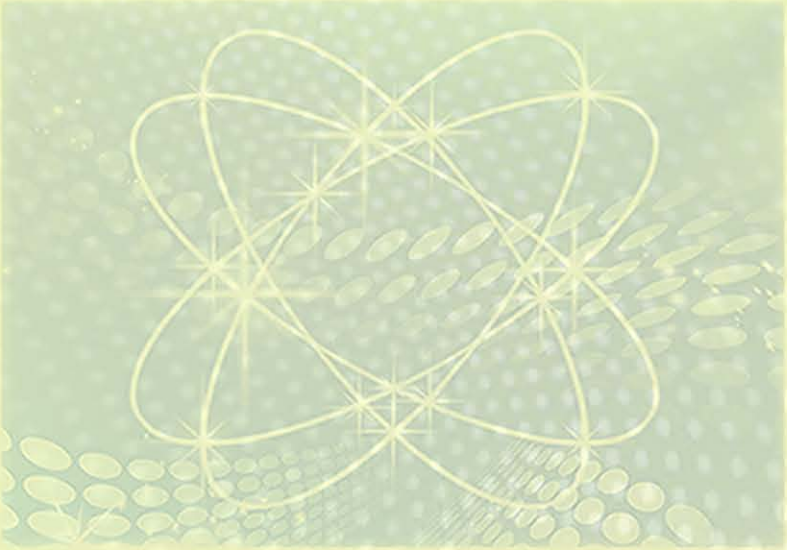
消费的哲学解读

胡金凤 著



吉林人民出版社

广东女子职业技术学院
学 术 著 作 基 金 资 助

消费的哲学解读

胡金凤　著

吉林人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

消费的哲学解读 / 胡金凤著.
长春:吉林人民出版社,2012.12
ISBN 978-7-206-09347-0

Ⅰ. ①消…
Ⅱ. ①胡…
Ⅲ. ①消费—哲学
Ⅳ. ①F014.5-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第304663号

消费的哲学解读

著　　者:胡金凤
责任编辑:吴兰萍　　封面设计:孙浩瀚
吉林人民出版社出版 发行(长春市人民大街7548号　邮政编码:130022)
印　刷:长春市赛德印业有限公司
开　本:880mm×1230mm　1/32
印　张:11.5　　字　数:260千字
标准书号:ISBN 978-7-206-09347-0
版　次:2012年12月第1版　　印　次:2012年12月第1次印刷
定　价:30.00元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与出版社联系调换。

摘　　要

消费的哲学解读所关注的核心或者说基本点是人在现代社会中的价值定位问题，是现代社会中消费与人的存在和发展的关系问题。这是消费哲学解读的出发点，也是它的逻辑归宿，即把人的自由全面发展作为消费研究的价值目标。随着市场经济的发展，当代社会物质生产发展了，生活富裕了，却出现了黄、赌、毒、邪教、自杀等社会现象，暴露了人的另一方面，不太会生活、不太会消费，没有健康的娱乐、消费形式。人的价值应该定位于人是劳动者和占有者，提供者和享用者的统一，而不是单纯的劳动者、生产者。人们应该既会创造，又会享受，既能生产，又会消费，成为能自由、合理地支配财富的完整的、全面、充分发展的人。中国现在处于市场化和现代化双重转型过程中，市场经济、假日经济、休闲经济的发展必然要求我们建立与之适应的消费哲学理论。现代西方社会的发展、全球化的历史背景、中国社会的转型等现状凸显了消费问题研究的重要性。社会科学各学科研究消费问题的局限性要求人们从哲学的角度、从人的生存发展的角度解读消费问题。

从哲学角度来看，消费是客观力量的主观化，客体对象的主体化、劳动创造物的人化。马克思曾指出，在生产中人客体化，在消

费中物主体化。在消费活动中，客体转化为主体的物质力量和精神养分，使主体的体力和脑力的消耗得到补充和恢复，从而使人的生存、享受和发展需要得到满足。

本书由引言和六章构成。

引言部分着重阐述了当前消费问题凸显的背景，消费哲学的研究缘起，以及消费哲学解读的特点与主题。

第一章是消费理论研究概述，分析了马克思、恩格斯关于消费的理论阐述。当代中西方社会消费思想研究现状述评及其消费研究中存在的局限性，提出了只有把消费纳入到马克思主义哲学、马克思主义人学视野中，把对消费的研究与人的生存发展紧密结合起来，才能为消费的研究找到深刻的基础。消费哲学研究的实质就是关于消费与人的生存和发展的关系问题。

