

从索恩 - 雷特尔到齐泽克

——马克思商品分析的再发展

许优然

新疆师范大学马克思主义学院，新疆 乌鲁木齐

收稿日期：2025年3月4日；录用日期：2025年3月23日；发布日期：2025年4月8日

摘要

马克思在《资本论》中将对商品的分析作为剖析资本主义的逻辑起点，是对古典政治经济学的批判性继承与超越。通过对商品内容与形式的辩证分析，马克思揭示了资本主义生产方式下商品拜物教的本质，对资本主义生产方式进行了批判。索恩 - 雷特尔和齐泽克分别从认识论和意识形态分析的角度，对马克思的商品分析进行了再发展，进一步深化了对资本主义生产方式和意识形态的批判。索恩 - 雷特尔提出“现实抽象”概念，探讨了抽象思维与现实社会结构的相互作用及其在资本主义理论体系构建中的作用。齐泽克结合拉康的精神分析理论，提出了一种新的意识形态批判方法，分析了资本主义意识形态的幻象及其对个体欲望和行为的操控机制。因此，对马克思商品分析及其再发展脉络进行深入探究，不仅丰富了研究资本主义的理论资源，也满足了对资本主义进行批判的现实需求。

关键词

马克思，商品分析，商品拜物教，索恩 - 雷特尔，齐泽克

From Sohn-Rethel to Zizek

—The Re-Development of Marx's Commodity Analysis

Youran Xu

College of Marxism, Xinjiang Normal University, Urumqi Xinjiang

Received: Mar. 4th, 2025; accepted: Mar. 23rd, 2025; published: Apr. 8th, 2025

Abstract

In Capital, Marx regards the analysis of commodities as the logical starting point for the analysis of capitalism, which is a critical inheritance and transcendence of classical political economy. Through dialectical analysis of the content and form of commodities, Marx reveals the nature of commodity

fetishism under the capitalist mode of production and criticizes the capitalist mode of production. Sohn-Rethel and Zizek redeveloped Marx's commodity analysis from the Angle of epistemology and ideological analysis respectively, and further deepened their criticism of capitalist production mode and ideology. Sohn-Rethel put forward the concept of "real abstraction", and discussed the interaction between abstract thinking and realistic social structure and its role in the construction of capitalist theoretical system. In combination with Lacan's psychoanalytic theory, Zizek proposed a new method of ideological criticism, analyzing the illusion of capitalist ideology and its manipulation mechanism over individual desires and behaviors. Therefore, the in-depth exploration of Marx's commodity analysis and its further development not only enriches the theoretical resources for the study of capitalism, but also satisfies the realistic needs of criticizing capitalism.

Keywords

Marx, Commodity Analysis, Commodity Fetishism, Sohn-Rethel, Zizek

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

资本主义作为一种经济和社会制度，其复杂性与矛盾性一直是社会科学研究的重要课题。马克思在《资本论》中对资本主义进行了鞭辟入里地分析与批判，指出商品不仅是交换的媒介，更是资本主义经济关系和社会形态的表现形式。“在《资本论》开篇，商品作为特殊的‘物’首先被纳入马克思的批判视野，在资本主义条件下，商品作为使用价值的物质承担者表现为感性的物，但作为交换价值，商品形式却具有超越人的感官之外的、不可捉摸的神秘性质，成为不依赖于人并控制人的力量，在人之外获得了独立的存在，带上了拜物教性质”^[1]。通过对商品的深入剖析，马克思揭示了资本主义生产方式下商品拜物教的本质，从而对资本主义生产方式进行了深刻地批判。这一批判不仅涉及经济领域，更触及了资本主义社会的意识形态结构，为后续的理论家提供了丰富的思想资源。

在马克思商品分析的基础上，索恩 - 雷特尔从认识论的角度出发，提出了“现实抽象”的概念，探讨了资本主义生产过程中抽象思维与现实社会结构的相互作用，以及这种思维抽象在资本主义理论体系构建中的作用，认为“社会化的交换行为逻辑塑造了思维的抽象逻辑，进而催生出交换与劳动的分离、脑力劳动与体力劳动的对立、理性体系对劳动者阶层的剥削”^[2]。而齐泽克则从意识形态分析的角度，将商品拜物教与拉康的精神分析理论相结合，提出了一种新的意识形态批判方法，深入分析了资本主义意识形态的幻象及其对个体欲望和行为的操控机制，将“马克思对商品形式所做的无意识分析，成为研究一切拜物教、物化现象、意识形态的模本”^[3]。通过对这些理论的深入探讨，可以为马克思主义理论的当代发展提供新的思想启发，为理解和批判当代资本主义提供新的理论资源。

