

■马克思主义哲学

异化消费及其扬弃

陈 向 义

(武汉大学 哲学学院, 湖北 武汉 430072)

[作者简介] 陈向义(1972-), 男, 黑龙江海伦人, 武汉大学哲学学院博士后, 浙江师范大学法政经学院副教授, 主要从事社会发展理论研究。

[摘 要] 在一些发达地区, 人类的消费活动呈现出一种异化状态, 表现为物质消费的过度和意义消费的错位。其原因有二: 一是个人方面炫耀地位的心理; 一是社会方面意识形态的整合功能。我们主张建立一种可持续的消费方式, 其途径就在于对人自身的改造, 改造人的价值观念, 改造人类的社会组织和社会结构。我国的经济体制是社会主义市场经济体制, 不仅要遵守市场经济的运转规则, 而且还要体现社会主义制度的特点。生产的目的是追求巨额利润, 不是满足少数人的奢侈物欲, 而是满足最广大人民群众的物质和文化需要。

[关键词] 消费; 异化; 可持续; 改造

[中图分类号] C912 [文献标识码] A [文章编号] 1672-7320(2005)04-0535-06

人既是一个自然存在, 又是一个社会存在。作为自然存在, 人就要满足必要的物质消费; 作为社会存在, 人还要满足超生物性的和必要的意义消费。因而, 消费活动——包括物质消费活动和意义消费活动——对于人类社会来说, 是具有先天合理性的。然而, 在发达工业社会里, 人类的消费活动却呈现出一种异化状态, 表现为物质消费的过度和意义消费的错位, 其实质是一种异化消费。

一、异化消费的表现

(一) 物质消费的过度

人类生活于世界之中, 必然要进行必要的物质消费以维持自身的肉体存在。然而, 在当今的发达国家以及某些发展中国家的相对发达地区, 人们的物质消费却呈现“过度”状态, 因而造成了资源和能源的匮乏与生态环境的破坏, 进而造成了人类社会发展的不可持续性。1992 年召开的里约热内卢环境和发展会议上, 有报告指出, “充其量只占全球人口 1/5 的工业发达国家消费的原料、能源及其它资源占世界产量的 4/5。因此, 把这些国家所具有的人均资源、能源消费水平推广到全球所有居民, 将对自然环境产生巨大压力, 以至造成不可逆转的生态灾难, 将使地球不再适合人类生存。”在较为发达的国家和地区, 人们的消费处于异化状态。铺天盖地的广告把各种各样的商品强加在人们头上, 精美动人的广告把人内心深处的享受欲、占有欲充分调动起来, 迫使他们去购买、去消费, 而这些消费早已超出了人的合理需要, 成为失去理智的疯狂的占有与浪费。“在这个社会中, 浪费式消费已变成一种日常义务。”^[1] (第 30 页) 这种浪费式消费所产生的“幸福”不可能长久下去。

过度的物质消费何以会成为浪费式消费, 这种浪费式消费又何以不会给人带来幸福呢? 马尔库塞的看法值得关注。在他看来, 追求物质享受并不是人的本质特征, 在人的各种原始欲求中, 也不是人的

重要欲求。因此,物质需求的满足并不能给人带来幸福。在《单向度的人》中,对“真实需求”和“虚假需求”作出了区分。他认为,“什么是真实需求,什么是虚假需求,这个问题应该由个人来回答。……只有当他们能自由地作出自己的回答时,才能这么说。只要他们不能够自主,只要他们被灌输和操纵(下降到他们的本能上),就不能认为他们对这一问题的回答是他们自己的。”^[2](第 7 页)但是,发达工业社会则通过制造“虚假需求”如“按照广告来放松、娱乐、行动和消费,爱或恨别人所爱或恨的东西”,以实现“强迫性的消费”。这里所说的“虚假需求”是指那些在个人的压抑中由特殊的社会利益强加给个人的需求:这些需求使艰辛、不幸、和不公平长期存在下去。一旦把这种需求强加于人,便会在需求上趋于单向度。马尔库塞指出,“我们再次面临发达工业文明的一个最令人苦恼的方面:它的不合理性的合理特点。它的生产力和效率,它增加和扩大舒适面,把浪费变成需求,把破坏变成建设的能力,它把客观世界改造成人的心身延长物的程度,这一切使得异化的概念成了可怀疑的。”^[2](第 9 页)

