

# 马克思消费理论视域下合理消费观的构建

徐超杰, 吴敏杰

南通大学马克思主义学院, 江苏 南通

收稿日期: 2022年8月15日; 录用日期: 2022年9月14日; 发布日期: 2022年9月21日

## 摘 要

受西方消费主义影响, 当代社会出现崇尚物质消费、追求享乐主义消费的趋势, 并且产生以消费为人生目标的错误价值取向, 这与我国传统美德及主流意识形态相去甚远。因此在消费主义文化背景下, 如何构建合理消费观成为一个重要课题。马克思消费理论在对消费主义文化进行批判的过程中形成诸多深厚理论, 由此构建出理性消费、公平消费和绿色消费三条指导路径, 对于培育正确、适度、可持续的合理消费观有着重要的实践借鉴意义。

## 关键词

马克思消费理论, 消费异化, 合理消费观

# The Construction of Reasonable Consumption View from the Perspective of Marx's Consumption Theory

Chaojie Xu, Minjie Wu

School of Marxism, Nantong University, Nantong Jiangsu

Received: Aug. 15<sup>th</sup>, 2022; accepted: Sep. 14<sup>th</sup>, 2022; published: Sep. 21<sup>st</sup>, 2022

## Abstract

Influenced by Western consumerism, contemporary society has a trend of advocating material consumption and pursuing hedonistic consumption, and has a wrong value orientation with consumption as the goal of life, which is far from our traditional virtues and mainstream ideology.

Therefore, under the background of consumerism culture, how to build a reasonable consumption concept has become an important topic. Marx's consumption theory formed many profound theories in the process of criticizing consumerism culture, and thus constructed three guiding paths of rational consumption, fair consumption and green consumption, which has important practical reference significance for cultivating a correct, appropriate and sustainable concept of reasonable consumption.

## Keywords

Marx's Consumption Theory, Consumption Alienation, Rational Consumption Concept

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

我国社会经济发展迅速, 物质产品生产极其丰富, 使人们的消费观念也在不断地改变革新。在此背景下, 过度消费、奢靡消费、攀比消费等消费异化问题日益凸显。通过厘清马克思消费理论的逻辑理路, 可以从炫耀性符号消费、两极化分离式消费以及过载式不可持续性消费三个方面来分析当前我国消费领域中的异化消费现象, 助推新时代合理消费观的构建。

## 2. 马克思消费理论的逻辑理路

### 2.1. 马克思消费理论的现实基础

“这是最好的时代, 这是最坏的时代。”《双城记》开头的第一句话曾被无数次引用, 因为它生动地描绘了资本主义社会初期所暴露的尖锐矛盾。资本主义制度使整个世界变成一个巨大的机器工厂, 各国生产力水平飞跃性提升, 与资本主义之前的社会相比, 这是最好的时代。然而, 这一进程也伴随着贫困和两极分化。社会财富被少数人占据, 生存受到摧残的工人开始觉醒, 他们渴望摆脱贫困, 追求美好生活, 但却无法改变现状。因此, 对无产阶级来说这是最坏的时代。一方面, 社会财富快速增长, 另一方面, 大部分工人饥肠辘辘, 只能勉强温饱。这种反讽的对比启发了马克思关于资本运作机制和工人贫困等问题的思考, 在这一过程中马克思阐述了他的消费理论。

### 2.2. 马克思消费理论的思想渊源

#### 2.2.1. 三大空想社会主义者的消费思想

空想社会主义诞生于 19 世纪初。以圣西蒙、傅立叶和欧文为突出代表的空想社会主义者力图建立一个胜过资产阶级社会, 不存在剥削和压迫的理想新社会。但是, 空想社会主义者由于其阶级地位和历史局限等原因, 不能正确地分析资本主义矛盾及其未来发展趋势, 也没有发现工人阶级的巨大力量, 从而导致了他们在社会主义理论上的缺陷, 马克思对其乌托邦计划进行了批判, 并吸收了其对未来社会的某些看法, 这为马克思政治经济学研究与消费理论的发展提供了多层次视角。

