

鲍德里亚消费异化思想探析

冯慧敏

广西大学马克思主义学院，广西 南宁

收稿日期：2024年7月15日；录用日期：2024年8月6日；发布日期：2024年8月16日

摘要

第二次世界大战以来，第三次科技革命的推动下，科学技术的发展、生产力的提高推动西方资本主义社会经济发展迅猛，西方社会由工业社会迈向后工业社会，影响并改变着当时的生活方式，消费社会在资本主义社会兴起。鲍德里亚正是基于时代的转变，开启对消费社会的反思与批判之路。他在继承发展前人思想理论的基础上，以全新的视角引入符号学分析阐述了消费异化思想，深化了对资本主义社会的批判。但是，鲍德里亚消费思想也具有其自身的局限性，批判停留在消费异化的表象层面，提出的扬弃消费异化的解决方案也没能深入到资本主义社会现实，具有乌托邦色彩。

关键词

鲍德里亚，消费异化，符号消费

An Analysis of Baudrillard's Thought of Consumption Alienation

Huimin Feng

School of Marxism, Guangxi University, Nanning Guangxi

Received: Jul. 15th, 2024; accepted: Aug. 6th, 2024; published: Aug. 16th, 2024

Abstract

Since the Second World War, driven by the Third Scientific and Technological Revolution, the development of science and technology and the improvement of productive forces have contributed to the rapid economic development of Western capitalist society, which is moving from an industrial society to a post-industrial society, affecting and changing the lifestyle at that time, and the rise of the consumer society in capitalist society. Baudrillard started his reflection and criticism of the consumer society precisely based on the change of the times. On the basis of the inheritance and development of his predecessors' theories, he introduced semiotic analysis to elaborate the

idea of consumption alienation from a new perspective and deepened his criticism of capitalist society. However, it also has its own limitations, as the critique stays at the superficial level of consumer alienation, and the solution proposed to abandon consumption alienation fails to penetrate into the reality of capitalist society, which is utopian.

Keywords

Baudrillard, Consumption Alienation, Semiotic Consumption

Copyright © 2024 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

作为法国后现代主义大师、现代西方消费文化的奠基人物之一的鲍德里亚在继承马克思、马尔库塞、列斐伏尔关于异化的思想以及索绪尔与罗兰·巴特符号学理论的基础上，形成了其消费异化思想，致力于批判西方资本主义社会的消费异化的问题，并对尝试解决消费异化现象作了深刻的分析。他的分析深化了对资本主义的现实剖析，拓展了马克思主义批判的视域，但他无法抓住劳动和资本的资本主义根源性矛盾，对消费异化的批判停留在符号层面，背离了马克思的历史唯物主义。梳理和审视鲍德里亚消费异化思想，有助于我们理解鲍德里亚消费异化思想的理论困境，也为我们坚持马克思主义提供借鉴。

2. 鲍德里亚消费异化思想形成的社会历史背景

鲍德里亚消费异化思想的发展源于时代背景的转变、西方思潮的影响以及其自身的经历。二战以来，西方社会迎来科学技术的蓬勃发展，社会生产力极大提高，物质生产极大丰富，西方消费社会兴起。

2.1. 生产力的提高

第二次世界大战之后，西方资本主义的科学技术进一步发展，20世纪40年代，第三次科技革命的浪潮助推资本主义世界的变革，生产力飞跃式发展，资本主义社会进入高速发展的时期，呈现出一片繁荣景象，由工业社会迈向后工业社会。被葛兰西称之为“以市场为中心”的福特主义在世界范围内扩散，大规模生产促进劳动生产率的提高，工业物质生产周期缩短，带动西方社会人民收入水平提升，西方社会人民大众生活水平显著提高，物质生活丰富，生产和生活方式发生颠覆性的发展转变。西方收入水平的提高，消费能力提升为后福特主义的到来准备了物质条件。与福特主义注重大规模的生产不同，后福特主义则更加强调个性化的生产，具有相对灵活的特点，成为西方资本主义社会的改良的方式。告别了过去物质短缺的时代，资本主义社会从工业社会迈向消费社会。正如鲍德里亚指出“生产主人公的传奇现在已到处让位于消费主人公。”([1], p. 25)与工业社会不同，在消费社会里，人们不因不足而消费，不足为假，剩余为真。

2.2. 消费观的转变

早期资本主义现代化的过程中，资本主义社会主要是标榜以加尔文等人为代表的新教“入世禁欲主义”来宣扬“节俭”积累资本，树立资产阶级形象，为资本主义发展提供宗教上的正当性，以适应于资本主义初期的发展需要。加上当时生产力水平不高，生产力发展缓慢，顺应时代要求的新教伦理占据主

