

## 緒論： 富裕的假設

本書的關鍵要素是工作(work)、消費(consumption)與文化(culture)。本書旨在重新檢視一個日益流行的見解：生活在工業化西方社會的人，如今他們的生活主要是由他們的消費方式來決定，而不是他們的生產方式來定奪。所謂的消費已經取代了生產的地位，成為形塑我們當今所處的社會類型之主要因素。

如果消費的領域已經取代了生產領域，或者成為人們建構他們生活的主要活動領域，那麼，為何它具有重要性？而且為什麼這樣的轉變會引起社會學家們的興趣？一個很簡單的回答就是，由於人類活動的生產面向一直以來提供了人類活動的基礎，因此無論是提出「生產已經不再像過去那麼重要」，或是認為「有些其他的領域已經變得更加重要、甚至比工作更重要」，這都不會是件雞毛蒜皮的事情。如果消費已經佔有舉足輕重的地位，包括決定人們如何生活、如何與他人產生關聯、以及如何表現他們的身份，這就表示：當代社會中的一個特性出現了相當大的轉移(例如 Campbell, 1987; Featherstone, 1991; Millar, 1995)。工作對於人們和社會的重要性很顯然地下降了，這重新開啟了一個基本的問題：為

什麼人們要做他們所從事的活動，還有他們希望透過這些活動達成什麼目的或目標(Slater, 1997a; 1997b)。要提出「生產面的活動不再具有它們曾有的優先性」的論點，重點不是要去凸顯「工作已經不再重要」，畢竟，很明顯地，人類活動大體上仍舊有賴生產面責任符合要求的履行。但是，說到為何消費活動已經變得比以往更為重要，我們不免要問：「消費者的意象和消費主義的經驗既是新世界的代表、也是它不可或缺的必要條件」(Slater, 1997b: 9)這類說法又是從何而來？

### 一、生產 vs. 消費

- 要證明消費的興起，我們必須解釋：為何現在人們會花
- 2 費心思追求消費型活動的成果更甚於生產型活動的成果。相較於其他的活動，工作活動的意義和目的、以及為何它們被賦予優先的地位，這些都是很清楚明白的，畢竟工作是滿足我們生存需求的主要方法。工作的意義，有很大一部份是個實際的問題；而它所造成的後果，對於人們的社會地位和經濟地位而言(也就是他們在社會中的地位)，大致上也是很實際的。在「消費是生產的必然結果」的範圍內，我們可以用解釋生產行動時所提及的動機和期望為依據，來整體或部分地解釋單純消費的行為：「為了要達成某種特定的結果，我必須生產或消費某種特定的商品」。然而，如果這就是我們分析的極限，我們也沒有必要援引「以生產為基礎的社會類型到以消費為基礎的社會類型」之轉移的觀點，畢竟有限的消費只是生產的一部份。

然而，許多消費的行為是更為複雜的，而且牽涉到各種慾望和期望；這些慾望和期望並非總是顯而易見，而且常因

人而異。如果要透過證據來支持「消費興起」的說法，就必須指出，人們透過消費以尋求一些結果，而這些結果某種程度上，是外在於或超出他們藉由工作所能得到的；他們真的相信消費的意義和目的，並且相信的程度甚至超過工作所帶來的意義。如果這樣的發展已經確實發生，我們一定可以適當地找到有力的案例，來描述一種社會類型和一種生活方式，而當中人們重視消費的成果更甚於生產的成果。一個以消費為基礎的社會，其中人們的生活主要由消費所形構，而且消費活動被視為具有最高層次的意義和目的。就像克羅斯說的，「消費主義不僅是現代經濟秩序和公眾文化的基礎，它也界定了大多數的人們如何安排他們的工作時間與花錢的時間」(Cross, 1993: 184)。

## 二、社會學與消費

再來回答第二個問題。如果我們可以接受社會學是要理解人類社會行動的形式與意義<sup>❶</sup>，那麼社會學家就應該對存在於兩種活動領域之間的界線感到興趣。一旦我們稱為「工作」的活動領域(也就是被許多人認為是支配人類社會行動的領域)已經被和它明顯對立的領域所替代，當然會引起廣泛的注意(Warde, 1990a; 1990b)。無論是否身為社會學家，我們都能夠相當正確地判斷人們究竟站在社會中的什麼位置、以及我們應該如何與他們互動；工作生活就好像脊椎一樣，而人

