

当代学术棱镜译丛

/ 媒 / 介 / 文 / 化 / 系 / 列 /

丛书主编 张一兵 副主编 周 宪 任天石

La soci é t é de consommation

消费社会

原著 = 【法】波德里亚

翻译 = 刘成富 全志钢

南京大学出版社

《当代学术棱镜译丛》总序

自晚清曾文正创制造局，开译介西学著作风气以来，西学翻译蔚为大观。百多年前，梁启超奋力呼吁：“国家欲自强，以多译西书为本；学子欲自立，以多读西书为功。”时至今日，此种激进吁求已不再迫切，但他所言西学著述“今之所译，直九牛之一毛耳”，却仍是事实。世纪之交，面对现代化的宏业，有选择地译介国外学术著作，更是学界和出版界不可推诿的任务。基于这一认识，我们隆重推出“当代学术棱镜译丛”，在林林总总的国外学术书中遴选有价值篇什翻译出版。

王国维直言：“中西二学，盛则俱盛，衰则俱衰，风气既开，互相推助。”所言极是！今日之中国已迥异于一个世纪以前，文化间交往日趋频繁，“风气既开”无须赘言，中外学术“互相推助”更是不争的事实。当今世界，知识更新愈加迅猛，文化交往愈加深广。全球化和本土化两极互动，构成了这个时代的文化动脉。一方面，经济的全球化加速了文化上的交往互动；另一方面，文化的民族自觉日益高涨。于是，学术的本土化迫在眉睫。虽说“学问之事，本无中西”。（王国维）但“我们”与“他者”的身份及其知识政治却不容回避。但学术的本

土化决非闭关自守，不但知己，亦要知彼。这套丛书的立意正在这里。

“ 棱镜 ” 本是物理学上的术语，意指复合光透过 “ 棱镜 ” 便分解成光谱。丛书所以取名《当代学术棱镜译丛》，意在透过所选篇什，折射出国外知识界的历史面貌和当代进展，并反映出选编者的理解和匠心，进而实现 “ 他山之石可以攻玉 ” 的目标。

本丛书所选书目大抵有两个中心：其一，选目集中在国外学术界新近的发展，尽力揭橥域外学术90年代以来的最新趋向和热点问题；其二，不忘拾遗补缺，将一些重要的尚未译成中文的国外学术著述囊括其内。

众人拾柴火焰高。译介学术是一件崇高而又艰苦的事业，我们真诚地希望更多有识之士参与这项事业，使之为中国现代化和学术本土化作出贡献。

丛书编委会

2000年秋于南京大学

让·波德里亚生于1929年，现任巴黎第十大学（楠泰尔学院）社会学教授，曾为《现代》撰写过文学专栏。德译法作品有：B·布莱希特的诗歌、P·魏斯的戏剧以及威廉·E·墨尔曼的著作《第三世界革命的救世主降临说》。发表的作品颇丰，其中有《物的符号体系》、《政治经济批评》、《生产的镜子》、《象征性的交流与死亡》、《仿真与拟像》、《论诱惑》、《忘却富柯》和《博布尔效应》。

把所有经济上的满足都给予他，让他除了睡觉、吃蛋糕和为延长世界历史而忧虑之外，无所事事，把地球上的所有财富都用来满足他，让他沐浴在幸福之中，直至头发根：这个幸福表面的小水泡会像水面上的一样破裂掉。

——陀思妥耶夫斯基．《死屋手记》

前言

让·波德里亚的著作《消费社会》是对当代社会学的一大贡献。在诸如涂尔干的《社会分工论》、瓦布兰的《休闲阶级理论》以及D·里斯曼的《孤独的人群》书系中，他理所当然地取得了他应有的位置。

波德里亚分析了当代西方社会，包括美国社会。这种分析以他曾在《物的符号体系》（伽利玛出版社，1968年）中论及过的物的消费现象为中心。在那本书的结论中，他已经提出了现在这部作品的计划：“从一开始就必须明确指出，消费是一种积极的关系方式（不仅于物，而且于集体和世界），是一种系统的行为和总体反应的方式。我们的整个文化体系就是建立在这个基础之上的。”