#### 2.2.2. 英法古典政治经济学家的消费思想

被称为“现代经济之父”的亚当·史密斯是英国古典政治经济学中最重要的代表之一, 他倡导节约消费, 反对无用消费, 认为只有节约才能推动社会繁荣兴盛。法国古典政治经济学体现了以布阿吉尔伯

特, 奎因, 西蒙迪等为代表的新兴思想与传统重商主义论断之间的尖锐对立, 他们重视人民的实际需要, 提倡节俭, 反对奢靡消费。马克思站在唯物主义和历史思维的立场上, 对英法政治经济学者的丰富消费主义思想资源进行广泛研究, 并根据需要进行合理的批判和吸收, 应用到自己的经济学中, 为建立新的消费理论体系奠定坚实的经济基础。

### 2.2.3. 庸俗政治经济学家的消费思想

庸俗的政治经济学家虽然也发现资本主义生产和消费之间的矛盾, 但是他们并没有对冲突产生的原因进行深入思考, 反而用种种借口来回避和掩盖冲突。例如, 马尔萨斯和加尔扬认为工人阶级的贫困是天然也是必需的, 工人只能过着悲惨贫困的生活。马克思批评了庸俗政治经济学家对资本主义生产方式局限性的逃避, 并将工人的消费放在经济关系的基础之上。从这个意义上说, 代表各阶层利益的庸俗政治经济学家的消费观点为马克思确定其消费理论的内容提供了启迪性的思想材料。

## 3. 当前我国消费领域中的异化消费现象

### 3.1. 炫耀性符号消费

消费是以人类特征属性为“存在类型”的具体表现, 它包括物质资料消费(如衣、食、住、行)以及精神文化产品消费两个方面。消费具有社会性和个体性两大特点, 在社会发展中占有重要地位。从社会学角度考察, 人的消费活动不仅表现为对自身自然特征和生理需要进行的动态改造, 而且也体现人在精神文化发展过程中的终极追求。一个人若只为满足其自身的欲望而进行消费, 毫无疑问会远离理性, 降格成为动物。马克思认为消费只是人们实现发展自身的一种手段, 并不能弥补人们无限欲望之间的差距, 当一个人为了满足自身的贪婪、嫉妒或者比较而进行消费, 这必然会偏离消费活动的实质。消费者对产品与服务的无限追求会导致消费资料“反过来成为奴役人的主导主体”<sup>[1]</sup>而在当今中国社会, 人的消费表现出一种炫耀性符号消费方式, 即通过表达自我身份和满足个人虚荣而进行欲望宣泄。“符号”作为高端品牌的消费品载体, 它所代表的不仅是商品本身, 更重要的是消费者在购买产品过程中所经历的从表面消费到物化消费的转变, 消费者试图在这一转变过程形成所谓的“高端定位”。弗洛姆认为, 人与消费之间的关系一旦被扭曲, 就会导致消费异化, 最终导致人被消费绑架或奴役。在网络消费盛行的今天, 在资本驱动的大众消费话语狂潮中, “消费 = 愉悦”、“报复性消费”等流行的消费观念使人们陷入了过度消费的陷阱之中。“所谓富裕, 不是别的, 只是大量的消费”<sup>[2]</sup>, 人与人之间的这种偏离自我需求的炫耀式攀比性消费, 无疑是偏离了消费的本质属性, 最终造成消费异化。

### 3.2. 两极化分离式消费

在马克思看来, 个人地位和社会资源分配之间的关系就是财富和占有权关系的体现。人类的消费作为一种特殊的社会活动, 与社会生产有着密切的联系, 同时又受国家的政治、经济、文化等多方面的制约, 在很大程度上影响着资源的分配。而社会分配是社会关系中最基本、最核心的问题之一, 它直接影响着人们对消费问题的认识, 也决定着各种消费现象的性质和特征。社会公共资源与财富的不均衡分配不可避免地会导致消费力出现两极分化趋势。例如中国城乡之间, 欠发达地区与发达地区之间的贫富差距仍然存在, 消费力分化造成人与社会消费关系相偏离。当今数字经济的发展使得人们可以借助互联网平台进行各种消费行为, 在这个信息爆炸时代, 大量用户在社交平台进行消费的狂欢, 将生活奢侈品作为交换牌, 以实现个人野心或满足个人虚荣为目的。然而现实中仍有相当一部分人的收入并不高, 甚至还处于贫困状态, 他们的生活方式和消费观念受到冲击, 造成了贫困人口与富裕人口之间巨大的心理差距。社会主义本质是追求公平平等, 这是发展的基本动力; 社会分配也是社会发展关系中最基本、最核心的问题之一, 它直接影响着人们对消费问题的认识, 也决定着各种消费现象的性质和特征。社会

