

## 國族、快感與資本：國際運動景觀的邏輯

黃冠華\*

---

投稿日期：2010年6月17日；通過日期：2011年1月18日。

\* 作者黃冠華為義守大學大眾傳播學系副教授，e-mail: [guanhua\\_h@yahoo.com](mailto:guanhua_h@yahoo.com)。

## 《摘要》

鑑於國際運動景觀與國族主義的密切關係，本文從拉岡（Jacques Lacan）精神分析架構中的幻想、樣貌以及拜物等觀念，探討意識型態及商品景觀的議題，藉以強調其中的快感意涵，提供另類的理論詮釋。本文試圖論證，唯有理解國族與幻想、快感的根本關係，才能深刻地說明消費社會脈絡下，跨國運動集團乃藉由生產運動景觀、剝削國族情緒，以成就資本累積的目標。本文進一步佐證所謂「王建民現象」，乃環繞在國族、快感以及資本間的三位一體複合產物。

關鍵詞：幻想、拉岡、拜物、國族主義、國際運動景觀

## 壹、前言

台灣的國族認同，不再是一年一度的威廉波特，甚至是四年一次的奧運會，而是每五天就得以得到確認一次的洋基隊比賽（陳子軒，2008，頁230）。

國際運動賽事與國族認同的關係，始終是國內外學界關切的主題（Bairner, 2001; Rowe, McKay, & Miller, 1998; Tomlinson & Young, 2006）。透過全球化的運動景觀——諸如：世界杯足球賽，世界棒球經典賽，奧運等定期賽會，國家符號持續被提出，國家形象不斷地進行生產，運動員的表現和成績被視為測量國力的指標，種種現象均顯示當今流行文化中，運動競技幾乎已成為國家的替代物，除了儀式性地提供國族認同和凝聚集體情感的可能性外，亦是國族情緒得以宣洩的出口。相對於國外的文獻，台灣的棒球文化與國族的關係則是許多國內學者近期關注的焦點。從傳統的少棒、青少棒、青棒三級棒球到最近的王建民熱潮，相關的研究與論述均逃脫不了國族的議題。從歷史的脈絡中加以分析，這些文獻（陳子軒，2007, 2008；劉昌德，2008）大抵都承認台灣的棒球運動具有濃厚的國族主義色彩，甚至被視為國球。因此，不論是三級棒球的「素樸國族主義」，或王建民現象背後由跨國資本主義建構而成的「資本國族主義」（劉昌德，2008），藉由運動競技而激發國族主義熱情的現象是唯一不變的場景。

然而此一所謂的運動國族主義與一般傳統的國族主義有何不同？假如傳統的國族主義，乃涉及特定歷史情況下，文化記憶、以及社會整體的論述，始終與表意系統相關，那麼運動賽事表意了什麼嗎？單單運動賽事以及運動文化，是否足以宣稱國族主義？運動評論人瘦菊子便不以

爲然的表示：「棒球並不必然與國家劃上等號」（〈奧運、棒球、台灣：北京奧運與運動民族主義〉，2008 年 10 月 25 日）。當然，「不必然」亦非「必不然」，兩者的關係依舊曖昧。論者可能強調棒球文化的社區化或在地化，認爲棒球文化的多元可能性，不必要跟隨著跨國資本集團的計算而獨尊國族的意涵。然進一步設想，棒球之於台灣，如果沒有國族的因素，單就王建民本身，如何能成爲熱情客體而造成集體的狂熱？許多不瞭解運動文化、或不喜歡運動的觀眾，不減激情地守候在螢光幕前爲王建民、甚至洋基隊聲嘶力竭，這樣的現象難道無關乎國族的期待？承認兩者間的關係，可以繼續追問：激發熱情的必然是王建民嗎？可否是郭泓志呢？甚至是朱木炎、陳詩欣？這些置換過程的背後，不正共同承載了國族的符號嗎？每當這些運動明星或隊伍登場表演時，我們重複地陷於集體狂熱，恰恰顯現了國族拜物揮之不去的印跡。

假如運動本身並未先天賦予國族的因子，那麼，運動景觀究竟是如何與國族劃上等號的？不論是隨著國際大型運動賽事的定期舉辦，或者大聯盟球員規律的登板，難道這就是我們所需要的國族認同、集體地享受「想像共同體」的歡愉？難道國族認同只是類似 Boorstin（1961）所謂的「假事件」（pseudo-events），不必理會政治與社會上的紛擾，只需盡情地耗費我們的熱情，參與這些嘉年華式的狂歡？這些現象究竟是值得嚴肅考究的國族主義，抑或娛樂產業賴以發展的文化現象罷了？國族主義可以如此簡單，一個空泛的情緒出口？

本研究認爲，將王建民現象或運動國族主義置於消費社會的脈絡來考察，應該可以對國族情緒不斷地透過運動景觀予以再生產、並提供認同消費的邏輯，從精神分析的觀點提出另類的理論性面向與闡釋。誠如先前提到劉昌德（2008）與陳子軒（2007, 2008）的觀察，均將王建民的現象與全球化跨國資本主義的操作加以扣連，分析全球資本帝國美國

職棒大聯盟 (Major League Baseball, 簡稱 MLB) 如何透過各地球迷對旅外球員的國族認同, 擴大消費市場, 以致於本地棒球文化受制於帝國資本宰制的情形。我們因此看到, 利用包覆著國族情緒的國際運動景觀商品, 凸顯跨國資本更為細緻的操作手法。然而, 根據此一政治經濟學的批判觀點, 除了呼籲脫掉建仔的資本國族球衣, 回歸在地更多元的棒球認同外, 我們是否需要更進一步地質問: 為何人們樂於接受、甚至熱烈擁抱資本帝國所提供的 (國族) 商品? 此一問題, 是否回過頭來又與商品的國族意涵相關? 因此, 在脫掉資本國族球衣之前, 我們是否應該先從國族球衣如何穿上、甚至不得不穿上這個問題, 進行更深刻的剖析?

針對以上的提問, 筆者試圖從拉岡 (Jacques Lacan) 的精神分析角度, 在理論上探索 (國際) 運動賽事與國族 (主義) 的強烈連結。相對於國內外文獻, 僅依據現象本身印證兩者的密切關係, 從論述層面來闡述運動之文化、歷史與社會面向, 本文特別聚焦於「快感」(jouissance) 的概念來詮釋其中的情感、熱情面向。從這個地方出發, 一方面以泛拉岡學派的幻想概念來凸顯 (國族) 意識型態的快感面貌。此一進路, 不同於建構論強調的論述層次, 而是揭露國族認同中非論述 (non-discursive) 層次的核心力量。另一方面, 從消費社會的脈絡考察, 此一意識型態幻想如何賦予景觀商品拜物的性質, 進而發散為運動景觀裡引人注目、激發認同的情感力量。再者, 為了區別傳統國族主義以及運動景觀中的國族現象, 本研究特別探討拉岡對於「主導論述」(master discourse) 與「大學論述」(university discourse) 的差異, 藉此耙梳國族主義與快感在此二論述中的不同意涵, 進而解釋筆者將運動景觀生產與國族議題置於資本主義消費社會的根本原因。本文試圖論證, 唯有理解國族與幻想、快感的根本關係, 我們才能深刻地說明消費

社會的脈絡下，跨國運動集團如何藉由生產運動賽事、剝削國族符號以成就其資本累積的目標。透過這些理論性探索，進一步佐證所謂「王建民現象」、或類似的運動國族現象，乃環繞在國族、快感以及資本間的三位一體複合產物。

## 貳、國族的不可能性與幽靈

為了理解國族主義，我們必須認識到，『熱情』在創造集體認同的過程中所扮演的角色（Mouffe, 2001/2002；轉引自 Stavrakakis & Chrysoloras, 2006, p. 159）。

將運動賽事與國族主義「自然而然地」扣連在一起之前，應該先考察「何謂國族主義」這個問題。當代有關國族或國族主義的討論，大抵認為國族並非本質的、自然賦予的實體，而是被發明和建構起來的。建構性的觀點中，Anderson（1991）的「想像共同體」最為學界所熟悉。此一概念的重點在於，國族作為一共同體，不再只是由語言、區域、種族等客觀因素界定，而是強調其作為「文化人造物」的集體形塑力量（p. 4）。如同 Anderson 所指出，「共同體並非由真實／虛假來區別，而是依賴想像的方式」（p. 6）。對 Anderson 而言，此一想像的性質，正是國族主義作為統合人民與表達國家意志的核心要素。

