

差異

[国际学术丛刊]
Difference

第3辑

金惠敏 / 主编

河南大学出版社



差異

「国际学术丛刊」
Difference

第3辑

金惠敏 / 主编

河南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

差异·第3辑/金惠敏主编. —开封:河南大学出版社, 2005. 10

ISBN 7-81091-402-2

I. 差… II. 金… III. 社会科学—丛刊 IV. C55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 108014 号

出版人 王刘纯

责任编辑 靳宇锋

责任校对 严 午

责任印制 王 慧

整体设计 张 胜

出版 河南大学出版社

地址:河南省开封市明伦街 85 号 邮编:475001

电话:0378—2864669(行管部) 0378—2825001(营销部)

网址:www.hupress.com E-mail:bangong@hupress.com

经销 河南大学出版社

排版 河南大学出版社印务公司

印刷 河南第一新华印刷厂

版次 2005 年 11 月第 1 版 印次 2005 年 11 月第 1 次印刷

开本 787mm×1092mm 1/16 印张 18.25

字数 367 千字 印数 1—2000 册

ISBN 7-81091-402-2/C·48

定 价 35.00 元

(本书如有印装质量问题请与河南大学出版社营销部联系调换)

《差异》编辑委员会

主 任 汝 信 关爱和

成 员 (按拼音排序)

陈筠泉 中国社会科学院哲学研究所研究员

成中英 美国夏威夷大学哲学系教授

Aless Erjavec 斯洛文尼亚文理科学院哲学研究所教授

杜维明 哈佛大学燕京学社教授

Günter Figal 德国弗莱堡大学哲学一系主任, 讲席教授

关爱和 河南大学校长, 教授

Wolfgang Iser 美国尔湾加州大学英语与比较文学系教授

金惠敏 中国社会科学院文学研究所研究员

Anton Friedrich Koch 德国蒂宾根大学哲学系讲席教授

Dietmar Koch 德国蒂宾根大学哲学系副主任

马小泉 河南大学历史文化学院教授

J. Hillis Miller 美国尔湾加州大学杰出教授

汝 信 中国社会科学院学术委员会副主任, 研究员

王刘纯 河南大学出版社社长, 编审

Gabriele Schwab 美国尔湾加州大学批评理论研究所教授

田辰山 美国夏威夷大学中国研究中心政治学博士

张云鹏 河南大学文学院教授

主 编 金惠敏

副主编 张云鹏

目 录

本辑特稿

图像时代的文论碎片…………… 金惠敏(1)

阅读波德里亚

不可能的交换…………… (法国)让·波德里亚(11)

生产之镜…………… (法国)让·波德里亚(30)

论诱惑…………… (法国)让·波德里亚(52)

大众:媒介社会的内爆…………… (法国)让·波德里亚(71)

从物体系到拟像、仿真

——让·波德里亚思想导论 …… (美国)马克·波斯特(85)

从未来图绘当今:从波德里亚到赛博朋克……………

…………… (美国)道格拉斯·凯尔纳(93)

关键词:模拟、拟像、超现实、传播研究……………

…………… 刘玲华 张云鹏 译编(130)

专题论文

马塞尔·莱蒙与认同批评…………… 郭宏安(141)

维科与人文科学方法论…………… 聂敏里(172)

“只要我不是被迫进行表现”:伊泽尔的否定性美学……………

…………… (美国)加布里尔·施瓦布(201)

论全球文化多样性与政治理念多样性并存的合法性

——兼评当代美国推行的“自由民主”绝对主义和政治战争哲

学及对中国传统文化—政治理论的一些审思	
.....	李鹏程(220)

哲学交往

评解构论与实用主义	(美国)理查德·罗蒂(234)
也说解构论与实用主义:作为对罗蒂等评论的一个回应	
.....	(法国)雅克·德里达(240)

古今书评

徐干《中论》序录	党圣元(255)
现代日本思想史:抹去中国的先验存在	
.....	(日本)子安宣邦(270)
怎一个“现实主义”了得?	钱竞(273)