2. 马克思：商品的内容形式分析

马克思在《资本论》的开篇便对商品进行了分析：“资本主义生产方式占统治地位的社会的财富，表现为‘庞大的商品堆积’，单个的商品表现为这种财富的元素形式。因此，我们的研究就从分析商品开始。”^([4], p. 47)马克思不仅仅关注商品作为物质产品的特性，更重视商品作为资本主义经济关系和社会形态的表现形式。马克思分析了商品从简单的、单一的、偶然的价值形式，到扩大的、总的、一般的价值形式，最终到货币形式，揭示出商品价值的社会性质和抽象人类劳动的本质，并由此揭示了资本主义

生产方式下商品拜物教的本质，对资本主义生产方式进行了批判。

(一) 商品分析：马克思剖析资本主义的逻辑始点

马克思对商品的分析根植于19世纪中叶资本主义社会的深刻变迁之中。随着工业革命的兴起，资本主义生产方式在欧洲逐渐确立，带来了生产力的巨大飞跃和社会结构的剧烈变动。这一时期，资本主义固有的矛盾性开始显现：一方面，生产效率的提高和商品的丰富为社会带来了前所未有的物质繁荣；另一方面，无产阶级的贫困化、劳动条件的恶化以及资本积累过程中的阶级对立日益尖锐。在《资本论》的写作过程中，马克思旨在通过科学的方法揭示资本主义生产方式的内在逻辑和矛盾，为无产阶级的解放斗争提供理论指导。理论上，他试图超越古典政治经济学的局限，建立一个更为全面和深刻的社会经济理论体系。这一体系不仅要解释资本主义经济的运行机制，更要揭示其内在的矛盾和危机倾向。实践上，马克思希望通过商品乃至整个资本主义的分析，启发无产阶级对资本主义生产方式的认识，激发其革命意识，推动社会向更加公平、合理的方向发展，最终实现共产主义。

商品在马克思的理论体系中是剖析资本主义经济的逻辑起点，它构成了资本主义经济结构的基本细胞。资本主义经济的复杂性，从本质上讲，源自于商品的生产与交换。商品不仅仅是一种物质实体，更是资本主义生产关系和社会关系的体现。在资本主义体系中，商品的生产不是为了满足生产者自身的需要，而是为了在市场上交换，实现价值的增殖。正因如此，商品的生产和交换不是随机或孤立的现象，而是构成资本主义整个经济系统运作的基石，资本主义经济的复杂性和动态性就源自于商品的生产与交换。商品的生产不仅是物质转化的过程，也是社会劳动的凝结，而商品的交换则是这一劳动社会性质的实现。在资本主义市场机制下，商品的流通便是资本积累和经济增长的动力：资本家投入不变资本与可变资本，通过商品的生产和销售去实现资本的增值。商品的生产和流通不以满足社会成员的直接需要为目的，而是为了在市场上实现交换价值的满足，即通过商品交换获取更多的货币进而实现资本积累。这种以交换价值为导向的生产方式，既推动了资本主义经济的不断扩张，也导致了商品生产目的与社会实际需求之间的矛盾。此外，商品在资本主义经济中的基本作用还体现在其对社会结构和阶级关系的塑造上。商品的生产和交换不仅创造了资产阶级与无产阶级两大阶级，而且加深了这两个阶级之间的对立。资产阶级通过对生产资料的控制和劳动力的购买，从商品生产中获取利润，而无产阶级则因出卖劳动力而处于被剥削的地位。在此基础上，马克思通过商品分析进一步揭示了资本主义经济的异化现象。在资本主义生产过程中，劳动者不仅与自己的劳动产品相分离，而且与生产过程本身、与自己的劳动力、甚至与人类的本质相异化。商品的普遍化和市场化导致了人与人之间的社会关系被物化，表现为商品与商品之间的关系。这种异化不仅表现在经济领域，也渗透到社会生活的各个方面，表现为商品拜物教、货币拜物教、资本拜物教……

在《资本论》中，马克思对商品的分析不仅揭示了资本主义经济的细胞结构，而且深入探讨了商品价值与使用价值的双重性质。商品的价值并非来源于其物质形态，而是由生产商品所需的社会必要劳动时间而决定，商品的价值实质上是社会劳动的货币表现。在资本主义市场中，商品的价值通过交换达成其货币形式，成为资本积累和经济增长的重要动力。与此对应，商品的使用价值代表了商品满足人类特定需求的能力，是商品的物质内容承担者，是商品能够被消费者使用的基础。没有使用价值，商品就无法在消费领域发挥作用，也无法满足人们的实际需求。这就造成了资本主义经济体系下商品价值与使用价值之间的矛盾：一方面，商品必须具有使用价值才能被消费者所接受；另一方面，商品的生产和交换并非单纯为了满足使用价值，而主要是为了实现商品的价值。商品价值与使用价值之间的这种辩证关系，揭示了资本主义生产方式的内在矛盾。一方面，商品必须具有使用价值才能在市场上被交换，因为消费者追求的是商品能够带来的具体利益；另一方面，资本主义生产的目的是创造和实现价值，这导致了生产的目的与社会的实际需求之间的矛盾。马克思通过对商品价值与使用价值双重性质的分析，揭示了资

