

大众时代的时尚迷狂^{*}

方 文

内容提要:资本主义精神和体制的逐步完善催发了大众时代的孕育和生成,而源于古希腊的自然秩序的观念在其中也扮演了同等重要的角色。大众时代的“拟像秩序”的基本特征在于“能指”蜕变为“能指的自我指涉体系”。符号消费因此成为大众时代基本的生活风格和生存体验。论文最后展示了大众时代的大众其自我救赎的几种可能的途径。

一切时代的人类个体或群体都固执而雄辩地认定自己所生活的时代就是“现代时代”,而人类历史的演进本质上是一切片段的现代时代被强制叠加的过程。历史的评判不过是就近的现代时代中的生存者偶然被赋予的但马上又会丧失的特权。今天我们这些生存者就暂时地处在这优越的位置上,因此似乎更有理由认定我们的时代就是“现代时代”,甚至是某种具有绝对意味的现代时代。因为据说许多历史事件如“历史”、如“意识形态”等等,在我们时代已趋于终结。我们自以为洞悉了历史铁轮运转的无情法则,承蒙历史女神特殊的恩宠,除了对以往的现代时代指指点点之外,还常常把我们的时代冠之以“后现代”。

每个历史片段都会有自身独具的本质特征,并以此而与其他历史片段相区分。我们时代的本质特征是什么?今日社会中每个生存者对自己所处的历史片段的具体感悟是什么?许多一流的理论家或被尊奉为先知的预言家对之提供了许多可供捡选的菜单,其中包括“高级现代性”的时代(Giddens, 1991),或者是“现代性计划尚未完成的时代”(Habermas, 1971),甚至是混杂的狂傲、躁动与顾影自怜等多元情结的“后现代”时代(Hassan, 1987)!

一个时代的本质特征的最为适当的命名应该以实际的行动者为路标。因为一个时代的所有被造物都是其生存者在具体的历史脉络中创造性的或冲动性的活动的策略、工具、或产品。被勾画出来的作为我们时代路标的种种特征维度,如资本的全球自由流通、跨国公司的全球扩张、信息一体化或者国际网络快车等等,都不过是我们时代活生生的生存者的种种活动的副产品、媒介或工具。我们的时代是历史从来没有展现过的“沉默的大众”(silent majority)被推上历史前台的时代,或者说是大众匆忙活动的时代。在我们时代,一切党派、政府、跨国公司、中介组织都出于自身的种种合理的或不可告人的理由,为这些匆忙行动的大众的饮食男女、审美趣味、自我实现等各种需要和欲望精心推测、揣摩、引诱、建构和强化的时代。概言之,这是一个大众生活的时代。

* 本文的写作和修改受惠于周星先生、叶启政先生,谨此致谢。

一、大众时代的孕育和生成

依照《圣经》，自从人类始祖亚当和夏娃被驱出伊甸园之后，人与其造物主之间的和谐亲情就被割裂了，人的原罪的三种典型形态便被永久地植入人性之中：对金钱的贪欲，对权力的饥渴以及对性事的迷恋。西方社会的历史演进实质上就是这三种罪恶的逐渐合法化的过程。资本主义精神和体制的建构和完善使得对金钱的追求成为每个个体正当的权利；伴之而来的民主化进程使每个个体的权力饥渴成为可以接受梦想；生物学、心理学和性学的发展也使性之满足成为每个个体可以谈论的主题和实践。

资本主义精神和体制的建构过程立足于以往的历史片段的遗产：古希腊的自然哲学传统、犹太-基督宗教传统和罗马法律传统。在宗教改革基础之上所形塑的清教伦理和资本主义精神的生成之间的关联，韦伯对之进行了经典阐释（韦伯，1987）。格罗索梳理了罗马法律体系（格罗索，1994），伯尔曼则对西方法律制度的渊源和流变进行了勾画（伯尔曼，1993）。而源于古希腊的自然哲学传统的秩序观念则受到相对的忽视。

