

河南师范大学马克思主义

「牧野论丛」

消费主义与我国主流 意识形态建设研究

XIAOFEIZHUYI YU WOGUOZHULIU
YISHI XINGTAI JIANSHE YANJIU

余保刚 著

中国社会科学出版社

非外借

河南师范大学 马克思主义

「牧野论丛」

消费主义与我国主流 意识形态建设研究

XIAOFEIZHUYI YU WOGUOZHULIU
YISHI XINGTAI JIANSHE YANJIU

余保刚 著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

消费主义与我国主流意识形态建设研究 / 余保刚著. —北京: 中国社会科学出版社, 2017. 5

(牧野论丛)

ISBN 978-7-5161-9664-9

I. ①消… II. ①余… III. ①消费文化—影响—社会意识形态—研究—中国 IV. ①D669.3②D092.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 005659 号

出版人 赵剑英
责任编辑 朱华彬
责任校对 张爱华
责任印制 张雪娇

出版 中国社会科学出版社
社址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮编 100720
网址 <http://www.csspw.cn>
发行部 010-84083685
门市部 010-84029450
经销 新华书店及其他书店

印刷 北京君升印刷有限公司
装订 廊坊市广阳区广增装订厂
版次 2017 年 5 月第 1 版
印次 2017 年 5 月第 1 次印刷

开本 710 × 1000 1/16
印张 14
插页 2
字数 203 千字
定价 58.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话:010-84083683

版权所有 侵权必究

河南师范大学校优势特色学科资助成果
国家社科基金重大项目（15ZDA002）成果
河南省社科规划项目（2016BKS010）成果

河南师范大学马克思主义“牧野论丛”
编辑委员会

主 任：马福运

委 员：蒋占峰 李 翔 张 峰 吴广飞
余保刚 冯思淇 姚广利 张兴华

《河南师范大学马克思主义 “牧野论丛”》简介

马克思主义理论学科的建设与发展，对于发展中国特色哲学社会科学、做好党的意识形态工作、发展 21 世纪中国马克思主义、落实党和国家的路线方针政策，具有重要的理论意义和现实价值。自 2005 年马克思主义理论一级科学建立以来，特别是党的十八大以来，在全国众多专家学者的共同努力下，学术交流活动频繁，学术涉猎范围广泛，学术研究成果丰硕，马克思主义理论学科呈现出大发展大繁荣的喜人态势。在此大背景下，河南师范大学马克思主义学院决定从 2017 年开始，陆续推出河南师范大学马克思主义“牧野论丛”，以期为进一步发展繁荣马克思主义理论学科贡献微薄力量。

河南师范大学马克思主义学院成立于 2011 年，其前身是成立于 1951 年的平原师范学院马列主义教研室，1986 年设置为政治理论教学研究部，2001 年与学校德育教研室合并，设置为社会科学教学部，2007 年更名为思想政治理论教学研究部，2011 年正式更名为马克思主义学院。学院主要承担马克思主义理论学科建设和全校本科生、研究生的思想政治理论课教学任务。现有专职教师 52 人，1 人入选“教育部新世纪优秀人才支持计划”，1 人入选教育部“思想政治教育杰出青年人才”培育计划，1 人获得“全国高校思想政治理论课年度影响力人物”提名，1 人入选 2015 年“全国思想政治理论课优秀中青年教师择优资助计划”。学院目前拥有马

克思主义理论一级硕士学位点和马克思主义理论河南省重点学科，设有河南省青少年问题研究中心、河南省少年儿童组织与思想意识教育研究中心和中国共产党革命精神与中原红色文化资源研究中心三个科研平台。近5年来，在《马克思主义研究》《社会主义研究》《人民日报》《光明日报》等重要学术刊物发表论文300余篇，其中被《新华文摘》、人大复印报刊资料等转载20余篇；获批国家社科基金项目11项（其中重点项目2项），教育部项目18项（其中教育部高校示范马克思主义学院和优秀教学科研团队项目1项）。

