

文化消费主义对精神生活共同富裕的阻碍及其应对

郑玉豪，朱小玲

[南京师范大学，南京 210023]

摘要：党的二十大报告指出，共同富裕是中国特色社会主义的本质要求，是人民群众物质富足和精神富有的有机统一。随着人民群众物质需求的满足，精神生活的共同富裕也被历史发展的必然性推上时代舞台。但在资本逻辑主导下，文化消费主义无孔不入地渗透到精神生活的实践全过程，以批量化、边缘化、庸俗化、娱乐化的倾向弱化了精神生产的创新性、精神产品分配的公平性、精神交往的价值性、精神消费的发展性，进而产生了诸如同质生产导致无实在指涉、纵欲快感诱发无休止消费、符号消费引起无显性对立等现实问题，致使人们的获得感、幸福感、安全感日益降低。为有效解决这些问题，应当从扩大优质精神产品供给、形塑科学理性的消费观、引导人们抵制符号消费等方面入手，化解文化消费主义带来的消极影响。

关键词：文化消费主义；符号消费；精神生活共同富裕

中图分类号：D64 **文献标识码：**A **文章编号：**1671-7511 (2023) 01-0005-07

DOI:10.19833/j.cnki.jyu.2023.01.004

党的二十大报告指出，共同富裕是中国特色社会主义的本质要求，是人民群众物质富足和精神富有的有机统一。^①进入新时代后，中国共产党团结带领中国人民，经过十年的持续奋斗，实现了国内生产总值从五十四万亿元到一百一十四万亿元的跨越式发展，实现了人均国内生产总值从三万九千八百元到八万一千元的指数型增长，^②这带来的是人民幸福生活的物质条件获得了极大改善，因此精神生活的共同富裕也被历史发展的必然性推上时代舞台。然而，随着精神文化的需求愈来愈被人们所看重，资本也扩张到精神文化领域。资本与文化结合，便形成了文化消费主义。在大众传媒的肆意宣

传下，文化消费主义业已渗透进人们的日常精神生活，成为阻碍精神生活共同富裕实现的无形障碍。因此，审视文化消费主义对实现精神生活共同富裕产生的消极影响，探讨科学的防范之道，对于推动全体人民共同富裕取得更为明显的实质性进展具有重要的理论意义和现实价值。

一、文化消费主义何以阻碍精神生活的共同富裕

实现精神生活的共同富裕，需要深植于精神生活“生产—分配—交往—消费”的实践全过程，以引领精神生产“提质增效”满足人们多维

收稿日期：2022-10-24

基金项目：本文系国家社会科学基金一般项目“中国共产党民生建设奋斗历史和基本经验研究”（项目号：21BDJ094）、江苏省研究生科研与实践创新计划项目“全面抗战时期中国共产党领导力提升研究”（项目号：KYCX22_1416）的阶段性研究成果。

作者简介：郑玉豪，南京师范大学马克思主义学院博士研究生；朱小玲，南京师范大学马克思主义学院教授，博士研究生导师。

① 习近平：《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》，北京：人民出版社，2022年，第22页。

② 习近平：《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》，第8页。

需要、调节精神产品“公平分配”实现人们享有权利、助益精神交往“深层互动”凝聚人们价值共识、推动精神消费“理性自觉”提升人们精神境界。^①但在资本逻辑主导下,文化消费主义无孔不入地渗透到精神生活的实践全过程,以批量化、边缘化、庸俗化、娱乐化的倾向弱化了精神生产的创新性、精神产品分配的公平性、精神交往的价值性、精神消费的发展性,从而阻碍了精神生活共同富裕的顺利推进。