(二)意义消费的错位

人们在社会生活中不仅要进行物质消费活动,还要进行意义消费活动。然而,令人不容乐观的是,在当今的社会发展状态下,不仅人们的物质消费活动呈现异化状态,人们的意义消费也处于异化之中,这体现为人们对于生活的意义完全沉浸在物质消费的冰水里,造成了意义消费的错位。这种状况开始于资产阶级启蒙时代,宗教改革之后的新教伦理曾被用来规定节俭的积累,人们积累物质财富的活动是与对上帝的形上意义,即试图取得上帝选民的资格联系在一起的。可是,这种新教伦理不久就被资产阶级社会抛弃了,剩下的便只是沉浸于物质财富之中的享乐主义了,资本主义制度也随之失去了它的超验道德观。丹尼尔·贝尔对此叙述到,“一旦社会失去了超验纽带的维系,或者说当它不能继续为它的品格构造、工作和文化提供各种‘终极意义’时,这个制度就会发生动荡”^[3](第 67 页)。

波德里亚以洗衣机为例,对发达社会里意义消费错位的现象做了深刻的揭示。他把消费看作是一个新神话,他写道:“洗衣机就被当作工具并被当作舒适和优越等要素来耍弄。而后面这个领域正是消费领域。在这里,作为含义要素的洗衣机可以用任何其他物品来替代。无论是在符号逻辑里还是在象征逻辑里,物品都彻底地与某种明确的需求或功能失去了联系。确切地说这是因为它们对应的是另一种完全不同的东西——可以是社会逻辑,也可以是欲望逻辑——那些逻辑把它们当成了既无意识且变幻莫测的含义范畴。”^[1](第 67 页)物质产品与某种明确的需求失去了联系,消费者与物的关系因而也就出现了相应的变化:“他不会再从特别用途上去看这个物,而是从它的全部意义上去看全套的物。洗衣机、电冰箱、洗碗机等,除了各自作为器具之外,都含有另外一层含义。橱窗、广告、生产的商号和商标在这里起着主要作用,并强加着一种一致的集体观念,好似一条链子、一个几乎无法分离的整体,它们不再是一串简单的商品,而是一串意义,因为它们相互暗示着更复杂的高档商品,并使消费者产生一系列更为复杂的动机。”^[1](第 3 页)

二、异化消费的原因

如同“信息化社会”是从“技术论”的角度理解发达工业社会一样,“消费社会”是从“文化论”的角度理解发达工业社会。在发达工业社会里,本来是人类行为的消费却变成了支配人类的行为,造成了消费的异化。我们这里就从文化论的角度来探讨异化消费的原因。我们认为,这种原因有二:一是个人方面炫耀地位的心理;一是社会方面意识形态的整合功能。

(一)炫耀地位的心理

物质消费本来是为了维持人类肉体的自然性存在、为了满足生理需求,然而在发达工业社会,人们的物质消费已经不再是满足生理需求,而是满足心理需求。生理需求是因为暂时匮乏引起的,比较容易满足;心理需求是因为结构性匮乏引起的,而结构性匮乏永远也不会有圆满的满足。因而,发达工业社会的物质消费就呈现一种过度状态,而且这种过度状态愈演愈烈,目前还看不出收敛的迹象。正是这种

过度的物质消费导致了资源和能源的匮乏以及生态环境的恶化。

心理需求主要是指炫耀性心理试图得到满足,正是这种炫耀心理造成了不顾后果的浪费。炫耀性心理与不平等的心理一脉相连,而不平等的心理导致嫉妒心产生。正像卢梭在《论人类不平等的起源与基础》中指出的那样,为了能像最漂亮的人或最能歌善舞的人一样,其他人便开始散开,并用化妆品遮掩自己的丑陋粗笨^[3](第68页)。