第二章综合分析了社会科学各学科有关消费研究材料的基础上，解读了消费哲学的涵义。从消费的质和量，消费方式等角度解读了消费的属性和类型，消费与生产的关系，消费力与生产力的关系，消费关系与生产关系的关系等。

第三章对中西方历史的消费思想进行了考察。主要考察了古代传统社会、近现代社会和初露端倪的后现代社会等不同历史时期消费思想产生的历史基础、主要内容和主要特征。对不同历史时期消费思想的分析是消费哲学解读的理论基础，是树立科学消费观的前提。

第四章试图以马克思主义人学理论为基本出发点，解决消费问题在人与自我关系方面的矛盾——关于消费与人的发展关系问题，这是消费研究的价值目标。主要从消费与人的需要；消费与人性；

消费与人的主体性；消费在人的发展中的作用这几个方面来展开论述。

第五章解决消费问题在人与人关系方面的矛盾——消费的异化和消费主义。主要分析了异化消费的含义，形成基础，价值尺度，异化消费心理机制，异化消费的本质。异化消费与人的虚假需要。消费异化在当代中国的表现、出现的原因和分析。对消费主义进行了评析，分析了消费主义作为一种文化意识形态在全球化过程中所显现出来的文化帝国主义的倾向，强调了应对消费主义的对策。

第六章试图解决消费问题在人与社会方面的矛盾——树立科学的消费观和消费的价值评价问题。所谓科学消费，是指符合人的身心健康和全面发展要求、促进社会经济文化发展、追求人与自然和谐进步的消费观念、消费方式、消费结构和消费行为。消费的评价应遵循公正原则、社会的可持续发展原则、社会生产力原则、人的自由全面发展原则。

目　　录

引言…… 001
第一节　消费哲学的研究缘起…… 001
第二节　消费哲学解读的特点与主题…… 006

第一章　消费理论研究概述…… 013
第一节　马克思、恩格斯关于消费的理论阐述…… 013
第二节　消费问题研究现状述评…… 022
一、国内消费问题研究现状…… 022
二、国外消费问题研究现状…… 027
第三节　消费研究中存在的问题及原因分析…… 028
一、消费研究中存在的问题…… 028
二、视角的转换——消费在哲学的视野里…… 031

第二章　消费的哲学涵义与特征…… 038
第一节　哲学关于消费概念的界定…… 038
第二节　消费的类型和属性…… 044
一、消费的类型…… 044

二、消费的属性…… 056
第三节　消费与生产的关系…… 063
一、消费与生产的关系…… 064
二、消费力与生产力的关系…… 070
三、消费关系与生产关系的关系…… 074

第三章　中西方消费思想的历史考察…… 077
第一节　中西方古代的消费思想考察…… 078
一、古代消费的特征…… 079
二、古代消费思想的特点…… 083
三、古代消费思想的评价…… 092
第二节　西方近现代的消费思想考察…… 096
一、西方近现代消费思想形成的历史基础…… 096
二、西方近现代消费思想的特点…… 098
三、西方近现代消费思想的评价…… 105
第三节　西方后现代消费社会的消费思想考察…… 108
一、西方后现代消费社会初露端倪…… 108
二、西方后现代消费思想的特点…… 115
三、后现代消费思想的评价…… 129

第四章　消费与人的生存发展…… 136
第一节　消费与人的需要…… 138
一、需要的质量和需要满足的方式…… 140
二、需要、欲求、需求…… 144

三、消费与需要的关系…… 147
第二节 消费与人性…… 149
一、人的自然属性与消费…… 151
二、人的社会属性与消费…… 153
三、人的意识属性与消费…… 156
四、人性假定与消费观的选择…… 158
第三节 消费与人的主体性…… 164
一、主体消费客体过程中的主体性…… 164
二、主体间消费交往活动中的主体性…… 171
第四节 消费在人的发展中的作用…… 177
一、消费与劳动…… 178
二、消费与人的社会关系…… 182
三、消费与人的自由个性…… 186
四、消费与人的全面、自由和充分发展…… 194