(一)从生产环节来看,文化消费主义磨灭了精神生产的创新性

如何调节精神生产来满足人们在精神文化层面的多维需要,是能否实现精神生活共同富裕的首要问题。马克思曾指出,人的活动之所以不同于动物的活动,就在于人的活动是可以不受纯粹“动物的需要”的影响而有意识地、理性地开展的。人“懂得按照任何一个种的尺度来进行”^②活动,甚至“也按照美的规律”^③来进行活动。也就是说,在从事物质生产的同时,人也可以广泛地进行精神生产。在进行精神生产的过程中,不同的人依据不同的语言能力、思维方式、知识经验等精神性要素对同一对象进行加工和改造所生产出的精神产品总是具有个体性差异。这意味着相较于重复进行的物质生产,精神生产更为注重创新性和不可复制性。而这两种特性,正是引导人们从贫乏和虚无的精神生活中超拔出来的内在要求。只有生产出具有独创性的精神产品,人们的精神文化需要才能得以满足。而作为资本化的意识形态,文化消费主义强调生产者无须在意生产的精神产品能否满足人们的精神文化需要,只需在意该产品是否能够实现资本的增殖。当文化消费主义融入精神生产后,特别是精神生产为资本力量所主宰的时候,精神生产就会发生异化:批量生产取代个性创造,成为精神生产的主要方式。这种异化不会随着时间的推移而减弱,反而会进一步加剧。这是因为,生产具有独创性的精神产品不仅费时费力,而且存在无法快速转化成利润的风险。相反,文化消费主义影响下的批量生产可以改变甚至代替人类的创造,以机械性、重复性地运作快速获取利润。因此,一些生产者受到经济利益驱使,不会考虑精神产品的价

值意义所在,更倾向于“加足马力”批量生产无实质的精神产品以占领市场、获取利润。长久以往,精神生产的创新性势必会因文化消费主义的批量化倾向而在不知不觉中被磨灭,进而导致无法生产出高品质的精神产品来满足人们多样化的精神文化需要。

(二)从分配环节来看,文化消费主义削弱了精神产品分配的公平性

实现精神生活的共同富裕需要促进精神产品的公平分配以确保人人享有丰富的精神产品。党的十八大以来,在中国共产党的领导下,“中华优秀传统文化得到创造性转化、创新性发展,文化事业日益繁荣,网络生态持续向好”,^④优秀文艺作品不断涌现,我国文化事业呈现百花齐放、生机勃勃的繁荣景象,这为人民群众奉献了众多健康营养的精神食粮。把“蛋糕”做大做好的同时,也要通过合理的手段方式把“蛋糕”切好分好。但文化消费主义进入精神文化领域后,它无视人们在经济实力和社会地位上的天然差距,只推崇消费至上的资本主义价值观,并主张其是“正确且高尚”的价值观。为了让更多人信服这种价值观,文化消费主义利用人们因现代社会的不确定性和风险所产生的心理不安全感,从而赋予消费全新的内涵,强调“消费在这个‘感受’层面上,竟把对世界(现实的、社会的和历史的)最大范围的排斥变成了最大的安全系数。”^⑤换言之,文化消费主义刻意打造出一种神话:只要进行无节制的消费,就可以在日常生活中奇迹般地、永久性地获得安全感和宁静。这种神话恰似为人们应对现代社会中未知的、不可控制的未来不确定性提供了别样的思路。虽然这无法从根本上解决问题,但却能让人们感觉到自己正在远离“外部世界的暴力和不仁道,安全就会如此被更进一步加以认识(在享乐经济中),就会时时刻刻觉得如此被选择是不无道理的”。^⑥但必须明确的是,在现实社会中,真正有足够的经济实力去任何地方消费任何精神产品的毕竟只是少数,大部分人的消费能力不足以支撑他们随心所欲地消费任何精神产品。因此,精神产品占有量不可避免地出现两

① 柏路:《精神生活共同富裕的时代意涵与价值遵循》,《马克思主义研究》2022年第2期。

② 《马克思恩格斯选集》第一卷,北京:人民出版社,2012年,第57页。

③ 《马克思恩格斯选集》第一卷,第57页。

④ 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,第10页。

⑤ [法]让·鲍德里亚:《消费社会》,刘成富、全志刚译,南京:南京大学出版社,2014年,第12页。

⑥ [法]让·鲍德里亚:《消费社会》,刘成富、全志刚译,第12-13页。

极分化的局面,越富有的人,占有越多的精神产品,没有消费能力的穷人逐渐被边缘化。可以预见的是,若不对文化消费主义的肆意蔓延加以阻止,人们精神产品享有的“贫富差距”会加速恶化,“先富”带动“后富”更是无从谈起。

