

近代思想圖書館系列

040

物體系

原著／尚·布希亞

譯者／林志明

目 錄

譯序——描繪一個不存於任何地方的圓周····· 林志明 ix

導論·····	1
A.功能性系統或客觀論述·····	11
I.擺設的結構·····	13
傳統環境·····	13
純功能解放現代物·····	15
模範性室內·····	17
元件·····	17
牆壁與光線·····	20
照明·····	20
鏡子與畫像·····	21
時鐘與時間·····	23
邁向擺設的社會學？·····	24
擺設人·····	27
II.氣氛的結構·····	33
氣氛價值：色彩·····	33
傳統色彩·····	33
「自然的」色彩·····	34
「函數」色彩·····	37

溫暖與冷峻	39
氣氛價值：材質	40
自然木材、文化木材	40
氣氛的邏輯	42
模範材質：玻璃	44
關係人和氣氛人	46
座位	47
文化性與檢查制度	49
氣氛價值：手勢與形式	51
傳統手勢：勞力	51
功能化手勢：操控	52
一個新的操作場域	54
迷你化	55
風格化——順手性——封套	56
象徵面向的終結	58
力量的抽象化	60
功能主義神話	62
功能性形式：打火機	63
形式的延伸義：汽車的羽翼	64
形式的〔不在場〕無罪證明	67
III. 結論：自然性和功能性	71
附錄：居家世界和汽車	73
B. 非功能性系統或主觀論述	79

I. 邊緣物——古物	81
它的氣氛價值：歷史性	81
它的象徵價值：起源神話	82
「真確性」	84
新-文化症候群：古蹟修復	85
共時性、貫時性、時代錯亂	88
反向投射：「原始人」心目中的技術產品	90
古物市場	92
文化新帝國主義	93
II. 邊緣體系：收藏	95
由功能中抽象出來的物品	95
激情-對象物	97
最美麗的家庭寵物	99
系列遊戲	101
由量到質：獨一無二之物	102
物品與習慣：手錶	105
物品與時間：被引導的週期循環	107
禁閉物：嫉妒	112
去結構物：變態	113
由系列性動機到真實動機	117
針對自我的論述	119
C. 後設及功能失調體系：新奇的小發明和機器人	
.....	121

技術層面的引伸義：自動化主義	123
「功能化」的超越性	124
功能錯亂：無意義的小發明	127
偽功能性：玩意兒	129
後設功能性：機器人	134
技術的災難	138
技術與潛意識系統	143
D.物品及消費的社會-意識形態體系	149
I.模範與系列	151
前工業文明物品與工業模範	151
「個性化」物品	153
選擇	154
邊緣性差異	155
模範的理念性性格	157
由模範到系列	159
技術缺失	159
「風格」上的缺失	161
階級差異	163
現時性的特權	164
人格的厄運冒險	166
模範的意識形態	168
II.信用貸款	171
消費者公民的權利與義務	171

先行消費：一項新倫理	173
強迫購買	174
購買的奇蹟	175
家居事物的曖昧性	176
III.廣告	179
針對物品的論述和作為物品的論述	179
廣告的命令式和直陳式	180
聖誕老公公的邏輯	181
母性作用元：艾爾朋扶手椅	182
購買力的嘉年華會	186
恩寵與壓制：雙重作用元	189
集體的推定	193
和平牌洗衣粉	193
有廣告意味的競賽	195
Garap	196
新人文主義？	197
系列性制約	197
由欠缺產生的自由	199
一種新的語言？	202
結構與分割：品牌	202
普遍符碼：地位	208
結論：邁向「消費」的定義	212
譯後記：一個閱讀	林志明 217

譯序

描繪一個不存於任何地方的圓周

在這本書所置身的翻譯系列裏，常會出現一篇〈導讀〉作為譯作前引。然而本書所談的正是消費的時代，而書本、思想、對消費社會的批評本身當然也有可能成為消費物品（「我們文化體系的整體建立於消費之上」——這是本書的結論之一）。如果〈導讀〉成為一個取代物品的使用手冊（mode d'emploi）或是 reader's digest，將是本書的一大反諷。況且〈導讀〉中的「引導」，蘊涵著一項權力關係：讀者（像小孩）是要被引導的，讀法是要被規範的（不論那是作者的意圖、譯者或「導讀」者所推薦的方式）。一本書，即使是譯作，應該可以自己為自己辯護吧！一本談「物的體系」和人與物間關係的書，是不是也歡迎一個和讀者之間的開放關係：（個人）使用、（學術）應用、批評的啟發，甚至擁有、收藏、或是（變態）慾望關係？其實沒有任何事物可以阻止讀者去建立和書本某一種特定關係或所有以上談到的關係，如果那不是一種對權力關係的信仰？或是一個文化體系的系統性宰制？

那麼，還能作些什麼呢（Que faire?）

我找到了一個（脆弱的）平衡點，在書的正文前，提供一篇有關布希亞（我所認識的布希亞）和本書的「歷史性」介紹，因為歷史正是符號消費在一個物品身上所要「抽象」之物。在書末，則提出一篇個人的「閱讀」（lecture），以供有興趣比對者參考。當然，沒有任何事物阻止讀者跳過這兩篇「邊際」產物去讀正文，同樣的，也沒有任何事物能（先驗地）阻止讀者跳去正文，把這兩篇連起來當作譯者的 digest。這裏提出的只是一項遊戲規則，而任何遊戲總是須要規則（不論我們遵不遵守它，或是遵守到

什麼樣的程度)。讓我們來嘗試：

一、「他在所有地方，也不在任何地方。」

1990年中，譯者初到法國，決定比較研究巴特的《流行的體系》(*Système de la Mode*, 1967)和布希亞的《物體系》(*Le Système des objets*, 1968, 去年底已有英譯本出版)。大約是那時候吧，我掛電話到南特禾(Nanterre)大學社會學系詢問布希亞的授課情況，才知道他已經退休(布希亞在南特禾大學教學時期為1966-1987^[1])。

「那麼我在那裏可以找到他呢？」

「我一點也不曉得。他在所有地方，也不在任何地方。」(Il est partout et nulle part.)

這似乎是一個布希亞式的回答。

和布希亞本人首次見面，仍是同一年的冬天，卻是在艾菲爾鐵塔上。那是一個為了紀念巴特逝世十周年而舉行的「巴特與攝影」討論會。主辦人在致詞時，談到巴特曾稱艾菲爾鐵塔為一個使我們能看而本身又是被看的物品，所以特別選這個地方開會。在會場裏，我偶爾望望在晨霧中靜靜流的塞納河，偶爾也會去和那些看來有點情緒低落的觀光客組成的零散群體交會(在鐵塔平台另一端，播放著和巴特有關的影片，之旁還有一個三度空間的全像錄影(hologramme))。後來有人和我說布希亞本人就在會場上。

[1] Chris Rojek and Bryan S. Turner (ed.), *Forget Baudrillard?*, London and New York, Routledge, 1993, p. xvii, n. 7.

會中休息時，我出來憑著相片上的記憶找到了他，和他說明了我的研究意圖。他顯得有點胖，中等身高而且壯碩，穿著西裝，但不打領帶，讓襯衫口開著。(後來我觀察到來會談的學者分爲兩類，一群西裝筆挺，一群則有68遺風(?)，穿了西裝外套但不打領帶，且讓襟口開著，當然女性又是不同)。談話的時間不長，內容也在記憶中模糊了大半。但記得布希亞說他過去一段時間常和巴特往來，還曾一起去聽沙特的研究課(séminaires)。《物體系》是很久以前的事了。不過他還是蠻關心地問我進行的怎樣。後來我和他要了電話，看著他走進電梯裏，和他花去不少筆墨寫的「群眾」一起下樓消失。

這是我第一次見到布希亞，已故的巴特成了中間人，佈景則是攝影、觀看和被看的機器、它所生出的群眾，事件則是布希亞意料之外的出現和消失。

再一次見到布希亞，是在一個有關「波士尼亞戰爭和媒體效應」之類的座談會上，確切時間忘了，但這不重要。在座的還有其他知識分子，也許有 Paul Virilio (或者他說要來而沒來)。這次，塞納河上的晨霧換成了布希亞頭上繚繞的煙草，我看到他重複地說和聽一些熟悉的主題和調子，似乎顯得寂聊無奈。(這時我已熟讀了布希亞的所有作品，也知道「重複」在他書中的地位)。會後我去和他打招呼，這時我也世故多了，大概不再期待聽到什麼特別的說法。不過話題圍繞著有人想要邀請他去台灣講學一事：

「這位『朋友』還沒有打電話來。」

(看來他似乎有些興趣來台灣看看。)

「你還有我的電話號碼嗎？」布希亞問道。

「一直是同樣那一支？」

「是的。」

「總是要打電話，碰到您的電話答錄機？」(這時我已領教過他著名的

答錄機遊戲規則——他總是在所有地方，又不在任何地方。）

「是的，就是這樣！」

（當然，就像所有有意義的事物，這個號碼後來也成爲一個遺失之物 [objet perdu]，也許它有一天會再出現？）

後來再聽到布希亞的消息，（收音機上的訪談除外），則是一位朋友的姊姊過生日，他也出席了晚會，聽說那天他表現的「很可愛」(bien aimable)（「有三個知識分子在場，我就溜了，」布希亞在兩三個地方說過這個有名的句子）。而人家會和我說這些，也是知道我正在進行布希亞的中譯。

以上便是我和布希亞本人的一些「相遇」(rencontre)和「非相遇」(non-rencontre)。

二、「祖父在死時[才]停止工作：[他是]農夫……」

關於布希亞的生平，我們知道的不多。不過資料也慢慢地在增加。

1929年七月，布希亞出於巴黎東北城市杭斯(Reims)，該市爲法國香檳酒廠的重要據點，並有一座著名的哥德式大教堂，過去法國王室大多在此受加冕禮。

比較有力的家族描述，可以在他的《酷回憶 II》(*Cool memories II 1987-1990*)裏找到：

祖父在死時[才]停止工作：農夫。父親在年紀到達前就停止了：公務員，提前退休(他付出的代價是致命的疑病症，但事情必得如此)。我呢，我從未開始工作，因爲很快地便達到了一個在邊緣和有大量閒暇的職位處境：大學教師。孩子們呢，他們連小孩都不生了。就這樣鏈鎖反應下去，直到懶惰的終結階段。(頁17)

在這一段文字裏，布希亞倒不是在自敘其社會系譜（對社會學家的社會來源，人們總是很有興趣，比如 Pierre Bourdieu 的處境，不過在後面我們可以看到，布希亞並不希望自己被稱為「社會學家」）。這一段的上下文倒是一篇布希亞的〈懶惰頌〉。下文他接著說：

這種懶惰的本質是農氏式的。它的基礎建立在一個功勞報償和「自然」平衡的感情上。從來不要作太多。這是一項慎重和尊重的原則，對象是工作和土地的對等：農人有所付出，但是是由土地和神祇來給與所餘之物：（那是）最本質必要的。這個原則尊重的是那些並非由工作而將永遠不會由工作而來之物。

隨著這個原則而來的，是對命定性的傾向癖性。懶惰是一種致命的策略，命定性是一種懶惰的策略。也就是由它身上，我得出一種既極端又懶惰的世界觀。不論事情如何演變，我也不會去更改它。我憎惡我身邊市民們的擾攘活動、他們的主動積極、社會責任、野心、競爭。這些是外原的、城市的、有競爭力有表現的、自命不凡的價值。這些是工業文明的品質。懶惰呢，則是一個自然的能量。（頁 18）

一位中文的讀者也許會說布希亞是在談「無為」之道。然而他的英美讀者並不作如此想。他們認為他頌揚了農民的品德，要求人重視他的農民出身。因此布希亞的一位重要的英語詮釋者甘恩(Mike Gane)，便是如此去理解類似的一段自我呈現（這是一段訪談）：

MA(Mike Gane 與 Monique Arnaud)：可以和我們談您的青年時代嗎？您的父母親以何維生？首先對您在知識上有影響力的，是那些人呢？

我的祖父母是農民。我的父母親變成了公務員。這是一個家庭傳統的發展方式，也就是說他們離開了鄉下，到城裏定居。我可以說是部族裏第一個去作點讀書習業的人，當我離開它去發展的時候，可以說是一個決裂點。除了這些，我沒什麼好說。我並不是在一個知識環境裏長大的——在我身邊什麼也沒有——我的父母就是他們的樣子，連小布爾喬亞都談不上，或者，也許可以說是很低階的小布爾喬亞。那不是一個有文化的環境。爲了補償這一點，我在高中階段極度用功。那是進行一大堆原始聚積的時候。那是我在生命中，真正努力用功以大量獲取的一段時間。在此之後，我便和父母親決裂了。這個脫離 [父母家庭] 在我的生命中扮演了重要的角色，因爲脫離父母親之舉動，建立了一種決裂的模式，之後又以位移的程序，影響了其它事物。我總是存在於一種虛擬的決裂狀態中：與大學 [決裂]，甚至與政治界 [決裂]，而後者，我總是可以只在一種保持距離的方式裏，被捲入其中。因此在我的童年、青少年等等時期裏，存在著一種原型。我沒有進高等師範 (Ecole Normale Supérieure)。我參加了高等教師競試 (agrégation)，但沒考上。所以我也沒有成爲一個擁有此種頭銜的人物 (agrégé)。我在 1960 年代進了大學，但那由一條迂迴的路進去的。總而言之，以一個正常的職業生涯而言，我總是沒有命中目標，其中包括我從來沒有昇到教授。我說這些，一點也不是要和人針鋒相對，因爲這就是我所要的。這是我自己的一個小遊戲，我說，我要的是某種程度的自由。那也是那時代，我那一輩人有時會有的想法。你靠什麼都可以維生，而能量來自決裂。而今天就完全不同了。那是爲何我和大學搭不上調的原因：即使和學生之間，不論什麼事，誘惑啦和所有那一大套，那時都有一種共謀感，這種感覺持續了十到十五年，然後全都變了，大學變成了一個陌生和令人厭倦的環境；在這種世界裏，我

一點也無法作用。我很幸運，可以在六七零年代裏，生活在南特禾大學，那是它最好的時光。一旦這些結束了，我們便大為悲嘆。這一點也沒有作好，我們便憂鬱起來。事情便是這樣。但後來事物變得死氣沉沉；它們變得像是葬禮一樣，陰森森的，連南大都一樣。所以我就離開了。我實在應該早點走開的。但這一點我也沒有作得很成功，而且我也不像是要重新起家。我不認為那時候，我那一輩人裏，有許多重新起家的成功例子。因此今天真的是……因為那時代，在那裏的人，我們的導師，不過，他們老實說不是老師，而是父親，那時候都死了。一整個時代的精神都消失了。我不想對這些有什麼懷舊情緒。相反的，回顧起來，我比較是覺得幸運，可以在那樣的時候，在那樣的環境裏的，生活於南大，巴黎。所以我沒什麼好抱怨的。話雖如此，所有的事物都消亡了。^[2]

當人們問他如何自我「定位」（別忘了「定位」往往是一種化約），布希亞的回答則是一個反定位。問題如下：

[2]“I Don't Belong to the Club, to the Seraglio” (Interview with Mike Gane and Monique Arnaud) in Mike Gane(ed.), *Baudrillard Live, Selected Interviews*, London and New York, Routledge, 1993, pp. 19-20. 訪談進行的時間為1991年11月。

我們還注意到這裏布希亞正在說明他的雙重斷裂(double rupture)，這個情況使得他陷入「兩面不是人」的困境中（但也是他的魅力來源之一）：

發自肺腑地反對「喔，沒什麼用」的態度(anti-bôf)，反對大眾、反對深沉的法國。但也是同樣發自肺腑地反對精英、反對種姓階級、反對文化、反對特權階級。要站在愚的大眾那邊，或是站在自大的特權階級那邊呢（當他們散發出煽動群眾式的良好謙卑時，更是自大）？此題無解。（*Fragments, Cool Memories III 1991-1995*, Ed. Galil, 1995, p. 144）

DG/DS(D. Guillemot 與 D. Soutif)：您是哲學家、社會學家、作家、詩人，以上皆非或以上皆是？

我既非哲學家亦非社會學家。我沒有遵循學院生涯軌跡，也沒有遵循體制步驟。我在大學裏教社會學，但我並不認為我是社會學家或是作[專業]哲學的哲學家。理論家？我很願意；形上學家？就極端的角度而言才是；人性和風俗德行的思索者(moraliste)？我不知道。我的作品從來就不是大學學院式的，但它也不會因此而更有文學性。它在演變，它變得比較不那麼理論化，也不再費心提供證據和引用參考。^[3]

布希亞這裏的回答和《致命策略》(*Les Stratégies Fatales*, 1983)一書相關。在該書的袖珍版正文前，編者附上了這一段訪談，並且聲明布希亞是一位「無法歸類的」思想家，而其作品有時使人感到困惑。然而布希亞在台灣(承襲英美而來。^[4]不過英美的閱讀本身也在轉向，比如 96 年剛出

[3] Interview avec D. Guillemot et D. Soutif, *Psychologie*, mai, 1983. In Mike Gane (ed.), *Baudrillard Live*, op. cit. p. 43.

[4] 台北《當代》月刊曾於 1991 年 9 月出版一期布希亞專輯(N°65)。其中刊出兩篇譯文，可惜皆不理想(兩篇皆由英文轉譯)。題名為〈公元兩千年會發生〉的一篇(張釗維譯)，和原文標題意思正好相反。法文原題為“L’an 2000 ne passera pas”(Traverses, n°33/34, jan, 1985, C.C.I, pp. 8-16)應為〈西元兩千年不會發生〉(或譯作〈西元兩千年過不了〉，可能更貼近法文原題一些細膩的意涵)。此一譯文與原文大異其趣的地方，還在於將文中每一段再切成小段，甚至以一句作為一段(像是在寫詩或喊口號)。然而原文仍是通常的論述形式，語句相互連屬。並且譯文這麼一作，原本的段落反而完全看不出來。另一篇蔡崇隆譯的〈消費社會與消費欲望〉，來自《消費社會》一書中原不相連的兩章，但譯者並未加以說明。其中 drugstore 被譯為雜貨店，其實那是巴黎的一家連鎖綜合商業中心，只是襲用了英文字(在此如加上括弧作為專有名詞，可避免誤解)。另外 Parley 2，譯註為「法國——計劃性社區」，

版的布希亞討論專書 Charles Levin, *Jean Baudrillard: A Study in Cultural Metaphysics*, (Hertfordshire, Prentice Hall Europe, 1996)。《物體系》在該書中受到前所未有的大量討論和引用)，慣常為人當作擬像 (simulacre) 理論家和後現代思想家。對於前者，布希亞曾說過：「去斷言說『我們是在模擬階段 (state of simulation) 中，』會成為沒有意義的事，因為在那時候，我們進入了一個像是死去一般的階段。當你認為你是在模擬的階段時，你已經不在那兒了。這裏的誤解在於把像我的這種理論，轉變為一個參考權威。而在此處不應該有任何參考權威。」布希亞這裏是在談論一些紐約的藝術家，他們引用了布希亞的理論，卻只是單純地重說或複製一般人熟悉的擬像模式。^[5]關於他在美國被稱為後現代理論家，他說：「對於這種『後現代的』詮釋，我也不能作什麼。那只是一種事後的拼貼。在擬像、誘惑、和致命策略這些概念裏，談到了一些和『形上學』有關的東西（但也沒有想要變得太嚴肅），而『後現代』則把它化約為一種知識界的流行效應，或者是因為現代性的失敗而產生的症候群。由此來看，後現代自己就是後-現代的：它自己只是一個膚淺模擬的模型，而且只能指涉它自己。」^[6]

在這裏，我們好像要進入一場沒有終結的辯論了（而這將遠離我們原先設下的遊戲規則）。布希亞當然是在流變中的，但他像是他人所說的一樣是一隻「變色龍」嗎？再提供一個布希亞式的說法吧：

而它應該主要是一座超大型購物中心，只是和新的集合性社區整個地連在一起（或者反過來說，購物中心的模態延伸到整個聚合體裏，使它成為原來城市的 double-Parley2 號，Parley 的魅影）。

[5] "Fractal Theory, Interview with Nicholas Zurbrugg," *Eyeline*, 11, August, 1990. In Mike Gane (ed.), *Baudrillard Live*, op. cit., p. 166.

[6] "The End of the End. Interview with John Johnston," *Art Papers*, Jan-Feb. 1989. In Mike Gane (ed.), *Baudrillard Live*, op. cit., pp. 157-158.

廿歲是想像科學家(pataphysicien)——三十歲是境遇主義者(situationniste)——四十歲是烏托邦主義者——五十歲橫越各界面——六十歲搞病毒和轉喻——我一生的故事。(Cool Memories II, 頁131)

三、雙螺旋之前

讀者或許已經發現，當我們在談布希亞其人時，所使用的主導圖形是由尼可拉·德·庫斯(Nicolas de Cues, 1401-1464)常提到的無限的圓——因為直徑無限，所以任何一點都是它的圓心，而它的圓周不存在任何地方。這個圖形常被人用來談唯一而普在的神（而德·庫斯將它轉用來談宇宙）。當然我不是要說布希亞像神。當我聽到南大社會學系辦公室那句回話時，我的反應比較是一種諷刺的感覺：既在所有的地方，又不在任何地方，那便是在收音機、電視這一類的大眾媒體之上。（他不存在，他只被媒介。）或許，今天的電腦網路(internet)和虛擬現實也符合德·庫斯這個說法（前述 Charles Levin 也提到同樣的現象，但他用這一點來談現代「物體系」的「底層」結構，而不是去連接形上玄想，這對他的作品標題《文化形上學研究》是一個反諷。見前引書，頁48-49）。

然而，要去談布希亞的概念發展時，這個無限大的圓就不適合了（在一個無限的圓中，時間性是不存在的）。布希亞自己提出的圖形是一個類似DNA構造的雙螺旋：

由《物體系》到《致命策略》的雙螺旋：一個是朝向記號、擬像和模擬領域的普遍旋曲，另一個則是在誘惑和死亡陰影下，所有記號的可

逆轉性質。在螺旋線上，這兩個範式各自分化，卻沒有改變它們的對立位置。」（〈由物的體系到物的宿命〉〔Du système des objets au destin de l'objet〕，收於《他者自述》〔*L'autre par lui-même*, 1987, 頁 68-69〕）

在這樣的圖形之下，布希亞的思考，不像一個無限的圓那樣既親近又不可捉摸，反而是一個穩定的體系(DNA)。當然雙螺旋有它的詭異處，比如旋曲貼近處的扭曲平行。但基本上，布希亞本人構想這個雙螺旋時，把它想成上昇速度一致，不然它所要表達的對立性思考(pens dualiste)，便會有更不平衡的後果。這樣的基因隱喻，也說明了《物體系》在布希亞思想中所佔的啓動生衍地位。^[1]這本書一直未有英文翻譯，是否也影響了英語世界對布希亞的解讀呢？

進一步去追溯布希亞的雙螺旋，便會超出我們在一開頭立下的規則。這裏只是去問，如果 DNA 是思想的秘碼組合，那麼在它形成以致去規劃生成之前，其本身的組成由那些片段的元素而來？也就是去問，在布希亞在出版他第一本書以前，他作了些什麼，而這些事情如何供獻於本書的形成？

布希亞最早的出版為1962年。^[2]那是三篇書評，發表在沙特創辦的《現代》(*Les temps modernes*)雜誌上（布希亞早年頗受沙特影響）。這三篇分別為〈卡爾維諾(Italo Calvino)的小說〉，討論意大利作家知名的三部曲《被砍殺的子爵》(*Le Vicomte pourfendu*)、《棲息枝柯的男爵》(*Le*

[1] 布希亞在一個訪談中詳談了這個隱喻。他說：「但是，你不能說它意含有進步存在。我從來沒有任何進步；我想所有的東西在起點處，就已經都在那兒了，[之後]只是發生了一個有趣的調性變化。」（Baudrillard: The Interview. Interview with Monique Arnaud and Mike Gane, in Mike Gane (ed.), *Baudrillard Live*, op. cit., pp. 199-200.）

[2] 他在五零年代所寫的詩，後來收集在《灰泥天使》(*L'ange de stuc*)，但直到1978年才出版。

Baron perché)、《不存在的騎士》(*Le Chevalier inexistant*)；《《火焰的獵物》》(*La proie des flammes*)，談的是威廉·史帝龍(William Styron)的小說；最後一篇則是〈烏威·強生：邊界〉(Uwe Johnson: *La frontie*)。^[9]

在這些文學評論裏，我們已經可以看到一些布希亞後來將會發展的主題。比如卡維諾筆下無血無肉的騎士阿吉魯爾夫(Agilulfe)，就像唐吉珂德，他生活的世界中，「不再有騎士冒險故事，他所代表只是一個儀式化的、方法性的法利賽主義，一個從此不再有價值的階級。」在這個針對空洞儀式的批評中，我們已經可以看到「模擬」程序的運作。至於《火焰的獵物》一書中的罪惡感，布希亞則將其詮釋為一個豐產社會中，「文化剝落現象的無情揭發。」小說中體現惡魔的尼采式人物，馬松，被當作是「表達了北方國家的勝利主義式罪惡感，而它以金錢來進行瘋狂的合理化程序，去超越了南方國家苦難中的罪惡感。」至於德國作家烏威·強生的小說，談論的則是社會主義和它在東歐的實現。一位東德的工人，他的姐妹在西德為北大西洋公約組織工作。工人拒絕為東德充當間諜之後，她卻來到東邊，一夜長談，話題圍繞著意識形態和實踐問題。之後，工人去到西邊，但無法接受西方，他又回到東德，第二天早上，卻「在他每日工作的地點，」被火車頭

[9] *Les temps modernes*, No. 192, mai, 1962, pp. 1728-1734; No. 193, juin, 1962, pp. 1928-1937; No. 199, d., 1962, pp. 1094-1107.

Mike Gane 在他的著作裏，開闢了專章細談布希亞的文學評論。不過他在書目時間上犯了一個小錯，誤把“Uwe Johnson”一篇列於62年評論系列之首，而布希亞在《現代》雜誌上發表的三篇文章，卡爾維諾的小說應該是第一篇，“Uwe Johnson”反而是最後一篇。原因當來自 Mike Gane 未注意到該雜誌的卷號更改是在每年夏季，因此也同時牽動頁數編碼（法國雜誌常以全卷為編碼單位）。如此，雖然三篇文章在同一年發表，卻不能只憑頁數判斷其先後。cf. Mike Gane, *Baudrillard's Bestiary, Baudrillard and Culture*, London and New York, Routledge, 1991.

撞死。整個故事其實是在解釋他的死因，但作者有意地不作終結性的詮釋。布希亞的意見如下：「這本書中沒有宿命（亦沒有一點警探小說的神秘氣味），只有一個記號：它代表了人對他真實行動手段的真實不適應，代表了新的社會和它所要求的新人之間的不對稱。」

在布希亞對卡維諾小說的評論中，我們看到了他對奇思幻想的興趣。他對史帝龍小說的分析，則建立了馬克思主義和心理分析提問法間的關聯。至於他他對烏威·強生的寫作方式的詮釋，則將我們帶到一個和《物體系》更接近的場域：物品的描寫。強生對物品的描寫，不像新小說一樣追求「客觀」描述，而是在談它們的社會用途，且把它們回復到它們在生活和功效上的複雜性之中。對於布希亞，這一點才是強生小說中的社會主義成分。「強生把他的社會主義置於物品和它們的使用之中：一種手工藝式的馬克思主義、熱情的理性、奉獻於事物的細節，卻對高高在上的體制感到懷疑。」在他的詮釋裏，我們可以看到布希亞正在投射他未來的提問方式：回到人和物之間的根本關係，以便明確地瞭解現代人。他肯定地說：「使他們感到興趣的是轉變的明確化和日常實踐。這是在社會主義下生活的人的問題，也是我們的問題。」^[10]

布希亞的學問養成，有一大部分功夫是下在德國文化的研究上（*étude germaniste*）。1963年，他編輯了一本文集，稱為《德國人》（*Les Allemands*，其中的圖片由 Ren Burri 攝影）。這本書主要是綴集法國人對德國人和德國人對他們自己所下的評語。在他所寫的前言裏，布希亞提到了「德

[10] 這裏我們注意到裴瑞克(Georges Perec)的著名小說《事物》(*Les choses*, Paris, Ren Juillard, 1965)和布希亞所談論的強生並不遙遠。在《物體系》裏，《事物》一書還受到了大量討論。相對地，《物體系》可稱為一個以社會學形式所寫的「物的小說」。即使是在他的理論提煉中（特別是那些和物品有關的部份），布希亞總會留下一絲「詩」的成份。在他的理論作為背後，預設的是一個詩的力量。關於這一點，可參考 Mike Gane, *Baudrillard, Critical and Fatal Theory*, London and New York, Routledge, 1991。

意志魂」的神話學研究。事實上，這本書的可以當作是一個民族神話的材料彙編。這種以民族為單位去研究文明的興趣，後來也得到了發展。（主要是在 1986 年的《美國》一書中）布希亞對當代德國的判斷是，西德為了清洗納粹罪行遺下的罪惡感，便由「金錢、利潤、和消費中去自我超越。」^[11]許多引文被選出來肯定這個觀點，比如德國作家馬丁·瓦澤(Martin Walser, 1927-)的說法：「僱員和工人不再是在生產體制中被剝削，這種天真的資本主義的時代已經過去了。今天，他們是在消費中被剝削。透過新需要的微妙暗示，他們成爲一種被給予的慾望的奴隸，而他們還以爲那些慾望是他們自己的。」^[12]另外，還有一小段文字也值得一提。在一個幽默的片段中(未註明作者，因此應該是出自布希亞本人的手筆)，布希亞描述了德國日常生活中可以遇見的事物。物品，比如枕頭、或是自動販賣機，會說話；它們以一個熱情的聲音祝福您：「好好睡！」，或是和您說：「多謝！再見！」在這之後呢，布希亞穿插了一個句子：「我們別忘了，每當德國人爲人作了一件再小的服務，一定會熱心固執地以 *Bitte sch!* (請) 來回答即使只一點點的 *Danke sch!* (謝謝) 的表達，用這種方式，來消除每個人心中的罪惡感。」^[13]機器人性化了，這時人也同樣變得自動化了。

布希亞還由德文翻譯了布萊希特的《流亡者對話》(1965)；彼德·懷斯(Peter Weisse)的許多作品，包括《馬哈／沙德》(1965)、《越南演講》(1968)；穆爾曼(Wilhelm E. Muhlmann)的《第三世界的革命救世主義》(1968)。同時布希亞還參與了馬克思與恩格斯：《德意志意識形態》的法譯(1968)。我們可以把這些翻譯當作未來的靈感來源，因爲其中有一些主題又在其寫作中得到發展。比如，放逐的概念充實了未來的「旅行」概念。

[11] 《德國人》(*Les Allemands*), Paris, Robert Delpire, 1963 (*Encyclopédie essentielle, série histoire, No. 8*), p. 12.

[12] 同上, pp. 84-86.

[13] 同上, p. 158.

懷斯的戲揭示了革命的曖昧意義。穆爾曼的著作則將布希亞帶向一個人類學的層次。(其中的「貨輪崇拜」，又在《消費社會》(*La Société de consommation*, 1970, 一書中得到運用討論)^[14]

1967年，布希亞寫了一篇書評，談的是媒體理論家麥克魯漢(Marshall McLuhan)的名著《理解媒體》(*Understanding Media: The Extensions of Man*, 過去中譯書名為《傳播工具新論》)。^[15]布希亞對麥克魯漢的批評可以總結如下：麥克魯漢仍受到所謂美國模式的意識形態影響，認為這個模式即代表了人類的未來。由於無知於媒體的生產模式和作用在媒體上的權力組構結構(也就是缺乏歷史和政治分析)，它的分析落入了唯名論式的唯心主義中：由於迴避了人和團體經由媒體所建立的具體關係(缺乏了社會分析)，他的「地球村」預言成爲一種技術決定論。^[16]人們常說，布希亞是我們這個時代的麥克魯漢。媒體分析在他的概念網路中的確佔據著一個主導性的位置。

麥克魯漢的中心主張可以用一個有名的命題表達：「媒體即是訊息。」媒體對人類歷史的作用，比較不是來自它們所承載的內容，而是它持續地在無意識層面上，所帶來的知覺變化。對於布希亞而言，這是一件明顯的事：

[14]見此書28-30頁。布希亞將這個神話(有一天美蘭尼西亞土著的祖先會帶豐盛的禮物，滿船而來，而白人目前只是把本來要送給土著的禮物據爲己有，才能享有豐饒，土著因此將西方的補助，當作是一種自然狀態)，詮釋爲透過操縱記號來進行的魔術。同樣地，消費者相信財物的豐饒，是一種自然狀態，他的心態，又在西方再度展現了這個貨輪神話。依布希亞之見，消費即是對記號的一種操縱。

[15] Baudrillard, "Marshall MacLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*," *L'Homme et la société*, No. 5, 1967, pp. 227-230.

[16]對於某些評論者而言，布希亞對麥克魯漢的批評，完全可以應用在他自己的媒體概念上。參閱 Douglas Kellner, *Jean Baudrillard: From Marxism to Postmodernism and Beyond*, Cambridge (U.K.), Polity Press, 1989, pp. 66-76.

「電視的訊息，並非它所傳遞的影像，而是它所建立的關係和知覺的新模式，而且它改變了家庭的傳統結構。（……）並非這個或那個演出(spectacle)，而是所有可能的演出，可以相互銜接的虛擬性質。這才是電視-物，電視媒體。」^[17]在這裏有幾點要加以強調。

首先，物品不只是它所傳遞的訊息：物品的意義不只是它的本義(dénotation)和延伸義(connotation)。訊息傳遞的承體本身有一個深沉而難以知覺的意義，因為它改變了我們的感覺和實踐行爲(comportement pratico-sensible)。人類語言的兩種最主要的媒介，言說和書寫，也只是所有可能的媒體之中的兩種。再者，「語言文字文化」中的線性不連續原則，正受到立即性電子媒體的威脅。以媒體的角度而言，記號學所提出的語言模範地位(比如巴特)，就必須重新考慮。這是此種媒體概念所帶來的第一個後果。

再者，科技由作為生產手段這樣狹隘的意義中解放出來；機械化和自動化只是延伸人的力量的兩種可能模式。馬克思的分析集中在一種已經被超越的媒體上——機械。在物品中所內含的技術，應該以傳播技術的角度來思量。布希亞繼續發展說：「每一個『訊息』，首先是指向另一個『訊息』，而不是指向真實世界，」就好像每一個媒體總是指涉另一個媒體。媒體本身，形成了一個自主自足的領域，在它們的演變中，好像具有一種內在的目的性。在這種「技術的惰性程序」中，訊息被中性化了。對於布希亞而言，當前科技的主導訊息，便是「訊息消費的訊息，資訊的演劇化、自主化、和它的商品價值化，把內容作為記號來頌揚。」相反於麥克魯漢所謂媒體是人的延伸，媒體其實是一個威脅人內在整體性的「自我截肢」。對於布希亞而言，如果我們把麥克魯漢的說法普遍化，那麼它將會成為技術社會的異化

[17] Baudrillard, "Marshall MacLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*," 前引文, p. 229.

公式。

當布希亞出版《物體系》的時期，他還參與了一份名為《烏托邦：城市社會學》(*Utopie: Sociologie de l'urbain*)的邊緣刊物。在馬克思主義和批判理論的架構裏思考，這份刊物針對都市計劃中的功能主義和技術官僚，提出一份激進的意識形態批評。但刊物中討論的主題不限於此；還包括了政治議題(壓制，參與的意識形態)、女性主義、技術的意識形態、馬克思主義和美學間的關連。我們還可以在其中發現許多《物體系》書中討論的問題：比如室內空間、產品設計、技術中的形像投射和意識形態。

布希亞在《烏托邦》中所發表的第一篇文章，評論了同一期中尚·奧伯(Jean Aubert)所著〈朝向過時演變〉(*Devenir suranné*)一文。^[16]尚·奧伯在他的文章中，提出物品的壽命變得越來越短，在現代社會中，物品過時的程序加速進行。他提議將建築物以同樣的角度考慮，並將短時效的意識融入建構之中，以便得到更大的能動性。他贊成一個朝生暮死的建築：「以便允許可以犯錯，而不必對一個過長的未來作出承諾。」布希亞的批評指出，時效長短不是一個自存的價值，而是相對的定義。如果短時效普遍化了，將會使得「一整個豐富的對比場域消失。」另外，也需要考慮到文化區別的邏輯。在目前的階段，下階層仍是想要擁有以布爾喬亞為模範的耐久性房產，短時效的建築將成為特權階級的專利。「只有特權階級才有享受當前模範的權利。其他人只有在這些模範已經改變時，才有權利享有它。」我們看到，布希亞在其中加入了結構主義的基本概念，也就是說，系統中的每一項是由它們的相對差異來定義。他將這個論點和一個文化區別(*distinction culturelle*)的邏輯相結合。也就是說，在一個分化差異的系統中，

[16] *Utopie*, No. 1, 1967, pp. 91-107. 這份刊物的編輯政策是將評論附在正文之旁，並列而出。關

於這份雜誌的整體路線和布希亞的思想發展間的關係，可參考Gary Genosko, *Baudrillard and Signs, Signification Ablaze*, London and New York, Routledge, 1994, pp. 166-168. 布希亞本人曾表示這是一本「境遇主義者式的刊物」(*genre situationniste*)。

將有一個項，因為時新，而會在策略運用上成為有價值的項，而宰制階級便將它取來，作為其地位的表徵記號。這便是他所謂的「階級的文化系統策略。」對於理性的尋求，由於受到這個階級策略的破壞，其結果反而「正是在加強非理性邏輯。」物品過時程序的加速和對於功能性尋求中，非理性力量所產生的折曲作用，正是《物體系》中討論的現代物品的兩大特徵。

布希亞還在《烏托邦》中刊出了兩篇文章：〈遊戲心態與警察〉及〈技術的社會實踐〉。^[19]前一篇是有關法國 68 學運的思索，後一篇（寫於 1968 年 3 月）則在討論技術的現實和其社會學老師亨利·勒費伯禾(Henri Lefebvre)的一句革命口號：「所有的技術為日常生活服務！」

最後還要一提的是，《物體系》原為布希亞的博士論文（1966 年通過），勒費伯禾即是其指導者。而另一方面，羅蘭·巴特也是布希亞這時的重要影響來源。^[20]1962-63 年間，巴特在高等實踐學院所開第一年討論課即以「物的體系」為名，而布希亞赫然在座！^[21]然而，一但我們進入這方面的

[19] "Le ludique et le policier," "La pratique sociale de la technique," *Utopie*, No. 2/3, 1969, pp. 3-15, 147-155.

[20] 布希亞在一次訪談中回憶說：「的確，沙特曾經有重大的影響，但 60 年代又有別的影響出現，來自巴特。我發現了巴特，而且和他一起工作，立即發現更為有趣。我的意思不是說他更為重要，而是要說他更令人著迷。巴特提供了一個更未經人探索的處女地。從那一點開始，所有的事都改變了。」"I Don't Belong to the Club, to the Seraglio," in Mike Gane (ed.), *Baudrillard Live. Selected Interviews*, loc. cit., p. 20.

[21] Roland Barthes, *Oeuvres Completes I*, Paris, Seuil, 1993, p. 1153. 巴特當年的課程全名為「當代符號意義組構系統目錄：物的體系（衣服、食物、住屋）」(Inventaire des systèmes contemporains de signification: systèmes des objets (vêtement, nourriture, logement))。和布希亞同時在座的還有 Lucile Baudrillard, Luc Boltanski (社會學家), Olivier Burgelin (流行史家), Jacques-Alain Miller (拉崗之婿及學派繼承人), Jean-Claude Milner (語言學家) 等人 (括弧中為他們後來的身份)。前面提到的小說家 Georges Perec 後來也參加了巴特的討論課。

探索時，我們即是在《物體系》的中心地帶作解讀了。即使我們有理由選擇勒費伯禾和巴特作為討論的引導線索，但這仍是一個選擇。為了遵守我們在一開始立下的遊戲規則，這部分還是放在書末的「一個閱讀」之中來進行吧。

現在，應該是這本書面對讀者，去為自己辯護的時候了。

林志明

P.S.

這本譯作，由1993年3月進行到1996年8月，終於得以完成。如果把我的高等社會科學院進行的碩士階段研究作為醞釀期加入，可以說它是留法六年來的成果之一。最先要要感謝的，是支持我，辛苦的母親。這本書應該獻給她。

在翻譯的過程中，點點滴滴，許多人都加入了他們的支持、知識和智慧。特別要提到的，是友人紀明輝在德文方面的協助和一般哲學見解上的討論，使我受益良多（比如透過他，我才更進一步瞭解到在本書中，有關海德格思想的隱藏脈絡）。在巴黎學習哲學的舒正光，學習建築的徐慧民和關偉強也曾經讀過譯文的部分篇章，提供了寶貴的意見，亦在此一併致謝。他們因為讀譯文，對本書和布希亞產生的興趣，也使我感到鼓勵。當然我也要謝謝我的論文指導老師 Jacques Leenhardt 先生，他的指導使我對法國當代知識界內含的爭論焦點，有了更深入的認識。也謝謝所有提供各式各樣語言和百科知識協助的異國友人。

導論

試想，是否有可能將人類製造的繁多物品進行分類？有如草木蟲魚一般，區別為熱帶性、冰河性；標識其突變類型，或面臨絕種的品種？在都市文明裡，一代一代的產品，機器或新奇無用的玩意兒，層層襲來，前仆後繼，相互取代的節奏不斷加快；相形之下，人反而變成一個特別穩定的種屬。細思之下，其實這種增倍繁衍的現象，和自然界無可盡數的種類相比，並不顯得特別出奇。然而，自然界的種種生物的鑒別分類，人已經做到了。甚且，在有系統進行這項工作的時代，人類也透過百科全書的方式，將各種實用物品及其相關技術，進行詳盡的分類記載。自此之後，平衡的狀況就中斷了：日常生活中的物品（這裡我們且不提生產機器）不斷地繁衍，各種需要也一直增加。製造界不斷地加速它們的生死週期，人的語彙便顯得不足以應付。有可能對這種朝生暮死的物世界作成分類，進而完成一個描述體系嗎？然而，分類標準的數目可能就會和要被分類的物品數目不相上下：大小、功能化程度（物和其自身的客觀功能間關係）、與物相關的手勢動作（豐富或貧乏，傳統與否）、外形、壽命、在一天裡出現的時刻（是否間斷地出現，以及我們意識到它的存在與否）、它所作用的物質（對於磨咖啡器，這一點很明顯；但如果是鏡子、收音機、汽車呢？然而，所有的物品都作用並轉化某種東西）、使用時排它性或社會化程度（個人的、家庭的、公衆的或是與此無關），等等。事實上，對物這樣一個持續突變及擴展的集合而言，以上這些分類法都顯得武斷瑣碎，比選擇 abc 字母順序好不到那裡去。比如《聖艾蒂安市武器製造廠目錄》（*Catalogue de la Manufacture d'Armes de Saint-Etienne*），^[1]雖然在結構上有問題，卻

給我們提供了一種次分類的可能，然而這份目錄只是針對可以用功能區分的物品進行分類：每一件物品代表一種功能，其分類常是微細而不規則的、毫無建構意義系統的企圖。^①在一個比較高級的層次，可以發現齊革飛·基第翁(Siegfried Giedion,《機械化程序奪權主宰的無名史》[*Mechanization takes command*], 1948),^②其作品同時是物品功能性、形式及結構性的歷史演變分析；這是一篇技術物品的史詩，並且能標明和技術沿革相應的社會結構變化，然而卻不回應人對物的真實生活體驗問題，及物如何回應功能性需求以外的其它需求的問題，最後它也不能分析和[物的]功能相牽絆又相抵觸的究竟是何種心智結構，也就是不能圓滿回答我們對物的日常生活經驗究竟是建立在何種文化的、亞文化的或超文化的系統上(système culturel, infra- ou transculturel)。以上便是我們這本書所要提出的問題。我們分析的對象不是只以功能決定的物品，也不是為分析之便而進行分類之物，而是人類究竟透過何種程序和物產生關聯，以及由此而來的人的行為及人際關係系統。

對於這個物的結構語意系統(système “parlé”)^③的研究，也就是對物

①不過就目錄本身而言，其存在本身就已經充滿意涵：以其想要搜羅窮盡的技術分類計劃來看，這本目錄有十分強大的文化意義：也就是說，此目錄之為物，可以「翻閱為樂」，有如一本精彩的手冊，故事書或是菜單等等，而我們今天必須通過目錄來接近物。

[1]聖艾蒂安市(Saint-Etienne)為法國中部羅亞爾河省首府。十六世紀起，該市的武器及盾甲製造即已聞名全歐。十八世紀，該市的武器製造進而成為公營性質。1931年聖艾蒂安市器械廠出版了一本50週年紀念目錄，計有792頁之多。

[2]基第翁(Siegfried Giedion)於十九世紀末生於瑞士，1968年去世。二零年代曾與包浩斯運動創始人Walter Gropius合作，並與法國建築大師柯比意(Le Corbusier)創立國際現代建築大會(CIAM)。他的教學生活主要集中在蘇黎世技術學院及哈佛大學之間。《機械化程序》一書一直到1980年才由麗華度中心出版法譯。

所安設的一套或多或少合理一致的意義構成系統的研究，必須假設在物的結構語意系統之外，有一個可與其分離的層次。此層次的結構更為嚴謹，並將超越功能描述的範圍之外 [，它便是]：科技層次。

這裡定義的科技層次是抽象產物：在日常生活裡，我們對物的科技現實可謂毫無意識。然而此一抽象性卻是基本的現實：科技主導著環境的重大變革。甚至這樣說都不會顯得奇怪：物品最具體的一面便是科技，因為科技演進和物的結構變化實為一體。嚴格地說，物的科技層次變化是本質的(essentiel)，而物在其需求及實用的心理或社會學層面的變化則是非本質的(inessentiel)。對於物的心理或社會論述都會不斷回推到一個更緊密一致，並且與個人或集體論述皆無關的層次，也就是說，物的科技語言結構(langue)。我們必須要由技術模型緊密一致的結構層次出發，才能理解為何物會被生產及消費、被擁有及被個性化(personnalisés)。

因此，在研究之初，界定物的理性層次，也就是物的客觀科技結構化過程，這個工作是十分要緊的。我們可以拿吉貝·西蒙東(Gilbert Simondon, ^[4]《技術物的存在方式》(*Du mode d'existence des objets techniques*), Aubier 出版社, 1958) 所討論的汽缸作例子：「目前發展的汽缸裏，由於在能量交換的過程中，每一重要零件都和其它零件緊緊相扣，使得每一零件

[3] parole "parlante" (活生生的創造性語言) 和 parole "parlée" (被結構的語言) 為法國現象學哲學家梅洛-龐蒂(Merleau-Ponty) 的一個區分。參見其《知覺現象學》(*La phénoménologie de la perception*, 1945) 及《記號》(*Signes*, 1960)。

[4] 吉貝·西蒙東(Gilbert Simondon) 1924 年生於法國聖艾蒂安市 Saint-Etienne, 1989 年去世。其重要出版著作除本書外尚有《個體及其物理生物學生成》(*L'individu et sa genèse physico-biologique*, 1964)。西蒙東對技術文明的思考在其死後反而受到重視。可參考 1990, *Cahiers philosophiques*, no. spécial; 1993, *Actes de colloque international, Rue Descartes*; 1993, Gilbert Hottois, *Simondon et la philosophie de la "culture technique,"* éd. De Boeck, Bruxelles.

都顯得無可取代…比如汽缸蓋以其形式及金屬材質，和其它爆炸循環的元素相互作用關係，製造出火星塞電極所需要的溫度；而反過來，這個產生出來的溫度，又作用到點火及整個爆炸過程。

「現今的汽缸是具體的，老式的汽缸則是抽象的。老式的汽缸裡，每一個單元只在爆炸循環的某一段落裏作用，之後便〔退隱一邊〕不再作用於其它零件；老式的汽缸裡零件就像輪班上陣的工人，彼此並不認識…如此技術物可說有一種原始形式——即抽象形式——其中每一個理論或物質單位都被當作一個絕對本位來處理，其功能也因此必須是在封閉系統裡完成。在這種情況下，如何整合便產生了一系列有待解決的問題…在這種情況下就出現了一些特殊的結構，我們可將之稱為每一個組合零件的防禦結構：比如內燃機的汽缸蓋上便佈滿了散熱板。這些散熱板便似由外部強加在汽缸及理論的汽缸蓋上，而且僅具有一個功能，即幫助冷卻。近來的汽缸便不同了，其中的散熱板除了機械上的功能外，還可以像一排加強肋一樣，保護汽缸蓋不受瓦斯的衝撞變形…兩個功能已經變得難分難解：結構是一個整體，不是各部分的折衷，而是各部分的相伴相隨及合同協力：加了肋條的汽缸蓋可以因此修薄，其厚度的減少又可加速冷卻；於是這個散熱板／肋條的雙重結構，便可以用令人滿意的綜合方式來同時完成過去相分離的兩個功能：它用超越的方式來進行整合…我們認為這樣的結構比它前一代結構更為具體，同時符合技術物品的客觀進步：因為真正的技術問題，其意義為不同功能在同一元件中的整合，而不是在相衝突的要求中尋找妥協。甚至，在這個由抽象邁向具體的步驟中，技術物可說是傾向於發展一個完全一致而且完全統一的系統。」（頁 25-26）

這樣的分析是本質性的：它展現給我們看的是從來不存於具體生活經驗、從來不可能在實作中認知的一致性元素。科技向吾人訴說物的一篇嚴謹歷史，其中，功能的衝突在更廣闊的結構中得到辯證性的解決。每一系統演變朝向一個更好的整合，每一結構完成的系統，其中位置的變化，及

每個功能整合的過程，都會產生新的意義，也就是說，獨立於改造系統者的一種客觀效力：要知道，我們在這裡討論的是一個類似於語言結構的抽象層次(langue)，因此我們可以類比語言學中的音素(phonèmes)，^[5]將這些簡單的技術元素稱為「技術元」(technèmes)——以有別於真正的物——由此我們可以認為，技術演化便是在它們的排列變化的基礎上進行。我們可以在這個層次上設想技術的結構研究，探討「技術元」如何具體地組成高複雜度的技術物，也可以在簡單的技術集合——有別於真正的物——研究其相互組合的句法(syntaxe)，也可以研究種種物品和組合間的意義。

然而，嚴格地說，這樣的學問只適用於有限的領域：實驗室的研究及高科技的進展，比如航空工程、太空科技、航海科技、運輸大卡車及其它高度發展的機器等。在這些領域裏，技術發展的急迫需要深刻地凸顯結構要求，而其集體的、非個人化的特性也使流行的影響力降到最低。比如汽車的狀況是把變化改進的精力完全消耗在玩弄外形的遊戲上，但仍然保留低程度的技術地位(水冷卻、內燃機動力等)，航空工業就相反，因為它被迫必須發展最具體的技術，以符合功能上的考慮(安全、速度、效率)。在這類情況中，技術發展依循的是一條幾乎純潔無瑕、不受干擾的道路。可是我們很清楚，要瞭解日常生活中的物體系，這一類技術結構分析將是破綻百出、效力薄弱。

我們可以夢想，對技術元和它們之間的意義關係，進行一種無遺漏的描述，便足以完全說盡真實物品構成的世界：然而，這只是一個夢想。這種嘗試就像把技術元當作天文學中的星星一樣利用，也就是柏拉圖所說的，「像是幾何學中的圖形，不要去管天上到底發生了什麼事，如果我們想成

[5] langue (語言結構) 和 parole (言語使用) 是結構語言學中的基本劃分。其中結構屬於虛擬層面，使用則屬於實現層面。結構為許多相互關連，而且因為相互不同才產生意義的元素所組成的系統。音素在語音學上正是這樣的一個結構面的元素。

為真正的天文學家，並且想由我們的靈魂聰明的部分得到一些益處的話，」（《理想國》〔*La République*〕，I, VII）它會馬上在物品真實生活中的心理學和社會學現實上遇到困難，因為後者在物品的感官物質性之外，形成了一個有約束性的整體，並使得科技體系的合理一致性持續受到改變和干擾。我們在此感到興趣的，便是這種干擾：物品的合理性和需要的不合理性如何大起爭執，而這個矛盾又如何引出一個前來解決它的意義構成體系，而不是科技模型，因為在它雖有它基本的真理，物品的生活體驗真象卻持續地和它分離。

我們的實用物品都參與一到數個結構性元素，但它們也都同時持續地逃離技術的結構性，走向一個二次度的意義構成，逃離技術體系，走向文化體系。在很大的一部分，日常生的環境仍是一個「抽象的」體系：普遍地來說，許多物品都在它們各自的功能裏相互隔離，是人依他的需要，使它們共存在一個功能化的環境裏，這樣的體系，經濟性低、一致性也不高，就好比引擎的古老結構：局部的、有時互不相干的或相互掣肘的功能的組合。同時，當前的傾向完全不在解決此一不諧調狀態，而是用新的物品來回應接續而來的需要。如此便造成以下的結果：每一個被加在別的物品之上的事物，可以完成他自己的功能，但對全體則是一種阻礙，有時候呢，它既幫助又阻礙它自己的功能。

更有甚者，形式和技術的引伸義（connotation）^[6]還會增益功能上的不和諧，也就是整個需要的體系——社會化或潛意識的需要、文化或實用的需要——整個生活體驗的非本質（inessentiel）體系反過來影響技術的本質（essentiel）體系，並損害了物品的客觀身分。

[6] connotation 是巴特（Roland Barthes）記號學時期（《神話學》〔*Mythologies*〕，1957-《流行的體系》〔*Système de la Mode*〕，1967）的主要研究對象，指的是一個潛在的、引伸的意義，巴特認為這便是現代神話的基本作用處。布希亞在此沿用了這個想法，將物品在技術結構面的意義當作它的本義（dénotation），其文化面意義當作引伸義，並研究兩者間的矛盾。

舉一個例子吧：在一個磨咖啡機中，「本質必要的」和結構性的部分，因此也就是最具體客觀的部分，是它的電動引擎，是發電廠提供的能量，是能量生產和轉換的律則——但因為與特定個人的需要相聯而成為比較不客觀的部分，正好是它作為磨咖啡機的本身——一點也不客觀，因此非屬本質必要的部分，在於它是綠色長方形，或是粉紅色梯形。一個同樣的結構，比如電動引擎，可分化成為各種功能：功能的差異化本身已經是二次度的[層次]了（也就是在這裏，它墮落於趣味發明[gadget]的不一致性之中）。同一個功能—物(objet-fonction)本身又可以分化為不同的形式，這時我們是在「個性化」(personnalisation)和形式引伸義(connotation formelle)的領域裏，也就是在非本質必要者的領域裏。然而，工業產品之所以和手工藝品不同的地方，便在於非本質必要的部分，不再留給偶然或個人的執行來處理，而是由生產體制來進行系統化的處理，^②而生產體制便是透過這一點（以及流行的普遍排列組合）來維持它自己的目的性。

也就是因為這種錯綜盤纏的複雜過程，使得技術領域自主化的條件，也就是說對物的領域進行結構分析的可能性，和語言領域有所不同。如果我們排除純粹的技術物品，（因為作為主體，我們和它們從無關聯），我們便可觀察到兩個層次的存在，那便是客觀本義(dénotation)和引伸義(connotation)層次（透過後者，物品被心理能量所投注、被商業化、個性化、進入使用，也進入了文化體系）；這兩個層次，在目前的生產和消費的狀況中，並不像語言學中的語言結構(langue)和言語使用(parole)一樣，可以截然劃分。科技層次並沒有結構自主性，就好像「言語事實」(les faits de parole)（在這裏是作為使用言語的物品〔objet “parlé”〕）在一個物分析

②由必要到非必要之間的轉換本身，今天也相對地系統化了。這種非必要部分的系統化，有其社會學和心理學面向，它也有一個社會整合的意識形態功能（請參閱〈模範與系列〉一章）。

中，並沒有比它們在語言事實分析中那麼大的重要性。如果說，發出捲舌或濃濁的 r 音，在語言結構分析中不會改變任何結果，也就是說，如果引伸義不會干擾本義的結構，物品的引伸義則會明顯地加重和改變技術的結構。和語言結構不同的是，科技並不構成一個穩定的系統。相反於字元 (monèmes)^[7]和音素 (phonèmes)，技術元處於持續的演變狀態。然而，由於科技體系，透過它的不斷革命，便是如此地融入於「說出」它的實用物品的時間之中（語言結構也是如此，但程度小得多了）——由於此一體系的目的是在於宰制世界和滿足慾望，與以溝通為目的的語言相比，它比較具體、比較難以脫離實踐——最後，由於科技嚴格地依賴科技研究的社會條件，因此也就依賴生產和消費的全面體制，而語言結構一點也沒有受到這種外在約束的影響——所有這些因素都導致物的體系和語言結構的體系相反，如果要科學地去描述它，只有，在同一個行動中，把它當作一種由實踐體系持續干擾技術體系的結果。唯一能夠說明其真相的，並非技術的合理一致的體系，而是實踐對技術的影響模式，或者更精確地說，是技術被實踐卡住 (enrayage) 的模式。一言道盡，物的體系的描述，一定要伴隨著體系實踐的意識形態批評。在科技的層次，並沒有矛盾，有的只是意義。但人文科學只能是意義和反意義的科學：一個合理一致的科技體系如何擴散於一個不一致的實踐體系之中，物品的「語言結構」如何被「說出」，以致於使得此一「言語使用」（或說是語言體系和言語使用的中間物）的體系足以阻塞語言結構？最後，要問的不是物的體系的抽象一致性，而是它被實際體驗到的矛盾，究竟位於何處？③

[7] monèmes 是法國語言學家 André Martinet 使用的一個術語，指一個意義的最小單位。它的意義接近 morphèmes，後者指的是一個字在字形構成 (morphologie) 上的結構性元素，比如 objet 大致可以拆解為 ob (意為在前) 和 jet (意為投擲) 兩個元素。和音素一樣，它們的決定都來自意義和其變化的有無作標準。

③以這個區別為基礎，我們可以在物的分析和語言學，或者毋寧是和記號學之間，進行一個十分接近的比較。我們在物的領域所稱的邊緣性或非本質必要差異，和記號學所引入的一個概念類似，那便是「離散場域」(champ de dispersion)：「離散場域由一個單元（比如一個音素）施行上的各種變化所構成，條件是這些變化不會帶來意義更動（也就是說它們還未能晉昇到中效變化的地位）……比如，我們可以在食物的領域裏，談一道菜的離散場域，也就是不論施行者的「奇想」如何，這一道菜還能擁有意義功能的範圍。構成離散場域的變化，稱為排列組合變項(variantes combinatoires)；它們並不參與意義的變化連繫(commutation)，它們並不是中效的……長期以來，我們一直認為這些排列組合變項是言語使用層次的事實：當然，它們十分地接近言語使用，不過現在只要是一個這的變項是「有強制性的，」我們便把它當作是「語言結構層次的事實。」（羅蘭·巴特，*Communications*, No. 4, 頁128）。而且巴特還說這個概念未來有希望成為記號學的中心概念，因為這些變化在本義層面沒有意義構成功能，可是在引伸義層面可以再度成為具有意義構成功能。

我們可以看到，在排列組合變項和邊緣性差異(différence marginale)間具有深刻的類同性：兩者都與非必要者相關，在意義構成上都不具效力，屬於排列組合體系，而且其意義位於引伸義的層次。但主要的差別在於，如果排列組合變項外在於且無關於記號學的本義層面，邊緣性差異則永遠不在「邊緣」。因為科技層面並不像語言結構[先]為語言所規劃出的固定抽象方法程序，再接著以引伸義變化進入真實世界，科技是一種演變中的結構圖式(un schème structurel évolutif)，而引伸義(非必要的差異)會將它固置、套式化，並使它退化。技術的動態，在物品層次，被凝固於文化體系的差異化主體性之中，而此一狀態本身又會在技術體制身上產生反響。（譯註：作者所引巴特文章原題〈記號學要素〉[Éléments de sémiologie]，後來收入 Roland Barthes, 《記號學冒險遊歷》[*L'aventure sémiologique*]，Paris, Seuil, 1985, pp. 17-84。中譯有兩個本子：李幼蒸，《符號學原理》，北京，三聯書店，1988；董學文、王葵合譯，《符號學美學》，瀋陽，遼寧人民出版社，1987。）

A | 功能性系統或 客觀論述

I. 擺設的結構

傳統環境

組合傢俱的方式是一個時代，家庭和社會結構的忠實形象。典型的布爾喬亞室內表達了父權體制：那便是飯廳和臥房所需的整套傢俱。所有的傢俱，功能各異，但卻能緊密地融合於整體中，分別以大餐櫥 (buffet) 和 [位於房中央的] 大床為中心，環佈散置。傾向在於聚積，佔據空間和空間的密閉性。功能單一、無機動性、莊嚴巍然、層級標籤。每一個房間有其特定用途，配合家庭細胞的各種功能，更隱指一個人的概念，認為人是各別官能的平衡湊合。每件傢俱互別苗頭，相互緊挨，並參與一個道德秩序凌駕空間秩序的整體。它們環繞著一條軸線排列，這條軸線則穩固了操守行止的時序規律：家庭對它自身永久保持的象徵性的存在。在這個私人空間裏，每一件傢俱、每一個房間，又在它各自的層次內化其功能，並穿戴其象徵尊榮——如此，整座房子便圓滿完成家庭這個半封閉團體中的人際關係整合。

以上所述構成一個有機體，其結構為建立在傳統及權威上的父權體制關係，而其核心則為連繫各成員的複雜情感關係。這個「溫暖的家」^[1]乃是一特殊空間，它並不重視客觀的佈置，因為在其中，傢俱和物品的功能首先是作為人與人關係的化身，並且要居住它們共享的空間，甚至要擁有靈

[1] 法文 foyer 一字同時有火爐及家庭之意，故作此譯。

魂。①它們生活其中的真實向度受到它們所要表達的道德向度緊緊束縛。在這個空間中，它們的自主性低，這就好像家庭的各個成員在社會中一樣。人及物甚至緊緊連繫，使得物因此得到一種密度、一種情感價值，那也就是我們習稱的物的「臨在感」(présence)。使得我們童年的房子產生深度感，並且使它在回憶中具有穩定和高頻率出現的特質(prégnance)，^[2]其原因顯然來自這個複雜的內在性(intériorité)結構，在這個結構中，物品組合起來，為我們描繪出一個象徵形式的輪廓，而它便被稱為家宅。內外的界線，及它們在財產權的社會記號及家庭內在性(immanence)的心理記號體制裏，所形成一個純形式的對立，使得這個傳統的空間成為一個封閉性的超越(transcendance close)。好像模擬人形，這裏物品成為家神，在空間中體現了家庭團體的情感關係及永續存在，它們安寧地生活於其不朽之中，直到有一天，過著現代生活的一代，將它們棄置或分散了，或者偶爾地，又使它們在一個由老東西組成的懷舊流行中重獲新意義。就和諸神常有的狀況一樣，傢俱有時也可能擁有一個第二生命，並且由素樸的用途晉入各種文化巴洛克風格的異質組合(baroque culturel)。

以餐廳臥房的整體傢俱為主宰，這個和房子不動產結構相連結的動產結構，仍然是廣告在大量群眾中散播的模範。列維坦(Lévitán)和巴貝斯廊(les Galeries Barbès)這兩家店對集體品味提供的一直都是「裝飾風」的傢俱組合典範，即使它們的產品在外形線條上已經有了「風格化」處理，而

①它們可以有品味和風格，也可以沒有。

[2]來自德文 prägen，原意為「壓印」(empreindre)。此處應作格式塔心理學用語，意指一些形式在知覺呈現中，具有自發及有力地強制性等品質，比如簡單對稱的幾何造形。德國學者 Max Wertheimer(1880-1943)曾依此提出一個「良好形式理論」，認為所有的「格式塔」(全形結構)都會傾向成為最有可能的完美的形式。由此格式塔心理學家還提出記憶亦遵守同樣原則。其中一個例子指出可能有意義的字母序列會比完全沒有意義者更容易學習。記憶中的形式保留、部分遺忘、修改等現象亦與此有關。

且產品的裝飾也失去了感情投注。如果這些傢俱有銷路，那不是因為它們比較便宜，而是因為它們身上附載著團體的官方信念及布爾喬亞的贊同。也就是以這個方式，在今日現代社會的許多階層裏，這些「宏偉的紀念性傢俱」(meubles-monuments, 如大碗櫥、床、衣櫃)和它們相互連結的佈置方式，仍回應著傳統家庭結構的持久存在。

純功能解放現代物

隨著個人與社會及家庭關係的轉變，傢俱物的風格也跟著轉變。屋角長沙發、靠角落擺的床、矮桌子、擱板架子、元件傢俱取代了古老的傢俱項目。組織方式也改變了：床隱身為軟墊長椅，大碗櫥和衣櫃則讓位給可隱身自如的現代壁櫥。東西變得可以隨時折曲、伸張、消失、出場，運用自如。當然，這種種創新並非自由變奏：大部份的時候，這些更大的可變動性、互換性、及適時性，只是由於缺乏空間不得不作的調適。貧窮為發明之母。如果說古老的飯廳充滿了沉重的道德規範，那麼「現代」的室內，在它的巧妙發明氣息中，卻時常給人為了功能考慮，草率解決的感受。「風格的缺乏」^[3]首先是空間的缺乏，而百分之百的功能性考慮只是危難時的救急法，因為這時所謂的安身之家，雖然沒有失去它的封閉性，卻已失去了它的內在組織。沒有空間功能轉變的伴隨，又失去了物的臨在感，結構解

[3]「風格的缺乏」(absence du style)為布希亞的社會學老師勒費勃禾(Henri Lefebvre)分析現代社會日常生活的一項重要論點。他認為「日常生活」並不存在於每一個社會和每一個時代之中：「印加人和阿茲特克人的社會，希臘及羅馬的時代裏，生活中的每一細節：比如手勢、言語、工具、家常物品、衣服等，都帶有一個統一風格的印記。…我們的日常生活的特色，反而是對此一逝去風格的懷念(nostalgie)，同時是它的缺乏以及對它頑固的追求。」Henri Lefebvre, *La vie quotidienne dans le monde moderne*, Paris, Gallimard, 1968, p.

