

消费主义产生的根源分析

荆钰婷 李程程

(浙江理工大学 浙江 杭州 310018)

【内容摘要】随着改革开放的深入和经济全球化进程的加快,起源于西方资本主义世界的消费主义思潮已经席卷中国,正日益影响着人们的价值观念和生活方式。本文通过分析消费主义产生的文化根源,试图建立起对消费主义的正确认识,并为树立理性的消费观念奠定坚实的基础。

【关键词】消费主义 文化源头 分析

中图分类号 F0

文献标识码 A

文章编号 1007-9106(2010)10-0038-03

随着改革开放的深入和经济全球化进程的加快,起源于西方资本主义世界的消费主义思潮已经席卷我国,正日益影响着人们的价值观念和生活方式。目前学界对于消费主义的研究主要集中在消费有利于经济发展、怎样建立正确的消费伦理观等方面。笔者认为,只有从文化根源上分析消费主义产生的原因,才能建立起对消费主义的正确认识,并确定理性的消费观念。

一、消费主义的概念

关于什么是消费主义,有学者认为,消费主义是指这样一种生活方式:消费的目的不是为了传统意义上实际生存需要(needs)的满足,而是为了被现代文化刺激起来的欲望(wants)的满足;^[1]还有很多学者认为消费主义是“一种过度追求和崇拜物质占有或将消费作为美好生活和人生目标的价值观念,以及在这种观念支配下的行为实践”^[2]。美国学者丹尼尔·贝尔认为,消费主义的主要表现即将大量消费、高水准的生活视为经济制度的合法目的、社会发展的主要手段和个人生活的根本追求。笔者认为,不论是强调欲望表现形态、生活方式、还是行为实践,都可以清楚的归纳出消费主义的组成要件,简单说来就是,消费主义是将大量物质占有和高消费作为人生根本追求的价值观念和生活方式。

我国受消费主义的影响是从改革开放开始的,改革开放以前我国经济发展水平低下,人们的消费能力极其有限,再加上当时处于计划经济时期,政治上反对资本主义自由化,道德上崇尚勤俭节约,因此没有消费主义赖以产生的社会土壤。改革开放之后,随着经济水平的提高,居民的个人财富也得到了一定程度的积累,商品的种类逐渐丰富。尤其是西方发达国家在展示其迷人的经济和科技发展成果时,越来越多的人同时被他们奢侈化的生活方式所征服,开始沉溺于纸醉金迷的物质享受。另外为促进经济发展,国家采

取了鼓励消费的政策,消费主义逐步扩大在我国的影响力。

在消费主义的影响下,人们的生活越来越物质化,消费水平高的有钱人前所未有地被人们所艳羡、追捧,消费水平的高低甚至成为衡量一个人是否成功的重要标志,节俭、谦虚等传统美德逐步被丢弃,商品是不是被淘汰取决于是不是还流行,节俭的人被嘲笑为“老土”,追逐时尚的人被称为“潮人”,自曝隐私甚至自我炒作被称为“有头脑”,商品的包装越来越豪华,种类越来越多样,以满足一些人不断追逐时尚的消费需求……人们的生活意义越来越被降低并定位于奢华的物质享受——活着为了赚钱,赚钱为了住大房,开靓车,出入豪华餐厅吃美味……盲目消费、炫耀消费、超前消费纷纷呈现,这些消费形式浪费了大量的资源,造成了巨大的环境资源压力,更为严重的是因为社会评价标准的单一和人们的相互攀比给人们增加了无形的生活压力,消解了人们的精神追求,最终降低了人的生活品质。

就在消费主义思潮风靡全球,引发日益严重的各种问题时,我们不得不冷静下来思考,消费主义是一种什么样的思潮?究竟是怎样产生的?我们该怎样认识它?