著译者简介	(283)
-------------	-------

英文目录	(284)
------------	-------

编后记	(286)
-----------	-------

· 本辑特稿 ·

图像时代的文论碎片

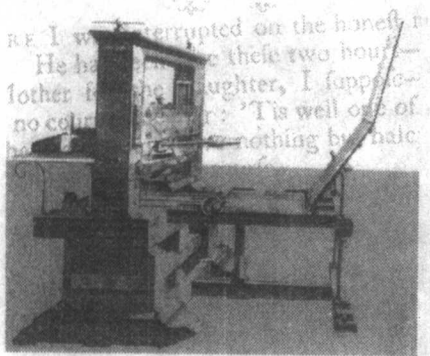
◎金惠敏

图像时代没有文学,更没有文论,文论与图像相遇只能使它化为碎片。这样的碎片或许就是图像时代的文论文体。

我想,写出《景观社会》和《景观社会评论》的德博尔早就意识到了这一点。

——作者题记

现代西方文明就是印刷机。而文学就是印刷物。



有研究者发现:“印刷创造了一个新的成年定义,即成年人是指有阅读能力的人;相对地便有了一个新的童年定义,即儿童是指没有阅读能力的人。”(尼尔·波兹曼《童年的消逝》)而“在中世纪,年幼者和年长者都不识字,……这正是当时不需要有儿童概念的原因所在,因为人人共享同样的信息环境,因此生活在同样的社会和知识世界里。……自从有了印刷术,未成年人必须通过学习识字进入印刷排版的世界,才能变成成人。”(同上)简言之,

是印刷机创造了识字与文盲、成人与儿童等二元对立概念。

这种由印刷机所生产的对识字能力的要求也是文学得以产生的重要前提,米勒指出,“西方文学总体上说即隶属于印刷书籍以及其它印刷形式如报纸、杂志和期刊的时代。文学与西方世界几乎是普遍的识字能力的逐渐兴起相关联。没有广泛的识字能力,就不会有文学。”(J. Hillis Miller: *On Literature*)

印刷术的出现被历史学家视为一场革命,尽管其发明者谷登

堡当时未曾意识到这一新技术的潜在后果。而这里我们所提请注意的将儿童与成年相区分的识字能力,也仅仅是印刷机所生产的诸多后果之一。

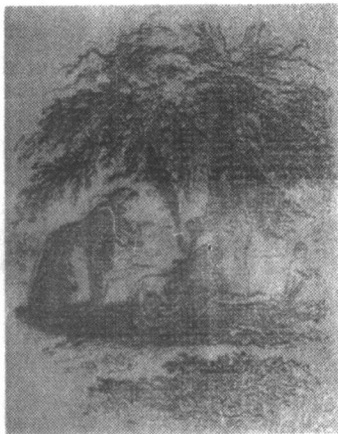
上页图为早期印刷机。

二

解构主义的诗情在德里达、德曼和米勒总是留给了作为“文学”的经典(例如,柏拉图、黑格尔、卢梭等)以及包括了“现实主义”形态的现代主义(一个原则上应该与“现代性”同义的概念)文本。他们热衷于对复杂文本的修辞性解读,或将文本复杂化这一智力操演活动;乔伊斯的一个“yes”竟令德里达流连忘返!所以且不管其态度如何,单看选择-对象这一点,解构主义内在里就隐约有精英主义情结,或者说,它是一种特殊形式的精英主义。德里达与浪漫主义的藕断丝连,米勒对文学之人文教育功能的迂回守持,堪称铁证如山。

想一想文化研究这一曾经为解构主义所推助的思潮,其学术趣味是多么地不同啊!文化研究乃消费社会或大众语境下的学术生产,其关注的是文本的大众性和可消费性,更准确地说,文本自身没有意义,有意义的是其大众性和可消费性。如果说解构主义依然执著于一切意义均在文本或文本效能之内,那么文化研究则相信,文本之内空无一物,意义远在文本之外。因而对于文本,如果说前者试图索隐,那么后者则乐于“成显”。这一隐一显,实则是见证了纯粹哲学的迟暮和社会科学的英进。

右图为狄更斯小说《荒凉山庄》插图,是 Dedlock 夫人向其私生女 Esther Summerson 请求宽恕的场面,作者为 Phiz (即 Hablot K. Browne)。