體(déstructuration)首要的作用便是貧窮化。

這便是作為系列^[4]的現代傢俱組合所呈現的狀況：結構已被破壞卻未重建——因為沒有任何別的事物出現，前來彌補過去的象徵體系所負載的表達力。然而，進步的確存在：由於這些事物不再行使、也不再象徵道德上的禁制，它們的使用方式更具彈性，因此它們和個人之間的關係更為自由：個人不再經由這些事物的中介緊密地聯繫於家庭。②他在它們的能動性、它們的多功能用途中找到了組織上更大的自由，這一點也反映出他在社會關係中擁有更多不受拘束的空間。然而這也不過是一種部分的解放。在系列生產的物品的層次上，由於缺乏空間上的再結構過程，套用馬克思的區分來說，此一「功能化」演變只是擺脫束縛(émancipation)而不是真正的解放(libération)，因為這只代表**解放了物的功能，而不是物的自身**。這張中性的、輕盈的、可以伸縮折疊的桌子，這張沒有床腳、沒有框架、沒有天篷，好像一張零程度的床，這些造型「純粹」的事物，已經一點都沒有它們應該有的樣貌風態(air)，被化約為一絲不掛的最簡單組構，它們仿佛終結性地俗世化了：在它們身上被解放的，而且透過這個解放程序，在人身上解放的東西(或者反過來說，當人自我解放時，在它們身上解放的東西)，便是它們的功能。在此功能已不再被老傢俱的道德劇場遮蓋隱晦，它擺脫了儀式、標籤，以及一整套使得環境只能是物化人際結構晦暗鏡照的意識形態。到了今天，物品終能明白地透露它們究竟有何作用。作為**功能物**而言，它們是自由的，也就是說它們擁有發揮功用的自由，而且(就系列

[4]系列(série)在此為模範(modèle)的相對項，意指大量機械化生產因此每一單件都同一模樣的現代產品。

②但這裏卻需質疑個人是否反而因此受到物的中介，聯繫於廣大的社會整體。關於這一點，請參考〈模範與系列〉一章。

產品而言)實際上也僅有這個自由。③

然而，只要物還只是在功能中被解放，相對地，人的解放也只停留在作為物的使用者的階段。再說一次吧，這個解放的程序是一個進步，但關鍵時刻還未到臨。一張床只是一張床，而一把椅子也只是椅子：如果它們只是以它們的功能去為人服務，它們之間是不會有什麼關係的。沒有關係，就沒有空間，因為只有透過由一組物品間的相互關係及它們在這個新的結構中對功能的超越，才能打開、喚出、標出節奏、擴大空間，並同時使空間因此存在。就某種角度而言，空間才是物的真正自由，而功能只是它的形式上自由。布爾喬亞家庭的飯廳是有結構的，但這是一個封閉的結構。功能化的環境比較開放、比較自由，但它的結構遭到破壞，被割裂為種種功能。在這兩者之間，也就是在完整一體的心理空間和割成碎片的功能空間的頓挫轉合之間，系列性產品在其中運動，成為兩者的見證，而這個狀況甚至時常在同一室內中發生。

模範性室內

元件

既非受到限制的外在性，亦非作為避難所的內在性，這個百覓不得的

③同樣地，布爾喬亞革命及工業革命漸漸地使人由宗教、道德、家庭的連繫關係中解脫出來，使他在應然面邁向通往作為人應有的自由，然而在實然面卻只得到作為勞動力的自由，也就是將自己作為勞力出賣的自由。這並不是一個巧合，而是一個深沉的關聯。「功能化」的系列產品和社會中的個人一樣，只是在它們客觀的「功能面」上受到解放，而不是就其個殊性，或其作為物或人的整體得到解放。

空間、這個自由、這個在系列產品中由於必須臣服功能要求而無法出現的「風格」，我們卻可在模範性的室內裏發現它。也就是在這兒，才出現一個新的結構和一個有意義的演變。^④

翻閱一下這些豪華的雜誌，比如《法國住宅》(*Maison Française*)、《傢俱與裝潢》(*Mobilier et Décoration*)等等，^⑤我們可觀察到兩條主題的交替輪換：一方面是無可比擬的家宅，這是以崇高為範疇的主題，如十八世紀的古老宅邸、佈置奇妙的別墅、以紅外線加熱而又佈滿伊特魯利亞(*étrusques*)小塑像的意大利花園，簡言之，便是獨一無二者構成的世界，而這個世界(至少在社會學的合理範圍內)只能逼使人進行無奢望的觀想。這些是貴族風的模範，它們同時也以其絕對價值，支撐另一主題——現代室內裝潢。在這個層次出現的物品和傢俱，雖然具有高超的「地位」(*standing*)，卻有一個社會學意義的效果，它們不再是無法商業化的夢想創造，它們其實是嚴格意義下的模範(*modèles*)。這裏觸及的已不再是純藝術，而是一個(至少就其潛能而言)讓整個社會都感到興趣的領域。

此一前衛傢俱設計的組織佈置方式，依循一項基本的對立展開：元件／座位(*éléments/sièges*)，在實用上它所遵循的金科玉律則是擺設整理(*rangement*)，或者換句話說，是一種句法演算(*calcul syntagmatique*)，而其相對項，如同座位相對於元件，正是氣氛(*ambiance*)這項一般性概念。

「特克馬：可伸展、可重疊元件，可變形、並可加大；各元件關係和

④ 這個演變因此只是在一個特權的階層裏進行。一個有人數有限的團體可以享有一個具體的自由，透過其物品和傢俱作自我表達，並進而成為整個社會的模範，這已構成一個社會學問題和社會問題。但這個問題將在它處受到討論(〈模範與系列〉一章)。

⑤ 專門談系列產品的雜誌根本無法想像：就此我們有的只是目錄。

諧，可作完美的同質組合；實用設計，適應所有現代生活要求。可依您所有的需要變化：書架、吧台、收音機櫃、衣櫥、吊衣架、寫字檯、矮碗櫃、抽屜衣櫃、碗盤櫥、玻璃櫃、文件櫃、伸縮桌。

特克馬有兩種材質：油柚木或清漆桃花心木。」

「**奧斯卡**：請用您自己的雙手來組合您自己的**奧斯卡**世界的氣氛！引人入勝，前所未見！**奧斯卡**是元件組合遊戲的傢俱大觀。

請您前來發現這項樂趣，親手組合您的傢俱的縮小模型，立體、彩色且配合您的手掌大小！您可在家隨時隨地創造、變形！

一切滿意再訂購，**奧斯卡**傢俱，您個人的獨創，將成爲您家庭的驕傲！」

「**個人專利**：**個人專利**組合傢俱是表達您個性的最佳良伴。高品質木器組合、擁有柚木或馬可雷木(makoré)兩種材質，四面隱形接榫，可作無限組合，是真正適合您的品味、空間和需要的傢俱。

每一單件都有多重組合可能：您可以隨意調整，在家中創造出所您夢想的精緻氣氛。」

在這些例子裏，我們看到功能物所帶來的超越，乃是邁向一個全新的實用考慮組織體制。象徵價值、使用價值，在此皆爲組織價值所掩蓋。老傢俱的實質(substance)和形式(forme)被決絕地放棄了，以便以一個極自由的功能遊戲取代之。我們不再賦與物品「靈魂」，物品也不再給您象徵性的臨在感：關係成爲客觀的性質，它只是排列佈置和遊戲的關係。它的價值也不再屬於本能或心理層面，它只是策略(tactique)層面的價值。向您發出訊號的，只是您在遊戲每一步驟中的差異和構想策略時的基本設計，而不是獨特關係中的秘密。一個基本的閉鎖性格已被揭去，正和社會及人際結構中明顯的變動相平行。

牆壁與光線

連房間與家屋本身，都開始超越由牆壁形成的傳統界線，及其劃定的庇護性空間。房間成爲相互開放、相互連通，房間本身也分割爲各種角落、個個界線模糊的地帶、流變不定的區域。房間進入了自由化的程序。過去，光由外面進來，停留於事物之上，但事物「仿佛由內」照亮，這時，窗戶成爲光和空氣出現時的必經孔穴。如今，更簡單的方法，則是根本取消窗戶，並使得自由出現作用的光線，成爲運算事物存在的普遍函數。正如同物品失去了它作爲基底的實質、包裹在外的形式，及由此而來，人在物和自我形象間所作的連繫：如今，空間在物品之間自由地遊戲，並成爲物和物之間關係及「價值的普遍函數」。

照明

同一類演變中，有許多細節頗富意味：比如遮除光源的傾向。「天花板向後退，在其邊緣隱蔽著成排的照明霓虹燈，以便實現遮隱式的全面照明。」「以數處隱蔽式光源塑造均勻照明：在透明窗簾沿線的天花板內縫裏、沿傢俱背上邊緣、位於高置壁櫥下方等等。」好像光源仍可以令人回想起事物的根源。即使它不再由天花板照亮家庭的圈圍，即使它已被分散減弱，它仍是事物擁有特權的親密性記號，它仍然賦予事物獨特的價值，它創造了陰影，它構織了臨在感。我們可以瞭解，爲何一個傾向單純和同質元件客觀運算的系統，會亟想將其遮除，因爲它乃是表達目光或慾望使得事物能由內發光或擁有象徵封套的最後記號。

鏡子與畫像

另一個徵兆：鏡子在室內空間中消失了。鏡子的形上學早已傾竹難書，至於鏡子的社會心理學卻仍待建立。傳統農家中沒有鏡子存在，或許甚至是害怕它吧：鏡子有一點像巫婆。在布爾喬亞家中正好相反，在牆上、衣櫥上、餐櫥碗櫃上，還有彫花鑲板上處處佈置繁衍玻璃鏡子；這種作風還遺留在今天的大眾化系列傢俱設計中。作為光源而言，鏡子可說是一個房間的重點。就是因為這個特點，在優渥人家的家僕群^[5]中，鏡子的角色，是在各處表達一個意義反覆、豐饒有餘、反映反射的意識形態：此物特具豪華富饒地位，因為一位自尊自重的布爾喬亞，可在其中發現將自我外貌繁衍增殖的特權，亦可玩賞其家產。更一般地說，鏡子屬於象徵層次，它不只反映個人的特徵，它的生成發展也和個人意識的興起相隨。因此，它實際上是受到一整套社會體制的認可：如果，路易十四的世紀歸結於凡爾賽宮的鏡廊，這絕不是偶然的，而且，如果，較近代以來，也就是說由拿破侖三世第二帝國風格到廿世紀初的現代風格(Modern Style)，鏡子在公寓裏大量出現，和布爾喬亞意識中偽善風氣的盛行，兩相符合，這也不是偶然的。然而，如今情況已不相同。在當代以功能為主導的傢俱組合中，已不能再為反射而反射。鏡子當然繼續存在：但它現在只是在洗手間裏，執行其基本功能，而且不再鑲框。鏡子現在既然只為社交要求的衣冠整齊提供功能明確的服務，它便由家庭主體性所要求的優雅和權勢中解放出來。這

[5] 法文 *domesticité* 在此意指一個家宅中的全體僕從。在這個隱喻中可以看出，作者分析物體系轉變的一條主軸，即人與物關係的轉變，正平行於馬克思分析前資本主義到資本主義體制演變中，人和人的社會關係轉變，由封建時代主奴間的緊密的相對義務，演變為勞動力買賣計算的主僱契約關係。主人過去在(作為奴僕般的)物品身上投射主觀價值，如今，則轉變為兩者之間功能計算調配的抽象關係。

麼一來，別的物品也掙脫了鏡子的束縛，不再受其誘惑，去和它們的影像共同生活在封閉循環之中。鏡子其實是空間的終結，它預設牆的存在，並且反射物品到房間的中心；房間裏鏡子越多，其內部就越光彩輝煌，但也就更加自我封閉。目前的趨勢與此背道而馳，講究的是增加房間開口及廣設透明帷幕。(甚且，鏡子所容許的假像，和當前材質所強調的坦白性格，正相違背。)某種圈圍已被打破，而且我們還得認識到，現代秩序的作為的確符合邏輯，因為它不但消除了室內位居中心或過於明顯的光源，又在這麼作的同時，也把反映這些光源的鏡子取消，也就是說，把中心和對中心的回歸同時取消。它這樣一來，室內空間亦由過去的內向斜視(strabisme convergent)中解放出來，因為以布爾喬亞的意識為榜樣，由於鏡子的作用，那時室內裝潢像是患了鬥雞眼一樣自我對視。^⑥

和鏡子的發展相平行，還有一個東西也不見了：那便是全家福畫像、臥室中的結婚照、在客廳中的一家之主全身或半身肖像、用框裝幀並隨意攝得的小孩臉孔。這些事物，可說構成了家庭裏一面時間的鏡子，它們也和真正的鏡子一樣，在某一程度的現代性中便須消失（目前此一現代性的傳播仍相對薄弱）。即使是藝術品，不管是真蹟或複製，也不再以一種具有絕對性價值的地位，而是以一個組合元件的模式進入其中。版畫在目前的裝潢藝術中大受青睞，遠勝繪畫，原因之一，便在於它的絕對價值較小，而組合價值相對地提高。難逃燈與鏡的命運，任何事物都不該再成為密度過高的聚焦點。

⑥鏡子有時會再回潮，但這時是乘著文化的巴洛克風格流行而來，成為二次度事物：如浪漫風的鏡子、古鏡、哈哈鏡。它的功能已不再相同，我們將在後文討論古物的架構裏討論它們。

時鐘與時間

現代室內空間裏，還有另一個幻象也結束了它的運數：那便是時間的幻象。一個基本的物品消失了：那便是大掛鐘或座鐘。如果說，就像我們都記得的，在農舍裏，佔中心位置的是爐火和壁爐，大掛鐘在此也是一個威嚴莊重、生氣蓬勃的要素。布爾喬亞或小布爾喬亞的家庭中，大掛鐘變成了大理石壁爐上擺設的座鐘；再上頭呢，則經常是一面大玻璃鏡——這一個整體可說是布爾喬亞家庭的非凡象徵縮影。原因在於，時鐘在時間中的地位和鏡子在空間中的地位相仿。如果說，和鏡像的連結關係會造成封閉性，仿佛空間的內向投射(introjection)：^[6]那麼時鐘，和常識設想的相反，其實是永恆的象徵，時間的內向投射。農家大掛鐘廣受蒐藏，正是因為它們穩穩地把時間接收在一件家俱的親切感中，世界上再沒有比這更能令人感到安心的事了。時間的計算，如果是用來給我們編派社會性事務，便會令人焦慮；但如果它是把時間轉變為實質，繼而將其切割，有如可以消費的事物，這時它帶來的反而是安全感。所有人都曾感覺過，座鐘或大掛

[6] Introjection 一字來自拉丁文 intro (內) 和 jacere (投射) 之組合，故譯「內向投射」。此字為心理分析名詞，意指某一對象之形象，或其部分、品質，被吸收於自我和超我中的無意識過程。此字為佛洛伊德弟子費南茲(S. Ferenczi)發明，並為佛洛伊德引用。拉崗曾分析「內向投射」為「認同」程序的基本元素。作者在此以隱喻方式使用此字，指出分析者反轉觀點，看到鏡子在「反射」功能之外，仿佛能「吸納」室內諸物，成為空間自我內投的程序的中介（由此，我們亦瞭解作者所謂封閉性之來源）。時鐘在同一觀點下，則不只是時間流逝的見證，反而像時間的「攫取者」與「保存者」。這些程序都和後來作者使用的「同化」(assimilation)、「內化」(involution)等字眼在內容和形式上相關，形成作者分析傳統空間的心理學隱喻鎖鏈。（前面 *prégnance* 一字亦有關連，因為此字形容詞 *prégnant* 字源上有孕育包含之意，在文藝批評領域與 *saillant*——突出明顯——為傳統對立項）。

鐘是如何地促進一個地方給人的親密感：因為它把一個地方變得像是我們的身體內部。時鐘是一顆機械的心，它卻穩定了我們的心。現代性秩序因為是外顯的、屬於空間性和客觀關係的，它要拒絕的便是這個和時間的實質融合並加以同化吸收的過程，而它拒絕時間綿延之存在，正和它拒絕其它內化程序(involution)中心的理由一致。

邁向擺設的社會學？

「內外感通」的心境(Stimmung)世界^[7]整個消失了，在那個世界中，靈魂的擾動與事物的臨在，有著「自然」的諧音關係(unisson)：一種 [主

[7]作者在此使用德文 Stimmung，其字根 Stimm 意義為聲音。Stimmung 同時有「心境、感受」(英文 mood)及「調音和諧」(tuning)之意。考察作者在使用此字後立刻加上的解釋，(unisson 原意為多個聲音融合為一)，他所指的是德國浪漫詩人及思想家諾伐里斯(Novalis)使用的觀念。諾伐里斯融合 Stimmung 一字中「調音」和「心緒」的雙重意義，提出在 Stimmung 狀態下的靈魂是一個「調好音」的靈魂(這個說法亦可參考柏拉圖在《裴東篇》[Phédon]對話錄中借蘇格拉底論敵之口提出的靈魂理論：身體像是一把豎琴，靈魂則是琴的和音)。同時，Stimmung 也是諾伐里斯思想中的重要母題：他由提此出的追求，正是人與自然和諧共鳴的境界(übereinstimmen, 即 unisson——合音)。除了諾伐里斯的相關斷簡外，請特別參見其詩意哲學小說《在薩依斯的學徒們》(Lehrlinge zu Sais)。在此我們還需注意到，作者保留這個德文字原文，用意亦在於編織，由前文時鐘的「滴、答」聲所展開的，一整組文內以聽覺主導的隱喻串(Stimmung, unisson, évocation, répondre)，這也是我們在下文嘗試使用「秘響旁通」這個源出中國詩學的名詞的原因。另外，有關 Stimmung 這個字眼，除了浪漫主義的懷舊思想(nostalgie)之外，它同引起的文間共鳴(résonance intertextuelle)還有海德格在《存有與時間》一書中對 Stimmung 所作的存在意義分析(§ 29, § 68b, etc.)。海德格同時也是一位思考現代技術文明的重要哲學家，而這一點正是本書的基本主題：作者在此使用這個已被他「洗禮」過的字眼，是否正在一個隱意層次和海德格進行的暗語式的對話？

觀]內化的氛圍(其相對物,便是現代「室內」[客觀]外顯的氣氛)。今天,價值不再是一種相互合應和親切感的樣態,而是資訊、發明、操控、對客觀訊息持續的開放性——價值存在於句法演算(calcul syntagmatique)之中,而它便是現代居屋者特有論述的基礎。

這個說法意指室內裝潢的整體構思方式已經改變。傳統品味,以事物間的秘響旁通(*affinités secrètes*)作為美的決定原則,在此已無作用。過去的論述是詩意的,使用相互回應的封閉事物來浮現一個聯想場景(*évo-cation*)。^[8]今天,事物不再互相回應(*se répondent*),而是互相聯繫通達(*communiquent*)——它們擁有的,不再是獨一無二的臨在感,而是一種整體的協調性(這還是最佳狀況下),來自於把它們轉化為符碼元素的簡化過程,及物物間相互關係的推算。循著它們無限的排列組合可能,人便是如此透過事物去進行他的結構性論述。

廣告正到處在贊揚這種新的室內裝潢方式:「在三十平方公尺內,塑造適合居住,而且協調一致的三房空間!」「把您的公寓擴張到四倍能力!」一般來說,它比較傾向以「問題」和「解答」這樣的詞語來談室內設計和傢俱擺設。現代裝潢的意義,因此比較是存在這樣的場域中,而不是以「品味」為中心的談法:不在設立物的劇場或創造氛圍(*atmosphère*),而在解決一個問題,在雜亂無章的既有條件中,找到一條最微妙的解決之道,動員一個空間。

就系列產品的層次而,這種功能性論述的可能性有限。物品和傢俱

[8] *évo-cation* 此字原意有「召喚鬼神」之意。在詩學手法上,它的定意為「使得遙遠或過去事物顯現於論述現場」的手法,因此,「栩栩如生的描寫」(*hypotypose*)為純形式的 *évo-cation*。但 *évo-cation* 的強度意義總和超自然或「魔靈附身」式的幻象有關。作者在此將傳統室內裝潢的手法稱作一種秘響旁通的聯想詩學,以相對於現代室內擺設提倡的計算性操弄。因此,我們也必須注意到 *évo-cation* 一字中有關降神儀式的側面,以免失去其中暗示現代生活「解除魔咒」(*désenchantement*)的隱含訊息。

在此只是零散的元件，結合它們的構句法則未出現：如果在擺設中有運算，這只是一個匱乏期的運算法，而物品在抽象程序中則顯得窮困簡陋。然而，這個抽象程序有其必要性：在模範層次上，功能擺設遊戲所需要的各單元同質性便由此而來。人必須首先停止干擾物品，並且不繼續在它們身上投射自己的形象，才能在下一步超越他對它們的使用關係，在它們身上投射他的遊戲、他的計運、他的論述，並使得這個遊戲本身蘊含意義，成爲一個人向他人和自己發出的訊息。在這樣的階段，「環境」物(objets “ambiants”)的存在樣態完全改變，而**接替傢俱社會學而來的，是一個擺設的社會學。**⑦

廣告中的論述和形象見證了這個演變：在語言論述上，它以直陳式或命令式直接對主體進行場面調度，仿佛他是一個演員或操作員；形象面則相反，省去了主體的出現：原因在於，主體在此出現，就某種角度而言，會造成時代錯亂。主體此時是他在事物中建立的秩序，而這個秩序會排除多餘訊息(redondance)：人[因此]只有從影像中消失一途。他的存在已經操作過了。這時他所建立的，只是空間(espace)，而不是佈景(décor)，^[9]而且如果在傳統的室內佈景中，屋主的形象的出現是正常的，因爲它是這佈景最明顯的延伸義(connotation)——相反的，個人簽名則不隸屬「功能化」空間。

⑦巴特(R. Barthes)曾以汽車爲題，描述這個新階段的發展：「由於各原型的一致性，以技術上的表現來區分高下這一理念，似受到打擊：『正常』的駕駛方式，因此成爲可以投注有關力量及發明幻想的唯一場域。汽車轉移它本身的幻想威力到某一種操作它的身體上。既然我們不能在物體身上動手腳，那我們便便在駕駛方式上各逞其能……不再是汽車的外形和功能在引動人的夢想，而是它的操弄，而且或許不久的未來，我們必須要寫的，不再是一篇汽車的神話學，而是一篇駕駛手法的神話學。」(*Réalités*, No. 213, octobre 1963)

[9]此字法文同時有「裝飾」和「舞台佈景」兩義。

擺設人

現在我們看到了，是怎樣的新型居屋者毛遂自薦、擔任模範：「擺設人」(homme de rangement)，既非物主亦非單純的使用者，他是室內氣氛活躍的情報提供者(informateur)。對他而言，空間像是一個分配佈局的結構，透過他對這個空間的操控，他掌控了所有可能的相互關係，同時，也掌握了各物品可以擔任的全部角色。(他自己因此也必須是「功能化」的，和這個空間同質，如此；擺設佈置的訊息才能由他身上出發，又再朝他回返。)既非擁有，亦非享用，對他最重要的是回應力(responsabilité)，這裏用此字的原意，指他在不斷地調配各種可能的「回應」(réponse)。^[10]他的實踐(praxis)是完全外顯的。現代居屋者並不「消耗」(consomme)他的物品。(又再一次，「品味」在此不再有關連，因為它會把我們帶到這個字的雙重意義上，而使物品成爲一種封閉的東西：其外形內包「可食用」[comestible]的實質，而使得物可將其內化，得到內在性)。^[11]他宰制

[10]我們當然也不忘記 responsabilité 一般作「責任」解。責任相對於權力。下文提到「擺設人」以操縱物品爲職志，暗合他們在家中的和物相處之道與他們在社會上作爲「管理」(gestion, management)者的生活方式相同，這裏作者的批評可接上六零年代初期馬庫色(H. Marcuse)、郭德曼(L. Goldmann)，及其師勒費勃禾(H. Lefebvre)等人對戰後新社會狀態中，管理和組織理性主導社會的批評。另外，海德格也曾作出類似的分析：他認爲現代技術的本質爲「集合檢閱」(Gestell)，而自然被轉變爲一必須挑戰、管理、開發的資源(fonds, 庫藏)，這時人的存有本身也變成一個庫藏資源，而他對他自己也以同樣的方式對待。

[11]延著上面對字義的多元拆解，作者在此運用法文 consommer 一字的多義性，此字，同時有「完成」、「消耗」、「食用」、「消費」等意義。其拉丁文字源爲(consummare)，因此「使衰竭」，「耗盡」(consumer)是它的意義核心，「消費」由此字源意義，相對於生產，可理解爲「摧毀一個產品的效用」(“Détruire l'utilité d'une chose”—Litttré)。「消費」的概念探

它們、操控它們、排列它們的秩序。他的行為便是操縱和尋求保持系統的策略性平衡。

在這個「功能化」的居屋者模型中，有一個明顯的抽象性。廣告想要讓我們相信，現代人其實不再需要他的物品，而他所要作的，只是在物品中像一個聰明的傳播技師一樣地操作(*opérer*)。然而，環境是生活實際經歷(*existence vécu*)的一個模式，如果把純技術領域裏的計算(*computation*)及資訊模型套用進去，便會產生一個大幅度的抽象化作用。而且，在這個客觀化的遊戲中，又夾雜著一大套曖昧的詞語：「以您個人品味作主」、「量身定製」、「個性化」(*personnalisation*)、「這將是您自己的居家氣氛」等等，這些詞彙好像和它矛盾，其實是在提供它的無罪證明(*alibi*)。廣告的兩手策略中，提供給擺設人的客觀化遊戲總是又被回收。然而，這個遊戲的邏輯本身攜帶著一個意象，它表達了一套人際關係的普遍策略，一項人性計劃，一個技術時代的生活模式(*modus vivendi*)——它們構成了一個真正的文明轉變，而且它的各個層面在日常生活中都是明顯可見的。

物(*l'objet*)：這個卑微且樂意接納命令的啞角，像是一個心理上的奴隸或親信隨從，在傳統的日常生活中它們被如此地體驗，在直到今日各種西方藝術中，也是如此地被描繪，這樣的在彼之物(*cet objet-là*)在過去是一個全面性秩序的反映，與一個定義明確的佈景和透視法概念，以及有關實質(*substance*)和形式(*forme*)的思考相關。在這樣的思考方式裏，形式乃是內外之間的絕對界線。形式是一個固定的容器，而裏頭東西便是實質。因此，在它們的實用功能外，器物——特別是傢俱——還有一個原初

討是本書的重大主題。作者所得到的創見在於以「操縱排列組合」(*manipulation combinatoire*)取代傳統的「實質的使用及消耗」(*usage de la substance et sa destruction*)。其社會分析及批評上的關鍵性(*enjeu*)，則在於摧毀過去左派思潮認為消費社會只能使人越來越「被動」的固定看法。這裏也是作者邁向批判馬克思主義內含的生產意識形態的開端。

性的，作為瓶罐等容器功能，並且在形象世界(imaginaire)作用。⑧和這一點相應的，則是它們在心理層面的容受性。因此，它們是一整套世界觀的反映。在這個世界觀裏，每一個存有被設想為一個「擁有內在性的容器，」而它們之間的關係(relations)則是各實質間的超越性關聯(corrélations transcendantes)——在象徵上家宅本身等同於人體，而強有力的人體生理組織圖式(schème organique)可以一般化，成為各社會結構相互依存形成整體(intégration)的理想圖式。所有這些元素則構成一個完整的生活模式，其基底即是「自然」(la Nature)，它在此作為原初基質(substance originelle)，並成為所有價值的源頭。在器物的創造或製造裏，人以賦與形式的文化手段，使自己成為自然的質變者(transsubstantiateur)：^[12]各種實質，由一年代到另一年代，由一形式到另一形式，代代相傳的想法，便形成了創造力的原始圖式：「出自子宮」(ab utero)的孕育創生，以及陪伴這個意象的一整套詩學和隱喻象徵。⑨因此，意義和價值來自各實質間的

⑧不過在象徵意義(symbolique)的組織上，似乎有一項大小尺度的準則在其中作用：如果超過某一尺度，所有的東西，即使在用途上有陽具(phallic)的性質(比如汽車、火箭)，都會變成容器、瓶罐、子宮——而在某一尺度以下，它又會具有陰莖(pénien)的性質(即使它是瓶子或小擺設)。

⑨智識和藝術的生產，就秉賦(don)、靈感(inspiration)、天才(génie)等傳統面向而言，也只是這個意象的等同項。

[12] transsubstantiation 為天主教信仰中，麵餅和葡萄酒變為耶穌基督的身體和血的變化過程。以上文脈來看，作者在此發揮(並分析)亞理士多德的形質說。亞氏區分第一實質和第二實質，後者限定於個別物體，前者則為各個別事物抽象而得的普遍本質。這是作者所提「各實質間的超越關連。」另亞氏相信一原始質料的存在，作為各物體變化間的最後基底(substratum, 實質(substance)原意為現象變化下不變的基底，因此亦譯為「基質」)，即作者所謂「原初基質」(substance originelle)。作者在此的分析脈絡則指出此一形質論和「器物製作」、「容器模型」、「作為孕育之母的自然」等比喻形象(figures)間的關係。

遺傳繼承，並受形式所裁判，對世界的體驗方式是把它當作一項既存的贈與(donné)（無意識和幼年中的世界永遠如此），而人性計劃便是揭露它的奧秘(dévoiler)，和設法使它永久存續。如此，外形包住物體，在它和外界間劃出界線，裏頭則是一個自然的片段，這個情形就和人體一樣：就根底上講，物體是以一種擬人的方式(anthropomorphique)存在。人和形成其環境的器物因此是在同樣的一種肺腑與共的親密感中發生關連（依照同樣的比例關係，仿佛器官和人體；也就因此，器物的「產權」(propriété)，其潛在可能的發展，永遠朝向對此一物體實質的回收，不論是以口部併吞，或是「同化」作用(assimilation)。

今天我們透過現代室內設計可以窺見的發展，便是將自然作為事物基底，此一世界觀的終結，透過造形上的斷裂性、透過內外形式界線的解消，和與之俱來的有關本體表象間的一整套複雜辯證關係的消除，出現的是一個關係和對應上客觀的新品質。技術社會的生存體驗計劃，便是質疑創世理念(Genèse)，便是遺忘源起(origines)、既定意義(sens donné)和「本質」(essences)，而老傢俱過去仍是它們的具體象徵——實用性的計算和概念化運作，築基於一完全抽象化的程序上，它也呈現了一個理念：世界在不再是贈與(donné)，而是製品(produit)——它被宰制、操縱、冊錄及控制：後天的獲取(acquis)。❶

和傳統生殖模式恰恰不同的現代物種，其本身卻也隸屬於一個有根本地位的象徵族群。如果說，過去的文明建基於由各實質所組成的自然物種之上，因此與口腔期(orales)的結構有關，那麼在由生產、計算、功能性等

❶然而，此一實踐(praxis)的模式只在高科技或十分先進的日常生活用品中才會清楚地出現：錄音機、汽車、家電等物品，在它們的刻度儀、操作面板、控制鈕等設施上，標明一個主宰和分配的關係。還要補充的是，日常生活就其大部分而言，仍受傳統實踐模式支配。

元素主導的現代物種中，必須看到一個陽具(phallique)象徵的族群，與超越過去、現成物的改造、客觀結構的呈顯這些偉業相關——但也須看到一個屬於糞便性(fécalité)的族群，它立基於抽象化程序，那是以達到一同質性物質為目標的菁華提取，亦立基於物質的計算與分割，和一整套在遊戲、論述、秩序、分類、分配的作為中得到昇華的肛門期(anale)侵略性。^[13]

事物的組織，即使在技術事業上以客觀的方式出現，卻也永遠同時是一個強有力的心理投射和能量動員(investissement)場域。最好的證明便在於一個組織計劃背後，經常會露出的強迫性心態，在我們的討論脈絡裏，它便隱現於擺設整理的意志背後：一定要什麼都連通，任何東西都要功能化——不再有秘密，不再有神秘，所有東西都安排好，因此事事都清晰明瞭。這不再是傳統的理家頑念：那只是物就定位，全體整潔。那種頑固是道德上的，今天的強迫性心態則是功能性的。如果我們將它和糞便性的功能相連繫，便能加以解釋，因為後者要求內臟通道絕對的疏通。在這裏，將可建立一個技術文明的性格學：如果說，疑病幻想症(hypocondrie)是對體內物質流通和初等器官功能狀況的強迫性憂慮，那我們可以把現代人，這位資訊控制專家(cybernéticien)，稱為腦力疑病幻想症患者，在他心中糾纏不休的執念，正是訊息的絕對流通。

[13]我們可以明顯看出，作者在此借心理分析理論中，有關原慾發展前生殖器時期裏，幼兒自體性愛的三階段(口腔期、肛門期、陽具期。參見佛洛伊德，《性學三論》)，及其個別的慾望對象關係(relation d'objet)，來分析不同的文明中，人與物的關係類型。作者所提肛門期侵略性來自德國心理分析學家亞伯拉罕(Karl Abraham, 1877-1925)的說法，認為肛門期有的兩種對象關係，即糞便的控制(rétention)或排放(expulsion)。由於排便被幼兒當作遺給母親的禮物，控制糞便不放，便成為一個具有侵略性的行為。雖然心理分析在此的理論主要針對個人的慾望史，但佛洛伊德本人在《文明中的不適》(Das Unbehagen in der Kultur, 又據英譯書名可作《文明及其不滿》)一書中亦曾將其延伸至「文明社會的病理」分析上。在此書中他已提出現代歐洲的「肛門」性格。

II. 氣氛的結構

擺設的概念雖然總結了環境中與組織相關的面向，卻不能說盡現代室內的體系的整體，因為後者建立於一項對立關係之上：擺設(rangement)對立於氣氛(ambiance)。廣告的論述中，擺設層面的技術命令式之上，總會再加上氣氛層面的文化命令式。兩者結構著同一個作為，它們實是同一個功能化體系中的兩個面向。在兩者之中，都發揮著遊戲和計算的價值：就擺設而言，那是功能的演算；就氣氛而言，則是色彩、材質、形式和空間的演算。❶

氣氛價值：色彩

傳統色彩

傳統上，色彩具有心理和道德上的暗示意味。我們喜歡某一顏色，每個人有他的顏色。或者它是被事件、儀式、社會角色由外強行加上。不然它便獨屬某一材質，比如木材、皮革、帆布、紙張各自的顏色。它尤其受到形式的限定，不會去尋找別的顏色作連結，它因此不是一個自由自在的價值。色彩在傳統上，受制於線條的內在意義和封閉性。即使是在時裝所形成的比較鬆散的禮儀裏，色彩的意義大部分也是外來的：它暗喻著已被

❶再者，當擺設作為一種空間處理時，它自身也成為氣氛的的元素之一。

編碼的文化意義。在它的象徵意義最貧瘠的時候，色彩被化約為簡單的心理學：紅色是激情、侵略性，藍色是平靜的符號，黃色代表樂觀等等；色彩語言在此和花語、夢語、星座符號等語言，可同歸於一類。

在這個傳統的階段，色彩自身的存在遭到否定，被拒絕作為一個完整飽滿的價值對待。布爾喬亞室內，更是經常把它化約為不引人注目的「色調」(teintes)或細微變化的「濃淡程度」(nuances)。灰、淡紫、石榴紅、羊毛色，這些色調都被移轉到法蘭絨、呢絨、緞子之上，及[室內]大量出現的布料、簾幕、地毯、掛毯，沉重的材質和「古風」(de style)的外形之上：這裏我們可以看出，對色彩的道德性排拒，正如它對空間的排拒一般。但色彩[的地位]特別如此，因為它太過引人注目，色彩對內在性構成了一個威脅。色彩的世界因此和價值的世界相對，而「漂亮瀟灑」(le "chic")總是要消隱外表以求突出內在：❶黑、白、灰、零程度的顏色——這也是尊嚴、壓抑、道德地位的典範(paradigme)。

「自然的」色彩

長期被賦與罪惡感，色彩要到很晚期，才能慶祝它的解放：要經過好幾個世代，才不再只有黑色的汽車和打字機；冰箱和洗手檯則花了更久的時間，才不再只是白色。色彩的解放由繪畫開始，但在日常生活中，要能感受到它的效力，則得經過一段長久的時間：鮮紅色的圈椅、天藍色的無背長椅(divan)、黑色的餐桌、多重色彩〔polychromes〕的廚房，用二到三種，有時是對比色調裝飾的起居室、藍色或粉紅色的建築正面，更別說

❶「顯眼」的色彩好像在注視著您。穿上一套紅色套裝，您幾乎是一絲不掛，成了缺乏內在性的純粹對象物(objet pur)。女性服裝特別傾向於鮮豔的顏色，正和女性作為對象物的社會地位相關。

淡紫色或黑色的內衣：此一解放運動，顯然和一個全面性的決裂有關。它也和功能物的解放，時代相同（化合材料的出現：多樣造型〔polymorphes〕，非傳統的物品的出現：多種功能〔polyfonctionnels〕）。但這個運動也不是沒有波折：因為，當顏色以本來面目出現的時候，它很快便被視作具有侵略性：在服裝和傢俱的領域裏，模範離它而去，志願地回到規矩小心的色調的內在性上。色彩似乎有一種猥褻意味（obscénité），現代性在把它和外形解體一起頌揚後，似乎又回過頭來，把它當作是和純粹功能同樣的東西。工作用心處不能顯露，本能更是不應該爆發性地出現：略除對比，相對於狂烈色彩的「做作」，要求回到「自然的」色彩，這正好反映出模範產品層次的妥協發展。相反地，在系列產品的層次，鮮豔的色彩，總是被當作生活經歷中，擺脫束縛的記號：事實上，它被用來補償最基要品質上的缺陷（特別是空間的匱乏）。不公平的現象十分明顯：與初等需要、功能性器物、化合材質這些事物聯在一起，鮮豔的、「粗俗」的色彩，在大眾系列中當然大佔上風。它因此和純功能物有一樣的曖昧性：在成為解放的代表之後，它們又一個一個變成陷阱式的記號、為人脫罪的不在場證明（alibis），因為這個自由只是拿給人看，卻不是給人生活的。^[1]

更進一步地說——這裏也是它們弔詭的地方——這些坦白的，「自然」的顏色，其實名實不符：它們只不過是對於天然率真的狀態，一個永遠不可能成功的回喚，這是它們的侵略性、也是它們幼稚性格的來源——這也是為什麼，它們雖然不再是傳統對色彩的道德式拒絕，卻也仍然很快地逃

[1] 作者這裏的分析，接近十九世紀法國社會黨人批評工作合約所宣稱的表面自由：工人在市場上得到出賣其勞動力的「形式自由」，卻不能「真正擁有（活出）此一自由」，因為個別的工人在和僱主訂約時，表面上雙方自由平等，「一個願打，一個願挨」，其實工人因為生活上的需要，是不能等待的，而僱主卻可以等待，或在工人間的競爭狀態中獲利。自由主義意識形態的曖昧性，便在於不能看出契約模式，及其政治延伸，只能使工人得到「形式的自由」，而又把它豎立起，來當作一個為系統脫罪的合法性記號。

避到一種和自然具有清教徒意味的妥協中：粉彩(pastel)色系。粉彩的王朝。衣服、汽車、洗手間、家電、塑料，老實說，在任何地方，繪畫解放的，「坦白正直」的有力顏色沒有稱王，而是一些粉彩化的顏色的天下，它們想要成爲一種生動有力的色彩，但結局只是它道德化的記號。

然而，這兩種妥協：逃避到黑白色中，以及逃避到粉彩色系中，如果它們在根底上都對純色作爲衝動的直接表現，表達了同樣的譴責態度，卻是由不同的系統出發。前者的系統，來自黑／白這樣一個明顯的道德的和反自然的價值選項典範。後者則在一個更廣大的區域裏形成系統，而此系統不再建立於反自然之上，而是建立於自然性(naturalité)之上。這兩個系統也沒有同樣的功能。黑色(及灰色)今天還是有卓越超群和代表文化修養的價值，它和所有粗俗的色彩相對立。❶至於白色，它呢，仍大大地稱雄於「有機」領域。浴室、廚房、床單、內衣，只要是屬於身體立即延伸的領域，幾個世代來都是白色的天下，這是外科手術及純潔無瑕的顏色，它在身體和它自己危險的親密感間施行手術，去除衝動。也是在這個絕對要求整潔和需要初等工作的部門裏，合成材料、輕金屬、密胺樹脂、尼龍、軟塑膠、鋁等材料，取得了更大的發展動力，並得到主宰地位。當然，這些材質的輕盈和實用上的效率是其主因。但輕便省力，只會使得工作更輕鬆，反而促進了這個初等需要部門中，價值心理投注的減輕。冰箱或其它家電身上，簡化、流動自如的形式，輕盈的、塑膠或人工合成的材料，都好像是一種「白色」，減輕了這些事物的臨在感(présence)，其實它的作用是要在意識中有意地標明和此地帶相關的責任，以及身體種種絕不純真無邪的功能的深刻省略。漸漸地，色彩也在此一地帶出現了：但抗拒作用仍

❶然而許多大量生產的車系已完全不製造黑色汽車：除了弔喪和正式禮節外，美國文明中，已幾乎見不到黑色了(除了以作爲一種排列組合式的價值，來使它重新獲得地位之外)。

十分深厚。無論如何，不管廚房變成藍色或黃色，浴室成為粉紅（或黑色：以「追求高雅」〔snob〕的黑色對抗「道德的」白色），我們可以問問這些顏色究竟指向那一個自然。即使它們不轉向粉彩演化，它們所暗指（connote）的自然也是一個有歷史的自然，這一段歷史來自休閒及假期。

前來改變日常生活氣氛的，不是「真正的」自然，而是假期，作為自然的擬像（simulacre），日常生活的反面，它其實不在自然狀態中生活，而是依存自然的理念（l'idée de Nature）而存在。假期在這裏扮演了模範，委派它的色彩到日常生活的初等領域。同時，一些自然環境的替代物（ersatz）——其實也就是假期的世界（篷車、帳棚、各種配件）——在生活中被當作模範及自由的場域，而且也就是在這裏，鮮豔的色彩、塑膠材料、器具的短暫用途等傾向開始得到肯定。人開始是把他的家移進自然裏，結果卻是休閒裏的價值和自然的理念被移入家中。這現象便像是物品一個個逃向休閒世界：自由和無責任感，同時銘記於色彩中，以及材質和形式中，過渡性及無重大意義，這些性格之上。

「函數」色彩（La couleur “fonctionnelle”）^[2]

如此，經過一段為期短暫的狂熱解放（這個運動在藝術中特別明顯，至於在日常生活中，實質上頗為膽怯，廣告和商業部門則是例外，在其中，色彩的賣淫性格被玩弄到極致），被解放的色彩，又立刻為體系所回收，而且**自然在此體系之中，只有作為自然性才能出現**，那只是自然的引伸意（connotation），而在其背後，本能的價值仍繼續被巧妙地否認。然而，這些「自由」色彩的抽象化過程，使得它們終於可以自由地參與遊戲：今天在模範

[2] 法文 fonction 一字同時有「功能」和「函數」兩種意思，作者將其意義逐漸由前者向後者滑移。

的層次，色彩便是朝向此一第三階段演進——在這個階段裏，色彩成爲一種氣氛價值。休閒生活中的色彩已經預現了此一「氣氛」遊戲，但它們仍然過份地指向一個實際體驗的世界（假期、與初等需要相關的日常生活），因而仍受外在限制的束縛。相反地，在氣氛體系裏，色彩只尊重它自己的遊戲，擺脫了外在拘束、道德考慮或是自然，只在回應一個命令：氣氛的演算。

其實，這時我們所面對的，精確地說，已不再是色彩，而是更抽象的價值：深淺變化、色調。有關氣氛，真正的色彩問題乃是搭配、調和或製造色調的對比。藍色可以與綠色搭配（所有的顏色都可以相互組合），但只有某些藍色可以配某些綠色，而且這已不再是一個藍色或綠色的問題，而是冷暖色調的問題。同時，色彩也不再強調每一個個別的事物，把它和背景區分開來，色彩在此是相對立的地帶，它們越來越不是以其感性品質受到重視，也經常和形式分離，它們現在是以色調上的不同來「節奏」一個房間。正如同元件組合傢俱失去了各別功能，僅以其使用彈性取勝，色彩也失去了各自獨特的價值，變得必定彼此相關，並和總體相連：這就是爲何我們將之稱爲「函數」色彩的原因。

——「座椅的結構和牆壁同一色調，罩巾亦和幔巾相協調。寒色調，乳白和藍間的調和，但是在一些相對位置則以暖色系突出效果；路易十六風格鏡子的金框、餐桌的淺色木質、以鮮紅色來強調效果的地板和地毯……紅色建立了一個上昇的趨勢：地毯的紅、椅子的紅、座墊的紅，以相對於藍色構成的下降趨勢：幔巾，沙發床、座椅。」（伯蒂·派普斯(Betty Pepys)，《室內裝潢實用指南》，頁163）

——「大片的藍切過暗白的底色(天花板)。同樣的白和藍亦在室內裝潢佈置中出現：白大理石餐桌、白布幕……用暖色來強調重點：矮櫃鮮艷的紅門。事實上，我們身處的空間中，色彩處理使用的都是坦然直接的顏色，沒有變化細微或柔淡的色彩(所有的淡柔的色彩都集中在左方的圖畫中)，

但這些強烈的色彩，受大量的白色地帶所平衡，」（頁 179）等等。「一塊上了黑釉的玻璃地磚「節奏」並保護小小的室內熱帶花園。」（我們注意到，在這裏，黑色和白色已完全失去傳統價值，它們由黑／白對立之中逸出，成為所有色彩組合策略中的一環。）我們還可以思考一下以下的忠告：「您選顏色時，考慮的問題有牆的大小，門的形式、傢俱是古典或現代、歐洲風格或異國情調、或是其它明確的理由……」（頁 191），顏色的第三階段顯然是色彩的客觀性階段：嚴格地說，它不過是衆多資料中，或多或少具有複雜性的一元，整體解答中的一個元素。再重複一次，就是因為這樣它才是「函數的」，也就是說，它被化約為計算中的一抽象概念。

溫暖與冷峻

就色彩而言，「氣氛」講究的是寒暖色調計算過的平衡。（溫暖——冷峻成為）產生意義的基本對立。它和元件／座位，❶擺設／氣氛等其它基本對立關係一樣，賦予了室內佈置的論述系統強大的一致性，並由此成為整個物體系中的一個重要範疇。（但在下面我們可以看到這個一致性可能只屬於表面論述，在它之下的，是一個一直攜帶著矛盾的底層論述。）回頭來談暖色調的溫暖，它已絕不是信賴、親密、感情的溫暖，也不是色彩和實質所散發出的有機溫暖。這樣的溫暖，有它自己的密度，不需要取一個寒色調作對比來獲得意義。今天的情況則不同，在每個室內組合裏，都要有暖寒色系對比，並參考[空間]結構與[傢俱]外形作調整。當我們讀到，「材質的溫暖給這個組織良好的辦公室一股親密感，」或者「包油暗光，巴西黃檀木門板，配上鍍鉻金屬手把……座椅覆以菸葉色仿皮，完美地配合整體既嚴謹又溫暖的組合，」我們可看到，溫暖感到處有一個相對項和它對立，比

❶見下文。

如嚴格、組織、結構，而價值便是來自兩個項之間的對比。「函數」性的溫暖既不是由一個有熱力的實質中釋放出來的，亦不來自某些物品間和諧的貼近，它來自有系統的更替，來自「溫暖—冷峻」連續體形成的抽象共時結構(synchronie)，在其中，「溫暖感」被不斷地延異(différé)。這是一個透過記號表達的溫暖，因此它也不會真正地實現。這種溫暖感的特徵，便在於各種熱力焦點(foyer)^[3]的缺乏。

氣氛價值：材質

自然木材、文化木材

材質也可以作同樣的分析。以木材為例，這是今天因為感傷懷舊的情感，十分受重視的材質：因為它由大地吸取體質、它活著、它在呼吸、它在「工作」。它有隱藏的熱力，因此不像玻璃只是反射，它內「在燃燒；它把時間隱含在纖維」，這是一個理想的容器(contenant)，因為所有的內容(contenu)，就像是我們想要由時間之流中抽取出來的事物。木頭有它的氣味，它會老去，它甚至有蛀蟲，等等。總之，這個材質是一個有生命的存在(un être)。這也就是「全橡木」(plein chêne)在我們每個人心目中的形象，它喚醒的聯想為代代相傳、沉重的傢俱、祖宅。然而，木頭的溫暖，在今天還能保持它的意義嗎？（這也是方切石 (pierre de taille)、真皮、本色布、鍛銅等原料在今天的問題：它們表達了一個物質和母性溫暖的夢想，正足以供養懷舊情緒中奢侈的一面。）

今天，所有的有機和自然材質幾乎都已在可塑性材料中找到代替物：⑤

[3] foyer 一字請參考前一章譯註一。

羊毛、棉、絲、麻已在尼龍和它無法計數的變種中取得一個普遍的替代。木材、石材、金屬則讓位給水泥、樹脂、聚苯乙烯。現在已不可能否認這個演變的存在，再去唯心地夢想過去的器物中，溫暖而具人性的實質。自然材質／合成材質的對立，如同傳統色彩／鮮豔色彩的對立，只是道德意義上的對立。客觀地說，各種材質都是材質，沒有所謂真偽或自然人工之別。爲什麼水泥就不比石材「真誠」(authentique)呢？對於過去的合成材料，比如紙張，我們覺得它十分自然，而玻璃更是元素最豐富的綜合材料之一。其實，材質由傳統而來的高貴性，只能在一個文化意識形態中成立，正如人的社會中，有關貴族的神話一般，然而，隨著時間流逝，這種由文化而來的偏見也會隨之消亡。

討論的重點，因此便在於在這些新材質於實用層面展開的無限前景之外，去瞭解究竟它們的出現如何地改變了材料的「意義」。就如同色彩朝向色調(暖寒色系或中間色調)的演變，代表色彩掙脫了道德和象徵的地位，

●這至少是一個「普遍」實質神話(mythe substantialiste)的部分實現。自從十六世紀以來，這神話就存在於在灰泥模塑(stuc)和巴洛克的「俗世」造物者想法的軌跡中：將世界萬物都以同一個現成的材料灌注。這個普遍實質神話也是我們正在討論的功能神話的一個面向：它在實質層次的地位相當於功能層次的自動化運動：由一個機器中的機器來取代所有的人手操作——建立一個合成的世界(univers de synthèse)。然而這個尋找普遍實質的夢想又是整個神話比較原始和退化的一面：實質轉化的鍊金術(alchimie transsubstantiatrice)，一個進入機械時代以前的階段。

(譯註：作者在此提出此一普遍實質神話的目地在於強調同一化作用在自然「差異」(différence "naturelle")邁向「系統差異」(différentiation systématique)體制中的要性。在《象徵交換與死亡》(Echange symbolique et la mort, 1976)一書中，作者從新提出此一主題的分析(「灰泥天使」一節，但將其置入擬象(simulacre)的三階段演變史的脈絡中。(讀者可以由此觀察作者由記號政治經濟學批判到後現代擬象世界批評間思想演變的連續性。)

成爲一個抽象的存在，並使得系統運作和色調遊戲成爲可能，合成材料的製造，亦代表材質擺脫以自然爲基礎的象徵主義束縛，邁向多樣的造形可能 (polymorphisme)，和一個更高程度的抽象性，而使得一個普遍的材質結合遊戲成爲可能，如此，便超越了自然材質／人工材質之間的純形式對立：今天，在隔熱玻璃 (thermoverre) 帷幕和木材之間，在素面水泥 (béton brut) 和皮革之間，已沒有「本性」(de nature) 上的區別：不管是「暖性」或「寒性」的價值，它們都共享作爲材質性元素的地位。做爲文化記號而言，這些本身異質多元的材質已成爲同質，它們也因此可以構成一個具有嚴密一致性的系統。抽象化過程使得它們彼此之間的無限組合成爲可能。⑥

氣氛的邏輯

色彩、材質、體積、空間，「氣氛的論述」影響所有的元素，在它們身上進行系統性的重組：也就是因爲傢俱變成了去中心化空間中，機動性的元素，而且，因爲它們的組合和貼飾結構更爲輕便，它們便要求一個更「抽象的」木材：柚木，桃花心木、黃檀木或北歐木材。⑦我們也會發現，這

⑥這裏便說明了傳統的「全橡木」和柚木間的澈底差別：使得後者突出卓越的根本原因，不在於它的來源、異國情調、或價格，而在於它被用來營造氣氛，這恰恰使得它不再是一個初等的自然材質，緻密而富有熱力，而是作爲這個熱力單純的文化性記號，並以記號的身份，再在現代室內體系中被灌注價值；許多其它的「高貴」材料的情況也和其一致。它不再是一個做爲材質的木頭 (bois-matière)，而是一個做爲元素的木頭 (bois-élément)。不再是具有臨在感的品質 (qualité)，而是氣氛體系中的計算值 (valeur)。

⑦這些木材在技術層面上比橡木更能適應貼飾 (placage) 及組合：這是當然。但還必需說明異國風味在這裏的角色，和假期的概念在鮮豔色彩 [案例] 中的扮演的角色一致：在自然中找逃避的神話。但究其根底，最要緊的在於掌握，因爲上述這些因素，這些

些木材的顏色也不再是傳統の木頭顏色，而是它們的濃淡變化，並常常塗上清漆、生漆，或是有意地以「素面」出現，但這些都無關宏旨：色彩和材質一樣，都是抽象的存在，思維操縱的對象，其它元素也相同。全部的現代環境便如此，以整體的方式進入記號體系中：**氣氛**，而它可不是某一個元素經過特別處理的成果。它的美醜亦非如此。這種談法，只適合過去由品味和顏色，這些「無法爭論」的元素所構成的不嚴密而又主觀的系統。就現在嚴密一致的體系而言，全體成敗存在於「是否滿足」抽象化和組合這些條件的層次上。不論您是否喜歡柚木，都必接受柚木和元件傢俱組合之間，具有邏輯一貫性，柚木的色澤和飽滿平面一致，因此也和空間的某種「節奏」相合，等等，而且還得接受這便是體系的律則。連古物、「全木製」的農家式樣傢俱、珍貴小擺設(bibelot)或手工藝品，都得進入這個遊戲邏輯中，並見證抽象整合無遠弗屆的潛能。目前，它們的大量出現並不和體系相抵觸：④它們正如最「現代」的材質和色彩一樣，以氣氛構成元素的身分進入體系。只有傳統的(而實際上很幼稚的)判斷眼光，才會認為一個大柚木漆箱上，一個未來主義的粗金屬立方體，和一個十六世紀木頭已經腐爛的雕像，兩者擺在一起，是一件不合邏輯的事。**原因很簡單，邏輯一貫性已不再是自然的，來自品味的統一；現在，它存在於一個由記號形成的文化體系之中。**即使是一間「普羅旺斯風格」的房間，或是一間真正的路易十六風格的沙龍，也只能見證想要逃脫當代文化體系的無望懷舊：這兩者和它們所宣稱的「風格」之間，距離之遙遠，就和任何一張樹脂餐桌或以人工皮(skai)和黑鐵製成的座椅一樣。天花板上的棟樑也和鍍鉻圓管或上釉玻璃(Emauglas)一樣抽象。懷舊情緒以為真實的物品整體，不過

木材變成了「二次度」木材，在它們身上有一個來自文化的抽象化過程，而且也就是因為如此，它們才能符合系統的邏輯。

④它們卻是系統弱點的一個記號，但這個弱點已為系統本身所吸收。這一點，請參考下文〈古物〉一章。

是排列組合變化方式的一種，這是為何在語言中，我們用鄉村或古風的「組合」(ensemble)來稱呼它們。「組合」這個詞，正與「氣氛」相關，把不論受主觀如何投注價值的元素，又再帶回體系的邏輯裏。這些體系也會受到意識形態引伸意義或潛在心理動機影響，那是當然之事，我們稍後再予討論。但我們不得否認它的邏輯——記號的排列組合——是不可逆轉又沒有有限境的。沒有任何一個物品能由此逃脫，就好像沒有一件產品可以脫離商品的形式邏輯。^[4]

模範材質：玻璃

有一個材質總結了氣氛的概念，在其中我們可以看到現代環境的普遍功能：**玻璃**。照廣告的說法，它是「未來的材質」，而就像大家所知，此材質將是透明的：玻璃因此既是材料又是追求的理想，既是手段又是目的。這是它的形上學部分。心理學方面（同時就它在實用和想像上的用途而言）：這是理想的現代容器：它「不會產生偏好」，它不會因為內容，而隨時間演變（比如木頭或金屬的情況），而且不會遮隱內容。它會阻止任何混淆，而又不是熱導體。其實，它不是容器，而是絕緣體，這是一個凝固的液體所產生的奇蹟，因此是一個有容器能力的內容(contenu contenant)，並且因為這一點，建立了兩者的透明性：這個（內外之間的）超越，我們已看到了，乃是氣氛的首要要求。另外，玻璃身上還有一個特點，它同時是二度狀態的象徵而又是個零程度的材質。它是凍結的象徵，因而也是抽象化過程的象徵。由這個抽象化過程引導到內在世界的抽象化：瘋狂的水晶球，也

[4]在馬克思描述的資本主義制度中，產品成為商品而為交換價值的形式邏輯所宰制。作者本章描述的現代物體系中，物品成為記號進入客觀意義的結構性差異場域，因而失去原有的象徵和主觀意義。

引導到未來的抽象化：預言者的水晶球——再導到自然世界的抽象化：透過顯微鏡和望遠鏡，眼睛得以見到不同的世界。再者，它不能被摧毀、也不會腐爛、無色無臭，等等，玻璃的確是一個零程度的物質：空隙對空氣來說，就好像玻璃相對於材質。這種與抽象性有關的遊戲和計算價值，我們已經在氣氛體系裏認識過了。但最重要的是，玻璃以最高度的方式體現了「氣氛」的根本曖昧：既親近又遙遠，親密性和拒絕親密性，傳播和非傳播。包裝、窗子、或帷幕，玻璃建立了一個無傳導性的透明 (*transparence sans transition*)：看得到，卻摸不著。傳播（在此）是普遍而且抽象的。一個櫥窗，它充滿了美妙的魔力，卻又令人沮喪，而這便是廣告的根本策略。裝在大玻璃瓶裏的食品，這一類的透明性：形式上的滿足，視覺上的勾結，但實際上是一個 [將人] 排除的關係。玻璃和氣氛完全一樣，透露的只是內容物的記號，而且以它的透明性成為間隔者，就好像氣氛體系的抽象一致性，間隔了事物的物質性和需要的物質性。更別提它根本的品質了，那是有道德意義的：純潔、忠實、客觀，龐大的衛生和預防醫療上的引伸意義，使它真能成爲一個未來的材質，一個否認自我身體，初等和生理功能的未來，只注重光輝的、功能化的客觀性，在其中，衛生保健便是它在身體層面的道德版本。

——「生活在花園之中，親近大自然，充分享受四季迷人之美，又不必犧牲現代室內的舒適設備——此一新版的人間天堂乃是大量裝置玻璃的房子獨有的特權。」

——「鑲嵌於水泥中的玻璃磚，可供建造半透明外牆、內牆、圓拱、天花板，而且和石材一樣堅固。這些半透明的帷幕，任由光線穿透，自由地在整座房子裏流通。但它也使得形像模糊，以保護每一個房間的私密性。」

我們看到「玻璃屋」的永恒象徵體系仍然存在，但它在現代性中，失去了崇高的性質。超越 (*transcendence*) 所具有的魔力已讓位給氣氛的魅力 (在鏡子身上也發生了同樣的情況)。玻璃提供了內外加速溝通的可能性，

但它也同時安置了一個隱形卻又具體的停頓，使這個溝通不能成爲一個對世界真正的開放。事實上，現代的「玻璃屋」並不對外界開放，相反的，是外面的世界、自然、風景，藉由玻璃和玻璃所造成的抽象程序之助，前來隱約地出現於私密感和私人領域之中，它們在其中正是以氣氛元素的身分「自由地遊戲」。整個世界便以劇場表演(spectacle)的身分，被整合於居家的天地之中。①

關係人和氣氛人

分析完色彩和材質之後，我們現在可以稍作小結。溫暖和冷峻有系統的輪替，實際上定義了「氣氛」這個概念，也就是說，它永遠同時是熱力與距離。

「氣氛」性的室內，它的目的在於，使得生活其中的人們，和構成它

①當我們由住宅推進至消費和包裝(conditionnement)時，玻璃的曖昧性便清楚地呈現了，而且在後兩者的領域中，它的用途正日益擴大。在此，玻璃仍然保留它所有的美德：它保護產品不受沾染，只讓目光通行。「好好包容又能任人觀看」：這便是包裝的理想定義。由於可以作任何形式的模塑(moulage)，玻璃留給美學無限的機會。明天，它將是生鮮果菜的「外衣」，並且因爲它的襄助，果蔬的黎明般的鮮度得以保全。它也會以其透明，包裹我們每日食用的牛排。看不見卻到處存在，它滿足了一個更美和更清朗的生活的定義。再者，不論它的命運如何，它都不會成爲垃圾，因爲它沒有味道。這是一個「高貴的」材質。然而，我們卻約定消費者在用完後把它隨手丟棄，「不買回也不收回。」玻璃以它的「不可摧毀」的魔力來裝扮購物行爲，但它卻得被立刻摧毀。這是自相矛盾嗎？不會：玻璃一直都盡職地扮演它作爲氣氛元素的角色，但此處的經濟意義明確：那便是包裝。玻璃促進販賣，它有功能性，但它本身需要被消費，而且消費的節奏也得十分迅速。玻璃的心理功能（它的透明、它的純潔）完全爲其經濟功能吸收和淹沒。崇高(sublime) [在此] 扮演了購物動機的角色。

的物品一樣，進行熱力和非熱力的輪換，親密感和距離感的交替。不論是朋友或親戚，家人或顧客，總會維持某一特定關係，但此一關係卻必需是機動和「功能化」的：也就是說，它必需在任何時刻都可以實現，而在其中，主體性卻被解除了角色：各種關係，也要能夠自由交換。這便是功能化的關係，(理論上)慾望不在其中作用：慾望被解員，以促成氣氛之構成。^①而曖昧性也就由此展開。^①

座位 (Les sièges)^[5]

最能表達氣氛關係的物品：座椅，見證了前述的曖昧性。我們在現代

- 性慾本身的現代構想也和此種關係相似：和熱情且本能的感官之慾(sensualité)不同，性慾(sexualité)[其實]既熱又冷：如此，它不再是激情，而成爲氣氛中一個單純的價值。但也就是因此，它不再消耗散失於發洩傾流(effusion)之中，而是形成論述(discours)。(譯註：這裏，我們可發現布希亞在其思想最早期，就已經對性慾在(後)現代性中的狀態，提出特殊的主張：一種既冷又熱、(不冷不熱)的「酷」(cool)狀態。這一段註解亦有助我們瞭解後來他和法國其他批判思想間的爭辯：當傅柯將「性」作爲論述場域時，布希亞看到的是此一進路和現時歷史社會程序間的合流(失去激進性的危險)，而德勒茲與瓜達利以原慾解放對抗資本主義邏輯的進路，在布希亞看來，也過於天真，因爲由前面這一段註解可以導出性慾爲基礎的原慾本身，並沒有抵抗現代化邏輯的不可化約性。)
- 在物體系和全面生活(vécu)體系中一樣，結構上重大的對立項，實際上永遠都是別的東西的化身：在系統面的結構對立項，可能[只]是對一個衝突作合於邏輯一致的合理化過程。

[5]法文 siège 同時有「座椅」和「位置」兩個意思，作者在此分析，執行功能，規範人體的「座椅」，如何在現代物體系中，被抽象化爲規定關係的「位置」。我們在翻譯的過程中，爲了保持中文的可讀性，依上下文脈絡，在兩個詞義中選擇，但將其總稱爲「座位」。其相對項 élément，即是可作具體的組合「元件」或作抽象系統中的「元素」，翻譯原則相同。

傢俱體系中可以看到，座椅和元件持續地交替出現。在這兩個元素的相對關係中，具體地表達出「系統」兩大概念——擺設和氣氛——之對立關係（但它們並非唯一的承體）。

充斥傢俱和裝潢雜誌中的無數座椅，它們最基本的功能，顯然是給人坐下。坐下來休息，坐在桌旁進餐。如今，座椅已不再以桌子為其運行環佈的中心。今天的發展，是座椅以它自己的原意(*sens propre*)出現，而矮桌子反成配件。然而，這所謂的原意，並非身體的姿態，而是對話者的相關位置。比如說，在一個晚會中，座位的整體佈置，和晚會進行中，各位置的微妙交換，其本身便足以構成一個論述。（由席地軟墊到長沙發、由長椅到老爺扶手椅，各式各樣的）現代座椅，都策重社交關係和交談(*interlocution*)：不但不突出在面對面狀態中，採坐姿這個姿態本身的特點，它們反而要突顯現代社會人的一種遍性的姿態。不再是單純用來睡覺的床，也不再是單純用來坐下的椅子，^①而是「功能化」的座位，可以將任何姿態（與此同時，將任何人際關係），形成一種自由的綜合。排除了任何道德說教：您不再面對任何人。在這裏，不可能生氣，也不可能進行辯論和尋求說服。它們所制約的是一種柔化的、沒有強烈要求的、開放的社交關係，但只是朝向遊戲開放。坐在這些座椅深處，您不必承擔他人的目光，亦不必再把您的目光凝注在他人身上：這些座椅的樣態，使得目光有理由只是在別人身上遊逛，因為座椅的角度和深度使得目光「自然地」停駐於半空中，和言語會合，加入一種模糊朦朧的高度裏。這些座椅也許在回應一個基本的憂慮(*préoccupation*)：永遠不要孤獨，但也永遠不要面對面。放鬆身體，但特別要放輕鬆的，更是目光這個危險的向度。現代社會，在大大地

①只有在飯桌前，椅背才變得正直，而且具有一個有關農家的隱意：但那只是一個反射動作式的文化程序。（法國農家風格的椅子，比如梵古曾畫過的麥桿席面椅，椅背正直是其一大特色。——譯者）

把初等功效由貼身處拆解開時，又凸顯了次級功效的貼近性(promiscuité)，凸顯目光的貼近性和它們的悲劇性。同樣的，正如初等需要被遮隱起來，[現代體系]也盡力拔除社交關係中所有可能的粗魯莽撞、矛盾、實際上的猥褻淫蕩，而那便是目光中，侵略性和慾望直言無隱的遊戲。

如此，元件／座位的二元對立給我們看清了一個完整的體系：透過元件 [組合]，現代人進行他的組織性論述，[坐在] 座椅深處，他進行他的關係性論述。^⑥如此，「擺設人」總要再加上「關係人和氣氛人」——而他們的整體組合便是「功能」人。

文化性與檢查制度(censure)^[6]

在今天，不只是座椅，而是對所的物品而言，文化性(culturalité)^[7]

⑥或者只是被動論述：因為不要忘記，在傢俱廣告中，擺設的主動命令式，遠不敵輕鬆休息的被動性暗示。在此，氣氛也有其曖昧處：這是一個既主動又被動的概念。功能人首先是一個疲倦的人。這上百萬的皮椅或 Dunlopillo 床墊，一個比一個更為深陷，以它們的現代氣氛和輕鬆休閒的品德，佔滿了奢侈品雜誌的各版面，它們好像未來文明的無限邀請，要我們消除緊張，和進入第七日的平靜安樂。在既逼近又遙遠的模範中，此一文明的全般意識形態，表現於一個和古老牧羊人世界一樣平靜的現代田園景象：居屋者，深陷在他柔軟座位之中，靜靜觀賞他週圍的氣氛。解除了激情、功能、矛盾，只擁有關係，和一個他可在物體系的結構中印證的關係體系，在使他周圍的空間誕生後，在「創造」了把各元素整合於房間整體的種種可能之後，就像他把它自己整合於社會中一樣，如此他再造了一個除去衝動和初等需要，卻充滿計算和威望的社會隱意的世界，我們的現代居民，在努力的盡頭，累了，便可在一個座椅完美貼身的空洞中，撫慰他的無聊厭倦。

