

市场该不该受限制？ 世上一切都可以买卖？ 道德和利益总是冲突？

Markets without Limits

Moral Virtues and Commercial Interests



Jason Brennan Peter M. Jaworski

道德与商业利益

〔美〕 贾森·布伦南 彼得·M. 贾沃斯基 著

郑强 译



上海社会科学院出版社
Shanghai Academy of Social Sciences Press

Jason Brennan Peter M. Jaworski

Markets without Limits: Moral Virtues and Commercial Interests

道德与商业利益

〔美〕 贾森·布伦南 彼得·M. 贾沃斯基 著
郑强 译



上海社会科学院出版社
Shanghai Academy of Social Sciences Press

图书在版编目 (CIP) 数据

道德与商业利益 / (美) 贾森·布伦南 (Jason Brennan), (美) 彼得·M. 贾沃斯基 (Peter M. Jaworski) 著; 郑强译. —上海: 上海社会科学院出版社, 2016

书名原文: Markets without Limits: Moral Virtues and Commercial Interests

ISBN 978-7-5520-1549-2

I. ①道… II. ①贾… ②彼… ③郑… III. ①商业道德
IV. ①F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 211309 号

启蒙文库系启蒙编译所旗下品牌

本书文本、印制、版权、宣传等事宜, 请联系: qmbys@qq.com

Jason Brennan & Peter M. Jaworski

Markets without Limits: Moral Virtues and Commercial Interests

Copyright © by Routledge

All Rights Reserved.

Authorized translation from English language edition published by Routledge, an imprint of Taylor & Francis Group LLC.

Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover are unauthorized and illegal.

上海市版权局著作权合同登记号: 图字09-2016-631

道德与商业利益

著 者: [美] 贾森·布伦南 彼得·M. 贾沃斯基

译 者: 郑 强

责任编辑: 唐云松

出 版 人: 缪宏才

出版发行: 上海社会科学院出版社

上海顺昌路 622 号

邮编 200025

电话总机 021-63315900

销售热线 021-53063735

<http://www.sassp.org.cn>

E-mail: sassp@sass.org.cn

印 刷: 上海新文印刷厂

开 本: 890 × 1240 毫米 1/32 开

印 张: 12.5 插 页: 3 字 数: 263 千字

版 次: 2017 年 7 月第 1 版 2017 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5520-1549-2/F · 436

定价: 48.00 元

版权所有 翻印必究

目 录

第一部分 所有东西都可以被售卖吗

- 第一章 是否应该有金钱不能购买的东西 / 3
- 第二章 如果可以无偿做某事,那么也可以有偿做此事 / 14
- 第三章 商品化的争论与什么有关,与什么无关 / 28
- 第四章 关键在于方式,而非对象 / 44

第二部分 市场是否意味着不敬

- 第五章 符号论反对意见 / 67
- 第六章 仅为商品论反对意见 / 76
- 第七章 错误信号论和错误货币论反对意见 / 91
- 第八章 反对意见:符号本质论和注意我们的方式 / 114

第三部分 市场会导致腐化吗

- 第九章 腐化论反对意见 / 133
- 第十章 如何提出一个合理的腐化论反对意见 / 138
- 第十一章 自私论反对意见 / 147

- 第十二章 挤出论反对意见 / 160
- 第十三章 不道德偏好论反对意见 / 186
- 第十四章 低质论反对意见 / 199
- 第十五章 公民论反对意见 / 217

第四部分 剥削、自我伤害和分配不当

- 第十六章 根本性反对意见和偶然性反对意见 / 229
- 第十七章 因为昂贵的平等而排队 / 246
- 第十八章 购买婴儿 / 264
- 第十九章 出售选票 / 285

第五部分 指出直觉的错误

- 第二十章 反市场的态度是顽固的 / 307
- 第二十一章 反市场的态度从何而来 / 313
- 第二十二章 厌恶的伪道德性 / 326
- 第二十三章 结语 / 349

