

目录

学校编码: 10384

分类号 _____ 密级 _____

学号: 200305005

UDC _____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

马克思商品概念的符号学解读

—— 兼论鲍德里亚的符号消费学

**A Explanation about Marx's commodity concept as viewed
from semeiology**

—— analyze the Baudrillard's sign-consumer concurrently

张劲松

指导教师姓名: 张小金 教授

专 业 名 称: 马克思主义哲学

论文提交日期: 2006 年 5 月

论文答辩时间: 2006 年 月

学位授予日期:

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2006年5月

摘 要

马克思从最简单、最抽象的商品概念出发，分析了资本主义社会的生产过程。而财富日渐丰富的当代社会，在物质生产的基础上商品的社会意义和符号价值的创造也日益显现出重要性。随着消费社会的到来，如何重新理解商品的概念及其所蕴含的社会意义？鲍德里亚用符号学发展马克思的政治经济学批判的思路给了我们很大的启发。如果用现代符号学的方法重新去解读马克思的商品概念，我们可以看到商品与符号具有相似的逻辑结构。在商品概念中，使用价值是所指，交换价值是能指。在商品交换过程中，商品是所指，货币是能指。而鲍德里亚认为，在当今时代里商品要成为消费的对象必须先转变成符号。在符号的结构中，社会地位和差异意义是所指，商品及其各种商标和形象等是其能指。

商品和符号是在不同社会场境中进行理论批判的起点，而批判的过程则体现在商品/符号与人的关系的分析中。马克思揭示了资本主义私有制条件下商品、货币和资本对人的奴役和支配现象。而鲍德里亚则指出了在当代社会里消费是一种社会控制的工具，是一种意识形态。人臣服在自己创造出来的符号面前。符号拜物教已经渗透到了社会生活的各个角落。

鲍德里亚用符号学的方法重新理解马克思的商品概念，并以符号为基点进行社会分析，试图在新的时代里推进马克思的政治经济学批判。他的理论为我们在新的社会背景下重新理解马克思商品概念提供了一把钥匙。当然，一种方法的解读在带给我们一定启发的同时，也存在着一定的狭隘和缺陷。如果仅仅用符号学的方法来解读商品概念，会使我们把商品非物质化，把社会存在理解为虚空的场境。而且符号价值的生产尽管在当代社会已越来越受到重视，但它绝不能取代物质性生产的基础地位。符号能指形式的产生过程只是社会生活的表面现象，资本运行的逻辑才是更深层次的决定性因素。

关键词：商品；符号；鲍德里亚；

Abstract

Marx analyzed the capitalist society based on the commodity which is the simplest and most abstract concept. But in the present age, the material wealth is enormous rich, so the produce of the it's social significance and sign value have become more and more important. In consumer society, how to re-understand the concept and the social significance of commodity? Baudrillard enlightened us when he developed the political economy critique thought the semiotical method. If explain the commodity concept with the semiotical method, we can get a similar structure between commodity and sign. In the structure of commodity concept, the use value is signified, the exchange value is signifier. In the commodity exchange process, the commodity is signified, the currency is signifier. In Baudrillard's opinion, all commodities must be transformed to sign when consuming in the contemporary society. In the structure of sign concept, the social position and the difference significance are signified, the commodity and it's all kinds of trademark and image are signifier.

The commodity and sign are the beginning of the critical theory in different social background. And the critical process manifests in the analysis about the relation between the commodity/sign and man. Marx describe the phenomenon that commodity、currency and capital dominating human in the capitalist society. And Baudrillard pointed out that consumer had became one kind of ideology and controlled the society. Man become the slave of sign that created by himself. Sign fetishism had spread into the social life.

Baudrillard believed the commodity must convert to sign in consumer society. He explained Marx's commodity concept by semiotical method, carried on the social analysis based on the sign and attempted to advanced Marx's political economy critique in nowadays. His theory provided a key to re-understand the commodity concept in new social background. Of course, when the semiotical method enlightened us, it also has some limitation and shortcoming. If we understand the commodity just thought the semiotical method, the commodity will be non-materialized, and the social being will become unreal existence. The produce of sign value has play more and more important role in contemporary society, but it can not substitute for the material production. The produce of all kinds of signifiers just the superficial phenomenon , the determining factor of social life is the capital movement.