他那独特的见解揭示了，大型技术统治组织是怎样引起无法克制的欲望，而且又是怎样创建了用以取代旧的不同阶级区分的新的社会等级。

一个新的神话便这样产生了：“洗衣机”，波德里亚写道：“被当作工具来使用并被当作舒适和优越等要素来耍弄。而后面这个领域正是消费领域。在这里，作为含义要素的洗衣

机可以用任何其他物品来替代。无论是在符号逻辑里还是在象征逻辑里，物品都彻底地与某种明确的需求或功能失去了联系。确切地说这是因为它们对应的是另一种完全不同的东西——可以是社会逻辑。也可以是欲望逻辑——那些逻辑把它们当成了既无意识且变幻莫测的含义范畴。”

作为新的部落神话，消费已成为当今社会的风尚。它正在摧毁人类的基础，即自古希腊以来欧洲思想在神话之源与逻各斯世界之间所维系的平衡。波德里亚意识到了我们所面临的危险。让我们再一次用他的话来说吧：正如中世纪社会通过上帝和魔鬼来建立平衡一样，我们的社会是通过消费及对其揭示来建立平衡的。中世纪社会还曾经围绕着魔鬼组织了一些异端邪说和黑色戏法教派。而丰盛社会中我们自己的戏法是白色的，不可能再有异端邪说。这是一个弃斥着预防性白色的饱和了的社会、一个没有眩晕没有历史的社会一个除了自身之外没有其他神话的社会。

《消费社会》行文精练，年轻一代要认真研读。它的任务就在于：砸烂这个如果算不上猥褻的，但算得上物品丰盛的、并由大众传媒尤其是电视竭力支撑着的恶魔般的世界，这个时时威胁着我们每一位的世界。

L . P . 梅耶

于托克维勒研究中心读书大学

《当代学术棱镜译丛》编委会

主 编 张 一 兵

副 主 编 周 宪 任 天 石

编 委 （以姓氏笔画为序）

任 天 石 许 钧 张 一 兵

周 宪 周 晓 虹 兒 梁 康

目 录

《当代学术棱镜译丛》总序

前 言

第一章 物的形式礼拜仪式

- 丰盛 1
 - 丰盛与全套商品 3
 - 杂货店 4
 - 帕尔利二号 6
- 消费的神奇地位 8
 - 货船的神话 10
 - 灾难的完美诱惑 11
- 增长的恶性循环 15
 - 集体开支与重新分配 15
 - 危害 20
 - 增长的计算或国民生产总值的神话 22

浪费	24
第二章 消费理论	
● 消费的社会逻辑	33
福利的平等意识	33
工业体系与贫困	41
新的分离	43
等级机构	45
拯救的一面	47
区分与物质增长的社会	47
旧石器时代或初级的丰盛社会	55
● 一种消费理论	57
人类经济学的解剖	57
物品的变化——需求的变化	67
对享受的否认	69
一种结构分析？	70
娱乐系统，或享受之束缚	71
作为新生产力征象和控制的消费	73
个体的符号逻辑功能	76
自我消费	78
● 个性化或最小的边缘差异（P.P.D.M.）	80
成为或不成为我自己	80
差异的工业化生产	82
消费变体	85
区别或类同？	87
编码和革命	89
结构范例	90
男性范例和女性范例	92

第三章 大众传媒、性与休闲

- 大众传媒文化 99
 - 新潮——或过时事物的复兴 99
 - 文化再循环 100
 - 转盘和计算机或最小的公共文化
 - (P.P.C.C.) 104
 - 最小公倍数 (P.P.C.M.) 108
 - 媚俗 113
 - 摆设和游戏 116
 - 流行：一种消费艺术？ 120
 - 信息的配置 129
 - 媒介即信息 131
 - 广告媒介 134
 - 伪事件和新现实 135
 - 超越真伪 136
- 最美的消费品：身体.....139
 - 您身体的秘密钥匙 140
 - 功用性美丽 143
 - 功用性色情 145
 - 快感原则和生产力 146
 - 当代身体策略 148
 - 身体是女性的吗？ 149
 - 医疗崇拜：“ 状态 ” 152
 - 苗条的牵挂：“ 线条 ” 154
 - 性交换标准 158
 - 广告中的象征与幻像 161
 - 性玩偶 165

● 休闲的悲剧或消磨时光之不可能性	168
● 关切的神话	178
社会转移和母性转移	179
微笑之做作	180
游戏时间，或对服务的滑稽模仿	182
广告和赠品意识形态	185
玻璃橱窗	187
疗养社会	188
关切的暧昧和恐怖主义	189
社会测定的兼容性	192
证实与赞许（“Werbung und Beweish-rung”）	194
对真诚的崇拜——功用性宽容	195
● 丰盛社会中的混乱	197
暴力	197
非暴力亚文化	205
疲劳	207