二、消费主义的特征

消费主义是一种非理性的消费文化观念,它明显具有以下特征:

1. 过分追求享受

消费,本身是用来满足人作为一个生命个体存在和发展需要的行为。而人作为高级动物其需要是多层次的,既有物质需要又有精神追求,通常物质需要仅仅是为实现更高水平精神追求的手段,它不是目的。在物质条件和自身能力允许的情况下,为了节省时间或体力,为了有益于身体健康和自身发展,适当满足自身的享受性需要,在一定程度上是合理的,也是必要的。但是消费主义却将消费的目的改变

* 作者简介:荆钰婷,浙江理工大学思想政治研究所副教授;李程程,浙江理工大学思想政治教育专业研究生。

了,消费不再是为了满足生存或发展的需要,而是为了满足日新月异的物欲享乐需求,似乎永无止境的物欲享受才是人生追求的终极目标。在消费主义的观念支配下,一个不关心精神需求的人却常常为购买了一件款式时尚的商品而欣喜,为饕餮了一顿盛宴而满足,为出入某个昂贵的场所而自豪,为拥有了别人达不到的高消费水平而骄傲……为需要而购买的消费观念变成了为享受而消费,而每次物质欲望的阶段性满足带来的都只是短暂的快乐,这短暂的快乐很快就被更新、更大的欲望所替代,在新的物质欲望支配下,这些人不得不再次投入到新一轮物欲享受的追逐中去。为了满足自己的物欲要求,他们不择手段地谋取金钱利益,急功近利地对待工作、出卖尊严地自我炒作,有的为豪车豪宅而淡漠了亲情,还有的甚至做出违背道德、违反法律的行为,并付出惨痛的代价。因此,消费主义的享受性看似合情合理,实际上却是万恶的根源之一。

2. 片面羡慕虚荣

上面讲过,正常的消费是因为有需要,需要物的使用价值。而在消费主义的观念支配下,最需要的不一定是物的使用价值,而是物的符号象征意义。商品不仅仅是一种商品,更多的被看作是一种符号,一种代表身份、地位或能力的符号,看作是取得社会认同、彰显社会等级的主要手段之一。比如:一个人口渴了,应该买水来解渴,但看到社会上都流行喝可乐,就觉得喝可乐特别时髦、特别有面子,于是不管是否必要、对身体是否有益,也跟着买可乐喝。好像不喝可乐喝白开水就是老土,就代表落后,而选择水还是可乐,就是区别人们老土或时髦的一种符号。同样,住大房子还是住小房子就变成了成功与失败的象征……这样,各方面的消费都变成了或时尚、或尊严、或成功、或地位一种象征,消费已不再是单纯的消费,不再是单纯对物的需要的满足,而成为一种表征社会身份、被大家广为接受的符号。在这样的一个环境里,越来越多的人被卷入其中,去消费一些自己并不需要或并不适合的商品。

3. 严重挥霍资源

消费主义所倡导的消费具有挥霍性的特点。以生存、发展为目的的消费注重的是商品的使用价值,消费的多少以人的生存和发展需求为限,因此它必然是节俭型的消费。但是消费主义所倡导的消费是享受性的消费,象征性的消费,人们的消费完全超出了生存和发展需要的基本界限,因此,这种消费不可避免地具有挥霍浪费的性质。追求享受,就可以饕餮盛宴,声色犬马,追逐时尚,就不断地将还能使用的物品更新换代,哪怕是物品仍具有使用价值,也会变成“垃圾”被扔掉,相互攀比,看重消费所带来的符号价值,就对豪宅、豪车、名表一掷万金……挥霍性的消费不仅使人们陷于不健康的生活方式之中,而且越来越多的社会财富和社会资源被浪费。而为迎合人们的口味,商家不断将商品推陈出新,制造时尚的商品,时尚来去如风,商品的寿命也越来越短,一批批很快地被淘汰。这种消费方式对资源的浪费非常惊人,难怪有人惊呼我们把子孙的资源都消耗掉了!而近年来气候异常,生态失衡,濒危物种几近灭绝,也跟人类挥霍性的消费方式不无关系。

三、消费主义产生的文化根源

19世纪末,美国成为第二次科技革命的中心,生产力大发展带来的物质丰富使得美国早于欧洲出现了消费主义的萌芽。到了20世纪初,在资本利益的驱使下,伴随着消费有利于经济发展的观念影响,以及国家政策的鼓励下,一个以高消费为主要特征的大众化消费社会在美国首先诞生,并发展为一股强大的社会思潮。一战结束以后,消费主义开始向西欧传播。1929年爆发的资本主义经济危机所带来的萧条,暂时抑制了消费主义的发展。二战之后,消费主义逐渐复苏,成为发达国家普遍流行的一种社会思潮,并逐渐传播到了地球的每一个角落。

