



热风 思想论坛

主编 王晓明

方法与个案

文化研究演讲集

孙晓忠 编



上海書店出版社

SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE



方法与个案

文化研究演讲集

孙晓忠 编

 上海書店出版社
SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

方法与个案：文化研究演讲集/孙晓忠编. —上海：上海书店出版社，2009.1
(热风·思想论坛/王晓明主编)
ISBN 978-7-80678-953-7

I. 方… II. 孙… III. 文化—研究—中国—文集 IV.
G12-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 121453 号

责任编辑 张玉贞
技术编辑 丁 多
装帧设计 张志全

方法与个案

——文化研究演讲集

孙晓忠 编

出 版 上海世纪出版股份有限公司上海书店出版社
(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)
发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心
印 刷 上海商务联西印刷有限公司
开 本 640×965mm 1/16
印 张 37.5
字 数 520,000
版 次 2009 年 1 月第 1 版
印 次 2009 年 1 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-80678-953-7/G·79
定 价 58.00 元

目 录

- 1 解构“生活方式” 黄 平
- 13 张爱玲作品中的衣饰 黄子平
- 28 文化中介的专业化——在全球化时代中重译经济 许宝强
- 57 上海浮生 李欧梵
- 68 文学与记忆 余 华
- 73 文化研究在香港——我在文化研究的日子 陈清侨
- 103 文化研究在台湾到底意味着什么？ 陈光兴
- 120 文化研究的困惑和可能 戴锦华
- 166 “最富鲁迅气氛”的小说
——读《在酒楼上》、《孤独者》和《彷徨》 钱理群
- 188 当代文学的历史“扭结” 董之林
- 208 试论中国现代文学的基本结构及其终结 尾崎文昭
- 230 帝国叙事和国家叙事
——上海大学文化研究系“社会思想论坛”
系列讲演之一 汪 晖
- 256 从《海国图志》到“春秋国际公法”
——上海大学文化研究系“社会思想论坛”
系列讲演之二 汪 晖
- 303 科学话语共同体与新文化运动的形成
——上海大学文化研究系“社会思想论坛”
系列讲演之三 汪 晖
- 343 90年代以来中国社会结构演变的新趋势 孙立平

- 371 危机时刻的思想与言说
——探寻进入社会变革时期的路径 赵 园
- 384 经世与救世
——关于明清之际士大夫的一种姿态的考察 赵 园
- 395 叙事、文化与正当性：《秋菊打官司》中的重复与独一无二性
张旭东
- 417 动感摹拟凝视：都市消费与视觉文化 张英进
- 429 想象中的城市：中国当代城市规划与美学批评 魏若冰
- 444 批评的尊严——作为方法的丸山升 洪子诚
- 457 空间、消费与城市文化 包亚明
- 470 《大话西游》与跨艺术研究 严 锋
- 479 论科层方法评判学术能力所带来的问题 林赛·沃特斯
- 491 视觉“互文”、身体想象和凝视的政治
——丁玲的《梦珂》与后“五·四”的都市图景 罗 岗
- 507 鲁迅杂文的言说环境、方式与命运 钱理群
- 535 作为“远景”的历史
——关于文本解读和历史叙写：以赛金花为例 坂井洋史
- 542 何谓文学本身 蔡 翔
- 562 上海摩登的再解读 薛 毅
- 575 重建另类的生活可能 雷启立
- 586 编后记 批判的文化研究如何可能 孙晓忠

解构“生活方式”

黄 平

黄平,中国社会科学院研究员(研究生院教授)。曾就读于四川大学、南开大学、伦敦经济—政治学院,1991年获得伦敦大学社会学博士学位。历任中国社会科学院研究所所长助理、副所长、中国社会科学院国际合作局局长。曾在美国杜克大学、英国牛津大学和日本国际文化会馆作短期访问,并在美国霍普金斯大学担任过访问教授。现为国际社会科学理事会(IISC)常务理事、国际社会学会(IIS)副主席、联合国教科文组织“社会转型管理”(MOST)项目亚太地区副主席。