参考文献 / 355

索引 / 373

致谢 / 387

第一部分 所有东西都可以被售卖吗

1

现代文明能有今天,很大程度上缘于无视那些愤怒的道德家的说教。

——F. A. 哈耶克

第一章

是否应该有金钱不能购买的东西

争论已经结束,市场赢得了论战,但是……

尽管市场制度存在一些糟糕的缺陷,但它仍然是人类迄今所遇到的最好的东西。

迪尔德丽·麦克洛斯基 (Deirdre McCloskey) 说过,我们可以将经济史归结为一个简单的故事:“我们曾经很穷,后来资本主义开始兴盛发展,现在,我们因此而变得富有。”^[1] 我们甚至可以这么说,今时今日一个达到美国政府规定的贫困线的人,其生活质量也比 1900 年美国的人均生活水平高出 3 倍多。^[2] 或者,让我们援引保罗·克鲁格曼 (Paul Krugman) 写于 1996 年的文字:“1950 年,绝大多数家庭的物质生活水平并不优于今日的穷人或准穷困人群……毫不夸张地说,在物质生活水平上,1996 年的贫困家庭与 1950 年的中等家庭相差仿佛甚至相较更优。”^[3] 平均来看,在过去 200 年里,全球的生活水平至少增进了 20 倍。而在某些国家,生活水平的提高幅度更大。

这一切都要归功于市场和经济增长。在 50 年前,我们现在享有的这些财富还不存在,更别说 1000 年前了。2013 年,仅美国的产出就比 1950 年全世界的产出还要多出 50%,这近乎公元 1000 年全球经济产出的 80 倍。^[4]财富并不仅仅是在流通,它还在被创造出来。即使将公元 1000 年全世界的财富平均分配给当时每一个活着的人,其人均生活水平仍然不会优于今日的海地(Haiti)或马拉维(Malawi)。

经济学家们早就已经知悉这些事实。或许,有时事评论员和选民,甚至一些意识形态学科和反科学人文学科的教授们还对这
4 些增长的原因存有异议,但是专家们并不这么认为。当今,发展经济的观点正在成为主流。比如,长期以社会活动闻名的 U2^① 团长博诺(Bono)现在也在“宣讲资本主义”:

……想想上一次全球衰退,假如没有中国和印度的经济增长……假如没有亿万购买美国和欧洲商品的新兴中产阶级……设想一下。想想上一个 5 年。

宣扬资本主义的摇滚明星,这还真是令人吃惊,哇喔,有时候连我自己都不敢相信这些话是我说的……

但是贸易是真实的。它就在我们周围,确确实实。援助的作用是极其有限的。相较之下,贸易、企业资本主义却可以让更多的人脱离贫困,我们都明白这一点。^[5]

① 1976 年成立于爱尔兰都柏林的摇滚乐队,他们对政治性话题并不避讳。——译者注(全书脚注均为译者所加,后文不再注明。)

当然,并非每个人都平等地受惠于增长。自马克思以来,市场社会的批判者们就认为,最重要的是普通人真正有能力做些什么,这意味着要给他们切实的资源以使其能实现目标。但是,这种成功——普通人拥有切实的资源——只能建立在市场社会之上,而非其他。^[6]

对于明白这一点的人道主义者而言,争论的重点不再是我们是否应该拥有市场社会,而是我们应该拥有怎样的市场社会。

那么,是哪一种市场社会呢?

在市场关系中,交流的模式是双方进行自愿的交换。^[7]一般来说,市场是自愿交换商品和等价有偿服务的地方。^[8]

人们或许会问:我们应该建立一种怎样的市场社会呢?这个问题过于空泛,我们需要将之分解为一组更细致的问题,比如:

1. 政府应该在何种程度上介入和调控市场?
2. 最好的财产权制度及法律制度的背景是什么样的?
3. 在市场上,政府应该提供何种社会保障或其他福利项目以保护其公民免于遭受不幸?

