

充满激情与颠覆的思想巨澜

——解读让·波德里亚的《消费社会》

□ 王雪桦

【摘要】波德里亚作为20世纪欧洲最负盛名的后现代理论家，其对资本主义消费文化进行的批判研究受到了世人的极大关注。本文试图从《消费社会》的解读中，对波德里亚的思想进行梳理，以期获得对中国当代社会的消费现状进行一种文化和社会视角的研究。

【关键词】波德里亚；消费社会；意义的消费

波德里亚 1929年出生于法国，高中阶段就与父母分离，这种被称为“决裂式”的情结就一直影响了他此后的整个生活。正如他在回顾前半生时所说“我总是置身于一种虚拟的决裂状态中与大学乃至与政治界决裂，我总是能以一种保持距离的方式被卷入政治界之中。”他这种与众不同的思想，或许也正是形成惊世骇俗的源头。奇迹更多的时候都是靠极端的道路才能得以实现的。

2007年3月6日，波德里亚逝世在巴黎家中，享年77岁。我国知名学者陈力丹教授曾经于此写了一篇文章《鲍德里亚的后现代传媒观及其对当代中国传媒的启示——纪念鲍德里亚》，一方面追忆这位巨人，一方面对波德里亚的后现代理论进行了回顾和梳理，以期借鉴于中国。

一、波德里亚的思想来源：决裂中的重生

自从他第一次与父母决裂之后，波德里亚一生基本上就是在这种决裂中度过的。而正是这种决裂使得他的思想得到一次又一次的升华。每一次的决裂，都让他跃入常人不能识见的“雷池”，迸发出惊世骇俗的思想语录。波德里亚

的理论并非无源之水、无本之木，“迄今为止，业已出版的论述波德里亚的三部主要著作，均强调了他与巴塔耶、马克思、毛斯和尼采等作者的密切关系。”早期的波德里亚其实是一个马克思主义者，当然，这与他深受阿尔都塞和德波尔的影响是不无关系的。而到了后来，正是因为他的决裂意识，使得他在后来，尤其是《消费社会》中就已经开始表现出对马克思主义生产论的批评，他颠覆性地提出了社会以“生产”为中心的时代已经一去不复返了，现代已经不容置疑地进入了一个以“消费”为社会主导的时代。但同时，波德里亚与马克思的“决裂”，并不表明波德里亚对于马克思主义的抛弃，他以一种批判的方式仍然和马克思结合在一起，仍然相信《资本论》所建立的许多理论观点。

另外给予波德里亚理论影响的则是法国的两位社会学家，一个是巴塔耶，他提出的“一般经济学”成为了波德里亚象征性交换的起点，巴塔耶关心的正是波德里亚在《消费社会》中所论述的，即消费（或浪费），巴塔耶将消费划分为两个层面：生产性消费、非生产性消费，并且详细阐释了这两种消费

层面的文化内涵。另一个给予波德里亚理论支持的则是提出“礼物理论”的马塞尔·莫斯，可以说，波德里亚的象征性交换的理论应该就是直接出自这里。巴塔耶为波德里亚的消费理论（符号秩序）提供了直接的理论来源，莫斯则为其象征性交换（象征秩序）提供了直接的思想支撑，波德里亚的思想历程在随后的发展中，基本上就是在这二者之间来回起伏了。

对于消费社会，波德里亚更多的是从符号学的角度来进行分析的。他把“物”的真实意义转化成一种符号意义，消费也就成了“一种符号操纵的系统行为”。很显然，罗兰·巴特和索绪尔对波德里亚的理论影响也是至关重要的，而且，这种影响贯穿始终。

二、波德里亚的思想历程：激荡的暴风雪

在《认识媒介文化》一书中，作者尼克·斯蒂文森单独将波德里亚作为一部分来进行阐述，而用的标题就是“波德里亚的暴风雪”。他以自己的策略，较为全面地分析了波德里亚有关“后现代性、大众传播和象征性交往”的思想。很显然，无论斯蒂文森对于波德里亚的观点给予了什么样的评价，但从把

他同马克思、哈贝马斯和麦克卢汉并列来进行探讨,就充分证明了波德里亚重要地位。那么,波德里亚到底形成了怎样的一种暴风雪呢?

