

爱何以终结： 自我的心理化与情感资本主义批判

刘子曦 曾静雯

摘要 易洛思在《爱的终结》中提出的深刻追问“我们为什么不爱了”，植根于她广阔的情感资本主义批判理论图景之下。通过综述其理论脉络，可发现，心理学对自我构型和社会交往模式的影响是理解情感资本主义兴起的核心理念，基于这一认识，可从“自我的心理化”概念切入，系统追溯社会心理化的发生背景，分析其如何参与塑造情感资本主义所依赖的主体人格构型，并最终导致消极关系的蔓延。综合分析心理学话语、批判现代性理论以及易洛思对现代爱情的深刻洞察，不仅回应了“个体与社会”这一经典社会学命题，也为理解中国语境下情感现代性的社会表征提供了理论借鉴。

关键词 情感资本主义 自我 心理化 亲密关系 情感消费

作者刘子曦，厦门大学社会学院教授（福建厦门 361005）；曾静雯，厦门大学社会学院硕士研究生（福建厦门 361005）。

中图分类号 C91

文献标识码 A

文章编号 0439-8041(2025)12-0114-12

一、引言

在《爱的终结》一书中，以色列社会学家伊娃·易洛思（Eva Illouz）对当代美国的情感生活提出了一个犀利的发问：“我们为什么不爱了？”在她看来，这一问题的深层答案指向一个更具结构性的变动：情感资本主义的兴起。凭借百科全书式的论述视野与文学批评般敏锐的笔触，易洛思对这一现象进行了多层次、跨领域的解读。她的分析深植于心理学、社会学与文学批评交织的知识图景中，并与她跨越数十年的多部学术著作相互呼应，共同织就了一张关于情感现代性批判的稠密理论之网。易洛思的理论穿透了经验现象的表层矛盾，揭示出情感资本主义的运作不仅依赖于外部经济逻辑，更建立在现代主体对内在世界的想象与构建。

国内学界对情感资本主义这一现代性批判理论已有关切，但当前研究仍存在两个明显误区。首先，部分研究倾向于在马克思主义政治经济学框架下理解情感资本主义，聚焦于情感如何被纳入资本的价值生产体系并成为增殖工具。^①然而，这类分析忽视了易洛思理论中的文化心理维度。她本人明确表示并不采取马克思主义的分析路径，而是认为经济与情感紧密相关，以市场为基础的文化类目塑造和影响着人际和情感关系，而

^① 孙亮：《情感资本主义的政治经济学批判》，《马克思主义理论学科研究》2023年第7期；杨慧民、李娜：《数字时代的情感资本主义及其批判》，《马克思主义理论学科研究》2024年第6期；徐斌、杨子源：《后情感时代的异化与祛魅——情感资本主义困境及其破解》，《理论月刊》2025年第3期。

人际关系是经济关系的核心。^① 第二种常见误区则表现为对其跨学科知识图谱的割裂，即将情感资本主义简化为一种局部经验现象，仅在“交友平台”“网络相亲”等实证语境中被引述，忽视批判理论背后的逻辑和适用性，脱离其宏大的现代性背景，从而削弱了理论本身的整体解释力。^② 事实上，易洛思虽以现代爱情为切入点，其理论却怀有更宏大的抱负。她真正关注的是“个体与社会”这一经典社会理论命题，在这一脉络中她延续了法兰克福学派的批判传统，同时将韦伯的“理性化”命题拓展至情感领域，将情感资本主义视为现代性的另一条线索，并挖掘出宏观现代化理论中长期被遮蔽的“情感现代性”维度。

现有研究未能充分重视肇始于心理学的现代“自我”观在情感资本主义中的核心地位，往往忽略了这一概念所承载的理论动力，从而遮蔽了该理论体系的复杂脉络与分析潜力。之所以选择从“自我”这一看似迂回的路径切入，从根本上说，是因为情感是驱动行动的内在能量，而这种能量始终与自我人格和人际互动密切相关。^③ 因此，需要引入社会心理学的视角，以“自我的心理化”作为核心概念，系统串联易洛思对情感现代性的批判理路。目标在于将“情感资本主义”理论重新嵌入她关于现代性的整体思考中，考察其动力机制、历史演变与社会影响，尤其着力阐释“心理化的自我”如何在其中发挥枢纽作用。它不仅使私人生活与亲密关系成为现代性的重要叙事之一，也实际上助推了资本主义的情感转向及其治理技术的扩张。本文试图阐明，心理化的自我如何使私人生活与亲密关系成为现代性的另一重核心叙事，又如何将非理性的情感转化为资本主义的新型生产资料。正是在“自我”不断被心理化的进程中，我们越是渴望爱，越可能失去了爱的能力。

二、自我的心理化：情感资本主义的温床

“自我”在现代心理学范式中被建构为具有感知、反思与调节能力的情感主体。^④ 笛卡尔式的二元论哲学传统曾将自我视为一种实体性存在，独立自主、不受他者干扰，该观念深刻影响了经典心理学对“自我”的基本预设，即将其理解为内在统一、自主连续的人格核心。^⑤ 而在精神分析的理论实践中，自我更进一步被建构为一个可被诊断、叙述，并通过专业方法进行干预与提升的对象。在易洛思的定义中，情感资本主义意指“20 世纪的市场类目与自我语言的渐进式融合”。^⑥ 这里所说的“自我语言”，正源于以精神分析为肇始的心理学话语，尤其是由此衍生的治疗性叙事和疗愈文化。对于现代人而言，心理学知识已构成塑造此类心理化的“自我”和理解心灵的主导性参照体系。正是在这一意义上，社会整体呈现出“心理学化”的特征，这不仅意味着个体将心理学概念内化为价值标准并运用于人际实践，也体现在社会层面将结构性问题转而归结为心理议题加以应对。^⑦ 在这一语境下，“自我”的心理化逐渐凸显，这一过程指的是现代个体通过心理学知识建构起来的，以内在情感、人格特质和自我实现为核心认知的自我形态得到广泛流行。

吉登斯认为，现代自我认同的建构是依赖叙事完成的。^⑧ 叙事作为话语载体，能够组织起人们的生活经验，一方面将私人生活故事展现给外部世界，另一方面也塑造和建构着叙事者的自我与人格，叙事的创造、诉说和修改，展示了通向理解自我的入口。^⑨ 叙事疗法是心理学精神分析方法的中心。在后现代主义心理学的视角下，自我被视为一种“去中心化”的存在，其没有稳定的核心或统一性，而是由我们通过讲述自身的故事塑造而成。语言在这一过程中扮演了核心角色，它既是认识世界和自我的基础，也是社会交流的产物，也就是说，自我是通过语言的社会互动和叙述实践不断建构的结果。^⑩

易洛思的情感资本主义批判以弗洛伊德精神分析为起点，论述心理学文本如何逐步参与塑造公共与私人

①⑥ 伊娃·易洛思：《冷亲密》，汪丽译，长沙：湖南人民出版社，2023年，第8、163页。

② 张睿、许友君：《亲密为何遇冷：青年网络相亲中的情感逻辑及困境剖析》，《中国青年研究》2023年第12期。

③ Illouz E., *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-help*, Berkeley: University of California Press, p. 11.