流。彼时的消费文化主要与禁欲主义相关，提倡节俭、排斥过度消费。随着二战后技术革命带来的社会变革，社会生产力空前提高，生产方式的巨大转变，促使商品生产供过于求，生产与消费的矛盾日益尖锐。由此新教伦理支配下的消费理念和生活方式也随之发生改变，加之生产过剩，导致资本主义经济危机的周期性发生，让凯恩斯主义在二战后成为西方经济学的主流，提倡通过政府干预，以需求为导向，鼓励刺激国民消费，消费主义在这样的背景下逐步兴起，从新教伦理的入世禁欲主义到享乐主义，从节俭消费转向物欲膨胀、新的消费观念生成。

2.3. 法国“五月风暴”

20世纪60年代，法国第五共和国发生大规模政治游行抗议运动，称为“五月风暴”。“五月风暴”是对消费社会和工业文明压抑人性的抗议运动[2]，也是一场明确抵制消费社会等社会问题的政治运动，在其口号中就存在攻击消费主义的标语。运动的最终结果却是资本主义取得了支配地位。而这一场危机的爆发蕴含的批判思想和反抗精神深刻影响着当时以及后来的法国思想家。鲍德里亚就曾加入了当时法国的革命左派和马克思主义组织，并参与了这场抗议运动，但是他不满于欧洲1968年“红色五月风暴”之后，整个社会知识界转向马克思主义[3]。现实的运动促进了法国思想家对于资本主义社会的批判，五月风暴的批判和反抗精神以及鲍德里亚的亲身实践参与，使得他开始重新思考马克思主义，反思现行的资本主义制度，逐步开启了揭露资本主义社会消费异化现实的批判之路。

3. 鲍德里亚消费异化思想形成的理论基础

鲍德里亚消费异化思想发展的策源来自马克思主义，批判继承了马克思主义政治经济学思想关于异化、商品拜物教的理论，延续和发展其导师列斐伏尔日常批判理论，接受德波的景观社会理论的启发，并以巴特符号学为方法论支撑，提出了符号消费理论，为鲍德里亚逐步建构他的消费异化思想提供了重要的理论基础。

3.1. 马克思主义政治经济学的思想

鲍德里亚本人深受西方马克思主义思潮的影响与启发，其消费异化思想的理论基础亦直指马克思主义，可追溯至马克思主义的异化理论和商品拜物教。一是异化理论。马克思在《1944年经济学哲学手稿》中首次提出了“异化劳动”，随后在《巴黎手稿》等著作又论述了异化劳动理论。马克思异化劳动理论强调劳动是人的本质活动，本应是一种自由自觉的活动，但是在资本主义社会中，劳动成了一种异己的力量，凌驾于人之上。“异化劳动把自主活动、自由活动贬低为手段，也就把人的类生活变成维持人的肉体生产的手段”[4]。马克思还提出了异化劳动的四重规定性。其中，一是劳动者同他的劳动产品之间的异化。二是劳动活动中劳动者的异化。三是人同自己类本质的异化，即“人的类本质，无论是自然界，还是人的精神的类能力，都变成了对人来说异己的本质，变成了维持他的个人生存的手段。”([5], p. 57)而前三种的异化则导致了第四个结果是人与人之间关系的异化。马克思的异化劳动理论揭示了资本主义“生产型社会”中物对人的统治和资产阶级与无产阶级的对立。人同自身以及同自然界的任何自我异化，都表现在他使自身、使自然界跟另一些与他不同的人所发生的关系上([5], p. 59)。从马克思的异化劳动理论基础出发，鲍德里亚洞察资本主义社会生产力快速发展带来消费领域的变化，人被物包围，异化表现在消费领域，分析和批判了资本主义进入消费型社会中异化现实，提出了消费异化的思想。

二是商品拜物教。马克思指出，资本主义社会的经济生产过程包括生产、分配、交换和消费的四个环节，其中消费是生产的最终归宿，生产则是占据主导性地位。劳动产品一旦作为商品来生产，就带上拜物教性质，因此拜物教是同商品生产分不开的[6]。马克思通过对商品的两种基本属性的考察分析，将商品交换背后隐藏的人与人之间的关系做了深刻分析，他指出资本主义社会中，商品形式以及表现出来

