

[DOI]10.16164/j.cnki.22-1062/c.2024.01.003

消费盲从、生活附魅与精神虚空

——数字资本主义社会的三重“异化”

夏巍,胡运海

(复旦大学马克思主义学院,上海 200433)

[摘要] 依托于人工智能、大数据、5G、云等新型数字科技之翼,西方资本主义社会迈向了一个以数字化为特征的数字资本主义社会。在这一社会中,异化现象仍然存在。具体表现为,数字资本主义社会对消费观念进行了新塑造,算法指令的生成引发消费内容的私人定制化,数据平台的产生促成消费生态的重新架构,数字技术的普及致使消费主义的大肆泛滥,消费趋于盲从;对日常生活进行了全覆盖,其连续性与稳定性逐渐被数字信息的狂轰滥炸打破,呈现碎片化样态;日常生活的惬意与宁静逐渐被数据与算法的推送与订阅打破,显现出平庸化样态;对精神世界进行了新渗透,个体思想日趋浅薄空疏、大众审美日趋媚俗粗鄙、精神世界日趋虚无。厘清西方数字资本主义社会在消费、生活与精神层面产生的异化现象,对于我国今后在发展人工智能技术和数字技术避免异化现象的产生具有重要的警醒作用。

[关键词] 数字资本主义社会;异化;消费;日常生活;精神世界

[中图分类号] F014.39

[文献标志码] A

[文章编号] 1001-6201(2024)01-0018-07

“我们这个时代是一个新时期的降生和过渡的时代”^①,这是黑格尔对于他自己所生活的那个时代进行的概述。揆诸当下,人们生活于同样是类似于黑格尔所说的“过渡的”时代中(这个时代总会不断地产生出新的事物)——尽管它与此前时代存在着这样或那样的联系,但是这种过渡不是量上的渐变而是一种“质变”。一个不争的事实是,现代社会的发展愈来愈表现出一种前所未有的特征。这个新特征可以用“数字化”来加以概括。当人们的日常生活、消费娱乐、工作办公离不开数字化技术时,人类已然迈进数字资本主义社会。不同于传统资本主义社会,“数字资本主义社会”是在西方互联网信息技术勃兴发展、人工智能技术变革与第四次工业革命^②普遍融合下发展而来的社会形态,网络化、智能化、数字化是这一社会形态的主要特征。尽管数字资本主义社会披上了数字化的“新衣”,但深嵌其中的内在逻辑依然是资本逻辑,也就是说,数字资本主义社会依然具有剥削、逐利等固有本性,是西方资本主义社会的数字化形态。当前,我国正在推进数字技术与经济、政治、文化、社会、生态文明建设“五位一体”深度融合,在我国大力实施“互联网+”行动计划、推进“数字中国”建设的过程中不可避免会汲取西方数字资本主义社会在经济、社会、文化等领域的经验。因此,深刻阐明西方数字资本主义社会在消费、生活以及精神领域产生的异化效应,不仅对于我国今后在发展人工智能技术和数字技术时避免异化现象的产生具有重要的警醒作用,而且对于创造一种不同于西方数字文明的中国式数字文明具有重要的现实意义。

[收稿日期] 2023-10-23

[基金项目] 国家社会科学基金重点项目(22AKS001)。

[作者简介] 夏巍,女,复旦大学马克思主义学院教授、博士生导师;胡运海,男,复旦大学马克思主义学院博士研究生。

^① 黑格尔:《精神现象学》(上),贺麟、王玖兴译,北京:商务印书馆,1981年,第6—7页。

^② 第四次工业革命始于这个世纪之交,是在数字革命的基础上发展起来的,其特点是:同过去相比,互联网变得无所不在,移动性大幅提高;传感器体积变得更小、性能更强大、成本也更低;与此同时,人工智能和机器学习也开始崭露头角。参见克劳斯·施瓦布:《第四次工业革命:转型的力量》,李青译,北京:中信出版社,2016年,第4页。

一、大众消费的盲从：数字资本主义社会对消费观念的重构

消费作为能够满足个体心理需求的行为结果,其本质是个体所具有的一种主观能动性的社会实践行为。西方数字资本主义社会为达到占有消费市场进而追逐剩余价值之目的,利用先进的数字科技,倡导数字化消费,致使大众消费趋于盲从。