生活方式这个话题其实是社会学很早就关注的。马克思早在年轻的时候就强调:人们是什么样的,这同他们的生产是一致的——既和他们生产什么一致,又和他们怎样生产一致。19世纪50年代他又进一步阐述生产决定消费、消费制约生产的辩证法。这个思路直到今天还是有效的,即人们首先要衣食住行,然后才能从事政治、文化、艺术和科学。但这几年来,我们反倒不太注意马克思的理论在社会学领域里的意义和在整个社会研究领域内的贡献了。

我记得恩格斯曾在《共产党宣言》的序言中有一段话:每一历史时代的经济生产以及必然由此产生的社会结构,是该时代政治的和精神的的基础。我觉得这样一个思路应该是今天我们研究生活方式变迁、研究消费文化的一个重要理论前提,或者说一个重要的方法论。

当然,社会学研究和生活方式研究也不止马克思这一个路子。这些年我们比较强调韦伯的传统,甚至有点过分强调他的理论的作用,大概是因为以前我们对韦伯了解很少的原因吧。韦伯的理论当然是我们

社会学的一个重要理论和脉络。特别是他提出的一个假说性的命题，即资本主义社会的产生与资本主义精神有关，而资本主义精神又是与当时的宗教改革、新教伦理有关。而这样一个假说，如果按照今天我们社会学所说的实证研究来说，韦伯当时实际上并没有作大量的实地考察和调研，也没有大量的数据，特别是各个国家的数据。这在很大程度上是一个伟大的思想，是对社会和经济变迁方面的大胆假说。（直到今天，很多西方社会学家还是把他放在一个经济学家甚至是历史学家的位置上。）他这个理论是说新教伦理培育出资本主义精神，然后才有我们现在说的资本主义社会和理性化、科层化制度。新教伦理强调勤俭节约的品质，这种品质培养出小企业家、小手工作坊主的敬业精神，产生出这样的小企业家文化。这种文化经过几个世纪的时间，滋润了后来的现代社会（英国式的资本主义社会）。其实，韦伯作研究用的是理想型的范式，尤其是隐含了对他自己所处的社会的极度失望，甚至也隐含了对理性化，尤其是过于工具理性——其特殊表现就是科层制——的警惕。

但我们在研究韦伯的时候，在很大程度上忽略了两点。第一个忽略是，韦伯早期所作的研究，至少主观上并不是对马克思研究的简单否定，而不过是研究马克思（还）没有研究的，逻辑上在资本原始积累、阶级冲突与转化之前，宗教、精神、伦理的东西怎样构成资本主义的起点，这也可以是对马克思研究的一个补充，因为马克思还没有研究到这一块。这里之所以产生用韦伯反对马克思的现象，部分原因是因为，1980年代我们引进的社会学主要是来自北美当时的社会学，以实证主义、经验主义、功能主义为特点（其背后，例如，对韦伯的理解，主要是根据帕森斯的翻译和解释）。今天看来，这里有一种非历史的方法、非阐释的方法，也就是说，正好不是韦伯本人的方法。帕森斯研究韦伯是从结构—功能的角度出发的，我们看不到一种历史的和意义的脉络。在那里，韦伯经济社会学家、历史社会学家的角色淡出了，凸现的是一套功能主义的东西。

第二个忽略,是对和韦伯同时代的桑巴特的忽略。桑巴特是站在资本主义对立面的、守旧的,他看不惯资本主义的那一套东西。但他在《奢侈与资本主义》一书中发现,韦伯只注意新教伦理提倡的勤俭节约是不够的。资本主义为什么能发展起来?桑巴特认为,这是和法国及英国的贵族特别是那些贵妇人的存在有关,她们对香水、首饰、项链、服装无休止的追求,是勤俭节约的小企业家和资本家们不断生产、其商品能不断卖出去的一个基本前提。如果生产出来的东西卖不出去,资本主义是很难发展起来的。确实,在中世纪的那个社会,祷告、念经培养不出一些经营者、管理者,新教改革后,生产劳作甚至赚钱谋利不再被看成是对上帝的不敬了。这样一来,生产活动的规模和范围慢慢扩大了。但是,如果没有贵族、贵妇人这样的群体,生产的東西卖不出去,也产生不了我们所说的资本主义。所以读桑巴特,对理解我们今天的生活方式、消费方式还是有参考价值的。他的大部头著作《奢侈与资本主义》,其实商务印书馆早就有中译本,只是我们大家没注意到而已。

