

## 关于消费主义消费观念的研究

赵津晶<sup>1</sup>, 罗峰<sup>2</sup>, 朱华乔<sup>2</sup>

(1. 武汉工程大学艺术设计学院, 湖北 武汉 430205; 2. 湖北广播电视总台, 湖北 武汉 430061)

**摘要:**对国内外学者关于消费主义消费观念的界定进行梳理和分析,并对学者们关于消费主义消费观念的价值评价进行归纳和简评。

**关键词:**消费主义; 消费观念; 研究

**中图分类号:**F014.5 **文献标识码:**A

20世纪初,西方社会发生了根本性的变化。始于20世纪20年代的大众消费方式与技术革命紧密相连彻底改变了社会习惯和生活方式。从福特主义到后福特主义,资本主义社会进入到典型的消费社会。对于消费主义的理论研究也伴随着消费社会的发展而蓬勃兴起。

### 一、消费主义消费观念

马克斯·韦伯在《新教伦理与资本主义精神》中指出,消费主义消费观念是现代资本主义社会发展到一定阶段的产物。资本主义的内在逻辑不仅需要打破清教的禁欲伦理束缚,而且也需要突破理性的适度限制,它迫切需要的是一种消费主义的意识形态,也就是在伦理上把对欲望、财富和快乐的无节制的、非理性的追求,看成是合理的、正当的,甚至就是人生目的本身<sup>[1]</sup>。对此西方学者乙·巴尤玛有相近的观点,“许多社会学教科书都从宏观上充分肯定了消费行为的重要性,并宣称消费取代了曾经被认为是最重要的工作,成为‘生活的核心内容’”。这就是资本主义时代的消费主义消费观念,它在20世纪逐渐成为西方社会主流的意识形态<sup>[2]</sup>。

西方还有学者认为消费主义消费观念在全球资本主义消费文化体系内部具有意识形态功能。如斯克莱尔曾形象地指出“可以说,消费主义文化——意识形态是为全球资本主义这部车子提供动力的燃料,驾驶车子的主人当然是跨国资产阶级,而这辆车子本身就是大型跨国公司”<sup>[3]</sup>。

帕森斯和斯梅尔瑟曾从结构——功能角度对消费主义消费观念进行了社会学研究,认为随着西方社会从传统的“生产”为中心的社会转变为以

“消费”为中心的社会,消费主义消费观念指导下的消费行为,不但对经济发展的作用和贡献加大,而且在社会和文化生活中也从原来的“边缘角色”变成了“时代的主角”之一<sup>[4]</sup>。

学者齐格蒙特·鲍曼提出了“流动的消费主义”概念,认为消费主义消费使“被迫行为”变成了“上瘾行为”、“禁欲主义”转向了“享乐主义”、“公民”转化为“消费者”,“消费正确”则比“政治正确”正确<sup>[5]</sup>。

我国学者对什么是消费主义消费观念较有代表性的观点是,郑红娥认为“为了解决西方发达国家面临的内需不足,消费品过剩的危机,凯恩斯开出了刺激消费、启动内需的药方,随之,西方发达国家在国内相应开展了消费或享乐就是爱国的舆论宣传运动,享乐、纵欲取代勤俭、禁欲,成为西方国家普遍遵循的伦理道德规范,消费主义成为西方国家主导的意识形态。<sup>[6]</sup>”与此观点相类似的还有刘小平《论消费主义的本质、内涵及其影响》(中共长春市委党校学报,2007年第2期),陈莉《消费主义与可持续消费的困境》(青年研究,2001年第5期),刘晓君《全球化过程中的消费主义评说》(青年研究,1998年第6期)等。

学者陈昕认为:消费主义是一种价值观念和生活方式,它煽动人们的消费激情,刺激人们的购买欲望,消费主义不在于仅仅满足“需要”(need),而在于不断追求难于彻底满足的“欲望”(desire)。“消费主义”代表了一种意义的空虚状态以及不断膨胀的欲望和消费激情<sup>[7]</sup>。

