

消费主义的危害和对策

于霄鸣

(河南大学 哲学与公共管理学院,河南 开封 475001)

摘要:消费主义是把消费作为人生的目的和人生价值的根本尺度,主要指在西方发达资本主义国家普遍存在的一种文化态度、价值观念或生活方式。这种思潮影响着国人,因此我们必须以马克思科学的消费理论来引导人们进行合理的消费。

关键词:消费主义;虚假需要;意识形态;符号

中图分类号:F014.5 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-5322(2011)01-0036-03

一、消费主义的起源、内涵和特点

消费主义起源于19世纪末的美国。技术进步导致劳动生产率的大幅度提高和产品的过剩,消费者的欲望对商品交换价值的实现具有越来越大的作用。消费者的欲望、需要和情感成了资本作用、控制和操纵的对象,今天的生产已经不仅仅是产品的生产,而同时也是消费欲望的生产和消费激情的生产,甚至是消费者的生产。只有“生产”出一批有消费欲望和激情的消费者,产品才能卖得出去,商品生产的目的才能实现。马尔库塞把这种“欲望”叫做“虚假的需要”。他认为发达工业社会所满足的需要,却并不是人们的真正需要,而是一种虚假的需要,即由特定的社会势力在压抑人们,加诸人们的需要,是有私心的剥削者塞给人们的。“按照广告去娱乐,去嬉戏,去活动和消费,去爱和恨别人所爱和所恨的大多数现行需要,就属于这种虚伪需要的范畴。”^[1]追求体面的消费,渴求无节制的物质享受和消遣,并把这些当作生活的目的和人生的价值,它使人们成为金钱和欲望的奴隶,成了没有思想和精神的躯壳。

消费主义所带来的消费生活中对个性和自我的追求成为一种身份区分的重要手段。这种追求是通过强调自己不属于任何集体而是只属于自己来强调身份。人们所消费的不仅仅是物质产品,也是一种象征符号,在某种程度上这种符号象征着人们的身份、地位、财富等。这样的消费不再是

传统社会的消费,消费的对象不再是商品的使用价值,而是一种文化符号象征的价值,消费此时作为一种交流体系,承担着一定的“自我表达”和“身份认同”功能^[2]。正是由于对个性的追求,才推动着消费品不断在款式、外观及其功能方面不断的变化,使之适合不同的消费者。社会经济的发展和生产能力的极大提高奠定了人们消费方式转变的物质基础,由于生产出来的物品极大丰富,使得消费在整个社会经济活动中占据最重要的位置,社会生产、流通和交换都必须围绕着消费来组织。生产必须围绕消费者复杂多样的个性化需求来进行,从某种程度上说,是消费者的个性化需求在推动物品生产。消费由必需品为主转变为非必需品为主。

消费主义的特点是以自我为中心,追求自我满足的需要,不去顾及这种自我满足给自然界和人类社会造成的危害;崇物主义至上具有物质拜物教的倾向,提倡过度的占有和消费物质财富;注重商品的不是交换价值和使用价值,而是符号价值和象征意义,拼命(工作)挣钱、大量消费、超前消费、及时行乐成为消费主义的消费信条,宣扬“消费是人生的终极目标”的文化思想,过分的追求丰裕的物质生活。这里所谓“消费”并不是传统政治经济学范畴里所指的对物品的需求与满足,而是指人与物品之间的关系,消费社会中消费成为经济活动中的决定性环节。

总之,消费主义是把以消费作为人生的目的

收稿日期:2010-08-30

作者简介:于霄鸣(1981-),女,河南平顶山人,硕士研究生,研究方向:哲学与公共管理。

和人生价值的根本尺度,把消费更多的物质资料和占有更多的社会财富作为人生的幸福符号。在实际生活中毫无节制的消耗物质财富和自然资源,以寻求独特、新奇的消费行为来炫耀自己的身份地位,“我消费故我在”的价值观开始被越来越多的人接受。