在柏拉图和亚里士多德的时代，世界是包容两种相互对立秩序的世界：由形式所主宰的、具有绝对完美秩序的天国世界以及仅仅是形式的偶然表达且充满着混乱的尘世世界。尘世世界的偶然性的观念，历经曲折，最终在休谟体系中获得其极致的表达，并且在近现代种种相对主义和怀疑主义的话语中可寻觅其会意的回声。而具有绝对完美的形式秩序的天国世界的观念，则以基督宗教的方式融入欧洲理智之中。当圣保罗致力于使基督神学超越犹太思想的狭隘视野而成为普世宗教的时候，形式秩序的观念便围绕着耶稣福音和圣保罗的思想建构而成（Mead, 1936; 汉斯·昆, 1995）。

伴随基督教义的体系化和基督宗教的制度化，世界由全智、全能、全善的上帝所创造的观念就确定下来。世上万事万物都是其意志的体现及其无上智慧的表达。受这种观念的主宰，中世纪的世界不存在任何偶然性的事物。所谓的偶然性不过是人的“有限的”理性难以洞悉上帝的神意秩序的结果。因此，在信仰基础上的沉思、祈祷就成为与上帝沟通和洞悉神意秩序的另一条基本途径。

就是这种神意秩序的观念，它通过文艺复兴（the Renaissance）而导入近代的科学世界中。既然世界（当然也包括自然界）被认为是神意的创造，伽利略就有理由坚信其中必然蕴涵着内在和谐统一的秩序亦即理性自然律，并且其运转方式也必然呈现出最为完美的形式即数学的形式。因此，在中世纪神意秩序的基础上，如果认定上帝以人能理解的方式向人呈现其所创造的世界，那么，从“神学教条”向近代科学的基本公设的过渡就是可能的。怀特海在其经典著作《科学和近代世界》中对此进行了有力的辩护（怀特海，1992）。所以，“黑暗的中世纪”乃是流传甚广的谬误，因为在这一历史片段期间，构成近代科学的元素和因子仍在传承和重构（沃尔夫，1990）。并且，就行动者而言，作为基督徒与作为科学家的身份之间并不存在绝然的对立。概而言之，形式秩序的观念，它经过神意秩序这个中介而演化为自然理性秩序，终于作为潜在假设而成为近代自然科学的元科学基础；并且在制度化的社会科学体制的确立过程中，它也逐渐向社会科学领域推进和渗透（方文，1995）。

科学观念的体系化和制度化，伴随技术的快速发展，致使财富创造的手段和效率大为提高和普及。土地不再是财富的唯一源泉。通过血腥贸易而积攒巨大财富的新阶级即资产阶级开始成为一支重要力量登上历史舞台，并与国王和封建领主抗衡。他们开始诉求源于上帝和亚

伯拉罕所订的契约观念,援引天赋人权的理想,主张宪政即有限政府的原则,试图获得与其经济地位相称的政治及社会权利。资产阶级势力的孕育壮大又催生其二元对立面即无产阶级。在这不断的二元互动过程中,尽管支撑资本主义社会运行的结构要素即生产与交换的原则并没有瓦解,但是另一个新兴的阶级即中产阶级开始占据社会生活的中心。他们人数众多,既不是资本寡头,也不是赤贫得只有锁链的无产者;他们受过良好的教育,拥有创造财富的知识和技能,成为社会生活中重要的政治、经济和社会力量;他们的欲望和需求成为国家和社会追逐的焦点。一个新的时代即大众时代因此孕育而成熟,并把其活动影响波及至其他阶层(Vidich, 1995)。

二、大众时代的拟像秩序

大众时代的孕育与生成,意味着社会秩序以及与之相伴的社会关系、社会生产方式的结构性转型。在马克思有关资本主义社会的经典论述中,他深刻地洞悉了竞争的市场资本主义走向垄断资本主义的必然过程,与之相伴的则是商品从其使用价值(use-value)向交换价值(exchange-value)转变。而在1920—1960期间,垄断资本在其对财富的贪欲追求过程中,一些新的品质突生出来。生产规模的集团化、新兴技术日新月异的发展和商品化致使生产成本大规模降低,消费欲求急剧上升。作为一种结果,垄断资本主义向消费资本主义转变(Jameson, 1991)。从此,对消费的管理以及对大众消费需求的营造就成为其运作的中心逻辑,符号价值(sign-value)的地位因此凸现出来。以知识和技能为核心的脑力劳动替换体力劳动而成为主要的劳动形式。与此同时,资本的货币本质也面临挑战。布迪厄(P. Bourdieu)主张我们至少可以辨别出四种能够相互替换的资本形式:经济或货币资本、文化资本、社会资本和象征资本。货币资本在市场资本主义阶段处于主宰地位;文化资本则包括主体化的特征如容貌、气质,客体化的特征如享有知识产权的种种精神产品以及制度化的要素如文凭、荣誉学衔等等;社会资本则是个体在复杂丰富的社会关系中所占据的资源潜能;象征资本意味着某种具有超凡魅力的个人品质如声望和地位,或奇异的客体品质如名牌或古董。它们之间无法相互取代,但可以相互交换(Bourdieu, 1983)。