第五章 消费的异化和消费主义…… 202
第一节 消费的异化…… 202
一、什么是消费异化…… 203
二、异化消费的分析 …… 213
三、异化消费与人的虚假需要…… 218
四、当代中国的消费异化…… 225
第二节 消费主义评析…… 249
一、消费主义的产生及主要特征…… 249
二、消费主义在全球化过程中的意识形态功能…… 271

三、消费主义文化——意识形态是一种文化霸权…… 280
四、消费主义的传播是资本主义现代性
全球扩张的过程…… 287
五、消费者对消费主义文化的认同…… 293
六、消除消费主义影响的对策…… 297

第六章　科学消费观和消费的价值评价标准…… 312
第一节　科学消费观的内涵和特征…… 312
第二节　消费评价的公正原则…… 317
第三节　消费评价的社会生产力标准…… 323
第四节　消费评价的社会可持续发展标准…… 327
第五节　消费评价的人的自由全面发展标准…… 339

参考文献…… 343

引　　言

第一节　消费哲学的研究缘起

消费问题是人类历史上最古老、最长久、最普遍存在并且与人类社会相始终的问题，“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在生产期间都是一样。”① 每一个人、每一个家庭、每一个国家都与消费密切相关，而且人类社会的一切活动，不管是物质的还是精神的，是生产、分配、交换，还是哲学、文学、艺术，最终都是为了人类自身的幸福，为了不断地满足人类日益增长的物质和文化的需要，为了消费。没有一种问题能像消费问题一样与人类生活直接相关，也许正是它的这种日常性和熟识性使消费问题长期游离于哲学的理论视野之外，直到当代，消费问题不仅在经济生活中，而且在社会文化生活中的重要性才凸显出来，引起学界广泛的关注。

首先，伴随着资本主义工业革命的发展，西方较早地进入了所谓的“丰裕社会”(加尔布雷思)、“大众高消费社会”(罗斯托)、

① 马克思《资本论》第1卷，人民出版社1975年版，第191页。

晚期资本主义的消费社会（詹明信）、“闲暇社会”或“有计划消费的官僚社会”（列裴伏尔），所以，关于消费问题系统的研究最早开始于西方。

马克思曾在《哲学的贫困》中描述过资本主义从前商品到商品再到商品化阶段的演进过程。特别是到了商品化阶段，“人们一向认为不能出让的东西这时都成了交换和买卖的对象……甚至像德行、爱情、信仰、知识和良心等最后也成了买卖的对象……这是一个普遍贿赂、普遍买卖的时期，或者用政治经济学的术语说，是一切精神的或物质的东西都变成交换价值并到市场上去寻找最符合它的真实价值的评价的时期。”① 鲍德里亚②认为，商品化阶段只是商品阶段数量上的扩展，消费社会是资本主义发展的第四阶段。因为，随着从工业社会向后工业社会的转变，逐步出现了某种断裂：“资本主义社会的主要需求曾经是要建立他们的生产条件。……所有这些都意味着，为了生产的需要，必须使消费得到满足”③。特别是20世纪80年代末以来，消费和生产的主从关系颠倒过来了，西方社会已从传统的以生产制造为中心的社会转变到以消费为中心的社会，这种转变不仅表现在经济领域，而且贯穿于许多社会活动之中，几乎所有重大的变化都同消费密切相关。消费是“联结经济与文化的社会活动”，它既是经济领域与日常生活领域进行交换和沟通的渠道，也是“资本与日常生活实践相结合的领域”④。消

---

① 《马克思恩格斯全集》第4卷，人民出版社1965年版，第79－80页。

② Baudrillard也译作博德里拉、波德里亚、博德里亚尔、布西雅等。

③ 多米尼克·斯特里纳蒂《通俗文化导论》，商务印书馆2001年版，第258页。

④ Lee Martyn J: Consumer Culture Reborn: the Cultural Politics of Consumption, London: Routledge, xiii.

