

# 马克思需要理论对当代需要异化困境的启示

周燕玲

上海理工大学, 上海

收稿日期: 2022年12月5日; 录用日期: 2022年12月25日; 发布日期: 2023年1月6日

## 摘要

人的需要问题是一个自人类诞生那一刻起就随之存在的话题。马克思对于人的需要的研究是对古往今来哲学家思考与研究的集大成之作, 这是他发现唯物史观的一个重要切入点, 也构成了马克思主义人学研究的重要篇章, 至今仍具有很强的现实指导意义。如今随着直播带货等数字经济的迅速发展, 在盈千累万的商品类目和品牌面前, 人们不慎便陷入资本家制造的需要困境中。数字资本凭借丰盈的物质成果, 制造“虚假”需要、“占有”需要和“符号”需要引导数字消费者陷入虚假满足、病态拥有和身份追求等困境。本文将运用马克思需要理论, 尝试分析需要困境背后的根源, 并从中获取一些走出困境的启示。

## 关键词

马克思需要理论, 需要异化, 需要困境

# The Enlightenment of Marx's Needs Theory to the Dilemma of Contemporary Needs Alienation

Yanling Zhou

University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: Dec. 5<sup>th</sup>, 2022; accepted: Dec. 25<sup>th</sup>, 2022; published: Jan. 6<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

The question of human needs is a topic that has existed since the moment of human birth. Marx's research on human needs is the culmination of philosophers' thinking and research throughout the ages, an important entry point for his discovery of historical materialism, and an important chapter in the study of Marxist anthropology. This theory still has a strong practical significance. Nowadays, with the rapid development of digital economy, people are caught in the dilemma of

capitalists' manufacturing needs in the face of numerous commodity categories and brands. With abundant material achievements, digital capital creates "false" needs, "possession" needs and "symbol" needs to guide digital consumers into such dilemmas as false satisfaction, pathological ownership and identity pursuit. This article will use Marx's need theory to try to analyze the root cause behind the need dilemma, and obtain some enlightenment for getting out of the predicament.

## Keywords

Marx's Needs Theory, Need of Alienation, Need Dilemma

Copyright © 2023 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

我们每天都在为了寻求满足自身的需求而奔波。“需要”是人类自我探索的一个范畴，是考察和分析人类历史活动的起点。世界日益变迁，我们身处数字时代，迷失在数字技术和大众传媒中，陷入需要困境。马克思需要理论在当下仍向世人展现其强大的现实批判力，并为人们走出需要困境指明了方向。

## 2. 马克思需要理论的理论内涵

马克思说：“他们的需要即他们的本性。” [1] “我的劳动满足了人的需要，从而物化了人的本质，又创造了与另一个人的本质的需要相符合的物品。” [2] 马克思的需要理论包括了需要本质、分类和基本特征以及需要的异化等内容，只有一一厘清这些内容，才能更好地理解马克思需要理论的实质并且学会科学地运用。

### 2.1. 需要的本质与特征

从需要的本质来看，需要是人本质力量的表征，是社会发展状态的体现。人通过展示追求自己对象的强烈力量来满足自身的需要，从而得到确证。当一个人具有丰富的需要并且能真正享有的时候，这个人才是富有的朝向全面发展的人。需要也与社会发展的状态相关联，若是发展水平较低则仅能满足生存的底线需要，而每个人的需要可以得到最大程度的满足则体现了一个社会高度发展的状态。

对象性是需要的第一个特征，也是人的需要所必须建立的一个首要前提。动物不论是搭建巢穴还是寻找食物都不可避免地要同外界的对象有所联系，这一点与人是类似的。不管是自然存在物、社会存在物或者是类存在物，首先都要证明自身是存在的，而想要证明自身可以存在就要使人的需要具有对象性，但是动物的对象化行为则不需要证明这一点。

社会性凸显人与动植物需要的不同之处，这也是需要的第二个特征。马克思在《1844年经济学哲学手稿》中指出：“人具有的需要何种程度上成为人的需要，就是说，别人作为人在何种程度上对他来说成为需要，他作为个人的存在在何种程度上同时又是社会存在物。” [3] 人会通过劳动自觉地将自身的需要转化成现实，从而满足自己的需要。然而仅靠一个独立的个体显然是不能完成这种转化的，必须处于社会之中。

人的需要会随着历史变革发生变化，这就是需要的第三个特征历史性的体现。在《德意志意识形态》中马克思说道：“物质生活的这样或那样的组织，每次都依赖于已经发达的需求，而这些需求的产生，也像它们的满足一样，本身是一个历史过程，这一过程在羊或狗那里是没有的。”[4]第一个需要的满足产生人类的第一个历史行为，但是满足的是人类类似于动物的基本需求。与动物不同的是，人能够生产工具产生实践行为来满足需求，这种行为可以在历史的传承中解放和发展人的本性。

