

消费社会批判:法兰克福学派 与让·波德里亚

[美]道格拉斯·凯尔纳 樊柯译

摘要: 我们生活在一个围绕商品的生产和消费而组织起来的消费社会之中。法兰克福学派在对“文化工业”的分析中率先把消费社会描述为资本主义现代性的一种新型结构,大众文化是它不可或缺的一个构成部分。对于消费社会晚近阶段的描述,则出自波德里亚。他的早期作品聚焦于物体系、消费社会和符号政治经济学批判,在研究商品、消费和消费社会方面有着非常大的价值。然而,波德里亚的理论缺乏政治经济学和经济史的基础,我们应该把它看作是对马克思政治经济学理论的符号学和社会学补充,这是使用波德里亚分析成果的最具生产性的方式。

关键词: 消费社会;法兰克福学派;让·波德里亚

中图分类号:F014.5 **文献标识码:**A **文章编号:**1004-9142(2008)01-0044-04

多年以来,社会理论家、经济学家和其他学者已经注意到,我们生活在一个围绕商品的生产和消费而组织起来的消费社会之中。今天,我想唤起对两类社会理论家的关注。在我看来,他们为当今消费社会理论的构建提供了一些极为先进的批判性观点,这些观点在西方国家曾经得到充分发展,现在则成为全球性的了。这些理论观点究竟在多大程度上与中国相关,你们可以做出自己的判断。

关于消费社会的最早的一些批判性理论观点出现于法兰克福学派理论家的著作。20世纪30年代和40年代,这些人以德国法西斯主义难民的

身份流亡美国,作为社会理论家,他们在对“文化工业”的分析中率先注意到大众文化与传播的重要性在日益上升,同时也注意到了消费社会的出现。

20世纪30年代至40年代,这些批判理论家的计划是分析马克思、恩格斯和经典马克思主义创始人去世之后资本主义世界的变化。他们发觉一种从马克思所描述的以市场为基础的自由竞争资本主义到国家资本主义的转向,国家开始对经济进行规范,在某些情形下甚而对经济进行组织,比如在苏联、德国、意大利、军国主义日本和罗斯福新政统治下的美国,国家在经济中扮演了更有

收稿日期:2005-11-09

作者简介:道格拉斯·凯尔纳(Douglas Kellner),美国社会理论家,洛杉矶加州大学(UCLA)哲学教授。

译者简介:樊柯,河南大学文学院讲师,中国社会科学院研究生院文学系博士生。(北京 100102)

作为的角色，法兰克福学派称其为“组织化的国家资本主义”。

20世纪30年代，这些逃离德国法西斯主义的流亡者在哥伦比亚大学建立了“社会研究所”。对于他们来说，“大众文化”既包括媒介文化，也包括消费文化。“文化工业”这个词指涉的是文化的工业化以及大规模消费品生产与娱乐工业生产之间的相似性，两种类型的商品都被生产出来以供大众消费，都以标准化和高度理性化的大规模生产为其特征，个人的创造性在生产消费的过程中被合谋清除了——至少是被严格限制了，生产和消费两个领域都因其对人的“物化”而受到批判理论家的批判。正统马克思主义认为，在生产过程中，人被物化了，被迫屈从于机械、片断的劳动过程的操控，人变成了机器和设备的附庸。批判理论则走得更远，声称个人在消费过程中也被物化了，其物化途径是对于媒介景观的被动观看，试图通过消费品来购买快乐或者解决问题。

“社会研究所”把消费社会描述为资本主义现代性的一种新型结构，大众文化是它不可或缺的一个构成部分。在消费社会中，文化、美学与生产和广告交融在一起创造出一种生活方式，其聚焦的对象是对于商品、服务、图像和景观的消费。这些现象的增殖使得理论家们在20世纪70年代谈到“大众媒介文化”，并最终涉及“后现代社会”。他们所谓的“后现代社会”有一个限定条件，即图像、代码和范型成为日常生活的首要决定因素。

大约从20世纪20年代开始，维持消费需求的问题开始成为资本主义社会一个日益重大的挑战。“工业的船长”——企业领袖们拥有大规模生产的设备，他们需要成为“意识的船长”，以控制和管理一个崭新的大众消费秩序。然而，在20世纪30年代的批判理论中，几乎没有涉及消费，也没有对于消费社会的真正批判。事实上，在20世纪30年代大萧条时期，消费主义并非一种重要的社

会整合模式，直到第二次世界大战之后的经济繁荣时期，消费才在比较发达的资本主义社会里广泛展开。因而，在批判理论家20世纪40年代和50年代的作品里，对于消费社会的指涉在数量和重要性方面都有所增长，法兰克福学派的批判理论家——阿多诺、霍克海默、洛文塔尔、弗洛姆和马尔库塞等人形成了一些关于消费社会的观点。对于这些观点的讨论和批判，请参看拙著《批判理论、马克思主义和现代性》。