---

❶：「社會學是一個試圖對社會行動做詮釋性理解的科學，它的目的是要就社會行動的來龍去脈和影響做因果解釋。行動包括了所有的人類行為，在這個範圍內，行動的個人對此賦予主觀意義。行動是社會的，憑藉著行動者所賦予它的意義，它會考量他人的行為，並因此指引行動的方向」(Weber, *Economy and Society*, 1978；轉引自Morrison, 1995: 274)。

類的行動就像一根一根不同的肋骨，都從這裡延展出去。這代表了相當程度地背離了所有傳統社會學理論對現代社會所做的解釋：某種工作和生產之外的事物，已賦予社會的基本特色和結構(Featherstone, 1990)。「現代社會」之所以得其名，是因為它們在歷史序列上的位置，但使它們成為「現代」的原因，就在於他們以某種特定的方式來生產東西。本書中，我們嘗試要做的不僅在檢視現代性是否也以消費物品的獨特方式作為特徵，而且還要看消費面是否已經達到了某種具有支配地位的程度。

### 三、坐而言不如起而行

也許有人會預期，接下來幾章的許多討論，圍繞在人們在生產東西和消費物品時，會作的各種不同事情。社會發展從一個階段發展至另一階段的連續性，是人們不斷地重複作許多相同的事情所產生的後果；在這個例子裡，指的就是「工作」。這一定是因為我們的某些行動是不可避免的——如果我們想要讓自己活下去的話。人們的基本需求是不能妥協的，基本的謀生活動也是一樣；當然，在我們的社會裡，就是指「賺取收入」這件事。連續性能保持，也是因為從事「生產」和「消費」的是同一群人。這些活動並非藉由不同群體的人，單單在交易的當下相遇就能完成。除非有人認為這些社會中的人得到了集體精神分裂症，那麼，激勵他們從事一部分活動的需求和慾望，也將會對活動的其他部分產生衝擊。另一個我們要提出的論點就是，要瞭解「以工作為基礎的社會」和「以消費為基礎的社會」之間的關係，意味著我們必須瞭解生產和消費如何相互產生關聯。大部分的時候，它們是一個更大單一整體的兩個部分或兩個狀態，而因此，「生產與

消費在分析上應該被視為一個整體，而不是單純的對立」(Fine and Leopold, 1993: 253)。

#### 四、整體的意義

雖然我們將需要花點時間描述和評估兩個領域的活動在物質上的相似處與對比處，不過我們對於人們如何理解、合理化自己身為生產者和消費者的活動的方法，其中的相似與對比處，也同樣感到興趣。這些理解形成之過程的差異，以及這些理解其內容的差異，可以告訴我們，以消費為基礎的社會是否與以工作為基礎的社會不同、而且它們是如何不同。我們會從一個前提出發：「人們對於自身活動的理解，一部份是由實際的意義構成；這是由於某些物質結果的產生，它回過頭來確認、承認了這個活動。但它也是由認知和觀念的意義構成的；在理智上，我們會試著根據自己的價值系統來合理化或合法化自己的行動<sup>②</sup>。」<sup>4</sup>

意義的尋求，是透過許多的面向，而且通常是在同一時間完成的。本書中特別感興趣的一個面向就是；人們努力地想要理解活動的意義、而活動也影響了他們的個人認同感與社會認同感。人們在他們的行動中尋找的意義，以及對行動所賦予的意義，當中的一個重要面向，就是這個意義如何使他們能夠表達自己的自我感(sense of self)。如果我們接受前面這種說法，那麼，工作活動與消費活動之所以被認為是不

---

<sup>②</sup>：「形式理性關切的是事實，實質理性關切的是價值。形式理性主要是指手段與過程的理性計算，實質理性主要是指結局或結果的價值(從一些明確的立場)...當代社會秩序的形式理性，只論事實；相反的，這個社會秩序在實質上是不是理性，就因個人觀點而異。例如，一個人判斷理性與否的標準，可能是他的目標、價值或信仰」(Brubaker, 1984: 36-7)。

同的活動，其中許多關鍵點之一，可能是因為它們影響了個人如何形成其認同感。如果「〔現代〕的認同最可能透過消費的意象來理解」，以及「我們用以產生認同與維持認同的資源，越來越以消費產品與消費活動的形式呈現」的情況都是真的(Slater, 1997b: 85)，那麼很重要的一點是，我們必須知道這樣的轉變是不是真的正在發生，以及與生產有關的「認同－意義」已經變成了什麼樣子。

