



马克思的消费社会观初探

邹广文 王纵横

2009-09-15

【内容摘要】20世纪60年代消费社会理论的诞生被认为是西方马克思主义学派最为激进的一次后现代转向。而马克思的消费社会观是西方消费社会理论的重要思想诱因，本文从马克思的相关文本解读出发，试图追根溯源去探寻马克思思想中的消费社会因子，认为马克思从商品与人的生产、消费逻辑、符号意象与异化三个方面入手，呈现出了现代消费社会理论的基本构架。

【关键词】马克思 消费社会 消费逻辑 异化

上世纪60年代诞生的消费社会理论被称为是西方马克思主义最为激进的一次后现代转向，他们通过对马克思经典社会模型的解构与重建，试图表达一种对于现代性、消费文化与异化的独特解读，借以构建一个基于符号价值系统与拟象景观系统的全新社会形态。尽管这种对于马克思的解构与重建在目的上是积极的，但是，消费社会理论却始终没能走出马克思的影子而形成一种相对独立的体系，反倒更像是马克思思想的衍生品而看不清自身的价值依托，甚至他们在试图把马克思作为反对与批判的对象时，也“只有在把其反对的观点看作是对于马克思思想的继承的基础之上，才能被人们广泛的理解”^①。

然而从另一个角度，马克思在他所属的机械工业时代也确实亲历了现代性概念的源起与发展，他不但敏锐地收集了大量的第一手素材，还依据这些素材进行了全面而细致的考察，因此，从现代消费理论的角度，我们有理由认为马克思在19世纪中期工作的重心之一就在于渲染了一个原初的消费社会语境，并围绕三个关键词对其进行了缜密的理论阐释。

一、商品与人的生产

“工人生产的财富越多，他的产品的力量和数量越大，他就越贫穷。工人创造的商品越多，他就越变成廉价的商品。”^②从生产的角度，马克思最先把产品从世界的客观存在中剥离出来进行讨论。马克思认为，物在产品概念的限定下所具有的地位的不同是根源于它从独立客体转变为有机客体的递进，人对自然的改造力中的一大部分转移到了产品中，而这种转移则意味着人放弃了某种权力，他们把自己高于世界上其他生命体征的智慧与能力让渡出去，借以使生产力获得提升。但是，“如果没有生产一般，也就没有一般的生产”^③。当生产活动不仅仅被限定在人所独有的范畴内，以人的劳动作为衡量物的价值的标准则变得不再稳固。

在马克思早期提出的劳动异化理论中，主要关注的是生产过程中非人的物质载体的反叛。马克思认为这种非人的物质载体就是社会分工环境下的劳动产品本身，人类创造劳动产品的过程中，价值让渡就已经开始，然而，这种价值让渡的最终结果则是在产品被交换并成为商品的时候实现的。如果说个体商品的交换所让渡的价值量还很微小，那么随着社会生产力的提高，作为商品交换行为大量积累所获得的让渡价值则是巨大的。人类从商品世界中的获益虽然从实质来讲只是自我劳动的合理补偿，但实际上，通过商品这个中介处理过滤之后的价值则断绝了与人所固有的先天的联系，这使得商品生产的意义被外在地搁置了。由此不难看出，消费社会中物的高度丰盈的状态只是这种价值转移的极端形式。马克思指出，“物的世界的[HTH]增值

同人的世界的[HTH]贬值成正比”④。这里世界的世界的限定已经超出了商品的范畴而成为被消费之后并回归于物的概念之下，经过人类作用之后并回归于自在的世界。

从这个角度解读人类生产的意义，其根本点就在于它改变了人类生存世界的存在状态，甚至这种改变完美到毫无瑕疵地与原有世界无缝弥合，以至于人类干涉的标签被丢失，从而根本无法分清什么是自己改造过的东西而什么东西是自始自在且没有变化的。

