

江苏省哲学社会科学重点学术著作·青年文库

20世纪西方消费社会理论研究

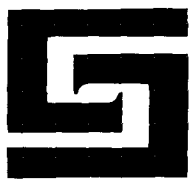
A Study of Western Theories on Consumer Society in the 20th Century

莫少群 / 著

- 批判的历程与主要范式
- 消费社会研究的理论基础和话语资源
- 消费社会的价值理论
- 消费社会的意识形态理论
- 消费社会的传媒批判理论

社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)





江苏省哲学社会科学重点学术著作·青年文库

20 世纪西方 消费社会理论研究

A Study of Western Theories on
Consumer Society in the 20th Century

莫少群/著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

· 江苏省哲学社会科学重点学术著作·青年文库·

20 世纪西方消费社会理论研究

著 者 / 莫少群

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市东城区先晓胡同 10 号

邮政编码 / 100005

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 65269967

责任部门 / 编辑中心 (010) 65232637

电子信箱 / bianjibu@ssap.cn

项目经理 / 宋月华

责任编辑 / 魏小微

责任校对 / 江 灵

责任印制 / 同 非

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部

(010) 65139961 65139963

经 销 / 各地书店

读者服务 / 市场部 (010) 65285539

法律顾问 / 北京建元律师事务所

排 版 / 北京亿方合创科技发展有限公司

印 刷 / 世纪兴源印刷有限公司

开 本 / 889 × 1194 毫米 1/32 开

印 张 / 8.25

字 数 / 155 千字

版 次 / 2006 年 8 月第 1 版

印 次 / 2006 年 8 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 7 - 80230 - 217 - X/D · 043

定 价 / 25.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误，
请与本社市场部联系更换



版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

20 世纪西方消费社会理论研究/莫少群著. - 北京: 社会科学文献出版社, 2006. 8

(江苏省哲学社会科学重点学术著作·青年文库)

ISBN 7-80230-217-X

I. 2… II. 莫… III. 消费-研究-西方国家-20 世纪
IV. F113.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 076645 号



莫少群 男，1965年10月生，江苏南通人，社会学博士，先后毕业于苏州大学和南开大学。现为南京师范大学社会发展学院副教授、硕士研究生导师、南京市社会学学会副秘书长。主要研究方向为理论社会学和科学社会学。近年，在《社会科学战线》、《自然辩证法研究》等学术期刊发表专业论文二十余篇；出版学术论著三部，参译西方学术著作两部。现主持国家社会科学基金项目一项。



江苏省哲学社会科学重点学术著作·青年文库
近期出版书目

当代中国法制与传统法律文化	夏锦文/著
中国地方政府学	沈荣华/著
20世纪西方消费社会理论研究	莫少群/著
国民党政治与社会结构之演变(上中下)	崔之清/著
江苏循环经济发展评价	黄贤金/著
小企业产业分布与空间拓展 —— 小企业产业分布规律与集群化发展研究	张继彤/著
中国网络广告的运行现状与发展对策	杜骏飞/著



