

焦虑：当代社会转型期的文化症候^{*}

肖伟胜

(西南大学 文学院, 重庆市 400715)

摘要:孜孜以求追寻现代化梦想而迅速融入全球化浪潮的当代社会, 幽灵般无处不在的焦虑成了这一社会转型期最重要的文化症候与审美风尚之一。如果从精神价值观念、社会形构、生活方式三个文化向度入手进行分析, 当代社会有三种存在性焦虑形态: 现代性“逐新”迷思引发的价值焦虑; 全球化时代风险意识触发的本体焦虑; 由炫耀性消费激发的道德焦虑。这些焦虑相互裹挟缠绕, 共同汇聚成一股强大的情绪漩涡, 渗透到日常生活的每一个角落, 成为当下千千万万普通男女日常鲜活的面容与感性生存方式。

关键词:当代中国; 文化症候; 价值焦虑; 本体焦虑; 道德焦虑; 感性生存

中图分类号: I01 **文献标识码:** A **文章编号:** 1673-9841(2014)05-0126-11

据人民论坛网、搜狐网等多家权威网站发布的“当代中国人精神生活调查研究”显示, 超八成受访者经常使用“烦躁”、“郁闷”、“纠结”、“压力山大”等负面情绪词汇来描述自己的抑郁心情, 超六成受访者自认为由于长期处于负面情绪状态, 逐渐导致焦虑程度加深。改革开放以来, 迅猛的社会变迁、飞速的经济发展、残酷的市场竞争以及规范缺失、保障缺位等生存现实, 把人们置入到形形色色、程度各异的焦虑之中, 诸如生态焦虑、食品焦虑、职场焦虑、婚姻焦虑、养老焦虑等等。作为个人心理表征的焦虑情绪四处弥散开来, 经由“沸腾心理”产生出泛化的社会焦虑, 成了现代与后现代相混杂的当下社会的精神症候。处身全球化浪潮而孜孜以求追寻现代化梦想的当下中国, 像所有后发展中国家一样, 焦虑成为当下社会转型期重要的文化表征与审美(取其“感性生存方式”之义)风尚之一。仔细考察当代中国人的精神生活, 不难看出触发普遍焦虑的缘由, 概言之不外乎有以下三个面向: 现代性进步信仰的“逐新”迷思; 全球化时代的风险意识; 炫耀性消费的攀比意识。它们相互裹挟、缠绕, 共同形成强大的焦虑漩涡, 冲击着立身于传统与现代、创造与革命、庇护与风险、坚固与流动、认同与享乐、羡慕与嫉恨等多元矛盾交汇点上的当代中国人, 表现出的急躁、浮躁、暴躁(俗称“三躁”)等抑郁焦虑情绪, 不单指涉为一种心理现实, 更是人们的生存现实与审美趣尚。这些负面情绪如果放任滋长, 长此以往产生的消极效应显然会对处于焦虑情绪中的人的精神状态产生不良影响, 损害其身心健康, 尤其是炫耀性消费所产生的焦虑危害尤甚, 它不单让处于白日梦状态的消费者受制于资本的掌控, 成为资本欲壑难填的玩偶, 更会对社会各阶层人们的身心产生难以估量的负面影响, 危害到社会的正常运转和健康发展。

一、现代性的“逐新”迷思与价值焦虑

无论西方还是中国, 进步的价值信仰都是现代化运动的观念前提, 没有作为价值的“进步”观念就无法理解所谓的现代性。晚清以来, 国人正是通过进步的历史观, 更换了一种与传统循环式时间

^{*} 收稿日期: 2014-04-27

作者简介: 肖伟胜, 文学博士, 西南大学文学院, 教授, 博士生导师。

基金项目: 教育部重大攻关项目“当代中国社会转型中的视觉文化研究”(12JZD019), 首席专家: 周宪; 重庆市高等学校优秀人才资助项目“视觉文化转向与当代美学的转型”, 项目负责人: 肖伟胜。

观相迥异的一元线性时间观,这种基于历史目的论,遵循直线发展的时间观念,蕴含着新的感受与思考时间价值的方式,让国人有了全新看取世界的眼光:在时间直线上越往前的事物要比越往后的事物进步(先进)。以此为评价标尺,赢得历史正当性依据的现代性就把“新”推举到了至高无上的神圣地位。现代中国的起源伴随着新旧之辨,晚清逐渐强化的主导潮流就是新旧之间的不相容或对抗及舍旧求新的趋势。“遍布‘五四’文本中的关键词,并不是‘科学’和‘民主’,而是‘新’、‘旧’。我们把崇高和神圣之物都寄托在对‘新旧’的极其廉价的使用中,似乎我们一旦使用了‘新旧’,一切问题就能迎刃而解。……‘五四’几乎把‘新旧’范式泛化到一切方面或者说是各个具体的领域和事物中。我们把来自‘西方的’或要‘提倡的’东西,都名之为‘新’,把本土固有的、或要反对的或要守护的‘东西’都称之为‘旧’。”^[1]遵循“惟新是求”的发展逻辑,国人在追逐“新颖”的迷思(myth)中,把一切凡是居于线性时间前列的“新的”东西均视为合理的、先进的,“旧”的东西自然丧失了存在的理由,理所当然地遭到无情淘汰。于是,极具民族特色的所谓“旧”的文化古迹和符码一度遭到灭顶之灾,代之而起的是象征着“新”气象的夹杂着喧腾声浪节节攀升的高楼大厦。在华夏大地“千城一面”单调的都市景观中,传统的印痕已被现代化“逐新”的强力所洗劫。诚然,现代化革新的矫健步履必须建基于挣脱传统的羁绊之上,然而革新又绝非无根无柢的事情,它离不开固有的悠久传统,从某种意义上说,传统是现代变革的基础,离开了传统就不可能有什么现代化。

当代中国的变革一旦在“新、旧二元对立”的观念宰制下,没有了传统精神的强力支援与宏富的传统文化滋养,国人对现代化的想象必然单一、偏狭,极易坠入浪漫的幻梦之中,没有了前行的稳固根基,国人迈进现代化梦想的步伐自然显得格外急切、焦躁。事实上,当代中国现代性的“逐新”焦虑除了在时间线性上的进步追寻,即不仅急于要摆脱过去“落后挨打”的被动局面,同时要从过往半殖民的创伤记忆中挣脱跃出,就可能让人们的心情变得焦灼、峻急。这一“逐新”焦虑还表现在空间向度上,全球化竞争格局中的当下中国,力图迅速从边缘落后的第三世界“发展中国家”提升为具有全球话语权的“发达国家”,典型地表现在“让中国走向世界”这句口号上。日益加速推进的全球化进程让竞争的平台跨越了民族—国家的疆界,“让中国走向世界”的口号又给当下国人增添了如何融入全球化、参与世界性竞争的期许与焦虑。

