

# 网购游戏化情境下的青年消费异化研究 ——基于马克思主义批判的视角

■李 钢 刘章仪

(北京邮电大学 马克思主义学院 北京 100876)

**【摘要】**消费异化是马克思主义视域下的重要批判指向。以马克思主义批判的视角审视当下可以看到,现今青年群体在网购平台所创设的游戏化情境之下出现了新的消费异化问题。这表现为部分青年易在游戏化情境下做出非理性消费、非需要消费以及非常态消费等多种样态的异化消费行为。引发上述行为的现实原因,在于资本逻辑的本质驱动、智能技术的深度赋能以及不良思潮的潜移默化。现阶段,亟须引导网购平台超越资本逻辑和片面逐利思维,推动其承担社会公共责任;注重对广大青年价值观的引导和教育,培育其正确的消费观;加强新时代中国特色社会主义文化建设,丰富青年群体的“精神食粮”。

**【关键词】**网购游戏化情境 青年 消费异化 马克思主义批判

DOI:10.16034/j.cnki.10-1318/c.2020.06.012

游戏,是人追求精神世界的轻松愉悦的一种社会行为方式。随着人们物质生活水平的提高和生活方式的变迁,这种以产生乐趣为旨归的活动在社会生活中扮演着愈发重要的角色。近年来,游戏开始突破原有娱乐场域的界限,开始被应用到非娱乐的其他场域之中,这就是游戏化(Gamification)。不过,与传统的游戏所不同的是,“游戏化并不指向一个完整的游戏,它应该是一个增强服务的过程,让参与者进行游戏体验也并不是让他们真正沉浸于玩耍本身,而是要去支持服务本身的整体价值创造”<sup>[1]</sup>。因此,游戏化的实质,可以被认为是在非娱乐场域中进行一种游戏化情境的创设,以此助推某种目标的实现。这种游戏化情境大多包含着点数、勋章、等级、排行榜、奖励、社交分享等多样的游戏机制或元素。当前,网络购物平台的游戏化情境创设较为典型,其效果较为显著。

近年来,国内网购平台在“618”“双11”“双12”等促销活动、快闪节日中不约而同地创设游戏化情境,以吸引用户特别是青年用户的驻足。例如,几家主流的网购平台分别推出过“玩游戏赢红包”“红包雨”“盖楼挑战”等内容丰富、形式多样、体验颇佳的游戏活动,其所营造的游戏化情境为平台积攒了大量的用户,并有效地激发了用户的消费动力。不过,值得注意的是,游戏化情境的创设在为网购平台带来良好商业效益的同时,也对青年群体的良性、正向消费构成了一定的干扰和冲击。在游戏化情境下,作为网购“主力军”的青年群体往往容易沉浸在愉悦和

收稿日期:2020-08-12

作者简介:李 钢,北京邮电大学马克思主义学院教授,博士生导师,主要研究网络意识形态;

刘章仪,北京邮电大学马克思主义学院硕士研究生,主要研究网络意识形态。

基金项目:本文系国家社科基金一般项目“智能时代的意识形态风险防范研究”(课题编号:19BKS098)的阶段性研究成果。

乐趣所构筑的光怪陆离景象中作出消费选择,由此所造成的消费异化问题,有必要引起重视和警惕。本文立足于马克思主义批判的视角,审视青年群体在网购游戏化情境下的异化消费行为,分析其发生的现实原因,进而探寻有针对性的消解和应对之道。

## 一、网购游戏化情境下的青年消费异化表现

“异化”(Entfremdung)一词,最早来源于拉丁文,主要的意思是关系的疏远、权利的转让和精神的错乱。卢梭、黑格尔等资产阶级思想家曾在政治学、哲学等维度上使用过这一概念,但首次将其应用于政治经济学领域以解释并批判社会经济现象的是伟大的革命导师卡尔·马克思。在《1844年经济学哲学手稿》中,马克思揭示并批判了资本主义社会的劳动异化现象。他将这种异化现象解为“劳动所生产的对象,即劳动的产品,作为异己的东西,作为不依赖于生产者的独立力量,是同劳动对立的。”<sup>[2]</sup>其后,追随马克思步伐的西方马克思主义理论家们则根据时代的变化,将对异化的批判视野由社会生产领域扩展至社会消费领域,产生了对消费异化现象的批判。消费异化,简言之,指的是人的消费脱离人的控制,变成了异己的力量,反过来操纵人、统治人的一种经济和社会现象。这种现象并非一时发生或基于某一特定环境而发生,而是伴随着社会经济的发展,不断被新的诱因所引发。当前,网购平台所创设的游戏化购物情境,促使部分青年做出了非理性消费、非需要消费以及非常态消费等异化消费行为,从而引发了新的消费异化隐忧。

