

《海纳百川·藏书博览》

简装书库·政治、法律

（政治理论）

# 有闲阶级论

（02）

[美] 凡勃伦

上海市黄浦区教育信息中心

## 第五章 金钱的生活水准

任何现代社会中的大部分人所以要在消费上超过物质享受所需要的程度，其近因与其说是有意在外表的消费上争雄斗富，不如说是出于一种愿望——想在所消费的财物的数量与等级方面达到习惯的礼仪标准。指导着这个愿望的并不是一个严格不变的标准，并不是说一定要达到这个死板的限度，超过了这一点就别无更进一步的动机。标准是有伸缩性的；尤其是如果金钱力量有了任何增长，只要有足够时间使人得以习惯于这种增势，使人在随此增势而来的新的、规模更大的消费中获得了便利，标准是可以无限制提高的。由俭入奢易，由奢入俭难；要从已经达到的消费标准后退，这件事比较为了要适应财富增加而改变已习惯的消费标准不知要困难多少。有许多惯常的支出，经分析以后证明差不多是纯粹浪费性的，因此也就是纯粹荣誉性的，但是一朝纳入了礼仪消费标准，成为生活方式中一个必要的组成部分以后，要中止这类消费，那就要感到莫大困难，其困难程度正不亚于放弃直接有助于物质享受的那类消费，甚至不亚于放弃对生活与健康十分必要的消费。这就是说，那些提供精神福利的显然是浪费的荣誉性支出，跟许多适应物质福利或仅仅维持生活的“下一层”需要的支出比起来，可能有更大的必要性。大家都晓得，要从一个“高的”生活水准退下来，其困难正不亚于从一个已经比较低的水准再降低一步；虽然在前一情况下所涉及的是精神上的困难，而后者可能要牵涉到物质享受方面的实际削减。

在明显消费方面后退是困难的，而要作新的进展却比较容易，实际上后者的出现几乎是自然而然的。偶然也会发生这样的情况，增进明显消费的条件已经具备，而事实上却无所增进，这在一般理解下是反常而需要加以解释的，有了这样的缺点的人，也难免被人指责为寒酸、小气。反之，经济情况有了好转而对刺激反应迅速，则被一般人认为是正常现象。这就是说，通常促使我们努力争取的消费标准，并不是那个已经达到的、平淡无奇的支出规模，而是刚巧为我们力所不及的，或者是需要加一把劲才能达到的理想境地。这里的动机是竞赛，是一种歧视性对比下的刺激力，它促使我们努力赶到我们惯于把自己列入其同级的那些人的前面去。在日常谈话中往往有这样的说法，每个阶级所羡慕的、所要争取列入的总是刚好比它高一级的那个阶级，至于比它低的或远在它之上的那些阶级，一般都是置之度外，不作较量的；这里所阐述的实际上就是这一论点。这就是说，决定我们在消费上的礼仪标准的，同在别的目的上的竞赛一样，是在荣誉上高于我们一等的那些人的习惯。在这样逐级上推的情况下，尤其是在阶级差别不十分明显的社会里，一切荣誉和礼仪方面的准则以及一切消费标准所依据的习尚和思想习惯，都可以通过带几分含糊的分等分级，逐级追溯上去，一直追溯到社会地位最高、财力最雄厚的阶级——富裕的有闲阶级——的习尚和思想习惯。

怎样才算是正派的、光荣的生活方式，这一点大体上是要由这个最高阶级来决定的；这个社会改进方案，在最高的、理想的形式下是怎样的，通过教导和示范来说明这一点，是这个阶级的任务。而较高级的有闲阶级，只有在一定的物质限制之下，才能行使这种准祭司式的职权。它对于这类礼仪上的任何要求，不能从心所欲地使大众的思想习惯来一个突然的改变或逆转。要使任何改革深入群众，要改变他们的思想习惯，是需要时间的；要使在社会地位上离开这个发光体比较远的那些阶级改变习惯，就需要更多的时间。

人口的流动性越小，各阶级之间间隔越远，差异越明确，则进度越慢。但是如果假以时日，那么关于社会的生活方式上的形态和细节等问题，这个阶级的自由裁决力是大的；不过对于关系到荣誉的重大原则，它所能实现的改革，只是限于可容许的狭小的差度之内。它作出的一些榜样和儆戒是有威力的，这种威力一直贯串到在它下面的一切阶级；但是当它拟定教条，作为博取荣誉的方式方法，传给下面各阶级、从而构成各阶级的风俗习惯和精神态度时，这种威力是一直在明显浪费准则的淘汰性指导之下发生作用的，同时又受到作业本能的不同程度的调节。在明显浪费和作业本能这两个规范以外，还有一个属于人类性格的重大要素——掠夺意志。就其普遍程度和心理内容来说，它位于上述两个规范之间。至于这一要素怎样影响到众所公认的生活方式的构成这一点，随后再讨论。

由此可见，荣誉准则对某一阶级的生活方式要有所规定或限制，就必须同那个阶级的经济环境、传统习惯和精神上的成熟程度相适应。这里应格外注意的是，某一礼仪上的习俗，在开始时不论具有怎样高的权威，也不论它怎样切合荣誉的基本要求，如果随着时间的推移，或者是在其势力下推到较低的金钱阶级的过程中，发现它与文明民族礼仪上的根本依据——即在金钱的成就方面作歧视性对比这个目的上的适用性——相背驰，它就决不能持续存在。

显然，这些消费准则，对于任何社会或任何阶级的生活水准的决定，是具有很大关系的。反过来，同样明显的是，任何时期或任何一个社会中通行的生活水准，对于荣誉消费将采取什么形式以及这一“高一层的”需求将在什么程度上支配人们的消费这些方面，也有很大的关系。就这一点来说，已有的生活水准所发挥的控制作用主要是消极的；它的作用几乎完全在于，阻止已经习惯的明显消费标准再向后退。

所谓生活水准，本质上是一种习惯。它是对某些刺激发生反应时一种习以为常的标准和方式。从一个已经习以为常的水准退却时的困难，是打破一个已经形成的习惯时的困难。水准有所提高比较地轻便自如，这一点说明生活过程是一个活动力开展的过程，不论何时何地，只要自我表现所受到的阻力有了减退，活动力就会毫不犹豫地新的方向开展。但是沿着这一个阻力低的路线进行的表现习惯一经确立，即使环境发生了变化，外界的阻力显然有了增长，它仍将向它惯常的出路寻求发泄机会。那种被称为习惯的、沿着某一方向的表现变得更为轻快自如时，它就可以大大抵销客观环境对沿着这一方向的生活开展的阻力的增长。个人的生活水准是由种种不同的习惯或表现的可惯方式和习惯方向构成的，它们彼此之间关于在逆境环境下的坚持不屈程度，关于在某一方向下寻求发泄机会的迫切程度，是大有高下之别的。

用现代经济理论的术语来说，这就是，人们总是不愿意削减任何方面的支出，但对于某些方面的削减，其为难情况比其他方面更甚；因此对于任何惯常的消费虽然总是在勉强的情况下放弃的，但其中总有某些方面的消费格外不愿意放弃，容或放弃也是极度勉强的。在各种消费品或消费方式中，消费者抓得最牢的，通常是所谓生活必需品或最低限度生活资料。所谓最低限度生活资料，当然不是在质和量上都固定不变的、一宗有严格限度的商品定额；这里为了讨论的方便，不妨假定，为了维持生活，所需要的是一个相当固定的消费总量。万一消费必须不断粮减，可以说，这个最低限度通常总是最后才放弃的。这就是说，在通常情况下，支配着个人生活的那类历史最悠

