

上海大学出版社

2007年上海大学博士学位论文 84



性的消费主义现象研究

- 作者：杨 柳
- 专业：社会学
- 导师：闫 立



上海大学出版社
2007年上海大学博士学位论文 84

性的消费主义现象研究

- 作者：杨 柳
- 专业：社会学
- 导师：闫 立

图书在版编目(CIP)数据

2007年上海大学博士学位论文.第2辑/博士学位论文编辑部编著. —上海:上海大学出版社,2010.12

ISBN 978-7-81118-649-9

I. ①2… II. ①博… III. ①博士—学位论文—汇编—上海市—2007 IV. ①G643.8

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第132867号

2007年上海大学博士学位论文

——第2辑

上海大学出版社出版发行

(上海市上大路99号 邮政编码200444)

(<http://www.shangdapress.com> 发行热线66135110)

出版人:姚铁军

*

南京展望文化发展有限公司排版

上海华业装潢印刷厂印刷 各地新华书店经销

开本890×1240 1/32 印张223.25 字数6080千

2010年12月第1版 2010年12月第1次印刷

印数:1~400

ISBN 978-7-81118-649-9/G·544 定价:640.00元(32册)

Shanghai University Doctoral Dissertation (2007)

**Research on the
Consumerism-phenomena
of Sexuality**

Candidate: Yang liu

Major: Sociology

Supervisor: Yan li

Shanghai University Press

• Shanghai •

上海大学

本论文经答辩委员会全体委员审查,确认符合上海大学博士学位论文质量要求。

答辩委员会名单:

主任:	吴 锋	教授,华东师范大学	200062
委员:	胡守钧	教授,复旦大学	200433
	郭 强	教授,华东理工大学	200237
	沈关宝	教授,上海大学	200444
	张佩国	教授,上海大学	200444
导师:	阎 立	教授,上海政法学院	201701

评阅人名单:

胡守钧	教授,复旦大学	200433
杨俊一	教授,上海政法学院	201701
吴 锋	教授,华东师范大学	200062

评议人名单:

李向平	教授,上海大学	200444
徐永祥	教授,华东理工大学	200237

答辩委员会对论文的评语

答辩委员会认为,论文以性与消费的关系(性的消费化和消费的性化)为切入点,采用性与社会的相互建构理论,运用消费社会、性化社会、权力等概念为研究工具,探讨实体意义上的性和功用意义上的符号形态的性,在消费社会的存在状态,并进而分析该现象对社会各个领域的影响。本文选题有较高的学术价值,而且具有重要的现实意义。

在研究方法上主要采用质性研究的方法,进行了细致的个案分析,文献工作亦扎实,在整理和分析基础上提出了自己的分析框架,并在具体的研究中有所创新。

答辩委员会认为,论文通过两个核心概念,对性与消费的关系从私域和公域、个体与社会互动的构建关系中呈现了性对经济、规制、文化乃至政治意识形态的多方面的影响,为人们对这一现象的认识提供了新视野。本文视野开阔,观点鲜明、资料翔实、逻辑性强、语言表达清晰、行文规范,符合博士论文的基本要求。答辩委员会对答辩人的回答表示满意。

答辩委员会表决结果

经答辩委员会表决,全票同意通过杨柳同学的博士学位论文答辩,建议授予法学博士学位。

答辩委员会主任: **吴 锋**

2007年4月1日

摘 要

性,目前正在成为各个学科如生理学、医学、心理学、行为学、人类学、历史学、法学、伦理学、社会学,甚至也是政治学、哲学、美学所关注的领域。关于性学的研究,也大有成为显学之势,正在从边缘走向核心。目前,性社会学的研究领域更多的是专注于某一种具体的经验事实,而对于在社会转型过程中,在现代消费社会背景下,性领域中所呈现的新现象,以及这种现象背后的各种因素和力量的分析,不够深入和充分。

因此,本研究把消费社会中的性存在作为研究对象,以性—消费的关系(性的消费化和消费的性化)为切入点,采用性与社会的相互建构理论、生活世界的殖民化为分析视角,运用消费社会、性化社会、权力、金钱等概念为研究工具,探讨欲望的实体意义上的性和功用意义上的符号形态的性,在消费社会的存在状态,并进而分析该现象对社会的各个领域的影响。