费在社会和文化生活中从原来的边缘变成了中心，“许多年以前，一个人如果难受，不知如何是好，他也许上教堂，也许闹革命，诸如此类。今天，你如果难受，不知所措，怎么解脱呢？去消费！”[①] 消费越来越成为人们自我表达的主要形式、身份认同的主要来源和逃避痛苦的重要手段。在更广泛的意义上，消费在当代西方社会已经超过了宗教、政治等的重要性，发展成为一项需要花费大量的时间、金钱、精力和创新来维持的主要的社会活动。尽管各种社会群体的消费水平各不相同，但是，现在每个人都在消费，而且消费的范围也在不断地拓展，似乎任何东西都能成为消费的对象，西方似乎真正步入了所谓的“消费社会”。

其次，在经济全球化的背景下，资本主义通过跨国公司、网络、大众传媒、广告把消费主义生活方式和价值观念、意识形态扩展到全球范围。消费主义成了资本主义建立世界体系、进行全球化的重要手段，是资本主义文化霸权的表现，消费主义潮流对全球文化产生了重要影响。消费主义思潮通过“可口可乐化”、“麦当劳化”、“好莱坞化”、“迪斯尼化”、“美国化”等商品和观念也对我国的消费者产生了潜移默化的影响，而且这种影响不仅表现在物质产品的消费上，而且也表现在精神文化消费的大众化、通俗化和西方化上。如何在这种消费主义思潮的影响下保持我们民族在消费观念和消费行为中的独立性、民族性和本土化特征等问题摆在了我们的面前。

第三，当代中国正处于社会转型时期。中国社会的转型不仅是

---

① 米勒（Arthur Miller）：《代价》，1985 年。

社会主义计划经济向社会主义市场经济的转型，也是传统社会向现代化社会的转型，经济、政治、文化和社会生活的各个方面都在发生巨大的变化。在这样的背景下，中国人的消费行为、消费生活、消费观念也发生了巨大的变化。我们有必要研究社会转型时期市场经济和现代化过程对传统消费行为和观念的影响。

在社会主义计划经济体制下，我们在经济关系上奉行的是“一大二公”的原则。生产资料、各种资源要素和产品被尽可能多地归集在公有制门下，通过行政手段来调配，忽视消费在经济运行中的作用。而市场经济有一个最基本的规律，即等价交换规律，等价交换只能在供求双方平等的基础上才能真正实现。任何道德、法律或行政权力方面的不平等都会使等价交换原则扭曲，都会导致市场经济关系的紊乱；而且，产品消费构成了市场经济发展的一个重要环节，只有通过商品交换和消费实现利润，返回到货币形式并再投资到再生产过程中，才能开始资本的再循环。只有处理好消费问题，才能建立健全完善的市场经济机制；消费在经济和社会生活中的作用越来越重要，特别是在市场经济不断发展的条件下，消费更显示出其在市场经济运行中的重要作用。市场经济越发展，人们的收入越增加，消费需求就越上升。另一方面，市场经济越发展，消费品的供应越丰富，消费内容也越丰富。

消费已纳入我国现代化发展战略目标之中，已成为经济发展战略的一个重要组成部分。十一届三中全会以后确定的“分三步走”的战略目标，温饱、小康、生活比较富裕的目标，都涉及消费问题。提高人民生活水平，是改革开放和发展经济的根本目的。在经济发展的基础上，使全国人民过上小康生活，并逐步向更高的水平

前进。努力增加城乡居民实际收入，拓宽消费领域，引导合理消费。在改善物质生活的同时，充实精神生活，美化生活环境，提高生活质量。

第四，进入20世纪90年代后期以后，中国经济运行的过程当中发生了一系列根本性变化：买方市场由局部走向全面。某些产品的“过剩”首次成为困扰中国经济的难题，加之国际金融危机的外部冲击，总需求不足的问题日益突出。消费需求相对疲软已经成为影响我国宏观经济运行态势和经济增长速度的重要因素。内需主导综合经济的格局已逐渐形成。

