

物性诗学视域下礼物交换的社会文化探析

蒯仁君

(西安外国语大学, 陕西 西安 710128)

摘要: 礼物交换作为一种社会实践, 在现代社会中扮演着复杂而多维的角色。基于莫斯对礼物交换的阐释, 能够窥见礼物交换如何超越物质层面, 成为维系个体间相互依赖关系和社会责任的社会契约; 礼物的精神力量在促进社会团结中发挥作用, 且礼物在不同文化中作为社会地位和声望象征具有着重要性。从文化维度解读礼物交换, 并深入探讨其在现代社会中的实践和传承, 能够为理解社会互动和人际关系提供新的视角。现代社会的礼物交换尽管形式和意义经历了变迁, 但其作为情感表达和社会关系建立的关键媒介的功能愈发凸显, 与此同时, 礼物交换的原则在现代政策中也得到了体现, 并且促进了社会资源的公平分配和社会关系的和谐。

关键词: 礼物交换; 礼物; 莫斯; 物质与文化

在人类学的研究历程中, 礼物交换作为一种普遍存在的社会现象, 一直是理解社会关系和文化逻辑的重要窗口。莫斯在《礼物: 古式社会中交换的形式与理由》(以下简称《礼物》)中指出, 礼物交换并非单纯的自愿行为, 而是伴随着强烈的义务感, 这种义务性体现在送礼和回礼的过程中, 并形成了一种社会契约。^①通过这一过程, 个体之间建立相互依赖的关系, 对社会结构的稳定性起到了至关重要的作用, 并且可以由此窥见礼物交换这一行为在社会结构和个人互动中的核心作用。

礼物交换的复杂性深植于社会的社会结构和宗教信仰中, 在波利尼西亚社会中, 礼物交换与“曼纳”(mana)概念相关, 即物品和个人所蕴含的精神力量, 这种力量在礼物的转移中得以传递和增强。^②到了现代社会, 人们日常生活中不再有专门指向这种精神力量的概念, 但这种力量的传递依旧存在, 它在时刻提醒着人们礼物的交换不仅仅是物品的简单流通, 还是社会关系的维系和加强。物品已经超越了其使用价值, 成为一种社会交往的媒介, 通过这种交换, 人们建立和巩固了社会联系。本文旨在从物质与文化的关系入手, 通过对礼物交换的深入研究, 为理解人类社会关系提供新的视角, 并分析其在现代社会中的意义和启示。

一、物质与文化的相互阐释

物质与文化之间形成相互阐释, 是由于社会发展过程中二者不断产生相互定义、彼此构建的意义关联, 克服了原先与之相关的意识/存在、精神/物质等二项对立的观念。“‘物质作为文化’与‘文化作为物质’的观念双向共进, 共同彰显物质的文化属性和文化的物质性内涵, 以及物质与文化之间人为界限的虚假性。”^③尽管现实社会中总是充斥着人们对于某一物质真实价值的激烈讨论, 以及对于过度包装和炒作的反感, 但这并不代表人们在努力区分现实和虚拟, 反而是物质与文化之间的相互阐释正在步入下一阶段。

(一) 文化阐释物质

作者简介: 蒯仁君(2000-), 男, 硕士研究生, 研究方向为文艺学。

① [法]马塞尔·莫斯著, 汲喆译. 礼物: 古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京:商务印书馆, 2016:4.

② [法]马塞尔·莫斯著, 汲喆译. 礼物: 古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京:商务印书馆, 2016:16-17.

③ 张进. 物性诗学导论[M]. 北京: 人民出版社, 2020:14.

“物质”与“文化”含义广泛，关于前者，相关的研究学者常用英语单词 material, object 和 thing 来概括中文“物质”所包含的不同所指；关于后者，则是由于人们的滥用导致词语能够指涉的范围不断变大。在此我们通过日常生活中最常见的物质与文化结合的案例——“茶文化”“酒文化”来看，物质的指涉范围宽泛，“只要是能被思考和认知的都是事物(thing)”^④，文化亦是如此，只要是在社会范围内已经有了集体、群体认同的观念都是文化。

尽管难以凭借个人的力量做到文化阐释物质，但其实阐释的过程与人们为物质赋予特殊的含义的行为是类似的，类似于人们常说的“情怀”“感情”“念想”“睹物思人”等。众多的科学实验以及心理学、神经科学的研究也都证实了一个结论：“我们的个人物品可满足许多感情上的需求”^⑤，这种感情需求就是人们附加在物质上的属性，一枚弹珠对小孩来说只是个有趣的玩具，而当小孩长大后，这枚弹珠将象征着自己的童年，他需要的不是一枚崭新的弹珠，而是专属于自己的童年回忆。人们通过这种方式为物质赋予了新的属性，是人类自发对物质进行阐释的行为。