江苏省哲学社会科学重点学术著作·青年文库

目 录

导 论 “消费社会”：20 世纪社会与文化研究的

重要议题	1
------------	---

一 消费社会研究兴起的背景	2
二 消费社会研究的基本概貌	14
三 意义与价值：一次思想史的旅程	31

第一章 批判的历程与主要范式：从社会分析到

符号解读	37
------------	----

一 现代性视域中的社会分析	38
二 后现代性视域下的符号解读	51

第二章 消费社会研究的理论基础和话语资源

一 理论来源之一：马克思关于商品拜物教与 异化的论述	62
二 理论来源之二：西方马克思主义理论	70
三 理论来源之三：符号学理论	81

第三章 批判话语之一：消费社会的价值理论	92
一 消费主义伦理与社会的精神危机	93
二 消费社会的神话之一：丰裕中的贫困	114
三 消费社会的神话之二：不消费就衰退	120
四 消费社会的环境代价	124
第四章 批判话语之二：消费社会的意识形态理论	136
一 “虚假需求”与“消费异化”	136
二 物与消费的意识形态体系	152
三 颠覆主流意识形态：大众主义的阐释	170
第五章 批判话语之三：消费社会的传媒批判理论	202
一 传媒与景观消费：境遇主义者的批判	203
二 传媒时代的仿真与超现实：后现代主义者的 批判	212
结 语 全球化语境下对西方消费社会研究的审视	224
一 西方消费社会批判的价值与意义	225
二 消费社会批判与中国语境	231
参考文献	238
后记与致谢	256

导论

“消费社会”：20 世纪社会与文化研究的重要议题

作为一个独特的历史建构，刚刚过去的 20 世纪负荷了人类有史以来极为剧烈的经济、政治、技术和文化的变迁。人类不仅目睹了两次世界大战、经济萧条、种族灭绝和恐怖主义的灾难，也历经了“二战”以来科技高速发展、经济持续增长、物质产品极大丰富的时代。因此有关“社会转型”以及我们是否已经身处一个全新社会构型（formation）的论争，成为 20 世纪 60 年代以来西方社会理论的一道亮丽的风景。理论家们创造性地使用各种术语，如“后工业社会”、“消费社会”、“晚期资本主义社会”、“后现代社会”等等来标识人们所深刻体验到的社会与文化变迁。其中，关于“消费社会”（Consumer Society）的表述不仅大量散见于社会与文化研究者的著述之中，而且还出现了专门以“消费社会”为题

的系统论著。这种情况表明，“消费社会”日益成为人们理解现代西方社会结构与变迁的重要叙事系统，成为当代社会与文化研究领域的重要议题。本书将尝试对现代西方消费社会研究的理论进行总体上的知识“重构”（Re-construction），辨识其研究基点、研究进路与理论构成，并以此为基础进行批判性评析。在开篇部分，本书首先就消费社会研究兴起的社会与文化背景、消费社会研究的基本概貌做概括性的介绍和分析，并对本书的论述主题进行说明。

一 消费社会研究兴起的背景

在 20 世纪极为广泛的社会和文化研究领域，“消费社会”受到研究者的高度关注，主要缘于西方社会在基本结构方面发生了重大的变迁，即，从以生产为主导的社会转向了以消费^①为主导的社会。这种转变不仅是社会经济结构和经济形式的变化，也是社会文化的全面转型。它导致了社会生活方式的全面革新，改变了人类的社会与文化体验，并引发了整个社会价值观的断裂、冲突和震荡。正是社会中的变迁及其引起的社会问题为理论家们探寻“当下的历史”（Pres-

① 在经济学中，消费包括生产消费和生活消费，生活消费属最终消费，产品一经生活消费，其使用价值便消失了；生活消费又包括集体消费和个人（家庭）消费两种类型（参见《中国大百科全书》之《经济学卷》“消费”条目）。本文所涉及的消费均指个人（家庭）消费。

ent-history) 提供了经验研究的基础和理论思维的素材。

1. 福特主义生产方式造就了“大众消费社会”，消费涵义在现代社会出现了全新的演变

一般认为，大众消费的出现首先与 20 世纪初诞生于美国的福特主义（Fordism）生产方式有着密切的联系。我们知道，在资本主义发展史中，生产与消费之间一直存在着某种张力。一方面，资本积累制度要求以尽可能低的生产成本（包括劳动力成本）来获取尽可能高的剩余价值，保证生产扩大化的顺利进行；另一方面，生产的扩大客观上又要求有充分的社会购买力，使剩余价值得以实现。在资本积累的早期，资本主义生产的重心放在生产资料的生产之上，生产性消费是剩余价值实现的主要途径，工人的低工资和低消费状况并未构成资本主义经济发展的障碍。到了 19 世纪，随着资本向社会生活各个部门的不断渗透，生活资料的商品化生产成为资本积累的主要来源，因此，社会对生活资料商品的有效需求就成为资本主义再生产的关键性条件。但是，在 19 世纪，长期的低工资和大量失业的状况严重地影响到生产与消费之间的平衡关系，由此所引起的社会冲突也此起彼伏。