另一方面,这种“惟新是求”的进步信仰导致晚清以来的中国长期处于“创造”与“革命”(就当代中国语境而言,“革命”已置换为“改革”或“革新”)的现代性焦虑之中,其生发源于一元线性时间观内含着的虚无主义。别尔加耶夫指出,进步说“把人的一切世代,一切时代当作未来的工具和手段来看待,认为就其本身来说既没有价值和目的,也没有意义”^[2]。持守进步价值信念的现代性之根本特征,就是对于现在与历史本身的意义和价值的消解。世界的历史以及一切在此都被理解为虚无,而虚无正是这种进步的幻象中真正隐含着的东西。把未来目的化的现代性“逐新”进步话语,就会导致由虚无危机所引发的精神价值焦虑。在蒂里希看来,焦虑是从存在的角度对非存在的认识,在这种状态中,存在物能意识到它自己可能有的非存在^[3]¹⁷⁵。正如就中国现代的创造价值诉求而言,它本身包含着对所有已经完成了的东西的否定即非存在,创造本身不是一种可以在某个时刻即可终止的活动,在现代性冒险的风暴突进中,惟有背离点才是确定的,这就使得它把不断革命作为内在的要求,每一次革命都必将难以摆脱再次对于它本身的否定,也只有在这一否定中,创造的现代性态度才得以被维护。正如鲍曼所言:“现代性是一种不可遏制的向前行进……它的冒险过程已日益令人难堪,它的宏大抱负也不断受挫。之所以这一行进仍须继续下去,是因为它到达的任何一处地方都只不过是一临时站点。没有一处地方特别令人垂青,也没有一处地方会比另一地方更为理想。这就是为什么焦躁不安被体验为一种向前的行进。”^[4]

于是,在革命与创造之间轮回体验的“焦躁不安”亲历者那里,由于所信仰的对象不断变换,每一对象的意义又转瞬即逝,这就会导致参与者创造热情的耗损、受挫乃至最后内心信念的坍塌。这种对参与者精神生活非存在即意义丧失的威胁可以用“怀疑”一词进行描述,在此过程中,威胁精神生活的并不是对某一对象的怀疑,而是对存在本身整个怀疑。本来作为方法论提问的怀疑蜕变成

为存在性的绝望。对这一自我精神冒险、受挫乃至绝望焦虑的历程,蒂里希描述道:“于是人便焦灼地从所有这些具体的内容中抽身出去,转而寻求一种最终的意义,这才发现从精神生活的特殊内容中取消意义的,正是精神中心的丧失。然而,精神中心又不能有意地加以产生,起意要产生这个中心只会产生更深的焦虑。对空虚的焦虑把我们驱往无意义这一深渊。”^{[3]185}自我横亘于这种无意义的深渊之前,非存在对自我精神生活的威胁直接导致精神的空虚和意义的丧失,它是人的存在性自我异化以及精神生活变得无意义的一种表现。如果本体上的自我肯定被非存在所削弱,精神的漠然与空虚就会接踵而来,就会出现两者相互否定的恶性循环,就如创造与革命相互之间不断否定一样。现代性进步信仰的“逐新”迷思引致的焦虑直接导致的后果,显然不是意义的富足,相反地是意义的亏欠和虚无,这正是晚清以降国人焦虑面容背后最真实的内在精神气质。

二、全球化风险意识与本体焦虑

如果说“进步”话语所引发的价值焦虑表征了追逐现代化梦想的中国人普遍的精神面向,那么近年来人们的焦虑症状,跟当下中国社会转型期的哪些核心要素相关联?为什么这些令人恐惧的情绪会弥散内化为人们生存的梦魇?随着信息网络时代的来临,现代性加速突破初期的民族国家疆界而扩展为全球性,单一民族国家业已无力应对威胁整个人类的现代性风险。吉登斯认为,这种全球范围内的现代性已带有实验性质,在极大程度上超出了“地球村”每个参与者的控制,它不是那种在实验室中的实验,实验者能将结果控制在一定参数范围内,它更像是一次冒险,无论我们是否乐意都得参加^{[5]76}。显然,置身于全球化进程的当代中国也卷进了这场充满风险的宏大实验之中,全球化时代的各种风险已不同于由传统的不变性或固定性带来的风险,它们是由我们不断发展的知识对世界的影响所制造出来的风险。贝克指出:“风险是个指明自然终结和传统终结的概念。或者换句话说:在自然和传统失去他们的无限效力并依赖于人的决定的地方,才谈得上风险。”^[6]产生于晚期现代性或全球化时代的风险,远超出人类感知能力的放射性、空气、水和食物中的毒素和污染物,以及由这些毒素和污染物造成的对动植物和人或短期或长期的影响。它们所引发的伤害常常是系统的和不可逆的,一般也是不可见的。同时,它们包含着一种打破了阶级和民族社会模式的“飞去来器效应”,风险社会在此意义上是世界性的风险社会。最后,风险引发的副作用往往会带来社会、经济和政治的灾难性后果。风险社会因而是一个灾难社会,异常的情况有成为屡见不鲜的情况的危险^{[7]20-22}。由此可见,风险是一个可能性或虚拟概念,它是指具有一定危险的可能性,或者说是有可能发生危险、形成灾难。

研究风险社会的英国社会学家贝克从社会文化理论层面分析入手,认为风险是指影响个人和群体的具体决策模式,它与人们的决策与行为结果直接相关。他声称:“风险概念表明人们创造了一种文明,以便使自己的决定将会造成的不可预见的后果具备可预见性,从而控制不可控制的事情,通过有意采取的预防性行动以及相应的制度化的措施战胜种种(发展带来的)副作用。”^[8]这种文明实际上就是技术资本主义,它试图利用复杂的技术手段或各种制度化措施,对各种不可控的风险构成灵敏的、反应迅速的预警机制,从而拓展和增强抵御未来风险的能力,进而确保在未来世界化解风险,消除一切不利事件。但令人吊诡的是,由于人类不是全能的上帝,不可能拥有最完备的记忆来化解一切风险和危险,关键在于,凡是运用人为的技术手段来防范和化解风险、危险和灾难的风险预警与控制机制,又必然会导致另一种无法预料也不愿意看到的结果。那就是这种风险预警与控制机制极有可能会产生新的进一步的风险,并可能在更大范围、更大程度上造成无法操控的混乱无序,以及更为迅速、更为彻底的瓦解和崩溃。这意味着,当人类的社会化入侵了自然甚至终结了自然之时,传统秩序消解和崩塌了,新的不可计算性、不可预测性就出现了。于是,制度的自反性(institutional reflexivity)成了风险社会的核心成分^{[5]75}。贝克认为,风险概念直接与自反性现代化概念相关,它是“系统地处理现代化自身引致的危险和不安全感的方式。……是与现代化的威胁力量以及现代化引致的怀疑的全球化相关的一些后果”^{[7]19}。作为现代性发展的第二阶段即自反性

