

· 社会学研究 ·

当代社会学视野下的消费

刘能

(北京大学社会学系, 北京 100872)

摘要:日常生活世界一个最深刻的社会变迁,在于人们和物品之间的关系发生了根本性的变化:随着物品从生产资料转变为消费品,人们也从生产关系中的某一类主体(所有者或劳动者),转变成为一个消费者。消费社会学由于关注到了消费过程诸环节中突生性社会机制和社会力量所具有的社会后果,其相对的学科优势和合法性是明显的。

关键词:消费;消费社会;学科模型比较;消费社会学

中图分类号: C912.81 **文献标识码:** A **文章编号:** 1009-8860(2006)05-0068-06

一、消费的界定

作为一个日常用语,消费被定义为“货品的购买和使用”。这个定义,把消费的对象局限在有形的货品之上。下面的这个定义,来自社会学家 Colin Campbell:“消费是对任何货品或服务的选择、购买、使用、保养、修复和丢弃的全过程”^{[1] (102)}。在这个定义中,Campbell不仅已经把无形的服务,加入到了消费的对象物之中,而且还扩展了消费作为人类的一种主动活动的时间链条,在购买和使用之前,包括了“选择”的环节,而在购买和使用之后,则还包括了“保养、修复和丢弃”的环节。但Campbell本人对这个概念并不是很满意,认为这个概念的核心,仍然是一个经济学的消费概念。

自20世纪80年代起,研究消费现象的学者们日益认识到,消费不仅扮演着经济的角色,而且还扮演着社会的和文化的角色。Maryn Lee明确指出,消费作为当代世界的核心社会现象,是“联

结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和交汇地。换句话说,消费具有以下两重意思:(1)首先,消费是经济领域与日常生活领域进行交换和沟通的渠道,是消费者在经济学意义上追求个人效用最大化的过程;(2)其次,消费也是社会资本与日常生活实践相结合的领域,是消费者在社会学意义上进行意义建构、趣味区分、文化分类和社会关系再生产的过程。^{[2] (xi)}另一位社会学家 Grant McCracken更是从文化批判的角度出发,一眼洞穿了消费所扮演的文化角色:在西方发达社会中,文化现象从根本上来说是和消费不可分割的,且依赖于消费的。没有了消费品,现代社会将会失去对它们的文化进行再生产、表征和操纵的一个核心工具。^{[3] (x)}

沿着同样的理论路线,Steven Miles进一步引申论说:消费品的意义和消费过程所创造出来的意义,是我们当前现实中的重要组成部分;没有了消费品,人们的自我定义行为和群体的集体定义行

收稿日期:2006-03-20

作者简介:刘能(1970—),男,浙江嵊泗人,社会学博士,北京大学社会学系副教授,研究方向为都市社会学。

为就是不可能的；因此，消费过程是与生活世界中，个体或群体的文化意义和认同感的建构直接相关的。^{[4] (14)}

二、当代社会学视野中的消费

以 Karl Marx 为代表的古典社会学家，主要关注的是生产方式、阶级结构等社会结构因素。只

有少数古典社会学家，对消费和生活方式做出了建设性的分析，其代表人物为 Max Weber, Thorstein Veblen 和 Georg Simmel

在介绍当代社会学家对消费现象的诠释之前，我们首先来看一下表一“社会活动领域的发展和 sociology 学科的反应”，从而使得我们得以站在知识社会学的高度，来理解围绕消费这个议题的从古典到当代的学科转型。