的价值关系是物与物关系的虚幻形式，而实际上商品所体现的人与人之间的社会关系，物就具有了一种控制商品生产者的力量。

鲍德里亚消费异化思想在马克思主义理论框架之内在新的历史条件下批判继承了马克思商品拜物教这一思想，区分生产社会与消费社会的根本不同[7]，重新考察了生产与消费的关系，认为在生产力快速发展的时代，物的丰盛已经使得消费占据主导，人们不再关注商品的基本属性的需要，而是追求个性化差异化的符号消费，资本主义社会从商品拜物教转向符号拜物教。

3.2. 列斐伏尔的日常生活批判理论

“日常生活批判理论之父”的列斐伏尔作为鲍德里亚的导师无疑对鲍德里亚产生重要的影响。作为西方马克思主义的代表人物，列斐伏尔认为当今的资本主义社会已经超出了马克思时代的劳动的范围，而是表现日常生活的方方面面。“在《资本论》中，马克思把资本主义社会作为一个整体，对它展开了客观的分析。这就是为什么说，马克思的分析具有决定性的意义。经济意义上的生产力不断发展，对人类实现的新阶段，对无限可能性，具有哲学的意义。但是这个对应的异化几乎是包罗万象的。异化包括了处在异化整体中的生活。”[8]列斐伏尔指出资本主义社会对人们的控制已经从生产领域蔓延至日常生活领域。他以日常生活批判作为核心，转向关注日常生活的“异化”，消费领域的异化。他指认资本主义社会是消费被控制的官僚社会，加之技术理性与工具理性的全面扩张，大众传媒推波助澜，日常生活领域异化加剧，消费的欲望是被引导与控制，消费则是作为前提存在。

列斐伏尔对日常生活领域异化的考察以及对“被控消费的官僚社会”的揭示，为鲍德里亚消费异化思想的构建提供了思想理论资源。在他早期《物体系》一书中，延续了其导师列斐伏尔日常生活批判的思路，围绕日常生活展开批判，以家具摆设中的物为例，更聚焦于批判资本主义社会消费领域，论述了符号物经历了由象征物到功能物的演变过程。鲍德里亚关于消费异化的逻辑生成经历了符号物－符号消费－符号拜物教的发展过程，认为当代资本主义社会已经发展到人们通过对消费物的获取来确证自身的阶段[9]。尽管如此，二者对于消费异化的批判是存在明显的差异的，列斐伏尔通过批判消费异化进而深入到批判当代资本主义社会的组织化与操纵系统的政治意味，其核心是被控的消费社会。而鲍德里亚则是将消费异化批判为一种符号系统，实则未能深入资本主义统治的深层基础。

3.3. 罗兰·巴特的符号学理论

“符号”是鲍德里亚消费异化思想的关键概念。法国后结构主义符号论者罗兰·巴特的符号学不仅为鲍德里亚引入符号学开展对资本主义社会消费异化的分析提供了方法论逻辑的方针，而且也是这种分析方法的典范[10]。巴特的符号学对索绪尔的语言理论“所指与能指”和“符号与意义”这两对概念进行了再次解构，将符号划分为“能指”与“所指”，两者结合称为“意指”，以“能指”与“所指”来建立某种关系则清楚地体现出符号的差异，赋予了符号社会意义。这也就从语言层面，批判转向物的批判，有助于借助符号对客观的物进行深度解析。他还通过符号分析阐述了消费社会的解码过程。在《流行体系》中，符号学作为研究文化学、一般现象的一种客观分析的工具，符号具有了意识形态批判的功能。鲍德里亚受符号学启发将其引入自己的消费异化思想建设之中，将消费看作由符号编码组织起来的结果。鲍德里亚认为消费是一种控制掌握符号的系统行为，由媒介通过对符号进行编码来影响大众而实现其消费企图的。“未经加工的事件……不是交流材料。它只有在被生产的整个工业流水线、被大众传媒过滤、切分、重新制作，变成产品、变成——与工业生产的制成品同质的——制成且组合的符号材料后，才变得‘可以消费’。”([7], p. 135)巴特符号学为鲍德里亚对马克思主义进行了批判，运用符号审视当代资本主义社会消费异化的现实提供了逻辑思路，推动他逐步走向符号政治经济学批判。