消费主义源于西方,要挖掘其产生的根源,就一定要联系西方的文化和社会实际。

1.“把人置于万物之上”的宗教精神是消费主义产生的文化源头之一

《圣经·创世记》第1章宣扬上帝创造万物和人类,神说:“我们要照着我们的形像,按着我们的样式造人,使他们管理海里的鱼、空中的鸟、地上的牲畜和全地,并地上所爬的一切昆虫。神就照着自己的形像造人,乃是照着他的形像造男造女。神就赐福给他们……神说:‘看哪!我将遍地上一切结种子的菜蔬,和一切树上所结有核的果子,全赐给你们作食物。’”^[1]由此,根据基督教教义,人类相比于其他物种地位是至高无上的,人是物质世界中上帝的“代言人”,其他物种的管理者,自然万物的主宰。因为自然万物都是为人类而存在的,因此人类可以根据自己的需要而决定他们的生死,主宰他们的命运,这是理所应当的文化逻辑。人类征服自然、改造自然也当然地被视为“上帝”赋予人的最基本的自由和权利。这一宗教精神成为西方的文化基因,生发出了西方的科学探索精神,但也为消费主义的产生埋下了伏笔,为消费主义的发展披上了合理的文化外衣。这一观念在传统社会影响力并不明显,但在科技发达的现代社会,人类破坏环境、消耗资源的规模就显得相当惊人。

我国的传统文化则相反,中国自古认为人类是自然界的一部分,人类虽然智慧,但不可以为所欲为,而是应该合理节制自己的欲望,利用智慧把握自然规律,以赞天地之化育。因此,中国的传统思想主张对自然界的索取合理有度,有“天生物有时,地生财有限,而人之欲无极”的古训,先哲老子将“俭”视为为人处事的三宝之一,儒家学说创始人孔子把“俭”和温、良、恭、让视为同样重要的德目,中国传统的大家族几乎无一不把节俭视为重要的家训流传下来。但近代西学东渐以后,依仗着西方强大的科技和经济后盾,西方文化逐渐把持了话语权,伴随着中国文化的式微,西方消费主义等价值观念得以全面地影响我们。

2. 传统资本主义精神的瓦解解除了对消费主义的思想抑制

韦伯在他的《新教伦理与资本主义精神》中,将传统的资本主义精神概括为勤勉、精心谋划及按照节省原则去获取利润的节俭积累观念和诚实谨慎观念等。正是在这种精神的培育下,新兴资产阶级节制有度、坚韧耐劳、严于律己,这些与消费主义相悖的精神使消费主义难以兴盛。韦伯认为早期资本主义经济活动正是在于有了世俗禁欲主义的宗教限制,才发展了近代资本主义精神,进而推动了资本主义

的发展。但现代科技的飞速发展,证明上帝并不存在,宗教伦理对人们的限制渐渐减弱。正如贝尔所指出的,经过几百年的发展到今天,资本主义的两大动力——宗教冲动力与经济冲动力之间的平衡被打破,资本主义失去了宗教禁欲主义的束缚,经济冲动力成为社会前进的唯一主宰。在这种社会大背景下,勤劳节俭、艰苦奋斗的资本主义精神逐渐被抛弃,人们不再提倡节制、勤勉的价值观,转而追逐享乐和安逸。传统资本主义精神的瓦解,使减少了宗教伦理束缚的消费主义得到了进一步的发展。

3.资本主义社会积极人生意义的缺位给了消费主义可乘之机

资产阶级的意识形态不会自己揭发资本主义的腐朽性,不会号召民众去追求推翻资本主义制度的社会理想,资本主义看似民主的制度安排,实际上是资产阶级利益的基本保障。发挥个人的聪明才智,为民族富强、社会进步而奋斗,这样远大的精神理想,在个人主义盛行的资本主义社会里往往被认为是很好笑的。在资本主义的世界里,除了人们对宗教的共同信仰之外,并没有共同的、美好的社会理想,也没有改造社会现实的一致愿望。而个人主义是资本主义社会倡导的首要价值观,个体只要管好自己就行了,集体和他人的利益由“上帝”去管。个人主义价值观所标榜的个人利益至上、个人权利“神圣不能侵犯”的观念,不仅使资本主义制度具有很大的迷惑性,而且很容易使人产生一种个人的一切需求都该得到满足的观念。“存在就是合理的”,只要不违法,个人的一切选择似乎都合理,哪怕是奢侈腐化的个人生活,也应该得到社会的尊重。在现实资本主义社会中,金钱又是衡量一切价值的最高尺度,上面所讲的积极人生意义的缺位,使得很多人只能把对于人生意义的追求转移到积累财富和追求物质享受的满足上。这些都是催生消费主义的现实土壤。