该丛书的作者均为河南师范大学马克思主义学院中青年教师，他们潜心马克思主义理论教学和研究，以上专著是他们几年来学术研究的结晶。我们相信，本丛书的出版一定会激励学院教师更加努力地开展马克思主义理论相关研究，推动马克思主义理论学科建设与高校思想政治理论课创新。当然，由于他们还很年轻，专著中一定会有许多不足之处，敬请读者批评指正。

目 录

导 言	(1)
一 问题的提出与研究意义	(1)
(一) 问题的提出	(1)
(二) 研究意义	(3)
二 国内外研究现状	(5)
(一) 国内研究现状	(5)
(二) 国外研究现状	(15)
三 主要研究思路	(19)
四 研究方法和创新点	(20)
(一) 研究方法	(20)
(二) 创新点	(20)
第一章 消费主义的产生和主要特征	(22)
第一节 消费主义在美国的产生	(22)
一 物质基础：劳动生产率的大幅提高	(24)
二 政策因素：鼓励和刺激消费的经济政策	(26)
三 理论基础：机械论自然观	(28)
四 市场因素：分期付款制度	(31)
五 催化剂：空前繁荣的美国广告业	(32)
第二节 消费主义的主要特征	(34)
一 奢侈消费的大众化	(34)
二 符号消费的专有化	(37)

三	消费控制的隐性化	(39)
四	消费主义的意识形态化	(42)
第二章	消费主义对我国主流意识形态建设的影响	(45)
第一节	现象描述：我国日常生活领域的消费主义	
	表现形式	(45)
一	奢侈品消费快速增长	(46)
二	超前消费受到催生	(49)
三	符号消费渐成趋势	(51)
四	竞争消费成为流行	(54)
五	消费不平衡现象依然存在	(57)
第二节	原因探究：消费主义何以在我国传播	(60)
一	从抑制消费到鼓励消费的政策变革是外在因素	(61)
二	媒体产业化经营和广告促销是市场原因	(64)
三	国人爱面子传统是文化和心理基础	(67)
四	西方文化的传播和渗透是国际因素	(70)
第三节	冲突与危害：消费主义与我国主流意识形态的碰撞	(74)
一	挑战马克思主义的指导地位	(76)
二	容易造成我国主流意识形态建设目标悬空化	(79)
三	妨碍我国经济社会全面、可持续发展	(83)
四	不利于构建社会主义和谐社会	(87)
五	弱化我国主流意识形态传播效果	(90)
第三章	消费主义影响下我国主流形态建设的理论	
	基础	(96)
第一节	马克思恩格斯消费思想的逻辑转变	(96)
一	人本主义消费观：从消费异化到应然性消费	(96)
二	历史唯物主义消费观：从消费一般到资本主义消费不足思想	(101)

第二节 列宁对马克思恩格斯消费思想的继承与	
创新	(108)
一 帝国主义阶段消费与生产的矛盾	(109)
二 社会主义的目的是不断满足人民日益增长的	
消费需要	(112)
三 发展消费合作社, 实现社会主义目的	(116)
第三节 中国化马克思主义消费思想	(118)
一 毛泽东的辩证消费思想	(119)
二 中国特色社会主义的科学消费思想	(123)
第四章 消费主义影响下我国主流意识形态建设对策	
思考	(133)
第一节 消费主义影响下我国主流意识形态建设的	
基本原则	(133)
一 我国主流意识形态理论创新与社会成员主动	
认同相结合	(134)
二 以经济建设为中心与做好意识形态工作相	
结合	(138)
三 批判消费主义与弘扬科学消费观相结合	(144)
第二节 消费主义影响下我国主流意识形态建设的	
主体建构	(150)
一 宣传思想部门担负起意识形态工作的政治	
责任	(150)
二 先进人物发挥榜样示范作用	(159)
三 普通群众自觉认同和践行主流意识形态	(165)
第三节 消费主义影响下我国主流意识形态建设的	
实践路径	(171)
一 不断改善民生, 夯实我国意识形态建设群众	
基础	(171)
二 引导大众媒体克服消费主义倾向, 积极传播	

主流意识形态	(182)
三 大力弘扬艰苦奋斗革命精神, 自觉抵制消费主义侵蚀	(189)
结 语	(198)
参考文献	(201)
后记	(212)