认为消费主义的消费观念的目的之一是满足人的欲求,包括物质欲求和精神欲求,就是满足被

有意识刺激起来的欲望所形成的需求。这是从哲学上人的需求角度来解释的<sup>[8]</sup>。

认为消费主义的消费观念的目的之二是为了再生产和利润的获得,这是从经济学的角度进行解释<sup>[9]</sup>。

认为消费主义的消费观念的目的之三是为了身份建构,这是从社会学角度进行的解释<sup>[10-11]</sup>。

对于什么是消费主义消费观念的研究,西方学者的研究视角比较宽泛,我国学者更多的是借鉴西方学者的研究,本土化研究稀少,到目前尚且没有一本完整的以消费主义消费观念为主题的专著,已发表的论文也大多停留在因事论理的水平上,研究的空白还很多。

## 二、对消费主义消费观念的价值评价

### (一)国外学者关于消费主义消费观念的价值评价

1. 认为消费主义消费观念指导下的消费行为的共同特点是“浪费”,这种缺乏深度和意义感的思想和精神状态成为后现代社会的常态,它使人的主体性丧失。

鲍德里亚认为消费社会的极度生产以及资源耗费,庞大的消费主义刺激消费欲望,生活的意义仅仅是购物,生活的社会功能和意义在于“奢侈的、无益的、无度的消费功能”<sup>[12]</sup>。

凡勃伦所说“要获得尊荣仅仅保有财富或权力还是不够的,有了财富还必须能提出证明,因为尊荣只是通过这样的证明得来的”。这种证明消费主义消费观念是通过有闲、炫耀型消费等来实现的。这种有闲和消耗财物的消费的一个共同特点就是浪费<sup>[13]</sup>。

斯特文·密里斯认为,消费社会中“消费主义消费带来的浪费在很多方面可以被认为是一种无法抗拒的社会力量,是资本主义消费的一种工具,但同时也为消费者提供了一些他们需要的东西。”<sup>[14]</sup>

2. 认为消费主义消费观念带来的消费行为是使人们贪图一时享乐的自我欺骗,并不能带来真正的幸福。

弗洛姆在《爱的艺术》一书中,认为消费主义消费观念引导大家把最大限度的消费、享乐作为自己生活追求的目标,“他们贪婪地消费着这一切,吞噬着这一切。世界成了填充我们胃口的巨大物品——我们则永远在期待,永远在希望,也永远在失望。”<sup>[15]</sup>他在另一本著作《在幻想锁链的彼岸》中认为,消费主义消费观念使“现代人具有贪婪地占有和使用物品的欲望,并理智地认为,这样贪婪

欲乃是自己所向往的一种更美好的生活体现。”<sup>[16]</sup>

B. K. 凯普瑞在《较快的收入增长会降低幸福感吗?》中论述了消费主义消费观带来的奢侈消费蔓延的趋势。这些会使人们缺乏幸福感<sup>[17]</sup>。

马尔库塞认为,就消费而言,它的意义本来在于给人一种更幸福更满足的生活。而在当今资本主义社会里的消费主义消费,它已经背离了本来的意义,被赋予了其他意义<sup>[18]</sup>。

3. 认为消费主义消费观念带来的消费行为,是对符号化的实体物品或符号化的服务的消费。

鲍德里亚认为,消费生产着整个符号系统。消费主义消费中“人们不是在消费物质而是在消费‘符号’,即由物质消费转化为精神消费”<sup>[19]</sup>。

日本学者日堤清二认为“商品交换物象化为象征交换。商品在这里不再是社会有用劳动的结晶,而是作为符号成为欲望的对象。”<sup>[20]</sup>

道格拉斯·凯尔纳认为消费主义意识形态统治的实现正是以对符号价值的操纵为手段的<sup>[21]</sup>。

皮埃尔·布尔迪厄认为,消费社会符号竞争的胜利意味着一种符号商品被判定为比其竞争对手拥有更多的价值,并可将之强加于社会,这就是消费主义的“符号暴力”<sup>[22]</sup>。

迈克·费瑟斯通(Mike Featherstone)认为“消费必然导致对记号进行积极的操纵,这是记号与商品联合生产‘商品—记号’的晚期资本主义的核心能指(signifier)的自主性,意味着通过对记号的操纵,使记号自由地游离物体本身,并运用于多样性的相关联系之中。”<sup>[23]</sup>

