

鲍德里亚符号消费理论的构建与发展

王 磊, 李雪宁

新疆大学马克思主义学院, 新疆 乌鲁木齐

收稿日期: 2025年4月12日; 录用日期: 2025年5月4日; 发布日期: 2025年5月14日

摘 要

法国著名哲学家鲍德里亚的符号消费理论构建于以消费为核心的后工业社会。鲍德里亚认为, 这种消费主导的社会并非真正给人们带来实质性的满足, 而是建立在一种虚假的符号体系之上。他认为, 当代社会中的消费不再仅仅是满足生活需要和物质欲望, 更重要的是通过消费来塑造个人的身份认同和社会地位。基于物质从匮乏到丰盛、思想从守旧到开放的现实基础, 以及马克思主义、结构主义、批判文化理论和社会景观理论等理论基础, 鲍德里亚提出了符号消费理论。文章将通过梳理鲍德里亚符号消费理论的构建基础、发展脉络来探讨符号消费理论对马克思主义理论的继承、发展和批判。

关键词

鲍德里亚, 符号消费理论, 构建与发展

The Construction and Development of Baudrillard's Theory of Symbolic Consumption

Lei Wang, Xuening Li

School of Marxism, Xinjiang University, Urumqi Xinjiang

Received: Apr. 12th, 2025; accepted: May 4th, 2025; published: May 14th, 2025

Abstract

The theory of symbolic consumption by the renowned French philosopher Baudrillard was constructed in a post-industrial society where consumption was the core. Baudrillard believed that this consumption-driven society did not truly bring substantial satisfaction to people but was built on a false system of symbols. He argued that consumption in contemporary society was no longer merely about satisfying life needs and material desires; rather, it was more importantly about shaping

personal identity and social status through consumption. Based on the realistic foundations of the transition from material scarcity to abundance and from conservatism to openness in thought, as well as theoretical foundations such as Marxism, structuralism, critical cultural theory, and social landscape theory, Baudrillard proposed the theory of symbolic consumption. This article will explore the inheritance, development, and critique of Marxist theory within the framework of Baudrillard's theory of symbolic consumption by examining its constructional foundations and developmental trajectory.

Keywords

Baudrillard, Theory of Symbolic Consumption, Construction and Development

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

在经济全球化的影响下,消费主义和消费文化逐渐盛行,消费已经成为人们日常生活中不可或缺的一部分,它不仅仅是满足基本生活需求的手段,更是一种文化现象和社会行为的体现,这是资本扩张和资本主义意识形态渗透的必然结果。“消费主义是一种以追求和崇尚过度的物质占有,把消费视为美好生活和人生目的唯一实现路径的消费行为及消费观念”。[1]随着消费主义的扩张和发展,消费的对象不仅仅是实物,还包括了符号消费。法国著名哲学家鲍德里亚的符号消费理论为我们提供了理解这一变化的重要视角。鲍德里亚的符号消费理论构建于一个以消费为核心的社会背景之下,他敏锐地观察到,在这个物质丰盛、思想开放的时代,消费已经超越了单纯的物质交换层面,成为了一种符号价值和象征的交换。所谓符号价值是指物在当作符号被消费时,根据其所代表的文化意义和内涵以及社会地位和权力等因素而产生的价值。[2]鲍德里亚认为现代社会商品都沦为了符号代码,人们消费的不是具体物品,而是物品背后反映的社会身份和社会地位,人们通过消费来塑造自己的身份认同,表达社会地位,寻求精神满足。这种消费模式不仅改变了人们的生活方式,也深刻地影响了社会结构和文化形态。但鲍德里亚只是在符号消费和文化意识层面批判消费主义,没有深入挖掘资本主义社会劳动和资本的根本矛盾,也没有找到解决符号异化的办法,这使他陷入虚无主义的境地,逐渐背离和颠覆了马克思主义。

2. 鲍德里亚符号消费理论构建的现实基础

二十世纪四五十年代第三次科技革命的到来推动了社会、经济、文化等各个领域的变革。信息技术的广泛应用推动生产过程智能化、高效化,生产力水平大幅度提升;科技创新和数字化转型创造了新的产业和就业机会,人民生活水平不断改善。同时席卷法国的“五月风暴”也为法国人民带来了思想上的洗礼,整个法国的劳资关系也发生了质的变化。相较于传统的生产型社会,当时的社会已由生产中心向消费中心转变,鲍德里亚逐渐察觉到资本主义社会消费的异化问题。