当这样的阐释在整个社会层面有了足够的共识和认同时，就有了文化阐释物质的发生。初入职场的年轻对过去职场一系列“约定俗成”持反对态度，对“酒桌文化”的反抗就曾引发广泛的讨论，本质上其实是两类群体对“饮酒”有不同的阐释。对于大部分的人甚至包括上层领导，其实并不愿意与职场来往的人饮酒，尤其当有时候这一行为处于贿赂的暧昧地段的时候就更是让人难做。实际上在饮酒过程中基本是两个目的，“第一，下级努力让上级把自己的名字、职务和脸对上号。第二，依靠酒精的作用和酒桌氛围，传递某些性格特质，例如豪爽、实在、真诚等，并以此和上级构建起初步信任”^⑥。

毋庸置疑，饮酒行为本身不是终极目的，而是作为实现人际关系交流与沟通的一种手段。在深入研究中国官场酒文化的形成与持续存在的过程中，中共中央党建部强舸教授展开了广泛调研，揭示了一个引人深思的现象：在某些情况下，特别是在一些上级官员，尤其是县委书记的心目中，这种场合下的饮酒（尤其是过量饮酒）并非不良风气，反而具有一种道义上的正当性，被视为上级官员在治理过程中必须承担的道德责任。^⑦该群体将牺牲视为“酒桌上谈合作”的一种解释，这种解释可以从两个方面进行理解：首先，“酒逢知己千杯少”的观念根深蒂固，“饮酒”与“关系密切”之间的联系并非完全是职场规则的产物，而是传统文化的延续；其次，人们在认识过程中总是受到现有各种思想体系的制约，过去的许多年里，中国的制度建设一直处在摸石过河的阶段，基层治理过程中不管是需要财政拨款、相关部门支持还是地方有威望者的带头表率，这些都需要竞争，且尚未形成明确的评比标准和监管体系，这为“酒桌文化”提供了广阔的发展空间。随着越来越多的人通过实践取得成功，这种文化逐渐被视为一种有效且正确的做法，而在过程中遭受的内心和他人的“不良风气”谴责则被视为为了做好基层治理所必须付出的代价。

被贴上反叛、不服管教标签的职场 90 后、00 后则正好与之相反，他们清晰地认识到由饮酒带来的信任非常有限，并且认为这种行为既违反了规则，也危害自己健康，是损人不利己的行为。这一群体成长在一个规章制度日益完善的中国社会，加之教育的普及，无论是小到奖状，还是大到保送，都有相对严格的评定标准和监管体系。在他们看来，依靠人情世故来交换利益的行为本身就是违反规则、需要承担巨大道德压力的行为。再加上学校教育中将“喝酒”与违反校规联系在一起，因此大多数人并不会将其视为值得推崇的事情。可以说，

④ 徐亮. 物的文化性与物质文化的归路[J]. 文艺理论研究, 2016, 36(03):136.

⑤ 弗朗辛·拉索著, 刘大明译. 囊积症: 向物品寻求安全感[N]. 人民日报, 2018-06-13(14).

⑥ 强舸. 制度环境与治理需要如何塑造中国官场的酒文化——基于县域官员饮酒行为的实证研究[J]. 社会学研究, 2019, 34(04):178.

⑦ 强舸. 制度环境与治理需要如何塑造中国官场的酒文化——基于县域官员饮酒行为的实证研究[J]. 社会学研究, 2019, 34(04):183.

两个群体用不同的文化去阐释同一物质，其原因在于制度建设的不断完善和年轻一代价值观的转变，文化作为一种社会现象，不仅塑造了人们的行为模式，还对物质实践进行了阐释和赋予意义，在这一过程中，酒不再是一种简单的物质消费品，而是成为了一种文化符号，承载着特定的社会意义和价值观。

（二）物质阐释文化

人们用自己的文化去阐释物的同时，自己也在不可避免的通过物质阐释自我，这就是物质阐释文化的体现。物与我们生活的关系十分紧密，“我们的一切活动都必然由物的中介来实现”^⑧，因而人与物的关系并非单向的控制和主导，而是与人的相互作用。

一个群体在强调自己与其他群体之间的不同时，常常用具体的物来作为区分的标志。这一现象出现在亚文化、职业、主题活动之中，包括朋克文化成员的柳钉饰品、皮夹克，哥特文化爱好者的哥特造型，医生的白大褂，律师的律师袍，结婚的婚礼仪式，成年的成人礼等。这些群体的本质应当是共同的热爱、共同的职业技能和职业使命，而主题活动的本质是要纪念、庆祝或昭告他人主题内容，但他们无一例外选择了具体的物来作为区分不同群体的标志。这样的方式具有明显的优势，独特的服饰、装扮、标志物既能带来视觉冲击将自己快速与其它的群体区分开来，又能作为表达自我的方式。