### (一) 游戏化情境助推青年非理性消费

现今随着生活节奏的加快,无论是作为“上班族”还是“学生党”,青年每日不可避免地会面临着各种压力。释放压力、调节情绪是青年自然的、情理之中的精神需求。游戏即是以追求乐趣与消遣为目的的虚拟体验过程,是青年得以暂离日常生活,进而释放压力的重要方式之一。作为游戏的衍生品,游戏化情境所带给人的感受和意识亦是如此。在网购平台所创设的游戏化情境下,青年用户极易将平台单纯地视作释放压力的场域,而忽视了其“生意场”的本真性质。这表现为,在登录网购平台后,不少青年在游戏化情境下“玩得兴起”,在卸下现实生活压力的同时,也不自觉地弱化了自身的理性判断能力,极易在后续的购物行为中不再遵从自己的理性价值取向,不再完全从商品的质量与价格等现实因素来考量是否购买,而更多是借由感性认知来作决定,由此,情感式购物、冲动式下单等现象便屡见不鲜,“看得顺眼就买”的习性愈演愈烈。例如,在2019年某网购平台设计的“618”大作战游戏中,用户只需要每日完成任务,进而领取虚拟币,再不断将其合成为所需的“萌宠”吉祥物,便能够参与红包和礼包的领取。在这一游戏化情境下,可爱的画风、有趣的任务、丰厚的奖励巧妙结合为轻松诙谐的乐趣机制,使得青年用户长时间、高频率地漫游于网购平台,深度沉浸其中,显著加大了非理性消费的可能。

### (二) 游戏化情境加剧青年非需要消费

消费作为人们的一种必要的经济行为,其真正目的应是满足自身的真实需要。然而网购平台为了刺激青年用户消费,想方设法地扩大青年用户的需要范围,为其创造“虚假需要”。马尔库塞认为,“真实需要”意指对可达到的物质水平上的衣、食、住的需要,这些是一切需要的先决条件,而“虚假需要”却是为了特定的利益而强加给人的需要。马尔库塞进一步指出,对于“虚假需要”的不断满足正是消费异化的重要表现,消费者在满足“虚假需要”的同时被消费所控制,由此日渐成为缺乏批判和反抗能力的“单向度的人”。当前,网购平台所创设的游戏化情境显著加强了对青年用户消费需要和消费行为的控制,正成为营造青年“虚假需要”的新载体。这表现为,网购平台在大型购物节前夕,大多会热衷于建构起以现金红包或折扣券奖励为动力、

竞争性比赛为机制、其他配套内容为组件的游戏化情境。平台和商家不断发布极具诱惑力的讯息,吸引广大青年用户参与比赛,并通过排行榜、奖金或抵用券等心理和物质刺激,激发青年用户产生赢取“战利品”的求胜心理。为了使用奖金或抵用券,不少青年往往会购买许多本不需要的商品,造成一种非需要消费。例如,在2019年的“双11”购物狂欢节前夕,某网购平台开展了竞争氛围浓厚的组队挑战活动,该活动要求由多人组成战队,与其他队伍进行挑战,胜利即可获取相应的队伍红包。所有青年用户通过竞争均获得了最后的战利品——大小不等的现金抵用券。由于这些抵用券是通过与“战友们”多个夜晚并肩作战获得的,部分青年用户产生了不肯轻易舍弃和浪费的心态,为使用抵用券而不自觉扩大消费范围,甚至强行“拼单”“凑单”,从而购买了大量不需要的鸡肋商品。

### (三) 游戏化情境引发青年非常态消费

非常态消费是消费异化的又一重要表现,指的是人们进行的消费行为不是基于商品的功能、质量、用途等特征,而是为了获取和占有消费行为所象征的文化特征、符号特征等。换言之,人们的消费不再是为了使用消费物品,而是在意获得一种精神上的愉悦感受或是一种占有感。当前,网购游戏化情境强化了这一导向,促使青年用户以获取和占有象征价值和符号意义为目的的非常态消费行为愈演愈烈,这突出表现在游戏化社交分享行为之中。对于网络购物平台来说,在游戏化情境中设计转发和分享机制,会使得单个青年用户的游戏行为显著影响到他的社交圈层。随着越来越多青年用户的分享和转发,社交圈层中的其他青年作为围观者,在阅读圈层好友的转发内容后便可能将这种游戏参与视作一种符号,看作一种风尚,判断为一种“流行”,解读为一种“共同的节日”,产生没有参与似乎就是不懂流行时尚、太晚参与就是要落后于他人的恐慌心理。2018年的“双11”购物狂欢节之前,某网购平台开展的组队闯关竞赛正是鼓励青年用户通过转发微信群、朋友圈等形式进行社交圈层的广泛“集赞”行为;而在2019年另一网购平台的“618”大促销中,邀请社交好友助力抬升自身“能量值”已成为青年用户每日领取红包的必要之举。诸如此类的游戏化社交分享机制,容易促使越来越多的青年用户为获取参与活动的符号意义而跟风驻足平台、跟风盲目消费,显著地加剧了消费异化风险。