三

肥皂剧那没完没了的开放式结构,毋宁说就是反结构,或许最能诠释作为现代传媒和日常文化形式的电视的本来意义。例如,《家有宝贝》(*All My Children*)每周五次,一连在 ABC 上播演二十几年,它深深植入了美国人的生活,或就是他们的生活,即便不



是全部,也是其主要部分,这是其一。深远的影响可能更在于,其二,它依据自身的游戏规则改造了日常生活,这个规则就是图像主义,就是审美化。因此费瑟斯通的“日常生活的审美化”决不简单地意味着审美在日常生活中的增量,而是有一种使之增量的背后的力量。它,就是电子媒介,电视是其中最重要的形式:这无关乎电视所传递的内容,而是电视这种媒介本身使然。

左图为《家有宝贝》女主角艾丽嘉·凯恩(Erica Kane),饰演者为苏珊·卢西(Susan Lucci)。

四

安迪·瓦侯宣称:“我要成为一架机器。……我觉得,要是任何人都一模一样,那该多棒。”这些丝网印刷出来的汤罐形象当然可以理解为他“机械”“复制”的醉心、迷狂,但又何尝不给人一种戏拟之感:因为没有哪家商场愚蠢到将同一商品一股脑摆出的地步。这件作品的真实性在于它戏拟地放大了消费社会在标准和效益大旗掩饰下的单一和重复。产品的独特性,例如“牛汤”、“鸡汤”、“青豌豆汤”等等,先是被归属于“汤”,然后又被统一为鲜艳夺目的坎贝尔商标形象。商品社会并非不生产个性,但生产个性的目的则是为了消灭它。坎贝尔商标,以及其它各种精心设计出来的商标,不可谓不独具匠心,然而它们之所以需要独特,则是为了通俗和流行,为了有能力无限地复制于人们的消费欲望之中。这就是说,独特的价值在于它能否演变为流行的独特,一种伪独特。

所谓时尚就是伪独特。

下页右图为瓦侯的《坎贝尔汤罐》。

五

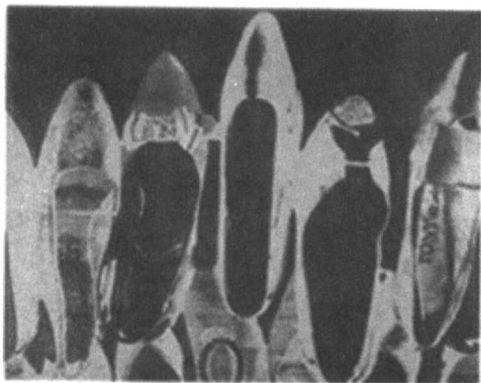
瓦侯表示:“要想知道我瓦某人的一切,那么只要看我绘画、电影以及我本人的表面就够了,我就在那儿。在它背后一无所藏。”杰姆逊是听着瓦侯的自我表白来重述其《钻石灰尘鞋》等作品的。

也够省事的了！

我们无法责备瓦侯居心不诚，因为作为艺术家，其表白本身可能就是一种话语行为艺术。杰姆逊犯了一个低级错误，他没有把瓦侯当作一个艺术家，而是将瓦侯的艺术品当成了一种存在论意义上的社会文化现象。虽然商业社会整个都在拒绝深度，但呈现社会无深度的艺术作品却是有深度的，其深度就是那个无深度。

我们知道，呈现即艺术，即认识论的距离，而在此距离间，一个灰色的区域，什么可能都会发生，认同即使有也只是一可能，而且这一可能还要受到其它可能的解构。

下图为瓦侯的《钻石灰尘鞋》。



六

瓦侯发现：“美利坚这个国家的伟大之处在于它开辟了一个传统，其中最富有的与最贫穷的消费者实际上都在购买同一种东西。你可以看电视、看见

可口可乐；你能知道，总统喝可乐，李兹·泰勒(Liz Taylor)喝可乐；想想吧，你也可以喝可乐。可乐就是可乐，钱多并不能使你得到更好的可乐，不比街角的流浪汉所喝的更好。所有的可乐都是一样的，所有的可乐都是好的。”在生产领域，资本主义已经创造了足够的自由、民主和想象；转入消费社会，留给人们的个性空间是越来越少了。美国人的日常生活好像就是一条流水线上生产出来的，连要作案要堕落都由好莱坞影城的大师们给设计好了。制式美国！这个若是让托尔斯泰看到了，相信他老人家准会与时俱进，将他那个专属于19世纪的名言改写成：幸福的家庭是相似的，不幸的家庭也不是各有各的不幸。个性的时代已经一去不复返了。

