

法兰克福学派消费文化批判思想探析

——基于弗洛姆《逃避自由》

徐嘉敏

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2022年8月11日; 录用日期: 2022年9月8日; 发布日期: 2022年9月15日

摘要

法兰克福学派是西方马克思主义的重要流派之一, 通过对马克思消费社会理论的系统研究, 分析消费文化批判的重要观点。法兰克福学派代表人物弗洛姆在其著作中用了大量的篇幅来阐述其消费文化理论, 其理论的主要内容为批判当代消费文化提供了理论指导。消费文化是20世纪20年代在美国开始出现并逐渐兴起的一种生活方式、价值观念和社会现象。随着互联网的迅速普及, 消费文化思潮迅速蔓延至全球各个角落, 并以网络消费文化对人们消费观念和行产生了巨大影响。

关键词

法兰克福学派, 消费文化, 弗洛姆, 哲学批判

An Analysis of the Frankfurt School's Critical Thought of Consumer Culture

—Based on Fromm's "Escape from Freedom"

Jiamin Xu

School of Marxism, Nanjing Forestry University Nanjing Jiangsu

Received: Aug. 11th, 2022; accepted: Sep. 8th, 2022; published: Sep. 15th, 2022

Abstract

The Frankfurt School is one of the important schools of Western Marxism. Through the systematic study of Marx's theory of consumer society, it analyzes the important viewpoints of consumer culture criticism. Fromm, a representative of the Frankfurt School, used a lot of space to expound his

theory of consumer culture in his works, and the main content of his theory provided theoretical guidance for criticizing contemporary consumer culture. Consumer culture is a way of life, values and social phenomenon that began to appear and gradually emerged in the United States in the 1920 s. With the rapid popularization of the Internet, the trend of consumer culture has rapidly spread to all corners of the world, and the online consumer culture has had a huge impact on people's consumption concepts and behaviors.

Keywords

Frankfurt School, Consumer Culture, Fromm, Philosophical Criticism

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

法兰克福学派作为西方马克思主义中最重要的流派之一，其中对于消费文化和大众文化的批判有着巨大的研究价值和现实启示，本文通过分析法兰克福学派中代表人物弗洛姆在《逃避自由》中的重要思想，对于现实消费问题提供了一定的启示。

2. 研究现状

2.1. 法兰克福学派消费文化批判理论

法兰克福学派重要代表霍克海默和阿尔诺在《启蒙的辩证法》一书中率先提出“文化工业”概念，对电影、文学、艺术等大众文化形式所具有的工业性质进行了深刻的分析，揭示并批判了大众文化通过其欺骗与控制功能，操纵群众的思想与心理，培植支持资本主义统治和维护现状的顺从意识[1]。在《健全的社会》中，弗洛姆认为消费主义横行的社会中，人们消费商品的目的是为了为了满足虚荣心，炫耀他们的身份和社会地位，满足占有的心理而非对商品的真正需求成为人们消费的主要动因[2]。马尔库塞在《单向度的人》中提出发达工业社会将正常的具有物质和精神二象性的人异化为只追求物质上的满足而忽略精神上的满足的“单向度的人”。资本主义社会开动国家机器进行商品宣传，制造“虚假的消费需求”，引导消费者进行不必要的消费[3]。商品不再是为了满足人的需求而生产的，而是由于商品的存在，人才被制造出了需求，人与商品的关系完全被颠倒。

生态学马克思主义的代表人物阿格尔、莱斯、福斯特等人认为，资本逻辑推动下的经济无限增长模式和高消费生活方式，造成了过度生产和过度消费，导致了人的异化和自然生态系统的破坏，从而引发了全球性生态危机。

后现代马克思主义者鲍德里亚指出，在《消费社会》中提出了以符号消费为核心的消费社会理论，这一理论的核心内涵是在资本主义庞大的消费结构中，符号逻辑支配着一切。他认为互联网作为一种信息传播工具，使符号这种抽象代码在日常生活实践中被进一步泛化与传播[4]。

大众消费文化在发达工业社会已经变成了一种新的统治形式。与传统的政治统治相比，消费文化的效果更为深入，甚至是一劳永逸的。尽管它不具有强制性，不需要投入过多的统治成本，但是却无所不在，无处不发挥作用，人们早已按照它的尺度和模式去行动和思想。

