

列斐伏尔消费社会批判理论探析

曹 惠

辽宁大学哲学院, 辽宁 沈阳

收稿日期: 2025年4月22日; 录用日期: 2025年5月14日; 发布日期: 2025年5月26日

摘 要

二十世纪法国著名的马克思主义理论家亨利·列斐伏尔以“消费受控制的官僚社会”来指认资产阶级企图确立消费的主导地位, 并以消费意识形态来消解无产阶级的理想和价值, 掩盖其攫取利益、巩固统治的剥削本质。列斐伏尔以消费社会中人的生存和发展问题为关注点, 深入分析了消费社会的本质以及引起消费异化的根源, 并基于符号学和语言学的研究方法对结构主义运动进行批判, 将语言学革命视作日常生活革命的基本策源地, 呼唤一种诗性的语言学革命以对抗现代资本主义的全面异化。列斐伏尔的这一系列理论固然对于人们思想的自由解放, 以及马克思主义在现代的发展具有重要的作用, 但同时也具有着明显的乌托邦色彩, 使其无法真正地胜任落后国家乃至整个人类获得解放和自由的伟大事业。

关键词

列斐伏尔, 消费社会, 日常生活, 异化, 符号

An Exploration of Lefebvre's Critical Theory of Consumer Society

Hui Cao

School of Philosophy, Liaoning University, Shenyang Liaoning

Received: Apr. 22nd, 2025; accepted: May 14th, 2025; published: May 26th, 2025

Abstract

Henri Lefebvre (1901~1991), a famous French Marxist theorist in the twentieth century, pointed out that modern capitalist society has become a "Bureaucratic Society of Controlled Consumption", in order to point out that the bourgeoisie attempts to establish the dominant position of consumption and to dissolve the ideals and values of the proletariat with the ideology of consumption and to conceal its exploitative nature of seizing profit and consolidating its rule. At the same time, Lefebvre focused on the survival and development of human beings in the consumption society and analyzed

in depth the nature of the consumer society and the root causes of consumption alienation. He criticized the structuralism based on the research methods of semiotics and linguistics, and called for a revolution in poetic linguistics, which is to be regarded as the basic source of the revolution of everyday life, and calls for the replacement of the dominance of the cold and false written language with the vivid and authentic oral language. This series of theories of Lefebvre is certainly important for the free emancipation of people's minds and the development of Marxism in modern times, but at the same time it has a distinctly utopian coloring, which makes it incapable of being truly competent for the great cause of the emancipation and freedom of backward countries and even the whole of mankind.

Keywords

Lefebvre, Consumption Society, Everyday Life, Alienation, Signs

Copyright © 2025 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

马克思在《资本论》序言中指出：“现在的社会不是坚实的结晶体，而是一个能够变化并且经常处于变化过程中的有机体。” ([1]: p. 10)资本主义社会作为现实的有机体，为了在各种危机与挑战中屹立不倒，同样在不断地进行着自我调整与变革。对此，有学者指出，随着现代资本主义社会生产力的快速发展和物质资料的日益丰裕，消费俨然成为了影响社会生活和人的生存状态的显性要素，资本主义社会已经进入了“消费社会”。列斐伏尔作为西方马克思主义的重要代表人物，敏锐地察觉到现代消费社会的异化现状，并从日常生活入手，深刻地剖析了消费意识形态的剥削本质及其塑造的符号幻象，开启了一种以消费为主导、以微观日常生活领域为研究视角的现代性批判理论。

2. “消费受控制的官僚社会”：现代消费社会的降临

随着资本主义在现代社会的深入发展，消费的地位在社会生活中急剧上升，并逐渐替代生产成为了资产阶级的主要统治领域，现代资本主义社会已然进入了消费社会。在此背景下，消费成为了表征人的生存状态的显性因素，并从深层塑造着现代人的价值观念和个性追求。

