

<<意识形态的崇高客体>>

图书基本信息

书名：<<意识形态的崇高客体>>

13位ISBN编号：9787801095169

10位ISBN编号：7801095162

出版时间：2002-1

出版时间：中央编译出版社

作者：[斯洛文尼亚] 斯拉沃热·齐泽克

页数：338

译者：季广茂

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<意识形态的崇高客体>>

### 内容概要

在《意识形态的崇高客体》这本具有仍挑战性和原创性的著作中，斯拉沃热·齐泽克对后现代世界中的人类力量问题予以审视。

从泰坦尼克号的沉没到希区柯克的《后窗》，从瓦格纳的歌剧到科幻小说，从《异形》到犹太笑话，任教以其敏锐的分析，探讨了有关整体性和排他性意识形态幻象问题，而人类社会正是由之构成的。

## <<意识形态的崇高客体>>

### 作者简介

斯拉活热·齐泽克1949年3月21日生于斯洛文尼亚首府卢布尔雅那（Ljubljana），1971年获文学学士学位，1975年获文学硕士学位，1981年获卢布尔雅斯博士学位，1985年获得巴黎第八大学博士学位。

在学术上，齐泽克善于应用通俗文化理论，以娓娓而谈的方式，解释雅克·拉康晦涩、抽象的理论，同时又善于使用雅克·拉康的理论来解释政治现象和通俗文化问题。

他勤于著述，成果丰硕，是拉康之后最成功、最多产的精神分析理论家。

在政治上，他也非常活跃，他曾在1990年的第一次多党选举中，竞选斯洛文尼亚共和国总统，也曾出任过斯洛文尼亚共和国的科学大使。

不平凡的政治经历，将他磨炼成一个左翼思想家。

齐泽克现居德国埃森，任职于文化研究所。

<<意识形态的崇高客体>>

书籍目录

译者前言 中文版序 序言 鸣谢 引论 第一部分 征兆 一 马克思怎样发明了征兆？

1.马克思、弗洛伊德：形式之分析 2.商品形式的无意识 3.社会征兆 4.商品拜物教  
5.极权主义笑声 6.作为意识形态一种形式的犬儒主义 7.意识形态幻象 8.信仰的宏观性  
9.“律令就是律令” 10.卡夫卡：阿尔都塞的批判者 11.作为现实支撑物的幻象 12.剩余价值与剩余快感

二 从征兆到征兆合成人 (一) 征兆辩证法 1.回到未来 2.历史中的重复  
3.黑格尔与奥斯汀并驾齐驱 4.两个黑格尔式的笑话 5.时间陷阱 (二) 作为实在界的征兆  
1.作为征兆的泰坦尼克号 2.从征兆到征兆合成人 3.在你之中而非你 4.意识形态快感

第二部分 他者中的短缺 三 “你到底想怎么样？” (一) 同一 (二) 认同 (低层面的欲望图) (三) 超越认同 (高层面的欲望图)

四 你只能死两次 第三部分 主体 五 哪一种实在界主体 六 不仅是实体，而且是主体 参  
参考文献 人名对照表 术语对照表 附录一 齐泽克学术小传 附录二 齐泽克学术论著

## &lt;&lt;意识形态的崇高客体&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

阅读《意识形态的崇高客体》（简称《崇高客体》）一书伴随着一种绝望的心情，这种绝望的心情来自阅读经验，也来自阅读内容。

齐泽克一会儿讲个笑话、一会儿讲个故事，一会儿说几个精辟的句子，让我体会到阅读的愉悦；但一会儿他又云山雾罩，不知所云了，看得我郁闷不已。

痛苦的快乐、快乐的痛苦伴随着阅读旅程。

齐泽克写这本书的唯一一个理由，在我看来，是要告诉我们如何穿越各种社会幻象，而我的阅读结果是，这是一个极其艰难的尝试，很多时候注定要失败。

“意识形态”一词，平淡一些的叫法是“话语体系”，它是特拉西在18世纪末首次使用的，这个词指一门新学科--观念学。

我们熟知的“意识形态”一词的用法来自马克思的经典文本。

马克思认为，意识形态就是“虚假意识”或“错误观念”，是特定社会阶级为了最大限度地维护自己的阶级利益而扭曲真实的现实关系的结果。

简单地说，意识形态就是特定时空下人们普遍相信的一些标准说法。

譬如女人应该具有如下的美体：腰、腹、臀、臀、腿没有赘肉，而胸部丰满圆润，广告语有“做女人挺好”；面部呢，皮肤要白嫩平滑自然健康，没有日晒斑、黑斑、暗疮印、黄褐斑、粗大的毛孔和细纹等等。