2.2. 国内学者对于消费问题的研究现状

从上世纪末开始,对西方消费文化研究的跟踪研究一直是我国学界的热点之一,对于网络消费文化则研究较少,成果不多,大多集中于网络消费文化的内涵、特征、消极影响等方面。

消费文化表面上是一种“用户至上”的文化现象,实则是消费主义价值观的具体呈现。有学者指出,消费文化的一个重要特征就是商品和体验极大地满足人们的消费和梦想。消费文化通过广告制造了大量的影像和符号,用虚假的需求激发人们的感受和欲望[5]。还有学者指出,消费文化在日常生活中已经取得了文化主导权地位。网络消费文化是以互联网为载体,以符号消费为主要方式,可以满足受众在信息搜寻、休闲娱乐、商务活动和互动交流等多方面消费需求的文化形态[6]。

国内学者也注意到网络消费文化的盛行对人们思想观念的影响。张红霞指出,以高水平消费为终极目标会对形成健康的人格产生不利影响。面对自身极度膨胀的消费欲望与实际消费能力、消费水平下下的矛盾,大多数人往往会产生巨大的心理落差,继而出现失落、不满等消极情绪。

在中国的消费文化中,网络消费文化对人们消费行为的影响已经到了无法忽视的程度。中国的网络虚拟商品消费比例增加十分迅速,网络虚拟商品消费符号化过度现象不容忽视。例如,攀比消费。人们的消费内容由发展型向享受型发展。通过时尚而非必需的消费品来显示自己的品位与个性,在炫耀自我价值的同时助长了攀比之风[7]。再如,超前消费。有些人超前消费纯粹是为了满足享乐,虚荣心理和炫耀心理使他们必须通过负债消费满足自己的需要。最后,由于人们自我获取财富能力的限制,常常陷入“物质饥饿”的紧张和焦虑状态中。当特定环境出现时,欲望往往冲破理智的束缚,置道德和法律于不顾,从而滑向犯罪的深渊。网络消费文化引发的当代大学生群体中具有异化消费特征的消费行为也已进入思政教育学者关注的视野[8]。

整体看来,学界对于对消费文化作为一种新型的文化形态对人们的价值观念、消费动机、消费行为、消费习惯的影响进行全面深入地剖析,因而也未能对这一广泛的社会现象提出整体性和长远性的解决方案。

3. 弗洛姆消费文化批判思想的主要内容：基于《逃避自由》

3.1. 逃避自由

在弗洛姆看来,中世纪晚期以前,西方社会没有个体自由的概念。中世纪的人们从出生到死亡都活在固有的阶级中,且一生大多不会离开居住地,从事一种职业。这样等级森严的社会虽然是一种束缚,但也带给人们归属感、安全感。“社会秩序被认为是一种自然秩序,成为其中的一分子,给人一种安全感和归属感。”弗洛姆指出,中世纪社会的“个体”没有形成对自我的认知,所以并没有威胁到个体的自由。他意识到的“只是一个种族、民族、政党、家庭或公司中的一员——存在于一些普遍范畴之中”[9]。

早期资本主义社会下,农民和城市下中阶级成为富人追逐资本所剥削的对象,于是形成无力、焦虑和不安全感。面对这样的问题,新教主义认为人性本恶,应该放弃自我意志,转而服从于上帝的意志。弗洛姆指出,新教为劳动者提供一种新的性格结构来适应资本主义的经济秩序,本质上也是逃避自由。资本主义制度下,非人的力量——市场经济开始主导人类的生活,独立竞争的机制培养出自私的人格,这也是为什么,人们获得了自由却感到孤独。人们需要积极地与社会建立稳定、和谐的联系来摆脱孤独。现代人已经“成为机器上一个或大或小的齿轮,机器对人类施以速度,而人类无以为抗;与机器相比,人类实在无足轻重”。人们感受到自己仅仅是垄断资本主义下一个顺从的齿轮,体验不到人之为人的尊严与价值。消费的能力,让个体感到更加孤独、窒息,加剧了人类的生存危机。