2.1. 消费地位的现代转变

在马克思看来，“在生产中，人客体化，在消费中，物主体化” ([2]: p. 13)消费表征着人们的存在方式，是满足人们生存和发展需求的重要活动，“人从出现在地球舞台上的第一天起，每天都要消费，不管在他开始生产以前和生产期间都是一样的”。 ([3]: p. 208)为进一步说明消费的功能，马克思将消费划分为了生产性消费和非生产性消费，其中“后者把产品当作活的生活资料消费，而前者把产品当作劳动即活的个人发挥作用的劳动力的生活资料来消费” ([3]: p. 208)。马克思虽然是在肯定消费所具有的积极意义，但我们可以发现，他对于消费的论述仍然是以生产为基点的，因为无论消费对于生产的运行以及人的生存发展具有多么大的推动作用，它无疑还是要以生产的完成为前提而进行的。可见，在历史唯物主义的视域中，马克思始终以“生产”为核心范畴，围绕生产具体地展开“生产 - 分配 - 交换 - 消费”的总过程，而消费则在其中充当着社会生产的一个重要环节。而随着资本主义进入新的发展阶段，部分西方马克思主义学者认为资本主义社会所呈现出的新现象已经超越了经典马克思主义理论的解释范

围，其中最为显著的是，消费逐渐超过生产并上升为了社会发展的核心动力，资本主义社会实现了从生产社会向消费社会的转变。

资本主义社会周期性的经济危机是促使资本主义社会发生转变的重要原因。马克思指出：“资本的生产过剩无非是为了发财而生产的东西过多了。”([4]: p. 604)生产在利润的驱使下获得了无节制的扩张，但是在对抗性的所有制关系和分配关系中，消费却在资本的剥削下被不断地压缩了，因为“每一个资本家都知道，他同他的工人的关系不是生产者同消费者的关系，并且希望尽可能地限制工人的消费，即限制工人的交换能力，限制工人的工资。”([5]: p. 403)于是，生产力愈是发展，产品便愈加的过剩，资本家资本增殖的目标便愈加难以达成。为此，一种新的生产方式——“福特主义”应运而生，它不仅以机械化、自动化、标准化的大规模生产有效地提高了劳动效率，更通过劳资集体谈判所形成的工资增长缓解了生产与消费之间的矛盾，开启了大众消费的时代。随着现代性进程的加速以及信息技术的发展，二十世纪下半叶出现的“后福特主义”更是通过“弹性积累”与“弹性劳动”的结合，摒弃了福特主义标准化的大众化商品生产模式僵化、死板的弊端，它依靠新兴的信息技术和大众文化，有针对性地选取目标消费群体进行小规模个性化生产，不仅大大缩短了生产与消费的周期，加速了资本的积累，也使得工作时间和工作地点更加灵活多变，工人与传统意义的劳动力相比，体现出了更为丰富的创造性和可能性。这种灵活的生产方式为现代资本主义经济注入新鲜活力，也使得人们的日常消费领域发生了显著变化。一方面，消费内容愈加丰富多样，休闲、娱乐、教育等非物质形态的服务型消费备受欢迎，消费不再是单纯满足基本生存需要的经济行为，更融入了人们的生活方式和交流体系之中。另一方面，消费需求愈加丰富，人们开始关注超出商品使用价值之外的符号价值，并通过个性化的商品来确认自身的个性和身份地位。

从马克思所在的早期资本主义社会，到后福特主义阶段的现代资本主义社会，消费在资本的支持下成为了社会再生产的主导力量和社会生活的核心议题，它不再是依附于生产的被动消耗活动，而是作为资本主义攫取利润的内在统治环节，进一步与人们的日常生活和微观心理关联起来，并成为了表征人们生活状态的显性因素。一个以消费命名的时代到来了。

2.2. “消费受控制的官僚社会”

资本主义社会在 20 世纪 50~60 年代的重大变化，使得众多理论家从不同的视角对这一历史阶段进行新的定义，并提出了“工业社会”、“技术社会”、“丰裕社会”、“休闲生活”、“消费社会”等概念。而列斐伏尔则将现代资本主义社会界定为了一个“消费受控制的官僚社会”(the bureaucratic society of controlled consumption)。

