

图书在版编目(CIP)数据

消费社会 [法] 波德里亚 (Jean Baudrillard) 著; 刘成富、全志钢译

—南京: 南京大学出版社, 2006

(当代学术棱镜译丛 张一兵主编)

书名原文: *Le système de consommation*

ISBN 7-305-03535-1

I. 消... II. ①波... ②刘... ③全... III. 消费—研究 IV. F014.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 52477 号

*

Copyright © Editions DENOËL 1970.

Chinese language edition arranged with Editions Denoël.

Chinese language copyright © by Nanjing University Press 2000

All rights reserved.

登记号 图字:10-2000-076 号



当代学术棱镜译丛

消费社会

[法] 让·波德里亚

刘成富 全志钢 译

南京大学出版社出版发行

南京市汉口路 2 号 邮编 210093

电话 025-83596666 传真 025-83596666

网址 <http://www.njup.com>

电子信箱 nlb@njup.com

全国各地新华书店经销

常熟市华通印刷有限公司印刷

开本 787mm×1092mm 1/32 印张 6.5 字数 100 千字

2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

定价 18.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买南大版图书, 如有印装质量问题, 请与销售商联系调换

《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定的含义范畴。”

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。这是一个排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亵的,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

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	1
● 丰盛	1
丰盛与全套商品	2
杂货店	3
帕尔利二号	5
● 消费的神奇地位	6
货船的神话	7
灾难的完美诱惑	8
● 增长的恶性循环	11
集体开支与重新分配	11
危害	14
增长的计算或国民生产总值的神话	16
浪费	17
第二章 消费理论	23
● 消费的社会逻辑	23
福利的平等意识	23
工业体系与贫困	29
新的分离	30
等级机构	32
拯救的一面	33
区分与物质增长的社会	33
旧石器时代或最初的丰盛社会	39
● 一种消费理论	40
人类经济学的解剖	40
物品的变化——需求的变化	47
对享受的否认	49
一种结构分析?	50
娱乐系统,或享受之束缚	51
作为新生产力征象和控制的消费	52
个体的符号逻辑功能	54
自我消费	56
● 个性化或最小的边缘差异(P. P. D. M.)	57
成为或不成为我自己	57
差异的工业化生产	58
消费变体	60

区别或类同?	62
编码和革命	63
结构范例	64
男性范例和女性范例	66
第三章 大众传媒、性与休闲	70
● 大众传媒文化	70
新潮——或过时事物的复兴	70
文化再循环	71
转盘和计算机或最小的公共文化(P. P. C. C.)	73
最小公倍数(P. P. C. M.)	76
媚俗	80
摆设和游戏	82
流行:一种消费艺术?	85
信息的配置	91
媒介即信息	92
广告媒介	95
伪事件和新现实	96
超越真伪	96
● 最美的消费品:身体	98
您身体的秘密钥匙	99
功用性美丽	101
功用性色情	102
快感原则和生产力	104
当代身体策略	105
身体是女性的吗?	106
医疗崇拜:“状态”	108
苗条的牵挂:“线条”	109
性交换标准	112
广告中的象征与幻象	114
性玩偶	117
● 休闲的悲剧或消磨时光之不可能性	119
● 关切的神话	127
社会转移和母性转移	127
微笑之做作	128
游戏时间,或对服务的滑稽模仿	130
广告和赠品意识形态	132
玻璃橱窗	133
疗养社会	134
关切的暧昧和恐怖主义	135
社会测定的兼容性	137
证实与赞许(“Werbung und Bewährung”)	138
对真诚的崇拜——功用性宽容	139
● 丰盛社会中的混乱	140
暴力	140

非暴力亚文化	146
疲劳	148
结论 论当代异化或与魔鬼协议的终结	157
布拉格的大学生	157
先验性的终结	160
从鬼魂到鬼魂	162
消费之消费	163

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于此: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晕根本不是一回事。