殷晓蓉曾经这样描述波德里亚:“这位上世纪70年代之后崛起于思想界的法国人,以旺盛的斗志,痛快淋漓的笔触,对以大众传媒为重要支撑的当代社会文化进行了本质性的揭示和分析”。正如殷晓蓉教授所说的,波德里亚的《消费社会》在主题上继承了法兰克福学派对于资本主义的强烈批判精神。在与父母决裂之后,波德里亚的思想中就已经种下了这种伴随他一生的决裂种子。1966年,在老师列斐伏尔的帮助下进入巴黎第十大学,但1968年法国的“五月革命”却让波德里亚重新步入决裂之路。从象征到符号,再从符号到象征,以至最后从象征到拟像,波德里亚的思想之路是一种螺旋式的发展。高亚春在她的博士论文中,正是如此划分的“第一阶段,从象征秩序到符号秩序:现代性之内的反思和批判;第二阶段,从符号秩序到象征秩序:现代性他者立场上的反思和批判;第三阶段,从象征秩序到拟像秩序:走向后现代。”而《消费社会》正是在波德里亚纠结于符号秩序和象征秩序期间的一部著作,他从资本主义发展的现状透视,利用哲学的思辨,认为当代社会已经进入一种意义的消费时代,“符号”已经取代了物品本身的价值(使用价值),消费已经成为这个时代的社会主导,只有消费才能促成社会的进一步发展,而这种发展却是建立在一种虚拟意义上的。波德里亚完全抛弃了消费的传统经济学概念,将消费视为一种文化,并以此挖掘物品自身的内涵,继而批判马克思主义的政治经济学理论已经过时,他将马克思的“拜物教”,确定为“符号拜物教”。与其说是一种对马克思主义的批判,毋宁说他是在马克思主义思想的支撑下,对自己理论的全新阐释。

波德里亚以其前卫而缜密的思想,以一部《消费社会》掀起了社会的巨大波澜。这不仅仅因为他的理论,更因为他的胆量。

三、波德里亚的消费观念:颠覆生产的时代

1. 物:丰盛的社会

物,即物品。《消费社会》里将现在这个社会的特征描述为“丰盛”和“休闲”等概念,“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。”纵观波德里亚的经典著作,从《物体系》到《消费社会》,从《象征性交换与死亡》再到《生产之镜》,他无不是围绕一个“物”来阐释各种前卫理论的。而在《消费社会》里,波德里亚详细阐释了现代社会“物”的状态——一个丰盛的时代。在象征性交换的年代里,“物”是一个依靠自身价值而受到重视的实体,无论是所谓的夸富宴,还是作为馈赠和接受的礼物,或是作为祭祀用的祭品,这个时候的“物”还没有被赋予更多的内涵,仅仅是因为物的原有价值。而到了消费社会,“物”被赋予了种种的意义,披上了意义深刻的符号外衣,对于物的占有、使用、花费甚至浪费,都蕴含了一种人的关系。丰盛的社会,出现了“只有奢华而无用的消耗才有意义——经济则没有意义”的现象,物品已经丧失了它的原本价值,完全变成了一种符号,这也是波德里亚消费理论的一个前提,物品的消费在这个时候,也转变成了符号的消费。郑也夫在他的《后物欲时代的来临》一书中,同样阐述了这样的一种现象,他认为人类发生了亘古未有的历史性进步,摆脱了贫困和饥饿的折磨,进入到了一个“生命不能承受之轻”的时代,不能承受之轻就是“刺激太少了,就是温饱与安逸获得后,空虚和无聊的骤然激增”,那么在刺激的需求下,人们就选择了可以自己控制和支配的一种形式——“消费”。很显然,郑也夫所说的是中国目前的现状,也证明中国至少目前正在步入一种消费的时代。

2. 追求个性的消费

波德里亚认为,消费是“一种操纵符号的系统性行为”,正是这样的定义,使得消费已经不再是一般意义上的物质实践,而是一种符号价值的占有和消耗。莫斯在他的《论馈赠》中从一个

角度透视了物的巨大社会功能:礼物能说话,能表达意愿。列维·斯特劳特在研究图腾后也说:一切社会都通过物获得意义,自然物的种类被象征为社会差异。消费社会使得消费成为了一种文化,并被这种文化深深地埋藏起来。消费对于大多数人来说,成了区分阶级或阶层的手段和展示。在消费社会中,消费主义已经成功支配着人们的潜在消费欲望,再加上,广告商的推波助澜,把这样一个社会的时代特色暴露无遗。