久、最根深蒂固的习惯——关系到他作为一个有机体的生存的习惯——是最顽固、最难以避免的。此外还有更高一层的需要，是个人或民族随后形成的习惯，这些习惯的形态比较不规则，也没有一定的在缓急程度上的高低可说。这类高一层的需要当中有一部分，例如某类刺激品的习惯使用、超度灵魂的愿望、博取荣誉的盼切等等，有时候其地位还可能居于低一层或更加带有基本性的要求之上。一般说来，习惯形成愈久，愈不容易打破；与生活过程中原有的习惯形态配合得越密切，这种习惯的顽固性就越强。一种习惯，如果对于跟它的活动有关的、或在活动中已经发挥作用的那些人类性格上的特征或倾向，已经在生活过程中有了广泛、深刻的影响，或者是已经与民族的生活历史密切结合，这种习惯就更加巩固，更加有力。

各色各样的人有各色各样的习惯，养成这些习惯的难易程度彼此不同，放弃它们的难易程度也彼此不同；这一点说明，各种习惯的养成，并不单是一个经过时间长短的问题。决定支配着任何个人的生活方式的究竟是哪一类习惯的，不仅是习惯养成的时间的长短，而且同样重要的是性格上的遗传特征。在任何社会里，在其遗传特征中普遍存在的性格类型，或者换句话说，在其种族中占优势的性格类型，在决定社会在日常生活过程中表现的范围和方式上具有很大的力量。出于遗传的性格特征，会怎样迅速地、明确地影响到个人习惯的构成，可以举例来说明。例如有些人有极端严重的欲酒无度的习惯，这种习惯的养成，有时候是极其容易的。又如，有些人在宗教信仰上有天赋的特性，因此这种习惯的养成，对这部分人来说，同样是极其容易的，也是无可避免的。有些人格外容易习惯于所谓浪漫的恋爱的那种人类环境，这一点也具有与上面的例子大致相类的意义。

各人的禀赋不同，因此各人的生命活动力向某些方向开展的难易程度也彼此不同。有些习惯与人们的特有禀赋或比较强烈的性格特征或比较容易表现的方向是一致的，因而它们同人们的幸福有重大关系。构成生活水准的某些习惯是有相当韧性的，而确定这种韧性的是上述遗传特性的作用；这一点说明，人们放弃有关明显消费的任何支出为什么会感到极度为难。作为这类习惯的依据的一些特性或性格特征是含有竞赛因素的；而这类竞赛性的、也就是含有歧视性对比作用的倾向，是自古以来就存在的，是人类性格的普遍特征。这种性格特征很容易在任何新形态下有力地活跃起来；而且在任何新形态下一经找到了惯常表现的机会，就极其有力地扎下了根。当一个人已经养成了在某一类型的荣誉消费中寻求表现的习惯，当某一类型或某一方向下的活动，在这些活跃的、影响深远的竞赛倾向的支配之下，对某一类刺激力量已经惯于作出反应，这时要他放弃这类习惯，他是会极端不愿意的。另一方面，不论什么时候，如果财力有了增长，使个人能够向更大的规模和更大的范围开展他的活动过程，则民族中的那些历史悠久的性格倾向将发挥作用，将从中决定生活应当向哪个方向开展。有些性格倾向，在某种有关的表现形态的领域中原来已经很活跃，并且得到了现时的、公认的生活方式所明白表示的意向上的协助，而使之得以实现的物质资料 and 机会又都是现成的——这样一类性格倾向，当个人的综合力量有了新的增长而急于表现时，在形成其表现的形态与方向方面，有着格外重大的作用。具体地说，在任何社会，如果明显消费是生活方式中的一个因素，当个人的支付能力有所增长时，这种增长所采取的形式，势必是属于某种公认的明显消费形式。

除了自卫本能以外，竞赛倾向大概是纯经济动机中最强烈的，而且是最

活跃、最持久的。在工业社会里，这种竞赛倾向表现在金钱上的竞赛上；就现代西方文明社会而言，实际上这等于是说它表现在明显浪费的某种形态上。因此当现代社会的生产效能或商品产量，除供应最基本的物质需要以外还有剩余时，明显浪费方面的需要是随时准备吸收这个余额的。在现代情况下，这样的结果假使没有发生，那末所以会出现这种矛盾，通常的原因总是在于个人财富增进的速度过高，消费的习惯没有能赶上；或者是由于这些人愿意把明显消费方面的增进推迟一步，至于为什么要这样做，一般总是由于要储备力量，提高作出总的支出时的炫耀效果。当生产效能提高，可以用较少的劳动取得同样的生活资料时，社会中那些勤劳的成员所全力以赴的总是要在明显消费方面获得更高的成效，而不是松下劲来，把前进的步子放慢。当提高了的生产效能使生产上的紧张有了缓和的可能时，事实上并没有缓和下来，只是把生产的增量用来适应明显消费方面的需要，这种需要是可以无限扩大的，按照经济理论上的一般说法，这是属于高一层的或精神上的需要。詹姆斯·穆勒说得好，“所有已有的机械发明，是否已经减轻了人类的辛勤劳动，迄今为止还是个疑问。”他所以能这样说，主要就是由于在生活水准中存在着这样一个因素。

某个人的生活水准应当是怎样的，这一点大部分决定于他所隶属的那个社会或那个阶级所公认的消费水准。所以会这样，直接原因是他时刻要注意到这个水准，习惯成自然，这个水准已与他的生活方式合而为一，因此使他有了深刻印象，认为执行这个消费水准是对的、好的；间接原因是公众方面的坚决态度——遵守公认的消费水准是一个礼仪上的问题，因此不遵守这个水准是要受到轻视、受到排斥的。接受并执行社会上通行的生活水准是既愉快又适宜的一件事，为了个人享受，为了生活舒畅，是非做到不可的。任何阶级的生活水准，就明显浪费这一因素来说，一般总是高到尽其收益力所能及的程度的，不仅如此，它还一直倾向于进一步提高。其对人们的活动发生的影响是，导使他们倾其全力，在专一的目的下从事于猎取尽可能多的财富，对于没有金钱利得的工作则一概拒绝。对消费的影响是，使消费集中于某类事物，这类事物对于要博得其好评的那些观察者说来，是最明显、最容易看到的；至于不涉及时间方面与物质方面的荣誉性消费的那类性格特征，则由于弃而不用，已渐就湮没。