第一,算法指令的生成引发消费内容的私人定制化。随着社会的数字化转型程度越来越深,算法开始介入社会生活,成为促进个体日常消费活动的新兴技术手段。一方面,从算法与消费效率角度来看,算法提升了人们的消费效率。算法的智能化已经能够避开平台信息筛选的繁杂程序,所有与购物者有关的数据信息被有针对性地进行提炼、整合与分类,精准找到消费者心仪已久的产品,并快速推送至消费者智能设备中内置的应用软件中,为消费者便捷购物提供条件。消费者凭借这种既精确又方便快捷的方式完成一次良好的消费体验,完全忽略了这种方便快捷、精准有效的购物体验背后的算法逻辑。另一方面,从算法与价格的调节来说,在消费过程中,算法通过复杂的计算规则推算出特定市场中特定产品的具体价格,为消费者购买商品提供“特定价格”,彰显其价格优势,进而引诱消费者购买商品,这一行为被称为“定价算法”逻辑。“定价算法将为不同消费者开出不同的价目表,每个人所能体验到的产品与服务也会不尽相同。”^①根据这种定价算法逻辑,消费者群体被分割成高资产者、少资产者等特定群体,根据收集到的浏览信息与购物记录分别向消费者推送高价与低廉产品,并对于收入高群体进行重点关注与记录,以便激励和引诱他们进行线上消费。高低贵贱的阶层划分在这种逻辑下体现得淋漓尽致,凸显出算法逻辑背后的权力意志。总之,算法逻辑的意识形态性质在消费过程中体现得淋漓尽致:它通过收集购买者的消费信息、浏览记录、消费习惯以及行为偏好进行数据提炼与整合,进行消费行为分析,为消费者提供专门的定制内容,以此刺激消费者进行无止境的购买,造成消费的进一步异化。

第二,数字平台的应用促成消费生态的重新架构。数字平台在数字资本主义社会中发挥的作用越来越大,对于消费生态的新塑造起着关键性作用。进一步来说,数字平台包括支付平台、购物平台、餐饮平台、娱乐平台、游戏平台、网上交流平台等,它能够聚合广告商、品牌方、供应商、生产商,为消费者提供多元选择。例如,作为乘车平台,Uber 为乘客提供租车服务,乘客可以在任何地点选乘交通出行;作为视频平台,YouTube 为用户提供海量视频供用户消遣;作为社交平台,Instagram 为用户提供在线聊天;作为搜索平台,Google 为用户提供大量搜索活动;作为音乐平台,Spotify 为全球用户提供正版流媒体音乐服务。消费者与数字平台实现了双向互动,效率大幅提升。具体来看,消费者根据自身预算,从购物界面中进行商品选择与对比,这时数字平台将根据数据流的波动幅度,快速做出判断和反应,依托于大数据分析技术,巧妙地操纵搜索页面的内容呈现,对消费者进行客户分组与精准营销,将契合用户需求的商品推荐给购买者,为消费者提供了对口的商品。这一过程既让消费者体验到了良好的购物感觉,又使得数字平台记录下了消费者购物偏好,完成了双向互动的过程。表面上看,这种双向互动提高了购物者购买商品的效率,增强了购物体验;但实际上,这类数字平台始终由背后的大型公司和资本家操控,内嵌着资本操控与剥削逻辑。换句话说,数字平台利用其“中介”作用,汇聚各类生产、销售与服务公司,加强物流、员工与高管间的联系,记录消费者的消费习惯与偏好,提高消费者对于数字平台的依赖感,为消费者设置循环消费、按需消费的圈套,从而对消费者购物行为进行掌控。

第三,数字技术的普及致使消费主义大肆泛滥。如今,数字化发展越来越快,其普及和应用程度也越来越高,就消费领域来说,其倡导的数字化消费主义变得越来越流行。其一,物被编码化,数字化消费大受欢迎。在西方数字资本主义社会里,各类消费产品的信息开始被数字智能设备编码,“所有信息都以电子脉冲的形式被同质化为数字编码”^②。数字编码能够将所有质上的差别都抽象为纯粹量上的差别,人们消费的所有物品已经被数字编码,经过编码,消费品被展现于购物软件中,从而方便消费者进行购买。不同于传统的线下实体消费体验,线上购买与消费能够将已编码过的消费样品通过照片以及视