一旦共同體是想像的，似乎就隱含了其虛擬的特性。我們可以進一步探索：藉由想像而將多元複雜的社會勢力匯聚為一國族共同體，究竟如何達成？事實上，將特定的差異多數凝聚為一整體，這樣的形成作用本身就預設了「同一性」（identity）的遺失或分裂，這也正是建構論的關鍵。用 Bhabha（1994, p. 155）的話，國家「本源上就存在著匱乏」（a minus in the origin）；正由於國家本身沒有本質性根源，因此必須

透過書寫、甚或「文化人造物」來權充國家的根基，召喚想像的共同體。Bhabha 借用德希達 (Jacques Derrida) 的「補遺性」概念進一步闡述，「國家的整體性總面臨、交雜著書寫的補遺運動 (a supplementary movement of writing)」 (p. 154)；繼而，書寫之後的「補遺物便是補償本源匱乏的附加物 (plus)」 (p. 155)。也就是說，書寫 (論述) 國家的行動本身，就是在一性失落或分裂時進行補遺或縫合，在認同混亂或曖昧時進行界定。透過重複性的象徵作用，國族的概念得以不斷地被論述並轉化其內涵。

誠然，認同的形構基本上具有語言、論述的本質。從社會建構的角度，在後現代多元、差異、甚至不斷流動的認同場域中，國家認同始終是特定社會條件下的歷史性與偶然性 (Stavrakakis & Chrysoloras, 2006, p. 145)。然而對於解構／再結構過程中論述背後的驅動力量，以及論述如何成功縫合主體等問題——亦即，為何這些問題始終指向同一個國家符號，建構論顯然無法提供令人滿意的解釋。國家與人民之間，假如不是完全透過論述加以連結，到底是什麼支撐著兩者間的強烈鍵結？什麼是不斷更迭的論述背後，持續不變地支持著國族認同的力量？在不斷變異的政治社會條件下，是否存在抗拒流動、難以撼動的認同核心？近來精神分析的觀點有助於釐清這些問題，並針對國族現象提出重要的解釋。

佛洛伊德 (Sigmund Freud) 早就體認到，情感 (affect) 在任何集體認同形式中的重要性。如同 Stavrakakis 與 Chrysoloras (2006, p. 149) 引用佛洛伊德的論點，「集體認同的重要性，不僅是符號上意義和論述的完整性，更在於對群體的力比多進行組織化 (libidinal organization)」。換句話說，國族認同必然是一種情感性的力比多，即生命能量 (life-energy) 的連結。用拉岡的術語，快感乃強調此一情感

與力比多面向的重要概念——如同 Fink (1997, p. 212) 所言：「有情感的地方，必有快感」。然而如何在國族符號下，捕捉此一快感元素呢？符號與快感之間的關係為何？對此，有必要從拉岡的語言理論架構加以討論。

對於拉岡來說，當主體進入語言系統，代表遭受象徵性閹割 (symbolic castration)，並預設犧牲了語言之前 (pre-symbolic) 的快感狀態：「符號首先謀殺事物而展現自身，這個死亡在主體身上建構了永恆的慾望」(Lacan, 2006, p. 262)。在此，永恆的慾望便是永遠的匱乏，無法再度擁有失落的快感，因此開啓了表意的空間，循著慾望的軌跡不斷地書寫、再現。因此，早期拉岡的思想，主要還是強調慾望、匱乏，忽略快感的：「因為，慾望乃一種防衛，禁止我們跨越某個界線而陷入快感」。(Lacan, 2006, p. 699) 準此，上述有關 Bhabha 所闡述的國族書寫，基本上便是在慾望的基礎上，不斷地企圖填補國族空間裡的匱乏，賦予實際論述內涵。嚴格地說，Bhabha 的書寫概念仍屬於拉岡所指的象徵層 (the symbolic) 與想像層 (the imaginary) 的論述層次。

假如國族對不同的人具有不同的意義與想像，書寫出不同的內容，那麼在差異中凝聚國族認同而成爲一整體的效果如何達成？甚至不同論述如何統整在同一國族 (象徵) 符號之下？根據拉岡，象徵層與想像層之間始終無法密合，兩者間存在著「不完全」(not-all)，那麼匱乏處又是如何縫合的？國族的整體性又是如何建構而成，形成集體的力比多連結？這個關鍵問題，直指拉岡的真實層 (the real)。在此，擬對與真實層相關的幻想 (the fantasy)、小對體 (*objet petit a*) 以及快感等概念加以闡述；並透過「主導論述」所呈現的社會鏈結形式，凸顯相關元素 (S1, S2, a) 在該論述中的作用意涵 (詳見圖一)。<sup>1</sup>



## 圖一：主導論述

$$\frac{S1}{\$} \rightarrow \frac{S2}{a}$$

讓我們先從 Laclau (2003) 對整體系統的政治性思考談起。對他而言，建構國家霸權始終是以極限或者敵意 (antagonism) 為前提的。如其所言，「極限不可能成為符指，而是必須藉由表意過程中的斷裂、崩解顯現出來……正的極限總是敵意的」(p. 306)。換言之，國家作為一整體始終在表意過程中存在著斷裂或不可能性、在系統中存在著敵意，此一極限現象，正是空泛符徵 (empty signifier) 出現，藉以建立霸權的時刻。「國家」作為一空泛符徵，便在結構的不可能處進行動員與接合，藉象徵作用將不同論述加以定錨，產生暫時的霸權效果。然而，此一象徵效果並非如此「空泛」，而是指向具有情感意涵的整體：「任何多元決定，不僅需要隱喻的縮合 (condensation)，更需要精神的貫注 (cathectic investment)。亦即，論述在建構社會的過程中，必須有某種情感的元素扮演根本的角色」(Laclau, 2004；轉引自 Stavrakakis & Chrysoloras, 2006, p. 148)。

很顯然，Laclau 的政治論述裡，包括空泛符徵在系統中的作用以及情感的面向，隱含了拉岡的思考。從拉岡的主導論述來看，其中的主導符徵 (master signifier, S1) 做為整個論述結構的施動者 (agent)，相當於 Laclau 的空泛符徵，企圖以多元決定的方式，接合系統中的不同論述、知識 (S2)。如圖一中上半部所示。

圖一左下的 (\$) 一匱乏主體，代表此一結構的真理 (truth)，也就是說，在論述層次上，主導符徵「再現了主體而連接其他符徵」(Lacan, 2007, p. 48)。更精確地說，其作用在於掩蓋匱乏、或不可能性，進而取得主導的地位；在系統的斷裂處，以展演性的姿態

(performative gesture)，進行縫補。

符號的表意作用之外，我們如何進一步從主導論述理解符徵與情感、快感的關係？關鍵在於圖一右下角的小對體——以 a 代表之。基本上，小對體並非進入語言之後所遺失的快感，一種先於語言的快感，而是「犧牲快感之後所產生的剩餘快感」（Žižek, 1996, p. 93），或者，犧牲快感之後的補償。這也就是為何它被視為主導論述的產物的原因。針對小對體在主導論述的作用，我們可以從幻想的概念加以補充，釐清其快感的特性。

以國族這個符徵為例，一旦它被提升為「主導符徵」，用來召喚所有的人民，其關鍵不在於協商、統合出一個意義，而是建立一種「虛擬的符指」（virtuality of the signified）、或國族性（nation-ness）的效果。如 Žižek（1996, p. 142）所言：「即使（它）無法全然實現，也能以『即將到來的意義』（meaning-to-come）產生有效的（動員）作用」。換句話說，此一虛擬的、抽象的、以即將到來的面貌進行召喚的東西，正是主導符徵戲法（sleight of hand）下所產生的幻想，足以讓原先匱乏狀態下的不可能性提升為「實質的不可能性」（Laclau, 2003, p. 308）。如此一來，國族的場域則從建構性匱乏轉變為建構性剩餘。一旦把「即將到來的意義」視為主導符徵所產生的意識型態幻想效果，則國族主義所開放的空間便不只是論述層面的意義，猶有超乎意義之外的無意義。正是這個符號之外的無意義真實片段，代表小對體在主導論述裡的快感作用。<sup>2</sup>