列斐伏尔认为“消费受控制的官僚社会”这一术语能够深刻地反映出现代资本主义社会统治逻辑的根本改变，即“消费关系的再生产范畴成为资本主义政治经济学新的‘普照之光’，日常生活成了资本主义生产过程赖以扩张的新领域新边疆新空间。”([6]: p. 256)也就是说，一方面，资本主义社会将统治重心由生产领域转向了消费领域，把以生产为基础的意识形态与创造性活动转变为了以消费为基础的意识形态。这种新的意识形态模糊了社会阶级的差别，消解了无产阶级的价值理想和批判思维，使得人们把被制造的“虚假需求”当作自己的“真实需求”，把被迫的消费活动当作对幸福的占有和自由个性的实现。另一方面，资本主义社会将日常生活领域作为统治策略实施的新平台。日常生活是现代性的意识形态，构成了现代性的无意识层面，“日常生活……与现代性相互回应……从不改变的连续性无法唤起人们质疑它们的后果……日常性和现代性相互指涉、相互遮蔽、相互提供着合法性并相互补充”([7]: pp. 24-25)。“消费受控制的官僚社会”是资本主义对社会大众的进一步规训，通过宣扬物质的丰裕和精神的自由，资本主义在消费意识形态的掩饰下对人们生命活动进行着合法的介入，以更为微观的控制机制实现了对日常消

费领域的宰制，并使得个体自我囚禁式地沦为了资本权力操控的对象。

由此可见，列斐伏尔的消费社会批判理论与经典马克思主义有着明显的不同，他颠倒了马克思主义“物质生产第一性”的历史唯物主义基本原则，扭转了以往宏观层面的政治经济批判，开启了一种以消费为主导、以微观日常生活领域为研究视角的现代性批判理论。

3. 消费异化：现代消费社会的实质

与早期相比，现代资本主义社会的消费活动已经从一个满足人们生存和发展需求的活动，变为了一种受意识形态支配的、充斥着各种神秘化符号的消费幻象。主体在消费活动中不是实现自己，而是受各种异己力量的支配，进一步丧失了自身的本质，造成了日常生活乃至更深层次的消费主体的全面异化。

3.1. 虚假需求：消费需求的异化

现代消费异化不同于劳动异化的显著特征在于，异化的实现不是依靠某种强制的手段，而是转向了对人们微观心理和需求欲望的操控。资本主义通过不断无中生有地制造虚假需求、满足虚假需求来引导人们进入了一个充斥着欲望躁动的社会，“满足是这个社会的目标和目的，也是其真正合法性的根据；每种已知的和想象到的需要都会——或将会——被满足。就需要被尽可能地满足而言，这种满足存在于过度的获得中。当需要被那些导向满足的认同装置所诱惑时，需要就被看作界限清晰的裂缝，被掏空了内容，并被消费和消费品所填充着，直到饱足为止。” ([7]: p. 79) 可见，需求不再是满足人们生存与生产的基本物质资料，消费本身成为了新的需求，一种让人满足却又持续制造新的匮乏的“虚假需求”。

列斐伏尔的思想彰显出马尔库塞需求理论的底色。马尔库塞定义“虚假需求”为那些“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” ([8]: p. 6)，以此来指认资产阶级对人们精神的统治。而列斐伏尔在此基础上进一步指出，消费需求被控制的关键在于其具有“过时性”和“流动性”：资本家们精心打造了一套时尚流行体系，并为各种消费产品规定了时效，“专家非常熟悉物体的寿命：洗澡间三年，起居室五年，卧室八年，商品、汽车为三年等” ([7]: p. 81)。例如在现代智能手机行业中，手机制造商每年推出新款产品，以“创新”为名淘汰旧的型号，强化用户换机欲望。这种策略实质上已经使消费需求脱离实际使用价值，转化为对“科技先锋”等身份符号的渴求。专家操控着产品的寿命，通过减少产品的使用期限来实现产品和社会生活的极度“流动性”，并进而促进主体消费需求的高速流转。产生需求、满足需求、产生新的需求、满足新的需求……人们被强制性地拽入了一个消费意识形态的陷阱却不自知，反而在欲望策略的裹挟下，沉溺于消费所带来的瞬间满足中，并自以为是地追求着下一瞬的幸福。“当瞬间不再是痛苦而是欲望、意志、质量和要求时，这就是阶级垄断，这个阶级控制着时尚和品味，使世界成为他的舞台” ([7]: p. 82)，如此，“‘饱足’不能提供一个结果，所提供的也只是一种空虚的结局和意义的匮乏” ([7]: p. 139)，唯有统治阶级在这种高速流转的瞬间中完成了资本的层层积累。

