

把满足等同于消费的困境以及人类的出路 ——莱斯对高集约度市场布局下的人类需求分析

陈永森, 王东宇

(福建师范大学 马克思主义学院 福建 福州 350108)

摘要: 莱斯把满足等同于消费的生活方式看作高集约度市场的产物。他认为从商品消费中无法获得真正的满足,甚至还会造成更深的不足感。把满足等同于消费损害了个人的身心健康,大量生产和消费带来的废弃物可能超过自然的承载力从而打破生态的动态平衡。为此就要减少消费、缩减生产规模、把人的满足引向生产活动。莱斯对需求特点的分析在生态马克思主义发展中具有里程碑的意义。他的批判性分析不仅有助于了解发达国家高消费所带来的一系列问题,对当代中国人也有启发价值。

关键词: 威廉·莱斯;高集约度市场布局;需求;满足;消费

中图分类号: B089 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-579(2014)03-0051-07

The Dilemma of Equaling Consumption to Satisfaction and the Outlet of Human in Future

——William Leiss' s Analysis of Human Needs in the High-intensity Market Setting

CHEN Yongsan , WANG Dongyu

(School of Marxism ,Fujian Normal University ,Fuzhou ,Fujian 350108 ,China)

Abstract: The thought of William Leiss' s interpreting their needs exclusively as needs for commodities is the result of the high-intensity market setting. The measurement of satisfaction solely in terms of consumption is intrinsically confusing ,even bring us more insatiability. This life style may damage individual body and psychology ,and produce a great quantity of residuals which can not be dissipated by nature. We should reduce consumption ,make the patterns of social and economic organization more decentralized ,scaled-down ,and stress that human satisfaction lies in production activity and not in consumption activity. Leiss' critical analysis of human need has great significant in the history of ecological Marxism ,and can help us to understand the dilemma of high consumption in advanced nations ,as well as provides some inspiration for us.

Key words: Welliam Leiss; the high-intensity market setting; need; satisfaction; consumption

西方马克思主义对需求的研究始于马尔库塞和弗洛姆,他们对虚假需求和异化消费进行了富有启发性的探讨。莱斯对需求、消费和满足等问题进行了更深入的思考,他对控制自然思想的批判和对需求特点的分析构建起了从法兰克福学派到生态马克思主义之间的桥梁。国内学者对莱斯的研究主要集中在前者,对后者的研究很少。其实,后者的重要性并不亚于前者。

收稿日期:2014-01-06

基金项目:国家社会科学基金后期资助项目“生态社会主义研究”(编号:10FKS005);教育部人文社会科学一般项目“生态社会主义的发展观与中国的科学发展”(编号:10YJA710006)

作者简介:陈永森(1961-),男,福建漳平人,福建师范大学教授。研究方向为生态文明和国外马克思主义。

一、高集约度市场布局带来满足等同于消费的生活方式

莱斯需求理论的最大特点是把需求放在特定的历史条件来加以研究。他认为,把满足等同于消费是高集约度市场布局的产物。

高集约度的市场布局(the high-intensity market setting)简单地说就是一种高度发达的市场经济,“这种市场布局是广泛的不受限制的市场经济。在那里,构成需要和商品互动关系的产品和服务交换,在范围和变化的频率上稳步提高”。^{[1](p52)}在这样的社会中,存在着这样一种普遍的信念:经济应该继续扩张以便为消费者提供源源不断的商品。莱斯认为,这种市场布局存在于发达资本主义国家,这些国家把保证经济增长看作社会稳定的重要因素。这种布局有如下几个特征:第一,科学技术在生产的广泛应用带来生产规模不断扩大;第二,职能越来越专门化;第三,市场在资源配置中起决定作用,人类需要的绝大多数东西都成为商品并可以在市场中获得;第四,产品更新越来越快,花色品种越来越多;第五,广告是产品促销的主要手段。在这个布局中,社会基本特点是:人们把满足等同于消费;生活的目标就是不断挣钱购买和消费商品;形成了或正在形成高消费现象。