^① 阿里尔·扎拉奇、莫里斯·E. 斯图克:《算法的陷阱:超级平台、算法垄断与场景欺骗》,余潇译,北京:中信出版社,2018年,第278页。

^② 克里斯蒂安·福克斯、文森特·莫斯科:《马克思归来》(上),传播驿站工作坊译,上海:华东师范大学出版社,2016年,第187页。

频的方式推送给消费者。此外,通过利用数字技术美化照片和视频剪辑,商品的破旧、肮脏与瑕疵一面被隐藏了,展现出的是商品精美、整洁的一面。这种技术处理的过程带有明显的欺骗与虚假性质。为了促使消费者进行购买,不择手段地将编码过的物品推送至消费者的眼前,刺激和引导消费者立即购买。其二,物被符号化,符号化消费愈演愈烈。符号消费主要盛行于互联网上,以智能设备、数字技术为载体,对人们进行符号展示与引诱,从而刺激数字化消费。在这种消费之中,符号具有了象征性,它充当起意识形态的作用,施加于普罗大众之中。在长期高度倡导符号消费的情况下,越来越多的青少年试图通过这种符号化的消费进行一种虚伪的身份包装与自我认同,以便与他人进行区分,深陷物质追求的泥潭而无法自拔。应当看到,西方数字资本主义社会已然受到符号的统治和主宰,人成了这种数字代码的奴仆。面对着这一符号系统,我们不仅被它所吸引,而且被它所控制,消费渐次演变成“符号消费”。这种消费为大众提供了一个甜美的梦境,框住了人的视界,麻醉了人的心灵,致使受众愈发颓废与空虚。长此以往,人们难以按照自身的真实需要进行理性、科学消费,人们的真实需要愈来愈被虚假的符号替代,从而坠入符号消费的深渊。其三,物被广告化,网络化消费广泛普及。在西方资本主义社会中,广告随处可见,它或是出现在大型商场的巨大屏幕中,或是出现在人们每天使用的智能设备中。广告以意象的方式承载和映射着物体的理想状态,通过创建各式各样的形象来操纵人们的欲望与趣味;通过这种具有意象功能的广告,大众与广告之间产生了融合和连接效应,使得大众在不考虑商品的有用性情况下近乎疯狂地购买商品,使得大众坠入消费之渊。在鲍德里亚看来,广告的效用是强大且无可比拟的。他认为:“在广告中,我们并不是被其主题、词语、形象所‘异化’,我们也不是在‘相信神话’,我们是被它的关怀所攻陷,它向我们说话,给我们东西看,照顾着我们。”^①在这种“关怀”和“照顾”中,广告以独特的语言模式和直陈式的表达逻辑将其内在化和普及化。如今,广告借助电子媒介与数字化智能设备,全天候、多角度地呈现于人们眼前,其具有的强制性与隐性特征牢牢掌控着日常生活中的大众,覆盖着整个社会生活,大众难以摆脱这种来势汹汹的侵袭。于是,广告就这样通过炫酷的展现方式,内嵌于各类程序与软件中,大肆宣传消费主义,鼓励与倡导大众疯狂消费、超前消费、体面消费等,成功地使普罗大众深陷其中而无法抽离。

二、日常生活的附魅:数字资本主义社会对日常生活的围困

人工智能、大数据、5G、物联网等新型科学技术迅速发展,数字化消费、数字化娱乐、数字化办公等一系列数字化学习和生活方式应运而生。数字化技术日益渗透进人们的日常生活之中,并对其加以附魅与布控,造成生活异化。概言之,在被数字日益覆盖的今天,日常生活的连续性与稳定性逐渐被数字信息的狂轰滥炸打破,呈现碎片化样态;日常生活的惬意与宁静逐渐被数据与算法的推送与订阅打破,显现出平庸化样态。具言之,一方面,生活碎片化。碎片化是西方数字资本主义社会下人们日常生活的一种普遍姿态。如今,无论是普通民众还是上班工作者、学生还是老师、家长抑或子女,无不生活于碎片化的数字世界之中。美国媒体思想家道格拉斯·洛西科夫(Douglas Rushkoff)指出:“无论身在何处,那个虚拟世界中的我仍在不断遭受信息和邮件的狂轰滥炸。我们不断收到邮件,新闻不断滚动播出,脸谱网状态不断更替,日程安排得满满的,消费者资料和信用记录也时刻调整着。就像身处一场游戏,我们还没有做的事不会坐等我们注意到它们。一切都在同时发生,有时相隔甚远。”^②数字化时代最明显的特征是数字信息的大量产生。不论这种信息是真实的还是虚假的,也不论这类信息是重要的还是不重要的,它都能依据智能设备中内置的固定软件 App 进行信息推送,使得原本完整的信息链、事件群被不完整、碎片化的信息侵袭与干扰,造成人们信息获取的碎片化。此类窘态契合了齐格蒙特·鲍曼(Zygmunt Bauman)对于当下生活的描述:“支离破碎的生活往往分割为片段,分割为一系列互不联系的事件。”^③在这一情况下,人们的生活已然“支离破碎”,这是数字化趋势带来的必然结果。