(三)从交往环节来看,文化消费主义遮蔽了精神交往的价值性

实现精神生活的共同富裕需要借助深层的精神交往来凝聚人们的价值共识以构筑共有精神家园。所谓精神交往,是指“人的自觉的精神活动,是主体间的思想、意识、观念等的交流,它表现了交往双方在精神上的双向互动”。^①“双向互动”隐喻地表明,精神交往不是单向度的陈述和聆听,而是双向度的理解和沟通。因此从本质上说,精神交往是一种价值性活动。这种价值性,主要体现在人们可以通过精神交往消弭认识分歧、凝聚思想共识。但值得注意的是,文化消费主义侵袭下人们的精神交往已经表现出庸俗化的倾向,严重遮蔽了精神交往的价值性。首先,在交往目的上,人们进行精神交往不再是为了满足交流需求,而是为了相互攀比。文化消费主义消解了文化以及文化人的本质功能,让文化为增殖资本而存在,沦为符号化的消费品。对于个人而言,符号化的消费品已经丧失了实用功能,变成了一种摆设,它的“价值”只能在交往中实现。由此,人们在精神交往中只能不断地与他人的消费状况进行比较,才能以感觉的方式来肯定自身,从而获得短暂的满足和愉悦。其次,在交往形式上,人们的精神交往愈来愈趋于表面化。随着人工智能技术的深度开发及其广泛应用,人们的精神交往变得更加频繁的同时,也变得更加肤浅、流于形式。再加上文化消费主义的不良诱导,人们的精神交往蒙上功利色彩,缺乏思想的深度碰撞和情感的深入交流。总而言之,文化消费主义使人们的精神交往日益单薄化,甚至被消解,这无形中会造成人们往往因缺乏深度的交流和沟通而产生隔阂,难以达成价值共识,从而无法构筑起共同的精神家园。

(四)从消费环节来看,文化消费主义疏离了精神消费的发展性

作为精神生活过程链条的终端环节,精神

消费是人们通过消费各种精神产品来满足自身精神文化需要的实践活动。不同于物质消费中消费者对物质产品的单向支配,精神消费更注重消费者和精神产品的双向互动。若精神产品的内在价值与消费者的可接受性之间达成一种张力平衡,消费者就可以有效消费精神产品,从而丰富自身精神世界,促进自由全面发展,实现精神生活的共同富裕。从这个角度来看,发展性是精神消费的内在特质。而在文化消费主义冲击之下,这个特质逐步被掩盖,精神消费过程中充斥着过度的娱乐化倾向。首先,娱乐话语强势地霸占着精神消费过程的语域。为迎合消费者追新求奇的心理,一些商家在人们消费过程中,往往借助娱乐化的话语来推动精神产品销售。以热播剧《梦华录》为例,为刺激消费者购买剩下的八集剧集,商家用“梦华录好友重聚共赏花月宴”和“请君如梦陪录人共赴大结局”的话语来进行宣传。正如波兹曼所言,“一切公众话语都日渐以娱乐的方式出现,并成为一种文化精神”。^②其次,娱乐化手段被广泛地应用于精神消费过程。精神产品尤其是反映党和人民伟大事业的文艺经典本身带有极其强烈的严肃性,以娱乐化手段对其进行诠释并不一定能够帮助人们更好地理解 and 接受精神产品中所蕴含的中华文化和中国精神,反而容易消解精神产品的崇高价值意义。在文化消费主义的影响下,一些商家更喜欢通过戏说、恶搞、调侃等娱乐化手段吸引消费者消费,最终迫使他们失去对真善美的理性判断和鉴赏力,沦为被动的受导者,沉溺于各种不健康的娱乐之中,“娱乐至死”。可见,这种带有娱乐、戏谑成分的精神消费行为,疏离了其固有的发展性,让人们沉醉于享乐主义之中,无法提升自我精神生活的境界。

二、文化消费主义阻碍精神生活共同富裕的多元表征

实现精神生活共同富裕,就是在精神文化层面使“人民群众获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续”。^③但在文化消费主义的侵袭之下,精神生产偏向同质化,消