2.1. 物质从匮乏到丰盛

马克思在《1844年经济学哲学手稿》中用异化劳动一词揭示了资本主义早期工人的社会地位,但其重点关注的是工人在生产过程中的异化现象。而鲍德里亚作为后现代哲学与社会学理论的代表人物之一,更强调人在消费过程中被异化的状态。鲍德里亚转而关注人——消费主体在消费结构中被控制和盘剥的

问题是基于一定的经济基础。二战结束以后,以电子计算机、原子能和信息技术等为主要标志的第三次科技革命为西方发达国家带来了达到二十年之久的经济繁荣期,社会生产力水平急剧提升,社会呈现出“一种由不断增长的物、服务和物质财富所构成的惊人的消费和丰盛现象。”[3]富裕的人们受到丰盛的物的包围,并因此进入了被消费支配和奴役的新的境地。

2.2. 思想从守旧到开放

20世纪60年代,西方国家已步入发展的“黄金时期”,人们拥有了相对富裕的物质生活。但法国当局的严格管制和大学教育的高压规训使得学生们始终处于“物质丰富,精神痛苦”的生活境地。因此,生活极度压抑的学生们受西方学潮以及法兰克福学派的社会批判等一系列激进思想的冲击,萌生了冲破现实牢笼、改变生活现状的想法。与此同时,越南对美国的反侵略斗争等第三世界革命斗争激起了大批学生的革命激情,轰动世界的“五月风暴”学生运动因此诞生。鲍德里亚作为巴黎第十大学的助教参与了1968年5月爆发于法国的文化革命(又称“五月风暴”),作为这场文化运动的参与者,鲍德里亚参与了激进刊物《乌托邦》的编辑为“五月风暴”造势,在此期间,他对法国共产党不作为的方式失望至极并深刻反思其指导思想——马克思主义理论的过时性。因此,这场风暴也标志着鲍德里亚学术思想上的根本转变,为他在未来对旧思想的批判和决裂奠定了思想基础,“西方马克思主义”思潮也从幕后被推到了历史的舞台前。

3. 鲍德里亚符号消费理论构建的理论基础

任何理论体系的构建都需要以前人思想体系为理论基础。鲍德里亚的符号消费理论并非凭空产生,而是汲取了前人的思想养分才得以生根发芽。马克思主义的政治经济学、索绪尔、巴特的结构主义、德波的社会景观理论等,为鲍德里亚符号消费理论的构建奠定了理论基础。

3.1. 马克思主义

马克思的劳动价值理论、商品拜物教理论、剩余价值理论和异化劳动理论为鲍德里亚符号消费理论的构建奠定了坚实的理论基础。马克思的商品拜物教理论主要涉及商品的价值、交换价值以及商品作为资本主义生产关系的象征等方面。首先,马克思揭示了商品的二因素(使用价值和价值)和劳动的二重性(具体劳动和抽象劳动)及其相互关系,指出劳动产品以商品的形式在社会中流通并进行交换,劳动量也只有以价值量这种物的形式才能进行计算和比较。生产者的劳动关系的社会性质只有采取商品之间,即物与物之间相交换的形式才能间接地表现出来,就使人人与人之间一定的社会关系被物与物的关系所掩盖。其次,马克思认为,商品拜物教是指人们对商品的崇拜和神圣化,将商品视为具有超凡力量的神物,在资本主义社会中,人们不再直接通过社会关系来满足自己的需求,而是通过购买和出售商品来实现,导致了商品成为社会生活的中心。这种现象使得人们把商品本身看作拥有神秘的力量,忽视了商品背后的真正社会关系和生产过程。这种拜物教现象是资本主义社会的产物,是商品经济和货币关系的必然结果。再次,马克思通过对资本主义生产过程的分析指出资本的本质是在物的掩盖下的一种社会生产关系,即资本主义剥削关系。资本主义生产方式的绝对规律是生产剩余价值。最后,马克思用“异化”一词概括了工人在资本主义生产过程中的悲惨境地,工人不仅被自己生产的劳动产品奴役,并且在劳动活动中感受到的是无尽的痛苦和折磨,因此工人在资本主义生产过程中同自己的类本质、同他人的关系相异化。