结论 论当代异化或与魔鬼协议的终结

布拉格的大学生	219
先验性的终结	224
从鬼魂到鬼魂	226
消费之消费	227

第一章

物的形式礼拜仪式

丰 盛

今天，在我们的周围，存在着一种由不断增长的物、服务和物质财富所构成的惊人的消费和丰盛现象。它构成了人类自然环境中的一种根本变化。恰当地说，富裕的人们不再像过去那样受到人的包围，而是受到物的包围。根据不断上升的统计曲线显示，从复杂的家庭组织和数十个技术奴隶，一直到“城市动产”，从通讯的整个物质机器和职业活动，一直到广告中庆祝物的常见场面，从大众传媒和未成年人崇尚隐隐约约具有强制性的小玩意中所获得的数百万个日常信息，一直到围困我们睡梦的夜间之物所提供的心理剧，他们的日常交易不再是同类人的交易，而是接受、控制财

富与信息。毫无疑问，“环境”、“氛围”的概念之所以变得如此时髦，只是因为我们在其他人周围，在他们出现的时候，在他们的谈话中，实际上生活得还不够；只是因为那些从属的、引起幻觉的物带着无声的目光老生常谈，总是向我们重复着我们自己的惊人力量、潜在的富有和相互之间老死不相往来的状况。正如狼孩因为跟狼生活在一起而变成了狼一样，我们自己也慢慢地变成了官能性的人了。我们生活在物的时代：我是说，我们根据它们的节奏和不断替代的现实而生活着。在以往的所有文明中，能够在一代一代人之后存在下来的是物，是经久不衰的工具或建筑物，而今天，看到物的产生、完善与消亡的却是我们自己。

物既非动物也非植物，但是它给人一种大量繁衍与热带丛林的感觉。现代新野人很难从中找到文明的影子。这种由人而产生的动植物，像可恶的科幻小说中的场景一样，反过来包围人、围困人。我们必须尽快如实地把所见到的和所体验到的描述出来——千万不要忘记在奢华与丰盛之中，它是人类活动的产物。制约它的不是自然生态规律，而是交换价值规律。

“在伦敦最繁华的街道，商店一家紧挨一家，在无神的橱窗眼睛背后，陈列着世界上的各种财富：印度的披肩、美国的左轮手枪、中国的瓷器、巴黎的胸衣、俄罗斯的皮衣和热带地区的香料。但是在所有这些来自如此众多国家的商品正面，都挂着冷冰冰的白色标签，上面刻有阿拉伯数字，数字后面是简练的字母L,s,d，（英镑、先令、便士）。这就是商品在流通过程中所表现出来的形象。”（马克思：《为政治经济批评作贡献》）

► 丰盛与全套商品

堆积、丰盛显然是给人印象最深的描写特征。大商店里琳琅满目的罐头食品、服装、食品和烹饪材料，可视为丰盛的基本风景和几何区。在所有的街道上，堆积着商品的橱窗光芒四射（最常见的材料就是灯光，如果没有它，商店就不可能是现在这个样子）。还有肉店的货架以及举办整个食品与服装的节日，无不令人垂涎欲滴。在堆积之中，还有产品总和之外的东西：显而易见的过剩、对稀有之物神奇而决定性的否定，以及对科卡尼地区物质奢华的狂妄自负。我们的市场，我们的商业动脉，我们的絮佩尔絮尼克超级商场就是这样模仿了一个被寻找回来的异常肥沃的自然：在我们的萨纳昂山谷，霓虹灯的灯光像牛奶和蜜一样在番茄沙司和塑料上流淌，但这又有什么关系！对于所有的人来说，不是不够而是太多的强烈愿望就在与此：看起来你带走了一堆摇摇欲坠的盒装牡蛎、肉、梨子或芦笋，其实你只是购买了其中的一小部分。你只是买走了所有中的部分罢了。这种对消费材料、对商品的重复借代说法，采用一个重要的集体隐喻，以及借助于其本身无节制的特点，重新恢复了赠与和戏剧性的、用之不竭的挥霍形象。这个形象即节日形象。