对于消费社会晚近阶段的描述，出自法国理论家让·波德里亚。2007年3月，在经历长期与癌症的抗争之后，波德里亚病逝于巴黎，终年77岁。波德里亚结合了后现代和后结构主义理论，仅仅联系社会理论和他以前的社会学训练是很难给他定位的，^①其著作混合了哲学、社会理论和特异的文化形而上学，对构成时代现象的关键事实进行了思考。作为当代社会、文化和思想的敏锐的批评家，波德里亚通常被视为法国后现代理论的主要领袖，当然他也可以被理解成一个把理论和社会文化批评以创造性和启发性的方式结合起来的思想家，一个形成了自己的风格和写作形式的作家。他是一个极为多产的作者，出版著作50多种，对当代一些最为突出的文化现象和社会学现象做出了评论，这些现象包括：性别、种族、阶级等区分的消除——这些区分构造了现代社会，却在以消费者、媒体和高科技为特征的后现代社会中被抹除了；艺术与审美的角色变异；政治、文化和人类的根本性转变；以及新的媒体、信息和计算机控制技术所带来的影响——在创造一个性质截然不同的社会秩序的过程中，这种影响规定了人类和社会生活的根本转变。

我曾经电邮给这次会议的组织者一篇论文，详细介绍了波德里亚在研究消费主义和消费社会方面的贡献与局限。我关注的是他的早期作品，这些作品聚焦于物体系、消费社会和符号政治经

^① 关于波德里亚与社会理论的关系，见我在 *Blackwell Encyclopaedia of Social Theory* 中撰写的条目。至于波德里亚与哲学的更为详尽的关系，参见我在 *Stanford Encyclopedia of Philosophy* 中撰写的关于波德里亚的条目，网址是 <http://plato.stanford.edu/entries/baudrillard/>，其扩充版以 *Jean Baudrillard After Modernity: Provocations On A Provocateur and Challenger* 的題目发表于 *International Journal of Baudrillard Studies*, Volume 3, Number 1 (January 2006)，网址是 <http://www.ubishops.ca/baudrillardstudies/vol3-1/kellner.htm>。关于最早论述波德里亚的著作和对波德里亚早期作品的看法，见我的著作 *Jean Baudrillard: From Marxism to Post-Modernism and Beyond*, Polity Press and Stanford University Press, 1989。

济学批判,结合了新马克思主义社会学理论、罗兰·巴尔特的文化符号学、列菲伏尔的日常生活在批判,以及居伊·德博尔(Guy Debord)和情境主义国际对现存消费社会的激进批判。无论如何,与波德里亚稍后的作品相比,其早期作品更加学院化和容易理解,但是却被遮蔽,被相对忽视了。有些人更喜欢他关于仿真与拟像的中期作品,这些作品与后现代理论联系密切,或者着迷于他晚近的文化形而上学,对理论旅行和当代政治学的变迁饶有兴趣。我想说服大家的是,波德里亚的早期作品尽管有其局限和问题,但是在研究商品、消费和消费社会方面却有着非常大的价值。

20世纪60年代后期,波德里亚开始出版一系列最终使他享有世界性声誉的著作。在列菲伏尔、巴尔特、乔治·巴塔耶(Georges Bataille)和法国情境主义者的影响下,波德里亚在60年代决定撰写社会理论、符号学和心理分析学领域内的重要作品。1968年,波德里亚出版了他的第一部作品《物体系》,然后是1970年的《消费社会》和1972年的《符号政治经济学批判》。在批判性的社会学框架内,这些早期作品试图把列菲伏尔、德博尔和情境主义者发起的日常生活研究与研究社会生活中符号生活的社会符号学结合起来。这个计划受到巴耳特的影响,其关注的中心是消费社会中的物体系(他的前两部著作的焦点)以及政治经济学和符号学的交界处(他的第三部著作的核心)。

在一个由符号和意义构成的系统建构了当代的媒体和消费社会,物是如何被运用这一系统加以编码的?波德里亚的早期作品最早运用符号学对这一过程进行了分析。波德里亚把符号学研究、马克思主义政治经济学和消费社会的社会学结合在一起,开始了他毕生的任务,对塑造了我们日常生活形式的物符体系进行探索。他还特别描述了当代消费社会是如何围绕“符号价值”被组织起来的,所谓“符号价值”就是特殊商品所具有的带来声望的价值,这些商品包括汽车、家具和日用品,对于我们而言,则包括现今的电脑和电子小玩意儿。