[6]有關「檢查制度」，請參閱本章「形式延伸義：汽車的翅翼」一節譯註。

[7]有關「文化性」(及「功能性」、「自然性」等用語)，請參考下一章原註一。

和計算一樣，是一項嚴格的要求。從前，傢俱坦承它們功能。房屋所具有的餵食基要功能，可以毫無遮隱地在餐桌和大餐裏中看到，它們沉重，大腹便便，把這個功能十分母性的突顯出來。如果是一個帶禁忌的功能，那麼傢俱便隱身而去，如同床藏身於專為它設計的凹室。即使是布爾亞臥房中央的大床，也直接表達了中產階級的婚姻美德（那當然不是性慾）。今天，床根本就不見了：它變成了座椅、無背長沙發（divan）、有背長沙發、長椅，或者它隱身於內牆之後，原因卻不再是道德禁制，而是遵守一道抽象的邏輯。❶ 桌子變低了，脫離了中心位置，也不再沉重。廚房整體則失去了烹飪的功能，成為一間功能十足的實驗室。然而，這的確是進步，因為傳統的環境，雖然坦白，卻也同時是一個被道德糾纏和生活上有物質困難的環境。在現代室內中，我們擁有更大的自由。但它又被附上一個更微妙的形式主義和一個新道德：這裏面的一切都在表示這樣的轉折過程：吃飯、睡覺、生育，都要被迫變成抽煙、喝酒、待客、高談闊論、觀看和閱讀。面臨文化性功能，臟腑性功能便要隱退。大餐櫥裏以前收藏著餐桌用的布製品、碗盤、食物，今天功能化的元件傢俱呢，則獻身於書籍、小玩藝、酒櫃、或乾脆虛空。「精緻」（raffiné）這個詞，在今天和「功能」一樣，是被操縱的室內裝潢風氣中的驚人之語，這個字眼倒是很清楚地總結此一文化上的約束。房間裏，家庭的象徵（symboles）被社會關係指標（indices）取代了。它們不再是情感的莊嚴佈景，但卻一樣地具有儀式性，成為待客的佈景。如果我們仔細去閱讀現代傢俱和物品，我們可以看到它們早已像晚會的賓客般，才氣縱橫地交談，它們也一樣自由地穿梭聚散——不必工作，我們便能生活。

當然，文化始終在扮演這個具有意識形態功能的安慰角色：將功能、權

❶ 例外時則是以強烈文化延伸意義的身分再進入室內，這時它的猥褻意味便可控制，比如放在房中央，十八世紀的西班牙古床（這一點，請參看下文〈古物〉一章）。

力世界帶來的緊張，昇華到一個在真實世界的物質性及衝突之外，可在形式上辨識存在的世界。這個形式，既朝向亦反對一整套目的性(finalité)^[9]作見證，保證了基本封套形式(enveloppement fondamental)活生生的回憶，它的需要，在技術文明中，無疑更為緊急。只是，正如它所反映的現實同時也被否認，這個形式在今天被系統化了：回應系統化的技術性，正是系統化的文化性。而在物的層次，這個系統化的文化性，便是我們所稱的氣氛。

氣氛價值：手勢與形式

在氣氛價值分析中，當我們觸及「功能性」形式研究時（「輪廓」、「動態」等形式亦無不同），我們可以發現，它們的「風格化程序」(stylistation)無法與相關手勢的風格化程序分開。後者總在表達肌肉能量和工作的簡省(élision)。初等功能的簡省，以突顯在關係和計算中使用的次級功能，衝動的簡省，以突出文化性，所有這些程序，在物品的層次上，都要以勞力手勢的簡省，作為實作和歷史上的中介，這個過程便是，由[以]工作[為核心的]的普遍手勢，過渡到[以]操控[為核心]的普遍手勢。便是在此處，物品千年來的擬人地位正式告終：能量來源的抽象化過程。

傳統手勢：勞力

當投注在物品上的能量仍然是肌肉式的，也就說，未經中介並受偶然因素影響，工具仍然是緊密地和人際關係結合，象徵意義豐富，結構上卻缺乏合理的嚴密性，雖然某些手勢已將其形式化。獸力的使用，並未構成

[9]關於「目的性」，請參閱本章「功能性形式：打火機」一節。

質變：對許多文明而言，人力與獸力的地位相當。能量的穩定，使得工具系統的發展停滯不前。許多世紀過去了，工具和手製品的地位卻絲毫未變。然而，也就是在人與物之間，這一個深沉的，透過手勢連結的關係中，總結了人如何融入世界和社會結構中的方式；而且，物品間相呼應的美感，它們的「風格」，有時可以讓我們感到高度的完滿(plénitude)。無論如何，這樣的關係，和社會結構中的關係平行，總是一種限制，妨礙了生產力真正的發展。手勢與力量，象徵與功能，它們所連結而成的複合體，又被人的能量加以闡明、賦予風格——我們贊賞佩服這些鐮刀、籃子、壺罐、耕犁，它們完美地配合了人的身體、勞力，也和它們所要轉化的材料相合，然而，此一完美無間的配合關係，它的光耀仍受制於關係上的相互限定。人不能不役於物，物亦不能不役於人。必需要經過一場能源的革命，解放能量，使它可以流動，如此，透過能量的遙控操作、儲存、計算，人和物才能被帶入一場新穎客觀的辯論，進入一個充滿衝突的辯證關係，而這關係在過去的互為目地的、相互限制的關係中，並不存在。透過這一個程序，人便朝向一個客觀的社會流變演進，而物也可以朝向它的真理邁進，那便是透過能量的解放所得到的多樣功能性。

功能物便是真正的物。透過能量的革命，技術的邏輯合理性，以及生產形態(相對的)合理性，取代了過去能量層面的滲透關係和象徵層面的勾連狀態。同時，人和物間的關係，被交付在以生產力組構的社會辯證關係裏。但是在這裏，我們感興趣的是，這一巨變在日常生活中所帶來的後果。

功能化手勢：操控

在實踐中，我們已可感到，作為人與物之間的中介者的人的手勢動作，已是如何地衰竭不堪：家電、汽車、無大用的新發明(gadgets)，暖氣、照明、資訊和交通設施，都只要求最低限度的能量和參與。有時只是手或眼

的簡單調控，一點都不需要技藝熟練，最多只要求反射動作。和工作的世界幾乎一樣，居家世界現在也受操控或遙控手勢的規律所節制。按鈕、槓桿、手柄、踏板、或者什麼都沒有：光電感應元件只需我的出現就夠了，它們[的操作]取代了壓力、敲打、撞擊、身體的平衡、力氣的量或分配、手巧（這裏需要的比較是迅速）。過去掌握物品需要使用全身，現在則代以（手、腳）接觸，（視覺、偶爾是聽覺）的操控。簡言之，現在只有人的「外端」積極地參與功能化的環境。

能源解放的抽象化程序，因此也轉譯成人對物的作為中，相同的抽象化程序。它比較不是神經肌肉的連帶作用，而毋寧是運用一個腦力—感官的監控系統（參閱納維爾〔Naville〕^[9]的著作）。但它也從不單獨運作：這些（手、目光等等的⑩）操控手勢的作用在於緩和遠距離運作所導致的絕對抽象性格。就某個角度而，這些最低限度的動作是必要的：如果沒有它，力量的抽象化過程將會失去意義。因為人至少需要一個純形式的參與，來向他自己擔保他的威力的存在。就這一身分而這，我們可以確定，操控手勢仍是不可或缺的要害，但不是針對技術面的良好運作（更進步的技術可以不需要這些手勢，而且一定會這樣辦到），而是針對系統在人心智狀態中的良好運作。

●更精確地說，需要勞力的手勢不只是薄弱化成為操控手勢：它被二分為操控手勢和**遊戲手勢**。身體被現代實踐體系所遺忘，但也被解脫了它的外在限制，它在運動和休閒生活的身體活動中，找到了一個自我表達真正的可能，或者至少一個以消耗精力作為補償的可能（我們可以質問，手勢的分裂，帶來的是否為身體真正的自由，或者只是在建立一個二元系統，其中第二個元素——在這裏是遊戲和運動——只是作為第一個元素的補償項而存在。時間被二分於為工作時間和休閒時間，也是同樣的程序）。

[9]納維爾(Pierre Naville)為法國社會學家，出生於1904年。他的研究領域以工作社會學為主，特別研究自動化及其社會影響。60年代初，他曾與弗里德曼(Georges Friedmann)合編《工作社會學文集》(Sociologie du travail)，亦曾出版專書介紹美國行為主義心理學。

一個新的操作場域

由於它們的能量是抽象的，物品的功能性變得沒有界限：就好像所有的實質都有它的塑膠代替物，所有的手勢也有它的技術取代品。最簡單的機制以簡略的方式取代了一整組手勢，它集中了它們的效能，又同時獨立於操作者和被操作的材料之外。工具的外形和它的使用方式、材質、能量，所有的要素都改變了。材質無限地分化，甚至有時揮發消失：對一架收音機而言，它工作的材料，其實是訊息。能量的變化，也改變了材料和功能的意義：技術不只是總結過去所有的手勢，它明發了新的操作(*opérations*)，而且，更重要的是，它以完全不同的方式來分割操作場域(*champ opératoire*)，將它分割為完全不同的功能或功能集合。面對(技術)物品，人的抽象化過程，或者說，他的「演劇式異化」(*aliénation spectaculaire*)，^[10]因此比較不是來自於他的手勢被取代的事實，而是來自功能化的分割(*découpage*)本身所招致的抽象後果，以及不可能透過一個類同性的直覺，由過去的手勢來比擬新的分割。⑩ 只有一個抽象的，從不直接作用的

⑩ 以火來作例子吧：「火爐」(*foyer*)原始地回應了取暖、烹飪、照明的共同功能。以此身分，它身上承載著象徵作用的複雜連結。後來的烹調暖爐(*cuisinière*)，已經是一個器具，但仍然集合了取暖和烹調的功能於一身：它還保有一些象徵性。然後，所有這些功能各自分析性地離散於各種功能特定的器具中，它們的綜合，將不是像火爐例子一樣，以具體的方式進行，而是抽象的，來自於使用的能量(電或瓦斯)。這個新的氣氛，建立於功能分割的另一體制，老實說，一點象徵意義也沒有。

[10] 作者此處應是延用紀德堡在《演劇社會》(*Guy Debord, Société du Spectacle, 1967*)一書中提出的概念加以延伸解釋。在紀德堡的構想中，「演劇」(*spectacle*)是現代社會「分離」原則的原型。請參閱林志明，〈紀德堡與法國激進思想〉，《當代》，No. 117, 1996, 1.1, pp. 12-18。

(原載《台灣賦格》，No. 2)

智性，才能適應新的技術結構：然而這還需要人能適應，這種越來越傾向只要求他使用高級的智性和計算功能的情境。對這個傾向深沉的抗拒，便會產生決定性的落後。人反而變得比他的物品更不邏輯一致。物品在氣氛的組織上，可說是超前了人，因此也把人的行為舉止帶著走。以洗衣機為例：它的形式和作為和要洗的衣服布品間，沒有明確的關係，就時間或空間層面而言，洗衣的操作都失去了特殊性。最低限度的參與、過程以分鐘計算、而水在其中也只是攜帶化學去污產品的抽象運輸工具。以功能化的方式，洗衣機由此進入的關係場域，和過去的搗衣杵或水桶的操作場域完全不同，它進入的是一個以不連續方式聯結的功能場域，構成同一場域中的物品則是其它的客觀操作者(opérateur)：冰箱、電視、擺設的元件傢俱及汽車——這正相對於過去傳統工具的作用場域，在那裏，它們是物質和轉變物質的人之間的實作中介。我們由一個垂直的、有深度的場域，進入了一個水平的、橫向擴延的場域。

就好像在一個物品的機制中，各個部分以結構的方式合為一體，各種技術物品，也是傾向獨立於人的干預，在它們彼此之間組織起來，在其一致被簡化的實踐中，互相反射，如此，它們傾向組成一個關連清楚的體系，隨著它自己的技術演化模式演變，而人在其中的責任，不過是施行機械化的操控，而此一責任，有一天機器甚至都可以自己承擔。

迷你化

使用傳統器物的手勢，在它們四週創造的是一個連續但受限定的空間(espace)，而今天，技術器物建立的則是一個不連續，又不受限定的延展(étendu)。這個新延展，這個功能維度中，它的格律所要求的，便是最大程度的組織，最佳程度溝通。因此，隨著科技的進步，我們也看到技術產品邁向越來越極端的迷你化。

機械擺脫了以人為中心的參考點，也擺脫了所謂的「自然尺寸」(la grandeur nature)，越來越獻身於訊息的複雜性，機械以人腦為模範，朝向不可逆轉的結構集中，朝向小宇宙的精華本質，¹⁷這樣的方向去演進。普羅米修斯的英雄擴展，以佔領世界和太空為目的，這樣的技術時代過去了，隨之而來，我們的技術時代，想要深度地切入世界之中去運作。電子設備、控制論——自手勢的空間解放出來，從此以後，效率便和以最小延展控制最大場域的飽合狀態相關，而這一點，與我們的感官經驗之間，沒有任何足以相比擬的共同點。¹⁸

風格化——順手性——封套(enveloppement)

形式的風格化(stylisation)，處處與功能化世界和延展的最佳組織中，日益成長的自主性相伴隨。形式本身也變得更為自主，它日益與人體和勞力的形態學(morphologie)相遠離——然而它又總以某一種方式，對它作

¹⁷這是迷你化物品迷人的原因：手錶、晶體收音機、相機等等。

¹⁸在一個以延展、擴張、空間化為特色的文明裏，迷你化的傾向似乎顯得弔詭。實際上，它既是理想的達成，又是矛盾的表達。因為這個技術文明的特點也在於都會的限制和空間的匱乏。由於日常生活的絕對需要（而不只是結構上的要求），這個文明越來越走向一個「集中密實」(compact)的方向。在雷射、計算機、微形技術，和小汽車、多功能的小發明，「精心規劃」的公寓、晶體收音機之間，一定有一層關係，但這一關係不一定是結構的或邏輯的。迷你化技術的最大限度組織原則，有一平行的功能，那便是暫緩日常生活的週期性空間匱乏（卻不能永久地解決它）。兩者並非結構性地連結，它們只是在同一系統的框架裏被牽連在一起。而日常生活中的技術物夾在兩者之間，不知道它究竟是回應何者：倒底是一種技術進展（迷你化），或是〔生活〕實踐體系的品質衰敗（空間匱乏）？（我們會在它處——「技術的災難」一節——中去研究結構性科技演進和日常生活中的匱乏限制，兩者間的對立力量。）

暗示。形式在彼此之間自由地組織，但它們和人初等功能間失落的關係，又總是在記號的抽象化程序中持續存在：那是它們的延伸義(*connotation*)。以手來作例子吧。我們已經見過手在操控手勢中的重要。所有現代物品首先都希望自己是方便順手的(它幾乎是「功能化」的代名詞)。但使得物品形式順應其造形而發展外形輪廓的這隻「手」，究竟是什麼呢？它根本不是那個勞力的終點，用來掌握物品的器官，它只是順手性(*maniabilité*)的記號，針對這個抽象記號，按鈕、手柄等等更能配合。因為它們的操作本身，早不需要手的工作，而且存在於它處。在這裏，就形態學的層次而言，先前已經談過的自然性神話又再出現：人體只是把他存在的記號委派至物體身上，而後者的運作仍保持自主。人委派的是他的「外端」。而物品則依照此一抽象形態，發展它們的「外形輪廓」(*se "profilent"*)。這裏出現的是一個形式間的勾結串連體系，而人在其中，只是被暗示。⑩物的外形便是如此「吻合」手掌。艾爾朋(Airborne)扶手椅也是如此吻合您的身體：一個形式「吻合」另一個形式。工具，這項傳統物品一點也不「吻合」人的形體，它配合的是勞力與手勢——而且人的形體是在一項具體的工作完成後才會加諸物體之上。今天，人的身體之所以會在物體上出現，似乎只是作為功能物品形式完整的抽象理由。功能性因此不再是真實工作的施與，而是一個形式對另一個形式的適應(手柄對手的適應)，並且是經過此一程序，成為真實工作程序的省略、忽略。

形式便是如此地由實用功能和人的手勢中解放出來，成為彼此相關，並且也和它們所「節奏」的空間相關。這便是今天我們對物的「風格」的定義：因為機械成為虛擬狀態、或是言下之意(幾個簡單的手勢便可將它的力量喚出，卻不必使它出現，物品真正作功的身體仍保持隱形)，只有形式出現，前來將它包裹在它的完美，它的線條之中：形式仿佛給一個抽象而

⑩在氣氛的領域中，也是一樣，自然也只是被暗示。

晶體化的能量「穿上衣服」，也像把它遮隱。這就好像某些動物的演化過程，形式像是甲殼一樣，外顯出來包裹物品。流動的、有傳導性的、包裹的形式整合了各種表象，以便超越各種機械令人不安的不連續性，而邁向一個合理一致的整體。在這些功能化的氣氛裏，線條（同時還有材質：鉻、釉、塑膠）的連續閉鎖，重建了世界的統一，而在過去，則是人的手勢保證了深度裏的平衡。如此，我們正邁向一個形式的獨裁：只有它被要求，只有它被閱讀，而且，形式的功能性，深刻地決定了所謂的「風格」。

象徵面向的終結

實際上，形式的完成遮隱了一個基本的欠缺(*manque*)：經由形式的普遍傳導性，我們的技術文明嘗試去補償，與傳統工作手勢相連的象徵關係的隱退，去補償我們的技術威力所導致的不真實感，和象徵面的空洞。^⑩

這是因為手勢的中介，不只擁有實用面向。勞力中投注的能量也不只是肌肉和神經的作用。在手勢和勞力之中，透過穿透、抵抗、模塑、搓揉等形式展開的，是一整組的陽具象徵體系。所有的節奏性手勢，都以性的節奏為其模型，而所有的科技實踐也在心理上為它決定(*surdeterminer*)（參閱巴席拉〔G. Bachelard〕^[1]的研究和杜宏〔G. Durand〕^[12]所著《形象世

⑩當然這不代表要將勞力和傳統手勢詩意化：當我們想到數世紀來人一直用他的勞力來補償工具的缺失，而在奴隸和農奴之後，農人和工匠手上用的工具仍由石器時代直接演變而來，我們只能去歌頌能量的抽象化，以及實際上只是代表奴役的手勢的拋棄。今天，「沒有靈魂的機械性」（即使只是廚房的電動攪拌器），終於使我們可以超越產品和手勢的嚴格對等，及其中包含的長時勞力消耗，而生產出遠遠超過人的手勢所能生產的產品。然而，在另一個層面，它所帶來的後果，亦是同樣深遠。

[1] 巴席拉(Gaston Bachelard)為法國哲學家(1884-1962)。他的工作領域主要在知識論史及科學知識的心理分析(《科學精神的形成》〔*La Formation de l'esprit scientifique*〕, 1938)。

界的人類學結構》〔*Structures anthropologiques de l'imaginaire*〕, 頁 46 等)。傳統的物品和工具, 因為在勞力使用和完成中, 它們要求使用整個身體, 便承受了像是性交中所釋放的深沉原慾的投注 (在另一個層面上, 舞蹈和儀式也相同)。^①然而以上這些層面都被技術物所阻止、打消。過去, 在工作手勢中所昇華的 (因此也受到象徵力量投注的), 今天都被壓抑。在技術物品的組合整體中, 不再有過去物品戲劇性地、無秩序的繁衍生長, 而且過去的物品也會老化、和顯露它們的工作。仿佛活生生的陽具或陰道, 鏟子和水壺, 在它們的「猥褻」之中, 象徵性地表露了人活力蓬勃的衝動。^②過去的工作手勢也都是猥褻的, 而今天, 在操控的手勢中, 它們都被迷你化和抽象化了。面對功能物的中性形式、預防醫學般的「潔白」、完美, 過去的物品組成的世界, 便像是殘酷劇場和衝動劇場。熨斗的手把消隱, 變成一個「側影輪廓」(profile, 這個詞頗能表達它的纖細和抽象性質), 它針對的, 越來越是手勢的消失, 甚至這個形式已不再為手的工作設計, 它只是順著手形: **形式的完成將使得人成為他的力量的純粹觀照者。**

①同樣的, 我們也可以說, 透過手勢, 皮亞傑(Piaget)所提的父性和母性「情感模式」(schèmes affectifs), 也融入物品之中, 這是幼兒和他的原初人際世界的關係: 對幼兒而言, 父親和母親本身仿佛是工具般的存在, 他們身旁則圍繞著次等的工具。

②如此, 兒童所畫的母性房子, 有門和窗子, 同時象徵他自己(人臉)和母親的身體。和手勢的消失一樣, 這座傳統的, 有樓層, 樓梯、閣樓、地窖的母性房屋的消失, 首先代表認識上一個象徵層面受到挫折。我們和自己身體的深沉默契, 對自己身體的內在感覺, 就這樣的層面來說, 現代體制令人失望: 因為我們在其中很難找回自己的器官, 或是身體組織的象徵。

[12] 杜宏(Gilbert Durand)為法國哲學家, 前述巴席拉之弟子, 在Grenoble大學教授文化人類學和社會學, 並創立「形象世界結構研究」。作者所引《形象世界的人類學結構》一書(初版1960), 是他最重要的著作之一。

力量的抽象化

然而技術的力量不可能再被中介：在它和人及人的身體之間，沒有公分母。它也不可能再被象徵(symbolisé)：功能化形式只能表達它的引伸義(connoter)。這些形式在它們的絕對嚴密一致中(流體力學、順手性、自動化等)，成為技術力量的加倍記號(sursignifiant)，但在這麼作的同時，它們也將分離物的空虛形式化了，它們便好像是一些奇蹟作用的現代儀式。它們是我們的力量的記號，但同時又見證了我們在這力量之前的不負責狀態。這也許便可解釋，在機械時代來臨初期的欣喜後，技術帶來的是無精打采的滿足，而純潔無瑕的物品會產生一種特殊的焦慮，但面對它們的威力，又是一種強迫性的無謂態度，被動性地觀賞。某些慣常使用的手勢失去了作用，和建立在身體運用上的某些日常生活節奏突然的斷裂，這些情況，都會導致深遠的身心後果。事實上，在日常生活的層次上，一個真正的革命正在發生：今天，物品已變得比人、物之間的行為更為複雜。物品越來越分化，我們的手勢則越來越不分化。我們可以換一個說法：物品不再被一個由手勢構成的劇場圍繞，在其中扮演角色，今天，它的目的性(finalité)^[13]的極度發展，使得物品幾乎成為一個全面性程序的主導者，而人在其中不過扮演一個角色，或者只是觀眾。

現在引一個奇特的故事作為寓言。故事發生在十八世紀。一位熟悉鐘錶機械的魔術師，做了一個自動木偶(automate)。由於木偶是這麼完美，動作如此柔軟自然，當魔術師和他的作品一起在台上出現時，觀眾反而無法區別誰是真人，誰是木偶。此時魔術師被迫把他自己的手勢機械化，而且以極高的巧妙，使得他自己的外表產生輕微的破綻，如此他的表演才能得

[13]關於「目的性」，請參閱本章「功能性形式：打火機」一節。

到意義，因為與其讓觀眾到後來因為長時間搞不清楚誰是「真的」，因此陷入深深的焦慮中，還不如讓他們把人當作機器，把機器當作人。

這個故事像是說明了人和技術間的命定關係——只是，在現實世界中，我們不會被自覺受到巧妙欺騙的觀眾的掌聲驚醒。故事說明了在一個社會中，技術器具過度完美時，它會變得像是手勢的「綜合」，比傳統需要手勢的器具更為高超，仿佛完美的心智結構的至高投射。目前，某些工作所需要的準確度和柔軟度，仍然只有人的手勢才能提供。但是也沒有任何事物阻止我們去想，技術(techné)以它不斷的演進，有一天會達到[完美的]模仿(Mimèsis)，而以一個人工製造的智性世界取代自然世界。如果擬像的模擬達到完美，使它成為現實中高效率的組織者——當人在面對擬像時，自身是否便會變得抽象化了呢？路易斯·孟佛爾德(Lewis Mumford)^[14]曾說：「機械會導致消除人的功能，使得人接近麻木。」(《技術與文明》[*Technique et civilisation*]，頁 296) 在這裏，它已不是一個有關機械的假設，而是實際生活中的現實：技術物所強制規定的行為舉止是不連續的，是一串貧乏的手勢、一串作為記號的手勢，其中毫無節奏可言。這便像是故事中的魔術師，面對他所製造的完美機器，只有把自己解體，把自己機械化。人反而被他的結構性投射的嚴密一致，推送到一個不一致的地位上。面對功能物，人會變得失去功能、不理性、主觀，變成一個空洞的形式，開向功能神話，和與世界炫人耳目的效率相關的幻想投射。

[14] 路易斯·孟佛爾德(Lewis Mumford)為美國哲學家。其思考技術與文明的著作尚包括 *The Mythe of the Machine. Thechnics and Human Development* (原著 1962, 法譯 1967)。其主旨在研究技術演化與文明的關係，強調儀式、語言和社會組織中的發明對技術的影響。

功能主義神話

事實上，勞力中的具體活力，雖然在機械和操控手勢中被抽象化了，卻不就此消失：它內化為一個純心智的活力，那就是功能主義神話的活力。這個活力指向一個完全功能化的世界潛在的可能，而每一個技術物都早已是它的標誌(indice)。被壓抑的手勢，變成了神話、心理投射、超越(transcendance) [再度出現]。當我們已看不見能量的行進路線、而覺得它仿佛天生就存在於物品中，當我們因為手勢和勞力的缺乏(或其近似狀態)，反而受惠，我們是否有理由，或被強迫，去相信一個沒有絕對止境的功能性，去相信記號的效能？在這裏復活的，有點像是從記號去推導真實的古老方法，而那其實便是魔術世界的規則。「對原始魔術效力的部分感情，轉化成對進步的無條件信仰，」西蒙頓(Simondon)說。(前揭書，頁95)這個情況，存在於對整體技術社會的信仰中，同時也以一種比較模糊，但更為頑強的方式，存在於人對日常生活環境的感覺中，使得在其中，即使是一個無大意義的小發明，都變得好像是有關威力的技術神話領域中的一個焦點。對物品的日常使用方式，構成了對世界的推斷(présomption)幾乎權威的一個模式。然而，只要求純形式參與的技術物，它和我們敘說的卻是：一個無需勞力的世界、能量的抽象化和完全動態、手勢—記號的全面效能。④

④必須要把這個神話邏輯(mythologie)，和「進步」的意識形態(idéologie)，區分開來。後者無論如何抽象，仍然是對結構的一項假設，而且會在技術演化中尋求佐證。至於功能主義神話，則只是以它對記號的信仰，來推斷技術全體。一個是社會文化的中介者(存在於十八和十九世紀)，而另一個則是一種幻想式的預測。(譯註：我們可進一步說，作者的功能主義神話解析，運用了心理分析的模式：被「壓抑」的事物(人具體的活力)，以幻想的方式再度變形出現(retour)。)

功能性形式：打火機

「功能性」形式中，風格化的流暢性(*fluitid  stylisée*)，見證的便是這個純心智活力，它是失落象徵關係的擬象，而且形式只能將這關係作為它的延伸意義(*connote*)，嘗試以記號的力量來重新發明一個目的性(*finalité*)。^[15]比如幾年來打廣告成功的卵石狀打火機：長而橢圓、簡略的、不對稱的形狀，「非常具有功能性」：不是因為它打火的功能比別的打火機好，而是因為它「吻合手掌的形狀。」「海洋把它洗磨為適合手掌的形狀」：這是一個完美的狀態。它的功能性(*fonctionnalité*)不在於打火，而在於方便順手。它的形式仿佛由自然(海洋)注定，正好給人操縱。這個新的目的

[15]作者曾數次運用這個概念，下文亦會再運用，現在作一總的說明。目的性(*finalité*)意指「具目的性」，即一物的存有具有目的，而非純粹偶然。目的性可以有多种區分，比如康德所說的主觀和客觀目的地性，前者指物的存在與人主觀的要求相合(與主體相關的目的性)，後者則可理解為客體間的相合。作者運用這個概念的主旨在於說明，物的目的性，過去與主體相關，後來卻擁有自主性，彼此勾連。比如物的外形過去是為了適合人體及勞力施展，後來這一點已不再有必要，而為了心理上的因素，又必需「發明」一個新的目的性(模式)。即物的形式在實用上失去了目的，只好用神話的方式，用記號的形態，來給予它一個仿佛有(功能)目的狀態。康德還區分「內在」和「外在」目的性。前者目的為自身的存在，後者的存在則為了它者。但他認為我們只有權說，自然有客觀內在目的地性，而無客觀外在目的性(即我們不能合理地認為，自然中的某物是為了它物而存在)。這個客觀的內在目的性，最好的說明，便是有機體(比如它各部分的合諧關係是以其整體存在為目的)。又過去大陸學者(如宗白華、朱光潛)在譯述康德《第三批判》時，慣常將其譯為「合目的性」，似不恰當。因為中文「合」同時有「適合」(*convenance*)和「吻合」(吻合一個目的)之意，前者已包括在目的的想法之中，後者則正是康德所要明白區分的(對康德而言，「理想」、「完美」都不是純粹的「目的性」，因為它們不只判斷目的在形式上的有無，而涉及針對一特定目的是否吻合的判斷。)後來章卓民譯《判斷力批判》下卷，即以「目的性」來譯此字，應較恰當。

性，便是它獨有的修辭。這裏提出的引伸意有兩層：首先，雖然是工業產品，這個打火機卻被認為擁有手工藝品的品質，其形式乃是人的手勢和身體的延伸。其次，海洋的影射則將我們帶到一個神話的境地，一個爲了人，將自身文化化的自然，它並且能配合人任何微小的慾望：海洋在這裏扮演了磨石者的文化角色，而那是自然崇高的工藝。^②因此，首先像是海水所做的石頭，又爲人手取去生火，這個打火機也就變成了奇蹟般的燧石，而一整套人類史前和工匠模式的目的性，也就如此，前來在一個工業產品的實用本質的構成中，扮演它的角色。

形式的延伸義：汽車的羽翼

長久以來，美國汽車便裝飾著大型的翅膀；巴卡耳德(Packard)^[16]曾在《浪費的藝術》(*L'Art du gaspillage*, 頁 282)說它們象徵美國人對消費品的狂熱；但是它們還有別的意義：一但由過去的交通工具外形中解放出來，並且依它自己的功能來結構各個部分，很快的，汽車便只是在表達此一成果的延伸意義，使它自己成爲一個大獲全勝的功能的延伸義。這時物品真是得意洋洋：汽車的翅膀成爲戰勝空間的記號，——純粹的記號，因爲它本身和這個勝利無關（甚至造成阻礙，因爲它增加汽車的重量，而且

②「自然」神話的邏輯通常需要一個先前時期的文化體系的接引，也就是說在退化至一個神話的全體性(*totalité*)的步驟，需要一個準歷史性的中介者：如此，前工業化時代，手工藝的神話邏輯，包含了一個「功能化」自然的神話，反之亦然。

[16] 凡斯·巴卡耳德(Vance Packard)爲美國著名記者及大眾文化學者，1914年出生於賓州。

1937年畢業於哥倫比亞大學。1942年結束與美聯社的工作後，他出版了一系列的有關經濟及私行爲主義的論文並在哥大與紐約大學教授新聞學。巴卡耳德是本書所大量參考的作者之一，除了這本出版於1962年的書外，《匿名的說服》(*La persuasion clandestine*)一書也是作者的重要參考來源。

增多擁擠)。具體和技術性的動態在此加倍地表達於[形式的]絕對流暢性中。原因在於，翅膀並非真實速度的記號，它表達的是一個超卓的，無法衡量的速度。它暗示的是一個奇蹟般的自動主義、一個恩典，在想像中，好像是這個翅膀在推動汽車：汽車以它自己的翅膀飛行，它在模仿一個高級的有機體。引擎是真正的效能來源，那麼，翅膀便是想像中的效能來源。在這一齣物的自發的和超越的效能的喜劇中，不久便需要自然的象徵：汽車給自己穿戴上翅膀和機身，而它們同時還是結構性的元件——汽車由飛機身上偷記號，因為它是空間中模範；再過來呢，汽車便要由自然中偷它的記號：鯊魚、鳥類、等等。

今天，自然的引伸義已經改變其範圍，過去，我們看到的是植物記號的大量增殖，淹沒物品，甚至機器，都被大地產品的符號自然化了。^④今天，重複出現的則是流動性，它的引伸義不再屬於大地和植物的範疇，那是穩定的元素，而是在天空和水中，這才是動態的元素，不然就是在動物的活力裏。這個現代的自然性，由有機狀態過渡到流體狀態，卻仍然只表達一個自然的引伸義。非結構的，非必要的元素，比如汽車的翅膀，總是為技術物提供自然式的引伸義。

它甚至是用寓意^[17]的方式(allégoriquement)來延伸意義。當凝固的

●曲線靠它本身，還保存了這個植物和母性的延伸義——曲線傾向於賦與物品沉著的有機價值。或是自然演化上的價值。曲線現在或者消失或者變得簡略。

[17] allégorie(寓意)是西洋修辭學中比喻部門中的一項。其希臘字源意義為以一個聚合(agora)來說出其它事物(allos)。因此它主要的特徵便是以一整組的細節，來表達出一個(抽象的)意念。對細節的重視是寓意和隱喻(métaphore)之間主要的差別(或者我們可以說寓意是串連式隱喻(métaphore filée)，在為數重多的細節上，進行項和項間的比較)。和象徵(symbole)相比，寓意手法中，各元素對應到所指的抽象意念的整體時，總是被認為是一種機械式的元素組合，而不是形成有機的整體。這是作者在此提出，汽車的翅膀只是用寓意的

結構被和結構無關的元素侵襲，當形式上的細節侵佔物品，此時真實的功能也只是藉口[alibi, 不在場的無罪證明]，而形式也只能表達功能的意念：它變成了寓意式的。汽車的翅膀是我們的現代寓意(allégorie)。我們不再有繆思和花朵，但我們有我們的汽車翅膀和大海磨洗的打火機。潛意識的論述也是用寓意的手法說出。有關速度的深沉幻想(phantasme)^[11]便表達在汽車的翅膀中，但它是以暗示和退化的模式表現出來。因為，如果說速度是陽具類的功能，那麼汽車的翅膀，給我們看到的卻只是一個純形式的、凝固的，甚至是可在視覺上食用的速度。這個速度不是一個主動程序的結果，而是速度的「芻象」(effigie)所產生的快感——像是能量在最後狀態，成為被動的、降級為純粹的記號，而潛意識中的慾望在此只是不斷地重複一個固定不動的論述。

因此，形式延伸意義的構成，相當於一個**檢查制度(censure)**^[19]的建立。在形式的功能化程序的完成的背後，[真相]是傳統的陽具象徵體系的

方式來表達速度的原因。另外，allégorie 在文學(特別是中世紀文學中)或藝術中，一個典型的呈現方式，便是將抽象意念「擬人化」(班揚筆下的基督徒在《天路歷程》(The Pilgrim's Progress)中，遇到了「信仰」、「希望」、「大失望」等人物)，這是作者後來說速度中的能量變成了「芻像」時，使用寓意概念的另一個面向。

[11]或作 fantasme，為心理分析名詞。在佛洛伊德的用法中，幻想是一組想像的意識內容(représentation)或劇情，包括許多人物，並且以或多或少偽裝的方式來作慾望的場面調度(mise en scène)。拉崗(Lacan)則強調幻想的「語言」性質，並指出幻想劇情中的「人物」，比較是以個別的元素(如語言、語音、聯想物品、身體的部分、行為的特徵)而非組合的整體來作用。作者提出「潛意識的論述」(discours de l'inconscient)運用寓意手法，應當是使用拉崗的說法。

[19]沿上文心理分析概念的運用而來，「檢查制度」(censure, 英文 censorship)意指一項心理作用，使得潛意識中的慾望只能用「偽裝形式」在意識中出現。因此檢查制度在此最重要的功能不是「查禁」，而是「變形」。當然各種檢查制度(政治思想、新聞、色情)的「封鎖」效果，其真相亦可作如是觀。

分裂：一方面，它將自我抽象化於威力的擬象(simulacre de puissance)中(隱藏的、無法解讀的機制)——另一方面，既退化又自戀，它便在形式的封套(enveloppement)和形式的「功能性」中，自我滿足。

形式的 [不在場] 無罪證明

如此，我們便能比較清楚，形式如何論述，也比較清楚它的意圖何在。形式變得彼此相關，又不斷地把它們的風格化形成指向對應的形式(formes homologues)，^[20]它們便以一個圓滿論述的風貌出現——完美實現人和世界的一種本質。但這個論述永遠不是清白無邪的：各形式間，既區分又連結的組構關係(articulation)^[21]之下，總是隱藏了一個間接的論述。打火機的外形和人手掌間的關係，總要通過「將它磨洗」的大海(來連接)，汽車的翅膀和它走過的空間之間的關係，總要通過飛機、鳥類，等等，實際上，是通過大海的**理念(idée)**、飛機和鳥類的**理念(idée)**。如此，我們看到的是自然的理念(l'Idée de Nature)，在多種形式下(動、植物的元素、人體、空間本身^②)，干預著各形式間的組構關係(articulation)。也就是因為這些形式組成了系統，便再創了一種內在的目的地性(finalité

[20] 元素間的對應關係為前述寓意比喻的重要特徵。比如汽車的翅指向飛機或鳥的翅膀，流線的車身則指向飛機和鳥的胴體。汽車的外形，在這樣的對應結構中，便可被解讀為「速度」的「寓意」。

[21] 法文 articulation 有數層意義，它同時是(解剖意義上的)「關節」、「機械零件的銜接」、「對空間中各元素的的功能性分配(répartition)」，「兩個程序間的文錯聯繫關係(imbrication)」。語言學上的一般用法又指(清楚)「發音」，而法律上則指「逐條列舉」(事實)。受結構主義影響的論述，對這個語詞的使用頗多(因為結構主義基本上是一種關係性的思考 pensée relationnelle)。綜合上面的所舉意義，及本書內外論述脈絡，可將其理解為各項目間，「既區分又連結的組構關係」(而根據結構主義的思考方式，意義便在這個關係中出現)。

interne),^[22]並且,就在同時,它們延伸義便指向「自然」——自然仍然是所有目的性的理想參考點。

「粗俗的」物品,它們的[意義]僅在於它們的功能,便沒有這個[內在]目的性。在它們的層次,我們不能談氣氛(ambiance),只能談環境(environnement)。長期以來我們想要在它們身上強加一個粗糙的目的性:我們用花朵圖案來裝飾縫紉機,而過去考克多(Jean Cocteau)和畢費(Bernard Buffet)還曾「打扮」(habillaient)電冰箱。^[23]或者,無法把它們「自然化」的時候,我們便滿足於單純地遮隱(voiler)它們的存在。如此,在一段相當短暫的時期中,機器和技術,自傲於它們的解放,猥褻地炫示它們的實用性,在此之後,現代的羞恥感又拼命地要遮隱事物的實用功能:

「燃油暖氣所需的配置是絕對隱形的。」

⑩ 事實上,空間(在此)也顯現為它的延伸義——「虛空」,而不是以它生自於各種形式間活生生的相互關係(「有節奏」的空間[l'espace rythmé]),這樣的意義出現,我們看到的是,各形式間透過「虛空」,這個空間的形式化記號,來彼此產生關係。在一個擁有空間的房間中,有便有一個仿佛自然的效果(effet de la nature):「它可以呼吸。」這便是虛空的誘惑力的來源:不置一物的牆面意指文化和優渥。我們要使得一個小擺設有價值感,便在它周圍設置虛空。「氣氛」因此常常只是一個純形式的佈置,其中計算出來的虛空,使得幾件物品「擁有個性」(personnalise)。反過來,在大眾系列(的室內)中,空間的匱乏摧毀了氣氛,因為它去除了物品這個奢侈的呼吸(空間)。在這個對虛空的喜愛中,也許還得讀出一種道德的反映,那便是卓越和距離的道德。因此,這裏也是傳統意義延伸體系的倒置,因為過去的體系來自飽滿的實質,而在其中,價值乃在於累積和天真的炫耀。

[22]關於「內在目的性」、「自然」、「有機結構」間的關係,請參閱本章裏功能性形式:打火機章一節譯註。

[23]考克多(1889-1963)為法國作家(詩、小說、劇作、電影、素描)。畢費1928為法國畫家。

作者所提到的事件為1958年的一次聯展(地點:la galerie Charpentier),共有十位畫家展出其繪於冰箱上的畫作。這次展覽,曾在媒體上造成不小的轟動。

「在花園任何角落，不可或缺的大車房不可出現眼簾…因此它被隱藏在假山之後。一座高山植物花園罩住車房水泥屋頂，一道隱身於假山中小門聯通車房和房子內部…」

自然化、折疊、疊印、裝飾：圍繞我們周圍的事物中，形式的作為，是**當作物品矛盾生活方式的虛假解決**。今天，不協調的裝飾雖然已讓位給更微妙的解決之道。但含包在形式論述內的，以延伸義出現的自然，卻仍然同樣地存在。

此一自然化程序還同時自發地負起道德和心理上的指涉。廣告詞語在此頗能揭發真相：一整套的情緒性用語：「熱情」、「親密感」、「光芒」、「真誠」——「自然」價值的修辭法，在廣告論述中陪伴著形式的計算和「功能性風格」。這樣的「熱情」、這樣的「真誠」、這樣的「忠誠」，明白道出系統的曖昧性，因為和方才的鳥類、空間、或大海一樣，許多長久消逝的傳統價值，又以記號的身分，在系統中隱約出現。當然這裏還談不上「偽善」與否的問題。但這樣一個系統化、同質且功能化的，由色彩、材質和形式組成的世界，在其中，衝動、慾望、本能的爆炸性力量，雖然不被否定，●卻又到處不被承認，還被揭穿、遺漏——這樣的世界難道不也是一個道德的甚至超級道德的世界？如果現代的偽善不再是遮蓋自然的猥褻性，它卻是自滿於（或者傾向自滿於）記號無攻擊力的自然性。

●對本能道德性的抗拒仍然和本能貼近。在此，已無此一貼近性：在所有的形式之下，自然，同時被指涉又被否認（請參閱前文有關「檢查制度」的註解——譯者）。

III. 結論：自然性和功能性

在擺設和氣氛價值分析的終點，我們觀察到整個系統乃是建立於**功能性**(fonctionnalité)的概念之上。色彩、形式、材質、擺設、空間，全都是功能化的。所有的物品都希望自己是功能化的，就好像所有的體制都宣稱自己是民主的。然而，這個包含現代性所有魅力的字眼，卻充滿了曖昧意味。它由「功能」這個字演變而來，暗示的是，物品本質的實現，存在於它和真實世界及人的需要間的準確 [適應] 關係。事實上，由前面的分析可知，「**功能化**」(fonctionnel)絲毫不代表適應一個目的，而是代表適應一個體制或一個系統：功能性的真義是能被整合於一個整體中的能力。就物品而言，正是擁有超越它的「**功能**」(fonction)的可能，以邁向一個二次度功能，並且也代表有可能，在一個普遍的記號體系中，成為遊戲、排列組合、計算中的一個元素。

功能體系因此，**總是在充分的曖昧性中**，同時具有下列特質：

一、**超越(dépassement)**傳統體系的三個面向：物的基本功能——衝動和初等需要——前兩者間的象徵關係。

二、同時又**否認(désaveu)**和傳統體系緊密連繫的這三個面向。

換句話說：

一、物的功能體系，其系統一致性來自於各物品(及它們個個面向，色彩、形式等)，在系統中失去自我個殊的價值，只擁有作為記號的一般性功能。自然的體制(基本功能、衝動、象徵)在其中處處存在，但也只是以記號的樣態存在。物體的物質性不再和需要的物質性直接相聯：這兩個不一致、初等的且相互對抗的系統都被部分省略，而以在兩者間插入一個可

操弄的記號構成的抽象體系來完這個聯接：**功能性**。同時，象徵關係消失了：透過記號所浮現的，是一個持續被征服的、被提鍊的、抽象的自然、一個挽救於時間和焦慮中的自然，它不斷透過記號之助進入文化，這是一個被系統化的自然：**自然性**（如果要稱它為**文化性**，那也請便①）。這個自然性因此和功能整體相關。它便是「氣氛」體系的現代延伸義。

二、[在系統內] 自然的存在永遠都被**超越**（而且用比先前任何文化②更一致和更徹底的方式），使得這體系有作為文化模範的價值，也使它擁有客觀的活力。

然而，在這樣的體系內，自然的存在總被推翻(démentie)，這使得它成為一個具有否認(désaveu)、缺席(manque)和(不在場)無罪證明(alibi)性質的體系(就這一點，它也比先前所有體系更為邏輯一致)。

既是組織和計算，又[操作] 延伸義和否認，但那[其實] 只是記號的同一個功能，只是功能世界的同一個現實。

①在此，文化和自然，實際上，只是形式上的對立，而在記號的層次，它們可以互換：

「自然性」和「文化性」，這兩個概念中，最重要的是「語尾」[表示抽象性質的「性」]。這個語尾到處可見：目的-目的性(fin-finalité)、功能-功能性(fonction-fonctionnalité)，下面我們還會遇見歷史-歷史性(histoire-historialité)、人-人格(個人化)(personne-personnalité(personnalisation))等等，它們便是過渡到抽象意義、二度意義、過渡到記號層次，這個過程的標示，因此，它們便在系統的所有分析中都擁有基本的重要性，而在延伸義(connotation)結構的分析中，更是特別重要。

②這是因為文化從來不是別的東西。但是，今天，首次在日常生活的層次，我們看到一個結構開始能以其抽象化過程，決定所有事物，結構的內在自主性(autonomie)可以大為發展，進而達成（這一點便是它的目的性）人和周圍氣氛間完美的共時關係(synchronie)，而其手段，則是將這兩者化約為記號和簡單的元素。

附錄：居家世界和汽車

我們以上所作的分析，主要是在居家環境和家屋的框架裏進行。的確，在家居的私人場域裏，集合了幾乎所有的日常生活物品。但是系統的作用範圍並不僅限於居家室內。它還有一個外部元素，而這個元素光憑它自己，便足以構成系統的一個維度：汽車。

這是一個物品中的物品，因為它可以總結以上分析的所有面向：所有的實用目的皆在[它的]速度、威望(prestige)中抽象化了——它在形式面上的延伸義——它在技術面上的延伸義——強迫性的分化——熱情的心理能量投注——幻想的心理投射。主觀需要體系和客觀生產體系的勾連，在此比任何其它地方更為清晰可讀。而且，這些面向都已分析過了。這裏，我們要強調的是汽車在整個系統內的位置。

汽車和所有其它事物組合體(ensemble)之間，都呈現出互補關係，而這些事物組合體和它相比，卻顯得偏狹——不只是因為比較不複雜，而是因為不能獨自在系統中佔有特殊位置。只有居家領域(sphère domestique)的整體(傢俱、小發明器具等等)，由擺設／氣氛這個大型的對立結構起來，透過它相對的嚴密一致，才能和汽車一樣，在系統內擁有相同的位置性價值。當然，就實際生活的層面而言，居家的領域，以它的勞務和多重功能關係來說，比汽車駕駛的「領域」重要得多。但就系統的層面而言，則必須要承認，居家領域在今天，只構成整個體系中雙極結構中的一端——另一端正是汽車。

汽車除了總結居家室內潛在的對立和意義外，又為它加上一個力量的維度，而這正它所缺乏的超越性質(transcendance)——但它從不質疑系

統本身：日常的私生活因為汽車的加入，而有了 [作為] 世界的維度，但它仍然是日常生活：如此，系統有效地達到飽合，卻不進行自我超越 (se dépasser)。

交通是一必要，速度則是樂趣。擁有汽車意義更重大：它像是某種公民證書，而駕駛執照便是一份信用狀，使我們有權佔有此一高貴的家俱，在其中，城鎮市區只是一個壓縮物，而速度便是它的端點。今天，沒收駕照不正相當於某種開除教藉 (excommunication)，或是社會能力閹割 (castration sociale)? ❶

雖然不必把汽車當作古老人頭馬神話的現代翻版——結合人的智慧和動物的力量❷——我們仍可認定它是一個超卓 (sublime) 的事物。相對於其它事物的日常性，它像是打開了一道絕對的括弧。它所轉化的物質——時空綜合體，是一個其它的物質無法相比的物質。汽車透過速度提出的動態綜合，也是和各種我們所習慣的功能大相逕庭。運動本身即可構成某種幸福，但在速度中，由機械得到的欣喜，又是另一回事：它的基礎在於想像中的移動奇蹟。不花力氣的動態，構成了一種不存於現實的幸福，一種存在的懸疑和不負責任狀態。速度的效果在於，融合了時空綜合體，它把世界化成二度空間、化成一個影像，它把世界的立體感和流變 (devenir) 都免除了，使它獲得崇高的靜止和觀想境界。謝林 (Schelling)^[1]說過：「運動不過是休息的追尋。」時速超過一百公里時，便會有永恆感的斷定 (但同時也可能是神經官能症)。這種在世界界線之外或世界界線之內的安全感，正是汽車經驗中欣喜的來源，而這個經驗的絕非來自活動作用的筋肉：這是一種被動的滿足，其佈景則不停地改變。

❶ 這個手段有時被用來懲罰皮條客。

❷ 有關人頭馬神話，馬和汽車中的幻想心理投射，請參閱：〈收藏〉一章。

[1] 謝林 (Friedrich Wilhelm Schelling, 1775-1854)，德國觀念論哲學家。

此一「動態的欣喜，」正好是家庭靜態的和不動產的滿足的反題(antithèse)，可說是將社會現實劃入括弧。《美麗的五月》(Joli Mai)便為我們呈現了百萬群眾中一個個人的告白，對他而言，汽車乃是工作地點和家宅間的無人地帶(no man's land)，單純交通的空洞向度：「我唯一的好時光，他說，便是從我家到辦公室的路上。我一直開，一直開。但是這還不夠：今天我已不再快樂，交通太擁擠了。」如此，汽車還不只是在一分爲二的日常生活中，和家屋對立：它也是一個居所，卻是例外的居所，它是一個擁有親密感的封閉領域，又脫離了親密性慣有的限制，具有強烈的形式自由，和令人目眩的功能性。家庭中的親密感是一種在家庭關係和習慣中的反向演化(involution)。汽車中的親密感則是時間和空間的加速新陳代謝，就其整體而言，則是隨時可能發生意外的場地，在這裏，在一個可能永遠不會實現的，但永遠都被想像、永遠被預先接受的偶然和機會中，前來累積的是這個自我和自我之間的親密感，此一形式上的自由，而且它只有在死亡中最爲美麗。一個超凡的妥協已經實現：在自己家中，同時又離自己的家越來越遠。汽車因此是一個新的主體性的圓心，但它的圓周不存在任何地方，相對地，居家世界的主體性是被圈圍的。

沒有一個日常生活中的物品、新奇玩意或器具，能提供類似的昇華和變貌(transfiguration)。每個功能物都包含了力量的多元決定，但在家庭勞務和不動產的範圍裏，它只是最小限度的。再者，整個家庭，除非它自我超昇到威望和社交界裏去，並不是一個賦予價值感的領域。(夫妻生活中的一項基本問題，便來自此一相互價值賦予的經常失敗)。與居家日常生活構成的「平面性」地帶相比，汽車與速度代表某種「垂直的」圖式，某種第三維度。^③這是一個高貴的維度，因爲，它既無有機體的限制，亦無社

^③這是爲何一般汽車使用者對安全設施(如安全帶等等)，有衆所周知的憎惡。在自己「家」中，我們要安全。但汽車，就此角度而言，正和家屋不同，甚至是它的反面。

會限制。如果說，家居生活中的物品，似乎退回一個低於(en deçà)社會現實的層次，汽車，只就它宰制時空的純粹功能性而言，似乎是在一個超出(au-delà)社會現實的場域裏發揮它的魅力。事實上，相對於社會領域，家庭和汽車都參與同一個私人領域的抽象化過程——它們組成的二項式(binôme)，連結於工作和休閒組成的二項式，組成了日常生活的全體。

這項系統化的雙極性(汽車在家庭之外，但又和家庭互補)，傾向於重疊社會學上依性別所作的角色分配。事實上，大部分的時候，汽車仍然是男人的禁嚮。「爸爸有他的標緻牌[汽車]，媽媽也有她的標緻牌[家電]，」一則廣告如是說。保留給男人的是汽車，保留給女人則是攪拌器、咖啡磨豆機、自動化電力廚房工具等等。^①家庭的世界便是食物和多功能器具的世界。男人的王國則在外頭，而這個世界的有效記號，便是汽車：他不在廣告影像上出現。在物品和角色這兩個層面上，都是同樣的對立在運作(再者，在標緻牌產品的世界，這一點又構成意義)。

此一連結無疑不是偶然的。它實際上和性心理的深層決定機制相關。

我們已經看到了速度如何同時既是超越又是親密。空間作為一種真實世界的抽象記號，征服這樣的空間，其中力量的運用，便形成一種自戀的投射。我們可以想想汽車和速度的「愛慾」(érotique)^[2]價值：由於同時解

① 必需承認這種連結方式——男人—汽車，女人—房屋，傾向於減弱——如果不是在再現的層面(représentation)，至少在事實的層面上如此。

[2] érotique 在最近的翻譯中，傾向被譯作「情色」以區別於「色情」(pornographique)。雖然這個層面(刺激性慾)的確是 érotique 字意的重要組成，但有意和「色情」作(道德)價值的撇清，結果可能更混淆要探討的對象(有必要作這種區分嗎？有可能作到這種區分嗎？)在這裏，另一個不選擇這種譯法的理由，在於它可能縮小此字涵蓋的視野。érotique 一字由希臘文 eros 而來，指的是主要是男女間的帶有肉慾的愛情，和同性間的友誼(philia)相對(所以哲學 philosophie 解為「愛智」不妥，更精確的解法應為「友」(philia)慧(sophia)——與智慧為友)。因此，以「愛慾」(的)譯 érotique 應是比較理想的譯法，如同馬庫色

除社會禁忌和立即的責任，汽車的動態消除了面對自我和面對他人的一整套抗拒體系：活力、熱情、迷戀、大膽，這一切都來自於開車情境的無付出（勞力）性質——另一方面，它促進了愛慾關係，因為它是雙重自戀投射^[3]在同一事物交合點，或者是在同一陽具性格的事物上（汽車），或者是在同一客觀化的陽具性功能上（速度）。汽車的愛慾性格因此不是一種主動的性傾向，而是被動的，愛慾關係中的每一方一種自戀式的誘惑（*séduction narcissique*），又是在同一事物中自戀式的融合相通（*communion narcissique*）。⑤ 愛慾的價值在此扮演的角色正如（真實的或心理的）形象在手淫中扮演的角色一樣。

就它這樣的角色而言，把汽車視為「女人一物」（*objet-femme*）的看法

（Herbert Marcuse）所著 *Eros and Civilization* 中譯書名為《愛慾與文明》。此書（原版於1955年，法譯出版於1963年）亦是布希亞在此隱含的對話者。馬庫色由詮釋佛洛伊德後期著作中有關 *Eros* 本能（相對於死亡本能的所有生命本能）的探討出發，提出「愛慾」的活動由兩性行為擴展至「人的所有活動」（量的提高），「愛慾」的目的超越生殖的目的，以其自身為目的（質上的提高）。如此鬧出「多型態性慾」的想法，並就此批評現代工業社會對人本性的「壓抑」。布希亞對汽車的慾望結構分析可說是針對馬庫色的想法，一個部分的發展和回應，亦即排除「壓抑」的批評道路，去看「愛慾」如何被「重新編入」，又如何去「結構」一種記號經濟的價值體系，即兩者間的相互組構關係（*s'articuler*）。

- [3] 「自戀」（*narcissisme*）就佛洛伊德心理分析理論而言，可定義為主體將自我當作對象的愛慾方式。如幼兒時期即開始的自體愛慾（*autoérotisme*）。但佛洛伊德亦提出，主體對外在對象的慾望投注，可能會反轉原慾方向，再成為退回於自我的狀態。這是第二階段的「自戀」。由此可瞭解作者所謂自戀投射的雙重性。（又投射本身有自我中心的性質，因為投射即是主體將自己的思維、感情、慾望等當作置身於外，化主觀為客觀的心理過程）。為何汽車的愛慾價值是一種雙重的自戀投射呢？以本段上文所說，可理解因為汽車（和速度）既是「超越」，所以是自我理想形象（威力）的外投，同時又是與外隔離的私人「親密」空間（第二個家），所以也是一種自我封閉式的自戀——繞經世界，卻又回到自身。無論有無繞經外在者，自戀的對象最終指向主體本身，這是為何後來作者說玩弄汽車類似手淫中玩弄一個形象。

有誤。④如果所有的廣告都把它當作這樣的東西來談論：「柔軟靈活、純種、舒適、實用、聽話順從、火熱…」原因來自廣告世界中，物品的普遍女性化作用，因為「女人—物」是最有效的說服圖式和社會神話邏輯。所有的物品，因此也包括汽車，都要變成女人，以引人購買。但這是一個文化體系的效果。就汽車而言，其深層的幻想化過程（phantasmatisation）則屬於另一個體制。由它的用途和或本身的特性（由類似蜘蛛般競賽用的四輪敞篷馬車〔spider〕到外形圓潤的六人座老爺車〔limousine〕），汽車在心理上可以作為一種力量〔慾望〕的投注對象，亦可適用於避難所（慾望）的投注對象——依我們把它當作拋射物〔炮彈〕或家屋而定。但是，究其根底，對任何人，不論男人、女人、小孩，汽車首先被當作陽具（而且也在真實生活中如此經歷），它是操縱、愛護、蠱惑的對象。既是陽具又是自戀投射，〔它是〕被自己形像鎮懾嚇呆（médusée）^[4]的威力。針對汽車的翅膀，我們已經分析過，形式本身如何以其延伸義，表達此一潛意識的論述。

⑤這種透過一個物品或一個物體系（建立）的自戀式同謀關係（complicité narcissique），已在裴瑞克（Georges Pérec）最近以一對男女的生活為題的小說中被窺見。這本小說題名為《事物》（*Les Choses*）（1965）。那無疑是一種共同生活的現代面向：所有的一切都朝向把物品當作關係的養料，又把（性的、夫妻的、家庭的、微觀社會的）關係當作物品消費的框架。（譯註，裴瑞克〔1932-1986〕為法國六零年代以後最重要的小說家之一，被視為形式創意和社會觀察、分析的最佳融和者。裴瑞克早年為社會學學生，而《事物》一書是他的得獎成名作，描述一對年輕男女在現代社會中，對消費事物的追尋和失望。）

⑥有的語言把它當作陽性名詞，有的作陰性名詞。

[4] Méduse（魅杜莎）是希臘神話中三個蛇髮女妖之一。看見她們的臉龐，任何人便會變成石頭。Méduser 在法文中意義因此轉為（將人）「震懾得目瞪口呆」。作者利用這個隱喻，並加上本節中納西斯（Narcisse）意象之助（納西斯受自己形象蠱惑，因而靜立水邊，以致死亡。他因此是自戀者的基型），回來談前面分析的「汽車翅膀」中的速度的「凝固」狀態。

B | 非功能性系統 或主觀論述

I. 邊緣物——古物

有一整個範疇的事物似乎脫離上面所分析的系統的掌握：它們是獨一無二的、巴洛克的、民俗的、異國情調的、古老的物品。似乎與功能計算的要求相抵觸，它們回應的是另一種意願：見證、回憶、懷舊、逃避。我們可能會傾向去把它們視為傳統和象徵體系的劫餘。但這些物品，儘管如何不同，也是現代性中的一部分，也因此，它們擁有雙重意義。

它的氣氛價值：歷史性(historialité)

事實上，它們並不是系統的意外：現代物的功能性 [在此] 變成了古物的歷史性 (或是巴洛克物品的邊緣性，原始物的異國風味)，而記號的系統化功能並不停止作用。堆積在前面所提的文化體系裏的，是作為延伸義的「自然」，即「自然性」。我們所描述過的打火機，當它指涉海洋時，已經是在一個神話邏輯裏了，但它還是有些功用——古物呢，當它指涉過去時，則純粹是在神話邏輯裏。不再有實用的狀況出現，它完全是作為記號存在的。它是非結構的，它否定結構，它否認初等功能的極限點。然而，它並非無功能，亦不是單純的「裝飾」，在系統的框架裏，它有一個十分特定的功能：它代表時間。❶

氣氛的系統是延展的，但如果它要擁有全體性，那麼它便要能回收

❶這裏我們把分析的範圍侷限在「古」物上，因為它是「非系統性」物品中最清楚的例子。但在同樣的基礎上，也顯然可以去分析邊緣物品的其它次範疇。

(récupère)存在的全部，因此，也就包括了時間這個基本的向度。當然，在古物中被取回的，不是真正的時間，❷而是時間的記號，或是時間的文化標誌。它們寓意式的存在因此不和組織有全面性的抵觸——自然和時間，沒有什麼可以逃出如來佛的手掌心，所有的事物最後都會變成記號。然而，如果自然很容易可以被抽象化和系統化，時間則否。它身上活生生的矛盾，很難被整合到系統的邏輯裡。我們在古物令人眩目的延伸義上讀出的，便是這種「時間性」的弱點。相對於自然的延伸義顯得微妙，「歷史」的延伸義，總要人覺得過分突出、明顯無比。古物總有點舞會壁花的味道。再怎麼美，總是有點「怪怪的」。再怎麼貨真價實，總有點假。原因在於，它以真蹟的身分出現在一個系統內，而系統的理性和真假絲毫無關，它只是計算過的關係和記號中的抽象化過程。

它的象徵價值：起源神話

古物因此有一個特殊的地位。它的存在是爲了去除氣氛中的時間，而且它又被當作記號來經歷，就這一點而言，它和別的元素沒什麼不同，它和所有其它元素是相對的關係。❸但相反的，在它與其它物品的相對性較小時，而且呈現爲一個整體，一個有真確臨在的物品時，就這一點而言，它有一個獨樹一幟的心理學地位。它在真實生活中，被經歷的方式不同。這時的古物，無用之用，是爲大用。朝向尋求古物、老傢俱、真蹟、「古風」的物品、農村風味、手工藝品、手製品、土著陶器、民俗物品、等等，這

❷就像自然性實際上是自然的否認，歷史性也同樣是在頌揚歷史的記號背後，拒絕歷史——歷史 [在實際上] 被否認的存在。

❸實際上，古物可以完美地融於氣氛結構之中，因爲，它存在之處，它是整個地被當作「熱」的區域來經歷，以相對於被當作「冷」的整體現代環境。

個韌性頑強的心理動機究竟出自何處？為何有這種文化吸收(acculturation)現象，使得文明人去尋找處在他們自己的文化系統的時空邊緣的記號，去找永遠更先前的記號？——而那些「發展落後」[社會]的人們正好相反，他們的文化吸收卻是朝向工業社會的產品和記號？

古物④所回應的要求，是作為終結性之存有、作為完美的存有。神話學中的物品，它的時間便是完美[完成](parfait)：它們在現在的續存就好像它們在過去曾經存在，也就因此，它們是自己存在的基礎，「真誠」(authentique)的存有。就其強烈的意義來說，古物總是一張「家庭照」。這是在一個具體的事物之下，過去的存有變得淹遠得難以追憶的程序，那就好像是在想像中，以中間省略的方式去連結兩段時間(une éliision du temps)。^[1]這一點，當然是功能物所不及的，它們只在現時存在，以直述句、實用命令句的方式存在，它們的存有盡止於其使用，卻不能說它們在過去存在過，而且，如果說它們對空間環境能夠或多或少地完成任務，對時間環境卻是無能為力。功能物效率高，神話學物品則已完滿達成。它所意指的事件，便是誕生。我不是[只]存在於現時之物，這樣的東西會給人帶來焦慮，我是曾經存在的事物，而沿著此物給我作記號的一條誕生線索反溯，我由現時深潛時間之流：心理退化(régression)。^⑤古物便是如此

- ①這又可以延伸到有異國風味的物品：對現代人而言，轉換生活環境和緯度的變化，終究相當於深深潛入過去（可參考觀光活動中的現象）。手製品、土著產品、各個國家小工藝，它們的蠱惑力，倒不來自多彩多姿的風貌，而在於它們古早的形式和製作方式，它們影射著一個先前的世界，而這個世界總是要透過童年和玩具的中介來暗示。
- ⑤兩個方向相反的運動：當古物前來融於現時的文化體系時，古物是由過去的底層前來，在現在裏指涉時間的虛空向度。當它作為個人的心理退化程序時，便是由現在向過去運動，以便在那兒投射存有的虛空維度。

[1] éliision 意指「母音省略」，如 l'amour 省去了冠詞 le 中的母音字母 e。作者在此是用比喻的方式使用此字。

地演出一齣源起神話的劇目。

「真確性」(authenticité)

對古物的品味和收藏的熱情，^⑥在這裏只能作一對照比較：兩者間有一深刻的親近性，存在於[它們共有的]自戀式心理退化，時間的省語連繫(élision)系統，透過形像去主宰生死。然而，在古物的神話學中，必須區別兩個面向：一是對起源的懷念，另一面向則是對真確性的執迷。對我而言，兩者似皆來自古物的時間密閉性所構成的，對[自我的]出生，一個神話式的回喚——出生代表曾有父母。向根源反向演化顯然是向著母親退化：物品越古老，它就越能使我們接近一個先前的時代，接近「神聖」、自然、原始知識，等等。摩理斯·杭斯(Maurice Rheims)^[2]說，這種神話早已存在於中世紀前期：在九世紀的基督徒眼中，覆有異教記號的希臘銅器或凹錐玉石，具有神異效力。但嚴格意義下的真確性要求，則是另一回事，它表現出的，是一種對確定性的執迷：作品的來源、年代、作者、簽名。只要一件物品曾經屬於某個名人大公，這個簡單的事實就會給它一種價值。手工藝品的魅力來自它曾經過某個人的手，而此人的工作仍留痕其中：這是某個曾經被創造過的東西的魅力（也就因此它是獨一無二的，因為創造的那一刻，無法回復）。然而，對創造痕跡的追尋，由真實的留痕到簽名，也是對傳承關係和對父性超越(transcendance paternelle)的追尋。真確性永遠由父親處來：它才是價值的源頭。古物在想像中激起的，與朝向母親乳房的退化同時的，便是這種崇高的傳承關係。