在马克思所阐释的语境之下，人通过劳动所生产的不只是作为商品的物，还有作为商品的人。人在这里成为受制于商品价值体系之下的牺牲品，他们自己也就被自己所建立的普适的衡量标准所限定，并被挂上了商品的标签。在商品中凝结的人类劳动在人类商品之中同样存在，人类本身也是被自我生产之后的产品，甚至说人类社会的进步与社会财富的增加完全就是依赖于被生产的人类商品本身的增值。消费社会中商品生产具有与马克思所概括的生产模型一脉相承的特性，甚至更为突显了人作为一种存在物与非人相对峙的状态。在《1844年经济学哲学手稿》中马克思这样描述道：“人是类存在物，不仅因为人在实践上和理论上把类——他自身的类以及其他物的类——当作自己的对象；而且因为——这只是同一种事物的另一种说法——人把自身当作现有的、有生命的类来对待，因为人把自身当作[HTH]普遍的因而也是自由的存在物来对待。”⑤在这里，类的观点是人对于消费社会的一个反映，马克思在160年前就已经深刻地预见这样一种人的类的自我反思，并把它自身与其相对的类（即现有生命状态下的类与非生命状态下的类）关联起来。

把人看作是类存在物的观点是对消费社会做出的最具悲剧意味的预言。人把自我划分为生命的类与非生命的类，则是默认了作为非生命形式的人的形态的存在，马克思认为这种自我认识是伴随着人类历史上第一件商品被交换而出现的人类自我束缚的第一步。如果把作为商品的人的价值实现看成是消费社会最为显著的特点，那么我们自然能够把消费社会的历史向前推进到人类诞生的初期。按照这个观点，人类社会一直都是被消费社会形态下的商品规则所统治的，只是这种统治在工业社会表现得愈发明显。然而，与当代消费理论中强调的人与物的绝对对峙不同，马克思更看到了人与物关系背后隐藏的人与人之间的关系，这相当于最终回到了圆周的起点，找到了作为商品的人的生产的最初根源。在《1844年经济学哲学手稿》中马克思把这种逻辑推衍到市民社会的高级形态中去，即以人类全面解放为目的的共产主义社会。

二、生产逻辑与消费逻辑

马克思关于共产主义的构想是从生产的观点出发的，他最初试图以资本（私有财产）的逻辑来解决这种价值沦丧问题。鲍德里亚在《象征交换与死亡》一书中质疑马克思的生产观点，认为生产作为一种传统价值创造的形式已经死亡，“没有什么是被生产出来的”，“劳动具有的生产性实际上是被指派的再生产，这是一个已经迷惑于生产的社会的总习性”。⑥他认为，消费社会中生产活动已经不再存在，或者说生产活动已经不再是人类的劳动所直接造成的，而是自我运行的独立于人类的系统，人已经被生产活动完全排斥出来，于是，在人类社会中，消费成为最主要的价值实现形式。在此，鲍德里亚展开了一个与马克思的生产逻辑完全相对的消费逻辑，它围绕着消费、需求、欲望来形成运作而把生产排除在外。无论这种生产与人分离的行为主体是哪一方面的力量，消费社会中生产与消费的脱节实际上把人类社会剥离为两个部分：一个是有生命活力的类存在物的人的消费的世界，另一个是无生命的人的类存在物的生产的世界。可以推论的是，人类历史必然会出现两条社会实体的分支，即相互独立的两条历史主线，这将造成不可挽回的人类经验认知的困境。

然而，马克思并没有忽视这条重要的消费逻辑的线索，实际上，消费的观点弥漫于马克思全部思想的核心部分之中，只要马克思谈到生产的时候，后面必然显现出消费的影子。可以说，在马克思那里，生产与消费的观点永远是相互关联的。在《〈政治经济学批判〉导言》中马克思指出：“生产制造出适合需要的对象；分配依照社会规律把它们分配；交换依照个人需要把已经分配的东西再分配；最后，在消费中，产品脱离这种社会运动，直接变成个人需要的对象和仆役，供个人享受而满足个人需要。因而，生产表现为起点，消费表现为终点，分配和交换表现为中间环节，这中间环节又是二重的，分配被规定为从社会出发的要素，交换被规定为从个人出发的要素。”⑦相对于人来说，分配与交换作为中间环节直接与需求相关，分配所针对的是作为社会整体的公众性质的需求，而交换则是作为个体存在的大众性质的需求。前者具有国家参与的因素并具有历史属性，遵循一定的社会规律，需求在这里表现为高度的一致性，需求主体则是具有高度共性的细分群体，而后者则是独立自由零散的需求对象。生产与消费由于个体需求的存在才展现出物的繁杂与丰

盈，“在生产中，人客体化，在消费中，物主体化，在社会以一般的、占统治地位的规定的形式，担任生产和消费之间的中介；在交换中，生产和消费由个人的偶然的规定性来中介”^⑧。确切地说，消费社会中人们所真正感知的就是这种基于个体需求的消费体系。