3.4. 德波的景观理论

鲍德里亚与德波保持密切的联系，并深受德波景观概念的启发。德波借助马克思对商品拜物教批判的思考，通过对现代大众传媒的考察，认为在现代生产条件无所不在的社会里，生活本身展现为景观(Spectacles)的庞大堆聚[11]。马克思说的“商品的无限积累”在新的历史条件下表现为景观的积累，而景观是商品实现了对社会生活全面统治的时刻[12]。其所著的《景观社会》完成了他对景观社会的系统性批判。他认为“使用价值走向了没落”[13]，原先那个物性的商品经济世界已经转化成景观的总体存在，当代资本主义社会进入景观社会，即商品的存在方式以大众传媒为基础，通过广告的消费宣传，制造商品的意象，日常生活领域出现被动性消费意识形态景观幻象。因此，德波认识到消费变成了消费意象的过程，意象是被蒙蔽的虚假意识，商品在大众媒介中需要表现为商品的意象以促进消费者的消费。意象统治一切。商品在大众媒介之中意象化、景观化，商品本身作为物的有用性不再被强调。景观不仅造成了物在商品世界中地位与功能的变化，还幻化为一种物化的世界观，企图通过个性化消费发扬人本身自主性，而现实则是消费成了相互意指的意象结构，被具有相互意指关系的意象所支配。

在德波描绘的商品世界被吸收进意象的景观帝国的地方，鲍德里亚描绘了抽象的更高级阶段，在那里，物体全部被吸收进意象之中，并且在符号交换的封闭循环中去物质化了[14]。鲍德里亚认为德波指出了意象统治一切的观点只是说明的是意象的社会基础，还处在消费社会的门槛上，并没有说明意象的产生机制。同时，鲍德里亚经过德波的景观社会理论这一重要中介和启发之下，将景观社会进一步深化为符号主导的消费社会，比德波进入了抽象的更高阶段。在他那里，意象成了符号意指，进入符号意指体系，运用符号学创造性提出符号消费理论，研究符号统治世界的建构机制，将资本主义社会批判推向更具深度统治控制力的消费社会和消费异化。

4. 鲍德里亚消费异化思想的主要内容

鲍德里亚消费异化思想内容丰富，可以分别从物的消费异化、人的消费异化、异化符号消费等内容进行总结归纳。

4.1. 物的消费异化

鲍德里亚消费异化思想阐述了从物的消费到符号消费的逻辑理路，在他早期著作《物体系》中他描述了物从象征物到功能物的转变，商品生活其中的真实向度受到它们所要表达的道德向度的紧紧束缚[15]。在消费社会之前，商品物承担着通过物与物之间的关系来反映人与人之间的关系，物的实用功能，即物的使用价值是让位于物与物之间所表达的道德向度和象征关系。进入技术革命快速发展的时代，传统社会向现代社会的转型，生产方式的转变对生活方式产生巨大影响。他指出“今天，在我们的周围，存在着一种由不断增长的物、服务和物质财富所构成的惊人的消费和丰盛现象，它构成了人类自然环境中的一种根本变化。恰当的说，富裕的人们不再像过去那样受到人的包围，而是受到物的包围。”([1], p. 1)当进入消费社会后，鲍德里亚阐述了象征物的又一次转变，物体被去象征化转变为功能物。他深刻思考了当时资本主义生产过剩的本质，提出功能物迈向了一个“全新的实用考虑组织体制”，“象征价值、使用价值，在此皆为组织价值所掩盖”的观点([15], p. 19)，正是如此，物品的功能性就不再作为消费时的首要考虑因素，而是可以通过纯功能物的排列组合成为无限的可能，因此功能物在这个组织体制中抽象化为一种符号，物品的功能被建构在符号上。鲍德里亚指出人被物包围，“在丰盛的最基本的而意义最为深刻的形式——堆积之外，物以全套或整套的形式组成”([1], p. 3)。人作为生产和消费的主体创造出了商品，也本应该在消费环节中控制商品，而与之相反，物在消费社会异化了，作为消费行为的主体的人被商品所控制，受到物的使用价值以外的抽象符号意义控制。

4.2. 人的消费异化

资本主义社会“物”已经从传统消费中的象征物和功能物中解放出来，抽象为符号物，追求符号的异化消费行为暗示意义链与社会身份编码，他在《消费社会》一书写到：“消费社会也是进行消费培训、进行面向消费的社会驯化的社会。”([1], p. 63)鲍德里亚正是在考察了西方资本主义消费观念的转变后，不仅提出了消费是符号系统，还指认了这是一个编码之下的差异系统。他认为到了消费社会，人们转向更加注重商品物的“边缘性差异”。“边缘性差异”是资本主义的生产是一种差异化的商品生产，通过制造边缘性差异，使消费者在消费过程中成为自己或不成为自己。而且这些边缘差异本身是服从于某种微妙的等级制度([1], p. 73)。商品被赋予社会意义，被符号编码，转移到了其符号价值，消费者在消费过程中消费的是资本主义社会被制造出来的象征性符码意义，消费的背后折射的是符号背后隐藏的社会身份，在消费社会中，符号物通过其社会身份编码重新划分社会身份阶层，对符号物的占有和消费，个体便可以凸显自己的身份阶层和社会地位。加之广告在无意识中的驱动暗示着消费主体不断追求符号价值以实现其资本主义意识形态统治。作为资本和符号共谋的结果，由符号逻辑和符号话语制造出来的象征性符号意义对资本主义社会大众进行新的支配和奴役，符号体系作为一个新的社会控制系统机制，消费者无意识地被所支配和控制，自发地形成了“无意识纪律”，这就实现了对资本主义社会大众全面而又隐蔽的统治。由此，造成了人在消费过程中的异化。