二、消费主义在中国的渗透及其危害

消费主义虽然诞生于发达的资本主义社会,却同样随着经济全球化浪潮影响着我国人民的生活。改革开放以后,消费主义已经开始在中国各地扩散开来,消费主义鼓励人们到消费中去寻找人生的意义,使人们把占有和消费尽可能多,尽可能高档次的物品当作人生的价值,从而使人们对物欲的追求趋于无限,给人类带来了深重的生态危机和精神危机。

消费主义之所以能在我国泛滥,是有其物质条件和思想根源的。改革开放以来,城乡居民的收入显著提高,那些先富起来的阶层更是积累了巨大财富,这便为他们的炫耀性消费和奢侈性消费提供了资金支持。传统思想中的个人利己主义、享乐主义等落后腐朽的思想意识在膨胀起来的物质条件积淀下和外来主义的诱导下,成为现代消费主义泛滥的思想动力。

消费主义作为一种意识形态,在人们日常的消费行为和生活方式中起着对大众思想、道德、和观念的控制作用。西方消费主义对我国主流意识形态的影响,主要是是通过影响人们的日常生活方式去改变人们的思想意识和价值观念。改革开放以后西方发达资本主义国家利用各种媒体向人们展示发达资本主义国家的休闲娱乐、饮食文化等消费行为,在客观上诱导和刺激我国一部分人对各类物质享受的欲望。决定消费者需求欲望的不再是经济领域的因素,而是被文化和意识形态所控制。由于消费主义使得人尽情陶醉于消费带给他们的虚荣心、攀比心理的满足,这种意欲的满足,让他们过分地注重物质消费,严重忽视了精神消费,造成了物质消费与精神消费的不平衡,导致他们对人生观和价值观的改变。这已经逐渐形成一种社会趋势,影响着中国人的消费生活方式。这种纯粹是为了满足欲望的消费并不是实际生活中所必须的,是人们为了追求地位、权利来满足自己的优越感,是一种虚幻的心理满足。

在这种虚荣的社会心理作用以及虚假需要诱

导下,大众对高档消费品趋之若鹜。在这种消费中,人的主体性已丧失,人的消费受广告等各种时尚宣传的操纵,广告在操纵着消费的同时,其实操纵了人本身,使得人自身缺失了判断能力和评价标准。以崇拜物质追求金钱为人生价值的目标和方向,使得中国的勤俭节约、艰苦奋斗的传统美德遭到了完全否定。在消费主义意识形态的影响下,人们树立了“物”在他们的思想意识中占主导地位,一切以追求物质利益的实现和满足为目的。“在工业化的国家里,人本身越来越成为贪婪的被动的消费者,物品不是用来为人服务,相反,人却成了物品的奴仆。”^[3]“物”不仅可以满足他们生存和生活的需要,还能满足他们对社会地位、权利、名誉的追求。此时人们衡量一个人的地位价值意义时,就会以“物”为标准。而这些与“物”相联的超前消费、功利主义、个人主义、拜金主义等挥霍浪费的消费主义意识颠覆了我国社会主义传统的生活方式和价值观念,西方消费主义思想在中国开始蔓延渗透。

消费主义导致了现代生存的全面异化,给我们的经济生活、社会生活和思想意识领域造成极大的危害。消费主义实质是物质主义是一种“消费异化”,消费主义不是看中对象原本的使用价值,而是赋予对象一个形象价值,如此一来,作为消费对象的商品也就成为了一种符号,消费主义者就可以背离消费的真正目的,而把这些堆积的符号视为权利、地位和财富的象征。消费主义使消费变成一种精神需要,“人们在自己的商品中认出了自己;他们在自己的汽车、高度保真的音响设备、错层式的住宅和厨房设备中发现了自己的灵魂。”^[4]这种人生观和价值取向不仅对人们的思想和灵魂有着极大的渗透力和腐蚀作用,而且还产生了一种消极的示范作用,诱惑人们不择手段的追求权利和金钱,不顾一切后果的去享受。在这种消费观念的引导下,最终导致了人们生活方式的遗憾精神的异化和价值追求的异化。自然资本、财富乃至代际利益,还包裹道德沦丧所导致的人性泯灭。