下页左上图为瓦侯的《绿色可口可乐瓶》。

七

杰姆逊忽略了瓦侯的原创性在于对原创性的否定,且很执着。正是这种否定,这样的执著,将瓦侯送进了他毕生都在抗拒着的先锋伟人祠。但愿他的抗拒没有做秀的成分在内。

右图为瓦侯的《自画像》。



八

海德格尔所谈论的究竟是凡高的哪双鞋子,以及这鞋子是否为“农鞋”,更具体地说,是否为“农妇之鞋”,对于他所意欲论证的艺术即真理这一命题其实无关紧要,因为意味深长的同类例子比比皆是:艺术总是有所揭蔽,——或是有意识的呈现,或是无意识的象征。

在这一点上,古典艺术与后现代主义、现代主义与后现代主义均无不同。西方人就一直未曾摆脱过再现的忧烦,或敬畏,或质疑,或解构,……所谓“念兹在兹,释兹在兹”。形式上的变化固然是醒目的,但对于解蔽对象的认识和态度则是根本的,决定了形式的形成或创造。安迪·瓦侯,例如说,是声言过或被宣布其作品没有深度的,然则,那是对没有深度的消费社会现象的极其

认真的摹写,而认真过了极限便会显露出戏谑的意味,所以最后是连主观都寓了进去的。

左图为凡高的绘画《一双鞋子》(1887)。



九

究竟是政治介入了商业和日常生活,抑或商业利用了政治? 看着这些烟标,不知谁笑得更开心些,是政治家还是商人? 或者他

们可能是一样地开心？这个要问当事人自己了。而我们只是知道，在古希腊人是政治的动物，现在人又成了商业的动物，例如有“我消费故我在”之高论，这就是说，人先后为政治和商业所构形(configuration)。消费者就是“大众”(the mass)，在革命的岁月我们叫它“人民群众”。



上图为几幅老烟标。

十

调查证实，广告并不直接在销售额上产生多少效果。那么一个问题就是，商人何以能够仍然慷慨于广告呢？



其中的一个奥秘是，广告不仅为消费者，同时也为商人自己生产欲望乌托邦。广告是商人的诗篇，是铜币上美丽的图案。这不是因为商人的诚实，而是因为人性的诚实。美乃人之天性冲动，而冲动即表现，所以即便说文学消亡了，诗消亡了，但美是绝对不会消亡的。浩劫之后，如果说电信技术就是这样的浩劫，它会在其它形式中获得再生、新生。

不能说现代性计划尚未完成，不能说审美现代性尚未完成，事实是，它们永远就不可能有完成的那一天。

左图为 Lacoste 香水广告。



十一

当今雄心勃勃的总是那些商业巨头加技术精英，在他们的掌中，地球是变得越来越小了。

左图为基因工程公司 Promega 的一本促销宣传册，它向人们灌输的是只有技术才能拯救人类的信念。

十二

全球化总是首先表现为经济层面的全球化，其中不论是资本将人变成演绎其自身逻辑的工具或是人们利用资本的扩张寻求贪欲的欢乐，经济活动都是人或经由人的活动，在这一意义上我们又可以说，全球化是文化全球化。文化的背后是利益。

十三

自我的分裂是因为肉身有自己的意志。而分裂也一定呈现为不对称，在时间上和空间上，但不至于互不相干，否则分裂本身便无从谈起了。分裂是“我”的分裂，是“我”能意识到但又无力控制的分裂。执于前者是唯心主义，推重后者是存在主义。孔子是唯心主义，老庄是存在主义，道家演变成道教实则是对原始道家的背叛。

十四

什么是真实？人们想当然地以为就是那实际存在的或实际发生的，所谓“耳听为虚，眼见为实”者是也。这固然不为错，在日常生活中也屡屡有效，我们必须首先按着我们的知觉行事，在感觉的基础上迅速做出判断。但是，眼见之实只是最浅直的现实，——这里我们是排除了眼睛时有的对我们的欺骗的；这就是说，即使眼睛告诉了我们实际的形相，那也只是我们的一种真实观。