## 壹、富裕的假定

我們感興趣的，不只是我們認定的構成「以工作為基礎的社會」與「以消費為基礎的社會」之活動與經驗類型，我們同時也關注：可能使其中一種類型發展成為另一種類型的機制。在這樣的轉變中，牽涉到許多的因素(而且許多因素都已經過長時間的討論<sup>③</sup>)，不過，在這裡我們要挑出一個由「富裕」所扮演的決定性角色；簡單來說，富裕首先被定義為產生剩餘所得(surplus income)的現成途徑。我們希望支持的基本論點為：富裕(也就是人們自由地花費金錢之能力與期望)會增加人們經驗的範圍與多樣性，因為剩餘所得讓人們可以選擇他們所消費的商品和服務。「選擇」(choice)彰顯了「自主」(autonomy)的意義，而「自主」意味著，人們意識到「事

---

③：舉例來說，如果我們在討論「工作為基礎的社會」轉移到「消費為基礎的社會」時，所根據的是「從大量生產到大量消費」、「商品在科技上日新月異」、「零售與銷售的發展」、「廣告與行銷的成長」、「流行產業與休閒活動的出現」等等，都必須特別謹慎。相關討論參見 Fine and Leopold (1993); Voth (1998)。要從頭開始關注這個議題，參見 McKendrick et al., 1982 的作品。

情並非一成不變」。如果我們接受「選擇」與「自主」是人類社會生活中普遍奢望的特徵，那麼生活在一個富裕社會中的期望，就會被很多人認為是「一件好事情」，而且「勝過」活在一個不能自由消費的地方。(富裕的)消費變成了「自主、意義、主體性、隱私和自由的獨有場域」(Slater, 1997b: 31)。根據活動的種類(在形式理性的層次上)，也根據人們所賦予消費的意義，人們試著去瞭解並合理化他們身為富裕的消費者所從事的活動(以一種實質理性的形式)，而富裕就是社會發展裡賦予人們能力的一股力量。 5

為了要有說服力地論證「富裕以這種方式影響社會發展」，我們不僅要指出「確實有一種叫做富裕的東西存在，而且對生活在那種社會中的人們來說，這種生活方式已經是個普遍特色」，還要證明，它已經實質地改變了工作與消費之間的平衡，而這個平衡正是影響人類生活的主要因素。在這裡的基本論點就是：隨著人們越來越容易滿足自己的基本生存需求，他們會在消費和休閒活動上付出更高比例的可支配所得，而自然地把工作的重要性視為次要而非主要的。相較於過去的社會，個人自我和他人的定位，很大一部份是由工作領域內進行的活動決定；我們現在生活的社會，這些定位大部分被消費領域內的活動所決定：在這個社會中，「現今的消費包含了我們侵吞(appropriate)商品和獲得商品所付出的勞力，而商品是在匿名和壓迫的情況下被製造和交易」(Millar ed., 2001a, Vol. I: 7)。富裕和選擇的意義就是，在富裕的情況下，我們有能力消費東西，因為這為他們帶來歡愉和滿足，而且不總是和基本需求的滿足有關。富裕讓消費的目的變成不再只是單純的維持生計。結果就是，「消費的意義和文化面向變成主導的地位，而人們變得更關心商品的各種意義，甚於關心商品為了滿足基本需求、或『真實』

需求的功能性使用」(Slater, 1997b: 133)。

需求(needs)和需要(wants)的分析, 以及生存(survival)與滿足(satisfaction)的分析, 都應該受到密切的注意(可以從這幾篇研究作為基準點: Soper, 1981; Doyal and Gough, 1991), 而且如果要批判性地檢視「我們如何活在消費社會裡」, 這些分析都非常關鍵(Slater, 1997a and 1997b)。當我們有了這樣的理解之後, 我們可以很簡單地提出兩件事情, 來引導整本書的討論。第一, 無論是生產或消費的各種特定行動, 通常都能在同一段時間裡提供一種(或一個面向)以上的滿足或歡愉。舉例來說, 在一個時尚的酒吧裡吃著小菜(tapas, 譯者按: 在西班牙, 大部分的餐館或酒館, 會將當日提供的各種小菜, 放在櫃檯的玻璃櫃中或寫在櫃檯後面的黑板上, 供食客點用, 這些小菜就是 tapas), 可以滿足各種私人的需求和社會的需求, 並同時滿足營養的需求和象徵的需求。儘管同時間它們是在不同的基準裡。