④ Bericat, E., "The sociology of emotions: Four decades of progress," *Current Sociology*, 64(3), 2016, pp. 491-513.

⑤ 王治河、樊美筠、李玲：《从“实体自我”到“有机自我”——当代西方“自我”概念研究的新取向》，《探求》2018年第3期。

⑦ 杨程：《从“人格崇拜”到“自主自我”——社会的心理学化与心灵治理》，《社会学研究》2019年第1期。

⑧ 吉登斯：《现代性与自我认同：现代晚期的自我与社会》，赵旭东、方文译，北京：生活·读书·新知三联书店，1998年，第60页。

⑨ D. Dennett, *Consciousness Explained*, Boston: Little Brown and Company, 1991, p. 418.

⑩ Shotter, J., "The social construction of our inner selves," *Journal of Constructivist Psychology*, 10, 1997, p. 724.

领域中的情感文化，进而导致社会心理学化程度的加深。她尤其强调叙事对当代自我观的塑造作用，心理文本通过影响个体的认知和情感作用于行动之中，大量书面文本组织和构建了口头互动的实践和语言模式，并且不断形塑着当代人的自我观构型。二战后的美国社会，以弗洛伊德为首的心理精神分析学派，与萨缪尔·斯迈尔斯所推广的新自由主义“自助精神”结成联盟，围绕在人际交往中如何构思、讲述和商谈人生故事形成了新的自我叙事，即“治疗性叙事”。^①“治疗性叙事”提供了诊断和疗愈自我的科学文本，这种叙事模式以健康管理和人生成功为价值导向，将个人经验转化为可标准化处理的治疗事件，并且重组了一套关于自我关系和自我与他人关系的想象。治疗性叙事的大众化使得精神分析不再是特权阶级通过金钱购买的专利，而是成为人人都可获得和自我实践的权利。^②

治疗性话语的推广重组了关于自我与人际关系的文化脚本，这一脚本不仅成为个体理解生活、开展交往的隐性准则，更通过多种制度途径嵌入资本主义社会的运作逻辑中，实现了情感与当代性治理的深层耦合。尼古拉斯·罗斯指出，现代人已经成为“心理人”（psychological beings），即一种通过心理学知识不断解释和改造自身的主体。“自我”不再是一个给定的实体，而是通过心理学的语言和技术被不断建构和重塑的对象。^③易洛思所论述的心理化的“自我”，正是通过治疗性叙事建构起来的主体形态。治疗性叙事的话语实践具有双重的矛盾特性，它既是一套有明确界限和写作规则的正式知识体系，产生于大学系所、研究机构以及专业期刊之中。但同时，它也是一套匿名的、非正式的文化体系，散布在电视脱口秀、互联网、出版业、商业咨询等社会文化场所之中，且在新中产阶级成员和女性之中找到了其受众。^④然而，无论是专业心理学知识还是流行心理学话语，都使用相似的隐喻和叙述来谈论自我。专业治疗和流行治疗的不同文化领域由一种共同的“疗愈性情感风格”所统一，并主导了 20 世纪美国的文化景观。

三、理性化与商品化：情感资本主义的引擎

克雷曼认为，心理化（psychologization）是现代化的一个重要特征，是韦伯的理性化（rationalization）进程在个人身上的体现。所谓心理化，其实就是对主体的人的地位的突出，在对事件的归因上更多地归结为主观因素，情绪越来越指向对“我”这一行为主体的评价，并产生不满、感激、懊悔、自责等心理反应。^⑤国内学者杨程也指出，现代人及其生活方式逐渐呈现出“心理学化”的转向，体现为在个人层面，心理学知识被作为思考和行动的价值参照体系，并在人际交往中依据知识和技能践行此类价值观；在社会层面，心理学化表现为公众倾向于将社会问题的原因之一归结为心理问题加以理解和处置。^⑥在易洛思的作品中，情感的理性化与情感的商品化贯穿其对于情感资本主义的分析，而这两方面共同体现了社会心理化的特征。其中情感的理性化指的是心理学及其文本在全社会范围内的运用，人们越来越以理性的方式进行反身性的自我管理，追求自我提升，情感的商品化指的是消费主义利用心理化自我的理性和本真并存的特征，生产情感商品与服务，消费成为现代人自我工程的载体。

（一）情感的理性化

在情感资本主义社会中，心理学对私人领域和公共领域均产生了深远的影响。^⑦治疗性叙事的大众化使心理学化的自我模式逐渐消弭了公域与私域的边界，在公共领域情感能力逐渐被融入经济行动之中，而私人领域则越来越将商品交换的逻辑置于亲密关系之中，公与私、理性与情感、商品市场与亲密关系的分野开始模糊和交融，且都围绕心理化的自我这一本体论前提展开。

在公共领域，心理化首先表现为工作场所交往的情感化。在资本主义生产环节中，情感能力成为提升生产效率的重要变量。以霍桑实验为分水岭的管理学研究中，关于工作效率的提升从关注生产制度和管理体系

①② 伊娃·易洛思：《冷亲密》，汪丽译，第 59—62、13 页。

③ N. Rose, *Inventing Our Selves: Psychology, Power and Personhood*, Cambridge: Cambridge University Press, 1996, pp. 22–24.

④ Illouz E., *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-help*, Berkeley: University of California Press, 2008, pp. 9–10.

⑤ 高永平：《现代性的另一面：从躯体化到心理化——克雷曼的医学人类学研究》，《国外社会科学》2005 年第 3 期。

⑥ 杨程：《从“人格崇拜”到“自主自我”——社会的心理学化与心灵治理》，《社会学研究》2019 年第 1 期。

⑦ Berger, P. L., “Towards a Sociological Understanding of Psychoanalysis,” *Social Research*, 32(1), 1965.

转变为关注工作中的非理性维度和工人的情感。^①此后，梅奥将精神分析引入管理实践，并将其放在生产效率语言的核心位置，工人的孤独、焦虑等情绪被重新定义为有待解决的管理问题。由此，“沟通”从人际技能升格为企业自我（corporate selfhood）的核心能力，管理者需具备“情感诊断”技巧，员工则被要求以“积极情绪”提升团队绩效，要在工作领域取得成功，懂得如何与他人合作、解决冲突和良好沟通至关重要。除了管理过程，情感能力也在劳动过程中发挥作用，提供积极情感成为商业服务的一部分。基于这种劳动市场出现的新趋势，霍克希尔德提出了“情感劳动”概念，在生产或服务过程中，劳动者需要积极主动地管理私人情感，情感资源成为资本主义生产剩余价值的新来源。^②经济行动具备了情感的文化，实质是将情感纳入资本增值链条，使“经济人”与“情感人”的双重角色被迫整合。