真正从深处支配我们真实观的不是“眼见为实”，而是“思考为实”，即只有经过“思”之“考虑”即分析、综合的事情对于我们才算是真实的。说绝对点，真实也得顺“我”者昌、逆“我”者亡。

中国习语“情人眼里出西施”和英文套话“爱情是盲目的”，都

带有批评和嘲讽的意味,自然其中也不乏善意,但显然是把当事人置于我们这些有正常判断力的人的对立面了:我们是旁观者清,他们是当局者迷。不过假使我们能够反省一下我们自身的话,我们对事物、对大是大非的判断何曾就达到了如旁观者那样的清亮、如事物本身那样的真实。2004年有一位老乡在京城劫车,警察将其堵在小营,结果疑犯被击毙。媒体曾热闹地争论过一阵子,焦点是在疑犯并无反抗意图或能力的情况下是否还应该将其击毙。城里人对此是有分歧的,不过对此抢劫行为则无不视为犯罪。而疑犯的乡亲们这边,却怎么也不能相信有此事发生:他们看着这孩子长大,他是那么地老实、善良、乐于助人,犯法的事哪会出在他身上呢?!这就是我们常见的,对于不可能的事情如果它真的发生了,我们不是去改变自己的看法,而是将其归于偶然、归于现象层次,那真实永远是超越于偶然、现象的,它是必然、规律和本质。

其实,哲学家们早就说过这样的话。柏拉图只认理念世界的真实性,亚里士多德宁信虚构的诗而不相信记实的史书。康德以“理性”代“自在之物”,只不过是形而上学的“理念”或宗教的“神”人性化、人道主义化,仍然有一个“先验的”理性在决定着我们的经验知识的普遍性即真实性,也就是说,仍然是“地心说”,一个所谓的“哥白尼革命”只是将“地”唤作“日”,称谓不同罢了。

文艺学家曾寄真实于“三突出”、“典型说”、“艺术真实性”等等,但是当支撑这些理论的权力话语和激情冲动消退之后,他们发现自己原先坚执不疑的真实竟是那么地虚幻、欺骗、害人害己。真实还得从头找起!

更残酷的是,这真实还得每代人、每个人不断地从头找起,前人“吃一堑”并不保证我们后人就“长一智”。那久被遗忘了的“典型说”如今不又活跃在消费社会的“拟像逻辑”中了吗?艾柯就发现,如今的电视观众要求新闻一定要像精致小说,“公众认为,只有生活在其眼里像是摆脱了偶然性并像故事情节一样串联起来、选择出来时才是真实的。”(《事件和情节——电视经验和美学》)再想到亚里士多德的诗学,想到老乡们的情感判断,对认识能否达到客观性,我们简直就要绝望了。

老黑格尔表示过对自我的认识须经过他者的意思,似乎很后现代了,但他也说过对自我的认识最终还是要通过自我,似乎又回到了理性主义。德国当代哲学家曼·弗兰克也曾坚定地告诉我,

自我不能通过他者认识自身。这话的部分真理是,自我真的如何最后还得自我来判断。脑袋长在自己身上,他人的意见究竟是不能越俎代庖的。

后现代主义怀疑理性、挹伐理性、放逐理性,因为根本就不存在那样能够主宰一切的理性。或许有什么“纯粹理性”,但一经运用,就一定是在具体的时空之中。不断被“还原”的“理性”不是被那个最后的“理性”所还原,而是被它之前的某一理性所还原,因而和拥有此理性和还原能力的“自我”就断不了俗缘。当然,如果有“神”造出“人”这样自上而下的事就好了。

黑格尔等人的错误就是将理性“神”化了。理性也是胡塞尔的“神”“明”。

理性永远是具体的,但要求有一定的时空范围,否则便显不出一定的普遍有效性。在时间上说,有“历史理性”;在空间上说,有“地域理性”;而综合地说,则有“文化理性”。作为理性的动物,我们以理性为真实、为得到这一真实而欣慰。有“心安理得”一说,传神地表达了我们对于理性在精神和情感中的依赖。追随理性没有错,我们不能没有“理性”;但要时刻警惕的是,我们所得到的“理性”都是有限的,而通过这样的“理性”所见到的“真实”也是有限的真实。