另一方面,生活平庸化。这主要体现为两个方面:一是数字化带来新奇与未知,劳动时间与非劳动

^① 尚·布希亚:《物体系》,林志明译,上海:上海人民出版社,2001年,第192页。

^② 道格拉斯·洛西科夫:《当下的冲击》,孙浩、赵晖译,北京:中信出版社,2013年,第70页。

^③ 齐格蒙特·鲍曼:《个体化社会》,范祥涛译,上海:上海三联书店,2002年,第204页。

时间的界限被打破,时间意识逐渐丧失,引发生活时间感的缺失,塑造出全新的时间体验。正如贝尔纳·斯蒂格勒(Bernard Stiegler)所言:“模拟与数字技术把输入的(在场的)真实效果与实时或直播合并,开启了既是集体的又是个体的对时间的全新体验。”^①生活于数字资本主义社会下的人们在数字编织的网络中尽情翱翔、乐此不疲,一旦人们对智能设备产生依赖后,“总是难以控制使用时间,不由自主地打开、登录与刷新”^②,最终在数字的谄媚中遗忘了时间,丧失了期待未来的激情,造成了生活的普遍平庸化。美国著名马克思主义文学与文化批评家弗雷德里克·杰姆逊(Fredric R. Jameson)曾指出,在后现代社会,“那种从过去通向未来的连续性的感觉已经崩溃了,新时间体验只集中在现时上,除了现时之外,什么也没有”^③。虽然詹姆逊是在上个世纪末发出的此种感慨,但其对于时间体验的论述依然切中肯綮。时间的单调化与去意义化,不仅模糊了时间之于大众的重要作用,而且阻滞了大众过上有意义的、带有时间色彩的生活。二是智能算法与大数据技术日益普及,通过后台筛选、分析与整理,向人们推送各种各样符合个人独特口味的广告与讯息,致使现代个体产生严重依赖感。人们离开了智能通信设备便无法惬意生活,“算法会根据用户消费需求重置时间规范、再造时间感知、打造时间牢笼,使用户无限期驻留”^④,从而导致用户选择能力的消退,生活日渐失去激情与活力,积极向上的锐气渐次被磨灭,改造现实世界的实践热情随之烟消云散,躺平、摆烂与平庸之风甚嚣其上。由此可见,数字资本主义社会正是通过各类数码设备对现代个体的日常生活进行围困,以碎片化的信息群打碎日常生活的完整叙事,以平庸化的时间体验消解日常生活的丰富多彩,进而导致当下生活的附魅。

三、精神世界的虚空:数字资本主义社会对精神世界的规训

相比于上述消费与生活异化,精神异化在数字资本主义社会表现得更为深刻。具体来说,首先,个体的思想愈发迷失,由崇高深邃演变成浅薄空疏;其次,社会审美愈发扭曲,由深沉追求演变为媚俗粗鄙;最后,主体意义愈发虚无,由厚重崇高演变为躁动虚浮,精神世界逐渐匮乏与虚无。