导 言

一 问题的提出与研究意义

(一) 问题的提出

20 世纪 30 年代,消费主义首先在美国产生。在资本主义社会产生和发展初期,如何生产、怎样生产、如何不断扩大再生产规模成为资本主义经济的重要问题。而维持和扩大再生产都需要资本投入。为了解决这一问题,一方面资本家在世界各地进行残酷的殖民掠夺,另一方面在本国剥削工人阶级,获取超额利润。但是,如果我们从资本家个人消费的角度来看,抑制个人消费尽量将生产中获得的财富用于资本再生产无疑是符合当时资本主义发展的客观要求的。而崇尚勤俭持家、精打细算、禁欲苦行的新教伦理恰恰能够为上述行为提供道德合法性论证。于是,在新教伦理的指引下,作为生产者的资本家在个人生活上抑制消费,将节省下来的财富投入再生产环节,不断进行资本积累。同时,新教伦理要求资本家克制自己享乐、游玩、懒惰的本性,通过辛勤劳动、敬业严谨来不断增加财产,而要做到这些就能证明神对自己的恩宠。资本家在履行新教伦理,实现个人价值的同时也保证了资本主义早期生产不断扩大所需的资金来源。

然而,随着资本主义的不断发展,越来越多的先进技术发明革新和科学管理方法导致了劳动生产率不断提高,社会产品日益丰富,整个资本主义生产规模迅速扩大。资本主义社会逐渐由以生产为主导的社会转向以消费为主导的社会,从产业资本主义发展到金

融资本主义。资产阶级普遍关注的问题不再是如何想方设法进行扩大再生产,而是如何顺利将生产的商品卖出去,实现资本增殖。这时,新教伦理已经显得落伍而不能再为资本主义利润最大化提供价值支撑了。于是,鼓励和提倡消费的消费主义应运而生。

消费主义是一种社会思潮。社会思潮是“某一时期内在某一阶级或阶层中反映当时社会政治情况而有较大影响的思想潮流,它以一定的社会存在为基础,以特定的思想理论为理论核心,并与某种社会心理发生相互影响、相互制约、相互渗透的作用”^①。当前,我国流行的社会思潮主要有新自由主义、民主社会主义、历史虚无主义、新儒学等,这些社会思潮观点各异,但都直接切入国家经济政治领域宏大话题,在社会大众中传播其政治诉求。但是,消费主义与上述社会思潮不同,它关照的是社会大众日常生活消费领域,聚焦幸福、快乐、成功等个人生活话题。在消费主义的话语体系中,消费活动成为实现自我个性、寻求身份认同与区隔、彰显人生幸福与美满、标志事业成功的外显性标志。消费成为高于一切的价值追求,人们存在的目的就是消费,消费成为人生的支点。作为一种生活方式,消费主义鼓励人们高消费、超前消费,将及时行乐、现实享受道德合理化,甚至将消费看成是促进经济发展、社会进步的义举。于是,人们的物质欲望被大大刺激和释放出来,人们的日常生活沉溺于消费活动。人们在消费中更加关注的不再是商品的使用价值,而是商品的符号价值、象征意义,并试图通过消费,将商品所承载的符号意义转化到自己身上。商品成为符号的载体,人自身成为商品的载体。

从1978年开始改革开放,我国经济社会有了长足发展,社会财富显著增加。到了20世纪末就告别了以生产为主导的短缺时代进入以消费为主导的过剩时代。近年来随着全球化进程的深入,各种生产要素在世界范围内流动,促成了不同文化之间的交融。这种

^① 梅荣政:《用马克思主义引领社会思潮》,武汉大学出版社2003年版,第57页。

跨国家和地区的经济和文化交流与渗透,使产生于资本主义国家的消费主义价值观也在世界范围内得到传播,同时也悄然地走进中国。于是乎,拥有巨大财富的新生富裕阶层迅速认同并践行了消费主义价值观,将奢侈消费、符号消费、时尚消费作为彰显事业成功、社会地位、独特品位的最直接方式。而新富阶层的上述行为会在社会上产生强烈的向下示范效应。电视、电影、网络等大众媒介,将新富阶层的生活方式渲染成社会大众的生活,不仅教导大众所谓的成功人士应该消费什么,而且无形中将富裕阶层的消费标准拔高成整个社会的消费标准。于是,社会大众出于不甘落后的攀比心理,会追逐高于自己收入标准的消费,超前消费、竞争消费应运而生。