从经济学的收入恒等式（总需求 = 消费 + 投资 + 政府购买 + 净出口）可知，在生产过剩、出口受限的条件下，增加总需求的办法，只能是增加居民消费和政府购买。作为一个实行计划经济多年的社会主义国家，首选政策自然是财政政策，如发行国债，增加政府开支，扩大基础设施的建设等。然而，政府行为对经济的作用只能是短期的。由于受税收收入限制，政府的负债能力同样有限。随着市场经济在我国逐步完善，市场的作用已越来越大，总需求的扩大最终要靠私人消费的增加。于是政府的操作对象由投资领域转向消费领域，中国政府提出了扩大内需的政策，这是完全及时的，通过扩大内需，拉动消费，能够促进生产发展。

扩大国内需求、开拓国内市场是我国经济发展的基本立足点和长期发展战略方针。我国政府为了充分发挥消费需求的拉动作用，提高消费层次和质量，促进经济发展，进行了积极的政策支持和引导，加上人们实际生活内在需求的变化都使消费问题在经济和社会文化生活中的作用日益突出。

第五，中国是一个发展中国家，人口众多、资源有限、基础薄弱，而且面对全球性的环境危机、生态问题，如何建立一种合理的可持续的消费模式，对经济的发展、人的素质的提高、文化的建设、社会的协调发展和环境的保护，都具有重要价值。可持续消费的问题同样是我们需要面对的一个重要课题。

总之，消费在人们经济、社会生活中的作用和地位越来越突出，消费过程中的矛盾不断暴露出来，这些矛盾突出地表现在人与社会的关系、人与自然的关系、人与自身的关系、人与人的关系等方面。在人与人的关系方面表现为消费不平等、不合理、异化消费等；在人与自然关系方面表现为人们无限制地消费，对自然资源无限制地消耗；在人与自我关系方面表现为人们片面追求物欲，导致精神空虚，精神性生存状态失落；在人与社会关系方面表现为西方社会消费主义价值观对人们的影响。我们应该如何解决这些矛盾，我们在新的世纪应该确立一种什么样的消费观念，这是需要人们在理论上进行研究和回答的。

第二节　消费哲学解读的特点与主题

社会科学各门具体学科研究成果的不断积累，学科研究的进一步深化，需要哲学的指导，反过来，哲学对具体问题的研究推动了哲学自身的发展，并为哲学的研究和发展寻找新的生长点。

过去传统的理论研究中，不同的学科有自己特定的研究对象，经济学只研究经济现象，心理学只研究心理现象，社会学只研究社会现象，现在，随着学科的渗透越来越密切，任何一个对象，既可

以从某种特定的学科来加以研究，也可以同时从其他的学科来研究，例如，基因克隆技术本来是生物学研究的对象，但它引发的相关问题同时可以从心理学、医学、社会学、伦理学、哲学角度进行研讨，一种现象不可能只有一种学科属性，相反，任何现象都可能同时成为几种不同学科的研究对象，而学科的发展常常要求它自己寻找和发现新的研究对象，而且，不同的学科有不同的观察事物的视角、立场和方法，即使是对同一对象的研究，不同的学科由于其视角的不同，对该对象的研究侧面也不同。而且哲学研究有其自身的特点，用哲学的态度和方法来对待问题，那么，简单的、普通的问题也会成为哲学问题。所以，消费不仅是具体科学研究的问题，我们更应该从具有方法论功能和普遍指导意义的哲学的角度给予更深刻的、总体的把握，从而对消费行为进行哲学理论指导。

首先，消费的哲学解读具有总体性的特点。哲学对消费的研究应当对各学科关于消费的研究材料加以概括和总结，形成具有普遍有效性的一般理论，以宏观地统摄各学科的研究，在此基础上，形成对各学科具有方法论指导意义的观点和理论，以推动各学科的消费研究，然后从哲学的高度，对消费研究中的重大问题做出哲学所特有的解答。在研究层次上，哲学是在各学科研究的基础上，针对各学科消费研究存在的共同问题，来展开自己的研究。哲学没有必要也不可能完全直接地研究生活中的各种消费现象，它必须在各学科消费研究材料基础上进行研究，它是对各学科消费研究的再研究，因而它不是经验研究，而是批判性的、反思性的研究，所以我们说这是消费的哲学研究而不是科学研究。在研究方法上，各学科对消费的研究是科学的、实证的，而马克思主义对消费的研究则采