在私人领域，心理化表现为女性主义思潮的兴起对亲密关系的影响。弗洛伊德精神分析将日常生活领域作为自我形成的舞台，家庭是自我的起源，也是自我必须从中解放出来的制度，精神分析话语首先是一种家庭叙事。第二波女性主义浪潮深耕家庭和性领域，其自反性的特点和心理学叙事逻辑具有亲和性。例如，“亲密关系”概念就蕴含了心理学和女性主义的双重特点。首先，治疗性叙事的流行高度强调了自反性、沟通、情商的价值，在建立亲密关系之前，必须意识到自身的感受和想法，也就是发现“真实自我”，并按照治疗性话语的要求向亲密伴侣表达和沟通，构建了一种“反身性”自我。其次，女性主义强调两性平等，“平等、公平、不偏不倚的程序、情感交流、性、克服和表达隐藏的情感、以及用语言来进行自我表达的重要性”成为当代女性自我的要求，也是理想化的亲密关系的核心要素。^③同时，女性主义和心理学知识的结合还将一系列客观科学的审查和论证程序引入亲密关系诊断中，诸如通过使用“浪漫吸引力问卷”“满意度量表”等工具，量化评估一段关系的质量，“成本—收益”分析的市场逻辑重构了亲密关系，也使得情感自我贯彻了经济交易的逻辑。

公域与私域的边界日益模糊的同时，私人生活逐渐成为公共舆论的议题。心理学通过推广咨询案例、出版自助书籍等方式将私人感受转化为公共议题，个体经验被“去私人化”并公开讨论，人们在这种社会学习过程中理解日常交往和关系实践。语言是社会建构中的关键环节，福柯特别提醒我们要注意知识与权力的循环运动。心理学生成对精神健康的描述性和阐释性语言，使得现代人的自我叙事则基于心理学学科话语的基本结构才得以被表达和诊断，而使用这种话语进行反身性检视潜藏着对学科规制（discipline regimes）的服从。^④私人议题公共化叙事的首要环节是病症的浮现，例如“原生家庭创伤”“情感障碍”“NPD”^⑤等心理学诊断概念的流行，既为个体提供了自我解释的框架，也使情感生活被纳入同质化、标准化的话语体系。叙事核心在于个人痛苦的暴露，进而通过调节自己对痛苦的印象以达到从痛苦中解放的目的。易洛思分析了电视节目名人奥普拉的自我展演策略，作为一位成功人士，她并没有夸耀自己的成就，而是把自己塑造成受人生问题困扰的普通女性，在节目中讲述自己的童年经历、成长创伤，通过私人苦痛的公开呈现，她推广了一种以疗愈性叙事为中心的、旨在自我诊断和自我提升的公共情感文化。^⑥推及当下，广泛流行的情感真人秀节目也发挥了类似的效果，情感专家的设置提供了对亲密关系的技术化指导和学术化分析，原本属于自我和亲密关系的私人脚本在真人秀中逐渐成为一种公开的表演，观众则通过观看内化了这套理解和管理自我的方法，并逐渐学习和接受心理学的话语模式，并以此指导实践。

这种情感文化在公共领域和私人领域的流行创造了新的社会形式，易洛思借鉴布迪厄的理论，提出存在一个新兴场域即“情感场域”，它是“国家、学术界、文化产业的不同领域、国家和大学认可的专业人士群体，以及庞大的医药市场和大众文化，以各自的语言、规则、对象和边界”共同创造的。^⑦作为一种社会生

①③⑦ 伊娃·易洛思：《冷亲密》，汪丽译，第19、43、93页。

② 霍克希尔德：《心灵的整饰：人类情感的商业化》，成伯清、淡卫军、王佳鹏译，上海：上海三联书店，2020年。

④ 肯尼思·格根：《社会建构的邀请》，许婧译，北京：北京大学出版社，2011年，第61—62页。

⑤ 自恋人格障碍（Narcissistic personality disorder，简称NPD），是精神病学诊断中的一种人格障碍类型。在2013年美国精神病学协会制定的《精神障碍诊断和统计手册》第五版（DSM-5）中，NPD被描述为一种夸大、需要他人赞扬且缺乏共情的模式，具有自我增强、自我感觉浮夸、需要仰慕、剥削、无限成功的幻想、爱炫耀、嫉妒等特征。（参见《中国社会科学报》2022年12月23日文《自恋人格障碍病因学解释与心理治疗原则》）

⑥ Eva Illouz, *Oprah Winfrey and the Glamour of Misery: An Essay on Popular Culture*, New York: Columbia University Press, 2003, pp. 33–34.

活场域，情感场域具有自己的规则、对象和范围，在这个场域中“情感资本”得以流通和交换。这种资本以“情感能力”的形式存在，即人们能否展示出由心理学家所定义和推广的情感风格，以及转化为实际效益的能力，例如情感能力的突出带来事业的升迁或者社会资本的累积，人们需要通过不断追求情感资本的增长来换取场域内的优势地位。这种情感能力既包括交往中的沟通能力，也包括心理健康水平，并且可以量化为“情商”。在情感场域中，情感能力的高低不仅关系到个人的心理健康和社会适应，还与社会地位和经济利益紧密相连。情感资本的多寡逐渐成为区分阶级的标志之一，治疗性的情感和语言技能习惯在工人阶级的生活里是缺失的，但却成为中产阶级的交往准则。^①

整体而言，伴随着治疗性叙事而来的心理学化的自我成为现代人在公共领域和私人领域人际交往的核心，管理理论将情感、人际关系和自我利益融入生产力和效率的经济语言中；女性主义将心理学的功利主义和程序性的叙事语言嫁接到亲密关系上，经济行为的情感化和亲密关系的理性化产生了一种自我形式，其中战略性的自我利益和情感反射性交织在一起。治疗性叙事通过模糊公共领域和私人领域的界限，使私人自我成为一种能够被公开讲述和消费的叙事。心理学一方面将言语和情感沟通作为社会交往的核心部分，另一方面也将心理痛苦置于现代自我表演的中心，理性与情感并非完全隔离，而是两者共同被心理学家编码到现代自我构型中。^②

（二）情感的商品化

易洛思指出，自我是一种深度制度化的形式，围绕自我实现、心理健康或疾病等议题，多元行动者共同参与定义，心理学自我的推广首先要归功于心理学家的努力，许多心理学家都跨越了专业知识和大众文化之间的界限，并且致力于大众心理能力的提升。以弗洛伊德为代表的心理学派组织建立了大量讲座、心理学会、研究所与教学中心，扩大了这门学科的社会影响力。在社会化普及与学科发展之外，心理学在国家、社会和市场三个方面实现了其制度化历程，使得关于自我的心理学话语具备了制度合法性。^③ 随着心理学的自我话语逐渐融入社会制度与经济体系，精神健康成为一种新兴商品。^④ 消费文化将以追求精神健康为代表的情感商品融入资本主义经济体系之中，成为推动资本主义经济发展的动力之一。

在情感资本主义中，情感商品的生产与销售均受到心理学自我话语的渗透和影响。在“私人生活的强化、以情感本真性来定义自我、在经济环境中越来越强调情感劳动、通过知识系统将情感客观化”等社会心理化的新转变之下，情感商品得以生产。^⑤ 以往的消费研究常将情感作为激发消费的因素，或者附加于商品的意义^⑥，但在情感资本主义中，商品促进了情感的表达和体验，同时情感本身也成为可供售卖的商品，易洛思将这个�过程称为“情感和商品的共同生产”^⑦。因此，在受情感驱动的消费以及受商品所包含的私人情感意义进行消费之外，还需将情感体验、心理疗愈、情绪管理等情感本身作为消费类型的商品纳入考察。

自我话语不仅成为支撑情感产业发展的基础，而且随着情感产业的壮大而得到普及。易洛思认为，市场主要借助三种核心文化模板来生产情感商品，即情感的本真性与自我解放、亲密关系的建立与情感表达、以

①② Illouz E., *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-help*, Berkeley: University of California Press, pp. 234–235, pp. 238–240.