① 骆郁廷、郭莉:《精神交往:思想政治教育互动关系的本质》,《教学与研究》2014年第1期。

② [美]尼尔·波兹曼:《娱乐至死》,章艳译,北京:中信出版社,2015年,第4页。

③ 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,第11页。

费者的消费欲望日益膨胀,精神产品的“使用价值”被“符号价值”所替换,致使人们的获得感、幸福感、安全感日益降低。

(一) 同质生产导致无实在指涉,致使人们获得感减少

在精神文化领域,人们的获得感来源于具有创意性、独特性和价值性的精神产品,这也是精神生产的导向和遵循。精神生产以满足人的精神文化需要为旨归,是涵有特殊文化意义的精神产品被创作的过程。精神产品从其呈现上讲,表现为两种形态,一是有形的精神产品,如文学作品、音像作品、雕塑作品等;二是无形的精神产品,如思想观念、价值理念、思维方式等,两者相互交融是精神产品的应然构成。因此,人们对精神产品的消费过程,不但是对有形精神产品的使用过程,也是对无形精神产品的感受过程。正如有学者指出的:“真正的获得感不仅追求外在的物的获得,还注重内在的意义和价值获得。”^①文化消费主义的出现却破坏了精神产品的应然状态。在资本的介入下,精神产品的内在价值理应在市场等价交换法则下最大可能地转换成外在价值,使精神生产在市场经济中得到价值实现,并推动精神再生产不断满足大众的精神文化需要。事实正恰好相反,在资本逻辑的运作下,精神消费的核心是“消费”,其实质是通过刺激人的消费实现扩大再生产,从而实现资本循环和资本积累。在精神生产过程中,生产者为了追求利润最大化,往往无视精神产品所蕴含的本真意义和价值,简单采用“复制—粘贴”式的方法创作出“全新”的精神产品,造成所谓精神产品多样化的“虚假繁荣”景象。以大火의耽改影视剧为例,《陈情令》《山河令》等内容创造、营销模式、文化表达高度类似。可以说,看似不同的精神产品实际上是千篇一律的模仿和重复,缺乏实质性的价值可言。这种同质化的批量的精神生产虽然可以最大限度地吸引消费者的目光,满足消费者纯粹的感官享受,但它生产的精神产品最终走向意义中空的空洞所指,缺乏审美意义与深度,人们的获得感更不会因精神产品数量的增多而有所增加。相反,由于无实在指涉的精神产品过多生产,会造成人们的获得感随着精神世界的日渐空虚而相对减少。

(二) 纵欲快感诱发无休止消费,致使人们幸福感降低

幸福感获得和维持的主要来源是需要的满足及目标的实现。当人的基本生理需要得到满足时,精神消费等休闲活动就会变成影响幸福感的重要因素。越来越多的研究表明,精神消费的确能够满足大众的精神文化需要,对提升幸福感有较为明显的促进作用。那么这是不是意味着人们只要单纯无休止地进行精神消费,幸福感就能不断提升呢?其实不然,幸福感作为一种主观评价,不会因为简单地叠加而有所提升。在消费社会,“表面上以物品和享受为轴心和导向的消费行为,实际上指向的是其他完全不同的目标:即对欲望进行曲折隐喻式表达的目标”。^②在文化消费主义的影响下,生产者把精神产品看作欲望载体,通过赋予精神产品特定的符号,将精神消费与追求幸福对等,以至于人们最终迷失在对欲望的无尽追逐之中。实质上,文化消费主义颠倒了精神消费与追求幸福之间的真实关系,即“物主导了人的消费,人丧失应有的主体性”。^③受文化消费主义影响,人们已经不能依靠自我意志而控制自己的欲望,丧失对精神产品的自制力和辨别力,执着于狂热的消费行为,被动地接受低质化的精神产品以没有任何审美意义的刺激一次又一次地换取短暂的快乐,沉沦于对“我消费我快乐”享乐主义的深深迷恋而放弃本源意义上精神文化需要的满足。更为严重的是,恶性膨胀的消费欲望已经使人们“自己真正体验到的需要”不能得到满足,直接造成人们的幸福感随着个体的消费水平和实际能力之间的差距进一步拉大而降低。总之,合理的精神消费能够满足人们精神层面的需求,增进人们的幸福感,但文化消费主义诱导的精神消费导致人们陷入“欲求不满”的泥淖,进而降低了幸福感。

(三) 符号消费引起无显性对立,致使人们安全感缺失

安全感是置身于一定社会环境中的个体对所处状态的自我感知与主观判断。改革开放以来,经济领域的快速增长与政治、文化、社会、生态领域的相对滞后之间的错位,带来的是人们急于达到理想的生活状态但暂时无法实现的不安全感。为了消除内心的不安全感,人们迫