這裡，我們可以進一步區別慾望與幻想的意涵，藉以凸顯後期拉岡強調真實層中之驅力（drive）與快感的角色。如前所言，慾望是以匱乏、不可能性為前提的。事實上，此一純粹負向性的概念，並不足以驅使我們對於國族概念的書寫。我們如何能夠慾望？關鍵在於幻想。假如

國族的符號下，存在著某種國族性，那麼正是這種意識型態幻想效果，造成慾望的驅動力，並在這個基礎上不斷地詮釋、論述和再現。這也就是為何 Žižek (1997, p. 32) 將幻想視為「介於慾望與驅力之間的屏幕」，它既支撐著慾望，又是真實層中驅力不斷繞行的客體。

依據主導符徵與小對體的關係，我們如何解釋國族認同？人民如何接受國族的召喚而形成集體凝聚的現象？為何認同？讓我們從樣貌的概念，加以闡述。對拉岡而言，樣貌涉及本體存在的範疇：「存在的樣貌 (a semblance of being)，猶如賦予我們存在的基礎」(Lacan, 1998, p. 95)。Grigg (2007, p. 135) 則進一步強調樣貌與快感的關係，認為樣貌不同於表象，而是「一種既誘人卻又欺瞞的快感客體。我們相信它更勝於現實的事物，原因在於它提供滿足、避免不快」。換句話說，樣貌具有一種從真實層闖入可見的視覺領域之特質。對照上述對小對體的闡述，在認同的問題上，難道不是幻想裡的真實核心，令我們相信國族性的存在，同時提供我們認同的快感與驅力的滿足？對 Žižek (1989, p. 97) 而言，後期拉岡將小對體視為幻想客體，便類似樣貌的作用，使得主體經驗某種「不可能的、真實的核心，一種『比事物本身更多的東西』 (in an object more than the object)」。國族主義作為一意識型態，正是因著幻想客體、或樣貌的作用而取得物質性的效果，顯現為認同上的熱情與快感。

值得再次提醒，此一溢出象徵層的真实層殘餘，其幻想效果端賴主體本身的投射作用。如同柏拉圖在蘇格拉底身上經驗到的「寶藏」(agalma)，擁有神奇魔力一般，即使蘇氏其貌不揚，也無損柏氏對他的愛。換言之，樣貌的概念並非某事物的外貌、甚至特定外貌才能顯現的樣貌；它是一種純粹的樣貌，使得美本身超脫形象與外在的層次，具備了無法摧毀的特質。顯然，柏拉圖所愛戀的蘇格拉底，乃蘇氏自身所

沒有的東西。對柏拉圖而言，藉由蘇格拉底而顯現的幻想客體，乃一種「神秘的寶藏，確保了主體在存有上的一致性」（Žižek, 1997, p. 8）。對照 Žižek 的「意識型態幻想」觀念進一步闡述，我們可以說，即使柏氏「知道」蘇氏本身並沒有寶藏，他卻仍然「相信」它的存在。原因無他，正因為相信本身體現了潛意識幻覺，提供認同的真實快感。

不論是幻想、樣貌甚至寶藏，我們都看到小對體與主導符徵的密切關係。在標舉「國家」之名時，正是此一空泛象徵符徵之外的真實，凸顯了其存在的樣貌，猶如見證著國族性一般。它不僅讓我們感到國家的存在，甚至以一種異物、寄生體般的狀態騷動著我們，如幽靈（the spectre）般困擾著我們。我們為它悸動、歡呼、顫抖、流淚，似乎唯有這樣，我們才能在本體論位階上，感受到「國家」的重量及存在。依照拉岡的名言「他者（the Other）並不存在」，基本上，我們也可以宣稱「國家並不存在」，存在的只不過是其樣貌罷了（Grigg, 2007, p. 136）。

藉由以上探討國族主義與快感之間的關連，我們可以進一步分析王建民現象中的國族認同與熱情面向。假如運動景觀成為展示國家的重要場域，我們究竟在觀看什麼、看到了什麼？國家、代表國家的化身？抑或抽象的國家精神？當代奧運景觀中，璀璨的煙火、壯盛的排場、絢麗的表演，難道是我們真正想看的？王建民的球技，難道如此出神入化，值得廢寢忘食、一看再看？從以上討論觀之，王建民在台灣受到的注目，顯然不單是其本身的特殊天賦或棒球上的特殊才能。更重要的是，該現象乃特定社會脈絡下，<sup>3</sup> 基於國族慾望的需求而顯現的魔幻效果，進而勾引偶像崇拜的熱情。如此一來，即使對於棒球歷史文化完全陌生的人，亦能在國族幽靈的召喚下，追隨投一休四的節奏，按時在螢光幕前搖旗吶喊。

甚至在此一流行狂熱中，不難觀察到許多球迷的反應：「我知道棒球不等於國家，王建民也不等於台灣，但那並不重要……；重要的是，王建民的勝利，讓我覺得、也令我相信國家出頭了。」類似的說法，恰恰凸顯了快感在棒球（王建民）與國族符號之間扮演的關鍵角色。亦即，即使「意識上知道」棒球不等於國家，卻仍要假裝不知道，在拜物式的宣稱中，<sup>4</sup>「潛意識地相信」兩者間的連結，堅持享受（國族的）快感。因此，我們真正想看的，並不在於具體的運動景觀或國家形象，而是那個純粹的、看不見的國族樣貌。換言之，正是那個始終看不見的樣貌，才是我們渴望觀看、並提供快感的真正原因，支撐著對於國族的幻想。

假如王建民代表「台灣之光」，此一國族光環或樣貌當然非他所獨有，作為具體的慾望對象，他個人充其量不過是「包覆著此一神秘客體的想像化身——拉岡標記為  $i(a)$ 」（Focchi, 2008, p. 76）。甚至在不變的國族樣貌之下，我們似乎早已看過、甚至預期看到一系列的想像物的置換與更替——如三級棒球代表隊、郭泰源、郭泓志、朱木炎、陳詩欣等。即使慾望客體不斷替換，亦不致影響我們對於國族的幻想。也就是說，假如我們在運動競技的表演中感受到國族的樣貌，那並非運動員本身具備此一神秘的寶物，而是如前所闡釋，在幻想的關係之下，主體本身對於慾望客體所投射的結果——為了保障個人存有、享受快感，不得不投射的根本原因。

## 參、消費社會的前奏

景觀正是商品全然地殖民社會生活的歷史時刻。我們與商品的關係不止顯而易見——舉目所見，均是商品；眼見的世界

就是商品的世界 (Debord, 1994, p. 24)。

有家公司最近有思想購買我的「氛圍」(aura)。他們不要我的產品。他們一直說：「我們要買你的氛圍。」我從沒弄懂他們要的是什麼。但他們願意付高價購買。因此我認為既然有人願意為「它」付出高額代價，我應該試著弄清楚它是什麼 (Warhol, 1977/盧慈穎譯, 2006, 頁 106)。

景觀的意義，大抵與後期資本主義、媒體傳播科技、甚至意識的文化工業有著密切的關係。隨著 19 世紀以來，布爾喬亞階級興起，以及尋求平等與快樂的意識型態或幻想，使得隱含階級優越性的符號不再專屬於傳統菁英階級，複製科技生產出來的擬仿、摹本，正是新興階級努力克服階級差異的重要例證，透過符號消費來消弭階級上的差距或者取得特定的階級位置。如此一來，藉由消費而達到階級的流動，正是消費社會提供愉悅的根據，而且，愉悅或快樂的取得則由符號及物件來測量。根據布希亞 (Baudrillard, 1993, p. 55) 的觀點，消費社會的特徵就是「大量的符號需求與繁殖」，造成「在不確定的符號系列中生產潛在相同的物件」。包括時尚、媒體、廣告與資訊的生產，均代表符號價值凌駕使用價值的例子。因此景觀的形成，不斷地在符號與形象上擴散及生產，在某種程度上與消費社會有著密切的關係。