资本的多元化使凝结在商品形式中受对等律主宰的物质产品的交换,因而向所有交换受符码律主宰的符号形式的操作化转变(Baudrillard, 1975)。至此,马克思关于生产和交换作为社会秩序的基本视角的观点,被博德里亚尔(J. Baudrillard)改换为“客体再生产的方式”(forms of reproduction),或者是“拟像的秩序”(orders of simulacra)。作为一种理想型,博德里亚尔的拟像的秩序或者客体再生产的方式背后蕴涵着一系列确定的假设:客体与符号、实体的本质与其表征以及能指与所指。博德里亚尔认为存在三种典型的拟像的秩序:伪造(counterfeit)、生产(production)和模拟(simulation)(Baudrillard, 1983)。

1. 伪造秩序。它从文艺复兴到工业革命期间占据主宰地位。再生产出来的任何物品都被认为是对某种特殊原作(unique original)的伪造或者模仿。其基本假设在于实体与其表征、物品与能指之间存在可觉察的差异。其认识论倾向是典型的二元论(dualism),或者说它主张具有直接的能指—所指(signifier—signified)的联接。它以工匠手工艺(craft)作为典型代表,因循价值的自然法则(natural law of value)。其信条是“表象歪曲实在”(Appearances disguise reality)。

2. 生产秩序。它在工业时代处于主宰地位。作为再生产物品的特定形式,它以机器再生

产作为媒介,因而使产品的地位发生转型。产品不再是对原作的写实或复制,它不过是庞大的产品系列中两个或多个相似物品的对等物。客体的生产变成其自身的再生产;客体与其符号等同,能指—所指之间的联结是间接的,不再有所谓的原作和赝品之间的关系。它以摄影作为其典型代表,遵循价值的商品法则(commodity law of value)。其信条是“表象创造实在的幻影”(Appearances create an illusion of reality)。

3. 模拟秩序。它在大众时代处于主宰地位,基于二元模式(binary mode)的客体的再生产性(reproducibility)。其典型代表是由计算机阅读的数码(digital code),以把所有的实在、所有的问题及其解答都变成0和1之间的二元对立。它标志着依据二元符码的再生产性已经替代机械技术的再生产。模拟秩序意味着我们时代的社会秩序的革命性转型。实在与表征、客体与符号、能指与所指、客观实在与技术干预的结果之间的界限已经模糊不清。或者说,只有能指是具体的,而所指则是任意的、武断的;能指蜕变为能指的自我指涉体系(self referential system of signifier)。它以计算机的符码为典型代表,因循价值的结构法则(structural law of value)。其信条是“表象创造实在”(Appearances invent reality)。

作为概要总结,拟像秩序的变迁,意味着资本主义的生产和消费逻辑的结构型转型:以实用为主导的市场资本主义的实用价值的功能逻辑,经过以对等律为主导的垄断资本主义的交换价值的经济逻辑,向以暧昧不清(ambivalence)为主导的消费资本主义的符号价值的区分逻辑转变(Baudrillard, 1993)。

在以模拟秩序或符号交换为主宰的大众时代,每个个体每时每刻所遭遇到的都是种种符号负荷物的媒体的宰制。自发的或者被营造的符号消费作为最基本的生命冲动、存在体验和生活风格,第一次从历史片段中浮现出来;与之相伴的施加影响操纵公众行为的权力的运作方式也发生质变:它们从训育(discipline)蜕变为引诱(seduction)(Baudrillard, 1990)。