高集约度的市场布局为什么造成了满足等同于消费的生活方式?莱斯并没有作简单的答复。但通观他的作品,尤其是《满足的极限》一书,大概与如下几个因素有关:

首先,人类需求的物质——文化性。莱斯认为,不能简单地把人的需要分为生物的和文化的。人有生物性的基本需要,同时“我们天生是社会动物,有一种使用符号表征事物的特殊能力,这些象征性符号的总和可用‘文化’一词来表示”。^{[1](p51)}两种需要无法分开,生物性活动有文化,文化行为中有生物需求。人在商品中获得的满足不仅有生物学上的,也有文化上的。莱斯认为,人类需要的每个方面都与物质性相关,在这个意义上,个体和社会的生存一方面要与自然的无机物和有机物进行“物质交换”,另一方面人类需求的每一方面也有象征性。所以,“我相信,在每一种文化中,人类需要系统是物质和象征相关联的不可分离的统一体”。^{[1](p64)}莱斯认为,无论是为了使用还是为了交换的生产,“对自然的占用,是通过复杂的文化形式来调节的;换句话说,存在于人类需要的物质和象征性动态的相互影响中”。^{[1](p67)}人类需求的生物性和文化性,使人在购买和消费过程中,不仅获得物质性满足,还获得各种象征性满足。莱斯认为,“被工业化的大规模生产和更广泛的商品交换所推动的当代市场经济,其总趋势是嵌入到象征性调节的网络中。这个象征性调节网络把人的需要完全置于物质对象上(更准确地说,把人类的需要完全指向商品)”。^{[1](p67)}莱斯把这个现象与马克思所称的商品拜物教相提并论。

其次,商品给人带来的多层次满足。马尔库塞和弗洛姆都认为,异化消费来源于消费者自以为消费可以补偿劳动的痛苦。莱斯不满足于这个结论。他认为,人们满足的方式可以多种多样,可以从商品中获得满足,也可以从非商品中获得满足;可以从物质产品中获得满足,也可以从非物质产品中获得满足。为什么有些人心无旁骛,只在商品世界中徜徉?莱斯认为,就在于商品交换的发展以及商品能给予人的多重满足。莱斯对这个问题的阐述主要是通过批判需求等级论而展开的。马斯洛把人的需要分为几个层次:生理需要、安全需要、社交需要、尊重需要、自我实现需要。马斯洛认为,这些层次从最直接到较为不直接发展着,它们连续出现的情况只有在前一种需要得到满足之后才出现。前三种需要是基本的或“不充足的”的需要,其追求的满足只是释放紧张;后两种需要是派生的,应该成为人追求的最高目标。在马斯洛看来,以占有商品来衡量自我实现的程度是低级的,并导致精神的不安和无止境的竞争;超越商品的自我实现将使个人进入非抗争、非自我为中心的境界,才是真正意义上的自我实现。这种自我实现的境界是一种创造、洞见、神秘的直觉的高峰体验(peak experience)。处于高峰体验中的人最突出的特征是:不受世俗利益的支配,精神的追求远远超越了物质的追求。莱斯不同意马斯洛的观点,认为它既不适合早期的社会,也不适合工业化社会。在高集约度市场布局的社会中,“物质交换领域不但不能被跨越,相反,还会延伸到更深层次的‘心里的’领域”。^{[1](p57)}也就是说,并没有出现如马斯洛所预想的——随着物质的丰裕、新商品的涌现和人们生活水平的提高,人们将超越物质需要,去追求一种与商品无关的精神价值。因为,“自尊和自我实现的需要必须通过购买商品来表达和获得。所购买的商品不仅仅是物品,而是有丰富的内涵和与之相关的‘信息’。在这个社会背景下,几乎没有人能超越对