物质阐释文化的基础依旧是文化阐释物质，它往往是对他人阐释的认可，或是对前人阐释的继承。顶级品牌在推销时倾向于把自己包装成一种消费媒介、团体中心或客户顾问，在推广产品的过程中不主动取悦消费者，它们通过为消费者提供有效的内容、信息、娱乐及服务咨询，让自身的营销模式看上去有思想深度，或者至少是精心包装过的，这种独特之处在没有刻意吹捧产品，却已经为顾客营造了购物气氛。^⑨星巴克的营销卖点不止是高端品质的咖啡，它还通过提供舒适的休息环境和星巴克奖励计划，为顾客创造一个“第三空间”——一家和工作之外的社交场所，并且通过装修和食品价格为这个空间的属性加上了隐性的定义：为商务需求和特定爱好的群体而打造的空间。有着异曲同工之妙的还有诸如卡地亚、古驰、劳力士等品牌，如果单看制作成本，他们的价格早已经超出了消费者的接受阈值，这些物的消费者其实主动认同了这些产品是社会地位与阶层象征的说法，并且在生活中，这些物大多是收藏或特定场合中使用，换而言之，他们在通过这些物来充分展现自我，证明自己跻身于高端社会阶层或是品味与某个圈层相符。

流行则是一种较为特殊的物质阐释文化的类型，主要原因在于互联网的迅速发展使得流行时间的范围越发限定了起来，故而这里的物质阐释文化时效短、更新快、竞争激烈。以流行色为例，它通常由时尚界、设计界和色彩研究机构通过市场研究和趋势分析来确定，可以反映出社会情绪和时代精神，例如柔和的粉色和蓝色在和平时期流行，鲜艳的颜色在经济繁荣时期更受到青睐，中国风有出色的影视、舞台作品出现时会有相关的传统色爆火，在圣诞节和春节流行红色等。流行元素可以反映出社会的整体趋势和价值观，能够体现出特定文化背景下的审美偏好，但它却往往只是消费主义的狂欢，获取到大众的喜爱是其最终目标，是否真正与所要阐释的文化深入结合则不是第一考虑的要素。

流行文化作为一种特殊的物质文化现象，其特点是时效短、更新快、竞争激烈。互联网的迅速发展进一步加速了这一趋势。流行色，作为流行文化的一个重要组成部分，通常由时尚界、设计界和色彩研究机构通过市场研究和趋势分析来确定。它们可以反映出社会情绪和时代精神，如和平时期的柔和粉色和蓝色，经济繁荣时期的鲜艳颜色，以及特定文化背景下的审美偏好。然而，流行元素往往只是消费主义的狂欢，其最终目标是获取大众的喜爱，而

⑧ 张进. 物性诗学导论[M]. 北京:人民出版社, 2020:73.

⑨ 沃尔夫冈·谢弗, J.P.库尔文著; 李逊楠译. 品牌思维 世界一线品牌的 7 大不败奥秘[M]. 苏州: 吉吴轩出版社, 2017:103-105.

是否与所要阐释的文化深入结合，则往往不是首要考虑的因素。

（三）从物质与文化到物质与人

物质与文化的关联其实是物质与人的耦合，人们通过文化来阐释具体的物质，使物质增添了附加属性，而不只具有实用价值。同时，被广泛认同的阐释的物质反过来成为了某个群体的标志，成为了人们辨别群体的依据之一和加入群体的仪式部分。

物质附加属性的变化是人类价值观变化的生动注脚。如果从生产用途的角度，大致可以将物分为实用、装饰和升级三种。实用类的包括厨具、文具、灯具等为了生活便利而制造的物，这一类物是现代化社会与技术进步带给人们的福利，帮助人们拥有更好地身体体验；装饰类的包括发饰、墙纸、名画等强调美感、艺术格调的物，这一类物是对人们精神追求的满足。一般来说，这两类物是用于判断人们社会地位、个人习惯的，比如常食用西餐者多使用刀叉，常食用中餐者多使用筷勺，没有大量私人商务往来的人不会选择在家中摆放昂贵的水晶展品，插花是更常见的家中装饰。而升级类的则大有不同，它直接体现了人们的价值选择。物的升级也是从实用、装饰两个方向上升级，或者二者结合，比如记事本，既可以升级纸张的品质，也可以在封面、内页加上图案，这时候对记事本的不同选择就是不同意识形态的呈现，“意识形态生产是一种现存社会体制中的物质性实践”，^⑩在小孩的眼中收获鲜艳的颜色和丰富的图案是他的乐趣，在已经工作的人眼中除非是出于专门的娱乐目的，否则以最低的价钱获得满足书写需求的物就是最终目标。显然，在现存社会体制中，尚在教育阶段的小孩还没有很好地把自己的娱乐和学习分离，因此即使购置学习用品他们也希望满足自己开心的需要；但成人已经清楚地意识到工作是用自己的时间精力与老板交换金钱，记事本只需要满足能够记事这一条件即可，从工作有关的事物中获得快乐于大多数上班族而言是荒诞的。