③ 在国家领域，表现为国家机构对治疗叙事的采纳和传播，二战以后美国国民情绪极大地关注社会适应和健康问题，国家层面开始大力推广心理治疗话语，例如 1946 年成立国家精神健康研究所等，在社会工作、监狱改造、教育和诉讼等领域都运用了心理治疗方法。在社会层面，20 世纪 80 年代的女权主义在心理治疗中发现了谴责家庭和父权制的新策略，在扩大对家庭的政治批判和采用“情感伤害”这一范畴时，女权主义者越来越多借鉴了心理学话语。社会层面另一类重要群体是越战退伍军人，他们利用创伤来获得一些社会和文化福利，并得到了美国精神病学协会的认可。在市场领域，制药行业和《精神疾病诊断与统计手册》为精神健康领域提供了强大的市场推动力。精神健康和心理治疗相关的大众书籍热销，拓展了心理学解释模式的应用范围，进一步推动了心理产业的发展。（参见伊娃·易洛思：《冷亲密》，汪丽译，第 85–90 页）

④ 伊娃·易洛思：《冷亲密》，汪丽译，第 85 页。

⑤ Illouz E., *Emotions as Commodities: Capitalism, Consumption and Authenticity*, London: Routledge, 2017, p. 16.

⑥ Illouz E., “Emotions, imagination and consumption: A new research agenda,” *Journal of consumer culture*, 9(3), 2009, pp. 377–413.

⑦ Illouz E., “Introduction: emodities or the making of emotional commodity,” in *Emotions as Commodities: Capitalism, Consumption and Authenticity*, London: Routledge, 2017, p. 7, pp. 16–17.

及心理健康与自我提升。^① 首先，现代消费的基础是享乐主义，本真性情感通过体验表达，而制造体验则成为一种商业手段。^② 因此，商家通过营造氛围与刺激感官唤起消费者的情绪反应，并将其包装成为本真性情感表达的方式。例如，主题公园通过场景设计、互动表演与沉浸式体验，将“童真”“快乐”等情感打包出售。此类商品的价值不仅在于物质功能，更在于其创造的情绪价值，在虚拟的消费场景中，消费者体验了本真性情感的快乐。其次，在亲密关系方面，消费文化情感表达纳入市场逻辑，形成道德经济体系。商家通过推出各种促销活动和定制化礼品，情感关系简化为可计量的交易行为，情人节的玫瑰、母亲节的康乃馨，都既是商品符号，也是情感符号，礼物成为了情感表达的载体。正如泽利泽提出的“相互关联的生活”命题所言，亲密关系与经济活动二者相互联系和融通，经济上的支持或馈赠成为亲密中表达情感或维系关系的重要手段。^③ 最后，在心理健康与自我提升方面，消费主义利用了消费者对个人成长与自我实现的渴望，将个体对消极情绪的控制与积极情绪的创造，转化为情感产业所提供的服务与商品，消费者通过付费接受专业的心理咨询和情感培训，解决情感困扰、提升情感能力。在各种形式的情感训练营、自我成长计划等培训课程中，参与者既是消费者，又是生产者，具有“产消合一”的特点，通过购买此服务来提升自我能力。^④ 易洛思以“人生教练”的例子说明，心理学在从学科化到大众化的过程中经历了一场“文化转译”，治疗文化虽借鉴了精神分析等心理学的自我结构，却并不旨在忠于心理学的科学体系，而是提供了标准化的“文化工具箱”，融入了自助文学、新自由主义以及消费主义等多种话语资源，呈现为实用主义、工具导向的文化实践，能够根据客户需求进行定制，借鉴各种方法和技术以满足市场需求。^⑤

在消费主义时代，个体的自由首先是作为消费者的自由，这种消费者自由以高效运作的市场存在为基础，反过来又是确保市场存在的条件。^⑥ 市场利用“开放”“独立”“自主”等话语制造出消费者对情感商品的需求，现代人的自我整饰、自我身份认同、自我疗愈、自我客体化等自我工程通过消费行为得以实现。消费被与现代人的“自我工程”直接挂钩，意味着，以消费为特征的情感资本主义，是资本主义经济发展的内在要求，理性和情感的个人主义在资本主义消费活动中得到统一。当实体商品的销售达到饱和状态时，市场营销利用“做自己”的口号主导广告话语，追求情感的“本真性”和人们自我完善的需求成为推动消费的文化动力，与自我相关的话语成为商家促使消费者购买课程或服务的通用模板，同时也生产了“自我实现”的内在焦虑。

四、幸福公民：情感资本主义的社会构型

新自由主义的核心原则在于将市场逻辑广泛应用于公共和私人生活领域，心理化自我的构建与推广正在这一思潮中得以深入。新自由主义最初是一种政治经济理论，主张最大限度减少国家干预，强调通过解放个体的创业精神和自由竞争来实现社会福利的最大化。然而，它逐渐超越经济治理范畴，演变成为一种深入日常生活实践的社会思潮与话语模式，重塑了人们理解自我与世界的方式。^⑦ 易洛思认为，新自由主义应被理解为资本主义发展的新阶段，其特点包括经济逻辑向文化各领域的渗透，科技理性对政治和社会决策的支配，以及关于选择、效率和利润最大化等功利主义原则再度强势。与此同时，劳动力不稳定，经济风险，组织灵活化以及身份、情感和生活方式等象征性和非物质的商品不断增加。更重要的是，新自由主义推动了治疗性文化的形成，将情绪健康和自我实现置于社会进步和制度干预的核心。^⑧ 在这一过程中，它实际上成为一种以自我为核心的个人主义社会哲学，强调所有个体都是自由、策略性、负责任和自主的存在，能够随心所欲地管理自己的心理状态并追求自我幸福。这种个人主义深刻重构了社会责任归因，社会问题被转化为心理议题，

①⑤ Illouz E., *Emotions as Commodities: Capitalism, Consumption and Authenticity*, London: Routledge, 2017, p. 17, p. 162.

② 成伯清：《情感的社会学意义》，《山东社会科学》2013年第3期。

③ 薇薇安娜·A. 泽利泽：《亲密关系的购买》，陆兵哲译，上海：上海人民出版社，2022年，第33—36页。

④ 成伯清：《当代情感体制的社会学探析》，《中国社会科学》2017年第5期。

⑥ 齐格蒙特·鲍曼：《自由》，杨光、蒋焕新译，长春：吉林人民出版社，2005年，导言，第10—11页。

⑦ D. Harvey, *A Brief History of Neoliberalism*, Oxford: Oxford University Press, 2007, pp. 2-3.

⑧ E. Cabanas & E. Illouz, *Manufacturing Happy Citizens: How the Science and Industry of Happiness Control Our Lives*, Cambridge: Polity Press, 2019, Chapter 2: rekindling individualism, pp. 50-56.