可见，欲望策略已经成为了现代消费社会新的隐性控制机制，人们的消费活动中不再是为了自身的生存与发展，而是在为资本家攫取利润的目的而买单。相应地，在虚假需求的控制下，人们消费的对象也不再是实用性的物，而是被意识形态创造出来的意象，即符号。

3.2. 符号消费：消费对象的异化

在全新的剥削机制之下，现代消费社会已经成为了符号消费社会，在其中，由消费意识形态创造出来的符号成为了消费对象的所指，替代实用性的物去满足人们的消费需求。

在传统社会中，消费活动直接与实用性的物相关联，消费的目的即在于通过物的使用价值来满足人生存和发展的需要。而随着现代性的加速发展，社会消费对象从功能性的物变为了象征性的符号，即由

广告等消费意识形态所创造出来的意象，星巴克不再单纯售卖咖啡，而是通过“第三空间”概念贩卖中产阶级生活想象；奢侈品品牌价格远高于生产成本，只因其品牌 logo 已成为阶层区隔的象征；游客奔赴冰岛并非为感受极光本身，而是为拍摄符合 Instagram 美学标准的照片。列斐伏尔强调，进入 20 世纪 50、60 年代以后，意识形态已经代替国家政权和理性主义成为了新的统治手段，它以更隐蔽的方式深入个体的微观心理，实现了对人们意识和日常生活的全面操控。而在消费领域，广告则作为消费意识形态的主要代表，一方面，披着人文关怀的外衣，宣扬物质的丰裕和精神的解放，倡导人们通过“自由”的消费来享受生活；另一方面，又通过华丽的词藻、精美的画面、夸张的修辞来赋予物品以丰富的文化价值，使得原本普通的物品在意义内涵的装饰下变得极具吸引力，也就是成为了具有象征意义的符号。如此，真实需求与虚假意象之间的界限便被意识形态所掩盖了，“消费物不仅被符号和‘美德’所美化，以致它们成为消费物的所指，而且消费基本上同这些符号相关联，而不是同物自身相关联” ([7]: p. 92)，人们所消费的不再是具有功能性的物，而是被塑造出来的符号幻象。

列斐伏尔将“符号”概念引入到自己的理论之中，同时指出符号消费带来的结果是指涉的消失。在索绪尔的语言学理论中，语言是由符号构成的，而符号又是由能指和所指构成的，能指是指构成符号的形象和声音，所指则是能指所表达的概念或意义。如，“椅子”这个词的词形和发音就是能指，而它所指向的那个有靠背和扶手的物体就是所指。可见，符号有着现实的指涉。但在现代，“符号的大量干预以及从表象到意指的转变，分裂了能指与所指的整体性，同感性现实相关的指涉消失了” ([7]: p. 133)。这造成了能指之间相互指涉，并形成了一个能指的语言体系，代替了那些建构于实践行动之上的现实的关系，语言符号作为第二自然支配了以可感现实为基础的第一自然。因而，现代消费社会的消费品实质上是通过语言符号所建构的消费意象，“威尼斯的参观者并不专注于威尼斯本身，而是专注于有关威尼斯的描绘、导游书中写下的词句以及演讲者说出来的话语、扬声器和录音机中所宣传的东西” ([7]: p. 133)，而这些消费意象也正是在语言符号的组建下获得了自身的合法性，尽管这种合法性是脱离现实经验的。列斐伏尔对于符号消费的论述与罗兰·巴特在《流行体系》中的观点有明显的互文性。巴特发现：“词取代物，取代了自身已经形成意指系统的衣服。” ([9]: p. 8) 流行本来只是一种语言的修辞手法，但却被神秘化夸张为了“现实”，如“百褶裙是中午后的必备，或者，女士将穿双色浅口无带皮鞋”，却被转义为了“百褶裙是午后的符号，或者双色浅口无带皮鞋代表着流行”。 ([9]: p. 50) 列斐伏尔不仅对此深感赞同，同时自己也多次援引流行时装为例子，以此来说明现代消费社会是一个被符号制作出来的、脱离真实的物的“假装的世界”。如此，符号开始随意地自我指涉，消费对象由功能性的物转变为了由符号组成的意象，整个社会在符号的统摄下陷入了一种虚无的“零度”状态。