国外学者对消费社会、消费主义消费观念、消费主义消费行为的研究资料较多,以上列举的是代表性的人物代表作中的观点。学者们的研究视角主要集中在社会学、经济学和文化学方面,论题焦点主要在消费主义消费观念与社会消费者的关系问题上,包括对人主体意识的影响等,这体现出西方社会学者们的人本主义关怀。但是对于消费主义消费观念对社会经济、文化发展带来负面影响方面的研究,不如国内学者站在发展中国家的立场上研究得全面和透彻。我国学者在认同国外学者的研究基础上,对消费主义消费观念的评价,有更多自己的一些见解。

### (二)国内学者关于消费主义消费观念的价值评价

我国学者以忧患意识居多,歌颂较少,主要集中在研究消费主义消费观念带来的危害与对策方面。

#### 1. 消费主义消费观念带来的危害。

第一,资源危机。认为消费主义消费观念倡导高档消费、过度消费、时尚消费、超前消费、一次性消费等,不仅使企业加快了商品更新换代的速度,消耗了大量自然资源,而且使得消费者将大量仍有使用价值的商品抛弃,这样导致了资源的巨大浪费,加重了资源危机<sup>[24]</sup>。

第二,生态危机。杨志华,卢风指出,消费主义通过支持“大量生产——大量消费——大量废弃”的现代生活方式导致了全球性的生态危机,因为大量生产和大量消费所诱导的人类欲望将超越地球生态圈的承受限度,而大量废弃所造成的垃圾过剩将超越生态系统的自我修复和转化限度<sup>[25]</sup>。阎缨《消费主义文化与环境意识》(昆明大学学报,2002年第1期),陈芬《消费主义的伦理困境》(伦理学研究,2004年第9期)与此观点相近。

第三,价值观危机。学者们从三个方面进行了探讨:认为消费主义消费观念没有给人们带来幸福感,物欲的满足是感性快乐,而感性快乐并不等同于幸福<sup>[25]</sup>;认为消费主义消费观念是对自由的抛弃<sup>[26]</sup>;认为消费主义消费观念是对平等的亵渎<sup>[27]</sup>。

第四,对人的全面发展的破坏。陈芬认为,消费主义社会中的人把人生的目的及人的价值实现都归结为物质消费,他关注的只是个人的物质享受,必然使人成为单向度的人。它使人成为金钱、财富和欲望的奴隶,成为没有思想和精神的躯壳<sup>[28]</sup>。

第五,消费主义消费观念对青少年的负面影响。戴锐认为消费主义对青少年的影响主要表现在5个方面:理想的失落,自主意识和创造力匮乏,个性的丧失,批判精神的泯灭,文化人格的病态,最终导致青年精神的整体溃败<sup>[29]</sup>。王宇《消费主义与大学生消费价值观》(消费导刊,2007年11月),张洪等《西方消费主义对大学生消费观念的影响及对策》(教育探索,2007年第6期)与以上观点相近。

第六,消费主义消费观念对教育和文学的影响。陈新文分析了消费主义消费观念对我国教育的消极影响:它使学校由育人的机构变成了买卖消费的市场;它使学生的学习更加功利化,讲求实用;它使师生关系由民主、平等而演变为契约、合同式关系;它使教育公平问题更加突出<sup>[30]</sup>。王智华和吴卫华认为,消费主义中的大批量的文化产品的生产最终导致文化传播的通俗与浅显,导致传统时代中所形成的精英文化和高雅文化向肤浅文化的转移<sup>[31]</sup>。

2. 针对消费主义消费观念带来的危害,我国学者提出了一些行之有效的对策,主要集中在90年代以后发表的论著中,经中国期刊网检索论文共25篇,另有卢风著《享乐与生存》。笔者归纳其中主要观点如下:

第一,走出消费主义的诱导,培育健康消费观。卢风认为,在我国刺激消费是推动经济发展的需要,但目的不是推动人们信奉消费主义价值观。消费的要旨在于为人类的健康生存、自由发展提供前提与基础,是要把人从功利型的“单面人”或“经济人”中提升出来,实现物质生活和精神生活的协调发展<sup>[32]</sup>。这类观点是大多数学者支持的,如阎缨《关于消费主义的社会评价与分析》(中共天津市委党校学报,2004年第4期),俞海山《中国消费主义解析》(社会,2003年第2期),何建华《消费正义:建设节约型社会的伦理基础》(浙江社会科学,2005年第5期),王建辉《论重建“适度性”消费伦理观》(社会学辑刊,2003年第1期)等。