阶段的风险社会,由于现代社会的根基发生了动摇并最终受到破坏,工业化社会所产生的威胁开始占据主导地位并渗透到日常生活的方方面面。

迅速融入全球化进程加快转型的当下中国社会,日益透显出自反性现代化即风险社会的征兆。近年来人们日渐陷入到对疾病、食物、空气甚至日常生活的焦虑之中,忧戚着周遭的一切:从人们就近所处看,有环境污染、交通杀手、恶性事件等;从国际形势看,有气候异常带来的自然灾害,贫富两极化带来的恐怖主义幽灵及其灾难,全球化对既有民族国家秩序的挑战与威胁;从日常生活看,有SARS、H7N9等禽流感疾病肆虐的现实威胁,以及转基因食品对饮食构成的严重安全隐患等。风险表征着对未来危险与不确定性的恐惧与焦虑,弗洛伊德说过“焦虑是危险的反应”^[9],凡参与全球化实验的人们都要预期危险的出现或准备应对危险,因为这些危险是由超出我们控制之外的实验所引发,既然如此,我们即便知道这种危险,但也因无法预测和掌控结果而处于如履薄冰的险境恐惧之中,这种由无意识组织起来的恐惧所产生的刺痛就是焦虑。一方面,焦虑体现为有限,体验为人自己的有限,这是对非存在的焦虑,是对作为有限的人的有限意识。这种有限存在物对非存在的威胁的焦虑是不可消除的,这种本体上的基本焦虑属于存在本身。另一方面,焦虑蛰伏在每一个由风险所带来的恐惧中并成为恐惧所内含的威胁因素,也就是说,焦虑力图指向恐惧。在某种意义上,恐惧和焦虑具有同样的本体论根据,有区别但又不可分割。与焦虑相对的恐惧总是有一个确定的对象,它是怕某物,怕被某人或某些人所抛弃,怕失去某物或某人,怕大限之来临^{[3]176-178}。正如利奥塔所说,所有恐惧“都与丧失某物有关:光的丧失,对黑暗的恐惧;他人的丧失,对孤独的恐惧;言语的丧失,对沉寂的恐惧;客体的丧失,对空虚的恐惧;生命的丧失,对死亡的恐惧。使人害怕的,就是有可能存在不在,不再有在”^{[10]111}。恐惧的对象是亲自参与的事件,就其作为焦虑来说,对象是非存在。在参与由这些东西所带来的威胁之中时,对主体造成威胁的并不是否定本身,而是对这种否定可能包含的东西的焦虑。这意味着,焦虑的来源不是外部某种确定的对象,而是源于内心,源于外在对象的威胁打击了我们人格的核心,动摇了我们的知觉经验的心理结构,使我们暂时失去对外在对象的觉察意识和觉察能力,从而无法区分主客体的边界,内心成为混沌的整体。这就是说,对主体造成威胁的并不是否定本身,而是对这种否定可能包含的东西的焦虑。在这种焦虑情绪中,自我恐惧的是恐惧体验本身,自我“惊愕”于这种恐惧体验本身,仿佛恐惧什么深不可测的深渊似的,此时自我最内在的处境表现为:紧张、惊愕、痛苦、神经兮兮^[11]。很显然,由风险所引致的焦虑缺乏特定的对象,因而它是神经质性的、弥散的、自由漂浮的。它是在不能应付某一特殊境遇的威胁时所产生的痛苦之情,那些置身于无处不在又无所存在的风险中的人们,就会“有时”、“经常”甚至“整天”感到焦虑不安,陷入到近乎歇斯底里的精神恐惧之中。

如果深入分析就会发现,风险和凶兆引发的焦虑实际上就是对命运和死亡的焦虑,这是最基本、最普遍、最不可逃避的本体焦虑。蒂里希说:“对死亡的焦虑是永恒的地平线,对命运的焦虑就是在这条地平线以内起作用的。因为威胁人的本体上的自我肯定,不仅有死亡的绝对威胁,而且也有命运的相对威胁。”^{[3]181}不过,由相对威胁的风险和凶兆带来的焦虑具有某种独立性,其影响通常要比对死亡的焦虑直接得多。对于这类焦虑,“命运”一词所强调的是它们的共同因素:偶然性、不可预见性以及不可能显示其意义和目的。对以偶然性为法则的命运来说,只能用经验的范畴体系来描述,在由风险和凶兆所带来的命运的焦虑中,体认到了自我在时间和空间上存在的无常与偶然性,暴露出了人性中的偶然性的荒芜和损毁,以及人性中令人恐惧和颤栗的阴暗角落,触及到了我们自身的缺点和局限性。在命运的焦虑中,并不意味着不受因果性的制约,而只是意味着那决定我们存在的原因没有最终的必然性。无论过去还是现在,这种偶然性来自于我们身处世界的迅速变迁,来自于自我深处那隐匿的力量,这种非理性的力量便是命运的不可穿透的黑暗^{[3]182}。康德把本体焦虑中能显现风险和凶兆的崇高称之为“可怕的崇高”,崇高是由对什么也不到来的威胁引出的,在这种纯属精神的强烈欲念中,“灵魂在苦痛中受到震撼。然而灵魂也可以震撼躯体,就像躯体仅通过无意识地与痛苦的境遇相关的表现方式而体验到一种内在的原初痛苦那样。这种纯属精神的

欲念在伯克的词汇中叫做恐惧”^{[10]110-111}。在显现风险和凶兆的“可怕的崇高”体验中,最终瞥见的是死亡的恐惧魅影。正如蒂里希所分析的,对死亡的恐惧决定了在每一个恐惧中的焦虑的内容,没有死亡伫立其后,命运就不会产生出不可逃避的焦虑。不仅在一个人被抛出存在的最后时刻,而且在没有死亡的直接威胁的地方,非存在也无处不在并产生焦虑。它就站在虚弱、疾病与偶然事故对我们的肉体 and 灵魂施以攻击的后面,站在社会存在与个体存在的不安全与无家状态的后面^{[3]183}。命运在所有这些形式中实现自己,而对于非存在的焦虑则通过像风险和凶兆等形式紧紧攫住我们。但我们知道,那产生焦虑的并不是这些我们与之争斗的对象,而是人类的处境本身。也就是说,在与任何特殊境遇有关的焦虑中,此焦虑所暗示的都与人类的处境有关。它表明,对风险和凶兆的焦虑是人不能保持自身存在的焦虑,这种本体上的焦虑迫使焦虑着的主体去确立恐惧的对象,也就是焦虑力图成为恐惧,它企图通过依靠把焦虑转变为对某一事物(无论是什么)的恐惧而得以避免。然而,把焦虑转化为恐惧的那些努力最终是徒劳的,因为这种焦虑属于存在本身。这种关于风险和凶兆的崇高判断,所遵循的是一种体现出能触知的、可感觉的、即时性的逻辑,而不是一种视觉上的形象化的逻辑,这种逻辑可以被看作是一种德勒兹称之为主体的“我”的“感觉”的逻辑^[12]。这意味着,我们对于风险和凶兆的主观判断是通过参与者亲身的感觉和纯粹的知性而得以体认,而通常不会是只通过联想和想象去经历和认识。这正应了蒂里希的那句话,恐惧的对象是亲自参与的事件。