^⑥參見下一章〈收藏〉。

[2]摩理斯·杭斯(Maurice Rheims)著有《物品的奇異生命》(La vie étrange des Objets, Plon, 1959)。這本書的主題為收藏現象和收藏心理學。杭斯後來成為法蘭西學院院士。他曾長期在巴黎著名的Drouot拍賣場工作。著有多本探討收藏和藝術世界的著作。

新-文化症候群(syndrome néo-culturel)： 古蹟修復

此一**真確性**（建立在自己的基礎上的存有〔être-fondé-sur-soi〕的追尋，因此正是一個不在場無罪證明(alibi)（在他處的存有〔être-ailleurs〕）的追尋。我們用一個今天廣為人知的懷舊修復(restauration)的例子來說明這兩個概念：「如何自己動手修復您的廢墟。」

以下便是一個建築師如何自行修復一座位於「法國島」（即巴黎盆地附近——譯者）的老農莊：「牆壁，因為沒有根基而蝕爛，被打掉了。除去了南牆邊的原有穀倉，以便設置一座露臺……三座厚牆被自然地增高了。由地面敷瀝青的石板下，0.70 米的空隙來保障防水性……在過去的建築中，既無樓梯，亦無火爐……馬賽的地磚、克拉馬(Clamart)的石板、勃根地的瓦，車房在花園、大扇玻璃門……廚房和浴室一樣，100%現代，等等。」**但是**：「狀況良好的木筋牆被重新使用於新建築中，」**但是**，「在拆除的時候，進口門上的框架被小心的保護，瓦片和石塊被再度使用。」（《法國住宅》〔*La Maison Française*〕，1963 年 5 月）相片的確顯示出「在建築師的聽診和立場鮮明的選擇後，」舊農舍所剩下的東西：三根樑和兩塊石頭。但就在這塊石頭上，我建立起我的鄉間之屋。整座屋子的價值就建立在門洞的這幾顆有肇始象徵的石頭上。也就是它們，才使整座屋子無罪於現代性和自然一起合作的妥協，雖然這些妥協沒有惡意，只是在追求舒適。成為農莊主人的建築師，實際上建造的是一所他所想望的現代住宅：但現代性不足以使得這座房子擁有價值，使它成為一所「家宅」：它裏頭還需要有人〔人的〕存在(l'être)。就像一座教堂牆裏沒有藏有幾根骨頭或聖人遺物，就不是真正的神聖，同樣的，建築師也不會有「在家裏」的感覺（這裏是用它強烈的意思：他不能真正驅除像是焦慮這一類的東西），如果他不能在這些新造的牆

壁之內，感覺到一塊可以見證過去世代的石頭，它雖然微弱卻又崇高的存在。如果沒有這些石頭，那麼燃油暖氣和車房(上頭有覆著高山花園)，唉！也僅是它們本來所是之物：爲了舒適，悲哀無歡的必要設施。不只是功能化的整治因爲石頭的〔歷史〕真確性免除了罪責，在某個程度上，次要裝飾中的文化異國風味也是如此(雖然「品味高尚，而且一點也沒有鄉下味道」)：乳白色玻璃燈、裝潢師提供的麥桿面扶手椅、南斯拉夫達爾馬提亞的扶手椅(「過去掛在驢子身側」)、浪漫風格的鏡子，等等。文化內疚感所發展出的狡黠甚至達到一個奇特的荒繆狀態：相對於車房隱藏於假造的高山花園下，長柄暖床爐(bassinoire)，身爲鄉村生活道具，卻被說成「它的存在一點都不是爲了裝飾，而是爲了使用！」「冬天它就派上用場了！」對於前者〔車房〕，我們把它實用的物質性遮隱起來，在後者〔暖爐〕的情況，我們用耍把戲的方法來重建這個實用本質。原因在於，在一座用燃油暖氣燒熱的房子裏，長柄暖床爐一點都派不上用場。但就在此時，它不再是真的，它變成了一個單純的文化記號，而這柄文化的、無合法立場的暖床爐，反成了整座房子作爲一個回收自然狀態的無望企業的忠實縮影——一個建築師本人過分忠實的縮影，因爲他在此根本無事可作(rien à faire)，^[3]他的真實社會存在是在它處，他的「存有」在於它處，而自然對他而言，只是一個文化上的奢侈品：不過，如果我們有辦法給自己提供這種奢侈時，這是挺正常的，然而他卻不這樣想：如果這柄暖床爐沒有用處，它也不只是財富的記號，它是擁有和威望體制中的物種，而不是與存有有關的物種。因此它會被說成有些用處，而真正有用的東西，像燃油暖氣和車房卻被細心地偽裝起來，好像它們是自然中無法抹滅的瑕疵。長柄暖床爐因此是嚴格意義下的神話學物品，其實整座房子都是(雖然是在一個完全不同，而且是真實的和功能性的層面上，因爲房子回應了要求舒適和純淨空氣的明確

[3] 法文 rien à faire 還有「沒有關連」的意思，作者在此一語雙關。

慾望)。如果建築師不把整座舊宅完全剷平，依舒適功能來重建，而要挽救 [過去的] 石頭和樑柱，那是因為他的鄉間住所完美無缺的功能性，在他真實的體驗 (vécue) 中，沒有 [歷史] 真確性：它不能給他深刻的滿足。

在一個功能性的環境中，人不會覺得真的「在家中」，他需要的，像是使得教堂成為神聖的光芒四射的木製「真正十字架」(la Vraie Croix)，像是一個幸運符、一個絕對真實的細節，而且要它在現實的中心，鑲嵌在現實之中，以這樣的東西來給現實合法地位。古物便是如此，它在環境之中，擁有一個胚胎般的價值，一個作為母體細胞般的價值。透過它，離散分裂的人的存有，可以和胎兒的原初理想狀態認同，他向著他出生前的、處於小宇宙和中心地位的存有退化。這些具有偶像和護符效果的物品 (objets fétiché) 因此不只是配件，也不是一般的文化記號：它們象徵一種內在的超越，現實中的幻想，而所有的神話意識和個人意識都在其中存活——這是針對一個細節的幻想投射，使它成為「我」的對等物，並且使得世界其餘部分都圍繞著它組織起來。[歷史] 真確性的崇高 (sublime) 幻想，它的達成又永遠在現實之下 (en deçà) (sub limina^[4])。就像它將其功能俗世化的聖人遺物 (relique)，^⑦ 古物重新以一種群星輝映的方式 (mode constellation) 的方式組織世界，正和以平面延展方式 (en étendue) 展開的功能

^⑦ 因此，聖人遺物 (relique，主要指聖骨——譯者) 的意義在於指出，可以將神的化身或死者的靈魂，封存一個物品中的可能。而且聖物一定有聖物盒。聖物的價值由它本身向聖物盒「滑移」(glisse)，後者以純金打造，更能明白地標出真確性 (authenticité) 的價值，並因此在象徵上更有效力。

[4] 作者在此進行一個與拉丁文有關的文字遊戲：sub (在之下)，limina (門檻、起始點)，合起來可作在 (出生、實現) 的界線之內，subliminal 在過去因此有意識界線內 (潛意識) 之意 (相對於 supraliminal)。這裏指的是古物的意義指向一個現實之下，先於誕生的胎兒世界。但對於主體的幻想 (phantasme) 而言，又具有昇華、崇高之樣態 (sublime，來自拉丁文 sublimis——高的、在空中的、接近 (sub) 邊界 [limes] 的)。

性組織相對，它的目的也就是反抗後者，想要保存一個內心世界(for intérieur)深沉的非現實性，而這個特性，顯然是基本而不可或缺的。

將價值銘印在一個封閉的循環和一個完美達成(parfait)的時間裏，以這樣的圖式得到它的象徵作用，神話學物品不再是朝向他人的論述，而是朝向自己的論述。既是孤島又是傳奇，這些物品，在時間外顯的界線內，將人帶回到他的童年，或者，一個更先前的時間——出生前的時刻，在那裏，存粹的主體性可在其氣氛中自由地變形，而這個氣氛也只是[人的]存有(l'être)對他自己的完美(parfait)論述。

共時性、貫時性、時代錯亂

在私生活的環境裏，這些物品形成一個更加私密的領域：它們與其說是擁有之物(objets de possession)，不如說是象徵上有善意影響力的物品(d'intercession)，就像是祖先——而祖先們總是「最私人的」(privatisime)。^[5]它們是日常生活中的逃避，而逃避只有在時間中才能最為徹底，^⑧也只有在自己的童年中才最為深沉。也許在任何美的感受中都有這種隱喻式的逃避存在，但藝術品作為藝術品，要求一個理性的閱讀：古物呢，卻不要求閱讀，它是「傳奇」(légende)，^[6]因為標指它的，首先是它在神話意義上的係數和它的[歷史]真確性。時代、風格、模範或系列、珍貴與

⑧如此，觀光活動中的空間的移動，總會同時加上追憶逝水年華(la recherche du temps perdu——譯者註：這是普魯斯特著名小說標題的轉用)。

[5]這是作者自創的一個字，用的拉丁文形容詞比較級中最高級(superlatif)的構字法(字尾加上issimus)。在通用法文中可見的前例有rarissime(非常稀罕，由rare(rarus, rarisimus)一字變來)。又privé在法文另有「去除、缺乏」之意，亦是作者下面繼續發展的古物象徵意義脈絡來源之一。

[6] légende一字在法文還有「圖說、銘文」之意。

否、真偽與否，所有這些因素都不會影響它在真實生活體驗中的特殊性：它既不真、亦不假，而是「完美」——它既非內在、亦非外在，而是「不在」(alibi)——它既非共時性(synchronique)，亦非貫時性(diachronique)（它既不進入一個氣氛的結構，亦不進入一個時間的結構），而是**時代錯亂(anachronique)**^[7]——它與他的擁有者間的關係，既非一個「存在」(être)動詞和它的表語(attribut)間的關係，亦非「擁有」(avoir)動詞和它的受詞間的關係，它們的關係比較是一個來自「內在受詞」(objet interne)的文法範疇，它和動詞的意義實質之間幾乎是同語反覆(tautologique)的關係。^[8]

功能物是存有的缺席(absence d'être)。在此，現實使得退化到「完美」維度成爲不可能，在那樣的維度裏，只要自我發展便可存有。功能物也顯得如此貧乏：原因在於，不論它的價格、品質、威望，它是而且仍然是喪失父親和母親形象的形式。功能性豐富而義意薄弱，它指向現時，而它的存在僅止於日常生活。神話學物品，功能性極小而意義極大，指涉的則是先祖性(ancestralité)，甚至是自然的絕對先前性。在實際生活中，這兩條相互矛盾的要求共存於同一系統中，且呈互補關係。這是爲何前述建築師同時擁有燃油暖氣和農家的長柄暖床爐。另外互補共存的還有同一書籍的袖珍版和它的善版或古版，電動洗衣機和古老的搗衣棒，功能化的隱形壁裏和顯眼的西班牙大衣箱，⁹而且也可以爲現在頗盛行的雙重房產：城中的公寓——鄉間的別墅來作這個互補性的說明例子。¹⁰

其實，此一物品間的對決關係乃是意識上的對決：它指出了一個弱點，

⁹不要去找一項一項間的對應：現代物的功能場域劃分和古物有所不同。再者，後者在此時的功能角色，扮演的其實是一種已消失的功能。

[7] 法文 anachronique 還有「過時」之意。

[8] 有一些不及物動詞，可能有一名詞可作爲其動作的受詞，但這個名詞其實爲此動詞的字根或其字義，如 Vivre sa vie. (過他自己的生計)，在此，vie (生命) 爲 vivre (生活) 的字根。

以及想要以心理退化的方式來補足這個弱點的嘗試。共時性和貫時性結構，傾向於組織和對真實系統化和獨佔的控制，在這樣的文明裏，便會（在物品的層次和行為與社會結構的層次）出現一個第三向度，那便是時代錯亂。雖然是系統相對缺失的見證，這個心理退化的維度也在系統中找到棲身之所，並出乎常識意料之外，使得系統可以運作。

反向投射：「原始人」心目中的技術產品

這種功能性的現代物體系和古老的「裝飾」(décor)曖昧的共存，顯然只在經濟發展，工業生產，及環境的實用性飽和到某一階段才有可能出現。比較不受優惠的社會階層（農人、工人）以及「原始人」，根本不想要老東西，他們嚮往功能化產品。然而這兩個作法間有共通之處：當「野蠻人」搶著去要一只手錶或一枝鋼筆，單純只因為它是「西方文明」的產物，我們會覺得荒謬可笑：他不顧物品自己的意義，只是像吞噬般貪婪地去佔有它：幼稚關係和力量幻想。[在此]，物不再有功能，它有的只是德性(vertu)：這是一個記號。但是，難道不是同一個衝動式的文化吸收和魔術式的佔有的程序，在推動「文明人」去追求十六世紀的木刻或東正教的聖像畫嗎？這是因為這兩方，「野蠻人」也好，「文明人」也好，他們在物品之下吸收的，都是一個「德性」，只是一方由科技的現代性來保證，另一方由遠祖性來擔

⑩古老的單一家宅分裂為主要居所和次要居所，功能性住家和「自然化」住家，這個演變顯然是系統化程序最清楚的說明：系統自我分裂為兩個形式上相互矛盾但實質上互補的項，以獲得平衡。在日常生活的全體，則二分為工作——休閒，其中休閒一點都不是勞動生活的超越，甚至也不是它的出路，而只是同一個日常生活一分為二，以便在真實的矛盾之外，建立一個邏輯一致，而又具終結性的體系。在個別物品身上，這個程序定然較不明顯，但每一個功能物仍然傾向於一分為二，並在形式上和自我對立，以便完美地融入整體中。

保。但這個「德性」在兩處有所不同。在「發展落後」者心目中，追求的乃是作為**威能**(*puissance*)的父親形象(在此特別指殖民者的威能^①)。懷舊的「文明人」心目中，則在追求作為**出身**(*naissance*)和價值的父親形象。一方面是心理投射神話，另一方面則是心理退化的神話。威能的神話，源起的神話：人所缺乏的，總會被投注到物品身上——「發展落後」者的心目中，在技術產品身上被神化的是威能，擁有技術的「文明人」心目中，被神化在神話學物品上的，則是出身和真確性。

然而，兩者中拜物教(*fétichisme*)的情況則是相同的：可以這樣說吧，所有的古物都是美的，只因為它逃過時間之劫，因此成為前世的記號。其實是我們對起源的焦慮的好奇，和功能物品並置一處，後者是我們現時作為主宰的記號，神話學物品呢，則是一個先前王朝的記號。因為我們同時想要只是來自我們自己，又想要成為有頭有臉人物的後代：繼承父親，由父親出發。普羅米修斯式重組世界，並由此取代父親的計劃，以及由一個起源人物的恩寵傳承而下的計劃，在兩者之間，人也許永遠無法選擇。物品本身便是這個未解決的曖昧的見證。有一些[物品]是現在的中介物，另一些則是過去的中介物，而這些東西的價值便在於缺乏(*manque*)。古物便像是前面置有標示貴族身分的姓氏介詞，它們祖傳的高貴性補償了現代物品的提早過時。在過去，老人是美的，因為他們「比較接近神」經驗比較豐富。今天，技術專家的文明否定了老者的智慧，但它仍在古老事物之前稱臣，而這些事物的唯一價值便在於它已被牢封且很確定。

① 兒童心中也是一樣，周圍的事物首先來自父親(以及幼年時具有陽具性格的母親)。佔有物品便是佔有父親的威能(巴特針對汽車，已說出了這一點，*Réalités*, 1963年10月號)。它[威能]的使用也是依循認同父親的程序，連帶著其中導致的所有衝突：這永遠是曖昧而夾雜有侵略性的。

古物市場

這裏面的現象比附庸風雅和追求地位的文化渴望更為複雜，後者比如巴卡爾德(Vance Packard)在《地位的狂熱追求者》(*Les Obsédés du standing*)一書中所描寫的：波士頓的風雅人士，在他們的窗上鑲滿了紫色反影的古老玻璃：「這些玻璃的缺點被深深地喜愛，因為這些玻璃來自三世紀前，英國的玻璃匠送到美國來，品質較差的一批貨。」(頁67)或者「當一個郊區居民憧憬中上階層生活時，他便去購買古董，那是古老社會地位的象徵，如今則可以由一個新近獲得的財富買到。」(頁67)因為終究：社會威望可以用千百種方法去表達(汽車、現代別墅，等等)。為何要以過去的事物來代表它呢？^⑩所有後天獲得的價值，傾向轉變為繼承的價值，轉變為一種接收的恩寵。但是血統、出身和爵位如今已失去了它們的意識形態價值，物質性的記號才具有表達卓越的任務：傢俱、擺設品、珠寶、藝術品，不論時代，也不論國家。以這個名義，一整座「有參考價值的」(但真偽與否並不重要)記號和偶像森林，一整群植被般蔓延的真假傢俱、手稿、聖像，正在大舉侵襲市場。過去的整體都進入了消費流通管道。而且甚至是某一意義上的黑市。整個新赫布里(Nouvelles-Hébrides)、^[9]西班牙古羅馬殖民區及跳蚤市場都不足以供應西方世界裏布爾喬亞室內原始部落般的吞噬慾望和懷舊感傷。有越來越多的聖母像、聖人像、繪畫，由博物館和教堂中消失。它們的黑市買主便是一些過於新穎的華廈的有錢屋主，而且是為

^⑩當然，在社會的階梯上，越往上爬，便越是如此。但由某一地位開始，在完成最低限度的「城市文化適應」之後，這個現象的出現，便會非常迅速。

[9] Nouvelles-Hébrides 為南太平洋美蘭尼西亞群島中的島嶼國家，1980 獨立後，改名為梵奴阿圖(Vanuatu)。

了他們深沉的滿足。最後，這是文化上的矛盾，卻是經濟上的真相：現在只有膺品才能滿足對「真確性」的渴望。

文化新帝國主義

透過技術產品和家庭器物來馴服自然，透過古物來馴服文化，實際上，都是同一個帝國主義。那是同一個私人的帝國主義，在其四周集滿被功能馴化的環境，和過去的馴化記號、「祖先-物」(objet-ancêtre, 有祖先地位般的物品——譯者)，其本質為神聖，但 [實際上] 已被去除神聖(désacralisé)，而我們又要求它們能在沒有歷史的馴化環境中，讓人窺見它們的神聖性(sacralité) (或歷史性 [historialité])。

如此，整個過去成為消費的形式目錄，前來附加於現時形式的目錄之上，並構成流行中一個超卓的領域(sphère transcendante)。

II. 邊緣體系：收藏

李特雷(Littré)^[1]對「物品」(l'objet)一詞的解說中，包括了下列一項：「指激情的原因、主題。比喻用法並特別指：所愛的對象(l'objet aimé)。」

我們可以如此假設，日常生活中的物品，的確是一項熱情的對象，那就是我們對私人財產所具有的熱情，而且，其中的感情投注的熱烈程度，不會輸給人性中的任何激情，甚至，在日常生活中，它經常要比其它熱情來得更強，或者，有時在其它的熱情缺席的情況中，只有它獨自統領著日常生活。溫和的、朦朧的、有調節作用的激情，而我們對它在主體和團體的生存平衡中，甚至對他們是否要生存下去的決心本身，究竟佔有何種基本地位，卻是難以衡量。在這樣的意義下，物品已在實用範圍之外，在特定的時刻裏成爲一種別有意義的事物，和主體深深連繫，它因此不只是一個有抗拒性的物質體，而是成爲一個我可以在其中發號施令的心之城堡，一件以我爲意義指向的事物、一件財產、一份激情。

由功能中抽象出來的物品

如果我使用冰箱的時候，只用來作冷藏，那麼，它是個有實用作爲的中介物：它還不是一個對象(objet)，^[2]只是一座冰箱。就這個情況而言，我並不擁有它。擁有，從來不是擁有一件工具，因爲這樣的事物會將我帶到

[1] 艾彌兒·李特雷(Emile Littré, 1801-1881)爲法國十九世紀著名的詞典學家，他所著的一套龐大的法語詞典(1863-1873)，引入了字詞演變的歷史概念，至今仍是重要的參考。

[外在]世界，擁有，永遠是擁有一樣由功能中被抽象而出的事物，如此它才能與主體相關。在這個層次上，所有被擁有的物品都參與同樣的抽象化過程，而且因為它們都只指向主體，也就成為相互指涉。於是它們便形成了一個系統，而主體便透過這系統，來重塑一個世界，一個全屬私人的整體(*totalité privée*)。

因此，所有的物品都有兩個功能：或是為人所實際運用，或是為人所擁有。前者所隸屬的場域，是主體對外在世界所進行的實踐性整體化(*totalisation pratique*)，後者則隸屬於主體在世界之外，對主體自身所進行的一項抽象性的整體化(*totalisation abstraite*)。這兩項功能的根據理由因此正好相反。在極端的狀況下，完全只有實用功能的物品，會具有社會性的身分：那是個機器。相反的，純粹的對象[物]，被剝除了功能，或是由它的用途中被抽象出來，則完全只擁有主觀上的身分：它變成了收藏品。它不再是地毯、桌子、羅盤或小擺設，而成為「[單純的對象]物」(*objet*)。一位收藏家會說，「這是」一件「美的事物」(un “*bel objet*”)，而不會把它稱作一件美麗的小雕像。當一樣物品不再由功能來取得其特殊性時，便是由主體來賦予它屬性：但這時，一切的事物便會在「擁有」這種帶有熱情成分的抽象化過程中，成為彼此相當。這時，一件單獨的物品就不夠了：永遠要是一連串的物品，甚至是能使計劃完滿達成的一個完整的系列。這是為什麼不論擁有的是什麼樣的物品，擁有本身總是既令人滿意又令人失望：可以有一整個系列來延伸它，也因而使人感到憂慮。在性愛的層面上，幾乎也是同一回事：如果愛情關係，其目標指向一個人最獨特的部分，愛情中的佔有慾呢，就其本身而言，卻只能滿足於一串連續出現的對象，或

[2]作者在此使用前面對 *objet* 一詞所下的定義，也就是「激情的對象」。我們注意到在這個意義下，*objet* 一詞特別強調它是相對於主體(*sujet*)的存在。由於它在此脈絡下，同時有「物品」和「對象」兩層意義，我們在下面翻譯時，有時為了閱讀連貫上的考慮，將此字譯作「對象物」（具有作為主體激情對象功能的物品）。

是同一件事物的反復，或是所有對象的相互頂替關係。只有一系列互相指涉的物品，以或多或少的複雜度組織起來，才能使其中每一件物品成爲有足夠抽象程度的對象物，同時也只有如此，主體才能在「擁有」這項情感中來回收它，因爲這種感情本身，即是生存經驗的抽象化。

這個組織方式，便是收藏。我們熟習的環境，它的地位是曖昧的：功能在其中不斷地解體，成爲主觀，擁有則和使用相混淆，因此它的整合事業總是失敗。相反地，收藏是一個良好的模範：因爲便是在這裏，擁有的激情事業大獲全勝，而日常生活的散文化爲詩篇、潛意識的和洋洋得意的論述。

激情-對象物(objet-passion)

摩理斯·杭斯(Maurice Rheims)說：「收藏的愛好是一種激情的遊戲。」(《物品的奇異生活》[*La Vie étrange des objets*]，頁28)它是兒童時代宰制外在世界最初步的模式：擺設、分類、操弄。收藏活動的活躍期，似乎處於七到十二歲之間，前青春期和青春期間的潛伏時期。青春發動期時，對收藏的愛好傾向於消退，雖然有時候會再接著出現。在此之後呢，則常在是年逾不惑，人才會重拾這份激情。總之，我們到處可以看到，它和性慾發展狀況間的關係；收藏顯得像是性慾發展危機階段的有力補償。在性器性慾的活躍期，它總是被排除在外，但它也不是單純和簡單地去取代性器性慾。與後者相比，它構成了一個朝向肛門期的心理退化過程，因爲在此顯示的行爲是聚積、排序、具有侵略性的忍住不放(*rétenion*)等等。收藏的行爲並非性行爲的等同物，它並不(像戀物癖)以衝動的滿足(*satisfaction pulsionnelle*)爲目的，但是它可使人得到一個具有同樣強度的反應式滿足(*satisfaction réactionnelle*)。^[1]物品在此的意義不折不扣便是愛慕的對象。「因爲對物品有如此強大的熱情，於是便把它視爲神的創造：一位

瓷蛋收藏家會認為那是神所創造的事物中最美麗和最獨特的形式，而且祂之所以會想像出這樣的形式，也只是著眼於收藏者的喜悅……」（摩理斯·杭斯，前書，頁33）「我為這些事物瘋狂，」他們都會這麼說，從無例外，而且即使此處沒有戀物癖的變態機制作用，他們也會在其收藏週圍維持一種匿名、禁閉、祕密和謊言的氣氛，顯示出一個帶有罪惡感的關係的所有特性。也就是這個激情的遊戲，使得這種心理退化的行為有了昇華(sublime)的性質，也支持了一般的看法：「一個不收藏一點什麼東西的人，不是個笨蛋，便是個可憐的傢伙。」^①

收藏者的昇華與所收藏的物品性質無關（物品依著年齡、職業、社會環境而改變），而是來自他的狂熱心態。這種狂熱心態，在一個波斯工筆畫的富有愛好者身上，和一個火柴盒的收集者身上，並無不同。由這個角度來看，一般區分愛好者(amateur)和收藏者(collectionneur)，後者喜愛某一個事物，是因為它在一個（收藏）系列中的造成的後果，前者則是因為事物多種而又各自的魅力，這樣的區分，並沒有決定性力量。兩者的享樂(juissance)的來源一致，因為擁有的心理機制，一方面決定於每一個元素的絕對獨特性，而這一點使得它等同於一個有生命的存有(un être)，其實也就是主體自身——另一方面，又決定於組成一個系列的可能，因此也就

①引述弗宏(Fauron)先生的話，他是雪笳商標環圈收藏者協會的主席（引自 Club français du Livre 出版的雜誌 *Liens*, 1964年5月號）。

[3]作者在此利用心理分析名詞來解析收藏現象。「反應性症狀形成」(formation réactionnelle)指的是主體為了對抗某些潛意識內容和慾望，所進行的，具有症狀意義的防衛程序。佛洛伊德的症狀形成以妥協(formation de compromis)為基本概念，也就是說不同的要求（意識慾望的滿足和自我的防衛），透過迂迴滿足的方式取得妥協。「反應性症狀形成」的特色在於防衛機制特別凸出，對於衝動(pulsion)的回返，具有壓倒性的優勢。因此它的源頭，被視為是來自於「超我」過強。比如「鼠人」案例，患者壓抑了對父親的恨意，但因為「反應性症狀形成」，反而呈現出對父親加倍的敬愛。

是取決於無限定的取代關係和玩弄的可能。質上面的純粹菁華，量上面的操縱玩弄。如果說，擁有，來自於（手、眼）感官的混淆，存在於和一個地位獨特的物品間的親密感之上，它也一樣來自於尋找、排序、玩弄、和聚合。歸根結底，這裏有點土耳其後宮的味道，其中所有的引人之處便在於親密中的系列性（系列中的某一項，總會受到特別的眷顧），以及系列中的親密性。

想作密藏後宮三千佳麗的主宰，其實人在被他擁有的物品環繞時，特別達成能這個心願。在人際關係中，則永遠無法達成，因為那裏是獨一無二者和衝突者的組成的場域，因此不能容許絕對的獨特性和無限定的系列，兩者合而為一：這說明了為何它是焦慮的持續來源。由物品構成的場域則相反，其中每一個項，有續列繼承和同質對應的關係，因此讓人覺得安全。當然，這裏要付出的代價是不真實的狡計、抽象化和心理退化。但這些都不重要。「[收藏]物，摩理斯·杭斯說，對人來說，就像一隻沒有感覺的狗，它接受人的撫摸，而以它的方式，它也回應給人它的愛撫，或者應該說，它是一張鏡子，它所忠實反映的，不是人的真實形象，而是人對自己所慾望的形象。」（前書，頁 50）

最美麗的家庭寵物

狗的意象用得很精確：家庭中的動物是介於人和物之間的物種。狗、貓、鳥、烏龜或金絲雀，它們令人感傷的存在正是人際關係失敗的標記，如此才要乞援於一個自戀的家居世界，在其中，主體性可以在一種毫無紛擾的狀況下自我完成。連帶地，我們可以觀察到這些動物並沒有性別（有時是爲了豢養的用途被閹割了），它們就和物品一樣，雖然有生氣，卻沒有性別，而且也就是以此代價，它們在情感上才會令人感到安全，也就是以一種真正的或是象徵的閹割爲代價，牠們才可以在主人身旁，扮演閹割焦慮

的導流者——圍繞我們四週的物品顯然也扮演了這個角色。原因在於，物品是一個完美的家庭寵物。唯有這樣的「存有」(être)，它的品質不但不會限制我的人格，還會頌揚我。在多數的方式下，物品是唯一可以真正和平共存的存在者(existant)，因為它們之間的差異，不會使它們像有生命的存有一樣彼此抗衡，而會溫馴一致地朝向我集中，而且可以在意識中毫無困難地相加。物品是最適於同時進行「個人化」和帳算的對象。而且就這種主觀的帳算而言，並沒有排它性存在，所有的物品都可以被佔有、為心理能量所投注，或者是在收藏遊戲的情形中，被整理、分類、配置。如此，物品正是嚴格意義下的一面鏡子：它所反射的形象只可以連續出現，而不會互相抵觸。這是一面完美的鏡子，因為它不反射真實的形象，而反射出人所慾望的形象。總之，這是一條只剩下忠誠美德的狗。而且我可以看著它，卻不必反過來被看。這便是為何所有人在人際關係中的無法投注的心理能量都被投注到物品身上。這是為何人這麼自願地在它們身上進行心理退化，以便在此「靜心默思」(s'y "recueillir")。[4]不過我們不要被這種靜心沉思，以及有關無生命物品的一大套溫柔的文學給騙了。這個靜心沉思的心境是一種心理退化，這裏的熱情是一種熱情的逃避。無可置疑地，物品是在我們的日常生中扮演一個導流者的角色，在它們身上，許多神經質症(névroses)[5]可以得到消解，許多緊張和追悼狀態中的能量可以得到承接，這便是為何它們可以擁有一個「靈魂」，為何它們可被稱作「屬於我們的，」但這也使得它們成爲一個根深柢固的神話邏輯的佈景、一個神經質平衡的理想佈景。

[4] recueillir 在法文中還有「採集」、「承接」的意思。因此 se recueillir 除了通行的「靜心沉思」之義，在此還說明了自戀慾望經濟的自我接收。

[5] névrose 或譯「心理症」、「精神官能症」(英文 neurosis)，此字的起源在於過去它被視爲一種神經系統(système nerveux)的病變。雖然佛洛伊德的心理分析強調了它的心理機轉和心理起源，但他仍然保持了這個名稱。佛洛伊德早期(1894)曾嘗試提出「防衛性神經心理症」

系列遊戲

然而這種中介過程太貧乏了：意識怎麼會落入這樣的圈套呢？這便是主體性的耍狡計的的地方：[對它而言]被佔有的物品永遠不是一個貧乏的中介物。它永遠是有一個有絕對個殊性的物品。但這不是事實：擁有一個「稀少」、「獨一無二」的物品顯然是佔有物品時的理想目標；但一方面，一件物品是否是獨一無二的證據，永遠不是在真實世界中取得，另一方面，主體性即使沒有這個證據也能良好地找到它的解決之道。一件物品的特定品質，它的交換價值來自文化和社會領域。它的絕對獨特性，相反的，則來自於被我擁有——可以使我在它身上認識到，我是一個絕對獨一無二的存有。莊嚴偉大的循環論證(tautologie)，但也就是因為它，才能建立和物品間如此強烈的關係、它身上可笑的心理操作方便性、它所給人的虛幻而又強大的滿足。② 它的表現甚至更好：這種封閉的循環也可以主宰人與人間的關係(卻是比較不容易)，但在主體間一個不可能的關係在此卻成為可能：這樣的物品，絕不會反對將同一個自戀的投射程序增衍到數目無限的物品上，它甚至要求如此，因此適合於一個整體的環境，適合於一個自我形象的整體化(une totalisation de l'image de soi)，而這便正是收藏的奇蹟。因為我們所收藏的，永遠是我們自己。

②但這也造成了它所給人失望感，這一點和系統的套套邏輯性格相關。

(névropsychoses-dé-défense, 德文原文為 Abwehr-Neuropsychosen, 英譯 neuro-psychoses of defence, 過去法文亦曾譯為 psychonévroses de défense), 主要用來指歇斯底里症和強迫性神經質症(névrose obsessionnelle), 強調其心因性和心理機轉(防衛及其失敗), 但他後來仍保留 névrose 一字。在他較後期及目前心理分析用法裏, 「神經質症」和「精神錯亂」(psychose)相對, 其病癥區別在前者伴有情感上的擾亂(焦慮、恐懼、強迫意念等), 但病人整體心智功能未受妨礙, 而後者則接近一般所謂的「瘋狂」(folie)。

如此我們可以更加瞭解擁有的結構：收藏由一組連續而來的項所構成，但系列中最終的一項便是收藏者本人。相對地，收藏者的人格也只能如此構成，他要逐步地取代一套收藏中的每一個項。在社會學的層面上，我們會發現一個對應的結構，那便是由模範和系列組成的系統。在兩者之中，我們會見到系列或收藏是物品擁有的組成性要素，而擁有便是人和物之間的相互的整合。③

由量到質：獨一無二之物

人們或許可以用愛好者 (amateur) 對某一個特定的事物的喜愛來反對以上的假設。但明顯的，獨一無二的物品，便是一個系列中的終極項，在它身上總結了同類事物，它是整個選項系統 (paradigme) 中最具特權的一項 (不論這個系統是虛擬的、消隱的、言下之意的，都無關宏旨)，總之，它便是一個系列的代表性徽誌 (emblème)。

拉布耶 (La Bruyère)^[6] 在他所描繪的激情畫像中，也把好奇心當作其

③系列永遠像是一種遊戲，它使得其中一個項得到獨特的地位，並將它建構為模範。一個小孩丟出一把瓶蓋：那一個滾得最遠？如果最後永遠都是同一個得勝，那也不是出於偶然：這是因為他早就相中它了。這個由他所發明的模範和等級，便是他本人：他不是認同於一個瓶蓋，而是認同於它每次都贏。但他本人也存在於其它的瓶蓋中，它們在對立系統中的地位是未受標記的項 (terme non marqué 即系統中的相對負面的值——譯者)：把它們一個接一個丟出去，便是先將自己建構為系列，再使自己成為模範：贏的那一個。如此，收藏者的心理獲得了解析：雖然他收藏的都是地位獨特之物，但最後拔得頭籌的，仍是他自己。

[6] 拉布耶 (Jean de La Bruyère, Paris 1645-Verseilles 1696)，十七世紀法國作家，著有《性格群像》(Les Caracteres, 1688-1696) 一書，描繪當時社會的種種人物典型。認為對自我的愛是一切行爲的泉源。

中一類，他為我們描繪了一個版畫收藏家：這個人說，「我有一個明顯的苦惱，它使我必須在餘生中戒絕版畫：我曾擁有卡洛(Callot)^[7]全套版畫，只缺其中一張，而且這一張，說實話，並不是他的佳作。相反的，這是他的劣作，但它可以完成我的卡洛收藏。廿年來，我辛勤地去找回這張畫，對於這件事的成功與否，我最後還是感到絕望：這真是一個艱難的經驗。」在這裏，我們可明顯感覺到，缺了一項的整套系列，和系列中所缺乏的終結項，在生存經驗的算術中，具有同等的地位。^①沒有了這一個終結項，系列就沒什麼意義，它還將系列象徵地總結：這時它有一個特異的品質，成為整個量的梯級的菁華。這是一個獨一無二的事物，因為它的終極位置得到它的特性，而且也因此給人一種具有特別的目的地性的幻象。它其實便是如此，它不斷地被由量提昇到質的境地，而在這個單獨的符徵(signifiant)身上集中的價值，其實是在整個選項體系(paradigme)中，由各個中介符徵所形成的鏈鎖上，奔跑的價值。我們可將它稱作物的象徵體系，如果我們採用了象徵在字源上的意義(希臘文 symbolein)，^[8]即整個意義的鏈鎖都被集中在其中的一個環結上。物品是一個象徵，並不是作為某一個外在的機制或價值的象徵，它首先是作為以它為終結項的一整套物品系列的象徵(同時也就是以它為收藏對象的人的象徵)。

拉布耶所舉的例子還浮顯了一條定律，也就是說，物品只有在缺席的

①系列中的每一個項，都有可能成為這個終結項：任一幅卡洛的作品都可以成為「結束卡洛收藏系列」的那一幅。

[7]卡洛(Jacques Callot, Nancy 1592- id. 1635)，法國十七世紀初期版畫家和畫家，銅版畫大師，對十七世紀版畫有重大的影響。

[8]希臘文 symbolon 一字來自動詞 symbalein——意指丟在一起或結合在一起。symbolon 有一原始意義為主客間將一件物品裂而為二，並將各自的一半傳給後代，將來他們把各自的一半「湊合」在一起時，便可以此為信物，追認到過去兩家原有的主客情誼。因此 symbolon 是一種透過「連結」過程產生識別作用的符號。

時候，才有特別例外的價值。這還不只是貪慾造成的效果。我們得質問，是否收藏註定要被完成，是否缺乏(le manque)在其中扮演一個不可或缺的基本角色，甚至是正面性的角色，因為缺乏是主體透過客體自我掌握的手段：^[9]終極性對象物的出現，實際上意謂著主體的死亡，相反的，這個項[在系列中]的缺席，可以使他只是玩弄自己的死亡，以物品來扮演死亡，而這正是在驅除死亡的恐懼。在生存中，這個缺乏是被當作痛苦來體驗，但它也是一個阻止收藏終結的斷裂，而收藏的終結意謂的是真實的決定性省略(elision)。因此，我們可以向拉布耶筆下的愛好者道賀，[因為]他沒有找到最後一張卡洛，不然他將不再是這樣一個生氣勃勃、充滿熱情的人。而且我們可以說，瘋狂的開端，在於收藏封閉，不再朝向這個缺席的項開放之時。

另一個小故事也可以為此一論述角度作見證（故事是摩里斯·杭斯記述的）。一位收藏孤本的藏書家，有一天聽說紐約一家書店要出賣一本和他手上的版本一模一樣的另一本書。他便搭機去買下這本書，並且約了一位法院見證人，以便在他面前將此書燒去，同時立下一張摧毀的見證書。之後，他把這份見證書夾入重新成為孤本的那本書中，並安然睡去。這是不是一個對系列的否定呢？那只是在表面上如此：事實上，在獨一無二的孤本上，貫注了所有可能的它本的價值，藏書家把另一本書毀了，只是為了重新恢復地位已受到威脅的象徵的完美性。[即使]被否定、遺忘、摧毀，然而作為一種潛在的可能，系列永遠存在。在最一般的日常生活事物中和最超卓的稀有物品中一樣，系列都是私產或激情遊戲的養料。如果沒有它，就不會有遊戲，也不會有佔有，而所謂的激情對象物也不會存在。真正獨一無

[9]作者這一段話可以和拉崗(Lacan)的慾望理論參看：拉崗將慾望的對象稱為「對象」a(objet a)，其內涵總是「缺乏」。拉崗說：「在對象中被喜愛者，便是它所缺乏之物——我們只能給我們所沒有的事物。」(Le Séminaire IV, *La relation d'objet* (對象關係), Paris, Seuil, 1994, p. 151)

二的、絕對的物品，沒有前例，也不會散失在任何系列之中——這樣的物品無法想像。就像不會存在著一個純粹的聲音。就好像，要有由和音組成的系列才能使一個聲音擁有它在感官中被感知的品質，如此，多少具有複雜度的選項系列的存在，才能使物品獲得象徵品質，同也使它們進入和人相關的宰制和遊戲領域。

物品與習慣：手錶

每一個物品都是處於兩端間的中途位置，一端是它的實用特性、功能，由此組成它的外顯論述，在另一端它又被吸納入一個系列／收藏之中，成爲一個潛在而反復的論述中的一個項，而這是一個最基本、最根深柢固的論述。這種物品的論述體系和習慣有同構對應的關係。^①

習慣便是不連續和重複（而不是我們一般使用這個概念時所暗示的連續性）。我們將時間分割爲「習慣」的圖式(schémes)，如此，我們才能解決時間的連續性和事件的獨一性帶來的焦慮。同樣的，也是因爲我們將物品整合到不連續的系列中，我們才能真正的配置物品和真正地擁有它。這便是主體性的論述本身，而物品在此，乃是一項特別重要的工作範圍——在世界不可逆轉的流變(devenir)和我們之間，插入一個不連續的、可分類的、可逆轉的、可任意反復的屏幕(écran)，一小部分屬於我們的世界，它可以馴服地任由手和精神操作，並且剝除了焦慮。物品，不但因爲它們被整合在工具的系列中，因而可以幫助我們主宰世界——也因爲被整合入一個心智上的系列，而可以幫助我們主宰時間，其方法在於把時間化爲如同習慣一般的不連續性及分類，也在於把時間劃入和空間中的管理擺設相同的連

^①同時物品會立刻成爲一群習慣的幅軸處，例行舉止的結晶點。反過來說，也許沒有一項習慣不圍繞著某個物品。兩者在日常生活中，不可分離地互相包含著對方。

結限制中。

就此一不連續和「習慣性」的功能而言，手錶是一個良好的例子。⑥在它身上，總結了我們實際經驗物品的兩種模式。一方面，它向我們報告客觀時間：然而，計時上的精確，便是實踐限制、外在社會和死亡的維度。它把我們劃入一個不可化約的時間性之中，但就在這同時，手錶作為一個情感對象物，卻能幫助我們佔有時間。就像汽車「吞嚥」公里數，作為對象物的手錶吞嚥了時間。⑦將時間實質化、同時又將它分割，手錶使得時間成為一個被消耗的事物。時間不再是在實踐上具有危險的維度：它是一個被馴服的量。不只是知道時刻，而且是透過一個「屬於自己」的物品來知道時刻，因此便「擁有」了時間，持續地在自己面前紀錄它，這樣的作為，已經成為一個文明人的基本養料：一種安全感。時間已不再存於家中大掛鐘搏動的心臟中，但它仍存在於手錶之中，以內臟蠕動般的規律性被記錄下來，而且它所帶來的滿足，也是同樣的有機組織式的滿足。透過手錶，時間就成為我的客觀化的過程本身的表達，而兩者合起來，就好像是一個家產。再者，任何物品身上都可分析出這種對客觀限制維度的回收：因為手錶直接與時間有關，所以它只是一個最清楚的例子。

⑥它們同時還表達了——我們可以想像大掛鐘的消失——現代物品一種無法逆轉的的傾向：迷你化和個人化。

它同時還是最古老、最小、最貼身和最珍貴的個人機械組。具有親密感的機械幸運符，它被強烈地投注心理能量，日常生活的共謀者、蠱惑之物（對小孩而言）、嫉妒之對象。

⑦精確度在此相當於空間中的速度：要用最貼近的方式來吞嚥時間。

物品與時間：被引導的週期循環

在談收藏時，時間是最基本的問題。「收藏者的熱情常伴隨著一個現象，」杭斯說，「那便是對當下的時間失去了感覺。」（前書，頁 42）但這只是因為懷舊逃避所產生的現象嗎？如果一個人對路易十六的認同一直擴延到他的座椅腳上，或是一個人對十六世紀的鼻煙盒產生強烈興趣，他當然是以歷史性的指涉來脫離眼前的時間。但是相較於收藏真實經驗中，所體驗到的系統反復性，這種「歷史」指涉的重要性是次等的。收藏品的深刻力量，既不來自它們的獨特性，亦不來自於它們個別的歷史性，收藏的時間之所以並非真正的時間，不是因為這些因素，而是因為收藏的組織活動本身取代了時間。這一點，無疑地，便是收藏最基本的功能：將真實的時間消融於一個系統反復的維度之中。品味、好奇心、榮耀、社會性論述可將它帶到一個更寬闊的關係中（但這個關係也不會超出一群內行人組成的團體），無論如何，收藏最首要的意義，卻是強烈意義下的一個「殺時間的消遣」（un passe-temps）。^[10]它乾脆把時間取消了。或者，它比較是將時間登錄為一個一個的固定項，以便可以往復逆轉地把弄它，收藏象徵了一個被引導的週期的永恆更始，而人在其中，可以由任何一個項出發，又能確定他可以回到此點，如此，人便在每一個時刻，以十成的把握，為他自己上演一齣生死「循環的」遊戲。

這是為什麼私人物品組成的環境和對這些物品的擁有——收藏乃是其極端表現——對我們的生命來說，同時是一個基要的又是屬於形象世界（imaginaire）的維度。它就和夢一樣地基本而不可或缺。人們說過，如果我們能以實驗的方式，阻止一個人作夢，在他身上，很快地便會出現嚴重

[10] 法文 *passe-temps* 字面直譯可作「渡時間」。

的心理病變。我們也可以確定，如果我們把一個人透過擁有的遊戲所作的逃避—退化活動消除了，如果我們不讓他繼續進行他那被引導的論述，不讓他透過物品來將自己化為時間之外的存有，那麼，失衡的現象也會同樣迅速地出現。我們不能生活在絕對的獨特性中，也不能生活在時間的不可逆轉性質之中，而出生的時刻便是這個不可反復的程序的記號。物品要幫助人們解消的，便是這個由出生邁向死亡、無法逆轉的進程。

當然，此一平衡是神經質(névrotique)的[協妥]平衡，這種用來抵抗焦慮的手腕其實是心理退化，因為，時間在客觀上的確不可逆轉，而即使是那被用來幫助我們不受時間之流影響的物品本身，也會被時間捲去，我們都知道，以物品所組成的不連續性的防衛機制，永遠會遭到質疑，因為，世界和人都是連續性的。然而在這裏，我們還能談正常或不正常嗎？逃避到一個封閉的共時結構(synchronie)中，只有在我們認為物品身上也要存有人與人間關係應當存有的狀態時，我們才能說這種作為是拒絕承認(dénégation)真實及一種逃避心態——然而，它們身上強大無比的疏導作用，其代價便在這裏。今天，當宗教和意識形態作用機制消隱之時，它們正在成為安慰中的安慰，正在成為吸收時間和死亡焦慮的日常神話邏輯。

這裏我們要拋開一個天真的神話學，它認為人可以在物品中延伸他的存在，並因此得以在死後續存。逃避程序並不是在一個**反射物(objet-reflet)**中得到不朽、永續或死後餘生(其實人心深處從來沒有相過這一點)，而是在**物的體系**中，進行一個更複雜的生死「再循環」(recyclage)^[1]遊戲。人在物身上找到的，不是死後餘生的保證，而是不停地在每一個現在，以一種循環和控制的模式來生活他的存在程序，如此便能以操縱符號

[1] recyclage 在法文中除了有關於資源回收的「再循環」意義外，還有工作人員的「再進修」，

「學生的」學科(cycle d'études)「轉換」。因此我們也可以將此句解為生死進程的「更換跑道」——透過物的體系，將生死更換到一個可逆轉循環的跑道上。

的方式(symboliquement)來超越他真實的(réelle)^[12]存在，因為在那之中，無可逆轉的事件是在他的能力範圍之外。

這裏的情況，並不遠離（佛洛伊德所分析的）兒童使得球消失又再出現，並由此來輪替地生活母親的缺席和出現——[他口中喊著] fort-da, fort-da^[13]——用球一再出現的無限定循環，來回應 [因為母親的] 不在所

[12]我們可以注意到，作者正在（以一種鬆散的方式？）使用拉崗提出的術語，「形像」[世界] (l'imaginaire)、「符號」[體制] (le symbolique)、「真實」(réel)。以下粗淺地說明在拉崗心理分析的脈絡中，這些名詞的義意（「粗淺」是因為這些概念拉崗本人有許多發展，除了法文資料外，我們並參考拉崗英譯者 Alan Sheridan 的說明）：

imaginaire 由 image 而來，拉崗首先處理幼兒透過鏡象進行認同(identification)的問題，因此這首先是一個有關自我的領域，並包含了其中的「誤認」(méconnaissance)、「異化」、「愛與侵略性」。A. Sheridan: 「Imaginaire 是形象(image)的世界、領域、維度，它是意識或潛意識的、知覺或想像的。就這一點而言，imaginaire 並非只是『真實』(real)的相反：形象肯定是屬於『現實』(reality)。」這是為何我們不將它譯為「想像」，而譯為「形象 [世界]」的原因。布希亞在本章前半部分處理收藏活動（同時也經此處理了人和物的擁有關係）和自我身分認同的關係，因此他說物品有一個作為（自我）「形象」的維度。

symbolique 中的 symbole 比較不接近一般意義下的「象徵」（雖然它本身已是一個意義模糊的字眼），而是來自結構符號學中的「符徵」，「能指」(signifiant, signifier)，其特點在於其本身並無意義，其構造意義的作用，來自於它在系統內和其它項間的差異關係。布希亞在分析收藏活動時，亦特別強調系列性操弄中各個項之間相互指涉關係。但在本書中，他尚未如後來的發展去明確區分「象徵」和「符號」間的差別，仍然保持某種模糊性（這也是為何我們說他並未嚴格地使用拉崗術語的原因）。因此我們只有在他特別接近拉崗這個脈絡時才作譯作「符號 [操作]」。

reel 指的是「形象」和「符號」之外的領域（這是為何拉崗的名言「真實是不可能者的世界。」(Le réel est l'impossible.)。符號體制將它驅除於現實(réalité)之外。它並非符號所秩序化的現實，那個哲學家所謂的「外在世界的再現」。(Dictionnaire de la psychanalyse, Paris, Larousse, 1995, p. 278)這個詞也逐漸作形容詞用。布希亞在這裏提到生存中的不可逆轉事件「在人的能力之外(lui échappe)」符合了 réel 的負面性格。

產生的焦慮。由這個例子中，我們可以瞭解到遊戲是如何以符號運作的方式被包含在系列之中，而且我們也可以總結地說：物品便是我們用來悼亡自我的手段——在這個意義下，它扮演了我們自己的死亡，但因為我們擁有了它，這個死亡便（以符號運作的方式）被超越了，也就是說因為下列的事實而被超越：將它吸收(introjetant)於一個悼亡的運作(travail de deuil)中，也就是說整合於一個系列裏，而在此系列中，「運作」的是缺席和在此一缺席之的再度的出現，兩者間所形成的持續循環搬演，也就是如此，人們得以解消缺席和真實的死亡令人焦慮的事件。在日常生活每一個當下，我們透過物品進行對自我的悼亡運作，如此我們才能活著，當然那是以心理退化的方式進行，但那仍然是活著。收藏者已死，但他又在其收藏中不折不扣地存活下來，因為收藏便是由今生今世開始，把他無限地在死亡之外(au-delà de la mort)反復著，而其方法，便是把死亡本身整合到系列和循環之中。這裏，我們可以重提收藏和夢的相似性：如果說，每

[13] fort——德文「離開」，da——德文「這裏」。佛洛伊德在《在快樂原則之外》(*Au-delà du principe de plaisir*, 1920)一文中敘述觀察了一位一歲半的幼兒，習慣把他捉得到的小東西拋得遠遠的，有時並伴隨發出o-o-o-o的叫聲。佛洛伊德詮釋這個叫聲代表德文fort。有一次，幼兒更把一個木線軸(布希亞稱為球)拋到小木床下，發出同樣的叫聲，當他用線把木線軸由床下拉出時，則以快樂的da來歡迎它的再度出現。佛洛伊德因此作出三個層次的詮釋：一、fort-da(消失—回來)複製了母親的消失和再現。二、幼兒因為母親的離去而受苦，這個遊戲使得他轉被動為主動，成為事件的主宰。三、但幼兒並非一直玩弄消失回來的遊戲，有時擲出的物品並未被收回，這表示遊戲的重點在於重複分離、喪失，也就是說令他不悅的事件。佛洛伊德由此引出一「在快樂原則之外」的維度的存在，那也就是「死亡衝動」。拉崗對fort-da的詮釋強調幼兒在此時開始有了最原初的符號活動，而他接近語言的開端，也就是他失去和物品的直接關係之時。(Ecrits, 《羅馬報告》, "Fonction et champ de la parole et du langage en psychanalyse")。

布希亞的分析，可以說是透過拉崗在反轉佛洛伊德的命題：見以下「超越死亡之外」(au-delà de la mort)的提法。

一物品，以其（實用、文化、社會）功能，可稱為願望(voeu)的中介物，作為以上所描述的，系統反復遊戲中的一項，它也是慾望(désir)^[14]的陳列者。因為後者推動在無限的符徵鏈鎖上流動的、經過死亡和它的超越的、對自我所進行的反復和取代程序。如果說夢的功能是保障睡眠的持續，那麼物品便是要保證生命的存續，而它們是透過有點類似的妥協過程來作用。⑧

⑧收藏是一個和死亡進行的遊戲（一個激情），並且以此身分而言，在符號層面上（symboliquement）比死亡本身更強，特里斯坦·伯納(Tristan Bernard)說的一個故事，很有趣地說明了這一點：有一個人收藏各種小孩：合法的、非法的、第一次婚姻的、第二次婚姻的、收養的、撿到的、雜種的，不一而足。有一天，他舉行了一個慶祝會，把所有的小孩齊聚一堂。一位態度犬儒的朋友當場對他說：「少了一位。」焦慮的收藏者：「那一位呢？」「遺腹子。」就衝著這句話，這位激情的人士便使他的妻子懷孕，然後自殺。

在以偶然為原則的機會遊戲中，我們可以發現同樣的系統，去除了主題性的因素，處於一種純粹的狀態中。這是為何它會擁有更大的蠱惑力。在這裏所呈現的是純粹的超越死亡的狀態，純粹的主體性投注於純粹系列的形像主宰活動中(maîtrise imaginaire)，而且十分確定，即使是在遊戲的種種變化中，也沒有任何人可以將生死的真實狀況(les conditions réelles)再度引入其中。

[14] 依拉崗英譯者 A. Sheridan 表示，佛洛伊德使用的德文字 Wunsch 英文譯為 wish（比如夢是願望的達成 Wunscherfüllung，英譯為 wish-fulfillment），但佛洛伊德的法譯者則一慣使用 désir(慾望)來譯此字，而不使用更接近的 voeu(願望)。A. Sheridan 表示德文的 Wunsch 及英文的 wish 和法文的 désir 之間最重要的不同在於：德文字及英文字表達出的是個個別的、獨自的願望活動，法文字裏則包括更強的連續性力量。désir 的理論是拉崗心理分析的重點之一。他強調慾望受語言活動的組構。

拉崗本人曾在〈治療中的引導及其權力原則〉(La direction de la cure et les principes de son pouvoir, *Ecrits*, 1966 年版，有收入英譯選本中)一文中，提出這個翻譯問題。也就是在這個段落裏，他提出了「[[神經質患者的]]慾望在其符徵的鏈鎖上流動，為布希亞下文所引用。

禁閉物：嫉妒

在它的退化步驟終點，對物品的激情成爲單純的嫉妒。這時佔有最深沉滿足，便在於物對他人所具有的價值，和在於使他人感到沮喪。這種嫉妒的情結，一方面是狂熱收藏者的特點，也在適當的比例下，主宰著產權擁有的簡單反射式反應。這是一種肛門期虐待狂的有力圖式，將美的事物禁閉起來，以便一個人獨自享用：這種變態性慾大量地散佈在 [人和] 物品的關係中。

被禁閉的物品代表什麼呢？（它的客觀價值只有次等的重要性，它與世隔離的狀態，才是它的魅力來源。）如果我們不願出借汽車、鋼筆、女人，這是因爲這些事物在嫉妒的心態中，和自戀的模式中的自我等同：如果這個物品丟了、如果它壞了，那便像是被閹割。人們不出借陽具 (phallus)，這便是事情的真相。被嫉妒者禁閉的、保持在面前的，在物品的塑像表面下的，其實是他自己的原慾 (libido)，他想要利用一個與世隔離的體系來驅逐它所產生的威脅——收藏也是利用同一個體系來解消死亡帶來的焦慮。在對自己性慾的焦慮中，他閹割了自己，或者更好的方式是說，他用象徵的自我閹割——禁閉——來預防真實的閹割。^⑨ 也就是這種絕望的嘗試，才使得嫉妒有一種恐怖快感。我們永遠是對自己嫉妒。我們保管監視的，永遠是我們自己。我們享用 (jouit)^[15] 的是我們自己。

這種嫉妒的快感 (jouissance)，它的背景顯然是一個絕對的失望，因爲系統化的退化仍無法抹消對真實世界的意識和此一作爲的破產。收藏也是

⑨ 這一點當然亦可適用於「家中動物」，而且推而廣之，還可以運用到性關係中的「物品」上，而在嫉妒心理中對它的操弄也是屬於同樣的種類。

[15] 法文 *jouir* 同時有「享用」權利、財物和性交中「達到性高潮」之意。

一樣的：它的主宰地位是脆弱的，在它背後，真實世界的主宰地位仍然隱現，且不斷地威脅它。但這種失望本身也是系統的一部分。動員系統的，既是失望，亦是滿足——失望所指向的，永遠不是外在世界，而是[系統中]隨後而來的一項，失望與滿足在循環中相互銜接。系統像是患了神經質症一般的失控狀態，有時便來自這種具有構成地位的失望。系列只在自己身上越轉越快，差異性被耗盡了，而取代的機制必須加速。這時系統甚至會達到毀滅，而此一毀滅便是主體的自我毀滅。杭斯提到一些例子，狂暴地將收藏「處死」，而這種類似自殺的作為，其原因便在於無法永遠圈定(cir-conscire)死亡。在嫉妒的系統裏，我們也不難見到主體最後摧毀了被禁閉的物品或生命，因為他覺得不可能完全驅除世界的敵意，或是他自己的性慾。這便是激情既合邏輯又反邏輯的結局。⑩

去結構物：變態

這個擁有的體系，它的效力與其心理退化性格直接相關。而這種心理退化則與變態的模式本身相關。如果說，戀物狂(fétichisme)展現了一種[慾望對象的]結晶形式，因此是與物相關，一種比較清楚的變態心理，我們也沒有理由不去認為，物的擁有／激情，它整個的系統，是依著同一目的和同一模式組織起來——我們可以說那是一種溫和的性變態。就好像擁有操弄的是（真實或虛擬）系列中的不連續性，以及對一個特受偏愛的項的選擇，同樣的，性變態便在於，當它以他者作對象時，無法把他當作一獨特而整體的人，而只能在不連續狀態中去掌握他：他者被化為一個由身

⑩在這裏，注意不要混淆失望和前述的欠缺(manque)，前者是退化體系和系列的內在動力來源之一，而欠缺則正好相反，它可以是一個使我們逸出系統之外的因素。透過失望，主體持續在系統內退化，透過欠缺，他（相對地）朝向外在世界演化。

體各情慾激動部分組成的選項結構(paradigme)，而其中某一部分特別成爲慾望對象的結晶點。這樣的女人已不再是是一個完整的女人，而是性器、乳房、腹部、大腿、聲音或面孔：[只是]某一個特別受到偏愛的部分。^①由此時起，她便成爲一個「對象物」，構成了一個系列，由慾望去登錄不同的個別項目，而它的符旨(signifié)絲毫不是被愛戀的人，而是在自戀狀態下的主體自身，他收藏／愛慾自己，並且將愛戀關係化爲一種針對他自己發出的論述。

這個情形在高達(J.-L. Godard)的電影《藐視》(*Le Mépris*)一片開場的片段得到很好的說明，其中的對話，配合著「坦裡裸露」的影像，如此展開：

「你愛我的雙腳嗎？」她說。(我們注意到，在整個場景中，她在鏡前細數自己，這一個細節並非無關宏旨：她把自身被看的情境當作一種價值來源，並且是透過鏡像，因此她在空間中，已經是不連續的存有。)

「是的，我愛她們。

——你愛我的腿嗎？

——是的。

——我的大腿呢？

——是的，他仍再一次回答，我愛它們。」

(接下來的和前面相同，由下而上直到頭髮。)

「那麼，你完全地愛我。

^①更極端的，便是頭髮和腳，而且順著退化的線索回溯，越來越走向細節和非人的成分，最後由戀物心態將它結晶於一些與活生生的人相對的端點，比如吊帶襪或胸罩：在此我們又再遇見物質性的物品了，而在它們的擁有關係中，其特色便是對他者的存在的完全的省略。

——是的，我完全地愛你。

——「我也一樣，保羅，」她總結全局地說。

導演有可能在這其中，看到了一種去神話的愛情的清醒代數。但這個慾望的荒繆重組仍然毫無人性可言。身體被解體為部分組成的系列，女人因此成爲一個純粹的對象物，如此她可以再加入所有的女人-物 (femmes-objets) 組成的系列，成爲所有個別項中的一項。這樣的系統，在它的邏輯中，只有一種可能的活動，那便是去玩取代置換的遊戲。而這一點我們已經認識到了，它便是收藏樂趣的動力來源。

變態自我情慾的系統中，對象物被化爲不連續的細節的程序，在愛情關係中受到制約，因爲他者仍是完整而有生命的整體。^①但如果對象是物質性的物品，那麼這個程序便會成爲定然之事，特別是當物品是一種複雜的製造品，正好有利於心智上的拆解。比如對汽車，我們可以說：**我的剎車、我的羽翼、我的方向盤。我們說：我剎住、我停住、我啓動。**所有的器官、所有的功能，都可單獨出來，以擁有的形態和人產生連繫。這裏的現象並非與社會層面相關的個性化過程，而是一種心理投射的過程。不是「具有」(avoir)的體制，而是「存有」(être)的體制。以馬爲例，雖然牠對人來說是一個具有威力和超越特質的驚人工具，同樣的混淆是不可能的。因爲馬不是由零件組合而成，而且更重要的一點：牠有性別。我們可以說：我的馬、我的女人，但是擁有式的命名法就只能到此爲止。有性別者會抗拒分裂式的心理投射，因此也會拒絕這種我們認爲是自我情慾甚至變態的佔有方式。^②面對一個有生命的存有，我們可以說「我的」，卻不能說「我」，後者就好像我們用象徵的方式，來取得汽車的功能和器官。某一類心理退

^①這是爲何在這種情況中，激情的對象將指向迷戀物 (fétiche)，它以非常激進的方式簡化了性對象，使它成爲一件與陰莖 (pénis) 相當的物品，而且如此地被投注心理能量。

化是不可能的。馬可因為人的慾望強烈投注而成爲象徵（比如發情期的性交騎跨、人頭馬的智慧、馬頭是和父親形象相連的可怕幻想，但牠的靜穆則連繫於導師西弘〔Chiron〕^[16]的保護力量）——但絕不同於汽車車身結構細節上的自我投射，這種簡化的、自戀的、比較貧乏、也比較幼稚的形式。如果說馬的象徵體系有它自己的活力，那正是因為和馬的功能和器官細節的認同是不可能的，也因此，一個針對分立項目進行的自我情慾「論述」所產生耗盡現象，〔在此〕也是不可能的。

這種部分化和心理退化的程序預設著一種技術，不過那是在部份化物品(objet partiel)的層次上，具有自主性的技術。如此，一個被消解爲各種性感帶句構片語的女人，便只獻身於快感的功能性，而回應她的，便是一種特殊的性技術。這是一種客觀化的、儀式性的技術，它遮隱了人和人關係中的焦慮，同時又在變態的幻想體系中，充作真實的（它是手勢、效率）脫罪證明。實際上，所有的意識系統都需要一個「擔保」、一個對真實的指涉、一個技術「理由」、一個不在場脫罪證明。因此「我加速」的加速器、「我的車燈」的車燈、「我的汽車」則是整部車，都是一種在現實之下運作的自戀式回收時真實的技術載體。承認自己面目的性技術也是如此：這裏我們不再是在性器體制下，進入真實和快感之中，而是退化到肛門期的系列性系統反復，而情慾手勢在此不過是一個脫罪證明。

由此我們可知道技術並非永遠是「客觀的」。當它被社會化、被科技吸

⑩同樣的，當一個有生命的存有可以被感覺到它沒有性別時（比如嬰兒），那麼擁有式的認同便可進行下去：「哎呀，：『我』的頭痛痛？（“j”〔我〕ai mal à “ma”〔我的〕tête？正常語句應爲j’ai mal à “la” tête？——譯者）」我們會這樣對小孩說。或者說：“Alors, ‘on’ a mal a ‘sa’ tête？（意思及文法錯誤相同——譯者）。這種混淆式的認同會因爲闡割焦慮而在性別化的生命面前中止。

[16] Chiron 是希臘神話中最著名的人頭馬(Centaures)，以其智慧和科學著稱，曾爲艾斯奇爾(Achille)等許多希臘英雄的導師。

收、當它提供了新的結構的時候，它是客觀的。相反的，在日常生活的領域中，它卻提供了一個有利於退化幻想的場域，因為解體的可能總是不斷地在此出現。聚集並組合，一個技術產品的元件之間，具有合理一致的相互包含關係。但這個結構在面對精神的時後，卻是十分脆弱：它和外界以功能相連繫，對於心靈(psyché)它卻是純形式的存在。結構上層級分明的元素在任何時刻都可以解體，而且在一個選項結構中變得相互等同，以便主體借此作自我變形。物品早就是不連續的存在，便更容易為思想化為不連續的單元。(特別是技術)物品不像在過去，是由人的手勢動作及人的能量連繫起來，這就更容易了。如果汽車和馬匹正好相反，可以構成一個如此美麗的自戀操縱對象，那是因為馬的操縱是肌肉的、運動的，它需要一種平衡的手勢動作——相反的，汽車的操縱則是簡化的、功能性的及抽象的。

由系列性動機到真實動機

在以上的分析中，我們一直把收藏品本身的性質視為可以忽視的因素：我們一直在談系統，而不關心主題。但人們收藏大師畫作和收藏雪茄商標環圈的心態必然不同。首先，我們必須承認，收藏的概念(拉丁文 colligere：選擇並聚集)和累積的概念不同。最低的階段是累積：堆積舊報紙、儲藏食品——處於口部吸收與肛門停滯之間——再來是相同物品的系列性聚集。收藏則邁向文化：它針對的是分化的物品，這些物品經常有交換價值，因此也是保存、走私、社會儀式和展覽的「對象和物品」——甚至可以是利益的來源。這些物品皆配合著某一計劃。雖然彼此互相指涉，它們也在此遊戲中，將外在的社會和人際關係包括進來。

即使如此，外在的動機雖然強大，收藏也不會脫離內在的系統性，至少它會在兩者間形成妥協：即使收藏的論述是爲了他人時，它仍然首先是

一個針對自我的論述。系列性的動機處處可見。調查顯示出系列叢書（如10/18、Que sais-je?系列）的顧客，一旦落入系列的軌跡中，便會繼續購買他雖然不感興趣的書：系列的中的差異性本身即足以製造一個可以取代真實興趣的純形式興趣。在[這種]購買動機中作用的，是一種純粹由連結造成的強制力。另一類似的行為則是一種不被自己所有的書圍繞，就不能安然閱讀的讀者：閱讀本身的特性在此接近消失。甚至走得更遠，書本本身不重要了，重要的是它在書架上和別的書擺在一起那一刻。相反的，「失去線索」的叢書讀者，就很難再上鉤：他甚至不會購買他會有真正興趣的書。這些觀察已足以讓我們明白區分兩種動機，兩者相互排斥，只能以妥協的方式並存，而且因為慣性之故，其優先性歸於系列性動機，而興趣的辯證性動機則落居下風。^①