物质作为礼物是最典型物质发挥其附加属性的时候，在这个过程中发挥作用的除了各人不同环境，还有从原始社会开始存在并逐步发展至今的一种交换系统。面对普通物品时我们重点关注它的“价值”，也就是将其视为一系列的数据，而面对一件礼物的时候，却往往“对其形式、载体、式样、包装、寓意、想象、铭写等方面倍加重视”^⑪，《麦琪的礼物》中吉姆和德拉都为了给对方买圣诞礼物做出了牺牲，“从消费文化的角度看，长发和金表这两件物品所代表的象征意义和本身所具备的消费价值要远远超出它们有限的交换价值”^⑫，从物质的实用角度看，梳子和表带对于吉姆和德拉来说都已经没有实用性了，但故事的结尾却依旧说“在一切馈赠礼品的人当中，那两个人是最聪明的。在一切馈赠又接收礼品的人当中，像他们两个这样的人也是最聪明的。无论在任何地方，他们都是最聪明的人，他们就是麦琪。”^⑬这是物作为礼物时情感性的体现，彼时除了物本身以外，人们更注重为什么选择此物。“意识形态是个人同他的存在的现实环境的想象性关系的表述”^⑭，在现代社会，随着科技的发展和教育的进步，个体的生活经历和成长环境发生了显著变化。人们逐渐远离了传统的血缘关系和校园生活，这些曾经是人际关系的主要来源。个体可能不再像过去那样频繁地与旧友、家人和家乡保持联系，但人们与社会环境的联系并不会有所减弱，而是需要人们开始以新的方式与他人建立联系，而礼物的收送成为了这些新关系建立的关键之一，是人们构建与他人关系的一种方式。通过赠送礼物，个体表达了对他人的尊重、关爱和认同，吉姆和德拉能够感受到对方的爱，但在这个过程中其实构造的是想象性关系，礼物并不能直接成为连接个体与社会环境、个人与他人的桥梁，是人们自发想象收送礼物的过程中附赠了自己的心意，或

^⑩ Kiernan Ryan, ed. New Historicism and Cultural Materialism: a Reader[M]. London:Arnold, 1996:2.

^⑪ 张进. 物性诗学导论[M]. 北京: 人民出版社, 2020:97.

^⑫ 朱刚. 重读《麦琪的礼物》[J]. 外国文学评论, 2001(02):51.

^⑬ [美]欧·亨利著; 李爽译. 欧·亨利短篇小说精选[M]. 长春: 吉林大学出版社, 2010(06):39.

^⑭ Louis Althusser, Lenin and Philosophy and Other Essays[M]. London: Monthly Review Press, 1971:152.

是对方在传达友好交流和诚心合作的意象，而绝不是客观存在的。其中一个最直接的证据就是，如果给酒精过敏的人送酒作为礼物，送礼者认为自己在表现诚意，而收礼者却认为对方在传达威胁的讯号，这表明不管是人们对于礼物收送在人际交往的重要性的意识形态，还是礼物具有情感性的普遍认识，实际上都是想象性关系，不同人会形成自己的不同想象。

二、礼物交换的社会逻辑

礼物交换作为一种复杂的社会互动，不仅涉及物质的流通，更承载着深层的社会和文化意义。它是一种社会契约的体现，通过个体之间的互动，强化了社会结构和道德规范。在不同的社会和文化背景下，礼物交换的义务性和它在社会关系中的作用呈现出多样性，它构建和维护了社会网络，并逐渐演变至现代社会中。

（一）礼物的精神力量与社会团结

礼物交换作为一种普遍存在的社会现象，其背后的社会逻辑与文化意义引发了广泛的研究与探讨。法国社会学家莫斯在《礼物》一书中表明：礼物交换远非简单的物质转移，而是社会关系和道德义务的复杂体现，可以说，“礼物交换中的‘总体性社会事实’是《礼物》这本书带给我们最为深刻的教益”^⑯，礼物交换涉及给予、接受与回报三个基本义务，这三个义务构成了礼物交换的核心机制。在波利尼西亚的古式社会中，礼物交换与“曼纳”(mana)概念紧密相连，这是一种附着在物品和个人上的精神力量，能够赋予礼物本身超自然的力量或威望，这种力量被认为是一种无形的、精神的实质，它可以在礼物交换中传递，使得收到礼物的人感到必须回报，以维持社会关系的平衡和和谐。“这些被交换的事物的持久影响作为社会生活的象征，则是传达了使古式社会中的那些次群体凝聚起来的方式；正是通过这种交换，各个次群体不断地彼此交叠，并感觉到相互间都负有义务。”^⑰正是因此，礼物交换才能在一定程度上突破经济利益的纠缠，作为一种社会纽带将人们紧密地联系在一起，形成一种社会契约，成为社会成员之间相互依赖和责任感的体现。

