

【伦理与道德】

对消费主义文化思潮的伦理反思*

陈伟宏

摘要:作为一种文化思潮的消费主义,是指以获取商品特别是非生存所需的奢侈品,将对物质的过度占有和无限消费作为人生最高目的,并从购买和展示新物品的过程中彰显身份地位的生活方式和价值观念。人们观察到的社会现实以及文化学、社会学和经济学等学科的研究表明,消费主义文化对当代中国经济社会发展以及个人的生活方式与价值观带来了深刻和重大的影响。对消费主义文化展开伦理反思,其目的是揭示消费主义建构的新型消费伦理的本质特征。从文化形态学的角度看,消费主义是物质主义文化的一种表现形式;从价值观的角度看,消费主义推崇的是享乐主义和利己主义价值观;从人与物关系的角度看,消费主义导致了人的异化;从消费与人权关系的角度看,消费主义营造了自由与平等的虚假幻象。

关键词:消费主义;物质主义;价值观;人的异化;自由与平等

中图分类号:B82

文献标识码:A

文章编号:1003-0751(2021)05-0101-06

作为一种社会文化思潮的消费主义,受到国内外文化学、社会学和经济学等多学科学者的密切关注,并取得了大量的研究成果。不同学科研究消费主义思潮各有其侧重点。从伦理学视角反思消费主义思潮,其重点是讨论消费主义思潮所推崇的生活方式和内含的价值观念的伦理实质,以揭示消费主义思潮所建构的新型消费文化之于经济社会发展和人们道德生活的负面影响。对消费主义文化思潮进行伦理批判,与满足人们日益增长的美好生活需要并不矛盾,美好生活不等于无节制的物质消费,唯有建立在科学、理性和节俭基础之上的绿色消费方式,才能够给人们带来真正的美好生活体验。

一、消费主义文化思潮及其在中国的影响

据西方学者的研究,消费主义自中世纪晚期便在欧洲初见端倪,最初的标志是有钱阶层对食糖的

钟情而导致的对该商品需求市场的日益扩大,食糖在欧洲成为人们一种大规模消费的商品。虽然对食糖的消费尚未形成成熟的消费主义,但它确实显示了人们沉迷于食糖这一绝非必需的食物新嗜好的出现。到18世纪中期,消费主义就已存在于英国、法国、荷兰、比利时、卢森堡及德国和意大利部分地区。^①因此,消费主义文化的出现显然与资本主义生产方式和生活方式的形成与发展密切联系在一起。现代意义上的消费主义文化思潮从19世纪之初开始出现,进入20世纪之后得到了广泛的响应;第一次世界大战后开始向西欧传播,第二次世界大战后发达国家开始普遍流行;20世纪80年代以后,蔓延到广大发展中国家,在地球的每一个角落传播和实践,成为一种全球性的、普遍性的经济和文化现象。

那么,何谓消费主义?在描述意义上可以做这样的界定:消费主义描述了这样一种社会,其中的许

收稿日期:2021-03-06

* 基金项目:国家社会科学基金一般项目“公民道德建设的濡化机制研究”(20BZX123);江苏省研究生科研与实践创新计划项目(KYCX20_0158);中央高校基本科研业务费专项资金资助(3213002102D);上海市马克思主义理论教学研究“中青年拔尖人才”支持计划项目。

作者简介:陈伟宏,女,东南大学人文学院博士生(南京 211189),上海对外经贸大学马克思主义学院副教授(上海 201620)。

多人在一定程度上通过获取商品来制定人生目标,而这些商品绝非他们生存所需,他们沉迷于获取商品的过程之中,并以购买和展示新物品的行为体现自己的身价和地位。在这种社会里,众多特定人物,从千方百计吸引顾客购买非急需之物的店主,到受雇为现有型号注入创意的产品设计师,再到试图创造新需求的广告商,既鼓励又服务于消费主义。^②大多数学者都认同,消费主义是一种社会思潮、价值观念、文化态度或生活方式,这是学者们对消费主义概念的基本共识。但是,不同学科研究消费主义的侧重点存在差异。例如,文化学研究消费主义,侧重于阐释消费者的消费行为所体现出来的文化倾向;社会学研究消费主义,侧重于阐释消费事实之于社会发展和个人生活方式的影响;经济学研究消费主义,侧重于阐释扩大消费需求与促进经济增长之间的关系;伦理学研究消费主义,则侧重于阐释消费主义所推崇的生活方式和内含的价值观念。