第一,个体思想愈发迷失,由崇高深邃演变为浅薄空疏。“思想的齿轮处于技术性的停转状态”^⑤,这是博德里亚尔在他那个被物所包围的时代发出的时代感叹。同样,在被数字包围的今天,“思想的齿轮”因失去其动力而逐渐“停转”。进一步来说,数字化的侵袭使得主体被数字和符码进一步钳制,主体进行额外的、深入的思考的可能性已经被遏制到极低水平。海德格尔在其所生活的年代就已经进入思之世界了,但他仍然认为,“在我们这个可思虑的时代里,最可思虑的东西显示于我们尚未思想”^⑥。数字化虽然为人们提供了海量的信息、新闻与知识,进一步拓宽了视野,但是在这种数字化冲击中,人们却遗忘了思考。人们每天都给自己留有一段浏览信息、新闻和获取知识的时间,人们津津乐道于Facebook和Instagram里面的海量更新。人们总以为自己了解了这个世界刚刚发生或最近发生的情况,以为获得了新的学术前沿。然而,在这样日复一日的状态中,我们的判断力逐渐丧失了。正如德国学者韩炳哲(Byung-Chul Han)所言:“随着信息量的增加,或者说滋长,更高的判断能力却渐渐枯萎。”^⑦在这种情况下,人们不仅失去独有的判断力,而且未能真正地进入思考的空间或世界。正如海德格尔所言:“我们至今还没有进入思想的特有本质之中,以便在其中居留。”^⑧人们总是驻留于了解和认识这一阶段,未曾达及思虑和深思的彼岸。更为严重的是,“极致的数字化对工具理性的追求抽掉了道德、情感、伦理、价值等知识,贬斥人的感性价值,带来‘博学的无知’和‘虚假的社会价值’”^⑨。思想,原先是伟大而崇高的、抽象而深邃的,但在满是数据、符码与智能技术环绕的数字资本主义社会,它已经发生了令

① 贝尔纳·斯蒂格勒:《技术与时间(2)·迷失方向》,赵和平、印螺译,南京:译林出版社,2010年,第131页。

② 陈世华、徐嘉敏:《时间焦虑的传播政治经济学批判》,《山东社会科学》2022年第5期。

③ 弗雷德里克·杰姆逊:《后现代主义与文化理论》,唐小兵译,北京:北京大学出版社,1997年,第205页。

④ 全燕:《平台文化资本的形成与消费社会的再结构化》,《江苏社会科学》2022年第4期。

⑤ 让·博德里亚尔:《完美的罪行》,王为民译,北京:商务印书馆,2000年,第30页。

⑥ 马丁·海德格尔:《海德格尔文集:演讲与论文集》,孙周兴译,北京:商务印书馆,2018年,第145页。

⑦ 韩炳哲:《透明社会》,吴琼译,北京:中信出版社,2019年,第7页。

⑧ 马丁·海德格尔:《海德格尔文集:演讲与论文集》,第152页。

⑨ 杨慧民、宋路飞:《不彻底的“辩证的数字现代性”——福克斯大数据资本主义批判与重构之审视》,《教学与研究》2021年第6期。

人可悲的变化,从“伟大的崇高堕落成了浅薄的滑稽”。如若思想已迷失,那么个体的精神就随之发生离异。在奢靡、享乐之风近乎疯狂的数字资本主义社会,精神的媚俗化便不可避免——这在霍克海默和阿道尔诺看来即是意味着精神的“消亡”^①。

第二,社会审美愈发扭曲,由深沉追求演变为媚俗粗鄙。一方面,在数字资本主义社会,审美趣味愈发低俗,审美风格愈发走形,其多元而无序的审美文化已经渗入我国,对我国的青少年一代产生了或显或隐的影响。例如,随着以“抖音”“今日头条”“西瓜视频”“快手”等短视频软件的爆火与大量使用,每个直播软件内嵌美颜、美化功能,主播们为了迎合流量将美颜功能最大化,严重扭曲自我形象,青年一代容易跟风模仿,从而形成扭曲的审美观念,对于身心健康产生了严重的负面影响。此外,这类视频软件中容易出现歪曲历史、混淆是非等西方资本主义社会意识形态。在大数据的精准推送和流量化的直播日渐盛行的当下,人们很容易陷入精神麻木,“浅薄的调侃与无知的嬉笑代替了关怀内在心灵的理性解读、意义追问与现实思考”^②。长此以往,蕴藏于中华优秀传统文化中的厚重人文底蕴将被粗鄙、嬉戏、浅薄所替代,这对于我国的社会主义核心价值观以及中华民族的文化自信将产生重大影响。另一方面,数字化视觉文化突出一种感性与瞬时的快感,给人们造成一种回味无穷的影像冲击感,它的出现意味着生活与艺术的边界变得愈发模糊,造就了许多沉浸于替代性、虚荣性与虚拟性满足的精神盲流。一种流俗的审美无意识快速地在短视频中流传,大众文化的娱乐性愈发增强,其价值性、精神性维度渐次消逝。在数字资本主义社会,“不论什么客体、个人或情境今天都是一种虚拟的‘制成品’”^③。这种“制成品”仿佛是完全根据主体的数字活动和基本行为所“量身定做”的——它们知道你的饮食习惯、穿衣搭配、兴趣爱好等。概言之,它们将其工业化、资本化,以低级趣味代替深度思索,以千篇一律取代独一无二,赋予主体审美情趣的大众化、媚俗化、平民化,进一步扭曲了主体的审美情趣,腐蚀了主体的心灵。