3.3. 主体幻象：人的异化

现代消费社会不仅创造了“符号”这个消费幻象，也相应地创造了沉溺于符号消费之中的“主体幻象”。

在现代消费社会中，消费活动被希望能够具有物的使用价值与人的实践价值双重功能，从而满足主体对获得自身本质的期待。从直观而言，消费所带来的感官享受确实缓解了劳动异化所带来的压迫感和异己感，但这实质上却是人的本质的进一步丧失。“西方社会高度发达的生产力，不仅高效率地创造了远超出人的实际需要的过量的物质财富，同时也创造了过度技术化、符码化、象征化的文化产品。这就使人类不但陷入由其本身所制造出来的产品的包围，而且也因这些产品的象征性结构及其不确定性质，又反过来改变了人的社会生活和人自身的性质。” ([10]: p. 422) 在资本与技术的共谋下，资本家不断地利用信息技术与大众文化传播消费文化，使消费主义意识形态被人们广泛接受，整个社会包括资本家本身

都被卷入了符号价值体系之中，在符号的引导下忘却了对自我、对生活的真实感受，以符号价值来确认自身的个性和价值，享受这种幻象所带来的满足感和获得感。在此条件下，异化不仅从劳动生产领域扩展到消费领域，更渗透至全人类最深层的日常生活和心理世界，使得个体的生存方式都已然隐蔽地遭受着符号的异化和压迫。

列斐伏尔在这里引入了“次体系”的概念，它与鲍德里亚的“符码”具有相似性，“符码给我们一种虚假的透明形象、一种社会关系虚假的可读性，而在它们背后，真正的生产结构和社会关系仍然令人无法辨读”([11]:p.216)。也就是说，次体系其实就是将人和物的特性抽象为符号和意义，以此来剥夺人们的自发性，培植人们的适应性，维系社会制度等级的信息载体。列斐伏尔以汽车为例，在消费社会中，汽车不再被单纯看作是一个具有交通运输功能的物，而是蕴含着一定社会意义的符码。“当我超过一辆比我正在驾驭的马力更大的汽车时，我便改变了自己的初级位置，爬上了第二等级，因为表演需要的是勇猛、聪明、狡黠与自由；我的成功变成我的同行交流的话题，后来成为我的熟人和朋友的话题，尤其是如果我多次冒险，我就具备了自吹自擂的本事。”([7]:p.103)可见，汽车所具有的意义已经远远超过了其实际拥有的运输功能，它的配置、价格、型号、马力代表着一个人的等级、权力、个性等其他更丰富的社会价值。

人们被符号所奴役，以虚幻的意向来确认自己的身份地位和个性价值，并主动寻求符号消费来谋求自我的提升。人们在满足自身需求的消费活动中，没能实现对自己本质的占有，反而完全丧失了反抗异化的批判意识和自己本真的个性，陷入了全面异化的状态。

4. 诗性的语言学革命：列斐伏尔对消费异化扬弃的探讨

在结构主义的影响下，《日常生活批判》第二卷、《现代世界中的日常生活》以及列斐伏尔在六十年代创作的其他著作，均显著地透露出“语言分析”的韵味。因此，尽管列斐伏尔的消费社会批判理论中充斥着存在主义与法兰克福学派思想的痕迹，但最终他并未受限于存在主义所倡导的回归本真生存状态，也未与法兰克福学派基于工具理性批判的美学解放趋于一致，而是聚焦于语言学转向的批判。他指出，现代日常生活中占据主导地位的异化特征，并非技术理性的本质统一性统治，而是语言符号的虚假自指性问题。这一问题致使现代语言技术异化，进而控制日常生活，造成现实的碎片化。他还将消除消费异化、重建日常生活的期望，寄托于一场充满激情的诗性语言的变革与抗争之中。