- 6 第二, 希望得到滿足的慾望, 通常是不斷地在更新, 因為許多的需求都只能暫時性地獲得滿足。就算我在早餐時完全滿足了我飢餓的肚子, 我仍然得在晚餐的時候全部重頭來過。所以, 當我們說, 某種行動滿足了某個需求, 我們必須接受「滿足」的多面性本質, 而且要知道, 能夠一次就確實滿足且一勞永逸的需求, 是很稀少的。

這裡提出一個相反的論點: 即使有越來越高比例的人口能夠在消費類型的活動上花費更多資源, 卻不意味著所有人都有能力如此。富裕是少數人才能享有的幸運情境, 並非普遍能達成的。此外, 就邏輯上來說, 消費的倫理必須在某種程度上以工作倫理為基礎, 畢竟人們依然得賺足夠的錢, 來支撐他們身為消費者的生活方式。維持著高水準的可支配所得, 這實際上很可能增強了工作倫理, 而且激勵人們更努力地工作, 而不是讓他們失去工作的活力。在接下來的一章我



們可以看到，這個論點得到許多經濟學家和社會學家的強力支持。在二十世紀，儘管生產的效率是增加的，但何以工作的時間依然傾向增加而不是減少？回顧針對此問題的種種解釋，沃斯以一個例子做出結論，這是因為「新穎的且越來越可以負擔得起的消費商品所產生的誘惑」(Voth, 1998: 157)。同樣的，克羅斯做出結論：消費社會的特色在於，人們偏好商品更甚於空閒的時間，所以人們寧願工作同樣的時間(甚至花更長的時間)，換取可以購買更多商品的能力：「消費主義的勝利，意味著拒絕逐漸減少的工時，並拒絕『民主的空暇時間』(democratic leisure)。它反而讓『工作然後花費』(work-and-spend)的文化成為主流」(Cross, 1993: 5)。就經濟地位、社會地位和身份認同來看，雖然這些毫無疑問地受到我們身為消費者的行為所影響，然而也已經受到我們參與工作領域的活動所影響。因此，某程度而言，既然消費是以「工作」為手段所產生的眾多結果之一，那麼在人類生活中，工作依然會維持它的重要性，而不是扮演附屬的角色。

## 貳、各章節的安排

本書可以粗略地分為兩個部分。第二、三、四、五章描述了兩種我們所提出之社會型態的基本差異；而接下來的三章(第六章、第七章和第八章)則是要瞭解這些差異如何影響人類生活和社會的特定面向。如果這些後果是夠大的(假如朝向消費的轉變真的改變了社會認同與個人認同的基礎、並導致一個不同文化的興起)，那麼這就能支持以下的一個論點：社會的本質正面臨普遍的轉化，而以工作為基礎的社會形

式，正被以消費為基礎的社會形式所取代。

## 一、以工作為基礎的社會

假如我們要探詢，工作的地位在活動的層級上是否已經產生轉變、以及工作活動的領域是不是還像過去一樣重要，我們必須瞭解工作過去的地位、以及為什麼它會有這樣的地位；另外，也要瞭解它已經流逝到什麼樣的程度、以及為什麼會流逝。我們必須清楚地說明「以工作為基礎的社會」的主要特色究竟為何。究竟是這個社會裡的什麼東西，讓我們可以把它當作一個特別的種類，並稱之為「以工作為基礎」？

我們可以說，在「以工作為基礎的社會」中，工作作為手段所造成的結果，明顯較在其他所有領域中表現的活動所造成的結果具有優先性。我們也許必須證明，人們把工作視為他們生命中最關注的事情，在這情形下，他們會對工作所帶來的利益賦予重要的意義；他們的生命在某種程度上被工作填滿了。量化來看，我們可以逐一檢視工作時間，以及工作依賴程度(work dependency)和工作強度(work intensity)等其它數據，看看在工作佔據著重要地位的社會裡，時間使用與時間分配的模式為何。在質的方面，我們可以簡略地回顧各種證據，看看人們期望藉由工作來達成的內在利益。採用韋伯學派的分析方式，本章的主要論點在於，工作活動的領域變得具有支配性，是因為它被認為它所運用的手段具備形式理性，但這樣的手段所直接導致的結果，則同時具備了實質理性。要跨出或超越工作領域的範圍並不容易，因為這意味著一個人拒絕了這些理性而另起爐灶。

