、雅各布森等作了理论分析，但都难逃为自己的理论找到一个突破口的出发点，这里不加详述，主要考虑到鲍德里亚确认的重点理论分析。

[13] Jean Baudrillard: For a Critique of the Political Economy of the Sign[M],c1981.132.

[14] Genosko也认为，符号决定了使用价值与交换价值的地位，它产生的是社会的或审美的关系。See Gary Genosk Baudrillard and Signs[M],.p.4.

[15] Jean Baudrillard: For a Critique of the Political Economy of the Sign[M], c1981.126.

[16] 贝斯特、凯尔纳。《后现代转向》[M]. 2002、131.

[17] Jean Baudrillard: For a Critique of the Political Economy of the Sign[M], c1981.159.

[18] Steven Best and Douglas Kellner: Postmodern Theory—Critical Interrogations[M],The Guilford Press, 1991、143.

[19]西方学术界一般认为，鲍德里亚的理论发展大致可以分为三个阶段。第一阶段，鲍德里亚聚焦于象征交换理论进行研究，依据索绪尔符号学以及拉康的精神分析学理论，展开对消费社会的批判分析，并试图将马克思主义和符号学结合起来，作品主要有《物体系》、《消费社会》和《符号政治经济学批判》。第二阶段，鲍德里亚转变了研究方向，开始背离马克思主义，并对马克思的历史唯物主义进行了尖锐的批评。这一时期主要集中在20世纪70到80年代，即，鲍德里亚通过符号政治经济学批判，转向后现代社会的模拟、拟像和超现实问题研究，作品主要有《生产之境》和《象征交换与死亡》。第三阶段，80年代以来鲍德里亚理论发生了一个“形而上学”的转向，论题在于他同一切现实决裂，认为物体可以支配一切，并提出“终结”的理论。这一阶段的作品主题涉及广泛，笔端触及到了生活中的许多方面，包括广告、媒介、时尚、身体、性别等等。Best and Kellner, D., Postmodern Theory[M], Houndmills: Macmillan, 1991. 111-114.

[20] 道格拉斯·凯尔纳、斯蒂文·贝斯特.《后现代理论——批判性的质疑》[M].张志斌译.中央编译出版社.2001、143.

原载：《江西社会科学》2005年11期

关于我们 | 联系方式 | 意见反馈 | 投稿指南 | 法律声明 | 招聘英才 | 欢迎加盟 | 软件下载
永久域名:www.literature.org.cn www.literature.net.cn E-Mail:wenxue@cass.org.cn
版权所有：中国社会科学院文学研究所 京ICP备05084176号