物质世界的迷恋”。^{[1] (p57)}

再次,人类需要与商品特点关系模糊。在莱斯看来,在非市场和现代市场的早期阶段,物品的功用性是明确的,个人需要与物品特性之间有稳定的联系,人们能够判断适合自己需要的物品。但在高集约度市场布局中,合成的新物质越来越多,产品更新换代越来越快,产品特征和功能也越来越复杂。在这种背景下,个人需要变为碎片化。每一件商品似乎都在满足人的某种或某些需要。当“人的需要每一个方面被肢解为越来越小的碎片。一个人要把各个碎片综合成需要的连贯整体和连贯的个性结构,就变成更加困难”。^{[1] (p18)}为了自尊和受人尊重的需要,个人可能就要用不同的商品来修饰自己身体的各个部分。头发、面部、嘴、眼睛、手、腋窝、脖子、胯部、腿、脚等等都要求涂用特别和不同的化学混合物。大量的和碎片化的需要加剧了人对商品认识的困难;不仅如此,随着商品更新换代的加快,也使个人与这些产品的关系处于永久的变动状态,人的需要与特定商品使用价值的稳定联系也被打破,这就往往造成了需要的品质与商品的特性常常难以达成一致。广告传递的信息是为了刺激人的欲望,其背景往往是日常生活中几近消失的传统的幸福图景。汽车和烟盒以没被一丝污染的荒野为背景,酒瓶以布满手工家具的农房为背景,商家通过这些图景来唤起消费者的积极感受,并把这个感受转移到相关产品上,尽管两者之间关系是牵强附会的。莱斯认为,商家用消失了的图景来渲染产品,似乎通过商品就能达到各种欲望的满足,就能够弥补现实的不足。需要与商品之间的不稳定联系,使人的满足感和幸福感变得越来越模糊,这种无所适从必然造成人们购买和消费行为的盲目性、冲动性。人们在不断更新的产品和不断变化的产品特征中,寻求模糊的满足。

二、满足不能等同于消费

高集约度的市场布局把人的满足引到商品的消费上。这种趋势是否合理?在商品越来越丰裕的时代,人的满足感增加了吗?莱斯认为,这非但不可能增加满足感,反而可能造成更强的不满足感。

许多社会理论以“人的欲望是无法满足的”为前提。莱斯认为,假如把这个论断当成现实的合理解释,而不是认真考察其含义,就会面对一个无法解决的窘境:不管财富和生产率达到什么程度,人们总是要求更高的生产水平和更多的商品。假如沿着这条道路,满足物质要求的方案就会带来更高的消费要求,整个社会所关心的将是扩大生产以满足不断增加的需求。

莱斯认为,在商品经济时代,商品被当作满足欲望的手段。但问题在于,从相对的不充足和缓慢变化的商品种类到产品极大丰富和快速变化,需求与商品的关系往往是不一样的。如上所述,在高集约度市场布局中,需要被碎片化的个人面对复杂多样的商品,往往不知道自己到底真的需要什么。根本无法确切地说明欲望和欲望对象之间的联系,人们的欲望和满足的种类之间的联系趋于模糊。比如,尽管食物在两种情况下都存在,但这些商品的质是非常不同的,每种商品与其它商品之间存在着不同的联系。消费者对每种商品的熟悉程度必然地减少,对某种商品是否符合了他的需要的判断力也在减弱。这样就存在人错误解释他的需要和满足其需要手段之间的关系的危险。肥胖问题就是一个典型例子。莱斯认为,肥胖来源于食品的过量消费,这种现象与人的焦虑和抑郁有关,而这些不良的情绪可能是由于缺乏成就感、不被他人认同所导致的。个人与社会关系的扭曲而造成的过度食品消费意味着肥胖的个人对食品需要的内部生理的限定性反应迟钝。肥胖者错误解释了他的需要并损害了自己。通过此例,莱斯意在说明,在高集约度市场布局中,人难以确切知道自己的需要以及人与商品的关系。患有肥胖症的人过量消费食品,其病态是明显的。但那些不断调整自己的需要,追求高消费,以适应社会普遍潮流的“正常人”就一定正常吗?可能像马尔库塞和弗洛姆所说的那样,“最正常的人也就是病得最厉害的人。”因为,他的欲求往往是社会灌输的,是被操纵的。而谁能断定社会的灌输或提示就是合理的呢?