4.1. 语言学转向与结构主义

20世纪初，在费迪南德·德·索绪尔的助推之下，西方哲学领域出现了闻名的语言学转向。索绪尔在其《普通语言学教程》里指明，语言符号同外部对象间存在的是一种随性而非固定本质的关系，而意义则是在语言自身的体系内部相应地被塑造出来的。换言之，人们运用何种符号来指称某一事物是具有随意性的，同一个所指能够由不同的能指来予以呈现，能指与所指的关系在约定俗成的过程中形成之后，便丧失了其任意性，转而成为一种结构性要素发挥着决定性的效用。这所引发的直接后果便是，语言的意义不再由外在于语言的实际情况来决定，而是由语言本身之间的任意性关联所生成的。由此，语言演变成了一个自我指称的符号系统，其意义就在于系统自身所蕴含的差异或者结构，哲学由物质实体世界的观念迈向了结构主义的范式。

索绪尔的结构理论诚然具备一定的真实性，然而这种理论将书写语言转变为实证性的事物，并且如同尼采那般，把价值赋予到物质事物当中，无可避免地将意义置入了所指之内。在列斐伏尔的眼中，此种观点跟马克思存在矛盾，马克思对于能指与所指关系的把控所依赖的是现实抑或现实事物之间的关联，而非此处结构主义所着重结构，因为“结构有限度而结构主义则没有限度的”，结构主义这种脱离现

实事物的抽象性结构分类与形式分析手段，致使他们在剖析社会结构、诊断社会情形时，凭借一种语言学的模式把社会抽象成为了能指的符号系统，进而抛开了切实且繁杂的日常生活问题，将社会归结为自成意义系统的隐喻象征架构。如此一来，亲属体系、神话、经济制度、政治构造、文化等等都无非只是一种缺乏主体的符号结构，主体在这个问题范畴中丧失了应有的地位，而主体地位的被废黜以及主体的异化被视作了既定的永恒的自然状态。([12]: p. 254)在这样的意义上，语言学转向之后兴起的结构主义并非去从理论层面剖析日常生活的问题，而是在这种物比人更为重要的视角之下，将新的异化形式，也就是消费异化与技术异化予以合法化了。就此而言，结构主义成为了技术官僚主义在知识领域的灌输，“这些思想家属于技术官僚，是一种将世界归于冷分类的知识官僚”，语言成为了其新的统治手段，隐秘且深层次地管控着现代日常生活以及主体。

4.2. 诗性的语言学革命

对结构主义的上述批判，并不意味着列斐伏尔对语言本身的完全否定，相反，列斐伏尔认为语言是人的本真的精神归宿，是主体的实质体现。如同海德格尔区分语言的本身及非本真状态一般，列斐伏尔认为结构主义所展现的就是一种非本真的语言形态，在这种自我复制的元语言里，“参考系衰微”，语言脱离了现实的指向，取代神性、人性成为了新的“普照之光”，主导着世界的价值准则和真理规范，导致了原初意义与世界本真相统一的时代的终结。与结构主义的符号语言不同，真正的语言应该是诗性的创制，是自身情感的本真流露，是口头语言，而非随现代传播技术和媒体不断发展的书写语言。“书写语言的重要性源于对强制力量的批判性分析，恐怖主义社会秉持着强制这一独特特质并过度培植着适应性，而强制且非暴力的书写——或书写材料——构筑起了恐怖”([7]: p. 152)，由语言和符号共同组成的书写语言是造成主体困境的关键因素之一，因为“书写具有强制性，因为它可以强行植入一种态度，规定(文本和语境)，它持续不懈且周而复始的(重复着过往与记忆)，是传播与教化的见证者，它通过规定永恒而建立了永恒”([7]: p. 153)。在现代资本主义社会中，作为统治阶级的资产阶级利用书写语言强制性、持久性和确定性的特性来制定社会规则，使其承载统治阶级的意识形态，借此奴役并规训着民众的思想和行为。于是，作为隐秘的统治手段，书写语言与消费结合，借助杂志、广告、电视等一切可以宣扬消费的文本或媒介，将消费意识形态渗透日常生活的每处角落，使人完全处于消费意识形态的规训之中而浑然不觉。