波德里亚在对时尚个性的分析时可谓是入木三分。“知道这一点非常重要,即这种个性化,这种对地位和名望的追求是建立在符号基础上的,也就是说,它不是建立在物品或财富本身基础上而是建立在差异之基础上的。”他把这种追求个性的消费行为称为“消费变体”。正是因为消费的符号性,将消费对象表现成一身份的象征。对于富人或者贵人生活的追求,是人类自古以来就有的心理,那么在不能达到这种效果的现实条件下,为了满足本阶层的心理需求,就必须寻找到一种折中的办法,这就是“个性化”。商人抓住了人们的这种心理,在抹去“品牌”的高附加值之后,以一种迎合他们的方式,进入了非常诱人的市场空间。文化就这样被有预谋地生产出来了。

3. 被消费的休闲

人们往往认为,在休闲的时候,自己完全是属于自己的,时间是自己的,温馨是自己的,轻松是自己的。波德里亚从时间划分的表征发觉,时间从被认为的分割成年月日之后,就已经失去了它的独立性和自由性,也就是说“每当我们‘有’时间,它便不再自由”,于是,消费进入了它的“悲剧性”的悖论。波德里亚说“我们身处的时代是一个人们永远无法消磨足够多的时间以战胜那种从度日生活到从中赚取利益的命定必然性的时代。”“休闲,就是对自由的支配”。我们自认为的休闲,已经被我们习惯性地出让了,或者被侵占了,而我们不但没有察觉,反而为之兴奋。正如我们在观看电视的时候——我们自认为的休闲时候,却不知我们的这些时间,已经被电视台(下转第27页)

同舆论圈的交融和不同舆论的同化。常熟电视台在为鲍林一家辟谣后,在电视台自己的网站开设了专栏,并迅速开通了微博和QQ群,在微博上和QQ群中抛出话题开展民意调查和讨论:如果网络谣言伤害了你,你该怎么办?你认为该不该救助鲍林?由于网民有各自不同的网上社会圈,一个网民“围观”一条微博或加入一个QQ群,就可能带动更多的网上社群关注同一个话题。很快,关于如何正确看待网络流言,如何帮助鲍林一家成了城市的热点话题,公众在讨论中形成了共识。“与新媒体的融合联动,是主流媒体提升社会热点事件舆论引导力的重要途径,也是传播格局发展的新趋势。”

(二) 新闻行动,促成舆论聚合。

在化学语境下,聚合指小分子通过连接变成一种新的材料高分子。电视媒体具有强大的社会组织能力和协调能力,围绕社会热点策划新闻行动,以新闻行动影响其它媒体,整合引导公众舆论,让舆论小分子变成舆论高分子,应是全媒体环境下舆论引导的题中之义。对鲍林的情况进行充分讨论后,常熟电视台决定顺势举办专场募捐,并且提出了一个响亮的口号“筹齐十万元,大家救鲍

林”。从同一刻开始,常熟所有公交车和出租车的信息显示屏上,都显示出了“筹齐十万元,大家救鲍林”的爱心呼唤和募捐的时间、地点。常熟市中心的一块大屏幕由一家全国性网络媒体的下属机构管理,这块大屏幕也从同一天开始滚动播出电视台制作的募捐宣传片。常熟电视台还发起了黄丝带行动,原计划在部分出租车的反光镜上系上表示爱心的黄丝带,为鲍林小朋友祈福,结果很多私家车主也纷纷前来领取,数百根黄丝带不到半天就发放完毕。常熟的大街小巷到处都能看到令人感动的黄丝带。常熟电视台原计划对募捐专场进行直播,后因场地所限,改为微博直播和电视游动字幕直播,募捐当天虽然天气突变,寒流侵袭,但捐款的市民仍然络绎不绝,十万元的筹款目标很快完成。专场募捐的内容被制作成消息、连续报道和专题分别播出后,激起了热烈的反馈,围绕这一事件而形成的舆论场发挥了“沉默的螺旋”的强大作用,舆论导向被牢牢地控制在电视媒体手中,而且影响深远。