在高集约度的市场布局中,个人的欲求和商品的多层面存在着相当复杂的关系,需要和商品之间的相互作用的复杂性也呈几何级数增长。在这个背景中,随着个人不断地重新解释与扩大的市场经济相关的需求,欲望变得越来越没有连贯性,满足的对象更加不清晰和更加难以识别。随着需要被碎片化为越来越小的部分和不断地把这些碎片组合成短暂的欲望和情感状态,要确定欲望的满足程度,变成一个难题。不断推陈出新的新产品,在兑现某种欲望的满足,同时也在创造新的不满足。欲望确实难填,在

高集约度市场布局中,难填的欲望就在于商品太多,变化太快。

提供更多的商品以满足更多的消费,不仅不能使人获得更多的满足,甚至还可能带来更多的不满足感。莱斯不同意用资源有限性而人的欲望无限的基本观点来解释稀缺,认为应该从社会的角度来看待这个问题。人们通常认为,在生产能力低下的时代,过着稀缺生活的人是不满足的和不幸的。莱斯对此表示怀疑。他认为,稀缺仅仅用于评估在特定社会安排中成功和失败程度的一种可靠指标,是市场——工业制度创造了稀缺。“假如我们把稀缺看成我们的欲望和我们能力的不一致。我们就能够理解,随着社会财富和生产力的提高,稀缺也随着提高。”^{[1](p30)}按照这样的观点,稀缺不是资源和欲望的简单关系,而是人类对需求的理解和周围的物质环境在多大程度上成为满足这些需求的复杂关系。简单地说,工业社会的稀缺就在于:在高集约度市场布局中,人们试图用消费特定的商品来确定自己的身份和获得尊重,而商品是不断更新的,人们总是在不满足中。这种稀缺是心理上的,不是真的商品少了,而是与作为需求满足手段的商品的大量增加相关。它产生于这样的一种社会关系,在这种关系中,个人相信不能购买某种产品将使他们不能获得某种满足,当多数人参与到追求某种商品的过程,满足特定需要的东西就可能变成稀缺。

三、满足等同消费的消极后果

把满足等同于消费产生了一系列的消极后果,上面有关维持甚至增加了人的不满足感,也属这种消极后果之列。除此之外,莱斯至少还列举了如下负面影响。

首先,对个人身体和心理的消极作用。科技的发展带来了更多的复杂的化学合成物,但对有关使用某些产品可能带来的危害的研究是不够的,消费者获得相关信息是不够的,同时消费者也没有得到应有的提醒和相关的训练。不断涌现的新产品在给人带来很多方便的同时,也可能对人体产生危害。莱斯认为,让消费者来消费可能带来负面影响的商品,这实际上是拿消费者当实验品,“这个实验是建立在对科学天真信仰之上的,认为科学的力量将通过更好的发明和新的产品来抵消任何消极的负面影响”。^{[1](p17)}莱斯指出,人类正在为这个实验付出代价。

在几乎把一切都商品化的世界里,在广告的汪洋大海中,人类这种永不知足的动物开始迷茫,甚至一些人不知道自己真正的需要是什么。莱斯认为,“高消费对人心理的危害远不比对生理的危害小”。^{[1](p17)}他特别细致地分析了在高集约度市场布局中人的需要与满足需要的手段之间的困惑。他通过包办旅游和露营来说明这一点。包办旅游的特点是:紧凑的安排以便尽可能涵盖更多的景观;异国的语言、服务、烹饪被调整到适合游客的口味;在富有文化积淀的宫殿和其他景点穿梭;成批生产出来的纪念品;摄影—放映机幻灯片;被组织起来的游客仅仅通过专业的中介来应对当地人。本来应该是充满个性的旅游,现在却被人为地包装,隔断了不同文化的接触。莱斯认为,“在真正意义上,他永远没有离开家,不管他的躯体走了多远”。^{[1](p21)}被安排和管理的露营也有相似的特点。莱斯认为,“这种包办旅游和露营活动暴露出个人需要和目标的困惑”。^{[1](p22)}个人体验通过多层的商品——旅行的物质配备、大批量生产的纪念品、计划好的菜单和宣传手册而被过滤了,商品化的物质对象夺走了人的真实体验。通过商品的过滤,自然和人类环境被不断地简化,被安排得平淡无奇,那些可能打破常规、不依赖于商品的情感体验被限制和被消除。莱斯这里所描绘的消费行为与弗洛姆在《健全的社会》所描绘的种种消费异化现象十分相似。