本研究首先描述1949年建国以后性存在状态的演变趋势,进而展现性的消费主义兴起的脉络。其次,从性的消费化和消费的性化两个维度来展开对现象的描述。通过一夜情等非婚性行为消费属性的确立、卖淫嫖娼现象在消费社会的新特点的描述和分析,以及作为消费手段和消费内容的性符号的展现,进而总结了性的消费化和消费的性化倾向的涵义、特征和分类。再次,以消费社会和性化社会作为分析工具,分析性的消费主义现象的出现;运用性与社会、文化的相互建构分析性在消费社会的变化,采用“生活世界的殖民化”这一视角分析性在

社会演变中,其背后的控制或影响的两种机制——权力和金钱。最后,通过上面的分析,认识到社会、文化等结构性的因素如何塑造和建构了性,呈现出性的消费主义现象,同时该现象本身也以其丰富的内涵,成为塑造和构建社会的一个重要因素,由此进一步考察了该现象对人的主体性、性的本质的反思,以及对两性平等、婚姻家庭和社会秩序的影响。

通过上述四大部分的描述以及阐释,本研究得出以下五个结论:性的消费化是消费社会的表征,消费的性化是性化社会的表征;性的工具理性特点的彰显;性的社会控制模式从权力主导向金钱为主的多元控制的转变;出现了互为生产者和消费者的性,消费本身具有生产功能;性与社会的相互建构。

总之,通过对性的消费主义现象的研究,展现了性在与消费社会的交互作用中发生的变化,集中体现出性在社会转型过程中的丰富特点,进而提供认识社会变迁的一个新的视角。

关键词 性的消费化 消费的性化 消费社会 交换性 利益性

Abstract

Sex is currently becoming a field concerned with different kinds of subjects such as physiology, anthropology, law, politics, sociology, philosophy, esthetics, etc. The research on sex is a hot subject which is coming from the margin to the core. The previous researches were largely concerned with some tangible empirical facts and are lack of adequate and in-depth analysis about some emerging phenomena as well as the drivers behind them in the transition of a modern society which is consumption-dominated.

This paper takes sex in a consumerism-oriented society as an object and investigates the interrelationships between sexuality and consumption—consumptive sexuality and sexualized consumption. With the theory of construction between sexuality and society and the perspective of the life world, as well as the conception of consumptive society, sexualized society, power, money, this paper explores the existence of sexuality as dual implications, e. g. , sexuality as a body-based desire and sexuality as a function-based sign. Moreover, this paper further analyses the impacts of these phenomena on all kinds of social fields.

The structure of this paper is as follows. First, the author describes the evolution of the sex as an existence in

China after 1949, which presents an overview of the emerging of consumptive sexuality. Second, the author discusses the phenomena from two dimensions; e. g., the consumptive sexuality and the sexualized consumption. Third, with the tools of consumptive society and sexualized society, the author investigates the cause of the consumptive sexuality and the sexualized consumption. Especially, two mechanisms of power and money are identified to be the driving forces of the evolution of sexuality in social control. Last, the author explains how culture and other structural factors shape and construct the sexuality and the society. Furthermore, the author explores the impacts of these phenomena on humanity, gender equality, marriage and social order.

Five conclusions are drawn in this study. First, consumptive sexuality is a character of consumptive society and sexualized consumption is a character of sexualized society; Second, the toolity of sexuality is highlighted; Third, sexuality is a force of social control and the control pattern is changing form power control to money-based multi-dimensional control; Fourth, sexuality has the dual implications of provider as well as consumer; Last, sexuality is embedded in society.

In general, this paper analyses the consumerism-phenomena of sexuality in a transitional society and presents a new perspective to understand the social changes.

Key words Consumptive sexuality, Sexualized consumption, Sexualized society, Exchange, Interest.

目 录

导 论	1
一、问题缘起	1
二、研究意义	4
三、基本概念界定	7
四、研究方法	9
第一章 性的消费主义的兴起	14
第一节 建国时期：实现“性文明”的理想	14
第二节 文化大革命时期：无性文化	15
第三节 改革开放前后：“性革命”的准备	17
第四节 改革开放以后：“性革命”的开始	20
一、1985—1992年：冲击“文革”时代的无性文化	20
二、1992—2000年：冲击1949年以来的“共和国 性文化”	22
三、21世纪以来：性的消费主义的出现	23
第二章 性的消费主义现象的维度之一：性的消费化	25
第一节 一夜情等非婚性行为消费属性的确立	25
一、性态度的随意性	26
二、性行为的交换性	31
三、性意义的多元性	38
第二节 卖淫嫖娼现象在消费社会的新呈现	43
一、娼妓的起源及在中国的发展脉络	43