根据马克思主义政治经济学相关理论的关键词“生产”一词可看出马克思的关注焦点是资本主义社会早期生产过程中人的异化状态。与马克思的研究视角有所差别,20世纪后期资本主义社会进入繁荣发展时期,消费成为社会的新风尚,因此鲍德里亚更强调人在消费过程中的异化状态。传统马克思主义认为物品具有价值和使用价值才能被人们消费。鲍德里亚认为消费的前提是物必须成为符号,人们不能将

消费对象理解为具体的需求之类的概念, 应从符号象征关系的视角去理解消费对象。而消费对象的象征意义使得人们不再关注真正需求的满足, 而是追求消费欲望的满足。[4]因此, 整个社会的消费者从物的功能性维度转而关注物的符号性维度, 消费者更注重的是附着在物上的符号价值。

3.2. 结构主义

鲍德里亚的符号消费理论深受结构主义者索绪尔、巴特等人的影响。鲍德里亚的符号消费理论认为, 现代社会的经济结构已从生产主导转向消费主导, 现代社会中的消费不再仅仅涉及实际的物质交换, 而是更多涉及符号、象征和意义的交换。消费者购买的不仅是产品本身, 更是产品背后的象征意义和符号价值。这与索绪尔的语言学有关, 因为索绪尔提出了“能指”和“所指”的概念, 指出语言并不简单地传达客观现实, 而是通过符号和符号的意义来构建现实。而在消费型社会, 商品的本质已转变为一种符号编码的象征关系。“正是因为符号的结构成为商品形式的核心, 商品才能够直接成为意指。这种意指不是商品的一种附属产物, 而是作为一种‘信息’或者一种内涵, 因为商品的形式使其最终成为一种中介, 一种交流体系, 彰显出所有的社会交换。如同符号的形式, 商品是一种操纵交换价值的符码。物质生产与非物质的意义生产之间的区别不太重要了, 其中符码是决定性的: 这种符码是能指与交换价值作用的法则。”[5]也就是说当下的商品作为一种符码被生产出来, 商品的生产和流通过程即是编码和解码的过程。

巴特作为索绪尔语言学最有力的解释者, 主张对符号以及符号系统进行深入的语言学研究, 探讨符号的含义以及符号如何构成文化和意义。在巴特看来, 符号通过被定义和规范的意义来构建社会现实, 它们不仅仅是被动地传达信息, 更是被用来塑造和控制社会结构和现实, 通过符号的使用, 社会规范、权力关系和文化价值观都可以被强化和操纵。巴特认为, 符号和语言不是中立的工具, 而是被权力关系和意识形态所塑造和操纵的。因此, 符号可以被用来控制和影响人们的认知、行为和价值观, 从而影响社会的运作和发展。巴特通过研究文化产物和大众文化, 探讨其中隐含的意义和权力关系, 批评现代文化中的消费主义和虚假表象。鲍德里亚对巴特的符号学进行了深化和扩展, 他认为社会被符号和象征所构建, 符号和象征具有自我加强的性质, 进而控制和塑造社会现实, 他的思想为理解符号在社会中的角色和影响提供了更深入的探讨和理解。

3.3. 批判文化理论

作为鲍德里亚的老师, 列斐伏尔对日常生活的批判理论对鲍德里亚符号消费理论的发展产生了一定的影响。列斐伏尔的日常生活批判理论主要探讨了日常生活在资本主义社会中的被同质化、被剥夺和被异化的现象, 以及对日常生活的再生产和解放的可能性。他认为日常生活是人类存在的核心领域, 是资本主义社会中意识形态斗争的焦点。“异化是无往而不在的, 它笼罩了全部生活, 人们在摆脱原有的异化的同时, 异化又以新的形式产生了。”[6]基于这种认识, 列斐伏尔逐步开展了对资本主义社会人们的日常生活的批判研究, 工作和家庭、私人生活和闲暇活动仍是构成社会再生产和个人生存的最基本活动范围。[7]列斐伏尔将资本主义社会的日常生活视为符号的生产和再生产过程, 主张通过对日常生活的深度分析来揭示社会结构和权力关系。他强调了日常生活中的空间实践和时间节奏, 认为资本主义社会的空间化和时间化使人们日常生活受到规训和控制。列斐伏尔提出了通过城市空间和日常生活的革命性实践来推动社会变革的思想。相比之下, 鲍德里亚的符号消费理论侧重于符号和消费的关系, 强调了符号在消费社会中的重要性。鲍德里亚认为, 符号不再仅仅是传达意义的工具, 而是成为消费社会中生产现实和认同的关键要素。他探讨了符号的模糊性和消费的象征意义, 强调了符号消费对社会和个人身份的塑造作用。