## 2.2. 需要的分类和异化

马克思基于发展的视角将其划分为生存需要、享受需要和发展需要三个层次。生存需要是指肉体 and 生理上的需要，这是其他两种需要的前提和基础。人类需要物质资料来延续生命。人类具备能动的意识，在满足生存的需要之后，自然就有了更高层次的享受需要。在物质方面基本满足需要的人在精神层面会寻求自由而全面地发展。三种需要的侧重点不同，但是相互影响，组成一个需要的层次系统。

马克思早期频繁使用“异化”批判资本主义社会。赵长太提及需要异化的表现时指出“原本是满足需要的物，现在却反过来成为控制人、奴役人的一种异己的力量”[5]。需要有三个异化的表现：“工具化”、“粗陋化”、“物欲化”，其实质是需要的丰富性和全面性的匮乏以及人全面发展的梗阻。第一，“工具化”是指人的需要失去主体性沦为牟利的工具。“每一种产品都是人们想用来诱骗他人的本质、他人的货币的诱饵”[6]，这时需要脱离本体被他者掌控，潜在的需要被放大或者虚假的需要被创造，让本体产生虚假幻觉，来满足他者的牟利的需要。人的需要异化成他者牟利的工具和手段。第二，“粗陋化”是指工人只需满足动物那般粗陋的需求，即生存的需要，而其他层次的需要被资本家剥夺。第三，需要的“物欲化”，是指资本家营造“需要的精致化和满足需要的资料的精致化”[7]氛围，促使正常的需要逐渐演变成对物的狂热渴求。

## 3. 数字时代需要异化带来的困境

互联网、大数据等前沿技术的迅猛发展，强势开启了一个数字时代，数字背后的资本家制造“虚假”需要、“占有”需要、“符号”需要引导数字消费，带来新形式的同时也带来了新一轮的异化困境。

### 3.1. 制造“虚假”需要，陷入虚假满足的困境

马尔库塞说：“为了特定的社会利益而从外部强加在个人身上的那些需要，使艰辛、侵略、痛苦和非正义永恒化的需要，是‘虚假的’需要。”[8]这种虚假需要在需要的各个层次都有所体现。网络购物营造需要假象的氛围，数字社交激发享受需要的欲望，在线教育贩卖发展需要的焦虑，人逐渐陷入前所未有的需要异化“困境”中。数字时代虚假的需要经过资本家的精心包装，极具“欺骗性”，让人们迷失在真假乱象中。

首先，在物质需要方面，数字资本家为了“特定的”利益根据消费者的心理特征打造数字消费社会，创造“物质王国”，刺激消费者的视觉神经，产生消费的需要和欲望。如今各种节日被数字资本家冠上消费的头衔，制造虚假需要的假象，改成买买买的形式来庆祝，重大的节日在本质上被异化成消费节，失去原有的意义。其中最典型的就是全年最盛大的购物狂欢节双十一，资本家通过给商品贴上“限时秒杀”“全年最低”“清仓甩卖”等等标签，发放满减券等营销手段，营造“不买就错过”的氛围，诱使消费者产生虚假需要。网络购物的盛行离不开直播带货的助力，小小的直播间内主播带领团队抓住消费者贪图便宜的心理，行云流水地演示商品加之提前打磨好的精炼话术和引导性行为，打造人设，在短短几分钟内营造紧张氛围博取信任，进而产生虚假需要完成冲动消费。人们看似是满足了内心的需要，事实上这都是被商家操控的购物行为，这种满足是转瞬即逝的、虚假的。

其次，在享受需要方面，资本家手持数字传媒的利剑，操控大众的喜好和意志。数字时代，流量为王，流量即财富。大众传媒掌握流量密码，资本家通过投放无孔不入的广告操控大众传媒，掌握财富密码。数字社交实时分享热点动态，使得明星、网红的个人消费行为辐射影响到全网。某某明星同款，网红产品，名牌效应逐渐形成消费潮流，利用消费者的从众心理，产生虚假的享受需要，获得心理享受满足。即使自身的经济实力不允许，也会通过超前消费的形式，追求短期的享受满足。此外，网络热点社交话题以个人社交账号为中心同心圆式传播，辐射至周围的人群，以此类推。资本利用此模式，煽动大众舆论，刺激享受的消费行为。如“秋天的第一杯奶茶”“雪糕刺客”“入冬五件套”等热点话题在各类社交软件爆火，在朋友圈刷屏，使人们为了精神享受的满足，激情下单。人们整日沉浸在娱乐和消费相结合的大众文化氛围中，长久以往认知麻痹丧失判断力，逐渐成为被资本肆意驱动的消费者。