4.资本获利的本能对消费主义的流行起了推波助澜的作用

马克思在《资本论》曾引用了邓宁格的一段经典的、关于资本逐利本性的话,“如果有10%的利润,资本就保证到处被使用;有20%的利润,资本就活跃起来;有50%的利润,资本就铤而走险;为了100%的利润,资本就敢践踏一切人间法律;有300%的利润,资本就敢犯任何罪行,甚至冒绞首的危险。”笔者认为这就是对“资本逐利性”的形象描述。在资本主义制度下,资本家们的一切活动都是为了获利。为了赚到钱,他们绞尽脑汁创造出令人眼花缭乱的各种样式的商品,诱惑人们不断地消费。在改变人们消费观念的同时,资本家们还采用了一些分期付款、信用卡透支等新的消费方式,银行家则加大信贷投资,延长贷款期限等手段刺激和鼓励人们的消费欲望,不断诱惑人们“花明天的钱来圆今天的梦”。贝尔在《资本主义文化矛盾》中说:“信用卡让人当场立即兑现自己的欲求。机器生产和大众消费造就了这种新制度,新欲望的不断产生、以及用以满足它们的新方法也促成了这一改变。”^[14]资本家们在利益的驱使下,费尽心

思的拉动消费。因此,从本质上看,消费主义的滋长和蔓延与资本家追逐利润的本性有很大的关系。

5.消费有功的思想观念促进了消费主义的进一步传播

19世纪末到20世纪初,特别是20世纪20、30年代的经济大危机使得经济学家和所有的商家都认识到,如果不能解决生产的无限扩大和社会需求相对萎缩之间的矛盾,资本主义生产就会出现裂痕,就会导致资本主义灭亡。因此,刺激消费就成了解决危机、促进经济快速增长重要措施,于是出现了凯恩斯主义经济理论。在凯恩斯理论的指引下,各国纷纷制定政策干预市场,刺激消费,扩大内需。二次大战后,资本主义国家的经济有了迅速增长,社会财富大量增加。人们将其归功于消费,这更加肯定了消费作为解决危机,促进发展的法宝地位。随着凯恩斯主义成为资本主义国家制定经济政策的指导思想和理论依据,鼓励和刺激消费的经济政策相继出台,有了来自国家政策的鼓励和推动,消费主义更加名正言顺的站上历史的舞台。在此种意义上,消费对经济发展的作用不仅得到经济学家和商家的认可,更是得到了国家以政策形式的肯定,这也是消费主义得以迅速席卷全球的原因之一。

消费主义是资本主义发展的副产品,并随着全球化时代的到来而风靡整个世界。如今的消费主义不仅仅是一种挥霍颓废的生活方式,还是一种蛊惑人心的价值观念,更是一种不利于人类健康发展的社会文化。在全球化、信息化,特别是在资本主义貌似越来越强大的今天,我们尤其要对资本主义的腐朽性保持高度的警觉!我们必须清楚,西方资本主义强大的经济表象背后并非全部都是正确的价值观念支撑,消费主义就是需要我们警惕,并值得我们进一步深入研究和反思的、一种十分危险的价值观念和生活方式。

参考文献:

- [1]陈昕.救赎与消费——当代中国日常生活中的消费主义[M].南京:江苏人民出版社,2003.
- [2]郑红娥.中国的消费主义及其超越[J].学术论坛,2005(11).
- [3]圣经·创世记,第1—2章。
- [4]丹尼尔·贝尔.资本主义文化矛盾[M].南京:江苏人民出版社,2007:59.
- [5][德]马克斯·韦伯著,陈平译.新教伦理与资本主义精神[M].西安:陕西师范大学出版社,2007.
- [6]金华.西方消费主义的软力量分析[J].求索,2009(5).
- [7]赵玲.消费合宜性的伦理意蕴[M].社会科学文献出版社,2007.
- [8]魏彬.当代社会消费主义及其文化的忧思[J].长春大学学报,2008(6).
- [9]王宁.“国家让渡论”:有关中国消费主义成因的新命题[J].中山大学学报(社会科学版),2007(4).
- [10]黄谦明.论消费主义思潮、经济增长方式与国民幸福[J].学术论丛,2009(1).