自消费主义在全球蔓延以来,国内外学者对消费主义的研究呈现出多学科、多维度的阐释态势,虽然在对消费主义一般特征的认定上达成了基本共识,即将消费主义视为一种社会文化思潮、价值观念、生活态度或生活方式,但是,关于消费主义的具体内涵却从多个角度提出了多种说法,主要包括:(1)所谓消费主义,是指一种鼓吹在大众生活层面上进行高消费的价值观念、文化态度或生活方式。(2)消费主义是指人们的一种毫无顾忌、毫无节制地消耗物质财富和自然资源,并把消费看作是人生最高目的的一种消费观和价值观。(3)所谓消费主义主要是指以美国为代表的、在西方发达资本主义国家普遍存在,同时也在不发达国家流行的一种文化态度、价值观念或生活方式。(4)消费主义是一种全球性文化—意识形态,指的是个体的生活方式。(5)消费主义是人们对待消费的一种观念和态度,它是一种对于购买消费品的痴迷沉溺和嗜好倾向。(6)消费主义是一种生活方式,更是一种意识形态,具有明显的价值诉求。(7)消费主义是一种社会事实行为实践,是现实生活中存在的物品消费日益增长的社会事实或行为实践。(8)消费主义是来自资本主义意识形态的基本教义,即把尽可能多地占有和消费物质产品作为个人自我满足和获得快乐的第一位要求。

学者们从不同的学科视野解说消费主义的内涵

及其性质,反映出消费主义文化思潮对社会生活和个人生活多方面的影响之深远,需要从多学科的维度展开广泛和深入的研究。综合起来看,消费主义是追求和崇尚过度的物质占有或消费,并以此作为美好生活和人生目的的价值观念,以及在这个观念支配下的行为实践。消费主义既不是一种单纯的价值观念,也不是一种单纯的行为实践,而是价值观念和行为实践的结合,其基本特征是既特别注重物质消费,又特别注重物质消费的象征意义。^③

近几十年来,中国经济生活、社会生活和文化生活等领域发生了显著而深刻的变化,尤其是人们的消费观念、消费方式及生活方式发生的变化,更为引人注目。这些变化所涉及的问题不只存在于经济生活领域,而是涉及整个社会价值观念的变迁和个人生活方式的改变。一个可以感知到的客观现实是,伴随着我国经济的迅速增长和社会结构的急速转型,我国在改革开放后开始进入大规模消费时代,并以后来者追赶的方式逐步进入消费社会。在我国社会进入大规模消费时代以后,人们的消费心理与生活方式也出现了趋向消费主义的态势。在当今的全球化时代,虽然中国尚是发展中国家,但由于受各种传媒广告以及科技尤其是互联网和商业结合所产生的巨大作用的影响,社会以及很多普通民众已然自觉地、积极地、主动地步入了大量消费的时代。人们能够观察到的社会现实以及包括文化学、社会学和经济学在内的各学科的研究均表明,消费主义文化思潮已经对当代中国的经济社会发展和国民的生活方式及价值观念带来了深刻的和重大的影响。通过参与日常生活消费和类似“11·11 购物狂欢节”等商家精心设计的超大型狂欢购物活动,普通中国人身体力行地融入消费浪潮之中,在不知不觉间接受了消费主义的生产方式、生活方式和文化表达方式。

二、消费主义是物质主义文化的一种表现形式

从文化形态学的角度看,消费主义文化思潮是物质主义文化的一种表现形式。物质主义是强调拥有物质财富重要性的个人价值观,而消费主义所引导的“消费文化是 20 世纪后半叶出现在欧美社会的物质文化的一种特殊形式”^④。现代社会是消费社会,而消费社会的直观特征就是物质的堆积和丰盛。当代人生活在物质极大丰富的时代,每天穿梭于极其丰盛的物质的“原始森林”之中,琳琅满目的

各类商品不断地刺激着人们的需求欲望,使得消费活动成为一种非理性的狂欢。“在以往所有的文明中,能够在一代一代人之后存在下来的是物,是经久不衰的工具或建筑物,而今天,看到物的产生、完善和消亡的却是我们自己。”^⑤毋庸讳言,人类已进入一个商品“富余”的时代,但与此同时,生产厂商又不断地投入资本和原材料,制造出品类更加繁多的商品,然后以各种方式来营造消费理念,不断刺激和推动着人们进行合理的和不合理的消费,如此循环往复,使得消费控制着整个现代社会生活的运转,甚至支配了人们对日常生活方式和对幸福生活的理解。无论从哪个角度看,人的欲望的不断更新以及毫无节制的膨胀,成为消费主义文化思潮的一个重要特点。