炫耀性心理是人性中的弱点。人类社会是不平等的,高贵的人们总要以某种方式体现出他们的与众不同。在古代,不同等级的人所穿的衣服、出门所坐的车舆、甚至拉车的马匹数量都有严格的规定。地主贵族阶级穿的是华美的衣服,吃的是精美的食物,这虽然包含着一定的文化含义,但更多的则是一种炫耀性浪费,他们就是通过这种炫耀性浪费来证明他们的优越观的。近现代社会打破了政治上等级制度的不平等,而代之以经济上财富多寡的不平等。波德里亚指出,“对于那些不再过多提及过剩物质,而只是提及筛选出来的、补充性的、供选择选用的以及供消费者作连锁心理反应的某个方面的商品的那个整体来说,古董商的橱窗就是贵族的奢侈模式。”^[1](第2页)米奇·高斯也表达过同样的看法。当代社会,那些富人为了显示自己的与众不同,显示自己的优越感,便大肆过度消费。其余人等也不甘示弱,在不愿落后的心理支配下,竞相攀比消费。消费已经代表了人们的一种心理竞争。在这种情况下,人们消费的已经不再是物品的使用价值,而只是在消费一种符号,消费着物品的“牌子”。人们消费着名牌物品,并不是因为名牌物品比普通物品的质量真地高那么多,而是因为名牌商品是地位的象征。正如弗洛姆所说,“事实上,我们在‘吃’一个幻想而与我们所吃的物品没有关系。我们的消费行为根本不考虑我们自己的口味和身体。我们在喝‘商标’。因为广告牌上有漂亮的青年男女在喝可口可乐的照片。我们在喝那幅照片。我们在喝‘停一下,提提精神’的广告标语。”^[4](第133页)这样,人们就把附加在商品上的重要性等同于它的效用、把他对它的购买欲望等同于他对它的需求,商品交换也就不再是具有使用价值这一意义上的商品交换,而成了一种符号的交换。

霍布斯在《利维坦》的第一卷里这样描绘人的心理:人们受到欲望冲动的驱使,在追求满足时可达到凶猛的程度。亚当·斯密在《道德情感论》中也肯定了地位冲动力对经济发展的重要性。他指出,如果只受经济动机驱使的话,那么将不会有足够的刺激力来生产超出本能必需的产品了,正因为人受地位冲动力的推动,经济的“发展”成为可能。生产商就利用人性中炫耀性心理这一弱点,使用广告等手段,不断刺激人们的欲望。佩鲁指出,“广告宣传挟持起来的攻势激起购买欲望,这种购买欲望常被人讽刺地称为‘消费癖’,表明它已成为一种流行病。产品的新颖实际上已变成一个价值,为推销更多商品而对人为需要进行的开发获得优先考虑,压倒了特权阶层、中间阶级和工资收入阶级中境况较好者的真实消费。”^[5](第98页)

(二)意识形态的整合功能

异化消费的形成,从个人方面来说,是出于炫耀地位的心理;从社会方面来说,则是出于意识形态的整合功能。在发达工业社会,消费,准确地说是异化消费,在执行着一种意识形态的功能,起着整合整个社会的作用。发达工业社会里,消费“取决于”消费水平、消费水平使消费“合法化”,如果消费水平下降的话,这个社会就将丧失其凝聚力和稳定性。人们已经习惯了把增长视为自我保持、认为无需付出额外劳动和发明而提高工资是社会应得权益的环境。在这种环境里,所有的人都能够消费同样的物品(只要有足够的钱,这在理论上是可以实现的),因而,“平等”似乎不再是遥远的期盼,而是在眼前的看得见、摸得着的东西。然而,事实上并非如此,而且,正因为这样,消费才成为一种意识形态,起着维护社会、巩固统治的作用,使人们失去了批判性、否定性的向度,成为只对现存社会持肯定态度的“单向度的人”。马尔库塞清楚地看到,“如果工人和他的老板享受同样的电视节目并游览同样的娱乐场所,如果打字员打扮得像她的雇主的女儿一样花枝招展,如果黑人挣到一辆卡德拉牌汽车,如果他们读同样的报纸,那么这种同化并不表明那些用来维护现存制度的需求和满足在何种程度上被下层人民所分享。”^[2](第9页)波德里亚在《消费社会》里对这种现象作了精辟的分析。在他看来,观看同样的电视节目等只是消费平