但純粹的收藏可能會成為真實的興趣。比如一位有系統地購買 Que sais-je? 所有叢書的讀者，後來經常會將他的收藏引向某一個主題：[比如]音樂、社會學。超過了量上的某一門檻，便可設想某種選擇的可能。但在這裏沒有一定的規則。我們可以帶著同等的退化心理去狂熱地收藏大師畫作和 camembert 乳酪標籤，相反地，集郵則是兒童間的持續的交換來源。因此我們永遠不能用一組收藏在主題上的複雜性，來判斷它對世界的真實開放性。而且這個複雜性本身，可能是一個跡象或是一個武斷的來源。

^①在系列性的滿足和真正的樂趣間作出區別具有基本的重要性。在後者的情況中，有一種彷彿樂趣的樂趣這樣的東西，在其中滿足便可以自我超越，進而建立於關係之上。然而，在系列性的滿足中，這個樂趣的二次項，這個透過它才能得到真正品質的向度消失了，它有所缺乏、它便失望了：如此，滿足便被送到系列連續之中，它在廣延中投射並且用反復來補償一個永遠無法尋得的整體性。如此，我們會看到某些人，當他們不再看他們所買的書時，卻開始越買越多。我們也可以看到不斷重複的性活動或眾多的性伴侶，其實是用來無限地補償愛情上的透支。不能再為樂趣而樂趣。只剩下滿足。兩者相互排斥，無法並存。

除了它在文化上的複雜性之外，缺乏、未完成也使得收藏和純粹的聚集有所不同。缺乏永遠是一個明確的要求，比如因為某一物品的缺席而產生的要求。而這個要求，則表達為尋找、激情、對他人發出的訊息，^①也足以破除收藏致命的魅力，不然主體便會沉入純粹蠱惑的深淵。一個電視節目可作很好的說明：每一個出現向觀眾展示他的收藏的收藏者，都會提到他特別缺少的那一件「物品」，而每個人都受邀為他尋找。如此「收藏」對象也可以呈現一個社會性論述。但這時必須注意到一個明顯的事實：呈現在其中的，很少是存在，而是缺乏。

針對自我的論述

收藏的特徵在於，到了某一特定時刻，一個斷裂便會使它脫離它的退化系統，並賦予它一個計劃或要求（威望的、文化的、商業的——但這些都不重要，要緊的是物品最後可以把一個人放在他人面前：這時物品就是一個訊息）。然而不論一組收藏如何向外在世界開放，在它之中一定有一個無法化約的元素，與世界無關。收藏者是因為覺得在不受他所控制的社會論述中，他的自我遭到異化且揮發無蹤，因此他才要重組一個對他來說是透明的論述，因為他擁有其中所有的符徵(signifiants)，而且此論述的最後符旨(signifié)便是他本人。但他註定失敗：他自以為能夠超越，但他所持的純粹而一致的論述其實辦不到，他沒有看到他只是純粹和簡單地把一個客觀而開放的不連續性轉移為一個主觀而封閉的不連續性，而在其中，他所運用的語言，失去了一般的價值。這種透過物品進行的整體化程序(totalisation)，總是帶著孤獨的印記：它的溝通失敗，而它也思念溝通。而

①然而，即使是在這樣的關係中，收藏者會有傾向只要求他人作為他的收藏的見證，如此將他整合到一個已經建構好的主體客體關係中，作為一個第三者。

且，這裏還會出現一個問題：物品除了這樣的語言，還能構成其它種語言嗎？人透過它們，除了一個針對自我的論述外，還能建立其它的語言嗎？

如果一位收藏者永遠不會是一個沒有希望的狂人，那是因為他收藏物品，才能用某種方式，阻止他一路退化到完全的抽象(瘋狂)，他所持的論述因為同樣的原因，也永遠不能超越某種貧乏和稚氣。收藏總是一個有限的、重復的的程序，它的物質性本身，也就是說收藏品，過於具體，因此無法組構為一個真正的辯證結構。¹⁶如果說，「一個不收藏任何東西的人是一個笨蛋，」那麼收藏某些東西的人，也總是有點貧乏和非人性的地方。

¹⁶相反的例子：科學和記憶也是一種收藏活動，但它們所收藏的是事實和知識。

C | 後設及功能 失調體系：

新奇的小發明和機器人

我們已經分析了物品系統化的客觀過程（擺設及氣氛）及主觀過程（收藏），現在，我們要作的是，質問它們的引伸義（connotation）場域，也就是說，它們的意識形態意涵。

技術層面的引伸義：自動化主義

如果說，形式層面的延伸義總結於流行，❶那麼技術層面的延伸義也可以用一個詞語來總結：**自動化主義（automatisme）**——它是機械必勝主義的重要概念之一，也是現代物品的神話理想境界。自動化主義，乃是由物品的特殊功能中，提煉出一種有絕對意涵的引伸義。❷因此，自動化到處都被視為一種**技術模範**來倡導，也是如此地被接受。

西蒙頓（前引書，頁26）所舉的一個例子，可以說明這種經由自動化的圖式（schème），以技術引伸義為終點的滑移過程。由純粹的科技觀點來看，汽車把過去的手柄起動取消時，它的機械工作過程反而變得更複雜，因為這時它的啟動由一個外在於其體系的蓄電池的電能來控制——這個演變是技術上的複雜化和抽象化，但它卻被當作是進步和現代性的記號。用手柄

❶這一點請參看形式的修辭分析（「氣氛價值：形式」），其社會學層面分析，請參看〈模範與系列〉一章。

❷比如在形式上，汽車「羽翼」的引伸義為絕對的速度，[而此一修辭所]借助的，乃是形式的自明性。

起動的汽車成爲過時的產物，不用手柄的汽車才是現代的，但後者之所以能有如此意涵，卻是因爲它在引伸義上有自動化的意念，因此可以遮隱事實上的結構失調。當然，我們也可以說，手柄的取消，有一個真實的功能，那便是要滿足人對自動化的慾望。在這種邏輯中，我們也可以說，加重汽車重量的鍍鉻零件和巨大的羽翼，它們的功能是爲了滿足人對社會威望的要求。但在此我們可以看到，這些二次度功能的施行卻是以技術物品具體的結構作爲犧牲。當許多未結構化的事物仍然存在於引擎和汽車的外形設計中時，製造商卻把零件的過量自動化，和不斷地以伺服系統來處理的方式，當作一種機械上的完滿來呈現（而它們最立即的效果，卻是削弱物體，使得它的價格上揚，並使得它更容易老舊，因此也就更需要汰舊換新）。

「功能化」的超越性(transcendence)

然而，也就是在這種機轉下，機械的的完美度被認爲和它自動化的程度成正比。然而，要使一個機械自動化，卻必需犧牲許多功能上的可能。要使得一個實用的物品自動化，就得**依它的功能把它典型化**，而這一點還會使物品變得脆弱。因此自動化自身很少擁有技術內涵，它甚至是包含了一個使得科技停頓的風險：當一個物品未被自動化，它仍有可能被改變，並且以參與一個更廣大的功能組合來自我超越。如果一件物品進入自動化程序，它的功能便達到極致，但也就僅只於此：它在功能上便具有排它性，只爲單一功能服務。自動化因此是一種功能上的封閉性和意義重複，而人在其中，反被排除於一種觀看者的不負責任的地位。這種在技術的純形式完滿中使得世界成爲其僕從的夢想，其服務的對象其實是一個有惰性而又好夢想的人性。

當前的科技思想揭穿了自動化傾向中隱藏的謊言：機械的**真正完美**，也就是說真正是由提昇技術的觀點來考量時，因此可說是真正的「功能性」。

並非對應於自動化程度的增長，而是對應於保留某種未決定的邊際空間，使得機器可以對外來的訊息具有敏感度。高科技的機器是開放的結構，而開放式機械的組合預設了一個作為組織者和詮釋者的活生生的人。但如果說，在高科技的層次，自動化的傾向被揭穿了它的謊言，在日常實用的層次，它卻在主導將物品導向一個危險的抽象化程序。自動化主義在此稱王，而它之所以會有如此強大的蠱惑力，則正是因為它不是一種技術理性的傾向：我們會覺得它是一個基本的慾望，仿佛物在形象世界中的真相(*vérité imaginaire*)，與之相比，物品的結構和具體功能對我們來說，顯得無足輕重。我們夢想的是一個基本的心願，也就是在每一個時刻裏，「所有的東西都可不需人力，自動運行，」我們也希望，就其個別負擔的功能，每一個物品都能完成此一花最少力氣即能達完美的奇蹟——對使用者而言，自動化是一種不可思議的缺席狀態，而它所提供的愉悅，則在另一個層次上，和看人卻不必被看的愉悅相似。這甚至是在日常生活中，一種具有神秘意味的滿足。每一個自動化的物品，會把我們帶入一種經常是不可逆轉的典型化的行為模式，這樣的事實，也不能令人質疑此一最緊迫的強烈需要：需要自動化的慾望是佔第一位的。它的重要性，還在客觀實用之前。如果它的根基是如此的牢固，以致它的純形式完滿的神話，與技術和需要的開放性結構形成之間，構成了對立，甚至使它顯得像是一個物質性的阻礙，那是因為自動化主義是我們固置在物品身上的自我形象。③

由於自動化物體「不靠外力、自己行為」，它便會強烈地讓人覺得它和獨立自主的個人有相似之處，而這個令人著迷的特性又影響了自動化發展。我們面對的是一個新的物體擬人主義。在過去，工具、傢俱，甚至房屋本身，都在它們的外形上、用途上，清楚地帶有人的存在和人的形象印記。④

③當然也有抗拒的力量：比如某些「英雄式」的駕駛方式對自動排擋十分反感。但這種「個人」英雄主義，不論是因為自願或是受迫，都會趨於消失。

在技術完美的物品這個層次上，物人間的鉤連被摧毀了，但它卻為另一種象徵體系所取代，此一象徵體系不再屬於初級功能，而是屬於上層建築功能：人投射在自動化物品身上的，不再是人的手勢、能量、需要和身體形象，而是人意識上的自主性、人的操控力、人的個體性、人的人格意念。

其實，自動化所要代表的，便是意識的上級功能在物品中的對等物。自動化也把自己標示為物品中的極致表現，仿佛是一個功能的超卓狀態(nec plus ultra)，並和[自主]人格的形式超越性相關連。而且自動化中的形式抽象性，也可遮隱結構上的弱點、心理的自衛機制及客觀面的決定力量。作為完美自主的單子，這是主體性的指導性夢想，同時也是物品的縈繞心中的夢想。今天，物品雖然由天真的萬物有靈論和過度地人性化，(這兩項過去的延伸義)中解放出來，但今天物品卻是在它自身的技術存有中，(透過在技術事物身上投射個人意識純形式的絕對自主性)，找到了它的現代神話邏輯元素——自動化主義便是其中一個持續被遵循的道路，它是對人的形式本質和潛意識慾望作出的加倍指涉——也就因此，物品具體的結構目的性，和它「改變生活」(changer la vie)^[1]的可能性，不斷地，甚至可能是不可逆轉地，受到它的阻礙。

這個程序也是相互的，當人對他的物品進行自動化和多功能化，而不是去嘗試邁向實踐上的開放動態結構，他也以某種方式展現了他自己在一

④即使是機械化的物品也會回應這樣的要求：如此，汽車即使是在它作為交通工具的功能裏，也是一直依著人的形象而存在。線條、外形、內在組織、推動方式、燃料——[各方面]它一直否定各種結構上的可能性以便遵從人的形態、行為和心理上的要求。

[1] Changer la vie (改變生活)原出自法國十九世紀詩人韓波(Rimbaud)，後來成為68學潮的口號。布希亞的老師勒費勃禾曾在1968年寫道：「革命改變生活，而不只改變了國家或財產關係。……日常生活應該成為作品！所有的技術應該用來服務日常生活的這項轉變！」(op. cit., p. 372)布希亞曾為文評論過勒氏這一句口號，批評其技術樂觀主義。

個技術社會中所具有的意義：那便是，一個最美麗的萬能事物以及工具性的楷模。

就此一意義而言，自動化和個性化(personnalisation)並非完全衝突。自動化不過是個性化在物品層次的夢想實現。它是枝節部分最完滿和卓越的[呈現]形式，而人和物之間的個性化關係，便是透過這種邊際性的分化作用來進行。^⑤

功能錯亂：無意義的小發明(gadget)

自動化主義，就其自身而言，不過是技術的誤入歧途，但它讓我們窺見了一整個功能錯亂的世界。那便是，無理性的複雜化、對細節強迫性的注重、怪異的技術性、無意義的形式主義，這些特徵所活躍的人造物場域。在這個「多重—泛—超級—後設」功能(poly-para-hyper et méta-fonctionnelle)的地帶中，物品受到的客觀決定力量影響甚小，反而完全為形象投射(imaginaire)所左右。在自動化主義中，以非理性的方式投射出來的，仍是意識的形象，而在這個功能的精神分裂(schizofonctionnelle)世界中，寫入的則是純粹而簡單的強迫性頑念(obsessions)。這裏有待吾人書寫的的是關物品的十大套想像科學(pataphysique)，^[2]或稱技術想像解答

⑤關於個性化，參看〈模型與系列〉一章。再者，自動化主義還完全淹沒於流行動機和生產體制的計算中：即使只是一點點的自動化的增加，也是足以使一整個範疇的物品失去領先地位的最佳方法。

[2] pataphysique 是法國作家賈希(Alfred Jarry, Laval 1873-Paris, 1907)所創的一個字，他把其筆下人物 Dr. Faustroll 稱為 pataphysique 的教授。所謂的 pataphysique 是一個添加在形上學(métaphysique)上的科學，處理的對象是一些通常是偶然的邊緣現象(epiphénomènes)，也就是一個為個別者而存在的科學。也是「一個由想像解答構成的科學

的科學。

如果，我們質疑周圍的所有物品以下的問題：在它們之中，那些是合於結構的，那些是不合結構要求的？在它們之中，何者為技術品，何者只是配件、無用的新奇發明、純形式的指標？[問了這樣的問題，]我們便會發現，在我們所生活的「新技術」(néo-technique)環境之中，充滿了修詞和寓意的(allégorique)氛圍。另外，肇啓現代的，正是這種巴洛克風格，這正表現於它對寓意的偏愛，它由形式的冗贅反覆和材質的偽裝所構成的論述新個人主義，和它自比造物者的形式主義之中，如此巴洛克已先在藝術層面上總結了技術時代的全部主題和神話，而這也包括細節和運動在形式上的極端表現。

在這個層次上，物品的技術平衡遭到了破壞：功能迷信（無論任何操作，皆要有一物品相應：如果它不存在，我們一定要發明它）和**功能必要性主宰之處**，卻發展了過多的枝節性功能。這裏的最佳佐例，便是勒平發明賽(concours Lépine)^[3]中的拼湊手法(bricole)，它從沒什麼真正的發明，只是將典型化的技術簡單地組合起來，便能誕生功能非常地特別，但實際上毫無用途的物品。它們所指向的功能過度地精確，所以只能是一個藉口：事實上，這些物品的功能是**主觀的**，也就是說，它們是去滿足一些強迫性頑念。與此相反的進路，所謂的「美學」派，忽略了功能，以便頌揚機械純粹的美感，其實也只是換湯不換藥。原因在於，對一位勒平發明賽的與賽者而言，以太陽能來剝蛋殼，或是類似的無意義成就，其實只是

(science des solutions imaginaires)[在此為布希亞引用]，與虛擬事物的外形和性質，有象徵上的對應。」布希亞在此是援用了賈希此詞的嘲弄意味，但他未來會正面地去發展此一概念，如 *Echange symbolique et la mort* (《象徵交換與死亡》,1976) 和 *Les Stratégies fatales* (《致命策略》, 1983)。

[3] 勒平(Louis Lépine, Lyon 1846-Paris 1933)，曾在 1893-1913 年間擔任警察總長。1902 年起他組織了「勒平發明賽」，以獎勵手工藝人和發明者。

強迫性的操弄和觀想的合法藉口罷了。就像所有的強迫性頑念，這樣的癖好也可以具有一絲詩意，比如我們可以在畢卡比亞(Picabia)^[4]所繪的機器，和唐格理(Tinguely)^[5]製作的機械裝置中，多少感覺到，或者只是一個損壞腕錶的齒輪組，或是所有我們已遺忘它能作什麼用的東西，在它們身上，唯一保留的，便是它們的機械裝置令人感動蠱惑力。不能再服務的東西，卻能永遠為我們服務。

偽功能性：玩意兒(machin)

有一個概念可以總結此一空洞的功能主義：玩意兒(machin)。^[6]所有的「玩意兒」都有一定的操作能力。如果說一個機器是以名字來說明其功能之特性，那麼「玩意兒」在這個功能的選項結構中，則是一個不定項，而且帶有一絲貶意，屬於「無名之物」，或我不知道如何命名的事物（這是一個我們不知究竟有何作用之物不道德的地方）。雖然如此，它仍可作用。作為一個漂浮的括弧、一個和它的功能相分離的物品、一個「玩意兒」，或一

[4]畢卡比亞(Francis Picabia, Paris 1879- id. 1953)，法國畫家，其父為古巴人。曾參與立體派和抽象繪畫，繼而成為巴黎和紐約兩地達達主義運動的主要領導人之一。1915年在紐約，1917在巴塞隆納，稍後在巴黎，他以達達的精神，完成一系列以怪異的機械組合為主題的素描。

[5]唐格利(Jean Tinguely, Fribourg 1925-Berne 1991)，瑞士現代雕塑家。60年代起，他展開了一系列接近垃圾藝術(Junk Art)的機械裝置(Baloubas)，把各種廢棄物、廢鐵和日常生活物品結合在一起，並以電動引擎使其進行無用的運動和發出噪音。日後他的作品都有同樣的特色。巴黎龐畢度中心旁的史特拉文斯基廣場噴泉便是他和妻子Niki de Saint-Phalle合作的作品。

[6]法文machin意指我們一時想不起名字的某個人或東西。它和法文machine(機器)只有一個字母之差。

個「東西」(truc)，它隱藏的意涵，是一種模糊的、沒有限定的功能性，它毋寧是一個想像的功能性在意識中的形象吧。

不可能在有強迫意念性格的多重功能領域中理出秩序：馬塞爾·艾美(Marcel Aymé)的 Vistemboir，沒有人知道它是什麼東西，只知道到它一定有個用途，至於盧森堡電臺的「猜東西」遊戲，使得上千名聽眾動腦筋去找某一個細微物品的名字(伸縮喇吧管底某個特殊防銹合金製的薄片，擁有某一特別的功能，等等)，由星期天的自己動手作到詹姆士·龐德的超級新發明，展現在我們眼前的是一整座由有奇蹟效果般的配件所構成的博物館，而其結局，則是製造物品和好奇發明的巨大工業，它所製造的日常生活中的「玩意兒」，就其狂病般的特殊化程序而言，絕不會敗給拼湊修補者古老的巴洛克想像力。因為，面對絲毫不必動手的超音波除污洗碗機、九種焦度的烤麵機、調雞尾酒專用的機械調羹，我們又能說什麼呢？在過去只是迷人的古怪和個人的神經質症，在今天的工業系列製造時代，卻成爲了細節瘋狂或興奮的精神，日常且不斷的結構解體。

如果我們想想所有可以被稱爲「玩意兒」的東西，我們將會被屬於這個空洞概念的物品數量嚇著。我們還可以察覺到，在它們的技術細節的繁衍同時，伴隨著我們在構造概念上的重大衰弱，而且我們的語言，和我們仿佛很自然地使用的物品的結構和功能組合相比，顯得十分落後。在我們的文明中，有越來越多的物品，但去指稱它們的詞語卻越來越少。如果說，「機器」(machine)已經成爲一個有精確指稱範圍的類詞(它並非總是如此，一直到十八世紀末，它仍有今天「玩意兒」(machin)所指的意義)，因爲這個詞已進入了社會化工作領域，「玩意兒」這個詞呢，指的則是所有因爲功能過度特定化，而無法回應社會要求的物品，它們因此無法被理性地命名，落入了神話的邏輯中。如果說，「機器」是屬於功能的「語言結構」(langue)，那麼「玩意兒」便是屬於的「言語使用」(parole)的主觀領域。很明顯地，在一個未命名事物(或者即使用新創字，或用句子改寫的方式，

都有命名上的困難)不斷增衍的文明中,和一個物品的細節皆被知曉和命名的文明相比,前者對神話邏輯的抵抗力要弱得多。我們今天所處的世界,正如弗列德曼(G. Friedmann)^[7]所說,是一個「週日業餘駕駛」(chauffeurs du dimanche)^[8]的世界,在其中生活的人,從未探頭去看看他們的引擎,對他們而言,事物的存在不只有功能上的目的,而其發揮功效的運作本身,即是一個神秘。

如果我們承認,我們的環境,以及與之來的,我們在日常生活中,對世界的看法,大部分都充滿了功能的擬象(simulacres),那麼我們便需自問,是什麼樣的迷信在延伸及補償此一概念運用上的衰弱。物品的運作神秘究竟是什麼?它其實是一個模糊但頑固的執念,它要求一個機械世界、一個普遍化的機械裝置。機器和玩意兒,兩者彼此互不隸屬。機器不是一個完滿的形式,玩意兒也不是一個墮落的形式。他們所屬的種類不同。一個是在真實面上有操作性,一個是在形象的層面有操作性。機器表意的方式,是將一組真實的實踐結構起來。玩意兒呢,代表的則只是一項純形式上的操作,但它是對世界進行全面的操作。玩意兒的優點,如說在真實之中微不足道,⑥在形象層面上卻是具有普遍性的意義。這個以電力來取出水果核心的悅人玩具,或是吸塵器附加的新道具,專門用來對付衣櫥的上方,它們也許並不真正實用,但他們所滿足的,卻是一項信仰——對於任何需要,都會有一樣機械的操作方式存在——所有實用上的(甚至心理層面的)問題,都可以為一件技術品所預見、警告、解決,而此一物品既是合理又適應,絕對地適應——但適應什麼呢?這一點卻不要緊。重要的是,如此一來,世界便仿佛呈現為早就「被操作過的」一般。「玩意兒」的真正符號所

⑥但最起碼的真實功能永遠仍有其必要,以便作為形象投射的無罪證明。

[7]弗列德曼(Georges Friedmann, 1920-1977)為法國工作社會學家。

[8]在法文中「(……)du dimanche」意指人在閒暇時(星期天),進行業餘活動(通常有貶意):

如 peintre du dimanche (星期天的才作畫)業餘畫家。

指(signifié)，因此不是李子的內核，或是衣櫥的上方，而是指向自然的整體，依照現實中的技術原則，被重新發明一次，成為機械人一般的自然，這樣一個全面的擬象。這便是它的神話和它的神秘。就像任何神話邏輯，它也有兩個傾向：如果說，它因為把人沉浸在功能化的夢想中，而使得人困於迷思，相反地，它也因為把物品沉浸在人非理性的決定力量中，而使得物品困於迷思。在人性、太人性和功能化、太功能化之間，其實存有一層緊密的共謀關係：人性世界在技術目的性中的浸潤，也永遠同時是技術在人性目的地中的浸潤——為了最佳的和最壞的打算。對技術在人際關係中荒繆而極權的干擾所造成的破壞，我們比較敏感，但對人性在技術的演進中荒繆而極權的干擾所造成的破壞，我們便比較不敏感。然而餵養存在於所有機器背後的「玩意兒」的，正是人的非理性和他的幻想，換句話說，它們使得在所有功能具體的實踐背後，又再出倏然出現功能化幻想。

玩意兒真正的功能性在於潛意識之中：這便是為何它會有這樣的蠱惑力。如果說，它是絕對地功能化、絕對地適應，那麼，是爲了什麼？其實它們之所以如此，是爲了符合實用之外的目的。世界具有奇蹟般的功能性，此一神話與具有神奇功能性的身體的幻想相關。世界的技術施爲圖式和主體的性發展完成圖式相關：就此一地位而言，玩意兒作爲一種典型的工具，基本上是陽具的取代物，因爲後者是功能典型的操作媒介。另外，任何物品都有點玩意兒的味道：當它的實用工具性消退時，它便適於成爲一個原慾功具性的投注場域。如此的例證，比如，兒童的玩具、「原始」人眼中的任何石頭或木塊、在「文明未開化者」心目中成爲物神的鋼筆，但那也是「文明人」眼中，任何改變原先用途的機械裝置或古物。

在任何物品身上，現實原則永遠可以被放入括弧。只要失去了具體的作用，物品便可以被遺轉到心智用途之上。換句話說，在每一件真實的物品背後，都有一件夢想中的物品。

在討論古物時，我們已經見過類似現象了。但是對古物而言，超越性，

或是心智上的抽象化程序，比較是在材質和形式上進行，與出身的退化情結相關，至於目前討論的「玩意兒」，對這些偽功能物而言，與它們相關的是一種作用(*fonctionnement*)上的抽象超越性，並且也就是因為如此，又和力量投射及陽具情結相連。不過還是得再一次申明，這裏的區別只是分析上的需要，原因在於，如果通常物品真實上只有一個明確的功能，它們在「心智上」的功能性往往是不可限量的：所有的幻想都可以在此發揮。然而，他們的形象結構演變，在此則表達為一個由泛靈論結構過渡到能量性結構的過程：傳統物品比較是我們的**臨在**的見證，它是我們身體器官的靜態象徵。技術產物迷人之處有所不同，因為它們指向一個虛擬的**能量**，所以不再是我們的臨在的容器，而比較是我們的動態形象的承載者。再者，此處討論也必須細細察辨，因為在最先進的器具身上，能量自我消隱，其形式則顯得包藏和簡略。在一個傳播和資訊的世界裏，能量的演出變得越來越稀少。迷你化、手勢匱乏，都有損於象徵的明顯性。❶不過這裏我們可以放心：如果物品有時在實踐層次，會脫離人的掌握，它們永遠翻不出形象投射(*imaginaire*)的手掌。**形象投射的模式跟隨著科技的技術演變的模式而變化**，而未來的技術效率模式也會帶來新的形象投射。我們還不能看出所有的端倪，但也許在一個形象投射的泛靈論結構後，以及一個形象投射的能量結構之後，我們該研究的是一個形象投射的控制論(*cybernétique*)結構，而其中的焦點神話，既非絕對的有機主義，亦非絕對的功能主義，而是世界的絕對相互關連。目前日常生活的環境裏，這三種模式以不同的分量並存。古老的碗櫃、汽車、錄音機共存於同一個圈圍裏：然而就它們在形象層面上的存在模式，正和它們在技術層面上的存在模式一樣，卻是如此根本地不同。

❶在這個充滿了迷你化、沉默、立即和完美的器具世界裏，汽車仍然是一件驚人的龐然大物，因為它的引擎和操控機構仍以十分明白的方式呈現出來。

無論如何，不論物品的作用方式究竟如何，我們都會把它當作是我們的作用方式。不論那一種效能模式，我們都會把自我投射在其中，即使它的模式荒謬如「玩意兒」。但其實也就正是因為它是荒繆的。這便是那個既魔幻又滑稽的著名說法，「總會有用」(Ça peut toujours servir)：有時物品真的有一個用途，但更多的時候，它們是絕對地有用，亦是絕對地無用，這時它的服務對象其實是：它「總會有用」[這句話本身]。

後設功能性：機器人

此一形象投射的極限，即是科幻小說中的夢想物，那裏是純粹「玩意兒」構成的王國。但不要以為我們就此離開了日常生活的領域，因為科幻小說不過是日常生活的非理性傾向，拜自由虛構之賜所進行的極致推演(extrapolation)。它是物的文明的基要見證，因為它強調了其中一些面向，反過來說，科幻小說卻毫無預言價值。它實際上和技術演進的真實未來無關：我們或許可以說，它們只是先前未來式(futur antérieur)，^[9] 它的養料是超卓的古風，已經獲得的形式和功能的目錄。[其中]很少有結構性的發明，對典型化，而且經常是邊緣和離奇的需要和功能，卻是一個充滿想像解答的無窮寶礦。實際上，它是拼湊修補(bricolage)的最高境界。但如果說，它在開發探險上的真正價值不高，它卻是潛意識領域的豐富記錄。

它特別能說明我們先前提出的，現代物品最深沉的、也是最不合理性的預設：自動化主義。實際上，它只發明了一個超級物品：機器人。人甚至已不再有一個牽引軌草機的星期天，它自己發動，自己停止。這是不是

[9]法文中的「先前未來式」，代表一動作發生在未來，但和另一個也是發生在未來的動作相比，時間較為先前。作者這個比喻或可理解為：科幻小說將時間設在未來，但和真正的未來相比，已顯得過去。

物品唯一可能的命運？這條為它們劃好的道路，也就是由它們目前的功能，無可迴避地向著自動化前進（甚至到「自發性」的自我複製這種完全的模擬，誰又能知曉呢——生產小小磨咖啡機的磨咖啡機——就像兒童們想像的一般，^⑧）這個方向和人的技術未來關係較少，反而和他在現時的心理決定力量關連較大。以此一身分，機器人總結了潛意識在物的領域中的所有路徑。它同時是人和世界的象徵小宇宙，也就是說它同時取代了人和世界。這是絕對的功能性和絕對的擬人主義間的綜合。家電產品（「機器瑪莉」[robot-marie]）便是它的先驅。以此理由而言，機器人不不過是完成了形象投射中一個天真的階段：一種持續且可見的功能性的投射。因為取代物必需是可見的。如果機器人如此地明白彰顯其機械義肢的特點（金屬的外身、不連續的、一跳一跳的、沒有人味的動作），那是為了在完全的安全感化來迷惑我們。如果他模仿人可以作到人的柔軟動作，那麼它會引起人的焦慮。它要扮演的角色，是作為一個完全功能化和人化的世界的象徵，因此就所有層面而言，都要令人感到安全，如此它便可以極端地體現人的抽象力量，又不會陷入〔和人〕完全的等同之中。^⑨

如果，機器人會成為潛意識中總結所有物品的理想物體，那不只因為

^⑧這裏我們已達到極限了——就技術層面而言，一個可以製造出和自己一模一樣的機器的機器，令人無法想像。那顯然會是自主性的極端，而它的論述總會以套套邏輯告終。如果形象投射一定要達到這樣的地步，其代價將是一種魔術和童稚的思考方式，也就是回到自動化的自我複製（分裂生殖）。這樣的一種機器將是荒繆的頂點——如果它唯一的功能便是自我複製——它還能不能為我們剝豆子？人本身的功能也從來不只是為了自我複製而存在。形象投射並非瘋狂：它總是會在人和他的替身之間，保留一些差異。

^⑨在此我們可以再引一次十八世紀的機械玩偶寓言（參看「功能化神話」一節），當魔術師以偷天換日之術將他自己的動作機械化，因此使自己的外表露出輕微的破綻，這也是為了找回表演的義意：在機械玩偶和真人之間看出不同的樂趣。如果觀眾看不

它是人的作用效能的擬像，而是因為，同時是擬像，又不夠完美到足以成為人的化身，因為它雖是人，卻明顯的仍是物，也就因此，它是一個奴隸。實際上，機器人一直都是奴隸。它可擁有人所有的品質，但有一樣它卻不能得到，而這個品質使得人成為崇高的主宰：性。而且它就是在這樣的侷限內，施展其魅力和象徵價值。透過它的多重功能性質，它見證了人君臨世界的陽具帝國，但也同時見證了它自己是被控制的、被宰制的、受支配、而又無性的，也就是說這個陽具是一個奴隸，這樣的性慾已被馴服，不會帶來焦慮：在它身上只剩下一個唯命是從的功能性，體現(*incarné*，如果我們還可以這麼說的話)在一個和我相似的物體之中，而此物主宰世界，卻臣服於我：去掉了我自身具有威脅性的部分，從此以後我便可以此一以我形象塑造的奴隸自傲於世。

我們如此便能了解為何有這樣的傾向，要把每一個物品推向機器人的境地。因為就是在此處，它才完成了它在潛意識心理上的功能。但這也是它的終局。原因在於，機器人是沒有演化可能的：它被凍結在它和人的相似性上和它不計代價的功能抽象程序中。這也是活躍的性器性慾的終結，因為投射在機器人身上的性慾，在其中被中性化、除去爆發力、驅除威脅、凍結在它本身所凍結之物身上。自戀的抽象化程序：科幻小說的世界是一個去性化的(*asexué*)世界。

機器人之所以有趣，還有其它的原因。因為它是物的神話學的終結，在它身上，聚集了我們和環境深層的關係中的所有幻想。

如果說機器人是奴隸，那麼奴隸的主題，總是和反叛的主題相連，甚至在魔法師的門徒這個傳說中都還看得出來。機器人的反叛，不論是用什麼樣的形式表達出來，在科幻小說中都不是罕見的主題。它總是隱含在這

出那位為「真」時，他們將會非常焦慮。而魔術師知道，比機械玩偶的完美更重要的，是他們兩者間的不同，所以寧願人們把機器當作人，人當作機器。

些故事裏。機器人就像是奴隸，既是溫柔善良，又是背信棄義，就像被我們所鍊鎖的力量那般的善良，又像掙脫鎖鏈的力量那般惡毒。然而，人就像那位魔法師的學徒，有很好的理由來害怕這個為他以自己的形象所驅除或鍊鎖的力量，有一天會再復活。因為這個力量就是他自己的性慾，這時反過來針對他，而他因此感到害怕。一旦解放，掙脫枷鎖，開始反叛，性慾會成為人的致命敵人：這便表現於為數眾多又不可預見的機器人反叛，它們惡意的突變，或只是這種突如其來的變化永遠是可能的所帶來的焦慮。人這時面對的是他身上最深沉的力量，他看到他自己和其化身相鬥，而對方擁有它自己的能量，而且我們知道，根據傳說，它的出現代表死亡。在反叛中升起的，是那被奴化的陽具能量，這便是機器人機械的背信忘義的真義（同時它們也表達了氣氛環境中功能失調）。這時故事會有兩種可能的結果：或者是人制服了「邪惡」力量，一切回到「道德」秩序，——或者，由機器人體現的力量自我摧毀，把自動化主義推進到自殺的境地。機器人的自動損壞，或自我毀滅，也是科幻小說中常見的主題，並且和機器人的反叛相關。一種諸物或物世界的秘密末世大毀滅，滋養著讀者的激情。我們甚至會傾向把這種情節認為是對科學的魔鬼性格進行道德譴責：技術自作自受，而人則回復到他美好的天性。這個道德的主題顯然在虛構故事中充分地活躍，但它過於天真又過於理性。道德從來沒有什麼蠱惑性的力量，但機器人可以期待的淪落卻給我們一種異樣的滿足。使得物品的必勝主義，在其最高點，儀式般地解體，這樣不斷回復的幻想，其強制性的來源，比較不是道德上的要求，而是一個根本的慾望。這裏頭有一種被人津津有味地品嚐的死亡表演，而且如果說，我們假定機器人象徵的是一個被奴化的性慾，那麼我們也會承認，機器人的解體對人來說是一場他自身性慾解體的象徵劇——人在以他自己的形象為模範，將它奴役之後，又將之摧毀。如果我們追循佛洛伊德晚年的研究結論，^[10]我們可以去追問，人在此是否是透過一個瘋狂技術的種種災難，去慶祝他自己未來的死亡事件，而他之所

以告別性慾，是爲了逃脫焦慮。

目前非常流行的一種藝術活動和科幻小說中物的「自殺」或謀殺這個偉大的事件相仿：happening (l'Événement, 偶發事件演出)，^[1]其特徵爲一場狂歡式的毀滅，對物品大加羞辱，在這樣的大浩劫中，一個飽和厭膩的文明，在慶祝它自己的完全沉淪和死亡。另一個新的流行則在美國以某種方式將這件事商業化了：許多帶有齒輪、連桿、連通管的機器大賣特賣，它們是真正無用的功能化寶貝，其唯一的品質是在開始作用的數小時內，會突然而不可逆轉地自動解體。人們互相贈送這種禮物，而它的損壞、毀滅、死亡是朋友間聚會慶祝的良好時機。

也不必作得如此極端，今天在某些物品身上還是有些像宿命一類的東西。汽車在此扮演了一個特別突出角色。人在它身上付出的是爲了最好和最壞的所有的目的。他在它身上獲得了服務，但他也在它身上接受以及等待某一類的宿命，那就好比電影之中，在汽車裏的死亡已經成爲一種儀式性演出。

技術的災難

如此，追索著由技術本身生出的功能神話，我們會發現某種宿命性，在

[10] 佛洛伊德晚年特別強調死亡本能和生存本能間的衝突。同時他提出死亡本能應該佔心理機制中的第一位置。

[11] 爲美國藝術家克普洛(Allan Kaprow, 1927-)提出的字眼(1958)。原意爲「正在發生的事件」(強調過程的重要性，其靈感亦來自音樂家凱芝(John Cage))。在克普洛手上，Happening 主要在製造一個觀眾可以參與的事件，「一個自發的而且沒有情節的戲劇性事件。」美國許多普普藝術和身體藝術的成員都在 60 年代進行這種「突發事件演出。」歐洲主要的 Happening 藝術家爲「流」團體(Fluxus)、波依斯(Beuys)和「維也納行動主義者」(Actionnistes viennois)，後兩者有十分暴力和驚世駭俗的「事件演出」。

此原來爲了主宰世界的技術，結晶爲一個反向的且具威脅性的目的性。在這一點上，我們必須：

(1)再一次思考物品的脆弱性和其背叛的問題：如果說它們一開始出現時像是帶來安全感，像是平衡的因素（即使那是神經質性的平衡也無妨），它們也經常是一個失望的來源。

(2)質疑我們的社會中，有關生產體制及技術計劃本身，其中目的和手段間具有合理性這樣的內隱假設。

這兩點代表物的功能失調和反目的性的兩個具有競爭性的面向：一是生產的社會經濟體制，一是心理的投射體制。這裏必須要定義清楚的是兩者間的相互包含和鉤連。

技術社會生活在一個固執的神話上：技術會不斷地前進，而人面對這些技術，則有道德上的「落後」。這兩個面向牢牢相關：道德上的「停滯」使得技術進步的身價大增，成爲一種穩固的價值，成爲我們的社會的終極作用機制：在此同時，生產體制便被除去罪嫌。在一個道德矛盾的遮蓋下，我們避開了真正的矛盾，其真象便是目前的生產體系一方面運作，一方面阻礙真正的技術進步（並且由此阻礙了社會關係的重新結構）。認爲技術、生產和消費會理想地會合在一起，這樣的神話，掩蓋了政治和經濟上的反目的性。再者技術與物品的體系和諧地演進，而產生它們的人，他們之間的關係卻停滯或退化，這怎麼可能？人和技術，需要和物品，在任何結局下都是相互地結構。這樣的連帶關係幾乎是一種律則，也就是說，同一文明之中，個人和社會的結構，與技術和功能的模式，是緊密聯繫在一起的。在我們的技術文明中也是一樣：技術和物品都在承受和人所承受相同的奴役——具體的結構程序，也就是技術的客觀進步，所受到的阻礙、歧流和退化，和人的關係具體社會化的程序，也就是社會的客觀進步所承受的一致。

物品身上患著一個癌症：非結構性配件的大量繁衍，雖然促成了物品

的揚揚必勝的狀態，卻是一種癌症。然而，也就是在這些非結構性的元素上(自動化主義、配件、非基本需要的分化)，組成了流行和引導性消費的社會通路。^⑩也就是在它們身上，技術的演進才會傾向於停頓。也就是在它們身上，外表一層不斷變形的驚人健康色下，出現前就已呈飽和的物品，虛脫於形式的痙攣抽搐和不停變換中。「就技術的角度而言，路易斯·孟弗爾德說(《技術與文明》，頁 341)，風格和形式的變化是不成熟的徵兆。它們標誌著一段過渡期。但資本主義^⑪使得這一段過渡期成為永久的存在。」而且他指出，在美國，經過 1910 到 1940 年間一段風光的時期，汽車、飛機、冰箱、電視等都在此一時期誕生，之後呢，發明幾乎完全停止。改良、完善化、包裝：「追求的是」物品的威望感，而不是結構上的創新。「機械更完整發展的主要障礙，孟弗爾德還說，在於品味和流行與浪費和商業利益結合在一起。」(頁 303)一方面，的確，無關宏旨的改善、複雜化、附帶體系(為了安全感或威望)都在培養一種有關「進步」的偽意識，而遮蓋了基本變化的緊急性(我們可以將它稱為物的「改良主義」)。另一方面，流行以它次級系統的無協調蔓延，屬於偶然的領域，因此也是形式無限再興的領域，和市場開發最能發揮到極致的領域。在技術的垂直性和利潤的水平性之間——在技術發明的不斷超越，和一個依照生產的目的性造成的物和重複形式的封閉體系之間，存在著基本的對立。

也就是在這裏，出現了所謂物品有取代人際關係使命的說法。在它具體的功能上，物品是一個實用問題的解答之道。**就其非必要的面向而言，它提供社會和心理衝突一項解決之道。**這便是迪希特(Enrst Dichter)，^[12]這位購物動機研究先知所倡導的物的現代「哲學」：意思也就是說，不論任何

⑩ 參閱〈模範與系列〉一章。

⑪ 對一整段時期而言，它的責任很明顯。但在某些技術演進和財物及產品傳播的門檻被超過後，事情就不再如此清楚了。

個人或集體的衝突，都應該可以為一件物品所解決。（參閱《慾望策略》，頁 81）如果 [就像天主教曆法] 一年中的每一天都有一位輪值聖人，那麼，每一個問題，也都應該存在一個 [作為解決之道] 物品：重要的是在適當的時機把它製造和推出。迪希特所認為的理想的解決之道，在孟弗爾德眼中卻是一個無可奈何的解決。但他同樣是把物 and 技術當作人的衝突的替代物，並且由此把文明的問題放在一個更廣闊的批判性視野中：「一個機械的組織經常是一個有效的社會組織或一個健康的生物性適應，既臨時又昂貴的替代物。」（頁 244）「機械在某個意義下是在認可社會層面缺乏效率，」（頁 245）而且「在我們的文明中，機器常常遠遠不是人類力量和秩序的標誌，反而經常是社會無能和癱瘓的指標。」（頁 366）

很難去估量因為技術偏離真正的衝突和需要，對社會所產生的整體損失，而且，技術本身又受到流行和強迫性消費的奴役。這個損失是巨大的。以汽車為例，今天我們已經很難去想像以它對時空的主宰力量，以及某些技術的結構性轉變，它可以是重構人際關係中一項如何超凡的工具：然而從很早開始，它身上就被加上一些寄生性的功能，如威望、舒適、潛意識的投射等，它們首先減緩，繼而阻塞了汽車作為人的綜合的功能。今天，汽車是一項完全停滯的產物。越來越由它的社會功能——交通——之中抽象而出，又把這項功能封閉在古老的模式裏——它不斷地改變、改良、變形，但一直都無法越出一個既有結構的限制。整個文明可就此停留在汽車的階段。

我們可以區別 [文明] 演進中，三個相互競爭的層次：

——物品的技術結構層次：功能的會集、整合、具體化、經濟化；

[12] 迪希特 (Ernst Dichter) 是美國 [[購物] 動機研究中心] (Institut de Recherche de Mobiles) 的主持人。其主要主張在於銷售及廣告策略必須針對購物者潛意識中的動機加以操縱。

——世界和自然的平行結構層次：征服空間、控制能量、動員物質。一個資訊越來越流通和相互關係越來越緊密的世界；

——人類實踐的結構層次，不論是個人或集體，都邁向更高的「相對性」和更大的動態、開放的整合、和最先進的技術產品類似的社會「經濟」原則；

我們可以觀察到，雖然每一個層面各自不同的動力造成了一些差距，但實際上演進在這三個層面上同時放慢或甚至停頓。技術產品，一但停頓於既有的成果（第二層面：就汽車的個案而言，對空間的片面勝利），便自甘於表達此一凍結結構的引伸義，而在其上，各式各樣的主觀動機都可發揮它的影響力（第三層面上的退化）。這時物品，仍以汽車為例，失去了它作為技術產品的演變動力（第一層面上的退化），並且進入和屋宅相互補的固定關係中：屋宅和汽車構成一個封閉的體系，貫注了一般規範的人性意義，而這時汽車，不再是關係和交換的因素，成為一個純粹的消費品。「不僅只是古老的技術形式曾經阻礙了新技術的發展動力，即使新的發明也經常被用來保持、更新、穩定舊有制度的結構。」（孟弗爾德，前引書，頁236）汽車不再去除人和人間的障礙，相反地，人們在它身上投注的是使他們分離之物。被征服的空間本身，變成了比待征服的障礙更嚴重的一個障礙。^⑫

^⑫同樣地，我們也可以認為電影和電視也沒有掌握它們足以「改變生活」巨大的具體機會。艾迦·莫翰(Edgar Morin)曾說：「沒有人曾為此驚訝，電影放映機自從誕生之後，便被人徹底地由它立即可見的、技術的、科學的目的移轉開來，為演劇(spectacle)目的抓住，而成為電影……「電影」的發展活力窒息了它一些原來似乎是自然的發展方向。」（《電影或形象人》[*Le Cinéma ou l'Homme imaginaire*]，頁15)而且他指出電影技術發明更新的緩慢（聲音、顏色、立體感），與消費式電影的開發是如何的相關。

技術與潛意識系統

然而此一形式和技術的相對停滯，此一一再重複的損失（但在我們在〈模範與系列〉一章將會看到，它在社會整合這個層面，卻是十分有效），在其源起處，必須質問，是否在一個有利害關係的生產體制的專制之外，在一個絕對的異化體制之外，還存有別的因素。換句話說，如果物品的發展落後，這是否是孟弗爾所謂的「社會意外事故」？（如果人沒有責任，只有生產體制才是唯一要對技術的弱勢地位負責者，那麼這便是一個意外，一個無法解釋的矛盾，就好像它的反面，布爾喬亞的寓言——技術「進步」、道德「落後。」）實際上，這不是一個意外，而且即使要好好考慮整個社會透過一個物的體系，被一個在結構上和社會體制相連的生產體制有系統地剝削——但面對此一體系的永存和牢固，仍然無法想像，在此一集體的生產體系和個人的需要（即使是潛意識上的）之間，沒有一種鉤連的關係——所謂的鉤連，指的便是負面的密切共謀關係，或是甚至在社會——經濟的功能失調和潛意識的深層事件之間，有一種相互的包含關係，比如我們在分析機器人時，已經約略提到的狀態。

如果引伸義和個性化、流行和自動化主義都集中在非結構性的元素身上，而生產體制也將其取來，以便系統化地發展非理性的動機，那也許是因為在人身上，並沒有一個明確的意圖和可能性，來超越這些心理投射的古老結構——至少我們可以說，有一個深層的抗拒，不願犧牲主觀和投射的可能性，及它們無止盡的反復出現，以便造就具體的（同時是技術和社會的）結構演進——或者更簡單地說，有一個深層的抗拒，不願意用理性來取代需要的偶然目的地性。這可能是物和社會本身，就其存在模式而言，一個有關其宿命的演變。由某一個技術演化的門檻開始，而且只要某些初等的需要被滿足了以後，我們仍然需要，甚至更甚於以前，這種物品身上幻

想的、寓意的、潛意識的可吞食性，而不是它真正的功能性。為何汽車沒有其它的形式呢（座艙在前、吻合人外形的線條，使得使用者可以有效地居住將要通過的空間，而不是一個屋宅的替代品，或是一個受拋射物力量所迷的主體本身的替代品）？目前的形式，以跑車的車罩作為長久不衰的絕對模型，不正可以容許一個必要的心理投射，而它實際上比交通藝術的演進更為重要？

人或許有需要在世界之中強加許多這一類的潛意識論述，即使如此作會使得世界的演進停頓。我們必須把這個論點深入地推衍。如果，在它們身上好像結晶了最固執的慾念的那些非結構性元素，就一個客觀結構體制的角度而言，其實不只是平行功能、複雜化和過度負荷，而是真正的功能失調、衰弱和錯誤，如果，在這樣作的同時，是整個文明面對真實的結構革命的可能，卻不願進行，而且，如果這一切不是一個意外事故——我們可以質問，在人的功能揮霍神話（個性化的豐產）背後，實際上隱藏的是他對自我形象的執念，如此人是否更傾向功能失調，而非一個功能成長的世界？這樣的功能失調，使得我們的生活環境越來越像是一個由凍結的物品構成的世界，它們的成長(croissance)，因為那些贅疣(excroissances)而停頓了，而它們越是個性化，便更加希望落空和令人失望，然而人不是早已準備好要玩這場遊戲嗎？

方才一個令人覺得是物品的決定性的維度，也就是作為取代物的維度，在此顯得更有力量：比起迪希特和孟弗爾德所提到的社會和有意識的衝突的層次，在潛意識的衝突的層次，技術的施行，甚至物品單純的消費，更能扮演轉移注意力或是想像解決辦法的角色。在人和世界之間，技術可以是一個有效的中介物：這是最困難的道路。最簡單的道路則是由一個物的體系來進行，它以作為任何衝突的想像解決方法的身分，插入於兩者之間，如此，就某一角度而言，它便在技術和個人需要這兩個體制之間，形成短路，而兩個體系間的能量便在此一迴路中耗盡。我們也無需驚訝，如此而

來的物的體系，它身上會有叛變的印記：結構上的缺失，不過是矛盾的反映，而物的體系，在此正是作為此一矛盾的形式性解決辦法。以其作為各種衝突，個人的或集體的**不在場無罪證明**，物的體系身上只能帶著拒絕這些衝突的印記。

但究竟是那些衝突？它們是要為什麼樣的罪名除罪？人曾決定把他的未來寄託在一件一石兩鳥的事業上，一方面要馴服自然中的外在能量，同時又要馴服內在的原慾能量，而對兩者的感覺，既是威脅，亦是宿命。物的體系的潛意識經濟法則，既是一種心理投射機制的經濟，亦在於以作為中介的效能來馴服（或控制）原慾。平行的利潤：主宰自然和財富(biens)的生產。然而此一令人激賞的經濟，對人類而言，有雙重的風險：(1)就某一角度而言，性慾會在技術的體制中被排除(forclose)，並被消除魔力；(2)而此一技術體制本身，會受到在其中投注的衝突性能量干擾，而擾亂了它的演進。在此出現的是一些無法解決的矛盾元素，它們構成了週期性的叛變：也就是說，今天作用中的物的體系有許多一直存在的潛在可能性，其中包括了同意這樣的退化、性慾終結的誘惑，以及性慾在技術體制的循環和持續的向前消逝(fuite en avant)^[13]中決定性地緩和。

在實際運作上，技術體制總會保留某些真正的動態，以避免這種完美的退化體系不受限定地一再出現，因為那便是死亡。然而，在我們的物體系中，這樣的開端已經存在，**它被反向演化的幽靈所迷，而退化總與進化的機會共存。**

這種退化的終極方向——我們必須說出它的名字——便是死亡，把它當作性慾所帶來的焦慮的解決手段，這樣的誘惑，（我們仍在技術體制的框架裏討論），有時會以更驚人和更粗暴的方式出現。這時它會變成一種真正

[13] fuite 意指 [視覺上的]「消逝」和 [行動或心理上]「逃避」。fuite en avant (向前消逝)，同時也有以不斷向前來避免回顧或瞭解當前真象的意思（「用前進來逃避」）。

具有悲劇性的誘惑，想要看到技術體制反噬建立它的人類。這樣的誘惑想看到的是技術體制的命定性(fatalité)，雖然人們設立它的目的正是要驅除這種命定性：佛洛伊德已經描述過類似的程序，也就是被壓抑(refoulée)的能量又透過實施壓抑的作用元(instance refoulante)本身出現，破壞了整個心理防衛(défense)的機制。^[14]相對於慢速退化中的安全性，悲劇性則代表性慾與自我之間的衝突，被以一種粗魯的方式解決時，所帶來的暈眩。在作為宰制世界的象徵本身的技術物中，被束縛的能量爆發出來時所帶來的暈眩。在生產經濟體制中反映的，正是這一則自相矛盾的預設——既要征服命定又要激發命定——這個體制不斷地製造，但造出的只是一些脆弱的物品，一部分功能失調、朝生暮死，如此這個體制同時在工作的，既是它們的製造，亦是它們的摧殘。

我們還要精確地說明一點，悲劇的並不是脆弱本身，或是死亡本身。而是脆弱或死亡帶來的**誘惑**。當物品不能執行它的任務，而這個失敗又會使我們受阻擾或是令我們感到失望氣餒，這時這個誘惑便受到了滿足。我們在機器人的叛變和毀滅幻想中，投射的也是這種狡猾而令人暈眩的滿足。物

[14] 作者在此處所提應該是佛洛伊德在分析「強迫性神經質症」(névrose obsessionnelle)時提出的說法。比如「鼠人」案例中，患者對父親和愛人的反感，受到壓抑(refoulé)，但經過反應性形成(formation réactionnelle)，反而成為過度憂慮兩者受到鼠刑的強迫性執念(obsession)。他所採取的一些(心理)保護措施，又會反轉過來。比如他祈禱「希望神保護她」，禱文會突然地變成「希望神不要保護她」。這種奇怪的狀態，使得患者的心理好像一座受圍攻的城市，而他所建立的每一道壁壘，卻立刻反轉過來，成為敵人進襲的依憑。這樣一個又像鬧劇又像惡夢的場景，佛洛伊德還曾在《後設心理學》(Métapsychologie, 1916)中有關「壓抑」一文和1926年的《禁制、症狀和焦慮》(Inhibition, symptôme et angoisse)一書第五章中討論。在前一個分析裏，他認為那是被壓抑衝動的雙面性(ambivalence)所致。這應該是布希亞在此引用這一點的基本思路，也就是說，他談的重點在於人心深處對科技的两面性態度。在後面一篇裏，佛洛伊德將問題歸因於自我(也就是防衛作用單位)的過度脆弱。

品在報復。它們這次的「個性化」作為，卻是來自最壞的動機，爲了反叛。這種具有敵意的變化令我們大爲吃驚，大感訝異，但我們必須承認，對於這種叛變也很快地發展出一種臣服的態度，把它當作是一種命定，而這種明顯的脆弱還能取悅我們。一個技術上的麻煩會令人生厭，而一大堆連續而來的技術問題卻會激發痛快的心情。如果一隻水壺有了裂痕，我們會感到難過，但如果它完完全全地裂開，我們卻會感到滿足。我們對物品的弱點總是以一種曖昧態度去接收。它使我們感到不安全，但它也將我們對我們自己持續的反對物質化了，而這 [自我反對的慾望] 也需要被滿足。我們期待一個打火機發揮效用，但我們在想，我們可能希望它不是每一次都能順利作用。(參閱迪希特前引作品，頁91)我們可以試著去想一個永不出錯的物品，以及它在以上所提到的自我反對的層次上，所能帶來的失望感：不會出錯終將產生焦慮。這是因爲一個沒有弱點的世界，將是命定性的終結消失，因此也是性慾的終結性消失。這也是爲什麼此一命定性再度出現的一點點記號，都將使人感到深沉的滿足：透過這個缺陷，性慾便可有所喘息地再多活一會，即使它是以一個有敵意的力量的面貌出現（在這樣的情況下，它永遠是如此），即使這樣的出現意謂著失敗、死亡或毀滅。基本的矛盾會收到一個矛盾的解決，它有別的可能嗎？^⑩

我們的技術文明，就像我們在它的美國模範裏可以預感到的，是一個既系統化又脆弱的世界。物的體系，說明了這種系統性，它充滿了脆弱、朝生暮死、越來越快速的輪迴和強迫性的重複。充滿了滿足和失望。它有問

⑩這便是布拉格學生的故事。(在和魔鬼定約後,)他的形象由鏡中走出，物質化成爲一個化身，不斷地纏擾他。他不再有鏡像，卻被他自己的化身所困。有天，彷彿在一個原始場景中一般，化身橫置於他本人和鏡子之間，他對它開鎗，將它殺死：當然，他所殺的便是他自己，因爲此一化身已剝奪了他的現實。但，就在鏡子的碎片中，他又找回了他自己真正的形象。

題地隱去了威脅個人和社會關係的真正衝突。有史以來，我們第一次處於這樣的情境，透過消費社會之助，我們面對的是一個有組織的、不可逆轉的嘗試，要在一個無法取代的物體系中，進行社會飽和和整合，用這個物體系去到處取代自然力量、需要和技術間的開放互動——而其中主要的動力，便是物品官方的、強制的、有組織的死亡率——這是一個集體的事件演出(happening)，在其中，團體本身的死亡，卻以物品和手勢快樂的摧毀和儀式性的吞嚥來慶祝。❶再一次地，我們可把這個現象只當作是技術社會的幼年病，而只把此一成長期的問題，歸因於當前社會結構（資本主義的生產體制）的功能失調。如果真相如此，那麼就長期而言，還是有可能對體系的整體進行超越。但在此，如果除了為社會剝削而進行的生產的無政府目的性之外，還有別的因素存在，更深刻的衝突所造成的事件，它們是個人的因素，但卻反映和放大到集體的程度，那麼想要得到透明^[15]的希望將永久地喪失。一個允諾明天會更好的社會的成長期問題，或是面對無法解決的衝突，有組織的退化？生產的無政府狀態，或是死亡本能？使得文明脫序的原因何在——這個問題仍然是開放的。

❶人們曾稱此為消費的虛無主義（參閱艾迪·莫翰作品）。

[15]「透明」是作者經常使用的一個隱喻。「影子」比喻人的異化（尼采），透明則為異化（影子）的消失。前面原註中的「布拉格學生」故事，也是同樣的辯證（或說反辯證）關係，只是鏡像取代了影子。

D | 物品及消費的
社會——
意識形態體系

I. 模範與系列

前工業文明物品與工業模範

現代物品的地位受到**模範／系列**^[1]這一組對立的管轄。就某種角度而言，情況向來如此。社會上一群享有特權的少數，總是接連而來的各種風格的實驗場，然後其中的解決之道、方法和竅門才再由地方上的工匠手裏流傳出去。然而在工業時代以前，我們不能精確地說存在有「模範」和「系列」。一方面，前工業社會中，所有物品間有較高的同質性，因為到處它們的生產模式仍然是手工的方式，也因為它們的功能較不特殊化，還因為外形的文化幅度也沒有後來廣大（我們尚未對先前或外來的文化作指涉）——另一方面，在可宣稱自己擁有「風格」的物品構成的範疇，和只有使用價值的地方性產物之間，隔離的情形更為嚴厲。今天，農家的桌子擁有文化價值，而三十年前而已，它們的價值只由它們所提供的服務來決定。十八世紀時，在一張「路易十五」風格的桌子和一張農家桌子之間，並無關係：在它們之間，存在著一個深淵，正如它們各自所屬的社會階級之間一樣。不存在任何文化體系來整合它們。❶我們也不能說一張路易十三世

❶然而物的階級差異無疑從未有社會階級差異的明顯性。社會的絕對等級劃分為物品的使用所沖淡：不論在什麼樣的社會位階上，一張桌子的基本功能還是一樣的。

[1] 法文 *modèle* 和系列相對時同時有（作為大量生產依憑的）「原型」和（作為價值標竿的）「模範」兩層意義。

的桌子是模範，而後來模仿它的無數桌椅是系列。^②雖然有手工技藝有限的流傳，但卻沒有價值的流傳：「模範」仍是絕對的，和超越界相關。並沒有任何我們今日意謂下的系列由其中流出。社會體制把它們的地位賦與物品：我們或者是貴族或者不是，貴族並非存在於一個社會系列中，具有特殊地位的一項，貴族性來自天寵，因此他和他人的區分是絕對的。在物品的層次，和這個具有超越性的概念相對等的，便是人們所稱的「風格」。

此一區分，在談論前工業期的、「具有風格的」物品(objets “de style”)和當前的模範時，有其重要性。只有它才能允許我們在形式上的對立之外，去明確地說明當代體系中，模範和系列間的關係。

當我們觀察到，社會上大部分階層生活於系列性產品之中，而其形式與心理價值則指向社會少數人生活中的模範產品，我們很容易會傾向於簡化問題，將兩者對立起來，使得只有其中的一端才具有現實上的價值。換句話說，便是將模範與系列相分離，將其中之一劃分於真實或形象的界域。然而系列產品的日常性並不是因為它相對於一個所謂真正價值的模範，便成為不真實，模範也不是因為只屬於一小撮人，似乎逸出社會真實之外，便因此屬於形象投射。今日，由於資訊和大眾傳播流通了這些模範，形成的不只是物品的通路，也是「心理」上的通路，而這一點便形成了在工業時期和以超越區別的「風格」為特色的前工業時期之間，一個基本的不同。比如說一個人在杜邦勃(Dubonbois，此字字形上像是一個姓，意義則為「好木材」——譯者)店裏買了一整間用胡桃木作成的臥房，或是幾件系列性的家電，便覺得是在實現他的夢想，並認為這是一種社會地位的上昇，這樣的一個人，透過報章雜誌、電影、電視，卻是知道在市場上存有「和諧的」、「功能化的」室內。當然，這對他而言，可說是一個奢華顯赫的世界，而

②如果亨利二世世的碗櫃在最近變成了系列性的傢俱，那是透過工業化的文化物品這條迂迴的道路使然。

他因為金錢上的因素，被毫不容情地排除在外，然而，今天把他和這樣的世界相分離的，不再是階級的法律地位，亦不是權利上的社會超卓性。在心理上，這一點有基本而不可或缺的地位，因為就是由於這樣的原因，雖然會經驗到挫折，雖然要得到此一境地的門徑有物質上的困難，使用系列產品時，人們總會隱然或明顯地預設其模範 [的存在]。

相對地，模範也不再固守於種姓式(caste)的存在，^③而是被整合於工業生產之中，朝向系列性的流通開放。它們也宣稱自己是功能化的（而一件「有風格」的傢俱永遠不會這麼作），並且理論上人人都有得到它的權利。而社會上的每個人，透過最卑微的物品，由應然面參與模範。同時，純粹的模範或系列也越來越少。兩者間的過渡被分化到無限[細微]的地步。和生產體制相仿，物品也離散於整個社會光譜之中。而且，這些過渡在日常生活中，則以可能或挫折這兩種模式來體驗：模範為參與系列者內化——系列則為參與模範者，標舉、否定、超越和矛盾地體驗。這樣的流動穿越了整個社會，將系列帶向模範，並使得模範持續地擴散於系列之中，這種永不間斷的動態便是我們這個社會的意識形態。

「個性化」物品

我們觀察到模範／系列的圖式在不同範疇的物品上，有不同的應用。在衣服方面，這一點非常清楚：法斯(Fath)^[2]裁的袍子／成衣(*prêt à porter*)——汽車方面也很清楚：Facel-Vega [高級車]／2CV [國民車]。當

^③但它們並未失去階級上的地位（請參考下文）。

[2]法斯(Jacques Fath)為法國二次戰後興起的高級時裝師之一。高級時裝和成衣最重要的不同在於它是量身訂製。過去高級時裝界和成衣界是兩個世界，直到50年代後期皮爾·卡登(Pierre Cardin)開始第一次以高級時裝師(*couturier*)的身分製作成衣，兩者間才有交流，出現了今日所謂的高級成衣。但高級時裝的基本定義一直沒有改變。

我們觸及功能越特定的物品時，這一點就越不是那麼明顯：在一座美國通用(GM)公司出產的 Frigidaire 冰箱和一座 Frigeco 牌冰箱間，在一座電視機和那一座電視機之間，差異便變小了。至於日常小工具的層次：如磨咖啡機等等，模範的意念傾向和「種類」混淆，物品的功能大量地吸收其地位差異，最後只剩下豪華型模範／系列的模範兩個選擇（這一點標示出模範這個意念最脆弱的部分）。如果我們來到正好和這類物品相反的集體性物品，比如機器，我們會發現機器並沒有所謂的豪華版：一組軋鋼機機組，就算它是世界上獨一無二之物，只要它出現以後，便是一個系列性的產品。一座機器也許會比另一座更爲「現代」，但它也不會因此成爲模範，並使得其它比較不完美的機器成爲系列。如果真的要得到同樣的能力，那麼必須要製造同樣的機器，也就是說，由把這個機器作爲第一個項，來組成一個純粹的系列。在這裏，絲毫沒有可能去製造一些經過計算的差異，來作爲心理動態的基礎。在純功能的層次上，由於沒有組合上的變化，也沒有模範。④

模範和系列的心理動態關係，因此並不在物品的初等功能上作用，而是在一個二次度功能上作用，那便是「個性化」的物品。也就是說它是同時建立於個人的要求，和一個差異的體系之上，而後者是一個純屬文化的體系。

選擇

沒有一件供人消費的物品是以單獨的類型出現的。可以向您拒絕的，是

④藝術品也沒有模範和系列之分。這裏和機器一樣，都是同樣決絕的選擇：機器是否可以執行某一任務，藝術品是真的或假的。並沒有邊緣性的差異存在。只有作爲私人的和個性化的物品（而不是在作品本身的層次上），才會有模範系列的動態產生。

購買它的物質可能性。但在我們的工業社會裏，「先驗」地被贈送了一種東西，它仿佛集體性的榮寵和形式自由的記號，那便是選擇。在這種可能性的基礎上，建立了「個性化」的程序。^⑤也就是因為提供了不同的變化以供選擇，購物者才能超越購買的嚴格必要性格，而個人地介入更進一步的層次。再者，我們根本已沒有不作選擇，而只是以用途考慮來購買一件物品這樣的可能——今天已沒有任何一件物品如此地提供給「零程度」的購買了。不論是自願或是被迫，我們所擁有的選擇自由強迫我們進入一個文化體系之中。這個選擇因此有似是而非之處：如果我們把它當作一種自由來感受，那麼我們比較不會感覺到它是一種強加在我們身上的東西，而且，透過它，是整個社會強加在我們身上。選擇這一輛車，而不選擇另一輛，您或許把它個性化了，但作出選擇這個事實本身，卻使您進入了整體的經濟體制之中。「只是選擇這件或那一件物品，以使得您自己和他人有所不同，這個單純的事實本身，便是一項社會服務。」（斯圖亞·彌勒(Stuart Mill)）^[3]將物品增多的同時，社會把人的選擇能力轉移到物品身上，如此便消除了個人要求這一項潛在的威脅對它具有的危險性。我們由此可以明白看出，「個性化」的意念不只是一個廣告訴求：這是一個透過物品和信念的「個性化」，想要更佳地整合個人的社會的一項基本意識形態概念。^⑥

邊緣性差異

所有的物品都要透過選擇，才能來到我們身邊，這個事實有一個相關

⑤只存有一個類型（比如東德的汽車），則是匱乏的記號，是屬於先於真正的消費社會的時代。所有的社會都只能將它當作一個臨時性的階段。

⑥後面我們還會再談此一體系。

[3]彌勒(John Stuart Mill, Londres 1806-Avignon 1873)，英國哲學家 and 經濟學家。近代經驗主義的完成人，主張功利主義及自由主義。