在现代社会，礼物交换的形式和意义虽有所变迁，但它作为社会交往媒介的角色不仅至关重要，而且意义和形式随着社会的发展变得更加多样化和复杂化。现代社会中的礼物交换不再局限于传统的社会结构和文化习俗，是一种多维度的社会交往活动，融入了更为复杂的社会关系和个人互动中，不仅涉及物质的流通，还涉及情感的表达、社会关系的建立和维护，以及权力动态的反映。商业环境中的礼物交换可能与职业关系和商业利益相关联，而个人关系中的礼物交换则可能更加注重情感表达和个人关系的维护。^⑱从商业交易中的信任建立到个人关系中的情感表达，礼物交换在维系社会结构中都发挥着不可替代的作用，是个体之间的社会关系和权力动态的反映。在商业交易中，礼物被用作建立信任和良好关系的手段，有时也可能涉及到权力和影响力的交换，个人关系中的礼物交换体现了情感的交流和对彼此关系的认同。礼物交换的这些复杂性使得它在现代社会中的作用更加举足轻重，成为个体之间社会关系和互动的重要媒介。

礼物不仅仅是物质的交换，它还承载着社会价值和道德规范。礼物交换是一种“总体性社会事实”，它涉及到社会生活的各个方面，包括宗教、法律、道德和经济等^⑲。礼物交换通过给予、接受和回报的义务体系，形成了人与人之间的相互联系和社会的凝聚力，这既有可能是合作社为社会主义在资本主义社会中的一种实践形式，也可能是基于个体间的相互给予和回报建立的道德观念，又或是关注社会整体利益和公共福祉的政治理念。^⑳“社会并不

^⑯ 荀丽丽. “礼物”作为“总体性社会事实”——读马塞尔·莫斯的《礼物》[J]. 社会学研究, 2005(06):227.

^⑰ [法]马塞尔·莫斯著, 汲喆译. 礼物: 古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京:商务印书馆, 2016:52.

^⑱ 李秀辉. 礼物: 古式社会中货币的形式与功能——基于莫斯《礼物》的文本解读[J]. 宁夏社会科学, 2017(06):75-77.

^⑲ [法]马塞尔·莫斯著, 汲喆译. 礼物: 古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京:商务印书馆, 2016:4.

^⑳ 卢成仁. 社会主义思潮、政治哲学与人类学研究的方法论——重读莫斯的《礼物》[J]. 世界民族, 2017(03):53-64.

是毫无联系的个人的简单物理聚合，而是由于存在一些‘能产生与孤立地出现于个人意识中的现象完全不同的新现象’的‘特殊综合体’，总体的社会才得以构成”^{②0}，礼物交换是一个涉及社会结构、文化价值、道德规范和政治哲学等多个层面的复杂现象，对礼物交换的解读实际上是在理解和分析不同社会和文化背景下人类行为和社会结构。

（二）礼物的义务性与社会契约

礼物交换作为一种社会行为，其义务性是构建社会关系和维持社会秩序的关键。正如莫斯所指出的，“礼物据信是自愿的、自发的、无个人利益的，但事实上却是强制性的、有计划的，也是有个人利益计较的”^{②1}。这种义务性的交换不仅建立了社会联系，而且维护了社会秩序和层级结构，通过礼物的循环流动，个体和集体之间的纽带得以加强。

礼物交换是一种社会契约的体现，礼物的给予和接受不是单方面的，其给予与接受并非单向的、无条件的，而是双方基于相互承诺和期望的、有条件的互动。莫斯的好友关于 hau（一种毛利文化中的礼物精神）的记录表明，曾有过氏族试图对回礼义务做出总结与规定，而不使之停留在所谓的约定俗成上。这种努力背后蕴含的逻辑是，约定俗成的规则往往缺乏稳定性，人们在送礼与回礼的过程中会根据自身的物质基础和交易目的来选择礼物。因此，在不同环境中成长的人们所接受到的关于礼物交换的教育也各有差异。“在交换各种事物的过程中，越富裕的社会，其交换物也就越多并且越珍贵。”^{②2} 同样的，对于注重礼数与传统的群体来说，礼物则应当承载着深厚的文化寓意和象征意义。

礼物交换及其文化象征在建立和巩固社会关系方面发挥着至关重要的作用。通过礼物的赠与和接受，个体之间形成了一种长期的、互相依赖的关系。这种关系不仅限于个人层面，也扩展到了氏族、部落乃至整个社会结构中，比如莫斯通过分析波利尼西亚的“夸富宴”等仪式，揭示了礼物交换如何作为一种社会纽带，将人们紧密地联系在一起。在现代社会中，这种交换同样重要，它帮助人们建立信任、表达情感，并在社会互动中构建身份和地位，广西侗族村寨的民俗活动“月也”中就展现了相互宴请与娱乐的交换机制，客寨在接受主寨的款待后，形成了一种债务关系，在未来的某个时刻通过“还”来清偿，这种“欠”与“还”的逻辑构成了侗族社会交往的基础，也是侗族社会成员之间的一种隐性契约，确保了交往关系的持续性和稳定性。因此，礼物交换是社会团结和道德义务的体现，它要求个体遵守互惠的原则，通过礼物的给予和接受来加强社会联系。