表一 社会活动领域的发展和 sociology 学科的反应

时 段	二次世界大战之前	二战之后的 1950—1980年代	1980年代以后
日常生活、民族国家和全球化的核心活动领域	日常生活和国际关系是以生产方式及其扩展为主导的，包括作为利益争夺之表现的军事行动	发达社会中消费社会的成型；以美国为代表的发达国家在消费领域的革命性社会变迁（信用卡社会的形成；居住郊区化；社会福利作为公民权益）	消费领域的革新和全球扩散 <ul style="list-style-type: none"> ● 服务型消费日益增加 ● 新兴工业化国家也逐步进入了消费社会 ● 消费的社会组织形式的变迁；社会的麦当劳化 ● 大众传媒的暴力
sociology 学科的关注领域	<ul style="list-style-type: none"> ● 工作场所/生产方式的各要素；工业社会学；职业社会学；组织社会学；社会分层 	<ul style="list-style-type: none"> ● 以都市为核心；城市社会学 ● 文化社会学 ● 批判理论/工业社会的文化批评 ● 现代性和社会理论 	<ul style="list-style-type: none"> ● 消费社会学 ● 休闲社会学 ● 媒体社会学 ● 象征社会学与后工业社会的文化批评
sociology 的学科立场	<ul style="list-style-type: none"> ● 生产视角下的现代性；人们与生产领域的关系是形塑他们生活经历的最核心要素 ● 消费只不过是生产领域的副产品而已 	<ul style="list-style-type: none"> ● 消费的社会后效和社会功能开始重新引起关注 ——工具主义的需求满足论 ——消费环节是实现资本循环的重要一环 ——消费的社会分化和区隔作用 	<ul style="list-style-type: none"> ● 产品和服务的消费，在回答“我们是谁”，以及“我们是如何建构我们的日常生活的”这两个问题上扮演着重要角色 ——消费的文化表达和沟通功能 ——消费的认同感建构功能

表一的第一栏，主要描述了二战前、二战后 1950 年代到 1980 年代，以及 1980 年代到现在这三个历史时期，作为 sociology 发源地的西方社会，在日常生活、民族国家和全球化等核心社会领域所呈现出来的结构性社会力量和社会趋势。这些结构性社会力量和社会趋势，构成了我们阐述 sociology 作为一个学科在以上各个时期所表现出来的学术关注领域和学科立场的知识社会学背景。我们可以清楚地看到，在以上三个不同时期，出现了不同的占主流地位的 sociology 分支学科，从二战前的工业社会学、职业社会学、组织社会学和社会分层，到 1950—1980 年代的都市社会学、文化社会学和现代性社会理论，然后在 1980 年代之后，则轮到消费社会

学、休闲社会学、媒体社会学以及后现代社会理论逐渐成为 sociology 中得到相当发展的核心分支学科。与此同时，sociology 的学科立场，也从传统的、建立在生产过程基础之上的现代性视角，逐渐转变为对以消费实践等认同感建构活动为核心的象征体系的研究。接下来，我们就以这个学科转型过程为背景，以时间为线索，对当代 sociology 关于消费现象的学术分析的演进史，做一个简要的说明。

大众消费社会及其批判：1950—1970 年代

1950 年代以来，恰好是二次世界大战结束之后消费品行业迅速发展的时代。自那时起，西方社会，尤其是美国社会，已经演进为一个大众化的消费社会^[5]。这个时期的 sociology，对大众消费社会的兴起

进行了解释,其中最著名的,首推法兰克福学派。

法兰克福学派的主要人员,包括 Horkheimer、Adorno、Fromm 和 Marcuse,都是在二战期间从德国逃亡到美国的。正是这种新移民的社会身份,使得他们一下子就发现了美国社会和德国社会的区别:在德国,统治者是用法西斯主义的意识形态来操控全体国民的意识和行为的,而在美国,则是通过对发达的文化工业和流行文化网络的操控,在闲暇时间里操纵了广大民众的心智,最终培植出支持统治和维持现状的顺从意识来。^{[6][7]}

消费社会学的诞生:1980年代

从表一中我们已经知道,1980年代以来,是消费社会学在社会学学科内部,作为一个社会学分支学科真正成型的时刻。真正以消费社会学为题的著作,也是在这个阶段以后才出现的。下面,我将介绍两位在这个时期对消费社会学做出重大贡献的理论家。

Peter Saunders和都市社会学的转向

第一个真正意义上从学科角度建设消费社会学的学者是 Peter Saunders。他的功绩在于:引入了一个以消费为主导的学术范式,以代替社会学内部长期以来以生产为主导的学术范式。^[8] Saunders指出:阶级,或人们与生产方式之间的关系,已经不再是决定当代人的生活体验的根本因素,更为重要的是人们在获取消费品(产品和服务)的渠道上面所表现出来的差异。“获取消费资源的不同能力”成为决定当代西方社会中的社会分化的一个根本性的社会变量:一些人可以通过自己手头所拥有的经济资源而在自由市场上购买到自己所需的消费资源,而另一些人的生活,则极大地依赖于福利国家来提供消费资源。^①