这些都是有价值的问题,不过,它们并不是本书所要关注的。在本书中,我们关注的是第4个问题:

4. 哪些东西可以被出售,哪些不能?

这个问题关系到市场的范围。即便我们都认可市场经济是最好的,但哪些东西应该或不应该在市场经济中被交易这样的问题仍然存在。多数人认为有些东西是不应该出现在市场上的,在他

们看来,在市场上交易这些东西是不合适的。

有害的市场?

下面这些例子,有些你熟悉,有些你陌生。不过请自问:在每一个例子中,你认为售卖这些商品或服务在道德上是错误的吗?

(1) 人身广告 在东京(Tokyo),一家名为 Wit 有限公司(Wit Inc.)的公关公司让年轻女性将广告贴纸贴在大腿上,并为此付给她们 121 美元的日薪。这些女性必须年轻、受欢迎、苗条、美丽,她们必须同意穿上短裙或热裤。公司的首席执行官解释道:“这绝对是投放广告的最佳位置,因为这是人们非常想看的部位,同时也是姑娘们想要展示的部位。”^[9]

(2) 看我的女友 在美国和其他一些地方,人们可以付费订阅这样的网站:搜罗男人们上传的前女友的裸照或有关性的照片。这些照片本属于隐私;照片中那些女性本只愿意在彼时让她们那时的男友看到这些内容。有时,人们上传这些视频是为了羞辱他们的前任。(这被称为“报复性色情内容”。)

(3) 卖淫 当然,除了浏览图片,你也可以买春。比如,在华盛顿特区的某网站上,耶西卡(Yessica)的费用是每小时 200 美元,而在另一个网站上,杰西卡(Jessica)的费用是每小时 280 美元。

(4) 你的价格是? WhatsYourPrice.com 是个交友网站,它的用户花钱让别的用户与其进行初次约会。22 岁的大学生“Vva33”发布过一张她身穿黑色小比基尼出水的照片,并告诉别人“低于 300 美元拒绝见面”,因为她收到了“太多更高的报价”。一些相关

的网站则保证能安排想成为“甘爹”(sugar daddy)和想成为“甘女儿”(sugar baby)的用户会面。

(5) 假发 接发和假发通常是由人类的真发制成的。这些头发通常来自第三世界国家的穷困妇女,因为她们别无选择,不得不卖掉“她们珍视的财产”。^[10]

(6) 其他快速通道 在机场排队的时候,并非每个人都是平等的。长期以来,头等舱的乘客可以使用一条独立的通道,以先于其他人登机。现如今,有些航空公司也在出售这些快速通道,以使购买者可以提早登机。你只要花上 18 美元就可以排在其他人前面。

(7) 人类卵子和代孕 当我还在上大学的时候,一对不孕夫妇在校报上登了一则广告——他们愿意花 2.5 万美元向一名高挑、金发、蓝眼的女子购买一个卵子。另外,在我写这些东西的时候,我的一位最近刚结婚的同性恋朋友及其丈夫不久就将购买一个卵子,当这个卵子受精后,他们就会雇用代孕为他们生一个孩子。为此,他们很可能要付出总计 10 万美元的费用。

(8) 史上最卖座的电影 为什么亿万富翁托尼·斯塔克 6 (Tony Stark, Aka 钢铁侠)这个虚构人物要驾驶一辆奥迪(Audi)而非一辆阿斯顿·马丁(Aston Martin)或一辆布加迪(Bugatti)呢?原因很简单:奥迪在电影中为其产品购买了广告。事实上,在所有高成本的好莱坞暑期档电影中,你看到的剧中人物使用的产品商标或标识都极有可能是付费的植入。

(9) (唱片公司对电台的)商业贿赂 有时候,电台播放的音乐本身也是植入产品。唱片公司有时会付费让电台播放音乐。在

美国,只要电台说明歌曲是受赞助的,那么这一行为就是合法的,但是这个规定执行起来很有难度,而且很多电台并不披露他们收钱这一信息。

(10) 购买成绩 根据经济学家罗兰·弗赖尔(Roland Fryer)的研究,很多学校正在开始尝试让那些成绩不佳的学生花钱购买好成绩。

潜在的有害市场?