作为自反性阶段的风险社会,“自反性”(reflexive)并不是反思(reflection),而是自我对抗(self-confrontation)^{[5]39}。在这种自反性中,能动作用反作用于其自身,先前动因的非自律之监控为自我监控所取代。这意味着,现代性初期阶段建立在集体性基础上的原子化和个性化进一步发展,它在很大程度上已经分解了社群的旧传统结构,将个人从诸如阶级、民族、乡村社区、大家庭和对科学的正确性无条件信任等集体和抽象的结构中解放出来。西美尔指出,随着传统宗教一形而上学世界的崩塌和现代社会的不断分化,共同体被整体性社会所取代,与之相应,中小型的、亲密的有机社区和机构遭到破坏。这种以传统为基础的社会向以理性为基础的社会的变迁,或者说由习俗社会向契约社会的转型,使得个体挣脱了过去共同体的束缚而获得个性本身的独立,从而赢得了一种无与伦比的内在与外在的活动自由^{[13]226}。但这种脱离家庭纽带和社会机构束缚所获得的表面自由并不能让个体傲然挺立,相反,这种自由带来了不安全感和焦虑。温尼科特指出,焦虑的最源发性种子,植根于对原初的看护者分离的恐惧之中。从母亲那儿抛离出来的婴儿总是“位于难以置信的焦虑的边缘”。孩童由于是一个“正在走向存在的存在者”(going-on being),没有稳固的存在庇护,所以必须借助由看护者提供的抚养环境才能被“唤入存在之中”。

在此锤炼过程中,为生存而建立起来的“成形的框架”对儿童本体性安全感起着至关重要的作用,这个框架形成的主要支援来源于惯例、协调性的习俗等传统要素。一旦形成了稳固的存在庇护,儿童在日常生活中就会获得连续的、一致性的基本信念。“成形的框架”就如同一副遮护装置或保护壳,它让孱弱的孩童被“唤入存在之中”,自此能使日趋正常的个体处理日常事务,并抵抗来自未来的威胁和危险,此外,这种保护装置增强了个体在面对不快、痛楚、苦厄等让人消沉的境遇时的希望和生存的勇气^[14]。我们处于“后传统”的风险社会中,这种社会维系人与人之间的纽带不再从过去继承而来而是必须被制造出来,不管在个人层面还是集体层面,换言之,由传统惯例和习俗所形成的“保护壳”业已破碎和消亡。于是,那些无从庇护的人们将被这种“后传统”所带来的制度性风险焦虑所淹没。这意味着,当我们面对一种由信息技术带来的无节制发展,一种过度全球化所带来的跨国界自由竞争,一种就业的不稳定导致的令人堪忧的失业率,总之一句话,当我们面对一个自己无法预测和掌控的不确定的未来时,制度性风险所引发的焦虑就会像幽灵般缠绕漂浮在每一个全球化实验参与者的心头,久久不能驱散。

三、炫耀性消费的攀比意识与道德焦虑

穿行于发达都市的人们,对其活力和商业化、都市化景观印象深刻,表明中国城市已步入消费

社会。计划经济时代“勤俭朴素、艰苦奋斗”的意识形态话语被鼓励人们多消费所取代。面对 1997 年金融海啸的袭击,中国银行于 1999 年 3 月 4 日在《人民日报》上公布刺激经济拉动消费增长的指令。新的指令放松了央行对贷款的控制,允许所有中资银行发放更多的个人贷款,降低购房首付,开始为耐用消费品、教育甚至旅游贷款。《北京青年报》在随后的 3 月 15 日用异常大的字体刊登头版新闻“消费的春天”,该文写道:“消费曾被认定为一种腐败的生活方式,并经常被描述成过度消费、提前消费和奢侈消费。某些领导人甚至下令银行停止发放购买房屋和汽车的个人贷款。但是,现在的消费已经提升到前所未有的高度,这是十分有价值的。消费将成为中国经济增长的动力。”^[15]到了 2008 年金融海啸再次来袭,政府采取了比上次更大的刺激措施来拉动消费以恢复经济强劲增长,市民一改以前不愿或不敢借钱消费的观念,充分利用关于消费利好的各种优惠政策,加速兑现各自幸福生活的允诺与梦境,经济增长收到了显著成效。这表明消费主义在社会生活中发挥着越来越重要的作用。

当大众消费浪潮席卷华夏大地之际,一方面消费和财产逐渐取代政治符号,成为个人社会地位和身份认同的新标志;另一方面,无休止的消费欲求和享乐主义塑造出一种基于美学维度“富于表现的个人主义”^{[5]169}。这意味着,人们的自我认同与生活方式越来越受控于以图像、声音、叙事等大众传播媒介符号所塑造的广告形象的操纵。豪格指出,消费社会中的商品生产并不是以创造某种特定的使用价值为目标的,而是为了出售。从交换价值的立场看,随着出售行为的实现,这个过程就结束了,目的也实现了。为了达到商品销售目的快速有效的实现,感性外观对于完成一项购买行为非常重要。一旦商品审美层面的使用价值承诺成为实现换取货币用途的工具时,那么,能够把握外观形态的人就能借助于感官掌控被迷惑了的消费者,无论对于主体还是客体,感性外观都具有经济作用的诱惑力^{[16]12-13}。豪格把这种诱惑力叫做商品的美学功能。这种商品的抽象变现功能即通过将美学层面的使用价值承诺放置在中心位置,从而唤起购买行为。首先,与功能相关的造型和外表与商品一道在生产过程中被创造出来,这些外形如同商品的肌肤会再次出现在包装上,这些感性包装如同商品的脸面,代替了商品的物体本身来首先吸引潜在的购买者的目光。其次,商品的外观通过广告等大众媒介所塑造的符号幻象从商品中剥离出来,尤其是虚拟网络时代的到来,通过使用数字化高度仿真图像处理技术而得到完美的广告图片,形成了第二个外观,相较于第一个外观而言,第二个外观表现出无与伦比的完美。这个与商品的物质实体相分离的外观,如同五彩缤纷的精灵通过电视、网络等大众媒体飞向全世界,潜入每个家庭,甚至不经意间侵入到顾客的潜意识之中,从而实现了商品的流通。这种鲍德里亚所谓的“完美的诱惑”,使得顾客纷纷购买这个被乔装打扮的交换价值的等价物,从而实现“流淌着对希望的表达的生活诱惑”^{[16]160}。