Key words: Commodity; Sign; Baudrillard

目 录

引言	1
第一章 分析场境的转换和符号学方法	3
第一节 生产社会 and 商品	3
第二节 消费社会 and 符号	5
第三节 符号学方法及其运用	6
第二章 商品概念的符号学意义	9
第一节 使用价值——交换价值	9
第二节 商品——货币	11
第三节 商品交换过程的意指系统	12
第三章 符号的产生及其概念结构	16
第一节 物体系和差别逻辑	16
第二节 消费的定义	17
第三节 符号的结构	19
一、符号的所指：符号价值	19
二、符号的能指体系	20
第四节 商品/符号的结构比较	22

第四章 商品/符号与人的关系	25
第一节 商品与人的关系分析	25
一、商品拜物教.....	26
二、货币拜物教.....	27
三、资本拜物教.....	28
第二节 符号与人的关系分析	31
一、消费意识形态.....	31
二、作为对象化的符号.....	33
三、符号拜物教.....	34
第三节 私有制的扬弃和象征交换	38
第五章 符号学方法的意义和局限	40

Contents

Introduction	1
Chapter 1 The analysis background transformation and semiotical method.....	3
1、Society of produce and commodity.....	3
2、Society of consumer and sign.....	5
3、The semiotical method and it' s development.....	6
Chapter 2 The semiotical significance of commodity concept	9
1、Use value —Exchange value.....	9
2、Commodity—Currency.....	11
3、The signification system of commodity exchange.....	12
Chapter 3 The origin and construction of sign	16
1、The object system and difference logic.....	16
2、The definition of consumer.....	17
3、The construction of sign.....	19
3.1 Signified of sign: sign value.....	19
3.2 Signifier system.....	20
4、A comparison between the structure of commodity and sign.....	22
Chapter 4 The relation between commodity/sign and man	25
1、The relation between commodity and man.....	25
1.1、Fetishism of commodity.....	26
1.2、Fetishism of currency.....	27
1.3、Fetishism of capital.....	28
2、The relation between sign and man.....	31
2.1、Consumer ideology.....	31
2.2、Sign as objective.....	33
2.3、Fetishism of sign.....	34
3、Sublation of private ownership and symbolic exchange.....	38
Chapter 5 The significance and limitation of semiotical method	40

引 言

商品是马克思进行社会批判的一个重要概念。在他的哲学里，商品是考察人与物关系的起点。资本主义经济关系中的物表现为商品的大量累积，当商品大量生产出来的时候，“物化”现象或“拜物”现象也随之蔓延开来。马克思通过商品、货币和资本这些物与物关系的表象去揭示出人与人真实的社会关系。在马克思的政治经济学里，商品是揭示剩余价值生产的一把钥匙。从商品的二重性出发，马克思在商品价值的生产过程中，发现了资本家无偿占有工人剩余劳动时间创造的价值，科学地说明资本增殖的来源，从而揭露了资本主义剥削的本质。

在当代社会，随着信息和网络时代的到来和各种传媒和影像技术的发展，商品生产过程的技术含量和品牌识别等无形的因素越来越显示出其重要性。如何在新的时代背景下重新认识马克思商品概念的内涵及其社会意义，这是摆在当代学者面前的一个重要课题。在法国学者鲍德里亚看来，我们已经进入了一个全新的时代，即消费社会。在消费社会中，既不是物，也不是主体占据着统治地位，而是符号统治一切。因此，马克思的政治经济学批判必须新的时代背景下结合现代符号学方法，才能分析当代社会的消费现象和符号操控现象。他试图用符号学的方法来解读马克思的商品消费过程。在他看来，消费面对的不再是单一的商品，而是物体系。商品变成了物体系的一个因素，成了指示消费主体身份的一种中介。而且通过媒介、广告的传播，商品逐渐变成一种影像，一种仿真的存在，变成了一种纯粹的能指形式。商品变成了符号。