消费主义将人们带到一个对物质追求永不满足的生活状态之中。人为了生存和发展,必须有正常的消费需要,而正常的生理性消费需要是容易满足的。与此相对,消费主义追求的是超越正常消费需求之上的“欲望”和“刺激”,而“欲望”和“刺激”所带来的需求是无限的,永远不可能满足,“就更为广泛的消费者选择而言,欲望的永久不满足被发现了(而且,更普遍的是,就自由而言,欲望的永不满足也被发现了)。消费的促进,犹如自由的冲动,导致了自身满足的不可能”^⑥。消费主义意义上的所谓满足,不是生理性需要的满足,而是超越了生理性满足进入了心理层次的“欲望”和“刺激”。消费主义的目标不是寻求财富和积累财富,在本质上,它是指通过占有和消费物品而获得永不满足的快乐。尽管人们的正常生理需要是相对不变的,但由于人们的“欲望”和“刺激”是不断变化的,因而,人们对物品的需求就成为无限的需求。“表面上以物品和享受为轴心和导向的消费行为实际上指向的是其他完全不同的目标:即对欲望曲折隐喻式表达的目标、通过区别符号来生产价值社会编码的目标。”^⑦消费主义的“欲望”和“刺激”并不只是表现在对物质产品的追逐中,而且还以“隐喻式”的表达呈现出来,符号消费即是消费主义文化“隐喻式”表达的核心形态之一。商品不仅是一种物品,它还是一种符号,能够给消费者提供社会声望并表现消费者的独特个性和社会地位,商品具有了更多的建构自我认同的社会伦理意义。“对许多物品,我们根本没有使用它的要求。我们获得物品就是为了占有它们。我们满足

于无使用价值的占有……在人们对占有使用物品感到的愉快中,由财富而感到显赫的满足仍是第一位的……它们标明了所有者的社会地位。”^⑧即便一些物品并不是自己生活所急需的,但是,由于它们具有使用价值之外的符号意义,因而,拥有这些物品,也就意味着在社会伦理关系秩序之中占据了一定的位置。符号消费满足了人们对差异性自我认同的追求,人们通过对物品符号价值的追逐,向他人和社会展示自己的身份与地位。

消费主义鼓吹对物质产品进行无节制消费和高消费的合理性与正当性,表现出消费主义文化对物质主义文化的价值认同。消费主义文化通过各种传播媒介建构起来的、表达“欲望”和“刺激”的物质需求,调动和激发了消费者的无限欲求,使得消费者不再满足于以生存为价值尺度和伦理尺度的理性与节制消费,而是沉溺在以满足“欲望”和“刺激”为目标的无限度消费之中。消费主义之所以能够快速地在全球得以传播,资本力量的推动是根本原因之一。作为文化思潮的消费主义,在其与资本力量合谋以后,不仅最大限度地实现了资本的增殖,而且为无节制地满足人们的“欲望”和“刺激”提供了充裕的物质条件和多样的消费平台。消费的本质是对人的生存和发展需要的适度满足,人类理应通过使用和享受物质产品去创造出“同人的本质和自然界的本质的全部丰富性相适应的人的感觉”^⑨。但是,消费主义将人的本质定义在单一的追求物质财富的层次上,只考虑个人的物质需求,导致了个人与他人、社会和自然之间丰富伦理联系的断裂,这是执着于物欲消费必然带来的伦理后果。

三、消费主义推崇享乐主义和利己主义价值观

从价值观的角度看,消费主义文化思潮推崇的是享乐主义和利己主义价值观。由于消费主义文化“与一般宗教、尤其是清教徒所恪守的传统古训(禁欲、勤奋、远见和节俭)背道而驰,人们奉行‘及时行乐’的人生哲学,所以……消费主义导致了精神贫乏空虚、享乐型的利己主义”^⑩。消费主义是一种鼓励及时享乐、追逐眼前的享受快感、培养物质主义生活方式和发展自恋个性的消费文化。在消费主义文化的视界中,即时购买、及时行乐、追逐现实享乐的价值观念不仅合理而且合乎道德。这种由消费主义制造出来的新型消费伦理“被广告业所控制,它大

肆鼓吹的是得过且过、享乐主义、自我表现、美的身体、异教主义、逃避社会义务”^⑩。消费主义不仅将消费和占有尽可能多的物品视为人生的终极价值,而且改变了通过消费满足个体生活特定需要的商品使用价值的原初意义。通过各种媒体发布的大量广告和商品的展陈技巧,商品给予消费者的视觉和心理冲击力不再囿于商品原有的使用价值,而是更加重视商品使用价值之外的符号意义价值。消费主义文化以符号消费的方式,向消费者传播着享乐主义和利己主义的价值观。