項，那便是實際上，沒有一件物品宣稱自己是系列性的產品，所有的物品都把自己當作模範。任何一樣東西都可以一個差異來使自己和它者區別開來：顏色、配件、細節。這一個差異一直都被當作足夠表現物品的特性：

——「本垃圾筒絕對獨具創意，吉拉克裝飾公司特別為您將它的花飾設計得燦爛綻放。」

——「這是一座革命性的冰箱：它擁有新型超低溫冷藏室，和特別為奶油設計的解凍器。」

——「尖端技術的電鬚刀：六角造型且有防磁設計。」

事實上，這個差異是一個邊緣性的差異，（這裏沿用黎斯曼(Riesman)的用語）^[4]或者更佳地說，它是一個無關緊要的差異。事實上，就工業產品和其技術合理的層次而言，個性化的要求只能在非本質必要的部分(l'ines-essentiel)獲得滿足。要使得一輛汽車個性化，建造者只能採用大量生產的系列性底盤、系列性引擎、將其外在的性質稍作變化或增加一些配件。作為一件技術產品，汽車的基要部分無法被個性化，只有它非必要的部分才能如此。

自然地，當物品越是需要滿足個性化要求，它的基本部分就越會被一些外在的奴役性所拖累。車身因為配件而加重，而外形也不符合交通工具所要求的流線造形和機動性。「邊緣性」的差異因此不只是邊緣的，它和技術的本質相衝突。個性化的功能不只是外加的價值，它還是一個寄生蟲般的價值。就科技的角度而言，我們無法設想在一個工業體系中，個性化的產物如何能不失去它們的最佳技術表現。但在這裏，生產體制的責任最大，

[4]美國社會心理學家黎斯曼(David Riesmann)在前引《寂寞的群眾》(The Lonely Crowd)中提出了這個概念。其主要的內容是商品成為人格的標記，其相互差異處被當作是使用者合於其人格個性的選擇。黎斯曼以「邊際差異」(marginal differentiation)來總括人、服務和商品的分化現象，其背後預設則是社會由內向(inner-directed)性格過渡到它人導向(other-directed)性格，商品成為個人向他人（比如同儕團體）發出的訊號。

因為它毫無節制地玩弄無關緊要的部分來促進消費。

因此，四十二種顏色的組合、單彩或雙彩、使您可以選擇屬於您的「阿利安」系列汽車，而且代理商處，還有一些非常特殊的裝飾品和汽車同時出售。當然，這些「特殊」的差異本身也為工業生產再次回收，因此也被系列化了。構成流行的，便是這種二次度的系列性。最後所有的東西都成為模範，也就不再有模範。但實際上則是有限度的系列接踵而來，而不連續的轉換過渡則永遠朝向建立在越來越小和越特定的差異上的、限度越來越高的系列。絕對的模範，決然相對於無價值的系列產品，這樣的模範已不再存在。因為如果在這種情況下，就會失去作選擇的心理基礎，從而不再有文化體系的可能。或者，至少不再有一個可以將現代工業社會的整體加以整合的文化體系。

模範的理念性性格

此一個人化和整合的體系是如何被動員起來呢？其方式是在各種「特定」的差異之中，物品的系列真象持續地被否定和否認。我們已經看到了，就客觀面而言，這是無關緊要的差異。它經常掩蓋了技術上的弱點。^⑦因此這實際上是一種由於不足所造成的差異。然而它在生活體驗中總被當作一種與眾不同的卓越，價值的展現，由於過度而造成的差異。因此，並不需要每一個範疇的物品都存有一個具體的模範，有一些物品事實上沒有：這些細微的差異，總是被當作正面價值來體驗，[如此]便足以迴映到整個系列上，使它產生一股向前的動力，便足以生出邁向模範前進的希望，而這時模範可以只是一個虛擬的存在。這些細微差異便是系列的動力來源，而

⑦參考以上〈新奇的小發明和機器人〉一章。以及本章以下將論及的系列產品的技術缺失。

且它們也供養了整合的機制。

我們不可把系列和模範構想成系統性對立的兩個項：在這樣的想法中，模範就像一個本質，它經由群的概念而來的分裂和複多化，才達到系列。在這樣的構想中，它就像物品較具體而緻密的狀態，被置換，流散於系列之中。模型和系列的對立在人們心中喚起的意象的確時常像是能量的消散過程(*processus entropique*)，類似一種由比較高貴的能量形式，墮落向熱力的過程。這種由模範中演繹出系列的構想，掩蓋了生活經驗中的真象，因為其中的運動方向正好相反，是由系列中歸納出模範——不是一種墮落（那將令人無法生活），而是一種向上爬的期望。

事實上，我可以看到，模範在系列中到處存在。它就是那些使得物品間有所不同的細微「特定的」差異。我們在收藏的現象中已經見到了同樣的運動，其中每一個項都攜帶著一個相對差異，使得它在短短的一刻的時間中獨佔鰲頭——成為模範——這些相對性的差異相互指涉，最後總結於一個絕對的差異之中，但實際上那只是一個有關絕對差異的理念(*idée*)，而這個理念便是模範。模範可以在實際上存在或不存在。比如 Facel-Vega 汽車的確存在，但是所有不同的顏色和汽缸數目，最後指涉的只是 Facel-Vega 代表的理念。最緊要的是，模範不過是模範所代表的理念。只有這樣，它才能在每個相對的差異中，到處存在，並且以此一方式來整合整個系列。當真實的 Facel-Vega 出現時，它會使所有其它汽車無法提供它們的個人化快感。但它的理念所允許的錯誤斷定，則提供所有實際上不是 Facel-Vega 的個性化形類，一個合法性證明和有效的運作動力。模範既非匱乏亦非豐富：它是一個類型的意念，它作為所有相對的差異在形象投射中的總結合，而它的蠱惑力的來源，便在於 [它能] 推動系列中的各個項，由一個差異進到另一個差異的自我否認運動，亦在於一種強烈的流動、複多的指涉、無盡的代替——將超越作純形式的理念化。在模範中被整合和投注的，正是系列的演化程序。

再者，只有當模範只是一個理念的時候，個性化的程序才有可能進行。意識不可能化身為一個物品，這是荒繆的：它只能化身於一個差異之中，因為此一差異，在指涉一個絕對單一的理念（模範）時，同時也指涉了一個真實的符旨，那便是使用者、購買者或如前所述的收藏者的絕對單一性。弔詭的是，正是透過一個模糊而共享的理念，才能使每個人感覺到自己的絕對獨特。而相對地，也就是當我們在系列性的差異中尋求自己的獨特性時，我們正是在重新運作模範理念在形象投射中的共識。個性化和整合程序完全可以攜手同行。這便是體系的奇蹟。

由模範到系列

技術缺失

在分析完使得系列產品能以模範的方式出現和被經驗的形式化差異遊戲後，現在要分析的是使得模範和系列有所不同的真正差異。因為，經由差異指涉模範理念的上昇價值體系，顯然遮蓋了一個相反的真相，那便是相對於真實的模範，系列產品的大量結構失調和價值減消。

就所有加諸系列物品的奴隸性而言，最明顯的，當屬有關其壽命和技術品質的部分。個性化的要求，再加上生產體制的要求，使得配件增衍，作為犧牲的則是嚴格意義下的使用價值。流行的所有的創新和遊戲，其首先的效果，便是使得物品更為脆弱，更為朝生暮死。這種策略已為巴卡爾德所指出：（前引書，頁 63）「在好幾個層面作用，我們可以有意地使得物品的壽命縮短，或使得它無法使用：功能——可以用另一個比它更先進的科技來使得它失去領導地位（但這是一種進步）；——品質：在一定的時間後，它自動地故障或是耗損，而且這一段時間，一般來說十分短暫；——外形：

我們故意使它不再流行，雖然它的功能仍然完好，但它不再取悅人……」

最後這兩個面向在系統中有相關性：模範的加速更新即可單獨影響物品的品質——長襪將有各式各樣的顏色，但品質稍為次等（另一個方式則是省下研發費用去作廣告支出）。但是如果流行中受引導的波動本身，不足以更新需求時，便要求助於人為的功能落後：「有意的製造缺陷。」布魯克·史蒂文斯(Brook Stevens)說：「所有的人都知道，我們工廠出產的產品的壽命都被故意地縮短，而這種政策正是我們的經濟基礎。」(巴卡爾德，前引書，頁62)甚至像奧利弗·文德爾(Olivier Wendell)那樣的說法也不會顯得荒謬：「這座美妙的做篷車建造得如此合理，它會在預設的那一天突然解體。」(同前書，頁65)如此，美國有些汽車零件的壽命經過特別設計，不會超過六萬公里。製造者本身都暗暗地承認，大部分的系列產品的品質，可以在一個大約相同的成本下，獲得提昇：經過「脆弱化」的零件和正常的零件一樣貴。但是物品絕不可逃脫朝生暮死和隨波逐流的命運。這便是系列產品的基本特性：物品在其中受制於一種有組織的脆弱性。在一個（相對）豐產的社會，繼承稀少性，作為缺乏(manque)的向度的，便是脆弱。系列是被人用強制的方式，保持在一種簡短的共時狀態，和一種可能衰亡的世界中。不可讓物品逃脫死亡的命運。技術進步的簡單遊戲，會傾向於吸收物品的死亡率，便和這種生產策略相對反，因為後者正是要去維持物品的死亡率。⑧在銷售的領域裏，人們談的是一套「慾望策略」(迪希特)，在此，人們所談的則是一套沮喪策略：兩者互相補足，以便確保生產體制作為唯一的目的性——它在今天顯得像是一個有超越性的機關，足以主宰物品的生殺大權。⑨至於模範，則享有可以持續生命的權利（但那也是相對的，因為它也進入了物品的加速週期）。它享有堅固和「忠誠」的權利。

⑧當然這種傾向應該會受到競爭遊戲的節制。但是在具有獨佔性生產體制的社會（美國），真實的競爭早就不存在了。

弔詭地，今天它還在一個傳統上似乎是保留給系列的領域裏得勝，那便是使用價值。這種優勢再加上流行的效果，技術品質再加上形式品質，便構成了模範超人一等的「功能性」。

「風格」上的缺失

與此相平行，當我們由模範推進到系列時，物品的感官品質和技術品質相同，亦呈減少。以材質為例：「艾爾朋」(Airborne)以鋼和真皮為材料的扶手椅，到了「杜邦勃」(Dubonbois)手上就成了鋁和人造皮材料。在模範室內運用半透明玻璃所造的隔牆，在系列性的室內時，就變成了塑膠材料。全木製成的傢俱會變成以白色貼板為材料。以長羊毛或野生絲製成的袍子，在成衣中則改以混紡或人造絲來製造。和材質同時喪失的，則是重量、抗力、紋理、「熱力」等面向，它們份量不等的消失標示了模範和系列的差異。使得模範大顯卓越的成分，是一些和觸感相關的價值，它們和(物的)深度品質相近——至於顏色和形式這些視覺的價值，則有較容易被移轉到系列產品上的傾向，因為它們比較能適應邊緣性差異的遊戲。

當然，我們也知道顏色和形式被轉移到系列上時，也不會被完整地保留。完美性有所欠缺，創意亦有所不足：即使是忠實地轉移，外形也被巧妙地剝奪了原創性。在系列中所欠缺的，因此比較不是質感的問題，而是材質和形式間的某種和諧性，它是模範完美感的來源。這種和諧或是必要關係的組合整體被破壞了，以便進行形式、色彩和配件的分化遊戲。繼風格而來的，乃是排列組合。我們在技術層面曾提到的價值減消在此則成爲

⑨但是我們得承認，這裏不是只有這個犬儒的策略在作用：還有消費者的心理共犯關係。許多人如果在廿、三十年內都保持使用同一輛汽車，一定會覺得沮喪，即使這輛車能夠完全符合他們的需要。就這一點，請參考〈新奇的小發明和機器人〉一章。

結構破壞。在模範物之中，既無細節亦無細節的操弄：勞斯萊斯是黑色的，而且只是黑色的。^⑩這個物品是在系列之外(hors-serie)，亦在操弄範圍之外(hors-jeu)——只有透過「個性化」的物品，操弄的範圍才和系列性一起成正比地展開（這時在同一個牌子裏，我們可以有十五或二十種不同的顏色）——直到我們進入了純實用器物的領域，這時操弄的範圍又不存在了（2CV [國民車] 在一段長期的時間裏，一直全都是灰色的，而且這根本稱不上是一個色彩）。模範擁有和諧、統一、同質性和空間、形式、實質、功能上的合理一致——它是一個構句法(syntaxe)。系列產品則只是偶然地並置、組合，它是一個未經組構的論述。缺乏整體性，它只是一堆細節的總合，和其它的系列形成機械式的搭配。比如，某一張扶手椅具有獨一無二的個性，是因為它的獸皮、黑鐵、整體造形和在它週圍流轉的空間之間的配合。相對應的系列產品，其皮面塑膠化，獸皮的味道消失了，金屬的部分不是變輕便是經過電鍍，量感被移位，線條被破壞，空間則縮減：結果整個物品結構解體，它的質感消失，接近仿製皮所製的系列產品，原來的獸皮顏色變成了棕色，和其它成千上百的物品沒什麼兩樣，椅腳也和所有的鋼管椅腳座椅沒什麼兩樣，等等：物品 [在此] 只是一群細節的彙編和許多系列的交集。另一個例子，這輛豪華型汽車擁有獨一無二的紅色，「獨一無二」不只意謂此一紅色無法在它處尋得，亦意謂著它和這輛汽車的其它品質融為一體：它不是一個「外加的」紅色。但在比較「商業化」的車型中，只要這個紅色有一點點不同，就足以使它成為成千上萬的其它汽車共有的紅色——此時，這樣的紅色便落入細節、配件的層次：汽車的紅色便是「外加的」，因為它也可以是綠色或是黑色。

^⑩或是灰色的：但它們屬於同一個「道德的」典範（參閱前面有關「傳統色彩」的討論）。

階級差異

這一點有助於更精確地指出模範和系列間的差別。使得模範顯得凸出卓越的，除了它各部分間的合諧一致外，更重要的是韻味。今天，我們可以看到一些想要使得系列性室內也可以有風格的努力，一種「把品味推廣到大眾層次」的嘗試。但一般來說，其結果都是單一色調和單調風格：「擁有一間巴洛克風格的客廳，或是一間藍色的廚房！等等」被當作風格呈現的，實際上只是一個無創意的陳套，將某一個細節或特殊面向，以毫無韻味的方式普遍化。那是因為（一體性中的）韻味被歸屬於模範，而（一致性中的）差異則被歸屬於系列。韻味是無盡的，因為它是來自一個自由的構句法中的創意變化。差異的數目則是有限的，它來自一個選項結構中的系統變化。要注意不要上當：如果韻味似乎顯得罕見，而邊緣性的差異似乎因為大量的流通而顯得不可勝數——由結構上來說，韻味才是無法竭盡的（模範在這個角度上朝向藝術品發展），至於系列性的差異，則屬於一個有限的排列組合，它的樂譜，雖然一定隨著流行而持續更新，但是由每一個共時性段落來考慮時，卻顯得有限，並且緊密地受限於生產體制的獨裁宰制。因此總地來說，我們對系列中的廣大群眾提供的是系列中有限的選擇——而對一小撮少數人提供的則是模範中的無限韻味。對一方提供的是由固定的或是有可能獲得的元素所形成的目錄（就算它非常地廣大，本質仍然不變）——對另一方提供的則是多重的機會。一方是已被標位的價值構成的符碼——另一方則是永遠新穎的創意。因此這裏我們所涉及的，顯然是階級地位和階級差異。

系列性的產品是用它的次等特徵的重複來補償其基本品質的缺失。在這裏特別凸出色彩、對比、「現代性的」的線條：模範已經由此脫離的時候，現代性才被強調。模範物品方面仍然保留了呼吸的空間、慎重而不宣揚的

態度，其實是文化極致的「自然」格調，系列物品則完全陷入了要求獨特性的泥沼——它誇張地標榜強迫性的文化、壞品味的樂觀主義、初級人文主義。它有它自己的階級寫作、修辭，就像模範也有它自己對應的部分，那便是謹言慎行、隱藏的功能性、完美和風格上的兼容並蓄。^①

這種意義反復的另一個面向：累積。在系列性的室內裏，永遠有過多的東西。有過多的東西的原因是因為空間過少。但這種稀少性，卻引起了一種反彈，便是要求親近性及飽和。用量來補償物品質上面的損失。^②至於模範呢，它則擁有空間：不及不離。模範性的室內為相對的距離所結構，它的傾向則是一種反向的意義反復，也就是透過虛空來表達引伸義。^③

現時性的特權

模範和系列的另一個區別：時間。我們已經談過系列性的產品被特意製造成壽命短暫。就好像在開發遲緩的國家中的一代代人，消費社會中的一代代物品也迅速地死亡，以便讓它者後繼——而且，如果剩餘生產增加，也仍是在計算性稀有的範圍中實施。但這是物品的技術面上壽命問題。在流行中，它被真實經驗的現時性(actualité)則是另一回事。

一段簡短的古物社會學便足以向我們揭示，此一市場為同一律則規範，

-
- ① 在這樣的一個系統中，這兩個項只能相對於對方，自我加強意義指涉(se sur-signifier)，因而成為同義反復(redondants)。而系統在實際生活經驗中的心理-社會體驗模式，便是這種義意增強和同義反復。因此它永遠不是像描述時可能誤導的，一個純粹的結構性對立體系。
- ② 然而，如果布爾喬亞的傳統，自發地傾向於自我反復（房子滿塞，好像一個蛋），因此適於累積，最現代的「功能性」室內調配則禁止累積。因此，系列性現代室內中，空間的過度充滿，比起傳統室內而言，是一個更嚴重的矛盾性發展。
- ③ 參閱前文「形式引伸義」一節。

而且和工業製品一樣，根柢上也是透過模範／系列的系統來組織。在這個大雜燴(*olla podrida*)，包括由巴洛克傢俱到齊奔德(Chippendale)洛可可風格傢俱、文藝復興麥迪契(Medicis)風格的書桌、現代風格(Modern Style)，和假造的農村用品，我們觀察到優渥和文化可以允許人在被「判定」的價值等級裏一直向上爭取，去尋找一個和他「個人」的退化點配合的最高價值。連心理退化都有地位差別(*standing*)，依據不同的財力，一個人可以購買一件真正的希臘古瓶或是它的仿製品，一件古羅馬雙耳甕(*amphore*)或是西班牙水壺。物品身上的過去或是異國情調其實是有社會向度的：[它們代表]文化和收入。優渥的階層，由古董商供應中古、上古或攝政時代的器物，至於有文化素養的中等階級，則到跳蚤市場的舊貨商那裏去尋找布爾喬亞摻雜「真正」農家器物構成的文化裝飾——至於服務業等第三部門則有專門為他們生產的農家風格(這裏的器物包括前一個世代，大量模仿布爾喬亞的農家裝飾、外省「風格」、實際上是一個年代不確定的大雜燴，其中有各種「風格」的回復)：每一個階級都有它各自的舊貨博物館。只有農人和工人在很大的程度上，還未喜愛過去的器物。這是因為他們既無閒暇亦無金錢，但更主要的原因是因為他們尚未參與感染其它階級的文化吸收現象(他們並非有意識地拒絕它，只是避過)。然而，他們也不愛現代的「實驗」、「創造」、前衛。他們的博物館化約為更卑微的假首飾，由彩陶和粗陶土燒成的民俗動物、小擺設、杯子、裝框的紀念物等，這許多民俗圖像(*imagerie d'Epinal*)^[5]則和最新的家電廝混在一起。但這一點並不會減少「個性化」的要求，因為任何人都有同樣的心理。只是每個人按照他不同的能力去作心理退化罷了。這裏產生價值的是進入文化程序的差異，而且這個價值必須用錢購買。因此在文化的懷舊情懷中，就和流行的現時

[5] Epinal 為法國東部的城市，18世紀起成為民俗圖像的製造中心。*images d'Epinal* 亦指典型陳套的圖像(具有貶意)。

之中一樣，存在著模範和系列之別。

如果進行觀察，我們便可以發現在〔現時性〕這個選擇範圍之中，作為最飽滿的價值，不是極端的前衛，便是屬於過去的貴族向度：玻璃和線條隱沒的鋁金屬所建造的別墅，或是十八世紀的城堡，不是理想的未來，便是過去的王政 (l'Ancien Régime)。〔6〕相反的，純粹的系列，系統中未被標示價值的項，它們的時間並非精確意義下的現時，因為現在和未來一樣都是前衛和模範的時段，它們的時間也不是一個有超越性的過去，因為那是已經獲得優渥地位和文化者的特權，它們屬於一段「立即的」過去，一段不太確定的過去，實際上是略為晚於現在，那便是昨日模範所淪落其中的中間性時段。在時裝的領域裏，繼承較為迅速：雇員們在今天所穿的袍子，是上個季節高級時裝樣式的模倣。至於傢俱呢，今日大量銷售的產品則是數年前或前一個世代的流行。系列的時間是前面那一顆耀眼明星的時間：因此大部分的人，在傢俱的層次，生活在一個並非屬於他們的時代裏，那是一個普遍的、無意義的時間，它既非現代亦非古老，而且也永遠不會成為古老，而這樣的時間，正和郊區在空間上所形成的無個性概念相對應。事實上，系列相對於模範，不只代表獨特性、風格、韻味、歷史真確性的喪失，它也代表了時間的真實向度的喪失——它屬於日常生活中的一個空洞向量、負面向度，只是由模範的過時來機械地填充。因為真正在改變的只是模範：系列只是在追隨一個一個不斷向前消逝的模範。這便是它們的真正的非現實性 (irréalité)。

人格的厄運冒險

「今天最需要的產品，」黎斯曼說（前引書，頁76），「既非原料，亦非

〔6〕指法國大革命(1789)之前的(古)王政體制。

機器，而是人格(personnalité)。」在模範／系列所形成的強迫性動態環境中（這個環境不過是一個由社會地位移動和社會期望所形成的一個大的結構中的一個面向），目前在消費者心中縈懷不去的，正是必須達到自我完成的**強制要求**。在我們所討論的情況中，連這個強制要求都是弔詭的：在個性化的消費行為裏，很清楚地，正是因為**主體**有一個想要成為主體的要求，他便把自己形成經濟所要求的**客體**。他的計劃，既然早就為社會經濟體制所過濾和拆解，他也就在嘗試去完成它的動作本身裏，品嚐了失望的滋味。這些「特定的差異」既然是以工業的方式生產出來的，他所能作的選擇早就被僵化了：所剩下的，只是一個凸出個人的幻象。因為想要加上一些可以令它具有獨特性的元素，意識便在更貼近的地方物化了自身，也就是說在[物品的]細節裏。這便是異化過程的弔詭處：活的選擇卻體現在死的差異中，而就是在異化的歡愉中，計劃自我否定且感到絕望。

這便是系統的意識形態功能：地位的晉昇在此只是一齣表面上搬演的劇目，因為所有的差異早就被整合[在系統裏]了。甚至那穿過整體的失望，也被整合在系統的不斷向前消逝(*fuite en avant*)中。

我們到底能不能說這是一種異化？此一被引導的個性化體系，就它的整體而言，在極大部分消費者的實際體驗中，都被當作是一種自由。只有在批判的目光中，這個自由才會顯示出它只是形式上的自由，而[物的]人格化，實際上是人格的厄運冒險。即使廣告操弄了無真正基礎的購買動機（同一個產品分身為兩個不同牌子、無關緊要的差異、包裝上的變化等等），即使選擇早就被設下陷阱，我們還是得承認，表面的差異仍是真實的，只要它們的價值建立在這個差異上。面對一個買了花飾圾垃筒的人或一個買了「抗磁性」刮鬍刀的人，我們如何能對他的滿足有所異議呢？沒有任何一個需求理論可以讓我們把某一實際體驗到的滿足放在另一個之前。如果個人價值的要求真是如此深沉，而在沒有其它事物可以負起這項任務之時，它便體現在「個性化」的物品之中，我們又如何能反抗這個運動，而且又

能用什麼樣的價值「真誠」本質來作反抗的名義呢？

模範的意識形態

這個體系由一個民主的意識形態來支撐；它希望自己是社會進步中的一個面向：每一個人都有可能一點一點地達到模範，持續的社會地位上昇，使得社會各階層一個一個地，繼而全部地晉昇到最豪華的材質，而且由差異到「個性化」的差異，更接近絕對的模範。然而，

(1)在消費社會中，我們在物品面前越來越不平等。因為模範的理念總是會具體地藏匿在越來越微妙和具有決定性的差異裏：某一高度的裙子、某一濃淡的紅、立體音響某一種的完美性、分離高級時裝和「不二價」(Prisunic)百貨中大量銷售的那幾個星期，——所有那些朝生暮死但卻價格不菲的東西。由於所有的物品都遵守同樣的「功能化」要求，於是便建立起表面上的平等。但是這種文化地位的純形式民主化過程，正如我們前面已經看到的，隱藏了更嚴重的不平等，因為它影響了物品的現實，比如它的技術品質、實質、壽命。模範的特權地位不再由體制來保障，它們仿佛已被內化，但如此它們只是更堅定不移。就好像，在布爾喬亞革命之後，並不是所有的階級都漸漸地走上執政之路，在工業革命之後，消費者也未得到物品之前的平等。

(2)如果把模範當作一個系列可以追上的理想目標，那我們就上當了。我們所擁有的物品，只是把我們解放為擁有者，它們把我們拋向了去擁有其它物品的不明確自由：因此剩下唯一可能，只是在一個物品的梯級上前進，然而這種晉昇沒有出路，因為它本身就是在供養模範無法接近的抽象性。因為模範在根柢上只是一個理念，也就是說，系統內部的一個超越性成分，而系統可以持續地前進，整個兒地向前消逝：作為系統而言，它還是無法被超越。沒有任何機會，可以使模範過渡到系列，而又不同時被另一個模範

所取代。系統以整體向前進，可是模範由一個取代另一個，從未以模範的身分被超越，而連續而來的系列也無法超越自己的系列身分。模範動得比系列更快，它們有現時性，系列則漂浮於過去和現在間的某處，爲了追趕模範氣喘吁吁。這種永恆的期望和永恆的失望，作爲在生產層次即已計劃好的動態，正是物品追逐戰這個向度本身的構成者。

這好像是一種命定。整個社會朝向模範並依此建構，而生產體制則想盡辦法要系統性地將模範解體爲系列，將系列化爲邊緣性差異、不同變奏的排列組合，以至於物品生命短暫得有如一句話或一個影像，由這樣的時辰開始——當透過系列的系統性變化，整個體系變成了選項結構，但是卻進入了不可逆轉的順序——此時地位的梯級成爲固定，而地位遊戲的規則成爲普遍——在這種被引導的會合中，在這種有組織的脆弱性中，在這個持續被摧毀的共時性中，不再有否定性(négativité)的存在可能。不再有開放的矛盾，不再有結構上變化，不再有社會辯證。因爲透過技術進步的弧線，佛仿激動著體系的動力，並不能阻止體系在其自身之內成爲固置而穩定。所有的東西都在運動，都在隨時變化、變形，但實際上什麼也沒有改變。這樣的社會，把自己投入技術進步之中，完成了所有可能的革命，但那只是在它自己之中的革命。它的生產力增加了，卻不能帶來任何結構性的改變。

II. 信用貸款(Le Crédit)

消費者公民的權利與義務

如果說今天物品在被提供的時候，帶有差異化和選擇的印記，它們也帶有信貸的印記(至少在主要的物品上)。就好像，物品真真確確是賣給您了，而選擇卻是「免費贈送」給您，付款上的便利也是一樣「免費贈送」，仿佛是生產體制的獎賞。言下之意，信用貸款是消費者的一項權利，而且在根柢上是公民的經濟權利之一。所有信貸上的限制因此會被感覺為國家的報復措施，而信用的取消(再者這是無法想像的)，則會被整個社會當作是一種自由的取消來經驗。就廣告的層次而言，分期付款是「慾望策略」的決定性訴求，在此它所扮演的角色，就和一項物品的任何品質相同：在購物動機中，它可以和選擇、「個性化」及廣告誇大一起搭配，作為一種策略上互補。[其中的]心理環境也相同：在系列中對模範的預期，在此成為在時間中對物品享受的預期。

就理論上講，分期付款對系列產品和模範產品的影響相同，沒有任何事物會阻止您用按月分期付款去買一輛捷豹車(Jaguar)。但這是一個既成事實，幾乎是一個習慣法：我們用付全額的方式去買豪華的模範，而用分期付款買來的物品則很少有機會是模範。有一個地位的邏輯，使得模範的特權之一，便是一次全額付清，至於每期的繳款限制，又在系列產品的心理缺失上增加一筆。

某種羞恥心理，很早便在信貸身上嗅到一絲道德上的危險，它把全額

付清當作布爾喬亞的美德之一。但我們可以假定這些心理上的抗拒將逐漸地減輕。它們能堅持的地方，便是傳統財產概念的餘留，而它們特別影響了小資產階級，因為他們仍然效忠於繼承、儲蓄和祖產等概念。這些殘餘將會消失。如果過去產權獲得先於使用，今天程序則相反，信貸的擴張，除了黎斯曼所定義的其它面向外，反映了一個由「獨佔」的文明，進入到「實際使用」的文明的漸進過程。「享有信用」的使用者，一點一點地學習到如何完全自由地使用物品，就好像那已經是「他的」了。只有一點不同在於，他要付錢的時間便是它在損耗的時間：物品的付款期限和它的壽命期限相關（我們知道有些美國公司的計算有時還可以使兩者相符）。因此這就包含了風險，因為如果故障或遺失，物品可能在付清前就已經喪亡。即使在分期付款已經完全進入日常生活之處，這個風險都定義了一種「祖傳」物品前所未有的不安全性。後者屬於我，我對它不再有債務。分期買的東西只有在「完全付清」的那一天，才會屬於我：這有點像是未來先前式。

這種付款限期造成的焦慮非常特殊，後來它會形成一種平行程序，每天重壓在心頭，即使這種客觀關係不會在意識裏出現：它縈繞著人對未來的計劃，而不是立即的使用。因為仿佛抵押出去，物品在時間中逃脫了您的掌握，事實上，它永遠都脫離了您的掌握。而這個逃逸和另一個層面，系列不斷向模範逃逸相合。這種雙重的逃逸組成了我們週遭的物品世界中，潛在的脆弱性，和那總是令人感到其將迫近的失望。

信用貸款的體系只不過是點明了現代環境中，[人]和物品間的關係裏，一種十分普遍的模式。我們其實不需要在面前有十五個月的汽車、冰箱、電視期款要付，才是在靠信用過生活：在模範／系列的向度裏，由於對模範的強迫指定，已經是殘障的向度了。社會爬昇的向度，也是一種殘障期望的向度。我們總是比我們的物品遲了一步。它們已經在那兒，它們離那兒有一年的距離，存在於最後一筆將它付清的款項或是在未來將它替換的模範之中。信用貸款因此只是將一個基本的心理情境轉移到經濟面上：要求

承續的強制則是相同，在付款期限上是屬於經濟體制，在模範和系列系統化和加速的承續中，則是心理的——無論如何，我們經驗物品的模式，便是這種事先受到強制、抵押出去的時間性。如果不再有反對信用貸款的預防陣線，那也許是因為事實上，今天所有的事物在生活的體驗中都好像是信用待付的物品，都像整個社會在借債，而這筆債款永遠都有可能被再次商討、永遠在變化之中，受制於週期性的通貨膨脹和貨幣貶值。就好像「個性化」對我們來說，有比廣告花招更多的意義：[它是]一個基本意識形態中的概念，信貸也不只屬於經濟制度：它是我們社會的一個基本面向，一項新的倫理(éthique)。

先行消費：一項新倫理

有一個世代看到了祖產和固定資本概念煙消雲散。一直到先前的一代，後天獲得的物品，一直全都是財產，它們是已完成的工作的物質化身。購買餐廳傢俱配件和汽車，在不久以前，還是一個長期節約的成果。人們一面工作，一面夢想著有一天能得到心目中的物品：生命的模式是清教徒式的，由努力和[對它的]報償構成，但當有一天東西買到手了，它們便是穩穩賺在手上，不會溜走，它們便是過去的收據和未來的保障。一個資本。今天，當我們還沒賺到它們以前，物品就已經在那兒了，它們超前了它們所代表的努力和工作，因此可以說，它們的消費比它們的生產先行。當然，我只是在使用它們，我面對它們，不再有面對祖產般的責任，沒有人把它傳給我，我也不會把它傳給任何人。它們施予我的，是另一種強制：它們好像懸在我頭上方，而我必須為它們清償。如果我不再透過它們，而和家庭或一個傳統的團體發生關連，相對地，我卻是透過它們，和社會的整體及其種種體制（經濟和財政、流行的變化等）產生關連。每個月都必須再花錢去買它們，每一年都需要將其更新。由此開始，所有的事物都改變了：

它們對我的意義，它們身上寄託的計劃，它們和我的客觀未來。我們可以想想，幾個世紀來，都是人的世世代代在物品構成的穩定背景中相承續，而這個背景比人的壽命還長，如今，卻是在同一個人的一生中，可以看到物品一代代地，以越來越快的節奏相銜接。在過去，是人在物品身上強加上他的節奏，今天，則是物品在人身上強加上它們不連續的節奏，它們不連續而又突然的在那兒的方式，它們不須老去，即會自己解體或相取代的方式。和日常生活中的物品，它們的臨在和享受方式的改變，一起而來的，是整個文明地位的改變。在建立於繼承和地租 (rente) 穩定性上的父權家庭經濟裏，消費從來不會先行於生產。好好地遵照笛卡爾和道德的邏輯，工作永遠先前於工作的果實，就像原因先於後果。這種禁慾的累積模式，使得遠見、犧牲、需求的消除都集中於一個人的內在張力上，這種節約的文明有它的英雄時代，但它結束於靠年息過活者 (rentier) 不合時宜的身影，和他破產的身影上，他在廿世紀得到了解傳統的道德和經濟計算已經無用的歷史經驗。由於努力地自食其力，許多世代實際上的結果是過著一個低於他們經濟能力程度的生活。工作、報償、累積，所有這些屬於同一個時代的美德，累積在財產的概念之中，而它們還可以在為其作見證的物品中令人感覺得到，這些物品的一些迷失的世代，還像鬼魂一樣，縈繞在小布爾喬亞的室內之中。

強迫購買

今天，一個新的道德誕生了：消費先行於累積之前，不斷地向前逃逸 (fuite en avant)，強迫的投資、加速的消費、週期性通貨膨脹(節約變得荒繆)：整個體系亦由此而來，人們先購買，再用工作來償還。如此，透過信用制度，回到了一個嚴格意義下的封建制度，也就是說有一段時間在事先已欠給莊主，欠給了服侍性的工作。然而，不同於封建制度，我們的體

系操弄一個共謀關係：現代消費者自發地吸收及負擔了這個無止盡的強制性要求：購買以便社會可以繼續生產，如此他才能繼續工作，以便可以為他所購買的物品付錢。一些美國口號把這一點表達得很好：（巴卡爾德，前書，頁26）

購買才能繼續工作！

購買，您的未來才有保障！

今天多買一件，明天少一位失業者。也許就是您！

今天購買繁榮，明天您就擁有繁榮！

值得注意的幻覺：社會給您信用貸款，而以此形式自由為代價，實際上是您在貸款給它，因為您正在異化您的未來。當然生產體制首先是靠剝削勞動力而生存，但今天它又以這個循環的共識、勾結來增強自己，它甚至使得臣服被當作自由來體驗，如此它可以自給自足，成為一個可以長久持續的系統。在每人身上存在的消費者，都成為生產體制的共犯，而且這一點和生產者無關——這同時也就是他本人——他也是受害者。這種生產者—消費者的分離，也就是整合的動力：所有的一切都要使得活生生的和帶有危機的矛盾無法產生。

購買的奇蹟

（就像廣告），信用的效力實際上在於分離購買和它的客觀決定機制。以信貸來購買，相當於只是付出一部分的真實價值，便佔有了物品的全部。一點點的投資，卻有很大的收穫。期款在未來中變得模糊，物品就像是由一個象徵性手勢的代價獲得的。這樣的作法接近有說謊癖的人：以一個想像的故事，謊癖者可以獲得談話對手毫不相稱的敬重。他實際上的投資很

少，報酬卻十分可觀：可以說，他是利用了對一個記號的信賴，來佔取真實的威望。他也是靠著信用過活，這個信用存在於他人的意識中。然而，這種對真實進行轉變的手法，和正常的過程正好相反，後者經由工作才能得到工作的果實，並且將認識邏輯中的傳統時間性建立為日常生活實踐中的時間性的基礎，前者則是對物品利益的預先獲取，而那正是魔術的程序。而購物者在信用貸款中，和預期物品同時消費及承擔的，便是一個具有魔術功能的社會的神話，因為它能夠給他提供立即實現的可能。當然，很快地，他便會面對社會—經濟的真相，就好像謊言癖者有一天要面對他所預先佔用的角色。被揭穿了後，謊言癖者的信用破產，不然他便得再撒一個謊來挽救局面。用信貸購物者也會遇上款項到期的問題，而且他很有可能為了尋求心理上的安慰，又用分期付款去買另一件物品。向前逃逸，越陷越深，在這種行為中是常見的事，而且在這兩個例子中，最令人敬佩的特徵在於，因果關係從未被人建立：說謊癖者從來不會在他說的故事和他所遭遇的失敗之間建立關係（他無法由現實中取得教訓），購物者在他魔術賞賜般的購買和之後他得付出的期款間，同樣無法作出連繫。信貸體系在此，把人對自己的不負責任態度，推到極致：購物者異化了付款人，而他們[其實]是同一個人，但是體系利用時間上的差距，使他無法在意識上察覺到這一點。

家居事物的曖昧性

總結地說，信用貸款，表面上仿佛便利終於脫離財產限制的使用者文明，實際上正好相反地，建立了一整套社會整合體系，而在其中，社會—神話邏輯與粗暴的經濟壓力交互作用。信貸不只是一項道德，它還是一種政治。信貸的策略，加上個人化的策略，使得物品擁有一種它們從未有過的社會—政治功能。我們不再生活於農奴式的時間，我們不再生活於耗損式的時間：這些強制都在信貸的向度中，變得抽象和擴大了。社會的向度、時

間的向度、事物的向度。透過它和它的策略，物品扮演了勞務、滿足、花費的加速者和增多者的角色——它們成爲一種帶動的飛輪，它們的墮性本身，成爲一種向心力量，在日常生活中強加入它的向前逃逸、懸疑及不平衡的節奏。

在此同時，過去物品一向構成一個可以自我掩藏，以逃避社會的家居世界，今天它們則相反地將家居世界帶入社會世界的通路與限制之中。透過信貸——純形式的恩賜和自由，但也是位於事物之心的社會懲罰、屈服、和命定性——家居的世界直接爲社會力所貫注：它有了某種社會向度，但擁有的卻是最惡劣的後果。這甚至可以是一種信貸的荒繆後果，比如這樣的例子，汽車不能再動了，因爲得付期款而買不起汽油，這便是說明了人的計劃，因爲受到經濟限制的過濾和片段化，而自我吞噬的極點，也就是在這裏，現時體制的基本真相才會出現，那便是，**物品的目的一點也不是爲了被人擁有和使用，而只是爲了被人生產及購買。**換句話說，它們並不以需要和世界更具理性的組織爲其結構歸依，而只是單獨地依循著生產體制和意識形態整合來組成體系。事實上，精確地說，已經不再有私人物品：透過它們多重的用途，生產的社會體制，像是鬼魂般地纏繞消費者的私人世界和他的意識，而這一點，還是透過他本人的同謀。隨著這種深層的社會力投注 (*investissement en profondeur*)，有效地去懷疑批評這個體制以便超越它，這樣的可能性也隨之消失。

III. 廣告

針對物品的論述和作為物品的論述

對於物的(des)體系的分析，最後必須包括一項有關針對物的論述(discours sur l'objet)，也就是廣告「訊息」(形象和文字論述)的分析。因為廣告並非物體系的附加現象，我們無法將它規範或限制在它「正當」的範圍內(完全只是提供訊息的廣告)。如果它已成為體系無法逆轉的一個向度，那正是因為它的不平衡發展。也就是在其不平衡的發展中，它才成為最「功能」化的事物。廣告的大塊整體，構成了一個無用的、無關緊要的世界。一個純粹的引伸義。它在物品的生產和使用中，都沒什麼作用，然而它卻是完全可以加入物的體系，不只因為它談及了消費，更是因為它本身又反過來變成了消費品。必須好好地辨別這種雙重決定機制：它是一項針對物品所作的論述(discours sur l'objet)，同時它本身也是一個物品。而且也正是因為它是一種沒有用途、無關緊要的論述，它才會成為一種可以消費的文化物品。因此，前面在物的層次分析過的體系全體：個性化、強迫的差異化和非基要部分的繁衍、技術體制在生產和消費體制中的墮落、功能失調和二次度功能，它們都在廣告中得到自主和完整的發展。因為它的功能性質幾乎完全是二次度的，因為形象和論述在其中大部分是寓意性的表達，廣告因此成為此一物體系中理想物品，同時又是它的揭示者。因為它就像所有帶有強烈引伸義體系一樣自我指涉，●因此它最能告訴我們，透過物品，我們到底消費了什麼。

廣告的命令式和直陳式

廣告自己宣稱的任務是告知某一產品的特性並為它促銷。這種「客觀」的功能，在原則上，仍是它的原始基本功能。❶由告知，廣告發展成說服，後來又成為「匿名的說服」（參考巴卡爾德著作），這時它的目標為引導性消費（*consommation dirigée*）：這種對人和他的需要的極權性制約，其所帶來的威脅，曾經使人們大為恐慌。然而，調查顯示，廣告對人的影響力，沒有人們過去設想的那樣大：由飽和而來的反感會很快地產生（由於不同的廣告互相抵消，或是因為每一個廣告自身的過度）。另外，命令和說服也會引起種種反彈動機和抗拒（理性的或非理性的：對被動性的反彈，人們不想被廣告「附身」，對誇張的反彈，以及對論述重複的反彈等），簡而言之，廣告的遏阻力和說服力一樣高，而且消費者即使不是對廣告免疫，也似乎是廣告訊息相當自由的使用者。

雖然如此，它外顯的功能卻不該騙過我們：如果廣告不能說服消費者去買某一個特定的牌子（如 Omo、Smica 或 Frigidaire），它要說服我們的是在整體社會體制中，比 Omo 或 Frigidaire 更基本的東西，而這些牌子不過是它的無罪證明（*alibi*）。

就好像物品的功能，甚至可以成為它所要強加的潛在意義的無罪證明，同樣的，在廣告之中——而且正因為它是更純粹的引伸義系統——被指涉

❶ 流行也是如此（參閱巴特的著作）[這裏主要可參看巴特的《流行的體系》（*Système de la Mode*, 1967），巴特在此指出流行的論述，不論它說得再多，其義意指涉總會朝向流行本身——這套衣服是流行的——因此可稱為一種自我指涉，譯者。]

❷ 然而我們不要忘記，最早的廣告，其服務對象為奇蹟湯水、好婦人的偏方以及同一類的玩藝兒：這是消息，不過它們是最為偏頗的消息。

的產品(它的原意 *dénotation*, 描述)也傾向於只是作為一個無罪證明,而在它的自明性的掩護下,是一整套模糊不明的整合過程在持續地運作。如果我們對廣告的**命令式**越來越有抗力,相對地,我們對廣告的**直陳式**越來越有感應力,也就是對它作為一個二次度消費品和它的文化**自明性**越來越敏感。就是在這個範圍裏,我們才對廣告有所「信仰」:我們在它身上消費的,是一個把自己呈現為具善意的施與體制的社會,而且它還在文化中自我「超越」。我們的心理同時是受到一個體制和它的形象所貫注。

聖誕老公公的邏輯

那些否認廣告(以及一般的大眾媒體)的制約力量的人,並沒有掌握它們的產生效力的特殊邏輯。這不再是發言內容和證據的邏輯,而是寓言和跟從的邏輯。我們不相信它,可是我們還是很在乎它。產品的「展示論證」事實上不會說服任何人:它的功用是使購買行為合理化,而購買行為本身無論如何,不是先行便是溢出於理性的動機之外。然而,不「相信」這個產品,我卻相信這個想要讓我去相信它的廣告。這便是聖誕老公公的故事:兒童們也不會去問他到底是否存在,也不會把他的存在和他們所收到的禮物之間劃上原因和結果的關係——對聖誕老人的信仰是一則合理化的寓言,它允許第二兒童期仍能保存幼兒期中,父母(特別是母親)給與小孩的神奇恩賜。這種神奇的關係,在事實中消失了,內化於一個可以將它唯心地延長的信仰中。這個故事並非人為的虛假:它的基礎在於雙方都有保持這種關係的**相互利益**。聖誕老公公在這裏沒什麼重要性,兒童之所以會相信他的存在,正是因為他事實上不重要。他經由這個形象、虛構、無罪證明——他即使已經不再相信了還會繼續相信——所消費的是父母神奇的關心和他們為了想要成為他的寓言的同謀,所付出的心血。禮物不過是作為此一妥協的獎賞。❶

廣告也是同一類形的作為。修辭性的論述或對產品作告知性的論述，對購物者沒有決定性的效力。一個人會特別敏感的，是[其中的]保護和恩賞的隱藏主題，是「人們」爲了對他提出要求和想要說服他時，所付出的心血，是一個意識無法辨讀的記號，它表達說在某處存有一個體制（這裏是社會，但它直接指涉母親的形象），接受去告知他有關他自己的慾望，預告他這一點，而且就在他的眼前爲他進行合理化。因此他不會比兒童相信聖誕老人更相信廣告。但這不會阻止他去跟從一個內化的幼兒情境，並且以此作行爲的基準。這便是廣告十分真實的效力，它雖然不遵從一個制約反射的邏輯，卻是遵從一個同樣嚴謹的邏輯：信仰和心理退化的邏輯。④

母性作用元：艾爾朋扶手椅

有時此一神話邏輯清楚地表達於廣告論述中，⑤比如艾爾朋（扶手椅、沙發床、座椅）所推出的廣告。標題爲：〈真正的舒適無法即興演出〉，（警告[貪圖]便利：舒適是被動的，必須要使它能夠成爲主動，必須要「創造」出被動的條件），一開頭廣告馬上強調此一企業的現代性和科學性：「一張良好的座椅是四個因素的組合：美學、舒適、堅固、細膩……要完成這樣的鉅作，手藝人古老的品質已不足以應付。當然，它們仍是不可或缺，而

③安慰劑是醫生開給身心病患(malades psychosomatiques)的中性藥物。而且病人因爲這種無作用的物質，像是得到真正的藥物作用一樣，康復的情況，也並不罕見。這些病人透過安慰劑納入的、吸收的究竟是什麼呢？藥物的理念加上醫師的存在。既有父親又有母親。在這裏也是一樣的，信仰幫住他們取回一個幼兒情境，以心理退化的方式解決了一個身心性的衝突。

④還必須把此一分析擴大到一般的大眾傳播上，不過這裏不是這麼作的地方。

⑤不過它也並不一定只有在被表達出來時才能有效地存在；廣告形象本身即足以建立它。

且長存於傢俱工人的內心深處」(過去的保證、道德上的安全感：傳統為工業革命所超越，但它仍受保存)，「但是，在我們的時代，一張好椅子要依循現代經濟的規範和方法來製作。」(這張扶手椅不該只是一張扶手椅，購買它的人應該覺得自己和技术社會連成一氣——然而這個社會的規範對他而言當然仍是秘密：這張座椅使他成為工業社會的一位公民。)[這家公司(艾爾朋)，滿足了成千上萬法國家庭的需求，實際上已成為一個工業，擁有研發部門、工程師、創意藝術家、以及機器、原料儲存、售後服務、銷售網路，等等。](消費者必須完全意識到，工業革命為了他而誕生，今天所有的集體結構都集中在這張扶手椅上，並經由它集中在他個人身上。因此在他眼前，樹起了一整個世界，完全朝向一個崇高的目的性：他的滿足)。這樣的前景緊接著便受到了肯定：「一張好的椅子，要使全家人都能感到舒適。沒有必要特別配合您的體重和體形：它本來就應該吻合您的外形。」(社會或您自己都完全不須要改變，因為工業革命已經發生了：現在是整個技術社會透過這張吻合您外形的扶手椅來適應您。)過去的道德規範希望個人去適應社會整體，但這是生產時代已經過時的意識形態：在一個消費時代，或是一個自稱如此的時代裏，是整個社會前來適應個人。不只它超前了個人的需要，它還花出心血，不只是適應他這樣或那樣的需要，而是適應他本人：「您可以由這一點來認出艾爾朋座椅：當您坐上它時，它永遠是您的扶手椅、您的椅子、您的沙發床，您會舒適地感覺到這是一張專門為您量身定製的座椅。」我們來總結一下這一套關於吻合適切的後設社會學：透過這張扶手椅對您個人的忠誠奉獻、臣服、和暗地的親近關係，您也可相信此一工業和其技術服務[對您的]忠誠奉獻，等等。在這張扶手椅裏，而且無論如何，我們還是可以去相信我們仍能快樂地安坐其中——它真的非常功能化——必須要認識到一個終極文明化的社會的本質，它完全為幸福的理念，為您的幸福的理念所攻佔，又同時自動地去除了其成員自我完成的手段。

此一意識形態論述一直延伸到材料和形式的考量之上。「新的材料肯定了我們的時代風格，」廣告繼續說，「在石器時和木器時代之後，我們現在生活於傢俱的鋼鐵時代。」「鋼鐵便是結構，」等等。然而如果鋼鐵令人感到意興高昂，它也是一個堅硬的材料，太接近勞動努力，太接近個人適應的必要性——您也可看到它改變自己來順從 [您的] 心意，看到「結構」如何人性化：「堅固、不變形，但當它轉變為一片彈簧，鋼鐵也同時是柔軟的。當它穿上真正的橡漿海綿後，它變得圓潤而舒適。美麗，因為它和今日布料的熱力能夠完美地結合(se marie)^[1] (又來了!)。」結構永遠都是暴力的，令人焦慮的暴力。即使是在物品的層次，它也可能破壞個人和社會的關係。為了使現實產生和平感，必須要挽回表面的安定狀態。如此，扶手椅由鋼鐵到布料，像是自然蛻變般地要取悅於您，它便像是一張既有力又平靜的鏡子。當然「美學」會前來包裝並完成「結構」，同時慶祝物品和「人格」終極的婚禮。這裏也一樣，有關實質的修辭裏攜帶著社會關係的制約。在這個配合身形的結構裏、在這個終於妥協的頑固裏、在這個到處流傳的「婚禮」性綜合圖式裏，其中滿足和意志的回憶共同嬉戲，這個暴力的陽具幻想(鋼鐵)，但又像是被它自己的形象所安息和催眠，在它們之中，怎能不認出一個和世界全面勾連的圖式，在一個母性與和諧的社會裏，將所有的緊張消解的圖式？

如此，在廣告中，我們並不是被其主題、詞語、形象所「異化」，我們也不是在「相信神話」，我們是被它的關懷所攻陷，它向我們說話、給我們東西看、照顧著我們。黎斯曼(前引書，頁 254-265)及其它美國的有批評意識的理論家，說明了 [人對] 產品的判斷，越來越不是依據它的內在品質，

[1] 法文 se marier 同時有「結婚」、「配合」等意思。作者在此發揮這一詞語的各種層次(結合、婚禮、吻合)。我們也提醒讀者現代物品吻合人的身形，此一特徵作者已在〈氣氛的結構〉一章中分析過。這裏他強調其「體貼」人的「母性」特質。

而是依據透過它看到公司爲您所花的苦心、依據公司對大眾的尊重。⑥也就是這樣，個人慢慢地被制約，其方法則是透過對整體社會沒有間斷的、令人滿足的（又是令人挫折的）、給人榮耀的（又是給人罪惡感的）消費。

廣告賦與了物品一個品質，沒有它，「它們便不再是它們目前所是之物」——那便是「熱情」。這是一個現代的品質，我們已經看過它是「氣氛」的動力來源之一：這好像色彩有暖寒之分（而不是綠色或紅色），就好像（在一個外向的社會中，黎斯曼，前引書，頁 217）人格的決定性向度是熱情或嚴峻，同樣的物品也有寒暖之分，也就是說，它們或是冷漠、具敵意，或是活潑自發、真誠、溝通良好：「個性化」。它們不再提供某一個嚴格特定的用途——[那是]粗俗而老派的作風——它們自我委身、自我展佈、它們尋找您、圍繞您、由其外觀的大量湧現、其情感的傾洩，來向您證明它們的存在。您被物品看上了、愛上了。而且因爲人家愛您，您 [也] 覺得自己存在：您被「個性化」了。這一點才是基本：購買則是次要的。如果物品的豐產終結了**稀少性(rareté)**的存在，廣告的無所不在則終結了**脆弱性(fragilité)**。因爲最糟的情況，便是要自己爲自己發明行動、愛戀、購物的動機。這時每個人就會面對他自己的錯誤認知(méconnaissance)、不存在(inexistence)、自欺欺人(mauvaise foi)和焦慮。所有不曉得告訴我我喜歡什麼東西的物品，所有不曉得我是誰的物品，將被貶抑。⑦如果物品愛我（而且它透過廣告來愛我），我便獲拯救。如此，廣告（同時也是所有的公關服務）透過一個巨大的關懷，去除了我們心理上的脆弱，而我們的回

⑥如此，在由某一個產品贊助的收音機節目裏，廣告的命令行式在感情的勾結之旁，顯得微不足道：[後者比如]「這一段節目由 Sunil 提供。」

⑦如此，一群美國的郊區居民，不抗議市政服務的客觀缺陷，卻抱怨[它的]心理服務作得不夠週到：人們沒有在心理層面作到可以讓他們接受現況的地步（黎斯曼，前書，頁 260）。

應則是將這個照顧我們的體制內化，這是一個巨大的企業，它不只生產出商品，還生產溝通上的熱情，而它便是消費社會的整體。我們也可以去想想，在一個所有事物都臣服於販售和利潤法則的社會裏，廣告是一項最民主的產品，唯一「免費贈送」和唯一提供給所有人的產品。物品是賣給您的，廣告則是「免費贈送」。⑧廣告的戲法如此便靈巧地和贈與(don)及禮物的古老儀式連繫起來，同時它也連上幼兒情境中，由父母給予恩賞的被動狀態。這兩者都致力於把純商業關係轉化爲人與人間的關係。⑨

購買力的嘉年華會

廣告給與恩賞，使人回到幼兒心態的功能，在它之上，建立了我們對廣告的信仰，也是透過它，我們和社會整體之間產生了勾結，這個功能，也在它的遊戲功能中得到很好的說明。因爲它提供的是一個絕不負面的形象，因此給人安全感，就好像我們對這安全感十分敏感，我們也敏感於一個可以在形象的過賸中，超越產品嚴格必需性的社會，所展現出的幻想力，我們敏感於它的演劇(spectacle)能力(在此，它也是所有演出中最民主的一個)，它的遊戲和舞台場面調度(mise en scène)能力。廣告扮演的角色，是作爲整個社會，真實或虛擬的購買力的永久海報。不論我實際上是否擁有，我都在「呼吸」此一購買力。更進一步，產品是以被觀看、被操縱的方式

-
- ⑧ 選擇也是一樣(閱〈模範與系列〉一章)：物品本身是賣給了您，但選擇的「幅度」本身則是免費贈送給您。
- ⑨ 爲了要使選擇和廣告可以「免費贈送」給您，那麼要有更多的資金投入模範的「個性化」和廣告的傳播，而不是投入基礎技術的研究中：以心理意義「贈送」給您的東西，回頭在賣給您的物品的技術品質上被削減掉。不可以小看這個程序，它在「已開發」社會裏具有巨大的規模。但如果廣告消除了脆弱心理且滿足了形象投射，又有誰能說它沒有和技術進步滿足物質需要一樣，完成了一個既客觀又基本的功能呢？

呈現：它被情慾化了(il s'erotise)——不只是因為性主題的明顯運用，^⑩而且是因為購買的行為，本來是單純簡單的獲取，在此卻被轉變為一種手腕、一齣劇本、一場複雜的舞蹈，如此便在一個原來以為實用目的步驟中，加入了愛情遊戲的所有成分：主動接近、競爭、猥褻、調情、賣淫（其至是反諷的）。(已經存有一份原慾負荷的) 購買機制，為一整套情慾化的選擇和花費(dépense)所取代。^⑪我們的現代氣氛，因此是一種沒有休止的強迫感情和強迫關係，特別是在城市之中，因為它充滿了光影、形象，以及它對威望和自戀的勒索，這是一種冷酷的節慶，純形式化，但卻帶有電力的節慶，也是感官的空洞恩賜的節慶，而購物和消費的程序本身，便被如此地配上插圖、打上燈光，玩弄和破解，就好像作為性交前戲的舞蹈一樣。廣告在此，扮演了過去節慶的角色，透過它，社會在呈現和消費自己的形象。

這是一種基要的調節功能。就好像是夢，廣告也固置和轉用了形象領域的部分潛能。就好像是夢，它一直是一個主觀而個人的作為。^⑫另外還有一點也和夢境相似，它沒有否定性和相對性：不存在或多或少的記號——它的本質是絕對的，它是一個完全的內在性(immanence totale)。^⑬如果我們晚上作的夢沒有標題，我們白天在城裏的牆上、在我們的報紙和螢幕上所作的夢卻是覆滿了標題，它到處被蓋上小標題，但它們只是把最生動的虛構想像和最貧乏的決定力量連在一起，而且就好比夜裏的夢的功

^⑩其中一些主要的主题（乳房、嘴唇），甚至餵食的成分要高過情慾的成分。

^⑪德文廣告一字 die Werbung 原意為求愛。Der umworbene Mensch 同時指一個被廣告圍攻的人，和一個遭到性挑逗的人。

^⑫我們曉得用廣告活動來轉變社會行為或集體結構時(比如反酗酒，或反對危險的駕駛行為)，所遭到的失敗。廣告本身抗拒(集體的)現實原則。它的目標是個人的夢想。也許它所能作的唯一有效命令為：給予(因為這個命令參與了恩賞的可逆轉體系)。

^⑬有否定和反諷意味的廣告主只是在說反話(antiphrase)，這是夢境眾所周知的手腕。

能是在維持睡眠，廣告和消費的威望，它們的功能便是在幫助人自發地吸收社會氛圍價值，及促進個人在社會共識之中進行心理退化。

節慶、內在性、正面性，這些特質都告訴我們，**廣告最重要的是被消費，而不是指導消費。**今天，如果一個產品不在論述和形象這兩個向度（廣告）中出現，而且也不呈現於一組模範的可能範圍中（選擇），那麼它會變得怎麼樣呢？就心理意義而言，它將不存在。同樣的，現代的公民，如果物品和產品不再在廣告和選擇的雙重向度裏被提供給他們，那麼他們會變得如何呢？他們將不再自由。我們可以了解，被阿藍巴赫民調機構訪問的兩千名西德人的反應，其中60%的人認為廣告過多——但當他們要回答這個問題：「您比較喜歡（西歐式的）廣告過多，或是（東歐式的）只有最少量的公益廣告？」大多數的人選擇了前一項答案，他們不只把廣告過量本身視為豐產富饒的直接記號，還把它視為自由的直接記號，也就是一項基本價值的記號。^①這裏我們可以認識到此一眩人耳目的中介物，在個人和社會之間所產生的感情勾連關係（不論社會的結構為何）。如果我們取消了廣告，每個人在面對空蕩的牆面時，將會感到挫折。不只因為失去了遊戲和夢想機會（即使那是反諷的），而感到挫折，更是因為深深地感到「人家」不照顧他而沮喪。他所惋惜的，將是失去了一個雖然不能提供主動地參與社會機會的環境，但至少可以透過它，可以參與社會整體的芻像，他將惋惜這種比較熱情、母性，而且比較有色彩的氛圍。在人提昇他的舒適的過程中，他首先會提出來的要求之一，便是要人家照顧到他的慾望，把它們寫出來，把它們在他自己眼前，化為形象（這是，或者說這已成為社會主義國家的一項問題）。廣告執行了這項功能，而此一功能雖然微不足道、具有退化色彩，無關宏旨，卻正是因此，更為人所深深地需求。

^①當然這裏得考慮東西德政治關係的現狀。但我們也可以說，他們曉得東德的廣告缺乏狀態，這也是（在眾多因素之中）一個使他們反對東德的真實動機之一。

恩寵與壓制：雙重作用元

我們要從物品所輕唱的這些經文裏，去聽出廣告中真正的命令式。「您看，整個社會只是忙著去適應您和您的慾望。那麼，您接受被整合於這個社會也是合理的。」如同巴卡爾德所說，說服正以一種匿名方式進行，但它的目標，倒不是購物的「強迫性實施」或是物品帶來的行為制約，而是去說服人跟從它所暗示的社會共識：物品是一種服務，它是一種介於社會和您之間的人際關係。不論廣告是在母性形象或遊戲功能上組織起來，它的目標也是要退化到比社會真相更低的層次，因為這些真實——工作、生產、市場和價值——可能會擾亂這種神奇的整合：這個物品，您並沒有買它，但您對表達出慾望，於是所有的工程師、技術人員等等，都努力去為您完成它。在一個工業社會裏，分工已經將工作和產品分離。廣告更進一步完成了這個程序，它使得在購物的那一刻裏，產品和消費商品徹底地分離：它在勞動和勞動的產品之間，置入了一個巨大的母性形象，它便使得產品不再被人以它的真實面來考量（比如依據它的生產過程等），而只是單純地被視為一個好處（bien），一個[慾望]對象物。當廣告在同一個人身上，透過一個大量分化的物體系裏的物質抽象程序，分離了生產者與消費者，同時它也在作一個反向的程序，也就是重新創造出幼兒狀態中，在物品和對此物的慾望，兩者之間的混淆，而把消費者帶回到一個幼兒期，混同母親和母親所給之物狀態。

實際上，如果廣告這麼小心翼翼地省略了物品的客觀程序、社會歷史，其目的則正是要透過形象投射（imaginaire）的社會機制，來建立真實的（réel）生產和剝削的體制。我們在此要了解，在廣告的心理引導術（psychagogie）背後，是一套群眾煽動術（démagogie）和一套政治論述，而這個論述的策略仍建立於一項分裂之上：那便是把社會現實分裂為真實

(réel)和形象(imaginaire)兩種作用元——前者消隱於後者身後，成為不可見之物，而它留下的空位，則由一個母性氛圍的吸收圖式所佔領。當廣告的要旨在說：「社會完全配合您，將您完全地融於其中吧。」很清楚地，這個相互性中有個騙局：前來配合您的是一個與形象有關的作用，而您卻是要以配合一個真實的作用體制來作交換。透過「結合您身形的扶手椅」，您所結合的則是社會的一整套技術和政治體制，而且您得為它服務。社會以母性的姿態出現，其目的是為了更佳地保留一個強制性的體制。④由這裏，我們可以看出，產品銷售和廣告技術所扮演的巨大政治角色：它們正是在接替在此之前的政治的和道德意識形態。甚至這樣說還會更好：道德性和政治性的整合總會伴隨著痛苦（總是要訴諸公開的鎮壓），新的技術則不必使用鎮壓的手段：消費者在消費過程本身裏，就內化了社會作用和它的規範。

這種效率還受到廣告記號的地位和它的「閱讀」程序所增強。

廣告的記號向我談論一個物品，但卻不（或太少）針對它的實踐來解釋它：事實上，它們在指涉真實的物品時，好像是在談一個缺席(absent)的世界。它們是真正的「圖說」(légendes)，也就是說它們的存在最重的是給人閱讀。如果說它們並不指涉真實的世界，它們也不會真正地去取代它：這些記號要求一種特定的活動：閱讀。

如果說它們傳遞了一個訊息，那麼就會有飽滿的閱讀，並且會導向實用的領域。但它們扮演的是另一個角色：那便是要瞄準它們所指之物的缺席狀態。如此，閱讀成為一種不及物(non transitive)的方式，組成一種特定的滿足系統，而在其中不斷被玩弄的是真實的缺席所決定之物：挫折。

④再者，在這個恩寵的體系背後，我們看到所有的威權結構更為壯大：計劃、集中化、官僚——政黨、國家，這些機器在這個巨大的母性形象背後，加強了它們的支配，而這個母性形象又使得對它們真正的異議批評變得越來越沒有可能。

形象創造了一個虛空，它指向了一個缺席狀態^[2]——這是為何它們「具有喚醒聯想的力量。」但它是一個遁詞(faux-fuyant)。激起了心理能量的投注之後，它便在閱讀的層次上使它產生短路。它使得各種浮動的微弱願望集中在一個物品身上，而它同時既遮隱又展現這個物品。它令人失望，它的功能便是同時呈現形象(donner à voir)和令人失望(décevoir)。視覺推定了觸覺，形象和它的閱讀則(使人)推定了佔有。因此，廣告提供的既不是一種幻覺式的滿足，也不是導向實用的中介：它所引起的心態是一種遭遇失望的微弱意志——未完成的步驟、持續的上升、持續的挫敗、物品的初端、慾望的黎明。閱讀形象的時候，心中出現的是一齣為時迅速的心理劇。它在原則上可以使讀者承受他的被動性，並且將自己轉變為消費者。事實上，形象的大量運用，總是要用來避免導向真實，並且很微妙地去以持續的挫折來助長罪惡感，和把意識封閉於夢想式滿足上。事實上，形象和它的閱讀並非通往物品的最短道路，它們是通往另一個形象的捷徑。如此，廣告記號彼此相隨，就好像將入眠之時的既暗將明的影像(aurores d'images)。

我們要好好地牢記形象中，這種省略世界的功能，及令人沮喪的功能。只有它才能使我了解，為何形象中被忽略的現實原則(le principe de la réalité)，又會在其中以慾望的持續壓抑的方式有效地閃現(這包括慾望的演劇化、阻塞、它的失望，和最終它在物品上退化性和無意義的移轉)。也

[2]作者這一段文字略嫌晦澀：基本上，西方的形象理論一直在爭論形象中，其指涉對象究竟在(présence)或不在(absence)，比如拜占庭的偶像崇拜論戰(神靈在聖像 icône 中的在或不在)。基本上，作者持形象指向對象缺席的立場(這是為何它的「閱讀」會是這樣的一場吊詭的心理狀態——我看到了一個形象，但同時我也「讀」到了它所指之物的不在，因為形象和其所指之間有存有學上的不連續性)。但作者是在一個特殊的脈絡裏使用這個形象理論：廣告形象仿佛漂浮在一個理想的烏托邦中，它喚起了我的慾望，但我也同時查覺到它所指的世界對我具有遙不可及的性質，因而產生挫折。