国内有些学者也从社会学的角度研究了商品的符号化过程。在更宽泛的意义上，他们把所有的物都指认成一种符号。他们认为消费所涉及的主要不是商品的物理属性或自然属性，而是在消费过程中物质的符号象征意义。当商品不仅作为物理的或自然的东西而存在，而且作为受某种规则支配、表达某种意义的载体而出现时，它成了一种符号。商品的符号价值体现在两方面，一方面是不同类商品之间的差异，这种差异使商品显示出独特性和示差性；另一方面是附着在商品身上的品牌商标和品牌形象，从而使商品获得了更多的文化内容和价值。

结合国内外的研究成果，本文试图在以下几个方面做一些积极的探索：

一、用符号学的方法重新理解马克思的商品概念。鲍德里亚在《符号政治经济学批判》一书中曾指出马克思概念中的两个属性与符号的能指、所指具有相同的逻辑结构。本文从它们两个要素的不可分离性以及结合的任意性进一步分析了其结构的相似性，进而结合罗兰·巴特所分析的大众文化的神话系统，尝试着构建马克思关于商品交换过程的第二层结构系统。在这一系统的第一层次，使用价值是所指，交换价值是能指，二者构成了商品的概念结构；而在第二层次，货币在流通过程中成为了商品的交换中介，货币是能指，商品是所指，二者的流通形成了商品的循环过程。

二、用符号的二元结构去理解鲍德里亚的“符号”概念，进而同马克思的商品的概念进行比较。鲍德里亚关于商品向符号的转化过程，国内的学者大都认为只是商品变成了纯粹的能指形式，物变成了一种社会地位的能指，并同商品标识等能指形式构成一种独立的能指体系。在本人看来，当代社会的符号也具有能指、所指的二元结构，所指是符号价值，即符号消费过程中所体现出来的社会地位和差异逻辑以及商品外在的品牌价值。而能指就是各种商品及其媒介传播形式，它们构成了能指体系。通过商品和符号的结构分析，可以看出马克思对资本主义社会的批判是从商品的各种能指形式——交换价值、货币及资本出发的。而鲍德里亚对当代社会的批判则更多是从符号的所指出发，通过符号消费显示的社会差异来揭示资本主义社会的意识形态。

三、商品和符号是进行社会批判的基点，而这个批判的过程是通过对商品/符号与人的关系的分析来实现的。马克思通过对商品拜物教、货币拜物教和资本拜物教的分析揭示了资本主义人与人真实的社会关系。而鲍德里亚也在当代消费社会中，分析人如何受到了消费意识形态的控制，受到了符号的奴役。拜物教形式已经从实物形态转变成了符号形态。符号拜物教已经在当代社会弥漫开来。

第一章 分析场境的转换和符号学方法

在马克思所处的年代，物质财富相对匮乏，商品生产是社会生活的重要任务之一。马克思以生产社会为背景，从最抽象的商品出发对资本主义社会进行了批判。随着后工业社会的到来，西方资本主义社会已经从传统的以生产（制造）为中心转向了以消费以及消费服务为中心，消费活动也因此由生产的配角成为了社会生活的主角。作为消费对象的商品，其内涵也进行着拓展和延伸，它不但被赋予了各种社会意义，而且随着各种电子传媒的发展，日益变成了一种影像和标识。因此，在新的时代场境中，我们需要采用新的分析视角来发展马克思的批判理论，才能使马克思主义理论与时俱进，保持新鲜的活力。部分西方马克思主义学者沿着马克思分析的路径，运用符号学的方法，在消费社会的背景下从符号出发开始了当代资本主义的社会批判。

第一节 生产社会 and 商品

十九世纪中叶，资本主义还处于资本原始积累和资本掠夺扩张的时期，工业革命刚刚兴起，大机器生产逐渐展开，劳动生产率低下，社会财富相对匮乏，因此，不断地生产和创造财富成为了早期资本主义社会的主题。生产活动是马克思进行经济分析的具体场境，是其进行哲学批判的现实基础。在马克思看来，生产是人和历史的历史性生存规定，“我们首先应当确定一切人类生存的第一个前提，也就是一切历史的第一个前提，这个前提就是：人们为了能够‘创造历史’，必须能够生活。但是为了生活，首先就需要吃喝住穿以及其他一些东西。因此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，人们单是为了能够生活就必须每日每时去完成它，现在和几千年前都是这样。”^①。人类历史的现实起点是物质资料的生产，社会存在的基础也就是每个时代人们的具体生产。作为资本主义经济运行结