我們必須同意，並非所有以工作為基礎的社會、或是正在經歷「工作主宰」階段的社會，都會以最極端且最純粹的

形式來展現每一種特色，但這些元素必然會在某種程度上存在，否則我們就無法正當地把這樣一個社會劃分到「以工作為基礎」的類別。當討論到「以消費為基礎的社會」的概念時，若我們要判斷「消費的活動是否已經提供另一種手段來達成這些目標」，以及(或是)「以消費為基礎的社會是否有著不同的優先順序與期望」，這都會是我們的判斷基礎。

## 二、以消費為基礎的社會：新消費的理論

在第二章和第三章我們檢視了「以工作為基礎的社會」的主要特色後，我們將在第四章和第五章依循同樣的程序，檢視「以消費為基礎的社會」之主要特色。沿用前面提到的 8 富裕假說，我們將主張，以消費為基礎的社會，是以一種我們稱之為「新消費」(the new consumption)之特殊形式的消費作為特色。為了發展新消費的理論(包括它的主要特色為何、它如何與其他領域的活動掛勾、它如何影響人們行為的途徑等)，我們將在兩種消費型態之間作基本的切割。單純消費(simple consumption)可以進一步區分為必要的、精細的(elaborated)和放縱(indulgent)的消費；這就和複雜消費(complex consumption)產生區別，複雜消費的類屬包含富裕的(affluent)、炫耀的(conspicuous)以及象徵符號(symbolic)的消費。我們的基本論點是，人們會從事不同種類的消費，以尋求不同種類的愉悅和滿足。為了分析上的必要，我們可以將這些愉悅和滿足理解成：它們形成了效用的連續性光譜(continuum of utility)。在光譜的一端，追求效用是為了日常生活中的需要和慾望等基本滿足；而在另一端，追求效用是為了更細緻的滿足，有時是相當抽象、甚至是象徵符號性的滿足。

讓兩種消費類型產生區別的，在於，不同的消費活動類

型是為了要達到某些特定種類的效用。很顯然的，各式各樣的人類社會都提供了單純消費與複雜消費的機會(前面已經提過，許多的消費是發生在以工作為基礎的社會裡)；而這裡要提出的論點是：當一個社會被分類到「以消費為基礎」，我們必然可以找到許多證據指出，有越來越多的時間與其他資源正轉移到複雜形式的消費。這代表著，人們希望能夠達到的愉悅和滿足類型，會漸漸地轉移到效用光譜上「複雜」和「抽象」的那一端。對這種滿足感到渴望、而獲得這種滿足的手段在一個社會裡俯拾即是——這就是「以消費為基礎的社會」的主要特色。我們將會用統計資料來評估，二十一世紀的英國人正樂於從事哪一種類型的消費活動，以及典型上獲得什麼樣的效用。我們假設，富裕的消費和剩餘所得的高低有關，所以我們將會探討收入和收入分配的數據資料。我們強調，富裕和人們所從事的消費活動之「各種類型」有很大關係，同樣的，也和那些活動的絕對層次有關；因此，我們後續會探討近年來消費和消費活動的趨勢和各種模式。

### 三、社會認同與行動主義：工作者 vs. 消費者

- 在第六章和第七章，我們要看的是「以工作為基礎的社會」轉移到「以消費為基礎的社會」的意涵；而我們的焦點
- 9 在於，這個轉變如何影響人們形成他們的社會認同感和個人認同感。兩種社會類型，分別在認同的形構上帶來了什麼要素？假如我們將認同的形構定義為一種過程，在其中個人形成了一種想法，認為他們本身在世界上是獨一無二的存在，而這種認知在根本上是受到他們在自己生命史中的各種境遇所形塑(Craib, 1998)；那麼，在這些境遇中，如此重大的轉移必然在社會認同與個人認同上具有深遠的意涵。從社會認

同的形構來看，假設職業的角色(有些人會用「在生產方式中的位置」這種說法)給予人們一個最重要的測量工具，讓他們可以瞭解：相對於其他人而言，自己在社會中是站在什麼地方(也就是他們的「階級」位置)；而藉由檢視人們在消費者層級中所站的位置，就可以更加精確地判定出這些認同的標記。這樣的想法肯定是很有挑戰性的。必須回答的基本問題是，人們有多大的可能性能夠理解：他們的經濟地位與社會地位，是他們在活動中身為消費者、而非工作者所產生的後果。消費的階層是否提供了一個有效的替代品，在社會經驗與社會互動上，代替「工作」成為主要的規範工具？(Saunders, 1984, 1986 and 1988; Pakulski and Waters, 1996)