福特主义的出现极大地缓解了上述的危机，它通过采用规模化、标准化的新型生产制度，不仅大幅度地提高了劳动效率，使得生产迅速进入到批量生产（Mass Production）的阶段，而且有力地降低了生产成本，促进了工人工资的增长和劳动条件的改善，从而极大地提升了社会的消费潜力，第

具体地说，福特主义生产方式源于美国实业家福特（H. Ford）的贡献。1908 年，福特在其 T 型汽车的生产中，充分吸取了以“泰勒制”（Taylorization）为代表的科学管理原则，并对生产技术进行了重要的革新。例如，将产品的标准化推到极致，设计出统一精确的通用零部件，并发明了装配线流水作业。这些措施的直接结果之一是汽车的价格大幅度下降。1908 年，T 型汽车的售价 850 美元，到 1912 年，降至 600 美元，1924 年仅 290 美元。另外一个结果是福特工厂的工人工资有了很大的提高，每个工作日的薪资达到了 5 美元。由此，汽车作为一种廉价的家用消费品开始进入美国的大多数家庭，成为生活必需品之一。1927 年，全世界每 5 辆汽车有 4 辆是在美国，在那里平均每 5.3 人就拥有一辆汽车（麦克劳：1998，285 页）。

买作为大众消费象征的汽车去度假、旅游，收听新媒体节目，看电影和电视等等（科恩、肯尼迪：2001，92~95 页）。

与上述变化相适应的则是广告业、市场营销技术的繁荣以及信用制度的创新，其中，分期付款购物模式的发明对于刺激大众消费起到了有力的推动作用。因此，有许多学者认为，在 20 世纪 20 年代，美国已经步入“大众消费社会”。经济学家卡图纳（M. Katona）对此进行了清晰的概括：“今天在这个国家里，对大多数人而言衣食住行的基本生活标准有了保障。除了基本的生活需要之外，从前的奢侈品如拥有私房、耐用品、旅游、休闲和娱乐不再限定在少数人身上了。芸芸大众都参与到享受这些物品的行列，并表现出对这些物品的最大的需求。”（Katona：1964，5~6 页）

大众消费的出现使得消费的涵义出现了全新的演变。在传统意义上，准确地说，在古典经济学意义上，消费是经济活动过程（生产—交换—分配—消费）的一个环节，是“一切经济活动之惟一目的，惟一对象”（朱国宏：1999，256 页）。作为与“生产”相对应的概念，“消费”的基本含义就是对物品和服务的“占有”与“使用”，消费的过程主要就是个体和家庭物质需求满足的过程。但是，随着大众消费时代的到来，西方社会中消费的范围、消费的形式、参与消费的主体以及消费的社会与文化内涵等等都逐步发生了变化。大规模的商品消费，不仅改变了人们的衣食住行，还改变了人们的社会关系，改变了人们看待这个世界和自身的基

本态度。

首先，消费成为连接经济与文化的社会活动，是经济生活、文化生活与社会生活的连接点，也是资本与日常生活实践相结合的领域（Lee：1993，8 页；王宁：2001，1 页）；大众消费不仅体现在对物质性商品的需求上，还体现在对文化产品的需求上。大众文化产品（诸如各类消费品设计、电影、电视节目、音像制品、流行出版物等等）铺天盖地，不仅构成了资本主义文化工业体系的重要部分，也日益主宰着社会日常生活中的行动。

其次，消费直接影响到社会的分层结构。通过不断升级的商品消费，人们重新调整社会关系，进行着社会关系的再生产。一个基本的事实是，西方社会的中产阶级迅速膨胀，社会的阶级构成与格局发生了很大变化。