最后，在发展需要方面，在线教育贩卖发展焦虑，促使人们产生虚假的发展需要。下至还未出生的胎儿，上至白发苍苍的老人，各个人生阶段都有为其量身定制的发展目标。激烈的内卷战争从胎儿时期就吹响了号角。音乐启蒙、多语种启蒙等各式各样的早教课程大肆宣传“不能让孩子输在起跑线”的口号，贩卖焦虑。从幼儿园到高中，各科的在线辅导班盛行，功课不论好坏都得补，生怕更不上队伍。除此以外，各类能力提升班、兴趣辅导班层出不穷。诸如此类的发展焦虑弥漫于人生的每个阶段，虚假需要从不缺席。

### 3.2. 制造“占有”需要，陷入病态拥有的困境

数字时代造就繁华的商品，召唤人对物的疯狂占有欲，“物化”现象严重。正如马克思在批判私有财产时所说的：“一切肉体的和精神的感受都被这一切感受的单纯异化即拥有的感觉所代替。”<sup>[9]</sup>这种疯狂的占有即对物的病态占有，追求量的满足，渴求拥有而不在意享用，是一种对物质和财富的顶礼膜拜。“除了食物之外，衣服和住宅连同取暖设备，就是人类的两大需要。”<sup>[10]</sup>数字时代，基本需要的满足早已不成问题，人们似乎更注重量的积累，认为这是生活幸福的象征。一个人只有一张脸一个身体一双手一双脚，但人人都在憧憬一个大别墅，拥有一面鞋墙，一个富丽堂皇的衣帽间，一堆吃不完的零食，一满桌的化妆品。人们热衷于用这种量的充实感来填补内心的空虚。网络空间里，消费主义思潮的盛行，各种充满物欲的视频、图片往往能带来视觉的冲击得到大量的关注和广泛的传播，同时也带来了需要的匮乏感和痛苦感。人们会试图通过购物来安慰自己，从而陷入消费的陷阱。此外，人们企图把在现实生活和异化劳动中积压的负面情绪通过自由消费和大量的占有来获得心理的解脱。他们只有通过不断地消费这种方式才能获得身心的愉悦，但是消费后的满足马上又会被新一轮的商品取代，便陷入了不间断消费的病态循环困境之中。

### 3.3. 制造“符号”需要，陷入身份追求的困境

在数字消费时代下，“物”也有了符号的划分，符号甚至能体现人的能力、价值。换言之，资本家打造物质王国，蓄意打造一个依据所拥有的物资来划分身份等级的社会。商品所代表的意义与实际用途无关，人们注重的是符号代表的身份意义。人们普遍认为在商品购买的同时完成了对自身价值的考察。打开小红书等社交媒体，不论是化妆品还是衣物鞋包都是按照品牌等级来区分的，有平价系列、轻奢系列、贵妇系列等等。人们的消费观念在潜移默化中发生了异化。对物的消费已然成为人们进行人际交往、攀比、甚至是自我炫耀的途径和展示身份的手段。“物”在某种意义上担任着“社会区分”的符号，遮蔽了人的本质差别。这种“符号化的需要”，本质上是一种对差异的需要，彰显身份的差别，以寻求外在的与众不同的身份标签。与此同时，人们对身份的追求是成套的。一套高档的别墅，一套精致的名牌家具，一辆豪车，成套的大牌穿搭加以珠宝首饰点缀，每一部分都是身份的重要名片，缺一不可。在时

装杂志或者时装展中，明星从头到脚都有品牌的成套穿搭，暗示身价。几分钟之后，数字网络上就有人发布分析明星穿搭的视频，并且引来一众的效仿。

#### 4. 马克思需要理论对于走出需要困境的启示

数字市场高速发展，人们将财富的无限扩张作为发展目标，满足感与幸福感自然也完全与消费相挂钩。数字资本制造的“虚假”需要、“占有”需要、“符号”需要，将人们困在消费之中。尽管马克思的需要理论批判的矛头主要针对资本主义社会，但是它在启示我国如何走出消费困境，回归消费理性方面仍有不可估量的实践意义。