均化的表现,而这“丝毫不能说明什么问题,因为用消费平均化的术语来提出问题,其本身就已经意味着通过寻求商品与标志(替代层面),来替代真正的问题。”这种消费平均化造成了“在物以及社会成就和幸福的其他明显标志面前的平等”,而这并不是真正的平等”^[1](第 34, 35 页)。而且,如果这种平均化的消费一旦侵犯了“差异编码”,就会遭到压制。所以,波德里亚得出结论:“在作为使用价值的物品面前人人平等,但在作为符号和差异的那些深刻等级化了的物品面前没有丝毫平等可言。”^[1](第 85 页)

波德里亚直接地认为,消费在当代政治中起着重要的意识形态的整合功能,这种意识形态功能是从消费作为区分价值的普遍编码机制的规定性演绎出来的。“政治功效并不在于让原本充满矛盾的地方变得充满平等和平衡,而是让原本有矛盾的地方变得充满差异。社会矛盾的解药,不是平等化,而是区别分化。在编码层次上是不可能革命的——或者说革命每天都在发生,那就是‘模式的革命’,它们是非暴力的而且不影响其他。……消费并不是通过把个体们团结到舒适、满足和地位这些核心的周围来平息社会毒症(这种观点是与需求的幼稚理论相联系的,……),恰恰相反,消费是用某种编码及某种与此编码相适应的竞争性合作的无意识纪律来驯化他们;这不是通过取消便利,而是相反让他们进入游戏规则。这样消费才能只身替代一切意识形态,并同时只身负担起整个社会的一体化,就像原始社会的等级或宗教礼仪所做到的那样。”^[1](第 90 页)

三、异化消费的扬弃

我们必须明确,人类首先是一种自然性存在,因而必然要进行物质消费以维持自己的肉体存在。“消费”并不是工业社会所固有的从属概念,而是在工业社会以前就存在着的、人类开始活动以来就进行着的根源性的生活过程。在进入工业社会以后,消费的这种“人类生活过程”的含义隐蔽了起来,“消费”的概念才从属于资本主义的生产方式而处于异化状态。诚然,在前工业社会尽管也存在着惊人的“浪费”,如我国封建社会历来有“朱门酒肉臭”的现象,罗马帝国末期,封建贵族的骄奢淫逸也很有名,“但这并不构成社会经济结构有机运转的组成部分,而现代消费社会的消费现象,是资本制市场经济社会赖以维持和扩大其再生产的有机构成”^[6](第 182 页)。消费已经不是单纯为了人们的生存,而是服务于资本的逻辑——追求无止境的利润欲望。马克思精辟地分析到,消费本来是“人的自我生活过程”,而在资本主义生产方式中却被当做劳动力的再生产过程。在工业社会中,人们把自己的劳动力以工资的形式同货币交换,再拿货币去购买商品,就完成了一般意义上的消费活动。而马克思更深刻地看到了,人们这种消费活动的完成,却是劳动力的再生产的开始,即这种消费只是为了再生产劳动力,这样就把本来作为“个人生活过程”的消费纳入到巨大的资本主义生产系统之中,消费和生产共同统一于资本主义的生产方式之中。马克思在《〈政治经济学批判〉导言》中集中分析了消费与生产的关系,“所以,消费不仅是使产品成为产品的终结行为,而且也是使生产者成为生产者的终结行为。另一方面,生产生产出消费,是在生产创造出消费的一定方式,其次是由于生产把消费的动力、消费能力本身当作需要创造出来。”^[7](第 11 页)消费只是“个人生活过程”,而并非本来就呈现异化状态。因而,在我们弄清消费成为异化消费的根源之后,完全有可能还消费以本来面目,使消费重新成为“人的消费”,成为“个人生活过程”;使物质消费从“高消耗资源、高排放污染”的类型转向“低消耗、低污染”的类型;使意义消费重新回到正确的轨道上来。很多学者在这条道路上都做了许多有益的探索。

波德里亚《消费社会》一书的任务就在于:“砸烂这个如果算不上猥亵的,但算得上物品丰盛的、并由大众传媒尤其是电视竭力支撑着的恶魔般的世界,这个时时威胁着我们每一位的世界。”^[1](第 1 页)他认为,“贫困不在于财富的量少,也不在于简单地理解为目的与手段之间的关系;归根结蒂,他是一种人与人之间的关系”。“丰盛不是建立在财富之中的,而是建立在人与人之间的交流之中的。”“因此,认为在我们这个‘富裕’社会里丰盛已不存在,而且不会被生产力的无限提高和新的生产力的解放所替代,是一点也不矛盾的。因为丰盛和丰富的结构定义存在于社会组织中。惟有社会组织和社会关系的革命才能