直到 Debord (1994, pp. 33-34) 提出景觀社會的概念，批判當代社會乃由形像全面佔領，並在心理層次上強化一種假需求 (pseudo-needs) 及匱乏，我們才理解 Debord 已然預見布希亞所分析的後現代消費社會的特徵。Debord 的景觀社會類似法蘭克福學派針對「文化工業」所持的批判性觀點，基本上預示了後現代影像消費的來臨，凸顯個人在媒體世代受到異化的情形，消費著他人所編織的媒體表象，無法創造自己的現實。準此，如果將景觀的再現內涵排除，脫離現實參考物以

及再現真假的問題，那麼景觀的意義則更接近布希亞的擬像。從後現代的觀點來看，抹除真實／虛擬的界線，擬像乃由純粹的影像與符號，建構新的真實經驗——所謂超真實（hyper-reality）。換言之，景觀社會中，整個生產與消費已然進入到新的階段，幻象甚至超越現實生活並反過來主導現實。

布西亞筆下的新式消費工具，包括百貨公司、購物中心、滑雪度假聖地、賭場或主題樂園等，正是提供人們夢幻消費的終極場所——一種無涉現實世界的「奇異幻想的牢籠」。根據布氏對擬像與消費社會的描述，商品的生產已超越傳統物件的使用價值，指向所謂的「無用性及無度的耗費」。人們「對於物件的強烈渴望本身是『非物的』（objectless），是對於慾望的隱喻或置換性之表現」。（Baudrillard, 1998, p. 78）此一觀點之下，景觀社會不僅代表幻象與現實之間的界線趨於模糊，幻象甚至得以超越現實，進而成為社會的主要支配力量。景觀本身變成紀德堡所謂「非生命（non-life）的自主運動」（Debord, 1994, p. 12），完全臣服於「市場經濟的獨裁統治」（Debord, 1990, p. 2）。

不論真實或虛擬，如果現代景觀的本質是 Debord（1994）所謂的「市場經濟的獨裁統治」，我們可以進一步提問：到底是什麼驅動著市場？超真實的擬像或景觀究竟如何具有召喚的力量？純粹的影像與符號又是在什麼情況下產生魅惑的能力，進而撩撥慾望、導引消費？換句話說，景觀的、甚至超真實的效果如何達成？從生產的角度來看，景觀究竟要賣什麼？後期資本主義中，景觀商品乃基於幻象而提供心理的滿足，然而重點是，消費中究竟滿足了什麼？根據這些提問來思索王建民現象，王建民的表演做為景觀商品，如何能產生魅惑的效果並引導集體消費？是否與國族的意涵相關？國族主義作為一種社會性的意識型態，

如何被生產、進而販賣？亦即，社會的如何變成經濟的？

這些問題牽涉到馬克斯（Karl Marx）商品拜物教（commodity fetishism），關乎商品之外的拜物特性、非物質性。如 Agamben（2000, pp. 75-76）在評論「景觀社會」的景觀商品時強調，「一旦沒有此一非物質核心……，那些感官的、同時也是超感官（suprasensible）或社會性的事物……將不可能存在」。我們可以初步理解，相對於使用價值，商品正因為超感官的、社會性的核心元素，才足以構成慾望或幻想消費的關鍵原因。針對這點作更細緻的探討，本文試圖從拜物（神）（the fetish）的概念出發，分別探討馬克斯主義與精神分析賦予此一概念的意涵，接著再以拉岡的幻想與快感等概念來闡述景觀之所以開展、並持續發散的邏輯，藉此凸顯現代景觀商品不斷生產及消費的終極循環形式。

拜物神的概念應用在宗教上，代表一種根據慾望而來的幻想矇騙著膜拜者，使其相信不具生命力的物體能夠超越其自然特性，順應其慾望。對膜拜者而言，它顯現為一種超自然、神秘的力量。宗教上的偶像崇拜本身便顯示這種謎樣的魔力。同樣地，商品拜物亦呈現了類似的現象。我們通常將商品視為理所當然，一個客觀事實。但仔細檢視，此一商品的客觀性與平常性卻轉變為魔幻般的幽靈。

如同宗教上所描述的拜物概念，經濟上馬克斯則將此一非實質的特性視為具有語言特性的社會暗語（social hieroglyphic）：「價值並非如標價上所示，而是將每一樣產品轉變為社會暗語的事物」（Marx, 1976, p. 167）。亦即商品拜物的神秘特質並非與客體的物理性質相關，而是來自於形式本身。透過某種誤認的形式，事物因此具備價值的客觀性，或者 Rancière（1989, p. 109）宣稱的「幻覺客觀性」（phantasmagoric objectivity）。這些怪異的、超感官的價值與特性，代表了事物的生產



過程裡的社會性質的結晶，並化身為難以測量的商品價值。商品之謎如同偶像之謎，我們只能從其形式中窺見其魔幻效果。準此，馬克斯批判兩者的虛假性，所謂的拜物都是人造的，要求揭露宗教的虛幻以及商品拜物的外衣，還原真實。既然拜物是虛幻的、人造的，那麼破除宗教與商品的迷思又能給我們帶來什麼結果？即便馬克斯主義長期以來批判商品拜物現象，其觀點也廣為人知，身處消費社會的今天，為何許許多多人卻寧願選擇相信它的存在，留駐於馬克斯所謂的誤認形式？如何解釋其存在的重要性為何？

Nancy (2001) 對於「拜物」概念的闡述，直接點出了其中的問題性。藉由區分兩種拜物的秘密，其分析論點不僅深入耙梳拜物的現象，更凸顯了精神分析相關的慾望與快感之面向。首先，第一層次的秘密在於拜物將產品賦予商品神奇的價值，因此根據馬克斯的批判分析，一旦提到「商品拜物」，便等同於「去神秘化」(demystification)、揭開商品神秘面紗，企圖還原事物的自然狀態。然而此一批判觀點卻無法忽略以下的事實：即使知道商品的神秘化過程、瞭解商品提供的幻想乃一種「假意識」，在誤認的形式下，卻依然相信它（明知道是謊言，卻選擇相信）。面對這樣的宣告，傳統馬克斯主義者顯然捉襟見肘。

爲了回答這個問題，以精神分析來解讀誤認形式，似乎更爲適切。根據精神分析的觀點，商品之所以成爲拜物，乃此一物件填補了他者的匱乏，並讓主體產生認同，它同時緩和了他者無能以及主體焦慮的不確定狀態。進一步說，即使主體「知道」此填補物並不等於他者、此物並未具有這等魔力，卻依然相信它就是。此一誤認形式稱爲「拒認」(disavowal)，拒絕承認他者匱乏的事實。<sup>5</sup> 回到第一節提及的「意識型態幻想」，其效果則涉及 Žižek (1989) 所謂的「拜物式拒認」(fetishistic disavowal)，並明確地指向快感的層次。<sup>6</sup> 也就是說，拜物

主體並不明確相信什麼，而是在（避免）主體匱乏的前提下，相信本身提供主體拒斥匱乏的狀態而得以享受快感。這個例子正可以說明 Nancy（2001）所謂的第二層秘密。相對於第一層秘密得以被解密——勾引慾望（幻想）之物或形像，本身並未有神秘本質，拜物的第二層秘密無法絕對地揭露，它無涉具體形像而指向幻想裡的快感，也正因為保留該秘密才維持了拜物存在的強度。甚至，「任何解密的意圖，都只會讓該秘密愈加不可解」（p. 6）。正是在這個層次上，Nancy 說道：「物神就是慾望的此在（being there），一種期待與迫切感，一種力量與預兆，一個在形式間進進出出的力道」（p. 6）。

顯然，拜物的性質與拉岡的幻想及快感觀念相關。從這個角度來觀察現代景觀，我們或許要說，單單從形像、影像或符號層次來解釋景觀的力量是不夠的。做為商品，許多影像及符號並不必然導致熱情的消費，唯有從幻想的概念出發，才能精確地描述商品所散發出來的幻覺光環，進而捕捉商品的拜物特性。一旦景觀具有商品拜物的特性，那麼，並非這些影像本身蘊含了神秘性質；而是，該景觀在主體的拒認機制底下，恰巧佔據了上述匱乏的相對位置，它作為填補物，召喚著空缺狀態的消費主體。景觀的生產便是透過慾望的建構，在商品拜物的神秘光環下，允許物件提供主體幻想的快感，撫慰其匱乏狀態。