二、近代中国的娼妓	46
三、1949 年以后的娼妓	47
四、卖淫嫖娼在消费社会的新呈现	50
第三节 总结：性的消费化的涵义、特征及其分类	58
一、性的消费化的涵义	58
二、性的消费化的特征	59
三、性的消费化的分类	61
本章小结	62
第三章 性的消费主义现象的维度之二：消费的性化	64
第一节 作为消费手段的性符号	64
一、性符号的涵义	64
二、作为消费手段的性符号	66
第二节 作为消费内容的性符号	70
一、文化消费的涵义	70
二、作为消费内容的性符号	71
第三节 总结：消费的性化的涵义、特征及其分类	82
一、消费的性化的涵义	83
二、消费的性化的特征	84
三、消费的性化的分类	86
本章小结	86
第四章 性的消费主义现象的原因多维分析(一)	88
第一节 社会层面分析：性与消费何以相关联？	88
一、性的消费化与消费社会	89
二、消费的性化与性化社会	91
第二节 文化层面的分析：为何是“女人的身体，男人的目光”？	92

一、消费文化	92
二、性别文化	95
第三节 性的变迁层面：“性”何以成为消费主义的优先选择？	99
一、性本身所具有的特点	99
二、性作为社会存在的变迁	101
本章小结	104
第五章 性的消费主义现象的原因多维分析(二)	105
第一节 生活世界的殖民化	105
第二节 从性的政治化到性的市场化	106
一、政府机关对性的控制：权力	106
二、市场体系对性的侵扰：金钱	114
三、权力与金钱对性的控制的交融与更迭	116
本章小结	119
第六章 性的消费主义现象的影响	120
第一节 对人的主体性的影响	121
一、作为个体的身体的情欲自主性提高	121
二、性的重要性提高,人的主体地位降低	123
三、人的属性单维化,“关系”意义丧失	125
第二节 对性的本质的反思	127
一、性与商品、物品构成同质符号网	127
二、金钱、利益、利润等非本质因素成为其本质的一部分	128
第三节 对两性平等的反思	129
一、平等说	130
二、不平等说	131

第四节 对婚姻家庭的影响	135
一、家庭依然十分重要并不可替代	135
二、个体对家庭需求内涵的变化	136
三、家庭危机时有发生	137
四、道德焦虑感的困扰	139
第五节 对社会秩序的影响	139
本章小结	141
第七章 结论与讨论	143
一、结论	143
二、讨论	147
三、本研究的创新和不足之处	152
参考文献	154
致 谢	163

导 论

一、问题缘起

消费社会是一个物质极其丰盛奢华的社会。这种社会类型和社会文化,不但塑造着物质的人,使人在物的包围中慢慢地变成了官能性的人、欲望不断膨胀的人。而且也塑造着人们的生活方式,正如迈克·费瑟斯通所说,“遵循享乐主义、追逐眼前的快感、培养自我表现的生活方式、发展自恋和自私的人格类型”,^①使享乐主义的生活方式成为主导。同时它也正在改变整个社会的意识形态。目前,已经没有旧式意识形态,只有商品消费,而商品消费同时就是其自身的意识形态。消费主义和享乐主义,作为企业和商业借助广告等促销手段而操纵和宣传的意识形态,成为发达国家消费生活中的主流价值和规范。不仅如此,在全球化背景下,“消费主义的浪潮正悄无声息地从发达国家向发展中国家,从发达地区向欠发达地区,从中心城市向中小城市,从城镇向乡村,从高收入和高名望群体向普通大众迅速蔓延。以琳琅满目的商品为特征的消费主义以其鲜活状态几乎影响到了每一个国家中的每一个人,在全球范围内处于上升状态中的消费主义正以一种史无前例的规模向全球蔓延。”^②

当整个社会从以生产为主导转向了以消费为主导时,“这种转变不仅是经济结构和经济形式的变化,也是社会生活方式的革新,并引发了整个社会价值观的断裂、冲突和震荡。”^③目前,这样的生活方式

① 迈克·费瑟斯通. 消费文化与后现代主义 [M]. 译林出版社,2001: 165.

② 刘晓君. 全球过程中的消费主义评说 [J]. 青年研究,1998(6).

③ 莫少群. 20 世纪西方“消费社会”研究述评 [J]. 淮阴师范学院学报,2005(2).