创造它。”^[1] (第56, 57页)他在《消费社会》一书的开始就特别强调,“我们千万不要忘记在奢华与丰盛之中,它是人类活动的产物。制约它的不是自然生态规律,而是交换价值规律”^[1] (第1页)。堤清二在对消费社会作了一番“批判”之后,也试图寻求摆脱消费社会的可能途径。他认为香农在信息理论上所提出的理论,“将产生出摆脱消费社会的巨大动力”。香农理论就是把“信息量”定义为使不确定性减少的理论,通过选择使不确定性减少,所得到的信息源就会增多,因而就越有可能出现低熵状态。堤清二对这种理论寄予厚望,“信息理论如果的确适用于消费社会的话,出现低熵消费社会的可能性也将增长。”而基于目前的现实,堤清二认为,如果全球化的网络关系“能建立在尊重各民族或各地区所固有的文化和习惯的基础之上”,就可能实现香农的理论,而这样就“必须排除大众媒体国际性的控制和网络关系的一国主导型控制”,因为信息化的发展并不会导致社会的自动进步。这样,堤清二最终把视线锁定在社会结构和社会体制的调整上,把摆脱消费社会的希望置于“人的逻辑”之上。杰罗姆·卡尔也在《关于人类和地球状况的评论》这篇文章中指出,在刚刚过去的几百年中,“虽然人类取得了伟大的成就,但将来却因为生活质量的恶化和社会不平等的加剧而越来越受到威胁。所以,社会制定计划优先考虑将来已是当务之急……在这条道路上,可以把威胁的影响减至最低限度,文化的、伦理的和人道的价值观念不但能够占据优势,而且可以被加强。”^[8] (P.1)

我们可以看出,波德里亚、堤清二和杰罗姆·卡尔都认为,消费社会的弊病不在别处,就出在人自己身上。因而,走出消费社会的途径就在于对人自身的改造,改造人的价值观念,改造人类的社会组织和社会结构。人作为类存在,在本质上是自由的存在物,自由自觉的活动是人的最根本的类特性。但人的自由并不是一个永恒的常态,而是一个从低级到高级、不断实现的历史过程。虽然生活水平的提高、物质财富的增长为人的自由创造了条件,但它并不是自由本身。因为,物质欲求一般没有超越人的生物性需求,而自由的需要才真正是人的需要,满足人的自由才真正符合人的本性。如果仅仅以满足人的物质欲求为目的,那就永远不会把人提升到一个更高层次的存在。并且,生物学意义上的人,受着本能的驱使,可能在生存竞争中将“人性恶”的一面最大限度地发挥出来。而不受任何节制的本能施展,只会使人类共同体的无序性剧增而趋于解体。改造人的价值观念不仅仅是部分思想家的事情,而且是全世界每一个人的事情,因为我们每一个人的思维方式和行为方式都不能不对我们现在所处的环境负责。我们每一个人都不仅要认识到节约资源、节制消费的重要性,而且要身体力行地实践节约型消费方式,走出物质消费过度 and 意义消费错位的魔区,走出异化消费,实现真正的人的消费。实践节约型消费方式,就是要使人的需求重新成为支配消费的惟一目的,去除人们的贪欲,因为满足人的需求和满足人的贪欲是不同的,前者是人性的,而后者则是人间罪恶的根源。这对于已经习惯于浪费生活的人们来说,无疑是非常困难的,因为人们通过经验形成的、使实践行为持续下去的消费习惯是难以一时改变的,这将是一个极为痛苦的过程。正如莱斯特·R·布朗在《建设一个持续发展的社会》的结尾处所说的,“假如我们失败了,这也并不是因为我们不知道需要去做些什么。我们与马亚人不同,我们知道我们必须去做些什么。我们不久就会知道我们究竟有没有这样做的理想和意志”^[9] (第297页)。杰罗姆·卡尔也在《关于人类和地球状况的评论》这篇文章的结尾处发出感慨:“我们生活在这样一个世界,在那里,社会内部和社会之间存在着巨大的不平等,这也是一个其将来正在遭受威胁的世界。我们要把自然变成它自己的过程呢——这是一条非常严酷之路,还是世界的人口及其领导者愿意而且能够采取重要的有胆识的步骤以减轻自然界的严酷性,保护地球,建设一个更平等且人道的将来呢”^[8] (P.12)。