礼物交换作为一种普遍存在的社会实践，其深层的社会和文化意义远远超出了物质层面的交易。它是一种社会契约，通过义务性的给予和接受，不仅加强了个体之间的联系，也维护了社会秩序和层级结构。随着社会的发展，礼物交换的形式和意义不断演变，但其作为社会团结和道德义务的体现的本质并未改变。通过礼物交换，我们能够洞察不同文化和社会背景下人类行为和社会结构的复杂性，理解社会关系和权力动态的反映。

三、现代社会中礼物交换的社会实践与文化传承

礼物交换作为一种普遍存在的社会现象，不仅承载着丰富的文化意义，也是社会互动和人际关系构建的重要媒介。在现代社会的多元和复杂背景下，礼物交换的形式、意义及其背后的社会象征和文化价值发生了深刻的变化。

（一）礼物交换的社会象征与文化意义

礼物交换在社会互动中扮演着重要角色，它不仅是物质交换，更是社会地位和声望的象

^{②0} 荀丽丽. “礼物”作为“总体性社会事实”——读马塞尔·莫斯的《礼物》[J]. 社会学研究, 2005(06):228

^{②1} 张进. 物性诗学导论[M]. 北京: 人民出版社, 2020:98.

^{②2} [法]马塞尔·莫斯著, 沈培译. 礼物: 古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京:商务印书馆, 2016:66.

征。在西北美洲的特林基特人和海达人社会中，夸富宴是展示个人财富和社会地位的重要场合。通过夸富宴中的财富分配和毁弃，首领们展示了自己的慷慨和权威，从而在社会中获得更高的声望。^②人们常通过物质流动体现个体的社会影响力和地位，而礼物交换正是社会地位表达方式之一，在《了不起的盖茨比》中，盖茨比就通过举办盛大的派对和赠送昂贵的礼物来展示自己的社会地位，并试图吸引他曾经深爱的女人黛西的注意。他在自己的豪宅里举办派对，派对上有着丰富的美食、顶级的乐队和各种各样的娱乐活动。这些派对吸引了大量的宾客，包括社会名流和普通人，他们被盖茨比的财富和派对的奢华所吸引。诸如此类还有满月酒、升学宴、成人礼等，这些仪式与宴会除了表达主题意义外，也是在向外界展现自身的经济实力和社会地位，这也是为什么这些宴会总是希望能够请到一些行业内已经有一定声望的人物到场，这既是要发挥礼物交换的义务性，希望在未来获得帮助，也是借此证明为自己的社会地位和声望做证明。

礼物交换过程中体现的道德和法律原则是社会交往的基础。信用、期限和荣誉是礼物交换中的关键道德原则，它们规范了个体间的互动，并维护了社会秩序。礼物交换的义务性不仅是社会期望，更是道德责任，建立了社会成员间的相互依赖和信任关系。^④《悲惨世界》中，主教给冉·阿让的银烛台，不仅是一个物质上的礼物，更是一个象征性的礼物，是主教对冉·阿让信任的象征，它传递了一个信息：即使世界对你不公，也有人愿意给你机会，相信你能够成为一个好人。这些原则在现代社会的法律和经济关系中也有所体现，显示了礼物交换在不同社会结构中的普遍性和重要性。

礼物交换与文化传统的互动是社会凝聚力的重要来源。礼物交换仪式在许多地区是社会文化的一部分，通过这些仪式，社会成员加强了联系。《百年孤独》中的布恩迪亚上校就曾在战争期间，通过赠送礼物来赢得盟友的支持和忠诚。与此同时，在中国就有着“礼尚往来”的互惠交往观念，现如今“礼尚往来”已经从聚焦于小范围的人际传播扩展到了地域传播甚至国际传播，形成了以“身一家一天下”为结构的传播模式。“礼尚往来”已经成为了一种广泛的社会文化现象，影响着人们如何在不同层面上建立和维护关系，以及如何在全球化的背景下进行交流和合作。^⑤在某些地区，礼物交换仪式还与宗教相关，可以说在现代社会中，这些原则和象征意义对我们理解社会交往和文化传承具有重要的启示作用。

（二）现代社会中礼物交换的文化解读与社会互动

随着社会现代化的进程，礼物交换的形式和意义经历了显著变迁。在现代社会中，礼物交换不再局限于传统社会结构和文化习俗，而是融入了更复杂的社会关系和个人互动中。礼物的精神和象征意义依然存在，但其表现形式和交换机制已经适应了现代社会的特点，如商业环境中通过赠送礼物来进行个人关系中的情感表达和个人关系维护。在布迪厄的视角下，这种交换不仅仅是一种表面上的慷慨或无私的行为，而是深植于社会结构和权力关系的实践。^⑥商务礼物的交换本质是建立职业关系和商业利益的一种策略，礼物的物质价值背后隐藏着构建社会网络、增强个人社会地位的目的，这些都是个体为了在社会中获得竞争优势而精心策划的。