► 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华为“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,我们要在其中加一点灰物质……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”),高雅的商店,图书馆。最小的冬季运动站也采用了杂货店的这种“普遍主义”的模式:所有的活动被概括、被系统地组合并集中在“氛围”的基本概念周围。因此,菲莱思-拉-普罗迪克同时向您提供了一种整体的、多职能的组合生活:“……我们的勃朗峰,我们的云杉森林——我们的奥林匹克跑道——我们的儿童‘平台’——我们的那些雕凿、磨光成艺术品的建筑——我们所呼吸的新鲜空气——我们的福罗姆中的高雅的气氛(取代了地中海城市……从滑雪的跑道归来之后,生活就是在这里得到愉悦的。咖啡馆、餐馆、商店、溜冰场、夜总会、电影院和娱乐中心一起集中在福罗姆,向你提供滑雪之外特别丰富多彩的生活)——我们的有线电视——我们的人类未来(不久,我们将被文化部划为艺术文物)。”

我们处在“消费”控制着整个生活的境地。所有的活动都以相同的组合方式束缚,满足的脉络被提前一小时一小时地勾画了出来。“环境”是总体的,被整个装上了气温调节装置,安排有序,而且具有文化氛围。这种对生活、资料、商品、服务、行为和社会关系总体的空气调节,代表着完善的“消费”阶段。其演变从单纯的丰盛开始,经过商品连接网到行为与时间的总体影响,一直到内切于未来城市的系统气氛网。杂货店、帕尔利二号或现代机场就是这类城市。

► 帕尔利二号

“欧洲最大的商业中心。”“春天商场、BHV、迪沃尔、普里聚尼克、郎万、费朗克父子、埃迪尔、两家电影院、一家杂货店、一家超市、絮玛和其他一百来家商店竟聚集在同一个地点！”

对于商业选择来说,从杂货店到高档时装店,两个必要的条件是:商业活力和美学感觉。人人皆知的口头禅“难看的東西不易买”在此已经过时,可能要被“环境美是生活幸福的首要条件”所代替。

三层楼的结构……围绕中心的玛伊而建,有主轴线和两层宽阔的通道。大小商店融汇在一起,现代节奏与昔日的闲逛融汇在一起。

这些商店的诱惑一览无余,连一个橱窗的屏障都没有。步行闲逛其中,会产生一种从未有过的惬意感。玛伊一面朝和平街,另一面朝香榭里舍大街,装饰着喷泉、矿物树、报亭、长凳,完全摆脱了季节与反常的气候:一个例外的空气调节系统,只要有十公里长的空气湿度调节罩之后,永恒的春天便长驻于此。

人们不仅在那里能买到所有东西,从一双鞋到飞机票,在那里看到保险公司、电影院、银行、医务所、桥牌俱乐部和艺术展览馆,而且人们不再是时间的奴隶。和其他任何街道一样,玛伊街一周七天,日夜均可前往。

理所当然,中心为那些想使用最现代付款方式的人设立了“信用卡”。它把支票、现金……甚至是难熬的月底解放出来了……从此,如要付款,你只要出示信用卡并在发票上签字便可以了。就这么简单。你每月都会收到一张帐目清单,你可以一次付清或按月支付。

舒适、美丽和效率结合在一起,帕尔利人发现了其他无政府城市拒绝他们的物质幸福条件……

这里,我们处在作为日常生活的整个组织、完全一致的消费场所。在这里,一切都容易捕获和超越。抽象的“幸福”半透明性是由解决压力的惟一办法所确定的。扩大到商业中心和未来城市规模的杂货店,是每一个现实生活、每一个社会客观生活的升华物。这里废除的不仅是工作和钱,而且是季节——最终一致了的循环本身成了遥远的残迹!工作、娱乐、自然和文化,所有这些过去零零散散,在现实生活中,在古老的无政府城市里,滋生出复杂和焦虑的东西,所有这些被分裂、相互之间无法缩减的活动——所有这一切最终被混杂、搅拌、调节并一致地展现在同一次连续的购物和消闲之中。所有这一切在时髦的两性同体的相

同气氛里,最终变得无性别之分了。所有这一切最终被消化、还原为同质的粪便物(当然,恰切地说,在“现金”消失的标志下,现实生活的现实粪便化以及过去一直困扰着它的社会经济矛盾的象征太明显了)——所有这一切都结束了:被控制、被润滑和被消费的粪便性从今以后将不分事物,不分社会关系,到处蔓延,无所不在。如同罗马的先贤祠,所有国家的神共存于一篇巨大的“文章”,诸说混合。我们的超级购物中心就是我们的先贤祠,我们的阎王殿。所有消费之神或恶魔都汇集于此,也就是说,所有的活动,所有的工作,所有的冲突以及所有以同样抽象方式废除了的季节。在如此统一了的生活内容里,在这篇无所不包的文摘里,不可能再有什么感觉:产生的梦幻、诗意与感觉的东西。即重大的搬迁与浓缩形式,建立在不同成分相互间有机连接基础之上的比喻和矛盾的重大意象,是不可能再存在的了。相同成分的永久性替代将特立独行。不再有象征功能:在永恒的春天里,“气氛”的组合是永恒的。