其次,加剧了社会冲突和带来了废弃物处理问题。为了满足消费,就要生产更多的产品;为了生产更多的商品,就要更多地占有自然资源。为了获得和控制自然资源,各个国家和公司进行了激烈的竞争。“由于企图征服自然,人与自然环境以及人与人之间为满足他们的需要而进行的斗争趋向于从局部地区向全球范围转变。人类在历史上第一次作为一个整体开始经历一种特殊的冲突即普遍的全世界范围的冲突;一些远离权力中心地方的显然很小的事件都以它们对全球利益平衡的可能影响来解释。地球似乎成了人类进行巨大的自我竞技的舞台,人们为了实行对自然力的有力控制而投入了激烈的纷争,这似乎确证了黑格尔的历史是一个杀人场这句格言的真理性。”^{[2](p17)}

再次,带来了严重的环境问题。大量的生产和大量的消费产生了人类对自然的双重依赖:依赖自然

获得生存和生产资料;依赖自然循环能力化解生产和生活的废弃物。这些对人体有害的废弃物,需要通过自然的净化来消解。这意味着人类面临着双重的无法弥补的稀缺:自然资源的有限性和生物圈的吸收能力的有限性。科学技术的发展使工业生产能够利用大量的新物质生产大量的满足人类需要的一系列新产品,但工业生产也导致大量的废物:废气(比如二氧化碳、二氧化硫)、废水、空气颗粒物、碳氢化合物、磷酸盐等等。这些没有被自然免费和安全处理的且对人体有害的废弃物,莱斯也称之为负商品(discommodities)。莱斯认为,所有这些应当引起高度的重视,但关于对商品和负商品的关系的知识远远不够。现代工业过程的复杂性和新的化学合成品投入使用的快速性意味着科学知识无法及时地认识到其潜在的危险性。近来发现,在制作塑料所使用的乙烯基氯、氯乙烯是相当危险的,生产该产品的工人直接受到影响。莱斯认为,这种消费者得益,而让直接生产者受害,是很不公平的。为了应对发达国家更严格的排放制度,发达国家的跨国公司把生产转移到不发达国家,最终产品则几乎完全在发达国家中被消费掉。享受这些产品好处的人可以不用(或者是最少量)受到其制造的废弃物的影响,而生产国的人们则遭受严重的生态危害,在莱斯看来,这也是很不公平的。

环境问题已经越来越多地引起公众的关注,废弃物的问题将逐渐变成一个更复杂的社会问题。近来的经济萧条已经显示出可接受的控制污染水平的环境标准是多么的脆弱。一有经济问题产生,就要求减少已生效的最低的保护标准(不管是强制的还是别的)。保持高集约度市场布局的政治和经济利益发挥着强有力的短期压力来反对可能威胁这个布局的生存能力的东西。废弃物的长期的环境影响和负商品的经济成本的估计还是建立在可怜的不充分的信息上。目前,关注环境危害的对抗性压力还非常虚弱。在这种情况下,一个人不可能期待被鼓励去了解商品和负商品的关系,根据对这个关系的了解去重估他们的需求。

