

11162022 Theoretical logic and criticism of consumer society

消费社会的理论逻辑及其批判

Wednesday, November 16, 2022

PPT. No0

鲍德里亚

让·鲍德里亚(Jean Baudrillard, 1929年-2007年)

法国哲学家，现代社会思想大师，后现代理论家，曾任教于巴黎十大和巴黎九大，主要关注和分析当代社会文化现象、批判当代资本主义，代表作《物体系》(1968)，《消费社会》(1970)，《象征交换与死亡》(1976)，《符号政治学批判》(1972)。

PPT. No1

消费社会

由生产时代向消费社会过度而引发的全社会革命危机：

- 新的革命的动力不是来源于生产，而是来源于消费

生产力与生产关系的矛盾

- 日益丰富的生产力和购买力的贫困之间的矛盾
 - 扩大再生产带来了巨大的生产力于财富，但同时为了获得更多的财富就必须要去剥削生产者、劳动者以获得更多的社会财富，就会引起财富的不对等，使得生产的过剩

产量与消费力的错位

- 现代西方学者：通过消费来解决危机，不是通过生产关系的改变来解决危机，刺激消费，有限的唤起人们的消费的欲望——战后的西方国家，刺激消费成为解决矛盾的主要方式
 - 传统的消费是一种被动的消费，但是现代的消费的刺激的消费是一种主动的消费，例如：产品还可以继续使用就去消费
 - 养成主动消费的习惯，消费的需要、善于消费、提前消费的生活方式。就意味着消费时代的到

短缺VS. 丰裕

- 工业时代的到来引起的不在短缺

积累、节制——消费

PPT. No2

消费结构：通过电子媒介而实现商品的自我景观式表达 技术——体验

- 技术在现代社会中的异化，不只是为了真理的追求于展示，而是为了满足人的号体验的需求，从而吸引人们的消费

被动——主动

- 在传统的消费中，在赶集之前是不知道商品形态，去赶集时商品是被动的被选择。而在现代社会中，商品是主动的来推销，列斐伏尔认为：商品的展示是自我展示，通过广告——通过名人的身体等。

消费成为一种文化行为

- 消费不再是马克思所认为的：“生产-交换-消费”的过程，不再是满足人的物质需求的消费，而成了人们对符号、对文化的需求的消费
 - 列斐伏尔：当消费社会降临的时候，所有人都将生活、工作的最终目的是为了消费

e.g.

碧桂园广告：努力学习、工作→人生的巅峰→“是时候给家里人买套房子力”

- 在以消费为最终目的的社会中，此时要关注的是工作的困难来作为社会的问题→一切的矛盾都已经变得消融了：
 - 生活的消费的不足来源于自己的努力的不足，此时对社会的矛盾就被消解了，对消费社会的虚假的幻象中，社会不仅解决了消费的过剩，同时更是对社会的矛盾的解决
 - 生产环节不再是剥削的最重要的领域，而是在消费的环节中
 - 于是便出现很多高工资、高福利的社会，这就是为了增强消费的能力
 - 此时每个人工作的报酬都很多，都可以获得更多的报酬，此时生产过程中的剥削越来越少了，也就意味着人可以从雇佣劳动者更易变成资本家，但是实际上，当处于消费社会的陷阱中，使得即使在高工资的社会中，仍然是左口袋进，右口袋出。使得原始积累依旧很难

危机的“解决”于颠倒的世界

- 此时消费社会中，社会的主导不是资本家，而是资本
- 此时消费社会中，社会的最终目的不是人，而是物，即财富、商品
 - 人是实现这一目的的环节，而不以人为目的的社会是一个不合理的社会，是一个不人道的社会

- 在生产过程中获得再多的劳动报酬都会被资本的消费中收走
 - 资本是社会循环的开始也是社会循环的终点，人是链接的过程。
-

PPT. No3

消费社会 商品的符号价值与区分原则

- 在消费社会中，人的消费的不是来源于物的使用价值，而是物的符号价值

使用价值（实物）VS. 符号价值（意向） 意象与身份相连

- 商品的符号价值来源于物的意象与身份的相关联
- 什么人用什么状态的商品，且商品的更新与换代快且密集
 - 现代社会中人的区分不是通过所谓“士农工商”等的区分，而是依靠消费来完成的身份的区分，消费不再是生活的需要，而是文化的行为。
 - 如果消费是紧贴需要的，那么消费是有限的，而如果消费是文化行为，那么消费便是无限的