正如上文所讲,消费主义似乎只是关于日常生活消费领域的一种社会思潮。但是,从阶级本质上讲,消费主义是当前资本主义的意识形态。它不同于新自由主义、民主社会主义等西方思潮,从表面上看,它没有明确的理论代表和理论派别,但不论是新自由主义还是凯恩斯主义都将消费看成是推动经济发展、实现国家富强、经济良性发展、个人自由平等的义举。消费主义本质上服务于资本增殖的需要,是资本主义实行意识形态控制的有效而隐蔽的手段。因此,我们绝不能仅仅从个人日常生活角度来看待消费主义,我们要警惕消费主义对我国意识形态建设的巨大危害。

(二) 研究意义

为此,透视消费主义的意识形态本质,认清消费主义对我国主流意识形态建设的危害,探索消费主义影响下我国意识形态建设的指导原则和实践路径就具有重要意义。

其理论意义主要体现在:第一,对推动马克思主义基本原理的整体性研究具有学术价值。自2005年马克思主义理论一级学科建立以来,改变长期以来从马克思主义哲学、政治经济学和科学社会主义三种学科视角分门别类研究马克思主义的现状,加强马克思主义理论整体性研究,成为马克思主义理论学科的重要任务。本书从

马克思主义经典作家有关消费问题文本出发,系统挖掘和整理马克思恩格斯消费思想从人本主义到历史唯物主义的逻辑转变,厘清列宁对马克思恩格斯消费思想的继承与发展,分析整理毛泽东的辩证消费思想和中国特色社会主义的科学消费思想,在借鉴和综合哲学、经济学、社会学、伦理学等学科对消费问题的研究成果基础上,形成全面、整体、系统的马克思主义消费观,推动马克思主义理论的整体性研究。第二,对推动马克思主义消费思想的中国化和时代化具有学术价值。本书以消费主义对我国主流意识形态的现实影响为实践起点,以马克思主义经典作家消费理论为理论来源,用中国特色社会主义的科学消费思想拓展中国特色社会主义理论体系的研究视野、学理支撑和基本内涵,推动马克思主义理论在消费观上的中国化和时代化。第三,对丰富我国当代主流意识形态建设研究具有学术价值。目前,学术界对我国当代意识形态建设的现实境遇研究多集中在为全球化、市场经济、网络化、社会转型等方面,而对于影响我国当代意识形态建设的社会思潮多集中在新自由主义、民主社会主义、历史虚无主义、新左派、新权威主义、新儒学等。本书拟从消费主义对我国主流意识形态建设的现实影响出发,考察消费主义影响下我国主流意识形态建设理论原则和路径选择,从研究视野和研究成果上发展我国主流意识形态研究。

其实践意义主要体现在:第一,有助于党和政府制定全面、合理的消费政策,引领社会和个人建构科学理性消费观,形成合理消费的社会风尚,推进生态文明建设。从2012年12月的“八项规定”,到2013年1月的“六项规定”,再到2013年7月“5年内禁止新建楼堂馆所”,再到2013年8月“刹住公款送礼不正之风”,再到2013年10月《党政机关厉行节约反对浪费条例》,都是新一届中共中央继承和发扬我党艰苦奋斗、勤俭节约优良作风的生动写照。本书批判消费主义导致的奢侈消费、超前消费、过度消费、符号消费等畸形消费行为,倡导个人在满足合理、适度的物质消费需要的同时,更加关注精神消费和消费责任,有效抵制消费主义带来