再次，消费模式的变革引起社会精神气质（Ethos）的全面转变。对商品的无止境的追求，导致了消费主义（Consumerism）^① 伦理的滥觞；它强调花销和占有，不断破坏着强调节约、俭朴、自我约束和谴责冲动的传统价值体系（贝

① 在英文中，“consumerism”一词有三种含义，一是指保护消费者权益的运动，即要求在包装和广告上诚实无欺，保证产品质量，保护消费者知情权的运动；二是指一种认为逐步增长的商品消费有利于经济增长的理论；三是指对物质主义的价值观念或财富的迷恋，崇拜并热衷于奢华消费的生活方式。详见《美国传统辞典》之“consumerism”词条。本书所涉及的主要是第三种含义上的消费主义。另外，研究者们一般认为“消费主义”是现代消费社会最具有代表性的特征。

尔：1989，112 页）。消费主义作为一种价值观念和生活方式，其本质不在于满足“需要”（Need），而在于不断追求难于彻底满足的“欲望”（Desire），它所表征的是人们被煽动的消费激情和被刺激的消费欲望（黄平：1997，120 页），所代表的是一种意义的空虚状态以及不断膨胀的欲望和消费激情（王宁：2001，145 页）。因此，有学者指出，由福特主义所导致的大众消费，就其给人类生活带来的深刻影响而言，它的历史重要性甚至超过了 20 世纪一些重要的历史事件：如两次世界大战、东西方持续数十年的冷战等等（罗钢：2003，2 页）。

2. 后福特主义生产方式将消费社会推演到一个新的阶段，对文化符号的消费支配着当代日常生活实践

进入 60 年代以后，西方社会的政治、经济和文化领域的状况进一步发生变化。作为高生产、高消费经济模式的福特主义生产制度本身所固有的某些结构性危机也逐渐暴露出来。一方面，福特主义大规模生产体系需要长期和庞大的固定资本投资，同时，过度依赖于拥有标准化设备的大型工厂，往往很难适应迅速变化的市场需要；另一方面，高产量、低单位成本的生产方式要求售出大量产品，又与日趋多样化和日趋饱和的市场发生矛盾，特别是 60 年代所兴起的青年消费者对个性消费的强调使得标准化、大众化产品市场的拓展受到了严重的限制。

为了克服福特主义生产方式的僵化，从 70 年代后期起，

一种被称为“弹性积累”（Flexible Accumulation）或者“弹性劳动”的生产模式应运而生，它具有如下特点：第一，使用更合适的、更多用途的设备，以便针对“目标消费群体”生产出小规模、非标准化的产品，来灵活地满足市场的需求；第二，它缩短了生产周期，并积极采用新的信息技术与零售商、开发商、广告商或直接与消费者本身保持密切的联系，以适应迅速变化的社会时尚和趣味；第三，在劳动雇佣和劳动过程方面，通过减少长期劳动力的比例以获得更低的劳动成本，并重视工人在劳动中的个性和创造性，劳动时间也更为灵活。这种“弹性积累”模式又被称作“后福特主义”（post-Fordism）^①（科恩、肯尼迪：2001，106 页；罗钢：2003，7 页）。

后福特主义的出现反映了西方社会从工业社会向后工业社会的转变。它不仅是劳动和生产性质上的变化，也给大众的日常生活消费领域带来了重要的影响。后福特主义的总的特征在于，不是被动地适应越来越多样化的社会需求，而是积极地制造各种消费需求、引领消费时尚。新的信息技术革命（数字化、网络化）的成功为后福特主义的扩张提供了关键性的条件。通过采用新的传媒信息技术，后福特主义不仅能够及时捕捉消费者的文化与心理需求，而且将商品消费与文

^① 也有学者将之称为“无组织资本主义”（disorganized capitalism）（Lash, Urry, 1987）。