本主义生产方式的内在矛盾。他指出，在资本主义社会中，商品的使用价值被商品的价值所掩盖，劳动者的劳动被转化为商品，而劳动者自身也变成了商品的附属品。这种异化不仅表现在经济领域，也渗透到社会生活的各个方面。这种矛盾和异化现象是资本主义生产方式的固有特征，只有通过社会变革，推翻资本主义生产方式，才能实现人的解放和社会的全面发展。

(二) 商品内容分析：马克思对古典政治经济学的继承

古典政治经济学产生于 17 世纪中叶，结束于 19 世纪初，它的发展历程，从威廉·配第开始，经亚当·斯密推进，到大卫·李嘉图完成^[5]。古典政治经济学学者们已经认识到劳动在商品价值形成中的重要性，并提出了“劳动价值论”，但他们的理论未能完全揭示劳动在商品价值中的具体作用及其社会性质。马克思在继承古典政治经济学劳动价值理论的基础上，进行了深入地批判和创新，提出了具体劳动和抽象劳动的概念，从而揭示了劳动在商品价值形成中的二重性。

古典政治经济学的劳动价值理论自威廉·配第处产生了萌芽。他强调“劳动是财富之父，土地是财富之母”^([4], p. 56)，并认为等量劳动是衡量一切商品的通用尺度。而亚当·斯密第一次提出了“劳动是衡量一切商品交换价值的真实尺度”^[6]。大卫·李嘉图则强调商品的价值“取决于其生产所必需的相对劳动量，而不取决于付给这种劳动的报酬的多少”^[7]。但他们都没能明确区分出具体劳动与抽象劳动，也因此无法真正准确认识资本主义，走上了一条“客体化的‘见物不见人’的路径”^[8]。马克思批判了古典政治经济学对劳动价值理论的简化理解，指出他们未能区分劳动的具体形式和抽象形式，也未能充分认识到劳动的社会性质。具体劳动是指劳动在特定形式下创造使用价值的活动，而抽象劳动则是从具体劳动中抽象出来的、形成商品价值的社会劳动。这一区分是马克思对古典政治经济学的重要超越，它不仅阐明了劳动在商品价值形成中的决定性作用，而且揭示了资本主义生产方式下劳动的社会性质。

古典政治经济学家们已经认识到了使用价值的重要性，亚当·斯密提出，商品的使用价值是其能够满足人类需求的属性，是交换价值的基础。“每一种特定商品的市场价格，是受实际进入市场的商品数量与人[愿意支付商品自然价格的人，即愿意支付商品进入市场所必需的地租、劳动(工资)和利润的全部价值的人]的需求比例所支配的。”^([6], p. 44)但他们并没有深入探讨商品的使用价值如何与社会生产过程中的复杂社会关系相互作用。马克思继承了古典政治经济学的这一观点，并在此基础上进行了深化。他认识到，商品的使用价值不仅仅是其物质属性的体现，更是其社会属性的反映。在《资本论》中，马克思提出，商品的使用价值和交换价值是商品的两个基本属性。使用价值体现了商品满足人类某种具体需要的能力，而交换价值则体现了商品在市场上与其他商品交换的比率或关系。“物的有用性使物成为使用价值”^([4], p. 48)，而“表现为一种使用价值同另一种使用价值相交换的量的关系或比例”^([4], p. 49)则是交换价值。马克思明确区分了这两个概念，并指出它们在商品经济中的不同作用。使用价值是商品的物质承担者，没有使用价值，商品就无法满足人类的需要，也就无法进入交换过程。而交换价值则是商品的社会承担者，它体现了商品生产者之间的社会关系，是商品在市场上相互交换的社会形式。

马克思强调，劳动在商品内容分析中占据核心地位。他认为劳动不仅创造了商品的使用价值，而且在资本主义生产方式下，劳动的社会性质通过商品的交换价值表现出来。劳动的二重性——具体劳动和抽象劳动——是理解商品价值的关键。具体劳动创造商品的使用价值，它赋予商品以特定的物质形态和用途。抽象劳动则是商品价值的社会形式，它体现了生产商品所需的社会必要劳动时间。在资本主义生产方式下，抽象劳动成为商品价值的决定因素，反映了商品生产者之间的社会关系。

(三) 商品形式分析：马克思对古典政治经济学的超越

马克思在《资本论》中对商品形式的分析，标志着他对古典政治经济学的一次重大超越。古典政治经济学虽然在一定程度上认识到了商品交换的普遍性，但未能深入探讨商品形式背后的社会关系和其神秘化现象。马克思则深入剖析了商品形式如何掩盖了生产者之间的社会关系，以及这种形式如何随着货

币的出现而普遍化。

货币作为一般等价物，成为商品交换的媒介，它不仅促进了商品交换的广泛性和便利性，而且使得商品的价值得以量化和比较。然而，货币的出现也使得商品的交换价值进一步抽象化，加深了商品形式的神秘性。货币的普遍性和灵活性加强了商品经济的普遍化趋势，同时也使得资本主义生产方式的全球性扩张成为可能。商品形式的神秘化随着货币形式的产生和商品经济的普遍化进一步加剧了。