改造人类的社会组织和社会结构,主要是改变社会的经济活动过程。弗洛姆指出,如果我们的目的是将异化消费转变为人的消费,我们就必须改变产生异化消费的经济活动过程,“这就意味着将生产引向那些现存的实际需要还未完全满足的领域,而不是那些人为制造需要的领域”^[10] (第314页)。因为消费社会只把人们视为经济人、看作消费者,而遗忘了人是在社会历史中生活的追求意义的存在,应该把人从“经济人”的意识中解脱出来,把社会生产从追逐巨额利润的目的中解脱出来。正如舒尔曼所说,“一旦经济主义主宰了技术,利润取得了核心的地位,商品的生产就不再受到消费者的当前需要的支配。

相反,需要是为了商业性原因而通过广告创造出来的。技术的产品甚至不经人们的追求而强加于人们。”^[11](第 359 页)这就要求社会建立正确的生产目的,生产不再是为了追求无限的利润,而是为了满足人民群众的物质和文化生活的需求。

我国是世界上最大的发展中国家,改革开放之后,我国的发展已经取得了举世瞩目的伟大成就。在一些较为发达的地区,人们的消费活动也有过度奢侈、炫耀消费的倾向。这种现象如不加以自觉防范,就难免重蹈发达国家的覆辙。我国不仅是发展中国家,而且是社会主义国家;我国的经济体制是社会主义市场经济体制,不仅要遵守市场经济的运转规则,而且还要体现社会主义制度的特点。而社会主义生产之区别于资本主义生产,就在于其目的不是追求巨额利润,不是满足少数人奢侈的物欲,而是满足最广大人民群众的物质和文化需要。我们必须紧紧抓住这一点,不能有丝毫放松。这对于我国实行可持续的发展战略,对于我国长久地屹立于世界民族之林,乃至对于整个世界的发展都具有重要意义。

[参 考 文 献]

- [1] [美]波德里亚. 消费社会[M]. 南京:南京大学出版社,2000.
- [2] [美]马尔库塞. 单向度的人[M]. 重庆:重庆出版社,1993.
- [3] [英]罗伯特·法兰克,菲力普·库克. 赢家通吃的社会[M]. 海口:海南出版社,1998.
- [4] [美]弗洛姆. 健全的社会[M]. 北京:中国文联出版社,1988.
- [5] [英]佩鲁. 新发展观[M]. 北京:华夏出版社,1987.
- [6] [日]堤清二. 消费社会批判[M]. 北京:经济科学出版社,1998.
- [7] [德]马克思,恩格斯. 马克思恩格斯选集:第 2 卷[M]. 北京:人民出版社,1995.
- [8] KARLE, Jerome. Some Remarks on the Human and Condition[A]. YAMAGUCHI, Kaoru. Sustainable Global communities in the Information Age[C]. England: Adamantine Press Limited, 1997.
- [9] [比]莱斯特·R·布朗. 建设一个持续发展的社会[M]. 北京:科学技术文献出版社,1996.
- [10] [美]弗洛姆. 弗洛姆文集[M]. 北京:改革出版社,1997.
- [11] [美]舒尔曼. 科技时代与人类未来[M]. 北京:东方出版社,1995.

(责任编辑 严 真)

Alien Consumption & Its Being Transcended

CHEN Xiang-yi

(Philosophy School, Wuhan University, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biography: CHEN Xiang-yi (1972-), male, Post doctoral researcher, Philosophy School Wuhan University, Wuhan University, majoring in social development.

Abstract: In some developed areas, an alien situation has emerged for human consumption activities, namely, the excess of material consumption and the confusion of meaning consumption. There are two reasons for it, one is personal psychology of parading his status, the other is social reconciliation function from ideology. We maintain that a sustainable consumption style should be set up, and its way lies in the remolding of human itself, including human concept of value, social organization and structure.

Key words: consumption; alienation; sustainable; remolding