三、遏制消费主义,树立健康的消费观

消费主义这种毫无节制地消耗物质财富和自然资源,并把消费作为人生最高目的的消费观和价值观,造成了当前生态危机和诸多环保问题。马克思指出:“一定的意识形态的解体足以使整

个时代覆灭”^[5]。所以面对新形势下隐藏在日常生活中的西方消费主义文化意识形态的影响与渗透,如何防范和抵制西方消费主义文化也就成了当前我们亟待解决的重大问题。

树立正确健康的消费观,建立可持续消费观,即树立以生态为取向的消费观,主张最大限度地减少自然资源的使用和破坏,维持资源的再生力和社会的可持续发展。必须建立人与自然和谐共生的消费观,才不至于把贫穷和灾难留给后代,才能实现经济社会的可持续发展,才能最好、最充分的满足广大人民的消费需要。因此,要扼制消费主义就必须对消费者进行教育,反对和抵制各种不良消费行为。政府的思想教育和各种媒体的舆论指导有极其重要的作用。

一方面,党和政府要始终坚持马列主义、毛泽东思想和邓小平理论和“三个代表”重要思想的社会主义意识形态主导地位,指导人们的人生观、世界观和价值观。引导人们理性的对待消费主义反对消费主义的价值取向。运用行政手段、经济手段和法律手段扼制消费主义,也是十分必要的。进一步完善有关法律法规,加强执法力度,坚决禁止过度占有消费资源而严重侵犯公共利益的行

为。党的十六大报告指出:通过发展先进文化,加强中国特色社会主义的文化建设,就是发展有中国特色的社会主义文化,就是发展和强化社会主义意识形态。因此我们要不断,以抵御和消除消费主义意识形态对我国所产生的负面影响。

另一方面要积极发挥媒体和舆论的正确引导作用。报纸、刊物、广播、电视、互联网等都是消费教育的有力工具。在多媒体上传播正确健康的消费观念,对消费者的消费观念、消费方式和消费行为作潜移默化的影响,指导消费者树立正确的消费观。各种媒体应遵循社会主义职业道德,维护消费者利益,用真实、科学的消费知识鼓励消费、引导消费,伸张消费正义。逐步在消费者队伍中培养节约道德、资源道德、环境道德,实现科学消费和健康消费。

总之,消费主义的消费方式是非理性、挥霍性和非生态性的,由消费主义经济推动的社会发展是不可持续的。资源是有限的,会日趋枯竭的,所以我们必须以马克思消费理论为指导,树立正确的消费观念,领会科学发展观的哲学意境,坚持走可持续发展的道路。

参考文献:

- [1] 许崇温. 西方马克思主义论丛[M]. 重庆:重庆出版社,1989:243.
- [2] 波德里亚. 消费社会[M]. 刘成富,全志刚译. 南京:南京大学出版社,2000:48.
- [3] 弗洛姆. 在幻想锁链的彼岸[M]. 长沙:湖南人民出版社,1986:139.
- [4] 马尔库赛. 单向度的人[M]. 重庆:重庆出版社,1988:272.
- [5] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集. 第46卷(下)[M]. 北京:人民出版社,1979:35.

Harms and Countermeasures of Consumerism

YU Xiao-ming

(College of Philosophy and Public Administration, Henan University, Henan Kaifeng 475001, China)

Abstract: Consumerism is using consumption as the fundamental scale of the purpose of life and the value of life, it mainly refers to culture attitudes, values or way of life existed in the developed capitalist countries in Western. This trend affects people of china, so we must take Marxism - scientific theory and guide people to make rational consumption

Keywords: consumerism; false needs; ideology; symbol

(责任编辑:李 军;校对:洪 林)