第三,主体意义愈发虚无,由厚重崇高演变为躁动虚浮。在数字资本主义社会,数字技术与智能媒介共谋、资本与人性互构、理性与道德纠缠的复杂样态愈发彰显,导致日常生活下的主体对理性精神的遗忘、对真理的屏蔽和对意义的遮蔽。诚然,以5G、大数据、云计算为代表的新兴科学技术便捷了人们的吃穿住行等日常生活。然而,无可否认的是,信息技术是一种融合了异质技术、社会礼仪和专业设计的聚合体,会产生各式各样的,有时甚至是相互对立的社会效果。“无所不知的信息技术诱导着我们的思想,使我们认为能够从信息的维度看待一切事物,并且最终把信息作为这个世界的建构基础来分析。”^④如若一味沉浸在信息和数字技术所带来的欢愉气氛中,人们的精神世界将随之被前者侵扰,甚或被吞并。实际上,众多思想大家在他们生活的年代就已经发出振聋发聩的警告,如博德里亚尔曾指出:“我们生活在一个信息愈多,而意义则愈加匮乏的世界中……尽管人们努力重新注入信息和内容,但意义丢失和吞噬的速度比重新注入的速度要快得多。”^⑤除博德里亚尔外,卡斯特(Manuel Castells)也同样指认:“现在我们更有知识,更有创造性……但我认为最重要的是意义迷失。我们不知道我们在哪儿,我们不了解周围的环境,我们不懂得发生的事和我们想要的有什么关系。”^⑥这些思想家在他们那个年代所发出的感慨在今天仍然掷地有声。但是,在今天,不断产生的数据正在吞噬这个丰富多彩的世界,它阻断了交流,阻滞了思想,更淹没了社会,最终的结果将是意义的虚无与匮乏。一系列数字和无数个数据在日常生活之下潜伏着、隐匿着,它好像存在于事物的表面,但是它却能“在光天化日之下,通过一切表象的运作,通过现实与幻觉的混淆,通过那整个模糊不清的网——总在编织又总被打破的、既将真理和表象统一起来又将它们分开的网——发生作用”^⑦。由此,真理论丧了,意义虚无了。最终,单纯存在着的的世界表现为一个虚拟意义的世界,纯粹虚拟性、数字化表现为真实的存在——在这种错觉中,思维

① 霍克海默、阿道尔诺:《启蒙辩证法——哲学断片》,渠敬东、曹卫东译,上海:上海人民出版社,2006年,前言第4页。

② 韩升、毕腾亚:《大众文化发展的“泛娱乐化”倾向及其批判》,《思想教育研究》2020年第2期。

③ 让·博德里亚尔:《完美的罪行》,第31页。

④ 约斯·德·穆尔:《赛博空间的奥德赛——走向虚拟本体论与人类学》,麦永雄译,桂林:广西师范大学出版社,2007年,第107页。

⑤ Jean Baudrillard, “Simulacra and Simulation”, Ann Arbor: The University of Michigan Press, 1994, p. 79.