另外,包括阿多诺、本雅明、霍克海默等在内的法兰克福学派是 20 世纪的一支重要的批判理论学派。这些学者在德国法兰克福大学形成了以马克思主义和弗洛伊德精神分析为基础的独特理论立场,致力于对当代社会、文化、意识形态进行批判性分析。大众文化批判理论是法兰克福学派的研究重点之一,主要关注大众文化如电影、广告、流行音乐等在当代资本主义社会中的作用和影响。大众文化批判理论认为大众文化以娱乐和消遣的形式传播着资本主义意识形态和价值观念,通过商品化和娱乐化方式操纵和控制人们的意识和行为。法兰克福学派批判地分析了大众文化对社会变革和人类解放的阻碍,呼吁人们对大众文化进行反思和批判。鲍德里亚的符号消费理论受到了法兰克福学派大众文化批判理论的影响。法兰克福学派的思想启发了鲍德里亚对消费社会中符号和意义的探讨,如符号化的商品、消费的象征意义等。鲍德里亚在符号消费理论中深入研究了消费社会中的符号系统和象征交换,呼吁对符号消费的意义和影响进行深入的批判性分析。因此,可以说法兰克福学派的大众文化批判理论为鲍德里亚的符号消费理论提供了理论基础和启示,对其影响深远。

3.4. 社会景观理论

德波(Guy Debord)是法国社会理论家、哲学家,也是“情境主义国际”创始人之一。他的主要著作《社会的景观》提出了社会景观理论,强调当代社会被“景观”所统治,人们的生活经验被媒体、广告、消费文化等虚假的表象所控制和操纵。德波认为现代社会中的景观是一种资本主义社会的虚假表象,通过媒体和广告等手段控制和影响个体的意识和行为。如果说在商品社会,物或现实被分解为交换价值与使用价值的话,那么在景观社会中,则分解为现实(reality)与意向(image)。^[8]德波认为,景观社会就是一个“意向统治一切”的社会。也就是说,“景观社会不是意向的收集,而是指人们之间的社会关系被意向所中介”。^[9]德波的社会景观理论与鲍德里亚的符号消费理论有着一定的联系和影响。两者都强调了当代资本主义社会中符号、象征、表象对人们生活的影响和控制。德波的社会景观理论强调了虚假的景观如何通过媒体和广告等手段对人们进行意识形态的塑造,使他们沉浸于虚假的现实之中。鲍德里亚的符号消费理论则着重于分析符号和象征在消费社会中的作用和影响,强调了商品和消费品如何成为符号的载体,影响人们的身份认同和意义构建。因此,德波的社会景观理论对鲍德里亚的符号消费理论产生了一定的影响,为后者提供了关于现代社会景观和虚拟现实的深入思考和批判。两位学者对当代社会中符号与象征的重要性和影响展开了深入的研究,共同揭示了当代资本主义社会对个体意识和行为的操控与影响。

4. 鲍德里亚符号消费理论的发展脉络

4.1. 符号交换理论

鲍德里亚早期受到马克思主义和结构主义的影响,在 20 世纪 60 年代初提出了符号交换理论。他认为在现代社会中,符号交换已经取代了实物交换,人们的行为和关系更多地是在符号和象征的层面上展开的。在鲍德里亚的理论中,一切物的存在和发展都成为消费社会中人们对各种消费符号的理解作用下的产物,物的原始功能不断被物的符号文化所代替,并且这种消费符号文化不断对人的本性进行支配和异化,抽象的物从消费世界进入到符号消费领域。^[10]