消费的神奇地位

美拉尼西亚的土著人曾经被天上飞行的飞机搅得心醉神迷。但是,这些东西从来没有在他们那里降落过。白人每次都成功地将它们接收。因为他们在地面的某一区域布置了相似物,用以引导飞机的飞行。于是,土著人便用树枝和藤条建造了一架模拟飞机,精心划出一块夜间照亮的地面。他们耐心地等待着真飞机前来着陆。

毋须把当今游荡在城市丛林里的类人猿的狩猎冠以原始状态(为什么呢?),人们就能够在这里看出消费社会的寓言。消费中受过圣迹显示的人也布置了一套模拟物、一套具有幸福特征的标志,然后期待着(一位道德主义者很失望地说)幸福的降临。

问题不在于从中看出分析的原则。它只是关系到个人和集体的消费心态罢了。不过,人们可以在这个相当大表面的层面上大胆地进行这样的比较:这是一种决定消费的神奇的思想,是一种决定日常生活的奇迹心态,是一种原始人的心态。这种心态的意义是建立在对思想具有无比威力的信仰之上的:这里所信仰的,是标志的无比威力。富裕、“富有”其实只是幸福的符号的积累。物品本身所提供的满足感等同于模拟飞机,等同于美拉尼西亚人缩小了的模型,

也就是反映了潜在的极大满足、十足的富裕以及最终受到圣迹显示者背后的狂喜。其强烈的希盼使得日常生活的平庸得以延续。这些最小的满足还只是一些驱魔做法,还只是一些获取、祈求完全舒适与幸福的方法。

在日常生活中,消费的益处并不是作为工作或生产过程的结合来体验的,而是作为奇迹。当然,在美拉尼西亚土著人与坐在电视机前转动开关、等待着全世界图像的观众之间存在着一种差别:一方面,因为相同的心理布局使得土著人的神奇信仰从未被摧毁(如果不是这样,那是因为人们没有做到必须要做的东西),另一方面,电视机的奇迹不停地作为一个奇迹永远得到实现,——通过技术上的恩赐,它消除了消费者意识中社会现实原则本身,即通向形象消费的漫长社会生产过程。因此,同土著人一样,电视观众在神奇而有效的方式上把这种占为己有的手段视为骗取。

► 货船的神话

消费材料于是充当了骗术,而不是充当劳动产品。更进一步地说,丰富的资料一旦与客观定义相分离,便被视为一种自然的恩赐,视为天上掉下来的好处。美拉尼西亚人——还是他们——在与白人的接触过程中发挥了对救世主的崇拜,对货船的崇拜:白人生活富足,而他们一无所有,原因就在于白人知道如何骗取或侵吞退居到世界边缘的黑人祖先留给子孙们的货物。倘若白人的骗术一旦失败,他们的先辈便带着神奇的货物返回来,他们也就再也知道什么是需求了。

因此,“发展中的”人民把西方的“援助”视为期盼中的、理所当然的、早就属于他们的东西。视为灵丹妙药——与历史、技术、持续发展以及世界市场毫无关系。但是,只要稍为仔细地看一看,西方发达的被显示过圣迹的人,是否都以同样的方式行事呢?消费大众有没有把富裕视为一个自然结果呢?他们被科加尼地区的幻影所包围,在广告性的祷文作用下,相信一切都事先给了他们,以及他们在富裕方面具有合法的、不可让与的权利。对消费的美好信仰是一个新成分;新一代代人从此变成了继承人:他们继承的不再仅仅是财产,而且有丰盛的自然权利。因此,货船的神话在美拉尼西亚走下坡路的时候,反而在西方复活了。因为即使丰盛成了司空见惯的事,它仍旧作为日常的奇迹来体验,因为它不是表现为生产出来的、抢夺而来的、征服而来的、经过历史的和社会的努力而得来的东西,而是表现为在有益的神话恳求下所赠予的东西。我们是其