## 二、网购游戏化情境下的青年消费异化原因

网购游戏化情境下之所以出现了青年群体的消费异化现象,背后的原因是多方面的。从马克思主义的视角对此进行审思,本文认为,资本逻辑的本质驱动、智能技术的深度赋能、不良思潮的潜移默化是诱发该消费异化现象的主要原因。

### (一) 经济诱因: 资本逻辑的本质驱动

网购游戏化情境的创设之所以引发青年用户的消费异化,本质上来说,是因为商家受到了资本逻辑的深层次驱动。马克思主义认为,资本逻辑是造成消费异化的根本原因。这是因为,资本的运动逻辑在于其自身的增殖,换言之,对资本而言,“任何一个对象本身所能具有的唯一有用性,只能是使资本保存和增大”<sup>[3]</sup>。这使得“作为目的的人反而成了资本和商品的手段,人成了物的奴隶”<sup>[4]</sup>。资本的这一逻辑决定了商家的经济活动无法“原地踏步”,要么扩大,要么灭亡。马克思指出,为了资本增殖,商家必然在资本逻辑的驱动下“寻找一切办法刺激工人的消费、使自己的商品具有新的诱惑力,强使工人有新的需求等等”<sup>[5]</sup>,而消费者在此过程中极易被误导和操控,进而产生不受自身理性思维制约的异化消费行为。作为数字时代的新兴资本样态,网络平台资本所具有的资本特性与传统资本其实并无多大差别。稍有不同的是,网络平台资本所驱动的对消费的刺激措施较之过往更显柔性、生活化和娱乐化,网络平台所创设的游

戏化情境即是如此。当前,正是因为不少网购平台片面受到资本逻辑的单向驱动,缺乏必要的社会责任和自律意识,以商业优先、利益优先的指导理念设计游戏化情境,造成游戏化情境的负面效应外显,正面价值缺失,从而对青年的消费行为起到错误的诱导作用。

#### (二) 技术诱因: 智能技术的深度赋能

网购游戏化情境的创设之所以会引发青年用户的消费异化,另一个重要原因在于技术的推波助澜。西方马克思主义的不少理论家,尤其是法兰克福学派的理论家们,十分关注技术对于消费异化的影响。他们认识到,人们所面临的消费异化现实境遇,很大程度上是由发达工业社会的种种科学技术所构筑的。马尔库塞认为,正是凭借对技术的大规模使用,资本家打造了一个娱乐社会,从而将控制从人们的劳动时间延伸到了生活时间,将异化从社会的劳动领域推及消费领域。当前,多样化、智慧化的智能技术成为这种技术诱因的新代表。这表现为,网购游戏化情境的广泛、深度建构直接得益于智能技术的发展。没有人工智能(AI)和VR、AR等智能技术的赋能,游戏化情境就无法创造出出色的沉浸式体验。在智能技术方兴未艾之时,商家刺激青年消费的手段主要是邀约明星代言产品或是各种渠道的打折促销,青年对这些缺乏具身性的刺激方式所传递的内容更多是一种被动接收而非主动接受。然而,在智能时代,游戏化情境借助于先进的视觉、语音技术得以深度建构。在不断创新的智能技术的赋能和加持之下,一种体验性和交互性大大加强的游戏化消费诱导机制应运而生,青年群体对商家所开展的各类活动更多地实现了主动接受、自愿参与并且自我满足。