##### 4.1. 需要区分理性化，走出虚假满足的困境

数字时代需要因人而异，也就是说每个人对各种需要的程度不同。“归根到底，什么是真实的需要和虚假的需要这一问题必须由自己来回答。”<sup>[11]</sup>真实的需要遵循人自身的发展规律，提高人自身能力，确证人自身本质力量。这种需要既符合“现实的人”的规定性，又能充盈需要的层次。人们因沉浸于资本借助大众传媒打造的需要虚实幻象之中，辨别能力下降，导致虚假的需要遮蔽了主体性和真实的需要，失去了对生活的掌控。对资本和传媒环境的规范治理是必不可少的。首先，政府应防止资本野蛮生长，避免资本随意利用数字技术在各个领域制造虚假需要，并且防范数字资本与网红的联手控制舆论主导数字消费。其次，社会应该利用好大众传媒，倡导理性的消费模式和观念，引导人们认清合理需要。此外，网络主管部门应加大力度管控网络社交平台审核社交内容，净化传媒环境，阻止消费主义思潮肆意蔓延。人的需要不是机械完成消费、继续社会再生产和资本逐利的手段。最后，个人应树立理性的绿色消费观，从内部拒绝消费的异化，自觉抵制虚假需要，把自主选择的权力牢牢把握在手中，避免陷入虚假需要困境。

##### 4.2. 需要追求品质化，走出病态拥有的困境

走出病态化困境，关键是转变对需要的满足向度，从追求量的积累到质的提升，才能打破病态循环。此刻的占有只是为了更新的占有，凭借这种病态占有到达不了人生幸福境界，最终的结果是陷入数的牢笼之中。对量的无限占有是一个永无止境的过程，是物欲的泛滥，永远达不到满足，需以自身真实的度为限，以自身的本质力量的确证为限。我们应改变用量的占有衡量幸福的传统观念，继承勤俭的中华民族优秀传统文化，抵制消费主义的西方不良思想入侵，增强人们对奢侈浪费行为带来的不良生态后果的认知，在伦理层面谴责异化的消费观念，减少无脑囤货行为，提高消费者的品味和层次，追求商品的品质和满足的质量。

##### 4.3. 需要发展立体化，走出身份追求的困境

符号化需要的困境实质上是通过奢侈消费获得他人的身份认同，此刻本质力量确证的需要迅速转变成符号占有的强烈欲望。需要的“符号化”使人狂热地追求符号，追求符号所赋予的社会意义，所彰显的独特的身份、地位等差异特征，并使人迷失在一系列的符号困境中无法自拔。追寻丰富多样和全面发展的需要，才能在满足的过程中而提升本质，获得真正的社会身份认同。由此可见，打破需要的单向度发展逻辑，引导多向度发展是打开符号化樊笼的一把钥匙。避免需要停留在较低层次且单一化的物质层面，重视较高层次和多样化的精神层面的发展，摆脱消费功利化、符号化的束缚，拒绝符号形式的身份绑架。合理需要符合“现实的人”的规定性，发展全面丰富的需要，包括自然需要、精神需要和社会需要。“人的发展实质上就是人的本质的实现，而人的本质的实现就是作为人的丰富需要的真正确立和满足。”<sup>[12]</sup>合理需要促使人们停止追逐单一符号化满足，促使立体化需要的发展和满足，推动人的全面立体化发展。

## 5. 结语

人的需要问题是永恒讨论的话题，需要的满足是人奔忙一生的所求。本文以马克思人的需要理论为指导，分析当下数字生活中人的需要的虚假满足、病态拥有和身份追求等困境，得到些许启示。希望通过需要对需要区分理性化、追求品质化和发展立体化的调整，可以帮助人们摆脱需要泥淖，迎来美好生活需要的真正满足。

## 参考文献

- [1] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集第三卷[M]. 北京: 人民出版社, 1960: 514.
- [2] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集(第 42 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1979: 37.
- [3] 马克思. 1844 年经济学哲学手稿[M]. 北京: 人民出版社, 2000: 80.
- [4] 马克思, 恩格斯. 德意志意识形态[M]. 北京: 人民出版社, 2003: 67.
- [5] 赵长太. 马克思的需要理论及其当代意义[M]. 郑州: 河南人民出版社, 2008: 161.
- [6] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第一卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009: 224.
- [7] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第一卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009: 225.
- [8] 马尔库塞. 单向度的人[M]. 刘继, 译. 上海: 上海译文出版社, 2014: 6.
- [9] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第一卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009: 190.
- [10] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第一卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009: 145.
- [11] 马尔库塞. 工业社会和新左派[M]. 任立, 译. 北京: 商务印书馆, 1982: 7.
- [12] 赵长太. 马克思的需要理论及其当代意义[M]. 郑州: 河南人民出版社, 2008: 158.