这种对于可见的消费这方面的偏重所造成的结果是，多数阶级的成员的家庭内部生活，同他们在大众面前公开的那部分生活比起来，前者多比较简陋，后者多比较奢华。另一个相因而生的结果是，人们往往把自己的私生活隐蔽起来，不让外人窥见。就可以私下进行而不至于受到指摘的那部分消费来说，他们的生活是与左近的人完全隔绝的。因此在多数工业发达的社会里，人们的家庭生活是处于不公开状态的；也因此，出于比较深远的渊源，那种对自己的私生活讳莫如深的习惯，已经成为一切社会中上层阶级的礼仪上的一个显著特征。那些对荣誉性消费要求格外迫切的阶级，其人口出生率都很低，这也未尝不是起源于以明显浪费作为生活水准的基础这一点的不容忽视。生下了个孩子，要在很体面的方式下扶养他，由此涉及的明显消费、也就是由此增出的开支是很可观的，这就造成了生育上的一个强大阻力。谈到马尔萨斯的限制人口主张，这也许是最有实效的一点。

上面谈到生活水准中荣誉消费这一因素在两个方面发生的后果，一方面是物质生活与物质享受的比较暗藏的部分支出的紧缩，还有一方面是生育的

节制；以这两点而言，表现得最突出的似乎是从事于学术研究工作的那些阶级。一般都认为他们的特点是具有高人一等的天赋与稀有的造诣，因此总是习惯地把他们列入高于按照其金钱力量所应列入的那个社会等级。在这种情况下，他们的礼仪的消费水准就提到了与上述看法相应的高度，结果留下来可供生活上其他方面使用的剩余部分就异常狭小。出于环境的压力，他们自己对礼仪消费怎样才算是恰当的、算是适合身份的这个方面的习惯看法，以及社会在这个方面对他们的瞩望，在水准上都是非常之高的；以他们的富裕程度和收益力来计量，与名义上社会地位同他们相等的那些非学术阶级对照，这个水准肯定是过高的。在任何现代社会，如果学术研究工作不是像教士那样成为一种独占性职业的话，从事这类研究工作的人，就难免要同财力在他们之上的一些阶级相接触。这些在财力上占上风的阶级所通行的高度的金钱礼仪水准，不断地渗入学者阶级，而且渗入以后，其严格程度几乎一点也没有减轻；结果使这类学者阶级的明显浪费方面的支出在其财力中占到了较大的比率，其比率之大是再没有别的阶级比得上的。

## 第六章 金钱的爱好准则

上面曾一再说明，虽然消费的约束性规范大部分是出于明显浪费的要求，但决不可认为消费行为所依据的动机，在任何情况下必然是毫无掩饰的单纯形态下的这一原则。在通常情况下，消费者的动机不外是一种愿望，他所希望的是与已有的习俗相一致，避免受人白眼或引起指摘，在所消费的物品品种、数量与等级方面，在时间与精力的使用方面，要能与公认的礼仪准则相适应。在一般情况下，在消费者的动机中，这种力求符合习尚的观念是存在的，尤其是在众目昭彰之下进行消费时，这种观念简直是具有直接拘束力的。有些消费事物是不大会被外人注意到的，如内衣、零件、某些食品、厨房用具以及别的一些供实用而不是作陈设之用的家具等等；但即使在这类消费中，也往往可以看到相当显著的从俗性的浪费因素。我们如果仔细考察这类物品，就可以看出，其中足以增加其成本从而提高其商业价值的某些特征，并没有相应地提高其适用性，而原来在表面上的目的是专门供实用的。

在明显浪费定律的淘汰性监视之下，产生了一种公认的消费准则，它的作用是使消费者在对物品的消费上，在时间与精力的使用上，能够保持高价与浪费的一定标准。这种传统习俗的发展对经济生活有直接影响，对于行为的其他方面也有间接的、远一层的影响。有关生活表现的任何一个方面的思想习惯，是必然要影响到生活的其他方面的是非和善恶的习惯看法的。在构成个人意识生活内容的那个思想习惯的有机复合体内，经济利益并不是孤立的，并不是与其他利益分得清清楚楚的；比如它与荣誉准则的关系，上面已经提到了一些。

在生活中，在对物品的消费行为中，哪些是正派的，光荣的，指导这方面思想习惯的形成的是明显浪费原则。在这样的指导过程中，这一原则势必侵犯到别的一些行为的规范，而这类规范与金钱荣誉准则却根本没有什么关系，它们只是直接地或附带地具有某些经济意义。因此，荣誉浪费的准则对责任观念、审美观念、效用观念、宗教或教仪配合方面的观念以及科学真理观念，都会发生直接或间接的影响。

荣誉消费准则与道德行为准则往往是互不相容的，关于这方面的一些特点或特殊情况，这里实在没有什么深入讨论的必要。那些以维风励俗为己任，看到了任何离经叛道的情况就要从旁劝告、指责的人，对这方面的问题早已给予充分注意，并作了充分阐述。在现代社会，如果其社会生活的主要的经济与法律上的特征是私有财产制，则财产的神圣不可侵犯，就成为道德规范的显著特征之一。这个私有财产不可侵犯的习惯，实际上已经受到了另一习惯——即为了以明显消费博取荣誉而追求财富的习惯——的蹂躏；要获得人们对这一论点的认可，是无须反复申论或仔细解释的。多数对财产的侵犯，特别是那些大规模的侵犯，就属于这一类。由于侵犯的结果，侵犯者获得了大宗财产，如果单以纯道德规范为依据，他的这种侵犯行为是应当受到严厉惩罚或谴责的，但通常情况却并不是这样，这也已经是一个众所周知的事实。犯了这样的罪行，获得了大宗财富的这个窃贼或骗子手，他的运气比那些小偷好，一般都可以幸逃法网！而且通过增加的财富，通过他对这项财富的大大方方的花费，还可以博得好名声。当他消费他的不义之财时，态度上的雍容大雅是极其容易博得在礼仪上修养有素的人们的同情和钦佩的，这就大大减轻了出自道德观点的对他的鄙视感。值得注意的另外一点——同我们所讨

论的问题有更直接的关系的一点是，如果一个人对财产的侵犯行为，其动机是为了要使他的妻子和儿女能够过“礼仪上过得去的”生活，是为了要供应在这方面所需的手段，那就很容易获得我们大家的谅解；如果再加上作妻子的是“从小就习于奢华生活的”，其罪行就更容易掩饰过去。这就是说，如果侵犯行为的目的是在于，使他的妻子得以代其执行金钱礼仪标准所要求的、那一定量的时间上与物质上的代理消费，我们就会很容易宽恕这种侵犯行为。就这一情况来说，对于在惯常程度上的明显浪费这一习惯的认可，是冲淡了反对侵犯所有权的习惯的；这一点有时候甚至会发展到这样的程度，以致对某一侵犯财产的行为究竟为功为罪，竟难以肯定。当侵犯行为合有根显著的掠夺或盗窃成分时，情况尤其是这样。

关于这一论题，这里无须再深究下去；但不妨再说明一点，所有环绕着所有权不可侵犯这一概念的一大堆道德观念，其本身就是传统地歌颂财富这一现象的心理上的沉淀物。还应当认清，这种被认为神圣不可侵犯的财富之所以获得重视，根本就是由于要通过对它的明显消费来博取荣誉。

关于金钱的礼俗与科学精神或学术研究方面的关系，将在另一章作比较详细的探讨。至于关系到金钱礼俗的宗教或正确教会仪式这些方面的观念，也将在另一章里附带论及，这里也无须深究。然而这种荣誉性消费的习惯，对于宗教事物怎样才算正确、才算有价值这些方面的一般爱好的形成有很大的关系，因此明显浪费原则对一般宗教信仰的某些方面的作用，这里仍然值得一提。