使得个人需为结构性问题承担责任。如将职业成就归因于创造力、学业成功归因于天赋、健康归因于生活习惯、情感关系的好坏则被看作人际兼容度的结果……类似的归因制造了新自由主义社会的“心理公民”，或者可以说是“幸福公民”（Happy Citizens）。^①

易洛思进一步提出，“幸福公民”自我模型中存在具有三项相互关联的心理特征，分别是情绪的自我管理（self-management）、本真性（authenticity）和充分发展（flourishing），它们共同支撑起情感资本主义中的情感商品化机制。^② 首先，情绪的自我管理强调以理性、策略化的方式调控自身的情绪和认知，激励自己在逆境中持续追求目标，并最大化成功机会。心理学界假设个人的心理能力是能够通过正确的训练技巧得到提升的，这一假设为自我管理、情感咨询、自我成长等产业提供了合法性基础与技术市场，这些服务进一步将自我管理需求转化为消费行为。

然而，易洛思也揭示了自我管理中过度理性化的副作用。关于自我的语言推广了一套客观的科学话语体系，情感逐渐脱离了本能体验，转而成为被观察和分析的对象，可以从理性思考的角度进行评估。此时，情感成为一种工具理性，人们通过分析和理解它来做出指导自身的决策，却往往忽视了把情感置于当下语境中思考的重要性，这种理性化的情感实则是对真实体验的背叛。这延续了韦伯的理性化命题，但将其扩展到韦伯认为本应属于非理性的情感领域。^③ 在对自己的情绪进行认识识别后，下一步是将其传达给相关受众，她称之为“交往理性”的过程，与哈贝马斯在积极意义上使用这一概念不同，她对于交往理性的批判涉及情感本体论化的非预期后果，情感能力的展现实际上涉及隐藏真实的情感，而非透露真实的感受。即在人际关系中，交往理性的目标是工具性地表达自己的感受，以期改善关系问题，沟通行为中隐含的是一种“手段—目的”行动模式，而不是加深联系的真实尝试。

其次，本真性指向忠于内心、倾听真实自我的文化理想，个体被鼓励通过表达本真情感来获取环境认可、建立良好关系与自我满足。该理念也被纳入商品化的实践逻辑，例如，个人品牌化将个体作为商标，关注个体的个性、真实性和不可替代性，将自己在市场上进行推广和交易，以换取就业机会或经济回报。追求情感本真性导致了不断地向内观照，关于自我的语言一方面将情感能力和亲密关系视为可以分析和提升的自我工程，另一方面高度强调了自我内心的感受。因此，情感表达的形式是客观的，而内容是主观的，自我失去了参照的主体对象，人们对自身的情绪、倾向、价值给予了更高的关注，矛盾地加剧了主观主义的倾向。自我情感的价值被抬升到至高的地位，人们更加关注自己的内心感受的同时，也加剧了“自恋型”人格的产生，导致与他人关系的疏离和纽带的弱化。

这一定程度上产生查尔斯·泰勒所担忧的“过度的个人主义、工具理性的泛滥以及原子主义对共同体的破坏”的现代自我的隐忧。^④ 传统社会的自我认同扎根于血缘、地缘等关系网络，而现代心理化的自我认同和自我价值越来越不附着于他者或客体，而是主张从自我内心出发，聆听自我的声音，追求情感阐发的“本真性”。本真性是新自由主义下主体自我表达的追求，在功绩社会的焦虑、过劳和倦怠之下，抛弃虚假自我、探寻真实自我成为现代人不懈追求的情绪出口。^⑤ 在这里，虽然易洛思和查尔斯·泰勒共同提到了“本真性”一词，但泰勒认为本真性是一种以伦理的方式拯救现代性困境中的自我的价值理想，而易洛思将本真性作为心理化内在的追求加以批判，更类似于福柯的话语权力观，即本真的或真实的自我想法呈现出“制度性个体化”的意涵^⑥，表面上看起来“个性化”的自由生活和自主表达，实际上被置于标准化的制度情境和“自我文化”模型中，人们需要反复确证自主性和自我实现。正如贝克所言，在晚期现代性下，制度在鼓励个体自主选择生活的同时，也凸显了个性化外衣下包裹着隐秘的同质化，即个体的自主表现仍然是社会和制度塑造

①② E. Cabanas & E. Illouz, *Manufacturing Happy Citizens: How the Science and Industry of Happiness Control Our Lives*, Cambridge: Polity Press, 2019, pp. 111-145.

③ E. Illouz, *Consuming the Romantic Utopia: Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*, Berkeley: University of California Press, 2023, p. 189.

④ 查尔斯·泰勒：《现代性之隐忧》，程炼译，北京：中央编译出版社，2001年，第2—11页。

⑤ 黄思奕、臧英钰、李瑞彤：《本真体验与自我建构：“学术酒吧”里的青年参与》，《中国青年研究》2025年第2期。

⑥ 周泽鹏、肖索未：《体验本真性：北漂青年的社会交往与双重生活》，《社会》2022年第4期。

的产物。^①因而，心理化自我对于个体化的关注实际上杂糅了“解放”和“异化”，自助需求和制度依赖的双重体验。

第三，“充分发展”意味着对于自我完善的不懈追求，其内在的“无限优化”逻辑与发达资本主义社会永不满足、持续扩张的核心需求高度吻合。新自由主义主张个体是自我利益的最佳判断者和理性优化者。^②在这一话语下，自我被建构为一个永远“未完成”的项目，无止境的自我提升成为推动消费的动力，从美容时尚、营养健身、婚姻友谊到商业管理等相关的产品和服务，都利用了这一文化模型，这种文化机制不断制造需求，也推动着情感与身体领域的商品化进程。

弗洛伊德的自我构型是一种开放式的计划，包含有对“病态”特征的重新定义，这种“疾病化的自我”似乎永远处于不完美的状态。心理学话语正是福柯所说的“话语权力”的一部分体现，福柯认为现代人通过反思、监督与实践的“自我技术”实现自我规训，以达到幸福、纯洁、智慧或完美。^③心理学假定人有自我实现的倾向，能够最大化地开发其潜能，自我被预设为无限可塑的项目，迫使个体通过情感管理、心理诊断等科学方法不断追求“理想自我”。福柯指出医学通过定义“病态/健康”的二元框架，将偏离主流情感脚本的行为病理化，然而，与福柯清晰的划界不同，弗洛伊德的话语使得心理学分析中正常与病态的界限变得愈加模糊，健康和正常的类别缺乏明确的定义，导致产生了大量的心理功能失调类别，“疾病化的自我”永远处于亚健康的状态。^④由此，心理治疗引发了新的现代性焦虑，迫使个体陷入对完美自我的无限竞逐，在有限的能力与无限的自我完善需求之间产生了精神上的痛苦和挣扎。