消费主义文化思潮塑造的享乐主义和利己主义价值观,带有明显的物质主义特色。物质主义是一种强调拥有物质财富重要性的个人价值观,信奉物质主义价值观的人们具有四方面的人格和行为特征:“其一,特别看重财物的获得,渴望更高水平的收入,更重视经济安全,而更少注重人际关系;其二,自我中心和自私,更愿意保留资源为自己所用,而不愿意与他人分享自己所拥有的东西;其三,追求充满财物的生活风格,不愿意过物质简单的生活,如在交通方面,他们往往会选择汽车而非自行车;其四,相对于非物质主义者,物质主义者对生活更不满意。”^⑪由此可见,由消费主义而产生的享乐主义和利己主义价值观,与物质主义有着非常紧密的联系,甚至可以说,如果在消费生活中无限度地追求物质主义,必然会生成享乐主义和利己主义价值观。物质主义代表着人对大量拥有物质财富的“欲望”,而在追逐物质欲望的过程中,个人的获得和享用是最为重要的,至于是不是影响了其他人对物质财富的享有,是不是对地球生态环境造成了破坏,则是不必和不值得考量的。因而,在消费生活中,“消费者行为的精髓,不再是一组可测量的具有明显特征的需要,而是欲望这一比需要短暂多变、难以捉摸、变幻莫测得多,而且重要的是比需要更无所指的实体,一个不需要其他证明和理由的自我遗忘、自我驱动的动机”^⑫。近现代以来,建立在传统宗教和传统道德观念基础上的对人的思想和行为的束缚逐渐被解除,人获得了空前的解放,人权意识越来越普及和强化,人的自主性和独立性得到很大程度的提升,道德上对个人追求幸福生活的行为予以肯定,人们的物质享受欲望被极大地激发起来。而消费主义文化又鼓励人们追求物质利益、追求金钱财富,这就给享乐主义和利己主义价值观的形成与发展带来了适宜的

社会文化环境。由资本逻辑主宰的市场经济原则促使人们在消费生活中不遗余力地追求物质享受,享乐主义和利己主义价值观渗透到人的精神生活和心灵世界之中。

消费主义推崇享乐主义和利己主义价值观,必然导致个人道德责任感的缺失。消费主义宣扬的是“生存即消费”“生存即占有”的人生价值观,生活的所有目标就是为了消费,而消费构成了生活的一切。“当消费和享乐主义向每个人的极限发起挑战时,对真正自由、发言权和责任的需求就会被减少。”^⑬在消费主义文化引导下的奢侈消费和奢华生活,将直接影响人们对道德观和幸福观的理解。由于将消费活动和享乐主义以及利己主义结合在一起,而这样的消费和享乐是个人化的行为,因此,个人完全沉浸于消费的享乐,就会忽视甚至放弃对他人、对社会和对自然的道德责任,将个人享受的满足放置在最高的位置,就难以兼顾他人、社会和自然的利益与价值。这种围绕物质消费和物质享乐的生活态度,就是以感性快乐为准则的人生价值观和幸福观的具体表现。

四、消费主义导致人的异化

从人与物关系的角度看,消费主义导致了人的本质的异化。以满足人们超过生存和发展之基本生活需要之外的“欲望”和“刺激”为特征的消费主义大众消费文化,一味重视物质消费,主张消费至上,倡导以对物质的占有方式促进人们心理上的满足,把物欲满足和感官享受作为人生追求的目标和价值。由于无限追求物质的消费和占有,人越来越成为一个贪婪的、被动的物质产品消费者,人们所消耗的物品不是用来为人服务,相反,人的本质被物所异化,人成了物品的奴仆。在对财富和物品的贪婪追逐过程中,人不仅被物所困,被物的欲望牵着走,而且失去了个体自主选择消费的自由。消费主义的物质消费不是个体真实意志的主动自由消费,而是受资本逻辑所操控的被动消费,落入资本逻辑的窠臼之中。

西方马克思主义代表人物马尔库塞认为,现代工业社会对消费生活的控制,泯灭了人的批判性、否定性及个性,而娱乐性、消费性文化的盛行,又使得人们的精神世界呈现出“齐一性”与片面性,由此导致人的个性丧失,成为单向度的人。消费异化的根