另一个重要脉络,我们也注意得不够。第二次世界大战前后,在西方有一批又一批的学者被称为批判学派,其中许多人自称沿袭的是马克思的批判资本主义的脉络,而他们的一个重要贡献就是对文化的分析和对文化生产以及它所蔓延的生活方式(包括消费方式)的批判。他们的很多东西也被介绍到中国来过,尤其是在上个世纪50—70年代,当时被作为我们的批判借鉴。他们对生活方式的批判、对日常生活的多样性的分析、对资本主义文化的形成和取得支配地位的过程的分析,是很厉害的。我们社会学一般不注意这些东西,总以为社会学就是搞点问卷调查、做点统计和图表什么的。

这些人讲的文化不是经典和古籍,而是在我们的日常生活中,老百姓怎么吃、怎么喝、怎么休闲、怎么打发时光,他们对资本主义文化如何取得支配地位的洞见,并不亚于韦伯。特别是他们提到了资本主义制度形成过程中作为文化的主导性——特别是葛兰西,也有人把他关于这个问题的理论译作“文化霸权”——这样一个问题,在马克思所讲的

经济生产关系，韦伯所讲的新教伦理和资本主义精神，桑巴特所讲的消费者、贵妇人群体之外，是在大量的不知不觉的日常生活中建立起来的文化和价值的合法性。于是，我们在日常生活中，看电视，看演出，看比赛，自觉不自觉地认同了这样一套文化规则，这是延续某种文化的意识形态基础。

上面提到的这些研究，从表面上看与马克思、韦伯、桑巴特的研究似乎没有什么联系，但是我们经过梳理，可以看到这两者之间的关联。其中，除了葛兰西，还有一个人的研究也很有意思，他就是本雅明。他对1930年代的消费文化，街道、拱形门，以及拱形门下产生的文化空间、人的欲望、符号、性的流动、消费的观察，对后来的哈贝马斯、布迪厄等的影响都是非常大的。换句话说，资本主义除了那些结构的、功能的、经济的、政治的东西之外，文化和承载文化的符号、意义和对意义的消费（在这个意义上，吃、喝、玩、乐都绝不仅仅是物质或经济的消耗或消费），都是必不可少、不可或缺的。

今天，我们想套用任何一种西方的理论去做实际的社会变迁的研究，都很可能是肤浅的。因此，我们今天谈到社会变迁、社会改革、社会转型、社会发展，当然可以看人均GDP，收入水平，工业占多大比重、有多少人，农业又占多大比重、有多少人，但是，另外也必须看生活方式的变化、消费文化的形成，它们的意义和作用，等等。

提到对消费文化的研究，首先对我来说，这是个研究方法或思路。我在十多年前，斗胆地——其实也只是对自己而言——修改了马克思的命题：人们是什么样的，与他们的消费是一致的，既与他们消费什么一致，也与他们怎样消费一致。当然这只是一个方法（或者，观察问题的视角）上的假设，不是从因果关系上说的。

这十几年，我和我的同事在对深圳、北京、上海、天津所做的一些点上的研究中，想到值得关注几个问题。例如，像深圳，在这么短的时间内从一个渔村发展到今天，当然有制度的作用、政策的作用，也有其他许多可以研究、比较的地方。在深圳之前，就已经有了墨西哥、巴西、埃

及等,他们也搞经济特区。我们想对此作一个比较,并开始进入到消费领域——消费文化中。一讲消费,我们中国人喜欢把它纳入到经济中——生产、流通、交换、消费。我这里讲的消费是在文化领域,更多的是通过消费来看恩格斯说的那句话:每一历史时代的经济生产以及必然由此产生的社会结构,是该时代政治的和精神的的基础。为什么是这样?理解文化对一个时代、一个制度的合法性为什么这么重要?葛兰西认为,和资本主义作斗争,夺取政权也好,改变经济关系也好,如果没有文化的正当性,这个变革会是短命的,因为大家要在日常生活中不知不觉地去遵从、认同一套东西。不认同它们,它们就没有正当性。美国哈佛大学肯尼迪学院院长约瑟夫·奈正式提出一个软权力的概念,它包括了吃喝拉撒睡,如可口可乐、麦当劳、好莱坞的大片、体育比赛(尤其是奥林匹克),这是一个日常生活的脉络,也是很重要的文化领域。换句话说,社会学应该关注社会生活,关注普通人的日常生活,包括他们在日常生活中怎样消费意义和符号。