在资本主义市场经济中，商品之间的关系似乎变成了物与物之间的关系，而人的社会关系则被物化、被隐藏在商品的交换价值之后。“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的性质，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。”([4], p. 89)这种现象，马克思称之为商品拜物教，它体现了资本主义生产方式下的一种异化形式，即人与人之间的社会关系被物与物的关系所取代。这种神秘掩盖了商品背后的劳动过程和生产者之间的社会关系，“资本主义社会关系使一切都处于它们的奴役之下，而且这种奴役得到了多数人的认同”[9]，使得资本主义制度在其固有矛盾无法消解的情况下仍顽强地运转维持。

在资本主义社会中，商品形式被神秘化，人被异化成物的奴隶。“个人规定性是同商品联系在一起的，个人要想满足自己的需求，实现自己的尊严，就只能以商品为载体，因此，商品成为物质生产的直接目的。”([9], p. 32)无产阶级作为商品的生产者，理应是商品的所有者与主人，但在资本主义制度下马克思提出了商品拜物教这一概念。

3. 索恩 - 雷特尔：认识论的现实抽象分析

阿尔弗雷德·索恩 - 雷特尔，被称为“法兰克福学派忠实的同路人”。他指出，尽管马克思在《资本论》中讨论了经济学语境中的商品，但并未直接将其与康德的先验观念论中的难题及西方认识论史联系起来。因此，他着手撰写了《脑力劳动与体力劳动——西方历史的认识论》，以揭示历史唯物主义的基本原理，并从哲学认识论的角度予以证明。

(一) 商品分析：塑造抽象思维的“现实抽象”

马克思的商品分析揭示了商品价值的社会性质和抽象劳动的本质，但索恩 - 雷特尔认为，要全面理解商品在资本主义经济中的作用，必须将分析扩展到认识论领域。他提出，商品不仅是交换的媒介，更是资本主义经济关系和社会关系的“现实抽象”表现。

索恩 - 雷特尔对马克思商品分析的再发展，是对资本主义经济体系深层次逻辑的进一步探索。马克思在《资本论》中已经奠定了商品分析的基础，揭示了商品价值背后的社会关系和劳动的本质。但索恩 - 雷特尔认为，要全面理解商品在资本主义经济中的作用，必须将分析扩展到认识论领域。“如果人们没有批判地解决马克思那里的现实抽象与知识理论中的思维抽象之间的矛盾，那么这就意味着，人们满足于自然科学的思维形式与历史的社会过程之间的不相关性。人们停留在脑力劳动与手工劳动的分离上。但这意味着，人们总体上停留在社会阶级统治上，即便这种统治采取的是社会主义的官僚统治形式。马克思对知识理论的忽视，造成了关于脑力劳动与手工劳动之间关系的理论的缺失。”([10])索恩 - 雷特尔在马克思商品分析基础上，进一步探讨了商品如何作为资本主义经济关系的表现形式，以及这些关系如何在人们的认知中被抽象化和物化。

“现实抽象”这一概念是指在资本主义经济体系中，现实的具体劳动通过商品交换过程被抽象化，转化为一种普遍的、可量化价值形式。“由于交换行为隐含着与使用的分离，更准确地说是与使用行为的分离，它就将市场假定为时间和空间上的真空，全无人类与自然的物质交换过程。在这一真空地带中，商品交换自为地、抽象地贯彻了纯粹的社会化本身。”([10], p. 17)这种抽象化过程不仅体现在商品的

交换价值上，更深刻地影响了人们的认知结构和思维方式。索恩-雷特尔从“现实抽象”概念出发，认为其是资本主义经济理论的核心——通过简化和普遍化具体现象，使得复杂的社会关系得以在市场中以商品形式存在和流通。正因如此，抽象思维不是被动地反映现实，而是积极参与到现实社会结构的构建和变革中。“索恩-雷特尔十分科学地提出了马克思很早就指认出来、但始终没有直接阐明的观点，即在资本主义商品-市场经济活动中，是人们自己的活动社会地造成了一种新的经济的自然因果性和特殊自然力量的统治。这里的自然因果性和自然力量都不是发生在自然界中，而是历史地生成于人的社会活动中。”^[11]

索恩-雷特尔强调，抽象思维不是孤立于现实社会之外的，而是与现实社会结构紧密相连、相互作用的。“资本主义基础上的经济的构建过程，是人类在商品交换中的行为的无意识的因果性。”([10], p. 19)在资本主义体系中，抽象思维不是被动地反映现实，而是积极参与到现实社会结构的构建和变革中去的。抽象思维通过经济理论、市场机制等形式影响着生产决策、资源分配和劳动组织。这种相互作用体现了资本主义经济的自我调节能力，也反映了资本主义生产方式的动态性和适应性。索恩-雷特尔指出，理解这种抽象与现实的相互作用对于揭示资本主义经济的内在矛盾和动态变化至关重要。