⑥ 曼纽尔·卡斯特:《千年终结》,夏铸九等译,北京:社会科学文献出版社,2006年,第349页。

⑦ 米歇尔·福柯:《疯癫与文明——理性时代的疯癫史》,刘北成、杨远婴译,北京:生活·读书·新知三联书店,2012年,第36页。

的深邃性终止了,人生的意义幻化为虚无缥缈的一系列数字。

总之,西方数字资本主义社会在人工智能技术与数字技术加持下,借助于移动且无处不在的电子媒介传播奢靡、媚俗与虚无的社会价值观念,用连续不断的、实时更新的视频流稀释电子用户的注意力,混淆事实与真理、存在与本质;用无孔不入的广告流为大众创设冲动消费景观,阻滞人们空余时间的沉思冥想;以虚拟交往、虚拟聊天、线上购物和虚拟游戏颠覆社会现实,诱导社会大众进入由资本精心编织的虚拟之网,掏空社会大众的文化创造力。长此以往,社会大众生命本身超凡的精神向度、积极向上的精神信念、深邃厚重的精神底蕴被数据信息推送、虚拟空间的沉浸式体验等销蚀、扭曲与放逐,精神逐渐矮化、乏力并虚空。

四、异化的扬弃:消费、生活与精神的重塑

前文通过具体阐释西方数字资本主义社会消费、生活及精神的异化现象,凸显了消费的盲从性、日常生活的附魅性以及精神世界的虚空性。客观地说,这种盲从性、附魅性和虚空性的阐明,并不是一种形而上学的玄思,毋宁说其旨趣正是在于勾勒西方数字资本主义社会大众的生活窘态,继而为中国特色社会主义在其伟大复兴征程中如何避免上述异化的产生提供警觉。

当前,以习近平同志为核心的党中央正在带领全国各族人民走在中华民族伟大复兴之路上。随着全球数字化、智能化科学技术蓬勃发展,我国该如何在利用数字技术造福全体人民的过程中防范数字科技的“规训”“异化”等负面效应?在面对席卷全球的数字化浪潮中,需要厘清西方数字资本主义社会在消费、生活与精神层面的异化现象,并对此进行有针对性的预防与规避,从而保障我国数字化发展的科学性与普惠性。

第一,就消费领域来说,从消费方式、消费习惯与消费环境三个角度着手,形成数字化时代新兴消费伦理观。具体来说,其一,拒斥猎奇消费、炫耀消费、奢侈消费、无序消费,增强生产者与消费者消费责任与义务,构建节约适度、绿色环保、健康科学的数字化消费方式。其二,明晰个体真实需要与虚假需要、生理需要与心理需要的区别与差异,洞察假借“越多越好”“越新越好”“我消费、我存在”等虚假消费理念与口号,自觉抵制病态的获取欲,防止过度依赖数字消费,回归自我理性,涵养消费素养,塑造良好消费习惯。其三,自觉警惕由资本塑造的意向性消费景观,科学洞察数字化消费背后的意识形态操控,深化对于“算法黑箱”“大数据杀熟”的认知,拒斥平台借贷,避免消费信息泄露,戳破数字编码、信息符号、广告影像等消费幻象,营造良好消费环境。

第二,就生活领域来说,从自由、自觉与自省三个维度入手,形成数字化时代新兴生活理念。需要指出的是,数字化时代的科学生活姿态集中表征为自由、自觉与自省。自由体现为人能动地体验自己所创造的生活,意味着选择与决策自由;自觉体现为主体明辨真假与好坏的能力,遵循规律与法律的能力,拒绝平庸化、消极化和颓废化;自省体现为胸怀天下、诉求和谐与美好的能力,通过自我反思,进而提升自我、超拔自我。具体来说,其一,自由选择适合个体的生活方式,提升生活质量,在社会实践中创造生活激情与生活乐趣,由“物的依赖性”走向“人的独立性”,拒斥随波逐流与盲目跟风的生活态度。其二,自觉抵制数字化生存中的各种符号诱惑与象征意义,拒斥奢靡与浪费的非理性生活方式,创造合乎价值理性与提升主体尊严的生活样态,复归生活的本体性与神圣性地位;在数字化生存中关注真实社会现实、融入真实群体、保持清醒认知,避免被数字化符码操控。其三,对数字化技术的应用以及智能化设备的普及进行自我反省,透视西方数字资本主义社会背后的剥削、意识形态与非正义性,辩证看待且科学处理技术发展与生活入魅的关系,既要承认数字化技术的积极意义又要警惕其消极影响,既可以憧憬诗性化生活又能够数字化生存。