显然，有很大一个部分所谓宗教信仰上的消费，例如宗教建筑物、教士法衣以及属于这一类的其他事物的消费，是可以用明显浪费这个准则来说明的。即使在近代，对于神的崇奉，已经比较不重形式而偏重精神上的虔诚，但是在这方面的建筑物以及其他应用道具，也大都刻意修饰，力求精美，其间含有很大的浪费支出成分。庄严华丽的教堂，会引起一个信徒怎样的陶醉心情和出世之感，这一点是稍作外表观察和内心反省——两者都可以适用——就可以体会得到的。反过来说，如果在神圣的所在看到了任何贫寒、简陋或龌龊的迹象，则身临其境者将感到怎样难堪，也就不难想像。任何宗教信仰上的用品，在金钱代价上应当无所吝惜，在这一点上应当使人无可指摘；这类用品在美感或适用性方面尽可以容许有所出入，而上述要求是不能违背的。

值得注意的另外一点是，在任何社会，特别是在住宅方面的金钱礼仪标准还不很高的地区，当地教堂比一般信徒所住的屋子，在华丽程度上，在建筑和装饰的明显浪费程度上，总要高出一筹。一切教派，不论是基督教或非基督教，情况几乎都是这样，尤其是那些历史比较悠久的、比较成熟的教派，这方面的情况更加突出。可是教堂方面对于信徒们的个人享受，一般简直是不加考虑的。的确，以教堂的富丽与一般信徒住宅的简陋对照起来看，不但前者对后者的物质福利极少贡献，而且大家都有这样一种看法——按照真美善的正确而开明的观念，教堂的一切支出，凡是可能有助于信徒们的享受的，都应当明确避免。在教堂的布置或陈设中，如果合有任何供世人享受的成分，也至少应当在庄严的外貌下，小心翼翼地加以掩蔽或伪装。近代的一些最负盛名的教堂建筑，总是力求壮观，费用多少在所不计，然而对外表庄严这一原则竟贯彻到这样的程度，简直使那里的一些设备成了抑制肉欲的工具，特别在外表上看来是这样。那些对宗教上的消费抱有高超见解的人，看到这种

由庄严性的浪费所造成的苦恼，很少不加以衷心赞许，很少不认为这才是真正尽善尽美的。宗教信仰上的消费本质上是一种代理性消费。宗教上的消费以庄严为前提这一准则所依据的是，由明显浪费而来的金钱的荣誉；作为这一准则的后援的是，代理消费不应当显然有助于代理消费者的享受这一原则。

一切圣所——教堂、庙宇等等——都是为神而设的。但是有些教派设置圣所时，并不以为神是实际在场亲自享用那些为他而设的奢华设备的；在这样的情况下，这类圣所及其附属物就不免要在奢华的气氛中含若干重庄严而不重物质享受的成分。有些教派，对圣所设备的性质在这一点上的看法略有不同，在它们的想像中，神的生活习惯比较进一步地近似于尘世中族长制下的统治者的生活习惯，在这样的情况下，它们认为神是要亲自享用为他而设的消费品的，因此这些圣所及其附属物的部署，在式样上就比较地近似于供尘世中的主子或物主在明显消费方面使用的事物。否则，如果把宗教上的设备看作只是在敬神的仪式上使用的，就是说，是由神的仆人代他执行消费的，那末这类设备就具有了专供代理消费使用的一类事物的性质。

在上述后一情况下，圣所及其附属物的设置，其意并不是在于增进代理消费者的享受或生活上的丰富多彩，或者至少不应造成这样一种印象，以为就这类设备而言，消费的目的是在于消费者的享受。因为代理消费的目的并不是在于提高消费者本人的生活的丰富程度，而是在于提高为之执行消费的那位主人的金钱荣誉。因此，大家晓得，教士们的法衣总是代价很高、非常华丽的，而穿着却并不舒服。有些教派并不认为为神服役的那类人是以神的伙伴的资格来服役的，这些人的服装总是但求庄严而不愿到舒适与便利，而一般都觉得是应当这样的。

在宗教上的礼仪消费标准的建立过程中，浪费原则所侵入的，还不只是有关教会仪式上的适用性这类准则的领域；它还影响到了手段和方法，它牵涉到了代理消费，也牵涉到了代理有闲。作为一个教士的最高风度是有闲，超然物外，一切都看得很淡，对于尘世欢乐应当是一元沾染、六根清净的。当然，随着教派的不同，这些要求的宽严也不同，但是在信仰神人同形同性说的一切教派的教士或僧侣的生活中，时间上的代理消费这一特征，总是显而易见的。

在宗教崇奉的外表礼节上，也处处可以看到代理有闲这一准则的存在，对一切旁观者来说，这一点是一经指出即可了然的。一切教会仪式都具有逐渐成为一种定型演习的显著倾向。这种定型化的演进，在比较成熟的教派中最为显著，其教士在生活和服装上的表现也比较庄严、华贵和严肃，那些比较后起的教派在教士生活、教士服装和教堂这些方面的好尚还不十分严格，但是从它们举行礼拜的方式方法中也可以看到这种定型化趋向。教派成立的年代越久，越巩固，在其仪式的奉行中那种照例行事的机械成分也越大，而这种刻板的表演却是极其适合正派信徒们的口味的。仪式的举行既然会演变成例行故事，这就清楚地说明，为之举行仪式的那位主子，对于他的仆人们的实际服役并没有需要，他所需要的是高出于这种世俗需要之上的。他们都是无用的仆人（unprofitable servants），正是由于仆人的不发生作用，在主子方面才有了光荣的含义。这里已经可以不言而喻，就这一点来说，一个教士的职务同一个跟班的职务是极其相像的。从教士和跟班那里看到的都只是机械地执行职务，显然的呆板作风，而这一点同事态也正相配合，是

足以使我们感到愉快的。教士执行他的职务时，不应当使人看上去好像他是善于完成这件工作的，因此不应当有轻快的作风或敏捷的操作。

信徒们是生活在金钱荣誉准则的传统之下的，因此人们认为神所具有的那种性格倾向、好尚和生活习惯，必然与信徒们的这种传统有明显的、不可分割的关系。由于这种关系渗透在人们的思想习惯中，于是信徒们对神的观念以及人神关系的想法，就染上了明显浪费原则的色彩。当然，这种金钱美感的洋溢在比较幼稚的教派中最为显著，但这一现象在一切教派中也是到处可见的。一切民族，不论处于哪一文化阶段或哪一文化程度，对于他们所崇奉的神的个性和习惯环境都感到缺乏可靠情报，都不得不设法在这方面有所弥补。当他们乞助于想像，以丰富并充实他们对神的仪表和生活作风的写照时，他们就不期然而然地把他们理想中的高尚、伟大人物所具有的那些特征，归之于神。人们在祈求与神相交时所采取的方式方法，是尽可能同化于当时人们心目中对神的理想的。一般认为，按照某种公认的方式，并且在一般人所理解的同神的性格格外相投的物质环境之下，向神通诚，是最能邀荣取宠、从而获得最好效果的。当然，逢到与神交通的场合，在仪态方面和设备方面的这种一般公认的理想标准，大部分是由，在一切隆重的社交中，人类的动作和环境怎样才算是真正尽善尽美这个方面的一般理解所构成。但是，分析礼神的动作和态度时如果认为金钱荣誉准则下存在的一切迹象都直接地、单纯地起因于金钱竞赛的基本规范，那是一种误解。还有一层，如果像一般人所想像的那样，认为神是非常密切地注意到他的金钱地位的，认为他所以要避开并疾视一切肮脏的环境，只是由于这些环境不符合金钱标准，那也是一种误解。