三、符号消费作为大众生活的时尚

在模拟秩序的境况下,时间之流被切割成永恒的现在系列,而空间则消失在由多媒体所建构的“超现实”(hyper-reality)的网络之中。物理时空被极度社会化,压缩为永恒的现场。历史感消失了,终极追求匍匐在感性冲动的面纱之中。无法承受之“重”终于解脱为无法承受之“轻”。经典和大师成为难以触摸的乡愁。如果还存在对经典和大师的品尝和津津乐道,那不过是在快意地享受他们被赋予的符号价值—我家书架上也有康德的一本糟糕的“文字垃圾”。在对永久消逝的经典和大师的怀旧之中,批量生产的“经典”和“大师”被商人、媒体和大众合谋制造出来,成为社会舞台上快速更新、永不谢幕的玩偶。大众对其造物之所以在茶余饭后热切思恋,一方面是因为大众在其身上投射了他们意欲成为明星的内在冲动;另一方面是这些造物口袋中盛满了可以自由兑换的与货币资本等值的文化、象征和社会资本。“戴安娜幸福地浸泡在人民爱戴的泪水中飘逝而去”。作为大众社会原型的“戴安娜现象”,成为明星和大众之间永久互动的模板,泄露出大众时代时尚消费的暂时痛楚和长久幸福的秘密。

大众社会已没有时尚,有的只是时尚的聚合(There is no fashion, only fashions)。

在前大众时代,群众所承受的对王公贵胄的仰慕、崇拜和模仿成为主导时尚运行的心理机制。塔尔德、黎朋等人也都曾贡献了其深刻的洞见。在其名著《模仿律》中,塔尔德发现模仿律是理解一切社会现象和过程的自成一格的解释律。他认为模仿律还包括三个副律即下降律、几何级数律和先内后外律。下降律意味着上等阶级被下等阶级模仿;几何级数律意味着风尚和

流言会迅速传播；而先内后外律则意味着群众更容易模仿自己文化的行为模式（Tarde, 1903）。而黎朋的《群众》则被认为是团体心理学领域的杰作，它也是最早认真建构关于集体行为的综合观和动力观的卓越尝试。作为浸透着贵族精神气质的法国医生，黎朋对群众怀有一种很深的厌恶和恐惧。他认为群众易受感染和暗示，行为多变而冲动。他们可以此刻制造暴行，马上又迈向英雄主义；他们可以为某种事业牺牲自己，从而扮演殉道角色，但也可能马上开始野蛮的复仇。而群众的领袖，则依靠肯定、重复和感染的策略或伎俩，控制、诱导和哄骗群众行为（LeBon, 1960）。塔尔德和黎朋的理智遗产在实验社会心理学的经验研究中得到继承和证实。阿希（S. Asch）借助设计精巧的实验证实了群众的从众心理（Asch, 1951）。而米尔格拉姆（S. Milgram）受“艾希曼现象”（Eichman phenomenon）的激发，论证了群众对于权威的无法遏止的服从和崇拜（Milgram, 1963）。

受这些心理驱力的支配和引导，前大众时代的群众对于时尚的追求，曾经为他们日常苦闷艰辛的生活增添多少梦幻和向往，甚至还成为家庭中永不衰竭的“进化”动力。他们面临的是权力和金钱匮乏的生存困境。他们对于时尚的模仿存在无法逾越的限度：即权力和金钱所许可的限度。象征皇权和地位的种种饰品、衣着和图案成为群众触摸的禁忌，如黄色，如龙凤图案。当显贵们衣着精心设计的柔软时装，头戴刻意修饰的假发，全身喷洒昂贵香料的时候，群众则穿着质地粗糙的皮袄，以崇拜的心情仰视他们，在辛苦劳作之余，往身上洒点蛤蚧油脂。这种无望的时尚追求，表征出修饰日常困窘生活的审美冲动。