Pierre Bourdieu和社会区隔

Bourdieu和 Veblen的共同点在于:他们的核心关注点,都是在阐述建立在消费实践基础之上的社会比较和社会分化问题;因此,他们都强调了消费实践在形塑社会结构上所扮演的重要角色。但两者的不同之处也很明显:Veblen的阐述,更多地建立在理论思辨的基础上,而 Bourdieu的研究,则建立在经验研究的基础之上;他对1960到1970年

代法国的消费模式所进行的经验研究^[9]。

Bourdieu至少提出了两个核心命题:首先,消费不仅仅是表达社会群体间差异的一种方式,而且也是建构社会群体间差异的一种方式。他在文化资本概念的基础上,论证了集体偏好模式的再生产:教育是培育文化资本的最重要手段;不同的社会阶级,实质上是通过占有不同质量的教育和社会化进程,从而拥有了不同的利用符号资本的能力。换句话说,统治阶级可以通过对高尚文化和高尚消费的占有,来表达他们的社会优越性,因此,消费实践成了形塑消费者日常生活体验的文化资源。

其次, Bourdieu还指出,消费者的消费习惯,不仅仅是社会结构的产物,而且也是个体和社会之间互动的结果。在这里, Bourdieu提出了他的“惯习”概念。所谓惯习,指的是在特定文化或亚文化中,用于反映或表达什么样的行为才是常规的和恰当的日常知识和文化资本。人们的日常生活是惯习(日常知识和文化资本)的符号产品,因此,惯习最终成为了一个专门用于区分社会群体的社会认知和社会解释框架。这一社会认知和社会解释框架可以通过代际的传承而得以再生产,并再次以文化物品的分类架构的面目出现。在个人那里,阶级差异就表现在品味的差异之上;因此,个人的社会经验是由社会群体所认可的合法表达品味的方式所架构的。^[8]

消费自由的政治意义:1990年代

步入1990年代以来,年轻一代社会学家们更加关注起消费实践及其所生产出来的自由感所具有的政治意义来。其中最为重要的,就是作为一个磋商领域的消费这个概念的提出。

消费作为一个磋商领域(a negotiated realm)

Paul Willis在《共同文化》一书中,首先使用了“作为一个磋商领域的消费”这个概念,其核心意思是,在消费这个磋商领域里,消费者,尤其是年轻消费者,可以表达他们对统治秩序的反抗。^[10]该书详细阐述了年轻人是如何使用文化工业所提供的符号资源,以一种创造性的和时尚的方式,去表达年轻人的体验、认同和情感表述:首先,他们把自己

^① Saunders的“获取消费资源的不同能力”这个概念,在当代中国的社会结构重构过程中,具有极其重要的学术意义:举例来说,新富豪或腐败官员与低保领取者等弱势群体之间在获取消费资源的能力方面所表现出来的巨大差距,已经成为当代中国社会的核心结构性矛盾之一。

的体验、情感、社会地位和社会成员资格等文化内涵投注到特定的文化产品之上；其次，他们又使用这些文化产品来理解他们在学校、工作场所、邻里居住区等社会空间中所碰到的矛盾和困惑；最后，他们还使用这些文化产品，来解释他们作为特定的性别、种族、阶级或年龄群体的成员，在日常生活中所遭遇到的挫折感和压迫感。因此，消费实践及其所生产的文化产品，成为年轻一代完成其社会适应和呈现其社会-政治表述的重要符号工具。

后现代理论和消费

随着消费实践在社会生活中所扮演的角色越来越得到社会科学的认可，消费社会学也随之完成了一个向后现代性的转型：因为人们日益认识到，在后现代文化的形成中，消费扮演了极其重要的角色。接下来，我们将对两位后现代消费理论家—— Featherstone 和 Baudrillard——的观点，进行简要的介绍。

Mike Featherstone 和消费文化：日常生活的美学化和自我控制感

后现代消费理论的一个核心观点便是，消费不仅是无所不在的，而且消费还将消解一切界限。那么消费实践是如何做到这一点的呢？Featherstone 给出了具体的解释：日常生活的美学化，成了卓显消费本体论地位的社会机制；而消费实践所产生的一种假想的“自我控制感”，则有助于我们理解消费是如何来消减社会界限的。^[11]