进一步而言，心理学话语驱动下的自我优化也是新自由主义社会功绩主体困境的体现。韩炳哲认为，21世纪的资本主义社会已由福柯意义上的规训社会转向以自我激励和自我剥削为特征的功绩社会。社会控制的手段从被动的身体驯化和劳动操控转向主动的精神强化和劳动的自主安排。在功绩社会中，规训社会下被胁迫、不自由的驯化主体变成了被激励、自由化的功绩主体，自我剥削替代了他者剥削。倦怠现象背后的根源正是以自我剥削为主要表现形式的新自由主义权力机制，所谓自我剥削，实质上就是在自由的假象下所施加的隐性操控和剥削。^⑤肯定性的“可以”取代否定性的“禁止”成为新自由主义精神的显著特征，功绩主体以绩效为尺度，无需外力的强迫或剥削，他就是自身的主宰，“他无须屈从于任何人，或者说只屈从于自身”。^⑥功绩主体将自身看做有待完善的功能对象和功能主体，并在自我优化和自我完善的自由错觉中，将自由和剥削合成为自我剥削。^⑦由于情感能力得到空前的强调，心理化自我引发了新的现代性焦虑，在一个充满焦虑和不安全感的市场中，人们不断进行自我管理和自我评估。新自由主义承诺带来解放和自我掌控，但实际上却推动追随者进入一个无休止的自我劳动循环。这种循环使人们陷入“自我劳作不已”的困境，不断追求自我完善和自我发明。^⑧情感资本主义恰恰利用这一点，将心理叙事与市场逻辑深度融合，开发出新的控制形式和消费领域。

五、消极关系：情感资本主义的交往模式

易洛思广为人知的对浪漫爱情的批判，应被置于“情感资本主义”理论的整体框架中加以理解。这一批判不仅是该理论在经验层面的重要呈现，也是她现代性批判中极具本体论特色的构成部分。她历时数十年的研究逐步展开了一幅现代爱情批判的多维图景，其论述逻辑层层递进：从消费资本主义的文化表征，到互联网技术对自我与交往方式的塑造，再到现代亲密关系中的内在矛盾，最终指向情感理性化所带来的消极后果。

① 乌尔里希·贝克、伊丽莎白·贝克-格恩斯海姆：《个体化》，李荣山等译，北京：北京大学出版社，2013年，第27—29页。

② M. Olssen & M. A. Peters, “Neoliberalism, higher education and the knowledge economy: From the free market to knowledge capitalism,” *Journal of Education Policy*, 20(3), 2005, pp. 313–345.

③ Foucault, Michel, “Technologies of the Self,” in *Ethics: Subjectivity and Truth (Essential Works of Foucault, 1954—1984, Volume 1)*, New York: The New Press, 1997.

④ Illouz E., *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-help*, Berkeley: University of California Press, 2008, p. 45.

⑤⑥ 韩炳哲：《倦怠社会》，王一力等译，北京：中信出版集团，2019年，第33、20页。

⑦ 韩炳哲：《精神政治学》，关玉红译，北京：中信出版集团，2019年，第38页。

⑧ Micki Mc Gee, *Self-Help, Inc.: Make over Culture in American Life*, London: Oxford University Press, 2005.

关键在于，心理化过程将情感建构为可管理、可操作的客体，这一过程在提升生产效率、推动女性解放和鼓励自我发展的同时，也导致情感本真性与主体间性的消解，形成了情感的消极结构，进而导致了现代人情感的困境，这正是易洛思批判理论的核心。

在《消费浪漫乌托邦》中，她初步分析了消费文化对浪漫爱情实践与表征的塑造。此时现代性自我尚未作为论证的主线，消费资本主义以休闲活动的形式提供一种“阈限式”的浪漫体验，并在此过程中完成了“浪漫的商品化”与“商品的浪漫化”的双向过程^①，成为后续《情感商品》中“情感与商品共同生产”命题的雏形。这一阶段她主要从阶级与文化资本角度分析浪漫爱消费实践中的阶层差异，尚未全面转向批判理论范式。在《冷亲密》中，易洛思正式提出“情感资本主义”的理论框架，并以网络交友为典型案例，揭示心理学知识如何深度介入现代亲密关系的建构过程。在网络中对比、挑选和邂逅潜在对象的全过程体现了心理学知识的大量运用，例如关于人们如何理解自我，以及如何利用情感能力来组织关系等。^②

首先，网络交友使人们的邂逅从具象化约为纯粹的心理学事件，人的主体性呈现出文本化的特征。^③ 在网络时代，浪漫爱情的互动顺序发生了颠倒，传统择偶中交往的开启是基于具身互动中的“吸引力”，既基于身体，也基于过往积累的经验。而网络交友的主体想象是基于言语范畴和文本产生的，而并非具体的感官感受。^④ 例如，为了参与婚恋市场竞争，在交友平台上，用户需先进行反思性的自我省察，填写基于心理学原则设计的调查问卷定位和描述自己的属性与观点，然后根据同样的维度刻画理想伴侣的形象。当前流行的 MBTI 就是基于荣格心理学理论制定的一套大众化的心理标签语言，其本质是通过不同人格型特点的划分，加速了在关系中识别和确认相互匹配度的一种方式。然而，运用心理学文本进行网络自我展演塑造了一个后现代的自我，即自我成为一系列有待扮演的角色，面向抽象的、一般的观众进行展示，而不是为了某个具体和特定的人。^⑤ 这也导致了自我呈现落入同质化的陷阱。同时，浪漫关系得以维系的核心在于对他人未知部分的期待与探索，而网络技术带来的信息过载导致了这种想象力的匮乏，并带来了普遍的情感失望。^⑥

其次，由于互联网平台婚恋市场规模庞大，需要发展出一套标准化的管理技术来操控大量的社会互动，技术与消费主义进一步融合。消费主义不仅是一种经济动力，更是一种渗透到人际关系领域的文化范式，其“无限选择”与“精准匹配”的选购逻辑被引入亲密关系场域之中。鲍曼在《液态之爱》中就借网络交友模式折射液态现代性下亲密关系的变化，基于随时“连线”又随时“断线”的技术特点，网络人际关系采取的是即时携带随时遗弃的消费主义规则，现代科技使得个人的道德责任消失了。^⑦ 互联网通过技术的精准定位和交流互动时间的严格规定，缩短了做出选择的时间，也强化了择偶的消费主义色彩^⑧，丰富的市场资源、无限的选择、高效率、理性化、精准选择和标准化，都体现了互联网择偶市场与消费市场结构的亲和性^⑨。技术在引入消费主义逻辑的同时，也极大地抬高了主体性的地位。鲍曼认为消费者社会中存在着“主体性拜物教”（subjectivity fetishism），消费者的主体性来源于“购物选择”。^⑩ 易洛思同样发现互联网用户通过左右滑动或数据筛选快速评估潜在伴侣的“性价比”，不断地考虑和评估开展关系的成本和效率，使得择偶过程成为一种近似于超市采购的经济交易行为，个体似乎有大量的选择和机会，在其中获得了虚幻的主体性，而潜在对象就如货架上的商品随意挑选，这导致了对他人的物化和客体化。

在《拯救现代灵魂》中，易洛思深入探讨了心理学及其治疗性叙事和大众自助文化如何塑造现代人的自我观念和行为模式^⑪，对于心理化自我的深入分析使她在理解现代爱情时更能够关注到本体论部分的异化，而非只停留在经验现象的批判。该书为她在《爱，为什么痛？》中分析现代爱情矛盾和冲突奠定了理论基础，

① E. Illouz, *Consuming the Romantic Utopia: Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*, Berkeley: University of California Press, 2023, p. 26.