^①《马克思恩格斯选集》第1卷，北京：人民出版社，1995年，第79页

构中的一个环节，生产决定和制约着消费过程。在商品相对匮乏的时代，生产的目的是为了消费，消费是生产劳动的一种体现方式。“消费不仅是使产品成为产品的终结行为，而且也是使生产者成为生产者的终结行为”^①，在这里马克思把消费活动放在生产者的角度来考虑，它表明消费不是生产的终结，而是把生产者再生产出来的一个要素。“个人生产出一个对象和通过消费这个对象返回自身，然而，他是作为生产的个人和自我再生产的个人。所以，消费表现为生产的要素”^②。消费不是对劳动产品的占有和消耗，而是“作为生产的个人”再生产自己的同时使自己从事再生产活动，从事生产者展示其本质活动和发展自己能力的活动。因此，消费本身就是再生产过程的因素和条件。在马克思生产的视野里，消费是生产的一个要素，是依赖于生产过程的。生产活动引导和规定着分配、交换和消费活动。

伴随着生产活动而来的是商品的大量累积，马克思把“庞大的商品堆积”看成是“资本主义生产方式占统治地位的社会财富”，是“财富的元素形式”^③。无论是工人的生活资料还是资本家的机器、原材料等生产资料，都表现为商品的形式。整个资本主义社会一切都笼罩在商品的世界中。在对商品使用价值和交换价值二重性的分析中，马克思分析了资本主义的“物化”和“拜物教”现象，商品“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。……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”^④。通过对商品概念及其结构的揭示，马克思以其深刻的笔触勾勒了资本主义社会的实质。这个实质体现为资本主义社会中物对人的奴役，货币和资本对人的统治即资本主义社会中的商品拜物教、货币拜物教和资本拜物教。因此，对商品及其结构的分析是马克思描述整个资本主义社会并揭示其基本性质的突破口，是其政治经济学分析的起点。在两部政治经济学经典著作《1857-1858 经济学手稿》和《资本论》中，他都以最简单的商品概念为分析起点。“马克思描述整个资本主义社会并揭示其基本性质的两部伟大成熟著作，都从分析商品开始，这绝非偶然。因为在人类的这一发展阶段

^① 《马克思恩格斯选集》第2卷，北京：人民出版社，1995年，第11页

^② 《马克思恩格斯选集》第2卷，北京：人民出版社，1995年，第12页

^③ 《马克思恩格斯全集》第23卷，北京：人民出版社，1972年，第47页

^④ 《马克思恩格斯全集》第23卷，北京：人民出版社，1972年，第88页

上,没有一个问题不是最终追溯到商品这个问题,没有一个问题的解答不能在商品结构之谜的解答中找到。当然,只有当这个问题的提法达到马克思的分析所具有的那种广度和深度时,只有当商品问题不是仅仅表现为个别的问题,也不是仅仅表现为按专门科学理解的经济学的核心问题,而是表现为资本主义社会生活的各个方面的核心的、结构的问题时,它才可能达到这种普遍性。因为只有在这种情况下,才能在商品关系的结构中发现资本主义社会一切对象性形式和与此相适应的一切主体性形式的原形”^①。因此,商品是马克思分析资本主义社会的一把钥匙,是其进行社会批判的逻辑起点。在资本主义生产的场境中,从最简单、最抽象的商品入手,这是马克思哲学和经济学的理论基点。