第三点,这些年受北美结构功能学派的影响,我们也有点忽略了另一个传统,那就是历史的传统。其实社会科学最大的一个学科就是历史学,马克思曾经极而言之,说只有一门社会科学,那就是历史学。其实,社会学首先也是历史的。马克思、韦伯都是社会历史学家,他们把社会变迁纳入一个很广的历史视野去考察。而现在我们的研究,就事论事的多,当下谈当下的多,而追溯性地或纵向地看问题的就比较少。今天一个人似乎已不可能完全融汇古今、学贯中西,但是我们研究社会学不应该不关注历史,至少不应该没有历史的视野,如果社会学都是只去谈平面,那就很浅薄了。过于平面的东西,很可能就是谁都知道的常识,如果不从历史的视野层面,就很难看到为什么是这样的。

第四,我们的研究还要有一个横向的维度,这也是我们缺少的。尽管有时我们也横向地看,但基本上是看所谓成功的多,并且,这个成功还是要打上引号的。其实,不管是成功还是不成功,我们只看西欧、北美、日本是不够的。我们还要看大量的第三世界,看和我们国情差不多

的发展中国家。比如印度,无论从国情还是其他方面都和我们有非常相似的一面。讲中国的发展,中国的社会变迁,中国的改革,我们很少去借鉴印度,更不用说巴西,还有印尼和大量的第三世界国家。他们的经验,包括失败和挫折,很少受到我们的关注。另外,我们即使看到成功的,也很少看他们是如何成功的,很少看他们实际的历史变迁过程。比如看西欧、北美,我们很少看它们在过去几百年里的历史,包括殖民、扩张和战争、贩奴。应该说,所有“成功的”现代化国家,都没有离开过战争和暴力,它们都是经历过残酷的战争,经历了长时间的对外侵略和殖民,经历过长期的种族歧视和性别歧视,才逐渐发展到今天的。如北美一开始对印第安人的杀戮,对黑人的贩运,对亚裔劳工在法律上的排斥和后来文化上对其他有色人种甚至是女性的歧视,以及至今还严重存在的贸易上与发展中国家的极度不平等,撇开这些去谈发展、理性,既是非历史的,也是没有横向比较的。

在这样的文化、历史视野(包括横向的视野)下来谈消费文化,才有一个理论和方法的起点。我所说的消费文化,更准确地说,是消费主义文化(culture of consumerism),它不同于经济意义上对物品的消耗。而消费主义是指这样一种生活方式:消费的目的不是为了实际需要的满足,而是在不断追求被制造出来、被刺激起来的欲望的满足。换句话说,人们所消费的,不是商品和服务的使用价值,而是它们的符号象征意义。消费主义的需求(其实就是本雅明等说的欲望)是被创造出来的,并在无形中把越来越多的普通人都卷入其中的生活方式和价值观念,它使人们总是处在一种欲购情结(buying mood)之中,从而无止境地追求高档商品符号所代表的生活方式,这本身又构成了现代消费社会中社会关系再生产的条件。消费文化在这里甚至并不需要人们真正地去购买,而是对符号和由符号所代表的意义的消费,例如所谓的逛街以及在此过程中对橱窗所展示的商品的大饱眼福(window shopping)。从而,消费也成为人自我表达和暴露的主要形式和意义来源,对符号之意义的消费过程在不知不觉之中建构了新型的社会关系与社会生活的

方式。

根据这个思路,我想谈三个假设。第一,随着对外开放的不断拓宽,以消费主义为文化特色的生活方式已经开始进入中国人的日常生活中。第二,这个进入,是从大城市向中小城市再向农村逐渐推进的,而是由有教养有资产的社会阶层向其他社会阶层逐渐推进。第三,中国仍然是多种生活方式并存、新老生活方式并存的社会。