前大众时代的时尚追求是一种刻苦努力的模仿，而大众时代的时尚追求则是转瞬即逝的种种欲望的消费和投射。政治和经济压力已相对不存在了。就是这些转瞬即逝的种种欲望，它们也都被精心推测和研究，然后给予满足。种种社会调查、服务和咨询机构的兴盛迎合了这一趋势：您想要什么？什么时候？需要多少？以什么方式？所有这些都是科学的名义下进行的，科学（的一部分）因此成为“温柔一刀”式的帮凶和工具。您想在网谈情说爱吗？那奇异的遥控装置很快会送到您手中；您想偷窥戴安娜的文胸类型和型号吗？不知疲倦的小报记者定会满足您的特殊欲求。

在这些您自以为是自主的欲望之外，还有许多难以辨别的需求被精心地营造，然后以按摩式的方式引诱您自愿上钩。您如此的快乐和自足，以致您根本分不清或者干脆不愿分清哪些是自主的欲望，哪些是被灌输的欲望，反正它们都是必须被满足也有条件去满足您的欲望系列！您成为一个“商品视听奴”（commodity audience）。工作完回家或者找个合意的场所放松一下绷紧的神经，您以为可以歇息了。其实您还在工作，没有抱怨没有痛苦的工作！您在一个超实在的世界中替不知名的跨国公司、广告公司和媒体经营商不知疲倦的卖命！在您工作期间，您不知不觉地被诱骗和按摩；种种的时尚信息，通过强迫接受、轮番轰炸、阿谀奉承、示范传授和下意识暗示等心理和行为控制技术，对您的本能和理性进行柔软的摧残，使您不自觉地怀疑、调整、强化和拓展您的幸福的消费欲求。您已无法区分或者不愿区分哪些物品是您的生存所需、哪些物品成为您符号消费的靶的。偶尔，您想静下心来，独自沉思您作为“智人”（Homo sapiens）个体的独有特征，或者想张扬您的特殊个性，结果您发现所有的话语都已被重复、所有的奇异都已被尝试。您拍了拍自己的脑袋，又心平气和地与其他个体一道，前赴后继地加入到符号消费的时尚舞台上，扮演自己的时尚迷狂的角色。

四、大众社会的救赎之途

大众时代的生存境况和生活世界让许多理论家忧心忡忡。他们试图构想种种解放的策略,以便把大众从符号消费的时尚迷狂中拯救出来。贝尔诉诸于“新宗教”(贝尔,1989),但他没有想到种种新宗教在大众时代也已成为符号消费的目标;哈贝马斯求助于“交往理性”(communicative reason),试图建构“理想的交往情境”(Habermas 1976),但他没有意识到任何交往背后都蕴涵着权力和操纵。哈贝马斯理想的精神导师米德,是一个质朴而深刻的思想家,早就为我们展现了人类社会的理想图景。“理想形式的人类社会是这样的社会,在其中,由于如此地发展了必要的交往系统,以致于执行特殊功能的个体也能采纳他所影响的其他个体的态度”(Mead, 1934, p. 327)。或者说,理想的人类社会能为所有个体提供一种理想的交往方式,在其中,个体能借助一种普遍的论域(universal discourse)或语言,使个体能以影响他人的方式来影响自身,以及以影响自身的方式来影响他人。

茶壶中的风暴无补于大众生活。在大众时代,大众为其日常生活奔波,与其明星同悲同喜;受欲望折磨,为满足而感动。这是大众生活的原生态,它应该受到尊重。曾经充当祭师、幕僚或精英的知识分子,他们已蜕变为操弄符号的“新阶级”(Molnar, 1994)。他们应该管好自己,遵守自身阶层的职业伦理。他们成就不了拯救大众的使命,大众社会的救赎之途仅仅在于大众自身。

米尔格拉姆在评价自己的服从实验时曾经说道:所幸并不是所有的人类个体都表现出对权威的盲目服从。在人类活动的任何场景中,都存在一部分个体,他们总是不倦地对自身及他人的行动予以持续的关注和反省。他们是代表人类救赎的最有价值的“沉默的少数”(silent minority)。在时尚消费的舞台上,即使时尚迷狂和符号消费缺乏伦理合法性,那“沉默的少数”——他们是大众的一部分而不是什么知识分子或者新阶级,也会成为大众时尚追求的目标。大众终会明白:没有被理性校正的本能,就像没有被本能校正的理性一样危险。“沉默的多数”终将“沉默的少数”实现沟通与和解,共同开辟救赎之路。这是第一种可能的途径。