(二) 现实抽象：资本主义生产方式的具体表现

索恩-雷特尔将“现实抽象”视为资本主义生产方式的一个核心特征，这一概念深刻揭示了资本主义如何通过抽象化过程塑造社会现实。在资本主义体系中，生产活动不再仅仅是物质的转换和创造，而是被纳入一个由抽象概念和市场逻辑主导的框架内。这些抽象概念，如价值、货币、资本等，成为组织生产、分配资源和调节消费的关键因素。

现实抽象通过对劳动过程的抽象化和商品化来实现己身。在这一过程中，劳动者的具体劳动被转化为抽象劳动，其工作的社会必要性和价值不是由劳动本身决定，而是由市场的需求和资本的积累需求决定。“在交换中，商品占有者全神贯注于交易的事情，以免错失任何东西。但是，他们所使用的概念是从何处获得的呢……他们根本不是由自身而知道在此必须如何行动。他们必须让商品说了算。这种‘人们之间的物的关系和物之间的社会关系’，被马克思称为物化。”([10], p. 20)这种抽象化导致劳动者与其劳动成果之间的疏离，即劳动的异化。劳动者不再能看到自己的劳动对社会的具体贡献，而是被简化为生产过程中的一个可替换的变量。

索恩-雷特尔认为，商品拜物教不仅仅是一种错觉或误解，而是资本主义生产方式下现实抽象的必然结果。在商品交换过程中，商品的社会关系被物化，表现为商品之间的直接关系，从而掩盖了背后的社会劳动和阶级关系。“似乎它指明了一种包含于商品之中的纯粹量上的本质。但是，这个表面上的本质不过(无非)是一种从人的行动中生长出来的社会必要关系，在其中，人的社会关系被‘物化’了，即转移为他们的商品之间的关系。商品承载了一种社会本性，这本性与作为物的商品从来没有任何关系。由此，这就是附加在商品之上的‘拜物教特征’”([10], p. 38)。在此基础上，商品拜物教不仅是对商品社会性的误解，更是资本主义意识形态的一部分，它通过将社会关系物化，巩固了资本主义的生产和分配秩序。

现实抽象不仅在经济活动中起作用，而且深刻影响着社会阶级结构的形成和维持。资本主义生产过程中的抽象化趋势，加剧了资本家和工人之间的阶级对立，同时也在社会中创造了新的阶级划分和不平等。这种抽象化过程使得阶级关系变得更加隐蔽和复杂，阶级利益和社会冲突不再以直接的、明显的方式呈现，而是被经济的抽象概念和市场机制所掩盖。

(三) 思维抽象：影响现实的抽象概念

索恩-雷特尔在其理论探索中，深入挖掘了思维抽象在构建资本主义体系理论基础中的核心作用。他认为，资本主义不仅仅是一种经济制度，更是一种思想体系，而思维抽象则是这一体系得以维系和发

展的关键。在资本主义经济中，价值规律、市场机制、货币流通等抽象概念，并非仅仅是理论的构想，而是实际影响着资本的积累、分配和消费，是资本主义经济运作不可或缺的理论基础。

索恩 - 雷特尔认为，思维抽象在资本主义理论体系构建中的作用，体现在它为经济行为提供了一套普遍适用的规则和标准。“人的意识向商品的过渡，头脑又被商品意识武装起来。”([10], p. 20)思维抽象并非与现实脱节，而是通过经济政策、市场操作等实践活动对现实社会产生影响。货币理论对货币政策的制定、价值规律对价格机制的形成、市场机制对资源配置的调节等，这些现象都是思维抽象在现实社会中的具体运作机制的具象化表现。这些抽象概念通过塑造经济主体的行为模式和预期等方式去影响着资本主义经济的实际运作。“一个没有销路的商品，等于一个主观的感觉印象。在社会的意义上说便不再是物。如果滞销商品再次发现了买主，那么这种感觉假象就突然之间轻易地获得了客观现实的实用价值，并且那长期被扣除的劳动也突然之间获得了现实的社会价值有效性。”([10], pp. 129-130)

资本主义意识形态通过强调个人自由、市场竞争、私有财产等价值观念，为资本主义生产方式提供了道德和哲学上的支持。“判断关系与理性，个体的人格性，真理问题，关于‘知识’与客体世界的理念，善，美，等等——简言之，所有唯心主义高谈阔论的东西——都明白无误地被证实且证明为剥削在发生学上的后果。”([10], pp. 111-112)这些意识形态通过教育、媒体、政策等途径被广泛传播和接受，从而在人们心中形成了对资本主义经济体系的认同和支持。