#### (三) 观念诱因: 不良思潮的潜移默化

网购游戏化情境之所以引发青年群体的消费异化,还离不开思想文化层面的错误引导。网络不良思潮对广大青年的潜移默化是造成这一消费异化现象的观念诱因。马克思主义认为,观念上层建筑对于人们的实践活动具有能动的引导作用。不少西方马克思主义理论家均关注到了商家利用广告等方式进行思想宣传和理念灌输以引导消费者消费这一经济事实。威廉·莱斯认为,越来越多的劳动者因为劳动异化而产生了通过消费来弥补内心的不甘念头,而这种念头又被资本家人为地利用和引导,致使劳动者以非理性对待消费,有了幸福就是无止境的疯狂消费的想法,导致了消费异化和对自然环境的破坏。阿格尔在《西方马克思主义概论》中强调,资本家通过各种思想宣传迎合了消费者的想法,致使人们的非理性消费愈演愈烈,形成全社会的消费异化。在从前,这种思想宣传主要借助于广告,而在当下,引导消费的思潮则主要泛滥于网络空间。移动互联网时代的到来、自媒体平台兴起,造就网络空间“人人都有麦克风”的全新景象。换言之,人人都可随时随地生产、发布、分享和转发信息。这使得每日发布和传播的信息量浩如烟海,导致网络空间鱼龙混杂、泥沙俱下,信息质量良莠不齐。在商业资本和各种自媒体的助推下,消费主义、泛娱乐主义、个人主义、享乐主义、新自由主义等不良思潮日渐沉滓泛起,冲击着主流价值观的主导权与话语权。大部分青年正处于世界观、人生观和价值观尚未成熟的不稳定时期,容易被这些不良思潮所迷惑和侵蚀,进而在网购游戏化情境下失去理性、失去判断,作出异己的消费选择。

### 三、网购游戏化情境下的青年消费异化治理路径

党的十九大报告指出“青年兴则国家兴,青年强则国家强。青年一代有理想、有本领、有担当,国家就有前途,民族就有希望。”<sup>[6]</sup>广大青年正处于人生的“拔节孕穗期”,既是人的一生中思维最为活跃、行动最具活力的黄金阶段,也是世界观、人生观、价值观的塑造、定型阶段。培育青年、引导青年、服务青年,使之具备坚定的理想信念、正向的价值观念、正确的行为方式,对

于确保中国特色社会主义事业行稳致远、确保实现中华民族伟大复兴来说至关重要。就这个意义上来说,青年的事无小事,青年的成长需要全社会的共同配合,需要风清气正的网络环境的支撑。青年的消费异化不仅仅是一个消费行为问题,在深层次上,也是一个社会发展问题。当前,遵循马克思主义对于消费异化的批判指向,我们需要对网购游戏化情境下的青年消费异化问题持有足够的重视,针对其产生的现实原因,从引导网购平台积极履责、培育青年消费观、强化文化建设等方面入手,多措并举予以应对,促使青年群体能够借助清新网络环境良性、健康、正向地消费。

#### (一) 引导网购平台超越资本逻辑和片面逐利思维,推动其承担社会公共责任

习近平总书记强调“依法加强网络空间治理,加强网络内容建设,做强网上正面宣传,培育积极健康、向上向善的网络文化,用社会主义核心价值观和人类优秀文明成果滋养人心、滋养社会,做到正能量充沛、主旋律高昂,为广大网民特别是青少年营造一个风清气正的网络空间。”<sup>[7]</sup>为此,当前必须切实引导网购平台坚持正确价值导向,摆脱资本逻辑的束缚,超越片面逐利思维的局限,由资本逻辑走向人的逻辑。首先,引导网购平台树立正确的经营理念。在经营理念上体现政治担当、社会担当、伦理担当。平台要以提升青年用户的主流价值取向与身心健康为自身应有的社会责任,不断强化自律意识,不片面追求短期利益和平台热度。其次,引导网购平台在游戏化情境的设计上要注重适度合理。平台应正确正向地使用智能技术,合理控制游戏化的度,使其在创造更好用户体验的同时,避免给青年带来感性购物、盲目跟随、过度沉浸其中等不良效应。再次,引导网购平台在参与市场竞争上要保持正确的运作理念。平台应按照社会主义市场经济规律,进一步遵循公平、合理、有序的良性竞争原则,依靠过硬的商业品牌、精良的产品、优质的服务,而非采取过多的诱导机制和手段来吸引青年用户。最后,在引导网购平台的同时,相关监管部门也有必要对当前网络消费领域的游戏化情境及今后演化趋势,切实开展深入调查和研判,尽快出台具有针对性的监管规章制度,形成长效约束机制,进一步规范网购平台的商业行为。