第二,建立绿色消费主义观念来取代现有的消费主义消费观念。卢瀚滨认为随着经济、科技的持续发展,生态环境和人文环境不断遭受破坏的同时也使人们对生态环境、社会环境价值的认识得到反思和深入,在当前我国经济不断发展的过程中应该加强绿色消费主义观的建立<sup>[33]</sup>。

第三,建设中国特色社会主义适度消费观体现科学发展观要求。周朝光提出,中国特色社会主义适度消费观具有全面性;适度消费要求人们的消费要与社会生产相协调,与资源环境相协调,城乡之间、区域之间的消费相协调,优化消费结构,转变消费方式;适度消费是可持续的消费<sup>[34]</sup>。

第四,建立一种全新的消费观——可持续消费观。陈晖涛认为可持续消费是全新的消费观念,是对消费主义及其消费模式的批判和矫正,它在资源消费上凸现出公正性,强调人与自然、经济与社会发展的和谐性,从而提高人们的生活质量,促进人的全面发展和社会的全面进步<sup>[35]</sup>。刁志萍认为可持续消费方式建构的核心价值观念是:从理论上要求人们从宏观整体的角度树立“以人为本”、可持续发展的科学消费观念,从实践上要求人们从微观个体的角度树立尊重生态价值的绿色消费观念<sup>[36]</sup>。

第五,建立消费伦理观。乌晓晔认为可持续消费伦理观的内涵是:它指导人们追求真正的幸福;它能实现人与自然的和谐相处,同时人类又能从环境中得到所需;它不会危及后代消费者满足其需要的能力<sup>[37]</sup>。

从目前国内学者的研究中可以看出,对消费主义的内涵界定、消费主义产生的原因及其影响、对策方面的研究比较多,取得的成果也比较明显。但是在关于消费主义的研究中缺乏对消费本性的研究:消费是什么?是人的自我生成过程还是生产的对立面,抑或同时具有两方面的性质?笔者以为只有对消费的本性进行深入的研究,才能解决消费主义消费观念带来的问题,使消费观念的发展融入人类社会的科学发展之中。