一個更重要的考慮就是，這些形塑社會認同的因素，如何同時決定了人們表現他們身份的方式(透過各種不同的社會行動)。以職業階層中的位置為例，人們認為它提供了非常可信的指標，指出一個人可能參與的社會行動類型、影響一個人或團體可能準備起而對抗的動機、以及他們這些鬥爭中可能形成的盟友與敵人。我們一定會思考，從工作者認同轉移到消費者認同，是否代表著過去的鬥爭已經解決了，而且(或是)將會被新的鬥爭所取代。在以消費為基礎的社會形式裡，人們比較可能採取什麼樣的社會行動(Crow, 2002)？

#### 四、個人認同：普羅階級或是至高無上的消費者

談過了社會認同，我們要來看個人認同的形成和展現。我們需要思考，人們是否已經準備好放棄構成自我意識的元素。而這自我意識長久以來是由他們的工作經驗所雕塑的。人們在工作上投入了大量的心力以作為個人認同的來源，很多人可能極不情願就此放手(Du Gay, 1996)。這在男人

身上可能尤其明顯，畢竟在他們的認知裡，身為男人的意義，和賺取收入者/持家者之間角色差異的假定，有著高度的相關。在以工作為基礎的社會裡，「性別」的建構與維持，主要是透過參與一些特定種類的活動而來；而有給的職業肯定是最重要活動之一(Charles, 2002)。另一方面，既然人們認為消費的領域可能提供了更廣大的領域，在此人們可以發展、表達他們的個人認同感，而且(或許)發展各種嶄新的途徑來表現自我意識；這麼看來，工作的重要性也許將會縮減。從工作到消費的轉移，實際上有沒有可能是因為「人們變得越來越不想接受那些領薪的職業角色在認同上所設定的限制」產生的後果(Hall and Du Gay eds., 1996)？

## 五、工作與消費的文化

我們已經提到，人們極欲理解他們的活動(理解與動機當然是相連的)，而那樣的理理解一部份是由實踐的意義所構成(完成一個人心裡奢望的結果)，一部份是由認知或觀念的意義所構成。在此情況下，理智上，我們會參考自己的價值系統，來試著合理化或合法化自己的行動(社會凝聚有賴「個人價值系統」與「當時社會上遍行的一般價值系統」之間的整合)。如果我們能接受：假如在由工作主宰的社會裡，人們確實會參考以工作為基礎的價值系統，來理解或合理化自己在社會中的活動，這樣的話，社會的轉變似乎將為該價值系統帶來相當程度的修正。我們可以說，當前的價值系統被取代的程度，是一個判斷社會變遷程度的可靠測量工具。

假如「文化」是個鬥爭的領域，它讓在其中的人們爭辯各種對於他們所處之真實的意義與理解；我們可以預期，既存的價值系統跟新興的價值系統之間的衝突，將會反映在文

化之中。不管大家對這個議題的看法有多眾說紛紜，大多數的學者都會同意，後現代時期的文化特色，確實在於大量的混亂和劇變：「在現代，個人從傳統社會中獲得解放，但最終卻被拋放到社會性的怒濤海浪中浮沉，沒有槳也沒有錨」(Slater, 1997b: 88)。有些人更進一步指出，文化領域已成為競爭的價值系統之間相互辯論與產生衝突的主要場所(而不是單純反映社會中的其他部分正在發生的事情)(關於現代的討論，參見 Raymond Williams, 1985；關於後現代的討論，參見 Featherstone, 1991)。如果我們相信，社會的進步有賴這些衝突的解決，而且解決的方式將出現在文化的領域中，那麼「文化」就變得比「經濟」或「政治」來得更為重要：「社會失序與去分類化(de-classification)的趨勢 讓文化的問題浮出水面，當我們要概念化文化、經濟和社會之間的關係時，<sup>11</sup>這樣的趨勢也有深遠的意涵」(Featherstone, 1990: 6)。雖然第八章的討論拒斥了文化論者觀點的有力說法，但這並不代表，當社會朝向「以消費為基礎的社會」轉變時，這樣的轉變不會反映在文化領域的重大變化上(包括文化領域的內容，以及文化領域的角色之轉變)。我們可以說，這樣的轉變跟文化變遷有非常大的關聯。

## 六、再探「富裕的假定」

在最後一章(第九章)，我們回過頭來討論原本的問題：關於我們是否要接受或拒斥「以工作為基礎的社會類型已經被以消費為基礎的社會所取代」的主張？還有，在這樣的關係中，富裕扮演著什麼樣的角色？基本上，這裡可以提出三個結論。第一，英國和其他的地區，已經在二十一世紀的開始出現了成熟的消費社會；這樣的發展跟富裕的各種屬性有