礼物交换的原则和精神在现代社会政策和实践中发挥着作用。社会福利政策中的互助原则和税收政策中的激励机制都是现代社会对礼物交换精神的体现和应用，社会福利政策中的互助原则鼓励社会成员之间相互帮助，共同承担社会责任。例如，社会保险制度允许工作者为可能的未来风险（如疾病、失业等）提供资金支持，而这些资金在需要时可以被其他社会

^② [法]马塞尔·莫斯著，汲喆译. 礼物：古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京：商务印书馆，2016:68-70

^④ [法]马塞尔·莫斯著，汲喆译. 礼物：古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京：商务印书馆，2016:52

^⑤ 谢清果，许黄子仰. 礼尚往来：华夏传播的互惠观探析[J]. 学术界，2023 (05) :152-153.

^⑥ 刘拥华. 礼物交换：“崇高主题”还是“支配策略”？[J]. 社会学研究，2010 (01) :157-176+245.

成员使用，这种互助机制不仅减轻了个人的负担，而且增强了社会的整体安全感和团结。税收政策中的激励机制则体现了礼物交换中的互惠原则。政府通过提供税收减免、优惠等措施来鼓励个人和企业投资于社会公益、教育、科研等领域。这种政策相当于一种社会契约，其中政府以税收优惠作为“礼物”，以换取社会成员对社会福祉的贡献。这些政策和实践鼓励个体间的互助合作，促进社会资源的合理分配和社会关系的和谐发展，并且有助于推动社会资源向更加公平和有效的方向分配。

民俗活动在现代社会中也扮演着重要角色，特别是在节日庆典中，礼物交换成为维系社会联系和文化传统的重要手段。以春节为例，这一传统节日中的送礼习俗不仅是个人情感表达的方式，也是社会关系网络中的一种互动形式，春节期间的礼物交换可以分为寄情式、人情加事功、伦常常礼三种，它们在现代社会中相互作用，共同构成了人与人之间复杂的情感和关系网络。^②礼物交换不仅是个体之间情感深度和亲密度的展现，也是社会规范和文化价值在个人行为中的体现。九阡水族就是通过传统节日中的礼物交换，使九阡水族社会结构得以稳定运行。^②

礼物交换在现代社会中发挥着多方面的作用。它不仅是个体之间情感交流的桥梁，也是社会关系网络构建和社会资本积累的重要手段。礼物交换的原则和精神，如互助、信任和义务，已经成为现代社会政策和实践的重要组成部分，促进了社会资源的合理分配和社会关系的和谐发展。同时，民俗活动和节日庆典中的礼物交换，不仅维系了社会联系，也传承和弘扬了文化传统。随着社会的不断进步和发展，礼物交换将继续作为一种重要的社会文化现象，影响和塑造着我们的社会互动和人际关系。

四、结语

礼物交换作为一种普遍存在的社会实践，其深层的社会和文化意义远远超出了物质层面的交易。莫斯在《礼物》中提及的礼物交换的义务性和其背后的“礼物之灵”（hau）开始为我们理解礼物交换的社会逻辑提供了新的视角。礼物不仅仅是物质的交换，它还承载着社会价值和道德规范，是社会契约的一种体现。在这一过程中，礼物的精神力量和社会团结的维系显得尤为重要。到了现代社会中，尽管礼物交换的形式和意义经历了显著变迁，但其作为社会团结和道德义务的体现的本质并未改变。通过礼物的赠与和接受，个体之间形成了一种长期的、互相依赖的关系，这种关系不仅限于个人层面，也扩展到了氏族、部落乃至整个社会结构中。

礼物交换的社会实在秩序与其作为集体性或个人性象征的双重角色，共同揭示了社会团结的深层结构和道德箴言。它不仅是经济活动的一环，更是社会关系和人际互动的重要媒介。莫斯在《礼物》中所探讨的深长意味提醒我们，礼物交换超越了单纯的利益博弈，它启迪我们人类如何在对立中寻求和谐，在给予中实现共存。礼物的精神实质和文化价值，为我们提供了一种理解和实践社会团结的新视角。它鼓励我们在现实生活中寻找和表达善意与幸福，这是一种生活的艺术，也是一种政治哲学。作为一种文化现象，礼物交换的价值和意义将随着时间的推移而不断丰富和扩展。它要求我们重新审视人与物、人与人的关系，以及这些关系背后的道德和文化价值。在全球化和数字化的背景下，礼物交换将继续作为一种重要的社会文化现象，影响和塑造着我们的社会互动和人际关系，为我们的道德与经济添一分光明，为社会带来更深层次的理解和尊重。

^② 萧洪恩,王娟,马丹. 礼物的话语:春节场域下送礼演绎模式的文化解读[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2010, 30(05):2.

^② 朱志刚. 九阡水族的传统节日与礼物交换——围绕一份民间账簿的讨论[J]. 文化遗产, 2013(04):124.

