

尹世杰 著

XIAOFEI

消费

WENHUA

文化

XUE

学



湖北人民出版社

消费文化学

● 尹世杰 / 著

湖北人民出版社

鄂新登字 01 号

图书在版编目(CIP)数据

消费文化学/尹世杰著.

—武汉:湖北人民出版社,2002.6

ISBN 7—216—03383—3

I. 消…

II. 尹…

III. 文化生活—消费经济学

IV. C913.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 030134 号

消费文化学

尹世杰 著

出版: 湖北人民出版社
发行:

地址:武汉市解放大道新育村 33 号
邮编:430022

印刷:湖北恒吉印务有限公司

经销:湖北省新华书店

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32

印张:8.875

字数:164 千字

插页:4

版次:2002 年 6 月第 1 版

印次:2002 年 6 月第 1 次印刷

印数:1—1 920

定价:15.00 元

书号:ISBN 7—216—033383—3/C·162

目 录

绪 言	1
-----------	---

第一章 消费文化学的研究对象 与方法	14
-----------------------------	----

第一节 什么是消费文化	14
-------------------	----

第二节 为什么要研究消费文化	21
----------------------	----

第三节 消费文化为什么是一门独立 的学科	26
-------------------------------	----

第四节 消费文化学的研究对象和方法	30
----------------------------	----

第二章 影响消费文化的因素	35
---------------------	----

第一节 政治制度对消费文化的影响	35
------------------------	----

第二节 经济体制对消费文化的影响	38
------------------------	----

第三节 经济发展水平对消费文化	
-----------------	--

2 消费文化学

	的影响	41
第四节	价值观念对消费文化的影响	49
第五节	消费者的素质对消费文化 的影响	53
第三章	知识经济与消费文化	58
第一节	知识经济下消费文化的新变化、 新特点	58
第二节	知识经济给消费文化带来的 新问题	66
第三节	发展知识经济,弘扬消费文化	73
第四章	物质消费文化	84
第一节	物质消费文化的作用	84
第二节	物质消费文化与科技进步	96
第三节	如何发展物质消费文化	101
第五章	精神消费文化	108
第一节	精神消费文化的作用	108
第二节	消费文化与“文化矛盾”	115
第三节	如何提高精神文化消费质量 ...	127
第四节	关于人的异化问题	137

第六章	生态消费文化	142
第一节	生态消费文化的重要性	142
第二节	提高生态消费中的文化含量	152
第三节	发展绿色消费, 发扬绿色文明	156
第四节	发展生态消费, 弘扬生态文化	168
第七章	消费领域文化资源的开发和 利用	173
第一节	开发文化资源的作用	173
第二节	开发哪些文化资源	178
第三节	如何合理开发文化资源	193
第八章	消费文化的发展趋势	204
第一节	居民消费的发展趋势	204
第二节	消费文化如何体现消费的 发展趋势	209
第三节	三种文化的统一, 消费文化 大发展	218

第九章 建立有中国特色的消费文化 体系	224
第一节 如何继承、发扬中华民族优秀 的消费文化	224
第二节 如何合理吸收西方消费文化 的精华	236
第三节 如何建立有中国特色的社会主义 消费文化体系	247
第十章 加强对消费文化的引导	256
第一节 提高全民文化意识	256
第二节 发展文化教育	263
第三节 加强对文化市场的管理	269
第四节 加强消费文化的教育	272
后 记	279

绪 言

(一)

十多年来,我在研究消费经济学和消费力经济学的过程中,感到消费文化问题越来越重要。经济文化一体化是当代社会发展的大趋势,而消费却是经济文化一体化的重要的结合点。消费不仅是一种经济关系,也是一种重要的文化现象。在消费领域,蕴藏着极丰富的文化。优美的自然环境、人工环境,使人得到美的享受,形成一种消费文化;质量好的、优美的物质消费品和高雅的精神文化产品,都反映一种消费文化;人们文明地、健康地、科学地进行消费,改善消费方式,讲究消费效益,提高消费质量,这种消费行为也体现一种消费文化。人们在优美的生态环境中,进行“绿