在以上所有例子中,那些市场要么是现存的,要么是直到最近才出现的。除此之外,让我们再看看下面这些可能存在的市场,这也是一些人希望将之合法化的:

(11) 老虎养殖 老虎现在濒临灭绝。导致这一现象的一个重要原因是,偷猎者杀虎取皮。禁止偷猎及虎皮贸易的法律并不能解决老虎濒临灭绝的问题,因为偷猎和老虎的黑市交易实在难以禁绝。由此产生一个问题:为了挽救老虎,政府是否应该允许老虎养殖?即政府是否应该允许私人农场养殖老虎并杀虎取皮?就像政府允许农场主养殖牲畜或兔子以获取其肉和皮毛那样。老虎养殖的支持者们认为,老虎与猪之间并没有道德上的区别,既然可以养猪,那么为什么就不可以养老虎?而且,允许老虎养殖将消弭偷猎背后的经济动机,并由此防止老虎的灭绝。

(12) 对恐怖行为下注 在21世纪初,根据很多经济学家对信息市场的预测能力的研究,五角大楼曾考虑建立一个政策分析市场(Policy Analysis Market, PAM)。这些信息市场将允许人们对

某些事件——诸如恐怖袭击或中东的某些冲突——的发生时间进行投注。这类市场的设计使得一个投注的价格可以反映出一个事件的发生概率(比如,在恐怖分子明天袭击波士顿这个项目下,0.87美元每份的投注价格等于事件发生概率为87%)。政策分析市场的支持者们相信,五角大楼、中央情报局(CIA)和其他机构将会依次借助于这些信息来拯救生命。

你或许会反对以上一些市场,或许会觉得上述市场中至少有一些是无礼的、令人反感的、不体面的,甚至是不道德的。假如你真的这么想,那也很正常。多数人认为有些东西是不应该且不能用金钱购买的,他们认为这些东西应该与市场的供需关系隔离开来。

7

我们是批评者的批评者

德布拉·萨茨(Debra Satz)将那些让人产生“强烈厌恶感”的市场称为有害的市场。^[11]她说,存在“一种对某些市场交易的天然的厌恶或痛恨”。^[12]玛格丽特·简·雷丁(Margaret Jane Radin)将市场上的这些商品称为“有争议的商品”,^[13]她坚持认为有些东西在市场上是“不可转让的”,即这些东西不应该被允许出售。^[14]有争议的商品包括器官和血液、性、代孕、排队服务^[15]及一些类似的市场。

关于市场的道德界限的书似乎总是有着无限的市场。(市场的批评者们认为他们可以销售关于市场的界限的书籍,并且他们中的一些人还靠着卖这类书赚了不少钱。)近些年来,他们中的德布拉·萨茨、露丝·格兰特(Ruth Grant)、迈克尔·桑德尔(Michael

Sandel)、罗伯特·斯基德尔斯基(Robert Skidelsky)、玛格丽特·简·雷丁、本杰明·巴伯(Benjamin Barber)和乔治·里策尔(George Ritzer)都分别论证过有些东西是不应该拿来出售的,以及市场的扩张会腐蚀我们的个人品格和公民品格。我们将这些思考者及其知识界的盟友称为“反商品化理论家”。他们反对被其称为“商品化”的东西,他们所指的“商品化”是对把此前人们无意买卖的东西拿来出售这一行为的蔑称。

他们的作品的主旨是,虽然市场是公共利益的仆人,但随时都会反戈一击。从某些目的的角度来看,市场或许是好的,或许是可以被容忍的,但是市场会扩张,并将主宰一切。

他们认为,商品化是市场心态的一种内在缺陷。不管是 PayPal 的创始人彼得·蒂尔(Peter Thiel)这样的资本家,还是电影制作人迈克尔·摩尔(Michael Moore,净资产 5000 万美元^[16])这样的反资本主义者,人们总是在找机会赚钱。假如有人可以为一种此前未被出售的东西找到销路并能够凭此牟利,那么这种东西很快就会被售卖。同时,怨言也会出现,比如市场上没有什么是神圣的,市场那贪婪、肮脏的手总会染指一切。