4. 齐泽克：意识形态的视差分析

斯拉沃热 · 齐泽克作为当代哲学界的重要人物，他将马克思的商品分析与精神分析理论相结合，发展出了独特的视差辩证法。在拉康的理论中，视差指的是在不同的象征秩序中，同一对象呈现出不同的意义和位置。齐泽克受到柄谷行人的启发，将这一概念扩展到社会和政治分析中，用以揭示现实与意识形态幻象之间的张力和不一致性。“主体自身的真实存在作为不可见的凝视(污点或盲点)刻入了自己建构的现实，由于污点或盲点的存在，使得现实总是未完成和不确定的，总是与自身不一致而产生‘最小差异’”[12]。这种方法不仅深化了对商品的理解，而且揭示了商品在资本主义社会中作为意识形态幻象的复杂作用。齐泽克认为，商品不仅仅是一种经济实体，更是资本主义意识形态的物质载体。商品拜物教作为资本主义社会中的一种普遍现象，通过将商品神化，创造出一种幻象，使人们相信商品具有某种固有的价值和意义。这种幻象掩盖了商品背后的社会劳动和阶级关系，同时也在个体中培养了对资本主义现实的盲目接受和内在化。齐泽克的视差辩证法强调，要真正理解资本主义意识形态，就需要识别并揭示隐藏在商品幻象背后的社会结构和阶级关系。这需要一种能够超越商品表面的幻象批判性的视角，即所谓“视差”，看到其深层的社会意义和政治经济动力。齐泽克以拉康的精神分析理论为楔子，去分析商品如何在资本主义社会中构建出商品拜物教这一意识形态幻象。

(一) 商品分析：政治经济学视域下“梦的解析”

齐泽克在《意识形态的崇高客体》的第一部分“征兆”中提出，是马克思发明出了征兆：“在马克思的阐释程序和弗洛伊德的阐释程序之间，说得更确切些，在马克思对商品的分析和弗洛伊德对梦的解析之间，存在着血浓于水的联系。”([13], p. 3)在齐泽克看来，马克思对于商品的分析正是政治经济学视域下梦的解析，即找到形式本身的秘密。

齐泽克对马克思商品分析进行了精神分析式的当代解读，他认为马克思对商品的分析与弗洛伊德的分析是同样分两步完成的：打破表象→设想隐藏在形式之后的隐含意义，即看破商品或者梦的“秘密”。

“这秘密不是隐藏在形式之后的秘密，而是关于这个形式本身的秘密”([13], p. 9)。正因如此，分析商品形式自身的生成是至关重要的，这也是马克思对古典政治经济学的超越：“可是，劳动产品采取商品形式就具有的谜一般的性质究竟是从哪里来的呢？显然是从这种形式本身来的。”([4], p. 89)除了对马克思

商品分析进行现代化的学术阐释之外，齐泽克还强调了商品的象征意义及其意识形态功能。在资本主义社会中，商品通过广告、品牌等文化形式进行传播，并构建起了一种虚假的满足感和幸福感，从而维持和强化了资本主义的消费文化和生活方式。商品成为了资本主义意识形态的物质基础，人们通过消费行为不断地再生产和强化这些意识形态。

齐泽克认为商品不仅是经济交易的媒介，更是资本主义意识形态的具体表现。商品通过其形式和象征意义，传达了资本主义的价值观和生活方式，如个人主义、竞争、成功等。齐泽克认为，商品的这种象征性作用是资本主义社会中个体认同和欲望形成的关键。“身处市场之中的人们并不是不知道自己生产和经营的目的，但是对自己所从事的活动在市场中客观形成的‘他者’机制却‘一无所知’。从头至尾，人们其实一直在无意识中被那些看不见的、在他处起决定作用的价值规律所控制。”^[14]商品拜物教作为资本主义意识形态的核心组成部分，它通过将商品神化的方式去创造出一种超越现实的幻象，使人们相信商品具有某种固有的价值和意义。人们将自己的欲望和梦想投射到商品上，从而在心理上获得一种虚假的满足感。作为资本主义社会中的意识形态幻象，商品拜物教不仅掩盖了商品背后的社会劳动和阶级关系，而且还培养了个人对资本主义现实的盲目、麻木地接受和内化。至此，商品超脱了它的物质实体，成为了一种能够提供身份、地位和幸福感的象征。

(二) 商品拜物教：被遮蔽的意识形态幻象

马克思把“商品视为研究和分析资本主义社会生活和结构的核心问题，并通过商品的分析示出资本主义社会剥削的秘密。”^[15]齐泽克在此基础上进一步进行了阐释，认为商品拜物教在现代社会中具有普遍性，它不仅仅是对商品的神秘化，更是资本主义意识形态的核心组成部分。商品拜物教不单纯是一种经济现象，它更是一种意识形态的幻象，遮蔽了资本主义生产方式下的真实社会关系和阶级结构。