國際運動景觀不正是基於國族慾望而生產的幻想嗎？以王建民做為一商品加以分析，假如我們停留在表象層次探討其拜物現象，只不過把物神等同偶像罷了，將物神視為慾望在想像層的實現，忽略了賦予偶像價值背後的符號性或社會性。依據此一觀點，運動球星作為流行偶像與商品，其價值必然與背後的社會性符號有關。國族作為主導符徵，便是基於其無法測度、超越任何具體感官知覺的超驗面向，以及表意上的優勢作用，具有拜物的價值。根據 Goux（1990）提出的符號經濟，它代

表一種「奧秘的」(cryptophoric)符號。如此一來，此一符號顯現的功能不只是擬像而已，而是所謂的「真實的符號」——它「蘊含『過剩的情感』(surplus of affect)，代表潛意識認同其他事物所呈現出來的情感性過度貫注」(p. 124)。

國族符號烘托之下的「台灣之光」，才是王建民獲致其難以測量之價值的關鍵。更精確地說，任何經由國族光環加持的商品，均有取得拜物價值的可能。以安迪沃荷(Andy Warhol)為例，如這一節開頭引述沃荷的話，此一無法捉摸、卻又極具價值的東西，正是氛圍(the aura)。Focchi(2008, p. 80)便是根據精神分析的觀點，以氛圍的概念來詮釋沃荷的作品與市場的關係。他強調，「氛圍乃驅動市場、卻又無法被市場所吸納的元素」。作為偶像，沃荷正是「藉由收藏者對其氛圍的拜物慾望，擴大其作品的市場，形成屬於沃荷的藝術景觀」。這也是為何有人想買他的氛圍，而非其作品——氛圍才是造就其藝術市場的關鍵元素。同樣的邏輯，我們可以說，球星們便是基於消費者的拜物慾望，在國族氛圍的烘托下，晉升為偶像的地位。我們購買、消費偶像以及其週邊產品的原因，不在於產品本身，而是氛圍。

我們從先前提到的國族主義，乃至商品拜物現象，精神分析的幻想概念均凸顯兩者關鍵的快感面向，有效地連結意識型態與商品生產兩者之間的關係，並提供重要的詮釋與分析。對照先前的闡述，國族主義作為一意識型態，乃透過與小對體相關的幻想或樣貌，將表意符號的精神層面賦予物質性的效果；商品的拜物特性則涉及將實體的物質性產品賦予精神性光環。超越傳統的精神／物質的二元對立，兩者的交匯、或兩種形式的過剩，均巧妙地指向幻想的快感邏輯。假如力比多的投注(libidinal investment)作為任何形式認同的先決條件，提醒我們從快感的面向來探究相關國族主義議題，那麼，一方面我們從王建民現象所體

現的國族樣貌，瞥見認同的熱情和力比多的凝聚；另一方面我們亦持續看到「台灣之光」的幽靈，如何依附在具體景觀商品的生產上。透過一系列國族符號發散與物件的光譜—包括，世界經典棒球賽、奧運、亞運等，甚至是各式各樣的國際競賽，不斷操作細微的差異與變化，驅動國族消費的熱情。

## 肆、快感的計價

我們必須指出另一種消費模式：超越直接的商業產品與內容，卻直指消費過程本身的消費（consumption of the very process of consumption itself）（Jameson, 1997, p. 293）。

Jameson（1997, p. 286）在論證後現代主義的消費面向時強調，消費過程中的虛擬狂熱，其夾帶的異常滿足感，可被視為「商品化過程的剩餘或紅利」。基本上，我們從景觀商品出發而探討的運動景觀消費，似乎呼應著此一「消費過程本身」的消費模式。然而，透過消費掀起的狂熱與獲得的滿足，究竟如何成為剩餘或紅利、轉化為經濟價值？情感的元素如何成為市場經濟據以生產的剩餘價值之所在？從經濟的觀點，它該如何計價？Goux（1990）從經濟學的邊際學派（marginalism）觀點所提出的分析，值得進一步探討。

對 Goux 而言，透過幻想而建立的慾望經濟，強調以慾望的生產以及快感的滿足為目的。在消費社會裡，生產的商品不再以使用價值或交換價值來衡量，而是邊際學派宣稱的慾望價值（desire-value）。雖然此一價值原則上是主觀的、可變的、短暫的，卻在社會性交換與整體欲求當中，得到大規模的調節。價值的創造必然依賴生產充分的慾望強度，商品的價格也是透過可欲性（*ophelimity*, *desirability*）以及預期的快感

(*anticipation of jouissance*) 來計算。用 Goux (1990, p. 200) 的話說，經濟價值最終被還原為「引誘價值」或「力比多價值」。根據邊際學派的實際假設，「創造剩餘價值，必須在根本上操作剩餘慾望 (*surplus desire*)」。由此觀之，如果我們接受市場價值純粹由力比多效果而定的假設，那麼，反過來說，力比多則被還原成市場發展的關鍵原因。

從這個論點出發，根據國族慾望所打造的國際運動景觀，顯然正是資本家精心設計的商品，使得現代消費者毫不費吹灰之力地享受國族的氛圍及快感。基本上，王建民現象與 MLB 跨國資本集團操作運動國族主義，擴大消費市場，脫離不了關係。如同劉昌德 (2008, 頁 40) 提到的「全球資本帝國的邏輯」，資本帝國並不以消滅他者 (如日本職棒) 為目標，相反地，是將對方「吸納進本身的金字塔體系當中 (如 MLB 不斷吸納日職菁英)，拓展帝國疆界…… (進軍日本市場)……。」同樣地，我們可以說，MLB 便是著眼於台灣人民的國族慾望以及對於國族快感的要求，藉由吸納王建民來拓展其台灣市場。然而，此一可計算的、人工的快感，與先前所探討的國族主義的剩餘快感又有何不同？難道後者的無法計算才是「真正的」快感？藉由運動景觀所生產的幻想，究竟又如何異於先前提到的意識型態幻想？依照拉岡的觀點，我們如何對消費社會裡的快感消費現象，提出更精確的解釋和分析？

基本上，拉岡的著作中，並未對於消費社會的議題進行細緻的討論。唯有第十七講座 (Seminar XVII) 中，在比較剩餘快感以及馬克斯剩餘價值之間的關係時，略有涉及。讓我們從此一講座出發，深入耙梳相關的概念，進而回應上述的提問。第十七講座中，我們發現拉岡唯一對消費社會的描述以及相關快感意涵的論點，值得在此大篇幅引述：

馬克斯所抨擊的剩餘價值，正是對此一快感進行掠奪

(the spoliation of jouissance) 而來。此一剩餘價值，乃剩餘快感的墓碑、剩餘價值就是剩餘快感的等同物。消費社會的意涵，便是透過產業，將任何具有剩餘快感之對等物 (equivalent) 生產出來——也就是說，仿剩餘快感 (imitation surplus-jouissance)。……我們確實可以生產剩餘快感的樣貌，蔚為流行 (Lacan, 2007, p. 81)。

這句話隱含著剩餘快感與其對等物 (仿剩餘快感) 間的差別，卻未否認仿剩餘快感能夠產生集體流行效果。進一步思索，假如剩餘快感與仿剩餘快感兩者，均能造成表面上我們看到的國族熱情，究竟什麼樣的基礎能讓我們辨別其間的差異？對照拉岡前後文的討論，關鍵原因涉及到「主導論述」與「大學論述」的轉變。假如第二節所探討國族與快感意涵，代表主導論述的連結形式，那麼，仿剩餘快感的性質以及相關國族消費和認同的議題，則有必要從大學論述本身的細節來加以剖析。

大學論述中的主要施動者變成系統的知識 (knowledge) ——S2，大致上代表教育或官僚體系之類的知識生產系統。若依據上述對於消費社會的描述，S2 則可視為後期資本主義生產幻想或景觀的 know-how (*savoir-faire*)，一種知識財，據此生產而累積資本 (MacCannell, 2006, p. 202)。然而生產什麼呢？明顯指向上半的小對體——亦即，生產剩餘快感，或者力比多客體。從景觀消費者與 MLB 的關係來看，MLB 正是扮演幻想生產者與管理者，引領著快感的消費 (詳見圖二)。<sup>7</sup>