4.3. 符号消费

资本主义进入消费社会，鲍德里亚借用符号学的方法将“所指”和“意指”的范畴应用在消费的商品的使用价值之中，并考察了在大众媒介传播的符号意义，说明了符号消费取代了商品本身的消费。他指出消费是一个虚拟的全体，构成了一种符号的系统化操控活动，符号系统作为资本主义社会创造的发展为控制奴役人的工具。符号消费不但使人失去了反抗异化的对象，也使人失去反抗异化的能力，使人处于一种符号化的生存状态之中。在资本主义社会消费主义盛行，物的生产和符号的生产进一步结合，物的消费和符号的消费进一步混同，经由商品的符号化和符号的商品化，物的符号价值日益凸显，取代了物的使用价值和交换价值，物品演变为符号物，消费的客体、消费的主体受到了符号系统的全面统治，造成了物与人在消费过程的异化，符号价值暗藏着的社会区分逻辑，作为一种抽象的外在力量支配和控制人们的消费需求，资本就通过符号系统完成对人的控制，真实的需求转变为虚假的欲望，符号在当代资本主义社会导致的区分和差异使人们陷入符号拜物教。符号拜物教使人们陷入虚假的、差异性的、被符码化、体系化的物之中。鲍德里亚类比了追求身体的美丽的例子，阐述了陷入符号拜物教后，消费异化所表现出无意识中认同符号逻辑的社会分区功能以及人们对塑造美丽身体的外在物的符号的追求[16]。符号拜物教以一种隐蔽的方式实现了对资本社会大众无意识的深层控制，符号消费逐渐转变为人们陷入符号拜物教的困境。

5. 鲍德里亚的消费异化思想的评价与当代启示

5.1. 鲍德里亚的消费异化思想的合理性

鲍德里亚的消费异化可追溯至马克思的劳动异化和商品拜物教思想。鲍德里亚所处的资本主义社会时代背景与马克思时代不同，消费的地位凸显，将马克思的劳动异化从生产领域转移到消费领域。鲍德里亚消费异化思想关注了现代资本主义的新变化，继承了马克思异化理论中“异化”的核心概念，扩展到消费领域，提出了消费异化的概念，深化与发展了马克思劳动异化理论。马克思商品拜物教揭示了商品被赋予了神秘的力量，鲍德里亚进一步指出，在消费社会中，拜物教已经从商品本身转向了商品的符号价值，商品拜物教转向符号拜物教，发展了拜物教思想，对马克思异化理论和拜物教思想做了重要的

补充和发展

鲍德里亚的消费社会批判并不是首创的，在此之前，西方马克思主义法兰克福学派在继承马克思异化理论和拜物教思想的基础上，首次展开了对消费社会的批判。马尔库塞的“虚假需求”理论批判了资本主义社会中缺失的对真实需求的关注，陷入异化的消费困境之中。弗洛姆从爱的本质考察人的精神世界，批判消费导致了人性的极端异化。他的导师列斐伏尔的“消费被控制的官僚社会”。因此，鲍德里亚的消费异化思想不仅契合了西方马克思主义的文化转向，也延续了马克思哲学的批判精神，引入符号学理论，以崭新的视角揭示和批判资本主义社会，这就拓展了对资本主义的批判，分析了资本主义社会大众被符号操控的消费异化困境，对消费社会批判提供新的研究视角，其后现代化思想更丰富了后现代理论家们对欧美大众文化以及资本主义社会批判的研究视域。

综上所述，鲍德里亚的消费异化思想继承了马克思的异化理论并进行了重要的发展和创新，同时也看到了资本主义消费社会背后剥削、压迫和不平等现象，深刻揭示了消费社会的内在机制和危害，对资本主义社会进行了深刻的批判，为人们认识和理解现代消费社会提供了重要的视角和工具。