然而，正如马克思由起点生产到终点消费的线性流程所展现的，生产与消费的地位并不是等同的，总有某种传动机制在两者之间发生作用，即无论是否具有现实的可操作性，生产与消费总是存在逻辑上的先后次序，生产天然的主导地位在很大程度上决定了马克思核心思想的走向。当我们把生产消费领域单独分析的时候，就会发现它们分别与人类本性有“拒绝生产与接受消费”的冲动相关。在生产领域中，人类的这种本性克制了自己的生产欲望，于是，个体生产无论在哪个层面上都是对个体与群体有利益贡献的，利益贡献是无限的并永远正义。而在消费领域中，人类的这种本性助长了自己的消费欲望，那么，个体的任何消费行为都必须谨慎而行，利益消费是有限的并永远是非正义的。人类群体允许个体自由选择生产，却拒绝个体自由选择消费。与此同时，连接生产与消费环节的需求本身也是被生产的，马克思指出：“由于生产通过它起初当作对象生产出来的产品在消费者身上引起需要。因而，它生产出消费的对象，消费的方式，消费的动力。同样，消费生产出生产者的素质，因为它在生产者身上引起追求一定目的的需要。”^⑨在这里，马克思实际上已经塑造了一个高于物质生产消费概念的生产，它具有更高的哲学属性，且已经不仅仅把生产主体限定于现实的人，甚至物的生产与消费环节本身都能够成为生产的主体，最终实现在马克思全部理论体系之中高度完整与广泛的生产概念的建立。

然而我们必须作出区分的是，在马克思的共产主义模型中生产的对象是物而不是商品，人类劳动的目的应当是自我存在的需要与本质属性的外在表达，而不是以交换为目的的虚假行为。交换之所以成为一种现象上的目的，是由于它被伪装成物与物的关系的形式，即商品被标注了拜物教的特征。从商品的价值形式出发，马克思建立了商品神秘的价值谜团，“商品A= y量商品B”代表的是等式两端的两个世界的关系而不是单纯的物物相关，“一切价值形式的秘密都隐藏在这个简单的价值形式中”^⑩。因为这个简单形式象征着商品价值实现被自然化的过程，自然化把商品之间的价值确定化并被量的函数所指导，这是人类生产被商品操纵的开始，也是拜物教的核心，它创造了一种基于物的量的生产方式，并把这种量与价值内容直接相关。价值形式的推论背后是人与人的关系表现为社会化的物的关系的潜在过程，转变的中介规定了通过量来象征与指向的价值转移，符号的价值在马克思那里以一种更加现实的形式表现出来，以至于人们根本无法将其与符号本身联系在一起。

马克思认为，货币就是这样一种甚至能够被当作商品来买卖的符号。当它被理解为商品的时候它是货币，反之，它是符号。如果消费社会中符号能够表现为对于商品核心价值实现的直接统治，也就是说，符号本身具有了能够决定商品价值的意义，那么货币则作为马克思符号观的直接体现与商品的拜物教相互结合构建了一个异化世界的最初模型。货币通过对商品价值量的直接评价，而扮演了可能是资本主义社会经济运行系统中最为重要的部分。如果消费社会把符号价值作为对于物的崇拜的一个重要依据，那么货币在资本主义诞生初期就决定了商品完全被货币操纵者们所控制；在货币面前，商品的使用价值与交换价值变得外在化了。事实上，马克思把使用价值与物的自然属性相关联、把交换价值与物的社会属性相关联，这本身就是对货币统治的一种展示。因为无论是使用价值与交换价值都是指向人类主体的，当商品流通系统相对成熟并且人类有机会独立利用货币的多种形式来影响商品流通过程的时候，货币的符号价值意义才占了上风，并且这种符号价值迅速成为资本市场最为敏锐的触觉神经，甚至商品拜物的属性都被疯狂地抹杀掉了。马克思在《资本论》中描述道：“正如商品的一切质的差别在货币上消灭了一样，货币作为激进的平均主义者把一切差别都消灭了。”^[11]