当代工业社会的生产和消费对全球的生态系统产生巨大的影响,这意味着人类需求的生态背景是整个地球的生物圈。作为活生生的实体,生物圈和它的构成要素构成了一个动态平衡系统。这种自我平衡机制正是有机体生存的生态条件。全球生态圈的动态平衡的波动范围是足够灵活的,适应了直到现在人类对自然的改造。但可以假定这个过程存在着某些理论的限制,尽管现有的科学知识还无法确定它们。比如,人类的活动可能导致了气候的变化,而这将影响人类和别的动物的生存。莱斯认为,人类作为受益者必须认识到这些结果,并有意地寻求管理他们,以免人类这个巨大物种的数量和需求超出生态圈的容纳力。但是,理论跟不上时代的发展,在各种需求理论中,只是对人类的需求进行罗列,或者对其等级进行排序,人的需求的自然环境背景却总是被忽视,或者说只考虑了人与社会的关系,人与自然的关系则被忽视了。科学技术提供了更全面地利用自然和生产更多产品的能力,但研究废物危害的科学还没有得到相应的发展,处理这些废物的发明还源源不够。生活实践也落后于现实的要求,追求高消费且随意处置其剩余物。莱斯认为,如果人类不能处理自己产生的废物,生态圈的动态平衡机制将被打破,生态危机将来临。

四、消除把满足等同于消费的观念

把满足与消费等同起来,是高集约度市场布局的产物。因此,要打破这个牢固的联系,就要对这个布局进行调整。当然要对这个布局进行调整,又要有一种需求与满足新关系的理解。这是一个庞大的极为复杂的社会工程,莱斯提出了如下主张:

首先,改变把商品交换作为满足唯一方式的社会政策。莱斯认为,“商品和市场交换并非本质上是邪恶的,因此,没有理由认为要完全消灭它们。只有当商品交换成为满足的唯一方式时,才有理由考虑这一点”。^{[1](p107)}他认为,市场机制并非对每一种社会都有效,商品生产的重要性程度因不同的历史环境和社会组织及个人愿望的变化而变化。如果社会分散到足以使其社会成员有广泛选择权,这个社会的内部也不需要同一模式。“对通过市场交换获得复杂制成品的依赖程度与对满足手段的地方的、直接的控制程度成反向关系。”^{[1](p107)}也就是说,要减少对商品的依赖程度就要发展地方性的、分散化的和小规模的生产。正是支持庞大集中的技术去支配中间的或小规模的技术的社会政策造成世界物质产品和生存环境的荒谬的一致性。当然,否定科学技术带来的大规模生产并不是否定科学技术本身,而是要改

变科学技术的使用方式,即把科学技术从资本主义集中地使用中解放出来,使科学技术的发展和使用走向小型化和分散化。集中的生活环境依靠密集的能源,为了提供城市住宅供暖和降温、交通、商品制造以及废物处理所需要的能源,就必须发展继续提供矿物燃料和用于兴建核电站。莱斯认为,如果把这些投资用于发展替代技术,如用于建设依靠太阳能和风能的小型住宅,废物的回收再利用,不仅人均使用能源和其他物质的数量能降到最低限度,同时也加强了个人对满足其需要的手段的控制,从而减少对大规模的市场和市场交换的依赖程度。当然,否定城市集中的社会政策,并不是要让大部分人回到穷乡僻壤的艰苦的生活环境,而是要把现代技术的优势在更大范围的各种环境中进行分散,使农村也成为理想的生活环境。