为此，列斐伏尔提出要进行一次语言革命，以诗性的语言代替结构主义技术官僚式的语言，推翻书写语言作为统治工具对“消费受控制的官僚社会”的支撑，使得真实生动的口头语言成为人们交往与生活的中介。列斐伏尔强调口头语言的优先地位，并将口头语言视作诗性语言的理想模型，因为口头语言象征的是以人未加工的真实欲望和需求为内核的本真存在，它打破了书写语言对人的身份、地位、阶级等条件的限制，使人与人之间能够自由、平等、真实地进行交往，表达真实的情感和意义。在消费社会中，书写语言通过对抽象的符号的生成和占有，使得符号以一种虚假自指的形式疏远并控制了日常生活，导致了意义的缺场和虚无，使得人们在符号消费中被全面且深层的异化所包裹，逐渐丧失了主体性地位。而口头语言的复归则是对人的自身欲望和欲求的肯定和表达，也是人对自身本质的确认和拥有，是对其主体性的积极追求，它使得人们克服书写语言与日常生活之间的冲突，打破符号对主体自身的桎梏，实现语言与意义的本真统一，使得人们走出主体困境，复归充满诗性和活力的日常生活之中。

4.3. 理论意义

马克思哲学的终极价值追求在于人的自由且全面的发展，为了实现这一目标，马克思首要的任务是对当下的现实展开批判，经由对异化劳动和拜物教的深入剖析，来阐释资本主义的统治逻辑，从而揭示

资本主义社会最为本质的问题所在。列斐伏尔充分汲取了马克思的批判精神以及对未来社会的美好憧憬，并且融合存在主义、法兰克福学派等现代哲学思想资源，对马克思的异化思想和拜物教思想进行了人本主义层面的拓展。尽管他并不承认自己属于存在主义马克思主义者，然而他始终高度关注人的生存境遇，带有显著的存在主义倾向，使得马克思主义理论在现代更具人本主义特征。与此同时，列斐伏尔把政治经济领域的批判延伸至日常生活领域的批判范畴，将传统马克思主义生产劳动过程中的经济异化批判转化为一种文化层面的意识形态异化批判，并且把异化的矛头直接指向消费领域，认定消费异化是整个现代资本主义社会异化的关键要素，填补了传统马克思主义在微观视角方面的空白，达成了对资本主义社会日常生活及意识形态的深度批判。此外，“拜物教”思想是马克思后期批判资本主义的重要理论利器，揭示了原本处于主导地位的人在商品交换进程中反而被物所左右的事实，人在自己创造的物面前顶礼膜拜，人与人之间的关系也被物与物之间的关系所替代。列斐伏尔延续了马克思对资本主义物化逻辑的批判，将拜物教分析从生产领域拓展到消费领域，把拜物教批判对象从商品价值转向符号价值，指明符号在现代消费社会的主导地位，人们深陷于由符号及其象征功能所构建的符号消费体系中，疯狂追逐符号所塑造的虚假快乐和意义，为资本主义的统治意志而付出代价。列斐伏尔虽然在一定程度上对马克思异化理论及拜物教理论进行了泛化，但客观上也丰富和推动了马克思主义在现代的发展，突破了教条主义和经济主义的束缚，为马克思主义和消费社会理论的研究提供了崭新的研究视野和重要的思想源泉。