理性的伟大在于它能够认识到自身的局限,从而予以超越。这是认识论早就告诉了我们的,而问题在于理性何以生而具有超越性却无往不在尘俗的枷锁之中呢。这是认识论所不能解决的问题。

左图为查尔斯·雷(Charles Ray)的《魔瓶》(Puzzle Bottle, 1995)。



十五

下页右图是由英国一家电视公司所发行的一张圣诞贺卡。他们的本意无非是想宣称电视正在改变人们的生活,以至遥远的澳洲土著的生活。这种叙事当然欢乐祥和,还隐隐地透着踌躇与傲慢,且异国情调更丰富了这一节日气氛;不过,对土著人自己的文化而言,这则意味着西方技术及其所携带的文化观念的入侵和殖民。从土著人那专注的神态里,我们可以读出全球化之现代性的魔力,强迫在此是相当内在的,仿佛就完全出于自觉自愿。这再次

印证了葛兰西意义上的“霸权”，现在，一个跨越了文化障碍的“霸权”。

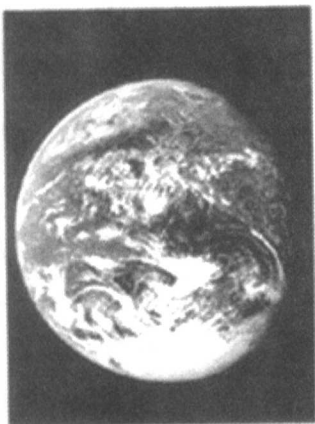
十六

蓝色行星，20 世纪末一个最流行的地球形象，它出现在各种公共空间，车站、码头、广场、咖啡馆、博览会，也点缀在私密的工作或休闲场所，或者被以个人化的方式带入公共空间，如穿戴着印有这一图案的衣衫和饰物招摇过市，……其中有什么触动了人们的神经？人们想寄托什么，想表达什么？研究者解读说，它传递的是一种混合的感觉：一方面是对技术进步的乐观，而另一方面是对人类自身能力的悲观——从外太空的视角看，人类竟是如此地渺小无谓！



这就是一个关于理性的悖论：在凡是能够以人力控制的地方，就一定有失控的危险。

据说左图为最早从外太空拍摄的地球图片。



· 阅读波德里亚 ·

不可能的交换

◎(法国) 让·波德里亚 张云鹏 译

一切都始于不可能之交换。世界的不确定性(uncertainty)在于任何地方都不存在等价之物(equivalent)这一事实;任何事物都不可能进行交换。思想的不确定性在于它不可能与无论是真理(truth)还是现实(reality)进行交换。是思想使世界进入不确定状态的,还是世界使思想进入不确定状态的呢?这本身就是不确定性的一个方面。

世界上没有等价之物。人们甚至可以说这是对世界的定义,或者说是世界的匮乏之物(lack)。没有等价物、没有完全的相似、没有代表、没有能反映真相的东西。任何反映无论怎样都只不过是世界的一个组成部分。不可能既有这个世界,同时又有它的完全相似物。因此,也就不可能有对于这个世界的证实。的确,这一点就成为“现实”为什么是一种欺骗(imposture)的原因所在。由于不可能进行证实,所以这个世界就是一种根本的幻觉(fundamental illusion)。无论从局部能够得到怎样的证实,但世界的不确定性,从整体上来说,则是不容争辩的。没有关于宇宙的整体性微积分学(integral calculus),或许就是一种微积分学(A differential calculus)?“宇宙,由多套装置组成,但是它自身却不是一套装置”(Denis Guedj)。

任何一种体系都是这样。经济领域,所有的交换领域,从整体来看,都不可能与任何东西交换。无论何处,都不存在经济的超一经济(meta-economic)等价物,因为没有什么东西可以如此与之交换,也没有什么东西能在另一个领域里将它兑换。从某种意义上说,它是没有抵偿能力的,并且对于全球的智力而言,无论如何也是不能解决的。因此,它也属于一种基本的不确定性的规则。

这是它试图回避的。但是,这种不确定性在经济领域中心引