这意味着,随着当代中国消费时代的来临,商品美学所产生的巨大诱惑功能,社会整合的核心统治模式必然随之发生重大变化,即以亲和魅力的广告取代威压、冷酷的权威性,以感官的诱惑取代现实残酷的镇压,以创造出来的需求取代强制性规范。今天,使个人联结而整合成为社会的有机部分,是他们作为消费者的活动,是他们的由消费而构成的生活^{[17]223-224}。在消费社会里,作为社会形态的“个性化”或“个体化”已成了一种新的处理和安排生活的方法。贝克认为,“个性化”首先意味着新的生活方式对传统旧的生活方式的抽离,其次意味着再嵌入,再抽离和再嵌入的过程中,个人必须自己生产、上演和聚拢自己的生活经历。简言之,“个性化”假定个人是自己生活、身份、社会关系、承诺和信念的演员、设计师、魔术师和舞台监督^{[5]169}。从传统旧有生活抽离出来的个体,由于挣脱了集体的羁绊,获得了前所未有的平等与自由。赫勒指出,现代社会的平等化恰恰意味着:每个人都得到同样的质(货币),尽管不是同样的量^[18]。事实上,消费社会的时尚现象非常典型地体现了现代人平等与自由的价值诉求,以及它们两者之间的内在冲突。现代大众在对时尚领潮者的模仿中,一方面既满足了社会调适的需要,即每个人都有平等享有追求和购买时尚物品的自由权利,另一方面时尚潮流的引领者通过不断创新,又满足了他们对差异化、变异性、个性化追求的自由。不过,时尚引领者倾向于强调最具个人性的东西,趋向于人的独立性和他们发展的自主性,但

同时由于货币经济掌控下的大都市生活将遥不可及的事物联系在一起,个性化的东西很快又趋向于夷平、平均化,产生包容性越来越广泛的社会阶层。这种平等与自由的冲突构成了现代都市文化最基本的矛盾^{[13]7}。在时尚消费的过程中,赶潮者为了使自己不落伍必须时时紧追当前最新的流行趣尚,而一旦领潮者创造的个性化东西变成了大众流行趣味,他们因不屑于与大众为伍就必须不断去创造新的风尚。不管是时尚的模仿者还是引领者,都陷入到了一种莫名的焦虑情绪之中。

生活于时尚潮流中的人们之所以会产生焦虑,是由于在这个过程中获得的自由是一种“被纠缠的自由”。克尔凯廓尔认为,这种“被纠缠的自由”引发焦虑的原因在于,“焦虑是自由的晕眩,当精神想去设定这种综合,自由深陷入自己的可能性并且抓住有限性以支撑它自身时,焦虑就出现了。自由屈从于这种焦虑”^{[19]61}。焦虑与自由之间具有深层的关联,为什么“焦虑是自由的晕眩”?自由不是人最大的幸福吗?为什么会晕眩?在克尔凯廓尔看来,“自由的可能性先于现实性,然而自由的可能性并非选择善恶的能力。这种轻率不符合思想的精神,……可能性即是能够”^{[19]49}。这意味着,当自由的可能性向人敞开时,由于“精神想去设定这种综合”,自由一旦抓住了有限性,自由就变为了现实性。自由要由可能变为现实,必须经过选择和行动。正如海德格尔所说,此在(人)本真生存本身具有被抛性、筹划性的特性,即具有选择的多种可能性。但此在同时又必须生活于常人世界中,这意味着,他生存的被抛性、筹划性要得以实现,就必须陷入沉沦状态之中。如此一来,一旦此在把自己筹划到某一确定的可能性上时,便失去了另外的可能性,不再是这些可能性,这样此在便获得了虚无的特性,而此在之虚无即有罪是根本的、原始的,这种原始的有罪是此在沉沦而成为非本真存在的可能性条件。在海德格尔看来,有罪的基本本体论意义是“不足”,是一种对应该是和能够是的东西的“缺少”,是虚无性^[20]。此在自由存在所引发的虚无与罪性必然增加在世的负担,触发起焦虑的情绪,这是现代生命存在的意向性结构。

由于人的本质是“有限的自由”,即在个人宣称的自由以及事实上的限制之间存在着矛盾,荷妮说:“社会告诉个人,他是自由的、独立的,能够根据自己的自由意志决定自己的生活;‘伟大的生命游戏’为他敞开,而且只要他有效能,他就能得到他想要的东西。但事实上,对于大多数人而言,所有这些可能性都是有限的……对个人而言,结果便是在可以决定自己命运的无限权利感以及全然无助的感受之间摆荡。”^{[21]197}这意味着,人作为有限的自由,只在其有限的偶然性范围内是自由的,但在这些限制之内,他被要求去把自己造成应该成为的那种人,去完成他的使命。不过即便是在人自认为最好的行动中,非存在已经在场并阻碍该行为的完满实现。善恶之间有一种深深的模棱两可的东西,它渗透到人所做的每一件事情中,因为它渗透到他的个人存在本身之中。对于这种模棱两可东西的意识便是罪过的情感,于是,对于罪过的焦虑出现在道德的自我意识的每一时刻,它能把我们驱到完全的自弃,驱到对我们使命的失落所感到的绝望之中^{[9]187-188}。自由的可能性对于人来说就是虚无,在使命的失落所带来的绝望面前人就会变得焦虑不安,会感到晕眩。因此,克尔凯廓尔进一步指出:“焦虑既不是一个必然性的范畴,也不是一个自由的范畴;它是被纠缠的自由,在那里自由并不自由地在其自身而是被纠缠,不是被必然性所纠缠,而是在自身。”^{[19]49}海德格尔因此把这种道德焦虑视为此在存在的现身情态,它在把我们引向整体中的存在者之前的同时,又揭示出这种存在者整体的无意蕴,所以他说“焦虑启示着无”^①。焦虑启示出的“无”仿佛将此在的世界抽空,我们已无家可归,只能“漂浮”在焦虑中。

随着消费主义和享乐主义意识形态在当下的扩散与流行,以及资本日益寻求消费以垄断生产,并借助大众传媒直接参与对大众日常生活的不断形塑。自1990年代中期开始,刮起了一股具有明显消费主义特性的大众消费浪潮,具体表现为:买方市场的出现,居民消费支出重点从食物转向其他商品,以及消费者维权意识与保护运动的兴起^[22]。购物已成为普通公民日常生活重要的一部

① (德)海德格尔.形而上学是什么? [M]//海德格尔选集:上册.熊伟,译.上海:上海三联书店1996:144.海德格尔文中的“畏”即德文 Angst,可以翻译成英文的 Anxiety,即中文的“焦虑”。具体考辨内容可参看:杨钧.焦虑[M].北京:北京大学出版社,2013:8-10.