2 消费文化学

色消费”，不断提高消费层次和质量，体现生态文明；更是反映一种文化了。

但是，消费中也有很多无文化、甚至反文化的东西。我国改革开放以来，消费领域有很多健康向上的东西，弘扬了主旋律，给人以鼓舞和活力，反映了文化的力量。但也出现了很多不健康、不文明的东西：有的颓废消沉，大搞“灰色消费”；有的崇尚封建迷信，大搞“白色消费”；有的人欲横流，大搞“黄色消费”；有的甚至腐化堕落，误入歧途。这些都败坏社会风气，败坏社会主义精神文明。这些都是和消费文化背道而驰的。问题还在于：有的人还把一些非文化、反文化的东西，把“文化垃圾”，贴上“文化”的标签。例如，有的人把大搞封建迷信、在丧葬中大肆挥霍的行为，美之为“丧葬文化”；把那些低级庸俗、甚至大搞色情活动的东西，美之谓“性文化”；把一些流氓地痞行为，美之谓“痞子文化”；把那些宣扬妖魔鬼怪、反科学的东西，美之为“鬼文化”；……最近又出现什么“乱弹文化”、“噱头文化”、“无厘头文化”等等，有的甚至认为“社会生活中的一切都是文化。”最近互联网中出现“黑客”，居然有人说黑客是介于天才和“鬼才”之间的一种人，有人甚至称之为“天才”，这样又出现了“黑客文化”、“天才文化”，真是无奇不有！这样就把真正的文化和“文化垃圾”绞在一起，混淆了文化和非文化、反文化的界限，丑化了崇高的消费文化。因此，我在几年前就提出，要

为消费文化正名,对消费文化要防止假冒^①。文化不仅是一个民族的重要标志,也是民族凝聚力和向心力的体现。我们要弘扬消费文化,反对一切贬低、丑化民族文化的卑劣行为。正因为出现鱼目混珠、破坏消费文化的情况,更说明研究消费文化、弘扬真正的消费文化的重要意义了。

文化是发展的摇篮,是一个民族的灵魂。恩格斯早就说过:“文化上的每一个进步,都是迈向自由的一步。”^② 提高消费中的文化含量,就提高了消费层次和质量,提高消费力,从根本上提高人的素质。20 世纪 90 年代初,我就提出了文化教育是第一消费力的命题,正是说明文化教育对提高消费力、提高人的素质的重要作用^③。消费力提高了,人的素质提高了,就能提高消费层次和质量,促进人的全面发展。江泽民同志在庆祝中国共产党建党 80 周年大会的讲话中强调指出:“我国建设有中国特色的社会主义各项事业,我们进行的一切工作,既要着眼于人们物质文化生活需

① 拙作:《提倡健康向上的消费文化》,《经济日报》,1995.7.10。

② 《马克思恩格斯选集》第 3 卷,人民出版社 1995 年版,第 456 页。

③ 拙作:《文化教育是第一消费力》,《消费经济》1992 年第 5~6 期。

4 消费文化学

要,同时又要着眼于促进人民素质的提高,也就是努力促进人的全面发展。”消费力提高了,人的素质提高了,也就提高了生产力,促进社会经济的发展。社会经济发展了,反过来又促进居民收入水平的提高,促进消费层次和质量的提高,促进消费力的提高,从而形成消费力与生产力之间的良性循环。在这良性循环中,文化教育起着关键性的作用。通过发展文化教育,提高了人的素质,逐步建立健康文明的消费方式,培育优良的社会机体,其结果:促进了人的全面发展,促进了社会经济的发展,促进社会文明和社会全面进步,这正是建设有中国特色的社会主义的根本目的。

还应该看到:有些发达国家在社会经济发展过程中,已出现了“文化矛盾”。有的国家,特别是美国,有些人物质生活大大提高了,出现了“消费主义”、“享乐主义”,以追求个人物质享受、追求感官快乐作为人生的价值所在,人欲横流,物欲横流,给人们的心灵带来了空虚和创伤,正如有些人所说的:在摩天大楼的阴影之下,越来越多的灵魂陷入痛苦、悲观和绝望。这就造成资本主义社会严重的精神堕落和社会危机。美国著名经济学家丹尼尔·贝尔在《资本主义文化矛盾》一书中,深刻揭露了这种“文化矛盾”、“文化危机”,“已使文化日趋粗鄙无聊”,“这不仅突出体现了文化准则和社会结构准则的脱离,而且暴露出社会结构自身极其严重的矛盾”,他认为这“就是一种精神危机”,