结语

全媒体环境给电视媒体的主流地位和引导能力带来了不确定性,在一定

程度上消减了城市电视新闻的固有影响力,但在城市这个既开放又封闭的社会结构中,电视媒体可以在更新理念的基础上,围绕公众关心的一个个具体事件,与新媒体比拼真实性、公正性、权威性和深刻性,重新吸引城市受众的注意。电视媒体还可以凭借强大的策划组织能力和活动能力,在城市中整合引导各媒体舆论,突出城市舆论亮点,形成公众舆论合力。在全媒体环境下,城市电视媒体不仅是新闻采编播的平台,也将成为城市公众信任的寄托。总之,只要坚守和创新,城市电视媒体仍将在“众神狂欢”中脱颖而出,成为全媒体环境下的弄潮儿,并引领媒体发展和舆论引导进入一个崭新的时代。

注释

- ① 刘晓慧.单向度传播时代的崇拜与信仰[J].传媒观察,2011(6):37
- ② 黄毅峰.谣言的社会学解读[J].青年记者,2011(13):13
- ③ 魏海岩.公共危机中的网络谣言疏导技巧——以“7·23”甬温线特别重大铁路交通事故为例[J].中国记者,2011(9):89
- ④ 刘建明.社会舆论原理[M].华夏出版社,2002:33
- ⑤ 余仲樵.新传播格局下地方主流媒体提升社会热点舆论引导力探析[J].电视研究,2011(10):52

(作者徐强:常熟市广播电视总台电视中心)

(上接第22页)以一种标准的价位出售给了广告商,一段段的广告,就是这样进入了我们的视野;一打报纸成了我们打发时间的工具,而在我们购买报纸的那一刻,我们就已经与那些企图“赚取利益”的广告商和大众媒体打上了交道。

四、中国的社会进程:消费已经端倪尽现

消费社会是一种以消费主导的社会状态,首先,消费社会要物质相当丰裕。其次,消费社会是个体拥有消费能力的社会。最后,消费社会是个消费主义盛行的社会。那么,中国目前很显然还没有完全具备这样的条件,有人说:“中国向消费型社会的转型才刚刚开始,在这个征程中,最缺的不是资金,也不是技术,而是严格的制度与法律。如果不能做到这一点,中国就很难出现消费型社会。”波德里亚的《消费社会》是对资本主义社会的一种批判

式理论。而其提出的消费理念却是值得借鉴。在中国,拉动经济增长的三驾马车之一就是“消费”,扩大内需,提高群众的消费能力,已经成为关系国民经济发展的关键性因素。在郑也夫的《后物欲时代的来临》中,很显然,他正是借用了波德里亚的这种思想和理论,将中国的现状归入了一种中国式的“消费社会”。

五、结语

波德里亚并没有对消费社会提出一种理性的应对方式,而是宿命式地认为应该顺其自然。如果说是波德里亚的无奈,倒不如说是他的机智,或者将这个命题推给后人来作答。恰如波德里亚在书中所说的那样,“激情可以理解为一个完整的人或某种被当作人的物品的具体关系。他要求全身心投入并具有一种强烈的象征价值。”波德里亚对于消费社会的洞悉和阐释是一种充满“激

情”的“全身心的投入”,以致其书一出,便振聋发聩。

注释

- ① 让·波德里亚:Jean Baudrillard,有人翻译为鲍德里亚、博德里亚等。
- ② 陈力丹,陆亨.鲍德里亚的后现代传媒及其对当代中国传媒的启示——纪念鲍德里亚[J].新闻与传播研究,2007(3)
- ③ [英]尼克·斯蒂文森.认识媒介文化[M].商务印书馆,2005
- ④ 高亚春.符号与象征——波德里亚消费社会批判理论研究[M].人民出版社,2007
- ⑤ 殷晓蓉.传播学思想的“激情”演进——从传播学角度解读波德里亚的《消费社会》[J].新闻记者,2006(8)
- ⑥ [法]让·波德里亚.消费社会[M].刘成富,全志刚译.南京大学出版社,2000
- ⑦ 郑也夫.后物欲时代的来临[M].上海人民出版社,2008
- ⑧ [法]让·波德里亚.物体系[M].林志明译,上海人民出版社,2001
- ⑨ 郑也夫.后物欲时代的来临[M].上海人民出版社,2008
- ⑩ 王章佩.消费社会中的丰盛与贫困断裂——一种现代的视角[J].信阳师范学院学报,2009(1)
- ⑪ 贺军.中国转向消费社会最缺什么[EB/OL].凤凰网,http://finance.ifeng.com/opinion/fhzl/20100715/2411182.shtml

(作者王雪桦:河南大学新闻与传播学院讲师)