就是在此，我們可以掌握到，廣告記號和整體社會體制間深層的勾結關係：廣告並不是機械地傳遞社會的價值，而是更微妙地，透過它的**推定** (présomption) 功能——那是在佔有 (possession) 和剝奪 (dépossession) 之間，既是命名又指向空虛不在——廣告記號才「傳遞」 (fait passer) 了社會體制的雙重決定機制：恩賞和壓制。^⑩

恩賞、挫折：這是社會整合無法分離的一體兩面。每一個廣告形象都是圖說，去除了世界令人焦慮的多義性 (plysémie)。但是爲了得到可讀性，它變得意義貧乏，像是急就章——如果還有過多詮釋的可能時，它使用文字論述來限定它的意義，這些文字因爲解說了它們，所以就像一種二度圖說。而且，在閱讀的狀況中，它總是指涉其它的形象。最後，廣告運用一個導向確定的社會語意學來使意識放心，而此一語意其極端的導向，是一個單獨的符旨，那便是社會整體自身。如此，社會給自己保留了所有的角色：它引出了一大群形象，而它又同時去縮減它們的意義。它激起了焦慮，又去平息它。它令人滿足也令人失望、動員又解員。它在廣告的影響氛圍中，建立了慾望自由的王朝。但慾望在其中從來沒有真正被解放過——那將是社會體制的終結，——慾望只是在形象中被解放，而且其程度只足夠反射性地激起和慾望顯現相關的焦慮和罪惡感。既被形象所激起，又被它解除效力和給予罪惡感，這個微弱的慾望爲社會機制所收編。自由的大量傾流，但只是形象投射、持續的精神狂歡，但是爲人所設計，這是一種被指引的心理退化，其中所有的變態傾向都被消解，只爲使體制得到利益：如此，在消費社會裡，有巨大的恩寵，而壓制也一樣巨大——透過廣告中的

⑩ 這個分析可以移用到物的體系身上。這是因爲物品的地位也是曖昧的，因爲它從來就不單只是一個物品，而是同時指向人與人關係的缺席 (就好像廣告是指向真實物品的缺席)，而且物品也可以在社會整合中扮演一個有力的角色。然而物品所具有的實用特性，使得在它身上，真實缺席的指向，比起廣告記號來，顯得較不凸出。

形象和論述，我們同時接收了這兩者，並使得壓制性的現實原則甚至在快樂原則^[3]的核心裏運作。

集體的推定

和平牌(Pax)^[4]洗衣粉

廣告不提生產和市場的客觀過程，也會忽略真實的社會和它的矛盾。它玩弄的是一個全面性集體的臨在／不在，一個**有關集體的推定(présomption collective)**。這個集體屬於形象投射的領域，但只要我們可以作好系列性的制約，它便可以虛擬的形態被消費。以一個和平牌洗衣粉的廣告海報來作例子吧。我們在它身上，可看到一群龐大而且無法分辨面目的群眾，面對中央的一個偶像揮動著純白無瑕的旗幟(和平牌的純白)，而這個偶像，便是一盒巨大的和平牌洗衣粉，它和群眾相比，代表了聯合國紐約大樓尺寸相同的相片複製。當然在這個形象中，充滿了天真及和平的意識形態，但在這裏我們要特別留意的是群眾的實質化(hypostase collective)，^[5]和它

[3] 作者借用心理分析術語：現實原則與快樂原則相對，以外在世界的條件來矯正快樂原則所帶來的後果。依佛洛伊德，快樂原則盲目地追求立即的滿足，現實原則要求它繞道而行，以配合主體的實際生存狀況。但現實原則在本質上並不反對快樂原則，只是希望它延緩實施（見〈在快樂原則之外〉一文）。

[4] pax 為拉丁文中的「和平」。

[5] 希臘文 hypostasis 意為「在下面作為支撐」、「基礎」，接近拉丁文的 substansia(實質)，但 hypostasis 在傳統上比 substantia 的外延較窄：substance 指的是自然中所有的存有物，hypostase 則指獨立在己的存在。但在神學上 hypostase 又指三位一體中的每一位「體現」。因此它又有「神化」的意位。法文動詞 hypostasier 則指把一個抽象理念當作實質。

在廣告中的運用。我們說服一個消費者，讓他相信是他在本人慾求和平牌洗衣粉，但用的手段則是事先向他傳送一個他的合成形象。這個群眾，就是他，而他的慾望，也就是在對集體慾望影像的推定之中，被勾引起來。廣告在此十分靈巧：即使是最隱私的，每個慾望卻仍然希望自己有普遍性。慾求一個女人，言下之意便是說，所有的男人都有可能會對她產生慾望。任何的慾望，即使它是性慾，如果沒有集體形象投射(imaginaire collective)的中介，便無法存續。甚至如果沒有這個形象投射的層面，它便無法出現：我們可以想像，我們可能去愛一個我們可以確定，世界上沒有任何男人會對她產生慾望的女人嗎？相反地，如果所有的群眾都諂媚同一個女人，我即使不認識她，也會愛上她。這便是廣告最常使用（而且大部分時候是隱藏）的手段。如果說，我們的慾望受到一個集體的指標影響，這是很正常的，那麼廣告的作為，它的特點在於使這一點成為慾望的一個系統化的向度。它並不依靠個人自發的需要，它寧可運用集體的形，以及意識在此一集體上的凝結作用，來進行它對個人需要的控制。一種類似於極權主義社會動力學的東西，在這裏慶祝它最美妙的勝利：透過對集體的推斷，去進行撩撥慾望的策略。這種只利用群體的面向所進行慾望促銷，捕捉到了一個基本的需要，那就是溝通的需要，但一點也不是要把它導向一個真實的集體：而是導向一個幽靈一般的集體。和平牌洗衣粉的例子，很清楚地說明了這一點：廣告假裝是要在一項產品的基礎上來建立人們之間的連帶團結，但這個產品的購買和使用，卻把每個人帶回到他的個人世界裏。弔詭地，我們被引導去以所有的人的名義，以反射式的團結意識，購買一個商品，而我們首要的步驟卻是要透過它的使用來使我們和他人有所不同。對群體的懷念，被利用來餵養個人間的競爭。事實上，這個競爭也是虛幻的，因為到了最後，每一個讀了這張廣告海報的人，以他們個人的方式購買了同樣的產品。整個活動的總帳，它（對社會體制）的利潤，因此仍然是產生，一種對集體的模糊整體性所作的退化認同，和由此而來的，一種集體

獎懲的內化。共謀關係 (complicité) 和罪惡感在此也連繫在一起，就好像它們永遠都是這樣：同時在為廣告作基礎的，也是罪惡感，那是面對群體的（虛擬）罪惡感。但不再是依循檢查體制的傳統圖式：在此，焦慮和罪惡感之所以會被激起，首先是為了功利的目的；而這個目的便是，透過一個被引導的慾望的出現，達到對群體規範的臣服。如果要去批評和平牌洗衣粉廣告的外顯命令比較容易的話（並不是它使我去買和平牌，而不買 Omo 或 Sunil 等牌子，或什麼都不買）——要去拒絕它的二次度符旨——（受「和平」意識形態所特別強調的）激動的、狂熱的群眾——就不是那麼容易了。對於這個共謀關係圖式，我們感到難以抵抗，**因為這根本不是抵抗或不抵抗的問題**：而且在這裏，隱意很容易閱讀，但集體的賞罰不一定要透過一群群眾來表達，它可以被任何再現的方式所表現。比如說用情慾的方式：當然我們不是因為有金髮和一雙漂亮的屁股作插圖，才會去買炸洋芋片。但我們可以確定，在原慾被這個形象撩撥的瞬間，整個社會體制就會有時間可以進來，而且帶著它慣有的壓抑、昇華和轉移的圖式。

有廣告意味的競賽

有一些報紙每年會舉行一些競賽，其中包含一項選擇題：在我們的競賽中，將會有多少（正確的）回答呢？幾星期裏，所有的競爭者發揮他們的明智，要去消除的偶然，因為這個簡單的問題，又被再度建立。競爭被帶回到彩券遊戲中神秘選擇的境地。但有趣的是，在這裏，並不是任何一種偶然在運作：不像過去，既不是神也不是宿命，而是某一個時刻的集體，一個臨時而隨意的組合（所有可能參加的競賽者或在其中獲勝者的總人數），變成了分辨輸贏的元素，而且就是對它的猜測，和個人對此一集體的偶然的成功認同，成為是否獲勝的判準。這就是為什麼先前的那些問題總是這麼簡單：要讓最大數目的人可以參與最基本的東西，也就是對「大群

體」的魔術性直覺（同時，偶然的成分又可以重塑絕對民主的神話）。總而言之，這種競賽的最終符旨，便是一種幽靈式的集體性，只有純粹的隨機存在，而沒有結構性，沒有自我形象（它只是在正好要解體的那一刻才抽象地成形，也就是說，是在正確回答者的數目裏形成），而且，它也僅只是包含在（同時也是經由它），在它的抽象之中，猜對它的單獨一人或少數人所獲得的恩賞之中。

Garap

如果說我們是在產品中消費產品，我們在廣告中，則是消費它的意義。我們可以想像一下，現代城市被剝去了它們身上所有的記號，其牆壁就是像一個空洞的意識那樣地赤裸。這時候出現了 GARAP，只是這樣一個單獨的詞語——GARAP，被書寫在所有的牆壁之上。純粹的符徵，沒有符旨，[只是]自我指涉，它便這樣空洞地被人閱讀、討論、詮釋，違反其意圖地獲得了意義：它被當作記號來消費。那麼到底它的意義是什麼呢，如果這不是意謂著說，社會有能力釋放出這樣的記號？即使就在它的無意義之中，它還是動員了許多集體形象投射。它變成了一整個社會的直陳式 [語句]。以某種方式，人們最後會「相信」GARAP 是存在的。在這裏，我們可看到廣告無所不能的標記，而且會認為只要 GARAP 在這時將自己特定化為一個產品，它一定可以在市場上大獲全勝。然而，這是最不確定的事，而廣告的巧計，便在於永遠不掀開底牌。針對一個外顯的符旨，個人的抵抗可能會再重新發動。至於相信一個純粹的記號，（即使是反諷意味的）同意會自動地出現。此時，廣告的真正符旨，便會很純粹地出現：廣告，就像 GARAP 一樣，是大眾社會，透過一個隨意選擇且一再出現的記號，激動人的感性、動員人的意識，而且使得人們在這樣的程序之中，再度組成集體。①

廣告，便是大眾社會和消費社會持續地對自己進行公民表決的途徑。^⑤

新人文主義？

系列性制約^⑥

我們可以更佳明瞭，在競爭和「個性化」的主題背後，是怎麼樣的制約系統在運作。這實際上是同樣的意識形態：競爭，過去在「自由」的星座下，曾是生產領域的金科玉律，今天，則無限地移位到消費的領域裏來。透過千百種邊緣性的差異，以及同一個產品在包裝手段經常具有的純形式繞射分化，如此，競爭在所有的層次上變本加厲，開啓了一種朝不保夕的大量自由選擇的可能，這便是我們所擁有的最後自由：偶然地去選擇一些可以使您和他人之間能夠有區別的物品。^⑦事實上，我們可以認為，競爭

⑤ 這個認識上的套套邏輯體系，每一個廣告本身就已經是它的見證了，因為它總是永遠將自己標明為廣告。

⑥ 這不是有點像李維斯陀筆下，圖騰體系的功能嗎？透過隨意選擇(arbitraire)圖騰記號的途徑，是社會體制在給它自己展現它可以持續存在的內在性。廣告因此是，(透過「品牌」目錄)，文化體系的終極階段：它又回到了貧乏的記號符碼和古老的體系。

⑦ 競爭(concurrence)這個詞本身有它的曖昧處：競爭者在在相爭的同時亦相會合。也就是在固執地相爭的同時，人們更是穩定地「共同邁向」(concourt)同一點。在技術進步超過某一個門檻後（特別是在美國），同一個範疇的所有物品最後價值相等，這時差異化的強制性只能使它們每年一次，依著某一規範，一起改變。同樣的，極端的選擇自由，結果卻使得所有的人，在一種儀式性的強制中，擁有同樣的東西。

[6] 法文 conditionnement 除了心理上的反射「制約」之外，還有物品「包裝」之意，作者在此一語雙關。

的意識形態，在這個領域裏，將和它在生產領域裏一樣，經歷同樣的程序，因此達到同樣的結局：如果說消費現在顯得像是一種自由業，能讓個人有所發揮，而生產的結局將是決定性地成為計劃生產，那只是因為目前心理計劃的技術和經濟計劃的技術相較，仍然十分落後。

我們還在想要別人所沒有的東西。至少在西歐社會裏（在東歐這個問題目前遭到擱置），就產品的選擇和使用而言，我們還在一種英雄主義的競爭階段。像美國那樣的，共時模型週期之間承遞還沒有建立。^⑩心理抗拒？傳統力量？其實更簡單地說，大部分的人口還沒有達到足夠的社會地位，使得所的物品都可達到一個最高要求的齊一標準，使得實際上只有一種模範目錄，使得差異性不會比擁有「最新」模範更為重要——這個「最新模範」便是要得到社會價值必要的物神。在美國，90%的人口只想要擁有其它人所擁有的東西，他們的選擇大量地集中在每年推出最新型模範，而它沒有例外，一定是最好的。如此便形成了一個由「正常的」消費者所構成的固定階級，而這便是全部的人口。如果歐洲還沒走到這一步，我們卻可依據它那不可逆轉的、朝向美國模範邁進的傾向，看出廣告中的曖昧意味：它鼓動我們去進行競爭，但透過這個形象上的競爭，它已在召喚一個深沉的單調風格，一個同一化的預設、一種朝向幸福的消費大眾的反向演化。它一方面和我們說：「買這一件東西吧，因為它與眾不同！」（菁英階級的牛肉，快樂少數〔happy few〕的香煙！等等），但它同時又說：「買這一件東西吧，因為大家都在用它呢！」^⑪而且這一點都不自相矛盾。我們可以去構想

^⑩在美國，基本的物品，如汽車、冰箱，其壽命傾向於一個可以預見的期限完結，規定為年年更新（電視機三年、公寓更久一點）。社會地位的規範最後造成了一種物品的新陳代謝，並且週期越來越快：這個週期和自然週期非常遙遠，但有時卻很奇怪地和古老的季節週期相符，今天便是這個週期和得去跟隨它的必須性，在建立美國公民的真正道德。

每一個人都覺得自己與眾不同，而實際上大家都相像：要達成這一點，只需要一個集體而神話的投射圖式——一個模範。^①

由這一點出發，我們可以認為，消費社會的最後結局（並不是因為技術官僚們的某一種馬基維利主義^[7]式的詭計，而只是單純因為競爭的結構遊戲，）在於消費者本身的功能化，在於所有需要的心理獨佔事業——消費上的一致性，而這一點畢竟和生產上的集中和絕對指導主義可以和諧地配合。

由欠缺產生的自由(liberté par défaut)

再者，今天競爭的意識形態到處都讓位給一個自我完成的「哲學」。在一個整合的更緊密的社會中，個人不再以擁有物品來相爭，而是在每個人

①這一點完美地總結於廣告中使用的 vous（共有您或你們、您們這些意思——譯者）這個字，就好像英文中的 you: Guinness is good for you. 這是用單數意義的禮貌說法（因此是建立個性化關係的）或是向多數的集體在致意呢？兩者都對。那是每一個人，但也是一個和他人相似的個人：事實上，那是意旨普遍的 vous (vous gnominique)=ON（人們，大家）（請參閱 Leo Spitzer, *Sprache im technischen Zeitalter*, dec. 1964, 頁 961）。

②比如在流行巴鐸(Bardot)的髮型時，每一個走在流行尖端的女孩，在她自己眼中，都是獨一無二的，因為她們比較的對象，並非其它成千的相似者，而是每個人把她自己和巴鐸比較，而巴鐸便是足以提供原創性的崇高原型。我們甚至可以說，如果，同一所瘋人院裏有四、五個瘋人把自己當作拿破崙和這種情況相比，也不會更令人覺得難堪。因為這時候，意識不是在真實關係中，而是在形象關係中，定位自己。

[7] Machiavélisme 一方面指馬基維利(Machiavel, Florence 1469-id. 1527)的主張：君王的藝術在於有效地統治，而無需考慮所使用的手段的道德後果。一般用法指使用狡計、欺詐手段來達到目的。

的消費中，爲了自己去作自我實現。引導主題不再是選擇性的競爭，而是每一個人都可擁有的個性化。在此同時，廣告也不再是一個商業行爲，而被當作一種消費實踐(praxis)的理論，並且是一個作爲一整個社會建築頂峰的理論。我們可以在美國廣告理論家的言論中發現它的陳述(迪希特、馬丁諾 [Martineau] ^[9]等)。他們的論證過程是簡單的：(1)有史以來，消費社會(物品、產品、廣告)第一次提供給個人一個完全解放和自我完成的可能；(2)消費體系超越了單純的消費而成爲一種個人和集體的表達，它構成了一個真正的語言、一個新的文化。因此和消費「虛無主義」[理論]相對，發展出一個消費的「新人文主義」[理論]。

現在來討論第一點：個人完成。購物動機研究中心的主持人，迪希特博士，開門見山地定義了這個新人類問題集合：❶「我們現在所面對的問題是，如何使一個平凡的美國人，即使他在調情、在花費，即使他買了第二部或第三部車子後，仍可以覺得他自己是道德的。繁榮所帶來的基本問題之一，便是要給人去享受它的贊同和理由，向人證明，把生活當作樂趣是道德的，而不是不道德。給消費者自由享受生命的許可，證明他有權可以讓身旁圍繞著豐富他生命和使他感到快樂的產品，應該是所有廣告和促銷計劃中的一項基本主題。」我們這下子便是在被引導的購物動機之中了，一個由廣告負起社會整體的道德責任的時代裏，一種純粹滿足的享樂主義道德，取代了清教徒式的道德，它好像是在一個超級文明之中，開闢出了一個新的自然狀態。然而最後一個句子有其曖昧處：廣告的目的，究竟是要把人由他對幸福的抵抗中解放出來，還是要促銷？我們到底是要依據滿足還是依據利潤來重組這個社會呢？「不，」布勒斯恬-布朗歇(Bleustein-Blanchet)回答說(巴卡爾德，《匿名的說服》一書前言)，「購物動機研究不會

❷ 《慾望策略》。

[8] 馬丁諾(Pierre Martineau)爲美國購物動機研究者，主張商品代表購物者的自我心理形象。

影響個人的自由：它一點都不會損害他們要成為理性或非理性的權利。」在這些話裏，有太多的誠意或是太多的狡猾。迪希特比較清楚：我們完全是在一種被給予的自由之中：「這個給予消費者的允許……，」要允許人孩子氣又不要覺得羞恥。「自由地作為自己」明白地說，便是自由地將自己的慾望投射到生產出的商品身上。「自由地完全享受生命……」意謂著有非理性和心理退化的自由，並且可以由此去適應某些生產的社會體制。^④ 這個銷售的「哲學」在面對弔詭之時也不會覺得難堪：它宣稱擁有一個理性的目的（啓發人讓他們瞭解他們要什麼）以及科學的方法，但卻是為了在人身上促進一種非理性的行為（接受自己只是立即衝動組成的情慾錯縱並且自滿於這些衝動的滿足）。再者，即使衝動本身也是危險的，這些消費的新巫師們也會避免依循一個爆發性幸福的目的性來解放它們。他們只允許緊張的消除，也就是一種由欠缺而來的自由：「每當因為張力不同，產生了挫折感，使人想要行動，我們便可以期望一個產品可以消除這個緊張，回應集體的需要。這時它在市場上佔有一席之地的機會便不小。」（《慾望策略》，頁81）目的是要使過去為心智因素（禁忌、超我、罪惡感）所阻礙的衝動，能夠凝聚在物品這樣的具體因子身上，使得慾望的爆炸性力量得以解除，而社會體制的儀式性壓制功能也得以在它們身上具體化。存有的自由 (*liberte d'etre*) 是危險的，因為它會使個人站來反抗社會。但是擁有的自由 (*liberté de posséder*) 則沒有攻擊性，因為這樣的自由可進入[體制的]遊戲之中，它自己卻不知情。就好像迪希特博士所說，這樣的自由的確是道德的：它甚至是道德中的道德，因為消費者同時和他本人及社會修好。他是一個完美的社會存在。傳統的道德要求個人符合團體，「哲學的」廣告則要求他符合他自己，解決他的衝突：它對他的道德性力量投注正是前所未

④我們可以重新運用馬克思在《猶太人問題》中提出的圖式，說明個人在消費社會之中，只有作為消費者的自由，而且只有作為消費者時才是自由的、純形式的解放。

有。禁忌、焦慮、神經質(névrose)，這些使得個人成為不守規矩、法外之徒的東西，都將消除於物品之中的安全退化，而這個退化程序將從各方面強化父親和母親的形象。基層永遠更「自由」衝動的非理性，和層峰永遠更緊密的控制，將是攜手同行。

一種新的語言？

第二點：物品／廣告的體系構成了一個語言嗎？這個唯心—溝通哲學，其整體的基礎建立在於用「人」和物品的「個性化」關係，去取代人和人之間活生生的、帶有衝突的關係：「購物過程的整體，皮耶·馬丁諾說（《動機與廣告》[*Motivation et Publicité*]，頁107-108），是一個人的個性和產品的個性之間的互動。」人們假裝去相信因為產品已經分化和增加到這樣的程度，以致於它們已經成為複雜的存在，如此一來，購買和消費關係和任何一種人和人之間的關係的價值相當。^②但問題正在於此：在這裏頭存在一個有生命的構句法(syntaxe)嗎？物品以一種新方式告知和結構需要嗎？相對地，這些需要透過物品和它們的生產的中介，是否也向我們告知一個新的社會結構？如果答案是肯定的，我們可以說有一個語言存在。否則，這一切不過是經理人狡猾的唯心主義。

結構與分割：品牌

購物行為絲毫不是一種自由和活生生的交換。這是一種受到事先規範

②購物的個性化還有其它的方式，不過它們是一些古老的方法：討價還價、買舊貨(碰運氣)、逛街(shopping)(耐性和遊戲)等等。這些方法是古老的，因為它們預設產品是被動的而購物者主動。今天，所有的個性化的主動措施都轉歸於廣告。

的運作，其中有兩種不可化約的系統相互對抗：一個是個人變動的、不一致的系統——帶著它的需要、衝突、負面性——另一個則是產品符碼化、分級、不連續、相對一致的體系，並且完全是正面的。它們之間沒有互動，有的是需要的體系在生產體系中被強迫整合。當然，這整體構成了一個意義的系統，而不只是一個滿足的系統。但如果要有「語言」，必須要其中有一種構句法：而大眾消費的物品，只能構成一個目錄。現在讓我們來解釋。

在手工生產的時代，物品反映了需要的偶然性和獨特性。這兩個系統相互配合：但是整體並不一致，只有需要相對的一致性。而前者是移動的、有偶然性的：並沒有客觀的技術進步。由工業時代開始，由於技術體制和經濟結構，物品開始得到一致性，結果需要的體系與物品的體系相較，變得較不合理一致。後者強加了它的合理一致，並因此得到模塑文明的權力。

（西蒙頓，前引書，頁24）我們也可以說，「機器以數目有限的常數，取代了由各種變項所組成的無限系列（適應需要，「量身定作的」物品）。」（孟弗爾德，《技術與文明》，頁246）的確在此一演進中，出現了語言成立的前提：內在結構、簡化、朝向有限性和不連續性的過渡、技術元(technèmes)的形成和這些技術元持續擴大的聚集。如果說手工製品有如言語使用(parole)的層次，那麼工業科技便是可說是構成了一個語言結構(langue)。但是語言結構(langue)並非語言(langage)：表達意義的，並非汽車引擎的具體結構，而是外形、色彩、線條、配件和物品的「地位」(standing)。[然而]這裏的情況就像巴別爾塔(la tour de Babel)：每一個部分說它自己的方言。即使如此，系列性的生產體制，透過計算過的差異、變項的組合、意義的分割(découpe)，建立了一個目錄、創出一套外形和色彩的語彙，使得一些重複出現的「言語使用」(parole)方式可以在被登錄在其中：但是這是否就足以構成一個語言呢？這一個巨大的選項結構(paradigme)，卻缺乏一個[連接詞項]的構句法(syntaxe)。它既沒有科技層面那樣嚴格的構句法，亦沒有需要層面那樣鬆散的構句法：它漂浮在兩者之間，像是一個有

延伸性的目錄，它傾向於僅成爲日常生活中，一個類型和模範的巨大組合綱領，而不一致的需要，便前來分佈其上，而且也不會產生兩者間的相互結構化過程。物品既然擁有較大的一致性，需要便回流(refluent)其上，將自己割裂、將自己化爲不連續體，困難地、隨機地將自己置入由物構成的網絡中。事實上，個人的需要，以其絕對的偶然性，淹沒了物的世界，但這種偶然也可以說是被物品所登錄、分級、分割：它因此成爲可被引導（這便是體系在社會—經濟層面上的真正目的性）。

因此，如果說技術體制得到了模塑我們的文明的權力，它們是以一種雙重且矛盾的方式進行此舉：透過它的合理一致和它的不合理一致。透過它在「層峰」的（科技）結構的一致性，也透過它在「基層的」產品商業化和需求滿足機制，無結構的（但卻是被引導的）不一致性。由此我們可以明瞭，如果語言，在嚴格意義下並未被使用者所消費和佔有，所以永遠保持了「本質必要者」的可能和交換的構句法（也就是溝通的結構化）的可能，那麼物品／廣告的體系，則可說是被「非本質必要者，」和一個需要的無結構世界所攻佔，只有滿足於細節，而永遠無法在其中設立一個集體交換的結構。

馬丁諾還說：「當然，在購物者的範疇和汽車的範疇間，並不存在簡單的關連。人是由一群龐多的心理動機組成的複雜體，而這些動機之間可以有無可勝數的組合。但是我們可以接受，不同的品牌和模範可以幫助人們表達他們自己的個性。」他用一些例子去說明這些「個性」。「保守人士在選擇汽車時，想要給人尊嚴、成熟、嚴肅的印象……另一種個性類型明確的汽車，則爲一些既不花俏也不嚴峻的人士所選擇，他們時髦而不前衛……可能的個性選擇裏也包括創新者和超級摩登人士，等等。」馬丁諾無疑有理：人便是這樣地以他們擁有的物品來定義自己。但這也正好表明了它們並無法形成一個語言，而是[形成]一組區分標準的選擇，而這些標準多少被隨意地附著在一組典型化的個性上。消費的差異化體系好像可以強大地幫

助分割：

(1)在消費自己身上劃分出需要範疇明確的各個部分，而這些劃分和人作為一個活生生的整體，只有遙遠的關連。

(2)在整個社會裏劃分出範疇明確的部分或「身分團體」，而他們便在某些物品的組合中，找到自己的身分認同。物品和產品層級分明的選擇可能，這時便扮演了在過去由一群有區別的價值層級所扮演的角色：在它們身上建立了團體的道德。

在這兩個層面上，都存在著要求、強迫的歸納、個人世界和社會的範疇化，由物品開始，邁向一個沒有句法的層級目錄，也就是說邁向一個分級體制，而不是邁向一個語言。好像這其中沒有辯證關係，只有社會的分割，而且透過此一分割，去強行建立一個體制，又透過這個體制，去強行建立其中每一個團體的物化未來（它在物品中被具體化了）：簡而言之，這是一種格式化，而在其中，各種關係比較是傾向變得貧乏。欣喜狡猾的「動機」哲學家喜歡說服自己和說服他人說，物品的王朝是通往自由的最佳捷徑。他們的證據是需要和滿足驚人的混合、選擇的充沛、供需之間的大市集，其中熱鬧鼎沸的狀況是可以給人一種文化的假相。然而我們不要上當：物 [在此] 便是物的範疇，由其中暴君式地引導出人的範疇——它們的功能是充當社會警察，由它們所產生的意義構成則是在控制之下。它們既隨意 (arbitraire) 又一致的繁衍便是一個既隨意又一致的社會體制的最佳承體，而這個社會體制，在一種豐產的氣氛中，也在其中有效地物質化了。

「品牌」的概念——廣告的中主要概念——可以很好地總結消費「語言」的可能性。今天所有的產品（會腐壞的食品除外），都要冠著一個外加的品牌來出現：每一個「有資格稱得上這個名字」的產品都有一個牌子（有時候這個牌子的名字還會成為事物的代名詞：如 frigidaire（法文「冰箱」之意，原來是一個牌子——譯者）。品牌的功能在於標明產品，但它的二次度功能則是動員一個情感性的潛在意義：「在我們高度競爭的經濟裏，很少有產

品可以長期保有技術上的優勢。如果我們要使它們銷售良好，引起人們的情感上的依戀，那會表達在對品牌的忠誠度上的依戀，那麼我們便須要給產品一些有個性的意義回響、使它能產生聯想和給它們一個形象，使它們在衆多層次上都有意義。」（馬丁諾，前引書，頁75）

這裏進行的是一種消費者心理的結構重整：在一個單獨的字眼上：PHILIPS, OLIDA, GENERAL MOTORS——可以同時總結許多不同的物品和一群模糊的意義。綜合性字眼，總結了綜合性的感情：這便是「心理商標」的奇蹟。最終，這是物品和我們說話的唯一語言，也是它所唯一發明的語言。然而，這些佔據牆面和縈繞意識的基本字彙，正是缺乏句法(asyntaxique)：不同的品牌接續、並列、一個取代了另一個，沒有組構關係也沒有過渡，它們是游走性的字彙，一個吞嚥了另一個，而每一個個體都在一種無間斷的重複中生活。這樣的語言無疑是所有語言中貧乏的一種：意義構成過程(signification)沉重集中，意念(sens)卻是一片空虛。這是一種訊號式的(signaux)語言，而所謂的品牌「忠誠度」，不過是被引導的感情受制約的反射反應罷了。

我們的哲學家們反駁說，激發深沉的力量，不是一件好事嗎（即使結果是把它們再整合到商標非常貧乏的結構之中）？「使您自己由檢查體制中解放出來！顛覆您的超我！要有和您的慾望同樣勇氣！」然而，當我們在煽起這些深沉的力量時，真的是要使它們能夠組構成一個語言嗎？這樣的一個意義構成系統，可以表達一個意念嗎？而那又是什麼樣的意念呢？是人格中一直被遮敝的區域嗎？再聽聽馬丁諾怎麼說：「自然地，使用可以接受的、已經成爲陳腔濫調的詞語比較好：這也就是隱喻的本質(!)……如果我要的是一支「溫柔的」香煙，或一輛「美麗的」汽車，雖然不知道如何去明確定義這些形容詞，我還是知道它們指的是一些可慾的東西。一般的汽車駕駛者不知道汽油中的辛烷到底是什麼東西，但他隱約地知道那是一種有益的東西。因此他便要求有高辛烷含量的汽油，因爲在他使用難解術語

時，他要求的便是這種有益而必要的品質。」(前書，頁142)換句話說，廣告論述激起慾望的目的只是要把它普遍化，把它放置於意義最模糊的字眼中。

「深沉的力量」，被化約為它們最簡單的表達，便被標定在一個體制化的引伸義符碼之上，而「選擇」不過是在固定這個道德體制和我們深沉的微弱慾望間的勾連關係：這便是「心理商標」的鍊金術。²⁶

這種對「深沉力量」陳調式的召喚，其實只等於一種「心理」**檢查制度**。這種自我完成的意識形態、在去除罪惡感的衝動中高喊勝利的不邏輯狀態，還是一個將超我具體物質化的巨大工程。**在物品中被「個性化」的東西，首先便是檢查制度。**消費哲學家們無謂地談論著「深沉的力量」，好像只要解放它，便會立刻得到幸福。所有的潛意識都是衝突性的，而且當廣告去動員它時，它便是以這樣的方式在動員衝突。它不會解放衝動，而是首先動員了會阻塞衝動的幻想。這便是物品的曖昧性，也是為何人不能由此自我超越，只能矛盾地退回內心深處的原因：退回他的慾望和檢查慾望的力量之中。這裏我們又再看到前面所分析的恩賞／挫折的全面性圖式：在緊張的純形式消除之下，在一個永遠不會成功的退化之下、物體所承載的，是衝突永恆的回歸。這也許可以定義現代性異化的特有形式：內在衝突本身，所謂「深沉的力量」，在消費過程中被動員又被異化，就好像生產力在生產過程中的情況一般。什麼都沒有改變，或說真的有改變吧：對個人自我完成的限制不再透過禁制性的律法和要人遵從的規範：透過「自由的」行爲(購物、選擇、消費)來執行檢查制度(censure)，也透過自發的心理能量投注來進行，檢查制度就某種角度而言，被內化於快感(jouissance)本身之中。

²⁶事實上，把廣告和魔術相比，還是太抬舉它了：鍊金術光是在它使用的唯名主義名詞中，就已經有一種真正的語言的味道了，而且它還被研究和解謎的實踐所結構。「品牌」的唯名主義則是純粹內在的，被經濟要求所固定的。

普遍符碼：地位(standing)

物品／廣告體系因此不能構成一個語言，因為它沒有一個有生命的句法，它所構成的比較是一個符號意義構造(signification)體系：它具有符碼(code)的貧乏和效率。它不能結構個性，只是將它指定和分級。它不能結構社會關係：它將它分割為一個等級分明的目錄。它將自己形式化，成為社會身分標位的普遍體系：「地位」的符碼。

在消費社會的架構裏，身分(statut)的概念，作為社會存有的決定標準，越來越傾向於簡化，並和「地位」(standing)的概念相會合。然而「地位」也以權力、權威、責任來計算，可是實際上：「如果沒有 Lip 錶就沒有真正的責任！」所有的廣告都明白以物品作為一種必要的標準：「人們會以……來判斷您，一個優雅的女人可由……認出來，」等等。無疑物品在過去一直都構成一種識別的體系，但是，經常只是和其它體系平行的配件（比如手勢、儀式、儀禮、語言、出身、道德價值符碼等）。我們的社會的特點在於，所有其它定位體系都被逐步地吸收，只有「地位」符碼一枝獨秀。這個符碼當然是依社會環境和經濟程度多少地建立它的地位，但是廣告的集體功能便是要使我們去相信它。這個符碼具有道德性，因為它被團體所認可，而所有違反這個符碼的行為多少會引起罪惡感。這個符碼是極權的，沒有人能夠逃脫它：以個人身分來逃脫它，只代表我們不是每天都在參與它在集體層次的形成。不相信它，還是相信到一定程度以致於認為別人都相信，這反而是以一種反諷的方式來進入這場遊戲。即使反抗這個符碼的行為，也是以一個遵守它的社會來作憑準。這個符碼另外還有正面之處：

(1)它不會比其它的符碼更有隨意性(arbitraire)：即使在我們自己眼中，明顯的價值，也是我們替換的汽車、我們居住的地區、圍繞我們並使我們與眾不同的事物。但不只是這樣。然而所有的價值符碼（特別是道德

符碼)，不也一直都是片面而隨意的嗎？

(2)它構成一個完全社會化和俗世化的社會識別記號體系：因此它和一種至少是形式上的社會關係解放相關連。物品不只是以財富(biens)的身分增多，而使我們的物質生活變得更令人可以忍受，它們也普遍成為識別記號，而使得人與人之間的相互身分更能令人忍受。地位體系至少有一個好處，那就是使得所有的種姓或階級的儀式成為過去，而且更一般地說，使得所有先前的（和內在的）社會區別標準成為過去。

(3)有史以來第一次，它構成了一個普遍的記號和閱讀體系。我們可以因為它驅逐了其它所有的體系，而感到惋惜，但我們也可以反過來說，其它體系（出身、階級、社會功能）的逐步衰竭、競爭的擴大、更大的社會動態、社會團體的加速流通、語言的不穩定性和它們的增多，都使得有必要設立一個清楚、直接、普遍的社會識別符碼。在一個每天有數百萬人擦身而過卻互相不認識的社會裏，「地位」符碼，滿足了知曉他人的生存需要，負起了一個必要的社會功能。

然而：

(1)普遍化、效率的代價是價值「語言」的徹底簡化、貧乏化、幾乎不可逆轉的退化：「所有的人都以他擁有的物品來決定其地位。」一致性來自排列組合系統或目錄的設立：這是一個功能化的語言，但它在象徵和結構的層次則是貧乏的。

(2)在今天，社會承認的閱讀系統對所有的人都有效，記號和價值也完全地社會化和客觀化，這樣的事實卻不會導致真正的「民主化」。相反地，**[價值] 參考單一化中所具有的強制性，似乎只是使得區別的慾望更加強烈：**在這個同質性體系本身的架構內，我們可看到一個不斷更新的層級和卓越區分的強迫性執念(obsession)在發揮它的作用。如果說道德、[社會]標籤、語言的柵欄失去作用，新的柵欄、新的排除作用還是在物的場域中興起：這一次，新的階級或種姓的道德，在最物質的、最無法拒絕的事物

身上找到了附著的對象。

因此，如果說，在今天，「地位」的符碼正在建立一個普遍的符號意義構造體制，它立即可讀，並且在任何規模的團體和社會再現(représentation sociale)中，都可以允許暢通的流動成爲可能，社會卻不會因爲這樣而成爲透明。這個符碼給我們一種虛假的透明形象、一種社會關係虛假的可讀性，而在它們背後，真正的生產結構和社會關係仍令人無法辨讀。只有在意義生成體制的知識同時也就是社會結構和事實的體制的知識時，一個社會才是透明的。而物品／廣告的體系，只能提供一個在意義生成上，永遠有共謀和不透明性質的符碼，卻不符合這個情況。同時，如果說它以其一致性帶來了一種形式上的安全性，它也是社會整體，將它的內在而永恆的裁判權，延伸到所有個人身上的最佳方法。

結論：邁向「消費」的定義

對於〔人〕和物品的關係，在不同的層次中的系統性程序的分析，我們想用一個有關「消費」的定義來作結論，因為也就是在這裏，當前此一領域中的所有實踐元素，得到了它們的完成。

事實上，可以將消費設想為一個我們的工業文明特有的作用模式(modalité)——條件是要將它由一般接受的意義中：把它作為一種滿足需要的程序，釋放出來。消費並不是這種和主動生產相對的被動的吸收和佔有，好像這樣我們就可以依據一種天真的行為（及異化）圖式來權衡其得失。我們在一開始便必須明白地提出，消費是一種〔建立〕關係的主動模式（而且這不只是〔人〕和物品間的關係，也是〔人〕和集體與和世界間的關係），它是一種系統性活動的模式，也是一種全面性的回應，在它之上，建立了我們文化體系的整體。

也要明白地提出，消費的對象，並非物質性的物品和產品：它們只是需要和滿足的對象。我們過去只是在購買、擁有、享受、花費——然而那時我們並不是在「消費」。「原始的」節慶、封建領主的浪費、十九世紀布爾喬亞的奢華，都不是消費。如果我們有理由去使用這個字眼來談當代社會，那不是因為我們吃得更好、吃得更多、吸收更多的影象和訊息，也不是因為我們有更多器具和無謂的發明可以使用。財富(biens)的數量和需要的滿足，皆不足以定義消費的概念：它們只是一種事先的必要條件。消費並不是一種物質性的實踐，也不是「豐產」的現象學，它的定義，不在於我們所消化的食物、不在於我們身上穿的衣服、不在於我們使用的汽車、也不在於影象和訊息的口腔或視覺實質，而是在於，把所有以上這些〔元素〕

組織為有表達意義功能的實質 (substance signifiante)；它是一個虛擬的全體 (totalité virtuelle)，其中所有的物品和訊息，由這時開始，構成了一個多少邏輯一致的論述。如果消費這個字眼要有意義，那麼它便是一種記號的系統化操控活動 (activité de manipulation systématique des signes)。

傳統的象徵—物 (工具、傢俱、房屋本身)，是一個真實的關係或一個實際體驗的情境的中介者，在它的實質和形式中，明白地帶有這個關係中意識或潛意識的動態的印記，因此它沒有任意性 (non arbitraire)，這個有連繫的、被包含的、滿載著引伸義，但卻又因為它的內在性 (intériorité) 關係而成為有生命的、導向 (集體和個人的) 人的事實和手勢動作的，這樣的在彼之物 (objet-là)，不是消費的對象。要成為消費的對象，物品必須成為記號，也就是外在於一個它只作意義指涉 (signifier) 的關係——因此它和這個具體關係之間，存有的是一種任意偶然的 (arbitraire) 和不一致的關係，而它的合理一致性，也就是它的意義，來自於它和所有其它的記號—物之間，抽象而系統性的關係。這時，它便進行「個性化」，或是進入列系之中，等等：它被消費——但 (被消費的) 不是它的物質性，而是它的差異 (différence)。

物品變成了系統中的記號，這種身分轉換，同時也包含人與人間的關係的改變，它變成了消費關係，也就是說傾向於自我消費 (se consommer) (這裏用的是這個字眼的雙重意義：[人與人間的關係] 在物品之中並透過物品自我「完成」 (s'accomplir) 和自我「消解」 (s'abolir)，而物品成為人和人的關係必要的中介者，而且很快地，又成為它的代替記號，它的不在場無罪證明)。

我們看到，被消費的東西，永遠不是物品，而是關係本身——它既被指涉又是缺席，既被包括又被排除——在物品構成的系列中，自我消費的是關係的理念 (l'idée de la relation)，而系列便是在呈現它。

關係不再爲人所真實體驗(vécue)：它在一個記號—物中抽象而出，並且自我消解，在它之中自我消費。

生產體制在所有的層次組織這種關係／物的身分。所有的廣告都在暗示，活生生的、有矛盾性的關係不應干擾生產的「理性」體制，暗示說它應該像所有其它的事物一樣，自我消費。它應該「個性化」，以便被整合於生產體制之中。在這裏，我們會合了馬克思所分析的商品形式邏輯：就好像需要、感情、文化、知識、人自身所有的力量，都在生產體制中被整合爲商品，也被物質化爲生產力，以便出售，同樣的，今天所有的慾望、計劃、要求、所有的激情和所有的關係，都抽象化（或物質化）爲記號和物品，以便被購買和消費。比如伴侶關係(le couple)：它的客觀目的性變成了物的消費，而且還包括了過去象徵此一關係的物品的消費。❶

來讀讀斐瑞克(Georges Perec)的小說，《事物》(*Les Choses, Lettres Nouvelles*, 1965)一書的開頭部分吧：「目光首先應該會滑動於高窄而長的走廊中的灰色地氈之上。牆壁將會由淡色木材壁櫥構成，其上的銅製配件閃耀生輝。三張版畫…帶到了皮製的掛簾，懸於覆有紋理的木製圓環上，只要一個簡單的手勢，應該便可以使它滑動…（再來）應該是一間客廳，長約七米寬三米。左手邊，應該是一個像是凹陷寢室(alcôve)般的空間，裏頭應該放著一張皮面黑色而陳舊的無背、無扶手長沙發(divan)，陪伴兩側的應該是用蒼白的歐洲甜櫻桃木製成的書架，其中應該亂堆著一些書籍。在長沙發之上，將會懸著一張滿框的羅盤地圖。一張小小矮桌之後，將用三根大頭銅釘將一張絲質祈禱氈掛於牆上，與皮掛簾相呼應，在它之下，是另一座長沙發，淡褐色的天鵝絨外套，與前一座沙發成直角排列，它將視線帶到一件高脚小傢俱，深紅色外漆，並有三層擱架，承托著小擺設：瑪

❶如此，在美國，夫妻被鼓勵每年更換一次結婚戒指，並且用禮品和「共同的」購物「作爲符號來表達」他們之間的關係。

璫和石蛋、鼻煙盒、糖果盒、玉質煙缸等等。再遠一些，應該是一些小盒子和唱片，旁邊是一組唱機，盒蓋蓋著，只能看到四個鋼製的、有格狀紋飾的控制鈕……」（頁 12）很顯然的，雖然這個「室內」帶有具有一種濃厚圓潤的懷舊氣息，其中所有的物品卻不再有象徵價值。我們只要把這一段描述和巴爾札克(Balzac)所描寫的室內相比較，就可瞭解到在這裏，物品中沒有任何人與人關係的留痕：這裏面的所有東西都是記號，純粹的記號。沒有一件東西是有臨在感或歷史感，相反地倒充滿了指涉：東方、蘇格蘭、早期美國等等。所有這些東西**只有獨特性**：在它們的差異中（它們作為指涉的模式），它們仍是抽象的，而且正是因為抽象而可以相互組合。我們是在消費的世界中。❶

然而，接下來的部分讓我可以窺見這樣的一個物／記號體系究竟有何功能：遠遠不是在象徵一個關係，這些物品在它們持續的「指涉」中，外緣於它，只是在描繪關係的空虛，而此一空虛可在這對伴侶相互的不存在中到處可以讀得出來。傑若姆和西爾薇並不是以一對伴侶的方式存在：他們唯一的現實，便是「傑若姆—和—西爾薇」，[此一]純粹的共謀關係在表達它的物體系中隱約可見。我們也不是意謂物品機械地取代缺席的關係，填滿空虛，不，：它們以一個運動來**描出**這個空虛，這個關係的場所，而此一運動，其整體組合是一種不去活出這個關係，但仍然去把當作它的一種終究可能生活方式（例外時是在一完全的退化之中）。關係並不完全消失於物品的絕對實證性之中，它在物品身上自我組構，就好像是在一個意義構成的鏈鎖的物質端點之上來組構自身——只是這些物品的意義組合形式在大部分的時間之中是貧乏的、封閉的，它只是重複地說著一個**關係的理念**，

❶ 斐瑞克呈現的「室內」裡，物品已由流行中獲得超越性，它們並非「系列性」物品。一種完全的文化強制在這個世界裏稱王——文化恐怖主義。但對消費體系本身來說，這沒有造成任何改變。

而此一關係卻不是給人生活的。皮製沙發、唱機組、小擺設、玉質煙缸：這些物品所表達的是一個**關係的理念**，它在其中「自我消費」，因此實際體驗的關係也在其中消解。

這樣便可把消費定義為一種**完全唯心的**，系統性的作為，它大大地溢出[人]與物品的關係和個人間的關係，延展到歷史、傳播和文化的的所有層面。如此，文化的要求是有活力的：但在豪華的書本和餐廳的彩色石印畫片之中，被**消費**的只是**理念**。革命的要求是有活力的，但是無法在實踐上自我組構，它便在革命的理念中自我消費。^[1]作為一個理念，革命實際上是永恆的，而它將像任何理念一樣，永遠可以被消費——所有的意念，即使是最相矛盾的，都可以記號的身分在消費的唯心邏輯中並存。因此，革命這時便在一種排列組合的術語中，在一種由未經中介的詞彙中被指涉，在其中，它被當作已經完成，在其中，它「自我消費」。^③

同樣的，消費物構成記號的唯心語彙，在其中，生命的計劃表達於一種飛逝的物質性中。這一點也可以在斐瑞克的小說中讀出：「有些時候，他們似乎覺得整個一生，都可以和諧地流淌於這幾面覆滿書籍的牆壁之間，流淌於這些完全馴服的物品之間，它們的溫馴是如此地完美，以致他們或許最終會相信，它們自古以來，便是只是為了他們的使用而被創造出來…但他們將不會覺得自己被綑綁其中：某些日子裏，他們應該會去冒險。對於他們，不會有任何不可能的計劃。」然而這些正是以條件式^[2]來書寫，而後

③字源學在此大有教益：「所有的有事物都被消費」=「所有的事物都完成」，而且也當然意謂著「所有的事物都被摧毀」。革命在革命的理念中被「消費」，意謂著革命在其中(形式地)完成，也在其中消解：所有被當作已經實現的事物，從現在開始，也就是可以立即地、不經中介地消費。

[1]我們提醒讀者，原著出版於1968年五月。布希亞後來在〈遊戲與警察〉(Le ludique et le policier, *Utopie*, No. 2/3, 1969, 頁3-15)一文中，更詳細地發揮了他對68學運的看法。

[2]法文條件式(conditionnel)除表示動作之「條件性」、「可能性」，亦表達出「不肯定」之語氣。

來書裏拆穿了這一切：不再有計劃(projet)，有的只是物品(objet)。或者毋寧說計劃沒有消失：它自滿於在物品中作為記號的實現。消費物因此正是計劃在其中「自甘消解」之物。^[3]

這便解釋了為何消費沒有止境。如果它只是我們天真的想法下的意義：一種吸收、一種吞噬，那麼我們應該要能達到飽和狀態。如果它真的和需要有關，那麼它應該以滿足收場。然而我們知道事情一點也不是這樣的：我們想要的是越來越多的消費。消費的強制性格並非來自心理上的某種宿命性(比如喝過的人會更想喝等等)，也不是來自社會威望單純的強制力。如果消費似乎是克制不住的，那正是因為它是一種完全唯心的作為，(在一定的門檻之外)它和需要的滿足以及現實原則，沒有任何關係。理由在於，它的動力來源是物品中永遠失望又隱含的計劃。在記號中失去中介物的計劃，將它的實存動力轉移到消費物／記號的系統化和無止盡擁有之上。後者自此時起，只能自我超越，或不斷地自我重複，以便不改其本色：作為一個生存的理由。生命計劃本身，被切成片片段段、不被滿足、[只]被指涉，便在接連而來的物品中，一再重新開始又再消解。因此，「克制」消費或意圖建立一個需要的格式來規範它，乃是一種天真或荒謬的道德主義。

在消費系統性和無止境的程序中出現的計劃，其根底是遭到失望的全體性要求(l'exigence d'écue de la totalité)。在其唯心性格中，各個物記號相等同，而且可以無盡地增殖：它們必須如此，為的是隨時填滿一個缺席的現實。消費之所以無法克制，其最終原因，便在於它是建立在欠缺(manque)之上。

[3]計劃(projet)：面向未來、向前投射，在沙特的存在哲學中定義為人的存在的特性。

譯後記：一個閱讀

1. 鏡象與異化(無關拉崗)

這是一本談物品的書，也是一本談人的書。物和人，主體和客體，它們的關係，便是本書最基本的質問起點。由物談人，先決的條件在於把物當作是人的鏡子。

馬克思，1844年手稿：「只有在塑造物的世界時，人才真正地顯示為一個[合於其]類種的存在(un être générique)。他的生產，便是他合於其類種存在的創造性生命。對此一生命而言，自然便像是它的作品和它的現實。這是為何工作所產生的物品，便是人的物種生命的客觀化，因為人不是在意識中唯心地自我複現(s'y dédouble)，而是以創造者的身分，實在地複現自身。他便是如此地在他自己所創造的世界中，諦觀其自身。」^[1]在青年馬克思的人類學中，客體和主體相互界定。人的本性在於他以生產物品來改造世界。反過來，製造物則是人之本性的外在顯現。在這個直接而沒有中介的關係中，主體便是客體之源；客體乃是主體的鏡子。「我們的生產便像是反映我們的存有的鏡子。」^[2]主體的存有樣態「反映」於客體的存有樣態，這便是布希亞在《物體系》一書中的基本提問起點。同時，就此觀

[1] 見 Kostas Papaioannou, *Marx et les marxistes* (《馬克思與馬克思主義者》), Paris, Flammarion, 1972, p. 38.

[2] Karl Marx, *ibid.* p. 43.

點，此書可以擺在歷史人類學的書架上，其中所進行的是一個現代社會物體系的民族誌，而它的內含基礎，則是馬克思的人類學。

然而作為批評思維，而非只是純粹描述，《物體系》亦參與了馬克思主義思潮中的「異化」(aliénation)和「物化」(réification)的問題叢結。追溯這個問題的發展系譜，有助於呈現其基本提問線索。

對於馬克思而言，遭到異化者，正是前述人在物中顯現其本性的直接關係(因此，異化問題的檢視，也就是人物關係的探討，也就是「物體系的史前史」)。在資本主義經濟中，物品註定會被轉化為商品。這種作為商品的存在樣態，乃是人的工作的抽象化，而人格的印記會在其中消失。物品不再是人具體且實在的工作的表達；它只是作為擁有交換價值的商品形式來存在，也就是說它被轉化為金錢、轉化為抽象價值。物品存在樣態的轉變，反映了人的存有的異化狀態。

然而，也必須注意到，馬克思對物人關係的分析，立刻轉向了人和人關係的分析。主體間的關係，也受到了物人異化關係的影響。在商品經濟交換中，個人所扮演的角色，被化約為販賣者和購物者。個人之間關係表面上更「自由」，實際上卻是「冷漠」。購買者和販賣者的自由意志，由他們和(成為商品形式的)物品間的關係來傳譯。究其根柢，透過分工之助，商品資本主義中的社會關連，其特點便是「個人間相互而普遍的依賴，然而個人之間卻是保持冷漠。」^[3]這裡我們注意到，「自由化」和異化間的關連，亦是布希亞的持續主題。同時，主客體間關係的抽象化，將在主體間關係的層次上，造成影響，這個主題還可作為一條主導線索，去理解布希亞思想中記號和象徵之間的對立。

馬克思的物化概念，則是用來更明確地說明商品資本主義中的人際關

[3] Karl Marx, *Grundrisse* (《政治經濟學批判大綱》), Paris, Anthropos, 1968, t. I, p. 154 (coll. 10/18)。

係。社會關係以一個「陌生的」、「獨立」於個人的體系所調節。社會關係的內容成爲物品關係的轉譯：「在交換價值中，人和人之間的社會關係，被轉變爲物品間的社會關係；個人的豐富性，被轉變爲物質的豐富性。」^[4]當然這裏所謂的物品，便是它們的商品形式。

盧卡奇在他的名著《歷史與階級意識》中，重拾了馬克思的主客鏡象邏輯。但他把物化的現象帶領到一個更深入的層次來發展。對於馬克思而言，被物化的是人和人間的關係，對於盧卡奇，連主體和他自己間的關係也被物化。盧卡奇引用馬克思在《資本論》中的說法：對於勞動者本身而言，他的勞動力也同樣以商品形式出現。盧卡奇引伸說，這代表人對自我的意識也轉化爲一種主體客體的關係；自我如此便成爲一種主體所擁有的物品，一個他可以出賣的物品。盧卡奇對物品的分析，見證了一個不同於馬克思的歷史環境。盧卡奇所處的時代正是工作理性化的時代，泰勒式管理大爲擴張的年代。在這種生產線的生產模式下，物品被割裂爲各自分離的部分，而每個部分間只存在著「偶然」的關係。物品有機整體的解體，勢必帶來其主體的解體。人被整合於機械程序中，成爲其中一個部分：他只是「對於所有降臨於其存在之事物，一個無能的旁觀者，因爲他的存在是孤立的片段，並被整合於一個陌生的體系之中。」^[5]

二次大戰後，異化問題在法國又被重新挑起，主要有兩個理論導向。一方面是沙特和馬派理論的對話，另一方面，則是馬派理論陣營中，有關「青年馬克思」地位的爭辯。

沙特在他的《辯證理性批判》中，將異化的問題更明顯地帶到存有學的層次上。對於沙特而言，人在他對物質的工作中，將自己客觀化了，但物質以它的情性，又把他人的工作力量反轉過來反對每個人。個人孤立於

[4] Ibid. p. 156.

[5] Georg Lukács, *Histoire et conscience de classe*, Paris, Minuit, 1960, p. 118.

他的內在整體化(*totalisation interne*)之中，卻是物質將他們連繫起來。我對物質進行的行動是「我為我的行動」(*mon-action-pour-moi*)，但物質也把我和其他人連在一起，我的行動因此變成了「我為你進行的行動」(*mon-action-pour-toi*)。由「我為我」變成了「他者為他者」。然而，在一個物質稀少的世界裏，這個連繫反而使得人成為他人的「多餘」。對於沙特而言，異化的兩種原始形式，便是以上的「客觀化」和「變質」(*altération*)，然而這是存有學上的必要，因此，由馬派理論解明的資本主義社會異化，只是異化過程在歷史中的一種實現。^[6]

馬克思理論陣營內的異化問題爭辯，以1923年出版的《1844年經濟學哲學手稿》為中心展開。其中心議題為青年馬克思思想中的人文主義和異化批判。其爭奪賭注(*enjeu*)則為馬克思作品的詮釋和由此而來的馬派理論的發展方向。爭辯的後果導致勒費伯禾(Henri Lefebvre)的排除，而他將是布希亞未來的社會學導師。在這個爭辯中，阿杜塞(Althusser)的態度特別值得強調。一方面，他排拒了「青年馬克思」的人文主義，認為那是一個由費爾巴哈處而來的的外來問題，並且強調馬克思由1845年起的「認識論斷裂」。另一方面，他也提出了一項批評，認為青年馬克思的哲學概念，不足以建構新的分析工具。^[7]

然而，異化的問題不只由馬克思理論的發展而來，它同時也處於一個特殊的歷史脈絡中：戰後西歐一段長期的經濟成長和科技發展的來臨。在這種新處境中，馬克思的革命預言似乎難以實現。一方面，資本主義社會進行了自我更新；它吸收了計劃經濟的某些意念。而另一方面，生活水準的提高，也使得被宰制階層受益，他們因此願意接受現有體制。在這種情況

[6] Cf. Roland D. Laing et David G. Cooper, *Raison et violence* (《理性與暴力》), Paris, Payot, 1976, pp. 119-133. (原著為英文)

[7] Cf. Jean Pierre Cotten, *La pensée de Louis Althusser* (《路易·阿杜塞的思想》), Toulouse, Privat, 1979.

下，以普羅大眾作為革命在歷史中的執行者，這種想法的意義逐漸喪失。

馬庫色(Herbert Marcuse)在他的《單面向人》(*L'homme unidimensionnel*)中分析了這個情境：「這個文明會生產，它有效率，它有能力增進舒適並使它普遍化，有能力將一個多餘的事物變成需要，將毀滅變成建構；由於它把物的世界轉化為人的身體和精神的一個面向，異化這個概念本身也變得有問題起來。人們在商品〔請注意馬庫色用的商品這個字眼〕中認出了他們自己，他們在汽車、高傳真音響、雙層住宅、廚房設備中，找到了他們的靈魂。」^[8]在這種看法中，如果異化問題還有意義，那麼它存在於系統整體的層次。理性化是被推到極致了，但手段扭曲了目的。這個單面向的社會制約了想像力，但它本身也失去了批判力。

在法國，郭德曼(Lucien Goldmann)發展了盧卡奇的「物化」和「問題性意識」(*conscience problématique*)的概念，但他也見證了工人階級作為歷史代理人，這個想法和它在現實上的隱沒狀態。「世界改變了，」郭德曼說，「資本主義史的第三階段」是一個「組織的資本主義」和一個「技術官僚的資本主義。」^[9]這個社會可以保證舒適的成長遠景，卻會造成精神層面的貧乏。在這樣的社會中，異化的問題卻是在智性的悲慘和暴力中再度出現，它也出現於意識活動領域的窄化(問題性意識的消亡)，存在於個人退縮到私生活的狀態中，也存在於日常生活的消費活動中，而消費滿足了一種對社會地位和威望的強迫性尋求。

布希亞在本書中的基本質問，便是處於這樣的歷史和理論脈絡。馬克思和盧卡奇的異化批判，集中於生產程序，馬庫色和郭德曼則集中於技術官僚體制中的理性化組織問題，而我們可以說布希亞質疑的是消費層次。質

[8] Herbert Marcuse, *L'homme unidimensionnel*, Paris, Minuit, 1968, p. 34 (英文版出版於1964年)。

[9] Lucien Goldmann, "Pouvoir et humanisme" (《權力與人文主義》), in *Marxisme et sciences humaines* (《馬克思主義與人文科學》), Paris Gallimard, 1970, p. 343。

問的基礎相同(主體和客體間的關係),不過異化問題的處理層面,則隨著問題重心的移轉而改變。^[10]

2. 在黑格爾的批評和尼采的神話之間

布希亞的老師勒費勃禾對他的影響當以深遠來形容。^[11]布希亞早期的作品可以視為延長了勒費勃禾在《日常生活批判》中對當代社會的長期檢視。^[12]

[10]有關法國異化批評和消費時代來臨間的關連,可進一步參考 Pierre Nora, note sur "l'aliénation" in *Les idées en France, 1945-1988* (《1945-1988 年間在法國出現的理念》), Paris, Gallimard, 1989, pp. 493-500.

[11]然而布希亞和勒費勃禾間亦難以脫離師生間的問題性關係。當有人問到他對年輕一輩的法國思想家的看法時,他回答說:

讓下一代來判斷吧。再者,我自己和勒費勃禾之間曾經有過類似的經驗。勒費勃禾幫了我很多忙。他在大學和其它地方教了我很多。他認為我是他的門徒,而到了後來,這一點搞壞了我們之間的關係,因為我不是他的門徒。他一定曾經這樣想過,這個年輕的布希亞不錯,他行,等等。不過,他錯了。所以,你看,我不想在下一代身上犯下同樣的錯誤。("Baudrillard: The Interview. Interview with Monique Arnaud and Mike Gane," in *Baudrillard Live. Selected Interviews*, London and New York, Routledge, 1993, p. 204)

[12]勒費勃禾不但是布希亞的博士論文指導,當後來布希亞在南特禾大學(Nanterre)講學時,他們還有同事關係。1967年11月南大社會系學生的罷課事件中,他們兩人都是學生的支持者(*Les idées en France: 1945-1988*, op. cit. p. 236)。「南大社會系自從1965年10月創立後,便深受亨利·勒費勃禾的人格影響。」Episton(作者真名為 Didier Anzieu), *Ces idées qui ont ébranlé la France: Nanterre novembre 1967- juin 1968* (《這些理念曾經動搖了法國: 1967年11月到1968年6月的南大》), Paris, Fayard, 1968, p. 24。勒費勃禾還曾在布希亞參與的邊緣刊物《烏托邦》上發表了一篇文章,說明了他的「城市策略」概念。(*Utopie*, No. 2/3, 1969)

在《現代社會的日常生活》，^[13]勒費勃禾總結了他的研究工作。在戰後社會中，也就是 1940 年代，勒費勃禾開始觀察到工作喪失了價值，並且一種對風格的懷念開始出現。日常生活的中的膚淺性格佔了上風，而它也帶來了一種精神上的貧乏。勒費勃禾希望擴大馬克思的批評圖式，給予上層結構一個辯證性的自主地位，如此，對於依賴於生產的消費活動也被賦予新的位置，其中包含了種種地位個殊的中介：意識形態、文化、建制和組織。異化批評的工作場域由此朝向上層建築滑移。同時在社會裏，那些仍沉浸於過去之中的階層仍具有活力。因此他希望能描寫表現於「節慶感」和生活風格中的「日常生活之偉大」。對於勒費勃禾而言，革命帶有節慶的印記，同樣的殘酷、無節制、浪費和限制爆裂。但回過頭來看，他認為在這樣的節慶概念中，有一種俗民主義 (populisme) 和未經深入研究的「真確」實存概念。

對於勒費勃禾而言，50 年代的特徵為新資本主義的興起，在其中，創造性能力遭到轉用，而革命意志則陷入昏睡。在日常生活的層次上，這個現象轉譯為歷史的清除：恐懼轉變為恐怖，理性轉變為理性化，自然轉變為自然化。日常生活中的膚淺性格加速發展。循環性時間線性時間所取代。**象徵 (symbole)** 墮落為記號 (signe)，再墮落為訊號 (signal)。實質的喪失，帶來了世界的解除魔咒 (désenchantement)。原來存在的不同歷史層次，傾向於同質化，成為沒有深度的平面性格。

勒費勃禾自問如何為當前社會命名 (這裏指的是 60 年代末期)。他提出了一些可能的答案，並加以一一駁斥，比如：「工業社會」、「技術社會」、「豐產社會」、「閒暇社會」、「消費社會」。(這裏也可以看出當時的社會理論預感一個新的社會正在形成，但還不太能確定它的屬性)。最後他達到的命名

[13] Henri Lefebvre, *La vie quotidienne dans la société moderne*, Paris, Gallimard, 1968 (寫於 1967)。

法為「引導性消費的官僚社會」(la société bureaucratique de la consommation dirigée)。「日常生活，在當代社會之中，已不再是「主體」(具有豐富的主體性可能)，而成為「客體」(社會組織的作用對象)。」^[14]日常生活中的剝削便是透過消費來進行。消費物品變成了記號-物(objet-signe)，充滿了想像投射和意識形態。在吞噬性的消費活動中，孤獨感和厭倦感卻不斷增衍。現代社會，在這樣的描繪下，仍是一個壓制性的社會，只是壓制的力量被內化了，成為一種自我壓制，因為其中的恐怖統治顯得溫和，因為它的面貌是母性(maternelle)和充滿兄弟愛的(fraternelle)。勒費勃禾對此一情境的解答是進行持續的文化革命，它也預先提出了 68 學運中的韓波式口號：「革命改變生活(change la vie)，而不只是改變了國家或財產關係……它如此說：『日常生活應成為作品！所有的技術都要為這項轉變服務！』」^[15]

很明顯，這些都是布希亞日後發展的主題，而它們和所謂的後現代現象已不遙遠。還要提出的是，就思想風格、某些關鍵性概念，甚至理論策略，在這些層面上，兩者間也有大量的相似性。他們的相似處指出了一種連續性；不過他們的相異點更值得注意，因為在這裏顯示出其中的個人原創性。以下，我們提出一些要點觀察：

一、理論形成過程中對文學的注重：在呈現他的問題之先，勒費勃禾首先進行了喬伊斯的《尤利西斯》和克勞德·西蒙的《法蘭德之路》(*La Route des Flandres*)兩部小說的比較。根據勒費勃禾，日常生活的概念發現於喬伊斯的小說中。然而比較兩本小說，可以看到前者具有宇宙創生般的象徵系統及神秘指涉，而在後者的透明語言中，卻是參考指涉的消失(la

[14] Ibid., p. 116.

[15] Ibid., p. 372.

perte de référence)及世界魔力的消隱。文學成爲問題形成和概念建構的靈感泉源。布希亞在本書中討論了裴瑞克(Georges Perec)的小說《事物》(*Les choses*)，未來他論及巴拉德(Ballard)的小說和波赫士的故事時，也參與了同一精神。文學在此是一個提供觀察的策略性位置，但也是最後要統一的對象。這種理論(théorique)和詩(poétique)的調和可說是前衛手法的經常性特徵(勒費勃禾在年輕時，曾參加「哲學家」小團體，並常和加入共產黨的超現實主義詩人相往來)。

二、在這樣的觀點下，日常生活並不是一個簡單的概念。在勒費勃禾的理論中，這個概念同時代表哲學的完成和超越。對他而言，哲學乃是具有深度的理性，而日常生活則是非哲學(non-philosophie)和膚淺的。「它來自哲學思考非哲學，這一點顯然是哲學在自我超越中所能達到最高完成。」^[16]這個思想在整體性中建構其對象。而這一點還被所謂的「形式」理論所增強。根據勒費勃禾，心智結構即是社會結構。日常生活乃是現代性的另一面。在現代性中，參考指涉的層面中的多樣性已被清除，只剩下最高和最低的兩個層面，也就是哲學和日常生活中的現象。而論述和日常生活現象有一種同謀關係。日常生活因此便是現代性的潛意識。就策略的角度而言，日常生活的批判更爲重要且更爲根本：「今天日常生活扮演了 [過去經濟] 的角色。它具有宰制地位，它來自一個階級的全面性策略(同時是經濟的、政治的、文化的)。需要進攻的便是這個層面。」^[17]布希亞的分析經常顯得奇怪，因爲他混合了理念層次和社會現象：然而，這正是因爲這個學派預設了日常生活和哲學間的重疊。而在其背後，則是一個想要整體地去掌握社會的意志在作用。

三、根據勒費勃禾，社會現實由三個層次組成。在頂峰，是再現和意

[16] Ibid., p. 31.