① 田旭明:《“让人民群众有更多获得感”的理论意涵与现实意蕴》,《马克思主义研究》2018年第4期。

② [法]让·鲍德里亚:《消费社会》,刘成富、全志刚译,第60页。

③ 仰义方、谭雪敏:《文化消费主义的表现形式、生成机理及其纠正正进路》,《思想教育研究》2021年第2期。

切需要进行一定的精神消费来缓解焦虑情绪和精神压力。但文化消费主义主张符号消费,即更多强调精神产品的“符号价值”(表征意义)。正如鲍德里亚所指:“他们不再‘指认’(désignent)这个世界,而是指认拥有者的存在以及他们的社会地位。”^①由此,人们不仅不能通过精神消费来缓解焦虑,反而更加执着地在精神消费中寻找自我身份认同和群体归属认同的能指。如某运动品牌广告中,宣传口号是“席卷街头的时尚标杆”,这在自我身份认同和群体归属认同意义上具有蛊惑性,给消费者潜在的感觉引导:你拥有它,你就是时尚的标杆,否则你将落后于时代,被你所在的社会群体排除在外。对于消费者而言,当消费者在自认契合时尚特征的心理暗示下,通过消费行为占有该产品后,他们便构建了自我被认同的虚拟式空间,认为自己的消费方式符合群体的行为规范,从而满足获得安全感的需要,哪怕只是片刻的安全感。从本质上讲,消费者“借用”精神产品标榜的符号意义来彰显自己的社会地位,本身就是一种缺乏安全感的表现。更值得一提的是,文化消费主义还注重激发和利用人们的攀比心理,刻意制造差异,打造稀缺效应。掌握稀缺精神产品的消费者出于满足炫耀性消费的心理会与其他消费者保持泾渭分明的身份区隔,并以文化优越者的姿态有意识或无意识地对其他消费者表现出冷漠、轻视或者偏见。加之大众传媒的不合理诱导,这种自我疏离感会造成不同社会群体间的相互排斥,其中不乏言语上的谩骂诋毁,甚至是肢体上的冲突对抗,让本就脆弱的自我身份认同和群体归属认同更加脆弱,加重了人们的不安全感。

三、摆脱文化消费主义以实现精神生活共同富裕的行动策略

处于全面建设社会主义现代化国家开局起步的关键时期,我们一方面要清楚地知道精神

生活共同富裕的实现不是一蹴而就的,而是一个遵循波浪式前进的动态发展过程;另一方面也要深刻地明白“新时代的伟大成就是党和人民一道拼出来、干出来、奋斗出来的!”^②这一通俗易懂的道理。为此,面对文化消费主义传播渗透对精神生活共同富裕产生的强烈冲击,应从扩大优质精神产品供给、形塑科学理性的消费观、引导人们抵制符号消费等方面入手,化解文化消费主义带来的消极影响,不断满足人们的获得感、幸福感、安全感。

(一) 质量并重:扩大优质精神产品供给

尽管当前我国精神产品总体数量增长幅度较大,然而精神产品的高质量供给态势仍然不够稳定,其后果是人们精神生活的获得感远远不能得到满足。加之文化消费主义的刺激,精神产品同质化甚至低质化现象比较严重。若要阻断文化消费主义的不良侵害,应在保证精神产品数量增长的同时,更加重视质量,“坚持创造性转化、创新性发展,以社会主义核心价值观为引领,发展社会主义先进文化,弘扬革命文化,传承中华优秀传统文化,满足人民日益增长的精神文化需求”。^③

一方面,强化社会主义核心价值观引领,匡正精神生产的价值导向。社会主义市场经济条件下的精神生产活动,本应在人们对美好生活的向往所设定的边界下进行。但在利益的诱惑面前,一些生产者放弃了对价值理性的坚守,转而奉行工具理性,将精神生产视为谋取最大化利益的手段,最终导致精神产品表现出同质化、庸俗化、泛娱乐化等倾向。为此,必须以社会主义核心价值观为导向,“弘扬以伟大建党精神为源头的中国共产党人精神谱系,用好红色资源,深入开展社会主义核心价值观宣传教育,深化爱国主义、集体主义、社会主义教育”,^④规劝生产者放弃以工具理性为核心的生产方式,让精神生产回归价值理性,“把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一”。^⑤