然而，尽管从各方面作了考虑，看来还是难以否认，我们对于神的属性的见解，以及我们对于向神通诚的方式和环境怎样才算恰当这些方面的见解，的确是直接或间接受到金钱荣誉这一准则的实际影响的。我们觉得凡是属于神性的，必然是一种格外宁静的、有闲的生活习惯。一个虔诚的说教者，不论什么时候，为了宣传教义或唤起信教热忱，在他的屋子里挂起诗意的图像时，在观众心头浮起的，必然是笼罩在非常强烈的财力与权力气氛中的一位主人，四周围绕着许多随从。在神像的这类通常写照中，这一群侍从的任务是执行代理有闲，把他们的时间和精力大部分花费在非生产性的对神的德性与功绩的颂扬上；充满于整个写照的是绚烂夺目、十分珍贵的一些金银财宝。不过，金钱准则的侵入，只有在宗教上的想像比较粗鲁的表现中，才会达到这样极端的程度。从南方黑人的宗教图像中，我们看到了一个极端例子。南方黑人认为，只有黄金差堪作为他们的宗教画家的背景，不能再降格以求；由于他们深信金色的璀璨可爱，这种色彩竟充满整个画幅，使人看了眼花缭乱，使比较爱好朴素的人简直难以忍受。这固然是一个比较突出的情况，然而金钱可贵这一观念之深入人心，它之支配人们关于宗教上的设备怎样才算恰当的看法，人们谈到教仪恰当性的标准时总不免以金钱可贵这一标准作补充，这大概是何教派所不能免的。

与此类似，一般还存在着这样一种同情的感觉：作为神的仆人，不应当从事任何生产工作，任何对人类有实用的工作，都不应当在神灵之前或圣所的境域以内进行；晋谒、朝拜的时候，应当把那种亵渎神圣的产业气味从身体上或衣服上清除掉，穿上考究一些的、平时不轻用的盛服；休假日是专门供颂扬圣德或与神灵交通用的，人人在这个日子应当撇开对人类有用的一切

俗务。即使是关系比较疏远的一般信徒，也应当每隔七天抽出一天来执行代理有闲。

在人们关于宗教仪节以及对神的关系究竟怎样才算是恰如其份这类自发观念的表现中，金钱荣誉准则的有效存在是再明显也没有的——不论这类准则对宗教见解的影响是直接的，还是隔一层的。

金钱荣誉准则对消费品的美感与适用性方面的一般观念也有类似影响，而且影响更加深远，更有决定性作用。人们对实用品或美术品的审美观念和实用观念，大部是受金钱礼仪的要求的影响的。有些物品之所以很受欢迎，使人乐于使用，是由于它们具有明显浪费性；这类物品是浪费的，就其表面的用途说来实在是不适用的，然而正是由于这一点，才使人感到它们具有大致与这种不适用成比例的适用性。

有美术价值的物品，其效用同它的代价的高低有密切关系。举一个平凡的例子就可以说明这种关系。一只手工制的银汤匙的商业价值大约是十元到二十元，它的适用性——按照这个字眼的原意——通常并不大于一只同样资料的机制汤匙，甚至也不大于以某种“贱”金属如铝为原料的机制汤匙，而后者价格则大约不过一角到二角。手工制银匙，就其表面用途来说，还往往不及机制铝匙的切于实用。当然，这里的反驳意见是极现成的：这样来看问题，即使没有忽视前者的主要用途，也至少忽视了它的主要用途之一——手工艺品能迎合我们的爱好，满足我们的美感，而以贱金属为材料的机制品，则除了毫无情趣地供实用以外是别无可取的。这些当然都是事实，但仔细想一想就会明白，这种反驳意见与其说是确凿无疑，不如说是似是而非的。情形看来是这样的：（1）尽管制成两种汤匙的两种不同材料，在其使用目的上备有其美感与适用性，而手工艺品所用的材料，价值高于贱金属约百倍以上，但以实质与色彩的真正美感而言，前者并不显得大大地超过后者，以机械的适用性而言，前者更没有显著地优于后者；（2）假定某种被认为手工制品的汤匙，实际上是出于仿造，不过仿造得非常精巧，在外貌上同真的手工艺品一模一样，只有趣精于此道者细察才能识破，假使这一作伪情况一旦发觉，则这件物品的效用，包括使用者把它当作一件美术品时所感到的满足，将立即下降大概 80—90%，或者还不止；（3）假使这两种汤匙，即使对于一个相当细心的观察者来说，在外表上彼此也显得非常相类，除了分量轻重显然不同外简直没有什么别的破绽，而只要机制的那个汤匙本身不是件新奇物品。

只要它可以用极低的代价购得，它就不能由于形式上、色泽上相同这一点而抬高价值，也不能由此显著提高使用者的“美感”的满足程度。

上述关于汤匙的情况是一个典型例子。我们从使用和欣赏一件高价的而且认为是优美的产品中得来的高度满足，在一般情况下，大部分是出于美感名义的假托之下的那种高价感的满足。我们对于优美的物品比较重视，但所重视的往往是它所具有的较大荣誉性，而不是它所具有的美感。在我们的爱好准则中，明显浪费要求一般并不是有意识地存在的。虽然是这样，它仍然作为一个有拘束力的规范存在着；它有选择地形成我们的审美观念，告诉我们怎样才算是美的；它支配着我们的辨别力，告诉我们，哪些才可以正当地承认它们是美的，哪些是不可以的。

就在这一点上，美感和荣誉感两者相交，混而为一；因此就某一个具体例子来说，要区别适用和浪费两个因素是极其困难的。往往会有这样的情况：某一件物品，原来是用来适应明显浪费的荣誉性目的的，但同时又是件美术

品；施工的目的原来是在于前者，前者的效用也是由此而来的，结果却在物品的形式和色彩方面赋予了美感，这是常有的事。使问题更加复杂的是，有许多物品，例如供装饰用的宝石、金属以及某些别的材料，它们之所以能成为明显浪费品，所以能具有这样的效用，是由于它们原来是美术品，原来具有美术品的效用。例如黄金，原来是具有高度美感的。有许多——即使不是大多数——非常宝贵的艺术品，虽然往往不能十全十美，但在美术上是有真正价值的。某些衣饰用的材料，某些风景画，以及许多别的事物，情形也是这样，不过在显著程度上差些。这类物品之所以可贵，在于它们具有美术上的真正价值，否则人们就不会这样重视，求之不得的人就不会这样其欲逐逐，已经据为已有的人就不会这样洋洋得意，夸为独得之秘。然而这类事物对占有者的效用，一般主要还并不是在于它们所具有的真正美感，而是在于占有或消费这类事物可以增加荣誉，可以祛除寒酸、鄙陋的污名。