在资本主义社会中，商品拜物教体现为对商品的过度崇拜和理想化。商品不仅仅是满足实际需要的物品，它们还被赋予了一种象征意义，成为地位、成功、幸福等社会价值的象征。广告、媒体、流行文化等不断地强化这种象征意义，使得人们相信通过购买特定的商品就能实现某种理想的生活方式。“运行于商品交换的有效过程中的抽象行为，即认为货币是不变客体，资本的不变性质，商品的交换价值等，都是依附于符号体系的。”^[16]齐泽克指出，商品拜物教的普遍性与现代社会的消费文化密切相关。在消费主义盛行的社会中，消费不再仅仅是为了满足基本需求，而变成了一种生活方式，一种表达自我和社会地位的手段。商品拜物教通过消费文化得以广泛传播，它塑造了人们的欲望和期望，同时也遮蔽了生产过程中的剥削和不平等。

资本主义生产关系的核心特征是生产资料的私有制和劳动力的商品化。劳动者失去了生产资料，不得不靠出卖自己的劳动力来维持生活，将自己作为了资本主义市场的商品。而资本家通过货币购买劳动者这一商品，剥削了劳动者的剩余劳动，将其生产的剩余价值据为己有。劳动者成为了资本家的奴隶，更被异化成为了自己生产的商品的奴隶，人与人的关系被物与物的关系掩盖。由此，马克思在关于货币的视差中发现了“货币的本质乃是人与人关系的体现”^{(17), p. 4}，商品的拜物教性质使得资本主义社会下的商品成为“赋有生命的、彼此发生关系并同人发生关系的独立存在的东西”^{(4), p. 90}。而劳动者便因此无法认识到自己的劳动在社会生产中的真正价值和意义，从而无法认识到资本主义生产关系下的剥削本质。在商品交换的表面平等背后，隐藏着资本家对劳动者的剥削和统治。商品拜物教使得人们忽视了生产过程中的阶级斗争，将注意力集中在商品本身，从而忽视了商品背后的生产关系和权力结构。这种遮蔽作用对于维持资本主义生产关系的稳定至关重要，因为它阻止了劳动者对自身被剥削状态的认识和反抗。

齐泽克在索恩-雷特尔的理论基础上，进一步将商品拜物教与拉康的精神分析理论相结合，提出了一种新的意识形态批判方法。他认为，商品拜物教不仅仅是一种经济现象，更是一种意识形态的幻象，

其功能在于遮蔽人们对于欲望实在界的认识。齐泽克的理论强调了商品拜物教在维持资本主义社会秩序中的作用，以及这种拜物教如何通过构建一种虚假的现实感来控制和操纵个体的欲望和行为。“交换过程的社会有效性是这样一种现实，只有在这样的前提下，它才是可能的：参与交换过程的人并不知道交换过程遵循的逻辑。”([13], pp. 16-17)由此，齐泽克展开了对资本主义意识形态的批判，“社会有效性及社会有效性的再生产暗示我们，人们对他们的所作所为一无所知”。并以此为逻辑起点，展开了对资本主义社会乃至资本主义制度的批判。他申明了资本主义制度下，作为意识形态的所谓“等价、公平的普遍原则”中存在着劳动力与工资的交换这一特定的悖论性的交换，劳动力与工资的交换是等价交换，但这种交换充当着剥削之形式。这种“例外点”的存在一方面昭示出空想社会主义的乌托邦性质，即不可能存在这样一种社会：“交换关系已经普遍化，以市场为导向的生产也居于主导地位，但工人依然是生产方式的所有者，因而不被剥削。”([13], p. 19)另一方面也揭露出资本主义制度内部中存在的、不可被弥合修复的根本裂痕与矛盾，即作为资本主义社会中“非理性因素”的无产阶级，既是充当该整体的内在的、不可或缺的构成性要素，同时也是颠覆这一整体的普遍理性原则。

(三) 超越幻象：视差辩证法的批判性透视

在资本主义社会中，意识形态幻象通过一系列复杂的社会机制和文化实践去构建与维持己身。这些幻象不仅仅是思想上的虚构，而是深深植根于日常生活的实践中，影响着人们的行动、期望和认同感。商品作为资本主义经济的基石，其幻象的构建是通过广告、媒体、市场营销等手段实现的，这些手段将商品包装成不仅仅是满足基本需求的工具，更是身份、地位和个人成就的象征。这种幻象的维持依赖于人们对其不断的追求和消费，而忽视了商品生产背后的劳动条件、环境影响和社会成本。

齐泽克的视差辩证法是一种理解社会现实和意识形态之间复杂关系的方法。它强调现实不是单一的、固定的，而是由不同的视角和象征性构建所构成的多重现实。这些视角和构建受到社会、政治、文化等因素的影响，它们相互之间存在着冲突和矛盾，从而导致了现实本身的分裂和不一致性。在齐泽克看来，资本主义的意识形态幻象是通过将现实简化为一系列可消费的商品和可实现的梦想来维持的。这种简化忽略了社会关系的复杂性和人类需求的多样性，而将人们的欲望和满足局限在资本主义市场逻辑所允许的范围内，依靠着无意识的运作机制去维持和增殖自身。因此，这种幻象是不稳定的，它依赖于不断地重新构建和强化，以掩盖其内在的裂痕和矛盾。一旦人们意识到了其内部存在的致命矛盾和潜藏的颠覆可能性后，这种意识形态幻象便会冰消雪融，如梦初醒。“也就是说，交换过程的社会有效性是这样一种现实，它的本体性的一致性暗示出参与者的某种‘一无所知’。如果我们‘知情太多’，如果我们看穿了社会现实的真实运作，这种现实就会自行消解。”([13], p. 16)