三、符号意象与异化

通过符号价值建立的崭新世界在消费社会以视觉意象的方式被表现出来，拟象的仿真成为这种超真实的符号世界的前奏。对符号与视觉系统中固有的联系绝不仅仅是由于视觉符号给人的感受最为直接与敏感，它们同时是通过人类的消费行为紧密地连接在一起的。对于这种隐蔽的关系，马克思在《〈政治经济学批判〉导言》中有明确的阐释：“消费在观念上提出生产的对象，把它作为内心的图像、作为需要、作为动力和目的提出来。”^[12]图像成为这种需求在人脑中的现实化的反映，并把它形成为一种对象来生产，于是我们对于视觉系统在人类生产对象的设定中的作用便有了直观的认识。

在交换过程中，通过价值关系构成相互反映对方价值的商品，便以镜子的形态表达对意象化象征体系世界的一种隐喻。毫无疑问，马克思对于生产之镜的理解是现实的。与此同时，商品在成为这种图像载体构建其符号世界的过程中，也就是对于超真实世界的崇拜与沉迷，在马克思的体系中，这种崇拜与沉迷以一种更为直接的方式表达出来。因为他所推论的是一种建立在交换过程中的价值实现，而这种实现绝不仅仅是超真实的意象而是可以确实触及的超级感知，在《资本论》中马克思揭示了“商品形式的奥秘不过在于：商品形式在人们面前把人们本身劳动的社会性质反映成劳动产品本身的物的性质，反映成这些物的天然的社会属性，从而把生产者同总劳动的社会关系反映成存在于生产者之外的物与物之间的社会关系。由于这种转换，劳动产品成了商品，成了可感觉而又超感觉的物或社会的物”[13]。超感觉的概念在马克思的体系中紧密地与商品拜物教联系在一起，事实上，马克思对于商品拜物教的批判也恰恰是以符号价值实现的角度为切入点的。人们使他们的劳动产品彼此当作价值发生关系，不是因为在他们看来这些物只是同种的人类劳动的物质外壳。恰恰相反，他们在交换中使他们的各种产品作为价值彼此相等，也就使他们的各种劳动作为人类劳动而彼此相等。同时，相对于这种物与物的形式，马克思认为它将一直以最为主要的形式长期存在于各种社会形态之中，虽然“消除了劳动产品的价值量纯粹是偶然决定的这种假象，但是决没有消除价值量的决定所采取的物的形式”[14]。从这一点上我们也能够得到来自马克思的深层暗示——作为物物关系来构建的消费社会的可能性。

然而，无论马克思把异化置于自己思想体系中的什么位置，它无疑象征了一种全新的思路与批判的深度。事实上，马克思后来的追随者们最为强调的就是这种基于异化模型的社会批判精神，从卢卡奇到阿多诺，从马尔库塞到哈贝马斯，从德波到鲍德里亚，他们都或多或少的把这样一种视角带入了自己的理论体系之中。如果说真的要寻找消费社会理论的理论起点的话，也只能到马克思的异化理论这里来寻找。

目前可以确定的是，异化作为马克思从黑格尔那里扬弃加工后的一个概念，是他最初理解人类生产活动的入口。在《1844年经济学哲学手稿》中，马克思用“异化劳动”作为一个单独的小节来表述这种思想，可以看出“异化”在马克思这里被作为对“劳动”概念理解的一个附加概念。异化与劳动直接相关，如果我们把劳动看作一个媒介，它连接着生产主体人与生产客体劳动产品，那么媒介异化所导致的就是人与劳动产品之间主客关系的现实异化，“劳动所生产的对象，即劳动的产品，作为一种[HTH]异己的存在物，作为[HTH]不依赖于生产者的[HTH]力量，同劳动相对立”[15]。而这种概括也就把劳动产品的本质与人和生产活动之间相关联在一起，它在本质上“是固定在某个对象中的、物化的劳动，这就是劳动的[HTH]对象化”[16]。从这里我们至少可以看出马克思所强调的是劳动实现失去了它的现实性，以至于这种非现实性竟然和劳动活动本身造成对立，但是他所阐述的劳动的对象化则更具有普适意义。当代消费社会理论的劳动观，也建立在对非物质性劳动产品的表述与其中的劳动对象化的关系的理解之上。准确地讲，马克思并没有把异化对象完全限定在物质劳动产品的范畴之内，只是他所讨论的主要就是这样一种物质生产的情形，这一点应该给予理解。由于生产力水平的限制，这种首要的物质生产必定占据生产活动的主导环节，即使是马克思的预言也要以时代现状为第一语境来进行表述，否则人们就无法在这种语境之外来准确地理解它。然而，在生产力不再成为大量的物质生产活动的限制的时候，劳动对象化更为全面的意义也就随之浮现。