5.2. 鲍德里亚的消费异化思想的局限性

首先，消费异化思想脱离社会经济现实，背离马克思主义的唯物史观。马克思主义认为生产是社会的决定性因素，消费是生产的最终目的和动力。鲍德里亚消费异化思想的形成与发展经历了从符号物到符号消费再到符号拜物教。鲍德里亚判定现时代已步入的后工业社会，消费取代生产成为控制性力量，鲍德里亚逐渐误解与反对马克思的生产理论，制造经济过程中生产和消费的断裂，同时，鲍德里亚的消费社会理论却通过“生产”和“消费”的两橛粗暴地割裂了经济生活的整体；而一旦这个整体被割裂，那么对当代社会——无论它是否被称作“消费社会”——的真正理解就不是被深化而是被中断了[17]。他力图摆脱生产本位的政治经济学批判视域，所以其消费异化思想便在很大程度上阻滞了向着“社会现实”深入的可能性。

其次，马克思研究物的依赖关系是从统治人背后的物质关系入手，“个人现在受抽象统治，而他们以前是互相依赖的。但是抽象或观念，无非是那些统治个人的物质关系的理论表现。”[18]而在鲍德里亚那里，符号价值凌驾于一切，消费社会进行符号的生产，人们的消费过程不再是关注商品的本身，而是追求商品的符号意义，被符号操控的消费更是成为一种被编码的生活方式，一种符号拜物教。鲍德里亚停留在分析异化现实的直接性上，以符号逻辑取代资本逻辑，未能发现符号体系产生于劳动生产的现实，无法真正揭示劳动和资本这一深层对抗性矛盾，抽象的符号决定论是脱离现实历史性根基的表象批判，也忽视了人的主体力量，背离了马克思主义的历史唯物主义和辩证唯物主义，体现了其理论上的某种局限性，这导致了他的符号理论走向了形而上学和虚无，失去了批判现实的力量。

第三，消费异化过分强调了符号逻辑在消费社会中的作用，忽视了人的主体性。鲍德里亚消费异化思想指出在消费社会中，消费已经超越了生产的范畴，成为一个独立的、具有决定性作用的社会领域。鲍德里亚在写作《消费社会》时，关注对存在于消费关系中的一种新的被塑性奴役的指认，([1]: p.78)而忽视了资本主义经济体系中的生产、分配、交换等环节对于消费社会的决定性影响。在消费社会中，人们被符号所包围和操控，如今的(服装、意识形态甚至性别的)差异在一个广阔的消费团体内部互相交换着。这是符号的一种社会化交换([1], p. 73)。他对于符号价值的过分强调，将消费社会中的一切视为符号，陷入了符号决定。正是在对物品使用价值(及与之相联的某些“需求”)进行贬低的基础上，才能把物品当作区分要素、当作符号来开发——而符号是对消费作了特别规定的唯一层次([1], p. 73)。他认为符号完全操控了人们的消费行为和社会关系，承认消费者的自由和主权只是个骗局。这种把个体满足和选择维护得严严实实的神秘主义，就是工业体系的意识本身。……他被强加了选择的自由([1], p. 53)。这就否认了作

为消费者的人所具有的主体性，忽视了消费者在选择和购买过程中具有主观能动性和多样性以摆脱符号价值的操控和束缚。

总之，鲍德里亚的消费异化思想虽然深刻揭示了消费社会中消费异化的现实，但过分强调了符号逻辑在消费社会中的作用，没有深入到资本主义消费异化的深层结构，以至于在提出扬弃消费异化的手段是乌托邦式的。马克思强调对私有财产的积极的扬弃，作为对人的生命的占有，是对一切异化的积极的扬弃([4], p. 186)。而鲍德里亚扬弃消费异化的手段则从原始社会的象征交换中寻找超越途径，并没有提出具体的革命策略，停留在对异化现实的批判和揭露上，缺乏实践指导性的理论往往难以产生实质性的社会变革。因此，对于消费异化的分析需要更加客观和全面地看待其合理性和局限性方面。

5.3. 鲍德里亚的消费异化思想的当代启示

鲍德里亚的消费异化思想的局限性在于它背离了马克思主义历史唯物主义的基本原则，积极性则是批判揭露资本主义消费异化现象的产生以及消费异化对于人的危害性，回顾鲍德里亚消费异化思想对于人们树立理性消费观、构建健康的消费模式、为我们坚持马克思主义的立场观点方法科学理解消费异化的发展逻辑与现代社会的消费现象提供了洞见。