这类物品除了别的方面的适用性之外，其本身是美的，是具有在这一点上的效用的；由于这个原因，如果能够把它们据为私有或由一己独占，对占有者说来是有价值的，因此它们就成为珍贵的所有物而受到重视，它们还可以在占有者独有的享受中满足其金钱上的优越感，在他们欣赏时满足其美感。但是这些物品之所以能引起独占欲望，或者是所以能获得其商业价值，其所具有的“美感”——就这个字眼的本意而言——与其说是基本动机，不如说是一个诱发动机。“一切珠玉宝石在官能上的美感是大的，这些物品既稀罕，又值价，因而显得更加名贵，假使价格低贱的话，是决不会这样的。”的确，这类美丽的物品，除了作为明显浪费的对象具有其荣誉性之外，在一般情况下是不大会引起占有欲并加以使用的。大多数这类物品——其中有一部分个人装饰用品不在此例——除可用以增加荣誉外，也可以适应其他用途，不管占有者的想法是不是这样，而且，即使就个人装饰品来说，其主要用途固然是在于使佩带者或占有者与无法获得这类装饰品的人们比较时可以增加光彩，上述的一点也仍然是有效的。一种美术品在艺术上的适用性，是不会由于“占有”这个事实而大大提高或普遍提高的。

到目前止，由我们的讨论得出的一个通则是，任何贵重品，要引起我们的美感，就必须能同时适应美感和高价两种要求。但情形还不止是这样。除此以外，高价这一准则还这样地影响着我们的爱好，使我们在对美术品的欣赏中把高价和美感这两个特征完全融合为一，然后把由此形成的效果，包摄在单纯欣赏美术这个名义之下。于是高价特征逐渐被认为是高价品的美感特征。某一物品既然具有光荣的高价特征，就令人觉得可爱，而由此而来的快感，却同它在形式和色彩方面的美丽所提供的快感合而为一，不再能加以区别：因此，当我们说某一物品——例如一种服装上的饰品——“十分可爱”时，如果把这一物品的美术价值分析到最后，就会发觉，我们的意思是说，这件物品是有金钱上的荣誉性的。

这种高价因素与美术因素的互相混合，大概在衣着与家具这类物品中表现得最为明显。谈到服装，在式样、颜色、材料以及一般效果方面，怎样才算是合于时尚，决定这一点的是荣誉准则，违反了这个准则就触犯了我们的爱好，并与审美的真理相背离。我们对于时新装束的赞美，决不能看作是纯粹出于虚伪。对于正在风行的那些事物，我们总是一见就觉得合意，而且在多数情况下，这种态度是完全真诚的。试以衣料为例，如果时简的是细致光

洁而颜色素静的料子，那么那种粗线条的、色泽浓艳的料子，这时就不会合我们的口胃。同样漂亮的一顶女帽，属于本年型的，对于我们感性的投合力量，毫无疑问，比属于去年型的要大得多：如果经过了二三十年，再回过头来评一评这两种女帽所具有的真正美感究竟孰高孰下，我敢说是非常困难的。还有，绅士们的大礼帽和漆皮靴都是精光烁亮的，而磨旧了的袖子，我们可以说也同样有一种光泽，单就其与人体外形的配合来说，前者未必比后者具有更高的真正美感，然而无可怀疑，一切西方文明社会里有教养的人，都会本能地、绝无虚的地断然认为前者是美的现象，后者则是不堪入目、大煞风景的，避之惟恐不及。如果在审美观念以外别无其他迫切理由，则是否有人会愿意戴上像文明社会中的高礼帽那种东西，实在是一个极端可疑的问题。

由于重视物品的高价特征这一习惯有了进一步的巩固，由于人们已经惯于把美感与荣誉两者视为一体，大家逐渐形成了这样的观念：凡是代价不高的美术品，不能算作美的。这就发生了这样的情况，例如，有些美丽的花卉，习惯地被看成是惹厌的莠草，有些栽培起来比较容易的花卉，由买不起花卉中的珍品的下层中产阶级把玩、欣赏；有些人则认为这类品种俗不可耐、不屑一顾，这些人境况比较好，买得起珍贵的品种，他们对于花匠手里的产品的金钱上的美感是有高度训练的：此外还有一些花草，以真正的美感来说并不见得高于上述各种，但培植的时候花的代价很大，这就获得了某些爱花成癖的人的激赏，这些人的爱好是在高雅环境的严格指导下成熟起来的。

社会阶级不同，爱好也不同，这种情况，在许多别的事物——如家具、住宅、公园、私人花园——的消费中，也同样可以看到。这种对于哪一类物品算是美的见解的分歧，并不是由于单纯的美感所据以形成的规范有所不同。这并不是因为审美方面的禀赋彼此有什么生来的差别，而实在是因为在荣誉准则上存在着差别，这个准则指定，哪些事物确实属于某一消费者所属的那个阶级的荣誉消费的范围。这是礼仪传统上的差别，这类传统告诉我们，哪些嗜好品和美术品是可以消费而不致损及消费者的身份的。除了由于别的方面的原因而略有变通以外，这类传统是相当严格地由阶级的经济生活水准决定的。

日常生活中有许多奇妙的例子足以说明，在一些日常用品方面，金钱荣誉准则在各阶级之间是怎样地不同，习惯的审美观念，在表现上跟没有受过金钱荣誉准则熏陶的那种观念是怎样地不同。例如，西方各民族对于浅草平铺的庭院或有这类设备的公园是衷心爱好的。有些社会内的组成分子以长颅金发型种族占显著优势，上述一类庭院或公园就格外投合这些社会里的富有阶级的口胃。单就其作为一个统觉的对象来说，草地当然具有美感因素，因此无可置疑，它对一切民族，一切阶级，几乎都具有直接吸动人的力量；但在长颅金发型的人们眼中，与多数别种的人不同，它似乎显得格外悦目。这一种型的人，对于青青照眼的一片平芜，比其他种型的人有进一步深切的爱好。这一点跟这一种型在气质上的其他特征是分不开的，这些特征说明，他们在过去一个长时期中曾经是一个畜牧民族，居留在卑湿地带。如果一种民族的遗传性格是看到一处保护得很好的草原或牧场就会眉飞色舞，那么它感到修剪得平平整整的一片草地格外动人，这正是意中之事。

由此可见，从审美的目的说来，草地应当是一个牧牛场。在今天的某些情况下，尽管要求在环境的安排上不惜费用，不容搀入任何寒酸气，但在草

地上或私人场地上看到一头牛，还是长头金发种人所憧憬的田野风光。结果是，在这样的场合以牛作为点缀品时，所用的牛一般总是属于高贵品种。不过以牛作为景色中的点缀，总不能免于俗气和小家子气，这是这一生物在装饰用途上始终存在的缺陷。因此在任何情况下，除非经四周富丽环境的衬托足以抵消这种俗陋气氛，否则以牛作为一个宠物，是必须避免的。有时候人们感到为了充实牧场的布置，必须有一些吃草的动物，假使这个想法过于强烈、难以抑制，他们就往往用一些不十分适当的别的生物如鹿、羚羊或其他同样格格不入的兽类来代替牛的位置。这类代用品，虽然在西方人士的畜牧眼光中没有牛那样动人，但在这样的场合还是差强人意的，因为它们的代价既高，本身又一无所用，从而具有荣誉性。不论从事实或理论上来说，它们都不能做粗笨生活，都是不能生利的。