“关系到社会存亡”^①。我们现在虽然还没有出现那种严重的“文化矛盾”，但很值得我们深思，需要及早预防。这就更说明：研究消费文化，不断提高消费中的文化含量的重大意义了。

基于上面一些情况，使我深深感到：市场经济越发展，消费文化问题就越重要，越需要对消费文化进行系统的研究。这样，使我大胆地提出：要把消费文化作为一门新的独立学科进行研究，要把消费文化纳入社会主义市场经济运行轨道之中进行研究，探索其作用、发展趋势和内在规律^②。这几年陆续有些设想，积累了一些资料，开始进行研究。

这就是我写这本书的初衷。

（二）

研究消费文化，必须以先进文化为指导，首先要

① 《资本主义文化矛盾》，三联书店 1989 年译本，第 37、73、74、119、132 页。

② 拙作：《要重视消费文化》，《中国消费者报》，1994. 10. 13；《略论消费文化》，《财贸经济》1995 年第 3 期；《再论消费文化》，《南方经济》1995 年第 4 期；《加强对消费文化的研究》，《光明日报》，1995. 4. 30；《略论消费文化学》，《经济科学》1996 年第 6 期。

弄清楚什么是先进文化的前进方向。

先进文化,是人类创造的物质财富和精神财富的结晶,是人类文明进步思想的升华,是文明的、健康的、科学的、促进人的全面发展和社会全面进步的文化,是人类社会发展的灵魂。当代中国先进文化的前进方向,就是建设有中国特色的社会主义文化。这就是江泽民同志在党的十五大报告中所指出的:“就是以马克思主义为指导,以培养有理想、有道德、有文化、有纪律的公民为目标,发展面向现代化、面向世界、面向未来的,民族的科学的大众的社会主义文化。”这种文化,包括社会主义思想道德和现代科学文化两个基本组成部分,二者相辅相承,相互促进。

坚持先进文化的前进方向,就要加强社会主义道德建设,弘扬社会主义精神文明,在全社会形成共同理想和精神支柱;就要发展现代科学文化,发展文化教育产业,提高全民科学文化素质;就要继承、发扬我国传统文化的精华,吸收、借鉴外国的优秀文化,反对、抵制一切剥削阶级的腐朽没落的思想文化。前面已经说过,消费领域有大量的文化,也容易出现无文化和反文化的东西。面对当代科学技术的迅猛发展,并不断渗透于消费领域;面对经济全球化,特别是我国已加入 WTO 的情况下,各种思想文化的相互激荡;面对我国全面进入小康社会的人民群众日益增长的文化需求;必须充分认识文化建设的极端重要性和

紧迫性。如何坚持先进文化的发展方向,发展消费文化,促进人的身心健康和全面发展,促进社会经济文化的发展和社会全面进步,是我们一个极其重要的任务。

特别是当前,信息经济、网络经济迅猛发展,信息消费、网络消费不断拓展,如何用先进文化引导信息消费、网络消费,使其成为精神文明的重要基地,更是当务之急。信息消费、网络消费的兴起,开拓了消费领域,引起人们消费方式、交往方式的根本变革,出现了信息文化、网络文化,这是大好事。但信息、网络,是一把双刃剑,也带来信息欺诈、甚至信息犯罪,带来了网络“黄毒”和网络“黑客”,破坏了消费文化,破坏了社会文明;马克思在谈到资本主义社会的异化劳动时早就指出:“人的幻想、人的头脑和人的心灵的自己活动对个人发生作用是不取决于他个人的,也就是说,是作为某种异己的活动,神灵的或魔鬼的活动的……”,“异化劳动使人自己的身体,以及在他之外的自然界,他的精神本质,他的人的本质同人相异化。”^①我们必须高扬消费文化,端正价值导向,防止人的异化,决不允许出现“某种异己的活动”、“魔鬼的活动”。著名未