我们认为,关于市场之邪恶的谣言被极大地夸大了。现在是市场作出公正辩解的时候了。

我们想通过本书破除那些夸张的谣言。我们要向那些反市场化的理论家们证明,他们关于市场范围的批评根本就不在点子上。我们确实也认为有些东西不应该被交易,但原因是人们本就不该拥有这些东西。除此之外,我们还将论证,在关于我们该如何买卖、贸易方面确实有些道德上的合理担忧,但是在我们可以对哪些

东西进行买卖、贸易方面,任何担忧都不合理。

在本书中,我们将论证,那些反市场化理论家们对市场的反对是错误的。针对他们论证的几乎所有在道德上不被许可的有趣案例,我们将反向论证这些市场是可以被允许的。对于他们认为的市场有不道德风气或意图腐蚀我们的地方,我们认为这些都是道德的,且可以改良。在他们认为对策应该是收缩市场的地方,我们认为对策是扩张市场。

8

为什么这种争论是重要的

现在,有大概 9900 名美国人正在肾脏移植的等待名单上。但他们中的大多数人并不会有幸得到肾脏移植。去年,超过 3000 人在等待肾脏的过程中死去。2010 年,大概有 4300 名加拿大人在等待器官移植,其中有 80% 的人等待的是肾脏。2012 年,有 84 人死于缺乏可移植肾脏。大多数像你这样的读者都可以将你的一个肾捐献给需要的人,并且从长远看,捐掉一个肾并不会对你的健康造成多大影响。^[17]但是,像大多数人那样,你的善良、慈爱和利他心并不足以让你捐出一个肾。

所以,这产生了一个问题:政府应该允许私人在市场上出售他们多余的一个肾脏吗?人们就是不愿意无偿送出别人需要的器官。政府规定的器官的合法价格是 0,这远低于隐性的市场价格。在这种情况下,经济学家们或许会说,只要一件商品的法定价格低于均衡价格,商品需求就会超过供给,市场上当然就会出现商品短缺。因此,很多哲学家和经济学家据此认为,器官市场能够消除器

官短缺。[比如]你的善良或许还不足以让你捐出一个肾给陌生人,但是你或许愿意为了10万美元而做这件事。器官交易的支持者们相信,器官交易每年将会拯救成千上万的生命,同时还能帮助穷人致富。

不过,多数人还是不能赞同器官交易。诸如《重生男人》(*Repo men*)或《别让我走》(*Never Let Me Go*)这样的好莱坞电影将器官市场描绘得极其恐怖。多数人在内心深处认为器官交易是恶劣的、令人反感的、冷漠且让人厌恶的。他们为他们的厌恶之心找到了一个道德上的名义:他们抱怨器官交易将人的身体商品化,且没有给身体合理的尊重。他们还试图论证,器官交易势必会建立在对穷人的剥削之上。

我们将在本书中讨论很多种市场。有时候,有些情况很无趣:是否应该允许一名日本商人用女学生的内裤来满足其恋物癖?或者,是否应该允许一名手术医生在节日里雇人替他工作?但是,即使是在讨论这些无趣的市场时,我们也应该意识到,如何回答关于市场的道德性的问题仍然是最重要的。最后,我们将讨论夫妇是否可以有孩子,我们是否可以用现有的最好方式来预测恐怖袭击或者病人們的生死等问题。这本书将引领我们进入学术争论,但这场争论并不仅仅是学术上的。我们如何解答这些问题才是至关重要的。

9 注释

[1] McCloskey 1991, 1.

[2] 我们使用了 Angus Maddison 的历史人均国内生产总值数据,详见 <http://>