第二节 消费社会和符号

随着工业革命的发展和普及,资本主义社会生产力得到迅猛发展,社会财富急剧增加。此时,商品得到了极大的丰富甚至趋于过剩,消费对于商品流通的重要性日益显现出来。为了有效地保证资本循环和再生产过程的实现,避免经济危机,整个社会的运行要求不断刺激消费。消费成了生产的拉动力,引导和决定着商品的生产。尤其是进入了二十世纪晚期,随着电子媒介尤其是电视、网络等手段的普及,广告无孔不入,工人阶级收入水平的普遍提高和社会福利的改善,消费的观念渗透到社会生活的各个阶层和领域,成为人们的一种价值观念和生活方式,西方资本主义世界逐渐由生产主导型转变成消费主导型的社会。

在西方马克思主义学者中,法国日常生活批判学派创始人列斐伏尔(Henry Lefebvre)第一个把发达资本主义社会本质特征明确地指认为“消费社会”。他在20世纪60年代首次提出,现代社会是一个“消费受控制的科层制社会”。在他看来,新时期资本主义发展与统治的重心已经从生产转向消费,因此应当确立以日常生活为核心的社会批判理论。而情境主义者德博尔(Debord)则将商品丰裕的现代社会称之为“景观社会”(Society of the Spectacle),在他那里,商品变成了意象,商品的生产变成了意象的创造。尤其在传媒日益发达的时代,商品的消费过程,首先必须转变为意象的生产与传播过程。只有通过广告等媒介的影响,在心中形成消费意象后,人们才会去购买并消费商品。深受日常生活批判

^① 卢卡奇:《历史与阶级意识》,北京:商务印书馆,1996年,第143页

理论和情境主义者影响的鲍德里亚 (Jean Baudrillard)，在崭新的场境中运用符号学方法，对消费社会进行了分析和批判。

在马克思的生产社会中，消费从属于生产过程，消费是对商品有用性的拥有和消耗的过程。而在鲍德里亚看来，现代社会是一个技术高度发达的社会，技术创造出来的劳动生产率、生产出来的物质财富已经使西方社会走出了马克思所生活的资本主义早期的物质匮乏年代。今天的社会是一个物质丰盛的消费社会。“今天，在我们的周围，存在着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。它构成了人类自然环境中的一种根本变化”^①。随着“丰盛社会”的到来，消费这一概念的内涵也发生了变化。消费是一种新的“语言的同等物”，是一个组织化的话语系统，“是一种符号的系统化操控活动”^②，它的特殊性在于其话语符码是由物品来编制的，其面对的对象不再是传统消费中物质性的单个商品，而必须是物品系列中的一个分子。单个的商品必须作为物体系意义结构中的一个要素而存在。此时，商品首要的特征不再是其物质使用性，而是因为它处在物的意义差异体系中，具有自身的等级、区分的意义。商品的意指作用取代了其物质功能成为了消费的对象。商品的使用价值逐渐消隐了，而越来越明显地作为社会体系中的意义、作为社会身份和差异的象征而存在着。商品的原始功能层面让位于符号意义层面，符号成为一切商品的出场标志。因此，对现代消费社会的分析，就必然深入到符号学中，通过对符号内在运行过程来揭示消费的意识形态，符号成为了鲍德里亚消费社会批判理论的入口和起点。

从生产社会到消费社会，从商品到符号，是鲍德里亚符号消费理论的逻辑基础，既然消费的对象是符号，那么也只有用符号学的方式才能更好地解读当代的消费社会了。

第三节 符号学方法及其运用

符号学是一门通过对符号与符号系统的研究来探索意义的生产和交流的学科。对符号的研究可以追溯到古希腊。古希腊著名的医生希波克拉底 (Hippocrates) 在他的医学文献中，把症候就被看作是疾病的符号，通过其诊

^① [法]让·波德里亚：《消费社会》，刘成富、全志刚译，南京大学出版社，2001年，第1页

^② [法]尚·布希亚：《物体系》，林志明译，上海人民出版社，2001年，第223页

断发现的符号——即某种疾病的症候，去推知它的病因。希波克拉底关于“症候符号学”的思想，体现着他试图以自然物体及其特征作为理解医学诊断的“意义”，这种对于自然符号现象的研究，对于西方符号学产生的发展，有着重要的开端性意义。