然而,波德里亚对于消费及其意义的分析在极大程度上是与生产分析和资本逻辑分析相割裂的。他几乎从未分析生产方式和劳动过程,也未分析生产、分配、交换、消费诸系统之间的关系——尽管在《消费社会》中他还指出应该根据生产体系来分析消费。针对马克思所强调的生产第一性,波德里亚似乎暗示了需求和价值在消费社会中主要是由消费与流通创造出来的,因而消费与流通才是社会组织和社会行为的主要决定因素,但是他从未论证或者证实过这一点,事实上他根本没有讨论资本主义经济显而易见的重要部分,比如利润、储蓄、投资、过剩、经济部门、公司广告、营销或者包装策略。

造成这种问题的部分原因在于,波德里亚的理论缺乏政治经济学和经济史的基础。在把消费概念化时,他仅仅把消费看作是资本控制对于消费者的强迫接受,而没有用宏观经济学的观点说明,对于希望消费保持增长、但又不要超过生产增长速度的资本家来说,消费如何构成了一个问题。他也没有说明,消费社会的缔造部分上应归功于工人阶级,他们为更高的工资和社会保障而斗争,因而能够获得更多的商品和服务。在商业周期的不同阶段,财政政策和货币政策都试图降低消费,努力限制、约束和压缩它,以减低通货膨胀和维持经济增长。因为,不断上涨的工资和消费通常会要求更高的工资、更多的商品,有时还会要求更多的闲暇时间,这会导致工资和物价的螺旋上升,强化阶级斗争,给资本家造成诸多难题。

因此,资产阶级并不总是鼓励消费,而是企图控制和调节经济增长,并不时尝试给经济降温。从阶级斗争的观点来看,工人把有关这个过程的经验看作是对其需求和欲望的痛苦限制,他们常常对这种限制进行反抗和斗争。因而,资本主义生产方式并不像波德里亚所暗示的那样,通过商品和消费的增殖创造出一个流畅的整体和自动调节的系统,而是产生出一个由矛盾、压力、冲突和频繁的危机所构成的无尽循环。^①

^① 这是马克思在《资本论》中的论点。

波德里亚理论的问题症结似乎在于：我们仍然生活在一个在很大程度上由资本和生产的逻辑所决定的社会，而他却过分地给消费赋予特权，仿佛它是主导性的社会部门和社会力量。波德里亚暗示，存在着一种自治的作为符号价值的消费逻辑，那是构造消费社会的关键性组织原则。然而有人可能会反对这种观点，争论说商品的生产 and 消费是为了使利润(或者剩余价值)最大化，消费、广告以及满足需求的生产等等所遵循的是资本的逻辑，而非意义的逻辑(这将会是经典马克思主义的观点)。也许比以上两种观点更好的选择是：考察消费社会中的生产逻辑、资本实现的逻辑、消费的逻辑和意义的逻辑，分析它们之间的实际联系，从而把马克思主义资本论的逻辑方法与更多的社会学方法、文化的方法或者符号学的方法结合起来。

波德里亚对政治经济学的重构还存在着另一问题。有些场合他过于激烈地抗拒经典马克思主义的立场，以至于生产或资本实现的逻辑彻底从视野中消失了。确实，波德里亚从未真正清晰地涉及意义的逻辑(例如符号价值的生产)是否独立于资本积累的逻辑，抑或甚至决定了后者。事实上，波德里亚从未分析过二者之间的实际关系和

相互关联，因为资本的逻辑差不多并不是他的分析焦点。因而，在阅读波德里亚早期作品的时候，无法判定他是想要完全拒斥古典政治经济学和马克思主义政治经济学，还是意图通过分析消费社会中的消费与意义来补充或者替代马克思主义政治经济学(至少整个1973年的计划如此)。

就我的观点来做出结论，应该把波德里亚的分析看作是对马克思主义政治经济学理论的符号学和社会学补充，这是使用波德里亚分析成果的最具生产性的方式。因为马克思主要把他的精力集中在生产和劳动过程的分析方面，所以波德里亚对于消费的分析就为经典马克思主义提供了有益的补充。此外，使用关于符号价值的符号学理论会唤起我们注意，消费社会中的价值是如何被社会性地建构的，商品如何发挥功能在人们的生活中提供诱惑和魅力，这种诱惑和魅力在当代资本主义社会的日常世界中构成了一个重要的部分。波德里亚社会理论的问题在于，他趋向于轻视或者忽略劳动与生产在当代社会构成中的持续重要性，还趋向于设计一个当代资本主义社会的单片集成模型，在这个社会里，没有矛盾，没有危机，也没有进行激进社会变革的明显可能。

(责任编辑：新中)