日常生活的美学化，指的就是当代审美标准侵入到日常生活中的每一个层面的过程。审美体验则成了“知识、体验和生活意义”中占主导地位的一种。日常生活的美学化的结果是：（1）文化产品市场的扩张；（2）具有“后现代审美感性”的观众人数的激增；（3）文化中介机构在整个社会中所扮演的角色的提升；（4）文化的日益商品化。

Featherstone 还对消费实践的社会心理学后果进行了阐述，这也是对消费之所以能够消减社会界限的一种解释，即消费过程可以给予消费者一种强烈的自我控制感：消费的认同指称功能并不仅仅局限于年轻人和有钱人那里，而是影响到了所有人的生活；只要我们还在继续消费，我们

就可以变成我们希望变成的任何人。因此，在后现代社会中，消费为所有人都提供了一种自我控制的感觉。换句话说，通过消费实践，人们获得了建构自己日常生活的主动性和权威感。

Jean Baudrillard 和物的符号体系

Baudrillard 对当代消费实践的后现代批判，与法兰克福学派对大众消费社会的批判，在揭示消费和整个资本主义体系的相互关系^①，以及消费者被系统世界所操纵的命运这两点上，表现出了相当的一致性。Baudrillard 认为，消费是资本主义发展过程中的又一个逻辑阶段：首先，消费深化了劳动纪律，因为为了获得消费资源（工资），劳动者就需要接受劳动纪律的制约；其次，消费还导致了快乐的制度化，即消费在理论上所可能带来的快乐，已经被制度化成为个体公民或消费者的一种社会责任；最后，资本主义通过欲望生产的逻辑，使得消费领域成为劳动者的又一个日益深化的依赖领域。因此，需求和消费成了新的生产力的延伸，并使晚期资本主义得以稳固自己的统治领地。^[12]

Baudrillard 对消费者的被操纵的命运的描述，还体现在他对物的体系、需求体系及符号体系三者之间关系的阐述中。他首先指出，假定人类具有一些特定的、必须通过消费来满足的需要，实际上是一个神话；也就是说，要想理解后现代世界里的消费活动，不能把需求看成是个人和消费品之间的一种关系，因为需求不但和特定的物品无关，也和特定的个人对特定物品的欲望无关；相反，需求和物的体系直接相关，也即和生产体系的操纵（表现为广告和市场营销）直接相关。在这里，生产体系所操纵的需求，不是对特定物品的需求，而是对需求的需求、对欲望的欲望。

其次，物的体系同时还构成了一个符号体系。不同的物品可以互换：一个洗衣机和一个电冰箱的符号价值都是一样的，即它们都是一定量的舒适和社会地位的象征。商品的目的是要去沟通，因此，商品和物品，就像语言词汇一样，构成了一个全球性的符号体系和文化体系，构成了一个有关价值和分类的社会秩序。^[13]

^① Baudrillard 坦陈，消费实践作为一种新的社会化形式，它为一个新的生产力的兴起和一个新的经济体系的重构，奠定了基础。这里所说的新的生产力和新的经济体系，就是后现代的资本主义的生产力及其经济体系。

三、社会学的消费模型与消费社会学的学科优势

与关注部落社会、封闭社会中的消费实践的人类学消费模型相比,社会学的消费模型关注的是当代的工业社会和后工业社会中的消费实践。从社会学学科关于消费现象的学术史来看,我们至少可以得到社会学的消费模型的如下核心

表二 跨学科视角下的消费:社会后效、学科关注点和学科评价的对比

学 科	消费的社会功效/学科关注点	学科评价
政治经济学	资本循环的必要环节	以生产为中心,忽视消费的力量
经济学	微观经济学:理性行动者在成本制约下的理性选择	虚假理论前提下的抽象演绎
	宏观经济学:	看不到消费者的总量研究
心理学	人们是如何做出一个购买决定的;消费过程的心理体验如何	过于侧重购买过程而忽视了使用过程
人类学	物品作为秩序体系的组成部分和引导介质	有力地揭示了异文化社会中消费物品的社会秩序维持和社会关系营造的功能
社会学	人际互动层次:认同感建构和政治表达的工具	——关注消费过程各环节中的突生性社会机制和社会力量的社会后果 ——涵盖了微观、中观和宏观的解释层次 ——平衡了社会结构-能动性的二元关系
	社会结构层次:注意力吸引/社会区隔/社会分化	
	社会批判层次:资本主义体系的操纵工具	
	社会-文化层次:文化表达和文化沟通的符号	