3.2. 虚假需要

现代社会的资本逻辑为了获得其内在增值价值，就必须使人们相信自己是有需求的、有需要的，而这个促使人们“相信”的过程就是资本逻辑控制大众消费观念的过程。表面上，人们将消费看做一种源于生活的自然需求，通过消费来获得需要的自然满足过程，但这其实是一种假象，对此马克思曾经指出：“如果我生产的物品超过了我自己能够直接消费的，那么我的剩余产品精确地估计到你的需要，我只是在表面上多生产了这种物品，实际上我获得了另一种物品，这种交换在我的思想上已经进行。因此，我同你的社会关系，我为你的需求所进行的生产劳动只不过是假象，我们的相互转换和补充，也只是一种以相互掠夺为基础的假象” [10]。因此，这种需要是一种被资本逻辑所控制的虚假需要。

3.3. 占有式生存

消费主义的表现形式既是弗洛姆所谓的“重占有”，认为成功和地位的标志是占有更多的物质资料或者消费更多的奢侈产品。现代社会的资本逻辑如若要保持其内在的增殖过程得以进行，就必须使人们相信自己是有需求的、有需要的，而这一“相信的”过程实质上是一种“控制的”过程。表面上人们将消费视为一种人生活基本需要的自然表露，并通过消费获得需要的自然满足，但事实却与之相悖。现代社会人们的需要是被资本所控制的，首先，资本逻辑中的操纵逻辑结构通过控制人们的需要和消费使得其内在的增殖运动得以有效运行；其次，资本逻辑的这种操纵逻辑并不是通过外部力量对人们进行控制，而是作为一种精神层次的“文化控制”来发挥作用使人们从意识层面屈从于这种需要；最后，资本逻辑通过这一操纵逻辑结构还有另外一个目的，就是为了维持其生产秩序、体系乃至逻辑系统自身的稳定和巩固。

从我国现阶段的情况看，网络消费主义现象的扩散从根本上说同样来源于资本逻辑的助推。改革开放以来，随着市场经济改革的推进以及外资经济、私营经济等非公有制经济的发展，我国的经济运行方式和所有制结构在不断发生变化。尤其是建立社会主义市场经济体制的明确目标，以公有制为主体，多种所有制经济共同发展的社会主义初级阶段基本经济制度的确立，我国的经济结构和资源配置方式已经发生了深刻变化。市场竞争的压力和追求价值增值的动力，一方面极大地促进了我国生产力的发展和人民生活水平的提高；但另一方面，我国在短短几十年间迅速由短缺经济发展为结构性的过剩经济，生产和消费的矛盾日益尖锐化。为论文解决消费对生产持续扩大的瓶颈制约，资本逻辑千方百计地刺激人们的消费欲望，使人们热衷于时尚的升级换代，成为了资本追求价值增值的最优选择。广播、报纸、电视和互联网等大众媒体成为了资本进行商业广告宣传、鼓吹消费主义价值管的良好平台，消费文化也随之在中国肆意扩散。

4. 弗洛姆消费文化思想的当代价值

当代社会的很多消费品已经失去了它原有的使用价值和社会价值，这时消费的目的已不是满足人最基本的生理需求。消费产品本来是由人生产，且用来满足人的基本需要的物品，但是由于消费主义对财富和符号的过度追求，必然导致“人为物役”的消费异化，人与人的关系在本质上是金钱关系，表现为以金钱为纽带的物与物的关系，人们盲目追求物质生活丰裕，拜金主义、享乐主义价值观盛行，导致人们的精神世界空洞且扭曲。在资本家设定的虚假需求的刺激下，人们的一切行动的目的都是消费。物质世界的丰裕成为社会上绝大多数人的人生目标，因而精神世界也伴随着消费主义价值观的盛行而愈加空洞。

弗洛姆的消费异化理论对于解决当前中国社会存在的消费问题具有借鉴价值。首先，要正确处理生产与消费之间的关系。依据马克思主义经典作家的观点，生产与消费是经济得以正常运行的两个重要环