假设我们是在这样一个多种生活方式并存的情况下,中国和西方的消费主义文化就有一个很大的不同。西方一些国家的生活方式在科学技术上是以挥霍、污染,以大量的耗能为前提的,甚至是不合新教伦理的。而在中国又多了一层挑战,那就是按照马克思说的思路,我们的生产方式还没有孕育出一个与它相匹配的生活方式。西方的经济基础、物质基础高,还有这个实力高消费、高奢侈。我们是在并没有一个那样的物质基础的情况下,就产生了这样一种消费主义、消费欲望,因此出现了震荡、脱节、焦虑,出现了一个双重的自我矛盾。

另外一个方法上的意义是,在当下这个时代,看消费文化可能看出其他领域的变化。不是看他具体怎么耗能,而是看他在思想上怎么理解(所谓解码)。这里的一个假设是,随着后现代文化(例如碎片化)的出现,生活方式、消费观念是向其他阶层扩散的,它不受哪个阶层的边界限制。在西方社会内部有一个所谓的主导文化,也是向各个阶级渗透的。所以在西方社会确实有一个后现代文化的现象、碎片化的社会文化的现象。十多年以前,我开始想就这个问题做研究的时候,当时的一个假设是,对中国这样的第三世界社会,消费主义文化如果也在蔓延,那就更是时间和空间上的累加和不协调,它可以不管你的经济基础是什么样的,不管你还是处在这样一个发展中的社会,也随着电视、广告以及它们带来的信息,随着体育和演出等等,开始蔓延。因此出现了一个在很广大的第三世界都遇到的矛盾现象:人还在地上,心却跑到月亮上了。

这个月亮,即使在西方也是有问题的,即使在科学技术的意义上也

是不可持续的。而如果一个生活方式连在科学技术意义上都不可持续,那它在社会公正和伦理意义上,又怎么会是可接受的呢?这又是一个问题。

这十多年来,我和我的同事所做的观察中,有这个意义上的文化趋同现象,打破了传统意义上的中国文化、印度文化,甚至也打破了经典意义上的法国文化、英国文化。虽然这样说,它又不是一个完全的所谓后现代宣言,并不是社会的差别没有了,历史的差别没有了,中国和印度还有很明显的差别,中国国内、印度国内也还有明显的城乡差别,知识阶层和劳工之间的差别也很明显,更不用说发达国家和发展中国家之间的差别。消费作为一种文化,它以重构我们今天的普通人的日常生活为特点,我觉得简直是要命的。我们的传统学科的研究方法,对它没有足够的重视。现在我们一讲社会变迁、结构变迁,就谈什么产业结构、税收完善不完善、基层民主不民主,而对日常生活、生活方式,对消费领域的变迁关注甚少。

再下一个问题是:怎样关注?我的一个想法是,我们一讲发展,还是老一套,城乡结构、产业结构,还有什么进出口额,人均收入,当然这些都可以是很重要的,但是,我们很少讲消费方式、消费文化对生活方式和生产方式的影响。我不是说看他真正用了多少、花了多少,你去看他的工资,并没有真正花多少。如我的工资是2 000元,可能花在休闲方面的只有5%。可能这个变化不是很大。社会学在这方面的研究,也许可以在这里面做出很多有新意的东西。社会学所看重的是,同样花了5%的收入,你是泡一杯茶,还是喝可口可乐?是吃麦当劳、肯德基,还是吃面条、饺子?即使你没有真正地花在这些东西上,那你有没有这个消费欲望?你的欲购情结是什么?前面说的 window shopping,你是去看,不是真正地买,而是去逛,去从心理上大饱眼福,满足想消费的欲望。虽然我还是穷学生,虽然我还地处偏远的山区,或至少不是在深圳、上海、北京,但是也有这个欲购情结,想买东西的那个欲望是在心里的,想着哪天我要买大彩电。当然能不能买回家和经济实力是有关的。