②③④⑤⑧⑨ 伊娃·易洛思：《冷亲密》，汪丽译，第 115、145—146、85—90、121、129、136 页。

⑥ 韩炳哲：《爱欲之死》，宋城译，北京：中信出版社，2019 年，第 55—57 页。

⑦ 齐格蒙·鲍曼：《液态之爱：论人际纽带的脆弱》，何定照、高瑟濡译，台北：商周出版社，2008 年，第 133—134 页。

⑩ 齐格蒙特·鲍曼：《消费主义如何操控我们》，李康译，上海：文汇出版社，2024 年，第 14—16 页。

⑪ Illouz E., *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-help*, Berkeley: University of California Press, 2008.

她指出，痛苦并非源于个人失败，而是自由选择悖论和经济理性入侵情感领域的结果。^①与吉登斯所乐观展望的“纯粹关系”中个人生活民主化的可能性不同，她认为此类关系中泛滥的理性化沟通，祛除了爱情中模糊、感受与幻想的成分，反而导致情感的衰微。同时，她引入性别视角，揭示女性在自我价值认知与情感付出方面所面临的结构不平等。

《爱的终结》则直指现代爱情的终极后果，人们因恐惧受伤而拒绝承诺，普遍采取“浅层投入”“多线程关系”和“主动退出”等防御策略。“选择不选”成为主体性的重要形态，即“以自由和自我实现的名义去拒绝、回避或者退出承诺、羁绊和关系”^②。与前现代确定性的关系互动脚本和仪式规则不同，现代社会的关系互动变得更加模糊和可变，“当代关系的消极结构”即指行动者缺乏可预测的、稳定的社会脚本来定义、评估和实践他们所进入的关系，导致关系的建立和深化更加艰难，而既有的关系往往走向破裂。关系的能动者正如经济的能动者，在关系经营中催生的竞争意识和普遍的不安全感，成为推动情感消费的焦虑源头，间接促进了情感消费市场的繁荣。易洛思认为，“不爱”有很大一部分是被自我在资本主义社会中所处的位置决定的，它让主体难以独自确定自己的价值，而依附于情感消费市场的结构。市场一方面改变了人际互动的规则和本质，使得自我和他人的价值充满了不确定性，另一方面又将人们的行为理性化，将这种不确定性焦虑转化为对情感消费的需求，消费者期望通过购买行为使自己实现最佳自我和最佳的关系。^③

现代社会对于心理学的强调，将社会的结构性矛盾转移到个体的心理反思中，进而消除了从生产关系和社会关系的角度实现情感解放的能力，个人的失败不再被向外归因，而是归结于个体自身的因素，社会问题被间接转化为负罪感、焦虑、冲突和精神衰弱等心理问题。^④随着“自我”的凸显，情感的关系性维度被消除，或者关系本身成为榨取情绪价值的工具，情感方向由投向他者转向于倾注于自身。在关系中捍卫“自主性”成为一种持续的博弈，在关系形成过程中，人们倾向于选择退出关系而非沟通表达，与其展现自己的脆弱和依赖，退出更是一种对自主性和自我价值的肯定。^⑤例如在流行的真人秀节目“再见爱人”当中，专家话语对于关系的深度剖析将观众带入了这种情境，似乎当事人如果选择妥协和将就就意味着自我的牺牲，而离婚成为一种捍卫自我价值的方式。^⑥对自我价值的高度重视发展出了对“不爱”迹象的敏感，同时也发展出了从危及自我的关系中抽身而退的能力。“爱自己”的信念尝试通过捍卫自主性解决对自我认同的现实需求，却忽略了认同本质上来源于与他人的关系和互动。^⑦由此产生了关于情感价值的悖论，即旨在获得自我价值感的个体在脱离亲密关系后，反而失去了在关系中获得自我认同的可能。事实上，危及亲密关系并且导致其消亡的，却是人与人之间关系的断裂，“爱欲的前提是作为他者的非对称性与外部性”^⑧。在指向他者的过程中，爱欲的主体可能会暂时失去自我，但却能够从与对方的同步互动中更加认可自己的存在价值意义、自己行动的因果关系。

于是，易洛思完成了一套系统性的现代性批判，以心理话语为基础的情感资本主义最终生产出一种工具化的、善于自我保护的现代主体。其在追求绝对自由和避免伤害的过程中，反而掏空了爱情所需的激情、脆弱性和承诺，最终导致了一种普遍的情感贫乏与亲密关系的终结。易洛思的观点不仅是对现代爱情的批判，更是通过对这一私人领域的剖析完成其对现代性文化的深刻诊断，即理性化进程如何征服了最后一片被认为属于非理性的情感飞地，并导致了人的异化，这正是现代性主体困境最深刻的写照之一。

六、余论

情感资本主义的起源可追溯至自我的心理化及其制度化进程，这一概念在融入消费主义和新自由主义话

① 伊娃·易洛思：《爱，为什么痛？》，叶嵘译，上海：华东师范大学出版社，2015年。

②⑤ 伊娃·易洛思：《爱的终结》，叶晗译，长沙：岳麓书社，2023年，第31、290页。

③ 伊娃·易洛思：《爱的终结》，叶晗译，第308、313页。

④ 乌尔里希·贝克、伊丽莎白·贝克-格恩海姆：《个体化》，李荣山等译，第27—29页。

⑥ 程惠子：《谁是“正确”爱人：双重管窥下情感关系的客体化与科学化——以婚姻纪实观察综艺〈再见爱人〉为例》，《媒介批评》2024年第1期。

⑦ 伊娃·易洛思：《爱，为什么痛？》，叶嵘译，第285页。

⑧ 韩炳哲：《爱欲之死》，宋城译，第12页。

语后，逐渐构成现代人自我认知与人际交往的核心维度，随着社会心理学化趋势的加强，情感逐渐被建构为可管理、可治疗、可提升的客体，正如福柯所指出的，“自我技术”体现为个体通过自我治理以实现主体塑造，且逐渐成为无需外界规训的自主行动。^①心理化的自我正成为一种内在驱动、无需外部强制的新型自律形式。在公共领域中，情感能力与情感资本被赋予前所未有的重要性；在私人生活中，则呈现亲密关系的理性化与个人生活的民主化趋势，沟通能力与治疗性话语日渐主导人际互动实践。心理化自我内部存在着理性化和本真性并存的矛盾张力，一方面借助科学知识进行理性化的自我管理，另一方面消费主义又利用其追求本真性的情感表达理想开拓市场领域。结果是自我管理成为新兴产业，情感能力则被树立为成功人生的新标的。在此意义上，心理学所塑造的自我形态将传统上属于非理性的情感领域也纳入理性化进程，成为情感资本主义兴起的内在动力。