瑞士语言学家索绪尔(Saussure)是现代符号学重要的创始人之一，他的结构语言学为符号学提供了基本的理论模式。在索绪尔看来，语言是一种表达观念的符号系统，符号是表示者和被表示者的结合。表示者即“能指”(signifier)，指的是语言符号的“音响形象”，它是由声音或表象载体所充当的符号意义的表现形式。被表示者即所指(signified)，是能指所表达的概念，是符号形式指称的意义，是通过符号载体来提示、显现和表达的。例如，“树”这个字的笔画和发音就是“能指”，而在我们内心所呈现的关于“树”心理形象或概念，就构成了“树”的所指。能指和所指的统一，就构成了一个完整的符号。能指和所指是索绪尔提出的一对重要概念，它成为了现代符号学基本的结构模式，它澄清了长期以来对符号概念的模糊解释，得到了理论界普遍认同，也深深地影响了二十世纪六十年代的社会批判理论。

在索绪尔提出符号的二元理论的同时，美国哲学家皮尔斯(Peirce)提出了符号的三元关系理论。皮尔斯把符号解释为符号形体(representamen)、符号对象(object)和符号解释(interpretant)的三元关系。符号形体是以某种形式借以表现某一事物的东西，符号对象是符号形体所代表的那个“某一事物”，符号解释也称为解释项，即符号所传达的关于符号对象的讯息，即意义。如果说索绪尔的二元结构还只是语言学的概念，能指还只是一种“音响形象”，那么在这里，符号形式就取代了能指，不仅可以用概念，还可以用物质性的实体来提供符号对象的信息。而所指相当于符号对象，能指和所指形成的意义相对应于这里的解释项。皮尔斯的符号三元结构使得符号的结构更加完善了。

法国结构主义符号学家罗兰·巴特(Roland Barthes)是把符号学引入消费社会研究的先驱，他把索绪尔关于符号的二元结构理论运用到社会生活的分析中，认为一切文化现象无论是文学、绘画、音乐以及工艺品、家具、服饰等无不是符号组成的人类特有的符号系统。在《神话学》、《流行体系》和《S/Z》等著作中，巴特用符号学的方法来解读现代文化工业如娱乐、艺术、广告中物的存在方式。

在他的符号学视野里，社会生活的大众文化重要的运行方式就是把物虚化，抽象为一种符号，使物成为符号的复制品，大众文化由此被构建为一种神话学。在对大众文化进行符号学解码从而揭示其符号运行机制的同时，巴特也发展了符号学的方法，在他那里，能指的层面构成了表达层面（E），由发音实体（发音的音响、音质）和发音的形式（声音、字符的构成规则）构成；所指的层面构成了内容的层面（C），由内容的实体（情感、观念等）和内容的形式（语义标记和组合形成）构成。意指关系（R）将表达层与内容层结合在一起，意指过程的结果、外延或产物就是符号。因此，一切符号系统都是由一个表达层面（E）和一个内容层面（C）以及由这两个层面构成的意指关系（R）构成的。即公式：ERC。可见，巴特在索绪尔语言符号学的基础上，进一步发展和拓宽了符号学的理论，构建起了符号学的结构体系。深受罗兰·巴特思想影响的鲍德里亚，把符号学方法同马克思对资本主义社会的批判联系起来，对消费社会和商品的价值进行了深入的思考，试图把马克思主义对资本主义的批判从生产领域延伸到消费领域，从而发展马克思的政治经济学批判。

第二章 商品概念的符号学意义

尽管在十九世纪符号学还不是一门独立的学科，也还没有得到充分地发展和运用，但是如果用现代符号学的眼光去分析马克思的商品概念，我们可以看到商品的概念也同符号一样具有二元的逻辑结构，而且马克思也在货币形式上看到了商品的符号形式及其对整个社会的支配作用。挖掘和探究马克思商品概念中的符号学意义，将有助于我们理解当代社会中商品和符号的内涵和意义。

从符号的二元结构出发，我们可以看出商品概念与符号有着相似的逻辑结构。使用价值和交换价值是商品的两个基本属性，它们对应于符号的所指和能指共同构成了商品概念，这是商品概念的第一层符号学意义。随着商品交换过程中抽象中介的出现，货币成为流通中商品的符号形式，商品与货币对应于所指与能指构成了商品交换过程的第二层符号学意义。