分,在各个城市的时尚购物广场,闲逛逐渐成了热门的休闲活动,尤其是年轻女性,购买想要但不一定需要的商品。中国社会在经济上迅速分化,人们通过购物消费发现自己属于不同阶层。这意味着,当下消费主义语境下的自我认同,已转变成了对所心仪商品的某种占有,以及对人为设计的理想生活风格的追求,财产遂成为尊荣的约定俗成的基础,重要的不是你是什么,而是你拥有什么。由于不同的社会群体在消费资源链条上的不同位置,就可对消费者做出阶层的区隔,消费文化为身份政治创造了条件。正如凡勃伦所说,若想在社会上列入名流维持较高的阶层地位,拥有、累积某种数额以上的财产已经成为必要,当累积起来的物品循此途径一旦成为公认的效能徽章后,财富的占有也就是顺理成章具有单独以此定夺尊荣的特质^{[23]30-31}。不过,财产的占有一旦成为尊荣的基础,也同时成为自我尊重的要件。因此,为求自我心境的安宁,个人势必拥有与他同一阶层相当的物品,要是能够拥有的比别人多得多则格外满足。无论情况如何,总是有这样的趋势,永远以目前的财力标准作为追逐新一轮财富增加的起点;而新增加的财富又反过来提高了自己和邻居们比较时的实力标准,并提供了一个新的财力等级。但新的财力等级或标准会随时变化,为了不断拉大他与该财力标准的差距,力图求胜的竞争者就会陷入到无休止的争斗与焦虑之中。这种以分出高下比较为出发点的攀比求名竞赛,不可能让每个人在做此项比较时,一直都居于有利位置,以致在这场以财力博取声誉的斗争中,对仍比其竞争者仅略高一筹之事耿耿于怀,从而衍生出尼采所说的“羡慕交织”(resentment)的情感。

这种疯狂追逐以占有财富多少来区隔阶层的风气,与托克维尔所描绘的法国大革命时期的情形颇有几分相似:“在这类社会中,没有什么东西是固定不变的,每个人都苦心焦虑,生怕地位下降,并拼命向上爬;金钱已成为区分贵贱尊卑的主要标志,还具有一种独特的流动性,它不断地易手,改变着个人的处境,使家庭地位升高或降低,因此几乎无人不拼命地攒钱或赚钱。不惜一切代价发财致富的欲望、对商业的嗜好、对物质利益和享受的追求,便成为最普遍的情感。”^[24]从经济上看,现代文化是建立在个体竞争原则之上的,孤独的个体不得不与同一群体中的其他个体进行斗争,不得不凌驾于其他人之上,并且要常常把他们踢到一边,每一个人都是另外一个人的现实的或潜在的竞争对手。罗洛·梅颇为忧虑地指出,这种衍生于资本主义的竞争性个人主义文化,一方面会造成社会内部的敌意、仇视;另一方面,它把自我的能力感的来源建立于外在的财富上,而不是内在的能力和生产力上,这两者均将造成个人与社会的疏离感,从而导致焦虑情绪的滋长。因为在这种造成当代国人普遍焦虑的文化模式中,自我价值的标准是系于随时可被他人挑战的成功上,以致我们更为脆弱、无助和无能。既然社会内部的敌意和侵略性可以透过社会认可的竞争方式表现出来,焦虑的个人便会更加努力竞争。但更多的竞争与侵略只会带来更深的孤立、敌意和焦虑。这就形成了个人主义竞争文化模式中运作的“恶性循环机制”:相互竞争的个人努力→社会内部敌意→孤立→焦虑→更多的竞争努力^{[25]194}。在这个架构下最常被用来驱散焦虑的方法,就长期而言实际上反而会增添更多焦虑。

这种财力上的攀比求名,除了赢得同伴尊敬及妒忌的欲望之外,在某种程度上左右了谋求个人享受及舒适生活的方法和消费目标的选择^{[23]33}。在其消费的物品上所进行的逐步完善的过程中,为满足个人享乐与幸福方面的更高功效,产品无疑要着眼于不断创新改良趋于更加精致。不过,更高的功效并不是被消费的唯一目的,因为消费这些更优质的物品是一种拥有财富的象征。于是,炫耀性消费贵重物品就成了消费者博取声誉的手段。在高度组织化的现代社会里,展现财力强度的手段以及由此赢得或维持好名声的方式,就是休闲及对物品的炫耀性消费。随着当代社会结构的变迁,社会层级之间的分界线逐渐模糊乃至飘忽不定:“上层阶级所设定的博取声誉的准则,就得以轻易延伸其强制性影响,贯穿整个社会结构直到最低阶层。其结果是每一阶层的成员把上一阶层的时尚生活方式作为其礼仪的理想境界,并且竭尽所能按照这个理想来生活。要是一旦无法达到这个理想就会有损其令誉及自尊,因此他们必须符合这公认的准则,至少在表面上也得如此。”^{[23]67-68}在满足自我享乐和追求理想境界的时尚生活之间,显然存在着冲突,让炫耀消费者陷入

到“损其令誉及自尊”的道德焦虑中。弗洛伊德曾指出,道德焦虑由自我的生物欲望和超我所代表的社会道德与理想标准之间的冲突所引起^[26]。这种自我身份阶层隶属上的焦虑,并不主要来自于弗洛伊德所谓本我与超我之间的冲突,而是直接来自于社会文化层面上以分出高下为出发点的炫耀性攀比。

这种无休止的爱攀比想出风头的“地位消费”,是消费日益脱离社群引导而走向“个性化”的产物^{[5]199}。既然成功是从与他人的社会地位比较得来,追求成功的本质便是竞争性的:个人如果超越战胜他人,便成功了。竞争得来的成功于是成为自己和他人眼中自我肯定的手段。凡是遇上威胁到这个目标的事物,便将引发深刻的焦虑,因为它威胁到人格存在所秉持的重大价值,也就是威胁到根本价值和个人名望。虽然焦虑中的威胁未必比恐惧来得强大,但它却会在某个更深刻的层次上攻击我们。威胁必定是针对人格“核心”或“本质”内的某个部分而来。罗洛·梅将焦虑定义为:焦虑是因为某种价值受到威胁时所引发的不安,而这个价值则被个人视为是他存在的根本^{[25]172}。一旦作为存在根本的价值受到威胁,人们就会陷入到一种无力感和无助感的境地,而孤立疏离的个人为了减轻因无力感和无助感所引发的焦虑,就展现出文化的神经官能症状。这种病理性焦虑是存在性焦虑在特定条件下的一种状态。它是由于个人未能把焦虑勇敢地担当起来,靠遁入神经症而避免了极端的绝望。蒂里希指出,神经症是一种通过回避存在来回避非存在的途径。在神经症的状态下,并不缺乏自我肯定,它反倒表现得十分有力和突出。但这样被肯定的自我只是在有限的水准上,是一种萎缩的自我。这样的自我欠缺了存在的勇气,虽然勇气并不能取消根源于存在的焦虑,但它却把对非存在的焦虑纳入自身之中。缺乏“不顾”非存在威胁的勇气,不能面对非存在的焦虑而保持强大自我肯定力量的人,注定要被逼到一种孱弱、萎缩的自我肯定之中去^{[3]197-198}。在这种竞争性文化模式主导的当代中国社会,就像托克维尔所说的,人们一心关注的只是自己的个人利益,他们只考虑自己,蜷缩于狭隘的个人主义之中,禁闭在私人生活中,公益品德完全被窒息。