但为什么会有这种文化情结？这是重要的问题意识(problematic)。一个人、一个家庭、一个国家、一个社会，这个人、家庭、国家、社会还是所谓低水平的、初级阶段的，不知道还需要多少年才能接轨(有人甚至说是接鬼)，但是由于有了这个价值选择和文化倾向，生活方式上就会重新安排自己的财产，安排自己的收入，安排自己存多少，用多少，规划下一步。本来你可以一个月存50块钱，是去买书，买计算机的书，还是去买卡通，买动画片？国家也是这样的，你的国民预算，是拿出多少来做世界公园，做东方的迪斯尼乐园，还是投资于农村教育，投资到公共医疗和防疫，结果会是很不一样的。我们的财政能力还处于低水平、初级阶段，还是初级小康，农村还只是温饱，但是你实际上重新组织自己的日常生活的时候，生活方式和观念上的变化，就要影响到你如何花钱，个人也好，社会也好，都要受到影响。这样一种变化，是静悄悄的文化意义上的革命(实际上是静悄悄的文化反革命)，它不发宣言，不搞暴力，也不是《政府工作报告》和《新闻联播》，而是在我们日常的交往里，在吃喝拉撒睡里，在人际交往里，在休闲时光的打发里，实际上就慢慢地改变了我们的社会关系、人际关系。

举个例子来说，在传统中国，人际关系很多反映在亲情、尊老上。现在的消费主义文化使我们年轻人去蹦迪了，高价去买演唱会门票，和老人在一起的时间也许变得很少。虽然这种变化似乎很难去做定量研究，但不是不可以做。特别是不用问卷，而是长时间地观察、思考，当时也没有任何先进技术设备电脑，什么也没有，但是他们深入地把日常生活中细小的琐碎的不被人注意的东西，重新纳入自己的研究范围，然后重新去梳理里面复杂的关系，细致地把日常生活纳入研究的领域，去寻找它们之间可能的关系。这样的研究也许得不到经费，也许五年发表不了成果，也许发表了别人也不知道你在说什么，可是，这对研究当代青年和当代社会变迁是很重要的。现在的青年是一个很大的群体，一个社会里青年如何看社会、看未来，关系到整个社会和未来。他们怎么想，怎么过，怎么交往，怎么打发时光，如何吃喝，是很重要的。这一切，

都可以去想,可以去做,可以去观察,去测量。比如从这个角度去理解哈尔滨的王雅林教授多年来研究的生活方式,就可以看到其中的意义。再比如我的同事陈昕,他参加了我前面提到的在北京和天津的消费主义研究,后来他在做博士论文的时候又把这个研究拓展到京津农村,他的研究论文很快要在江苏的一套文化研究系列中出版。据我所知,这是目前国内社会学领域内第一个研究消费主义如何从城市向农村蔓延的。

最后一点,就是所谓欲望和激情不是天然的、自然的。现在全世界的人包括劳苦人民还是想过上好的生活,这没有任何问题,更没有理由去指责。但是有两个重要的结合,是消费主义文化向社会各个阶层蔓延的前提,一个是大商人、商业集团和包装他们的广告业的结合,另一个是广告业和媒体的结合。他们不断制造出种种诱人的生活方式和欲望。一个人要活下去,要活得舒服,身心健康,其实本来是不需要很多东西的,你何必需要那些带有符号性的象征着巴黎象征着美国的东西呢?那些东西也未必真的能带来身心健康和舒适,可是让我们广告商和媒体这么一结合,好像如果我们没有,我们就落伍了,就跟不上时代了。这样一种欲望是由两个东西的结合制造出来的。我有个朋友,是国外一所名牌大学的主任教授,他经常利用假期冒充一个普通员工来北京应聘,给一家广告公司打工。他想了解广告公司的动作,几年下来,他发现广告公司是精密策划出来的,也许在电视上放出来是15秒,或者有时更长一段时间,给人的感觉是多么自然,觉得应该是天然应该如此,可是制作过程却相当复杂。

在可见的将来,我们不要盲目地乐观,总以为能源耗尽了就有可替代的能源出现。我们过去的增长,是高耗能、高污染、高投入的增长。高耗能,不是说总耗能量,而是说每单位能源的利用率并没有大的改进。发展同时产生出高污染,这样一种生产方式如何支撑挥霍奢侈?西方国家讲的可持续发展,主要讲的是对未来子孙后代的发展问题,以及珍稀动植物的保护等。而现在对我们来说,可持续发展更具有直接