大众时代是一个奇异的时代,以往所有历史片段的特征都在这时尚消费的大众舞台上隆重上演。或者说,大众时代的每个个体,在同一世代在不同的领域中可能隶属于不同的历史片段。大众时代因此而包容以往历史片段所有可能的遗产;多元的价值取向同时也在同一时尚舞台上交互博弈和消费。这是一种令人振奋的壮观的景象。因此,一旦建立并遵守各种博弈和消费的转换规则,大众时代或许并不比以往的所有时代更缺乏伦理合法性。

大众社会中的大众在符号消费之余,他们一样无法摆脱其前行者备受折磨的疾病的困扰和对死亡的恐惧。伴随人类历史的演进,总会有新的疾病和新的种类的死亡与人类同行;这是人类无法躲避的命定的生存困境。托尔斯泰曾说:没有上帝,任何行为都是合法的。实际上,对大众而言,没有疾病和死亡,任何行为都是合法的!歌德曾说:永恒的女性引人飞升。而实际上,持续不断的新的疾病和死亡引人升腾!敦促人类不得不关注人类自身行为的过程和结果的正当性,这是所有时代的人类整体唯一合理的救赎之路!

参考文献:

贝尔,1989,《资本主义文化矛盾》,赵一凡等译,北京:三联书店。

伯尔曼,1993,《法律与革命:西方法律传统的形式》,贺卫方等译,北京:中国大百科全书出版社

- 方文, 1995, “重审实验”《社会学研究》1995年第2期。
- 格罗索, 1994, 《罗马法史》, 黄风译, 北京: 中国政法大学出版社。
- 怀特海, 1992, 《科学与近代世界》, 何钦译, 北京: 商务印书馆。
- 汉斯·昆, 1995, 《基督教大思想家》, 包利民译, 香港: 汉语基督教文化研究所。
- 沃尔夫, 1990, 《欧洲的觉醒》, 郑宇建等译, 北京: 商务印书馆。
- 韦伯, 1987, 《新教伦理与资本主义精神》, 于晓等译, 北京: 三联书店。
- Asch, S. E. 1951, *Effects of Group Pressure on the Modification and Distortion of Judgments*. In H. Geutzkow (ed.) *Groups, Leadership, and Men*. Pittsburgh: Carnegie Press.
- Baudillard, J. 1975, *The Mirror of Production*. St. Louis: Telos.
- Baudillard, J. 1983, *Simulations*. N. Y. : Semiotexte.
- Baudillard, J. 1993, *Symbolic Exchange and Death*. Sage.
- Baudillard, J. 1990, *Seduction*. N. Y. : St. Martin's.
- Bourdieu, P. 1983 “*The Forms of Capital*.” pp. 241—58 in John G. Richardson (ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. N. Y. : Greenwood Press.
- Giddens A. 1991, *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford University Press.
- Habermas J. 1971, *Knowledge and Human Interests*. London: Heinemann.
- Habermas J. 1976, *Communication and the Evolution of Society*. London: Heinemann.
- Hassan, I. 1987, *The Postmodern turn: Essays in Postmodern Theory and Culture*. the Ohio State University Press.
- Jameson, F. 1991, *The Cultural Logic of Late Capitalism*. Verso.
- LeBon, G. 1960, *The Crowd*. N. Y. : Viking.
- Mead G. H. 1934, *Mind, Self and Society: from the Standpoint of a Social Behaviorist*. Ed. C. W. Morris. The University of Chicago Press. P. 327.
- Mead G. H. 1936, *Movements of Thoughts in The Nineteenth Century*. Ed. M. H. Moore. The University of Chicago Press.
- Milgram, S. 1963, *Behavioral Study of Obedience*. Journal of Abnormal and Social Psychology, 67: 371—78.
- Tarde, G. 1903, *The Laws of Imitation*. N. Y. : Henry Holt and Company.
- Vidich, A. J. (ed.) 1995, *The New Middle Class: Life Style, Status Claims and Political Orientation*. Macmillan Press LTD.

作者系北京大学社会学系副教授、博士
责任编辑: 范广伟