参考文献：

- [1] [法]马塞尔·莫斯著, 汲喆译. 礼物: 古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京:商务印书馆, 2016:4.
- [2] [法]马塞尔·莫斯著, 汲喆译. 礼物: 古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京:商务印书馆, 2016:16-17.
- [3] 张进. 物性诗学导论[M]. 北京: 人民出版社, 2020:14.
- [4] 徐亮. 物的文化性与物质文化的归路[J]. 文艺理论研究, 2016, 36(03):136.
- [5] 弗朗辛·拉索著, 刘大明译. 圈积症: 向物品寻求安全感[N]. 人民日报, 2018-06-13(14).
- [6] 强舸. 制度环境与治理需要如何塑造中国官场的酒文化——基于县域官员饮酒行为的实证研究[J]. 社会学研究, 2019, 34(04):178.
- [7] 强舸. 制度环境与治理需要如何塑造中国官场的酒文化——基于县域官员饮酒行为的实证研究[J]. 社会学研究, 2019, 34(04):183.
- [8] 张进. 物性诗学导论[M]. 北京:人民出版社, 2020:73.
- [9] 沃尔夫冈·谢弗, J.P. 库尔文著; 李逊楠译. 品牌思维 世界一线品牌的 7 大不败奥秘[M]. 苏州: 古吴轩出版社, 2017:103-105.
- [10] Kiernan Ryan, ed. New Historicism and Cultural Materialism: a Reader[M]. London:Arnold, 1996:2.
- [11] 张进. 物性诗学导论[M]. 北京: 人民出版社, 2020:97.
- [12] 朱刚. 重读《麦琪的礼物》[J]. 外国文学评论, 2001(02):51.
- [13] [美]欧·亨利著; 李爽译. 欧·亨利短篇小说精选[M]. 长春:吉林大学出版社, 2010(06):39.
- [14] Louis Althusser, Lenin and Philosophy and Other Essays[M]. London: Monthly Review Press, 1971:152.
- [15] 荀丽丽.“礼物”作为“总体性社会事实”——读马塞尔·莫斯的《礼物》[J]. 社会学研究, 2005(06):227
- [16] [法]马塞尔·莫斯著, 汲喆译. 礼物:古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京:商务印书馆, 2016:52.
- [17] 李秀辉 .礼物:古式社会中货币的形式与功能——基于莫斯《礼物》的文本解读[J]. 宁夏社会科学, 2017(06):75-77
- [18] [法]马塞尔·莫斯著, 汲喆译. 礼物: 古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京:商务印书馆, 2016:4
- [19] 卢成仁. 社会主义思潮、政治哲学与人类学研究的方法论——重读莫斯的《礼物》[J]. 世界民族, 2017(03):53-64.
- [20] 荀丽丽.“礼物”作为“总体性社会事实”——读马塞尔·莫斯的《礼物》[J]. 社会学研究, 2005(06):228
- [21] 张进. 物性诗学导论[M]. 北京: 人民出版社, 2020:98.
- [22] [法]马塞尔·莫斯著, 汲喆译. 礼物:古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京:商务印书馆, 2016:66.
- [23] [法]马塞尔·莫斯著, 汲喆译. 礼物: 古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京:商务印书馆, 2016:68-70
- [24] [法]马塞尔·莫斯著, 汲喆译. 礼物: 古式社会中交换的形式与理由[M]. 北京:商务印书馆, 2016:52
- [25] 谢清果,许黄子仰. 礼尚往来:华夏传播的互惠观探析[J]. 学术界, 2023(05):152-153.
- [26] 刘拥华. 礼物交换:“崇高主题”还是“支配策略”? [J]. 社会学研究, 2010(01):157-176+245.
- [27] 萧洪恩,王娟,马丹. 礼物的话语:春节场域下送礼演绎模式的文化解读[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2010, 30(05):2.
- [28] 朱志刚. 九阡水族的传统节日与礼物交换——围绕一份民间账簿的讨论 [J]. 文化遗产, 2013(04):124.

A Socio-Cultural Analysis of Gift Exchange from the Perspective of the Poetics of Materiality

KUAI Renjun

(Xi ' an International Studies University, Xi ' an, Shaanxi 710128, China)

Abstract: As a social practice, gift exchange plays a complex and multi-dimensional role in modern society. Drawing on Marcel Mauss's exposition of gift exchange, we can discern how the gift transcends the material level to become a social contract that sustains interdependent relationships among individuals and social responsibility: the spiritual force of the gift fosters social solidarity, and across different cultures the gift serves as a symbol of social status and prestige. Interpreting gift exchange from a cultural dimension and probing its practice and transmission in modern society can offer new perspectives for understanding social interaction and interpersonal relations. Although the forms and meanings of gift exchange have changed in modern society, its function as a key medium for emotional expression and for building social ties has become increasingly salient. At the same time, the principles of gift exchange are reflected in contemporary policy, promoting the equitable distribution of social resources and the harmony of social relations.

Keywords: gift exchange; gift; Mauss; material and culture