显然三十年前，中国对于女人标准容颜的话语体系与此完全不同，但今天越来越多的人在美容广告年年讲、月月讲、天天讲、时时讲的传播攻势下，逐渐相信过去对于女人标准容颜的说法是错误的，今天的说法是理想女人真正的要求。

虽然现实中不是每个女人都具备这些特点，但至少这是我们努力的方向。

意识形态就是这样潜移默化地影响着我们的生活，同时构筑着现实。

每一种话语体系都宣称自己具有普适性，具有经验事实作为例证，每一个相信者也可以很容易地在现实生活中获得验证。

马克思发现总有一个特殊情形蕴含在意识形态的符号体系之中，暴露出其内在的矛盾和不一致性，从而终结意识形态自身和谐自恰的神话。

马克思说，资本主义社会不是宣称自己充满了自由吗，如言论自由、商业自由、政治自由，但是工人在市场上随意出售其劳动力的自由恰恰使工人失去了自由，使工人遭受资本的奴役。

马克思的工作是有效的，他启发了和谐话语体系中处于弱势一方的阶级意识，从而使原有的话语体系发生破裂。

但是意识形态还有两种存在方式。

用阿多诺的话来区分就是：一个是被体验为真理的谎言，一个是假装被严肃对待的谎言。

一种是某种意识形态被一部分人当作自然的真理来真诚的相信，如“资本主义是世界上最先进的社会制度”。

一种是人们很清楚某种意识形态的虚伪性，但仍然按照意识形态描绘的地图生活。

许多人对于某一种特定的意识形态面具心知肚明，知道那是骗人的，但依然坚守面具。

“他们对自己的所作所为—清二楚，但他们依旧坦然为之”——这在后全能社会的犬儒主义意识形态氛围里是十分常见的。

齐泽克发现后全能社会的人们上上下下都不相信主流话语体系，人人都知道皇帝全身一丝不挂，但没有一个人愿意说破它，而是争先恐后地盛赞皇帝新装的美丽，从中捞取特定的利益。

在这种情形下，马克思的传统意识形态批判程序是无效的，揭示出话语体系的自相矛盾又能怎样呢？人们只会觉得你说了些无用的废话，有说这些废话的功夫，还不如为改善自己的生活条件多做些努力。

我想，这里有两个问题值得思考。

一是这种犬儒理性的长久存在会伤害、破坏社会的基础结构，使民族的精神受到无法弥补的腐蚀。

二是在这种格局存在的同时，另外对抗性的话语体系已经悄然兴起，并且正在争夺着话语领导权。

## <<意识形态的崇高客体>>

其实，意识形态的犬儒主义生存方式并不仅仅出现在后全能社会，也出现在资本主义社会。譬如，资本主义消费社会里，人们拼命地购物、旅游消费，虽然所购的物品并没有多少使用价值这点人们很清楚，但购物的欲望促使人们欲罢不能。所有旅游景点早就和人的身体器官一样全是假造的了，不是纯粹的生态的自然环境了，而且到处充满了拥挤的人群，人们还是要挤过去。同样，马克思式的批判仅仅揭示出消费的虚幻性是不够的，因为这些消费主体虽然不象话语体系许诺得那样获得了多么大的成就或社会身份提升，但消费的的确确给消费主体不断带来可以满足的小快感。穿越社会幻象真不是一件容易的事情。

对于被体验为真理的谎言就更棘手了。信仰是内在的，人们只看见自己理解的和相信的事物。我们无法通过重现日常经验的前意识形态层面动摇意识形态偏见。在这个意义上，意识形态信仰就是一种宗教信仰，只有信仰行为本身才能使我们洞察到基督的爱、智慧、宽容等美德。对于信仰美国式自由民主社会是世界上最好的社会制度的人来说，你举出再多的经验事实指出这种说法的不足、结构性矛盾或话语形成的历史条件、现实条件都是没有说服力的。我们无意识地信奉着特定的话语体系，后者内在化于我们的身体。齐泽克指出，话语体系要真正发挥作用，一定要粘附到主体身上"创伤性的、非理性和无意义的残留，剩余和污点"。什么意思呢？