#### 参考文献:

- [1] 马克斯·韦伯.新教伦理与资本主义精神[M].于晓,陈维纲,译.北京:三联书店,1987:113.
- [2] Z. Bauman. Intimations of Postmodernity[M]. London: Routledge, 1992: 49.
- [3] 迈克·费瑟斯通.消费文化与后现代主义[M].刘精明,译.南京:译林出版社,2000:37.
- [4] 王宁.消费社会学——一个分析的视角[M].北京:社会科学文献出版社,2001:3.
- [5] 郑莉.理解鲍曼[M].北京:中国人民大学出版社,2006:57.
- [6] 郑红娥.社会转型与消费革命——中国城市消费观念的变迁[M].北京:北京大学出版社,2006:5.
- [7] 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,2003:123.
- [8] 王宁.消费社会学——一个分析的视角[M].北京:社会科学文献出版社,2001:58.
- [9] 毛世英.走出消费主义陷阱 建设和谐型消费文化[J].济南大学学报,2003(3):24-25.
- [10] 范美霞.现代“消费主义”与经济、政治的同盟[J].西北民族大学学报,2004(5):30.
- [11] 程秀波.消费主义及其伦理困境[J].河南师范大学学报,2004(5):51.
- [12] 鲍德里亚.消费社会[M].刘成富,全志钢,译.南京:南京大学出版社,2006:21.
- [13] 凡勃伦.有闲阶级论[M].蔡受百,译.北京:商务印书馆,1964:31.
- [14] Steven Milcs. Consumerism as a Way of Life[J]. Springer Netherlands, 2001(11):3-4.
- [15] 弗洛姆.爱的艺术[M].陈维钢,译.成都:四川人民出版社,1986:97-98.
- [16] 弗洛姆.在幻想锁链的彼岸[M].张燕,译.长沙:湖南人民出版社,1986:147.
- [17] B. K. Kapur. Can faster income growth reduce well-being? [J]. Springer-Verlag, 2005(11):34.
- [18] 马尔库塞.单向度的人[M].张峰,译.重庆:重庆出版社,1988:240.
- [19] 尚·布西亚.物体系[M].林志明,译.上海:上海人民出版社,2001:222.
- [20] 日提清二.消费社会批判[M].朱绍文,译.北京:经济科学出版社,1998:70.
- [21] 道格拉斯·凯尔纳.波德里亚批判性的读本[M].陈维振,译.南京:江苏人民出版社,2005:255.
- [22] 皮埃尔·布尔迪厄,华康德.实践与反思 反思社会学导引[M].李猛,译.北京:中央编译出版社,1998:245.
- [23] 迈克·费瑟斯通.消费文化与后现代主义[M].刘精明,译.南京:译林出版社,2000:21.
- [24] 肖显静.消费主义盛行对世界环境的影响[J].前线,2002(9):25.
- [25] 杨志华,卢风.消费主义批判[J].唐都学刊,2004(11):78-80.
- [26] 王代月.试论消费主义的意识形态性[J].理论学刊,2004(11):31-32.
- [27] 程秀波.消费主义及其伦理困境[J].河南师范大学学报,2004(5):55.
- [28] 陈芬.消费主义的伦理困境[J].伦理学研究,2004(9):83.
- [29] 戴锐.消费主义生活方式与青年精神[J].青年研究,1997(8):48.
- [30] 陈新文.试析我国教育中的消费主义倾向[J].教育科学,2002(10):8.
- [31] 王智华,吴卫华.消费社会中的信息生产[J].江西社会科学,2005(1):22-23.
- [32] 卢风.享乐与生存[M].广州:广东教育出版社,2000:35.
- [33] 卢瀚滨.现阶段我国消费主义的实质[J].天津经济学院学报,2008(1):80.
- [34] 周朝光.中国社会主义消费思想初探[J].商业经济研究,2008(15):67.
- [35] 陈晖涛.可持续消费:对消费主义的反省和矫正[J].广西社会科学,2007(4):17.
- [36] 刁志萍.消费主义价值观与可持续消费方式的构建[J].北京交通大学学报,2007(3):68-69.
- [37] 乌晓晔.走出消费者主义的困境,建立消费伦理观[J].北方经济,2007(4):30.



## Analysis and evaluation on the consumption concept of consumerism

ZHAO Jin-jing<sup>1</sup>, LUO Feng<sup>2</sup>, ZHU Hua-qiao<sup>2</sup>

(1. College of Art and Design, Wuhan Institute of Technology, Wuhan 430205, China;

2. HUBEI Province Radio TV Broadcasting Station, Wuhan 430061, China)

**Abstract:** This thesis analyzes the definition of the consumption concept of the consumerism in the view of the domestic and overseas scholars. Meanwhile, it briefly evaluates and induces the consumption concept that derives from these scholars.

**Key words:** consumerism; consumption concept; research

本文编辑:吴晏佩



(上接第 60 页)

最后形成调研报告,解决一两个实际问题。二是加强专业实习,增加实习时间。建立相对稳定的专业实习基地。每年暑假都安排学生深入企业市场实习,培养学生将所学的广告企业知识应用于工商企业的广告活动中去,提高学生分析问题、解决问题的能力。

参考文献:

[1] 杨雯茜. 新媒体对全球传统媒体经济的影响[J]. 中

南林业科技大学学报, 2007(3):116.

[2] 阮卫. 复合型广告人才培养体系初探[J]. 新闻界, 2006(2):124.

[3] 陈月明. 美国高校广告教育[J]. 宁波大学学报, 2006(2):28.

[4] 廖秉宜. 中国广告教育二十年发展的瓶颈与突破[J]. 中国广告, 2004(3):39.

[5] 张金海, 程明. 武汉大学: 模拟招标整合专业课程[J]. 现代广告, 2005(9):18.

## Reform of advertising education in view of new media

ZHU Cheng-cheng, CHEN Na, ZHENG Ling-li, ZHAO Jin-jing

(College of Art and Design, Wuhan Institute of Technology, Wuhan 430205, China)

**Abstract:** This article discusses the shock of advertising education of new media in the informationize period. It thinks about the problem of advertising education reform in view of the new media. Finally, it gives 6 suggestion in advertising education reform.

**Key words:** new media; advertising education; reform

本文编辑:吴晏佩