第三,就精神领域来说,从认知力、鉴赏力与创造力三个维度展开,形成数字化时代精神文明新风尚。具体来说,其一,明晰西方数字资本主义社会中传播而来的流俗见解与虚浮习气,做到明辨是非黑白,透过表象看到本质,能够厘清真理与常识,避免陷入自我浅显与拟像狂欢,找寻失落的精神家园,提升自我认知力。其二,在经典艺术、绘画、话剧、音乐以及图书作品中汲取厚重历史底蕴,吸收丰富精神养料;在主旋律、正能量的影视作品中涵养内在品格,赓续精神血脉,提升个人审美情趣与道德修养,提升个体鉴赏力。其三,以哲学素养看待世界,用原则高度审视社会,从时代中把握脉搏,从现实中创造机

会,保持清醒的深思,做到尊重差异、包容多样,不忘本来、吸收外来、面向未来,学会因势而谋、应势而动、顺势而为,提升个体创造力。

本文虽就前述消费、生活与精神异化提出有针对性的扬弃策略,但显然未触及异化问题产生的根源之处,对这一根源处批判最为深刻的乃是马克思。马克思在其多个著作中都对资本主义的异化现象进行了彻底的批判。在《1844年经济学哲学手稿》中,马克思通过“异化劳动”(die entfremdete Arbeit)的四种表现形式——即工人与他的“劳动产品”“劳动过程”“类本质”以及“人同人”相异化——的阐明,揭示了资本主义社会异化劳动与私有制的因果关系,即“私有财产是外化劳动即工人对自然界和对自身的外在关系的产物、结果和必然后果”^①,明确了“共产主义是对私有财产即人的自我异化的积极的扬弃”^②。在《德意志意识形态》中,马克思从社会分工视域分析异化问题,认为“只要分工还不是出于自愿,而是自然形成的,那么人本身的活动对人来说就成为一种异己的、同他对立的力量,这种力量压迫着人,而不是人驾驭着这种力量”^③。在《资本论》及其手稿中,马克思从商品交换关系以及资本主义生产过程等维度揭示了一般等价物的异化、机器体系的异化、利润的异化等资本主义社会的异化现象,用商品拜物教和货币拜物教来彰显资本主义生产方式的剥削性、非科学性,从而凸显剩余价值理论的科学性。我国当前以及未来一段时间在发展数字科学技术、推动社会生产力发展的过程中,需要遵循马克思对于资本主义异化的批判理路,充分发挥数字资本的普惠性,将数字技术的资本主义应用转化为社会主义应用,积极发挥数字化、智能化科学技术的正向效应,从而为推动中国式现代化以及推进中华民族伟大复兴提供科学技术支撑。

Blind Obedience of Consumption, Enchantment of Life and Spiritual Emptiness

—Triple “Alienation” in the Era of Digital Capitalist Society

XIA Wei, HU Yun-hai

(School of Marxism, Fudan University, Shanghai 200433, China)

Abstract: Relying on the wings of new digital technologies such as artificial intelligence, big data, 5G, and cloud, Western capitalist society has moved towards a digital capitalist society characterized by digitization. In this society, the phenomenon of alienation still exists. Specifically, the digital capitalist society has reshaped the concept of consumption, with the generation of algorithmic instructions leading to private customization of consumption content, the emergence of data platforms promoting the reconstruction of the consumption ecosystem, and the popularization of digital technology leading to the rampant spread of consumerism, which tends to blindly follow consumers; The daily life is fully covered, and its continuity and stability are gradually broken by the bombardment of digital information, presenting a fragmentation state; The comfort and tranquility of daily life are gradually being broken by the push and subscription of data and algorithms, showing a mediocre appearance; The spiritual world has undergone new infiltration, with individual thoughts becoming increasingly shallow and sparse, public aesthetics becoming increasingly vulgar and vulgar, and the spiritual world becoming increasingly empty. Clarifying the alienation phenomenon in consumption, life, and spiritual aspects of Western digital capitalist society has an important warning role for China's future development of artificial intelligence technology and digital technology to avoid the occurrence of alienation phenomenon.

Key words: Digital Capitalism Society; Alienation; Consumption; Daily Life; Spiritual World

[责任编辑:王 晓]

① 马克思、恩格斯:《马克思恩格斯文集》第1卷,北京:人民出版社,2009年,第166页。

② 马克思、恩格斯:《马克思恩格斯文集》第1卷,第185页。

③ 马克思、恩格斯:《马克思恩格斯文集》第1卷,第537页。