的社会大众价值观扭曲以及党员干部奢侈腐败现象发生,始终保持和发扬艰苦奋斗,勤俭节约的优良作风,牢固树立中国特色社会主义共同理想和共产主义远大理想;倡导社会形成资源节约、环境友好的消费风尚,既合理发挥消费在促进经济发展与提高人民生活水平中的重要作用,又避免因大量生产、大量消费、大量浪费造成的环境问题,有助于党和政府从中国目前实际出发制定消费政策。第二,有助于党和政府牢牢掌握意识形态工作领导权和主导权。习近平总书记在2013年8月全国宣传思想工作会议上强调“意识形态工作是党的一项极端重要的工作”^①。伴随着经济全球化,产生于资本主义国家的消费主义逐渐传入我国。消费主义从人们日常生活消费切入,渗透、传播资本主义意识形态,具有很强的隐蔽性和危害性。本书通过解剖消费主义的隐蔽性和危害性,为开展消费主义意识形态批判,弘扬中国特色社会主义的科学消费观,为提高主流意识形态认同提供实践指导,从而有利于不断提高党和政府引导社会思潮能力,不断巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位。

二 国内外研究现状

(一) 国内研究现状

从20世纪80年代开始,随着我国改革开放和经济全球化浪潮的发展,消费主义开始在我国传播。国内学者也逐渐开始关注消费主义理论和实践问题,从多角度开展研究,取得了大量成果。

1. 有关消费主义研究

国内学界对消费主义的研究主要分为译介西方消费主义理论和考察分析消费主义在我国的传播、影响及其对策研究。

(1) 译介西方消费主义理论

国内学界对西方消费主义理论译介研究经历了从翻译代表人物学术著作—汇编研究专辑—述评某个人物或流派的主要理论—较为

^① 《习近平谈治国理政》,外文出版社2014年版,第153页。

系统全面地总结西方消费主义理论四个阶段,实现了对西方消费主义理论研究由浅入深、由点及面的发展历程。当然,正如我们上文提到过的,西方学界对消费主义研究大多为批判性研究,这也是消费主义思潮与其他社会思潮的不同之处。

首先,许多学者关于消费主义的研究著作被翻译成中文。包括凡勃伦,法兰克福学派的霍克海默、阿道尔诺、马尔库塞、弗洛姆、本雅明,英国伯明翰学派的菲斯克、鲍德里亚、凯尔纳、费瑟斯通等学者关于消费主义的研究成果被翻译出版,为国内消费主义研究的开展奠定了文献和资料基础。^①其次,为了集中展示西方消费主义理论,国内学者编撰或转译了有关消费主义理论汇编,如《痛苦中的安乐——马尔库塞、弗洛姆论消费主义》《消费主义文化读本》和《消费的欲望》等,^②集中展示了众多国外学者的相关论述。再次,国内学界对西方消费主义重要代表人物进行详尽解读。邢崇研究了本雅明的消费主义思想,^③王敏研究了费瑟斯通的消费主义批判思想,^④刘怀玉、吴宁研究了列斐伏尔的消费主义批

① 目前翻译的国外学者有关消费主义的著作主要有:凡勃伦的《有闲阶级论:关于制度的经济研究》,霍克海默、阿道尔诺的《启蒙辩证法——哲学片段》,赫伯特·马尔库塞的《单向度的人:发达工业社会意识形态研究》,艾里希·弗洛姆的《健全的社会》《占有还是生存》,本雅明的《机械复制时代的艺术作品》《发达资本主义时代的抒情诗人》,约翰·菲斯克的《理解大众文化》,让·鲍德里亚的《消费社会》《象征交换与死亡》,道格拉斯·凯尔纳的《波德里亚:批判性读本》《媒体文化:介于现代与后现代之间的文化研究、认同性与政治》,迈克·费瑟斯通的《消费文化与后现代主义》等著作,其中有许多著作拥有多个翻译版本。

② 参见陈学明、吴松、远东《痛苦中的安乐——马尔库塞、弗洛姆论消费主义》,云南人民出版社1998年版;罗刚、王中忱《消费文化读本》,中国社会科学出版社2003年版;[美]比尔·麦吉本等《消费的欲望》,中国社会科学出版社2007年版。

③ 参见邢崇《后现代视域下本雅明消费文化理论研究》,山东人民出版社2009年版。

④ 参见王敏《文化视域中的消费经济史:迈克·费瑟斯通的日常生活消费理论研究》,中国社会科学出版社2012年版。