消费社会通过炫耀性消费来显示个人所属阶层的身份,当竞争性文化模式使社会地位的确认和自我认同严重依赖于市场机制时,这势必导致社交能力的逐渐破坏。荷妮指出:“我必须强调,竞争以及伴随而来的潜在敌意,充斥在所有的人际关系中。竞争是社会人际关系的主控因素之一。它充斥在男人的关系中,也渗入女人的关系中,不论竞争的项目是名气、才干、吸引力或其他的社会价值,竞争都会使值得信赖的友谊受到极大的损伤。”^{[21]194}在以个人竞争为纽带联结的社会架构中,维系每个人之间的纽带具有临时性和易变性的特征,于是,人们社交技能的累积逐渐变得不可能。由于无法面对在他们的相互关系中所产生的挑战与困境,人们转而求助于可以进入市场的货品、服务和专家的意见。因缺乏社交技能而转向于对可市场化的物品和服务的依赖,很快便会将他们置入到一种对市场的从属状态。一旦关于人性问题的解决依赖于物品和服务,那么这将导致人们逐渐坚信,对于任何一种事关人性的问题都可以依靠市场的运作机制寻求到解决之道。这一信念无疑增强了消费者更加关注那些物品及其承诺,从而加重了消费者的从属性,并因而变得更为持久和深入^{[17]219-220}。另一方面,借助大众媒介塑造的作为商品肌肤的广告表象,并没有给物品的消费者带来它所允诺的美好幻梦生活,也并未真正解决那些事关人性的问题。广告表象作为商品的第二外观,显然比它表象下的内容承诺了更多、更广泛的东西。人们在广告表象“完美的诱惑”面前之所以难以“hold”得住,是由于实际上人们沉醉其中的是表象(幻象)。

如此这般,人们移情所跌落进去的幻象如同一面镜子,在那里以欲望为中心,并且幻象被消费者当作客观存在。在此过程中,“幻象的作用是告诉人们它是令人满意的,它能从人们的眼睛里猜到并读出人们的愿望,然后将光线聚拢在商品的外观上,甚至更加虚幻的表演中。商品从幻象中产生意义,人们凭借幻象找到了意义,将幻象视为对自己和世界的解释”^{[16]52}。从中可以看出,商品美学的理想模式是,将所提供的使用价值进行全面的 최소화,与之相连的是将表象或幻象的魅力最大化,对其进行包装和广告,最终通过对人们的愿望和渴望的满足,从而使商品尽可能咄咄逼人,又妩媚勾人。但商品美学的功效并没有真正带来人们所追求的想要的和一直所希望的,而只是一种白

日梦似的替代性满足,在商品所宣扬的表面价值与其真正的使用价值之间总是存在着不可填平的鸿沟。但这鸿沟不但没有让消费者气馁,反而更加激起他们继续搜求的高涨热情,因为广告的本来目的并非使消费者不满意社会的生活方式,而只是让受众对他自己当前的生活方式萌生不满而已,广告通过诱惑消费者不断去填平现实与理想生活之间永远存在着的沟壑而让自己容颜不老,青春常驻。事实上,广告的真实性也并不取决于它的许诺是否兑现,而是取决于广告推销商同受众——买主的幻想之间的关系。诚如伯格所言:“广告主要不是作用于现实而是作用于幻想。”^[27]在幻象激发的欲望驱策下,消费者不断沉溺于幻想享受之中,并在这个过程中被出卖。消费者将顺从地被服务,因为这种伺候迎合了消费者对最刺激、最能引起轰动的事物的追求,也迎合了消费者对最平庸、最舒适的事物的追求。处于这种消费幻梦中的消费者不会耽溺于那些“旧”物品不曾兑现承诺的失望情绪之中,而是在不断翻新的允诺及其物质形式的询唤下,始终保持着一一种持续的亢奋状态。这是处于消费社会中心的时尚之内在结构逻辑,它是“以美学方式自我重叠、自我满足的社会性,是为了变化而变化的游戏”^{[28]130}。因此,广告用未来时态表达,而未来成果的兑现却绵绵无尽期。以广告幻梦为主要凭借的时尚不是现时的参照,而是即时的完美再循环。它能把任何形式都转入无起源的反复,这是形式的死亡和形式幽灵般的复活。鲍德里亚进一步指出:“时尚回收了死亡的欲望本身,掏空了它的全部颠覆性幻觉,把它像其他所有事物一样,卷进了无害的循环运动。”^{[28]127}在这让所有符号相互替换、相互影响的循环游戏中,消费者得到的回报就是游戏本身,它提供了一种貌似不断翻新的成功的希望。为了让这个希望的幻梦不至于被刺破,消费者必须被裹挟而卷入到这个无尽的循环游戏中,这无疑将他们拖入到永远无法缓解的强烈渴望和焦虑的深渊:尽可能地占有愈来愈多的商品。

商品美学能达成自己的理想效果,关键在于它将商品的使用价值最小化甚至消失,而同时将商品表象或幻象的魅力最大化,在这种幻象符号的逻辑建构中,物品便只有了符号价值,于是,它彻底地与某种明确的需求或功能失去了联系。因此,通过某种使用价值——其特殊的本质是表象或幻象——所实现的满足感,可以被称作“虚假满足”。豪格解释道:“这种通过性感的表象所获得的虚假满足感的特征是,在对性感表象的需求得到满足的同时,这种虚假满足感又再生了对性感表象的需求,并且这种需求被迫局限于虚假满足之中。”^{[16]56}商品美学通过这种虚幻的、没有阻力的满足,将直接的欲望完全截断了,也就是说,在对驱动力即力比多的虚假满足的同时产生了对驱动力的抑制。一方面,商品美学通过不断弄清楚消费者的愿望,从而服务于他们;另一方面,商品美学只是用表象或幻象来满足人们,与其说它让人们感到饱足不如说给人们带来了饥饿。在拉康看来,欲望不是对某个现实对象的欲望,而是对他者及他者之欲望的欲望,而这个他者与他者之欲望原本就是一种欠缺,因而,欲望无法通过占有某个现实对象获得满足,相反,欲望之为欲望,恰恰是由于欠缺一个能够满足它的对象^[29]。这样看来,商品美学发挥着持续刺激人们购买热情的功效,其诡计就在于它通过表象或幻象符号的方式并不能给人们带来真正的满足,反而给他们带来的是欠缺与饥饿。因为欲望总是在自我繁殖,这种繁殖是一种“匮乏”的繁殖,而“匮乏”是欲望之为欲望的根本。这就使得欲望不能通过词语或象征符号被表达出来,这导致了欲望对象的缺失,所以,“欲望从本质上说就具有不能被满足的意义,它也因此具有歇斯底里的结构”^[30],全面歇斯底里的神经症就成了这个物品和需求世界的面孔,在贫乏和虚无根底上的贪得无厌的欲望涌流,催生出持续流动和逃逸的疯狂消费行为。由于对物品持续的欲求将永远得不到圆满的满足,欠缺和不足只会产生更多的新的欲望,更多的新的执著于得到满足的希望。这种不断延宕其满足时刻维持欲望本身的欲望,成了一种只能不断地去寻找、不断去欲望的运动,消费主体只能在欲望中欲望着,或者说在不满足中欲望着那个不可能的满足,他享受着这个不断寻找、不断欲望的过程,并从中得到一种快感、一种原乐(拉康语)。因此,欲望总是表现为一种“求原乐的意志”,不过,这种“求原乐的意志”(will to jouissance)总会失败,这是因为它的要求总是受到象征界域的能指的限制,以及因他者的在场而常常受挫^[31],这种受挫的情绪长久以往会让欲望主体日益怠倦厌烦,最终造成了始终未得满足的绝望消