本文以“自我的心理化”作为贯穿情感资本主义批判的主线，在自体论的层面阐释了易洛思的情感现代性批判的理论可能性，从心理自我的诞生与扩散、至“幸福公民”人格的构建，再延伸到对浪漫爱的批判，其理论推演呈现出从抽象到具体、从宏观到微观的逻辑路径。因而，需认识到在现代人的情感危机背后，还存在一套深层文化机制。实际上，关于心理学、自我与现代性的讨论早已在罗伯特·贝拉、尼克拉斯·罗斯、奥勒·雅各布·马德森等学者的著作中得到深入发展^②，西方学界普遍认为，对于心理化自我构型的批判，本质上也是对新自由主义蔓延下个人主义陷阱的反思，大众疗愈文化表面上以倡导自我管理和自我实现，实则引导个体日益脱离社会关系、结构甚至情境来进行自我确证，自我便成为一个去关系化的个体。正如米德所强调的，他者是自我认同的重要来源，自我的主体性依赖于与他者的不对称关系。^③一旦自我中心主义切断了个体与社会之间的联结，孤独便成为现代性困境的显著后果。易洛思的分析可类比韦伯关于新教伦理与资本主义精神之间关系的经典研究，两者均指出某种文化框架如何通过回应人们的深层焦虑，导致特定的行为准则的形成以及社会结构层面的变迁。在此视角下，心理化的自我可以视为情感资本主义的“新精神”。区别在于，韦伯强调新教伦理带来的非预期制度后果，而心理学则在一定程度上主动与消费主义话语和新自由主义思潮合谋，利用市场化力量推销情感商品和生活方式。正如新教徒不是为了资本主义而工作一样，现代人追求心理成长最初也并非为了帮资本主义开拓新市场，但两者的行为准则都在各自的历史背景下，为新的经济形态的诞生奠定了文化和心理上的基础。

自我的心理化所引发的情感困境具有全球性影响，易洛思以“冷亲密”形容西方的情感资本主义图景，与西方路径不同，中国语境下的“冷亲密”则既受全球资本主义情感商品化潮流的浸染，又受本土家庭责任和代际压力的结构性制约。中国式冷亲密因此同时成为个体自由上升的象征与传统共同体消解后的症候，婚恋实践体现出“马赛克现代性”的特征，传统与现代杂糅并存。^④一方面人们追求具有情感共鸣和灵魂共振的现代爱情模式，除了“情绪价值”，婚恋匹配中的“经济价值”同样不可忽视，以“门当户对”为代表的经济理性继续发挥影响，导致关系的筛选机制趋于严苛，进而强化了关系的消极趋势。此外，心理学话语与疗愈文化所代表的沟通模式，其传播在不同社会群体中呈现出明显的不均衡性与阶级差异，在以“小红书”为代表的中产阶级社群中已广泛扩散，而像“抖音”“快手”等更具大众属性平台中，因多数受众社会经济背景的差异，此类表达或许尚未成为主流，但不可否认的是，其影响力正在日益加深。这一复杂局面表明“中国式冷亲密”不仅是情感资本主义的衍生现象，更是观察中国社会现代性转型的重要窗口。

情感资本主义理论为我们理解现代诸多情感现象提供了富有潜力的分析框架。在情感消费研究方面，易洛思启发我们从关注“商品中的情感”转向考察“情感作为商品”的抽象机制。在婚姻家庭领域，该理论促

① 袁光锋：《“照料你自己”：作为“自我技术”的数字疗愈文化》，《南京社会科学》2025年第5期。

② 罗伯特·贝拉等：《心灵的习性：美国人生活中的个人主义和公共责任》，周穗明、翁寒松、翟宏彪译，北京：中国社会科学出版社，2011年；N. Rose, *Inventing Our Selves: Psychology, Power, and Personhood*, Cambridge: Cambridge University Press, 1998; O. J. Madsen, *The Therapeutic Turn: How Psychology Altered Western Culture*, London: Routledge, 2014.

③ G. H. Mead, *Mind, Self, and Society*, Chicago: The University of Chicago Press, 1934.

④ 计迎春、周海燕、林泽宇：《中国婚姻制度变迁的日常生活逻辑——基于上海市人民公园中产父母相亲角的田野观察和理论反思》，《妇女研究论丛》2023年第4期。

使我们超越个体心理层面归因，转而从社会结构与互动模式的角度，剖析“消极关系”形成的深层原因。在性别研究方面，易洛思的理论揭示出，即便在看似理想的“纯粹关系”中仍存在性别不平等。当然，易洛思的理论也存在一定局限性，比如她最终并没有在社会层面对于化解情感现代性的弊端提出建议，而是走向个体心理学的解释，即努力通过训练提升情感资本^①，这使得其理论的批判性意义大于其建设性意义，似乎现代人难以逃离和抗拒情感现代化对亲密关系的破坏，而只能通过培养情感能力和积累情感资本来提高个体对时代的适应性，而这正是她加以批判的心理学所致力于进行的工作。再者，其批判在一定程度上建立于对前现代浪漫爱的理想化之上，反而忽略了吉登斯所强调的现代爱情中的平等化和民主化等积极面向。此外，她对于现代爱情的理解是一个去传统化和复杂化的过程，但是现代爱情中也存在积极的因素，例如自由选择浪漫伴侣的能力，吉登斯提出的“纯粹关系”概念认为现代个体拥有以自己的方式维持关系的自由。^② 她的理论只是揭示了现代爱的负面后果，而没有关注到其对个体解放的积极意义。此外，她对阶级因素和经验复杂性的讨论仍显不足，这又潜藏着布迪厄式文化资本的阶级预设，即情感资本是中产阶级特有的资本形式，而没有关注情感能力在不同阶级群体中的表现形式。

总而言之，易洛思的情感资本主义批判理论为考察中国情境下的个体与社会关系提供了重要参考，因此有必要通过系统梳理与批判反思，更全面地把握其理论贡献与适用边界。当前本土研究亟需实现从理论移植到经验创新的转向，首先，应关注自我话语在亲密关系中的多样表达，不止于婚恋关系，将友情、亲情以及“人机亲密关系”纳入考察，探索在复杂关系中情感现代性的表现形态；其次，应关注大众心理学科普的本土化形式，探索富有中国特色的治疗文化样态，避免对于科学心理学概念和话语的滥用导致的心理健康恐慌；最后，还需关注互联网婚恋与情感资本主义之间的理论联结，尤其关注平台算法对情感样态的重塑，并探索建立基于主体间性的数字亲密伦理。只有坚持这种理论与经验的双重自觉，才能推动情感现代性研究真正超越西方中心框架，在文明互鉴中开辟新的学术路径。

（责任编辑：朱颖）

Why Love Ends: The Psychologization of the Self and the Critique of Emotional Capitalism

LIU Zixi, ZENG Jingwen

Abstract: Eva Illouz's profound inquiry in *The End of Love* — “Why have we stopped loving?”—is situated within her expansive theoretical framework of critiquing emotional capitalism critiques. Through a systematic examination of her work, this paper contends that the role of psychology in shaping models of selfhood and social interaction constitutes a central thread in understanding the emergence of emotional capitalism. Building on this premise, the study adopts the concept of the “psychologization of the self” as an analytical entry point. It traces the socio-historical conditions underpinning the psychologization of society, examines how this process contributes to the formation of subjectivities compatible with emotional capitalism, and ultimately links these developments to the proliferation of negative social relations. By integrating psychological discourse, critical theories of modernity, and Illouz's nuanced observations on contemporary intimacy, this research not only engages with the enduring sociological problem of “the individual and society,” but also offers a theoretical framework for grasping the distinctive characteristics of emotional modernity within the Chinese context.

Key words: emotional capitalism, self, psychologization, intimacy, emotional consumption

① 伊娃·易洛思：《冷亲密》，汪丽译，第161页。

② 安东尼·吉登斯：《亲密关系的变革——现代社会中的性、爱和爱欲》，陈永国、汪民安等译，北京：社会科学文献出版社，2001年。