的紧迫性,由污染产生的各种疾病正威胁着我们的健康,如果再不讲可持续发展,以人为本的发展,经济—社会—文化协调发展,就要受到惩罚。我们的卫生部门有些数据表明,由于片面追求增长带来的水污染、空气污染和食品污染,已经给人民带来了很大的危害,花在这方面的资金、人力、技术、资源是巨大的,却花到了不该花的地方。现在农村还有大量的常见病,结核、肝炎等,收入提高了,这些疾病本来应该是下降的。有许多村、乡,医疗和防疫分开了,结果是防疫系统先垮了,后来医药再分开,药业率先商业化,医生成了药商赚取病人钱财的中间环节,病人不了解情况,还以为是医生如何坏,只能骂医生。农村许多人干脆小病拖、大病扛,有的甚至因病致贫,因病返贫。我们的城市情况也一样,各种疾病都有,什么脂肪肝、心血管疾病,还有许多新的疾病,包括什么艾滋病。这样的一种片面发展与追求奢侈的生活—消费方式,究竟能支撑多久?

社会的发展进步反映在生态意义上、环境意义上和我们生活的质量上,反映在我们每一个人生活幸福与否。衡量生活幸福与否的标准不是你有多少钱,而是实际上我们的安全感和幸福感,这和消费并没有直接相关的关系,更没有因果关系。我们衡量社会发展,很多时候只看GDP和收入,比较或严重忽略了社会与文化(包括健康)指标,至少说忽略了带有文化和日常生活的指标。一个社会除了物质富裕,还有精神的充实、制度和政治文明,还有亲戚邻里同事间基本的信任、安全和互助,人们的身心健康,等等。这不仅是一个简单的道德伦理问题,也是在技术的层面是否可持续的问题。

我们面临的一个挑战,不仅仅是传统意义上的东西冲突,或者说越来越西方化,中国传统还要不要的问题。这样一种消费主义文化、财团和媒体的结合,对西方来说也是一个新东西,对各个国家来说也构成一种挑战。法国,也是在有意识地抵制美国的快餐文化,英国也遇到了传统的文化如何延续的问题。只不过中国(和其他发展中国家)还要多一层,既有中外、中西文化的碰撞问题,也有如何处理消费主义文化的问

题,是双重的文化挑战。

刚才我讲可持续发展,第一是因为要生物多样性,第二是因为要文化多样性。生活方式,还要不要多种多样?在生活方式和消费文化面前,我们还有没有选择?有些人认为你在怨天尤人,这还能阻挡吗?这是潮流吧?不过我觉得我们可以非常冷静地分析:中国纳入现代甚至是后现代的消费文化的可能性有多大?按照现在乐观的估计,我国达到全面小康时人口(以现在的增长速度)会达到16亿,最快的城市化水平也就50%,就是说,到时候还有8亿人在农村。我们多少年来是人多地少,还有很多是盐碱地,严重干旱,森林也不多,人均淡水本来就少,污染也很严重。这是很现实的,我们在这里完全不必谈道德、正义、理想,而是应想想我们下面能走的步子的基础是什么。我们和先发国家的重大区别是什么。中国,以及印度、巴西等人多地少的发展中大国,与先发展国家的主要区别是:我们的矛盾主要靠自己内部消化;而先发的国家,基本上是内部矛盾向外转移。通过殖民主义扩张、不平等贸易,还有战争,直到现在大英帝国还在享受殖民地带来的便利。我们是要把内部矛盾自己消化,而不是向外扩展,这是冷酷的,而不是什么理想主义者对社会不公的批判,更不是遗老遗少的怀旧。

更有甚者,随着全球化,随着中国加入WTO,大量的外部矛盾也要我们来消化。你在国际关系、国际贸易里面是弱者,你又要参与、要接轨,在相当长时间内,在竞争中会处于劣势,在竞争中要把外部矛盾转移成内部的问题,再来自己消化。如大量的夕阳产业向你这里转移,使这里变成了垃圾场、污染厂。这种情况下,中国只能提倡可持续发展。这绝不是什么保守派,甚至也不是什么批判学派,而是一个实实在在的问题,一个现实得不能再现实的问题。

社会学研究不一定非要像法兰克福学派那样,总是处于批判位置或采取批判的姿态。我们如果能有大量的长期观察和研究,能把困难和难题显现出来,能把里面的制约因素揭示出来,那贡献就不小了。

而批判的视野,更是一个要走向健康的发展所不可缺少的。