① [法] 让·鲍德里亚:《符号政治经济学批判》,夏莹译,南京:南京大学出版社,2015年,第7页。

② 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,第15页。

③ 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,第43页。

④ 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,第44页。

⑤ 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,第45页。

努力提供更多既符合消费者使用需求又传递向善向上价值观念、体现中华文化和中国精神的精神产品。

另一方面,发挥政府职能,不断供给积极向上的公共精神产品。面对文化消费主义的强烈冲击和人们精神生活的日渐空虚,除对生产者加以规劝和引导外,政府也可以直接提供公共精神产品。首先从有效供给公共精神产品的前提来看,政府应当“健全现代公共文化服务体系,创新实施文化惠民工程”。^①为此,政府需合理规划公共文化服务设施的数量、布局 and 类别,“加强国家重大文化设施和文化项目建设,推进国家版本馆、国家文献储备库、智慧广电等工程”,^②加强各地文化馆、博物馆、图书馆、美术馆等公共文化服务设施建设,加强以广播电视村村通工程为代表的国家文化惠民工程建设,逐步建成从国家到省市、从市县到乡镇的自上而下的多层次的文化设施以满足人们的文化需求。此外,政府应当健全公共精神产品的生产、发展机制。政府虽然不会直接参与公共精神产品的生产过程,但是应发挥监督作用,督促相关文化企事业单位“坚持以人民为中心的创作导向,推出更多增强人民精神力量的优秀作品”,^③让人们在精神文化层面有更多更实在的获得感。

(二) 扶正祛邪:形塑科学理性的消费观

马克思认为,“产品的占有,是衡量能够在多大程度上使需要得到满足的尺度”。^④因此,人们的确可以通过适度消费来确证现实的幸福。但是在文化消费主义的影响下,人们的精神消费行为同“异化”联袂,呈现出过度消费、奢侈消费、片面消费等不同的消费形式,致使人们幸福感降低。面对文化消费主义对人们消费方式的颠覆性影响,亟须形塑科学理性的消费观,以适度、整体、正向的消费观念拒斥过度消费、奢侈消费、片面消费,解构人们消费方式的异化状态。

首先,纠正过度消费的精神消费观念,倡

导适度消费。所谓“适度”,是指人们的精神消费不应超越满足自身本真需要所需的界限。党的十九届五中全会提出“全面促进消费”的发展目标,但是“合理地满足实际生存需要的消费与无度地占有符号价值的消费,是两种基于不同类型的生活伦理、观念、价值的生活方式和生存状态”,^⑤适度的精神消费带来幸福,过度消费反而造成不幸福。故此,应确保人们在精神消费的过程中注意把握好“度”,既不能一味排斥消费,也不能过度消费,而是以满足自身文化需要为尺度,接受和认同自身消费能力,克制过度的消费欲望,选择真正适合自己的精神产品进行消费。

其次,摒弃片面消费的精神消费观念,提倡整体消费。从严格意义上来说,作为一种精神产品,满足人们的精神文化需要才是其实质性诉求。所以,人们进行精神消费理应是一种整体消费的应然状态,这种整体体现在既消费了精神产品的物质内容,又消费了精神产品的文化意义。但在文化消费主义的影响下,“看似繁华热闹的文化消费背后依然是精神性文化消费表象掩饰之下的物欲性消费狂欢”,^⑥即人们的精神消费行为只注重物质而忽视了精神。因此,倡导人们进行精神消费时不能仅满足于对有形精神产品的占有,而且要感受精神产品所包含的文化意义,实现从片面消费向整体消费的转变。

最后,树立“要幸福就要奋斗”理念,引导人们在劳动中创造幸福生活。真正幸福的生活不是在无休无止的消费中获得的,而是应当在勤勤恳恳的劳动之中获得。从现实性来看,每一件优秀精神产品的生产,都凝结着文化艺术工作者的艰辛劳动和创造智慧。因此,应引导人们在直接享受优质精神产品的同时,深入了解精神产品被创造出来的艰难历程,体悟优秀精神产品的来之不易,从而树立“要幸福就要奋斗”理念,做一个理性的消费者。同时,还可以引导人们亲自参与精神产品的创作过程,