圖二：大學論述

$$\frac{S2}{S1} \rightarrow \frac{a}{\$}$$

依大學論述來詮釋當代資本主義，我們可以發現，小對體的性質改變了。回到第一節的主導論述，小對體如果代表整個論述系統無法完全封閉的地方，是分裂主體面對的困境，必須由主導符徵一再地回返、重複，加以覆蓋而產生真實幻想的殘餘，那麼剩餘快感基本上遵循「不可能性邏輯」（the logic of the impossible），一個始終存在的障礙物。甚至可以說，沒有障礙或不可能性，則毫無快感。<sup>8</sup> 然而大學論述裡的剩餘快感作用，卻是從此一象徵層論述的建構基礎，以及縫合主體進而產生認同的真實核心，轉變為公開得以產生價值的東西。

對於此一論述的轉變，拉岡（Lacan, 2007, p. 80）是這樣描述的：「一旦進入更高階段，剩餘快感便不再是剩餘快感，而是被單純地標示為一種價值，以進入得以被累積的整體系統當中」。依傳統的勞動理論，快感的滿足、消費，基本上被視為一種耗費（waste）、佚失（loss）。然而如同馬克斯將剩餘價值視為資本主義的驅動力，為了確保資本主義運作，其革命性的發展便是將此一無用的耗費納入計算，使得「剩餘價值等同於此一計算過的耗費，將其價值不斷地累積為資本」（Zupančič, 2006, p. 170）。用拉岡的話，剩餘價值便是對剩餘快感進行掠奪的結果，<sup>9</sup> 化身為仿剩餘快感。準此，在這個階段，（仿）剩餘快感與財富的創造密切相關（MacCannell, p. 203）。

Žižek 便是以大學論述來詮釋享樂主義式的消費社會，並凸顯其猥褻之過剩（obscene excess）的快感現象。<sup>10</sup> 對 Žižek 而言，拉岡式律法（the Law）／超我（the superego）一體兩面之關係中，超我顯現為對於律法壓抑的逾越；超我的「快感律令」或「盡情享受」（Enjoy!）的律令，象徵從禁忌社會邁向享樂社會。整個社會充斥著毫無壓抑性的享樂主義，藉由商品的消費獲得預期的快感。在這個層次上，剩餘快感中阻礙的、否定性的核心元素消失了，任何（仿剩餘）快感均為可能的。

根本上，資本主義就是可能的論述，「沒有什麼是不可能的」，甚至一再地以挑戰禁忌的姿態來測試快感的極限。在排除阻礙／禁忌、缺乏建構性匱乏的情況下，「盡情享受的律令」（the imperative of enjoyment）頂多帶來無害的、無痛的仿剩餘快感。

在這個意義上，運動景觀裡的國族認同，不再是主導符徵針對論述系統在匱乏、斷裂時，生產出來的樣貌以及凝聚的效果，而是在消費的社會中，透過公開享樂的「道德要求」，以拜物式奇觀激發快感，並展現為創造財富—將佚失轉換為利潤—的關鍵元素。以消費為主的享樂中，影像所提供的立即答案主導著我們的經驗，因此，語言已然喪失其表意中介的作用。自戀、虛幻的影像完整性，模糊了我們對於自身與他者的提問。換句話說，運動國族主義的國族概念，似乎脫離語言的思辯與表意層次，僅僅隨著運動景觀中所操作的國族符號與情感，激情演出。因此，即使運動景觀始終與國族符號糾纏不清，王建民現象與「台灣之光」密不可分，此種國族現象已不同於主導論述中的國族意涵。語言或符號，如同 Žižek (2006, p. 312) 所言，「僅僅被降級為次要的、不相干的樣貌，操弄和引誘的工具，而真實的事物也不過是快感而已」。套句拜物式話語，「我知道這只是幻想，可是沒關係，至少我的感受是真實的」（亦請參見註釋 6）。

此一享樂社會的景象，這正是資本主義將剩餘快感納入生產的根本邏輯下，所造成的結果。換言之，透過「享樂」的命令，我們的公民身份消蝕了，取而代之成為盡責的消費者。假如資本主義將我們召喚為消費者，透過誘發倒錯的（perverse）、過度的慾望，將我們建構為慾望主體，那麼快感的消費不正是推動著資本主義生產的終極前提嗎？也就是說，資本主義「並非自主運轉的機器，它需要快感的持續挹注（the constant influx of jouissance）」（Žižek, 2006, p. 61）。進一步區分慾望



與驅力在概念上的差異：慾望本身是無法滿足的，因此，不同的慾望對象基於此一前提而不停的置換，而快感或驅力則在此一運動中獲得自身的滿足。換句話說，雖然驅力繞行的標地物（the goal）是慾望的客體，延續驅力的無限循環運動才是其真正的目的（the aim）。驅力正是在此根本的意涵上與資本主義的邏輯產生關係。如同 Žižek 所說的，「驅力推動著資本主義機器，而正是該非人的推進力（impersonal compulsion）造成其不斷地自我再生產，無限地擴大運轉循環」（Žižek, 2006, p. 61）。

綜合以上的論點，我們可以回到台灣「王建民現象」的脈絡，進一步分析 MLB 如何循著資本主義的邏輯，將快感的生產與消費轉化為剩餘價值的累積。基本上，MLB 近年來加速全球的擴張，乃受到美國本地消費市場衰退與勞動成本上揚的影響，試圖尋求外籍球員較為低廉的運動勞動力，並藉此拓展海外市場，作為因應策略（劉昌德，2008，頁 45-48）。如此一來，台灣作為 MLB 資本集團拓展其全球市場的對象，我們可以發現，王建民代表洋基隊出賽，明顯帶動 MLB 在台灣的消費市場。根據劉昌德的調查分析，自從 2005 年王建民有優異表現後，MLB 在台灣的收視率即有顯著的成長（從 2004 年以前的 0.07% 到 2005 年的 0.15%）；王建民固定先發的 2006 到 2007 年間，收視率更是以倍數成長（2006 年 0.26%；2007 年 0.63%）。相對地，MLB 在台灣的電視轉播費用則大幅地提升（從公視 2005 年首度取得轉播之權利金 50 萬美元、2006 年的 60 萬美元到 2007 年民視以一年 100 萬美元取得轉播權），周邊商品的銷售價格亦水漲船高（劉昌德，2008，頁 49-52）。MLB 在台灣市場的成長與資本的累積，顯然是拜王建民現象所賜，將收看王建民比賽的狂熱與快感，轉化為具有實質經濟利潤的商品。特別值得強調，王建民出賽的平均收視率，不僅遠高於王建民未出

賽的收視情況，甚至比一般被視為更重要的季後賽之收視率還來得高（劉昌德，2008，頁 50-51）。綜觀這些消費數據，更加印證了王建民現象裡的國族認同，才是 MLB 將台灣市場納入其全球資本帝國版圖的關鍵。透過王建民運動景觀的生產及（台灣）國族快感的消費，正是 MLB 拓展台灣市場，進而累積剩餘價值的基礎。

對資本主義機器而言，國族性或國族主義因此是富有生產力的。當觀察本土球員旅外的表現，能夠形成如此狂熱的國族認同和快感，MLB 或所謂跨國資本集團必然理解將此一快感轉化為經濟商品的邏輯。可置換的慾望對象（王建民）幾乎不再重要，因為只要商品循著（國族）慾望的軌跡，提供驅力運行的快感空間，便能確保資本的運行不輟。假如我們觀看（消費）王建民的過程中【或 Jameson（1997）所強調的「消費過程本身的消費」】，能感受到「部分的國族意蘊」，那麼部分的國族意蘊正是「驅力的真正客體（the true object of the drive）」。（Zupančič, 2000, p. 243）亦即，驅力客體才是帶動後期資本主義生產的關鍵。作為資本主義機器的稱職代理人，資本家洞悉運動與國族之關係，進而綁架國族情緒，將其納入生產，正是拉岡所謂「掠奪快感以獲得剩餘價值」的絕佳例證，亦是消費社會裡國際運動景觀的生產源頭。