4.2. 消费社会理论

随着社会进程的发展,鲍德里亚开始关注现代消费社会的特征和影响。他认为在这样一个社会中,消费不再仅仅是满足需求的行为,而是成为了一种象征性的行为,人们通过消费来塑造自己的身份和社会地位,而人们对商品的符号价值的追求恰恰是资本对消费者奴役和控制的隐蔽手段,消费也因此具有了政治化的特征。人们臣服于符号逻辑的生产和消费则意味着资本家通过“不在场”的纯洁方式就实现了新的异

化和奴役, 大众最终成为一种符号化存在, 丧失了政治主体性, 重新回归到了被奴役的状态。[11]

4.3. 模拟与超现实主义

在 80 年代, 鲍德里亚提出了模拟与超现实主义的概念, 强调了虚拟世界和真实世界之间的混淆和替代关系。鲍德里亚在《象征交换与死亡》一书中将“象征”定义为一种交换关系和社会关系, 并以象征交换为基础在全新的“拟像-拟真”的逻辑框架内对以马克思主义生产力论为代表的现代性学术观点进行了彻底的批判。他认为现代社会已经被模拟和虚拟现实所淹没, 真实和虚假之间的界限变得模糊不清。拟真形态作为对本真价值最为逼真的拟仿, 通过经济的、政治的或者传媒与大众文化的策略, 构成对象征本真形态的深层次遮蔽。[12]

4.4. 符号消费理论

在后来的发展中, 鲍德里亚将符号消费置于更广泛的社会理论框架中, 认为消费不仅仅是经济活动, 更是文化、意识形态和权力的表达。他深入探讨了符号和象征对于个体和社会的影响, 以及在消费行为中展现的权力关系和文化逻辑。综合来看, 鲍德里亚符号消费理论的发展脉络经历了从符号交换理论到消费社会理论, 再到模拟与超现实主义, 最终形成了符号消费理论的现代理论框架。这一过程中, 鲍德里亚不断深化对现代社会消费文化的理解, 拓展了对符号、象征和权力关系的探索, 为当代社会理论提供了新的思考途径。

5. 鲍德里亚符号消费理论的解析

在鲍德里亚理论体系建构过程中, 经历了对马克思主义的继承、发展和批判的转换, 这种转换鲜明地体现在其《物体系》《消费社会》《符号政治经济学批判》和《生产之境》等一系列著作中。早期的鲍德里亚依然支持和推崇马克思主义理论, 在《物体系》和《消费社会》中, 鲍德里亚对物的分析延续了马克思主义的“拜物教思想”和“资本异化思想”。但“五月风暴”中法国共产党的消极应对使得鲍德里亚开始重新审视马克思主义理论, 以期促进法国共产党坚持的马克思主义理论的发展。1972 年《符号政治经济学批判》一书的问世标志着鲍德里亚正式从后马克思的语境中叛逆出来正式走向反马克思主义的逻辑通道。书中, 他直接依从德波的理论逻辑, 从已经出现唯心主义片面超越的“景观社会存在”更极端地跳跃到空无的符号王国, 并以符号生产和抽象的差异性社会关系, 彻底取代了马克思所强调的前提性的社会物质生产结构, 从而完全告别了马克思, 成为了历史唯物主义的直接反对者。[13]

5.1. 鲍德里亚批判了消费社会的阶级斗争观

鲍德里亚批判了传统马克思主义对经济基础和上层建筑的较为简化和机械化的阐述, 他认为消费社会中的阶级斗争并不仅仅体现在实质的经济资源分配上, 而是更多地体现在符号、象征和文化领域。鲍德里亚通过符号消费理论分析了权力与文化的关系, 强调了权力如何通过符号和象征的控制来维持和扩展, 消费文化是被用作权力运作和控制的工具。鲍德里亚指出, 消费品的象征意义和价值对于个体的身份认同和社会地位至关重要, 消费社会中的阶级斗争呈现出更为复杂和多样化的形式。

5.2. 鲍德里亚强调了符号的重要性

鲍德里亚认为, 在当代消费社会中, 符号和象征的作用远远超过了马克思主义所强调的经济基础和生产力发展。他指出消费品不仅仅是实用价值的载体, 更是符号和象征的展示, 消费行为是一种象征性的行为, 通过消费来表达个体的身份、地位和价值观。通过这些理论贡献, 鲍德里亚为当代社会文化和社会结构的理解提供了新的视角和思考框架。遗憾的是鲍德里亚并未在现实中找到解决符号异化问题的