我们可以借助“庄周梦蝶”这一典故来深化对商品社会中商品角色的理解。庄子的困惑——不知是庄子梦到了蝴蝶，还是蝴蝶梦到了庄子——揭示了主体与客体之间界限的模糊性。“梦中的蝴蝶既非庄子本人，也非现实的对象，而是一个在作为主体的庄子梦中生成却飞向远方的特殊客体，也就是拉康的对象a，它介于主体与客体之间，由于它的出现，主体再也不是原来的主体，客体也不是原来的客体，主客体之间出现了‘视差’”([17], p. 2)。在商品社会中，商品是拉康的对象a，也是庄子梦到的蝴蝶。如果将其作为欲望的客体，通过购买商品去追求满足感和幸福感，固然能得到一时的满足，但新的欲望又会产生。商品作为欲望的客体，总是指向一种无法完全达到的满足状态，它们激发了消费者的欲望，但同时也维持了一种永久的不满足状态，这正是资本主义市场经济持续发展的动力之一。但梦总归是要醒来的，尽管从幻象到现实的梦醒是一个复杂艰难的过程，需要对资本主义生产方式、消费文化和社会结构进行正确的认识与深刻的反思。梦醒意味着要意识到商品幻象背后的社会关系和阶级立场，要认识到资本主义经济对消费者身份的塑造，以及资本主义市场对消费者欲望的设立与满足。从幻象到现实的梦醒也是一个革命性的解放过程，是深层的社会意识和个体认知的转变。这是对资本主义社会中商品和消

费文化所构建的幻象的深刻反思，是对那些看似自然并且习以为然的社会结构和个体角色的重新审视。在这个过程中，人们开始重新审视那些被商品化的社会关系和个体身份，并且质疑他们的欲望和生活方式是否被这些幻象所塑造。人生的意义与核心不再是对物质财富的积累和追求，而是将个体的全面发展和社会的集体福祉作为人间世的终极关怀。

参考文献

- [1] 石佳. 可见又不可见的“物”——马克思对商品形式之谜的分析[J]. 广西社会科学, 2013(8): 73-77.
- [2] 张义修.“现实抽象”: 商品交换中生成的认知机制——索恩·雷特尔《脑力劳动与体力劳动》解读[J]. 学习与探索, 2017(1): 26-29.
- [3] 孔明安. 商品拜物教研究的新维度——兼论齐泽克对马克思商品拜物教理论的分析[J]. 马克思主义与现实, 2012(2): 118-127.
- [4] 马克思. 《资本论》: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 2018.
- [5] 白刚. 黑格尔、马克思与古典政治经济学[J]. 现代哲学, 2015(5): 9-16.
- [6] 亚当·斯密. 国富论[M]. 唐日松, 等, 译. 北京: 华夏出版社, 2005.
- [7] 大卫·李嘉图. 政治经济学及赋税原理[M]. 郭大力, 王亚南, 译. 北京: 商务印书馆, 1976: 7.
- [8] 李慧娟. 《资本论》对近代西方政治哲学的批判[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2024, 38(1): 9-14.
- [9] 仰海峰. 拜物教批判: 马克思与鲍德里亚[J]. 学术研究, 2003(5): 31-37.
- [10] 阿尔弗雷德·索恩·雷特尔. 脑力劳动与体力劳动: 西方历史的认识论[M]. 谢永康, 侯振武, 译. 江苏: 南京大学出版社, 2015.
- [11] 张一兵. “发现”康德先天观念综合与商品交换关系现实抽象的关联——索恩·雷特尔《脑力劳动与体力劳动》初解[J]. 哲学研究, 2016(4): 68-77.
- [12] 严泽胜. 视差逻辑与齐泽克的辩证法[J]. 马克思主义与现实, 2018(5): 101-106.
- [13] 斯拉沃热·齐泽克. 意识形态的崇高客体[M]. 季广茂, 译. 北京: 中央编译出版社, 2017.
- [14] 张一兵. 肯定的犬儒主义与意识形态幻觉——齐泽克《意识形态的崇高对象》解读[J]. 马克思主义与现实, 2004(4): 94-101.
- [15] 杨生平, 刘世衡. 从商品拜物教到意识形态批判——齐泽克意识形态理论评析[J]. 学习与探索, 2010(2): 24-27.
- [16] 韩振江. 齐泽克意识形态理论研究[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 55.
- [17] 孔明安, 谢宇星. 《资本论》中的视差辩证法[J]. 河南大学学报(社会科学版), 2024, 64(3): 1-6+152.