公园当然与草地属于同一范畴，同草地一样，它们充其量不过是牧场的仿造品。当然，这样的公园最好是用作牧场，草地上的牛群本身就足以大大增进景色的美丽，对于见到过保养得很好的牧场的人，这一点是不用细说的。但值得注意的是，作为一般爱好中金钱因素的一种表现，对公共场地作这样的布置却是很少见的。熟练的工人，在有经验的管理者的监督之下，所能尽力做到的是，使这类场地相当近似于一个牧场，但其结果必然在牧养的艺术效果方面具有一些缺陷。但在普通人看来，如果让一群牛公然在公共娱乐场地出现，使俭朴与生产的气象表现得那样淋漓尽致，那简直是恶劣得难以忍受的。使用这种布置方式，代价比较低廉，因此也违反了礼仪上的要求。

关于公共场地的布置，还有一个特征，也含有与上述同类的意义。这个特征是，一方面要刻意表现奢华，另一方面又要装得简单朴素，好像还含有些实用意味。某些私人园地，如果其管理人或所有人的爱好是在中产阶级的生活习惯下形成的，或者是在上等阶级的上一代的传统下形成的，就会具有这样的外貌。有些园地的布置是与有教养的现代上流社会的爱好相适应的，在这些情况下，上述特征表现得没有那样明显。有教养的人们的爱好，在上一代与这一代之所以有所不同，是由于经济情况的变化。这样的差别，不但可以在娱乐场地的公认标准方面看到，也可以在其他方面看到。在这个国家，也同多数别的国家一样，在最近半个世纪以前，能够拥有那样多的财富因此可以不再顾到节俭的那种人，在居民中还是极少数。当时由于交通工具不完备，这些人分散在各地，彼此之间没有实际的接触。因此，关于“不必顾到代价是否高昂”的那种爱好的态度，还没有获得发展的基础。有教养的人们对于世俗的需求俭约是一味憎恶，没有别的想法。这个时候，按照单纯的审美观念，对代价低的或朴素的环境偶尔表示赞美，这样的态度是缺乏“社会认可”的，而社会认可是要有了为数很多的意趣相同的人才能实现的。因此，这时的上流社会还没有确切地认为园地管理方面可能有的非浪费现象可以轻轻放过。结果是，关于园地布置在外貌上的理想标准，有闲阶级与下层中产阶级之间在见解上并没有什么显著分歧。两个阶级都惟恐出现金钱上的坏名声，它们同样是在这一点上建立其理想标准的。

今天这两个阶级在上述理想标准上的分歧已经渐渐明显。作为有闲阶级的那个部分，脱离生产工作，在金钱上无所顾虑，这样的情况已经持续了一代或一代以上，因此在爱好问题上，这个阶级现在已经壮大到足够构成一种舆论，并使之维持不堕。同时其成员的流动性也有了提高，因此在其阶级以内实现“社会认可”比前方便。就这个得天独厚的阶级内部说来，“无须再

顾到节约”已成为极其平凡的一件事，其作为金钱礼仪的基础的效用已经大部分丧失。因此现代上流社会的爱好准则所着重的并不是在于不停地炫耀财富或严格避免省俭朴素的外观。结果在社会地位和智力水平较高的这类人士中，在公有和私有园地的布置方面，就出现了偏重乡野和天然风味的倾向。这种偏好大部分是一种作业本能的显露，由此形成的结果在坚定程度上高低不一。这种偏好，很少是在全无做作的情况下出现的，有时候会转化成某种伪装下的朴素形态，跟上面所说的情况并没有多大区别。

中产阶级也存在着这类爱好，他们在园地布置方面喜欢大体上可供实用、使人会立即想到某些直接的、非浪费的用途的一类设计；但是当然，所有这类设计，必须完全处于荣誉性的不求实利这一原则的指导之下，这一点是牢不可破的。于是由这一点出发，使用了种种手段和方法，来伪装一些有实用事物的适用性；例如朴素的短篱、桥梁、凉亭、帐棚以及类似的点缀品，都是在这样的方针下设计的。又如，有些外貌质朴的短篱和格子墙用铸铁作材料，在平坦的地面上铺上一条迂回曲折的草道，这跟着重实用上的美感的原来用意看来是极端相反的，这些都是在事物的实用性上矫揉造作的一些具体例子。

至于上层有闲阶级，他们在爱好上这时已经有了进一步的发展，不再局限于这类金钱美感下的伪适用性的变形了，至少在某些方面是这样。但是后起的有闲阶级和中下层阶级的爱好，所要求的仍然是以金钱的美来补充艺术的美，甚至对由于天然具有的美质而受到赞赏的那类事物，也有这样的要求。

大家对于花草的加工修剪以及公园中从俗的花坛布置都极为欣赏；上述的一般爱好，从这些方面的表现就可以看出。最近的哥伦布博览会 故址改建工程，充分显示了中产阶级重视金钱的美有过于艺术的美的这一爱好倾向，就这一点来说，这件事也许是一个极其恰当的例证。这个例证足以说明，即使在一切奢华的浮面表现都已尽力避免的情况下，荣誉性浪费的要求仍然有力地存在着。假使主持这一改建工作的人不受金钱爱好准则的支配，则这一工作实际达成的艺术效果，也许同我们所看到的将大相径庭。在工作进行时，即使城市居民中的上层阶级也从旁赞叹不置；由此说明，就这一事例而言，这个城市的上中下各阶级之间，在爱好上即使有些差别也是很细微的。在这个金钱文化发展上具有代表性的城市的居民的审美观念中，明显浪费这个伟大的文化原则是被小心翼翼地保持下来，惟恐稍有背离的。

对自然的爱好，其本身也许就是从上层阶级的爱好准则得来的，这种爱好，在金钱的美感准则的指导下，有时候会有意料不到的表现，这在一个粗心大意的旁观者看来也许会觉得有些离奇。例如，这个国家曾提倡在缺少树木的地区广泛植树，这原是公认为很好的一个措施，但在树木繁盛的地区，这一措施已经演变成为荣誉消费中的一个项目；我们常常会看到，在树木茂盛地区，一个村庄或一个农户，会把当地原有的树木通通砍掉，随即在道旁或院子里重新种上某些外来品种的树苗。还有这样的情况，整片的橡、榆、槲、桦、白胡桃、山毛榉等树木被清除掉，为的是让出地位来换上枫、槭、柳、白杨等等树苗。人们认为，凡是适应装饰与荣誉目的的事物都应当具有一种高贵气象，而让一片原来存在的、不费什么代价的树木矗立在那里，是不符合这方面的要求的。