警惕消费主义文化，树立理性消费观。鲍德里亚指出，富足与丰盛幸福是建立在无止境的消费之上，“消费社会中的消费通过广告、媒体等手段使得物品在自身的特定用途之外被符号的暗示意义链连成一个整体，相互暗示着更复杂的高档商品，并使消费者产生一系列更为复杂的动机”([1], p. 3)。个体通过消费来构建和确认自我身份，这种消费是对商品符号价值的消费，导致了人们追求无止境的欲望和身份认同，进而产生了消费异化现象。以奢侈品在中国的发展为例，随着中国经济的快速发展，其市场规模持续扩大，即使是中国经济增长放缓的情况下，加之疫情的影响，也并未影响中国奢侈品市场。据贝恩咨询发布中国奢侈品市场报告显示，2019至2021年中国奢侈品市场规模实现翻番[19]。庞大的中国消费群体显示了对于奢侈品的渴望和热情，但是这不仅仅是一种消费群体的生活方式的选择，而是在一定程度上折射了当前中国消费文化中存在着一定的畸形现象。正如鲍德里亚指出的通过广告媒体等手段编码商品的符号价值，以差异化追求激发消费动机，中国的广告媒体发展空前繁荣，特别是随着短视频平台的发展，奢侈品等高档商品在社会媒体上越来越成为年轻一代的社交资本，帮助他们提升在线上线下的身份认同和话语权。当人们在现实世界和互联网虚拟世界双重受到消费主义文化侵蚀和拜金主义以及盲从攀比等不正消费风气的鼓噪，理性就易被抛之脑后，取而代之的是超出自身收入水平的消费，购买如奢侈品包包、手表、项链等消费符号来实现自我个性与身份地位的确认，并最终自食贷款超前消费等的恶果。我们应该理解“符号逻辑”的消费本质，反思自我认同的真正来源和意义，鼓励追求更加真实和深刻的自我认知，明确自身消费能力，同时积极发挥大众媒体的舆论宣传作用，引导广大消费者适度消费，理性认识自身的消费需求，形成理性消费观念。

推动可持续发展的消费模式，探索理性消费路径。鲍德里亚在《消费社会》中指出，晚期资本主义社会逐渐走向“所有社会都是在极为必须的范围内的浪费、侵吞、花费与消费”([1], p. 122)的境况。资本主义社会为牟利，利用广告等大众媒介手段刻画消费商品的符号意义，刺激消费者的非理性消费。鲍德里亚虽然没有直接论述资本主义社会生态危机，但是揭示了消费主义对生态环境和社会人文的负面影响。一方面，消费与生态环境具有密切的联系，当个体人的过度消费不断扩大到整个社会的过度消费，随之产生的是对生产资源巨大浪费，大幅度加剧环境污染，从而造成惊人的生态破坏。资本主义社会物的丰盛是以生态环境资源为代价的，环境污染破坏日益严重，造成了严重的生态危机。因此，我们要积极推动居民绿色、健康、可持续的消费模式，坚持人与自然共生，倡导绿色消费，在满足消费需求的同时兼顾他人与社会利益，积极扬弃“消费异化”，积极践行人与自然和谐共生的现代化理念，使人们的

消费行为模式朝着有利于环境保护、有利于资源可持续利用方向发展。另一方面，文化与消费行为之间存在复杂的社会关系，社会文化风气往往是人们进行消费选择的重要牵引力，社会变革和文化转向就普遍存在于人们的消费行为之中。当今的中国社会，探究如何使中国社会中大众消费行为与所倡导的道德观、文化价值观和精神文明追求相符，是推动中国特色社会主义社会发展的重要课题。世界各国是一个紧密联系的共同体，中国在全面建设社会主义现代化的新征程上深度融入世界，西方消费主义与消费文化的侵蚀不可避免，居民收入水平和消费水平的显著提升，消费主义亦在中国社会中客观存在。作为社会主义的中国需要警惕资本主义消费文化拜金主义等思潮对我们的自由和主体性的渐进式侵蚀，警惕消费主义文化对中国社会主义文化和价值观的冲击，思考如何弘扬“静以修身，俭以养德”“节俭、知足”等优良文化基因，关注大众消费选择向中华传统优秀精神文化层面追求和正确个体价值的实现倾斜的有益路径，推动社会的消费行为向着有利于形成良好社会风尚的方向发展。