^① 《马克思恩格斯全集》第42卷,人民出版社1979年版,第94、97页。

来学家约翰·奈比斯特早就提出：“尽管很多在这种新的电子世界里欣喜异常，另一些人却在担忧传统的消失和价值体系的扭曲”，提出“我们必须作到一种平衡，一种在新技术的潜能和人类社会的愿望和价值之间的人道的平衡”^①。我们必须加强对信息、网络的管理，建设文明网站，用先进文化引导信息、网络消费，使科学精神与人文精神紧密结合，科技理性与价值理性相互促进，防止“价值体系的扭曲”，发展信息文化、网络文化，发扬信息文明、网络文明。江泽民同志在庆祝中国共产党成立 80 周年大会的讲话中指出：“要把依法治国同以德治国结合起来，为社会保持良好的秩序和风尚营造高尚的思想道德基础”，“要努力提高全民族的思想道德素质和科学文化素质，实现人的思想和精神生活的全面发展”。这些都是建设社会主义精神文明的重要内容，是发展消费文化的基本准则，也是我们研究消费文化的重要指导思想。

(三)

本书对消费文化的研究，力图从当前实际情况出

^① 《大挑战》，上海远东出版社 1999 年译本，第 45、70 页。

发,从我国当前消费领域的文化态势出发,把消费文化纳入社会主义市场经济运行轨道之中进行考察,不是从消费文化谈消费文化。首先分析影响消费文化的因素,包括政治制度、经济体制、经济发展水平、人口结构、价值观念、文化传统等。在政治制度、经济体制已定的情况下,经济发展决定人们的收入水平,决定人们的消费水平、消费方式、消费结构,从而影响消费文化;另一方面,人们价值观念对人们的消费生活有很大的作用,从而影响消费文化。这就有必要对收入水平和价值观念着重进行分析。

21 世纪是知识经济时代,知识经济的发展,使人们的消费生活发生根本性变革,对消费文化产生巨大的影响。我们就专列一章,分析知识经济对消费文化的影响,以利于加强对消费文化的引导。在分析影响消费文化的各种因素的基础上,进一步分析消费领域的文化形态,分别论述消费领域的物质文化、精神文化、生态文化三大类型文化的特点、作用以及如何加速发展,使消费文化丰富多彩、繁荣昌盛。鉴于开拓文化资源问题极为重要,就专列一章,分析物质消费、精神文化消费以及生态消费领域,如何开拓文化资源,以丰富消费文化的内容。在论述这些问题的基础上,揭示消费文化的发展趋势。消费领域出现智能化、健美化、世界化、个性化等趋势,消费文化也将出现这些趋势。揭示消费文化的发展趋势和内在规律以后,就

有可能研究如何建立有中国特色的高层次的消费文化体系,这正是研究消费文化的最终目的。这就要研究:在消费文化方面什么是中国特色?什么是消费文化的目标模式?就要进一步分析什么是中国消费文化的优秀传统?如何继承、发扬?如何吸收外国消费文化的精华,为我所用?如何抵制一切腐朽、没落的文化,加强免疫力?特别是当代经济全球化促进了文化的全球化,在各种文化相互震荡和竞争中,如何反对文化霸权主义,进一步发扬我国优秀的民族文化,是一个很重要、很值得研究的问题。

最后分析如何用先进文化加强对消费文化的引导,提高消费中的文化含量,培养人的高尚的品德、高雅的情操,高层次的精神文化素质,充分发挥消费文化对人的发展、对社会经济文化的发展、对社会全面进步的作用。

以上是这本书的主要内容。贯串全书的一条主线是:以人为本、以人的享受和发展需要为中心,不断提高消费品、消费环境和消费生活中的文化含量,不断提高消费层次和质量,促进人的全面发展。人是社会的主体,是消费的主体,是经济文化的主体。一切经济文化活动,应该体现以人为本,反映人的本质。马克思早就指出:在未来社会,“人以一种全面的方式,也就