源是什么?按照马尔库塞的分析,科学技术的发展既满足了人对物质需求的持续追求,但同时也在不知不觉间完成了对人的奴役,科学技术的进步在越来越大的程度上代替了个人在创造财富和接受服务中做出决定的自由。科学技术作为意识形态,还实现了对人的精神意识和思想观念的操控。由于科学技术的迅猛进步,社会的物质财富得以剧增,当代社会借助大众传媒宣扬消费主义的价值观念和生活方式,在一种消费需要满足以后,又无休止地给人制造出各种新的消费需要,使人们沉醉于丰富的物质商品消费中而不能自拔。然而,有些消费并非人的真实需要,而是一种虚假消费,为了服务于资本对利润无限追求的目标,就得不断地制造虚假需求和虚假消费。“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、侵略、不幸和不公平长期存在下去……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,这些都是虚假需求。”^⑤通过资本力量推行的消费,无论是真实的还是虚假的,实际上都带有“强制性消费”的特征,它们无限制地刺激了人的物质欲望,使得人们把这种原本不需要的虚假需求误认为真实需求而加以追逐,人在经济生活和文化生活中成为物质欲望的附庸,并产生人的异化。不是为了满足人的真实需要而生产商品,而是为了使商品能够被消费才有人存在,生产和消费过程呈现出非人道化的趋向。

在消费问题上,消费主义文化往往采取非理性、虚假性和制造性的手法,诱导并运作人的内在欲求,使人在物质欲望中自我沦陷,并沉浸其中自得其乐而无法自拔。消费主义文化引导下的消费关系导致了现代社会一种新型异化关系的出现,表象上去政治化、去道德化和远离意识形态的消费主义,实质上是对人的隐性控制与奴役。马克思主义对这种人向物欲顶礼膜拜的异化现象给予了犀利的批判。“金钱贬低了人所崇奉的一切神,并把一切神都变成商品。金钱是一切事物的普遍的、独立自在的价值。因此它剥夺了整个世界——人的世界和自然界——固有的价值。金钱是人的劳动和人的存在的同人相异化的本质;这种异己的本质统治了人,而人则向它顶礼膜拜。”^⑥消费主义文化将人存在和发展的目的与物质消费和占有紧密联系起来,认为个体的消费行为能够反映一个人的成功、名望和声誉等,主张在消费和占有物质产品中感受生活的意义和价值。消

费主义文化中的人与物的联系,不是以实际生活需求为中介,而是被外在于人的本质的资本和权力等力量所刺激起来的欲望所支配。人们因为对消费的着迷而丧失了对本真性道德生活的渴望与追求,而资本拥有者则依靠控制人们的消费行为操纵了整个社会生活。人与人的伦理交往关系转化为消费生活物品的买卖和交换关系,由此,人们之间的伦理关系就异化为人与物和物与物的关系,而非真正的社会伦理关系,最终导致人格的丧失。

五、消费主义营造自由与平等的虚假幻象

从消费与人权关系的角度看,消费主义文化营造了自由与平等的虚假幻象。消费主义鼓励人们依凭自己的物质欲望进行自由自在的消费,这种物质主义的消费观是经济自由主义话语体系在消费生活领域的体现。消费主义文化思潮宣称:个体有充分的消费自由权,一个人消费什么、怎样消费和消费多少等问题与任何他人及组织无关,完全取决于个人的自主选择;在消费活动中,应尊重个人的自由选择权利,任何他人和组织不得干涉、阻碍和控制个人的消费自由。因此,个人选择将物欲满足和感官享受作为人生追求的目标和价值,自然也是个人消费自由和消费权利的体现。物品是人生产出来并用来满足人的需要的,然而,消费主义文化刺激个人对财富和物品的过度追求,却导致了“人为物役”的消费异化现象,在对财富和物品的贪婪追逐过程中,人不仅被物所困、被物的欲望牵着走,而且失去了自主消费的真正自由。现代消费社会中看起来是基于个人自由选择的消费行为,实际上是资本逻辑刻意制造出来并服务于资本逻辑的不自由消费行为。

消费主义文化思潮声称,“在需求和满足原则面前人人平等,在物与财富的使用价值面前人人平等”^⑦。在当今的消费社会,商品和服务极大丰富,加之广告和宣传的卖力推销,给消费者营造出“消费自由”“消费平等”的消费人权景观。在以往物质匮乏年代,由于阶级、身份和财富的不同所造成的人与人之间的消费差异与消费不平等似乎消失不见,所有的消费者都沉溺于消费选择自由和平等交换的欣喜之中。从表象上看,消费者具有消费商品的自由选择权以及平等享用商品和接受服务的权利,一个人只要有足够的金钱和时间就可以自由选择其所希求的商品和期待的服务。但是,这种表面上的消