密切的關係，其中最重要的一項就是可支配所得。第二，雖然平均的生活水平和可支配所得的水準都確實地維持在歷史性的高檔，但作為社會生活與社會經驗基礎的「工作」卻變得比以往更重要。第三，我們可以觀察到一種修正過的社會形式，其特色就是「工作」與「消費」的並存，不過由於富裕程度與日俱增，兩者之間的平衡因而產生了不小的轉變。第三項提出的可能性或許是最吸引人的，因為它讓我們可以得到一個常識性的結論：人們會透過從事兩種活動領域內的行動，來組成自己的個人認同與社會認同，而兩種領域都不具備真正的主導角色。多元論的結論即使是最無趣的，卻通常是最可靠的。

### 參、膏油裡的蒼蠅：美中不足之處

在接下來的討論裡，我們必須小心地避免認定：只因為有些變遷或其他狀況發生在周遭人們生活的情境中(當然，如果什麼事都沒發生，這也挺值得我們注意)，就必然為近代西方工業社會特徵的根本轉型提供了證據。就算我們瞭解到，二十一世紀初期「以工作為基礎的社會」和二十世紀中葉「以工作為基礎的社會」並不一樣；這也不必然表示，這種社會中的每一件事物都變了。當我們要考量，隨著新消費的出現，哪些相關的變遷也應運而生，我們也應該小心地避免混淆下列兩者：

- 12 「可透過人為控制的調查而證實的變遷」，以及「那些可能在真實世界中已經發生或根本沒有發生的變遷(對許多已投注大量心力在社會變遷觀點的理論家來說，他們相信這些事情已經確實發生了)」。被觀察者的真實生活中所出現的變遷，很可能跟觀察者所定義的變遷相同，也可能不同。既然觀察者的



視野角度，會影響他們對於可能在社會發展時發生之事的印象(就像韓森說的：「眼睛所看到的，會比實際接觸到眼睛的東西來得多」(Hanson, 1958: cited in Phillips, 1987: 9)，那麼觀察者眼中的各種變遷，以及(或是)不同觀察者的觀點差異，都必然會導致對「變遷」及「變遷的結果」之不同詮釋<sup>④</sup>。

想要進行抽象層次的討論，並且用檢驗方法(也就是我們為了瞭解所發生的事情而發展的想法和理論)來討論我們所感興趣的現象之區別(人們在工作中做些什麼 消費對認同產生的衝擊 等)，這不見得會是個問題，畢竟就定義上來講，學者們發展的許多想法都抽離了實際的研究對象，以及研究客體所適用的脈絡。然而，在比較世俗的層次上，我們應該避免輕易地將關於變遷的結論套用到真實世界上——這些結論本身可能大部分(或全部)由理論來源發展而來，而且(或者)大部分是為了理論的闡釋。這些結論實際上談的是理論變遷的結果，而不是具體的、可觀察到的實體所產生的變遷結果。例如，坎貝爾(Campbell, 1997)批判性地回顧(所謂的)「溝通意圖」(communicative intent)(Baudrillard, 2001)的各種解釋；溝通意圖可能是伴隨著消費而來，也可能不是(這問題本身就是當前對於「消費即溝通(consumption as communication)命題」的爭議論點之一部份)，然而坎貝爾警告，「學者『發現』商品所附帶的符號意義是一回事；但，認為消費者的行為應該根據這樣的意義來理解，又是另一回事」(Campbell, 1997: 350)。福爾摩斯蒐集零碎的證據，並且根據所得的證據檢驗他的假設，這是一回事；但如果他憑空幻想整個犯罪事

---

④：最近發表的一篇研究專題論文，在其提出的證據中，作者反思，「我最終的分析將重新建構先前已經存在的建構。我的重新建構不可避免地將受自己的知識形構所影響——〔這包括〕從社會學傳統得來的整套知識和分析架構——」(Gluckmann, 2000: 49)。