公共资源与财富的不均衡分配不可避免地会导致消费力出现两级分化趋势, 给社会公平和消费公平带来负面影响。

### 3.3. 过载式不可持续性消费

自然, 它是人类赖以生存与发展的物质信息唯一源泉。若人类消费行为破坏自然生态系统, 势必造成生态失衡, 环境污染和资源浪费。反之, 自然损害也会给生产与消费带来负面影响。随着人口增长和经济发展, 自然资源消耗不断增加, 生态环境日趋恶化, 生态失衡已成为全球性问题之一。如果这种形式得不到有效控制, 必将危及种族的生存与延续。实践主体作为自然环境发展中最重要的受益主体之一, 其消费活动对环境保护和实现自然可持续发展有着至关重要的作用。在工业化高速发展阶段, 人们能够通过大规模生产创造大量财富, 继而在消费的过程中使自己的身心得到满足。然而, 随着人口的增加和经济的快速发展, 人类长久以来肆意妄为的过载式消费打破了人与自然的平衡发展, 导致自然资源过载枯竭, 大量的天然物质被过载消耗, 甚至还有一些野生动物濒临灭绝, 人类的生活也面临着“垃圾围城”的困境。在这种情况下, 人类开始反思自身, 意识到自身的行为对自然环境和种族延续带来的危害。因此, 人们开始寻求一种新的替代方式来解决这些问题, 于是, 可持续发展观应运而生。它强调人与自然之间的和谐相处, 要求人们以最小的代价去创造效益

## 4. 新时代合理消费观的现实调适

### 4.1. 以理性消费消解人与自我需求的异化

现实生活中为彰显个人身份而进行的炫耀式符号消费便是消费异化的一种重要表现形式。“物质生活共同富裕与精神生活共同富裕不能截然割裂” [3]因此, 必须倡导理性消费观念的构建, 引导消费者以客观、理性、适度的方式进行消费, 顺应当下社会发展趋势, 促进新时代理性消费观的建构。消费主义者所提倡的过度消费, 其根本目的是为了满足不同人无穷无尽的欲望, 同时也是迷惑劳动阶级的一种手段。这种异化的消费模式在某种程度上来说是个体对全人类的犯罪, 将会危害到整个社会的发展。因为它超出了人类生存与发展的正常需要, 违背了生产力发展规律, 必将受到“反噬”。马克思提倡的理性消费和适度消费是对消费主义文化的否认, 他认为“消费”是一种“非物质”的行为方式, 要“以人的‘合理’”为前提, “有限”为目的, 来满足“人的需求”这一最终目的, 从而解决消费异化带来的人与自身需求的异化问题, 使人们从“我用, 我在”的消费狂热中解脱, 使消费回到自身的价值标准。从人类发展的角度来分析, 消费是人类赖以生存的需求, 并对人类自身的发展与社会的进步起到积极的推动作用。因此, 必须以马克思的消费理论为指导, 坚决反对盲目攀比、摆阔比富、超前消费等不合理消费观念和方法, 树立与主流价值观和新发展理念相符的理性消费观念, 引导未成年以自身消费能力为考量进行理性消费, 走出炫耀性符号消费的误区。

### 4.2. 以共享理念消解人与社会的异化

劳动在资本主义私有制条件下创造出巨大财富, 却使劳动者更加贫穷和愚昧, 并最终使无产阶级不得不去铲除资本主义条件下的“劳动”这个“历史祸害” [4]。马克思认为私有制是造成贫富分化和消费异化的重要原因, 只有消灭私有制, 才能彻底消除资本家和劳动者之间的鸿沟, 使消费真正回归到维护人类生存、促进人类发展的价值本位。因此, 在解决人与社会的分离式消费和财富分配分化等问题时, 应倡导公平消费观, 坚持社会产出全面共享, 全体人民共享发展的理念, 消解社会消费差距过大的内在根源。共享发展, 就是“人人参与, 人人尽力, 人人享有” [5]。今后的社会和经济发展的趋向就是要增强大众的购买力, 同时在解决消费异化的过程中, 不仅要关注消费本身, 还要关注消费问题所带来的财富