真正出路,他在剖析符号异化现象的同时也陷入了消极的虚无主义境地,最终他只能被迫地把符号异化、符号拜物教作为一种必然性接受下来。鲍德里亚从延伸和补充马克思主义转向逃离和颠覆,选择了一条主体消失、客体胜利的危险之路。在晚期鲍德里亚理论中,他通过“诱惑”概念的确立消解主客二元构架;通过站在物的立场来解决主客矛盾;通过“真实消失”“主体消失”来极致化地推演资本逻辑,以期抵达其内在悖反的时刻。^[14]这是他脱离生产讨论符号异化的必然归宿,因为符号亦是生产过程中的产物,只有在生产和消费的辩证统一中才能找到符号异化的根源。

6. 结语

鲍德里亚的符号消费理论是对后工业社会消费现象的一种深刻剖析,它揭示了消费不仅仅是物质需求的满足,更是一种身份认同和社会地位的塑造过程。通过对物质丰盛、思想开放等现实基础以及马克思主义、结构主义、批判文化理论和社会景观理论等理论基础的梳理,我们可以看到鲍德里亚符号消费理论的构建是一个复杂而深刻的过程。鲍德里亚的符号消费理论经历了从符号交换理论到消费社会理论,再到模拟与超现实主义的发展脉络,最终形成了对现代社会消费文化的全面批判。他批判了消费社会中的阶级斗争观,强调了符号和象征在消费过程中的重要性,从而揭示了消费背后的权力关系和文化逻辑。

然而,鲍德里亚的符号消费理论也存在一定的局限性。他在批判消费社会的同时,陷入了消极的虚无主义境地,未能找到解决符号异化问题的真正出路。他选择了一条背离马克思的危险之路,最终只能被迫地接受符号异化、符号拜物教的必然性。尽管如此,鲍德里亚的符号消费理论仍然为我们理解现代社会中的消费现象提供了重要的视角和思考框架。它启示我们关注消费背后的符号意义和权力关系,反思消费文化对个体和社会的影响,寻求如何在生产和消费的辩证统一中寻找解决符号异化问题的途径,以及如何在消费社会中实现个体的自由和解放。

参考文献

- [1] 韩喜平. 消费主义思潮泛起的成因及引导[J]. 人民论坛, 2021(4): 20-23.
- [2] 刘飏, 王泽辰. 鲍德里亚符号消费社会理论及其对我国和谐社会建设的启示[J]. 广西社会科学, 2016(7): 60-63.
- [3] [法]让·鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 等, 译. 南京: 南京大学出版社, 2014: 1.
- [4] 梅琼林. 符号消费构建消费文化——浅论鲍德里亚的符号批判理论[J]. 学术论坛, 2006(2): 181-183+187.
- [5] [法]让·鲍德里亚, 夏莹. 符号政治经济学批判[J]. 南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学), 2015, 52(1): 161.
- [6] 俞吾金. 国外马克思主义哲学流派新编[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2002: 398.
- [7] 孙婧. 列斐伏尔日常生活批判理论及其当代价值[J]. 哈尔滨工业大学学报(社会科学版), 2021, 23(2): 80-85.
- [8] 张涵. 德波的“景观社会”理论评析[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2009(3): 126-131.
- [9] 仰海峰. 走向后马克思: 从生产之境到符号之境[M]. 北京: 中央编译出版社, 2004: 65.
- [10] 赵建鑫. 鲍德里亚消费社会批判理论评析[J]. 学术探索, 2015(3): 32-37.
- [11] 贾中海, 李娜. 消费社会的符号价值与后现代的主体性丧失[J]. 社会科学战线, 2021(5): 68-72.
- [12] 周玥. 鲍德里亚象征交换概念的本真内涵[J]. 江西社会科学, 2021, 41(1): 20-27.
- [13] 张一兵. 反鲍德里亚——一个后现代学术神话的祛魅[J]. 学术月刊, 2009, 41(4): 27-33.
- [14] 刘文嘉. “消失”的逻辑: 晚期鲍德里亚理论的革命策略及其局限[J]. 南京社会科学, 2023(6): 31-39.