金钱荣誉对爱好的普遍存在的影响，在时下流行的关于动物的美的标准中也同样可以看到。牛在一般审美的等级中应当居于什么地位，这个爱好准则在这里起了什么作用，上面已经谈过。还有别的一些家畜，只要在生产目的上对社会是显然有用的，例如猪、绵羊、山羊、驮马、各种牲畜、家禽等等，情况也大致相类。这些动物属于生产品性质，各有它们的用途，并且大都是能生利的，因此一般不能说是具有什么美感。至于通常不适用于生产目的的那些驯化动物，如猫、狗、骏马、鸽、鹦鹉及其他笼鸟等等，情况就不同了。这些动物一般是属于明显消费项目下的，因此它们在本质上具有荣誉性，可以恰当地认为是美的。上等阶级对这类动物是一向宠爱的；那些在财力上较差的阶级，对于这里所说的两类动物，却觉得在美感上并没有什么高低，觉得在它们的美与丑之间无须划出一条严格的金钱界线：对处于最上层有闲阶级中的少数说来，由于那个屏绝俭约的严格准则已经渐渐失去效力，因此他们在这一点上的态度跟上述后一类阶级的倒有些相类。

谈到具有荣誉性而且据说是很美的那些驯化动物，还有一些在另一依据下的优点应当提到。鸟在驯化动物中是属于荣誉性一类的，它之所以能够在这类占一席之地，完全是由于它的非生产性质。除鸟以外，驯化动物中格外值得注意的是猫、狗和供驰骋用的骏马。猫的荣誉性比上述其余两者要差些，因为它的浪费性差些，有时甚至还有些实际用途。而且以猫的特性来说，同荣誉性目的也不相适应。它是在平等的关系上与人相处的，对于一向被看作价值、荣誉和声望上的一切差别的基础的身份关系，它全然无所关涉，对于它的主人与其周围的人们之间的歧视性对比，它也不能积极地有所贡献。不过就上述最后一点而言，像安哥拉猫（Angora cat）那种稀罕的产物，可算是个例外，由于代价高昂，是略有些荣誉上的价值的，因此就在金钱的基础上博得了可以称美的权利。

狗这样东西一无实用，而且在性格上别有禀赋，因此是有它的优点的。它往往被特别看成是人类的朋友，它的智慧和忠诚常常受到赞扬；这就是说，它是人们的忠仆，其服从性是无可怀疑的，而且善于体会主人的心情。这些特点使它与人类的身份关系极相配合，就这里所讨论的意义来说，都应当算作有用的特点；此外还有一些别的特点，则在审美价值上没有上面那样明确。它本身在驯化动物中要算是最龌龊的，习性是最淘气的；但足以弥补这些缺点的是它对主人的忠顺和谄媚，是它随时准备伤害一切别的人或进行捣乱。这样它就使我们的支配欲有了发挥余地，从而博得我们的欢心。它也是消费中的一个项目，一般是不适用于生产上的；这一点使得它的主人把它看成一种能增进荣誉的东西，并使自己在主人的屋檐下占到一个巩固地位。在我们的意念中，狗总是和打猎活动联系在一起的，而打猎却是件侵占性工作，是光荣的掠夺性冲动的表现。

狗既已居于这样的有利地位，于是不管在它的形态上和动作上可能具有什么样的美感，也不管它可能具有什么样的值得称许的智力特征，人们总是习惯地一概加以肯定，并加以夸大。甚至被狗迷们培育成的那些奇形怪状的变种，也有许多人会真心赞赏，认为它们实在是美的。这些变种的狗——其他变种动物的情形也是这样——的等级（从它们的审美价值来看），大体上是按其符合某种畸形的要求下的怪异程度和变幻程度来定的。就这里研究的意义来说，这种以外形结构的怪异和变幻为依据的有等差的效用，其根源实在是出于这类品种的比较稀少，因此也就是其代价的比较高昂。一些畸形的

狗，像现在供男用和女用的一些流行品种，其商业价值是以其高昂的生产成本为依据的，对其主人而言，则其价值主要在于它们可以被用作明显消费中的一个项目。荣誉的浪费可以通过一只奇形怪状的狗而获得反映，因此这只狗间接地有其社会价值；于是在说法上和概念上略作转换，它就变成了宠物，就被说成是美的了。由于对这类动物不管怎样地加以殷勤爱护，也不会寓有利得或实用的意义，因此豢养它们就具有了荣誉性；由于这样的可惯是有荣誉性的，是不会受到轻视的，于是它逐渐发展成为一种顽强的日常嗜好（这种嗜好还富有仁慈意味）。由此可见，在对于玩赏动物的钟爱中，浪费准则作为一个规范是相当淡远地存在着的，而指导和形成对事物的感情和选择的，就是这个规范。下面我们还会看到，关于人对人的钟爱，情况也有些相类，虽然在这一情况下，上述规范发挥作用的方式有些不同。

谈到以驰骋见长的骏马，其情况与上述的狗的情况很相类。总的说来，这种马是代价很高的或浪费性的，在生产目的上是无效用的。如果说它可能具有什么生产上的用途，从而增进社会的福利或改进人类的生活，那末它作出贡献的方式就在于力量的显示和行动的敏捷，可以满足人们的审美观念。这当然是一种实质上的有用性。马与狗不同，它并不具有与狗同等程度的屈从主人的精神特质；但是它能够有效地满足主人的激动感情，能够转变周围的“有生”力量，供它自己利用和支配，并通过这些力量表现它自己的坚强个性。一匹骏马至少有可能成为程度高低不等的一匹竞赛马，这就对它的主人格外有用。骏马的功用主要在于作为一种竞赛工具时的效用；对于马的主人来说。如果他自己的马能够在竞赛中出人头地，他的进攻和胜利的欲望就获得了满足。马在这方面的用途并不是生利性的，总的说来是浪费性的，而且这种浪费相当贯彻，又十分明显，这就使这样的用途有了荣誉性，使骏马占有了强固的假定的荣誉地位。还有一点，专供竞赛用的马，作为一种赌博工具，就其用途而言也同样不是生产性而是荣誉性的。从审美的角度来看，骏马是交了运的，因为在金钱荣誉准则之下，人们对它所可能具有的任何美感或适用性，可以尽量加以赞赏，并认为这是合情合理的。它的种种长处是获得明显浪费原则的支持的，是有支配与竞赛的掠夺倾向为其后盾的。况且，马是一种俊美的动物。不过有些人是竞赛马的狂热者，有些人的审美观念在马迷们作出的判定的精神压迫之下，已经暂时处于麻痹状态；不属于这两类、在爱好上没有受到这方面的影响的那些人，对竞赛马却看不出有什么特别的美点。对于在爱好上没有受过上述锻炼的一个平常的人说来，最俊美的倒似乎是，同饲养者选择淘汰过的竞赛马比起来体质变化较少的那种形式的马。然而，一位作家或演说家——特别是那些才力极其平庸的——为了辞令上的需要，而对动物的美德和适用有所渲染时，往往喜欢以马为例，而且还往往特意说明，就所举的例证而言，他所指的是竞赛马。

还应当注意，谈到对各种各样的马和狗在不同程度上的爱好，即使是一个在这类爱好上没有什么特别研究的寻常的人，也可以从他的爱好中看出有闲阶级的荣誉准则在另一条比较直接的路线下发生的影响。例如在这个国家，有闲阶级的好尚在一定程度上是以英国有闲阶级中流行的、或认为在那里流行的一些风俗习惯为准绳的。这一情况在对马的方面比对狗的方面更为显著。就马来说，尤其是供乘用的马——所适应的目的，充其量只是在于浪费性的夸耀——一般总以为英国的气味越浓厚越美。就荣誉性的习尚这一点来说，英国的有闲阶级是这个国家的上层有闲阶级，因此它是它以下的各级