第一节 使用价值——交换价值

物要成为商品必须具备两个基本属性：使用价值和交换价值。使用价值是物的有用性，即物满足人们某种需要的属性，“物的有用性使物成为使用价值”^①。使用价值是具体的、特定的，取决于商品的自身属性，离开物品就不存在。交换价值是“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”^②。交换价值是抽象的、概括的，体现了人与人交换的社会属性。商品的使用价值只具有质的差别，要满足人们的各种需要，就必须通过交换把它转化成具有量的差别的交换价值。商品的交换关系抽去了商品的使用价值，把使用价值抽象为它的社会尺度——交换价值。在这里我们可以看到了商品与符号结构的相似性，符号的能指与所指与商品的交换价值与使用价值具有逻辑同构性，交换价值是使用价值的表现手段和外部形式，和能指一样是一种普遍而抽象的等同物。使用价值是交换价值所指向的内容和对象，是交换价值的物质承担者。作为所指的使用价值是交换价值具体的、生动的、真实的基础，是对交换价值的一种现实保证。这样一来，

^① 《马克思恩格斯全集》第23卷，北京：人民出版社，1972年，第48页

^② 《马克思恩格斯全集》第23卷，北京：人民出版社，1972年，第49页

商品的二元结构具有了符号的意义。

能指和所指的相互结合构成了符号，索绪尔把符号比做一张纸，概念（所指）是纸的正面，声音（能指）的纸的反面，二者永远处于不分离的统一体中。在马克思的商品概念中，使用价值与交换价值也是相互依存，缺一不可的。没有使用价值就没有交换价值，商品通过拥有某种有用性满足特定的社会需求，没有这种有用性，人们就不会相互交换，交换价值就无从形成。另一方面，要成为商品，使用价值也离不开交换价值。劳动产品如果只是用于劳动者自身的消费还不能形成商品，“一个物可以有用，而且是人类劳动产品，但不是商品。谁用自己的产品来满足自己的需要，他生产的就只是使用价值，而不是商品”^①，因此，商品必须全面转手，商品交换使不同商品所有者彼此发生关系并实现商品的交换价值。如同符号的能指、所指的二元结构，作为商品的两个要素，使用价值和交换价值也是紧密联系，共同形成统一的商品体。

在符号的能指和所指的关系上，索绪尔提出任意性原则。任何事物在产生时先天获得的称谓具有一定的任意性，例如汉语用“马”这个声音来指“马”这个概念，英语却用“horse”这个声音来指这个概念。而一旦被人们认定后，形成一种约定俗成的能指和所指关系时，符号所意指的内容就不再是任意的。“马”这个声音一旦被确认为指称“马”这个概念，它的所指就不再具有任意性了。在马克思的商品概念中，使用价值和交换价值也具有这样的一种关系。交换价值与使用价值不具有同质性，使用价值只是交换价值得以表现的一个对象，至于以什么样的东西来表现使用价值，这在历史发展中经历了不同的形式。在《资本论》中，马克思考察了交换价值形式的不同发展阶段。在最原始的物物交换中，一个商品的使用价值总是通过另一个商品体现出来，任何商品都是其进行交换的另一方的交换价值形式，这里真正体现了商品结构结合的任意性。“每一种商品，上衣、茶叶、小麦、铁等等，都在麻衣的价值表现中充当等价物，因而充当价值体”^②。在一般价值形式阶段，商品的交换价值比较固定地表现在一般等价物身上，最后，金“在历史过程中夺得了这个特权地位”^③固定地充当了一般等价物，产生了货币形式。货币取代其它一切商品成为交换的中介，交换价值最终固定地体现在货币上。

^① 《马克思恩格斯全集》第23卷，北京：人民出版社，1972年，第54页

^② 《马克思恩格斯全集》第23卷，北京：人民出版社，1972年，第79页

^③ 《马克思恩格斯全集》第23卷，北京：人民出版社，1972年，第85页

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库