① 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,第45页。

② 《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》,北京:人民出版社,2020年,第26页。

③ 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,第45页。

④ 《马克思恩格斯全集》第四十二卷,北京:人民出版社,1979年,第34页。

⑤ 陈昕:《救赎与消费——当代中国日常生活中的消费主义》,南京:江苏人民出版社,2003年,第7页。

⑥ 李敬:《中国文化产业为何大而不强》,《社会科学战线》2014年第12期。

使其在劳动过程中体验和感受幸福,实现从追求无度的消费向追求自由的劳动转换,从而以弘扬劳动精神、奋斗精神的方式培育时代新风新貌。^①

(三) 明辨是非:引导人们抵制符号消费

在消费社会,“消费系统并非建立在对需求和享受的迫切要求之上,而是建立在某种符号(物品/符号)和区分的编码之上”。^②文化消费主义之所以能够蔓延盛行,是由于人们早已陶醉于符号消费的意识形态幻象之中,成为符号操纵下的“提线木偶”。所以,要想规避文化消费主义给人们带来的危害,达到实现精神生活共同富裕的愿景,就应当引导人们自觉抵制符号消费。

其一,切断符号和身份认同之间的紧密联系,优化身份认同方式。如前所述,人们希望借助对符号的消费来达成对身份认同意识的建构,从而形成归属感和安全感。但是,文化消费主义影响下的符号消费是一种“真实的幻象”,即人们通过消费符号“镜像”展现自己的社会身份和社会地位,得到的也只是虚假的身份认同。因此,要让人们清醒地意识到,符号和身份认同之间并不存在正相关的关系,若将身份认同建立在虚幻无实的符号消费之上,只会让人们陷入“主

体迷失”的窠臼。应当引导人们正确认识自己,不断提高个人的品质、修养、内涵,实现深层的自我认同和社会认同,从而理性看待符号消费,抵制炫耀性消费和奢侈性消费,这样才能获得真正的身份认同和安全感。

其二,加强对媒体的正向引导,促使其由关注符号意义转向重视文化遗产。文化消费主义在大众传媒的渲染效应和信息技术的迭代发展作用下加大了符号消费的诱惑力,诱使人们在集体的皈依和对自我的认同中深陷欲望膨胀的消费漩涡,逐渐成为符号消费的奴隶,并基于符号刻意将社会群体定格在不同的阶层上,引发对立情绪的舆论导向。因此,应加强对媒体的正向引导,促使其由关注符号意义转向重视文化遗产。以纪录片《我在故宫修文物》为例,通过电视展现文物修复者们对文物进行修复的动态画面,使观众对国家文物及其文化底蕴有直观的感性认识;通过报纸对这一纪录片进行深度报道,引导人们对中华优秀传统文化进行深入思考。总之,对媒体进行正向引导,使其大力宣传富有文化遗产和意义建构的优秀文化作品,方能淡化精神消费的符号色彩,有效消弭文化消费主义的不良影响。

■责任编辑/宋雨桃

The Obstruction of Cultural Consumerism to the Shared Prosperity of Spiritual Life and its Countermeasures

ZHENG Yu-hao & ZHU Xiao-ling

(Nanjing Normal University, Nanjing 210023, China)

Abstract: The Report of the 20th National Congress of the Communist Party of China points out that shared prosperity is the essential requirement of socialism with Chinese characteristics and is the organic unity of the people's material and spiritual abundance. With the people's satisfaction with their material needs, the shared wealth of spiritual life is also pushed onto the historical stage by the inevitability of historical development. However, under the domination of capital logic, cultural consumerism permeates the whole process of realizing shared prosperity in spiritual life. It weakens the innovation of spiritual production, the diversity of spiritual supply, the value of spiritual communication, and the development of spiritual consumption with the wrong tendency of batch operation, marginalization, vulgarization and entertainment. This has produced practical problems such as homogenous production leading to no real reference, indulgent pleasure leading to endless consumption, symbolic consumption leading to no explicit opposition and other practical problems, resulting in the people's weaker sense of gain, happiness and security. To effectively address these issues, we should start by expanding the supply of high-quality spiritual products, shaping a scientific and rational view of consumption, and guiding people to resist symbolic consumption in order to avoid the negative effects of cultural consumerism.

Keywords: cultural consumerism; symbolic consumption; shared prosperity of spiritual life

^① 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,第44-45页。

^② [法]让·鲍德里亚:《消费社会》,刘成富、全志刚译,第70页。