其次,改变满足的方式。“高集约度的市场布局导致个人被鼓励完全以商品的需要来解释他们的需要。”^{[1](p100)}要打破这个牢固的联系,除了改变社会政策,还要改变人的需求方式。在莱斯那里,改变需求有两种形式:一是个人消费从“由量的标准转向质的标准”;二是从生产中获得满足。量的标准就是以消费商品的量作为满足的尺度,质的标准就是要求消费更少和更耐用的物品,尽量减少物质耗费,同时鼓励人们从非物质的、非商品的世界中获得满足。生物圈的承载力是有限的,尽管由于科学技术的发展,增长的极限被延迟,但如果发达国家继续沿着高消费的模式走下去,而发展中国家也模仿发达国家的消费方式,灾难迟早会来临。因此,他提出要节制消费,消除消费与满足的唯一的联系。当商品对人需要的重要程度降低时,人的满足从哪里找?莱斯认为可以从良好的人际交往、亲近大自然、生产活动中获得满足。包括莱斯在内的“生态马克思主义者强调,人的满足最终在于生产活动而不在于消费活动”。^[3]莱斯认为,不断增长的消费不能补偿其他领域所遭受的挫折。人的需要是多样的,人的能力也是多样的,每一种能力的发挥都可以获得相应的满足。“只要满足的手段取决于人们自己的能力,而不是依赖于商品,那么这些需要的满足方式就是丰富的。”^{[1](p107)}新社会将鼓励个人最大可能地直接从事生产活动。这种活动“具有使用价值而没有交换价值”,^{[1](p107)}是主动的、多样的、包含现代科学技术成果的、分散的、不以经济效益来衡量的。

再次,不求经济增长。把满足与消费等同起来,必然要求经济增长。但是当经济增长带来生态环境的破坏时,人类的满足感就要大大折扣,甚至完全丧失。因此,在增长—环境破坏和不增长—环境不破坏的权衡中,莱斯选择了后者。莱斯的这一想法是从英国经济学家穆勒那里获得启发的。在穆勒看来,流行的关于资本的增加、人口的增长以及生产技术的改进的经济进步概念,未必能够使人更加幸福。在一个人挤人的社会,即使每个人都能得到充足的粮食和衣物供应,人们也是不舒服的。他倾心于一种资本和人口的静止状态。当然这种状态“并不意味着人类的进步也处于静止状态”。^{[4](p322)}科学将减轻人类的繁重劳动并缩短了人类的劳动时间,分配将更加公正,穷人的生活将获得改善,“这种比现在好得多的社会状态,不仅与静止状态是完全相容的,而且似乎可以和静止状态最为自然地结合在一起”。^{[4](p321)}莱斯同意穆勒的观点,认为实行穆勒的稳态经济不应该是解决紧迫问题的权宜之计,而应该是追求高质量生活的有效途径。为了减少对环境的危害,“预防的措施就是必须在很大程度上降低科学技术运用于生产的速度”,并“在数量上和种类上大幅度减少人造物”。^{[1](p91)}

五、结论与启示

莱斯对把满足等同于消费的观念及其生活方式的分析所涉及的一系列问题,对于生态马克思主义的发展有着举足轻重的作用,他的思考对于我们更好地了解发达工业化国家人的生存困境以及引导中国人树立正确的消费观都有所帮助。

首先,为生态马克思主义的相关问题的思考起到了引领作用。人类确实有诸如维持生命、保证安全、获得尊重、人际交往等需求,但在不同的社会背景下,满足这些需求的对象、获取相关对象的手段以及不同需求的相关重要性往往有很大的区别。从物质相对匮乏到相对剩余、从产品相对单一和简单到丰富多样和复杂;从自给自足到市场支配,社会的变迁给人类的需求带来深刻的影响。在西方马克思主义思潮中,关于需求的研究最有影响力的是马尔库塞和弗洛姆。马尔库塞认为,为了使生产乃至整个社会能够延续下去,现代资本主义社会制造了“虚假的需求”,使人们热衷于物质享受以逃避劳动的痛苦。