#### (二) 注重对广大青年价值观的引导和教育,培育其正确的消费观

习近平总书记在纪念五四运动100周年大会上曾语重心长地强调“我们要悉心教育青年、引导青年,做青年群众的引路人。青年要顺利成长成才,就像幼苗要精心培育,该培土时就培土,该浇水时就要浇水,该施肥时就要施肥,该打药时就要打药,该整枝时就要整枝。要坚持关心厚爱和严格要求相统一、尊重规律和积极引领相统一,教育引导青年正确认识世界,全面了解国情,把握时代大势。”<sup>[8]</sup>当前,广大“90后”“95后”“00后”青年思想活跃,对新生事物充满好奇并容易沉浸其中。为防止青年群体深受网络不良思潮和错误意识形态的毒害,进而促使青年群体能够正确看待网购游戏化情境和整个网络购物消费行为,现阶段需要注重对广大青年价值观的引导和教育,着力培育其正确的消费观,以期使青年群体能够由观念上的改变最终演化成行动上的自觉。其一,要培育青年群体理性消费观。通过校园思政课、网络慕课等形式,引导青年群体深刻认识平台创设网购游戏化情境背后的商业目的,加强自身的主体性,能够在游戏化情境下保持思维定力和理性判断,避免产生随意性消费和冲动性消费。其二,要培育青年群体按需消费观。通过反面案例剖析等形式,引导和教育青年群体明确购物的初衷是获取商品的使用价值,是满足“真实需要”而非“虚假需要”,受所谓优惠券和抵用券诱惑进而舍本逐末、为买而买的行为是不可取的。其三,要培育青年群体绿色消费观。可通过组织网络生态文明志愿者开展网络主题活动、网络直播、短视频等多种形式的线上宣传,教育引导青年群体秉持人与自然和谐发展的理念,在心中搭建起一根“生态弦”,增强资源节约意识,以实际行动践行绿色消费、适度消费、简约消费,一起为促进绿色发展、实现代际公平、建设美丽中国而努力。

### (三) 加强新时代中国特色社会主义文化建设,丰富青年群体的“精神食粮”

文化是一个国家、一个民族的灵魂。以优质的公共文化服务满足青年精神需要,是防范青年在网购游戏化情境下产生异化消费行为的重要方式。当前,我国文化事业取得巨大成就,文化产业蓬勃发展,文艺工作水平不断提升。但是毋庸讳言,从培育青年、滋养青年、服务青年的向度观之,现有的文化服务与产品仍然存在些许不足与提升的空间。这表现为,部分文化服务与产品的交互性与体验性仍然不够,或者不能切中青年的消费兴趣,或者还未满足青年的真正需要,或者无法直击青年的心灵深处,或者没有体现对青年的细节关怀。因此,现阶段,必须加强新时代中国特色社会主义文化建设,坚持以社会主义核心价值观引领文化制度建设,及时创新文化公共服务工作,针对新时代、新形势、新变化、新受众、新需求做好文化服务和产品的供给侧改革,鼓励更多机构、组织和个人参与到文化建设的蓬勃事业中来,着力为青年群体提供更多高品质、多样化、接地气、能打动人心的线上线下“精神食粮”,切实让广大青年在工作、学习之余与先进文化力量产生心灵共鸣,享受文化生活带来的纯真精神体验,从而达到用先进文化吸引青年、凝聚青年的目的。文化供给的不断优化,文化生活的不断充实,必然进一步产生以文化人、以文育人的独特效果,使青年思想认识更加全面,网络素养有效提升,能够摆脱对网购游戏化情境的误解和沉浸状态,避免陷入消费异化的泥潭。

结语:本文基于马克思主义批判的视角,关注网购游戏化情境下的青年消费异化现象,并尝试提出对其治理和消解的可行路径。不过,亦需明确的是,对于网购游戏化情境下的青年消费异化的治理,并非是要限制网购平台的正当逐利和商业创新行为。在当前加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的经济新发展格局下,必须把握好发挥网络购物消费对于经济的提振作用与防范青年消费异化这一辩证关系。只有全社会共同努力,实现两者的有机统一,方能使广大青年在实现消费满足的同时保有理想信念和价值追求,从而真正培养出担当民族复兴大任的时代新人。

### [ 参 考 文 献 ]

- [1]林正朱亚希《渐进获知与交互参与:新闻游戏的动机激发策略分析》,载《中国编辑》2019年第1期。
- [2]《马克思恩格斯选集》(第1卷),北京:人民出版社2012年版,第5页。
- [3][5]《马克思恩格斯全集》(第30卷),北京:人民出版社1995年版,第227、247页。
- [4]许翠芳《现代性语境中人的消费异化及善治方案》,载《北京交通大学学报(社会科学版)》2020年第3期。
- [6]习近平《决胜全面建成小康社会,夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告》,北京:人民出版社2017年版,第40页。
- [7]习近平《在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话》,载《人民日报》2016年4月26日。
- [8]习近平《在纪念五四运动100周年大会上的讲话》,载《人民日报》2019年5月1日。

(责任编辑:汤杏林)