[17] Ibid., p. 360.

識形態的層次，再來則是社會想像投射的世界(l'imaginaire social)，它包裹了個人的想像和集體的象徵，最底層則是所謂實踐和感性的層次。最後這個層次，如果是作為吸收獲取，便是詩和實踐(praxis)，如果是作為一種限制，則是日常生活的特性。因此，一個物品的社會現實，同時在於實踐、想像和它所傳達的意識形態。勒費勃禾在想像投射的層面，運用了「境遇主義者」所提出的演劇(spectacle)消費概念進行批判，提出了**記號消費**(consommation de signe)的說法。^[10]在這裏，展開了一條日常生活物品的語意分析路徑，並且可以參與物體系的記號學發展。然而，勒費勃禾對記號學的態度卻是複雜的。一方面，他承認記號學在解析物品複合意義上具有效率。另一方面，在他所提出的「象徵——記號——訊號」的圖式中，**記號-物**的出現，代表了象徵維度的喪失。他的態度是接受記號學的成果，卻把它轉用到一個批判性的方向上。布希亞本人在《物體系》一書中更為介入記號學分析，但實際上，他仍是在發展勒費勃禾的想法，並且把勒氏對記號學的轉用(détournement)，提昇到一個更高的層次上。

四、勒費勃禾把社會正文當作現代性的潛意識加以閱讀分析時，使用了兩個具有強大批判效力的詮釋策略：不在場無罪證明的結構(structure d'alibi)和模擬程序(simulation)。他認為當代社會並非一個完整一致的體系。而是被割裂為許多「次體系」(sous-systèmes)，並且一個次體系可以掩護另一個次體系，作為其無罪證明。比如，技術性是技術官僚的無罪證明，菁英文化和大眾文化互為無罪證明。如果說，無罪證明是一個互予合法性的邏輯，那麼模擬便是一個補償性的邏輯。這時候詮釋必須進行逆向思考。過度的正面性，實際上，反而是負面性的徵兆。^[11]這個反向辯證法，

[10]關於境遇者國際，紀德堡(Guy Debord)和演劇的概念，請參考林志明，〈紀德堡與法國激進思想〉，台北，《當代》，No. 117，1996年1月，頁12-19。（原載《台灣賦格》，巴黎，No. 2，1995年6月，頁9-22）。

談得是對失去之物的代替(無而為有)：當參考指涉消失時，前來佔據這個空位的是後設語言，就好像大量的傳播，取代(並遮掩)了意義的零程度狀態。一般來說，當勒費勃禾談及記號消費時，他所談的便是這種無而為有的模擬性物品獲取(同時，勒費勃禾也提出了廣告和論述是記號消費的最佳對象這樣的說法)。這兩種閱讀法都來自一個有關全體性(totalité)的概念。就共時層面而言，次體系彼此互為無罪證明；就貫時層面而言，某一個項的大量出現，只是無而為有地模擬前一個階段曾經存在過，今天卻已喪失之物。此一日常生活的社會潛意識閱讀，對瞭解布希亞未來發展出的模擬和擬像(simulation et simulacre)理論，具有重要的參考價值。

五、勒費勃禾所提出的「持續的文化革命」，其具體化發展，亦在三個層次上進行：慾望(性改革和性革命)、城市(城市生活的改革和革命)、集體生活(尋回節慶)。布希亞提出的兩大取代性論述形像(figures)則是象徵(le symbolique)和大寫的物(l'Objet)。布希亞的立場批評了他的老師，並且更為激進。我們在序言裡提到的布希亞文章〈技術的社會現實〉，批評了勒費勃禾提出的口號：「所有的技術為日常生活服務！」布希亞認為，所有的技術實踐都是社會性實踐，技術的理性中立只存在一個初等層次，而它一定會宿命性地為社會邏輯所曲折。因此，「如果想要有一個由技術而來的日常生活革命，那麼便先要對整個體系進行革命，使得技術不再是它今天所是之物。」^[19]在這個批評，布希亞展露了他對體系限度的尖銳感受，並且

[19]對於中文讀者，這個邏輯並不陌生：

大道廢。有仁義。

智慧出。有大僞。

六親不和。有孝慈。

國家昏亂。有忠臣。

——老子道德經，十八章。(章節從王弼注本)

也顯示出一個不願接受區域性變更的激進主義。象徵是一個已經勒費勃禾要求恢復的價值，但在他那兒，這個理念仍和生活風格的概念相連，並且帶有俗民主義的源流。到了布希亞手上，象徵的理念則被深化，其方式在將它移轉到人類學層面，並與一個普遍的價值理論對照，將它激進化。究其深處，勒費勃禾是一位「生命」哲學家，對他而言，慾望才是不可化約的；相對地，布希亞則是一位「物」的思想家，在他的思想發展之終，只有(大寫的)物才具有激進的不可化約性。前者想要在城市生活中尋回節慶，後者卻對沙漠有特別的偏愛。然而他們的不同，也不會掩蓋住他們共享的「精神」，因為他們的思想圖式是一致的：這是一個期望整體性(totalité)的思想，但它又把「剩餘」的部分當作是它的挑戰和拯救。而且，勒費勃禾認為：「科學認識包含了行動、批判、理論戰鬥。並且，超級批判主義更勝於批判的缺席。」^[21]這種把理論實踐視為具有轉變力量的行動的想法，布希亞也以他自己的方式加以發展。

最後，當我們回顧《物體系》一書時，它的計劃(也就是說在它之所包含的一組目標)，似乎已由勒費勃禾以哲學語言說出。他認為，日常生活的研究可朝兩個方向發展：「**或者是**，在理性(哲學)和(社會)現實合一的路途上，比黑格爾走得更遠，也就是說走在哲學的實現的道路上……**或者是**，回返到形上學上，回到尼采想要超越的虛無主義上——回到神話，而且使得哲學自身成為最後的宇宙創世和目的地論神話。」^[22]他接著說：「如果我們接受黑格爾和馬克思的導向，也就是理性在哲學中的實現，那麼便會發展出日常生活的**批判性**分析。如果我們接受尼采的假設，進行評價、前景設

[20] Jean Baudrillard, "La pratique sociale de la technique," in *Utopie* (《烏托邦》), No. 2/3, 1969, p. 154.

[21] Henri Lefebvre, *La vie quotidienne dans la société moderne*, op. cit., p. 351.

[22] *Ibid.*, p. 33.

定、在事實的無意義之上**頒定**一個意義，日常生活的分析和轉變便和它牢牢相繫：這是一個開創性的行動。」^[23]在理性的批判和神話的及預言的價值建立之間作選擇和轉換：這是布希亞計劃的明白表達。這個計劃開啓了《物體系》之研究，但它還會走得更遠，甚且包含了布希亞的整個思想演變。

3. 物品如何有意義？

1964年，巴特(Roland Barthes)在意大利作了一個演講，題名為〈物的語意學〉。^[24]他在此提出對物品符號意義組成系統的想法，並且說明了他當時在理論發展上所遭遇的困難。巴特首先以功能，也就是使用上的目的性，來定義物品。然而，一旦物品進入生產和消費的社會程序，它們總是會傳遞比這一點更多的意涵——特別是在今日，當製造已被規範化和標準化之時。因此一個物品可以視為是它的功能(本義[dénotation])和一個剩餘事物(它的引伸義[connotation])的結合。比如一支白色的電話，其外表傳達了某種豪華或女性特質的意念。物品的意義剩餘存在於兩組座標的交會處：一方面是象徵的座標，屬於物的隱喻深度；另一方面則是分類的座標，乃是由社會所賦與的分級類別。物品傳遞了某些訊息，這一點是確定的。但物品如果要有符號指涉功能(signifiant)，那麼它們必須組成體系，「其結構由符號組成，也就是說，它基本上是一個由差異、對立和對照所組成的系統。」^[25]物的體系在這種記號學的提法下，可以被視為一種特殊的符號意義組成系統。

[23] Ibid., p. 35 (加重語氣處為筆者所加)。

[24] Barthes, "Sémantique de l'objet," *L'aventure sémiologique*, Paris, Seuil, 1985, pp. 249-260.

[25] Ibid., p. 250.

然而，物的記號學也遭遇了一些重大的困難。首先，有所謂的自明性 (l'évidence) 的難題。物品，因為它的物質性，在感知上便是如是地被接受，很難由其中劃分出符徵 (signifiant) 和符旨 (signifié)。巴特對這個問題以他一貫的手法來處理，他建議去觀察物品的文化再現系統，如廣告、電影、和劇場（這是他在《流行的體系》〔*Système de la Mode*, 1967〕一書中方法上的關鍵性策略——這本書全在談存於流行雜誌中被「書寫」的衣服）。另一個問題，物品的意義具有多義性。物品意義的決定權比較是在於其受訊者，而非其發訊者。同一個物品的意義可以分出不少層次，但即使是所謂最個人化的意義，比如心理分析所提出的物品意義，巴特建議說，我們仍可以在這些意義身上，觀察到符碼化 (codification) 的事實，並且可以建構一套類型學 (typologie)。因此，物體系的記號學，在布希亞開始他的研究時，仍在初生不全的狀態（其實它一直未有全面性的發展，因此本書仍是領域中的重要參考）。

巴特還有一些看法，有助於我們瞭解布希亞的思考導向。首先，物品並不是以它的全體來表達意義，被指涉的只是其中的部分品質。比如，橘子可以被當作是汁液豐富的，但是這麼一來，橘子的其它品質，比如它的滾圓、顏色等，便不進入符號意構的程序。巴特因此認為，在物品化為表意符號的過程中，總是有一個**位移**的作用。巴特另一個重要的見解認為，物品的功能和意義間是一種衝突的關係。功能是行動和人之間的中介項。功能是及物的 (transitive)，並且身處一系列的操作中。符號表意關係呢，相對地，並非行動，而是一種等同的關係。「意義使得物品脫離行動，」巴特說，「它使物品成為不及物 (intransitif)，使它凝置於一幅我們可命名為人的想像世界的活人畫之中。」^[26]不只於此，記號-物在現代社會中，並不把自己以記號的樣態揭露，而是被人當作一個可以使其存在合法的功能。這

[26] Ibid., p. 259.

種由記號朝向(虛構的或修辭性)功能的回返，巴特認為，乃是「一個重大的意識形態事實，特別是在我們的社會中。」^[27]這裏我們已經可看到《物體系》第一部分中，一些對功能體系的基本檢討方向：物的部分解放中的位移效應和功能化神話中的掩飾和合法化作用。不過，布希亞在此其中加上了馬克思和勒費勃禾的批判語彙和思考模式。同時，意義體系形成程序中的位移和回返等效果，也預示了未來布希亞要經營的符號政治經濟學批判。

巴特針對汽車所寫的一篇文章〈汽車，自我的投射〉^[28](為布希亞在本書中多次引用)，也值得我們注意。運用一系列使用者訪談的成果，巴特在此具體地談物品的多義性(polysie)問題。汽車的神話學意涵，可以區分為兩大群屬。一方面是運動上的幻想，強調力度和身體與機械間特優的接觸。在另一方面，汽車則被視為第二個家，親密空間的延伸。汽車，因為它的移動能力，代表了獲得自由的工具，但同時也是「汽車一家」(maison-auto)，其中的自由比較不是由冒險而來，而是由逃避而來。巴特也觀察到，由於汽車的普及，一般來說，它已經不再是地位的記號。其中的差異分化系統展開位移，比較不是依據作為物品的汽車來進行分化，而是依據其使用方式，也就是說人們以駕車的方式來顯示其與眾不同。如此，物品的使用，及由此而來的人的行為，也被整合到物的意義分析之中。《物體系》也談到了這個主題。

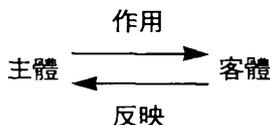
《物體系》在一開頭便對現代物品加速老化表現出一種尖銳的感受。布希亞也提出將物品的種種社會意義加以分類的重要。李維斯陀的「具體科學」(science du concret)^[29]「和巴特提出的」社會—邏輯」(socio-logique)^[30]顯然是其重要的理論刺激。對於分類邏輯的探討，可說是結構主義思潮對

[27] Ibid.

[28] Barthes, "La voiture, projection de l'ego," *Réalités*, No. 213, oct. 1963, pp. 92-96.

[29] Claude Lévi-Strauss, *La pensée sauvage* (《野性的思維》), Paris, Plon, 1962, chap. 1.

意形態批評和分析作出的深入化。如果馬克思的人學基本圖式可以表達為主客體鏡象關係：

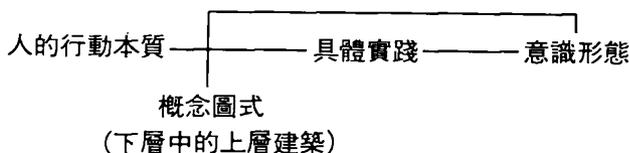


李維斯陀則認為，這個關係必定要被中介：「馬克思主義者——或者馬克思本人——其推論方式，太經常把人的種種實踐(*pratiques*)，當作是直接由人以行動去改變世界的本質(*praxis*)中導出。我們不質疑下層建築的優先地位，但我們認為，在人的行動本質(*praxis*)和其具體實踐間，總會纏繞混雜著一個中介者，那便是概念性圖式(*le schème conceptuel*)……上層建築的辯證法就和語言的辯證法一樣，都在於提出組成性單位(*unités constitutives*)……以便接著以這些組成性單位去提煉一個體系，而這個體系便可作為一種介於理念和事實間的綜合作用元，並將後者轉變為記號(*signe*)。」^[30]李維斯陀的主張，其原創之處，在於辯證地思考意識形態的地位，將它分裂為一般所謂的上層建築和一個「處於下層中的上層建築」(*infra-suprastructure*)，也就是所有行動所必須的理解性先決條件(接近卡爾·曼漢所區分的完全意識形態和個殊意識形態)。^[32]我們可以將李維斯陀的主張化為以下的圖式：

[30] Barthes, "Sociologie et socio-logique" (社會學與社會-邏輯), *Information sur les sciences sociales*, déc., 1962, I, 4. 這篇文章後來部分地重刊於一本討論李維斯陀的集體著作中, *Claude Lévi-Strauss*, Paris, Gallimard, 1979, pp. 39-47.

[31] Claude Lévi-Strauss, *La pensée sauvage*, op. cit., p. 160.

[32] Karl Mannheim, *Ideology and Utopy*, New York, Brace and Company, 1936, pp. 55-59.



巴特的現代神話意識形態分析，也就是他所謂的「社會—邏輯」，便是在這個深度中介的層次裡運作。他說：「有一天，也許社會-邏輯可以使得我們瞭解大眾社會的倫理曖昧性，它在社會層面異化(而不再是在自然層面異化)，卻又以此一異化作為理解世界之工具。」^[33]

再回到前述李維斯陀引文，我們也可明白看出，結構主義思維下的意識形態批評，除了深化了馬克思主義的思考，同時還提供了一套概念運作的新語彙和新的可能。布希亞在本書〈導論〉裏嘗試結合的便是這些新的分析方法：將物品區分為「本質」(本義)和非本質(延伸義)兩部分，並延續巴特的見解，探討其功能(相當於本義層次)和意義(相當於延伸義層次)間的衝突關係(意義對功能的扭曲作用，布希亞並將其連繫於心理分析中的「壓抑作用」)。同樣的，由社會分析而來的「邊際差異」則和巴特探討的「離散場域」相結合(見〈導論〉最後一段長註)，而成為本書中的一個重要操作性概念(*concept opératoire*)。

因此，《物體系》一書所要提出的一組基本問題便是：「人對物的真實生活體驗問題，及物如何回應功能性需求以外的其它需求的問題，和[物的]功能相牽絆又相抵觸的究竟是何種心智結構，回答我們對物的日常生活經驗究竟是建立在何種文化的、亞文化的或超文化的系統上(*système culturel, infra- ou transculturel*)。」也在於「人類究竟透過何種程序和物產生關聯，以及由此而來的人的行為及人際關係系統。」(見〈導論〉)

在這一番討論後，布希亞這部作品的理論處境當可明朗化。其基本的

[33] Barthes, in *Claude Lévi-Strauss*, op. cit., p. 47.

質問(questionnement)來自馬克思所提出的主客體「鏡象」關係。其目標則在於建構一個日常消費活動中的異化批判，而這是勒費勃禾已經設下的計劃(projet)。至於其研究的操作性綱領(programme)，巴特的記號學提供了研究對象形成和解決方法上的協助。這幾個層次區分並非只是在玩弄字眼。我們還記得阿杜塞對「青年馬克思」思潮的批評，便是認為這個運動缺乏操作性方法和分析工具。由勒費勃禾定立的「計劃」，如果要將其具體地實現，還需要一個「操作性綱領」來引導研究中的「實作」(faire)問題。或者反過來說，巴特的記號學提供了分析方法，^[34]但勒費勃禾的「計劃」則改變了它的目的性方向。然而，就是如此地結合異源的計劃和方法，

[34]我們在這裏針對《物體系》一書解讀，巴特被呈現為分析方法的提供者(或者說，此書是巴特「物品語意學」的研究的補全)。然而，如果我們把視野放大，那麼巴特對布希亞的「影響」，絕對不止於此。巴特可說是布希亞的「模範」。光是比較其著作書名，即可發現其平行之處：《流行的體系》(1967)／《物體系》(1968)、《記號帝國》(論日本，1970)／《美國》(1986)、《文本的樂趣》(1973)／《生產之鏡》(1973)、《巴特論巴特》(1975)／《他者自述》(1987)、《戀人絮語》(1977)／《誘惑論》(1979)，或許還可以加上，《顯義與鈍義》(1982)。死後論文集結，書名來自1970年的〈第三類意義〉一文)／《擬像與模擬》(1981)。Regis Salado在巴特逝世十週年的一個討論會上，還提出《神話學》(1957)／《消費社會》(1970)、〈記號學要素〉(1965)、《S/Z》(1970)／《邁向符號政治經濟學批判》(1972)、《偶發事件》(1987，為巴特1968-69年摩洛哥旅行雜記和1979年日記，死後出版)／《酷回憶I、II》(1986, 1990)，這些作品間(由書名上還看不出來)的親近性。Régis Salado, "Barthes/Baudrillard: La corruption de la théorie"(《巴特／布希亞：理論的腐化》)，in *Barthes après Barthes: une actualité en question* (actes du colloque international de Pau, 22-24 nov. 1990), Pau, Publications de l'Université de Pau, 1993, pp. 145-156.

布希亞本人在一次訪談中，証實了評論者的假設：「羅蘭·巴特是一位我覺得非常親近的人，[我們的]立場是如此地接近，以至於他所做的許多事，也是我自己可能會去作的，然而，我倒沒有意思要把我自己的寫作和他的相比較。」"Baudrillard: The Interview," in Mike Gane (ed.), *Baudrillard Live, Selected Interviews*, op. cit., pp. 203-204.

布希亞最後卻能提出具有創意的主張，而且，隨著其思想演進，後來還會衝破其原初的思想架構——馬克思理論。

4. 《物體系》的體系

《物體系》一開始便大談分類，然而其中的物品分類原則，作者自己卻沒有明確地說明。要討論布希亞在此書中的主張前，首先便要解析其中內含的分類和組構體系。

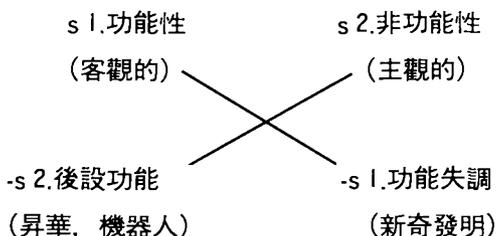
〈導論〉和〈結論〉不計，本書共分為四個部分，它們分別是：A. 功能性系統或客觀論述、B. 非功能性系統或主觀論述、C. 後設和功能失調體系：新奇的小發明和機器人、D. 物品及消費的社會-意識形態體系。

首先，我們可以發現，整個書的建築結構顯得有些不對稱。研究的對象由物的諸體系的描述朝向消費概念的建構滑移。大體上來說，整個書的進程，首先是一個由真值模式(modalités aléthiques)管轄的客觀論述，再來是走向一個由查核模式(modalités véridictoires)管轄的參考爭辯論述(discours référentiel) (和不同的理論對手討論及批判消費的意識形態)，最後在結論中，由前面的收穫，定義了一個新的知識對象，並指向新的追尋。前面的認識性運作，成了後來的理論戰鬥中的武器。接著這兩個運作過程，再連合起來去判定未來計劃的合法性。^[35]這樣的一種雙重綱領，給與本書一種爭論性書寫的性格。

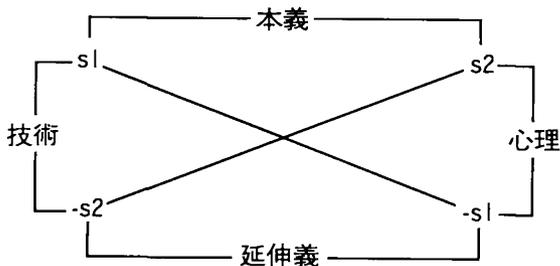
再來，我們可以觀察到，前三個部分圍繞著一個核心打轉：功能性。我們可以認為，布希亞提出了一個現代物品的共同語意元素(un sème com-

[35]有關社會科學論述中的論述性和敘述性問題，可參考 A. J. Greimas, "Des accidents dans les sciences dites humaines, l'analyse d'un texte de Georges Dumézil," in *Du sens II* (《論意義 II》), Paris, Seuil, 1983, pp. 172-212.

mun)。因此我們可以嘗試由他所提出的對稱分割中，去組織一個物品論述的深層結構：



由這四個項，我們還可再組成四個後設項(méta-termes)：



由此一圖式^[36]出發，我們可說《物體系》在垂直方向上，於兩個層次進行分析：本義和延伸義層次。這裏和巴特的取徑相似。然而本義層面包含了兩個對立而互補的項(兩個次系統)，也就是功能性體系(在其中組織了

[36]圖式的模型為克萊恩「四項組」(4-groupe de Klein)，其中，s1與s2的關係為對立而且互補(opposée et complémentaire)，-s1和-s2則為前兩項之否定。對立者與否定者之不同處在於後者帶有被否定者之「記憶」，而對立關係並不阻止兩個在一個更抽象的層次具有共同點。關於這一點，可參考Joseph Court, *Analyse sémiotique du discours: de l'énoncé à l'énonciation* (《論述的記號學分析：由言說內容到言說活動》)，Paris, Hachette, 1991, pp. 137-152。

客觀論述)和非功能性體系(在其中組織了主觀論述)。就水平方向而言,《物體系》分離出兩個分析層次:物品的技術層面和心理層面。本義層次的兩個次系統結合起來,可以得出一個中立的項,既非技術亦非心理,那便是記號體系(記號在此是就其系統意義而言,因為待會我們看到記號本身也有許多層次)。至於延伸義層次的兩個典範性的範疇——新奇而無用的小發明和機器人——連合起來,則可以形成一個複合項,也就是說既是技術又是心理(比如技術的想像投射)。

以上是由本書的分類中所能作出形式化推演。然而這種純粹的記號學分析並不能詳盡布希亞在本書中所使用的種種概念音域。因此必須加上一些補充:

一、《物體系》中的另一個基本的物品分析架構是時間上的劃分。傳統物品和現代物品的對立是布希亞重複並系統性使用的思考範式。事實上,《物體系》和我們述說了一個日常生活物品的演變史。在這個沒有明確日期的歷史裏,過去定義傳統物品的「功能」(fonction),經過了抽象化的過程,成為現代體系中的「功能性」(fonctionnalité)。這也是一段「去語意化」(désémantisation)和「再語意化」(resémantisation)的過程:傳統物品中的象徵向度,消失於現代的記號物之中。和傳統物品的年壽穩定及無秩序出現相對的,則是現代物品經過規劃的加速過時。當然,布希亞的興趣既不在歷史性描述,亦不在這一段歷史的因果解釋。這個故事(récit),建立了一個不連續的斷裂,實際上是在為《物體系》建構一個概念框架。雖然如此,過去仍可成為現時體系的批判據點,而這一點,也給布希亞作品帶來一絲懷舊的氣息。

二、乍看之下,《物體系》提出的類形分佈,似乎可以視作一種以物品的功能狀態來進行的分類。功能性體系集合了具有實用效能的物品。非功能性體系則由無功能之物組成。其它兩個群組中的物品和它們的實用功能,

維持著一種二次度的關係：機器人代表技術的超越性狀態(transcendence)；新奇的小發明，則代表功能上的錯亂狀態(aberrance)。然而，這裏會出現一個明顯的問題：同一件物品可以同時被包含在不同的範疇裏。比如汽車是一件有實用功能的物品，它顯然要被包含在第一個集合中。但是當汽車成爲收藏中的一項時，它又屬於第二個集合。這時，我們得反省一下本書所謂的「體系」究竟是何意義。首先，體系似乎是一個由其中所含之項的實質所決定的集合性範疇，它的意義接近「類型」、「範疇」、「種類」。但在下一刻的反省裏，它又顯示爲一種組織物品的特定原則。它的存在其實是理念性的——前述的概念性圖式。《物體系》提出的基本主張，**究其根柢，乃是物向記號的轉化(conversion)**。這四個體系，**實際上是此一轉化的四種模式**。這四種模式可以由它們基本構成物品身上脫離開來。或者我們也可這麼說，它們可以重疊地應用在同一件物品上，作爲四種決定其意義的模式。在表面上，《物體系》提出了一套物品的記號學和語意學建構，但在根柢處，物品的記號化程序，才是《物體系》中描述和批判的社會性程序。布希亞的興趣，比較少在於建立一套物品的操作性記號學，而在於檢討此一變化的深遠影響。記號學在此遭到轉用，離開了它原有的目標。它成爲一個過程，引向另一個自有其目標的計劃。

三、然而這四個體系，並不在同樣的現實層次上運作。由巴特的圖式來看，我們可以說，前兩組是專門在本義層次上運作的符碼，而後兩者則在延伸義的層次上運作。然而，如果我們參照勒費勃禾所提出的社會現實層次理論，事情還會更清楚。功能性和非功能性體系(比如收藏)，運作的層次是物品實踐—感知的層次(操控)。後設和功能失調層次，則作用於形象投射的層次(心理投注)。最後，我們一直擺在一邊的社會—意識形態體系，則作用於意識形態層面(制約，不過它的主要對象是主體，或是主客體之關係)。前兩個系統可以整合具體的物品或行爲。有關機器人所體現的技術形象，則在科幻小說的想像層次上進行分析。至於意識形態呢，它主要

是透過一些「建制」(institutions)去進行，比如個性化、模範與系列、信用貸款等。物品的存在被分析為各種地質層次。這本書的雄心便在於論證，不論是那一個層次，都存在著物品向記號轉化的程序，而也就是這個共同的程序，使得被層層分析的物品，可以再被重新整合，進入一個完整的「物體系」之中。

5. 記號的三個音域

《物體系》的中心主題即是物品轉變為記號。然而，延著此一主題在書中的發展，記號的概念逐漸分佈於三個不同的音域：記號學意義下的記號，心理分析意義下的徵兆(症狀)，最後則是社會地位標位中的訊號符碼。記號(signe)、徵兆(symptôme)、訊號(signal)，這三個記號概念在物的分析中相互纏繞。它們也對應了布希亞在本書中使用的三個理論架構，那就是，記號學、心理分析和分化社會學(sociologie différentielle)。就理論層次而言，《物體系》也代表了溝通這三門學科的企圖。^[37]

a. 記號

記號學的記號概念，它在書中被理解的方式，比較不是意義代表者(符徵和符旨的連結關係)，而是作為系統中的一項。這個理解顯然來自索緒爾的「價值理論」。此一理論也是結構主義的中心原則，結構中的一個項，它

[37] 《物體系》原是布希亞的博士論文。在出版時他作了一些修改。比如在〈導論〉的最後，論文本(現藏南特禾大學圖書館)即明白提出運用了「結構分析、心理分析、社會學」方法(論文 XIII 頁)，而這一段(共 3 頁)在出版時被刪去了。另外，論文中值得注意的一點是，刪去了會令人聯想到拉崗(Lacan)及布迪鄂(Bourdieu)的句子和片段，如論文本 141 頁和結論中的最後 5 頁。

的值並不來自其本有的內容，而是來自它和同一結構中其它項的關係。^[30]對布希亞而言，一個合理一致的(cohérent)體系，如此形成之後，會造成人和物之間關係的抽象化。

這樣的記號概念為其對立面所限定，那便是象徵。現代物品之間具有合理一致的關係。也就是說它們所具有的功能性(fonctionnalité)，事實上只是由整個體系的運作(fonctionnement)來維持。在這個功能性的相對面，則是傳統物品所具有的「功能」(fonction)。就製造方式而言，這個相對性正好也和手工製品和工業產品間的對立相吻合。

傳統的勞動(手工)是一個未被理性化的有機過程，這個主題過去已經由盧卡奇簡短地提出了。手工工具需要人的勞力參與。工具也因此成為人的有機延伸。但也就是因此，在手工工具和人體之間，存在著和諧的關係，這是為何我們可以在它們身上找到「風格」之美。

現代的機器來自能量的解放，它只需要最少的勞力參與。但這麼一來，人和物間的身體關係便被縮簡到一個「智性—感官」的操控層面。然而，對布希亞而言，這個變動中，最重要的，不是一組手勢動作被另一組手勢動作所取代(盧卡奇所提出的觀賞性異化——工人成為程序的旁觀者)。真正的變化，來自一種和過去以手勢動作進行功能分佈毫無關連的新的功能分佈。新的分佈，實際上，只是建立在技術本身的合理一致上(和人體的邏輯衍伸無關)。這種物品的新操作場域，所需要的是人的抽象智性，比如管理和計算。

對於日常的消費物品，人和物之間的關係也是一樣的。現代性的實踐是智性的。《物體系》整個對現代室內的分析導向此一結論。透過元件／擺設，氣氛／座位兩大軸線進行的分析，布希亞為我們呈現出書中最具記號

[30] Ferdinand de Saussure, *Cours de linguistique générale* (《一般語言學講稿》), Paris, Payot, 1960, p. 162.

學性格部分。似乎有一組基礎的室內論述符碼可由其中導出。但我們立刻注意到，他所謂的客觀論述分析，並不著重於解析體系的運作。這裏的體系，就像是麥克魯漢筆下的「媒體」，它便是它自身的訊息，也就是說重點在於探討由此產生的人的行為變化。在這些分析背後，因此有一個類似「制約」的想法。這也是為何當布希亞提到物品已組成了記號體系，他卻從不詳細說明某一物品或某一物品組合論述的意義。

《物體系》中的一個強力的篇章，是它有關「收藏」活動的分析。這是在本書在布希亞專題討論之外，最常為人引用的部分。我們將在本文最後，開闢專節來討論。這裏只是要指出，布希亞重視的是收藏者對收藏品的擺弄、分類、操弄活動(收藏的系列性)。如此，物品本身的價值也在這些組織性活動中被抽象化了。索緒爾價值理論繼續得到發揚，因為在這的個人符碼中，所有的物品「因為它們只指向主體，便是相互指涉。」

b. 徵兆

如果我們可以把徵兆(或說症狀)當作記號大家族中的一員，那是因為它有「意義」。徵兆是潛在者的顯現。布希亞對物的徵兆解讀顯然地受到佛洛伊德心理分析的啓發。佛洛伊德曾經說明，心理分析(psychanalyse)和一般精神治療(psychiatrie)最大的不同點，便在於心理分析著重徵兆顯現的方式和它的意義。^[39]在佛洛伊德對神經質病徵的分析中，我們可以看出，徵兆和記號學記號(signe sémiotique)的不同。首先，佛洛伊德提出，徵兆的一大特色，便是出現時帶有強大的能量。這種記號力量的說法，並不一定存在於記號學體系中，因為體系在此比較是在執行一種客觀的限制。在

[39] Freud, *Introduction à la psychanalyse* (《心理分析導論》), Paris, Payot, 1961, chap. 16,

"Psychanalyse et psychiatrie," pp. 225-238.

徵兆的概念中，主體和徵兆推動者所具有的力量進入一種衝突的狀態。和徵兆能量相關的，則是所謂的多元決定 (surdétermination)，比如強迫性神經質症的徵兆：「並不是來自單一的幻想性意念，而是由一大群這一類的意念所引起，它們全都會聚於某一特定之處。」^[40]於是，有關徵兆的閱讀，便是多元決定程序的重構。如果說，記號學是一個關係理性，那麼心理分析的徵兆學便是一個因果詮釋。徵兆常和患者的私生活相關，它是個人化的。但佛洛伊德也表示，存在有典型的徵兆，而且「可以把典型的徵兆以典型的事件，也就是以所有人共同經歷的事件來解釋。」如，此便打開了一個新的境地，可以在超越絕對個人的層次上來研究徵兆。

布希亞在數個層次進行他對物品的徵兆閱讀。一件單獨的物品可以是一個徵兆，但是整個體系本身也可以說是徵兆。在大部分的時候，則是由體系所建立的特定行為，被當作一種病態的顯現來閱讀。如此功能系統中的智性化、收藏活動中的自戀，都在一種病理分析中，被當作主客體的徵兆性關係來詮釋。

在佛洛伊德的病理研究中，心理退化的原因主要來自損失 (privation)。^[41]現代功能性體系的出現，也是來自缺乏 (manque)。比如功能化傢俱乃是空間缺乏的徵兆。對於空間的基本慾求和現代生活中的空間匱乏相衝突，便以功能化傢俱的機動性加以彌補。在這個角度裏，「進步」解放了物品的功能性，但它只是一個徵兆、一個妥協性的解決，而不是問題的真正解決。

對佛洛伊德而言，症狀的去除並不一定是好事，因為它和我們的防衛系統相關。布希亞也提出，物的擁有，即使有病態之處，也是使我們的生存具有生命力，並可維持(神經質的)平衡的一個面向。因為在擁有物的操

[40] Ibid., chap. 17, "Le sens des symptes" (症狀之意義), p. 250.

[41] Ibid., p. 329.

弄遊戲(個人符碼, 個人對他自己發出的論述, 「和我自己說話」), 可以幫助人解決由生命邁向死亡的不可逆轉性。就好像「夢的功能是維持睡眠的延續, 物品維持生命的延續。」

在這裏, 布希亞有對物世界的思考開始進入一個具有曖昧性, 甚至悲劇性的方向。這一點特別表現在他對技術的態度上。在徵兆閱讀的星座下, 技術已不只是作為製造者的主體的一面反射鏡, 它也是人潛意識的外顯系統。如果說, 技術發展在一段英雄時期之後, 就停滯於幻想所要求的自動化和無用發明, 繁縷累飾, 如果說技術並沒有理性地去追尋它的 happy ending, 那是因為商業邏輯的扭曲作用(如馬克思主義者所想), 還是因為人心深處其實並不如此要求和看待技術? 如果在那代表科技超卓幻想的機器人身上, 人卻也不斷地去想像它的反叛和自毀, 是否那是因為人也暗中知道那是他的死亡本能的化身和投射? 這個問題等於終結地去問人基本上是理性或非理性的, 而答案如果是後者, 那麼強去要求物品走上理性之路, 本身是否是另一個更隱含莫測之物的徵兆? 套一句布希亞的話, 這個問題在此時還是開放的。

c. 訊號

訊號的概念是《物體系》中的強力批評概念。但是也就是因為如此, 必須要明確規限它的應用範圍。訊號的收放具有迅速、不經思考、甚至自動性(純粹地應用符碼)的特質。勒費勃禾已經提出訊號是象徵向記號演變再下一層的變化。在書中, 訊號的概念被提出來, 特別是為了據以建立一個對日常生活中, 引導性消費造成的「制約」效果的批判。它包含了一個對強制符碼和物品意義貧乏化過程的強烈反對。

另外, 訊號的概念在《物體系》中被召喚出現, 並不是要描述物品本身, 而是解釋「品牌」現象。當然, 在社會領域中, 物品從來不是「赤裸」

地出現；它總是被加上一個二次度意義，一個社會性延伸義。訊號系統便是在這樣的一個複合物品上運作，我們可以將它稱作「品牌—物」(objet-marque)。

對於布希亞而言，大眾消費物品並不能構成一個真正的語言。技術結構，以其理性一致性，可以構成一個語言結構。然而物品真正的意義總是存在它的延伸義之中。品牌分佈所體現的工業化和商業化程序，強行建立了一個解讀網絡。因我們可以說在消費品中有一個個性符碼和社會地位符碼。但對於布希亞而言，這是一個最貧脊的語言。它們就像是地圖上的符號，只能讓人一對一地去找尋符應，而不能透過一個活生生的構句法去組成一個真正的語言。對於品牌的「忠誠」，便是這樣的一種訊號性的制約反射反應。

在此我們也必瞭解其應用範圍限定的重要。訊號性物品的特徵之一便是它的無構句性質。相對地，物品的功能和非功能性系統似乎可以構成一個語言，並且生產出客觀（針對他人）和主觀（針對自我）的兩種論述。這兩種系統都共享同一種遊戲式的排列組合(ludique-combinatoire)，而這也是它們的使用核心及其心理魅力來源。因此訊號性的物品是在購買的關係中出現，而不是在使用或擁有的關係中出現，不然我們便無法瞭解全書的組構配置。^[42]

[42]「只要去想想被獲取的物品，不論何者，都是客觀化的社會（階級）關係，便可以瞭解一個物的世界的社會學應該往那個方向去發展，而它可以不是一個化裝為現象學-記號學分析的心理投射測驗的固定程式(protocole)（我心想的是尚·布希亞，《物體系》）。Pierre Bourdieu（布迪鄂），*La distinction, critique sociale du jugement*（《卓越區別，判斷力的社會批判》，Paris, Minuit, 1979, p. 84, n. 86）宣稱《物體系》並非嚴謹的記號學應用是正確的：的確也有某種接近現象學描述的取徑加入其中（不過是鬆散意義下的現象學）。然而固定程式的概念不能含蓋書中討論物的獲取(appropriation)關係的所有範圍。它只能去談「訊號」的應用領域。

最後還必須提出，物品化爲訊號的程序還受到兩個商業體制的協助：個性化和模範／系列的圖式。這兩者都爲現代物體系所特有。布希亞在這些體制的討論中，展開了有關消費意識形態的批判。

6. 批判消費的意識形態

在前述的訊號概念中，包含了一個重要的面向——制約。它的圖式可由「訊號——反射反應」來表達。訊號是一個貧乏但強大的記號。它不需要被詮釋，因爲它會引起沒有曖昧意味的反應。對布希亞而言，廣告在使物轉化爲訊號的程序中，具有有強大的地位。同時，廣告本身，也是作爲記號，也就是訊號來消費。^[43]

在這個領域中，布希亞的一個重要的參考來自巴卡爾德(Vance Packard)的著作《匿名的說服》。在這本書中，巴卡爾德說明購物動機研究派的廣告專家，如何利用前意識測驗，去找出購物者的潛意識理由，進而以一些作用於其非理性層面的策略，去制約消費者的選擇。如此，廣告所發出的訊號並非一般性的，容易感知的訊號。這樣的訊號，被事先研究過，專只是作用在我們的前意識和潛意識上。廣告中的受言者(énonciataire)，其實隱藏人們的內心深處，而它的說服力便在我們所無法明瞭之處作用。

巴卡爾德提出三個理由，解釋爲何廣告業者會走上動機研究的路途。第一、傳統的「開門見山式」的調查，後來顯出效力不足。廣告業者開始懷疑購物的真正動機並非理性選擇。第二、戰後美國的過度生產現象，使得銷售上的解決比過去更爲緊急。生產上的困難似乎已經解決了，問題變成如何說服已經頗爲富裕，而擁有大部分必需品和先進產品的美國人，去作

[43] 不過這裏他提出一個更細膩的心理過程分析：在廣告中說服我們的是一種難以察覺的，有如氣氛般的「訊號」。見下文分析。

更多的消費。第三、產品比過去標準化，使得它們之間越來越相似。如何固定消費者的偏好成爲主要的問題。後兩點亦爲布希亞批判引導性消費的依據點。

稍微談一下巴卡爾德著作的細節有助於瞭解當時的問題氛圍。比如爲了「幫助」消費者解決難以理性分辨產品差別的問題，廣告業者（或說行銷專家）便利用仔細研究過的形象，去自動地發動品牌具有「個性」的印象。最細緻的形象則被利用來使得品牌的形象和可能顧客（靶標〔cibles〕）的自我形象相合。自戀的心理被利用來分化品牌。一位廣告專家說得很清楚：「每一個汽油牌子都以一個形象或個性作爲其象徵物。而每一個牌子便幫助消費者回答下面的問題：『我是誰？』」^[44]購物選擇成了社會單子不斷進行的自戀式公民表決，而就像所有的公民表決，問題總是如此簡化，選擇總是如此典型化。另一個策略，在於設法消除由超我而來的禁制，或是去滿足人們隱藏的慾望。被賣出去的東西，因此不只是產品，還是感情上滿足，擁有根源的感覺，或是力量感。不只潛在的變態性慾和口部滿足被系統性地剝削，甚至連主婦在超級市場面對大批貨物產生的催眠狀態，也被科學地研究和被毫無節制地運用。在利潤的壓力下，操縱潛意識的所有可能方法都被派上用場。巴卡爾德認爲，由於動機研究中明顯的反人文主義，這裏必得討論道德問題，但他也認爲這個方法有可能顯示人們的真正需要，因此可以使得產品更爲實際。他對道德問題的態度是個案處理。也就是在這裏，布希亞的立場和巴卡爾德相離。布希亞並不討論目的和手段間的合宜問題。他以全面的角度來看問題，並且譴責廣告對吾人慾望的倒錯效應和它的「政治」功效。

布希亞在此的另一位主要對話者爲美國社會心理學家黎斯曼(David Riesman)。在他的《寂寞的群衆》(*The Lonely Crowd*)一書中，黎斯曼

[44] Vance Pakard, *La persuasion clandestine*, Paris, Calmann-Ly, 1958, p.52.

分析了美國社會的性格轉變：由內向性格轉為外向性格。在這個轉變中，消費社會的來臨，既是原因亦是效果。對於黎斯曼而言，在一個豐產的社會中，資源充足且資本累積迅速，中心的問題不再是物質環境，而是人際關係。^[45]這樣的社會要求的是一個新的性格類型，有能力作浪費和奢華的消費，也有能力消費閒暇和奢侈品。外向性格非常注意他對他人發出的訊號。消費成為他向團體發出合於規範的訊號的主要手段之一。

這個訊號的想法，也可以幫助我們進一步理解前面分析的記號三音域。功能性系統產生了客觀論述，並向他人發出，然而在這樣的論述裏，主體的簽名消隱於系統化的記號學記號之中。非功能性系統可以依靠物品的徵兆性使用，產生對象為自我的主觀論述。作為社會訊號的物品，相反地，則向他人傳送自我形象。在這樣的物品記號操縱中，主要的關懷是「他人是如何去想我這個人？」

邊緣性差異的概念亦來自黎斯曼。他認為現代社會有能力設計、生產和經銷大量的不同產品。它們的差異只是邊緣性的，而其效力主要在運作流行和其加速現象。一個團體的身分認同常是建立在消費中具有辨別性的品味之上。其成員發出的合於規範訊號，常只是在很微細的品味差異上打轉。對黎斯曼而言，這個現象意謂著消費者有很多要學的地方。而消費的學習打從兒童時期便開始：「今天，彼此類似的出版品教育年輕人去區別百事可樂和可口可樂，就好像後來，它們也教人去區別 Old Golds 和 Chesterfields。」^[46]

黎斯曼認為，外向性格要求關愛比要求敬仰更多。《物體系》中引用的一個例子很能有效地說明此點：芝加哥近郊，Park Forest 的居民抱怨市

[45] David Riesman, *The Lonely Crowd*, New Haven and London, Yale University Press, 1961, p. 18.

[46] *Ibid.*, p. 98.

政服務不佳。但他們的論述圍繞著「公共關係惡劣」而進行。黎斯曼因此推論說人們不是因為與他們生活直接相關的市政服務不良而抱怨，而是因為「他們沒有被足夠操縱到去愛它。」^[47]寂寞的群眾首先要求的便是關愛：要人們照顧他們的感情。基本上，布希亞認為廣告對我們的潛意識，便是發出這種關愛的訊號（見「聖誕老公公的邏輯」一節）。

對於廣告專家所宣揚的「哲學」，布希亞的批評也是依循同一路線批評。我們不必復述。只想提出幾個重點：

一、「政治」在這樣的批評裏，並不是傳統的意義下的使用方式。廣告主和廣告業者由廣告中獲取其利益，但他們有一個政治上的功能，而這一點他們自己並不知曉。重點不在人們日否相信這個或那個牌子，而是透過廣告所進行的社會整合程序。分析提出了生產體制的作用，卻沒有特別指明某一個受益的「階級」。批評的對象是整個體系，而不是不同的階級間的鬥爭。我們甚至會覺得即使領導階層本身也是在同一個程序之中。真正的指導性力量因此是「體系」本身。在這個階段裏，布希亞所描述的社會，是一個整合型的社會。分析中所有的機制都會合於社會整合功能。在其背後，則顯示出馬庫色已經談及的單面向性質和反對的不可能。

二、布希亞的對話者皆為美國人（除了簡短地提到西蒙頓〔Gilbert Simondon〕之外）。某些矛盾的地方來自此一地理上的轉位。比如布希亞認為模範只以虛擬的方式存在。但他接著又去討論模範和系列的「真實」差異，而其「地位」符碼便建立在這個「現實」之上。但布希亞也提供了某種自我解釋。他認為，模範的週期合一（*synchronisation cyclique*）已在美國完成：大部分的美國人希望擁有其他人擁有的東西，他們的模範是同質的。而在西歐，因為生活水準的關係，模範的同質化尚未完成。一直要到

[47] *Ibid.*, p. 190.

八零年代，布希亞才改變意見(特別是在《美國》一書中)，承認每一個文明的基本不同。由生活水準導出的純思辨顯示出此書在經驗研究上的不足，甚至或許包含了某種對「美國化」的恐懼。

三、爲了批判其對手，布希亞本人的論述也成爲一種整體化的論述(discours totalisant)。這一點還在他的用詞中顯示出來。比如他說：「也就是在這裡，才顯示出當前體制的基本真理，那就是物品一點也不是爲了要被擁有和使用，而只是爲了被生產和消費。」另一個例子：「這便是『心理品牌』的奇蹟，而那便是物品最終對我們所說的**唯一**語言，也是它所發明的**唯一**語言。」(加強語氣爲筆者所加)這兩個主張，顯然和本書其它部分的發展相牴觸。我們不認爲這個整體化論述，只是爭辯所產生的效果。布希亞的思想目標，便是想要掌握社會整體(totalité)。此一整體性的意志，當它失去了細密的意涵和多樣的考慮時，很容易便會成爲一個整體化的思考。就《物體系》全書來考慮，可以說因爲最後這個批判部分而失去了平衡。當然一個解決的辦法便是認爲生產體制和社會整合程序穿透了所有其它體系，並且決定了它們。這樣的發展方向，在布希亞的下一部書《消費社會》(*La société de consommation*, 1970)，得到了發展。

7. 消費的「主動」理論

《物體系》在結論處提出了一個新的消費理論來總結人和現代物體系的關係：「消費並不是一個單純的，滿足需求的「被動」程序，而是一種「主動的」關係模式(不只是和物品的關係，也是和集體及世界的關係)，一種系統性的活動和全面性回應，而我們文化系統的全體便是建立在它之上。」此一消費的「主動」定義爲物體系向記號體系的轉化程序所支持。也就是因爲物品已被轉變爲有符號指涉能力的實質——而不只是滿需要的物質——這時消費也就成爲「對記號的系統性操弄活動。」如此，消費仿佛是透

過物的實際使用，進行一種類似寫作／解讀的工作。功能性體系裏，透過記號學系統記號的操縱，主體生產出一種客觀的論述，並且也要由同樣客觀的觀點來解讀。在無功能性體系中，主體操縱物品，產生一個以自我為接收者的論述。這種「寫作」也同時是症狀徵候的產生。在「品牌—物」的訊號體系裏，主體則是相互地發送他們的社會整合訊號。消費在這樣的定義下，是一個「唯心的」(idéaliste)理念活動。「只有理念是被消費的。」

和其它相接近的理論作一簡短比較，便可凸出布希亞的立場。比如紀德堡(Guy Debord)將消費定義為演劇(spectacle)的消費，^[48]便有助於理解消費的「唯心」性格。紀德堡強調再現中的分離關係。外表／實存(apparence／être)是他的批評基礎。然而，如果和布希亞的概念相比，紀德堡的「演劇」概念仍是「被動的」：消費活動被定義為觀眾的被動觀賞。然而，即使是布希的「主動」版本，也不會給予主體一個真正的創造性地位。事實上，布希亞的消費者是「被動性地主動。」體系「強加」給他們一個符徵的排列組合「遊戲」。另一位理論家德塞鐸(Michel de Certeau)的主張可使得布希亞立場更為鮮明。德塞鐸在他的研究中，^[49]亦強調使用者的非被動性。他認為，消費者的戰術性轉用可以顛覆建制的系統性，從而構成「發明」日常生活的藝術。布希亞的立場基本上反對並質疑此一「顛覆性策略」。比如他批評艾可(Umberto Eco)建議的「顛覆性閱讀」，認為讀者所發明的符碼仍然是一個符碼，而發訊者／收訊者(製碼者／解碼者)的圖式本身並沒有被打破。^[50]出路不應該在體系內部尋找，而要走到它的外部。布希亞

[48] Guy Debord, *La Société du Spectacle* (《演劇社會》), Paris, Gallimard, 1992(初版1967)。

特別是 chap. 2, "La marchandise comme spectacle" (《作為演劇的商品》), pp. 19-31。

[49] Michel de Certeau, *L'Invention du quotidien 1. arts de faire* (《日常生活發明1. 作的藝術》), Paris, Gallimard, 1990, (初版1980)。

[50] Baudrillard, "Requiem pour les média"(《媒體的悲歌》), in *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Gallimard, 1972, pp. 227-228。

的思想中，存有對體系限制的尖銳感受，但是主體的地位毋寧是軟弱的。主體在這樣的思想中，只是玩弄遊戲的抽象範疇（雖然在表面上是「主動的」），而這個遊戲由體系而來，主體並沒有真正的發明力量。必須要完全改變體系，而不是在合作或不合作中去顛覆它。布希亞的立場是尋找一個徹底不同的出路。

《物體系》循著勒費勃禾的計劃前進，但最後導致一個比勒費勃禾更激進的立場。比如對勒費勃禾而言，「改變生活」仍是一個可能的希望。而對布希亞而言，問題卻變成：68年5月學運是一場失敗嗎？革命是否是一場幻象？

布希亞對5月學運的態度主要表達於〈遊戲心態與警察〉一文中。^[51]布希亞首先表示，在運動中，敵人並未被正確地標明。繼續他在《物體系》一書中的論點，他認為，現代社會不只是父權的、使用暴力的手段；它也是母性的，利用恩賞來控制整合。自由化只是片段的，而且對建制沒有影響。社會的標位程序不只是透過工作的區分來進行，也透過需要的區分來進行。在柵欄上和保安部隊相衝突，只是成為反叛的演劇消費，卻掩蓋了真正的暴力，因為它存在於社會體制的整體。甚至運動本身也包含在現時邏輯之中。知識分子的批判成了一種「批判」遊戲(ludisme “critique”)，只是在心理退化中唯一被允許的排列組合遊戲。社會的分化邏輯本身並未遭到質疑。「如此一來，社會層級價值的違抗(transgression)本身亦進入文化菁英的遊戲之中，要求幸福的顛覆口號，亦進入了社會分化的遊戲之中。」^[52]這裏涉及的甚至不是革命意志被建制收編(récupération)的問題，而是自其開端，便和體系之間存有的共謀關係(complicité)。

5月學運的發展，似乎令人痛苦地證實了他對社會的看法：「在一個消

[51] Baudrillard, "Le ludique et le policier," *Utopie*, No. 2/3, 1969, pp. 3-15.

[52] *Ibid.*, p. 13.

費社會之中，所有的事物都變成記號，以便被消費，其中也包括了對這個社會最激進的批評。」^[53] 68 學運可說具有一個創傷性的效果，因為它代表了布希亞和革命理論（特別是馬克思主義）之間的決裂。「革命的原則，建立在社會矛盾的歷史辯證解消之上，如此它是一個理性的原則。它整個地都處在現實原則之中，它和傳統的壓制性社會直接相連，因為它也位處於同樣的理論和政治場域。」^[54] 布希亞未來會在《生產之鏡》一書中完整地發展他對馬克思主義的批判，但這裏他已表達了一個基本態度。他質問，在這種情況下，外於體系的位置如何還有可能。在這裏，他尚在使用顛覆／違抗(transgression)的概念，但他將它們放置一個「外於」(或「前於」)現時體系座標的地位中。「違抗的概念，並且是明確地指涉一個古老的社會，先前於我們的經濟體制矛盾。」然而，「這個社會，在社會整合的真實力量上，仍然比不上原始社會。」「違抗在這樣的社會裏的顯露，就像是野性的復甦，像是一個無法化約之物，它不再是面對權力的道德和政治意識的不可化約性，而是面對有生命力的壓制，一個同樣有生命力的衝動的不可化約性，而且其中的壓制不是屬於這樣或那樣的^{政治}體系，而是來社會體制其所以為體制本身，而且也不是那作為有矛盾的體制，卻甚至是在它的合理一致本身。」^[55] 布希亞在他尋找出路的過程裏，將會轉向原始社會的玄想思辨。這也是 68 年 5 月運動所加強的效應——對體系完全的拒斥。

8. 《物體系》的應用之一：文化收藏理論

在這本書快譯完的時候，郵局送來了最新一期的 *Art Press*。其中刊了

[53] Ibid., p. 11.

[54] Ibid., p. 13.

[55] Ibid., p. 15.

一篇布希亞的訪談。這是他今年5月20日在《解放報》(*Libération*)上一篇專欄文章〈藝術陰謀〉(*Le complot de l'art*)引起的爭論迴響之一。布希亞在訪談中解釋他為何稱藝術世界對一般觀眾是一項陰謀時，又再提到三十年前的《物體系》。對我來說，這好像是超現實主義者所說的「客觀偶然」(*hasard objectif*)。他說：

在審美世界裏，上層建築具有如此壓倒性的力量，以致於人不再和物品或事件間具有一種直接的、劇烈的(*brutal*)的關係。(……)我們不再知道物品在什麼地方。只剩下圍繞著它的論述或是累積的觀看，而這些，最後造出一種人為的靈光(*aura*)……我在《物體系》中所觀察到的，今天我們又可在審美體系裏找到。在經濟的範圍裏，由某個時候開始，物品不再存在於它們的目的性之中；它們只是在彼此的關係中存在，使得我們所消費的東西，只是一個記號體系。審美上的事，也是同樣的。[這時在巴黎舉行回顧展的]培根被官方地當作記號來消費，雖然，在個人的層次，每個人可以嘗試去進行一個獨特化的程序(*opération de singularisation*)，以便回復到他所代表的例外的秘密中。但在今天，要越過教學體系和記號的劫持，需要花去不少功夫！^[56]

反過來讀這一段話，可以發現《物體系》一書中，對物品的審美關係談得很少，而且一旦觸及其邊緣，很快地便被其它的話題所帶走（比如模範／系列，比如古物和異國物品關係中所代表的「新一文化帝國主義」）。在布希亞的語彙裏，《物體系》應是屬於「超美學」(*transaesthétique*)的領域。^[51]流行和設計都可以算是這個領域的代表性例子。不過就使用者的觀

[56] Jean Baudrillard, "La commedia dell'arte" (〈藝術喜劇〉), (interview par Catherine Francblin), *Art Press*, No. 216, sept. 1996, p. 46.

點，收藏活動也是一個很好的例子，因為收藏者的熱情有點接近康德說的審美樂趣（對物品實用用途的無關心態度），但又和它有所不同，甚至相抗衡（在收藏者心目中，收藏品總是有比「美」更多的東西，或者乾脆與「美」無關）。

《物體系》一書由於英文本未有全譯，依筆者所見，大部分的引用亦屬泛泛之談。倒是此書談及收藏的一章，成了此一領域的重要參考，^[57]其中美國學者克利弗爾德（James Clifford）的發展十分有創意，可以作為本書不足之處的補充。在本文結論處，特別提出來討論。

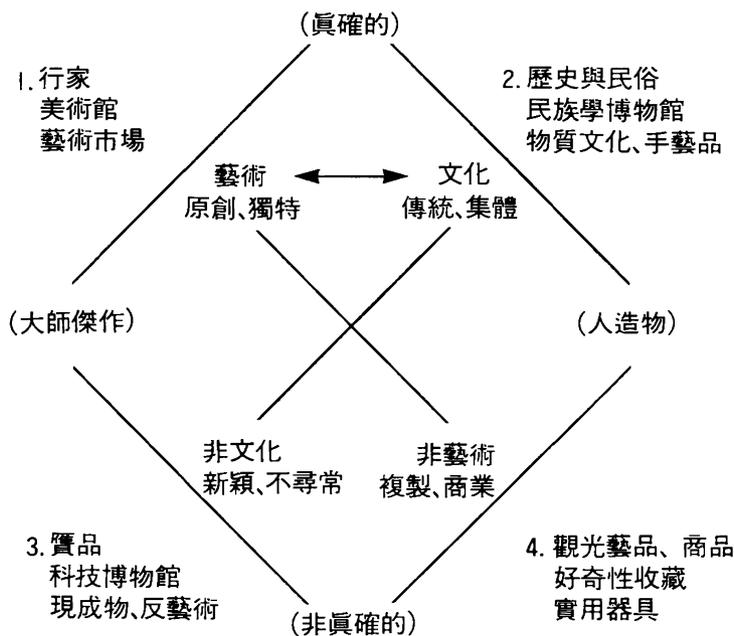
克利弗爾德討論收藏時，立足點和布希亞有所不同。他所討論的不是收藏作為個人私密的活動，而是官方的、體制的、非個人的收藏如何建立。但依著布希亞提供的線索，他也提出收藏是一個自我身分的建立。更進一步，西方人類學對其它文化的態度，基本便是收藏者的心態：文化吸收（acculturation）在此成為文化收藏的狀態。綜合地說，在博物館裏，被收集的文化物品（某個文明的舉例），被切除原來的脈絡，並且進入了一個新的分類之中，而得到新的建構價值和意義，而這些作為，皆是為了建立收藏主體的身分（西方文明的先進身分證明，或是在一個文化相對論的觀點下，作為瀕臨滅絕的「真確」文化價值的搶救者）。文化收藏，不論是收藏過去或是它者，總是朝向現時的自我。^[59]

[57] Baudrillard, *La Transparence du Mal, Essai sur les phénomènes extrêmes* (《惡的透明，論極端現象》), Paris, Galil, 1990, pp. 22-27.

[58] 比較近的例子可參考，John Elsner and Roger Cardinal (ed.), *The Cultures of Collecting* (《收藏活動的文化》), London, Reaktion Books, 1994。在這本合集中，引用布希亞的作者多重視其收藏主體的心理分析。

[59] James Clifford, *The Predicament of Culture, Twentieth-Century Ethnography, Literature, and Art* (《文化困境，廿世紀民族誌、文學及藝術》), Cambridge, Massachusetts and London, Harvard University Press, 1988, chap. 10, "On Collecting Art and Culture"

因為他的立足點，克利弗爾德特別去問在收藏前，使得收藏有意願進行的價值和意義判斷（這個問題在布希亞此時反而是次等的問題），它的來源，究竟是在什麼樣的物體系中運作？這裏他提出了一個和布希亞有所不同的體系分類：



（《論藝術品和文化收藏》），pp. 215- 251。克利弗爾德文中，還提出用收集物品的方式，來劃出個人或團體的版圖界線，這一點是人類所共有的。但把收集來的物品當作是擁有物的聚集，以（物品、知識、記憶、經驗）的財富作為身份的概念，這個情況卻絕對不是普遍的。比如他提到馬來西亞的「大人」（big men），其個人性物品聚集，不是要將物品保有為個人財物，而是要將它們送出去，再分配出去，見該書頁 218。對布希亞在此書中將私人物品的「擁有」賦予和夢一樣要生命功能的立場，這一點可以構成一個文化論立場的批評。布希亞未來在運用牟斯（Mauss）的「禮物」，巴塔耶（Bataille）的「財物毀滅節」（potlatch）、「花費」（dense）等概念時，可以說是對這個立場的修正（《象徵交換與死亡》，1976）。

讀者當已發現，此一圖表與我們在分析《物體系》深層結構時所使用的圖表，外形上十分類似。它們都是使用一組二元對立，透過否定和綜合過程去發展出更複雜的系統場域。但是克利弗爾德使用的參考是葛里馬斯(Greimas)的「記號學方塊」(le carré sémiotique)。在這樣的分析方法中，系統的限制性更大。因為此一方塊的重點在於說明系統中的運行路線有一定的規定。克利弗爾德便是如此去說明他的「藝術—文化體系」(The art-culture system)。首先，在藝術和文化兩個意義範疇中，物品常常可相互流動。比如部落物品可以由民族「文化」例子的身分成為「藝術品」(展示在紐約大都會博物館洛克菲勒翼(Rockefeller Wing)的非洲和大洋洲物品)，這時除了它們在區域上的流動外(由2到1)，其擺設分類的方式也會改變(由人類學「脈絡」成規到「形式」考慮)。相反的流動(場域上由1到2)，比如法國的印象派大師作品，原存於藝術性的網球場博物館(Jeu de Paume)轉移到86年開幕的，更具歷史性企圖的奧塞美術館，結果這些大師作品被「脈絡化」，和其它的學院派繪畫及工藝品並列，整個雄心是要顯示出城市和工業文明的壯觀場景。

第3和第4領域的物品也會各自向第1和第2領域「移民」(如杜象的現成物原先為日常用品，後來則為美術館收藏)。但克利弗爾德特別關心的是第三世界當前的作品，它們游移於「觀光藝品」(tourist art)和「創造性的文化—藝術策略」(creative culture-artistic strategy)之間。圖表的力量在於說明，如果非西方產品進入藝術市場，那麼它首先要取得第2區域的地位(具有「真確的」文化代表性)。比如海地的「原始風格」繪畫——商業化而且晚起，因此是來源「不純」的，在進入西方藝術市場前首先要和第2區域結合，也就是被認為是「具有海地文化意味」的作品，而不是被當作個別藝術家的作品對待(反過來畢加索便不會以「西班牙畫家」作為其主要評價來源)。因此海地繪畫便特別為人和巫屠教(voodoo)、魔術、黑人

特性聯想在一起。「由第 4 區域到第 1 區域，沒有直接的移動，」在系統中一定要透過第 2 區域，也就是要「拖曳著真確（傳統）文化的雲霧。」^[60]體系的限制，克利弗爾德另外指出，也表現在它對其域外價值的轉化。比如宗教物品，在這樣的體系中，便會失去其原有神聖意義，或者被當作藝術品收藏，或者被當作文化產物。^[61]

比較一下我們的圖表和克利弗爾德的物體系圖表，便可明白看出布希亞和克利弗爾德之間的主要關心點不同。布希亞的整個分析結構還是建立在「功能」之上，因此他對人和物之間的關係，重點主要談使用（實用功能）、擁有（心理功能）、購買（社會功能）。克利弗爾德則提出了「評價」所依據的物體系，他將這個「文化—藝術體系」稱作一部「製造真確性的機器」(A Machine for Making Authenticity)。布希亞的分析，其各個分部，其實是將物品轉化為記號的機器，而且它們協同作用，重疊「轟炸」在物品之上。克利弗爾德的系統裏，強調的是物品意義和價值在系統各領域間的移動，可說是一種文化收藏透過物品進行的「領域化」(territorialisation)和「去領域化」(déterritorialisation)程序。因此他注重的是系統所排除之物（「真確性」要求下造成的文化滅絕幻象，部落人民對其記憶的產權要求），和可能的「逃逸路線」（比如將文化記號或藝術聖像轉化為個人迷戀物 [fetishes]，或是非西方文化的文化「再獲取」[reappropriation] 策略）。布希亞呢，他所重視的亦是轉化物品為記號的系統所排除之物，人和物之間失落的、^[62]活生生的象徵關係，人和人之間不經中介的(或

[60] Ibid., pp. 224-225.

[61] Ibid., p. 226.

[62] 布希亞常為人批評懷念「不存在」的原始狀況，以下是他最近對這個問題所作的回答：

當然，但也就是因為這樣我才不是保守主義者：我並不希望退化到一個真正的事物。這

不受制於中介物)、強烈的交往和遇合。然而，體系力量的強調，使得所有的批判瀕臨無力和解體，這一點也給他的作品來一股悲劇性的氣息。

樣作，便是在培養一種右派的懷舊(nostalgie de droite)。我知道這個物品並不存在，不會比真理更存在，但我仍保留對它的慾望，那是透過一種像是絕對的神的審判式的目光，而它會顯示出其它事物的無意義。這種懷舊是基本的。在今日所有的創造中都缺乏它。它是一種心智策略，使得人可以良好地去使用虛無(rien)或虛空(vide)。(“Jean Baudrillard, la comedia dell’arte,” *Art Press*, loc. cit., p. 48)

近代思想圖書館系列④

物體系

— Le système des objets

作者——尚·布希亞(Jean Baudrillard)

譯者——林志明

董事長——孫思照

發行人——

社長——莊展信

出版者——時報文化出版企業股份有限公司

台北市和平西路三段二四〇號四F

發行專線——(02)二二〇六六八四二

讀者免費服務專線——〇八〇—二三一—一七〇五

(如果您對本書品質與服務有任何不滿意的地方，請打這支電話。)

郵撥——〇一〇三八五四〇時報出版公司

信箱——台北郵政七九〇九九信箱

電子郵件信箱——ctpc@msl.hinet.net

網址——<http://www.chinatimes.com.tw/ctpub/main.htm>

主編——吳昌杰

校對——石幼惠

排版——正豐電腦排版印刷股份有限公司

製版——成宏照相製版有限公司

印刷——嘉雨印刷事業股份有限公司

初版一刷——一九九七年六月二十五日

初版二刷——一九九八年一月十九日

定價——新台幣三六〇元

◎行政院新聞局局版台業字第第八〇號



版權所有 翻印必究

(缺頁或破損的書，請寄回更換)

Copyright © Editions Gallimard 1968.

Chinese language copyright © 1996 China Times Publishing Company

Published by arrangement with Editions Gallimard

Copyright licensed by CRIBB-WANG-CHEN, INC. / BARDON-CHINESE MEDIA AGENCY

All Rights Reserved

Printed in Taiwan
ISBN 957-13-2320-9