人们于是惊讶地发现，这种异化的推断同样适合于非物质劳动产品的生产行为之中，甚至表现得尤其明显。需求的涵义伴随着这种转变显得奇异起来。首先，纯粹物质性的需求虽然依然不可替代，但显然已经不再重要，反而这种需求的量却成为产品价值实现的关键，于是需求生产被引入生产概念之中，需求成为一种产品。其次，需求的实现方式从最初的与消费能力相关逐步转变为与消费欲望相关。马克思在谈到资本主义经济危机的时候把前者作为生产相对过剩的一个重要表现形式，然而，在消费社会中生产相对过剩已经被生产绝对过剩所取代，于是形成了一种全新的危机模式。但是，也只有在这种条件下，需求才回归了它最为原始的涵义。与此同时，需求的对象也从更偏向于群体概念下的产品向更接近于个性意义上的产品转变。虽然类分工的生产依然是基础性的，然而满足个性需求的生产活动无疑意味着更大的市场，这种个性的消费概念也成为消费社会物的丰盛的直接逻辑起点。马克思看到了这样一个危机，即人类需求的被满足将成为人类自我克制的杀手，需求对于人的统治从未如此危险。而当代消费社会的建构则恰恰是承认了这个被奴役的前提之下才成长起来的，于是，我们看到今天的一些学者们对人类社会宏观上的横加指责乃至对于人类前途丧失信心的悲观态度。狭义地讲，这似乎是他们从马克思那里汲取的最为普通的一点养分，很明显，这种异

化的观点被污染了。德国社会哲学家奥斯卡·内格（Oskar Negt）尖锐地指出：“20世纪的现代思想史是对马克思思想的脚注构成的，然而这一过程的悲剧性矛盾就在于这个时代的大部分科学发展都建立在脚注之上，而不是它的正文。” [17]

综上所述，我们可以清晰地看到，在马克思的思想体系中孕育了丰富的现代消费社会理论因子，这不仅确证了马克思是西方消费社会理论的一个重要思想来源，同时揭示了两者之间隐蔽的继承关系。事实上，当代消费社会理论的核心观点正是对马克思的续写或当代解读，而这种解读又是与更为狭隘的一个展示味道颇浓的模型社会紧密相连的，这也就是说，消费社会并不代表人类全部社会形态正在展示或即将展示的必然趋势，它只是一个跳出资本主义社会的束缚而独立构成意义的概念。虽然消费社会理论把马克思的理论范畴放大了，但它却在历史唯物主义的视野下（无论它是否承认这种联系）对马克思所构建的社会模型进行了当代社会的实验，甚至取得了尚未成熟但已见雏形的理论成果。那么，在此背景下，相互对立的社会群体如何应对人类共有的种种问题必将成为一个崭新的课题，毕竟，面对一个历史选择的不是阶级形态划分下的国家群体而是抱有独立利益需要的国家个体。于是，只有我们回归到马克思重新分析的这个经典的社会模型的时候，其中被填充的消费社会实体才能够表现出其真正的价值。

注释：

① [英]汤姆·B.博特莫尔：《马克思，社会学家还是马克思主义者》，节选自苏国勋、刘小枫主编：《二十世纪西方社会理论文选》第1卷，上海三联书店2005年版第4页。

②④⑤ [15] [16] 《马克思恩格斯选集》第2版第1卷第40、40、45、41、41页。

③⑦⑧⑨ [12] 《马克思恩格斯全集》第2版第30卷第27、30、30、33—34、33页。

⑥ [法]让·鲍德里亚：《象征交换与死亡》，译林出版社2006年版第11页。

[10][11][13][14] 《马克思恩格斯全集》第2版第44卷第62、155、89、93页。

[17]转引自[德]沃尔夫冈·豪格：《十三个尝试》，东方出版社2008年版第162页。

（来源：《马克思主义与现实》2009年第4期）（作者单位：清华大学哲学系）

（网络编辑：胡毅）

上一条 存在马克思的危机理论吗？—进一步理解马克思《政治经济学批判》手稿中的“危机”概念
下一条 马克思视野中的市场与危机

网络链接 | 联系我们

版权所有：中央编译局

地址：北京市西城区西斜街36号 邮编：100032

设计制作：文献信息部信息技术处