费者“无欲望”，这种因部分满足自己的欲望而造成了欲望的消失,使得当下中国的时尚消费者陷入到无边痛苦和焦虑之中。

四、结 语

综上所述,现代性进步信仰的“逐新”迷思引致的焦虑,长期以来导致人们处于亏欠和虚无的边缘,而迅猛推进的全球化浪潮又把由传统惯例和习俗所形成的“保护壳”几乎摧毁殆尽,于是,那些无从庇护的人们将逐渐被这种“后传统”所带来的制度性风险焦虑所淹没,最后,尤其是炫耀性消费所产生的焦虑更是成为了当下社会的顽疾,从某种程度上说,它已成为社会能否正常运转、身心能否健康发展的最大障碍。正是出于直面这些重大问题的勇气和决心,中共十八大以来,党中央英明地提出了一系列重要举措,尤其是重点提出了“反四风”即反形式主义、官僚主义、享乐主义和奢靡之风。坚决要将大手大脚、铺张浪费之风刹下去的有力举措,无疑将是解决炫耀性消费所带来的焦虑顽疾的一剂良药,对扭转社会浮躁之风起着正本清源的重大作用。

参考文献：

[1] 王中江. 新旧之辨的推演与文化选择形态[G]//欧阳哲生,郝斌. 五四运动与二十世纪的中国. 北京:社会科学文献出版社, 2001:516-517.

[2] (俄)别尔加耶夫. 历史的意义[M]. 张雅平,译. 上海:学林出版社,2002:153.

[3] (美)蒂里希. 蒂里希选集:上册[M]. 何光沪,编. 上海:上海三联书店,1999.

[4] (英)齐格蒙特·鲍曼. 现代性与矛盾性[M]. 邵迎生,译. 北京:商务印书馆,2001:17.

[5] (英)安东尼·吉登斯,(德)乌尔里希·贝克,(英)斯科特·拉什. 自反性现代化[M]. 赵文书,译. 北京:商务印书馆,2001.

[6] (德)乌尔里希·贝克,威尔姆斯. 自由与资本主义——与著名社会学家乌尔里希·贝克对话[M]. 路国林,译. 杭州:浙江人民出版社,2001:119.

[7] (德)乌尔里希·贝克. 风险社会[M]. 何博闻,译. 南京:译林出版社,2004.

[8] 薛晓源,周战超. 全球化与风险社会[M]. 北京:社会科学文献出版社,2005:引论,7-8.

[9] (奥)弗洛伊德. 抑制、症状与焦虑[M]//弗洛伊德文集:第6卷. 长春:长春出版社,2010:211.

[10] (法)利奥塔. 非人[M]. 罗国祥,译. 北京:商务印书馆,2001.

[11] (奥)弗洛伊德. 精神分析引论新编[M]. 高觉敷,译. 北京:商务印书馆,1996:64-67.

[12] (法)吉尔·德勒兹. 弗兰西斯·培根:感觉的逻辑[M]. 董强,译. 桂林:广西师范大学出版社,2007:43.

[13] (德)西美尔. 金钱、性别、现代生活风格[M]. 刘小枫,选编. 顾仁明,译. 上海:学林出版社,2000.

[14] (英)安东尼·吉登斯. 现代性与自我认同[M]. 赵旭东,方文,王铭铭,译. 北京:生活·读书·新知三联书店,1998:43-44.

[15] 吴涛. 消费的春天[N]. 北京青年报,1999-3-15.

[16] (德)豪格. 商品美学批判——关注高科技资本主义社会的商品美学[M]. 董璐,译. 北京:北京大学出版社,2013.

[17] (英)齐格蒙特·鲍曼. 立法者与阐释者——论现代性、后现代性与知识分子[M]. 洪涛,译. 上海:上海人民出版社,2000.

[18] (匈)阿格尼斯·赫勒. 现代性理论[M]. 李瑞华,译. 北京:商务印书馆,2005:128.

[19] Søren Kierkegaard. The Concept of Anxiety[M]. Princeton :Princeton University Press. 1980.

[20] 徐崇温. 存在主义哲学[M]. 北京:中国社会科学出版社,1986:219.

[21] (美)卡伦·荷妮. 我们时代的病态人格[M]. 陈收,译. 北京:国际文化出版公司,2001. 译文有改动.

[22] 阎云翔. 中国社会的个体化[M]. 陆洋,译. 上海:上海译文出版社,2012:266-267.

[23] (美)凡勃伦. 有闲阶级论——关于制度的经济研究[M]. 李华夏,译. 北京:中央编译出版社,2012.

[24] (法)托克维尔. 旧制度与大革命[M]. 冯棠,译. 北京:商务印书馆,1992:35.

[25] (美)罗洛·梅. 焦虑的意义[M]. 朱侃如,译. 桂林:广西师范大学出版社,2010.

[26] 蔡德纳,主编. 焦虑[M]. 赵静波,译. 北京:人民卫生出版社,2013:78.

[27] (英)约翰·伯杰. 视觉艺术鉴赏[M]. 戴行钺,译. 北京:商务印书馆,1999:176.

[28] (法)让·波德里亚. 象征交换与死亡[M]. 车槿山,译. 南京:译林出版社,2006.

[29] 吴琼. 雅克·拉康——阅读你的症状:下册[M]. 北京:中国人民大学出版社,2011:691-692.

[30] (法)纳塔莉·沙鸥. 欲望伦理——拉康思想引论. 郑天喆,译. 桂林:漓江出版社,2013.

[31] Roberto Harari. Lacan’s Seminar On “Anxiety”: An Introduction[M]. New York: Other Press. 2001:264-265.