## 伍、結語：猶如可口可樂般的國族商品？

資本主義開始將情感強化或多樣化，只為了榨取剩餘價值。為了強化潛在利潤而綁架情感，或者精確地說，將情感估（計）價（Massumi, 2003, p. 224）。

本文論述的國族意識型態的幻想概念以及商品的物神價值，旨在凸顯拉岡精神分析中的快感邏輯。首先，不論是幻想或物神，如同

Massumi (2003) 所指的情感，均指向超越符號所能夠表意的真實殘餘。正是無以名狀的國族性，使得王建民被提升至慾望客體的地位。甚至，一旦運動員與此一「不可能性」產生連結、以具體的形像佔據此一位置，必然被賦予某種神聖光環，引發集體狂熱與快感。另外，由於馬克斯的商品拜物現象仰賴相似的幻想結構，王建民作為國族商品，則被賦予多於商品本身的拜物價值。毫無疑問地，兩者存在的條件，均指向人民（消費者）對於國族的潛意識貫注與快感。

作為快感的基地，國族幻想（國族性）隱然成為市場上可以無限剝削的價值，資本便是透過持續地生產、置換（不同形像）而啟動市場的短路，同時亦在消費者一次又一次的快感消費（耗）與流洩中，累積剩餘價值。消費社會中的消費者，便是藉由各式各樣的具體運動景觀來見證「可見的國家」；透過消費被計價過的快感商品，感受國家的存在、召喚國族認同。這也就是為何各項國際性運動競技，不斷成為生產國家替代物，並掀起各國國族情緒以供情（快）感消費及認同的主要原因。終究，國際運動景觀乃圍繞在國族、快感與資本三位一體的複合產物。

當然，本文並非企圖「合理化」運動國族主義的快感消費，而是藉由拉岡理論中主導論述到大學論述的過渡，釐清國族主義與剩餘快感的性質轉變。不可否認，台灣人民集體觀看王建民投球的經驗，確實建構了某種想像的共同體，藉由凝聚的熱情，體現為特定歷史脈絡（國族認同面臨危機）下，在地人民對於國族慾望根本匱乏的集體回應。畢竟，消費的熱情與慾望的根本匱乏密切相關。然而，強調國族主義裡的快感經驗，並不表示只剩下快感而無涉現實的論述層次。根據主導論述的統整原則，國族主義乃國家整體面臨建構性徵兆，要求在表意層次上進一步縫合系統的缺口，繼而產生的集體熱情與快感。也就是說，此一快感乃基於現實的斷裂、匱乏等不穩定因子，經由表意系統媒介作用所產生

的過剩產物。相對地，單憑球員冠上國族符號而帶來的奪勝快感，頂多顯示對國族樣貌的立即性熱情，無涉現實上的政治與社會性意涵。換言之，王建民現象只不過是將國族符號「去意義化」(de-semanticized)，引領我們陷入認同的立即性衝動，僅僅享受著國族的「無意義」、或快感意義(joui-sense)。

觀看王建民比賽帶來的快感，頂多是拉岡所謂的仿剩餘快感，勝投與否並非那麼重要，因為，觀看過程中，我們的驅力或快感，已經隨著虛擬的、無涉現實的熱情景觀得到滿足。借用 Žižek 的術語，我們只不過享受著「無咖啡因」(decaffeinated)的快感。正因為致命的咖啡因已去除了，我們可以不必那麼在乎勝敗，只需隨著運動賽事的舉辦，等待明年、四年後、甚至五天後的預期節奏，許諾不痛的、無害的快感再次來臨。

如同 Žižek (2000) 將健怡可樂(diet Coke)視為資本主義的終極商品，我們必須說，王建民亦不啻為成功的國族商品。可樂之所以吸引人，既非其使用價值亦非交換價值，而是一種不得不喝的快感。精確地說，我們在喝空無本身(the nothingness itself)，一種獨屬於可口可樂的純粹樣貌(p. 23)。以這個例子來印證國族的樣貌，我們所亟欲觀看的，不正是王建民以外、那個看不見的國族樣貌嗎？重要的是，無咖啡因的健怡可樂，讓我們更肆無忌憚地開懷暢飲；觀看王建民的比賽則令我們的國族快感盡情地宣洩。

## 註釋

- 1 對拉岡來說，論述是「維持社會上特定基本關係的必然結構」(Lacan, 2007, p. 13)。有關四個論述結構的基模(schema)中，四個相對位置的涵義，以及佔據四個位置的四個因子(factors)，在此不予詳細討論。參見 Bracher

- (1994)、Zupančič (2006)。
- 2 有關小對體伴隨主導符徵（國族）所顯現的無意義、卻又極其重要的作用，作者在另文中，有更詳細的整理。參見黃冠華（2008，頁 88-89）。
  - 3 有關運動如何與國族主義產生連結，許多文獻根據運動乃承載著國家符號而競技，凸顯國家的意涵，因此賦予國族主義接合的可能性。這當然不意味著運動必然與國族主義劃上等號。在台灣，棒球運動與國族主義產生如此緊密連結的問題，有必要從歷史與文化的脈絡加以理解。陳子軒（2008）認為，此一問題與台灣在認同上長期處於不確定性有關。特別是，中華民國自 1971 年退出聯合國，在國際間喪失代表中國的合法性後，適逢三級棒球屢屢在國際上揚眉吐氣，「棒球運動被轉化成台灣在國際地位的表徵」（頁 226）。也就是說，棒球運動便是在這個歷史時刻連結到國族主義，撫慰了慾望—受到認可的慾望（*desire for recognition*）—的匱乏，適時提供國族認同的對象。至於 2006 年王建民熱潮的高峰，陳子軒（2007）則從總統涉貪、紅衫軍運動、以致於國內政治對立的社會脈絡下，認為王建民的表現，適時成為國族認同危機之下國人共同投射的標地。依據這樣的詮釋，我們理解，運動與國族主義絕非必然的關係。即使運動本身背負著國家的符號，不必然能夠激起強烈的國族情緒。而是在特定社會條件下，當國族作為一主導符徵遭逢危機，其認同上的功能產生動搖，國族幻想的幽靈始能進一步被催化，藉由運動而形成熱情的國族現象。
  - 4 有關拜物的概念，以及相關的拒認機制與精神模態所顯現的快感面向，下一節會有更細緻的闡述。
  - 5 在此，根據 Fink (1997, pp. 167-193) 對拒認機制的詮釋，略作補充。拒認現象乃佛洛伊德從小男孩（Little Hans）看到小女孩生殖器時的態度所發現：他否認她沒有陰莖的事實，卻宣稱他確實看到了（p. 167）。同樣的邏輯，一旦主體拒認母親缺乏陰莖的事實，拜物便成為主體所相信的「陰性陽具」（*maternal phallus*），或者此一失落的陰性陽具之替代物（p. 184）。
  - 6 Žižek 的「拜物式拒認」公式為：「我知道……，但仍然……。」其闡述的意識型態幻想的概念以及犬儒主義（*cynicism*），均涉及此一觀念的心理防衛機制。有關犬儒主義的討論，詳見 Žižek 於 1989 年的著作：*The Sublime Object of Ideology*，第 28 至 30 頁。
  - 7 大學論述的結構，基本上可用來解釋教育、官僚系統的運作。Zupančič 與 MacCannell 收錄在〈拉岡第十七講座讀本〉的文章，則特別強調此一結構與資本主義系統的相關性。有關此一論述基模的意涵與相關討論，詳見，Zupančič (2006)、MacCannell (2006)。
  - 8 用拉岡的話加以補充。快感乃由「匱乏」、「裂縫」、「誤失」（*fault*）所標示。它是「性快感」（*sexual jouissance*），具有從「困境」（*an impasse*）而來

的特性。(Lacan, 1998, pp. 8-9)