在丰盛的最基本的而意义最为深刻的形式——堆积之外，物以全套或整套的形式组成。几乎所有的服装、电器等都提供一系列能够相互称呼、相互对应和相互否定的不同商品。对于那些不再过多提及过剩物质，而只是提及筛选出来的、补充性的、供选择选用的以及供消费者作连锁心理反应的某个方面的商品的那个整体来说，古董商的橱窗就是贵族的奢侈模式。消费者浏览、清点着所有那些物，并把它们作为整个类别来理解。今天，很少有物会在没有反映其背景的情况下单

独地被提供出来。消费者与物的关系因而出现了变化：他不会再从特别用途上去看这个物，而是从它的全部意义上去看全套的物。洗衣机、电冰箱、洗碗机等，除了各自作为器具之外，都含有另外一层意义。橱窗、广告、生产的商号和商标在这里起着主要作用，并强加着一种一致的集体观念，好似一条链子、一个几乎无法分离的整体，它们不再是一串简单的商品，而是一串意义，因为它们相互暗示着更复杂的高档商品，并使消费者产生一系列更为复杂的动机。显然，提供给消费者的商品绝不是杂乱无章的。在某些情况下，为了更好地诱惑，它们还会模仿杂乱。不过，它们总是要想方设法打开指示性的道路，诱导商品网中的购物冲动，并根据自身的逻辑，进行诱导、提高，直至最大限度的投资，达到潜在的经济极限。服装、器械以及化妆品就是这样构成商品的系列，并引起消费者对惰性的制约：他逻辑性地从一个商品走向另一个商品。他陷入了盘算商品的境地——这与产生于购买与占据丰富商品本身的眩昏根本不是一回事。

► 杂货店

丰富与盘算的综合，就是杂货店。杂货店（或新的商业中心）实现了消费的综合活动。其中最小的活动并不是购物、与商品的玩弄、游戏性的闲荡以及兼而有之的各种可能。因此，杂货店与大商店相比在现代消费方面更为特别。那里的产品大量集中，留给游戏的探索性空间较小，那里的货架与产品的并列使得缓缓行进更为实用，而且保留着它们出生的那个时代的东西，也就是广大百姓获得日常消费资料的东西。杂货店本身具有完全不同的意义：它不把同类的商品并置在一起，而是采取符号混放，把各种资料都视为全部消费符号的部分领域。文化中心成了商业中心的组成部分。但不要以为文化

被“糟蹋”：否则那就太过于简单化了。实际上，它被文化了。同时，商品（服装、杂货、餐饮等）也被文化了，因为它变成了游戏的、具有特色的物质，变成了华丽的陪衬，变成了全套消费资料中的一个成分。“一门新的生活艺术，一种新的生活方式”，广告上写道：“时髦日常性：能够在有空调的同一个地方愉快购物，能够一次性购买到食品、用于套房和乡间住宅的材料、服装、鲜花、刚问世的小说或最新问世的小玩意，与此同时，丈夫和孩子看着一部电影或就地一同用餐等等”。咖啡馆、电影院、书店、音乐厅、妇女的小饰物、服装、还有商业中心的其他许多东西：杂货店能够以万花筒式的方式重新把一切捕获。如果说大商店展现了商品的市集场面，那么杂货店则提供了消费的独唱音乐会。它的整个“艺术”就在于耍弄商品符号的模糊性，在于把商品与实用的地位升化为“氛围”游戏：这是普及了的新文化，在一家上等的杂货店与一个画廊之间，以及在《花花公子》与一部《古生物学论著》之间已不再存在什么差别。杂货店向现代化方向发展，一直到能够提供“灰物质”：“销售东西本身并不令我们感兴趣，我们要在其中加点灰物质……四层楼，一个酒吧、一个舞池和几个销售点。妇女小饰品、唱片、袖珍书、教科书——几乎无所不包。但目的不是想讨好顾客，而是真的向他们推荐‘一些东西’。一家语言实验室在三楼运作。在唱片和书当中，人们可以发现唤醒我们这个社会的主流，严肃音乐和诠释时代的书籍。伴随着产品的就是这些‘灰物质’。因此，一家风格新颖的杂货店，会带有更多一些东西，也许是一点智慧和一点热情”。

杂货店可以变成整个一座城市：如帕尔利二号。那里建有巨大的购物中心，“艺术和娱乐与日常生活混而为一”，每个住宅群从游泳池 - 俱乐部向四周延伸。游泳池 - 俱乐部成了吸引力的中心。圆形的教堂，网球场（“这是最起码的东西”），高