最后，鲍德里亚消费异化思想认为符号编码下的消费是一种社会区分系统，资本主义社会丰盛的实现首先是建立在社会资源占用的不平等之上的，消费与不平等是相伴而生的。他指出“不管是哪种社会，不管它生产的财富与可支配的财富量是多少，都既确立在结构性过剩也确立在结构性匮乏的基础之上”([1], p. 32)。资本主义的消费异化反而加剧了社会成员之间的身份差异和地位不平等。因此，鲍德里亚的消费异化思想对中国当前社会的消费发展现状提供了一个新的切入视角。中国发布的第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 12 月，我国网民规模达 10.92 亿人，网络支付用户规模达 9.54 亿人[20]，基于庞大的消费人口，当下中国掀起网络购物的疯狂热潮，以淘宝京东和拼多多等网购平台加上抖音等短视频直播平台购物消费模式，每年开启的“双十一”、“618”等消费狂欢节的出现，背后反映的是新时代共享互联网发展成果，网购这种新型消费推动经济发展，但我们也逐渐留意到了各大媒体平台直播间的购物狂欢背后所反映的社会大众精神状态，在消费主义潜滋暗长中，这种狂欢的背后是否会出现难以逆转的阶层焦虑是我们需要进一步思考的问题。

总之，鲍德里亚的消费异化思想对当今社会在消费观、经济社会发展以及自我认同等方面都具有重要的启示意义，它促使我们反思消费文化的入侵和如何用好的社会文化来牵引大众理性消费塑造的问题，引导人们思考在消费中关注物质与精神富足的自我认知，这对于构建更加和谐、公正、可持续的社会，建设社会主义现代化强国，实现中华民族伟大复兴具有重要意义。

6. 结语

鲍德里亚消费异化思想是在批判继承马克思主义和西方社会思潮的基础之上，通过对消费异化的现实考察、引入符号学作为方法论支撑的基础上发展而来，其思想理论内容既具有合理性，也存在局限性。探析鲍德里亚消费异化思想，有助于我们以更加科学和广阔的视野把握西方后现代思潮，也为我们在全球化的当代“消费跨越国界”背景下认识消费文化实践存在的意识形态控制提供了思想理论资源，为我们坚持运用马克思主义的立场、观点和方法发展构建中国特色社会主义消费社会理论具有启迪意义。

参考文献

- [1] [法]鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 等, 译. 南京: 南京大学出版社, 2014.
- [2] 吕一民. 法国通史[M]. 上海: 社会科学出版社, 2003: 372.
- [3] 张一兵. 拟真与对当代资本象征统治的反抗——鲍德里亚《象征交换与死亡》解读[J]. 社会科学研究, 2009(2): 126-130.
- [4] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第 1 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [5] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集(第 1 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2012: 57.
- [6] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集(第 23 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1972: 89.

-
- [7] [法]鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 等, 译. 南京: 南京大学出版社, 2001.
 - [8] 列斐伏尔. 日常生活批判: 概論[M]. 叶齐茂, 倪晓晖, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2018: 54.
 - [9] 吴琼. 西方消费社会理论的批判与畸变: 列斐伏尔与鲍德里亚之比较[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2019, 36(3): 145-152.
 - [10] 仰海峰. 走向后马克思: 从生产之镜到符号之镜: 早期鲍德里亚思想的文本学解读[M]. 北京: 中央编译出版社, 2005: 17.
 - [11] [法]德波. 景观社会[M]. 王昭凤, 译. 江苏: 南京大学出版社, 2006: 3.
 - [12] 仰海峰. 商品社会、景观社会、符号社会——西方社会批判理论的一种变迁[J]. 哲学研究, 2003(10): 21-26.
 - [13] 孙全胜. 当代社会如何是一种景观?——评居伊·德波的《景观社会》 [J]. 社会发展研究, 2014, 1(2): 236-242.
 - [14] Best, S. (1994) The Commodification of Reality and the Reality of Commodification: Baudrillard, Debord, and Post-modern Theory. A Critical Reader, 41-67.
 - [15] [法]鲍德里亚. 物体系[M]. 林志明, 译. 上海: 上海人民出版社, 2019.
 - [16] [法]鲍德里亚. 符号政治经济学批判[M]. 夏莹, 译. 南京: 南京大学出版社, 2008: 81.
 - [17] 徐琴. 鲍德里亚消费社会理论的意义与局限[J]. 哲学研究, 2009(5): 43-50, 128-129.
 - [18] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集(第 30 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1995: 114.
 - [19] 贝恩咨询. 2022 年中国奢侈品市场报告[EB/OL].
<https://www.bain.com/cn/pdfs/202302081009153958.pdf>, 2024-07-13.
 - [20] 中国互联网络信息中心. 第 53 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL].
<https://www.199it.com/archives/1682273.html>, 2024-07-13.