分布与社会生产问题。通过集中全社会的力量来实现资源的整合, 将发展动力与发展目标相统一, 实现公共服务的整合与开放。充分发挥政府的调节能力和企业的创新功能, 突破时间和空间对消费者的限制, 让较贫穷的地区或群体在网络上消费虚拟资源, 以较低的价格享受到发达地区的先进服务。同时, 也要积极引导各大公司履行社会责任, 抛弃过分追逐经济效益的商业观念, 将社会共享、人人共享的理念贯穿整个社会生产的总过程。

### 4.3. 以绿色消费消解人与自然的异化

生产与消费是一对孪生兄弟, 有生产就一定有消费, 从某种程度上来说, 消费也是一种生产方式。在这一进程中, 人与大自然之间存在着一种极其复杂和紧密的联系, “人与自然构成了相互成就的反馈回路, 人得以在合目的、合规律的劳作中解放自身。相应地, 人所创造的器物、制度与精神也都走向生态化” [6]。然而长久以来, 尤其是在工业革命之后, 人们渐渐把自己定位为“万物至尊”, 试图通过各种手段去战胜大自然。但马克思指出, 任何事物都有它自己的发展规律, 我们必须顺应规律去合理消费, 否则“人与自然之间形成双向控制和奴役, 造成劳动的生态异化” [7]。当前, 由于人们的过度需求导致资源大量消耗和环境恶化, 造成自然生态系统失衡, 人与自然的关系变得越来越疏远。因此必须以马克思的消费理论为指导, 构建以绿色消费和可持续消费为中心的消费理念。“在承认人与自然处于平等的基础上, 人类给自然以应有或应得” [8]。绿色消费观念是人的理性选择, 是为了保护生态和人类的长远发展而产生的消费观念。它要求我们在消费的过程中, 既要保证资源的可持续发展, 也要做到人类活动和环境承受力更新效率之间的有机协调。因此从个人到全社会都需要树立起绿色消费的意识, 将维护生态环境的良性运行作为消费活动的观念基础, 使社会生活更具有环保性、生态性和可持续性, 进而推动人的协调发展以及整个国家经济的健康发展, 最终实现持久永续的消费。

## 5. 结语

总之, 消费是人类社会的基本活动之一, 社会生活与消费活动密不可分。消费并不能直接等同于物欲消费或享乐主义消费, 其关键在于作为消费活动主体的人为何消费以及怎样消费。当前我国消费领域中的各种异化消费现象与这个目标背道而驰, 不仅造成资源浪费与生态环境破坏, 而且也影响人的全面发展。要改变这种现状就必须推动构建新时代合理消费观, 逐步实现理性消费、公平消费和绿色消费, 营造良好的消费氛围, 破解物的奴役, 实现人的主体性复归。

## 参考文献

- [1] 杨魁森. 物化的时代——论商品经济的基本特征[J]. 吉林大学社会科学学报, 1999(4): 6.
- [2] 布阿吉贝尔. 布阿吉贝尔选集[M]. 伍纯武、梁守锵, 译. 北京: 商务印书馆, 2009: 297.
- [3] 李茹佳. 精神生活共同富裕的内蕴、意义与推进[J]. 学校党建与思想教育, 2022(10): 5.
- [4] 李正义. 平等问题的历史逻辑与当代价值[J]. 东岳论丛, 2021, 42(8): 58.
- [5] 中共中央. 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议[M]. 北京: 人民出版社, 2015: 32.
- [6] 李政林. 面向生态正义的生态劳动教育[J]. 苏州大学学报(教育科学版), 2021, 9(4): 75.
- [7] 徐红海. 生态劳动与生态文明[M]. 北京: 人民出版社, 2013: 92, 193.
- [8] 陈云. 生态正义之理论构建——以“生产性正义”和“生产关系正义”为切入点[J]. 理论探索, 2020(5): 39-47.