消费社会学由于关注到了消费过程诸环节中的突生性社会机制和社会力量所具有的社会后果,因而在各个学科视角的比较中,表现出了其相对的学科优势,从而卓显了其学科合法性。具体来说,消费社会学的学科优势体现为以下四个方面:

首先,消费社会学抓住了消费实践和消费者的多重属性。消费者不仅仅是一个“理性的经济人”,而且是一个具有多重角色的人:如意义的传播者、生活方式的探索者、认同感的寻找者;快乐主义者;文化反叛者;商品消费的牺牲者;消费者权益保护的积极分子和公民。与此同时,消费也从纯粹单个个体的理性行动,转而被看成是一个社会人在宏观和微观社会结构环境下的策略性行动。

其次,消费社会学拓宽了消费研究的时间轴。消费社会学既专注于对消费社会的形成史的探究,又专注于各种消费制度的诞生历史(如广告的历史;信用卡的历史等)。

内容:在人际互动的层次,消费实践是认同感建构和政治表达的工具;在社会结构的层次,消费实践是社会区隔和社会分化的基础;在社会批判的层次,消费实践表征了资本主义体系的合法性和消费者被操纵的命运;而在社会-文化的层次,消费实践构成了文化表达和文化沟通的符号。表二给出了我们对相关社会科学学科关于消费的解释模型的跨学科比较的一个总结。

第三,消费社会学还拓宽了消费研究的空间轴。它把经济学和心理学对产品和服务的购买环节的关注,扩展到了对产品和服务的使用环节的关注,从而把产品和服务的整个生命周期包括了进来。换句话说,消费社会学表现出了对消费活动所涉及的整个行动链条中的种种社会表征和社会建构行为的关注。

最后,消费社会学为消费研究引入了新的分析架构和分析视角。从分析层次上来说,消费社会学把微观层次的经济效用、心理效用和社会互动效用,扩展到了中观层次的社会结构和社会秩序效用;最终扩展到了宏观层次的文化表达和文化沟通效用。从能动性-社会结构的二元关系来看,消费社会学把消费者从一个被决定的、消极的效用实现者,转变为一个积极的意义表达者和沟通者,而这一表达和沟通的结果,就是新的社会-文化关系的形成和重构。

参考文献:

- [1] Campbell Colin “ The Sociology of Consumption ” in Daniel Miller ed., *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. London: Routledge, 1995
- [2] Lee Marvin J. *Consumer Culture Reborn: The Cultural Politics of Consumption*. London: Routledge, 1993
- [3] McCracken Grant. *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington, IN: Indiana University, 1990
- [4] Miles Steven. *Consumerism: A Way of Life*. London: Sage, 1998
- [5] Gilman Lawrence B. *Consumer Society in American History: A Reader*. Ithaca: Cornell University, 1999
- [6] 霍克海默, 阿多尔诺. 启蒙辩证法: 哲学片断 [M]. 重庆: 重庆出版社, 1990
- [7] 马尔库塞·赫伯特. 单向度的人: 发达工业社会意识形态研究 [M]. 上海: 上海译文出版社, 1989
- [8] Saunders Peter. *Social Theory and the Urban Question*. London: Hutchinson, 1981
- [9] Bourdieu Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. London: Routledge and Kegan Paul, 1984
- [10] Willis Paul. *Common Culture: Milton Keynes: The Open University Press*, 1990
- [11] Featherstone Mike. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage, 1991
- [12] Baudrillard Jean. *Selected Writings*. Cambridge: Polity Press, 1988
- [13] Baudrillard. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage, 1998

责任编辑 怀 双

Perceiving Consumption in Modern Sociological Perspective

LIU Neng

(Sociological Department of Beijing University, Beijing 100872, China)

Abstract: One of the most influential social changes of the world of daily life is the overall change of people's relationship with objects when the objects turn from production materials into consuming commodities. People establish themselves now more as consumers instead of as agencies within a certain kind of production relationship such as an owner or a laborer. Since the consumer sociology has noticed the possible social consequences of those social systems and forces in the process of consumption, its disciplinary advantage and legitimacy are striking.

Key Words: Consumption; Consumer Society; Comparison of Disciplinary Frameworks; The Sociology of Consumption