件, 從頭到尾沒有任何具體證據, 這又另當別論了。兩種方法得到的兩種故事可能同樣有趣且充滿戲劇性, 但只有前者能進入到實際的刑案程序, 後者只是憑空杜撰。

雖然一般來說學術社群是夠聰明的, 不會被這些花招所蒙蔽(然而, 不妨參見 Mouzellis, 1995; Callinicos, 1999), 不過當我們思考「工作與消費之間平衡的轉變」的諸多論點時, 必須考量到一個因素: 社會學和文化研究社群所感興趣的研究方向已經出現了轉變, 因此他們的觀點也跟著改變。如果  
13 社群中有足夠比例的人都傾向研究消費而非工作, 並認為人的認同是他們身為消費者而非身為工作者所能獲得的, 我們可以預期, 關於這一類轉變的主張, 已經獲得證據的支持(這方面可以參見 Saunders, 1988; Warde, 1990a 作為起頭)。以「生產 vs. 消費」的爭論為例, 法恩與李歐普指出, 盲目地「提出消費作為生產的替代品, 使其成為社會學中的解釋範疇」, 不僅在某種程度上忽略了長久以來「生產」的重要性; 而且很諷刺地, 「儘管過去大家極力避免只強調生產過程中的階級關係而落入化約主義, 但這樣的情況還是發生了」。至少在一九九 年代早期之前,

在新的分析中, 消費已經在名義上取代了生產。要在生產與消費之間建構對立的關係, 有著難以克服的問題。得到的結果就是, 發展整合生產與消費的理論架構遇到了挫敗, 而該結果甚至和統合的理論架構有所扞格(Fine and Leopold, 1993: 247, 250, 253, 255)⑥。

---

⑥: 法恩和李歐普極力批判卡思特爾(Castells, 1977)和桑德斯(Saunders, 1988)的取徑, 卡斯特爾和桑德斯都在都市社會學的領域中發展理論, 而消費的概念在此便顯得頗具自主性。

就本書在理論上/經驗上的定位來說，我們希望發展一個大型的概念架構，這個架構可以抓到當前一些爭論的關鍵面向。這些爭論就是，有個被稱為「以工作為基礎的社會」的東西，是否已經(或可能)被一個被稱為「以消費為基礎的社會」的東西所取代。我心裡想的模型，正是涂爾幹《社會分工論》(*The Division of Labour in Society*)的主題，在這本書裡，他比較了前現代(pre-modern)社會和現代社會的關鍵要素而廣為人知。讀者對於這些詞彙和概念應該不會陌生。鑑於涂爾幹發展了社會連帶(social solidarity)的概念，這是由不同的社會形式發展出來的原始機制(前現代社會或傳統社會以機械連帶為特徵；這和現代社會的有機連帶特徵相反)，而這裡我們要探索的關鍵機制就是富裕。

意識到了莫吉里斯(Mouzellis, 1995)所指出的差異〔追隨著阿圖塞(Althusser, 1969)的腳步〕，並注意到法恩和李歐普(Fine and Leopold, 1993)的警告：人們很容易卡在一端是「統 14 合的」(unified)巨型理論(grand theory)與另一端是「工作假定」(working hypotheses)理論之間的「中程理論」(middle-range theory)。這讓他們無意追求一個令人滿意的消費者行為理論，而這類主題大部分被歸類為「概念性」的。不過，這裡我們做了許多努力以「物盡其用」，包括分析其他研究者之經驗研究中的次級資料，針對工時、收入層級、消費與休閒活動模式做初級的統計資料分析；而且為了更深入討論第七章關於個人認同的議題，我們呈現了一個最近正在進行之研究中的新資料，這個研究是在探討南威爾斯人口的性別與工作的不安全感(ESRC 獎編號 L2122520120, Nickie Charles and Paul Ransome)。這裡所提出的命題，我們盡所能地讓它們以「可受經驗測試檢證」的方式呈現，也就是說，看看這些命題的背後是否有足夠的證據，能說服有興趣的讀者相信它們是「真的」。

**\*網路試閱版聲明\***

1. 敝社目前對書籍翻譯品質管控日益嚴謹，每本書都至少經過四校的把關程序，本試閱版僅提供尚未上市的校稿版本，目的是為了方便讀者先睹為快。所以，此試閱版本不論是內容或排版，都與最後上市的本，仍有某種程度的差異。
2. 讀者閱讀此試閱版本如果發現錯譯或不妥之處，歡迎讀者儘速透過電子郵件(Email: weber98@ms45.hinet.net)向敝社反映，以便在正式送印之前能做修正。
3. 如果讀者試閱此版本以後，對本書的內容有興趣，期盼各位讀者在本書正式上市後，踴躍購買。您的選購就是對本社最具體的支持，也得以讓敝社更加茁壯，出更多好書。

**\*版權所有，請勿做具商業屬性的運用\***