这样,人就被这个制度所同化了,成为没有批判性和超越性的人。弗洛姆则对异化消费现象进行了更全面的探讨,揭示了消费异化的种种类型、危害以及走向健全社会的道路。^[5]但他们的分析和批判还是相对简单、抽象,他们的研究除了如莱斯所说的未对相对主观的需要找到一种客观的评价标准的不足外,至少还有如下不足:没有充分地说明在高度发达的市场经济条件下人的需求的复杂性,没有充分阐述人类的需求与满足需要手段的错综复杂的关系,没有充分说明追求高消费对人的身心和生态环境的消极影响。莱斯系统分析了高集约度市场布局对个人、社会和非人的自然的影响,分析了人的需求和商品特点以及人的需求与商品关系,揭示了当代发达的市场经济国家人们把满足等同于消费的特点,并预想了替代社会满足的新方式。正是他的理论贡献,才有了具备理论形态的生态马克思主义或生态社会主义。单就需求与满足关系而言,莱斯的许多思想成了后来生态马克思主义者思考的起点,如阿格尔的“期望破灭了辩证法”、分散化和非官僚化;高兹的“更少地生产和更好地生活”;奥康纳的“交换价值从属于使用价值”;等等。莱斯无愧为生态马克思主义或生态社会主义的思想先驱。

其次,有助于我们更客观地看待发达资本主义国家人们的生存困境。发达国家的高消费误导了人的真实需求,损害了人的身心健康,增加了自然的承载力,破坏了自然环境。所以,思考在高度发达的生产率和高度发达的市场经济中的人的需求特点,思考在追求满足或者幸福中如何使人的身体更健康、心理更健全、人与自然更和谐,确实是当代社会面临的一个重要的问题。莱斯的写作背景正是在西方经济高速发展、人们消费水平显著提高,但生态问题更加突出的上个世纪70年代。他的思考,无疑正是切中时代主题的。正如他在前言中写道:在1972年两亿多美国人消费了接近40多亿吨的自然资源,如果大家都像美国人那样,自然资源哪里来?自然何以能承载生产过程和消费后所产生的废物?全世界都在谈论经济增长,谁来承担保护自然的责任?尽管在那个时代,正如他所说,有些工业生产废弃物的危害还不是很明显,气候问题的原因和影响认识也不够,但莱斯基本掌握了那个时代有关环境和生态的知识,他的思考充分体现了发达工业国家所面临的问题,他所提出的主张和预想有相当的远见。

再次,对中国人有警示作用。中国正在深化经济改革,市场的作用将从过去的主导作用转为决定性作用,在不久的将来,中国人的生活将步入小康阶段并在本世纪中期达到中等发达国家的水平,在这个过程中城市化水平将继续提高。随着现代化的推进,自然资源的消耗将更多,生产和生活将产生更多的废弃物。有限的不可再生资源能否支持这种发展,自然的净化能力能否将这些废弃物消解而趋于无害,更多的消费是否意味着更多幸福?诸如此类的问题已经摆在我们面前。两型社会、美丽中国是我们宏伟的目标,这不仅涉及国家产业布局、生产的节能减排、主体功能区定位等宏观政策,也涉及我们的生活方式问题。听听莱斯的忠告,也许会得到一些启发。在市场经济中,人需要的东西大多从市场购买,满足很大程度上依赖于购买水平,但这是否意味着满足就等于消费,甚至消费越多越好?当然,作为发展中国家,不求经济增长和消费水平的提高,显然是不现实的,但在适当量的扩张的同时,注意质的提升和倡导一种节约精神,有着特别重要的意义。高品质的生活固然要有经济条件为保障,但除了购买力,良好的人际关系、平等的参与、丰富的精神生活也是不可少的。满足程度与消费量并非成正比,消费水平高的人未必就幸福。在非商品的世界中,同样可以发现无尽的满足之源。

参考文献:

- [1] William Leiss. *The Limits to Satisfaction: An Essay on the Problem of Needs and Commodities* [M]. Kingston and Montreal: McGill - Queen's University Press, 1988.
- [2] (加)威廉·莱斯. 自然的控制[M]. 岳长龄, 李建华译. 重庆: 重庆出版社, 1993.
- [3] *Western Marxism: An Introduction* [M]. Santa Monica, California: Goodyear Publishing CO., INC.
- [4] (英)约翰·穆勒. 政治经济学原理(下) [M]. 胡企林, 朱 泐译. 北京: 商务印书馆, 1991.
- [5] 陈永森. 弗洛姆消费异化理论及其启示[J]. 兰州学刊, 2008 (3).

(责任编辑: 郭荣华)