举例来说，美容广告宣讲的话语体系要发生作用，不是因为你我容貌有缺点，而是因为你我因这种容貌缺点体验过某种有意识或无意识的创伤。反过来说，话语体系提供了某种感官享受：如果我实施了美容手术，就能够成为理想女人；如果成为了理想女人，那我的所有生活就不会是现在的样子了，可以和电视里的张曼玉一样优雅高贵。齐泽克在这里把拉康的精神分析方法引入到意识形态分析。我们很清楚的知道，电视里的张曼玉只能是电视里的张曼玉，现实生活中的张曼玉从法国回港时的憔悴神伤是不能出镜的。

消费社会中的欲望客体无穷多样，社会幻象层出不穷，虽然我们可以容易地指认出每一种社会幻象构造背后特定的政经结构或利益集团，但是这些对于幻象的解释并不具有消除幻象的力量。"幻象基本上是一个用来填补不可能性空间的脚本，是掩饰空隙的一道屏障。"(第176页)"幻象恰恰是掩饰对抗性裂缝的方式。"(第177页)消费社会为人们提供了太多的剩余快感，剩余快感是维系资本主义社会正常运转的必要条件。

资本主义社会从一开始就充满了各种各样无法调和的社会矛盾，生产关系的框架开始限制生产力的进一步发展，而正是这一限制是资本主义社会不停发展的原因。齐泽克说，资本主义消费社会如果不对其物质条件进行不断革命，那么它必死无疑。(第73页)消费社会的意识形态幻象对每个人的影响都是巨大的，它一定要通过对每个人的召唤来发挥它的作用。

消费社会中的许多文化现象都是剩余快感起作用的好例子。譬如，网上聊天室里的色情男女中相当大部分人是夫之妇、有妇之夫，从他们的上网条件看也算得上中产阶级男女了，他们的现实生活无忧，婚姻关系稳定。从其网上聊天室里色咪咪和挑逗性语汇的过度使用量看，他们一方面追逐越轨，另一方面对越轨行为结果的真诚性并不相信。

网上聊天很好地体现了剩余快感运作的征兆。一个社会总是充满着这样那样不可调和的矛盾和对抗，意识形态一定要营造种种社会幻象使社会看起来是和谐一致的，人们追寻着共同的美丽人生。穿越社会幻象就是要引出核心对抗，让它重新分裂社会，建构起具有自我意识的各种社会群体。

## <<意识形态的崇高客体>>

这在消费社会中如何可能呢？齐泽克的经历是耐人寻味的，他从一个后全能社会中走出来，对它充满了批判和反省；另一方面，他对当代资本主义社会的消费文化、政经制度中的自由幻象同样充满了批判。

我们不禁要问：齐泽克到底想怎么样呢？

我可以肯定地说，齐泽克自己也不知道他到底想怎么样。

批判知识分子注定是无家可归者，是自掘坟墓的人，同时也是精力充沛、耳聪目明，随时提防着各种意识形态幻象的人。

这样的人可能是社会现实的讽喻者，却不能成为坚强有力的行动者。

今天世界中的批判知识分子，如齐泽克，已经成了最堕落的人：他是如此的明白事理，洞察一切，又是那么依恋这个充满腐烂气味的世界，不惜将自己的智慧用于资本主义话语体系的再生产和自我修复机制当中。

也可以这么说，除非齐泽克成为疯子，否则他一定是最淫荡的人，他从与资本主义世界的无限度调情中获得快感和满足。

而这何尝不是一种幻象呢？

虽然齐泽克以他超常的智慧复活了晦涩难解的后期拉康思想，为我们理解自己的生存世界提供了适合的武器，但是穿越社会幻象的努力永远无法获得全局性的胜利。

每个人、每一群体的人只有结合他（她、他们、她们）局部的具体处境，面对其具体问题，并且熟练运用齐泽克的方法辅助以拉克劳建设民主社会主义政治工程的行动策略，才有可能改善全局的现实政经格局。

## <<意识形态的崇高客体>>

### 编辑推荐

《意识形态的崇高客体》将关键性的精神分析概念、哲学概念与极权主义、种族主义之类的社会联系在一起，以探讨控制之幻象的政治蕴涵。

《意识形态的崇高客体》代表着对精神分析的意识形态理论和重大贡献，同时也对大量当代文化现象作了精辟的阐释。

<<意识形态的崇高客体>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>