节,生产决定消费,消费反作用于生产,生产与消费之间应该保持适度、协调性[11]。其次,健全社会保障制度,关注低收入群体的消费需求,缩小贫富差距。就全国来看,东部沿海地区最先发展起来,中西部地区相对落后,地区发展差距较大。从城乡来看,城市发展较快,城市的收入水平、医疗卫生、教育、基础设施等方面都优于农村。再次,抵制消费主义,倡导适度、理性消费,并且要加强传媒监督,为消费者营造良好的消费环境。消费主义虽然最先发生在西方国家,但是随着全球化和改革开放的不断深入,在我国的消费领域也出现了消费主义倾向。消费主义鼓吹和宣扬消费至上,使得许多人在物欲和占有欲的影响下想要购买、占有更多的商品来显示自身的品味、身份、地位,利己主义、拜金主义、享乐主义盛行。虽然消费主义在客观上促进了市场的繁荣,增强了经济发展的活力,满足了人们需求,但是从长期发展来看,消费主义会破坏勤俭节约的优良传统,腐蚀人的精神和心理,导致人的异化不自由。

正如美国新马克思主义经济学家詹姆斯·奥康纳指出:“为了迎合不断扩大的市场,自然资源消耗将会加快,能源和燃料的使用效率相对来说就不会被看得太重”[12]。异化消费现象的蔓延导致自然界与人类社会之间的矛盾不断加剧,资产阶级为了谋取利益而无限扩大生产规模,最终导致生态平衡遭到严重的破坏。

人类与自然界是一个有机的整体,如果人类消费活动所耗费的自然资源超过了资源再生的替代率,产生的废弃物超过了自然界的自净能力,人类与自然界的物质与能量转换平衡就会被打破,最终会危及到人类自身的生存。消费过程是否体现公平正义,直接关乎社会和谐发展和人际关系稳定。消费主义以享乐主义和拜金主义为价值导向,将个人利益至上视为价值原则,以无限制的占有为消费甚至生活唯一的、终极的目的,在现代的西方社会,人们不仅仅停留在对物的占有上,自我、意识和习惯等都成为被占有的对象,漠视他人的存在和利益,进而导致人际之间的冲突与对立,影响了社会的和谐稳定发展。

5. 结论

在对法兰克福代表人物霍克海默、马尔库塞等人理论研究的基础上,从弗洛姆消费文化批判的角度入手,分析了其理论的核心内容,对于资本主义消费文化进行了深入的批判。消费文化在中国的蔓延产生了极大的消极影响,对人们自由而全面的发展、人与自然和谐共生等方面造成了严重威胁,法兰克福学派及其代表人物的消费文化批判理论,对于生态文明价值观和科学消费观的树立具有重要意义。

参考文献

- [1] 霍克海默,阿道尔诺.启蒙辩证[M].渠敬东,曹卫东,译.上海:上海人民出版社,2006.
- [2] 弗洛姆.健全的社会[M].孙恺祥,译.北京:人民文学出版社,2018:98.
- [3] 赫伯特·马尔库塞.单向度的人[M].刘继,译.上海:上海译文出版社,2008.
- [4] 让·鲍德里亚.消费社会[M].刘成富,全志刚,译.南京:南京大学出版社,2014.
- [5] 王晓方,苏红.论广告在消费主义框架中对价值观的影响[J].西安石油大学学报(社会科学版),2006(4):85-89.
- [6] 蒋建国.论网络消费文化的特征[J].贵州社会科学,2010(12):49-52.
- [7] 高芳放.道德教化与道德养成——当代大学生道德品质的形成与重塑[J].南都学坛,2015,35(2):101-103.
- [8] 刘本利,郭辉.异化消费理论视域下当代大学生消费观审视[J].南京林业大学学报(人文社会科学版),2021,21(1):54-62.
- [9] 弗洛姆.逃避的自由[M].陈学明,译.北京:工人出版社,1987:152.
- [10] 马克思.1844年经济学哲学手稿[M].北京:人民出版社,2000.
- [11] 刘海辉,张林.异化的消费及其人道主义救赎:弗洛姆消费异化理论探析[J].理论观察,2014(8):51-53.
- [12] 詹姆斯·奥康纳.自然的理由[M].唐正东,臧佩洪,译.南京:南京大学出版社,2003.