- 9 在此，有必要對剩餘價值與剩餘快感的關係作點補充。根據馬克斯的勞動理論，剩餘價值是扣除工人勞働工資後、或資本家購買勞動力之外多餘的價值。此一溢出勞力商品的價值可視為建構性的剩餘，基本上為資本家所剝削，並納入私產。對馬克斯而言，剩餘價值的生產正是資本主義之生產力或者資本擴張的關鍵，並得以轉換為利潤。換句話說，資本並非只是金錢而已，它賦有一種能夠生產多餘的性質，也就是累積更多金錢的能力(Žižek, 2006, p. 59)。資本始終生產更多價值；剩餘價值便是資本追逐的目標。因此，假如剩餘價值乃驅動資本主義的力量(driving force)，那麼其結構性的作用便有如小對體或剩餘快感在精神結構上所扮演的角色。因此，假如每一次國族快感的生產與消費都是一種耗費，並轉化為利潤(剩餘價值)，顯然，剩餘價值便是對剩餘快感進行掠奪的結果。鑑於資本乃透過剩餘價值不斷累積與擴張的性質，剩餘快感的(再)生產與消費則構成了價值累積的循環。
- 10 事實上，Žižek 探討「超我」的運作下，兩種猥褻之過剩的模態，包括法西斯主義景觀以及享樂社會。基於此處討論的脈絡，僅標舉後者(詳見 Žižek, 2006, pp. 310-312)。

## 參考書目

- 〈奧運、棒球、台灣：北京奧運與運動民族主義〉(2008 年 10 月 25 日)。《文化研究月報》，85。取自 [http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/ShowForum.asp?Period=85&F\\_ID=25](http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/ShowForum.asp?Period=85&F_ID=25)
- 盧慈穎譯(2006)。《安迪沃荷的普普人生》，台北：三言社。(原書 Warhol, A. [1977]. *The philosophy of Andy Warhol (From A to B & back again)*. New York, NY: A Harvest Book.)
- 陳子軒(2007)。〈國族(的)運動——棒球與台灣認同〉，《文化研究月報》，68。取自 [http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/68/journal\\_park681.htm](http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/68/journal_park681.htm)
- 陳子軒(2008)。〈公共電視運動轉播與國族認同建構〉，《新聞學研究》，96: 213-259。
- 黃冠華(2008)。〈符徵的邏輯：想像、象徵與真實〉，《中外文學》，37(3): 63-101。
- 劉昌德(2008)。〈帝國搖旗，國族吶喊：棒球勞動國際分工與運動國族論述之轉變〉，《台灣社會研究季刊》，70: 33-77。
- Agamben, G. (2000). *Means without end: Notes on politics*. Minneapolis, MN: University

- of Minnesota Press.
- Anderson, B. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. New York, NY: Verso.
- Bairner, A. (2001). *Sport, nationalism, and globalization: European and North American perspectives*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Baudrillard, J. (1993). *Symbolic exchange and death*. (I. H. Grant, Trans.). London, UK: Sage. (Original work published 1976)
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. London, UK: Sage.
- Bhabha, H. (1994). *The location of culture*. New York, NY: Routledge.
- Boorstin, D. (1961). *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York, NY: Atheneum.
- Bracher, M. (1994). On the psychological and social functions of language: Lacan's theory of the four discourses. In M. Bracher (Ed.), *Lacanian theory of discourse: Subject, structure and society* (pp. 107-128). New York, NY: New York University Press.
- Debord, G. (1990). *Comments on the society of the spectacle* (M. Imrie, Trans.). New York, NY: Verso. (Original work published 1988)
- Debord, G. (1994). *The society of the spectacle* (D. Nicholson-Smith, Trans.). New York, NY: Zone Books. (Original work published 1967)
- Fink, B. (1997). *A clinical introduction to Lacanian psychoanalysis: Theory and technique*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Focchi, M. (2008). A spectacular health. *Lacanian ink*, 31, 62-85.
- Goux, J. J. (1990). *Symbolic economies: After Marx and Freud* (J. C. Gage, Trans.). Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Grigg, R. (2007). Semblant, phallus, and object in Lacan's teaching. In P. Degabriele, S. Herron, & S. Pelaez (Eds.), *Umbr(a): Semblance* (pp. 131-137). New York, NY: SUNY Press.
- Jameson, F. (1997). Postmodernism and the market. In S. Žižek (Ed.), *Mapping ideology* (pp. 278-295). London, UK: Verso.
- Lacan, J. (1998). *On feminine, the limits of love and knowledge 1972-1973: Encore, the seminar of Jacques Lacan Book XX*. In J. A. Miller (Ed.), (B. Fink, Trans.). New York, NY: Norton. (Original work published 1975)
- Lacan, J. (2006). *Écrits: The first complete edition in English* (B. Fink, Trans.). New York, NY: Norton.
- Lacan, J. (2007). *The other side of psychoanalysis: The seminar of Jacques Lacan Book XVII*. In J. A. Miller (Ed.), (R. Grigg, Trans.). New York, NY: Norton.
- Laclau, E. (2003). Why do empty signifiers matter to politics? In S. Žižek (Ed.), *Jacques Lacan: Critical evaluations in cultural theory* (Vol. III, pp. 305-313). New York, NY: Routledge.
- Laclau, E. (2004). Glimpsing the future: A reply. In S. Critchley & O. Marchart (Eds.), *The Laclau critical reader* (pp. 279-328). London, UK: Routledge.

- MacCannell, J. F. (2006). More thoughts for the times on war and death: The discourse of capitalism in seminar XVII. In J. Clemens & R. Grigg (Eds.), *Jacques Lacan and the other side of psychoanalysis* (pp. 195-215). Durham, NC: Duke University Press.
- Marx, K. (1976). *Capital: A critique of political economy, Vol. 1*. (B. Fowkes, Trans.). London, UK: Penguin.
- Massumi, B. (2003). Navigating movements. In M. Zournazi (Ed.), *Hope: New philosophies for change*. New York, NY: Routledge.
- Mouffé, C. (2001/2002). Democracy: radical and plural. *CSD bulletin*, 9 (1), 10-13.
- Nancy, J.L. (2001). The two secrets of the fetish. *Diacritics*, 3(2), 3-8.
- Rancière, J. (1989). The concept of 'critique' and the 'critique of political economy'. In A. Rattansi (Ed.), *Ideology, method and Marx* (pp. 74-180). London, UK: Routledge.
- Rowe, D., McKay, J., & Miller, T. (1998). Coming together: Sport, nationalism, and the media image. In L. A. Wenner (Ed.), *Mediasport* (pp. 119-135). New York, NY: Routledge.
- Stavrakakis, Y., & Chrysoloras, N. (2006). (I can't get no) enjoyment: Lacanian theory and the analysis of nationalism. *Psychoanalysis, culture & society*, 11, 144-163.
- Tomlinson, A., & Young, C. (2006). *National identity and global sports events*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Žižek, S. (1989). *The sublime object of ideology*. London, UK: Verso.
- Žižek, S. (1996). *The indivisible remainder: An essay on Schelling and related matters*. London, UK: Verso.
- Žižek, S. (1997). *The plague of fantasies*. London, UK: Verso.
- Žižek, S. (2000). *The fragile absolute*. New York, NY: Verso.
- Žižek, S. (2006). *The parallax view*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Zupančič, A. (2000). *Ethics of the real: Kant, Lacan*. London, UK: Verso.
- Zupančič, A. (2006). When surplus enjoyment meets surplus value. In J. Clemens & R. Grigg (Eds.), *Jacques Lacan and the other side of psychoanalysis* (pp. 155-178). Durham, NC: Duke University Press.



## Nation, Jouissance and Capital: The Logic of International Sports Spectacle

Guan-hua Huang\*

### ABSTRACT

It has been a controversial argument that international sports spectacle promotes nationalism. Taking the relation of sports and nationalism seriously, especially within the context of consumer society, this article explored the implications of Lacanian psychoanalytic categories such as fantasy, semblance, and fetish, in order to relate the notion of jouissance to wider questions of nationalist ideology and commodity spectacle. Drawing out the contour of such a jouissance-oriented perspective, the article specifically focused on the indication of how international sports spectacle is produced by exploiting nationalist jouissance in order for capitalist machine to extract surplus-value. The enthusiastic phenomenon of Chien-ming Wang in Taiwan was further reviewed as a triplet complex that is constituted around nation, jouissance and capital.

**Keywords:** fantasy, fetish, international sports spectacle, Lacan, nationalism

---

\* Guan-hua Huang is Associate Professor at Mass Communication Department, I-Shou University, Kaohsiung, Taiwan.

• 新聞學研究 • 第一〇七期 2011 年 4 月