尽管列斐伏尔的消费社会批判理论明显带有存在主义与法兰克福学派思想的痕迹，但其最终并未如存在主义那般去追寻本真生存状态的回归，也没有像法兰克福学派那样选择美学解放的路径，而是凭借符号学和语言学的研究方式对结构主义运动予以批判，进而呼吁一场诗性的语言学变革，将语言学变革视为日常生活革命的关键起始点，主张以鲜活真实的口头语言取代冷漠虚假的书写语言的主导地位。从列斐伏尔的整体思想来考量，他基于现代性问题构思了一种总体性革命的设想，期望借助身体革命、空间革命或都市改革以及节日复兴等途径，达成“总体的人”的目标。总体而言，列斐伏尔针对消费异化的解决办法以及其对于日常生活革命的整体思路，都彰显出一种浪漫主义的乌托邦特征。他洞察到经济主义的缺陷，并渴望将革命融入人们的日常生活，把日常生活置于社会变革的核心位置，然而却逐渐偏离了生产关系和国家政权的改造，这无疑存在一定的片面性，“五月风暴”恰好有力地证明了这一点。他企图凭借艺术化的瞬间在日常生活碎片的缝隙间为文化革命创造契机，试图借助充满激情的乌托邦打破异化日常生活的平淡与乏味，将日常生活塑造为一件艺术作品。我们认可列斐伏尔这一思想对思想自由解放所具有的积极意义，然而与庞大的科层化国家机器以及具备持久变革潜力的工业生产方式相较而言，这种乌托邦式的革命难以承担起落后国家乃至全人类获取解放与自由的伟大使命，最多只能算是一种具有重要影响力的批判言论，尚不足以成为真正意义上的救赎之道。

5. 结语

列斐伏尔以日常生活为研究平台，对社会文化和生活领域中的微观控制机制加以批判和反思，揭秘了现代资本主义消费社会的意识形态神话背后消费的异化实质，指出人们在满足自身需求的消费活动中不断丧失自身本质的真相，不仅继承并发扬了马克思主义的批判精神，也以其理论的独创性开启了西方马克思主义消费社会理论研究的新范式，并对当代中国经济的健康发展提供了宝贵的借鉴意义。

但自资本主义社会诞生起，资本增值逻辑就不断地吸收着外界给养，并实现对一切有助于推动资本增值事物的“殖民”。无论是资本主义早期强调实体物的“生产社会”，还是由消费意识形态所塑造的“消费社会”，亦或是当今由数字技术和精神政治管控的“控制社会”，尽管其历史阶段的具体内涵各异，但私有制关系下资本追求剩余价值的本性从未改变，其主题始终是生产与扩张。可见，资本主义社会的生产方式才是造成资本主义社会一切异化的根源。消费异化并非新的神话的诞生，而是劳动异化在

现代消费领域的进一步扩展。因此，只有从根源上消解资本主义生产方式的增值本性，才能使得使用价值真正从交换价值和符号价值中解放出来，彻底扭转人类为物所支配的异化状态，真正实现人的自由个性的解放和价值的实现。而这一现实主题，也一直都是马克思主义哲学的理论旨趣所在。

基金项目

辽宁大学第十二批大学生创新创业训练项目“让日常生活成为艺术——列斐伏尔消费社会批判理论探析”(S202410140020)。

参考文献

- [1] 马克思, 恩格斯马克思恩格斯文集(第 5 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [2] 马克思, 恩格斯马克思恩格斯文集(第 8 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [3] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集(第 23 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2001.
- [4] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集(第 34 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2008.
- [5] 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.
- [6] 刘怀玉. 现代性的平庸与神奇——列斐伏尔日常生活批判哲学的文本学解读[M]. 北京: 中央编译出版社, 2006.
- [7] Lefebvre, H. (2000) *Everyday Life in the Modern World*. The Athlone Press.
- [8] 马尔库塞. 单向度的人[M]. 张峰, 吕世平, 译. 重庆: 重庆出版社, 1988.
- [9] 罗兰·巴特. 流行体系——符号学与服饰符码[M]. 敖军, 译. 上海: 上海人民出版社, 2000.
- [10] 高宣扬. 当代法国思想五十年[M]. 北京: 人民大学出版社, 2006.
- [11] 鲍德里亚. 物体系[M]. 林志明, 译. 上海: 上海世纪出版社, 2001.
- [12] 马克·波斯特. 战后法国的存在主义马克思主义[M]. 张金鹏, 陈硕, 译. 南京: 南京大学出版社, 2015.